

# UNIOR TURIZEM

## KAZALO VSEBINE

Uniorju prinesejo odkovki največji delež prihodkov, to je kar 40%. Velik delež dobijo tudi z izdelavo ročnega orodja, 33%. 12% celotne prodaje prinese strojna oprema in 15% turizem.....	14
Ker želijo pospešiti prodajo tudi na tujem trgu, so od skupnega zneska 33.150 evrov, le temu namenili slabi dve tretjini sredstev.....	17
Na domačem in tujem trgu promovirajo s sejmi, kateri so v spodnji tabeli natančneje predstavljeni.....	17
Stroški so v EUR.....	17
SEJEM.....	17
Str. tuji. trg.....	17
CMT Stuttgart.....	17
WORKSHOP.....	18
SKUPAJ.....	18

## UNIOR TURIZEM

Zahvaljujemo se najini mentorici, ki naju je vodila in nama pomagala pri izdelavi raziskovalne naloge tako, da naju je sproti opominjala in opozarjala na morebitne napake.

Prav tako se zahvaljujemo g. Damjanu Mercu, zaposlenemu v Unior turizmu, ki nama je podal veliko pomembnih informacij in podatkov, brez katerih bi bila naloga težje izvedljiva.

### **1 UVOD**

## UNIOR TURIZEM

Za to temo sva se odločili, ker poznavata tovarno Unior oziroma Unior turizem, ki se nahaja v bližini najinega mesta. Dobro poznavata njihovo ponudbo, saj imajo eno izmed najboljših smučišč v Sloveniji, ki je poznano tudi po Evropi, ter zelo znano zdravilišče, katerega obiskujejo tudi tuji turisti, seveda pa to še zdaleč ni vse. Meniva tudi, da Unior turizem dobro poznavata, tako kot tudi drugi ljudje in, da bi to bila zanimiva tema, za predstavitev.

Predvsem naju je zanimalo, zakaj se je podjetje Unior, ki proizvaja tako imenovano univerzalno orodje odločilo, da bo svojo ponudbo povečalo, in sicer v smer turizem. Želiva ugotoviti, katere prednosti in slabosti prinaša turizem podjetju Unior.

Uporabili bova metodo zbiranja podatkov in metodo spraševanja, in sicer anketni vprašalnik. Zaradi pomoči pri raziskovanju in izdelavi raziskovalne naloge, sva si postavili nekaj hipotez:

**Hipoteza 1:** Z izgradnjo adrenalinskega sankališča se je obisk turistov na Rogli povečal.

**Hipoteza 2:** Občanom Zreč se velik obisk turistov zdi moteč.

**Hipoteza 3:** Unior turizem oglašuje le na slovenskem trgu.

**Hipoteza 4:** Unior se je podal v turizem zaradi želje po večjem dobičku.

## 2 NASTANEK IN RAZVOJ UNIORJA

## UNIOR TURIZEM

Družba UNIOR je začela delovati leta 1919, ko je bila ustanovljena Štajerska železo-industrijska družba z omejeno zavezo s sedežem v Mariboru in proizvodnjo v Zrečah.

Odločili so se, da bodo proizvajali ročno orodje in rezervne dele za potrebe kmetijstva, gozdarstev in obrti. Šlo je za tehnologijo prosto oblikovanega kovanja toplim stanju z uporabo namenskih strojev.



**Slika 1: Tovarna Unior Zreče**

Po drugi svetovni vojni je bila tovarna uničena. Njena usoda je bila prepuščena zaposlenim, ki so jo z veliko napori ponovno zagnali. Okrog leta 1950 je tovarna prešla v družbeno last in dobila novo ime: Tovarna kovanega orodja Zreče, skrajšano TKO Zreče. TKO je sledila potrebam trga in pri tem ugotovila, da v Jugoslaviji ni proizvajalca ročnega orodja, ki se je v celoti uvažalo. Uvedba programa ročnega orodja je zahtevala utopno kovane polizdelke, ki so bili osnova vsake proizvodnje ročnega orodja. TKO se je odločila, da opusti proizvodnjo za kmetijsko in gozdarsko sfero, ki se prenese v druge slovenske kovačnice, deloma tudi s kompletno, za to vrsto proizvodov potrebno opremo. To je bila zgodovinska odločitev, saj so bila s tem odprta vrata za razvoj dveh ključnih programov: za program ročnega orodja in za program utopno kovanih odkovkov. Proizvodnja utopno kovanih odkovkov je pokrivala vse večje potrebe razvijajoče se industrije po kvalitetnih odkovkih, ki so se zlasti uveljavili v proizvodnji avtomobilov, traktorjev, mopedov, koles, motorjev z notranjim izgorevanjem itd. V drugi polovici 70 let TKO menja svoje ime v UNIOR, tovarno kovanega orodja Zreče. Beseda UNIOR je skovanka iz začetnih črk UNiverzalno ORodje.

Konec 70. leta se je pričel razvijati turizem z izgradnjo hotela v Zrečah in rekreativno-turističnega centra na Rogli.

Poseben pomen za UNIOR je imela v začetku 80 let sklenjena pogodba o poslovnem sodelovanju med Renaultom in Uniorjem. Na tej osnovi sta zgradila oba podjetja v Zrečah joint - venture obrat za proizvodnjo odkovkov za pokrivanje potreb Renaulta po odkovkih za osebne avtomobile. UNIOR je postal eden izmed največjih evropskih proizvajalcev ojnica za

## UNIOR TURIZEM

bencinske motorje in eden izmed večjih proizvajalcev lahkih odkovkov v Evropi. To je bil bistven prodor Uniorja kot dobavitelja odkovkov v najzahtevnejšo industrijo, to je avtomobilsko industrijo v Evropi. Takšna situacija je seveda omogočila Uniorju nadaljnjo hitro rast in vključevanje novih programov. Od teh so zlasti pomembni trije programi, ki so se razvili: proizvodnja homokinetičnih zglobov, strojogradnja ter gostinstvo in turizem.

UNIOR danes predstavlja čvrsto podjetje, usmerjeno na svetovni trg. Ima urejeno proizvodnjo, usposobljene kadre ter bogate izkušnje, ki se zlijejo v izdelavo ročnega orodja, odkovkov, industrijskih strojev vrhunske kakovosti in turističnih storitev.

Unior turizem pa danes obsega:

- Terme Zreče - termalno zdravilišče,
- Klimatsko zdravilišče Rogla,
- Rekreativno – turistični center Krvavec.



Unior ima vzpostavljen, dokumentiran, vzdrževan in certificiran sistem kakovosti poslovanja v skladu z zahtevami mednarodnega standarda ISO 9001.

**Slika 2: Standard  
ISO 9001**

### 3 UNIOR TURIZEM

Unior turizem obsega terme Zreče- termalno zdravilišče, smučarski center Rogla s klimatskim zdraviliščem in Rekreativno turistični center Krvavec.

#### 3.1 Terme Zreče- termalno zdravilišče

Terme Zreče je zelo poznano termalno zdravilišče, ki ga obiskujejo tuji in domači turisti in prav zaradi prelepe narave in Pohorja, ki obdaja Zreče, sta se občina in Unior odločila izkoristiti naravne danosti in razviti turizem.

Zdravilišče ponuja strokovne terapevtske programe in zdravljenje skozi vse leto. Obsega 8 bazenov, fitness center, savno vas s tremi finskimi, dvema turškima in infra rdečo savno.

