

РАЗВОЈ ЕВРОПСКИХ УРБАНИХ ТУРИСТИЧКИХ СИСТЕМА

Извод: Међуоднос урбаног развоја и туризма значајан је процес који се данас одвија у Европи. Развојем туризма дошло је до значајних промјена у организацији града. Док је средином 20. стољећа културно-повијесно наслеђе градова потицало развој туризма, данас је туризам у бројним градовима Европе покретач даљњег развоја. Такођер, полицентрични развој Европе погодује овом процесу. Данас се развијају метрополитанска туристичка подручја. Око 80% целокупног туристичког промета Европе остварује се у градовима. Од 1996. до 2007. године стопа раста броја туриста у европским градовима износила је око 25%, а просјечна стопа раста међународног туризма у истом временском раздобљу износила је око 7%.

Кључне речи: циклус развоја туристичке дестинације, културно наслеђе, урбани развој и урбани туризам.

Увод

Развој урбаних туристичких система је динамичан процес. Овај се процес данас одвија на глобалној разини. У Европи се знатно брже одвија него у осталим свјетским регијама. Процес је потакнут развојем индустријског друштва, што значи да је отпочео прије отприлике 100 година. У овом се раду говори о:

1. циклусу развоја урбаног туризма,
2. градовима као "ризницама културних ресурса",
3. међуодносу урбаног и туристичког развоја.

Развоја урбаног туризма у Европи започео је почетком 20. стољећа².

Значајан потицај развоја и трансформације урбаних туристичких система су културни ресурси. Антропогено наслеђе један су од развојних потенцијала у будућности многих повијесних градова. Овај процес прати и сувремена антропологија која „отвара“ нове начине и моделе комуникације између појединих етничких скупина и домаћина, укључујући и друге облике комуницирања повезане с туризмом. То је процес који се развија у складу с урбаним туристичким развојем Европе.

Израђени су модели који усмјеравају европски урбани систем. С обзиром да се у европским градовима остварује око 80% туристичког промета, поставља се питање у којем се правцу развијају урбани и туристички системи Европе.

Циклус развоја туризма

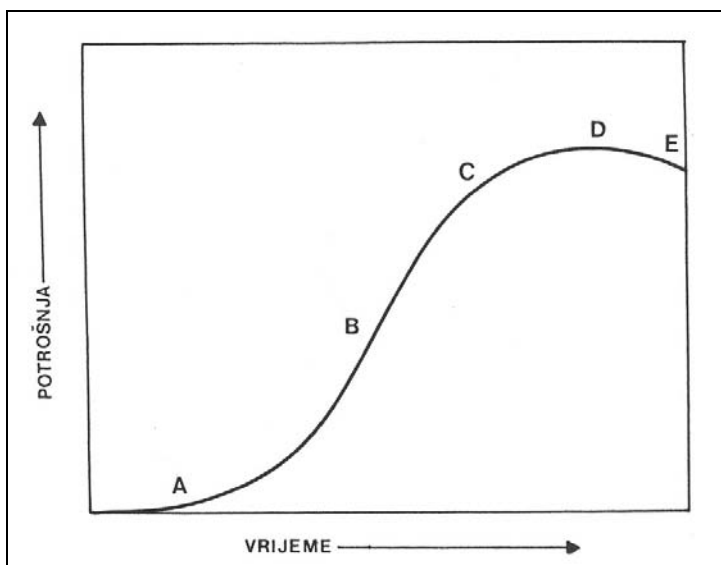
Christaller је већ своједобно у географском контексту описао “животни циклус дестинације”, а концепт туристичког развоја популаризирао је Бутлер (Caserta, Russo, 2001). То је модел хипотетичке кривуље која приказује временска раздобља кроз која

¹ мр Сента Јерковић, Свеучилиште у Дубровнику.

² Иако се у повијести туризма Petite Tour и Grand Tour јављају још од 17. стољећа, то се временско раздобље не може узети у обзир у циклусу развоја урбаног туризма. То су били путовања мање групе људи, то јест аристократа. С повијесног гледишта забиљежена су и знатно ранија путовања од ових.

туризам пролази тијekom свог развоја (Edwards, Cleverdon, 1982)³. Што је просторни обухват већи, истраживање је, користећи се идејом хипотетичке кривуље, вјеродостојније (Слика 1). Почетак развоја приказан је у фази А. То је релативно дуље временско раздобље. Након тога слиједи раздобље бржег раста који је означен фазом Б. У фази Ц брзи се раст наставља, те тако и у фази Д. Након тога у фази Е слиједи раздобље пада или пак консолидације развоја. Овај тијек може бити прекинут различитим утјецајима. За већину дестинација овај је процес дуљи од 50 година, а најдуљи до 100 година. Многе су специфичности у примјени модела циклуса развоја урбаних туристичких дестинација, посебно када је ријеч о повијесним градовима и културном туризму. Њихово културно повијесно наслеђе и идентитет су јединствени (Caserta, Russo, 2001).

Најновија истраживања урбаних туристичких система Еуропе указују на нове трендове урбаног и регионалног развоја. Актуално питање које се поставља у вези овог међуодноса је како и на темељу чега се развија.



Слика 1. Циклус развоја туризма (Edwards, Cleverdon, 1982)

Еуропски урбани туризам је прошао следеће фазе (Bianchini, 2001, Gospodini, 2001, 2009; Stock, 2007):

1. фаза неорганизованог урбаног туризма у првој половини 20. стољећа,
2. организовани облици масовног туризма 50-тих, 60-тих и 70-тих година,
3. алтернативни облици урбаног туризма 80-тих и 90-тих година,
4. градови покретачи одрживе динамике развоја туризма крајем 2000. године,

³ Он је указао да туристичка дестинација на било којој просторној равни (локална, регионална и др.) пролази циклус развоја (Butler, 1991, Haywood, 1986). Путем овог модела израђене су бројне анализе како су се развијале туристичке дестинације.

5. туризам (и рекреација) покретач урбане регенерације почетком 21. стољећа⁴.

Прва се фаза може сматрати раздобљем индивидуалног туризма. То је временско раздобље трајало око 30 година. Ова је фаза прекинута Другим свјетским ратом. Друга фаза по свом временско раздобљу најдуже је трајала, око 40 година. У том временском раздобљу дошло је до либерализације промета. То је ојачало туризам. Трећа фаза се односи на нове промјене у масовном туризму. Трајала је око 20 година. Туризам је искористио капацитете града (инфраструктура и др.). То је омогућило да туризам задржи динамику раста. Четврта фаза је краћа од оне треће. Бржи развој у овој фази може се повезати с процесима који су потакнути шездесетих година 20. стољећа. Три су разлога за то:

1. јачање и окрупњавање економских корпорација,
2. повећана хоризонтална и вертикална интеграција,
3. доток капитала у туризму, поријеклом из других економских сектора и активности.

