

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKA NALOGA

VPLIV KRIZE NA POČITNIŠKE
NAMERE SLOVENCEV

ALEŠ TRUNK

KOPER, 2010

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

VPLIV KRIZE NA POČITNIŠKE
NAMERE SLOVENCEV

Aleš Trunk

Koper, 2010

Mentor: viš. pred. mag. Armand Fanganel

POVZETEK

Diplomska naloga obravnava vpliv gospodarsko-finančne krize na počitniške namere Slovencev. Prikazani so motivi, aktivnosti, način organizacije in razlogi za ne-potovanje prebivalcev Slovenije pred gospodarsko-finančno krizo in po njej. Slovenci smo potovalen narod, vendar kriza pušča posledice, ki se kažejo v zmanjšanju števila prebivalcev, ki si omislijo počitnice ali potovanje. Prebivalci se sicer odločajo za vedno bolj dinamične oblike porabe prostega časa, vendar je za veliko večino prebivalcev glavni razlog za ne-potovanje pomanjkanje denarja, katerega je možno pripisati gospodarsko-finančni krizi.

Ključne besede: turist, potovalne namere, gospodarsko-finančna kriza, počitniške aktivnosti, način organizacije potovanja

SUMMARY

The thesis examines the impact of economic and financial crisis on holiday intentions of Slovenians. Shown are the motives, activities, form of organization and the reasons for non-travel of Slovenians before and after the economic and financial crisis. The Slovenes are itinerary nation, but the consequences of the crisis are reflected in a reduction in population, which goes on holiday or vacation. Activities are changing in an increasingly dynamic form of spending leisure time but for the vast majority of Slovenians, the main reason for non-travel is lack of money, which is attributable to the economic and financial crisis.

Key words: tourist, travel intentions, economic and financial crisis, holiday activities, organisation of holidays

UDK: 338.48(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilji diplomskega dela	1
1.3	Metode za doseganje ciljev diplomskega dela	2
1.4	Omejitve pri obravnavanju problema.....	2
2	Kratek pregled slovenskega turizma.....	3
2.1	Turizem.....	3
2.2	Konkurenčnost slovenskega turizma.....	3
2.3	Izletniški turizem.....	4
2.4	Tranzitni turizem	4
2.5	Ekonomski obseg turizma	5
3	Vpliv svetovne finančne krize na potovalne namere	7
3.1	Opredelitev krize	7
3.2	Posledica krize.....	7
3.3	Kriza v Sloveniji.....	9
3.4	Vpliv svetovne finančno-gospodarske krize na potovalne namere	10
3.5	Četrtnina Slovencev si je počitnice leto po krizi privoščilo težje	11
4	Analiza značilnosti prebivalcev Slovenije na potovanjih in počitnicah	13
4.1	Razlogi za udeležbo na turističnih potovanjih	13
4.2	Počitniške dejavnosti prebivalcev Slovenije	13
4.3	Načini organizacije turističnih potovanj.....	13
4.4	Vrsta prenočitve na turističnih potovanjih	15
4.5	Primerjava organizacije potovanja leta 2009	16
4.6	Primerjava organizacije potovanja leta 2010	17
5	Primerjava potovalnih namer pred in po krizi.....	19
5.1	Glavni razlogi za potovanje.....	19
5.2	Glavni motivi potovanja.....	20
5.3	Predvidene aktivnosti na potovanju	21
5.3.1	Aktivnosti na potovanju 2007.....	21
5.3.2	Aktivnosti na potovanju v letu 2009 in 2010.....	22
5.4	Razlogi za ne-potovanje	22
5.4.1	Razlogi za ne-potovanje 2007.....	23
5.4.2	Primerjava razlogov ne-potovanja v letu 2009	24
5.4.3	Primerjava razlogov ne-potovanja v letu 2010	24
6	Sklep.....	25
	Literatura	27

GRAFI

Graf 4.1	Način organizacije turističnih potovanj	14
Graf 4.2	Vir informacij za potovanja	15
Graf 4.3	Izbira namestitve	16
Graf 4.4	Način organizacije potovanja 2009.....	17
Graf 4.5	Način organizacije 2010	17
Graf 5.1	Razlogi potovanja	19
Graf 5.2	Motivi potovanja 2010.....	20
Graf 5.3	Aktivnosti na potovanju 2007	21
Graf 5.4	Razlogi za ne-potovanje.....	22
Graf 5.5	Razlogi za ne-potovanje 2007.....	23

KRAJŠAVE

EU	Evropska unija
MG	Ministrstvo za gospodarstvo
oz.	oziroma
STO	Slovenska turistična organizacija
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
UMAR	Urada RS za makroekonomske analize in razvoj
UNWTO	Svetovna turistična organizacija
WEF	Svetovni gospodarski forum

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

Kriza je lahko tudi priložnost! Ta stavek smo v času krize slišali velikokrat. Vprašanja, ki se pri tem postavljata, sta: za koga in kako?

Pomembno je prilagajanje krizi ter spremljanje in prilagajanje novonastalim trendom in spremembam v kupnem povpraševanju. Po nastanku krize, konec leta 2008, sta Direktorat za turizem na Ministrstvu za gospodarstvo in Slovenska turistična agencija – STO sprejela prve ukrepa za omilitev negativnih vplivov krize na slovenski turizem, s povečanjem koncentriranega oglaševanja in aktivnosti odnosov z javnostmi (STO 2009a).

Raziskave, ki jih opravlja STO vsake pol leta in kjer beleži počitniške namere Slovencev, kažejo, da dobra polovica anketiranih meni, da svetovna finančna kriza ni vplivala na njihovo izbiro destinacije, na dopustniški proračun, na dolžino potovanja, njenega učinka pa naj nebi čutili niti pri izbiri nastanitve. Še največ vpliva naj bi opazili na zmanjšanem proračunu dopustnikov, zmanjšanju števila nočitev ter pri izbiri cenejše nastanitve (STO 2009b). Jakopec (2009) je v raziskavi ugotovil, da 22 odstotkov tistih, ki so bili v l. 2008 na počitnicah, v l. 2009 ne namerava dopustovati (tudi med temi je večina, 42 odstotkov takih, ki so kot razlog navedli, da jim primanjkuje denarja). V letu 2008, 15 odstotkov tistih, ki so bili v letu 2007 na počitnicah, ni nameravalo dopustovati.

Raziskovalno vprašanje v nalogi: »Ali je kriza iz let 2008/09 vplivala na počitniške namere Slovencev v letu 2010?«

1.2 Namen in cilji diplomskega dela

Namen diplomskega dela je analizirati vpliv krize na počitniške namere Slovencev v letu 2010.

Cilji teoretičnega dela:

- definirati turizem in povezane pojme,
- raziskati merjenje počitniških namer,
- preučiti teoretična izhodišča sprejemanja novosti pri dopustnikih ter
- ugotoviti dejavnike, ki vplivajo na počitniške namere.

Cilji empiričnega dela naloge:

- predstaviti motive za počitniška potovanja slovenskih dopustnikov,
- predstaviti aktivnosti Slovencev na oddihu,
- primerjati motive potovanja glede na obdobje 2008-2009 ter
- analizirati učinek svetovne finančne krize na počitniške namere Slovencev v letu 2010.

1.3 Metode za doseganje ciljev diplomskega dela

Pri pisanju teoretičnega dela diplomske naloge sem uporabil metodo opisne analize pojasnjevanja stvarnosti z razčlenjevanjem sestavljenih miselnih stvaritev na njihove enostavnejše dele in prvine ter preučevanje vsakega dela oziroma prvine ločeno; metodo sinteze za raziskovanje in pojasnjevanje stvarnosti z združevanjem v enovito celoto; metodo kompilacije ali povzemanja rezultatov spoznanj drugih avtorjev iz dostopne tuje in domače literature.

V empiričnem delu so uporabljeni sekundarni podatki že opravljenih raziskav med slovenskimi respondenti v letih 2008 do 2010, ki sem jih pridobil od Slovenske turistične organizacije. Vzorec je priložnostni vzorec velikosti vsaj 1600 oseb. Analiziral sem frekvenčne porazdelitve vzorca, kjer sem preučil značilnosti anketirancev, analiziral opisne statistike (povprečje, standardni odklon) in uporabil metodo bivariatne analize ter analize variance, s pomočjo katerih sem preveril, kako kriza vpliva na počitniške namere slovenskih dopustnikov.

1.4 Omejitve pri obravnavanju problema

Pri pridobivanju podatkov in pri iskanju literature za teoretičen del naloge nisem imel večjih težav. Zelo veliko je dostopnega gradiva in opravljenih raziskav na to tematiko, predvsem s strani Slovenske turistične organizacije, katera opravlja redne raziskave o spreminjanju potovalnih namer.

