

# DEFINISANJE TURISTIČKE TRAZNJE

Tražnja se može definisati kao spremnost kupaca da pri različitom nivou cena kupuju različite količine jedne robe na određenom tržištu i u određenom vremenu (Veselinović P., str. 114).

$$Y = f(c)$$

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

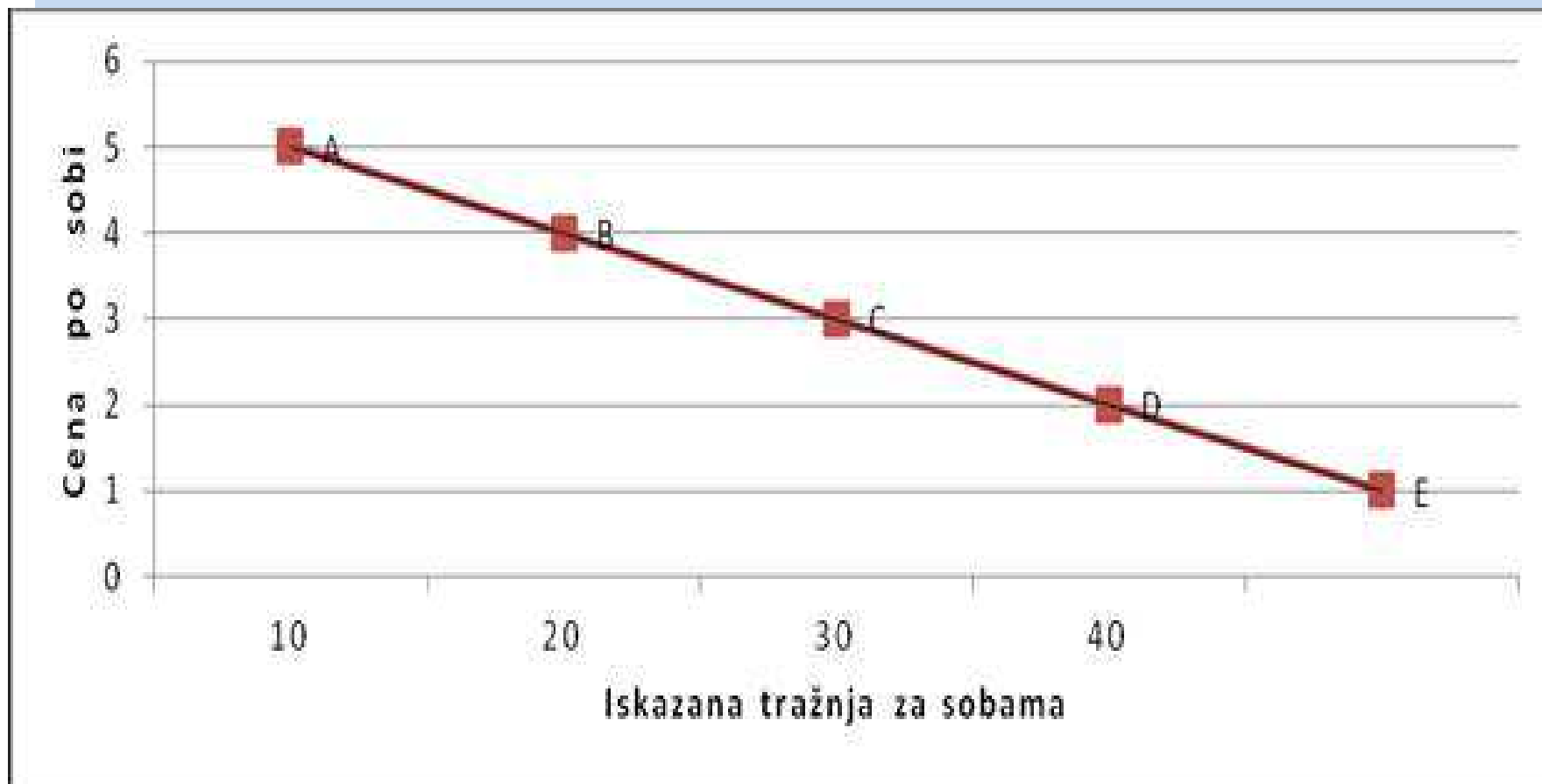
- Prema Kotleru «Tražnja na tržištu za proizvodom je ukupni obim koji bi bio kupljen od definisane grupe kupaca u definisanom geografskom području, u definisano periodu vremena, u definisanoj marketing sredini, pri definisanom marketing programu.» (Kotler., str.133)

