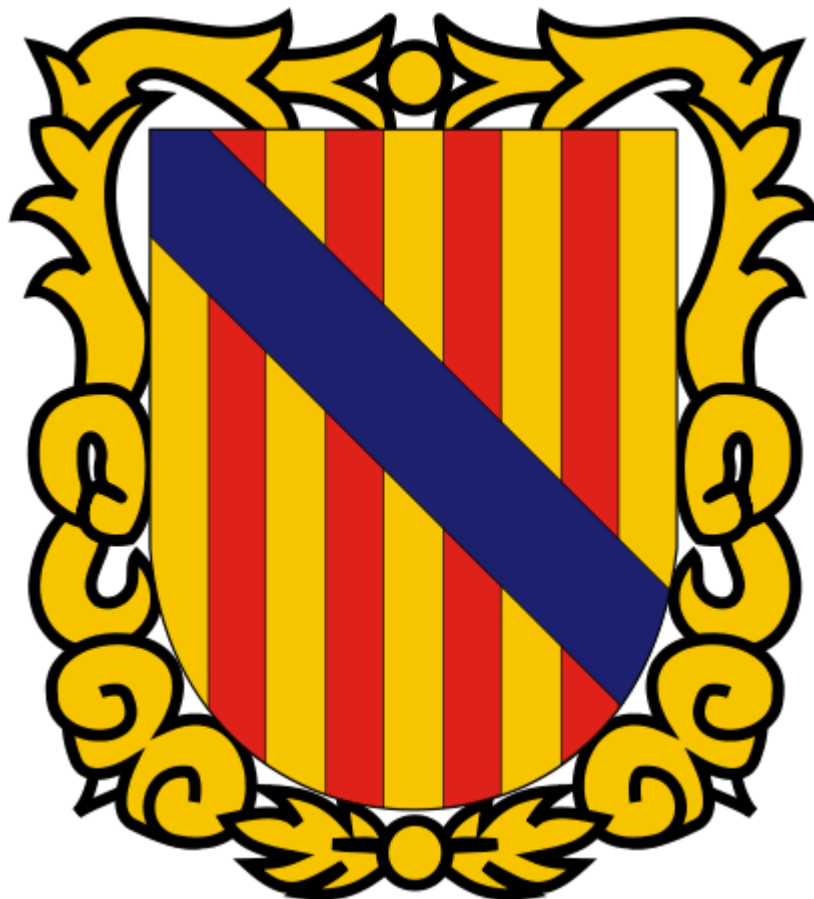


HISZPANIA

BALEARY



Kamila Grabowska
II SUM, ZBT
grudzień 2017
grabsko@gmail.com

Wstęp.....	3
I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej.	
4	
1. Ogólne informacje o Balearach:.....	4
2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów:.....	9
3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna:.....	14
4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności:.....	14
5. Narodowa administracja turystyczna.....	18
6. Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne.....	19

7. Inne uwarunkowania rozwoju turystyki.....	20
II. Rynek recepcji turystycznej - turystyka krajowa.....	23
1. Przyjazdy i główne regiony emitujące.....	23
2. Dochody z turystyki krajowej.....	23
3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.....	23
4. Główne obszary koncentracji krajowego ruchu turystycznego:.....	23
III. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).....	23
1. Przyjazdy i główne obszary emitujące (kraje).....	23
2. Dochody z turystyki przyjazdowej.....	28
3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.....	29
4. Główne obszary koncentracji przyjazdowego ruchu turystycznego.....	29
IV. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa):.....	30
1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców danego kraju/regionu w turystyce zagranicznej:.....	30
2. Wydatki na podróże zagraniczne:.....	30
V. Znaczenie badanego rynku dla Polski/regionu.....	33
1. Analiza przyjazdów do Polski/regionu z opisywanego rynku:.....	33
2. Analiza wydatków w Polsce turystów pochodzących z analizowanego rynku.....	35
3. Zaangażowanie marketingowe Polski/regionu na danym rynku i zaangażowanie marketingowe danego kraju w Polsce:.....	36
4. Analiza wyjazdów Polaków do analizowanego kraju:.....	37
Zakończenie.....	39
Wykaz źródeł.....	40
Spis rycin.....	41

Wstęp

Niniejsza praca zawiera analizę rynku turystycznego ze szczególnym uwzględnieniem Balearów. Baleary są wspólnotą autonomiczną należącą do Hiszpanii. Jest to dość popularna destynacja wśród turystów z różnych zakątków świata. Również wśród

turystów z Polski jest chętnie wybieranym kierunkiem turystycznym. Z racji braku wielu danych dotyczący rynku Balearów, w pracy uogólniono niektóre informacje do danych dotyczących całego rynku Hiszpanii. Hiszpania jest wysoko rozwiniętym gospodarczo oraz turystycznie krajem. Od wielu lat znajduje się w czołówce krajów najchętniej odwiedzanych na całym świecie. Hiszpania posiada bardzo dobrze rozwinięte zaplecze turystyczne, jakim są baza noclegowa, usługi gastronomiczne i różnego rodzaju usługi towarzyszące. Hiszpania również bogata jest w różnego rodzaju zaplecze kulturowe takie jak zabytki, obiekty architektoniczne, atrakcje przyrodnicze, miasta, wybrzeża, góry i inne ciekawe miejsca godne uwagi wśród turystów.

Celem teoretycznym pracy było określenie znaczenia rynku Hiszpanii, ze szczególnym uwzględnieniem Balearów na globalnym rynku turystycznym, a także określenie użyteczności tego kraju dla Polski.

Cel praktyczny, stanowi możliwość wykorzystania pracy przez przedsiębiorstwa turystyczne do analizy danego rynku, chęci pogłębienia wiedzy, a także zdobycia informacji na dany temat.

W pracy użyto wielu źródeł dostępnych w zasobach internetowych, w celu podjęcia analizy badanego rynku turystycznego.

Najważniejszymi źródłami wykorzystanymi w pracy były „Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT)”, gdzie wykorzystano dużo danych odnośnie turystyki w Hiszpanii, a także turystyki obywateli Hiszpanii do Polski. Kolejnym ważnym źródłem były dokumenty OECD „Tourism Trends and Policies” z lat ubiegłych, w których również wykorzystano dane dotyczące rynku Hiszpanii. Ponieważ nie są prowadzone badania dotyczące rynku Balearów, do powstania pracy posłużyło wiele stron hiszpańskich oraz polskich specjalizujących się kierunkiem Balearów. Wszystkie wymienione źródła były pomocne przy powstaniu pracy, jednak nie było źródła, które głębiej analizowało rynek Hiszpanii, a tym bardziej Balearów.

I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej.

1. Ogólne informacje o Balearach:

Baleary, czyli inaczej z hiszpańskiego Islas Baleares, a z katalońskiego Illes Balears, to archipelag w zachodniej części Morza Śródziemnego, w pobliżu wschodniego wybrzeża Hiszpanii¹. Jak mówi historia, przed 15 milionami lat Baleary wynurzyły się z morza pod wpływem naporu, z jakim afrykańska płyta kontynentalna naciskała na płytę europejską².



Ryc. 1. Położenie na mapie

Hiszpanii.https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary#/media/File:Localizaci%C3%B3n_de_las_Islas_Baleares.svg [data: 20.12.2017]

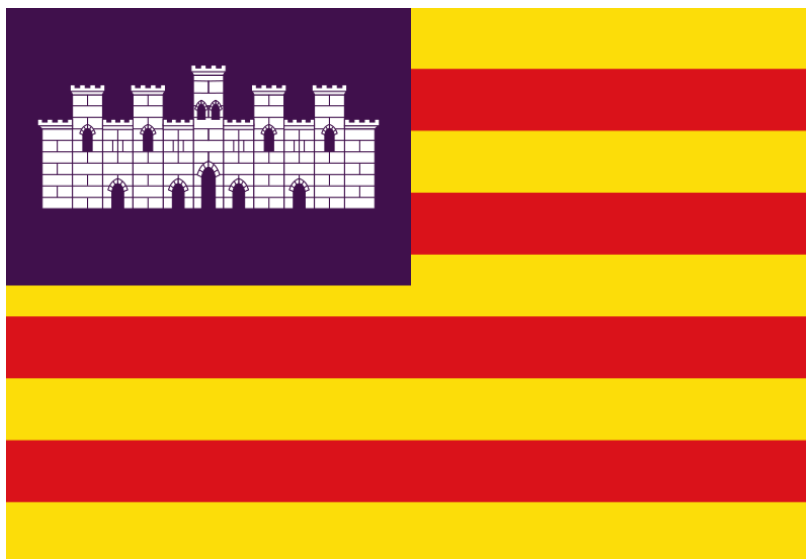
Baleary są wspólnotą autonomiczną, a także jedną z prowincji Hiszpanii. Swoją stolicę mają w mieście Palma de Mallorca, która jest też siedzibą władz kościelnych, sądownictwa oraz sił zbrojnych. Każda z wysp, posiada swój organ rządowy, którym jest Rada Wyspy. Status autonomii został uzyskany w 1983 roku³.

1 <https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 12.12.2017]

2 Marco Polo, Majorka, s. 20, 2017

3 <https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 12.12.2017]

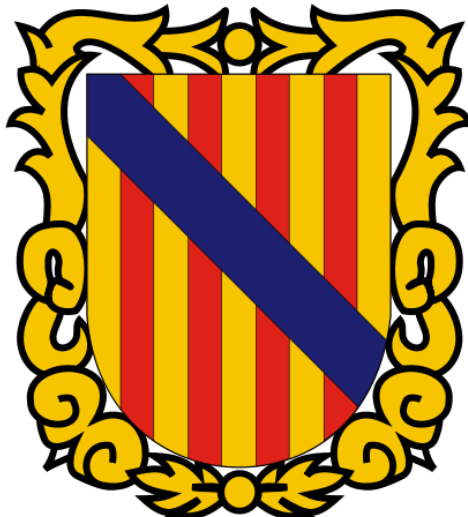
- **FLAGA BALEARÓW**



Ryc. 2. Flaga Balearów.

https://pl.wikipedia.org/wiki/Flaga_Balear%C3%B3w [data: 20.12.2017]

- **HERB BALEARÓW**



Ryc. 3. Herb Balearów.

<http://www.wikiwand.com/pl/Baleary> [data: 20.12.2017]

- **JĘZYKI**

Na Balearach obowiązują dwa języki urzędowe: hiszpański i kataloński, a na

Majorce obowiązuje również ich osobny dialekt języka katalońskiego – Mallorquí⁴.

- **POWIERZCHNIA**

Baleary zajmują powierzchnię 5014 km² powierzchni. Baleary liczą ok 1,07 mln ludności (stan na 2008 rok), z czego najwięcej zamieszkuje wyspę Majorkę⁵. Walutą obowiązującą jest Euro (EUR).

- **WYSPY**

W skład archipelagu wchodzi około 200 wysp i wysepek różnej wielkości. Największe z nich i zamieszkałe to: Majorka, Minorka, Ibiza, Formentera i Cabrera⁶.

