



B&B  
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija  
Program: Logistično inženirstvo  
Modul: Poslovna logistika

## **GLAMPING V SKLOPU REKREACIJSKEGA CENTRA VOGU**

Mentorica: mag. Vesna Vodopivec  
Lektorica: prof. Martina Lušina Basaj, univ. dipl. bibl.

Kandidat: Miha Zupan

Kranj, november 2022

## **ZAHVALA**

Zahvaljujem se mentorici mag. Vesni Vodopivec za vsa navodila in nasvete pri pisanju diplomske naloge.

Zahvaljujem se tudi Goranu Udirju, lastniku in direktorju podjetja Vogu, d. o. o., za podrobnejše informacije o obstoječem objektu.

## IZJAVA

Študent Miha Zupan izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Vesne Vodopivec.

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 diplomski nalogi smo izdelali poslovni načrt za postavitev kompleksa glamping hišic v sklopu rekreacijskega centra Vogu. V njem smo izvedli raziskavo trga, oblikovali storitev, predvideli stroške, dohodke in potrebno investicijo ter ocenili smiselnost investicije. Z raziskavo trga smo ugotovili, da povpraševanje po storitvi glampinga v Sloveniji narašča in da je tudi na lokalni ravni visoko. Analizirali smo konkurenco in ugotovili, da ta sicer obstaja, vendar je prednost načrtovanega kompleksa glamping hišic predvsem v veliko večji ponudbi športnih aktivnosti, ki jih omogoča rekreacijski center Vogu. Storitve smo oblikovali na podlagi rezultatov izvedene ankete, s katero smo ugotavljali, v katerih primerih bi že obstoječi gostje rekreacijskega centra Vogu koristili storitev glampinga in kako pomembna jim je določena oprema znotraj glamping hišic. Glede na trenutne ponudbe na trgu smo ocenili višino investicije potrebne za postavitev načrtovanega kompleksa glamping hišic; s predvidevanjem poslovanja v dobri, povprečni in slabi sezoni obratovanja pa smo ocenili letni donos investicije. Ker se je predvideni letni donos izkazal za visokega, smo načrtovano investicijo ocenili kot smiselno.

## **KLJUČNE BESEDE:**

- Glamping,
- poslovni načrt,
- turizem,
- alternativna oblika kampiranja.

## **ABSTRACT**

In the diploma thesis, we prepared a business plan for the installation of a glamping house complex within the Vogu recreation centre. In the business plan, we conducted market research, designed a service, predicted costs, income, and the needed investment, and we also assessed the feasibility of the investment. With market research we found that the demand for glamping services in Slovenia is growing, and that it is also high at the local level. We analysed the competition and found that it does exist, but that the advantage of the planned glamping house complex is mainly in the much larger offer of sports activities provided by the Vogu recreation centre. We designed the service based on the results of a survey, which determined in which cases the existing guests of the Vogu recreation centre would use the glamping service, and how important certain equipment inside glamping houses is to them. Based on the current offers on the market, we estimated the amount of investment required to set up the planned glamping house complex. By anticipating operations in a good, average, and poor season, we estimated the annual return on investment. As the projected annual return proved to be high, we assessed the planned investment as worthwhile.

## **KEYWORDS:**

- Glamping,
- Business plan,
- Tourism,
- Alternative to camping.

## KAZALO

1	UVOD .....	1
1.1	Predstavitev problema.....	1
1.2	Cilji naloge .....	1
1.3	Predpostavke in omejitve .....	1
1.4	Metode dela .....	2
2	GLAMPING .....	2
2.1	Definicija in širša razlaga.....	2
2.2	Zakonodaja .....	3
3	PREDSTAVITEV PODJETJA IN PANOGE .....	4
3.1	Vogu, d. o. o.....	4
3.2	Vizija širitve .....	5
3.3	Izbira prostora .....	5
4	TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA.....	7
4.1	Trendi.....	7
4.2	Povpraševanje .....	7
4.3	Cene na trgu .....	9
4.4	Konkurenca.....	10
5	OBLIKOVANJE IN RAZVOJ STORITVE .....	11
5.1	Možne storitve.....	11
5.2	Potrebe strank.....	12
5.3	Smiselna izbira storitve .....	12
5.4	Potencial za razvoj v prihodnosti .....	13
6	EKONOMIKA POSLOVANJA .....	14
6.1	Stroški obratovanja .....	14
6.2	Predvideni dohodki.....	16
7	NAČRT TRŽENJA.....	17
7.1	Opredelitev ciljne skupine .....	17
7.2	Strategija oglaševanja .....	18
7.3	Predvideni poslovni izid.....	18
8	FINANČNI NAČRT .....	21
8.1	Strošek postavitve glamping kompleksa.....	21
8.2	Donosnost naložbe .....	23
8.3	Ocena smiselnosti investicije.....	24
9	POTENCIALNA TVEGANJA IN IZZIVI .....	24
10	ZAKLJUČEK .....	24
11	LITERATURA IN VIRI.....	26
	PRILOGA .....	29

## KAZALO SLIK

Slika 1: Rekreatijski center Vogu .....	5
Slika 2: A) Parcele centra Vogu B) Zakonsko ustrezni parceli .....	6
Slika 3: Odgovori anketirancev na 1. vprašanje .....	8
Slika 4: Primeri, v katerih bi koristili storitev glampinga .....	8
Slika 5: Pomembnost opreme .....	12

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz cen nočitve pri primerljivih ponudnikih .....	10
Tabela 2: Cene storitev .....	17
Tabela 3: Predvideno poslovanje v prvem scenariju .....	19
Tabela 4: Predvideno poslovanje v drugem scenariju .....	20
Tabela 5: Predvideno poslovanje v tretjem scenariju .....	20
Tabela 6: Neto cene gradnje načrtovanega kompleksa glamping hišic .....	21
Tabela 7: Stroški nabave opreme .....	22
Tabela 8: Stroški nabave posteljnine, rjuh in brisač .....	22
Tabela 9: Predvidena letna donosnost načrtovane naložbe .....	23

# 1 UVOD

## 1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Kakovost življenja postaja v današnjih časih čedalje bolj cenjena vrednota. Vse več ljudi po vedno bolj stresni zaposlitvi išče protitež v kvalitetnem in smiselnem preživljanju prostega časa. Še več, tudi ozaveščenost o pomembnosti le-tega je čedalje večja. Tako ljudje vedno bolj iščejo nove priložnosti za oddih in sprostitve od stresnega vsakdana. Kot poslovna priložnost so se v zadnjem času izkazali alternativni načini kampiranja v naravi, ki ponujajo možnost oddiha in sprostitve na drugačen način kot tradicionalne prenočitvene storitve. Eden izmed teh alternativnih načinov kampiranja je tudi glamping. V diplomskem delu bo predstavljen poslovni načrt izgradnje in razvoja glamping kompleksa v sklopu že obstoječega rekreacijskega centra Vogu v Spodnji Besnici. Podjetje Vogu se ukvarja z gostinstvom, ponuja pa tudi več vrst rekreacije. Zaradi svoje lege, obsežnih travnatih površin, bližine gozda in reke Save predstavlja odlično lokacijo za postavitev manjšega kompleksa lesenih glamping hišic in razvoj dopolnilne turistične dejavnosti.

## 1.2 CILJI NALOGE

- Izbira lokacije in umestitev kompleksa lesenih hišic v prostor
- Ocena ponudb izvajalcev
- Raziskava trga
- Izdelava načrta mehanizmov trženja
- Izračun velikosti investicije in stroškov obratovanja
- Ocena kritičnih tveganj
- Ocena smiselnosti investicije

## 1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

Predpostavljamo, da:

- na lokalnem trgu ostaja veliko povpraševanja po ponudbi alternativnih načinov preživljanja prostega časa v naravi;
- smo pravilno ocenili potencial postavitve glamping kompleksa kot smiselno investicijo;
- bomo z analizo literature in lastnim delom pridobili vse potrebne informacije za izdelavo kvalitetnega in praktično uporabnega poslovnega načrta.

Omejitve, s katerimi se bomo srečali pri pripravi poslovnega načrta, so:

- omejenost literature, saj turistična dejavnost ponudbe glampinga predstavlja relativno novo področje;
- omejen dostop do podatkov konkurence;
- nejasnost razmer in trendov v turistični panogi v naslednjih letih.



## 1.4 METODE DELA

V teoretičnem delu je pri predstavitvi glampinga in pri predstavitvi podjetja in panoge uporabljena opisna metoda, saj nam ta omogoča razumevanje trenutnega stanja in izhodišč za nadaljnje raziskave.

V praktičnem delu je uporabljenih več metod. Pri tržni raziskavi in analizi je uporabljena analitična metoda, ki nam omogoča razčlenitev trga na več delov in podrobno razumevanje vsakega izmed njih. V tem delu je uporabljena tudi metoda anketiranja, saj z njo pridobimo konkretne podatke o povpraševanju in potrebah strank. Pri oblikovanju in razvoju storitve je uporabljena metoda sinteze, s katero podatke, pridobljene z anketiranjem, združimo v smiselno ponudbo. Pri ekonomiki poslovanja je ponovno uporabljena analitična metoda, saj posebej raziskujemo različne stroške obratovanja in predvideni dohodek. Pri načrtu trženja je uporabljena primerjalna metoda, saj se s primerjavo možnih načinov trženja odločimo za najbolj smiselnega. Pri finančnem načrtu je ponovno uporabljena primerjalna metoda, s katero primerjamo ponudbe izvajalcev gradnje, nato uporabimo metodo sinteze, da združimo vse obravnavane dele in jih povežemo v predvideni poslovni izid. Na koncu z metodo sinteze združimo vse pridobljene podatke, da ocenimo smiselnost investicije, v delu potencialna tveganja in izzivi pa z opisno metodo predstavimo predvidena tveganja in izzive.

