

Tomasz Toman, Jacek Borzyszkowski, Politechnika Koszalińska

Wpływ Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 na rynek turystyczny Trójmiasta w opinii mieszkańców aglomeracji

Słowa kluczowe: sport, turystyka, EURO 2012, Trójmiasto

Streszczenie

W artykule przedstawiono zagadnienia wpływu wielkiej imprezy sportowej na destynację, będącą jej organizatorem. Zawarty problem badawczy dotyczył opinii mieszkańców Trójmiasta nt. wpływu Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 na rynek turystyczny aglomeracji. Wykazano, że w zdecydowanej większości przypadków mieszkańcy pozytywnie oceniają wpływ tej imprezy, a do najważniejszych korzyści z jej organizacji zaliczają: rozwój infrastruktury (sportowej, noclegowej, komunikacyjnej) oraz odpowiednią promocję i poprawę wizerunku aglomeracji. Respondenci uważają, że analizowane wydarzenie przyczyni się do zwiększonego ruchu turystycznego w kolejnych latach.

Podjęta w artykule analiza poprzedzona została teoretycznymi rozważaniami nt. związków turystyki ze sportem, a w szczególności charakterystyką wpływu wydarzeń sportowych na rynek turystyczny destynacji-organizatora.

Wstęp

Organizacja wielkich wydarzeń sportowych to duże wyzwanie dla poszczególnych destynacji. Ubieganie się o prawo organizacji konkretnego wydarzenia wynika z faktu, że może ono przyczynić się do wielu pozytywnych zmian w mieście, regionie czy kraju. Polska, organizując wspólnie z Ukrainą Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 stanęła przed szansą nie tylko szybszego rozwoju społeczno-gospodarczego, ale również pobudzenia sektora turystycznego. Jest to o tyle istotne, że analizowana impreza, obok Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej i Igrzysk Olimpijskich, zaliczana jest do do największych wydarzeń sportowych na świecie [Active and Adventure..., 2008, s. 40].

W niniejszym artykule scharakteryzowano znaczenie analizowanego wydarzenia dla Trójmiasta, aglomeracji, która może (a nawet powinna) w dużym stopniu skorzystać na organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012. Analizę dokonano w oparciu o badania własne przeprowadzone w 2010 r. Ich celem było poznanie opinii mieszkańców Trójmiasta nt. wpływu badanego wydarzenia na rynek turystyczny Gdańska, Gdyni i Sopotu. Aglomerację trójmiejską analizowano łącznie, ze względu na fakt sąsiedniego położenia poszczególnych miast, a tym samym zakładając, że wszystkie mogą odnieść pożytek z EURO 2012. Oczywiście, należy pamiętać, że to Gdańsk jest jednym z czterech miast-organizatorów w Polsce i zdecydowanie największe korzyści spośród badanych jednostek mogą przypaść temu miastu.

1. Relacje między wydarzeniami sportowymi a turystyką

Sport ma ścisły związek ze współczesną turystyką. Po raz pierwszy relacje te zostały opisane przez H. Martyn'a w 1969 r., który stwierdził, że rozgrywki sportowe przyciągają turystów, zamierzających brać w nich udział (czynny lub bierny) [Travassos 2008, s. 24]. Można śmiało stwierdzić, że relacje między tymi pojęciami są na tyle silne, że w przypadku wielu destynacji (szczególnie miejskich) turystyka sportowa ma podstawowe znaczenie w

strukturze całego rynku turystycznego. A. Kowalczyk [2005, s. 159-160] jednoznacznie wskazuje, że w przypadku tzw. turystyki miejskiej wśród osób odwiedzających miasta coraz częściej zaczynają dominować turyści zainteresowani rozrywką i sportem, udanymi zakupami, odwiedzeniem słynnej restauracji czy modnej kawiarni, czy też wzięciem udziału w spektaklu teatralnym.

Pojęcie turystyka sportowa w literaturze przedmiotu jest podawane i interpretowane coraz częściej. Ciekawą charakterystykę tego zjawiska prezentuje A. Kowalczyk [2008, s. 42-43]. Autor zalicza tzw. turystykę sportową do szeroko pojętej turystyki kulturowej. Jednocześnie wskazuje na dwoistość turystyki sportowej. Z jednej strony zawiera ona różnorodne formy turystyki (i rekreacji) czynnej (np. kajakerstwo, żeglarstwo, cyklistykę), ale z drugiej strony ważny jest bierny udział zainteresowanych sportem w różnego rodzaju zawodach i imprezach sportowych. Zjawisko to zaczęło występować już w XIX w., ale przybrało na sile dopiero w wieku XX., kiedy to tysiące kibiców i osób zainteresowanych sportem zaczęło jeździć ze swoimi drużynami na rozgrywki ligowe, uczestniczyć w imprezach narciarskich, wyjeżdżać na igrzyska olimpijskie i mistrzostwa świata, obserwować regaty żeglarskie, wyścigi samochodowe itp.

Obydwie sfery życia człowieka mają wiele cech wspólnych. Sport, podobnie jak turystyka, stał się kołem napędowym wzrostu społecznego oraz rozwoju gospodarczego o ogromnym potencjale. Gospodarczy wymiar sportu w ostatnich latach nadmiernie zyskał na znaczeniu. Wielkie widowiska sportowe mogą być atrakcją turystyczną lub główną przyczyną wyjazdu turystycznego oraz wypełniać czas wolny milionów odbiorców przed telewizorami jako element kultury masowej. Jednak z punktu widzenia ekonomii i w kategoriach zysków, sport jest dużo 'słabszym partnerem' turystyki. Mimo milionowych zysków z transmisji sportowych, przemysł turystyczny jest znacznie bardziej dochodowy. Turystyka rozwija się nadal bardzo dynamicznie, dobrze wpisując się w strukturę gospodarczą państw rozwiniętych z przewagą usług nad realną produkcją dóbr i „klasycznym” przemysłem. Wielkie imprezy sportowe organizowane w różnych częściach świata często mają za zadanie przyciągnąć turystów i przynieść zysk. Na przykład na największy bieg maratoński świata do Nowego Jorku w 1997 r. przyjechało 28 tys. uczestników, w tym 12 tys. „sportowych turystów” spoza Stanów Zjednoczonych. Tego typu turystyka przekłada się również na duże zyski dla społeczności lokalnych [Lenartowicz 2001, s. 26].

Organizacja wielkiej imprezy sportowej niesie za sobą wiele zmian. Dotyczą one również odpowiednich zachowań nie tylko turystów, ale i samych mieszkańców danej destynacji. W konsekwencji przekłada się to na określone zmiany w strukturze wydatkowanych środków (tab. 1).

