

Jan Zawadka

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Atrakcyjność turystyczna wybranych krajów basenu Morza Śródziemnego

Streszczenie. Celem pracy jest ukazanie atrakcyjności turystycznej wybranych krajów basenu Morza Śródziemnego, którymi są Hiszpania, Francja, Włochy oraz Turcja, jako państw o największej liczbie turystów międzynarodowych w ostatnich latach. Oceny atrakcyjności turystycznej tych krajów dokonano na podstawie analizy takich elementów, jak: przyrodnicze oraz antropogeniczne walory turystyczne, infrastruktura turystyczna oraz dostępność komunikacyjna. Rozpoznano także opinie na temat możliwości wypoczynku i uprawiania turystyki kwalifikowanej w tych destynacjach.

Słowa kluczowe: atrakcyjność turystyczna, kraje śródziemnomorskie, walory turystyczne, infrastruktura turystyczna, dostępność komunikacyjna

Wstęp

Turystyka jest obecnie jednym z najważniejszych i najdynamiczniej rozwijających się sektorów światowej gospodarki. Jest źródłem 9% światowego PKB, a zatrudnienie w niej znajduje co 11. osoba w ujęciu globalnym. Nośnikiem tej potęgi gospodarczej było w 2014 roku 1,13 mld turystów międzynarodowych, dzięki którym wpływy z turystyki międzynarodowej wyniosły 1245 mld USD, co stanowiło 6% wartości światowego eksportu¹. Niewątpliwie więc turystyka przyczynia się do rozwoju gospodarczego wielu państw, a ruch turystyczny, aktywizując inne sektory gospodarki, przynosi ogromne zyski dla niezliczonych przedsiębiorstw i krajowych budżetów. Turystyka ponadto, jako sektor wykonujący głównie usługi, ma także ogromne znaczenie w walce z wciąż wysokim poziomem bezrobocia w wielu regionach świata. W krajach o znacznej atrakcyjności i popularności turystycznej odsetek zatrudnionych w sektorze usług turystycznych stanowi często ponad 1/4 ogólnej liczby zatrudnionych.

Turystyka przynosi również korzyści o charakterze społecznym czy kulturowym. Wraz z rozwojem ruchu turystycznego wzrasta poziom życia mieszkańców, poziom wykształcenia ludności, następuje rozwój infrastruktury turystycznej oraz ogólna poprawa wizerunku danego państwa bądź regionu. Obserwuje się również ogromny wpływ turystyki na kulturę, wzrasta znaczenie ochrony walorów antropogenicznych, coraz większym zainteresowaniem cieszą się lokalne tradycje i folklor, a to przekłada się na stan światowe-

¹ Dane statystyczne we wstępie przytoczone zostały na podstawie: Tourism Highlights. 2015 Edition. UNWTO.

go dziedzictwa kulturowego. Nie można tu również nie wspomnieć o podejmowanych działaniach mających na celu ochronę obszarów atrakcyjnych i cennych przyrodniczo, których obecność jest niejednokrotnie głównym powodem wyboru danej destynacji i czynnikiem warunkującym dalszy jej rozwój.

Poziom rozwoju funkcji turystycznej jest w poszczególnych zakątkach świata niezwykle różnicowany i uzależniony od wielu determinant. Wśród nich wymienić można m.in.: położenie geograficzne, klimat, uwarunkowania społeczno-ekonomiczne i polityczne, obecność infrastruktury turystycznej, dostępność komunikacyjną czy wreszcie resurs walorów turystycznych. Zespół cech przyrodniczych i antropogenicznych decydujący o zainteresowaniu turystów danym miejscem czy regionem określić można atrakcyjnością turystyczną tego obszaru, której poziom przekłada się przede wszystkim na wielkość ruchu turystycznego w danym regionie, ale także wpływa istotnie na zainteresowanie nim potencjalnych inwestorów i warunkuje perspektywę rozwoju turystyki.