## 2 GLAMPING

### 2.1 DEFINICIJA IN ŠIRŠA RAZLAGA

Beseda glamping<sup>1</sup> se je predvidoma začela uporabljati v poznih devetdesetih letih prejšnjega stoletja ali pa zelo kmalu po letu 2000. Glamping združuje besedi glamur in kampiranje. Jezikovni zgodovinarji pojav te besede povezujejo z vzponom interneta, ki je omogočil, da so ljudje ostali povezani z zunanjim svetom, tudi ko so kampirali. Dostopnost interneta je le eden od vidikov glampinga. Natančno mejo med tradicionalnim kampiranjem in glampingom je nemogoče določiti, saj se dojemanje glamurja od človeka do človeka razlikuje. Kot splošno pravilo kljub temu velja, da o glampingu govorimo, kadar gre za višjerazredno kampiranje v stiku z naravo, za katerega je značilen dostop do uporabe moderne tehnologije. (Camping and Glamping: What's the Difference?, 2020)

---

<sup>1</sup> Sam pojem glamping Slovar Oxford Languages definira kot obliko kampiranja, ki vključuje nastanitve in objekte, ki so bolj luksuzni od tistih, povezanih s tradicionalnim kampiranjem.

Kljub temu da se je beseda razvila šele pred kratkim, koncept višjerazrednega kampiranja obstaja že zelo dolgo. Dober primer tega je kampiranje, ki ga je grof Athollski organiziral ob obisku kralja Jamesa 5. in njegove matere. Grof je dal postaviti velike, bogato okrašene šotore in jih napolnil z vsem luksuzom, ki ga je bil kralj vajen. Glede na primere, kot je ta, lahko trdimo, da glamping ni popolnoma povezan z današnjo tehnologijo in da v praksi obstaja že dolgo, čeprav do pred kratkim zanj samostojne besede ni bilo (Lindsey, 2016)

Razinger (2018) navaja, da po svetu in tudi v Sloveniji v zadnjih letih popularnost glampinga narašča, zato se pojavlja vedno več ponudnikov te storitve. Danes imamo v Sloveniji na voljo različne vrste glampinga, med katerimi so že postavljeni moderni šotori, hišice na drevesih, lesene glamping hišice, pa tudi v nastanitev predelani vinski sodi.

V tem diplomskem delu smo za obravnavani primer glamping definirali kot obliko kampiranja, ki se od tradicionalnega kampiranja razlikuje po tem, da je nastanitev vnaprej pripravljena in ob prihodu omogoča takojšnje koriščenje, hkrati pa je omogočen tudi dostop do neomejene internetne povezave in uporabe objektov in programov rekreacijskega centra Vogu. Za nastanitvene objekte so uporabljene lesene glamping hišice.

## 2.2 ZAKONODAJA

V tem delu besedila so navedeni in povzeti zakoni, ki se neposredno nanašajo na opravljanje storitve glampinga in katerih razumevanje je ključno pri izdelavi te diplomske naloge.

Potrebne pogoje za ponujanje storitve glampinga v Sloveniji narekuje Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti (2017). Med njimi so:

- Izvenstandardna oblika nastanitve, kot je glamping spada pod dopolnilno ponudbo obstoječega gostinskega obrata, hotela, motela, penziona, gostišča, prenočišča, hotelskega naselja, apartmajskega naselja ali kampa, zato zanj veljajo posebni zakoni, in ne zakoni, ki veljajo za naštetih oblike standardnih nastanitvev.
- Glamping mora zagotavljati urejene sanitarije, prvo pomoč, oskrbo s pitno vodo in posode za ločevanje odpadkov. Nič od naštetega ne sme biti od glamping hišice oddaljeno več kot 200 m.
- Na vsakih deset nastanitvenih enot mora vsaj ena zagotavljati dostopnost vsem ljudem, ne glede na njihovo morebitno trajno ali začasno oviranost.

Potrebne pogoje za izgradnjo lesenih glamping hišic v Sloveniji narekuje Gradbeni zakon (2017), ti so:

- Glamping hišice je dovoljeno graditi brez gradbenega dovoljenja, če ne presegajo površine 10 m<sup>2</sup>, vseeno pa je treba pridobiti vsa morebitna potrebna lokalna soglasja.

- Glamping hišice je dovoljeno graditi na stavbnih zemljiščih.

Pri opravljanju storitve glampinga je potrebno slediti tudi Zakonu o spodbujanju razvoja turizma (2018), ki pravi, da mora gost za vsako nočitev v glamping hišici občini plačati turistično in promocijsko takso, ki jo v imenu občine obračuna ponudnik storitve glampinga. in Pravilniku o prijavi in odjavi gostov

Pravilnik o prijavi in odjavi gostov (2016) narekuje, da mora ponudnik storitve glampinga voditi knjigo gostov in podatke posredovati v spletno aplikacijo AJPES.

### **3 PREDSTAVITEV PODJETJA IN PANOGE**

#### **3.1 VOGU, d. o. o.**

Uspešno družinsko podjetje Vogu je družba z omejeno odgovornostjo, ustanovljena leta 1992, ki se ukvarja s trgovino, z gostinstvom in rekreacijo. Nahaja se na Gorenjskem v bližini Kranja, natančneje v Spodnji Besnici na koncu naselja in meji na gozd. V lasti ima športno-rekreacijski center s široko ponudbo aktivnosti in z lokalom. V letu 1993 so bila postavljena tri igrišča za tenis, naslednje leto sta bili dodani dve igrišči za odbojko na mivki, zgrajena je bila tudi manjša brunarica, v kateri se je stregla pijača. Leta 2000 je bila brunarica povečana in je dobila podobo, ki jo ima danes. V njej se danes poleg lokala s pijačo nahajajo še športna dvorana, plezalna dvorana, prostori za praznovanje rojstnih dni, dve igrišči za squash in prostor, v katerem poteka vadba na sobnih kolesih. V ponudbi so danes tudi tri igrišča za badminton, podjetje pa organizira varstvo otrok, skupinske vadbe, tečaje plesov, športne dneve, piknike in praznovanja. V povprečju ob vikendih podjetje Vogu organizira 6 rojstnodnevnih praznovanj, najpogostejše pa so skupine z do 15 otroki. Športno-rekreacijski center je odprt vsak dan od 8. do 24. ure, tudi med vikendi in prazniki(O centru, 2022).



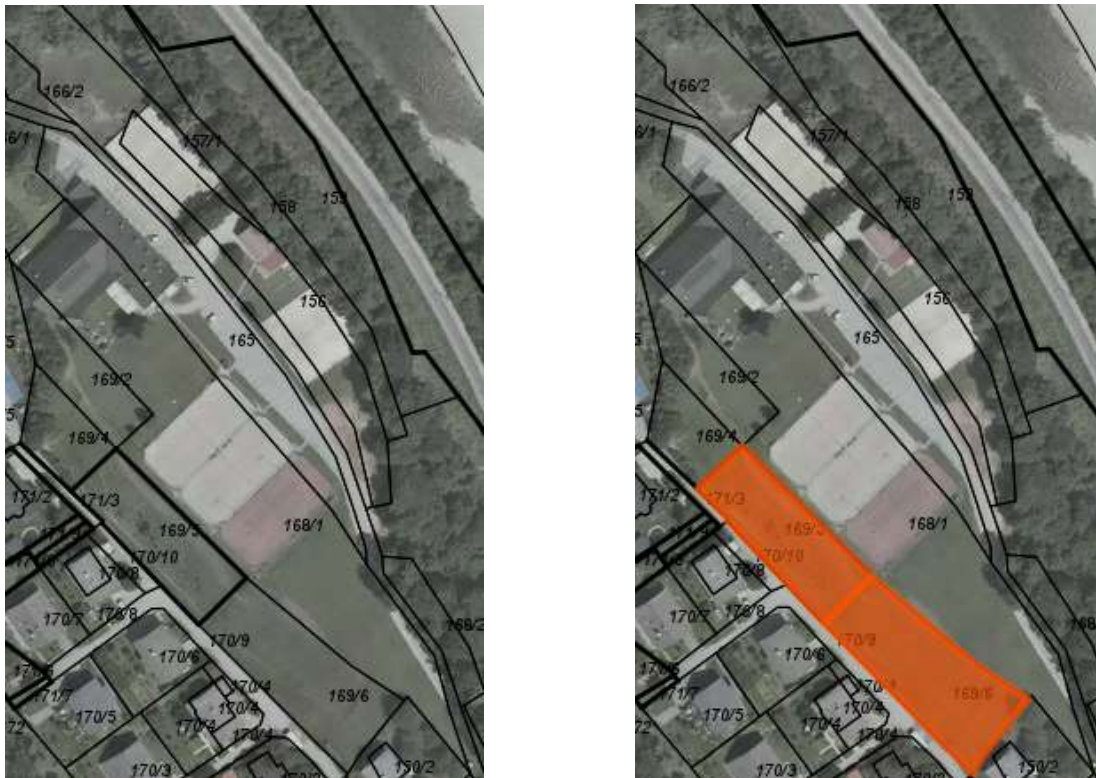
*Slika 1: Rekreatijski center Vogu*  
(Vir: Vogu, d. o. o., 2022)

### **3.2 VIZIJA ŠIRITVE**

Podjetje Vogu, d. o. o., stalno razvija in širi ponudbo rekreacijskega centra, saj gostom želi omogočiti karseda raznoliko ponudbo aktivnosti za kakovostno preživljanje prostega časa. V kratkem je načrtovan začetek gradnje poligona pumptrack, podjetju pa je zanimiva tudi ideja glampinga, ki bi gostom omogočil prenočitev znotraj rekreacijskega centra, podjetju pa odprl nove možnosti organizacije večdnevni dogodkov (O centru, 2022)

### **3.3 IZBIRA PROSTORA**

Preden je smiselno izdelovati podrobnejši poslovni načrt, moramo ugotoviti, če imamo za postavitev glamping hišic na voljo prostor, ki zadovoljuje potrebam dejavnosti glampinga in je hkrati zakonsko ustrezen za gradnjo zelenih objektov.



Slika 2: A) Parcele centra Vogu

B) Zakonsko ustrezni parceli

(Vir: GIS-portal Kranj, 2022)

Prostor ustrezen za opravljanje storitve glampinga, mora biti dovolj velik za postavitve kompleksa glamping hišic. Hkrati mora biti lahko dostopen uporabnikom, zaželen pa je tudi razgled, ki gostu daje občutek povezanosti z naravo. Po ogledu prostora, ki spada pod rekreacijski center Vogu, ugotavljamo, da je prostorov, ki zadovoljujejo potrebam opravljanja storitve glampinga več. Najprimernejši je prostor ob jugozahodni strani glavnega objekta, primerna pa sta tudi prostor jugovzhodno ob teniških igriščih in prostor na skrajno južnem delu rekreacijskega centra.

