

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**DOHODKOVNA IN CENOVNA ELASTIČNOST
TURISTIČNEGA POVPRASEVANJA – PRIMER ŠPANJE**

Ljubljana, junij 2011

GORAN ŠTEFANČIČ

IZJAVA

Študent Goran Štefančič izjavljam, da sem avtor tega magistrskega dela, ki sem ga napisal v soglasju s svetovalko prof. dr. Tanjo Mihalič in sosvetovalcem dr. Markom Pahorjem, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 TURIZEM IN TURISTIČNO POVPRASEVANJE	6
1.1 Definicije turizma	6
1.2 Turistično povpraševanje.....	7
1.3 Dejavniki turističnega povpraševanja.....	9
1.3.1 Dohodek	9
1.3.2 Cene in menjalni tečaj	9
1.3.3 Cene substitutov	9
1.3.4 Okusi.....	10
1.3.5 Oglaševanje	10
1.3.6 Pričakovanja in navade	10
1.3.7 Enkratni, izredni dogodki	10
1.4 Dohodkovna in cenovna elastičnost turističnega povpraševanja	13
1.4.1 Dohodkovna elastičnost turističnega povpraševanja	13
1.4.2 Cenovna elastičnost turističnega povpraševanja	16
1.4.3 Dosedanje raziskave elastičnosti turističnega povpraševanja	18
2 TURIZEM V ŠPANJI.....	20
2.1 Zgodovinski razvoj turizma v Španiji	21
2.2 Razvoj turizma v Španiji v 21. stoletju	22
2.2.1 Število mednarodnih turističnih prihodov	22
2.2.2 Število nočitev tujih turistov	24
2.2.3 Prihodki od mednarodnega turizma.....	25
3 ANALIZA TURISTIČNEGA PROMETA ŠPANJE IZ IZBRANIH DRŽAV	26
3.1 Velika Britanija	29
3.2 Nemčija.....	29
3.3 Francija	32
3.4 Italija.....	35
4 ANALIZA DOHODKOVNE IN CENOVNE ELASTIČNOSTI POVPRASEVANJA PO ŠPANJI.....	37
4.1.1 Postavljanje hipotez.....	38
4.1.2 Oblikovanje funkcije modela	39
4.1.3 Zbiranje podatkov	40
4.1.4 Ocenjevanje modela	40
4.1.5 Testiranje hipotez	41
4.1.6 Napovedovanje rezultatov v prihodnosti.....	42
4.2 Empirična analiza dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji... 42	
4.2.1 Podatkovna osnova	42
4.2.1.1 Število nočitev turistov na prebivalca iz izbranih držav v Španiji	42

4.2.1.2 Bruto domači proizvod na prebivalca v izbranih državah.....	43
4.2.1.3 Relativni stroški turizma	43
4.2.1.4 Neprave spremenljivke.....	44
4.2.1.5 Spremenljivka s časovnim odlogom nočitev.....	44
4.2.2 Oblikovanje modela	45
4.2.3 Preverjanje zanesljivosti regresijskega modela.....	45
4.2.4 Interpretacija koeficientov.....	45
4.2.5 Empirična analiza odvisnosti turističnega povpraševanja od dohodka in splošne ravni cen	46
4.2.6 Panelna regresijska analiza.....	47
4.2.7 Preverjanje hipotez	53
4.2.7.1 Povezanost med BDP na prebivalca izbranih držav in številom nočitev v Španiji	53
4.2.7.2 Povezanost med relativnimi cenami in številom nočitev v Španiji.....	53
4.2.7.3 Vpliv aktualne svetovne finančne krize na število nočitev v Španiji leta 2009	53
4.2.7.4 Preverjanje dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja po Španiji od leta 1995 do 2009	54
4.2.7.5 Preverjanje domneve o potovanjih v Španijo kot luksuzni dobrini	55
SKLEP.....	56
LITERATURA IN VIRI.....	57
PRILOGE	

KAZALO SLIK

Slika 1: Število prihodov tujih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)	23
Slika 2: Število nočitev tujih turistov v Španiji od leta 2000 do 2009 (v milijonih).....	24
Slika 3: Prihodki od mednarodnega turizma v Španiji od leta 2000 do 2009 (v milijardah EUR)	26
Slika 4: Število nočitev britanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih).....	29
Slika 5: Število nočitev nemških turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)....	31
Slika 6: Število nočitev francoskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih).....	34
Slika 7: Število nočitev italijanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih).....	37

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število nočitev britanskih turistov v Španiji v primerjavi s številom nočitev vseh tujih turistov od leta 1980 do 2009	27
Tabela 2: Število nočitev nemških turistov v Španiji od leta 1980 do 2009	30
Tabela 3: Število nočitev francoskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009	33
Tabela 4: Število nočitev italijanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009	36
Tabela 5: Aritmetična sredina, standardni odklon in koeficient avtokorelacije	47
Tabela 6: Pearsonov korelacijski koeficient	48
Tabela 7: Regresijska analiza turističnega povpraševanja iz izbranih držav po Španiji od leta 1980 do 2009	49
Tabela 8: Regresijska analiza turističnega povpraševanja iz izbranih držav po Španiji od leta 1995 do 2009	54

UVOD

Španija je ena najbolj priljubljenih turističnih destinacij v Evropi in na svetu. Turistična dejavnost v Španiji se je pojavila že ob koncu 19. stoletja, vendar če takrat še ni imela velikega pomena, je 100 let kasneje Španija ena od treh najpomembnejših svetovnih turističnih destinacij tako po številu tujih obiskovalcev kot po vrednosti prihodkov od mednarodnega turizma (Pellejero, 1999, str. 17). Glavni razcvet je španski turistični sektor začel doživljati v letih od 1950 do 1974, ko je turizem prenehal biti manjvredna gospodarska dejavnost in postal fenomen množic (Pellejero, 1999, str. 17). Od sedemdesetih let dalje pa je šlo samo navzgor. Uriel (2001, str. 80) ugotavlja, da je od leta 1973 do 1999 število obiskovalcev v Španiji doživelo več kot 120-odstotno rast. Kasnejši statistični podatki kažejo, da je leta 1990 Španijo obiskalo 34,1 milijona tujih turistov, leta 1995 34,9 milijona, leta 2000 že 47,9 milijona, leta 2005 pa je število tujih turistov naraslo na 55,6 milijona (UNWTO¹, 2007). Število tujih turistov je naraščalo do leta 2007, ko jih je Španijo obiskalo največ do zdaj, in sicer 58,7 milijona (UNWTO, 2010). Leta 2008 pa se je zgodil preobrat, saj se je število tujih turistov zmanjšalo na 57,2 milijona, leta 2009 pa je bil padec še večji, saj je Španijo obiskalo 52,2 milijona tujih turistov (UNWTO, 2010). V desetletju od leta 2000 do 2009 si je Španija po številu tujih turistov vseskozi menjavala drugo mesto z Združenimi državami Amerike (v nadaljevanju ZDA), takoj za Francijo, ki je bila v celotnem proučevanem obdobju na prvem mestu.

Španija v svetovnem merilu prednjači tudi po višini prihodkov od mednarodnega turizma. Po podatkih Svetovne turistične organizacije v desetletju od leta 2000 do 2009 zaseda drugo mesto, takoj za ZDA. Višina prihodkov od mednarodnega turizma je v preteklosti nenehno naraščala. Leta 1990 je Španija je od mednarodnega turizma dobila 18,5 milijarde USD, leta 1995 25,3 milijarde USD, leta 2000 že 30 milijard USD, leta 2005 pa kar 47,9 milijarde USD (UNWTO, 2007). V nasprotju s številom tujih turistov v Španiji, ki je vrh doseglo leta 2007, pa je vrednost prihodkov od mednarodnega turizma naraščala vse do leta 2008, ko je Španija imela 61,6 milijarde USD prihodkov od mednarodnega turizma, leta 2009 pa se je vrednost teh prihodkov zmanjšala na 53,2 milijarde USD (UNWTO, 2010).

Turizem je v Španiji takoj za gradbeništvom najpomembnejša gospodarska dejavnost, saj je njegov neposredni delež v španskem bruto domačem proizvodu (v nadaljevanju BDP) okrog 11 odstotkov (Instituto de Estudios Turisticos, 2010). Največji delež je imel turizem v Španiji leta 1999, in sicer 12,1 odstotka (Informative National Statistic Bulletin, 2002). Od takrat je nenehno padal; leta 2008 je predstavljal 10,5 odstotka španskega BDP, leta 2009 pa je po neuradnih ocenah padel na raven iz leta 1995, to je na 10,3 odstotka BDP (Instituto nacional de estadística, 2009). Eden od razlogov za zmanjšanje tega deleža bi

¹ UNWTO je kratica za United Nations World Tourism Organization.

lahko iskali v dejstvu, da se je v prvem desetletju 21. stoletja delež mednarodnega turizma v primerjavi z notranjim turizmom nenehno zmanjševal. Leta 2000 so prihodki od mednarodnega turizma predstavljali 50 odstotkov vseh turističnih prihodkov, leta 2006 pa le dobrih 44 odstotkov (Instituto de estudios turisticos, 2007). Turistični sektor je pomemben tudi zaradi zaposlitev, saj je v turistični dejavnosti zaposlene skoraj 12,5 odstotka celotne populacije na Iberskem polotoku (Instituto de estudios turisticos, 2010). Pozitivni trend ohranja le povprečna poraba na tujega turista, ki se je v letu 2009 povečala na 926 EUR, kar je za 2,2 odstotka več kot leta 2008 (Instituto de estudios turisticos, 2010).

Najpomembnejši španski turistični trgi so Velika Britanija, Nemčija, Francija in Italija. Leta 2008 je Španijo obiskalo 15,8 milijona Britancev, kar je 27,6 odstotka vseh tujih turistov, 10,1 milijona Nemcev ali 17,6 odstotka vseh tujih turistov, 8,2 milijona Francozov, kar je 14 odstotkov vseh tujih turistov, in 3,3 milijona Italijanov, kar je 5,8 odstotka vseh tujih turistov (Instituto de estudios turisticos, 2010). Turisti iz omenjenih štirih držav skupaj predstavljajo skoraj dve tretjini vseh tujih turistov.

Na turistično povpraševanje najbolj vplivata dohodek potencialnih turistov in cena v turističnih destinacijah. Crouch (1992, str. 648) pravi, da sprememba v portošnikovem dohodku povzroči spremembo v povpraševanju, in sicer zaradi večje kupne moči potrošnika. Pogosto se to kaže v povečani potrošnji številnih običajnih proizvodov. Včasih pa se zgodi, da potrošnik zaradi povečanja svojega dohodka začne kupovati drugačno vrsto proizvodov in zamenja običajne proizvode za dražje, luksuzne. Pomembno vlogo pri turističnem povpraševanju ima tudi cena. Tradicionalna ekonomska teorija pravi, da se povpraševanje po nekem proizvodu zmanjša, če se zviša njegova cena (Crouch, 1992, str. 650–651). Dolan (v Crouch 1992, str. 651) pa dodaja, da lahko nastane odstopanje od te zakonitosti, če ima sprememba cene tako močan učinek, da spremeni vzorec potrošnje.

Cena in dohodek pa nista edina dejavnika, ki vplivata na turistično potrošnjo. Song in Witt (2000, str. 8) dodajata, da nanjo vplivajo tudi izredni dogodki ali tako imenovani »dummy« dejavniki, kot so vojne, vladni ukrepi v nekaterih državah in gospodarske krize. Vse to ima psihološki učinek na turiste in vpliva na zmanjšanje mednarodne turistične potrošnje. Zadnji zunanji dejavnik, ki bi lahko imel velik učinek na mednarodno turistično potrošnjo, je svetovna finančna kriza, ki se je začela v ZDA poleti 2007. Po podatkih Mednarodnega finančnega sklada (angl. *International Monetary Fund – IMF*) so napredna gospodarstva v zadnjem četrtletju 2008 ugotovila 7,5-odstotni padec realnega BDP (Papatheodouru, 2010). Med izbranimi državami se je stopnja rasti realnega BDP v Nemčiji, Veliki Britaniji in Italiji znižala za 5 odstotkov, najmanjši padec pa je doživela Francija z znižanjem realnega BDP za 2,6 odstotka (Eurostat, 2010).

Različne države imajo različno dohodkovno in cenovno elastičnost turističnega povpraševanja. Dohodkovna elastičnost povpraševanja meri učinek spremembe dohodka pri potrošniku na njegovo povpraševanje. Njen koeficient izračunamo kot razmerje med odstotno spremembo količine povpraševanja in odstotno spremembo v dohodku (Tribe, 2008, str. 78). Cenovna elastičnost pa meri učinek spremembe cen v turistični destinaciji na povpraševanje. Njen koeficient izračunamo kot razmerje med odstotno spremembo količine povpraševanja in odstotno spremembo cene (Tribe, 2005, str. 77). Na osnovi elastičnosti povpraševanja ločimo med štirimi vrstami dobrin, in sicer luksuzne dobrine, kjer je koeficient dohodkovne elastičnosti visoko nad ena, koeficient cenovne elastičnosti pa je nizek, torej manjši od 1, komfortne dobrine, kjer sta koeficienta dohodkovne in cenovne elastičnosti večja od 1, dobrine široke potrošnje, kjer sta oba koeficienta elastičnosti zelo nizka, in sicer koeficient dohodkovne elastičnosti med 0,2 in 0,5 in koeficient cenovne elastičnosti med -0,2 in -0,5, in manjvredne dobrine, kjer je koeficient dohodkovne elastičnosti negativen, koeficient cenovne elastičnosti pa je včasih pozitiven, vendar je nizek (Mihalič, 2008, str. 107).

Garin-Muñozeva in Perez Amaral (2000, str. 528) na osnovi podatkov od leta 1985 do 1995 ugotavljata, da je dohodek najpomembnejši dejavnik turističnega povpraševanja po Španiji. Koeficient dohodkovne elastičnosti za Španijo je 1,41, kar kaže, da je povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji luksuzna dobrina. Koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji pa je 0,3, kar pomeni, da je povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji cenovno neelastično (Garin-Muñoz & Perez Amaral, 2000, str. 528).

Namen in cilji magistrskega dela

Namen magistrskega dela je ugotoviti vzročno-posledično povezavo med spreminjanjem vrednosti bruto domačega proizvoda v Veliki Britaniji, Nemčiji, Franciji in Italiji in turističnim povpraševanjem v Španiji. Z regresijsko analizo bomo na osnovi podatkov od leta 1980 do 2009 ugotavljali, kako spremembe v BDP v izbranih državah vplivajo na turistično povpraševanje v Španiji, in analizirali dohodkovno elastičnost turističnega povpraševanja iz izbranih držav po Španiji. Drugi namen magistrskega dela pa je ugotoviti vpliv spreminjanja indeksa rasti cen življenjskih potrebščin v Španiji ter Veliki Britaniji, Nemčiji, Franciji in Italiji na turistično povpraševanje po Španiji. Na osnovi podatkov od leta 1980 do 2009 bomo izračunali koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja iz izbranih držav po Španiji.

Glavni cilji magistrskega dela so:

- Predstaviti število turistov, število nočitev in vrednost prihodkov od vseh tujih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009.

- Predstaviti število turistov, število nočitev in vrednost prihodkov od turistov iz Velike Britanije, Nemčije, Francije in Italije, ki so obiskali Španijo od leta 1980 do 2009, in ugotoviti, iz katere države prihaja največ turistov, kateri turisti najdlje bivajo v Španiji in kateri v povprečju porabijo največ denarja.
- Predstaviti realni BDP na prebivalca v izbranih državah (Velika Britanija, Nemčija, Francija in Italija) od leta 1980 do 2009 in z regresijsko analizo določiti koeficient dohodkovne elastičnosti povpraševanja po Španiji v izbranih državah.
- Predstaviti indeks cen življenjskih potrebščin (v nadaljevanju CPI) v Španiji in izbranih državah (Velika Britanija, Nemčija, Francija in Italija) od leta 1980 do 2009 in z regresijsko analizo določiti koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji v izbranih državah.
- Dokazati, da potovanja v Španijo niso več luksuzna dobrina, ampak so postala dobrina široke potrošnje.

Hipoteze

V magistrskem delu bomo skušali dokazati te hipoteze:

- Hipoteza 1: BDP izbranih držav in povpraševanje turistov iz teh držav po Španiji sta pozitivno povezana, kar pomeni, da če se poveča BDP v izbranih državah, se bo povečalo povpraševanje turistov iz te države po Španiji.
- Hipoteza 2: Splošna raven cen v Španiji in povpraševanje turistov iz izbranih držav po Španiji sta negativno povezana, kar pomeni, da če se zviša splošna raven cen v Španiji, se bo zmanjšalo povpraševanje turistov iz izbrane države po Španiji.
- Hipoteza 3: Aktualna svetovna finančna kriza je vplivala na zmanjšanje turističnega povpraševanja po Španiji leta 2009.
- Hipoteza 4: Na osnovi raziskave Garin-Muñozove in Pereza Amarala (2000, str. 528) je bilo od leta 1985 do 1995 turistično povpraševanje močno dohodkovno elastično in cenovno izrazito neelastično. Moja hipoteza je, da za obdobje od leta 1995 do 2009 še naprej velja, da je povpraševanje cenovno izrazito neelastično, po drugi strani pa zaradi dejstva, da je povprečni BDP na prebivalca izbranih štirih držav zrasel iz 20.000 EUR na prebivalca v obdobju med letoma 1985 in 1995 (povprečje izbranih štirih držav v omenjenem obdobju) na skoraj 25.000 EUR na prebivalca v obdobju med letoma 1995 in 2009 (povprečje izbranih štirih držav v omenjenem obdobju), povpraševanje že postaja dohodkovno usklajeno elastično.
- Hipoteza 5: Garin-Muñozova in Perez Amaral (2000, str. 528) na osnovi analize podatkov od leta 1985 do 1995 ugotavljata, da je povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji luksuzna dobrina. Ker je število tujih turistov, ki so odpotovali v Španijo, od tega obdobja naraslo z 34,9 milijona leta 1995 na 58,7 milijona leta 2007, je moja hipoteza, da potovanja v Španijo niso več luksuzna dobrina, temveč so postala dobrina široke potrošnje.

Metoda dela

V magistrskem delu bomo pri analizi dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja uporabljali tradicionalni Wittov model, ki temelji na klasični regresijski analizi, ocenjeni z metodo najmanjših kvadratov. Uporabljali bomo funkcijo $Q_{ij} = f(P_i, Y_j)$, pri čemer Q_{ij} predstavlja količino povpraševanja rezidentov države j po turističnih proizvodih destinacije i , P_i je cena turističnih proizvodov v destinaciji i , Y_j pa višina dohodka v državi j . Za leti 2008 in 2009 bomo v analizo dodali še nepravo (dummy) spremenljivko, s katero bomo skušali ugotoviti vpliv svetovne finančne krize, ki se je začela v ZDA leta 2007, na povpraševanje turistov iz izbranih držav po Španiji. Za odvisno spremenljivko bomo izbrali letne podatke o številu nočitev na prebivalca iz izbranih držav v Španiji od leta 1980 do 2009, za neodvisni spremenljivki pa bomo za obdobje od leta 1980 do 2009 uporabili realni BDP na prebivalca v Veliki Britaniji, Nemčiji, Franciji in Italiji ter splošno raven cen v Španiji od leta 1980 do 2009, prilagojeno deviznemu tečaju.

Dohodkovno elastičnost povpraševanja bomo proučevali z enačbo $E_{DOH} = (\Delta Q_{ij} / Q_{ij}) / (\Delta Y / Y)$, pri čemer E_{DOH} predstavlja dohodkovno elastičnost povpraševanja, $\Delta Q_{ij} / Q_{ij}$ relativno spremembo povpraševanja, $\Delta Y / Y$ pa relativno spremembo dohodka. V tem primeru bomo za spremenljivko, ki bo ponazarjala dohodek, uporabili realni BDP na prebivalca izbranih držav, za povpraševanje pa bomo kot spremenljivko uporabili število nočitev na prebivalca iz izbranih držav v Španiji.

Cenovno elastičnost povpraševanja bomo izračunali z enačbo $E_P = (\Delta Q_{ij} / Q_{ij}) / (\Delta P / P)$, pri čemer E_P predstavlja cenovno elastičnost povpraševanja, $\Delta Q_{ij} / Q_{ij}$ relativno spremembo povpraševanja, $\Delta P / P$ pa relativno spremembo cen. V tem primeru bom za spremenljivko, ki bo ponazarjala ceno, uporabil splošno raven cen v Španiji, za povpraševanje pa bom kot spremenljivko uporabil število nočitev na prebivalca iz izbranih držav v Španiji.

Struktura magistrskega dela

Magistrsko delo bo sestavljeno iz poglavij in podpoglavij. V uvodu smo predstavili namen, cilje, hipoteze in metode dela.

V prvem poglavju bomo predstavili osnovne definicije turizma in turističnega povpraševanja in podrobneje opisali dejavnike turističnega povpraševanja. Na koncu bomo definirali dohodkovno in cenovno elastičnost turističnega povpraševanja.

V drugem poglavju bomo najprej na kratko opisali zgodovinski razvoj španskega turizma do leta 1980, nato pa bomo podrobneje analizirali smernice v španskem turizmu od leta 1980 do 2009. Osredotočili se bomo na proučevanje dveh kazalnikov: število nočitev tujih turistov in vrednost prihodkov od mednarodnega turizma.

V tretjem poglavju bomo kvantitativno analizirali turistični promet Španije iz štirih držav, iz katerih pride v Španijo največ turistov (Velika Britanija, Nemčija, Francija in Italija). Osredotočili se bomo na število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji in vrednost turističnih prihodkov. Za vsako izbrano državo bomo posebej analiziralo BDP na prebivalca od leta 1980 do 2009.

V četrtem poglavju bomo najprej natančno predstavil tradicionalni Wittov model proučevanja turističnega povpraševanja, ki bo osnova pri empiričnem raziskovanju. V drugem delu bomo empirično analizirali dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji iz izbranih držav in preverili pravilnost hipotez.

Na koncu bomo navedli sklepne misli, seznam kratic ter seznam literature in virov in prikazali priloge, ki so nam pomagale pri raziskovanju.

1 TURIZEM IN TURISTIČNO POVPRASEVANJE

Osrednja tema magistrskega dela bo proučevanje turističnega povpraševanja po Španiji kot turistični destinaciji, zato bomo najprej predstavili osnovne pojme in definicije turizma in turističnega povpraševanja.

1.1 Definicije turizma

Natančno definirati turizem je skoraj nemogoče, saj je sama narava turizma zelo široka, hkrati pa je sestavljen iz številnih različnih, pa vendar medsebojno povezanih sektorjev.

Za prvo znanstveno definicijo turizma štejemo definicijo utemeljiteljev turistične znanosti Walterja Hultzinkerja in Kurta Krapfa (v Mihalič, 2008, str. 7) iz leta 1942, ki pravita, da je »turizem celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v enem kraju, v kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni povezano s pridobitno dejavnostjo«.

Po tej prvi definiciji je prvi pogoj za turizem, da oseba na potovanju ne opravlja pridobitne dejavnosti. Ker pa so se začela pojavljati poslovna potovanja in tako imenovani kongresni turizem, je Mednarodno združenje turističnih znanstvenih strokovnjakov Aiest (fran. *Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme*) izdalo novo definicijo, po kateri je »turizem celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v enem kraju, v kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve« (Mihalič, 2008, str. 7).

Statistična komisija Združenih narodov (UN) je na predlog Svetovne turistične organizacije UNWTO turizem opredelila kot »dejavnosti, ki so povezane z bivanjem oseb v krajih zunaj njihovega običajnega življenjskega okolja ne več kot za eno leto zaradi zabave, posla in drugih motivov« (Youell, 1999, str. 9).

Danes je sprejeta santgallenska definicija, po kateri je turizem »celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavno in stalno bivališče niti kraj zaposlitve« (Mihalič, 2008, str. 7).

1.2 Turistično povpraševanje

Song in Witt (2000, str. 1) pravita, da je turistično povpraševanje v zadnjem času temelj poslovanja turističnih podjetij. Letalske družbe, turistične agencije, hoteli in druga turistična podjetja močno zanima povpraševanje turistov po njihovih proizvodih, saj je od tega odvisna njihova uspešnost.

Funkcijo turističnega povpraševanja po turistični destinaciji zapišemo z naslednjo enačbo (Song & Witt, 2000, str. 2):

$$Q_{ij} = f(P_i, P_s, Y_j, T_j, A_{ij}, \varepsilon_{ij}) \quad (1)$$

Pri tem kratice pomenijo:

- Q_{ij} – količina povpraševanja rezidentov države j po turističnih proizvodih destinacije i ;
- P_i – cena turističnih proizvodov v destinaciji i ;
- P_s – cena turističnih proizvodov v konkurenčnih destinacijah;
- Y_j – vrednost dohodka v državi j ;
- T_j – okusi potrošnikov v državi j ;
- A_{ij} – višina sredstev, ki jih destinacija i nameni oglaševanju v državi j ;
- ε_{ij} – skupek drugih dejavnikov, ki lahko vplivajo na količino turističnega povpraševanja potrošnikov iz države j po turistični ponudbi destinacije i .

Dwyer in Forsyth (2006, str. 49–50) za ugotavljanje količine turističnega povpraševanja uporabljata nekoliko drugačno formulo:

$$DT_{ij} = f(Y_j, TC_{ij}, RP_{ij}, ER_{ij}, QF_{i,}) \quad (2)$$

Pri tem kratice pomenijo:

- DT_{ij} – količina povpraševanja po turističnih storitvah rezidentov države j po destinaciji i ;
- Y_j – vrednost dohodka v državi j ;
- TC_{ij} – stroški potovanja med državo j in destinacijo i ;
- RP_{ij} – relativne cene (razmerje med cenami v državi j in destinacijo i ter med konkurenčnimi destinacijami);
- ER_{ij} – menjalni tečaj, izmerjen v količini valute destinacije i na enoto valute države j ;
- QF_i – kakovostni dejavniki destinacije i .

