

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO INDONEZJI

Agata Laskowska
TiR, ORT2/d, IV rok
Nr indeksu: 31807
AWF Kraków 2009

Spis Treści

I. WSTĘP	4
II. INFORMACJE OGÓLNE	5
1. Wprowadzenie	5
2. Ustrój polityczny i podział administracyjny	6
3. Demografia	7
4. Warunki naturalne	8
5. Gospodarka	10
6. Warunki rozwoju turystyki	12
6.1 Regiony turystyczne	12
6.1.1 Jawa	12
6.1.2 Bali	15
6.1.3 Celebes (Sulawesi)	16
6.1.4 Sumatra	16
6.1.5 Borneo (Kalimantan)	17
6.1.6 Komodo	18
6.1.7 Irian Zachodni	18
6.2 Parki Narodowe	19
6.3 Dostępność komunikacyjna	20
6.3.1 Przejścia graniczne	21
6.4 Baza noclegowa	22
III. ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO	23
1. Rynek recepcji turystycznej	23
1.1 Rynek Indonezji jako część regionu w międzynarodowym ruchu turystycznym	23
1.2 Liczba przyjazdów	26
1.3 Długość pobytu	27
1.4 Sezonowość przyjazdów	28
1.5 Kraje emisji ruchu turystycznego do Indonezji	29
1.6 Profile turystów odwiedzających Indonezję wybranych dwóch krajów	30
1.6.1 Singapur	30
1.6.2 Wielka Brytania	32
1.6.3 Ogólne omówienie profilu turystów	33
1.7 Główne cele przyjazdów	34
1.8 Dochody z turystyki i struktura wydatków turystów	34
1.9 Odwiedzane regiony	35
1.10 Najpopularniejsze środki lokomocji oraz miejsca zakwaterowania	36
1.11 Prognozy na najbliższe lata	37

2. Rynek emisji turystycznej	38
2.1 Rynek Indonezji jako część regionu w międzynarodowym ruchu turystycznym	38
2.2 Turystyka wyjazdowa	40
3. Znaczenie rynku turystycznego Indonezji dla Polski	42
IV. ZAKOŃCZENIE	46
1. Podsumowanie	46
2. Bibliografia	47
3. Spis map	48
4. Spis rysunków	48
5. Spis wykresów	48
6. Spis tabel	49
7. Informacja	49

I. WSTĘP

Azja Południowo-Wschodnia to miejsce niepowtarzalne, na każdym kroku ukazujące jedno z setek swoich oblicz – wspaniałe plaże Filipin, słynne na całym świecie kambodżańskie świątynie Angkor Wattu, tętniący nieustannym życiem Singapur czy wreszcie malezyjski Kuala Lumpur, to tylko kropelka w morzu tego, co ma do zaoferowania ten rejon Azji.

Region ten zachwyca nie tylko zabytkami i przepiękną dziką przyrodą, ale również zapachem gotowanego ryżu, wonią tłących się kadzideł, przedziwnymi owocami tropikalnymi. Egzotykę czuje się tu wszystkimi zmysłami. Kolory, zapachy, dźwięki, faktury- wszystko to składa się na magnetyczny obraz tej części globu, która tak silnie przyciąga do siebie ludzi z całego świata.

Mając tak niepowtarzalne walory turystyczne, nie sposób byłoby nie wykorzystać tego faktu. Dynamicznie rozwijające się kraje tego regionu, corocznie przyjmują u siebie prawie 60 mln turystów. Jednym z nich jest Republika Indonezji, której analizy rynku turystycznego podjęła się autorka niniejszej pracy. Od zawsze interesował ją ten szczególny region świata i walka Indonezji z dużo bardziej popularnymi destynacjami turystycznymi, państw sąsiednich.

Tematyka pracy dotyczy możliwie najpełniejszej analizy rynku turystycznego Indonezji. Przedstawione zagadnienia prezentują kolejno ogólne informacje o kraju, jego położeniu, strukturze demograficznej i uwarunkowaniach gospodarczych. W dalszej części, autorka przybliży regiony koncentracji ruchu turystycznego, ich największe atrakcje oraz stopień przystosowania infrastruktury turystycznej dla potrzeb odwiedzających, czyli całościowo prezentuje warunki rozwoju turystyki na tym obszarze.

Główną częścią niniejszej pracy jest analiza rynku recepcji oraz emisji ruchu turystycznego Indonezji; zestawienia przyjazdów, dochodów, wydatków, struktury demograficznej odwiedzających, wybór miejsc zakwaterowania itd.

Największym wyzwaniem, ze względu na ograniczony dostęp do wszelkich danych statystycznych, którego podjęła się autorka, jest rozdział traktujący o znaczeniu badanego rynku turystycznego dla Polski. Dzięki pomocy ambasady Polskiej w Indonezji z siedzibą w Dżakarcie, udaje się jej dojść do pewnych wniosków przybliżających obraz stosunków obu krajów w tym sektorze gospodarki oraz stopień wzajemnej zależności.

Omawiana analiza nie powstałaby bez skrupulatnie dobranej bibliografii w postaci podręczników, encyklopedii czy artykułów z czasopism branżowych. Wykorzystano również dane zebrane z zasobów internetu, szczególnie stron rządowych, urzędów statystycznych, narodowych portali promujących turystykę prezentowanego kraju czy wreszcie internetowych encyklopedii.

Jednym z wniosków końcowych, nasuwających się po przeanalizowaniu rynku turystycznego Republiki Indonezji jest fakt, iż różnorodne walory turystyczne Indonezji są jak na razie w niewielkim stopniu wykorzystywane. Potencjał tego kraju jest tak wielki, że prezentowane w dalszej części pracy wyniki nie pokrywają się z oczekiwaniami. Jednakże z racji zintensyfikowania w ostatnich latach międzynarodowej promocji tego kraju, w niedalekiej przyszłości, można spodziewać się zamierzonych efektów.