Europa jest obecnie największym rynkiem turystycznym na świecie. To właśnie na jej obszarze zrealizowano w 2014 roku 51,4% wszystkich zagranicznych wyjazdów turystycznych na świecie. Szczególnie wyróżniają się pod tym względem kraje położone w basenie Morza Śródziemnego. Celem opracowania jest rozpoznanie i ukazanie atrakcyjności turystycznej wybranych krajów śródziemnomorskich: Hiszpanii, Francji, Włoch oraz Turcji. Powodem takiego doboru krajów był fakt, iż na ich terenie realizowanych jest najwięcej turystycznych wyjazdów międzynarodowych spośród wszystkich państw basenu Morza Śródziemnego. Oceny atrakcyjności turystycznej wymienionych krajów dokonano na podstawie opinii grupy respondentów scharakteryzowanej w dalszej części opracowania.

Metody badań

Podczas badań przeprowadzonych w 2014 roku posłużono się metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankiety². Zostały tu uwzględnione dwie grupy opiniotwórcze. Pierwszą z nich stanowiło 100 osób, których wiek w zdecydowanej większości zawierał się w przedziale pomiędzy 16. a 26. rokiem życia. Byli to uczestnicy młodzieżowych i studenckich zagranicznych grupowych wyjazdów turystycznych. Badania zrealizowano podczas ich powrotu do Polski. Niewielki odsetek w tej grupie stanowiły ponadto osoby nieco starsze – była to kadra opiekuńcza oraz kierowcy autokarów. Dla urozmaicenia badanej próby badania zostały dodatkowo poszerzone o 40 respondentów w wieku 27 i więcej lat. Dobór próby miał charakter przypadkowy, a miejscem badań było centrum Warszawy.

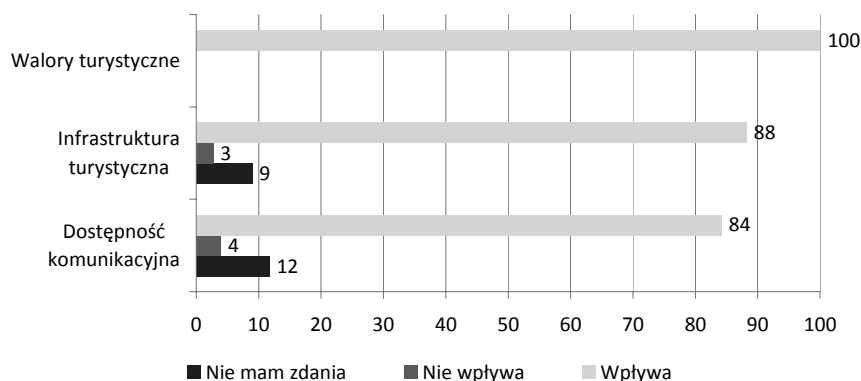
Wyniki badań

Badani w obu grupach różnili się głównie wiekiem. W grupie 1 (gdzie 63% stanowiły kobiety) 88% respondentów było w wieku 16–26 lat, 8% pomiędzy 27. a 35. rokiem życia, a pozostałe 4% miało więcej niż 35 lat. Grupa 2 (67,5% kobiet) była bardziej zróżnicowana wiekowo. Dominowały tu osoby w wieku 36–45 lat (45%) oraz 27–35

² Badania przeprowadzone zostały przez M. Potocką pod kierunkiem autora niniejszego opracowania.

(30%), tylko 15% badanych w tej grupie miało od 46 do 55 lat, a pozostałe 10% powyżej 55 lat. Również deklarowany przez badanych poziom wykształcenia był zróżnicowany. W grupie 1 dominowali studenci (64%) oraz osoby posiadające już wyższe wykształcenie (29%). Większość przedstawicieli grupy 2 natomiast ukończyła studia (60%), a 35% szkołę średnią. Ponad 3/4 badanych obu grup było mieszkańcami dużych miast.

Badani poproszeni zostali o wyrażenie opinii na temat wpływu poszczególnych elementów decydujących o atrakcyjności turystycznej, którymi są walory turystyczne, infrastruktura turystyczna oraz dostępność komunikacyjna³. Zagadnienie to zaprezentowano na rysunku 1. Wyniki (na skutek braku istotnych rozbieżności) zostały uśrednione dla obu grup opiniotwórczych. Należy zauważyć, że zdecydowana większość badanych miała prawidłowe skojarzenia względem komponentów mających wpływ na poziom atrakcyjności turystycznej.