Кључна интегративна снага унутар туризма постале су велике корпорације које су у стању да организирају, координирају, креирају и овладају туристичким тржиштем.

Коначно је наступила пета фаза⁵. У овој је фази представљен нови успостављени међуоднос туризма и урбаног развоја. Док је у претходном временском раздобљу град био покретач развоја урбаног туризма, почетком 21. стољећа је управо обрнуто, туризам је постао покретач даљњег развоја града. У овој фази истиче се улога рекреације у развоју града.

Данас се испитују могућности *планирања и уређења урбаног простора* (у даљњем тексту '*урбани дизајн*') у развоју градова. Тако се указује да је урбани дизајн нови начин који утјече на развој свих разреда и група еуропских градова, а посебно постаје важан за метрополитанске градове и мање периферне градове који немају развојних предиспозиција. Процес економске глобализације у Европи, заједно са процесом еуропске интеграције у посљедњих десет година измијенио је функционирање еуропског урбаног система. Појам државе све више губи на значајности, а градова постају све важнији и носитељи су развоја новог еуропског друштва. Неки аутори истичу како "Еуропа постаје заједница градова, а не нација и/или земаља" (Gospodini, 2002).

Антропогене основе развоја урбаног туризма

Антропогени ресурси су најзначајнији покретач еуропског урбаног туризма. Антропогеним ресурсима називамо све појаве, објекте, процесе и догађаје из прошлости и садашњости. Они су формирану кроз различите повијесне епохе. То су они садржаји за које се везују атрибути естетског и знаменитог, а створили су их народи или етничке групе у давној или блиској прошлости. Они се дијеле у 4 категорије: културно-повијесна, етносоцијална, умјетничке и амбијенталне. Једноставно речено, то је оно културна оставштина које се преноси из једне генерације у другу. Захваљујући тому, повијесне (културне, умјетничке и сл.) вриједноте из прошлости и садашњости постају дио културне традиције друштва

⁴ Како истичу поједини аутори доста се дуго занемаривао утјецај рекреације у развоју еуропских градова. Туризам и рекреација су неопходни за развој сувремених еуропских градова (Urry, 1990; Stock, 2007).

⁵ Ова се фаза одвијала неуједначено. У појединим еуропским градовима снажно се развија, у неким тек почиње, а у неким се још није почела развијати.

(Nuryanti, 1996). У ову категорију укључена су литерарна мјеста, умјетничке и шире културне личности из повијести (Herbert, 2001). Културна традиција друштва се такођер преноси путем туризма са једне групе на другу (Jerković, 2002 str. 8). Ови трансфери нису уједначени: неки су формални, неки непотпуни, а неки пак врло снажни. Један од једноставнијих путева укључује интелектуалне, социјалне и умјетничке компоненте. Интелектуалне компоненте већином су средишњи и трајни елемент културе. У њима су укључени религија, језик, фолклор, умјетничке традиције и сл. Они представљају интелектуални сегмент који доводи у везу људске способности за размишљање с културним стваралаштвом које се може мјерити.

Значајније валоризирање антропогеног наслеђа у развоју урбаног туризма отпочело је почетком 20. стољећа. Туристичка валоризација антропогеног наслеђа у градовима промијенила је економски однос према граду.

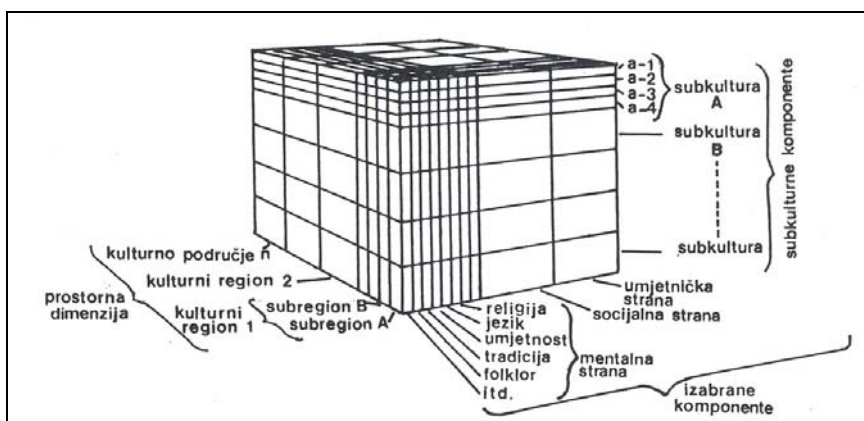
Градови се с туристичког гледишта развијају и адаптирају овисно о капацитету и способностима њихових субгрупа да се укључе у развојне процесе. На слици 2 приказано је како се култура развија, у контексту социјалне географије (Hagget, 1984 str. 250). Развојни модел културе приказан је тродимензионално. Димензије представљају могућност употребе анализе:

(а) у времену и простору, које означавају суштински саставни дио,

(б) за приказ културних компоненти регије или културних карактеристика које формирају групе или субгрупе.

Многобројне мале коцке се односе на карактеристике појединих дестинација или регија. Међусобним приближавањем културних карактеристика коцке се смањују. Ово је процес с којим се бави културна географија и није предмет овог рада.

Кад је питање туристичке дестинације тј. града, тад се расправља о заједници коју туристи посјећују. Било која скупина или заједница данас способна је да се према себи односи самокритички и да се мијења. Прилагођавање захтјевима да градови постану жива атракција, ствара проблем који захваћа сваки животни детаљ. Туризам се сусреће и са „затвореним“ и „материјалистичким“ или „либералним“ цивилизацијама.



Слика 2. Развојни модел културе (Извор: Hagget, 1983, str. 250)

Ова кретања у туризму могу се карактеризирати у двије димензије, структурну супериорност поједине културе (и скупине), и њихово реторичко удруживање. Тако се указује на четири основне форме између етничких скупина и њихових субкултура у културној продукцији града:

1. инфериорна skupina настоји се повезивати са супериорном,
2. инфериорна skupina покушава дефинирати саму себе као антитезу супериорне skupине,
3. супериорна skupina настоји се повезивати са копијом инфериорне,
4. супериорна skupina дефинира се као антитеза инфериорне skupине.

Ови односи јављају се у реалној ситуацији, и сваки од њих даје културне (и етничке) резултате. Врло је раширен типичан случај када се експлоатирана мањина настоји адаптирати потребама и захтјевима туристичког тржишта. На тај начин долази до појаве реконструкције етничитета. Нове реконструкције етничких форми настају у скоро свим туристичким градовима Европе. Сувремени туристички покрет заснива се на двије супротне тенденције, интернационалној хомогености културе и умјетном очувању локалних култура.