## Tražnja za sobama (individualna tražnja)- tržišne situacije

Tržišna situacija	Cena po sobi	Iskazana tražnja za sobama
A	5	10
B	4	20
C	3	30
D	2	40
E	1	50

Izvor: prilagođeno od strane autora na osnovu Veselinović P., *Ekonomija*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010., str. 111

## Kriva individualne tražnje



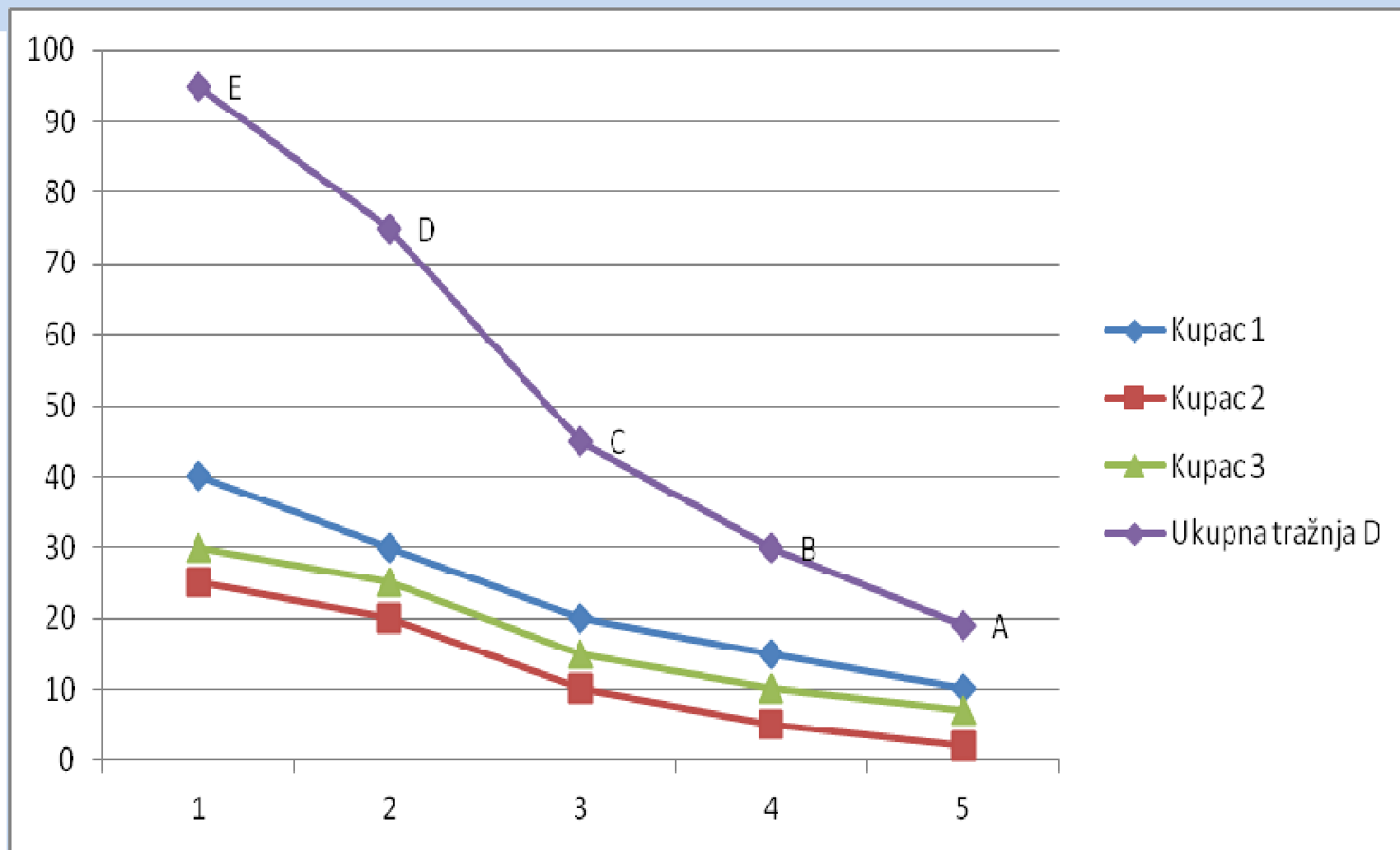
Izvor: Veselinović P., *Ekonomija*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010., str. 111

