



Srednja ekonomska-poslovna šola Koper
Martinčev trg 3
6000 Koper - Slovenija

Turistični proizvod v sklopu 23. Mednarodnega festivala Več znanja za več turizma

Tema: AquaVibe - prepustimo se toku

NASLOV TEKMOVALNE SKUPINE

SALINEA -“ Morska sol za zdrav dih”



Avtorji:

Kaja Ventin

Tayra Madžarević

Taja Morel

Anesa Veladžić

Nara Žveplan

Lea Topić

Mentorica:

Prof. mag. Veronika Grmek Vilhar

Koper, 11. 1. 2026

OSNOVNI PODATKI TEKMOVALNE SKUPINE:

Naziv zavoda: Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper

Naslov: Martinčev Trg 3, 6000 Koper

Kontakt

- Telefon: 05 663 75 00
- E-naslov: info@seps.si
- Spletna stran: www.seps.si

Naslov naloge tekmovalne skupine: Salinea – »Morska sol za zdrav dih«.

Člani tekmovalne skupine in avtorji naloge:

Ime in priimek	Kontakt
Kaja Ventin	kaja.ventin@gmail.com
Tayra Madzarović	tayramadzarovic3@gmail.com
Taja Morel	taja.morel@gmail.com
Anesa Veladžić	anesaveladzic.69@gmail.com
Lea Topić	lea.topic003@gmail.com
Nara Žveplan	zveplannara@gmail.com

Mentor:

Ime in priimek	Kontakt
Veronika Grmek Vilhar	veronikagrmek@gmail.com

Vsebina

1 UVOD.....	1
2 VIZIJA IN KONCEPT PRODUKTA	1
3 OPIS IZDELKA – SOLNE KAPSULE ZA INHALACIJO	2
3.1 Kaj so solne kapsule za inhalacijo	2
3.2 Uporaba Sečoveljske soli	2
3.3 Oblike uporabe in namen izdelka.....	3
3.4 Dodana vrednost izdelka.....	3
4 CILJNE SKUPINE IN TRŽNA ANALIZA.....	3
4.1 Ciljne skupine	3
4.2 Tržna analiza in trendi.....	4
4.3 Persona.....	4
4.4 Swot analiza	5
4.4 Distribucijski kanali	5
4.5 Promocija izdelka Salinea	6
5 FINANČNI NAČRT	6
5.1 Finančna kalkulacija	7
5.2 Cenovna politika	7
5.3 Prihodki in dobičkonosnost.....	7
6 OKOLJSKI IN TRAJNOSTNI VIDIK	8
7 POMEN PROJEKTA ZA LOKALNO SKUPNOST IN TURIZEM	8
8 VIRI IN LITERATURA.....	9
PRILOGA 1: Anketa in grafični prikaz rezultatov – Salinea	10
PRILOGA 2: Promocija izdelka Salinea.....	15
PRILOGA 3: Finančni načrt – SALINEA	20
PRILOGA 4: Načrt predstavitve na turistični tržnici.....	22
PRILOGA 5: Povzetek naloge v slovenskem in angleškem jeziku s ključnimi besedami.....	23
PRILOGA 6: Izjava s seznamom dijakov	25
PRILOGA 7: Seznam sodelujočih dijakov, 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma	33
 Tabela 1: Predvideni začetni stroški, vir: lastni izračun.	20
Tabela 2: Zaloge materiala, vir: lastni izračun	20
Tabela 3: Promocija in spletna prisotnost, vir: lastni izračun.....	20
Tabela 4: Obratovalni stroški, vir: lastni izračun.....	20
Tabela 5: Promocija in administracija, vir: lastni izračun	20
Tabela 6: Predvideni prihodki, vir: lastni izračun	21
Tabela 7: Projekcija mesečnega dobička, vir: lastni izračun	21

Tabela 8: Letna projekcija, vir: lastni izračun	21
Tabela 9: Povrnitev začetne investicije, vir: lastni izračun	21

Graf 1: Koliko ste stari?	10
Graf 2: Ali imate vi ali vaši družinski člani težave z dihal?	10
Graf 3: Ali že uporabljate izdelke za podporo dihal?	11
Graf 4: Kako pomemben vam je naravni izvor izdelka?	11
Graf 5: Ste že slišali za solne inhalacije ali talasoterapijo?	12
Graf 6: Kako privlačna se vam zdi ideja za solnih kapsul?	12
Graf 7: Ali bi bili pripravljeni kupiti ta izdelek?	13
Graf 8: Kje bi tak izdelek najraje kupili?	13
Graf 9: Kako pomemben vam je lokalni izvor (Sečoveljske soline)?	14
Graf 10: Kako verjetno bi izdelek priporočil drugim?	14

Slika 1: kapsula Salinea, vir: lastni vir, Canva	2
Slika 2: logotip, vir: lastni, Canva	15
Slika 3: izgled spletne strani Salinea, vir: lastni vir, Canva	16
Slika 4: Izgled Instagram Salinea, vir: lastni, Canva	17
Slika 5: Tik tok profil Salinea, vir: lastni, Canva	18
Slika 6: Facebook stran Salinea, vir: lastni, Canva	19
Slika 7: Vizualna podoba izdelka, vir: lastni, Canva	19
Slika 8: Izgled stojnice na tekmovanju, vir: lastni izris	22
Slika 9: Izris stojnice za tekmovanju, vir: lastni izris	22

POVZETEK

Smo skupina dijakinj 4. letnika programa Ekonomski tehnik. V okviru tekmovanja in festivala Več znanja za več turizma smo razvile sodoben turistično-zdravstveni produkt Salinea, inovativen pristop, s katerim želimo morsko sol uporabiti na nov način: kot sterilno pripravljeno sol za inhalacijo v kapsulah. Na trgu sicer že obstajajo rešitve v obliki morskega pršila za nos, vendar želimo z izdelkom Salinea razširiti doživetje talasoterapije v praktično, varno in prenosno obliko za domačo uporabo ter za wellness in turistično ponudbo.

Dihalne težave so v porastu zaradi onesnaženega zraka, alergenov, pogostih okužb dihal, vremenskih nihanj ter stresnega urbanega življenjskega sloga. Zato uporabniki vedno pogosteje iščejo naravne, neinvazivne in preventivne rešitve, ki podpirajo kakovost dihanja in počutja. Solne inhalacije so uveljavljena metoda tudi v talasoterapiji, saj pomagajo čistiti dihalne poti in podpirajo dihalni sistem. Ključna konkurenčna prednost projekta je lokalna vrednostna veriga in visoka stopnja zaupanja: sol izhaja iz obalnega okolja, strokovni partner Obalne lekarne Koper nam zagotavlja, da bo izdelek pripravljen varno in sterilno, kar je pri inhalacijskih izdelkih bistven pogoj. Projekt dodatno krepi identiteto destinacije s povezavo s Sečoveljskimi solinami, ki so podprle našo zgodbo, nam priskrbele sol. Prostor snemanja video spota je bil v Strunjanskih solinah. S tem produkt dobi avtentičen izvor, dediščino in doživljajski kontekst.

Salinea združuje tradicijo solinarstva, sodobno inovacijo mladih, zdravje in doživljajski turizem. Izdelek je zasnovan kot zdravstveni turistični spominek z dodano vrednostjo: obiskovalec lahko "košček morja" varno odnese domov in z uporabo podaljša izkušnjo obale tudi po koncu potovanja. Z uporabo lokalnih surovin, kratkih dobavnih verig in okolju prijaznejše embalaže projekt podpira trajnostni razvoj in celoletno turistično ponudbo.

Ključne besede: morska sol, inhalacija, dihalno zdravje, talasoterapija, Sečoveljske soline, Strunjanske soline, soline, inovacija, trajnostni turizem, doživetje destinacije

ABSTRACT

We are a group of fourth-year students enrolled in the Economic Technician programme. As part of the competition and festival More Knowledge for More Tourism, we developed Salinea, a contemporary tourism-and-health-oriented product representing an innovative approach to the use of sea salt, as sterile, inhalation-grade salt prepared in capsule form. While the market already offers solutions such as sea water nasal sprays, Salinea aims to expand the experience of thalassotherapy into a practical, safe, and portable format suitable for home use as well as for wellness and tourism-related services.

Respiratory issues are on the rise due to air pollution, allergens, frequent respiratory infections, weather fluctuations, and stressful urban lifestyles. Consequently, users increasingly seek natural, non-invasive, and preventive solutions that support breathing quality and overall well-being. Salt inhalation is a well-established method within thalassotherapy, as it helps cleanse the airways and supports the respiratory system. The key competitive advantage of the project lies in its local value chain and a high level of trust. The salt originates from the coastal environment, while our professional partner, Coastal Pharmacy Koper, ensures that the product is prepared in a safe and sterile manner, which is a crucial requirement for inhalation products. The project further strengthens the destination's identity through collaboration with the Sečovlje Salina Nature Park, which supported our story and supplied the salt. The video was filmed at the Strunjan Salt Pans, giving the product an authentic origin, a strong connection to cultural heritage, and a rich experiential context.

Salinea combines the tradition of salt-making, contemporary youth innovation, health, and experiential tourism. The product is designed as a health-oriented tourism souvenir with added value: visitors can safely take a "piece of the sea" home, thereby extending the coastal experience beyond the end of their journey. By using local resources, short supply chains, and more environmentally friendly packaging, the project supports sustainable development and contributes to a year-round tourism offer.