2 KRATEK PREGLED SLOVENSKEGA TURIZMA

2.1 Turizem

Turizem je gospodarska dejavnost, ki se ukvarja z menjavo kraja bivanja zaradi oddiha in potovanja ter razvedrila. Turizem je postal v 20. stoletju zelo donosna gospodarska dejavnost v nekaterih državah, saj ljudje potrebujejo rekreacijo in sprostitvev. Turizem in rekreacija pomenita različne aktivnosti ljudi v prostem času. Za določene oblike sprostitve so možnosti že v bližini kraja bivanja, za druge so primernejši bolj oddaljeni izletniški kraji in turistične pokrajine.

Pogosto se turizem razvije v pokrajinah z veliko oz. večjo naravno danostjo (morje, slapovi, eksotično rastje ...) ali v kulturni pokrajini, ki jo je preoblikoval človek (spomeniki, športni objekti ...). Na razvoj kraja ali pokrajine vplivata tudi infrastruktura (možnosti nastavitve, restavracije, kopališča ...) in prometne povezave s kraji stalne naselitve.

Turizem je bil sprva namenjen le premožnejšim, kateri so že od nekdaj potovali v daljne kraje po svetu, raziskovali različne kulture, arhitekturo, umetnost in okušali gastronomsko ponudbo.

Definicija, ki jo je sprejela Svetovna turistična organizacija (UNWTO) in s tem tudi Republika Slovenija kot članica te organizacije, opredeljuje turizem kot mrežo aktivnosti oseb, ki potujejo in s tem menjujejo kraj bivanja zaradi preživljanja prostega časa (počitnice, potovanje, dopust), poslovnih ali drugih razlogov in ki bivajo v kraju zunaj svojega okolja vsaj en dan in ne več kot leto dni brez presledka in med tem najmanj enkrat prespijo. To definicijo se sprejele vse članice Evropske unije (SURS 2006).

2.2 Konkurenčnost slovenskega turizma

Z namenom večjega razumevanja dejavnikov konkurenčnosti v turizmu je bila leta 2009 narejena raziskava v 133-ih državah. Raziskavo so opravili za Svetovni gospodarski forum (WEF 2009). Glede na raziskavo iz leta 2008 so v tej raziskavi sodelovale štiri dodatne države, ene države pa glede na raziskavo iz leta 2008 v raziskavo niso vključili. Raziskava temelji na ocenah 14-ih dejavnikov konkurenčnosti turističnega sektorja. Slovenija se je po skupni oceni konkurenčnosti iz te raziskave

uvrstila na 35. mesto, to je v zgornji del lestvice oziroma med države nad povprečjem po obdelanih parametrih.

V primerjavi z rezultati iz leta 2008 je na primerjalni lestvici prišlo do sprememb, ki so odločilno vplivale na uvrstitev Slovenije na 35. mesto. Te spremembe so naslednje: državi, v letu 2008 uvrščeni pred Slovenijo - Madžarska in Izrael - sta se v letu 2009 na lestvico uvrstili za Slovenijo. Združeni Arabski Emirati, ki so se leta 2008 uvrstili za Slovenijo pa so v letu 2009 na lestvici dve mesti pred Slovenijo (med Slovenijo in Združenimi Arabskimi Emirati se na 34-tem mestu, tako kot leta 2008, nahaja Hrvaška).

2.3 Izletniški turizem

Turist za en dan oz. izletnik je vsak, ki se odpravi iz svojega okolja za vsaj en dan, vendar ne z namenom izvajanja dejavnosti, ki bi jih plačali v tujem oz. obiskanem mestu. Vse enodnevne turiste pa je matematično nemogoče obdelati. Približek enodnevnih obiskovalcev lahko določimo iz podatkov o številu obiskovalcev znamenitosti katere premore Slovenija. Tukaj so igralnice, kraške jame, gore, smučišča, zdravilišča, jezera, kamor se izletniki podajajo. Kolikšen je delež enodnevnih in koliko je stacionarnih turistov pa je nemogoče ugotoviti iz samega števila obiskov.

Najbolj obiskana slovenska turistična znamenitost je Postojnska jama, sledi ji Muzej na Blejskem gradu, Kobilarna Lipica, Ljubljanski grad (vzpenjača in muzej), Predjamski grad, Škocjanske jame ... Izletniške turiste beležimo tudi v obisku igralnic, ki jih obiskujejo predvsem tuji gostje iz Italije in Hrvaške (Jagrič 2009).

2.4 Tranzitni turizem

Slovenija je zaradi svoje geografske lege izrazito tranzitna država. Preko slovenskih državnih meja se vsako leto vozi na milijone turistov, pri katerih končna postaja v večini primerov ni Slovenija ampak obale naših južnih sosedov. Med Slovenci je zelo priljubljena zlasti hrvaška obala. Tranzitni turizem je izjemno pomemben za Slovenijo, vendar Slovenija s svojo turistično ponudbo ne zna zadržati tranzitnega gosta, zato je s svojimi avtocestami le bližnjica do končne destinacije, ki je večinoma hrvaška obala.

Slovensko turistično gospodarstvo se že od nekdaj zavzema in poizkuša tranzitnega turista spremeniti v stacionarnega in s tem tudi kaj iztržiti. Pri tem je potrebno poskrbeti, da se oblikujejo takšni turistični produkti, kateri bodo tujce zadržali v Sloveniji in jih

prepričali, da se za dan ali dva ustavijo pri nas in si ogledajo kakšno znamenitost na poti do njihove končne destinacije.

Tranzitni turist je definiran kot turisti, ki je le na poti do izbranega cilja. Svetovna organizacija ne upošteva tranzitnega turizma, vendar je lahko le ta dober vir zaslužka za tranzitno državo.

2.5 Ekonomski obseg turizma

Za Slovenijo je značilno, da se turizem hitreje razvija in pospešeno raste v primerjavi s povprečno rastjo slovenskega gospodarstva. Turizem za Slovenijo, z vsemi svojimi družbenimi in gospodarskimi ter ekonomskimi učinki, predstavlja veliko priložnost za nadaljnji razvoj in sklepanje poslov za Slovenijo.

Slovenija si že dlje časa postavlja vprašanje, kako meriti dejanske učinke in vpliv turizma na narodno gospodarstvo. Za merjenje in vrednotenje vpliva turizma v mednarodnem gospodarstvu, merjenje ekonomskega obsega turizma ter realnih izračunov realnih ekonomskih kazalnikov so organizacije UNWTO in Eurostat razvile tako imenovane Satelitske račune za turizem, s katerimi učinkovito merijo obseg povpraševanja in ponudbe turizma, pomen za gospodarstvo, kot je vrednost blaga ter učinke na zaposlovanje. Satelitski računi omogočajo analitičen pristop, s katerim je možno boljše in lažje voditi razvojno politiko in strategije ter primerjavo podatkov.

Zavedati se je potrebno, da je v svetu turistična dejavnost v letu 2008 ustvarila več kot 800 milijard EUR prihodkov. Skupno je zaposlovala skoraj 400 milijonov ljudi. Turizem se dandanes pri veliki večini držav uvršča med prve tri pomembnejše ekonomske dejavnosti (STO 2009c).

3 VPLIV SVETOVNE FINANČNE KRIZE NA POTOVALNE NAMERE

3.1 Opredelitev krize

Današnja svetovna finančna kriza se je začela z pokom balona nepremičninskih trgov, predvsem v ZDA. Vrednost nepremičnin je v ZDA in po svetu v zadnjih desetletjih strmo rastla.

Cene nepremičnin so zelo strmo naraščale predvsem od leta 2000 do začetka recesije. Glavni razlog za to je veliko povečanje povpraševanja po nepremičninah. Takšno enormno povečanje je posledica dveh razlogov, oba se prepletata z bančnimi krediti.

Prvi razlog je, da so bile obrestne mere rekordno nizke v obdobju od leta 2000 do 2005, drugi razlog pa je bila velika ponudba poceni denarja, ki je vodila, da so banke razpolagale z veliko likvidnimi sredstvi, katere so plasirali v hipotekarne kredite. Rekordno nizka obrestna mera pa pomeni, da so anuitete za odplačevanje hipotekarnih kreditov zgodovinsko nizke. To pomeni, da je delavec s povprečnimi prihodki odplačeval velike hipotekarne kredite. Večina pa s tovrstnimi krediti kupuje ravno stanovanja, hiše, parcele ...

Drugi razlog za povečanje zanimanja za nepremičnine je prelahko odobravanje drugorazrednih hipotekarnih kreditov. To so krediti strankam, za katere nimajo ustrezne kreditne sposobnosti za nakup tako drage nepremičnine. Dostop do takšnih kreditov je omogočila takratna Clintonova vlada, ko je znižala zahteve in pogoje za prevzemanje hipotekarnih kreditov od hipotekarnih bank.