Wydarzenia sportowe są atrakcją turystyczną samą w sobie, dlatego ich wielkim walorem jest to, że mogą stać się czynnikiem pobudzania ruchu turystycznego zarówno w miastach, jak i terenach pozamiejskich (podmiejskich czy wiejskich). Mogą stanowić element ożywienia turystyki na tradycyjnych obszarach recepcji turystycznej, jak i jej rozwoju na terenach w niewielkim stopniu atrakcyjnych turystycznie. Współcześnie atrakcjami turystycznymi stają się także obiekty sportowe, szczególnie nowoczesne o futurystycznych konstrukcjach stadiony piłkarskie, np. Allianz Arena w Monachium, które są nie tylko celem przyjazdów miłośników sportu ale i turystyki poznawczej [Mika 2008, s 221].

Wielkie imprezy sportowe pomagają miejscowościom i regionom turystycznym w pozyskiwaniu nowych urządzeń infrastruktury turystycznej, sportowej i ogólnej, które w takim rozmiarze nie mogłyby być w ogóle, bądź tylko w ograniczonym stopniu, tworzone. W konsekwencji wzrostu zdolności usługowych tych urządzeń wielkie imprezy sportowe przynoszą znaczne korzyści ekonomiczne. Pełne ujęcie tych korzyści jest jednak trudne, a często niemożliwe [Gaworecki 2000, s. 203]. W związku z tym, iż imprezy te często są rozgrywane w kilku miastach czy regionach jednocześnie, pojawia się konieczność rozbudowy lub poprawy jakości infrastruktury komunikacyjnej łączącej zaangażowane

ośrodki. W trakcie przygotowań powstają więc nowe trasy szybkiego ruchu: autostrady i drogi ekspresowe oraz linie kolejowe pozwalające na szybką jazdę pociągów.

Tabela 1

Typologia działań mieszkańców i odwiedzających miejscowość organizującą wydarzenie sportowe

Lp.	Rodzaj mieszkańców/ Odwiedzających	Charakterystyka działań	Zmiany w strukturze środków
Zachowania mieszkańców			
1.	„Mieszkańcy” („Residents”)	<ul style="list-style-type: none"> Osoby zostające w domu, niezależnie od faktu organizacji wydarzenia 	<ul style="list-style-type: none"> Obrót środków w miejscowości
2.	„Zostający w domu” („Home stayers”)	<ul style="list-style-type: none"> Mieszkańcy, którzy na czas wydarzenia zamierzają zostać w miejscu zamieszkania Pierwotne plany wakacyjne dotyczyły wyjazdu w okresie trwania imprezy 	<ul style="list-style-type: none"> Początkowo – obrót środków w miejscowości, następnie – odpływ
3.	„Uciekający” („Runaways”)	<ul style="list-style-type: none"> Osoby wyjeżdżające poza miejsce zamieszkania, niezależnie od faktu organizacji wydarzenia sportowego 	<ul style="list-style-type: none"> Odpływ środków
4.	„Zmieniający plany” („Changers”)	<ul style="list-style-type: none"> Osoby wyjeżdżające poza miejsce zamieszkania w trakcie wydarzenia Ich początkowe plany wakacyjne dotyczyły innego okresu 	<ul style="list-style-type: none"> Odpływ środków
Zachowania odwiedzających (turystów)			
5.	„Przypadkowi” („Casuals”)	<ul style="list-style-type: none"> Turyści przyjeżdżający do miejscowości, niezależnie od faktu organizacji wydarzenia 	<ul style="list-style-type: none"> Napływ środków
6.	„Zmieniający termin” („Time switchers”)	<ul style="list-style-type: none"> Turyści zamierzający odwiedzić miejscowość, lecz w innym terminie 	<ul style="list-style-type: none"> Napływ środków
7.	„Odwiedzający z powodu wydarzenia” („Event visitors”)	<ul style="list-style-type: none"> Osoby, przyjeżdżający z powodu wydarzenia 	<ul style="list-style-type: none"> Napływ środków
8.	„Wydłużający pobyt” („Extentioners”)	<ul style="list-style-type: none"> Osoby, które i tak miały zamiar przyjechać do danej miejscowości, ale wydłużyły swój pobyt ze względu na wydarzenie 	<ul style="list-style-type: none"> Napływ środków
9.	„Unikający” („Avoiders”)	<ul style="list-style-type: none"> Osoby, które zrezygnowały z przyjazdu do miejscowości 	<ul style="list-style-type: none"> Odpływ środków (potencjalnych)

Źródło: J. Borzyszkowski, A. Schwichtenberg, *Wpływ wielkich wydarzeń sportowych na rynek turystyczny ich organizatorów*, [w]: *Gospodarka turystyczna w XXI wieku: problemy i perspektywy rozwoju w skali regionalnej i lokalnej*, pod red. Stefana Bosiackiego, Poznań, 2008, s. 167-172; H. Preuss, *Destination Fussball 2006*, ITB Kongress – Markt Trends & Innovations 2006, March, 11th 2006, Berlin, 2006, s. 4.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że organizacja i przebieg wielkich imprez sportowych wywołują także skutki negatywne w sferze społeczno-kulturalnej i ekologicznej. Powoduje to opozycyjną postawę mieszkańców ośrodków turystycznych wobec wielkich imprez. Uważa się bowiem, że imprezy te stwarzają wzmożony ruch, a tym samym trudności komunikacyjne, oraz zwiększoną emisję substancji toksycznych, są również nowym źródłem hałasu. Z tych względów uważa się za celowe organizowanie wielkich imprez sportowych przed sezonem turystycznym po tym sezonie. W taki sposób mogą one być wykorzystywane jako czynnik przeciwdziałania sezonowości w turystyce. Turystyczne walory promocyjnych wielkich imprez sportowych znajdują też odbicie w sferze społeczno-kulturalnej. Imprezy te bowiem powinny przysparzać ich uczestnikom korzyści duchowych przez dobre zaplanowanie i przeprowadzenie programu turystycznego. Umiejętne kojarzenie celów sportowych z turystycznymi zapewnia wielkim imprezom sportowym rolę stymulatora rozwoju turystyki [Gaworecki 2000, s. 204].

Duża liczba odwiedzających może uważać, że wydarzenie sportowe przyczyni się do zatłoczenia miasta, utrudnionego dojazdu do niektórych miejsc, dlatego mogą zniechęcić się do przybycia do miasta-gospodarza. Niektórzy nie będą znali dokładnej daty imprezy i na wszelki wypadek zrezygnują z przyjazdu lub też stwierdzą, że miasto nie jest dobrze przygotowane do imprezy. Dlatego zwiększa się zapotrzebowanie na rozbudowę infrastruktury obsługi ruchu turystycznego, który zwiększy się w trakcie mistrzostw.