Key words: sea salt, inhalation, respiratory health, thalassotherapy, Sečovlje Salina Nature Park, Strunjan Salina Nature Park, salt pans, innovation, sustainable tourism, destination experience

1 UVOD

V zadnjih letih opazamo, da so težave z dihalni vse pogostejše, tako pri otrocih kot pri odraslih. Onesnažen zrak, promet, industrija, alergeni in vse pogostejše vremenske spremembe pomembno vplivajo na kakovost dihanja in splošno počutje ljudi. Zaradi tega se vedno več posameznikov sooča z dolgotrajnimi dihalnimi težavami ter išče načine, kako bi jih lajšali na bolj naraven in preventiven način, ne da bi se takoj zatekali k zdravlilu.

Solne inhalacije so ena izmed naravnih metod, ki se že dolgo uporabljajo predvsem v obmorskih krajih in v okviru talasoterapije. Vdihavanje drobnih delcev soli pomaga čistiti dihalne poti, zmanjšuje draženje sluznice in prispeva k boljšemu delovanju dihalnega sistema. Kljub temu so takšne oblike terapije večinoma vezane na zdravilišča, wellness centre ali obisk obale, zato niso vedno dostopne vsem.

Prav ta omejena dostopnost nas je spodbudila k razmišljanju o tem, kako bi lahko pozitivne učinke solnih inhalacij približale širšemu krogu ljudi. Tako se je razvila ideja o solnih kapsulah za inhalacijo, ki omogočajo enostavno in varno uporabo tudi doma ali kot del turistične ponudbe. Pri raziskovanju trga smo ugotovile, da sicer obstajajo morski pršili za nos, vendar izdelka v obliki sterilno pripravljene soli za inhalacijo še ni, kar predstavlja jasno priložnost za razvoj novega produkta.

Posebno vrednost našemu izdelku daje uporaba morske soli iz Sečoveljskih solin, ki so del zaščitene krajskega parka in pomemben del naravne in kulturne dediščine slovenske Istre. Sol je pridelana na tradicionalen način, nato pa strokovno obdelana in sterilizirana v Obalnih lekarnah Koper, kar zagotavlja varno uporabo in kakovost izdelka. S tem smo povezale lokalno okolje, strokovno znanje in sodobne potrebe ljudi po naravnih rešitvah za zdravje.

Namen naloge je predstaviti razvoj solnih kapsul za inhalacijo kot turistično-zdravstveni preventivni izdelek, hkrati pa analizirati trg, finančno izvedljivost, okoljski vpliv ter pomen projekta za lokalno skupnost in turizem. Z izbrano idejo želimo pokazati, da lahko tudi mladi s premišljenim in ustvarjalnim pristopom razvijemo izdelek, ki združuje zdravje, naravo in doživetje ter prispeva k večji dodani vrednosti turistične ponudbe.

2 VIZIJA IN KONCEPT PRODUKTA

Vizija našega projekta je razviti prepoznaven, naraven in trajnostno naravnan izdelek, ki prispeva k boljšemu zdravju dihal ter hkrati promovira slovensko obalno območje kot prostor kakovostnih, naravnih in zaupanja vrednih rešitev. Solne kapsule za inhalacijo želimo uveljaviti kot produkt, ki na sodoben način povezuje zdravje, turizem in lokalno tradicijo.

Pri razvoju ideje smo izhajale iz prepričanja, da mora sodoben turistični in zdravstveno-preventivni izdelek izpolnjevati več ključnih pogojev: biti mora dostopen širšemu krogu uporabnikov, enostaven za uporabo, varen in strokovno obdelan, okolju prijazen ter hkrati ekonomsko vzdržen. Le tak izdelek lahko dolgoročno uspe na trgu in pridobi zaupanje uporabnikov.

Solne kapsule za inhalacijo iz morske soli Sečoveljskih solin te pogoje izpolnjujejo. Omogočajo uporabo blagodejnih učinkov morske soli kjerkoli in kadarkoli, ne le v zdraviliščih ali specializiranih centrih. S tem se izdelek približa širšemu krogu uporabnikov, hkrati pa se razširi ciljni trg in poveča prodajni potencial.

Pomemben del našega koncepta predstavlja tudi lokalna zgodba. Soline so simbol tradicije, naravne dediščine in trajnostne rabe prostora. Z dodatno obdelavo in sterilizacijo soli v Obalnih lekarnah Koper pa izdelku dodamo še strokovno in zdravstveno komponento, ki je ključna za občutek varnosti in zaupanja potrošnikov. Na ta način združujemo naravno okolje, lokalno znanje in sodobne zahteve trga.

Vizija projekta je dolgoročna. V prihodnosti želimo razviti tudi različne vrste solnih kapsul, prilagojene posameznim skupinam uporabnikov, na primer otrokom, športnikom ali alergikom. Prav tako vidimo priložnost za sodelovanje z wellness centri, turističnimi ponudniki in lekarnami, s čimer bi Salinea postopoma postala prepoznaven del zdravstveno-turistične ponudbe slovenske obale.

Poslanstvo projekta Salinea je omogočiti ljudem enostaven, varen in naraven dostop do blagodejnih učinkov morske soli ter s tem prispevati k boljšemu zdravju dihal, večjemu zavedanju pomena preventive in promociji lokalne naravne dediščine slovenske obale. Izdelek Salinea ni zdravilo, temveč naravni preventivni izdelek za podporo dihalnemu zdravju, pripravljen v skladu s strokovnimi in varnostnimi standardi.

3 OPIS IZDELKA – SOLNE KAPSULE ZA INHALACIJO

Solne kapsule za inhalacijo so naravni izdelek, namenjen podpori dihalnega sistema. Uporabljajo se v inhalatorjih ali drugih preprostih napravah za vdihavanje, kjer ob stiku z zrakom sproščajo drobne delce soli. Te delce uporabnik vdihne, s čimer sol neposredno deluje na dihalne poti. Na ta način inhalacija omogoča, da sol doseže zgornje in spodnje dihalne poti, kjer pomaga čistiti sluznico, zmanjševati draženje ter prispevati k boljši prehodnosti dihalnih poti. Uporaba kapsul je enostavna, varna in prilagojena tudi tistim, ki nimajo izkušenj z inhalacijskimi terapijami.



Slika 1: kapsula Salinea Vir: lastni vir; Canva

3.1 Kaj so solne kapsule za inhalacijo

Solne kapsule so napolnjene z drobno mletimi kristali morske soli, ki se med uporabo razpršijo v zrak. Ob vdihavanju ti drobni delci soli vstopijo v dihalne poti, kjer začnejo delovati neposredno na sluznico in dihalni sistem. Redna uporaba solnih inhalacij lahko pomaga pri čiščenju dihalnih poti, zmanjševanju draženja sluznice ter olajša dihanje. Poleg tega inhalacije podpirajo naravno delovanje dihalnega sistema in prispevajo k boljšemu splošnemu počutju, zlasti v obdobjih, ko so dihala bolj obremenjena.

Solne inhalacije se pogosto uporabljajo kot podporna metoda pri različnih težavah z dihali in so dobro poznane tudi iz talasoterapije, kjer se izkoriščajo blagodejni učinki morskega okolja. Naš izdelek to izkušnjo prenaša v praktično in prenosno obliko, ki omogoča uporabo kjerkoli in kadarkoli, ne le v zdraviliščih ali ob morju.

3.2 Uporaba Sečoveljske soli

Osnovna surovina naših kapsul je morska sol iz Sečoveljskih solin, ki je pridobljena na tradicionalen način, brez uporabe kemičnih dodatkov. Gre za naravno sol, ki vsebuje številne minerale, kot so magnezij, kalcij in kalij, ter ima že sama po sebi pozitiven vpliv na človeško telo in počutje. Ker je izdelek

namenjen inhalaciji, smo posebno pozornost namenile vprašanju varnosti. Zato se sol pred uporabo strokovno obdelava in sterilizira v Obalnih lekarnah Koper, kjer poskrbijo za ustrezne pogoje priprave. Na ta način se zagotovi mikrobiološka neoporečnost, primerna granulacija soli ter varna uporaba za različne starostne skupine uporabnikov. S takšnim postopkom povezujemo naravno surovino lokalnega okolja in strokovno farmacevtsko obdelavo, kar predstavlja eno izmed ključnih konkurenčnih prednosti našega izdelka. Uporabnikom namreč ne ponujamo zgolj naravnega produkta, temveč tudi občutek varnosti in zaupanja, ki je pri zdravstveno-preventivnih izdelkih izjemnega pomena.

3.3 Oblike uporabe in namen izdelka

Solne kapsule za inhalacijo so zasnovane tako, da jih je mogoče uporabljati v različnih okoljih. Primerne so za domačo uporabo, hkrati pa tudi za turistične nastanitve, kot so hoteli in apartmaji, wellness in spa centre ter zdravilišča. Zaradi svoje preproste uporabe in naravne sestave se zelo dobro vključujejo tudi v sezonsko turistično ponudbo ob morju, kjer lahko dopolnjujejo obstoječe doživljajske in zdravstveno-usmerjene programe.

Izdelek se lahko uporablja preventivno, kot podpora pri lajšanju dihalnih težav ali preprosto za sprostitev in izboljšanje splošnega počutja. Zaradi nežnega in naravnega delovanja je primeren za redno uporabo ter za uporabnike z različnimi potrebami.

Solne kapsule so namenjene širokemu krogu uporabnikov, saj ne zahtevajo posebnega predznanja ali zapletene uporabe. Prav ta enostavnost omogoča lažjo prodajo, večjo dostopnost izdelka in širšo distribucijo, tako v turističnem kot tudi v zdravstveno-preventivnem okolju.

3.4 Dodana vrednost izdelka

Dodana vrednost solnih kapsul temelji na premišljeni povezavi lokalnega izvora, trajnostnega pristopa in strokovne obdelave. Uporaba morske soli iz Sečoveljskih solin izdelku daje jasno identiteto in avtentično zgodbo, strokovna sterilizacija pa zagotavlja varnost in zaupanje uporabnikov.

