

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE V EVROPSKI UNIJI
V OBDOBJU 2001–2004**

Ljubljana, februar 2008

Petra Ravš Filipič

Študentka Petra Ravš Filipič izjavljam, da sem avtorica tega magistrskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Borisa Pirjevca in skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 4. 2. 2008

Petra Ravš Filipič

KAZALO

	Str.
<u>1. UVOD</u>	1
1.1 RAZVOJ TURIZMA IN NJEGOVA VLOGA V DANAŠNJEM SVETU	1
1.2 NAMEN MAGISTRSKEGA DELA	2
1.3 CILJI MAGISTRSKEGA DELA	3
1.4 METODE DELA	4
<u>2. TURISTIČNA POTROŠNJA IN KARAKTERISTIKE DRŽAV ČLANIC EU</u>	7
2.1 TURISTIČNA POTROŠNJA	7
2.1.1 SPLOŠNE ZNAČILNOSTI TURISTIČNE POTROŠNJE	7
2.1.2 VRSTE TURISTIČNE POTROŠNJE	8
2.1.2.1 BRUTO IN NETO TURISTIČNA POTROŠNJA	8
2.1.2.2 MEDNARODNA EMITIVNA IN MEDNARODNA RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA	9
2.1.3 TURISTIČNO POVPRŠEVANJE KOT VIR TURISTIČNE POTROŠNJE	10
2.1.3.1 TURISTIČNE POTREBE IN MOTIVI	10
2.1.3.2 DEJAVNIKI TURISTIČNE POTROŠNJE	11
2.1.3.2.1 KRATEK ORIS VSEH DEJAVNIKOV TURISTIČNE POTROŠNJE	11
2.1.3.2.1.1 OBJEKTIVNI DEJAVNIKI	12
2.1.3.2.1.2 SUBJEKTIVNI DEJAVNIKI	13
2.1.3.2.2 DOHODEK KOT NAJPOMEMBNEJŠI DEJAVNIK	13
2.1.3.2.2.1 KRATEK ORIS NAJPOMEMBNEJŠEGA DEJAVNIKA TURISTIČNE POTROŠNJE	13
2.1.3.2.2.2 TURISTIČNA POTROŠNA FUNKCIJA	14
2.1.3.2.2.3 ELASTIČNOST TURISTIČNEGA POVPRŠEVANJA	14
2.1.3.2.2.4 VIRI FINANCIRANJA TURISTIČNE POTROŠNJE	15
2.1.4 VPLIVI TURIZMA NA NARODNO GOSPODARSTVO	16
2.1.5 RAZVOJNE FAZE TURISTIČNE POTROŠNJE	17
2.2 OPISI OBRAVNAVANIH DRŽAV	18
2.2.1 AVSTRIJA	18
2.2.2 BELGIJA	18
2.2.3 DANSKA	19
2.2.4 FINSKA	20

2.2.5 FRANCIJA	21
2.2.6 GRČIJA	22
2.2.7 IRSKA	23
2.2.8 ITALIJA	24
2.2.9 LUKSEMBURG	25
2.2.10 NEMČIJA	26
2.2.11 NIZOZEMSKA	27
2.2.12 PORTUGALSKA	28
2.2.13 ŠPANIJA	29
2.2.14 ŠVEDSKA	30
2.2.15 ZDRUŽENO KRALJESTVO VELIKE BRITANIJE IN SEVERNE IRSKE	31
2.2.16 SLOVENIJA	32
2.3 DELOVNE HIPOTEZE	33

3. ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE PO POSAMEZNIH DRŽAVAH ČLANICAH EU IN V SLOVENIJI, 2001–2004

	35
3.1 ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE PO POSAMEZNIH DRŽAVAH	35
3.1.1 AVSTRIJA	35
3.1.2 BELGIJA	37
3.1.3 DANSKA	39
3.1.4 FINSKA	41
3.1.5 FRANCIJA	43
3.1.6 GRČIJA	44
3.1.7 IRSKA	46
3.1.8 ITALIJA	48
3.1.9 LUKSEMBURG	49
3.1.10 NEMČIJA	51
3.1.11 NIZOZEMSKA	53
3.1.12 PORTUGALSKA	54
3.1.13 ŠPANIJA	56
3.1.14 ŠVEDSKA	57
3.1.15 ZDRUŽENO KRALJESTVO	59
3.1.16 SLOVENIJA	60
3.2 SKLEPNE MISLI ANALIZE TURISTIČNE POTROŠNJE PO POSAMEZNIH DRŽAVAH	61

<u>4. ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE V EU IN SLOVENIJI V LETU 2004</u>	63
4.1 ANALIZA EMITIVNE TURISTIČNE POTROŠNJE V EU IN SLOVENIJI	63
4.1.1 ABSOLUTNA EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA	63
4.1.2 EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA PREBIVALCA	64
4.1.3 EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA TURISTA	65
4.1.4 EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA KOT DELEŽ BDP	66
4.2 ANALIZA RECEPTIVNE TURISTIČNE POTROŠNJE V EU IN SLOVENIJI	67
4.2.1 ABSOLUTNA RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA	67
4.2.2 RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA PREBIVALCA	69
4.2.3 RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA TURISTA	70
4.2.4 RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA KOT DELEŽ BDP	71
4.3 SKLEPNE MISLI ANALIZE TURISTIČNE POTROŠNJE V LETU 2004	72
<u>5. ZAKLJUČEK</u>	74
<u>6. LITERATURA</u>	76
<u>7. VIRI</u>	77

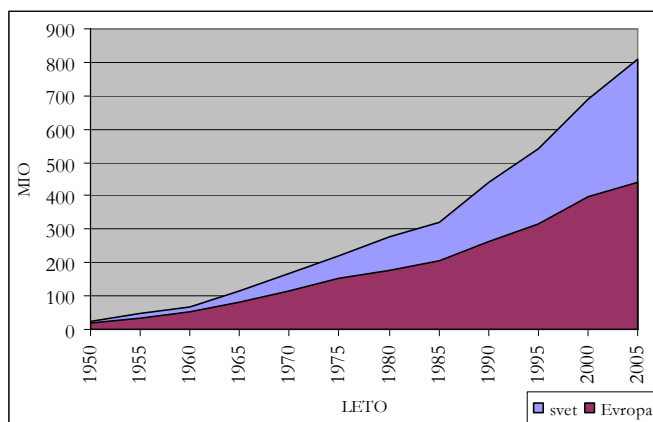
PRILOGE

1. UVOD

1.1 RAZVOJ TURIZMA IN NJEGOVA VLOGA V DANAŠNJEM SVETU

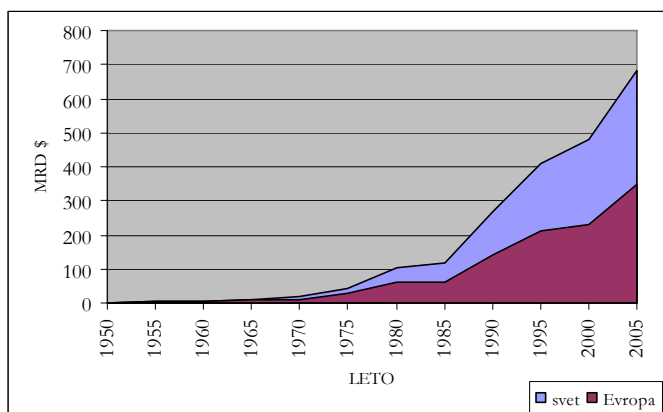
»Turizem je danes del življenjskega stila večine prebivalcev razvitih dežel in sredstvo za pridobivanje deviznih sredstev in pospeševanje razvoja v mnogih manj razvitih državah.« (Planina, Mihalič, 2002, str. i) Zaradi naglega naraščanja števila prebivalstva in hitrega družbenogospodarskega razvoja se turistične potrebe namreč večajo ter postajajo vedno nujnejše za dobršen del človeštva. Ker turizem v splošnem ni več luksuz, temveč relativno njuna dobrina, so turistična potovanja vse pogostejša oblika preživljanja prostega časa. Turizem tako postaja največja svetovna dejavnost, saj je od potovanj odvisno že vsako deseto delovno mesto na našem planetu. In celo več: turistični dejavnosti vsi napovedujejo še relativno hitro nadaljnjo rast. Vse to ima seveda tako ekonomske vzroke kot posledice. (Planina, Mihalič, 2002, str. i, Bunc, 1986, str. 251, 252)

Razvoj mednarodnega turizma je možno meriti s številom turistov ali z zaslužki od mednarodnega turizma. Za ugotavljanje obsega in pomena turizma pa je smiselno analizirati predvsem turistično potrošnjo, ki je gibalo vseh ekonomskih funkcij turizma. (Planina, Mihalič, 2002, str. 17, str. 222)



Grafikon št. 1: Število mednarodnih turistov v Evropi in svetu, 1950–2005
Vir: International Tourists Arrivals, 2007

Razvoj mednarodnega turizma se je začel v poznih petdesetih, zgodnjih šestdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so potovanja postala dostopna večjemu številu predstavnikov delavskega razreda. Evropa je že vseskozi pomembna receptivna in emitivna turistična destinacija. Leta 1950 so v svetu zabeležili 25,3 milijonov turističnih prihodov, od tega 66% v Evropi. Število turistov je nato vseskozi naglo raslo. Delež turističnih prihodov v Evropi glede na skupno število turistov v svetu se je večal vse do leta 1965, ko je znašal kar 74%. Od takrat se le-ta počasi niža, pa vendar Evropa s 55% vseh turističnih prihodov še vedno močno izstopa. Leta 2005 je v svetovnem merilu potovalo kar 806,8 milijonov ljudi, kar je 32-krat več kot leta 1950 in seveda največ v zgodovini človeštva. (International Tourists Arrivals, 2007, World Overview & Tourism Topics, 2005)



Grafikon št. 2: Mednarodni prihodki od turizma v Evropi in svetu, 1950–2005
Vir: International Tourist Receipts, 2007

Prihodki od mednarodnega turizma so v letu 1950 znašali 2,1 milijard dolarjev (prihodki v Evropi so predstavljali 43%) in so nato vseskozi rasli. V letu 2005 so mednarodni turisti skupaj potrošili 682,7 milijard dolarjev (od tega 51% v Evropi). Znesek leta 2005 je kar 325-krat višji od tistega v letu 1950. Evropski delež turističnih prihodkov je (z rahlo izjemo leta 1970) naraščal vse do leta 1975 (delež evropskih turističnih prihodov je naraščal le do leta 1965), ko je znašal 64%. Od takrat naprej pa je postopoma upadal; z izjemo zadnjega proučevanega petletja, ko se je delež spet nekoliko povečal. (International Tourist Receipts, 2007)

Med leti 1950 in 1999 je število mednarodnih prihodov raslo po izjemni povprečni stopnji rasti 7%. Prihodki od mednarodnega turizma v ameriških dolarjih pa so v istem obdobju rasli po še večji povprečni letni nominalni stopnji rasti (kar 12%). V celotnem obdobju so rasli hitreje kot število turistov. Razlogi za to so lahko v daljši povprečni dobi bivanja, v večji zahtevnosti in dražjih oblikah turistične ponudbe. Delno pa na takšno gibanje seveda vpliva tudi prikaz v tekočih cenah. (Planina, Mihalič, 2002, str. 17, 18)

Po napovedih Svetovne turistične organizacije naj bi se turizem v bodoče še vedno močno razvijal. Predvidevajo, da bo leta 2020 med državami potovalo 1,56 milijarde ljudi; od tega naj bi kar 46% mednarodnih prihodov zabeležili v Evropi. (Tourism 2020 Vision, 2006, Vukunić v Pirjevec, 1998, str. 10)

1.2 NAMEN MAGISTRSKEGA DELA

Ob pregledovanju literature o turistični potrošnji sem (v nasprotju s pričakovanji) ugotovila, da je pravzaprav ni veliko. O tej zanimivi tematiki se večinoma piše le v okviru širših turističnih tem. Tudi številčni podatki o turističnih izdatkih oz. prejemkih so predstavljeni skopo. Večinoma gre za navedbe absolutnih števil za posamezne regije ali države. Le redko je zaslediti relativne kazalnike in obširnejše primerjave za večja območja.

Namen te magistrske naloge je tako vsaj deloma zapolniti omenjeno vrzel v literaturi. Na enem mestu bom s pomočjo domače in tuje strokovne literature poskušala strniti vse poglobitve značilnosti turistične potrošnje. Predvsem pa bom izdelala natančno analizo turistične potrošnje (receptivne in emitivne) v državah članicah Evropske unije v obdobju 2001–2004. V ta namen bom najprej orisala osnovne karakteristike držav in izdelala relativne kazalnike turistične potrošnje. Izračunane kazalnike bom nato medsebojno primerjala in skušala ugotoviti, kako so le-ti odvisni od opisanih karakteristik obravnavanih držav. Enako analizo bom izdelala tudi za Slovenijo in dobljene rezultate primerjala s takratno evropsko petnajsterico.

Namen naloge ni natančna kvantitativna oz. ekonometrična analiza turistične potrošnje. Namen naloge je na podlagi osnovnih opisnih karakteristik držav poiskati najverjetnejše razloge za razlike v turistični potrošnji med obravnavanimi državami (ob uporabi relativnih in ne absolutnih kazalnikov).

1.3 CILJI MAGISTRSKEGA DELA

- Cilj teoretičnega dela naloge je predstavitev osnovnih značilnosti turistične potrošnje.

- Cilj drugega dela naloge je poiskati odgovore na spodaj zapisana vprašanja.
 - V katerih državah EU je največja oz. najmanjša absolutna emitivna turistična potrošnja? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Zakaj je temu tako?
 - V katerih državah EU je največja oz. najmanjša emitivna turistična potrošnja per capita? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Kateri so možni vzroki?
 - V katerih državah EU je največja oz. najmanjša emitivna turistična potrošnja na turista? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Kje so razlogi za tako stanje?
 - V katerih državah EU emitivna turistična potrošnja predstavlja največji oz. najmanjši delež v BDP? Kako je v Sloveniji?
 - V katerih državah EU je največja oz. najmanjša absolutna receptivna turistična potrošnja? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Zakaj je temu tako?
 - V katerih državah EU je največja oz. najmanjša receptivna turistična potrošnja per capita? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Kateri so možni vzroki?
 - V katerih državah EU je največja oz. najmanjša receptivna turistična potrošnja na turista? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Kje so razlogi za tako stanje?

- V katerih državah EU receptivna turistična potrošnja predstavlja največji oz. najmanjši delež v BDP? Na katerem mestu se nahaja Slovenija? Kaj so verjetni vzroki?

Končni cilj naloge je strnitev spoznanj o turistični potrošnji (emitivni in receptivni) v EU v obdobju 2001–2004 in o poglavitnih dejavnikih, ki vplivajo nanjo.

1.4 METODE DE LA

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh sklopov. Uvodni del je teoretični; govori o splošnih značilnostih turistične potrošnje in o poglavitnih lastnostih obravnavanih držav. Sestavljen je na osnovi kabinetnega dela (iskanje in zbiranje podatkov, njihova analiza ter kritična presoja, sinteza ...). Na osnovi spoznanj iz tega dela je zastavljen niz delovnih hipotez, ki so vodilo nadaljnjega proučevanja.

Drugi del naloge temelji na analizi podatkov o turistični potrošnji, ki so pridobljeni iz elektronske knjižnice Svetovne turistične organizacije (WTO). Podatki so vzeti iz publikacije *Tourism Compendium*, kjer so zbrani primerljivi absolutni kazalniki o turistični potrošnji po posameznih državah. Ker pa absolutni kazalniki niso primerni za primerjavo različnih držav, so le-ti v nalogi preračunani v relativne.

Vsebinsko najpomembnejši del naloge tako temelji analizi izračunanih relativnih kazalnikov turistične potrošnje po posameznih državah v obravnavanem obdobju. Predstavljeni so trije relativni kazalniki za receptivno turistično potrošnjo in trije za emitivno turistično potrošnjo.

- Na osnovi podatkov o številu prebivalstva posameznih držav (pridobljenih s spletnih strani Evropskega statističnega urada) so absolutne številke o turističnih izdatkih preračunane v relativna kazalnika *emitivna oz. receptivna turistična potrošnja per capita*.
- Na osnovi podatkov o številu turistov, ki prihajajo v državo oz. iz nje odhajajo, so absolutne številke o turističnih izdatkih preračunane v relativna kazalnika *emitivna oz. receptivna turistična potrošnja na turista*.
- Tretji kazalnik *emitivna oz. receptivna turistična potrošnja kot delež BDB* pa je pridobljen direktno iz e-knjižnice WTO.

Izračunani kazalniki so za nazornejšo predstavitev poleg preglednic predstavljeni še v grafikonih.

Vsi omenjeni kazalniki so v nalogi obravnavani na dva načina:

- dinamično (v času); za vsako državo posebej, v obdobju 2001–2004,
- statično (v preseku); primerjalno za vse države v letu 2004.

Analiza za vsako državo posebej skozi obdobje štirih let služi za ugotovitev splošnih smernic v turistični potrošnji v obravnavani državi in glavnih razlogov za ugotovljene trende. Predvsem pa predstavlja podlago za primerjalno analizo med državami v letu 2004. Za le-to je namreč pomembno, da je izbrano leto (v našem primeru leto 2004) reprezentativno, da zaradi določenega razloga ne izstopa preveč od splošnega trenda. V kolikor leto 2004 v okviru posamezne države odstopa od splošnega trenda, je na to pomembno opozoriti v primerjalni analizi med državami.

Vsem kazalnikom v nalogi sledi poizkus njihove interpretacije in iskanje najverjetnejših vzrokov za dobljene rezultate. V tem delu je uporabljena predvsem aplikacija spoznanj iz teoretičnega dela na konkretne podatke in iskanje logičnih povezav s splošnimi karakteristikami držav, ki so predstavljene v uvodnem delu.

Uporabljena je metoda abstrakcije, ki je glavna metoda proučevanja v ekonomiji. Bistvo te metode je, da so pri raziskovanju določenega pojava izolirana in upoštevana samo tista dejstva, ki so za obravnavani pojav bistvena, vsa ostala dejstva (ki jih raziskovalec oceni za nebistvene) pa so zanemarjena in vsaj začasno puščena ob strani. Gre za opazovanje obnašanja ekonomskih osebkov (v našem primeru držav) in poizkus izluščanja bistvenih prvin ter spoznanja bistvenih vzročno posledičnih zvez; ekonomskih zakonitosti. (Setnikar, Cankar, 2002, str. 14)

Zaradi narave raziskave se v nalogi velikokrat ponavljajo isti strokovni termini. Ker bi bilo njihovo neprestano ponavljanje moteče, so skozi celotno nalogo označeni le s smiselnimi kraticami, katerih razlaga je podana spodaj.

AETP* ... absolutna emitivna turistična potrošnja

Kategorija absolutne emitivne turistične potrošnje (»8.1 Tourism expenditure in other countries«) je v Tourism Compendium-u razdeljena v dve nižji kategoriji; »potovanja« (travel) in »prehodni promet« (passenger transport). Za drugo postavko v približno 1/3 obravnavanih držav ni ustreznega podatka. Zato je v nalogi kot absolutna emitivna turistična potrošnja upoštevan le prvi del. Odločitev za tako izbiro je smiselna, saj v vseh državah, za katere so podatki, prvi del predstavlja večinski delež celotne kategorije in ker so na tak način podatki smiselno primerljivi. Zvezdica ob kratici označuje dejstvo, da ne gre za povsem celotno absolutno emitivno potrošnjo. Podatki za to kategorijo so pridobljeni direktno iz Tourism Compendium-a. Podatek AETP* torej predstavlja vsoto turističnih izdatkov (namenjenih za potovanja) rezidentov določene države v drugih državah.

ARTP* ... absolutna receptivna turistična potrošnja

Kategorija absolutne receptivne turistične potrošnje (»6.1 Tourism expenditure in the country«) je v Tourism Compendium-u razdeljena enako kot emitivna. Iz istih razlogov je znova upoštevan le prvi del in ob kratici je zato znova zvezdica. Tudi podatki za to kategorijo so pridobljeni direktno iz Tourism Compendium-a. Podatek ARTP* torej predstavlja vsoto turističnih prejemkov, ki nastanejo zaradi potovanja tujcev v določeni državi.

ETPPC ... emitivna turistična potrošnja per capita/na prebivalca

Relativni kazalnik je izračunan po formuli: $AETP^*/\text{število prebivalcev}$. Predstavlja povprečno turistično potrošnjo prebivalca določene države izven meja te države.

RTPPC ... receptivna turistična potrošnja per capita/na prebivalca

Relativni kazalnik je izračunan po formuli: $ARTP^*/\text{število prebivalcev}$. Predstavlja na prebivalca preračunan znesek, ki ga država prejme zaradi potovanja tujcev v obravnavani državi.

ETPNT ... emitivna turistična potrošnja na turista

Relativni kazalnik je izračunan po formuli: $AETP^*/\text{število emitivnih turistov}$. Število emitivnih turistov je v bistvu število turističnih odhodov iz določene države v druge države; v Tourism Compendium-u je to kategorija »8.1 Departures«. Kazalnik predstavlja povprečno porabo turistov iz določene države v drugih državah. Kazalnik je podoben kazalniku ETPPC; pomembna razlika pa je, da ETPNT vključuje samo ljudi, ki dejansko potujejo, in so zato vrednosti zanj višje.

RTPNT ... receptivna turistična potrošnja na turista

Relativni kazalnik je izračunan po formuli: $ARTP^*/\text{število receptivnih turistov}$. Število turistov je povzeto po kategoriji »1.2 Tourists« iz Tourism Compendiuma. Podatek tako predstavlja povprečno porabo tujega turista v določeni državi. Izraženo bolj natančno gre v bistvu za potrošnjo na prihod turista v državo; saj je potrebno upoštevati dejstvo, da lahko nek turist v določeno državo pride večkrat.

ETP%B ... emitivna turistična potrošnja kot delež BDP

Ta kazalnik pove, kolikšen del BDP-ja državljani določene države porabijo v turistične namene v tujini (upoštevana je celotna absolutna emitivna turistična potrošnja). Izračunan je na osnovi podatka o RTP%B, AETP in ARTP.

RTP%B ... receptivna turistična potrošnja kot delež BDP

Ta kazalnik pove, kolikšen del BDP-ja predstavlja celotna absolutna receptivna turistična potrošnja; kolikšen % BDP predstavljajo turistični prejemki od tujcev. Podatki za to kategorijo so pridobljeni direktno iz Tourism Compendium-a; »10.1 Share of tourism expenditure (6. 1) in GDP«.

2. TURISTIČNA POTROŠNJA IN KARAKTERISTIKE DRŽAV ČLANIC EU

2.1 TURISTIČNA POTROŠNJA

2.1.1 SPLOŠNE ZNAČILNOSTI TURISTIČNE POTROŠNJE

Turistična potrošnja je opredeljena kot vsota vseh izdatkov turistov, ki nastanejo zaradi potovanj. Omogočena je le takrat, ko ljudje razpolagajo z določenimi finančnimi sredstvi in ko so le-ta pripravljene porabiti za zadovoljevanje turističnih potreb. (Planina, Mihalič, 2002, str. 222)

Turistična potrošnja je za statistične potrebe opredeljena kot vrednost blaga in storitev, ki jih trošijo obiskovalci. Zajema vse izdatke obiskovalcev in pooblaščenih posrednikov, ki so povezani s potovanjem in z bivanjem v destinaciji. Klasifikacija turističnih izdatkov zajema izdatke za pavšalna potovanja, počitnice in izlete, nastanitev, hrano in pijačo, transport, rekreacijo, kulturne in športne dejavnosti, nakupovanje in drugo. Vključeni so izdatki pred, med in po potovanju. To so stroški priprave potovanja (nakup različnih dobrin, športnih pripomočkov ...), stroški potovanja (prevozi, stroški prenočitev na potovanju ...), stroški nastanitve (stroški prenočitev v turističnem kraju), stroški hrane, pijače, športnih rekvizitov in drugi stroški zunaj domicilnega bivanja (večji kot pri domicilnem bivanju). Med turistične izdatke pa niso vključeni izdatki za komercialne nakupe, izdatki za nakup nepremičnin, umetniških del in drugih dobrin trajne potrošnje, gotovina, ki je dana sorodnikom in prijateljem kot darilo in donacije. (Mihalič, 1998, str. 44)

Turistična potrošnja je:

- pogojena v družbenem in ekonomskem razvoju določene družbe (v človekovem nivoju življenja).
- močno sezonskega značaja, saj je primarno vezana na naravne dobrine, katerih kakovost je močno odvisna od klimatskih sezonskih sprememb. Na sezonski značaj pa vplivajo tudi strnjen letni prosti čas in psiho-socialni motivi (posnemanje, moda ...).
- vezana na sestavljen turistični proizvod, saj se dobrine primarne ponudbe lahko trošijo le v okviru sestavljenega proizvoda. Ker turisti trošijo dejansko vse dobrine, ki so v dani družbi na razpolago, je turistično potrošnje upravičeno obravnavati kot najkompleksnejšo vrsto potrošnje.
- časovno in prostorsko intenzivnejša kot druge vrste domicilne potrošnje. Vsi elementi domicilne potrošnje se v obliki turistične potrošnje spremenijo in pregrupirajo glede na potrošne motive in potrebe ter kvaliteto turistične primarne in sekundarne ponudbe.

- zelo elastična, saj nanjo vplivajo številni dejavniki. (Bunc, 1986, str. 238–240)

2.1.2 VRSTE TURISTIČNE POROŠNJE

Skladno z mnogimi opredelitvami vrst turizma je tudi turistično potrošnjo možno opredeliti na več načinov. V literaturi je najpogosteje zaslediti delitev na bruto in neto turistično potrošnjo, za obravnavo v tej nalogi pa sta pomembna zlasti delitvi na emitivno in receptivno ter na domačo in mednarodno turistično potrošnjo.

2.1.2.1 BRUTO IN NETO TURISTIČNA POTROŠNJA

Turisti morajo v času potovanja zadovoljevati tudi svoje eksistenčne potrebe, kot so spanje in prehrana. Prisotnost teh biološko fizioloških potreb je nekatere teoretike turizma pripeljala na misel, da je treba določeno vrednost, ki bi jo turist porabil, tudi če bi bil doma, od te skupne potrošnje odšteti. Na tak način se ločita neto in bruto turistična potrošnja.

Izraz bruto turistična potrošnja označuje vsoto vseh izdatkov, namenjenih za potovanje, ne glede na kraj realizacije. Del te potrošnje (ponavadi manjši del) je realiziran v kraju stalnega bivališča (pred ali po potovanju; v kolikor gre za izdatke v zvezi s potovanjem). Drugi del pa se nanaša na vse izdatke med samim potovanjem in končno na bivanje v določeni destinaciji (ne glede na vrsto potrošenih dobrin in storitev). Tovrstna potrošnja vpliva na prostorski premik in na ponovno sektorsko delitev BDP. Bruto potrošnja je pomembna kategorija v mednarodnem turizmu, saj pomeni količino finančnih sredstev, ki pritekajo v narodno gospodarstvo ali odtekajo iz njega. (Planina, Mihalič, 2002, str. 223)

Neto turistična potrošnja pa je bruto turistična potrošnja, zmanjšana za znesek, za katerega je zaradi potovanja manjša redna osebna potrošnja v kraju stalnega bivanja in predstavlja porast v osebni potrošnji zaradi potovanja oseb. Tovrstna kategorija je pomembna predvsem v analizi domačega turizma, saj pokaže, za koliko se osebna potrošnja v narodnem gospodarstvu poveča zaradi turistične potrošnje domačih državljanov. (Planina, Mihalič, 2002, str. 223, 224)

2.1.2.2 MEDNARODNA EMITIVNA IN MEDNARODNA RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA

Za analizo v tej nalogi je pomembna predvsem kombinacija delitev turizma glede na:

- državo izvora turistov (domači in meddržavni/mednarodni turizem) in
- smer gibanja turistov (emitivni in receptivni turizem).

V nalogi je obravnavan samo meddržavni turizem; tj. oblika, pri kateri pride do prestopa državne meje v katerikoli smeri. Termina emitivni in receptivni turizem pa se lahko smiselno nanašata na delitev potovanj med regijami, državami ali tudi večjimi območji, ki zajemajo več držav. V primeru mednarodnega turizma so enote primerjave države. Govorimo tako o mednarodnem emitivnem (outbound) in mednarodnem receptivnem (inbound) turizmu. (Planina, Mihalič, 2002, str. 34,35, Glossary of Statistical Terms, 2006)

Pojem mednarodna emitivna turistična potrošnja je vezan na mednarodni emitivni turizem. Emitivni turizem (povezan z izrazom emisija) oz. tudi t.i. outgoing turizem označuje potovanja rezidentov izven kraja stalnega bivanja. Mednarodni emitivni turizem pa označuje potovanja rezidentov izven domače države. (Planina, Mihalič, 2002, str. 34, 35, Glossary of Statistical Terms, 2006, Mihalič, 1998, str. 17, 18)

Vezano na zgornjo definicijo mednarodna emitivna turistična potrošnja vključuje turistično porabo rezidentov izven svoje države. Pomembno je, da ne vključuje nakupov dobrin in storitev pred in po potovanju, ki se vežejo na potovanje, a so opravljeni v domači državi. Ta definicija je ožja od splošnega razumevanja pojma »outbound«. (Glossary of Statistical Terms, 2006, Mihalič, 1998, str. 17,18)

Pojem mednarodna receptivna turistična potrošnja je vezan na mednarodni receptivni turizem. Receptivni oz. incoming turizem se v splošnem nanaša na sprejemanje gostov v turističnem kraju. Mednarodni receptivni turizem tako označuje turizem, ki je usmerjen iz tujine v proučevano državo. (Planina, Mihalič, 2002, str. 34, 35, Glossary of Statistical Terms, 2006)

Vezano na zgornjo definicijo mednarodna receptivna turistična potrošnja vključuje turistično porabo tujcev v proučevani državi. Nakupi v drugih državah so izvzeti. Pomembno pa je dejstvo, da so dobrine in storitve, ki se kupujejo, lahko tudi uvožene. (Glossary of Statistical Terms, 2006, Mihalič, 1998, str. 17)

V nadaljevanju je v razlagi mednarodne receptivne in emitivne turistične potrošnje beseda *mednarodni* izpuščena, saj gre povsod za razlago mednarodne kategorije.