Wraz ze wzrostem zainteresowania sportem i rozwojem turystyki sportowej rozwija się sieć wyspecjalizowanych biur podróży oferujących wyjazdy na imprezy sportowe, np. mecze piłkarskie, mecze footballu amerykańskiego, tenisa, wyścigi motorowe, mecze krykieta. Przygotowane są także specjalne pakiety turystyczne oferowane przy okazji wielkich imprez sportowych jak igrzyska olimpijskie, mistrzostwa świata lub Europy w piłce nożnej, wyścigi Formuły. W skład takich pakietów wchodzi najczęściej: bilet lotniczy, miejsce w hotelu, bilet – wejściówka na jedną lub kilka imprez sportowych, a także oferty specjalne, jak możliwość wejścia do szatni zawodników, rozmowy z trenerami lub zawodnikami, a także możliwość uczestniczenia we wspólnym bankiecie.

Liczba podróży turystycznych towarzyszących wydarzeniom sportowym będzie stale wzrastać, tak w wymiarze międzynarodowym, krajowym jak i regionalnym. Wyjazdy tego typu stanowią jeden z wyraźnie wyróżniających się trendów we współczesnej turystyce. Dlatego podobnie jak wydarzenia o charakterze kulturalnym imprezy sportowe – różnej rangi, jednorazowe czy cykliczne, jako atrakcje turystyczne mogą stanowić czynnik pobudzania turystyki, a w miejscowościach turystycznych powinny stanowić przedmiot długoterminowych działań strategicznych [Mika 2008, s. 222].

Turystyka połączona ze sportem stanowi istotny czynnik aktywizacji gospodarczej poszczególnych regionów państwa, przynosi dochody zarówno podmiotom bezpośrednio zajmującym się obsługą turystów jak i innym sektorom gospodarczym. Jednakże aby osiągnąć zamierzone cele jej rozwój nie może przebiegać w sposób żywiołowy, musi odbywać się w sposób harmonijny i dobrze zaplanowany.

Wspomniane powyżej skutki imprez sportowych dotyczą szeregu wydarzeń. Szczególnie widoczne jest to przy organizacji tych największych, gdzie skala oddziaływania na rynek turystyczny jest najbardziej widoczna. Do tego typu imprez bezwzględnie należy zaliczyć Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej EURO 2012. Generalnie, gospodarcze efekty organizacji EURO 2012 (jak i każdej ważnej imprezy sportowej) można podzielić na bezpośrednie i pośrednie. Efekty bezpośrednie obejmują:

- krótkookresowy wzrost przychodów z turystyki zagranicznej związany z napływem kibiców i gości w okresie trwania UEFA EURO 2012,
- zwiększenie nakładów inwestycyjnych na infrastrukturę sportową, turystyczną i transportową oraz

- krótkookresowy wzrost popytu związany z wydatkami na organizacyjną stronę przedsięwzięcia, finansowanymi z budżetu operacyjnego UEFA.

Do efektów pośrednich organizacji UEFA EURO 2012 zaliczyć można:

- zwiększenie atrakcyjności turystycznej kraju i związany z tym długookresowy wzrost liczby turystów i konsumpcji turystycznej („efekt barceloński”),
- wzrost produktywności gospodarki, będący wynikiem ilościowej i jakościowej poprawy stanu infrastruktury transportowej,
- zwiększenie prywatnych inwestycji krajowych oraz
- wzrost atrakcyjności inwestycyjnej kraju, prowadzący do zwiększonego napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych i dodatkowego wzrostu potencjału gospodarczego [Borowski (red.) 2010, s. 12-13].

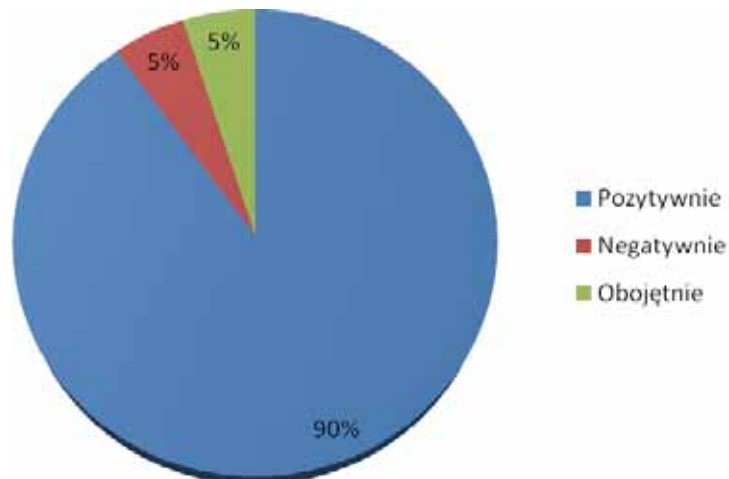
W tym miejscu należy również pamiętać o innych potencjalnych następstwach tego wydarzenia dla Polski (jak i poszczególnych aglomeracji). Wśród nich można chociażby wymienić wzrost cen czy brak realizacji wszystkich założonych inwestycji [Borzyszkowski, Marczak 2010, s. 435, 439].

2. Wpływ Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 na rynek turystyczny Trójmiasta w świetle badań

Celem niniejszego artykułu było przede wszystkim zbadanie opinii mieszkańców Trójmiasta nt. potencjalnego wpływu analizowanej imprezy na rynek turystyczny aglomeracji. Jest to o tyle istotne, że pozytywne postrzeganie konkretnego wydarzenia przez społeczność lokalną może przyczynić się do zwiększonych efektów z jej organizacji, m.in. poprzez chociażby większe zainteresowanie i zaangażowanie. W celu zbadania niniejszego zagadnienia przeprowadzono badanie ankietowe na reprezentatywnej próbie 100 osób w okresie od 2 do 4 lipca 2010 roku. Respondentami ankiety byli mieszkańcy Trójmiasta (poza nielicznymi wyjątkami). W ankiecie wzięło udział 59 kobiet i 41 mężczyzn. Mężczyźni częściej zaznaczali odpowiedzi związane typowo z widowiskiem sportowym, imprezą, natomiast kobiety bardziej zwracały uwagę na aspekty ekonomiczne wiążące się z organizacją turnieju. Przeprowadzona analiza struktury wiekowej respondentów pozwala stwierdzić, iż najwięcej osób badanych to ludzie w przedziale wiekowym 20-30 lat (25%) oraz w wieku 31 -40 lat (23%). Kolejną grupę wiekową stanowią osoby w wieku 51 – 60 lat (18%), następnie 41 – 50 lat (16%) . W badaniu wzięło udział 12% poniżej 20 lat osób, a najmniej liczną (6%) okazała się grupa z przedziału powyżej 60 lat. Analizując wykształcenie respondentów, zauważono że w badaniu największy udział miały osoby z wykształceniem średnim (32%), następnie z wykształceniem wyższym (26%), a 18% osób określiło je jako wyższe zawodowe (licencjat). Najmniej liczne grupy oznaczyły wykształcenie zawodowe oraz podstawowe – odpowiednio 14% i 10%.

