

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

TEJA KERŠEVAN

SPREMINJANJE POČITNIŠKIH NAVAD PREBIVALCEV SLOVENIJE
GLEDE NA LETNE ČASE

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

TEJA KERŠEVAN

Mentor: red. prof. dr. Vasja Vehovar

SPREMINJANJE POČITNIŠKIH NAVAD PREBIVALCEV SLOVENIJE
GLEDE NA LETNE ČASE

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

SPREMINJANJE POČITNIŠKIH NAVAD PREBIVALCEV SLOVENIJE GLEDE NA LETNE ČASE

Veliko Slovencev vsako leto odide na poletne počitnice, nekateri veliko potujejo tudi med letom, precej pa je tudi takih, ki sploh ne gredo na počitnice. V raziskavi želimo s sekundarno analizo podatkov Statističnega urada Republike Slovenije ter Slovenske turistične organizacije ugotoviti, kaj je glavni razlog za dopust; kaj je razlog tistih, ki ne gredo na dopust; kam najpogosteje Slovenci hodijo na počitnice; koliko denarja porabijo na počitnicah ter za koliko časa gre večina na potovanja. Od leta 2004 pa do poletne sezone 2008 bomo spremljali, ali se te počitniške navade kaj spreminjajo in kakšne so razlike v potovalnih navadah po letnih časih. Hodijo Slovenci na počitnice le poleti ali se odpravijo tudi na jesenske, prvomajske ali zimske počitnice? Ali gre večina na krajše izlete ali na daljša potovanja in kakšne so razlike v letnih časih? Namen diplomske naloge je analizirati dejavnike dopustovanja ter ugotoviti, kako se potovalne navade Slovencev spreminjajo skozi leta in letne čase.

Ključne besede: Slovenci, počitnice, turizem, spreminjanje navad, proces odločanja

DIFFERENCES IN THE HOLIDAY DECISIONS OF SLOVENIANS BASED ON THE SEASON OF THE YEAR

Every year many Slovenians go on summer holidays; some also travel during other seasons of the year. But there are also many, who do not go on holidays. In this research, we will use data from the Statistical Office of the Republic of Slovenia and Slovenian Tourist Board (STB) to address the following questions: What are the main reasons why Slovenians do or do not go on holidays? What are the popular holiday destinations? How much money is spent on holidays? How long are the holidays? Do Slovenians generally go on holidays only in the summer or during the other seasons as well? Do most Slovenians go on short holidays or longer holidays, and how does this change by seasons? We will examine statistics from 2004 until summer of 2008 and observe whether holiday habits have changed over the years and across holiday seasons. In addition, we will also observe the reasons and motivations for holidays among Slovenians.

Key words: Slovenians, holidays, tourism, change of habit, decision making

KAZALO VSEBINE

1	UVOD.....	7
2	OPREDELITEV OSNOVNIH TURISTIČNIH POJMOV	10
2.1	TURIST	10
2.2	TURIZEM	10
2.3	TURISTIČNI PROIZVOD	11
2.4	TURISTIČNO POVPRASEVANJE	12
2.5	TURISTIČNA PONUDBA	12
2.6	TURISTIČNA POTROŠNJA.....	12
2.7	TURISTIČNI TRG	13
3	OBNAŠANJE POTROŠNIKA PRI PROCESU ODLOČANJA	14
3.1	NAKUPNI PROCES	14
3.1.1	<i>Prepoznavanje potrebe</i>	<i>14</i>
3.1.2	<i>Iskanje informacij</i>	<i>15</i>
3.1.3	<i>Ocenjevanje alternativ</i>	<i>15</i>
3.1.4	<i>Nakup</i>	<i>15</i>
3.1.5	<i>Rezultat (ponakupno vedenje).....</i>	<i>15</i>
3.2	DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA NAKUPNI PROCES	16
3.2.1	<i>Individualne razlike.....</i>	<i>16</i>
3.2.2	<i>Vplivi okolja</i>	<i>17</i>
3.2.3	<i>Psihološki procesi</i>	<i>18</i>
4	ANALIZA POČITNIŠKIH NAVAD PREBIVALCEV SLOVENIJE	19
4.1	PRIMERJAVA PREŽIVETIH POČITNIC ZA LETA 2004, 2005 IN 2006 PO ČETRTELJIH ...	19
4.1.1	<i>Odhod na počitnice</i>	<i>20</i>
4.1.2	<i>Odločitev za počitnice v Sloveniji ali v tujini.....</i>	<i>21</i>
4.1.3	<i>Povprečno število nočitev na počitnicah v Sloveniji in tujini</i>	<i>23</i>
4.1.4	<i>Povprečna poraba denarja na dan na počitnicah v Sloveniji in v tujini</i>	<i>24</i>
4.1.5	<i>Razlogi za nepotovanje</i>	<i>25</i>
4.2	PRIMERJAVA POČITNIŠKIH NAMER ZA LETI 2007 IN 2008 PO LETNIH ČASIH.....	27
4.2.1	<i>Predvidene počitnice.....</i>	<i>27</i>
4.2.2	<i>Destinacija predvidenega počitnikovanja.....</i>	<i>28</i>
4.2.3	<i>Predvidene aktivnosti v času počitnic</i>	<i>29</i>

4.2.4	<i>Povprečna predvidena poraba denarja na osebo za celotne počitnice glede na destinacijo.....</i>	<i>30</i>
4.2.5	<i>Razlogi za nepotovanje.....</i>	<i>31</i>
5	SKLEP	32
6	LITERATURA	36

SEZNAM KRATIC

CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing (računalniško podprta telefonska anketa)

CV – Coefficient of Variation (koeficient variacije)

STB – Slovene Tourist Board

STO – Slovenska turistična organizacija

SURS – Statistični urad Republike Slovenije

UN WTO – United Nations World Tourism Organization (Svetovna turistična organizacija Združenih narodov)

SEZNAM TABEL IN SLIK

<i>Slika 3.1:</i> <i>Nakupni proces in dejavniki, ki vplivajo nanj</i>	16
<i>Tabela 4.1:</i> <i>Odhod prebivalcev Slovenije na turistično potovanje glede na četrtoletja v letih 2004, 2005 in 2006.</i>	21
<i>Tabela 4.2:</i> <i>Odločitev prebivalcev Slovenije za zasebna turistična potovanja glede na destinacijo ter glede na dolžino potovanja po četrtoletjih v letih 2004, 2005 in 2006.</i>	22
<i>Tabela 4.3:</i> <i>Povprečno število nočitev prebivalcev Slovenije na zasebnem turističnem potovanju glede na destinacijo ter glede na dolžino potovanja po četrtoletjih v letih 2004, 2005 in 2006.</i>	23
<i>Tabela 4.4:</i> <i>Povprečna poraba prebivalcev Slovenije na osebo na dan na zasebnem turističnem potovanju glede na destinacijo ter glede na dolžino potovanja po četrtoletjih v letih 2004, 2005 in 2006.</i>	24
<i>Tabela 4.5:</i> <i>Razlogi prebivalcev Slovenije za nepotovanje glede na četrtoletje v letih 2004, 2005 in 2006.</i>	25
<i>Tabela 4.6:</i> <i>Predviden odhod prebivalcev Slovenije na izlet, potovanje ali počitnice glede na letne čase v letih 2007 in 2008.</i>	28
<i>Tabela 4.7:</i> <i>Destinacija predvidenega odhoda prebivalcev Slovenije na izlet, potovanje ali počitnice glede na letne čase v letih 2007 in 2008.</i>	28
<i>Tabela 4.8:</i> <i>Predvidene aktivnosti prebivalcev Slovenije na daljših počitnicah glede na letne čase v letih 2007 in 2008.</i>	29
<i>Tabela 4.9:</i> <i>Povprečna predvidena poraba denarja prebivalcev Slovenije na osebo za celotne počitnice glede na destinacijo predvidenega potovanja ter glede na letne čase v letih 2007 in 2008.</i>	30
<i>Tabela 4.10:</i> <i>Razlogi za nepotovanje prebivalcev Slovenije glede na letne čase v letih 2007 in 2008.</i>	31

1 UVOD

Turizem je aktivnost globalnih razsežnosti in po vsem svetu zaposluje veliko ljudi. Čeprav je turizem relativno nov pojav, pa že sedaj predstavlja eno pomembnejših ekonomskih sil na svetu, saj v mnogih državah zavzema več kot 10 % bruto domačega proizvoda (Cooper in drugi 2005, 4 – 6). Skupaj s potovalno industrijo pa turizem predstavlja – poleg naftne in avtomobilske industrije – tudi eno izmed treh največjih globalnih ekonomskih aktivnosti našega časa (Apostolopoulos in drugi, 1996).

Raziskovalci že dolgo proučujejo, zakaj ljudje potujejo in kaj vpliva na to njihovo odločitev. Človekovo obnašanje se nanaša na celoten proces interakcije med posameznikom in okoljem. Obnašanje potrošnika pa je specifičen proces, v katerem posamezniki odločajo, kaj, kdaj, kje, kako in od koga bodo kupili blago. To obnašanje vključuje mentalno ter fizično aktivnost, ki je potrebna za odločitev v procesu nakupa (Možina 1975, 37).

Tako kot ekonomsko obnašanje je tudi turistično obnašanje motivirano obnašanje. Vodijo ga preference, pričakovanja, cilji, vrednote in norme (Crotts in van Raaij 1994, 4). Na odločitve glede turističnega potovanja lahko vplivajo tudi družinski člani – eden od partnerjev ali otroci – ali celo mnenje sorodnikov ter prijateljev. Rezultati raziskav o tem, kateri od partnerjev bolj vpliva na odločitve, so različni, vendar je jasno, da večina otrok pomembno pripomore k odločitvi, saj se večina družin z otroki podreja njihovim željam (Crotts in van Raaij 1994, 4 in 49 – 60; Thornton 1997; Litvin in drugi 2004; Mottiar in Quinn 2004; Wang in drugi 2004; Bronner in de Hoog 2008). Na potrošnikovo odločitev za odhod na potovanje tako vpliva veliko dejavnikov. Faktorji, ki turistično aktivnost na splošno stimulirajo, pa so naslednji: lahek dostop, finančna dostopnost, etnične ali zgodovinske povezave, zanimive aktivnosti, pokrajina, klima in klima, domačnost ali eksotičnost ter marketinški boj (Laws 1995, 16).

Preden začnemo raziskovati potovalne navade v Sloveniji, moramo vedeti naslednje:

- Velik segment populacije ni potovalno orientiran. Potovanja niso bistvena za večino gospodinjstev v vseh ekonomsko razvitih narodih.
- Potovanja so pogosto stvar navade in ne zavestnega odločanja. Veliko gospodinjstev se ne odloča, katere destinacije obiskati in kaj tam početi.
- Potovanje vključuje kombinacijo razmišljanja in vedenjskega procesa za odločitve v zvezi s potovanjem (Woodside in drugi 2000, 4 – 5).

V diplomski nalogi želimo proučevati, kakšne so specifične potovalne oz. počitniške navade Slovencev in v kolikšni meri se z leti spreminjajo. Analiza je narejena od leta 2004 pa vse do aktualne letošnje poletne sezone 2008. Osredotočili smo se predvsem na analizo po letnih časih, da bi tako izvedeli, kakšne so razlike glede destinacije, števila nočitev, v porabi denarja, aktivnostih na počitnicah ter razlogov za ne – počitnikovanje.