Смернице развоја урбаног туризма

Развој урбаног туризма има своје специфичности. Неовисно о динамици (и функцији) развоја европских градова, развила су се два типа урбаног туризма:

- у повијесним градовима,
- у метрополитанским подручјима.

У прву категорију припадају средњовјековни градови који се нису битно индустријски и демографски развијали. Друга категорија урбаног туризма у метрополитанским подручјима повезана је са европским урбаним системом. Туризам је у потпуности промијенио поглед на град. Повијесни развој, облик и функција града у прошлости и како се одвија у будућности су различити.

тип насеља категија производа	веома мали градови	мањи градови	већи важнији градови	метрополиси
културно повијесно наслеђе	I група	II група		
културно повијесно наслеђе + умјетност		III група	IV група	
културно повијесно наслеђе + умјетност + креативна индустрија			V група	VI група

Слика 3. Класификација насеља и њиховог културног производа (Извор: ЕТС 2005, стр.5)

Такођер за развој урбаног туризма Свјетска туристичка организација (WTO) је дала смјернице (ЕТС, 2005, 5), намјењене државама, градовима и туристичким организацијама како би што боље реализирали потенцијал урбаног туризма. Суштина концепта састоји се у класификацији градова у шест група (слика 3). Различите групе градова настале су на сјечиштима хоризонталне оси и вертикалне оси. Прва представља типове насеља; варош, град, велерад или метрополис, а друга представља њихов доминантни културни производ, И то:

1. **културно повијесно наслеђе:** артефакти или оруђе, алати и сл. које говори о прошлости мјеста,
2. **умјетност:** сувремена репродуктивна (плес, музика, драма) и визуална умјетност (сликарство, кипарство и сл.),
3. **креативна индустрија:** дизајн, модна индустрија, сувремена архитектура итд.

На основи овога утврђене су три категорије културног производа које се састоје од једног или више наведених елемената који постоје у еуропским градовима, а то су:

1. културно наслеђе као производ
2. културно наслеђе и умјетност као производ
3. културно наслеђе, умјетност и креативна индустрија као производ.

На слици 4 је приказано како су категорије производа повезане с типовима насеља. Овдје није циљ стриктно дефинирати категорију насеља, већ размотрити њихов културни производ.

Типови насеља су поредани од мањих ка већем. Разматрајући их на овај начин, вароши су од локалне важности, мањи градови од регионалне важности, велеград од националне и метрополис од националног значаја и шире. Тако су и категорије производа поредане по типу и сложености културног (и других) производа и услуга.

Главни типови мјеста који су изучавани су *градови, велеградови и метрополиси*. Мања насеља (вароши) су обухваћена да би разграничење међу осталим наведеним типова насеља било јасније.

Концепт се даље заснива на бројним претпоставкама које су за највећи дио еуропских вароши, градова, велеградова и метрополиса тачне када се говори о посјетама иноземних туриста, тек за мањи дио те поставке не вриједе. Дакле, слjedeће су групе градова:

- *Вароши (I група)* нуде само културно повијесно наслеђе, а не нуде или је пак мало присутна визуална и репродуктивна умјетност или креативна индустрија
- *Мањи градови* нуде културно наслеђе (**II група**) и визуалну и/или репродуктивну умјетност (**III група**), креативне индустрије нема или је има врло мало
- *Велеградови* нуде културно наслеђе и репродуктивне и/или визуалне умјетности (**IV група**) и могуће креативну индустрију (**V група**)
- *Метрополиси* нуде културно наслеђе и репродуктивне и/или визуалне умјетности и креативну индустрију (**VI група**).

Ове поставке не вриједе увијек за домаћи туризам. Примјерице, ако вароши, градови, велеградови и метрополиси не нуде комбинацију производа и услуга иноземним туристима, онда нису развили атрактиван производ за развој културног туризма. Тако на примјер, велеградови који спадају у IV и V групу увелике овисе о присуству креативне индустрије у њима.

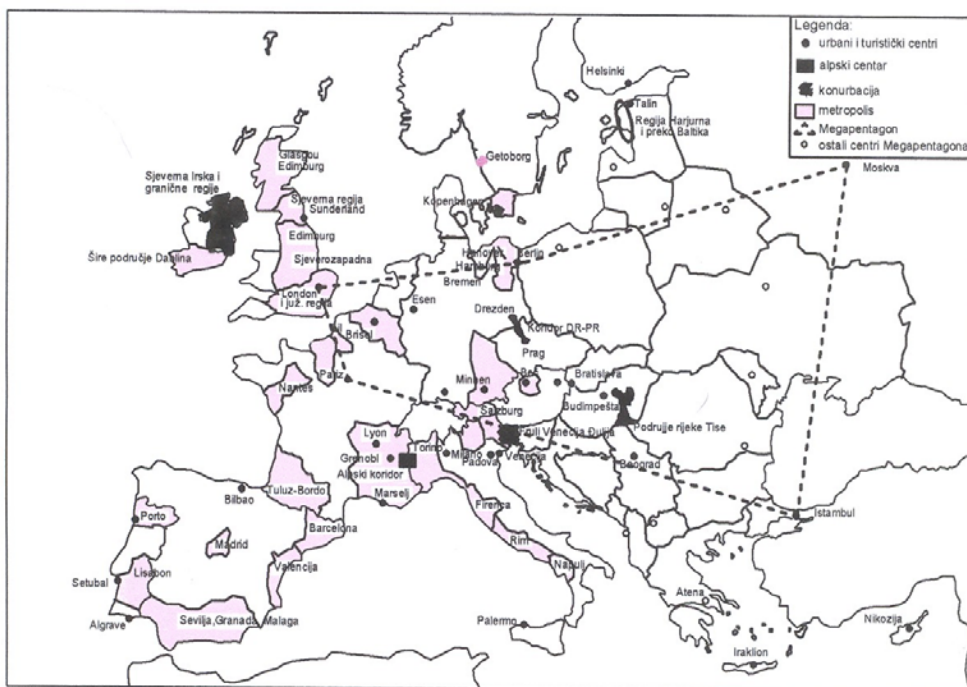
Међуоднос урбаног и туристичког развоја

С дугорочног гледишта развој туризма овиси о развоју еуропског урбаног система. То је основа за развоја еуропског урбаног туризма. Због тога се овдје отварају питања у вези еуропског урбаног система која су директно и индиректно повезана с развојем урбаног туристичког развоја Европе. Овом процесу погодује стратегија полицентричног урбаног развоја Европе (Petrov, Lavalle, Kasanko, 2009). Стратегија полицентричног развоја темељи се на функционалној специјализацији (Грчић, Слукa, 2006 стр. 180)⁶. Како се одвија овај међуоднос на то указују:

⁶ Она укључује седам индикатора: популацију, транспорт, туризам, индустрију, знање, центар одлучивања у приватном сектору и центре одлучивања у јавном сектору. За израду полицентричне карте Европе, осим туризма и администрације, користили су се остали пет индикатора.