Solne kapsule hkrati povezujejo zdravje in turizem, saj niso le zdravstveno-preventivni izdelek, temveč tudi del doživljajske in wellness ponudbe. Ker je izdelek primeren za uporabo skozi vse leto in ni vezan na določeno sezono ali lokacijo, ima potencial za stalno prodajo in dolgoročno prisotnost na trgu.

4 CILJNE SKUPINE IN TRŽNA ANALIZA

Pri razvoju izdelka solne kapsule za inhalacijo smo izhajale iz dejstva, da so težave z dihalni vse pogostejše, hkrati pa narašča zanimanje za naravne, neinvazivne in preventivne rešitve. Izdelek je zato namenjen jasno opredeljenim ciljnim skupinam, ki dajejo poudarek zdravju, kakovosti in lokalnemu izvoru.

4.1 Ciljne skupine

Odrasli z dihalnimi težavami - v to skupino sodijo posamezniki z alergijami, astmo, pogostimi vnetji dihal ali občutljivostjo na onesnažen zrak. Solne kapsule jim omogočajo redno uporabo v domačem okolju, brez obiska zdravilišč ali posebnih ustanov.

Družine z otroki - otroci so še posebej občutljivi na alergene in onesnaženje. Solne inhalacije se pogosto uporabljajo kot podporna metoda pri lažjih dihalnih težavah, kapsule pa omogočajo enostavno in kratkotrajno uporabo.

Starejša populacija (50+) - starejši pogosto iščejo naravne izdelke, ki prispevajo k boljšemu počutju in kakovosti življenja. Solne kapsule so zanje dostopna in varna rešitev za redno uporabo.

Turisti in wellness gostje - gostje, usmerjeni v zdravje in dobro počutje, pogosto iščejo izdelke, ki jih lahko odnesejo domov kot podaljšek izkušnje. Solne kapsule predstavljajo praktičen turistični spominček z dodano vrednostjo.

Wellness centri, hoteli in zdravilišča - izdelek je primeren tudi za poslovne uporabnike (B2B), saj ga lahko vključijo v inhalacijske programe ali ponudijo v svojih prodajnih kotičkih.

4.2 Tržna analiza in trendi

Za preverjanje zanimanja za izdelek smo izvedle anketno raziskavo (Priloga 1), v kateri je sodelovalo 45 anketirancev, starih med 18 in 70 let. Z anketo smo želele ugotoviti, ali posamezniki že uporabljajo izdelke za podporo dihalnemu sistemu, kako pomembne so jim naravne rešitve ter ali bi bili pripravljeni kupiti solne kapsule za inhalacijo kot nov izdelek na trgu.

Vprašanja so bila usmerjena predvsem v:

- uporabo naravnih izdelkov za dihalo,
- pogostost dihalnih težav,
- zanimanje za preventivne rešitve,
- pripravljenost na nakup novega izdelka.

Rezultati ankete so pokazali zelo pozitiven odziv trga. Kar 95 % anketiranih je izdelek ocenilo kot zanimiv in je izrazilo pripravljenost za nakup, medtem ko se 5 % vprašanih ni opredelilo. Negativnih odgovorov ni bilo, kar jasno kaže na prepoznano potrebo in zanimanje za tovrstne izdelke.

Anketiranci so kot glavne razloge za zanimanje navedli:

- naravno sestavo izdelka,
- možnost uporabe doma,
- povezavo z zdravjem in preventivo,
- lokalni izvor in zaupanje v kakovost.

Rezultati raziskave potrjujejo, da ima izdelek jasen tržni potencial ter da izbrana ideja ustreza potrebam sodobnih uporabnikov. Anketa je dodatno podprla našo odločitev za razvoj solnih kapsul za inhalacijo in potrdila primernost izdelka za širši trg. Izdelek se jasno pozicionira: Salinea ni zgolj izdelek, temveč doživetje zdravja, ki se začne ob morju in nadaljuje doma.

4.3 Persona

Persona 1: Zdravju usmerjena odrasla oseba

Ime: Ana

Starost: 42 let

Status: zaposlena, mati enega otroka

Življenjski slog: aktiven, a stresen; veliko časa preživi v zaprtih prostorih

Težave: sezonske alergije, občutljivost na onesnažen zrak, pogosti prehladi

Vrednote: zdravje, naravni izdelki, zanesljivost, lokalni izvor

Potrebe in motivi: Ana išče naravne načine za lajšanje dihalnih težav, ki jih lahko uporablja doma, brez zapletene uporabe in brez takojšnjega poseganja po zdravilih. Pomembno ji je, da izdelek ni agresiven, da mu lahko zaupa ter da je strokovno preverjen.

Zakaj izbere Salinea: Solne kapsule ji omogočajo redno inhalacijo doma, izdelek je naraven, lokalnega izvora in strokovno steriliziran. Všeč ji je tudi zgodba Sečoveljskih solin, saj izdelek ne deluje kot masovni, temveč kot premišljena rešitev za zdravje.

Persona 2: Zdravju usmerjen turist / wellness gost

Ime: Marko

Starost: 55 let

Status: aktivni upokojenec

Način potovanja: wellness oddihi, zdravilišča, obmorske destinacije

Vrednote: kakovost življenja, preventiva, izkušnje, lokalne zgodbe

Potrebe in motivi: Marko na potovanjih išče več kot le sprostitvev – zanima ga zdravje in dobro počutje.

Rad kupi izdelke, ki jih lahko odnese domov in z njimi podaljša učinek wellness izkušnje.

Zakaj izbere Salinea: Solne kapsule zanj predstavljajo praktičen spominek z dodano vrednostjo. Izdelek je povezan z morjem, zdravjem in lokalno dediščino, kar mu daje občutek avtentičnosti in kakovosti.

4.4 Swot analiza

SWOT analiza je uporabljena kot orodje za celovit pregled notranjih in zunanjih dejavnikov, ki vplivajo na razvoj projekta Salinea. Omogoča oceno prednosti in slabosti izdelka ter prepoznavanje priložnosti in nevarnosti na trgu, kar je pomembno za nadaljnje strateško odločitve.

Prednosti (Strengths)

- uporaba lokalne morske soli iz Sečoveljskih solin, ki daje izdelku avtentičnost in prepoznavno zgodbo,
- naraven in neinvaziven izdelek, namenjen podpori dihalnemu zdravju,
- strokovna sterilizacija v Obalnih lekarnah Koper, ki zagotavlja varnost in zaupanje uporabnikov,
- enostavna uporaba in prenosnost izdelka,
- možnost uporabe skozi vse leto,
- razmeroma nizki proizvodni stroški in dobra marža.

Slabosti (Weaknesses)

- nov izdelek brez prepoznavne blagovne znamke na trgu,
- začetna omejena proizvodna kapaciteta,
- potreba po dodatnem ozaveščanju potrošnikov o pravilni uporabi izdelka,
- odvisnost od sodelovanja z zunanjimi partnerji (lekarna, soline).

Priložnosti (Opportunities)

- naraščajoče povpraševanje po naravnih in preventivnih zdravstvenih izdelkih,
- rast zdravstvenega in wellness turizma,
- možnost širitve prodaje na lekarne, wellness centre in turistične nastanitve,
- razvoj novih linij izdelkov (otroci, alergiki, športniki),
- vključevanje izdelka v doživljajsko in celoletno turistično ponudbo,
- možnost izvoza ali sodelovanja s tujimi turističnimi destinacijami.

Nevarnosti (Threats)

- pojav konkurenčnih izdelkov ali nadomestkov (npr. inhalatorji, pršila),
- morebitne spremembe zakonodaje na področju zdravstvenih ali farmacevtskih izdelkov,
- cenovni pritiski konkurence,
- spremembe v potrošniških navadah ali zmanjšano povpraševanje,
- odvisnost od stabilnosti turističnega trga.

4.4 Distribucijski kanali

Distribucija izdelka Salinea bo potekala predvsem preko lekarn, zlasti na obalnem območju, wellness in spa centrov ter hotelskih prodajaln, medtem ko bo spletna prodaja uporabljena kot podporni kanal za večjo dostopnost in prepoznavnost izdelka.

4.5 Promocija izdelka Salinea

Promocija izdelka Salinea bo temeljila na zgodbi, izkušnji in zaupanju. Cilj promocije ni zgolj predstavitev izdelka, temveč tudi ozaveščanje o pomenu dihalnega zdravja ter povezovanje naravnih danosti slovenske obale s sodobnimi potrebami uporabnikov. Pomemben promocijski element bo zgodba Sečoveljskih solin, ki poudarja tradicijo, naravno dediščino in trajnostni način pridelave soli. Ta zgodba bo predstavljena predvsem skozi vizualne vsebine, kot so fotografije in kratki video posnetki, ki prikazujejo izvor surovine in povezanost izdelka z morskim okoljem.

V okviru promocije smo pripravile tudi simulacijo spletne strani ter profilov na družbenih omrežjih Instagram, TikTok in Facebook, ki so predstavljeni v Prilogi 2. Namen teh simulacij je prikazati, kako bi bila znamka Salinea vizualno in vsebinsko predstavljena v digitalnem okolju ter kako bi potekala komunikacija z uporabniki.

Promocija bo potekala tudi v wellness in spa centrih, kjer bo izdelek predstavljen kot del zdravstveno-preventivnih programov. Uporabnikom bo omogočeno, da izdelek spoznajo ali preizkusijo v okviru krajših predstavitev ali inhalacij, kar povečuje zaupanje in spodbuja nakupno odločitev.

