

Prof. Ing. MARIAN GÚČIK, CSc.

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Matej Bel, Universität Banská Bystrica, Slowakei
Ekonomski fakultet, Sveučilište Matej Bel, Banská Bystrica, Slovačka

DIE INFORMATIONSQUELLEN ÜBER DIE NACHFRAGE DER TOURISMUSTEILNEHMER

UDK 338.484(437.6)
Empfangen: 5.10.1997
vorläufige Mitteilung

Für den Tourismus ist ein ganzheitliches System von Informationen über das Angebot und die Nachfrage notwendig. In der Slowakei existiert solch ein System nicht. Unter den Bedingungen des Marktes ist es unerlässlich auf allen Ebenen der Leitung solch ein Informationssystem des Tourismus zu errichten, und das vor allem aus dem Grund des Treffens von Entscheidungen. In diesem Beitrag stellten wir uns das Ziel die Probleme bei der Gestaltung dieses Informationssystems über die Nachfrage der Tourismusteilnehmer zu untersuchen und eine Databasis für die Einsammlung der Angaben über die Nachfrage der Tourismusteilnehmer in der Slowakischen Republik vorzuschlagen.

Schlüsselwörter: der Tourismusteilnehmer, Nachfrage der
Tourismusteilnehmer, die Statistik, die primäre Forschung, die Information

1. PROBLEMLAGE

Den Tourismus verstehen wir als eine Gesamtheit von Aktivitäten, die auf die Befriedigung der mit dem Reisen und Aufenthalt verbundenen Bedürfnissen gerichtet sind. Die Reise und der Aufenthalt kommen außerhalb des ständigen Wohnortes und gewöhnlich in der Freizeit zustande. Das Ziel dieser Reisen und Aufenthalte ist meist die Erholung, das Kennenlernen neuer Menschen und Orte, der gesellschaftliche Kontakt, kulturelle und sportliche Erlebnisse, Kuren und Dienstreisen. Es handelt sich um eine Form des Verbrauchs, d.h. die Befriedigung spezifischer Bedürfnisse, die mit dem Reisen oder Aufenthalt in einem anderen als alltäglichen Milieu verbunden sind und in der Freizeit zustande kommen. Dadurch unterscheidet sich der Tourismus von anderen Migrationsformen der Menschen.

Aus volkswirtschaftlicher Sicht ist ein equivalent der Befriedigung von Bedürfnissen im Tourismus das heterogene Dientsleistungssystem. An der Produktion der Tourismusleistungen sind einerseits die direkten Produzenten und Vermittler interessiert und andererseits weitere, aus dem Tourismus profitierende Subjekte. Diese Tatsachen bestätigen die Multiziplitt und den Querschnittscharakter des Tourismus.

Der Tourismus ist ein sozial-wirtschaftliches System, dessen Struktur zwei Subsysteme bilden und zwar das Subjekt und das Objekt des Tourismus. Das Objekt des Tourismus ist Träger des Tourismusangebotes und das Subjekt des Tourismus ist Träger der Tourismusnachfrage.

Das Bedürfnis nach einem abgeschlossenen Informationssystem über das Angebot und die Nachfrage im Tourismus wird nicht nur in der Theorie immer dringender, sondern auch in der Praxis. Ein solches abgeschlossene Informationssystem über den Tourismus existiert in der Slowakei nicht. Von der Sicht des Treffens von Entscheidungen unter Marktbedingungen ist es darum unerlässlich eine ausreichende Databasis - ein Informationssystem im Tourismus zu errichten und das auf einem solchen Niveau, wie es in den entwickelten Tourismusländern existiert.

Die Bedeutung der Informationen wächst ständig und das auch unter dem Einfluß der Rechensysteme und Informationstechnologien, die das Gewinnen von einer großen Menge von Informationen ermöglichen. Ein Problem bleibt dabei die zweckmaige Nutzung dieser Informationen. In der Gegenwart fehlen im Tourismus vor allem Informationen des verwaltungsmaßigen Charakters, resp. viele Informationen sind zerstreut und ihre Beschaffung erfordert viel Energie (Zeit und Kosten). Wichtige Informationen laufen oft so spät ein, daß man sie nicht mehr gebrauchen kann, bzw. rechtzeitig sind nicht genau.