Obiskovalci, ki obiščejo Termalno zdravilišče Zreče se lahko odločijo tudi za prenočitev v hotelu, vendar pa je bivanje v Vilah Terme za mnoge bolj prijetno, ker se le-te nahajajo v gozdičku, oddaljenemu 150 metrov od Term. Obiskovalcem je na voljo 10 visoko kategoričnih apartmajskih vil, ki so opremljene s telefoni, televizorji...



Slika 3: Terme Zreče

Opravljajo naslednje terapije:

- hidroterapija,
- kineziterapija,
- mehanoterapija,
- elektroterapija,
- termoterapija...

Terapije izvajajo z:

- dihalnimi vajami na zračni terasi,
- respiratornimi vajami,
- inhalacijami,

## UNIOR TURIZEM

- opravljajo tudi vse važne meritve dihal (oximetrija, vitalografija... )...

Na počitnicah so varni tudi tisti, ki potrebujejo pomoč dializne aperature.

Akrotermalna zdravilna voda (kalcij, magnezija, hidrogenkarbonat) temperature 34,5°C na izviru in blažilna srednjegorska klima so naravni zdravilni faktorji, s pomočjo katerih strokovna ekipa zdravnikov in terapevtov uspešno skrbi za paciente in goste.

Na voljo so tudi samoplačniške ambulante, med katerimi je od leta 1996 Pulmološka ambulanta. Ambulanto vodi zdravnik specialist, ki pomaga ljudem z obolenji dihal, oči in kože, alergijami...

Ponujajo še:

- ortopdetska ambulanta,
- ambulanta za osteoporozo,
- ultrazvočna ambulata notranjih organov,
- varikološka ambulanta,
- ambulanta za plastično kirurgijo,
- revmatološka ambulanta,
- ginekološka ultrazvočna ambulanta,
- fiziatrična ambulanta,
- nevrološka ambulanta,
- ambulanta za prostato in erekcijske motnje,
- EMG laboratorij...

Terme so dobro poznane med športniki, kajti tukaj si lahko pozdravijo poškodbe in uspešno trenirajo na svežem zraku.

### 3.2 Klimatsko zdravilišče Rogla

Na 1500 m visoki Rogli, naravnem klimatskem zdravilišču, je zrasel zimsko-poletni športni center z infrastrukturo, ki ustreza tako reaktivcem kot vrhunskim športnikom. Pozimi so tu speljane dobro vzdrževane smučarske proge, po potrebi umetno zasnežene, skozi gost smrekov gozd se vijejo tekaške poti in sprehajalne steze, v poletnem času pa je Rogla raj za gorske kolesarje, pohodnike in ljubitelje jezdenja po neokrnjeni naravi. Klimatsko- športni center na Rogli ponuja namestitev v hotelu Planja, kjer so gostom na voljo sobe visoke kategorije, v bližini pa so tudi apartmaji in bungalovi.

Od leta 1997 je Rogla prvi olimpijski center v Sloveniji, ki je s svojo edinstveno lego, srednjegorsko klimo ter vrsto vrhunskih športnih objektov pravi raj za kondicijske in taktične priprave športnikov.

Obsega naslednje športne objekte:

- veliko športno dvorano za košarko, rokomet, odbojko, tenis, squash, badminton...
- malo dvorano za borilne veščine in namizni tenis,
- sodobni fitness center,
- nogometni stadion z atletsko stezo,
- igrišče za rokomet, mali nogomet, košarko,
- peščena tenis igrišča...



Slika 4: Klimatsko zdravilišče Rogla



## UNIOR TURIZEM

Pozimi se obiskovalci navdušujejo nad 10. raznovrstnimi smučišči, ki so naravno ali umetno zasnežena in primerna za vsakogar. Poleg dnevne ponujajo tudi nočno smuko. Na voljo so tudi tekaške proge, dolge od 3-15 kilometrov.

Na stičišču smučarskih prog, kjer je pozimi očem sicer skrito akumulacijsko jezero, se v poletnih mesecih lahko poizkusite tudi v ribolovu.

Klimatsko-športni center na Rogli nudi ustrezno namestitev gostom. Hotel Planja\*\*\*\*\* in Rogla\*\*\* imata 250 ležišč, od tega 76 ležišč v sobah kategorije štirih zvezdic. Hotel Brinje lahko v 22 apartmanih gosti 66 gostov. Za vse, ki želijo bivati v bungalovih pa je na voljo 132 ležišč v štiriposteljnih in 16 ležišč v dvoposteljnih bungalovih.

Hotel Planja ima poleg restavracije še:

- aperitiv bar,
- kamin sobo "Stara koča",
- pizzerijo,
- seminarske dvorane,
- zabavišče, igralnico,
- boutique,
- trgovino z živili,
- vrtec,
- bazen,
- finsko in turško savno,
- medico center,
- šolo smučanja,
- ski servis in izposojevalnico smučarske opreme,
- garaže...

### 3.3 Adrenalinsko zimsko-letno sankališče Zlodejevo

Na Rogli pa so 12. 10. 2004 odprli novost, in sicer **adrenalinsko zimsko-letno sankališče**, ki je prvo v Sloveniji.

Ker je to velika pridobitev za turizem na Rogli so otvoritvi prisostvovali sam župan mesta Zreče in seveda direktor Unior Turizma g. Maks Brečko, ki je tudi prvi preizkusil divjo progo. Samo sankališče je dolgo 1360m na kateri lahko sani dosegaajo hitrost tudi do 40 kilometrov na uro. Nazaj na vrh Zlodejevega, kakor so poimenovali oziroma se je imenovala proga pa vas popelje prilagojena žičnica, ki je na tej lokaciji že obstajala.



**Slika 5: Adrenalinsko zimsko-letno sankališče ZLODEJEVO**

Same sani omogočajo adrenalinski spust po ovinkih in valovih za dve osebi hkrati, sama vožnja pa vas stane od 300 do 500 SIT.

Proga je prilagojena razmeram in tako omogoča veselo spuščanje tako poleti kot tudi pozimi. S tem je Rogla naredila še korak naprej k raznoliki ponudbi, ki jo gostje vse bolj zahtevajo.

Po razgovoru z direktorjem zunanjega trga, g. Damjanom Mercom, sva izvedeli, da se je po izgradnji tega sankališča obisk turistov na Rogli znatno povečal.

### 3.4 Rekreativno – turistični center Krvavec

Je eno največjih in hkrati najlepših slovenskih smučišč z več kot 35 km urejenih smučarskih prog, pozimi nudi predvsem obilo zabave in užitkov na snegu. Poleg smučarskih prog sta na voljo tudi tekaška in sankajska proga ter proga za vožnjo po grbinah za najzahtevnejše.



Slika 6: RTC Krvavec

Dostop do prog različnih težavnostnih stopenj omogočajo štiri vlečnice in sedem sedežnic, z zmogljivostjo 13.300 smučarjev na uro. Proge so primerne tako za začetnike, rekreativce, kot tudi za izkušene športnike. S sistemom dodatnega zasneževanja lahko omogočijo 90% pokritost smučarskih prog, tako da so vse smučarske pa tudi tekaška proga zasnežene. Gostom, ki želijo priti na Krvavec, je na razpolago možnost informiranja o trenutnem stanju na smučišču preko snežnega telefona, s podatki o vremenu in snežnih razmerah. Ob prihodu pod Krvavec pa je na razpolago TV slika (v realnem času) s smučišča ter display s podatki o trenutnih razmerah. Pod smučišči je brezplačen parkirni prostor za 1650 vozil, od koder do spodnje postaje kabinske žičnice vozijo ski-avtobusi.

