

EKONOMSKA ŠOLA NOVO MESTO

Program: EKONOMSKA GIMNAZIJA

# **SUGAR DATING KOT STORITVENA DEJAVNOST V SLOVENIJI**

RAZISKOVALNA NALOGA

Raziskovalno področje: ekonomija

Mentorica: Karmen Virc, uni. dipl. ekon.

Avtorice: Nina Gačnik  
Eva Lobe  
Eva Palka

Novo mesto, 2024

KLJUČNE BESEDE: sugar dating, sugar baby, prostitucija, sugar daddy, siva ekonomija

## KAZALO VSEBINE

<b>1</b>	<b>POVZETEK</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>UVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>METODE DELA</b> .....	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>TERMINOLOGIJA</b> .....	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>HIPOTEZE</b> .....	<b>9</b>
<b>6</b>	<b>PONUDBA IN POVPRŠEVANJE V SUGAR DATING-U</b> .....	<b>10</b>
<b>7</b>	<b>PONUDBA SUGAR DATING-A</b> .....	<b>10</b>
7.1	MOTIVI PONUDNIKOV SUGAR DATING-A.....	10
7.2	MOTIVI V SVETU NA PODROČJU SUGAR DATING-A .....	11
7.3	MOTIVI PONUDNIKOV SUGAR DATING-A V SLOVENIJI.....	12
<b>8</b>	<b>ANALIZA PONUDNIKOV SUGAR DATING-A V SLOVENIJI</b> .....	<b>12</b>
8.1	ANALIZA PONUDNIKOV SUGAR DATING-A GLEDE NA SPOL .....	12
8.2	ANALIZA STAROSTNIH KATEGORIJ PONUDNIKOV V SUGAR DATING-U .....	13
8.3	ANALIZA PONUDNIKOV V SUGAR DATING-U PO REGIJAH .....	14
<b>9</b>	<b>POVPRAŠEVANJE SUGAR DATING-A</b> .....	<b>16</b>
9.1	MOTIVI POVPRŠEVALCEV V SUGAR DATING-U.....	16
<b>10</b>	<b>ANALIZA POVPRŠEVALCEV SUGAR DATING-A V SLOVENIJI</b> .....	<b>17</b>
10.1	ANALIZA POVPRŠEVALCEV SUGAR DATING-A PO STAROSTI .....	17
10.2	ANALIZA POVPRŠEVALCEV SUGAR DATINGA PO REGIJAH .....	17
<b>11</b>	<b>ANALIZA STROŠKOV IN PRIHODKOV SUGAR DATING-A</b> .....	<b>19</b>
<b>12</b>	<b>ANALIZA TRGA SUGAR DATING-A</b> .....	<b>20</b>
12.1	PRESEŽNA PONUDBA SUGAR DATING-A.....	20
12.2	MONOPOLISTIČNA KONKURENCA PONUDNIKOV V SUGAR DATING-U .....	22
12.3	OLIGOPOL SPLETNIH STRANI.....	22
12.4	SUGAR DATING V SVETU.....	23
12.5	ZGODOVINA SUGAR DATING-A .....	25
12.6	OB DAROVANJE ALI PROSTITUCIJA?.....	25
<b>13</b>	<b>PRAVNA IMPLIKACIJA SUGAR DATING-A IN PROSTITUCIJE</b> .....	<b>26</b>
13.1	SIVA EKONOMIJA GLEDE NA SUGAR DATING .....	27
13.2	VPLIVI SUGAR DATING-A NA BDP.....	28
<b>14</b>	<b>SPLETNE PREVARE PRI SUGAR DATING-U</b> .....	<b>29</b>
<b>15</b>	<b>POGLED MLADIH V SLOVENIJI NA SUGAR DATING</b> .....	<b>30</b>
<b>16</b>	<b>POSLEDICE SUGAR DATING-A Z EKONOMSKEGA VIDIKA</b> .....	<b>34</b>
16.1	REŠITEV ZA SUGAR DATING .....	34

16.2	NEGATIVNE EKSTERNALIJE SUGAR DATINGA.....	35
<b>17</b>	<b>DISKUSIJA.....</b>	<b>36</b>
17.1	OVREDNOTENJE HIPOTEZ .....	36
17.2	POSLEDICE RAZISKAVE.....	38
17.3	OMEJITVE RAZISKAVE .....	38
<b>18</b>	<b>ZAKLJUČEK.....</b>	<b>39</b>
<b>19</b>	<b>VIRI IN LITERATURA.....</b>	<b>40</b>
19.1	LITERATURA.....	40
19.2	SPLETNI VIRI .....	40
<b>20</b>	<b>PRILOGE.....</b>	<b>42</b>
20.1	PRILOGA 1: ANKETNI VPRAŠALNIK O SUGAR DATING-U .....	42

## KAZALO SLIK

Slika 1:	Statistične regije .....	15
Slika 3:	Premica ponudbe.....	20
Slika 4:	Premica povpraševanja .....	21
Slika 5:	Presežna ponudba.....	21
Slika 6:	Tržni delež spletnih strani kot ponudnikov Vir: lasten, 2024 .....	22
Slika 7:	Sprejemanje sugar zveze po svetu med starejšimi .....	23
Slika 8:	Sprejemanje sugar zveze po svetu med mladimi.....	23
Slika 9:	BDP.....	28
Slika 10:	Mejna družbena koristnost.....	35

## KAZALO GRAFOV

Graf 1:	Motivi ponudnikov v svetu starih med 18 in 30 let.....	11
Graf 2:	Motivi mladih v Sloveniji starih med 18 in 30 let .....	12
Graf 3:	Ponudniki glede na spol.....	13
Graf 4:	Ponudniki glede na spol.....	13
Graf 5:	Ponudniki glede na starostne kategorije .....	14
Graf 6:	Ponudniki glede na starostne kategorije .....	14
Graf 7:	Ponudniki po regijah.....	15
Graf 8:	Povpraševalci po starostih kategorijah.....	17
Graf 9:	Povpraševalci glede na regije.....	18
Graf 12:	Ali si razmišljal, da bi postal sugar baby?.....	30
Graf 13:	Kje si prvič zasledil sugar dating? .....	31
Graf 14:	Ali te je že kdaj ogovoril kak sugar daddy? .....	32
Graf 15:	Mnenje o sugar datingu med mladimi .....	32
Graf 16:	Predstava mladih o sugar dating-u.....	33

# 1 POVZETEK

Sugar dating postaja sodoben način pridobivanja dohodka med mladimi.

Kot ponudnike smo opredelile sugar baby-ije, saj za darila in denar ponujajo svoj čas, pozornost in morebitno intimnost. Najpogostejša starost sugar baby-ijev je med 18 in 34 let. Ti so lahko ženske ali moški. V Sloveniji, pa tudi drugod po svetu, ženske prevladujejo kot ponudniki, moški pa kot povpraševalci. Ponudniki so vpisani po čisto vseh regijah Slovenije, kar pomeni, da je sugar dating kar razširjen po Sloveniji. Povpraševanje pa izhaja iz posameznikov – sugar daddy-ijev, ki iščejo družbo, spremljevalca ali intimnost in so pripravljeni za to plačati. Povpraševanje prav tako najdemo po celi Sloveniji, najbolj zgoščeno povpraševanje je v osrednji regiji. Ker je v Sloveniji veliko več ponudnikov kot povpraševalcev, se na trgu oblikuje presežna ponudba. Trg v sugar dating-u predstavljajo razne spletne strani, namenjene iskanju sugar baby-ijev in daddy-ijev, ter razni forumi in socialna omrežja kot so Instagram, Tinder in Tiktok. Samih ponudnikov v Sloveniji je zelo veliko, zato jih opredeljujemo kot monopolistično konkurenco. Če gledamo z vidika majhnega števila spletnih strani, pa gre za oligopol.

Stroški sugar daddyja so plačevanje naročnine za spletni portal zmenkarij (50\$ – 250\$ mesečno). Poleg storitev pa plačuje tudi za draga potovanja, zmenke, večerje ter oblačila in dodatke priznanih blagovnih znamk, ki hkrati predstavljajo prihodek sugarbabyjem. Prav tako pa imajo stroške tudi babyji, saj za svoj privlačen izgled, s katerim zapeljujejo daddy-ije, plačujejo obiske frizerja, ličila, obutev in obleko. V Sloveniji je tako njihov dohodek za obdobje enega meseca med 50€ in 300€ odvisno od dogovora med vpletenimi.

Ugotovile smo, da se mnogo sugar baby-ijev spušča v sugar odnose z namenom zaslužka preko prostitucije. Tudi tisti, ki se ne ukvarjajo s prostitucijo, a vseeno služijo denar s pomočjo svojega sugar partnerja, ustvarjajo sivo ekonomijo, saj pride do neregistriranega dohodka. Tako sugar baby-iji kot sugar daddy-iji ne plačujejo davka, kar je slabo za družbo. To smo tudi ponazorile z grafom negativnih družbenih eksternalij. Ena od posledic sive ekonomije je še večji odmik od potencialnega BDP države Slovenije (oziroma katerekoli države).

Pogled mladih (anketa): Z anketo smo ugotovile, da mladi dobro poznajo besedno zvezo sugar dating. Več kot polovica je že razmišljala, kakšno bi bilo njihovo življenje, če bi del sugar skupnosti postali tudi sami. Mladi imajo v veliki večini dobro mnenje o sugar dating-u, saj ga vidijo kot dodaten vir prihodka v sodobni družbi, mnogi pa se tudi zavedajo, da ta vključuje srečanja s sugar partnerjem ter velikokrat tudi neke vrste prostitucijo.

Posledice so predvsem, v primeru, da se mladi posamezniki odločijo, da zaradi tako dobrega vira prihodka ne potrebujejo več nadaljevatih izobraževanja. Sugar dating pa lahko privede tudi do finančne odvisnosti sugar baby-ija.

V primeru, da sugar dating postane ustaljena praksa, bi bilo z ekonomskega vidika za družbo koristno, da bi se takšni dogovori obdavčevali. Dotok denarja v konsolidirano globalno bilanco javnega financiranja bi bil za našo družbo zelo koristen, prav tako pa tudi za posameznika, ki sta v takšnih razmerjih, saj bi bili izdani računi in vnaprej določeni zneski le teh nekakšno zagotovilo in varovalo pred prevarami.

## 2 UVOD

Sugar dating postaja v zadnjih letih čedalje bolj popularen izraz po celem svetu, tudi v Sloveniji. Predvsem mladi smo dobro seznanjeni s tem pojmom. Pogosto tako na Instagramu kot Tiktoku zasledimo šale o tem, kako mlada dekleta iščejo sugar daddy-ije – osebo, ki bi jim plačevala drage obleke in dizajnerske čevlje ter jim pošiljala denar v zameno za njihov čas in pozornost. Predvsem mladi zlahka verjamejo tej ideji, saj se vse več mladih izogiba trdemu delu in išče lahke vire prihodka. Avtorice te raziskovalne naloge se zavedamo, da življenje ni tako preprosto, prav zaradi tega smo želele raziskovati to temo in preveriti, kakšne so možnosti za sugar dating v Sloveniji in kakšna je realna slika tega. Naš glavni cilj te raziskovalne naloge je torej raziskati sugar dating kot obliko storitvene dejavnosti in preveriti ali je ta prisotna v Sloveniji in pa v kolikšni meri.

Z uporabo spletnega iskalnika Google Učenjak smo ugotovile, da je o sugar dating-u objavljenih ogromno člankov iz celega sveta, največ v Ameriki, Nemčiji, Švici, na Danskem in Nizozemskem. Objavljeni so članki o sugar dating-u, sugar mommy-icah, sugar daddy-jih in sugar baby-jih. V njih pa so največkrat raziskani motivi sugar dating-a, odnosi do sugar dating-a, psihološki vplivi sugar dating-a in demografija uporabnikov spletnih strani za sugar dating. Nekatere raziskave so pokazale, da je sugar dating bolj razširjen v državah z visokimi dohodki ali kjer so gospodarske neenakosti bolj izrazite. Pokazale so tudi, da so v svetu najpogostejši motivi sugar dating-a denar in materialni predmeti. Torej o sugar dating-u je največ raziskav narejenih v razvitih državah sveta, saj je tam ta besedna zveza veliko bolj popularna kot pa v manj razvitih delih sveta. Našo pozornost pa je pritegnila ravno neraziskanost tega področja v Sloveniji.

Ker v Sloveniji nismo zasledile nobenih podatkov oziroma raziskav o sugar dating-u, nam je to dalo še dodatno motivacijo za delo. Na spletnem iskalniku Google Učenjak med več kot 400 tisoč člankov nismo našle niti enega, ki bi bil iz Slovenije. Zanimali so nas motivi, psihologija, stroški, prihodki, siva ekonomija in drugi vidiki sugar dating-a. Prav tako je naša tematika tabu tema, o kateri se premalo ozavešča, pa bi se moralo, saj lahko sugar dating v ozadju skriva tudi spletne prevare, zlorabe in celo prostitucijo. Ta naloga je tudi kritična do družbe, saj ne smemo dopustiti, da take oblike "razmerij" postanejo ustaljene prakse v slovenskem okolju. Zato smo se odločile, da bomo bile prve, ki bomo raziskale to temo v Sloveniji.

S svojo raziskavo bomo prispevale k razumevanju različnih vidikov sugar dating-a in na splošno razumevanju te besedne zveze. Pomagale bomo razumeti dejanske motive za vključitev v takšne odnose in prispevale k odpravljanju napačnih predstav sugar dating-a. Slovenci bodo imeli širši pogled na takšno zvezo in bodo bolje razumeli etična vprašanja v povezavi s sodobnimi oblikami intimnih odnosov. S predstavitvijo naših ugotovitev bomo ozavestile širšo javnost o pojavu sugar dating-a in njegovem vplivu na posameznika in družbo kot celoto. Družba bo spoznala ranljive posameznike v sugar dating-u, ki so bolj dovzetni za izkoriščanje ali zlorabo. Na podlagi teh ugotovitev se lahko razvijejo politike in pristopi za zaščito pravic in zagotavljanje varnosti teh posameznikov. Ker pri sugar dating-u zaznamo tudi plačila za storitve - namenjen čas, pogovor ali celo plačilo za intimnost, se sprašujemo, ali gre tukaj za sivo ekonomijo glede na to, da zaznamo transakcije, ki niso obdavčene. V primeru, da je odgovor pritrdilen, ta vpliva potemtakem tudi na še večji odmik statističnega BDP od potencialnega. Naša raziskovalna naloga je družbeno-koristna tudi zato, ker smo na tako vrsto spletnih prevar in zlorab seznanile tudi tiste, ki do sedaj za to tematiko še niso slišali.

### 3 METODE DELA

V teoretičnem delu raziskovalne naloge smo uporabile deskriptivno metodo, s katero smo zajele splošne informacije o sugar dating-u. Podatke, ki smo jih potrebovale za izvedbo teoretičnega dela, smo črpale s spleta in iz pisnih virov. Imele smo tudi že kar nekaj predznanja iz ekonomije, saj smo dijakinje ekonomske gimnazije. Pomagalo nam je znanje z vseh področij ekonomije, predvsem znanja o BDP-ju, trgu, oblikah konkurence, o stroških in prihodkih. Poleg tega smo prebrale kar nekaj knjig o spletni ekonomiji, pomagale pa smo si tudi z učbeniki vseh štirih letnikov za program ekonomske gimnazije. Omejene smo bile s številom raziskav, ki so bile na tem področju že izvedene, saj v Sloveniji ni bilo do sedaj na to temo na spletu objavljene še nobene raziskave.

V praktičnem oziroma empiričnem delu raziskovalne naloge smo s kvalitativno raziskavo analizirale javno mnenje o sugar dating-u. Uporabile smo spletni anketni vprašalnik. Za spletno anketo smo se odločile, saj smo v relativno kratkem času pridobile kar 318 rešenih anket. Sestavile smo anonimno anketo in jo poslale širši javnosti. Odločile smo se za spletno anketo s spletno storitvijo 1KA (dostopna na [www.enka.si](http://www.enka.si)). Za to spletno storitev smo se odločile, saj je brezplačna in jo poznamo že od prej. Anketa je bila dostopna en teden. Po enem tednu smo zbrale še več odgovorov kot smo si pred tem zadale, zato smo se odločile, da lahko anketo že analiziramo. Sestavljena je bila iz 7 vprašanj zaprtega tipa. Ko smo sestavljale vprašanja, smo izhajale iz tega, da bo anketa anonimna, saj nismo potrebovale identitet anketirancev za raziskavo njihovih mnenj o družbenem pojavu sugar dating. Vprašanja smo zastavljale na podlagi tega, da smo želele ugotoviti, ali so mladi seznanjeni z besedno zvezo sugar dating, kot kaj si mladi sugar dating predstavljajo ter ali se jim tako početje zdi sporno ali pa so tudi sami že pomislili, da bi se v to vključili in ali so tudi sami že prišli v stik s povpraševalci po takih storitvah. Pomembno nam je bilo tudi to, da izvemo, ali so res družbena omrežja tista, kjer je večina mladih ta pojav zaznalo. Anketirale smo osebe stare od 18 do 30 let, saj smo želele mnenja in predstave o takih dogovorih predvsem mlajše generacije. Anketo smo poslale po celotni Sloveniji. Ena izmed soavtoric, Nina, je odbornica za regijsko povezovanje v Dijaški organizaciji Slovenije (DOS) in je ankete poslala drugim odbornikom, ki so ankete delili naprej in tako pridobile rešene ankete iz vseh statističnih regij Slovenije. Poslale smo jo tudi dijakom naše šole in našim znancem, za katere smo vedele, da niso starejši od 30 let. Vse skupaj smo pridobile 318 rešenih anket. Pri analizi podatkov smo uporabile metodo izračunavanja deležev in frekvenc. Sproti smo poskušale ugotavljati, zakaj so odgovori takšni kot so in ovrgle hipoteze oziroma jih potrdile.