Vor allem die Betriebsphäre ist nicht geneigt jegliche Informationen zu bieten. Diese Tatsache ist eine Folge der Angst vor dem Mißbrauch dieser Informationen seitens der Konkurrenz. Auf dem Niveau der staatlichen Verwaltung und der Selbstverwaltung können keine Informationen geboten werden, da dank dem Querschnittscharakter des Tourismus, dieser im Bereich der betreffenden Organe nur eine Randangelegenheit darstellt.

Die staatliche Verwaltung und die Betriebe sollten ihre Informationsbedürfnisse untersuchen und solche Informationssysteme bilden, die ihre Bedürfnisse befriedigen. So sollte das auch in den Zielorten des Tourismus auf der Ebene der Gemeinde, Regionen und des Staates sein, da diese Einheiten eigentlich auf dem Markt als Betriebe auftreten. Die existierende Statistik des Tourismus befriedigt in der Gegenwart nicht die Bedürfnisse ihrer Benutzer. Aus diesem Grunde - um die Bedürfnisse der Benutzer auf verschiedenen Ebenen (Betriebe, Organe der staatlichen Verwaltung und Selbstverwaltung, Tourismusteilnehmer) zu befriedigen, ist es unerlässlich ein Informationssystem des Tourismus zu gestalten.

Das Ziel meines Beitrages ist es, auf die Probleme bei der Gestaltung des Informationssystems über die Nachfrage der Tourismusteilnehmer als eines Teiles des Tourismusinformationssystems hinzuweisen. In diesem Zusammenhang definieren wir zuerst die Tourismusnachfrage und seinen Träger - den Tourismusteilnehmer und dann untersuchen wir die Informationsquellen bei den Tourismusteilnehmer und seine Nachfrage unter den Bedingungen der Slowakischen Republik.

2. DIE NACHFRAGE DER TOURISMUSTEILNEHMER

Die Tourismusnachfrage ist das Resultat der Wirkung verschiedener Faktoren, z.B. wirtschaftlicher, sozialer, ökologischer, legislativer, politischer und auch technischer, die auf dem gesellschaftlichen Makroniveau wirken. Zu den Faktoren die die Neigung des Einzelnen zum Reisen beeinflussen kommen noch psychologische und sozio-wirtschaftliche Faktoren [8]. Diese Faktoren widerspiegeln sich dann auch auf dem individuellen Mikroniveau.

Die Tourismusnachfrage äußert sich auf einer Seite als Funktion der Faktoren, die die Neigung des Einzelnen zum Reisen (propensity) unterstützt aber auf anderer Seite diese Neigung beschränkt (resistance). Die Neigung zum Reisen ist abhängig von einem s.g. psychographischen Profil der Einzelperson (seiner Voraussetzungen, Einstellungen, Ansichten, Motiven, Eigenschaften) und von einigen demographischen Charakteristiken, vor allem von dem sozio-ökonomischen Status. Auf anderer Seite werden begrenzende (resistance) Faktoren angeführt, die die Funktion einiger Variablen ist, z.B. ökonomische und kulturelle Entfernung, Preise, Qualität und Saisonbedingtheit der Dienstleistungen, usw. [9]. Die Tourismusnachfrage stellt dann die Bereitwilligkeit des Tourismusteilnehmers dar, eine bestimmte Geldmenge für den Tourismus einzutauschen, d.h. diese Güter des Tourismus für Geld zu gewinnen [6]. In diesem Zusammenhang ist es notwendig den Nachfrageträger - den Tourismusteilnehmer sowie auch die möglichen Informationsquellen zu definieren. Diese Informationen sollen die Charakteristik der Tourismusnachfrage des Tourismusteilnehmers definieren.

Als Tourismusteilnehmer (Subjekt) wird ein jeder bezeichnet, der seine Bedürfnisse während der Reise und des Aufenthaltes im Zielort durch den Verbrauch der Tourismusgüter befriedigt. Dies ist eine Definition des Tourismussubjektes aus der Sicht des Wirtschaftswissenschaftlers. In der Theorie und Praxis wird der Tourismusteilnehmer aus unterschiedlicher [1,3,7], nicht nur aus wirtschaftlicher Sicht definiert. Für den Gegenstand unserer Untersuchungen ist das Definieren des Tourismusteilnehmers von statistischer Sicht wichtig sowie auch die Unterscheidung der Begriffe, ansässiger Einwohner (resident), Tourist (tourist), Besucher (visitor) und Ausflügler (exkursionist) im inländischen Tourismus (national tourism) und ausländischen Tourismus (international tourism). Ausgangspunkt für unsere Ausführungen bildet die internationale Konferenz zur Statistik des Tourismus [10], die im Jahre 1991 in Ottawa stattfand.

