



# **EKONOMIKA TURIZMA**

4. TEMATSKA JEDINICA  
TURISTIČKA POTRAŽNJA



# TURISTIČKA POTRAŽNJA

- ▣ *Turistička potražnja se za potrebe turističke statistike definira kao ukupan broj osoba koji sudjeluje u turističkim kretanjima, ili se želi uključiti u turistička kretanja, da bi koristile različite turističke usluge u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade (Cooper et al., 1998).*



# TURISTIČKA POTRAŽNJA

- ▣ *S ekonomskog aspekta turistička potražnja se definira kao količina robe i usluga koje se pod određenim uvjetima i uz određenu cijenu može plasirati na turističkom tržištu, odnosno za koju postoji realan i objektivan interes mogućih turističkih korisnika (Rječnik turizma).*



## KLJUČNE ČINJENICE KOJE SE VEŽU UZ TURISTIČKU POTRAŽNJU

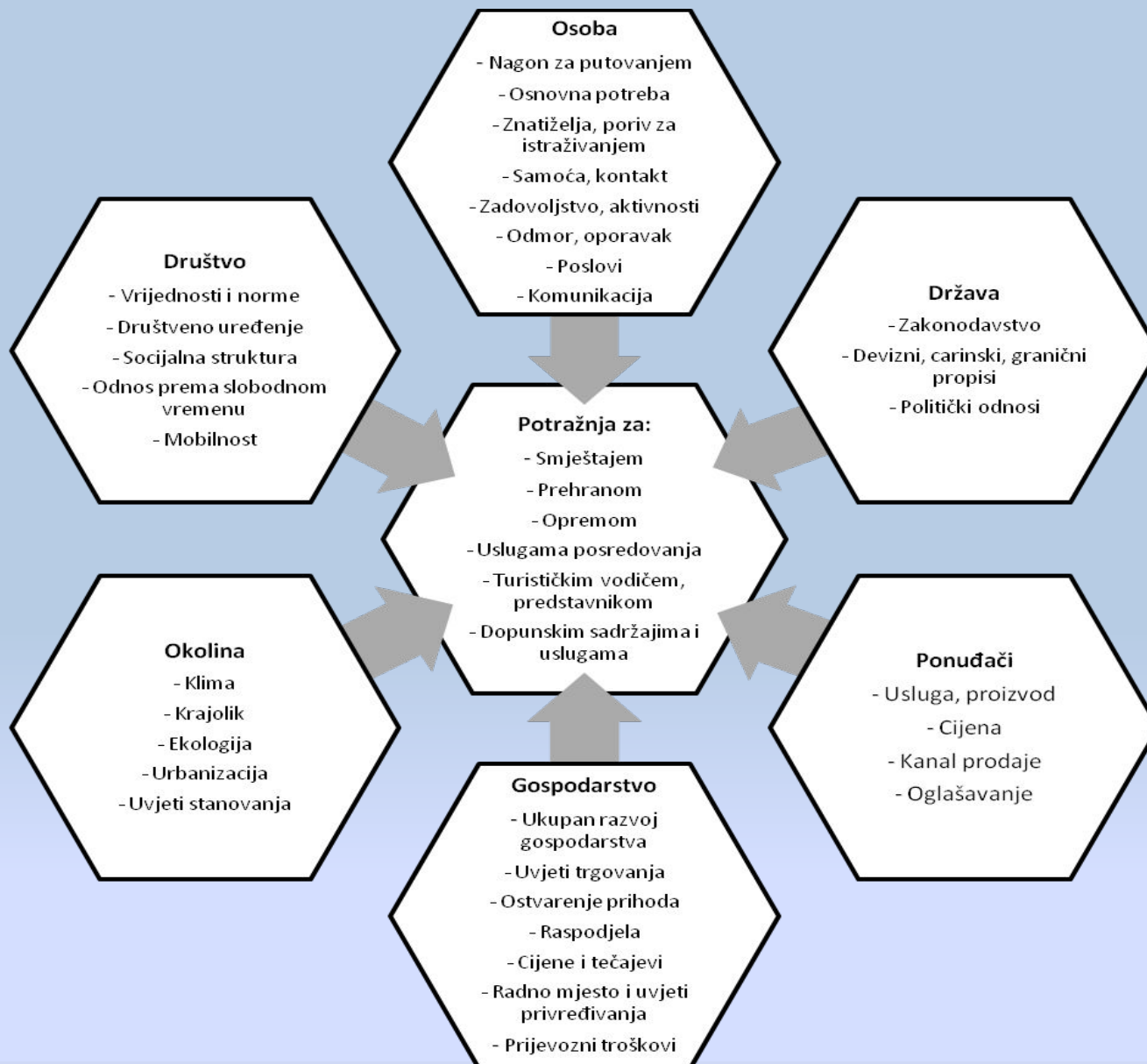
*Na potražnju može utjecati više čimbenika, a ne samo cijena*