Raziskale smo tudi kanale, preko katerih se kupci in ponudniki srečujejo. S tem smo želele ugotoviti, kakšno je stanje na slovenskem trgu, kolikšna je ponudba sugar dating-a in kolikšno je povpraševanje po njem. Analizirale smo osebe s profili, ki imajo kot lokacijo, kjer se nahajajo, določen kraj znotraj Slovenije. Našle smo veliko spletnih strani, a na nekaterih je imelo le nekaj ljudi določeno državo delovanja Slovenijo. Zato smo podrobno analizirale le dve spletni strani oziroma kanala, kjer je bilo ljudi z lokacijo znotraj Slovenije v največjem obsegu, v primerjavi z drugimi spletnimi strani, kjer jih ni bilo v tolikšni meri. Spletni strani sta bili: <https://sugarbabies.co/babies/slovenia/page/1> in <https://community.mysugardaddy.com/home>. Na prvi spletni strani je bilo prijavljenih 86 ljudi z lokacijo Slovenija, na drugi pa kar 453 oseb.

## 4 TERMINOLOGIJA

Preden začnemo z našim raziskovalnim delom, smo morale definirati tudi nekaj besednih zvez in besed, ki jih bomo skozi nalogo uporabljale. Izrazi so v angleščini, niso bili še poslovenjeni, zato jih bomo najprej opredelile.

"Sugar dating" je izraz, ki se uporablja za opis odnosa med tako imenovanim "sugar daddy/mommy" (glede na spol subjekta, imenovanim tudi "sponzor") in tako imenovano "sugar baby" (imenovano tudi "sponzorirano"). Sponzor je običajno starejši, premožen moški, ki kupuje draga darila ali neposredno prenaša sredstva sponzorirani, običajno veliko mlajši in očarljivi ženski, v zameno za skupno preživljanje časa, javne nastope ali nudenje spolne zadovoljitve. Sugar dating seveda ni nov pojav. V zgodovini so mnogi ljudje (prej ženske) izkoristili svoj šarm in včasih tudi intelekt v svojo korist tako, da so pridobili koristi od razmerij s slavnimi, bogatimi in vplivnimi ljudmi (prej običajno moškimi). Spolno-seksualni element se včasih obravnava kot neločljiva značilnost tega razmerja, sugar dating pa je bil izrecno povezan s prostitucijo. Vendar ni nujno, da imajo ta razmerja vedno spolno komponento; obveznosti strank so v odvisne od želja subjektov ob sklenitvi dogovora. Enotne pravne opredelitve tega pojava ni.

V nobenem slovenskem slovarju še ni definicij sugar daddy, sugar mommy, sugar baby in sugar date. Našle pa smo jih v angleških slovarjih in jih prevedle. Vse definicije smo našle v slovarju <https://www.dictionary.com/>, zato smo izpisovale kar iz tega.

**Sugar daddy**- noun, plural sug-ar dad-dies. Slang.

1. a wealthy man who spends freely on a younger person, generally a woman or a gay man, in return for companionship or sexual intimacy.

Definicija, prevedena v slovenščino kot:

samostalnik, množina sugar dad-dies. Sleng.

1. Bogat moški, ki v zameno za druženje ali spolno bližino zapravlja denar za mlajšo osebo, običajno žensko ali geja.

**Sugar mama**- noun Slang.

1. A wealthy woman who spends freely on a younger person, generally a man, in return for companionship or sexual intimacy.

Prevedeno v slovenščino kot:

Samostalnik Sleng.

1. Bogata ženska, ki v zameno za druženje ali spolno bližino zapravlja za mlajšo osebo, običajno moškega.

**sugar baby**- noun Slang.

1. A younger person who provides romantic companionship or sexual intimacy to a wealthy older person in return for gifts or financial support.

Prevedeno v slovenščino:

samostalnik Sleng.

1. Mlajša oseba, ki bogati starejši osebi v zameno za darila ali finančno podporo nudi romantično druženje ali spolno bližino.

**Sugar date**- verb (used without object) Slang.

1. Also sugar . to provide romantic companionship or sexual intimacy to an older, wealthier person in exchange for gifts and financial support.

2. to be in a relationship consisting of a mature, wealthy person who offers financial support and gifts and a younger person who accepts them in return for romantic companionship or sexual intimacy.

noun Slang.

3. A meeting between a sugar baby and a prospective or current sugar daddy or sugar mama.

Definicija, prevedena v slovenščino, kot:

glagol (uporabljen brez predmeta)Sleng.

1. tudi sladkor. Zagotoviti romantično druženje ali spolno bližino starejši, premožnejši osebi v zameno za darila in finančno podporo.

2. Biti v razmerju, ki ga sestavljata zrela, premožna oseba, ki ponuja finančno podporo in darila, ter mlajša oseba, ki jih sprejema v zameno za romantično druženje ali spolno intimnost.

samostalnik Sleng.

3. Srečanje med sugar baby in bodočim ali trenutnim sugar daddyjem ali sugar mama.

(Dictionary.com, 2024; Czudek, D., Kubiček, J., Morawski, W., Wilmanowicz – Słupczewska, M, 2023).



## 5 HIPOTEZE

H1: Slovenci, predvsem mladi, so v veliki meri seznanjeni z besedno zvezo sugar dating.

H2: Spol ima vlogo pri vključevanju v sugardating v Sloveniji, pri čemer so moški bolj nagnjeni k vlogi sugardaddy-ja, medtem ko so ženske pogosteje v vlogi sugar baby-ja.

H3: Slovenski trg sugar dating-a ni v tržnem ravnotežju. Na tržnih kanalih, kjer se potencialni kupci in ponudniki srečujejo, je več povpraševalcev (sugardaddy-jev) kot je ponudnikov (sugarbaby-jev).

H4: Največ ponudnikov in povpraševalcev po sugar dating-u v Sloveniji ima kot stalno prebivališče na svojem profilu na spletnih straneh, ki jih bomo analizirale, določeno v večjem slovenskem mestu kot na primer Ljubljana, Maribor.

H5: Na področju sugar dating-a v Sloveniji ni zakonskih ureditev.

H6: Ob porastu sugar dating-a se povečuje tudi delež sive ekonomije. Posledično je statistično prikazani BDP tudi zaradi sugar dating-a nižji od dejanskega.

H7: Sugar dating ima negativne posledice na družbo tudi z ekonomskega vidika.

## 6 PONUDBA IN POVPRŠEVANJE V SUGAR DATING-U

Sugar dating je zveza med dvema osebamama, ki ni tradicionalna. Sugar baby-iji – osebe, ki s svojo telesno privlačnostjo ali empatijo očarajo načeloma starejšo, finančno stabilnejšo osebo, sugar mommy-ice ali sugar daddy-ije. Do povezave med dvema osebamama pride zaradi različnih interesov. Sugar baby-iji ponujajo sugar daddy-ijem/mommy-ico pogovor, druženje in druge oblike pozornosti, v najskrajnejših primerih celo svojo intimnost. Sugar daddy-iji/mommy-ice pa jim v zameno kupujejo darila, plačujejo drage izlete ali pa nakažejo določeno vsoto denarja. Seveda pa se vsaka takšna "zveza" razlikuje od dogovora med dvema posameznikoma in zato nista niti dve med seboj popolnoma enaki (U. g. – uredništvo, 2023).

## 7 PONUDBA SUGAR DATING-A

V sugar dating-u se sugar baby-iji pojavljajo kot ponudniki storitev, ki svoj čas, pozornost in morebitno intimnost ponujajo sugar daddy-jem ali sugar mommy-icam v zameno za finančno nadomestilo ali druge ugodnosti (odvisno od dogovora).

Najpogostejša starost sugar baby-jev je med 18 in 34 let. Od 18. leta dalje zato, ker tako tudi zahtevajo spletne strani, na katere se lahko prijavijo tisti, ki želijo postati sugar baby-iji. Ti so lahko osebe moškega ali ženskega spola. V Sloveniji, pa tudi drugod po svetu, ženske prevladujejo kot ponudniki, moški pa kot povpraševalci (Bame, 2017).

Ponudniki so vpisani v razne spletne strani, namenjene sugar dating-u, po čisto vseh statističnih regijah Slovenije, kar nam pove, da je sugar dating precej razširjen po celotni Sloveniji. Daleč največ ponudnikov ima Ljubljana s svojo okolico. Verjetno zato, ker se mladi v svojih zgodnjih dvajsetih ravno preselijo v Ljubljano in druga večja mesta zaradi študija. Drugi razlog je tudi ta, v Ljubljani in v večjih mestih ni tolikšne povezanosti med ljudmi, saj je prebivalcev preveč, da bi se vsi med seboj poznali. Medtem ko se v majhnih mestih med seboj poznajo vsi. Večina sugar baby-ijev ne želi, da bi se razširila govorica o tem, kako pridobivajo denar in darila, kot so obleke in čevlji, saj marsikdo sugar dating enači s prostitucijo (SugarDaddyForMe, 2022).

### 7.1 MOTIVI PONUDNIKOV SUGAR DATING-A

Motivi tistih, ki se odločijo za vlogo sugar baby-ija, se seveda razlikujejo od posameznika do posameznika, a tukaj je nekaj najpogostejših. Glavni in najpogostejši razlog, zaradi katerega se odločijo za sugar dating, je seveda vir prihodka, ki jim ga takšni dogovori prinašajo. V svetu mladih je v današnjih časih zelo težko postati finančno samostojen. Tu so stroški šolnin (predvsem za izreden študij in zasebne fakultete), stroški nakupa učbenikov in drugih šolskih potrebščin, bivanja v univerzitetnem mestu, hrane, oblačil in povrh vsega še letna inflacija, ki še zvišuje cene vseh dobrin. Cene nepremičnin naraščajo, zato si je še toliko težje pred tridesetim letom zamisliti svoje stanovanje ali hišo. Če pogledamo stanje v Sloveniji po podatkih Zavoda RS za zaposlovanje, kar 59 odstotkov mladih od 25. do 29. leta živi pri starših. Eden izmed vzrokov za nastali problem je tudi spremenjen odnos mladih do denarja skozi generacije. Mladi začnejo zelo pozno varčevati in se ne zavedajo, koliko časa je potrebno, da privarčujejo za nek večji nakup. Tako se večina odloča za najem kredita, ki pa jim ga velikokrat banke tudi ne želijo odobriti, saj se mladi zaradi visokega šolanja, kasneje zaposlujejo, kot so se predhodne generacije. Prav zaradi teh razlogov mladi samo čakajo na nek čudež, ki jim bi v kratkem časovnem

obdobju prinesel veliko bogastvo. Primer takšnega čudeža bi lahko po njihovem mišljenju bil sugar dating (Dolan W., 2024).

Še ena razlog, da nekateri postanejo sugar baby-iji, so priložnosti za mentorstvo in mreženje. Številni sugar daddy-iji/sugar mommy-ice so uspešni posamezniki, ki jim lahko ponudijo dragocene smernice in nasvete. To je koristno za tiste, ki šele začenjajo svojo kariero in potrebujejo vodstvo na izbranem področju. Poleg tega jim lahko razmerje z uspešnimi posamezniki odpre vrata do novih poznanstev in priložnosti.

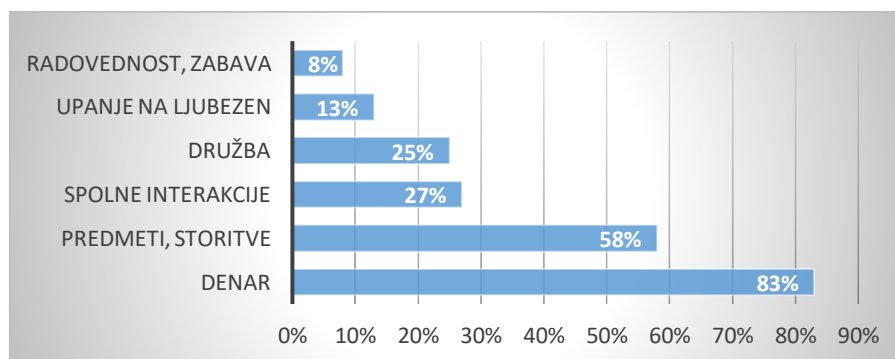
Ena od manj znanih motivov, zaradi katerega se posamezniki podajo v sugar dating, je prilagodljivost. Za razliko od tradicionalnih zvez, dogovori v sugar dating-u niso obremenjeni z enakimi pričakovanji ali obveznostmi. To omogoča sugar baby-ijem večji nadzor nad svojim časom in urnikom. Prilagodljivost je ključnega pomena za tiste, ki imajo druge obveznosti, kot je šola ali služba. Takšen odnos jim omogoča, da imajo odnos brez pritiska, da so ves čas na voljo (Špiletič, 2018).

Nekateri se v to podajo zaradi svojega očetovskega/materinskega kompleksa. Ta izraz je uporabil psihoanalitik Sigmund Freud, opisuje pa osebo, ki jo vodijo nezavedne asociacije in impulzi, ki so posledica nezdravih odnosov z očetom ali mamo. Sugar baby lahko finančno podporo svojega sugar daddy-ija/sugar mommy-ice razume kot način, kako ta "skrbi" zanjo, na ta način je nekako podoben očetu ali mami.

Nekateri posamezniki postanejo sugar baby-iji zaradi vznemirjenja in pustolovščine, ki jo tako razmerje prinaša. Zamisel, da bi bili z nekom, ki je starejši, bolj izkušen in finančno stabilen, je lahko za nekatere vznemirljiva (Čuk, 2018).

## 7.2 MOTIVI V SVETU NA PODROČJU SUGAR DATING-A

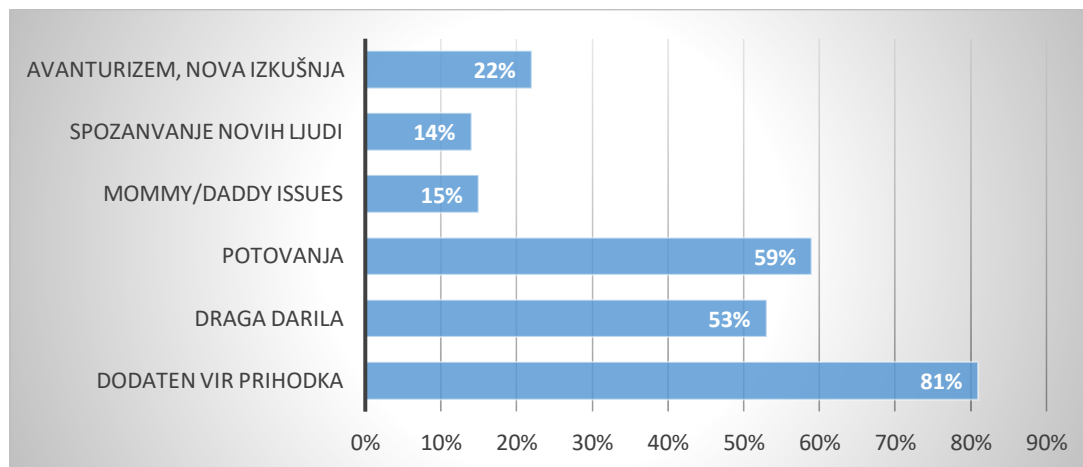
V študiji doktorja Ernesta Motivations, feelings, risks, and judgments. *Frontiers in Psychology* se je pojavilo več skupnih tem, zakaj so se posamezniki vključili v sugar zvezo. Najpogosteje navedena motivacija je bila denar (83 %), sledijo materialni predmeti, storitve, dejavnosti in drugi izdatki (58 %), zatem sledijo spolne interakcije (27 %) in družba (25 %) ali upanje na ljubezen (13 %), na koncu pa se je pojavilo mentorstvo in dostop do socialnih omrežij (8 %) ter radovednost, dolgčas ali zabava (8 %). Kvalitativna danska študija sugar baby-ijev, starih od 18 do 30 let, je pokazala, da je ekonomski motiv prevladujoč pri v sugar dating, vendar je to le redko edini motiv. Dodatni motivi so bili potreba po vznemirjenju, želja po raziskovanju lastnih spolnih meja ali potreba po cenitvi/potrditvi s strani nekoga starejšega (Ernst idr.,2021).



Graf 1: Motivi ponudnikov v svetu starih med 18 in 30 let  
Slika je simbolična

### 7.3 MOTIVI PONUDNIKOV SUGAR DATING-A V SLOVENIJI

Zanimali so nas tudi motivi ponudnikov v Sloveniji, zato smo avtorice naredile anketo in preverile motive mladih, starih od 18 do 30 let. Anketiranci so imeli možnost izbire več motivov hkrati.



Graf 2: Motivi mladih v Sloveniji starih med 18 in 30 let  
Vir: Lasten vir, 2024

Kot lahko razberemo iz ankete, je najpogostejši motiv v Slovenii (kar 81 % anketirancev se je s tem strinjalo) za sugar dating dodaten vir prihodka. Naslednji najpogostejši motiv so potovanja (59 %) in darila kot so oblačila, obutev, nakit in druge materialne stvari (53 %). Nekateri bi se v sugar dating zvezo spustili iz avanturizma, zanimanja in želje po novi izkušnji (22 %). Najmanj pogosta motiva pa sta mommy/daddy issues, torej materinski oziroma očetovski kompleks (15 %) in želja po spoznavanju novih ljudi (14%).