3. DIE INFORMATIONSQUELLEN ÜBER DIE TOURISMUSTEILNEHMER

Informationsquellen über den Tourismusteilnehmer können primär und sekundär sein (Statistik).

3.1. Statistik der Tourismusteilnehmer

Sekundäre Informationen vermittelt die Statistik, die auf der Basis der Beobachtung und des Zusammenzählens der Tourismusteilnehmer beruht. Es handelt sich um das Feststellen der Tourismusteilnehmerzahl in einem bestimmten Ort und zu einer bestimmten Zeit. Die wesentliche statistische Einheit ist der Tourismusteilnehmer und die Methode beruht auf quantitativen Angaben. Die Statistik der Tourismusteilnehmer kann nur ihre formalen Kenzeichen festhalten wie die Zahl, Staatsangehörigkeit, ständigen Wohnort, Aufenthaltslänge im besuchten Staat oder Ort, bzw. das benutzte Verkehrsmittel. Die Statistik ermöglicht nicht das Festhalten der Individualität oder qualitativen Merkmale des Tourismusteilnehmers. Diese Statistik beruht auf der Hypothese des durchschnittlichen Tourismusteilnehmers, weil sie nicht seine Eigenschaften, Ansichten und Meinungen ausdrücken kann. Die traditionelle Statistik wird in der Praxis auf der Basis zweier Untersuchungsmethoden angewandt und das als grenzüberschreitende Statistik (bei dem Übergang der Grenzen) und als Aufenthaltsstatistik (Statistik der Unterkunftseinrichtungen) [6,3].

Die Statistik der Tourismusteilnehmer bei dem Grenzübergang beruht auf der direkten und relativ genauen Feststellung der wesentlichen Charakteristik der Tourismusteilnehmer. Für solche Ermittlungen sind zwei entgegengesetzte Tendenzen charakteristisch. Die erste ist motiviert durch die Bemühungen möglichst umfangreichste Informationen über die Tourismusteilnehmer zu gewinnen. Die zweite Tendenz ist durch Bemühungen motiviert die Menge der Formalitäten bei dem Grenzübergang auf ein Minimum zu senken. Damit die Teilnehmerstatistik bei dem Grenzübergang eine praktische Bedeutung für die Tourismusleitung hat, muß sie minimal drei Bedingungen erfüllen [3]:

- sie muß die Unterscheidung der Teilnehmer des Auslandstourismus auf Touristen und Ausflügler ermöglichen: die Touristen in der Gliederung nach Monaten und der Art des benutzten Verkehrsmittels auszuweisen,
- die Touristen nach dem Reisezweck gliedern, minimal in zwei Gruppen (Erholungsaufenthalt, Dienstreise). Diese Gliederung ist darum bedeutend, weil diese Gruppen verschiedenartige Ansprüche an Tourismusleistungen aufweisen,
- die Tourismusteilnehmer auf Grund der Staatsangehörigkeit (nicht der Nationalität) festhalten.

In der Tourismuspraxis benutzt man am häufigsten die Auswahlermittlung. In der letzten Zeit verzeichnen wir unter dem Einfluß der Erhöhung der Teilnehmerzahl und der Integration der einzelnen Länder (z.B. im Rahmen der EU)

Bemühungen zur Beseitigung von Formalitäten, die mit dem Grenzübergang und der Verkürzung der Aufenthaltsdauer der Tourismusteilnehmer an Grenzübergängen verbunden sind. Diese Staaten bemühen sich dann die nötigen Angaben über die Tourismusteilnehmer aus der Aufenthaltsstatistik zu gewinnen, resp. geht es hier um eine Umfrage. In den EU-Ländern wurde im Zusammenhang mit dem gemeinsamen Markt die innere Kontrolle an Grenzübergängen der EU-Länder aufgelöst. Diese Länder wenden die Aufenthaltsstatistik in der Kombination mit weiteren Methoden der primären Forschung an.