Zasadniczym problemem badawczym było ogólna ocen pomysłu organizacji Mistrzostw Europy EURO 2012 w Trójmieście (rys. 1).

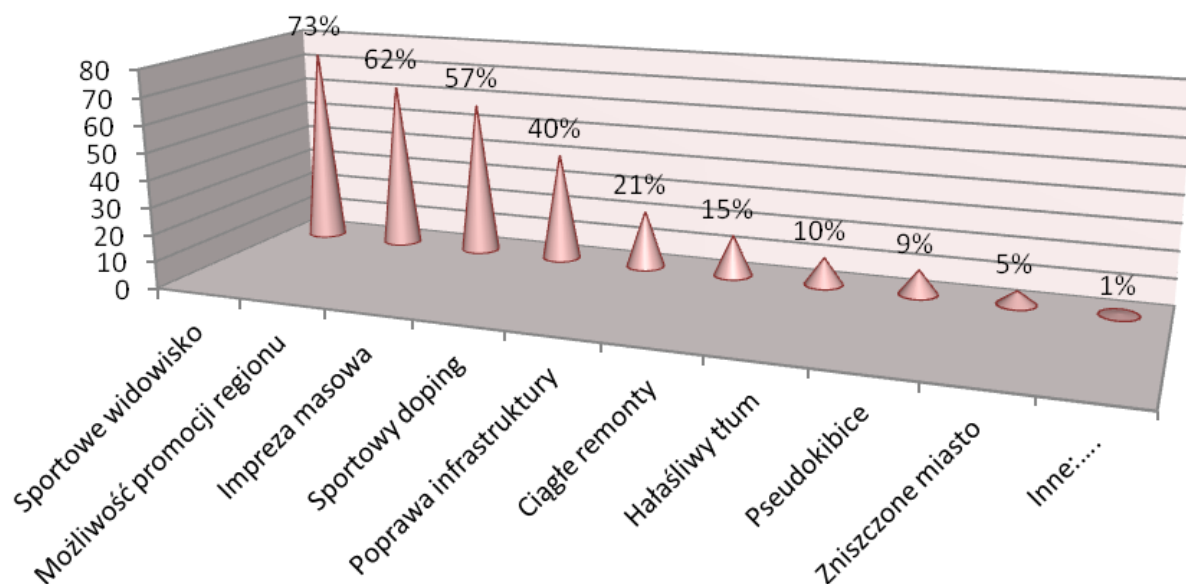
Zdecydowana większość (90%) ankietowanych pozytywnie ocenia pomysł organizacji Mistrzostw Europy w Trójmieście. Oznacza to wielkie zaufanie mieszkańców miasta do przeprowadzenia tak wielkiej imprezy sportowej. Można również stwierdzić, że widzą oni pozytywne aspekty wyboru właśnie ich miejscowości. Wśród 100 badanych osób, 5% udzieliło odpowiedzi, że obojętnie podchodzą do pomysłu. Argumentują to tym, że nie interesują się całkowicie sportem oraz jest im obojętne co się dzieje w Trójmieście. Tylko 5 osób negatywnie oceniły taki pomysł. Osoby te dopatrują się w takim przedsięwzięciu negatywnych zjawisk, tj. ciągle remonty, korki w mieście, jeszcze większe tłumy na ulicach oraz wzrost niebezpieczeństwa szczególnie ze strony kibiców.



Rysunek 1. Ocena pomysłu organizacji Mistrzostw Europy Euro 2012 w Trójmieście

Źródło: Opracowanie własne.

Kolejnym ważnym obszarem badanym potrzebnym do oceny wpływu organizacji UEFA EURO 2012 było zbadanie z czym kojarzy się organizacja mistrzostw w Trójmieście. Wszyscy podeszli do zagadnienia z wielką ostrożnością. W tym pytaniu respondenci do wyboru mieli więcej niż jedną odpowiedź (rys. 2).

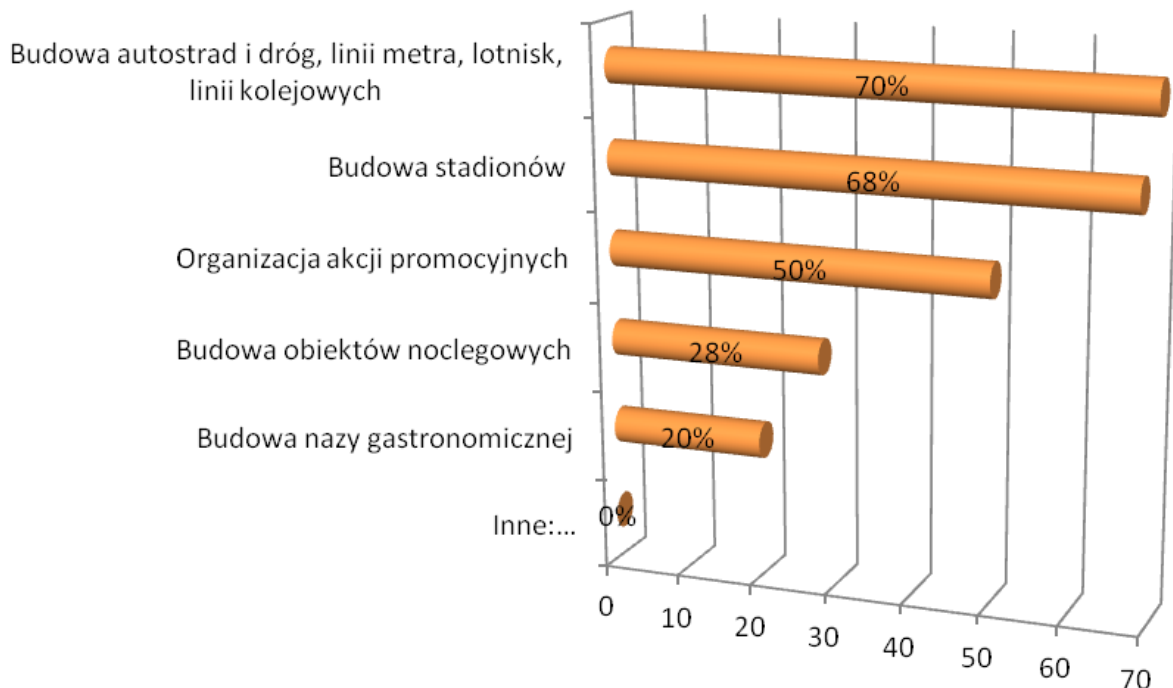


Rysunek 2. Skokarzenia związane z organizacją Mistrzostw Europy EURO 2012 w Trójmieście

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując powyższy rysunek można zauważyć że odpowiedzi były bardzo zróżnicowane. Każdy z respondentów skorzystał z możliwości zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi. Najwięcej ankietowanych (73%), organizację Mistrzostw kojarzy ze sportowym widowiskiem, oraz z możliwością promocji regionu (62%). Daje to do zrozumienia, że mieszkańcy Trójmiasta dostrzegają w organizacji imprezy bardzo ważny pozytywny aspekt, jakim zdecydowanie jest promocja aglomeracji. Kolejną najczęściej zaznaczaną odpowiedzią było skojarzenie z imprezą masową (57%) oraz sportowy doping (40%). Nieco rzadziej respondenci wybierali: poprawę infrastruktury (21%), ciągłe remonty (15%), hałaśliwy tłum (10%), pseudokibice (9%), zniszczone miasto (5%). Tym samym można stwierdzić, że respondenci mają raczej pozytywne skojarzenia z analizowanym wydarzeniem (negatywne zostały sklasyfikowane dopiero na dalszych miejscach).

