

TOURISM INDEX AS AN INDICATOR OF THE INTENSITY OF TOURISM

TURISTIČNI INDEKS KOT INDIKATOR INTENZITETE TURIZMA

Antal Aubert, Mónika Jónás-Berki, Gergely Marton



GÁBOR KOVÁCS

The main square in Pécs.
Glavni trg v Peči.

Tourism index as an indicator of the intensity of tourism

DOI: 10.3986/AGS53205

UDC: 911.3:338.48(439)

COBISS: 1.01

ABSTRACT: Tourism index is an indicator that demonstrates the market positions of settlements, on the basis of aggregating the demand and supply databases of the tourism market. A novelty of this methodology is that it allows the demonstration of the touristic performance of different settlements and regions with the application of one index. The purpose of our study is to demonstrate the theoretical background of the indicator and its application at the settlement and territorial levels of the Hungarian tourism sector. In addition to the index values it is also possible to monitor the further environmental relations system of tourism, including correlations with the settlement network or special geographical areas. The index also allows geographical and spatial development/regional typification and classification.

KEY WORDS: geography, touristic index of settlements, destination, touristic activity, tourism demand, tourism supply, Hungary

The article was submitted for publication on March 14, 2012.

ADDRESSES:

Antal Aubert

University of Pécs, Faculty of Sciences

H – 7624 Pécs, Ifjúság útja 6, Hungary

E-mail: aubert@ttk.pte.hu

Mónika Jónás-Berki, Ph. D.

University of Pécs, Faculty of Sciences

H – 7624 Pécs, Ifjúság útja 6, Hungary

E-mail: berkim@gamma.ttk.pte.hu

Gergely Marton, M. Sc.

University of Pécs, Faculty of Sciences

H – 7624 Pécs, Ifjúság útja 6, Hungary

E-mail: martongergely@gamma.ttk.pte.hu

Contents

1	Introduction	345
2	Theoretical framework	346
3	Research methodology	347
4	Research findings	348
4.1	The touristic index of settlements and the geographical division of Hungary	350
4.2	Settlement level touristic index and the planning-statistical regions	350
4.3	Settlement level touristic index and the statistical micro-regions	351
5	Discussion and conclusion	354
6	References	355

1 Introduction

The demonstration of the regional or settlement level features of tourism usually takes place in connection with one specific factor, most typically on the ground of attraction on the supply side and on the basis of turnover on the demand side. We have seen few initiatives so far for the creation of a complex index that aggregates these pieces of information. However, both theory and practice require and support the use of one single integrated index. The aim of our paper is to demonstrate a new methodology that is suitable, on the basis of the settlement level touristic index, for the measurement of the touristic activity and intensity of various territorial levels, and also allows their comparison and typifying. The use of the index in practice is demonstrated in the paper by the touristic activities of the settlements of Hungary, regional examples are provided by meso-regions, planning-statistical regions and micro-regions.

A brief introduction to the history of tourism in Hungary and an outline of the present situation will probably support the comprehension of the paper. The systemic change in the early 1990s brought about significant changes also in the tourism sector of Hungary, the political and security motivations operating in the socialist era disappeared overnight, and the decrease in the number of German guests (the largest group of inbound tourists formerly) started. This change was counterbalanced for a while by the increase in the number of visitors induced by transit traffic and shopping tourism (40 million persons), but the number of tourists spending guest nights in Hungary continuously declined. Domestic tourism was shocked by economic recession, inflation and the disintegration of the frameworks of state-subsidised tourism (the proportion of domestic and foreign guest nights in this decade was 30% and 70%, respectively!). In the 2000s, the intensification of investments and the tourism support programmes of the so-called Széchenyi Plan led to the strengthening of new tourism products and destinations, decreasing the competitive advantage of the classic tourism centres. The impacts of the financial and economic crisis of 2008/2009 are still palpable, in addition to the decline in foreign demand, domestic tourism also fell back, which further exacerbated the competitiveness of the supply side.

The systemic change resulted in a new situation on the side of the touristic demand; Central Europe became an open competitive space where it was no longer political and security considerations that mattered the most but the quality, accessibility of the touristic products meeting the motivation of the tourists, and the image of the respective destination. Within the total of 40 million visitors, the number of those arriving with tourism motivation was 20 million in the 1990s, and 15 to 17 million annually since the early the 2000s. The number of foreign tourists spending guest nights in Hungary stabilised at around 3.5 million, with some 10 million guest nights. Domestic tourism showed a slow but steady increase, the real breakthrough was the introduction of the travel cheques (in 1998). Today it is domestic guest nights that dominate in all regions, except for Budapest, and in 2008 their proportion reached 55% on the national average; 4 million Hungarian tourists also spend a total of 10 million guest nights now in Hungary.

The change in the composition of the foreign guests is striking, the share of Germans is continuously decreasing (besides their still leading position), a new circle of guests show up, mainly in Budapest (British, Spanish, Italian and USA citizens), the countries of Central Europe strengthen the tourism of the nearby Hungarian regions (Austrians, Slovenes and Czechs in West Transdanubia, Polish and Romanians in the North and South Great Plain), while the low volume of tourism along the southern borders of Hungary (to Serbia and Croatia) also contributes to the competitiveness problems of the South Great Plain and South Transdanubian regions.

Touristic supply did not follow in the 1990s the changing needs of demand, the change in the composition of the guests. The profile clearing of accommodations – connected to privatisation – was a long process, the development of quality accommodations started in 1998. It means that no growth occurred in the capacity of accommodations (it remained at a total of 300.000 beds); typical were the increased share of hotels (especially four and five star ones) and the decline of the capacity of the camping sites. The main directions of the attraction developments starting in the 2000s were health tourism (medical and wellness – Hévíz, Sárvár, Hajdúszoboszló, Gyula, Harkány), heritage tourism (Pécs, Pannonhalma, Veszprém, Hollókő) and active tourism (equestrian, water, eco-, cycling and enological tourism).

Despite the significant steps forward, the main feature of the tourism of Hungary is still seasonality (with a summer peak) and strong spatial concentration (the share of Budapest and the Lake Balaton is still two-thirds from all guest nights); in the countryside Hungary it is spa resorts, regional centres and historical cities that attract visitors.

The brief analysis of the situation also influences the directions of researches; in addition to the classic descriptions and methodology of tourism geography we also need new procedures to analyse the spatial processes of tourism at settlement and regional level. This necessitates reliable databases, mathematical calculations, mapping of the results and a new methodology; this is the only way to explore correlations at a national level.

2 Theoretical framework

Destination research plays an important role in tourism researches. Its main research directions include sustainability (Kozak and Martin 2012), marketing, brand and image surveys (Pike 2002; Govers, Go and Kumar 2007), management (Bornhorst, Ritchie and Sheehan 2010; Steingrube 2003, Pechlaner 2003) and the analysis of development possibilities (Haugland, Bjørn-Ove Grønseth and Aarstad 2011; Todorović and Bjeljac 2009; Topole 2009; Vujičić et al. 2011). On the other hand, there are few attempts for the designation of the respective spatial levels of tourism – destinations in the first place – or for the definition of the touristic development level. This is explained by the complexity and diversity of the sector. However, it is not only academics now but also an increasing number of market actors who more and more frequently demand the creation of a methodology that is applicable nationwide and allows the designation of popular touristic areas and the exploration of differences at settlement and regional level. Such an attempt in Hungarian literature is the elaboration of the touristic value point (Michalkó 2001), or the designation of core areas (Aubert et al. 2010). A further preliminary, designed for planning purposes are the selected holiday regions created in 1979, which were given considerable amounts of tourism development resources in the socialist era (Aubert 2003).

The foundation of the methodology used in our research is the enumeration of the attractions of all settlements in Hungary, qualified one by one according to an objective system of criteria, and then the values received will be summarised for each settlement, and an order will be defined. This means a kind of supply side approach. A similar survey is the inventory of attractions, created in 1997, nevertheless it is not good for a starting point because too many subjective elements were used at the qualification of the attractions, and several alternative methodologies were used. Michalkó (2001) suggested as a possible solution a methodology approaching the issue from the demand side, in the framework of which locations where tourists actually appear should be explored. The data supplied there could serve as the basis of defining an order. A weakness of this approach is the difficulty of the measurement of visitor numbers. The available database in this case can actually only be based on accommodation statistics. The data of visitor turnover would focus, in addition to the number of guests and guest nights, on accommodation fees, the revenues of catering and other tourism businesses and the taxes paid thereafter. In our opinion, however, revenues and their taxes realised in proportion of tourism intensity also depend upon several other factors, so it is worth returning to the number of guest nights when defining the order. The model should also include capacity data of the accommodation database; however, it is only hotels for which reliable information, on the basis of which analyses of the required depth can be made, are available. On the basis of the database created this way, a so-called touristic point value was defined with the application of a mathematical-statistical method for two dates (1990 and 1999).

Another direct preliminary of the touristic index is the designation of core areas (Aubert et al. 2010), the primary objective of which was the spatial designation of the actual/potential destinations. In its structure it is similar to touristic index, but certain limitations of its applicability made us modify the methodology. The designation of core areas also starts from the system of supply and demand sides of the tourism market. On the basis of market features, international experiences and the databases available, creators of the model identified six parameters with a total of twenty-four parameter elements which are suitable for the designation of core areas. The model was focused on supply; the related weights reached a 70% proportion. Inclusion of the transport conditions would have been reasonable, though, but looking at the transport situation of the respective years in the sample areas examined would not have supported the research objectives. The authors emphasised that they accepted the importance of transportation conditions, but it was actually not featured in the model. On the basis of the algorithm defined, authors defined core area values of all (693) settlements of South Transdanubia.

We can say that the above algorithm is the direct preliminary of the touristic index, but its extension to the whole territory of Hungary has limitations, due in most cases to the lack of necessary statistical databases.

3 Research methodology

The methodological basis of the essay is the touristic index. The main problems during its creation included the definitions of the parameters and the designation of the exogenous variables. Starting from the characteristics of the tourism market and the methodology of the designation of core areas, we thought it would be important to identify the parameters of the touristic index from both the demand and the supply side. We wanted to integrate those factors in the model which show the real touristic performance of the respective settlements. We believed it was important to give equal weights to the demand and the supply side, because supply features potential and the services built on that, whereas demand – which can be best described by the number of guest and guest nights at accommodations in the Hungarian system – shows actually existing interest.

The following parameters, playing an important role in the definition of the touristic index, were integrated into the system:

- attractions,
- qualified touristic products and services,
- organisations responsible for the supply of touristic information,
- turnover of guests at commercial and private accommodations,
- local tourism tax.

