

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

**IZBIRA DESTINACIJE MLADIH PO SLOVENIJI**

Ljubljana, julij 2023

LARA ŽEL



## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Lara Žel, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Izbira destinacije mladih v Sloveniji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Dašo Farčnik,

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovemu elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.
11. da sem preveril verodostojnost informacij, ki izhajajo iz zapisov na podlagi uporabe orodij umetne inteligence.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_



## KAZALO

<b>1</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>IZBIRA DESTINACIJE .....</b>	<b>2</b>
2.1	<b>Proces izbire destinacije .....</b>	<b>3</b>
2.2	<b>Podoba destinacije .....</b>	<b>6</b>
2.3	<b>Izbira destinacije mladih.....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>MLADINSKI TURIZEM .....</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>EMPIRIČNA ANALIZA .....</b>	<b>10</b>
4.1	<b>Namen in cilji raziskave ter raziskovalna vprašanja .....</b>	<b>10</b>
4.2	<b>Metodologija in zbiranje podatkov .....</b>	<b>11</b>
4.3	<b>Predstavitev vzorca.....</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>REZULTATI RAZISKAVE.....</b>	<b>13</b>
5.1	<b>Dejavniki, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih .....</b>	<b>13</b>
5.2	<b>Izbira destinacije po makro regijah .....</b>	<b>16</b>
5.3	<b>Predlogi destinacij tujim turistom .....</b>	<b>17</b>
5.4	<b>Odgovori na raziskovalna vprašanja .....</b>	<b>17</b>
<b>6</b>	<b>SKLEP .....</b>	<b>18</b>
	<b>VIRI IN LITERATURA .....</b>	<b>19</b>
	<b>PRILOGA .....</b>	<b>3</b>

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Dejavniki, ki vplivajo na odločitev mladih skozi celo leto .....	13
--	----

## KAZALO SLIK

Slika 1: Proces izbire destinacije .....	5
Slika 2: Status anketirancev .....	12
Slika 3: Običajno trajanje izletov mladih po Sloveniji .....	12
Slika 4: Letni čas potovanja.....	13
Slika 5: Vpliv dejavnikov poleti in pozimi.....	15
Slika 6: Najpogosteje obiskane makro regije .....	16

## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Spletni vprašalnik .....	5
-------------------------------------	---

## **SEZNAM KRATIC**

**STO** – Slovenska turistična organizacija

**WTTC** – (angl. World Travel and Tourism Council), Svetovni potovalni in turistični svet

# 1 UVOD

Na izbiro destinacije vpliva vrsta dejavnikov, vpliv dejavnikov pa se med drugim razlikuje tudi med starostnimi skupinami (Pestana in drugi, 2020). V teoriji poznamo več modelov izbire destinacije. Um in Crompton (1990) sta model izbire destinacije razdelila na pet faz procesa izbire destinacije. Prva faza je faza zavedanja, v kateri se oblikujejo subjektivna pričakovanja o lastnostih destinacije. Druga faza predstavlja fazo, ko se odločamo o izvedbi prihodnjega obiska destinacije. V tej fazi se oblikuje množica ljudi, ki jih zanima obisk izbrane destinacije. Iz skupine, ki je le površno seznanjena z destinacijo, se razvije skupnost ljudi, ki si želi obiskati to destinacijo, med katero pa se pojavi tudi individualna izbira končne destinacije (OpenAI, 2023a). Pri izbiri destinacije je posamezniku zelo pomembna tudi podoba destinacije, ki pa se lahko tudi nenehno spreminja in je odvisna od različnih dejavnikov, kot na primer raznolikosti informacij, socialnopsiholoških motivov in vrste virov informacij (Baloglu in McCleary, 1999). Masiero in Qui (2018) ugotavljata, da so starost, izobrazba, dohodek, delo in življenjski slog pomembni faktorji pri izbiri destinacije. Pachucki in drugi (2022) pa dodatno ugotavljajo, da imajo predvsem pri mladih v zadnjih nekaj letih zelo velik vpliv pri izbiri destinacije tudi družbena omrežja.

V zaključni strokovni nalogi bom predstavila dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih po Sloveniji. Poglobila se bom v dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih, opisala bom destinacije v Sloveniji, ki so turistično privlačne za mlade, ugotovila razloge za obisk omenjenih destinacij in predstavila odgovore, pridobljene s pomočjo ankete.

Namen zaključne strokovne naloge je poglobitev v slovenski turizem in ugotavljanje dejavnikov, ki vplivajo na odločitev mladih pri izbiri destinacije. Ugotovila bom, kako na odločitev pri izbiri destinacije vplivajo posameznikove preference, starost mladih, pretekle izkušnje oziroma zadovoljstvo na destinaciji, stroški nastanitev in transporta, dohodek, posameznikov prosti čas, in raziskala motive za obisk zelenih destinacij. Cilj naloge je podrobneje predstaviti dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacije domačih mladih obiskovalcev v Sloveniji in raziskati, katere destinacije v Sloveniji so mladim najbolj privlačne.

V zaključni strokovni nalogi bom nasloвила tri vprašanja, ki so vezana na izbiro destinacije oziroma dejavnike, ki vplivajo na posameznikovo izbiro:

Raziskovalno vprašanje 1: »Kateri dejavniki vplivajo na odločitev mladih pri izbiri destinacije po Sloveniji?«

Raziskovalno vprašanje 2: »Katero destinacijo v Sloveniji mladi najpogosteje izberejo?«

Raziskovalno vprašanje 3: »Katero destinacijo v Sloveniji bi mladi priporočili tujim mladim turistom?«

Zaključna strokovna naloga temelji na primarnih in sekundarnih podatkih. Sekundarni podatki zajemajo strokovne in znanstvene članke ter informacije, objavljene na spletnih straneh Slovenske turistične organizacije (STO) ali World Travel and Tourism Council (WTTC). Primarni podatki so zbrani s pomočjo ankete, ki so jo izpolnili mladi prebivalci Slovenije. Pri uvodu sem si pomagala z orodjem ChatGPT.

Zaključna strokovna naloga je sestavljena iz teoretičnega in empiričnega dela. Prvi del je teoretičen in se osredotoča na pregled literature na temo izbire destinacije, mladinskega turizma ter delitev Slovenije na makro regije. Empiričen del zaključne strokovne naloge vključuje rezultate na izvedeno anketo na temo izbire destinacije mladih po Sloveniji. Vse pridobljene podatke sem prikazala s pomočjo grafov in jih utemeljila.

## **2 IZBIRA DESTINACIJE**

Turistično povpraševanje predstavlja količino turističnih proizvodov, ki jih turist želi potrošiti pri dani ceni na trgu ali pri danih deviznih tečajih (OpenAI, 2023, 14. junij). Povpraševanje po turističnih proizvodih lahko opišemo z različnimi modeli povpraševanja. Na primer s Krippendorfovim, Cicvaričevim in Planinovim modelom (Mihalič, 2008). Krippendorfov model med dejavniki, ki vplivajo na turistično povpraševanje, navaja povečanje življenjskega standarda, urbanizacijo, motorizacijo in količino prostega časa posameznika. Cicvaričev model turističnega povpraševanja dejavnike, ki vplivajo na povpraševanje, deli na objektivne (racionalne) in subjektivne (iracionalne). Med objektivne dejavnike spada število prebivalcev, stopnja industrializacije, urbanizacija, dohodek in prosti čas, med subjektivne pa štejemo modo, navade, ljubezen, prestiž, vero in posnemanje. Zadnji predstavljen model turističnega povpraševanja je Planinov model, ta združuje oba zgoraj opisana modela. Med dejavniki, ki vplivajo na turistično povpraševanje, našteva potrebe po potovanju, privlačnost destinacije, dohodek, prosti čas, objektivne in subjektivne dejavnike ter agregatne cene dobrin (Mihalič, 2008).

Na izbiro destinacij vpliva veliko število različnih dejavnikov, kot so dejavniki okolja in dejavniki obiskovalcev (Mutinda in Mayaka, 2012). Dejavniki okolja preko zunanjih sil oziroma zunanjega okolja vplivajo na posameznikovo odločitev. Med dejavnike okolja štejemo vpliv kulture destinacij, priporočila sorodnikov in prijateljev, življenjski slog na izbrani destinaciji oziroma posameznika prepriča destinacija s svojo ponudbo in značajem. Drug sklop dejavnikov so individualni dejavniki in se nanašajo na posameznikove osebne značilnosti. Pri tem mislimo na osebnost oziroma karakter posameznika, pretekle izkušnje, preference itd. Oba sklopa dejavnikov imata velik vpliv drug na drugega, zato moramo omeniti oba (Mutinda in Mayaka, 2012).