Z rezultati raziskave želimo ugotoviti, kam in kdaj Slovenci največ potujejo. Ugotoviti želimo tudi, koliko časa povprečno ostanejo na destinaciji, koliko denarja porabijo, kakšne so njihove glavne aktivnosti na počitnicah ter kakšni so razlogi tistih, ki ne gredo na počitnice. Na ta način se z raziskavo lahko ugotovijo trendi ali vzorci v potovalnih navadah prebivalcev Slovenije. Ugotovitve so uporabne tudi za oblikovanje turistične ponudbe po meri večine prebivalstva ali določenih segmentov prebivalstva glede na letne čase ter število ljudi, ki gre na počitnice.

Bolj podrobno so zastavljena naslednja raziskovalna vprašanja:

- V katerem letnem času Slovenci največ potujejo in ali se trendi z leti spreminjajo?
- Koliko ljudi se odloči oz. si lahko privošči poletne počitnice in ali se z leti opazi kakšna razlika?
- Kaj je glavni razlog tistih Slovencev, ki ne gredo na počitnice?
- Ali večina ljudi hodi na poletne počitnice v Slovenijo ali v tujino? Kam pa hodijo med drugimi počitnicami v drugih letnih časih (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice)?
- Koliko Slovencev se odloči tudi za dopustovanje v drugem letnem času (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice)?
- Koliko denarja povprečno porabijo na počitnicah in ali se to z leti spreminja?
- Za kako dolge počitnice oz. izlet se odločijo, torej koliko nočitev ostanejo na določeni destinaciji?
- Kaj je razlog, da se odločijo za počitnice oz. kaj je njihova glavna aktivnost na daljših počitnicah? Je to večinoma počitek ali se odločijo za aktivno preživljanje počitnic?

Iz teh pa sledijo tudi hipoteze, ki bodo vodile našo raziskavo:

1. Poletne počitnice si zaradi finančnih razlogov lahko privošči manj kot polovica Slovencev, z leti pa se ta odstotek ljudi še zmanjšuje.
2. Glede na letni čas se večina ljudi odloči za poletne počitnice, le redki pa si lahko privoščijo dopustovanje oz. izlet v drugem letnem času (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice).

3. Večina prebivalcev Slovenije se zaradi cenejših počitnic v Sloveniji na poletne počitnice raje odpravi na slovensko obalo. Na počitnice v drugih letnih časih (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice) pa se večina ljudi odpravi v tujino.
4. Povprečno število nočitev na daljših počitnicah prebivalcev Slovenije je šest nočitev oz. sedem dni, na krajših izletih pa ena nočitev oz. dva dneva, kar pa se ne razlikuje glede na destinacijo.
5. Največ denarja ljudje porabijo poleti na daljših počitnicah v tujini, z leti pa ljudje za počitnice na splošno zapravijo vedno več denarja.
6. Glavna aktivnost oz. razlog, zakaj se Slovenci odpravijo na daljše počitnice, je sprostitvev in počitek.

Na začetku naloge, v drugem poglavju, so opisani osnovni pojmi v turizmu, katerih natančno opredelitev potrebujemo za boljše razumevanje te teme. Nato je opisan nakupni proces potrošnika, kako se posameznik odloči za nakup proizvoda ter kaj pri tem vpliva na njegovo odločitev. Tako lahko vidimo, kaj vse vpliva na potencialnega turista, da se odloči za potovanje. Sledi analiza počitniških navad Slovencev, ki je razdeljena na dva dela. V prvem primerjamo razlike med odločitvami Slovencev za odhod na počitnice, ki so jih že preživel v letih 2004, 2005 in 2006, po četrletjih. V drugem delu pa je za leto 2007 in poletno sezono 2008 po letnih časih narejena analiza in primerjava odločitev Slovencev, kam bi želeli oz. kam nameravajo iti na dopust, saj dejanskih podatkov, kje so bili na počitnicah, za ti dve leti še ni. V obeh delih bolj natančno raziskujemo, kakšne so razlike v letih in med letnimi časi glede destinacije, števila nočitev, v porabi denarja, aktivnostih na počitnicah ter razlogov za nepočitnikovanje. Sledi sklep, ki povzema ključne ugotovitve, ter uporabljena literatura. S tako strukturo najprej opišemo in opredelimo osnovne pojme, da vemo na kaj natančno se nanaša konkretni pojem. Predstavljen je tudi proces odločanja potrošnikov za nakup, ki sovпада s temo naloge, torej z odločitvijo za počitnice.

V raziskavi je bila uporabljena sekundarna analiza podatkov Statističnega urada Republike Slovenije (Potovalne navade domačega prebivalstva za leta 2004, 2005 in 2006 po četrletjih) ter podatki Slovenske turistične organizacije (Potovalne namere Slovencev za leto 2007 po letnih časih ter za leto 2008 za poletno sezono). Ti podatki predstavljajo dobro osnovo za raziskovanje teme te naloge, torej počitniških navad prebivalcev Slovenije. Ker gre za sekundarno analizo so možne omejitve raziskave te, da so lahko bili v analizi uporabljeni le podatki, ki so bili na voljo, in ne nekateri drugi podatki, ki bi jih mogoče potrebovali. Vendar pa so za to analizo zadoščali ti podatki.

2 OPREDELITEV OSNOVNIH TURISTIČNIH POJMOV

2.1 Turist

Beseda turist se prvič uporabi okoli leta 1800 v Angliji v Pegge: *Anecdotes of the English Language*, pisna definicija pojma turist pa se prvič opredeli v francoskem slovarju iz leta 1885. V tistem času je imela ta beseda slabšalen in hudomušen prizvok (Planina in Mihalič 2002, 24 – 25).

Danes turisti predstavljajo heterogeno skupino različnih osebnosti, demografij in izkušenj. Glede na naravo njihovega izleta, jih lahko razdelimo na dva načina:

- osnovno razlikovanje je lahko med domačimi in mednarodnimi turisti,
- razdelimo pa jih lahko tudi glede na namen potovanja: sprostitev in rekreacija (počitnice, športni in kulturni turizem, obiskovanje prijateljev ter sorodnikov), ostali turistični razlogi (zdravstveni in študijski turizem) ter poslovni in strokovni razlogi (sestanki, konference ter poslovni turizem) (Cooper in drugi 2005, 17 – 18).

O pojmu turist obstaja veliko definicij, vse pa imajo skupno, da turist prebiva v kraju, ki ni njegov domači kraj, najmanj 24 ur in največ eno leto iz različnih razlogov, za katere ne prejme plačilo. Definicija, na katero se bomo nanašali v tej raziskavi, pa je definicija Statističnega urada Republike Slovenije (SURS), ki za potrebe kvantifikacije turizma opredeljuje pojem turist tako:

Turist je oseba, ki v kraju zunaj svojega običajnega okolja prenoči vsaj eno noč (vendar manj kot eno leto) v gostinskem ali drugem nastanitvenem objektu zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali drugih razlogov, če ti niso opravljanje dejavnosti, za katero v obiskanem kraju prejme plačilo. Turist je ob prihodu registriran v vsakem nastanitvenem objektu, v katerem se nastani, zato je lahko med svojim bivanjem v določenem kraju/določeni državi registriran tudi večkrat (SURS v Mihalič 2008, 6).

2.2 Turizem

Kasneje, ko se je število posameznih potnikov povečalo, je nastala beseda turizem, da bi označila množično potovanje posameznikov. Izraz se prvič pojavi leta 1811 v članku angleškega časnika *Sporting Magazine*. V slovenščini izraz uporabljamo od leta 1941, pred tem pa je bil v rabi izraz tujski promet (Planina in Mihalič 2002, 22).

Leta 1985 je New English Dictionary turizem prvič opredelil kot »teorijo in prakso opravljanja izletov, potovanje zaradi zadovoljstva, navadno v podcenjujočem smislu.« (Antunac v Mihalič 2008, 6).

Za prvo znanstveno definicijo turizma iz leta 1942 pa štejemo definicijo utemeljiteljev turistične znanosti Walterja Hunzinkerja in Kurta Krapfa: »Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, če to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni povezano s pridobitveno dejavnostjo.« (Planina in Mihalič 2002, 29).

Danes za pojem turizem obstaja veliko definicij, ki pa se ne morejo zediniti in strniti v eno. Vse definicije bolj ali manj zajemajo začasno gibanje ljudi na destinacijo zunaj njihovega stalnega bivališča ali kraja dela, dejavnosti med njihovo nastanitvijo v tej destinaciji ter zmogljivosti, ki služijo njihovim potrebam. (Cook in drugi 1999, 5)

UN WTO opredeljuje turizem kot »aktivnosti, ki so povezane s potovanjem in zadrževanjem oseb izven običajnega življenjskega okolja za ne več kot eno leto zaradi zabave, poslov in drugih motivov.« (UN v Mihalič 2008, 8).

Definicija SURS-a pa turizem opredeljuje kot »... dejavnost oseb, ki potujejo v kraje zunaj svojega običajnega okolja zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov in tam nekaj časa tudi ostanejo, vendar manj kot eno leto brez prekinitve.« (SURS v Mihalič 2008, 9).

Splošno sprejeta pa je t.i. santgallenska definicija turizma: »Turizem je celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavno in stalno bivališče niti kraj zaposlitve.« (Kaspar v Mihalič 2008, 7).

2.3 Turistični proizvod

Turistični proizvod, ki je osnovni del turistične ponudbe, predstavljajo za razliko od klasičnih, materializiranih proizvodov, predvsem nematerialne storitve. Njegove glavne značilnosti so: neotipljivost (storitve ne moremo videti, preden je ne doživimo, potrošimo), minljivost (turistični proizvod se ne proizvaja na zalogo) ter neločljivost (turist ga lahko potroši samo v točno določeni destinaciji). Turistični proizvod tako ni enak industrijskemu, saj ga sestavljajo

fizični proizvodi, storitve ter kulturne in naravne dobrine. (Cooper v Cvikl in Brezovec 2006, 62).

Ker je turistični proizvod sestavljen iz dobrin, proizvodov in storitev, ga delimo na več pojavnih oblik:

- parcialni / delni proizvod (samostojni proizvod posameznega ponudnika),
- pavšalni proizvod (proizvod turistične agencije, v katerem združi vsaj dva delna proizvoda ter jih proda po enotni pavšalni ceni) ter
- integralni / celostni turistični proizvod (celota vseh proizvodov in storitev ter predstavlja turistični proizvod, kot ga vidi potrošnik) (Cvikl in Brezovec 2006, 64).

2.4 Turistično povpraševanje

Turistično povpraševanje že nekaj desetletij vztrajno in hitro raste, napovedi pa govorijo, da bo raslo tudi v prihodnje. O razvoju turističnega povpraševanja govorita dve tezi. Prva pravi, da je bilo turistično povpraševanje na začetku večje od ponudbe in tako glavna gonilna sila razvoja turizma. Druga teza pa pravi, da je za kasnejši razvoj modernega turizma značilen agresivnejši razvoj turistične ponudbe. Walter Hunzinker in Kurt Krapf turistično povpraševanje leta 1942 opredelita kot »... tisto količino turističnih proizvodov, ki jih turist želi potrošiti pri dani ravni cen ali pri danem stanju deviznih tečajev.« (Hunzinger in Krapf v Mihalič 2008, 67 – 69).

2.5 Turistična ponudba

Turistična ponudba ima pogosto nasprotne značilnosti kot povpraševanje. V primerjavi s turističnim povpraševanjem, je ponudba dosti bolj statična, povpraševanje pa v prostoru premično. Hunzinker in Krapf sta turistično ponudbo opredelila takole: »Turistično ponudbo označuje tista količina turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljeni prodati pri dani ravni cen in pri danem stanju deviznih tečajev.« (Hunzinger in Krapf v Mihalič 2008, 147).