Pomembno vlogo bodo imela družbena omrežja, kjer bo izdelek predstavljen skozi vsebine, povezane z zdravjem, dihanjem, sprostitvijo in naravo. Objave bodo usmerjene predvsem v ozaveščanje in izobraževanje uporabnikov, ne zgolj v prodajo, s poudarkom na praktičnih nasvetih ter predstavitvi koristi solnih inhalacij.

Dodatno promocijsko priložnost predstavlja sodelovanje s turističnimi ponudniki in hoteli, kjer se lahko Salinea predstavi kot zdravju prijazen turistični spominek z dodano vrednostjo. Takšna oblika promocije omogoča neposreden stik z uporabnikom v okolju, kjer je povezanost z morjem, sprostitvijo in dobrim počutjem že prisotna.

S premišljeno in ciljno usmerjeno promocijo želimo zgraditi prepoznavno, zaupanja vredno in dolgoročno blagovno znamko, ki bo temeljila na kakovosti izdelka, lokalnem izvoru in pozitivni uporabniški izkušnji.

5 FINANČNI NAČRT

Finančni vidik projekta Salinea temelji na realnih stroškovnih ocenah in postopnem razvoju poslovanja. Izdelek ne zahteva obsežnih začetnih investicij, saj temelji na enostavnem proizvodnem procesu, lokalno dostopni surovini in sodelovanju z zunanjimi strokovnimi partnerji. To omogoča nadzorovane stroške in zmanjšuje finančno tveganje v začetni fazi.

Začetna investicija je usmerjena predvsem v vzpostavitev osnovne infrastrukture za pakiranje, nabavo potrebne opreme, začetno zalogo materiala ter promocijo izdelka. Poseben poudarek je namenjen vizualni predstavitvi izdelka, zato je del sredstev namenjen izdelavi osnovne spletne strani in snemanju promocijskega video spota. Takšna struktura začetnih stroškov omogoča hiter vstop na trg brez prevelikega finančnega bremena.

Mesečni stroški poslovanja so razmeroma nizki in predvidljivi. Vključujejo najem manjšega prostora za pakiranje, osnovne obratovalne stroške, promocijo ter administrativne stroške. Spremenljivi stroški so neposredno vezani na obseg proizvodnje in vključujejo surovino, sterilizacijo, embalažo ter logistiko. Zaradi jasne ločitve fiksnih in spremenljivih stroškov je poslovanje pregledno in omogoča enostavno prilagajanje obsega proizvodnje povpraševanju na trgu.

Projekcije prihodkov temeljijo na zmernih prodajnih količinah in kažejo, da lahko projekt že v prvem letu poslovanja doseže pozitiven poslovni rezultat. Ob povečanju prepoznavnosti izdelka in širjenju

prodajnih kanalov se pričakuje postopna rast prodaje in izboljšanje dobičkonosnosti. Poslovni model omogoča tudi sodelovanje z wellness centri, hoteli in lekarnami, kar dodatno povečuje stabilnost prihodkov.

Projekt ima nizko stopnjo tveganja, saj omogoča postopno rast, ne zahteva visokih fiksnih stroškov in se lahko hitro prilagaja razmeram na trgu. Finančni načrt tako potrjuje, da je Salinea ekonomsko vzdržen projekt z realnim potencialom za dolgoročno rast in razvoj.

5.1 Finančna kalkulacija

Finančna kalkulacija projekta Salinea kaže, da gre za ekonomsko izvedljiv in finančno vzdržen poslovni model. Začetna investicija znaša približno 11.000 € in je namenjena vzpostavitvi osnovne infrastrukture, nabavi opreme, začetni zalogi materiala ter promociji izdelka. Mesečni stroški poslovanja so razmeroma nizki in predvidljivi, kar omogoča dober nadzor nad finančnim tveganjem.

Na podlagi predvidene prodaje 500 kapsul na mesec projekt ustvari približno 3.450 € mesečnih prihodkov in 1.350 € mesečnega dobička. Letna projekcija kaže na pozitiven poslovni rezultat in možnost postopne rasti. Zaradi nizkih spremenljivih stroškov, enostavne proizvodnje in možnosti povečanja obsega prodaje se začetna investicija povrne v približno devetih mesecih.

Podrobna finančna struktura, vključno z začetnimi stroški, mesečnimi stroški, prihodki, projekcijo dobička in izračunom povrnitve investicije, je predstavljena v Prilogi 3: Finančni načrt – Salinea.

5.2 Cenovna politika

Cenovna politika izdelka Salinea je oblikovana tako, da omogoča dostopnost končnim uporabnikom, hkrati pa zagotavlja dobičkonosnost in dolgoročno vzdržnost poslovanja. Cena ene kapsule znaša 6,90 €, pri čemer so za kupce na voljo tudi cenovno ugodnejši paketi. Paket petih kapsul je na voljo po ceni 32 €, paket desetih kapsul po ceni 60 €, medtem ko je turistični paket treh kapsul, namenjen predvsem gostom v turističnih nastanitvah, ovrednoten na 18 €.

Za poslovne kupce, kot so hoteli, wellness centri in zdravilišča, so predvideni količinski popusti ter možnost prilagoditve embalaže oziroma prodaje pod lastno blagovno znamko (t. i. white label). Takšen pristop omogoča širšo distribucijo izdelka in stabilnejše dolgoročne prodajne tokove.

5.3 Prihodki in dobičkonosnost

Ob prodaji 500 kapsul na mesec projekt ustvari približno 3.450 € prihodkov. Ob upoštevanju spremenljivih stroškov proizvodnje ter mesečnih fiksnih stroškov poslovanja znaša mesečni dobiček približno 1.350 €, kar že v začetni fazi kaže na pozitivno poslovanje.

Ob povečanju prodaje na 1.000 kapsul mesečno se prihodki in dobiček izrazito povečajo, saj fiksni stroški ostajajo nespremenjeni, kar pomeni, da se dobičkonosnost skoraj podvoji. To potrjuje dober potencial rasti in možnost postopnega širjenja obsega proizvodnje glede na povpraševanje na trgu.

Projekt ima razmeroma nizko poslovno tveganje, saj ne zahteva velikih začetnih investicij, omogoča kombinacijo spletne in fizične prodaje ter dopušča postopno širitev brez večjih finančnih obremenitev. Takšen poslovni model omogoča nadzorovano rast in dolgoročno vzdržno poslovanje.

6 OKOLJSKI IN TRAJNOSTNI VIDIK

Ključni trajnostni element projekta je uporaba lokalne morske soli iz Sečoveljskih solin, ki se pridobiva na tradicionalen način, brez industrijskih postopkov in brez uporabe kemičnih dodatkov. Takšen način pridelave ohranja naravno ravnovesje solin ter prispeva k varovanju biotske raznovrstnosti in kulturne krajine, ki je pomemben del slovenske obalne dediščine.

Pomemben vidik trajnostnega pristopa predstavlja tudi lokalna obdelava surovine. Sterilizacija soli poteka v Obalnih lekarnah Koper, kar pomeni, da se izognemo dolgim transportnim putem in nepotrebnemu prevozu v oddaljene laboratorije ali industrijske obrate. S tem se zmanjšujejo izpusti CO₂ in skupni ogljični odtis izdelka, hkrati pa je zagotovljen nadzorovan in varen postopek obdelave brez okolju škodljivih praks.

Posebna pozornost je namenjena tudi embalaži izdelka, ki je zasnovana z mislijo na zmanjševanje okoljskega vpliva. Predvidena je uporaba recikliranih materialov, možnost večkratne uporabe embalaže ter omejevanje količine plastike na nujni minimum. Na ta način želimo prispevati k zmanjševanju odpadkov in spodbujati odgovorno ravnanje z embalažo.

Izdelek ima tudi posreden pozitiven vpliv na okolje in družbo, saj spodbuja preventivno skrb za zdravje dihal. Dolgoročno to pomeni manjšo uporabo zdravil in manjše obremenitve zdravstvenega sistema, kar prispeva k učinkovitejši rabi virov in trajnostnemu razvoju.

7 POMEN PROJEKTA ZA LOKALNO SKUPNOST IN TURIZEM

Projekt Salinea ima pomembno vlogo pri razvoju lokalnega okolja in turistične ponudbe slovenske obale. Z vključevanjem Sečoveljskih solin in Obalnih lekarn Koper projekt vzpostavlja lokalno vrednostno verigo, ki povezuje naravne vire, strokovno znanje in podjetniško pobudo mladih.

Za lokalno skupnost projekt predstavlja priložnost za večjo prepoznavnost območja kot prostora, ki združuje zdravje, naravo in trajnost. Poudarjanje solinarske dediščine prispeva k njenemu ohranjanju in sodobni interpretaciji, hkrati pa projekt odpira možnosti za dodatne aktivnosti, povezane s pakiranjem, promocijo in prodajo izdelka. S tem spodbuja lokalno gospodarstvo ter krepi sodelovanje med različnimi lokalnimi deležniki.

Z vidika turizma solne kapsule predstavljajo inovativen turistični spominek z dodano vrednostjo, ki presega klasične, zgolj dekorativne izdelke. Gre za uporaben izdelek, povezan z zdravjem in dobrim počutjem, ki turistom omogoča, da del izkušnje slovenske obale odnesejo s seboj domov. Na ta način se turistična izkušnja ne zaključi z odhodom, temveč se nadaljuje tudi po koncu dopusta.

Projekt pomembno prispeva tudi k razvoju celoletnega turizma, saj uporaba solnih kapsul ni vezana na poletno sezono ali vremenske razmere. Takšni izdelki pomagajo zmanjševati sezonska nihanja, povečujejo stabilnost turistične ponudbe in prispevajo k bolj uravnoteženemu razvoju turizma na lokalni ravni.