2.1.3 TURISTIČNO POVPRASEVANJE KOT VIR TURISTIČNE POTROŠNJE

2.1.3.1 TURISTIČNE POTREBE IN MOTIVI

Da se človek odloči postati turist je nujno, da se sproži občutek potrebe, ki človeka dovolj motivira zato, da bo to svojo potrebo zadovoljil. Turistične potrebe se kažejo kot občutek pomanjkanja in kot želja po določeni turistični dobrini (doživetju) oziroma kot težnja in prizadevanje, da bi to potrebo zadovoljili. Lahko so subjektivno in objektivno pogojene. Subjektivne potrebe so odvisne od telesnega in duševnega stanja ter razpoloženja človeka, objektivne pa predvsem od okolja, v katerem posameznik živi. (Zorko, 2005, str. 51)

Potreba po rekreaciji se pojavlja predvsem kot posledica industrializacije, ki je bistveno spremenila človekovo okolje in njegov način življenja. Zaradi okolja sodobne civilizacije, katerega osnovo tvorijo industrija (hrup, smrad ...), velika in gosto naseljena mesta, hiter življenjski tempo in temu ustrezen način življenja, človek začuti naravno potrebo po oddihu in počitku, po spremembi okolja ... Pojavi se tudi potreba po dobrinah, ki jih človek nima v stalnem bivališču, jih pa fiziološko potrebuje (sonce, svež zrak, tišina ...). Potrebe po turistični rekreaciji so tako močno odvisne od stopnje ekonomskega razvoja, so raznovrstne, se hitro množijo in spreminjajo. (Jeršič, 1987, str. 26, 27, Planina, Mihalič, 2002, str. 105)

Turistične potrebe imajo danes točno določeno mesto na lestvici potreb, razvrščenih po stopnji nujnosti, ki jo je postavil Abraham Maslow. Bistvo te delitve je, da potrebe razvršča v pet ravni, pri čemer prvi dve vrsti potreb (eksistenčne in potrebe po varnosti) uvrsti med potrebe nižjega reda in naslednje tri (potrebe po druženju, komuniciranju itd.; potrebe po spoštovanju osebnosti človeka in potrebe po samopotrjevanju) pa med potrebe višjega reda. Turistične potrebe se pojavijo seveda šele, ko so zadovoljene človekove življenjsko nujne potrebe in mu je zagotovljena varnost, oziroma pridejo praviloma na vrsto šele, ko so zadovoljene pred tem tudi nekatere manj nujne potrebe. Prav vse potrebe, od osnovnih fizioloških do samopotrjevalnih, pa je mogoče zadovoljevati z vključevanjem v turistične aktivnosti. (Zorko, 2005, str. 51–53)

Turistične potrebe višjo stopnjo nujnosti dosežejo šele dolgoročno, zadovoljiti jih je potrebno v daljših obdobjih. Vse turistične potrebe vedno lahko nadomestimo z drugimi vrstami potreb ali pa jih odložimo za krajši ali daljši čas. Horizontalna substitucija pomeni zamenjavo npr. počitnic ob morju s počitnicami v gorah, planinarjenjem, pogostimi izleti ... Vertikalna substitucija pa pomeni zadovoljevanje neke druge sekundarne potrebe, ki ni turistična ... npr. nakup televizorja ali kake druge trajne dobrine namesto počitnic. (Planina, Mihalič, 2002, str. 105–107, Mladenović, 1982, str. 15–20)

Pričakovati je, da bodo v prihodnje potrebe po rekreaciji zunaj stalnega bivališča zajele velik del tistih, ki te potrebe danes še ne poznajo. Turistične potrebe bodo v prihodnosti še nujnejše, pojavljale se bodo v krajših časovnih razmikih, možnost nadomeščanja bo manjša in časovni odlog krajši. (Planina, Mihalič, 2002, str. 113)

Turistični motivi pa so tiste notranje vzpodbude in nagibi, ki so jih sprožile turistične potrebe, zaradi katerih človek v določenem času zapusti kraj stalnega bivanja in se odloči za določeno obliko turistične potrošnje. Turistični motivi se spreminjajo; skupaj z njimi pa se spreminjajo tudi navade turistov. (Zorko, 2005, str. 54)

V strokovni literaturi turistične motive delijo:

- motivi, ki jih pogojuje človekova duševnost (duševna sprostitev, svobodna izbira odločitev, beg iz vsakdanjega okolja, razvajanje, pomirjanje ...)
- motivi, ki jih pogojuje telo (tek, plezanje, telesna sprostitev, preventivno ali kurativno zdravljenje ...)
- motivi, ki izražajo željo po komuniciranju, druženju, prijateljevanju ... (spoznavanje ljudi, več časa za prijatelje ...)
- motivi, ki se izražajo kot želja po raziskovanju, spremembah, pustolovščinah, izobraževanju, nakupovanju (pridobivanje izkušenj, spoznavanje kulture, obiskovanje razstav, sejmov ...)
- motivi, ki so povezani z naravo in vremenom (doživljanje narave, iskanje čistega zraka, čiste vode ...) (Zorko, 2005, str. 54)

Ljudje postajajo turisti iz zelo različnih motivov, ki pa vsi bazirajo na temeljni človekovi potrebi po rekreaciji. Rekreacija pomeni obnavljanje psihičnih in fizičnih sposobnosti človeka. Pomembno je upoštevati dejstvo, da je turizem ožji pojem od rekreacije. (Pirjevec, 1998, str. 27)

2.1.3.2 DEJAVNIKI TURISTIČNE POTROŠNJE

2.1.3.2.1 KRATEK ORIS VSEH DEJAVNIKOV TURISTIČNE POTROŠNJE

Turistične potrebe in turistični motivi bi ostali za vedno neizpolnjene želje, če ne bi bilo dejavnikov, ki omogočajo njihovo uresničitev. Te vzpodbude in ovire, ki vplivajo na oblikovanje turističnega povpraševanja in s tem posledično na turistično potrošnjo, so mnogotere. Teoretiki turizma jih členijo in združujejo po različnih merilih. Številne dejavnike, ki vplivajo na turistično povpraševanje, razvrščajo

najpogosteje na objektivne in subjektivne. Zelo redko vpliva na povpraševanje en sam dejavnik, najpogosteje prav kombinacija več dejavnikov vzpodbudi ali pa odvrne posameznika od turistične aktivnosti. (Zorko, 2005, str. 56)

2.1.3.2.1.1 OBJEKTIVNI DEJAVNIKI

- RAZPOLOŽLJIVA DENARNA SREDSTVA

Denar je eden najpomembnejših dejavnikov, ki omogoča zadovoljitev turističnih potreb in želja. Potrošnja je namreč omejena z ekonomskimi zmožnostmi kupca, brez ozira na intenziteto njegovih potreb. Potencialni turisti namenijo turistični potrošnji tisti del denarja, ki jim ostane, ko zadovoljijo svoje najnujnejše potrebe. (Zorko, 2005, str. 56,57)

- PROSTI ČAS

Z vidika zadovoljevanja turističnih potreb in uresničevanja turističnih motivov je prosti čas skupaj z denarjem najpomembnejši dejavnik turističnega povpraševanja. Brez prostega časa ne bo turistične potrošnje, tudi če so izpolnjeni ostali dejavniki. (Zorko, 2005, str. 58,59)

- DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI

Turistično povpraševanje je odsev človekovih potreb in želja. Zato je jasno, da nanj vplivajo tudi demografske značilnosti. To so: starost, spol, zdravstveno stanje, družinski status, stopnja izobrazbe, poklic, socialni status, jezik ... (Zorko, 2005, str. 59,60)

- GEOGRAFSKE IN NASTANITVENE RAZMERE

Podnebje, vreme, gostota naseljenosti, gostota prometa, stopnja urbanizacije v kraju stalnega bivanja, lega (podeželje ali mesto), stopnja onesnaženosti ... so dejavniki, ki spodbujajo želje in potrebe po spremembi okolja. (Zorko, 2005, str. 62)

- DOSTOPNOST, OBSEG, KAKOVOST IN PESTROST TURISTIČNE PONUDBE

Turistična ponudba v vsem svojem obsegu, v vsej svoji različnosti, v vseh številnih pojavnih oblikah ... je pomemben dejavnik turističnega povpraševanja. Pri njegovem oblikovanju igrajo pomembno vlogo predvsem turistične privlačnosti. (Zorko, 2005, str. 62)

- CENE TURISTIČNIH DOBRIN IN STORITEV

Cena je zelo pomemben dejavnik. Pomembno pa je, da cene turističnih dobrin in storitev niso enako pomembne za vse potrošnike. Če se namreč cena turističnim storitvam poveča, se pri ljudeh z nižjo kupno močjo povpraševanje zanje praviloma zmanjša, vendar pri vseh oblikah turizma ni vselej tako. (Zorko, 2005, str. 62, 63)

Med objektivne dejavnike turističnega povpraševanja sodijo še:

- TEHNIČNA OPREMLJENOST IN MOBILNOST POTENCIALNIH TURISTOV
- VARNOSTNO-POLITIČNE RAZMERE
- OBSTOJEČI IN PREDVIDENI TURISTIČNI TOKOVI
- DEJAVNOST KONKURENCE
- VPLIV TURISTIČNE PROMOCIJE
- VPLIV MEDIJEV, PRIPOROČILA, NASVETI
- PRAVNE NORME, PREDPISI (Zorko, 2005, str. 64–66)

2.1.3.2.1.2 SUBJEKTIVNI DEJAVNIKI

K subjektivnim faktorjem štejemo vse tise, ki vplivajo na razvoj turistične potrošnje, a njihovega delovanja z objektivnimi merili ni mogoče izmeriti. So psihološko obarvani in izvirajo iz človekove osebnosti, njegovih navad, tradicije, vere ... Sem sodijo: razne navade, pripadnost določeni veri, vpliv mode, ugled, strah, radovednost, posnemanje, snobizem ... (Zorko, 2005, str. 66, 67)

2.1.3.2.2 DOHODEK KOT NAJPOMEMBNEJŠI DEJAVNIK

2.1.3.2.2.1 KRATEK ORIS NAJPOMEMBNEJŠEGA DEJAVNIKA TURISTIČNE POTROŠNJE

Dohodek je odločilni ekonomski faktor, ki je predpogoj za zadovoljevanje potreb po turistični rekreaciji. Je tudi edini dejavnik turističnega povpraševanja, za katerega obstajajo podatki v merilu narodnega gospodarstva. (Zorko, 2005, str. 56,57)

Pogoj za turizem je tisti denar, ki ostane človeku po zadovoljitvi bolj nujnih potreb. Količina denarja, namenjena turistični potrošnji, je odvisna od stopnje razvitosti in višine bruto domačega proizvoda države, katere državljani so, in od njihove osebne kupne moči. Kupna moč je odvisna od višine vseh prihodkov posameznika, pa tudi od tega, ali so nagnjeni k trošenju denarja ali pa so bolj varčne narave. Tujcem povečuje kupno moč tudi sprememba valutnega tečaja. (Zorko, 2005, str. 56, 57)

Trditev, da dohodek določa količino turističnega povpraševanja, sta prva zapisala že Hunziker in Krapf leta 1942. Dodala sta tudi temeljno ugotovitev, da pri rastočih dohodkih turistično povpraševanje ne raste samo sorazmerno, ampak celo močnejše

kot dohodek. S tem sta potrdila splošno veljavno trditev o visoki stopnji dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja. (Planina, Mihalič, 2002, str. 119, 120)

O povezavi med dohodkom in potrošnjo je pisal tudi Engel v svojih zakonih. Četrty zakon, ki se je poleg prvega izkazal za pravilnega, je pomemben tudi za turizem. Pravi namreč: čim višji je dohodek, tem višji je odstotek dohodka, ki je namenjen za različne izdatke, kot so kulturne potrebe, zabava, nega, zdravje, osebne storitve, šport ... Iz tega sledi tudi, da je rast turističnih potreb vsaj proporcionalna z rastjo višine dohodka. (Bunc, 1974, str. 49–52)

Dohodek je poleg vsega naštetega pomemben tudi zato, ker vpliva tudi na druge dejavnike turističnega povpraševanja (stopnja motorizacije, oblikovanje potreb ...).

2.1.3.2.2.2 TURISTIČNA POTROŠNA FUNKCIJA

»Funkcija turistične potrošnje prikazuje odnos med dohodkom kot virom sredstev za turistično potrošnjo (bodisi da so to bruto domači proizvod, narodni dohodek ali osebni dohodek) ter količino turistične potrošnje prebivalcev izbrane države tako v domači državi kot v tujini.« (Planina, Mihalič, 2002, str. 123)

Ta regresijska funkcija na letnih podatkih daje v daljšem obdobju zanesljivejše rezultate kot katerakoli anketa, seveda pa je omejena samo na odnos med turistično potrošnjo in izbrano vrsto dohodka. Povezave med spremenljivkama so lahko različne funkcijske oblike. Navadno se uporabljata linearna in potenčna funkcija. (Planina, Mihalič, 2002, str. 124)

Na področje turizma jo je uvedel Menges leta 1959 in sicer s konkretnima analizama turistične potrošnje prebivalcev ZR Nemčije in Švice. (Planina, Mihalič, 2002, str. 125)

2.1.3.2.2.3. ELASTIČNOST TURISTIČNEGA POVPRÁŠEVANJA

Dohodkovna elastičnost turističnega povpraševanja je definirana kot relativna sprememba bazične količine turističnega povpraševanja v razmerju z relativno spremembo bazične količine dohodka. Kaže za koliko odstotkov se spremeni turistično povpraševanje, glede na enoodstotno spremembo določene kategorije

dohodka, ki je namenjen za turistično potrošnjo. Praviloma ima dohodkovna elastičnost pozitiven koeficient. (Brence, 1993, str. 26)

Ko turizem ni več luksuzna dobrina, dohodkovna elastičnost turističnega povpraševanja močno naraste, nato prične padati in se umiri pod 1. Osnovna zakonitost razvoja turističnega povpraševanja kot posledica ekonomskega razvoja (in s tem večanja dohodka) je tako padanje dohodkovne elastičnosti. Turizem na ta način vedno bolj postaja dobrina nujne potrošnje. (Planina, Mihalič, 2002, str. 134)

Obstaja tesna povezava med elastičnostjo turističnega povpraševanja glede na ceno in glede na dohodek. Ker se količina dohodka na dolgi rok veča, ostaja za porabo nenujnih (tudi turističnih) dobrin vse večja količina sredstev. Vplivnost cen je zato vse manjša. (Planina, Mihalič, 2002, str. 104)

Kot posledica razvoja se manjša tudi elastičnost turističnega povpraševanja glede na prosti čas. Zaradi povečevanja dohodka se bodo prihranki namenjeni turistični potrošnji formirali v različnih obdobjih in večkrat letno. S tem se povečuje tudi heterogenost in disperznost turistične potrošnje. (Bunc, 1986, str. 251, 252)

Opozoriti je potrebno tudi na dejstvo, da ljudje z visokimi dohodki zahtevajo večinoma kakovostne turistične storitve in so pripravljene v ta namen porabiti več denarja. Kljub temu pa je delež porabljenega denarja v njihovih skupnih dohodkih lahko manjši kot pri ljudeh z zelo nizkimi dohodki.

2.1.3.2.2.4 VIRI FINANCIRANJA TURISTIČNE POTROŠNJE

Sredstva za turistično potrošnjo izvirajo iz narodnega dohodka/bruto domačega proizvoda kot novo ustvarjene vrednosti. Vira sredstev sta v glavnem dva: sklad za osebno potrošnjo (osebni prejemki) in sklad za skupno potrošnjo. (Planina, 1992, str. 78)

Iz skladov skupne potrošnje se financirajo predvsem nekatere najbolj nujne oblike turizma ali tiste vrste, ki jih želi skupnost na določeni stopnji pospeševati (zdravljenje v zdraviliščih, sredstva regresiranja letnih dopustov ...). Takih oblik je bilo v preteklosti mnogo, vendar se le-te z gospodarskim razvojem praviloma ukinjajo. (Planina, Mihalič, 2002, str. 115, 116, Planina, 1992, str. 79)

Večji del turistične potrošnje se financira iz skladov osebne potrošnje, to je neposredno iz osebnih prejemkov. Del osebnih prejemkov, ki ostane po zadovoljitvi nujnih potreb na razpolago za izboljšanje življenjske ravni in se porabi sproti (ne

da bi se oblikoval prihranek), so sredstva za tekočo/prosto potrošnjo. Iz teh sredstev se ponavadi financirajo tiste vrste turizma, ki ne zahtevajo večjih denarnih sredstev. Količina sredstev, ki nam ostane za zadovoljitev manj nujnih potreb, je odvisna od višine osebnega dohodka in od deleža dohodka, porabljenega za zadovoljitev najnujnejših potreb. Del osebnega dohodka, ki se ne porabi v istem obdobju, kot je zaslužen, se prihrani. Prihranek je nujen pri tistih vrstah turizma, ki zahtevajo velika denarna sredstva in obenem daljše neprekinjeno obdobje prostega časa. (Planina, Mihalič, 2002, str. 116, 117, Planina, 1992, str. 79, 80)

Turistična potrošnja iz sklada osebne potrošnje se tako financira na tri načine.

- Iz dela osebnega dohodka, ki ostane na razpolagi po zadovoljitvi nujnih potreb za izboljšanje življenjske ravni in se ne prihrani, se financirajo predvsem krajše oblike turistične rekreacije (vikend turizem).
- Iz dela dohodka, ki se prihrani, se financirajo tiste vrste turizma, ki zahtevajo višja finančna sredstva, ker gre za daljšo odsotnost iz stalnega bivališča, dolga potovanja ali druge vrste bivanja (počitniški turizem). Prihranek je danes glavni vir financiranja turistične potrošnje.
- Deloma se lahko turistična potrošnja financira tudi iz sredstev, ki so namenjena nujni potrošnji, zato ker sta potrošnja turista in stalnega prebivalca delno istovetni. (Planina, 1992, str. 79-82)

Posamezniki namenijo turistični potrošnji denar iz razpoložljivih viškov svoje tekoče potrošnje, iz prihrankov, iz morebitnih namenskih sredstev ali morebiti celo iz posojila. Seveda tudi ni ves višek denarja, ki ostane po potežitvi osnovnih potreb, namenjen samo turistični potrošnji. Del tega denarja porabijo ljudje za nakup trajnejših potrošnih dobrin, za izobraževanje, zabavo ... (Zorko, 2005, str. 57)

2.1.4 VPLIVI TURIZMA NA NARODNO GOSPODARSTVO

Vplive turizma je moč deliti na ekonomske in neekonomske. Med neekonomske ponavadi štejejo: mirovnega, izobraževalnega, zdravstvenega (rekreacijskega) in ekološkega. (Planina, Mihalič, 2002, str. 217)

O ekonomskih vplivih turizma so včasih govorili predvsem kot o vplivu na višino BDP in vplivu na njegovo ponovno delitev (na ponovno prostorsko delitev med območji in na ponovno sektorsko delitev). V novejšem času pa med ekonomskimi funkcijami najpogosteje obravnavajo: devizno, kompenzacijsko, konverzijsko, zaposlitveno,

inflacijsko-deflacijsko, multiplikacijsko in indukcijsko funkcijo. Vse navedene funkcije povzročajo turistična potrošnja. (Planina, Mihalič, 2002, str. 218, 219)

2.1.5 RAZVOJNE FAZE TURISTIČNE POTROŠNJE

Večanje dohodka povzroča velike spremembe tudi v značilnostih turistične potrošnje. Ta je šla v svojem razvoju skozi tri glavna razvojna obdobja. (Planina, Mihalič, 2002, str. 132)

V prvem obdobju sta narodni in osebni dohodek na prebivalca majhna, med posamezniki so velike razlike. Pri majhnem številu ljudi je dohodek visok, pri veliki večini majhen. Ljudje z nizkimi dohodki komaj krijejo ali pa sploh ne morejo kriti eksistenčnih potreb, zato se velika množica sploh ne pojavlja na turističnem trgu. Kot turisti se pojavljajo le posamezniki z izjemno visokimi dohodki. Pri teh maloštevilnih posameznikih je povprečna dnevna turistična potrošnja zelo visoka, turizem je luksuzna dobrina z visoko dohodkovno in nizko cenovno elastičnostjo. Ker pa je takih ljudi malo, je skupna turistična potrošnja majhna. Koeficient dohodkovne elastičnosti je visoko nad 1. To je obdobje turizma privilegiranih razredov, tudi t. i. aristokratski turizem. Še pred desetletji je ta vrsta prevladovala tudi v Evropi, danes pa je značilna za nekatere najrevnejše države. (Planina, Mihalič, 2002, str. 132)

V drugem obdobju sta narodni dohodek in dohodek na prebivalca višja kot v prvem obdobju, oziroma sta enakomerneje porazdeljena tako, da se oblikuje tudi številen srednji družbeni sloj, ki nastopa na turističnem trgu. Del dohodka, ki ostane po zadovoljitvi nujnih potreb, pa ni velik. Turistično povpraševanje je zato glede na dohodek in glede na ceno visoko elastično. Turizem dobi v tem času značilnosti komfortne dobrine, ker je za velik del prebivalstva vsaj relativno nujna potreba. Povprečna dnevna potrošnja je majhna, skupna turistična potrošnja pa velika. To je obdobje množičnega turizma. (Planina, Mihalič, 2002, str. 133, Planina, 1992, str. 114)

Tretje obdobje je pravzaprav turizem bogočnosti, ki danes obstaja samo v redkih območjih v nekaterih najbolj razvitih državah in še tu le v svojih zametkih. Tu je dohodek že dosegel raven, ki je visoko nad sredstvi, potrebnimi za obstoj. Po turističnih dobrinah povprašuje velika večina prebivalstva in z gospodarskim razvojem elastičnost glede na ceno in glede na dohodek stalno nazaduje. Turizem polagoma dobiva vsaj nekatere značilnosti dobrin široke potrošnje, povsem pa izgubi značilnost luksuza. Povprečna dnevna potrošnja je visoka in neprestano raste, skupna turistična potrošnja je prav tako visoka. (Planina, Mihalič, 2002, str. 133, Planina, 1992, str. 114)

2.2 OPISI OBRAVNAVANIH DRŽAV

2.2.1 AVSTRIJA

Površina: 83.858 km²

Število prebivalcev leta 2004: 8.140.100

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 97

BDP per capita leta 2004: 28.970 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Avstrija je celinska država na območju Alp in Podonavja. Skoraj dve tretjini ozemlja ležita v Vzhodnih Alpah in na njihovem obrobju. Večje ravnine so le ob Donavi in Nežiderskem jezeru. Salzkammergut in avstrijska Koroška sta pokrajini, bogati z jezeri. (Veliki splošni leksikon, Prva knjiga, 1997)

Država ima srednjeevropsko prehodno podnebje; atlantski vpliv se umika celinskemu. V višjih legah je podnebje gorsko. Količina padavin se proti vzhodu zmanjšuje, temperaturne razlike med zimo in poletjem pa se v tej smeri večajo. (Veliki splošni leksikon, Prva knjiga, 1997, Svetovna geografija, 2005)

Avstrija je ena najrazvitejših in najbogatejših evropskih držav z visokim življenjskim standardom, kljub temu da nima pomembnih naravnih bogastev. Gospodarstvo označuje obsežen storitveni sektor, zmeren industrijski sektor in majhen, a visoko razvit kmetijski sektor. Kljub visoki industrializiranosti je država zelo ekološko osveščena (najbolj med evropskimi državami). Ker je avstrijski trg relativno majhen, je gospodarstvo izvozno usmerjeno. V izvozu prevladujejo potrošne dobrine, investicijske dobrine, vmesni proizvodi, surovine (razen goriva) ter hrana in pijače. Uvozna struktura je v glavnih postavkah skoraj identična izvozni. (Svetovna geografija, 2005, Podatki o državah - predstavitev države; Avstrija, 2007).

Povprečna gospodarska rast v obdobju 1997–2004 je znašala 2,3%, kar je pod povprečjem ostalih držav članic EU. V zadnjih letih si vlada preko privatizacije prizadeva zmanjšati svojo vlogo v gospodarstvu ter spodbuditi zasebni sektor. Le-ta je zelo fleksibilen, saj kar 80% vseh podjetij predstavljajo majhna podjetja z manj kot 10 zaposlenimi. Značilnost avstrijske delovne sile sta tudi visoka kvalificiranost in visoka produktivnost. (Podatki o državah - predstavitev države; Avstrija, 2007)

2.2.2 BELGIJA

Površina: 30.528 km²

Število prebivalcev leta 2004: 10.396.400

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 341

BDP per capita leta 2004: 27.710 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Belgija je zahodnoevropska država ob Severnem morju. Severni del države je nizka obalna ravnica, ki se dviguje le nekaj metrov nad morsko gladino in je preprejena s številnimi rečnimi deltami in prekopi. Južno od le-te je osrednja planota, kjer je najbolj rodovitna prst v državi. Na jugovzhodu so Ardeni (gozdnato hribovje). (Svetovna geografija, 2005, Veliki splošni leksikon, Prva knjiga, 1997)

Podnebje je oceansko, z milimi zimami in svežimi poletji. Padavin je največ v Ardenih. (Veliki splošni leksikon, Prva knjiga, 1997)

Belgija je bila ena prvih industrializiranih držav, pri čemer je prvotna industrializacija zajela predvsem Valonijo (zaradi nahajališč premoga in železa), kar jo je kasneje zaviralo pri uvajanju modernih industrij, ki so se zato hitreje razvile v Flandriji. Ta je zato bogatejša; glede na koncentracijo visokih tehnologij in raziskovalnih institutov je ena od treh vodilnih evropskih regij. Belgija je poleg Luksemburga in Irske med razvitimi državami najbolj izvozno usmerjena. Izvažajo predvsem stroje in prometno opremo, kemične izdelke (zlasti plastiko), brušene diamante, železo in jeklo, tekstil in hrano. Država je od sredine devetdesetih let do začetka tega tisočletja beležila dokaj visoko gospodarsko rast, ki je v povprečju preseгла 3% letno, v letih 2001–2005 pa je gospodarska rast znašala povprečno 1,4% letno. Delež kmetijstva v BDP znaša le 1,3%, storitveni sektor pa predstavlja 74,6% BDP. (Podatki o državah - predstavitev države; Belgija, 2007, Svetovna geografija, 2005)

Danes je država je močno urbanizirana in je ena najgosteje poseljenih evropskih držav. V mestih živi kar 97% ljudi. Gostota v urbanih aglomeracijah presega 1.000 prebivalcev na km². Ker je v državi sedež številnih mednarodnih institucij, predstavljajo tujci kar 9% celotnega prebivalstva. V Bruslju se naseljujejo številni strokovnjaki ali pa sem pogosto potujejo. Pomembna politična vloga državi navrže približno 7 milijard evrov letno. (Svetovna geografija, 2005, Podatki o državah - predstavitev države; Belgija, 2007)

2.2.3 DANSKA

Površina: 43.094 km²

Število prebivalcev leta 2004: 5.397.600

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 125

BDP per capita leta 2004: 36.539 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Danska je najmanjša in najgosteje naseljena skandinavska država, ki ji pripadajo tudi Ferski otoki in Grenlandija. Sestavljajo jo polotok Jutlandija in še 406 manjših otokov, od katerih je naseljenih le četrtnina. Pokrajino v glavnem predstavlja blago

valovito površje; je ena najnižjih in najbolj ravninskih držav na svetu. (Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997, Svetovna geografija, 2005)

Bližina morij in neznatne reliefne razlike so vzrok za dokaj izenačeno oceansko podnebje z zmerno toplimi poletji ter razmeroma toplimi zimami z malo snega. Zimske temperature so tudi za 10°C višje od povprečja na tej zemljepisni širini, kar je posledica vpliva toplega Zalivskega toka. (Svetovna geografija, 2005, Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997)

Danska je ena najstabilnejših držav na svetu; s trdno valuto, nizko inflacijo ter presežki na tekočem računu plačilne bilance in v proračunu. Zaradi nahajališč nafte in plina je energetska skoraj samozadostna. Nekoč pomembno ladjedelništvo je v zatonu, ribištvo pa je še vedno drugo v Evropi (za Islandijo). Med predelovalnimi dejavnostmi je najpomembnejša predelava hrane, pijač in tobaka. Danska je članica EU s posebnim statusom. Je tudi ena od treh članic, ki ni prevzela pogojev Evropske denarne zveze in s tem evra. Kljub temu pa denarna politika zvesto sledi politiki Evropske centralne banke. Osnovo gospodarstva predstavljajo storitve (poslovne storitve 25,6% BDP, trgovina, transport in zveze 22,9% BDP, javne storitve 25,6% BDP), medtem ko je delež predelovalne industrije relativno nizek (16,6% BDP). Obseg danske blagovne menjave je relativno majhen, saj je delež blagovnega izvoza v BDP nižji od tretjine. (Podatki o državah - predstavitev države; Danska, 2007)

Socialni sistem v državi je eden najboljših in najbolj širokogrudnih na svetu. Življenjska raven prebivalcev je tudi zaradi tega med najvišjimi. Glede dohodkovne enakosti je država med vodilnimi, saj pod mejo revščine živi le 4% družin (v Veliki Britaniji je takih 27%). V mestih živi približno 85% prebivalcev. (Svetovna geografija, 2005, Podatki o državah - predstavitev države; Danska, 2007)