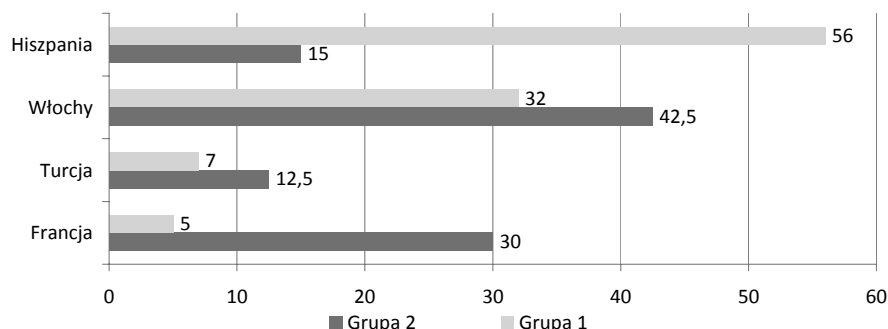
Rysunek 1. Opinie badanych na temat wpływu poszczególnych elementów na atrakcyjność turystyczną

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wszyscy badani twierdzili zgodnie, że walory turystyczne mają wpływ na atrakcyjność danego miejsca czy regionu. Dla niewielkiej części badanych nie było już tak oczywiste w przypadku dwóch pozostałych jej komponentów. Należy tu jednak założyć, że prawdopodobnie dla części respondentów znaczenie pojęcia infrastruktury turystycznej i dostępności komunikacyjnej nie były do końca znane, co przełożyć się mogło na ich opinie względem badanego zjawiska.

Hiszpanię, jako najbardziej atrakcyjną pod względem turystycznym, wskazywały głównie osoby młode (grupa 1). Na drugim miejscu w opinii tej części badanych uplasowały się Włochy (rys. 2).

³ Jest to najczęściej przytaczana w literaturze koncepcja atrakcyjności turystycznej. Szerzej na ten temat: J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk: Produkt turystyczny albo jak organizować zwiedzanie świata, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002, s. 32.



Rysunek 2. Najatrakcyjniejsze turystycznie państwo basenu Morza Śródziemnego w opinii badanych (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W grupie 2 pod względem atrakcyjności turystycznej prym wiodły Włochy oraz Francja. Hiszpania zajęła dopiero trzecią pozycję. Powodem tak znacznych różnic we wskazaniach był przede wszystkim wiek badanych. Osoby młode, oczekujące podczas wyjazdu głównie dobrej zabawy w popularnych klubach i dyskotekach zdecydowanie chętniej wybiorą na miejsce pobytu najbardziej modne w ostatnich latach wśród młodzieży miejscowości, takie jak Lloret de Mar (Hiszpania) czy Rimini (Włochy) niż wyjazd do Turcji, w której (szczególnie obecnie) panujący islam oraz inne uwarunkowania kulturowe mogą stanowić barierę w nieskrępowanej zabawie. Osoby nieco starsze, reprezentujące grupę 2, najwyżej oceniły Włochy oraz Francję. Kraje te mogą być chętniej wybierane przez tą grupę chociażby przez wzgląd na obecność wielu niezwykle cennych walorów antropogenicznych.

Celem bardziej szczegółowej oceny atrakcyjności turystycznej poszczególnych krajów badani dokonali oceny konkretnych jej elementów. Były nimi:

- walory przyrodnicze,
- walory kulturowe,
- bazy noclegowa i gastronomiczna,
- dostępność komunikacyjna,
- możliwość wypoczynku i uprawiania turystyki kwalifikowanej.

Walory turystyczne są najczęściej głównym powodem wyjazdu w dane miejsce i to one w istotny sposób decydują o atrakcyjności turystycznej poszczególnych destynacji. Oceny badanych dotyczące atrakcyjności walorów przyrodniczych i pozaprzyrodniczych analizowanych państw zaprezentowano w tabeli 1.

