



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist
Modul: Turizem

**ANALIZA OBSTOJEČIH DEJAVNIKOV
ZASEDENOSTI TURISTIČNE NASTANITVE
IN IZHODIŠČA ZA IZBOLJŠAVE**

Mentorica: mag. Maja Zalokar
Lektorica: Lara Rajh, mag. slov.

Kandidatka: Katja Perčič Lavtižar

Kranj, marec 2023

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici mag. Maji Zalokar za pomoč, strokovnost in podporo pri nastanjanju diplomskega dela. Zahvaljujem se tudi vsem, ki so mi kakorkoli pomagali pri dokončanju tega diplomskega dela.

Zahvaljujem se lektoricama Lari Rajh, mag. slov. in Nastji Bitenc, dipl. slov. in fil., ki sta mojo diplomsko nalogo jezikovno in slovnično pregledali ter jo tehnično uredili.

Največja zahvala gre vsekakor moji družini, da so mi stali vseskozi ob strani in verjeli vame, predvsem staršem za neskončno razumevanje in potrpežljivost pri varstvu hčerke Olivie. Hvala možu Boštjanu za spodbujanje in nesebično pomoč.

IZJAVA

Študentka Katja Perčič Lavtižar izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Maje Zalokar.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

V diplomskem delu smo analizirali obstoječe dejavnike turistične nastanitvene enote Vacation Station Piran. Cilj je bil raziskati možnosti za izboljšanje izkoriščenosti nastanitvenih kapacitet izven sezone (od novembra do aprila). Nastanitvena enota Vacation Station Piran je na dobri poti k izboljšanju izkoriščenosti, saj je raziskava pokazala, da je kar 89 % gostov, ki so že bili nastanjeni v omenjeni enoti, zainteresiranih za ponovni obisk, tudi izven sezone. Spodbudna je tudi ugotovitev, da bi kar 98 % gostov, ki so že bivali v tej nastanitveni enoti, prav to priporočili prijateljem in znancem. Za izboljšanje zasedenosti nastanitvene enote Vacation Station Piran smo podjetju Katja Perčič Lavtižar, s. p., predlagali strategijo, v kateri smo podali ukrepe za izboljšanje trženjskega komuniciranja, trženjsko-prodajne aktivnosti in aktivnosti za izboljšanje kakovosti in konkurenčnosti na trgu.

KLJUČNE BESEDE

- turistična ponudba
- turistično povpraševanje
- sezonskost turističnih obiskov
- trženjske aktivnosti

ABSTRACT

In the thesis, the analyzed the existing factors of the Vacation Station Piran apartment units. The goal was to explore possibilities for improving the utilization of accommodation capacities in the low season (from November to April). The Vacation Station Piran apartments are well on its way to increasing utilization, as the survey showed that as many as 89 % of guests who have already stayed in the mentioned units are interested in returning, even in the low season. It is also encouraging to note that as many as 98 % of guests who have already stayed in these apartments would recommend the latter to friends and acquaintances. In order to improve the occupancy of the Vacation Station Piran apartments, we have proposed a strategy to the landlady Katja Perčič Lavtižar, s. p., in which we provided measures to improve marketing communication, marketing sales activities and activities to improve the quality and competitiveness in the market.

KEYWORDS

- tourist attraction
- tourist demand
- seasonality of tourist visits
- marketing activities

KAZALO

1 UVOD	1
1.1 Predstavitev problema.....	1
1.2 Namen in cilji naloge	2
1.3 Predstavitev okolja	2
1.4 Predpostavke in omejitve	6
1.5 Metode dela	7
2 TEORETIČNE OSNOVE – EKONOMSKE ZAKONITOSTI NA TURISTIČNEM TRGU	8
2.1 Turistično povpraševanje	8
2.2 Turistična ponudba.....	9
2.3 Turistični trg	10
3 PRAKTIČNI DEL.....	12
3.1 Analiza zasedenosti turistične nastanitvene enote vacation station piran.....	12
3.1.1 Analiza prenočitev in zasedenosti.....	12
3.1.2 Analiza strukture gostov	15
3.1.3 Analiza mnenj gostov	17
3.2 Anketiranje gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran	20
3.2.1 Vzorec raziskave	20
3.2.2 Rezultati raziskave	20
3.2.3 Preveritev predpostavk.....	24
4 STRATEGIJA IZBOLJŠANJA ZASEDENOSTI.....	27
4.1 Tržno komuniciranje	27
4.2 Trženjsko-prodajne aktivnosti.....	28
4.3 Zagotavljanje kakovosti in konkurenčnosti	29
5 ZAKLJUČKI.....	31
6 LITERATURA IN VIRI.....	32

KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip nastanitvene enote Vacation Station Piran	2
Slika 2: Nastanitvena enota v pritličju	3
Slika 3: Nastanitveni enoti v I. In II. nadstropju	4
Slika 4: Duplex apartma s pripadajočo altano.....	4

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število nočitev v obdobju od leta 2018 do 2021	13
Tabela 2: Število nočitev v obdobju od 1.1. 2022 do 31. 7. 2022.....	14
Tabela 3: Analiza strukture gostov glede na leto bivanja, spol in državljanstvo za obdobje od leta 2019 do 2021	15
Tabela 4: Spol.....	20
Tabela 5: Starost.....	21
Tabela 6: Državljanstvo.....	21
Tabela 7: Uporabniška izkušnja z nastanitveno enoto Vacation Station Piran	22
Tabela 8: Dejavniki zadovoljstva za obisk nastanitvene enote Vacation Station Piran v času izven sezone od novembra do aprila	22
Tabela 9: Priporočilo nastanitvene enote Vacation Station Piran prijateljem in znancem	23
Tabela 10: Obisk nastanitvene enote izven sezone.....	23
Tabela 11: Pridobivanje informacij o ponudbi nastanitvene enote Vacation Station Piran	24

KRATICE IN AKRONIMI

BiH:	Bosna in Hercegovina
STO:	Slovenska turistična organizacija
ZDA:	Združene države Amerike
TIC:	Turistično-informacijski center
SURS:	Statistični urad Republike Slovenije

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Skozi opravljanje dejavnosti sobodajalstva (oddajanja apartmajev) v Piranu smo ugotovili, da je v zadnjih letih prišlo do velike ponudbe tovrstnih nastanitvenih enot, ki jih je izven sezone težje zapolniti, med sezono pa je povpraševanje po nastanitvenih kapacitetah večje od ponudbe.

Po podatkih SURS¹ za leto 2021 občina Piran še vedno ohranja prvo mesto po številu prenočitev v nastanitvenih enotah. Največ prenočitev med vsemi slovenskimi regijami je imela Obalno-Kraška regija, in sicer nekaj manj kot 2,8 milijona. Od tega so 1,5 milijona prenočitev ustvarili turisti v Piranu. Prav tako je bilo med domačimi gosti največ prenočitev v Piranu (Mlakar in Zupančič, 2022). Metodološki podatki o nastanitveni statistiki občine Piran za leto 2022 bodo v podatkovni bazi SiStat predvideno objavljeni v mesecu aprilu 2023.

Glede na navedena izhodišča se nam je porodila ideja, da preuredimo hišo v Piranu na način, da bo privlačna za nastanitev gostov v poletnih mesecih in tudi izven sezone. Cilj projekta preureditve je bil zagotoviti gostom, tudi zahtevnejšim, turistično nastanitev, ki se imenuje Vacation Station Piran (Počitniška hiša postaja Piran) in zagotavlja gostom edinstvene nastanitvene kapacitete ter omogoča doživetje turistične ponudbe v Piranu v vseh letnih časih.

V diplomski nalogi smo najprej opisali nastanitveno enoto Vacation Station Piran in glavne turistične produkte, zaradi katerih gosti prihajajo v Piran, in kako ponudniki (sobodajalci) nastanitvenih enot želimo zadovoljiti njihove potrebe oz. preseči pričakovanja, da se vrnejo k nam tudi v času izven sezone, ko je nastanitvenih kapacitet, ki so na voljo, več kot povpraševanja. Nato sledi poglavje teoretičnih osnov o ekonomskih zakonitostih na turističnem trgu. V praktičnem delu smo analizirali zasedenost nastanitvene enote Vacation Station Piran v letih od 2018 do 2022 glede na spol in državljanstvo gostov. Analizirali smo mnenja gostov s spletne platforme Booking in izvedli anketiranje med gosti, ki so bivali v nastanitveni enoti Vacation Station Piran v mesecu septembru 2022.

¹ SURS – Statistični urad Republike Slovenije

1.2 NAMEN IN CILJI NALOGE

Namen diplomske naloge je najti načine, kako odpraviti »sezonskost«² oddajanja turistične nastanitve, ter s katerimi aktivnostmi vplivati na trženje nočitev v obdobjih, ko je povpraševanje po nastanitvenih kapacitetah nižje.

Cilj naloge je raziskati trženjske aktivnosti in prepoznati najučinkovitejši način komuniciranja, zaradi katerega bo turistična nastanitev postala prepoznavnejša za dopustovanje v času izven sezone, ko je povpraševanje po nastanitvenih kapacitetah nižje.

Cilj naloge je prav tako raziskati kakovost obstoječe ponudbe in podati priporočila, kako pripomoči k dvigu kakovosti ponudbe, še posebej v času izven sezone.

1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Predstavitev turistične nastanitve Vacation Station Piran (slovensko: Počitniška hiša postaja Piran)

Za nastanitveno enoto Vacation Station Piran je bila oblikovana celostna podoba. Prepoznavna je po logotipu na sliki 1, s katerim poskušamo doseči prepoznavnost pred javnostjo oziroma potencialnimi gosti in uveljaviti ime nastanitvene enote kot blagovne znamke.



*Slika 1: Logotip nastanitvene enote Vacation Station Piran
(Lastni vir)*

² Sezonskost oziroma turizem sezonskega značaja pomeni, da je živahen le v enem delu leta, kar predvsem velja za obmorski turizem, ki zaživi med majem in septembrom, od oktobra do aprila pa je veliko hotelov, apartmajev, gostinskih lokalov zaprtih, pri čemer takrat govorimo o mrtvi sezoni. (V seznamu virov: Eucbeniki (b. l.). *Turizem*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index3.html>.)