2.2.4 FINSKA

Površina: 338.145 km²

Število prebivalcev leta 2004: 5.219.700

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 15

BDP per capita leta 2004: 29.108 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Večinoma gričevnata pokrajina je pretežno nižja od 200 metrov. Današnja izoblikovanost površja je posledica preoblikovanja v ledeni dobi. Skoraj desetino površja države predstavlja Finsko pojezerje v južnem delu države. Prevladujoča pokrajinska podoba so obširni gozdovi, ki so tako najpomembnejši naravni vir. (Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997, Svetovna geografija, 2005)

Za subpolarno celinsko podnebje so značilna topla poletja (do 30° C) s kratkimi svetlimi nočmi in dolge mrzle in temne zime z obilo snega. Ker leži skoraj četrtnina države severno od polarnega kroga, na skrajnem severu Finske sonce poleti ne zaide 73 dni, v zimskem obdobju pa sonce 51 dni sploh ne vzide. (Svetovna geografija, 2005, Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997)

Finska je ena najredkeje poseljenih evropskih držav. Stopnja urbaniziranosti je za evropske razmere nizka, skoraj polovica prebivalstva živi na jugu države na 10% celotne površine. (Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997, Podatki o državah - predstavitev države; Finska, 2007)

Finska nima naravnih bogastev z izjemo gozdov in voda ter manjših rudnikov železa, bakra in ostalih kovin. Njen hiter gospodarski razvoj po vključitvi v EU je temeljil na razvoju informacijske in komunikacijske tehnologije ter zabavne elektronike. V zadnjih petih letih prejšnjega stoletja se je proizvodnja teh sektorjev povprečno letno povečala kar za 36,3%. Zaradi takšnega razvoja in velikih naložb v šolstvo (za raziskave in razvoj namenja država v primerjavi s številom prebivalstva drugi največji delež na svetu) je na prvem ali drugem mestu v svetu po dostopnosti in kvaliteti informacijske tehnologije, uporabe računalnikov in interneta, mobilnih telefonov in elektronskega bančništva. Poleg tega velja Finska za socialno prijazno državo s stabilnim makroekonomskim okvirom. Stopnje inflacije so ene najnižjih na svetu, država pa vzdržuje vsakoleten presežek v javnih finančah in na tekočem računu plačilne bilance. Takšen razvoj je pripomogel, da se Finska po višini BDP na glavo prebivalca uvršča med deset najbogatejših držav na svetu. (Podatki o državah - predstavitev države; Finska, 2007)

2.2.5 FRANCIJA

Površina: 547.030 km²

Število prebivalcev leta 2004: 60.200.000

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 110

BDP per capita leta 2004: 27.558 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Francija je reliefno pestra država. Več kot polovico države predstavljajo rahlo valovite ravnice s posameznimi osamelci in gričevji. Na severozahodu države sta bolj razgibani pokrajini Bretanija in Normandija z močno razčlenjeno obalo. V Francijo segajo tudi deli visokih gorovij z obsežnimi sredogorji. Obala Atlantskega oceana od Calaisa do ustja Loire je večinoma skalnata s številnimi zalivi, južneje (v Biskajskem zalivu) pa nižinska, z obalnimi jezери in sipinami. Sredozemska obala je večinoma naplavna nižina. (Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997, Svetovna geografija, 2005)

Na zahodu in jugozahodu države prevladuje oceansko podnebje (zelo mile zime, srednje topla poletja), proti severovzhodu je podnebje vedno bolj celinsko (večje temperaturne razlike med poletjem in zimo). Jugovzhod države ima sredozemsko podnebje. (Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997)

V primerjavi z drugimi evropskimi državami je gostota poseljenosti razmeroma nizka. Prebivalstvo je močno koncentrirano na območju Pariza z okolico, na industrijskem območju okrog mesta Lille, v Alzaciji in Loreni ter na Azurni obali. (Veliki splošni leksikon, Druga knjiga, 1997)

Francija je poleg Nemčije politično in gospodarsko najmočnejša evropska država. Za njihovo delovno silo velja, da je najbolj izobražena in kvalificirana v Evropi. Francosko gospodarstvo je izredno diverzificirano. Najmočnejši sektor, katerega poslovanje ima vpliv na celotno gospodarstvo, je proizvodnja transportnih sredstev. Francija je ena redkih držav, ki največ elektrike ustvarijo v jedrskih elektrarnah (kar 70%). Je pomembno središče evropske kovinske industrije. Izvažajo predvsem stroje, motorno opremo, letala, kmetijske pridelke (zlasti hrano in vino), kemične in farmacevtske izdelke ter oblačila. Francija je ena najpomembnejših evropskih kmetijskih držav in ena glavnih izvoznic živil na svetu. Delež izvoza blaga in storitev predstavlja skoraj 30% BDP, kar je za tako veliko in razvito gospodarstvo relativno visok delež ter kaže na odprtost francoskega gospodarstva. (Podatki o državah - predstavitev države; Francija, 2007)

2.2.6 GRČIJA

Površina: 131.957 km²

Število prebivalcev leta 2004: 11.040.700

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 84

BDP per capita leta 2004: 15.254 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Na grško pokrajino močno vpliva obmorska lega. V Jonskem in še posebno v Egejskem morju je pod grško suverenostjo več kot 3.000 otokov (okoli 210 naseljenih). Največji in hkrati najjužnejši grški otok je Kreta. Povečini kamnita obala kopnega je predvsem na jugu in vzhodu razčlenjena s številnimi zalivi. Za notranjost države so značilne strme, povečini brezgozdne in zakrasele gorske verige. Na zahodu grškega polotoka pa je mlado nagubano apneniško in flišno gorovje. Tektonski premiki na območju države so precej preoblikovali površje in nastale so številne rodovitne kotline. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Večina države ima sredozemsko podnebje, ki pa je v različnih delih (odvisno od nadmorske višine, smeri vetrov, bližine morja in reliefne zaprtosti) različno izrazito. Na severu in severovzhodu so opazni vplivi celinskega podnebja. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Najgosteje so poseljene priobalne ravnice in kotline. Ljudje se močno izseljujejo iz goratih oddaljenih predelov in tudi z otokov, zato je urbanizacija vse večja. V mestih z več kot 10.000 ljudi živi približno 2/3 ljudi. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Grčija je bila leta 2004 poleg Portugalske najrevnejša članica EU. Državi je uspelo stabilizirati gospodarstvo do te mere, da je leta 2001 prevzela evro, stopnja inflacije se je zmanjšala, preglednost javnih financ pa ostaja slaba. Njihova podjetja se prepočasi prilagajajo močni svetovni konkurenci. Izvozna struktura je šibka, saj v njej prevladujejo izdelki z nizko dodano vrednostjo (hrana, tekstil, obleke, neželezne kovine) in naftni derivati, pri katerih pa gre večinoma za reeksport. Uvozna struktura je povsem drugačna; na prvih mestih so stroji, transportna oprema, proizvodi kemične industrije, mineralna goriva, železo in jeklo ter izdelki iz železa in jekla. (Podatki o državah - predstavitev države; Grčija, 2007)

Grško gospodarstvo je v letih 2003–2006 raslo skoraj po 4%; predvsem zaradi investicijskega »booma« zaradi olimpijskih iger 2004 v Atenah. K BDP pa sicer največ prispeva storitveni sektor (največ turizem in ladijski prevoz). (Podatki o državah - predstavitev države; Grčija, 2007)

2.2.7 IRSKA

Površina: 70.285 km²

Število prebivalcev leta 2004: 4.027.700

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 57

BDP per capita leta 2004: 36.639 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Država Irska obsega večino otoka Irska. Jedro otoka, ki so ga odločilno preoblikovali ledeniki, je valovita osrednja ravnina s številnimi jezери, rekami in močvirji. Z vseh strani jo obdajajo hribovja, na vzhodu pa ravnina sega do obale, ki je zelo razčlenjena. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Država ima izrazito oceansko podnebje z občutnimi vplivi toplega Zalivskega toka; poletja so hladna, zimska povprečna temperatura pa je za približno 5°C višja kot na širinsko primerljivih območjih. Povečini pihajo zahodni vetrovi. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Prebivalstvo Irske je v nasprotju z evropskim povprečjem sorazmerno mlado (vzroka: precejšen naravni prirastek in izseljevanje v preteklosti). V mestih živi 57% prebivalstva, od tega približno polovica na območju Dublina. Število prebivalcev v zadnjih letih izredno hitro narašča. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997, Svetovna geografija, 2005)

Irsko gospodarstvo je bilo zelo dolgo odvisno od tradicionalnega kmetovanja. Z vstopom v EU pa se je gospodarstvo te dežele močno spremenilo. Danes izvažajo predvsem stroje in prometno opremo, računalniško opremo, kemične izdelke, živino ter mesne in mlečne izdelke. (Svetovna geografija, 2005)

Struktura irskega gospodarstva je v več pogledih neobičajna za razvito državo. Industrija ima veliko višji delež v BDP kot v primerljivo razvitih državah (delež še raste), delež storitev narašča počasneje, delež kmetijstva ima pomembnejšo vlogo v gospodarstvu kot v ostalih državah zahodne Evrope. Irsko gospodarstvo je eno najbolj odprtih na svetu. Nizki davki na dobiček, ugodna geografska lokacija, članstvo v EU in hitra rast delovne sile so pritegnili velik delež tujih neposrednih naložb. (Podatki o državah - predstavitev države; Irska, 2007)

2.2.8 ITALIJA

Površina: 301.277 km²

Število prebivalcev leta 2004: 57.888.200

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 192

BDP per capita leta 2004: 23.992 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Italija poleg Apeninskega polotoka, ki se razteza daleč v Sredozemsko morje, zavzema še Sardinijo, Sicilijo in več manjših otokov. Obala je dolga kar 8.500 km. Notranjost polotoka je zelo razčlenjena, saj je kar 80% površja države goratega oziroma gričevnatega. Na jugu države je zaradi številnih mlajših tektonskih prelomov več delujočih vulkanov. (Svetovna geografija, 2005, Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Za južni del polotoka in otoke, kotline in priobalne ravnine je značilno sredozemsko podnebje. Alpe segajo v srednjeevropski celinski in visokogorski podnebni pas. Za Padsko nižino je značilno celinsko podnebje. Višji predeli Apeninov pa imajo gorsko podnebje. (Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Večina strokovnjakov deli državo v severni industrijski in južni kmetijski del. Severna Italija je namreč eno najbolj razvitih območij v Evropi, kar je v očitnem nasprotju z jugom, kjer vladata revščina in visoka brezposelnost. Revščina je številne prebivalce južnih delov države prisilila v selitev na sever, kjer v mestih živi približno dve tretjini prebivalstva. (Svetovna geografija, 2005, Veliki splošni leksikon, Tretja knjiga, 1997)

Ker razpolaga Italija z zelo skromnimi naravnimi viri, se je hitreje razvila lahka predelovalna industrija, pa tudi storitveni sektor (predvsem turizem). To in zgodovinske posebnosti so razlog, da je v Italiji veliko majhnih (družinskih) podjetij in peščica velikih korporacij. Srednje velika podjetja, ki so ponavadi nosilci tehnološkega razvoja, so redkejša kot v ostalih razvitih državah. Takšna struktura in zapletena italijanska administracija so razlog, da so tuje naložbe v Italiji in tudi domače v tujini skromne glede na obseg gospodarstva. Med vsemi državami EU beleži Italija najnižje stopnje rasti BDP. Danes je Italija pomembna evropska industrijska država z močnim kmetijstvom. Izvaža največ strojev in električne opreme, tekstila in oblačil, usnja, transportne opreme, kemičnih izdelkov, hrane in pijač, tobaka, izdelkov iz gume in plastike ter nekovinskih mineralov in proizvodov. (Svetovna geografija, 2005, Podatki o državah - predstavitev države; Italija, 2007)

2.2.9 LUKSEMBURG

Površina: 2.586 km²

Število prebivalcev leta 2004: 451.600

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 175

BDP per capita leta 2004: 59.911 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Luksemburg je najmanjša država EU, kjer živi veliko tujcev. Pokrajino sestavljata dve enoti. Na severu je pokrajina Ösling, ki spada k uravnanim sredogorskim Ardenom, z globoko vrezanimi dolinami rek. Na jugu je rodovitna gričevnata pokrajina Gutland, ki spada k stopnjasti pokrajini francoske Lorene. (Veliki splošni leksikon, Četrta knjiga, 1997)

Za podnebje so značilni celinski in oceanski vplivi. Na severu je podnebje ostrejšše. (Veliki splošni leksikon, Četrta knjiga, 1997)

Gospodarstvo je eno najbolj razvitih na svetu in temelji na razvejanih storitvenih dejavnostih. Označujejo ga zanesljiva rast, nizka inflacija in nizka brezposelnost. Industrijski sektor, kjer je v začetku dominiralo jeklo, je postal močno diverzificiran. Rast v finančnem sektorju, ki sedaj predstavlja približno 28% BDP, je

več kot kompenzirala padec pri jeklu. Izvažajo predvsem jeklene izdelke, stroje in prometno opremo, plastiko, gumo, tekstil in obdelana živila. Država ima pomembno vlogo v evropskem prostoru; je pomembno finančno središče in sedež Evropskega sodišča. Kmetijstvo je osnovano na majhnih družinskih farmah. Velik delež delovne sile predstavljajo tujci. (Svetovna geografija, 2005, Veliki splošni leksikon, Četrta knjiga, 1997)

Prebivalstvo Luksemburga ima najvišjo življenjsko raven v Evropi. Skoraj tretjina delavcev je tujcev, mnogi med njimi so zaposleni v več kot 200 bankah (večina jih je v tuji lasti). (Svetovna geografija, 2005)

2.2.10 NEMČIJA

Površina: 357.021 km²

Število prebivalcev leta 2004: 82.531.700

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 231

BDP per capita leta 2004: 26.744 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Nemčija se deli na tri velike naravnogeografske enote: Severnonemško nižavje, ki je del nemško-poljskega nižavja, staro hercinsko sredogorje in Alpe s predgorjem. (Veliki splošni leksikon, Peta knjiga, 1998)

Podnebje je zmerno, s padavinami v vseh letnih časih. Pihajo večinoma zahodni vetrovi. Od severozahoda proti jugovzhodu in vzhodu oceansko podnebje prehaja v celinsko. (Veliki splošni leksikon, Peta knjiga, 1998)

84% prebivalcev živi v mestih. (Veliki splošni leksikon, Peta knjiga, 1998)

Bogastvo in moč sodobne Nemčije temeljita na njenih proizvodnih in storitvenih dejavnostih, med katerimi so številne osredotočene v Porurju na zahodu države. Je močno industrializirana in posledično tudi precej onesnažena država. Izvažajo predvsem motorna vozila, jeklene izdelke, kemikalije in kemične izdelke, druge stroje, električno opremo, plastiko, tekstil in hrano. (Svetovna geografija, 2005)

Nemčija je v gospodarskem pomenu za ZDA in Japonsko tretja najpomembnejša država na svetu. Z ameriško pomočjo se je država po drugi svetovni vojni hitro industrializirala in postala sinonim za kakovost delovne sile in proizvodov. Gospodarski uspehi so se s priključitvijo manj razvitih vzhodnih dežel precej poslabšali. Industrija ima 25% v BDP, med storitvami pa so najpomembnejše finančne in poslovne storitve (30,7%) ter trgovske, gostinske, transportne in telekomunikacijske storitve (18%). (Podatki o državah - predstavitev države; Nemčija, 2007)

Nemčija sodi med največje izvoznice na svetu, kljub temu, da je njen BDP veliko nižji od BDP ZDA ali Japonske. K temu je pripomogla predvsem odprtost gospodarstva in povečana konkurenčnost (kot posledica nižje rasti plač v zadnjih letih), pa tudi veliko povpraševanje po izdelkih z visoko dodano vrednostjo (predvsem strojih) v državah, ki beležijo visoko gospodarsko rast. (Podatki o državah - predstavitev države; Nemčija, 2007)

2.2.11 NIZOZEMSKA

Površina: 41.526 km²

Število prebivalcev leta 2004: 16.258.000

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 392

BDP per capita leta 2004: 30.130 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Večinoma raven svet ob obali Severnega morja je nadaljevanje Nemško-poljskega nižavja. Več kot četrtnina ozemlja leži nižje od morske gladine. Na Nizozemskem so mokrotna priobalna območja začeli izsuševati že v 13. stoletju. Danes so to rodovitni marši in polderji. (Veliki splošni leksikon, Peta knjiga, 1998)

Značilno je zmerno oceansko podnebje s svežimi poletji in milimi zimami. Padavine so enakomerno razporejene skozi vse leto. Značilni so zahodni vetrovi. (Svetovna geografija, 2005)

V središču najbolj industrializiranega in najgosteje poseljenega območja na svetu imenovanega Randstad Holland je pristaniško mesto Rotterdam. S skoraj 400 ljudmi na km² je država ena najgosteje naseljenih na svetu, 90% vseh prebivalcev pa živi v mestih. (Svetovna geografija, 2005, Podatki o državah - predstavitev države; Nizozemska, 2007)

Nizozemska je ena gospodarsko najrazvitejših držav na svetu. Zaradi pomanjkanja naravnih bogastev sta pomembna terciarni sektor in pomorstvo, pa tudi predelovalna industrija in kmetijstvo (zlasti gojenje cvetja). Nizozemska je pomembna izvoznica hrane, saj je njeno kmetijstvo med najrazvitejšimi na svetu. Pomembna je tudi njena vloga trgovinske posrednice; pristanišče Europort v Rotterdamu je največje pristanišče v Evropi. Izvažajo predvsem stroje, motorna vozila, meso in mlečne izdelke, kemikalije in kemične izdelke, rafinirano nafto in cvetje. (Podatki o državah - predstavitev države; Nizozemska, 2007, Svetovna geografija, 2005)

Poleg stabilnosti gospodarstva in dobrih gospodarskih rezultatov so za Nizozemsko značilne tudi stabilne politične in družbene razmere. V zadnjih letih si država prizadeva predvsem izboljšati sistem socialne varnosti, povečati stopnjo

zaposlenosti ter izboljšati prometne povezave. (Podatki o državah - predstavitev države; Nizozemska, 2007, Svetovna geografija, 2005)

Obseg zunanje trgovine v zadnjih letih hitro narašča. Tako v izvozu kot v uvozu prevladujejo kapitalne dobrine, kemični izdelki ter hrana, pijača in tobačni izdelki. Nizozemska sebe promovira kot vrata v Evropo in aktivno spodbuja tuje naložbe.

(Podatki o državah - predstavitev države; Nizozemska, 2007, Svetovna geografija, 2005)

2.2.12 PORTUGALSKA

Površina: 92.391 km²

Število prebivalcev leta 2004: 10.474.700

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 113

BDP per capita leta 2004: 13.655 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Portugalska zavzema približno šestino Iberskega polotoka. Na jugu in zahodu jo obliva Atlantski ocean. Za površje je značilno hitro menjavanje hribovij, ravnin in planotastega sveta. (Veliki splošni leksikon, Šesta knjiga, 1998)

Podnebno je država zelo pestra, čeprav ni zelo velika. Severni del pod oceanskim vplivom je deževen z le kratkim sušnim poletnim obdobjem. Na jugu prevladuje sredozemsko podnebje. (Veliki splošni leksikon, Šesta knjiga, 1998)

Na Portugalskem se je v zadnjih dvajsetih letih močno okrepila lahka predelovalna industrija (zlasti oblačilna, obutvena, papirna in živilska). Portugalska po vsem svetu slovi po namiznih vinih in posebnih z žganjem ojačanimi vini. Izvažajo predvsem tekstil in oblačila, stroje in prometno opremo, obutev, pluto, kemikalije in vino. (Svetovna geografija, 2005)

Portugalska je v obdobju 2002–2005 beležila najnižjo gospodarsko rast v zadnjih dveh desetletjih, kar je spodbudilo pripravo pomembnih strukturnih reform, naraščanje proračunskega primanjkljaja in primanjkljaja na tekočem računu plačilne bilance. Je druga najrevnejša država nekdanje evropske petnajsterice. Nizki stroški delovne sile so v preteklosti pritegnili veliko tujih naložb, ki pa se v zadnjih letih zaradi hitre rasti plač, gospodarskega mrtvila in konkurence drugih držav zmanjšujejo. Najhitreje rastoči sektorji v zadnjih letih so gradbeništvo, finančne storitve, turizem in trgovina ter telekomunikacije. (Podatki o državah - predstavitev države; Portugalska, 2007)

2.2.13 ŠPANIJA

Površina: 504.782

Število prebivalcev leta 2004: 42.345.300

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 84

BDP per capita leta 2004: 19.839 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Notranji del Iberskega polotoka obkrožajo in zapirajo visoka gorovja. Drugi gorski venci razčlenjujejo deželo na visoke planote in kotline. Planota Mezeta obsega skoraj dve tretjini površine države. Kastilsko gorovje jo deli na nekaj višji severni del in malo nižji južni del. Obala je precej razgibana. Razen naplavnih ravnin v bližini izlivov večjih rek je priobalna ravnica zelo ozka ali pa je sploh ni. Tudi otoki so hriboviti. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Podnebje v Španiji je zelo pestro. Severozahod je vse leto pod vplivom zahodnih vetrov in je zato precej namočen (vpliv oceanskega podnebja). Preostala Španija ima sredozemsko podnebje z izrazito sušnimi poletji in vlažnimi zimami. Zaradi velikosti in pestrosti območja je podnebje modificirano z višino (bolj namočeno, bolj hladno). Kanarski otoki pa imajo subtropsko podnebje. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998, Svetovna geografija, 2005)

Zaradi naravnih razmer je država srednje gosto poseljena. Razen glavnega mesta so priobalna območja praviloma gosteje poseljena kot notranjost. Približno tri četrtine Špancev živi v mestih. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Kot v večini evropskih držav se je tudi v Španiji od druge svetovne vojne dalje hitro povečeval delež storitvenega sektorja, ki je leta 2005 predstavljal 66,7% BDP. V tem obdobju se je najbolj znižal delež kmetijstva (na 4,1%), pa tudi predelovalne industrije (na 29,%). Španija je ena vodilnih svetovnih proizvajalk vina, olivnega olja in agrumov. Med storitvami so najpomembnejše trgovina, turizem, bančništvo in telekomunikacije, pri čemer je za Španijo posebnega pomena turistični sektor, ki letno ustvari preko 30 milijard dolarjev (okoli 4% BDP) deviznih prihodkov. Množična gradnja turističnih zanimivosti pa je dodobra spremenila pokrajinsko podobo in povzročila nemalo dela okoljevarstvenikom. Španska gospodarska rast je bistveno višja kot v ostalih državah evro območja. (Podatki o državah - predstavitev države; Španija, 2007)

2.2.14 ŠVEDSKA

Površina: 449.946 km²

Število prebivalcev leta 2004: 8.975.700

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 20

BDP per capita leta 2004: 31.420 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Podolgovato oblikovano deželo na vzhodu in jugu obdaja Baltsko morje, na jugozahodu pa preliva Kattegat in Skagerrak. Na jugu države se izmenjujejo ravnice in gričevnati predeli. V nižavju srednješvedske ravnine so največja med več kot 100.000 jezeri. Več kot polovico ozemlja zavzema obsežna pokrajina Norrland. Na zahodu se razteza gorski masiv Skanden. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Država ima glede na visoko geografsko širino razmeroma ugodno podnebje. Na tem območju se namreč mešajo vplivi toplejših zračnih gmot z Atlantika s hladnejšimi z evrazijske celine. Zaradi močnih jugovzhodnih zračnih tokov je vreme stanovitno, poleti suho in toplo, pozimi pa mrzlo in jasno. Na severu države so zime precej bolj ostre kot na jugu, poletne temperature pa so precej izenačene. Zaradi nagnjene zemeljske osi so zlasti na severu poleti dnevi zelo dolgi, pozimi pa so zelo dolge noči. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Največji del prebivalstva živi na jugu države. Skoraj 85% prebivalcev živi v mestih. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Razmah interneta je spodbudil hiter razvoj sektorja informacijske tehnologije, tako da je Švedska s številnimi novoustanovljenimi podjetji s to dejavnostjo postala ena od vodilnih lokacij na svetu. Švedska gospodarska rast je bila v povprečju zadnjih petih let višja od povprečja EU 15, kar je delno tudi posledica njenega nečlanstva v Ekonomsko monetarni uniji. Švedska je bogata s surovinami, predvsem z lesom, je pa tudi največja proizvajalka železa, svinca, srebra in zlata, in druga največja proizvajalka bakra in cinka med državami EU 15. Proizvodnja kovin je bila osnova za razmah jeklarske, avtomobilske in letalske industrije. Javni sektor ima pomembno vlogo v gospodarstvu, saj zaposluje 30% zaposlene delovne sile. Kot v večini visoko razvitih držav ima storitveni sektor najvišji delež v BDP (63,7%), v zadnjih desetih letih se je ponovno okrepil industrijski sektor vključno z energetiko in vodnim gospodarstvom (24,1%), medtem ko se je prispevek kmetijstva, gozdarstva in ribištva zmanjšal na 1,9 %. (Podatki o državah - predstavitev države; Švedska, 2007)

2.2.15 ZDRUŽENO KRALJESTVO VELIKE BRITANIJE IN SEVERNE IRSKE

Površina: 244.088 km²

Število prebivalcev leta 2004: 59.699.800

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 245

BDP per capita leta 2004: 29.039 € (Svetovna geografija, 2005, Total Population, 2007)

Država je sestavljena iz otoka velika Britanija in dela irskega otoka Severna Irska. Britansko otočje leži na celinskem šelfu v severovzhodnem delu Atlantskega oceana. V nasprotju s hribovito obalo zahodne Anglije, Walesa in Škotske je obala v vzhodni Angliji povečini nizka z naplavinami. Zaradi raznolike geološke sestave je pokrajina razgibana. (Veliki splošni leksikon, Osmo knjiga, 1998)

Zaradi vpliva toplega Zalivskega toka ima zmerno podnebje z bolj blagimi zimami, kot je pričakovati v tej geografski širini. Ker je država na stičišču raznovrstnih morskih in zračnih tokov, ima zelo spremenljivo vreme s sorazmerno veliko padavinami. (Svetovna geografija, 2005)

Gostota prebivalstva je približno 250 ljudi na km², pri čemer približno 90% ljudi živi v mestih ali njihovi okolici. (Svetovna geografija, 2005)

Najstarejša industrijska država na svetu je korak z gospodarsko in tehnološko najbolj naprednimi državami vzpostavila ponovno sredi devetdesetih let, predvsem z razvojem bančnega, poslovnega in komunikacijskega sektorja ter naraščajočim deležem zasebnega sektorja, ki že ustvarja preko 80% v BDP. Stare nekonkurenčne panoge nadomeščajo hitro rastoča visokotehnološka podjetja, proizvodnja medicinskih in kemijskih izdelkov, industrijski inženiring in proizvodnja blaga za široko porabo. Ob pomoči velikih zalog nafte in zemeljskega plina v Severnem morju je Združeno kraljestvo četrta gospodarsko najpomembnejša država na svetu, ki postaja tudi trgovska velesila. V zadnjih letih njena rast BDP prekaša povprečje EU, precej zaslug za to pa ima britanska zavrnitev članstva v Ekonomsko monetarni denarni uniji ter s tem svobodnejše vodenje fiskalne in monetarne politike. Velika Britanija beleži stabilno gospodarsko rast že petnajst zaporednih let (v povprečju je znašala 2,6%), vzpodbujala pa jo je predvsem rast zasebne in investicijske potrošnje. V strukturi BDP so najpomembnejše finančne in poslovne storitve (27,2%), vladne in ostale storitve (22,8%), trgovina, turizem in gostinstvo (16,1%) ter predelovalne dejavnosti (14,9%). V zadnjih letih opazno naraščajo deleži finančnih in poslovnih storitev, trgovine, transporta in komunikacij, medtem ko se deleži kmetijstva, predelovalnih dejavnosti in vladnih storitev zmanjšujejo. (Podatki o državah - predstavitev države; Velika Britanija, 2007)

Britanska zakonodaja o tujih naložbah in poslovanju podjetij je ena najliberalnejših na svetu, zato ni presenetljivo, da je bila Velika Britanija glede vhodnih in izhodnih naložb dolgo časa na drugem mestu na svetu (za ZDA). V zadnjih letih jo je v vhodnih naložbah prehitela Kitajska, izjema pa je leto 2005, ko je bila Velika Britanija največja prejemnica tujih naložb. Tuje naložbe oziroma prevzemi so od pomembnejših sektorjev ovirani le v bančništvu in letalski industriji, kjer ima vlada možnost, da jih prepreči. (Podatki o državah - predstavitev države; Velika Britanija, 2007)

2.2.16 SLOVENIJA

Površina: 20.273 km²

Število prebivalcev leta 2004: 1.996.400

Gostota prebivalcev na km² leta 2004: 98

BDP per capita leta 2004: 13.140 € (Svetovna geografija, 2005, Total population, 2007)

Na severozahodu so visokogorske alpske pokrajine, zgrajene večinoma iz apnencev in dolomitov, v katere so reke zajedle globoke doline, v ledenih dobah pa so jih nato preoblikovali ledeniki. Visokogorski svet obdajajo predalpske pokrajine; hribovja in vmesne kotline. Na severovzhodu in vzhodu so gosto poseljene in intenzivno obdelane panonske pokrajine. Predvsem južni del države je dinarski zakraseli svet (hribovja in planote). Na jugozahodu so flišna gričevja in nizke kraške planote. Državi pripada tudi delček jadranske obale. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Stik različnih geografskih enot se odraža tudi v podnebjju. Ob obali je le-to submediteransko, v višjih legah gorsko, v večjem delu predalpskega sveta in v vzhodnem delu države pa je zmerno celinsko. (Veliki splošni leksikon, Sedma knjiga, 1998)

Slovenija je še vedno industrijska država, čeprav se terciarni sektor zelo širi. Približno 1/2 ljudi živi v mestih. Izvažajo predvsem stroje, motorna vozila, kemikalije, pohišstvo, zdravila, tekstil in živila. (Svetovna geografija, 2005)

Slovenski BDP per capita je konstantno višji od ostalih tranzicijskih držav v tem delu Evrope. Velika priložnost Slovenije je njena centralna lokacija. Kljub očitnemu napredku je velik delež gospodarstva še vedno v državnih rokah, direktne tuje naložbe pa so (preračunane na prebivalca) med najnižjimi v Evropi. Davčne obremenitve so relativno visoke, trg delovne sile se smatra za nefleksibilnega. (Svetovna geografija, 2005)

2.3 DELOVNE HIPOTEZE

Na osnovi poznavanja splošnih lastnosti turistične potrošnje in glavnih geografskih značilnosti obravnavanih držav so izpeljane delovne hipoteze raziskave.