## Agregatna tražnja

Potraživana	Tržišna cena (p)	Kupac (1), d1	Kupac (2),d2	Kupac (3),d3	Ukupna ili agregatna tražnja (D)
A	5	10	2	7	19
B	4	15	5	10	30
C	3	20	10	15	45
D	2	30	20	25	75
E	1	40	25	30	95

Izvor: Veselinović P., *Ekonomija*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010., 112-113

## Kriva agregatne tražnje



# DETERMINANTE TRAZNJE

- *Primarna tražnja*-odnosno ukupnu tražnju za turističkim proizvodima i uslugama na određenom području.
- *Selektivna tražnja* -moguću tražnju za određenim turističkim proizvodima i uslugama.

# Osnovne determinante tražnje

## Prva podela

- na *statičke faktore*
- *dinamičke faktore*

## Druga podela

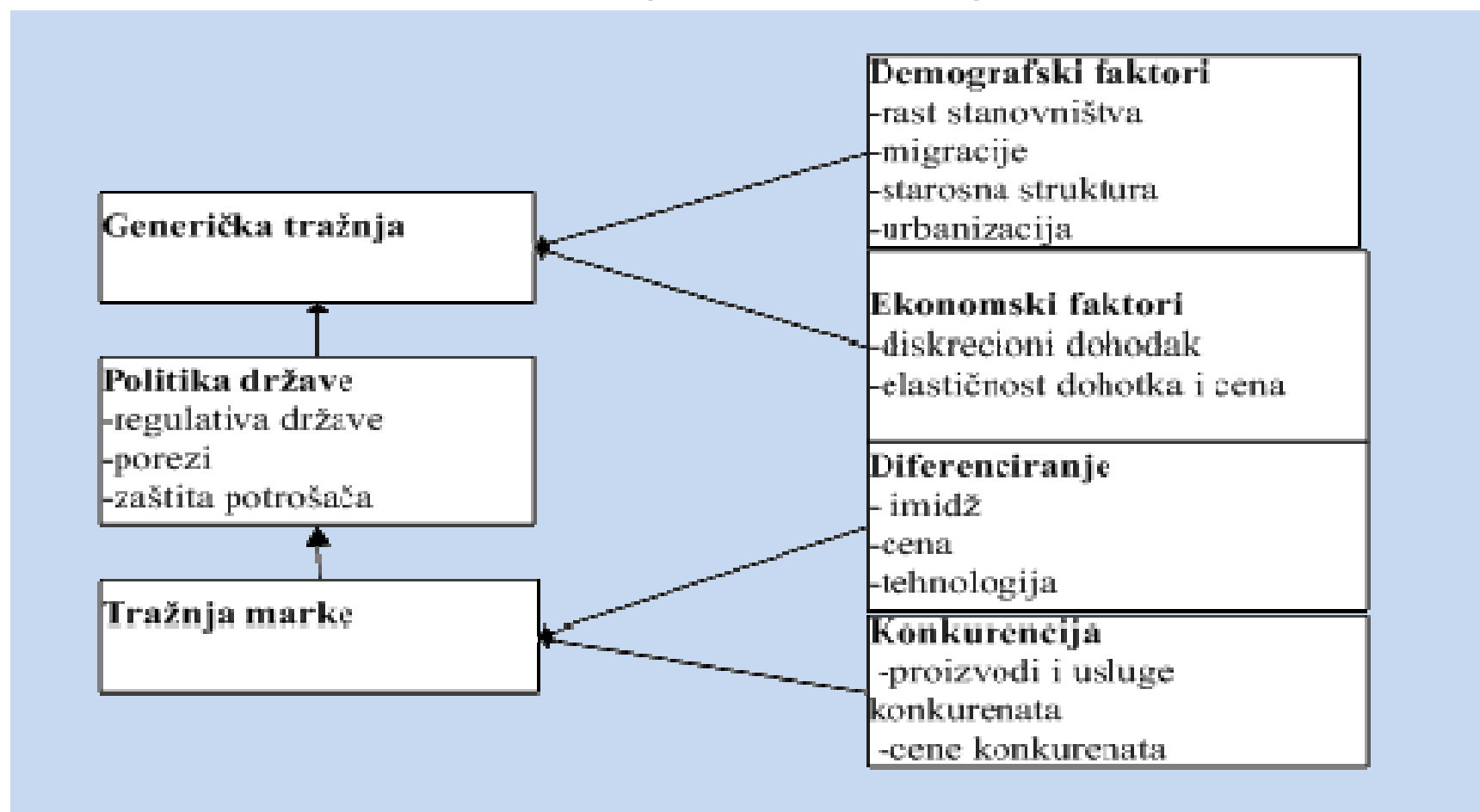
- *unutrašnji faktori tražnje i*
- *spoljni faktori tražnje.*