## 2.1 Proces izbire destinacije

Pomemben korak v procesu izbire destinacije je ocenjevanje alternativnih možnosti oziroma alternativnih destinacij, med katerimi posamezniki preučijo različne potencialne destinacije, da bi ugotovili, katera bo najprimernejša za njihovo prihodnje potovanje. Na tej točki posamezniki razmislijo o svojih željah, interesih in omejitvah, proračunu, časovni razpoložljivosti in drugem. S preučevanjem teh dejavnikov lahko posamezniki izberejo potovanja, ki so v skladu z njihovimi cilji. Posamezniki med odločanjem možnosti upoštevajo različne spremenljivke, da se odločijo, katera destinacija bo najboljše izpolnila njihovo idealno izkušnjo ob obisku destinacije. Zanimivosti, podnebje, varnost, kulturna doživetja, dostopnost, stroški in udobje so le nekateri primeri teh elementov (Woodside in Lysonski, 1989).

Model izbire destinacije vključuje štiri kategorije (Woodside in Lysonski, 1989): kategorija obravnave (kamor spadajo destinacije, o katerih bomo razmislili, če se bomo tja odpravili), inertna kategorija (kjer turist ne razmišlja o morebitnem odhodu na destinacijo ali stroških ter koristi destinacije), nedosegljiva kategorija (sem spadajo destinacije, ki so nam nedosegljive) in nesposobna oziroma neustrezna kategorija. Velik vpliv na izbiro destinacije imajo obiskovalčeve asociacije, ki se s posameznikom močno razlikujejo. Woodside in Lysonski (1989) sta dokazala močno povezavo med destinacijami, ki so se potrošniku utrdile v spomin, ter odnosom in namenom obiska destinacije.

Kategorija obravnave potencialnih destinacij vključuje tri dele procesa: zavedanje, kategoriziranje in povezovanje. Prvi del procesa zaznave vključuje vse destinacije, ki bi jih ljudje lahko označili za potencialne destinacije, preden se postopek odločanja pri izbiri destinacije sploh začne. V tej fazi posamezniki upoštevajo svoje preference za alternativne destinacije in tako razvijejo nabor, ki predstavlja vmesno stopnjo med naborom zavedanja in končnim naborom odločitve. Kategoriziranje se nanaša predvsem na vedenje posameznikov, ki se zanimajo za destinacijo (Um in Crompton, 1990). Proces odločanja o potovalni destinaciji poteka v več stopnjah, in sicer: prva stopnja, kjer posameznik najprej sprejme splošne odločitve o stroških potovanja, v drugi stopnji se odloči o vrsti počitnic, na koncu pa se odloči o lokaciji potovanja (Keshavarzian in Wu, 2017).

Um in Crompton (1990) sta razvila model izbire destinacije za turistična potovanja in ga razdelila na pet sklopov procesa: oblikovanje subjektivnih prepričanj o lastnostih destinacije v fazi zavedanja, odločitev o izvedbi potovanja, razvoj množice (ki želi obiskati destinacijo), razvoj druge množice (posamezniki želijo obiskati destinacijo) in končna izbira določene destinacije (Um in Crompton, 1990).

Model opredeljujeta dva pomembna pojma, notranji in zunanji vnosi. Kot zunanje vnose obravnavajo vsoto družbenih interakcij in tržnih komunikacij, ki jim je potencialni turist izpostavljen. Zunanje dejavnike tako delimo na pomembne spodbude, simbolne spodbude

(stavki in slike, ki se širijo kot promocijsko gradivo destinacije po medijih) in družbene spodbude (izvirajo iz drugih ljudi preko neposrednih stikov). Notranji viri izhajajo iz socialnopsihološkega vidika posameznika in vključujejo njegove osebne značilnosti, kot sta življenjski slog in osebnost (Um in Crompton, 1990).

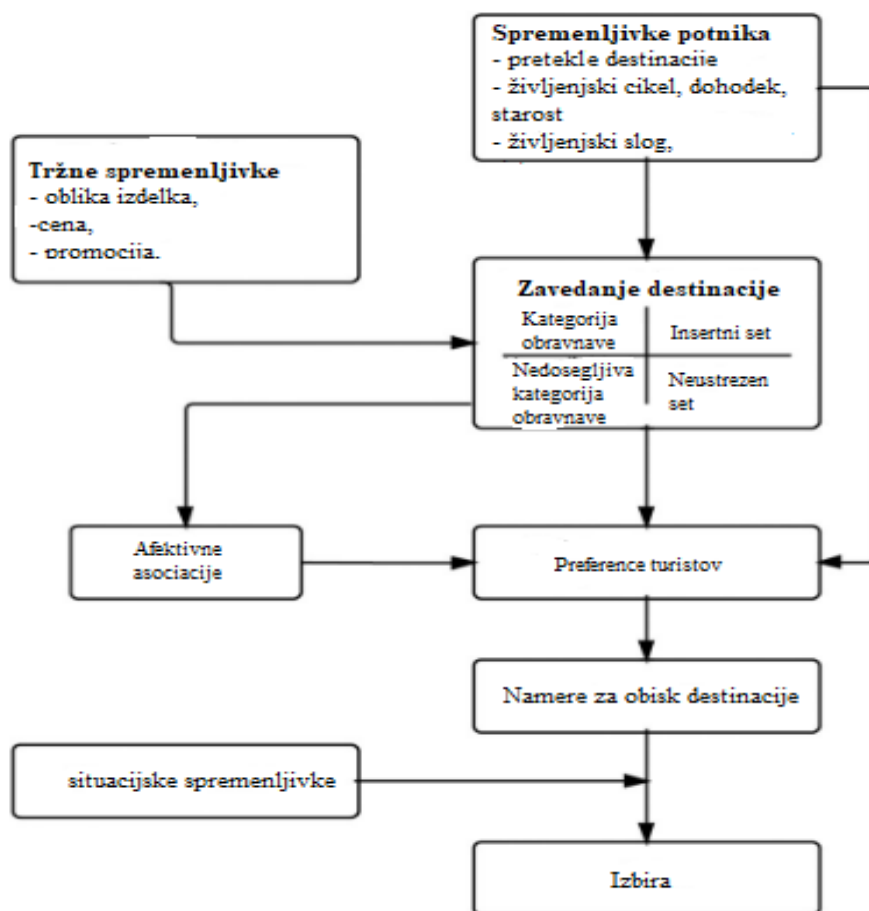
Proces odločanja o potovalni destinaciji poteka v več stopnjah, in sicer: prva stopnja, kjer posameznik najprej sprejme splošne odločitve o stroških potovanja, v drugi stopnji se odloči o vrsti počitnic, na koncu pa se odloči o lokaciji potovanja (Keshavarzian in Wu, 2017).

Kljub temu, da veljajo nekateri dejavniki za pomembnejše, to v praksi ne velja za vsakogar. Različni starostni segmenti si bodo izbirali različne destinacije, ki jih želijo obiskati. Razlike pri izbiri destinacije med mlajšimi in starejšimi se močno opazijo že pri motivih njihovih potovanj, mladi večji poudarek namenijo pobegu iz svoje vsakdanje rutine, spoznavanju novih kultur in življenjskih slogov, odkrivanju novih kulturnih znamenitosti, starejšim pa sta ob izbiri destinacije najpomembnejša vreme in dostopnost destinacije (Pestana in drugi, 2020).

Proces izbire destinacije se začne z zaznavo destinacije, sestavljen je iz kognitivnih in čustvenih komponent. Kognitivne komponente predstavljajo fizične značilnosti destinacije (npr. geografske značilnosti), medtem ko se afektivne komponente nanašajo na čustveno zaznavo posameznika ob destinaciji. Obisk preteklih destinacij, življenjski slog, dohodek in starost vplivajo na zavedanje o destinaciji. Poleg spremenljivk potnika na zavedanje vplivajo tudi tržne spremenljivke, ki vključujejo obliko oziroma izgled izdelka (v tem primeru destinacije), ceno in oglaševanje. Po procesu zavedanja si s čustvenimi asociacijami in drugimi dejavniki, navedenimi zgoraj, ustvarimo preference. Čustvene asociacije veljajo za enega od najpomembnejših dejavnikov, ki je prisoten pri izbiri destinacije. Posameznik si ustvari namero za obisk in izbere destinacijo (Keshavarzian in Wu, 2017).