Kolejną poruszaną kwestią w kwestionariuszu ankietowym było wskazanie działań, które dostrzegli respondenci w ostatnim czasie związane z Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej (rys. 3). Należy pamiętać, że badania przeprowadzono w połowie 2010 r., kiedy większość prac była nadal w realizacji, a tych skończonych nie było praktycznie w ogóle.

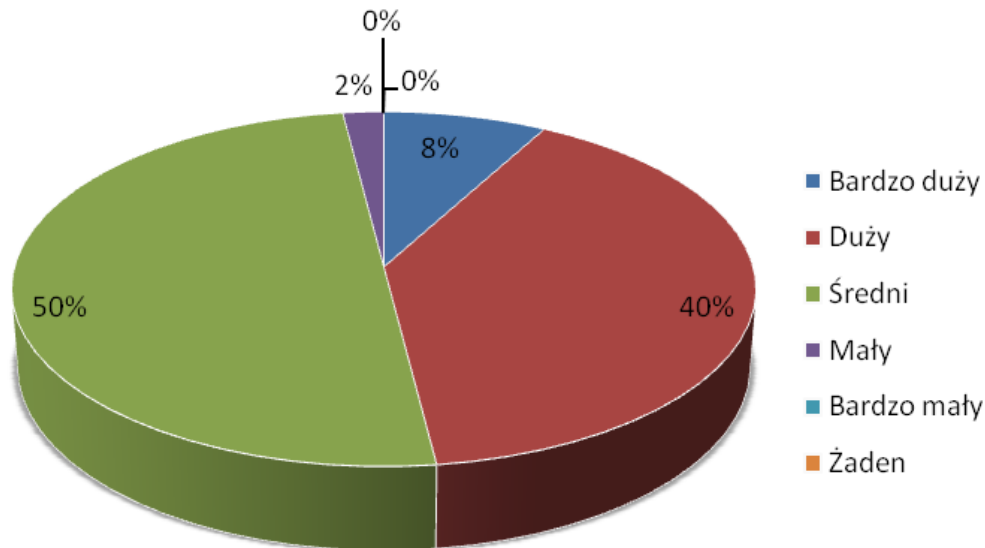


Rysunek 3. Widoczne działania związane z organizacją UEFA EURO 2012

Źródło: Opracowanie własne.

Czynnikami, które najbardziej dostrzegli ankietowani związanymi z organizacją Mistrzostw w Trójmieście była budowa autostrad oraz budowa stadionów. Wśród 100 respondentów odpowiedzi te zaznaczyło odpowiednio 70% i 68% osób. Być może są to obiekty najbardziej pożądane przez mieszkańców, kibiców, a także turystów, którzy w tym czasie odwiedzają Trójmiasto. Kolejnym działaniem, które zostało zauważone (50%) była organizacja akcji promocyjnych. Budowa obiektów noclegowych oraz budowa bazy gastronomicznej odpowiednio uzyskały odpowiednio 28% i 20%. Analiza przeprowadzonej ankiety pokazuje jak ważnym elementem podczas organizacji wielkiej imprezy sportowej jest infrastruktura towarzysząca danemu zjawisku. W niemal każdym państwie podczas organizacji imprezy infrastruktura odgrywa bardzo ważną rolę. Rzadko kiedy spotyka się przypadki, kiedy dany kraj (region, miasto) nie musi realizować większych przedsięwzięć inwestycyjnych ze względu na posiadanie dobrze przygotowanej infrastruktury.

Kolejnym, i jednym z najważniejszych obszarów poddanych badaniu, był wpływ organizacji Mistrzostw EURO 2012 na rynek turystyczny Trójmiasta. W tym pytaniu ankietowani mogli zaznaczyć tylko jedną odpowiedź (rys. 4).

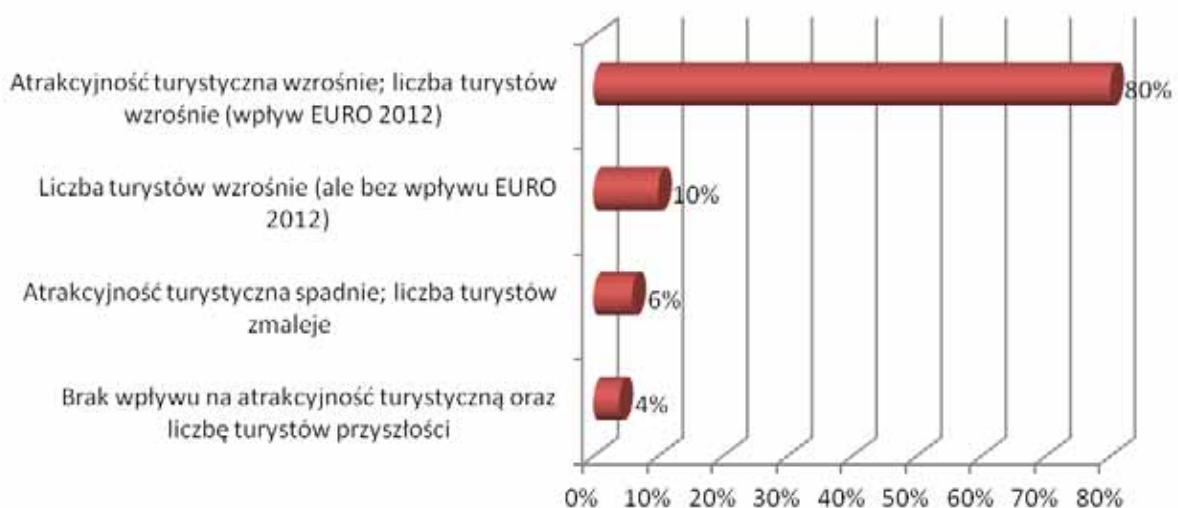


Rysunek 4. Wpływ organizacji Mistrzostw Europy EURO 2012 na rynek turystyczny Trójmiasta

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując dane umieszczone na powyższym rysunku, należy zauważyć, że przeważały dwie odpowiedzi dotyczące wpływu organizacji EURO 2012 na rynek turystyczny Trójmiasta. Odpowiednio 50% i 40% ankietowanych uznało że ten wpływ będzie średni i duży. 8% respondentów uznało, że wpływ na rynek turystyczny będzie bardzo duży, a 2% że mały. Nikt z osób badanych nie twierdzi, że impreza nie wywrze żadnego wpływu na rynek turystyczny. EURO UEFA 2012 bez wątpienia będzie miało istotny wpływ na sektor turystyczny w Trójmieście. Zdają sobie sprawę z tego nie tylko ankieteryzy, ale również całe społeczeństwo. Impreza ta będzie wielką szansą dla rynku turystycznego a przede wszystkim bazy hotelowej.

