

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO AUSTRALII



Dorota Hosiawa
IV rok TiR
Grupa ORT3
Nr indeksu 34680

SPIS TREŚCI

<i>WSTĘP</i>	3
<i>I. Uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej</i>	4
1. Atrakcje turystyczne	4
2. Determinanty aktywności turystycznej ludności	6
3. Stan rozwoju infrastruktury turystycznej i komunikacyjnej	7
3.1. Sieć komunikacyjna i przewoźnicy	7
3.2. Zakwaterowanie	11
3.3. Biura podróży	13
4. System szkolnictwa turystycznego	14
5. Rynki docelowe i narzędzia promocyjne	14
<i>II. Rynek recepcji turystycznej</i>	16
1. Wielkość przyjazdów	16
1.1. Ogólne informacje	16
1.2. Charakterystyka turystów ze względu na cel przyjazdu	17
2. Kraje emitujące	19
3. Dochody z turystyki przyjazdowej	23
4. Regiony turystyczne i miejsca koncentracji ruchu turystycznego w Australii.	26
4.1. Miejsca koncentracji ruchu turystycznego.	26
4.2. Regiony turystyczne	27
<i>III. Rynek emisji turystycznej</i>	33
1. Liczba podróży krajowych i zagranicznych	33
1.1. Podróże krajowe	33
1.2. Podróże zagraniczne	35
2. Wydatki na podróże krajowe i zagraniczne	36
3. Zróżnicowanie geograficzne i ilościowe destynacji, do których najchętniej wyjeżdżają mieszkańcy Australii	40
<i>IV. Znaczenie rynku turystycznego Australii dla Polski</i>	42
1. Analiza przyjazdów turystów z Australii do Polski	42
2. WUTZ Australii dla Polski	42
3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku australijskim	44
4. Wyjazdy Polaków do Australii	44
<i>PODSUMOWANIE</i>	45
<i>Źródła</i>	46
Literatura:	46
Raporty internetowe:	46
Strony internetowe :	46
Spis rysunków:	47
Spis wykresów:	47

WSTĘP

Celem niniejszej pracy jest analiza i charakterystyka runku turystycznego w Australii. Pod uwagę będzie brane zarówno jego znaczenie w skali globalnej jak i w kontekście użyteczności dla Polski. W poniższej pracy zostały przedstawione oraz omówione czynniki wpływające na rozwój turystyki w Australii, profile turystów oraz dane przedstawiające wielkość ruchu turystycznego.

Głównym źródłem informacji przy pisaniu pracy były raporty i analizy umieszczone na stronie internetowej rządu australijskiego (Australian Government, The Department of Resources, Energy and Tourism, <http://www.ret.gov.au/tourism/Pages/Tourism.aspx>). Szczególnie przydatne były raporty dotyczące Turystyki przyjazdowej zagranicznej (International Visitor Survey) oraz turystyki krajowej (National Visitor Survey). Wiele informacji zaczerpniętych zostało z oficjalnej strony turystyki w Australii (Tourism Australia, <http://www.tourism.australia.com/en-au/>).

Praca podzielona została na cztery rozdziały opisujące odrębne aspekty rynku turystycznego Australii.

W pierwszym rozdziale przedstawione zostały uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej Australii. Przedstawione zostały najważniejsze atrakcje przyciągające turystów oraz determinanty ich aktywności turystycznej. Następnie poddany analizie został stan infrastruktury komunikacyjnej i turystycznej, który niewątpliwie jest istotnym czynnikiem rozwoju turystyki. Na koniec przedstawione zostały główne rynki docelowe Australii oraz środki i narzędzia promocji stosowane w celu promowania Australii na świecie.

Rozdział drugi skupia się na charakterystyce rynku recepcji turystycznej. Przedstawiono wielkość przyjazdów turystów zagranicznych oraz kraje będące największym źródłem napływu turystów do Australii. Następnie przeanalizowano dochody pochodzące z turystyki przyjazdowej. Na koniec omówiono miejsca największej koncentracji ruchu turystycznego oraz zróżnicowanie geograficzne regionów turystycznych w Australii.

W trzecim rozdziale omówiony zostaje rynek emisji turystycznej. Analizie poddaje się podróże krajowe i zagraniczne mieszkańców Australii. Przedstawia się także ilość wydatków na podróże zarówno krajowe jak i zagraniczne. Następnie dokonuje się charakterystyki głównych destynacji, do których wyjeżdżają australijscy turyści.

W rozdziale czwartym omawia się znaczenie rynku turystycznego Australii dla Polski. Przedstawiona zostaje liczba przyjazdów australijskich turystów do Polski oraz ich charakterystyka. Następnie rozpatruje się użyteczność Australii dla rynku turystycznego Polski według wskaźnika WUTZ. Kolejnym ważnym punktem pracy jest określenie działań marketingowych Polski na rynku turystycznym Australii. Na koniec przedstawione zostają przyjazdy Polaków do omawianego w pracy kraju.

I. Uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej

Nie ma wątpliwości, że rok 2008/2009 był trudny dla gospodarki turystycznej nie tylko w Australii, ale też na całym świecie. Pomimo widocznego regresu przyjazdów turystów spowodowanego globalnym kryzysem gospodarczym oraz wybuchem epidemii grypy A/H1N1, Australia nadal pozostała atrakcyjnym turystycznie państwem, zajmując swą nadal wysoką pozycję na światowym rynku turystycznym. Pod koniec czerwca 2009 r. do Australii przyjechało 5.5 mln zagranicznych turystów, czyli o 2% mniej niż w roku ubiegłym.

Australia jest bardzo atrakcyjnym turystycznie krajem. Zachęca głównie piękną przyrodą, zróżnicowanym krajobrazem, długimi piaszczystymi plażami, bogactwem świata zwierzęcego oraz łatwością dostępu komunikacyjnego. Stanowi dogodny cel podróży nie tylko dla turystów z Azji i Oceanii, ale też z całego świata. Posiada szeroką bazę noclegową oraz dogodną infrastrukturę turystyczną.

1. Atrakcje turystyczne

Niewątpliwie główną atrakcją Australii są jej największe miasta. Największa liczba turystów odwiedza kolejno Sydney, Melbourne, Perth, Brisbane, Queensland, Adelaide i Canberra. Jednakże głównym powodem przyciągającym turystów jest niesamowita australijska przyroda. Oto niektóre przykłady przyrodniczych atrakcji Australii:

- Blue Mountains (Góry Błękitne)

Blue Mountains to górskie pasmo w Nowej Południowej Walii, leżące około 100 km na zachód od Sydney. Są częścią Wielkich Gór Wododziałowych, a najwyższy szczyt o wysokości 1111 m n.p.m. nosi nazwę One Tree Hill. Charakterystycznym elementem ich krajobrazu są sterczące trzy skały (Three Sisters), rozległe kotliny oraz niebieskawa mgiełka pochodząca z ulatniających się olejków eterycznych z drzewa eukaliptusowego. Na obszarze tym powstał Park Narodowy Gór Błękitnych wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO¹.

- Fraser Island

Fraser Island to największa, piaszczysta wyspa świata. Znajduje się na Morzu Koralowym przy wybrzeżach Australii, około 320 km od Brisbane, tam gdzie zaczyna się tworzyć Wielka Rafa Koralowa. Między wyspą a stałym lądem jest zatoka, do której w okresie od sierpnia do października przypływają wieloryby. Ze względu na niepowtarzalny krajobraz i bogaty przyrodniczo obszar Fraser Island został wpisana w 1992 r. na listę UNESCO. Na wyspie nie ma asfaltowych dróg, a komunikacja odbywa się po wyjeżdżonych w piachu traktach. Wpuszczane są tu tylko samochody z napędem na cztery koła, których wjazd trzeba rezerwować z pewnym wyprzedzeniem, ponieważ liczba wjeżdżających osób też jest kontrolowana².

- Wielka Rafa Koralowa

Wielka Rafa Koralowa to bez wątpienia jeden z najpiękniejszych zakątków świata, wpisany na listę UNESCO. Całość obejmuje takie elementy, jak: głębokie rowy oceaniczne, wyspy u wybrzeża kontynentu, wyspy Morza Koralowego, wysepki koralowe (atole) oraz całą faunę,

¹ <http://www.zwiedzajswiat.pl/panstwa/australia/gory-blekitne.html>, data odczytu 13.05.2010.

² <http://eturystyka.org/content/view/366/191/>, data odczytu 13.05.2010.

żyjącą na przy dnie oceanu. To bez wątpienia jedno z najcudowniejszych miejsc na ziemi i istna mekka dla pływaków. Rafa ciągnie się na przestrzeni 2300 km wzdłuż wybrzeża Queensland w Australii - od przylądka York aż do Gladstone. Szerokość rafy wynosi średnio 60km. Jest doskonale widoczna z kosmosu jako biała smuga z małymi wysepkami na tle lazurowego oceanu³.

- Uluru (Ayers Rock)

Uluru (Ayers Rock) to największy turystyczny magnes Australii. Leżący w Czerwonym Środku, mierzący 3,6 km długości i wznoszący się na wysokość 348 m n.p.m. skała wyrasta niespodziewanie z piaszczystego, porośniętego krzewami podłoża. Podczas zachodu słońca ze specjalnie wyznaczonego do tego celu parkingu można obserwować wspaniałe spektakle zmieniających się barw, różne odcienie czerwieni przechodzą w końcu w stonowaną szarość. Cały obszar Ayers Rock ma ogromne znaczenie kulturalne dla plemienia aborygeńskiego Anangu, którego kulturę można bliżej poznać odwiedzając doskonale Uluru-Kata Tjuta National Park Cultural Centre⁴.

- Park Narodowy Kakadu

Park Narodowy Kakadu znajduje się na północnym krańcu Australii, około 200 km na wschód od miasta Darwin. Powstał w 1981 r. i od razu został wpisany na listę UNESCO. Jest to rozległy, zróżnicowany teren dzikiej przyrody australijskiej, na którym można spotkać dzikie psy dingo, kangury i wiele gatunków rzadkich ptaków. Największą uwagę turystów przyciągają oczywiście krokodyle, które można podglądać. Nigdzie indziej w Australii nie znajdziemy tak bogatego w gatunki flory i fauny obszaru⁵.

- Wyspa Kangura

Wyspa Kangura jest bardzo popularnym miejscem wycieczek dla turystów krajowych i zagranicznych. Zachodnią część wyspy zajmuje park narodowy, w którym znajdują się największe atrakcje. Jedną z nich jest Remarkable Rocks czyli głazy pochodzenia wulkanicznego wyglądające jak ogromne rzeźby. Kolejną atrakcją jest zatoka Seal Bay, na której wylegają się uchatki australijskie oraz formacja skalna wyrzeźbiona przez fale oceaniczne i wiatr zwana Admiral's Arch⁶.

- Park Narodowy Purnululu

Park Narodowy Purnululu od 2003 r. znajduje się na liście światowego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego UNESCO. Zajmuje on obszar 239 tys. hektarów. Najbardziej charakterystycznym elementem parku jest masyw Bungle Bungle. Od ponad 20 mln lat poddawany jest on erozji. Dzięki temu uformowały się liczne wieżyczki i stożki w kształcie uli o stromych zboczach. Ich powierzchnia poprzecinana jest ciemnoszarymi, poziomymi pasami, utworzonymi ze skorupy sinic. Te rzadko spotykane stożki krasowe zawdzięczają swe istnienie współdziałaniu kilku zjawisk geologicznych, biologicznych, klimatycznych, jak również erozji⁷.

³ <http://www.rafa-koralowe-pl.com/>, data odczytu 13.05.2010

⁴ <http://obiezyswiat.org/index.php?gallery=937>, data odczytu 13.05.2010

⁵ <http://www.zwiedzajswiat.pl/panstwa/australia/park-narodowy-kakadu.html>, data odczytu 13.05.2010

⁶ <http://antypody.info/australia/wyspa-kangura/>, data odczytu 13.05.2010

⁷ http://turystyka.wp.pl/gid.11235867,title,najbardziej-surrealistyczne-krajobrazy,zdjecie,orktkqolo.galeria_zdjecie.html, data odczytu 13.05.2010

2. *Determinanty aktywności turystycznej ludności*

Uwarunkowania ekonomiczne mają podstawowe znaczenie dla kształtowania się poziomu i struktury aktywności turystycznej. Im wyższy rozwój gospodarczy państwa, tym wyższy wzrost poziomu urbanizacji, dochodów indywidualnych ludności, ilości czasu wolnego oraz innych czynników kreujących dobre warunki dla wzrostu poziomu aktywności turystycznej.⁸ Australia jako kraj wysoko rozwinięty, tworzy bardzo dobre warunki dla rozwoju turystyki. Składają się na to następujące czynniki:

- Australia jest krajem wysoko-zurbanizowanym, 89% ludności zamieszkuje miasta.
- PKB kraju wynosi 824 biliona dolarów (19 miejsce na świecie)
- 75% społeczeństwa pracuje w sektorze usług
- Bezrobocie znajduje się na dość niskim poziomie 5,7 %
- Inflacja jest na niskim poziomie 1,9%

Kolejną ważną grupą uwarunkowań aktywności turystycznej są czynniki demograficzne. Badania prowadzone w różnych krajach wskazują, że największą aktywnością turystyczną charakteryzują się zazwyczaj osoby znajdujące się w przedziale wiekowym 15-24. Osoby starsze, ze względu na podjęcie pracy i założenie rodziny odznaczają się spadkiem aktywności turystycznej. Aktywność ta wzrasta ponownie w wieku emerytalnym. W Australii ludność w przedziale wiekowym 15-64 lat stanowi aż 67.9%. Przy ogólnym stanie populacji- 22,3 mln, daje to wynik ponad 14,5 mln potencjalnych turystów. Australia charakteryzuje się także wysokim poziomem wykształcenia, co wpływa na większą aktywność turystyczną.⁹

Ważną rolę pełnią także uwarunkowania przyrodniczo-geograficzne. Jest to niewątpliwie mocna strona Australii. Kraj ten ma niezwykle bogatą faunę i florę, zróżnicowany krajobraz, piękne góry, długie piaszczyste plaże oraz niesamowite turystyczne atrakcje, takie jak Wielka Rafa Koralowa czy Uluru. Australia przyciąga turystów ciekawą kulturą Aborygenów- pierwotnych mieszkańców Australii. Kolejnym magnesem na turystów jest niezliczona ilość parków narodowych, zachowujących endemiczne gatunki zwierząt i roślin. Australia przyciąga także turystów zainteresowanych aktywnym wypoczynkiem, na przykład surfingiem czy nurkowaniem. Nie mniej interesujące są największe australijskie miasta, generujące największy napływ turystów.

Czynniki techniczne są kolejnym istotnym aspektem badającym kształtowanie się aktywności turystycznej. Bardzo ważny w tym względzie jest rozwój środków transportu. W Australii jest bardzo dobrze rozwinięta sieć autostrad, dróg szybkiego ruchu, lotnisk oraz linii kolejowych. Wpływa to pozytywnie na popyt turystyczny, pozwala na wzrost mobilności społeczeństwa i ułatwia korzystanie z różnorodnych usług turystycznych. Kolejnym czynnikiem technicznym jest poziom rozwoju technologii informatycznych. Internet jest obecnie nieodłącznym medium pośredniczącym w wyborze miejsca docelowego oraz konkretnej usługi turystycznej. W Australii jest ponad 15 mln użytkowników, czyli 68 % mieszkańców ma dostęp do Internetu. Ponadto Australia prowadzi oficjalny portal turystyczny (www.tourism.australia.com/en-au/), który w 2009 roku odwiedziło 5.6 mln osób.

⁸ Źródło: Wiesław Alejski, *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Studia i Monografie nr 25, Kraków 2009

⁹ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/as.html>, data odczytu 18.05.2010

3. Stan rozwoju infrastruktury turystycznej i komunikacyjnej

3.1. Sieć komunikacyjna i przewoźnicy

Transport drogowy

Rys. 1. Sieć głównych dróg w Australii



Źródło: Australia Transport Statistics. Yearbook 2009.

<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>, data odczytu 04.05.2010

Rys. 2. Odległość pomiędzy głównymi miastami w Australii.

	Sydney	Melbourne	Brisbane	Adelaide	Perth	Darwin	Canberra
	(kilometres)						
Sydney		863	933	1 401	3 965	3 999	281
Melbourne			1 731	723	3 419	3 757	652
Brisbane				2 113	4 411	3 431	1 194
Adelaide					2 697	3 035	1 189
Perth						4 044	3 821
Darwin							3 970

Źródło: Australia Transport Statistics. Yearbook 2009.

