

# **EKONOMSKE ZAKONITOSTI NA TURISTIČNEM TRGU**

## **TURISTIČNA PONUDBA**

# opredelitev

- Turistična ponudba je količina turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen.

# Delitev turistične ponudbe

- primarna turistična ponudba
- sekundarna turistična ponudba.

# Primarna turistična ponudba

- obsega tiste dobrine, ki niso proizvod dela

ALI

jih človek ne more več proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo.

# Sestavni deli primarne turistične ponudbe:

- naravne dobrine
- Kulturno-zgodovinske dobrine.

# naravne dobrine

- Teh dobrin ne more človek proizvajati in ne spreminjati njihove kakovosti.
- Ali to drži??

# Kulturno-zgodovinske dobrine

- so proizvod človekovega dela, vendar jih je človek naredil v bližnji ali daljni preteklosti.

# Razlika med kult. – zgod. dobrinami in sekundarno ponudbo

- preteklega dela ni mogoče ponoviti in da danes teh dobrin ni več možno proizvajati z enako uporabno vrednostjo in v enaki kakovosti.



# Sekundarna turistična ponudba

- osnovna infrastruktura
- turistična infrastruktura
- turistična superstruktura

# Osnovna infrastruktura

- komunalna in osnovna prometna ureditev, npr. vodovod, električna napeljava, cestna ureditev, pokritost s telefonskim omrežjem...

# Turistična infrastruktura

- objekti in zmogljivosti
- npr. hoteli, restavracije, marine, športna igrišča.

# turistična superstruktura

- proizvodi in storitve
- npr. storitve turističnih agencij, storitve prevoza, storitve v gostinskih obratih.

# Razlika med primarna in sekundarno ponudbo

- Dobrine sekundarne ponudbe lahko (v zadostni količini) vedno ponovno proizvedemo
- ?? Hotel Burj Al Arab, Dubaj

# Medsebojna odvisnost primarne in sekundarne ponudbe

- Naravne in kulturne privlačnosti brez sekundarne ponudbe niso tako privlačne, ker večinoma sploh niso dostopne.
- Dobrine primarne ponudbe so glavni predmet povpraševanja zlasti pri počitniškem, izletniškem in kulturnem turizmu
- Sekundarna ponudba: poslovni, igralniški, nakupovalni, doživljajski T  
(Disneyland, Las Vegas...)

# turistična valorizacija

- preoblikovanje naravnih in kulturnih privlačnosti v turistično ponudbo in s tem njihovo tržno ovrednotenje
- npr. sneg kot prosta dobrina ekonomsko ni izkoriščena.
- Ko se izgradijo hoteli, žičnice in smučišča... postane sneg gospodarska dobrina. S tem se skozi valorizacijo preoblikuje v primarno turistično ponudbo.

# Značilnosti turistične ponudbe

- HETEROGENOST (RAZNOVRSTNOST) PONUDBE
- NEPREMIČNOST TURISTIČNE PONUDBE
- Najbolj naravne dobrine
- sekundarnih zmogljivosti so odvisne od lokacije primarne ponudbe.



- VISOKA VLOŽENA SREDSTVA
- Velik delež stalnih sredstev, sredstva se vračajo v dolgem časovnem obdobju
- SEZONSKE SPREMENLJIVOST  
TURISTIČNE PONUDBE IN NIZKA  
IZRABA ZMOGLJIVOSTI
- Stalni stroški in nizka izkoriščenost

Izrabo zmogljivosti v nastanitvenih obratih merimo s kazalci zasedenosti sob ali ležišč.

- Koeficient zasedenosti ležišč (ali sob) v %

$$= \frac{\text{število prenočitev} * 100}{\text{število ležišč (ali sob)} * \text{čas. obd.}}$$

# Primer:

- Izračunajte povprečno letno stopnjo zasedenosti ležišč za hotel, ki je v lanskem letu **julija in avgusta** imel v povprečju 90 % zasedenost zmogljivosti, **junija in septembra** 75 %, **aprila, maja in oktobra** 45 %, **ostale mesece** pa 30 % povprečno stopnjo zasedenosti ležišč.