3.2 Posledica krize

Po veliki gospodarski krizi, ki se je končala v poznih 30-ih letih prejšnjega stoletja, je veljalo prepričanje, da je nepremičninska naložba donosna in varna naložba, kateri cena ne more pasti. Podobno razmišljanje so imele tudi banke, katere niso bile obremenjene z oceno kreditne sposobnosti posameznika, saj so računale, da bo v primeru, da kreditojemalec odstopi od plačila anuitet, nepremičnino z lahkoto prodati dražje od vrednosti kredita.

Pred velikim pokom balona so banke odobravalale kredite strankam brez lastne udeležbe. Posledično je nepremičninski trg še bolj cvetel, s tem pa vrednost nepremičnin rastla. Občutek varnosti in donosnosti je bil zelo visok tako za banke kot za

kreditojemalce, kateri so računali, da svoje domove lahko prodajo in po možnosti še zaslužijo, če se pojavijo težave z plačevanjem kredita, ki je bil zelo ugoden zaradi nizkih obrestnih mer.

V povezavi z veliko in hitro rastjo povpraševanja po nepremičninah se je razcvetelo tudi gradbeništvo in podobne oz. povezane panoge. V gradbeništvu, poznamo tudi iz primerov v Sloveniji, so si podjetja ustvarjala visoke dobičke, poleg tega pa so nudila zaposlitev in pripomogla k gospodarski rasti. Cene nepremičnin so še naprej strmo rastle, vendar so vsi udeleženi v temu videli le velike koristi. Vsak, ki je že imel hišo, je živel v prepričanju, da se je njegovo premoženje povečalo. Tisti, ki pa hiše še ni imel pa je lažje prišel do nje zaradi ugodnih kreditov. S povečano potrošnjo je industrija cvetela, odpirala so se nova dela, nova naročila. Na drugi strani pa je država prikazovala odlično gospodarsko rast. V realnosti pa je obseg zadolženosti posameznikov oz. gospodinjstev nevarno zrastle zaradi hipotekarnih in kasneje še potrošniških kreditov.

Prekomerno jemanje kreditov in gradnja novih nepremičnin je pripeljala do presežka ponudbe nepremičnin, katerih ni bilo več možno prodati. S tem presežkom se je končala rast cen nepremičnin in se v juliju 2007 obrnila navzdol.

Ob preobratu in začetnemu padcu cene nepremičnin se je izkazala slabost drugorazrednih nepremičninskih kreditov. Nepremičnine, za katere kreditojemalci niso plačevali anuitet, so banke le stežka prodale, da nebi bile v izgubi. Banke so se znašle v krizi. Ker se je izkazalo, da so terjatve do kreditojemalcev več kot enkrat manjše, je prišlo do vrste odpisov. Temu je sledila bančna kriza.

Banke so enostavno vse hipotekarne kredite spremenile v različne finančne instrumente, kot so vrednostni papirji, katerih podlaga je hipotekarni kredit. Pri odkupu večine vrednostnih papirjev so sodelovale investicijske banke. Po padcu vrednosti drugorazrednih kreditov je padla vrednost tudi vrednostnim papirjem, kateri so bili izvedeni iz teh kreditov. Luknje in primanjkljaji so se pojavili tudi v investicijskih bankah. Večina teh bank je bilo prevzetih po nizki ceni s strani ameriške centralne banke. Tako je bilo obdobje investicijskih bank končano.

Propad investicijskih bank je povzročil preplah med ostalimi bankami, med katerimi je zavladal strah in nezaupanje. Zaradi ne vedenja koliko slabih terjatev ima katera banka, je promet in posojanje denarja med bankami zastal, s tem se je medbančni denarni trg končal. Banke so se odločale posojati le državi, s tem pa podjetniki niso

prišli do kapitala za svoje obratovanje oz. delovanje. Posledično so se obrestne mere za kredite strmo dvignile. Glavna kazalca finančno-gospodarske krize pa sta upad gospodarske dejavnosti ter porast brezposelnosti.

3.3 Kriza v Sloveniji

Urada RS za makroekonomske analize in razvoj (UMAR) razlaga, da svetovna finančna in gospodarska kriza vpliva tudi na razpoložljivi dohodek in zasebno potrošnjo. Že zaznavne spremembe v obnašanju gospodinjev, ki ravnajo vedno varčneje in odlagajo nakupe trajnih dobrin, se bodo po napovedih gospodarskih analitikov v letu 2010 še okrepile. Poleg tega je zasebna potrošnja v letu 2009 realno nazadovala za 0,6 odstotka. Njena rast je za slabo odstotno točko nižja od rasti razpoložljivega dohodka, ki bo še vedno pozitivna. Kljub zmanjšanju mase plač za 2,7 odstotka, kar je predvsem posledica predvidenega zmanjšanja oseb v delovnem razmerju za 4,9 odstotka, so se povečala sredstva za socialne transfere, pojasnjujejo v Umarju. Ob tem kot dodaten razlog navajajo vpliv visoke rasti plač v javnem sektorju. Po ocenah Banke Slovenije pa se je realni razpoložljivi dohodek v letu 2009 skrčil za okoli pol odstotka. Kot osrednji negativni vpliv na razpoložljivi dohodek in domačo zasebno potrošnjo izpostavljajo zmanjševanje zaposlenih v predelovalnih dejavnosti. Analitiki Banke Slovenije ocenjujejo, da se bo masa neto plač, ki predstavlja večinski delež razpoložljivega dohodka gospodinjev, do konca leta 2010 umirjala. Med transferi bodo po ocenah hitro naraščali predvsem transferi brezposelnim. Zasebna potrošnja se je v letu 2009 okrepila za 0,9 odstotka, nižja rast kot v preteklih letih pa je posledica umirjanja rasti plač v zasebnem sektorju, zamika povišanja plač v javnem sektorju in slabših razmer na trgu dela. Najnovejša raziskava Recesijskega trženjskega monitorja, ki ga je na vzorcu 1002 oseb izpeljalo Društvo za marketing Slovenije, kaže, da je 48 odstotkov anketiranih v letu 2009 troši manj kot prej. Približno 17 odstotkov jih je prepričanih, da bo v prihodnje trošilo manj, 33 odstotkov pa ne pričakuje nobenih sprememb. V raziskavi je 23 odstotkov anketiranih odgovorilo, da se je njihovo finančno stanje že poslabšalo, 29 odstotkov pa poslabšanje še pričakuje. Kar 22 odstotkom vprašanih se je plača že znižala (MG 2009).

3.4 Vpliv svetovne finančno-gospodarske krize na potovalne namere

Slovenska turistična organizacija (STO) opravlja vsako četrletje raziskave ali svetovna finančno-gospodarska kriza vpliva na potovalne namere anketirancev, ki se nameravajo odpraviti na potovanje, oziroma na kakšen način je čutili njene učinke (STO 2010).

Anketirance, ki so dejali, da se nameravajo odpraviti na počitnice oziroma o tem še niso povsem prepričani, so sprva vprašali: »Ali je svetovna finančno-gospodarska kriza vplivala na izbiro destinacije trenutnega potovanja?«

Nato so anketirane vprašali še, ali je svetovna finančno-gospodarska kriza vplivala na:

- strošek potovanja,
- dolžino potovanja,
- izbiro nastanitve.

Anketirani so lahko pri vsaki postavki odgovorili pritrdilno, pri čemer so izpostavili, ali se je zaradi krize zmanjšal ali povečal strošek potovanja, ali so zaradi krize zmanjšali ali povečali število nočitev ter ali so zaradi krize izbrali cenejšo ali dražjo nastanitev, lahko pa so odgovorili nikalno, torej da kriza ni imela vpliva.

Svetovna finančno-gospodarska kriza, po mnenju večine anketirancev, ni vplivala na izbiro destinacije (82%), na strošek potovanja (72%), na dolžino potovanja (80%), njenega učinka po mnenju večine (82%) ni čutili niti pri izbiri nastanitve.

Še največ vpliva gospodarske krize je opaziti pri postavki strošek. Da bodo zaradi krize primorani zmanjšati predviden znesek za potovanje je dejalo 27% vprašanih. Sicer pa jih bo, zaradi svetove finančno-gospodarske krize, 19% zmanjšalo število nočitev, 18% anketirancev bo izbralo cenejšo nastanitev, enak odstotek anketirancev pa bo izbralo drugo destinacijo potovanja oziroma izleta.

Kriza pa ima tudi pozitiven vpliv na peščico vprašanih, 0,6% anketiranih bo zaradi krize povečalo znesek potovanja, 0,5% anketiranih pa bo povečalo število nočitev.

