

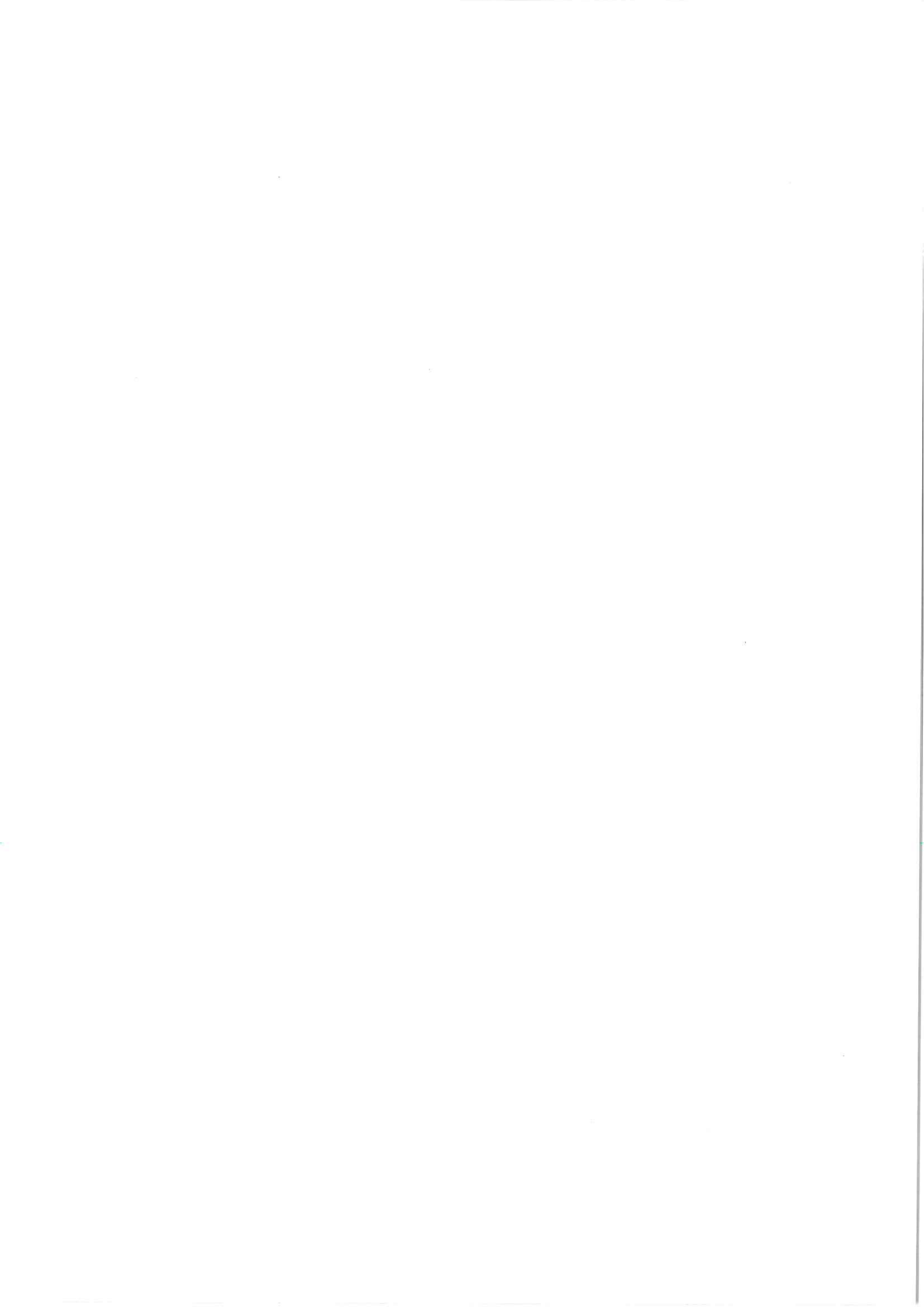
GASTRONOMSKO TURISTIČNI TEHNIK

# M 11 – OBDELAVA TURISTIČNIH INFORMACIJ

Gradivo za interno uporabo



AVTORICA: LIDIJA PERŠE



# M 11 OBDELAVA TURISTIČNIH INFORMACIJ

Program: gastronomija in turizem

## 1. DEJAVNOST POSPEŠEVANJA TURIZMA

Dejavnost pospeševanja turizma je:

- ▶ oblikovanje celovite turistične ponudbe,
- ▶ spodbujanje razvoja turistične infrastrukture,
- ▶ promocija celovite turistične ponudbe,
- ▶ informiranje obiskovalcev.

## **1.1. TURISTIČNA PONUDBA**

- ▶ JE TISTA KOLIČINA TURISTIČNIH DOBRIN IN STORITEV, KI SO JIH PONUDNIKI PRI DOLOČENI RAVNI CEN PRIPRAVLJENI PRODATI.
  
- ▶ JE TISTA KOLIČINA TURISTIČNIH DOBRIN, KI SO NA VOLJO TURISTOM Z NAMENOM, DA BI ZADOVOLJILE NJIHOVE TURISTIČNE POTREBE.

## **POSEBNOSTI TURISTIČNE PONUDBE**

1. RAZNOVRSTNOST TURISTIČNE PONUDBE
2. NEPREMIČNOST PONUDBE
3. VISOKA VLOŽENA SREDSTVA
4. NEENAKOMERNA IZRABA TURISTIČNIH ZMOGLJIVOSTI
5. NIZKA IZRABA ZMOGLJIVOSTI IN NIZKA RENTABILNOST

## **ELEMENTI TURISTIČNE PONUDBE**

ELEMENTE DELIMO V DVE SKUPINI:

1. ELEMENTI PRIMARNE TURISTIČNE PONUDBE  
(USTVARILA JIH JE NARAVA ALI PA JIH JE USTVARJAL  
ČLOVEK SKOZI STOLETJA, A JIH V ENAKI KAKOVOSTI NI  
MOGOČE PONOVI)
2. ELEMENTI SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE  
(SO PLOD ČLOVEKOVEGA DELA IN JIH LAHKO ZNOVA  
PROIZVEDEMO)

## **PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA**

### **1. NARAVNE TURISTIČNE PRIVLAČNOSTI**

- ▶ PODNEBJE
- ▶ POVRŠJE
- ▶ VODE
- ▶ RASTLINSTVO
- ▶ ŽIVALI

## **2. DRUŽBENE TURISTIČNE PRIVLAČNOSTI**

- KULTURNI IN ZGODOVINSKI SPOMENIKI
- KULTURNE USTANOVE
- PRIREDITVE
- DRUGE DRUŽBENE ZANIMIVOSTI

## **SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA**

MED PRVINE SEKUNDARNE TURISTIČNE PONUDBE  
SODIJO:

- ▶ INFRASTRUKTURNI OBJEKTI
- ▶ PROMETNE ZMOGLJIVOSTI
- ▶ PRENOČITVENE IN PREHRAMBENE ZMOGLJIVOSTI
- ▶ ZMOGLJIVOSTI DRUGIH DEJAVNOSTI

## 1.2. TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

- ▶ Urejena turistična infrastruktura je predpogoj za uspešen razvoj turizma.
- ▶ Vključuje namestitvene in druge gostinske objekte, tematske, rekreacijske in druge poti, informacijske točke, prodajna mesta, športne objekte, dvorane, parkirišča, itd.
- ▶ Na turističnem območju navadno deluje turistično informacijski center (TIC). Turistom so lahko neomejeno na razpolago info-ekrani v različnih jezikih.