## 8 ANALIZA PONUDNIKOV SUGAR DATING-A V SLOVENIJI

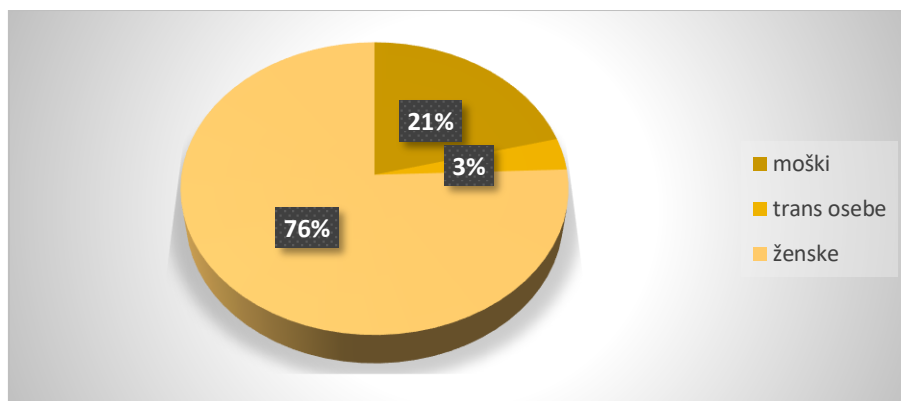
Kot smo že omenile, lahko takšne dogovore skleneš preko različnih spletnih portalov. Spodaj prvo omenjeno spletno stran smo lahko raziskovale brez registracije, v drugo pa smo se morale brezplačno registrirati (če bi se dogovorile za srečanja s sugar daddy-ijem, bi morale plačati naročnino). Ker sta spletni strani namenjeni prav sugar dating-u, smo glede na prijavljene uporabnike naredile statistiko za te dve spletni strani, saj so prijavljeni slovenski uporabniki v največjem številu prav na teh straneh. Te dve strani sta <https://sugarbabies.co/babies/slovenia/page/1> in <https://community.mysugardaddy.com/home>.

### 8.1 ANALIZA PONUDNIKOV SUGAR DATING-A GLEDE NA SPOL

#### ANALIZA PO SPLETNI STRANI SUGARBABIES.COM

Na spletni strani <https://sugarbabies.co/babies/slovenia/page/1> ima profil ustvarjenih 86 oseb, ki imajo kot lokacijo napisano Slovenijo. 18 oseb moškega spola (21%), 3 transgender osebe (3%) in 65 oseb ženskega spola (76%).

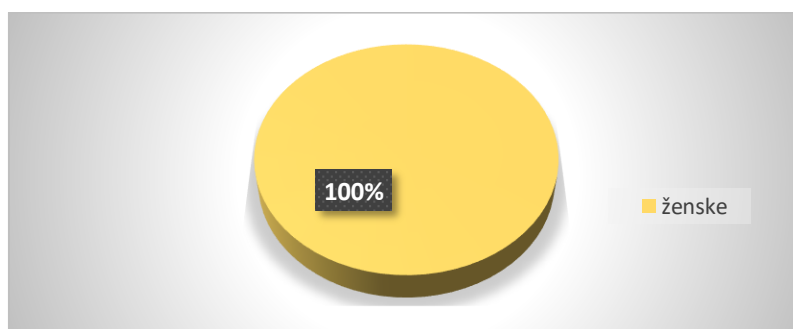
### Ponudniki glede na spol



Graf 3: Ponudniki glede na spol  
Vir: Lasten vir, 2024

### ANALIZA PO SPLETNI STRANI MYSUGARDADDY.COM

Na drugi spletni strani <https://community.mysugardaddy.com/home> so se kot ponudniki uvrstile le ženske. To pomeni, da predstavljajo 100% delež ponudnikov po spolu.

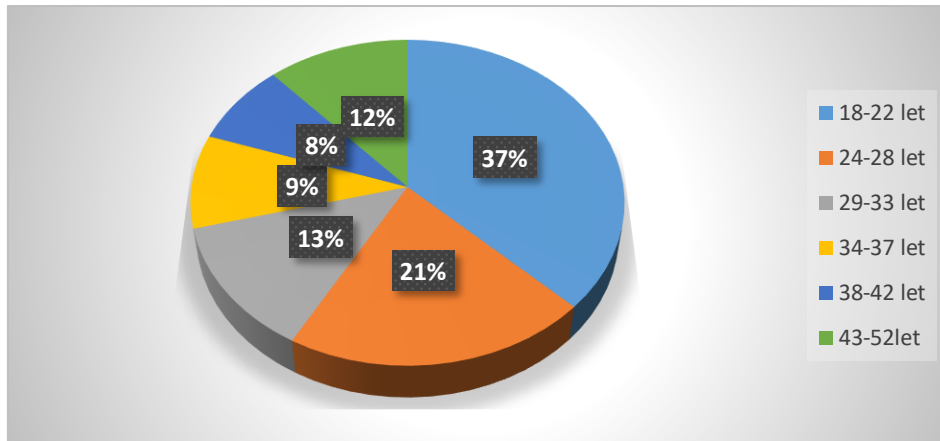


Graf 4: Ponudniki glede na spol  
Vir: Lasten vir, 2024

## 8.2 ANALIZA STAROSTNIH KATEGORIJ PONUDNIKOV V SUGAR DATING-U

### ANALIZA PO SPLETNI STRANI SUGARBABIES.COM

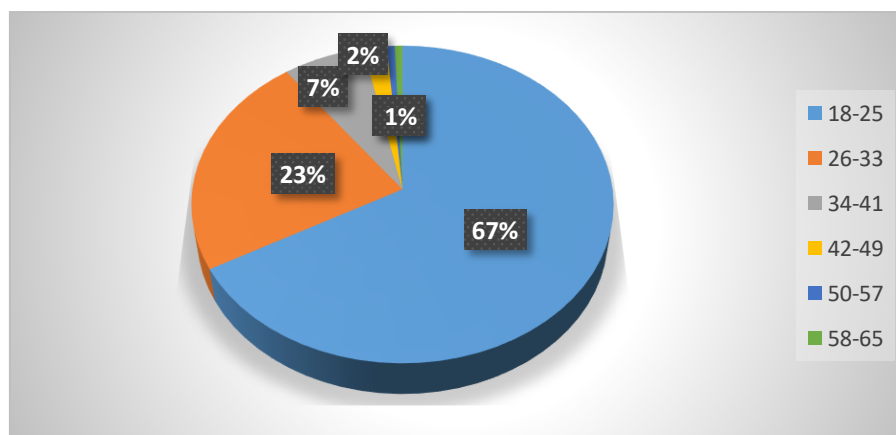
Uporabnike smo razvrstile v starostne skupine in analizirale statistiko le teh. Najstarejša oseba je stara 52 let, najmlajša pa 18. V prvi starostni skupini so osebe stare 18-22 let. V tej skupini se nahaja 32 oseb (37%). V naslednji skupini, od 24. do 28. leta starosti se nahaja 18 oseb (21%). V skupini od 29. do 33. leta je 11 oseb (13%). Od 34. do 37. leta starosti je 8 uporabnikov (9%). 38 do 42 let je 7 (8%) uporabnikov in v zadnji skupini med 43 i 52 letom je 10 (12%) uporabnikov.



Graf 5: Ponudniki glede na starostne kategorije  
Vir: Lasten vir, 2024

## ANALIZA NA 2. SPLETNI STRANI

Na isti spletni strani smo raziskale še, koliko je deklet, ki se zanimajo za sugar daddyja in jih je bilo 453. Ta podatek nas je zelo presenetil, saj je samo na tej spletni strani toliko punc, ki živijo v Sloveniji in bi si sugar dating-a s starejšim moškim želele. Starostni razpon med najstarejšo in najmlajšo žensko je bil enak, kot pri moških, ki bi si sugar baby želeli imeti. Najmlajša ženska je stara 18 let najstarejša pa 65. Torej je razlika med najstarejšo in najmlajšo osebo zopet 47 let. Zato smo jih razdelile v enake starostne skupine, kot pri moških. V prvi starostni skupini, v katero smo umestile ženske, stare od 18 do 25 let, spada kar 304 oseb. V drugi starostni skupini je 104 oseb ženskega spola, ta starostna skupina vsebuje ženske, stare od vključno 26 let pa do 33 let. 34-41 let je starih 31 oseb. 9 žensk je starih 42-49 let. Od 50 let do 57 let so stare 3 ženske in pa v zadnjo skupino spadajo 2 osebi, ta skupina pa vsebuje osebe, stare od 58 do 65 let.

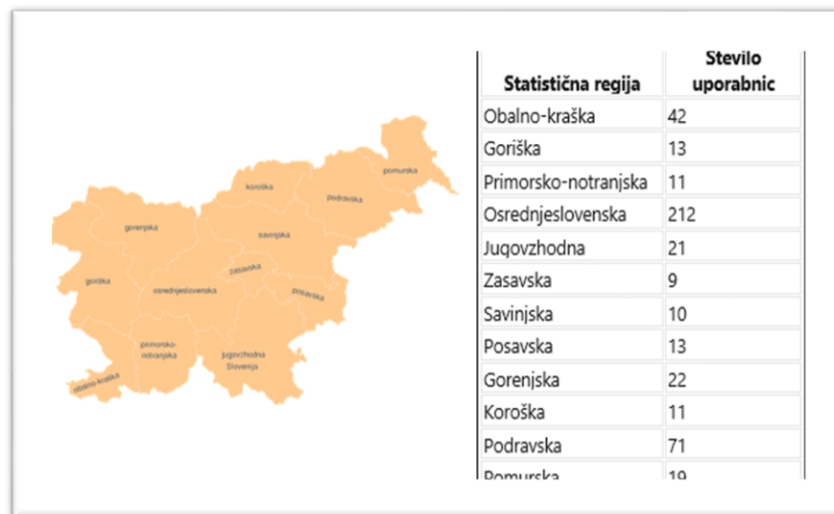


Graf 6: Ponudniki glede na starostne kategorije  
Vir: Lasten vir, 2024

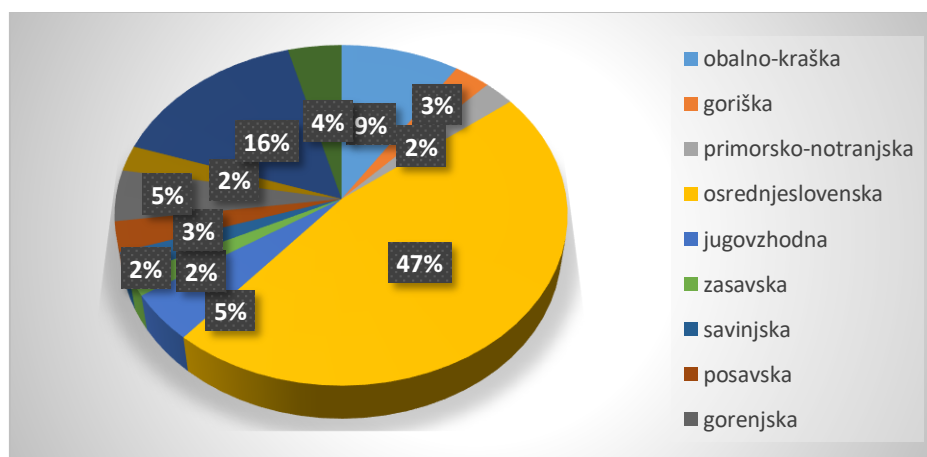
### 8.3 ANALIZA PONUDIČOV V SUGAR DATING-U PO REGIJAH

Ponudniki so razporejeni po celi Sloveniji. Natančno kako so razporejeni, pa smo raziskovale avtorice te raziskovalne naloge in ugotovile, da ima obalno kraška statistična regija 42, goriška 13, primorsko-

notranjska 11, osrednjeslovenska 212, jugovzhodna 21, zasavska 9, savinjska 10, posavska 13, gorenjska 22, koroška 11, podravska 71 in pomurska 19 uporabnic. Seveda je največ uporabnic v večjih mestih in sicer 179 žensk imajo kot lokacijo določeno Ljubljano, 41 pa jih ima kot lokacijo določen Maribor.



Slika 1: Statistične regije

Vir: <https://h5p.splet.arnes.si/2021/03/09/statisticne-regije-slovenije-2/>, 2021

Graf 7: Ponudniki po regijah

Vir: Lasten vir, 2024

Enako kot pri povpraševalcih moškega spola, je tudi pri ponudnicah, ki so ženskega spola, največ oseb iz osrednjeslovenske regije.

Raziskale smo tudi, koliko je sugar baby-ijev moškega spola, ki bi si želeli imeti sugar mommy-ico in takšnih moških, ki so prijavljeni pod lokacijo Slovenija, ni. Torej se kot ponudnice pojavljajo le ženske osebe.

## 9 POVPRŠEVANJE SUGAR DATING-A

Povpraševanje pa izhaja iz posameznikov - Sugar daddy-ijev, ki iščejo družbo, spremljevalca ali intimnost in so pripravljeni za to plačati.

Ti so lahko prav tako moški (daddy-iji) ali ženske (mommy-ice). Po navadi gre za starejšo samsko osebo, ni pa nujno. Sami na sugar zvezo gledajo kot na priložnost, kjer lahko spoznajo kakšno mlajšo in privlačno osebo.

### 9.1 MOTIVI POVPRŠEVALCEV V SUGAR DATING-U

Nekatere izmed njih privlači to, da lahko nadoknadijo leta, katera so v mladosti izgubili. Ko so bili mlajši, so bili deležni zavrnitve s strani njihovih vrstnic/kov, saj niso izpopolnjevali ženskih standardov kot so privlačnost, finančna stabilnost. Zdaj, ko so finančno uspešni, vedo, da jim bo to prineslo zanimanje s strani deklet za takšne ali drugačne dogovore, v zameno za plačilo. Prav zato se poslužujejo takšnih oblik dogovorov, saj so na drugi strani takšnega odnosa mlajša dekleta, od katerih v svojih mlajših letih niso dobivali naklonjenosti. Ob vstopu v razmerja z mlajšimi dekleti ponovno podoživljajo svojo mladost in se počutijo mlajše. Seveda se pojavljajo tudi moški, ki izhajajo zgolj iz fetiša po odnosih z mladimi dekleti. Taki razlogi so lahko zelo nevarni, saj se nekateri zapletajo tudi z mladoletnimi dekleti in to se šteje kot pedofilija.

Nekateri ne zmorejo biti čustveno vezani. Moški, ki so imeli slabe izkušnje ali težave v tradicionalnih zvezah, se lahko odločijo za sugar dating kot alternativo, ki jim omogoča več nadzora ali manjšo izpostavljenost čustvenim tveganjem. Takšna oblika odnosa jim omogoča, da uživajo v intimnosti ali družbi brez potrebe po dolgoročnih zvezah.

V različnih raziskavah, objavljenih na spletu, je bil glavni motiv suggar daddy-jev, da so bili v takem razmerju, občutek herojstva. Ker je za dekleta, ki želijo postati suggar baby, značilno, da izhajajo iz finančno nestabilne situacije, je za nekatere moške, ki jim finančno podporo ponujajo, značilno prav to, da se dobro počutijo ob misli, da mlajšo dekle podprejo in ji omogočijo stvari, ki prej zanjo niso bile dosegljive.

Naslednji motiv je, da si mnogi najdejo lepega partnerja (baby-ija), da se pohvalijo pred prijatelji, kakšno lepotico ali lepotca jim je uspelo zapeljati, pri tem pa ne omenijo, na kakšen način jim je to uspelo. To je tudi en izmed načinov, kako hranijo svoj ego in se ob tem počutijo bolj izpolnjeni.

Na spletu lahko zasledimo razne oglasne ponudbe, kjer so predvsem moški iskali žensko in velikokrat zapisali podatek, da moški želijo, da se jim ženska podredi. Občutek prevladujočega nadzora je prav tako eden od dejavnikov, zakaj se moški odločijo za takšno obliko "razmerij". Nekaterim vidik denarja omogoča, da na jasnejši način določijo svoje meje. Želijo si tudi razmerja, v katerega niso vezani in v katerem imajo prav oni nadrejeni položaj. Finančna podpora, ki jo nudijo, pa jim omogoča, da imajo več vpliva ali nadzora v razmerju.

Tu se tudi poraja vprašanje, ali gre res le za storitev za denar ali popolna podrejenost povpraševalcu. Mnogi v sugar dating-u iščejo tudi partnerja na daljši rok ali celo življenjskega sopotnika. Ampak, ali se da baby-ija z nekaj darilcih toliko očarati, ali gre tu za dejansko zvezo? Skoraj vedno je odgovor ne. Sugar dating ni dejanska zveza. Sploh mladi ponudniki jo največkrat vidijo samo kot vir dohodka in nekakšen posel, v svojem zasebnem življenju pa imajo drugega partnerja. (Dolan W., 2024)



## 10 ANALIZA POVPRASHÉVALCEV SUGAR DATING-A V SLOVENIJI

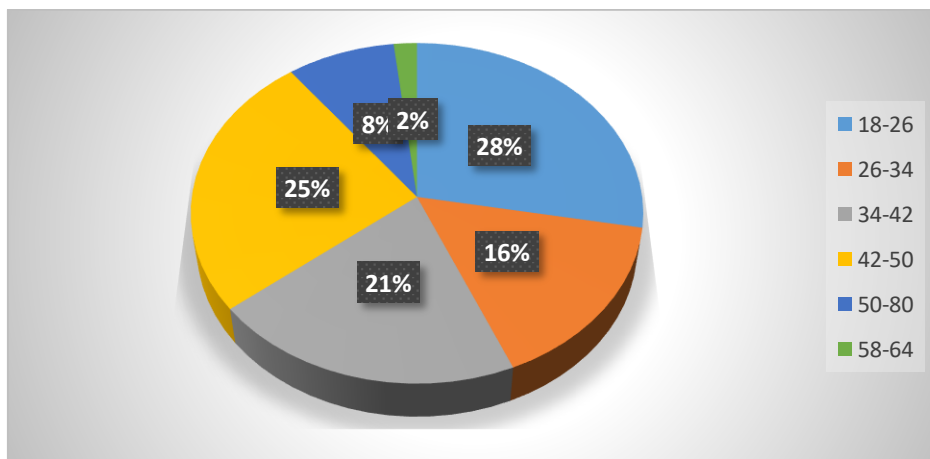
Avtorice smo povpraševalce raziskovale na spletni strani

<https://community.mysugardaddy.com/home>. Našle smo veliko število profilov, lahko pa sklepamo, da niso vsi realni in da gre pri katerem lahko tudi za prevaro ali pa je kdo ustvaril profil izključno iz šale.