Smučišče Krvavec svojim obiskovalcem nudi pestro dodatno ponudbo:

- progo z električnim merjenjem časa,
- progo z nateptanim snegom,
- servis smučí in izposoja smučarske opreme,
- smučarsko garderobo in trgovino,
- profesionalno šolo smučanja Borisa Strela (alpsko smučanje, curving, telemark),
- šolo deskanja in teka na smučeh,
- ski taxi,
- otroški vrtec,
- prireditve z zabavnim programom in nagradnimi igrami...

#### **4 METODA RAZISKOVANJA IN NAMEN**

Temo sva raziskali s pomočjo ankete, torej, sva uporabili metodo spraševanja in analize dokumentov.

Z raziskovanjem sva želeli ugotoviti mnenje anketiranih, kaj menijo o širitvi Unior turizma, kako je to vplivalo na Zreče, če so zadovoljni s ponudbami, oziroma kako pogosto jih koristijo itd.

Anketo sva razdelili med 20 občanov Zreč, od tega je bilo 10 oseb ženskega spola, 10 pa moškega. Anketirali sva 3 občane stare od 15 do 20 let, 4 od 21 do 30, 8 od 31 do 40 in 5 starejših od 41 let.

## UNIOR TURIZEM

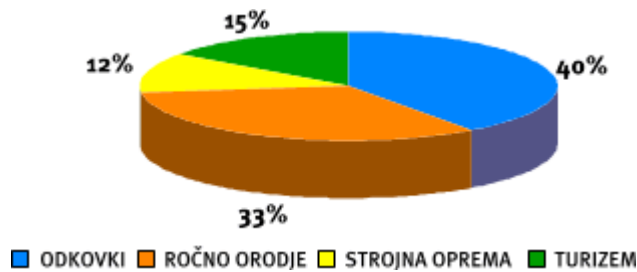
### 5 DELEŽI PROGRAMOV V SKUPNI PRODAJI LETA 2004

**ODKOVKI: 40 %**

**ROČNO ORODJE: 33 %**

**STROJNA OPREMA: 12 %**

**TURIZEM: 15 %**



Uniorju prinesejo odkovki največji delež prihodkov, to je kar 40%. Velik delež dobijo tudi z izdelavo ročnega orodja, 33%. 12% celotne prodaje prinese strojna oprema in 15% turizem.

### 6 GLAVNI KAZALNIKI POSLOVANJA

## UNIOR TURIZEM

	<b>2004</b>	<b>2003</b>
Bruto dodana vrednost (v tisoč SIT)	9.238.272	7.738.669
Bruto dodana vrednost na zaposlenega (v tisoč SIT)	4.075	3.625
Število zaposlenih na podlagi delovnih ur	2.267	2.135
Število zaposlenih na dan 31.12.	2.409	2.289
Bilančna vsota (v tisoč SIT)	34.659.421	28.866.806
Kapital (v tisoč SIT)	19.563.132	17.201.254
Knjigovodska vrednost delnice (v tisoč SIT)	8.365,98	7.355,95
Čista donosnost kapitala	4,66%	4,22%
Čista donosnost sredstev	2,70%	2,54%
Čista donosnost prodaje	4,08%	3,83%
Koeficient obračanja investiranega kapitala	0,68	0,67
Koeficient gospodarnosti poslovanja	1,05	1,06
Prihodki od poslovanja na zaposlenega (v tisoč SIT)	9.431	8.493
Stopnja dolgoročnosti obveznosti	72,74%	74,01%
Stopnja pokritosti dolgoročnih virov s kapitalom	77,60%	80,51%
Stopnja kratkoročnosti sredstev	36,24%	34,77%
Koeficient komercialnega terjatvenega obvez. razmerja	1,61	1,49
Koeficient obračanja obratnih sredstev	1,68	1,81

Bruto dodana vrednost = kosmati donos iz poslovanja - stroški materiala blaga in storitev

Čista donosnost kapitala = čisti dobiček poslovnega leta / povprečni kapital

Čista donosnost sredstev = čisti dobiček poslovnega leta / povprečna sredstva

Čista donosnost prodaje = čisti dobiček poslovnega leta / čisti prihodki iz prodaje

Koeficient obračanja investiranega kapitala = prihodki od poslovanja / povprečna sredstva

Koeficient gospodarnosti poslovanja = prihodki od poslovanja / odhodki iz poslovanja

Prihodki od poslovanja na zaposlenega = prihodki od poslovanja / število zaposlenih glede na efektivno št. ur

Stopnja dolgoročnosti obveznosti = (kapital + dolgoročne obveznosti) / obveznosti do virov sredstev

Stopnja pokritosti dolgoročnih virov s kapitalom = kapital / (kapital + dolgoročne obveznosti)

Stopnja kratkoročnosti sredstev = gibljiva sredstva (brez dolgoročnih terjatev iz poslov. in dolg. AČR) / sredstva

Koeficient komercialnega terjatvenega obveznostnega razmerja = terjatve do kupcev / obvez. do dobaviteljev

Koeficient obračanja obratnih sredstev = odhodki poslovanja brez amortizacije / povprečno stanje obratnih sredstev

## 7 FINANČNI PLAN MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI ZA LETO 2005

	Vrsta	Str. dom. trg	Str. tuji trg	Str. Skupaj
<b>EKONOMSKA PROPAGANDA</b>		<b>139.000</b>	<b>51.700</b>	<b>190.700</b>
<b>1. PROPAGANDNI MATERIAL</b>		<b>31.500</b>	<b>23.600</b>	<b>55.100</b>
	TISKOVINE	25.500	18.500	44.000
	PROMOCIJA- materiali	6.000	5.100	11.100
<b>2. OGLAŠEVANJE</b>		<b>108.000</b>	<b>29.000</b>	<b>137.100</b>
	ČASOPISI	33.300	12.200	45.500
	REVIJE	11.500	4.000	15.500
	TV	21.000	2.000	23.000
	RADIO	28.000	4.800	32.800

## UNIOR TURIZEM

	Oglasi	<b>17.500</b>	<b>3.000</b>	<b>20.500</b>
	Javljanje	<b>10.500</b>	<b>1.800</b>	<b>12.300</b>
	PANOJI, TRANSPARENTI	8.500	0	8.500
	INTERNET	6.000	6.000	12.000
<b>POSPEŠEVANJE PRODAJE</b>		<b>12.850</b>	<b>20.300</b>	<b>33.150</b>
<b>1. SEJMI</b>		<b>9.550</b>	<b>16.000</b>	<b>25.550</b>
	SAMOSTOJNI NASTOPI	9.100	0	9.100
	SSNZ, CPTS	0	12.500	12.500
	BORZE, WORSHOPI	0	2.850	2.850
	PREDSTAVITVE	450	650	1.100
<b>2. PROMOCIJA</b>		<b>3.300</b>	<b>4.300</b>	<b>7.600</b>
	SSNZ	1.200	2.700	3.900
	SAMOSTOJNI NASTOPI	2.100	1.600	3.700
<b>ODNOSI Z JAVNOSTJO</b>		<b>9.600</b>	<b>2.100</b>	<b>11.700</b>
	SPONZORSTVO	9.600	2.100	11.700
<b>OSTALO</b>		<b>11.200</b>	<b>5.700</b>	<b>16.900</b>
1. PREDSTAVNIŠTVO - najem		5.100	1.800	6.900
2. OSTALO		6.100	3.900	10.000
<b>SKUPAJ ( v EUR)</b>		<b>172.650</b>	<b>79.800</b>	<b>252.450</b>

### • EKONOMSKA PROPAGANDA

Za ekonomsko propagando bo v letu 2005 Unior turizem predvidoma porabil 190.700 evrov, na tujem in domačem trgu, od tega bodo več namenili za domači trg.