1. *MOLAND* модел
2. Модел метрополитанских еуропских регија,
3. *ATLAS* пројект.

MOLAND (Monitoring Land Use/Cover Dynamics) модел је кључни алат за прогнозирање урбаног и регионалног развоја Европе (Lavalle и др., 2004). Будући туризам потиче многе просторне промјене, примјењује се у планирању урбаног развоја у еуропским туристичким регијама (Petrov, Lavalle, Kasanko, 2009). Модел је дио свеобухватне методологије која се заснива на низу алата за просторно планирање, а које се примјењује у процјењивању, праћењу и моделирању развоја и развојних стратегија на урбаној и регионалној разини⁷. Помаже при интегралном планирању и изради политике за одрживо управљање Еуропским територијем.



Слика 4 Међуоднос метрополитанског развоја и урбаног туризма у Европи
(Извор: Schwanen, Djast, 2006; Petrov, Lavalle, Kasanko, 2009)

Други модел се односи на утврђивање метрополитанског развоја Европе. При том се утврђива положај градова те се разматра интеракције међу њима, концентрација активности и функције. Тиме се жели појаснити међуоднос и упоредбу 39 метрополитских подручја Западне Европе и коначно извршити њихово функционално рангирање. У овом процесу од посебног значаја су туристички токови који постају све значајнији и стога кључни у одређивању метрополитанских подручја.

⁷ *MOLAND* модел укључује 5 типова дигиталних карата простора: тренутна намјена земљишта, прометна повезаност подручја, погодност простора за различите намјене, зонинг простора за различите намјене и социо-економске карактеристике подручја (становништво, доходак, производња и запосленост).

На то нам указује формирање Медитеранског “туристичког мегалополиса”. То је процес који ће се све више у будуће прожимати.⁸ Међународна асоцијација *ATLAS*, поред широког распона активности, усмјерава развој културног туризма. У свој програм укључила је око 200 повијесних градова Еуропе. Ова асоцијација данас снажно дјелује у еуропским урбаним центрима (*ETC*, 2005).

Повезивајући два сценарија *MOLAND* и метрополитански у једну географску карту (слика 4), добија се увид у којем се правцу развијају урбани (и туристички) центри Еуропе. Мегапентагонала приказује шири обухват метрополитанских подручја и изван земаља Еуропске уније на истоку Еуропе (слика 3). Комбинацијом ова два сценарија добива се “туристичка урбана основа Еуропе”.

Снажан процес урбане интеграције све више продире у појединим земљама. То омогућава урбаним центрима да брже развијају и туристичку специјализацију. Истраживања урбаних система све више се усмјеравају на процесе на економским релацијама, то јест на везе између и унутар компанија смјештених у различитим урбаним чвориштима, те се упућује да се истраже и други типови мобилности или токова, посебно туристичка кретања. Успркос томе у великим градовима туризам није увијек доминантна индустрија, док у мањима често може бити друкчије. Развој туризма у њима често премашује важност других господарских грана и других градских функција.

Таблица 1. Рангирање 19 водећих еуропских градова с обзиром на посјећиваност и атрактивност

Учесталост посјете			Атрактивност		
Ранг	Град	%			%
1	Амстердам	94,1	1-3	Даблин	100,0
2	Париз	73,9	1-3	Единбург	100,0
3-4	Брисел	54,4	1-7	Атена	97,0
3-4	Лондон	53,1	3-7	Рим	95,0
5	Барселона	39,7	4-10	Париз	91,0
6-8	Венеција	27,3	4-11	Праг	90,9
6-8	Рим	26,9	4-11	Лондон	90,5
6-8	Праг	26,4	4-12	Фиренца	89,7
9-10	Берлин	18,4	5-12	Венеција	89,3
9-10	Фиренца	18,1	5-12	Барселона	87,9
11-14	Минхен	13,1	4-14	Лисабон	85,2
11-14	Будимпешта	11,7	6-14	Будимпешта	81,8
11-15	Копенхаген	10,4	4-16	Мадрид	81,8
12-16	Венеција	9,9	13-17	Амстердам	69,1
13-17	Атена	8,8	13-18	Копенхаген	66,7
14-17	Лисабон	7,2	13-17	Берлин	65,2
16-18	Мадрид	5,9	13-18	Беч	64,9
17-19	Единбург	3,5	17-19	Брисел	53,4
18-19	Даблин	2,1	18-19	Минхен	42,9

Извор: Ark, Richards, 2006

Тако су данас око 40 градова у Еуропи значајни туристички центри (Hendija, 2002). У 2008. години Еуропу је посјетило 487 милијуна иноземних туриста (WTO, 2009). Од тога је око 300 милијуна туриста посјетило градове. За еуропске градове је карактеристичан просјечно кратак боравак туриста у њима. Они се задржавају око 2,3 дана (Koncul, 2005).

⁸ На првом конгресу Туризам ХХЛ Еуропских меганополиса одржаног између 19 и 21 марта 2007. године у Барцелони, указало се на процес концентрације урбаног раста и туризма. Суочени с брзим развојем и разине концентрације туриста формирао се први Еуропски мегалополис.

Од 1996. до 2007. године стопа раста броја туриста у европским градовима износила око 25% (Girard, Nijkamp, 2009 STR. 95; *ECM-Realise*, 2009). У исто временском раздобљу просјечна стопа раста међународног туризма износила је око 7%. Данас највеће стопа раста урбаног туризма у еуроци биљеже Валениција, Талин, Праг, Венеција и Дубровник (*ECM-Realise*, 2009).

Поред тога што поједини Европски градови остварују велики туристички промет, то не значи да ако један град има већи туристички промет да је атрактивнији од другог града у којему је промет мањи. Тако је извршено рангирање градова према два критерија (таблица 1):

1. први ступац представља положај града према учесталости посјете града и културних знаменитости/атракција. Представља постотак испитаника који је одговорио позитивно на питање да ли су посјетили наведене градове и њихове атракције,
2. други ступац представља ранг атрактивности града. Одређен је у односу на први ступац с обзиром на задовољство са туристичком посјетом.

Према *ATLAS* пројекту у подручју културног туризма мјерила се атрактивност значајних европских градова богатим културним наслеђем (Ark, Richards, 2006).

Од укупно свих испитаника који су посјетили 19 наведених градова, указују на следеће:

1. ранг атрактивност не овиси о величини града нити о броју посјета,
2. ранг атрактивности овиси о разини задовољства.

Тако првих пет најпосјећенијих градова Европе нису у првих пет на рангу атрактивности. Док је на примјер Даблин посјетило најмање испитаника, њихово задовољство културном понудом је највеће.