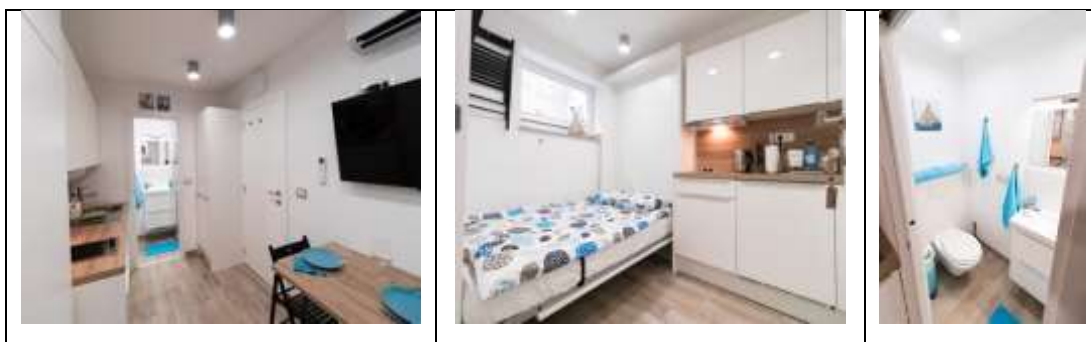
Blagovna znamka Vacation Station Piran je v lasti sobodajalstva Katja Perčič Lavtižar, s. p., in z njo oglašujemo štiri nastanitvene enote, ki so bile izdelane s pomočjo dveh arhitektov leta 2016. Nahajajo se v tipični meščanski hiši iz leta 1900, ki se nahaja v mestnem jedru Pirana.

Glavne značilnosti nastanitvenih enot so naslednje:

- štiri nastanitvene enote, ki imajo skupaj 12 stalnih ležišč;
- nastanitvene zmogljivosti so namenjene tako posameznikom ali parom kot tudi družinam z otroki;
- v vsakem nadstropju oziroma etaži je ena nastanitvena enota;
- vse nastanitvene enote so opremljene sodobno in trajnostno naravnane k preprečevanju izpustov v okolje.

Organiziranost po etažah je naslednja:

- v pritličju je soba s kuhinjsko nišo in lastno kopalnico v velikosti 18 m², ležišče velikosti 140 cm × 200 cm (slika 2);



*Slika 2: Nastanitvena enota v pritličju
(Lastni vir)*

- v I. In II. nadstropju sta dva identična studia v velikosti 26 m² s kuhinjo, kopalnico, tremi ležišči in kavčem (slika 3).



Slika 3: Nastanitveni enoti v I. In II. nadstropju
(Lastni vir)

- V III. nadstropju je duplex apartma v izmeri 45 m² s pripadajočo altano oziroma strešno teraso, od koder je pogled z ene strani na cerkev Sv. Jurija in z druge na Piranski zaliv. Ta nastanitvena enota je v dveh nadstropjih, pri čemer je v spodnjem nadstropju kuhinja z jedilnico, dnevnim prostorom ter kopalnico, v zgornjem pa je spalnica z zakonsko posteljo, od koder je dostop do terase (slika 4).



Slika 4: Duplex apartma s pripadajočo altano
(Lastni vir)

Poleg edinstvenih nastanitvenih enot je v spodnjem delu stavbe tudi kolesarnica s tremi kolesi, ki so gostom na voljo v času bivanja v nastanitveni enoti Vacation Station Piran. Goste spodbujamo k ohranjanju biotske raznovrstnosti v tem okolišu in raziskovanju okolice z uporabo koles, ki ne onesnažujejo okolice. Gosti imajo v nastanitvenih enotah nameščene prenosne torbe, izdelane iz recikliranih materialov, ki jih lahko uporabljajo za nakupovanje ali med preživljanjem časa na prostem.

Predstavitev turistične destinacije Piran

Turistična destinacija je opredeljena kot geografski prostor, ki ga gosti izberejo kot cilj za namen potovanja, hkrati pa vsebuje tudi vse tisto, kar gost potrebuje za bivanje, na primer nastanitvene enote za prenočevanje, storitve prehrane, zabave, rekreacije in druge storitve za prosti čas (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2022).

Občina Piran se predstavlja kot najbolj turistično razvita slovenska destinacija z bogato zakladnico umetnosti, hramom kulture, številnimi prireditvami in koncerti ter razstavami. Mesto je prepoznavno po mednarodno uveljavljenih prireditvah, predvsem pa kot mesto za oddih (Občina Piran, Predstavitev občine)³.

Piran kot turistična destinacija je za turiste privlačen zaradi izredne slikovitosti pristaniškega mesta na ozkem polotoku, ki ga z vseh treh strani obdaja Tržaški zaliv. Nekateri ga celo imenujejo biser slovenske riviere. Pol tisočletja beneške vladavine je pustilo velik pečat v mestu, kar je predvsem opazno v arhitekturi, ki je privlačna za turiste oziroma obiskovalce mesta Piran.

V mednarodnem turističnem vodiču Lonely Planet⁴ je Piran predstavljen kot najbolj ohranjeno zgodovinsko mesto v Sredozemlju in biser beneške gotske arhitekture, kar še posebej pritegne turiste, da obišejo to destinacijo.

Motivi gostov za obisk Pirana

Novel in Gržinič (2018) navajata, da so motivi gostov za obisk piranskega okolja predvsem naslednji:

- Prireditve in poslovna srečanja oziroma kongresi so ključni motiv v času pred sezono in po njej. Z organiziranjem različnih dogodkov se tok povpraševanja usmeri tudi v obdobja nesezonskosti. Med drugim dogodki približajo destinacijo poslovnim gostom, da le-to obišejo tudi kdaj drugič oz. podaljšajo bivanje.

- Po podatkih turističnega združenja Portorož in Piran (2022)⁵ to leto za jesen in zimo ter prihajajočo pomlad 2023 destinacija nudi različna doživetja, kot so ogled fotografij Boža Štajerja v Muzeju solinarstva v Sečoveljskih solinah, razstavo na prostem z naslovom »Na sprehodu s Tartinijem« z življenjsko zgodbo Giuseppeja Tartinija na fotografijah slikarja Ubalda Trnkoczyja.

³ V seznamu virov: Občina Piran (b. l.). *Predstavitev občine. Piran, slovenska turistična prestolnica*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://www.piran.si/objave/175>.

⁴ V seznamu virov: Lonely Planet (b. l.). *Piran*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://www.lonelyplanet.com/slovenia/karst-and-coast/piran>.

⁵ V seznamu virov: Turistično združenje Portorož (2022). *Dogodki*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://www.portoroz.si/si/dozivi/dogodki>.

- Sonce in morje je tradicionalni sezonski produkt, zaradi katerega destinacijo obišče največ gostov.
- Zdravje in dobro počutje je eden ključnih produktov in projektov slovenskega turizma, ki ga STO postavlja na zemljevid najzanimivejših in hkrati zdravju ter dobremu počutju koristnih doživetij. Ponudba v obalni regiji se osredotoča na naravne zdravilne dejavnike, ki so vpliv sredozemskega podnebja.
- Gastronomija oz. njena ponudba visoke kulinarike »fine dining«⁶ je privlačna skozi vse leto, povečuje pozitivno doživetje gostov na destinaciji. Bogata kulinarična ponudba ponuja predvsem lokalne istrske in mediteranske okuse, prav tako pa tudi vrhunsko priznana lokalna vina.
- Doživetje narave je mogoče skozi vse leto zaradi ugodne klime destinacije in tako prispeva k sezonsiranju. Kulturne krajine, kot so na primer Seča, Strunjan, Fiesa in nekateri drugi parki, so povezljivi z različnimi potmi, tudi kolesarskimi.
- Kultura in dediščina Pirana sta predvsem povezani s tradicijo solinarstva, ki privablja goste skozi celo leto in prispeva k podaljšanju bivanja turistov na destinaciji.
- Zabava in prosti čas sta pomembna dejavnika, ki vplivata na zadovoljstvo gostov ter višjo potrošnjo.
- Športni turizem in rekreacija omogočata izkoriščanje naravnih in kulturnih danosti na destinaciji. Ugodna klima skozi vse leto omogoča gibanje na prostem in udejstvovanje v najrazličnejših športih. Dobra infrastruktura za šport omogoča tudi kakovostnejšo bivanje.

1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

1. predpostavka: Predpostavljamo, da je več kot 10 % gostov, ki so nastanjeni v času sezone, zainteresiranih za nastanitev izven sezone.
2. predpostavka: Predpostavljamo, da je več kot 30 % gostov, ki so nastanjeni v času sezone, zaznalo privlačnost ponudbe izven sezone.
3. predpostavka: Predpostavljamo, da bi več kot 30 % gostov, ki so nastanjeni v času sezone v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran, priporočilo obisk te nastanitvene enote prijateljem, znancem.

⁶ Tako imenovane restavracije s prefinjeno kulinariko oziroma restavracije s polno storitvijo s posebnimi jedmi. Dekor takšnih restavracij je opremljen z visokokakovostnimi materiali, v obratih pa veljajo določena pravila obedovanja, ki se od obiskovalcev na splošno pričakujejo, včasih tudi kodeks oblačenja (Wikipedia, 2023).

4. predpostavka: Lokacija je dejavnik, ki ima najvišjo oceno gostov o kakovosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran.
5. predpostavka: Predpostavljamo, da je povečanje zasedenosti turistične nastanitvene enote Vacation Station Piran od novembra do aprila mogoče doseči s povečanjem oglaševalskih aktivnosti.
6. predpostavka: Predpostavljamo, da je oglaševanje na družbenih omrežjih najpogostejše orodje za dvig nočitev v obdobjih, ko je povpraševanje po nastanitvenih kapacitetah nižje (november–april).

1.5 METODE DELA

V teoretičnem delu bomo za prikaz ekonomskih zakonitosti na turističnem trgu z vidika predstavitve turističnega povpraševanja, turistične ponudbe in turističnega trga uporabili opisno metodo. Teoretska spoznanja bomo predstavili s pomočjo strokovne literature domačih in tujih avtorjev.

V praktičnem (raziskovalnem) delu bomo uporabili metodo analize podatkov o prenočitvah in zasedenosti nastanitvene enote Vacation Station Piran. Podatke bomo pridobili iz rezervacijsko-informacijskega sistema podjetja Katja Perčič Lavtižar, s. p., za obdobje od 2018 do 2021. Ravno tako smo uporabili metodo analize podatkov o strukturi gostov za obdobje od 2019 do 2021, podatki za 2018 niso dostopni. Nadalje bomo z analizo podatkov s spletne platforme Booking ugotovili oceno kakovosti bivanja gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran in potrdili ali ovrgli predpostavko številka 4.

Za preveritev predpostavk 1, 2, 3, 5 in 6 bomo izvedli anketiranje gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran. Anketni vprašalnik je v prilogi 1.