Za propagandni material, kamor spadajo tiskovine in promocijski material, bodo namenil 55.100 evrov.

Oglaševali bodo tako na domačem kot tudi na tujem trgu na radiu in televiziji se bodo predstavili preko reklamnih sporočil ter z javljanji iz turističnih krajev, prav tako pa bodo oglaševali v časopisih, revijah, preko panojev in transparentov ter na internetu. Za skupno oglaševanje bodo namenili 137.100 evrov, od tega bo trikrat več sredstev namenjenih domačemu trgu.

## UNIOR TURIZEM

- **POSPEŠEVANJE PRODAJE**

Ker želijo pospešiti prodajo tudi na tujem trgu, so od skupnega zneska 33.150 evrov, le temu namenili slabi dve tretjini sredstev.

Na domačem in tujem trgu promovirajo s sejmi, kateri so v spodnji tabeli natančneje predstavljeni.

- **ODNOSI Z JAVNOSTJO**

Da se predstavijo delujejo tudi kot sponzorji raznim društvom in organizacijam, za katere namenijo 11.700 evrov.

- **OSTALO**

Za ostala propagandna sredstva in predstavništva pa porabijo 16.900 evrov.

Skupen znesek marketinških aktivnosti bo predvidoma znašal 252.450 evrov.

## 8 FINANČNI IN TERMINSKI PLAN SEJEMSKIH NASTOPOV ZA LETO 2005

Stroški so v EUR					
SEJEM	Kraj sejma	Čas	Str. dom. trg	Str. tuji. trg	
<b>CMT Stuttgart</b>	Stuttgart, Nemčija	15.1.-23.1.2005		<b>600</b>	Informatstvo SSNZ
<b>REISEMARKT Dresden</b>	Dresden, Nemčija	28.1.-30.1.2005		<b>800</b>	Informatstvo SSNZ
<b>FERIEN 50+</b>	Graz, Avstrija	25.2.-27.2.2005		<b>1.500</b>	Sejem
<b>ALPE ADRIA</b>	Ljubljana	Marec	<b>3.750</b>	<b>0</b>	Sejem
<b>ŠPORT IN REKREACIJA</b>	Ljubljana	December	<b>3.750</b>	<b>0</b>	Sejem
<b>Dnevi turizma – pomlad</b>	Zagreb, Hrvaška	Pomlad 2005		<b>700</b>	Prezentacija
<b>ITB Berlin</b>	Berlin, Nemčija	11.3.-15.3.2005		<b>1.100</b>	Borza, Miza
<b>FREIZEIT Klagenfurt</b>	Celovec, Avstrija	14.4.-17.4.2005		<b>1.200</b>	Sejem
<b>JESENSKI SEJEM</b>	Zagreb, Hrvaška	September 2005		<b>1.700</b>	Sejem



## UNIOR TURIZEM

<b>TEMPOLIBER O VICENZA</b>	Italija	September 2005		<b>800</b>	Informatstvo – pult
<b>Dnevi turizma – jesen</b>	Zagreb, Hrvaška	Jesen 2005		<b>700</b>	Prezentacija
<b>FESTIVAL za 3. življenjsko obdobje</b>	Ljubljana	Oktober	<b>1.700</b>	<b>0</b>	Sejem – predstavitev
<b>SASO Split</b>	Split, Hrvaška	Oktober 2005		<b>1.500</b>	Sejem
<b>BORZA SIW</b>	Slovenija	Oktober 2005		<b>500</b>	Borza, miza
<b>EUROPARK</b>	Maribor	Oktober	<b>350</b>	<b>0</b>	
<b>WTM London</b>	London, Anglija	November 2005		<b>1.200</b>	Borza, miza
<b>WORKSHOP</b>	Nemčija, Avstrija	Jesen 2005		<b>800</b>	Workshop
<b>FAMILE Klagenfurt</b>	Celovec, Avstrija	18.11.- 20.11.2005		<b>1.200</b>	Sejem
<b>GESUND LEBEN</b>	Wells, Anglija	November 2005		<b>1.200</b>	Sejem
<b>WORKSHOP Zagreb</b>	Zagreb, Hrvaška	November 2005		<b>500</b>	Worskshop
<b>SKUPAJ</b>			<b>9.550</b>	<b>16.000</b>	<b>25.550</b>

- **Finančni in terminski plan sejmskih nastopov za leto 2005**

Poleg oglaševanja na domačem trgu, Unior oglašuje tudi na tujih trgih. V letu 2005 bodo predstavili ponudbe turističnih objektov po Evropi in tudi v Sloveniji.

V januarju so oglaševali v Nemčiji in v februarju v Avstriji, kjer so predstavili ponudbo turizma. Predstavitev je potekala v obliki sejma, kjer so ponujali prospekte, kataloge, razna pisala, balone,... o smučarskem centru Rogla.

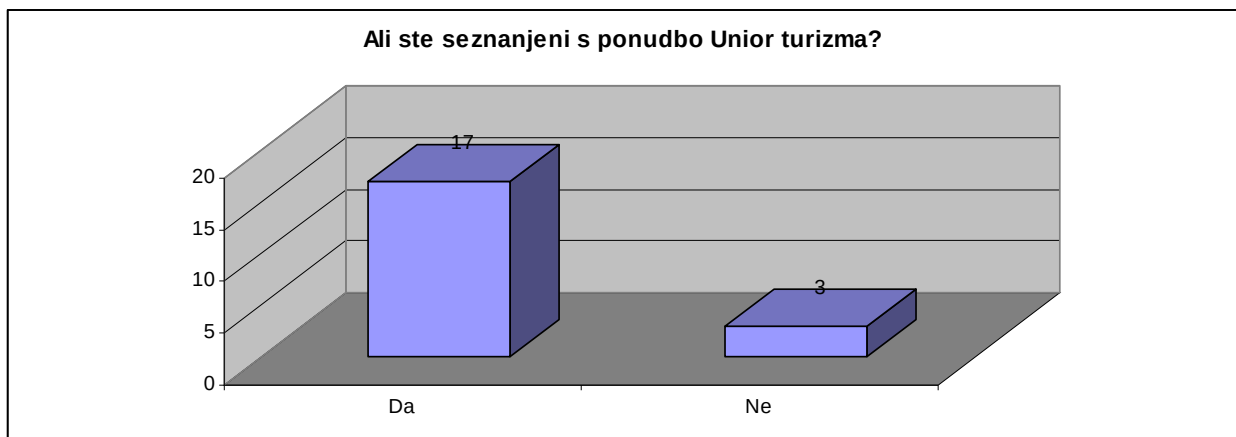
Marca in oktobra bodo v Ljubljani na sejmu Alpe Adria in na Festivalu za 3. življenjsko obdobje, predstavil Smučarski center Rogla, Terme Zreče in RTC Krvavec. V oktobru bodo svojo ponudbo predstavili tudi v Europarku v Mariboru.