Slika 1 prikazuje vplive različnih dejavnikov na izbiro destinacije. Turisti po navadi sledijo postopku izbire destinacije, tako da najprej svojo izbiro zmanjšajo med alternativnimi destinacijami (Keshavarzian in Wu, 2017). Na izbiro destinacije vplivajo tako psihološki (stališča, podobe posameznika, motivacija, prepričanja in osebne značilnosti) kot zunanji dejavniki (podoba destinacije, različne omejitve na destinaciji ter razpoložljiv čas in denar) (Keshavarzian in Wu, 2017).

Slika 1: Proces izbire destinacije



Prirejeno po Keshavarzian in Wu (2017).

Masiero in Qui (2018) sta raziskala vedenje turistov na destinacijah in vzpostavila novo razvrstitev dejavnikov, ki vplivajo na izbiro turistične destinacije. Razvrstila sta jih v tri kategorije: prva kategorija dejavnikov združuje ponudbo destinacij (to so turistična infrastruktura in superstruktura, cene nastanitev, kakovost storitev) in dostopnost destinacije (cena potovanja do destinacije in po destinaciji ter razpoložljivi termini potovanja). Druga kategorija vključuje situacijske dejavnike, kot so vremenske razmere in politične okoliščine, ki so povezane s časom dejanskega potovanja. V zadnjo kategorijo spadajo dejavniki, specifični za odločevalca, ki so povezani z lastnostmi posameznika (na primer spol in starost) (Masiero in Qui, 2018).

Keshavarzian in Wu (2017) sta dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacij, razdelili v tri skupine: osebne značilnosti, podoba destinacije in značilnosti potovanja. Med osebne značilnosti štejejo dohodek turista, njegova starost, izobrazba, spol, posameznikove preference in prisotnost otrok. Naslednje dejavnike: podnebne značilnosti, stroški na destinaciji, raznolikost dejavnosti oziroma atrakcij, redkost naravne znamenitosti, kakovost in obseg nastanitve, bližina nastanitve do znamenitosti po destinaciji, število muzejev,

prireditve in festivali, velikost destinacije, varnost destinacije in dostopnost do letališča, so uvrstili med značilnosti oziroma podobo destinacije. V zadnjo skupino dejavnikov, značilnosti potovanja, so uvrstili prevozne stroške, potovalni čas do destinacije, trajanje potovanja, potovalni namen in dobre letalske povezave med domačo in zeleno destinacijo (Keshavarzian in Wu, 2017).

Kljub temu da veljajo nekateri dejavniki za pomembnejše, to v praksi ne velja za vsakogar. Različni starostni segmenti si bodo izbirali različne destinacije, ki jih želijo obiskati. Razlike pri izbiri destinacije med mlajšimi in starejšimi se močno opazijo že pri motivih njihovih potovanj, mladi večji poudarek namenijo pobegu iz svoje vsakdanje rutine, spoznavanju novih kultur in življenjskih slogov, odkrivanju novih kulturnih znamenitosti, starejšim pa sta ob izbiri destinacije najpomembnejša vreme in dostopnost destinacije (Pestana in drugi, 2020).

Dahiya in Batra (2018) sta raziskovali dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacije pri turistih, in navedli naslednje dejavnike: transport do in po destinaciji, ali je destinacija cenovno primerna glede na svojo ponudbo in kakovost, infrastruktura destinacije, turistične znamenitosti in vreme (Dahiya in Batra, 2018).

## **2.2 Podoba destinacije**

Izbira destinacije in z njo oblikovanje podobe ciljne destinacije je skupek posameznikovih prepričanj in misli oziroma občutkov o določeni destinaciji oziroma njenem okolju. Podoba destinacije je pomemben dejavnik, saj ta vpliva na odločanje potnikov pri izbiri destinacije in na njegovo prihodno vedenje. Je ključni dejavnik, ki vpliva na vedenje turistov, sprejemanje odločitev, povezanih s turizmom na destinaciji, in trženje destinacije (Jebbouri in drugi, 2022).

Izraz podoba destinacije se na splošno nanaša na proces, kjer si ljudje poskušajo ustvariti mnenje o določeni destinaciji. Podoba vključuje prepričanja, občutke, zaznave, znanje o destinaciji, neposredne in posredne informacije, ki jih pridobijo turisti ob obisku izbrane destinacije. Destinacije so za turiste privlačnejše, kadar jih pritegnejo njihova čustva in vtisi, ne pa dejstva o sami destinaciji (Jebbouri in drugi, 2022).

Podoba destinacije je postala ena od prevladujočih področij turističnih raziskav v zadnjih nekaj letih. Večina znanstvenikov podobo destinacije meri z uporabo dveh pristopov: kognitivni in afektivni, v zadnjih nekaj letih pa se vse bolj uporablja večplastni konstrukt, ki vključuje tri pristope: kognitivni, afektivni in konativni. Kognitivna komponenta vključuje posameznikovo znanje in prepričanje oziroma odnos do izbrane destinacije, afektivna komponenta vključuje posameznikove občutke in čustva, ki jih občutijo do destinacije, medtem ko konativna komponenta delno prikaže zeleno prihodnjo situacijo v kraju kot prihodnjo potencialno potovalno destinacijo (Rasoolimanesh in drugi, 2021).

Baloglu in McCleary (1999) sta podobo destinacije označila kot posledico dveh glavnih sil – spodbujevalnih in osebnih dejavnikov. Koncept podobe je na splošno obravnavan kot konstrukt, sestavljen iz posameznikovih prepričanj, čustev in globalnega vtisa o destinaciji. Splošna podoba kraja se torej oblikuje kot rezultat tako zaznavnih kot afektivnih vrednot tega kraja (Baloglu in McCleary, 1999).

Na podobo destinacije iz ene strani vplivajo osebni dejavniki, ki se delijo na psihološke (vključujejo vrednote, motivacije in osebnost posameznika) in socialne (npr. starost, izobraževanje, zakonski status) dejavnike. Z druge strani na oblikovanje podobe destinacije vplivajo viri informacij (stroški na destinaciji), pretekle izkušnje in dostopnost zelene destinacije (Baloglu in McCleary, 1999).

Oblikovanje podobe destinacije je odvisno od različnih dejavnikov, ki so vključeni v proces. Rezultati analize Baloglua in McClearya (1999) so pokazali, da raznolikost informacij, vrsta virov informacij, starost in izobrazba vplivajo na zaznavne ocene. Tako imajo naštetih dejavnikov in socialnopsihološki motivi skupaj vpliv na podobo destinacije, kjer v procesu oblikujejo občutke posameznikov do destinacije. Ugotovili so tudi, da imajo priporočila iz ust do ust prijateljev in sorodnikov najpomembnejši vpliv na oblikovanje podobe destinacije. Opazili so tudi velik vpliv znanja, prestiža in družbenih motivov, ki neposredno vplivajo na podobo destinacije (Baloglu in McCleary, 1999).

### **2.3 Izbira destinacije mladih**

Caber in drugi (2020) opredeljujejo mlade turiste za prve obiskovalce destinacije, ki razvijajo in promovirajo destinacijo. Mladi postanejo zvesti obiskovalci, če so z destinacijo zadovoljni. Poznamo tri skupine dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije, in sicer: funkcionalno, socialno in empirično oziroma čustveno (Caber in drugi, 2020). Funkcionalni vidik velja za najpomembnejši vidik pri mladih, ta vključuje pomen infrastrukture, kakovosti hrane in različnih ponujenih dejavnosti za mlade turiste. To za destinacijo pomeni, da mora mladim zagotoviti privlačne vsakodnevne dejavnosti, ki povečajo njihovo zadovoljstvo in počutje. Čustven vidik odraža predvsem počutje turistov ob tem, kako jih drugi obravnavajo, spoštujejo in se do njih obnašajo. Mladi so s te strani zadovoljni, manjše zadovoljstvo pa kažejo s socialnega vidika, namreč večina mladih je trdilo, da se močno opazijo generacijske razlike. Te so opazne v primerih, ko so starejšim zanimivejše drugačne dejavnosti kot mlajšim (na primer gledališke predstave za starejše in zabavišni parki za mlajše) (Caber in drugi, 2020).

Yusoff in drugi (2017) so opisali, da so starost, izobrazba, dohodek, delo in življenjski slog pomembni dejavniki pri izbiri destinacije mladih. Stopnja, do katere se posameznik zanima za destinacijo, se najbolj razlikuje po starosti. Ker imajo mladi nizke dohodke, se večina mladih odloči za cenejše potovanje, na katerem veliko varčujejo. Caber in drugi (2020)

ugotavljajo, da imajo na izbiro destinacije mladih največji vpliv stroški potovanja in udobje, gostoljubnost na destinaciji in ponujene storitve, možnost zabave in pitja ter širok izbor rekreacijskih in športnih dejavnosti na destinaciji (Caber in drugi, 2020).