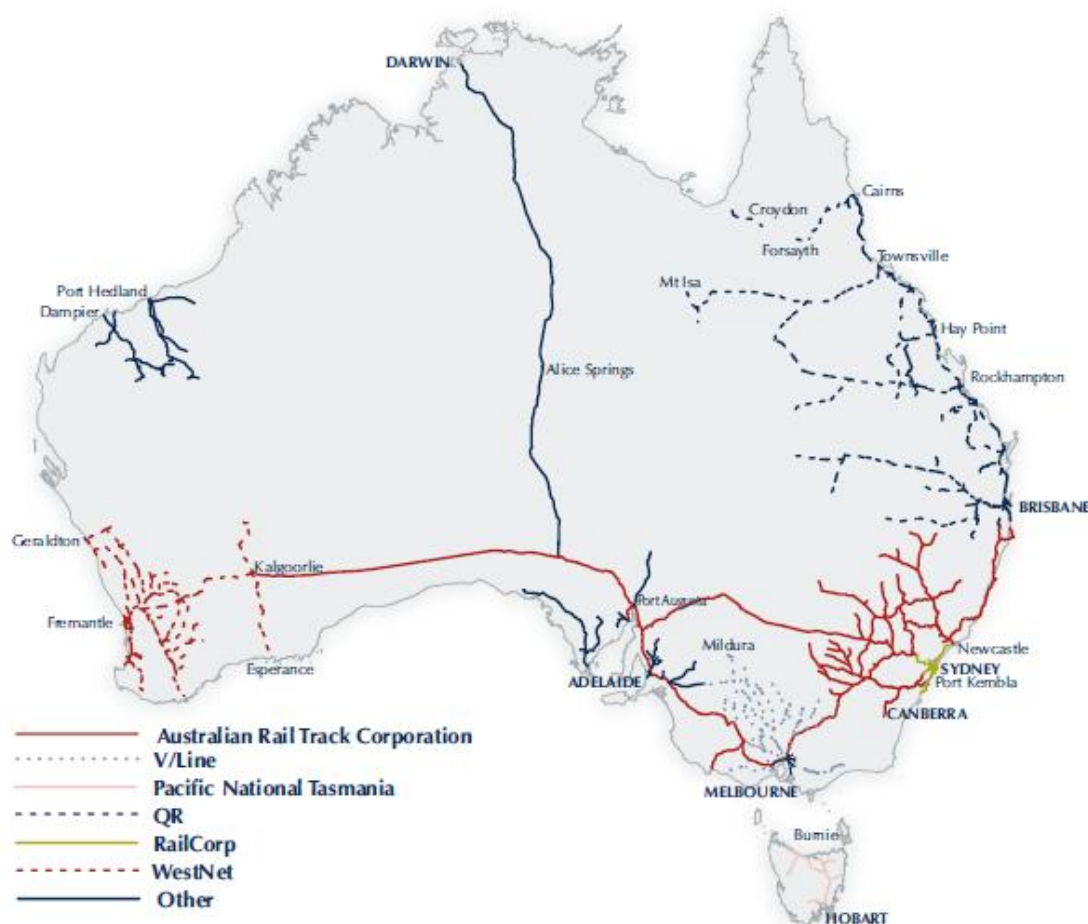
<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>, data odczytu 04.05.2010

Australia jest bardzo rozległym państwem, stąd długość dróg wynosi 815 074 km. Łączą one wszystkie stolice stanów w Australii. Powszechnie obowiązuje ruch lewostronny. Odległości pomiędzy poszczególnymi miastami bywają bardzo duże, jak na przykład

między Canberrą a Darwinem, stąd transport drogowy może być bardzo uciążliwy. Mimo to, wielu turystów wynajmuje samochody, aby przemierzyć Australię na własną rękę. W przewozach autokarowych wiodzie prym przewoźnik **Greyhound** Australia. Jest to firma ogólnokrajowa, która przewozi 1,3 mln pasażerów rocznie. Codziennie autokary zmierzają do 1100 destynacji w państwie. W Australii działa także wielu mniejszych przewoźników, których autobusy kursują na liniach lokalnych. Oferują one często najtańsze bilety. Przyczyną, dla której turyści wybierają tę formę transportu jest rozbudowana sieć dróg, o wiele lepsza od sieci kolejowej.

Transport kolejowy

Rys. 3. Sieć połączeń kolejowych w Australii.



Źródło: Australia Transport Statistics. Yearbook 2009.

<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>, data odczytu 04.05.2010

Pod względem długości linii kolejowych Australia zajmuje siódme miejsce na świecie, z wynikiem 37 885 km. Największe zagęszczenie torów kolejowych znajduje się w południowej i wschodniej Australii. Sieć kolejowa **Australian Rail Track Corporation** łączy zachodnie i wschodnie wybrzeże Australii. W ramach tej sieci jeździ 9 głównych przewoźników: Queensland Rail, CityRail, Australian, Southern Railroad, CountryLink, Great Southern Railway, Pacific National, Patrick Rail Operations, Specialised Container Transport i FreightLink. W stanie Wiktoria głównym publicznym przewoźnikiem autokarowym i kolejowym jest **V/Line**. Posiada on połączenia z Melbourne do Swan Hill, Echuca, Shepparton, Albury, Bairnsdale, Warrnambool i Ararat. W stanie Queensland działa

przewoźnik **Queensland Rail**. Przewozi on 170 tyś. pasażerów dziennie. Rail Corporation New South Wales (**RailCorp**) działa na terenie Nowej Południowej Walii. Obsługuje ruch miejski przewoźnikiem CityRail oraz podróże dalekobieżne poprzez CountryLink. W zachodniej Australii działa przewoźnik **WestNet**. Obsługuje on połączenia z Perth. W 2000 r. firma została sprywatyzowana. Sieć połączeń ma 5100km.

Pozostali przewoźnicy to m.in.:

- **Australind** (Perth-Bunbury)
- **AvonLink** (Perth- Northam)
- **CountryLink Coach Network** (Lightening Ridge-Brisbane-Gold Coast-Byron Bay-Eden-Mildura)
- **The Ghan** (Adelaide - Alice Springs – Darwin)
- **Gulflander** (Normanton – Croydon)
- **The Indian Pacific** (Sydney - Adelaide – Perth)
- **The Inlander** (Townsville - Mount Isa)
- **Kuranda Scenic Railway** (Cairns – Kuranda)
- **The Overland** (Adelaide – Melbourne)
- **The Prospector** (Perth - Merredin – Kalgoorlie)
- **Spirit of the Outback** (Brisbane – Longreach)
- **The Southern Spirit** (Uluru-Brisbane)
- **The Sunlander** (Brisbane – Cairns)¹⁰

Transport lotniczy

Rys. 4. Mapa 40 najważniejszych lotnisk w Australii.



Źródło: Australia Transport Statistics. Yearbook 2009.

<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>, data odczytu 04.05.2010

¹⁰<http://www.railaustralia.com.au/australind.php>, data odczytu 05.05.2010

Rys. 5. Przewóz pasażerów na lotniskach w tyś.

Financial year	Sydney	Melbourne	Brisbane	Perth	Adelaide	Cairns	Gold Coast	Canberra	Hobart	Darwin	Townsville
2007-08	32 701	23 943	18 298	8 952	6 619	3 777	4 323	2 853	1 758	1 562	1 366

Źródło: Australia Transport Statistics. Yearbook 2009.

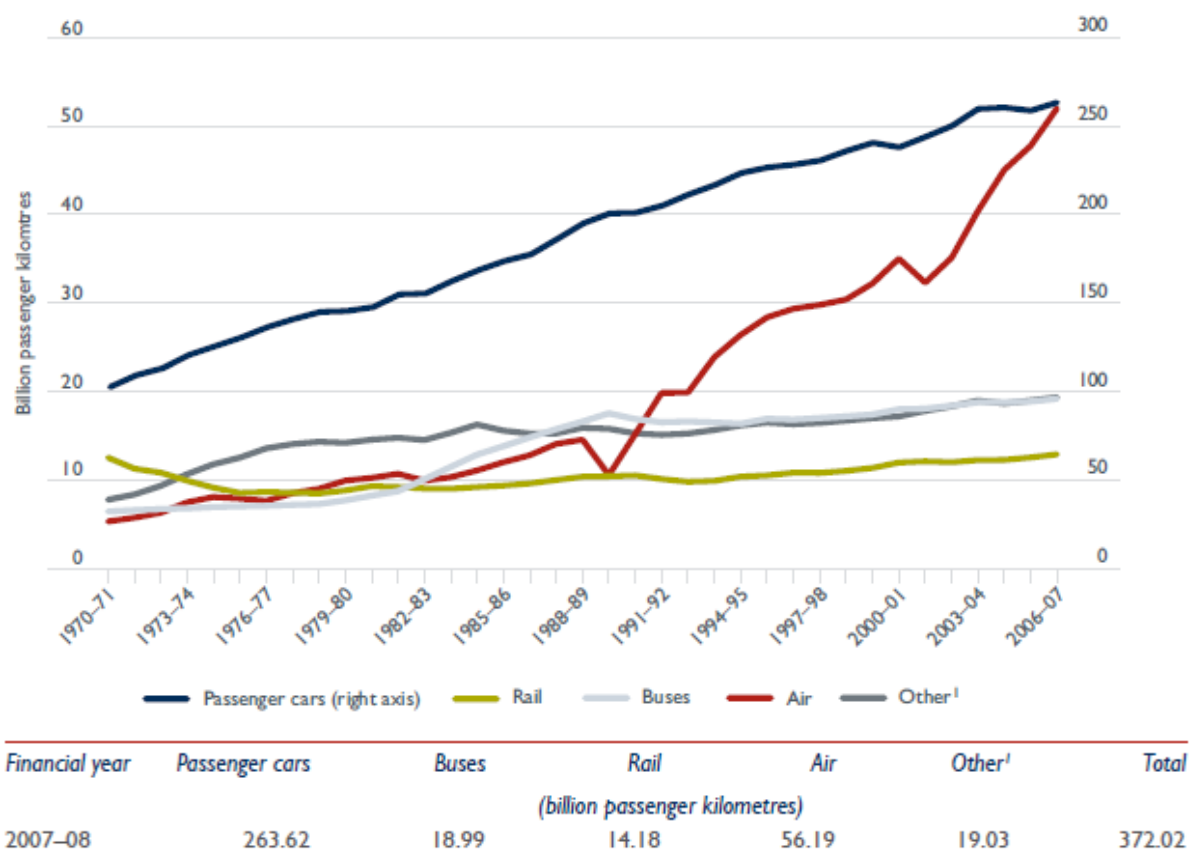
<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>, data odczytu 04.05.2010

W Australii jest 464 lotnisk. Gęsta sieć połączeń lotniczych o łącznej długości 160 tyś. km, pokrywa cały kraj. Główne połączenia krajowe docierają do wszystkich stolic stanów australijskich. Jest to najszybszy i najbardziej komfortowy sposób podróżowania po Australii.

Największy przepływ pasażerów notuje się na lotnisku w Sydney (32 701 tyś.) i w Melbourne (23 943 tyś.) i Brisbane (18 298 tyś.).

Głównym krajowym przewoźnikiem w Australii jest **Jetstar Airways**, **Qantas Link** i **Virgin Blue**. **Rex Regional Express** obsługuje loty na terenie Nowej Południowej Walii, Południowej Australii, Tasmanii i Wiktorii. Natomiast **Air North** działa w Terytorium Północnym i Zachodniej Australii (lotnisko w Broome). **Macair Airlines** obsługuje lotniska w Queensland, **Skywest** w Zachodniej Australii oraz parę niewielkich przewoźników działa na terenie Tasmanii. **Eastern Australia Airlines** latają na trasach wzdłuż wybrzeża Nowej Południowej Walii, a także z Sydney w głąb lądu, m.in. do Bourke i Cobaru. Samoloty **Airnorth** łączą Darwin i Alice Springs z wieloma miasteczkami Terytorium Północnego.¹¹

Rys. 6. Krajowy przewóz pasażerów różnymi środkami transportu na przełomie lat 1970-2007.



¹¹http://www.worldtravelguide.net/country/19/internal_travel/Australia-and-South-Pacific/Australia.html, data odczytu 05.05.2010

Źródło: Australia Transport Statistics. Yearbook 2009.

<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>, data odczytu 04.05.2010

Najwięcej pasażerów wybiera samochód oraz samolot jako swój środek transportu. Dużo mniej atrakcyjna okazała się być podróż autokarem czy pociągiem. Na przełomie lat 1970-2007 widać bardzo dynamiczny rozwój komunikacji samochodowej oraz lotniczej.

Wśród turystów zagranicznych, najbardziej popularną formą poruszania się po Australii jest transport lotniczy (1,5 mln), następnie wypożyczanie samochodu (427 tys.), podróż autokarem (270 tys.), statkiem lub promem (186 tys.) oraz koleją (178 tys.).¹²

3.2. Zakwaterowanie

- Hotele i motele

Najwięcej hoteli i moteli z 5-14 pokojami znajduje się w Nowej Południowej Walii (587), Wiktorii (419) oraz Queensland (412). Średnia długość pobytu wynosi od 1.7 dnia w Wiktorii do 2.4 dnia w Australii Zachodniej.

W kategorii hoteli i moteli z ilością pokoi powyżej 15, najwięcej obiektów znajduje się w stanie Nowa Południowa Walia (1425), Queensland (1142) i Wiktorii (819) a najmniej w Australijskim Terytorium Stołecznym (55). Najdłuższy pobyt zaznacza się w Queensland (2.7 dnia) a najkrótszy w Południowej Australii i Tasmanii (2 dni).

Hotele i motele z ilością pokoi powyżej pięciu występują najliczniej w Nowej Południowej Walii (2012), Queensland (1554) i Wiktorii (1238). Średnia długość pobytu waha się od 1,9 dnia w Południowej Walii i Tasmanii do 2.7 dnia w Queensland.¹³

Rys. 7. Ilość obiektów hotelowych, pokoi, obłożenie i średnia długość pobytu w Australii. Dane z grudnia 2009 roku.

Rodzaj zakwaterowania	Ilość ogółem	Ilość pokoi	Obłożenie w %	Średnia długość pobytu
Hotele i motele z 5 pokojami lub więcej	6 123	244 020	63,4	2,2 dnia
Hotele i motele 5-14 pokoi	1813	17 586	47	1,9 dnia
Hotele i motele powyżej 15 pokoi	4 310	226 434	64,7	2,3 dnia

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Tourist Accomodation, Australia. December 2009.

<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/8635.0Dec%202009?OpenDocument>, data odczytu 05.05.2010

Ogółem w Australii jest 12 246 hoteli i moteli z łączną ilością 488 040 pokoi. Najwięcej znajduje się obiektów z ilością pokoi powyżej pięciu, mają one także najwięcej pokoi w ogóle. Najwyższe obłożenie występuje w obiektach mających powyżej 15 pokoi (64,7%). Odnotowuje się w nich także najdłuższą średnią długość pobytu (2.3 dnia).

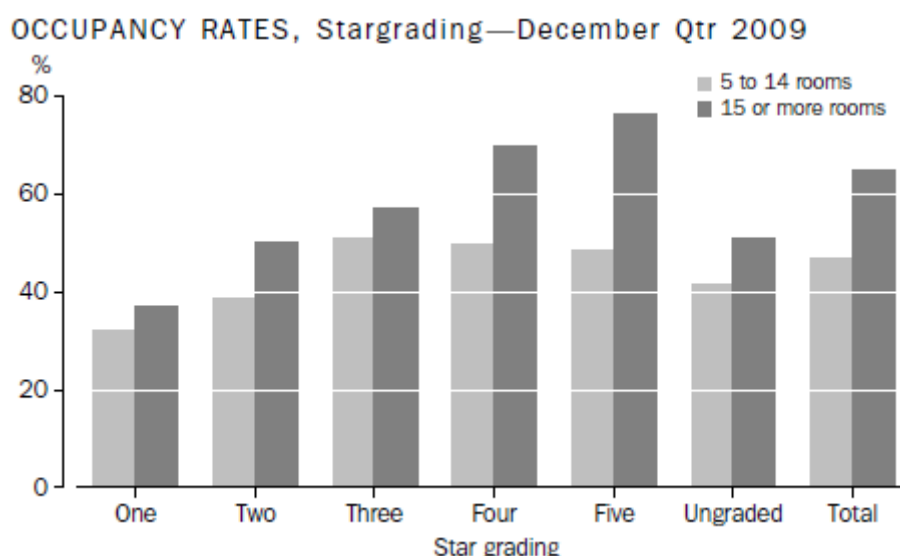
¹² Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 30.04.2010

¹³ Tourist Accomodation, Australia. December Quarter 2009.