Die Statistik der Tourismusteilnehmer bei dem Grenzübergang umfaßt nur die Teilnehmer des Auslandstourismus, die Aufenthaltsstatistik umfaßt alle untergebrachten in- und ausländischen Gäste. Diese Ermittlungsmethode weist mehrere Mängel auf [3]:

- die gewonnenen Angaben bieten kein genaues Bild über die Teilnehmerzahl des in- und ausländischen Tourismus, und teilweise nur der Touristen,
- Touristen besuchen während des Aufenthaltes meist mehrere Orte und sind mehrmals untergebracht,
- nicht alle Touristen sind im Netz der Tourismuseinrichtungen untergebracht, sie wohnen auch bei Verwandten, Bekannten, u.ä.,
- die Statistik umfaßt auch Personen, die nicht Tourismusteilnehmer sind.

Trotz der angeführten Tatsachen ist ein Vorteil der Aufenthaltsstatistik des Tourismus vor der grenzüberschreitenden Statistik, daß sie den Tourismus im Rahmen des Staates zu lokalisieren ermöglicht und die Frequenz nicht nur der ausländischen sondern auch inländischen Touristen festhält. Ein Mangel beruht aber darin, daß eine genaue Ausländerzahl, die in das Land kommen, nicht auf diese Art und Weise feststellbar ist (es fehlen die Ausflügler). Man kann die Aufenthaltslänge der Ausländer nicht ermitteln. Eigentlich ist nur die Aufenthaltslänge der Touristen feststellbar. Die Zahl der Teilnehmer, die bei Verwandten und Bekannten oder in anderen Einrichtungen als in Hotels übernachten, finden wir in der Statistik nur unvollständig. Die meisten Informationen bietet die Statistik der Tourismusteilnehmer in dem Falle, wenn beide Methoden kombiniert werden. Bei statistischen Ermittlungen der Tourismusteilnehmer werden auch Hilfsmethoden gebraucht, z.B. Eintragungen der Paßkontrolle, Anzahl der Museums-, Burg- und Schloßbesucher, Verkehrsstatistiken usw.

Untersuchungen über die Tourismusteilnehmer und ihre Nachfrage sind mittels der repräsentativen Auswahlermittlung möglich. Diese Methode halten wir für eine Alternative oder für eine Ergänzung der statistischen Ermittlung. Eine erschöpfende Ermittlung ist mit Rücksicht auf die ständig steigende Zahl der Tourismusteilnehmer nicht möglich. Statistische Ämter verschiedener europäischer Länder stellen Angaben über den Tourismus periodisch oder von Fall zu Fall im Rahmen des s.g. Mikrozensus fest. Es handelt sich hier um statistisch repräsentative Erhebungen. Wenn solche Auswahlerhebungen methodisch korrekt realisiert werden, erhalten wir relativ genaue Resultate.

3.2 Primäre Untersuchung der Tourismusteilnehmer

Die Statistik des Tourismusteilnehmers ist unvollständig und kann nicht spezifische Fragen beantworten. In Hinsicht auf die Bedeutung der Informationen über die Nachfrage nach dem Tourismus wird immer öfters die primäre Untersuchung (field research) im Tourismus durchgeführt. Die Untersuchung wird meist im Wohnort vorgenommen, resp. in den Haushalten, im Aufenthaltsort, beim Grenzübergang oder während der Reise. Wahl des Ortes, wo die Untersuchung zustande kommt, hängt von dem gestellten Ziel ab. Manchmal ist die Erhebung in Haushalten günstiger, ein andersmal im Aufenthaltsort oder während der Reise. Im Aufenthaltsort wird z.B. das s.g. Touristische Marktforschungssystem Schweiz (TOMAS) organisiert. In Österreich ist dies wieder Gäste-Befragung Österreich (GBÖ).

Die primäre Untersuchung stellt eine unmittelbare Ermittlung im Terrain dar, mit einem konkreten Ziel, bietet umfangreichere Informationen, da sie auf direkter Befragung beruht. Sie ist aber bedeutend aufwendiger.

4. INFORMATIONEN ÜBER DIE TOURISMUSNACHFRAGE

Bei der Nachfrage nach dem Tourismus müssen wir Informationen über die befriedigte Nachfrage und potentielle Nachfrage unterscheiden.