*Potražnju ne čine samo osobe koje se stvarno uključuju u turistička kretanja, već i one osobe koje bi to željele, ali se iz određenih razloga ne mogu uključiti*

*Turistička potražnja determinira odnose na turističkom tržištu*



# FAKTORI KOJI UTJEČU NA TURISTIČKU POTRAŽNJU



## PODJELA TURISTIČKE POTRAŽNJE

- čine je svi stanovnici neke zemlje koji imaju objektivnu potrebu uključiti se u turistička kretanja.

**Idealna  
potražnja**

- predstavlja sve one osobe kod kojih postoji potreba, ali i mogućnost da zadovolje svoje turističke potrebe, ali koji još nisu donijeli konačnu odluku o potrošnji.

**Potencijalna  
potražnja**

- to su svi oni koji su donijeli odluku da sva ili dio svojih slobodnih sredstava i slobodnog vremena potroše za zadovoljenje turističkih potreba.

**Realna  
potražnja**

- dio realne potražnje, koji s aspekta različitih razina turističke ponude koristi usluge upravo u određenoj destinaciji, odnosno kod točno određenog davatelja usluge.

**Efektivna  
potražnja**

## OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE:

Dislociranost turističke potražnje

Heterogenost turističke potražnje

Elastičnost turističke potražnje

Dinamičnost turističke potražnje

Sezonski karakter turističke potražnje



## Dislociranost turističke potražnje

- ▣ *Turistička potražnja je prostorno odvojena od turističke ponude.*
- ▣ *Dislociranost turističke potražnje od turističke ponude uvjetuje korištenje transportnog sustava, korištenje marketinških aktivnosti, ali i uvjetuje bitno različite odnose na relaciji ponuda – potražnja*





## Heterogenost turističke potražnje

- *Turistička je potražnja heterogena s gledišta različitih strukture potreba, navika i sklonosti pojedinih skupina potrošača, u što se uključuje i raznovrsna kulturna, vjerska ili politička pripadnost, a također i s aspekta različitih i zabavnih ili sportskih potreba i sklonosti pojedinih kategorija turista. Ti nematerijalni, pa i iracionalni elementi duhovne nadgradnje često opredjeljuju turističku potražnju*



## Elastičnost turističke potražnje

- Dinamičan odnos između potražnje i drugih zavisnih pojava, u kojem se potražnja mijenja brže, jednako ili sporije nego što nastupaju promjene u drugoj pojavi
- Osjetljivost turističke potražnje na promjene u ekonomskim kategorijama o kojima ovisi turistička potražnja (promjene u visini dohotka i/ili promjene u visini cijena usluga) – **primarna elastičnost turističke potražnje**
- Ukoliko su promjene turističke potražnje uvjetovane promjenama u strukturi turističke ponude – **sekundarna elastičnost turističke potražnje**



# Elastičnost turističke potražnje

## ▣ Vrste primarne elastičnosti turističke potražnje:

- *utvrđuje se stupanj reakcije potražnje na promjene u dohotku*

DOHODOVNA  
ELASTIČNOST

- *utvrđuje se stupanj reakcije turističke potražnje na promjenu cijena određenih usluga na turističkom tržištu.*

CJENOVNA  
ELASTIČNOST

## Dinamičnost turističke potražnje

- ▣ *Temeljni je uvjet funkcioniranja turističkog tržišta, jer u suprotnom ne bi bilo ni turizma*
- ▣ *Na dinamičnost potražnje posebno utječe tehnički i tehnološki napredak i to posebno u domeni prijevoznih sredstava, čime se stvaraju uvjeti za još veću pokretljivost turističke potražnje, što je uzročno-posljedično povezano s povećanjem turističkog prometa*



## Sezonski karakter turističke potražnje

- ▣ *Sezonalnost turističke potražnje je obilježje potražnje kojim se naglašava ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za turistička putovanja i boravke, a koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, dane vikenda i blagdana*
- ▣ *Vremenska ograničenost turističke potražnje jedan je od glavnih uzroka sezonalnosti u turizmu*
- ▣ *Potražnja za uslugama u turizmu vremenski je neravnomjerno raspoređena*



# NEGATIVNE POSLJEDICE SEZONALNOSTI

Sezonalnost turističke potražnje utječe na stopu iskorištenosti smještajnih kapaciteta.