<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/8635.0Dec%202009?OpenDocument>, data odczytu 05.05.2010

Rys. 8. Obłożenie pokoi w obiektach noclegowych według klasyfikacji.



Źródło: Tourist Accommodation, Australia. December Quarter 2009. Australian Bureau of Statistics <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/8635.0Dec%202009?OpenDocument>, data odczytu 05.05.2010

Dla hoteli i moteli pięciogwiazdkowych z ilością pokoi powyżej 15, obłożenie osiągnęło 76.4%, a z ilością pokoi 5 do 14, 48,4%. W kategorii hoteli z ilością pokoi w przedziale 5-14 największe obłożenie było w obiektach trzygwiazdkowych (51,1%), a najniższe w jednogwiazdkowych (32,1%). Generalnie największe obłożenie występuje w dużych hotelach pięciogwiazdkowych.

- Bed and breakfast

Kolejnym, popularnym miejscem spędzania noclegu jest tzw. **Bed and breakfast** (oferujący nocleg ze śniadaniem) oraz kwatery prywatne. W przeważającej mierze skupia on turystów krajowych (1,2 mln w 2008 roku) oraz w mniejszej zagranicznych (124 tys. w 2008 roku). Generalnie ma tendencję wzrostową w porównaniu do lat ubiegłych. Wśród turystów zagranicznych bed and breakfast najchętniej wybierają Brytyjczycy (20%), Amerykanie (16%) oraz Nowozelandczycy (11%). Wśród wszystkich turystów najczęściej korzystają z tej formy noclegu Europejczycy (45%). Nowa Południowa Walia jest najbardziej popularna wśród turystów wybierających bed and breakfast.¹⁴

- Pola kempingowe

W Australii jest 1641 pól kempingowych. Najwięcej w stanie Nowej Południowej Walii (502), Wiktorii (387) i Queensland (320). Z ich oferty korzystają głównie turyści krajowi. W roku 2008 liczyli oni 8.3 miliona, co stanowi 15% ogólnej liczby turystów krajowych. Od 2000 roku zauważa się także wzrost zainteresowania tą formą noclegów przez turystów zagranicznych, których w 2008 roku było 336 tysięcy. Są to głównie turyści z Wielkiej Brytanii (22%), Niemiec (14%) i Nowej Zelandii (10%). Kempingi są najmniej

¹⁴ Bed and breakfast i n Australia 2008, http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Bed%20andbreakfast_snapshot_08_FINAL.pdf, data odczytu 05.05.2010

popularne wśród turystów z Azji. Turyści krajowi spędzają tam średnio 5 dni a turyści zagraniczni 14 dni.¹⁵

3.3. Biura podróży

W Australii działa wiele biur podróży, więc trudno byłoby omówić je wszystkie. Organizują one zarówno wyjazdy krajowe jak i zagraniczne, zwiedzanie konkretnych miast i atrakcji, rejsy, sprzedaż biletów lotniczych itp. Oto krótka charakterystyka części z nich:

- **Australian Travel Specialists** – Biuro Podróży mieszczące się Sydney. Reprezentuje oferty głównych tour operatorów w Australii.
- **Austravel** – Oferują przewozy lotnicze do Australii. Zajmują się ofertami turystycznymi na terenie Australii i Nowej Zelandii.
- **Bookmein.com.au** – Zajmują się rezerwacją zakwaterowania w ofercie last minute, także rezerwacją miejsc w restauracji, salonach kosmetycznych i innych.
- **Expedia Australia** – Internetowe biuro podróży oferujące tanie przeloty, hotele, wynajem samochodów i wycieczki.
- **Adventure Tours Australia** – Biuro podróży specjalizujące się w organizowaniu aktywnych podróży wśród dzikiej przyrody, pokazująca życie i kulturę Aborygenów
- **Australia 2000 Travel** – Oferuje przeloty międzynarodowe, zakwaterowanie w Australii, prywatne wycieczki krajoznawcze oraz transfer z lotnisk.
- **Australian Travel Services** – Organizuje wyjazdy do Australii i Nowej Zelandii
- **Backpackers World Travel** – Specjalizuje się w turystyce studentów i osób „podróżujących z plecakiem” na terenie Australii, Nowej Zelandii i Fidżi.
- **Centre One Tours Australia** – Organizują wycieczki autokarowe po Australii.
- **Gecko Trek Australia** – Organizują alternatywne wyjazdy przygodowe „poza miasto”.
- **GetOutOfTown** – Oferują wycieczki do Wiktorii i Nowej Południowej Walii.
- **Holidays Allover** – Organizują wycieczki oraz rejsy na terenie Australii.
- **Quadrant Australia** – Przygotowują ofertę wyjazdów agroturystycznych, zawierających aktywne uczestniczenie w życiu na wsi.
- **Scenic Tours** – Zajmują się organizacją luksusowych wyjazdów do Australii, Nowej Zelandii, Afryki i Kanady.
- **SIA Holidays** – Biuro podróży mające szeroką ofertę wyjazdów do Singapuru, Europy, Azji i na Malediwy.
- **Skimax Australia** – Jako jedni z nielicznych specjalizują się turystyką zimową (narciarską i snowboardową).
- **STA Travel** – Są największą na świecie organizacją zajmującą się turystyką studentów, dzieci i młodzieży.
- **The Travel Company** – Zajmują się turystyką biznesową i wypoczynkową.
- **Total Luxury Australia** – Ich oferta skierowana jest do zamożnych klientów, oczekujących luksusowych warunków pobytu i świadczeń z najwyższej półki.
- **WesternXposure** – Liderzy w organizowaniu turystyki przygodowej w Zachodniej Australii.¹⁶

¹⁵ Caravan or camping in Australia 2008, http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Caravan_or_camping_snapshot_08_FINAL.pdf, data odczytu 05.05.2010

oraz Tourist Accommodation, Australia. December Quarter 2009. Australian Bureau of Statistics <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/8635.0Dec%202009?OpenDocument>, data odczytu 05.05.2010

¹⁶ http://az.ezilon.com/australia/travel_and_tourism/travel_agencies/index.shtml, data odczytu 14.05.2010

4. System szkolnictwa turystycznego

W Australii działa 39 uniwersytetów, z których tylko 2 są uczelniami prywatnymi. Edukacja w nich jest płatna a jej wysokość zależy od wybranego kierunku. Australijskie uniwersytety mają dobrą opinię w świecie, a będąc jednocześnie cenowo konkurencyjnymi w stosunku do brytyjskich i amerykańskich, przyciągają rzesze zagranicznych studentów. Na wielu z uczelni można znaleźć kierunek zarządzania w turystyce i hotelarstwie. Liczne są także kursy w prywatnych szkołach w tym zakresie tematycznym. Poniżej scharakteryzuję uniwersytety stricte zajmujące się turystyką.

- The Australian School of Tourism and Hotel Management

Szkoła ta znajduje się w Perth w Australii Zachodniej. Została założona w 1989 roku jako prywatna instytucja. Współpracuje ona z Southern Cross University. Szkoli uczniów w zakresie zarządzania w hotelarstwie i turystyce a także gastronomii.¹⁷

- The University of Queensland- School of Tourism

The University of Queensland School of Tourism jest jedyną szkołą w Australii akredytowaną przez UNWTO. Szkoła jest członkiem the UNESCAP Asia-Pacific Education and Training Institutes in Tourism, the Pacific Asia Travel Association Education & Training Committee oraz Transport and Tourism Forum. The University of Queensland jest także aktywnym działaczem Australian Group of Eight. Posiada kompleksowy program szkoleń w zakresie turystyki, sportu i rekreacji oraz organizacji imprez i wydarzeń turystycznych i kulturowych.¹⁸

- Russo School of Hotel & Tourism

Russo School of Hotel & Tourism to sławna szkoła założona w 1994 w Brisbane, zajmująca się szkoleniem w zakresie zarządzania w hotelarstwie i gastronomii. Nauka skupia się na podnoszeniu umiejętności obsługi klientów na najwyższym poziomie oraz kompetencji menadżerskich.¹⁹

- The School of Tourism and Hospitality Management at Southern Cross University

Szkoła jest wydziałem Faculty of Business and Law na Southern Cross. Jest także powiązana z ważnymi przedsiębiorstwami takimi jak Mulpha Australia, the Club Managers' Association of Australia, the Pacific Asia Travel Association, Meeting and Events Australia oraz the Australian Tourism Export Council. Szkoła otrzymała szereg nagród, w tym jako pierwsza uzyskała prestiżową nagrodę Australian Tourism Award for Industry Education and Training. Współpracuje także w badaniach Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.²⁰

5. Rynki docelowe i narzędzia promocyjne

W Australii promocja turystyczna kraju jest na bardzo wysokim poziomie. Wyznaczoną przez rząd australijski w 2004 roku, oficjalną organizacją do spraw promocji

¹⁷ <http://www.asthm.com.au/>, data odczytu 14.05.2010

¹⁸ <http://tourism.uq.edu.au/>, data odczytu 14.05.2010

¹⁹ <http://www.russo.qld.edu.au/site/rit/HotelTourism/OurCommitment.aspx>, data odczytu 14.05.2010

²⁰ <http://www.scu.edu.au/schools/tourism/index.php/38/>, data odczytu 14.05.2010

turystycznej jest Tourism Australia. Główną siedziba mieści się w Sydney. Istnieje także oddział w Canberra, zajmujący się prowadzeniem badań i analiz rynku turystycznego.

Prowadzi ona prężnie działającą stronę internetową (www.tourism.australia.com/en-au/), prowadzoną w 8 językach, którą w 2009 roku odwiedziło 5.6 mln osób. Tourism Australia jest nie tylko odpowiedzialna za promowanie kraju, ale także za prowadzenie badań i analiz rynku turystycznego Australii, prowadzenie prognoz oraz badanie trendów turystycznych. Tourism Australia działa na 22 rynkach turystycznych poprzez założenie 13 biur na świecie. Propagują oni wyjazdy do Australii, aby jak najbardziej zmaksymalizować ilość przyjazdów do kraju i rozwijać narodowy przemysł turystyczny.

Organizacja skupia swe działania głównie w 6 regionach: północnej Azji, południowej i wschodniej Azji, Półwyspie Arabskim, Wielkiej Brytanii, Ameryce (Południowej i Północnej) i Nowej Zelandii.

Tourism Australia dociera także do innych rynków poprzez współpracę z Austrade (więcej na ten temat w rozdziale IV, cz.3) oraz Aussie Specialist Program.

Tourism Australia dzieli **rynki docelowe**, na poszczególne grupy:

- Kraje, z których jest największy napływ turystów, ale według prognoz, będzie on miał tendencję malejącą. Są to: Wielka Brytania, Niemcy, Stany Zjednoczone, Kanada, Japonia, Korea, Singapur i Hong Kong. Działania organizacji w tych krajach skupiają się na utrzymaniu tego samego poziomu inwestycji i przeciwdziałaniu spadku przyjazdów turystów z tych krajów.
- Kraje, które w prognozach osiągają duży wzrost napływu turystów. Są to: Francja, Południowa Afryka, Chiny, Malezja i Indie. Działania skupiają się na zwiększeniu ilości inwestycji w danych krajach, aby pobudzić ruch turystyczny do Australii.
- Tak zwane kraje „krótko dystansowe”, czyli Nowa Zelandia i rynek krajowy Australii. Charakteryzują się tym, że duża odległość, ilość czasu i budżetu społeczeństwa jest czynnikiem mniej istotnym.
- Kraje, mające mniejsze znaczenie dla rynku turystycznego Australii, notujące spadek przyjazdów w prowadzonych prognozach. Są to: Włochy, Irlandia, Holandia, Szwajcaria, Tajwan, Indonezja i Tajlandia. W krajach tych pobudza się wymianę handlową, ale ogranicza się ilość inwestycji.
- Kraje, poza główną 22, w których Australia nie ma bezpośrednich kontaktów, ale są godne uwagi. Przynoszą Australii zyski mniejsze niż 200 milionów dolarów rocznie. Są to: Rosja, Hiszpania, Norwegia, Szwecja, Finlandia, Argentyna, Brazylia, Wietnam i Zjednoczone Emiraty Arabskie.

Działania marketingowe Tourism Australia polegają na rozpowszechnianiu kampanii reklamowych za pośrednictwem telewizji, gazet, internetu czy kina. Ostatnią bardzo ważną była kampania *'Come Walkabout'*, publikowana w 22 głównych rynkach turystycznych. Film reklamowy z tej kampanii był pokazany w minimum 70 państwach i zobaczyło go ponad 23 mln ludzi na świecie. Był to wielki sukces dla Tourism Australia i pobił dotychczasowe rekordy. Kolejnym ważnym przedsięwzięciem jest innowacyjny program *„National Landscape”*. Program został zainspirowany tym, że na świecie definicja parku narodowego nie odnosi się tylko do miejsca będącego główną atrakcją turystyczną, ale także do opisanie niewielu, ale bardzo znaczących terenów. Podczas gdy w Stanach Zjednoczonych jest 57 parków narodowych, w Australii jest ponad 600. Program National Landscape powstał po to, aby otoczyć opieką najbardziej charakterystyczne parki narodowe i powiązane z nimi regiony i kierować ich przyszłym rozwojem, pod względem turystyki, infrastruktury, konserwacji i promocji. Ma to spowodować zwiększenie napływu turystów na te tereny oraz korzyści ekonomiczne i społeczne. Aby wziąć udział w programie, dany teren musi spełnić konkretne

kryteria (związane między innymi z ochroną i promocją). Pierwszym zakwalifikowanym terenem był Australia's Red Centre, następnie Alpy Australijskie, Australia's Coastal Wilderness, Australia's Greek Cauldron, Flinders Ranges, Greater Blue Mountains, Kakadu i Great Ocean Road.

Australia promuje się także na targach i imprezach turystycznych, spotkaniach i konferencjach na całym świecie. Tourism Australia promowała swój kraj na 36 targach turystycznych na przełomie 2008/2009 roku. Między innymi ITM India, ITB Asia, WTM United Kingdom czy ITB Berlin. Dzięki temu Australia poznaje nowych tour operatorów, poszerza możliwości tworzenia produktów turystycznych oraz nawiązuje kontakty biznesowe.²¹

II. Rynek recepcji turystycznej

1. Wielkość przyjazdów

Przygotowując ten rozdział pracy, opierano się głównie na danych z Raportu Turystyki Przyjazdowej (Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia) dotyczących roku 2009, sporządzonego przez Australijski Departament Turystyki, zajmujący się badaniem ruchu turystycznego w Australii (Tourism Research Australia).

1.1. Ogólne informacje

- W roku 2009 odnotowano przyjazd 5 174 744 turystów do Australii, którzy wydali tutaj 17 mld dolarów. Najwięcej w Południowej Nowej Walii (6,1 mld \$), Queensland (3,9 mld \$) i Wiktorii (3,8 mld \$).
- Główne cele przyjazdów:

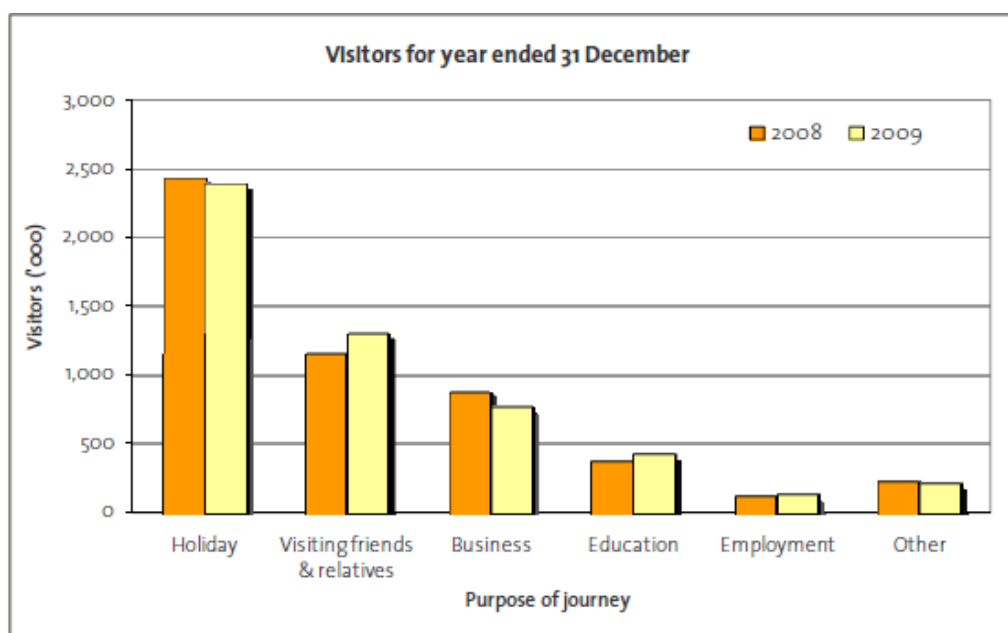
Tabela 1. Główne cele przyjazdów do Australii.