4.1 Befriedigte Nachfrage

Bei der Untersuchung der befriedigten Nachfrage sind wir imstande nur einen Teil der Angaben über den Tourismusteilnehmer auf der Basis sekundärer Quellen festzustellen. Zu den sekundären Quellen gehören - Statistik der Unterkunftseinrichtungen oder in einigen Ländern auch Statistik des Grenzüberschreitens.

Wenn wir aus der Statistik der Unterkunftseinrichtungen in der Slowakischen Republik ausgehen (auf der Basis der Nachweise), können wir genau feststellen: die Zahl der untergebrachten Gäste (davon Ausländer), die Zahl der Übernachtungen von Gästen (davon Ausländer), Erlöse für die Unterkunft in Tausend Sk ausgedrückt (gesamt, davon Ausländer). Die Ausländer werden nach der Staatsangehörigkeit ausgewiesen und zwar in den Kennzahlen - Zahl der Gäste und Zahl der Übernachtungen.

Der Grund zur Anspruchnahme von Unterkunftsleistungen wie z.B. Urlaub, Reise, Dienstreise, Teilnahme am Sporttreffen, Weiterbildung und Kurse, Symposien, Kuraufenthalte (Selbstzahler), Besuch von Verwandten und Bekannten, Teilnahme an religiösen Veranstaltungen u.ä. wird nicht speziell verfolgt, obzwar die gegenwärtige Statistik diese Angaben erfordert. Aus den Eintragungen über die

untergebrachten Gäste können wir noch das Geschlecht und das Alter der Touristen feststellen.

Wenn wir die befriedigte Nachfrage nur auf Grund der angeführten Angaben charakterisieren möchten, wäre das zu vereinfacht und würde uns nur ungenügende Informationen über die Nachfrage der Tourismusteilnehmer bieten.

Aus Erfahrungen z.B. in Deutschland, wissen wir, daß die Unterkunftseinrichtungen bei Eintragungen des Gastes auch weitere unerläßliche Angaben festgestellt werden z.B. das Alter des Touristen, die Zahl und das Alter der unmündigen Kinder, wiederholter Besuch des Zielortes, resp. der erste Besuch, der Zweck des Besuches (Urlaub, Dienstaufenthalt, Teilnahme am Kongreß, Kuraufenthalt der aus eigenen Mitteln finanziert wird, über die Krankenversicherung oder die Rentenversicherung), das benutzte Verkehrsmittel (Eisenbahn, privates Auto, Bus), Angaben darüber, warum sich der Gast zu diesem Aufenthalt des Zielortes entschlossen hat (Empfehlungen der Bekannten, Prospekt, Werbung in Zeitungen, Fernsehen, Rundfunk, dem Reisebüro, Empfehlung des Arztes). Diese Angaben, auch wenn sie nicht mehr Informationen über die Motivation und das Verhalten des Touristen, seine Verbrauchsausgaben bieten sind doch umfangreicher als dies die slowakische Statistik bietet. Alle angeführten Angaben werden bei der Eintragung des Gastes in der Unterkunftseinrichtung gewonnen und für die ganze Betriebseinheit des Tourismus auch nach den einzelnen Bereichen verarbeitet.

Ähnliche Angaben über die Teilnehmer des Auslandtourismus kann man beim verlassen des Landes gewinnen (am Grenzübergang oder am Flughafen), z.B. in der Türkei werden 14 Motive des Besuches untersucht (Urlaub, Kulturziele, Sportveranstaltungen, Dienstreise, Geschäftsreise, Besuch von Verwandten, Teilnahme an Konferenzen, Seminaren, Bildung oder Praktikum, Gesundheitsgründe, religiöse Veranstaltungen, Arbeit, diplomatische Reise, Militärmission, Transit u.ä.). Die Motive des Aufenthaltes im Land sind touristisch und nicht-touristisch, d.h. die Besucher sind nicht nur Tourismusteilnehmer, aber auch Reisende mit anderen Zielen. Die Statistik stellt weiter fest, ob es sich um eine individuelle Reise handelt oder um eine Gruppenreise, um welchen Aufenthaltsort es sich in der Türkei handelt (man kann 10 Orte anführen), das benutzte Verkehrsmittel (Flugzeug, privates Auto, Bus, Caravan, Lastkraftwagen, Jacht, Eisenbahn u.ä.).