2 TEORETIČNE OSNOVE – EKONOMSKE ZAKONITOSTI NA TURISTIČNEM TRGU

Za Slovenijo je značilno pozicioniranje turistične destinacije kot zdrave destinacije z možnostjo številnih aktivnosti v zeleni naravi.

Turizem velja za eno najhitreje rastočih gospodarskih panog, ki dosega rekordno rast in na katero močno vplivajo družbeno-ekonomske razmere, svetovni in lokalni dogodki ter stanje okolja. Vse to se odraža v pričakovanih potrošnikov in njihovih nakupnih odločitvah. Turizem uresničuje sanje in potrošnika osreči, vendar obenem močno posega v njegovo finančno stanje in časovne omejitve.

(Republika Slovenija, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2022)⁷

2.1 TURISTIČNO POVPRASEVANJE

Pojem turistično povpraševanje predstavlja obseg turističnih storitev, produktov, ki so jih gosti pripravljeni plačati za ponujeno ceno oziroma potrošiti po ponujeni ceni (Hunziker, Krapf, 1942. V: Planina in Mihalič, 2002. V: Cvikl in Alič, 2018).

Planina in Mihalič (2002, v Cvikl in Alič, 2018) v literaturi navajata, da turisti izbirajo destinacije na podlagi ciljev in namenov potovanja ter glede na privlačnost destinacije, ki je lahko kulturna, socialna, naravna ali zgrajena. Med naravne privlačnosti spadajo geografske značilnosti, med kulturne predvsem zgodovinske značilnosti, socialna značilnost je na primer drugačen način življenja, zgrajene privlačnosti pa so vse turistične in neturistične zgradbe, kopališča, spomeniki, trgi ipd.

Turistično povpraševanje je opredeljeno kot količina denarja, ki ga je potrošnik pripravljen potrošiti za tiste dobrine, ki jih ne potrebuje za vsakdanje življenje pri določeni ravni cen in danem stanju deviznih tečajev (Hunziker, Krapf, 1942. V: Planina in Mihalič, 2002. V: Cvikl in Alič, 2018).

Turistično povpraševanje ima tri oblike: idealno, potencialno in realno. Povpraševanje kot tržno kategorijo predstavlja potencialno povpraševanje, saj se po njem ravna ponudba in v skladu z njim oblikuje tudi cena. Usmeritve realnega povpraševanja so predvsem povezane z ukrepi turistične politike kot dela ekonomske politike. Količina potencialnega povpraševanja je odraz družbenega in gospodarskega razvoja. Cilji

⁷ V seznamu virov: Republika Slovenija. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. *Analiza in diagnoza stanja. Strategija slovenskega turizma 2022–2028. Zelena butičnost.* Pridobljeno 28. 2. 2023 z naslova <https://skupnostobcin.si/wp-content/uploads/2022/05/strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf>, str. 18.

turistične politike so, da bi bil čim večji del potencialnega povpraševanja pretvorjen v realno povpraševanje (Cvikl in Alič, 2018).

Na turistično povpraševanje vpliva veliko dejavnikov, zato reakcijo turističnega povpraševanja glede na spremembo cene merimo s koeficientom cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja. Cenovna elastičnost je povezava med spremembo cene in posledično spremembo turističnega povpraševanja (Cvikl in Alič, 2018).

2.2 TURISTIČNA PONUDBA

Turistično ponudbo Hunziker in Krapf, 1942 (v Planina in Mihalič, 2002, v Cvikl in Alič, 2018) opredeljujeta kot tisto količino turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen in danem stanju tečajev.

Planina in Mihalič (2002, v Cvikl in Alič, 2018) ponudbo sodobnega turizma delita v dve skupini, in sicer v primarno in sekundarno ponudbo. Primarno turistično ponudbo predstavljajo vse tiste dobrine, ki se jih ne da več proizvesti v enaki kakovosti oziroma z enako uporabno vrednostjo. Ta turistična ponudba se nadalje deli na naravne dobrine (npr. morje, podnebje, flora, favna itd.), ki niso plod človeškega dela, njihova količina in kakovost pa sta omejeni, in antropogene dobrine, ki so plod človekovega dela, vendar so bile narejene že v preteklosti. Od sekundarne ponudbe se razlikujejo po tem, da jih v današnjem času ni moč proizvesti z enako uporabno vrednostjo. Sekundarno turistično ponudbo imenujemo tudi turistična infrastruktura, ki obsega osnovno infrastrukturo, kamor spadajo objekti, ki jih turisti uporabljajo, vendar po njih ne povprašujejo, to so prometno omrežje, komunalna ureditev, električna napeljava ipd. Turistično infrastrukturo predstavljajo objekti, po katerih turisti neposredno povprašujejo, to so hoteli, apartmaji, marine, športni objekti itd. K turistični superstrukturi pa spadajo vsi drugi turistični proizvodi in storitve v gostinstvu, trgovini ali transportu. Primarni in sekundarni turistični del sta med seboj močno povezana in soodvisna. Naravne danosti oziroma dobrine so brez urejene turistične infrastrukture skorajda neuporabne, saj ostanejo le privlačnosti na trgu. Sekundarna turistična ponudba pa prav tako brez atrakcij ni dovolj privlačna. Da bi bile privlačnosti dostopne, je nedvomno potrebna tudi sekundarna ponudba.

Najpomembnejše turistične značilnosti Planina in Mihalič (2002, v Cvikl in Alič, 2018) opisujeta kot:

- Raznovrstnost ponudbe ali heterogenost, ki je posledica raznolikosti turističnega povpraševanja in zahteva sodelovanje številnih panog in dejavnosti, ne le turističnih, ampak tudi trgovine, kulture, zdravstva, kmetijstva in tudi nekaterih industrijskih panog.

- Nizka izraba zmogljivosti in nizka rentabilnost ter sezonskost ponudbe so osnovni razlog za razmeroma slabšo gospodarsko uspešnost turizma. Turistična ponudba se lahko prilagaja samo povpraševanju in zmogljivosti izven te so slabo izkoriščene, posledica je nizek dohodek.
- Svojevrstna sestava ali specifičnost se kaže v skupini različnih turističnih proizvodov bodisi storitev ali drugih dobrin, ki omogočajo izrabo turistične rente ter določajo ceno in kakovost celostnega proizvoda. Turističnega proizvoda ni moč vzeti z nabavne police in ga preprosto zaužiti, ampak ga je mogoče doživeti.
- Visoka vložena sredstva na enoto proizvoda = visok kapitalni koeficient pomeni, da je za formiranje celostnega turističnega proizvoda treba vložiti veliko sredstev, predvsem za sekundarno turistično ponudbo.
- Determiniranost ali nepremičnost ponudbe, ki se nanaša na dane naravne lokacije, se najmočneje kaže v primarni turistični ponudbi, kajti te ni mogoče prenašati iz kraja v kraj.

2.3 TURISTIČNI TRG

Turistični trg pojmuje kot fiktivni kraj, kjer se srečujeta ponudba in povpraševanje (Cvikel in Alič, 2018).

Zanj so značilne:

- Prostorska ločenost, zaradi katere so se na turističnem trgu pojavili posredniki turistične ponudbe (agencije, organizatorji potovanj ...), ki imajo različno vlogo pri vrstah ponudbe.
- Raznovrstnost je značilnost, ki je skupna tako turistični ponudbi kot povpraševanju. V večini drugih primerov sta si različna.
- Visoka cenovna elastičnost turističnega povpraševanja, ki je nadomestljivo in časovno odložljivo, in nizka cenovna elastičnost turistične ponudbe, katere odzivnost na spremembe cen na trgu, zlasti zaradi visokih investiranja in posledično visokih fiksnih stroškov, je slaba.
- Sezonska spremenljivost turističnega povpraševanja in ponudbe tako v času leta ali tedna.

- Slaba organiziranost turističnega trga in vloga turističnih posrednikov, kar v zadnjih letih dokaj uspešno premaguje razvoj svetovnega spleta, ki omogoča boljše preglednost in konsistentnost ponudbe, hkrati pa večja konkurenčnost na turističnem trgu.

Odnos med ponudbo in povpraševanjem na turističnem trgu je zapleten, saj je ponudba sestavljena iz dveh delov (primarni in sekundarni). Delež povpraševanja se oblikuje predvsem v odnosu do cen, ki jih določajo produkti sekundarne ponudbe. Pri prilagajanju ponudbe in povpraševanja na turističnem trgu so odločilnega pomena nastanitvene zmogljivosti.

Kot konkurenčnost turističnega trga občine Piran lahko predvsem izpostavimo njegovo lego, mediteransko klimo in ekološko ohranjeno zaledje.

3 PRAKTIČNI DEL

3.1 ANALIZA ZASEDENOSTI TURISTIČNE NASTANITVENE ENOTE VACATION STATION PIRAN

3.1.1 ANALIZA PRENOČITEV IN ZASEDENOSTI

Na osnovi internih podatkov podjetja Katja Perčič Lavtižar, s. p., predstavljamo analizo nočitev v nastanitveni enoti Vacation Station Piran, ki jih analiziramo po posameznih letih v obdobju od 2018 do 2021. Izsledki analize so predstavljeni v tabeli 1.

Koledar nočitev/zasedenost	2018	2019	2020	2021	Kumulativa po mesecih za obdobje 2018–2021	Povprečje štirih let
Januar	0	0	0	0	0	0
Februar	0	0	0	0	0	0
Marec	25	0	6	0	31	7,75
April	38	36	0	6	80	20
Maj	88	38	0	64	190	47,5
Junij	52	46	64	82	244	61
Julij	89	80	105	82	356	89
Avgust	86	92	120	114	412	103
September	65	87	98	92	342	85,5
Oktober	11	44	44	50	149	37,3
November	6	5	0	24	35	8,75
December	0	6	0	29	35	8,75
Skupaj	460	434	437	543	1874	468,5
% zasedenosti glede na max. št. nočitev, ki je 1460 * na leto	31,50 %	29,72 %	29,93 %	37,19 %		32,08 %
% nezasedenosti	68,50 %	70,28 %	70,07 %	62,81 %		67,91 %

* Pojasnilo vsote 1460: Nastanitvena enota Vacation Station Piran ima štiri nastanitvene kapacitete. Če so vse štiri zasedene vseh 365 dni, to pomeni 1460 noči, ki predstavlja 100 odstotno zasedenosti nastanitvene enote Vacation Station Piran v enem letu.