### TURISTIČNA INFRASTRUKTURA – BLED:

- ▶ grajsko kopališče – najlepše urejeno naravno kopališče v zadnjih letih,
- ▶ športna dvorana z letno devetmesečno ponudbo športov na ledu,
- ▶ Straža kot smučarski in naravni rekreativni center,
- ▶ športni stadion,
- ▶ mini golf in golf,
- ▶ veslaški center v Zaki,
- ▶ panoramske table,
- ▶ kolesarska pot,...

### **1.3. PROMOCIJA TURISTIČNE PONUDBE**

- ▶ PROMOCIJA JE OBLIKA SPOROČANJA – KOMUNICIRANJA.
- ▶ JE VEZ MED NEPREMIČNO TURISTIČNO PONUDBO IN GIBLJIVIM TURISTIČNIM POVPRASEVANJEM.
- ▶ Z RAZLIČNIMI PROMOCIJSKIMI SREDSTVI ŽELIMO PRITEGNITI KUPCE IN JIM POSREDOVATI PREDNOSTI IN POSEBNOSTI PONUDBE.

### **UČINKOVITI NAČINI PROMOCIJE V TURIZMU SO:**

1. TURISTIČNA PROPAGANDA
2. POSPEŠEVANJE PRODAJE
3. OSEBNA PRODAJA
4. PUBLICITETA
5. STIKI Z JAVNOSTMI

### 1.3.1. TURISTIČNA PROPAGANDA

S POMOČJO TURISTIČNE PROPAGANDE  
POSKUŠAJO PONUDNIKI TURISTIČNIH DOBRIN  
PREDSTAVITI POTENCIALNIM TURISTOM VSE  
POSEBNOSTI IN PREDNOSTI.

TURISTIČNA PROPAGANDA JE **SPLOŠNA** (promocija  
države, kraja, območja) IN **POSEBNA** (promocija  
določenega gostinskega obrata, igrišča za golf,...)

### PROPAGANDNA SREDSTVA

PROPAGANDNA SREDSTVA SO LAHKO RAZLIČNA:

#### **A) PISNA IN GRAFIČNA ALI VIZUALNA**

- turistični prospekti
- turistični plakati
- turistične karte (avtokarte)
- turistični katalogi
- koledarji prireditev
- stenski koledarji
- znamke
- neprometni znaki

## **B) PREDMETI**

- spominki vseh vrst
- predmeti domače in umetne obrti
- vrhunska vina z geografskim poreklom
- knjige
- slike
- obeski, majice, torbe, dežniki
- pisala
- zgoščenke

## **C) ZVOČNA PROPAGANDNA SREDSTVA**

- radio
- zvočni avtomobil
- zvočna obvestila na sejmi

## **D) ZVOČNO-VIDNA PROGAGANDNA SREDSTVA**

- filmi
- televizija

## **E) INTERNET**

### **1.3.2. POSPEŠEVANJE PRODAJE**

- ▶ PREDSTAVITEV TURISTIČNE PONUDBE NA SEJMIH, BORZAH, RAZSTAVAH
- ▶ UREJENE IZLOŽBE
- ▶ INFORMATIVNI PANOJI
- ▶ DOBRODOŠLICE TUJIM GOSTOM NA MEJNIH PREHODIH
- ▶ VOŠČILA GOSTOM ZA OSEBNE PRAZNIKE IN NOVO LETO
- ▶ DROBNA DARILA ZA GOSTE OB PRIHODU V HOTEL

### **1.3.3. OSEBNA PRODAJA**

- ▶ PREDSTAVLJA POGOVOR MED PREDSTAVNIKOM TURISTIČNE PONUDBE (predstavnikom hotela, turistične agencije) IN TURISTOM.

### **1.3.4. PUBLICITETA**

JE OBLIKA PROMOCIJE, PRI KATERI ZADOVLJNI GOSTJE, PISCI, NOVINARJI IN DRUGI SAMOINICIATIVNO ŠIRIJO DOBER GLAS O TURISTIČNI PONUDBI.

### **1.3.5. STIKI Z JAVNOSTMI**

VEČ METOD:

- PONUDNIKI STORITEV SKLIČEJO TISKOVNE KONFERENCE
- DOGOVORJENA INFORMATIVNA POTOVANJA ZA NOVINARJE IN PREDSTAVNIKE AGENCIJ
- KONFERENCE
- POSLOVNO POROČILO

## **2. TURISTIČNE AGENCIJE**

### **ZADOVOLJUJEJO**

- TURISTE POTROŠNIKE, KI JIM IZPELJEJO TURISTIČNO POTOVANJE ALI LETOVANJE,
- ŠTEVILNE PONUDNIKE, KI SAMI SVOJIH ZMOGLJIVOSTI NE ZMOREJO PONUDITI DOVOLJ VELIKEMU ŠTEVILU PONUDNIKOV

### **POSLE TURISTIČNIH AGENCIJ SO RAZLIČNI:**

- POSREDNIŠKI
- NEZNAČILNI
- PAVŠALNI

## **2.1. ZAKUP "POLNO ZA PRAZNO"**

TURISTNIČNA AGENCIJA LAHKO DOLOČENE PRENOČITVENE IN PREVOZNE ZMOGLJIVOSTI ZAKUPI ZA DOLOČENO OBDOBJE KOT "POLNO ZA PRAZNO".

PRI TEM PREVZAME NASE CELOTEN RIZIKO, NE GLEDE NA TO ALI BO ZAKUPLJENE

ZMOGLJIVOSTI USPELA PRODATI ALI NE.

PRI TEM DOSEŽE UGODNEJŠO CENO KOT PRI ALOTMANSKI POGODBI

## 2.2. ALOTMANSKA POGODBA

- ▶ AGENCIJE ZAKUPIJO ZMOGLJIVOSTI ZA RAZLIČNO DOLGO PERIODO (ZA 3 – 7 DNI OB PRAZNIKIH, OB JESENSKIH POČITNICAH, NOVO LETO, V ČASU SEZONE,...).
- ▶ ZAKUPLJENE ZMOGLJIVOSTI SO LAHKO KAKRŠNEKOLI VRSTE – PRENOČITVENE, PREHRAMBEN, TRANSPORTNE.
- ▶ ZAKUP ZMOGLJIVOSTI IMENUJEMO ALOTMA. TURISTIČNA AGENCIJA SKLENE S PODJETJI POGODBO O ZAKUPU ZMOGLJIVOSTI OZ. ALOTMANSKO POGODBO.