Ponad połowa badanych grupy 1 przyznała najwyższą ocenę w zakresie walorów przyrodniczych Hiszpanii. Ta kategoria wysoko oceniona została także przez badanych z grupy 2. Z pewnością docenili oni malownicze krajobrazy Parku Narodowego Sierra de Guadarrama, Szlaku Fliszowego (klify na wybrzeżu Costa Vasca) czy Parku Narodowego Archipelagu Cabrera, które (z uwagi na południowy charakter) postrzegane jako często

Tabela 1. Oceny badanych dotyczące atrakcyjności walorów przyrodniczych i pozaprzyrodniczych wybranych krajów śródziemnomorskich (w skali od 1 do 5, w %)

| Kraj | Ocena | | | | | | | | | |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 |
| Walory przyrodnicze | | | | | | | | | | |
| Hiszpania | 0 | 0 | 0 | 2,5 | 7 | 25 | 37 | 45 | 56 | 27,5 |
| Francja | 0 | 2,5 | 9 | 15 | 46 | 42,5 | 36 | 32,5 | 9 | 7,5 |
| Włochy | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 12,5 | 47 | 52,5 | 48 | 30 |
| Turcja | 0 | 2,5 | 2 | 5 | 25 | 25 | 46 | 42,5 | 27 | 25 |
| Walory pozaprzyrodnicze | | | | | | | | | | |
| Hiszpania | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 40 | 56 | 42,5 | 38 | 7,5 |
| Francja | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 2,5 | 48 | 30 | 46 | 67,5 |
| Włochy | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2,5 | 52 | 45 | 45 | 52,5 |
| Turcja | 1 | 2,5 | 12 | 17,5 | 40 | 52,5 | 32 | 22,5 | 15 | 5 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

egzotyczne charakteryzowały się dużą atrakcyjnością. Wysoko pod tym względem ocenione zostały także Włochy. Najgorzej postrzegana była Francja, której atrakcyjność przyrodniczą określono na zaledwie średnim poziomie. Odmienna sytuacja względem tego kraju panowała natomiast w przypadku oceny walorów antropogenicznych, gdzie obie grupy badanych podkreśliły dominację Francji w tym zakresie nad pozostałymi analizowanymi państwami. Przyczyniła się do tego z pewnością popularność takich obiektów, jak: Luwr, Wersal, Katedra Notre Dame, Wieża Eiffla, Łuk Triumfalny czy Wzgórze Świętego Michała, które uznać można za architektoniczno-zabytkowe turystyczne wizytówki Francji. Pozostałe kraje nie mogą poszczycić się tak znaczną liczbą rozpoznawalnych atrakcji turystycznych w tej kategorii. Zróżnicowane wyniki prezentowanych badań dowodzą, że walory turystyczne są pojęciem niezwykle złożonym i postrzeganym w subiektywny sposób, a ich ocena jest pochodną zróżnicowanych preferencji i gustów turystów.

Atrakcyjność turystyczna nie jest jednak uzależniona wyłącznie od walorów turystycznych. Niezwykle istotna jest także infrastruktura turystyczna danej destynacji, a szczególnie poziom rozwoju bazy noclegowej i gastronomicznej, które umożliwiają turystom zaspokojenie podstawowych potrzeb poza miejscem stałego zamieszkania⁴. Za bazę noclegową uznaje się głównie obiekty hotelarskie, określane jako nieruchomości służące głównie celom noclegowym oraz pełniące inne funkcje bytowe w różnym zakresie. Baza noclegowa stanowi zasadniczy element zagospodarowania turystycznego, przez niektórych uważany nawet za najważniejszy⁵. Celem działalności gastronomicznej

⁴ B. Meyer: Obsługa ruchu turystycznego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 12.

⁵ M. Grabiszewski: Kategoryzacja obiektów hotelarskich w Polsce, Zeszyty Naukowe WSG TiR 2007, nr 4 (6), s. 23.

jest natomiast zaspokajanie potrzeb żywieniowych ludzi poprzez świadczenie usług gastronomicznych i cateringowych⁶. Oba te rodzaje infrastruktury (obok transportu) uznawane są za podstawowe usługi turystyczne. Ich obecność jest bowiem ogólnie rzecz biorąc niezbędna dla rozwoju ruchu turystycznego⁷. W tabeli 2 zaprezentowano oceny respondentów dotyczące bazy noclegowej i gastronomicznej analizowanych krajów.