Za nadaljnjo analizo so uvedli novo spremenljivko »vpliv krize«, v kateri so pod odgovor »da« združili odgovore anketiranih, ki so na vprašanja o vplivu krize vsaj enkrat odgovorili z »da«, torej, da je kriza vplivala bodisi na izbiro destinacije bodisi na strošek, na dolžino potovanja ali pa na izbiro nastanitve, ne glede na smer vpliva, in pod »ne« odgovore tistih, ki so na vsa vprašanja o krizi odgovorili z »ne«.

Da kriza ne bo na nikakršen način vplivala na predvideno potovanje, je dejalo 62,3% anketirancev. Pri preostalih 37,7% vprašanih pa bo kriza vplivala vsaj na eno izmed omenjenih področji, in sicer bodisi v negativno bodisi v pozitivno smer.

3.5 Četrtnina Slovencev si je počitnice leto po krizi privoščilo težje

Po raziskavi o počitniških namerah Slovencev v letu 2008, ki jo je za Slovensko turistično organizacijo opravil Epicenter, se je na počitnice, potovanje ali izlet odpravila dobra polovica vprašanih (56 odstotkov), velika večina (78 odstotkov) brez posredovanja turistične agencije. Večina vprašanih je dopustovala na Hrvaškem, slaba tretjina pa v Sloveniji (STO 2008).

Poleg raziskav Epicentra je opravil anketo tudi Dnevnikov anketni studio. Slednja raziskava je pokazala, da se recesija, ki se zajeda v svetovni turizem, že pozna tudi v Sloveniji. Dobra četrtnina vprašanih si je v letu 2008 počitnice težje privoščila kot leta 2007, 22 odstotkov pa jih je odgovorilo, da ne počitnikujejo. Glavni razlog, zakaj si počitnice težje privoščijo, je pomanjkanje denarja. Problemi z denarjem se kažejo v tem, da se je slaba četrtnina počitnicam odrekla, dobra četrtnina si jih je skrajšala, tretjina pa jih je poiskalo cenejšo možnost. Kot zanimivost je večina vprašanih odgovorila, da si je počitnice plačalo s prihranki in iz tekočih prihodkov. Predsednik uprave Kompas Janez Pergar ugotavlja: »Recesija se pozna tudi v Sloveniji. V prvi polovici leta je šla agencijska prodaja turistične ponudbe zelo dobro, zdaj je čutiti določeno zadržanost, zato se je krivulja rasti umirila. Veliko je povpraševanja po cenejših aranžmajih in razprodaji letalskih sedežev zadnji hip. Vse to nosi v sebi znake krize, ki počasi prihaja tudi na slovenski trg, vendar ne tako intenzivno kot na primer v Nemčiji, kjer se ljudje hitreje odzovejo na znake recesije ali bližajoče se ekonomske krize.« (Pihlar 2008).

4 ANALIZA ZNAČILNOSTI PREBIVALCEV SLOVENIJE NA POTOVANJIH IN POČITNICAH

4.1 Razlogi za udeležbo na turističnih potovanjih

Prebivalci Slovenije se odpravljajo na potovanja in počitnice iz različnih razlogov. Večina od njih ima omejen čas in finančna sredstva, ki jih nameravajo porabiti za počitnice, kjer se bodo sprostili in aktivno preživeli svoj prosti čas. Eden od pogostejših razlogov za pričetek razmišljanja o potovanju ali počitnicah je tudi obisk sorodnikov ali prijateljev, ki jih drugače nimajo časa obiskati ali pa so preveč oddaljeni od njihovega kraja prebivališča in zahteva obisk večdnevno dopustovanje (STO 2009).

Kot pogost razlog za dopust je tudi učenje in izobraževanje. Običajno so to potovanja po tujih državah lahko pa so tudi po domači državi.

Poleg naštetih razlogov je tudi sklepanje poslov in krepitev poslovnih vezi lahko razlog za pričetek dopusta oz. poslovnega potovanja.

4.2 Počitniške dejavnosti prebivalcev Slovenije

Na počitnicah ali potovanjih se slovenski turisti poizkušajo predvsem sprostiti, odpočiti in zabavati. Velika večina zasebnih potovanj je namenjena prav tem dejavnostim. Poleg naštetih dejavnosti se Slovenci na počitnicah in potovanjih ukvarjajo tudi z rekreativnimi dejavnostmi. Počitnice niso namenjene le oddihu in sprostitvi, opaziti je, da vedno več ljudi aktivno preživlja počitnice. Rekreativne dejavnosti kot pomembne počitniške dejavnosti tako pridobivajo na pomenu.

Potovanje v tujo državo je velikokrat povezano tudi z ogledom kulturnih in naravnih znamenitosti.

4.3 Načini organizacije turističnih potovanj

Turisti se kot ljudje med seboj razlikujejo. Nekateri raje počivajo, druge zanimajo kulturne znamenitosti, narava, šport ... Prav tako se razlikuje način organiziranja potovanj. Možno je vse organizirati vnaprej, lahko pa se sproti spreminja plan potovanja. Odvisno tudi od tega, koliko smo pripravljeni tvegati.

Slovenska turistična agencija je opravila raziskavo, kjer so ugotavljali načine organizacije turističnih potovanj. Sodelujoče v raziskavi, ki načrtujejo odhod na

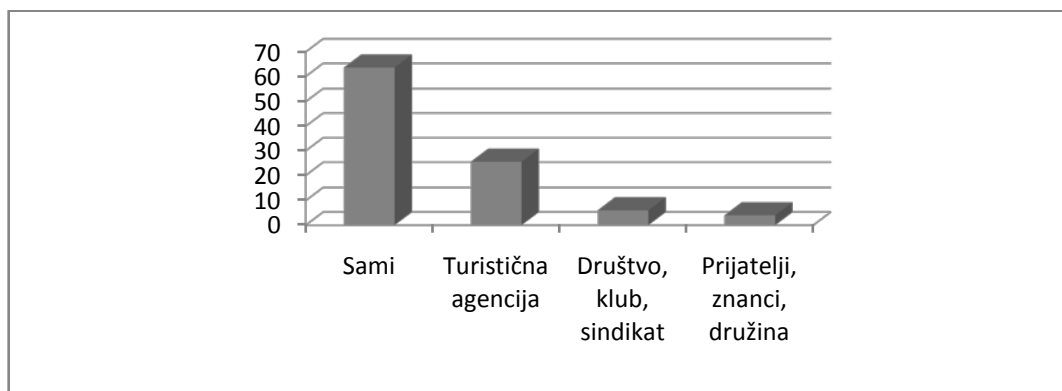
potovanje, izlet ali o tem še premišljujejo, so v nadaljevanju vprašali: »Kdo je poskrbel za organizacijo vašega potovanja?«

Anketirani so navedli naslednje možne odgovore:

- sami,
- turistična organizacija,
- drugo, pri čemer so lahko prosto navedli, kdo je oziroma bo poskrbel za organizacijo njihovega potovanja.

Rezultate, ki so pridobljeni z raziskavo, so prikazani v spodnjem grafu.

Graf 4.1 Način organizacije turističnih potovanj



Vir: STO 2010.

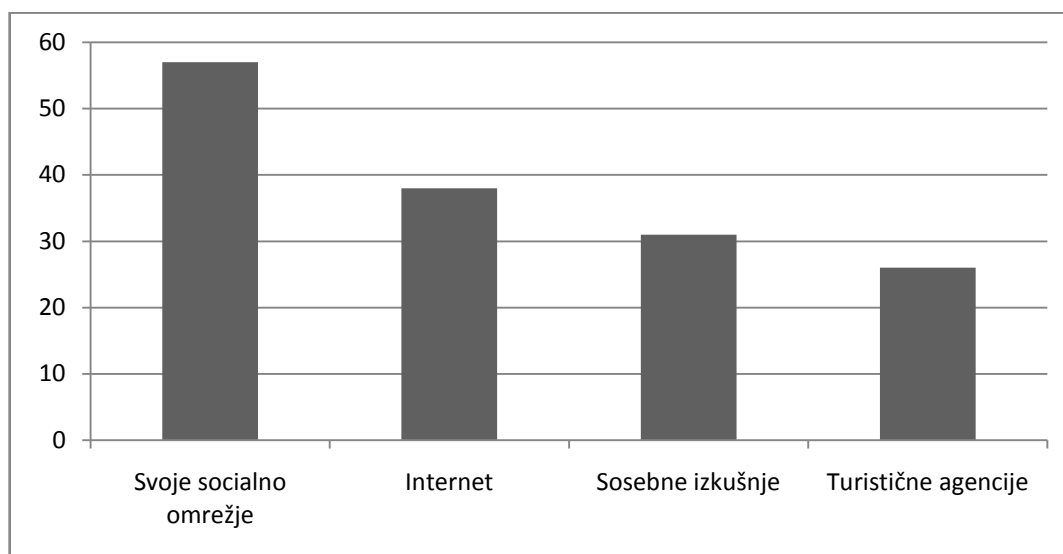
Skoraj dve tretjini anketiranih (64%) bodo za organizacijo svojega potovanja poskrbeli sami, turistični agenciji bo organizacijo potovanja prepustilo 26% anketirancev. Društvo, klub, sindikat oziroma podjetje bo počitnice organiziralo 6% vprašanim, znanci, prijatelji, družina pa bodo organizirali potovanje 4% anketirancev.