S slike 2 je razvidno, da so omenjeni primerni prostori v zemljiškem katastru Spodnje Besnice označeni s parcelami 169/2, 169/4, 169/5 in 169/6. S preverjanjem namembnosti v zemljiški knjigi (ZKP parcele, 2022) ugotovimo, da parceli 169/2 in 169/4 zakonsko nista ustrezni gradnji glamping hišic, saj nista stavbni, zakon pa določa, da glamping hišice lahko gradimo le na stavbnih zemljiščih. Parceli 169/5 in 169/6 sta stavbni, zato sta edini primerni in hkrati zakonsko ustrezni za postavitve glamping hišic, kar pomeni, da izbiramo med njima (Gradbeni zakon, 2017).

Med parcelama 169/5 in 169/6, označenima na sliki 3, se zaradi manjše oddaljenosti od glavnega objekta odločimo za severnejšo parcelo 169/5, parcela 169/6 pa predstavlja ustrezen prostor za morebitno širitev glamping kompleksa v prihodnosti.

## 4 TRŽNA RAZISKAVA IN ANALIZA

### 4.1 TRENDI

V Sloveniji glamping v zadnjih letih postaja vse popularnejši. Na spletu smo našli 31 ponudnikov storitve glampinga v Sloveniji, razlike v njihovi ponudbi pa so velike. Nekateri ponujajo le prenočišče brez dodatkov, drugi imajo ponudbo, primerljivo hotelom s petimi zvezdicami, tretji ponujajo edinstvena tematska doživetja. Glede na to, da se število ponudnikov glamping storitev v zadnjih letih stalno povečuje pri vseh naštetih vrstah ponudb, lahko sklepamo, da povpraševanje po glamping storitvah narašča in da je glamping v vseh oblikah v Sloveniji postal trend (Glamping SI d. o. o., 2017).

Vrste ponudb je med seboj težko primerjati po popularnosti, saj nimamo dostopa do podatkov podjetij, ki jih nudijo. Primerjamo lahko le število ponudnikov določene vrste ponudbe, to pa je za vse vrste ponudb podobno, zato nam pri določanju največjega trenda med ponodbami ne pomaga. Z namenom načrtovanja optimalne ponudbe glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu moramo zato narediti lastno raziskavo, v kateri primerjamo najpogostejše ponudbe in določimo najprimernejšo.

### 4.2 POVPRASHEVANJE

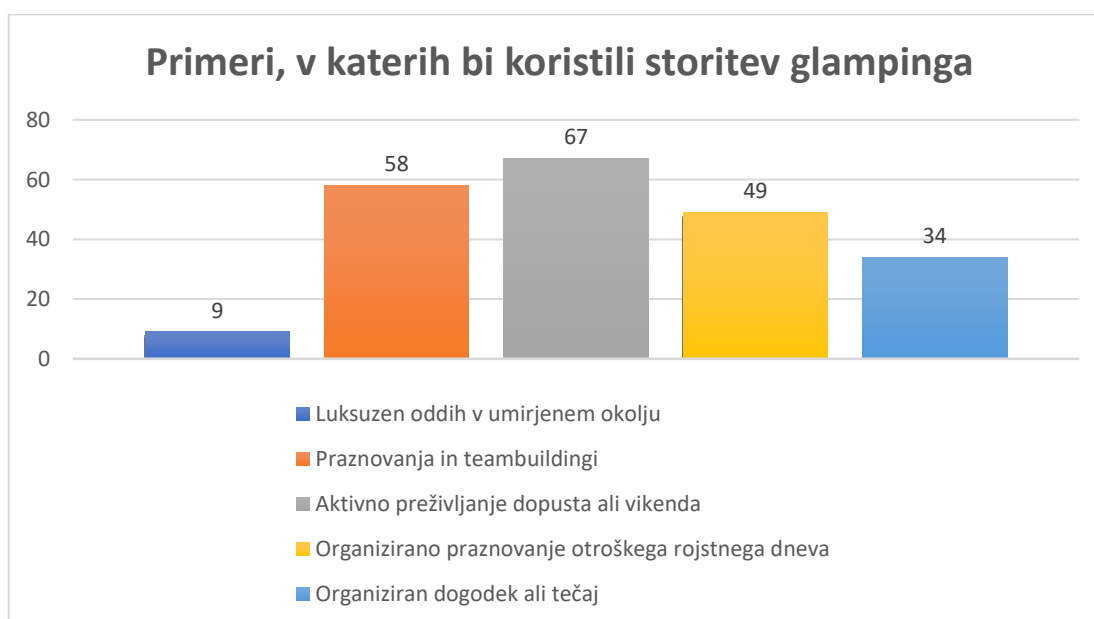
Z anketiranjem gostov rekreacijskega centra Vogu smo ugotavljali povpraševanje po storitvi glampinga in potrebe gostov, ki jih koriščenje storitve glampinga zanima. Za anketiranje gostov namesto širše javnosti smo se odločili iz praktičnega razloga. Mnenje gostov rekreacijskega centra Vogu nam v primerjavi z mnenjem širše javnosti, ki v veliki meri ni seznanjena z rekreacijskim centrom Vogu, predstavlja večjo vrednost pri zasnovi in oblikovanju ponudbe. V času med 29. 4. 2022 in 8. 5. 2022 je anketo z vprašanji zaprtega tipa izpolnilo 150 polnoletnih gostov, med oddanimi anketami pa je bilo sedem neveljavnih. Demografskih vprašanj v anketo nismo vključili, saj smo anketirali le polnoletne osebe, katerih starost in spol ne vplivata na interpretacijo pridobljenih rezultatov.

V delu ankete, ki se nanaša na povpraševanje, smo zastavili dve vprašanji. Prvo sprašuje gosta, ali bi ga koriščenje storitve glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu zanimalo oziroma ali meni, da bi bilo koriščenje te storitve zanimivo njegovim družinskim članom in znancem. Drugo vprašanje prosi anketirance, ki so na prvo vprašanje odgovorili pritrdilno, da med naštetimi primeri označijo tiste, v katerih bi potencialno koristili storitev glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu.



*Slika 3: Odgovori anketirancev na 1. vprašanje  
(Lastni vir)*

S slike 4, ki prikazuje zanimanje anketirancev za uporabo storitve glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu, je razvidno, da se večini anketiranih gostov ponudba storitve glampinga zdi zanimiva. Iz tega lahko sklepamo, da je povpraševanje po koriščenju ponudbe glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu precejšnje.



*Slika 4: Primeri, v katerih bi koristili storitev glampinga  
(Lastni vir)*

S slike 5, ki prikazuje, koliko anketirancev bi v naštetih primerih potencialno koristilo storitev glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu, je razvidno, da izmed vseh najbolj odstopa primer luksuznega oddiha v umirjenem okolju, ki je izbran le devetkrat. Nizek interes za primer luksuznega oddiha v umirjenem okolju lahko pripišemo dejstvu, da je rekreacijski center Vogu že od nekdaj primarno usmerjen v zagotavljanje športno-rekreacijskih, ne pa tudi luksuznih storitev, to pa se odraža v interesih gostov. Na podlagi tega ugotavljamo, da zagotavljanje storitve, prilagojene luksuznemu oddihu, ni smotno in se je bolje osredotočiti na prilagajanje storitve preostalim naštetim primerom.

Prav tako s slike 5 lahko razberemo, da bi večina anketirancev storitev glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu potencialno koristila v več različnih primerih. Glede na to ugotovitev je smotno storitev glampinga prilagoditi na način, ki čim univerzalneje zadošča različnim primerom uporabe, in ne na način, ki s popolno prilagoditvijo enemu od naštetih primerov onemogoča uporabo v ostalih primerih.

### 4.3 CENE NA TRGU

Z ogledom 28 ponudb storitve glampinga v Sloveniji, dostopnih na spletu (Glamping SI d. o. o., 2022), (Booking Holdings Inc., 2022) in (Slovenska turistična organizacija, 2022) smo ugotovili, da se letošnje cene za nočitev v glamping hišici za dve osebi gibljejo med 30 in 375 evrov. Z anketo smo ugotovili, da ponujanje storitve, prilagojene luksuznemu oddihu, ni smotno, zato v vzorec ponudb, iz katerega smo ugotavljali cene na trgu, nismo vključili ponudb storitev, prilagojenih luksuznemu oddihu. Vzorec ponudb za ugotavljanje cen na trgu smo tako sestavili iz 14 izmed 28 dostopnih ponudb. Pri vseh ponudbah v vzorcu gre za nočitev v glamping hišici za dve osebi brez vključenega zajtrka.

Tabela 1 prikazuje cene nočitve v glamping hišici za dve osebi brez vključenega zajtrka pri primerljivih ponudnikih v Sloveniji v letu 2022. Cene so prikazane v evrih in ne vključujejo turistične in promocijske takse. Sezona 1 predstavlja meseca julij in avgust, sezona 2 predstavlja mesece maj, junij, september in oktober, sezona 3 pa mesece od novembra do aprila.

	Sezona 1	Sezona 2	Sezona 3
Ponudnik 1	50	50	40
Ponudnik 2	40	40	40
Ponudnik 3	60	55	/
Ponudnik 4	70	30	/
Ponudnik 5	89	69	69
Ponudnik 6	77	66	66
Ponudnik 7	90	90	/



Ponudnik 8	70	70	70
Ponudnik 9	90	80	/
Ponudnik 10	39	36	36
Ponudnik 11	69	55	42
Ponudnik 12	50	50	/
Ponudnik 13	60	60	60
Ponudnik 14	84	74	/
Povprečje	67	58,93	52,88

*Tabela 1: Prikaz cen nočitve pri primerljivih ponudnikih*  
(Lastni vir)

Iz tabele 1 je razvidno, da se povprečna cena nočitve giblje okoli 60 evrov. Ta podatek smo med drugimi upoštevali pri določanju cen načrtovanih storitev.

#### 4.4 KONKURENCA

Ker smo si za ciljno skupino izbrali trenutne stranke rekreacijskega centra Vogu, nas zanima predvsem konkurenca na lokalni ravni, saj s svojo načrtovano ponudbo ne ciljamo na državni oziroma globalni trg. Konkurence na lokalni ravni glede na to, da smo se odločili, da svoje ponudbe ne bomo prilagodili luksuznemu oddihu, ni veliko. V bližnji okolici se nahajajo trije kampi in dva ponudnika glamping storitve, primerljive storitvi, ki jo načrtujemo.

