

життя, рекламодавець має фокусувати увагу на вигодах іміджу бренда, не загострюючи увагу на користувачах (споживачах). Іншими словами, героєм звернення є товар-бренд, а не споживач.

1. Дурович А.П. Реклама в туризме : [учеб. пособие] / Дурович А.П. – Минск, 2008. – 254 с.
2. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности : [учеб. пособие] / Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
3. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник / Лук'янець Т.І. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
4. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент : [навч. посіб.] / Лук'янець Т.І. – К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
5. Миронов Ю.Б. Перехідні економічні системи / Ю.Б. Миронов // Збірник наукових праць студентів, аспірантів і викладачів – Львів: Видавництво ЛКА, 2002. – Випуск V. – С. 289–292.

Krzysztof Parzych

ZRÓŻNICOWANIE PRZESTRZENNE RUCHU TURYSTYCZNEGO W KRAJACH EUROPEJSKICH

Przedmiotem opracowania było zróżnicowanie przestrzenne ruchu turystycznego w europejskim regionie turystycznym. Dokonano analizy rozkładu przestrzennego ruchu turystycznego na obszarze na podstawie danych statystycznych UNWTO uwzględniając czynniki determinujące zróżnicowanie przestrzenne ruchu turystycznego w poszczególnych krajach europejskich.

Słowa kluczowe: ruch turystyczny, region turystyczny, Europa,

The aim of this article was the spatial analysis of the tourist arrivals in Europe. The analysis was made basing on the statistic data of the UNWTO contains of the distribution of the tourism movement in the European region. In the analysis was taken into account not only the main factors as tourist attractiveness and tourist development. Besides these determinants was taken into account the wide context of the politic and social and economical changes in European region especially in the middle-east European countries.

The analysis of the statistic data show the countries of west and medditteranean and south European regions have been staying the most visited in the Europe and constitute the most visited tourist region in the world. Besides it in the last years has been rising the position of the middle east European countries thanks to the economical and political transformation and economic growth in these countries.

Głównym obszarem recepcji ruchu turystycznego w skali świata jest region turystyczny Europy. Intensywność ruchu turystycznego na obszarze Europy wynika z jednej strony z silnego popytu wewnętrznego związanego z migracjami międzypaństwowymi Europejczyków, z drugiej strony kraje europejskie są częstym celem turystów z krajów pozaeuropejskich, przede wszystkim Ameryki Północnej, oraz z niektórych krajów regionu turystycznego Azji i Południowego Pacyfiku.

Kraje europejskie stanowią jeden z najbardziej pierwotnych obszarów międzynarodowych migracji turystycznych. Pierwsze podróże o charakterze turystycznym związane były bowiem z głównymi szlakami handlowymi

przebiegającymi przez obszar Cesarstwa Rzymskiego. Istotną rolę odgrywała w pierwszych migracjach o charakterze turystycznym również starożytna Grecja gdzie powstawały pierwsze obiekty o charakterze zagospodarowania turystycznego (Kowalczyk 2001, Kurek 2007).

Obszar Europy ze względu na silne zróżnicowanie walorów przyrodniczych krajobrazu posiada bogaty potencjał walorów naturalnych dla różnych form turystyki, od klasycznej biernej turystyki wypoczynkowej typu 3 s poprzez turystykę krajoznawczą aż po różne formy turystyki kwalifikowanej.