The respective parameters are integrated in the touristic index with different weight, due to their diverse importance, role and character. Following professional discussions, we assigned the following weights to the respective parameters (Table 1).

Table 1: Weighting of parameters in the municipal touristic index.

Parameter	Weight
Attractions	20%
Dominant tourism products	25%
Tourist information office	5%
Turnover of accommodations	45%
Tourism tax	5%
Total	100%

The foundation of the system of tourism is *attraction* on the supply side. During the designation of the core areas, the destinations of tourism, the first step was the enumeration and evaluation of attractions, the basis of which was the inventory of tourism attractions created for the whole territory of Hungary in 1997, using a single methodology. In the last decade and a half significant changes and developments have taken place which in many cases resulted in a fundamental rearrangement of the map of attractions. The second pillar of the creation of the methodology of survey and assessment was the designation of the core touristic area made for the South Transdanubian touristic region in 2008, in which the analysis of the attraction structure was made by the Hungarian Tourism Inc. This document provided a sound basis for both the methodology and the database. The difficulties and critical points of the practical implementation also showed up after a while, now we had an opportunity for their correction. During the recent survey a key aspect was a single approach and completeness, and in the selection of the assessors the emphasis was on professional skills and the ability to comprehend the complexity of the issue. The narrow list of the inventory of attraction made in 1997 was our starting point, but during the evaluation we used a different approach from that of the 1997 survey inasmuch as we started at the settlement level instead of the individual attractions. The application of a similar methodology was recommended by Michalkó too. This way the possibility for the multiplicative integration of attractions and their effect mutually enlarging each other's zone of influence was somewhat weakened, but we took this into consideration when making

the assessment and defining the value point. The theoretical maximum available for the attraction parameter is 20 points.

The second qualitative category of the assessment is the parameter of *tourism products/services*, which also reveals the utilisation and operation of attractions in a settlement. The index is based on a qualification system. It integrates services, such as wine route service providers, rural hosts, active handicraftsmen, equestrian tourism service providers, spas, visitor centres, study paths and climatic health resorts. The theoretical maximum available for the parameter 'qualified tourism products and services' is 25 points.

The operation of a *Tourinform* network providing the tourists with information also requires a turnover of a certain magnitude, and reflects the dedication of the settlement to the development of tourism as well. The maximum number of value points allocated to this parameter is 5.

Due to the deficiencies of the collection of tourism statistics data, the index most precisely measuring the turnover of guests on the demand side is the *number of guest nights spent at commercial and private accommodations*. (Commercial accommodations: licensed establishments built or reconstructed and used for this purpose: hotels, boarding houses, tourist hostels, bungalows and camping sites, providing accommodation on business grounds, all year long or seasonally, with continuous daily operation, with more than 5 rooms and more than 10 beds, in case of camping sites with more than 5 utilised units. Using a private accommodation for tourism purposes is letting the home or the holiday home, or a part thereof, with the auxiliary rooms and areas, of a private person, or an economic organisation to the guests, on business grounds.) The starting point was the guest number data of the Hungarian Central Statistical Office (HCSO), available in various breakdowns for the total territory of Hungary. As regards absolute values, there are very big differences across the country, so we decided to create categories to which we attributed points in a later phase of the work. When creating the categories, it was impossible to define single limits for commercial and private accommodations, because of the extreme values and the standard deviation of the values. Accordingly, we set limits for each category on the basis of the inflexion points of the database and on professional considerations (number of guest nights per year). The maximum value point allocated to this parameter is 25 + 20.

A well measurable feature of tourism and touristic performance in a settlement is whether the municipality uses its right to levy *tourism tax*. Levying the tourism tax indicates a certain volume of tourists, in addition to allowing the municipalities to access further resources from the central state budget in proportion of this type of tax. The maximum value point allocated to this parameter is 5.

The model and the database were created using the ARC/GIS 9.2 software, while numerical analysis was assisted by the MS Excel software. The territorial bases of the space informatics model were provided by the settlements stored as polygons in the database called Administrative Boundaries in Hungary. The link between the polygon and the database is the HCSO code. The dominant elements of the demand side were derived from the municipal data of the HCSO called TSTAR (Területi Statisztikai Adatok Rendszere, i.e. System of Data of Territorial Statistics). The data of the supply side were gained from several sources that are described at the connected parameters.

4 Research findings

Values of the touristic index are basically influenced by the geographical environment of the respective settlements, and their position in the settlement hierarchy. Although the index is based on a 50–50% proportion of demand and supply, its magnitude is heavily influenced by the supply of touristic products in the given settlement. It is clear on the basis of the Hungarian case study that the health tourism centres are preferred; the only competitors of such resorts are historical cities with complex supply and demand.

Of the 3,150 settlements of Hungary, a total of 1,751 have touristic attractions and/or demand data (Figure 1). The *settlement network features* are clearly reflected by the index. Regions and counties characterised by the dominance of small villages typically have *deficient touristic activity* (Vas, Zala, Baranya, Outer Somogy, Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg). *Contiguous tourism spaces* are made by settlements in the regions of Lake Balaton, the Tisza Lake and the Lake of Velence, in the Hungarian big cities and their agglomerations and in the territories of the selected holiday regions (Mátra-Bükk, Sopron-Kőszeg, Balaton, Tisza Lake, Lake of Velence). Along the Tisza River (Szolnok) and the Tisza Lake (Abádszalók, Tiszafüred), and also around settlements with extended outskirts we can see *medium to high*

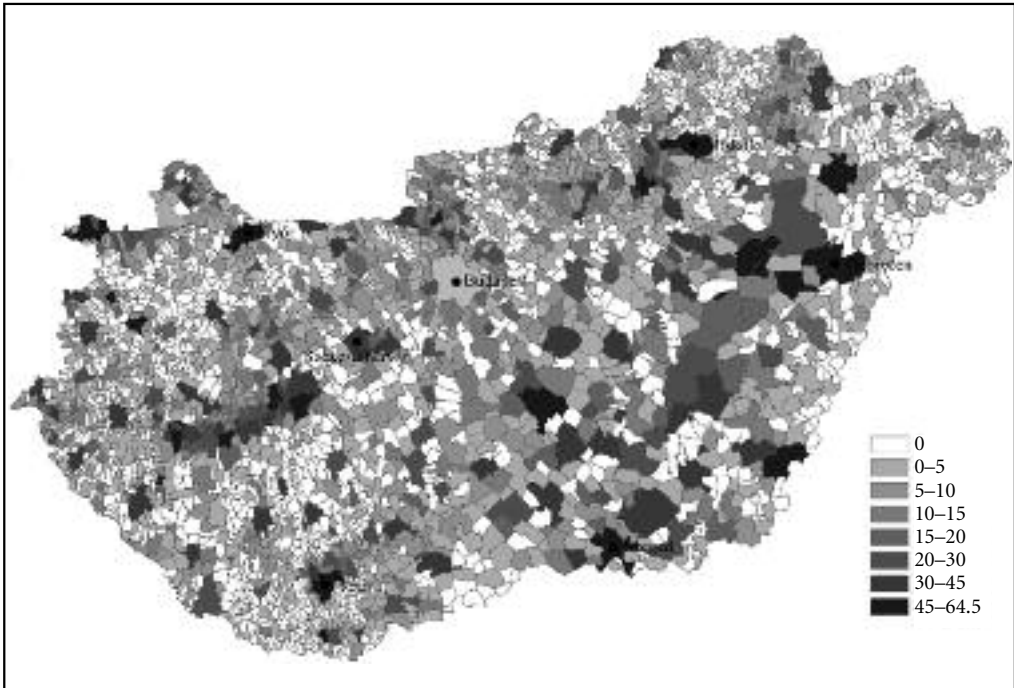


Figure 1: Values of the touristic index in the settlements of Hungary.

settlement index (in a zone stretching from the Hortobágy to Szarvas), while *bathing resorts* represent a separate category; these settlements have a strong concentration of tourism in the North Great Plain (Mezőkövesd, Bogács, Hajdúszoboszló) and the South Great Plain region (Orosháza-Gyopárosfürdő, Berekfürdő, Gyula) and also in Transdanubia (Hévíz, Bük, Zalakaros, Harkány, Sárvár, Lenti). *Hungarian historical cities* show a high touristic index, due to their complex supply and demand (Eger, Visegrád, Veszprém, Esztergom, Sárospatak, Székesfehérvár).

Looking at the first 50 settlements in the rank made by the touristic index, with the comparison of supply and demand results we can distinguish *three separate groups/types* (Table 2 and Figure 2). Settlements in the *first type* show a balance between strong supply and demand elements, which also means that the supply is suitable for satisfying the current demand. This group contains settlements with complex urban functions and spa resorts of international recognition. The main characteristic of the *second type* is that demand – typically seasonally – exerts a heavy pressure on supply, which may be explained by bathing resort character or the temporary peaks in demand in the times of series of events. In the *third type* we find settlements with significant international and domestic demand and a rather one-sided supply: the most important Hungarian baths and historical cities are in this category.

Table 2: Differences between demand and supply (first 50 settlements).