Večina (64%) tistih udeležencev raziskave, ki so se leta 2009 odpravili na počitnice, so glavne počitnice v sezoni organizirali v lastni režiji. 26% jih je rezerviralo vozovnice ali nastanitev prek potovalne agencije, petina pa jih je izbrala aranžma. Tisti, ki so glavne počitnice v letu 2008 preživeli v domači državi, so vozovnice in nastanitev praviloma rezervirali individualno (72%), v primerjavi s 47% tistih, ki so odpotovali v drugo državo članico EU, in 42% tistih, ki so odpotovali v državo zunaj EU.

Raziskava je tudi pokazala, kako pridobivajo turisti informacije o turističnih destinacijah. Evropejci se načeloma raje poslužujejo neinstitucionalnih virov informacij o počitnicah: trije najbolj pogosti viri so neodvisni od turističnega gospodarstva, bodisi delno bodisi v celoti. Pri izbiranju počitniške destinacije se je večina udeležencev

raziskave zanašala na informacije od ust do ust: 57% jih za pridobivanje informacij o turističnih destinacijah uporablja svoje socialno omrežje. Slaba tretjina (31%) udeležencev raziskave destinacijo izbere na podlagi osebnih izkušenj. V državah, kjer so se udeleženci raziskave pri izbiranju destinacije najbolj zanašali na osebne izkušnje sorodnikov in prijateljev, so se najmanj posluževali potovalnih agencij in obratno. Internet je nedvomno postal najbolj razširjen neoseben vir informacij za načrtovanje počitnic. Tega medija, ki nudi komercialne informacije ter mnenja, kritike in priporočila drugih uporabnikov, se poslužuje 38% udeležencev raziskave. Ljubitelji neklasičnih destinacij se močno zanašajo na internet: slaba polovica udeležencev raziskave je navedla, da informacije išče po internetu. Množični mediji, kot so časopis, TV in radio, so najdlje od tega, da bi se uvrstili med dva vodilna vira informacij za načrtovanje počitnic v evropskem prostoru.

Graf 4.2 Vir informacij za potovanja



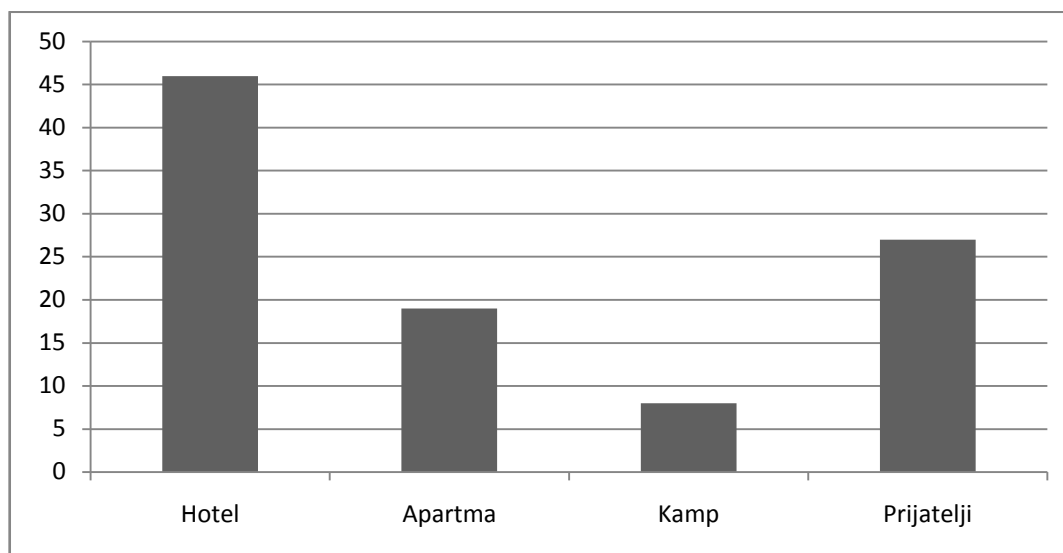
Vir: STO 2010.

4.4 Vrsta prenočitve na turističnih potovanjih

Na potovanjih do destinacije kamor potujejo in na sami destinaciji se turisti lahko nastanijo v različne turistične objekte. Na izbiro vpliva več dejavnikov, kot so dolžina potovanja, finančni dejavniki, razpoložljivost nastanitvenih zmogljivosti v destinaciji ... Slovenska turistična organizacija je predstavila ugotovitve, kjer opažajo, da najpogosteje turisti bivajo v hotelih ali motelih, sledijo jim počitniška naselja in

apartmaji, najmanj interesa pa je za kampe. Večina se tako odloči za bivanje ali v zasebnih sobah oz. stanovanjih, na turističnih kmetijah, pri prijateljih ali pa v lastnem vikendu.

Graf 4.3 Izbira namestitve

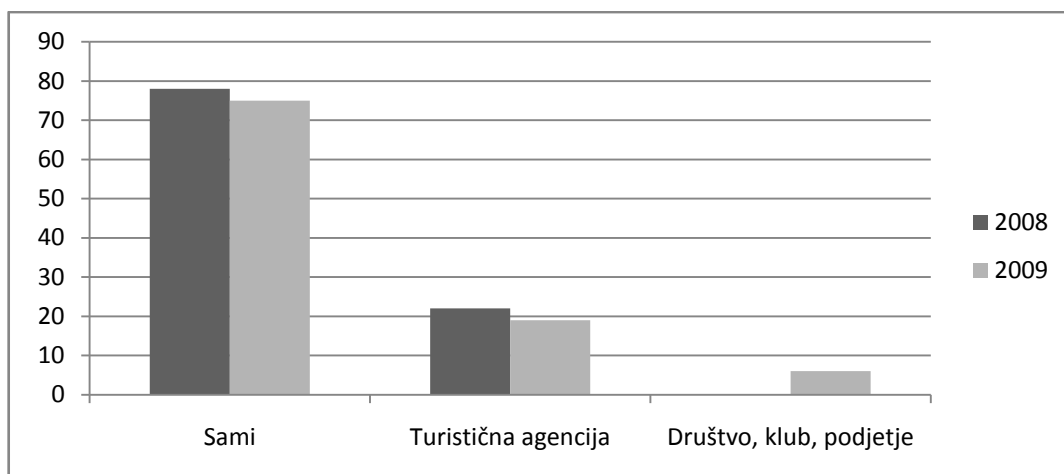


Vir: STO 2010.

4.5 Primerjava organizacije potovanja leta 2009

Pri primerjavi, ki je prikazana v nadaljevanju, je obravnavana primerjava med letom 2008 in 2009. Primerjava z načinom organizacije potovanja v letu 2008, ki je razvidna iz spodnje slike, pokaže, da so za organizacijo potovanja tako leta 2008 kot leta 2009 anketirani v večini poskrbeli sami. Brez turistične agencije se je na izlet, počitnice oziroma potovanje leta 2008 odpravilo 78% vprašanih, leta 2009 pa 75%. S pomočjo turistične agencije pa se je na potovanje leta 2008 nameravalo odpraviti manj kot četrtina vprašanih (22%), podobno leta 2009 (19%).

Graf 4.4 Način organizacije potovanja 2009

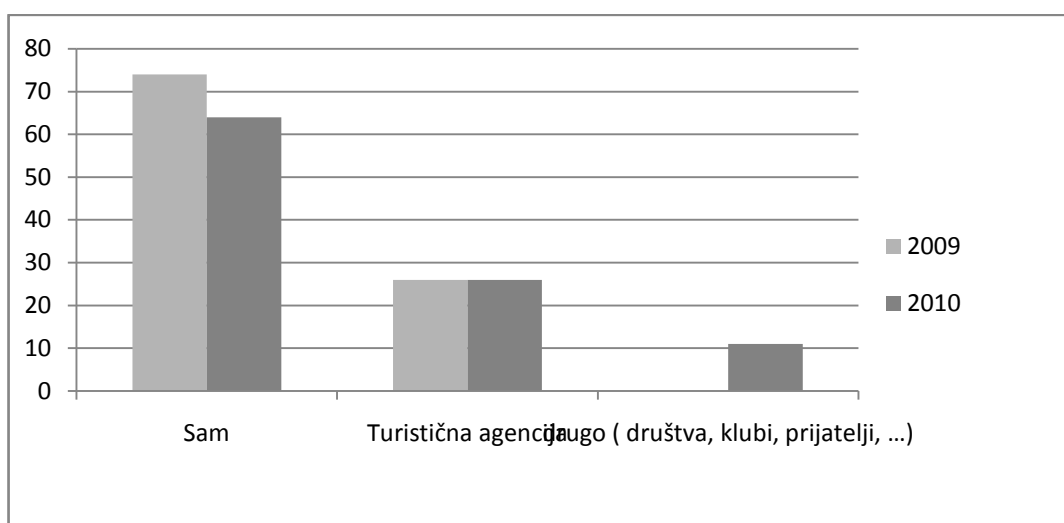


Vir: STO 2009.