Wydaje się, że kraje europejskie są jeszcze bardziej atrakcyjne dla turystów zwłaszcza spoza Europy ze względu na olbrzymi potencjał dziedzictwa historycznego i kulturowego skoncentrowanego przede wszystkim w podregionach turystycznych Europy Południowej i Śródziemnomorskiej oraz Zachodniej. Potencjał ten wyraża się olbrzymią ilością obiektów architektonicznych, walorów historycznych, największych na świecie obiektów muzealnych i innych obiektów kultury materialnej będących śladami dziedzictwa poszczególnych narodów. Istotnym składnikiem szeroko pojętej atrakcyjności turystycznej kontynentu europejskiego są ponadto walory recepcyjne, które wiążą się z najwyższą gęstością bazy noclegowej i innych elementów zagospodarowania turystycznego na tle pozostałych regionów turystycznych świata. Oprócz tego Europa jako drugi obok Australii najmniejszy kontynent charakteryzuje się bardzo dobrą w porównaniu z pozostałymi kontynentami dostępnością komunikacyjną, co wynika z gęstej sieci połączeń w komunikacji zarówno samochodowej, kolejowej jak i lotniczej. Stwarza to możliwości szybkiego przemieszczania się pomiędzy poszczególnymi krajami atrakcyjnymi pod względem turystyczno-krajoznawczym, a obszarami emisji ruchu turystycznego

Niewątpliwie istotne znaczenie posiada również ogólne poczucie dobrobytu, wysokiego standardu życia społeczeństw krajów europejskich, nowoczesnej infrastruktury technicznej oraz wysoki poziom bezpieczeństwa w porównaniu z pozostałymi regionami świata.

Wszystkie te czynniki stanowią dogodne podłoże dla rozwoju migracji turystycznych. Potwierdzeniem wysokiej atrakcyjności turystycznej regionu turystycznego Europy są najwyższe wskaźniki ruchu turystycznego w krajach europejskich oraz to, że wśród 10 najczęściej odwiedzanych krajów świata – 8 to kraje europejskie (tab.1).

Tab. 1

Ruch turystyczny na świecie w 2008 roku z uwzględnieniem podziału świata na regiony turystyczne według UNWTO

Region turystyczny	Liczba turystów w 2008 roku w mln	Udział procentowy w liczbie turystów ogółem
Świat	922	100,0

Europa	489, 4	53,1
Europa Północna	57,0	6,2
Europa Zachodnia	153,3	16,6
Europa Środkowo- Wschodnia	99,6	10,8
Europa Południowa- Śródziemnomorska	179,6	19,5
Azja i Pacyfik	184,1	20,0
Północno-Wschodnia Azja	101,0	10,9
Południowo-wschodnia Azja	61,7	6,7
Oceania	11,1	1,2
Azja Południowa	10,3	1,1
Ameryka	147,0	15,9
Ameryka Północna	97,8	10,6
Karaiby	20,2	2,2
Ameryka Środkowa	8,3	0,9
Ameryka Południowa	20,8	2,3
Afryka	46,7	5,1
Afryka Północna	17,2	1,9
Afryka Subsaharyjska	29,5	3,2
Środkowy Wschód	55,1	6,0