Закључак

На почетку 21. стољећа европски урбани туризам отворио је нова питања даљег развоја међуодноса урбаних система и урбаног туризма. Поред настојања да се урбани туризам у будућности динамички развија, његов је капацитет ограничен. Због тога дугорочно гледано развој урбаног туризма овист ће о европском урбаном систему. Данас се европски урбани системи у оквиру полицентричне стратегије развоја снажно функционално диференцирају. Поред бројних функција које се развијају у тим градовима они се паралелно туристички развијају. Тако се отвара питање развоја система урбаних центара у функцији туризма.

Снажно успостављеним међуодносом урбаног туризма и урбаног развоја Европе, отворен је пут за још динамичнији развој туризма. Овај се међуоднос континуирано испреплиће и „међусобно прожима“. Због тога је постало све теже одредити чврсту границу овог међуодноса, те се поставља питање, да ли град развија туризам или туризам град. Данас се градови натјечу међусобно да би били што атрактивнији и тако потичу све већу конкурентност на туристичком тржишту.

Литература

- Ark, L. A., Richards, G. (2006). Attractiveness of cultural activities in European cities: A latent class approach, *Tourism Management*, 27, 1408-1413.
- Aspelin, P. L. (1977). The Antropological Analysis of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 4(3),
- Bianchini, F. (2001). The relationship between cultural resources and urban tourism policies: issues from European debates, www.culturalpolicy.arts.gla.ac.uk
- Butler, R. W., Waldbrook, L. A. (1991). A NEW PLANNING TOOL: The Tourism Opportunity Spectrum, *The Journal of Tourism Studies*, 1, 2-14.
- Caserta, S., Russo, A. P. (2001). Spatial displacement and sustainable heritage tourism, Tinbergen Institute, TI 2001-035/2
- Carlo, L., Barredo, J. I., McCormick, N. (2004). The MOLAND model for urban and regional growth forecast: A tool for the definition of sustainable development paths, *European Commission, Joint Research Center*.
- Edwards, A., Cleverdon, (1982). International Tourism to 1990, *The Economist Intelligence Unit*, London.
- ETC (2005). City Tourism and Culture - The European Experience, Research Report No 2005/1, Brussels, 5.
- EU (2007). State of European Cities Report, Study value to the European Urban Audit.
- Girard, F., Nijkamp, P. (2009). Cultural Tourism and Sustainable Local Development, *MPG Books Ltd, Bodmin Cornwall*, 95.
- Gospodini, A. (2001). Urban design, urban space morphology, urban tourism; an emerging new paradigm concerning their relationship, *European Planning Studies*, 9, 925-935.
- Gospodini, A. (2002). European Cities in Competition and the New 'Uses' of Urban Design, *Journal of Urban Design*, 7, 1, 59-73.
- Грчић, М., Слука, А. (2006). ГЛОБАЛНИ ГРАДОВИ, Географски факултет Универзитета у Београду и Географски факултет МГУ "М.Б. Бомоносов", Београд стр. 180-181.
- Haggett, P. (1983). GEOGRAPHY A modern Synthesis, *HAPER & ROW*, Publishers, New York, str. 250-252.
- Haywood, K. H. (1986). Can the tourist-area life cycle be made operational? *Tourism Management*, 2, 169-170.
- Hendija, Z. (2002). Vodeći gradovi na Europskom turističkom tržištu potkraj 20. stoljeća, *Turizam*, 50(3), 305-307.
- Herbert, D. (2001). LITERARY PLACES, TOURISM AND THE HERITAGE EXPERIENCE, *Annals of tourism Research*, 2, 312-333.
- Hughe, H., Allen, D. (2005). Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of 'induces image formations agents', *Tourism Management*, 26, 173-183.
- Jerković, S. (2002). Putujuće čovječanstvo, *Dubrovački vijesnik*, 1.jun, (2679), 8.
- Kerstetter, L. D., Confer, J. J., Greafe, R.L. (2001). An Exploration of the Specialization-Concept within the Context of Heritage Tourism, *Journal of Tourism Research*, 39, 267-274.
- Koncul, N. (2005). Turizam u procesu globalizacije i europske integracije: Primjer grada Dubrovnika, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Mijo Mirković, Pula, str.87.
- Lavalle, C. et al. (2004). The MOLAND model for urban and regional growth forecast, Joint research centre, EUROPEAN COMMISSION
- Nuryanti, W. (1996). HERITAGE AND POSTMODERN TOURISM, *Annals of Tourism Research*, 23, 249-260.
- Petrov, O. L., Lavalle, C., Kasanko, K. (2009). Urban land use scenarios for a tourist region in Europe: Applying the MOLAND model to Algrave, Portugal, *Landscape and Urban Planning*, 92, 10-23.
- Russo, A. P., Borg, J. V. (2002). Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities, *Tourism Management*, 23, 631-637.
- Stock, M. (2008). European Cities: towards a "Recreational Turn"? *Studies in Culture*, 57-63.
- Weaver, B. D., Lawton, J. L. (2001). Resident perceptions in the urban - rural friding, *Annals of Tourism Research*, 2, 439-458.

SENTA JERKOVIĆ¹

DEVELOPMENT OF EUROPEAN URBAN TOURIST SYSTEMS

Abstract: Relationship between urban development and tourism is a significant process in Europe today. Development of tourism has caused many organizational changes in urban environment. In the middle of the 20th century cultural and historical heritage in the cities was impetus of development of tourism in European cities. Nowadays, in many European cities tourism is recognized as a mean of further economic development. Strategy of polycentricity, outlined in European spatial development perspective is supporting that process, too. Many tourist centres and metropolitan tourist areas have been developed. In the period from 1996. to 2007. number of visitors in European cultural capitals was growing continuously by rate of 25,6%. In the same period, the number of international tourist arrivals increased by rate of only 7%.

Key words: destination life cycle, cultural heritage, urban development and urban tourism.

Introduction

The development of the tourist system is a dynamic process. This process has been adopted today on a global level. In Europe the system has significantly faster developed than in other world regions. The process was initiated by the industrial revolution, which means that it started approximately 100 years ago. This work is concerned with:

1. the development circle of urban tourism
2. cities as a “goldmine of cultural resources”
3. the relationship between urban and tourist development

The development of urban tourism in Europe started at the beginning of the 20th century².

A significant influence of the development and transformation of urban tourism systems are cultural resources. Anthropogenic inheritance is one of the development potentials in the future of many historical cities. This is also followed by modern anthology which “opens” new ways and models of communication between individual ethnic groups and locals, including other forms of communication connected to tourism. This is a process that has developed in line with urban tourist development in Europe.

Models have been created which are directed towards the European urban system. Bearing in mind that European cities achieve around 80% of the tourist turnover, questions were posed as to which direction the urban development should take.