2.6 Turistična potrošnja

Potrošnja finančnih sredstev, ki jih turisti trošijo v najrazličnejših sektorjih gospodarstva, pa tudi zunaj gospodarstva, je gibalo vseh ekonomskih funkcij turizma. Turistično potrošnjo

opredelimo kot vsoto vseh potrošenih izdatkov turistov, ki nastanejo zaradi potovanja, med potovanjem ali v destinaciji (WTO v Planina in Mihalič 2002, 222).

2.7 Turistični trg

Turistični trg opredelimo kot mesto, kjer gre za srečanje turistične ponudbe in turističnega povpraševanja ter oblikovanje cen turističnih proizvodov. Za turistični trg je značilno:

- prostorska ločenost turističnega povpraševanja in ponudbe ter vloga turističnih posrednikov
- raznovrstnost turistične ponudbe in povpraševanja
- visoka cenovna elastičnost turističnega povpraševanja in nizka cenovna elastičnost turistične ponudbe
- sezonska spremenljivost turističnega povpraševanja in ponudbe
- slaba organiziranost turističnega trga in vloga turističnih posrednikov
- velika konkurenca med ponudniki in integracijski procesi (Planina in Mihalič 2002, 198).

3 OBNAŠANJE POTROŠNIKA PRI PROCESU ODLOČANJA

Razumeti, zakaj ljudje potujejo in zakaj se odločijo za določeno destinacijo, je koristen podatek tako za marketing kot tudi za planiranje turizma. Popularna tipologija za razumevanje motivacije potovanja je Crompton-ov (1979) model »push-pull«. Ideja tega modela je razčlemba posameznikove izbire turistične destinacije v dve sili. Prva sila je sila potiskanja, ki potisne posameznika proč od doma in razvije željo, da nekam gre in da je nekje drugje. To je predvsem želja po pobegu, iskanje novosti in avantur, izpolnitev sanj, počitek, rekreacija, prestiž in socializacija. Druga sila je vlečna sila, ki potegne posameznika proti željeni turistični destinaciji. Na ta način se ljudje zavedo svoje potrebe po potovanju in obisku zgodovinskih ter naravnih znamenitosti, hrana, ljudje, ponudba za rekreacijo in promovirana podoba destinacije. Ti faktorji predstavljajo, da ljudje potujejo, ker jih potisnejo njihovi notranji motivi in povleče zunanja sila destinacije (Bansal in Eiset 2004, 388; Lam in Hsu 2006, 589 – 590; Correia 2007, 46).

Za lažje razumevanje in predstavo, kako se potrošnik odloči za nakup turističnega proizvoda in kaj vse vpliva na njegovo odločitev, je prikazan osnovni nakupni proces ter dejavniki, ki vplivajo nanj.

3.1 Nakupni proces

Nihče ne kupi nekega proizvoda, če nima nekega problema, potrebe ali želje. Model nakupnega procesa potrošnika prikazuje, kako ljudje rešujejo vsakodnevne težave s tem, da kupujejo in uporabljajo proizvode vseh vrst (Blackwell in drugi 2001, 71).

Nakupni proces (Slika 3.1) pri potrošniku lahko označimo kot proces reševanja problemov, pri katerem gre za premišljena, zavestna dejanja, s katerimi zadovoljujemo potrebe. Razdelimo ga lahko na pet stopenj (Damjan in Možina 1998, 29):

3.1.1 Prepoznavanje potrebe

Začetna točka vsake odločitve o nakupu je potrošnikova potreba ali problem. Pojavi se, ko potrošnik zazna razliko med želenim stanjem in dejansko situacijo, to pa sproži proces motivacije oz. odločanja. Potrošniki kupijo stvari ko verjamejo, da je sposobnost proizvoda, da reši njihov problem vredna več, kot njegova cena (Blackwell in drugi 2001, 72).

3.1.2 Iskanje informacij

Ko se pojavi potreba, potrošniki začnejo iskati informacije in rešitve, da bi zadovoljili svoje potrebe. To iskanje je lahko notranje, ko potrošnik išče informacije po svojem spominu, ali pa zunanje, ko potrošnik pridobiva relevantne informacije iz okolja. Včasih potrošnik išče bolj pasivno in postale le nekoliko bolj pozoren na informacije okoli njega, včasih pa so potrošniki pri iskanju bolj aktivni, raziskujejo potrošniške publikacije, zanimajo se za reklame in raziskujejo po internetu (Blackwell in drugi 2001, 73).

3.1.3 Ocenjevanje alternativ

Naslednja stopnja pri nakupni odločitvi potrošnika je vrednotenje alternativnih možnosti, ki jih je potrošnik našel v procesu iskanja. V tem procesu potrošnik ocenjuje možnosti z vidika pričakovanih koristi in izbira najboljšo ponudbo. Potrošnik primerja, kaj ve o določenih proizvodih in primerja s tem, kaj se mu zdi najbolj pomembno. Tako ožijo področje alternativ preden se dokončno odločijo (Blackwell in drugi 2001, 76).

3.1.4 Nakup

Ko se potrošnik odloči (ali pa tudi ne) za nakup, gre skozi dve fazi. V prvi fazi potrošnik izbere med možnimi trgovinami, druga faza pa vsebuje odločitve znotraj izbrane trgovine, ki so pod vplivom prodajalcev, izgleda proizvoda, elektronskih medijev in namena nakupa (Blackwell in drugi 2001, 79).

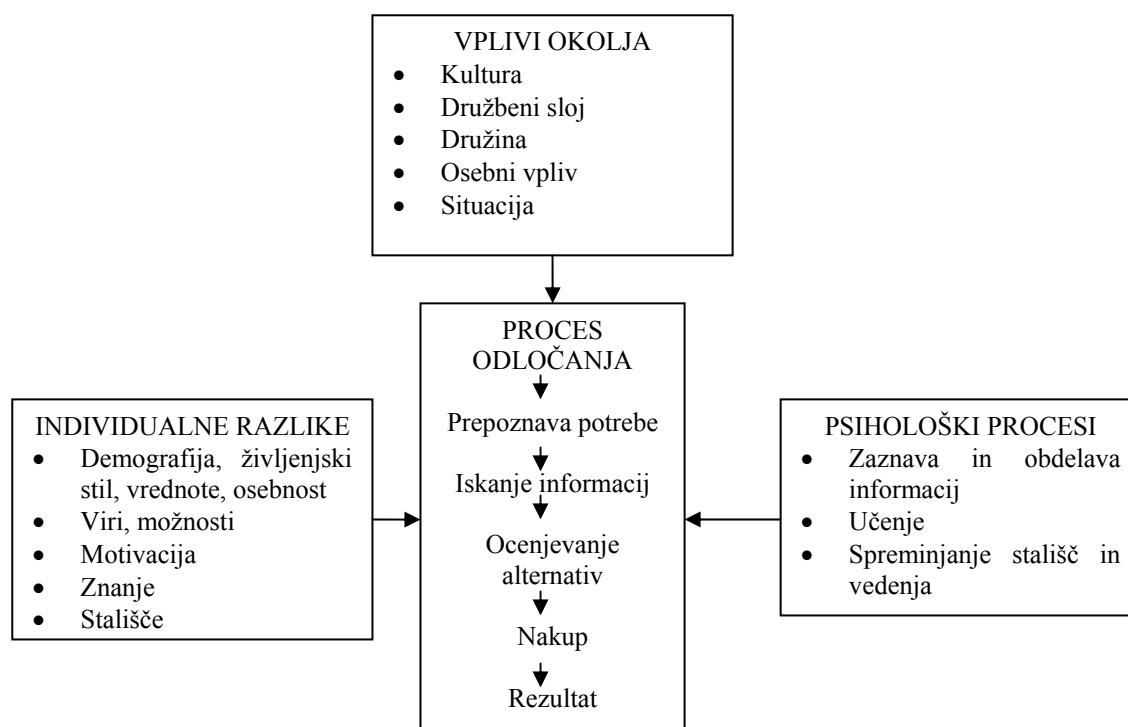
3.1.5 Rezultat (ponakupno vedenje)

Po nakupu in uporabi izdelka (ki je lahko takojšnja ali odložena), potrošnik oceni, v kolikšni meri izbrani izdelek zadovoljuje njegove potrebe in pričakovanja. Ta ocena je zelo pomembna, saj jo potrošnik shrani v spomin in se nanjo sklicuje pri naslednjem nakupu. Če je potrošnik zelo zadovoljen s proizvodom, so naslednje odločitve o nakupu zelo kratke in bo najverjetneje ponovno kupil enak proizvod. Potrošnik, ki pa ni zadovoljen z izdelkom, bo najverjetneje kupil izdelek konkurenčne znamke, ki obljublja nekaj boljšega (Blackwell in drugi 2001, 80).

3.2 Dejavniki, ki vplivajo na nakupni proces

Skozi leta so raziskovalci in specialisti razvili veliko študij in teorij o vedenju ljudi pri odločanju. Zaradi svoje kompleksnosti in dinamične narave pa raziskovalce ta proces še danes zanima. Na nakupno odločanje potrošnikov (Slika 3.1) vpliva ter ga oblikuje veliko faktorjev in determinant, ki pa so razdeljene v naslednje kategorije: individualne razlike, vplivi okolja in psihološki procesi. (Blackwell in drugi 2001, 84).

Slika 3.1: Nakupni proces in dejavniki, ki vplivajo nanj



Vir: Damjan in Možina 1998, 30; Blackwell in drugi 2001, 71 – 86.

3.2.1 Individualne razlike

- Demografija, življenjski stil, vrednote, osebnost

Demografske informacije so pomembne v makromarketingu, ki analizira marketing z družbene perspektive. Vsak posameznik je različen, kar pa vpliva na to, katere izdelke kupuje. Izdelek mora ustrezati tistemu, v kar verjame (vrednote), njegovemu vedenju (osebnost) in njegovi situaciji v življenju (življenjski stil) (Blackwell in drugi 2001, 189 in 212).

- Viri, možnosti

Vsaka oseba prispeva tri glavne vire v vsako odločitveno situacijo: čas, denar in pozornost – recepciranje informacij in procesiranje sposobnosti. Večinoma obstajajo jasne omejitve glede razpoložljivosti vsakega od teh virov, zato je potrebna natančna razporeditev (Blackwell in drugi 2001, 84).

- Motivacija

Ljudje kupujejo izdelke zaradi motivacije. Potrošniki so motivirani, da kupijo in uporabijo proizvode, da zadovoljijo svoje potrebe. Nekatere so bistvene za preživetje, druge pa so pomembne za potrošnikovo dobro počutje. (Blackwell in drugi 2001, 255).

- Znanje

Znanje potrošnika vsebuje vedenje o dostopnosti in karakteristikah proizvoda, kje in kdaj ga kupiti ter kako ga uporabiti. Kar vemo in kar ne vemo, močno vpliva na naš proces odločitve ter tudi na končni nakup. Potrošniki, ki vedo več o proizvodu, bolje ocenijo njegovo pravo vrednost in tako imajo večjo možnost da izberejo boljši proizvod (Blackwell in drugi 2001, 84 in 260).

- Stališče

Stališča predstavljajo naša mnenja o tem, kaj imamo radi, in česa ne maramo, to pa močno vpliva na nakup izdelka. Ko se stališča enkrat oblikujejo, jih težko spremenimo (Blackwell in drugi 2001, 85 in 289).