K tema enačbama pa bi lahko dodali še eno, ki jo je zapisal Planina (v Mihalič, 2008, str. 80) in upošteva še nekatere druge dejavnike turističnega povpraševanja:

$$TD = f(POTR, PRIVL, DOH, P\check{C}, IRAC, CENE) \quad (3)$$

Pri tem kratice pomenijo:

- TD – turistično povpraševanje;
- $POTR$ – potrebe po potovanju in gibanju;
- $PRIVL$ – količina in kakovost naravnih in kulturnih privlačnosti;
- DOH – višina finančnih sredstev na voljo za turistično potrošnjo;
- $P\check{C}$ – količina prostega časa na voljo za potovanje;
- $IRAC$ – iracionalni ali subjektivni dejavniki;
- $CENE$ – cene različnih turističnih proizvodov.

Iz zgornjih enačb lahko ugotovimo, da različni avtorji navajajo podobne dejavnike turističnega povpraševanja, tako da bom v nadaljevanju uporabil definicijo Songa in Witta (2000, str. 2), ki pravi, da lahko turistično povpraševanje po neki destinaciji definiramo kot količino turističnega proizvoda, ki so ga potrošniki pripravljene kupiti v nekem časovnem obdobju glede na različne dejavnike turističnega povpraševanja. Časovno obdobje je na primer lahko mesec, četrletje ali leto, dejavniki, od katerih je odvisno povpraševanje po turizmu, pa so cene turističnih proizvodov v destinaciji, cene turističnih proizvodov v konkurenčnih državah, dohodki potencialnega potrošnika turističnih proizvodov, količina sredstev, namenjenih oglaševanju, okusi potrošnikov v neki državi ter drugi družbeni, kulturni, geografski in politični dejavniki.

1.3 Dejavniki turističnega povpraševanja

Količina mednarodnega turističnega povpraševanja je odvisna od številnih dejavnikov. V nadaljevanju bom opisal nekaj dejavnikov, ki so se v preteklosti največkrat pojavljali kot spremenljivka pri proučevanju turističnega povpraševanja.

1.3.1 Dohodek

Lim (2006, str. 57) na osnovi raziskave o modelih raziskovanja turističnega povpraševanja ugotavlja, da se kot neodvisna spremenljivka pri raziskovanju turističnega povpraševanja najpogosteje pojavlja dohodek v državah, iz katerih prihajajo turisti. S tem se strinjata tudi Song in Witt (2000, str. 4), ki k dohodku v državah, iz katerih prihajajo turisti, dodajata še osebno potrošnjo in nadaljujeta, da so podatki v raziskavah v obliki *per capita*, torej izračunano na prebivalca. Najpogostejši pokazatelj dohodka v neki državi, ki se uporablja pri znanstvenem raziskovanju, je BDP.

1.3.2 Cene in menjalni tečaj

Song in Witt (2000, str. 4) pravita, da je naslednji dejavnik pri merjenju količine turističnega povpraševanja cena, ki je razdeljena na dva elementa, in sicer strošek potovanja do destinacije, ki ga najpogosteje merimo s cenami letalskih vozovnic in goriva, ter strošek bivanja turista v destinaciji, ki ga merimo z indeksom cen življenjskih potrebščin.

Občasno se pri raziskovanju kot ločen dejavnik pojavi tudi menjalni tečaj, ki opredeljuje stroške bivanja turista v destinaciji. Lim (2006, str. 60) pravi, da nekateri raziskovalci trdijo, da se turisti, ko se odločajo za potovanje v neko destinacijo, zaradi nepopolnih informacij odzivajo na spremembe v menjalnih tečajih, ne pa na relativne spremembe inflacijske stopnje v destinaciji. Song in Witt (2006, str. 5) opozarjata, da je lahko uporaba samo menjalnega tečaja v empiričnem raziskovanju zavajajoča, saj menjalni tečaj sicer lahko spodbudi turistično povpraševanje, vendar ga lahko na drugi strani zavre inflacijska stopnja v turistični destinaciji.

1.3.3 Cene substitutov

Pri empiričnem raziskovanju cen substitutov kot dejavnika turističnega povpraševanja so se znanstveniki osredotočili na stroške bivanja v turistični destinaciji. Sicer bi kot dejavnik lahko vplivali tudi stroški potovanja v alternativno destinacijo, a v raziskovanju ta dejavnik ni bil velikokrat uporabljan.

Song in Witt (2000, str. 5) navajata dva načina, kako lahko stroški bivanja v turistični destinaciji vstopajo v funkcijo povpraševanja. V prvem primeru gre za primerjavo stroškov bivanja med turistično destinacijo in državo izvora, kar dopušča možnost zamenjave mednarodnega turizma za domači turizem. V drugem primeru pa gre za primerjavo stroškov bivanja v različnih turističnih destinacijah, ki so si med sabo konkurenčne.

1.3.4 Okusi

Kot pravita Song in Witt (2000, str. 6), je naslednji dejavnik, ki vpliva na turistično povpraševanje po neki turistični destinaciji, okus turistov iz posamezne države. Nanj vplivajo številni družbenoekonomski dejavniki, kot so starost, spol, izobrazba in zakonski stan. Okus pa se lahko tudi spremeni zaradi inovacij in oglaševanja turistične destinacije, spremenjenih vrednot in prioritet ter sprememb v življenjskem standardu. Zelo težko je dobiti podatke, da bi lahko merili vpliv tega dejavnika na turistično povpraševanje, in kot pravita Song in Witt (2000, str. 6), bo potrebno »še veliko dela, da bo okuse potrošnikov mogoče vključiti v funkcije turističnega povpraševanja«.

1.3.5 Oglaševanje

Eden od dejavnikov turističnega povpraševanja je po mnenju Songa in Witta (2000, str. 6) tudi oglaševanje nacionalnih turističnih organizacij, ki skušajo z medijskim oglaševanjem in odnosi z javnostmi prepričati potencialne turiste za obisk njihove države. V empiričnem raziskovanju turističnega povpraševanja se ta dejavnik ni velikokrat pojavil.

1.3.6 Pričakovanja in navade

Občasno se v empiričnem raziskovanju turističnega povpraševanja kot časovni dejavnik pojavijo pričakovanja in navade. Če so ljudje že enkrat bili v neki destinaciji in jim je bilo všeč, se bodo želeli vrniti tja, saj se tveganje in negotovost zaradi poznavanja destinacije močno zmanjšata. Pomembno vlogo lahko ima tudi širjenje informacij »od ust do ust«, ki ima v nekaterih primerih močnejši učinek kot oglaševanje. Število ljudi, ki se odloči za obisk neke destinacije, je torej odvisno od števila ljudi, ki so to destinacijo obiskali v prejšnjih letih (Song & Witt, 2000, str. 7).

1.3.7 Enkratni, izredni dogodki

Na koncu Song in Witt (2000, str. 8) dodajata, da se lahko v modele mednarodnega turističnega povpraševanja vključijo nepravne spremenljivke za merjenje učinkov enkratnih zgodovinskih dogodkov, kot sta bili naftni krizi leta 1973 in 1979. Pričakuje se, da se bo mednarodno turistično povpraševanje zaradi takih dogodkov zmanjšalo, saj krize

predstavljajo negotovost v svetovnem gospodarskem okolju, kar psihološko vpliva na potencialne turiste.

V zadnjem času je najpomembnejši izredni dogodek svetovna finančna kriza, ki se je začela v ZDA leta 2007 in se razširila po vsem svetu, nastala pa je predvsem zaradi padca nepremičninskega trga. Povpraševanje po nepremičninah je od leta 2000 do 2007 strmo naraščalo, zato so naraščale tudi njihove cene. Glavna razloga za to sta dva (Klepec, 2008, str. 2). Prvi je obilna ponudba poceni denarja, ki je povzročila, da so banke imele veliko likvidnih sredstev, ki so jih preusmerile v hipotekarne kredite in iz njih izvedene finančne instrumente. Obrestne mere so bile zelo nizke, zato so bile tudi anuitete za odplačevanje hipotekarnih kreditov zgodovinsko nizke. To z drugimi besedami pomeni, da je oseba s povprečnimi dohodki lahko odplačevala izjemno velik hipotekarni kredit. Večina ljudi pa stanovanja kupujejo ravno z denarjem iz hipotekarnih kreditov. Drugi in seveda glavni razlog za rast nepremičninskega trga je prelahko odobravanje predvsem drugorazrednih hipotekarnih kreditov, to je kreditov tistim strankam, ki niso dovolj kreditno sposobne za nakup lastne nepremičnine ali ravno tiste (tako velike oziroma drage) nepremičnine, kot so jo kupile.

Klepec (2008, str. 5) v isti razpravi dodaja, da je bila glavna težava v tem, da »so cene nepremičnin neprestano rasle, in to vse od velike gospodarske krize v tridesetih letih. Zato je prišlo do občutka, da gre pri nepremičninah za izjemno varno naložbo, katere cena praktično ne more pasti. [...] Ker cene nepremičnin „vedno rastejo“, si banke niso delale velikih skrbi z oceno kreditne sposobnosti posameznika, saj so prvič računale, da bo mogoče nepremičnino v primeru, da bi lastnik nehal plačevati anuiteto, prodati dražje na trgu,« (Klepec, 2008, str. 5).

K temu je potem treba dodati še dejstvo, da je »zaradi velikega in rastočega povpraševanja po nepremičninah prišlo do razcveta v gradbeništvu in sorodnih panogah. Dobički so bili visoki, podjetja so ustvarila veliko delovnih mest in prispevala h gospodarski rasti. Ker so imele različne interesne skupine od rasti cen nepremičnin velike koristi, je tak trg odgovarjal skoraj vsem. Lastniki hiš so zaradi rasti vrednosti hiš dobivali občutek, da so bogatejši, in so povečali potrošnjo. Tisti, ki hiš še niso imeli, so s pomočjo poceni kreditov z lahkoto prišli do njih. Industrija je imela veliko posla in je odpirala nova delovna mesta. Država je izkazovala dobro gospodarsko rast. Obseg zadolženosti gospodinjstev je strmo zrasel najprej zaradi povečanega števila hipotekarnih kreditov, nato pa še potrošniških kreditov (avtomobili, kreditne kartice),« (Klepec, 2008, str. 5).

Nenadoma pa je prišlo do zloma nepremičninskega trga, katerega posledice je zelo lepo opisal Franjo Štiblar (2009) v razpravi Globalna kriza in Slovenija: »Ko je prvi počil nepremičninski balon v 2006–2007 (napihnjene cene nepremičnin so začele padati), je to povzročilo tudi pok finančnega balona. Hipotekarni posojiljemalci so namreč kmalu

ugotovili, da je postal njihov kredit mnogo večji kot imajo realnih dohodkov in kot je znižana tržna vrednost njihove nepremičnine. Zato niso bili več sposobni redno odplačevati anuitet posojil. S tem hipotekarne obveznice niso bile servisirane. In tudi tranše CDO (vrednostni papirji, ki so zavarovani z različnimi dolžniškimi inštrumenti, kot so obveznice, posojila, strukturirani vrednostni papirji, hipotekarne obveznice) niso vračale obljubljenega. Ker se ni videlo, kakšna tveganja vsebujejo, so jih njihovi imetniki (banke, finančne institucije, fizične osebe, centralne banke(!)) začele hitro prodajati, kar jim je dodatno znižalo ceno, saj jih nihče ni hotel kupovati. Kmalu so finančne institucije ostale na aktivih z nelikvidnimi („neprodajljivimi“) CDO, na pasivi pa morajo odplačevati depozite. Da ne bi propadli iz likvidnostnih razlogov, se morajo dodatno zadolževati na denarnem (kreditnem) trgu, kjer pa je likvidnosti zmanjkalo. Banke si niso pripravljene več posojati denarja med seboj, tudi po višjih obrestnih merah ne, ker jih skrbi, da tega denarja ne bodo dobile nazaj,« (Štiblar, 2009, str. 2).

Posledice svetovne finančne krize so bile tako vidne v vseh državah sveta, najbolj v padcu BDP. Po podatkih Eurostata (2010a) je stopnja rasti realnega BDP leta 2009 v primerjavi z letom 2008 v Nemčiji in Veliki Britaniji padla za pet odstotkov, največji padec pa sta med članicami Evropske unije doživeli Litva s 15-odstotnim padcem in Latvija z rekordnim 18-odstotnim padcem. Povprečna stopnja rasti BDP v Evropski uniji se je leta 2009 zmanjšala za 4,2 odstotka v primerjavi z letom prej.

Druga velika posledica svetovne gospodarske krize pa je občutno povečana rast nezaposlenosti. Če pogledamo samo Evropsko unijo (Eurostat, 2010b), lahko vidimo, da se je stopnja nezaposlenosti zniževala do marca 2008, ko je dosegla najnižjo stopnjo 7,2 odstotka. V nekaj več kot enem letu je nato narasla na 9,5 odstotka (maj 2009), kar je najvišja stopnja nezaposlenosti od maja 1999 v evroobmočju. Po statističnih podatkih Eurostata je decembra 2009 največjo stopnjo nezaposlenosti v državah Evropske unije imela Latvija z 22,6-odstotno brezposelnostjo, tesno pa ji je sledila Španija z 18,9-odstotno brezposelnostjo.

Zadnja svetovna finančna kriza je vplivala tudi na turizem. Po podatkih UNWTO (2010) se je število turistov leta 2009 zmanjšalo za štiri odstotke glede na leto prej. Najbolj je bil turistični sektor prizadet v Evropi in na Bližnjem vzhodu, kjer se je število turistov zmanjšalo za šest odstotkov, v Severni in Južni Ameriki je število turistov padlo za pet odstotkov, v azijskih in pacifiških državah pa za dva odstotka.

1.4 Dohodkovna in cenovna elastičnost turističnega povpraševanja

Elastičnost izraža intenzivnost spremembe turističnega povpraševanja glede na spremembo izbranega dejavnika povpraševanja ob predpostavki, da so vsi drugi pogoji (dejavniki) nespremenjeni (Mihalič, 2008, str. 104). V magistrskem delu se bom osredotočil na dve vrsti elastičnosti turističnega povpraševanja, in sicer na dohodkovno in cenovno elastičnost. Omeniti velja, da poznamo točkovno in ločno elastičnost. Elastičnost na loku izračunamo, če gre za diskretne, merljive spremembe odvisnih spremenljivk, točkovno elastičnost pa takrat, ko so spremembe odvisnih spremenljivk majhne (Mulič, 2006, str. 36).

1.4.1 Dohodkovna elastičnost turističnega povpraševanja

Dohodkovno elastičnost turističnega povpraševanja izračunamo s koeficientom dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja, ki ga izračunamo kot razmerje med odstotno spremembo obsega povpraševanja in odstotno spremembo dohodka, kar lahko izrazimo s formulo (Mihalič, 2008, str. 104):

$$E_{DOH} = \frac{\% \Delta TD}{\% \Delta DOH} \quad (4)$$

Pri tem je E_{DOH} koeficient dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja, Δ izraža spremembo, TD količino turističnega povpraševanja (odvisna spremenljivka), DOH pa dohodek (neodvisna spremenljivka).

Koeficient dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja lahko izračunamo še s to formulo (Mihalič, 2008, str. 104):

$$E_{DOH} = \frac{\Delta TD / TD_1}{\Delta DOH / DOH_1} = \frac{\Delta TD}{TD_1} * \frac{DOH_1}{\Delta DOH} \quad (5)$$

Pri tem je E_{DOH} koeficient dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja, Δ izraža spremembo, TD količino turističnega povpraševanja (odvisna spremenljivka), DOH dohodek (neodvisna spremenljivka), oznaka I pa začetno vrednost turističnega povpraševanja oziroma dohodka. To formulo uporabljamo pri izračunavanju točkovne elastičnosti povpraševanja.

Koeficient dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja pove, za koliko odstotkov se spremeni turistično povpraševanje, če se dohodek spremeni za en odstotek. Po navadi se

dohodek in turistično povpraševanje gibljeta v isti smeri, kar pomeni, da če se poveča dohodek, se bo povečalo turistično povpraševanje. Glede na vrednost koeficienta dohodkovne elastičnosti razlikujemo (Mihalič, 2008, str. 105):

- popolnoma neelastično povpraševanje ($E = 0$),
- neelastično povpraševanje ($0 < E < 1$),
- usklajeno elastično povpraševanje ($E = 1$),
- elastično povpraševanje ($1 < E < \infty$),
- popolnoma elastično povpraševanje ($E = \infty$).

Obstaja tudi možnost, da je koeficient dohodkovne elastičnosti negativen. V tem primeru govorimo o manjvrednih dobrinah, in sicer se ob povečanju dohodka turistično povpraševanje po njih zmanjša (Mihalič, 2008, str. 105).

Na splošno lahko dobrine razporedimo v štiri skupine (Mihalič, 2008, str. 107):

- manjvredne dobrine (fran. *biens inférieurs*): koeficient dohodkovne elastičnosti je negativen, koeficient cenovne elastičnosti pa je včasih lahko tudi pozitiven, vendar je nizek. To pomeni, da se ob povečanju dohodka potrošnja teh dobrin zmanjša, ker se nadomesti z bolj kakovostnimi dobrinami, čeprav so večinoma tudi dražje, saj večji dohodek to dovoljuje;
- dobrine široke potrošnje (fran. *biens de grande consommation*): koeficient dohodkovne elastičnosti je pozitiven in zelo nizek (na primer med 0,2 in 0,5). Koeficient cenovne elastičnosti je negativen in tudi zelo nizek. To pomeni, da se ob povečanju dohodka ali znižanju cen potrošnja teh dobrin razmeroma malo poveča. Sem štejemo na primer kruh, mleko, sladkor, krompir, milo;
- komfortne dobrine (dobrine ugodja, fran. *biens de confort*): koeficienta dohodkovne in cenovne elastičnosti sta visoka, večja od 1. Če se dohodek poveča ali če se cene znižajo, se povpraševanje po teh dobrinah poveča močneje, kot so se znižale cene ali se je povečal dohodek. V to skupino spadajo na primer pohištvo, gospodinjska oprema, radio in tudi avtomobili;
- luksuzne dobrine (dobrine razkošja, fran. *biens de luxe*): koeficient dohodkovne elastičnosti je pozitiven in visoko nad 1, koeficient cenovne elastičnosti pa je negativen in nizek, med 0 in -1 . To pomeni, da se povpraševanje po teh dobrinah poveča veliko bolj kot dohodek, medtem ko se njegov obseg le malo spremeni, če se spremenijo cene. Povpraševanje je torej večinoma odvisno od višine dohodka. Primeri za luksuzne dobrine so klavirji, dragulji in turistična letala.

Na osnovi zgornje klasifikacije lahko govorimo o luksuznem turizmu, kadar je povpraševanje odvisno od višine dohodka, cena pa ni pomembna. Sodobni turizem lahko obravnavamo kot komfortno dobrino, ki ima koeficient dohodkovne elastičnosti nad 1,

hkrati pa ga lahko obravnavamo že tudi kot dobrino široke potrošnje, če mislimo na turistično povpraševanje v visoko razvitih državah ali pri ljudeh z visokimi dohodki, ki se le malo odzivajo na spremembo cene (Mihalič, 2008, str. 107).

Glede na dohodek teoretiki ločijo tri glavna razvojna obdobja turizma (Mihalič, 2008, str. 108–109):

- obdobje aristokratskega turizma: večina prebivalstva ima nizek osebni dohodek, le malo je ljudi, ki imajo visok dohodek, razlike med prebivalci z nizkim in visokim dohodkom pa so zelo velike. Na turističnem trgu se tako lahko pojavljajo le ljudje z visokimi dohodki, ljudje z nizkimi dohodki pa ne morejo zadovoljiti niti nujnih življenjskih potreb, zato na turističnem trgu ne nastopajo. Koeficient dohodkovne elastičnosti je zelo visok, nad 1, koeficient cenovne elastičnosti pa nizek;
- obdobje modernega turizma: v tem obdobju sta narodni dohodek in dohodek na prebivalca višja kot v aristokratskem obdobju, razlike med slojema pa so manjše, zato je na turističnem trgu veliko povpraševalcev po turističnih dobrinah. Del dohodka, ki po zadovoljitvi nujnih življenjskih potreb ostane za turistično potrošnjo, je majhen, zato je turistično povpraševanje glede na ceno in dohodek še vedno zelo elastično in koeficient dohodkovne elastičnosti je še vedno visoko nad 1, vendar pa kaže težnjo padanja;
- obdobje visokorazvitega turizma: dohodek doseže raven, ki je visoko nad sredstvi, potrebnimi za preživetje, in znanstveniki poudarjajo, da je to turizem prihodnosti, pri katerem po turističnih dobrinah povprašuje večina prebivalstva in z gospodarskim razvojem elastičnost glede na dohodek in ceno stalno nazaduje. Vrednost koeficienta dohodkovne elastičnosti v visokorazvitih postindustrijskih družbah je tako že padel na okoli 1 ali celo malo pod 1 in turizem že dobiva nekatere značilnosti široke potrošnje.

Osnovna zakonitost razvoja turističnega povpraševanja, ki je posledica rasti dohodka, pravi, da ko turizem ni več luksuzna dobrina, dohodkovna elastičnost močno naraste, tudi do 4, nato začne padati in se umiri pod 1, kar je posledica gospodarskega razvoja (Mihalič, 2008, str. 109). Turistično povpraševanje se torej pojavi šele na določeni stopnji gospodarskega razvoja, ko dohodki prebivalcev omogočajo več kot le zadovoljevanje nujnih potreb, z višanjem dohodkov postaja turizem vedno bolj dobrina nujne potrošnje, zato koeficient dohodkovne elastičnosti z razvojem pada (Mihalič, 2008, str. 110).

Težava pa se pojavi ob gospodarski krizi. Za gospodarstvo namreč ni značilen enakomeren razvoj, ampak ciklični, kar pomeni, da dohodki ne rastejo enakomerno, ampak lahko stagnirajo ali se v primeru recesije celo znižujejo. Po teoriji družbenih slojev na področju turizma turistično povpraševanje med recesijo odzove po različnih socialnih skupinah (dohodkovnih razredih) različno. Prebivalstvo v najvišjem dohodkovnem razredu, za katero sta dve počitniški potovanji (pozimi in poleti) postali že samoumevni, se skoraj ne

odziva na poslabšane gospodarske razmere, prebivalstvo v nižjih dohodkovnih razredih pa se močnejše odziva na znižanje dohodka, in sicer nižje ko je družbeni sloj, močnejši je odziv. Ta odziv se najprej pokaže v zmanjšanju turističnih izdatkov tako, da se dražja potovanja nadomestijo s cenejšimi. Hotelske namestitve se zamenjajo s cenejšimi zasebnimi namestitvami, varčuje se pri izvenpenzijski potrošnji. V drugi fazi se začne nadomeščanje dražjih tujih potovanj s cenejšimi potovanji v domači državi. V tretji fazi se dohodkovno najšibkejši sloji odpovejo potovanjem (Mihalič, 2008, str. 110).

1.4.2 Cenovna elastičnost turističnega povpraševanja

Cena je naslednji dejavnik, ki vpliva na turistično povpraševanje. Odziv turističnega povpraševanja na spremembo cen merimo s koeficientom cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja, ki ga izračunamo kot razmerje med odstotno spremembo količine povpraševanja in odstotno spremembo cene, kar lahko izrazimo s to formulo (Mihalič, 2008, str. 111):

$$E_p = \frac{\% \Delta TD}{\% \Delta P} \quad (6)$$

Pri tem je E_p koeficient cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja, Δ izraža spremembo, TD količino turističnega povpraševanja (odvisna spremenljivka), P pa ceno (neodvisna spremenljivka).

Povezava med spremembo cene in spremembo turističnega povpraševanja je obratnosorazmerna, zato je koeficient cenovne elastičnosti negativen, saj če se cena zviša, se ob drugih nespremenjenih pogojih turistično povpraševanje zmanjša (Mihalič, 2008, str. 111).

Za večino oblik turističnega povpraševanja velja, da se povpraševanje zmerno odziva na spremembo cene, in na osnovi tega ločimo (Mihalič, 2008, str. 111–116):

- cenovno neelastično turistično povpraševanje: ob zvišanju cene se količina povpraševanja zmanjša sorazmerno manj, kot se je povečala cena, ob znižanju cene pa se obseg povpraševanja sorazmerno manj poveča. To se zgodi, kadar turist povprašuje po dobrinah, ki so zanj nujne. V turizmu je malo takih primerov, omenimo lahko zdravstveni, verski in poslovni turizem. O cenovno neelastičnem povpraševanju lahko govorimo, kadar je koeficient cenovne elastičnosti med 0 in -1 ;
- cenovno elastično turistično povpraševanje: pri malenkostnem zvišanju cen se povpraševanje po turističnih dobrinah zelo zmanjša ali celo izgine in obratno, pri malenkostnem znižanju cen se obseg povpraševanja poveča bolj, kot se je spremenila cena. Koeficient cenovne elastičnosti je manjši od -1 in lahko gre v negativno

neskončnost. Cenovno elastično turistično povpraševanje je značilno za tiste vrste turizma, ki so najmanj nujne, so lahko nadomestljive in jih lahko nadomestimo v času. Poglavitni primer so kratkotrajne oblike turizma, kot so izletni turizem in turizem ob koncu tedna;

- usklajeno cenovno elastično turistično povpraševanje: turistično povpraševanje se zmerno odziva na spremembo cene. Sem spadajo najznačilnejše in množične oblike turizma, kot so na primer letni dopusti, počitnice ali dolga potovanja. Koeficient cenovne elastičnosti se giblje okrog -1 . Primer te vrste turizma je počitniški turizem, pri katerem prevladuje element bivanja s ciljem počitka, spremembe načina življenja in razširitve kulturnega obzorja. Zadovoljitev potrebe po počitnicah ni lahko nadomestljiva in je ni lahko prestaviti za nedoločen čas kot potrebo po krajšem izletu, po drugi strani pa ni tako nujna kot zdravstveni turizem.