### 10.1 ANALIZA POVPRASHÉVALCEV SUGAR DATING-A PO STAROSTI

Raziskale smo, koliko je sugar mommy-ic na tej spletni strani in koliko sugar daddy-ijev. Vsi povpraševalci na tej spletni strani so moški, torej sugar mommy-ic, ali pa bodočih sugar mommy-ic ni bilo. Tudi navadno je moških kot povpraševalcev več, slovenski uporabniki pa so v celotni meri (100%) moški, ki povprašujejo po sugar dating-u.

Sugar daddy-jev, ki se nahajajo na spletni strani, je 165. Najstarejši ponudnik je star 64 let, najmlajši pa 18 let. Razpon v letih med najstarejšim in najmlajšim ponudnikom je torej kar 46 let. Zato smo jih razdelile v 6 starostnih skupin. Presenetljiv podatek je, da je kar 46 ponudnikov (28%), ki ponujajo da bi postali sugar daddy, starih le med 18-26 let. V naslednji skupini od 26 do 34 leta starosti se nahaja 26 (16%) ponudnikov. Med 34 in 42 let je starih 34 (21%) "sugar daddy-jev". V skupini 42-50 leta je 42 (25%) ponudnikov. Med 50. in 80. letom starostim imamo 14 (8%) prijavljenih oseb kot sugar daddy in pa samo 3 (2%) takšne, ki so stari med 58-64 let.



Graf 8: Povpraševalci po starostih kategorijah  
Vir: Lasten vir, 2024

### 10.2 ANALIZA POVPRASHÉVALCEV SUGAR DATINGA PO REGIJAH

Avtorice smo se tudi spraševale, kje ti ljudje živijo. Analizirale smo, da je 93 moških je iz Ljubljane, 27 jih živi v Mariboru, 7 je iz Nove Gorice, 5 iz Kopa, 4 iz Celja, 4 iz Jesenic, 3 iz Velenja, 2 iz Domžal, 2 iz Portoroža, 2 iz Kamnika in 2 tudi iz Kranja, in pa po eden iz Izole, Litije, Ptuja, Slovenske Bistrice, Sežane,

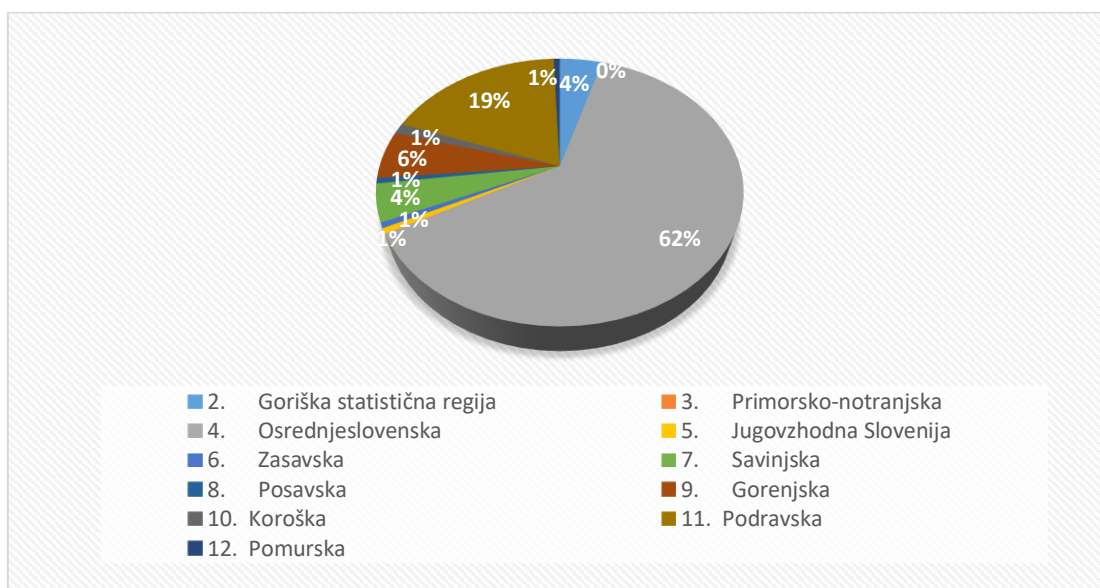
škofje Loke, Žužemberka, Vrbinje; Bleda, Murske sobote, Slovenj Gradca, Prilesja pri Plavah, Dravograda in iz Radovljice.

Ker je podatkov zelo veliko in ker so nekateri določili kot svojo lokacijo natančno, nekateri pa so za lokacijo izbrali večje mesto blizu katerega živijo, smo se odločile podatke razdeliti po spodnjih statističnih regijah.

Statistična regija	Število povpraševalcev
Obalno-kraška	9
Goriška	7
Primorsko-notranjska	/
Osrednjeslovenska	97
Jugovzhodna Slovenija	1
Zasavska	1
Savinjska	7
Posavska	1
Gorenjska	9
Koroška	2
Podravska	29
Pomurska	1



Slika 2: Statistične regije  
 Vir: <https://h5p.splet.arnes.si/2021/03/09/statisticne-regije-slovenije-2/>, 2021



Graf 9: Povpraševalci glede na regije  
 Vir: Lasten vir, 2024

Najbolj zgoščeno je povpraševanje v osrednji Sloveniji, kar smo tudi pričakovale, saj se tam nahaja glavno mesto Ljubljana. In značilno je, da novi trendi najprej začnejo cveteti prav v prestolnicah držav.

Ko smo na isti spletni strani raziskale, koliko je sugar mommy-ic, ki bi želele mlajšega moškega razvijati v zameno za usluge, takšne ali drugačne, smo ugotovile, da ni bilo nobene iz Slovenije.

## 11 ANALIZA STROŠKOV IN PRIHODKOV SUGAR DATING-A

Tukaj ima predvsem stroške sugar daddy, ki plačuje naročnino za spletni portal zmenkarij (50\$ – 250\$ mesečno) in za storitve, kot so dopisovanje, zmenki, velikokrat tudi intimni odnosi. Poleg storitev plačuje tudi za draga potovanja, zmenke, večerje ter oblačila in dodatke priznanih blagovnih znamk. Višina njegovih stroškov je odvisna od dogovora z njegovim sugar baby-ijem. Njegov profit je romantična zveza, ki mu jo za dogovorjeno plačilo ponudi sugar baby. To vključuje ljubezenska in prijateljska čustva, predanost, lojalnost, zaupanje, spoštovanje, občutek varnosti... Večje kot ima zahteve, večji strošek mu predstavlja sugar baby. Na primer strošek bo višji, če je njegov baby bolj izobražen, ima vitko postavo in lep obraz, visoke standarde in je samozavesten. Prav tako ima velik vpliv tudi starost, mlajša dekleta so bolj privlačna in zaračunajo višjo urno postavko. (P., 2023)

To lahko povežemo tudi s **teorijo koristnosti**, ki pravi da smo za storitev, ki nam prinese večjo koristnost ali zadovoljstvo, pripravljeni plačati tudi višjo ceno. Torej MK (mejna koristnost) storitve mora biti v sorazmerju s ceno (p) te storitve (**MK storitve A / p storitve A**).

Za dekle oziroma baby-ija pa strošek pomeni nakup ličil in oblačil, stroški frizerja, pedikure, manikire, da se lahko za svojega daddy-ija uredi in se tako dogovori za čim višji prihodek. Ta za njo predstavlja denar, ki ga dobi za opravljanje storitev in raznorazna darila, potovanja, večerje, oblačila, ki jih seveda plača sugar daddy.

Višina stroškov in prihodkov je odvisna od tega, kako dobra pogajalca sta moški in ženska. Dober pogajalec ima vsaj splošno znanje ekonomije in je informiran o stanju tega trga, je splošno razgledan in dober govorec. (Krantz, 2018)

Po raziskavi, ki je bila narejena v Ameriki (<https://www.linkedin.com/pulse/sugar-baby-allowance-how-much-do-babies-charge-per-month-sumit-kumar-hwxgc/>) lahko vidimo, da sugar baby-iji zaslužijo kar od 100\$ do 20 000\$ mesečno, povprečni dohodek pa znaša 3000\$. (V Sloveniji pa so sugar daddy-iji moški s povprečno slovensko plačo). Predvsem študentke, nove v tej panogi, zaračunajo nižjo ceno in zlahka dobijo daddy-ije. Tako dobijo veliko izkušenj in se naučijo pogajati za višjo ceno z novimi strankami. Sploh v večjih mestih, kot so Los Angeles in New York, se cena giblje od 1500\$ naprej. (v Sloveniji med 50 do 300€). Cena se razlikuje po storitvah, ki jih je sugar baby pripravljen storiti. Intimne fizične dejavnosti so vredne več kot pa le čustvena podpora. Odvisno je tudi, česa si želijo daddy-ji, nekateri so pripravljeni plačati več denarja za pogovor kot pa za intimnost. Dejavniki urne postavke so zelo subjektivni, postavka je odvisna od dogovora z daddy-jem in številom srečanj oziroma zmenkov. Podatke o višini plače oziroma urne postavke smo pridobile s prijavi na spletnih portalih za sugar dating. Ko smo se prijavile v portal, smo takoj dobile ponudbe s strani sugar daddy-ijev; koliko so pripravljeni plačati in kaj želijo v zameno. Po navadi imajo ženske le enega daddy-ija naenkrat, le redke jih imajo več, medtem ko ima večina daddy-ijev po več baby-ijev hkrati. (Kumar, 2024)

## 12 ANALIZA TRGA SUGAR DATING-A

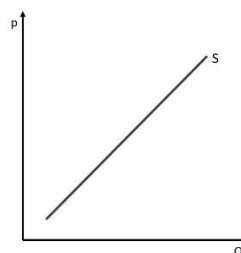
Ekonomska analiza sugar dating-a vključuje tudi razumevanje tržne vrednosti sugar baby-ijev. Ta vrednost je odvisna od različnih dejavnikov, kot so starost, privlačnost, osebne lastnosti in geografska lokacija. Povpraševalci si največkrat želijo lepo mlado žensko. Nekateri tudi nekoliko starejšo, če v tej osebi iščejo neko prijateljsko vez, toda največkrat gre za veliko starostno razliko-prav od tod tudi ime daddy (očka), ker so te moški pogosto toliko starejši, da bi svojim ponudnikom lahko bili lahko očetje. Prav zaradi tega nobena stran razmerja te veze ne jemlje preveč resno ali sploh kot kakšno partnersko zvezo. Naslednji omenjen dejavnik je osebna lastnost. Povpraševalci imajo radi nekoga, s katerim se lahko sprostijo, pozabijo na obveznosti v službi in doma, nekoga, s katerim se lahko počutijo mlade ali vsaj mlajše kot je njihova dejanska starost. Prav tako je pomembna geografska lega, saj sploh v Sloveniji želijo nekoga iz okolice svojega kraja. V tujini je veliko bolj pogosta zveza na daljavo, ki poteka prek socialnih omrežij kot so Intagram, Tinder, Tiktok, Onlyfans. V tujini se tako nekateri sugar baby-ji v živo sploh ne srečajo s svojimi povpraševalci, v Sloveniji pa tega na tak način skoraj ni. Največkrat se sugar baby-ji s povpraševalci srečajo dvakrat do štirikrat na mesec.

Kje pa se sploh spoznajo? V Sloveniji imamo kar nekaj spletnih strani, kjer se lahko posamezniki prijavijo kot sugar baby-ji ali sugar daddy-ji/mommy-ice. Nekatera izmed njih so sugarbabies.com, loveawake.com, sugardaddymeet.com, sugardaddyforme.com sugarmama.com in druge. Razne ponudbe najdemo tudi na slovenskih forumih kot sta forum.over.net in med.over.net Največkrat pa pride do stika že na socialnem omrežju Instagram pod zavihkom sporočila (Štok, 2021).

### 12.1 PRESEŽNA PONUDBA SUGAR DATING-A

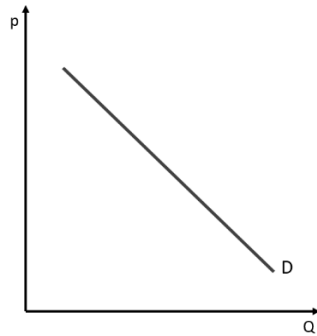
Po opravljeni analizi slovenskega trga povpraševanja in ponudbe po sugar dating razmerjih, smo ugotovile, da je na trgu veliko več ponudnikov kot pa povpraševalcev. Takšen izid je mogoče pripisati razvoju tehnologije, s katero smo bolj v stiku prav mi, mladi. Starejše generacije niso še tako dobro informirane o tem trendu, najbrž prav zato, ker je veliko od nas mladih o sugar dating-u prvič slišalo ravno preko družbenih omrežij kot so Tiktok in Instagram. Čeprav opažamo, da so tudi starejše generacije začele z uporabo teh aplikacij, je še vedno večina uporabnikov mlajših oziroma Generacije Z (Gen Z).

Mlade osebe (sugarbaby-iji) tvorijo ponudbo. Krivulja ponudbe (S) je naraščajoča. Tako kot pri večini primerov v ekonomiji drži, da višja kot bo cena plačila za opravljeno storitev, več bo na trgu posameznikov, ki bodo takšno storitev ponujali (McConnell Campbell in Stanley, 2018).



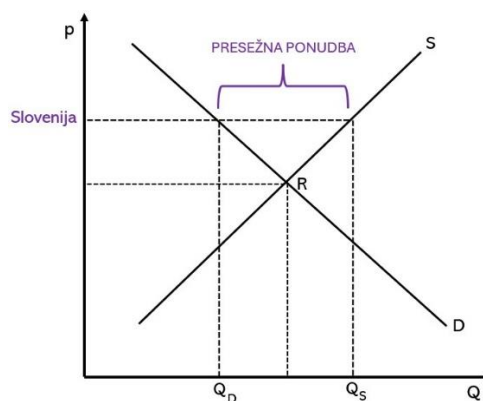
Slika 2: Premica ponudbe  
Slika je simbolična

Starejše osebe (sugar daddy-iji/sugar mommy-ice) pa na trgu takšnih razmerij tvorijo povpraševanje. Za njih pa velja, da nižja kot bo cena takšnih storitev, v večji meri bodo po takšnih storitvah povpraševali. Na trgu bo tudi več povpraševalcev po storitvah, če bodo nižje cene, ki jih morajo za takšne storitve plačati in manj povpraševalcev v primeru, da morajo za takšne storitve plačati višje zneske.



Slika 3: Premica povpraševanja  
Slika je simbolična

Žensk, ki bi želele imeti/imajo sugar daddy-ija je v nesorazmerju s povpraševalci, saj je sugar daddy-jev ki imajo ali bi si želeli imeti sugar baby manj, kot pa ponudnic takih razmerij. Točka na grafu, označena s  $Q_D$  je količina takih razmerij, po kateri povprašujejo povpraševalci, točka  $Q_S$  pa je točka, v kateri vidimo, koliko ponudnic je pripravljeno tako zvezo imeti. Ko se na trgu pojavita dve različni količini ponudbe in povpraševanja, in je količina tistih, ki storitve ponujajo večja od količine, ki jo povpraševalci potrebujejo, potem takem pojavu pravimo presežna ponudba (Arsenijević in Marič, 2024).



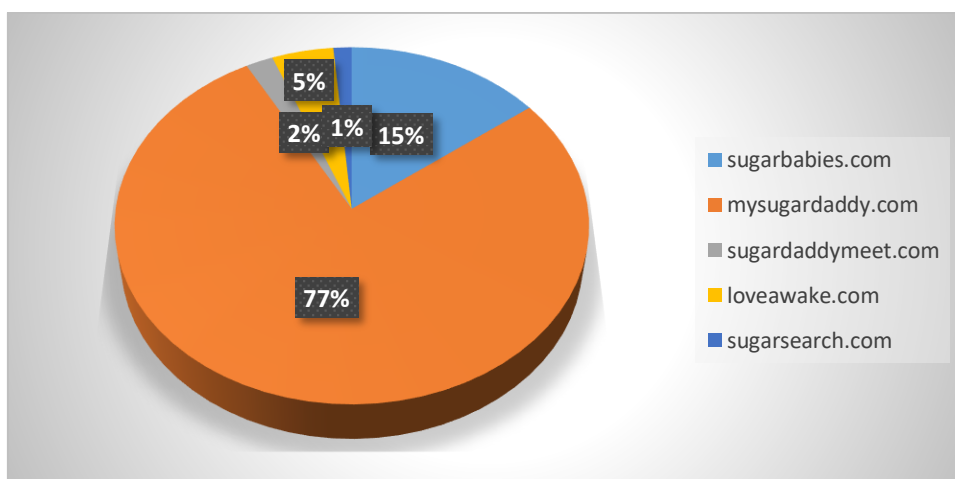
Slika 4: Presežna ponudba  
Slika je simbolična

## 12.2 MONOPOLISTIČNA KONKURENCA PONUDNIKOV V SUGAR DATING-U

Monopolistična konkurenca je oblika konkurence, pri kateri je v določeni panogi veliko število majhnih podjetij. Nobeno podjetje nima več kot 5% tržnega deleža v tej panogi. Proizvodi so diferencirani, vstop v panogo je lahek, kupci pa so popolnoma informirani o cenah. Storitve sugarbaby-ijev kot posameznikov so tipičen primer monopolistične konkurence. Imamo veliko ponudnikov in veliko povpraševalcev. Značilna je tudi diferenciacija, kar pomeni, da se pri izbiri svojega sugarbaby-ija odločamo na podlagi veliko dejavnikov, kot so starost te osebe, postava, barva las, osebni značaj, oddaljenost od povpraševalca. Prav tako imamo zelo visoko stopnjo mobilnosti proizvodnih dejavnikov. To pomeni, da se lahko skoraj vsak priključi tej panogi oziroma storitvam. Za opravljanje tega dela ni potrebna nikakršna izobrazba ali znanja. Potrebne so le veččine komuniciranja s strankami. Prav tako je tukaj tudi velika stopnja informiranosti saj lahko vsak posameznik na spletu dostopa do informacij o teh storitvah in se tako hitro seznanijo o poteku dela (Kovač, B., Rihtarič, M., Kešeljevič, A., Boršič, D., Taškar Beloglavec, S., 2014).