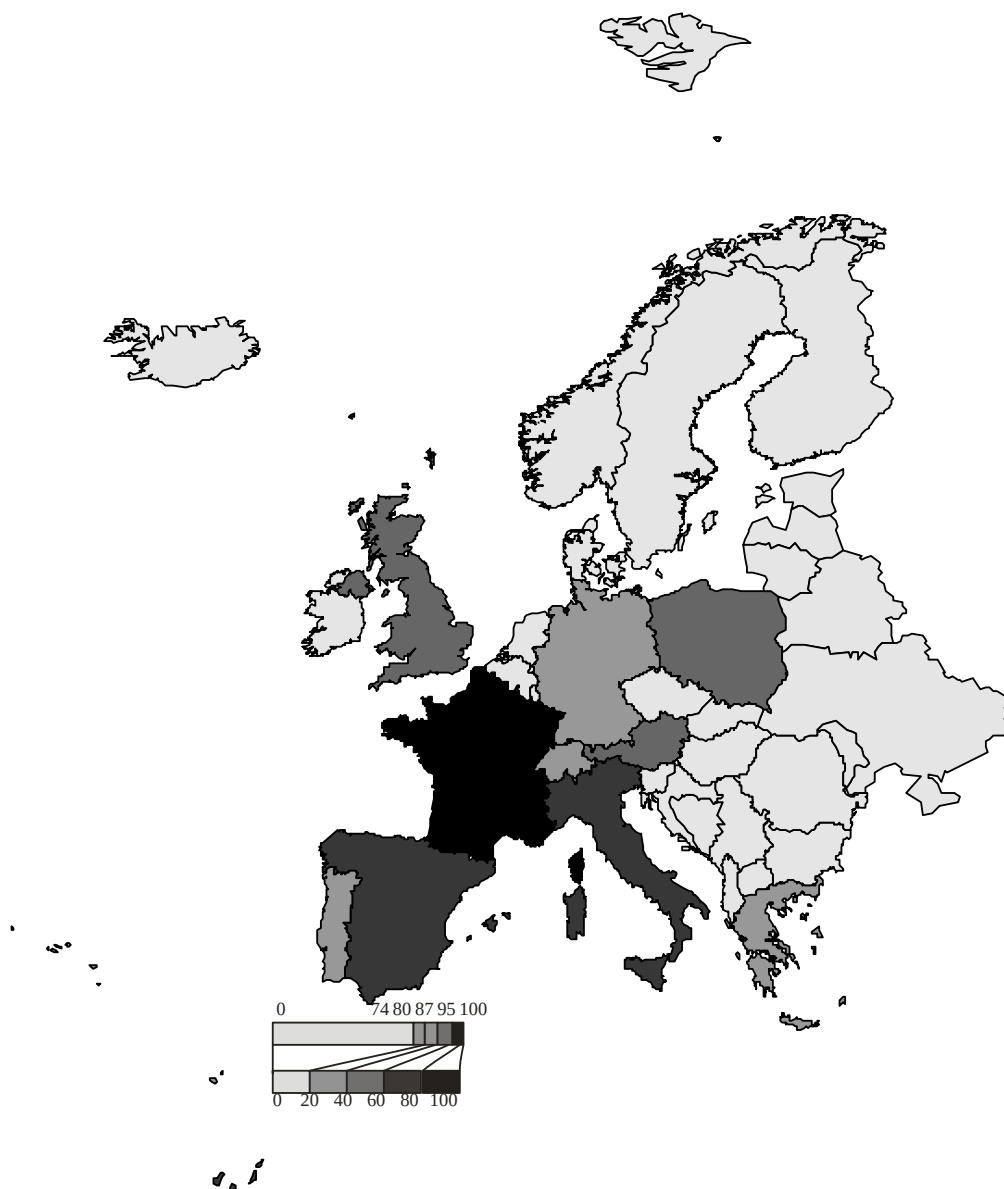
Źródło: Tourism Highlights 2009, UNWTO

W niniejszym artykule podjęto zagadnienie przestrzennego rozmieszczenia ruchu turystycznego w regionie turystycznym Europy. Jako podstawę do podjętej analizy wykorzystano dane statystyczne zawarte w dokumencie publikowanym przez UNWTO z roku 2009. Dane statystyczne zawarte w tym dokumencie dotyczyły roku 2008.

W podziale regionu turystycznego Europy według WTO wyodrębniono 4 podregiony: Europy Północnej, Zachodniej, Środkowo-Wschodniej oraz Południowej i Śródziemnomorskiej.

. Analiza przestrzennego rozmieszczenia ruchu turystycznego w regionie europejskim wskazuje że głównym miejscem koncentracji przyjazdów są kraje Europy Południowej i Śródziemnomorskiej (ryc.1). W 2008 roku region ten odwiedziło blisko 20% ogółu turystów uczestniczących w międzynarodowym

ruchu turystycznym. Wysoka koncentracja ruchu turystycznego w regionie Europy południowej i śródziemnomorskiej jest efektem wybitnych walorów turystycznych oraz bardzo dobrego zagospodarowania turystycznego. Region ten z jednej strony ze względu na bardzo sprzyjające warunki klimatyczne oraz rozległe odcinki wybrzeża (wybrzeża południowej Hiszpanii- Costa del Sol, Costa Blanca, Costa Dorada, Riwiera Włoska, Riwiera Adriatycka, Wybrzeże Dalmatyńskie, Riwiera Olimpijska, wybrzeże dalmatyńskie Chorwacji i inne) jest przede wszystkim predestynowany do typowej turystyki wypoczynkowej typu 3s.