V skrajnem primeru ločimo še popolnoma neelastično turistično povpraševanje glede na ceno, ko se turistično povpraševanje zelo slabo odziva na spremembo cene, in popolnoma elastično turistično povpraševanje glede na ceno, ko se turistično povpraševanje zelo močno odziva na spremembo cene (Mihalič, 2008, str. 111).

Koeficient cenovne elastičnosti je odvisen tudi od višine dohodka. Pri osebah z visokim dohodkom je koeficient cenovne elastičnosti nizek, saj zvišanje cene ob visokem dohodku le malo vpliva na zmanjšanje obsega povpraševanja. Drugače pa je pri osebah z nizkim dohodkom, pri katerih vsaka najmanjša sprememba cene povzroči močno povečanje ali zmanjšanje povpraševanja (Mihalič, 2008, str. 117).

Na turistično povpraševanje pa vplivajo tudi cene drugih dobrin, ki so lahko substituti ali komplementi. Če je dobrina B substitut dobrini A (recimo konkurenčna destinacija), se bo v primeru, da se poveča cena dobrine B, povečalo povpraševanje po dobrini A. To merimo s koeficientom križne elastičnosti turističnega povpraševanja, ki nam pove, za koliko se spremeni turistično povpraševanje po destinaciji A, če se cene v turistični destinaciji B spremenijo za en odstotek. Če sta turistična proizvoda komplementarna (se dopolnjujeta), je koeficient križne elastičnosti negativen, saj se ob znižanju cene dobrine B poveča povpraševanje po dobrini A (Mihalič, 2008, str. 117–118).

Glavne lastnosti turističnega povpraševanja, ki so povezane s spremembami cen in razpoložljivih finančnih sredstev, so torej naslednje (Mihalič, 2008, str. 118):

- turistično povpraševanje je cenovno elastično;
- cenovna elastičnost je nižja pri nujnih oblikah turizma in višja pri manj nujnih, laže nadomestljivih in odložljivih vrstah;
- cenovna elastičnost je višja pri nizkih cenah in veliki količini, nižja pa pri visokih cenah in majhni količini;

- cenovna elastičnost je višja pri nizkih dohodkih in nižja pri visokih dohodkih;
- cenovna elastičnost je višja v gospodarsko slabše razvitih državah.

Z gospodarskim razvojem se vrednost koeficienta cenovne elastičnosti manjša, ker se višata dohodek in stopnja nujnosti turističnih potreb. To imenujemo zakonitost padanja cenovne elastičnosti modernega turističnega povpraševanja.

Na osnovi zgornje analize lahko sklepamo, da se ob finančni krizi, ko se dohodek med prebivalci v povprečju niža, hkrati niža tudi stopnja nujnosti zadovoljevanja turističnih potreb, zato se cenovna elastičnost turističnega povpraševanja poviša. Pri dohodkovni elastičnosti prav tako nastane podoben pojav, saj morajo prebivalci najprej zadovoljiti osnovne življenjske potrebe, zaradi znižanega dohodka pa potem ne ostane dovolj sredstev še za zadovoljitev turističnih potreb, zato se koeficient dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja poviša. Lahko torej ugotovimo, da se ob finančni krizi koeficienta dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja povišata.

1.4.3 Dosedanje raziskave elastičnosti turističnega povpraševanja

Večino raziskav o elastičnosti turističnega povpraševanja lahko najdemo v znanstvenih revijah o turizmu. Najpomembnejše med njimi so *Tourism Management*, *Tourism Economics*, *Journal of Travel Research*, *Annals of Tourism Research* in *Journal of Travel and Tourism Marketing*.

Mednarodno turistično povpraševanje je bilo od leta 1950 predmet številnih raziskav. Raziskave so dale učinkovite izsledke za nekatere okoliščine, ko pa se je pojavila težnja po vzpostavitvi nekega splošnega modela, so se začele kazati težave tradicionalnih pristopov proučevanja turističnega povpraševanja in majhnega števila študij (Crouch, 1995, str. 115).

Uysal in O'Leary sta v raziskavi leta 1986 ugotovila, da se je v raziskovanju turističnega povpraševanja kot metoda najpogosteje pojavljala multipla regresijska analiza, odvisna spremenljivka pa je navadno bila število turistov ali velikost turističnih prihodkov. Ugotovila sta, da se z multiplo regresijsko analizo lahko proučuje samo ena odvisna spremenljivka, zato predlagata kanonično korelacijsko analizo, s katero bi bilo mogoče ugotavljati vpliv več neodvisnih spremenljivk na več odvisnih spremenljivk (Uysal & O'Leary, 1986, str. 651–652).

Crouch je bil eden od naslednjih, ki se je odločil z metaanalizo proučiti raziskave iz petdesetih, šestdesetih, sedemdesetih in osemdesetih let, ki so proučevale vpliv dohodka in cen na turistično povpraševanje. Ugotovil je, da so v dotedanjih raziskavah avtorji vedno predvidevali, da sta dohodek in povpraševanje povezana pozitivno, cene in povpraševanje pa negativno. Analize so navadno dale drugačne izsledke, in sicer je bilo z modelom

pojasnjenih nekaj manj kot polovica dohodkovne elastičnosti (46 odstotkov), pri cenovni elastičnosti pa je bil ta odstotek veliko manjši, in sicer je bilo mogoče samo 5 odstotkov sprememb povpraševanja pojasniti s spremembo cene. Crouchev sklep na koncu je bil, da obstaja »jasna potreba po nadaljnjem raziskovanju na tem področju« (Crouch, 1992, str. 660).

Leta 1995 je Crouch objavil naslednjo pomembno raziskavo, pri kateri se je osredotočil predvsem na države, iz katerih prihajajo turisti, in na turistične destinacije. Ugotovil je, da se prebivalci posameznih držav različno odzivajo na spremembe cen in dohodka. Zato je predlagal, da se v prihodnosti naredijo dodatne raziskave, predvsem pa je treba dati večji poudarek na medkulturne študije (Crouch, 1995, str. 116).

S Crouchem se strinja Ongova, ki ugotavlja, da so v večini študij turističnega povpraševanja kot odvisna spremenljivka uporabljeni turistična potrošnja, število turistov in število turistov na prebivalca. V prihodnjih raziskavah je tako potreben večji poudarek na študijah kulture, spola, starosti, zakonskega stanu in izobrazbe, ki močno vplivajo na turistično potrošnjo (Ong, 1995, str. 371).

Eno od najpomembnejših raziskav na tem področju je leta 1997 objavila Limova, ki je proučila 100 empiričnih raziskav na področju turizma, osredotočila pa se je predvsem na vrsto podatkov, količino podatkov, izbor odvisnih in neodvisnih spremenljivk ter število uporabljenih pojasnjevalnih spremenljivk (Lim, 1997, str. 836). Ugotovila je, da so raziskave imele nekatere pomanjkljivosti, med katerimi je bila najpomembnejša majhen vzorec, zajet v raziskavo (nekatere raziskave so imele celo manj kot 10 opazovanih držav, večina pa med 10 in 20), druga pomanjkljivost pa je, da so bili modeli predvsem in samo linearni. Glavne spremenljivke, ki so se uporabljale pri raziskavah, so bile dohodek, relativne cene turizma in transportni stroški.

Leta 1997 je svoje delo objavil tudi Athiyaman, ki je poudaril, da so raziskave turističnega povpraševanja še vedno v otroški fazi. Pravi, da raziskave še vedno temeljijo na tradicionalni ekonomski teoriji, čeprav je že dolgo znano, da na turistično povpraševanje vplivajo družbeni, politični, tehnološki in ekonomski dejavniki (Archer v Athiyaman, 1997, str. 227). Kar 30 odstotkov sprememb v turističnem povpraševanju naj bi bilo pojasnjenih s temi neekonomskimi dejavniki (Lipsey & Steiner v Athiyaman, 1997, str. 227).

Obdobje raziskovanja turističnega povpraševanja od leta 2000 do 2007 je zajela raziskava, ki sta jo leta 2008 objavila Song in Li. Na osnovi 121 proučenih raziskav sta ugotovila, da so se na področju raziskovanja v primerjavi s preteklim obdobjem zgodile spremembe. Raziskave so postale bolj raznolike, pojavile so se nove tehnike raziskovanja, pri poskusih

napovedovanja turističnega povpraševanja pa je prišlo do večjega združevanja kvantitativnih in kvalitativnih metod (Song & Li, 2008, str. 217).

Leta 2010 so Song, Kim in Yang objavili raziskavo o elastičnosti turističnega povpraševanja in intervalih zaupanja. Ugotavljajo, da je večini raziskav v preteklosti uspelo oceniti dohodkovno in cenovno elastičnost, a temelj je bila točkovna ocena, ne pa intervalna. Ker samo točkovna ocena ni primerna za raziskovanje oziroma do zdaj ni dajala dobrih rezultatov, so Song, Kim in Yang uporabili »pristransko popravljeno« bootstrap metodo, ki se je pokazala kot najboljša metoda za vzpostavitev intervalov zaupanja. Z modelom ARDL so pri proučevanju turističnega povpraševanja po Hong Kongu iz 9 najpomembnejših turističnih trgov dokazali dolgoročno povezanost med turističnim povpraševanjem, cenami in dohodkom (Song, Kim & Yang, 2010, str. 394).

Obstaja tudi nekaj raziskav o turističnem povpraševanju v Španiji. Leta 1995 sta Gonzalezova in Moralova objavili analizo mednarodnega turističnega povpraševanja po Španiji. Ugotovili sta, da je španski trg zelo občutljiv na relativne cene – če se za malenkost spremenijo relativni stroški turizma v Španiji, se veliko turistov odloči za potovanje v konkurenčno destinacijo. Kar zadeva dohodek, je njuna raziskava pokazala, da čeprav dohodek vpliva na število turistov v Španiji, pa nima bistvenega vpliva na turistično potrošnjo v Španiji (Gonzalez & Moral, 1995, str. 247).

Podrobneje sta se s cenovno elastičnostjo turističnega povpraševanja po Španiji ukvarjala Alegre in Pou, ki sta ugotovila, da zvišanje cen v turistični destinaciji ne povzroči nujno tega, da turisti spremenijo destinacijo, ampak se lahko rezultat pokaže v krajšem času bivanja v turistični destinaciji (Alegre & Pou, 2006, str. 1352).

Da so turisti, ki potujejo v Španijo, občutljivi na ceno, sta ugotovila tudi Garin-Muñozeva in Montero-Martin, ki sta leta 2007 objavila raziskavo o povpraševanju tujih turistov po Balearskih otokih od leta 1991 do 2003. Ugotovila sta, da so turisti močno cenovno občutljivi in lahko ob majhnem zvišanju cen spremenijo počitniško destinacijo (Garin-Muñoz & Montero-Martin, 2007, str. 1232).

2 TURIZEM V ŠPANIJU

V uvodu magistrskega dela smo navedli, da je Španija ena od najpomembnejših turističnih držav na svetu. V nadaljevanju bomo podrobneje predstavili razvoj turizma v Španiji od njegovih začetkov do leta 2009.

2.1 Zgodovinski razvoj turizma v Španiji

Prve zapise o možnosti razvoja turističnega sektorja v Španiji najdemo v sredini 19. stoletja, natančneje leta 1841, ko se je španski esejist Ramon Mesonero Romanos vrnil s potovanja po Belgiji z zamisljivo, da bi popotniški turizem lahko postal izvir bogastva za Španijo, če bi le izboljšali ceste, komunikacijski sistem, osebno varnost, restavracije in hotele ter strpnost španskih državljanov do tujcev (Pack, 2008, str. 568).

Tuji turisti so tako postali tarča španske oblasti in prve organizirane turistične kampanje so se v Španiji začele v sedemdesetih letih 19. stoletja, bolj organizirano pa 50 let kasneje med diktaturo Prima de Rivere. Španska oblast je pod njegovim vodstvom priznala pomen turizma in ga začela postopoma razvijati. Posledica tega je mreža državnih hodelov (Paradores), ki jih je začel ustanavljati kralj Primo de Rivera, in sicer so paradornji zgodovinske stavbe, preurejene v hotele. Od 1920 do 1930 je Španijo po ocenah obiskalo 200 tisoč tujcev na leto, in sicer so na začetku tega obdobja potovali predvsem v severne predele Španije, kot sta San Sebastian in Santander, v drugi polovici dvajsetih let 20. stoletja pa še v Sredozemlje, predvsem v Malago na Costi del Sol ter v S'Agaro in Toso de Mar na Costa Bravi (Pack, 2008, str. 569–571).

Pravi, moderni turistični razvoj se je v Španiji začel šele po drugi svetovni vojni, ko se je začel razvijati množični turizem, ki je za Španijo značilen še dandanes. Zgodovinsko gledano je množični turizem oznaka za turizem, ki je dostopen širšim množicam. Kaspar (v Skrt, 2007, str. 27) je v svoji definiciji dejal, da si pod pojmom »množični turizem po navadi predstavljamo turizem v velikem številu ali pojav turistov v množicah«, Mihaličeva (v Skrt, 2007, str. 27) pa k temu dodaja, da o množičnem turizmu na nekem območju govorimo, kadar je število turistov (pre)veliko. Množični turizem je sicer oblika turizma, v katerem je udeleženo veliko število turistov, njegova značilnost pa ni samo velika množica turistov, ampak tudi časovna koncentracija turističnega prometa v določenih obdobjih. Sam pojem množični turizem pa ne zajema le števila turistov, ampak celoto negativnih odnosov in pojavov, ki so posledica množičnega turizma (Mihalič v Mulič, 2006, str. 9).

V petdesetih letih prejšnjega stoletja so v Španijo začeli prihajati prvi pravi turisti v današnjem pomenu besede. Prihajali so predvsem na oddih na obalo Sredozemskega morja. Razvoj turizma v Španiji, kot ga poznamo dandanes, se je začel torej okrog leta 1950, ko je Španijo obiskalo okrog milijon tujih turistov, potem pa je ta številka vsako leto strmo naraščala. Leta 1959 je Španijo obiskalo 2,8 milijona turistov, leta 1969 pa že 19 milijonov. Najbolj priljubljene turistične destinacije v tem obdobju so bila obalna območja Malage, Alicanteja, Kanarskih otokov in romarska pot Santiago de Compostela (Pack, 2008, str. 571–574).

V drugi polovici 20. stoletja se je torej zgodil španski turistični bum in turizem »sonce in plaža«, ki je še danes značilen za to območje, število tujih turistov je iz leta v leto naraščalo, vse do leta 2007, ko je Španijo obiskalo rekordnih 58,7 milijona tujih turistov (UNWTO, 2010).

Najbolj priljubljene turistične destinacije v Španiji so že od nekdaj Balearski otoki (Mallorca, Menorca, Ibiza in Formentera) in druga obala Sredozemskega morja, vse od Coste Brava na severu na meji s Francijo do Coste de la Luz na jugu na meji s Portugalsko. V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je največ tujih turistov v Španiji počitnikovalo na Mallorci (34 odstotkov nočitev), na drugem mestu je Costa Brava z 22-odstotnim deležem vseh nočitev, 13 odstotkov nočitev tujih turistov pa ima južna obala Španije od Costa del Sol do Costa de la Luz. Delež Kanarskih otokov je okrog 13 odstotkov, sledi Madrid z 8 odstotki, najmanjši delež pa s tremi odstotki vseh nočitev tujih turistov v Španiji predstavlja severna Španija okrog Biskajskega zaliva (Solsten & Meditz, 1988). Na osnovi teh podatkov lahko sklepamo, da je bila Španija že v preteklosti (tako kot danes) izrazito počitniška država, kamor ljudje niso odhajali, da bi se naužili kulturnih, zgodovinskih, kulinarčnih ali kakšnih drugih dobrin, ampak so preprosto prišli »ležati na plažo« in se zabavat, zaradi česar je po vsem svetu postala znana kot destinacija »sonce – morje – plaža«. Španska vlada je sicer z različnimi akcijami poskušala spodbuditi razvoj drugih turističnih sektorjev, a vodilnega položaja počitniškega turizma ni mogla izničiti.

Če na koncu primerjamo še mednarodni in domači turizem v Španiji, lahko ugotovimo, da mednarodni turizem predstavlja približno 50 odstotkov vsega turizma. Leta 2009 je tako Španija imela 147 milijonov nočitev Špancev in 155 milijonov nočitev tujih turistov (Instituto de estudios turisticos, 2010).

2.2 Razvoj turizma v Španiji v 21. stoletju

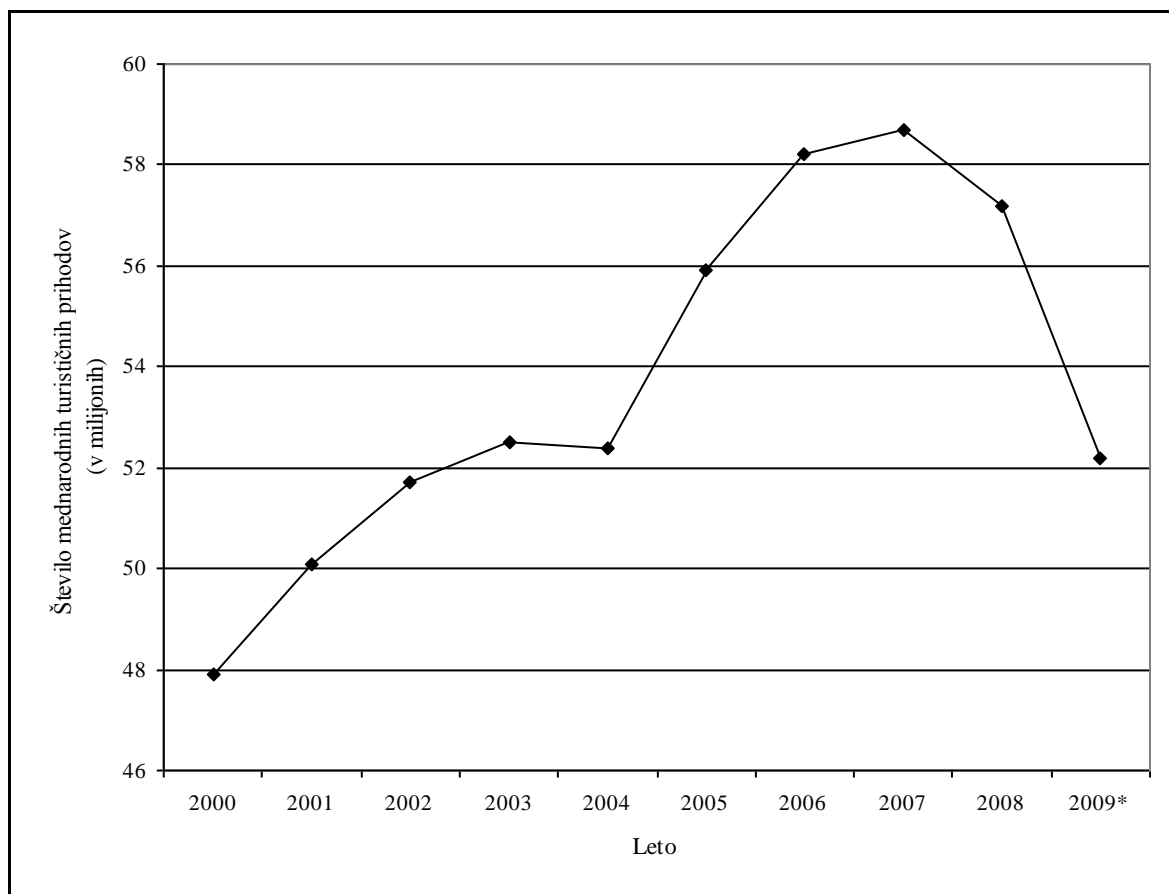
V podpoglavju 2.1 smo opisali razvoj turizma v Španiji od njegovih začetkov do konca 20. stoletja, v nadaljevanju pa bomo opisali turistične trende v Španiji v prvem desetletju 21. stoletja. Najprej bomo predstavili število mednarodnih turističnih prihodov, nato število nočitev tujih turistov in na koncu višino prihodkov od mednarodnega turizma.

2.2.1 Število mednarodnih turističnih prihodov

V uvodu smo že omenili, da je Španija po številu tujih obiskovalcev na drugem mestu med turističnimi destinacijami, takoj za Francijo. Med letoma 2006 in 2008 jo je obiskalo največ tujih turistov v vsej zgodovini, in sicer 58,2 milijona leta 2006, rekordnih 58,7 milijona leta 2007 in 57,2 milijona leta 2008 (UNWTO, 2010). Največ obiskovalcev je prihajalo iz držav Zahodne Evrope, predvsem iz Velike Britanije, Nemčije, Francije in

Italije. Po podatkih španskega inštituta za turistične študije je leta 2008 Španijo obiskalo 15,8 milijona Britancev, kar je 27,6 odstotka vseh tujih turistov, 10,1 milijona Nemcev ali 17,6 odstotka vseh tujih turistov, 8,2 milijona Francozov, kar je 14 odstotkov vseh tujih turistov, in 3,3 milijona Italijanov, kar je 5,8 odstotka vseh tujih turistov (Instituto de estudios turisticos, 2010). Na Sliki 1 je kronološko prikazano število turistov, ki so obiskali Španijo od leta 2000 do 2009, z nje pa je razvidno, da se je število turističnih prihodov v Španijo od 2000 (47,9 milijona tujih turistov) do 2007 (58,7 milijona tujih turistov) povečevalo, leta 2008 pa se je zmanjšalo. Tega leta je Španijo obiskalo 57,2 milijona tujih turistov, kar pomeni, da se število prihodov še ni drastično zmanjšalo, saj se svetovna finančna kriza ni začela v začetku leta, ampak je Španijo in Evropo zajela šele pozno v drugi polovici leta. Po oceni UNWTO (uradni podatki še niso znani) pa je padec leta 2009 že zelo velik, saj je Španijo obiskalo kar pet milijonov turistov manj kot leto prej. Število tujih turistov v Španiji je od leta 2000 do 2007 naraščalo v povprečju za tri odstotke na leto v primerjavi s prejšnjim letom, leta 2008 je padlo za 2,5 odstotka v primerjavi z letom 2007, leta 2009 pa za 9,5 odstotka v primerjavi z letom 2008.

Slika 1: Število prihodov tujih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)



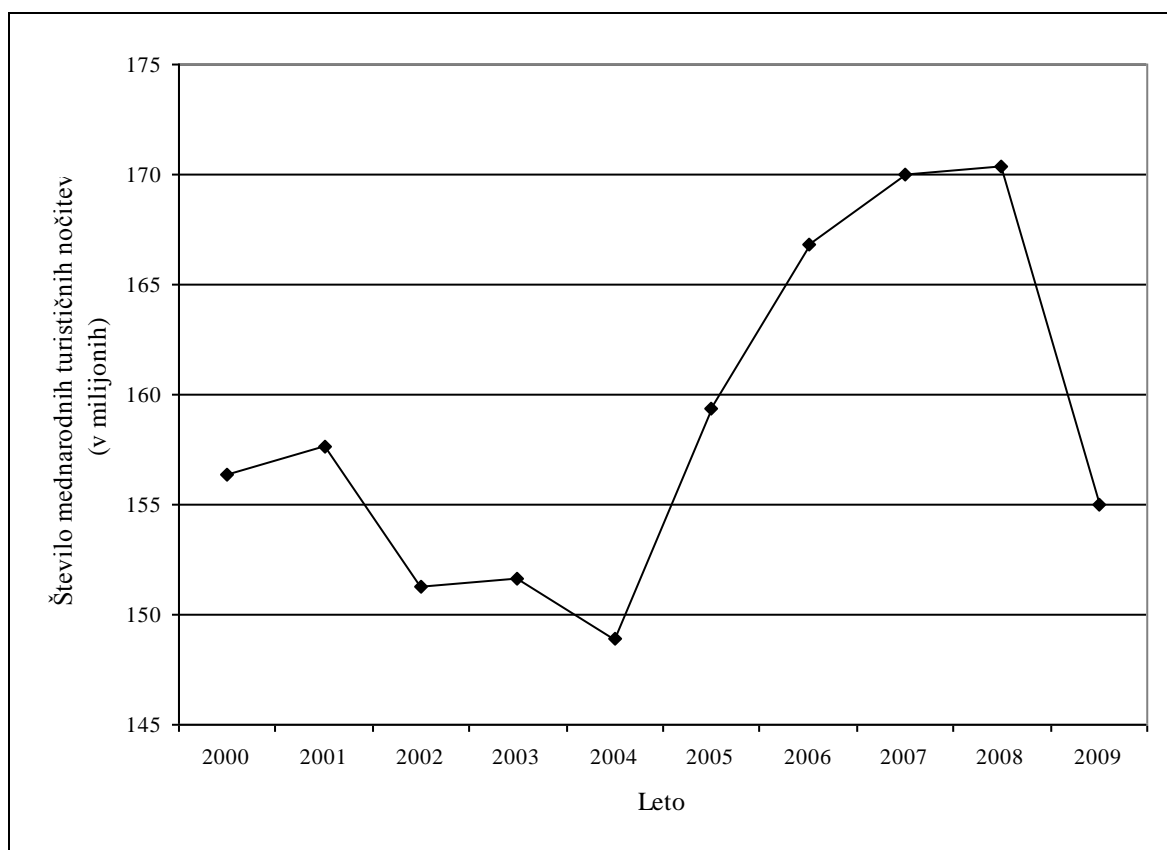
Legenda: *Neuradni podatki, ocena.

Vir: UNWTO, UNWTO World Tourism Barometer, 2010.