## UNIOR TURIZEM

Oglaševali pa bodo tudi na Hrvaškem, v Italiji in Angliji.

Predvideni stroški, ki bodo obremenili njihov račun, bodo znašali na tujem trgu 16.000 in na domačem trgu 9.550 evrov, torej bodo njihovi stroški skupaj znašali 25.550 evrov.

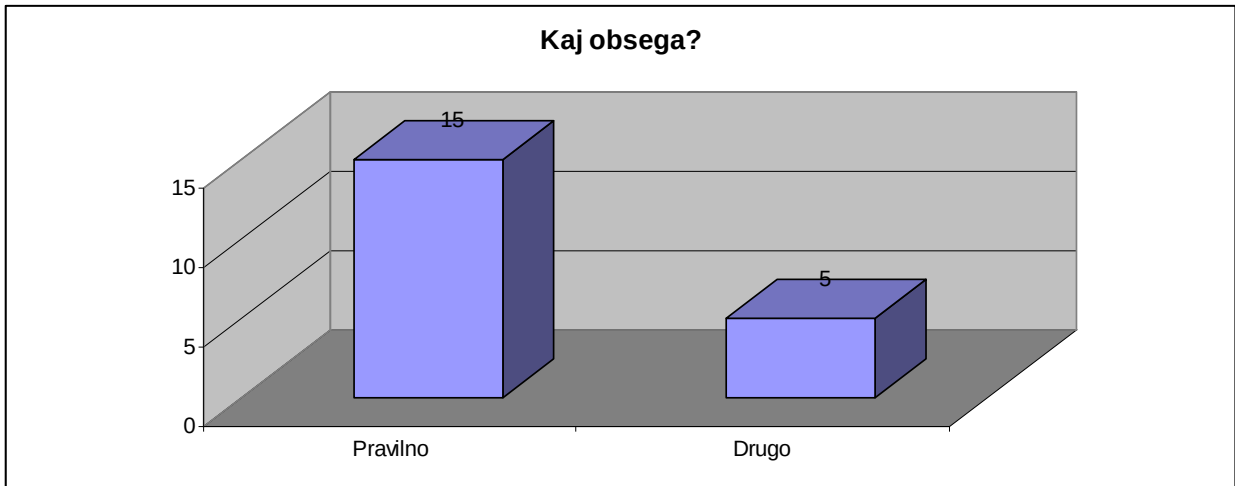
### 9 REZULTATI ANKETE



**Graf 1:** Struktura anketiranih, ki so seznanjeni s ponudbo Unior turizma.

**Komentar:** Od vseh anketiranih (20), jih je kar 17 seznanjenih s ponudbo Unior turizma.

## UNIOR TURIZEM



**Graf 2:** Struktura anketiranih, ki so vedeli kaj obsega Unior turizem.

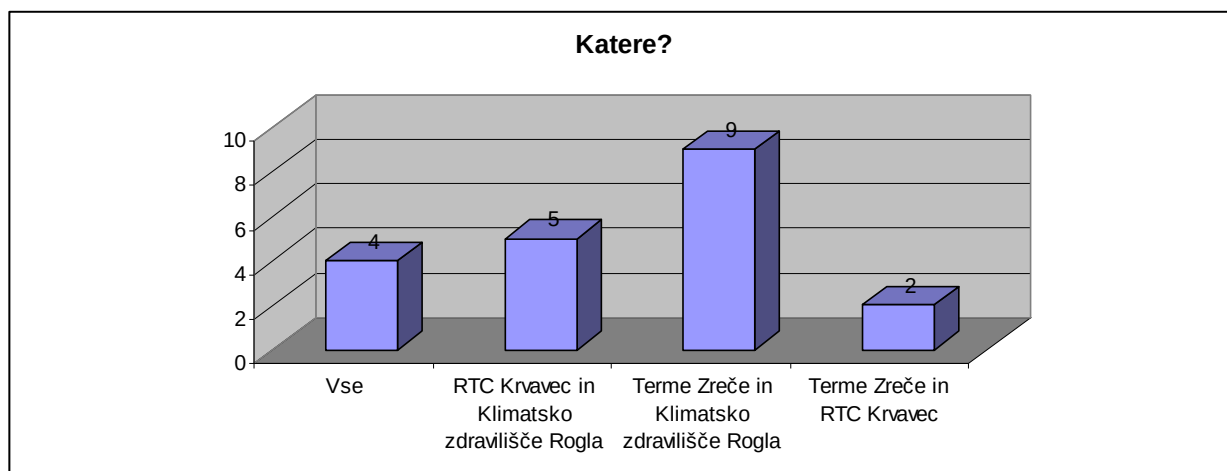
**Komentar:** 15 anketiranih je na vprašanje o obsegu Unior turizma odgovorilo pravilno.



**Graf 3:** Struktura anketiranih, ki koristijo storitve Uniorjevih turističnih ponudb.

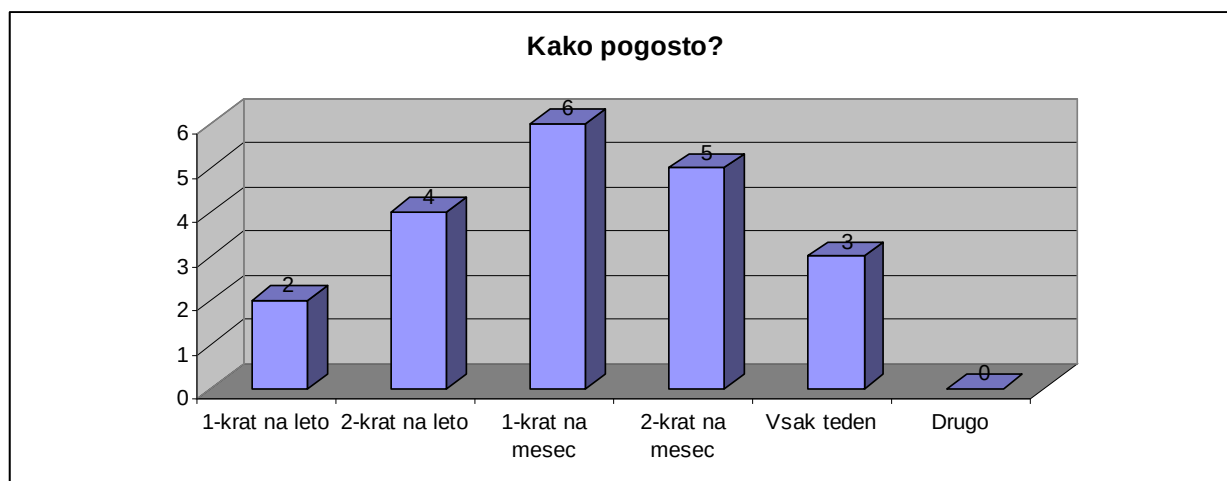
**Komentar:** Vsi (20) anketirani koristijo storitve, ki jih ponuja Unior turizma.