- **Majorka (Mallorca)** – jedna z najsłynniejszych wysp archipelagu, ze stolicą w Palma de Mallorca, która jest również jednym z najważniejszych portów na Morzu Śródziemnym. Pełna urokliwych zatoczek, plaż, miejsc, uliczek, restauracji itp⁷.
- **Ibiza** – wyspa dysponuje przepięknymi plażami, zatoczkami, zakątkami, widokami, a także atrakcjami. W sezonie letnim Ibiza jest również klubową stolicą Europy, gdzie grają najlepsi DJ-e z całego świata. Wyspa ta została również wpisana na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO⁸.
- **Minorka (Menorca)** – najbardziej oddalona od lądu z wysp Balearów. Została w całości uznana za rezerwat biosfery UNESCO. Posiada wiele atrakcji, przepięknych plaż, widoków⁹.
- **Formentera** – wyspa posiadająca przepiękne, jedno z najlepszych plaż Morza Śródziemnego. Wyspa może również poszczycić się jeziorami, wydhami, lasami sosnowymi czy dzikim krajobrazem, które przykuwają uwagę turystów¹⁰.
- **Cabrera** – jest najmniejszą z pięciu największych wysp w archipelagu. Zamieszkała przez zaledwie około 50 mieszkańców, licząca 17 km² powierzchni. Należy do morsko-lądowego Parku Narodowego¹¹.

4 Marco Polo, Majorka, s. 24, 2017

5 <https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 12.12.2017]

6 <http://baleary.pl/> [data: 12.12.2017]

7 <http://baleary.pl/index.php/majorka/> [data: 12.12.2017]

8 <https://www.itaka.pl/nasze-kierunki/hispania/ibiza.html> [data: 12.12.2017]

9 <http://baleary.pl/index.php/minorka/> [data: 12.12.2017]

10 <http://baleary.pl/index.php/formentera/> [data: 12.12.2017]

11 <http://baleary.pl/index.php/cabrera/> [data: 12.12.2017]



Ryc. 4. Baleary.

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 20.12.2017]

Flaga	Wyspa	Powierzchnia	ludność	Mapa
	Majorka (hiszp. Mallorca)	3600 km ²	814 275	
	Minorka (hiszp. Menorca)	668 km ²	90 235	
	Ibiza	571 km ²	117 698	
	Formentera	82 km ²	8442	
	Cabrera	17 km ²	ok. 50	

Ryc. 5. Archipelag

<http://www.wikiwand.com/pl/Baleary> [data: 20.12.2017]

- **KLIMAT**

Na Balearach panuje łagodny klimat śródziemnomorski. Latem temperatury przekraczają

30°C, lata są gorące, a woda przyjemnie ciepła, natomiast zimą temperatura nie spada poniżej 5°C¹².

- **PODATEK TURYSTYCZNY**

Na całych Balearach obowiązuje podatek na rzecz turystyki zrównoważonej. Podatek obowiązuje od 1 lipca 2016 roku i jest pobierany we wszystkich obiektach noclegowych, za każdą osobę, za każdą dobę. Podatek ma na celu rekompensatę za tzw. ślad węglowy, który jest wywołany działalnością turystyczną na wyspach¹³. Opłaty w ramach podatku przedstawiają się następująco:

<i>Rodzaj obiektu, domu lub statku</i>	<i>Euro / dzień pobytu* W sezonie (01.05-31.10)</i>
Hotele 5-gwiazdkowe, 5-gwiazdkowe luksusowe i 4-gwiazdkowe o podwyższonym standardzie	2
Hotele 4-gwiazdkowe i 3-gwiazdkowe o podwyższonym standardzie	1,5
Hotele 1-gwiazdkowe, 2-gwiazdkowe i 3-gwiazdkowe	1
Apartamenty turystyczne 4-gwiazdkowe i 4-gwiazdkowe o podwyższonym standardzie	2
Apartamenty turystyczne 3-gwiazdkowe o podwyższonym standardzie	1,5
Apartamenty turystyczne 1-, 2- i 3-gwiazdkowe	1
Nieruchomości wynajmowane (posiadłości wiejskie, domy, mieszkania)	1
Hotele wiejskie, gospodarstwa agroturystyczne i ośrodki turystyczne położone w głębi lądu	1
Hostele, kwatery, domy wypożyczkowe, pensjonaty oraz kempingi lub pola namiotowe	0,5
Schroniska	0,5
Statki wycieczkowe	1

*do ceny należy doliczyć 10% VAT

Ryc. 6. Podatek turystyczny na Balearach.

<https://media.tui.pl/media/h5c/he0/9029506891806.pdf> [data: 20.12.2017]

Gospodarka Balearów nastawiona jest na turystykę. Ponad 70% ludności Balearów zatrudniona jest w sektorze usług¹⁴.

12 <https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 12.12.2017]

13 <https://media.tui.pl/media/h5c/he0/9029506891806.pdf> s.3 [data: 12.12.2017]

14 <https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 12.12.2017]

2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów¹⁵:

- Zabytkowe stare miasto w Ibizie (Eivissa Old Town) wpisane na listę UNESCO



Ryc. 7. Ibiza – stare miasto.

<https://i.pinimg.com/originals/ca/97/0b/ca970bbfb605748c0c58aab3201e9484.jpg>

[data: 19.12.2017]

- Stolica Balearów Palma de Mallorca



Ryc. 8. Palma de Mallorca.

<http://www.telegraph.co.uk/content/d>

[am/Travel/2017/April/palma-DABWJE-xlarge.jpg](http://www.telegraph.co.uk/content/dam/Travel/2017/April/palma-DABWJE-xlarge.jpg) [data: 19.12.2017]

¹⁵ <http://www.planetware.com/tourist-attractions-/balearic-islands-e-bal-bale.htm> [data: 18.12.2017]

- Piękne plaże na wyspie Formentera



Ryc. 9. Plaże na wyspie Formentera.

http://www.sailingdreams.com/sites/sailingdreams.com/files/formentera_illetas.jpg

[data: 19.12.2017]



Ryc. 10. Ryc. 10. Średniowieczne miasto Alcudia.

https://www.sixt.com/fileadmin/files/global/user_upload/pictures-branch-page/alcudia-branchpage-new-3.jpg [data: 19.12.2017]

- Klasztor w Valldemossie (Majorka)

Ryc. 11. Valldemossa.



<https://www.casesdecasgarriguer.com/images/9be498c07658cb55fd55b7c1395918bf.jpg> [data: 19.12.2017]

- Rezerwat przyrody Ses Salines na wyspie Formentera



Ryc. 12. Rezerwat przyrody Ses Salines.

<http://www.weare.es/img/blog/760x410/parque-natural-de-ses-salines.jpg> [data: 19.12.2017]

- Mahón – stolica Minorki



Ryc. 13. Mahon Menorca.

<https://www.easyjet.com/en/holidays/shared/images/guides/spain/menorca/mahon.jpg>
pg [data: 19.12.2017]

- The Chic Seaside Resort of Puerto Portals (Majorka)



Ryc. 14. Port Majorka.

https://www.engelvoelkers.com/wp-content/uploads/2014/08/Portals_blanes-4435-x-2947-003002.jpg [data: 19.12.2017]

Cala Portinatx



Ryc. 15. Cala Portinatx Ibiza.

<http://www.ibiza.islasbaleares.com/img/playas/portinatx.jpg> [data: 19.12.2017]

- Prehistoryczne miejsce Talatí de Dalt (Minorka)



Ryc. 16. Megalith Talati de Dalt Minorka.

http://www.ai360.pl/panoramy/ico_tour/923.jpg [data: 19.12.2017]

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna:

- **KOMUNIKACJA**

Na Baleary można dotrzeć drogą powietrzną – samolotem, bądź drogą wodną – promem, statkiem.

Podróż samolotem: liniami narodowymi są **IBERIA** (airlines), które obsługują lotniska na trzech głównych wyspach: Majorce, Minorce i Ibizie, kolejnymi znacznymi liniami są: Air Berlin, Air Europa, Condor, EasyJet, Germanwings, Monarch Airlines, Ryanair, Thomas Cook Airlines, Thomson Airways, TUIfly¹⁶.

Lotniska znajdują się na: Majorce (Palma International Airport), Minorce (Mahon Airport) oraz Ibizie (Ibiza Airport). Aby dostać się na pozostałe wyspy należy płynąć promem lub statkiem.

Na głównych wyspach archipelagu jest dobrze rozbudowana komunikacja miejska (TIB), która umożliwia poruszanie się po mieście mieszkańców, jak również turystów. Oprócz tego istnieje możliwość wynajęcia samochodu, quada, skuterów, rowerów¹⁷.

- **ZAKWATEROWANIE**

Wyspy posiadają bardzo dobre zaplecze noclegowe. Na Balearach można znaleźć hotele i inne obiekty noclegowe od najbardziej luksusowych 5-gwiazdkowych hoteli, po kwatery prywatne lub mieszkania do wynajęcia. Do głównych obiektów zakwaterowania należą: hotele, apartamentowce, zorganizowane ośrodki wczasowe, apartamenty na wynajem, domy, wille¹⁸.

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności:

- **DOCHODY**

Średnia pensja w Hiszpanii w roku 2014 wynosiła 1 818,3 euro miesięcznie¹⁹. Najwięcej w Hiszpanii zarabia się w Madrycie, Kraju Basków i Nawarze. Z kolei najmniej zarabia się w Estremadurze, na Wyspach Kanaryjskich, Balearach oraz w Andaluzji²⁰.

Natomiast minimalne wynagrodzenie w roku 2017 wyniosło 707,60 euro

16 <http://www.palma-airport.info/airlines.html> [data: 12.12.2017]

17 <http://www.hispania-apartamenty.pl/przewodnik-po-hispanii,baleary,115.html> [data: 12.12.2017]

18 <http://www.hispania-apartamenty.pl/przewodnik-po-hispanii,baleary,115.html> [data: 12.12.2017]

19 <http://www.ine.es/prensa/np939.pdf> [data: 12.12.2017] s.2

20 <https://olganina.com/warunki-pracy-zarobki-w-hispanii/> [data: 12.12.2017]

miesięcznie²¹.