Tabela 2. Oceny badanych dotyczące bazy noclegowej i gastronomicznej wybranych krajów śródziemnomorskich (w skali od 1 do 5, w %)

| Kraj | Ocena | | | | | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 |
| Hiszpania | 0 | 0 | 2 | 2,5 | 10 | 30 | 49 | 62,5 | 39 | 5 |
| Francja | 0 | 0 | 2 | 2,5 | 13 | 22,5 | 43 | 47,5 | 41 | 27,5 |
| Włochy | 1 | 0 | 1 | 0 | 8 | 5 | 49 | 35 | 42 | 60 |
| Turcja | 4 | 0 | 16 | 5 | 33 | 47,5 | 30 | 45 | 17 | 2,5 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Badani najlepiej oceniali bazę noclegową i gastronomiczną Włoch. Wysoko w tym zestawieniu (szczególnie w opinii badanych grupy 1) uplasowała się także Francja. Co ciekawe, zaledwie 5% badanych z grupy 2 oceniło Hiszpanię pod tym względem na „piątkę”. Co prawda tylko 57,5% przedstawicieli tej grupy miało okazję odwiedzić ten kraj, co nie uzasadnia jednak tak niskiej oceny. Prawdopodobnym jest, że głównym wyznacznikiem podczas wyboru tych wyjazdów była dla nich cena, co (przy założeniu znacznego z powodu odległości udziału transportu w ogólnych kosztach imprezy) przełożyć się mogło na nieco niższy standard zakwaterowania. Obie grupy badanych najgorzej oceniły pod względem bazy noclegowej i gastronomicznej Turcję. Nie zmienia to jednak faktu, iż kraj ten, który odwiedzany jest rocznie przez około 40 mln turystów zagranicznych, z pewnością może poszczycić się infrastrukturą recepcyjno-żywieniową, która w zdecydowanej większości przypadków nie odbiega od ogólnie przyjętych standardów europejskich. Zastanawiające może być, jak badani oceniliby narodową kuchnię badanych krajów. W opinii autora opinie te byłyby zbieżne z powyżej prezentowanymi. Zagadnienia tego nie uwzględniono jednak w badaniach.

Bardzo istotna dla rozwoju destynacji turystycznej jest jej dostępność komunikacyjna, warunkująca m.in. możliwość dogodnego dotarcia w dane miejsce. Mimo iż odległość poszczególnych krajów basenu Morza Śródziemnego od Polski jest relatywnie niewielka, badani dostrzegali zasadnicze dysproporcje, charakteryzując tą cechą. Wskazania obu grup respondentów były w tym przypadku zgodne (tab. 3).

⁶ Z. Kruczek (red.): Obsługa ruchu turystycznego, Proksenia, Kraków 2006, s. 63.

⁷ A. Balińska, A. Sieczko, J. Zawadka: Turystyka. Wybrane zagadnienia, Difin, Warszawa 2014, s. 107.

Tabela 3. Oceny badanych dotyczące dostępności komunikacyjnej wybranych krajów śródziemnomorskich (w skali od 1 do 5, w %)

| Kraj | Ocena | | | | | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 |
| Hiszpania | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 10 | 54 | 50 | 34 | 40 |
| Francja | 0 | 0 | 0 | 7,5 | 13 | 10 | 48 | 32,5 | 39 | 50 |
| Włochy | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 10 | 44 | 32,5 | 51 | 57,5 |
| Turcja | 2,5 | 0 | 12,5 | 13 | 32,5 | 47 | 37,5 | 33 | 15 | 7 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W opinii badanych najbardziej dostępne pod względem komunikacyjnym były Włochy. Ma to zapewne związek z najmniejszą odległością, która dzieli je od Polski spośród pozostałych państw. Jak można się spodziewać, Turcja (ze względu na znaczną odległość) postrzegana była przez respondentów jako najmniej dostępna pod względem komunikacyjnym. Nie oznacza to oczywiście, że podróż do tego kraju wiąże się z wielodniową i wyczerpującą wyprawą. Różnice w czasie przelotu do stolic analizowanych krajów nie są znaczące, a z Warszawy do Ankary liniami Turkish można dostać się w niewiele ponad 5 godzin. Zupełnie inaczej wygląda natomiast sytuacja pod względem podróży do wymienionych państw autokarem. Oceny respondentów w tym zakresie mogły być pochodną ich doświadczeń związanych z tym środkiem lokomocji.