Wakacje	2 398 189	46%
Odwiedziny rodziny/znajomych	1 293 764	25%
Biznes	756 098	15%
Nauka	411 251	8%
Praca	116 481	2%
Inne	198 960	4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.

²¹ Tourism Australia Annual Report 2008-2009. http://www.tourism.australia.com/en-au/documents/Corporate%20-%20About%20Us/TA_AnnualReport_2008.pdf, data odczytu 16.05.2010.

Rys. 9. Cele przyjazdów turystów do Australii na rok 2008 i 2009



Źródło: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.
<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 30.04.2010

- Turyści najczęściej przyjeżdżali do Australii w celu odpoczynku i wakacji (46%), na drugim miejscu, aby odwiedzić rodzinę lub znajomych (15%) a następnie w sprawach biznesowych (15%).
- Najwięcej turystów przyjechało z Nowej Zelandii (1 005 461), następnie z Wielkiej Brytanii (625 014), Stanów Zjednoczonych (450 416) i Chin (350 807).
- Turyści spędzili 177 mln noclegów w Australii, czyli o 6% więcej niż w roku ubiegłym.
- 62% turystów było już wcześniej w Australii.
- 52 % turystów odwiedziło Nową Południową Walię, 38 % Queensland i 30 % Wiktorię.

1.2. Charakterystyka turystów ze względu na cel przyjazdu

Turyści przyjeżdżający na odpoczynek

- Stanowią oni 46 % wszystkich turystów.
- Ich średnie wydatki wynoszą 2 591\$, z czego najczęściej przeznaczają na wyżywienie i zakwaterowanie. Średni wydatek na dzień wynosi 98\$.
- Spędzają oni 63 mln noclegów, z czego 25% w wynajętych mieszkaniach, 23% u rodziny a 19% w hostelach.
- Wcześniej w Australii było 50% z nich.
- 58% odwiedziło Nową Południową Walię, 52 % Queensland i 31% Wiktorię
- Średnio spędzili 26 dni w Australii.

Turyści przyjeżdżający w odwiedziny do rodziny lub znajomych

- Stanowią oni 25 % wszystkich turystów.
- Ich średnie wydatki wynoszą 1 573\$, z czego najczęściej przeznaczają na wyżywienie i zakwaterowanie. Średni wydatek na dzień wynosi 65\$.
- Spędzają oni 31 mln noclegów, z czego 82% u rodziny lub znajomych.
- Wcześniej w Australii było 76% z nich.
- 45% odwiedziło Nową Południową Walię, 28 % Queensland i 28% Wiktorię
- Średnio spędzili 24 dni w Australii.

Turyści przyjeżdżający w sprawach biznesowych

- Stanowią oni 15 % wszystkich turystów.
- Ich średnie wydatki wynoszą 2 073\$, z czego najczęściej przeznaczają na wyżywienie i zakwaterowanie. Średni wydatek na dzień wynosi 159\$.
- Spędzają oni 31% noclegów w Sydney i 22% w Melbourne , z czego 50% noclegów spędzają w hotelach lub motelach.
- Wcześniej w Australii było 73% z nich.
- 52% odwiedziło Nową Południową Walię, 29% Wiktorię i 22 % Queensland.
- Średnio spędzili 13 dni w Australii.

Turyści przyjeżdżający, aby się uczyć

- Stanowią oni 8 % wszystkich turystów.
- Ich wydatki wynoszą 14 835\$. Średni wydatek na dzień wynosi 107\$.
- Spędzają oni 57 mln noclegów, z czego 64% w wynajętych domach i mieszkaniach.
- Wcześniej w Australii było 60% z nich.
- 51% odwiedziło Nową Południową Walię, 35% Wiktorię i 29 % Queensland.
- Średnio spędzili 139 dni w Australii.²²

²² Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.
<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>,
Data odczytu 04.05.2010

2. Kraje emitujące

Rysunek nr 10 przedstawia rozkład i ilość przyjazdów turystów z zagranicy. Najwięcej turystów przyjeżdża do Australii z Nowej Zelandii (1 005 000), następnie z Wielkiej Brytanii (625 tys.), Stanów Zjednoczonych (450 tys.), Chin (351 tys.) oraz Japonii (332 tys.). Najwięcej noclegów spędzili turyści z Wielkiej Brytanii (22,5 mln), Chin (19,2 mln) i Nowej Zelandii (13,5 mln). Najdłużej przebywali w Australii turyści z Korei, średnio 71 dni, następnie z Indii 61 dni, Chin 55 dni i Tajlandii 53 dni.

Rys. 10. Liczba turystów, noclegów, długości pobytu i wydatków, według kraju pochodzenia, dane za rok 2009.

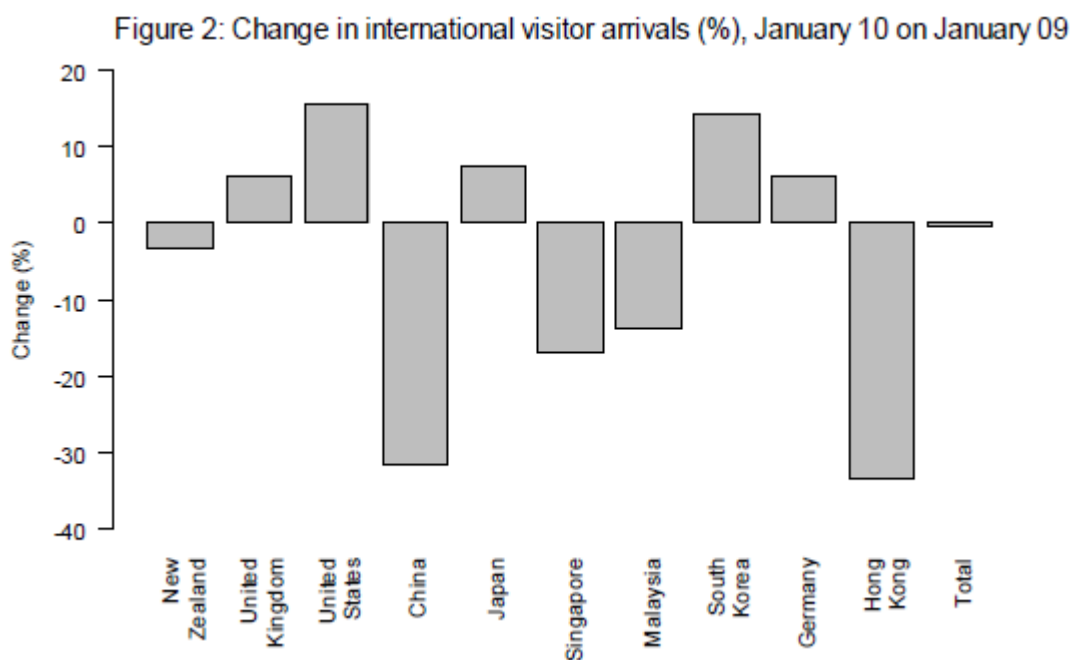
Country of residence	Year ended 31 December 2009				
	Visitors	Nights in Australia			Expenditure In Australia \$million
		Total ^(a)	Average	Median	
	'000	'000			
New Zealand	1 005	13 471	13	7	1 392
Japan	332	7 253	22	5	715
Hong Kong	143	4 627	32	9	526
Singapore	250	5 713	23	7	830
Malaysia	192	6 776	35	8	813
Indonesia	97	3 886	40	11	425
Taiwan	92	4 303	47	8	331
Thailand	76	4 028	53	11	355
Korea	168	11 957	71	10	974
China	351	19 177	55	9	2 084
India	118	7 149	61	23	595
Other Asia	132	7 442	56	20	611
USA	450	9 913	22	11	1 216
Canada	117	4 724	40	19	454
United Kingdom	625	22 577	36	19	1 873
Germany	156	7 178	46	22	579
Scandinavia	81	3 318	41	20	322
France	89	4 759	53	20	348
Italy	53	2 389	45	19	200
Netherlands	49	2 150	44	25	180
Switzerland	41	1 546	38	25	189
Other Europe	179	8 867	50	20	816
Other countries	377	13 926	37	13	1 317

Źródło: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.
<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 04.05.2010

Na rysunku nr 11 , przedstawiającym porównanie przyjazdów turystów w styczniu 2009 do stycznia 2010, możemy zauważyć następujące tendencje:

- Ponad 30% spadek przyjazdów turystów z Chin i Hong Kongu.
- Prawie 20 % spadek przyjazdów turystów z Singapuru i Malezji
- Około 5 % wzrost przyjazdów turystów z Wielkiej Brytanii, Niemiec i Japonii
- Ponad 10% wzrost przyjazdów turystów z Stanów Zjednoczonych i Korei Południowej

Rys. 11. Procentowa zmiana ilości przyjazdów turystów zagranicznych w styczniu 2009 i 2010.



Źródło: Forecast 2009 issue 2,

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Forecasts/TFC%202009%20No%202.pdf>,

Data odczytu 15.05.2010

W okresie styczeń- październik 2009 Australia zanotowała spadek przyjazdów turystów o 1,1% w porównaniu z rokiem ubiegłym. Należy to tłumaczyć ogólną recesją gospodarczą na świecie. Jest to wynik dobry w porównaniu do Japonii (-23%), Tajlandii (-12,4%) czy Wietnamu (-12,3%). Niestety na tle Korei (+ 14,8%) i Tajwanu (+11.6%) pozycja Australii nie wygląda imponująco. (Rys.12)

Rys. 12. Przyjazdy turystów zagranicznych w 2009 r. w porównaniu do roku 2008, zmiana wyrażona w procentach.

Table B1: International visitor arrivals, by country		
International arrivals to:	2009	Change, %
Korea (ROK)	Jan-Oct	14.8
Taiwan	Jan-Oct	11.6
Malaysia	Jan-Oct	7.2
South Africa	Jan-Jul	1.9
Indonesia	Jan-Oct	1.3
New Zealand	Jan-Oct	-1.0
Australia	Jan-Oct	-1.1
Hong Kong SAR (Total)	Jan-Oct	-1.6
China (PRC)	Jan-Oct	-3.0
Singapore	Jan-Oct	-6.9
India	Jan-Oct	-7.0
Canada (Total)	Jan-Sep	-7.2
Macau SAR (excl China (PRC), Hong Kong SAR)	Jan-Oct	-8.3
USA (Total)	Jan-Aug	-8.6
Hong Kong SAR (excl China (PRC), Macau SAR)	Jan-Oct	-10.3
Thailand	Jan-Sep	-12.1
China (PRC) (Foreign only)	Jan-Oct	-12.3
Vietnam	Jan-Nov	-12.3
Thailand (air arrivals at BKK airport)	Jan-Sep	-12.4
Japan	Jan-Oct	-23.1
Source: Pacific Asia Travel Association December 2009		

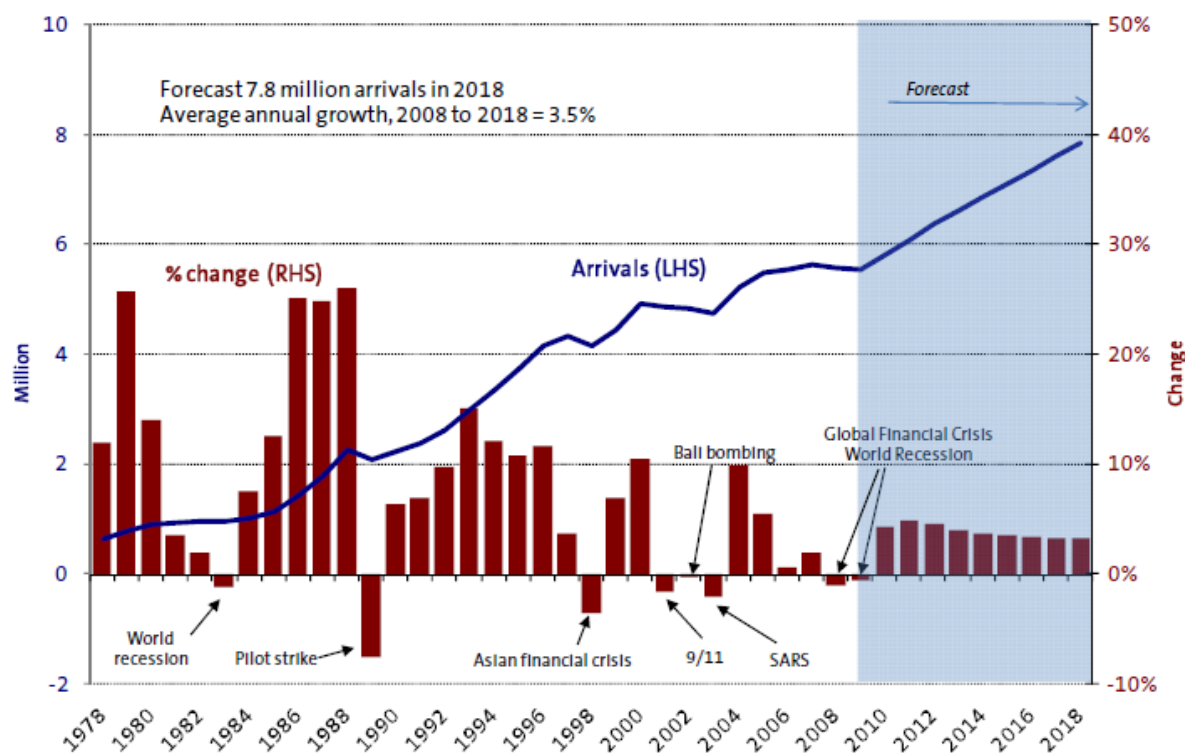
Źródło: Forecast 2009 issue 2,

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Forecasts/TFC%202009%20No%202.pdf>,

data odczytu 15.05.2010

Australia w przeszłości zmierzyła się już nie raz z okresowym spadkiem napływu turystów. Ostatnim razem spowodowany był on epidemią SARS oraz atakiem terrorystycznym na Bali w 2002 roku. Aktualnie Australia musi się zmierzyć z kryzysem gospodarczym panującym na świecie, powodującym spadek popytu na usługi turystyczne. Jednakże w prognozach na lata 2010-2018 widać, że Australia powinna odrobić te straty i osiągnąć średni wzrost przyjazdów turystów o około 3,5%, sięgając w 2018 roku 7,8 mln przyjazdów (Rys.13).

Rys .13. Zmiana ilości przyjazdów turystów na przestrzeni lat 1978-2009 oraz prognoza przyjazdów do 2018 roku.



Źródło: Forecast 2009 issue 2,

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Forecasts/TFC%202009%20No%202.pdf>,

data odczytu 15.05.2010

3. Dochody z turystyki przyjazdowej

Według raportu OECD, Australia w 2008 roku osiągnęła dochody z turystyki rzędu 24,7 biliona USD. W tym samym czasie, mieszkańcy Australii wydali 15,7 biliona USD na turystykę. W rozrachunku ogólnym, daje to Australii dodatni bilans, wynoszący 9 bilionów USD (Rys. 14).

Rysunek nr 14. Dochody z turystyki przyjazdowej, wydatki na turystykę wyjazdową i saldo końcowe.

Billion USD						
	Travel receipts		Travel expenditure		Travel balance	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Australia	22.3	24.7	14.2	15.7	8.1	9.0

OECD, Tourism Trends and Policies 2010

Państwa ponoszące największe wydatki na turystykę w Australii to Wielka Brytania (3 390 mln \$), Chiny (2 767 mln \$) oraz Stany Zjednoczone (2 367 mln \$). W sumie turyści ze wszystkich państw wydali w Australii 26 253 milionów dolarów na turystykę. Według australijskiego wskaźnika Total Inbound Economic Value, obliczającego ogólny dochód z turystyki, Australia w 2009 roku zarobiła 24 655 mln dolarów.

Rys. 15. Wydatki turystów zagranicznych w Australii, 2009.

Country of residence	Year ended 31 December 2009		
	Spend In Australia \$ million	Total trip expenditure \$ million	Total inbound Economic Value (TIEV) ⁽²⁾ \$ million
New Zealand	1 392	1 951	2 030
Japan	715	1 505	1 221
Hong Kong	526	685	653
Singapore	830	1 070	984
Malaysia	813	982	975
Indonesia	425	531	522
Taiwan	331	473	436
Thailand	355	436	426
Korea, South	935	1 190	1 107
China	2 084	2 767	2 753
India	595	774	828
Other Asia	650	815	884
USA	1 216	2 367	1 997
Canada	454	754	679
United Kingdom	1 873	3 390	3 241
Germany	579	1 051	882
Scandinavia	322	563	482
France	348	591	503
Italy	200	388	331
Netherlands	180	337	298
Switzerland	189	355	297
Other Europe	816	1 293	1 199
Other countries	1 317	1 985	1 927
Total	17 146	26 253	24 655

Źródło: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 04.05.2010

Rysunek nr 16. przedstawia wydatki turystów według poszczególnych stanów.