Na Balearach ludność utrzymuje się głównie z turystyki, upraw (zboża, oliwki, migdały, figi, cytrusy itp.), a także z przemysłu m.in.: skórzany, tekstylny, obuwniczy,

	2014		2015		2016	
	Hiszpania	Portugalia	Hiszpania	Portugalia	Hiszpania	Portugalia
PKB w milionach EURO *	1 037 025	173 079	1 075 639	175 675	1 113 851	185 035
PKB <i>per capita</i> w EURO *	22 780	16 600	23 200	17 300	24 000	17 900
Poziom bezrobocia (w %) wg danych na koniec roku Hiszpania **, Portugalia ****	23,70	13,9	20,90	11,8	18,6	10,5
Inflacja – CPI ***	-1,042	-0,357	0,017	0,291	1,57	0,878

Źródła

* <http://www.datosmacro.com/paises/comparar/portugal/espana?sc=XE15>

** http://www.ine.es/prensa/epa_tabla.htm

*** <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/2015.aspx>

**** <http://www.lavanguardia.com/politica/20160201/301819896005/el-paro-en-portugal-bajo-casi-dos-puntos-en-2015-hasta-el-11-8.html>

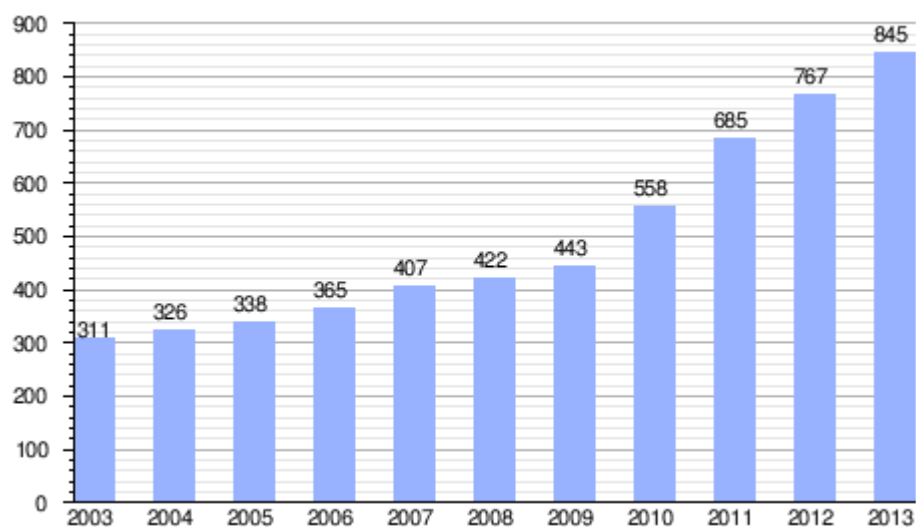
rzemiosło.

Ryc. 17. PKB Hiszpania i Portugalia.

Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT), s. 90.

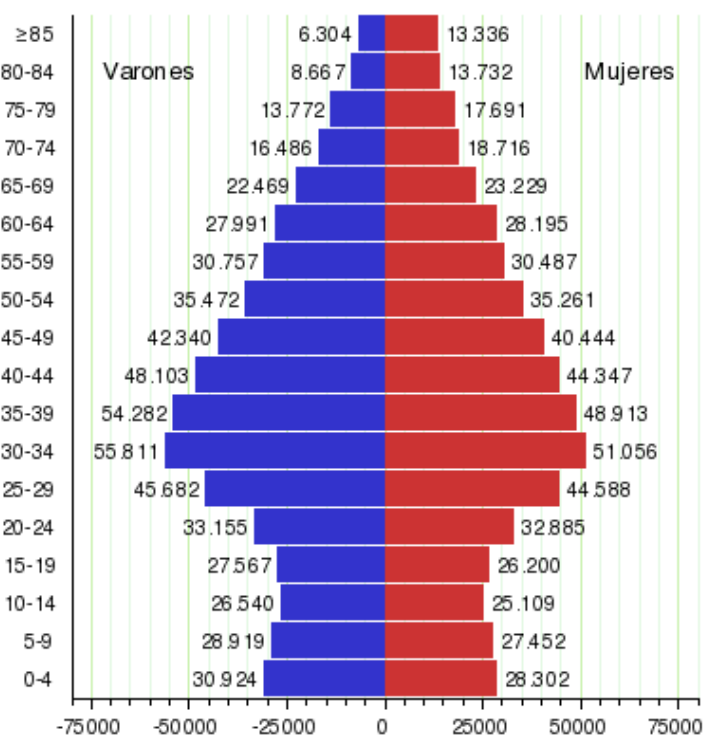
- **POPULACJA**

21 <http://www.salariominimo.es/> [data: 12.12.2017]



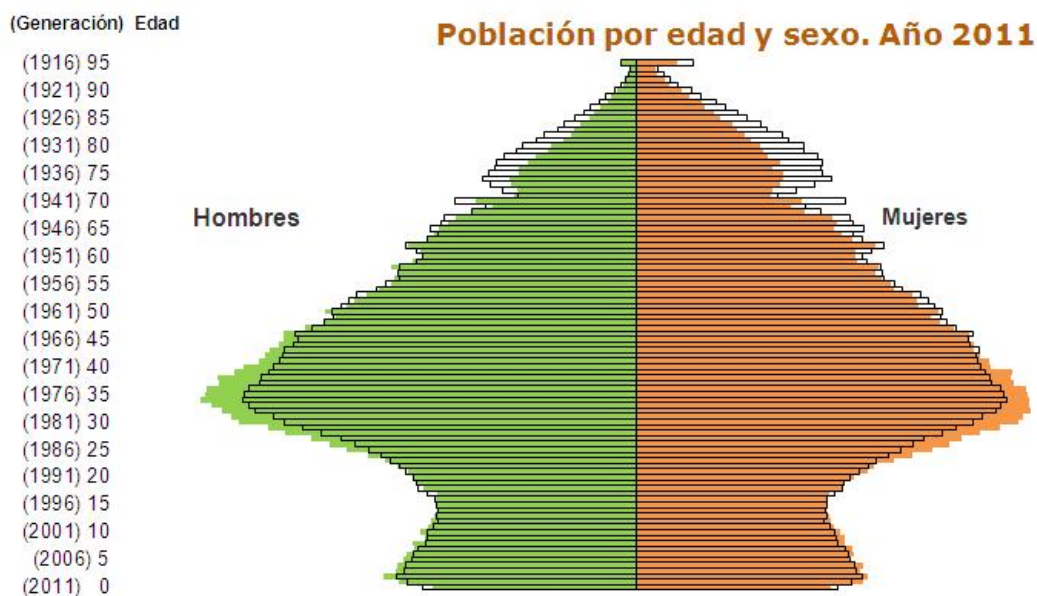
Ryc. 18. Wykres populacji 2003-2013.

https://es.wikipedia.org/wiki/Islas_Baleares [data: 20.12.2017]



Ryc. 19. Piramida demograficzna.

https://es.wikipedia.org/wiki/Islas_Baleares [data: 20.12.2017]



Ryc. 20. Ludność wg wieku i płci.

https://es.wikipedia.org/wiki/Islas_Baleares [data: 20.12.2017]

Jak widać na zamieszczonych rycinach, populacja na Balearach na przestrzeni lat wzrosła. Największy odsetek ludności jest w wieku 30-39 lat, przewagę stanowią mężczyźni. Przewaga mężczyzn jest w wieku od 0 do 59 lat, z kolei zauważyć można, iż więcej jest kobiet od 60. roku życia, aniżeli mężczyzn.

- **CENY**

Przykładowe ceny w sklepach:

- czekolada ok. 1 EUR,
- Coca-Cola 0,5L ok. 1 EUR,
- oliwki w słoiku 350g ok. 1 EUR,
- ser Emmentaler 200g ok. 2 EUR,
- bułka bagietka 0,5 EUR,
- woda mineralna 1,5L 0,35 EUR,
- sok pomarańczowy 1L ok. 0,7 EUR,

- jajka (12 sztuk) ok. 1,5 EUR,
- piwo San Miguel 0,5L puszka ok. 0,7 EUR,
- tramwaj w Soller 5 EUR,
- wstęp do Botanicactus 10,5 EUR, dzieci 5 EUR,
- Zamek Bellver 4 EUR, w niedzielę wstęp wolny,
- Katedra Matki Bożej 6 EUR,
- Park wodny Western Water Park 26 EUR,
- lody ok. 1,5 EUR za gałkę.

5. Narodowa administracja turystyczna

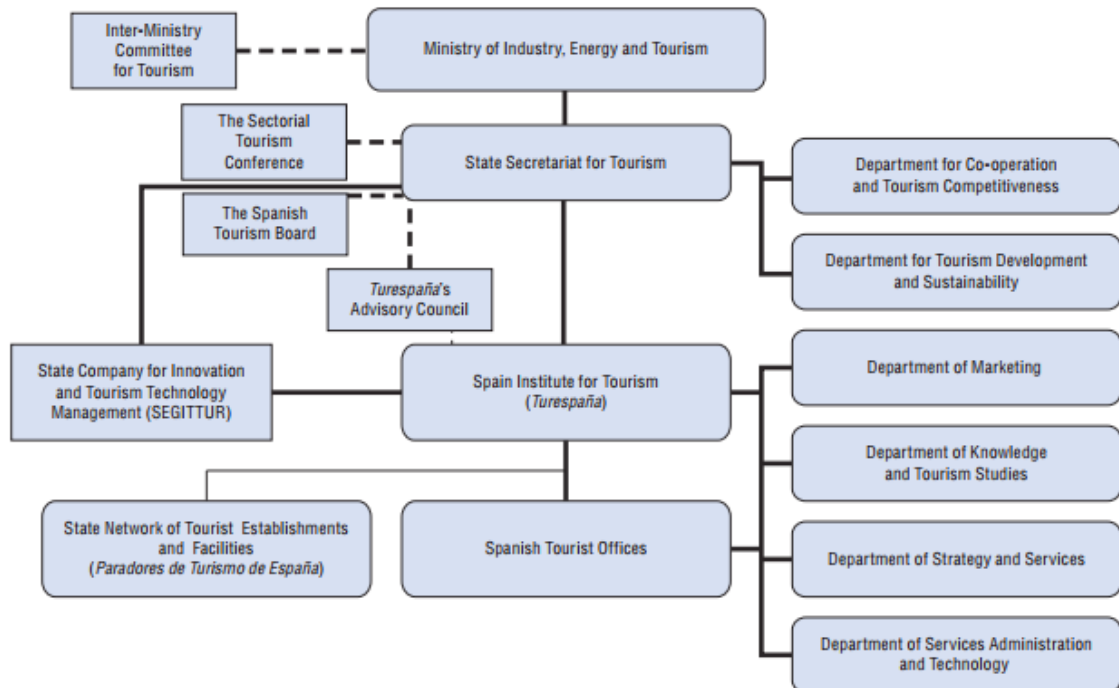
Narodową jednostką administracyjną jest Turespaña, która działa w następujących obszarach:

- planowanie, opracowywanie i prowadzenie działań promocyjnych,
- wspieranie marketingu hiszpańskich produktów turystycznych,
- prowadzenia badań,
- ustanawianie strategii, planów i przyszłych inwestycji²².

Turystyka podlega pod Ministerstwo Przemysłu, Energii i Turystyki.

²² http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf [data: 13.12.2017] s. 292

Figure 1. **Spain: Organisational chart of tourism bodies**



Source: OECD, adapted from the Ministry of Industry, Energy and Tourism, 2014.

Ryc. 21. Schemat Organizacyjny Organów Turystyki.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf s. 293. [data: 20.12.2017]

6. Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne

Regiony autonomiczne, zgodnie z konstytucją są odpowiedzialne za promocje i regulacje związane z turystyką na ich terytoriach. Prowincje i gminy zarządzają interesami turystycznymi na poziomie lokalnym, głównie w zakresie promocji i rozpowszechniania informacji.

Jednym z ważnych organów jest Patronato de Turismo, głównie w większych miastach. Istnieją również inne organizacje związane z turystyką:

- Międzyresortowy Komitet ds. Turystyki (Comisión Interministerial de Turismo), organ koordynacyjny odpowiedzialny za sprawy związane z turystyką.
- Sektorowa Konferencja Turystyki (Conferencia Sectorial de Turismo), instytucja koordynująca, która zrzesza przedstawicieli publicznych odpowiedzialnych za turystykę.