### 2.2.1. SESTAVNI DELI ALOTMANSKE POGODBE

- ▶ ŠTEVILO ZAKUPLJENIH STORITEV,
- ▶ KVALITETA ZAKUPLJENIH ZMOGLJIVOSTI,
- ▶ ČAS, ZA KATEREGA AGENCIJA ZAKUPI ZMOGLJIVOSTI,
- ▶ CENA ZA ENOTO ZAKUPLJENIH ZMOGLJIVOSTI,
- ▶ PRAVICA, DA AGENCIJA ODPOVE DEL ZAKUPLJENIH ZMOGLJIVOSTI, ODPOVEDNI ROK IN DOVOLJENA KOLIČINA STORNIRANIH STORITEV,
- ▶ VIŠINA POPUSTOV NA DOGOVORJENO CENO, KI JIH HOTEL DAJE AGENCIJI (NPR. POPUSTI ZA OTROKE, ZA UPOKOJENCE,..),

- ▶ VIŠINA POSEBNEGA ALOTMANSKEGA POPUSTA IN VIŠINA PROVIZIJE, KI JO HOTEL PRIZNA TURISTIČNI AGENCIJI,
- ▶ VRSTE NEPENZIONSKIH STORITEV, KI JIH HOTEL NUDI GOSTOM TER NJIHOVE CENE,
- ▶ POGOJI PLAČILA,
- ▶ SPLOŠNI POGODBENI POGOJI (KDAJ STOPI POGODBA V VELJAVO, VIŠINA AKONTACIJE, KI JO MORA AGENCIJA PLAČATI HOTELU OB PODPISU POGODBE, NAVEDBA SODIŠČA, KI BO REŠEVALO MOREBITNE SPORE,...).

### **2.3. PREBOOKIRANJE**

- ▶ LAHKO SE PRIMERI, DA SKLENE AGENCIJA ALOTMAJSKE POGODBE ZA VEČ LEŽIŠČ, KOT JIH ZARES IMAJO.
- ▶ V PRIMERU, DA ZMOGLJIVOSTI ZAPOLNIJO VSI, KI IMAJO TO PRAVICO, PRIHAJA DO PREBOOKIRANJA ALI PREKNJIŽENJA

## **2.4. STORITVE TURISTIČNIH AGENCIJ**

- ▶ ORGANIZIRANJE IN IZVEDBA POTOVANJ IN IZLETOV ZA DOMAČE IN TUJE TURISTE
- ▶ ORGANIZIRANJE OBISKOV KULTURNIH, ŠPORTNIH, ZABAVNIH PRIREDITEV
- ▶ ORGANIZIRANJE STROKOVNIH, ŠTUDIJSKIH POTOVANJ
- ▶ PRODAJANJE VOZOVNIC IN VSTOPNIC
- ▶ IZPOSOJA LASTNIH PREVOZNIH SREDSTEV
- ▶ IZPOSOJA ŠPORTNE OPREME

- ▶ PRODAJANJE DOLOČENIH VRST BLAGA
- ▶ ORGANIZIRANJE TEČAJEV IN ŠOL
- ▶ ORGANIZIRANJE TURISTIČNEGA LOVA IN RIBOLOVA
- ▶ MENJAVANJE TUJIH PLAČILNIH SREDSTEV
- ▶ IZDAJANJE TURISTIČNIH PUBLIKACIJ
- ▶ ZASTOPANJE DOMAČIH IN TUJIH TURISTIČNIH ORGANIZACIJ

## 2.5. POVEZOVANJE TURISTIČNIH ORGANIZACIJ

AGENCIJE SE POVEZUJEJO ZARADI:

- POSLOVNIH RAZLOGOV (SKUPEN NASTOP NA TRGU, SKUPEN ZAKUP ZMOGLJIVOSTI)
- POENOTENJA DOLOČENIH NORMATIVOV IN STANDARDOV
- ENOTNEGA OBNAŠANJA NA TURISTIČNIH TRGIH
- DODATNEGA IZOBRAŽEVANJA ZAPOSLENIH

## 2.6. ZAKONODAJA

Pogoje in zahteve za pospeševanje turizma določata

Zakon o pospeševanju turizma (ZPT)

in

Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT)

## 2.7. LOKALNA TURISTIČNA ORGANIZACIJA - LTO

- ▶ Članstvo v lokalni turistični organizaciji je za vse organizacije in podjetnike posameznike, ki ukvarjajo z dejavnostmi, ki so s turizmom neposredno povezane **obvezno**.
- ▶ Člani morajo LTO plačevati članarino (določi jo občina s številom točk).
- ▶ Denar za delovanje dobi od: članarine, turistične takse, proračuna občine, lastnih prihodkov, nacionalne turistične organizacije.

### 2.7.1. NALOGE LTO

- ▶ Oblikuje celovito turistično ponudbo območja
- ▶ Skrbi za informiranje obiskovalcev prek turistično informacijskega centra (TIC)
- ▶ Skrbi za promocijo turistične ponudbe
- ▶ Sodeluje pri oblikovanju turistične ponudbe Slovenije in njene promocije
- ▶ Se povezuje in sodeluje z društvi
- ▶ Spodbuja razvoj in urejanje objektov turistične infrastrukture

## 2.8. TURISTIČNA TAKSA

- ▶ Je pavšalno denarno nadomestilo, ki ga plačuje turist za storitve in ugodnosti, ki jih je deležen v turističnem kraju brezplačno.
- ▶ Turist takso plača za vsak dan bivanja v prenočitvenem obratu.
- ▶ Denar, zbran s takso, je prihodek občine, namenjen pa je za izdelavo promocijskih gradiv, za organizacijo prireditev, urejanje vrtov, za izdelavo signalizacije za usmerjanje turistov.

## 3. STROŠKI PRI OBLIKOVANJU CENE TURISTIČNEGA ARANŽMAJA

Pri oblikovanju stroškovne cene poznamo različne vrste stroškov. Tako ločimo:

1. neposredne in posredne stroške
2. fiksne in variabilne stroške

### 3.1. NEPOSREDNI IN POSREDNI STROŠKI

- ▶ **Neposredni (direktni) stroški** so tisti stroški, ki jih v trenutku lahko povežemo z nastajajočimi poslovnimi učinki (stroški izdelavnega materiala, stroški izdelavnih plač,...).
- ▶ **Posredni (indirektni) stroški** – teh stroškov ni mogoče zajeti v času nastanka in se določijo s pomočjo ključev oz. razdelilnikov (strošek vzdrževanja, strošek nabave, strošek elektrike,...)

### 3.2. FIKSNI IN VARIABILNI STROŠKI

**Fiksni stroški** so tisti, ki se ne spreminjajo s spremembo v obsegu proizvodnje ali prodaje (npr: strošek najemnine ali strošek stroja, nepremičnine).

Fiksni stroški niso odvisni od števila potnikov na potovanju (najem avtobusa, dnevnice za vodnika, parkirnina,...).

**Variabilni stroški** pa se po drugi strani spreminjajo skupaj z obsegom proizvodnje oziroma prodaje (npr. strošek plače trgovca, katere višina je odvisna od tega koliko le-ta proda v določenem obdobju).

Med variabilne stroške na področju organizacije turističnega aranžmaja uvrščamo stroške nočitev, dnevnih obrokov, vstopnine, zavarovanje na osebo,...).

### **3.1 KALKULIRANJE STROŠKOVNIH CEN**

Organizatorji potovanj večino prihodka ustvarijo iz prodaje pavšalnih proizvodov ali paketov.

Osnova za izračun prodajnih cen so stroškovne cene posameznih proizvodov.