3.2.2 Vplivi okolja

- Kultura

Kultura predstavlja vrednote, ideje, artefakte in ostale faktorje, ki vplivajo na to, kako posameznik kot družbeno bitje živi, kupuje in uporablja izdelke (Blackwell in drugi 2001, 314).

- Družbeni sloj

Družbeni sloji so delitve znotraj družbe, v katerih posamezniki delijo podobne vrednote, zanimanja in vedenja. Razlike v socio-ekonomskem statusu pa tako privedejo do različnega vedenja potrošnikov (Blackwell in drugi 2001, 85).

- Družina

Družina je center raziskovanja nakupovalnih navad, saj je primarna enota za nakupno odločanje posameznika. Na nakupne odločitve posameznikov močno vplivajo tudi drugi družinski člani (Blackwell in drugi 2001, 360).

- Osebni vpliv

To, v kakšni družbi se gibljemo, pogosto vpliva na naše potrošniško vedenje. Potrošniki so pogosto pod pritiskom, da se prilagodijo normam in pričakovanjem drugih – upoštevajo njihove nasvete kaj kupiti, opazujejo kaj drugi kupujejo in primerjajo svoje odločitve z odločitvami drugih (Blackwell in drugi 2001, 85).

- Situacija

Vedenja se spremenijo, ko se spremenijo tudi situacije. Te spremembe so lahko nepričakovane, kot izguba službe, ali pa so lahko napovedane z raziskavo (Blackwell in drugi 2001, 85).

3.2.3 Psihološki procesi

- Zaznava in obdelava informacij

Z reklamo se mora izdelek izpostaviti in potrošniku vzbuditi pozornost, pri tem pa nas zanima, kako ljudje sprejemajo, procesirajo in razumejo te marketinške komunikacije. Raziskuje se, kako je informacija sprejeta, transformirana, reducirana, elaborirana, shranjena in povrnjena. (Blackwell in drugi 2001, 85 – 86).

- Učenje

Namen oglaševalcev je, da si potrošniki njihovo reklamo dobro zapomnijo, kajti tisto, kar si zapomnimo, tisto kupimo. Tako je pomembno, kaj si potrošniki zapomnijo in nato te informacije prikličejo iz spomina, saj to vpliva na njihovo nakupno vedenje (Blackwell in drugi 2001, 487).

- Spreminjanje stališč in vedenja

Oglaševalci želijo vplivati na to, kaj verjamemo in kakšni se nam zdijo njihovi izdelki, da bi tako dosegli želeno sliko in odnos do njihovega proizvoda. Tako oglaševalci oblikujejo naša mnenja, stališča in vedenja (Blackwell in drugi 2001, 460).

4 ANALIZA POČITNIŠKIH NAVAD PREBIVALCEV SLOVENIJE

Kot smo omenili že v uvodu, je analiza počitniških navad prebivalcev Slovenije razdeljena na dva dela. Analiza od leta 2004 do 2006 primerja razlike potovalnih navad Slovencev glede na četrletja, podatki pa so zbrani s Statističnega urada Republike Slovenije. Analiza za leti 2007 in 2008 po letnih časih pa prikazuje potovalne namere Slovencev, torej kam nameravajo odpotovati, saj realnih podatkov, kam so zares šli na počitnice, za ti dve leti še ni. Opozoriti pa moramo, da so za leto 2008 uporabljeni le podatki za letošnjo poletno sezono 2008.

4.1 Primerjava preživetih počitnic za leta 2004, 2005 in 2006 po četrletjih

Podatki o potovalnih navadah Slovencev za leta 2004, 2005 in 2006 so pridobljeni s Statističnega urada Republike Slovenije. Podatki se zbirajo s telefonsko, računalniško podprto anketo (CATI), anketa pa se izvaja četrletno, torej vsake tri mesece. Prvo četrletje tako zajema mesece: januar, februar, marec, drugo četrletje: april, maj junij, tretje četrletje: julij, avgust, september ter četrto četrletje: oktober, november december. Ta obdobja ne moremo razdeliti po letni časih, lahko pa rečemo, da prvo četrletje predstavlja večinoma počitnice v zimskem času, drugo četrletje počitnice v spomladanskem času, tretje četrletje poletne počitnice ter četrto četrletje jesenske počitnice (SURs, Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007, 25 – 34).

V vseh treh letih je vzorčni okvir, telefonski imenik zasebnih telefonskih naročnikov v Republiki Sloveniji, enak, prav tako pa je enaka tudi ciljna populacija: prebivalci Slovenije, stari 15 let ali več, ter enota opazovanja: član izbranega gospodinjstva, star 15 let ali več. Enako velik je bil tudi vzorec, in sicer 3000 telefonskih števil v prvem, drugem in tretjem četrletju, ter 6000 v četrtem (SURs, Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007, 25 – 34).

Pri uporabi rezultatov moramo upoštevati kriterije natančnosti: ocene s koeficientom variacije, manjšim od 0,10 ($CV \leq 0,10$), so v tabelah objavljene brez omejitev. Te ocene so dovolj zanesljive, vendar pa so manj zanesljive ocene, ki imajo koeficient variacije od 0,10 do 0,15 ($0,10 < CV \leq 0,15$) in so v tabelah objavljene v enojnih oklepajih; ocene s koeficientom variacije od 0,15 do 0,30 ($0,15 < CV \leq 0,30$) in so objavljene v dvojnih oklepajih ter ocene s koeficientom variacije, večjim od 0,30 ($CV > 0,30$), ki pa niso objavljene, vendar so le nadomeščene s piko. (SURs, Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007, 26 – 35).

Izraz »turistično potovanje«, ki je uporabljen v analizi, SURS razlaga takole:

Turistična potovanja so vsi odhodi od doma z najmanj 1 prenočitvijo, vendar ne z več kot 365 prenočitvami, in to iz prej navedenih razlogov. Vsako potovanje zajema pot in bivanje. Ima lahko več vmesnih točk postanka, glavni cilj pa je le eden. Prav tako je le en glavni razlog, in to je tisti, brez katerega tega potovanja ne bi bilo. Turistična potovanja delimo glede na glavni razlog na:

- poslovna potovanja in

- zasebna potovanja (SURS, Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007, 27 – 36).

Povprečne izdatke pa SURS definira tako: »Povprečni izdatki oz. povprečna poraba na turističnih potovanjih zajema potne stroške, nastanitvene stroške, stroške za hrano, pijačo, vstopnine ipd.« (SURS, Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007, 27 – 36).

Trajanje potovanja se meri glede na število prenočitev. Krajša potovanja zajemajo eno do tri nočitve, daljša potovanja pa najmanj štiri nočitve (SURS, Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007, 27 – 36).

4.1.1 Odhod na počitnice

V prvem četrtletju, v zimskem obdobju, se do leta 2006 opazi za skoraj 10 % povečan odhod na zimske počitnice oz. turistično potovanje v zimskem času. To lahko predstavlja, da se vedno več ljudi (29,7 %) ¹ odloči za zimske počitnice (Tabela 4.1).

V drugem četrtletju, v pomladnem času, je v letu 2006 glede na prejšnja leta povečan odstotek ljudi, ki so odšli na turistično potovanje (32,8 %). To lahko štejemo za prvomajska potovanja.

V tretjem četrtletju, poletne počitnice, se leta 2005 nekoliko zmanjša odstotek ljudi, ki so odšli na poletne počitnice. Za leti 2004 in 2005 ostaja delež Slovencev, ki so odšli na poletne počitnice enak (57,3 %). Tako lahko rečemo, da se več kot polovica prebivalcev Slovenije odloči za poletne počitnice. S tem pa moramo zavrniti prvo hipotezo: »Poletne počitnice si zaradi finančnih razlogov lahko privošči manj kot polovica Slovencev, z leti pa se ta odstotek ljudi še zmanjšuje.«, saj si poletne počitnice lahko privošči več kot polovica (57,3 %) ¹ Slovencev, z leti pa se ta odstotek ne zmanjšuje, vendar le rahlo niha. Glede finančnih razlogov pa sledijo podatki v Tabeli 4.5.

¹ Podatki za leto 2006.

V četrtem četrtletju, jesensko obdobje, se leta 2005 odstotek ljudi, ki so odšli na turistično potovanje (jesenske počitnice) nekoliko poveča (27,9 %), vendar pa se leta 2006 spet nekoliko zniža (26 %).

Lahko zaključimo, da se približno 30 % prebivalcev Slovenije odloči oz. si lahko privošči prvomajske, jesenske ter zimske počitnice. S tem pa tudi potrdimo drugo hipotezo: »Glede na letni čas, se večina ljudi odloči za poletne počitnice, le redki pa si lahko privoščijo dopustovanje oz. izlet v drugem letnem času (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice).«.

Tabela 4.1: Odhod prebivalcev Slovenije na turistično potovanje glede na četrtletja v letih 2004, 2005 in 2006.

v %

	Prvo četrtletje			Drugo četrtletje			Tretje četrtletje			Četrto četrtletje		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Udeleženi na turističnih potovanjih												
Niso odšli na turistično potovanje	79	76,7	70,3	70,4	70,9	67,2	42,7	44,1	42,7	76,4	72,1	74
Šli na zasebno ali poslovno potovanje	21	23,3	29,7	29,6	29,1	32,8	57,3	55,9	57,3	23,6	27,9	26
Skupaj	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Vir: SURS, Statistične informacije. Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007.

4.1.2 Odločitev za počitnice v Sloveniji ali v tujini

V zimskem času Slovenci več potujejo po Sloveniji kot v tujino (Tabela 4.2). To je predvsem opazno za krajša zasebna potovanja, ko je leta 2006 kar 80 % prebivalcev Slovenije šlo na krajše zasebno potovanje v Slovenijo. Drugače pa je pri daljših zasebnih potovanjih. Leta 2004 in 2005 je večina Slovencev preživela daljše zimske počitnice v tujini, vendar pa se je leta 2006 to spremenilo in je kar 52,3 % Slovencev preživel zimske počitnice v Sloveniji.

Tudi v spomladanskem času se večina Slovencev (leta 2006 je bil ta odstotek 66,5 %)¹ odloči za preživljanje krajših zasebnih potovanj v Sloveniji, kar se je do leta 2006 povečalo za več kot 15 %. Na daljša zasebna potovanja hodijo Slovenci spomladi predvsem v tujino.

Poleti hodijo Slovenci na daljša zasebna potovanja predvsem v tujino (80,6 % za leto 2006)¹, na krajša zasebna potovanja pa v Slovenijo (65,2 % za leto 2006)¹. Tako lahko rečemo da

večina prebivalcev Slovenije preživlja poletne počitnice v tujini, na krajše izlete pa poleti hodijo v Slovenijo.

Tudi na daljše jesenske počitnice vedno več Slovencev hodi v tujino (60,9 %)¹, na krajše izlete pa jih jeseni večina hodi v Slovenijo (70,4 %)¹. To si lahko razlagamo tako, da veliko turističnih agencij ponuja potovanja in izlete po Evropi v času prvomajskih ter jesenskih počitnic.

Pozimi in jeseni Slovenci na splošno hodijo na zasebna potovanja v Slovenijo, pomladi in poleti pa v tujino. Glede na dolžino potovanj, pa Slovenci na splošno večinoma hodijo na krajša zasebna potovanja v Slovenijo, z leti pa se ta odstotek še povišuje. Na daljša zasebna potovanja pa večina prebivalcev Slovenije hodi v tujino, ne glede na letni čas.