- Hiszpańska Rada Turystyki (Consejo Español de Turismo – CONESTUR), organ doradczy, który skupia wszystkie administracje turystyki terytorialnej (państwo, regiony i prowincje/miasta) oraz sektor prywatny.
- Rada doradcza Turespaña (Consejo Asesor de Turespaña), ustanowiona w 2013 roku, w celu wzmocnienia współpracy z sektorem prywatnym²³.

Na Balearach istnieje również Agencja Turystyki Balearów (The Agency for Tourism of the Balearic Islands), skrótowo (ATB), która jest spółką publiczną należącą do regionalnego Ministerstwa Turystyki i Sportu Rządu Balearów. Zadaniem Agencji jest badanie, organizowanie, analizowanie oraz ochrona interesów miejscowości turystycznych, takich jak: Majorka, Minorka, Ibiza, Formentera, jednocześnie promuje te miejscowości na rynkach turystycznych. Jednostka ta jest podzielona na sześć obszarów²⁴:

- analiza rynku,
- promocja turystyki,
- projekty europejskie,
- produkty turystyczne,
- jakość,
- terytorium.

7. Inne uwarunkowania rozwoju turystyki.

• ZATRUDNIENIE W TURYSTYCE

Dużo osób w Hiszpanii zatrudniona jest w turystyce. Na Balearach, jest to jedna z najlepiej rozwiniętych gałęzi. Osoby zatrudnione w turystyce najczęściej zatrudnione są w usługach noclegowych, hotelowych, czyli w tak zwanej bazie noclegowej. Następnie transport pasażerski i inne usługi związane z turystyką. Większość osób zatrudnionych w turystyce stanowią mężczyźni.

²³

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf [data: 13.12.2017] s. 293-294

²⁴ <http://certess.culture-routes.lu/partner/agency-tourism-balearic-islands-atb> [data: 13.12.2017]

Table 5. Spain: Employment in tourism
Number of employees

	2008	2009	2010	2011	2012
Total tourism employment (direct)	2 193 514	2 143 119	2 120 404	2 132 034	2 039 255
Tourism industries	..	..	..	..	..
Accommodation services for visitors ¹	1 452 534	1 421 182	1 370 266	1 391 942	1 322 138
Hotels and similar establishments	..	..	..	..	..
Food and beverage serving industry	..	..	..	..	..
Passenger transport ^{2, 3}	332 380	329 247	331 056	321 592	303 433
Air passenger transport	..	..	..	..	..
Railways passenger transport	..	..	..	..	..
Road passenger transport	..	..	..	..	..
Water passenger transport	..	..	..	..	..
Passenger transport supporting services	..	..	..	..	..
Transport equipment rental	..	..	..	..	..
Travel agencies and other reservation services industry	..	..	..	..	..
Cultural industry	..	..	..	..	..
Sports and recreation industry	..	..	..	..	..
Retail trade of country-specific tourism characteristic goods	..	..	..	..	..
Other country-specific tourism industries	..	..	..	..	..
Other industries ⁴	408 600	392 689	419 081	418 503	413 683
<i>Gender breakdown</i>					
Male (% of total tourism employment)	52	53	54	54	55
Female (% of total tourism employment)	48	47	47	46	45

Note: Break in series. Since 2008, NACE Rev. 2 classification.

1. Hotels and restaurants.

2. Break in series. Since 2008, excludes freight.

3. Includes travel agencies and tour operators.

4. Other services.

Source: Labour Force Survey (EPA).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932989209>

Ryc. 22. Zatrudnienie w turystyce.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf s. 298. [data: 20.12.2017]

• PRZEDSIĘBIÓSTRWA W TURYSTYCE

Przedsiębiorstwa zatrudniające w turystyce to baza noclegowa, usługi gastronomiczne, transport pasażerski, agencje turystyczne oraz usługi rezerwacyjne, usługi związane z kulturą, sport i rekreacja, handel detaliczny towarami turystycznymi, a także inne przedsiębiorstwa związane z produktami regionalnymi.

Table 4. Spain: Enterprises in tourism
Number of establishments

	2008	2009	2010	2011	2012
Total tourism enterprises	430 560	433 634	426 977	426 993	425 719
Tourism industries	..	..	..	..	..
Accommodation services for visitors ¹	22 603	23 079	22 924	23 288	23 393
Hotels and similar establishments	..	..	..	..	..
Food and beverage serving industry ²	266 615	267 597	266 690	264 146	262 420
Passenger transport ³	86 231	85 731	81 618	83 345	82 997
Air passenger transport	..	..	..	..	..
Railways passenger transport	..	..	..	..	..
Road passenger transport	..	..	..	..	..
Water passenger transport	..	..	..	..	..
Passenger transport supporting services	..	..	..	..	..
Transport equipment rental	..	..	..	..	..
Travel agencies and other reservation services industry	10 970	11 028	10 895	10 992	11 184
Cultural industry	..	..	..	..	..
Sports and recreation industry	..	..	..	..	..
Retail trade of country-specific tourism characteristic goods	..	..	..	..	..
Other country-specific tourism industries	44 141	46 199	44 850	45 222	45 725
Other industries	..	..	..	..	..

Note: Break in series. Since 2008, NACE Rev. 2 classification.

1. Includes hotels, campsites and other provision of short stay accommodation.

2. Includes restaurants, bars and canteens.

3. Break in series. Since 2008, excludes freight.

Source: National Institute for Statistics.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932989190>

Ryc. 23. Przedsiębiorstwa w turystyce.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf s. 297. [data: 20.12.2017]

II. Rynek recepcji turystycznej - turystyka krajowa

1. Przyjazdy i główne regiony emitujące

Table 1. **Spain: Domestic tourism**

	Unit	2008	2009	2010	2011	2012
Total domestic trips		--	--	--	--	--
Overnight visitors (tourists)	Thousand	157 615	154 995	145 477	147 408	146 554
Same-day visitors (excursionists)		--	--	--	--	--
<i>Trips by main purpose of visit</i>						
Business and professional		--	--	--	--	--
Holiday, leisure and recreation		--	--	--	--	--
Nights in all means of accommodation	Thousand	681 694	674 735	636 415	649 479	642 337
Hotels and similar establishments		--	--	--	--	--
Other collective establishments		--	--	--	--	--
Domestic travel receipts		--	--	--	--	--

Source: Institute of Tourism Studies (IET).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932989133>

Ryc. 24. Turystyka krajowa.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf, s. 296. [data: 20.12.2017]

Mało jest danych odnośnie turystyki krajowej. Na zamieszczonej rycinie numer 24, można doszukać się symbolicznych danych dotyczących turystów (odwiedzających z noclegiem) oraz noclegów we wszystkich rodzajach zakwaterowania. W latach 2008-2012 spadła liczba turystów o przeszło 11 tysięcy, podobnie sprawa ma się w przypadku noclegów, które spadły o ponad 39 tysięcy.

2. Dochody z turystyki krajowej.

Brak danych.

3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.

Brak danych.

4. Główne obszary koncentracji krajowego ruchu turystycznego.

Brak danych.

III. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa)

1. Przyjazdy i główne obszary emitujące (kraje)

Table 2. **Spain: Inbound tourism**

	Unit	2008	2009	2010	2011	2012
Total international arrivals	Thousand	97 670	91 899	93 744	99 187	99 195
Overnight visitors (tourists) ¹	Thousand	57 192	52 178	52 677	56 177	57 701
Same-day visitors (excursionists)	Thousand	40 478	39 722	41 067	43 010	41 495
<i>Top markets</i>						
United Kingdom	Thousand	15 775	13 297	12 440	13 615	13 654
Germany	Thousand	10 063	8 935	8 814	8 975	9 336
France	Thousand	8 149	7 955	8 125	8 375	8 969
Italy	Thousand	3 354	3 188	3 490	3 765	3 572
Netherlands	Thousand	2 480	2 089	2 276	2 772	2 549
Nights in all means of accommodation		--	--	--	--	--
Hotels and similar establishments		--	--	--	--	--
Other collective establishments		--	--	--	--	--
Total international receipts	Million EUR	47 646	42 718	44 797	48 477	49 190
International travel receipts	Million EUR	41 901	38 125	39 621	43 026	43 306
International passenger transport receipts	Million EUR	5 745	4 593	5 176	5 451	5 884

1. Number of tourists at border.

Source: Institute of Tourism Studies (IET) and Bank of Spain.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932989152>

Ryc. 25. Turystyka przyjazdowa.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf s. 296. [data: 20.12.2017]

Rycina 25, która przedstawia turystykę przyjazdową do Hiszpanii ukazuje dane odnośnie międzynarodowych przyjazdów, rynków mających największe znaczenie, a także wpływy z turystyki w milionach Euro. Z danych można wyczytać iż zwiększyły się przyjazdy do Hiszpanii, co niesie za sobą wzrost wpływów. Najważniejszymi rynkami dla Hiszpanii są turyści z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji, Włoch oraz Holandii.

Baleary są popularną destynacją turystyczną, co roku przybywa tutaj ok. 10 milionów turystów z całego świata. Na Baleary najwięcej turystów przybywa z Niemiec, następnie z Wielkiej Brytanii oraz z Hiszpanii, a także z Włoch i Francji, co zauważyć można na kolejnej rycinie (nr 27). Ilość turystów z wymienionych krajów jest mniej więcej

stała i nie zmienna w badanym okresie 2013-2015.

	Total	Hotels o similars	Allotjament en règim de propietat	Allotjament en règim de lloguer	Allotjament de familiars o amics	Altres
2015_Acumulat	12.541.968	8.517.738	643.222	1.703.607	1.022.543	654.858
2014_Total	13.524.502	8.991.577	780.451	2.010.660	1.083.089	658.726
2013_Total	13.049.783	9.024.322	832.447	1.652.899	980.209	559.907

Ryc. 26. Turyści na Balearach z podziałem na okres i rodzaj zakwaterowania.

https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/b87ffbc5-a295-4732-b3bc-2ab227ef7b27/ca/I208002_1002.px [data: 20.12.2017]

Najwięcej turystów korzysta z hoteli i podobnych obiektów noclegowych, a także z wynajmowanych mieszkań, co ukazuje rycina numer 26.

	2015_Acumula	2014_Total	2013_Total
TOTAL (1+2)	12.541.968	13.524.502	13.049.783
1. ESPANYA	2.124.829	2.176.242	1.992.323
2. ESTRANGER	10.417.139	11.348.260	11.057.460
(102) Àustria	184.806	198.187	185.373
(103) Bèlgica	197.748	186.406	138.469
(107) Dinamarca	192.561	219.285	203.325
(109) Finlàndia	38.055	54.295	58.203
(110) França	471.624	477.620	458.395
(113) Irlanda	132.040	125.201	135.326
(115) Itàlia	670.046	622.858	564.902
(117) Luxemburg	23.646	24.778	26.072
(120) Noruega	148.988	185.962	207.821
(121) Països Baixos	353.130	381.842	371.591
(123) Portugal	73.802	69.124	63.316
(125) Regne Unit	3.174.210	3.384.886	3.341.104
(126) Alemanya	3.569.776	4.142.458	4.087.062
(131) Suècia	299.255	338.877	322.564
(132) Suïssa	395.887	403.059	371.291
(154) Rússia	50.606	120.083	133.229
Resta d'Europa	225.517	238.859	244.342
(302) Estats Units	65.900	58.420	36.873
Amèrica Llatina	36.554	36.818	26.858
Resta del món	112.988	79.244	81.342

Ryc. 27. Turyści na Balearach według okresu i kraju zamieszkania.