## UNIOR TURIZEM



**Graf 4:** Struktura anketiranih, ki obiskuje različne ponudbe Unior turizma.

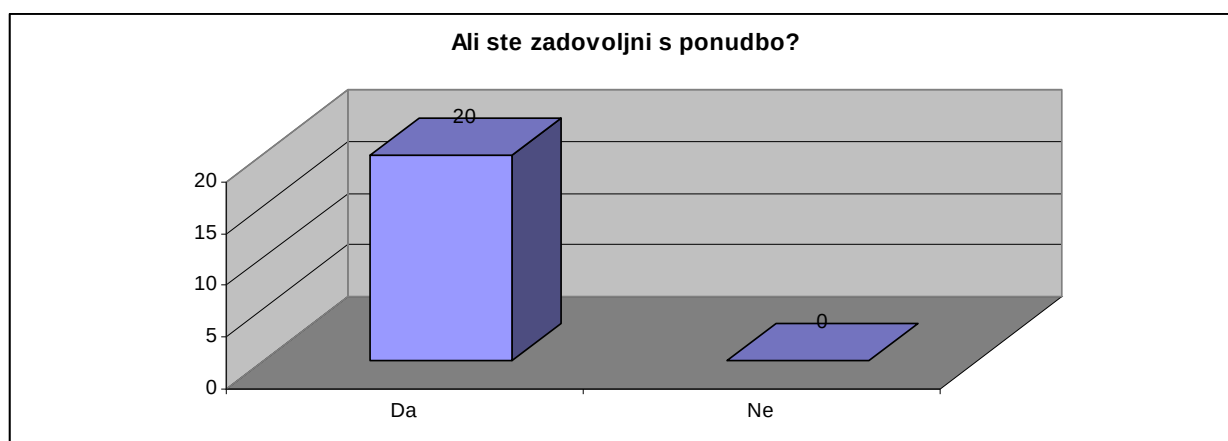
**Komentar:** Skoraj polovica anketiranih obiskuje Terme Zreče in Klimatsko zdravilišče Rogla, četrtnina RTC Krvavec in Klimatsko zdravilišče Rogla, 4 izmed anketiranih koristijo vse storitve in 2 Terme Zreče in RTC Krvavec.



**Graf 5:** Struktura anketiranih, kako pogosto obiskujejo turistične ponudbe.

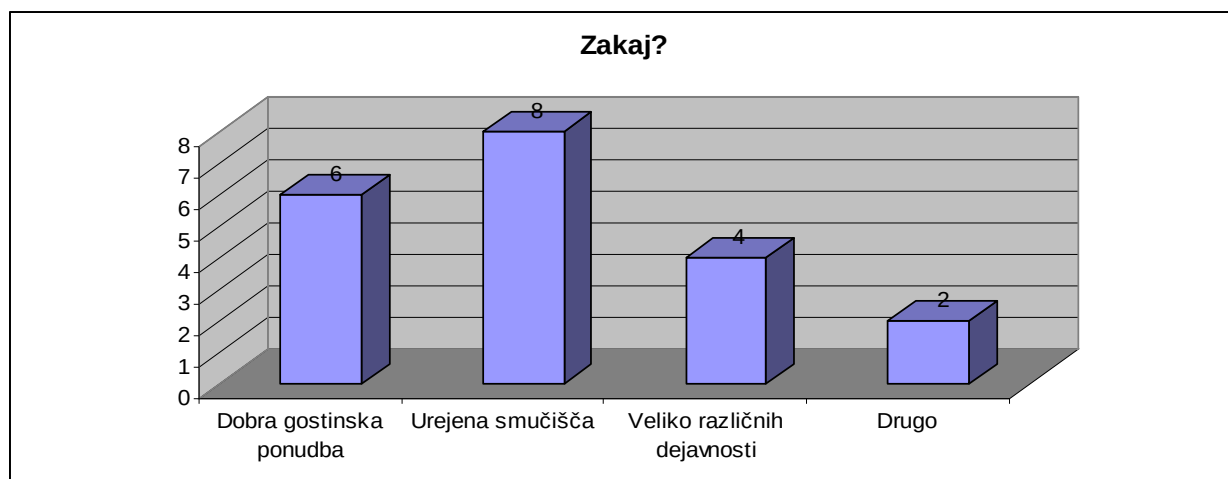
**Komentar:** Po rezultatih sodeč, so storitve Unior turizma kar pogosto obiskane, saj 6 od 20 anketiranih koristijo storitve Unior turizma 1-krat na mesec, 5 jih koristi 2-krat mesečno in vsak teden koristijo storitve 3 anketirani. 2 od anketiranih koristita storitve le 1-krat letno in 4 2-krat letno.

## UNIOR TURIZEM



**Graf 6:** Struktura anketiranih, ki so s ponudbo Unior turizma zadovoljni.

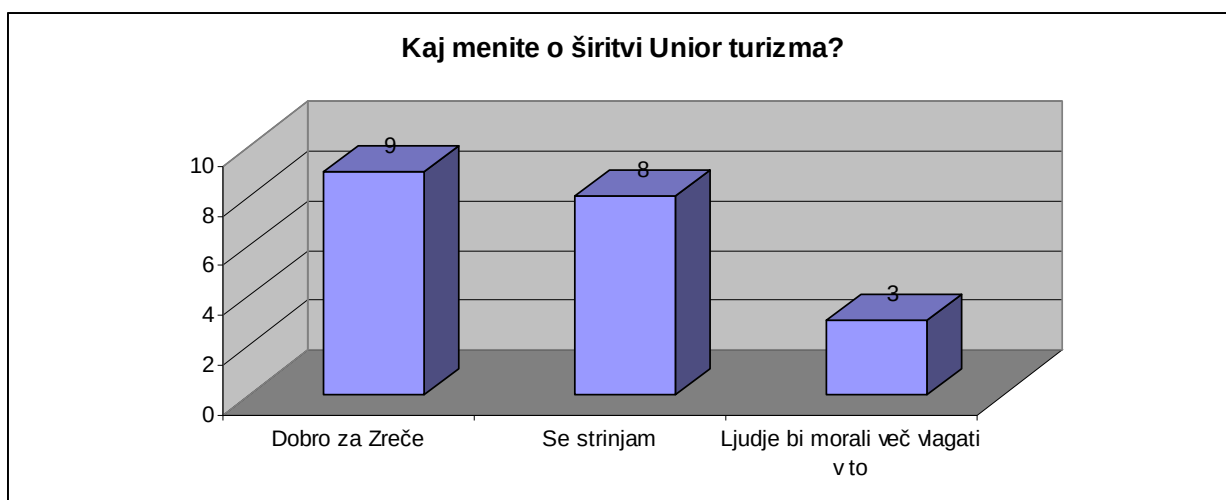
**Komentar:** Da ima Unior turizem izredno dobre in kvalitetne storitve, dokazuje tudi rezultat ankete, saj so vsi anketirani zadovoljni s ponudbami.