Glede na obseg zajetih stroškov v kalkulacijo razlikujemo dve vrsti stroškovnih cen:

- 1. Polno kalkulatивно ceno pavšalnega proizvoda**
- 2. Zoženo kalkulatивно ceno pavšalnega proizvoda**

### 3.1.1. Polna kalkulatívna cena

Nanaša se na celotne stroške pavšalnega proizvoda. Pribitek, ki ga bomo izračunali od te osnove, bo v maloprodajni cen predstavljal samo dobiček.

Neposredni stalni stroški na osebo  
+ Neposredni spremenljivi stroški na osebo

---

Neposredni stroški na osebo  
+ Posredni stroški na osebo

---

Celotni stroški na osebo

### PRIMER

Tridnevni izlet Berlin, pri tem imamo sledeče stroške:

- avtobus 1.125 €
- nočitev z zajtrkom 35 €/os.
- dnevnice za vodnika 360 €
- ogled muzeja 11 €/os.
- vožnja z ladjo 8 €/os.
- posredni stroški 14 €/os.

Kalkulatívno število potnikov je 40.

Izračunajmo polno kalkulatívno ceno izleta v Berlin.

#### Neposredni fiksni stroški na osebo:

avtobus =  $1.120 \text{ €} : 40 = 28 \text{ €}$   
dnevnice =  $360 \text{ €} : 40 = 9 \text{ €}$

Skupaj nepos. fiksni str. na osebo 37 €

#### Neposredni variabilni stroški na osebo:

nočitev z zajtrkom  $35 \text{ €} \times 2 = 70 \text{ €}$   
muzej = 11 €  
ladja = 8 €

Skupaj nepos. variabilni str. na osebo so 89 €.

Skupni nepos. stroški na osebo 126 €  
+ posredni stroški na osebo 14 €

polna kalkulatívna cena 140 €

### 3.2. OBLIKOVANJE PRODAJNIH CEN

- ▶ Prodajna cena se oblikuje tako, da celotnim stroškom, ki so nastali z določenim pavšalnim proizvodom, prištejemo želeni dobiček.
- ▶ Pribitek se po določeni stopnji izračunava od zneska celotnih stroškov. Stopnja pribitka krije samo dobiček.

#### PRIMER

Tridnevni izlet Berlin, pri tem imamo sledeče stroške:

- avtobus 1.125 €
- nočitev z zajtrkom 35 €/os.
- dnevnice za vodnika 360 €
- ogled muzeja 11 €/os.
- vožnja z ladjo 8 €/os.
- posredni stroški 14 €/os.

Kalkulativno število potnikov je 40. Pribitek na ceno je 30 %, DDV je 20 %

Izračunajmo polno kalkulativno ceno izleta v Berlin.

#### Neposredni fiksni stroški na osebo:

avtobus =	1.120 € : 40 =	28 €
dnevnice =	360 € : 40 =	9 €

Skupaj nepos. fiksni str. na osebo 37 €

#### Neposredni variabilni stroški na osebo:

nočitev z zajtrkom	35 € × 2 =	70 €
muzej =		11 €
ladja =		8 €

Skupaj nepos. variabilni str. na osebo so 89 €.

Skupni nepos. Stroški/osebo	126,00 €
+ 30% pribitek	37,80 €

Prodajna cena brez davka	163,80 €
+ 22 % DDV	36,07 €

<b>PC Z DDV</b>	<b>199,87 €</b>
-----------------	-----------------

### 3.3. Minimalno število potnikov

Predstavlja obseg prodaje, pri katerem agencija krije vse neposredne stroške, ki nastanejo z izvedbo izleta.

$$\text{Minimalno število potnikov} = \frac{\text{celotni direktni fiksni stroški}}{\text{PC} - \text{direktni variab. str./os}}$$

Če agencija pelje na izlet minimalno število potnikov po kalkulirani prodajni ceni, z izvedbo posla krije samo neposredne stroške, ki so nastali neposredno zaradi izvedbe potovanja.

Posredni stroški ostanejo nepokriti.

#### 3.3.1. Primer izračuna minimalnega števila potnikov

Stroški prevoza so 850 €, stroški dnevnic za vodnika 335 €  
Direktni variabilni stroški na osebo so 200 €, prodajna cena je 270 €

Izleta se mora udeležiti najmanj \_\_\_\_\_ potnikov, da bo agencija pri prodajni ceni 270 € pokrila vse neposredne stalne in neposredne spremenljive stroške. Nepokriti bodo ostali posredni stroški.

V tej točki agencija posluje z izgubo, ker so že nastali določeni posredni stroški neodvisno od izvedbe izleta (npr. stroški priprave izleta: zbiranje informacij, telefon, morebitni potni stroški, tiskanje prospektov, oglaševanje).

### 3.4. Točka preloma

To je točka, v kateri podjetje s prihodki ravno krije vse stroške, ki so nastali zaradi organizacije izleta. Tako ustvari (normalni) planirani dobiček, s katerim krije tudi stroške poslovanja.

$$\text{Točka preloma} = \frac{\text{celotni direktni fiksni stroški}}{\text{PC} - \text{direktni variab. str./os} - \text{pribitek /osebo}}$$

Točko preloma izrazimo v enoti število oseb oziroma kupcev pavšalnega proizvoda.

#### 3.4.1. Primer izračuna točke preloma

Stroški prevoza so 850 €, stroški dnevnic za vodnika 335 €. Direktni variabilni stroški na osebo so 200 €, prodajna cena je 270 €, pribitek na osebo pa je 45 €.

Točka preloma je dosežena, če se izleta udeleži \_\_ oseb. Če bo podjetje prodalo več izletov, bo poslovalo z dodatnim dobičkom.

### 3.5. STATISTIČNA OBDELAVA PODATKOV

Beseda statistika pomeni:

- ▶ **sistematično zbrane številske in druge podatke o najrazličnejših pojavih** (demografska statistika, statistika kmetijstva, statistika cen, statistika izvoza,...);
- ▶ **dejavnost**, ki se ukvarja z opazovanjem pojavov, zbiranjem podatkov o pojavih, obdelavo, analizo ter objavljanim podatkov;
- ▶ **vedo**, ki proučuje množične pojave.

Osnovni pojmi v statistični analizi so: populacija, enota, spremenljivka in parameter.

#### 3.5.1. POPULACIJA

Populacija je skupnost enot in jo proučujemo z različnimi statističnimi metodami.

Primeri populacije: število prebivalcev, število učencev, število gostov, število nočitev, delavci, število nesreč,...

Populacijo opredelimo:  
krajevno,  
časovno,  
vsebinsko.

### 3.5.2. ENOTA

Enota je posamezen del populacije.

npr. prebivalec, učenec, turist, nesreča,...

Pomembno je, da ugotovimo značilnosti enot. Katere značilnosti bomo proučevali, je odvisno od namena proučevanja.

### 3.5.3. SPREMENLJIVKA

Spremenljivka proučuje lastnosti enot. Npr. – pri turistu je lahko spremenljivka starost, spol, delovna doba, stan, zaslužek,...

Spremenljivka ima pri vsaki opazovani enoti neko vrednost, ki je lahko izražena:

- ▶ s številom – npr. starost v letih, delovna doba, prodaja stolov,...
- ▶ z opisom – npr. spol delavca, učni uspeh, stopnja izobrazbe,...