[https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-](https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/e3cf1ac0-3dce-4b97-948f-ef216a613f9e/ca/I208002_1001.px)

[703aaa0cb9e0/e3cf1ac0-3dce-4b97-948f-ef216a613f9e/ca/I208002_1001.px](https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/e3cf1ac0-3dce-4b97-948f-ef216a613f9e/ca/I208002_1001.px) [data:

20.12.2017]

- **WYDATKI TURYSTÓW:**

Najwięcej pieniędzy wydają turyści z Niemiec, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii, następnie turyści z krajów nordyckich i reszta Europy. Wydatki turystów na Balearach możemy prześledzić na rycinie numer 28. Podejmując analizę, warto zauważyć, iż w latach 2013-2015 odnotowano coraz mniejsze wpływy z turystyki.

	Despesa total	Despesa mitjana diària	Despesa mitjana per persona
2015_Acumulat			
TOTAL (1+2)	11.420.745	112,90	910,60
1. ESPANYA	1.492.768	89,45	702,54
2. ESTRANGER	9.927.977	117,53	953,04
(110) França	409.747	100,60	868,80
(115) Itàlia	598.681	118,47	893,49
(125) Regne Unit	2.811.510	114,97	885,74
(126) Alemanya	3.127.857	107,76	876,21
(132) Suïssa	436.668	141,07	1.103,01
Bèlgica, Luxemburg i Països Baixos	552.532	117,91	961,72
Països nòrdics	774.635	140,01	1.141,08
Resta d'Europa	739.180	125,33	1.108,60
Resta del món	477.167	179,99	2.214,83
2014_Total			
TOTAL (1+2)	11.960.046	107,86	884,32
1. ESPANYA	1.604.857	95,05	737,44
2. ESTRANGER	10.355.189	110,16	912,49
(110) França	403.964	94,33	845,79
(115) Itàlia	531.200	112,00	852,84
(125) Regne Unit	2.799.813	105,04	827,15
(126) Alemanya	3.588.888	104,77	866,37
(132) Suïssa	446.412	135,32	1.107,56
Bèlgica, Luxemburg i Països Baixos	514.720	103,69	867,96
Països nòrdics	879.932	131,57	1.102,09
Resta d'Europa	816.775	117,96	1.086,93
Resta del món	373.484	170,29	2.140,54
2013_Total			
TOTAL (1+2)	12.017.621	111,13	920,90
1. ESPANYA	1.381.795	90,14	693,56
2. ESTRANGER	10.635.826	114,60	961,87
(110) França	448.943	107,86	979,38
(115) Itàlia	549.340	123,07	972,44
(125) Regne Unit	2.913.356	109,54	871,97
(126) Alemanya	3.733.382	107,56	913,46
(132) Suïssa	410.501	139,48	1.105,60
Bèlgica, Luxemburg i Països Baixos	536.459	115,63	1.000,60
Països nòrdics	895.907	143,04	1.131,32
Resta d'Europa	813.702	114,93	1.068,43
Resta del món	334.237	171,28	2.303,72

Ryc. 28. Całkowite wydatki i średni koszt turystów na Balearach według okresu i kraju zamieszkania.

https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6-bf8788247112/473ae000-ba4a-4cbd-8126-3d0f1c215203/ca/I208004_2001.px [data: 20.12.2017]

- WYDATKI NA ZAKWATEROWANIE:**

Turyści najczęściej wydają na zakwaterowanie w hotelach i podobnych jednostkach

noclegowych, są to też najczęściej wybierane rodzaje zakwaterowania. Następnie turyści wybierają mieszkania wynajmowane. Sytuacja utrzymuje się w badanym okresie 2013-2015 na zbliżonym poziomie.

	Despesa total	Despesa mitjana diària	Despesa mitjana per persona
2015_Acumulat			
TOTAL	11.420.745	112,90	910,60
Hotels i similars	7.785.816	127,46	914,07
Allotjament en règim de propietat	555.203	67,56	863,16
Allotjament en règim de lloguer	1.930.683	110,14	1.133,29
Allotjament amb familiars o amics	608.388	63,15	594,98
Altres	540.654	115,24	825,61
2014_Total			
TOTAL	11.960.046	107,86	884,32
Hotels i similars	7.821.841	120,52	869,91
Allotjament en règim de propietat	696.449	68,53	892,37
Allotjament en règim de lloguer	2.297.717	107,73	1.142,77
Allotjament amb familiars o amics	640.487	66,39	591,35
Altres	503.552	103,82	764,43
2013_Total			
TOTAL	12.017.621	111,13	920,90
Hotels i similars	8.300.423	123,64	919,78
Allotjament en règim de propietat	745.353	73,55	895,37
Allotjament en règim de lloguer	1.940.718	108,13	1.174,13
Allotjament amb familiars o amics	596.147	69,54	608,18
Altres	434.979	99,90	776,87

Ryc. 29. Całkowite wydatki i średni koszt turystów na Balearach według okresu i rodzaju zakwaterowania.

https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6-bf8788247112/38ac19de-c57b-456a-b652-90b21ee492e7/ca/I208004_2022.px [data: 20.12.2017]

- **ŚREDNI CZAS POBYTU:**

Średni czas pobytu turystów na Balearach to ok. 13 dni w nieruchomościach, ok. 10 dni w mieszkaniach wynajmowanych, prawie 10 dni podczas zakwaterowania u krewnych i rodziny, ok 7 dni w hotelach i podobnych. Ogólny średni czas pobytu bez podziału na typ zakwaterowania wynosi ok. 8 dni.

	Pernotacions	Estada mitjana
2015_Acumulat		
TOTAL	101.158.471	8,07
Hotels i similars	61.085.176	7,17
Allotjament en règim de propietat	8.217.942	12,78
Allotjament en règim de lloguer	17.529.568	10,29
Allotjament amb familiars o amics	9.634.355	9,42
Altres	4.691.430	7,16
2014_Total		
2013_Total		
TOTAL	108.141.182	8,29
Hotels i similars	67.132.268	7,44
Allotjament en règim de propietat	10.134.203	12,17
Allotjament en règim de lloguer	17.947.249	10,86
Allotjament amb familiars o amics	8.573.220	8,75
Altres	4.354.243	7,78

Ryc. 30. Liczba noclegów i średni czas pobytu turystów na Balearach według okresu i rodzaju zakwaterowania.

https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6-bf8788247112/970940c4-2988-4f5d-a7bb-29a3f7bb6397/ca/I208004_1022.px [data: 20.12.2017]

2. Dochody z turystyki przyjazdowej

Table 1.2. **International travel receipts and expenditure, 2011-12**

Million USD

	Travel receipts		Travel expenditure		Travel balance	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Australia	31 486	31 546	26 719	27 493	4 767	4 053
Austria	19 833	18 895	10 469	10 054	9 364	8 841
Belgium	13 096	13 013	20 507	20 189	-7 411	-7 176
Canada	16 800	17 402	33 323	35 058	-16 523	-17 656
Chile	1 875	2 139	1 651	1 821	224	318
Czech Republic	7 671	7 039	4 553	4 297	3 118	2 742
Denmark	6 344	6 129	10 005	9 600	-3 662	-3 471
Estonia	1 247	1 226	805	795	443	430
Finland	3 816	4 140	4 868	4 803	-1 052	-663
France	54 678	53 553	44 844	39 067	9 834	14 486
Germany	38 785	38 160	85 771	83 388	-46 987	-45 227
Greece	14 603	13 419	3 150	2 369	11 453	11 050
Hungary	5 629	4 841	2 485	1 968	3 144	2 872
Iceland	748	845	741	782	8	64
Ireland	3 981	3 697	7 423	6 758	-3 441	-3 061
Israel	5 304	5 493	3 838	3 752	1 467	1 740
Italy	42 943	41 188	28 613	26 355	14 330	14 832
Japan	11 277	15 039	27 191	28 074	-15 913	-13 034
Korea	12 525	14 231	19 934	20 101	-7 408	-5 870
Luxembourg	4 464	4 606	3 717	3 707	747	899
Mexico	11 869	12 739	7 832	8 449	4 037	4 291
Netherlands	14 352	13 735	20 603	20 077	-6 251	-6 341
New Zealand	5 579	5 394	3 442	3 715	2 137	1 680
Norway	5 232	5 359	16 074	16 867	-10 841	-11 508
Poland	10 683	10 938	8 462	8 758	2 221	2 180
Portugal	11 324	11 058	4 134	3 785	7 190	7 272
Slovak Republic	2 426	2 299	2 178	2 160	247	139
Slovenia	2 746	2 685	1 135	943	1 610	1 742
Spain	59 812	55 642	17 167	15 304	42 645	40 338
Sweden	10 421	10 363	15 264	15 478	-4 843	-5 114
Switzerland	17 100	15 979	13 657	13 802	3 443	2 177
Turkey	25 054	25 653	4 883	4 094	20 171	21 559
United Kingdom	35 069	36 613	50 998	51 473	-15 929	-14 860
United States	115 552	126 214	78 229	83 451	37 323	42 763

Ryc. 31. Międzynarodowe wpływy i wydatki na podróże.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf s. 21. [data: 20.12.2017]

Międzynarodowe wpływy i wydatki na podróże w Hiszpanii w okresie 2011-2012 spadają. Są to spadki we wszystkich branych pod uwagę w rycinie 31. kategoriach, kolejno: potwierdzenie podróży, wydatki na podróże,

3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.

Najważniejszymi turystami są Niemcy, Brytyjczycy, Hiszpanie. Stanowią oni największy odsetek turystów na Balearach.

4. Główne obszary koncentracji przyjazdowego ruchu turystycznego

Najwięcej turystów przybywa na Majorkę, Ibizę, Minorę oraz Formenterę i to właśnie tam znajdują się główne obszary koncentracji ruchu turystycznego. Do głównych miejscowości wypoczynkowych wśród turystów należą: Palma de Mallorca, Can Pastilla, Playa de Palma, El Arenal, Magaluf, Palma Nova, Cala Ratjada. Z kolei na Ibizie miastami koncentrującymi najwięcej turystów są: Eivissa (Ibiza), Sant Antoni de Portmany, Playa d'en Bossa, Portinatx, Cala Llonga. Na Minorce są to: Mahon, Son Parc, Son Bou, Santo Tomas, Punta Prima, Ciutadella. Na Formenterze, głównie w stolicy wyspy – Sant Francesc.