## 12.3 OLIGOPOL SPLETNIH STRANI

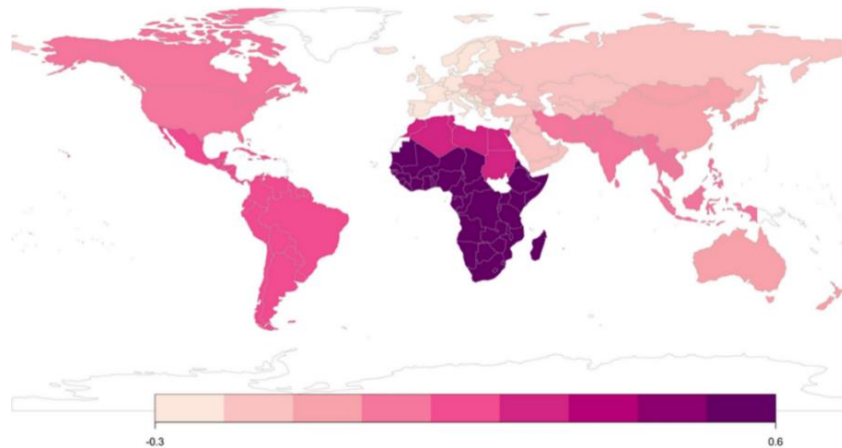
Če pa za naš trg vzamemo spletne strani in število njihovih uporabnikov v Sloveniji, pa imamo oligopol in sicer z dominantno spletno stranjo. Za oligopol je značilno, da ima malo ponudnikov. Uporabnike, vpisane kot prebivalce Slovenije, najdemo zgolj na petih spletnih straneh. Daleč največ spletnih uporabnikov ima spletna stran <https://community.mysugardaddy.com/home>, ki ima 453 ponudnikov (77% gledano s strani tržnega deleža spletnih strani) in se tako uveljavlja kot dominantna spletna stran, saj ima tržni delež več kot 40% in zaenkrat nima resnega tekmeca. V prihodnosti lahko pričakujemo uveljavitev novih spletnih strani in večanje popularnosti dosedanjih, morda ne toliko opaženih. Med te trenutno štejemo [sugarbabies.com](https://www.sugarbabies.com), [sugardaddymeet.com](https://www.sugardaddymeet.com), [loveawake.com](https://www.loveawake.com) in [sugarsearch.com](https://www.sugarsearch.com) (McConnell Campbell in Stanley, 2018).



Slika 5: Tržni delež spletnih strani kot ponudnikov Vir: lasten, 2024

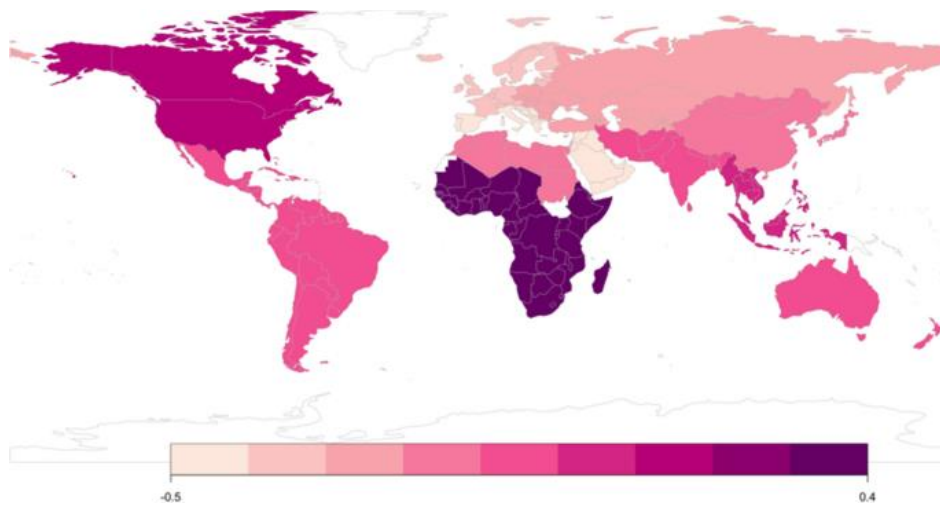
## 12.4 SUGAR DATING V SVETU

Pri sugar dating-u se ponudniki in povpraševalci skoraj vedno najdejo na spletu in socialnih omrežij zato ni nenavadno, da je sugar dating zelo hitro doživel globalizacijo in je tako zdaj razširjen po celem svetu.



Slika 6: Sprejemanje sugar zveze po svetu med starejšimi

Vir: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10508-023-02724-1>, 2021



Slika 7: Sprejemanje sugar zveze po svetu med mladimi

Vir: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10508-023-02724-1>, 2021

Slika nam prikazuje sprejemanje sugar dating-a v različnih državah po svetu. Temneje kot je država obarvana, večje je odobravanje teh zvez v državi. Iz zemljevida lahko izluščimo, da je zveza med starejšo načeloma bogatejšo osebo in mlajšo bolj finančno odvisno osebo najpogostejša v nerazvitih državah.

Pri tako mladih kot starejših generacijah največje odobravanje zaznamo v južni in srednji Afriki (v državah kot so Bocvana, Namibija, Južna Afrika, Lesoto, Svazi, Zimbabve, Mozambik, Malavi, Zambija, Tanzanija, Demokratična republika Kongo, Kongo, Ekvatorialna Gvineja, Kamerun, Centralnoafriška republika, Tanzanija, Kenija, Uganda, Somalija Etiopija, Kamerun, Togo, Benin, Gana, Liberija, Sierra Leone, Gvineja, Burkina Faso).

Zatem v severni Afriki (Alžirija, Libija, Tunizija, Maroko, Egipt, Sudan) , južni in srednji Ameriki (Argentina, Čile, Urugvaj, Paragvaj, Brazilija, Ekvador, Kolumbija, Venezuela, Gvajana, Francoska Gvajana, Panama, Kostarika, Kuba, Portoriko, Nikaragva, Gvatemala in Mehika) in Južni Aziji (Pakistan, Afganistan, Iran, Indija, Nepal, Butan, Bangladeš, Mjanmar, Laos, Tajska, Vietnam, Kambodža, Malezija, Singapur, Indonezija).

Najmanj odobravanja zaznamo predvsem v osrednji in severni Evropi (v državah kot so Nemčija, Španija, Portugalska, Združeno Kraljestvo, Francija, Irska, Belgija, Nizozemska, Finska, Švedska, Norveška, Danska).

### **Sugar dating v ZDA**

Kot lahko izberemo iz obeh slik, razlika med sprejemanjem sugar dating-a med starejšo in mlajšo generacijo pride le v Združenih državah Amerike. Mladi namreč sugar datinga sprejemajo bolj kot možnost lahkega zaslužka v sodobni družbi, starejše generacije pa na to v Ameriki gledajo bolj konzervativno in sugar dating povezujejo s prostitucijo. Popularnost med mladimi je res izrazita tudi zato, ker v ZDA obstaja največ spletnih strani za sugar dating. Ta vlagajo v oglaševanje. V ZDA je veliko več bogatašev kot v drugih državah po svetu, ki si lahko privoščijo sugar baby-je. Te so finančno zmožni obdarovati z dragimi dizajnerskimi torbicami in potovanji, kar prebivalci slabo razvitih držav niso. Zaradi višjih plač v ZDA so tudi storitve sugar baby-jev tam dražje, kar pomeni, da baby-ji služijo več kot ga v drugih državah po svetu. Pomembno je tudi omeniti, da se je v Ameriki prvič pojavil izraz sugar dating.

Statistični podatki razkrivajo, da se več kot 3 milijone študentov v ZDA vključuje v takšne dogovore zaradi finančne podpore in mentorstva. To je del večjega trenda, saj imajo platforme, kot sta SecretBenefits in SugarDaddy.com, več kot 20 milijonov svetovnih uporabnikov, od tega približno 5 milijonov v ZDA. Te številke ne dokazujejo le razširjenosti sugar dating-a v Ameriki, ampak tudi njegovo vse večjo priljubljenost, kar pomeni premik k drugačnim oblikam "razmerij". Po raziskavah je jasno, zakaj se v ZDA to pojavlja v tolikšni meri. Šolnine v tej državi so zelo visoke, z razliko med našo državo, kjer imamo omogočen brezplačen študij.

### **Sugar dating v večjih mestih po svetu**

Prijaznost kraja do sugar dating-a se lahko zelo razlikuje glede na kulturne norme, pravne predpise in družbeno sprejemljivost. Čeprav ni dokončnega seznama krajev, ki bi bili univerzalno bolj prijazni do sladkornih zmenkov, je tukaj nekaj regij in držav, ki so si pridobile sloves po tem, da so bolj prijazne do teh razmerij:

- V Združenih državah Amerike so območja, kjer je sugar dating razmeroma pogost, zlasti v večjih mestih, kot so New York, Los Angeles, Miami in Las Vegas. Ta ugotovitev nam ni bila nekaj nenavadnega, saj se veliko trendov najprej razvije v ZDA.
- Mesta, kot je London, imajo aktivne skupnosti za sugar dating. Združeno kraljestvo ima na splošno bolj odprt odnos do različnih dinamik razmerij.
- V mestih, kot sta Toronto in Vancouver, se razvija scena sugar dating-a. Kanada je na splošno znana po tem, da sprejema alternativne sloge odnosov.
- Večja avstralska mesta, kot sta Sydney in Melbourne, imajo aktivne skupnosti za taka razmerja, k temu sprejemanju pa prispeva tudi odprta kultura te države.
- Države zahodne Evrope, vključno s Francijo, Nemčijo in Nizozemsko, imajo pogosto bolj liberalen odnos do nekonvencionalnih razmerij, zato nas tudi ni presenetilo, ko smo ugotovile, da tudi sprejemljivi do sugar dating-a.
- V nekaterih azijskih mestih, kot sta Hongkong in Singapur, se je zaradi gospodarskih dejavnikov in spreminjajočih se družbenih norm povečala aktivnost na področju sugar dating-a. (Bame, 2017)



## 12.5 ZGODOVINA SUGAR DATING-A

Sugar dating, kot ga poznamo danes, je relativno moderna praksa, vendar so lahko podobne dinamike obstajale skozi zgodovino pod različnimi imeni ali v drugačnih oblikah.

Ena izmed teh so bile kurtizanke. Kurtizane so bile ženske spremljevalke, ki so delovale v različnih obdobjih zgodovine, predvsem v Evropi, od srednjega veka do 19. stoletja. Te ženske so bile pogosto povezane z visoko družbo in so nudile svoje spremljevalne storitve bogatim in vplivnim moškim. Njihove storitve so bile plačane s strani njihovih strank, kar je vključevalo tako finančno podporo kot tudi druge materialne ugodnosti, kot so dragi nakit, oblačila in prebivanje v luksuznih domovih. Poleg spremljevalnih storitev so se kurtizane pogosto ukvarjale tudi z intimnimi odnosi s svojimi strankami. V nekaterih primerih so ti odnosi vključevali spolne odnose, vendar to ni bil vedno nujno del njihove ponudbe. Kurtizane so imele pogosto veliko nadzora nad svojimi strankami in so lahko izbirale, s kom bodo vzpostavile intimnost (Wikipedia, 2022).

Druga podobnost je s kotitutkami, ženskami, ki so delovale v 19. stoletju in so svoje storitve ponujale bogatim moškim v zameno za finančno podporo in materialne ugodnosti. Te ženske so bile običajno mlade in privlačne ter so imele visoko ceno za svoje spremljevalne storitve. Kotitutke so pogosto vključevale tako družabne kot tudi intimne storitve, pri čemer so bile nekatere znane po svojih dolgotrajnih odnosih s svojimi strankami. Podobno kot pri sodobnem sugar dating-u so bile kotitutke pogosto povezane s finančno neodvisnostjo in socialnim vzponom. Njihove storitve so bile plačane s strani njihovih strank, kar je omogočilo nekatere stopnje finančne svobode in samostojnosti. Poleg tega so bile kotitutke pogosto vključene v družbeno življenje svojih strank, kar jim je omogočilo dostop do družbene mreže in priložnosti.

Pojav sugar dating-a kot specifične podkulture v dating svetu se je začel izrazito pojavljati v 21. stoletju, zlasti s porastom spletnih platform za zmenke in družabnih omrežij. Čeprav so dinamike, ki jih zdaj povezujemo s sugar dating-om, obstajale že prej, se je s pojavom interneta in možnosti enostavnejšega povezovanja med posamezniki ta pojav začel bolj sistematično opazovati in raziskovati. (Pomurec, 2014).

## 12.6 OBDAROVANJE ALI PROSTITUCIJA?

Avtorice se sprašujemo, ali je treba sugar dating zakonsko opredeliti kot obliko spolnega dela, glede na to, da v državah, kjer je spolno delo (in aktivna podpora spolnemu delu) prepovedano, ni zaenkrat še nobene opredelitve kar se tiče sugar dating-a.

Na največji spletni strani za spoznavanje sugar daddy-ijev/ mommy-ic, Seeking Arrangement (Ameriška spletna stran), ustanovitelj te spletne strani navaja, da je ta definicija bolj obsežna in predstavlja raznoliko paleto odnosov med sugar zvezami, ki obstajajo, saj zajema tudi tiste, ki ne vključujejo spolnih ali starostnih razlik. Ker tukaj spadajo tudi tiste, pri katerih gre le za pogovor in druženje brez intimnosti, ima besedna zveza sugar dating v družbi veliko boljši zven kot prostitucija. Poleg tega sugar dating predstavlja neko zvezo, ki lahko traja tudi nekaj let. V tem obdobju se lahko vzpostavijo tudi čustvene vezi, ključnega pomena je moralna podpora, kar pa je pri prostituciji redkost. Naslednja pomembna razlika je tudi starost, saj je sugar dating načeloma namenjen dvema osebama z veliko starostno razliko. Osebo v dvajsetih (baby-ijem) in osebo nad štiridesetim, petdesetim letom (daddy-ijem/mommy-ico).

## 13 PRAVNA IMPLIKACIJA SUGAR DATING-A IN PROSTITUCIJE

V Sloveniji ni posebnih zakonov ali predpisov, ki bi prepovedovali sugar dating. Vendar pa je pomembno vedeti, da se lahko obnašanje, ki se obravnava v okviru sugar dating-a, lahko šteje za nezakonito, če krši druge zakone, na primer zakone o prostituciji ali spolnem izkoriščanju. Sugar dating ni v vseh primerih oblika prostitucije, vendar lahko v nekaterih dogovorih deluje podobno. Nekateri primeri se sugar dating-a prekrivajo s prostitucijo, zlasti če vključujejo izmenjavo finančnih sredstev za spolne storitve. Prostitucija je v Franu definirana kot "opravljanje spolnih odnosov za plačilo". V primeru, da si posameznika v dogovoru sugar dating-a izmenjujeta tudi intimnost v zameno za plačilo, bi se lahko sugar dating štel kot prostitucija. V Sloveniji imamo ureditev na področju le te.

Prostitucija, prostovoljno opravljanje spolnih storitev za plačilo, je v Republiki Sloveniji dekriminalizirana že od 31. julija 2003 in je opredeljena kot poklic v Uredbi o uvedbi in uporabi standardne klasifikacije poklicev (poklic prostitutke je naveden pod šifro: 5149.04) in kot dejavnost v Standardni klasifikaciji dejavnosti, ki se je začela uporabljati s 1.1.2008 (prostitucija je uvrščena med druge storitvene dejavnosti pod šifro 96.090).

V kazenskem zakoniku RS je naveden člen (175. člen), ki pravi:

*(1) Kdor zaradi izkoriščanja sodeluje pri prostituciji druge osebe ali kdor s silo, grožnjo ali preslepitvijo navede, pridobi ali spodbudi drugo osebo k prostituciji, se kaznuje z zaporom od treh mesecev do petih let.*

*(2) Kdor zaradi izkoriščanja sodeluje pri prostituciji mladoletne osebe ali posega po prostituciji mladoletne osebe ali kdor s silo, grožnjo, preslepitvijo, novačenjem ali nagovarjanjem navede, pridobi ali spodbudi mladoletno osebo k prostituciji, se kaznuje z zaporom od enega do desetih let.*

*(3) Če sta bili dejanji iz prvega ali drugega odstavka tega člena storjeni proti več osebam ali v okviru hudodelske združbe, se storilec kaznuje z zaporom od enega do dvanajstih let.*

(Kazenski zakonik, 2004)

Kot nekaj ilegalnega bi se sugar dating štel le, če bi dogovor vključeval tudi intimnost v zameno za plačilo in le v primeru, da bi tako početje sugar mommy/daddy zlorabljal.