1. Relatively balanced situation (< 12% difference between supply and demand)

Sopron, Debrecen, Hévíz, Eger, Pécs, Miskolc, Tihany, Kecskemét, Győr, Hortobágy, Veszprém, Balatonkenese, Szarvas

2. Demand has a mild pressure on the supply side (12,1%–17,0%)

Balatonfűzfő, Szeged, Nyíregyháza, Gyöngyös, Zalaegerszeg, Mezőkövesd, Badacsonytomaj, Esztergom, Békéscsaba, Gárdony, Sárospatak, Tiszaujváros, Szolnok, Lenti, Székesfehérvár, Vonyarcvashegy

3. Demand significantly surpasses the partial indices of supply elements (> 17,1%)

Bük, Hajdúszoboszló, Siófok, Zamárdi, Harkány, Sárvár, Gyula, Keszthely, Berekfürdő, Fonyód, Visegrád, Orosháza, Szombathely, Balatonboglár, Bogács, Tiszafüred, Abádszalók, Balatonlelle, Balatonalmádi

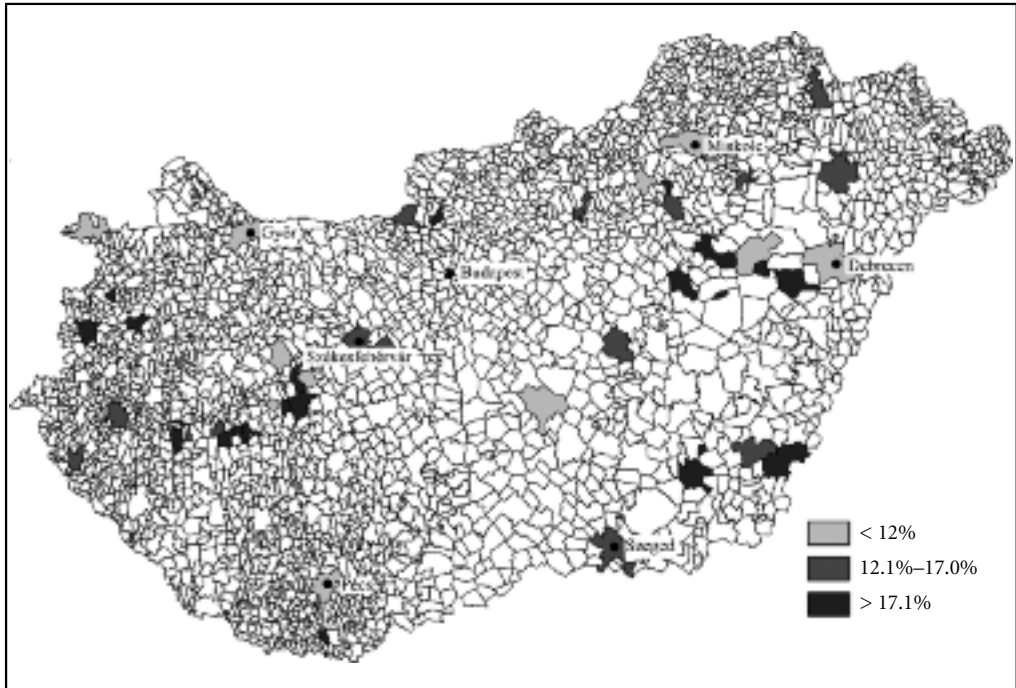


Figure 2: Deviations of the demand and supply elements of touristic index (in the 50 settlements with the highest value).

4.1 The touristic index of settlements and the geographical division of Hungary

The system of Hungarian geographical landscapes follows traditional regions (Dövényi 2010), so we can distinguish among macro-, meso- and micro-regions. Our case study demonstrates a *touristic index aggregated for meso-regions, which can also be projected for micro-regions with the application of a similar methodology* (Figure 3). As regards meso-regions, *extreme values* were found in the basin of the Lake Balaton, the Visegrád Mountain, the Mátra-Bükk Mountains and the Middle Tisza Region, behind whose indices we find beach tourism, medical and wellness tourism and the traditional landscape and cultural values of the Hungarian middle mountains, with strong touristic activity on their edges (e.g. Lower Mátra and Lower Bükk region). *Medium average indices* are typical in the Lower Tisza Region, the Tokaj-Zemplén Mountains, the Börzsöny Mountain and the Komárom-Esztergom Plain. Different sets of attractions and supply meet here different demand, e.g. mountainous and plain regions. Along the Szolnok-Szeged axis, beach tourism is accompanied by health spas in the heart of the region, while the complex supply of towns is dominated by the supply of Szeged. The Tokaj region is the scene of enological tourism, rural tourism and active tourism. The Börzsöny Mountain in the hinterland of Budapest stands out with its beautiful landscape, despite the fact that it is probably the least explored of the Hungarian middle mountains. The Komárom-Esztergom Plain stretches along the Danube River from Győr to the Danube Bend, with busy end points, Komárom with its fortress and spa and the possibilities of water tourism. The Lower Alps do not make a contiguous meso-region, because of the presence of the state border. Its territory is made by the Sopron Mountain, the Kőszeg Mountain, the Upper Őrség and the Vas Hill Ridge, with towns popular with tourists, with the Írottkő Nature Park and the Őrség National Park.

4.2 Settlement level touristic index and the planning-statistical regions

The Hungarian planning-statistical regions are compatible with the NUTS2 level of the European Union. *Among the average touristic indices, at regional level the Central Hungarian and the South Great Plain regions*

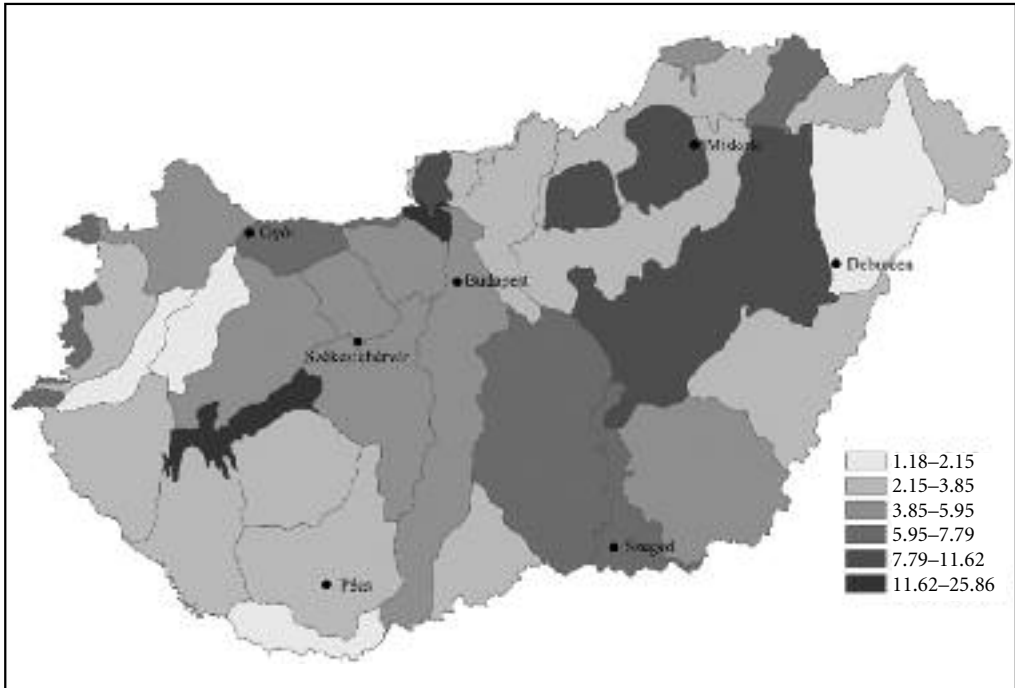


Figure 3: Touristic indices of the meso-regions in Hungary.

stand out (Figure 4). The interconnection of the two is well visible along the Budapest-Kecskemét-Szeged axis. The Baja-Kalocsa-Kiskunfélegyháza-Szarvas-Orosháza-Gyula axis stretches across the region in a west-east direction. Besides the centres of urban and cultural tourism (Szeged, Gyula, Kalocsa) the region boasts of several bathing resorts (Gyula, Orosháza). The most precious of its natural values are Bugac and Lakitelek-Tőserdő, while the National Historical Memorial Park of Ópusztaszer is a destination of one-day visits. The medium index of the Middle Transdanubian region is made by the settlements on the north shore of Lake Balaton (e.g. Balatonfüred and Csopak), the centres of urban tourism (Veszprém, Székesfehérvár, Komárom), spas (like Pápa or Tapolca) and the diverse supply of the mountains of the Transdanubian Mountain Range (Bakony, Pilis, Tapolca Basin). The below-average indices of West Transdanubia and North Hungary are evidently caused by their settlement network (large number of small villages), which seems to contradict the high average indices of the meso-regions. The averages of the outer and inner peripheries (Szatmár-Bereg, Jászság) considerably pull down the otherwise high indices of the North Great Plain region. The lowest index in the region of South Transdanubia comes from the scattered attractions, the low capacity of accommodations and also the dense settlement network dominated by small villages.

4.3 Settlement level touristic index and the statistical micro-regions

The statistical micro-regions, which are registered by the Hungarian Central Statistical Office, are also equivalent with the NUTS4 category among the territorial development tiers of the European Union. *Compared to the regions, statistical micro-region show very strong dispersion as regards touristic index,* for which many explanations are possible (Figure 5). *The number and type of settlements in the micro-regions has a strong impact on the index,* making large differences across the micro-regions (as there are micro-regions in the Great Hungarian Plain with not more than 4–5 settlements, c.f. micro-regions in hilly or mountainous areas with 40 to 50 settlements). This fact considerably distorts the index, resulting in an index of 0.2–0.3 in the micro-region of Sellye, and another one of 15.3–31.4 in the Debrecen micro-region. *Selected hol-*

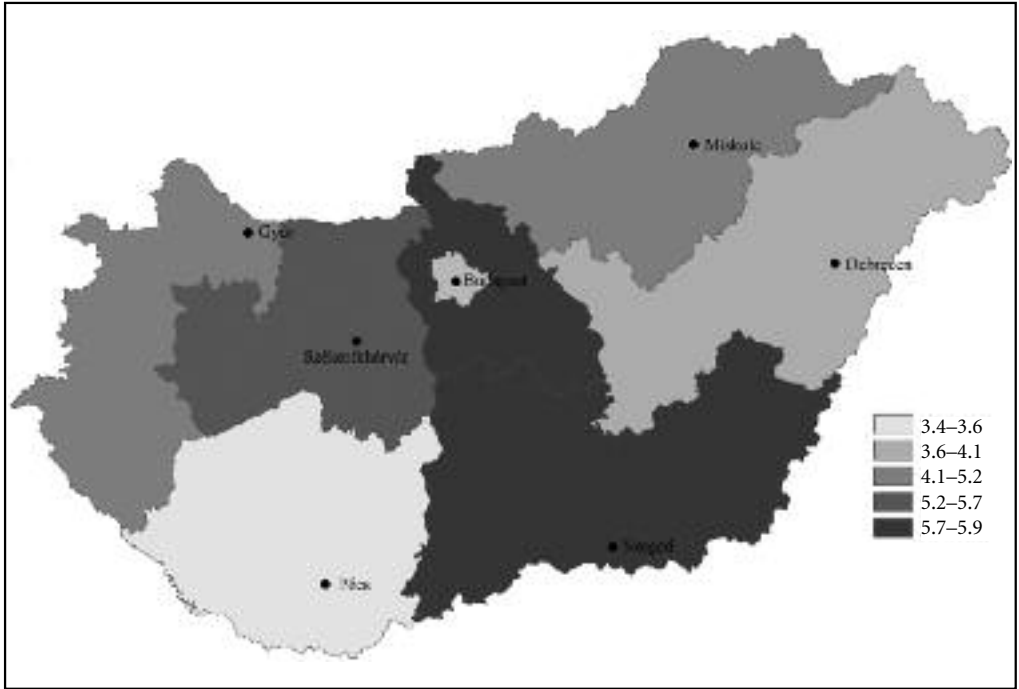


Figure 4: Average tourism indices in the planning-statistical regions of Hungary.