IV. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa):

1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców danego kraju/regionu w turystyce zagranicznej:

Analizując rycinę numer 32, można zauważyć, iż w badanym okresie 2008-2012 coraz więcej Hiszpanów uprawia turystykę wyjazdową poza granice kraju. Jednak ilość wyjazdów nie przekłada się na ilość wydawanych pieniędzy i tutaj można zaobserwować spadek jeśli chodzi o wydatki na turystykę. Turyści wydają coraz więcej na transport, a coraz mniej wydają na podróże.

Table 3. **Spain: Outbound tourism**

	Unit	2008	2009	2010	2011	2012
Total international departures		--	--	--	--	--
Overnight visitors (tourists)	Thousand	11 229	12 017	12 379	13 347	12 185
Same-day visitors (excursionists)		--	--	--	--	--
Total international expenditure	Million EUR	18 467	16 294	17 162	16 955	16 958
International travel expenditure	Million EUR	13 834	12 086	12 663	12 349	11 911
International passenger transport expenditure	Million EUR	4 633	4 208	4 499	4 606	5 047

Source: Institute of Tourism Studies (IET) and Bank of Spain.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932989171>

Ryc. 32. Turystyka wyjazdowa.

http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf s. 297. [data: 20.12.2017]

2. Wydatki na podróże zagraniczne:

Porównując wydatki na podstawie Wskaźnika Użyteczności Turystyki Zagranicznej za lata 2012-2013 w Hiszpanii w badanych latach wzrosły z 15 271 mln \$ do 16 287 mln \$, co też przełożyło się na wzrost wydatków na jednego mieszkańca o średnio 19\$.

Załącznik 2.

WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2014

Wskaźniki cząstkowe dla rynków emisyjnych dane za 2013 r.

Lp.	Kraj	Wydatki na wyjazdy 2013 r.		Zmiana wydatków 2008-2013		Wydatki na 1 mieszk. w 2013 r.		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	
1	Chiny*	128600	1,0000	92443	1,0000	95	0,0086	2,0086
2	Norwegia*	18400	0,1408	4300	0,0465	3 619	1,0000	1,1873
3	USA	95271	0,7401	8366	0,0905	301	0,0667	0,8973
4	Niemcy	85806	0,6663	-5792	-0,0627	1 064	0,2814	0,8850
5	Rosja*	53500	0,4144	30331	0,3281	373	0,0868	0,8293
6	Belgia	21635	0,1660	1776	0,0192	1 933	0,5256	0,7108
7	Szwecja*	17600	0,1345	3149	0,0341	1 835	0,4981	0,6667
8	Szwajcaria	14907	0,1135	3994	0,0432	1 845	0,5008	0,6575
9	Australia*	28400	0,2187	9651	0,1044	1 228	0,3273	0,6504
10	Kanada*	35200	0,2718	8355	0,0904	1 001	0,2636	0,6258
11	Dania*	10200	0,0768	502	0,0054	1 817	0,4931	0,5753
12	Francja*	42900	0,3318	1623	0,0176	650	0,1647	0,5141
13	Holandia	20471	0,1569	-1357	-0,0147	1 218	0,3246	0,4668
14	W. Brytania*	52600	0,4074	-17192	-0,1860	821	0,2128	0,4342
15	Austria	10253	0,0772	-1179	-0,0128	1 210	0,3223	0,3867
16	Brazylia	25103	0,1930	14141	0,1530	125	0,0172	0,3632
17	Irlandia*	6200	0,0456	-4213	-0,0456	1 349	0,3615	0,3615
18	Finlandia	5292	0,0386	746	0,0081	973	0,2556	0,3023
19	Korea*	21700	0,1665	2635	0,0285	432	0,1035	0,2985
20	Włochy	26947	0,2074	-3984	-0,0431	450	0,1087	0,2730
21	Estonia**	1080	0,0057	271	0,0029	815	0,2113	0,2199
22	Hiszpania	16287	0,1243	-4076	-0,0441	349	0,0802	0,1604
23	Izrael	3961	0,0282	274	0,0030	491	0,1202	0,1514

Ryc. 33. Wskaźniki cząstkowe dla rynków emisyjnych.

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2014, s. 6.

Załącznik 2.

WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2013

Wskaźniki cząstkowe dla rynków emisyjnych dane za 2012 r.

Lp.	Kraj	Wydatki na wyjazdy 2012 r.		Zmiana wydatków 2007-2012		Wydatki na 1 mieszk. w 2012 r.		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	
1	Chiny	101977	1,0000	72191	1,0000	75	0,0061	2,0061
2	Norwegia	16836	0,1624	5013	0,0691	3 354,5	1,0000	1,2315
3	Niemcy	83422	0,8175	266	0,0033	1 019	0,2920	1,1128
4	USA	91655	0,8985	8643	0,1194	292	0,0717	1,0896
5	Belgia	21622	0,2095	4116	0,0566	1 941	0,5714	0,8375
6	Australia	27557	0,2679	12726	0,1759	1 215	0,3514	0,7952
7	Rosja*	42800	0,4178	20667	0,2860	298	0,0736	0,7774
8	Kanada	35059	0,3417	10343	0,1429	1 005	0,2879	0,7725
9	Szwajcaria*	13800	0,1325	3686	0,0507	1 726	0,5063	0,6895
10	Szwecja	16114	0,1553	2618	0,0359	1 693	0,4965	0,6877
11	Dania*	9500	0,0902	670	0,0089	1 699	0,4983	0,5974
12	Holandia*	20200	0,1955	1090	0,0147	1 205	0,3484	0,5586
13	Francja*	39100	0,3814	839	0,0112	595	0,1636	0,5562
14	W. Brytania*	51500	0,5034	-20019	-0,2778	815	0,2301	0,4557
15	Austria	10065	0,0958	-496	-0,0073	1 189	0,3437	0,4322
16	Brazylia	22233	0,2155	14022	0,1939	112	0,0171	0,4265
17	Irlandia*	5900	0,0548	-2756	-0,0386	1 286	0,3729	0,3891
18	Włochy	26063	0,2532	-1266	-0,0180	428	0,1129	0,3481
19	Japonia	27906	0,2713	1395	0,0189	219	0,0495	0,3397
20	Finlandia	4799	0,0440	816	0,0109	886	0,2519	0,3068
21	Korea*	20100	0,1945	-1875	-0,0264	402	0,1050	0,2731
22	Estonia	795	0,0046	125	0,0013	594	0,1631	0,1690
23	Hiszpania	15271	0,1470	-4453	-0,0621	330	0,0834	0,1683
24	Izrael	3752	0,0337	492	0,0064	474	0,1270	0,1671

Ryc. 34. Wskaźniki cząstkowe dla rynków emisyjnych.

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2013, s. 7.

3. Ulubione destynacje mieszkańców analizowanego kraju/regionu

Hiszpania	2014	2015	2016
Preferowane kierunki wyjazdów	Europa (9 077 982) w tym kraje UE (7.741.349)	Europa, USA, Azja Pacyfik	Europa, Azja Pacyfik, USA, Am. łac.
Średni czas trwania podróży zagranicznej	9,3 dnia	b.d.	b.d.
Wydatki podczas podróży zagranicznej	70 Euro/dziennie	b.d.	b.d.
Środek transportu	Samolot (7 191 327), samochód (3 508 717)	b.d.	b.d.
Preferowany rodzaj zakwaterowania podczas podr. zagr.	hotel	hotel	hotel

Źródła: [Familitur](#)

Ryc. 35. Wyjazdy Hiszpanów.

Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT), s. 92.

Hiszpanie preferują kierunki takie jak Europa, sąsiedzi, USA, Azja, Ameryka Łacińska. Wśród Hiszpanów cieszą się największą popularnością Francja, Portugalia, Niemcy i Wielka Brytania. Najczęściej wybierany środek transportu to samolot, a rodzaj zakwaterowania – hotel.

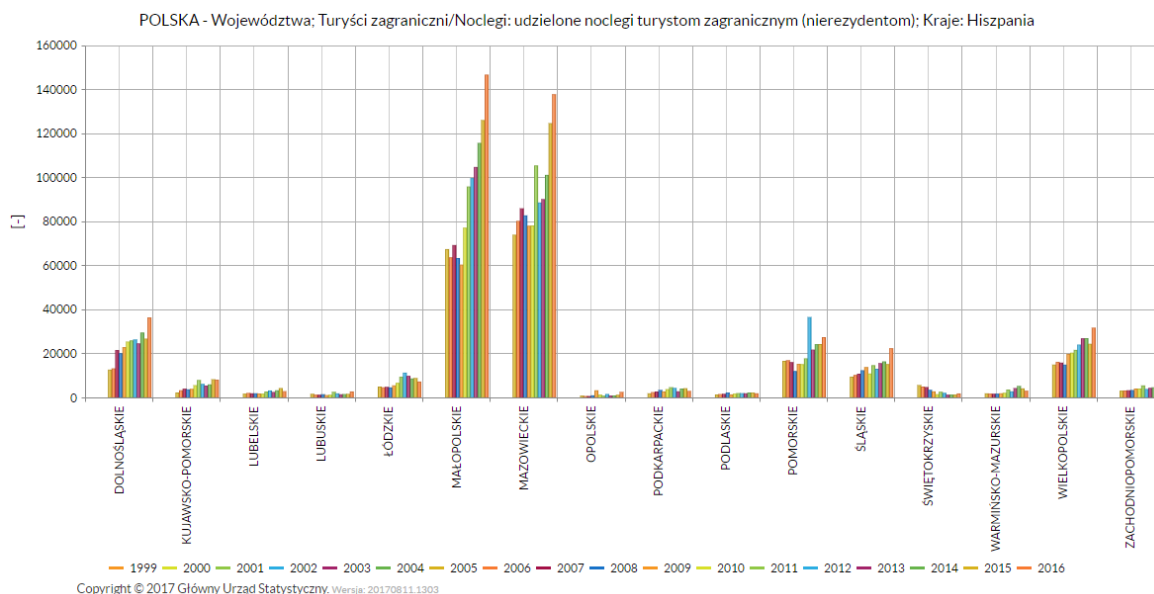
V. Znaczenie badanego rynku dla Polski/regionu.

1. Analiza przyjazdów do Polski/regionu z opisywanego rynku:

Jednostka terytorialna ▲	udzielone noclegi turystom zagranicznym (nierezydentom)														
	Hiszpania														
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
POLSKA	-	-	-	-	-	-	216 175	222 094	241 625	228 102	234 380	252 341	318 698	323 046	313 896

Ryc. 36. Noclegi udzielone turystom zagranicznym (nierezydentom) w turystycznych obiektach noclegowych według wybranych krajów.

<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> [data: 20.12.2017]



Ryc. 37. Noclegi udzielone turystom zagranicznym (nierezydentom) w turystycznych obiektach noclegowych według wybranych krajów.