4.6 Primerjava organizacije potovanja leta 2010

Primerjava z načinom organizacije potovanja v letu 2009, ki je razvidna iz spodnje slike, pokaže, da so za organizacijo potovanja tako leta 2009 kot leta 2010 anketirani v večini poskrbeli sami. Brez turistične agencije se je na izlet, potovanje oziroma počitnice v letu 2009 odpravilo 74% v letu 2010 pa 64% anketirancev. S pomočjo turistične agencije se je na potovanje leta 2009 odpravilo 26% anketiranih, enako leta 2010.

Graf 4.5 Način organizacije 2010



Vir: STO 2010.

5 PRIMERJAVA POTOVALNIH NAMER PRED IN PO KRIZI

Raziskava, ki jo je opravil Epicenter za Slovensko turistično organizacijo razkriva potovalne namere v letu 2010. Anketirancem, ki so dejali, da se bodo na potovanje ali izlet v naslednjih treh mesecih (december, januar, februar) odpravili oziroma so dejali, da še ne vedo ali bodo odpotovali ali ne, so zastavili vprašanja o:

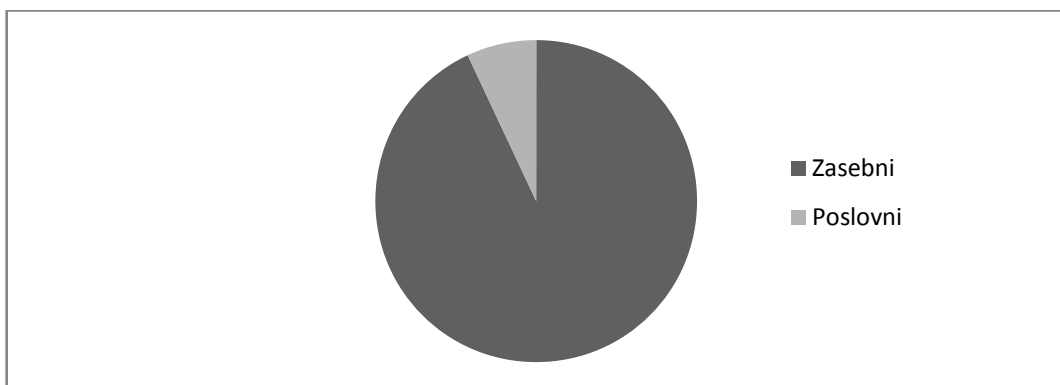
- glavnem razlogu potovanja,
- glavnem motivu potovanja,
- obsegu ukvarjanja z določenimi aktivnostmi,
- vplivu svetovne finančno-gospodarske krize.

5.1 Glavni razlogi za potovanje

Sodelujoče v raziskavi, ki so izrazili namero o odhodu na potovanje oziroma izlet, ali pa o tem še niso prepričani, so vprašali po glavnem razlogu za predvideno potovanje. »Kaj pa je vaš glavni razlog za potovanje?«, je bilo vprašanje, ki so jim ga zastavili.

Anketirani so lahko navedli, da gre bodisi za poslovni bodisi za zasebni razlog potovanja. Odgovori so razvidni iz spodnjega grafa.

Graf 5.1 Razlogi potovanja



Vir: STO 2010.

Glavni razlog potovanja v decembru, januarju, februarju je za večino vprašanih (93%) zasebne narave, 7% anketirancev pa se v prihajajočih mesecih odpravlja na potovanje oziroma izlet zaradi poslovnih razlogov.

5.2 Glavni motivi potovanja

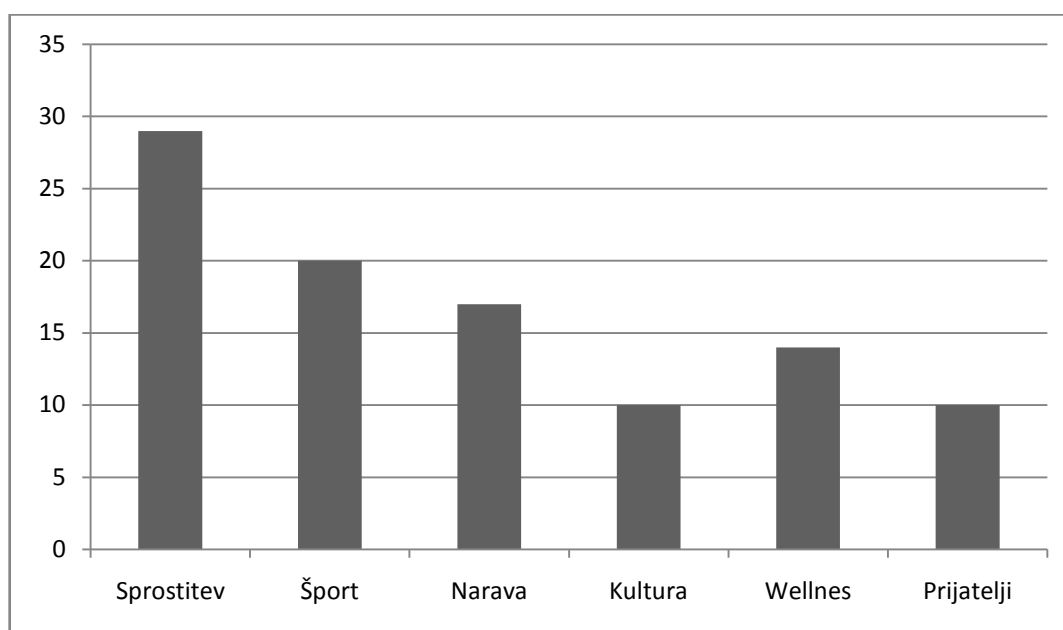
Anketirance, ki so dejali, da je glavni razlog njihovega potovanja zasebni, so v nadaljevanju vprašali po glavnem motivu za potovanje: »Kateri bo vaš glavni motiv potovanja?« je bilo vprašanje, ki so jim ga zastavili.

Anketirancem smo v odgovor podali naslednje možnosti:

- sprostitev in počitek,
- šport in rekreacija,
- ogledi naravnih znamenitosti,
- kultura in romanje,
- dobro počutje, zdravje (wellness, zdravilišča),
- obisk sorodnikov in prijateljev.

Še največ anketiranih (29%) je kot glavni motiv potovanja navedlo sprostitev in počitek, šport in rekreacija bo glavni motiv potovanja za 20% anketiranih, ogledi naravnih znamenitosti pa za 17% anketirancev. Za 14% anketirancev bo glavni motiv potovanja obisk zdravilišč, wellness centrov z namenom izboljšanja počutja ter krepitev zdravja. Kot je razvidno iz spodnjega grafa, so anketiranci motiva kultura in prijatelji navajali po 10%.

Graf 5.2 Motivi potovanja 2010



Vir: STO 2010.

5.3 Predvidene aktivnosti na potovanju

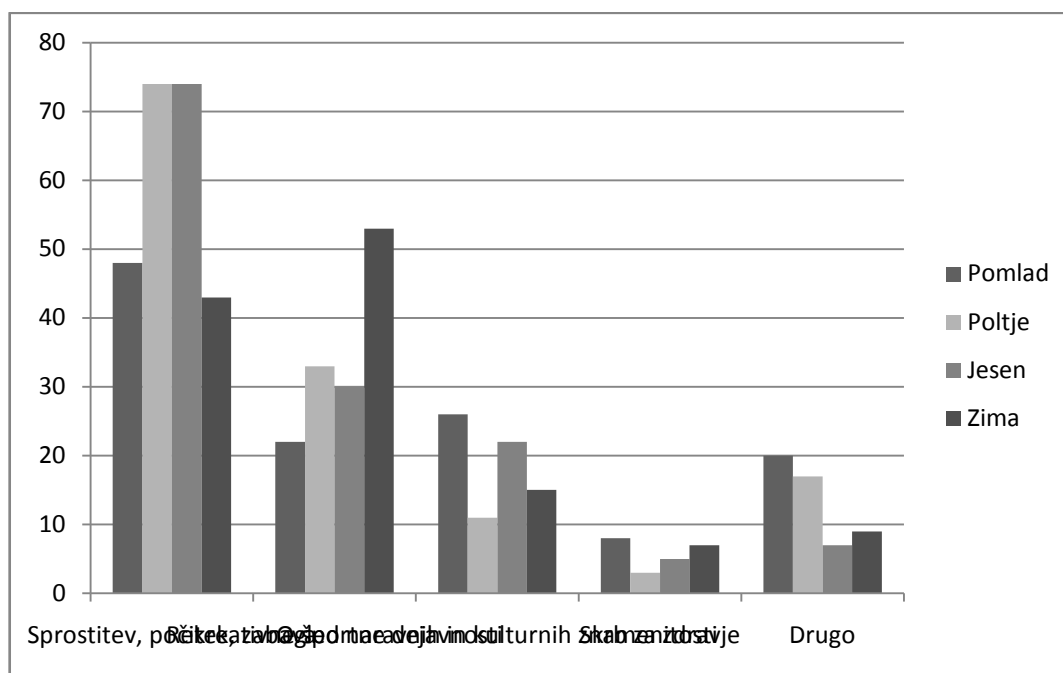
Turisti se na potovanjih ukvarjajo z različnimi aktivnostmi. Dopuste si jemljejo za sprostitev in počitek, šport in rekreacijo, razne ogledе kulturnih in naravnih znamenitosti, dobro počutje in nego duha ter za obisk sorodnikov in prijateljev.