Za nazornejši prikaz zastavljenih hipotez so v spodnji preglednici prikazane razvrstitve držav glede na določene geografske značilnosti, ki pomembno vplivajo tudi na turistično potrošnjo.

Preglednica št. 1: Razvrstitve držav glede na velikost, število prebivalcev, BDP per capita in BDP od najnižje do najvišje vrednosti

	VELIKOST:	ŠTEVILO PREBIVALCEV:	BDP PER CAPITA:	BDP
1.	Luksemburg	Luksemburg	Slovenija	Slovenija
2.	Slovenija	Slovenija	Portugalska	Luksemburg
3.	Belgija	Irska	Grčija	Portugalska
4.	Nizozemska	Finska	Španija	Irska
5.	Danska	Danska	Italija	Finska
6.	Irska	Avstrija	Nemčija	Grčija
7.	Avstrija	Švedska	Francija	Danska
8.	Portugalska	Belgija	Belgija	Avstrija
9.	Grčija	Portugalska	Avstrija	Švedska
10.	Zdr.kraljestvo	Grčija	Zdr.kraljestvo	Belgija
11.	Italija	Nizozemska	Finska	Nizozemska
12.	Finska	Španija	Nizozemska	Španija
13.	Nemčija	Italija	Švedska	Italija
14.	Švedska	Zdr. kraljestvo	Danska	Francija
15.	Španija	Francija	Irska	Zdr.kraljestvo
16.	Francija	Nemčija	Luksemburg	Nemčija

Vir: Svetovna geografija, 2005

Predvidevam, da je glavni dejavnik, ki vpliva na razlike med obravnavanimi državami v analizi emitivne turistične potrošnje, denar. Razpoložljiva denarna sredstva so namreč najpomembnejši dejavnik turistične potrošnje.

Hipoteza 1 (H1)

Za AETP* predpostavljam torej, da bodo najvišje vrednosti imele velike bogate države. V ospredju bodo Nemčija, Združeno kraljestvo, Francija in Italija. Te države imajo najvišji BDP med obravnavanimi. Najnižje vrednosti AETP* pa so pričakovane za manjše države s posledično nižjim BDP. To so Slovenija, Luksemburg, Portugalska in Irska.

Hipoteza 2 (H2)

V analizi relativnih kazalnikov emitivne turistične potrošnje predvidevam, da se bodo države v splošnem razvrščale glede na BDP per capita. Pričakuje se torej, da bodo najvišje vrednosti zabeležene v Luksemburgu, Irski, Danski in Švedski ter najnižje v Sloveniji, Portugalski, Grčiji in Španiji.

V analizi receptivne turistične potrošnje je glavna predpostavka, da so odločujoč faktor naravne razmere v določeni državi. Naravne privlačnosti so v splošnem namreč predpogoj za razvoj turizma.

Hipoteza 3 (H3)

Ker (kljub današnji pestrosti oblik turizma) oddih ob morju še vedno predstavlja največji delež turizma, predvidevam, da bodo najvišje vrednosti ARTP* imele države z dolgo sredozemsko obalo. To so: Francija, Španija, Italija in Grčija. Najnižje vrednosti bodo najverjetneje v zelo malih državah: Slovenija, Luksemburg, Belgija in Nizozemska.

Hipoteza 4 (H4)

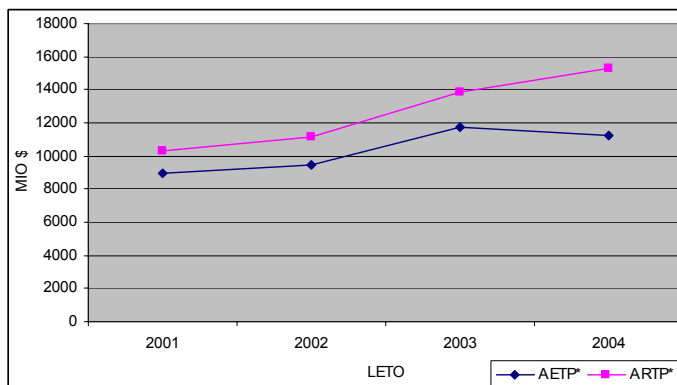
V analizi relativnih kazalnikov receptivne potrošnje bodo v ospredju manjše turistično privlačne države. Predvidevam, da bodo imele najvišje vrednosti Luksemburg, Irska in Avstrija. In obratno - najnižje vrednosti pričakujem za večje države, ki niso izrazito turistične: Švedska, Nemčija in Finska.

Seveda na turistično potrošnjo vpliva mnogo zelo različnih dejavnikov, ki se medsebojno prepletajo in v času tudi spreminjajo. Zgoraj zapisane domneve pa izhajajo iz povsem osnovnih lastnosti držav in turistične potrošnje, zato pričakujem (predvsem pri relativnih kazalnikih, ki so mnogo bolj kompleksne narave), da ne bodo v celoti držale. V sklepnem delu bom poizkušala najti razloge za ugotovljena odstopanja.

3. ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE PO POSAMEZNIH DRŽAVAH ČLANICAH EU IN V SLOVENIJI, 2001–2004

3.1 ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE PO POSAMEZNIH DRŽAVAH

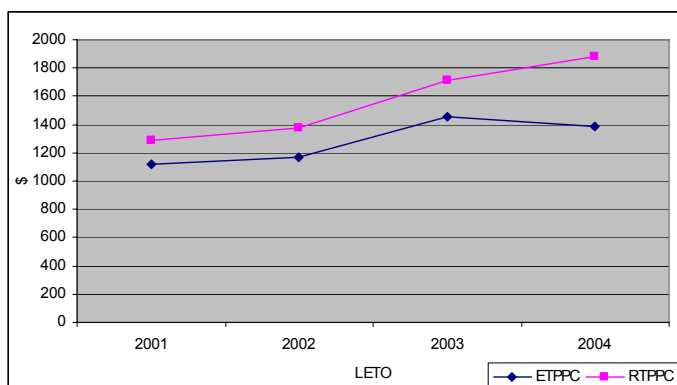
3.1.1 AVSTRIJA



Grafikon št. 3: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Avstriji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 1, 2006

Analiza absolutne turistične potrošnje v Avstriji kaže, da je ARTP* konstantno višja od AETP*. Država predvsem zaradi alpskega prostora sodi med bolj privlačne turistične destinacije, kar pojasnjuje prevlado ARTP* nad AETP*. Za ARTP* je značilno, da je skozi vso proučevano obdobje naraščala in je bila leta 2004 za 49% višja kot v letu 2001. AETP* pa je naraščala le do 2003, v zadnjem proučevanem letu pa je nekoliko upadla. Možno je, da je ta padec posledica povečane brezposelnosti v letu 2004 (4,9% glede na 4,3% v letih 2002 in 2003) in višje stopnje inflacije kot v prejšnjih letih (1,9% glede na 1,3% oz. 1,7% v prejšnjih dveh letih). Kljub temu negativnemu trendu pa je bila AETP* leta 2004 za 26% višja kot leta 2001. Razlika med obravnavanima kategorijama se je v tem obdobju (predvsem zaradi različnega trenda v zadnjem proučevanem letu) močno povečala. (Podatki o državah - predstavitev države; Avstrija, 2007)

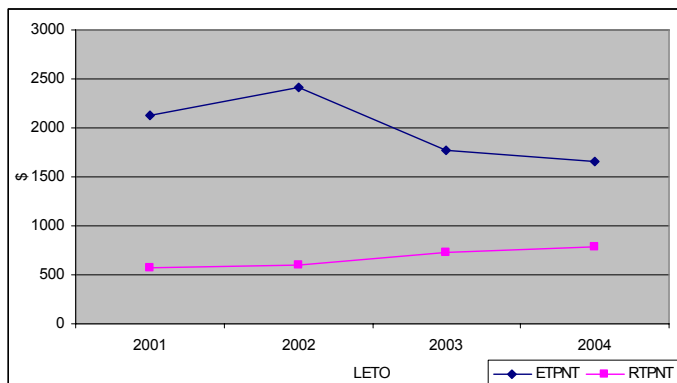


Grafikon št. 4: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Avstriji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 1, 2006

Analiza turistične potrošnje na prebivalca zaradi počasnega in dokaj konstantnega gibanja števila prebivalstva kaže sliko, ki je zelo podobna analizi absolutnih

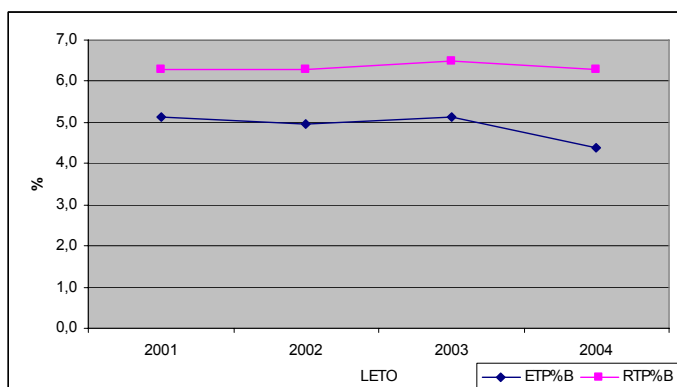
kategorij. RTPPC je konstantno nad ETPPC in je tudi v stalnem porastu, medtem ko je ETPPC v zadnjem letu nekoliko upadla. Tudi povišanje RTPPC je skoraj skladno s povišanjem pri analizi absolutne kategorije; RTPPC se je v obravnavanih letih povišala za 47%, ETPPC pa za 26%.



Grafikon št. 5: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Avstriji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 1, 2006

Zanimiva je analiza grafikona turistične potrošnje na turista, kjer je receptivna kategorija (za razliko od prvih dveh primerjav za to državo) konstantno nižja od emitivne. Tuji turisti v Avstriji v povprečju torej trošijo manj denarja, kot ga trošijo za turistične dobrine Avstrijci v tujini. Predvidevam, da je to posledica naravnih razmer v Avstriji. Prebivalci imajo namreč obilo možnosti turističnega udejstvovanja v domači državi (le-to v tej analizi ni zajeto); emitivni turizem zato predstavlja manjši in dražji del narodnega turizma. Večina cenejših potovanj odpade namreč na domači turizem. V tej analizi je pomembno opozoriti tudi na dejstvo, da je po letu 2002 opazen nasproten trend gibanja opazovanih kategorij. RTPNT V Avstriji se skozi vso proučevano obdobje viša, medtem ko se ETPNT od 2002 niža. ETPNT v letu 2004 je bila tako 24% nižja kot v 2001, RTPNT pa za 40% višja. Zanimivo je, da medtem ko je ETPPC še rasla (2003-2004), je ETPNT že močno upadla. To pomeni, da je v tem letu potovalo več ljudi kot leto poprej, ki pa so v povprečju potrošili manj sredstev kot v prejšnjih letih (poraba na prebivalca je bila tako višja, poraba na turista pa nižja od prejšnjega leta).



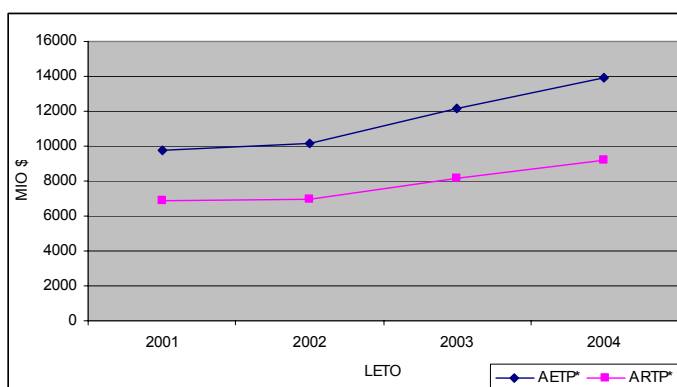
Grafikon št. 6: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Avstriji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 1, 2006

Iz grafikona je razvidno, da je delež receptivne potrošnje v BDP konstantno večji od deleža emitivne potrošnje, kar se sklada s prevlado absolutne receptivne turistične potrošnje nad absolutno emitivno. Delež obeh kategorij pa je v zadnjem letu nekoliko upadel.

Zanimivo pa je, da je kljub temu, da je ARTP* vse obdobje naraščala, delež v BDP v zadnjem letu upadel. Podatek dokazuje, da so se v tem obdobju bolj od turističnega razvili nekateri drugi sektorji, da je lahko kljub večji absolutni številki delež v BDP manjši. Trend ETP%B pa je skladen s trendom AETP* in ETPPC.

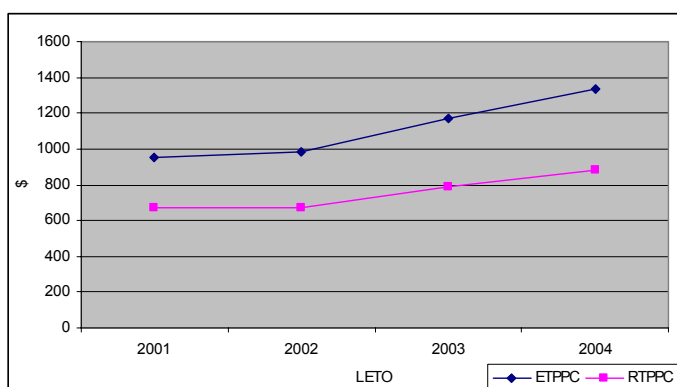
3.1.2 BELGIJA



Grafikon št. 7: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Belgiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 2, 2006

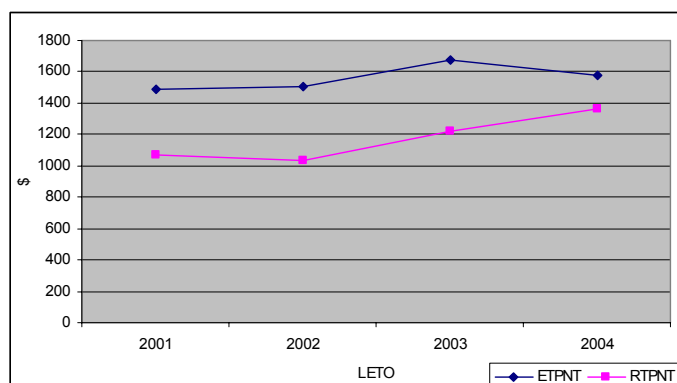
AETP* je skozi celotno proučevano obdobje višja od ARTP*, kar pomeni, da v seštevku belgijski državljani za turistične izdatke v tujini namenijo več denarja, kot ga Belgiji prinesejo vsi tuji turisti skupaj. Trend obeh kategorij je ves čas pozitiven. Vrednost AETP* je leta 2004 za 42% višja od vrednosti leta 2001, vrednost ARTP* pa je višja za 33%. Razlika med njima se je tako povečala na 1,6 kratnik. Prevlada emitivne kategorije je logična, saj je Belgija majhna, a zelo bogata država. Prebivalci nimajo veliko možnosti za domači turizem, visok standard pa jim visoko emitivno potrošnjo tudi omogoča.



Grafikon št. 8: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Belgiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 2, 2006

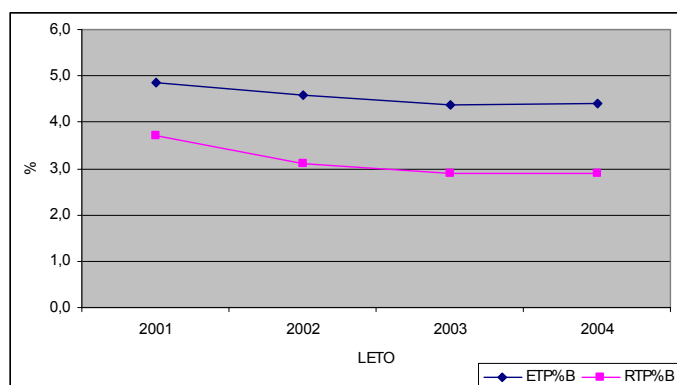
Analiza turistične potrošnje na prebivalca kaže podobno sliko kot analiza absolutne kategorije. Konstantno je višja emitivna kategorija, oba kazalnika pa sta v porastu (ETPPC je leta 2004 40% višji od vrednosti v letu 2001, RTPPC pa 31%).



Grafikon št. 9: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Belgiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 2, 2006

Tudi za turistično potrošnjo na turista je značilno, da je emitivna kategorija veskozi nad receptivno. Pomembno pa je, da je v zadnjem letu ETPNT upadla, medtem ko RTPNT od 2002 konstantno narašča. Leta 2004 je tako razlika med primerjanima kategorijama najmanjša. ETPNT je leta 2004 zaradi znižanja v zadnjem letu le za 6% višja kot leta 2001, RTPNT pa je višja za 28%. Pomembno je tudi dejstvo, da se je ETPNT v zadnjem letu znižala, medtem ko je ETPPC v tem letu naraščala. To enako kot v primeru Avstrije pomeni, da je v tem obdobju v tujino potovalo več ljudi, ki pa so za turistične dobrine in storitve v povprečju potrošili manj denarja, kot ga je potrošilo manjše število belgijskih emitivnih turistov v prejšnjih letih. Možen vzrok tega negativnega trenda je povišanje stopnje nezaposlenosti (8,4%, v prejšnjih letih 8,0% in 7,3%) ali pa povišana stopnja inflacije (2,1%, v prejšnjih letih pa 1,5% oz 1,6%). (Podatki o državah - predstavitev države; Belgija, 2007)



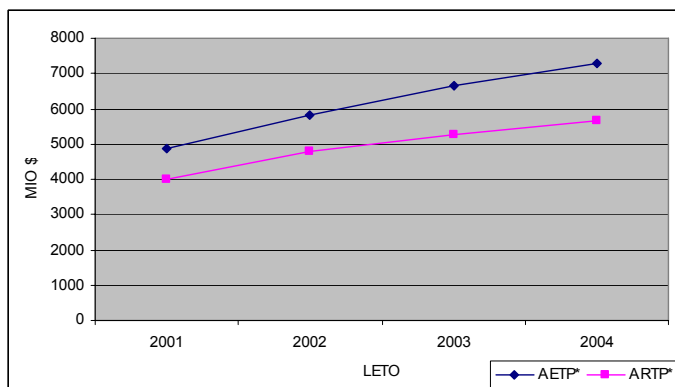
Grafikon št. 10: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Belgiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 2, 2006

Iz grafikona je razvidno, da se pomembnost turizma v Belgiji (tako emitivnega kot receptivnega) glede na delež v BDP nekoliko zmanjšuje. Medtem ko so absolutne številke v porastu, je delež konstantno v upadu, kar pomeni hitrejši gospodarski

napredek drugih panog. Vrednost ETP%B je v letu 2004 za 6% nižja od vrednosti v letu 2001, vrednost RTP%B pa je nižja kar za 22%.

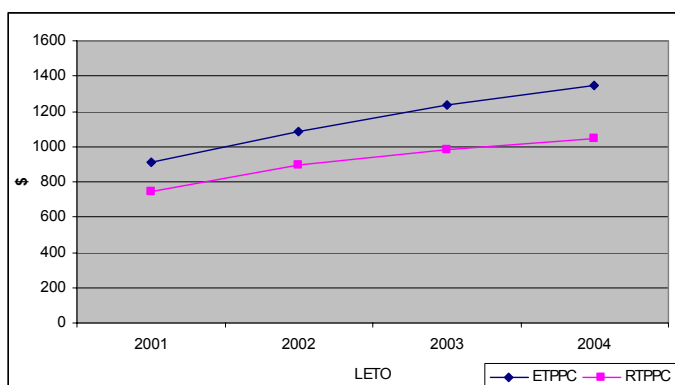
3.1.3 DANSKA



Grafikon št. 11: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja na Danskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 3, 2006

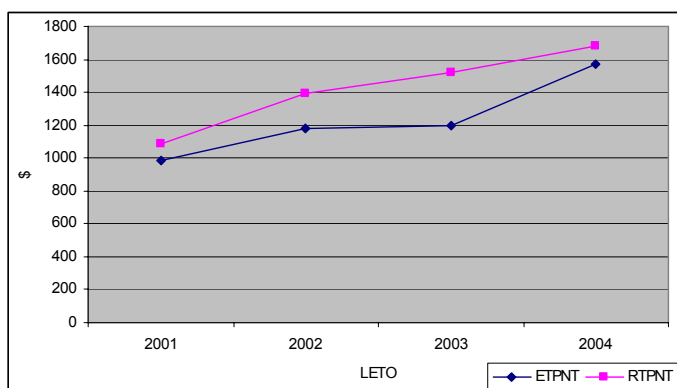
Analiza absolutnih kategorij kaže, da je AETP* v celotnem obdobju višja od ARTP*. Obe kategoriji sta v stalnem porastu, s tem da je opazna nekoliko hitrejša rast AETP*. Medtem ko je AETP* v tem obdobju porasla za 50%, se je ARTP* povišala za 41%. Na račun neenakomerne rasti se je povečala razlika med obravnavanima kategorijama. Glede na to, da država sodi med gospodarsko razvitejše države z manjšimi možnostmi za domači turizem, je rezultat razumljiv.



Grafikon št. 12: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca na Danskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 3, 2006

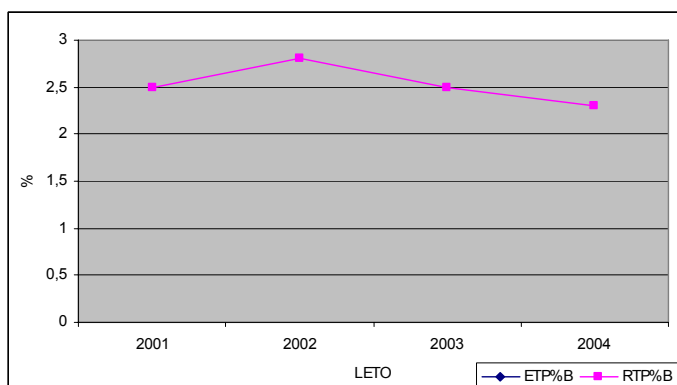
Tudi iz grafa turistične potrošnje na prebivalca je razvidna konstantna rast obeh kategorij v obravnavanem obdobju. ETPPC se je povišala za 48%, RTPPC pa za 40%. Vseskozi je višja emitivna kategorija. Razlika med kategorijama se je v teh letih na račun hitrejši rasti ETPPC nekoliko povečala.



Grafikon št. 13: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista na Danskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 3, 2006

V nasprotju s prvima dvema kazalnikama je v tej primerjavi vseskozi višji receptivni kazalnik. Dobljene rezultate je verjetno moč pojasniti z dvema dejstvoma. Danska ima zelo omejene možnosti za domači turizem. Zaradi visokega standarda je turistični odhod v tujino omogočen večjemu delu prebivalstva. Emitivni turizem tako ne predstavlja luksuzne dobrine, kar ima za posledico ne pretirano visoko povprečno porabo emitivnih turistov. Vrednost RTNT pa je visoka predvsem zaradi prevlade poslovnega turizma v državi.

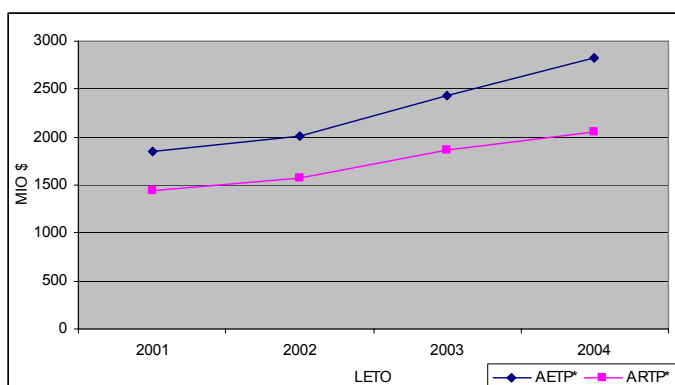


Grafikon št. 14: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP na Danskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 3, 2006

Za ETP%B za Dansko ni ustreznih podatkov, zato so na grafikonu prikazani le podatki za RTP%B. Vrednost obravnavane kategorije se je do leta 2001 povišala, nato pa dve leti nižala. Leta 2004 je bila 8% nižja kot v prvem proučevanem letu. Zanimiv je trend upadanja deleža receptivne potrošnje v BDP. Kljub temu, da turizem prinese vsako leto več denarja, postaja v celotni strukturi BDP vedno manj pomemben. To kaže na dejstvo, da se po letu 2002 neturistični sektorji gospodarstva širijo hitreje od turističnega.

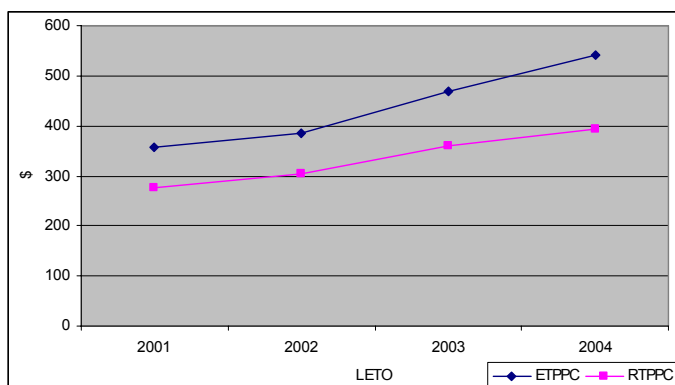
3.1.4 FINSKA



Grafikon št. 15: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja na Finskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 4, 2006

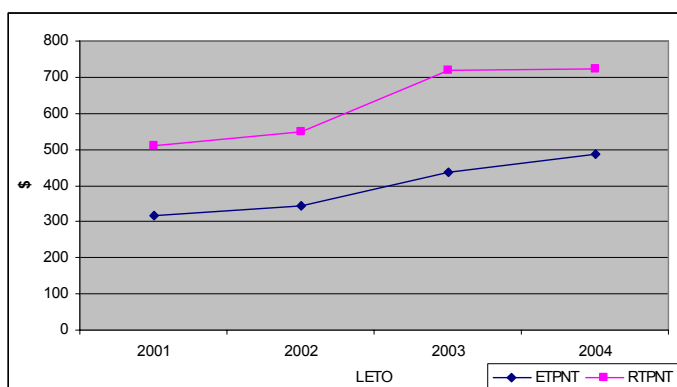
AETP* na Finskem je skozi celotno obdobje višja od ARTP*, kar je povsem razumljivo; saj je splošno dejstvo, da bogatejše severnoevropske države brez toplega morja sodijo med emitivne turistične destinacije. AETP*, ki je višja, se je v obravnavanih letih tudi bolj povišala (za 52%) od ARTP* (43% porast). Razlika med absolutnima številka se je v treh letih tako skoraj podvojila.



Grafikon št. 16: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca na Finskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 4, 2006

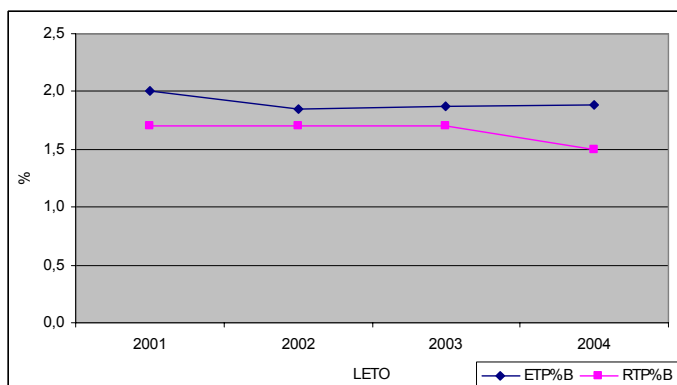
Relativni kazalnik turistične potrošnje, preračunan na državljana, kaže podobno sliko kot graf absolutnih kategorij. ETPPC je konstantno višja od RTPPC in je tudi v višjem porastu (porast ETPPC v tem obdobju 51%, porast RTPPC 42%). Razlika med emitivno in receptivno kategorijo se je v teh letih skoraj podvojila.



Grafikon št. 17: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista na Finskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 4, 2006

Zanimiva je analiza grafa turistične potrošnje na turista. Vseskozi je višja RTPNT; verjetno iz istih razlogov kot v danskem primeru. Visok družbeni standard (povezan s hitrim in utrujajočim življenjskim tempom) in manjše domače možnosti za turizem silijo Fince na oddih v tujino; visok življenjski standard pa hkrati omogoča odhod v tujino večjemu delu Fincev (kar pomeni, da turizem ni zgolj luksuzna dobrina). Finska kot turistična destinacija predstavlja drago lokacijo in je poraba RTPNT zato visoka. Kljub temu da je ETPNT nižja, se je v tem obdobju povečala za 53%, medtem ko se je RTPNT za 42%.

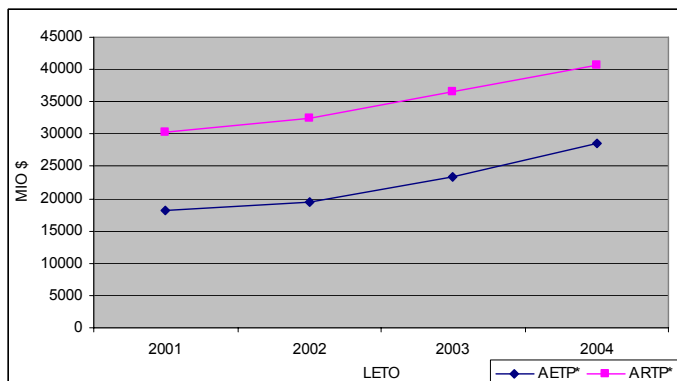


Grafikon št. 18: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP na Finskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 4, 2006

Delež emitivne potrošnje v BDP je skladno z že zgoraj zapisanimi trditvami v vsem obdobju višji od receptivnega. Deleža obeh opazovanih kazalnikov sta v letu 2004 nižja od vrednosti v letu 2001.