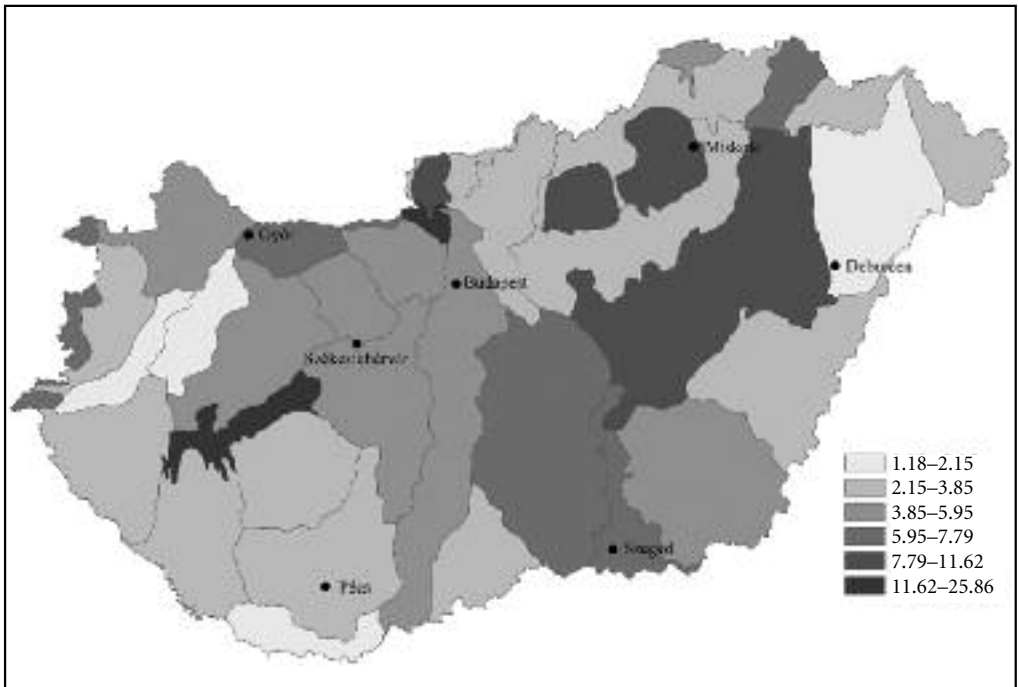


Figure 5: Average tourism indices in the statistical micro-regions of Hungary.

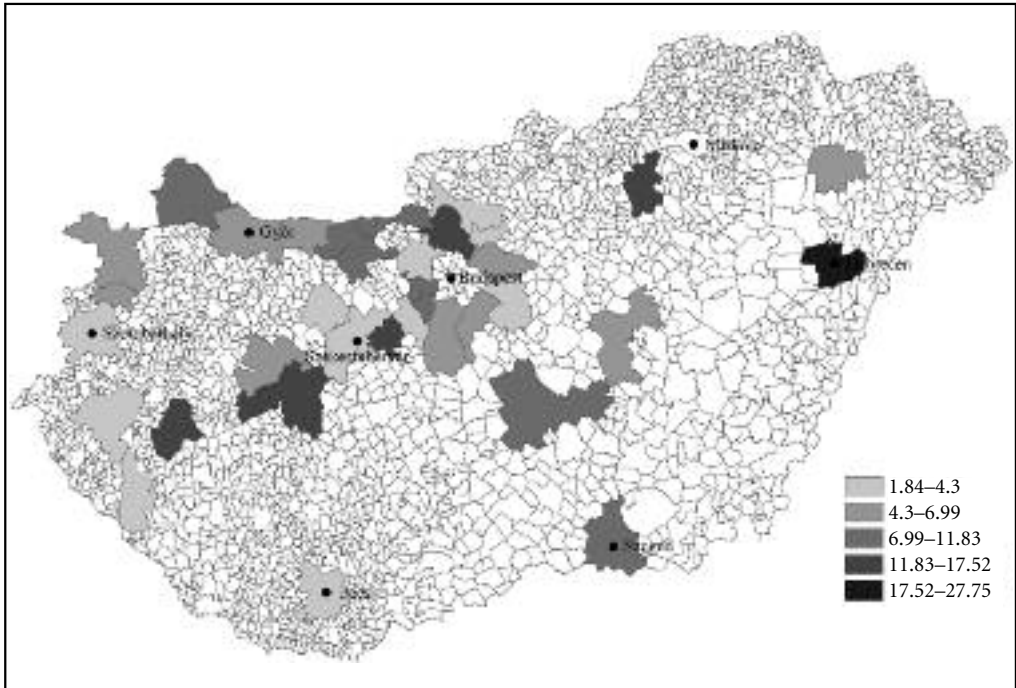


Figure 6: Average of tourism indices in the most advanced micro-regions.

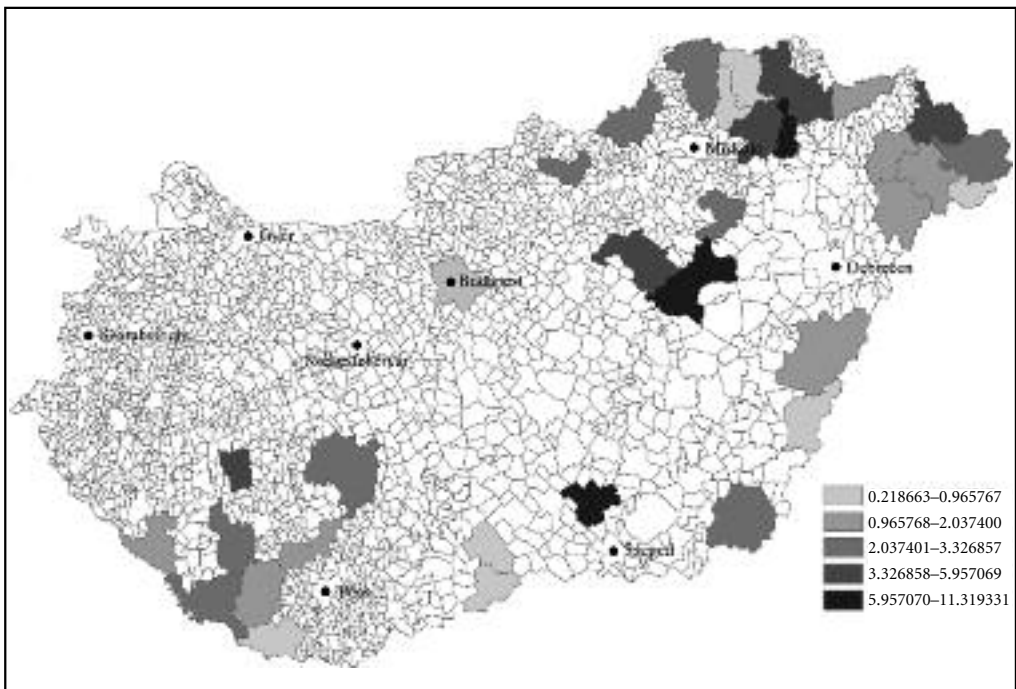


Figure 7: Average of tourism indices in the backward (least developed) micro-regions.

iday regions typically have indices above the average: 10.7–15.3 indices are registered in the micro-regions of Kőszeg, Balatonföldvár, Siófok, Gárdony, Szentendre, Eger and Tiszafüred. Outstanding values (15.3–31.4) are measured in the micro-regions of Fonyód, Hévíz, Balatonfüred and Balatonalmádi. The presence of *national parks* strengthens the micro-regions of Óriszentpéter, Kőszeg, Belpátfalva, Balmazújváros (Hortobágy) and Szarvas.

Micro-regions with above-average values (7.3–10.7) also show some territorial concentration, which is demonstrated by the micro-regions located in the northern part of Transdanubia along the Győr-Budapest axis (Mosonmagyaróvár, Komárom, Tata, Esztergom), also, micro-regions in the South Great Plain make a contiguous area: the micro-regions of Mórahalom, Szeged, Kistelek, Csongrád and Hódmezővásárhely. The micro-regions of the Hajdúság area in the Trans-Tisza region (Debrecen, Hajdúböszörmény, Balmazújváros) with extremely high values (15.3–31.4) make a closed area, almost a core area, adjoined from the south by the micro-regions of Tiszafüred, Karcag, Mezőtúr and Szarvas, while to the north the micro-regions of Nyíregyháza and Tiszavasvári reach into the micro-region of Tokaj. The series of micro-regions to the south is closed by the Békés county axis (the Békéscsaba and Gyula micro-regions). Among the western micro-regions of the Great Hungarian Plain it is only the Kecskemét micro-region that has an above-average value, so the breaking line among the micro-regions in the Great Plain is typically not between the North and the South Great Plain, the division line between the touristic development level of the western and eastern micro-regions is typically the Tisza River.

The comparison of the two extreme types of micro-regions with their touristic indices can also reveal useful information. The *intensity of the index values* shows considerable disparities in the favour of the most developed ones (Figure 6), the intensity of tourism is strongly concentrated in the advanced micro-regions. On the other hand, the definite standard deviation at both development levels shows that the correlation between the general development level of a settlement and the intensity of its tourism is not significant and not direct. The correlation with the density of the settlement network is visible in both types, so even in the most advanced micro-regions it may happen that a strong tourism centre cannot raise significantly the average of the micro-region (like in the micro-regions of Pécs or Székesfehérvár). This is especially true for the backward micro-regions (Figure 7), with some exceptions, though (e.g. the Tokaj micro-region).

5 Discussion and conclusion

The designation of destinations and the definition of the touristic performance of settlements are related issues. Both issues are still much debated in international professional circles (Bieger and Laesser 2002, Buhalis 2000, Haedrich 1998). Coming from the diversity of touristic supply and the variations of the background infrastructure, there is no universally accepted and applied quantitative methodology for the designation of destinations or the exact measurement of touristic performance. In our opinion a realistic picture can be gained by a method in which elements of the demand and supply side of tourism are given the same weight, and in which these elements are provided in a qualified form. Supply shows market opportunities, but the answer to the question if these are actually used is given by demand. This way our method is suitable for pointing out both the market positions of settlements and regions, and also their competitiveness.