8 VIRI IN LITERATURA

Pri pripravi naloge smo uporabile naslednje vire, ki so povezani z dihalnimi težavami, uporabo soli pri inhalacijah, talasoterapijo, trajnostnim turizmom in lokalnim okoljem.

Slovenski viri

1. Babajić, A. (2024). *Vključevanje tehnik sproščanja v velnes ponudbo Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč : diplomsko delo visokošolskega strokovnega študija*. Brežice: A. Babajić. Dostopno na: Digitalna knjižnica Univerze v Mariboru (DKUM).
2. Krajinski park Sečoveljske soline. Pridobljeno dne (10. 12. 2025) s spletne strani <https://www.soline.si/si>
3. Krajinski park Strunjan – Soline in naravna dediščina. Pridobljeno dne (10. 12. 2025) s spletne strani <https://www.parkstrunjan.si>
4. Kpss – Krajinski park Sečoveljske soline. Pridobljeno dne (17. 12. 2025) s spletne strani <https://www.kpss.si/>
5. Kovačič, P. (2023). *Postcovidna rehabilitacija in vloga respiratorne fizioterapije v postcovidni rehabilitaciji (Diplomsko delo)*. Univerza v Mariboru. https://d.cobiss.net/repository/si/files/205349379/142675/Kova%C4%8Di%C4%8D_Pija_dd_2023.pdf
6. Krnjaić, K. (2010). *Zdravstveni turizem = Health tourism : diplomsko delo*. Varaždin: K. Krnjaić. Dostopno na: Digitalna knjižnica Univerze v Mariboru (DKUM).
7. Lekarna Koper – Strokovna priprava in obdelava naravnih pripravkov. Pridobljeno dne (10. 12. 2025) s spletne strani <https://www.lekarna-koper.si>
8. Pongračič, D. (2023). *Naravna zdravilišča za zdravo staranje in dolgoživost : magistrsko delo študijskega programa druge bolonjske stopnje Socialna gerontologija*. Maribor: D. Pongračič. Dostopno na: Digitalna knjižnica Univerze v Mariboru (DKUM).
9. Slovenska turistična organizacija (STO) – Trajnostni in zdravstveni turizem. Pridobljeno dne (17. 12. 2025) s spletne strani <https://www.slovenia.info>

Tuji viri

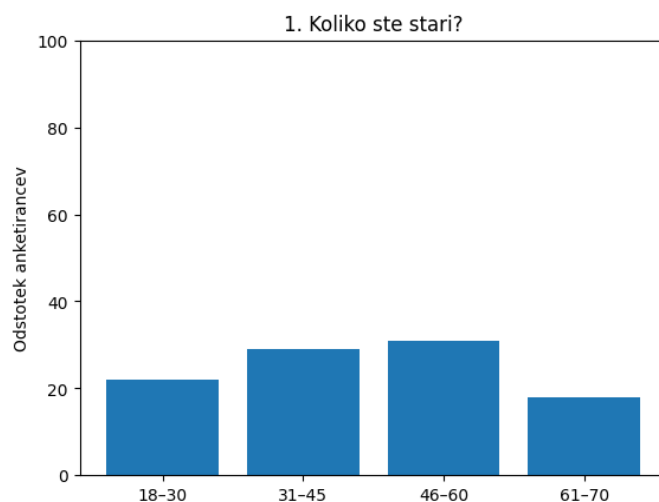
4. World Health Organization (WHO) – *Air pollution and respiratory health*. Pridobljeno dne (20. 12. 2025) s spletne strani <https://www.who.int>
5. European Spas Association (ESPA) – *Thalassotherapy and inhalation therapies*. Pridobljeno dne (10. 12. 2025) s spletne strani <https://www.europeanspas.eu>
6. International Journal of Biometeorology – *Marine climate and respiratory health*. Pridobljeno dne (15. 12. 2025) s spletne strani <https://link.springer.com>

PRILOGA 1: Anketa in grafični prikaz rezultatov – Salinea

Anketa je bila izvedena med 45 osebami, starimi od 18 do 70 let. Namen ankete je bil preveriti zanimanje za solne kapsule za inhalacijo, odnos do naravnih rešitev za dihala ter pripravljenost na nakup izdelka. Anketo smo izdelali na portal <https://1ka.arnes.si/>

1. Koliko ste stari?

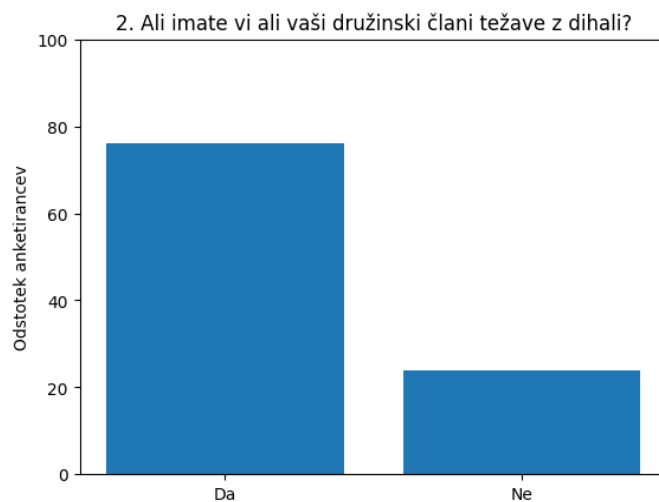
Rezultati (v %): 18–30: 22 %, 31–45: 29 %, 46–60: 31 %, 61–70: 18 %



Graf 1: Koliko ste stari?

2. Ali imate vi ali vaši družinski člani težave z dihal?

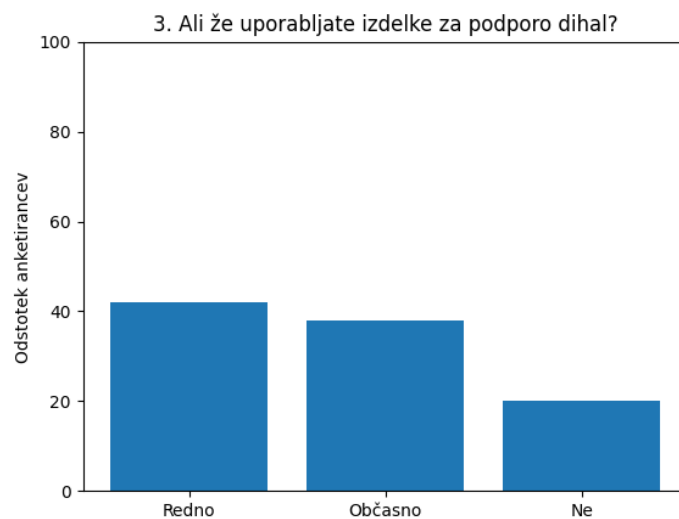
Rezultati (v %): Da: 76 %, Ne: 24 %



Graf 2: Ali imate vi ali vaši družinski člani težave z dihal?

3. Ali že uporabljate izdelke za podporo dihal?

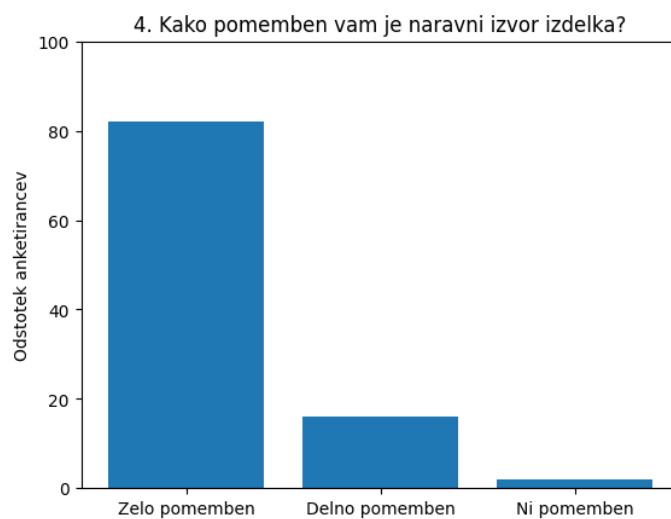
Rezultati (v %): Redno: 42 %, Občasno: 38 %, Ne: 20 %



Graf 3: Ali že uporabljate izdelke za podporo dihal?

4. Kako pomemben vam je naravni izvor izdelka?

Rezultati (v %): Zelo pomemben: 82 %, Delno pomemben: 16 %, Ni pomemben: 2 %



Graf 4: Kako pomemben vam je naravni izvor izdelka?

5. Ste že slišali za solne inhalacije ali talasoterapijo?

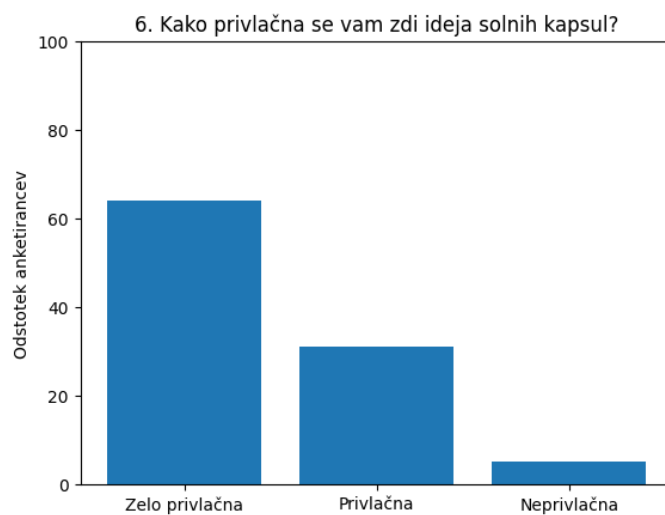
Rezultati (v %): Da: 69 %, Ne: 31 %



Graf 5: Ste že slišali za solne inhalacije ali talasoterapijo?