Glede na način izražanja vrednosti so spremenljivke:

- ▶ **številске** (prodaja v €, starost med 0 in 100 let, število gostov, število nočitev,...);
- ▶ **opisne** (spol, poklic, vrsta blaga,...).

### 3.5.4. PARAMETER

Parameter je mera, s katero izražamo lastnost populacije. Parametre dobimo:

- s preštevanjem enot;
- s seštevanjem vrednosti spremenljivk;
- z razvrščanjem enot v skupine;
- z izračunavanjem ustreznih kazalcev.

S preštevanjem enot, s seštevanjem vrednosti spremenljivk in z razvrščanjem enot dobimo **enostavne parametre**, z izračunavanjem ustreznih kazalcev pa dobimo **izvedene parametre**.

## VAJE ZA IZRAČUN STROŠKOV

### POLNA KALKULATIVNA CENA

Rešen primer:

Tridnevni izlet Berlin, pri tem imamo sledeče stroške:

- avtobus 1.120 €
- nočitev z zajtrkom 35 €/os
- dnevnice za vodnika 360 €
- ogled muzeja 11 €/os
- vožnja z ladjo 8 €/os
- posredni stroški 14 €/os

Kalkulativno število potnikov je 40.

Izračunajmo polno kalkulatивно ceno izleta v Berlin.

#### Neposredni fiksni stroški na osebo:

avtobus =  $1.120 \text{ €} : 40 = 28 \text{ €}$   
dnevnice =  $360 \text{ €} : 40 = 9 \text{ €}$

Skupaj nepos. fiksni str. na osebo 37 €

#### Neposredni variabilni stroški na osebo:

nočitev z zajtrkom  $35 \text{ €} \times 2 = 70 \text{ €}$   
muzej = 11 €  
ladja = 8 €

Skupaj nepos. variabilni str. na osebo  
so 89 €.

Skupni nepos. stroški na osebo 126 €  
+ posredni stroški na osebo 14 €  
polna kalkulatívna cena 140 €

## VAJA 1

Izračunaj polno kalkulatívno ceno za štiridnevno potovanje v Italijo, pri tem pa se pojavijo naslednji stroški:

- avtobus 1.450 €
  - nočitev z zajtrkom 29 €/os
  - dnevnice za vodnika 400 €
  - ogled muzeja 15 €/os
  - vstopnina na grad 8 €
  - večerja na gradu 20 €
  - vožnja z ladjo 8 €/os
  - posredni stroški 16 €/os
- a) Kalkulatívno število potnikov je 70 % zasedenost avtobusa s 50 sedeži. Izračunajmo polno kalkulatívno ceno potovanja v Italijo.
- b) Koliko bi znašala kalkulatívna cena, če pri izračunu upoštevajo 60 % zasedenost avtobusa s 50 sedeži.

## VAJA 2

Izračunaj polno kalkulatívno ceno za dvodnevni izlet po Sloveniji, pri tem pa se pojavijo naslednji stroški:

- avtobus 450 €
- nočitev z zajtrkom 25 €/os
- dnevnice za vodnika 160 €
- ogled muzeja 12 €/os
- vodena delavnica 4 €
- večerja na turistični kmetiji 12 €
- posredni stroški 10 €/os

Kalkulatívno število potnikov je 40. Izračunajmo polno kalkulatívno ceno za dvodnevni izlet po Sloveniji.

## OBLIKOVANJE PRODAJNE CENE

Rešen primer:

Tridnevni izlet Berlin, pri tem imamo sledeče stroške:

- avtobus 1.120 €
- nočitev z zajtrkom 35 €/os
- dnevnice za vodnika 360 €
- ogled muzeja 11 €/os
- vožnja z ladjo 8 €/os

Kalkulativno število potnikov je 40. Predvidena razlika v ceni je 25 %, DDV pa 22 %.

Izračunajmo polno kalkulativno ceno izleta v Berlin.

### Neposredni fiksni stroški na osebo:

avtobus =	1.120 € : 40 =	28 €
dnevnice =	360 € : 40 =	9 €

Skupaj nepos. fiksni str. na osebo 37 €

### Neposredni variabilni stroški na osebo:

nočitev z zajtrkom	35 € × 2 =	70 €
muzej =		11 €
ladja =		8 €

Skupaj nepos. variabilni str. na osebo so 89 €.

Skupni nepos. stroški na osebo	126 €
+ 30% pribitek	37,80 €
Prodajna cena brez davka	163,80 €
+ 22 % DDV	36,07 €
<b>PC Z DDV</b>	<b>199,87 €</b>

## VAJA 1

Izračunaj prodajno ceno z DDV za štiridnevno potovanje v Italijo, pri tem pa se pojavijo naslednji stroški:

- avtobus 1.450 €
- nočitev z zajtrkom 29 €/os
- dnevnice za vodnika 400 €
- ogled muzeja 15 €/os
- vstopnina na grad 8 €
- večerja na gradu 20 €
- vožnja z ladjo 8 €/os

Kalkulativno število potnikov je 40. Pribitek na ceno je 30 %. DDV je 22 %.

Izračunajmo prodajno ceno z DDV za potovanje v Italijo.

Za dane podatke izračunaj še minimalno število potnikov in točko preloma.