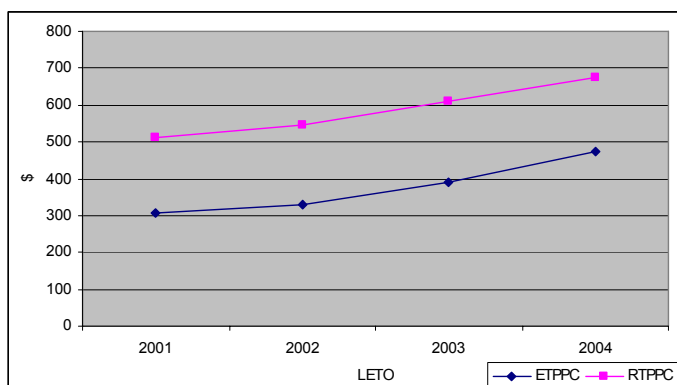
3.1.5 FRANCIJA



Grafikon št. 19: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Franciji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 5, 2006

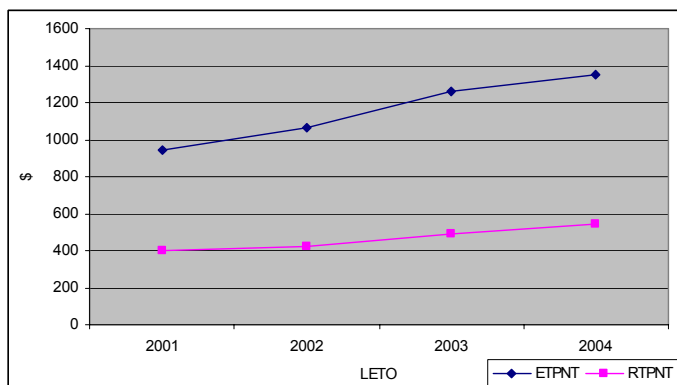
ARTP* je skozi vso proučevano obdobje višja od AETP*. Ugotovitev je logična, saj je Francija zaradi morja ter zgodovinskih in kulturnih znamenitosti ena svetovno najbolj privlačnih turističnih destinacij. AETP* pa je v višjem porastu, v tem obdobju se je povišala za 57%, ARTP* pa se je povišala za manj; za 34%.



Grafikon št. 20: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Franciji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 5, 2006

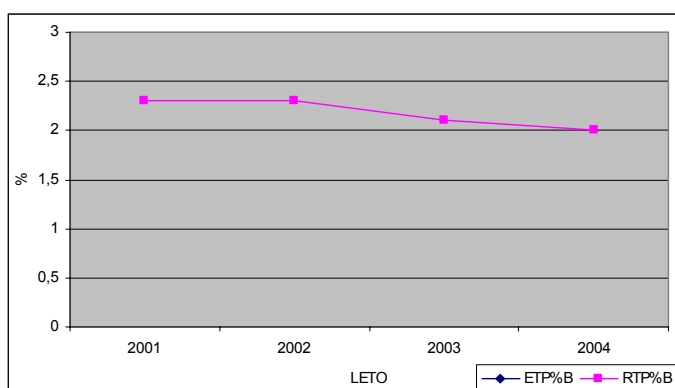
Tudi slika turistične potrošnje na prebivalca kaže podobno stanje kot analiza absolutnih kategorij. Obe kategoriji sta v stalnem porastu; ETPPC za 55%, RTPPC pa za 32%.



Grafikon št. 21: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Franciji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 5, 2006

Zanimiva je analiza grafikona turistične potrošnje na turista. ETPNT je v vsem obdobju močno višja od RTPNT in je tudi v večjem porastu (44%, receptivna 34%). To pomeni, da francoski turisti v tujini v povprečju porabijo mnogo več denarja, kot ga porabijo tujci pri njih. Za eno svetovno pomembnejših turističnih destinacij to na prvi pogled deluje presenetljivo. Dejstvo pa je, da ravno zaradi tega, ker je Francija ogromna svetovno privlačna turistična destinacija, veliko turizma odpade v kategorijo domači turizem. Mednarodnega emitivnega je zato posledično manj; v tujino potujejo le prestižnejši, kar se odraža na povprečni visoki ETPNT ob ne tako visoki ETPPC.

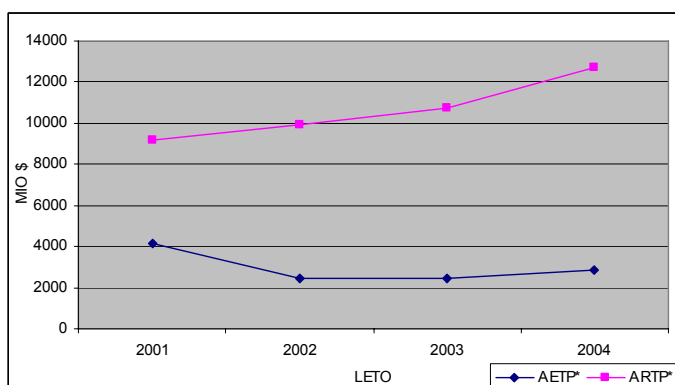


Grafikon št. 22: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Franciji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 5, 2006

Za Francijo ni ustreznega podatka o ETP%B. RTP%B je v upadanju; v obravnavanem obdobju se je znižal za 13% prvotne vrednosti. Trend je zanimiv, saj je ARTP* v tem obdobju porasla za 34%. Pomen turizma v primerjavi z ostalimi panogami v okviru BDP očitno nekoliko upada.

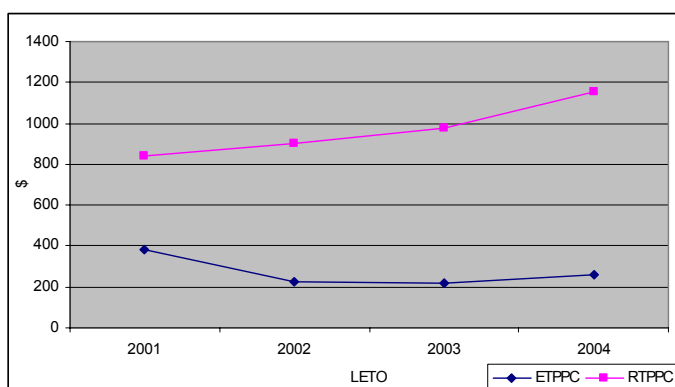
3.1.6 GRČIJA



Grafikon št. 23: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Grčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 6, 2006

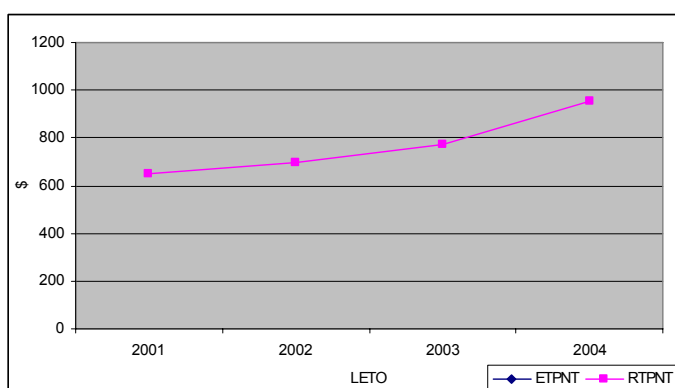
Skladno s pričakovanji zaradi slabše gospodarske razvitosti (in s tem manjših možnosti za emitivni turizem) in velikih možnosti domačega turizma (sredozemska obala, otoki) je močno v ospredju ARTP*, ki je tudi v stalnem porastu. Opazna je tudi nekoliko višja rast ARTP* v zadnjem proučevanem letu, kar je posledica olimpijskih iger v Atenah. ARTP* se je v obravnavanem obdobju povišala za 39%. AETP* pa je v letu 2002 močno upadla (glede na vrednost iz leta 2001). Možen vzrok tega upada je prevzem evra leta 2001. Vrednost AETP* pa je bila leta 2004 31% nižja kot leta 2004, kljub temu da se je od 2002 počasi višala. Razlika med emitivno in receptivno se je tako podvojila v korist receptivne turistične potrošnje.



Grafikon št. 24: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Grčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 6, 2006

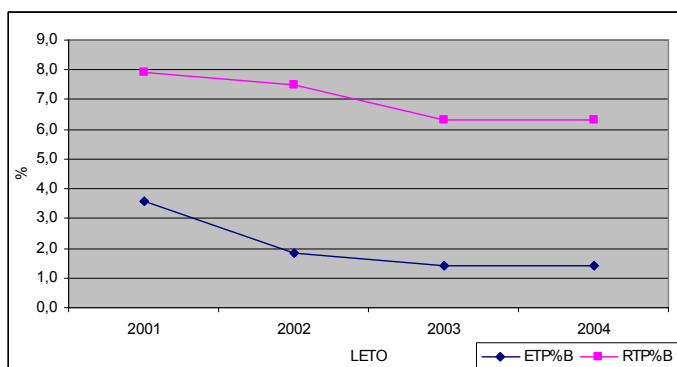
ETPPC je v Grčiji konstantno nižja od RTPPC. Trend je skoraj identičen trendu absolutne potrošnje. RTPPC je skozi proučevano obdobje stalno rasla. Največji porast potrošnje je viden v zadnjem letu, ko je RTPPC najvišja. Glavni vzrok za tako stanje so olimpijske igre leta 2004 v Atenah. ETPPC je v prvem proučevanem letu močno upadla, nato počasi rasla; vrednost leta 2004 pa je bila kljub temu za 32% nižja od tiste v letu 2001.



Grafikon št. 25: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Grčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 6, 2006

Za ETPNT v Grčiji ni ustreznih podatkov. Na grafu je tako prikazan le trend rasti RTPNT. Vrednost kazalnika je leta 2004 višja za 47%.

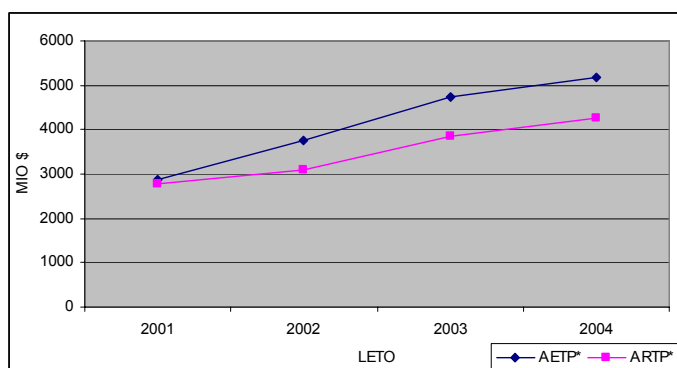


Grafikon št. 26: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Grčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 6, 2006

Skladno z analizo absolutne kategorije je RTP%B mnogo višji od ETP%B. Zanimivo pa je, da delež v zadnjem obravnavanem letu zaradi OI ni porasel. Očitno so se močnejše razvijali tudi ostali sektorji (verjetno tudi v povezavi z OI; npr. gradbeništvo) in ne le turistični, zato je delež ostal enak.

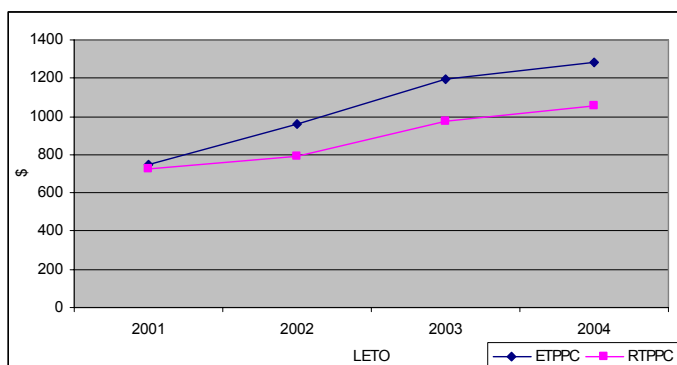
3.1.7 IRSKA



Grafikon št. 27: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja na Irskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 7, 2006

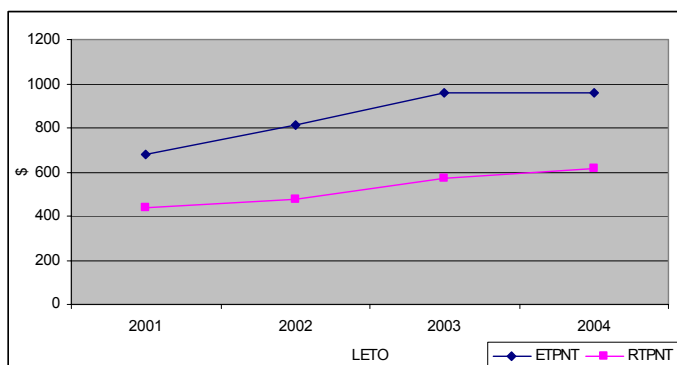
Leta 2001 sta bili AETP* in ARTP* skoraj izenačeni. Vse odtlej pa je višja AETP*, ki je v hitrejšem porastu (vrednost leta 2004 je za 81% višja od vrednosti v letu 2001, ARTP* pa se je v tem obdobju povišala za 53%). Irska je majhna država z omejenimi turističnimi privlačnostmi in visokim življenjskim standardom; kar ima za posledico pomembnejšo emitivno kategorijo.



Grafikon št. 28: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca na Irskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 7, 2006

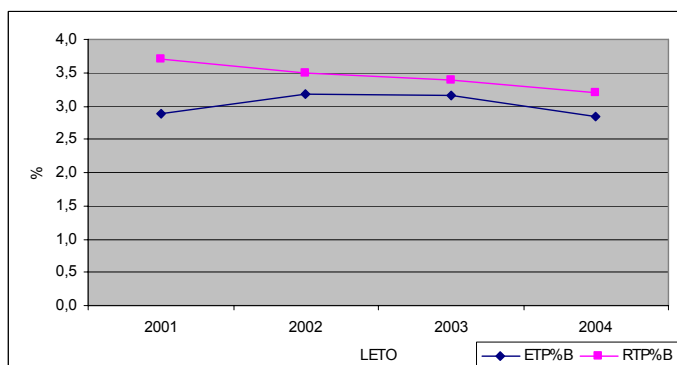
Razlaga grafikona št. 28-turistična potrošnja na prebivalca je skoraj identična razlagi grafikona št. 27-absolutna turistična potrošnja; le da je v tem primeru porast emitivne kategorije 72% in porast receptivne 45%.



Grafikon št. 29: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista na Irskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 7, 2006

V celotnem proučevanem obdobju je višja ETNT, kar seveda omogoča visok življenjski standard na Irskem. Obe kategoriji sta v obravnavanem obdobju porasli za približno 40%. Opazna je počasnejša rast obeh kategorij v zadnjem proučevanem letu.

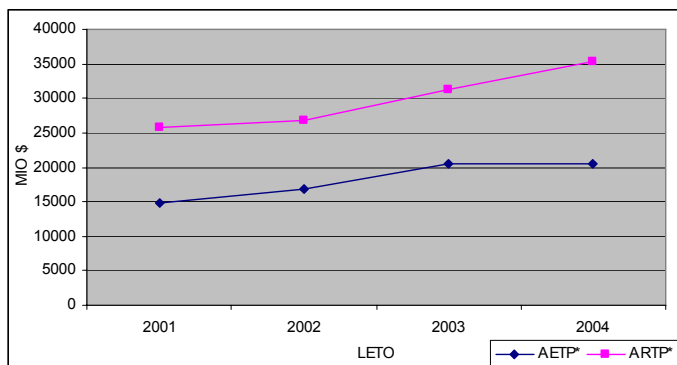


Grafikon št. 30: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP na Irskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 7, 2006

RTP%B se konstantno niža, kljub temu da ARTP* stalno raste. To govori v prid dejstvu, da se vedno bolj razvijajo ostali sektorji gospodarstva in da turistični prejemki ne glede na to, da so še vedno v porastu, predstavljajo vedno manjši delež v celotni gospodarski strukturi. Podobno velja za emitivni turizem, le da je delež le tega glede na vrednost BDP med letoma 2001 in 2002 nekoliko porasel, nato pa postopoma upadal.

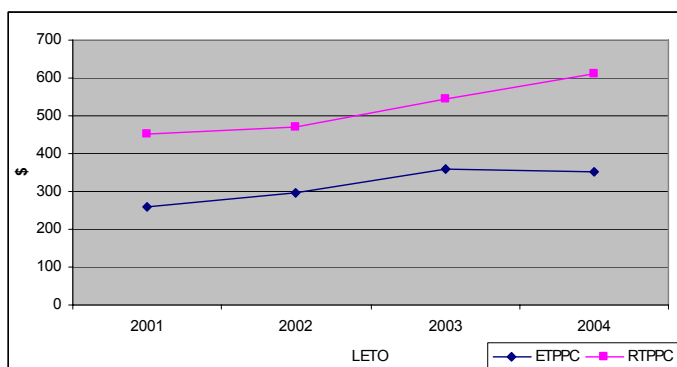
3.1.8 ITALIJA



Grafikon št. 31: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Italiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 8, 2006

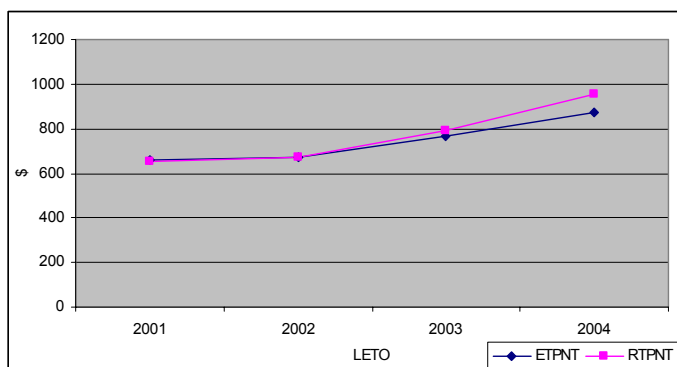
Italija s svojo obalo, Alpami, jezeri, kulturnimi spomeniki idr. vsekakor ponuja ogromno turističnih privlačnosti, kar se odraža v prevladi ARTP* nad AETP* v celotnem proučevanem obdobju. Prav zaradi obsežnosti domače ponudbe (poleg drugih dejavnikov; predvsem življenjskega standarda) je emitivna kategorija nižja. AETP* se je v obravnavanem obdobju povišala za 38%, ARTP* pa za 37%. Medtem ko ARTP* stalno narašča, analiza AETP* v zadnjem proučevanem letu kaže stagnacijo.



Grafikon št. 32: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Italiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 8, 2006

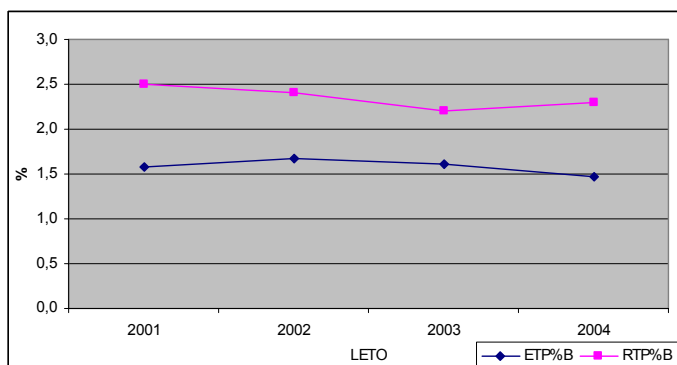
Trend turistične potrošnje na prebivalca je skladen s trendom absolutne turistične potrošnje.



Grafikon št. 33: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Italiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 8, 2006

Zanimiva je analiza turistične potrošnje na turista v Italiji, saj sta kategoriji precej skladni skozi vso proučevano obdobje. Kljub temu, da Italija sodi med turistično najprivlačnejše svetovne destinacije, je RTPNT le malenkost višja od ETPNT. Zaradi velikih domačih možnosti za turistično udejstvovanje je logično, da v tujini dopustuje manjši delež ljudi kot v manjših državah brez posebnih turističnih privlačnosti. Ta manjši delež tako predstavljajo večinoma premožnejši ljudje. ETPNT je zato relativno visoka. Očitno pa je podobno visoka tudi RTPNT v Italiji.

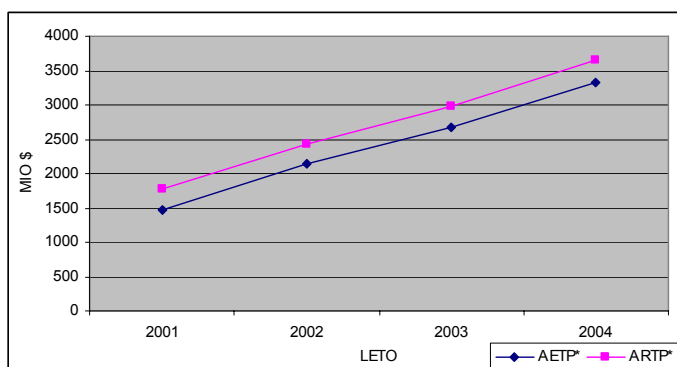


Grafikon št. 34: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Italiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 8, 2006

RTP%B je med letoma 2001 in 2003 upadel in se nato do leta 2004 spet povišal. Vrednost leta 2004 je tako za 8% nižja od vrednosti v letu 2001. Vrednost ETP%B pa je najprej nekoliko rasla, nato upadla. Leta 2004 je bila tako nižja od vrednosti v prvem proučevanem letu. Oba deleža sta bila leta 2004 nižja kot leta 2001.

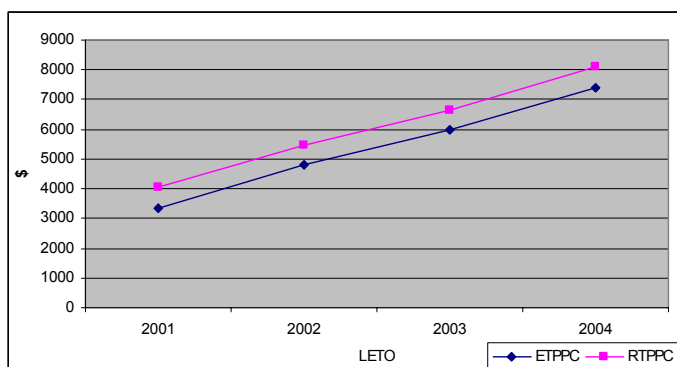
3.1.9 LUKSEMBURG



Grafikon št. 35: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Luksemburgu, 2001–2004

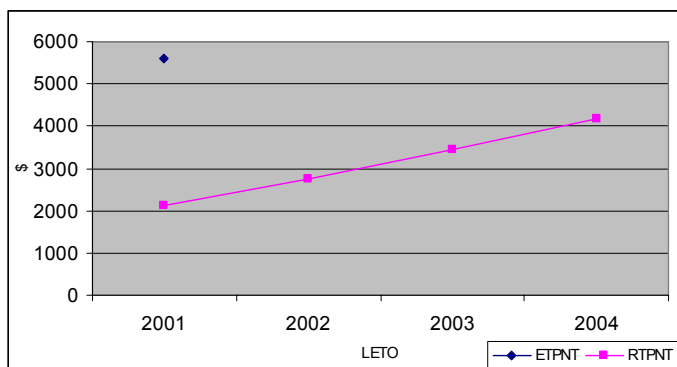
Vir: Tourism Compendium 9, 2006

Grafikon absolutne turistične potrošnje v Luksemburgu kaže konstantno hitro rast obeh kategorij. AETP* se je v proučevanem obdobju povečala za 128%, ARTP* pa za 106%. Graf obeh kazalnikov kaže skoraj linearno rast, razlika med vrednostima skozi proučevano obdobje tako ostaja skoraj nespremenjena. Vseskozi pa je višja ARTP*, kar je gotovo posledica pomembne politične vloge države in s tem povezanega poslovnega turizma.



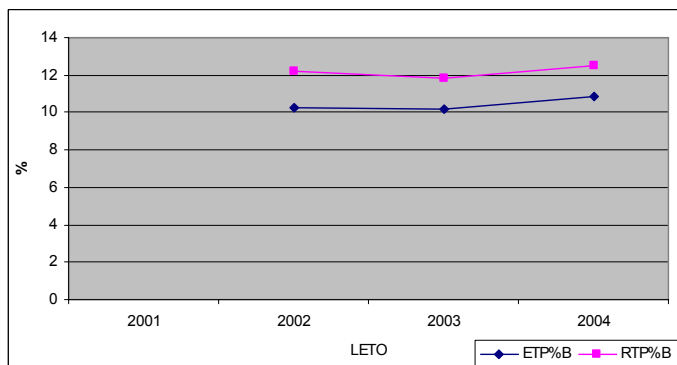
Grafikon št. 36: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Luksemburgu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 9, 2006

Analiza turistične potrošnje na prebivalca znova kaže skoraj linearno rast obeh kategorij, pri čemer je receptivna kategorija vseskozi višja. Oba kazalnika naraščata zelo hitro (več kot 100% povečanje).



Grafikon št. 37: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Luksemburgu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 9, 2006

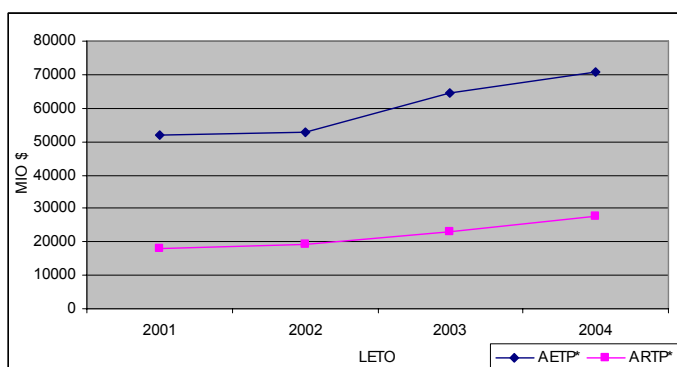
Za turistično potrošnjo na turista ni ustreznih podatkov za kategorijo ETPNT. Podatki so le za leto 2001. Glede na prevladujoči trend rasti vseh proučevanih kategorij je smiselno predvidevati, da je tudi ETPNT v Luksemburgu v porastu in je tako višja od RTPNT. Dejstvo je moč pojasniti z izjemno visokim življenjskim standardom v državi in tudi v izjemno majhnih možnostih za domači turizem, kar sili rezidente, da odhajajo v tujino. Iz grafa je razvidna hitra rast RTPNT.



Grafikon št. 38: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Luksemburgu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 9, 2006

Za leto 2001 podatkov za kategorijo % turistične potrošnje v BDP ni. V zadnjih treh proučevanih letih pa obe kategoriji od leta 2002 do 2003 nekoliko upadeta in se nato v zadnjem letu zopet nekoliko povišata. Obe vrednosti sta leta 2004 višji kot leta 2002. Mednarodni turistični prejemki predstavljajo višji delež BDP kot mednarodni turistični odhodki.

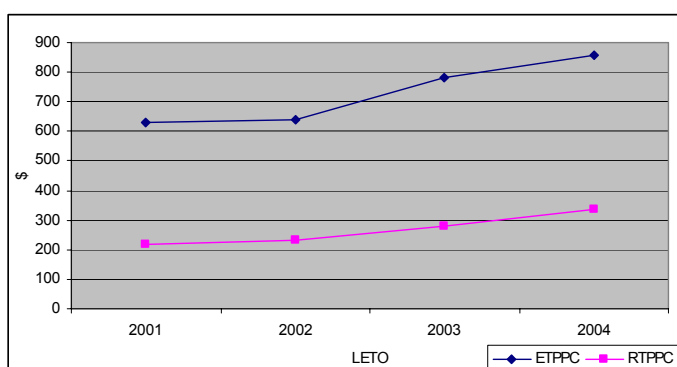
3.1.10 NEMČIJA



Grafikon št. 39: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Nemčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 10, 2006

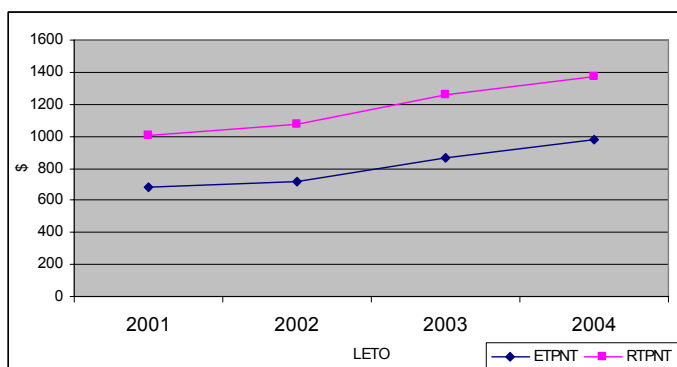
Glede na to, da Nemci veljajo za najbolj potujoči narod na svetu, ni presenetljivo, da je emitivna kategorija vsekoli v ospredju. Absolutna turistična potrošnja Nemcev v tujini in tujcev v Nemčiji skozi vso proučevano obdobje naraščata. Opazen pa je nekoliko drugačen trend. Za ARTP* je značilna počasna konstantna rast, vrednost leta 2004 je bila za 53% višja od vrednosti v letu 2001. AETP* v prvem proučevanem letu narašča zelo počasi, sledi hiter skok do leta 2003 in nato spet počasna rast do leta 2004. Vrednost leta 2004 je za 36% višja od tiste leta 2001.