V zadnjih nekaj letih se je vpliv družbenih medijev na sprejemanje odločitev mladih močno povečal. Družbeni mediji omogočajo sinhrono in asinhrono multimedijsko komunikacijo, visok nadzor nad destinacijo (spremljanje aktualnih dogajanj, dogodkov v živo in vseh sprememb na destinaciji), javno objavljene izkušnje posameznikov, ki so destinacijo že obiskali. Pojavilo se je veliko število opredeljenih koristi družbenih medijev, kot so ustvarjanje in obnavljanje podobe destinacije, sporočanje osebnosti blagovne znamke destinacije, izmenjava informacij in promocija destinacije (Pachucki in drugi, 2022).

Prav tako kot imajo družbeni mediji pozitiven vpliv na izbiro destinacije mladih, imajo tudi negativen, saj so s tem omogočili deljenje negativnih potovalnih izkušenj in nezadovoljstva na destinaciji, ki lahko odvrta posameznika od zelene destinacije. Pachucki in drugi (2022) ugotavljajo, da mnenja posameznikov postanejo manj pozitivna, če se vsebine (preurejene in neresnične fotografije destinacije), ki jih predstavlja turistična destinacija, bistveno razlikujejo od vsebine, ki jo zagotavljajo drugi uporabniki (Pachucki in drugi, 2022).

Za mlade posameznike, rojene med letom 1980 in 1999, je značilno, da iščejo navdih za potovanja na potovalnih blogih in družbenih medijih ter da preko vsebin, ki jih ustvarjajo uporabniki, mnenj preteklih turistov določene destinacije in potovalnih spletnih strani oblikujejo svoje naslednje potovanje (Ketter, 2021).

Omenjeno situacijo uvrščamo v prvo fazo izbire destinacije, kjer posameznik išče predloge različnih destinacij in jih spoznava (Ketter, 2021). Generacija Z (generacija, rojena med letoma 1997 in 2012) velja za prvo generacijo, rojeno v digitalni dobi. V primerjavi z milenijski generacija Z potuje več in je bolj nagnjena k mednarodnim potovanjem. 56 odstotkov generacije Z potuje z namenom, da bi obiskali družino in sorodnike, 40 odstotkov pa se želi odmakniti od stresnega življenja. Tako kot milenijski tudi generacija Z želi obiskati destinacijo z veliko atrakcijami in doživetij. Eden pomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije generacije Z, je proračun za potovanje na izbrano destinacijo (stroški nastanitve in transporta) (TravelPerk, 2023).

### **3 MLADINSKI TURIZEM**

Ko govorimo o mladih potnikih, jih običajno opredelimo kot potnike, stare med 15 do 29 let, predvsem študente (Caber in drugi, 2020). Kadar potujejo mladi, govorimo o mladinskem turizmu. Mladinski turizem navadno predstavlja mlade popotnike, ki dajejo

prednost nizkocenovnim nastanitvam ali transportu do in po destinaciji, katerih poudarek je srečevanje z drugimi popotniki (Popotniško združenje Slovenije, 2019).

Mladinski turizem je oblika potovanja, razširjena med mladimi. Glavni namen potovanja je odkrivanje sveta in različnih kultur ter pridobivanje novih izkušenj. Mladinski turizem največkrat vključuje dejavnosti, kot so prostovoljna dela, medkulturna sodelovanja, izmenjave, izobraževalni programi in druge dejavnosti, ki so blizu mladim, z namenom, da bi bolje spoznavali kulture in jezik ter razvijali mednarodna prijateljstva. Mladi posamezniki močno razvijejo svoje kompetence timskega dela, saj se med obiskom destinacije močno povežejo in sodelujejo z mladimi domačini. Kompetenco izboljšujejo v skupinskih aktivnostih ali športih, raznih projektih, pri razvijanju prijateljstva in izmenjav izkušenj posameznikov (OpenAi, 2023b).

Motivi, ki so mladim pri potovanju pomembni, so znanje, prestiž, krepitev osebnih odnosov in stikov, sprostitev, spoznavanje različnih kultur in življenjskih slogov (Mohsin in drugi, 2017). Po mnenju Rasdija in drugih (2015) so motivi za potovanja naslednji: pobeg iz domačega mesta, doživetje potovanja, ogled krajev, zgodovinska kulturna vrednost, pridobivanje novih prijateljev, približevanje naravi in doživljanje pustolovščin, učenje med potovanjem, sprostitev in socialna interakcija.

Vse pogosteje mladi velik poudarek namenijo izobraževanju in učenju v tujih državah, zato je najpogostejša oblika mladinskega turizma študentska izmenjava. Mladi se preko praktičnih del in življenja v tujih državah naučijo tuje kulture in veščine, ki jim pomagajo pri osebni in poklicni rasti (OpenAi, 2023b).

Na drugem mestu za študentskimi izmenjavami so med mladimi najbolj priljubljeni pustolovski izleti, ki vključujejo adrenalinske ali druge športne aktivnosti, kot so na primer trekking, plezanje, kolesarjenje, deskanje in drugo (OpenAi, 2023b).

Ketter (2021) opredeljuje, da je za milenijce značilno, da v primerjavi s prejšnjimi generacijami potujejo samostojno in da so odprti za spoznavanje novih turističnih proizvodov in doživetij. Milenijci raje potujejo sami kot tuji neodvisni potniki in si ustvarijo svoja lastna doživetja, kot da se udeležijo doživetij, ustvarjenih na podlagi pričakovanj drugih. Glavni motivi potovanja pri generaciji Y so raziskovanje drugačnih življenjskih slogov, doživetje nove izkušnje, obiskati nove kraje in pridobiti nova znanja. Ti običajno radi prihranijo pri stroških nastanitve, zato se odločajo za bivanje v deljenem gospodinjstvu (hostli). Ena glavnih značilnosti milenijcev je povezovanje z lokalno skupnostjo, ustvarjanje pristnih izkušenj in cenovno ugodno razmerje (Ketter, 2021).

Mladinski turizem ima tako negativne kot pozitivne vplive tako na posameznika kot na skupnost. Največji pozitiven vpliv se kaže na posameznikovi osebni rasti in njegovem razvoju, ko se soočajo s samostojnostjo, prilagodljivostjo in sprejemanju odločitev v tujem

okolju. Močno spodbuja tudi medkulturno spoznavanje ljudi in razumevanje tujih kultur in navad. Mladi razvijajo svoje komunikacijske sposobnosti in postanejo bolj samozavestni ter socialni oziroma družabni. Eden pomembnejših vplivov mladinskega turizma na okolje je spodbujanje trajnostnega razvoja, saj preko trajnostnih praks ozaveščajo ostale o varovanju okolja (OpenAi, 2023b).

Kljub številnim pozitivnim vplivom ima mladinski turizem tudi negativne vplive. Mladinski turizem velikokrat privede do preobremenitve lokalne skupnosti, saj zaradi pretiranega števila mladih turistov nastane hrup ter preobremenjenost infrastruktur, poveča se onesnaževanje in poškoduje se naravno okolje. Mešanje različnih kultur in spoznavanje novih pa lahko privede do izgube avtentičnosti. Največji negativen vpliv ima zagotovo neetično vedenje mladih. Ti ob pretiranem okolju pozabijo na primerno obnašanje in povzročajo škodo lokalni skupnosti (OpenAi, 2023b).

## **4 EMPIRIČNA ANALIZA**

### **4.1 Namen in cilji raziskave ter raziskovalna vprašanja**

Namen zaključne strokovne naloge je predstavitev in poglobitev v slovenski turizem in ugotoviti, kateri dejavniki vplivajo na izbiro destinacije mladih. Namen je ugotoviti, kako na odločitev pri izbiri destinacije vplivajo posameznikove preference in navade, starost mladih (različne starostne skupine imajo drugačne preference), pretekle izkušnje oziroma zadovoljstvo na destinaciji, stroški nastanitev in transporta, dohodek, priporočila sorodnikov ali znancev, posameznikov prosti čas, ter raziskati motive za obisk zelenih destinacij. Cilj zaključne strokovne naloge je analizirati pomembnost vpliva različnih dejavnikov na odločitev o izbiri destinacije mladih prebivalcev Slovenije v Sloveniji.

Kot omenjeno je dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih, veliko. Eden pomembnejših dejavnikov so stroški potovanja (stroški do in po destinaciji), sledi jim gostoljubnost na destinaciji in ponujene storitve, možnost zabave in pitja ter širok izbor rekreacijskih in športnih dejavnosti na destinaciji (Caber in drugi, 2020).