Koliko prostitutk je v Sloveniji, je nemogoče oceniti, a najbrž je že skoraj vsak izmed nas kdaj videl kak oglas vroče linije, ali pa slišal govorice o kakšni javni hiši. Trenutno naj bi bilo po ocenah poročil nevladnih organizacij, poročil statističnih uradov, glede na število žrtev in kaznivih dejanj...v Sloveniji okrog 4000 prostitutk. Na policiji ocenjujejo, da so ponudnice prisotne po celotni Sloveniji in da ni regije, kjer prostitucije še ne bi obravnavali. Najbolj pa je koncentrirana na Goriškem, Primorskem in Ljubljani. (Mencinger, 2016)

Analizirale smo tudi zakonodajo drugih držav evropske unije, saj smo kot popolna ekonomska integracija med seboj zelo tesno povezani. Popolna ekonomska integracija je namreč gospodarska unija, ki ima skupno ekonomsko politiko, skupno centralno banko in enotno valuto (tiste, ki so v EMU).

Raziskovale smo, ali imajo države določila glede sugar dating-a, in ugotovile, da zakonov na tem področju ni.

Zato smo se odločile raziskati še, kako je z dovoljenjem prostitucije v posameznih državah Evropske unije (Motyl, 2012).

Načeloma lahko rešitve, ki veljajo v EU, razdelimo v dve skupini, in sicer na države, ki prostitucijo legalizirajo, in države, v katerih je prostitucija kazniva. Med državami, ki so prostitucijo legalizirajo, so tiste, ki jo urejajo: Nemčija, Grčija, Latvija, Nizozemska, Avstrija in Madžarska, in tiste, ki jo urejajo le delno ali sploh ne: Belgija, Bolgarija, Danska, Estonija, Finska, Italija, Luksemburg, Malta, Poljska, Portugalska, Slovaška, Slovenija, Španija, Češka in Ciper. Države, ki kaznujejo povpraševalce po prostitutkah so Francija, Irska, Švedska. Države, ki kaznujejo tako prostitutke kot pot kupce te dejavnosti pa so: Hrvaška, Romunija pa in Litva. (Bruckheim & Patel, 2020) (Fran, 2023)

### 13.1 SIVA EKONOMIJA GLEDE NA SUGAR DATING

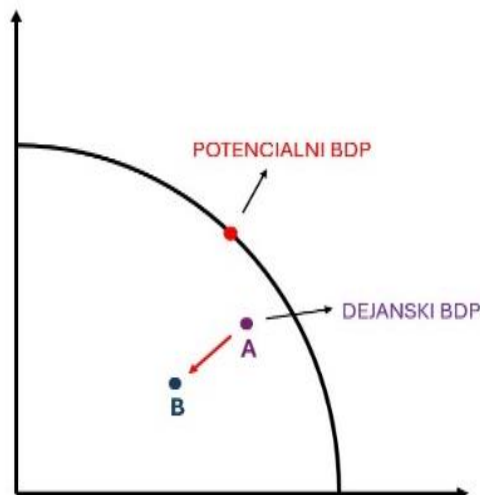
Siva ekonomija, ki ji lahko rečemo tudi podzemna ekonomija, je prisotna v vseh gospodarstvih že od vsega začetka. Sivo ekonomijo lahko opredelimo kot neregistrirano ekonomsko dejavnost prebivalstva, ki vključuje zakonite in nezakonite dejavnosti. Sive ekonomije torej ne smemo zamenjevati s črnim trgov, ki se ukvarja izključno z nedovoljenimi ali nezakonitimi dejavnostmi. Statistični urad Republike Slovenije (SURs) ima več metod, s katerimi lahko spremlja izmenjavo blaga, storitev in valut v gospodarstvu, medtem ko ima za sledenje storitvam, kot je prostitucija, v sivi ekonomiji zelo majhne možnosti. SURs ne more priti do točnih informacij glede njihovih dohodkov. V Sloveniji je prostitucija, kot smo že omenile, dekriminalizirana. To pomeni, da ne gre več za prekršek, če bi to dejavnost nekdo opravljal, le registrirati jo potrebno kot dejavnost, pod šifro 96.090 SKD. Ob vedenju, da je odsotna podrobnejša zakonska ureditev in ob odsotnosti podzakonskih predpisov pravne in fizične osebe, ki se s prostitucijo ukvarjajo, to dejavnost opravljajo, ne da bi jo vpisale v ustrezen register. Večina prostitucije v Sloveniji poteka na skrivaj, večinoma brez opažanja in na relativno visoki ravni. Ulične prostitucije ni, večina prostitutk je domačink in deluje v lastniških stanovanjih. Registracija bi pomenila stigmatizacijo, zato se večina prostitutk tega ne želi. Sugar dating-a ne smemo metati v isti koš s prostitucijo, razen, če odnos temelji zgolj na intimnosti v zameno za plačilo.

Tudi v primeru, ko odnos med sugar daddy/mommy in sugar baby ne vključuje intimnosti, dvomimo, da bi kdo sploh pomislil na to, da bi dejavnost moral registrirati in biti zanjo obdavčen. Vsaka oblika sive ekonomija pa državo odmika od njenega potencialnega BDP.

(SURs, 2008)

## 13.2 VPLIVI SUGAR DATING-A NA BDP

Kot vemo, je potencialni BDP tisti, ki bi ga država dosegla, če bi popolnoma izkoristila vse proizvodne dejavnike. Vsak proizvodni dejavnik, ki v procesu proizvodnje ni uporabljen do popolnosti, državo odmika od njenega potencialnega BDP. V primeru sugar dating-a nas od potencialnega BDP-ja odmika dejstvo, da takšni dogovori potekajo "na skrivaj" oziroma niso registrirani v nobenem sistemu, da sploh potekajo. Država tako od njih ne prejema davkov in to jo odmika od potencialnega BDP. Prav tako tudi osebe, ki bi lahko delale, ne delajo v tolikšni meri ali pa sploh ne delajo ničesar poleg sugar dating-a in ne-polna zaposlenost delovne sile nas odmika in nas iz točke A premika v točko B. (Ekonomijo seveda preučujemo preko modelov in tudi to je le model za boljšo predstavo). Rešitev, ki bi jo lahko uvedli, da bi se točka B premaknila nazaj v točko A, bi bila seveda obdavčitev takšnih dogovorov. To bi prineslo nekakšno zagotovitev obema, ponudniku in povpraševalcu, da bo storitev res izvedena ter, da bo plačilo res takšno, kot je bilo predhodno dogovorjeno. To tezo bomo še dodatno razložile v naslovu rešitev (McConnell Campbell in Stanley, 2018).



Slika 8: BDP  
Slika je simbolična

## 14 SPLETNE PREVARE PRI SUGAR DATING-U

Spletne prevare sugar daddy-ijev se pogosto pojavljajo na družbenih omrežjih kot so facebook, instagram in twitter. Vendar jih izkušeni sugar baby-iji hitro prepoznajo, saj so daddy-iji v poziciji z močjo in nikoli ne sprašujejo o tvoji lojalnosti ali kaj si pripravljen narediti za njih. Prevaranti poskušajo pridobiti denar preko povezav na različne spletne strani, ki žrtvam odtrgajo denar iz bančnega računa. V več primerih se pojavljajo lažni sugar daddy-iji, kateri s svojimi spletnimi prevarami obirajo posameznike, kot pa sugar baby-ijev, ki poskušajo ogoljufati svoje daddy-ije, da jim nakažejo več denarja.

Ena izmed pogostih prevar je pristop potencialnega sugar daddy-ija preko spletnih portalov za zmenkarije ali različnih socialnih medijev do privlačnih deklet. Prevarant se predstavi kot potencialni sladki starš, ki je pripravljen takoj plačati stroške ali posojilo žrtve. Preden pošljejo denar, želijo preveriti njihovo lojalnost, zato zahtevajo nakazilo manjše vsote denarja. Seveda pa to nakazilo ni nič drugega kot prevara, potencialni sugar daddy ne nakaže obljubljene vsote denarja. Ko dobi denar, samo blokira to osebo in ji naredi še večjo škodo.

Vsi, ki se spuščajo v sugar razmerja, sploh preko spleta, morajo biti previdni na veliko znakov možne prevare. Nov, privlačen subjekt začne povpraševati po različnih zasebnih informacijah kot so podrobnosti bančnega računa, naslov, telefonska številka..., ponuja odplačilo raznih kreditov ali pa želi prestaviti pogovor iz spletnega portala na email, whatsapp ali telefonsko številko. Pomembno je tudi, da ne delimo intimnih fotografij, ker so lahko v več primerih, ne samo pri sugar dating-u deli s širšo javnostjo (The Carlson law firm, 2024).

## 15 POGLED MLADIH V SLOVENIJI NA SUGAR DATING

Avtorice je predvsem zanimalo, kakšen pogled imajo mladi, stari med 18 in 30 let, na sugar dating. Da bi na naša vprašanja dobile odgovore, smo sestavile anketo in jo posredovale mladim. Anketo smo sestavile prek spletne strani 1ka.si. To je rešilo 318 ljudi. V spodaj prikazanih diagramih smo predstavile odgovore anketirancev.

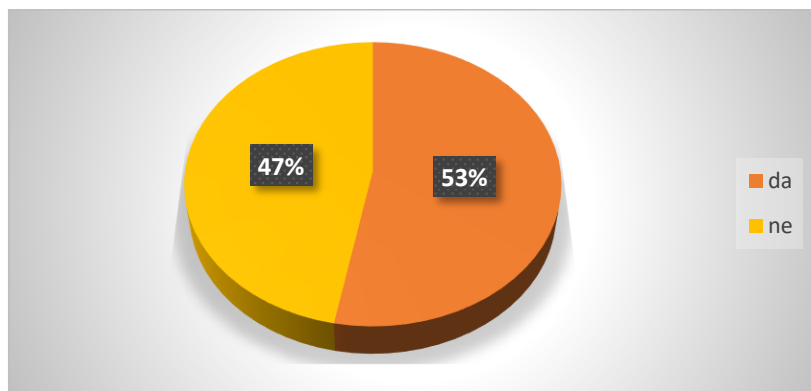
### VPRAŠANJE ŠTEVILKA 1

Prvo vprašanje, ki smo ga zastavile se je glasilo: »Si že kdaj razmišljal, da bi postal sugar baby?«

#### HIPOTEZA 1:

Na družabnih omrežjih, kot so Tiktok, Twitter, Instagram, YouTube in druge, vsakodnevno zasledimo razne šale o tem, kako mladi iščejo partnerja za sugar zvezo. Ob gledanju teh več kot očitnih šal se mnogim poraja zamisel, kakšno bi bilo njihovo življenje, če bi imel nekoga, ki bi jih finančno podpiral. Mnogi seveda pomislijo na to tudi zgolj kot šalo in se v resničnem življenju v nekaj takega ne bi nikoli spustili. Ker pa tista kratka misel ob gledanju takšnih objav obstaja, smo avtorice pričakovale kar velik odstotek pritrdilnih odgovorov.

#### REZULTATI:



Graf 10: Ali si razmišljal, da bi postal sugar baby?  
Vir: Lasten vir, 2024

#### UGOTOVITEV:

Naša hipoteza je potrjena. Več kot polovica, natančneje kar 53% anketirancev je vsaj enkrat razmišljalo o tem, da bi postali sugar baby-iji. 47% anketirancev pa je na naše vprašanje odgovorilo, da o tem niso nikoli razmišljali. Eden od razlogov je bil, da na socialnih omrežjih niso zasledili vsebine vezane na tematiko, nekateri niso točno vedeli, kaj ta izraz sploh pomeni oziroma kakšne obveznosti se v primeru sugar zveze tičejo baby-ija. Seveda pa so tukaj tudi taki, ki pojem dobro poznajo in enostavno niso nikoli o tem razmišljali ter jim ni vzbudilo zanimanja.

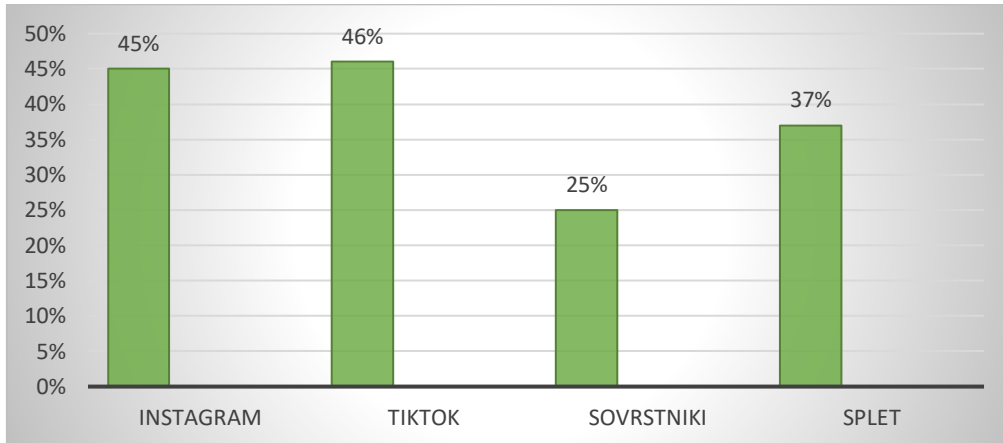
### VPRAŠANJE ŠTEVILKA 2

To vprašanje se glasi: »Kje si prvič zasledil sugar dating?«

#### HIPOTEZA 2:

Ker smo anketirale mlade ljudi, smo vedele, da imajo ti profile na socialnih omrežjih. Ker je vprašanje dokaj delikatno in je zelo težko ugotoviti, kje si prav prvič zasledil to besedno zvezo, smo se odločile da damo možnost več odgovorov hkrati in tako lahko tisti, ki so v dilemi ali pa so se s to besedno zvezo seznanili v istem obdobju, obkljukajo več odgovorov. Največji odstotek smo pričakovale pri odgovoru za Instagram, saj se prav tam začinja tudi veliko sugar zvez. Pa tudi, če se spoznata na uradnih spletnih straneh, lahko pogovor hitro preide na pogovore preko Instagrama.

#### REZULTATI:



Graf 11: Kje si prvič zasledil sugar dating?  
Vir: Lasten vir, 2024

#### UGOTOVITEV:

Naša hipoteza je bila v tem primeru ovržena. Največ ljudi je za sugar dating izvedelo prek socialnega omrežja Tiktok, kar 46%, takoj za njim, le 1% manj pa na Instagramu s 46%. 37% anketirancev je za sugar dating izvedelo prek spleta 25% pa od vrstnikov. Zadnji podatek nam da tudi vedeti, da se mladi o tej temi pogovarjajo in šalijo, kar pomeni, da je ta tema veliko bolj pogosta med mladimi kot pri starejših generacijah. Pokaže nam tudi, da je ta tematika v Sloveniji dobro razširjena

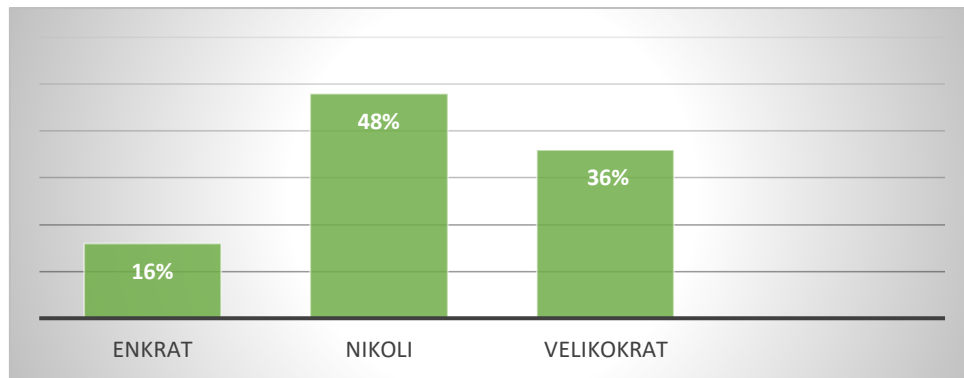
#### VPRAŠANJE ŠTEVILKA 3

Zastavile smo vprašanje: »Ali te je že kdaj ogovoril kak sugar daddy?«

#### HIPOTEZA 3:

Avtoricam se nam je že na Instagramu zgodilo, da smo dobile obvestilo od kakšnega moškega, ki bi želel postati naš sugar daddy, zato mislimo, da so se s podobno izkušnjo srečevali tudi drugi anketiranci. Obstaja veliko Instagram profilov, ki so ustvarjeni z namenom zlorabe in prevar. Pretvarjajo se, da so ljudje, ki te želijo le finančno podpreti zaradi tvoje fizične privlačnosti in ti tako na Instagramu pišejo z namenom, da jih opaziš in tako padeš na njihove zvijače. Drugi razlog, zakaj menimo, da bo veliko ljudi pritrnilo našemu vprašanju, je ta, da je veliko tudi takih, ki jim Instagram profil določene osebe vzbudi zanimanje in ji zato pišejo, če bi bile mogoče zainteresirane za sugar zvezo.

#### REZULTATI:



Graf 12: Ali te je že kdaj ogovoril kak sugar daddy?  
Vir: Lasten vir, 2024

### UGOTOVITVE:

Naša hipoteza je potrjena. Kar 52% anketirancev je že ogovoril sugar daddy. 16% teh je imelo takšno izkušnjo le enkrat, medtem ko je 36% imelo takšno izkušnjo večkrat. Ta podatek je kar zaskrbljujoč, saj kaže na to, kako hitro so lahko mladi izpostavljeni tej obliki spletnih prevar. Anketiranci so se strinjali z našo hipotezo, da je veliko profilov, preko katerih so bili ogovorjeni zgolj iz šale ali lažnih namenov. Le redki so se strinjali s trditvijo, da so bili ogovorjeni z namenom, da bi kdo postal njihov dejanski sugar daddy in jim tako plačeval luksuzne dobrine ter nakazoval denar.