2.2.2 Število nočitev tujih turistov

Pri analizi turističnega prometa je zelo pomembno tudi število nočitev tujih turistov v turistični destinaciji. Največ nočitev v Španiji opravijo turisti iz Velike Britanije, Francije, Nemčije in Italije. Delež nočitev, ki jih v Španiji opravijo turisti iz Velike Britanije med vsemi tujimi turisti, je bil med letoma 2000 in 2009 med 25,6 odstotka in 31,2 odstotka, delež nočitev turistov iz Nemčije se je gibal med 27,1 odstotka in 32,5 odstotka, delež nočitev turistov iz Francije je bil v istem obdobju med 6,3 odstotka in 7,8 odstotka, delež nočitev turistov iz Italije pa se je gibal med štirimi in petimi odstotki (Instituto nacional de estadística, 2010). Natančnejši podatki so prikazani na Sliki 2.

Slika 2: Število nočitev tujih turistov v Španiji od leta 2000 do 2009 (v milijonih)



Vir: Instituto nacional de estadística, *Statistical Yearbook of Spain*, 2010.

Na osnovi Slike 2 lahko ugotovimo, da je imela Španija leta 2001 157,6 milijona mednarodnih turističnih nočitev, kar je največ do leta 2004. Tega leta je število nočitev tujih turistov padlo na najnižjo raven v tem obdobju, in sicer na 148,9 milijona. V naslednjih štirih letih pa je število strmo naraslo in leta 2008 je Španija imela rekordnih 170,4 milijona mednarodnih turističnih nočitev. Zaradi svetovne finančne krize, ki je zajela svet v drugi polovici leta 2008 in še močnejše leta 2009, pa je imela Španija leta 2009 155

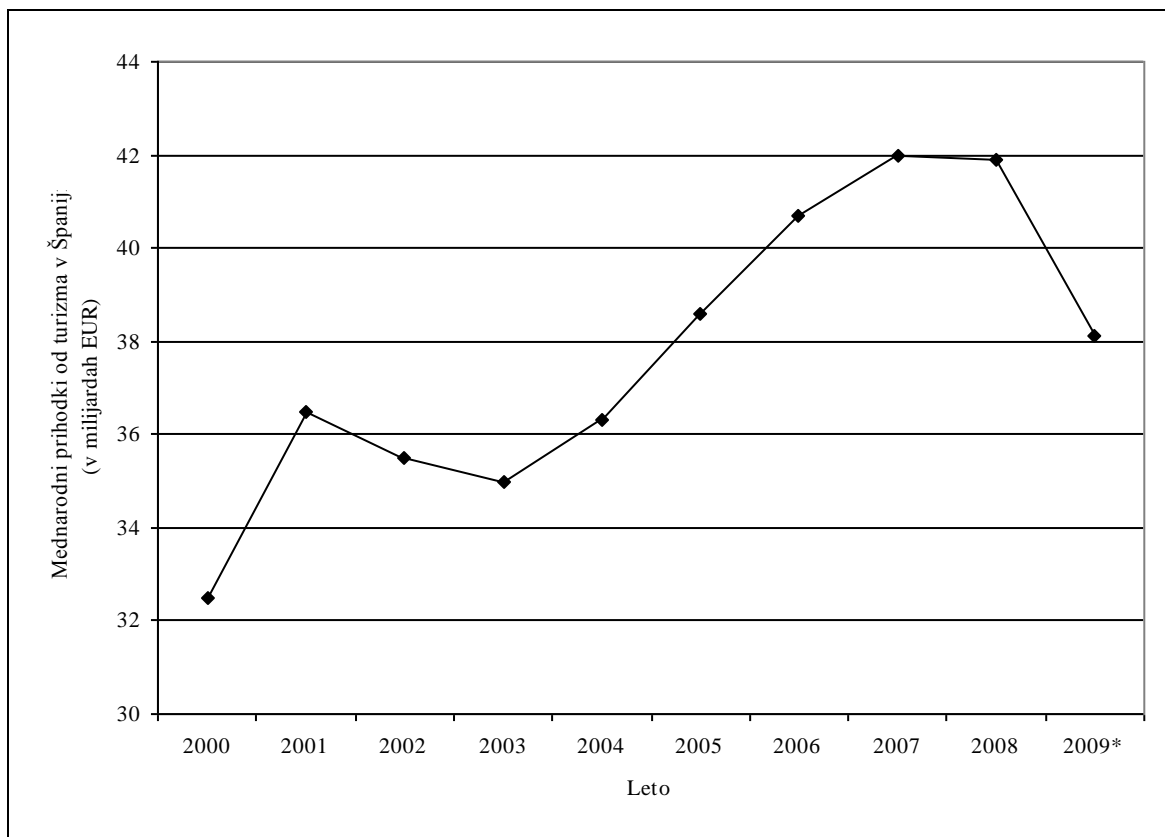
milijonov nočitev tujih turistov, kar je za dobrih devet odstotkov manj kot leta 2008. Tako je število nočitev padlo na raven iz obdobja 2004–2005.

Na osnovi zgornjih podatkov lahko ugotovimo, da se je število nočitev tujih turistov od leta 2000 do 2004 vsako leto v povprečju zmanjšalo za 1,2 odstotka v primerjavi z letom prej, od leta 2004 do 2007 je ponovno naraslo, in sicer s povprečno letno stopnjo rasti 4,7 odstotka, vse dokler ni leta 2008 ta rast postala neopazna v primerjavi z letom 2007. Leta 2009 pa se je zgodil velik padec, ko se je število nočitev tujih turistov v Španiji zmanjšalo za devet odstotkov.

2.2.3 Prihodki od mednarodnega turizma

Že v uvodu sem poudaril, da Španija v svetovnem merilu prednjači tudi po vrednosti mednarodnih prihodkov od turizma. Po podatkih Svetovne turistične organizacije po vrednosti prihodkov od mednarodnega turizma v desetletju od leta 2000 do 2009 zaseda drugo mesto, takoj za ZDA. Vrednos mednarodnih turističnih prihodkov je skozi čas nenehno naraščala. Leta 2000 je Španija od tujih turistov dobila 30 milijard EUR, leta 2005 38,6 milijarde EUR, vrh pa je bil dosežen leta 2007, ko je Španija od mednarodnega turizma dobila 42 milijard EUR. Leta 2008 je opazen majhen padec v primerjavi z letom 2007, saj so bili mednarodni turistični prihodki v Španiji 41,9 milijarde EUR, leta 2009 pa so padli na 38,1 milijarde EUR (UNWTO, 2010). Grafično so podatki prikazani na Sliki 3, ki prikazuje (razen let 2001 in 2002) obdobje nenehne rasti prihodkov od mednarodnega turizma v Španiji, in sicer je bila od leta 2000 do 2007 letna stopnja rasti v povprečju štiri odstotke. Leta 2008 je bil rezultat približno enak kot leta 2007, leta 2009 pa se je zgodil strm padec, saj se je vrednost prihodkov od mednarodnega turizma v primerjavi z letom 2008 zmanjšala za 9 odstotkov.

Slika 3: Prihodki od mednarodnega turizma v Španiji od leta 2000 do 2009
(v milijardah EUR)



Legenda: *Neuradni podatki, ocena.

Vir: UNWTO, UNWTO World Tourism Barometer, 2010; Nemška centralna banka, Povprečni letni menjalni tečajji od 1980 do 2009, 2010.

3 ANALIZA TURISTIČNEGA PROMETA ŠPANIJE IZ IZBRANIH DRŽAV

3.1 Velika Britanija

Velika Britanija je bila leta 2009 najpomembnejši španski turistični trg. Po podatkih Španskega inštituta za turistične študije je leta 2009 Španijo obiskalo 13,3 milijona turistov iz Velike Britanije, ki so skupaj zapravili 10,9 milijarde EUR. V primerjavi z letom 2008 je leta 2009 Španijo obiskalo 15,9 odstotka manj turistov iz Velike Britanije, njihova potrošnja se je zmanjšala za 17,7 odstotka, povprečna doba bivanja britanskih turistov v Španiji pa je bila 9,7 dni. Najbolj priljubljene destinacije turistov iz Velike Britanije so Balearski otoki in Kanarski otoki; tja odhaja v povprečju 33 odstotkov vseh britanskih turistov (Instituto de estudios turisticos, 2010, str. 63–68).

V magistrskem delu je kot glavni kazalnik turističnega povpraševanja uporabljeno število nočitev tujih turistov, zato je v Tabeli 1 prikazano, koliko britanskih turistov je obiskalo Španijo od leta 1980 do 2009.

Tabela 1: Število nočitev britanskih turistov v Španiji v primerjavi s številom nočitev vseh tujih turistov od leta 1980 do 2009

Leto*	Število nočitev vseh tujih turistov v Španiji	Število nočitev britanskih turistov v Španiji	Delež britanskih turistov v primerjavi z vsemi tujimi turisti (v odstotkih)	Število nočitev britanskih turistov v Španiji na prebivalca Velike Britanije	Stopnja rasti nočitev britanskih turistov v Španiji (v odstotkih)
1980	62.316.835	18.426.764	29,57	0,327	
1981	74.560.022	24.198.634	32,46	0,429	31,32
1982	80.762.037	28.391.565	35,15	0,504	17,33
1983	83.904.759	30.421.182	36,26	0,540	7,15
1984	93.014.811	35.548.820	38,22	0,630	16,86
1985	92.980.327	35.392.733	30,60	0,626	-0,44
1986	92.053.557	34.240.795	37,20	0,604	-3,25
1987	97.376.190	34.458.895	35,39	0,607	0,64
1988	92.882.858	31.939.395	34,39	0,561	-7,31
1989	83.285.949	25.955.752	31,16	0,455	-18,73
1990	75.927.135	20.156.400	26,55	0,352	-22,34
1991	78.930.455	19.602.181	24,83	0,341	-2,75
1992	81.388.600	20.007.197	24,58	0,347	2,07
1993	88.613.680	22.990.953	25,95	0,398	14,91
1994	104.312.475	28.861.758	27,67	0,499	25,54
1995	108.293.623	29.808.682	27,53	0,514	3,28
1996	107.284.376	28.850.281	26,89	0,496	-3,22
1997	113.353.162	30.963.687	27,32	0,531	7,33
1998	121.089.652	34.607.495	28,58	0,592	11,77
1999	160.710.161	42.201.418	26,26	0,719	21,94
2000	156.371.938	41.244.614	26,38	0,700	-2,27
2001	157.531.129	45.244.708	28,72	0,765	9,70
2002	151.275.838	46.300.994	30,61	0,780	2,33
2003	151.575.125	47.265.013	31,18	0,794	2,08
2004	148.851.127	45.177.850	30,35	0,755	-4,42
2005	159.413.051	45.960.250	28,83	0,774	1,73
2006	166.767.734	47.191.250	28,30	0,790	2,68
2007	170.025.443	46.772.984	27,51	0,778	-0,89
2008	170.353.809	44.599.290	26,18	0,737	-4,65
2009	155.046.712	39.657.760	25,58	0,651	-11,08

Legenda: *Od leta 1992 do 1999 niso upoštevane nočitve v hotelih z eno zvezdico.

Vir: Instituto nacional de estadística, Statistical Yearbook of Spain, 2010; OECD, Statistični izvlečki, 2010.

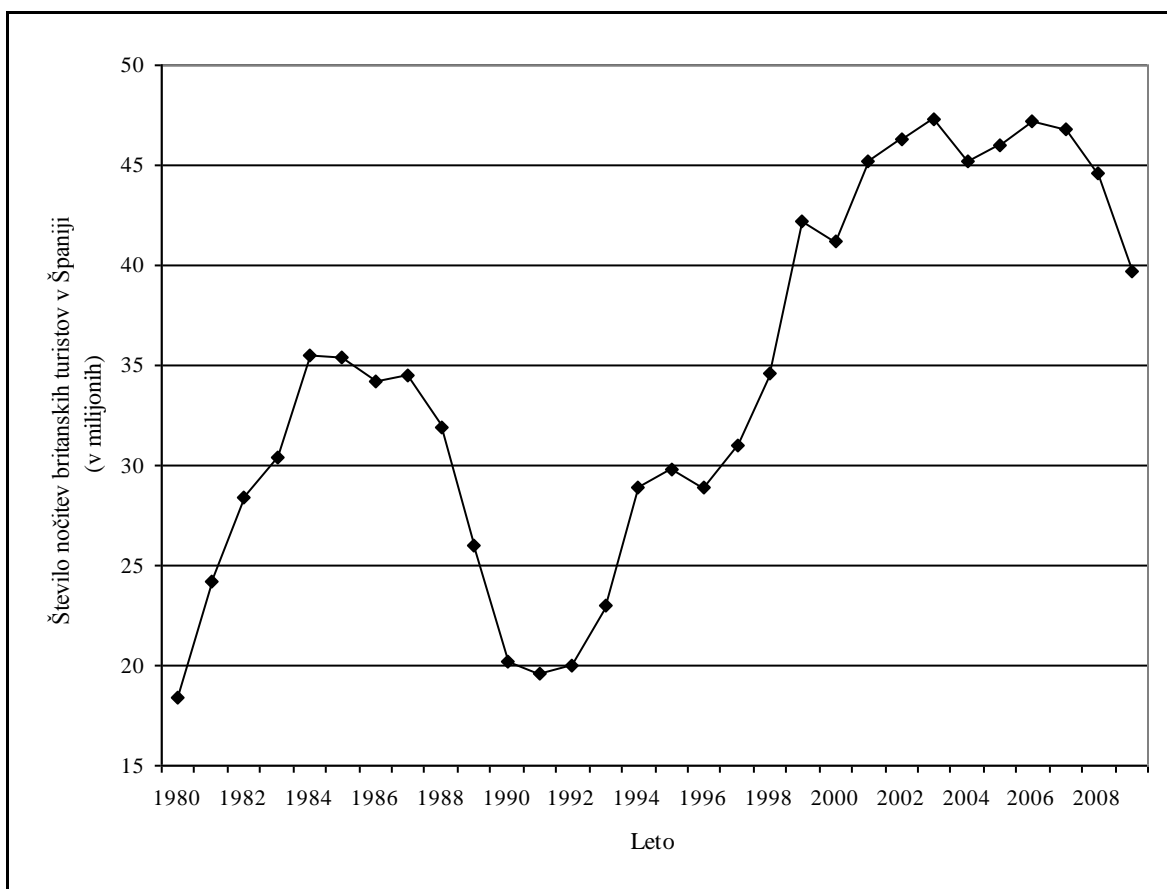
Podatki v Tabeli 1 kažejo, da se je število nočitev britanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 povečalo za 2,5-krat. Leta 1980 je v Španiji prenočilo 18,426 milijona britanskih turistov, leta 2003 pa rekordnih 47,265 milijona, kar je 2,5-krat več. Največji skok v številu nočitev britanskih turistov v Španiji se je zgodil leta 1999, ko je število prvič preseglo 40 milijonov in je do leta 2008 naraslo v povprečju na 45 milijonov nočitev na leto, leta 2009 pa je po desetih letih znova padlo pod 40 milijonov, natančneje na 39,657 milijona nočitev.

Če pogledamo odstotek nočitev britanskih turistov v Španiji, ugotovimo, da čeprav se je število nočitev v absolutnem merilu nenehno povečevalo, se je delež nočitev britanskih turistov v Španiji glede na vse tuje turiste postopoma zmanjševal. V omenjenem obdobju je imela Velika Britanija največji delež po številu nočitev tujih turistov v Španiji leta 1984 (38,22 odstotka), enega najmanjših pa leta 2009 (25,58 odstotka). Trend konstantnega zmanjševanja je opazen predvsem od leta 2003 (31,18 odstotka) do 2009 (25,58 odstotka), ko je delež vsako leto padel za približno en odstotek.

Na osnovi podatkov iz zadnjega stolpca lahko ugotovimo, da se je v proučevanem obdobju število nočitev britanskih turistov v Španiji na prebivalca Velike Britanije močno povečalo. Najmanj nočitev na prebivalca so britanski turisti v Španiji opravili leta 1980, in sicer 0,327 nočitve na prebivalca, leta 2003 pa je ta številka narasla na 0,794 nočitve na prebivalca.

Na Sliki 4 so podatki iz tabele prikazani tudi grafično. Za Veliko Britanijo najprej opazimo rast števila nočitev, leta 1985 pa se krivulja začne obračati navzdol in število nočitev pada vse do leta 1991, ko se krivulja znova obrne navzgor in vztrajno raste do začetka 21. stoletja, ko se počasi začne ustaljevati. Ugotovimo lahko, da raven iz leta 1984 znova doseže šele leta 1998; zaradi gospodarske krize, ki je v Veliki Britaniji vladala v osemdesetih letih 20. stoletja, so Britanci potrebovali 14 let, da so po številu nočitev v Španiji dosegli raven iz leta 1984. Gospodarska kriza se je kazala predvsem v padcu BDP in veliki brezposelnosti, ki je leta 1982 presegla mejo treh milijonov, leta 1984 je bilo 3,3 milijone nezaposlenih, več kot tri milijone nezaposlenih pa je bilo vse do leta 1987. Do leta 1989 se je število nezaposlenih v Veliki Britaniji močno zmanjšalo, in sicer na 1,5 milijona (Doyle, 2003, str. 11).

Slika 4: Število nočitev britanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)



Vir: Instituto nacional de estadística, *Statistical Yearbook of Spain*, 2010; OECD, *Statistični izvlečki*, 2010.

3.2 Nemčija

Drugi najpomembnejši španski turistični trg leta 2009 je bila Nemčija. Takrat je v Španijo prišlo 8,9 milijona nemških turistov, kar je 11,3 odstotka manj kot leta 2008. Nemški turisti so leta 2009 v Španiji zapravili 8,7 milijarde EUR. Čeprav je Španijo obiskalo manj nemških turistov, se je njihova povprečna poraba povečala. Povprečna doba bivanja nemških turistov v Španiji je bila leta 2009 11 noči, kar je največ med vsemi španskimi turističnimi trgi, najbolj priljubljene destinacije pa so Balearski otoki in Kanarski otoki; tja je leta 2009 odpotovalo 65 odstotkov vseh nemških turistov (Instituto de estudios turisticos, 2010, str. 70–75).

Tabela 2: Število nočitev nemških turistov v Španiji od leta 1980 do 2009

Leto*	Število nočitev vseh tujih turistov v Španiji	Število nočitev nemških turistov v Španiji**	Delež nemških turistov v primerjavi z vsemi tujimi turisti (v odstotkih)	Število nočitev nemških turistov v Španiji na prebivalca Nemčije	Stopnja rasti nočitev nemških turistov v Španiji (v odstotkih)
1980	62.316.835	19.128.219	30,70	0,244	
1981	74.560.022	21.910.198	29,39	0,279	14,54
1982	80.762.037	22.780.048	28,21	0,291	3,97
1983	83.904.759	23.560.048	28,08	0,302	3,42
1984	93.014.811	24.183.607	26,00	0,311	2,65
1985	92.980.327	24.716.758	26,58	0,318	2,20
1986	92.053.557	24.718.000	26,85	0,318	0,01
1987	97.376.190	27.375.092	28,11	0,352	10,75
1988	92.882.858	25.850.498	27,83	0,331	-5,57
1989	83.285.949	23.000.667	27,62	0,292	-11,02
1990	75.927.135	23.740.705	31,27	0,299	3,22
1991	78.930.455	27.169.734	34,42	0,340	14,44
1992	81.388.600	27.340.638	33,59	0,339	0,63
1993	88.613.680	29.334.636	33,10	0,361	7,29
1994	104.312.475	34.172.293	32,76	0,420	16,49
1995	108.293.623	36.338.210	33,56	0,445	6,34
1996	107.284.376	35.879.388	33,44	0,438	-1,26
1997	113.353.162	36.374.826	32,09	0,443	1,38
1998	121.089.652	36.459.957	30,11	0,444	0,23
1999	160.710.161	55.359.460	34,45	0,675	51,84
2000	156.371.938	50.886.398	32,54	0,619	-8,08
2001	157.531.129	47.833.232	30,36	0,581	-6,00
2002	151.275.838	40.531.904	26,79	0,492	-15,26
2003	151.575.125	41.062.352	27,09	0,498	1,31
2004	148.851.127	41.783.025	28,07	0,507	1,76
2005	159.413.051	42.760.005	26,82	0,519	2,34
2006	166.767.734	47.664.097	28,58	0,579	11,47
2007	170.025.443	47.827.389	28,13	0,581	0,34
2008	170.353.809	47.130.309	27,67	0,574	-1,46
2009	155.046.712	42.008.148	27,09	0,513	-10,87

Legenda: *Od leta 1992 do leta 1999 niso upoštevane nočitve v hotelih z eno zvezdico.

**Pri Nemčiji je do leta 1991 upoštevana samo Zvezna republika Nemčija.

Vir: Instituto nacional de estadística, Statistical Yearbook of Spain, 2010; OECD, Statistični izvlečki, 2010.

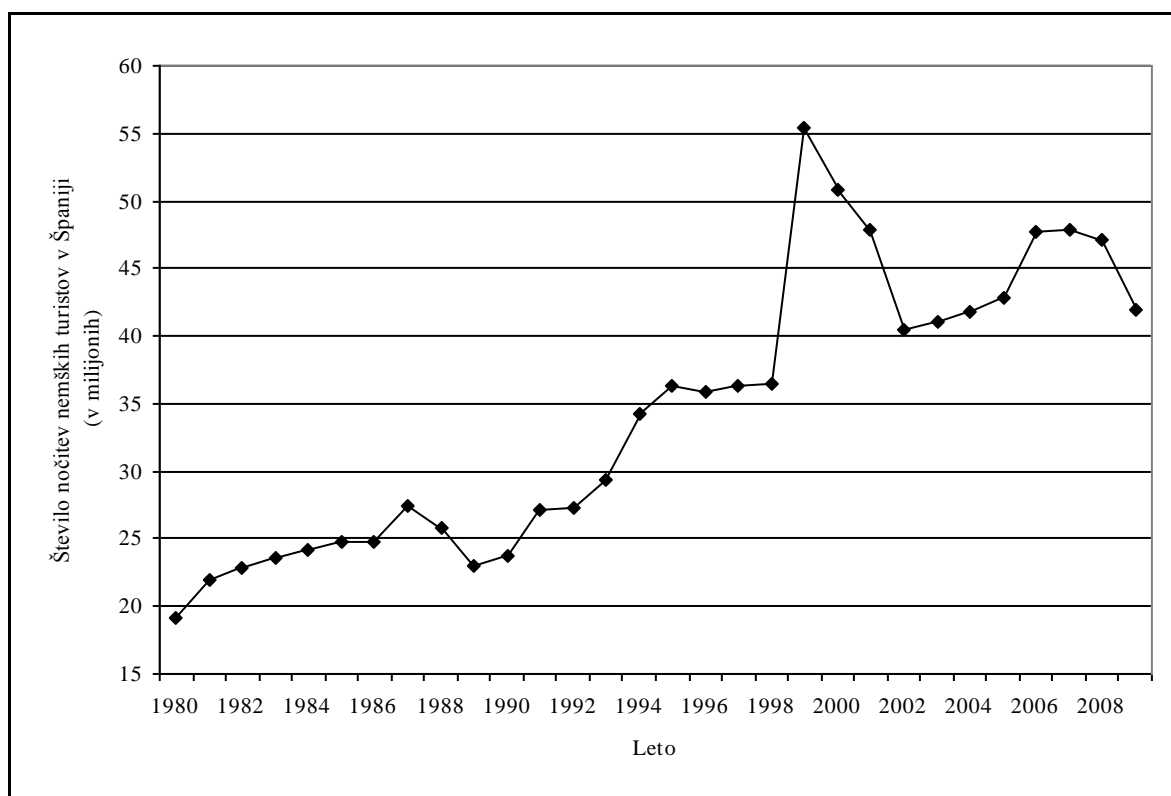
Na osnovi podatkov iz Tabele 2 lahko vidimo, da se je število nočitev, ki so jih v Španiji od leta 1980 do 2009 opravili nemški turisti, več kot podvojilo. Leta 1980 je imela Španija

19,1 milijona nočitev nemških turistov, leta 2007, ko je bilo število nočitev nemških turistov v Španiji v 21. stoletju največje, pa je ta številka narasla na 47,8 milijona nočitev, kar je 2,5-krat več kot leta 1980. Rekordno število pa je bilo doseženo leta 1999, ko je Španija dosegla 55,4 milijona nočitev nemških turistov.

Če gledamo odstotkovno, vidimo, da je po številu nočitev Nemčija skupaj z Veliko Britanijo najpomembnejši španski turistični trg, saj se delež glede na nočitve vseh tujih turistov v Španiji vseskozi giblje okrog 30 odstotka. Največji delež nočitev so imeli nemški turisti leta 1999 (34,45 odstotka), najmanjšega pa leta 1984 s 26 odstotki. Opazen pa je trend padanja tega deleža v 21. stoletju, saj je bil delež nočitev nemških turistov v Španiji med vsemi tujimi turisti leta 2000 še 32,54 odstotka, nato pa se je postopoma zmanjševal vse do leta 2009, ko je bil ta delež 27,09 odstotka.

Podobno kot pri Veliki Britaniji lahko na osnovi podatkov iz zadnjega stolpca ugotovimo, da se je v proučevanem obdobju število nočitev nemških turistov v Španiji na prebivalca Nemčije povečevalo. Najmanj nočitev na prebivalca so nemški turisti v Španiji opravili leta 1980, in sicer 0,311 nočitve na prebivalca, leta 1999 pa je ta številka narasla na 0,675 nočitve na prebivalca. V 21. stoletju je največje število nočitev na prebivalca leta 2007, in sicer 0,581. Podatki iz Tabele 2 so grafično predstavljeni na Sliki 5.

Slika 5: Število nočitev nemških turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)



Vir: Instituto nacional de estadística, Statistical Yearbook of Spain, 2010; OECD, Statistični izvlečki, 2010.