Mladi želijo obiskati destinacije, ki jim ponujajo velik izbor doživetij in spoznavanje kultur (to vključuje ogled muzejev, spoznavanje lokalne kulture in njihovih navad in drugo). Destinacije, ki lahko ponudijo mladim veliko doživetij, so zanje bolj privlačne (OpenAI, 14. junij 2023). Zato so zastavljena tri raziskovalna vprašanja:

Raziskovalno vprašanje 1: »Kateri dejavniki vplivajo na odločitev mladih pri izbiri destinacije po Sloveniji?«

Raziskovalno vprašanje 2: »Katero destinacijo v Sloveniji mladi najpogosteje izberejo?«



Raziskovalno vprašanje 3: »Katero destinacijo v Sloveniji bi mladi priporočili tujim mladim turistom?«

## **4.2 Metodologija in zbiranje podatkov**

Raziskovalna vprašanja naslavljam s primarnimi podatki, zbranimi s spletno anketo. Ta je bila sestavljena iz treh delov in je priložena v Prilogi 1. Prvi del vprašanj so predstavljala demografska vprašanja, kot so spol, starostni razred, kjer sem se osredotočala na mlade (od 15 do 30 let), občina bivanja in status anketirancev (dijak/-inja, študent/-ka, zaposlen/-a in brezposeln/-na). Drug del vprašanj se nanaša na običajno turistično rekreacijo mladih po Sloveniji. Ta del vključuje vprašanja o običajni dolžini njihove turistične rekreacije, o makro regiji, letnem času potovanja in vprašanja o dejavnikih, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih v Sloveniji. Prav slednje vprašanje je najpomembnejše in vsebuje 18 dejavnikov (kot na primer varnost destinacije, ponudba nočnih klubov, visoke temperature in sonce). Anketiranci so tako za vsak posamezni dejavnik ocenili pomembnost vpliva pri izbiri destinacije potovanja na 7-stopenjski lestvici, kjer 1 predstavlja 'popolnoma ne vpliva' in 7 'popolnoma vpliva'. Tretji sklop je zajemal dve vprašanji. Namen prvega vprašanja je bil pridobiti priporočila destinacij mladim tujcem s strani slovenskih mladih prebivalcev. Drugo vprašanje pa je zahtevalo obrazložitev razlogov za izbiro predlagane destinacije.

Anketa je bila objavljena na družbenih omrežjih (Instagram in Facebook) in je bila poslana preko e-pošte. Vzorčenje je bilo slučajno, na povabilo za reševanje ankete pa se je odzvalo 100 anketirancev različne starosti, spola in iz različnih regij.

Omejitve raziskave je predstavljalo območje Slovenije, saj sem anketirala le mlade prebivalce Slovenije, zato pridobljeni podatki ne veljajo tudi za tuje turiste. Hkrati je bilo vzorčenje nereprezentativno, kar pomeni, da zaključki ne veljajo za celotno populacijo.

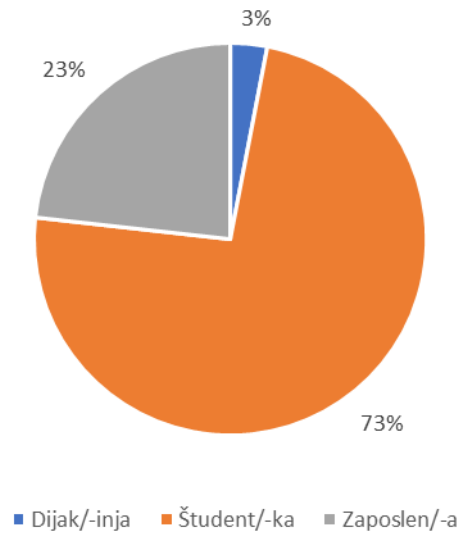
## **4.3 Predstavitev vzorca**

S pomočjo anketnega vprašalnika sem anketirala 100 prebivalcev Slovenije, stare med 15 in 30 let. Od vseh anketirancev je bilo 64 % žensk in 34 % moških. Največ anketirancev je bilo rojenih med 1998 in 2002 (starih od 21 do 25 let), sledijo jim mladi, rojeni med 1993 in 1997 (starih od 24 do 26 let), 24,5 % anketirancev je bilo rojenih med letoma 2003 in 2008 (starih od 15 do 20 let), preostali del anketirancev (starejših od 30 let) pa ankete niso mogli izpolniti, saj niso ustrezali starostni omejitvi mladih prebivalcev.

Anketo so izpolnili mladi iz vseh regij, največji delež prihaja iz Ljubljane, sledijo ji občina Grosuplje, Koper, Ivančna Gorica, Kranj, Murska Sobota in ostale. Slika 2 prikazuje

statuse vseh anketirancev. V največjem deležu so jo reševali predvsem študentje (73 % vseh anketirancev), sledijo jim zaposleni (23 %), dijaki/dijakinje (3 %), nihče od anketirancev pa ni bil brezposeln.

*Slika 2: Status anketirancev*

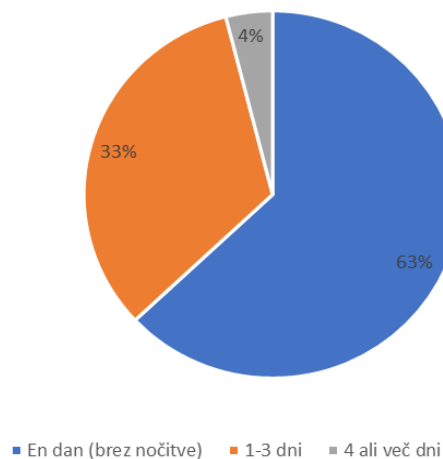


Opomba: n = 100.

*Vir: lastno delo.*

Slika 3 prikazuje trajanje izletov mladih po Sloveniji, pri čemer jih največ ne prenočuje in se iz destinacije vrne že isti dan (63 % anketirancev), manj kot polovica (33 %) na destinaciji ostane za od enega do treh dni, le 4 % pa na destinaciji bivajo štiri dni ali več.

*Slika 3: Običajno trajanje izletov mladih po Sloveniji*

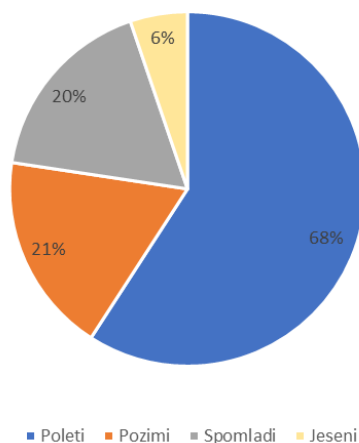


Opomba: n = 100.

*Vir: lastno delo.*

Slika 4 prikazuje letne čase potovanja domačih mladih obiskovalcev in turistov. Ti večinoma potujejo poleti (68 % anketirancev), sledi mu zima (21 % anketirancev), pomlad (20 % anketirancev), najmanj pa jih potuje jeseni (6 % anketirancev).

*Slika 4: Letni čas potovanja*



Opomba: n = 100.

Vir: lastno delo.

## 5 REZULTATI RAZISKAVE

### 5.1 Dejavniki, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih

Tabela 1 prikazuje vpliv različnih dejavnikov na izbiro destinacije domačih mladih. Pri tem so dejavnike ocenjevali na lestvici od 1 do 7 (1 – dejavnik v omenjenem letnem času na posameznika nima vpliva in 7 – dejavnik močno vpliva na izbiro destinacije).

*Tabela 1: Dejavniki, ki vplivajo na odločitev mladih skozi celo leto*

Dejavniki	Povprečna vrednost	Standardni odklon
Varnost destinacije	5,17	1,08
Visoke temperature in veliko sonca	4,92	1,09
Ponudba restavracij in barov	4,75	1,08
Naravne znamenitosti	4,57	1,08
Stroški po destinaciji (hrana in pijača)	4,45	1,03
Ponudba adrenalinskih doživetij	4,20	0,99
Stroški transporta do destinacije	4,15	1,04
Objave fotografij destinacij, ki so jih obiskali njihovi prijatelji	4,10	1,04
Ponudba vodnih in kopenskih športov	4,00	0,97

Ponudba nočnih klubov	3,87	0,94
Kultura destinacije	3,82	1,07
Ponudba muzejev, prireditev in festivalov	3,77	1,08
Objava destinacije na socialnih omrežjih	3,67	0,98
Ponudba zabavišnih parkov	3,50	0,88
Število prebivalcev na destinaciji	3,45	0,90

Opomba: Lestvica od 1 – popolnoma ne vpliva do 7 – popolnoma vpliva, število opažanj (n) je 100.