Badani poproszeni zostali także o ocenę Hiszpanii, Francji, Włoch i Turcji pod względem możliwości wypoczynku oraz uprawiania w nich turystyki kwalifikowanej (tab. 4). Kryteria te są bowiem bardzo istotne z punktu widzenia turystów przy wyborze kierunku wyjazdu. Cechy te celowo zostały ujęte łącznie, ponieważ bierny wypoczynek coraz częściej uzupełniany jest o aktywną formę. Znajduje to właśnie odzwierciedlenie w różnych formach turystyki kwalifikowanej, której przykładami w okresie letnim są najczęściej m.in. wycieczki i wędrówki piesze czy rowerowe oraz różnorodna aktywność wodna.

Tabela 4. Oceny badanych dotyczące możliwości wypoczynku i uprawiania turystyki kwalifikowanej w wybranych krajach śródziemnomorskich (w skali od 1 do 5, w %)

| Kraj | Ocena | | | | | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 | Gr. 1 | Gr. 2 |
| Hiszpania | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 12,5 | 42 | 55 | 55 | 32,5 |
| Francja | 1 | 2,5 | 19 | 5 | 49 | 65 | 26 | 22,5 | 5 | 5 |
| Włochy | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 2,5 | 33 | 52,5 | 61 | 45 |
| Turcja | 0 | 0 | 2 | 2,5 | 42 | 62,5 | 47 | 30 | 9 | 5 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Obie grupy badanych jako kraj najbardziej odpowiedni do wypoczynku i uprawiania turystyki kwalifikowanej uznały Włochy. Wysoko oceniona pod tym względem została także Hiszpania. Wynik ten nie powinien dziwić, ponieważ kraje te (a szczególnie

Włochy) mają dość ugruntowaną pozycję pod względem turystycznym w polskim społeczeństwie i jak widać, wiek oraz wynikające z niego odmienne preferencje i wymagania nie ma w tym przypadku większego znaczenia. Zastanawiające mogą być natomiast tak niskie noty przyznane Francji. Kraj ten większości kojarzył się przede wszystkim z bogactwem walorów antropogenicznych (tab. 1), w tym szczególnie z zabytkami. Najprawdopodobniej zostałby oceniony znacznie wyżej, gdyby chodziło o możliwość uprawiania na jego terenie turystyki nastawionej na poznawanie i zwiedzanie dziedzictwa kulturowego, w tym także kulinarnego – nie bez znaczenia jest bowiem fakt, iż kuchnia francuska została niedawno wpisana na listę światowego dziedzictwa UNESCO⁸. Bardzo słabo pod względem możliwości wypoczynku i uprawiania turystyki kwalifikowanej została oceniona także Turcja. Powodem tego jest z pewnością znaczna odległość oraz znacznie mniejsza popularność tego kraju pod względem turystycznym wśród Polaków. W ostatnim czasie niechęć do odwiedzenia Turcji potęgować może negatywnie postrzegana fala imigrantów napływająca do zachodniej części Europy z tamtych obszarów, a także opinia o wyznawcach panującej tam religii jako o terrorystach i ekstremistach. Nie bez znaczenia prawdopodobnie jest również bardzo kontrowersyjny (dla mieszkańców krajów niemużmańskich) stosunek mężczyzn do kobiet.

Podsumowanie

Europa Południowa, a szczególnie basen Morza Śródziemnego jest bez wątpienia jednym z najatrakcyjniejszych i najbardziej popularnych regionów turystycznych Europy i świata. Najczęściej odwiedzanymi krajami tego obszaru są Francja, Hiszpania, Włochy oraz Turcja. Państwa te, ze względu na bogactwo walorów przyrodniczych i kulturowych oraz dobrze rozbudowaną sieć komunikacyjną i infrastrukturę turystyczną, uważane są za miejsca wysoce atrakcyjne pod względem turystycznym. Przeprowadzone badania umożliwiły sformułowanie kilku uogólnień i wniosków w tym zakresie.