Tabela 1: Število nočitev v obdobju od leta 2018 do 2021
(Lastni vir)

V tabeli 1 so prikazane nočitve / zasedenost po mesecih za obdobje 2018–2021. Predstavljena je tudi kumulativna nočitev po mesecih za obdobje 2018–2021, zato, da se vidi, koliko je bilo nočitev vsak mesec v zgoraj omenjenemu obdobju štirih let. Kot prikazuje tabela 1, je nastanitvena enota Vacation Station Piran 2018 dosegla 31,50 % zasedenost nastanitvenih kapacitet. V letu 2020 je bil ta odstotek nekoliko nižji, to je 29,72 %, kar je bilo pričakovati glede na pandemijo COVID-19. V letu 2020 je odstotek zasedenosti nastanitvenih kapacitet ostal praktično enak kot v letu 2019, in sicer 29,93 %. Nezasedenost nastanitvenih kapacitet v letih 2019 in 2020 je posledica vladnih ukrepov prepovedi oddajanja nastanitvenih kapacitet oz. tako imenovanega »lockdowna«⁸. V letu 2021 se je odstotek zasedenosti dvignil na 37,19 %, kar je 7,26 % kot leta 2020. Analiza podatkov kaže, da je imela nastanitvena enota Vacation Station Piran v povprečju od leta 2019 do 2021 za 67,91 % neizkoriščenih nastanitvenih kapacitet na leto, zato je nujno treba izdelati strategijo izboljšanja zasedenosti in izboljšati izkoriščenost nastanitvenih kapacitet.

Delni podatki analize zasedenosti nastanitvene enote Vacation Station Piran v tekočem letu 2022, in sicer za obdobje od 1. 1. 2022 do 31. 7. 2022, so prikazani v tabeli 2.

Koledar nočitev/zasedenost	2022	Kumulativna zadnjih štirih let in sedmih mesecev
Januar	18	18
Februar	21	21
Marec	61	92
April	85	165
Maj	96	286
Junij	115	359
Julij	113	469
Skupaj	509	1410

⁸ Zaprtje oziroma zapiranje je politika omejevanja ljudi, skupnosti ali države, da ostanejo tam, kjer so, običajno zaradi posebnih tveganj (kot je COVID-19), ki bi lahko škodovala ljudem, če se prosto gibljejo in komunicirajo (Wikipedia, 2023).

% 7-mesečne zasedenosti glede na max. št. nočitev, ki je 1460 na leto, za sedem mesecev pa znaša max. zasedenost 852 nočitev	59,74 %
% 7-mesečne nezasedenosti	40,26 %

*Tabela 2: Število nočitev v obdobju od 1.1. 2022 do 31. 7. 2022
(Lastni vir)*

Po primerjavi podatkov o številu nočitev, predstavljenih v tabelah 1 in 2, ugotavljamo, da je ukrep države RS za okrevanje turizma (turistični boni) pozitivno učinkoval na povečanje števila nočitev v nastanitveni enoti Vacation Station Piran. Ravno tako ugotavljamo, da je povečanje obsega in pogostosti oglaševanja na spletnih platformah v obdobju od januarja do julija 2022 učinkovalo v povečanju zasedenosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran.

V obdobju od januarja do vključno julija 2022 je bila dosežena 59,74-% zasedenost nastanitvene enote Vacation Station Piran, kar je v primerjavi z letom 2018 za 28,24 % večja zasedenost. Tudi v letu 2019 je nastanitvena enota Vacation Station Piran beležila za 30,02 % nižjo zasedenost nastanitvenih enot glede na leto 2022.

Sklenemo lahko, da je način, kako odpraviti sezonskost oddajanja turistične nastanitve Vacation Station Piran, z aktivnostmi povečanega obsega in pogostosti oglaševanja na spletnih platformah in tudi ukrepi države.

Za ugotavljanje, kako odpraviti sezonskost oddajanja turističnih nastanitev, kar je glavni namen diplomske naloge, smo analizirali strukturo gostov, ki jo predstavljamo v naslednjem podpoglavju.

3.1.2 ANALIZA STRUKTURE GOSTOV

Spodnja tabela prikazuje strukturo gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran v obdobju od leta 2019 do 2021.

LETO Mesec obiska	2019				2020				2021			
	SPOL		Državljanstvo		SPOL		Državljanstvo		SPOL		Državljanstvo	
	Ž	M	SLO	Tuje*	Ž	M	SLO	Tuje*	Ž	M	SLO	Tuje*
Januar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Februar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Marec	0	0	0	0	2	1	0	3	0	0	0	0
April	9	7	2	14	0	0	0	0	3	5	8	0
Maj	15	9	4	20	0	0	0	0	24	10	28	6
Junij	17	14	2	29	14	13	10	17	29	28	20	37
Julij	21	21	9	33	32	19	39	22	25	18	28	15
Avgust	30	26	4	52	44	20	47	17	36	16	34	18
September	32	19	0	51	35	18	39	14	25	18	11	32
Oktober	5	4	1	8	26	15	25	16	21	6	26	1
November	2	2	4	0	0	0	0	0	4	6	10	0
December	4	3	2	5	0	0	0	0	15	14	28	1
Skupaj:	135	105	28	212	153	86	160	89	182	121	193	110

* Avstrija, Irska, ZDA, Finska, Nemčija, Češka, Italija, Nizozemska, Kosovo, Portugalska, Brazilija, Nemčija, Poljska, Slovaška, Singapur, Indija, Madžarska, Danska, Švedska, Japonska, Francija, Avstralija, Velika Britanija, Ruska federacija, Nova Zelandija, Južna Koreja, Kitajska, Švica, Tajska, BiH.

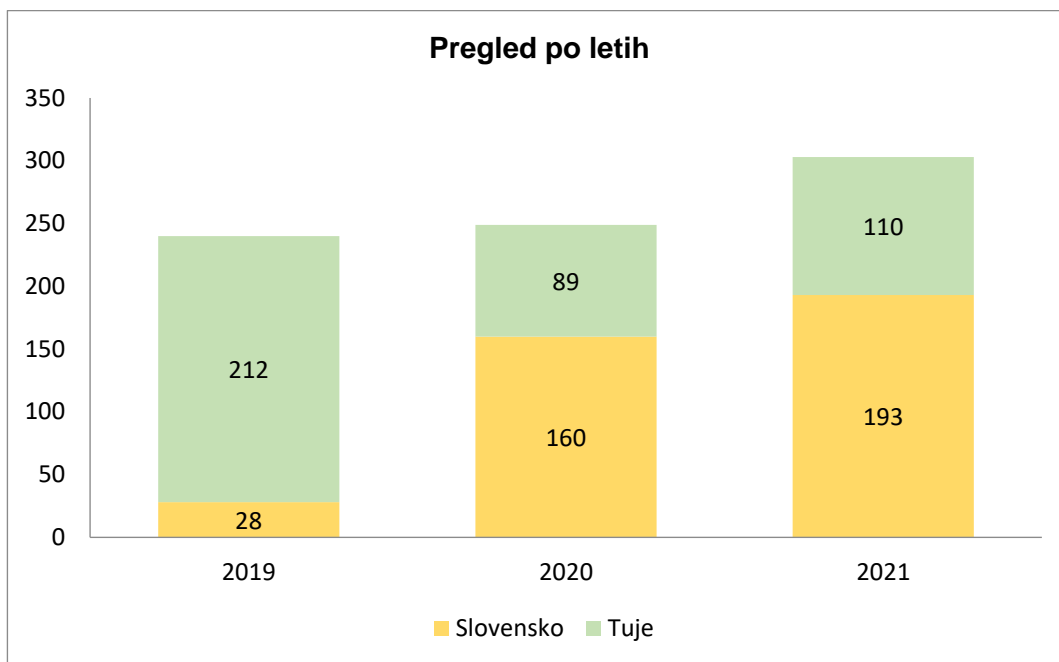
Legenda: Ž – ženski, M – moški, SLO – slovensko

Tabela 3: Analiza strukture gostov glede na leto bivanja, spol in državljanstvo za obdobje od leta 2019 do 2021
(Lastni vir)

Po analizi podatkov, predstavljenih v tabeli 2, ugotavljamo, da je v letu 2019 v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran bivalo več gostov ženskega spola kot moškega, do podobne ugotovitve smo prišli tudi v letih 2020 in 2021. Med gosti je bilo v letu 2019 več tujih gostov, v letih 2020 in 2021 pa je bilo več slovenskih gostov več, kar kaže na to, da je v strategiji za izboljšanje zasedenosti in izboljšanje izkoriščenosti nastanitvenih kapacitet treba marketinške aktivnosti ciljno usmeriti posebej v segment gostov ženskega spola in posebej v segment moškega spola. Ravno tako je treba marketinške aktivnosti usmeriti v goste s slovenskim državljanstvom in posebej v goste s tujim državljanstvom. Zadnje predstavljamo v Strategiji za izboljšanje

zasedenosti in izkoriščenosti nastanitvenih kapacitet, še posebej za čas nesezonskosti (poglavje 4).

Podrobno analizo in grafično ponazoritev strukture gostov predstavljamo v sliki 5.



Legenda: 212 – število tujih gostov, 28 – število slovenskih gostov, 89 – število tujih gostov, 160 – število slovenskih gostov, 110 – število tujih gostov, 193 – število slovenskih gostov

Slika 5: Struktura gostov glede na državljanstvo (2019–2021)
(Lastni vir)

Po analizi podatkov o strukturi gostov glede na državljanstvo v letih 2019–2021 ugotavljamo, da se je v letih 2020 in 2021 struktura gostov obrnila, in sicer je bilo več gostov iz Slovenije kot iz tujine, kar pripisujemo koriščenju turističnih bonov, zato je pri pripravi strategije za izboljšanje zasedenosti in izboljšanje izkoriščenosti nastanitvenih kapacitet treba upoštevati tudi svetovne trende. Turistični bon in BON21 sta dobroimetje FURS-a⁹ vsem osebam s stalnim prebivališčem v RS na dan 13. marec 2020 in za BON21 na dan 30. junij 2021. Namen navedenih bonov je bila odprava posledic epidemije v turizmu, športu in kulturi za izboljšanje gospodarskega položaja z vidika spodbujanja potrošnje na področju turizma, gostinstva, športa in kulture. Vrednosti turističnega bona so bile za polnoletne osebe določene v dobroimetju 200 EUR, za vse ostale osebe pa 50 EUR, vrednost BONA21 za vse