<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> [data: 20.12.2017]

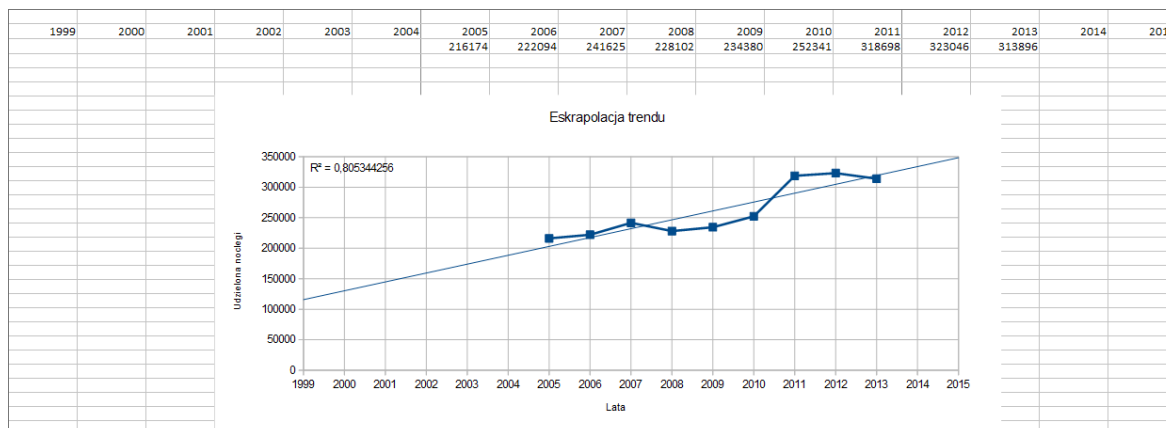
Kraj	Liczba korzystających z noclegów			Liczba noclegów			Zmiana 2016/2015
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	
Hiszpania	163 000	183 152	197 974	330 661	380 440	410 399	turyści +8,1% noclegi +7,9%
Portugalia	21 000	25 679	30 608	49 110	61 360	67 523	turyści +19,2% noclegi +10%

Ryc. 38. Przyjazdy do Polski.

Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT), s. 93

Do Polski przyjeżdża coraz więcej turystów z Hiszpanii. Zazwyczaj są to wyjazdy kilkudniowe, bądź tygodniowe, podczas których odwiedzają najważniejsze miasta. Najczęściej odwiedzane miasta to: Kraków, Warszawa, Wrocław i Poznań²⁵.

Do udzielonych noclegów turystom z Hiszpanii w Polsce, można stworzyć ekstrapolację trendu z prognozą, która przedstawia się następująco.



Ryc. 39. Ekstrapolacja trendu.

Na podstawie otrzymanej linii trendu można przypuszczać, iż trend jest wzrostowy i w przyszłości Polska będzie udzielać coraz więcej noclegów Hiszpanom.

2. Analiza wydatków w Polsce turystów pochodzących z analizowanego rynku

Turyści z Hiszpanii wydali w Polsce w 2013 roku 75,5 milionów dolarów, co ustanowiło, że znajdują się na 15. miejscu pod względem wielkości wydatków w Polsce. Z kolei w roku 2012 wydali 79, 5 miliona dolarów i byli na 13. miejscu pod względem wydatków.

²⁵ Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT), s. 93.

WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2014
Wskaźniki cząstkowe dla Polski DANE ZA 2013 R.

Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę ¹		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców ¹		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
1	Niemcy	3 641,2	1,0000	297,6	0,1013	5 140	1,0000	983,4	1,0000	6,38	0,1598	3,2611
2	Ukraina	1 759,0	0,4826	420,0	0,1807	2 200	0,4263	196,9	0,1987	4,84	0,1212	1,4095
3	Białoruś	1 156,7	0,3170	341,2	0,1296	1 780	0,3444	146,45	0,1473	18,80	0,4709	1,4092
4	Rosja	721,8	0,1975	407,0	0,1723	620	0,1180	335,3	0,3397	0,43	0,0107	0,8382
5	Litwa	339,7	0,0924	185,05	0,0284	590	0,1122	81,5	0,0812	19,96	0,5000	0,8142
6	USA	255,5	0,0693	795,4	0,4242	320	0,0595	199,7	0,2016	0,10	0,0024	0,7570
7	Łotwa	112,3	0,0299	311,9	0,1106	330	0,0615	54,4	0,0535	16,39	0,4106	0,6661
8	W. Brytania	180,9	0,0488	344,4	0,1317	510	0,0966	341,0	0,3455	0,80	0,0199	0,6425
9	Kanada	73,0	0,0191	912,4	0,5000	80	0,0127	27,2	0,0258	0,23	0,0057	0,5633
10	Izrael	53,3	0,0137	592,7	0,2927	90	0,0146	142,5	0,1433	1,12	0,0280	0,4923
11	Japonia	35,2	0,0087	783,3	0,4163	45	0,0059	46,25	0,0452	0,04	0,0009	0,4770
12	Austria	157,8	0,0424	462,2	0,2081	330	0,0615	57,7	0,0569	3,89	0,0974	0,4663
13	Holandia	169,1	0,0455	438,4	0,1926	370	0,0693	98,4	0,0984	2,20	0,0550	0,4608
14	Francja	112,3	0,0299	419,6	0,1804	255	0,0468	171,3	0,1726	0,39	0,0097	0,4394
15	Hiszpania	75,5	0,0198	516,3	0,2432	145	0,0254	133,0	0,1336	0,31	0,0077	0,4297
16	Włochy	99,8	0,0265	336,4	0,1265	280	0,0517	195,4	0,1972	0,47	0,0117	0,4136
17	Australia	54,9	0,0142	686,3	0,3534	80	0,0127	23,5	0,0221	0,35	0,0087	0,4111
18	Czechy	826,3	0,2262	141,3	0,0000	245	0,0449	75,6	0,0751	2,33	0,0583	0,4045
19	Norwegia	50,5	0,0129	326,0	0,1198	155	0,0273	140,6	0,1414	3,05	0,0763	0,3777
20	Estonia	32,4	0,0080	292,1	0,0978	110	0,0185	28,8	0,0275	8,30	0,2079	0,3597
21	Słowacja	663,5	0,1815	209,6	0,0443	125	0,0215	42,55	0,0415	2,31	0,0578	0,3466

¹ Dla wskaźnika wydatków w Polsce na 1 turystę oraz stosunku (w %) l. przyjazdów turystów do Polski a liczbą ludności za względu na ich specyficzny rozkład i wartości przyjęto połowę wielkości wartości wystandaryzowanej, tym samym obniżając jego znaczenie w ukształtowaniu się końcowej wartości WUTZ.

Ryc. 40. Wskaźniki cząstkowe dla Polski.

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2014, s. 4.

WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2013
Wskaźniki cząstkowe dla Polski DANE ZA 2012 R.

Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę ¹		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców ¹		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
1	Niemcy	3 712,6	1,0000	339,5	0,1201	4 800	1,0000	907,8	1,0000	5,86	0,1422	3,2623
2	Ukraina	1 504,3	0,4046	440	0,1851	1 930	0,4002	154,4	0,1683	4,23	0,1026	1,2608
3	Białoruś	1 000,3	0,2688	325	0,1106	1 620	0,3354	109,1	0,1183	17,10	0,4150	1,2481
4	Litwa	289,4	0,0771	153	0,0000	615	0,1254	78,5	0,0846	20,60	0,5000	0,7871
5	USA	247,7	0,0659	876	0,4661	280	0,0554	174,7	0,1908	0,09	0,0021	0,7803
8	Rosja	516,9	0,1384	315,5	0,1048	670	0,1369	321,85	0,3532	0,47	0,0113	0,7446
6	W. Brytania	194,6	0,0515	379	0,1455	500	0,1014	329,25	0,3614	0,79	0,0191	0,6789
12	Łotwa	78,3	0,0202	215	0,0398	330	0,0658	48,9	0,0519	16,30	0,3956	0,5733
7	Japonia	37,1	0,0091	928,5	0,5000	40	0,0052	37,8	0,0396	0,03	0,0007	0,5546
18	Kanada	77,7	0,0200	863	0,4577	90	0,0157	28,15	0,0290	0,26	0,0062	0,5286
13	Chiny	39,6	0,0098	880	0,4687	45	0,0063	33,3	0,0347	0,003	0,0000	0,5195
11	Włochy	137,8	0,0362	456	0,1951	295	0,0585	193,3	0,2113	0,48	0,0116	0,5127
14	Korea	31,3	0,0075	894,5	0,4781	35	0,0042	14,1	0,0135	0,07	0,0016	0,5049
20	Australia	62,3	0,0159	831	0,4370	75	0,0125	21,2	0,0213	0,33	0,0079	0,4946
9	Francja	119,7	0,0314	476	0,2080	240	0,0470	165,25	0,1803	0,37	0,0089	0,4756
16	Czechy	966,8	0,2597	190	0,0238	205	0,0397	77,85	0,0839	1,95	0,0472	0,4543
21	Hiszpania	79,5	0,0205	524	0,2390	150	0,0282	131,7	0,1433	0,32	0,0077	0,4387
10	Austria	145,5	0,0383	433,5	0,1808	325	0,0648	56,35	0,0601	3,84	0,0931	0,4371
19	Izrael	40,8	0,0101	510	0,2303	80	0,0136	145,4	0,1584	1,01	0,0244	0,4368
15	Holandia	147,0	0,0387	398,5	0,1582	355	0,0711	92,7	0,1002	2,12	0,0514	0,4196
22	Norwegia	52,2	0,0132	373	0,1416	140	0,0261	120,1	0,1305	2,79	0,0677	0,3791

¹ Dla wskaźnika wydatków w Polsce na 1 turystę oraz stosunku (w %) l. przyjazdów turystów do Polski a liczbą ludności za względu na ich specyficzny rozkład i wartości przyjęto połowę wielkości wartości wystandaryzowanej, tym samym obniżając jego znaczenie w ukształtowaniu się końcowej wartości WUTZ.

Ryc. 41. Wskaźniki cząstkowe dla Polski.

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2013, s. 5.

3. Zaangażowanie marketingowe Polski/regionu na danym rynku i zaangażowanie marketingowe danego kraju w Polsce:

Polska prowadzi działania promocyjne w Hiszpanii. Odbywa się to na targach turystycznych, imprezach turystycznych, a także kooperacjach zagranicznych ośrodków w Hiszpanii²⁶.

Mierniki działań promocyjnych				
L.p.		Rok 2015		Rok 2016
1.	Podróże studyjne			
	Liczba przyjętych dziennikarzy	23		34
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	3		9
	Liczba VIP lub innych	0		1
2.	Touroperatorzy			
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	61		56
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy wprowadzili do swoich katalogów polską ofertę turystyczną	1		2
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy wycofali ze swoich katalogów polską ofertę turystyczną	0		7
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy rozszerzyli w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	1		7
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z P
		365	5	269 0
3.	Liczba adresów w bazie newslettera			
	system CRM	8.553		9.049
	inne niż CRM	9.471		9.967
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	269.047		399.379
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią			
	Facebook	5.700		6.019
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	4.969		4.490
7.	Wartość artykułów i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2016 roku, liczona według ceny reklamy w EURO			
	na skutek organizacji podróży studyjnych	315.371		470.205
	na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, w tym podróży studyjnych	421.274		656.158

Ryc. 42. Mierniki działań promocyjnych.

²⁶ Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT), s. 100-102.

Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT), s. 105.

