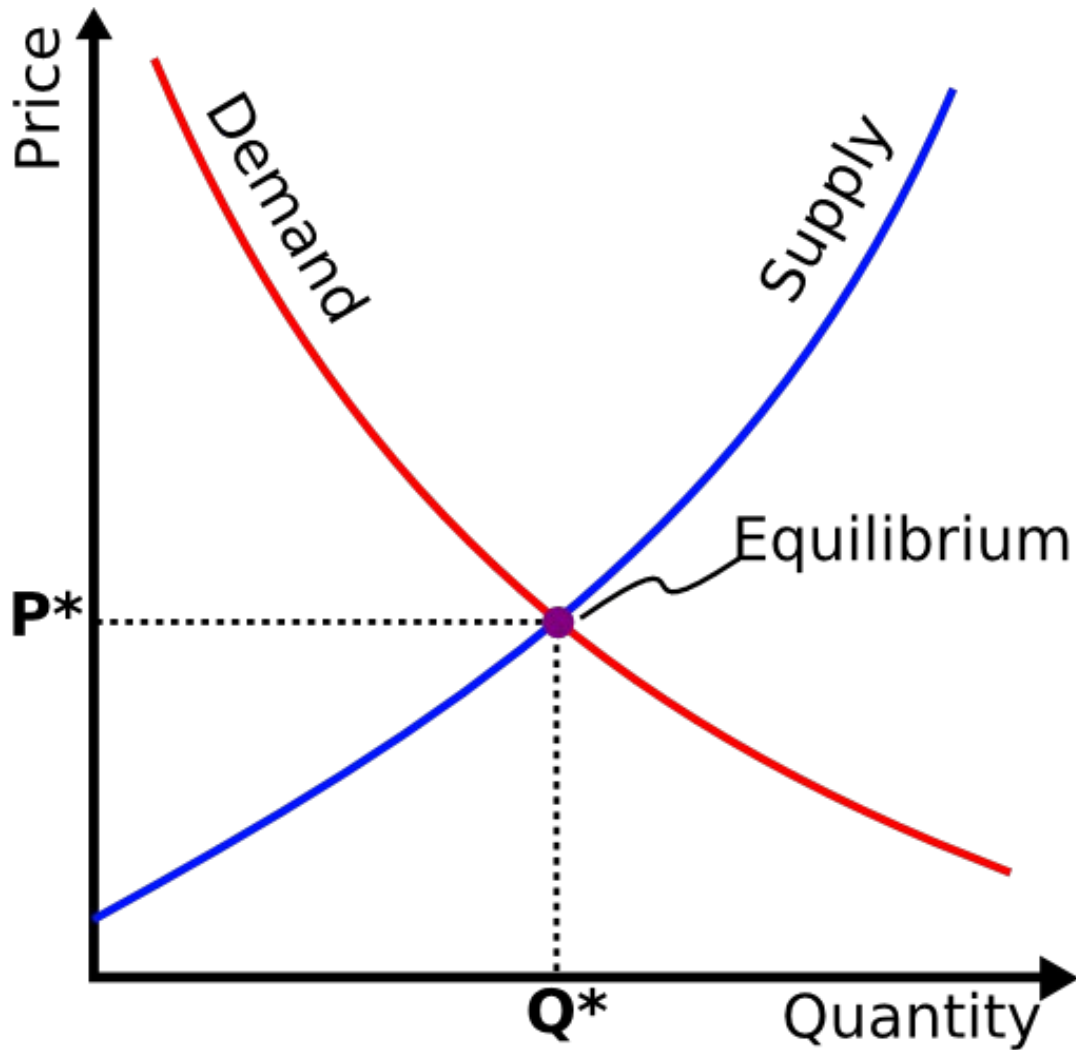


# **EKONOMSKE ZAKONITOSTI NA TURISTIČNEM TRGU**

## **TURISTIČNI TRG**

# Opredelitev:

- Prostor, kjer se na podlagi količine in kakovosti turistične ponudbe in količine povpraševanja odloča o kupljenem oz. prodanem turističnem proizvodu in njegovi ceni.



Vir: <http://stephansmithfx.com/explanations/supply-and-demand/>

Na turističnem trgu se dogajajo spremembe na strani povpraševanja in ponudbe in se pojavljajo novi trendi:

- nove oblike turizma
- Razvoj novih emitivnih trgov in turističnih destinacij
- Spremembe potovalnih navad
- Nove tehnologije

# Delitev T trga:

- Krajevni obseg poslovanja (npr. lokalni, nacionalni, mednarodni trg)
- Vsebino (npr. trg organizatorjev potovanj, trg konferenčnega turizma, trg zdravstvenega turizma...)
- **Stopnjo konkurence** (monopolni trg, trg svobodne konkurenca...)