⁹ Finančna uprava Republike Slovenije

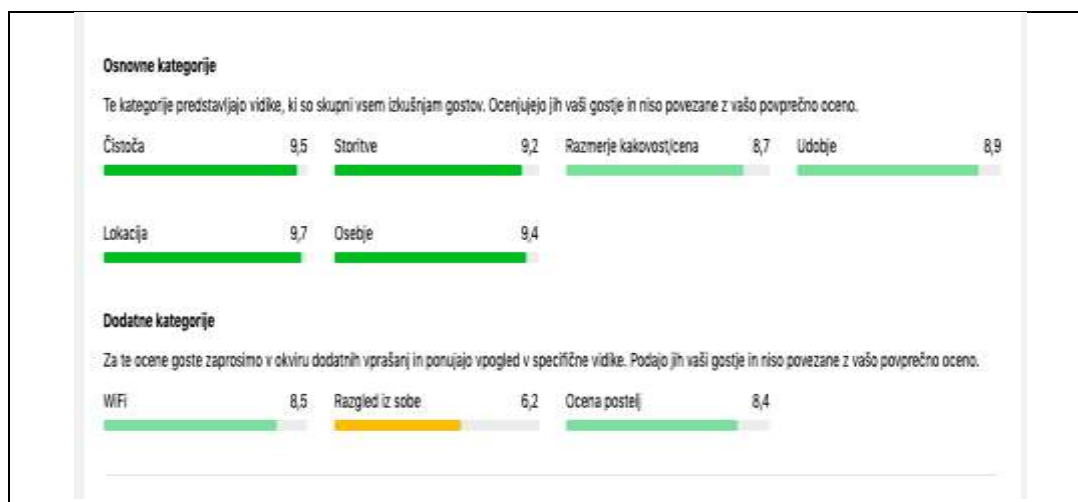
polnoletne osebe v dobroimetju 100 EUR in 50 EUR za vse ostale osebe. Unovčevalci zgoraj navedenih bonov so morali biti poslovni subjekti, katerih dejavnost je izhajala iz zakonsko predpisanih SKD¹⁰ dejavnosti, navedenih v Zakonu o interventnih ukrepih Republike Slovenije za omilitev in odpravo posledic COVID-19 (Finančna uprava, Turistični BON in BON21).¹¹

Ugotavljamo, da so domači gosti prepoznali kakovost turistične nastanitve in ponudbo Vacation Station Piran ter posledično turistične bone koristili v tej nastanitveni enoti in ne v podobnih nastanitvenih enotah v Piranu.

V naslednjem podpoglavju predstavljamo analizo mnenj gostov, ki kaže na kakovost turistične nastanitve Vacation Station Piran in ponudbe.

3.1.3 ANALIZA MNENJ GOSTOV

Analizo mnenj gostov o kakovosti nastanitvenih kapacitet smo pripravili na osnovi podatkov o oceni kategorij kakovosti s spletne platforme Booking za obdobje od julija 2017 do 25. 7. 2022.



Slika 6: Ocena kakovosti nastanitvenih kapacitet Vacation Station Piran
(Vir: Booking.extranet)

¹⁰ Standardna klasifikacija dejavnosti je slovenski statistični standard za evidentiranje, zbiranje, analiziranje in izkazovanje podatkov, pomembnih za prikaz značilnosti gospodarstva in za spremljanje razvojnih gibanj in strukturnih sprememb. Ta standard se uporablja za razvrščanje poslovnih subjektov in njihovih enot po dejavnosti v različnih statističnih in administrativnih zbirkah podatkov. SKD je bila razvita na osnovi evropske klasifikacije dejavnosti NACE, v uporabo v Sloveniji pa je bila uvedena z vladno uredbo leta 1994. (Vir: Statistični urad RS, Standardna klasifikacija dejavnosti 2008, klasifikacije, št. 11/Ljubljana, 2010, <https://www.stat.si/doc/pub/skd.pdf>.)

¹¹ V seznamu virov: Finančna uprava (b. l.). *Turistični BON in BON21*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova https://www.fu.gov.si/drugo/posebna_podrocja/turisticni_bon_in_bon21/.

Po podatkih, predstavljenih na sliki 5, so gosti nastanitvene enote Vacation Station Piran najvišjo povprečno oceno, to je 9,7, podali za lokacijo. Sledi povprečna ocena 9,5 za kategorijo čistoča in povprečna ocena 9,4 za kategorijo kakovosti, ki so jo dali osebju. Storitve so gosti ocenili s povprečno oceno 9,2, udobje pa s povprečno oceno 8,9. Najnižjo povprečno oceno, to je 6,2 od 10, so gosti namenili kategoriji razgled iz sobe.

Na sliki 6 predstavljamo skupno povprečno oceno za nastanitveno enoto Vacation Station Piran na dan 25. 7. 2022.



*Slika 7: Skupna ocena nastanitvene enote Vacation Station Piran na spletni platformi Booking
(Vir: Booking.extranet)¹²*

Skupna povprečna ocena kakovosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran na dan 25. 7. 2022 je 9,1 od 10. V sklopu priprave strategije za izboljšanje zasedenosti in izboljšanja izkoriščenosti nastanitvenih kapacitet bomo v četrtem poglavju predstavili ukrepe za izboljšanje kakovosti tistih kategorij, ki so bile ocenjene nižje od 9,5. Ta kriterij ocene kakovosti smo postavili že ob pričetku izvajanja dejavnosti sobodajalstva.

V nadaljevanju predstavljamo nekaj ključnih mnenj gostov, navedenih na spletni platformi Booking, ki podpirajo utemeljitev na sliki 5 predstavljenih povprečnih ocen.

¹² V seznamu virov: Booking (b. l.). Pridobljeno 25. 7. 2022 z naslova Booking.extranet.

Nekatera mnenja gostov:

Michael, de

Številka rezervacije 2292677065

»Lokacija super, lastnica super prijazna, nič ne manjka. Ponovno bi rezervirali kadarkoli.«

Eleonora, it

Številka rezervacije 3272732028

»Odlična organizacija prostora.

Manjkal je le stenski obešalnik za brisače in torbe za plažo.«

Yvonne, de

Številka rezervacije 3234526806

»Stanovanje je bilo čisto novo in urejeno.

Pogled iz uličice ni izjemen, kar za to stanovanje ni prevelik problem, saj je sredi starega mestnega jedra, kar spodbuja izhode.«

Bence, hu

Številka rezervacije 2971637900

»Zelo dobra lokacija, dobro opremljen, ustrežljiv lastnik.«

Anita, at

Številka rezervacije 2589841400

»Lokacija je udobno stanovanje.

Pomanjkanje bideja«

Svenja, de

Številka rezervacije 2636456963

»Bilo je zelo čisto, zelo moderno. Lokacija je odlična, sestanki so bili jasni in razumljivi. Prtljago lahko celo raztovorite na kraju samem. Zelo prijazen lastnik.«

Anonimen

»Neverjetna lokacija, prostorne sobe in balkon na strehi so bili super zvečer ob pivu in pogledu na zvonik. Edina morebitna pomanjkljivost je, da se lahko povzpnete po številnih stopnicah – če ste v formi in zdravi, to ni problem, vendar ga ne priporočam za manj sposobne«

Silvia, it

Številka rezervacije 2399303561

»Lokacija je bila odlična, nekaj metrov od osrednjega trga, zelo blizu mestnih plaž in 15 minut hoje do lepših plaž tik izven centra. Bilo je zelo čisto in novo. Kuhinja je bila dobro opremljena.

Soba je bila v pritličju, neposredno na ulici, s čisto majhnim oknom. Bilo je nekoliko hrupno in premajhno (če želite odpreti mizo, ste morali dvigniti posteljo in je bilo zelo malo prostora za puščanje prtljage in premikanje)«

Anonimen

»Centralna lokacija
Brez aparata za kavo, brez stojala za sušenje«

Predstavljeni analizi zasedenosti turistične nastanitve Vacation Station Piran sledi predstavitev rezultatov anketiranja gostov s ciljem potrditi ali ovreči v podpoglavju 1.4. zastavljene predpostavke.

3.2 ANKETIRANJE GOSTOV V NASTANITVENI ENOTI VACATION STATION PIRAN

3.2.1 VZOREC RAZISKAVE

V raziskavo smo vključili 73 naključno izbranih gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran in gostov, ki so se zanimali za ponovno nastanitev. Anketiranje je potekalo v času od 1. 9. 2022 do 20. 9. 2022.

3.2.2 REZULTATI RAZISKAVE

Od 73 posredovanih vprašalnikov smo prejeli 66 vprašalnikov, od katerih jih je bilo v celoti izpolnjenih 54, kar predstavlja 74 % populacije.

SPOL

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Moški	22	41
Ženski	32	59
Skupaj	54	100

*Tabela 4: Spol
(Lastni vir)*

V raziskavi je sodelovalo 59 % anketirank in 41 % anketirancev, kar pomeni, da bodo odgovori v večini prilagojeni populaciji ženskega in moškega spola (tabela 4).

STAROST

ODGOVOR	Število odgovorov	%
14–20 let	2	4
21–30 let	7	13
31–40 let	9	17
41–50 let	13	24
51–60 let	12	22
61–70 let	6	11
Nad 70 let	5	9
Skupaj	54	100

Tabela 5: Starost
(Lastni vir)

V raziskavi je bilo največ anketiranih starih od 41 do 50 let. Nekoliko manj anketiranih, to je 22 %, je bilo starih med 51 do 60 let. Iz starostne skupine od 31 do 40 let je bilo 17 % anketiranih in 13 % iz starostne skupine od 21 do 30 let. 11 % anketiranih je bilo iz starostne skupine od 61 do 70 let in 9 % iz starostne skupine nad 70 let. Najmanj anketiranih, to je 4 %, je bilo iz starostne skupine od 14 do 20 let (tabela 5).

DRŽAVLJANSTVO

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Slovensko	16	30
Tuje	38	70
Skupaj	54	100

Tabela 6: Državljanstvo
(Lastni vir)

Iz navedenih podatkov je razvidno, da je bilo največ anketiranih, to je 70 %, tujcev, 30 % pa je bilo domačih gostov (tabela 6).

ALI STE GLEDE NA VAŠO UPORABNIŠKO IZKUŠNJO V NASTANITVENI ENOTI VACATION STATION PIRAN ZINTERESIRANI ZA NASTANITEV IZVEN SEZONE (OD NOVEBRA DO APRILA)?

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Da	33	61
Ne	1	37
Mogoče	20	2
Skupaj	54	100

*Tabela 7: Uporabniška izkušnja z nastanitveno enoto Vacation Station Piran
(Lastni vir)*

Več kot polovica anketiranih gostov, to je 61 %, je glede na uporabniško izkušnjo v Vacation Station Piran zainteresirana za nastanitev izven sezone, to je od novembra do aprila. 37 % anketirancev je odgovorilo, da bi bili mogoče zainteresirani za nastanitev. Le 2 % vprašanih jih glede na uporabniško izkušnjo ni bilo zainteresiranih za nastanitev izven sezone (tabela 7).