Development cycle of tourism

Christaller had already in his time described in geographical context the “life cycle of a destination” and the concept of tourism development had been popularised by Butler (Caserta, Russo, 2001). This is a model of a hypothetical curve that shows the time period through which tourism passes in its development (Edwards, Cleverdon, 1982)³. As the volume space is bigger, more researched, the idea of the hypothetical curve is more

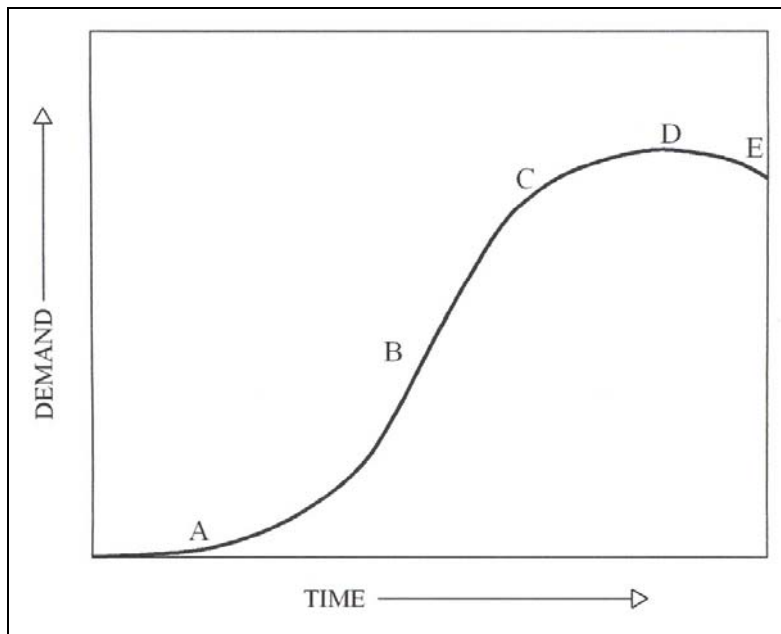
¹ M Sc Senta Jerković, University of Dubrovnik.

² Even though the history of tourism Petite Tour and Grand Tour was announced in the 17th century this time period can't be taken into account in the cycle of the development of urban tourism. These tours were made up of smaller aristocratic groups. From a historical point of view there were significantly earlier travels than these.

³ This showed that a tourist destination on any spatial level (local, regional, etc) goes through a cycle of development (Butler, 1991, Haywood, 1986). From this model a number of analyses have been carried out.

believable (picture 1). The beginning of the development is shown in phase A, that is a relatively longer time period. After that follows a period of fast growth which is shown in phase B. In phase C the fast growth continues as well as in phase D. After that in phase E follows a period of slump or even a consolidation of the development. This progress can be broken by different influences. For the majority of destinations this process is longer than 50 years and at the most longest up to 100 years. There are many specific details in the exemplified model of the cycle of urban tourist development in a destination, especially when applied to historic and cultural tourism. Their cultural historical inheritance and identity are unique. (Caserta, Russo, 2001).

The latest research into urban tourism systems in Europe show the new trends for urban and regional development. An actual question which is placed in connection to this is how and on what basis is this developed.



Picture 1. Cycle of tourism development (Edwards, Cleverdon, 1982)

European urban tourism has passed the following phases (Bianchini, 2001, Gospodini, 2001, 2009; Stock, 2007):

1. phase of unorganised urban tourism in the first half of the 20th century,
2. organisation of the shape of mass tourism in the 50's, 60's and 70's,
3. alternative forming of urban tourism in the 80's and 90's,
4. cities start to start the dynamic development of tourism at the end of 2000,
5. tourism and recreation of urban regeneration at the start of the 21st century⁴.

The first phase can be considered the development of individual tourism. The time period for this phase lasted for around 30 years. This phase was stopped when World War II started. The second phase lasted over a period of 40 years. Inside this time period liberation

⁴ As some individual authors have pointed out for a long time the influence of recreational tourism in the development of European cities has been ignored. Tourism and recreation are essential for the development of modern European cities (Urry, 1990; Stock, 2007).

of turnover developed. This strengthened tourism. The third phase concerned a new change in mass tourism and lasted around 20 years. Tourism used the capacity of the city, including the infrastructure, etc. this allowed tourism to maintain its dramatic growth. The fourth phase was shorter than the third. The fast growth in this phase can be connected to the process which initiated the 1960's. The three reasons are:

1. strengthening and enlarging of economic corporations,
2. increase of horizontal and vertical integration,
3. flow of capital into tourism, coming from other economic sectors and activities.

The key integrative strength inside tourism became large corporations which were in the position to organise, coordinate, create and govern the tourist market.

Finally came the fourth phase⁵. This phase presents established new interconnections between tourism and urban development. While in the following time period cities were initiators of urban tourism development, the beginning of the 21st century was completely opposite. Tourism itself became the initiator of city development. In this phase is added the role of recreation in the development of cities.

Today the question is asked of the possibility of *planning and designing of an urban space* (furthermore in the text known as "*urban design*") in the development of cities. It has been shown that urban design is a new way which influences the development of all levels and groups of European cities, and has become especially important for metropolitan cities and smaller suburban cities which don't have a development predisposition. The process of economic globalisation in Europe, together with the process of European integration in the last ten years changed the functioning of European urban systems. The meaning of a nation has significantly lost its importance and cities have become more important and the leaders in the development of a new European society. Some authors add that "Europe has become a society of cities and not nations and/or countries" (Gospodini, 2002).

Anthropogenic foundations of the development of urban tourism

Anthropogenic resources are the most significant initiators of European urban tourism. Anthropogenic resources are classified as all appearances, objects, processes and events from the past and present. They are formed through different historical epochs. They are the facilities that are connected to the attributes of esthetical and famous and are achieved by the people or ethical group in the distant or near past. They are split into four categories, cultural-historical, ethno social, artistic and ambient. Quite simply it is the cultural legacy that is passed on from one generation to another. Historical values (cultural, artistic, etc) from the past and present become a part of the traditional culture of the society (Nuryanti, 1996). In this category are included all literal places, artistic and wider cultural figures from history (Herbert, 2001). The cultural tradition of a society is also passed on through tourism from one group to another (Jerković, 2002 str. 8). These transfers are not equal: some are formal, some incomplete and some are very strong. One of the simplest ways is to include the intellectual, social and artistic components. The intellectual components are mainly the middle and lasting elements of culture. They include religion, languages, folklore, artistic traditions, etc. They present the intellectual segment which brings in the human characteristic for thinking with cultural creation which can't be measured.