Največ turistov potovanja izkoristi za obisk wellness centrov, zdravilišč in tako potovanje nameni aktivnostim, ki vplivajo na dobro počutje, krepijo zdravje. Skoraj polovica turistov potovanje izkoristi zlasti v športne in rekreativne namene in za ogled naravnih znamenitosti. Najmanjši delež turistov pa na potovanju nameni čas kulturi in romanju ter ogledom in sodelovanju na športnih prireditvah.

5.3.1 Aktivnosti na potovanju 2007

V letu 2007 se je večina Slovencev sodelujočih v raziskavi, na potovanju oz. počitnicah odločila predvsem za sprostitev, oddih in zabavo, sledijo ogledi naravnih in kulturnih znamenitosti.

Graf 5.3 Aktivnosti na potovanju 2007



Vir: STO 2007.

5.3.2 Aktivnosti na potovanju v letu 2009 in 2010

V letu 2009 je večina anketirancev (88%), ki so bili na daljših počitnicah, večino časa namenila sprostitvi, počitku, zabavi, naslednja najpogosteje omenjena aktivnost pa so bile rekreativne in športne dejavnosti (31%).

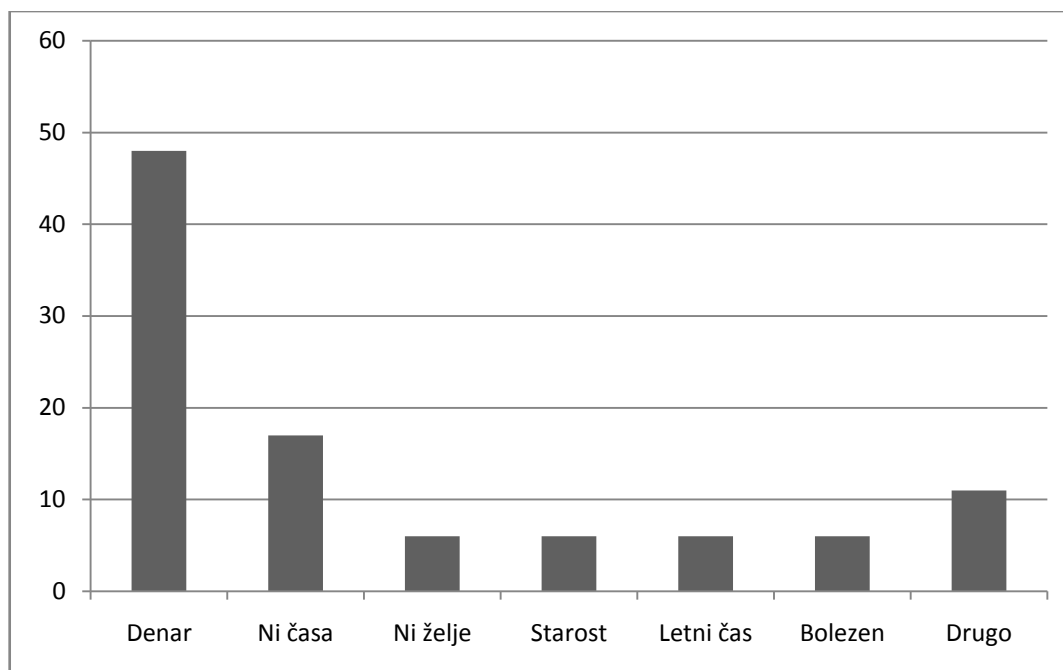
Največ anketirancev je v letu 2010 potovanje izkoristilo za obisk wellness centrov, zdravilišč (55%) in tako potovanje namenilo aktivnostim, ki vplivajo na dobro počutje, krepijo zdravje. Skoraj polovica anketirancev pa bo potovanje izkoristila zlasti v športne in rekreativne namene (47%) in za ogled naravnih znamenitosti (45%).

5.4 Razlogi za ne-potovanje

Anketirancev, ki se v letu 2010 ne nameravajo odpraviti na potovanje oziroma izlet, je bilo 1207, to je 75% vzorca. Ti anketiranci so bili vprašani po razlogu za ne-potovanje. Vprašanje se je glasilo: »Zakaj ne? V čem je razlog za ne-potovanje?«

Anketiranci so svoj razlog ne-potovanja prosto navedli. Podali so lahko le en razlog. Odgovori so smiselno združeni, kot je razvidno s spodnjega grafa.

Graf 5.4 Razlogi za ne-potovanje



Vir: STO 2010.

Glavni razlog ne-potovanja je za skoraj polovico (48%) anketiranih pomanjkanje denarja. Da za potovanje, izlet nimajo časa je dejalo 17% anketirancev. Zdravstvene razloge (bolezen) je kot razlog ne-potovanja navedlo 6% vprašanih, enak odstotek je za razlog ne-potovanja navedlo starost, pomanjkanje želje, interesa in letni čas, vreme. Pod drugo (8%) so anketirani navedli še: izobraževanje, študiram v tujini, ni pogojev.

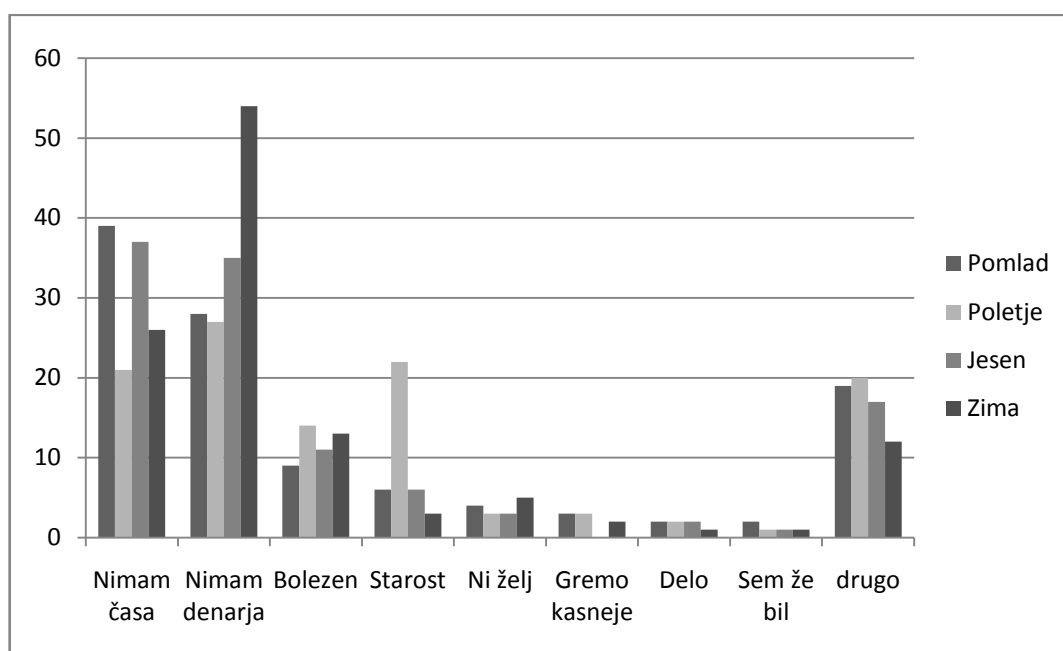
Raziskava je pokazala, da so stroški izrazito prevladujoč razlog za skrb. To pomeni, da pomanjkanje denarja za potovanje predstavlja resno oviro velikemu delu prebivalstva.

Večina Slovencev počitnikuje na klasičnih turističnih destinacijah. Nekateri pa rajši odkrivajo vedno nove, neklasične destinacije.

