

Pszichológiai tényezők

- Motivációk:
 - kitörés a mindennapi, megszokott életből,
 - lazítás, játszás,
 - családi kötelek erősítése,
 - presztízs,
 - szociális interakció,
 - tanulás, ön-realizálás,
 - bevasárlás.

Társadalmi tényezők

- szabadidő/munkaidő arány
- Két alaptézis:
 - szabad választás tézise: az egyének a munka és pihenés között választanak. Ennek megfelelően fordított kapcsolat áll fenn a munkaidő és pihenési idő között
 - a társadalmi meghatározottság tézise: a munka jellege meghatározza a szabadidőtöltés formáját. Eltérően az előzőtől feltételezi, a munka és üdülés kiegészítőek és nem ellentétesek. A munkás esetében a szabadság is iparosodik, nem résztvevő, hanem megfigyelő.

Kulturális tényező

- **városokban koncentrálódó** múzeumok, épületek, kiállítások stb.
- **közös identitások** (vallási, nyelvi, kolonizációs).
- Pl. Santiago de Compostella évi 10 millió látogató, Róma után Európa második vallási központja

Természeti tényezők

- **Klíma:**

- mediterrán,
- Karib-tenger,
- Florida,
- a skandináv turisták 1/3-a télen a Kanári szigeteken nyaral, csomag-szabadság formájában,
- az ausztrálok Queensland partjait, az új-zálandiak a csendes-óceáni szigeteket látogatják, általánosan az Egyenlítő itányában.

Természeti tényezők

- **domborzat:**

- tengerpart,
- hegyek: a hollandok 40%-a látogatja az alpesi országokat: Franciaország, Svájc, Ausztria,
- karsztos vidékek,
- különleges morfológiai formák,
- magasság (lásd Birkenhauer, 1980).

- **vegetációs formák:** erdő, szavanna.

Természeti tényezők

- **Vizek:** tavak, vízesések
- **távolság:**
 - Kanada turistáinak 80%-a USA-ból,
 - USA turistáinak 62%-a Kanada és Mexikóból,
 - Magyaro. 62% volt SzU, Csehoz., Jug., Ausztria, Románia.
 - Relatív távolság számít, azaz idő és utazási költség
 - a turisztikai forgalom csökken a kibocsátó régiótól számított távolság növekedésével

Gazdasági tényezők

- Turisztikai kereslet
- Turisztikai kínálat
- Közlekedési hálózat
- Relatív árak
- Turisztikai kiadások
- Utazási költségek
- Munka jellege

Turisztikai kereslet

- A kereslet egy termék összmenyisége, amely a piacon bizonyos időpontban és áron megvásárolható.
- Külön meghatározható a terméktípus, gazdasági ágazat, cég szinten.
- Méretét, dinamikáját az árak határozzák meg (a termék egységára).
- A kereslet törvénye: ha a javak, erőforrások, szolgáltatások ára csökken, ennek megfelelően növekszik a kereslet és fordítva.

Turisztikai kereslet

- Tényezők: turisztikai javak ára, más javak ára, jövedelem, a piac evolúciójával kapcsolatos elvárások, ízlés, preferencia (pszichológiai profil – motiváció – státusz), demográfiai tényezők
- $D = f(P_1 \dots P_n, Y, E, T, De)$

Turisztikai kínálat

- Azon termékek, szolgáltatások maximális mennyisége, amelyet egy vállalkozó hajlandó felkínálni eladásra, egy időpontban, adott áron.
- Kínálat törvénye: termékmennyiség és ár közötti kapcsolat.
- Tényezők: erőforrások ára, más termékek ára, technológia, konkurrensok száma, elvárások a piaccal, termelési költségek, adók és szubvenciók, természeti tényezők, politikai tényezők.

Közlekedési hálózat

- Fejlettsége: sűrűsége, modernizáltsági foka.
- különösen az úthálózat fontos: 77%-a a turizmusnak utakon zajlik, 12% repülővel, a maradék hajó és vonat együttesen.

Relatív árak

- fogyasztói árak és jövedelem közötti kapcsolat
- pl. a skandináv államok fogyasztói árai rendkívül magasak, Európa déli és keleti részein lényegesen alacsonyabbak.

Turisztikai kiadások

- $K_t = f(Y - K_{nt}, M)$,
- ahol Y - rendelkezésre álló jövedelem, K_{nt} nem turisztikai jellegű kiadások, M - megtakarítások.

Utazási költségek

- út, szállás, egyéb tevékenységek.
- Pl. a költségek 40%-a repülőjegy, melynek alapkomponense az üzemanyag.
- Csökkenő tendenciát mutatnak:
 - személygépkocsik számának növekedése,
 - légi szállítások árának csökkenése (fapados helyek),
 - konkurencia növekedése.

Munka jellege

- Munkaintenzív,
- alacsonyabb béreket biztosít,
- szezonális,
- part-time,
- női jellegű.