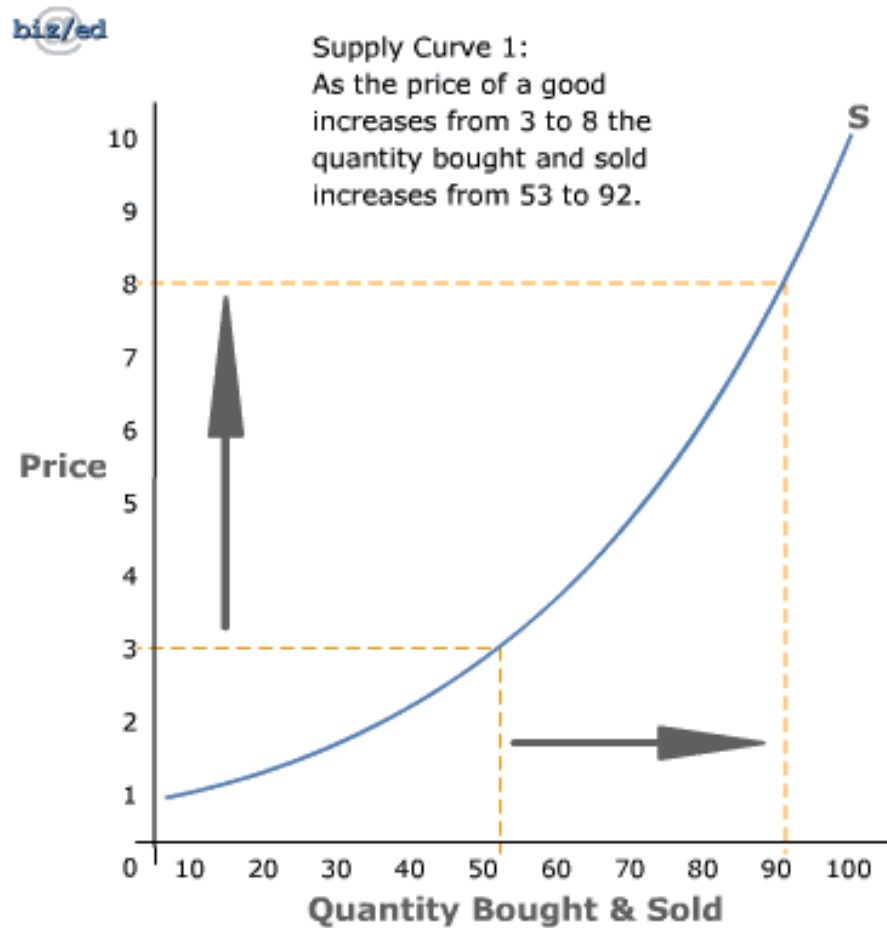
# Odnos med turistično ponudbo in povpraševanjem

- Primarna TS določa velikost TD (dokaz: vpliv sezone)
- TD vpliva na količino sekundarne TS
- količina sekundarne TS je odvisna od višine cen
- Višina cen je odvisna od velikosti TD
- TD je odvisno od primarne TS

# Vpliv cene na turistično ponudbo

- zakon ponudbe:
- Višja kot je cena turističnega proizvoda, večji bo obseg njegove ponudbe in obratno.

- krivulja turistične ponudbe ( $S = \text{SUPPLY}$ ):



Vir: <http://www.bized.co.uk/sites/bized/files/images/supply1.gif>

# Merjenje cenovne odzivnosti turistične ponudbe

- Ponudniki turističnih proizvodov se odzivajo na spremembe cene s spremembo obsega ponujenega proizvoda.

# Cenovna elastičnost turistične ponudbe

- pove, kako se spremeni količina turistične ponudbe določenega turističnega proizvoda zaradi spremembe cene tega proizvoda.



# Koeficient cenovne elastičnosti turistične ponudbe:

- $E = \% \text{ sprememba količine ponudbe} / \% \text{ sprememba cene}$
- Elastičnost ponudbe glede na ceno je v splošnem **manjša od 1 (nizka elastičnost)**

# Primer:

Cena nočitve v hotelu je v času izven sezone znašala 50 EUR. Hotel je ponujal 300 ležišč. V glavni turistični sezoni se je cena nočitve povečala za 40 %, hotel pa je ponujal vse zmogljivosti, t.j. 400 ležišč. Izračunajte koeficient cenovne elastičnosti turistične ponudbe in zapišite odgovor.

Na stopnjo cenovne elastičnosti turistične ponudbe vplivata dva dejavnika:

- možnosti povečanja proizvodnje
- časovno obdobje (vpliv sezone).

# možnosti povečanja proizvodnje:

- Kadar je **dostop do novih proizvodnih dejavnikov** (delo in kapital) enostaven:
- turistična ponudba se lahko malo hitreje poveča
- Malo višja (vendar ne zelo visoka) cenovna elastičnost ponudbe

# Vpliv sezone:

- cenovna elastičnost je manjša v času sezone, ko je zasedenost zmogljivosti večja.
- manjše možnosti zagotovitve dodatnih zmogljivosti kot izven sezone.

# razlike v elastičnosti med primarno in sekundarno ponudbo:

- **naravne dobrine:** praviloma popolna neelastičnost ponudbe
- **Kult.-zgod. dobrine:** zelo nizka elastičnost

# Neelastičnost ponudbe naravnih dobrin

- Vir: [http://www.bized.co.uk/sites/bized/files/images/diagrams/big/pes\\_0.gif](http://www.bized.co.uk/sites/bized/files/images/diagrams/big/pes_0.gif)



# (Delno) povečanje ponudbe naravnih dobrin je možno:

- s povečanjem sekundarne ponudbe
- S podaljšanjem sezone
- Ureditev jezer, jam... za T obisk
- Z izgradnjo sekundarne ponudbe v doslej neturističnih krajih



# Povečanje ponudbe kult.-zgod. dobrin:

- S povečanjem števila razstavljenih zbirk v muzejih...
- Z odkritjem novih kulturno-zgodovinskih dobrin
- Z izgradnjo sekundarne ponudbe (v doslej neturističnih krajih)
- Sekund. ponudba v kult.-zgod. objektih

# sekundarna ponudba

- zaradi velikih finančnih sredstev potrebno za povečanje ponudbe precej časa
- Praviloma nizka elastičnost, vendar višja kot pri primarni ponudbi