Tym samym można szacować, że analizowana impreza przyczyni się do wielu zmian, m.in. w zakresie atrakcyjności turystycznej, a w konsekwencji – zmiany w wielkości ruchu turystycznego (rys. 5).

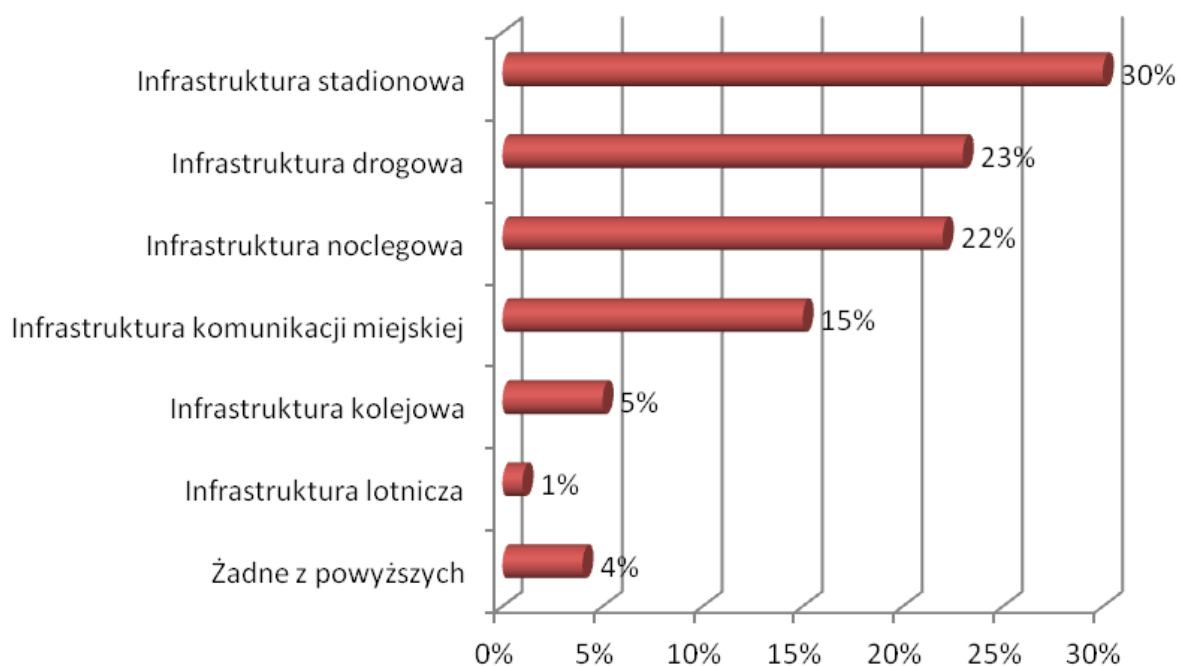


Rysunek 5. Wpływ organizacji Mistrzostw Europy na atrakcyjność turystyczną oraz liczbę turystów

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując rysunek 5 należy zauważyć, że zdecydowana większość (80%) jest pewna wzrostu liczby turystów oraz atrakcyjności turystycznej dzięki organizacji Mistrzostw Europy. 10% uważa, że organizacja mistrzostw nie będzie miała wpływu na wzrost liczby turystów po imprezie. Są oni pewni atrakcyjności turystycznej Trójmiasta i uważają, że liczba turystów i tak z biegiem lat będzie się zwiększać. 4% respondentów to osoby, które uważają, że EURO 2012 nie będzie miało wpływu na atrakcyjność turystyczną i liczbę turystów. Natomiast 6% osób, które zostały poddane badaniu podzielają stwierdzenie, że zarówno liczba jak atrakcyjność turystyczna spadną po organizacji mistrzostw. Są oni zdania, że Trójmiasto w oczach turystów wypadnie źle. Obawy dotyczą zachowania chuliganów jak i złej ochrony oraz bezpieczeństwa podczas turnieju.

Bardzo ważnym problemem w organizacji takiej imprezy jak Mistrzostwa Europy jest infrastruktura. Badani respondenci zostali poproszeni o ocenę stanu infrastruktury, stwierdzenie czy poprawa infrastruktury (jakiej?) najbardziej przyciągnie turystów po zakończeniu turnieju. Najwięcej (30%) ankietowanych uznało, że będzie to infrastruktura stadionowa, a w dalszej kolejności – infrastruktura hotelowa (22%) oraz drogowa, która do EURO 2012 ma ulec znacznej poprawie (23%). Według respondentów najmniej przyciągnie turystów infrastruktura komunikacji miejskiej (15%) oraz infrastruktura kolejowa (5%) – rys. 6.