ZARADI KATEREGA IZMED SPODAJ NAVEDENIH DEJAVNIKOV BI SE ODLOČILI ZA PONOVNO BIVANJE V NASTANITVENI ENOTI VACATION STATION PIRAN IZVEN SEZONE (OD NOVEBRA OD APRILA)?

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Čistoča in urejenost	29	15
Privlačnost ponudbe (zanimiva ponudba izven sezone)	18	10
Prijaznost osebja	40	21
Lokacija nastanitvene enote Vacation Station Piran ob morju	27	14
Naravne lepote in kulturna dediščina	12	6
Kakovost športnih in rekreativnih možnosti	6	3
Ponudba lokalnih specialitet v restavraciji	16	9
Cena, ki upravičuje vaša pričakovanja glede kakovosti ponudbe	20	11
Utrip in doživetje kraja (npr. koncerti in kulturni dogodki)	21	11
Skupaj	160	100

*Tabela 8: Dejavniki zadovoljstva za obisk nastanitvene enote Vacation Station Piran v času izven sezone od novembra do aprila
(Lastni vir)*

Dejavniki, zaradi katerih se gosti odločijo za ponovno bivanje v nastanitveni enoti Vacation Station Piran, so različni. Največ odgovorov, to je 21 %, so anketiranci namenili dejavniku *prijaznost osebja*, 15 % dejavniku *čistoča in urejenost* ter 11 % dejavniku *cena*, ki upravičuje pričakovanja kakovosti ponudbe, in dejavniku *utrip in doživetje kraja*. Najmanj odgovorov so anketiranci namenili dejavniku *kakovost športnih in rekreativnih možnosti*. Rezultat nas ni presenetil, saj se zavedamo, da so gosti premalo informirani o športnih in rekreativnih možnostih v času izven sezone (od novembra do aprila), zato smo v strategijo tržnega komuniciranja vključili dodatno oglaševanje (večkratno ponavljanje spletnih oglasov o športnih in rekreativnih možnostih na Obali) (tabela 8).

ALI BI NASTANITVENO ENOTO VACATION STATION PIRAN PRIPOROČILI TUDI VAŠIM PRIJATELJEM IN ZNANCEM?

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Da	53	98
Ne	1	2
Skupaj	54	100

Tabela 9: Priporočilo nastanitvene enote Vacation Station Piran prijateljem in znancem
(Lastni vir)

Večina anketiranih gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran bi bivanje priporočila tudi svojim prijateljem in znancem. Le 2 % anketiranih tega ne bi storilo (tabela 9).

ALI BI NASTANITVENO ENOTO VACATION STATION PIRAN OBISKALI TUDI V ČASU IZVEN SEZONE (OD NOVEMBRA DO APRILA)?

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Da	48	89
Ne	6	11
Skupaj	54	100

Tabela 10: Obisk nastanitvene enote izven sezone
(Lastni vir)

Iz prejšnjega odgovora že vemo, da bi 98 % anketiranih priporočilo nastanitveno enoto Vacation Station Piran prijateljem in znancem. Zato nas odgovor, da bi 89 % anketiranih obiskalo nastanitveno enoto Vacation Station Piran izven sezone, ni

presenetil. 11 % anketiranih ne bi obiskalo nastanitvene enote Vacation Station Piran izven sezone, iz česar lahko sklepamo, da jim bolj ustreza obisk v poletnem času (tabela 10).

KJE STE IZVEDELI ZA PONUDBO NASTANITVENE ENOTE VACATION STATION PIRAN?

ODGOVOR	Število odgovorov	%
Spletne platforme (Booking, Airbnb, Expedia, Trivago ipd.)	28	52
Socialna omrežja (Instagram, Facebook)	10	19
Prek oglaševanja na spletu	4	7
Po priporočilu prijateljev in znancev	12	22
Drugo	0	0
Skupaj	54	100

*Tabela 11: Pridobivanje informacij o ponudbi nastanitvene enote Vacation Station Piran
(Lastni vir)*

Največ anketiranih, to je 52 %, je za ponudbo nastanitvene enote Vacation Station Piran izvedelo prek spletne platforme (Booking, Airbnb, Expedia ipd.). 22 % anketirancev je za ponudbo nastanitvene enote Vacation Station Piran izvedelo od prijateljev in znancev, kar kaže na to, da je za dvig pridobivanja novih gostov ključnega pomena tudi zadovoljstvo gostov, ki pomembno doprinašajo k dvigu obiska v času izven sezone (od novembra do aprila). Najmanj anketirancev, to je le 7 %, je ponudbo zaznalo prek spletnega oglaševanja (tabela 11).

3.2.3 PREVERITEV PREDPOSTAVK

Na osnovi rezultatov raziskave, anketiranja gostov v nastanitveni enoti Vacation Station Piran in analize spletne platforme Booking (rezultati so predstavljeni v podpoglavjih 3.1.3 in 3.2.2) smo prišli do ugotovitev, ki potrjujejo v uvodu zapisane predpostavke.

Predpostavka 1: Predpostavljamo, da je več kot 10 % gostov, ki so nastanjeni v času sezone, zainteresiranih za nastanitev izven sezone. Predpostavko potrjujemo z naslednjo utemeljitvijo.

Rezultati ankete so pokazali, da je več kot 89 % gostov, ki so bili nastanjeni v nastanitveni enoti Vacation Station Piran v času sezone, zainteresiranih za nastanitev izven sezone (od novembra do aprila). Takšen rezultat smo pričakovali glede na to, da so gosti na spletni platformi Booking za obdobje od julija 2017 do 25. 7. 2022 podali

najvišjo povprečno oceno kakovosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran za lokacijo, nekoliko nižjo pa za čistočo in kakovost dela osebja. Kakovost je dejavnik, ki pomembno vpliva na odločitev gostov za ponovni obisk in nastanitev v Vacation Station Piran. Zato je pomembno merjenje zadovoljstva gostov s kakovostjo, ki jo je treba izboljševati v luči trajnostnega razvoja slovenskih nastanitvenih kapacitet in dviga dodane vrednosti turizmu (MGRT, 2022)¹³.

Predpostavka 2: Predpostavljamo, da je več kot 30 % gostov, ki so nastanjeni v času sezone, zaznalo privlačnost ponudbe izven sezone. Predpostavko potrjujemo z naslednjo utemeljitvijo.

Rezultati ankete so pokazali, da je 33,3 % gostov (to je 18 od 54 gostov), ki so bili nastanjeni v nastanitveni enoti Vacation Station Piran v sezoni, zaznalo privlačnost ponudbe izven sezone in so zainteresirani za nastanitev izven sezone od novembra do aprila. Takšen rezultat smo pričakovali, saj so bila mnenja gostov pisno izražena: **Bence, hu:** »Zelo dobra lokacija, dobro opremljen, ustrežljiv lastnik.«

Michael, de: »Lokacija super, lastnica super prijazna, nič ne manjka. Ponovno bi rezervirali kadarkoli.«

Tudi Planina in Mihalič (2002) navajata, da turisti izberejo lokacije, ki so privlačne z vidika kulturne, socialne in naravne dediščine.

Predpostavka 3: Predpostavljamo, da bi več kot 30 % gostov, ki so nastanjeni v času sezone v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran, priporočilo obisk te nastanitvene enote prijateljem in znancem. Predpostavko potrjujemo z naslednjo utemeljitvijo.

Rezultati ankete so pokazali, da bi več kot 98 % gostov, ki so bili nastanjeni v nastanitveni enoti Vacation Station Piran v času sezone, priporočilo obisk te nastanitvene enote tudi svojim prijateljem in znancem. Nadalje so rezultati raziskave pokazali, da je več kot 22 % gostov za nastanitveno enoto Vacation Station Piran izvedelo od prijateljev oz. znancev.

Predpostavka 4: Lokacija je dejavnik, ki ima najvišjo oceno gostov o kakovosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran. Predpostavko potrjujemo z naslednjo utemeljitvijo.

Analiza mnenj gostov o kakovosti nastanitvenih kapacitet, zapisanih na spletni platformi Booking za obdobje od julija 2017 do 25. 7. 2022, je pokazala, da je *lokacija* dejavnik z najvišjo oceno kakovosti (9,7). Sledi dejavnik *čistoča* s povprečno oceno

¹³ V seznamu virov: LAS Dolenjska in Bela krajina. (2022). *Turizem*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova https://las-dbk.si/site/assets/files/2164/ppt-noo-mgrt-_turizem.pdf.

kakovosti 9,5 in dejavnik *osebje*, s povprečno oceno kakovosti 9,4. Zalokar (2012, str. 103) navaja, da mora vodstvo vsake organizacije prepoznati, da je kakovost največja vrednota, s katero lahko presega pričakovanja kupcev. Zato je treba pridobivati povratne informacije (mnenja) kupcev o zadovoljstvu s kakovostjo storitev in jo na tej osnovi še izboljševati. Vse z enim samim ciljem, da bi se gosti vračali in bili v prihodnje še bolj zadovoljni s kakovostjo storitve.

Predpostavka 5: Predpostavljamo, da je povečanje zasedenosti turistične nastanitve Vacation Station Piran od novembra do aprila mogoče doseči s povečanjem oglaševalskih aktivnosti. Predpostavko potrjujemo z naslednjo utemeljitvijo.

Rezultati anketiranja so pokazali, da je le 52 % anketiranih izvedelo za ponudbo nastanitvene enote Vacation Station Piran prek spletnih platform. Spletne platforme in socialna omrežja so najpomembnejše orodje za pridobivanje novih kupcev z nizkim vložkom v oglaševanje (Matić, N., 2023)¹⁴.

Živkovič et al. (2014)¹⁵ z raziskavo med turisti ugotavljajo, da imajo družbeni mediji velik vpliv na potovalne odločitve, saj se je 44 % anketirancev močno strinjalo, da so jim internetne ocene, ki so jih objavili popotniški blogerji, pomagale pri začetni odločitvi za počitniške destinacije. Sledi mu 37 % spletnih potovalnih forumov, 27 % Facebook, 24 % Youtube/Vimeo, 22 % Pinterest.

Predpostavka 6: Predpostavljamo, da je oglaševanje na družbenih omrežjih najpogostejše orodje za dvig nočitev v obdobjih, ko je povpraševanje po nastanitvenih kapacitetah nižje (november–april). Predpostavko potrjujemo.