Osoby młode za najatrakcyjniejsze spośród badanych państw uznały Hiszpanię oraz Włochy. Starsi wiekiem respondenci twierdzili natomiast, że najatrakcyjniejsze pod względem turystycznym krajem śródziemnomorskim były Włochy i Francja. Z pewnością i jedni, i drudzy mieli rację – dokonywali bowiem oceny zgodnie z własnymi (odmiennymi w obu grupach) preferencjami i oczekiwaniami wakacyjnymi. Hiszpanię i Włochy najlepiej oceniano w kontekście walorów przyrodniczych. Pod względem atrakcji o charakterze antropogenicznym prym wśród badanych wiodła natomiast Francja. Wysoko pod tym względem oceniono także Włochy. Państwa te, z uwagi na długą i burzliwą historię, są z pewnością bardzo bogate w różnego rodzaju zabytki (w tym militarne, a szczególnie sakralne). Bardzo istotne są także obiekty współczesne, wśród których wymienić należy chociażby parki rozrywki – Disneyland w Paryżu czy Mirabilandia w okolicach Ravenny.

Badani uznali, że najlepszą bazę noclegową i gastronomiczną posiadają Włochy. Wysoko w tym zestawieniu (szczególnie w opinii osób młodych) uplasowała się również Francja. Także Włochy według badanych były najbardziej dostępne pod względem

⁸ Francuska gastronomia dziedzictwem UNESCO, www.wprost.pl (dostęp 11.07.2016).

komunikacyjnym. Nie oznacza to oczywiście, że dotarcie do innych spośród omawianych państw było wyjątkowo trudne, kosztowne czy męczące.

Rozpatrując możliwości wypoczynku i uprawiania turystyki kwalifikowanej w krajach śródziemnomorskich, ponownie liderem okazała się Italia – nie miały co do tego wątpliwości obie badane grupy.

Praktycznie we wszystkich analizowanych kategoriach najniżej oceniana była Turcja. Wpływ miało na to z pewnością jej peryferyjne położenie (przekładające się na najstabilniej ocenianą dostępność komunikacyjną) oraz znaczne różnice kulturowe.

Podsumowując, należy zaznaczyć, że ocenianie i porównywanie atrakcyjności turystycznej regionów oraz krajów, w których turystyka jest istotną gałęzią gospodarki narodowej krajów są niezwykle trudne. Jest to efektem złożonego charakteru tej atrakcyjności oraz faktu, iż większość jej elementów ocenianych jest przez turystów subiektywnie, na podstawie własnych przeżyć, emocji i preferencji, zwłaszcza odnosząc się do oceny walorów turystycznych. Trudno jest bowiem jednoznacznie uznać dany walor przyrodniczy bądź kulturowy za mniej lub bardziej wartościowy czy ciekawy od innego. Sytuacja ma się podobnie względem infrastruktury noclegowej i żywieniowej. Turyści, mając bardzo zróżnicowane potrzeby, gusta i możliwości finansowe, mogą wybierać wśród setek czy tysięcy obiektów, dostosowując poziom i zakres świadczonych przez nie usług do własnych preferencji i oczekiwań.

Literatura

- Balińska A., Sieczko A., Zawadka J.: Turystyka. Wybrane zagadnienia, Difin, Warszawa 2014.
- Francuska gastronomia dziedzictwem UNESCO, www.wprost.pl/218068/Francuska-gastronomia-dziedzictwem-UNESCO (dostęp 11.07.2016).
- Grabiszewski M.: Kategoryzacja obiektów hotelarskich w Polsce, Zeszyty Naukowe WSG TiR 2007, nr 4 (6).
- Karczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.: Produkt turystyczny albo jak organizować zwiedzanie świata, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.
- Kruczek Z. (red.): Obsługa ruchu turystycznego, Proksenia, Kraków 2006.
- Meyer B.: Obsługa ruchu turystycznego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Tourism Highlights. 2015 Edition. UNWTO, DOI 10.18111/9789284416899.

Tourist attractiveness of selected countries of the Mediterranean Basin

Summary. The aim of this study is to show the tourist attractiveness of some Mediterranean countries, which are Spain, France, Italy and Turkey, as a country with the highest number of international tourist arrivals in recent years. Evaluation of tourist attractiveness of these countries is based on the evaluation of such elements as: natural and anthropogenic tourist attractions, tourist infrastructure and transport accessibility. Also recognized opinions about the opportunities for rest and qualified tourism in these destinations.

Key words: attractive tourist destination, the Mediterranean countries, tourist attractions, tourism infrastructure, transport accessibility