Grafikon št. 40: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Nemčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 10, 2006

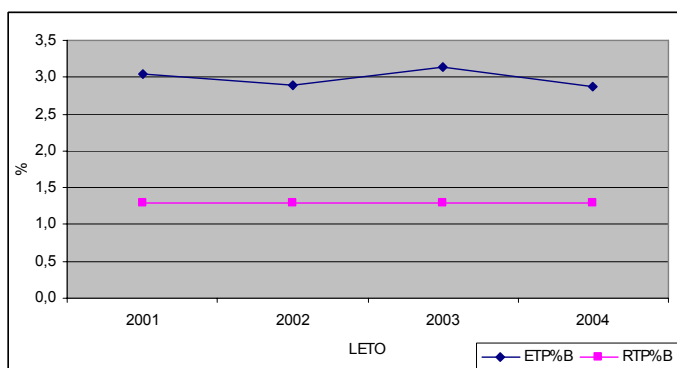
Podoben trend kot pri absolutnih kazalnikih je seveda spet pri kazalniku turistična potrošnja na prebivalca.



Grafikon št. 41: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Nemčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 10, 2006

Za razliko od prvih dveh kazalnikov za Nemčijo je RTPNT je veskozi višja od ETPNT, kar je na prvi pogled nekoliko presenetljivo (glede na to, da so Nemci najbolj potujoč narod). Očitno pa je, da povprečen turist v Nemčiji porabi več denarja kot ga povprečen Nemec porabi v tujini. Višjo receptivno potrošnjo gre povezovati predvsem z visokim standardom v Nemčiji (visoke cene, zelo razvit poslovni turizem, visoka dodana vrednost v turizmu). Nižja emitivna potrošnja (glede na receptivno) pa je znova lahko razložena z visokim življenjskim standardom. Le-ta omogoča potovanja širšemu krogu ljudi; ne le najbogatejšim, kar pomeni nižjo porabo na turista. Pomembno je predvsem še dejstvo, da je večina nemškega emitivnega turizma usmerjena na jug (v Sredozemlje), kjer so cene v splošnem nižje (kot v Nemčiji) in zato je ETPNT tako posledično nižja. Velik del receptivnega turizma pa predstavlja poslovni turizem, ki pomeni visoko porabo.

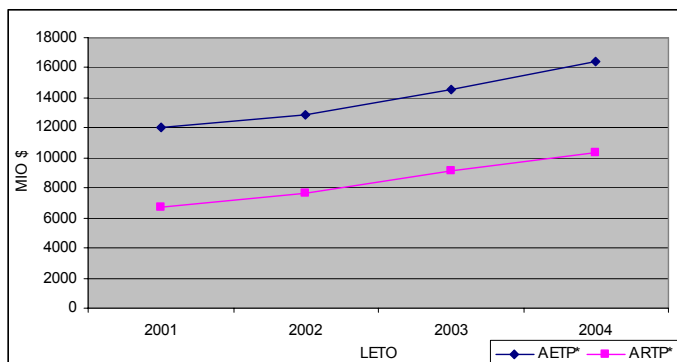


Grafikon št. 42: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Nemčiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 10, 2006

Skladno z analizo absolutne kategorije je skozi vso proučevano obdobje višji delež emitivne potrošnje v BDP in je zanimivo tudi bolj variabilen. V prvem proučevanem letu nekoliko upade, v drugem precej poraste in nato v zadnjem spet nekoliko upade. Deleže receptivne potrošnje v BDP je približno polovico nižji od ETP%B, vendar bolj konstanten.

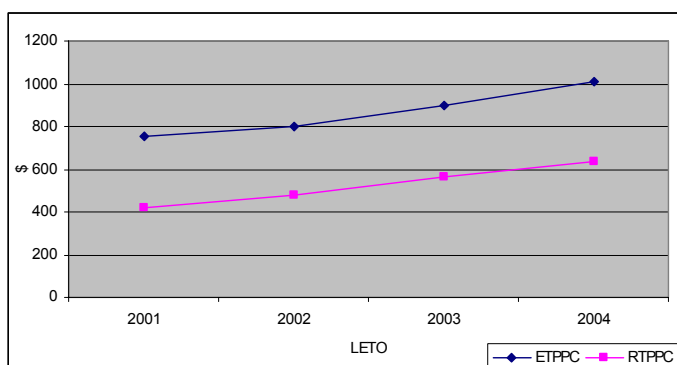
3.1.11 NIZOZEMSKA



Grafikon št. 43: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja na Nizozemskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 11, 2006

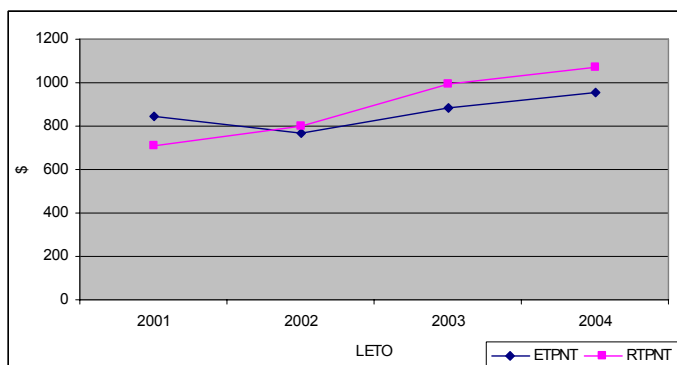
Analiza absolutnih kategorij na Nizozemskem pokaže, da je vseskozi v ospredju emitivna turistična potrošnja, kar je (ob majhnih domačih možnostih za turizem in visokem standardu, ki omogoča turizem v tujini) tudi razumljivo. Obe kategoriji sta v stalnem porastu, brez posebno opaznih skokov. ARTP* je v obravnavanem obdobju porasla za 54%, AETP* pa za 37%.



Grafikon št. 44: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca na Nizozemskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 11, 2006

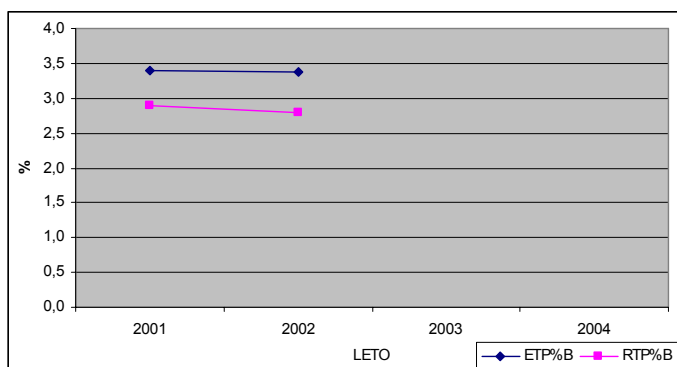
Tudi relativna kazalnika turistične potrošnje na prebivalca kažeta stalno rast tovrstne potrošnje na Nizozemskem in dejstvo, da je emitivna kategorija v tej pomembnejša.



Grafikon št. 45: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista na Nizozemskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 11, 2006

V začetku proučevanega obdobja je bila višja ETPNT. Do leta 2002 je le-ta upadla in je odtlej nižja od RTPNT, čeprav od 2002 stalno raste. Iz grafa je razvidno, da očitno hitreje raste potrošnja tujih turistov na Nizozemskem, kar je lahko posledica več dejavnikov (višje cene, kakovostna ponudba, spremenjene gospodarske razmere ...).

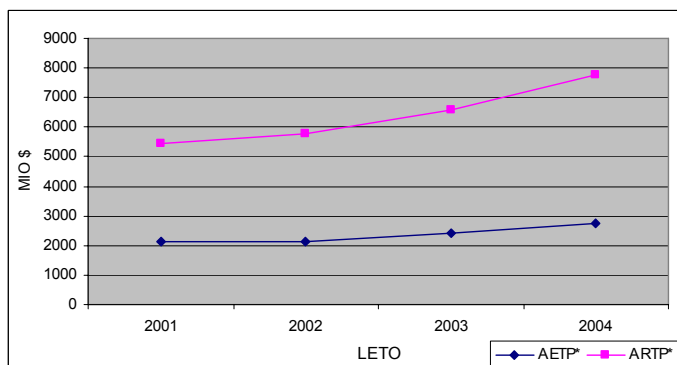


Grafikon št. 46: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP na Nizozemskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 11, 2006

Za turistično potrošnjo kot delež BPD so primerjani le podatki z začetka proučevanega obdobja. Delež emitivne potrošnje je nekoliko višji, oba deleža pa sta med letoma 2001 in 2002 nekoliko upadla.

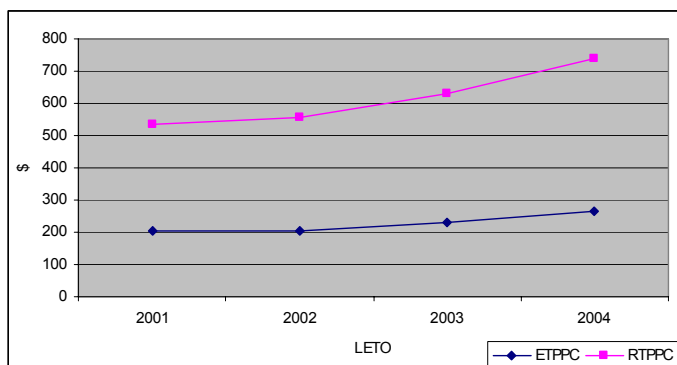
3.1.12 PORTUGALSKA



Grafikon št. 47: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja na Portugalskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 12, 2006

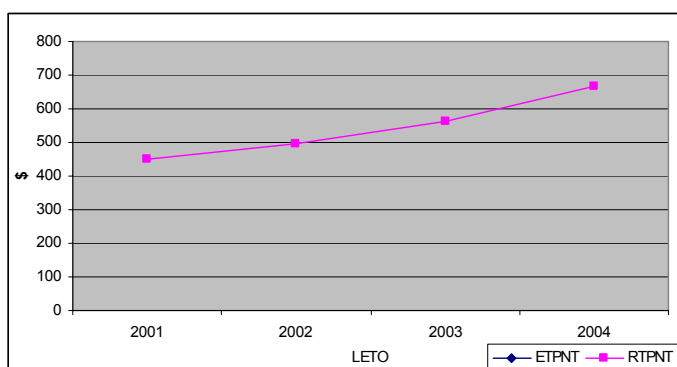
ARTP* je skozi vso proučevano obdobje približno dva do trikrat višja od AETP*. Visoka vrednost ARTP* je logično povezana z morjem, ki privlači turiste; manjša AETP* pa s sorazmerno nizkim življenjskim standardom in seveda velikimi možnostmi za domači turizem. Sta pa obe kategoriji v porastu; ARTP* je v obravnavanem obdobju porasla za 42%, AETP za 31%.



Grafikon št. 48: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca na Portugalskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 12, 2006

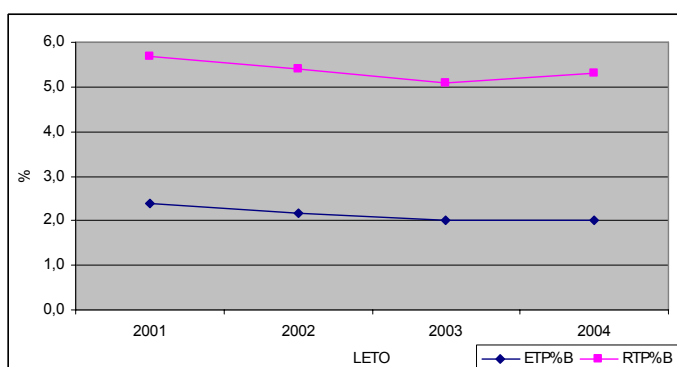
Trend potrošnje na prebivalca je skladen trendom absolutnih kategorij. ETPPC in RTPPC se konstantno višata, od leta 2002 do 2004 je opazna hitrejša rast kot med leti 2001–2002. Med letoma 2001 in 2004 se je vrednost RTPPC povišala za 39% in ETPPC za 28%.



Grafikon št. 49: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista na Portugalskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 12, 2006

Za ETPNT v obravnavanem obdobju ni ustreznih podatkov. RTPNT je v stalnem porastu. Zvišanje 2004/2001 je 49%. Iz povedanega je razvidno, da se je RTPNT povečala bolj kot RTPPC, kar je posledica gospodarskega standarda (verjetno posledica večanja socialnih razlik med državljani).

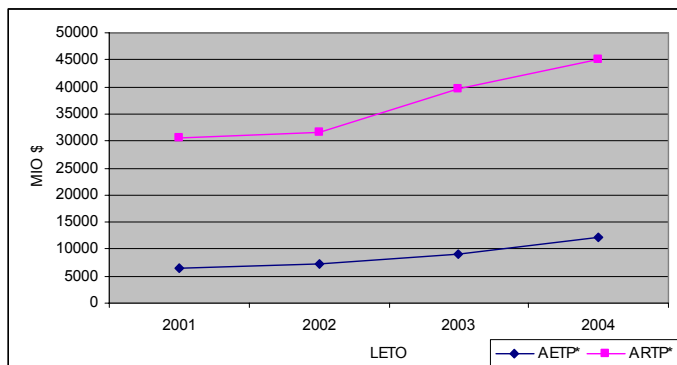


Grafikon št. 50: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP na Portugalskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 12, 2006

V nasprotju s trendom absolutnih vrednosti turistične potrošnje na Portugalskem se delež turistične potrošnje v BDP skozi vso obdobje rahlo niža; od 2001 do 2003 je v upadu tudi RTP%B, ki pa se v zadnjem proučevanem letu znova nekoliko poviša.

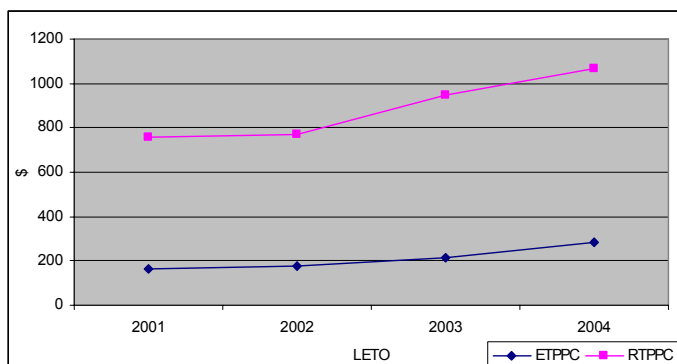
3.1.13 ŠPANIJA



Grafikon št. 51: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Španiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 13, 2006

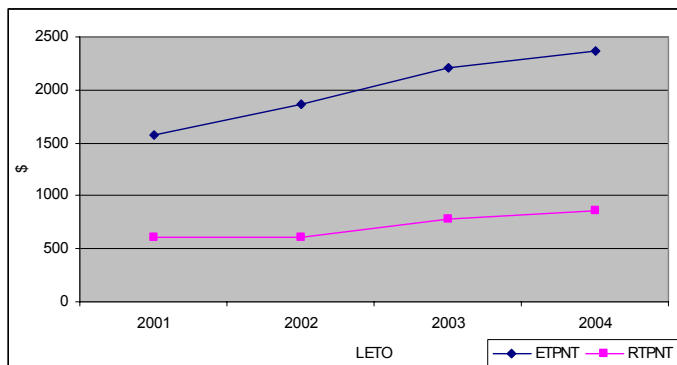
ARTP* je po pričakovanjih večja od AETP*. Španija kot ena turistično najprivlačnejših svetovnih destinacij s turizmom zasluži približno trikrat več denarja kot ga državljani Španije namenijo za turistične dobrine in storitve v tujini. Obe kategoriji sta v porastu, zanimivo pa je, da ARTP* raste počasneje kot AETP*. Povečanje ARTP* med letoma 2004/2001 je bilo 47%, povečanje AETP* pa 86%.



Grafikon št. 52: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Španiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 13, 2006

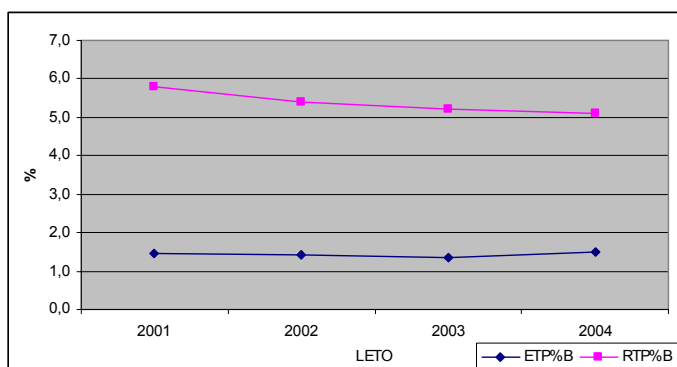
Trend RTPPC in ETPPC je skladen s trendom absolutnih kazalnikov.



Grafikon št. 53: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Španiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 13, 2006

Zanimiva je analiza turistične potrošnje na turista v Španiji, ki kaže obratno sliko od analize absolutne potrošnje oziroma potrošnje na prebivalca. Skozi vso proučevano obdobje je daleč višja ETPNT. Dejstvo je zagotovo posledica tega, da je zaradi velikosti države in svetovno pomembnih privlačnosti veliko domačega turizma, kar zmanjšuje delež mednarodnega emitivnega turizma. V tujino se tako odpravijo le premožnejši, katerih povprečna poraba je zato visoka; v povprečju dva do trikrat višja kot povprečna poraba tujega turista v Španiji. Španske turistične destinacije pa zaradi prenatrpanosti, onesnaženosti ... nekoliko izgubljajo na ugledu, kar verjetno tudi prispeva k počasnejši rasti kazalnika glede na emitivnega. RTPNT se je med leti 2001 in 2004 povišala za 41%, ETPNT pa za 50%.

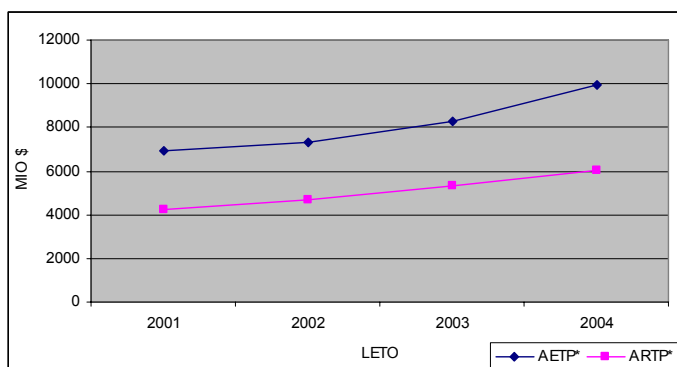


Grafikon št. 54: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Španiji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 13, 2006

Skladno z analizo absolutnih kategorij je mnogo višja vrednost RTP%B, ki je v nasprotju s trendom absolutne potrošnje, saj postopoma upada. Delež ETP%B je v obravnavanem obdobju skoraj konstanten.

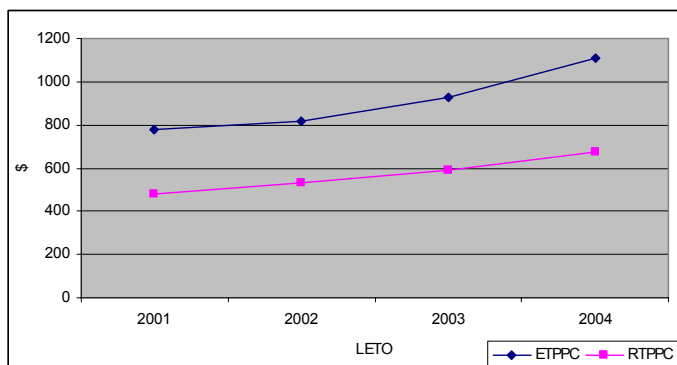
3.1.14 ŠVEDSKA



Grafikon št. 55: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja na Švedskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 14, 2006

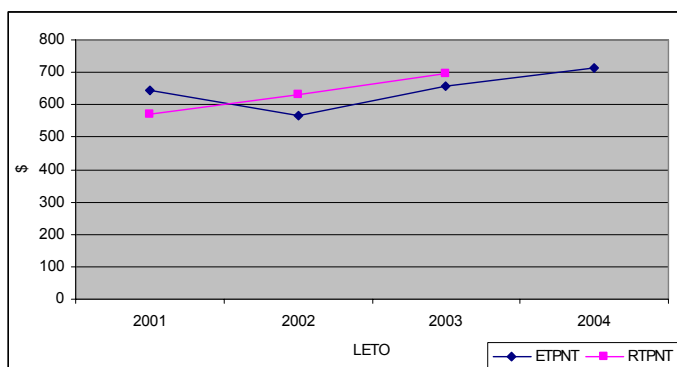
AETP* je na Švedskem konstantno višja od ARTP*, kar je glede na njeno geografsko lokacijo in življenjski standard povsem razumljivo; podobno kot pri analizi Finske. Severne pokrajine so zaradi svojih naravnih danosti v splošnem manj zanimive za turizem, dodatno oviro predstavljajo tudi zelo visoke cene. Obe kategoriji sta v porastu približno 40% glede na vrednost leta 2001.



Grafikon št. 56: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca na Švedskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 14, 2006

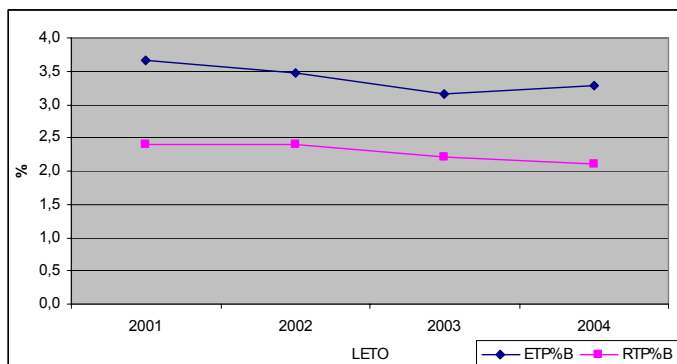
Trend potrošnje na prebivalca je zelo soroden trendu absolutnih kategorij.



Grafikon št. 57: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista na Švedskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 14, 2006

Zanimiva je analiza turistične potrošnje na turista, saj je v večini obravnavanih držav ena kategorija konstantno višja od druge, v tem primeru pa se obravnavani kategoriji v letih 2001–2002 izmenjata na vodilnem položaju. RTPNT je bila leta 2001 nižja od ETPNT, vendar v naslednjih dveh letih višja. Od leta 2002 naprej se oba kazalnika višata.

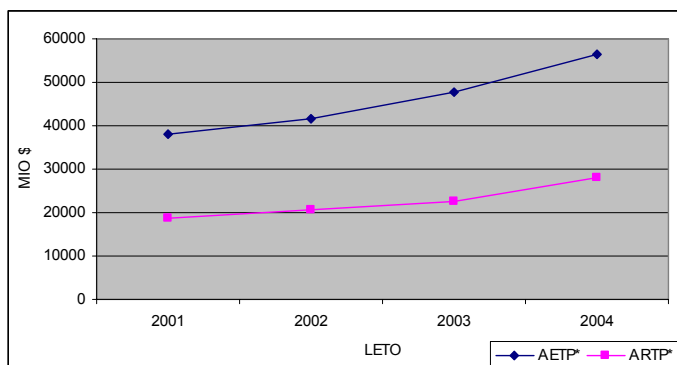


Grafikon št. 58: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP na Švedskem, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 14, 2006

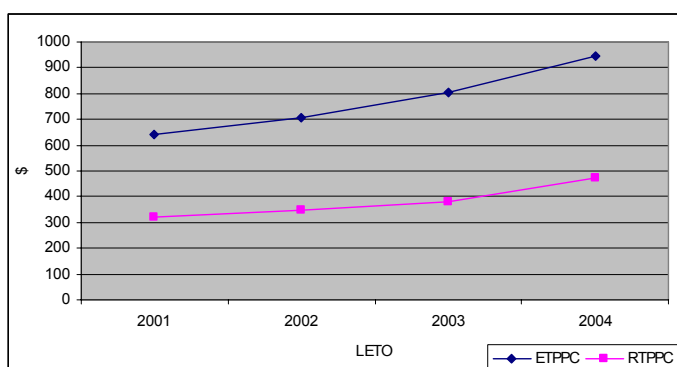
Izdatki za mednarodni turizem Fincev predstavljajo v celotnem proučevanem obdobju višji delež v BDP kot prejemki od mednarodnega turizma. Razlaga kazalnika je sorodna razlagi absolutne kategorije, saj je Švedska tipična emitivna država.

3.1.15 ZDRUŽENO KRALJESTVO



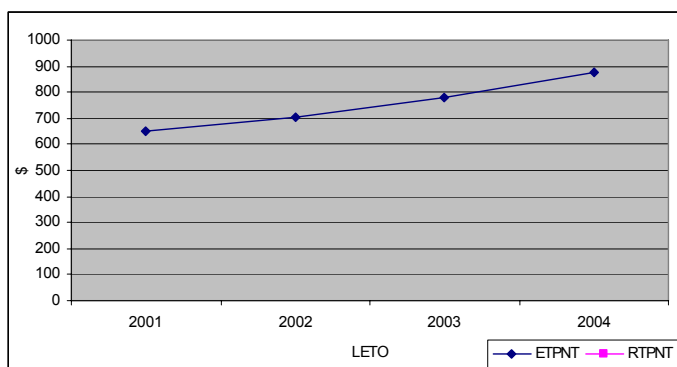
Grafikon št. 59: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Združenem kraljestvu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 15, 2006

AETP* je skozi vso obravnavano obdobje višja od ARTP*; obe kategoriji sta v stalnem porastu in sta se med leti 2004 in 2001 zvišali za 49%. Prevlado absolutne emitivne nad absolutno receptivno turistično potrošnjo je moč pojasniti z visoko razvitostjo britanske družbe in (predvsem zaradi podnebja) omejenimi možnostmi za turizem.



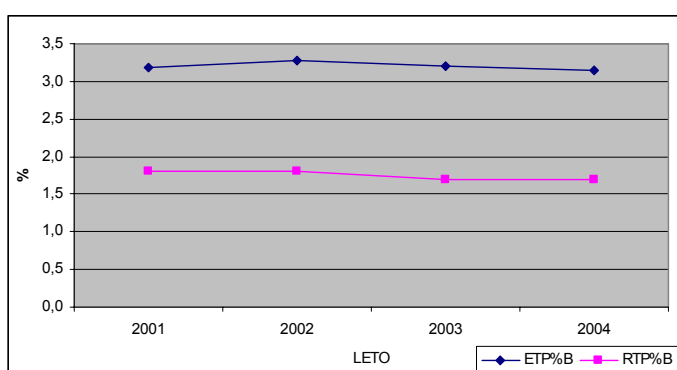
Grafikon št. 60: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Združenem kraljestvu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 15, 2006

Gibanje turistične potrošnje na prebivalca je skladno z gibanjem absolutnih kategorij.



Grafikon št. 61: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Združenem kraljestvu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 15, 2006

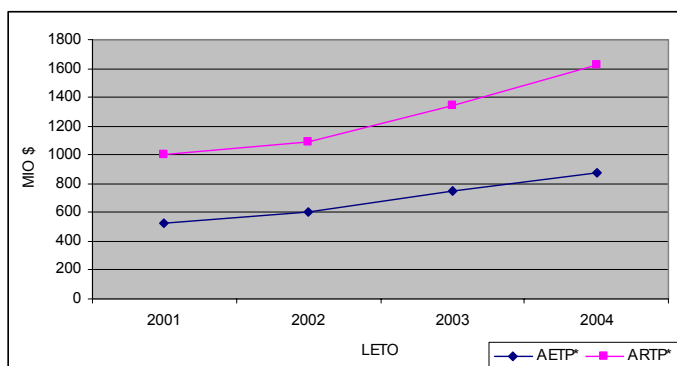
Za Združeno kraljestvo ni ustreznega podatka o RTPNT. ETPNT pa stalno hitro raste, vrednost leta 2004 je bila 35% višja od vrednosti leta 2001.



Grafikon št. 62: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Združenem kraljestvu, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 15, 2006

ETP%B in RTP%B v Združenem kraljestvu sta se v obravnavanem obdobju spreminjala le malo. Oba sta se malenkostno povešala od leta 2001 do leta 2002 in nato do leta 2004 malenkost znižala. Vseskozi pa je višji delež emitivne potrošnje.

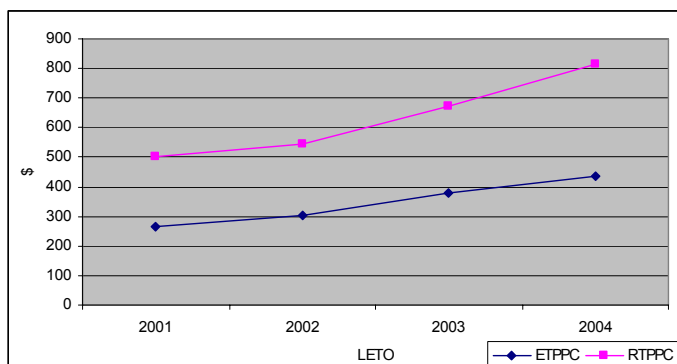
3.1.16 SLOVENIJA



Grafikon št. 63: Absolutna emitivna in absolutna receptivna turistična potrošnja v Sloveniji, 2001–2004
Vir: Tourism Compendium 16, 2006

Iz grafikona je razvidno, da je ARTP* veskozi višja od AETP*, kar pomeni, da tujci v Sloveniji za turistične dobrine in storitve v seštevku porabijo več denarja, kot ga

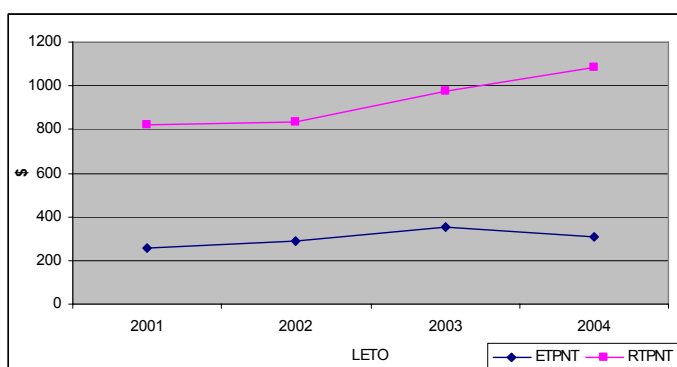
vsi slovenski turisti skupaj porabijo v te namene v tujini. Obe kategoriji sta se med leti 2001 in 2004 povišali za nekaj več kot 60%.