Zum Unterschied von statistischen Erhebungen in den Unterkunftseinrichtungen Deutschlands in denen alle Touristen - untergebrachten Gäste im Tourismuszentrum festgehalten werden, handelt es sich in der Türkei um statistische Auswählerhebungen über den ausländischen Besucher auf dem Grenzübergang bei dem Verlassen des Landes. In beiden Fällen handelt es sich um Erhebungen vergleichbarer Angaben über den Tourismusteilnehmer (Tourist, Besucher). Diese Angaben werden anschließend statistisch verarbeitet und ausgewertet.

Trotz umfangreicherer Angaben, geht es um eine bescheidene Databasis über die befriedigte Nachfrage nach dem Tourismus. Wenn wir besser nicht nur die

befriedigte Nachfrage, sondern auch die potentielle Nachfrage nach dem Tourismus kennen möchten müssen wir die Methode der Auswählerhebungen mittels von Fragebogen benutzen, resp. die Erweiterung durch die statistischen Nachweisungen. Es sollte vor allem um folgende Angaben gehen [1]:

- sozio-demographische (Wohnort, resp. Staat, Alter, Geschlecht, Einnahmen im Haushalt, Beruf): die Angaben können wir noch um den Familienstand, Anzahl der Kinder, erreichte Bildung erweitern
- Motivation (Zweck des Reisens, z.B. Unterhaltung/Freizeit, Kultur, aktiver Sport, Besuch der Verwandten und Freunde u.ä.), Beruf (Treffen, Delegieren, Dienstreise), andere Gründe (Studium, Gesundheit, Transit, Verschiedenartiges) [9]
- Verhalten des Tourismusteilnehmers (Einzelperson, Gruppe, Zahl der Übernachtungen, resp. Zahl der Aufenthaltstage, Art der Unterkunft, das benutzte Verkehrsmittel, Aufenthaltsorte, Saison, resp. Zeitraum des Aufenthaltes und Ausgaben).

Wir müssen berücksichtigen, daß zu umfangreiche Fragebogen die Bereitschaft zur Beantwortung senken und sie schrecken den Befragten eher von der Zusammenarbeit ab. Darum ist es wichtig die angeführten Angaben aus einem Minimum der gestellten Fragen zu gewinnen, resp. in einem möglichst kurzen Zeitraum.

Genügende Angaben über die befriedigte Nachfrage der Touristen, d.h. der untergebrachten Gäste im Zielort oder Staat kann man nur auf Grund der primären Untersuchungen gewinnen, vor allem in der Form von Fragebogen, des geleiteten Gesprächs nach einem standardisierten Fragebogen, bzw. bei repräsentativen Erhebungen in der Form von Umfragen. Der Umkreis erhobener Angaben ist viel breiter als statistische Untersuchungen gestatten.

Im Streben nach dem Gewinnen von Angaben über die Motivation und das Verhalten des Tourismusteilnehmers, einschließlich seiner sozio-demographischen Charakteristik ist die primäre Erhebung mittels eines standardisierten Fragebogens günstig und das in zwei Alternativen - der minimalen und optimalen Variante. Beim freiwilligen Ausfüllen des Fragebogens müssen wir mit einer begrenzten Rückkehr der Fragebogen rechnen. Im Falle eines Postfragebogens (Möglichkeit des Einsendens des Fragebogens im Umschlag, der direkt vom Untersuchenden frankiert ist) können wir auf Grund der Erfahrungen der Soziologen mit der Rückkehr von 30-40% rechnen, eine 60% Rückkehr ist eine Ausnahme [5]. In diesem Falle muß sich der Untersuchende die Frage stellen, ob sich die Gruppe der Befragten, die den Fragebogen nicht ausfüllt, auf eine Art und Weise von denen unterscheidet, die den Fragebogen ausgefüllt haben. Für ausschlaggebender halten wir das Ausfüllen des Fragebogens mittels Informatoren auf Grund standardisierter Fragebogen, wobei man eine korrekte Antwort auf alle Fragen im Fragebogen voraussetzen kann. Es handelt sich in diesem Falle um eine aufwendige Methode der Einsammlung von Angaben, weil alle Informatoren geschult werden müssen und man muß sie nach der Zahl der ausgefüllten Fragebogen entlohnen. Man muß auch daran denken, daß es sich um Auswählerhebungen handelt. In den Jahren 1991 bis

1993 wurde auf dem Lehrstuhl für Tourismus und Hotellerie der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der UMB in Banská Bystrica ein Fragebogen bei der Einsammlung von Angaben über die befriedigte Nachfrage nach dem Tourismus [12] getestet.