## Generička tražnja- utiču

- **Demografski faktor:** rast stanovništva, migracije, starosna struktura i urbanizacija.
- **ekonomski faktori:** diskrecioni dohodak potrošača i elastičnost dohotka i cena (**Milisavljević M., str. 128**)

## Uticaji na tražnju



Izvor: Bradley F., *Marketing Management, Providing, Communicating and Delivering value*, Prentice-Hall, London 1995., str. 210

# ELASTIČNOST TURISTIČKE TRAZNJE

## Dohodovna elastičnost tražnje

- *Lični dohodak*
- *Raspoloživi dohodak*
- *Diskrecioni dohodak*

# Engelovih zakona

## Sa porastom dohotka:

- opada relativno učešće izdataka za ishranu;
- relativni udeo izdataka za odeću i obuću ostaje neizmenjen;
- relativni udeo izdataka za opremu i održavanje stana ostaje nepro-menjen;
- relativni udeo izdataka za ostalu potrošnju raste.

## Cenovna elastičnost tražnje

- osetljivost tražnje na promene cena i može se definisati kao odnos procentualne (relativne) promene tražene količine proizvoda i procentualne (relativne) promene cena i može se izraziti na sledeći način:

$$E_s = \frac{\frac{\Delta D}{D}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{P \Delta D}{D \Delta P} \begin{matrix} < \\ > \end{matrix} 1$$

Izvor: Veselinović P., *Ekonomija*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010., str. 116

- **Veblenov efekat** -javlja se kod roba koje predstavljaju tzv. statusni simbol za određene segmente potrošača.
- **Gifenov paradoks** govori o povećanju potraživane količine jedne robe kada se cena povećava.
- **Supstituti**
- **Komplementarni proizvodi**

## Koeficijenti cenovne elastičnosti turističke tražnje

Vrsta proizvoda	Koeficijent cenovne elastičnosti
Putovanja u inostranstvo	- 1,80
Usluge klasičnih restorana	- 2,30
Avionski prevoz kod turističkih putovanja	- 1,52
Avionski prevoz kod poslovnih putovanja	- 1,15