Tabela 4.2: Odločitev prebivalcev Slovenije za zasebna turistična potovanja glede na destinacijo ter glede na dolžino potovanja po četrtletjih v letih 2004, 2005 in 2006.

v %

	Prvo četrtletje			Drugo četrtletje			Tretje četrtletje			Četrto četrtletje		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Vsa zasebna potovanja												
V Sloveniji	65,6	57,6	73,2	46,6	45,8	58	35,8	35,1	39	59,1	62	63
V tujini	34,4	42,4	26,8	53,4	54,2	42	64,2	64,9	61	40,9	38	37
Skupaj	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Daljša zasebna potovanja												
V Sloveniji	(38,4)	39,4	52,3	(29,8)	(27,2)	33	22,8	19,7	19,4	41,1	46,2	39,1
V tujini	61,6	60,6	47,7	70,2	72,8	67	77,2	80,3	80,6	58,9	53,8	60,9
Skupaj	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Krajša zasebna potovanja												
V Sloveniji	74,4	68,7	80	51,2	52,7	66,5	51,9	55,9	65,2	65	67,2	70,4
V tujini	25,6	31,3	20	48,8	47,3	33,5	48,1	44,1	34,8	35	32,8	29,6
Skupaj	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

() manj natančna ocena: $0,10 < CV \leq 0,15$

Vir: SURS, Statistične informacije. Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007.

Glede na ugotovitve vidimo, da je bila naša tretja hipoteza: »Večina prebivalcev Slovenije se zaradi cenejših počitnic v Sloveniji na poletne počitnice raje odpravi na slovensko obalo. Na počitnice v drugih letnih časih (zimске, jesenske ali prvomajske počitnice) pa se večina ljudi odpravi v tujino.« postavljena narobe in to ravno obratno. Poleti smo predvidevali, da večina prebivalcev Slovenije hodi na počitnice na slovensko obalo, vendar temu ni tako. Po ugotovitvah sodeč se večina Slovencev poleti, in pa tudi spomladi, odpravi v tujino. Pozimi in

jeseni pa obratno kot v naših predvidevanjih Slovenci hodijo na potovanja po Sloveniji. Tako smo pravilno predvidevali le za spomladanski čas.

4.1.3 Povprečno število nočitev na počitnicah v Sloveniji in tujini

Slovenci na krajših zasebnih potovanjih preživijo povprečno dve nočitvi, kar se ne razlikuje glede na letni čas ali na destinacijo (Tabela 4.3). Tudi število nočitev na daljših zasebnih potovanjih se ne spreminja bistveno glede na destinacijo in letni čas. Tako Slovenci ostanejo na daljših zasebnih potovanjih povprečno sedem nočitev, le med daljšimi poletnimi počitnicami je povprečno število nočitev devet. Na splošno pa Slovenci povprečno ostanejo na zasebnih potovanjih po tri nočitve, le v poletnem času povprečno šest nočitev.

S temi ugotovitvami pa moramo zavrniti tudi našo četrto hipotezo: »Povprečno število nočitev na daljših počitnicah prebivalcev Slovenije je šest nočitev oz. sedem dni, na krajših izletih pa ena nočitev oz. dva dneva, kar pa se ne razlikuje glede na destinacijo.«, saj Slovenci povprečno ostanejo na daljših zasebnih potovanjih sedem nočitev, poleti pa celo devet, in ne šest nočitev, kot smo predvidevali. Na krajših potovanjih pa ostanejo povprečno dve nočitvi in ne eno.

Tabela 4.3: Povprečno število nočitev prebivalcev Slovenije na zasebnem turističnem potovanju glede na destinacijo ter glede na dolžino potovanja po četrtletjih v letih 2004, 2005 in 2006.

v %

	Prvo četrtletje			Drugo četrtletje			Tretje četrtletje			Četrto četrtletje		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Vsa zasebna potovanja												
V Sloveniji	2,3	3,1	2,4	2,5	2,5	2,5	3,9	3,8	3,5	2,5	2,8	2,5
V tujini	4,4	4,6	4,2	3,5	3,8	4	7,1	7,2	7,7	3,9	3,8	4,4
Skupaj	3	3,7	2,9	3	3,2	3,1	5,9	6	6,1	3,1	3,2	3,2
Daljša zasebna potovanja												
V Sloveniji	(6,2)	6,7	5,7	(6,4)	(6,4)	6,2	7,6	7,8	7,5	6,4	6,9	6,8
V tujini	7,4	6,7	7,3	7,1	6,9	6,8	9,6	9,3	9,5	7,2	7,3	8,1
Skupaj	6,9	6,7	6,5	6,9	6,7	6,6	9,1	9	9,1	6,9	7,1	7,6
Krajša zasebna potovanja												
V Sloveniji	1,7	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	1,7	1,8	1,8
V tujini	2	2	1,9	2	2	2,1	2,1	2	2,1	2	2	2,1
Skupaj	1,8	1,9	1,7	1,9	1,9	1,9	2	2	2	1,8	1,9	1,9

() manj natančna ocena: $0,10 < CV \leq 0,15$

Vir: SURS, Statistične informacije. Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007.

4.1.4 Povprečna poraba denarja na dan na počitnicah v Sloveniji in v tujini

Zanimivo je, da povprečno slovenski prebivalci najmanj denarja zapravijo poleti, največ pa pozimi (Tabela 4.4). Tako je bil leta 2006 povprečno najmanjši izdatek 21,21 evrov na osebo na dan¹ za poletne počitnice v Sloveniji, ter največji 61,61 evrov na osebo na dan¹ za zimske počitnice v tujini. Na zimske počitnice se verjetno večina odpravi smučat, pri tem pa velik strošek predstavljajo smučarske vozovnice.

Tabela 4.4: Povprečna poraba prebivalcev Slovenije na osebo na dan na zasebnem turističnem potovanju glede na destinacijo ter glede na dolžino potovanja po četrtletjih v letih 2004, 2005 in 2006.

EUR

	Prvo četrtletje			Drugo četrtletje			Tretje četrtletje			Četrto četrtletje		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Vsa zasebna potovanja												
V Sloveniji	23,48	23,32	27,58	21,32	22,88	22,16	23,16	23,38	21,21	25,18	25,74	27,41
V tujini	60,31	57,12	61,61	39,55	44,01	47,04	32,45	32,39	32,36	54,28	55,05	52,60
Skupaj	41,91	41,01	40,89	32,48	36,17	35,56	30,21	30,45	29,84	39,96	39,32	40,16
Daljša zasebna potovanja												
V Sloveniji	(25,68)	22,89	31,33	(24,81)	(26,34)	26,95	22,08	23,13	20,13	26,69	25,40	28,16
V tujini	66,94	58,96	63,38	38,64	43,98	49,15	32,12	33,17	32,22	59,40	54,11	49,69
Skupaj	52,93	44,92	48,50	35,04	39,32	42,25	30,18	31,55	30,30	46,67	41,21	42,17
Krajša zasebna potovanja												
V Sloveniji	22,13	23,85	24,94	19,51	20,51	19,43	25,71	23,83	22,86	23,98	26,03	26,92
V tujini	41,59	50,42	56,49	40,98	44,06	42,34	35,65	23,94	34,30	43,81	56,84	59,90
Skupaj	27,91	32,98	31,86	29,85	32,01	27,72	30,73	23,88	27,07	31,47	37,02	37,64

() manj natančna ocena: $0,10 < CV \leq 0,15$

Vir: SURS, Statistične informacije. Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007.

Podobno velja za daljša zasebna potovanja. Med daljšimi potovanji so glede na letni čas najcenejša poletna potovanja v Sloveniji (20,13 evrov na osebo na dan)¹, najdražja pa so potovanja pozimi v tujino (leta 2004 tudi do 66,94 evrov na osebo na dan). Ta ugotovitev potrdi našo tretjo hipotezo: »Večina prebivalcev Slovenije se zaradi cenejših počitnic v Sloveniji na poletne počitnice raje odpravi na slovensko obalo. Na počitnice v drugih letnih časih (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice) pa se večina ljudi odpravi v tujino.«, vendar le tisti del, da so najcenejše poletne počitnice v Sloveniji. Kot pa smo ugotovili že prej, to ne pripomore k večjemu počitnikovanju Slovencev doma (Tabela 4.2).

Med krajšimi zasebnimi potovanji pa so najcenejša potovanja po Sloveniji med prvomajskimi počitnicami (19,43 evre na osebo na dan)¹ in najdražja jesenska potovanja v tujini (59,90 evrov na osebo na dan)¹.

V prvem, drugem in tretjem četrtnetju je z leti zaznati postopno večjo porabo, v tretjem četrtnetju (poletni čas) pa je poraba z leti manjša, vendar pa te razlike niso tako izrazite. Tako peto hipotezo: »Največ denarja ljudje porabijo poleti na daljših počitnicah v tujini, z leti pa ljudje za počitnice na splošno pripravijo vedno več denarja.« zavrnilo le delno, saj višanje stroškov z leti ni tako izrazito, v poletnem času se še celo zmanjšujejo. V poletnem času Slovenci resda porabijo najmanj denarja na osebo na dan glede na ostale letne čase, vendar pa je lahko končni znesek za poletne počitnice na koncu večji, saj povprečno Slovenci ostanejo najdlje na počitnicah poleti (Tabela 4.3).

4.1.5 Razlogi za nepotovanje

Tabela 4.5: Razlogi prebivalcev Slovenije za nepotovanje glede na četrtnetje v letih 2004, 2005 in 2006.

	Prvo četrtnetje			Drugo četrtnetje			Tretje četrtnetje			Četrto četrtnetje		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Razlogi prebivalcev Slovenije za nepotovanje												
Ne čutim potrebe	10,3	9,2	10,9	9,3	10,2	9	9,8	9,8	12,6	11,8	10,3	13,4
Neprimeren letni čas	9,1	8,8	10,9	7,2	7,1	(4,6)	((1,9))	/	/	7	7,9	5,6
Odhajal v počitniško bivališče ali na enodnevne izlete	(1,4)	((0,9))	/	((1,0))	/	/	.	/	/	(1,5)	/	/
Pomanjkanje prostega časa	36,7	37,3	38,9	44,2	42,0	43,8	30,9	29,2	28,7	35,9	37,6	38,3
Finančni razlogi	28,6	28,8	26,6	23,8	25,3	25,8	32,7	32,8	30,4	30,4	28	26,4
Zdravstveni razlogi	11,5	13,9	10,6	13,4	12,8	13,5	21	23,5	22,6	11,7	13,2	14,1
Drugi razlogi	(2,4)	((0,9))	(2,2)	((1,0))	(2,7)	(3,2)	((2,6))	(4,8)	(5,7)	(1,8)	3,1	(2,2)
Skupaj	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

() manj natančna ocena: $0,10 < CV \leq 0,15$

(()) nenatančna ocena: $0,15 < CV \leq 0,30$

. zelo nenatančna ocena, vendar različna od nič: $CV > 0,30$

/ ni podatka

Vir: SURS, Statistične informacije. Turistična potovanja domačega prebivalstva 2004 – 2007.