5.4.1 Razlogi za ne-potovanje 2007

Pred krizo so anketiranci navajali kot glavne razloge za ne-potovanje pomanjkanje časa, pomanjkanje denarja, zdravstveni razlogi in starost.

Graf 5.5 Razlogi za ne-potovanje 2007



Vir: STO 2007.

5.4.2 Primerjava razlogov ne-potovanja v letu 2009

Glavni razlog za ne-potovanje v poletnih mesecih leta 2008 je bil za večino vprašanih (43%) pomanjkanje denarja, 14% jih ni dopustovalo zaradi bolezni oziroma zdravstvenih razlogov, 7% anketiranih pa je dejalo, da za počitnikovanje nima časa. To so tudi razlogi ne-potovanja, ki so najpogosteje navedeni v letu. Morebitna predvidevanja, da bo tokrat, zaradi svetovne finančno-gospodarske krize večji delež anketiranih ostal doma zaradi pomanjkanja denarja, se niso potrdila, delež teh je namreč le za eno odstotno točko višji v primerjavi s podatki pridobljenimi v enakem obdobju leta 2008 (leta 2008 43%, leta 2009 pa 44%).

5.4.3 Primerjava razlogov ne-potovanja v letu 2010

Skoraj polovica vprašanih je tako leta 2009 (44%) kot v letu 2010 (48%) kot glavni razlog ne-potovanja navedla pomanjkanje denarja. Sicer glavni razlogi ne-potovanja ostajajo enaki, v enakem oziroma primerljivem obsegu so anketiranci tako v letu 2009 kot v letu 2010 navajali, da za potovanje nimajo časa (17%), starost (6%), bolezen (6%).

6 SKLEP

Namen diplomskega dela je, da s pomočjo pregleda in analize rezultatov o potovalnih namerah, katere je pridobil Epicenter, prikažem, kakšne so počitniške namere prebivalcev Slovenije. Prikazani so motivi in razlogi zakaj se prebivalci Slovenije sploh odpravljajo na počitnice ali potovanja; aktivnosti, dejavnosti na počitnicah ali potovanjih; način organizacije počitnic ali potovanj ter razlogi za nepotovanje.

Počitniške namere prebivalcev Slovenije so odvisne od številnih dejavnikov. Tukaj je pomembna kultura oz. kulturne razlike med prebivalci, tako drugih držav kot znotraj Slovenije. Zelo pogosto imajo prebivalci z isto starostjo podobne počitniške ali potovalne namere.

Iz raziskave je razvidno, da Slovenci veljamo za potovalen narod. Počitnice ali potovanje si vsako leto omisli več kot polovica Slovencev. Le od leta 2008 je to povprečje padlo na tretjino prebivalcev, kar je moč pripisati tudi svetovni finančni krizi. Rezultati raziskave kažejo, da je Slovincem skupna udeležba na počitnicah ali potovanju, saj jih večina odpotuje ali si vzame čas za oddih prav v poletnih mesecih in sicer v juliju in avgustu. Poleg tega jih večina koristi počitnice ali potovanje za preživljanje prostega časa, kjer si želijo sprostiti, odpočiti in zabavati. Vedno bolj v ospredje se prebijajo tudi rekreativne dejavnosti. Skupno pa je tudi organiziranje počitnic ali potovanj, večina se odloči za organizacijo v lastni režiji.

Pričakujem, da se bo število prebivalcev Slovenije, ki se odpravijo na počitnice ali potovanje, v naslednjih letih večalo. Povečal se bo obseg potovanj v tujino, medtem ko bo obseg potovanj ali počitnic znotraj Slovenije ostal predvidoma enak. Lahko predvidevamo, da bo več Slovencev potovalo v tuje države in manj znotraj Slovenije ali pa v sosednje države, tukaj je mišljena predvsem Hrvaška. Predvidevanja pa izhajajo iz dejstva, da so počitniški paketi na Hrvaškem v večini primerov dražji kot paketi v nekaterih azijskih državah. Ker si ljudje v večini primerov želijo novih dogodivščin, raziskovanje in avanturo, predvidevam, da se bo vedno več slovenskih turistov raje odločilo za počitnice ali potovanje v bolj eksotične in oddaljene države oz. destinacije, seveda s pomočjo organizacije turističnih agencij. Počitnice ali potovanja v eksotične in oddaljene kraje pa ne bodo namenjene zgolj sprostitvi in zabavi, ampak aktivnemu in

Sklep

raznolikemu preživljanju prostega časa, katerega Slovenci namenijo za potovanja ali počitnice.

Znanje in zavedanje glede počitniških namer v obdobju gospodarsko-finančne krize je koristno, saj nam vedenje pomaga oblikovati turistično ponudbo po meri odjemalca. Z znanjem o tem, kako se turisti organizirajo, kakšne motive in pričakovanja imajo ter kakšne dejavnosti želijo opravljati, je možno turistični program izboljšati in popestriti in se tako približati počitniškim navadam ciljne skupine.

Na podlagi ugotovljenega lahko pritrdilno odgovorim na raziskovalno vprašanje, da je kriza iz leta 2008/2009 vplivala na potovalne namere Slovencev v letu 2010.

LITERATURA

- Berce, Jaro. 2009. "Reset" za izhod iz krize : gospodarstvo in inovacije. *Delo* (30. 10. 2009), 12-13.
- Budnar, Maša. 2010. *Vpliv recesije na poslovne dogodke v prvi polovici leta 2009*
Kakovost in inovativnost v turizmu in gostinstvu. Bled: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem.
- Jagrič, Timotej. 2009. Svetovno gospodarstvo v znamenju okrevanja = Signals of recovery in the world economy. *Naše gospodarstvo* 55 (5/6), 87-92.
- Jakopec, Marko. 2009. Prezaposlenost in denar krčita dopuste. *Delo* 6. 7. 2009.
[Http://www.delo.si/clanek/83919](http://www.delo.si/clanek/83919) (22. 3. 2010).
- Konečnik, Maja. 2007. *Trženje v turizmu*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
- Štefančič, Marcel. 2009. Spremenimo svet. *Mladina* 9 (6. 3. 2009), 20-25.

VIRI

- MG. 2009. *Turistična politika za leto 2009. Z usmeritvami za leto 2010.*
[Http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Turisticna_politika_09-10_koncno_na_splet.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/razpisi/JN/DT/Turisticna_politika_09-10_koncno_na_splet.pdf) (4. 5. 2010).
- Pihlar, Tatjana. 2008. *Lahko začnemo zganjati paniko za turistično leto 2009.*
[Http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/objektiv/337686](http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/objektiv/337686) (7. 5. 2010).
- STO. 2007. *Potovalne namere Slovencev – leto 2007.*
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/LETNO_2007_5906.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2007/LETNO_2007_5906.pdf) (23. 3. 2010).
- STO. 2008a. *Potovalne namere Slovencev - zimska sezona 2008/2009.*
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/POTOVALNE_NAMERE-splet_8303.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/POTOVALNE_NAMERE-splet_8303.pdf) (23. 3. 2010).
- STO. 2008b. *Potovalne namere Slovencev - poletna sezona 2008.*
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2008/omnibus-poletna_s08_6396.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2008/omnibus-poletna_s08_6396.pdf) (23. 3. 2010).
- STO. 2009a. *Potovalne namere Slovencev - zimska sezona 2009/2010.*
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/PoroÄilo_za_objavo_na_spletu_9038.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/PoroÄilo_za_objavo_na_spletu_9038.pdf) (23. 3. 2010).
- STO. 2009b. *Potovalne namere Slovencev - poletna sezona 2009.*
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/Potovalne_namere_-_poletje_09_8301.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2009/Potovalne_namere_-_poletje_09_8301.pdf) (23. 3. 2010).
- STO. 2009c. *Turistično ogledalo 2009.*
[Http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Cattachments_1%5C2009%5CTuristicno_ogledalo,_2._stevilka_8805.pdf](http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Cattachments_1%5C2009%5CTuristicno_ogledalo,_2._stevilka_8805.pdf) (15. 5. 2010).
- STO. 2010. *Nove spodbude za inovativni slovenski turizem.*
[Http://www.slovenia.info/si/Sporocila-za-javnost.htm?ns_Sporocila_za_javnost=0&lng=1](http://www.slovenia.info/si/Sporocila-za-javnost.htm?ns_Sporocila_za_javnost=0&lng=1) (23. 3. 2010).
- SURS. 2006. *Turizem kot gospodarska dejavnost.*
[Http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/Ekonomsko.asp](http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/Ekonomsko.asp) (13. 5. 2010).
- WEF. 2009. *Indeks konkurenčnosti za turizem 2009.*
[Http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Cattachments_1%5C2009%5CWEF_povzetek_2009_7930.pdf](http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Cattachments_1%5C2009%5CWEF_povzetek_2009_7930.pdf) (10. 5. 2010).