Opća turistička infrastruktura (umjetne atrakcije, objekti na plaži, parkirališta, ceste, marine, itd.) ostvaruje prenisku stopu iskorištenosti izvan sezone

Javni sektor se suočava s visokim operativnim troškovima poslovanja koji nisu ograničeni samo na vršnu sezonu, već ostavljaju posljedice na poslovanje tijekom cijele godine.

Sezonska zaposlenost.

Turistički potrošači se suočavaju s visokim cijenama, prevelikom koncentracijom turističkog prometa, prometnim gužvama i često lošom uslugom, što se sve negativno odražava na njihovo zadovoljstvo

Najčešće izaziva ekološke posljedice ili vodi prekoračenju opterećenog kapaciteta prirodnih ili kulturnih atrakcija

# GLAVNI TRENDОВИ NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

- ▣ *Analiza trendova pomaže emitivnim i receptivnim turističkim zemljama da kritički analiziraju vlastiti položaj na turističkom tržištu, da spoznaju koje se promjene na tržištu događaju kako bi se mogle što brže prilagoditi tim promjenama i bolje se nositi s konkurencijom.*
- ▣ *promjene koje se događaju na turističkom tržištu možemo promatrati sa stanovišta faktora koji utječu na ponašanje turističke potražnje (ekonomski, politički, tehnološki...)*



□ Na turističku potražnju bitno utječu među ostalim:

- *Ekonomski čimbenici*
- *Socijalni čimbenici*
- *Kulturni čimbenici*
- *čimbenici ponude turističke destinacije – atraktivnost destinacije – privlačnost i kvaliteta.*