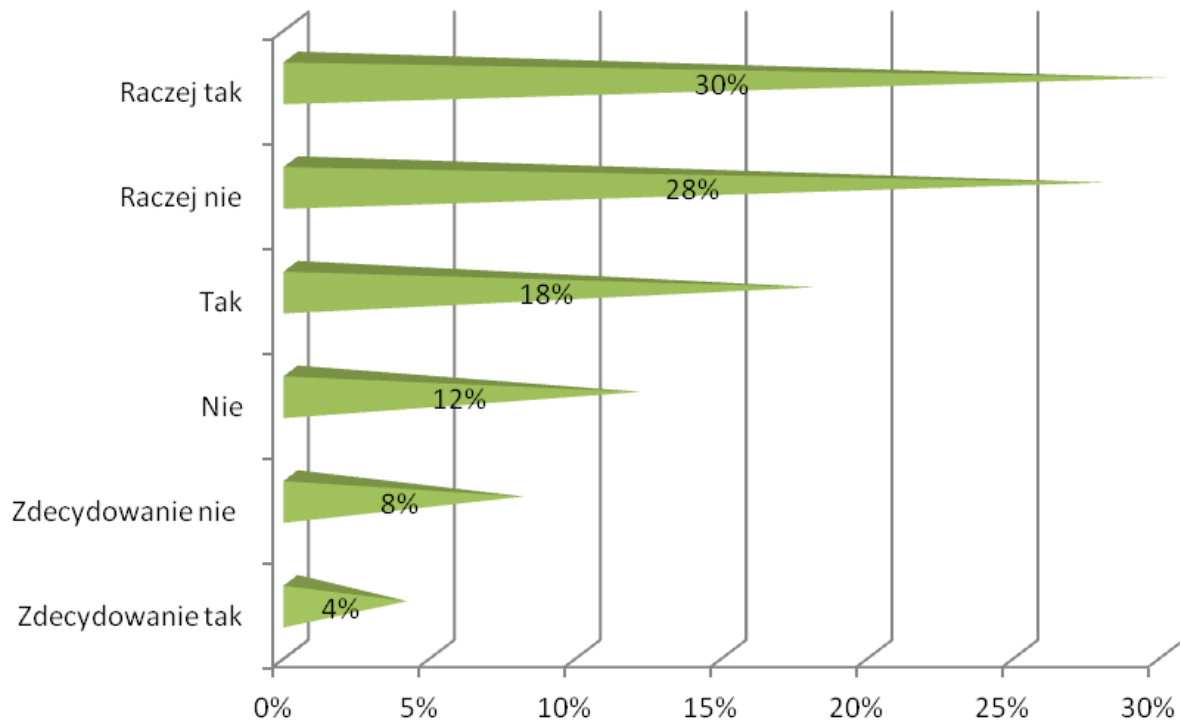


Rysunek 6. Wpływ poprawy infrastruktury Trójmiasta na wzrost liczby turystów (po mistrzostwach EURO 2012)

Źródło: Opracowanie własne.

Następnym obszarem poddany badaniu była baza noclegowa, którą dysponuje Trójmiasto na Mistrzostwa Europy EURO 2012. Być może respondenci nie byli jeszcze dobrze poinformowani o stanie i liczbie miejsc hotelowych, gdyż ich odpowiedzi znacząco się różniły (rys. 7).

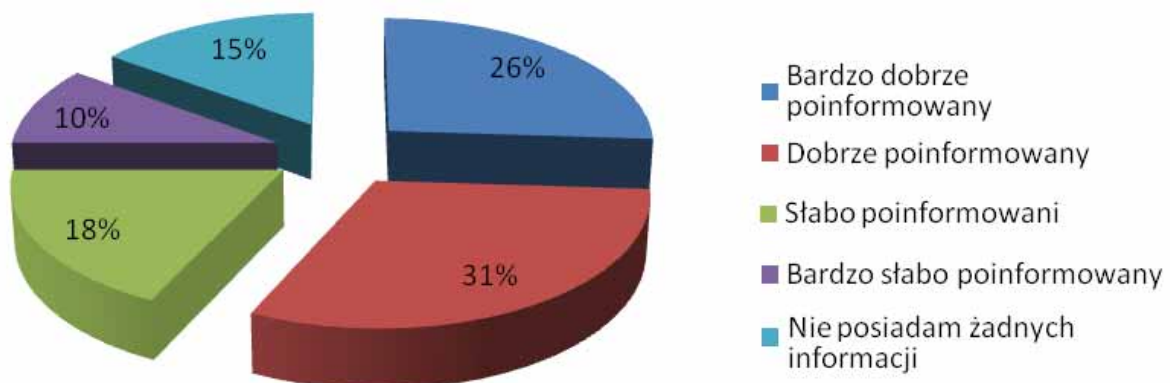
Zdecydowanie przekonanych o dyspozycji odpowiedniej liczbie miejsc noclegowych w Trójmieście było tylko 4% badanych. Większość badanych osób zaznaczyło odpowiedź pozytywną (czyli „raczej tak”, „tak”, „zdecydowanie tak” – 52%), lecz niewiele mniej (48%) odpowiedziało że Trójmiasto raczej nie dysponuje odpowiednią liczbą miejsc hotelowych. Tak sprzeczne odpowiedzi mogą wynikać z niewiedzy respondentów o aktualnym stanie infrastruktury hotelowej lub też badani zakładają jeszcze większe zapotrzebowanie na nie.



Rysunek 7. Ocena wyposażenia Trójmiasta w bazę noclegową na potrzeby Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012

Źródło: Opracowanie własne.

W związku z organizacją turnieju władze miejskie musiały podjąć szereg działań, aby przygotować Trójmiasto do tak wielkiej imprezy, m.in. budowa stadionu, poprawa bazy hotelowej, budowa dróg, autostrad, przygotowanie ośrodków pobytowych dla reprezentacji piłkarskich. Istotnym problemem badawczym okazało się określenie poziomu informacji o realizowanych przedsięwzięciach (rys. 8).



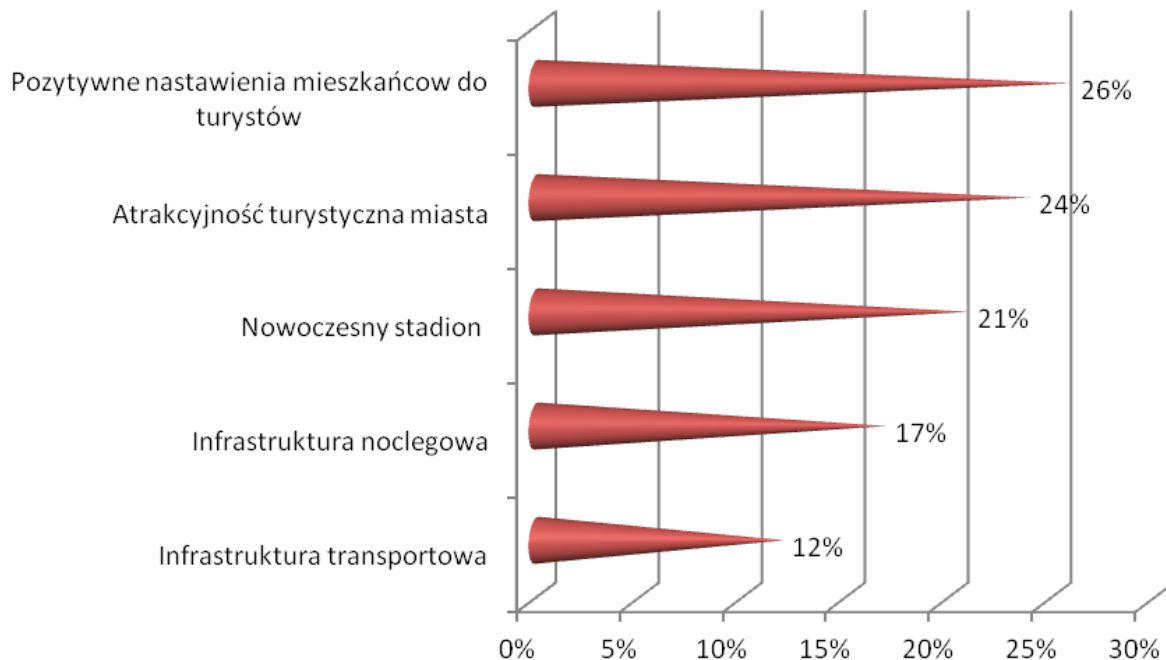
Rysunek 8. Informacje o stanie przygotowań Trójmiasta do EURO 2012

Źródło: Opracowanie własne.