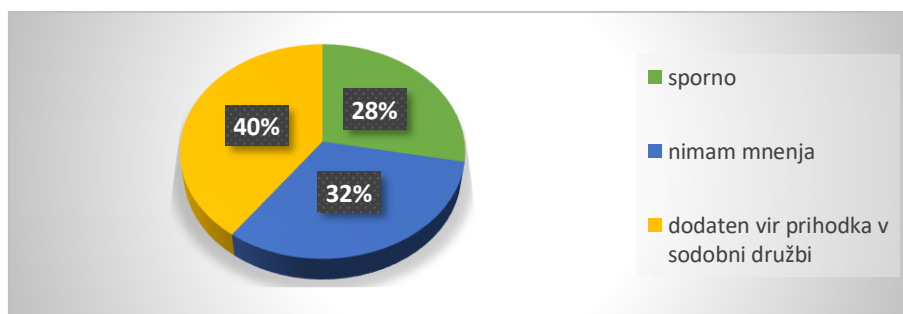
### VPRAŠANJE ŠTEVILKA 4

Vprašale smo: »Kakšno je vaše mnenje o sugar dating-u?«

### HIPOTEZA 4:

Ker v Sloveniji sugar dating še ni tako razširjen pojav in ker so prihodki tega v Sloveniji zelo nizki v primerjavi z dohodki po svetu, smo pričakovale, da se bo veliko anketirancem zdel sugar dating sporen.

### REZULTATI:



Graf 13: Mnenje o sugar datingu med mladimi  
Vir: Lasten vir, 2024

### UGOTOVITVE:

Naša hipoteza je bila zavržena. Največ anketirancev, 40%, se je strinjalo s trditvijo, da sugar dating lahko predstavlja dodaten vir prihodka v sodobni družbi, 32% anketirancev nima mnenja ali pa se niso



hoteli opredeliti in 28% anketirancem se je sugar dating zdel sporen. Rezultati so verjetno tudi odraz dejstva, da so anketo reševali mladi, stari med 18 in 30 let.

#### VPRAŠANJE ŠTEVILKA 5

Zanimalo nas je : »Kakšne so vaše predstave o besedni zvezi “sugar dating”?»

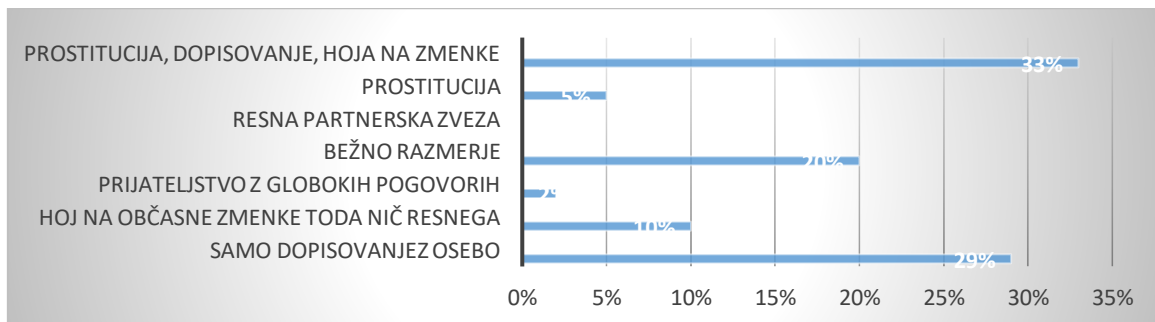
#### HIPOTEZA 5:

Kot možnosti smo avtorice ankete ponudile odgovore:

- samo dopisovanje z osebo prek sporočil,
- bežno razmerje,
- resna partnerska zveza,
- prostitucija,
- prijateljstvo z globokimi pogovori,
- hoja na občasne zmenke, toda nič resnega,
- Prostitucija, vključno z dopisovanjem in občasno hojo na zmenke.

Največ odgovorov smo pričakovale prav pri zadnji navedbi, saj si tudi same tako predstavljamo to zvezo.

#### REZULTATI:



Graf 14: Predstava mladih o sugar dating-u  
Vir: Lasten vir, 2024

#### UGOTOVITEV:

Naša hipoteza je potrjena. 33% ljudi se je strinjalo, da je sugar dating prostitucija, skupaj z dopisovanjem in hojo na občasne zmenke. Le 4% manj ljudi se je strinjalo, da je sugar dating samo dopisovanje z osebo, 20% vidi sugar zvezo kot bežno razmerje, 10% kot hojo na občasne zmenke, toda nič resnega, 5% kot prostitucijo, 2% kot prijateljstvo z globokimi pogovori in čisto nihče ne gleda sugar zvezo kot resno partnersko zvezo.

Podatki torej prikazujejo, da le 5% ljudi meni, da gre pri sugar zvezah le za prostitucijo, v resničnosti pa je odstotek prisotnosti le-te v sugar dating-u veliko večji, kar sklepamo na podlagi tujih raziskav. Prav to je bil tudi namen te raziskovalne naloge ozavestiti mlade, da ni vse tako nedolžno, kot se zdi na prvi pogled.

## 16 POSLEDICE SUGAR DATING-A Z EKONOMSKEGA VIDIKA

V nadaljevanju vam bomo predstavile posledice, ki jih taka razmerja prinašajo posamezniku in pa posledice, ki jih lahko prinašajo družbi. Glede na to, da je ta trend dokaj nov, smo postavile tudi nekaj hipotez o razvoju trenda in posledicah le tega, upamo pa, da se sugar dating ne razvije v tolikšni meri, da bi postal družbeni problem.

Sugar dating lahko prinese kot posledico to, da sugar baby postane odvisen od finančne podpore. Postane lahko odvisen od finančnih sredstev, ki jih prejema od svoje sugar mommy-ice/daddy-ija, kar lahko vodi v finančno nesvobodo. Poleg tega lahko takšna odvisnost privede tudi do neravnovesja moči. Ker je en partner finančno odvisen od drugega, lahko to ustvari neravnovesje moči v razmerju. Sugar baby se lahko počuti kot, da mora izpolnjevati želje svojega Sugar daddy-ija/mommy-ice, da bi obdržal/a finančno podporo, kar lahko vodi v izkoriščanje tega neravnovesja iz strani sugar mommy-ice/daddy-ja.

Če se mlajši posamezniki odločijo za sugar dating kot vir finančne podpore, namesto za vlaganje v izobraževanje in karierno rast, lahko to dolgoročno vpliva na gospodarsko produktivnost družbe. Manjša vlaganja v izobraževanje lahko zmanjšajo izobrazbeno strukturo prebivalcev. V primeru, da bi bil sugar dating posameznikov edini vir prihodka, bi to povzročilo slabe delovne navade. Kot pravijo, vsega lepega je enkrat konec. Tako tudi mine mladost in sugar baby, ki je prestar, da bi bil sugar baby, je lahko kasneje brezposeln, saj nima izobrazbe in ne pravih delovnih izkušenj.

Po drugi strani pa sugar dating lahko prispeva k enakosti pri porazdelitvi bogastva v družbi. Če se del finančnih sredstev prenaša iz enega dela populacije v drugega na podlagi spolnih ali romantičnih razmerij, to lahko zmanjšuje razlike med bogatimi in revnimi. Manjša neenakost, ki jo lahko ustvari sugar dating, lahko vpliva na socialno stabilnost družbe. Če se bogastvo in priložnosti bolj enakomerno razporejajo, to lahko vodi v večje družbeno zadovoljstvo. (P., 2023)

### 16.1 REŠITEV ZA SUGAR DATING

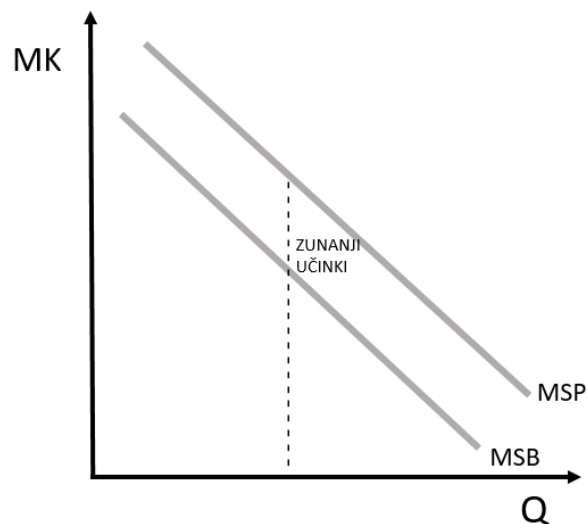
Verjetno je naše razmišljanje pred časom in se vam morda v tem trenutku ne zdi toliko pomembno, a verjamemo, da bo čez nekaj let to del resnih debat, iskanja rešitve na področju sugar dating-a in sive ekonomije. Oblikovale smo predlog za nadzor in reguliranje sugar dating-a. Kot smo že omenile, je na področju sugar dating-a veliko prevar in izkoriščanja. Z zakonsko ureditvijo na tem področju pa bi se negativne strani lahko bolje nadzorovale in morda celo odpravile.

Menimo, da bi bilo za takšne storitve potrebno v Sloveniji sprejeti zakonsko ureditev sugar dating-a, ki bi zajemala v naprej določene zneske. Če bi sugar baby izdal za svojo storitev račun, bi ga moral sugar daddy/mommy plačati in ne bi prišlo do izkoriščanja sugar baby-ija. Kot so že sugar baby-iji v intervjujih razkrili, so bili večkrat ogoljufani, saj po storitvi niso dobili dogovorjenega plačila. Izdajanje računov in obdavčitev le teh bi pripomoglo k temu, da bi sugar baby-iji in sugar daddy-iji/mommy-ice vnaprej imeli določene zneske ali prihodke v drugih oblikah in do prevar v tolikšni meri ne bi prišlo.

To bi bilo koristno tudi z ekonomskega vidika, saj če bi sugar dating postala zakonsko urejena dejavnost, bi z obdavčitvijo te dejavnosti država dobila denar v državni proračun. Seveda bi bilo težje obdavčiti darila ali razna potovanja. Če bi se odločili za obdavčitev teh dohodkov, bi sugar baby-iji plačevali dohodnino sugar daddy-iji/mommy-iji pa davek na dodano. Seveda bi do takšne prakse lahko prišlo le, če bi se sugar dating v Sloveniji bolj razširil.

## 16.2 NEGATIVNE EKSTERNALIJE SUGAR DATINGA

Ker smo v predhodnih poglavjih ugotovile, da sugar dating negativno vpliva na družbo, smo se odločile to tudi prikazati z grafom mejne družbene koristnosti. Osi smo označile z mejno koristnostjo (kar označujemo z MK) in količino (kar označujemo z Q). Na grafu sta prikazani dve premici – mejna koristnost družbe (MSB) in mejna koristnost posameznika/kov (MSP). Kot lahko izberemo iz grafov, je mejna družbena koristnost pod premico mejne koristnosti posameznika. Posamezniki imajo od sugar dating-a več koristi kot celotna družba. Sami sugar baby-iji s sugar dating-om zaslužijo, medtem ko družba oziroma država s tem izgubi del prihodka. Če se baby-iji nebi ukvarjali s sugar dating-om, bi služili denar na drugačen način, ki bi bil obdavčen in tako prinašal denar v javno blagajno.



Slika 9: Mejna družbena koristnost  
Slika je simbolična

## 17 DISKUSIJA

### 17.1 OVREDNOTENJE HIPOTEZ

#### **H1: Slovenci, predvsem mladi, so v veliki meri seznanjeni z besedno zvezo sugar dating.**

S pomočjo ankete smo potrdile našo hipotezo, saj so mladi že slišali za besedno zvezo sugar dating. To so zasledili največkrat na Tiktoku, kjer se sugar dating omenja kot šala in pa na Instagramu, kjer lahko mladi tudi dobijo ponudbe s strani daddy-ijev/mommy-ic za zvezo. Iz ankete smo tudi izvedeli, da je 52% anketirancev že bilo ogovorjenih s strani povpraševalcev. Pogosto je tema sugar dating tudi prisotna med pogovori z vrstniki. Mladi v Sloveniji sugar dating ne vidijo kot sporno dejavnost, ampak kot dodaten vir prihodka v sodobni družbi. Poleg naštetega pa sugar dating zasledimo na raznih spletnih straneh, kot so novinarski članki, forumi in na spletni straneh, namenjenih prav sugar dating-u, kot so sugarbabies.com, mysugardaddy.com, sugarsearch.com, sugardaddymeet.com.

#### **H2: Spol ima vlogo pri vključevanju v sugardating v Sloveniji, pri čemer so moški bolj nagnjeni k vlogi sugardaddy-ja, medtem ko so ženske pogosteje v vlogi sugar baby-ja.**

Hipoteza je potrjena. Z analizo dveh spletnih strani, kateri sta imeli največ slovenskih uporabnikov, smo ugotovile, da je na spletni strani sugarbabies.com 76% ženskega spola, drugo pa predstavljajo moški in trans osebe. Na spletni strani mysugardaddy.com imamo kot ponudnike izključno samo ženske. Za tem smo analizirale še povpraševalce v Sloveniji oziroma daddy-ije in mommy-ice. Ugotovile smo, da so v Sloveniji kot povpraševalci samo moški.

#### **H3: Slovenski trg sugar dating-a ni v tržnem ravnotežju. Na tržnih kanalih, kjer se potencialni kupci in ponudniki srečujejo, je več povpraševalcev (sugardaddy-jev) kot je ponudnikov (sugarbaby-jev).**

Hipoteza je potrjena. Ugotovile smo, da je številčno več ponudnikov kot povpraševalcev kar pomeni, da se v Sloveniji pojavlja presežna ponudba. Tržno ravnotežje bi obstajalo, če bi bilo enako razmerje med ponudniki in povpraševalci. To pomeni, da bi bilo povpraševanje po sugar dating-u enako ponudbi. Torej bi vsak od ponudnikov imel možnost opravljanja svoje storitve in prejemanja plačila, povpraševalci pa možnost koriščenja storitev.

#### **H4: Največ ponudnikov in povpraševalcev po sugar dating-u v Sloveniji ima kot stalno prebivališče na svojem profilu na spletnih straneh, ki jih bomo analizirale, določeno v večjem slovenskem mestu, kot na primer Ljubljana.**

Hipotezo lahko potrdimo. Po analizi slovenskih povpraševalcev in ponudnikov na spletnih straneh sugarbabies.com in mysugardaddy.com ter raznih forumih smo ugotovile, da je največ spletnih uporabnikov prijavljenih v večjih mestih. Zelo prevladuje naše glavno mesto Ljubljana. Rezultate analize prebivališč ponudnikov in povpraševalcev smo opredelile po slovenskih statističnih regijah, kjer prevladuje Osrednjeslovenska regija.

#### **H5: Na področju sugar dating-a v Sloveniji ni zakonskih ureditev.**

Naša hipoteza je potrjena. Slovenija nima zaenkrat še nikakršnih zakonskih ureditev glede sugar dating-a. Glede na to, da se zelo pogosto v sugar dating-u skriva tudi prostitucija, saj sugarbabby-iji za plačilo ponujajo v nekaterih primernih tudi intimnost in spolne usluge, smo avtorice preverile zakonsko ureditev prostitucije. Ugotovile smo, da je ta v Republiki Sloveniji dekriminalizirana že od 31. julija 2003 in je opredeljena kot poklic v Uredbi o uvedbi in uporabi standardne klasifikacije poklicev (poklic prostitutke je naveden pod šifro: 5149.04) in kot dejavnost v Standardni klasifikaciji dejavnosti, ki se je začela uporabljati s 1.1.2008 (prostitucija je uvrščena med druge storitvene dejavnosti pod šifro 96.090).

Je pa kaznovan tisti, ki zaradi izkoriščanja sodeluje pri prostituciji druge osebe ali kdor s silo, grožnjo ali preslepitvijo navede, pridobi ali spodbudi drugo osebo k prostituciji, (se kaznuje z zaporom od treh mesecev do petih let) in tisti, ki zaradi izkoriščanja sodeluje pri prostituciji mladoletne osebe ali posega po prostituciji mladoletne osebe ali kdor s silo, grožnjo, preslepitvijo, novačenjem ali nagovarjanjem navede, pridobi ali spodbudi mladoletno osebo k prostituciji, (se kaznuje z zaporom od enega do desetih let.)

#### **H6: Ob porastu sugar dating-a se povečuje tudi delež sive ekonomije. Posledično je statistično prikazani BDP tudi zaradi sugar dating-a nižji od dejanskega.**

Hipoteza je potrjena. Sivo ekonomijo lahko opredelimo kot neregistrirano ekonomsko dejavnost prebivalstva. Ker sugar dating ni zakonsko opredeljen, ga ne moremo registrirati in za storitve plačevati davek državi, kar pomeni, da gre za sivo ekonomijo. Vsaka oblika sive ekonomija pa državo odmika od njenega potencialnega BDP.

#### **H7: Sugar dating ima negativne posledice na družbo, tudi z ekonomskega vidika.**

Hipoteza ni v celoti potrjena. Sugar dating ima veliko negativnih posledic za družbo kot so finančna odvisnost od druge osebe (sugar dady-ijev/mommy-ic), nekvalificirana delovna sila, saj se posamezniki odločajo za sugar dating kot vir finančne podpore namesto za vlaganje v izobraževanje in karierno rast. Vse skupaj lahko dolgoročno vpliva na gospodarsko produktivnost družbe. Kot posledice še uvrščamo večanje sive ekonomije ter še večji odmik od potencialnega BDP-ja. To je BDP, ki bi ga država dosegla, če bi popolnoma izkoristila vse proizvodne dejavnike. Vsak proizvodni dejavnik, ki v procesu proizvodnje ni uporabljen do popolnosti, državo odmika od njenega potencialnega BDP.