## VAJA 2

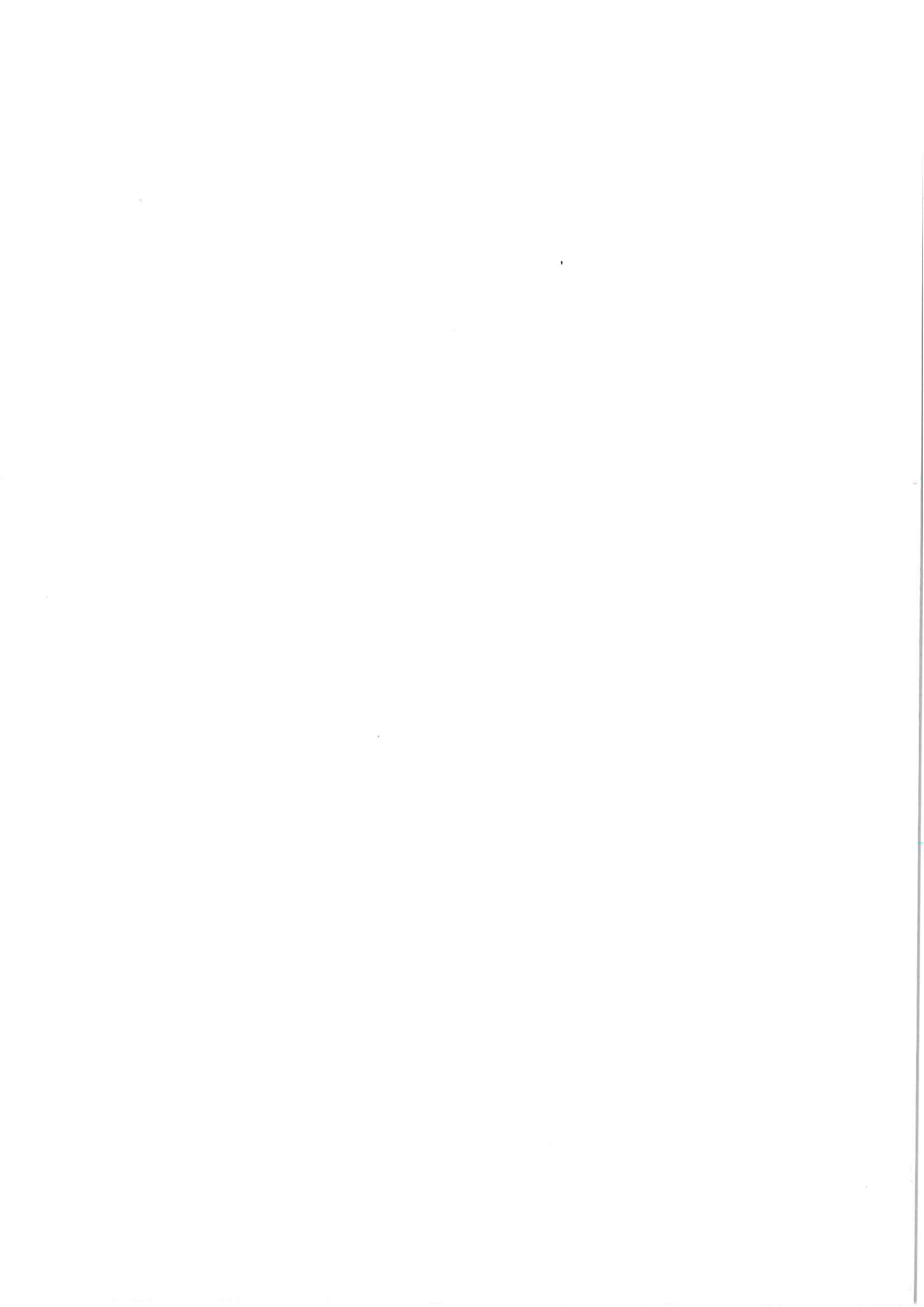
Izračunaj prodajno ceno z DDV za dvodnevni izlet po Sloveniji, pri tem pa se pojavijo naslednji stroški:

- avtobus 450 €
- nočitev z zajtrkom 25 €/os
- dnevnice za vodnika 160 €
- ogled muzeja 12 €/os
- vodena delavnica 4 €
- večerja na turistični kmetiji 12 €

Kalkulativno število potnikov je 35. Pribitek na ceno je 20 %. DDV je 22 %.

Izračunajmo prodajno ceno z DDV za dvodnevni izlet po Sloveniji.

Za dane podatke izračunaj še minimalno število potnikov in točko preloma.



# 1 UVOD V STATISTIKO

## 1.1 POMEN BESEDE STATISTIKA

Beseda statistika pomeni:

- **sistematično zbrane številske in druge podatke o najrazličnejših pojavih** (demografska statistika, statistika kmetijstva, statistika cen, statistika izvoza,...);
- **dejavnost**, ki se ukvarja z opazovanjem pojavov, zbiranjem podatkov o pojavih, obdelavo, analizo ter objavljanjem podatkov;
- **vedo**, ki proučuje množične pojave in povezave med njimi.

## 1.2 STATISTIČNE PUBLIKACIJE

Statistični urad Republike Slovenije za statistiko (SURS) izdaja statistične publikacije. Najpomembnejše so:

- **Statistični letopis Slovenije:** je najbolj obsežna statistična publikacija, napisana v slovenskem in angleškem jeziku. Obsega podatke za vsa pomembnejša področja dogajanja (prebivalstvo, zaposlenost, izvoz, ...);
- **Mesečni statistični pregled:** napisan je v slovenskem in angleškem jeziku, vsebuje pa podatke mesečnih in četrletnih raziskav;
- **Slovenija v številkah:** vsebuje vse bistvene podatke o naši državi;
- **Rezultati raziskovanj:** v zvezkih so prikazani rezultati posameznega statističnega raziskovanja

## 1.3 TEMELJNI POJMI

Namen statističnega proučevanja je spoznati njihove lastnosti in značilnosti. Osnovni pojmi v statistični analizi so: populacija, enota, spremenljivka in parameter.

### 1.3.1 POPULACIJA

Populacija je skupnost enot in jo proučujemo z različnimi statističnimi metodami.

Primeri populacije: število prebivalcev, število učencev, delavci, število nesreč,...

Populacijo opredelimo:

- krajevno;
- časovno;
- vsebinsko.

### 1.3.2 ENOTA

Enota je posamezen del populacije, npr. prebivalec, učenec, nesreča,... Pomembno je, da ugotovimo značilnosti enot. Katere značilnosti bomo proučevali, je odvisno od namena proučevanja.

Enote razvrstimo glede na časovno opredelitev v tri skupine:

- **realne enote** – enote, ki dejansko obstajajo in jih opazujemo v danem trenutku (dijak, učitelj, delavec,...);
- **dogodki** – zgodijo se v danem trenutku in jih opazujemo v časovnem razmiku (rojstvo, prometna nesreča, poroka,...);
- **dogajanja** – opazujemo jih v danem trenutku ali časovnem razmaku (gradnja cest, proizvodnja žita, prodaja krompirja. Izvoz blaga,...).

### 1.3.3 SPREMENLJIVKA

Spremenljivka proučuje lastnosti enot. Npr. – pri delavcu je lahko spremenljivka: starost, spol, kvalifikacija, delovna doba, stan, zaslužek,...

Spremenljivka ima pri vsaki opazovani enoti neko vrednost, ki je lahko izražena:

- s številom – npr. starost v letih, delovna doba, prodaja stolov,...
- z opisom – npr. spol delavca (M, Ž), učni uspeh, stopnja izobrazbe,...

Glede na način izražanja vrednosti so spremenljivke:

- 1) **številске** – le-te so lahko:
  - a) zvezne – na določenem intervalu imajo poljubno vrednost (prodaja obutve v milijonih tolarjev, starost med 0 in 100 let,...);
  - b) diskretne – imajo določene vrednosti, ki je celo številu (število ranjenih, število članov v gospodinjstvu,...).
- 2) **opisne** – (spol, poklic, vrsta blaga,...).

### 1.3.4 PARAMETER

Parameter je mera, s katero izražamo lastnost populacije. Parametre dobimo:

- s preštevanjem enot;
- s seštevanjem vrednosti spremenljivk;
- z razvrščanjem enot v skupine glede na vrednost spremenljivk;
- z izračunavanjem ustreznih kazalcev.

S preštevanjem enot, s seštevanjem vrednosti spremenljivk in z razvrščanjem enot dobimo **enostavne parametre**, z izračunavanjem ustreznih kazalcev pa dobimo **izvedene parametre**.

Pri naslednjih nalogah preverite, če ste usvojili novo snov.