*Vir: lastno delo.*

Nekaj anketirancev je predlagalo tudi druge dejavnike, ki vplivajo na njihovo izbiro destinacije, in sicer lepo urejene turistične namestitve, družba in družina, ki biva na destinaciji. Dejavniki, ki vplivajo na odločanje mladih, se močno razlikujejo po letnih časih.

Rezultati kažejo, da je mladim poleti najpomembnejši dejavnik varnost destinacije, ki so ga v povprečju ocenili s 5,20 (dejavnik ima močan vpliv na posameznika). Na drugem mestu so visoke temperature in veliko sonca s povprečno oceno 5, na tretjem mestu so naravne znamenitosti s povprečno oceno 5, sledi ponudba restavracij in barov s povprečno oceno 4,8. Najmanj vpliva na mlade ima ponudba zabavišnih parkov na destinaciji, število prebivalcev in priporočila vplivnežev, kar so v povprečju ocenili med 3 in 4 (zmerno vpliva na izbiro destinacije).

Kot je prikazano na sliki 5, se vpliv dejavnikov pozimi kar močno razlikuje od vpliva dejavnikov poleti. Anketiranci so kot dejavnik, ki najbolj vpliva na izbiro destinacije, ponovno označili varnost destinacij s povprečno oceno 5,2.

Na drugem mestu je potovalni čas do destinacije s povprečno oceno 5,1 (dejavnik močno vpliva na izbiro), sledi mu drugo, kjer so anketiranci navedli smučarske proge in urejena smučišča s povprečno oceno 5.

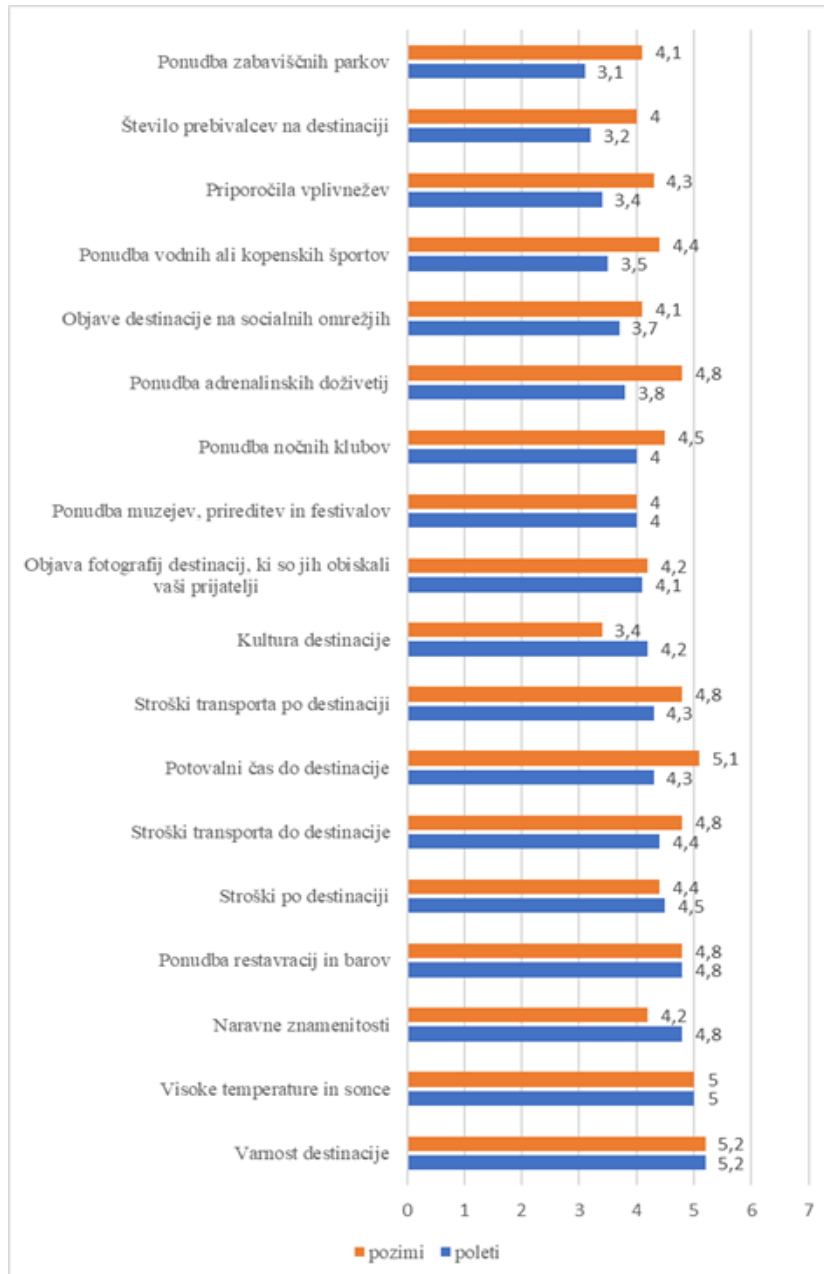
Najmanjši vpliv ima dejavnik kultura destinacije s povprečno oceno 3,9. Šibek vpliv pri izbiri imata tudi dejavnika ponudba muzejev, prireditev in festivalov ter število prebivalcev na destinaciji.

Anketiranci so za enega od vplivnejših dejavnikov v pomladnem času označili ponudbo restavracij in barov, s povprečno oceno 5,1, na drugem mestu visoke temperature in veliko sonca ter na tretjem varnost destinacije.

Najmanjši vpliv imajo priporočila vplivnežev, število prebivalcev na destinaciji in ponudba adrenalinskih doživetij. Turistom bi priporočili obisk Ljubljane, Bleda, Kopra, Murske Sobotne in drugih krajev, saj imajo pestro arhitekturo in ponudbo kulinarike.

Jeseni se vpliv dejavnikov deloma spremeni. Na prvem mestu je varnost destinacije, ki ima povprečno oceno 5,4 (močan vpliv pri izbiri destinacije), sledijo ji visoke temperature in veliko sonca, na tretjem mestu pa je dejavnik, stroški po destinaciji (hrana in pijača). Najmanjši vpliv imajo ponovno priporočila vplivnežev, objave destinacije na socialnih omrežjih (promocija destinacije na socialnih omrežjih) ter ponudba muzejev, prireditev in festivalov. Turistom bi anketiranci priporočali obisk Maribora, Bleda in Ljubljane zaradi pestre arhitekture in urejene pokrajine.

Slika 5: Vpliv dejavnikov poleti in pozimi



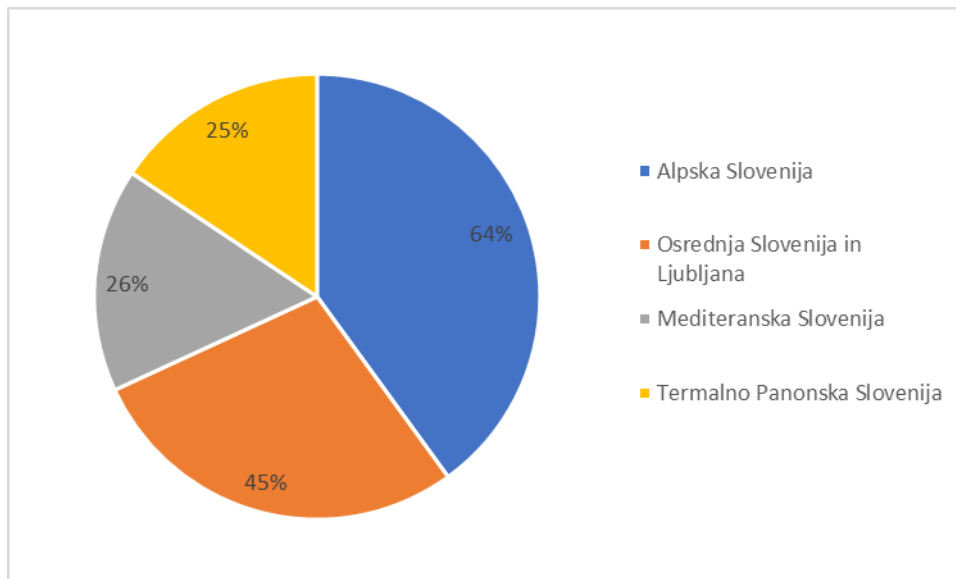
Opomba: n = 100.

Vir: lastno delo.

## 5.2 Izbira destinacije po makro regijah

S pomočjo anketnega vprašalnika sem ugotovila najprivlačnejše makro regije za mlade v Sloveniji. Slika 6 prikazuje, katero makro regijo mladi najpogosteje obiskujejo. Anketiranci so lahko izbrali več makro regij hkrati, pri čemer rezultati kažejo, da je najbolj obiskana Alpska Slovenija, sledita ji Osrednja Slovenija, Mediteranska Slovenija in na zadnjem mestu Termalna Panonska Slovenija.