- Ogólne wydatki poniesione przez turystów to 16 257 mln dolarów
- Turyści wydali najwięcej pieniędzy w Nowej Południowej Walii (36%), następnie w Wiktorii (23%) i Queensland (22%).
- Największe wydatki na osobę ponieśli turyści przebywający w Zachodniej Australii (2 464\$), Wiktorii (2 408\$) i Nowej Południowej Walii (2 115\$)
- Największe wydatki na dzień ponieśli turyści przebywający na terenie Tasmanii i Terytorium Północnego (99\$)

Rys. 16. Wydatki turystów w poszczególnych stanach w Australii, dane z roku 2009

Year ended 31 December 2009							
State/Territory visited	Expenditure	Share of expenditure	Visitors ^(b)	Visitor nights	Expenditure per visitor	Expenditure per night	Average length of stay
Excluding package expenditure	\$ million	%	'000	'000	\$	\$	Nights
New South Wales	5 802	36	2 743	61 293	2 115	95	22
Victoria	3 703	23	1 538	38 368	2 408	97	25
Queensland	3 554	22	1 968	39 075	1 805	91	20
South Australia	641	4	361	7 225	1 778	89	20
Western Australia	1 712	11	695	21 391	2 464	80	31
Tasmania	260	2	139	2 639	1 867	99	19
Northern Territory	355	2	340	3 598	1 042	99	11
Australian Capital Territory	230	1	155	3 005	1 482	77	19
Total Australia^(b)	16 257	100	5 175	176 597	3 142	92	34

Źródło: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 04.05.2010

Według danych z rysunku nr 17, przedstawiającego wydatki w 20 najczęściej odwiedzanych miejscach w Australii, turyści wydali najwięcej pieniędzy w Sydney (5 176 mln dolarów) i Melbourne (3 397 mln dolarów). Największy wydatek na osobę ponieśli turyści odwiedzający Melbourne (2352\$), Perth (2189\$) i Sydney (2005\$). Dziennie najwięcej wydali turyści przebywający w Petermann (246\$), Hobart (113\$) i Whitsundays (109\$).

Rys. 17. Wydatki turystów w 20 najczęściej odwiedzanych miejscach w Australii w roku 2009.

Tourism region		Expenditure in region			
		Total	Share	Per visitor	Per night
Excluding package expenditure		\$million	%	\$	\$
Sydney	NSW	5 176	32	2 005	99
Melbourne	Vic	3 397	21	2 352	99
Experience Perth	WA	1 468	9	2 189	86
Brisbane	Qld	1 306	8	1 430	84
Gold Coast	Qld	889	5	1 093	115
Tropical North Queensland	Qld	666	4	1 024	107
Adelaide	SA	556	3	1 696	91
Canberra	ACT	230	1	1 482	77
Sunshine Coast	Qld	217	1	859	93
Hobart and Surrounds	Tas	161	1	1 440	113
Whitsundays	Qld	142	1	639	109
Darwin	NT	139	1	817	83
Northern Rivers	NSW	133	1	571	73
South Coast	NSW	131	1	1 236	75
Hunter	NSW	123	1	1 070	71
Petermann	NT	115	1	627	246
Northern	Qld	94	1	661	70
Australia's South West	WA	88	1	727	60
Australia's North West	WA	77	0	1 244	49
Hervey Bay/Maryborough	Qld	70	0	338	74
Top 20 regions		15 178	93	3 003	95
Total Australia		16 257	100	3 142	92

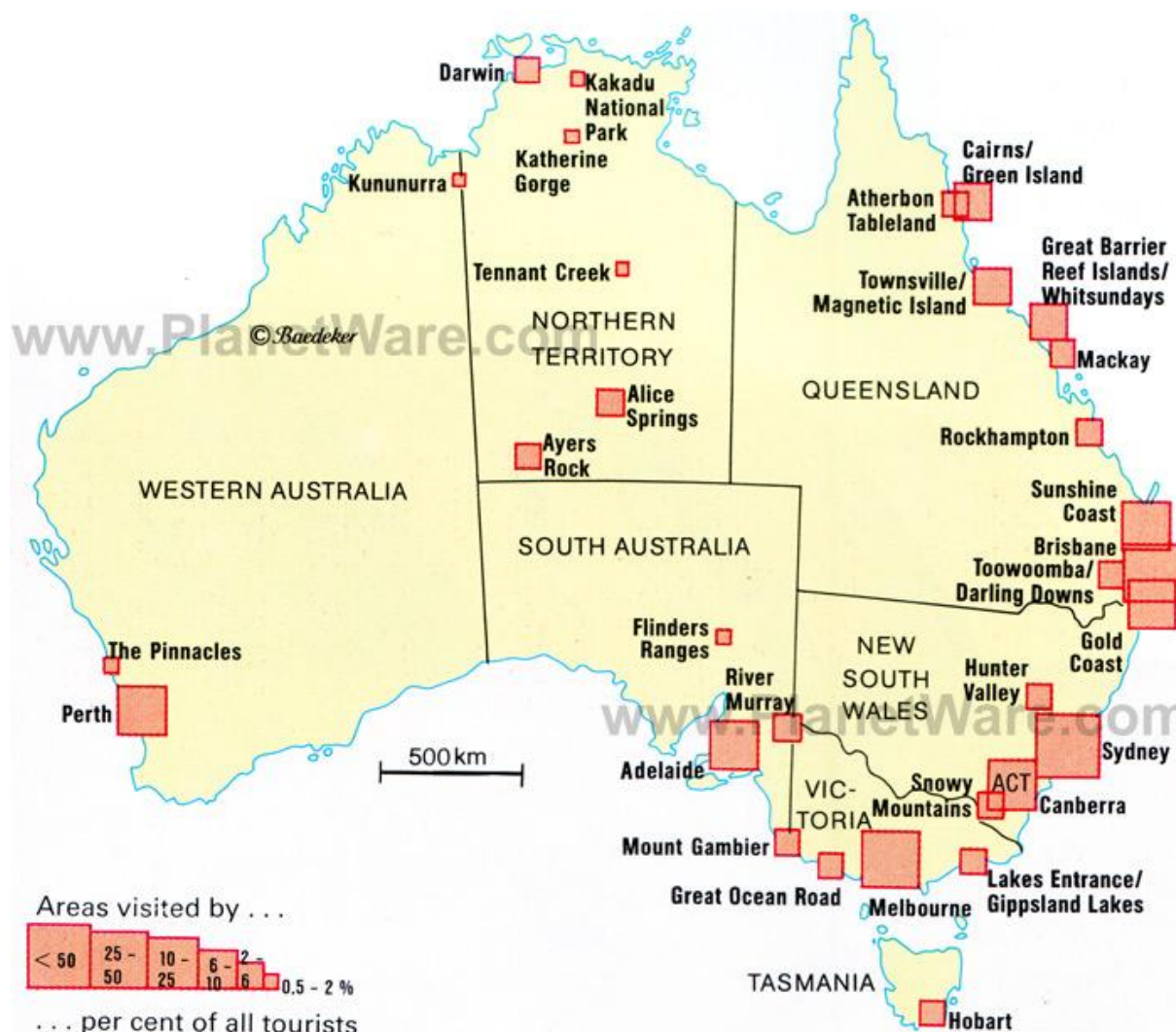
Źródło: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.
<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 04.05.2010

4. Regiony turystyczne i miejsca koncentracji ruchu turystycznego w Australii.

4.1. Miejsca koncentracji ruchu turystycznego.

Australia jest bardzo rozległym państwem z niezwykle zróżnicowanym krajobrazem, ciągnącym się od surowego klimatu w centrum kontynentu po upalne północne rejony i bajeczne plaże na wschodnim wybrzeżu. Większość turystów skupia się na wschodnim wybrzeżu, podróżując od Melbourne po Cairns, poprzez Sydney i Brisbane. Często odwiedzanymi miastami w bardziej odległych partiach Australii są Adelaide, Perth i Darwin. W środkowej Australii turyści najczęściej wybierają się do Alice Springs oraz zobaczyć sławny park narodowy Uluru-Kata Tjuta. Dużym zainteresowaniem cieszą się atrakcje przyrodnicze tj. Wielka Rafa Koralowa, Fraser Island, Greek Island, Blue Mountains czy Snowy Mountains. Wielu turystów odwiedza także parki narodowe, chroniące najbardziej unikatowe tereny Australii. Rysunek nr przedstawia miejsca największej koncentracji turystów.

Rys. 18. Miejsca koncentracji ruchu turystycznego w Australii.



Źródło: <http://www.planetware.com/map/australia-australia-map-aus-aus.htm>,
10.05.2010

data odczytu

4.2. Regiony turystyczne

Regiony turystyczne w Australii w zasadzie pokrywają się podziałem administracyjnym na 6 stanów: Nowa Południowa Walia, Queensland, Wiktoria, Australia Zachodnia, Terytorium Północne, Australia Południowa i Tasmania. Postaram się krótko scharakteryzować powyższe regiony pod względem ich atrakcyjności turystycznej oraz największego natężenia ruchu turystycznego.

Rys. 19 . Podział administracyjny w Australii



Źródło: [http://www.greenwichmeantime.com/time-zone/australia/ derived/ txt_australia-map.gif](http://www.greenwichmeantime.com/time-zone/australia/derived/txt_australia-map.gif), data odczytu 13.05.2010

Nowa Południowa Walia

Najważniejszymi obszarami turystycznymi Nowej Południowej Walii są wybrzeża wraz z miastem **Sydney** oraz **Wielkie Góry Wododziałowe**, z ich najwyższą partią - Górami Śnieżnymi, stanowiącymi znany na całym świecie teren sportów zimowych.

Stolica Nowej Południowej Walii - **Sydney**, jest największym miastem Australii oraz najważniejszym portem i ośrodkiem przemysłowo-handlowym południowego Pacyfiku. Jest także największym międzynarodowym (i krajowym) węzłem lotniczym Australii. Najbardziej charakterystyczną budowlą miasta jest wielki nowoczesny gmach **Opery** na 7 tys. miejsc, z oryginalnym dachem w kształcie rozpiętych żagli. Miasto słynie także z plaż oraz przystani jachtowych.

Wielkie Góry Wododziałowe, ciągnące się wzdłuż wschodnich wybrzeży Nowej Południowej Walii, należą do lepiej zagospodarowanych i najczęściej odwiedzanych regionów w Australii. Ich najwyższym pasmem są Alpy Australijskie, których dużą powierzchnię zajmują parki narodowe, m.in. Park Narodowy Kościuszki. Alpy Australijskie to obszar turystyki pieszej w sezonie letnim, a przede wszystkim sportów narciarskich w zimowym.

Wybrzeża Nowej Południowej Walii, ciągnące się na przestrzeni ponad 1000 km stanowią ważny region wypoczynkowy. Największą frekwencję turystów notuje się zwłaszcza na tzw. **Wybrzeżu Wschodnim** (Batemans Bay, Narooma, Moruya) oraz **Wybrzeżu Środkowym** (Gosford, Swansea).

Wiktoria

Stan ten obejmuje południową część Wielkich Gór Wododziałowych, których najwyższe szczyty sięgają tu 1800 m n.p.m. Pozostałą część zajmują niziny, pocięte licznymi rzekami, stanowiącymi lewobrzeżne dopływy rzeki Murray. Wiktoria jest najgęściej zaludnionym stanem. Stolica Wiktorii - **Melbourne** leży nad zatoką Port Phillip. Do najcenniejszych budowli zabytkowych miasta należą: **Como** - pałac w stylu kolonialnym z 1860 r., **La Trobe's Cottage** - dawna siedziba rządu oraz przeniesiony z Anglii dom rodzinny kapitana Cooka. Najbardziej znanym obiektem sakralnym jest neogotycka **Katedra Św. Patryka** z 1849 r. Znanym obiektem jest też Muzeum Narodowe z bogatymi zbiorami sztuki australijskiej i światowej, w tym zbiory sztuki aborygeńskiej. Jednym z najważniejszych terenów wypoczynkowych dla mieszkańców Melbourne są położone w pobliżu miasta **góry Dandenong**.

W pobliżu Melbourne leży też **rezerwat Healesville** zamieszkały przez różne gatunki zwierząt australijskich, tj.: kangury, koala, emu. Popularnym rezerwatem przyrody w okolicy Melbourne jest również **wyspa Philip Island**, zamieszkała przez pingwiny. W zachodniej części Wiktorii głównym regionem turystycznym są **góry Grampian**, znane z bogatej szaty roślinnej i malowideł naskalnych.

We wschodniej części tego stanu znajduje się natomiast urodzajna kraina rolniczo-leśna – **Gippsland**. Na tym obszarze utworzono kilka rezerwatów przyrody. Najbardziej znany jest park narodowy Wilsons Promontory. Na wybrzeżu Gippsland powstało wiele kąpielisk, wśród których największe to Lakes Entrance.

Atrakcjami turystycznymi Wiktorii są liczne małe miasteczka, a zwłaszcza te, które zyskały sławę w połowie XIX w., w okresie gorączki złota (np. Ballarat, Bendigo).

Queensland

Queensland zajmuje północno-wschodnią część Australii. Jest to drugi co do wielkości stan. Wnętrze jego jest równinne, natomiast na wschodzie, równolegle wzdłuż wybrzeży, ciągną się Wielkie Góry Wododziałowe. Linie brzegową urozmaicają liczne półwyspy, wyspy, zatoki i wielokilometrowe, piaszczyste plaże. W niewielkiej odległości od wschodnich wybrzeży, na długości 2000 km, ciągnie się na Oceanie Spokojnym **Wielka Rafa Koralowa**, która zalicza się do najwspanialszych tworów przyrody na świecie. Rozległy region Wielkiej Rafy Koralowej zapewnia turystom doskonałe warunki do pływania, żeglowania oraz obserwacji podwodnego świata rafy koralowej. Na niektórych wyspach znajdują się podwodne obserwatoria. Można tu także obserwować życie morza ze szklanych łodzi podwodnych.

Największym miastem w stanie jest **Brisbane**. Jest to miasto o nowoczesnej architekturze, w którym jednak zachowało się jeszcze wiele starych budynków z okresu kolonialnego. W okolicach miasta atrakcją turystyczną jest **Lone Pine Koala Sanctuary**, w którym żyją koala, kangury i inne zwierzęta australijskie, a także **New Farm Park** - olbrzymia plantacja roślin ozdobnych (róże, jacaranda, bugenvillie i in.).

Wschodnie wybrzeże Queenslandu jest najważniejszym regionem wypoczynkowym. Najlepiej zagospodarowanym odcinkiem wybrzeży jest tzw. **Złote Wybrzeże**, znajdujące się na południe od Brisbane. Wzdłuż piaszczystych i słonecznych plaż powstało dużo miejscowości wypoczynkowych, z których najbardziej znane to **Surfers Paradise** i **Coolangatta**. Wybrzeże to słynie zwłaszcza z doskonałych warunków do uprawiania surfingu.

Położone na północ od Brisbane tzw. **Słoneczne Wybrzeże** jest także dobrze zagospodarowanym i popularnym miejscem wypoczynku Australijczyków. Największe kąpieliska z licznymi wysokiej klasy hotelami i innymi obiektami turystycznymi to: Caloundra, Maroochydore, Coolum Beach i Noosa Heads. Na wybrzeżach tych znajduje

się również wiele interesujących osobliwości krajoznawczych, jak np. park narodowy **Kondalilla**, obejmujący fragment naturalnego lasu równikowego, rezerваты zwierząt na wyspach **Bribie i Fraser** oraz wielkie plantacje owoców.

Terytorium Północne

Terytorium Północne obejmuje rozległe obszary północnej i środkowej Australii. Jest rzadko zaludnione i słabo zagospodarowane. Stolica Terytorium Północnego - **Darwin** (ok. 70 tys. mieszk.) jest centrum turystycznym obszaru tropikalnego oraz całej Ziemi Arnhema. Region ten zamieszkuje wielu Aborygenów. W wilgotnych lasach równikowych i na stepach żyje jeszcze dużo dzikich zwierząt, m.in. bawoły, krokodyle oraz wiele gatunków ptaków. W celu ochrony tego bogatego świata przyrody utworzono na wschód od Darwin park narodowy **Kakadu**.