Na osnovi Slike 5 lahko ugotovimo, da število nočitev nemških turistov v Španiji enakomerno narašča. Velik porast lahko opazimo v letih 1999, 2000 in 2001, kar pa je zgolj posledica tega, da so od leta 1999 v statistično analizo znova vključene nočitve v hotelih z eno zvezdico. Napačno bi bilo torej sklepati, da je v Nemčiji v začetku 21. stoletja prišlo do velike gospodarske rasti; padec števila nočitev leta 2000 in 2001 kaže, da je nemško gospodarstvo v tem obdobju začelo stagnirati, saj je bila povprečna letna gospodarska rast zelo nizka. Leta 2000 je bila gospodarska rast v Nemčiji še triodstotna, leta 2001 zgolj 1,2-odstotna, leta 2002 ničodstotna, leta 2003 pa je postala celo negativna, in sicer se je zmanjšala za 0,2 odstotka. V letih 2004 in 2005 si je gospodarska rast počasi opomogla, dokler ni leta 2006 znova dosegla tri odstotke (Nemški statistični urad, 2008).

3.3 Francija

Tretji najpomembnejši španski turistični trg leta 2009 je bila Francija, od koder je takrat v Španijo prišlo 7,9 milijona turistov. Med vsemi turističnimi trgi je Francija država, iz katere se je število turistov leta 2009 v primerjavi z letom 2008 zmanjšalo za najmanj, in sicer za 2,8 odstotka. Se je pa leta 2009 dosti bolj zmanjšala poraba francoskih turistov v Španiji, in sicer so zapravili 6,78 milijarde EUR, kar je 6,3 odstotka manj kot leta 2008. Leta 2009 je bila povprečna doba bivanja francoskih turistov v Španiji 7,7 noči, njihova najbolj priljubljena destinacija pa je Katalonija, ki jo je obiskalo 24,4 odstotka vseh francoskih turistov, ki so potovali v Španijo (Instituto de estudios turísticos, 2010, str. 78–85).

Kot za Veliko Britanijo in Nemčijo bomo tudi za Francijo podrobneje analizirali število nočitev v Španiji od leta 1980 do 2009. Podrobnejši podatki so prikazani v Tabeli 3.

Tabela 3: Število nočitev francoskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009

Leto*	Število nočitev vseh tujih turistov v Španiji	Število nočitev francoskih turistov v Španiji	Delež francoskih turistov v primerjavi z vsemi tujimi turisti (v odstotkih)	Število nočitev francoskih turistov v Španiji na prebivalca Francije	Stopnja rasti nočitev francoskih turistov v Španiji (v odstotkih)
1980	62.316.835	6.279.750	10,08	0,117	
1981	74.560.022	6.917.537	9,28	0,128	10,16
1982	80.762.037	7.121.498	8,82	0,131	2,95
1983	83.904.759	6.899.075	8,22	0,126	-3,12
1984	93.014.811	7.110.347	7,64	0,129	3,06
1985	92.980.327	7.780.814	8,37	0,141	9,43
1986	92.053.557	7.020.866	7,63	0,126	-9,77
1987	97.376.190	7.754.786	7,96	0,139	10,45
1988	92.882.858	7.929.667	8,54	0,141	2,26
1989	83.285.949	7.972.881	9,57	0,141	0,54
1990	75.927.135	7.285.290	9,60	0,128	-8,62
1991	78.930.455	7.524.407	9,53	0,132	3,28
1992	81.388.600	6.880.601	8,45	0,120	-8,56
1993	88.613.680	7.192.448	8,12	0,125	4,53
1994	104.312.475	7.745.646	7,43	0,134	7,69
1995	108.293.623	7.842.098	7,24	0,136	1,25
1996	107.284.376	7.452.913	6,95	0,128	-4,96
1997	113.353.162	7.531.460	6,64	0,129	1,05
1998	121.089.652	8.167.647	6,75	0,140	8,45
1999	160.710.161	9.880.550	6,15	0,168	20,97
2000	156.371.938	10.002.696	6,40	0,169	1,24
2001	157.531.129	10.786.129	6,85	0,181	7,83
2002	151.275.838	11.352.636	7,50	0,190	5,25
2003	151.575.125	11.405.118	7,52	0,189	0,46
2004	148.851.127	10.669.515	7,17	0,176	-6,45
2005	159.413.051	11.234.100	7,05	0,184	5,29
2006	166.767.734	11.649.940	6,99	0,189	3,70
2007	170.025.443	11.820.610	6,95	0,191	1,46
2008	170.353.809	12.455.630	7,31	0,200	5,37
2009	155.046.712	12.126.165	7,82	0,194	-2,65

Legenda: *Od leta 1992 do leta 1999 niso upoštevane nočitve v hotelih z eno zvezdico.

Vir: Instituto nacional de estadística, *Statistical Yearbook of Spain, 2010*; OECD, *Statistični izvlečki, 2010*.

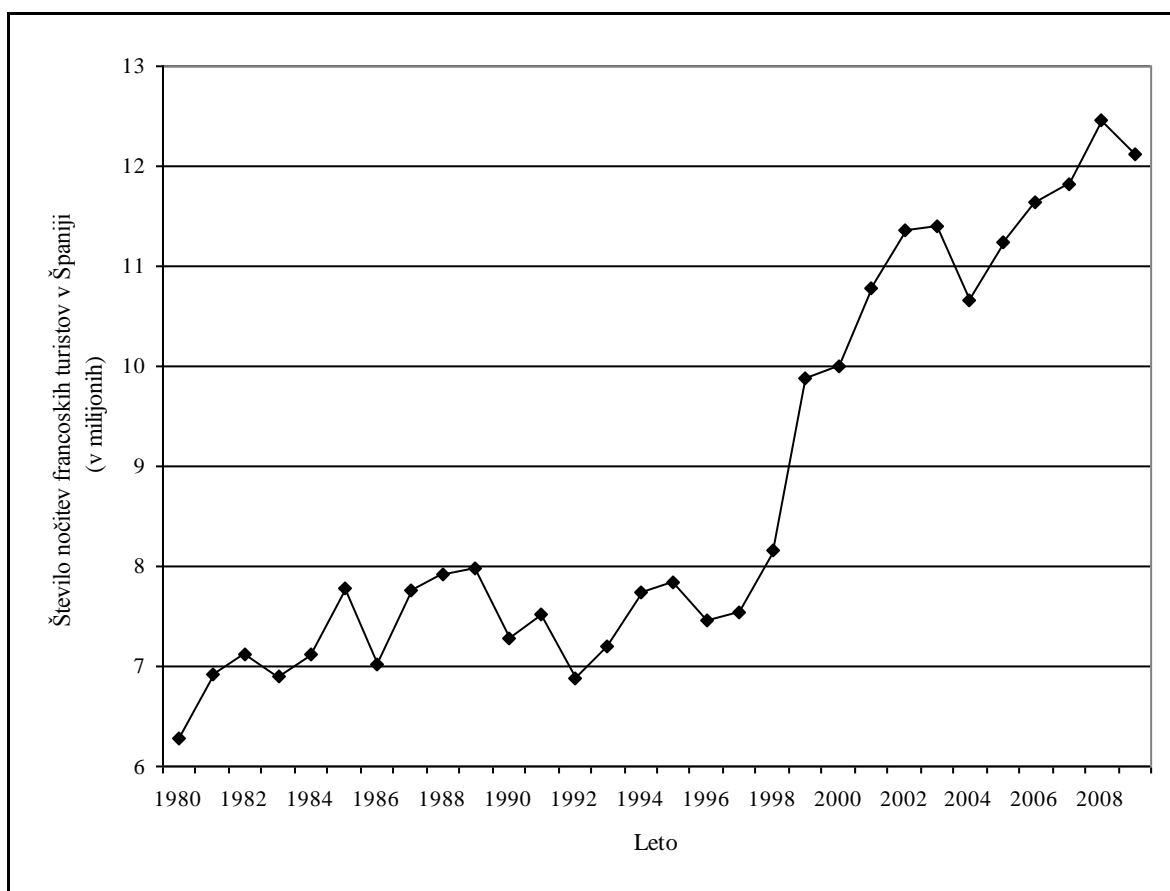
Iz Tabele 3 je razvidno, da se je število nočitev, ki so jih v Španiji od leta 1980 do 2009 opravili francoski turisti, podvojilo. Leta 1980 je Španija imela 6,3 milijona nočitev francoskih turistov, leta 2008, ko je imela največ nočitev francoskih turistov v

proučevanem obdobju, pa je ta številka narasla na 12,5 milijona nočitev, kar je dvakrat več kot leta 1980. Leta 2009 je število nočitev francoskih turistov v Španiji rahlo padlo, a v primerjavi z Veliko Britanijo in Nemčijo ta padec ni bil velik.

Če gledamo delež, ki ga predstavljajo nočitve francoskih turistov v Španiji med vsemi tujimi turisti, vidimo, da je imela Francija največji delež na samem začetku, leta 1980, in sicer 10,8 odstotka. Ta delež je potem postopoma (z vmesnimi izjemami) padal do leta 1999, ko je bil delež nočitev francoskih turistov v Španiji med vsemi tujimi turisti 6,15 odstotka. Delež se je potem postopoma začel večati do leta 2009, ko je dosegel najvišjo raven v 21. stoletju, to je 7,82 odstotka.

Podatki iz zadnjega stolpca nam tako kot pri Veliki Britaniji in Nemčiji kažejo, da se je v proučevanem obdobju število nočitev francoskih turistov v Španiji na prebivalca Francije povečevalo. Najmanj nočitev na prebivalca so francoski turisti v Španiji opravili leta 1980, in sicer 0,117 nočitve na prebivalca, največ pa leta 2008, ko je ta številka narasla na 0,2 nočitve na prebivalca. Nazorneje so zgornji podatki prikazani na Sliki 6.

Slika 6: Število nočitev francoskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)



Vir: Instituto nacional de estadística, *Statistical Yearbook of Spain*, 2010; OECD, *Statistični izvlečki*, 2010.

Na Sliki 6 je opazna počasna rast in stagnacija do leta 1998, ko se krivulja obrne strmo navzgor in raste do leta 2003, nato pa se rast umiri. Tako kot pri Nemčiji je opazen velik porast ravno leta 1999, ko je po letu 1991 španski statistični urad znova začel upoštevati nočitve tudi v hotelih z eno zvezdico. Opazimo lahko, da je porast nočitev leta 1999 značilna samo za Nemčijo in Francijo (za Veliko Britanijo in Italijo pa ne), po čemer bi lahko sklepali, da so Nemci in Francozi gostje, ki prenočujejo tudi v cenejših nastanitvenih zmogljivostih.

3.4 Italija

Četrta najpomembnejša država, iz katere je leta 2009 v Španijo prišlo največ turistov, je Italija. Tega leta je v Španijo pripotovalo 3,2 milijona italijanskih turistov, kar je 5,1 odstotka manj kot leta 2008. Kar zadeva turistično porabo, se je ta leta 2009 v primerjavi z letom 2008 zmanjšala za 5,6 odstotka, in sicer so italijanski turisti v Španiji leta 2009 zapravili 2,76 milijarde EUR. Leta 2009 je bila povprečna doba bivanja italijanskih turistov v Španiji 8,8 noči, najbolj priljubljena italijanska turistična destinacija pa je Katalonija, ki jo je obiskalo 36,3 odstotka vseh italijanskih turistov, ki so potovali v Španijo (Instituto de estudios turisticos, 2010, str. 93–98).

V Tabeli 4 je prikazano, da se je število nočitev, ki so jih v Španiji od leta 1980 do 2009 opravili italijanski turisti, zelo povečalo. Leta 1980 je Španija imela 1,1 milijona nočitev italijanskih turistov, leta 2007, ko je imela največ nočitev italijanskih turistov v proučevanem obdobju, pa je ta številka narasla na 8,5 milijona nočitev, kar je osemkrat več kot leta 1980. Leta 2009 je podobno kot pri drugih državah število nočitev italijanskih turistov v Španiji v primerjavi z letom 2008 padlo za 11,5 odstotka.

Če gledamo delež, ki ga predstavljajo nočitve italijanskih turistov v Španiji med vsemi tujimi turisti, lahko pri Italiji ločimo tri obdobja. Od leta 1980 do 1992 je obdobje vztrajne rasti deleža nočitev italijanskih turistov v Španiji, saj je ta zrasel z 1,75 odstotka na 6,48 odstotka. Od leta 1992 do 2001 je obdobje postopnega padanja tega deleža, saj je leta 2001 znašal 4,08 odstotka. Nato je začel ponovno naraščati in v zadnjih letih (od 2006 do 2009) se je ustalil med 4,8 in 5 odstotki.

Podatki iz zadnjega stolpca nam tako kot pri vseh proučevanih državah (Veliki Britaniji, Nemčiji in Franciji) kažejo, da se je število nočitev italijanskih turistov v Španiji na število prebivalcev Italije v proučevanem obdobju nenehno povečevalo. Najmanj nočitev na prebivalca so italijanski turisti v Španiji opravili leta 1980, in sicer 0,02 nočitve na prebivalca, največ pa leta 2007, ko je ta številka narasla na 0,144 nočitve na prebivalca, kar je približno sedemkrat več kot leta 1980.

Tabela 4: Število nočitev italijanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009

Leto*	Število nočitev vseh tujih turistov v Španiji	Število nočitev italijanskih turistov v Španiji**	Delež italijanskih turistov v primerjavi z vsemi tujimi turisti (v odstotkih)	Število nočitev italijanskih turistov v Španiji na prebivalca Italije	Stopnja rasti nočitev italijanskih turistov v Španiji (v odstotkih)
1980	62.316.835	1.092.201	1,75	0,020	
1981	74.560.022	1.441.342	1,93	0,026	31,97
1982	80.762.037	1.822.683	2,26	0,033	26,46
1983	83.904.759	2.379.076	2,84	0,042	30,53
1984	93.014.811	3.592.804	3,86	0,064	51,02
1985	92.980.327	4.099.813	4,41	0,073	14,11
1986	92.053.557	3.902.086	4,24	0,069	-4,82
1987	97.376.190	4.323.236	4,44	0,076	10,79
1988	92.882.858	4.661.452	5,02	0,082	7,82
1989	83.285.949	4.590.662	5,51	0,081	-1,52
1990	75.927.135	4.285.011	5,64	0,076	-6,66
1991	78.930.455	4.638.912	5,88	0,082	8,26
1992	81.388.600	5.272.365	6,48	0,093	13,66
1993	88.613.680	5.699.218	6,43	0,101	8,10
1994	104.312.475	5.673.482	5,44	0,100	-0,45
1995	108.293.623	5.310.270	4,90	0,094	-6,40
1996	107.284.376	4.248.246	3,96	0,075	-20,00
1997	113.353.162	4.750.105	4,19	0,083	11,81
1998	121.089.652	5.188.350	4,28	0,091	9,23
1999	160.710.161	6.575.928	4,09	0,115	26,74
2000	156.371.938	6.401.668	4,09	0,112	-2,65
2001	157.531.129	6.434.802	4,08	0,112	0,52
2002	151.275.838	6.820.714	4,51	0,119	6,00
2003	151.575.125	6.637.718	4,38	0,115	-2,68
2004	148.851.127	7.024.182	4,72	0,122	5,82
2005	159.413.051	7.560.001	4,74	0,130	7,63
2006	166.767.734	8.230.318	4,94	0,141	8,87
2007	170.025.443	8.463.548	4,98	0,144	2,83
2008	170.353.809	8.422.040	4,94	0,142	-0,49
2009	155.046.712	7.472.089	4,82	0,125	-11,28

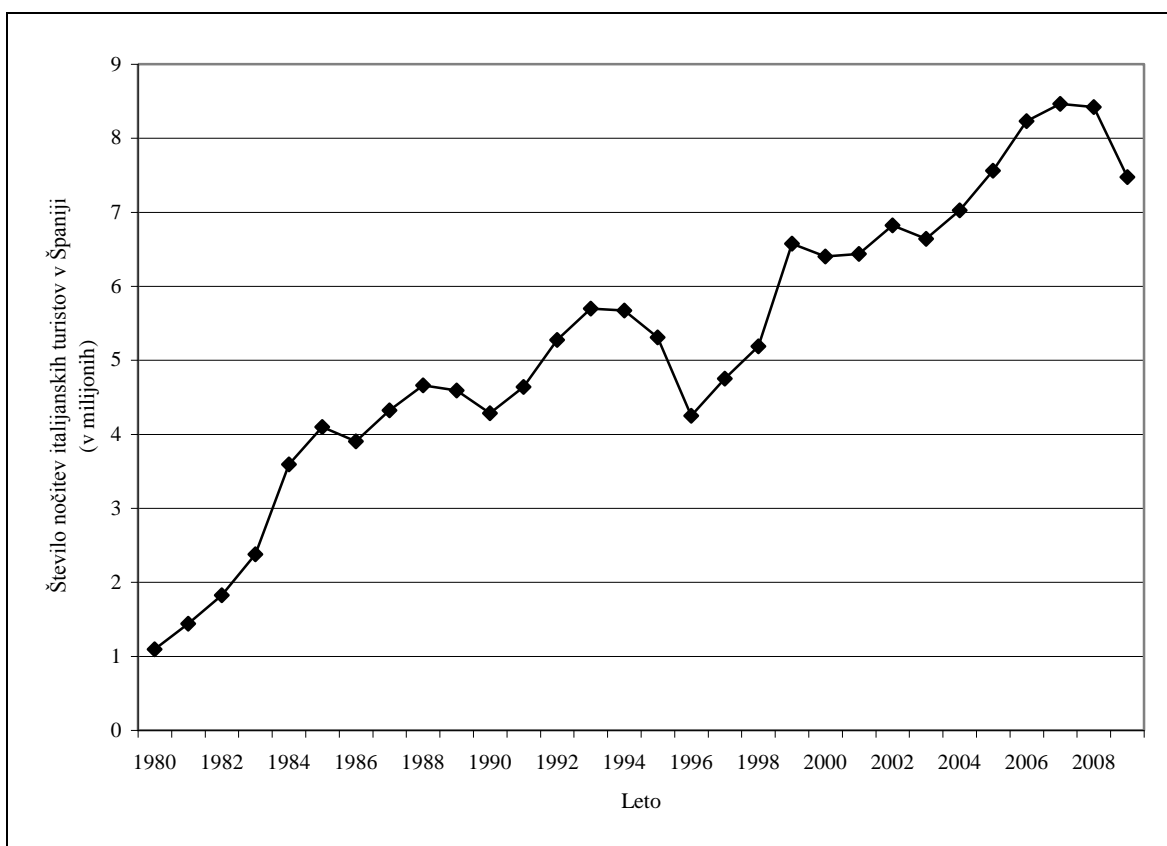
Legenda: *Od leta 1992 do leta 1999 niso upoštevane nočitve v hotelih z eno zvezdico.

**Pri Italiji niso upoštevani podatki o nočitvah v turističnih kampih.

Vir: Instituto nacional de estadística, *Statistical Yearbook of Spain, 2010*; OECD, *Statistični izvlečki, 2010*.

Na Sliki 7 so podatki iz Tabele 4 predstavljeni tudi grafično in opazimo lahko, da je število nočitev italijanskih turistov v Španiji naraščalo skozi celotno proučevano obdobje, razen od leta 1994 do 1997. Leta 1994 je Italija imela največji javni dolg v svoji zgodovini, ki je znašal 121,8 odstotka BDP, v omenjenem obdobju pa je bila visoka tudi stopnja brezposelnosti, leta 1997 je bila kar 12-odstotna (Galli & Padovano, 2004, str. 3–4).

Slika 7: Število nočitev italijanskih turistov v Španiji od leta 1980 do 2009 (v milijonih)



Vir: Instituto nacional de estadística, Statistical Yearbook of Spain, 2010; OECD, Statistični izvlečki, 2010.

4 ANALIZA DOHODKOVNE IN CENOVNE ELASTIČNOSTI POVPRAŠEVANJA PO ŠPANJI

V magistrskem delu bomo pri analizi dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja uporabljali tradicionalni Wittov model, ki temelji na klasični regresijski analizi, ocenjeni z metodo najmanjših kvadratov. Najprej bomo predstavil tradicionalni model proučevanja turističnega povpraševanja, nato pa na osnovi tega modela analizirali dohodkovno in cenovno elastičnost turističnega povpraševanja po Španiji iz izbranih držav (Francije, Italije, Nemčije in Velike Britanije). Na koncu poglavja bomo predstavili dobljene rezultate in jih podrobneje analizirali.

4.1 Tradicionalni model proučevanja turističnega povpraševanja

Pri tradicionalnem modelu proučevanja turističnega povpraševanja se je uporabljala klasična regresijska analiza, ki je bila ocenjena z metodo najmanjših kvadratov. Funkcija je sestavljena iz ene enačbe, podatki, ki se uporabljajo v analizi, pa so časovni, kot so turistična potrošnja, turistični prihodi, dohodki, stroški bivanja v destinaciji, stroški potovanja in cene substitutov (Song & Witt, 2000, str. 15).

Tradicionalni model proučevanja turističnega povpraševanja je sestavljen iz naslednjih korakov (Song & Witt, 2000, str. 15):

- postavljanje hipotez, ki temeljijo na teoriji povpraševanja;
- oblikovanje funkcije modela;
- zbiranje podatkov;
- ocenjevanje modela;
- testiranje hipotez;
- napovedovanje rezultatov v prihodnosti.

4.1.1 Postavljanje hipotez

Po teoriji povpraševanja je posameznikova odločitev za potrošnjo neke dobrine odvisna od njegovih dohodkov in cene te dobrine. Po tej teoriji se posameznik odloči za obisk neke turistične destinacije na osnovi primerjave relativnih cen turističnih proizvodov v turističnih destinacijah, med katerimi izbira, in dohodka v državi, iz katere prihaja. Ko turist izbira med dvema destinacijama, lahko funkcijo povpraševanja po teh državah predstavimo tako (Song & Witt, 2000, str. 16):

$$Q_1 = f_1(P_1, P_2, Y) \quad (7)$$

$$Q_2 = f_2(P_2, P_1, Y) \quad (8)$$

Enačbi prikazujeta, da je povpraševanje po turističnih destinacijah 1 in 2 odvisno od cene turističnih storitev v destinacijah 1 in 2 (P_1 in P_2) kot tudi od dohodka turistov iz določene države (Y).

Na osnovi zgornjih enačb lahko predstavimo naslednje trditve, ki temeljijo na ekonomski teoriji (Song & Witt, 2000, str. 16–17):

- Če bo cena turističnih proizvodov v turističnih destinacijah ostala nespremenjena, bo povečanje dohodkov turistov v državi, iz katere prihajajo, povečalo povpraševanje po

obeh turističnih destinacijah. Iz tega sledi, da ima povečanje dohodka pozitiven vpliv na turistično povpraševanje po obeh destinacijah.

- Če se cene turističnih proizvodov v destinaciji 1 povečajo, cena turističnih proizvodov v destinaciji 2 in dohodek turistov pa se ne spremenita, se bo povečalo povpraševanje po destinaciji 2 in zmanjšalo povpraševanje po destinaciji 1. Ta pojav imenujemo substitucijski učinek in se vedno giblje v nasprotno smer, kot se spreminjajo cene.
- Če analiziramo povpraševanje turistov po destinaciji 1, bo imela sprememba cene v destinaciji 2 pozitivni ali negativni učinek. Če je destinacija 2 substitut destinaciji 1, se bo povpraševanje po destinaciji 1 spreminjalo v isti smeri kot cena v destinaciji 2. Če pa sta destinacija 1 in destinacija 2 komplementarni (to pomeni, da ljudje hkrati potujejo v obe destinaciji), pa se bo povpraševanje po eni destinaciji spreminjalo v nasprotni smeri od gibanja cene v drugi destinaciji.

4.1.2 Oblikovanje funkcije modela

Song in Witt (2000, str. 18) pravita, da se v tradicionalnem proučevanju turističnega povpraševanja po navadi pojavljata linearna in potenčna funkcija. Linearno funkcijo lahko zapišemo z naslednjo enačbo (Song & Witt, 2000, str. 9):

$$Q_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 P_i + \alpha_2 P_s + \alpha_3 Y_j + \alpha_4 T_j + \alpha_5 A_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (9)$$

V zgornji enačbi spremenljivke Q_{ij} , P_i , P_s , Y_j , T_j in A_{ij} definiramo enako kot v enačbi (1), α_0 , α_1 , ..., α_5 so koeficienti, ki jih moramo oceniti empirično, ε_{ij} pa je spremenljivka naključnih vplivov. Edwards (v Song & Witt, 2000, str. 9) ugotavlja, da so empirične študije pokazale, da se lahko odnosi v turističnem povpraševanju približno ocenijo z linearno funkcijo, poleg tega pa ima ta funkcija prednost, ker se lahko tudi koeficienti ocenijo precej zlahka.

Kadar pa so razlike v spremembah že zelo majhne, se pri tradicionalnih modelih uporablja potenčna funkcija, ki jo lahko v linearno prevedemo z logaritmi, tako da dobimo naslednjo enačbo (Song & Witt, 2000, str. 11):

$$\ln Q_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln P_i + \alpha_2 \ln P_s + \alpha_3 \ln Y_j + \alpha_4 \ln T_j + \alpha_5 \ln A_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (10)$$

V zgornji enačbi spremenljivke Q_{ij} , P_i , P_s , Y_j , T_j in A_{ij} definiramo enako kot v enačbi (1), α_0 , α_1 , ..., α_5 so koeficienti, ki jih moramo oceniti empirično, ε_{ij} pa je spremenljivka naključnih vplivov. Prednost te funkcije je, da lahko ocenjene dejavnike razlagamo tudi kot

elastičnost povpraševanja. V analizah turističnega povpraševanja se občasno pojavljata še logaritemska linearna funkcija in linearna logaritemska funkcija.

Song in Witt (2000, str. 18) pravita, da izbira funkcije temelji na podatkih, ki jih imamo, pričakovane napake pa morajo izpolniti te pogoje: $E(\varepsilon_i) = 0$, $\text{Var}(\varepsilon_i) = \sigma^2$, $\text{Cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0$ in ε_i je normalno porazdeljen.