Prvi ponudnik se nahaja v Zgornji Dobravi in ponuja nočitve v glamping hišicah v sklopu turistične kmetije. Ima prostor, prilagojen za organiziranje zabav, ne ponuja pa veliko različnih možnosti za športne aktivnosti. Velik del strank temu ponudniku predstavljajo motoristi, kar za našo načrtovano ponudbo ne drži. Cene nočitve za dva v glamping hišici brez vključenega zajtrka se pri tem ponudniku gibljejo med 74 in 84 evri, ponudba pa je na voljo le med junijem in oktobrom (Glamping Zgornja Dobrava Pr'Mihovc, b. l.).

Drugi ponudnik se nahaja v Zgornji Beli in ponuja nočitve v glamping hišicah v sklopu gostilne. Ima prostor, prilagojen za organiziranje zabav, ne ponuja pa veliko različnih možnosti za športne aktivnosti. Prav tako se ta ponudnik osredotoča bolj na storitve, ki mejijo na luksuzne, zato nam predstavlja manjšo konkurenco kot prvi ponudnik. Cene nočitve za dva v glamping hišici z vključenim zajtrkom se pri tem ponudniku gibljejo med 85 in 100 evri, ponudba pa je na voljo vse dni v letu (Gostilna Pr'Bizjak, 2022).

Čeprav se ne osredotočajo na ponujanje storitve glampinga, nam delno konkurenco predstavljajo tudi trije okoliški kampi. Dva se nahajata v naselju Mišače, eden pa v naselju Dragočajna. Vsi trije ponujajo širok nabor možnosti za športne aktivnosti, ki

pa je vseeno manjši od nabora v rekreacijskem centru Vogu. Cene nočitve za dva v glamping hišici ali primerljivem objektu brez vključenega zajtrka se v opisanih kampih gibljejo med 30 in 70 evri, ponudbe pa so na voljo med majem in septembrom (Booking Holdings Inc., 2022)

S pregledom in z analizo konkurence smo ugotovili, da konkurenca na lokalni ravni obstaja in da je prednost načrtovanega kompleksa glamping hišic predvsem v širšem naboru možnosti za športne aktivnosti, ki jih omogoča rekreacijski center Vogu.

## 5 OBLIKOVANJE IN RAZVOJ STORITVE

### 5.1 MOŽNE STORITVE

V sklopu rekreacijskega centra Vogu lahko storitev glampinga oblikujemo na več načinov. Lahko postavimo veliko število glamping hišic in s tem zagotovimo kapacitete za nastanitev velikega števila gostov, kar nam posledično omogoča ponujanje številnih vrst organiziranih dogodkov. Lahko pa postavimo manjše število hišic, ki omogoča ponujanje organiziranih dogodkov, za katere je potrebna manjša nastanitvena kapaciteta, in se s tem usmerimo na bolj nišni trg.

Glamping hišice ponujajo možnost za oblikovanje dodatnih storitev večdnevni organiziranih dogodkov, kot so:

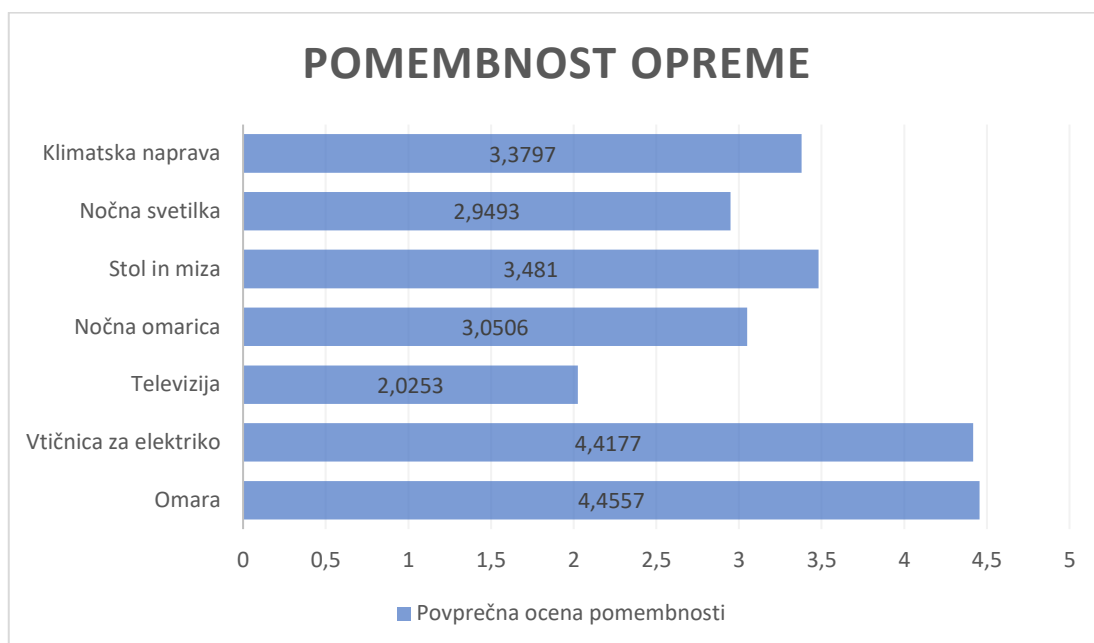
- Organizirani teambuildingi
- Organizirani tečajji
- Organizirana praznovanja otroških rojstnih dni
- Organizirani otroški tabori
- Organizirane turistične ponudbe
- Organiziran romantičen oddih

Pomembno vprašanje, ki si ga moramo zastaviti pri oblikovanju glamping storitve je tudi, kaj vse naj vključujejo glamping hišice. Vanje lahko dodamo razno opremo, ki gostom nudi večje ugodje in predstavlja zabavo, in s tem poudarimo preživljanje časa znotraj glamping hišic. V nasprotnem primeru lahko glamping hišice ponujamo le z ležišči in zelo omejeno opremo in s tem poudarimo preživljanje časa zunaj.

Prav tako se moramo odločiti, ali bomo pri storitvi glampinga nudili tudi možnost zajtrka in ostalih obrokov ali ne.

## 5.2 POTREBE STRANK

Potrebe strank smo ugotavljali z anketiranjem. V delu ankete, ki se nanaša na potrebe strank, smo anketirance, ki so na prvo vprašanje odgovorili z da, prosili, da pomembnost naštetih primerov opreme v glamping hišici ocenijo s številkami med 1 in 5, pri čemer 1 predstavlja popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno opremo.



Slika 5: Pomembnost opreme  
(Lastni vir)

S slike 6, ki prikazuje kako so anketiranci v povprečju ocenili pomembnost naštetih primerov opreme v glamping hišici, je razvidno, da sta jim najpomembnejši vtičnica za elektriko in omara, skoraj popolnoma nepomembna pa jim je televizija. Iz pridobljenih rezultatov lahko sklepamo, da gostje večinoma vidijo glamping hišice kot prostor za prenočitev in ne kot prostor, v katerem bi podnevi preživljali veliko časa.

## 5.3 SMISELNA IZBIRA STORITEV

Storitev smo oblikovali na podlagi rezultatov ankete in ostalih dejavnikov, ki jih bomo navajali sproti.

Število hišic smo izbrali na podlagi odgovorov na drugo vprašanje ankete. Ker je velik del anketirancev izrazil interes za storitev glampinga v primeru organiziranega praznovanja otroškega rojstnega dneva in ker iz podatkov o poslovanju podjetja Vogu, d. o. o. vemo, da so pri organiziranih praznovanjih najpogostejše skupine z do 15 otroki, smo se odločili za število hišic, ki bo zagotavljalo kapaciteto, zadostno za

15 otrok in spremljevalca. Iz odgovorov na drugo anketno vprašanje je razvidno tudi, da gosti za veliko izbranih primerov uporabe storitve glampinga ne potrebujejo nujno zakonskih postelj, saj ne prihajajo vedno v parih, temveč so primernejše ločene postelje. Iz teh razlogov smo se odločili za postavitev šestih hišic, od katerih imata dve vsaka po 4 ločene postelje, ostale štiri pa zakonske postelje.

Na podlagi pridobljenih rezultatov drugega dela ankete smo se odločili, da v glamping hišice poleg postelj vključimo še vtičnice za elektriko, omare oziroma podobne prostore za hrambo predmetov in nočne svetilke. Kljub temu da je bila pomembnost stola in mize in klimatske naprave ocenjena na zmerno visoko, se zanje nismo odločili. Razlog za to je, da želimo goste spodbuditi k preživljanju časa zunaj, stoli in mize pa so ob glavnem objektu gostom ves čas na razpolago. Klimatska naprava predstavlja tudi visok strošek, ki se nam ob predpostavki, da bodo gosti v notranjosti hišic večinoma ponoči, hišice pa bo mogoče zračiti, ne zdi utemeljen.

Glede ponudbe obrokov smo se odločili, da skupaj z nočitvijo ne bodo na voljo. Gosti si jih po želji namreč na lastne stroške lahko zagotovijo znotraj gostinske ponudbe centa Vogu. Prilagoditev centra Vogu za ponujanje obrokov skupaj z nočitvijo bi bilo hkrati drago in nepraktično za načrtovano število gostov.

Poleg običajne nočitve v glamping hišici smo se na podlagi rezultatov drugega vprašanja ankete odločili v ponudbo storitev glampinga vključiti še naslednje večdnevne organizirane dogodke:

- Organizirana praznovanja otroških rojstnih dni z do 15 otroki. Za ponudbo te storitve smo se odločili tudi, ker center Vogu že opravlja to storitev, le da je sedaj omejena na enodnevna praznovanja, s postavitvijo glamping hišic pa bodo kot doplačilo k osnovnemu paketu omogočena praznovanja, na katerih otroci tudi prespijo.
- Organizirani teambuildingi z do 16 udeleženci. Za ponudbo te storitve smo se odločili tudi, ker športno-rekreacijski center Vogu omogoča številne športne aktivnosti, primerne za izvedbo raznolikih vrst teambuildingov.