On the basis of the internal composition of the touristic index, i.e. the proportion of the supply and demand side we can distinguish among three types of settlements, which underlines our hypothesis that attractions in themselves are only a potential utilisation of which is strongly influenced by the other elements of the supply. The index at national level dissolves some false beliefs as well: with the exception of Budapest, of the total of 3,150 countryside settlements of Hungary, 1,751 have touristic attractions and/or demand figures. These settlements have specific positions in the settlement hierarchy? Deficient touristic activity is typical in areas dominated by small villages and in inner and outer peripheries, while settlements with a high touristic index are bathing resorts, historical and heritage cities, resorts of beach holidays and the recreational zones of the city agglomerations. The index points out once again the strong correlations of the development level of the socio-economic environment and the intensity of tourism. The relationship between the touristic index and the development level of the Hungarian micro-regions also proves this fact. We can say that tourism in Hungary prefers the more developed spaces.

The model indirectly also justifies the diverse demand of the touristic products for a background industry. The most striking phenomenon is the preference of capital intensive health tourism centres for advanced micro-region, which is accompanied by high values on the demand side, proving the competitiveness of these resorts.

Although the aim of our study was to introduce a methodology that directly measures the touristic performance of settlements, the aggregation of the settlement level data also allows the calculation of the indices of spatial and planning levels, and geographical regions. With the definition of a minimum level it is also possible to designate destination spaces, for which there is a growing need by tourism planning, development and resource allocation. The comparison of the demand and the supply and the analysis of their internal structures may help the decision-makers of the settlements and of spatial planning and regional development define a more ambitious future scenario underlined by researches.

6 References

- Aubert, A., Csapó, J., Pirkhoffer, E., Puczkó, L., Szabó, G. 2010: A method for complex spatial delimitation of tourism destinations in South Transdanubia. *Földrajzi Értesítő – Hungarian Geographical Bulletin* 59-3. Budapest.
- Aubert, A. 2007: *Tourismus in Ungarn: Struktur – Dynamic – Perspektiven*. Geographie der Freizeit und des Tourismus. München. DOI: 10.1524/9783486700015.582
- Bieger, Th., Laesser, Chr. 2008: *Management von Destinationen*. München. DOI: 10.1524/9783486711127
- Bornhorst, T., Ritchie, B. R. J., Sheehan, L. 2010: Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management* 31-5. Amsterdam. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.06.008
- Buhalis, D. 2000: Marketing the competitive destination. *Tourism Management* 21-1. Amsterdam. DOI: 10.1016/S0261-5177(99)00095-3
- Dövényi, Z. (ed.) 2010: *Magyarország kistájainak katasztere (Register of the geographical micro-regions of Hungary)*. Budapest.
- Pike, S. 2002: Destination image analysis. *Tourism Management* 23-5. Amsterdam. DOI: 10.1016/S0261-5177(02)00005-5
- Govers, R., Go, F. M., Kumar, K. 2007: Virtual destination image a new measurement approach. *Annals of Tourism Research* 34-4. Amsterdam. DOI:10.1016/j.annals.2007.06.001
- Haedrich, G. 1998: *Tourismus–Management*. Berlin. DOI: 10.1515/9783110815993
- Haugland, S. A., Bjørn-Ove Grønseth, H. N., Aarstad, J. 2011: Development of tourism destinations: An Integrated Multilevel Perspective. *Annals of Tourism Research* 38-1. Amsterdam. DOI: 10.1016/j.annals.2010.08.008
- Hose, T. A. 2011: The English Origins of Geotourism (as a Vehicle for Geoconservation) and Their Relevance to Current Studies. *Acta geographica Slovenica* 51-3. Ljubljana. DOI: 10.3986/AGS51302
- Kozak, M., Martin, D. 2012: Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism Management* 33-1. Amsterdam. DOI: 10.1016/j.tourman.2011.03.001
- Michalkó, G. 2001: A földrajzi típusalkotás és rangsorolás idegenforgalmi megközelítése (A touristic approach to the designation and ranking of the types of geographical areas). *Földrajzi Közlemények* 49-3–4. Budapest
- Pechlaner, H. 2003: *Tourismus – Destinationen im Wettbewerb*. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden. DOI: 10.1007/978-3-322-88958-4
- Steingrube, W. 2007: *Freizeit- und Tourismusdestinationen: Management- Struktur- Politik- Planung*. Geographie der Freizeit und des Tourismus. München. DOI: 10.1524/9783486700015.441
- Todorović, M., Bjeljic, Ž 2009: Rural tourism in Serbia as a way of development in undeveloped regions. *Acta geographica Slovenica* 49-2. Ljubljana doi: 10.3986/AGS49208
- Topole, M. 2009: Potential for Tourism in the demographically threatened region of Jurklošter. *Acta geographica Slovenica* 49-1. Ljubljana. DOI: 10.3986/AGS49104
- Vujičić, M. D., Vasiljević, D. A., Marković, S. B., Hose, T. A., Lukić, T., Hadžić, O., Janičević, S. 2011: Preliminary geosite assessment model (gam) and its application on Fruška gora mountain, potential geotourism destination of Serbia. *Acta geographica Slovenica* 51-3. Ljubljana. DOI: 10.3986/AGS51303

Turistični indeks kot indikator intenzitete turizma

DOI: 10.3986/AGS53205

UDK: 911.3:338.48(439)

COBISS: 1.01

IZVLEČEK: Turistični indeks je kazalnik, ki na podlagi podatkovne baze ponudbe in povpraševanja razkriva položaj naselij na trgu. Novost metodologije je, da s pomočjo enega samega kazalnika omogoča prikaz turistične zmogljivosti različnih naselij in regij. Cilj študije je prikaz metodološkega ozadja tega kazalnika in predstavitev njegove uporabnosti na primeru madžarskega turizma na ravni naselij in ozemeljskih enot. Ob vrednostih indeksov lahko spremljamo tudi soodvisnost in povezanost turizma ter pokrajine – geografskega okolja, tako na primer povezanost naselbinskega omrežja in regionalnogeografskih značilnosti. Indeks ponuja tudi možnosti geografske in razvojno-regionalne tipizacije in njihove klasifikacije.

KLJUČNE BESEDE: geografija, turistični indeks naselja, destinacija, turistična aktivnost, turistično povpraševanje, turistična ponudba, Madžarska

Uredništvo je prejelo prispevek 14. marca 2012.

NASLOVI:

Antal Aubert

University of Pécs, Faculty of Sciences

H – 7624 Pécs, Ifjúság útja 6, Madžarska

E-pošta: aubert@ttk.pte.hu

dr. Mónika Jónás-Berki

University of Pécs, Faculty of Sciences

H – 7624 Pécs, Ifjúság útja 6, Madžarska

E-pošta: berkim@gamma.ttk.pte.hu

mag. Gergely Marton

University of Pécs, Faculty of Sciences

H – 7624 Pécs, Ifjúság útja 6, Madžarska

E-pošta: martongergely@gamma.ttk.pte.hu

Vsebina

1	Uvod	357
2	Teoretski okvir	358
3	Raziskovalne metode	358
4	Rezultati	360
4.1	Povezanost turističnega indeksa naselij in regionalizacije Madžarske	361
4.2	Povezanost turističnega indeksa naselij in plansko-statističnih regij	361
4.3	Povezanost turističnega indeksa naselij in statističnih mikroregij	362
5	Razprava in sklep	363
6	Literatura	363

1 Uvod

Predstavitev regionalnih ali naselbinskih značilnosti turizma najpogosteje opravimo na ravni enega samega dejavnika. Na strani ponudbe je ta dejavnik najpogosteje privlačnost, na strani povpraševanja pa pogostost obiska. Doslej je bilo le malo poskusov uvedbe kompleksnega kazalnika za prikaz teh informacij, čeprav se k temu vse bolj nagibata tako teorija kot praksa. Cilj pričujoče študije je prikaz nove metodologije, ki je na turističnega indeksa na ravni naselij zmožna meriti turistične učinke in turistično intenzivnost na različnih ozemelskih ravneh. Na ta način je možno primerjati tudi turistična naselja in jih tipizirati. Članek prikazuje primere turističnega indeksa na podlagi turistične aktivnosti za naselja na Madžarskem, regionalni primeri pa so na ravni mezoregij, planskih in statističnih regij ter mikroregij.

Zaradi boljšega razumevanja predstavljamo kratko zgodovino in oris sodobnega madžarskega turizma. Spremembe družbeno-političnega sistema v devetdesetih letih prejšnjega stoletja so prinesle spremembe tudi v madžarskem turizmu. Politično-varnostne motivacije, ki so še delovale v socialističnem obdobju, so v hipu izginile, s tem pa se je začelo zmanjševati tudi število nemških turistov, ki so do takrat prevladovali med tujimi gosti. Izgubo je za krajši čas nadomestil tranzitni in nakupovalni turizem (40 milijonov obiskovalcev), kljub temu pa se je število nočitev še naprej vseskozi zmanjševalo. Recesija, visoka inflacija in zamrtje socialnega turizma so dobobra omajali domači turizem (v tem obdobju je bilo razmerje med domačimi in tujimi gosti 30 : 70 %!). Z opaznim povečanjem naložb in novimi programi, namenjenimi oživljanju turizma v okviru vseobsežnega programa *Széchenyi*, so se v prvem desetletju tretjega tisočletja okrepili novi turistični produkti in destinacije, ki so zmanjšali začetno prednost klasičnih turističnih središč. Svetovna finančna in gospodarska kriza, ki se je pojavila v letih 2008–2009, ima še vedno občutne posledice; poleg zmanjšanja tujega povpraševanja je konkurenčnost turistične ponudbe dodatno otežila recesija domačega turizma.

Sistemske spremembe so povzročile novosti v turističnem povpraševanju. Srednja Evropa je postala odprto konkurenčno prizorišče, kjer niso več odločilne politično-varnostne razmere, temveč kakovost, dostopnost in imidž določene destinacije, da zna zadovoljiti pričakovanja obiskovalcev. Med 40 milijoni obiskovalcev Madžarske v devetdesetih letih je bilo turistično motiviranih 20 milijonov oseb, po letu 2000 pa je takih gostov od 15 do 17 milijonov. Število tujih turistov, ki so na Madžarskem tudi prenočili, se je ustalilo pri številu 3,5 milijona. Ti gostje so ustvarili 10 milijonov nočitev. Domači turizem je počasi, vendar nepretrgoma naraščal, pravi prelom pa se je zgodil leta 1998 z uvedbo tako imenovanega čekovnega sistema. Nočitve domačih gostov prevladujejo v vseh regijah, razen budimpeštanski. Po letu 2008 je na državni ravni delež domačih turistov dosegel 55 %. Štirje milijoni domačih gostov ustvari 10 milijonov nočitev.