Głównym szlakiem turystycznym Terytorium Północnego jest droga biegnąca z Darwin do Alice Springs. Na tej trasie interesujący jest zwłaszcza park narodowy Wąwozu Katherina z pięknymi wąwozami i jaskiniami wapiennymi. **Alice Springs** leży prawie w geograficznym centrum całego kontynentu australijskiego. Jest najbardziej znane jako baza dla turystów udających się do słynnej skały **Ayers Rock**, znajdującej się o 470 km na południowy-zachód od miasta. Ayers Rock jest największym monolitem skalnym na świecie. Skała zbudowana z czerwonego, późnokambryjskiego piaskowca zmienia swoje zabarwienie w zależności od pory dnia, dostarczając niezwykle pięknych widoków. Dla tubylców zamieszkujących ten region jest ona miejscem świętym.

Znaną miejscowością turystyczną w tym regionie jest także **Ross River**, osada leżąca w centrum atrakcyjnych krajobrazowo terenów, z wąwozami, jaskiniami i naskalnymi malowidłami pierwotnych mieszkańców Australii.

Australia Zachodnia

Australia Zachodnia jest największym stanem Australii, obejmującym 1/3 obszaru kontynentu. Większą część jej powierzchni zajmuje Wyżyna Zachodnia. Całe wnętrze Australii Zachodniej odznacza się gorącym i wybitnie suchym klimatem, wskutek czego występują tu pustynie i półpustynie (Wielka Pustynia Piaszczysta, Pustynia Gibsona i Wielka Pustynia Wiktorii). Północna część stanu (płaskowyż Kimberley) leży natomiast w strefie klimatu podrównikowego wilgotnego, gdzie występują lasy monsunowe i sawanny. Australia Zachodnia jest stanem rzadko zaludnionym. Jej stolica - **Perth**, portowe miasto nad Oceanem Indyjskim jest dużym ośrodkiem przemysłowym, a także centrum turystycznym stanu. Miasto odznacza się łagodnym i ciepłym klimatem, a okolice słyną z rozległych, piaszczystych plaż. W tym nowoczesnym mieście zachowało się jeszcze wiele budynków z ubiegłego wieku, między innymi stary sąd i młyn. Tutejsze muzeum zgromadziło sporo eksponatów związanych z kulturą i sztuką rdzennej ludności Australii, a także wraki starych statków holenderskich. Najpopularniejszym miejscem wypoczynkowym mieszkańców Perth jest położona w pobliżu miasta wyspa Rottnest, na której znajduje się rezerwat dzikich zwierząt.

Południowo-zachodni kraniec Australii Zachodniej, który porastają lasy eukaliptusowe, słynie z pięknych krajobrazów. Na wybrzeżach znajduje się wiele miejscowości wypoczynkowych, z których najbardziej znane to: **Bunbury, Busselton i Albany**. Interesujące pod względem turystycznym są także tereny złotonośne z centrum w **Kalgoorlie** oraz na północy stanu górzysty, o dużych walorach krajobrazowych region **Kimberley**.

Australia Południowa

Większą część powierzchni Australii Południowej zajmują niziny. Góry wznoszą się jedynie na północo-zachodzie i na wschodzie stanu. W środkowej części leżą liczne słone jeziora, z których największe jest **jezioro Eyre**. Wnętrze Australii Południowej odznacza

się klimatem gorącym i skrajnie suchym, tylko niewielki obszar w południowo-wschodniej części stanu ma klimat typu śródziemnomorskiego.

Stolica Australii Południowej - **Adelaide**, leży nad zatoką Saint Vincent u stóp Mount Lofty. Najważniejszą jej funkcją jest przemysł, nauka i kultura. Miasto ma nowoczesne Centrum Festiwalowe, składające się z wielkiej sali koncertowej, dwóch teatrów i amfiteatru. Ma także cenną Galerię Sztuki i Muzeum ze zbiorami kultury aborygeńskiej, Melanezji i Nowej Gwinei. Najpopularniejszym miejscem krótkich wycieczek poza miasto są góry **Mount Lofty** oraz rezerwat zwierząt **Cleland**. Dalsze trasy prowadzą do doliny Barossa, na Wyspę Kangura, nad rzekę Murray oraz w Góry Flindersa. **Dolina Barossa** słynie ze starannie utrzymanych winnic, gajów oliwnych i sadów. **Wyspa Kangura** jest dużym ośrodkiem turystycznym, dobrze wyposażonym w bazę hotelową. Największą atrakcją wyspy jest rezerwat dzikich zwierząt, gdzie spotkać można koala, kangury, foki oraz liczne stada ptaków. Dużą popularnością cieszą się także wycieczki statkiem po rzece **Murray**, która płynie przez tereny sadów, pól uprawnych i lasów eukaliptusowych. Ważnym regionem turystycznym Australii Południowej są też **Góry Flindersa**. Największymi ośrodkami wypoczynkowymi są tu Wilpena i Arkaroola.

Tasmania

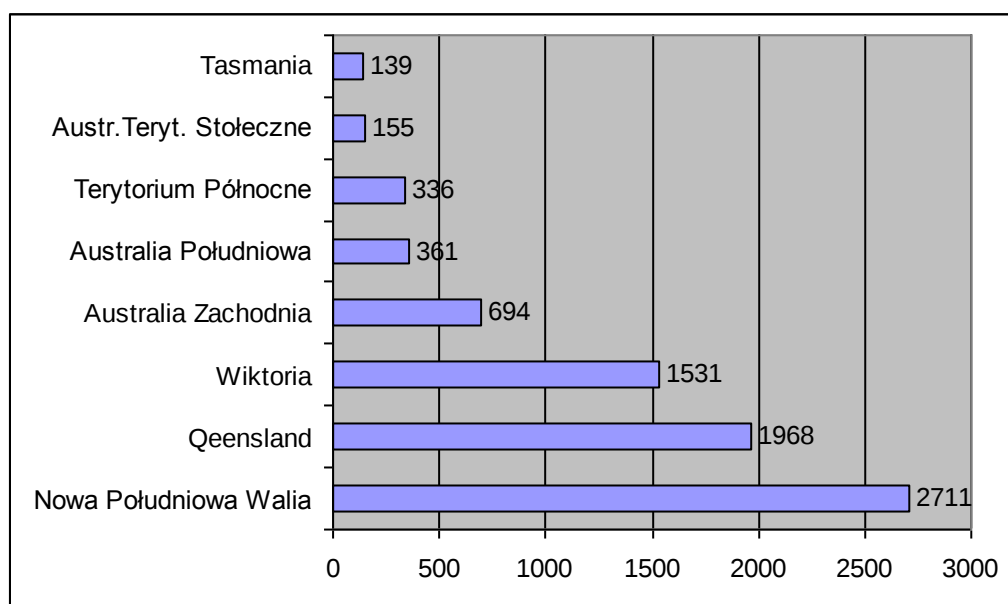
Tasmania leży ok. 200 km na południe od kontynentu australijskiego. Jest to drugi, po Nowej Południowej Walii, najstarszy stan Australii (1802 r.), założony także jako kolonia karna. Wnętrze wyspy zajmują góry (1000-1500 m n.p.m.). Jedynie wąskie pasy wzdłuż wybrzeży mają charakter nizinny. Klimat Tasmanii jest ciepły i umiarkowanie wilgotny, sprzyjający rozwojowi bujnej roślinności. W górach zachowały się jeszcze duże kompleksy lasów bukowych i sosnowych, a na południowym-zachodzie - eukaliptusowych.

Stolicą Tasmanii jest **Hobart**, niewielkie miasto leżące na południowym wybrzeżu wyspy, u stóp góry Wellington (1269 m n.p.m.). W mieście zachowały się liczne budynki pochodzące z ubiegłego wieku. Atrakcją turystyczną są także muzea (w tym muzeum morskie i muzeum kultury ludowej).

Wśród rezerwatów przyrody Tasmanii największy jest Park Narodowy Południowo-Zachodni, obejmujący tereny góryste z dużym jeziorem **Pedder**. Inne parki utworzono na obszarach górskich, na wybrzeżach i wysepkach przybrzeżnych. Najważniejszymi terenami wypoczynkowymi są zwłaszcza północne i wschodnie wybrzeża wyspy, gdzie znajdują się nadmorskie ośrodki wypoczynkowe (Stanley, Boat Harbour Beach, Sister Beach, Port Sorrel, Turners Beach, Low Head, Weymouth, St. Helens i Scamander).²³

²³ <http://www.atrakcje-turystyczne.com/oceania/australia/>, data odczytu 05.05.2010

Wyk. 1. Liczba przyjazdów turystów według stanów w Australii, 2009



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 04.05.2010

Nowa Południowa Walia jest najchętniej odwiedzanym stanem wśród turystów- 2 711 tys. (34%). Na kolejnym miejscu plasuje się Queensland 1 968 tys. (25%) oraz Wiktorja 1 531 tys. (19%).

Rys. 20. Liczba przyjazdów turystów według 20 najczęściej odwiedzanych miejsc, 2009.

Tourism region		Visitors ^(a)	Nights in region ^(b)	
			Total	Average
Excluding package expenditure		'000	'000	Nights
Sydney	NSW	2 582	52 226	20
Melbourne	Vic	1 444	34 237	24
Experience Perth	WA	670	17 006	25
Brisbane	Qld	913	15 558	17
Gold Coast	Qld	813	7 715	9
Tropical North Queensland	Qld	650	6 213	10
Adelaide	SA	328	6 136	19
Canberra	ACT	155	3 005	19
Sunshine Coast	Qld	253	2 347	9
Hobart and Surrounds	Tas	112	1 425	13
Whitsundays	Qld	223	1 308	6
Darwin	NT	170	1 674	10
Northern Rivers	NSW	232	1 818	8
South Coast	NSW	106	1 736	16
Hunter	NSW	115	1 717	15
Petermann	NT	183	466	3
Northern	Qld	142	1 336	9
Australia's South West	WA	121	1 461	12
Australia's North West	WA	62	1 550	25
Hervey Bay/Maryborough	Qld	208	957	5
Top 20 regions		5 054	159 890	32
Total Australia		5 175	176 597	34

Źródło: Quarterly results of the International Visitor Survey. International Visitors in Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>, data odczytu 04.05.2010

Najwięcej turystów przyjeżdża do Sydney (2,6 mln), następnie do Melbourne (1,4 mln) i Brisbane (913 tys.). Największą liczbą noclegów notuje się w Sydney (52,2 mln), Melbourne (34,2 mln) i Perth (17 mln). Natomiast najdłuższy średni czas pobytu występuje w Perth (25 dni), Melbourne (24 dni) i Sydney (20 dni).

III. Rynek emisji turystycznej

Przygotowując ten rozdział pracy, opierano się głównie na danych z Raportu Turystyki Krajowej (National Visitor Survey) dotyczących roku 2009, sporządzonego przez Australijski Departament Turystyki, zajmujący się badaniem ruchu turystycznego w Australii (Tourism Research Australia).

1. Liczba podróży krajowych i zagranicznych

1.1. Podróże krajowe

W 2009 roku Australijczycy wybrali się na 66.1 mln podróży krajowych (o 6% mniej niż w roku ubiegłym) i spędzili na nich 257 mln noclegów. Dwie trzecie mieszkańców Australii podróżowało w granicach stanu, który na stałe zamieszkują a zaledwie 34% wyjeżdża poza jego granice. Największy napływ turystów notuje się w Nowej Południowej Walii (34%), następnie w Wiktorii (24%) i Queensland (24%). Głównym celem wyjazdu były wakacje/odpoczynek (50%), następnie odwiedziny znajomych i rodziny (30%) oraz spotkania biznesowe (14%). Najbardziej popularnym rodzajem zakwaterowania był nocleg u rodziny lub znajomych (36%) oraz pobyt w hotelu czy motelu (27%). Najczęściej wybraną formą transportu był własny środek transportu (aż 71%) oraz samolot (24%).

Rys. 21. Liczba turystów oraz noclegów, podział według stanów oraz celu przyjazdu.

	Visitors		Visitor nights	
	'000	%	'000	%
Year ended 31 December 2009				
Visitors to:				
New South Wales	22 623	34	76 991	30
Victoria	15 741	24	49 451	19
Queensland	15 729	24	69 779	27
South Australia	4 746	7	18 248	7
Western Australia	5 122	8	22 492	9
Tasmania ^(a)	1 882	3	8 686	3
Northern Territory	1 026	2	6 244	2
Australian Capital Territory	1 728	3	4 649	2
Purpose of visit ^(b)				
Holiday	29 954	45	129 127	50
Visiting friends and relatives	21 975	33	77 442	30
Business	12 276	19	35 998	14
Other	3 358	5	11 329	4
Total ^(c)	66 077	100	256 680	100

Źródło: National Visitor Survey, December 2009

<http://www.ret.gov.au/tourism/tra/domestic/national/Pages/default.aspx>, data odczytu 05.05.2010

Według statystyk 34% turystów odwiedziło Nową Południową Walię, 24% Wiktorię i 24% Queensland. Natomiast największą liczbę noclegów odnotowano w Nowej Południowej Walii 30%, Queensland 27% i Wiktorii 19%.

Rys. 22. Rozkład przyjazdów turystów krajowych według stanów i celu przyjazdu, 2009.

	Holiday		Visiting friends and relatives		Business		Other		Total ^(a)	
	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%
Year ended 31 December 2009										
Visitor nights in:										
NSW	39 064	30	25 008	32	9 215	26	3 298	29	76 991	30
VIC	24 641	19	15 878	21	6 369	18	2 204	19	49 451	19
Qld	36 533	28	19 658	25	9 366	26	2 994	26	69 779	27
SA	8 517	7	5 495	7	2 834	8	1 143	10	18 248	7
WA	10 279	8	6 244	8	4 733	13	957	8	22 492	9
Tas ^(b)	5 349	4	2 201	3	933	3	183 *	2 *	8 686	3
NT	3 202	2	1 122	1	1 439	4	255 *	2 *	6 244	2
ACT	1 475	1	1 836	2	1 036	3	295 *	3 *	4 649	2
Total ^(c)	129 127	100	77 442	100	35 998	100	11 329	100	256 680	100

Źródło: National Visitor Survey, December 2009

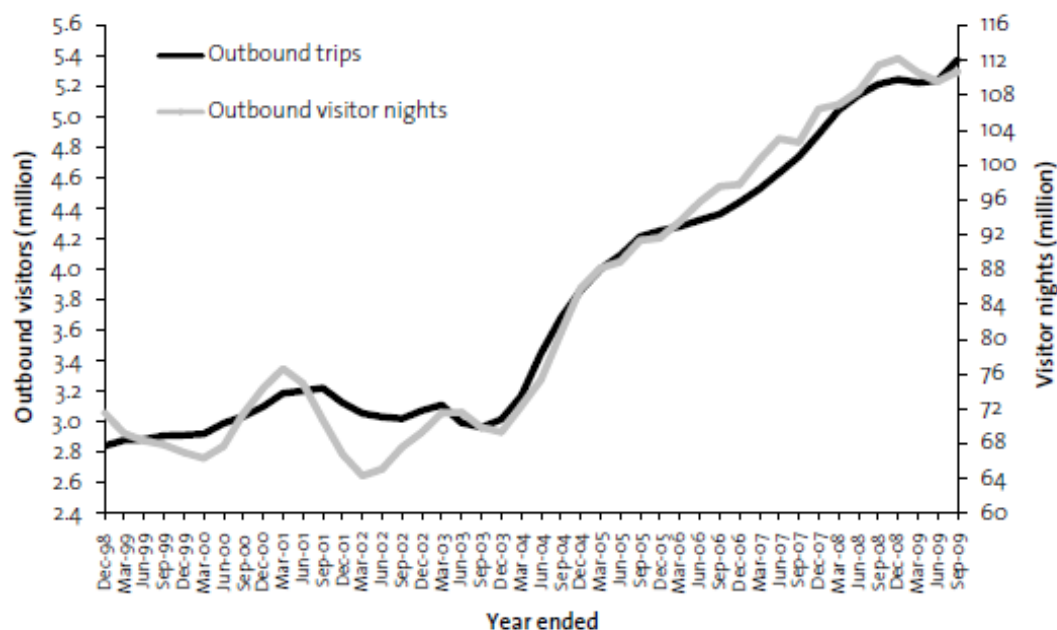
<http://www.ret.gov.au/tourism/tra/domestic/national/Pages/default.aspx>, data odczytu 05.05.2010

W celach wypoczynkowych najwięcej turystów przyjeżdża do Nowej Południowej Walii (30%), Queensland (28%) i Wiktorii (19%). Podobnie wygląda rozkład turystów przyjeżdżających odwiedzić rodzinę lub znajomych. Na pierwszym miejscu jest Nowa Południowa Walia (32%), Queensland (25%) i Wiktoria (21%). Wśród turystów przyjeżdżających w celach biznesowych najbardziej popularne stany to Nowa Południowa Walia i Queensland (po 26%).