## 5.4 POTENCIAL ZA RAZVOJ V PRIHODNOSTI

Potencial za razvoj v prihodnosti vidimo predvsem v povečanju števila hišic in dodajanju nove ponudbe storitev večdnevni organiziranih dogodkov. Če se glamping hišice izkažejo za dobro investicijo in ugotovimo, da je povpraševanje po njih večje od zagotavljenih kapacitet, je smiselna gradnja dodatnih hišic, saj razpoložljivega primerne prostora za gradnjo novih hišic ostaja še veliko. Prav tako lahko v prihodnosti v hišice dodamo klimatske naprave, če na podlagi povratnih informacij uporabnikov ugotovimo, da je to potrebno.

Od ponudb večdnevni organiziranih dogodkov nam potencial za razvoj v prihodnosti predstavljajo predvsem:

- Organizirani otroški tabori. Rekreativni center Vogu letos organizira Poletno pustolovščino s šotori, pri kateri otroci prenočijo v lastnih šotorih znotraj športno-rekreativnega centra, kar je primerljivo organiziranemu otroškemu taboru. Glede na povpraševanje in izvedbo tega dogodka bomo lahko ocenili smotrnost dodajanja organiziranih otroških taborov k ponudbi. Če se število hišic poveča in se Poletna pustolovščina s šotori izkaže za uspeh, bomo v prihodnosti k ponudbi dodali tudi organizirane otroške tabore.
- Organizirani tečaji. Te center Vogu že organizira, vendar ne ponuja možnosti prenočišča, ki bi omogočila povezanost večdnevni tečajev v enotno izkušnjo.
- Organizirane turistične ponudbe. V primeru načrtovanih šestih hišic je prilagoditev centra Vogu za zagotavljanje turistične ponudbe izven okvirov prenočišča in že obstoječih športnih dejavnosti predraga in prezahtevna, da bi bila smiselna. Čeprav se center Vogu ne osredotoča na turistično dejavnost, bi bila organizacija turistične ponudbe smiselna v primeru izgradnje dodatnih glamping hišic, če se izkaže, da je povpraševanje po širši turistični ponudbi veliko.

## 6 EKONOMIKA POSLOVANJA

### 6.1 STROŠKI OBRATOVANAJA

Stroške obratovanja šestih glamping hišic smo razdelili na dva dela. V prvem delu smo ugotavljali stroške dela, v drugem delu pa ostale stroške.

Za obratovanje načrtovanega kompleksa glamping hišic potrebujemo različne kadre, te lahko zaposlimo ali za opravljanje dela uporabimo zunanje izvajalce. V primeru šestih glamping hišic potrebujemo nekoga, ki bo sprejemal goste, odgovarjal na klice in sprejemal rezervacije ter vodil knjigo gostov. Potrebujemo nekoga, ki bo čistil hišice in menjal ter pral posteljnino in rjuhe. Pri organizaciji otroške rojstnodnevne zabave, v sklopu katere otroci prespijo v glamping hišicah, dodatno potrebujemo še animatorja oziroma spremljevalca.

Delo sprejemanja gostov, odgovarjanja na klice in sprejemanja rezervacij ter vodenja knjige gostov nam ne predstavlja dodatnega stroška, saj to delo lahko po kratkem izobraževanju hkrati z obstoječimi nalogami opravljajo trenutni zaposleni podjetja Vogu, d. o. o.

Delo čiščenja hišic in menjave ter pranja posteljnine in rjuh nam predstavlja največji strošek dela. Ker točnih podatkov o tem, koliko časa traja čiščenje glamping hišice, ni na voljo, smo za primerjavo vzeli podatek o trajanju čiščenja hotelske sobe (Tothostel, 2019), ki čas trajanja čiščenja standardne hotelske sobe ocenjuje na 15 do 20 minut. Glede na ta podatek sklepamo, da bosta čiščenje in menjava posteljne ter rjuh šestih glamping hišic trajala med 90 in 120 minut. Pranje in sušenje posteljne in rjuh pri hkratni uporabi dveh pralnih strojev in nato dveh sušilnih strojev pa še dodatnih 60 minut. Skupaj to nanese 3 ure dela na dan, delo ni zahtevno, zato je primerno za študente. Glede na aktualne podatke, pridobljene na spletni strani študentskega servisa (ŠS d. o. o., 2022), je urna postavka za študentsko delo čiščenja ocenjena na 7,19 evrov bruto.] Skupaj strošek dela čiščenja hišic in menjave ter pranja posteljnine in rjuh torej znaša 21,57 evrov.

Delo animatorja oziroma spremljevalca otrok pri organizirani otroški rojstnodnevni zabavi, v sklopu katere otroci prespijo v glamping hišicah, lahko opravljajo animatorji, ki so že zaposleni v podjetju Vogu, d. o. o. Ker se bo prenočitev v glamping hišicah ponujala kot dodatek osnovnemu paketu praznovanja rojstnega dne, se bo delo animatorja le podaljšalo in dodatno vključevalo večerno animacijo, pripravo otrok na spanje, varstvo otrok čez noč in bujenje. Predvidevamo, da bo animatorja pri vsakem praznovanju rojstnega dne, pri katerem otroci prespijo v glamping hišicah, poleg trajanja osnovne storitve zato treba plačati še za dodatnih 11 ur dela. Ker večji del teh 11 ur dela ni zahteven, saj otroci spijo, smo se odločili za minimalno urno postavko, ki znaša 6,17 evrov bruto, ki jih navaja Študentski servis (ŠS d. o. o., 2022). Strošek dela animatorja na vsako organizirano praznovanje otroškega rojstnega dneva, pri katerem otroci prespijo v glamping hišicah, torej znaša 67,87 evrov.

Skupni stroški dela, ki se nanašajo na ponudbo glamping hišic, so tako 21,57 evrov na dan. V primeru organizirane otroške rojstnodnevne zabave, v sklopu katere otroci prespijo v glamping hišicah, se strošek dela poveča za dodatnih 67,87 evrov.

Ostale stroške obratovanja nam predstavljajo stroški elektrike in stroški vode. Stroške vodenja knjige gostov smo zaradi nizkega zneska zanemarili, prav tako pa pod stroške obratovanja ne bomo šteli računovodskih stroškov in stroškov izdajanja računov, saj so ti stroški pri obratovanju rekreacijskega centra Vogu že prisotni, njihovo povečanje ob širjenju ponudbe na storitev glampinga je zanemarljivo.

Glede na normativ, je v Mestni občini Kranj poraba vode pri dejavnosti turizma ocenjena na 200 litrov na posteljo na dan (Komunala Kranj d. o. o., 2005). Cena vode je sestavljena iz vodarine in omrežnine in v Mestni občini Kranj brez davka na dodano vrednost znaša 7,5416 evrov na kubični meter. Ker predvidevamo, da je pri glampingu poraba vode manjša od povprečja standardnih turističnih nastanitev, porabo vode namesto 200 litrov na posteljo na dan ocenjujemo na 200 litrov na

glamping hišico na dan, ne glede na to, da so v dveh hišicah 4 postelje. Strošek vode na zasedeno glamping hišico na dan zato ocenjujemo na 1,51 evra.

Natančno porabo elektrike na glamping hišico je težko predvideti, zato smo porabo elektrike na hišico ocenili na podlagi raziskave<sup>2</sup> (European Union, 2017), katere rezultati so pokazali, da je povprečna poraba elektrike 3,1 kilovatne ure na noč na gosta v kampu. Ker gre za glamping hišice in ne za kamp, predvidevamo, da so stroški elektrike višji, zato smo jih ocenili na 4 kilovatne ure na gosta na noč. Pri oceni stroška elektrike na hišico smo porabo posplošili, in vsem hišicam ob zasedenosti pripisali porabo 10 kilovatnih ur na noč, čeprav imajo štiri hišice nastanitveno kapaciteto le dveh gostov, dve hišici pa imata nastanitveno kapaciteto štirih gostov. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije aktualna cena električne energije za negospodinjstva znaša 0,11 evra na kilovatno uro (SURS, 2022). Strošek elektrike na zasedeno hišico na dan zato ocenjujemo na 1,1 evra.

Poseben strošek nam predstavlja tudi pranje in sušenje posteljine, rjuh ter brisač. Ceno smo določili na podlagi cene pranja v samopostrežni pralnici. Parisem d. o. o. (2020) navaja, da je cena enega pranja v pralnem stroju s kapaciteto 9 kg je 4 evre, cena dveh ciklov sušenja v sušilnem stroju s kapaciteto 9 kg, ki sta potrebna, da se oprane posteljnine in rjuhe posušijo, staneta še dodatne 4 evre. Ker bomo za pranje uporabljali lastne pralne in sušilne stroje, sklepamo, da bo strošek pranja in sušenja nižji, zato ga ocenjujemo na 5 evrov za enkratno pranje in sušenje. Težo posteljnine, rjuh in brisač na hišico smo na podlagi podatkov, pridobljenih s spleta (Ideje za vaš dom, 2022) ocenili na 2,5 kg. Iz teh podatkov je razvidno, da za pranje in sušenje posteljnine, rjuh in brisač iz šestih hišic potrebujemo dva pralna in dva sušilna stroja s kapaciteto 9 kg. Strošek pranja in sušenja posteljnine, rjuh in brisač na zasedeno hišico na dan zato ocenjujemo na 1,67 evra.

Stroški obratovanja na zasedeno hišico na dan brez vključenih stroškov dela tako znašajo 4,28 evrov.

## 6.2 PREDVIDENI DOHODKI

Dohodek nam predstavljajo nočitve v glamping hišicah in koriščenje dodatnih ponudb večdnevni organizirani dogodkov. Glede na cene na trgu in cene konkurence smo se odločili za stalne cene storitev, ki jih prikazuje tabela 2.

Storitev	Cena v evrih
Nočitev v glamping hišici za dve osebi	50
Nočitev za eno osebo v lastni glamping hišici	35
Nočitev za eno osebo v skupni 4-posteljni hišici	20
Najem cele 4-posteljne hišice za eno noč	60

<sup>2</sup> Raziskavo o potrošnji električne energije v kampih je bila leta 2017 izvedena v Nemčiji, pod okriljem Evropske unije.

Najem vseh hišic za eno noč	220
Organizirano praznovanje otroške rojstnodnevne zabave, v sklopu katere otroci prespijo v glamping hišicah:	
Skupina do 7 otrok	160
Vsak nadaljnji otrok	15

*Tabela 2: Cene storitev*  
(Lastni vir)

Cene storitev, navedene v tabeli 2, vključujejo davek na dodano vrednost, ne vključujejo pa turistične in promocijske takse, saj nam ne predstavljata dohodka. V Mestni občini Kranj turistična in promocijska taksa skupaj znašata 2 evra na osebo na nočitev, zato je, da dobimo strošek za uporabnika storitve, ta znesek treba prišteti cenam, navedenim v tabeli 2.