4.2. Potentielle Nachfrage

Untersuchungen der potentiellen Nachfrage nach dem Tourismus konzentriert sich meist auf die einheimische Bevölkerung (residenten) und orientiert sich vor allem auf die Untersuchung der Motivation (des Interesses, Zweckes) und der Faktoren, die das Verbraucherverhalten und die Verbraucherentscheidungen der potentiellen Tourismusteilnehmer beeinflussen. Die Forschung der Motivation der Tourismusteilnehmer ermöglicht eine Zusammenstellung der Teilnehmertypologie, die bedeutend für die Marktsegmentierung, Gestaltung von Prospekten für Zielgruppen und die Psychologie der Arbeit mit den Tourismusteilnehmern ist.

Für den Vorschlag der Databasis über die potentielle Nachfrage der Bevölkerung nach dem Tourismus können Erfahrungen und Kenntnisse aus der Gestaltung des Marketing-Informationssystems sein [2,8]. Wesentliche Bereiche der Fragestellung sind:

- allgemeine Einstellung, das Verhalten und die Ansichten der Befragten,
- weitere Teilnahme am Tourismus,
- Befragte, die nicht im betreffendem Jahr am Tourismus teilnahmen,
- Erfahrungen der Befragten, die sie bei der Tourismusteilnahme gewonnen haben,
- Planung des künftigen Urlaubs,
- sozio-demografische Charakteristik.

Von der Sicht der Databasis über die Teilnahme der Bevölkerung am Tourismus, müssen wir zwischen dem lang- und kurzfristigen Tourismus unterscheiden. Das Gewinnen von Angaben ist auf Grund des standardisierten Fragebogens auf einer ausgewählten Gruppe von Befragten, die am Tourismus teilnehmen, real. Mit Rücksicht auf den Umfang des Fragebogens sind Erhebungen mittels Informatoren im Monat Januar am günstigsten. Zu diesem Zeitpunkt entscheidet sich nämlich die Bevölkerung für die Teilnahme am Tourismus. Die Auswahl der Befragten soll repräsentativ sein, damit sie der sozialen Struktur der Bevölkerung entspricht.

Angaben über die befriedigte und potentielle (sich bildende) Nachfrage nach dem Tourismus muß nicht nur erhoben aber auch klassifiziert, analysiert, gewertet und distribuiert werden und das in Abhängigkeit davon, ob es sich um einen Teilnehmer des einheimischen oder ausländischen Tourismus handelt. Der Inhalt der Databasis nach der Tourismusnachfrage kann auf verschiedenen Ebenen bearbeitet werden.

Die Resultate der Analysen über die befriedigte und potentielle Nachfrage werden von verschiedenen Subjekten (staatlichen, regionalen, unternehmerischen) als eine wichtige Informationsquelle bei Entscheidungen benötigt. Sie enthalten nämlich Angabe über die Nachfrage auf dem Tourismusmarkt, seine sozialen Aspekte und die Einstellungen der Bevölkerung zum Tourismus mitinbegriffen. Die Analyse der Nachfrage wird für ein Informationssystem gehalten, das vor allem zu Innovationsimpulsen im Tourismusangebot beitragen soll.

ZUSAMMENFASSUNG

1. Für das Treffen von Entscheidungen im Tourismus auf verschiedenen Ebenen ist ein Informationssystem des Tourismus in der Slowakischen Republik zu errichten. In der Gegenwart absentieren Informationen der richtigen Art und Weise, viele Informationen sind zerstreut und ihre Besorgung erfordert viele Bemühungen.

2. Die existierende Tourismusstatistik befriedigt nicht die Bedürfnisse ihrer Benutzer. Organe der staatlichen Verwaltung und Selbstverwaltung sowie auch unternehmerische Subjekte sollten ihre Informationsbedürfnisse untersuchen und Informationssysteme bilden, die ihren Bedürfnissen entsprechen würden. So sollte dies auch auf der Ebene der Zielorte (Gemeinden, Regionen und des Staates) geschehen.