1.2. Podróże zagraniczne

Australijczycy w 2009 roku wybrali się na 5.3 mln podróży zagranicznych i spędzili na nich 111 mln noclegów. Średnia długość pobytu za granicą wynosiła 21 dni. Najbardziej popularną destylacją okazała się być Nowa Zelandia (16%), Stany Zjednoczona i Kanada (10%) a następnie Indonezja i Wielka Brytania (po 8 %).

Rys. 23. Zagraniczny ruch turystyczny na przełomie lat 1998-2009.



Źródło: National Visitor Survey, 2009.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/National%20Visitor%20Survey/Travel%20by%20Australians%20-%20December%20Quarter%202009.pdf> data odczytu 15.05.2010

Na rysunku nr 23 widać wyraźnie, że ilość wyjazdów zagranicznych Australijczyków na przełomie lat 1998-2009 wzrosła prawie dwukrotnie (od 2.8 mln w 1998 r. do 5.3 mln w 2009 r.). Duże ożywienie widać szczególnie od roku 2003, kiedy nastąpił gwałtowny wzrost wyjazdów trwający aż do dziś.

Rys. 24. Ilość wyjazdów zagranicznych mieszkańców Australii według głównych miejsc destynacji i celu podróży oraz średnia długość pobytu, 2009.

	Visitors ^(b)		Average nights per trip
	'000	%	
Main destination			
United Kingdom	410	8	35
Other Europe	515	10	35
New Zealand	885	16	12
USA and Canada	562	10	24
Hong Kong	189	4	12
Singapore	217	4	11
Malaysia	197	4	17
Indonesia	416	8	12
Thailand	345	6	15
China	238	4	21
Other Asia	650	12	24
Other countries	753	14	21
Purpose of visit ^(c)			
Holiday	2 874	53	20
Visiting friends and relatives	1 356	25	25
Business	1 020	19	14
Other	127	2	41
Total	5 377	100	21

Źródło: National Visitor Survey, 2009.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/National%20Visitor%20Survey/Travel%20by%20Australians%20-%20December%20Quarter%202009.pdf>, data odczytu 15.05.2010

Najwięcej turystów postanowiło pojechać do Nowej Zelandii (885 tys.), następnie do Stanów Zjednoczonych i Kanady (562 tys.) oraz do Indonezji (416 tys.) i Wielkiej Brytanii (410 tys.). Najczęstszym celem wyjazdu był wypoczynek/wakacje (53%), odwiedziny rodziny lub znajomych (25%) oraz spotkania biznesowe (19%). Średnio najdłużej turyści przebywali w Wielkiej Brytanii (35 dni) oraz w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie (24 dni).

2. Wydatki na podróże krajowe i zagraniczne

- Wydatki turystów krajowych

W 2009 roku turyści krajowi wydali 42.4 mld \$. Najwięcej w Nowej Południowej Walii (12.2 mld \$), Queensland (11.7 mld \$) i Wiktorii (8.4 mld \$). Miastami, w których turyści zostawili najwięcej pieniędzy były Melbourne (4.6 mld \$) i Sydney (4.5 mld \$). Biorąc pod uwagę rejon turystyczny, turyści wydali najwięcej w Sunshine Coast (1.8 mld \$), Tropical North Queensland (1.7 mld \$) i Mid North Coast (1.4 mld \$). Najwięcej dziennie wydawali turyści przebywający w Darwin (1,178 \$), Tropical North Queensland (1,158 \$) oraz Snowy Mountains (966 \$).

- Wydatki odwiedzających jednodniowych

W tym samym czasie odwiedzający jednodniowi wydali 14.7 mld \$ na turystykę (o 2 % więcej niż w roku ubiegłym). Największe wydatki zanotowano w Nowej Południowej Walii (4.9 mld \$), Wiktorii (3.7 mld \$) i Queensland (3.2 mld \$). Wśród rejonów turystycznych turyści wydali najwięcej na South Coast i Hunter (po 432 mln \$), Mid North Coast (419 mln \$) i Sunshine Coast (383 mln \$). Ponadto największe wydatki w miastach zanotowano w Sydney (1.8 mln \$) i Melbourne (1.6 mln \$).

Rys. 25. Wielkość wydatków turystów krajowych i odwiedzających jednodniowych na przełomie lat 1999-2009.

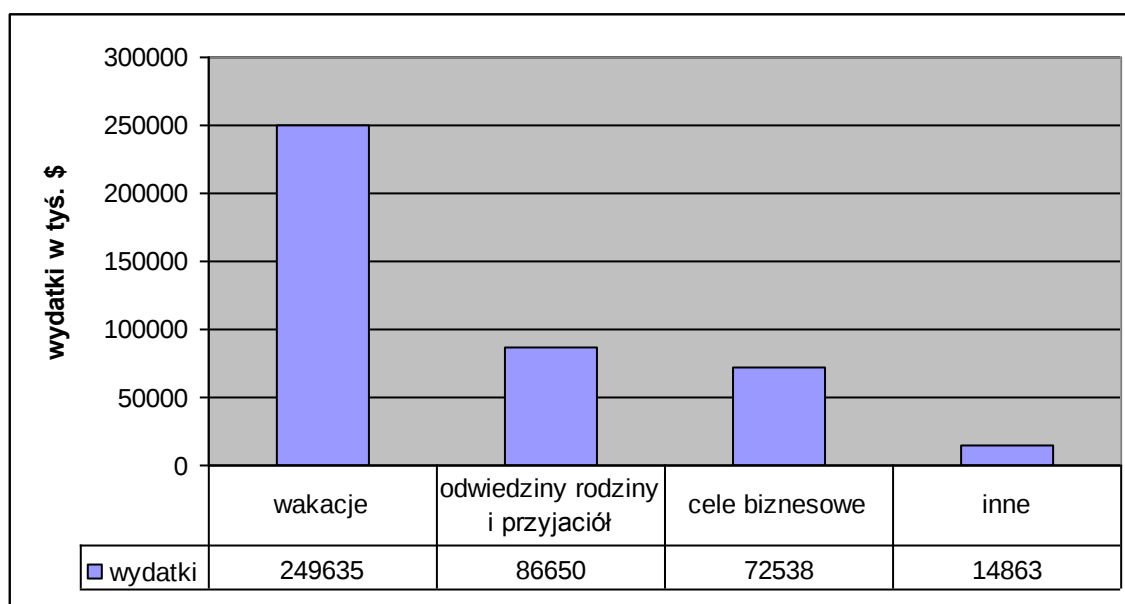
	Domestic day visitor expenditure	Domestic overnight visitor expenditure	Total domestic visitor expenditure	Total Domestic Economic Value
\$ million				
1999	11 905	33 579	45 484	49 391
2000	12 563	36 593	49 156	53 239
2001	11 630	38 262	49 892	53 850
2002	11 878	39 929	51 808	55 867
2003	11 739	39 589	51 328	55 656
2004	11 142	39 955	51 097	55 950
2005	12 397	39 253	51 650	56 830
2006	12 906	41 697	54 603	60 030
2007	14 675	43 545	58 220	64 328
2008	14 414	44 625	59 039	65 559
2009	14 683	42 369	57 051	63 273

Źródło: National Visitor Survey, 2009.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/National%20Visitor%20Survey/Travel%20by%20Australians%20-%20December%20Quarter%202009.pdf>, data odczytu 15.05.2010

Odwiedzający jednodniowy wydali w 2009 roku 14 683 mln \$ na turystykę. W tym samym czasie turyści krajowi wydali 42 369 mln \$. Sumując wydatki obu powyższych grup osiągamy liczbę 57 051 mln \$ wydatków na turystykę. Współczynnik Total Domestic Economic Value, obliczający całość wydatków turystów (zawierający np. opłaty za wejścia do zabytków) podaje liczbę 63 273 mln \$.

Wyk. 2. Wydatki turystów krajowych ze względu na cel podróży, 2009.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z National Visitor Survey, 2009.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/National%20Visitor%20Survey/Travel%20by%20Australians%20-%20December%20Quarter%202009.pdf>, data odczytu 15.05.2010

Największe wydatki osiągnęli turyści, których głównym celem wyjazdu był wypoczynek/wakacje (2 496 35 mld \$), odwiedziny rodziny i przyjaciół (8 665 0 mld \$) i cele biznesowe (7 253 8 mld \$). W Queensland zanotowano największe wydatki turystów, których celem podróży były wakacje (6,4 mld \$). Na kolejnym miejscu plasowała się Nowa Południowa Walia (6,2 mld \$). Wśród odwiedzających jednodniowych podróżujących w celu wypoczynkowym największe wydatki ponieśli w Nowej Południowej Walii (2,6 mld \$), Wiktorii (2 mld \$) oraz Queensland (1,9 mld \$).

- Wydatki na podróże zagraniczne

Tabela nr 2 przedstawia wydatki mieszkańców Australii na podróże zagraniczne na przełomie lat 2004-2008. Zauważa się, że wydatki te wzrosły prawie dwukrotnie, od 18 380 mmln AUD w roku 2004 do 33 586 mln w roku 2008.

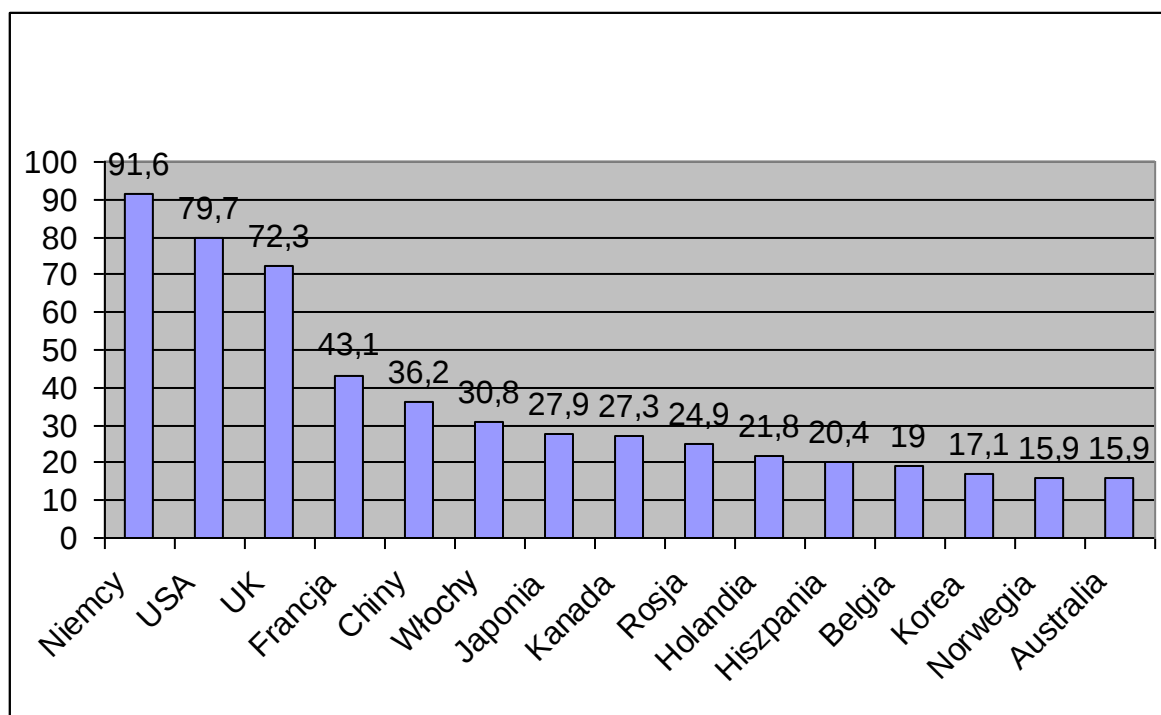
Tabela nr 2 Wydatki mieszkańców Australii na podróże zagraniczne.

Rok	2004	2005	2006	2007	2008
Wydatki w milionach AUD	18 380	20 319	22 319	29 533	33 586

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Australia Bureau of Statistics , Overseas Arrivals and Departures, 2009.

W 2008 roku Australia plasowała się na 16-tym miejscu na świecie biorąc pod uwagę wydatki mieszkańców na turystykę zagraniczną, które wyniosły 15,9 mld USD. Jest to wysoka pozycja, wskazująca wysoki poziom rozwoju gospodarczego państwa i tendencje społeczeństwa na wydawania oszczędności na turystykę (Wyk.3)

Wyk. 3. Wydatki mieszkańców na turystykę zagraniczną w 2007 roku, w tyś.



Źródło: Instytut turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu 17.05.2010

3. Zróżnicowanie geograficzne i ilościowe destynacji, do których najchętniej wyjeżdżają mieszkańcy Australii

Najczęściej odwiedzanymi miejscami przez mieszkańców Australii są miasta Sydney, Melbourne, Brisbane i Perth. Dużą popularnością cieszą się także Gold Coast, South Coast i Sunshine Coast. O dziwo stolica Australii, Canberra jest dopiero na 18-stym miejscu i odwiedza ją zaledwie 1 467 000 turystów. Pierwsza 20-stka najczęściej odwiedzanych miejsc skupia 69% wszystkich krajowych turystów. (Rys.26)

Rys. 26. Lista 20 najczęściej odwiedzanych miejsc w Australii przez ich mieszkańców, 2009.

Rank	Region	Visitors ^(b)
		'000
1	Sydney	16 177
2	Melbourne	13 880
3	Brisbane	10 388
4	Experience Perth	8 173
5	Gold Coast	5 932
6	South Coast	5 241
7	Hunter	4 821
8	Mid North Coast	3 430
9	Adelaide	3 034
10	Sunshine Coast	4 350
11	Northern Rivers	2 917
12	Geelong	3 127
13	Darling Downs	2 570
14	Central NSW	2 195
15	Central Coast	3 117
16	New England North West	1 927
17	Australia's South West	2 192
18	Canberra	1 467
19	Peninsula	3 323
20	Bendigo Loddon	2 038
Top 20 regions ^(c)		100 298
Total Australia ^(d)		144 393

Źródło: National Visitor Survey, December 2009

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/National%20Visitor%20Survey/Travel%20by%20Australians%20-%20December%20Quarter%202009.pdf>, data odczytu 15.05.2010

Główną zagraniczną destynacją Australijczyków jest Nowa Zelandia (16,3% turystów). Na pewno wpływa na to względnie niedaleka odległość oraz łatwość komunikacyjna. Na kolejnym miejscu znajdują się Stany Zjednoczone (8,6%), Indonezja (7,5%) oraz Wielka Brytania (7,2%), (Rys.27).

Rys. 27. Lista 10 najczęściej odwiedzanych państw przez mieszkańców Australii, 2008-09.

Rank	Country	Departures
1	New Zealand	955,300
2	United States	500,000
3	Indonesia	436,100
4	United Kingdom	420,000
5	Thailand	378,400
6	China	268,000
7	Fiji	220,900
8	Singapore	213,800
9	Malaysia	205,200
10	Hong Kong	200,100

Źródło: Tourism Industry Facts and figures at a glance, 2009

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/Tourism%20Statistics/Facts%20and%20Figures%20October%202009.pdf>, data odczytu 14.05.2010

IV. Znaczenie rynku turystycznego Australii dla Polski

1. Analiza przyjazdów turystów z Australii do Polski

Według danych z Instytut Turystyki- Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009, wynika, że w 2008 roku do Polski przyjechało 45 tysięcy turystów z Australii. Spośród nich z usług polskich hoteli skorzystało 13,9 tys.. Ogólne wydatki Australijczyków w Polsce wyniosły 50,3 mld USD a w przeliczeniu na jednego turystę – 1118 USD.