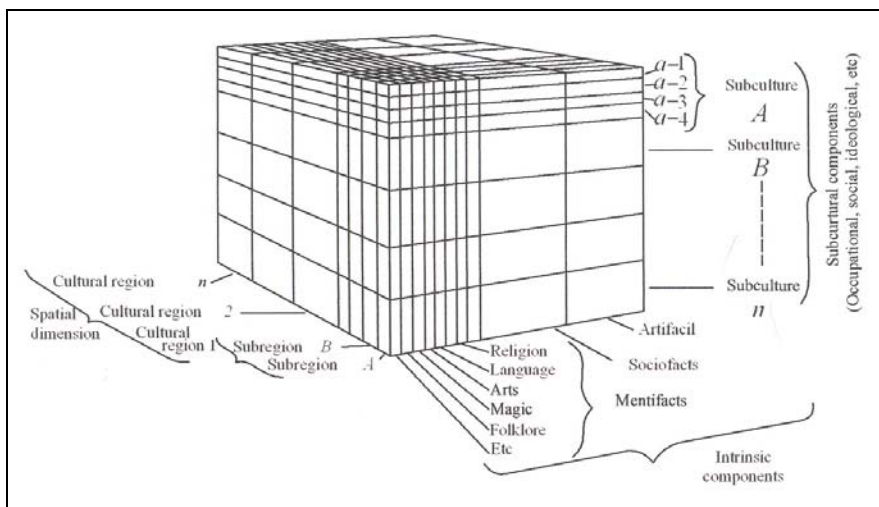
⁵ This phase took place unevenly. In some European cities it is growing, some just beginning, and some had not yet begun to develop.

The significant vaporization of anthropogenic inheritance in the development of urban tourism started at the beginning of the 20th century. Anthropogenic inheritance in tourism in cities changed the economic relations towards cities. Cities from a tourism point of view developed and adapted dependent on their capacities and the reliability of their subgroups to get involved in the development process. On the picture 2 is shown how cultural development in context to social geographic (Hagget, 1984 str. 250). The development model shown is three dimensional. The dimensions present the possibility of using the analysis:

- (a) in time and space, which show the vital content part,
- (b) to show the cultural component of regions or cultural characteristics which form groups or subgroups.

Many small blocks affect the characteristics of individual destinations or regions. Mutual approximate cultural characteristics blocks are reduced. This is a process for those who work in cultural geography and not the subject of this piece.

When it is a question of a tourist destination i.e a city, then we can discuss about the society which tourist visit. Whichever group of people or society today is capable of being self critical and of being able to change. Adapting to demands that cities become living attractions creates a problem which affects every little detail in life. Tourism meets with “closed” and “materialistic” or “liberal” civilisations.



Picture 2. A model of the development of culture (Source: Hagget, 1983, pp 250)

These movements in tourism can be characterised in two dimensions, structural superiority of individual cultures (and groups) and their rhetorical alliance. This is shown on four founding forms between ethnic groups and their subcultures in cultural production of cities:

1. inferior groups tries to connect with superior,
2. inferior groups try to define themselves as antithesis of the superior group,
3. superior groups try to connect with a copy of the inferior,
4. superior groups define as antithesis of the inferior groups.

These relations happen in real situations and every one of them gives a cultural (and ethical) result. A new reconstruction of ethnics forms in almost every tourist city in Europe. Modern tourist movement is based on two opposite tendencies, international homogeny culture and artificially protected local cultures.

Guidelines for the development of urban tourism

The development of urban tourism has its own specifics. Independent of the dynamic development of European cities, two types of urban tourism developed:

1. In historical cities,
2. In metropolitan cities.

To the first category belong middle age cities which haven't significantly developed industrially or demographically. The second category of urban tourism in metropolitan regions is connected to European urban systems. Tourism has totally changed the appearance of cities. Historical development, forming and function of a city in the past and how it adapted in the future are different.

Product category	Type of place			
	Village	Town	City	Metropolis
Heritage	Cluster 1	Cluster 2		
Heritage + The Arts		Cluster 3	Cluster 4	
Heritage + The Arts + Creative industries			Cluster 5	Cluster 6

Picture 3. Classification of dwellings and their cultural manufacture (Source: ETC 2005, pp5)

Also for the development of urban tourism the World Tourist Organisation (WTO) has given directions (ETC, 2005, 5), aimed at countries, cities and tourist organisations so that they can better realise their potential in urban tourism. Guidelines for this concept are made up of classifications of cities into six groups (picture 3). Different groups of cities form on different horizontal and vertical axis. The first shown groups of dwellings; town, city, metropolis and the second shows their dominant cultural product, and those are:

1. **cultural historical inheritance:** artefacts or equipment, tools, etc which show the history of the place,
2. **art:** modern reproductions (dance, music, drama) and visual art (painting, sculpture),
3. **creative industry:** design, fashion industry, modern architecture, etc.

On the basis of these mentioned are three categories of cultural products which contains one or more of the mentioned elements which exist in European cities and they are:

1. cultural inheritance as a product,
2. cultural inheritance and art as a product,
3. cultural inheritance, art and creative industry as a product.

On the picture 4 is shown how the categories are connected with the type of dwelling. It is not the aim to strictly define the category of the dwelling but to observe their cultural products.

The types of dwellings are aligned from smaller to larger. Examining them in this way, towns are of local importance, smaller cities of regional importance, metropolis of national importance and even wider. The types of products are aligned by type and cultural product or service.

The main types of places are *cities, large cities and metropolis*. Smaller dwellings (towns) are included so that the difference between other mentioned types of dwellings is clearer.

The concept is further based on a number of assumptions which for the majority of towns, cities and metropolis in Europe exact and describe the number of visits from foreign tourists. Therefore the following groups of cities are:

- *Towns (I group)* offer only cultural historical inheritance and don't offer visual or reproductive art or creative industry.
- *Small cities* offer cultural inheritance (**II group**) and visual and/or reproductive art (**III group**), creative industry is non-existent or very small.
- *Large cities* offer cultural inheritance and reproductive and/or visual art (**IV group**) and possibly creative industry (**V group**).
- *Metropolis* offers cultural inheritance and reproductive and/or visual art and creative industry (**VI group**).

These points don't always apply to domestic tourism. For example, if towns, cities, large cities and metropolis don't offer a combination of products and services to foreign tourism then they haven't developed an attractive product for the development of cultural tourism. So that for example, cities which fall into IV and V groups largely rely on the creativeness of the industry inside them.

Interrelation of urban and tourist development

From a long term view the development of tourism depends on the development of the European urban system. That is fundamental for the development of European urban tourism. Due to this a question is opened in connection with the European urban system which is directly and indirectly connected to the development of urban tourist development in Europe. This process is suitable to the strategy of the polycentric development based on functional specialisation (Grčić, Sluka, 2006 str. 180)⁶. How this interrelation goes further is shown in:

1. MOLAND model,
2. Model of metropolitan European regions,
3. ATLAS project.

MOLAND (Monitoring Land Use/Cover Dynamics) model is a key tool to make a prognosis for urban and regional development in Europe (Lavallo i dr., 2004).