Grafikon št. 64: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na prebivalca v Sloveniji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 16, 2006

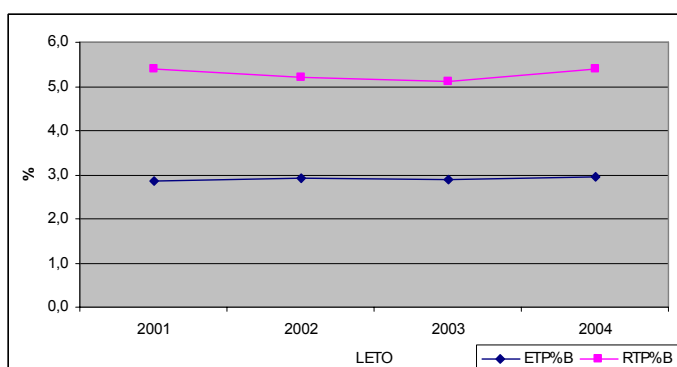
Analiza turistične potrošnje na prebivalca kaže enak trend kot absolutne kategorije. Povprečen Slovenec v tujini za turistične dobrine in storitve porabi približno 1/2 manj finančnih sredstev kot tuj turist v naši državi.



Grafikon št. 65: Emitivna in receptivna turistična potrošnja na turista v Sloveniji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 16, 2006

Vseskozi je višja RTPNT, ki tudi konstantno narašča. Vrednost ETPNT se je višala 2001–2003 in nato do 2004 upadla. Obe kategoriji sta leta 2004 višji od vrednosti leta 2001 (ETPNT za 21% in RTPNT za 32%).



Grafikon št. 66: Emitivna in receptivna turistična potrošnja kot % BDP v Sloveniji, 2001–2004

Vir: Tourism Compendium 16, 2006

Medtem, ko je delež ETP%B v obravnavanem obdobju skoraj konstanten, RTP%B do leta 2003 postopoma upada in se nato v zadnjem letu znova poviša.

3.2 SKLEPNE MISLI ANALIZE TURISTIČNE POTROŠNJE PO POSAMEZNIH DRŽAVAH

V splošnem je za obravnavane države v obdobju 2001–2004 značilno naraščanje turistične potrošnje. Porast obravnavanih kazalnikov pa je med državami seveda zelo različen, v določenih državah je opazen celo negativni trend nekaterih kazalnikov turistične porabe. V povzetku splošnih značilnosti turistične potrošnje v obravnavanih državah, ki sledi v tem poglavju, so prikazane primerjave vrednosti kazalnikov med leti 2001 in 2004. Ker gre pri vseh kazalnikih za primerjavo vrednosti za ista leta, je ta dodatna razlaga v nadaljevanju izpuščena.

Za AETP* je značilno, da se je v državah članicah EU v povprečju povišala za 48%. Najhitreje AETP* raste v Luksemburgu (128%). To je država z najvišjim BDP per capita med obravnavanimi. Edina država, ki je zabeležila upad AETP*, je Grčija. Ta je poleg Portugalske najrevnejša članica takratne evropske petnajsterice. V Sloveniji se je vrednost AETP* povečala za 65%, kar je nad povprečjem EU. Analiza ARTP* pokaže, da se je le-ta povečala prav v vseh obravnavanih državah. Najvišje povišanje so zabeležili v Luksemburgu (106%), najnižje v Belgiji (33%). Medtem ko je ARTP* v evropski petnajsterici v povprečju porasla za 48%, se je v Sloveniji povišala kar za 62%.

Podobno kot za analizo absolutne kategorije turistične potrošnje velja tudi za analizo potrošnje na prebivalca. ETPPC se je povišala v vseh obravnavanih državah razen Grčije. Najbolj se je povišala v Luksemburgu. RTPPC pa se je povišala v vseh obravnavanih državah, najbolj v Luksemburgu in najmanj v Belgiji.

ETPNT se je v članicah EU v povprečju povišala za 31%. Največ se je povišala na Danskem (60%). Edina država, v kateri je ETPNT v tem obdobju upadla, je Avstrija (znižanje vrednosti za 22%). Povprečna poraba slovenskega turista v tujini se je povečala za 21%, kar je nižje od evropskega povprečja. RTPNT se je v povprečju povišala za 46%. Najmanj se je povišala v Belgiji (za 26%) in največ (96%) v Luksemburgu. RTPNT v Sloveniji se je povišala za 32%, kar je pod evropskim povprečjem.

Pomen turistične potrošnje v BDP pa se je v splošnem zmanjšal. ETP%B se je (za države za katere so podatki) v povprečju znižal za 12% vrednosti iz leta 2001. Najbolj se je pomen emitivne potrošnje v BDP zmanjšal v Grčiji. Zanimivo je, da se je delež zmanjšal v vseh državah razen v Španiji in Sloveniji. RTP%B se je v povprečju znižal za 10% vrednosti iz leta 2001. Najbolj se je pomen receptivne potrošnje v BDP zmanjšal v Belgiji. Edini državi, kjer je bil RTP%B leta 2004 enak deležu leta 2001, sta Nemčija in Slovenija.

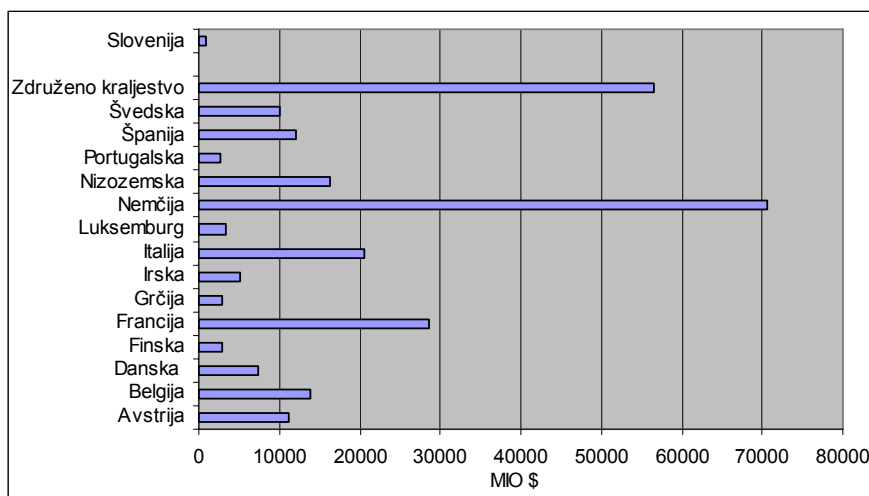
Pri analizi absolutnih podatkov je še enkrat potrebno poudariti dejstvo, da gre za prikaz v tekočih cenah. Podatek je tako odvisen tudi od inflacije in od menjalnih razmerij med različnimi denarnimi valutami.

4. ANALIZA TURISTIČNE POTROŠNJE V EU IN SLOVENIJI V LETU 2004

4.1 ANALIZA EMITIVNE TURISTIČNE POTROŠNJE V EU IN SLOVENIJI

4.1.1 ABSOLUTNA EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA

Grafikon št. 67: Absolutna emitivna turistična potrošnja v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

Analiza absolutne emitivne turistične potrošnje pokaže, da je le-ta daleč najvišja v Nemčiji, ki ji sledi Združeno kraljestvo. Ti dve državi močno izstopata. Sledijo Francija, Italija, Nizozemska, Belgija, Španija in Avstrija. Z manj kot 10.000 mio\$ se nato zvrstijo Švedska, Danska, Irski, Luksemburg, Grčija, Finska in Portugalska. Slovenija je v tej primerjavi z velikim zaostankom na zadnjem mestu. Zanimivo je, da se prvih pet omenjenih držav glede na vrednost AETP uvršča tudi med prvih deset v svetovnem merilu. (World Overview & Tourism Topics, 2005)

Nemčija, Združeno kraljestvo, Francija in Italija, ki imajo najvišjo AETP so v enakem vrstnem redu razporejene tudi v analizi BDP obravnavanih držav in so največje tudi po številu prebivalstva ter sodijo med sedem največjih tudi po površini.

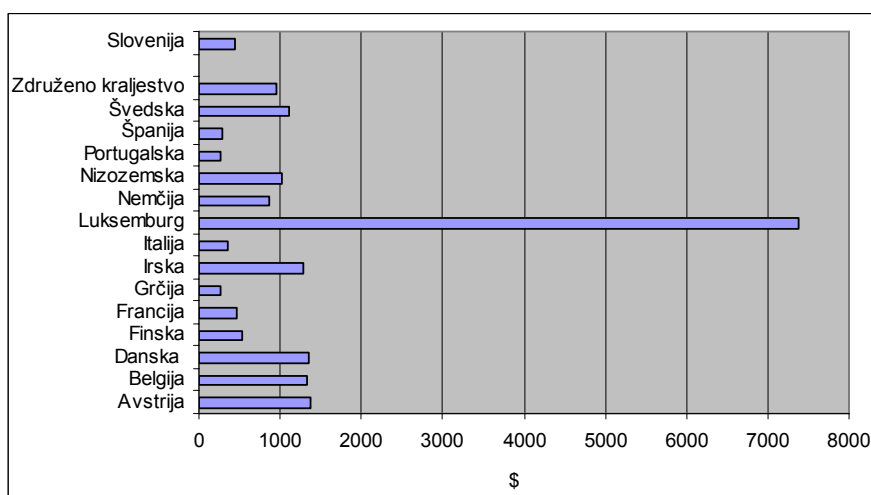
Najnižja AETP v takratni evropski petnajsterici je bila na Portugalskem, Finski, Grčiji, Luksemburgu in Irski. Vse našteje države imajo tudi najnižji BDP med obravnavanimi. Zanimivo je, da vse ne sodijo med najmanjše po površini in prebivalstvu. Portugalska in Grčija sodita med srednje velike države. Življenjski

standard tod je nizek, možnosti domačega turizma pa velike; zato je logično, da je AETP nižja, kot bi bilo pričakovati samo na osnovi podatka o velikosti države.

Slovenija se v tej analizi pojavlja na zadnjem mestu. Rezultat je logična posledica vrednosti slovenskega BDP, ki je najnižji med obravnavanimi državami, in velikosti države (po površini in številu prebivalstva je manjši le Luksemburg, kjer pa je življenjski standard mnogo višji od slovenskega in omogoča višjo emitivno potrošnjo Luksemburčanov).

4.1.2 EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA PREBIVALCA

Grafikon št. 68: Emitivna turistična potrošnja na prebivalca v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

V analizi ETPPC je daleč v ospredju Luksemburg, kjer je povprečna ETPPC več kot petkrat višja kot v Avstriji, Danski, Belgiji in Irski, ki na tej lestvici sledijo. Po višini ETPPC se nato zvrstijo še Švedska, Nizozemska, Združeno kraljestvo, Nemčija, Finska, Francija, Italija, Španija, Portugalska in Grčija.

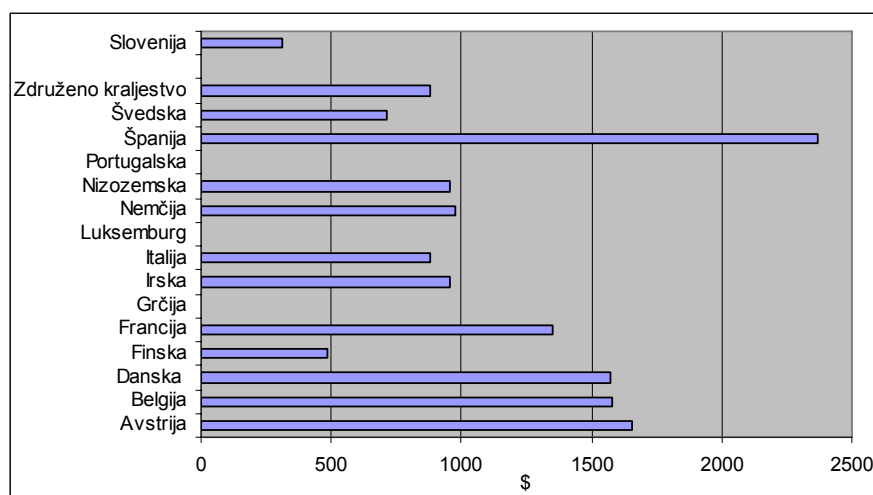
Po predpostavkah naj bi bila ETPPC v tesni povezavi z BDP per capita. Luksemburg, ki v analizi ETPPC močno izstopa, ustrezno močno izstopa tudi na lestvici BDP per capita. Tudi Danska in Irska, ki imata za Luksemburgom najvišji BDP per capita, sta med prvimi petimi v analizi ETPPC. Zanimivo je, da se na drugo mesto v analizi ETPPC uvršča Avstrija, ki je v analizi BDP per capita na osmem mestu. Verjetno gre razlago iskati v še vedno zelo visokem standardu, ki omogoča visoko turistično potrošnjo in v dejstvu, da Avstrija nima morja. Kljub temu da je Avstrija svetovno pomembna turistična destinacija, Avstrijci odhajajo v tujino predvsem na poletni dopust.

Najnižja je emitivna turistična potrošnja na prebivalca v Italiji, Španiji, na Portugalskem in v Grčiji. Vse omenjene države imajo tudi najnižji BDP per capita med obravnavanimi članicami EU. K nizki emitivni potrošnji na prebivalca zagotovo prispeva tudi dejstvo, da so to obmorske države, kjer velik del narodnega turizma predstavlja domači turizem.

Slovenija se na tej lestvici pojavlja na dvanajstem mestu, za njo so uvrščene le zgoraj omenjene štiri države. Ima najnižji BDP per capita med vsemi obravnavanimi državami. Pred Italijo, Španijo, Portugalsko in Grčijo pa je uvrščena, ker je naša država majhna z malimi možnostmi domačega turizma. Kljub temu da je standard v naši državi nižji od standarda v teh državah, je ETPPC višja, saj v Sloveniji velik del narodnega turizma predstavlja mednarodni turizem.

4.1.3 EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA TURISTA

Grafikon št. 69: Emitivna turistična potrošnja na turista v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

Za ETPNT za leto 2004 ni ustreznega podatka za Portugalsko, Luksemburg in Grčijo. Te države so v razlagi te kategorije zato izpuščene.

Najvišja ETPNT je v Španiji, ki precej izstopa. Sledijo Avstrija, Belgija, Danska in Francija, kjer je vrednost ETPNT še nad 1000\$. Nato se zvrstijo še Nemčija, Nizozemska, Irska, Združeno kraljestvo, Italija, Švedska in Finska.

Podatek, da je ETPNT najvišja v Španiji, deluje nekoliko presenetljivo, saj Španija sodi med države z nižjim BDP per capita. Rezultat raziskave pa je zagotovo posledica dejstva, da je v nalogi upoštevan le mednarodni turizem. Zaradi

sorazmerno nizkega življenjskega standarda in velikih domačih možnosti za turistično udejstvovanje, čez mejo potuje le malo turistov. Večino španskega narodnega turizma predstavlja domači turizem, za mednarodne turiste iz Španije pa je iz zgornje analize očitno, da le-ti v povprečju porabijo veliko denarja. To pomeni, da je mednarodni turizem za Špance luksuzna dobrina in si ga privoščijo le premožnejši. Pomembno pa je opozoriti na dejstvo, da so tri države v analizi tega kazalnika izpuščene in da bi bila slika ob njihovem upoštevanju lahko drugačna.

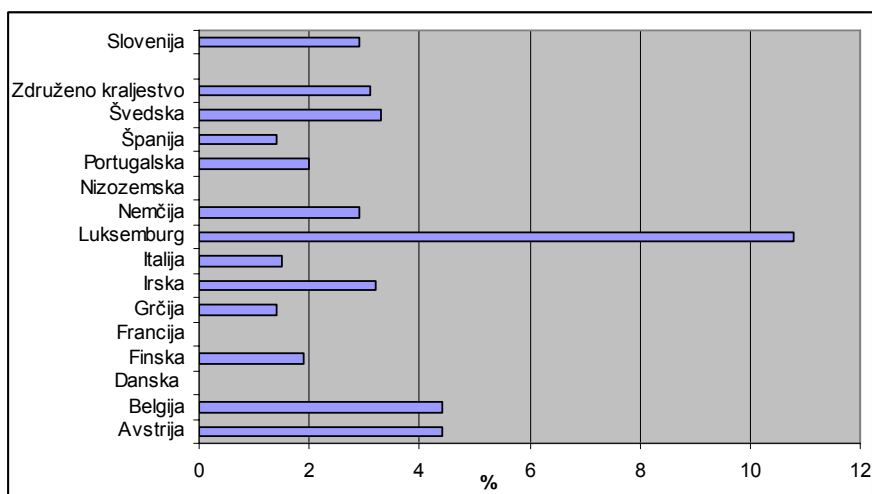
Avstrija, Belgija in Danska, ki sledijo, so manjše države brez toplega morja z omejenimi možnostmi za domači turizem in visokim življenjskim standardom; kar sta pomembna predpogoja za visoko turistično potrošnjo na turista.

Na zadnjih mestih v analizi ETPNT so Združeno kraljestvo, Italija, Švedska in Finska. Zanimivo je, da gre za precej različne države, ki so se v analizi skupaj znašle na koncu te razvrstitve. Zaradi zelo različnih naravno in družbenogeografskih značilnosti (lega, velikost, podnebje, življenjski standard) ... je težko izluščiti splošen razlog take razvrstitve.

Slovenija je država z nižjo ETPNT od vseh članic EU leta 2004. Dejstvo je možno povezati z najnižjim BDP per capita med obravnavanimi državami.

4.1.4 EMITIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA KOT DELEŽ BDP

Grafikon št. 70: Emitivna turistična potrošnja kot % BDP v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

Za to kategorijo ni podatka za Nizozemsko, Francijo in Dansko.

Daleč v ospredju je Luksemburg, kjer državljani za emitivni turizem porabijo skoraj 11% BDP. Rezultat je zagotovo moč povezovati z visokim življenjskim standardom, pa tudi z velikostjo države - možnosti za domači turizem so seveda omejene in je tako večji del turizma mednarodni. Delež je več kot dvakrat višji kot v državah, ki sledijo v tej analizi; Belgiji in Avstriji. Nato se zvrstijo Švedska, Irska, Združeno kraljestvo, Slovenija, Nemčija, Portugalska, Finska, Italija, Španija in Grčija.

Zanimivo je, da Slovenci in Nemci namenijo v tovrstne namene enak delež BDP, čeprav je znano, da so Nemci narod, ki v svetovnem merilu največ potuje. Dejstvo je moč pojasniti z velikostjo držav, saj v primeru Nemčije mnogo večji delež narodnega turizma v odpade v kategorijo »domači« in v tej analizi ni zajet.

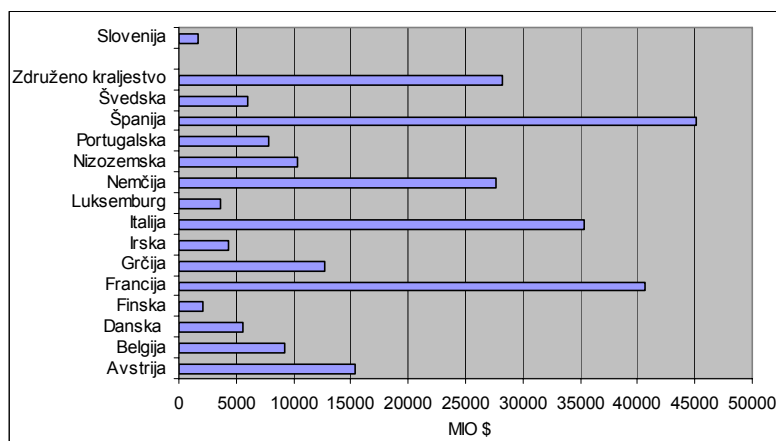
Najnižji del BDP porabijo za emitivni turizem v Grčiji, Španiji in Italiji, kar je povsem razumljivo. To so države, ki sodijo med turistično najbolj privlačne v svetovnem merilu. Zaradi tega (pa tudi zaradi nizkega življenjskega standarda) je velik del narodnega turizma v teh državah domači turizem; delež absolutne emitivne potrošnje v BDP pa zato manjši.

Kljub temu da je Slovenija v analizi prejšnjih kazalnikov vedno med zadnjimi, pa je iz tega kazalnika razvidno, da je delež BDP, porabljen za emitivno turistično potrošnjo, večji od pričakovanega.

4.2 ANALIZA RECEPTIVNE TURISTIČNE POTROŠNJE V EU IN SLOVENIJI

4.2.1 ABSOLUTNA RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA

Grafikon št. 71: Absolutna receptivna turistična potrošnja v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

V analizi ARTP izstopa pet držav: Španija, Francija, Italija, Združeno kraljestvo in Nemčija. To so destinacije, ki tudi v svetovnem merilu sodijo med najpomembnejše receptivne države in rezultat tako ni presenetljiv. Med desetimi najmočnejšimi državami po turističnih prihodkih v svetovnem merilu je namreč kar 6 držav članic EU. Sledijo Avstrija, Grčija, Nizozemska, Belgija, Portugalska, Švedska, Danska, Irska, Luksemburg, Finska in na zadnjem mestu Slovenija. (World Overview & Tourism Topics, 2005)

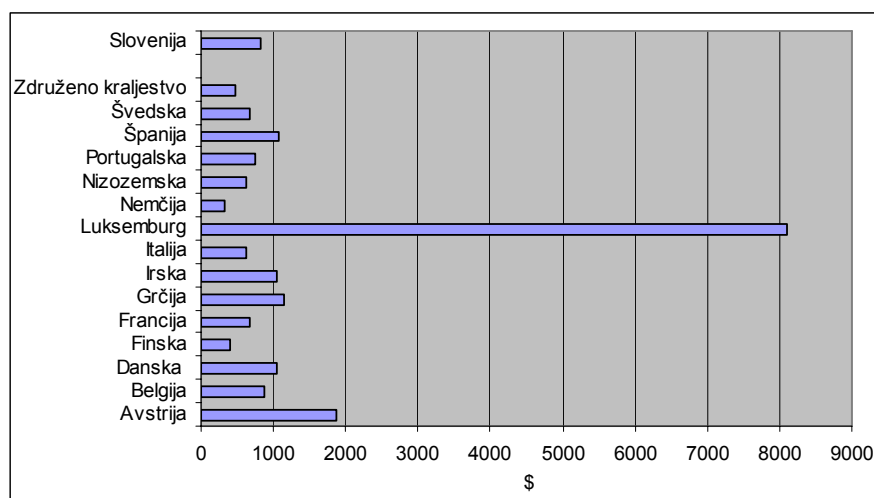
Najbolj logično bi bilo na prvih mestih v tej analizi pričakovati velike mediteranske države, saj je, ne glede na pestrost oblik turizma, 3S turizem še vedno najpomembnejši. To dejstvo razloži najvišjo absolutno receptivno potrošnjo v Španiji, Franciji in Italiji. Nemčija in Združeno kraljestvo, ki sledita, pa sta tako visoko (celo pred turistično zelo oblegano Grčijo) predvsem zaradi visoke gospodarske razvitosti in s tem zaradi drugačnih oblik receptivnega turizma. V obeh državah je pomemben poslovni turizem, za katerega je znano, da prinaša veliko finančnih sredstev. Pomembno pa je tudi, da razvitejše države običajno zmorejo prodajati turistične dobrine in storitve z večjo dodano vrednostjo (kot npr. v manj gospodarsko razvitih a turistično bolj privlačnih državah; npr. Španija).

Na zadnjih mestih so (pred Slovenijo) Irska, Luksemburg in Finska. Z izjemo Finske so to majhne države, ki v analizi absolutne kategorije pač ne morejo izstopati. Finska, ki je večja, je na zadnjem mestu med državami članicami EU predvsem zaradi njenih naravnogeografskih značilnosti; je namreč zelo oddaljena, hladna, temna ... država, ki kljub svoji velikosti ne privlači veliko turistov.

Slovenija je na zadnjem mestu predvsem zaradi svoje majhnosti in zaradi dejstva, da v okviru EU ne izstopa kot pomembna turistično privlačna destinacija.

4.2.2 RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA PREBIVALCA

Grafikon št. 72: Receptivna turistična potrošnja na prebivalca v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

Analiza RTPPC (podobno kot analiza ETPPC) pokaže, da močno izstopa Luksemburg, kjer na prebivalca s turizmom zaslužijo kar 6-krat več kot v Avstriji, ki je druga na lestvici. Rezultat je povezan s kombinacijo predvsem dveh dejavnikov; pomembno politično vlogo države in njeno fizično majhnostjo. Ker država leži v središču EU, se je namreč razvila v pomembno finančno in upravno središče, v glavnem mestu so sedeži velikih bank, zavarovalnic, holdingov in uradov EU. Prevladujoča vrsta turizma je zato poslovni, ki vsekakor prinaša največ denarja (ta vrsta turizma se ne financira iz osebnih dohodkov in je zato poraba višja). Ker je prebivalstvo Luksemburga zelo maloštevilno, je rezultat RTPPC tako izstopajoč. (Veliki splošni leksikon, Četrta knjiga, 1997)

Drugo mesto Avstrije na tej lestvici je moč pojasniti z dejstvom, da ima Avstrija že dolgo jasno vizijo razvoja turizma, ki jo podpira vsa država. Njihova velika prednost sta tudi tradicija družinskih hotelov in dober turistični izobraževalni sistem. (Gruden, 2007)

Z mnogo manjšimi razlikami Avstriji nato sledijo Grčija, Španija, Irska, Danska, Belgija, Slovenija, Portugalska, Francija, Švedska, Nizozemska, Italija, Združeno kraljestvo, Finska in na zadnjem mestu Nemčija.

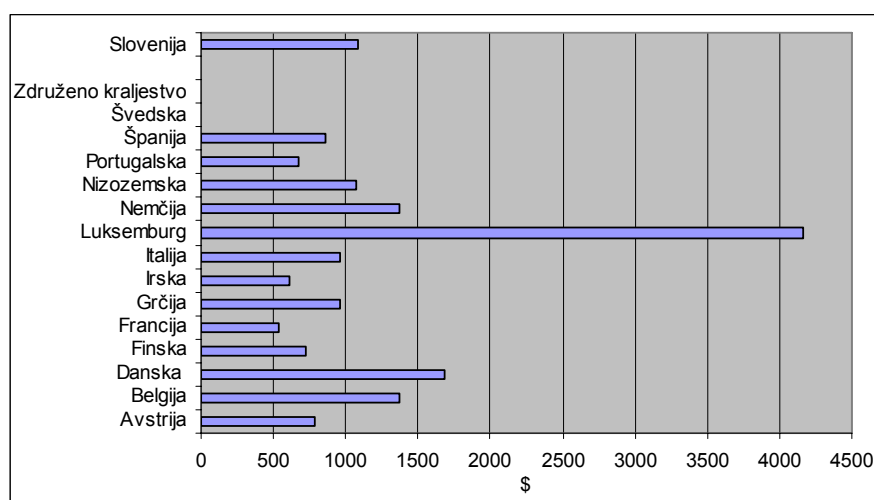
Zaradi že zgoraj opisanih naravnogeografskih danosti se Finska tudi v analizi RTPPC uvršča zelo nizko, kljub temu da ima glede na ostale članice EU malo prebivalstva. Zanimivo je, da je na zadnjem mestu med članicami EU v tej analizi Nemčija, ki sodi med turistično bolj privlačne v svetovnem merilu. Pomembno pa je, da je to

država z največ prebivalci v EU in je zato vrednost kazalnika, preračunanega na prebivalca, nizka.

Slovenija se v analizi RTPPC uvršča v sredino obravnavanih članic evropske petnajsterice. S turizmom v povprečju zaslužimo na prebivalca 2,5 krat več kot v Nemčiji in 10 krat manj kot v Luksemburgu.

4.2.3 RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA NA TURISTA

Grafikon št. 73: Receptivna turistična potrošnja na turista v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

Vsaka regija ima svoje karakteristike glede turističnih prihodkov na prihod turista. Odvisne so od dolžine bivanja, namena obiska ... V svetovnem merilu je bila povprečna poraba na prihod turista leta 2004 830 USD. Te vrednosti so bile višje od povprečja v Amerikah ter v regiji Azije in Pacifika. Evropa (s 780 USD), Srednji vzhod in Afrika pa imajo beležijo povprečje, ki je nižje od svetovnega. (World Overview & Tourism Topics , 2005)

Za RTPNT ni podatkov za Švedsko in za Združeno kraljestvo.

Tudi v analizi RTPNT močno izstopa Luksemburg, vendar je razlika do zasledovalk nižja kot pri prejšnjem kazalniku (manj kot trikratna). Sledijo Danska, Nemčija, Belgija, Slovenija, Nizozemska, Grčija, Italija, Španija, Avstrija, Finska, Portugalska, Irsko in Francija.

Dejstvo, da Luksemburg tako močno izstopa, je verjetno moč pojasniti s prevlado poslovnega turizma v državi. Gre seveda za zahtevno obliko povpraševanja, ki zahteva kakovostnejšo in v določenih delih tudi specifično ponudbo (kongresni

centri ipd.). Jasno je tudi, da poslovni turizem prinaša več denarja, ker ni plačan »iz lastnih žepov«.

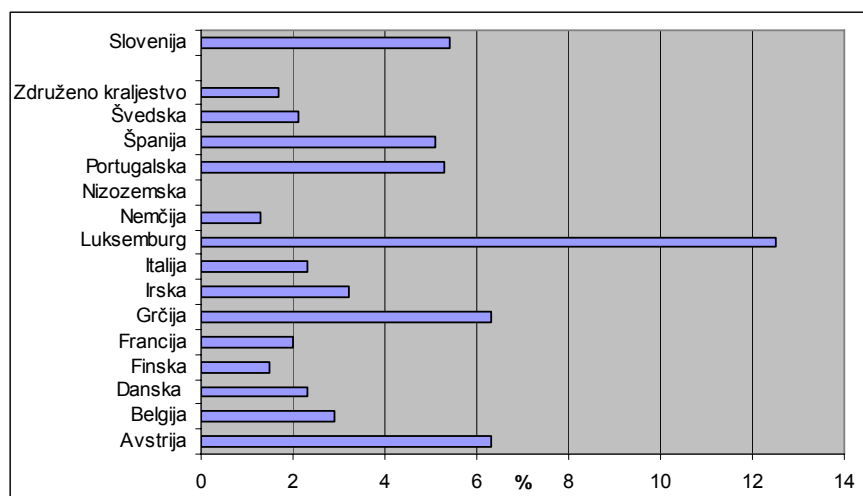
Razvidno je, da med prvimi na tej lestvici ni svetovno pomembnih sredozemskih držav, ki sicer prednjačijo v analizi receptivega turizma. Tam je poraba na turista (zaradi značaja turizma; 3S) manjša. V Franciji je ta poraba celo najnižja med obravnavanimi državami.