1 **Število gostov v Sloveniji na dan 30.6.2011 po spolu, starosti, državi od koder prihajajo, po obisku turističnih krajev**

Za dano nalogo opredelite:

- a) populacijo in jo tudi opredelite krajevno, časovno in vsebinsko;
- b) enoto opazovanja, določite tudi vrsto enote;
- c) spremenljivke opazovanja, ki jih razvrstite v opisne in številske, te pa v zvezne in diskretne;
- d) nekaj statističnih parametrov, ki bi jih ugotovili z opazovanjem in jih razvrstite v enostavne in izvedene;

## 2 **RELATIVNA ŠTEVILA**

### 2.1 VRSTE RELATIVNIH ŠTEVIL

Glede na podatke, iz katerih jih računamo, ločimo:

- **strukture**
- **statistične koeficiente**
- **indekse**

### 2.2 STRUKTURE

**Pri strukturah primerjamo podatek, ki predstavlja del pojava, s podatkom, ki predstavlja celoten pojav.**

V hotelu A s 150 posteljami je bilo zasedenih 95 postelj, v hotelu B, ki ima 120 postelj, pa je bilo zasedenih 80 postelj. V katerem hotelu je bila zasedenost postelj boljša?

Strukture izražamo v obliki:

- strukturnih deležev:  $P_j = \frac{Y_j}{Y}$
- strukturnih odstotkov  $P_j \% = \frac{Y_j}{Y} \times 100$
- strukturnih odtisočkov  $P_j \text{‰} = \frac{Y_j}{Y} \times 1000$

### 2.2.1 VRSTE STRUKTUR

Če opazovani pojav razčlenimo po vrednosti ene spremenljivke, govorimo o **enorazsežnih strukturah**, če pa opazovani pojav razčlenimo po vrednosti dveh spremenljivk, pa govorimo o **dvorazsežnih strukturah**.

a) enorazsežne strukture

vaja – za podatke iz tabele izračunaj strukturne odstotke za vsako posamezno državo

Tabela 1: prenočitve turistov v Sloveniji

Država	Število nočitev v 1000	Struktura v %
Avstrija	677	
Hrvaška	256	
Italija	718	
Nemčija	849	
Nizozemska	150	
Velika Britanija	194	
Druge države	1177	
Skupaj	4021	

b) dvorazsežne strukture

Izračunana je za pojav, razčlenjen po vrednostih dveh spremenljivk. V tem primeru lahko izračunamo tri strukture. Dve strukturi, ki izražata razčlenitev pojava z vidika posamezne spremenljivke in strukturo z vidika obeh spremenljivk hkrati.

vaja za dvorazsežne strukture

Za podatke iz spodnje tabele izračunaj strukturo gostov:

1. po državah iz katerih prihajajo
2. po hotelih
3. po državah in hotelih hkrati! Izračunaj strukturne % in podatke zaokroži na 1 decimalno

hoteli	gostje po državah			skupaj
	Avstrija	Italija	Hrvaška	
Golf hotel	450	210	500	1160
Kompas hotel	240	300	120	660
Vila Bled	110	140	30	280
skupaj	800	650	650	2100

hoteli	gostje po državah			skupaj
	Avstrija	Italija	Hrvaška	
Golf hotel				
Kompas hotel				
Vila Bled				
skupaj				

hoteli	gostje po državah			skupaj
	Avstrija	Italija	Hrvaška	
Golf hotel				
Kompas hotel				
Vila Bled				
skupaj				

hoteli	gostje po državah			skupaj
	Avstrija	Italija	Hrvaška	
Golf hotel				
Kompas hotel				
Vila Bled				
skupaj				

### 2.3. STATISTIČNI KOEFICIENTI

Statistični koeficient je razmerje med dvema raznovrstnima podatkom. Primerjava teh dveh podatkov mora biti vsebinsko smiselna. (družbeni produkt na prebivalca – gospodarska razvitost, število avtomobilov na 1000 prebivalcev, št. zdravnikov na 100.000 prebivalcev, ...) Za primerjavo dveh raznovrstnih podatkov morajo biti izpolnjeni naslednji pogoji:

- Podatka morata biti vsebinsko smiselna
- Da sta podatka enako krajevno opredeljena
- Da se nanašata na isti časovni trenutek

Statistični koeficienti so imenovana števila (navedemo merski enoti).

$$K = \frac{Y}{X}$$

Tabela: število splošnih knjižnic, število zaposlenih v njih, število članov, število enot gradiva, obisk in izposoja

Leto	Število splošnih knjižnic	Število zaposlenih	Število članov v 1000	Knjižno gradivo v 1000 enot	Obisk v 1000	Izposoja v 1000 enot
2005	60	844	461	6797	7115	16713
2006	60	860	492	6938	7423	19351
2007	60	868	486	7088	7830	21884
2008	60	879	492	7356	8249	18598

Izračunajte naslednje koeficiente po letih za:

- število zaposlenih na splošno knjižnico
- število članov na zaposlenega
- knjižno gradivo na splošno knjižnico
- obisk na zaposlenega
- izposajo na člana

### 2.3 INDEKSI

Indeks je razmerje med dvema istovrstnima podatkom. Izračunamo ga tako, ta primerjana podatka med seboj delimo in dobljeno razmerje pomnožimo s 100.

$$I_{j/o} = \frac{Y_j}{Y_o} * 100$$

Indeks razlagamo tako, da od indeksa odštejemo 100 in dobimo razliko, ki jo izrazimo v %.

### 2.3.1 KRAJEVNI INDEKSI

To je indeks, ki ga računamo iz dveh istovrstnih podatkov, ki se nanašata na dve geografski področji.

Število gostov na 1.000 prebivalcev v Sloveniji in sosednjih državah

Država	Število gostov na 1000 prebivalcev	Indeksi (Slovenija = 100)	Stopnja rasti
Avstrija	506		
Hrvaška	757		
Italija	563		
Madžarska	236		
Slovenija	426		

### 2.3.2 ČASOVNI INDEKSI

Primerjamo dva istovrstna podatka, ki se nanašata na različna časovna trenutka.

Iz časovnih vrst lahko izračunamo:

- **Indekse s stalno osnovo (bazični indeksi)** – vsak člen časovne vrste primerjamo s členom, ki smo ga določili za osnovo.
- **Verižne indekse** – vsak člen časovne vrste primerjamo s členom prejšnjega obdobja.

Število nočitev v hotelu Slon

leto	število nočitev	Indeks s stalno osnovo (baza je leto 2000)	Verižni indeksi
2004	6750		
2005	5950		
2006	6510		
2007	6920		
2008	7830		
2009	7600		

### 3 SREDNJE VREDNOSTI

Pri opisovanju številskih spremenljivk smo videli, da so njihove vrednosti po posameznih enotah različne. Pri sestavljanju frekvenčne porazdelitve smo videli, da se nekatere vrednosti spremenljivke pojavljajo pogosteje in se le malo vrednosti zelo razlikuje od večine vrednosti. Iz številnih podatkov izračunamo srednje vrednosti, ki predstavljajo vrednosti vseh opazovanih enot.

V statistični analizi ločimo več srednjih vrednosti:

- **aritmetična sredina**
- **mediana**
- **modus**

#### 3.1 ARITMETIČNA SREDINA

Aritmetična sredina je najbolj znana in uporabljena srednja vrednost. To vrednost dobimo tako, da vsoto posameznih vrednosti številske spremenljivke  $y$  delimo s številom vseh enot  $N$ .

##### 3.1.1 IZRAČUN ARITMETIČNE SREDINE IZ POSAMEZNIH VREDNOSTI

$$M = \frac{\sum y_i}{N}$$

Izračunajmo aritmetično sredino za dnevno temperaturo v stopinjah za 15 dni.