4.1.3 Zbiranje podatkov

Podatke, ki jih uporabljamo pri analiziranju turističnega povpraševanja, lahko dobimo iz primarnih ali sekundarnih virov, največkrat pa se uporabljajo tri vrste podatkov (Song & Witt, 2000, str. 18–20):

- Časovne vrste – na njih je temeljila večina analiz do leta 1990. Podatki so pridobljeni na temelju stalnih časovnih intervalov (letni, četrtni, mesečni). Ti podatki so bili večkrat kritizirani, saj ne upoštevajo sezonskosti;
- časovni prerezi podatkov – so vrednosti ene ali več spremenljivk v določenem času pri različnih opazovanih enotah. Song in Witt (2000, str. 18) kot primer navajata raziskavo o potrošnji v ZDA in Veliki Britaniji. Ti podatki se v analizah turističnega povpraševanja niso velikokrat upoštevali;
- panelni podatki – so kombinacija časovnih vrst in časovnih prerezov podatkov. Ena od prednosti analize turističnega povpraševanja z uporabo teh podatkov je, da upošteva spremembe dejavnikov tako v času kot med različnimi opazovanimi enotami.

4.1.4 Ocenjevanje modela

V tradicionalnem modelu proučevanja turističnega povpraševanja uporabljamo metodo najmanjših kvadratov kot način ocenjevanja modela. Da dobimo veljavne ocene, moramo upoštevati naslednje domneve (Witt & Song, 2000, str. 20–21):

- $E(Q_{it}) = \alpha_0 + \alpha_1 P_{it} + \alpha_2 P_{st} + \alpha_3 Y_t + \varepsilon_{it}$; pričakovana vrednost Q_{it} je odvisna od vrednosti pojasnjevalnih spremenljivk in parametrov α , kar lahko ponazorimo z enačbo $E(\varepsilon_{it}) = 0$;
- $\text{Var}(Q_{it}) = \text{Var}(\varepsilon_{it}) = \sigma^2$; varianca vzorca ali varianca napake je konstantna skozi čas; če ta domneva ne drži, ima model problem heteroskedastičnosti;
- $\text{Cov}(Q_{it}, Q_{is}) = \text{Cov}(\varepsilon_{it}, \varepsilon_{is}) = 0$; domneva, da katere koli opazovane odvisne spremenljivke in ostanki regresije niso povezani; če je ta domneva kršena, v modelu obstaja avtokorelacija;

- domneva se, da so vrednosti odvisne spremenljivke normalno razporejene okrog aritmetične sredine; $Q_{it} \sim N(\alpha_0 + \alpha_1 P_{it} + \alpha_2 P_{st} + \alpha_3 Y_t, \sigma^2)$ ali $\varepsilon_{it} \sim N(0, \sigma^2)$;
- vrednosti pojasnjevalne spremenljivke so znane in niso linearno povezane; če ta pogoj ni zagotovljen, obstaja problem multikolinearnosti.

Metoda najmanjših kvadratov minimizira vsoto kvadriranih razlik med dejanskimi in ocenjenimi relacijami med spremenljivkami in zagotavlja, da je pričakovana regresijska enačba najboljša mogoča glede na podatke, ki jih imamo na voljo. Vendar pa informacija, da se podatki ujemajo, še ne pomeni nujno, da model dobro pojasni gibanje odvisne spremenljivke, zato je treba določiti statistiko, ki bo izmerila pojasnjevalno moč modela. V tradicionalni ekonometrični metodologiji se najpogosteje uporablja koeficient determinacije R^2 , ki meri delež vseh sprememb Q_{it} , ki je lahko pojasnjen s pričakovanim modelom. Ker R^2 meri delež, je njegova vrednost nujno med 0 in 1. Če je izračunana vrednost točno 1, to pomeni, da model popolnoma pojasni gibanje odvisne spremenljivke, če pa je izračunana vrednost 0, model ne pojasni niti ene spremembe odvisne spremenljivke (Song & Witt, 2000, str. 22).

4.1.5 Testiranje hipotez

Ob oceni neznanih parametrov v modelu turističnega povpraševanja, ki smo ga razložili v prejšnjem poglavju, je zelo pomembno testirati hipoteze, ki se na te parametre nanašajo. Testiramo lahko en dejavnik ali pa skupni vpliv več dejavnikov.

V magistrskem delu bom proučeval vpliv več dejavnikov, zato bom v nadaljevanju predstavil, kako se testira hipoteza v tem primeru. Za opazovanje vpliva več dejavnikov uporabljamo koeficient F , ki ga izračunamo z naslednjo formulo (Song & Witt, 2000, str. 25):

$$F(k-1, T-k) = \frac{(SSR_2 - SSR_1)/(k-1)}{SSR_1/(T-k)} \quad (11)$$

Pred nadaljevanjem si postavimo ničelno in alternativno hipotezo, ki ju potem z analizo preverjamo (Song & Witt, 2000, str. 25):

$$H_0 : \alpha_1 = 0, \alpha_2 = 0 \text{ in } \alpha_3 = 0$$

H_1 : vsaj ena od spremenljivk α_s je različna od 0.

Iz tega sledi, da če je resnična ničelna hipoteza, skupni učinek pojasnjevalnih spremenljivk ne predstavlja razlage za turistično povpraševanje in ta model nima nobene vrednosti. Če

pa je pravilna alternativna hipoteza, lahko razložimo količino povpraševanja na osnovi skupnega učinka pojasnjevalnih spremenljivk. Kakor koli že, alternativna hipoteza ne pojasnjuje, katera od pojasnjevalnih spremenljivk je relevantna, zato se mora ta test uporabljati skupaj s t-testom.

4.1.6 Napovedovanje rezultatov v prihodnosti

Na osnovi dobljenih podatkov in ocenjenih parametrov lahko potem napovedujemo, kako se bo turistično povpraševanje razvijalo v prihodnosti, če se spremeni kateri od dejavnikov. Pomembno pa je upoštevati, da lahko turistično povpraševanje v prihodnosti dobro napovemo le, če dobro napovemo neodvisne spremenljivke (Song & Witt, 2000, str. 25–26).

4.2 Empirična analiza dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji

Ugotovili smo, da so Italija, Francija, Nemčija in Velika Britanija glavne države izvora turističnega povpraševanja po Španiji. Nočitve turistov iz teh štirih držav od leta 1980 do 2009 predstavljajo v povprečju 71,82 odstotka nočitev vseh tujih turistov v Španiji.

4.2.1 Podatkovna osnova

Za linearno regresijsko analizo bomo uporabili panelne podatke v obliki kombinacije časovnih podatkov od leta 1980 do 2009 in letnih prerezov za Veliko Britanijo, Nemčijo, Francijo in Italijo. Opozoriti je treba, da se podatki za Nemčijo do leta 1991 nanašajo na Zvezno republiko Nemčijo.

Spremenljivke, ki jih bomo uporabili pri linearni regresijski analizi, so število nočitev turistov na prebivalca iz izbranih držav v Španiji, BDP na prebivalca v izbranih državah, relativni stroški turizma, spremenljivka s časovnim odlogom nočitev (navade), neprave spremenljivke in trend. V nadaljevanju poglavja so te spremenljivke podrobneje predstavljene.

4.2.1.1 Število nočitev turistov na prebivalca iz izbranih držav v Španiji

Podatke bomo našli v statističnih letopisih Španije od leta 1980 do 2010. Španski statistični urad ločuje podatke o nočitvah med tri nastanitvene zmogljivosti: hoteli, kampi in t.i. mladinski hoteli (»youth hostels«). Pri analizi bomo uporabili seštevek nočitev v vseh nastanitvenih zmogljivostih, ki jih bomo delili s številom prebivalcev v posamezni časovni enoti v Franciji, Italiji, Nemčiji in Veliki Britaniji, in tako dobili povprečno število nočitev

v Španiji na prebivalca izbrane države izvora. Podatke o številu prebivalcev izbranih držav v določeni časovni enoti bomo dobili v statističnih podatkih Organizacije za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD).

4.2.1.2 Bruto domači proizvod na prebivalca v izbranih državah

To spremenljivko bomo uporabili pri analizi dohodkovne elastičnosti turističnega povpraševanja iz izbranih držav po Španiji, podatke pa bomo dobili v statističnih letopisih izbranih držav. Bruto domači proizvod (BDP) je najpomembnejši agregat nacionalnih računov in najpomembnejše merilo celotne gospodarske dejavnosti države.

Vrednost bruto domačega proizvoda na prebivalca v izbrani državi bomo potem deflacionirali z indeksom rasti cen življenjskih potrebščin (CPI). Podatke o tem bomo dobili v statističnih podatkih Organizacije za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD). Tako bomo dobili realne vrednosti BDP na prebivalca v izbranih državah z osnovo leta 2005.

4.2.1.3 Relativni stroški turizma

To spremenljivko bomo uporabili pri proučevanju cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja, in sicer bomo skušali ugotoviti, kako relativni stroški bivanja v Španiji v primerjavi z relativnimi stroški bivanja v Franciji, Italiji, Nemčiji in Veliki Britaniji vplivajo na turistično povpraševanje turistov iz teh držav po Španiji. Relativne cene bomo morali prilagoditi deviznemu tečaju, in sicer bomo to naredili na osnovi naslednje enačbe:

$$RCPI = \frac{(CPI_{SPA,t} / IEX_{SPA/i,t})}{CPI_{i,t}} \quad (12)$$

Pri tem $RCPI$ pomeni relativni indeks cen, $CPI_{SPA,t}$ je španski indeks cen življenjskih potrebščin v času t , $CPI_{i,t}$ je indeks cen življenjskih potrebščin izbrane države i v času t , $IEX_{SPA/i,t}$ pa je indeks rasti menjalnega tečaja med Španijo in izbrano državo. Podatke za rast cen življenjskih potrebščin bomo dobili v statističnih podatkih OECD, podatke o gibanju menjalnih tečajev pa na spletnih straneh nemške centralne banke.

Posebej je treba upoštevati nekatere dejavnike, ki se nanašajo na menjalne tečaje. Upoštevati je treba, da je bila v Španiji do leta 2002 uradna državna valuta španska pezeta, tega leta pa se je kot državna valuta začel uporabljati evro. V Nemčiji so do leta 2002 imeli nemško marko, v Franciji do leta 2002 francoski frank in v Italiji do leta 2002 italijansko liro. Omenjene države so se sicer evroobmočju pridružile 1. januarja leta 1999 in tega dne so se vzpostavila fiksna menjalna razmerja, a gotovina je bila uvedena šele 1. januarja

2002, ko je evro po nespremenjenih menjalnih razmerjih nadomestil bankovce in kovance nacionalnih valut (Evropska centralna banka, 2010).

Med proučevanimi državami se le Velika Britanija ni pridružila evroobmočju in kot državno valuto uporablja britanski funt. Podatke bomo zato morali prilagoditi tako, da bodo med sabo primerljivi, zato bomo vse vrednosti nacionalnih valut Španije, Francije, Nemčije in Italije do leta 1999 delili z nespremenljivimi menjalnimi razmerji med evrom in nacionalno valuto. Tako bomo lahko izračunali gibanje menjalnih tečajev med nacionalnimi valutami izbranih držav, pri čemer bomo kot osnovo uporabljali evro. 1. januarja 1999 so se vzpostavila fiksna menjalna razmerja med evrom in nacionalnimi valutami Španije, Francije, Nemčije in Italije, tako da se je valutno razmerje vzpostavilo na 1 : 1.

Enako bomo lahko na evrski osnovi za celotno obdobje od leta 1980 do 1999 izračunali gibanje menjalnih tečajev med nacionalnimi valutami Španije in Velike Britanije, za leto 1999 in naprej pa bomo uporabili uradni menjalni tečaj med evrom in britanskim funtom. Uporabljali bomo povprečje menjalnih razmerij v obdobju enega leta.

4.2.1.4 Neprave spremenljivke

Te kažejo vpliv enkratnih dogodkov na obseg turističnega povpraševanja. V analizi smo uporabili eno nepravo spremenljivko, in sicer svetovno finančno krizo, ki se je začela v ZDA v drugi polovici leta 2007. Zaradi negotove prihodnosti so ljudje začeli zmanjševati svoje izdatke za potovanja, kar je povzročilo zmanjšanje turističnih prihodov in prihodkov od turizma. Najbolj se je svetovna finančna kriza poznala v letih 2008 in 2009, zato bomo nepravo spremenljivko uporabili za ti leti.

4.2.1.5 Spremenljivka s časovnim odlogom nočitev

S to spremenljivko smo upoštevali število nočitev turistov iz izbrane države v predhodnem letu v Španiji, iz česar lahko razberemo pričakovanja in navade turistov.

4.2.1.6 Trend

Trend naj bi odražal spremembe v priljubljenosti neke dežele v opazovanem obdobju in okus turistov.

4.2.2 Oblikovanje modela

Vse spremenljivke smo zajeli v naslednji funkciji:

$$\ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \alpha_3 \ln np_{i(t-1)} + \alpha_4 sfk_t + \alpha_5 t + \varepsilon_{ij}$$

np_{it}	število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav i v Španiji v letu t ,
$bdpp_{it}$	bruto domači proizvod na prebivalca danih emitivnih držav i v letu t ,
$rcpi_{it}$	relativne cene, prilagojene z deviznim tečajem v letu t ,
$np_{i(t-1)}$	število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav i v Španiji v letu $t-1$,
sfk_t	svetovna finančna kriza, $sfk = 1$, če je $t = (29, 30)$; leti 2008 in 2009,
t	trend,
ε_{ij}	drugi naključni vplivi, ki pojasnjujejo turistično povpraševanje,
i	panelna vrednost danih emitivnih držav (Velika Britanija, Nemčija, Francija in Italija),
d_{ITA}, d_{FRA}, d_{VB}	neprave spremenljivke za panel, s katerimi izničimo razlike med državami.

4.2.3 Preverjanje zanesljivosti regresijskega modela

Zanesljivost regresijskega modela bomo preverili z metodo najmanjših kvadratov, ki je natančenje predstavljena v podpoglavju 4.1.4, in sicer bomo preverjali, ali je varianca vzorca ali varianca napake konstantna skozi čas ($Var(Q_{it}) = Var(\varepsilon_{it}) = \sigma^2$), ali obstaja možnost, da so katere od opazovanih odvisnih spremenljivk in ostanki regresije povezani ($Cov(Q_{it}, Q_{is}) = Cov(\varepsilon_{it}, \varepsilon_{is}) = 0$), ali so vrednosti odvisne spremenljivke normalno porazdeljene okrog aritmetične sredine ($Q_{it} \sim N(\alpha_0 + \alpha_1 P_{it} + \alpha_2 P_{st} + \alpha_3 Y_t, \sigma^2)$) in ali morda obstaja linearna povezanost med pojasnjevalnimi spremenljivkami.

4.2.4 Interpretacija koeficientov

Pri analizi dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja bomo uporabljali potenčno funkcijo, ki jo bomo transformirali v dvojno logaritemsko funkcijo. Koeficiente, ki jih bomo dobili na osnovi te analize, lahko interpretiramo kot koeficiente elastičnosti. Pri analizi moramo upoštevati predpostavko *ceteris paribus*, torej koeficient elastičnosti nam pove, kako vpliva sprememba pojasnjevalne spremenljivke na turistično povpraševanje, ob tem da vsi drugi dejavniki ostanejo nespremenjeni (Witt & Witt v Mulič, 2006, str. 57).

Na osnovi izračunanih ocen koeficientov pojasnjevalnih spremenljivk (realni BDP na prebivalca in relativne cene) bomo ugotovili, za koliko odstotkov se v povprečju spremeni turistično povpraševanje (število nočitev na prebivalca), če se ena od zgornjih pojasnjevalnih spremenljivk spremeni za en odstotek, pri čemer ob upoštevanju predpostavke *ceteris paribus* druge spremenljivke ostanejo nespremenjene.

4.2.5 Empirična analiza odvisnosti turističnega povpraševanja od dohodka in splošne ravni cen

Ocene koeficientov pojasnjevalnih spremenljivk bomo dobili v petih korakih, za analizo pa bomo uporabljali programski paket SPSS:

- V prvem koraku bomo ocene koeficientov dobili z multivariatnima regresijskima analizama, pri čemer bomo najprej analizirali število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav i v Španiji v odvisnosti od BDP na prebivalca danih emitivnih držav i ter nato število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav i v Španiji v odvisnosti od relativnih cen. Analiza bo v tem koraku temeljila na skupnih podatkih za vse države, brez upoštevanja razlik med njimi, uporabljali pa bomo naslednji formuli:

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \varepsilon_{ij} \text{ in}$$

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \varepsilon_{ij}.$$

- V drugem koraku bomo enako kot v prvem ločeno opazovali število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav v odvisnosti od vpliva BDP na prebivalca danih emitivnih držav i in relativne cene na število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav i v Španiji, le da bomo drugače kot v prvem koraku v tem koraku upoštevali razlike med državami, in sicer z uporabo nepravih spremenljivk za panel. Analizo drugega koraka bomo naredili z uporabo naslednjih formul:

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \alpha_2 d_{ITA} + \alpha_3 d_{FRA} + \alpha_4 d_{VB} + \varepsilon_{ij} \text{ in}$$

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \alpha_2 d_{ITA} + \alpha_3 d_{FRA} + \alpha_4 d_{VB} + \varepsilon_{ij}.$$

- V tretjem koraku bomo opazovali hkratni vpliv BDP na prebivalca danih emitivnih držav i in relativne cene na število nočitev na prebivalca danih emitivnih držav i v Španiji; naredili bomo torej bivariatno regresijsko analizo z naslednjo formulo:

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \alpha_3 d_{ITA} + \alpha_4 d_{FRA} + \alpha_5 d_{VB} + \varepsilon_{ij}.$$

- V četrtem koraku bomo pojasnjevalnima spremenljivkama BDP na prebivalca dane emitivne države i in relativne cene dodali pojasnjevalno spremenljivko svetovna finančna kriza, kar lahko s formulo izrazimo kot:

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \alpha_3 sfk_t + \alpha_4 d_{ITA} + \alpha_5 d_{FRA} + \alpha_6 d_{VB} + \varepsilon_{ij}.$$

- V petem koraku bomo pojasnjevalnim spremenljivkam BDP na prebivalca danih emitivnih držav i , relativne cene in svetovna finančna kriza dodali navade, ki jih ponazorimo s številom nočitev dane emitivne države i v letu $t-1$:

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \alpha_3 sfk_t + \alpha_4 t + \alpha_5 \ln np_{i(t-1)} + \alpha_4 d_{ITA} + \alpha_5 d_{FRA} + \alpha_6 d_{VB} + \varepsilon_{ij}.$$

- V šestem koraku bomo že vključenim pojasnjevalnim spremenljivkam dodali še trend. Tako bomo ugotavljali hkratni vpliv vseh pojasnjevalnih spremenljivk na število nočitev na prebivalca dane emitivne države i v Španiji z uporabo naslednje formule:

$$- \ln np_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln bdpp_{it} + \alpha_2 \ln rcpi_{it} + \alpha_3 sfk_t + \alpha_4 \ln np_{i(t-1)} + \alpha_5 t + \alpha_4 d_{ITA} + \alpha_5 d_{FRA} + \alpha_6 d_{VB} + \varepsilon_{ij}.$$

Z opisno statistiko bomo na koncu ugotovili, kateri model je najprimernejši za ocenjevanje koeficientov dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja turistov danih emitivnih držav i po Španiji, ter na osnovi tega modela ocenili koeficiente in jih analizirali.

4.2.6 Panelna regresijska analiza

Najprej smo za glavne spremenljivke, uporabljene v regresijski analizi, izračunali aritmetično sredino in standardni odklon, ob tem pa še koeficiente avtokorelacije.

Tabela 5: Aritmetična sredina, standardni odklon in koeficient avtokorelacije

	Število nočitev na prebivalca	BDP na prebivalca	Relativni indeks cen
Aritmetična sredina	0,313	22.125,66	0,010
Standardni odklon	0,225	3.920,96	0,001
Koeficient avtokorelacije	0,982**	0,951**	0,817**

Legenda: **Korelacija je značilna pri stopnji tveganja 0,01 (dvostranski t-test).

Na osnovi podatkov iz Tabele 5 lahko ugotovimo, da je od leta 1980 do 2009 en prebivalec Velike Britanije, Nemčije, Francije ali Italije v Španiji prenočil v povprečju eno noč na vsaka tri leta. Relativni indeks cen za to obdobje je v povprečju 0,010, povprečni letni BDP na prebivalca izbranih držav pa je bil v proučevanem obdobju nekaj več kot 22.100 EUR. Ugotovimo lahko, da so vse spremenljivke tudi pozitivno avtokorelirane. Ker se pozitivna avtokorelacija kaže v številu nočitev na prebivalca, nam to daje slutiti, da je za prebivalce izbranih držav značilno, da so navajeni odhajati na počitnice v Španijo.

Za spremenljivke število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji na prebivalca izbranih držav v odvisnosti od BDP na prebivalca izbranih držav in relativnega indeksa cen smo izračunali tudi Pearsonove korelacijske koeficiente, da bi ugotovili, v kakšni medsebojni odvisnosti so te spremenljivke. Podatki so prikazani v Tabeli 6.

Tabela 6: Pearsonov korelacijski koeficient

	Število nočitev na prebivalca	BDP na prebivalca	Relativni indeks cen
Število nočitev na prebivalca	1	0,672**	0,036
BDP na prebivalca	0,672**	1	0,379**
Relativni indeks cen	0,036	0,379**	1

Legenda: **Korelacija je značilna pri stopnji tveganja 0,01 (dvostranski t-test).

Na osnovi podatkov iz Tabele 6 lahko ugotovimo, da sta spremenljivki število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji na prebivalca izbranih držav in BDP na prebivalca izbranih držav močno pozitivno korelirani pri stopnji tveganja 0,01. Za odnos med številom nočitev iz izbranih držav v Španiji in relativnim indeksom cen pa ugotavljamo, da se kaže minimalna pozitivna korelacija, vendar statistično ni značilna. V nadaljevanju raziskave se bo pokazalo, da moramo uporabljati model, v katerem ugotavljamo hkratni vpliv BDP na prebivalca izbranih držav in relativnega indeksa cen na število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji. Pokaže se, da statistično značilne podatke dobimo samo v modelih, kjer sta omenjeni spremenljivki hkrati vključeni v regresijsko analizo. Rezultati so prikazani v Tabeli 7.

Tabela 7: Regresijska analiza turističnega povpraševanja iz izbranih držav po Španiji od leta 1980 do 2009

Korak	Formula	Opisna statistika																												
Korak 1	$\ln np = -34,711 + 3,328 \ln bdpp + \varepsilon_{ij}$ <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-11,609)</td> <td>(11,121)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-11,609)	(11,121)	<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	$R^2 = 0,512$, $\bar{R}^2 = 0,508$, $se = 0,587$, $DW = 0,183$																						
	<i>t</i>	(-11,609)	(11,121)																											
<i>p</i>	(0,000)	(0,000)																												
	$\ln np = -0,238 + 0,264 \ln rcpi + \varepsilon_{ij}$ <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-0,058)</td> <td>(0,302)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,954)</td> <td>(0,763)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-0,058)	(0,302)	<i>p</i>	(0,954)	(0,763)	$R^2 = 0,001$, $\bar{R}^2 = -0,008$, $se = 0,840$, $DW = 0,150$																						
<i>t</i>	(-0,058)	(0,302)																												
<i>p</i>	(0,954)	(0,763)																												
Korak 2	$\ln np = -16,439 + 1,540 \ln bdpp - 1,175 d_{ITA} - 0,847 d_{FRA} + 0,371 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$ <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-10,968)</td> <td>(10,373)</td> <td>(-16,100)</td> <td>(-13,438)</td> <td>(6,065)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-10,968)	(10,373)	(-16,100)	(-13,438)	(6,065)	<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	$R^2 = 0,923$, $\bar{R}^2 = 0,920$, $se = 0,236$, $DW = 0,445$																
	<i>t</i>	(-10,968)	(10,373)	(-16,100)	(-13,438)	(6,065)																								
<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)																									
	$\ln np = 0,855 + 0,376 \ln rcpi - 1,593 d_{ITA} - 1,007 d_{FRA} + 0,325 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$ <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(0,536)</td> <td>(1,099)</td> <td>(-18,844)</td> <td>(-11,912)</td> <td>(3,842)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,593)</td> <td>(0,274)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(0,536)	(1,099)	(-18,844)	(-11,912)	(3,842)	<i>p</i>	(0,593)	(0,274)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	$R^2 = 0,852$, $\bar{R}^2 = 0,847$, $se = 0,327$, $DW = 0,427$																
<i>t</i>	(0,536)	(1,099)	(-18,844)	(-11,912)	(3,842)																									
<i>p</i>	(0,593)	(0,274)	(0,000)	(0,000)	(0,000)																									
Korak 3	$\ln np = -25,782 + 1,906 \ln bdpp - 1,214 \ln rcpi - 1,057 d_{ITA} - 0,816 d_{FRA} + 0,395 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$ <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-10,505)</td> <td>(12,043)</td> <td>(-4,607)</td> <td>(-14,681)</td> <td>(-13,961)</td> <td>(6,967)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-10,505)	(12,043)	(-4,607)	(-14,681)	(-13,961)	(6,967)	<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	$R^2 = 0,935$, $\bar{R}^2 = 0,932$, $se = 0,218$, $DW = 0,538$														
<i>t</i>	(-10,505)	(12,043)	(-4,607)	(-14,681)	(-13,961)	(6,967)																								
<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,000)																								
Korak 4	$\ln np = -26,078 + 1,894 \ln bdpp - 1,302 \ln rcpi + 0,163 sfk - 1,058 d_{ITA} - 0,818 d_{FRA} + 0,395 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$ <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-10,633)</td> <td>(12,003)</td> <td>(-4,828)</td> <td>(1,413)</td> <td>(-14,767)</td> <td>(-14,050)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,160)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> </tr> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(7,009)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-10,633)	(12,003)	(-4,828)	(1,413)	(-14,767)	(-14,050)	<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,160)	(0,000)	(0,000)	<i>t</i>	(7,009)						<i>p</i>	(0,000)						$R^2 = 0,936$, $\bar{R}^2 = 0,933$, $se = 0,217$, $DW = 0,502$
<i>t</i>	(-10,633)	(12,003)	(-4,828)	(1,413)	(-14,767)	(-14,050)																								
<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,000)	(0,160)	(0,000)	(0,000)																								
<i>t</i>	(7,009)																													
<i>p</i>	(0,000)																													

se nadaljuje

nadaljevanje

Korak	Formula	Opisna statistika																						
	$\ln np = -5,607 + 0,313 \ln bdpp - 0,492 \ln rcpi - 0,035 sfk + 0,813 \ln np_{t-1} - 0,167 d_{ITA} -$ $-0,163 d_{FRA} + 0,075 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$	$R^2 = 0,988$, $\overline{R^2} = 0,987$, $se = 0,095$, $DW = 1,740$																						
	<table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-3,966)</td> <td>(3,159)</td> <td>(-4,006)</td> <td>(-0,691)</td> <td>(22,044)</td> <td>(-3,267)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,002)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,491)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,001)</td> </tr> </table> <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-4,168)</td> <td>(2,638)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,010)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-3,966)	(3,159)	(-4,006)	(-0,691)	(22,044)	(-3,267)	<i>p</i>	(0,000)	(0,002)	(0,000)	(0,491)	(0,000)	(0,001)	<i>t</i>	(-4,168)	(2,638)	<i>p</i>	(0,000)	(0,010)			
<i>t</i>	(-3,966)	(3,159)	(-4,006)	(-0,691)	(22,044)	(-3,267)																		
<i>p</i>	(0,000)	(0,002)	(0,000)	(0,491)	(0,000)	(0,001)																		
<i>t</i>	(-4,168)	(2,638)																						
<i>p</i>	(0,000)	(0,010)																						
Korak 5	$\ln np = -1,404 - 0,160 \ln bdpp - 0,562 \ln rcpi - 0,100 sfk + 0,740 \ln np_{t-1} + 0,012 t +$ $-0,412 d_{ITA} - 0,286 d_{FRA} + 0,087 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$	$R^2 = 0,990$, $\overline{R^2} = 0,989$, $se = 0,087$, $DW = 1,888$																						
	<table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-0,890)</td> <td>(1,174)</td> <td>(-4,938)</td> <td>(-2,041)</td> <td>(19,858)</td> <td>(4,389)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,375)</td> <td>(0,243)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,044)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> </tr> </table> <table> <tr> <td><i>t</i></td> <td>(-5,864)</td> <td>(-6,434)</td> <td>(3,317)</td> </tr> <tr> <td><i>p</i></td> <td>(0,000)</td> <td>(0,000)</td> <td>(0,001)</td> </tr> </table>	<i>t</i>	(-0,890)	(1,174)	(-4,938)	(-2,041)	(19,858)	(4,389)	<i>p</i>	(0,375)	(0,243)	(0,000)	(0,044)	(0,000)	(0,000)	<i>t</i>	(-5,864)	(-6,434)	(3,317)	<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,001)	
<i>t</i>	(-0,890)	(1,174)	(-4,938)	(-2,041)	(19,858)	(4,389)																		
<i>p</i>	(0,375)	(0,243)	(0,000)	(0,044)	(0,000)	(0,000)																		
<i>t</i>	(-5,864)	(-6,434)	(3,317)																					
<i>p</i>	(0,000)	(0,000)	(0,001)																					
Korak 6																								

Legenda: *np* – število nočitev na prebivalca; *bdpp* – BDP na prebivalca; *rcpi* – relativni indeks cen; *np_{t-1}* – število nočitev na prebivalca v letu *t-1*; *sfk* – svetovna finančna kriza; *t* – trend; *d_{ITA}*, *d_{FRA}* in *d_{VB}* – neprave spremenljivke za panel.