6. Kako privlačna se vam zdi ideja solnih kapsul?

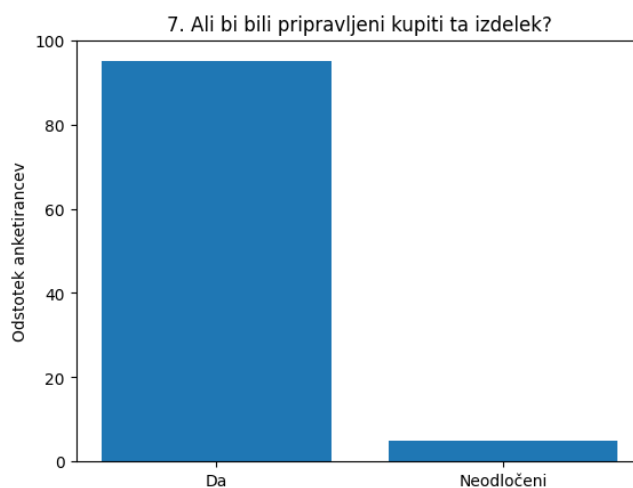
Rezultati (v %): Zelo privlačna: 64 %, Privlačna: 31 %, Neprivlačna: 5 %



Graf 6: Kako privlačna se vam zdi ideja za solnih kapsul?

7. Ali bi bili pripravljeni kupiti ta izdelek?

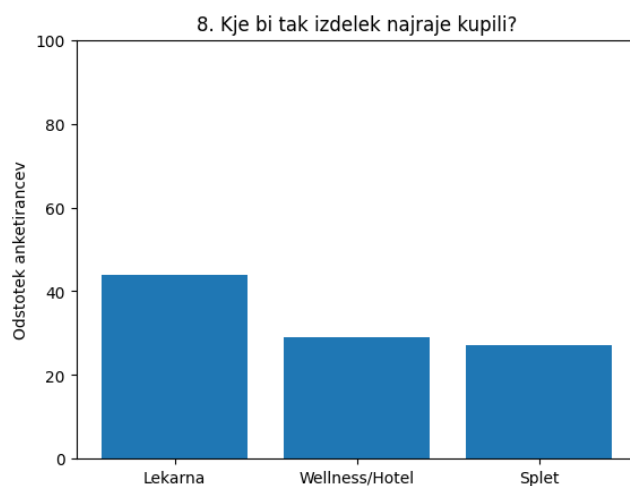
Rezultati (v %): Da: 95 %, Neodločeni: 5 %



Graf 7: Ali bi bili pripravljeni kupiti ta izdelek?

8. Kje bi tak izdelek najraje kupili?

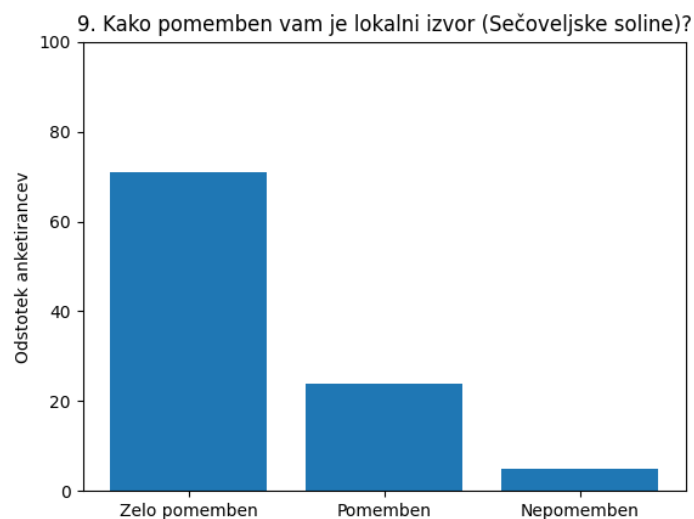
Rezultati (v %): Lekarna: 44 %, Wellness/Hotel: 29 %, Splet: 27 %



Graf 8: Kje bi tak izdelek najraje kupili?

9. Kako pomemben vam je lokalni izvor (Sečoveljske soline)?

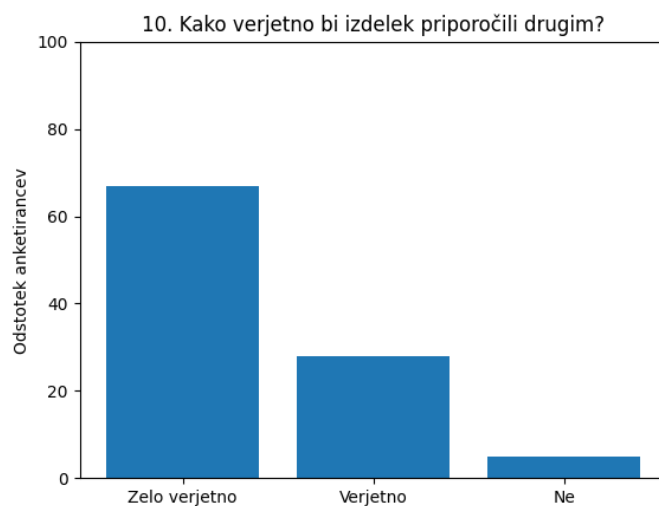
Rezultati (v %): Zelo pomemben: 71 %, Pomemben: 24 %, Nepomemben: 5 %



Graf 9: Kako pomemben vam je lokalni izvor (Sečoveljske soline)?

10. Kako verjetno bi izdelek priporočili drugim?

Rezultati (v %): Zelo verjetno: 67 %, Verjetno: 28 %, Ne: 5 %



Graf 10: Kako verjetno bi izdelek priporočil drugim?

PRILOGA 2: Promocija izdelka Salinea

V tej prilogi je predstavljena **simulacija promocije izdelka Salinea**, ki vključuje vizualno predstavitev izdelka, izvor surovine ter digitalno prisotnost blagovne znamke. Namen priloge je prikazati, kako bi bil izdelek Salinea predstavljen na trgu skozi sodobne promocijske in komunikacijske kanale.

Promocijska zasnova temelji na povezavi **zdravja, narave in morja**, s posebnim poudarkom na izvoru surovine iz **Sečoveljskih solin** ter sodobnem, a umirjenem vizualnem slogu.

1. Logotip blagovne znamke Salinea

Logotip Salinea simbolizira povezanost morja, soli in zdravja. Valoviti grafični element pod napisom ponazarja morsko okolje ter asociira na svežino, čistost in naravne blagodejne učinke morske soli. Logotip je zasnovan minimalistično, kar omogoča njegovo uporabo v digitalnih in tiskanih medijih ter na embalaži izdelka.



Slika 2: logotip Vir: lastni, Canva

2. Simulacija spletne strani Salinea

Spletna stran Salinea je zasnovana kot **osrednji informativni kanal**, namenjen predstavitvi izdelka, njegovega izvora in koristi za uporabnike. Vizualna podoba temelji na svetlih, naravnih barvah ter fotografijah Sečoveljskih solin, morske soli in solnih kapsul za inhalacijo.

Na spletni strani so predstavljeni:

- izdelek in način uporabe,
- zgodba o izvoru soli,
- poudarek na zdravju dihal in preventivi,
- kontaktni podatki in osnovne informacije za kupce ter poslovne partnerje.

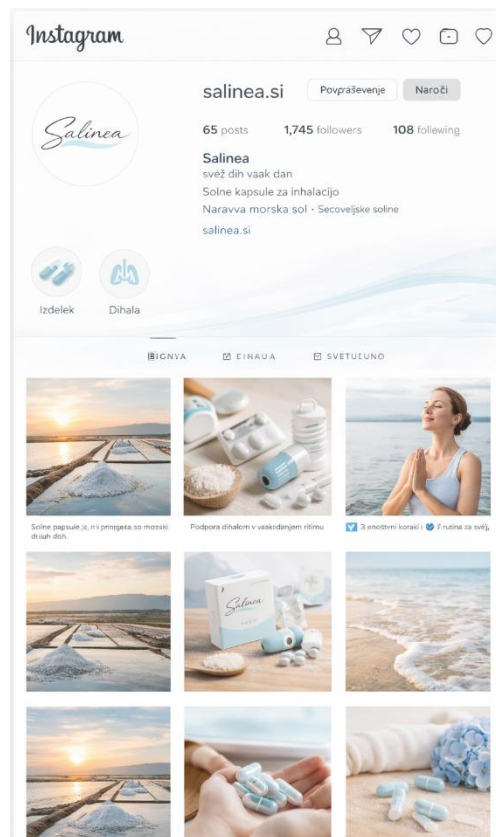


Slika 3: izgled spletne strani Salinea, vir: lastni vir, Canva

3. Simulacija Instagram profila Salinea

Instagram profil Salinea je zasnovan kot estetsko urejen vizualni kanal, ki gradi podobo znamke skozi fotografije narave, morja, Sečoveljskih solin in izdelka. Objave vključujejo pred-

stavitve solnih kapsul, nasvete za dihalno zdravje ter vsebine, povezane s sprostitvijo in zdravim življenjskim slogom. Cilj Instagram profila je gradnja prepoznavnosti blagovne znamke in vzpostavljanje čustvene povezave z uporabniki.