Wyniki pokazują, że informacja o stanie przygotowań jest bardzo dobrze rozpowszechniona – pozytywnie odniosło się to tego zagadnienia („bardzo dobrze” lub „dobrze”) 57% badanych. Z kolei negatywnie odpowiedziało 28% respondentów. Żadnych informacji na ten temat nie posiada 15% badanych, są to przede wszystkim ludzie mieszkający poza obszarem Trójmiasta. Należy jednak pamiętać, że odpowiedzi negatywne lub określające brak jakichkolwiek informacji nie musi wynikać ze słabej polityki

informacyjnej. Tego typu odpowiedzi mogły również podawać osoby, które nie interesują się analizowanym wydarzeniem.

Ostatnim, podsumowującym zagadnieniem, było określenie, które czynniki mogą przyczynić się do powodzenia Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 na terenie Trójmiasta. Odpowiedzi respondentów na to pytanie były bardzo zróżnicowane – ukazują one, że w opinii mieszkańców brak jednomyślności co do wskazania dominującego czynnika (rys. 9).



Rysunek 9. Ocena czynników przyczyniających się do sukcesu EURO 2012 w Trójmieście

Źródło: Opracowanie własne.

Interesujące, że najwięcej odpowiedzi (26%) otrzymała odpowiedź... „pozytywne nastawienie mieszkańców do turystów”. Poprzednie wyniki wskazywały na rolę poszczególnych czynników związanych z organizacją analizowanej imprezy (rys. 3), niemniej mieszkańcy Trójmiasta w największym stopniu wskazują na czynnik ludzki, jako ten decydujący o powodzeniu EURO 2012. Istotne znaczenie ma również ogólna atrakcyjność turystyczna Gdańska (24%) oraz poszczególne elementy infrastruktury sportowo-turystycznej.

Zakończenie

Przedstawiona w artykule problematyka oceny wpływu wielkiego wydarzenia sportowego na rynek turystyczny jednej z ważniejszych destynacji w Polsce wskazuje na znaczny entuzjazm mieszkańców Trójmiasta. W zdecydowanej większości przypadków pozytywnie odbierają fakt rozgrywek Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 w Gdańsku, podkreślając jednoznacznie, że wydarzenie to przyczyni się do pobudzenia rynku turystycznego całego Trójmiasta. Z jednej strony, zdecydowana większość ankietowanych stwierdziła, że jeszcze przez imprezą widoczne są wymierne korzyści z jej organizacji (w tym budowa stadionu, poprawa dostępności komunikacyjnej), a z drugiej – znaczna część badanych jest zdania, że efekty analizowanego wydarzenia widoczne będą po zakończeniu

Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, szczególnie pod względem atrakcyjności turystycznej i wzrostu liczby turystów.

Należy podkreślić, że badania przeprowadzone były przed losowaniem grup finałowych Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 (2 grudnia 2011 r.). W jego wyniku okazało się, że w Gdańsku swoje mecze grupowe rozgrywać będą reprezentacje Chorwacji, Hiszpanii, Irlandii i Włoch. W ocenie wielu osób, z punktu widzenia popytu na usługi turystyczne (a w konsekwencji – wpływów z turystyki), losowanie to nie było „szczęśliwe” dla Gdańska. Do miasta nie przyjadą więc turyści (kibice) z państw, które powszechnie uważa się za najbardziej aktywne pod względem obecności na piłkarskim imprezach (np. Niemcy, Holandia, Szwecja). Niemniej, można mieć nadzieję, że organizacji analizowanej imprezy wywoła wiele pozytywnych zmian w gospodarce turystycznej Polski i Ukrainy, a w szczególności miast goszczących drużyny piłkarskie i ich kibiców.

Bibliografia

- Active and Adventure: EURO 2008: Before and After*, September 2008, <http://www.tourism-review>.
- Borowski J. (red.), 2010, *Raport na temat wpływu przygotowań i organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™ na gospodarkę Polski przygotowany na zleceni spółki celowej Ministra Sportu i Turystyki*, PL.2012 sp. z o.o., Warszawa.
- Borzyszkowski J., Schwichtenberg A., 2008, *Wpływ wielkich wydarzeń sportowych na rynek turystyczny ich organizatorów*, [w]: *Gospodarka turystyczna w XXI wieku: problemy i perspektywy rozwoju w skali regionalnej i lokalnej*, pod red. Stefana Bosiackiego, Poznań.
- Borzyszkowski J., Marczak M., 2010, *Signifance of the UEFA EURO 2012 European Football Cup for the tourist market in Poland*, (w:) *Trendi in Izzivi v Živilstvu, Prehrani, Gostinstvu in Turizmu / Trends and Chalenges in Food Technology, Nutrition, Hospitality and Tourism*, Biotehniški izobraževalni center Ljubljana / Educational Centre of Biotechnology Ljubljana, Ljubljana (Słowenia).
- Gaworecki W. W., 2000, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, „Prace i Studia Geograficzne”, tom 35.
- Kowalczyk A., 2008, *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością*, (w:) *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne* pod red. A. Kowalczyka, „Geografia Turyzmu”, 1, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Lenartowicz M., 2001, *Nowy obszar badań – turystyka sportowa* „Kultura Fizyczna”, nr 1-2.
- Mika M., 2007, *Formy turystyki poznawczej*, [w]: *Turystyka*, pod red. W. Kurka, PWN, Warszawa.
- Preuss H., 2006, *Destination Fussball 2006*, ITB Kongress – Markt Trends & Innovations 2006, March, 11th 2006, Berlin.
- Travassos D.F., 2008, *The Impact of Sport Tourism in Destination Loyalty: the Estoril Coast (Portugal) Promotion of Recurrent Major Sporting Events*, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Portugal.

Influence of the EURO 2012 European Football Championship on the tourist market of the Tricity in the opinion of the agglomeration residents

Key words: sport, tourism, EURO 2012, Tricity

Abstract

The article covers the issues related to the influence of a large sporting event on the destination where the event is being organized. The research problem included herein concerns the opinions of the Tricity residents on the influence of the EURO 2012 European Football Championship on the agglomeration tourist market. The article shows that in the majority of cases the residents have a positive view on the influence of this event. They name the following among the most important benefits of the event organization: the development of the (sporting, accommodation and transportation) infrastructure, as well as proper promotion and improvement of the image of the agglomeration. The respondents believe that the analyzed event will contribute to increased tourism traffic in the subsequent years.

The analysis covered by the article is preceded by theoretical deliberations concerning the relationships of tourism with sports and, in particular, a description of the sporting event influence on the tourist market of the destination where the event is being organized.