Prva regresijska analiza iz prvega koraka kaže pozitivno povezanost med BDP na prebivalca izbranih držav in številom nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji. Testna statistika R^2 nam pove, da lahko z BDP na prebivalca Velike Britanije pojasnimo približno 51 odstotkov variance števila britanskih nočitev v Španiji na prebivalca Velike Britanije, preostalo pa pojasnjujejo drugi naključni vplivi. Durbin-Watsonova testna statistika prikazuje zelo močno pozitivno avtokorelacijo naključnega člena. Druga regresijska analiza prvega koraka, pri kateri proučujemo vpliv relativnih cen na število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji, pa nam ne daje statistično značilnih rezultatov. Opozoriti velja, da v prvem koraku nismo izločili razlik med državami, v nadaljnjih korakih pa smo te razlike upoštevali.

Prva regresijska analiza iz drugega koraka (po izločenih razlikah med državami), kaže močno pozitivno povezanost med BDP na prebivalca izbranih držav in številom nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji. Testna statistika R^2 nam pove, da lahko z BDP na prebivalca Velike Britanije pojasnimo približno 92 odstotkov variance števila britanskih nočitev v Španiji na prebivalca Velike Britanije, preostalo pa pojasnjujejo drugi naključni vplivi. Durbin-Watsonova testna statistika prikazuje zelo močno pozitivno avtokorelacijo naključnega člena.

Druga regresijska analiza drugega koraka (po izločenih razlikah med državami), pri kateri proučujemo vpliv relativnih cen na število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji, nakazuje pozitivno povezanost med relativnimi cenami in številom nočitev, vendar pa rezultati niso statistično značilni. Z izračunom križnih vrednosti smo poskušali ugotoviti, ali je vpliv relativnih cen različen za različne skupine enot, in prav tako nismo dobili statistično zanesljivih rezultatov. Kot bomo videli v nadaljevanju, rezultati postanejo statistično značilni, ko proučujemo hkratni vpliv BDP na prebivalca in relativnih cen.

V tretjem koraku smo proučevali hkratni vpliv BDP na prebivalca in relativnih cen na število nočitev. Na osnovi statistično značilnih rezultatov s stopnjo tveganja 0,05 ugotavljamo, da sta BDP na prebivalca izbranih držav in število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji močno pozitivno povezana, medtem ko med relativnimi cenami in številom nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji obstaja močna negativna povezanost. Z drugimi besedami lahko rečemo, da če se poveča BDP na prebivalca izbranih držav, se bo povečalo tudi število nočitev v Španiji, če pa se zvišajo relativne cene, se bo število nočitev turistov iz teh držav v Španiji zmanjšalo. Z BDP na prebivalca izbranih držav in relativnimi cenami lahko pojasnimo približno 93,5 odstotka variance števila nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji na prebivalca izbranih držav. Ugotovimo lahko, da se je povečala tudi Durbin-Watsonova testna statistika, vendar je še vedno prisotna močna avtokorelacija naključnega člena.

V četrtem koraku smo spremenljivkama BDP na prebivalca izbranih držav in relativne cene v regresijski analizi dodali še nepravno spremenljivko svetovno finančno krizo. Na

osnovi podatkov iz Tabele 7 lahko ugotovimo, da podatki za svetovno finančno krizo pri stopnji tveganja 0,05 statistično niso značilni, zato ne moremo ugotoviti vpliva svetovne gospodarske krize na število nočitev v Španiji. Z dodano dummy spremenljivko svetovna finančna kriza smo še malo bolj dvignili Durbin-Watsonovo testno statistiko, a še vedno je prisotna avtokorelacija naključnega člena.

V petem koraku smo spremenljivkam BDP na prebivalca izbranih držav, relativne cene in svetovna finančna kriza dodali še vpliv navad, ki smo jih izrazili s številom nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji na prebivalca izbranih držav v letu $t-1$. Ugotovimo lahko, da so regresijski koeficienti za BDP na prebivalca, relativne cene in navade statistično značilni pri stopnji tveganja 0,05. Statistično neznačilna je samo spremenljivka svetovna finančna kriza, kar nakazuje, da svetovna finančna kriza nima neposrednega vpliva na število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji. Z omenjenimi štirimi spremenljivkami pojasnimo skoraj 99 odstotkov variance števila nočitev iz izbranih držav v Španiji na prebivalca izbranih držav. Durbin-Watsonova testna statistika z vrednostjo 1,74 se je premaknila v širšo mejo statistične sprejemljivosti, ki leži med 1,8 in 2,2.

V šestem koraku smo spremenljivkam BDP na prebivalca izbranih držav, relativne cene, svetovna finančna kriza in navade dodali še trend, torej kako se število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji spreminja skozi čas. Na osnovi regresijske analize lahko ugotovimo, da po tem, ko v regresijsko analizo dodamo trend, regresijski koeficient za BDP na prebivalca postane močno statistično neznačilen, relativne cene in navade ostanejo statistično značilne pri stopnji tveganja 0,05, statistično značilna pri stopnji tveganja pa postane tudi nepravna spremenljivka svetovna finančna kriza. Z vsemi petimi spremenljivkami pojasnimo 99 odstotkov variance števila nočitev iz izbranih držav v Španiji na prebivalca izbranih držav. Durbin-Watsonova testna statistika z vrednostjo 1,888 je v mejah statistične sprejemljivosti.

Ugotovimo lahko, da je statistično najbolj sprejemljiv model iz šestega koraka, pri katerem je v regresijsko analizo vključen sočasni vpliv vseh petih proučevanih neodvisnih spremenljivk (BDP na prebivalca Velike Britanije, relativne cene, svetovna finančna kriza, navade in trend). Regresijski koeficienti v omenjenem modelu nam povedo, da če se bodo relativne cene povečale za en odstotek, se bo število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji zmanjšalo za približno 0,56 odstotka. Spremenljivka navade nam pove, da bo približno 74 odstotkov turistov iz izbranih držav, ki so v Španijo potovali v letu $t-1$, tja odšlo na počitnice tudi v letu t . Prav tako je opazen vpliv svetovne finančne krize na zmanjšanje števila nočitev leta 2009. Na osnovi modela iz šestega koraka ne moremo s statistično zanesljivostjo ugotoviti povezanosti med BDP in številom nočitev, lahko pa to storimo, če iz modela izključimo trend. V tem primeru bi lahko ugotovili, da če se BDP na prebivalca izbranih držav poveča za en odstotek, se bo število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji povečalo za 0,31 odstotka.

4.2.7 Preverjanje hipotez

V prejšnjem podpoglavju smo predstavili rezultate regresijske analize, v nadaljevanju pa bomo na osnovi teh rezultatov preverili hipoteze, ki smo jih predstavili v uvodu magistrskega dela.

4.2.7.1 Povezanost med BDP na prebivalca izbranih držav in številom nočitev v Španiji

Prva hipoteza je, da sta BDP izbranih držav in povpraševanje turistov iz teh držav po Španiji pozitivno povezana, kar pomeni, da če se poveča BDP v izbrani državi, se bo povečalo povpraševanje turistov iz te države po Španiji. Na koncu podpoglavja 4.2.6 smo ugotovili, da je sprejemljiv model, na osnovi katerega lahko ugotovimo medsebojno povezanost med BDP na prebivalca izbranih držav in številom nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji, model iz petega koraka. Na osnovi podatkov iz regresijske analize tega modela lahko ugotovimo, da sta BDP na prebivalca izbrane države in povpraševanje turistov iz teh držav pozitivno povezana, kar pomeni, da če se poveča BDP, se poveča tudi povpraševanje, in sicer se ob 1-odstotnem povečanju BDP na prebivalca izbranih držav, število nočitev turistov iz teh držav v Španiji poveča za dobrih 0,3 odstotka. Koeficient dohodkovne elastičnosti povpraševanja je pozitiven in z vrednostjo 0,313 med 0 in 1, zaradi česar lahko sklepamo, da je povpraševanje dohodkovno neelastično, kar pomeni, da če se poveča BDP na prebivalca v izbranih državah, se bo povpraševanje turistov iz teh držav po počitnicah v Španiji povečalo za relativno manj, kot se je povečal BDP na prebivalca v teh državah.

4.2.7.2 Povezanost med relativnimi cenami in številom nočitev v Španiji

Druga hipoteza, ki smo jo želeli dokazati v magistrskem delu, pravi, da so relativne cene in povpraševanje turistov iz izbranih držav po Španiji negativno povezani, kar pomeni, da če se za turiste iz izbranih držav relativno povečajo stroški bivanja v Španiji, se bo povpraševanje turistov iz izbrane države po Španiji zmanjšalo. Z regresijsko analizo, narejeno po modelu iz šestega koraka, lahko ugotovimo, da je koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja $-0,562$, kar pomeni, da če se relativne cene v Španiji za turiste iz izbranih držav zvišajo za 1 odstotek, se bo povpraševanje turistov iz teh držav po Španiji zmanjšalo za približno 0,55 odstotka. Koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja je med 0 in -1 , kar pomeni, da gre za cenovno neelastično povpraševanje.

4.2.7.3 Vpliv aktualne svetovne finančne krize na število nočitev v Španiji leta 2009

Za ugotavljanje vpliva aktualne svetovne finančne krize na število nočitev v Španiji leta 2009 smo prav tako uporabili model iz šestega koraka. Regresijski koeficient te neprave spremenljivke je statistično značilen pri stopnji tveganja 0,05, njegova vrednost pa je $-0,1$.

Ker je vrednost tega koeficienta negativna, lahko sklenemo, da je bila svetovna finančna kriza eden od dejavnikov zmanjšanja števila nočitev v Španiji iz izbranih držav leta 2009.

4.2.7.4 Preverjanje dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja po Španiji od leta 1995 do 2009

Četrta hipoteza, ki smo jo skušali dokazati v magistrskem delu, je temeljila na raziskavi Garin-Muñozove in Pereza Amarala (2000, str. 528), ki sta ugotovila, da je bilo od leta 1985 do 1995 turistično povpraševanje močno dohodkovno elastično in cenovno izrazito neelastično. Naša hipoteza pravi, da za obdobje od leta 1995 do 2009 še naprej velja, da je povpraševanje cenovno izrazito neelastično, dohodkovno pa povpraševanje že postaja usklajeno elastično

Ker smo v podpoglavju 4.2.5 ugotavljali koeficiente dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja za dolgoročno obdobje od leta 1980 do 2009, tretja hipoteza pa se nanaša na obdobje od leta 1995 do 2009, smo za ugotavljanje pravilnosti hipoteze morali najprej izračunati koeficiente dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja Britancev, Nemcev, Francozov in Italijanov po Španiji kot turistični destinaciji za zadnjih petnajst let. Enako kot za analizo celotnega obdobja smo tudi za obdobje od leta 1995 do 2009 naredili regresijsko analizo na osnovi panelnih podatkov. Z regresijsko analizo, pri kateri smo za iskanje pravilnega modela uporabljali postopek iz uvodnega dela podpoglavja 4.2.5, smo ugotovili, da je statistično najustreznejši model iz petega koraka, pri katerem opazujemo sočasni vpliv BDP na prebivalca, relativnih cen, svetovne krize in navad na povpraševanje turistov iz izbranih držav po Španiji kot turistični destinaciji. V Tabeli 8 so predstavljeni rezultati regresijske analize za obdobje od 1995 do 2009.

Tabela 8: Regresijska analiza turističnega povpraševanja iz izbranih držav po Španiji od leta 1995 do 2009

Formula						Opisna statistika
$\ln np = -11,674 + 0,923 \ln bdpp - 0,442 \ln rcpi - 0,032 sfk + 0,578 \ln np_{t-1} -$						$R^2 = 0,990$, $\bar{R}^2 = 0,989$, $se = 0,082$, $DW = 1,857$
<i>t</i>	(-3,516)	(3,253)	(-2,593)	(-0,663)	(5,229)	
<i>p</i>	(0,001)	(0,002)	(0,012)	(0,510)	(0,000)	
$- 0,446 d_{ITA} - 0,433 d_{FRA} + 0,034 d_{VB} + \varepsilon_{ij}$						
<i>t</i>	(-3,325)	(-3,539)	(0,983)			
<i>p</i>	(0,002)	(0,001)	(0,330)			

Na osnovi podatkov iz Tabele 8 lahko ugotovimo, da z BDP na prebivalca izbranih držav, relativnimi cenami, svetovno finančno krizo in navadami pojasnimo 99 odstotkov variance nočitev na prebivalca izbranih držav v Španiji od leta 1995 do 2009. Durbin-Watsonova testna statistika z vrednostjo 1,875 kaže, da ne prihaja do avtokorelacije naključnega člena, kar pomeni, da je statistično gledano izbrani model dober in da lahko na osnovi teh podatkov preverimo sprejemljivost naše hipoteze.

Regresijska analiza nam pokaže močno pozitivno povezavo med BDP na prebivalca izbranih držav in povpraševanjem turistov iz teh držav po Španiji. Če se BDP na prebivalca v teh državah poveča za 1 odstotek, se bo povpraševanje turistov iz teh držav po Španiji v povprečju povečalo za približno 0,92 odstotka. Z drugimi besedami lahko povemo, da je koeficient dohodkovne elastičnosti povpraševanja po Španiji manjši od 1, kar pomeni, da je bilo turistično povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji od leta 1995 do 2009 v nasprotju z obdobjem od leta 1985 do 1995 dohodkovno usklajeno elastično. S tem dejstvom nam je uspelo dokazati prvi del zgornje hipoteze.

Potrdimo pa lahko tudi drugi del te iste hipoteze, torej da je povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji tudi od leta 1995 do 2009 izrazito cenovno neelastično, saj ima koeficient cenovne elastičnosti vrednost med 0 in 1 (nekoliko bliže vrednosti 0), tako da lahko trdimo, da so od leta 1995 do 2009 turisti še vedno približno enako občutljivi na relativno spreminjanje cen v Španiji kot od leta 1985 do 1995.

Sklenemo torej lahko, da so se potovanja v Španijo spremenila iz močno dohodkovno elastičnega povpraševanja v usklajeno elastično povpraševanje, cenovno pa je povpraševanje po Španiji še vedno močno neelastično.

4.2.7.5 Preverjanje domneve o potovanjih v Španijo kot luksuzni dobrini

Zadnja hipoteza tako kot četrta izhaja iz raziskave Garin-Muñozove in Pereza Amarala (2000, str. 528), ki na osnovi analize podatkov od leta 1985 do 1995 ugotavljata, da je povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji luksuzna dobrina. Ker je število tujih turistov, ki so odpotovali v Španijo od tega obdobja, naraslo s 34,9 milijona leta 1995 na 58,7 milijona leta 2007, je naša hipoteza, da so se potovanja v Španijo spremenila iz luksuzne dobrine v dobrino široke potrošnje.

Na osnovi podatkov iz Tabele 8 bi to hipotezo lahko potrdili, saj potovanja v Španijo niso več luksuzna dobrina. Teorija namreč pravi, da če hočemo neko dobrino označiti za luksuzno, mora biti koeficient dohodkovne elastičnosti pozitiven in visoko nad 1, koeficient cenovne elastičnosti pa negativen in nizek, med 0 in -1 . V našem primeru pa ni tako, saj je koeficient dohodkovne elastičnosti povpraševanja turistov iz Velike Britanije, Nemčije, Francije in Italije po Španiji kot turistični destinaciji 0,923, torej celo nekoliko manjši od 1, nizek pa je tudi koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji, in sicer med 0 in -1 , kar pomeni, da potovanja v Španijo niso več luksuzna dobrina. Potovanja v Španijo se tako že spreminjajo iz luksuzne dobrine v dobrino široke potrošnje.

SKLEP

Turizem je gospodarski fenomen, ki je vse od petdesetih let 20. stoletja doživiljal nenehno rast. Iz leta v leto se je povečevalo število turističnih prihodov v turistične destinacije in število nočitev, povečevali pa so se tudi finančni prihodki od turizma. Španija je ena od turistično najrazvitejših držav na svetu, turizem pa je ob gradbeništvu najpomembnejša gospodarska dejavnost s približno 11-odstotnim deležem v BDP. Za turistične delavce je zato zelo pomembno ugotoviti, kateri so glavni dejavniki, ki vplivajo na turistično povpraševanje, in kakšen je ta vpliv.

Ekonomska teorija navaja številne ekonomske in neekonomske dejavnike, ki vplivajo na turistično povpraševanje. V magistrskem delu smo se osredotočili na pet dejavnikov, in sicer dohodek (izražen v BDP na prebivalca), relativne cene med turistično destinacijo in državo, iz katere prihajajo turisti, navade (izražene v številu nočitev v letu $t-1$) in čas, uporabili pa smo tudi eno nepravo spremenljivko, s katero smo poskušali ugotoviti vpliv svetovne finančne krize na turistično povpraševanje. Na osnovi teh dejavnikov in regresijske analize smo najprej poiskali model, s katerim bi lahko dobili statistično zanesljive koeficiente dohodkovne in cenovne elastičnosti turističnega povpraševanja. Ugotovili smo, da je statistično najzanesljivejši model, v katerem so hkrati vključene vse proučevane neodvisne spremenljivke, in na osnovi tega modela smo proučili koeficiente dohodkovne in cenovne elastičnosti povpraševanja po Španiji kot turistični destinaciji za turiste iz Velike Britanije, Nemčije, Francije in Italije.

Z regresijsko analizo smo ugotovili, da je bilo od leta 1980 do 2009 turistično povpraševanje iz proučevanih držav po Španiji dohodkovno neelastično, kar pomeni, da se je povpraševanje po Španiji kot turistični destinaciji povečalo za relativno manj, kot se je povečal BDP na prebivalca omenjenih držav. Podobno smo ugotovili tudi pri cenovni elastičnosti povpraševanja. Povpraševanje britanskih, nemških, francoskih in italijanskih turistov po Španiji je cenovno neelastično, kar pomeni, da relativno zvišanje cen v Španiji zmanjša turistično povpraševanje po Španiji za relativno manj, kot so se zvišale cene.

Na osnovi rezultatov analize lahko sklenemo tudi, da so turisti iz Velike Britanije, Nemčije, Francije in Italije navajeni potovati v Španijo, kar pomeni, da Španija ni destinacija, v katero bi ljudje potovali enkrat in se tja ne bi več vrnil. Rezultati so pokazali, da približno 74 odstotkov turistov, ki so že potovali v Španijo, ponovi svoje potovanje.

Regresijska analiza nam pokaže še, da je svetovna finančna kriza negativno vplivala na turistično povpraševanje po Španiji, ugotovili pa smo tudi, da potovanja v Španijo niso več luksuzna dobrina, ampak so v zadnjih petnajstih letih že na pragu dobrine široke potrošnje, kar pomeni, da si lahko potovanja v Španijo privoščijo vse širši krog ljudi.