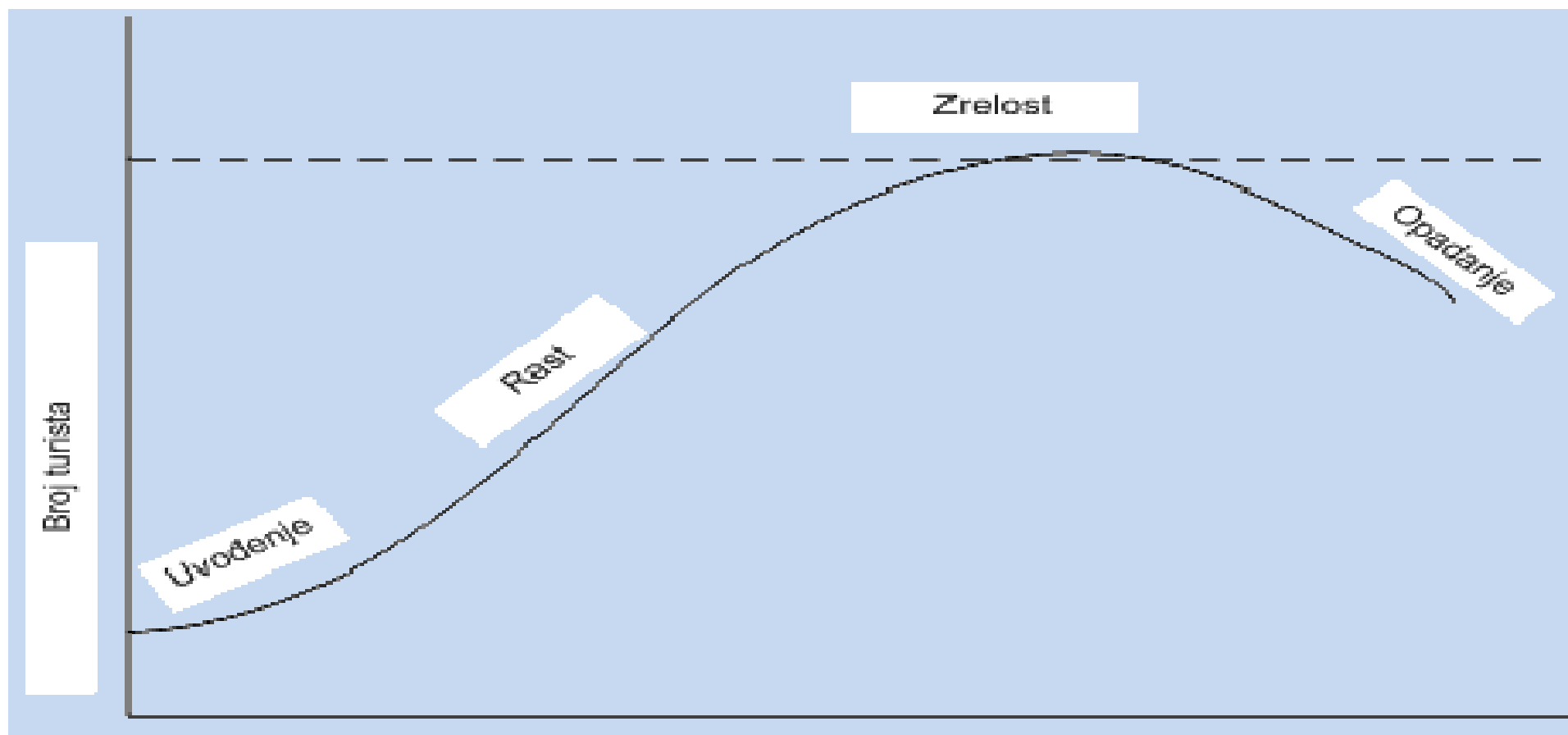
# MERENJE TURISTIČKE TRAZNJE

- Broj posetilaca
- Broj noćenje ili broj dnevnih posetilaca
- Veličina potrošnje.



- **T = broj posetilaca x prosečan broj dana ili noći na destinaciji**
- **T = broj dnevnih poseta ili broj noćenja x prosečna potrošnja po danu/noćenju.**  
( McIntosh R.S., str. 299)