## Na stopnjo konkurence na turističnem trgu vplivajo:

- Število potrošnikov in ponudnikov
- Stopnja diferenciacije produkta (manjša diferenciacija pomeni večjo konkurenco)
- Faktorji, ki omogočajo ali zavirajo vstop novih ponudnikov na trg (stroški kapitala, znanje, pravne omejitve – zlasti v letalskem prometu in igralništvu)
- Integracija znotraj turistične dejavnosti

# Vertikalna integracija:

- Kapitalske povezave (in prevzemi) poslovnih partnerjev (nakup letalske družbe, hotelskega podjetja ali turistične agencije z razvejano prodajno mrežo).
- NAMEN: večja kakovost in boljši nadzor, večji trg za prodajo

# Horizontalna integracija:

- povezave znotraj istega segmenta turistične dejavnosti.
- Npr. med letalskimi prevozniki
- Ali med organizatorji potovanj
  
- NAMEN: doseganje ekonomije obsega, večanje tržnega deleža, zniževanje stroškov, zmanjšuje konkurence.



# Značilnosti turističnega trga:

- POVPRAŠEVANJE IN PONUDBA STA PROSTORSKO LOČENA
- RAZNOVRSTNOST PONUDBE IN POVPRAŠEVANJA
- RAZLIČNA STOPNJA CENOVNE ELASTIČNOSTI POVPRAŠEVANJA IN PONUDBE

- SEZONSKA SPREMENLJIVOST  
POVPRAŠEVANJA IN PONUDBE
- VELIKA KONKURENCA MED  
PONUDNIKI
- SLABA ORGANIZIRANOST  
TURISTIČNEGA TRGA

# Odnosi med povpraševanjem in ponudbo na turističnem trgu

- primarna ponudba vpliva na povpraševanje, povpraševanje vpliva na višino cen, cene pa določajo sekundarno ponudbo, ki vpliva na izkoriščenost primarne ponudbe
- Na višku sezone je (lahko) povpraševanje večje od ponudbe, kar povzroči povečanje cen.

# Oblikovanje cen na turističnem trgu

- Če se poveča količina turističnega povpraševanja ob nespremenjeni ponudbi, se cene zaradi presežnega povpraševanja povečajo.
- Če se poveča količina ponudbe ob nespremenjenem povpraševanju, povzroči presežna ponudba znižanje cen.

# Za manj nujne oblike turizma:

- dohodek določa cene, cene določajo stroške, stroški pa določajo kakovost.
- Turistična ponudba se nižjim cenam prilagaja z nižjo kakovostjo

# Pri nujnih oblikah turizma:

- dohodek ni odločilni dejavnik.
- kakovost ponudbe določa stroške, cena se oblikuje na osnovi stroškov in od višine cen je odvisna količina povpraševanja.

# v višku sezone:

- povpraševanje je nekaj večje od ponudbe.
- Zaradi tega lahko ponudbena stran določa ceno.
- V sezoni se oblikuje **maksimalna cena**, ki (bi naj) pokrila vse stroške in ustvarila dobiček tudi za kritje morebitne izgube izven sezone

# v izvensezonskem času:

- ponudba večja od povpraševanja
- Izvensezonska cena je zato odvisna od povpraševanja
- **minimalna cena naj** krije spremenljive stroške



# Turistična renta

- ekonomski rezultat kot posledica ugodnih naravnih in drugih razmer
- turistični proizvodi dosegajo višjo tržno ceno zaradi atraktivnosti
- Vzrok za rento so kakovostne naravne in tudi kulturne dobrine
- Renta se praviloma oblikuje le v sezoni, ko imajo naravne dobrine največjo kakovost. V sezoni se oblikuje presežno povpraševanje in se cene povečajo.

# Turistična renta je posledica:

- povečanih cen v sezoni zaradi najboljše kakovosti naravnih dobrin
- znižanja stroškov v času sezone  
(zaradi večje ponudbe sekundarnih zmogljivosti se znižajo povprečni stalni stroški)

# Monopolna renta

- se oblikuje, ko imajo dobrine primarne ponudbe monopolni položaj na turističnem trgu. Gre za dobrine, ki nimajo prave konkurence.
- Npr. Postojnska jama, Dubrovnik, Benetke...

# Pozicijska renta

- se oblikuje v številnih destinacijah s privlačnimi naravnimi in kulturnimi dobrinami.
- Pozicijska renta ne dosega višine monopolne rente
- Npr. slovenska Obala, Alpe...