Cene storitev so določene za namen ugotavljanja poslovanja načrtovanega kompleksa glamping hišic glede na trenutne ocene povpraševanja in trenutne razmere na trgu. Po potrebi jih bomo v naslednjih letih na podlagi izkazanega povpraševanja ali sprememb razmer na trgu prilagodili.

## 7 NAČRT TRŽENJA

### 7.1 OPREDELITEV CILJNE SKUPINE

Ciljno skupino uporabnikov nam pri načrtovani ponudbi storitve glampinga primarno predstavljajo že obstoječi gostje centra Vogu in ljudje, ki so s športno-rekreacijskim centrom Vogu že seznanjeni. Za to ciljno skupino smo se odločili, ker nam glavno prednost pred konkurenco predstavlja ravno širok nabor športnih aktivnosti, ki jih že omogoča podjetje Vogu. Prav tako je izbor te ciljne skupine smiseln zato, ker je seznanitev že obstoječih strank športno rekreacijskega centra Vogu z novo ponudbo precej lažja in cenejša, kot če z novo ponudbo želimo seznaniti osebe, ki podjetja Vogu ne poznajo.

Kljub osredotočenosti na že obstoječe goste nam ciljno skupino predstavljajo tudi starši, ki za rojstnodnevno praznovanje svojih otrok iščejo posebno vrsto organiziranega praznovanja, ki vključuje prenočitev.



## 7.2 STRATEGIJA OGLAŠEVANJA

Zaradi precej majhnega števila glamping hišic smo se odločili, da v prvem letu ne bomo izvajali obsežnega oglaševanja. Ker nam primarno ciljno skupino predstavljajo že obstoječe stranke centra Vogu, bomo za oglaševanje načrtovane ponudbe storitve glampinga pripravili oglaševalne brošure, ki bodo na voljo na mizah skupaj s ceniki pijač. Načrtovano ponudbo storitve glampinga bomo oglaševali tudi na spletni strani podjetja Vogu, kjer bodo obenem možne rezervacije, vidna pa bo tudi razpoložljivost hišic po datumih. Hkrati si bomo prizadevali ohranjati čim več pozornosti na socialnih omrežjih, predvsem na tistih, kjer ima podjetje Vogu že ustvarjene profile. Za oglaševanje bomo uporabili tudi spletno platformo Booking.com, na kateri bo mogoča rezervacija, vidna pa bo tudi razpoložljivost.

Če se po nekaj mesecih obratovanja izkaže, da je koriščenje storitve glampinga s strani že obstoječih strank rekreacijskega centra Vogu občutno manjše od načrtovanega, bomo oglaševanje razširili še z uporabo lokalnih radijev in tiskanih medijev. Prav tako se bomo v tem primeru poslužili oglaševanja preko tako imenovanih influencerjev, ki svojim sledilcem na socialnih omrežjih predstavljajo in oglašujejo produkte in storitve.

## 7.3 PREDVIDENI POSLOVNI IZID

Za predvideni poslovni izid smo izdelali tri scenarije. V prvem scenariju je predstavljen predviden poslovni izid dobre sezone obratovanja kompleksa glamping hišic, v drugem scenariju je predstavljen predvideni poslovni izid povprečne sezone obratovanja kompleksa glamping hišic, v tretjem scenariju pa je predstavljen predvideni poslovni izid slabe sezone obratovanja kompleksa glamping hišic. Za izdelavo teh treh različnih scenarijev smo se odločili, ker nam to omogoča boljše podlago za določanje smotrnosti investicije, saj natančno predvidevanje uspešnosti sezone ni mogoče. Vse tri scenarije smo, na podlagi analize turističnih sezon med letom 2007 in 2019, ki jo je naredila Slovenska turistična organizacija (Hosting d. o. o., 2020) ocenili za verjetne.

Za namene predvidevanja poslovnega izida smo za začetek sezone obratovanja določili začetek meseca maja, za konec pa konec meseca septembra. Tako nam sezona predstavlja 152 nočitev. Ločeno smo obravnavali del poslovanja, ki ga predstavljajo organizirane rojstnodnevne zabave in najemi vseh hišic, in del, ki ga predstavljajo klasične nočitve. Za namene približnega izračuna poslovnega izida smo strošek nočitve za eno osebo v 4-posteljni hišici obravnavali, kot da je za vsako nočitev najeta cela hišica, čeprav v praksi predvidevamo, da bo v povprečju v 4-posteljni hišici naenkrat spalo več ljudi in bo zato strošek nekoliko manjši od predstavljenega v izračunih. V izračune ni vključen strošek dela, saj smo tega obravnavali posebej.

V prvem scenariju, ki prikazuje predvideni poslovni izid dobre sezone obratovanja kompleksa glamping hišic, predpostavljamo 60 odstotno zasedenost hišic in 40-odstotno zasedenost ležišč pri številu dni izvajanja ponudbe klasičnih nočitev. Prav tako predpostavljamo, da bo v povprečju mesečno organiziranih 5 otroških praznovanj, pri katerih otroci prespijo v glamping hišicah, s povprečno skupino devetih otrok na praznovanju. Predpostavljamo tudi, da bodo v povprečju mesečno vse hišice najete štirikrat.

V tabeli 3 je prikazan izračun predvidenega poslovanja na podlagi prvega scenarija, ki predstavlja dobro sezono obratovanja kompleksa glamping hišic.

Storitev	Število	Strošek na noč	Dohodek na noč	Poslovni izid
Otroška praznovanja	25	12,84	190	4.429
Najem vseh hišic	20	25,68	220	3.886,4
Nočitev v hišici za dve osebi	217	4,28	50	9.921,24
Nočitev za eno osebo v lastni hišici	40	4,28	35	1.228,8
Nočitev za osebo v 4 posteljni hišici	120	4,28	20	1.886,4
Najem cele 4 posteljne hišice	20	4,28	60	1.114,4
Skupaj		2.533,76	25.000	22.466,24

*Tabela 3: Predvideno poslovanje v prvem scenariju*  
(Lastni vir)

V drugem scenariju, ki prikazuje predvideni poslovni izid povprečne sezone obratovanja kompleksa glamping hišic, predpostavljamo 50-odstotno zasedenost hišic in 30-odstotno zasedenost ležišč pri številu dni izvajanja ponudbe klasičnih nočitev. Prav tako predpostavljamo, da bodo v povprečju mesečno organizirana 3 otroška praznovanja, pri katerih otroci prespijo v glamping hišicah, s povprečno skupino osmih otrok na praznovanju. Predpostavljamo tudi, da bodo v povprečju mesečno vse hišice najete trikrat.

V tabeli 4 je prikazan izračun predvidenega poslovanja na podlagi drugega scenarija, ki predstavlja povprečno sezono obratovanja kompleksa glamping hišic.

Storitev	Število	Strošek na noč	Dohodek na noč	Poslovni izid
Otroška praznovanja	15	12,84	175	2.432,4
Najem vseh hišic	15	25,68	220	2.914,8
Nočitev v hišici za dve osebi	185	4,28	50	8.458,2
Nočitev za eno osebo v lastni hišici	37	4,28	35	1.136,64

Nočitev za osebo v 4-posteljni hišici	127	4,28	20	1.996,44
Najem cele 4-posteljne hišice	16	4,28	60	891,52
Skupaj		2.140	19.970	17.830

*Tabela 4: Predvideno poslovanje v drugem scenariju*  
(Lastni vir)

V tretjem scenariju, ki prikazuje predvideni poslovni izid slabe sezone obratovanja kompleksa glamping hišic, predpostavljamo 30 odstotno zasedenost hišic in 20-odstotno zasedenost ležišč pri številu dni izvajanja ponudbe klasičnih nočitev. Prav tako predpostavljamo, da bosta v povprečju mesečno organizirani 2 otroški praznovanja, pri katerih otroci prespijo v glamping hišicah, s povprečno skupino sedmih ali manj otrok na praznovanju. Predpostavljamo tudi, da bodo v povprečju mesečno vse hišice najete dvakrat.

V tabeli 5 je prikazan izračun predvidenega poslovanja na podlagi tretjega scenarija, ki predstavlja slabo sezono obratovanja kompleksa glamping hišic.

Storitev	Število	Strošek na noč	Dohodek na noč	Poslovni izid
Otroška praznovanja	10	8,56	160	1.514,4
Najem vseh hišic	10	25,68	220	1.943,2
Nočitev v hišici za dve osebi	136	4,28	50	6.217,92
Nočitev za eno osebo v lastni hišici	22	4,28	35	675,84
Nočitev za osebo v 4-posteljni hišici	68	4,28	20	1.068,96
Najem cele 4-posteljne hišice	14	4,28	60	780,08
Skupaj		1.369,6	13.570	12.200,4

*Tabela 5: Predvideno poslovanje v tretjem scenariju*  
(Lastni vir)

## 8 FINANČNI NAČRT

### 8.1 STROŠEK POSTAVITVE GLAMPING KOMPLEKSA

Strošek postavitve glamping kompleksa smo razdelili na več delov, ker nam to omogoča natančnejšo oceno. Posebej smo ocenili strošek izgradnje hišic, strošek opreme hišic, strošek nabave pralnih in sušilnih strojev, strošek izravnave terena in strošek napeljave elektrike. Strošek postavitve sanitarij in tušev ni predstavljen, saj bodo gostje načrtovanega kompleksa glamping hišic uporabljali že obstoječe sanitarije in tuše, ki se nahajajo v glavni zgradbi rekreacijskega centra Vogu.

Za gradnjo kompleksa glamping hišic smo primerjali ponudbe treh lokalnih izvajalcev. Med njimi smo se odločali na podlagi cene in kakovosti materialov. Podane so neto cene gradnje. V cene je vključena le cena gradbenega materiala in cena dela za gradnjo hišic, ne pa tudi cena opreme hišic in napeljave elektrike. Ker naš cilj ni ukvarjanje z zagotavljanjem luksuzne ponudbe, smo izbirali med najugodnejšimi ponodbami, ki zadoščajo naslednjim kriterijem:

- velikost hišic med 8 in 10 kvadratnimi metri,
- vgrajeno okno na zadnji strani hišice,
- uporaba okolju prijaznih materialov,
- življenjska doba hišic je najmanj 10 let,
- enak zunanji izgled vseh šestih hišic.