V ospredju te analize so razvite države brez toplega morja. Veliko turistov prihaja sem zaradi posla, veliko zaradi raznih kulturnih vzgibov. Cenenih oblik turizma je malo, zato je povprečna turistična poraba na turista visoka.

Slovenija je v tej analizi v prvi polovici, kar pomeni, da povprečni mednarodni turist pri nas porabi več denarja, kot ga porabi mednarodni turist v nekaterih bolj razvitih in turistično bolj prepoznavnih državah (Italija, Španija, Avstrija ...).

4.2.4 RECEPTIVNA TURISTIČNA POTROŠNJA KOT DELEŽ BDP

Grafikon št. 74: Receptivna turistična potrošnja kot % BDP v EU in Sloveniji leta 2004



Vir: Tourism Compendium 1–16, 2006

Za to kategorijo ni ustreznega podatka za Nizozemsko.

Delež RTP%B je daleč najvišji v Luksemburgu, kjer turistični prihodki od mednarodnega turizma predstavljajo kar 12,5% BDP države. Ta delež je dvakrat višji kot v Grčiji in Avstriji, ki sta naslednji na lestvici. Sledijo Slovenija, Portugalska, Španija, Irska, Belgija, Italija, Danska, Švedska, Francija, Združeno kraljestvo, Finska in Nemčija.

Zanimivo je, da med prvimi ni Francije, Italije in Španije, ki sodijo med najbolj turistično zanimive. Očitno je, da je glede na priliv v državno blagajno, turizem manj pomemben kot v Luksemburgu, Grčiji in Avstriji. Luksemburg je v ospredju zaradi svoje pomembne politične vloge in geografske majhnosti. V večji državi bi namreč ta politična vloga zbledela. Za Grčijo in Avstrijo pa je zgornji kazalnik potrjuje pomembno vlogo receptivnega turizma v državi.

Najnižji delež BDP predstavlja receptivna potrošnja v Nemčiji, Finski in Združenem kraljestvu. Nizek delež na Finskem je razumljiv, saj Finska ne sodi med turistično bolj privlačne destinacije. Nemčija in Združeno kraljestvo pa sta na lestvici absolutne turistične potrošnje zelo visoko; dejstvo pa je da sta to visoko razviti državi z zelo kompleksnim gospodarstvom. Tako tudi absolutno vzeto zelo visoki prihodki od mednarodnega turizma v BDP predstavljajo le majhen delež.

4.3 SKLEPNE MISLI ANALIZE TURISTIČNE POTROŠNJE V LETU 2004

V tem poglavju so prikazane glavne ugotovitve o turistični potrošnji v evropski petnajsterici in Sloveniji leta 2004.

Analiza AETP* je pokazala, da je le-ta najvišja v državah, ki imajo tudi najvišji BDP med obravnavanimi, hkrati pa sodijo med največje tudi po površini in številu prebivalstva. To so Nemčija, Združeno kraljestvo, Francija in Italija. Najnižja AETP* je na Portugalskem, Finski, Grčiji, Luksemburgu in Irski. Vse naštetje države imajo tudi najnižji BDP med obravnavanimi. Zanimivo je, da vse ne sodijo med najmanjše tudi po površini in prebivalstvu. Portugalska in Grčija namreč sodita med srednje velike države. Življenjski standard tod je nizek, možnosti domačega turizma pa velike; zato je logično, da je AETP nižja, kot bi bilo pričakovati samo na osnovi podatka o velikosti države.

Daleč najvišja ETPPC je v Luksemburgu, ki ima tudi najvišji BDP per capita med obravnavanimi. Tudi Danska in Irska, ki imata za Luksemburgom najvišji BDP per capita, sta med prvimi petimi v analizi ETPPC. Zanimivo je, da se na drugo mesto v analizi ETPPC uvršča Avstrija, ki je v analizi BDP per capita šele na osmem mestu. Poleg sorazmerno visokega življenjskega standarda na visoko ETPPC vpliva tudi dejstvo, da Avstrija nima morja. Kljub temu da je Avstrija svetovno pomembna turistična destinacija, Avstrijci odhajajo v tujino predvsem na poletni dopust. Najnižja je ETPPC v Italiji, Španiji, na Portugalskem in v Grčiji. Vse omenjene države imajo tudi najnižji BDP per capita med obravnavanimi članicami EU in zelo velike možnosti domačega turizma, ki zmanjšujejo vrednost tega kazalnika.

Ob pomanjkanju podatkov za nekatere države, je ETPNT najvišja v Španiji. Rezultat, ki na prvi pogled deluje nekoliko presenetljivo, je moč razložiti z razmeroma nizkim življenjskim standardom in velikimi domačimi možnostmi za turistično udejstvovanje. Večino španskega narodnega turizma predstavlja domači turizem, za mednarodne turiste iz Španije pa je iz analize očitno, da le-ti v povprečju porabijo veliko denarja. To pomeni, da je mednarodni turizem za Špance neke vrste luksuzna dobrina in si ga privoščijo le premožnejši. Avstrija, Belgija in Danska, ki sledijo, so manjše države brez toplega morja z omejenimi možnostmi za domači turizem in visokim življenjskim standardom; kar sta pomembna predpogoja za visoko turistično potrošnjo na turista.

Na zadnjih mestih v analizi ETPNT so Združeno kraljestvo, Italija, Švedska in Finska. Zaradi zelo različnih naravno in družbenogeografskih značilnosti (lega, velikost, podnebje, življenjski standard) ... v nalogi ni bila podana splošna razlaga za tako razvrstitev držav.

V analizi ETP%B je daleč v ospredju Luksemburg, kjer državljani za emitivni turizem porabijo skoraj 11% BDP. Visok življenjski standard in fizična majhnost države sta vzroka za to. Delež je več kot dvakrat višji kot v vseh ostalih obravnavanih državah. Najnižji del BDP porabijo za emitivni turizem v Grčiji, Španiji in Italiji, kar je povsem razumljivo. To so države, ki sodijo med turistično najbolj privlačne v svetovnem merilu. Zaradi tega (pa tudi zaradi nizkega življenjskega standarda) je velik del narodnega turizma v teh državah domači turizem; delež absolutne emitivne potrošnje v BDP pa zato manjši.

Najvišjo ARTP* imajo Španija, Francija in Italija, kar je zaradi naravnogeografskih lastnosti omenjenih držav (najpomembnejša je sredozemska obala) povsem razumljivo. Na zadnjih mestih v analizi ARTP* so Irska, Luksemburg in Finska. Z izjemo Finske so to majhne države, ki v analizi absolutne kategorije pač ne morejo izstopati. Finska, ki je večja, je na zadnjem mestu med državami članicami EU predvsem zaradi naravnogeografskih značilnosti; je namreč zelo oddaljena, hladna, temna ... država, ki kljub svoji velikosti ne privlači veliko turistov.

Analiza RTPPC kaže, da močno izstopa Luksemburg, kjer na prebivalca s turizmom zaslužijo kar 6-krat več kot v Avstriji, ki je druga na lestvici. Rezultat je povezan s kombinacijo predvsem dveh dejavnikov; pomembno politično vlogo države in njeno fizično majhnostjo. Zaradi že zgoraj opisanih naravnogeografskih danosti se Finska tudi v analizi RTPPC uvršča zelo nizko, kljub temu da ima glede na ostale članice EU malo prebivalstva. Zanimivo je, da je na zadnjem mestu med članicami EU v tej analizi Nemčija, ki sodi med turistično bolj privlačne v svetovnem merilu. Pomembno pa je, da je to država z največ prebivalci v EU in je zato vrednost kazalnika, preračunanega na prebivalca, nizka.

Tudi v analizi RTPNT je daleč v ospredju Luksemburg, kar je logična posledica močne prevlade poslovnega turizma v državi. Razvidno je, da med prvimi na tej lestvici ni svetovno pomembnih sredozemskih držav, ki sicer prednjačijo v analizi receptivega turizma. Tam je poraba na turista (zaradi značaja turizma) manjša. V Franciji je ta poraba celo najnižja med obravnavanimi državami.

Delež RTP%B je daleč najvišji v Luksemburgu, kjer turistični prihodki od mednarodnega turizma predstavljajo kar 12,5% BDP države. Ta delež je dvakrat višji kot v Grčiji in Avstriji, ki sta naslednji na lestvici. Najnižji delež BDP predstavlja receptivna potrošnja v Nemčiji, Finski in Združenem kraljestvu. Nizek delež na Finskem je razumljiv, saj Finska sodi med turistično manj privlačne destinacije. Nemčija in Združeno kraljestvo pa sta na lestvici absolutne turistične potrošnje zelo visoko; dejstvo pa je, da sta to visoko razviti državi z zelo kompleksnim gospodarstvom. Tako tudi absolutno vzeto zelo visoki prihodki od mednarodnega turizma v celotni strukturi BDP predstavljajo le majhen delež.

5. ZAKLJUČEK

Analiza kazalnikov turistične potrošnje v državah članicah EU in Sloveniji v obravnavanem obdobju je pokazala da je:

- **H1 potrjena.**

Najvišje vrednosti AETP* so zabeležene v velikih bogatih državah. To so Nemčija, Združeno kraljestvo, Francija in Italija, ki imajo najvišji BDP med obravnavanimi. Najnižja pa je vrednost kazalnika v majhnih državah s posledično nizkim BDP. Slovenija, Luksemburg, Portugalska in Irska, ki so bile pričakovane na zadnjih mestih, so v analizi dejansko med zadnjimi šestimi; mednje sta vrinjeni le še Finska in Grčija.

- **H2 nepotrjena.**

Vrednosti relativnih kazalnikov emitivne turistične potrošnje se namreč ne razvrščajo skladno z BDP per capita. Ugotovljeni sta tudi dve pomembni značilnosti.

1. V določenih državah obstajajo velike razlike med ETPPC in ETPNT, kar pomeni, da je zastavitev enotne hipoteze za oba kazalnika neutemeljena. Najboljši primer je Španija, ki se v analizi ETPPC uvršča med zadnje, kazalnik ETPNT pa je najvišji med obravnavanimi. Le Belgija in Danska sta v analizi obeh relativnih kazalnikov turistične potrošnje v ospredju; za ostale države je težko najti nek splošen vzorec.

2. V nekaterih obravnavanih državah z nižjim standardom je analiza pokazala prav nasprotno značilnost od pričakovane. V Španiji, ki ima enega nižjih BDP per capita med obravnavanimi, a izjemno velike domače možnosti za turistično udejstvovanje, je kazalnik ETPNT zelo visok (najvišji med obravnavanimi), saj predstavlja emitivni turizem luksuzno dobrotno.

- H3 le delno potrjena.

Sredozemske države Francija, Španija in Italija so v analizi ARTP* res vodilne, na lestvici pa jim sledijo Združeno kraljestvo, Nemčija in Avstrija in šele na sedmem mestu Grčija, ki sem jo pričakovala povsem na vrhu. Na koncu razvrstitve držav pri ARTP* pa so majhne države Slovenija, Luksemburg, Belgija in Nizozemska. Med njimi pa se pojavlja tudi ena večja država - Finska, ki je tam predvsem zaradi svojih naravnogeografskih danosti.

- H4 nepotrjena.

Manjše turistično privlačne države nimajo vedno tudi najvišjih vrednosti relativnih kazalnikov receptivne turistične potrošnje. Luksemburg, ki je bil pričakovan med najvišje rangiranimi v tej analizi, ima res najvišji vrednosti RTPPC in RTPNT med obravnavanimi. Za Irsko in Avstrijo, ki sta bili pričakovani povsem na vrhu te lestvice, pa obstajajo znatne razlike v uvrstitvi glede na obravnavana kazalnika, kar podobno kot v primeru relativnih kazalnikov emitivne potrošnje, potrjuje dejstvo, da hipoteza zastavljena za oba kazalnika hkrati, ni smiselna. Tudi na koncu razvrstitve RTPPC in ETPPC razporeditev držav ni skladna s pričakovanji.

Z analizo v magistrski nalogi je bila torej povsem potrjena le ena od zastavljenih štirih delovnih hipotez. Iz nepotrditve ostalih je moč skleniti, da so bile le-te postavljene preveč splošno in da na osnovi le nekaterih podatkov o državi, ni moč natančno predvideti značilnosti turistične potrošnje. Tudi iz tega je razvidno, da je turizem zelo kompleksna dejavnost, na katero vpliva mnogo različnih dejavnikov; tudi subjektivnih, ki jih ni možno meriti.

Glavni namen naloge (na opisni ravni predstaviti glavne razlike v turistični potrošnji med državami in vzroke zanje) je bil dosežen. Naloga je lahko dobro izhodišče za nadaljnje ekonometrične analize na tem področju in statistično preverjanje domnev, ki so postavljene.

6. LITERATURA

1. Brence Jerneja: Značilnosti in dejavniki turistične potrošnje. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1993. 55 str.
2. Bunc Mirko: Integrirani marketing v turizmu. Ljubljana : Delavska enotnost, 1986. 256 str.
3. Bunc Mirko: Tržna ekonomika in marketing turizma. Ljubljana : Državna založba Slovenije, 1974. 231 str.
4. Gruden Mateja: Na drugi strani Alp že dobro stoletje vedo, kaj početi s turizmom. FT - Gospodarsko-finančni tednik, Ljubljana, 2007, 5.3.2007, str. 29.
5. Jeršič Matjaž: Osnove turizma. Ljubljana : Državna založba Slovenije, 1987. 123 str.
6. Mihalič Tanja: Vodnik po ekonomiki turizma. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1998. 146 str.
7. Mladenović Časlav: Turistička potrošnja u Jugoslaviji. Teorijska, metodološka i aplikativna analiza. Beograd : Savezni zavod za statistiku, 1982. 303 str.
8. Pirjevec Boris: Ekonomska obilježja turizma. Zagreb: Golden marketing, 1998. 200 str.
9. Planina Janez: Ekonomika turizma. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1992, 247 str.
10. Planina Janez, Mihalič Tanja: Ekonomika turizma. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 281 str.
11. Setnikar Cankar Stanka, Hrovatin Nevenka: Temelji ekonomije. Ljubljana : Visoka upravna šola, 2002. 267 str.
12. Svetovna geografija: enciklopedija za vedoželjne. Ljubljana : Prešernova družba, 2005. 488 str.
13. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Prva knjiga. Ljubljana : DZS. 1997. 626 str.
14. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Druga knjiga. Ljubljana : DZS. 1997. str. 627–1244.
15. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Tretja knjiga. Ljubljana : DZS. 1997. str. 1245–1860.
16. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Četrta knjiga. Ljubljana : DZS. 1997. str. 1861–1478.
17. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Peta knjiga. Ljubljana : DZS. 1998. str. 2479–3094.
18. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Šesta knjiga. Ljubljana : DZS. 1998. str. 3095–3714.
19. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Sedma knjiga. Ljubljana : DZS. 1998. str. 3715–4364.

20. Veliki splošni leksikon v osmih knjigah. Osmi knjiga. Ljubljana : DZS. 1998. str. 4365–4996.
21. World Overview & Tourism Topics. Madrid : WTO, 2005. 199 str.
22. Zorko Daniela: Uvod v turizem. Ljubljana : Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 2005. 208 str.

7. VIRI

1. Glossary of Statistical Terms. OECD, 2006.
(URL: <http://stats.oecd.org/glossary>)
2. International Tourists Arrivals. WTO, 2007.
(URL: http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf)
3. International Tourist Receipts. WTO, 2007.
(URL: http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITR_1950_2005.pdf)
4. Podatki o državah - predstavitev države; Avstrija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/aut/predstavitev/>)
5. Podatki o državah - predstavitev države; Belgija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/bel/predstavitev/>)
6. Podatki o državah - predstavitev države; Danska. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/dnk/predstavitev/>)
7. Podatki o državah - predstavitev države; Finska. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/fin/predstavitev/>)
8. Podatki o državah - predstavitev države; Francija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/fra/predstavitev/>)
9. Podatki o državah - predstavitev države; Grčija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/grc/predstavitev/>)
10. Podatki o državah - predstavitev države; Irska. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/irl/predstavitev/>)
11. Podatki o državah - predstavitev države; Italija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/ita/predstavitev/>)
12. Podatki o državah - predstavitev države; Nemčija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/deu/predstavitev/>)
13. Podatki o državah - predstavitev države; Nizozemska. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/hol/predstavitev/>)
14. Podatki o državah - predstavitev države; Portugalska. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/prt/predstavitev/>)
15. Podatki o državah - predstavitev države; Španija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/esp/predstavitev/>)
16. Podatki o državah - predstavitev države; Švedska. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/swe/predstavitev/>)
17. Podatki o državah - predstavitev države; Velika Britanija. JAPTI, 2007.
(URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/gbr/predstavitev/>)

18. Total Population, WTO, 2007
(URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090, 30070682, 1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL)
19. Tourism Compendium 1, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/kpvt277jw3r88twj/?p=dce517aa1f334ae080c2a4e5d5585cf0&pi=0>)
20. Tourism Compendium 2, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/v5r217wgm51jh3l5/?p=994e2e07b0ad43759a609add80f4386a&pi=3>)
21. Tourism Compendium 3, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/mlghq4595mr2626y/?p=5803e6ecf8fd42eb8d20c8ef6dccc63b&pi=1>)
22. Tourism Compendium 4, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/vxpxmj5w75klwg7k/?p=f01ab2274d184a92a22d9c9eb3c0981f&pi=0>)
23. Tourism Compendium 5, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/qjwq4pkvqu8n61r1/?p=e211dde5bd2041d6b6c6cf2111cf6a2d&pi=1>)
24. Tourism Compendium 6, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/r3tw9n62v1r5kt8t/?p=032f7278c6d84a1789fb149fd3aeb7c8&pi=1>)
25. Tourism Compendium 7, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/uu787m43kmlmj2kh/?p=e9784162eec64008993030deac99466b&pi=0>)
26. Tourism Compendium 8, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/knjym1qwnt1qlkj/?p=b8d7c51d63d14d35890e1b0407b39f96&pi=0>)
27. Tourism Compendium 9, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/tl9w4whu7njxggj6/?p=b7391748ed9f4914acc70dddd67923f2&pi=2>)
28. Tourism Compendium 10, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/nl7g9pjwkw21wnh/?p=f1215504eea749b0ba3f969341763199&pi=1>)
29. Tourism Compendium 11, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/kk7ymjnyt985h6n7/?p=c2eabebedf504484a7b391fb888cd385&pi=0>)
30. Tourism Compendium 12, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/tngj9yur1j4n1ru3/?p=66e17ab30bfb4bcb88848f8899f00371&pi=2>)
31. Tourism Compendium 13, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/qvu3khyrj0upmh52/?p=81e87e16e6c94da3ab45caea8b8607fe&pi=3>)
32. Tourism Compendium 14, WTO, 2006.
(URL: <http://www.e-unwto.org/content/uhevug64x175tnn6/?p=2acc3f2b8da7455a8d10c8cc74fb4622&pi=0>)

33. Tourism Compendium 15, WTO, 2006.

(URL: <http://www.e-unwto.org/content/wl3pxpjp6gyl5ly4/?p=c31005b3c4b146a290816e6832c0ba46&pi=2>)

34. Tourism Compendium 16, WTO, 2006.

(URL: <http://www.e-unwto.org/content/uww4x25691123y5j/?p=42993a2e37cf4f268cdc2b6757b2248d&pi=1>)

35. Tourism 2020 Vision. WTO, 2006.

(URL: <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>)

PRILOGE

Preglednica št. 1:

Relativni kazalniki turistične potrošnje in podatki potrebni za njihov izračun

str. 2–4

Preglednica št. 1: Relativni kazalniki turistične potrošnje in podatki potrebni za njihov izračun

kazalnik	AETP*	ŠP	ETPPC	ŠET	ETPNT	RTP%B	ARTP	AETP	ETP%B	ARTP*	RTPPC	ŠRT	RTPNT
enota	Mio \$	1000	\$	1000	\$	%	Mio \$	Mio \$	%	Mio \$	\$	1000	\$
AVSTRIJA													
2001	8956	8020,9	1116,6	4207	2128,8	6,3	12033	9787	5,1	10291	1283,0	18180	566,1
2002	9460	8065,1	1173,0	3907	2421,3	6,3	13047	10301	5,0	11137	1380,8	18611	598,4
2003	11757	8102,2	1451,1	6620	1776,0	6,5	16342	12894	5,1	13842	1708,4	19078	725,5
2004	11252	8140,1	1382,3	6798	1655,2	6,3	18401	12811	4,4	15306	1880,3	19373	790,1
BELGIJA													
2001	9776	10263,4	952,5	6570	1488,0	3,7	8304	10878	4,8	6887	671,0	6452	1067,4
2002	10176	10309,7	987,0	6773	1502,4	3,1	7590	11198	4,6	6931	672,3	6720	1031,4
2003	12159	10355,8	1174,1	7268	1672,9	2,9	8802	13267	4,4	8163	788,3	6690	1220,2
2004	13884	10396,4	1335,5	8783	1580,8	2,9	10044	15295	4,4	9171	882,1	6710	1366,8
DANSKA													
2001	4861	5349,2	908,7	4946	982,8	2,5				4003	748,3	3684	1086,6
2002	5838	5368,4	1087,5	4935	1183,0	2,8				4791	892,4	3436	1394,4
2003	6659	5383,5	1236,9	5564	1196,8	2,5				5271	979,1	3474	1517,3
2004	7279	5397,6	1348,6	4630	1572,1	2,3				5652	1047,1	3358	1683,1
FINSKA													
2001	1852	5181,1	357,5	5824	318,0	1,7	2066	2442	2,0	1438	277,5	2826	508,8
2002	2006	5194,9	386,1	5857	342,5	1,7	2242	2437	1,8	1578	303,8	2875	548,9
2003	2435	5206,3	467,7	5585	436,0	1,7	2677	2956	1,9	1870	359,2	2601	719,0
2004	2822	5219,7	540,6	5798	486,7	1,5	2867	3597	1,9	2050	392,7	2840	721,8
FRANCIJA													
2001	18109	59143,1	306,2	19265	940,0	2,3				30362	513,4	75202	403,7
2002	19518	59500,7	328,0	18315	1065,7	2,3				32437	545,2	77012	421,2
2003	23396	59855,8	390,9	18576	1259,5	2,1				36617	611,8	75048	487,9
2004	28520	60200,0	473,8	21131	1349,7	2,0				40686	675,8	75121	541,6
GRČIJA													
2001	4177	10931,2	382,1			7,9	9216	4189	3,6	9155	837,5	14057	651,3
2002	2436	10968,7	222,1			7,5	10005	2453	1,8	9909	903,4	14180	698,8
2003	2431	11006,4	220,9			6,3	10842	2439	1,4	10766	978,2	13969	770,7
2004	2872	11040,7	260,1			6,3	12809	2880	1,4	12715	1151,6	13313	955,1

kazalnik	AETP*	ŠP	ETPPC	ŠET	ETPNT	RTP%B	ARTP	AETP	ETP%B	ARTP*	RTPPC	ŠRT	RTPNT
enota	Mio \$	1000	\$	1000	\$	%	Mio \$	Mio \$	%	Mio \$	\$	1000	\$
IRSKA													
2001	2858	3833,0	745,6	4216	677,9	3,7	3789	2956	2,9	2791	728,2	6353	439,3
2002	3755	3899,9	962,8	4634	810,3	3,5	4229	3835	3,2	3098	794,4	6476	478,4
2003	4736	3963,7	1194,8	4929	960,8	3,4	5206	4832	3,2	3862	974,3	6764	571,0
2004	5173	4027,7	1284,4	5409	956,4	3,2	5962	5287	2,8	4262	1058,2	6953	613,0
ITALIJA													
2001	14795	56967,7	259,7	22421	659,9	2,5	26916	16997	1,6	25822	453,3	39563	652,7
2002	16924	56993,7	296,9	25126	673,6	2,4	28192	19636	1,7	26873	471,5	39799	675,2
2003	20589	57321,1	359,2	26817	767,8	2,2	32592	23731	1,6	31247	545,1	39604	789,0
2004	20460	57888,2	353,4	23349	876,3	2,3	37872	24062	1,5	35378	611,1	37071	954,3
LUKSEMBURG													
2001	1464	439,0	3334,9	261	5609,2					1780	4054,7	836	2129,2
2002	2138	444,1	4814,2			12,2	2577	2159	10,2	2436	5485,3	885	2752,5
2003	2675	448,3	5967,0			11,8	3134	2697	10,2	2979	6645,1	867	3436,0
2004	3333	451,6	7380,4			12,5	3889	3372	10,8	3659	8102,3	878	4167,4
NEMČIJA													
2001	51810	82259,5	629,8	76400	678,1	1,3	24175	56709	3,0	18031	219,2	17861	1009,5
2002	52660	82440,3	638,8	73300	718,4	1,3	26680	59486	2,9	19278	233,8	17969	1072,8
2003	64629	82536,7	783,0	74600	866,3	1,3	30149	72597	3,1	23125	280,2	18399	1256,9
2004	70614	82531,7	855,6	72300	976,7	1,3	35589	78553	2,9	27601	334,4	20137	1370,7
NIZOZEMSKA													
2001	12006	15987,1	751,0	14214	844,7	2,9	11155	13073	3,4	6716	420,1	9500	706,9
2002	12861	16105,3	798,6	16758	767,5	2,8	11705	14086	3,4	7670	476,2	9595	799,4
2003	14576	16192,6	900,2	16463	885,4					9140	564,5	9181	995,5
2004	16403	16258	1008,9	17130	957,6					10315	634,5	9646	1069,4
PORTUGALSKA													
2001	2114	10256,7	206,1			5,7	6238	2606	2,4	5470	533,3	12167	449,6
2002	2125	10329,3	205,7			5,4	6559	2632	2,2	5762	557,8	11644	494,8
2003	2409	10407,5	231,5			5,1	7565	2982	2,0	6580	632,2	11707	562,1
2004	2762	10474,7	263,7			5,3	8922	3359	2,0	7758	740,6	11617	667,8

kazalnik	AETP*	ŠP	ETPPC	ŠET	ETPNT	RTP%B	ARTP	AETP	ETP%B	ARTP*	RTPPC	ŠRT	RTPNT
enota	Mio \$	1000	\$	1000	\$	%	Mio \$	Mio \$	%	Mio \$	\$	1000	\$
ŠPANIJA													
2001	6529	40476,7	161,3	4139	1577,4	5,8	33902	8466	1,4	30623	756,6	50094	611,3
2002	7234	40964,2	176,6	3871	1868,8	5,4	35152	9283	1,4	31582	771,0	52327	603,6
2003	9040	41663,7	217,0	4094	2208,1	5,2	43768	11288	1,3	39555	949,4	50854	777,8
2004	12134	42345,3	286,5	5121	2369,5	5,1	50097	14840	1,5	45167	1066,6	52430	861,5
ŠVEDSKA													
2001	6921	8882,8	779,1	10741	644,4	2,4	5200	7916	3,7	4253	478,8	7431	572,3
2002	7301	8909,1	819,5	12888	566,5	2,4	5671	8221	3,5	4710	528,7	7458	631,5
2003	8296	8940,8	927,9	12649	655,9	2,2	6548	9375	3,1	5304	593,2	7627	695,4
2004	9946	8975,7	1108,1	13967	712,1	2,1	7245	11309	3,3	6056	674,7		
ZDRUŽENO KRALJESTVO													
2001	37931	58999,8	642,9	58281	650,8	1,8	26137	46123	3,2	18864	319,7		
2002	41744	59217,6	704,9	59377	703,0	1,8	27819	50651	3,3	20549	347,0		
2003	47853	59437,7	805,1	61424	779,1	1,7	30738	57921	3,2	22668	381,4		
2004	56428	59699,8	945,2	64194	879,0	1,7	37193	68778	3,1	28188	472,2		
SLOVENIJA													
2001	528	1990,1	265,3	2055	256,9	5,4	1059	560	2,9	1001	503,0	1219	821,2
2002	608	1994,0	304,9	2127	285,8	5,2	1152	647	2,9	1086	544,6	1302	834,1
2003	752	1995,0	376,9	2114	355,7	5,1	1427	805	2,9	1342	672,7	1373	977,4
2004	871	1996,4	436,3	2800	311,1	5,4	1726	940	2,9	1625	814,0	1499	1084,1

Vir: Tourism Compendium 1-16, 2006, Total population, 2006

Legenda:

AETP* ... Absolutna emitivna turistična potrošnja (samo »travel«)

ŠP ... Število prebivalcev

ETPPC ... Emitivna turistična potrošnja na prebivalca

ŠET ... Število emitivnih turistov

ETPNT ... Emitivna turistična potrošnja na turista

RTP%B ... Receptivna turistična potrošnja kot % BDP (upoštevana ARTP)

ARTP ... Absolutna receptivna turistična potrošnja (celotna)

AETP ... Absolutna emitivna turistična potrošnja (celotna)

ETP%B ... Emitivna turistična potrošnja kot % BDP (upoštevana AETP)

ARTP* ... Absolutna receptivna turistična potrošnja (samo »travel«)

RTPPC ... Receptivna turistična potrošnja na prebivalca

ŠRT ... Število receptivnih turistov

RTPNT ... Receptivna turistična potrošnja na turista