**Graf 7:** Struktura anketiranih, zakaj so s ponudbo zadovoljni.

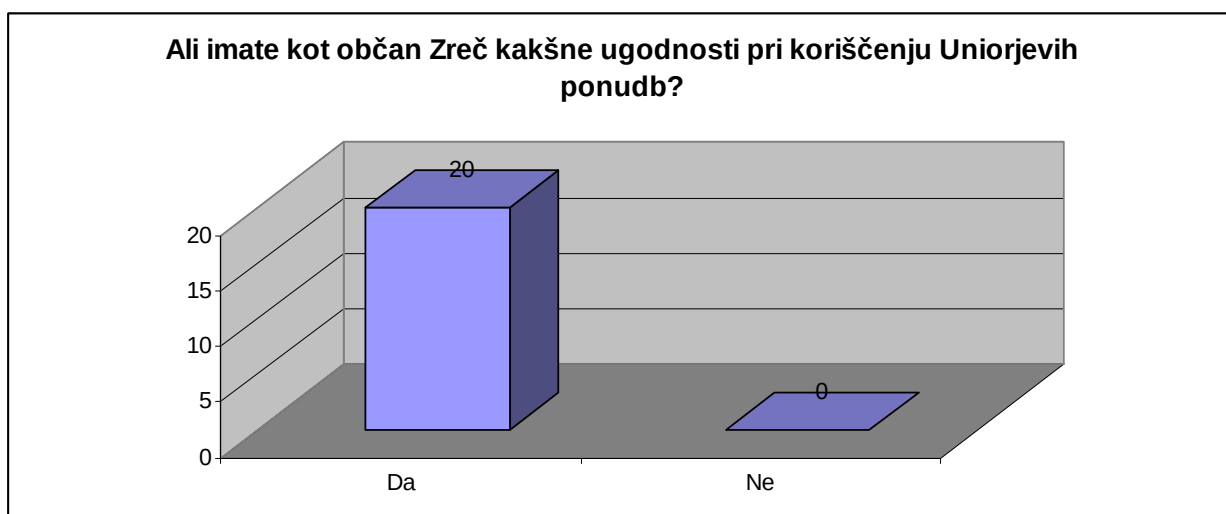
**Komentar:** 8 anketiranih meni, da je ponudba Unior turizma dobra, ker imajo urejena smučišča in 6, ker imajo dobro gostinsko ponudbo. 4 menijo, da je njihova ponudba dobra prav zaradi različnih dejavnosti in 2 anketirana menita, da zaradi drugih dejavnosti.

## UNIOR TURIZEM



**Graf 8:** Struktura anketiranih, kaj menijo o širitvi Unior turizma.

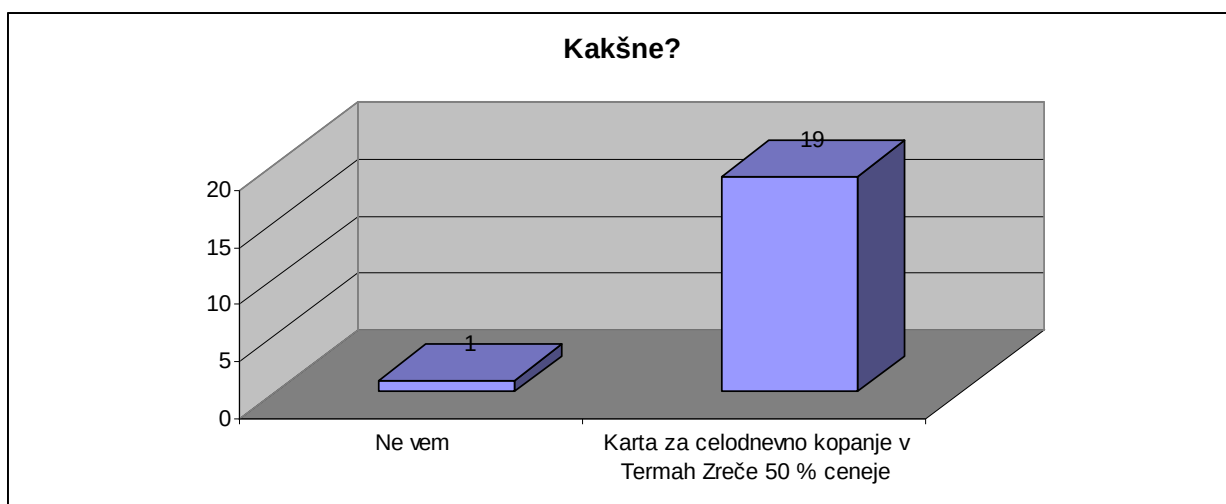
**Komentar:** Skoraj polovica anketiranih meni, da širitev Unior turizma dobro vpliva na Zreče, 8 se jih strinja s širitvijo in 3 so mnenja, da bi ljudje morali več vlagati v širitev.



**Graf 9:** Struktura anketiranih, ki ima pri koriščenju Uniorjevih ponudb določene ugodnosti.

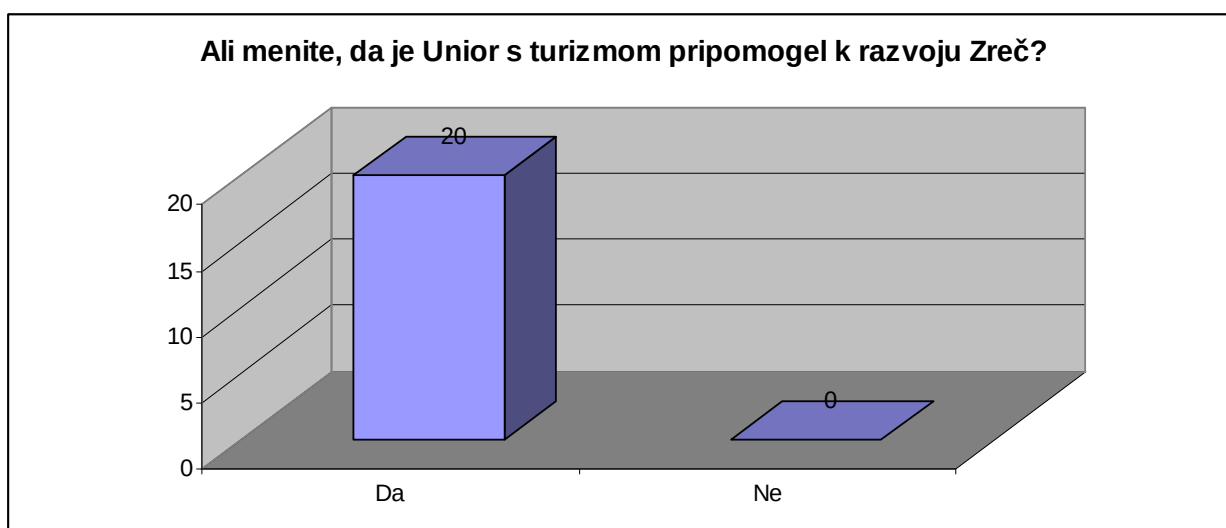
**Komentar:** Vsi anketirani so prebivalci Zreč, zato imajo tudi razne ugodnosti pri koriščenju Uniorjevih ponudb.