Pomembna je sprememba sestave tujih turistov. Nemci še vedno prevladujejo, čeprav se njihovo število nenehno zmanjšuje, zato pa se povečuje število obiskovalcev iz drugih držav, ki obiskujejo predvsem Budimpešto (Britanci, Španci, Italijani, Američani). Turisti iz srednjeevropskih držav so bolj številni v njim bližjih madžarskih regijah (Avstrijci, Slovenci in Čehi obiskujejo Nyugat-Dunántúl; Poljaki in Romuni Észak- és Dél-Alföld), na območjih ob južni meji pa slab turistični obisk stopnjuje nekonkurenčnost regij Dél-Alföld in dunántúli regij.

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja turistična ponudba ni sledila zahtevam spremenjenega povpraševanja oziroma spremembi strukture gostov. Obdobje profiliranja prenočišč je bilo dolgotrajno, kar je bilo povezano tudi s privatizacijo. Kakovostne nočitvene kapacitete so se začele pojavljati po letu 1998. Pri tem se število postelj ni povečalo (številka je ostala nekje na ravni 300.000), značilno pa je povečanje deleža hotelov, predvsem tistih s štirimi ali petimi zvezdicam, ob tem pa so se zmanjšale prenočitvene kapacitete v kampih. Po letu 2000 se je povečala raznovrstnost turistične ponudbe, pri čemer so glavne smeri zdravstveni turizem (zdraviliški in wellness turizem v turističnih središčih Hévíz, Sárvár, Hajdúszoboszló, Gyula, Harkány), turizem, povezan s kulturno dediščino (Pécs, Pannonhalma, Veszprém, Hollókő) in aktivni turizem (konjenišтво, obvodni turizem, ekoturizem, kolesarjenje in pokušnja vin).

Kljub opaznemu napredku ima turizem na Madžarskem še vedno večinoma sezonski značaj z vrhuncom poleti in izrazito regionalno koncentracijo – Budimpešta in območje Blatnega jezera prispevata dve tretjini vseh nočitev. Prijetna osvežitev podeželskega turizma na Madžarskem so kopaliska mesta, regionalna središča in zgodovinska mesta.

Ta kratka analiza stanja turizma vpliva tudi na usmeritev raziskovanj; poleg klasičnih opisov in znane metodologije turistične geografije so potrebni novi postopki, ki omogočajo analizo prostorskih procesov na meseljski in regionalni ravni. Čer želimo razkriti soodvisnosti na državni ravni, pri svojem delu nujno potrebujemo natančne podatkovne baze, matematične izražene, tematske zemljevide in novo metodologijo.

2 Teoretski okvir

V raziskovanju turizma ima pomembno vlogo preučevanje destinacij. Glavne smernice vključujejo analizo trajnostnega razvoja (Kozak in Martin 2012), marketinga in blagovnih znamk (Pike 2002; Govers, Go in Kumar 2007) ter analizo managementa (Bornhorst, Ritchie in Sheehan 2010; Steingrube 2003, Pechlaner 2003) in razvojnih možnosti (Haugland, Bjørn-Ove Grønseth in Aarstad 2011; Todorović and Bjeljac 2009; Topole 2009; Hose 2011; Vujičić in ostali 2011). Znanih je le nekaj poskusov prostorske opredelitve turistične dejavnosti oziroma destinacij ali opredelitve turistične razvitosti, kar je posledica zapletenosti in raznolikosti turističnega sektorja. Vendar se za tovrstne raziskave poleg znanstvenih pobud čedalje bolj zavzemajo tržni deležniki, kar kaže na to, da je vse večja potreba po izdelavi metode, ki bi bila uporabna na območju celotne države in bi pripomogla k oblikovanju turističnih regij, obenem pa omogočila raziskave na naseljski in regionalni ravni. V madžarski strokovni literaturi sta to omogočila tako imenovana turistična vrednostna točka (Michalkó 2001) in oblikovanje jedrnih območij (Aubert in ostali 2010). Z vidika dosedanjega načrtovanja so omembe vredna turistična območja iz leta 1979, ki so v socialističnem obdobju prejemale precejšnja razvojna sredstva (Aubert 2003).

Temelj omenjene metode je upoštevanje privlačnosti vseh madžarskih naselij za turizem, kar naj bi se ocenjevalo za vsak kraj posebej na podlagi objektivnega sistema meril. Nato se na podlagi dobljenih rezultatov izoblikuje vrstni red naselij, ki temelji na analizi turistične ponudbe. Temu podobna je ocena splošne privlačnosti turističnih destinacij iz leta 1997, ki pa je nismo vzeli za izhodišče, saj se je pri ocenjevanju privlačnosti pojavilo preveč subjektivnih dejavnikov, ob tem pa niti ni bila uporabljena enotna metodologija. Michalkó (2001) je predlagal obraten pristop, ki bi temeljil na analizi povpraševanja, in v okviru katerega bi se razkrila območja, kjer se dejansko realizira turistični promet. Za uporabno pa se je izkazala njihova podatkovna baza. Slabost tega pristopa so težave pri merjenju števila obiskovalcev, zato so podatki omejeni samo na statistiko nočitev. Poleg podatkov o številu gostov in nočitev bi se analiza turističnega prometa lahko naslanjala še na cene prenočevanja ter na prihodke od gostinstva in drugih turističnih dejavnosti oziroma plačane davke iz dejavnosti. Menimo, da so realizirani prihodki iz turističnega prometa in višina davčnih obveznosti odvisni od številnih drugih dejavnikov, zato se je treba pri kreiranju modela vrniti na število nočitev in vanj vključiti podatke o kapaciteti prenočitvenih zmogljivosti. Vendar so dovolj zanesljivi podatki, ki omogočajo analizo z zeleno natančnostjo, na razpolago le za hotelski sektor. Na podlagi pridobljene podatkovne baze smo z uporabo matematično-statističnih metod za dve leti (1990 in 1999) določili tako imenovani kazalniki turistične točkovne vrednosti.

Neposredni predhodnik turističnega indeksa je opredelitev jedrnih območij (Aubert in ostali 2010) s prvotnim ciljem označiti prostor dejanskih/možnih destinacij. Zanj je sicer značilna podobna sestava kot za turistični indeks, vendar ima z vidika uporabnosti določene omejitve. Opredelitev jedrnih območij izhaja iz sistema ponudbe in povpraševanja na turističnem tržišču. Na podlagi značilnosti trga, mednarodnih izkušenj in razpoložljivih podatkovnih baz so ustvarjalci modela opredelili šest parametrov in znotraj njih določili štiriindvajset elementov, primernih za določitev jedrnih območij. Model temelji na ponudbi, pri čemer so upoštewane uteži dosegle 70-odstotni delež. Primerno bi bilo upoštevati tudi prometne razmere, vendar analiza razmer stanja prometa na vzorčnih območjih v izbranih letih njihove vključitve v raziskavo ni podpirala. Avtorji sicer priznavajo pomen prometnih razmer, vendar jih v takratnem modelu niso upoštevali. Na podlagi opisanega algoritma so za vsa naselja v regiji Dél-Dunántúl (teh je 693) določili vrednosti jedrnega območja.

Opisani algoritem je torej neposredni predhodnik turističnega indeksa, vendar ga zaradi pomanjkanja ustreznih statističnih podatkovnih baz ne moremo uporabiti za celotno državo.

3 Raziskovalne metode

Metodološka podlaga za pripravo študije je turistični indeks. Med njegovim oblikovanjem sta se kot temeljna problema pojavila opredelitev parametrov in določanje zunanjih spremenljivk. Če vzamemo za izhodišče značilnosti turizma in metodologijo določanja jedrnih območij, je treba parametre turističnega indeksa opredeliti tako na strani ponudbe kot povpraševanja. V model smo želeli vgraditi tiste dejavnike, ki so realni pokazatelji turistične storilnosti določenega naselja. Ponudbo in povpraševanje smo želeli obravnavati enakovredno, saj je ponudba pokazatelj potenciala in dejavnosti, ki na njem temeljijo, povpraševanje

pa – vsaj v delu domačega turističnega sistema, ki ga najlažje prikažemo s podatki o številu gostov in prenočitvev – izraža dejansko zanimanje gostov.

V model smo vgradili naslednje parametre, ki pomembno vplivajo na definicijo turističnega indeksa:

- privlačnosti,
- določene turistične izdelke in storitve,
- ustanove, ki nudijo turistične informacije,
- turistični promet v komercialnih in zasebnih nočitvenih zmogljivostih,
- krajevno turistično takso.

so Zaradi različnega pomena, vloge in značaja posamezni parametri na turistični indeks vplivajo na različne načine. Po temeljitih posvetovanjih smo posameznim parametrom pripisali naslednje obtežitve (preglednica 1).

Preglednica 1: Obtežitev parametrov, ki vplivajo na izračun krajevnega turističnega indeksa.

parameter	obtežitev (%)
privlačnosti	20
prevladujoči turistični izdelki	25
turistični informacijski urad	5
število opravljenih komercialnih in zasebnih turističnih nočitev	45
turistična taksa	5
skupaj	100

Na strani ponudbe je temelj turističnega sistema *privlačnost*. Pri opredelitvi jedrnih območij oziroma turističnih destinacij smo najprej ocenili privlačnih točk, pri čemer smo izhajali iz seznama turistično privlačnih ciljev v celotni državi iz leta 1997. V preteklem, skoraj desetletje in pol trajajočem obdobju je prišlo do precejšnjih sprememb, uresničilo se je veliko investicij, ki so v večini primerov dodobra spremenile zemljevid privlačnosti. Drugi steber metodologije temelji na analizi anket za opredelitev jedrnih turističnih območij v regiji Dél-dunántúl leta 2008, ki jo je izvedlo podjetje *Magyar Turizmus Zrt.* Ta dokument je nudil ustrezno podlago tako z vidika metodologije kot tudi podatkovnih baz. Ker so se predhodno pokazale določene težave in slabosti uporabe metode v praksi, smo se potrudili, da jih odpravimo. Pri izvedbi smo posebno pozornost namenili individualnosti in celovitosti, pri izbiri ocenjevalcev pa smo se osredotočili na strokovnost in njihovo sposobnost kompleksnega dojetanja problematike. Za izhodišče smo vzeli zgoščen seznam popisanih privlačnih točk iz leta 1997, ki pa smo ga še nadalje prilagodili, saj smo namesto ravni posameznih privlačnosti upoštevali raven naselij. Podobno metodo je predlagal Michalkó (2001). Ker se je s tem zmanjšala multiplikativna zmožnost povezovanja in večjega medsebojnega sovplivanja privlačnosti, smo to upoštevali pri ocenjevanju in ugotavljanju skupne vrednosti. Parameter privlačnosti lahko teoretično doseže vrednost 20 točk.