Slika 6: Najpogosteje obiskane makro regije



Opomba: n = 100.

Vir: lastno delo.

Največ anketirancev običajno obiskuje Alpsko Slovenijo (64 % vseh anketirancev), sledi ji Osrednja Slovenija in Ljubljana (45 % anketirancev). Na tretjem mestu je Mediteranska Slovenija, ki jo običajno obišče 26 % anketirancev, najmanj anketirancev (25 %) pa obišče Termalno Panonsko Slovenijo.

V skladu s strategijo slovenskega turizma je Alpska Slovenija prepoznavna po štirih nosilnih produktih: počitnice v gorah (ponujajo aktivne počitnice z doživetji narave, aktivnosti in wellness), športni turizem (primerna destinacija za športne ekipe na pripravah, izvedbo športnih dogodkov in tekmovanj), outdoor (kolesarjenje, pohodništvo, smučanje, pohodništvo) ter poslovna srečanja in dogodki (poslovne konference, motivacijska srečanja, razstave). Podporni produkti destinacije so gastronomija, doživetja, narave, kultura, igralništvo in turizem na podeželju (Slovenska turistična organizacija, 2017).

Zdravje in dobro počutje, gastronomija in turizem na podeželju predstavljajo nosilne produkte Termalne Panonske Slovenije, njeni podporni produkti pa so outdoor, doživetja narave, kultura in posebni interesi (Slovenska turistična organizacija, 2017).

Nosilni produkti Termalno Panonske Slovenije so poslovna srečanja in dogodki, sonce in morje (sprostitve na plaži, plavanje, sončenje ...), zdravje in dobro počutje (osredotočanje na wellness z uporabo naravnih dejavnikov in mediteranske klime) ter gastronomija (spoznavanje kulinarike) (Slovenska turistična organizacija, 2017).

Nosilni produkti Ljubljane in Osrednje regije so predvsem poslovna srečanja in dogodki, mesta in kultura (odkrivanje mest in zgodovine), touring (Ljubljana kot mesto za odkrivanje makro destinacije in države), gastronomija. Podporni produkti pa so outdoor, doživetja, narave, nakupovanje, igralništvo in posebni interesi (npr. opazovanje medveda v Kočevju) (Slovenska turistična organizacija, 2017).

### **5.3 Predlogi destinacij tujim turistom**

Tretje raziskovalno vprašanje se nanaša na predloge mladih slovenskih prebivalcev tujim turistom. Želela sem izvedeti, katere destinacije se Slovincem zdijo turistično privlačne in zakaj. Predlogi tujim turistom za obisk destinacij po Sloveniji so se razlikovali glede na letne čase. Najpogostejši predlogi obiska slovenskih destinacij poleti so:

- Koper, Piran in Portorož: zaradi svoje pestre ponudbe restavracij in barov, toplega vremena, lepe arhitekture ter pestrega nočnega dogajanja,
- Kranjska Gora, Bled, Bovec in Tolmin: za mlade, ki želijo mirnega oddiha in uživanja v naravi,
- Ljubljana: zaradi pestrega dogajanja in številne ponudbe festivalov ali drugih dogajanj po Ljubljani (na primer odprta kuhinja).

Pozimi so anketiranci najpogosteje predlagali obisk Alpske Slovenije, predvsem Vogel in Kranjska Gora, zaradi svoje smučarske ponudbe in drugih zimskih aktivnosti ter pestrega dogajanja za otroke. Kot drugo najpogostejšo destinacijo znotraj ene od makro regij so označili Ljubljano, ki skozi celo leto ponuja številne atrakcije. Pozimi nudijo različne atrakcije v zaprtih prostorih (kot so na primer sobe pobega, bowling, mini golf in kina), ki so mladim privlačni.

### **5.4 Odgovori na raziskovalna vprašanja**

S pomočjo preučene teorije in opravljene analize rezultatov ankete sem odgovorila na predhodno zastavljena raziskovalna vprašanja, ki temeljijo na podlagi zbranih primarnih podatkov. Vzorec je nereprezentativen in ne velja nujno za celotno populacijo.

Prvo raziskovalno vprašanje se nanaša na dejavnike, ki vplivajo na odločitev mladih pri izbiri destinacije po Sloveniji. Na podlagi raziskave ugotavljam, da na izbiro destinacije domačih mladih v Sloveniji najbolj vplivajo varnost destinacije (z oceno vpliva 5,1),

visoke temperature in veliko sonca (z oceno vpliva 4,9), sledijo naravne znamenitosti (z oceno vpliva 4,7). Najmanjši vpliv pri izbiri destinacije imata število prebivalcev na destinaciji (z oceno vpliva 3,3) in ponudba zabavišnih parkov (z oceno vpliva 3,4). Kljub temu, da mladi večino svojega časa preživijo na socialnih omrežjih in da bi pričakovali, da bo vpliv socialnih omrežij na odločitev pri izbiri destinacije imel velik vpliv, so rezultati spletne ankete pokazali ravno nasprotno. Vpliv socialnih omrežij je na mlade turiste šibkejši kot ostali naštetih dejavniki. Promocijske objave s strani destinacij so anketiranci ocenili z oceno vpliva 3,67, objave prijateljev in sorodnikov pa so ocenili z oceno vpliva 4,10. Med manj vplivne dejavnike spadajo tudi priporočila vplivnežev na socialnih omrežjih.

Drugo raziskovalno vprašanje se nanaša na najpogostejšo izbiro destinacije, ki jo mladi izberejo v Sloveniji. Ponovno na podlagi raziskave ugotavljam, da je v Sloveniji za mlade najprivlačnejša Alpska Slovenija, kjer največkrat obiščejo Kranjsko Goro, Bled, Bohinj in Triglavski narodni park. Druga najbolj obiskana makro regija s strani mladih je Mediteranska Slovenija, kjer največkrat obiščejo Koper in Portorož zaradi svoje pestre ponudbe dogajanj, barov in restavracij.

Tretje raziskovalno vprašanje se nanaša na priporočila destinacij mladim turistom s strani mladih prebivalcev Slovenije. Ponovno na podlagi raziskave ugotavljam, da bi največ mladih tujim turistom poleti priporočalo Koper, Piran in Portorož zaradi svoje pestre ponudbe restavracij in barov, toplega vremena, lepe arhitekture ter pestrega nočnega dogajanja. Vredne ogleda so tudi destinacije v Alpiski Sloveniji, in sicer Kranjska Gora, Bled in Bovec za vse mlade, ki si želijo oddiha in svežega zraka. Pozimi so anketiranci najpogosteje predlagali obisk Alpske Slovenije, predvsem Vogel in Kranjska Gora, zaradi svoje smučarske ponudbe in drugih zimskih aktivnosti ter pestrega dogajanja za otroke. Kot drugo najpogostejšo destinacijo znotraj ene od makro regij so označili Ljubljano, ki skozi celo leto ponuja številne atrakcije v zaprtih prostorih, kot so na primer bowling, sobe pobega, kina, minigolf in drugo.

## **6 SKLEP**

V zaključni strokovni nalogi sem preučevala dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih v Sloveniji. Namen zaključne strokovne naloge je ugotavljanje dejavnikov, ki vplivajo na odločitev mladih pri izbiri destinacije. Spoznala sem, kako na odločitev pri izbiri destinacije vplivajo posameznikove preference, starost mladih, stroški nastanitev in transporta, dohodek in drugi dejavniki. Cilj naloge je podrobneje predstaviti dejavnike, ki vplivajo na izbiro destinacije mladih v Sloveniji, in raziskati, katere destinacije v Sloveniji so mladim najbolj privlačne in zakaj.

Najprej sem s pomočjo literature predstavila teoretičen del, kjer sem opisala proces izbire destinacije in dejavnike, ki vplivajo na njihovo izbiro. Da sem pridobila jasno sliko, kako



navedeni dejavniki vplivajo na mlade prebivalce Slovenije, sem izdelala anketo in o tem povprašala 100 mladih anketirancev.

S pomočjo ankete sem odgovorila na tri glavna raziskovalna vprašanja, zastavljena v uvodu. Odgovore na prvo raziskovalno vprašanje (Kateri dejavniki vplivajo na odločitev mladih pri izbiri destinacije po Sloveniji?) sem razdelila glede na letni čas in tako pridobila različne odgovore v različnih letnih časih.