Ryc. 1 Zróżnicowanie koncentracji przestrzennej ruchu turystycznego w regionie turystycznym Europy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Tourism Highlights 2009, UNWTO

Z drugiej jednak strony o jego atrakcyjności turystycznej w niemniejszym stopniu decydują wybitne walory dziedzictwa historyczno-kulturowego (przede wszystkim na obszarze Włoch, Hiszpanii, Grecji oraz Portugalii). W 2008 roku

podregion Europy Południowej i Śródziemnomorskiej odwiedziło 179 558 tysięcy turystów. Najczęściej odwiedzanymi w tym regionie krajami były Hiszpania (57 316 tys) oraz Włochy (42 734) . Wśród pozostałych krajów tego regionu dużą intensywnością ruchu turystycznego odznaczały się Turcja (24 994) oraz Chorwacja (9415).

Drugim najczęściej odwiedzanym podregionem w regionie turystycznym Europy był podregion Europy Zachodniej na obszarze, którego koncentrowało się 16,6% światowego ruchu turystycznego. Najczęściej odwiedzanym krajem w tym regionie, a jednocześnie najczęściej odwiedzanym państwem świata była Francja (78 449 tys . turystów w 2008 roku). Innymi częściej odwiedzanymi krajami podregionu Europy Zachodniej były Niemcy (24 886 tys.) oraz Austria (21 935). O atrakcyjności tego regionu decyduje różnorodność walorów turystycznych wśród których obok typowych walorów wypoczynkowych związanych z obszarami nadmorskimi Morza Śródziemnego (francuskie wybrzeża: Langwedocja – Roussillon oraz Lazurowe Wybrzeże), oraz Morza Północnego (Wybrzeża Francji, Belgii, Holandii i Niemiec) a także regionu Alp (szczególnie na terytoriach Francji, Szwajcarii, Austrii i Niemiec) skoncentrowanych jest wiele innych cennych miejscowości z olbrzymią ilością różnorodnych obiektów dziedzictwa historyczno-kulturowego. Dodatkowym magnesem przyciągającym ruch turystyczny w tym regionie jest jego bardzo dobra infrastruktura ogólna, zwłaszcza transportowa oraz odpowiednia zarówno pod względem ilościowym jak i standardu obiektów baza noclegowa. .

Trzecim w kolejności wizyt podregionem regionu turystycznego Europy były kraje Europy Środkowo-Wschodniej. Ich udział w skali ogółem ruchu turystycznego na świecie wynosił w 2008 roku 10,8%. Podregion środkowoeuropejski obejmujący większość byłych państw socjalistycznych Europy Środkowo-Wschodniej w 2008 roku odwiedziło 99558 tysięcy turystów. Najczęściej odwiedzanymi w tym regionie były Rosja 15 500 tysięcy, Polska – 12 960 tysięcy oraz Węgry 8814 tysięcy turystów.

Najmniejszy pod względem ilościowym ruch turystyczny na kontynencie europejskim odnotowuje się od lat w podregionie Europy Północnej obejmującym Wielką Brytanię i Irlandię oraz kraje skandynawskie. Jest to w głównej mierze wynikiem peryferyjnego położenia tego obszaru w Europie. Efekt izolacji pogłębia znaczne rozproszenie atrakcji turystycznych, duże powierzchnie krajów w połączeniu z rzadką siecią osadniczą. Istotne znaczenie ma również mniej sprzyjający zwłaszcza klasycznej turystyce wypoczynkowej klimat Wszystkie te czynniki powodują, że obszar ten jest znacznie rzadziej odwiedzany w porównaniu z innymi podregionami turystycznymi regionu europejskiego. Najczęściej odwiedzanym państwem w tym obszarze była Wielka Brytania, którą odwiedziło w 2008 roku 30 142 tysiące turystów. Drugim w kolejności wizyt była Irlandia, którą odwiedziło 8026 tysięcy turystów.