Rezultati ankete so pokazali, da je 52 % anketirancev odgovorilo, da so najpogostejša orodja za dvig nočitev v obdobjih, ko gre za povpraševanje po nastanitvenih kapacitetah, spletne platforme Booking, Airbnb itd. Velika konkurenčna prednost je biti prepoznaven na spletnih platformah, kot so Booking, Airbnb, Expedia, Homeaway in druge, kjer gosti s preprostimi kliki izbirajo med nastanitvenimi enotami in storitvami v izbrani destinaciji. Prisotnost nastanitvenih kapacitet Vacation Station Piran na spletnih rezervacijskih portalih je zelo pomembna, saj privablja pozornost uporabnikov, prav tako pa tudi ocene gostov, saj te prav tako ustvarjajo promocijo nastanitvenih enot, kajti so pokazatelj zadovoljstva gostov (Škerlj Brglez, 2017).

¹⁴ V seznamu virov: Matić, N. (2023). *Spletni uspeh*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://www.spletni-uspeh.si/socialna-omrezja>.

¹⁵ V seznamu virov: Živkovič et al. (2014). *The impact of social media on Tourism*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova https://www.researchgate.net/profile/IvanaBrdar/publication/266382179_The_Impact_of_Social_Media_on_Tourism/links/54660efd0cf2f5eb180161ec/The-Impact-of-Social-Media-on-Tourism.pdf.

4 STRATEGIJA IZBOLJŠANJA ZASEDENOSTI

Osnovno poslanstvo storitvene dejavnosti v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran je gostom nuditi kakovostno in udobno bivanje ter razviti boljše storitev v primerjavi s konkurenco, hkrati pa doseči, da bi prepoznali našo prednost pred ostalimi ponudniki istovrstnih nastanitvev v Piranu. Predvsem si želimo doseči, da bi se gosti k nam vračali tudi v času nesezonskosti, to je v zimskem času, ko je turistov v Piranu manj. Skrbimo, da so v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran gosti zadovoljni, in s tem pripomoremo k njihovemu ponovnemu povpraševanju po nezasedenih terminih izven sezone.

Trženjski cilj nastanitvene enote Vacation Station Piran je povečanje števila gostov, povečanje obsega prodaje, povečanje odstotka zvestih gostov, povečanje obiska spletnih strani oz. družabnih omrežij, še posebej v času od novembra do aprila.

To želimo doseči s tržnim komuniciranjem, s trženjsko-prodajnimi aktivnostmi ter zagotavljanjem kakovosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran po konkurenčnih cenah.

4.1 TRŽNO KOMUNICIRANJE

Dandanes internet ne predstavlja več novosti, pač pa je postal glavno orodje in oblika vsakodnevnega poslovanja. Današnji potrošniki oziroma potencialni gosti so veliko bolj ozaveščeni kot v preteklosti, saj so informacije dostopne prek več virov. Socialna omrežja, pametni telefoni in tablice omogočajo povezovanje in dajejo potrošnikom širši vpogled in dostopnost do informacij, na podlagi katerih se odločijo za rezervacijo nastanitvene enote (Kovačič, 2015).

Podjetje Katja Perčič Lavtižar, s. p., je ciljno usmerjeno v pridobivanje tako tujih kot tudi domačih gostov. Na področju tržnega komuniciranja poskušamo postati prepoznavnejši na trgu nastanitvenih enot v Piranu. Za tržno komuniciranje z gosti in povečanje nočitev v nastanitveni enoti Vacation Station Piran izven sezone (od novembra do aprila) bomo uporabili naslednje pristope tržnega komuniciranja:

1. Digitalno komuniciranje prek spletnih platform (Booking, Airbnb, Trip Advisor, Expedia, Hotels itd.) o cenah ponudbe, ki upravičujejo pričakovanja gostov, in o oceni zadovoljstva gostov z uporabniško izkušnjo.
2. Digitalno komuniciranje prek socialnih omrežij (Instagram, Facebook, Pinterest, YouTube ipd.), večkratno ponavljanje, da pritegnemo pozornost. Komuniciranje in obveščanje o zanimivi ponudbi izven sezone, ponudbi lokalnih specialitet v

restavracijah, utripu in doživetju kraja, športnih in rekreativnih možnosti, naravnih lepota in kulturni dediščini.

3. Neposredno tržno komuniciranje z gosti glede na njihova mnenja. Npr. gost se je pritožil, da ni mogel spati zaradi hrupa gostov v zgornjem nadstropju. To je bilo tudi uradno objavljeno, mi kot upravljalci nastanitvenih enot smo se gostu oddolžili z dodatno brezplačno nočitvijo.

4.2 TRŽENJSKO-PRODAJNE AKTIVNOSTI

V tem poglavju bomo opisali trženjsko-prodajne aktivnosti podjetja Katja Perčič Lavtižar, s. p., s katerimi poskušamo pridobiti nove goste in ohranjati (negovati) stike z obstoječimi gosti, ki so že bivali v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran.

Trženjsko-prodajne aktivnosti z večkratnim ponavljanjem za pridobivanje novih gostov bodo naslednje:

1. Za trženjsko-prodajne aktivnosti, to je pridobivanje novih gostov, bomo pripravili letake o zanimivostih Pirana in jih vključili v ponudbo nastanitvene enote Vacation Station Piran. To v praksi pomeni, da bomo gostom izven sezone ponudili dodatno ponudbo turističnih ogledov oz. zanimivosti, pokušenj lokalne kulinarike skupaj z lokalnimi ponudniki (vinarji, soline, oljkarji ipd.).

2. Ponudbo nastanitvene enote Vacation Station Piran izven sezone bomo predstavili:

- na dogodkih, ki se vsako leto odvijajo v slovenski Istri (Extemporo, Regate, Barkolana, kulinarčni dogodki ipd.);
- TIC-om;
- upokojenskim društvom, ki pogosto v zimskem času koristijo nižje cene nastanitvenih enot.

3. Za pridobivanje novih kupcev bomo uporabili tudi strategijo pospeševanja prodaje izven sezone v naslednjih oblikah:

- Nudjenje popustov za takojšnje rezervacije in popustov za rezervacije nastanitvenih enot že spomladi za jesen oz. zimo, nagradnih iger na družabnih omrežjih.
- Udejstvovanje na dogodkih s promocijo trajnostnega delovanja nastanitvene enote Vacation Station Piran. Cilj takšnega udejstvovanja je ustvariti visoko prepoznavnost v javnosti.

Trženjsko-prodajne aktivnosti z večkratnim ponavljanjem za ohranjanje obstoječih gostov bodo naslednje:

- Personalizirano nagovarjanje obstoječih gostov glede na njihove želje in pričakovanja, ki smo jih zabeležili v informacijski sistem, ko so bivali v nastanitveni enoti Vacation Station Piran. To pomeni, da jih obveščamo o terminih in dogodkih, ki bi se jih lahko udeležili. Posredovanje vsebin, informacij, novic, fotografij, sporočil, brošur.
- Podarjanje kuponov s popustom za bivanje zvestim gostom izven sezone, ki jim jih podarimo, ko zapuščajo nastanitveno enoto Vacation Station Piran v času sezone.
- Izkazovanje pozornosti gostom ob njihovem osebnem prazniku.

4.3 ZAGOTAVLJANJE KAKOVOSTI IN KONKURENČNOSTI

Zagotavljanje kakovosti je eden ključnih dejavnikov, zaradi katerih bi se gosti Vacation Station Piran ponovno vračali in odločili za bivanje izven sezone.

V tem poglavju smo opisali strategijo zagotavljanja kakovosti in konkurenčnosti v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran. Ukrepi v okviru akcijskega načrta so naslednji:

1. Zagotavljanje takojšnje (do 8 min.) odzivnosti na povpraševanja obstoječih in potencialnih gostov. To bomo dosegli z nakupom pametnih naprav in posodobitvijo rezervacijske programske opreme za podporo upravljanja odnosov z gosti in rezervacijami.
2. Uvajanje senzorskih luči v vseh skupnih prostorih stavbe in okolice ter nadzornih kamer na stopnišču nastanitvene enote in ob vhodu iz ulice v hišo, da bodo gosti varnejši.
3. Za doseganje najvišje ocene, to je ocene 10, za čistočo bomo še dodatno investirali v nakup specialnega stroja za čiščenje vzmetnic, posteljnih nadvložkov, pregrinjal in blazin ter vsega oblazinjenega pohištva v nastanitveni enoti Vacation Station Piran. O dodatni vpeljani storitvi čiščenja in vzdrževanja nastanitvenih enot bomo goste informirali že na spletnih platformah, ko se bodo zanimali za ponudbo bivanja. Cena nastanitve zaradi te dodatne storitve vzdrževanja ne bo višja.
4. V nastanitvene kapacitete smo že začeli nameščati vzmetnice in blazine najvišje kakovosti. Ravno tako je gostom na voljo antialergijska posteljna garnitura. Tudi v prihodnje je strategija upravljanja teh nastanitvenih enot usmerjena v investiranje in zamenjavo posteljne opreme. Zavedamo se, da sta dober spanec in udobje bivanja z novo posteljno opremo bistveno boljša in posledično gosti kakovost bivanja ocenijo z višjo oceno.

5. Tudi za družine z majhnimi otroki imamo na voljo stolčke za hranjenje in posteljice, ki jih namestimo po želji gostov.

6. Osebni stik z gosti je za nas zelo pomemben, zato vse goste osebno sprejmemo in smo jim ves čas bivanja tudi na voljo, če potrebujejo kakršnekoli informacije oziroma pomoč.

7. Zagotavljanje takojšnjega odziva na dodatne potrebe in želje gostov, kot so gosti navedli na spletni platformi Booking v rubriki komentarjev, povezanih z ocenjevanjem zadovoljstva s kakovostjo bivanja v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran. Glede na navedene potrebe in želje gostov smo namestili dodatne obešalnike, plažne torbe, pri čemer so na zahtevo gostov na voljo tudi stojalo za sušenje perila, likalnik, otroški stolček za hranjenje, dve prenosni posteljici s pripadajočo posteljno garnituro in senčnik za plažo. Ravno tako si prizadevamo za zadovoljevanje potreb zahtevnejših gostov (npr. ogledalo, ki omogoča pogled na celo telo).

5 ZAKLJUČKI

Diplomsko delo analizira obstoječe dejavnike zasedenosti turistične nastanitve Vacation Station Piran in podaja izhodišča (strategijo) za izboljšanje izkoriščenosti nastanitvenih kapacitet izven sezone, to je od novembra do aprila.