Ugotovila sem, da se največ mladih odpravi na izlete po Sloveniji v poletnem letnem času, sledita mu zima in pomlad, najmanj pa jih potuje jeseni. Poleti so anketiranci med tri najvplivnejše dejavnike navedli varnost destinacije, visoke temperature in veliko sonca ter naravne znamenitosti.

Med najmanj vplivne dejavnike poleti so razvrstili ponudbo zabavišnih parkov na destinaciji, število prebivalcev in priporočila vplivnejšev. Dejavnik, ki najbolj vpliva na izbiro destinacije pozimi, je ponovno varnost destinacije, za njim pa je potovalni čas do destinacije. Najmanjši vpliv imajo dejavniki kultura destinacije, ponudba muzejev, prireditve in festivalov ter število prebivalcev na destinaciji.

Ugotovila sem, da je za mlade najprivlačnejša Alpska Slovenija, sledi ji Osrednja Slovenija in Ljubljana, na tretjem mestu je Mediteranska Slovenija, le nekaj anketirancev pa obiskuje Termalno Panonsko Slovenijo.

Pri tretjem raziskovalnem vprašanju (Katero destinacijo v Sloveniji bi mladi priporočili tujim mladim turistom?) sem anketirance povprašala po predlogih destinacij v Sloveniji za mlade turiste. Največ jih je kot destinacijo predlagalo Koper in Ljubljano zaradi pestre arhitekture, široke ponudbe restavracij in barov ter drugih aktivnosti za turiste.

## **VIRI IN LITERATURA**

1. Baloglu, S. in McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 26(4), 868–897.
2. Caber, M., Albayrak, T. in Crawford, D. (2020). Perceived value and its impact on travel outcomes in youth tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 100327.
3. Dahiya, K. S. in Batra, D. K. (2016). Tourist decision making: Exploring the destination choice criteria. *Asian Journal of Management Research*, 7(2), 140–153.
4. Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J. in Bouchiba, N. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13, 845538.
5. Keshavarzian, P. in Wu, C. (2017). A qualitative research on travellers' destination choice behaviour. *International Journal of Tourism Research*, 19(5), 546–556.

6. Ketter, E. (2021). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 192–196.
7. Masiero, L. in Qui, T. R. (2018). Modeling reference experience in destination choice. *Annals of Tourism Research*, 72, 58–74.
8. Mihalič, T. (2008). *Turizem: ekonomski vidiki* (1. izd.). Ekonomska fakulteta v Ljubljani.
9. Mohsin, A., Lengler, J. in Chaiya, P. (2017). Does travel interest mediate between motives and intention to travel? A case of young Asian travellers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 36–44.
10. Mutinda, R. in Mayaka, M. (2012). Application of destination choice model: Factors influencing domestic tourists destination choice among residents of Nairobi, Kenya. *Tourism Management*, 33(6), 1593–1597.
11. OpenAI. (2023a, 14. junij). *ChatGPT* (verzija 14. junij). [Tvorjeno besedilo na vprašanje o izbiri destinacije mladih]. <https://chat.openai.com/chat>
12. OpenAI. (2023b, 5. julij). *ChatGPT* (verzija 5. julij). [Tvorjeno besedilo na vprašanje o mladinskem turizmu]. <https://chat.openai.com/chat>
13. Pachucki, C., Grohs, R. in Scholl-Grissemann, U. (2022). Is nothing like before? COVID-19–evoked changes to tourism destination social media communication. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100692.
14. Pestana, M., Parreira, A. in Mouninho, L. (2020). Motivations, emotions and satisfaction: The keys to a tourism destination choice. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100332.
15. Popotniško združenje Slovenije. (2019, januar). *Zakaj je mladinski turizem pomemben za mobilnost mladih?* <https://www.youth-hostel.si/si/globetrotter/januar-2019/zakaj-je-mladinski-turizem-pomemben-za-mobilnost-mladih>
16. Rasdi, A. L. M., Ahmad, N. A., Yasin, N. H. M., Abas, S. A., Rani, Z. M. in Ahmad, K. N. (2015). *A conceptual paper on leisure time and travel habits among youth*. <http://umkeprints.umk.edu.my/5046/1/Conference%20Paper%2039%20%20ISEB%202015.pdf>
17. Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rastegar, R. in Hall, C. (2021). Destination image during the COVID-19 pandemic and future travel behavior: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100620.
18. Slovenska turistična organizacija. (2017, 19. december). *Predstavitev makro destinacij*. <https://www.rra-posavje.si/pdf/dokumenti/Predstavitev-Model-makro-destinacij-12-10-2017.pdf>
19. TravelPerk. (2023). *30+ Gen Z travel statistics and trends* <https://www.travelperk.com/blog/gen-z-travel-statistics-trends/>
20. Um, S. in Crompton, J. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of tourism research*, 17(3), 432–448.
21. Woodside, A. G. in Lysonski, S. (1989). A General Model Of Traveler Destination Choice. *Journal of travel Research*, 27(4), 8–14.

22. Yusoff, N. M., Wee, H. in Shamsol, N. I. (2017). Youth travel determinants and destination choice:Mediation effects of safety and security. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 7(2), 135–142.







## **PRILOGA**





## Priloga 1: Spletni vprašalnik

### Opis na prvi strani:

Sem Lara Žel, študentka 3. letnika Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani. Za izvedbo empiričnega dela zaključne strokovne naloge z naslovom »Izbira destinacije mladih po Sloveniji« vas prosim, da rešite anketo. Anketa je namenjena mladim od 15 do 30 leta starosti. Anketa je anonimna in podatki bodo uporabljeni izključno za namene pisanja zaključne strokovne naloge. Za reševanje boste potrebovali približno pet minut. Vnaprej se vam zahvaljujem za reševanje.

1. Spol:            M      Ž      OSTALO
  
2. Letnik rojstva:  
    1992 ali manj  
    1993–1997  
    1998–2002  
    2003–2008
  
3. Vpišite poštno številko vašega kraja bivanja: \_\_\_\_\_
  
4. Status:  
    Dijak/dijakinja  
    Študent/študentka  
    Zaposlen/-a  
    Brezposeln/-a
  
5. Koliko dni običajno trajajo vaši izleti po Sloveniji:  
    En dan (brez nočitve)  
    1–3 dni  
    4 ali več dni
  
6. Izberite makroregijo, ki jo najpogosteje obiščete v vlogi turista (možnih je več odgovorov):



– Mediteranska Slovenija



– Osrednja Slovenija in Ljubljana



– Alpska Slovenija



– Termalna Panonska Slovenija

7. V katerem letnem času najpogosteje potujete? (možnih je več odgovorov)

Poletje

Jesen

Zima

Pomlad

8. Spodaj naštete dejavnike ocenite 1–7 glede na pomembnost vpliva pri vaši izbiri destinacije za izlet po Sloveniji v zgoraj označenem letnem času (pri čemer 1 pomeni, da dejavnik na vašo izbiro nima vpliva, in 7, da dejavnik močno vpliva na vašo izbiro):

8.1 Stroški transporta do destinacije:

1            2            3            4            5            6            7

8.2 Stroški transporta po destinaciji:

1            2            3            4            5            6            7

8.3 Potovalni čas do destinacije:

1            2            3            4            5            6            7

8.4 Visoke temperature in veliko sonca:

1            2            3            4            5            6            7

8.5 Stroški na destinaciji (atrakcije, hrana in pijača):

1            2            3            4            5            6            7

8.6 Ponudba zabaviščnih parkov:

1            2            3            4            5            6            7

8.7 Ponudba vodnih ali kopenskih športov:

1            2            3            4            5            6            7

8.8 Ponudba adrenalinskih doživetij:

1            2            3            4            5            6            7

8.9 Ponudba nočnih klubov:

1            2            3            4            5            6            7

8.10 Ponudba restavracij in barov:

1            2            3            4            5            6            7

8.11 Naravne znamenitosti:

1            2            3            4            5            6            7

8.12 Ponudba muzejev, prireditev in festivalov:

1            2            3            4            5            6            7

8.13 Število prebivalcev na destinaciji:

1            2            3            4            5            6            7

8.14 Varnost destinacije:

1            2            3            4            5            6            7

8.15 Objava fotografij destinacije, ki so jih obiskali vaši prijatelji:

1            2            3            4            5            6            7

8.16 Priporočila vplivnežev:

1            2            3            4            5            6            7

8.19 Objave destinacije na socialnih omrežjih:

1            2            3            4            5            6            7

8.17 Kultura destinacije:

1            2            3            4            5            6            7

9. Katero slovensko destinacijo/mesto bi priporočili mlademu tujemu turistu?

---

10. Navedite razloge, zakaj bi turistu priporočili prav to destinacijo:

---

**Končna stran:**

Zahvaljujem se vam za reševanje ankete!