LITERATURA IN VIRI

1. Alegre, J., & Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1343–1355.
2. Athiyaman, A. (1997). Knowledge development in tourism: tourism demand research. *Tourism Management*, 18(4), 221–228.
3. Crouch, G. I. (1992). Effect of Income and Price on International Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 643–664.
4. Crouch, G. I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 103–118.
5. Doyle, P. (2003). Consistent historical time series of labour market data. *Office for National Statistics of UK*. Najdeno 22. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.statistics.gov.uk/articles/labour_market_trends/Consistent_Time_Series_web_article.pdf
6. Eurostat. (2010a). *Real GDP Growth rate – (tsieb020)*. Najdeno 20. junija 2010 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tsieb020>
7. Eurostat. (2010b). *Harmonised unemployment rate by gender – total – (teilm020); total*. Najdeno 20. junija 2010 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tsieb020>
8. Evropska centralna banka. (2010). *Evro*. Najdeno 19. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.ecb.int/euro/intro/html/index.sl.html>
9. Galli, E., & Padovano, F. (2004). The determinants of italian public deficits before and after Maastricht. *SIEP*. Najdeno 22. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www-3.unipv.it/websiep/wp/340.pdf>
10. Garin-Muñoz, T. & Perez Amaral, T. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economics, Letters*, 7, 525–529.
11. Garin-Muñoz, T., & Montero-Martin, L. F. (2007). Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data. *Tourism Management*, 28(5), 1224–1235.
12. Gonzalez, P., & Moral, P. (1995): An analysis of tourism demand in Spain. *International Journal of Forecasting*, 11(2), 233–251. <http://www.world-tourism.org/facts/wtb.html>
13. Informative National Statistic Bulletin. (2002). *The economic impact of tourism*. Najdeno 3. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.ine.es/en/revistas/cifraine/cifrasine_satelit_en.pdf
14. Instituto de estudios turisticos. (2007). *Spanish Tourism in Figures – 2006*. Najdeno 3. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.iet.tourspain.es/informes/Documentacion/SpainTurFigures2006.pdf>

15. Instituto de estudios turisticos. (2010). *Balance del turismo – Año 2009. Resultados de la actividad turística en España*. Najdeno 5. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/FronturFamiliar/Balance%20del%20turismo%20en%20Espana%20en%202009.pdf>
16. Instituto de estudios turisticos. (2010). *Frontur y Egatur 2010 – Informe anual 2009*. Najdeno 15. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/egatur/Frontur-Egatur2009.pdf>
17. Instituto nacional de estadística (2010). *Statistical Yearbook of Spain, 1980–2010*. Najdeno 15. julija 2010 na spletnem naslovu http://www.ine.es/en/prodyser/pubweb/anuarios_mnu_en.htm
18. Instituto nacional de estadística. (2009). *Cuenta Satélite del Turismo de España – Serie 2000–2008*. Najdeno 3. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.ine.es/prensa/np583.pdf>
19. Klepec, J. (2008). *Svetovna finančna kriza 2007/2008–20??* Najdeno 19. marca 2010 na spletnem naslovu http://www.mju.gov.si/fileadmin/mju.gov.si/pageuploads/Dobre_prakse/Predstavitve_DP_2008/KLEPEC_Razlaga_DP2008_.pdf
20. Lim, C. (1997). Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 435–489.
21. Lim, C. (2006). A survey of tourism demand modelling practice: issues and implications. V L. Dwyer & P. Forsyth (ur.), *International Handbook on the Economics of Tourism* (str. 45–72). Cheltenham (etc.): Edward Elgar.
22. Mihalič, T. (2008). *Turizem: ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
23. Mondrad, D., Stout, W. F., Harner, E. J., He, X., & Roussos, L. (2008). *Statistic: Concept and methods*. Champaign (Illinois): MOBIUS.
24. Mulič, K. (2006). *Ekonometrična analiza in napovedovanje turističnega povpraševanja, usmerjenega v Slovenijo* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Nemška centralna banka. (2010). *Povprečni letni menjalni tečajji od 1980 do 2009*. Najdeno 13. septembra 2010 na spletnem naslovu http://www.bundesbank.de/statistik/statistik_devisen.en.php
26. Nemški statistični urad. (2008). *Only moderate growth of the German economy in 2008*. Najdeno 22. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/EN/press/pr/2009/01/PE09__016__811,templateId=renderPrint.psm1
27. Ong, C. (1995): Tourism demand models: a critique. *Mathematics and Computers in Simulation*, 39, 367–372.
28. Organisation for Economic Cooperation and Development. (2010). *OECD Stat Extracts*. Najdeno 15. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://stats.oecd.org/index.aspx?querytype=view&queryname=221>
29. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2010). *Statistični izvlečki*. Najdeno 13. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://stats.oecd.org/>

30. Pack, A. (2008). Tourism, modernisation and difference: a twentieth century Spanish paradigm. *Sport in Society*, 11(6), 657–672.
31. Papatheodouru, A., Rossello, J., & Xiao, H. (2010). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39–45.
32. Pellejero Martinez, C. (1999). *Historia de la economia del turismo en España*. Madrid: Civitas.
33. Pfajfar, L. (1998). *Ekonometrija. Obrazci in postopki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
34. Reece, W. S. (2010). *The Economics of Tourism*. Upper Sadle River: Prentice Hall.
35. Ritchie, B. W. (2005). *Tourism research methods: integrating theory with practice*. Oxfordshire, Cambridge: CABI Publishing.
36. Salvatore, D. (2004). *Estadística y econometría*. Madrid: McGraw Hill.
37. Skrt, P. (2007): *Škodljivi vplivi masovnega turizma – nesonaravni razvoj turistične regije na primeru Tenerife* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
38. Solsten, E., & Meditz, S. W. (1988). Spain: A Country Study. *GPO for the Library of Congress*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://countrystudies.us/spain/69.htm>
39. Song, H., & Li, G. (2008). Tourism Demand Modelling and Forecasting – A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203–220.
40. Song, H., & Witt S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Amsterdam, New York: Pergamon.
41. Song, H., Kim, J. H., & Yang, S. (2010). Confidence intervals for tourism demand elasticity. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 377–396.
42. Štiblar, F. (2009). Globalna kriza in Slovenija. *Pravna fakulteta*. Najdeno 19. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.pf.uni-lj.si/media/stiblar.kriza.in.slovenija.pdf>
43. Tribe, J. (2005). *The Economics of Recreation, Leisure & Tourism*. Amsterdam: Elsevier.
44. United Nations World Tourism Organization. (2007). *Tourism Market Trends 2006 – Europe*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
45. United Nations World Tourism Organization. (2010). *UNWTO World Tourism Barometer, izdaje od Volume 1 (2003) do Volume 8 (2010)*. Najdeno na spletnem naslovu <http://www.world-tourism.org/facts/wtb.html>
46. Uriel, E., & Monfort, V. M (2001). *El Sector Turístico en España*. Alicante: Caja de Ahorros del Mediterráneo.
47. Uysal M., & O'Leary, Y. T. (1986). A Canonical Analysis of International Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 651–655.
48. Youell, R. (1999). *Tourism: An Introduction*. Harlow: Addison Wesley Longman.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1:	Število prebivalcev v izbranih državah od leta 1980 do 2009	1
Priloga 2:	Število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji od leta 1980 do 2009.....	2
Priloga 3:	Število nočitev na prebivalca izbranih držav v Španiji od leta 1980 do 2009 ...	3
Priloga 4:	BDP v izbranih državah od leta 1980 do 2009 (stalne cene leta 2000, v milijonih EUR).....	4
Priloga 5:	BDP na prebivalca v izbranih državah od leta 1980 do 2009 (stalne cene leta 2000, v EUR).....	5
Priloga 6:	Indeks cen življenjskih potrebščin izbranih držav od leta 1980 do 2009 z baznim indeksom leta 2005.....	6
Priloga 7:	Povprečni letni menjalni tečaj španske valute in valute izbranih držav (razen GBP vse valute izražene v EUR)	7
Priloga 8:	Indeks rasti deviznega tečaja z baznim letom 2005	8
Priloga 9:	Relativni indeks cen med Španijo in posamezno izbrano državo, prilagojen z rastjo deviznega tečaja	9
Priloga 10:	Seznam kratic	10

Priloga 1: Število prebivalcev v izbranih državah od leta 1980 do 2009

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija
1980	53.880.000	55.657.000	78.289.000	56.330.000
1981	54.182.000	55.774.000	78.408.000	56.357.000
1982	54.483.000	55.995.000	78.333.000	56.291.000
1983	54.772.000	56.228.000	78.128.000	56.316.000
1984	55.026.000	56.344.000	77.859.000	56.409.000
1985	55.284.000	56.498.000	77.685.000	56.554.000
1986	55.547.000	56.576.000	77.720.000	56.684.000
1987	55.824.000	56.664.000	77.840.000	56.804.000
1988	56.118.000	56.763.000	78.145.000	56.916.000
1989	56.423.000	56.837.000	78.751.000	57.076.000
1990	56.709.000	56.737.000	79.433.000	57.237.000
1991	56.975.000	56.760.000	79.984.000	57.439.000
1992	57.240.000	56.859.000	80.595.000	57.585.000
1993	57.467.000	56.442.000	81.179.000	57.714.000
1994	57.659.000	56.623.000	81.422.000	57.862.000
1995	57.844.000	56.745.000	81.661.000	58.025.000
1996	58.026.000	56.826.000	81.895.000	58.164.000
1997	58.207.000	56.941.000	82.052.000	58.314.000
1998	58.398.000	57.040.000	82.029.000	58.475.000
1999	58.677.000	57.078.000	82.024.000	58.685.000
2000	59.062.000	57.189.000	82.160.000	58.886.000
2001	59.476.000	57.348.000	82.277.000	59.114.000
2002	59.894.000	57.474.000	82.456.000	59.324.000
2003	60.304.000	57.478.000	82.502.000	59.557.000
2004	60.734.000	57.553.000	82.491.000	59.846.000
2005	61.181.000	58.135.000	82.465.000	59.402.000
2006	61.597.000	58.435.000	82.369.000	59.744.000
2007	61.963.000	58.880.000	82.257.000	60.127.000
2008	62.300.000	59.336.000	82.135.000	60.520.000
2009	62.631.000	59.752.000	81.904.000	60.930.000

Vir: OECD, Statistični izvlečki, 2010.

Priloga 2: Število nočitev turistov iz izbranih držav v Španiji od leta 1980 do 2009

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija
1980	6.279.750	1.092.201	19.128.219	18.426.764
1981	6.917.537	1.441.342	21.910.198	24.198.634
1982	7.121.498	1.822.683	22.780.048	28.391.565
1983	6.899.075	2.379.076	23.560.048	30.421.182
1984	7.110.347	3.592.804	24.183.607	35.548.820
1985	7.780.814	4.099.813	24.716.758	35.392.733
1986	7.020.866	3.902.086	24.718.000	34.240.795
1987	7.754.786	4.323.236	27.375.092	34.458.895
1988	7.929.667	4.661.452	25.850.498	31.939.395
1989	7.972.881	4.590.662	23.000.667	25.955.752
1990	7.285.290	4.285.011	23.740.705	20.156.400
1991	7.524.407	4.638.912	27.169.734	19.602.181
1992	6.880.601	5.272.365	27.340.638	20.007.197
1993	7.192.448	5.699.218	29.334.636	22.990.953
1994	7.745.646	5.673.482	34.172.293	28.861.758
1995	7.842.098	5.310.270	36.338.210	29.808.682
1996	7.452.913	4.248.246	35.879.388	28.850.281
1997	7.531.460	4.750.105	36.374.826	30.963.687
1998	8.167.647	5.188.350	36.459.957	34.607.495
1999	9.880.550	6.575.928	55.359.460	42.201.418
2000	10.002.696	6.401.668	50.886.398	41.244.614
2001	10.786.129	6.434.802	47.833.232	45.244.708
2002	11.352.636	6.820.714	40.531.904	46.300.994
2003	11.405.118	6.637.718	41.062.352	47.265.013
2004	10.669.515	7.024.182	41.783.025	45.177.850
2005	11.234.100	7.560.001	42.760.005	45.960.250
2006	11.649.940	8.230.318	47.664.097	47.191.250
2007	11.820.610	8.463.548	47.827.389	46.772.984
2008	12.455.630	8.422.040	47.130.309	44.599.290
2009	12.126.165	7.472.089	42.008.148	39.657.760

Vir: Instituto nacional de estadística, Cuenta Satélite del Turismo de España – Serie 2000–2008, 2010.

Priloga 3: Število nočitev na prebivalca izbranih držav v Španiji od leta 1980 do 2009

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija
1980	0,116551	0,019624	0,244328	0,327122
1981	0,127672	0,025843	0,279483	0,429381
1982	0,130710	0,032551	0,290810	0,504371
1983	0,125960	0,042311	0,301557	0,540187
1984	0,129218	0,063766	0,310608	0,630198
1985	0,140743	0,072566	0,318166	0,625822
1986	0,126395	0,068971	0,318039	0,604065
1987	0,138915	0,076296	0,351684	0,606628
1988	0,141303	0,082121	0,330802	0,561167
1989	0,141306	0,080769	0,292068	0,454758
1990	0,128468	0,075524	0,298877	0,352157
1991	0,132065	0,081729	0,339690	0,341270
1992	0,120206	0,092727	0,339235	0,347438
1993	0,125158	0,100975	0,361357	0,398360
1994	0,134335	0,100197	0,419694	0,498803
1995	0,135573	0,093581	0,444989	0,513721
1996	0,128441	0,074759	0,438115	0,496016
1997	0,129391	0,083422	0,443314	0,530982
1998	0,139862	0,090960	0,444476	0,591834
1999	0,168389	0,115210	0,674918	0,719118
2000	0,169359	0,111939	0,619357	0,700415
2001	0,181353	0,112206	0,581368	0,765381
2002	0,189545	0,118675	0,491558	0,780477
2003	0,189127	0,115483	0,497713	0,793610
2004	0,175676	0,122047	0,506516	0,754902
2005	0,183621	0,130042	0,518523	0,773716
2006	0,189132	0,140846	0,578665	0,789891
2007	0,190769	0,143742	0,581439	0,777903
2008	0,199930	0,141938	0,573815	0,736935
2009	0,193613	0,125052	0,512895	0,650874

Priloga 4: BDP v izbranih državah od leta 1980 do 2009 (stalne cene leta 2000, v milijonih EUR)

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija (GBP)	Velika Britanija (EUR)
1980	934.649	802.246	1.330.624	579.585	950.951
1981	943.270	809.019	1.337.666	572.535	939.382
1982	966.214	812.365	1.332.384	585.145	960.073
1983	977.760	821.863	1.353.335	606.743	995.510
1984	992.275	848.375	1.391.539	623.074	1.022.304
1985	1.009.231	872.114	1.423.933	645.653	1.059.350
1986	1.033.976	897.056	1.456.503	671.571	1.101.875
1987	1.059.672	925.690	1.476.925	702.209	1.152.144
1988	1.108.396	964.516	1.531.679	737.544	1.210.120
1989	1.154.548	997.198	1.591.361	754.371	1.237.728
1990	1.185.068	1.017.666	1.674.987	760.249	1.247.374
1991	1.197.102	1.033.275	1.760.550	749.663	1.230.004
1992	1.213.461	1.041.261	1.799.738	750.762	1.231.808
1993	1.202.374	1.032.013	1.785.300	767.446	1.259.182
1994	1.229.012	1.054.220	1.832.738	800.295	1.313.078
1995	1.255.031	1.084.023	1.867.388	824.722	1.353.157
1996	1.268.965	1.095.897	1.885.950	848.518	1.392.200
1997	1.297.360	1.116.415	1.919.981	876.582	1.438.246
1998	1.342.808	1.132.060	1.958.963	908.199	1.490.121
1999	1.387.132	1.148.636	1.998.356	939.737	1.541.867
2000	1.441.372	1.191.057	2.062.500	976.533	1.602.240
2001	1.468.101	1.212.713	2.088.075	1.000.568	1.641.675
2002	1.483.171	1.218.220	2.088.075	1.021.551	1.676.102
2003	1.499.299	1.218.013	2.083.538	1.050.239	1.723.172
2004	1.536.336	1.236.671	2.108.700	1.081.232	1.774.025
2005	1.565.465	1.244.782	2.124.581	1.104.726	1.812.571
2006	1.600.168	1.270.126	2.196.150	1.135.524	1.863.102
2007	1.638.164	1.288.953	2.254.519	1.166.012	1.913.126
2008	1.641.718	1.271.958	2.276.794	1.165.251	1.911.877
2009	1.598.565	1.207.876	2.169.338	1.107.140	1.816.532

Vir: OECD, Statistični izvlečki, 2010.

Priloga 5: BDP na prebivalca v izbranih državah od leta 1980 do 2009 (stalne cene leta 2000, v EUR)

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija
1980	17.346,8628	14.414,1140	16.996,3046	16.881,7780
1981	17.409,2827	14.505,3094	17.060,3241	16.668,4224
1982	17.734,2340	14.507,8153	17.009,2329	17.055,5288
1983	17.851,4552	14.616,6201	17.322,0201	17.677,2095
1984	18.032,8362	15.057,0676	17.872,5481	18.123,0680
1985	18.255,3813	15.436,1869	18.329,5725	18.731,6516
1986	18.614,4298	15.855,7673	18.740,3888	19.438,9121
1987	18.982,3670	16.336,4669	18.973,8617	20.282,8018
1988	19.751,1666	16.991,9926	19.600,4671	21.261,5132
1989	20.462,3608	17.544,8738	20.207,5040	21.685,6153
1990	20.897,3471	17.936,5545	21.086,7935	21.793,1330
1991	21.011,0017	18.204,2740	22.011,2773	21.414,0969
1992	21.199,5335	18.313,0415	22.330,6347	21.391,1261
1993	20.922,8653	18.284,4793	21.992,1408	21.817,6121
1994	21.315,1808	18.618,2359	22.509,1192	22.693,2641
1995	21.696,8231	19.103,4064	22.867,5561	23.320,2423
1996	21.868,9121	19.285,1331	23.028,8784	23.935,7675
1997	22.288,7361	19.606,5210	23.399,5667	24.663,8177
1998	22.994,0778	19.846,7658	23.881,3407	25.483,0400
1999	23.640,1244	20.123,9713	24.363,0675	26.273,6071
2000	24.404,3886	20.826,6856	25.103,4567	27.209,1773
2001	24.683,9229	21.146,5665	25.378,5991	27.771,3444
2002	24.763,2725	21.196,0125	25.323,5059	28.253,3607
2003	24.862,3551	21.190,9506	25.254,3878	28.933,1585
2004	25.296,1440	21.487,5201	25.562,7887	29.643,1600
2005	25.587,4335	21.411,9242	25.763,4299	30.513,6355
2006	25.978,0229	21.735,7124	26.662,3366	31.184,7588
2007	26.437,7805	21.891,1780	27.408,2297	31.818,0810
2008	26.351,8174	21.436,5375	27.720,1406	31.590,8375
2009	25.523,5358	20.214,8139	26.486,3438	29.813,4218

Priloga 6: Indeks cen življenjskih potrebščin izbranih držav od leta 1980 do 2009 z baznim indeksom leta 2005

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija	Španija
1980	41,7217	24,4446	56,4316	40,0537	23,9405
1981	47,2767	28,8371	60,0117	44,8108	27,4237
1982	52,9397	33,5896	63,1570	48,6640	31,3768
1983	57,9476	38,5093	65,2370	50,9070	35,1967
1984	62,3944	42,6662	66,8065	53,4324	39,1669
1985	66,0326	46,5940	68,1869	56,6765	42,6193
1986	67,7089	49,3075	68,0986	58,6191	46,3676
1987	69,9358	51,6482	68,2688	61,0512	48,8010
1988	71,8246	54,2607	69,1386	63,4886	51,1616
1989	74,3372	57,6574	71,0611	66,8139	54,6363
1990	76,7394	61,3801	72,9772	71,4726	58,3088
1991	79,2093	65,2163	75,9000	76,8564	61,7690
1992	81,1156	68,6536	79,8000	80,1317	65,4285
1993	82,7993	71,8300	83,3000	82,1402	68,4180
1994	84,1789	74,7405	85,6000	83,7653	71,6462
1995	85,6846	78,6534	87,1000	85,9905	74,9948
1996	87,3980	81,8051	88,3000	88,1240	77,6638
1997	88,4364	83,4764	90,0000	89,6908	79,1946
1998	89,0001	85,1085	90,9000	91,1159	80,6473
1999	89,4823	86,5242	91,4000	92,3327	82,5105
2000	90,9954	88,7199	92,7000	93,0578	85,3435
2001	92,4789	91,1909	94,5000	94,2079	88,4072
2002	94,2516	93,4391	95,9000	95,3913	91,1181
2003	96,2394	95,9363	96,9000	96,6914	93,8873
2004	98,2940	98,0534	98,5000	97,9915	96,7407
2005	100,0000	100,0000	100,0000	100,0000	100,0000
2006	101,6837	102,0908	101,6000	102,3335	103,5155
2007	103,1969	103,9588	103,9000	104,7087	106,3998
2008	106,1007	107,4392	106,6000	108,4924	110,7361
2009	106,1942	108,2716	107,0000	110,8426	110,4172

Vir: OECD, Statistični izvlečki, 2010.

**Priloga 7: Povprečni letni menjalni tečaj španske valute in valute izbranih držav
(razen GBP vse valute izražene v EUR)**

Leto	1 FRF (EUR) = ... ESP (EUR)	1 ITL (EUR) = ... ESP (EUR)	1 DEM (EUR) = ... ESP (EUR)	1 GBP = ... ESP (EUR)
1980	0,6687	0,9747	0,4635	1,0018
1981	0,6700	0,9462	0,4798	1,1176
1982	0,6585	0,9436	0,5307	1,1510
1983	0,7420	1,0985	0,6593	1,3048
1984	0,7259	1,0657	0,6645	1,2880
1985	0,7475	1,0367	0,6803	1,3165
1986	0,7969	1,0936	0,7589	1,2354
1987	0,8090	1,1072	0,8068	1,2132
1988	0,7708	1,0414	0,7795	1,2451
1989	0,7317	1,0045	0,7402	1,1661
1990	0,7378	0,9896	0,7412	1,0902
1991	0,7260	0,9748	0,7361	1,1012
1992	0,7606	0,9681	0,7688	1,0821
1993	0,8831	0,9401	0,9021	1,1453
1994	0,9517	0,9662	0,9705	1,2314
1995	0,9846	0,8920	1,0222	1,1823
1996	0,9758	0,9552	0,9895	1,1878
1997	0,9888	1,0007	0,9926	1,4418
1998	0,9984	1,0010	0,9979	1,4869
1999	1,0000	1,0000	1,0000	1,5181
2000	1,0000	1,0000	1,0000	1,6407
2001	1,0000	1,0000	1,0000	1,6081
2002	1,0000	1,0000	1,0000	1,5903
2003	1,0000	1,0000	1,0000	1,4451
2004	1,0000	1,0000	1,0000	1,4735
2005	1,0000	1,0000	1,0000	1,4624
2006	1,0000	1,0000	1,0000	1,4669
2007	1,0000	1,0000	1,0000	1,4613
2008	1,0000	1,0000	1,0000	1,2558
2009	1,0000	1,0000	1,0000	1,1224

Vir: Nemška centralna banka, Povprečni letni menjalni tečaji od 1980 do 2009, 2010; Evropska centralna banka, Evro, 2010.

Priloga 8: Indeks rasti deviznega tečaja z baznim letom 2005

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija
1980	66,8666	97,4663	46,3516	68,5008
1981	67,0044	94,6177	47,9787	76,4240
1982	65,8458	94,3587	53,0690	78,7063
1983	74,2021	109,8454	65,9269	89,2245
1984	72,5853	106,5703	66,4487	88,0721
1985	74,7501	103,6709	68,0253	90,0191
1986	79,6901	109,3628	75,8862	84,4761
1987	80,9040	110,7173	80,6779	82,9560
1988	77,0751	104,1407	77,9494	85,1377
1989	73,1699	100,4479	74,0225	79,7358
1990	73,7767	98,9604	74,1159	74,5502
1991	72,5996	97,4772	73,6054	75,2977
1992	76,0629	96,8119	76,8788	73,9965
1993	88,3148	94,0087	90,2132	78,3149
1994	95,1679	96,6181	97,0507	84,2031
1995	98,4584	89,1994	102,2243	80,8434
1996	97,5839	95,5173	98,9459	81,2189
1997	98,8841	100,0704	99,2550	98,5875
1998	99,8364	100,1004	99,7943	101,6771
1999	100,0000	100,0000	100,0000	103,8043
2000	100,0000	100,0000	100,0000	112,1940
2001	100,0000	100,0000	100,0000	109,9587
2002	100,0000	100,0000	100,0000	108,7416
2003	100,0000	100,0000	100,0000	98,8165
2004	100,0000	100,0000	100,0000	100,7574
2005	100,0000	100,0000	100,0000	100,0000
2006	100,0000	100,0000	100,0000	100,3036
2007	100,0000	100,0000	100,0000	99,9211
2008	100,0000	100,0000	100,0000	85,8743
2009	100,0000	100,0000	100,0000	76,7504

Priloga 9: Relativni indeks cen med Španijo in posamezno izbrano državo, prilagojen z rastjo deviznega tečaja

Leto	Francija	Italija	Nemčija	Velika Britanija
1980	0,008581	0,010048	0,009153	0,008726
1981	0,008657	0,010051	0,009524	0,008008
1982	0,009001	0,009900	0,009362	0,008192
1983	0,008186	0,008321	0,008184	0,007749
1984	0,008648	0,008614	0,008823	0,008323
1985	0,008634	0,008823	0,009188	0,008354
1986	0,008593	0,008599	0,008973	0,009364
1987	0,008625	0,008534	0,008860	0,009636
1988	0,009242	0,009054	0,009493	0,009465
1989	0,010045	0,009434	0,010387	0,010256
1990	0,010299	0,009599	0,010780	0,010943
1991	0,010741	0,009717	0,011057	0,010674
1992	0,010604	0,009844	0,010665	0,011034
1993	0,009356	0,010132	0,009104	0,010636
1994	0,008943	0,009922	0,008624	0,010158
1995	0,008889	0,010689	0,008423	0,010788
1996	0,009106	0,009939	0,008889	0,010851
1997	0,009056	0,009480	0,008865	0,008956
1998	0,009076	0,009466	0,008890	0,008705
1999	0,009221	0,009536	0,009027	0,008609
2000	0,009379	0,009619	0,009206	0,008174
2001	0,009560	0,009695	0,009355	0,008534
2002	0,009668	0,009752	0,009501	0,008784
2003	0,009756	0,009786	0,009689	0,009826
2004	0,009842	0,009866	0,009821	0,009798
2005	0,010000	0,010000	0,010000	0,010000
2006	0,010180	0,010140	0,010189	0,010085
2007	0,010310	0,010235	0,010241	0,010170
2008	0,010437	0,010307	0,010388	0,011886
2009	0,010398	0,010198	0,010319	0,012979

Priloga 10: Seznam kratic

A_{ij}	višina sredstev, ki jih destinacija i nameni oglaševanju v državi j
AIEST	Mednarodno združenje turističnih strokovnjakov
BDP	bruto domači proizvod
$bdpp_{it}$	bruto domači proizvod na prebivalca dane emitivne države i v letu t ,
CENE	cene različnih turističnih proizvodov
Cov	kovarianca
CPI	indeks cen življenjskih potrebščin
DOH	višina finančnih sredstev za turistično potrošnjo
DW	Durbin-Watsonova testna statistika o avtokorelaciji
E	pričakovana vrednost
E_p	cenovna elastičnost povpraševanja
E_{DOH}	dohodkovna elastičnost povpraševanja
ER_{ij}	menjalni tečaj, izmerjen v količini valute destinacije i na enoto valute države j
ε_{ij}	skupek drugih dejavnikov, ki lahko vplivajo na količino turističnega povpraševanja potrošnikov iz države j po turistični ponudbi destinacije i
EUR	evro
H_0	ničelna hipoteza
H_1	alternativna hipoteza
IEX	indeks rasti deviznega tečaja
IMF	Mednarodni denarni sklad
IRAC	iracionalni ali subjektivni dejavniki
np_{it}	število nočitev na prebivalca dane emitivne države i v Španiji v letu t
$np_{i(t-1)}$	število nočitev na prebivalca dane emitivne države i v Španiji v letu $t-1$
OECD	Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj
P_i	cena turističnih proizvodov v destinaciji i
P_s	cena turističnih proizvodov v konkurenčnih destinacijah
PČ	količina prostega časa za potovanje
POTR	potrebe po potovanju in gibanju
PRIVL	količina in kakovost naravnih in kulturnih privlačnosti
Q_{ij}	količina povpraševanja rezidentov države j po turističnih proizvodih destinacije i
QF_i	kakovostni dejavniki destinacije i
R^2	koeficient determinacije
RP_{ij}	relativne cene (razmerje med cenami v državi j in destinacijo i ter med konkurenčnimi destinacijami)
RCPI	relativni indeks cen
rcp_{it}	relativne cene, prilagojene z deviznim tečajem v letu t
SSKJ	Slovar slovenskega knjižnega jezika
sfk	svetovna finančna kriza

T_j	okusi potrošnikov v državi j
TC_{ij}	transportni stroški potovanja med državo j in destinacijo i
TD	turistično povpraševanje
UN	Združeni narodi
USD	ameriški dolar
Var	varianca
WTO	Svetovna turistična organizacija
Y_j	višina dohodka v državi j