Po drugi strani pa imamo tudi eno pozitivno posledico. Sugar dating lahko prispeva k enakosti pri porazdelitvi bogastva v družbi. Če se del finančnih sredstev prenaša iz enega dela populacije v drugega, to lahko zmanjšuje razlike med bogatimi in revnimi. Manjša neenakost, ki jo lahko ustvari sugar dating, lahko vpliva na socialno stabilnost družbe.

## 17.2 POSLEDICE RAZISKAVE

S svojo raziskavo prispevamo k razumevanju različnih vidikov sugar dating-a in na splošno razumevanju te besedne zveze. Opredelile smo tako ponudnike kot povpraševalce pri storitvah v sugar dating-u. Natančno smo jih tudi analizirale po spolu, starosti in regijah kjer živijo. Pomagale smo razumeti dejanske motive in razmišljanja Slovencev za vključitev v takšne odnose in prispevale k odpravljanju napačnih predstav sugar dating- a. Slovenci imajo tako lahko širši pogled na takšno zvezo in bolje razumejo etična vprašanja v povezavi s sodobnimi oblikami intimnih odnosov. S predstavitvijo naših ugotovitev smo ozavestile širšo javnost o pojavu sugar dating-a in njegovem vplivu na posameznika in družbo kot celoto iz psihološkega, predvsem pa ekonomskega vidika. Opozorile smo tudi na posledice sugar dating-a tako na posameznika kot na družbo kot celoto. Slovence smo opozorile tudi na dejstvo, da se lahko tudi v Sloveniji za olepšano sliko sugar dating-a skriva kruta realnost, ki vključuje prostitucijo in razne spletne prevare, ob katerih lahko izgubimo tudi visoke vsote denarja.

V raziskovalni nalogi smo ugotovile, da pravne zakonodaje na področju sugar datinga-a v Sloveniji zaenkrat nimamo. Državo zato opozarjamo na vse pogostejši trend, ki povečuje sivo ekonomijo in povečuje odmik od potencialnega BDP. Državi tako predlagamo zakonsko ureditev, ki bi sugar dating uzakonila ter obdavčila in s tem imela večji nadzor nad storitvami sugar dating-a. Prav tako bi se lahko izkoriščani v tej panogi na sodišču pritožili, kar bi vodilo v manj prevar in izkoriščanj. Dobra stran tega bi bilo tudi to, da bi si lahko ponudniki te storitvene dejavnosti plačevali socialno in zdravstveno zavarovanje. Ker bi bila dejavnost registrirana in posledično obdavčena, bi država imela tudi prihodek, dejavnost se ne bi več štela pod sivo ekonomijo in ne bi se oddaljevali od potencialnega BDP.

Mladim smo tudi dokazale, da sugar dating ne prinaša dovolj velikih prihodkov v Sloveniji, da bi se lahko s tem preživljali. Prav zaradi tega sugar dating v Sloveniji ni pogost pojav, smo pa avtorice v svoji nalogi nakazale, kaj lahko pričakujemo v prihodnosti, glede na to, da opažamo porast popularnosti sugar dating-a.

## 17.3 OMEJITVE RAZISKAVE

Med raziskovanjem smo avtorice naleteli na nekaj omejitev. Prva omejitev so bili predsodki ob naslovu naše raziskovalne naloge. Na spletni strani 1ka smo ugotovile, da je več kot polovica anketirancev ob prvem vprašanju zapustila spletno mesto naše ankete in tako ni odgovorila na vprašanja. Več anketirancev, kot bi imele, natančnejše podatke bi lahko predstavile.

Naslednja omejitev je bilo to, da na spletnih straneh za sugar dating nimamo dostopa do vpogleda, koliko ljudi je med seboj "poparčkanih" oziroma med seboj v sugar zvezah in koliko baby-ijev ima v Sloveniji enega daddy-a oziroma koliko daddy-ijev ima v Sloveniji več različnih baby-ijev. V ZDA je namreč pogosto, da ima en baby-ji več različnih daddy-ijev, da zaslužijo čim več denarja. Če to velja tudi za Slovenijo, pa je lahko ideja za naslednje raziskave.

Ker naša raziskava zajema slovenski trg, smo bile omejene z viri, saj kot smo že omenile, v Sloveniji ni bila na to tematiko narejena še nobena raziskava, zato smo se morale še posebej potruditi, da smo prišle do določenih informacij, ki so veljale za slovenski trg. Čeprav smo zaradi te omejitve še več, raziskovale smo zadovoljne s količino informacij, ki smo jih pridobile.

## 18 ZAKLJUČEK

Sugar dating je zveza med dvema osebama, sugar baby-iji – osebe, ki s svojo telesno privlačnostjo ali empatijo očarajo načeloma starejšo, finančno stabilnejšo osebo, sugar mommy-ice ali sugar daddy-ije. Do povezave med dvema osebama pride zaradi različnih interesov. Sugar baby-iji ponujajo sugar daddy-ijem/mommy-ico pogovor, druženje in druge oblike pozornosti, v najskrajnejših primerih celo svojo intimnost. Sugar dady-iji/mommy-ice pa jim v zameno kupujejo darila, plačujejo drage izlete ali pa nakažejo določeno vsoto denarja. Seveda pa se vsaka takšna "zveza" razlikuje od dogovora med dvema posameznikoma in zato nista niti dve med seboj popolnoma enaki. Najpogostejša starost sugar baby-ijev je med 18 in 34 let. Od 18. leta dalje zato, ker tako tudi zahtevajo spletne strani, na katere se lahko prijavijo tisti, ki želijo postati sugar baby-iji. Ti so lahko osebe moškega ali ženskega spola.

Sugar dating je poznan izraz med mladimi, saj to besedno zvezo večkrat opazijo na družbenih omrežjih, kot sta Tik Tok in Instagram. Ti platformi pa mladim prikazujeta napačen pomen te besedne zveze, zato je sugar dating za večino družbeno sprejemljiv pojav. Zato se tudi vse več deklet spušča v sugar dating in na Slovenskem trgu ustvarja presežno ponudbo. Med ponudniki se na trgu ustvarja monopolistična konkurenca. Trg predstavljajo različni spletni portali in platforme, kot so Instagram in Tinder ter spletni strani mysugardaddy.com in sugarbabies.com. Ugotovile smo, da v ponudbi prevladuje ženski spol, medtem ko v povpraševanju prevladuje moški spol – sugar daddy-iji. Seveda pa tako povpraševalci kot tudi ponudnice želijo ostati čim bolj anonimne, da ne bi drugi izvedeli, s čim se ukvarjajo. Posledica tega je zgoščevanje sugar dating-a v večjih slovenskih mestih, še posebej v Ljubljani. Ker to v Sloveniji ni razširjen pojav, družba ni dobro seznanjena s pomenom te besedne zveze in tudi ni zakonsko urejena. Zakonska neurejenost tega področja povzroča nastanek sive ekonomije – neregistrirane dejavnosti. Te panoge ne moremo registrirati in za storitve ne moremo plačevati davka državi, to pa nas še bolj oddaljuje od ustvarjanja potencialnega BDP-ja.

Kot družba in posamezniki smo žrtev veliko negativnim posledicam sugar dating-a. To so finančna odvisnost sugar baby-ijev in nekvalificirana delovna sila, saj se posamezniki odločajo za sugar dating kot vir finančne podpore, namesto vlaganja v izobraževanje in karierno rast. Izkazala pa se je tudi ena pozitivna posledica sugar dating-a. To je prispevanje k enakosti pri porazdelitvi bogastva v družbi in zmanjšanje razlik med bogatimi in revnimi.

Torej opazamo, da prevladujejo predvsem negativne posledice, zato avtorice te raziskovalne naloge ne želimo, da sugar dating postane ustaljena praksa v Sloveniji in prav zaradi tega je treba raziskovati in posledično ozaveščati temno plat sugar dating-a ter s tem ustaviti porast te dejavnosti. V primeru hudega porasta pa jo zakonsko urediti.

## 19 VIRI IN LITERATURA

### 19.1 LITERATURA

- Arsenijević, G. in Marič, M. (2024). Digitalna transformacija poslovanja in marketinga: poslovanje, pozicioniranje, upravljanje, inteligenca (1. izd.). Pearson Education Limited.
- Arsenijević, G., Vukovič, G., Leskovar, R., Marič, M. (2020). Digitalni marketing za sodobne organizacije (1. izd.). Pearson Education Limited.
- McConnell Campbell, R. in Stanley, L. (2018) Microeconomics: principles, problems, and policies (22. izd.) McGraw-Hill
- Korošec, M. (2020). Digitalni marketing od A do Ž (2. izd.). Rdeča Oranža.
- Gorec, T. (2018). Kako do prvih mest na Googlu: Z Googlovo pomočjo do prepoznavnosti, večje prodaje in dobička. (1. izd.). Grafika.
- Perme, M. (2014). Besede, ki se prodajajo (1. izd.).
- Kovač, B., Rihtarič, M., Kešeljevič, A., Boršič, D., Taškar Beloglavec, S. (2014). Ekonomija 3 (1. izd.). Zavod Republike Slovenije za šolstvo
- Hrovatin, N. in Batistič, T. (2013) Ekonomija 4: Razvojne poti slovenskega gospodarstva (2. izd.). Zavod Republike Slovenije za šolstvo

### 19.2 SPLETNI VIRI

- Andrino, L. (2023). Why more men are turning to sugar babies for companionship. Pridobljeno 25. 2. 2024 s spletne strani: <https://medium.com/hello-love/why-more-men-are-turning-to-sugar-babies-for-companionship-34530a3fc564>
- SugarDaddyForMe (2022). New SugarDaddyForMe.com Survey Finds That Most Members are Trying Sugar Dating for the First Time Along with Other Interesting Statistics about the Community. Pridobljeno 27. 2. 2024 s spletne strani: [https://finance.yahoo.com/news/sugardaddyforme-com-survey-finds-most-120000541.html?guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlMnVvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAC29UCulIENkGt1JrQwsnXX76nKb6lfegATT9pZhYDvtWhR8Q0R2Tg69ihb7Xghwj5znOBcBHCC0wnCUYDg\\_bhZIPbUQhoDDLIZWcf-VUDmCSb3015OjQSWlpPJ4koukonP6vS-loE1Bpz5Yh3p79d9DW7e43\\_3APRGVbaSnUOIw&guccounter=2](https://finance.yahoo.com/news/sugardaddyforme-com-survey-finds-most-120000541.html?guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlMnVvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAC29UCulIENkGt1JrQwsnXX76nKb6lfegATT9pZhYDvtWhR8Q0R2Tg69ihb7Xghwj5znOBcBHCC0wnCUYDg_bhZIPbUQhoDDLIZWcf-VUDmCSb3015OjQSWlpPJ4koukonP6vS-loE1Bpz5Yh3p79d9DW7e43_3APRGVbaSnUOIw&guccounter=2)
- Štok, K. (2021). Podrsaj me desno. Slovenci ljubezen (še bolj) iščemo na Tinderju. Pridobljeno 28. 2. 2024 s spletne strani: <https://www.rtvlo.si/tu-eu/podrsaj-me-desno-slovenci-ljubezen-se-bolj-iscemo-na-tinderju/601949>
- P., K. (2023). 24-letnica hodi na zmenke s starejšimi moškimi, ki ji plačujejo draga potovanja in večerje. Pridobljeno 3. 3. 2024 s spletne strani: <https://siol.net/trendi/potovanja/24-letnica-hodi-na-zmenke-s-starejsimi-moskimi-ki-ji-placujejo-draga-potovanja-in-vecerje-608916>
- Čuk, J. (2018). Stopnja delovne aktivnosti med mladimi je bila v 2017 51,1-odstotna. Pridobljeno 3. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.stat.si/statweb/News/Index/7570>
- Špiletič, R. J. (2018). Obrazi prihodnosti: Mladi in finance - nič ni dražjega od denarja. Pridobljeno 12. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.dnevnik.si/1042818271>
- Krantz, R. (2018). I'm a Professional Sugar Baby. Here's What It's Like to Get Paid to Hang Out With Rich Guys. Pridobljeno 17. 3. 2024 s spletne strani: <https://money.com/what-professional-sugar-baby-makes/>
- Bame, Y. (2017). Do you know what a sugar baby is? 61% of Americans do. Pridobljeno 17. 3. 2024 s spletne strani: <https://today.yougov.com/society/articles/18412-do-you-know-what-sugar-baby-61-americans-do>



- The Carlson law firm. (2024). Sugar Dating: What are the Dangers of this Type of Arrangement? Pridobljeno 17. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.carlsonattorneys.com/news-and-update/sugar-dating-arrangement>
- Horton, I. in Scott F., G. (2020). Students share the sour reality of sugar dating. Pridobljeno 18. 3. 2024 s spletne strani: <https://epigram.org.uk/the-sour-reality-of-sugar-dating/>
- Brodeur, A., Lekfuangfu, W. N., & Zylberberg, Y. (2018). War, migration and the origins of the Thai sex industry. Journal of the European Economic Association. Pridobljeno 18. 3. 2024 s spletne strani: <https://doi.org/10.1093/jeea/jvx037>
- Dolan W., E. (2024). The psychology of sugar dating: New research dives deep into the realities of sugar arrangements. Pridobljeno 19. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.psypost.org/the-psychology-of-sugar-dating-new-research-dives-deep-into-the-realities-of-sugar-arrangements/>
- Ernst, F., Romanczuk-Seiferth, N., Köhler, S., Amelung, T., & Betzler, F. (2021). Students in the sex industry: Motivations, feelings, risks, and judgments. Frontiers in Psychology. Pridobljeno 19. 3. 2024 s spletne strani: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.586235>
- Choma (2022). What is a Sugar Baby? Pridobljeno 19. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.choma.co.za/what-is-a-sugar-baby/>
- Kumar, S. (2024). Sugar Baby Allowance: How Much Do Sugar Babies Charge Per Month 2024? pridobljeno 19. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.linkedin.com/pulse/sugar-baby-allowance-how-much-do-babies-charge-per-month-sumit-kumar-hwxgc/>
- Wikipedia (2022) Kurtizana. Pridobljeno s 17. 3. 2024 s spletne strani: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Kurtizana>
- Pomurec (2014) 10 tipov prostitutk skozi zgodovino. Pridobljeno 17. 3. 2024 s spletne strani: [https://www.pomurec.com/vsebina/22078/10\\_tipov\\_prostitutk\\_skozi\\_zgodovino](https://www.pomurec.com/vsebina/22078/10_tipov_prostitutk_skozi_zgodovino)
- Motyl J. (2012). Trading Sex for College Tuition: How Sugar Daddy “Dating” Sites May Be Sugar Coating Prostitution. Pridobljeno 19. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.pennstatelawreview.org/117/3/Motyl%20final.pdf>
- U. G. – Uredništvo (2023). STE ŽE SLIŠALI ZA 'SLADKE OČKE' IN 'SLADKA DEKLETA'? Obstaja kar nekaj oblik tovrstnih odnosov. Pridobljeno 20. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.regionalobala.si/novica/ste-ze-slisali-za-sladke-ocke-in-sladka-dekleta-obstaja-kar-nekaj-oblik-tovrstnih-odnosov-#>
- Fahey, M. (2015). Austin has over 9,000 sugar daddies? Data say not so fast. Pridobljeno 20. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.cnbc.com/2015/09/26/s-data-says-not-so-fast.html>
- Odvetnik pri Bruckheim & Patel (2020). Is sugar dating prostitution? Pridobljeno 20. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.brucklaw.com/sugar-dating-prostitution/>
- SDM (2023). Which Places Explicitly Prohibit Sugar Relationship. Pridobljeno 20. 3. 2024 s spletne strani: <https://www.sugardaddymeet.com/sugar-daddy-dating-blog/which-places-explicitly-prohibit-sugar-relationship>
- Czudek, D., Kubiček, J., Morawski, W., Wilmanowicz – Słupczewska, M. (2023). Sugar – dating (Sponsoring) Income Tax Consequences of Sexual Relations in Polish and Czech Law. Pridobljeno 8. 4. 2024 s spletne strani: <https://prawoiwiew.edu.pl/piw/article/view/558/501>
- Dictionary.com (2024). Pridobljeno 8. 4. 2024 s spletne strani: <https://www.dictionary.com/>
- Fran: slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. (2023). Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. Pridobljeno 9. 4. 2024 s spletne strani: <http://www.fran.si/>
- Kazenski zakonik (KZ-UPB1). (2004). Uradni list RS, št. 95/04. Pridobljeno 9. 4. 2024 s spletne strani: <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4149>

## 20 PRILOGE

### 20.1 PRILOGA 1: ANKETNI VPRAŠALNIK O SUGAR DATING-U

Izberite spol

- Moški
- Ženski

Si kdaj razmišljal/a, da bi postal/a sugar baby?

- Da
- Nikoli

Če bi lahko, zakaj bi postal sugar baby? (možnih je več odgovorov)

- Dodaten vir prihodka
- Draga darila
- Potovanja
- Mommy/ daddy issues
- Spoznavanje novih ljudi
- Avanturizem, nova izkušnja

Kje si prvič zasledil/a sugar dating? (možnih je več odgovorov)

- Instagram
- Tik tok
- Od sovrstnikov
- Na spletu

Ali te je že kdaj ogovoril kakšen sugar daddy/ mommy (šteje se tudi instagram request)

- Nikoli
- Enkrat
- Večkrat

Kakšno je tvoje mnenje o sugar datingu?

- Sporno
- Dodaten vir prihodka v sodobni družbi
- Nimam mnenja

Kaj si predstavljate, ko slišite izraz sugar dating, s strani sugar baby – ja?

- Samo dopisovanje
- Hoja na občasne zmenke toda nič resnega
- Prijateljstvo z globokimi pogovori
- Bežno razmerje
- Resna partnerska zveza
- Prostitucija
- Prostitucija, dopisovanje, hoja na zmenke