2. WUTZ Australii dla Polski

Australia znajduje się wśród pierwszej dwudziestki państw z najwyższym wskaźnikiem użyteczności turystyki zagranicznej dla Polski, zajmując wysoką, dwunastą pozycję, z wynikiem 0,4061. Świadczy to o dużym znaczeniu Australii na rynku turystycznym Polski oraz o bardzo wysokiej skłonności Australijczyków do wydatków podczas podróżowania w Polsce. Wśród krajów pozaeuropejskich, tylko Stany Zjednoczone mają wyższą pozycję od Australii. (Rys.28)

Rys. 28. Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009

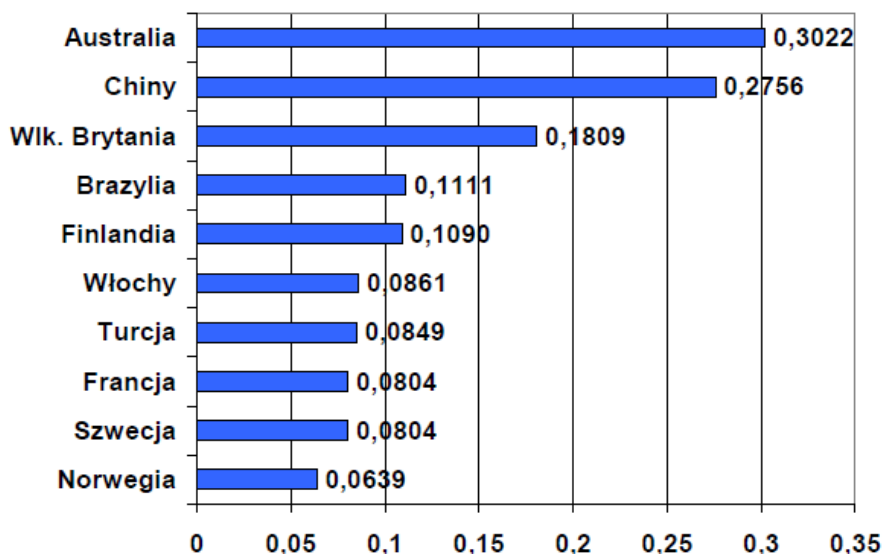
WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2009											
Wskaźniki cząstkowe dla Polski DANE ZA 2008 R.											
Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę ²		Liczba turystów odwiedzających Polskę		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców		Łącznie wartości standaryzowane
	w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
Australia	50,3	0,0073	1118	0,3736	45	0,0053	13,9	0,0150	0,2	0,0049	0,4061

Źródło: Instytut turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009

<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu 17.05.2010

Australia uzyskała największy wzrost wskaźnika użyteczności turystyki zagranicznej dla Polski w 2009 roku w porównaniu z rokiem ubiegłym. (Wyk.4)

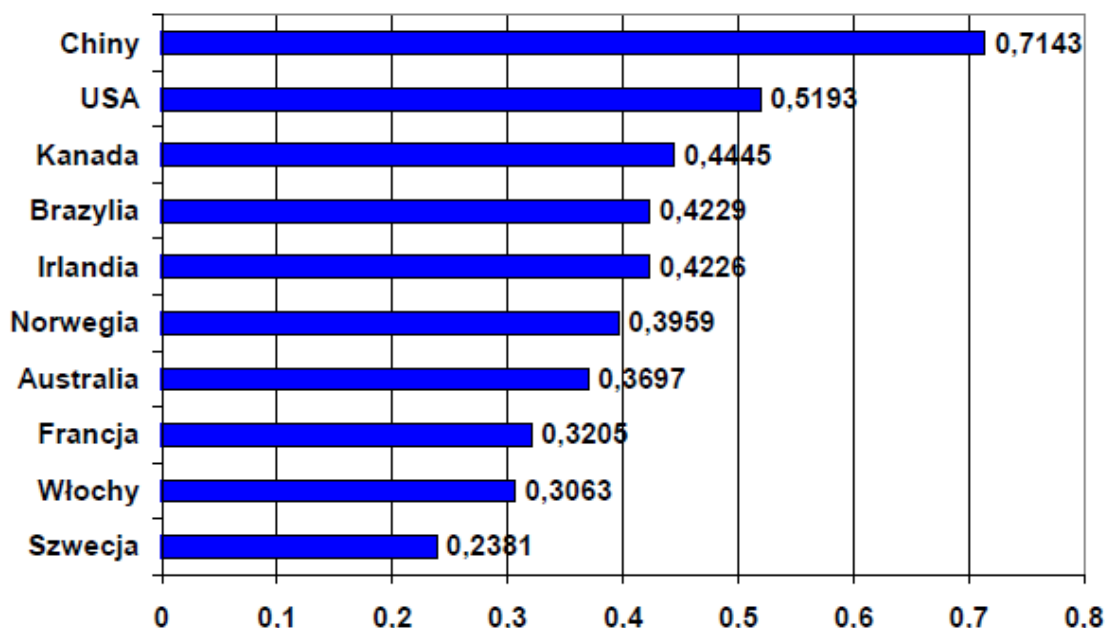
Wyk. 4. Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2009 Polska do WUTZ 2008 (Wyk.4)



Źródło: Instytut turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009

<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu 17.05.2010

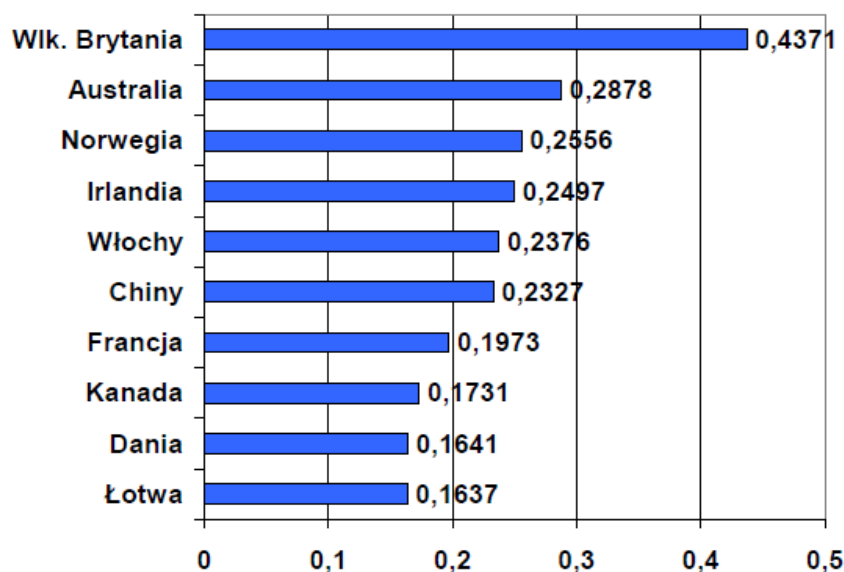
**Wyk. 5. Kraje o największych zmianach wartości WUTZ ogółem (dla 8 wskaźników).
Porównanie roku 2009 do 2006.**



Źródło: Instytut turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu 17.05.2010

Wśród krajów o największych zmianach WUTZ ogółem, w porównaniu 2009 roku do 2006, Australia uplasowała się na siódmym miejscu.

**Wyk. 6. Kraje o największych zmianach wartości WUTZ dla Polski (5 wskaźników).
Porównanie roku 2009 do 2006.**



Źródło: Instytut turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>, data odczytu 17.05.2010

Wśród krajów o największych zmianach wartości WUTZ dla Polski, w porównaniu 2009 roku do 2006, Australia zajmuje wysokie, drugie miejsce.

3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku australijskim

Rynek turystyczny Australii jest mało znaczący dla Polski, stąd też zaangażowanie w promocję jest nikłe. Polska nie nastawia się na silne działania marketingowe na terenie Australii. Ogólnym serwisem, z którego mogą korzystać Australijczycy, by dowiedzieć się czegoś więcej na temat turystyki w Polsce, jest polska oficjalna strona turystyki Poland's Official Travel Website (<http://www.poland.travel/en>). Informuje ona o aktualnych wydarzeniach kulturalnych, sposobie dojazdu do Polski, możliwościach zakwaterowania, głównych atrakcjach turystycznych oraz możliwych formach spędzania czasu wolnego.

Oficjalną instytucją współpracującą z Australią jest Ambasada w Australii oraz Austrade. Austrade czyli Biuro Radcy Handlowego Ambasady Australii w Warszawie służy pomocą firmom z Polski, Estonii, Łotwy i Litwy w nawiązywaniu kontaktów z australijskimi firmami w celu importu ich produktów lub usług. Dotyczy to także usług turystycznych, zawierania nowych kontaktów biznesowych, tworzenie wspólnych produktów turystycznych oraz promocję na danym rynku. Kolejnym organem jest Biuro Radcy Handlowego przy Ambasadzie Rzeczypospolitej Polskiej w Sydney. Jego głównym zadaniem jest promowanie Polski jako miejsca dla australijskich inwestycji oraz atrakcyjnego partnera gospodarczego.

Ważne rolę pełnią także firmy i instytucje polskie i australijskie, które obsługują ruch na linii Polska - Australia, a głównie: agencje turystyczne, przedstawiciele australijskich uniwersytetów, szkół językowych, collegów, którzy pomagają w organizacji wyjazdów edukacyjnych oraz australijskie uniwersytety (np. Flinders University), college (np. Shafston College) - które wysyłają swe delegacje w podróże służbowe do Polski i organizacje polonijne.

4. Wyjazdy Polaków do Australii

Rynek turystyczny Australii nie jest głównym miejscem destynacji polskich turystów. Stąd też zdobycie informacji na temat ilości wyjeżdżających Polaków do Australii jest bardzo utrudnione. Według badań przeprowadzonych przez Polski Instytut Turystyki, liczba ta jest mniejsza niż 100 tys. turystów.²⁴

²⁴ http://www.intur.com.pl/jurek_09_8m.htm

PODSUMOWANIE

Australia jest niewątpliwie bardzo znaczącym rynkiem turystycznym na świecie. Nie tylko stwarza dogodne warunki do uprawiania turystyki, ale przede wszystkim ma wielki przyrodniczy i kulturowy potencjał. Jako kraj wysoko rozwinięty, nie tylko przyjmuje duży ruch turystyczny, ale także go emituje. Mieszkańcy Australii, jako społeczność wysoko wykształcona, bogata, pracująca głównie w sektorze usług, ma dużą skłonność do przeznaczania swoich zarobków i oszczędności na turystykę. Podróżują oni często po swoim kraju, głównie na wschodnim wybrzeżu. Bardzo atrakcyjna jest dla nich Nowa Zelandia oraz w mniejszym stopniu Stany Zjednoczone i Europa.

W ostatnim czasie, ze względu na globalny kryzys gospodarczy, można zauważyć niewielki spadek aktywności ruchu turystycznego. Jest to jednak efekt chwilowy, gdyż w prognozach na najbliższe 8 lat turystyka w Australii znów powinna nabrać tempa.

Do Polski wciąż przyjeżdża stosunkowo niewielu turystów z Australii. Australijczycy chętnie odwiedzają Europę, więc Polska powinna wykorzystać ten fakt, inwestując w promocję naszego kraju na rynku turystycznym Australii. Tym bardziej, że według wskaźnika WUTZ, Australijczycy wydają stosunkowo znaczną ilość pieniędzy w naszym kraju. Australia uzyskała także największy wzrost wskaźnika użyteczności turystyki zagranicznej dla Polski w 2009 roku w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Niestety wyjazdy Polaków do Australii często są motywowane chęcią nauki i pracy, ponieważ analizowany przeze mnie kraj jest dość drogą i daleką destynacją dla wyjazdów turystycznych. Podróż lotnicza jest bardzo długa i kosztowna. Kolejnym utrudnieniem są wizy, o które Polacy muszą się starać przed wyjazdem.

Źródła

Literatura:

Wiesław Alejski, Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej, , Studia i Monografie nr 25, Kraków 2009

Raporty internetowe:

Tourist Accommodation, 2009. Australian Bureau Of Statistics.

<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/8635.0Dec%202009?OpenDocument>

Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej WUTZ 2009, Instytut Turystyki.

<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/>

Australia Transport Statistics, Yearbook 2009. Australian Government.

<http://www.bitre.gov.au/Info.aspx?ResourceId=710&NodeId=50>,

International Visitors in Australia, December 2009. Tourism Research Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/International%20Visitor%20Survey/IVS%20December%202009%20Final.pdf>

Travel by Australians. National Visitors Survey, December 2009. Tourism Research Australia.

<http://www.ret.gov.au/tourism/tra/domestic/national/Pages/default.aspx>,

Domestic Experience Seeker. Tourism Australia.

http://www.tourism.australia.com/en-au/documents/Corporate%20-%20Research/Research_experienceseekers_domestic.pdf

Key Facts- Tourism, 2010. Australian Government.

http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/Key_Facts_2010_web.pdf

Forecast 2009 ISSUE 2. Australian Government.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Forecasts/TFC%202009%20No%202.pdf>

Facts and Figures at glance, October 2009. Australian Government.

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/Tourism%20Statistics/Facts%20and%20Figures%20October%202009.pdf>

Caravan and Camping in Australia, 2008. Tourism Australia.

http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Caravan_or_camping_snapshot_08_FINAL.pdf

Bed and breakfast in Australia, 2008. Tourism Australia.

http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Bed%20andbreakfast_snapshot_08_FINAL.pdf

Tourism Australia. Annual Report 2008-2009. Tourism Australia

http://www.tourism.australia.com/en-au/documents/Corporate%20-%20About%20Us/Annual_Report_2008_2009.pdf

Strony internetowe :

<http://www.tourism.act.gov.au/index.php/quick-links/latest-research>

<http://www.abs.gov.au/>

<http://www.australine.com/apis/content/view/31/61/>

<http://www.ttf.org.au/>

<http://www.australia.com>

<http://www.arc.gov.au/>

<http://www.intur.com.pl>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>

<http://www.bitre.gov.au/>

<http://www.australia.com.pl>

<http://www.oecd.org/>

Spis rysunków:

Rys. 1. Sieć głównych dróg w Australii.....	7
Rys. 2. Odległość pomiędzy głównymi miastami w Australii.	7
Rys. 3. Sieć połączeń kolejowych w Australii.	8
Rys. 4. Mapa 40 najważniejszych lotnisk w Australii.	9
Rys. 5. Przewóz pasażerów na lotniskach w tys.	10
Rys. 6. Krajowy przewóz pasażerów różnymi środkami transportu na przełomie lat 1970-2007.....	10
Rys. 7. Ilość obiektów hotelowych, pokoi, obłożenie i średnia długość pobytu w Australii. Dane z grudnia 2009 roku.	11
Rys. 8. Obłożenie pokoi w obiektach noclegowych według klasyfikacji.	12
Rys. 9. Cele przyjazdów turystów do Australii na rok 2008 i 2009	17
Rys. 10. Liczba turystów, noclegów, długości pobytu i wydatków, według kraju pochodzenia, dane za rok 2009.	19
Rys. 11. Procentowa zmiana ilości przyjazdów turystów zagranicznych w styczniu 2009 i 2010.....	20
Rys. 12. Przyjazdy turystów zagranicznych w 2009 r. w porównaniu do roku 2008, zmiana wyrażona w procentach.	21
Rys. 13. Zmiana ilości przyjazdów turystów na przestrzeni lat 1978-2009 oraz prognoza przyjazdów do 2018 roku.	22
Rysunek nr 14. Dochody z turystyki przyjazdowej, wydatki na turystykę wyjazdową i saldo końcowe.	23
Rys. 15. Wydatki turystów zagranicznych w Australii, 2009.....	23
Rys. 16. Wydatki turystów w poszczególnych stanach w Australii, dane z roku 2009.....	24
Rys. 17. Wydatki turystów w 20 najczęściej odwiedzanych miejscach w Australii w roku 2009.....	25
Rys. 18. Miejsca koncentracji ruchu turystycznego w Australii.....	26
Rys. 19. Podział administracyjny w Australii	27
Rys. 20. Liczba przyjazdów turystów według 20 najczęściej odwiedzanych miejsc, 2009. ...	32
Rys. 21. Liczba turystów oraz noclegów, podział według stanów oraz celu przyjazdu.	33
Rys. 22. Rozkład przyjazdów turystów krajowych według stanów i celu przyjazdu, 2009. ...	34
Rys. 23. Zagraniczny ruch turystyczny na przełomie lat 1998-2009.....	35
Rys. 24. Ilość wyjazdów zagranicznych mieszkańców Australii według głównych miejsc destynacji i celu podróży oraz średnia długość pobytu, 2009.....	36
Rys. 25. Wielkość wydatków turystów krajowych i odwiedzających jednodniowych na przełomie lat 1999-2009.....	37
Rys. 26. Lista 20 najczęściej odwiedzanych miejsc w Australii przez ich mieszkańców, 2009.	40
Rys. 27. Lista 10 najczęściej odwiedzanych państw przez mieszkańców Australii, 2008-09.	41
Rys. 28. Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2009	42

Spis wykresów:

Wyk. 1. Liczba przyjazdów turystów według stanów w Australii, 2009.....	31
Wyk. 2. Wydatki turystów krajowych ze względu na cel podróży, 2009.....	38
Wyk. 3. Wydatki mieszkańców na turystykę zagraniczną w 2007 roku, w tys.	39
Wyk. 4. Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2009 Polska do WUTZ 2008 (Wyk.4)	42

Wyk. 5. Kraje o największych zmianach wartości WUTZ ogółem (dla 8 wskaźników).	
Porównanie roku 2009 do 2006.	43
Wyk. 6. Kraje o największych zmianach wartości WUTZ dla Polski (5 wskaźników).	
Porównanie roku 2009 do 2006.	43