Tabela 6 prikazuje cene gradnje načrtovanega kompleksa glamping hišic treh lokalnih izvajalcev.

Ponudnik	Cena materiala	Cena dela	Cena skupaj
Izvajalec 1	16.8300 EUR	5.400 EUR	22.230 EUR
Izvajalec 2	21.000 EUR	4.554 EUR	25.554 EUR
Izvajalec 3	18.600 EUR	4.800 EUR	23.200 EUR

*Tabela 6: Neto cene gradnje načrtovanega kompleksa glamping hišic  
(Lastni vir)*

Iz tabele 6, ki prikazuje cene gradnje načrtovanega kompleksa glamping hišic treh različnih ponudnikov, je razvidno, da so si cene gradnje med temi tremi ponudniki precej podobne. Ker se za gradbeni material v vseh treh ponodbah uporablja les, in ker po zagotovitvi vseh treh izvajalcev gradnje življenjske dobe hišic presegajo 10 let, smo se odločili na podlagi cene. Ker ponuja najnižjo ceno gradnje, smo se odločili za izvajalca 1.

Opremo v štirih hišicah predstavljajo zakonska postelja, omara, 2 nočni svetilki in dve vtičnici za elektriko, v dveh hišicah pa po dva pograda, dve omari, štiri nočne svetilke in štiri vtičnice za elektriko. Vsem posteljam pripadajo tudi vzmetnice, prešite in navadne odeje in vzglavniki. Odločili smo se za cenovno ugodno opremo. Po pregledu ponudbe več prodajalcev smo stroške opreme ocenili, kot je prikazano v tabeli 7.

Oprema	Število	Cena na kos	Strošek nabave
Zakonska postelja	4	200 EUR	800 EUR
Vzmetnica za zakonsko posteljo	4	250 EUR	1.000 EUR
Pograd	4	350 EUR	1.400 EUR
Vzmetnica za enojno posteljo	8	150 EUR	1.200 EUR
Prešita odeja	16	40 EUR	640 EUR
Odeja	16	25 EUR	400 EUR
Vzglavnik	16	20 EUR	320 EUR
Omara	8	100 EUR	800 EUR
Nočna svetilka	16	20 EUR	320 EUR
Vtičnica za elektriko	16	4 EUR	64 EUR
Skupaj			6.944 EUR

*Tabela 7: Stroški nabave opreme*  
(Lastni vir)

Ločeno smo ocenili še strošek nabave posteljnine, rjuh in brisač. Glede na to, da se posteljnina, rjuhe in brisače menjajo z vsakim novim gostom, smo ocenili, da za vsako ležišče potrebujemo dva seta. Stroške nabave posteljnine, rjuh in brisač smo ocenili s podatki, predstavljenimi v tabeli 8.

Artikel	Število	Cena na kos	Strošek nabave
Posteljnina	32	20 EUR	640 EUR
Rjuha za zakonsko posteljo	8	15 EUR	120 EUR
Rjuha za enojno posteljo	16	10 EUR	160 EUR
Brisača	32	10 EUR	320 EUR
Skupaj			1.240 EUR

*Tabela 8: Stroški nabave posteljnine, rjuh in brisač*  
(Lastni vir)

V podpoglavju stroški obratovanja smo ugotovili, da za načrtovano število hišic potrebujemo dva pralna in dva sušilna stroja s kapaciteto 9 kg. Po pregledu ponudb več prodajalcev smo strošek nabave posameznega pralnega stroja ocenili na 350 evrov, strošek posameznega sušilnega stroja pa na 450 evrov. Skupaj nam nabava dveh pralnih in dveh sušilnih strojev predstavlja strošek 1600 evrov.

Ker je parcela, na kateri načrtujemo gradnjo kompleksa glamping hišic, pod naklonom, nam strošek predstavlja tudi izravnava terena. Glede na podatke (Daibau International d. o. o., 2022a), je v Sloveniji povprečna cena izkopa kubičnega metra zemlje 10 evrov. [24] Za izravnavo terena predvidevamo izkop štirih kubičnih metrov na načrtovano hišico. Skupni strošek izravnave terena tako ocenjujemo na 640 evrov.

Za delovanje nočnih svetilk in vtičnic za elektriko moramo do vsake glamping hišice napeljati električni kabel. Ker natančnih cen za napeljavo električnega kabla do glamping hišic nismo našli, smo oceno tega stroška naredili na podlagi podatkov cen elektroinstalacije pri novogradnjah. Cena elektroinstalacije pri novogradnjah v povprečju znaša 72 evrov na kvadratni meter stavbe (Daibau d. o. o., 2022b). Ker elektriko potrebujemo le v enem delu hišic, elektroinstalacijo načrtujemo za dva kvadratna metra na hišico. Skupni strošek električne napeljave tako ocenjujemo na 864 evrov.

Strošek postavitve glamping kompleksa glede na navedene ocene torej v celoti znaša 33.518 evrov.

## 8.2 DONOSNOST NALOŽBE

Donosnost naložbe nam pove, v koliko letih se nam investirana vsota povrne. Za namen prikaza stroška amortizacije smo življenjsko dobo glamping hišic ocenili na 10 let, opreme znotraj hišic in pralnih ter sušilnih strojev na 5 let, posteljnine, rjuh in brisač pa na 2 leti. Stroška izravnave terena in stroška električne napeljave ne amortiziramo.

Tabela 9 prikazuje izračun predvidene letne donosnosti načrtovane naložbe.

	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Predvideni letni dohodki:			
Predvideni letni dohodki skupaj	25.000	19.970	13.570
Predvideni letni stroški:			
Stroški obratovanja brez stroškov dela	2.533,76	2.140	1.369,6
Stroški dela čiščenja	3.278,64	3.278,64	3.278,64
Stroški dela animacije	1.696,75	1.018,05	678,7
Stroški amortizacije hišic	2.223	2.223	2.223
Stroški amortizacije opreme	1.708,8	1.708,8	1.708,8
Ostali stroški amortizacije	620	620	620
Predvideni letni stroški skupaj	12.060,95	10.988,49	9.878,74
Predvideni letni dobiček	12.939,05	8.981,51	3.691,26
Vsota investicije	33.518	33.518	33.518
Predvidena letna donosnost naložbe	38,6 %	26,8 %	11 %

Tabela 9: Predvidena letna donosnost načrtovane naložbe

(Lastni vir)

Iz tabele 9, ki prikazuje predvidene letne donosnosti kompleksa glamping hišic, je razvidno, da se nam v primeru dobrih sezon obratovanja investirana vrednost povrne v manj kot treh letih, v primeru povprečnih sezon poslovanja v manj kot štirih letih, v primeru slabih sezon poslovanja pa v manj kot desetih letih.

### **8.3 OCENA SMISELNOSTI INVESTICIJE**

Smiselnost investicije smo ocenili predvsem glede na predvideno donosnost naložbe v primerjavi z aktualnimi podatki gospodarske rasti v Sloveniji. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije trenutna letna gospodarska rast znaša 8,1 % v primerjavi s preteklim letom (SURS, 2022). Na podlagi tega podatka, donosnost, ki je tudi v primeru slabih sezon poslovanja predvidena višja od 10 %, smatramo kot zadovoljivo. Ker v povprečju pričakujemo donos 26,8 %, smo investicijo ocenili kot smiselno. Investicija je smiselna tudi, ker postavitve kompleksa glamping hišic ne predstavlja le načina ustvarjanja dohodka, pač pa tudi razširi že obstoječo ponudbo rekreacijskega centra Vogu, predvideni učinek tega pa je, da se poveča število gostov in s tem povpraševanje tudi po drugi, že obstoječi ponudbi.

## **9 POTENCIALNA TVEGANJA IN IZZIVI**

Potencialna tveganja in izzive nam na makro ravni predstavlja predvsem nejasnost razmer na trgu v bližnji prihodnosti. Tako kupna moč potrošnikov kot tudi cene elektrike, materialov in opreme lahko močno vplivajo na donosnost načrtovane naložbe. Posledice pandemije virusa SARS-CoV-2 na gospodarstvo v celoti še niso znane, prav tako pa je neznano, kakšne bodo posledice vojne v Ukrajini na gospodarstvo v bližnji prihodnosti, zato naložbe ne moremo označiti za popolnoma netvegano. Kljub temu ocenjujemo, da načrtovana naložba ne predstavlja visoke stopnje tveganja, saj ni pogojena le na bližnjo prihodnost, temveč na celotno obdobje naslednjih desetih let, zato je odpornejša na kratkoročno nepredvidljive faktorje. Prav tako ponujene storitve ne predstavljajo izredno visokega stroška za uporabnika, zato lahko sklepamo, da tudi ob morebitnem padcu kupne moči potrošnikov povpraševanje po njih ne bo popolnoma upadlo.

Na ravni podjetja ne predvidevamo večjih izzivov, tveganja pa so majhna, saj je načrtovana naložba relativno nizka, večino predvidenih uporabnikov storitve pa predstavljajo že obstoječe stranke podjetja Vogu.

## **10 ZAKLJUČEK**

V diplomskem delu smo ugotavljali smiselnost investicije v postavitve kompleksa glamping hišic v sklopu športnega centra Vogu. Po ogledu primernih prostorov za postavitve glamping hišic smo našli primerno in zakonsko ustrezno parcelo in s tem uspešno umestili kompleks glamping hišic v prostor. Pri raziskavi trga smo z anketo ugotovili, da na lokalnem trgu obstaja veliko povpraševanja po ponudbi storitve glampinga, in s tem potrdili svojo prvo predpostavko. Prav tako smo ugotovili, da glamping v Sloveniji lahko označimo za naraščajoč trend in da v bližnji okolici obstaja nekaj ponudnikov, ki načrtovanemu kompleksu glamping hišic predstavljajo delno konkurenco. Na podlagi rezultatov ankete smo oblikovali ponudbo in se odločili za število, kapacitete in opremo hišic. Glede na konkurenco in cene na trgu smo načrtovanim storitvam določili cene, podrobno smo analizirali tudi predvidene stroške dela in predvidene stroške obratovanja. Določili smo strategijo oglaševanja, ki je primerna za načrtovane ciljne skupine. Z izdelavo treh verjetnih scenarijev uspešnosti sezon obratovanja smo predvideli poslovni izid. Med tremi izvajalci gradnje smo izbrali najprimernejšega in ocenili ostale stroške postavitve kompleksa glamping hišic. Na podlagi vseh pridobljenih podatkov smo izračunali predvideno donosnost načrtovane investicije in jo ocenili za smiselno, s tem smo potrdili našo drugo predpostavko. Na koncu smo s preučitvijo potencialnih tveganj in izzivov ugotovili, da investicija zaradi nejasnosti razmer na trgu v bližnji prihodnosti ni popolnoma netvegana, vendar predvsem zaradi svoje majhnosti ne predstavlja visoke stopnje tveganja. Ker diplomsko delo predstavlja kvaliteten in praktično uporaben poslovni načrt, je potrjena tudi tretja predpostavka.