Since tourism effects many spatial changes, it is applied to the planning of urban development in European tourist regions (Petrov, Lavallo, Kasanko, 2009). The model is part of the universal methodology which is used as a base for a number of tools for spatial planning, which include the application of valuation, following and modelling development and development strategy on an urban and regional level⁷. It also helps before integrating planning and creating politics for controlling the European territories.

The second model concerns the confirmation of the metropolitan development of Europe. Firstly by confirming the position of cities and then by examining the interaction between them and the concentration of activities and their function. Thereby to explain the interrelation and comparison between 39 metropolitan regions of Western Europe and finally to implement their functional rank. In this process of special significance are the tourist flow which have become more significant and therefore key in determining

⁶ - It includes seven indicators: population, transport, tourism, industry knowledge, the centre of decision making in the private sector and decision-making in the public sector. To create polycentric maps of Europe, except for tourism and administration, using the other five indicators.

⁷ MOLAND model includes 5 types of digital maps of space: the current land-use, transport connections the area, convenience of room for different purposes, zoning space for different purposes and socio-economic characteristics of areas (population, income, production and employment).

metropolitan areas. This shows us the forming of a Mediterranean “tourist mega polis”. This is a process that in the future will be more and more relevant⁸.

The international association ATLAS, apart from a range of activities, is involved in the development of cultural tourism. Their program includes around 200 historical cities in Europe. This association is today powerfully operates in European urban centres (ETC, 2005).

Picture 4 interrelations of metropolis development and urban tourism in Europe

Connecting two scenarios of MOLAND and metropolitan in one geographical map (picture 4) you get a view in which direction the development of urban (and tourist) centres of Europe. Mega pentagonal it shows the width of coverage of metropolitan areas and outside of the European Union to the east of Europe “picture 3). A combination of these two scenarios will give you the “tourist urban foundation of Europe”.

The powerful process of urban integration has more and more penetrated individual countries. That makes it possible for urban centres to develop quickly and specialise in tourism. Research of urban systems are more directed to the process of economic relations, that is the connection between and inside companies located in different urban centres, and they instruct further and other types of mobility especially concerning tourist movements. In spite of this in large cities tourism isn’t always the dominant industry, while in smaller ones it is often different. The development of tourism in cities often causes the importance of other industries to be missed as well as other city functions.

Today around 40 cities in Europe are significant tourist centres (Hendija, 2002): In 2008 Europe was visited by 487 million foreign tourists (WTO, 2009). From this number approximately 300 million tourists visited cities. It is characteristic that tourists stay for a relatively short period of time in cities, around 2.3 days on average (Koncul, 2005).

Table 1 Ranking of the 19 leading European cities with regard to the number of visitors and attractiveness.

Frequency of participation			Attractiveness		
Range	City	%	Range	City	%
1	Amsterdam	94,1	1-3	Dublin	100,0
2	Paris	73,9	1-3	Edinburg	100,0
3-4	Brussels	54,4	1-7	Athens	97,0
3-4	London	53,1	3-7	Rome	95,0
5	Barcelona	39,7	4-10	Paris	91,0
6-8	Vence	27,3	4-11	Prague	90,9
6-8	Rome	26,9	4-11	London	90,5
6-8	Prague	26,4	4-12	Florance	89,7
9-10	Berlin	18,4	5-12	Venice	89,3
9-10	Florence	18,1	5-12	Barcelona	87,9
11-14	Munich	13,1	4-14	Lisbon	85,2
11-14	Budapest	11,7	6-14	Budapest	81,8
11-15	Copenhagen	10,4	4-16	Madrid	81,8
12-16	Vienna	9,9	13-17	Amsterdam	69,1
13-17	Athens	8,8	13-18	Copenhagen	66,7
14-17	Lisbon	7,2	13-17	Berlin	65,2
16-18	Madrid	5,9	13-18	Vienna	64,9
17-19	Edimburg	3,5	17-19	Brussels	53,4
18-19	Dublin	2,1	18-19	Munich	42,9

Source: Ark, Richards, 2006

⁸ At the first congress of the European Tourism XXL meganopolisa held between the 19th and 21st of March 2007 in Barcelona, pointed to the process of concentration of urban growth and tourism. Faced with the rapid development and the level of concentration of tourists formed the first European megalopolis.

From 1996 to 2007 the rate of growth for tourists to European cities was around 25% (Girard, Nijkamp, 2009 STR. 95; *ECM-Realise*, 2009). Over the same period of time the rate of growth of international tourism was around 7%. Today the cities with highest rate of growth in urban tourism in Europe are Valencia, Tallinn, Prague, Venice and Dubrovnik (*ECM – Realise* 2009).

Apart from the fact that individual European cities achieve large tourist turnover it doesn't mean that if a city has a larger turnover that it is more attractive than another city in which the turnover is lower. That is how a ranking of cities was carried out according to two criteria (table 1):

1. the first column represents the position of a city in terms of frequency of visitors to the city and the cultural attractions. The representation of the percentage of visitors who answered positively to the question that they visited the mentioned city and its attractions.
2. the second column represents the rank of the attractiveness of the city. In relation to the first column with regard to how many were satisfied with their visit.

According to the ATLAS project the area of cultural tourism is measured according to the attractiveness of significant European cities with rich cultural inheritance (Ark, Richards, 2006).

From the total of all people questioned who had visited the 19 mentioned cities the following was shown:

1. the rank of attractiveness doesn't depend on the size of the city nor on the number of visitors,
2. the rank of attractiveness depends on the level of satisfaction.

So the first five most visited cities in Europe are not in the first five in terms of attractiveness. While for example Dublin was visited by the least number of questioned people its cultural offer was rated the highest.

Conclusion

At the beginning of the 21st century European urban tourism opened a new question as to the further development of interrelations between urban systems and urban tourism. Apart from the efforts that urban tourism in the future develops dynamically its capacity is limited. Because of this the long term view of the development of urban tourism will depend on the European urban system. Today the European urban system in the frame of a polycentric strategy has developed a powerful functional difference. Apart from the number of functions which have developed in these cities they are parallel with the tourist development. So the question is open as to the development of system urban centres in the function of tourism.

The strong establishment of interrelations of urban tourism and the urban development of Europe opens the way for a more dynamic development of tourism. This interrelation continues to interweave and "interrelate directions". Due to this it has become much harder to determine the border between this relationship and that offers the question are cities developing tourism or is tourism developing cities. Today cities compete against each other to become more attractive and therefore create more competition on the tourist market.

References

See References on page 30