Region turystyczny Europy od wielu lat jest głównym obszarem recepcyjnym świata. Jego udział w recepcji międzynarodowego ruchu turystycznego wynosi ponad 50%. Dynamika ruchu turystycznego w krajach

europejskich w ostatnich latach jest dość duża. Według danych WTO w roku 2008 region turystyczny Europy odwiedziło około 449 milionów turystów.

Mimo, że region europejski pozostaje niezmiennie najczęściej odwiedzanym regionem turystycznym świata od początku rejestracji danych statystycznych turystyki międzynarodowej, w ostatnich latach dają się zauważyć dynamiczne zmiany w tym obszarze. Zmiany te dotyczą zwłaszcza podregionu Europy Środkowo-Wschodniej (Hall 2006). Są one w głównej mierze wynikiem transformacji ustrojowej jak również społeczno-ekonomicznej w większości państw tego obszaru. Ważne w kontekście turystyki międzynarodowej do i z tych krajów były liczne ułatwienia o charakterze paszportowo-wizowym, które pojawiły się wraz jako jeden z efektów transformacji ustrojowej w tych państwach. Istotnym czynnikiem dla wzrostu frekwencji turystycznej w wielu w krajach tego obszaru była również akcesja z Unią Europejską. Efektem tych czynników bardzo silny napływ turystów zagranicznych obserwowany w państwach Europy środkowo-wschodniej już od połowy lat 90 –tych XX wieku. W latach 2005-2007 zjawisko to było szczególnie wyraźnie widoczne w statystykach ruchu turystycznego Polski, Czech, Słowacji, Węgier, Litwy oraz Estonii. W ostatnich kilku latach podobnie wysoki poziom zainteresowania odnotowywany jest w Rumunii i Bułgarii.

Istotnym zjawiskiem towarzyszącym tym zmianom na obszarze krajów środkowo-wschodniej Europy był wzrost aktywności turystycznej społeczeństw tych państw. Te dwa procesy związane z szeroko pojętą transformacją ustrojową oraz towarzyszącymi jej zmianami społeczno-ekonomicznymi w obszarze spowodowały wzrost zainteresowania krajami środkowo-wschodniej Europy wśród społeczeństw pozostałej części Europy. Z drugiej strony bogacące się społeczeństwa krajów środkowo-europejskich stały się ważnymi źródłami emisji ruchu turystycznego zwłaszcza do tradycyjnych silnych europejskich destynacji turystycznych na obszarze podregionów zachodniego oraz Europy południowej i śródziemnomorskiej.

Postępujące więc zmiany na obszarze Europy środkowo- wschodniej przyczyniły się więc do ogólnego wzrostu frekwencji ruchu turystycznego na obszarze regionu turystycznego europejskiego. W ostatnich latach w Europie obserwuje się w związku z tym z jednej strony wzrost znaczenia nowych, młodych destynacji turystycznych na obszarze Europejskim-Polska, Rosja, Ukraina, Czechy, Rumunia oraz Bułgaria). Z drugiej strony dzięki rosnącemu popytowi turystycznemu w państwach podregionu Europy środkowo-wschodniej utrwaleniu ulega silna pozycja tradycyjnych destynacji turystycznych na obszarze krajów podregionów Europy zachodniej oraz południowej i śródziemnomorskiej.

1. Kurek W., 2007, *Turystyka*, PWN, Warszawa
2. Kowalczyk A., 2001, *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa
3. Hall C.M., Page S.J., 2006, *The Geography of tourism and recreation*, London
4. *Tourism Highlights 2009*, UNWTO