## 11 LITERATURA IN VIRI

Booking Holdings Inc. (2022). *Glampingi v Sloveniji*.

Pridobljeno 4. 5. 2022 z naslova Booking:

<https://www.booking.com/glamping/country/si.sl.html>.

*Camping and Glamping: What's the Difference?* (21. 9 2020). Pridobljeno 21. 4. 2022 z naslova <https://www.benq.com/en-ap/knowledge-center/knowledge/camping-and-glamping-whats-the-difference.html>.

Cvikl, H., & Alič, A. (2009). *Uvod v ekonomiko turizma*. Maribor: Univerzitetna knjižnica Maribor. Maribor: Univerzitetna knjižnica Maribor.

Daibau International d.o.o. (2022). *Elektroinštalacije, električar cena*. Pridobljeno 14. 5. 2022 z naslova [https://www.mojmojster.net/cene/elektro\\_instalacije](https://www.mojmojster.net/cene/elektro_instalacije).

Daibau International d.o.o. (2022). *Zemeljska dela cena*. Pridobljeno 14. 5. 2022 z naslova [https://www.mojmojster.net/cene/zemeljska\\_dela](https://www.mojmojster.net/cene/zemeljska_dela).

Drnovšek, M., Stritar, R., in Vahčič, A. (2005). *Priročnik za pripravo poslovnega načrta*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta

European Union. (2017). *Best Environmental Management Practice in THE TOURISM SECTOR*. Pridobljeno 8. 5. 2022 z naslova <https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/pdf/BEMP-9.3-FINAL.pdf>.

Glamping SI d.o.o. (2022). *Glampi*. Pridobljeno 4. 5. 2022 z naslova <https://www.glamping.si/glampi>.

Glamping Zgornja Dobrava Pr' Mihovc. (b.l.). *Turistična kmetija & lesene hiške & šotorišče & PZA & apartma - Pr Mihovc*. Pridobljeno 4. 5. 2022 z naslova [https://glamping-zgornjadobrava.business.site/?utm\\_source=gmb&utm\\_medium=referral](https://glamping-zgornjadobrava.business.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral).

Glas, M. (1999). *Moj poslovni načrt: kako naj pripravim poslovni načrt za uspešen posel?* Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje.

Gostilna Pr' Bizjak. (2022). *Glamping*. Pridobljeno 7. 5. 2022 z naslova <https://www.gostilnabizjak.si/>.

*Gradbeni zakon*. (11. 2 2017). Pridobljeno 22. 4. 2022 z naslova <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO7108>.

Hosting d.o.o. (31. 8 2020). *Analiza ključnih kazalnikov poslovanja dejavnosti hotelov in podobnih nastanitvenih obratov v slovenskem turizmu v obdobju 2007-2019*. Pridobljeno 11. 5. 2022 z naslova [https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/kazalniki\\_poslovanja\\_hotelske\\_dejavnosti\\_2007-2019\\_-\\_porocilo.pdf](https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/kazalniki_poslovanja_hotelske_dejavnosti_2007-2019_-_porocilo.pdf).

Ideje za vaš dom. (2022). *Kako določiti težo posteljnine*. Pridobljeno 9. 5. 2022 z naslova <https://sl.versal-wood.com/184-how-to-determine-the-weight-of-bedding/>.

Komunala Kranj d.o.o. (18. 10 2005). *Pravilnik za projektiranje, tehnično izvedbo in uporabo javnega vodovodnega sistema*. Pridobljeno 8. 5. 2022 z naslova <https://www.komunala-kranj.si/documents/komunala-kranj/Oskrba-s-pitno-vodo/Zakonodaja/Tehnicnipravilnikjavnivodovodnisistem.pdf>.

Lindsey, R. (24. 8 2016). *Sixteenth Century Glamping: The Atholl Hunt*. Pridobljeno 21. 4. 2022 z naslova [https://web.archive.org/web/20160824181328/http://www.educationscotland.gov.uk/Images/TheAthollHunt\\_tcm4-868066.pdf](https://web.archive.org/web/20160824181328/http://www.educationscotland.gov.uk/Images/TheAthollHunt_tcm4-868066.pdf).

*Oxford Languages*. (b. l.). Pridobljeno 21. 4. 2022 z naslova <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/>.

Parisem d.o.o. (2020). *Cenik za pranje in sušenje perila*. Pridobljeno 9. 5. 2022 z naslova <https://pranje.si/>.

Parcele centra Vogu. IObčina Mestna občina Kranj (b. l.). Pridobljeno 23. 4. 2022 z naslova <https://gis.iobcina.si/gisapp/Default.aspx?a=kranj>.

*Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in o obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti*. (7. 7 2017). Pridobljeno 22. 4. 2022 z naslova <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=PRAV12989>.

*Pravilnik o prijavi in odjavi gostov*. (30. 11 2016). Pridobljeno 22. 4. 2022 z naslova <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=PRAV12718>.

Razinger, R. (2018). *Univerzalno načrtovanje turističnega objekta glamping Ribno*. Pridobljeno 21. 4. 2022 z naslova <https://repozitorij.uni-lj.si/Dokument.php?id=111309&lang=eng>.

Rekreacijski center Vogu. Vogu d.o.o. (2022). Pridobljeno 23. 4. 2022 z naslova: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fvogu.si%2Focentru%2F&psig=AOvVaw3K2kUgWxe26hRycrMT1WBK&ust=1652464280278000&source=images&cd=vfe&ved=0CAwQjRxqFwoTCPjWtKnD2vcCFQAAAAAdAAAAABAQ>.

Slovenska turistična organizacija. (2022). *Glampingi v Sloveniji – razkošje v objemu narave*. Pridobljeno 4. 5. 2022 z naslova <https://www.slovenia.info/sl/zgodbe/prezivate-poletne-noci-v-unikatnih-nastanitvah-po-sloveniji>.

Statistični urad Republike Slovenije. (2022). *BDP in nacionalni računi*. Pridobljeno 21. 5. 2022 z <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/1>.

Statistični urad Republike Slovenije. (2022). *Cene energentov*. Pridobljeno 8.5.2022 z naslova <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/5/30>.

ŠS d.o.o. (2022). *Urne postavke*. Pridobljeno 8. 5. 2022 z naslova: <https://www.studentski-servis.com/podjetja/posredovanje-del/urne-postavke>.

Tohostel. (23. 11 2019). *Zaporedje čiščenja hotelskih sob za sobarice. Čistilni standardi za služkinje*. Pridobljeno 7. 5. 2022 z naslova <https://tohostel.ru/sl/where-to-relax/posledovatelnost-uborki-nomerov-v-gostinice-dlya-gornichnyh/>.

Vodopivec, V. (2010). *Zapiski predavanj: Ekonomika podjetja*.

Vogu d.o.o. (b.l.). *O centru*. Pridobljeno 23. 4. 2022 z naslova <https://vogu.si/>.

Vogu d.o.o. (2022). *Interno gradivo*.

*Zakon o spodbujanju razvoja turizma*. (28. 2 2018). Pridobljeno 22. 4. 2022 z naslova <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO6452>.

*ZKP parcele*. (2022). Pridobljeno 23. 4. 2022 z naslova <https://gis.iobcina.si/gisapp/Default.aspx?a=kranj>.

## PRILOGA

### Priloga 1: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni!

Sem Miha Zupan, študent Višje strokovne šole B&B. Za namen izdelave diplomske naloge z naslovom **Glamping v sklopu rekreacijskega centra Vogu** izvajam anketo, s katero raziskujem mnenje trenutnih strank rekreacijskega centra Vogu o tem, ali se jim koriščenje storitve glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu zdi zanimivo, v katerih primerih bi jo koristili in kako pomembna jim je določena oprema v glamping hišici. Veliko bi mi pomenilo, če bi si vzeli nekaj minut in rešili to anketo.

### Anketni vprašalnik o ponudbi glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu

**Ali bi vas koriščenje storitve glampinga v sklopu rekreacijskega centra Vogu zanimalo oziroma ali menite, da bi bilo koriščenje te storitve zanimivo vašim družinskim članom ali znancem? (Obkrožite izbrani odgovor)**

DA

NE

**Če ste pri prvem vprašanju obkrožili DA, prosim nadaljujte z anketo na naslednji strani. Če ste obkrožili NE, vas prosim, da ankete ne rešujete naprej, in se vam iskreno zahvaljujem za vaš čas.**

Med naštetimi primeri označite tiste, v katerih bi potencialno koristili storitev glampinga v sklopu centra Vogu.

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| Luksuzni oddih v umirjenem okolju                  | <input type="checkbox"/> |
| Praznovanja in teambuildingi                       | <input type="checkbox"/> |
| Aktivno preživljanje dopusta ali vikenda           | <input type="checkbox"/> |
| Organizirano praznovanje otroškega rojstnega dneva | <input type="checkbox"/> |
| Organiziran dogodek ali tečaj                      | <input type="checkbox"/> |
|  | <input type="checkbox"/> |

**Ocenite pomembnost naštetih primerov opreme v glamping hišici s številko med 1 in 5, pri čemer 1 predstavlja popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno (Obkrožite izbrano številko.)**

- |                   |   |   |   |   |   |
|-------------------|---|---|---|---|---|
| Klimatska naprava | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nočna svetilka    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Stol in miza      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nočna omarica     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Televizija        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Vtičnica za elektriko 1 2 3 4 5

Omara 1 2 3 4 5

Najlepša hvala, ker ste si vzeli čas za izpolnitev anketnega vprašalnika.