Kot glavni razlog za nepotovanje so Slovenci v letih 2004, 2005 in 2006 navedli pomanjkanje časa (Tabela 4.5). Ta razlog prevladuje v vseh četrletjih in se z leti bistveno ne spreminja. Le v tretjem četrletju prevladuje kot glavni razlog nepotovanja finančni razlogi. Sledijo zdravstveni razlogi, katerih odstotek se ponovno poviša v tretjem četrletju, torej v času polenih počitnic. Tako potrdimo del prve hipoteze *»Poletne počitnice si zaradi finančnih razlogov lahko privošči manj kot polovica Slovencev, z leti pa se ta odstotek ljudi še zmanjšuje.«*, saj so finančni razlogi vzrok nepočitnikovanja v poletnem času. Ugotovili pa smo, da si kljub vsemu poletne počitnice lahko privošči več kot polovica Slovencev (Tabela 4.1).

4.2 Primerjava počitniških namer za leti 2007 in 2008 po letnih časih

Podatki za počitniške namere Slovencev za leti 2007 in 2008 so povzeti s Slovenske turistične organizacije. Podatki o potovalnih namerah določenega obdobja predstavljajo potovanja, izlete ali počitnice, ki se bodo začeli v tekočem obdobju zbiranja podatkov (tekočem letnem času), lahko pa se končajo tudi v naslednjem (STO, Potovalne namere Slovencev 2007 – 2008).

Podatki, pridobljeni s pomočjo računalniško podprte telefonske ankete, so zbrani za štiri obdobja: pomlad (marec 2007, april 2007, maj 2007); poletje (junij 2007, julij 2007, avgust 2007); jesen (september 2007, oktober 2007, november 2007) in zima (december 2007, januar 2008, februar 2008). Posamezna raziskava je bila opravljena na začetku vsakega obdobja. (STO, Potovalne namere Slovencev letno poročilo 2007).

Ciljna populacija so bili polnoletni prebivalci Slovenije, vzorčni okvir pa telefonski imenik zasebnih telefonskih naročnikov. V raziskavi o potovalnih namerah za leto 2007 je za pomladno obdobje sodelovalo 1411 respondentov, za poletno obdobje 1323 respondentov, za jesensko obdobje 752, ter za zimsko obdobje 1149 respondentov. V raziskavi za potovalne namere v poletni sezoni 2008, pa je bilo anketiranih 827 respondentov (STO, Potovalne namere Slovencev letno poročilo 2007; Potovalne namere Slovencev, poletna sezona 2008).

Dolge počitnice zajemajo bivanja z vsaj tremi nočitvami, povprečno število nočitev pa je izračunano na podlagi ogovorov tistih oseb, ki bodo prenočevale vsaj enkrat. Povprečna predvidena poraba je izračunana na podlagi navedenega zneska ter števila oseb na katere se znesek nanaša (STO, Potovalne namere Slovencev letno poročilo 2007).

4.2.1 Predvidene počitnice

Na poletne počitnice namerava letos oditi 2 % Slovencev več kot lani, torej 56 % (Tabela 4.6). Odstotek se ne razlikuje bistveno od prejšnjih let (Tabela 4.1). Tako lahko prvo hipotezo: *»Poletne počitnice si zaradi finančnih razlogov lahko privošči manj kot polovica Slovencev, z leti pa se ta odstotek ljudi še zmanjšuje.«* delno zavrnilo, saj smo ugotovili, da si poletne počitnice lahko privošči več kot polovica Slovencev (Tabela 4.1 ter Tabela 4.6), z leti pa se ta odstotek ne zmanjšuje, ampak rahlo niha (Tabela 4.1). Kljub temu pa smo pravilno domnevali, da so finančni razlogi poleti glavni razlog počitnikovanja (Tabela 4.5).

V drugih letnih časih bi se za izlet, potovanje ali počitnice odločilo manj kot 30 %, najmanj Slovencev (23 %), pa bi se odločilo za zimske počitnice. Tako lahko ponovno (Tabela 4.1) potrdimo drugo hipotezo: »Glede na letni čas, se večina ljudi odloči za poletne počitnice, le redki pa si lahko privoščijo dopustovanje oz. izlet v drugem letnem času (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice).«, saj tudi z novejšimi podatki pridemo do enakega zaključka.

Tabela 4.6: Predviden odhod prebivalcev Slovenije na izlet, potovanje ali počitnice glede na letne čase v letih 2007 in 2008.

	Pomlad		Poletje		Jesen		Zima	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Odhod na izlet, potovanje ali počitnice								
Da	28,8	/	54	56	29	/	23	/
Ne	71,2	/	46	44	71	/	77	/
Skupaj	100	/	100	100	100	/	100	/

v %

/ ni podatka

Vir: STO, Poslovne publikacije. Potovalne namere Slovencev 2007 – 2008.

4.2.2 Destinacija predvidenega počitnikovanja

V letih 2007 in 2008 bi se Slovenci na splošno (Tabela 4.7) najpogosteje odločili za počitnice v tujini, še posebej v poletnem času (več kot 70 %). V drugih letnih časih bi se več Slovencev, približno 40 %, odločilo za počitnice v Sloveniji, vendar še vedno prevladuje odločitev za preživljanje počitnic v tujini. Podatki Statističnega urada Republike Slovenije za prejšnja leta se nekoliko razlikujejo (Tabela 4.2), vendar jim je še vedno skupno to, da jeseni in pozimi več ljudi hodi na potovanja v Slovenijo kot pa v drugih letnih časih.

Tabela 4.7: Destinacija predvidenega odhoda prebivalcev Slovenije na izlet, potovanje ali počitnice glede na letne čase v letih 2007 in 2008.

	Pomlad		Poletje		Jesen		Zima	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Destinacija predvidenega izleta, potovanja ali počitnic								
Slovenija	39,2	/	23	29	42	/	41	/
Tujina	60,8	/	77	71	58	/	59	/
Skupaj	100	/	100	100	100	/	100	/

v %

/ ni podatka

Vir: STO, Poslovne publikacije. Potovalne namere Slovencev 2007 – 2008.

Tako ponovno zavrnamo tretjo hipotezo: »Večina prebivalcev Slovenije se zaradi cenejših počitnic v Sloveniji na poletne počitnice raje odpravi na slovensko obalo. Na počitnice v

drugih letnih časih (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice) pa se večina ljudi odpravi v tujino.«, saj smo ugotovili, da Slovenci hodijo na potovanja ravno obratno, kot pa smo predvidevali. Po ugotovitvah sodeč se večina Slovencev poleti in pa tudi spomladi na potovanja odpravi v tujino in ne v Slovenijo, kot smo predvidevali. Pozimi in jeseni pa, obratno kot v naših predvidevanjih, Slovenci hodijo na potovanja po Sloveniji.

4.2.3 Predvidene aktivnosti v času počitnic

Spomladi, poleti in jeseni je glavna aktivnost oz. vzrok za počitnice Slovencev sprostitev, počitek in zabava (Tabela 4.8). V zimskem času pa prevladujejo rekreativne športne dejavnosti (42,8 %), kar verjetno predstavlja smučanje oz. zimske športe med zimskimi počitnicami. Med glavne aktivnosti spomladi, jeseni in pozimi poleg sprostitve in rekreacije spada tudi ogled naravnih in kulturnih znamenitosti, poleti pa ta odstotek ni tako izrazit.

Tabela 4.8: Predvidene aktivnosti prebivalcev Slovenije na daljših počitnicah glede na letne čase v letih 2007 in 2008.

v %

	Pomlad		Poletje		Jesen		Zima	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Predvidene aktivnosti na daljših počitnicah								
Sprostitev, počitek, zabava	38,2	/	55,6	61,9	51,3	/	34,2	/
Rekreativne športne dejavnosti	18	/	24,8	23,9	20,6	/	42,8	/
Ogled naravnih in kulturnih znamenitosti	21	/	8,3	8	15,1	/	12,5	/
Kopanje	/	/	3,8	/	/	/	/	/
Skrb za zdravje (preventiva, kurativa, zdravilišča)	6,4	/	2,3	1,7	3,4	/	5,4	/
Izobraževanje	0,8	/	0,7	1,3	/	/	1,2	/
Ogled ali sodelovanje na športnih prireditvah	1,9	/	0,5	0,4	4,6	/	0,8	/
Ogled ali sodelovanje na kulturnih in zabavnih prireditvah	1,9	/	0,7	0,8	1,7	/	/	/
Nakupovanje	0,6	/	0,5	/	0,8	/	/	/
Obisk prijateljev ali sorodnikov / druženje	/	/	0,6	/	1,3	/	0,8	/
Poslovno	/	/	/	0,4	/	/	1,2	/
Ukvarjanje z družino, otroki	/	/	/	1	/	/	/	/
Drugo	11	/	2,5	0,6	1,3	/	1,2	/
Skupaj	100	/	100	100	100	/	100	/

/ ni podatka

Vir: STO, Poslovne publikacije. Potovalne namere Slovencev 2007 – 2008.

Tako lahko sprejmemo zadnjo, šesto hipotezo: »Glavna aktivnost oz. razlog, zakaj se Slovenci odpravijo na daljše počitnice, je sprostitev in počitek.«, saj je glavna aktivnost na daljših počitnicah, razen na zimskih počitnicah, res sprostitev, počitek in zabava.

4.2.4 Povprečna predvidena poraba denarja na osebo za celotne počitnice glede na destinacijo

Lansko leto in letos nameravajo Slovenci največ denarja zapraviti poleti (Tabela 4.9). Čeprav smo prej ugotovili, da Slovenci najmanj plačujejo na osebo na dan poleti (Tabela 4.4), moramo opozoriti, da ti podatki (podatki SURS) veljajo na osebo na dan, podatki STO pa prikazujejo celotno končno porabo na osebo. Kot smo ugotovili prej, je poleti povprečno število nočitev največje glede na ostale letne čase (Tabela 4.3), zato je kljub najmanjši dnevni porabi (Tabela 4.4), končen znesek največji (Tabela 4.9). Tako nameravajo Slovenci letos poleti povprečno zapraviti nekoliko manj kot 320 evrov na osebo v Sloveniji ter približno 490 evrov na osebo v tujini. Veliko zapravijo tudi pozimi za zimske počitnice; nekoliko manj kot 250 evrov na osebo za zimske počitnice v Sloveniji ter več kot 450 evrov na osebo za zimske počitnice v tujini. Najmanj, nekoliko manj kot 170 evrov na osebo, pa nameravajo porabiti na prvomajskih oz. spomladanskih izletih v Sloveniji.

Tabela 4.9: Povprečna predvidena poraba denarja prebivalcev Slovenije na osebo za celotne počitnice glede na destinacijo predvidenega potovanja ter glede na letne čase v letih 2007 in 2008.

	Pomlad		Poletje		Jesen		Zima	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Povprečna poraba na osebo glede na destinacijo predvidenega potovanja								
Slovenija	167,95	/	270,38	317,47	193	/	244,07	/
Tujina	403,13	/	483,60	490,03	415,40	/	452,60	/
Skupaj	322,63	/	437,2	449,46	327,31	/	369,12	/

/ ni podatka

Vir: STO, Poslovne publikacije. Potovalne namere Slovencev 2007 – 2008.

Tako našo peto hipotezo: »Največ denarja ljudje porabijo poleti na daljših počitnicah v tujini, z leti pa ljudje za počitnice na splošno zapravijo vedno več denarja.« vendarle potrdimo, ampak še vedno le delno, saj višanje stroškov z leti ni tako izrazito, ampak bolj niha. Kot smo ugotovili prej (Tabela 4.4), Slovenci v poletnem času Slovenci resda porabijo najmanj denarja na osebo na dan glede na ostale letne čase, vendar pa je končni znesek za poletne počitnice na koncu večji (Tabela 4.9), saj povprečno Slovenci ostanejo najdlje na počitnicah poleti (Tabela 4.3).