Druga kvalitativna kategorija ocenjevanja so *prevladujoči turistični izdelki/storitve*, ki je poveden tako z vidika uporabnosti kot mehanizma privlačnosti naselij. Indeks temelji na kvalitativnem merilu. Vanj smo vgradili storitve, kot so ponudniki ob vinskih cestah, vaški gostinci, aktivni rokodelci, ponudniki konjeniških storitev, termalna kopališča, informacijske točke, učne poti in klimatska zdravilišča. V kategoriji prevladujoči turistični izdelki je teoretično mogoče doseči 25 točk.

Za delovanje *turističnih informacijskih uradov* je prav tako potrebna določena stopnja turističnega prometa oziroma pripravljenost naselja na razvoj turizma. Ta parameter prinaša največ 5 točk.

Zaradi pomankljivosti pri zbiranju statističnih podatkov o turizmu velja v turističnem povpraševanju za najbolj natančen kazalnik turističnega prometa *število opravljenih komercialnih in zasebnih turističnih nočitev*. Med komercialne prenočitvene zmogljivosti se uvrščajo ustanove z ustreznim dovoljenjem ter za ta namen zgrajenimi oziroma prenovljenimi in koriščenimi objekti (hoteli, penzion, turistični mladinski domovi, počitniške hiše, kampi), ki celoletno ali sezonsko z neprekinjenim dnevnim delovanjem ponujajo prenočitvene storitve in razpolagajo z vsaj 5 sobami oziroma 10 posteljami, v primeru kampov pa z več kot 5 kampirnimi mesti. Zasebne turistične namestitvene zmogljivosti ponujajo zasebniki ali gospodarske družbe gostu na domu ali v počitniški hiši, oziroma delu objektov skupaj s pripadajočimi prostori in zemljišči. Za izhodišče smo vzeli podatke o številu gostov Centralnega madžarskega statističnega urada (CMSU), ki so za področje celotne države dostopni na različnih ravneh. Ker so znotraj države občutne

razlike v absolutnih vrednostih, smo podatke razvrstili v kategorije, ki smo jim pozneje pripisali uteži. Zaradi velike raznolikosti skrajnih vrednosti in različnih standardnih odklonov pri oblikovanju kategorij za komercialne in zasebne prenočitvene zmogljivosti nismo mogli postaviti enotnih mejnih vrednosti. Tako smo morali za vsako kategorijo mejne vrednosti določiti na podlagi prevojnke funkcije v podatkovni bazi, upošteva je število letnih nočitev. Največje možno število točk tega parametra je 45 (25 + 20).

Ena od dobro merljivih značilnosti turizma in turističnih dejavnosti v naselju je okoliščina, če krajevna uprava naselja koristi možnost uvedbe *turistične takse*. Uvedba tega prispevka pomeni, da je v naselju navzoč turistični promet določene vrednosti. Sorazmerno višini turistične takse se odpirajo možnosti njihovega dodatnega financiranja iz državnega proračuna. Največje možno število točk tega parametra je 5.

Model in podatkovno bazo smo oblikovali s programom *ARC/GIS 9.2*, numerične analize pa smo izvedli s programom *MS Excel*. Prikaz regionalne značilnosti prostorskega informacijskega modela omogočajo poligoni naselij, ki so del podatkovne baze Madžarske upravne meje (*Magyarország Közigazgatási Határok*). Povezava med poligonom in podatkovno bazo je koda CMSU. Bistvene elemente na strani povpraševanja smo sestavili iz podatkov CMSU po naseljih, imenovanih Sistem podatkov ozemeljske statistike (SPOS). Podatki na strani ponudbe so bili pridobljeni iz več virov, navedenih pri pripadajočih parametrih.

4 Rezultati

Na vrednosti turističnega indeksa najbolj vplivata geografsko okolje danega naselja oziroma njegov položaj v omrežju naselij. Vse več turističnih raziskav (Topole 2009) prestopa ozko začrtane meje turizma in na podlagi holističnega vidika celostno analizira okolje raziskovane regije in naselja, kar določa njegovo turistično pozicijo. Čeprav je indeks zasnovan na podlagi povpraševanja in ponudbe v razmerju 50 : 50 %, na njegovo vrednost v danem naselju v večji meri vpliva turistična ponudba. Na podlagi vzorčne raziskave je bilo ugotovljeno, da so v izraziti prednosti zdravstvena-turistična središča, s katerimi lahko tekmujejo le zgodovinska mesta s svojo kompleksno ponudbo in povpraševanjem.

Na Madžarskem je 3150 naselij, od tega so za 1751 na razpolago podatki o turističnih privlačnostih in/ali turističnem povpraševanju (slika 1). Vrednost turističnega indeksa jasno izraža značilnosti *naselbinskega omrežja*. Za županije s prevlado majhnih vasi je značilna *skromna turistična aktivnost* (Železna županija, Zalska županija, Baranja, Külső-Somogy, Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg). Naselja na območju Blatnega jezera, jezera Tisza, jezera Velence, velikih regionalnih središč in njihovih aglomeracij ter na območju drugih vodilnih turističnih območij (Mátra-Bükk, Sopron-Kőszeg) smo združili v kategorijo *sklenjena turistična območja*. Za naselja vzdolž Tise (Szolnok) in jezera Tisza (Abádszalók, Tiszafüred), pa tudi za naselja v pasu med Hortobágyjem in Szarvasem je značilen *srednje visok* oziroma *visok turistični indeks*. Posebno kategorijo predstavljajo *kopališka turistična naselja* z izrazito turistično koncentracijo. Najdemo jih na območjih severnega Madžarskega nižavja (Mezőkövesd, Bogács, Hajdúszoboszló), južnega Madžarskega nižavja (Orosháza-Gyopárosfürdő, Berekfürdő, Gyula) in zahodno od Donave (Hévíz, Bük, Zalakaros, Harkány, Sárvár, Lenti). *Zgodovinska mesta* (Eger, Visegrád, Veszprém, Esztergom, Sárospatak, Székesfehérvár) imajo visok turistični indeks, značilna zanje pa sta kompleksna turistična ponudba in povpraševanje.

Slika 1: Vrednost turističnega indeksa madžarskih naselij.
Glej angleški del prispevka.

Analiza na podlagi turističnega indeksa najbolje ocenjenih petdesetih naselij v primerjavi s ponudbo in povpraševanjem je razkrila tri tipe naselij (preglednica 2 in slika 2). Za naselja, ki spadajo v *prvi tip*, je značilna uravnoteženost med močnima ponudbo in povpraševanjem. V tej skupini so naselja s kompleksnimi urbanimi funkcijami oziroma kopališka turistična naselja mednarodnega pomena. Glavna značilnost naselij *drugega tipa* je izrazito sezonsko povpraševanje, kar seveda pomembno vpliva na ponudbo. V to skupino spadajo nekatera kopališka turistična naselja in naselja z občasnimi viški turističnega povpraševanja v času pomembnejših prireditvev. Za *tretji tip* sta značilna močno mednarodno oziroma domače turistično povpraševanje in precej enostranska turistična ponudba. V tej skupini so najpomembnejša madžarska zgodovinska mesta in kopališka turistična naselja.

Preglednica 2: Razlike med turističnim povpraševanjem in ponudbo za prvih 50 naselij na lestvici turističnega indeksa.

1. Sorazmerno uravnoteženo stanje (manj kot 12 % razlika med ponudbo in povpraševanjem)

Sopron, Debrecen, Hévíz, Eger, Pécs, Miskolc, Tihany, Kecskemét, Győr, Hortobágy, Veszprém, Balatonkenese, Szarvas

2. Povpraševanje pomembno vpliva na ponudbo (od 12,1 % do 17,0 %)

Balatonfűzfő, Szeged, Nyíregyháza, Gyöngyös, Zalaegerszeg, Mezőkövesd, Badacsonytomaj, Esztergom, Békéscsaba, Gárdony, Sárospatak, Tiszaújváros, Szolnok, Lenti, Székesfehérvár, Vonyarcvashegy

3. Povpraševanje v veliki meri presega ponudbo (več kot 17,0 %)

Bük, Hajdúszoboszló, Siófok, Zamárdi, Harkány, Sárvár, Gyula, Keszthely, Berekfürdő, Fonyód, Visegrád, Orosháza, Sombotel, Balatonboglár, Bogács, Tiszafüred, Abádszalók, Balatonlelle, Balatonsalmádi

Slika 2: Odkloni med povpraševanjem in ponudbov turističnem indeksu za prvih 50 naselij z njegovo najvišjo vrednostjo. Glej angleški del prispevka.

4.1 Povezanost turističnega indeksa naselij in regionalizacije Madžarske

Sistem madžarske klasifikacije pokrajin sledi uveljavljeni klasifikaciji (Dövényi 2010), po kateri se regije členijo na makro-, mezo- in mikroregije. V članku predstavljamo tudi združeni turistični indeks za mezoregije, tovrstni turistični indeks pa lahko izvedemo tudi za mikroregije (slika 3). Kar se tiče mezoregionalne ravni smo *nadpovprečne vrednosti* ugotovili za območje Blatnega jezera, gorovje Visegrajsko hribovje, hribovje Mátra in Srednje Potisje (Közép-Tisza-vidék). Tamkajšnji indeksi so visoki zaradi navzočnosti obvodnega turizma, zdraviliškega in wellness turizma oziroma krajskih in tradicionalnih kulturnih vrednot sredogorij, na njihovem obrobju pa živahni turistični dejavnosti. Spodnje Potisje (Alsó-Tisza-vidék), gricéjve Tokaj-Zempléni (Tokaj-Zempléni-hegyvidék), hribovje Börzsöny in nižavje Komárom-Esztergom imajo *srednje visok indeks*. Za ta območja je značilna raznovrstna struktura privlačnosti in ponudbe, pri čemer se hribovska in nižinska območja navezujejo na različno povpraševanje. Na osi Szolnok-Szeged se obvodni turizem povezuje z zdraviliškim turizmom v osrčju regije, pri kompleksni ponudbi mest pa ima najpomembnejšo vlogo Szeged. Okolica Tokaja je prizorišče vinskega, podeželskega in hitro razvijajočega se rekreativnega turizma. Hribovje Börzsöny v zaledju Budimpešte se ponaša z doživljajsko privlačno pokrajino, zanimivo pa je, da je med vsemi madžarskimi sredogorji najbrž najslabše raziskano. Nižavje Komárom-Esztergom se razteza ob Donavi med mestom Győr in izrazitim Donavinim okljukom. Značilni zanj sta turistično živahni skrajni točki, tudi s Komáromom, mestom utrdb in toplic z izjemnimi možnostmi za razvoj vodnega turizma. Zaradi poteka državne meje mezoregija Alpokalja (Nizke Alpe) ni sklenjena. Njeno ozemlje sestavljajo Sopronsko in Kőszegijsko gricéjve, Zgornje Porabje, gricéjve v Železni županiji (Vasi-hegyhát), kjer so tudi med turisti priljubljena mesta, naravni park Íróttkő in z narodni park Őrség.