Slika 4: izgled Instagram Salinea, vir: lasni, Canva

4. Simulacija TikTok profila Salinea

TikTok profil Salinea je namenjen dinamični in sodobni predstavitvi izdelka, prilagojeni mlajšim uporabnikom in trendom platforme. Vsebina vključuje kratke video posnetke, ki prikazujejo:

- uporabo solnih kapsul,
- utrinke iz morskega okolja,
- zanimiva dejstva o soli in dihanju.

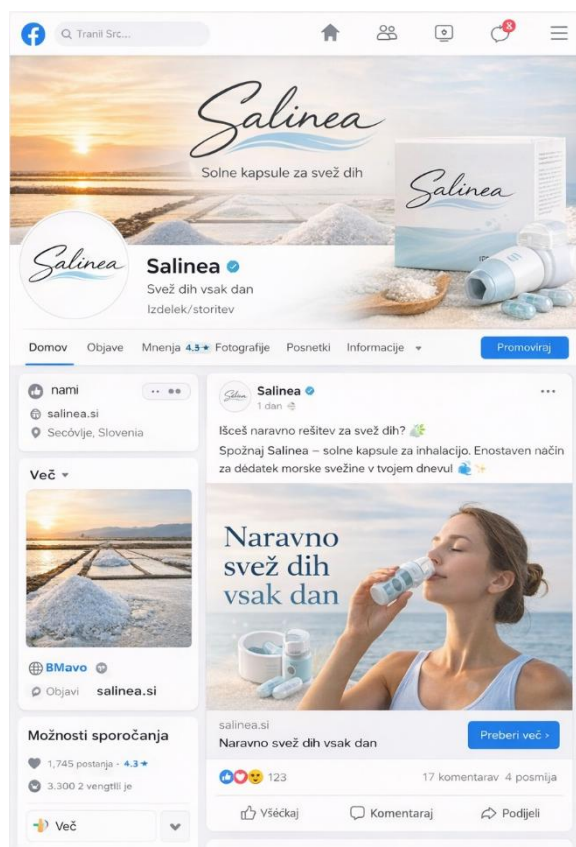
Profil deluje bolj sproščeno in igrivo, vendar ostaja vsebinsko povezan z zdravjem in naravo.



Slika 5: Tik tok profil Salinea, vir: lastni, Canva

5. Simulacija Facebook strani Salinea

Facebook stran Salinea je zasnovana kot informativni kanal, namenjen širši ciljni skupini. Vsebine so bolj opisne in vključujejo predstavitev izdelka, povezave do spletne strani, informacije o zdravju dihal ter novice, povezane s projektom. Facebook omogoča tudi komunikacijo z uporabniki in deljenje vsebin znotraj skupnosti, ki jih zanima zdravje, wellness in trajnostni turizem.



Slika 6: Facebook stran Salinea, vir: lastni, Canva

Vizuelna podoba izdelka

Kapsule so v simulaciji predstavljene kot prozorne plastične kroglice s stisnjeno morskno soljo, kar poudarja čistost, naravnost in preprostost izdelka. Takšna vizuelna predstavitev jasno komunicira namen izdelka ter njegovo povezavo z naravnim izvorom in zdravjem dihal.



Slika 7: vizuelna podoba izdelka, vir: lastni, Canva

PRILOGA 3: Finančni načrt – SALINEA

V prilogi je predstavljen finančni načrt projekta Salinea. Finančni načrt vključuje začetne stroške, mesečne stroške, prihodke, projekcijo dobička in oceno povrnitve začetne investicije.

Tabela 1: Predvideni začetni stroški, vir: lastni izračun.

Vrsta stroška	Znesek (€)
Najem prostora (1. mesec)	500 €
Osnovna oprema za pakiranje	6.000 €
Začetna zaloga materiala	2.000 €
Promocija in spletna stran	1.300 €
Administracija in nepredvideni stroški	1.200 €
SKUPAJ	11.000 €

Tabela 2: Zaloge materiala, vir: lastni izračun

Vrsta stroška	Znesek (€)
Morska sol	500 €
Sterilizacija (Obalna lekarna Koper)	300 €
Kapsule in embalaža	700 €
Delo in logistika	500 €
SKUPAJ	2.000 €

Tabela 3: Promocija in spletna prisotnost, vir: lastni izračun

Vrsta stroška	Znesek (€)
Izdelava osnovne spletne strani	500 €
Snemanje promocijskega video spota	100 €
Promocijski materiali	400 €
Začetna promocija na družbenih omrežjih	300 €
SKUPAJ	1.300 €

Tabela 4: Obratovalni stroški, vir: lastni izračun

Vrsta stroška	Znesek (€ / mesec)
Najemnina	500 €
Elektrika, voda, ogrevanje	200 €
Vzdrževanje in čiščenje	100 €
SKUPAJ	800 €

Tabela 5: Promocija in administracija, vir: lastni izračun

Vrsta stroška	Znesek (€ / mesec)
Redno oglaševanje	200 €
Administracija	100 €
SKUPAJ	300 €

Tabela 6: Predvideni prihodki, vir: lastni izračun

Postavka	Vrednost
Prodaja kapsul na mesec	500 kosov
Cena na kapsulo	6,90 €
Mesečni prihodki	3.450 €

Tabela 7: Projekcija mesečnega dobička, vir: lastni izračun

Postavka	Znesek (€)
Mesečni prihodki	3.450 €
Spremenljivi stroški	1.000 €
Fiksni stroški	1.100 €
Mesečni dobiček	1.350 €

Tabela 8: Letna projekcija, vir: lastni izračun

Postavka	Znesek (€)
Letni prihodki	41.400 €
Letni stroški	25.200 €
Letni dobiček	16.200 €

Tabela 9: Povrnitev začetne investicije, vir: lastni izračun

Postavka	Podatek
Začetna investicija	11.000 €
Povprečni mesečni dobiček	1.350 €
Predvidena povrnitev investicije	približno 9 mesecev

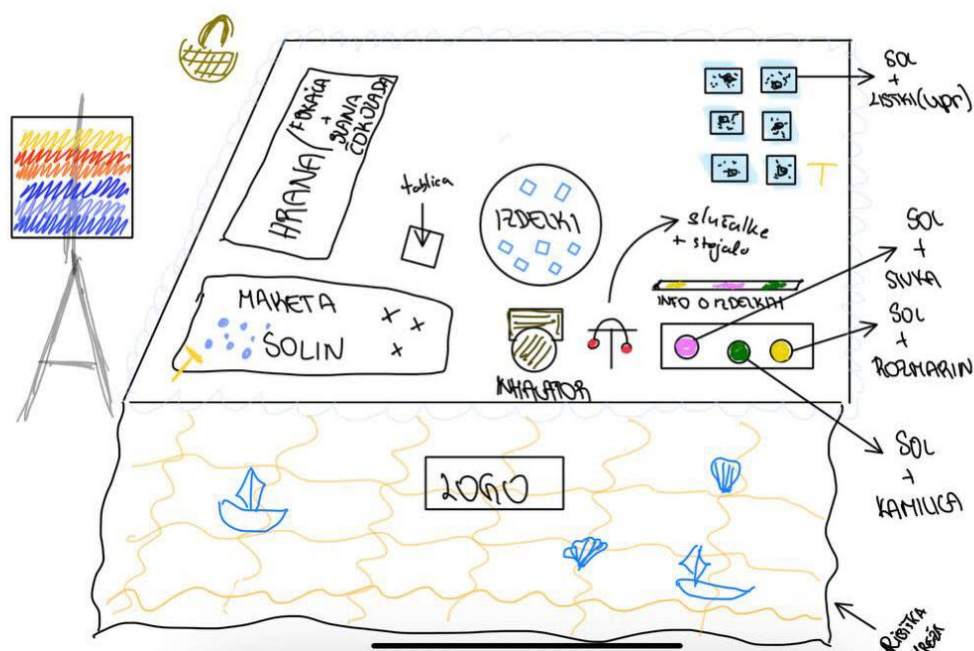
PRILOGA 4: Načrt predstavitve na turistični tržnici

Naslov naloge tekmovalne skupine: Salinea – »Morski sol za zdrav dih«

Na stojnici, ki jo bomo predstavili v sklopu tekmovanja na turistični tržnici, bomo obiskovalcem osebno in s pomočjo promocijskega videa predstavili proces nastanka solnih kapsul Salinea. Pri razvoju izdelka nas je navdihnili naravno bogastvo Jadranskega morja ter tradicija pridobivanja morske soli.

Obiskovalce bomo z zvoki morja popeljali v morski svet, kjer jim bomo z uporabo inhalatorja praktično demonstrirali delovanje naših solnih kapsul Salinea. Poleg predstavitve izdelka bomo pripravili tudi zabavna in poučna vprašanja, s katerimi bodo obiskovalci lahko sodelovali v nagradni igri in osvojili različne nagrade.

Doživetje morskega sveta bomo nadgradili še na čutni ravni okusa, saj bodo obiskovalci lahko poskusili izbrane dobrote, pripravljene z morskno soljo. Na spodnjih dveh fotografijah je prikazan osnutek skice naše stojnice.



Slika 9: Izgled stojnice na tekmovanju, vir: lastni izris



Slika 8: Izris stojnice za tekmovanje, vir: lastni izris

PRILOGA 5: Povzetek naloge v slovenskem in angleškem jeziku s ključnimi besedami

Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper

Martinčev Trg 3, 6000 Koper

Telefon: 05 663 75 00

E-naslov: info@seps.si

Spletna stran: www.seps.si

Naslov naloge tekmovalne skupine: Salinea – »Morska sol za zdrav dih«.