4.2.5 Razlogi za nepotovanje

Tudi v letošnjem in lanskem letu prevladuje spomladi in jeseni glavni razlog za nepotovanje pomanjkanje časa (Tabela 4.10). Poleti in pozimi pa dosti bolj prevladujejo finančni razlogi.

Za letošnje poletje so se finančni razlogi kot vzrok za nepotovanje povečali za več kot polovico glede na lansko leto (iz 24,2 % na 43,2 %). Kot razlog za nepotovanje v poletnem času se je v letošnjem letu nekoliko povišal tudi odstotek zdravstvenih razlogov (13,6 %), ki pa ima glede na ostale letne čase najnižji delež spomladi (7,8 %). Bistveno pa se je v poletnem času zmanjšal razlog pomanjkanja časa (iz 19 % na 6,9 %), ter starost kot razlog za nepotovanje (iz 19,3 % na 2,8 %), ki je imel prejšnje leto izjemno visok odstotek glede na ostale letne čase. Opazimo lahko tudi, da imata razloga za nepotovanje »delo / ni dopusta« ter »smo že bili« dosti manjšo vrednost pozimi (manj kot 1 %), kot pa v ostalih letnih časih.

Tudi tokrat ponovno potrdimo del prve hipoteze »Poletne počitnice si zaradi finančnih razlogov lahko privošči manj kot polovica Slovencev, z leti pa se ta odstotek ljudi še zmanjšuje.«, saj so finančni razlogi vzrok nepočitnikovanja v poletnem času. Ugotovili pa smo, da si kljub vsemu poletne počitnice lahko privošči več kot polovica Slovencev (Tabela 4.1 ter Tabela 4.6).

Tabela 4.10: Razlogi za nepotovanje prebivalcev Slovenije glede na letne čase v letih 2007 in 2008.

v %

Razlogi za nepotovanje	Pomlad		Poletje		Jesen		Zima	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Razlogi za nepotovanje								
Nimam denarja	25,4	/	24,2	43,2	30,9	/	45,6	/
Nimam časa	35,2	/	19	6,9	33,3	/	22,4	/
Bolezen / zdravstveni razlogi	7,8	/	12,4	13,6	9,9	/	10,9	/
Starost	5	/	19,3	2,8	5	/	2,9	/
Ni želje / interesa	3,3	/	2,8	3,3	2,7	/	4,5	/
Gremo kasneje	2,8	/	2,9	5	/	/	1,8	/
Ni načrtovano	1,9	/	/	/	1,5	/	1,2	/
Delo / ni dopusta	2,1	/	1,6	4,4	1,3	/	0,7	/
Smo že bili	1,8	/	1,3	1,9	1,2	/	0,7	/
Kmetija	0,9	/	0,9	/	1,2	/	/	/
Nosečnost / dojenček	0,4	/	0,6	0,8	1	/	1,2	/
Šola / študij	1	/	/	/	1	/	/	/
Ni pravi čas / vreme	1,7	/	/	0,6	/	/	1,3	/
Ni družbe	0,6	/	/	1,1	/	/	/	/
Drugo	1,4	/	2,9	1,4	1,7	/	1,4	/
Ne vem	8,6	/	12,2	15	9,2	/	5,4	/
Skupaj	100	/	100	100	100	/	100	/

/ ni podatka

Vir: STO, Poslovne publikacije. Potovalne namere Slovencev 2007 – 2008.

5 SKLEP

Turizem je moderni pojav današnjega časa, ki se zelo hitro širi po vsem svetu. Vse več ljudi potuje in se udeležuje tako daljših kot tudi krajših izletov. Prav tako zabavno ter zanimivo kot potovanje pa je lahko že samo načrtovanje potovanja (Han 2005). Počitnice tako predstavljajo priložnost, da izberemo destinacijo, sopotnika, nastanitev, restavracije, dejavnosti, način potovanja ter še veliko drugega (Stewart in Vogt 1999, 79).

Na odločitev turista, katero turistično destinacijo bo izbral, vpliva veliko faktorjev. Eugenio-Martin (2003) trdi, da gre turist skozi pet faz odločanja, preden se dokončno odloči. Najprej se odloči, ali bo sploh odšel na potovanje v nekem določenem času, nato si postavi finančne omejitve, zatem izbere dolžino in datum potovanja ter izbere destinacijo (izbira med mestom ob obali ali v notranjosti ter mestom ali vasjo). Na koncu izbere še način transporta (Eugenio-Martin 2003; Nicolau in Más 2008, 2).

V diplomski nalogi smo želeli ugotoviti, kakšne so potovalne navade Slovencev in kako se le-te spreminjajo v letnih časih od leta 2004 do 2008. Kot je razvidno iz naloge, smo v raziskavi razpolagali le s kvartalnimi podatki, v raziskavi pa ne razpolagamo z oceno, koliko ljudi gre na počitnice na splošno v enem letu, saj so to lahko isti ljudje. Glede na te podatke gre v povprečju na počitnice od 30 % (pomladi, jeseni in pozimi) do skoraj 60 % (poleti) prebivalcev Slovenije (Tabela 4.1 ter Tabela 4.6). Tako lahko rečemo, da je za večino prebivalcev Slovenije odhod na poletne počitnice postal že tako rekoč normalen in samoumeven. Nekaterim je postala izbira destinacije in tipa počitnic že rutina, s tem pa postane tudi njihov proces odločitve skrajšan in omejen (Bargeman in van der Poel 2006, 707 – 708).

Med raziskovalno nalogo smo tako prišli tudi do zaključkov glede hipotez, ki smo si jih zastavili na začetku. Prvo hipotezo: *»Poletne počitnice si zaradi finančnih razlogov lahko privošči manj kot polovica Slovencev, z leti pa se ta odstotek ljudi še zmanjšuje.«* lahko zavrnilo le delno. Pravilno smo domnevali, da so finančni razlogi glavni vzrok (pri približno 30 % do 50 % prebivalstva), zakaj mnogi Slovenci ne odidejo na poletne počitnice (Tabela 4.5 ter Tabela 4.10). Vseeno pa si, nasprotno z našimi domnevami, poletne počitnice lahko privošči več kot polovica Slovencev (od približno 55 % do 57 % prebivalstva), z leti pa se ta odstotek ne zmanjšuje, ampak rahlo niha (Tabela 4.1 ter Tabela 4.6).

Glede na ugotovitve, lahko potrdimo drugo hipotezo: *»Glede na letni čas, se večina ljudi odloči za poletne počitnice, le redki pa si lahko privoščijo dopustovanje oz. izlet v drugem letnem času (zimске, jesenske ali prvomajske počitnice).«*, saj gre na počitnice v drugih letnih časih manj kot 30 % prebivalcev Slovenije (Tabela 4.1 ter Tabela 4.5).

Zavrni pa moramo tretjo hipotezo: *»Večina prebivalcev Slovenije se zaradi cenejših počitnic v Sloveniji na poletne počitnice raje odpravi na slovensko obalo. Na počitnice v drugih letnih časih (zimске, jesenske ali prvomajske počitnice) pa se večina ljudi odpravi v tujino.«*, saj je glede na ugotovitve ravno obratno. Po ugotovitvah sodeč (Tabela 4.2 ter Tabela 4.7), se večina Slovencev, ki počitnikujejo poleti in pa tudi spomladi, odpravi na počitnice v tujino (v povprečju približno od 50 % pomladi do 70 % ljudi poleti). Pozimi in jeseni pa, prav tako obratno kot v naših predvidevanjih, Slovenci hodijo na potovanja po Sloveniji (v povprečju približno 40 % do 60 % ljudi, ki se odločijo za počitnice).

Zavrni moramo tudi četrto hipotezo: *»Povprečno število nočitev na daljših počitnicah prebivalcev Slovenije je šest nočitev oz. sedem dni, na krajših izletih pa ena nočitev oz. dva dneva, kar pa se ne razlikuje glede na destinacijo.«*, saj Slovenci povprečno ostanejo na daljših zasebnih potovanjih sedem nočitev, poleti pa celo devet, in ne šest, kot smo predvidevali. Na krajših potovanjih ostanejo povprečno dve nočitvi in ne eno (Tabela 4.3).

Peto hipotezo: *»Največ denarja ljudje porabijo poleti na daljših počitnicah v tujini, z leti pa ljudje za počitnice na splošno zapravijo vedno več denarja.«* potrdimo le delno. Ugotovili smo, da v poletnem času Slovenci porabijo najmanj denarja na osebo na dan (približno 30 evrov) glede na ostale letne čase (Tabela 4.4), vendar pa je končni znesek za poletne počitnice (približno 440 evrov) na koncu vendarle največji (Tabela 4.9), saj povprečno ostanejo najdlje na počitnicah poleti (Tabela 4.3). Ker pa višanje stroškov z leti ni tako izrazito, ampak bolj niha (Tabela 4.4 ter Tabela 4.9), lahko peto hipotezo potrdimo le delno.

Sprejmemo pa lahko zadnjo, šesto hipotezo: *»Glavna aktivnost oz. razlog, zakaj se Slovenci odpravijo na daljše počitnice, je sprostitve in počitek.«*, saj je glavna aktivnost na daljših počitnicah (približno 60 % ljudem), razen na zimskih počitnicah, res sprostitve, počitek in zabava (Tabela 4.8).

Glede na začetna raziskovalna vprašanja, smo ugotovili naslednje:

- *V katerem letnem času Slovenci največ potujejo in ali se trendi z leti spreminjajo?*

Slovenci največ (od približno 55 % do 57 % prebivalstva) potujejo poleti na poletne počitnice (Tabela 4.1 ter Tabela 4.6), ki so tudi najdaljše, in sicer v povprečju 9 nočitev (Tabela 4.3), kar pa se z leti ne spreminja, ampak le rahlo niha.

- *Koliko ljudi se odloči oz. si lahko privošči poletne počitnice in ali se z leti opazi kakšna razlika?*

Poletne počitnice si lahko privošči več kot polovica Slovencev (od približno 55 % do 57 % prebivalstva), z leti pa ni opaziti bistvenih sprememb (Tabela 4.1 ter Tabela 4.6).

- *Kaj je glavni razlog tistih Slovencev, ki ne gredo na počitnice?*

Spomladi in jeseni je glavni razlog (približno 40 % ljudi) za nepotovanje pomanjkanje časa, poleti in pozimi pa dosti bolj prevladujejo (od 30 % do 50 % ljudi) finančni razlogi (Tabela 4.5 ter Tabela 4.10).

- *Ali večina ljudi hodi na poletne počitnice v Slovenijo ali v tujino? Kam pa hodijo med drugimi počitnicami v drugih letnih časih (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice)?*

Po ugotovitvah sodeč (Tabela 4.2 ter Tabela 4.7), se večina Slovencev, ki počitnikujejo spomladi in poleti, odpravi na počitnice v tujino (v povprečju približno 50 % do 70 % ljudi), pozimi in jeseni pa Slovenci hodijo na izlete po Sloveniji (v povprečju približno 40 % do 60 % ljudi, ki se odločijo za počitnice).

- *Koliko Slovencev se odloči tudi za dopustovanje v drugem letnem času (zimske, jesenske ali prvomajske počitnice)?*

Na počitnice v drugih letnih časih gre manj kot 30 % prebivalcev Slovenije (Tabela 4.1 ter Tabela 4.5).