3. Informationen über die Nachfrage und das Angebot sind ein Bestandteil des Informationssystems. Der Nachfrageträger ist der Tourismusteilnehmer. Es ist unerlässlich seine Nachfrage als befriedigte und potentielle Nachfrage zu untersuchen und das so von der Sicht des einheimischen wie auch ausländischen Tourismus.

4. Wesentliche Angaben über die Nachfrage müssen die sozio-demografische Charakteristik, die Motivation und das Verhalten der Tourismusteilnehmer betreffen. Die nötigen Angaben können wir aus sekundären Quellen (Statistik) gewinnen, überwiegend aber auf Grund der primären Untersuchungen gewöhnlich in der Form von Fragebogen und eines geleiteten Gesprächs, wobei bei dem letzten der Bereich der festzustellenden Fragen breiter ist als bei statistischen Untersuchungen.

5. Die potentielle Nachfrage können wir bei der einheimischen Bevölkerung (residenten) mit Hilfe von Fragebogen feststellen. Die wesentlichen Fragen sollte vor allem allgemeine Einstellungen, das Verhalten und die Ansichten der Befragten über die Teilnahme am kurzfristigen und langfristigen (Urlaub) Tourismus betreffen sowie auch die sozio-demografische Charakteristik. Der Fragebogen kann auch breiter konzipiert sein auf Freizeitaktivitäten.

6. Gewonnene Angaben über die befriedigte und potentielle Tourismusnachfrage, müssen wir nicht nur feststellen, sondern sie auch für verschiedene Benutzer (staatliche und regionale Organe, Unternehmer) klassifizieren, analysieren veröffentlichen und distribuieren. Den Benutzern dienen

diese Angaben als Informationsquellen bei Entscheidungen und vor allem bei der Innovation des Tourismusangebotes.

BIBLIOGRAPHIE

1. FRECHTLING, D.: A Program for the Collection and Analysis of Tourism Statistics for Eastern and Central European Countries. Prague, WTO Regional Seminar on Tourism Statistics 1992.
2. GÚČIK, M.: Metodologické otázky tvorby marketingového informačného systému cestovného ruchu. Ekonomický časopis, 44, 1996, č. 12, s. 959-966.
3. GÚČIK, M.: Riadenie cestovného ruchu. Bratislava, Edičné stredisko VŠE 1987.
4. HUDMAN, L. - HAWKINS, D.: Tourism in Contemporary Society, New Jersey, Prentice Hall 1989.
5. JEŘÁBEK, H.: Uvod do sociologického vyzkumu. Praha, Univerzita Karlova 1992.
6. KASPAR, C.: Zaklady cestovného ruchu. 1. slovenské vydanie, Banská Bystrica, Trian 1995.
7. KOPŠO, E. - BAXA, Š. - GÚČIK M.: Ekonomika cestovného ruchu (narodohospodarske otazky). Bratislava, SPN 1979.
8. Marketingovy informačný systém cestovného ruchu. (Zaverečná sprava vyzkumného projektu č.1/1580/94) Banska Bystrica, Ekonomicka fakulta UMB 1996.
9. McINTOSH, R. - GOELDNER, C.: Tourism: Principles, Practices, Philosophies. J.Wiley 1990.
10. Recommendations on Tourism Statistics. New York, United Nations and World Tourism Organization 1994.
11. Štatisticka ročenka Slovenskej republiky 1994. Bratislava, Štatisticky urad Slovenskej republiky/Veda 1995.
12. Trh cestovného ruchu na Slovensku. Vyzkumny projekt č.1/991 401/92. Banska Bystrica, Ekonomicka fakulta UMB 1991-1993.

Sažetak

IZVORI INFORMACIJA O TURISTIČKOJ POTRAŽNJI

Turizmu je nužno potreban cjeloviti sustav informacija o ponudi i potražnji. U Slovačkoj nema takvog sustava. Obzirom na uvjete tržišta neophodno je na svim razinama menadžmenta formirati takav sustav informacija u turizmu, prije svega zbog donošenja odluka. Ovaj rad pokušava analizirati ciljeve i probleme prilikom formiranja takvog informacijskog sustava o potražnji turista, te s tom svrhom predložiti i utvrditi bazu takvih podataka za Republiku Slovačku.

Ključne riječi: turisti, turistička potražnja, statistika, primarno istraživanje, informacije