Avtorji 4. a ET

Kaja Ventin, kaja.ventin@gmail.com

Tayra Madzarović, tayramadzarovic3@gmail.com

Taja Morel, taja.morel@gmail.com

Anesa Veladžić, anesaveladzic.69@gmail.com

Lea Topić, lea.topic003@gmail.com

Nara Žveplan, zveplannara@gmail.com

Mentorica. mag. Veronika Grmek Vilhar, veronikagrmek@gmail.com

POVZETEK

Smo skupina dijakinj 4. letnika programa Ekonomski tehnik. V okviru tekmovanja in festivala Več znanja za več turizma smo razvile sodoben turistično-zdravstveni produkt Salinea, inovativen pristop, s katerim želimo morskó sol uporabiti na nov način: kot sterilno pripravljeno sol za inhalacijo v kapsulah. Na trgu sicer že obstajajo rešitve v obliki morskega pršila za nos, vendar želimo z izdelkom Salinea razširiti doživetje talasoterapije v praktično, varno in prenosno obliko za domačo uporabo ter za wellness in turistično ponudbo.

Dihalne težave so v porastu zaradi onesnaženega zraka, alergenov, pogostih okužb dihal, vremenskih nihanj ter stresnega urbanega življenjskega sloga. Zato uporabniki vedno pogosteje iščejo naravne, neinvazivne in preventivne rešitve, ki podpirajo kakovost dihanja in počutja. Solne inhalacije so uveljavljena metoda tudi v talasoterapiji, saj pomagajo čistiti dihalne poti in podpirajo dihalni sistem. Ključna konkurenčna prednost projekta je lokalna vrednostna veriga in visoka stopnja zaupanja: sol izhaja iz obalnega okolja, strokovni partner Obalne lekarne Koper nam zagotavlja, da bo izdelek pripravljen varno in sterilno, kar je pri inhalacijskih izdelkih bistven pogoj. Projekt dodatno krepi identiteto destinacije s povezavo s Sečoveljskimi solinami, ki so podprle našo zgodbo, nam priskrbele sol. Prostor snemanja video spota je bil v Strunjanskih solinah. S tem produkt dobi avtentičen izvor, dediščino in doživljajski kontekst.

Salinea združuje tradicijo solinarstva, sodobno inovacijo mladih, zdravje in doživljajski turizem. Izdelek je zasnovan kot zdravstveni turistični spominek z dodano vrednostjo: obiskovalec lahko "košček morja" varno odnese domov in z uporabo podaljša izkušnjo obale tudi po koncu potovanja. Z uporabo lokalnih surovin, kratkih dobavnih verig in okolju prijaznejše embalaže projekt podpira trajnostni razvoj in celoletno turistično ponudbo.

Ključne besede: morska sol, inhalacija, dihalno zdravje, talasoterapija, Sečoveljske soline, Strunjanske soline, soline, inovacija, trajnostni turizem, doživetje destinacije

ABSTRACT

We are a group of fourth-year students enrolled in the Economic Technician programme. As part of the competition and festival More Knowledge for More Tourism, we developed Salinea, a contemporary tourism-and-health-oriented product representing an innovative approach to the use of sea salt, as sterile, inhalation-grade salt prepared in capsule form. While the market already offers solutions such as sea water nasal sprays, Salinea aims to expand the experience of thalassotherapy into a practical, safe, and portable format suitable for home use as well as for wellness and tourism-related services.

Respiratory issues are on the rise due to air pollution, allergens, frequent respiratory infections, weather fluctuations, and stressful urban lifestyles. Consequently, users increasingly seek natural, non-invasive, and preventive solutions that support breathing quality and overall well-being. Salt inhalation is a well-established method within thalassotherapy, as it helps cleanse the airways and supports the respiratory system. The key competitive advantage of the project lies in its local value chain and a high level of trust. The salt originates from the coastal environment, while our professional partner, Coastal Pharmacy Koper, ensures that the product is prepared in a safe and sterile manner, which is a crucial requirement for inhalation products. The project further strengthens the destination's identity through collaboration with the Sečovlje Salina Nature Park, which supported our story and supplied the salt. The video was filmed at the Strunjan Salt Pans, giving the product an authentic origin, a strong connection to cultural heritage, and a rich experiential context.

Salinea combines the tradition of salt-making, contemporary youth innovation, health, and experiential tourism. The product is designed as a health-oriented tourism souvenir with added value: visitors can safely take a "piece of the sea" home, thereby extending the coastal experience beyond the end of their journey. By using local resources, short supply chains, and more environmentally friendly packaging, the project supports sustainable development and contributes to a year-round tourism offer.

Key words: sea salt, inhalation, respiratory health, thalassotherapy, Sečovlje Salina Nature Park, Strunjan Salina Nature Park, salt pans, innovation, sustainable tourism, destination experience

PRILOGA 6: Izjava s seznamom dijakov



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione aziendale
Koper - Capodistria

Koper, 11. 1. 2026

IZJAVA

Podpisana Veronika Grmek Vilhar izjavljam, da so vsi starši/skrbniki spodaj navedenih dijakov, seznanjeni o sodelovanju na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma in s pisnimi izjavami soglašajo z objavo imen dijakov ter njihovih izdelkov, zvočnih in video posnetkov ter fotografij, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Seznam dijakov:

- Anesa Veladžić
- Kaja Ventin
- Tayra Madžarović
- Taja Morel
- Nara Žveplan
- Lea Topić
- Rok Matijašević (video in nastop na stojnici)

mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

www.seps.si



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitev. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitev se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

Podpisani/-a REBEKA MADŽAROVIC (ustrezno obkrožite)

PRIVOLIM

NE PRIVOLIM

da moj otrok TAYRA MADŽAROVIC (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: KOPER, 10. 1. 2026

Podpis starša/skrbnika: Baba



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitev. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitev se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

Podpisani/-a EDITA ŠAKONJIC (ustrezno obkrožite)

PRIVOLIM

NE PRIVOLIM

da moj otrok ANESA VELANŽIČ (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: KOPER, 9. 1. 2026

Podpis starša/skrbnika: Edita

www.seps.si



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitv na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitv. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitv se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

Podpisani/-a SILVANA IHIC TOPIC (ustrezno obkrožite)

PRIVOLIM

NE PRIVOLIM

da moj otrok LEA TOPIC (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: IZOLA, 10.1.2026

Podpis starša/skrbnika: [Signature]

www.seps.si



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitev. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitev se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

Podpisani/-a MAJA MOREL (ustrezno obkrožite)

☒ PRIVOLIM

☐ NE PRIVOLIM

da moj otrok MAJA MOREL (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: 10.1.2026

Podpis starša/skrbnika: Maja

www.seps.si



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitev. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitev se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

Podpisani/-a MARTINA KRKOČ (ustrezno obkrožite)

☒ PRIVOLIM

☐ NE PRIVOLIM

da moj otrok NARA ŽVEPLAN (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: 9. 1. 2026

Podpis starša/skrbnika:

www.seps.si



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitev. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitev se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

Podpisani/-a HELENA VENTIN (ustrezno obkrožite)

PRIVOLIM

NE PRIVOLIM

da moj otrok KAJA VENTIN (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: IZOLA, 10.1.2026

Podpis starša/skrbnika: [Signature]

www.seps.si



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper
Scuola media di economia e gestione
aziendale Koper - Capodistria

Koper, 9. 1. 2026

Spoštovani starši,

skupina dijakov iz 4. a ET razreda, v katero spada tudi vaš otrok, se je odločila, da bo s svojo podjetniško priložnostjo sodelovala na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma. Sodelovanje poteka tako, da dijaki pripravijo pisne predstavitve turističnega produkta (naloge), izdelajo promocijski spot ter svoj turistični produkt predstavijo na turistični tržnici, ki bo potekala na sejmu Alpe-Adria, v sredo, 4. 2. 2026 v Ljubljani.

Letošnji 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma poteka na temo AquaVibe: prepustimo se toku, s čimer želi Turistična zveza Slovenije udeležence festivala spodbuditi, da je odkrivanje drugih kultur eden najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij.

Za namen izvedbe sodelovanja, informiranja javnosti ter promocijo dijakov in šole na navedenem tekmovanju, potrebujemo vašo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu osebnih podatkov, zato vas vljudno prosimo, da izpolnite spodnjo privolitev. Na podlagi tega bo šola objavila izdelke, zvočne in video posnetke ter fotografije, ki nastanejo v okviru tega projekta.

Za privolitev se Vam vnaprej zahvaljujemo in Vas lepo pozdravljamo.

Mag. Veronika Grmek Vilhar
mentorica skupine

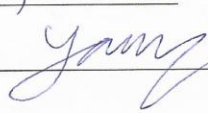
Podpisani/-a JOŠKO MATIJAŠEVIČ (ustrezno obkrožite)

PRIVOLIM

NE PRIVOLIM

da moj otrok ROK MATIJAŠEVIČ (ime in priimek) sodeluje pri pripravi turističnega produkta – naloge, izdelavi promocijskega spota ter predstavitvi na 23. mednarodnem festivalu Več znanja za več turizma.

Kraj in datum: KOPER, 10. 1. 2026

Podpis starša/skrbnika: 

www.seps.si

PRILOGA 7: Seznam sodelujočih dijakov, 23. mednarodni festival Več znanja za več turizma

Naziv šole	Ime in priimek dijaka	Razred	Kraj stalnega bivališča	Letnica rojstva
SEPŠ Koper	Kaja Ventin	4. a ET	Izola	2007
SEPŠ Koper	Tayra Madzarović	4. a ET	Koper	2007
SEPŠ Koper	Taja Morel	4. a ET	Koper	2007
SEPŠ Koper	Anesa Veladžić	4. a ET	Koper, Črni Kal	2005
SEPŠ Koper	Lea Topić	4. a ET	Izola	2007
SEPŠ Koper	Nara Žveplan	4. a ET	Koper	2007