- *Koliko denarja povprečno porabijo na počitnicah in ali se to z leti spreminja?*

Pomladi in poleti Slovenci povprečno porabijo nekoliko več kot 30 evrov na osebo na dan, jeseni in pozimi pa nekoliko več kot 40 evrov na osebo na dan (Tabela 4.4). Ker pa so poletne počitnice povprečno najdaljše, je končni znesek (več kot 440 evrov na osebo) zato tudi največji glede na ostale letne čase (Tabela 4.9). Z leti pa se poraba bistveno ne spreminja.

- *Za kako dolge počitnice oz. izlet se odločijo, torej koliko nočitev ostanejo na določeni destinaciji?*

Slovenci povprečno ostanejo na daljših zasebnih potovanjih sedem nočitev, poleti celo devet, na krajših potovanjih pa ostanejo povprečno dve nočitvi. Na splošno pa Slovenci povprečno ostanejo na zasebnih potovanjih po tri nočitve, le v poletnem času povprečno šest nočitev. (Tabela 4.3).

6 LITERATURA

1. Apostolopoulos, Yirgos, Stella Leivadi in Andrew Yiannakis. 1996. *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations*. London in New York: Routledge.
2. Banka Slovenije. 2006. *Preračun med SIT in evrom*. Dostopno prek: <http://www.bsi.si/orodja/preracun-tolarja.asp?MapaId=180> (20. avgust 2008).
3. Bansal, H. in H.A. Eiselt. 2004. Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management* 25: 387 – 396. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MImg&_imagekey=B6V9R-49D6Y0N-6-9&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=06%2F30%2F2004&_sk=999749996&view=c&wchp=dGLbVzW-zSkWz&md5=b0731d378aa36457db7d02df0ebf4272&ie=/sdataarticle.pdf (20. avgust 2008).
4. Bargeman, Bertine in Hugo van der Poel. 2006. The role of routines in the vacation decision-making process of Dutch vacationers. *Tourism Management* 27: 707 – 720. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MImg&_imagekey=B6V9R-4GG2HJ1-2-8&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=08%2F31%2F2006&_sk=999729995&view=c&wchp=dGLbVtz-zSkWW&md5=c18a841100024094e3d4e4c531c8465c&ie=/sdataarticle.pdf (20. avgust 2008).
5. Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard in James F. Engel. 2001. *Consumer Behaviour*. ZDA: Harcourt College Publishers.
6. Bronner, Fred, Robert de Hoog. 2008. Agreement and disagreement in family vacation decision-making. *Tourism Management*. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MImg&_imagekey=B6V9R-4S0B2CM-1-1&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=03%2F05%2F2008&_sk=999999999&view=c&wchp=dGLbVzW-zSkWz&md5=5210a91dc563cd95693f7f787db40a13&ie=/sdataarticle.pdf (20. avgust 2008).
7. Cook, Roy A., Laura J. Yale in Joseph J. Marqua. 1999. *Tourism: The Business of Travel*. New Jersey: Prentice Hall.
8. Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert in Stephen Wanhill. 2005. *Tourism: Principles and Practice*. England: Financial Times Prentice Hall.
9. Correia, Antonia, Patricia Oom do Valle in Claudia Moco. 2007. Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 1 (1): 45 – 61. Dostopno prek: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewPDF.jsp?Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/3270010103.pdf> (20. avgust 2008).

10. Crotts, John C. in W. Fred van Raaij, ur. 1994. *Economic Psychology of Travel and Tourism*. New York, London, Norwood: The Haworth Press.
11. Cvikl, Helena in Tomi Brezovec. 2006. *Uvod v turizem*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
12. Damjan, Janez in Stane Možina. 1998. *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. Eugenio-Martin, Juan L. 2003. Modelling determinants of tourism demand as a five-stage process: A discrete choice methodological approach. *Tourism & Hospitality Research* 4 (4): 341 – 355. Dostopno prek: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=4&hid=109&sid=865e6a19-03d2-4406-9e9c-1d41b3b91de5%40sessionmgr108> (20. avgust 2008).
14. Han, Jiho Y. 2005. *The Relationships of Perceived Risk to Personal Factors, Knowledge of Destination, and Travel Purchase Decisions in International Leisure Travel*. Dizertacija. Virginia: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute in State University. Dostopno prek: <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=36&did=885691321&SrchMode=1&sid=2&Fmt=6&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1215597656&clientId=16601> (20. avgust 2008).
15. Lam, Terry in Cathy H.C. Hsu. 2006. Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management* 27: 589 – 599. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIimg&_imagekey=B6V9R-4G94HG6-1-S&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=08%2F31%2F2006&_sk=999729995&view=c&wchp=dGLbVtz-zSkWb&md5=ff70a5e958f14183680771898ced5e09&ie=/sdarticle.pdf (20. avgust 2008).
16. Laws, Eric. 1995. *Tourist destination management: Issues, analysis and policies*. London in New York: Routledge.
17. Litvin, Stephen W., Gang Xu in Soo K. Kang. 2004. Spousal Vacation-Buying Decision Making Revisited across Time and Place. *Journal of Travel Research* 43: 193 – 198. Dostopno prek: <http://jtr.sagepub.com/cgi/reprint/43/2/193> (20. avgust 2008).
18. Mihalič, Tanja. 2008. *Turizem: Ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
19. Mottiar, Ziene in Deirdre Quinn. 2004. Couple dynamics in household tourism decision making: Women as the gatekeepers? *Journal of Vacation Marketing* 10: 149 – 160. Dostopno prek: <http://jvm.sagepub.com/cgi/reprint/10/2/149> (20. avgust 2008).
20. Možina, Stane. 1975. *Psihologija in sociologija trženja*. Maribor: Založba Obzorja.

21. Nicolau, Juan L. in Francisco J. Más. 2008. Sequential choice behavior: Going on vacation and type of destination. *Tourism Management*. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6V9R-4S1SJG5-1-3&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=03%2F12%2F2008&_sk=999999999&view=c&wchp=dGLbVtz-zSkWb&md5=777fd631159e573fbfe6eec942860e56&ie=/sdarticle.pdf (20. avgust 2008).
22. Planina, Janez in Tanja Mihalič. 2002. *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
23. Slovenska turistična organizacija. Poslovne publikacije. 2007. *Potovalne namere Slovencev letno poročilo*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/LETNO_2007_5906.pdf (20. avgust 2008).
24. Slovenska turistična organizacija. Poslovne publikacije. 2007. *Potovalne namere Slovencev, marec – maj 2007*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/marec-maj_report_web_SLO_5231.pdf (20. avgust 2008).
25. Slovenska turistična organizacija. Poslovne publikacije. 2007. *Potovalne namere Slovencev, junij – avgust 2007*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/report_web_slo_5359.pdf (20. avgust 2008).
26. Slovenska turistična organizacija. Poslovne publikacije. 2007. *Potovalne namere Slovencev, september – november 2007*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/report_sept-nov_5565.pdf (20. avgust 2008).
27. Slovenska turistična organizacija. Poslovne publikacije. 2007. *Potovalne namere Slovencev, december 2007 – februar 2008*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2007/dec_-_feb_07-08_5858.pdf (20. avgust 2008).
28. Slovenska turistična organizacija. Poslovne publikacije. 2008. *Potovalne namere Slovencev, poletna sezona 2008*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2008/omnibus-poletna_s08_6396.pdf (20. avgust 2008).
29. Statistični urad Republike Slovenije. 2004. *Statistične informacije št. 182: Gostinstvo in turizem št. 16: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 1. četrletje 2004*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0402.pdf> (20. avgust 2008).
30. Statistični urad Republike Slovenije. 2004. *Statistične informacije št. 288: Gostinstvo in turizem št. 26: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 2. četrletje 2004*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0403.pdf> (20. avgust 2008).

31. Statistični urad Republike Slovenije. 2004. *Statistične informacije št. 358: Gostinstvo in turizem št. 32: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 3. četrtletje 2004*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0404.pdf> (20. avgust 2008).
32. Statistični urad Republike Slovenije. 2005. *Statistične informacije št. 99: Gostinstvo in turizem št. 5: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 4. četrtletje 2004*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0501.pdf> (20. avgust 2008).
33. Statistični urad Republike Slovenije. 2005. *Statistične informacije št. 190: Turizem št. 12: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 1. četrtletje 2005*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0502.pdf> (20. avgust 2008).
34. Statistični urad Republike Slovenije. 2005. *Statistične informacije št. 242: Turizem št. 15: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 2. četrtletje 2005*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0503.pdf> (20. avgust 2008).
35. Statistični urad Republike Slovenije. 2005. *Statistične informacije št. 330: Turizem št. 22: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 3. četrtletje 2005*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0504.pdf> (20. avgust 2008).
36. Statistični urad Republike Slovenije. 2006. *Statistične informacije št. 57: Turizem št. 5: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 4. četrtletje 2005*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0601.pdf> (20. avgust 2008).
37. Statistični urad Republike Slovenije. 2006. *Statistične informacije št. 119: Turizem št. 9: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 1. četrtletje 2006*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0602.pdf> (20. avgust 2008).
38. Statistični urad Republike Slovenije. 2006. *Statistične informacije št. 168: Turizem št. 12: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 2. četrtletje 2006*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0603.pdf> (20. avgust 2008).
39. Statistični urad Republike Slovenije. 2006. *Statistične informacije št. 198: Turizem št. 14: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 3. četrtletje 2006*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0604.pdf> (20. avgust 2008).
40. Statistični urad Republike Slovenije. 2007. *Statistične informacije št. 20: Turizem št. 1: Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 4. četrtletje 2006*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/21-SI-082-0701.pdf> (20. avgust 2008).
41. Stewart, Susan I. in Christine A. Vogt. 1999. A Case-Based Approach to Understanding Vacation Planning. *Leisure Sciences* 21: 79 – 95. Dostopno prek: [http://ejsccontent.ebsco.com/ContentServer.Net/ContentServer.aspx?target=http%3A%](http://ejsccontent.ebsco.com/ContentServer.Net/ContentServer.aspx?target=http%3A%3A)

2F%2Fwww%2Einformaworld%2Ecom%2Fsmpp%2Fftinterface%3Fcontent%3Da713832263%26format%3Dpdf%26magic%3Debscohostejs%7C%7CAA3D3EFB68C36A3B40C78D54581474B7%26ft%3D%2Epdf (20. avgust 2008).

42. Thornton, Paul R, Gareth Shaw in Allan M Williams. 1997. Tourist group holiday decision-making and behaviour: the influence of children. *Tourism Management* 18 (5): 287 – 297. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6V9R-3SX0NVD-5-2&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=08%2F31%2F1997&_sk=999819994&view=c&wchp=dGLbVlz-zSkzS&md5=c573c0da0329a4ac3a16e56530e1c48b&ie=/sdarticle.pdf (20. avgust 2008).
43. Wang, Kuo-Ching, An-Tien Hsieh, Yi-Chun Yeh in Chien-Wen Tsai. 2004. Who is the decision-maker: the parents or the child in group package tours? *Tourism Management* 25: 83 – 194. Dostopno prek: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6V9R-49326KY-2-11&_cdi=5905&_user=4776866&_orig=search&_coverDate=04%2F30%2F2004&_sk=999749997&view=c&wchp=dGLbVlb-zSkWW&md5=6fa55a0b931186f3d9cd2bd54afdedc4&ie=/sdarticle.pdf (20. avgust 2008).
44. Woodside, A.G., G.I. Crouch, J.A. Mazanec, M. Oppermann in M.Y. Sakai. 2000. *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leasure*. Velika Britanija in ZDA: CABI Publishing.