Slika 3: Turistični indeksi madžarskih mezoregij. Glej angleški del prispevka.

4.2 Povezanost turističnega indeksa naselij in plansko-statističnih regij

Madžarske plansko-statistične regije so na ravni NUTS II Evropske unije. Povprečni turistični indeks imajo regije v osrednjem in južnem delu Velikega Madžarskega nižavja (slika 4), ki se stikata na osi Budimpešta-Kecskemét-Szeged. V smeri vzhod-zahod se razprostira os Baja-Kalocsa-Kiskunfélegyháza-Szarvas-Orosháza-Gyula. Poleg več mestnih in kulturnih turističnih središč (Szeged, Gyula, Kalocsa) se regija ponaša s številnimi kopaliskimi turističnimi središči (Gyula, Orosháza). Med naravnimi vrednotami izstopata Bugac in Lakitelek-Tőserdő, medtem ko je pomembna izletniška destinacija spominski narodnozgodovinski park Ópusztaszer (Ópusztaszeri Nemzeti Történeti Emlékpark). Povprečni turistični indeks regije Közép-Dunántúl gre na račun naselij ob severni obali Blatnega jezera (na primer krajev Balatonfüred in Csopak), središč mestnega turizma (Veszprém, Székesfehérvár, Komárom), zdravilišč (Pápa, Tapolca) in raznovrstne ponudb v naseljih sredogorja Dunántúli-középhegység (Bakonjski gozd, Pilis, Tapolka kotlina). Podpovprečni indeks regij Nyugat-Dunántúl in Észak-Magyarország je zagotovo rezultat velikega števila majhnih podeželskih naselij, čeprav je to dejstvo na videz v nasprotju z visokimi povprečnimi turi-

stičnimi indeksi mezonegij. Prav tako sicer visok turistični indeks severnega dela Velikega Madžarskega nižavja (Észak-alföld) občutno zmanjšujeta zunanje in notranje obrobje tega območja (Szatmár-Bereg in Jászság). Najnižji povprečni indeks ima regija Dél-Dunántúl, kar je posledica razpršenih privlačnih točk, skromnih prenočitvenih zmogljivosti in velike gostote naselij s prevlado majhnih vasi.

Slika 4: Povprečni turistični indeks madžarskih plansko-statističnih regij.
Glej angleški del prispevka.

4.3 Povezanost turističnega indeksa naselij in statističnih mikroregij

Statistične mikroregije, ki jih v svoji evidenci vodi Centralni madžarski statistični urad (CMSU), ustrezajo ravni NUTS IV Evropske unije. Z vidika turističnega indeksa je za tovrstne regije značilna precejšnja razpršenost, kar je mogoče interpretirati na različne načine (slika 5). Na višino indeksa vplivajo prevladujoča velikost in vrsta naselij v posameznih mikroregijah. Tako je na primer mikroregijah Velikega Madžarskega nižavja navadno le od 4 do 5 naselij, v gričevnatih in hribovskih mikroregijah pa jih je kar med 40 in 50. Njegova vrednost se giblje od vsega 0,2 do 0,3 v mikroregiji Sellye, medtem ko se mikroregija Debrecen uvršča v zgornji razred z vrednostmi od 15,3 do 31,4. Nadpovprečo visok indeks je značilen za okolico pomembnih letovišč. Njegova vrednost v mikroregijah Kőszeg, Balatonföldvár, Siófok, Gárdony, Szentendre, Eger in Tiszafüred je v razponu od 10,7 do 15,3. Izstopajoča vrednost indeksa (15,3–31,4) je tudi v mikroregijah Fonyód, Hévíz, Balatonfüred in Balatonalmádi. Navzočnost narodnih parkov krepi vrednost turističnega indeksa v mikroregijah Óriszentpéter, Kőszeg, Belpátfalva, Balmazújváros (Hortobágy) in Szarvas.

Slika 5: Povprečni turistični indeks madžarskih statističnih mikroregij.
Glej angleški del prispevka.

Za mikroregije z nadpovprečnimi vrednostmi turističnega indeksa (7,3–10,7) je prav tako značilna določena prostorska koncentracija, kar velja na eni strani za mikroregije v severnem delu območja zahodno od Donave, vzdolž osi Győr–Budimpešta (Mosonmagyaróvár, Komárom, Tata, Esztergom), na drugi strani pa tudi za južni del Velikega madžarskega nižavja, za katerega je značilna prostorska povezanost mikroregij Mórahalom, Szeged, Kistelek, Csongrád in Hódmezővásárhely. Mikroregije pokrajine Hajdúság (Debrecen, Hajdúböszörmény, Balmazújváros) imajo visoke vrednosti turističnega indeksa (15,3–31,4) in na območju vzhodno od Tise sestavljajo nekakšno izolirano jedro, na katerega z južne strani navezujejo mikroregije Tiszafüred, Karcag, Mezőtúr, Szarvas, medtem ko s severne mikroregije Nyíregyháza, Tiszaszvár segajo do mikroregije Tokaj. Niz mikroregij proti jugu se zaključuje z osjo Békés (mikroregiji Békéscsaba in Gyula). Med mikroregijami zahodnega dela Velikega madžarskega nižavja ima nadpovprečno vrednost indeksa le mikroregija Kecskemét. Ločnica med mikroregijami Velikega Madžarskega nižavja ne poteka v smeri vzhod–zahod, ampak je glede na njihovo razvitost bolj značilna ločnica reka Tisa.

Primerjava turističnih indeksov dveh skrajnih tipov mikroregij je lahko poučna tudi v strokovnem smislu. Vrednost indeksov kaže na precejšnje razlike v korist najbolj razvitih mikroregij (slika 6), torej je intenzivni turizem v veliki meri osredotočen v najbolj razvitih med njimi. Na drugi strani standardni odklon od obeh razvojnih polov kaže, da stopnja povezanosti med splošno razvitostjo naselij in intenzivnostjo turizma v njih ni niti izrazita niti neposredna. Povezanost z gostoto omrežja naselij je očitna pri obeh tipih. Tako se lahko tudi v najbolj razvitih mikroregijah zgodi, da eno samo turistično naselje ne more občutno vplivati na večjo povprečno vrednost turističnega indeksa v mikroregiji (primera sta mikroregiji Pécs in Székesfehérvár). To je še bolj očitno v primeru nerazvitih mikroregij (slika 7), čeprav je tudi med njimi nekaj izjem, na primer mikroregije Tokaj.

Slika 6: Povprečni turistični indeks najbolj razvitih madžarskih mikroregij.
Glej angleški del prispevka.

Slika 7: Povprečni turistični indeks nerazvitih madžarskih mikroregij.
Glej angleški del prispevka.

5 Razprava in sklep

Kreiranje turističnih destinacij in opredeljevanje turističnih dosežkov posameznih naselij sta medsebojno povezani zadevi. Obe sta v mednarodni strokovni javnosti še vedno predmet živahnih razprav (Bieger in Laesser 2002; Buhalis 2000; Haedrich 1998). Zaradi raznovrstne turistične ponudbe in različnega infrastrukturnega ozadja niti za določitev obsega destinacij niti za natančnejše meritve v njih za zdaj še ni uveljavljena enotna kvantitativna metodologija. Po našem mnenju bi lahko realno sliko prikazala metoda, v kateri bi bili elementi turistične ponudbe in povpraševanja uravnoteženi in bi bili dostopni za določeno destinacijo v primerni obliki. Ponudba nakazuje tržne možnosti, vendar daje odgovore njihove dejanske uresničitve povpraševanje. Naša metoda kaže tako tržno pozicijo posameznih naselij in regij kot njihovo medsebojno tekmovalnost.

Na podlagi notranje sestave turističnega indeksa oziroma razmerij med ponudbo in povpraševanjem so se izoblikovali trije tipi naselij, kar potrjuje našo hipotezo, da je turistična privlačnost potencial, na katerega pa v veliki meri vplivajo drugi elementi turistične ponudbe. Vrednost turističnega indeksa na državni ravni obenem razblinja nekatere zmotne: z izjemo Budimpešte je med 3150 madžarskimi naselji 1751 takšnih z zabeleženo turistično privlačnostjo in/ali povpraševanjem (55,5 %). Očitna je njihova povezanost s hierarhijo v omrežju naselij. Skromna turistična aktivnost je značilna za območja z majhnimi naselji in za periferna območja, medtem ko imajo visok turistični indeks kopaliska turistična naselja, zgodovinsko pomembna mesta z bogato dediščino, obvodne letoviške destinacije in rekreacijske cone mestnih aglomeracij. Ponovno se je potrdila tesna soodvisnost med družbeno-gospodarskim okoljem in turistično intenziteto, prav tako tudi razmerje med turističnim indeksom in razvitostjo madžarskih mikroregij. Sklenemo lahko, da je na ravni države turizem slejkoprej domena bolj razvitih območij.

Model posredno potrjuje tudi turistično povpraševanje po raznolikih turističnih produktih. Najbolj očitna je navezanost kapitalsko intenzivnih zdraviliških turističnih središč na razvite mikroregije, povezana z intenzivnim povpraševanjem, kar spodbuja njihovo medsebojno tekmovalnost.

Čeprav smo s študijo želeli predstaviti metodologijo, s katero lahko neposredno merimo turistične dosežke naselij, smo s preračunavanjem podatkov za posamezna naselja prišli do rezultatov, uporabnih tudi na višjih prostorsko-planskih ravneh, tudi geografskih regij. Z določitvijo minimalne vrednosti turističnega indeksa lahko pristopimo tudi k omejitvi ciljnih turističnih območij, za kar je čedalje večje zanimanje med načrtovalci turističnega razvoja in prostorskega razvoja nasploh. Primerjava turistične ponudbe in povpraševanja ter analiza njihove notranje sestave je lahko planerjem primerna podlaga za bolj smelo, z raziskavami podprto odločanje o prostorskem načrtovanju razvoja naselij in regionalnem razvoju nasploh.

6 Literatura

Glej angleški del prispevka.