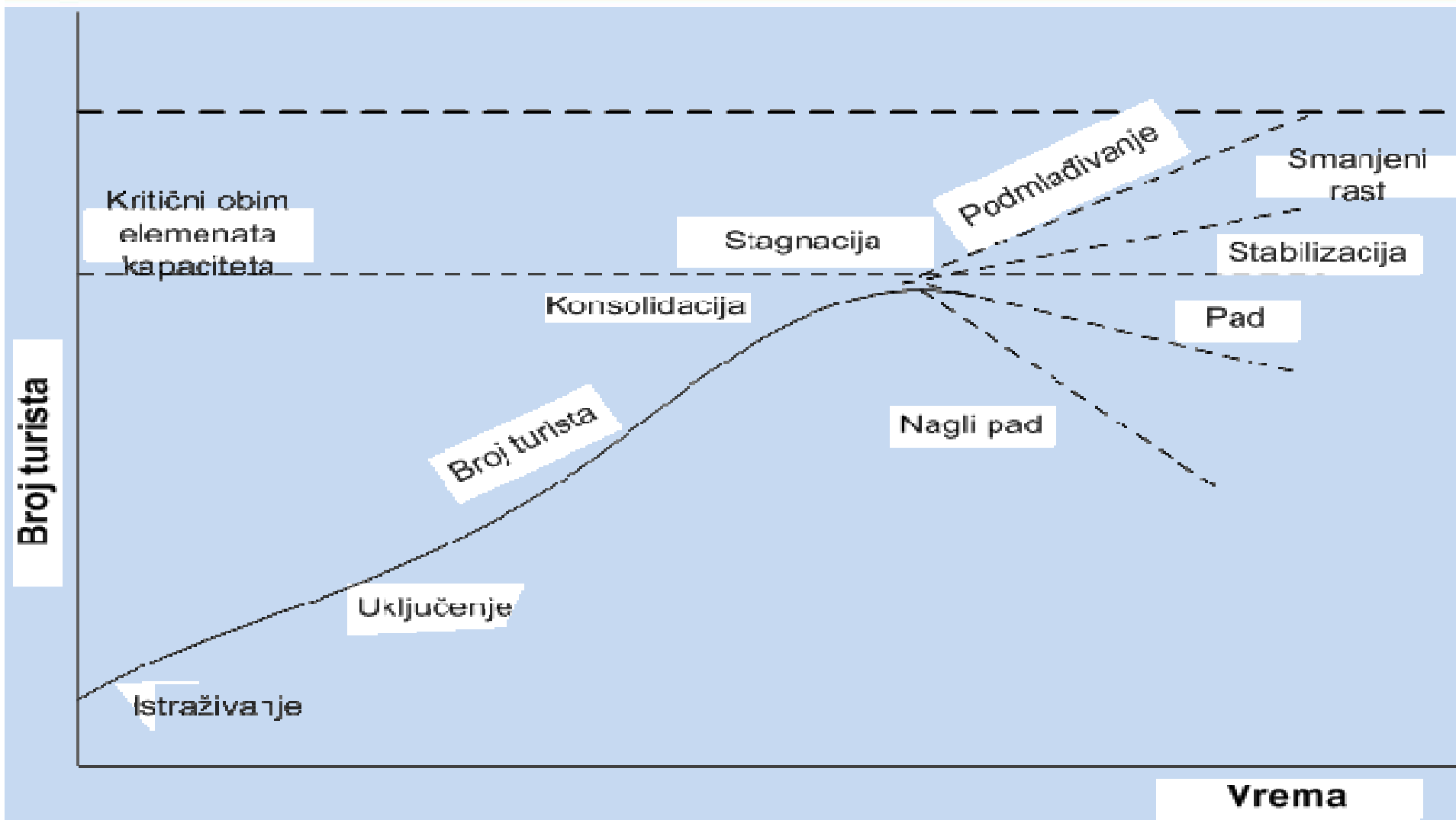
# ŽIVOTNI CIKLUS PROIZVODA



Izvor: Robinson P., *Operations Management in the Travel Industry*, CAB International, Cambridge, 2009., str. 153

## R. W. Butler -model životnog cikluda destinacije

- Istraživanje
- Uključivanje/učešće
- Razvoj
- Konsolidacija
- Stagnacija
- Opadanje, podmađivanje ili konverzija.



Izvor: preuzeto Popesku J., *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011., prema Weaver, D., Lawton, L., *Tourism Management*, John Wiley and Sons, Milton, 2006.str. 307