Posamezne temperature: 19 27 15 18 23 29 23 31 29 27 28 27 19 25 27

#### 3.2 MEDIANA

Mediana ali središčna vrednost je srednja vrednost, ki je enaka vrednosti, od katere ima polovica enot proučevane populacije manjše vrednosti, polovica enot pa večje vrednosti.

##### 3.2.1 IZRAČUN MEDIANE IZ POSAMEZNIH VREDNOSTI

Opazovane vrednosti razporedimo po velikosti od najmanjše do največje vrednosti. V tako urejeni vrsti (**ranžirna vrsta**) dobi vsaka enota glede na svojo vrednost zaporedno mesto oziroma **rang**, ki ga označimo z **R**.

V ranžirni vrsti je mediana tista vrednost, ki je na sredini vseh vrednosti in katere rang izračunamo kot:

$$R = \frac{N+1}{2}$$

- Če je v ranžirni vrsti liho število enot, je mediana tista vrednost, ki ustreza izračunanemu rangi

$$M_c = R$$

Izračunajmo aritmetično sredino za dnevno temperaturo v stopinjah za 15 dni.

Posamezne temperature: 19 27 15 18 23 29 23 31 29 27 28 27 19 25 27

- Če je v ranžirni vrsti sodo število enot, izračunan rang ni celo število. V tem primeru izračunamo mediano kot povprečje iz vrednosti, ki ustrežata sosednjima rangoma na sredini vrste.

Izračunajmo aritmetično sredino za dnevno temperaturo v stopinjah za 8 dni.

Posamezne temperature: 19 27 15 18 23 29 23 31

### 3.3 MODUS

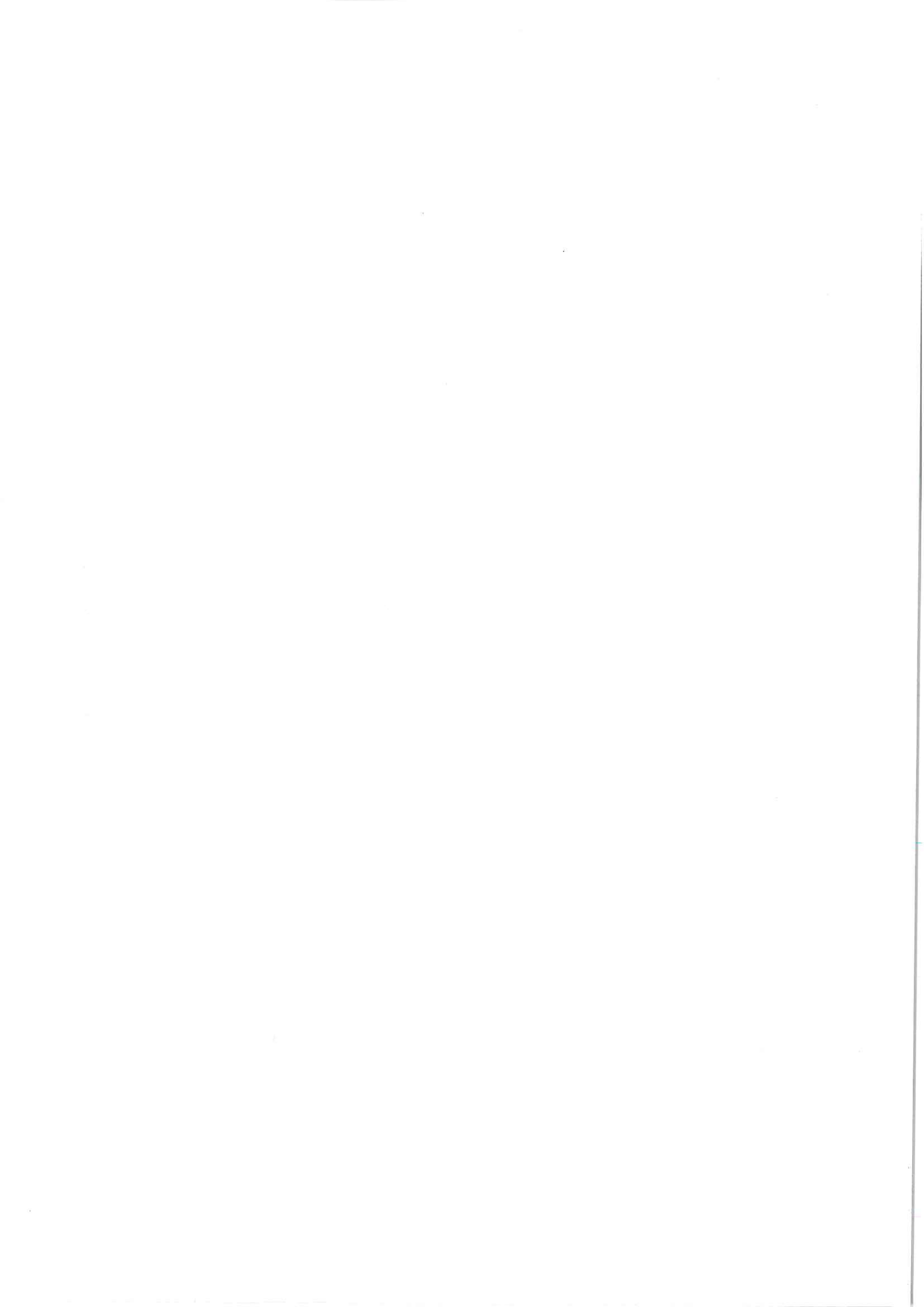
Modus (gostiščnica) je srednja vrednost, ki kaže na gostitev pojava. Pokaže nam tisto vrednost, ki se med opazovanimi enotami najpogosteje pojavlja.

#### 3.3.1 IZRAČUN MODUSA IZ POSAMEZNIH VREDNOSTI

Iz posameznih vrednosti modus določimo tako, da ugotovimo, katera vrednost se največkrat ponovi.

Izračunajmo aritmetično sredino za dnevno temperaturo v stopinjah za 15 dni.

Posamezne temperature: 19 27 15 18 23 29 23 31 29 27 28 27 19 25 27



**NAVODILA ZA PREVERJANJE ZNANJA  
PRI MODULU ODBELAVA TURISTIČNIH INFORMACIJ M 11**

Kandidat napiše seminarsko nalogo:

- predstavi tridnevno turistično potovanje (vključuje dve nočitvi)
- navede pot, predstavi značilnost na poti
- navede elemente turistične ponudbe
- sestavi kalkulacijo cene
- pri kalkulaciji upoštevamo vožnjo s turističnim avtobusom, ki ima 50 sedežev
- kalkulirano število potnikov naj bo 40
- izračunajte minimalno število potnikov
- predstavite točko preloma

Naloga naj vsebuje:

- naslovno stran
- kazalo
- uvod
- vsebino
- zaključek
- navedbo virov

Kandidat naj nalogo odda v tajništvu najkasneje dva dni pred izpitnim rokom.

Na izpitu kandidat dobi vprašanja in zagovarja nalogo.

Na zagovoru bo eno od vprašanj tudi iz teme statistika.

Zapisala: Lidija Perše