Skozi raziskavo smo bili ciljno usmerjeni v raziskavo trženjskih aktivnosti in prepoznavanje najučinkovitejšega načina komuniciranja, na osnovi katerega bi nastanitvena enota Vacation Station Piran postala prepoznavnejša za dopustovanje v času nesezonskosti, ko je povpraševanje manjše.

Ugotovili smo, da je več kot 89 % gostov, ki so bili nastanjeni v nastanitveni enoti Vacation Station Piran, zainteresiranih za nastanitev tudi izven sezone. Ravno tako je več kot tretjina gostov zaznala privlačnost ponudbe izven sezone in je zainteresirana za nastanitev tudi takrat. Obisk nastanitvene enote prijateljem in znancem bi priporočilo kar 98 % gostov, ki so že bivali v tej nastanitveni enoti. Najpomembnejši dejavnik za goste v nastanitvenih enotah Vacation Station Piran je visoka ocena kakovosti 9,7 od 10. Več kot polovica vprašanih je za ponudbo nastanitvene enote izvedela prek spletnih platform, pri čemer izpostavljajo platformi Booking in Airbnb.

Kljub visoki oceni kakovosti nastanitvenih enot Vacation Station Piran smo z nastanitveno enoto Vacation Station Piran podali priporočila za dvig obiskanosti izven sezone. Glede na rezultate raziskave bi najpomembnejša priporočila podali na področju kakovosti in na področju trženjskega komuniciranja prek družbenih omrežij in z osebnim stikom.

Predpostavljamo, da so slovenski gosti prepoznali nastanitveno enoto Vacation Station Piran kot kakovostno nastanitveno enoto in jo bodo priporočili tudi prijateljem in znancem. Ravno tako predpostavljamo, da bodo slovenski gosti ponovno obiskali destinacijo, tudi v mesecih nesezonskosti, še posebej, če bo država ponovila ukrepe za zmanjšanje negativnih vplivov pandemije COVID-19 na gospodarstvo (turizem).

Treba je prepoznati, kaj motivira ljudi k potovanju oziroma kaj jih spodbudi k povpraševanju. Da bi uspešno načrtovali ponudbo, je na trgu pomembno spremljati trende, konkurenco in odzive ter značilnosti gostov. Prepoznati je treba, kakšne storitve pogrešajo, kaj so motivi gostov, ki pridejo v Piran, in kaj menijo o naši ponudbi oziroma storitvi nočitev in promocijskih aktivnostih.

»Your most unhappy customers are your greatest source of learning.«

»Vaše najbolj nezadovoljne stranke so vaš največji vir učenja.«

Bill Gates, Founder, Microsoft Corporation

6 LITERATURA IN VIRI

Braunsberger F. (ur.). (2010). Standardna klasifikacija dejavnosti 2008. *Klasifikacije*, 11. Pridobljeno 2. 2. 2023 z naslova <https://www.stat.si/doc/pub/skd.pdf>.

Cvikl, H., Alič, A. (2018). *Uvod v ekonomiko turizma*. Pridobljeno 28. 2. 2023 z naslova http://www.impletum.zavodirc.si/docs/Skriti_dokumenti/Uvod_v_ekonomiko_turizma-Cvikl_Alic_1.pdf.

Eucbeniki. (b. l.). Geografija 9. *Turizem*. Pridobljeno 15. 1. 2023 z naslova <https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index3.html>.

Finančna uprava Republike Slovenije. (b. l.). *Turistični BON in BON21*. Pridobljeno 10. 12. 2022 z naslova https://www.fu.gov.si/drugo/posebna_podrocja/turisticni_bon_in_bon21/.

Gates B. (b. l.). *52 Customer Satisfaction Quotes to inspire you to start measuring Customer Satisfaction now*. Pridobljeno 20. 2. 2023 z naslova <https://www.zonkafeedback.com/blog/customer-satisfaction-quotes>.

Kovačič D. (2015). *Vpliv interneta na nakupni proces slovenskega porabnika: primer turističnih storitev*. Magistrsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, str. 14–15.

LAS Dolenjska in Bela krajina. (2022). *Področje trajnostnega razvoja turizma = 80 mio EUR*. Pridobljeno 10. 1. 2023 z naslova https://las-dbk.si/site/assets/files/2164/ppt-noo-mgrt-_turizem.pdf, str. 4.

Lonely Planet (b. l.). *Piran*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://www.lonelyplanet.com/slovenia/karst-and-coast/piran>.

Matić N. (2023). *Spletni uspeh*. Pridobljeno 2. 2. 2023 z naslova <https://www.spletni-uspeh.si/socialna-omrezja>.

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*. Pridobljeno 1. 2. 2023 z naslova https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/kljuni_dokumenti/strategija_turizem_ko_ncno_9.10.2017.pdf.

Mlakar B., Zupančič M. (2022). *Slovenijo v 2021 obiskalo za polovico več tujih turistov*. Pridobljeno 28. 2. 2023 z naslova <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/10269>.

Mlakar, Zupančič (2022). *Statistični urad Republike Slovenije*.

Novel I., Gržinič P. (2018). *Strategija razvoja turizma v občini Piran do leta 2025*, str. 28–31.

Občina Piran (b. l.). *Predstavitev občine. Piran, slovenska turistična prestolnica*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://www.piran.si/objave/175>.

Republika Slovenija. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo (2022). *Analiza in diagnoza stanja. Strategija slovenskega turizma 2022–2028. Zelena butičnost*. Pridobljeno 28. 2. 2023 z naslova <https://skupnostobcin.si/wp-content/uploads/2022/05/strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf>, str. 18.

Škrj Brglez M. (2017). *Trženje storitev*. Priročnik s primeri iz prakse in vajami. Pridobljeno 1. 2. 2023 z naslova https://vsgt.si/wp-content/uploads/2016/09/TrzenjeStoritev_za-tisk_2017.pdf.

Turistično združenje Portorož. (2022). *Dogodki*. Pridobljeno 28. 2. 2023 z naslova <https://www.portoroz.si/si/dozivi/dogodki>.

Zalokar M. (2012). Primerjava dveh modelov kakovosti v izobraževanju. Magistrsko delo, Maribor: Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede.

Živković et al. (2014). *The impact of social media on Tourism*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova https://www.researchgate.net/profile/IvanaBrdar/publication/266382179_The_Impact_of_Social_Media_on_Tourism/links/54660efd0cf2f5eb180161ec/The-Impact-of-Social-Media-on-Tourism.pdf.

Wikipedia (2023). *Lockdown*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova <https://en.wikipedia.org/wiki/Lockdown>.

Wikipedia (2023). *Fine dining*. Pridobljeno 28. 1. 2023 z naslova https://en.wikipedia.org/wiki/Fine_dining.

PRILOGA

Priloga 1: Anketni vprašalnik

1. Spol:
 - a. Ženski
 - b. Moški

2. Starost :
 - a. 14 -20 let
 - b. 21- 30 let
 - c. 31 - 40 let
 - d. 41 - 50 let
 - e. 51 - 60 let
 - f. 61 - 70 let
 - g. Nad 71 let

3. Državljanstvo:
 - a. Slovensko
 - b. Tuje

4. Ali ste, gled na vašo uporabniško izkušnjo v nastanitveni enoti Vacaton Station Piran, zainteresirani za nastanitev izven sezone (od novembra do aprila)?
 - a. DA
 - b. NE
 - c. MOGOČE

5. Zaradi katerega izmed spodaj navedenih dejavnikov, bi se odločili za ponovno bivanje v nastanitveni enoti Vacation Station Piran, izven sezone (od novembra do aprila)? (MOŽNIH VEČ ODGOVOROV)
 - a. čistoča in urejenost
 - b. privlačnost ponudbe (zanimiva ponudba izven sezone)
 - c. prijaznost osebja
 - d. lokacija nastanitvene enote Vacation Station Pran ob morju
 - e. naravne lepote in kulturna dediščina
 - f. kakovost športnih in rekreativnih možnosti
 - g. ponudba lokalnih specialitet v restavracijah
 - h. cena, ki opravičuje vaša pričakovanja glede kakovosti ponudbe,

- i. utrip in doživetje kraja (npr. koncerti in kulturni dogodki)
- 6. Ali bi nastanitveno enoto Vacation Station Piran priporočili tudi vašim prijateljem oziroma znancem?
 - a. DA
 - b. NE
- 7. Ali bi nastanitveno enoto Vacation Station Piran obiskali tudi v času izven sezone (od novembra do aprila)?
 - a. DA
 - b. NE
- 8. Kje ste izvedeli za ponudbo nastanitvene enote Vacation Station Piran ?
 - a. Spletne platforme (Booking.com, AirBnB, Expedia, Trivago, ipd.),
 - b. Socialna omrežja (Instagram, Facebook)
 - c. Preko oglaševanja na spletu,
 - d. Po priporočilu prijateljev in znancev,
 - e. Drugo:_____.

QUESTIONARY

- 1. Gender:
 - a. Female
 - b. Male
- 2. Age:
 - a. 14-20 years
 - b. 21-30 years old
 - c. 31-40 years old
 - d. 41-50 years old
 - e. 51-60 years
 - f. 61-70 years old
 - g. Over 71 years old
- 3. Citizenship:
 - a. Slovenian
 - b. Foreign

4. Based on your user experience in the Vacation Station Piran apartments, are you interested in off season accommodation (from November to April)?

- a. YES
- b. NO
- c. MAYBE

5. Because of which of the following factors would you decide to stay again in the Vacation Station Piran apartments during the off season (from November to April)? (SEVERAL ANSWERS POSSIBLE)

- a. cleanliness and tidiness,
- b. attractiveness of the offer (interesting off-season offer),
- c. friendliness of the staff,
- d. the location of the accommodation unit Vacation Station Piran by the sea
- e. natural beauty and cultural heritage
- f. the quality of sports and recreational opportunities
- g. offering local specialties in the restaurant
- h. a price that justifies your expectations regarding the quality of the offer,
- i. the pulse and experience of the place (e.g. concerts and cultural events)

6. Would you recommend the Vacation Station Piran apartments to your friends or acquaintances?

- a. YES
- b. NO

7. Would you visit the Vacation Station Piran apartments also during the off-season (from November to April)?

- a. YES
- b. NO

8. Where did you find out about the offer of the Vacation Station Piran apartments?

- a. Online platforms (Booking.com, AirBnB, Expedia, Trivago, etc.),
- b. Social networks (Instagram, Facebook)
- c. Through online advertising,
- d. On the recommendation of friends and acquaintances,
- e. Other: _____