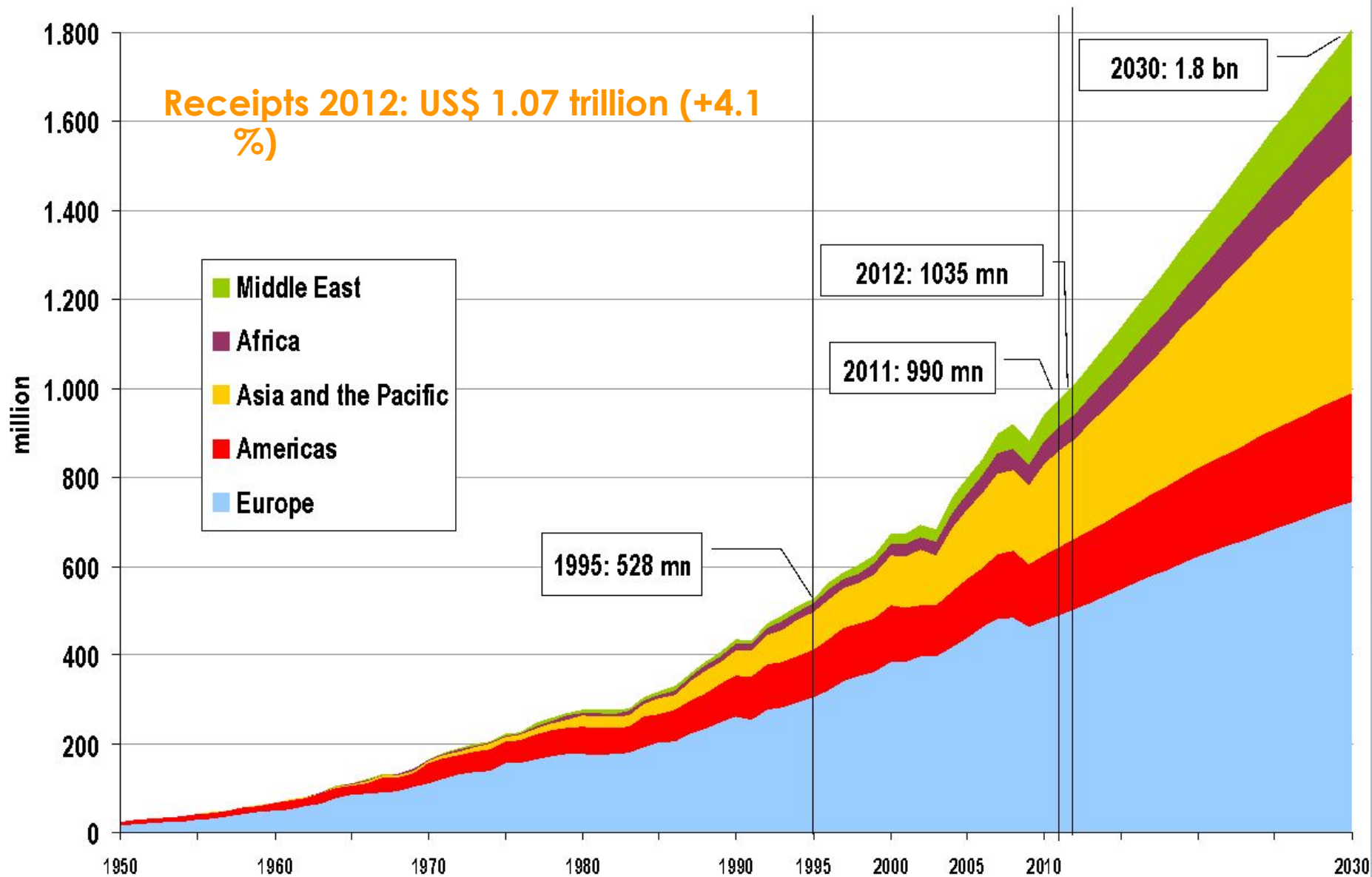
## TREND RASTA TURISTIČKE POTRAŽNJE I TURISTIČKE PONUDE

*Jedan od najuočljivijih trendova u dosadašnjem razvoju turizma je **trend rasta turističke potražnje** koji je uzročno posljedično povezan s **trendom rasta turističke ponude***



# International Tourist Arrivals, 1950-2030

Current situation and forecasts UNWTO Tourism 2030 Vision



## UTJECAJ DEMOGRAFSKIH PROMJENA NA TURISTIČKA KRETANJA

- ▣ *Ubrzani trend rasta „populacije koja stari“ i trend smanjenja broja djece u obiteljima*
- ▣ *starije dobne skupine predstavljaju izuzetno heterogenu skupinu turističkih potrošača:*
  1. *„aktivni seniori“ koji su zdravi i aktivni te koji često putuju*
  2. *konzervativna srednja i dobrostojeća klasa starijih osoba do 75 godina, zdravih i koji nastavljaju s turističkim putovanjima u istom ritmu kao i u mlađim godinama, ali imaju i tradicionalno potrošačko ponašanje*



# NAJZNAČAJNIJE KARAKTERISTIKE TRŽIŠNOG SEGMENTA 'TREĆE DOBI'

Češće putuje

Nerijetko bira destinacije udaljenije od njihova mjesta stalnog boravka

Duže ostaje na odmoru

Kombinira dvije ili više destinacija na jednom putovanju

Želi sudjelovati u različitim aktivnostima i troši više na putovanju

## PROMJENE SUSTAVA VRIJEDNOSTI I STILA ŽIVOTA

- Promjene sustava vrijednosti bitno utječu na promjene u karakteru i strukturi turističke potražnje
  - *Sve više ljudi postaje ekološki svjesno i teži da ekološku ravnotežu osjeti i u njoj uživa barem na odmoru*
  - *Povećan je osjećaj za kvalitetu života, pa su stoga i turisti postali osjetljiviji na kvalitetu*
  - *Povećana je osjetljivost turističkih potrošača na cijene i kontinuirani zahtjevi za višom kvalitetom usluge*
  - *Turisti traže individualniji pristup organizaciji putovanja i odmora*
  - *Trend niske lojalnost prema određenoj destinaciji, ali relativno visoke lojalnosti prema marki proizvoda.*



- Od 1980.-ih godina na tržištu prisutan trend sve veće polarizacije turističke potražnje na dvije osnovne kategorije:
  - *na jednoj su strani potrošači koji traže visoku kvalitetu usluga*
  - *na drugoj su strani oni kojima je najvažnija što niža cijena turističkih usluga*
  
- TURISTIČKI POTROŠAČI POSTAJU SVE ZAHTJEVNIJI, PUTUJU ČEŠĆE, ALI KRAĆE I SVE SE VIŠE OKREĆU SPECIFIČNIM OBLICIMA TURIZMA U POTRAZI ZA NOVIM DOŽIVLJAJIMA.



Pripremljeno prema:

Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i dr. (2011). *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb.