## UNIOR TURIZEM



**Graf 10:** Struktura anketiranih, kakšne ugodnosti imajo pri Uniorjevih ponudbah.

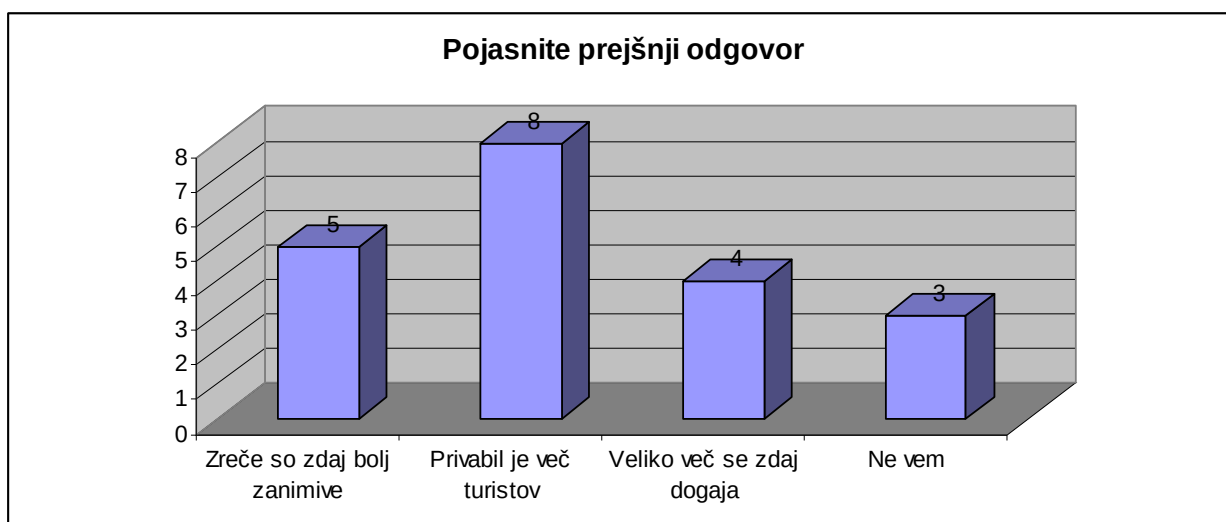
**Komentar:** Le eden ne ve, kakšne ugodnosti ima kot krajan Zreč, vsi ostali pa vedo, da lahko kupijo karto za celodnevno kopanje v Termah Zreč za 50% ceneje kot ostali.



**Graf 11:** Struktura anketiranih, ki meni, da je Unior s turizmom pripomogel k razvoju Zreč.

**Komentar:** Vsi anketirani so tudi mnenja, da je Unior z razvojem turizma pripomogel k razvoju njihovega kraja, Zreč.

## UNIOR TURIZEM



**Graf 12:** Struktura anketiranih, zakaj menijo, da je Unior s turizmom pripomogel k razvoju Zreč.

**Komentar:** Skoraj polovica anketiranih meni, da je Unior pripomogel k razvoju kraja, s tem ko je privabil več turistov. Četrtnina jih meni, da so zreče sedaj bolj zanimive in 4 menijo, da se sedaj veliko več dogaja v kraju. 3 pa svojega odgovora niso mogli utemeljiti.

### 9.1 Povzetek rezultatov ankete

Občani Zreč dobro poznajo podjetje Unior in s tem tudi Unior turizem. Dokaj dobro so seznanjeni s njihovimi ponudbami, katere pogosto koristijo in imajo pri tem določene ugodnosti kot občani tega kraja. Menijo, da so njihove storitve kakovostne in zadovoljive. Občani Zreč so ponosni z delom Unior turizma, se strinjajo, da je pripomogel razvoju kraja in spodbujajo še nadaljnjo širitev turizma v njihovem kraju.



### **10 POVZETEK**

Podjetje Unior se je vključil v turizem zaradi potrebe po večjem dobičku. Ustanovili so terme Zreče, kamor so vključili tudi klimatsko zdravilišče Rogla in pred kratkim tudi smučarski center Krvavec.

Promovirajo tako na domačem kot tudi na tujem trgu. V te namene porabijo veliko denarnih sredstev, kar se jim kasneje tudi povrne, saj je obisk domačih in tujih turistov zelo velik. Prebivalci občine Zreč lahko koristijo razne ugodnosti (polovična cena karte) ob obisku term Zreč.

Lansko leto so zgradili adrenalinsko letno-zimsko sankališče, ki je prvo tovrstno v Sloveniji in jim povečalo dobiček.

Ob raziskavi Unior turizma sva ugotovili, da imajo zelo raznolike in kakovostne ponudbe, ki so primerne za vse generacije ob vsakem letnem času. To je razvidno iz vsakoletnega povečevanja turistov.

## 11 ZAKLJUČEK

S pomočjo raziskav sva ugotovili, da je:

**Hipoteza 1** potrjena, saj se je z izgradnjo sankališča obiska na Rogli povečal.

**Hipoteza 2** zavrnjena, saj so občani Zreč obiska turistov zelo veseli in menijo, da so Zreče »oživele«.

**Hipoteza 3** zavrnjena, ker se je podjetje razširilo tudi v tujino, saj tudi tam zelo dobro oglašujejo.

**Hipoteza 4** potrjena, kajti cilj vsakega podjetja je dobiček, prav tako Uniorja.

Unior je zelo uspešno podjetje, z njihovim poslovanjem so zadovoljni zaposleni, občani Zreč in tudi drugi obiskovalci. Zreče so prijazno mesto, saj vsakega obiskovalca z veseljem sprejmejo.

## UNIOR TURIZEM

Njihove ponudbe so obširne, kakovostne in primerne za vsakega. Ponujajo različne aktivnosti, kot so smučanje, sankanje, kopanje... razvajali vas bodo z raznovrstnimi masažami, savnami, ... zdravili pa v specializiranih ambulantah z vrhunskimi terapijam.

Prepričani sva, da boste po obisku katerekoli storitve odšli zadovoljni in nasmejeni.

## 12 VIRI

- **Internet:**
- <http://www.unior.si/eng/turizem/termerogla/default.htm>
- <http://turizem.unior.si/>
- [www.rtc-krvavec.si/](http://www.rtc-krvavec.si/)
- [www.orientacijski-klub-ng.si/krvavec.htm](http://www.orientacijski-klub-ng.si/krvavec.htm)
- [www.slovenija-turizem.com/](http://www.slovenija-turizem.com/)

## 13 PRILOGE

### 13.1 Anketni vprašalnik

Srednja šola Slov. Bistrica

Slomškova 21

## UNIOR TURIZEM

2310 Slov. Bistrica

### ANKETA

Sva dijakinji Srednje šole Slov. Bistrica in za raziskovalno nalogo sva si izbrali temo Unior turizem. Prosiva vas, če lahko odgovorite na vprašanja in nama tako pomagate pri izdelavi raziskovalne naloge. Za odgovore se vam že vnaprej zahvaljujema.

**SPOL:**        M            Ž

**STAROST:**

15 – 20

21 – 30

31 – 40

41 – 50

Več

**1. Ali ste seznanjeni s ponudbo Unior turizma?**

- a. DA
- b. NE

**2. Kaj obsega?**

---

**3. Ali koristite te storitve?**

- a. DA
- b. NE

**4. Katere?**

## UNIOR TURIZEM

- a. Terme Zreče
- b. Klimatsko zdravilišče Rogla
- c. RTC Krvavec

### 5. Kako pogosto?

- a. 1 krat na leto
- b. 2 krat na leto
- c. 1 krat na mesec
- d. 2 krat na mesec
- e. Vsak teden
- f. Drugo\_\_\_\_\_

### 6. Ali ste zadovoljni s ponudbo?

- a. Da
- b. Ne

### 7. Zakaj?

---

### 8. Kaj menite o širitvi Unior turizma?

---

---

### 9. Ali imate kot občan Zreč kakšne ugodnosti pri koriščenju Uniorjevih ponudb?

- a. Da

UNIOR TURIZEM

b. Ne

**10. Kakšne?**

---

**11. Ali mislite, da je Unior s turizmom pripomogel k razvoju Zreč? Pojasnite odgovor.**

a. Da

---

---

b. Ne

---

---