4. Analiza wyjazdów Polaków do analizowanego kraju:

Polacy chętnie wybierają jako destynację turystyczną Hiszpanię. W 2016 roku uplasowała się na 7 miejscu wraz ze Słowacją. Mogą o tym świadczyć dobre połączenia lotnicze, a także atrakcyjne oferty biur podróży, piękne krajobrazy, sławne kurorty turystyczne, które przyciągają uwagę Polaków.

Tab. 27. Zagraniczne podróże polskich turystów według odwiedzanych krajów (mln)

Wyszczególnienie	2014	2015	2016
Niemcy	2,1	2,1	2,3
Belgia	0,12	0,11	0,11
Czechy	0,5	0,6	0,7
Hiszpania	0,5	0,5	0,5
Włochy	0,8	0,9	0,9
Słowacja	0,34	0,5	0,5
Wielka Brytania	0,8	0,8	0,9
Austria	0,3	0,4	0,4
Chorwacja	0,55	0,66	0,71
Dania	0,09	0,1	0,11
Egipt	0,3	0,3	0,09
Francja	0,4	0,4	0,4
Grecja	0,51	0,61	0,62
Holandia	0,28	0,21	0,21
Irlandia	0,2	0,2	0,22
Norwegia	0,35	0,4	0,4
Turcja	0,4	0,4	0,24
Ukraina	0,2	0,2	0,2
Węgry	0,2	0,26	0,26
Bulgaria	0,15	0,16	0,17
Litwa	0,19	0,19	0,21
Szwecja	0,4	0,4	0,4

Ryc. 43. Zagraniczne podróże Polaków.

MsiT, Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2016 roku , s. 10.

Zakończenie

Hiszpania jest znaczącym rynkiem w wymiarze globalnym. Rok do roku utrzymuje się na wysokich pozycjach pod względem najczęściej odwiedzanych krajów. Rynek turystyczny Balearów, również jest dobrze rozwinięty, co roku przybywa tam około 10 milionów turystów, co znaczy o tym, że jest to atrakcyjny kierunek dla ludzi z całego świata.

Baleary, jak i Hiszpania jest często wybieranym krajem przez turystów z całego świata, a najczęściej z Niemiec, Wielkiej Brytanii, Włoch, Francji.

Hiszpania zajmuje wysokie miejsce pod względem wyboru jako destylacja turystyczna również dla turystów z Polski. Jak wynika z badań, Polacy chętnie wybierają ten kierunek, jako destylację turystyczną. Do zalet tego kierunku należy zaliczyć bliskość, położenie, liczba atrakcji turystycznych, ale także dobrze przygotowane zaplecze turystyczne, takie jak baza noclegowa, gastronomiczna i inne usługi towarzyszące. Hiszpania posiada również dużo miejscowości nadmorskich, z pięknymi wybrzeżami.

Do Polski przyjeżdża rok do roku dużo Hiszpanów, którzy są zadowoleni z tego kierunku. Najchętniej jako odwiedzane miasta podczas swojej podróży wybierają Kraków, Warszawę, Wrocław i Poznań. Najczęściej są to podróże tygodniowe, podczas których odwiedzają najważniejsze miasta Polski, zatrzymując się w nich na krótki czas. W Polsce Hiszpanie znajdują się w pierwszej 10. pod względem wydawanych pieniędzy, co może potwierdzić, iż duże znaczenie ma ten rynek dla Polski.

Zarówno Hiszpania, jak i Baleary są rozwojowym rynkiem, również dla Polski. Jest to chętnie wybierana destylacja przez turystów. A w badaniach corocznych zajmuje wysoką pozycję jako kierunek turystyczny.

Wykaz źródeł

MsiT, Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2016 roku.

Analiza rynków za rok 2016 objętych działaniami zagranicznych ośrodków polskiej organizacji turystycznej (ZOPOT).

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2014.

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2013.

Marco Polo, Majorka, 2017.

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary#/media/File:Localizaci](https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary#/media/File:Localizaci%C3%B3n_de_las_Islas_Baleares.svg)

[%C3%B3n_de_las_Islas_Baleares.svg](https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary#/media/File:Localizaci%C3%B3n_de_las_Islas_Baleares.svg) [data: 20.12.2017]

<http://www.wikiwand.com/pl/Baleary> [data: 20.12.2017]

https://pl.wikipedia.org/wiki/Flaga_Balear%C3%B3w [data: 20.12.2017]

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 12.12.2017]

<http://baleary.pl/> [data: 12.12.2017]

<http://baleary.pl/index.php/majorka/> [data: 12.12.2017]

<https://www.itaka.pl/nasze-kierunki/hiszpania/ibiza.html> [data: 12.12.2017]

<http://baleary.pl/index.php/minorka/> [data: 12.12.2017]

<http://baleary.pl/index.php/formentera/> [data: 12.12.2017]

<http://baleary.pl/index.php/cabrera/> [data: 12.12.2017]

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Baleary> [data: 20.12.2017]

<http://www.wikiwand.com/pl/Baleary> [data: 20.12.2017]

<https://media.tui.pl/media/h5c/he0/9029506891806.pdf> [data: 20.12.2017]

<https://i.pinimg.com/originals/ca/97/0b/ca970bbfb605748c0c58aab3201e9484.jpg> [data: 19.12.2017]

<http://www.telegraph.co.uk/content/dam/Travel/2017/April/palma-DABWJE-xlarge.jpg> [data: 19.12.2017]

http://www.sailingdreams.com/sites/sailingdreams.com/files/formentera_illetas.jpg [data: 19.12.2017]

https://www.sixt.com/fileadmin/files/global/user_upload/pictures-branch-page/alcudia-branchpage-new-3.jpg [data: 19.12.2017]

<https://www.casesdecasgarriguer.com/images/9be498c07658cb55fd55b7c1395918bf.jpg> [data: 19.12.2017]

<http://www.weare.es/img/blog/760x410/parque-natural-de-ses-salines.jpg> [data: 19.12.2017]

<https://www.easyjet.com/en/holidays/shared/images/guides/spain/menorca/mahon.jpg> [data: 19.12.2017]

https://www.engelvoelkers.com/wp-content/uploads/2014/08/Portals_blanes-4435-x-2947-003002.jpg [data: 19.12.2017]

<http://www.ibiza.islasbalears.com/img/playas/portinatx.jpg> [data: 19.12.2017]
http://www.ai360.pl/panoramy/ico_tour/923.jpg [data: 19.12.2017]
<http://www.palma-airport.info/airlines.html> [data: 12.12.2017]
<http://www.hiszpania-apartamenty.pl/przewodnik-po-hiszpanii,baleary,115.html> [data: 12.12.2017]
<http://www.ine.es/prensa/np939.pdf> [data: 12.12.2017] s.2
<https://olganina.com/warunki-pracy-zarobki-w-hiszpanii/> [data: 12.12.2017]
<http://www.salariominimo.es/> [data: 12.12.2017]
https://es.wikipedia.org/wiki/Islas_Baleares [data: 20.12.2017]
http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf [data: 13.12.2017] s. 292
<http://certess.culture-routes.lu/partner/agency-tourism-balearic-islands-atb> [data: 13.12.2017]
https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/b87ffbc5-a295-4732-b3bc-2ab227ef7b27/ca/I208002_1002.px [data: 20.12.2017]
https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/e3cf1ac0-3dce-4b97-948f-ef216a613f9e/ca/I208002_1001.px [data: 20.12.2017]
https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6-bf8788247112/38ac19de-c57b-456a-b652-90b21ee492e7/ca/I208004_2022.px [data: 20.12.2017]
https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6-bf8788247112/473ae000-ba4a-4cbd-8126-3d0f1c215203/ca/I208004_2001.px [data: 20.12.2017]
https://www.caib.es/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6-bf8788247112/970940c4-2988-4f5d-a7bb-29a3f7bb6397/ca/I208004_1022.px [data: 20.12.2017]
<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> [data: 20.12.2017]

Spis rycin

Ryc. 1. Położenie na mapie.....	4
Ryc. 2. Flaga Balearów.....	5
Ryc. 3. Herb Balearów.....	5
Ryc. 4. Baleary.....	7
Ryc. 5. Archipelag.....	7
Ryc. 6. Podatek turystyczny na Balearach.....	8
Ryc. 7. Ibiza – stare miasto.....	9
Ryc. 8. Palma de Mallorca.....	10
Ryc. 9. Plaże na wyspie Formentera.....	10
Ryc. 10. Średniowieczne miasto Alcudia.....	10
Ryc. 11. Valldemossa.....	11
Ryc. 12. Rezerwat przyrody Ses Salines.....	11
Ryc. 13. Mahon Menorca.....	12
Ryc. 14. Port Majorka.....	12
Ryc. 15. Cala Portinatx Ibiza.....	13
Ryc. 16. Megalithy Talati de Dalt Minorka.....	13
Ryc. 17. PKB Hiszpania i Portugalia.....	15
Ryc. 18. Wykres populacji 2003-2013.....	16
Ryc. 19. Piramida demograficzna.....	16
Ryc. 20. Ludność wg wieku i płci.....	17

Ryc. 21. Schemat Organizacyjny Organów Turystyki.	19
Ryc. 22. Zatrudnienie w turystyce.....	21
Ryc. 23. Przedsiębiorstwa w turystyce.....	22
Ryc. 24. Turystyka krajowa.....	23
Ryc. 25. Turystyka przyjazdowa.....	24
Ryc. 26. Turyści na Balearach z podziałem na okres i rodzaj zakwaterowania.....	24
Ryc. 27. Turyści na Balearach według okresu i kraju zamieszkania.....	25
Ryc. 28. Całkowite wydatki i średni koszt turystów na Balearach według okresu i kraju zamieszkania.....	26
Ryc. 29. Całkowite wydatki i średni koszt turystów na Balearach według okresu i rodzaju zakwaterowania.....	27
Ryc. 30. Liczba noclegów i średni czas pobytu turystów na Balearach według okresu i rodzaju zakwaterowania.....	28
Ryc. 31. Międzynarodowe wpływy i wydatki na podróże.....	29
Ryc. 32. Turystyka wyjazdowa.....	30
Ryc. 33. Wskaźniki częściowe dla rynków emisyjnych.....	31
Ryc. 34. Wskaźniki częściowe dla rynków emisyjnych.....	32
Ryc. 35. Wyjazdy Hiszpanów.....	33
Ryc. 36. Noclegi udzielone turystom zagranicznym (nierezydentom) w turystycznych obiektach noclegowych według wybranych krajów.....	33
Ryc. 37. Noclegi udzielone turystom zagranicznym (nierezydentom) w turystycznych obiektach noclegowych według wybranych krajów.....	34
Ryc. 38. Przyjazdy do Polski.....	34
Ryc. 39. Ekstrapolacja trendu.....	35
Ryc. 40. Wskaźniki częściowe dla Polski.....	36
Ryc. 41. Wskaźniki częściowe dla Polski.....	36
Ryc. 42. Mierniki działań promocyjnych.....	37
Ryc. 43. Zagraniczne podróże Polaków.....	38

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przeze mnie projektu na stronie AWF

Kraków poświęconej realizacji przedmiotu „Rynki turystyczne i rekreacyjne”.

Oświadczam, że został on wykonany zgodnie z obowiązującymi zasadami i nie narusza niczych praw autorskich.