III. INFORMACJE OGÓLNE

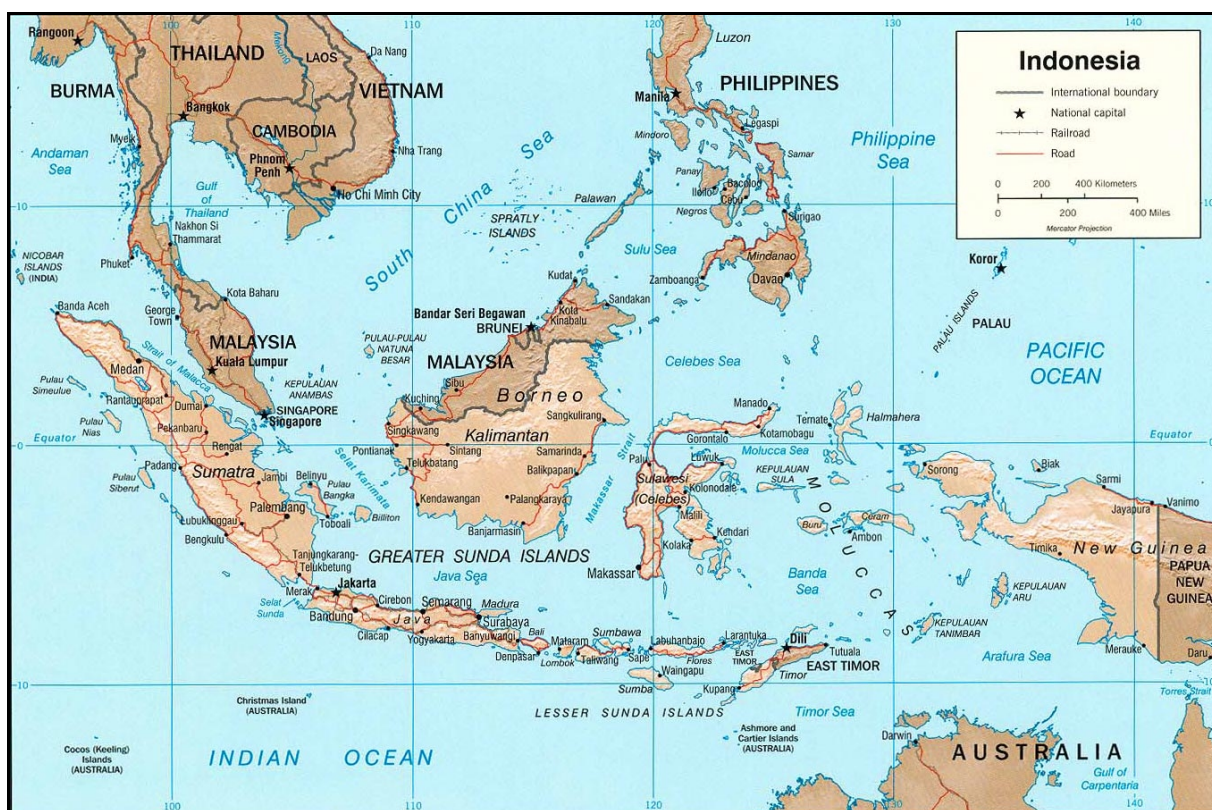
1. Wprowadzenie

Nazwa Indonezja pochodzi od dwóch greckich słów: indos oznacza *indyjski*, nesos oznacza *wyspa*. Indonezja jest typowym krajem wyspiarskim, obejmującym 17 508 wysp i wysepek Archipelagu Malajskiego, w tym Sumatrę, Jawę, Celebes (Sulawesi), oraz część Borneo (Kalimantan) i Nowej Gwinei, czyli Irian Zachodni. Szacuje się, że około 6000 wysp jest zamieszkałych.

Podlegały one w przeszłości wpływom wielkich kultur azjatyckich – indyjskiej, chińskiej i muzułmańskiej. W pierwszych wiekach naszej ery osiedlali się tu przybysze z Indii, wzbogacając kulturę miejscowych plemion, czego świadectwem jest m.in. sztuka Bali oraz liczne świątynie buddyjskie i hinduistyczne na Jawie.

Począwszy od XV w. rozprzestrzenia się na wyspach kultura i język arabski, a w następnym wieku rozpoczyna się europejska ekspansja kolonialna. Ostatecznie wyspy Archipelagu Malajskiego stają się na okres trzech stuleci posiadłościami kolonialnymi głównie Holandii.¹

Archipelag indonezyjski rozciąga się na przestrzeni ponad 5000 kilometrów wzdłuż równika (to jest w przybliżeniu odległość od Irlandii po Kaukaz), tworząc pomost między Azją i Australią. Z południa na północ rozpościera się na długości 1750 kilometrów. Jego brzegi opływa Ocean Spokojny i Indyjski.²



Mapa 1 Indonezja jako część Archipelagu Malajskiego

Źródło: <http://www.geographicguide.com/asia/maps/indonesia.htm>

¹ Warszńska J. red., 2001, Geografia turystyczna świata, cz. I i II, PWN, Warszawa, s. 129

² <http://www.i9.pl/indo/index.php> (data odczytu 24.04.2009)

2. Ustrój polityczny i podział administracyjny

Państwo: Oficjalna nazwa: Republika Indonezji
 W skrócie: Indonezja
 Dawniej: Holenderskie Indie Wschodnie (Dutch East Indie)

Stolica: Dżakarta

Godło: przedstawia mitycznego ptaka Garuda, złotego reprezentującego twórczą energię. Tarcza jest symbolem ochrony państwa. Na tarczy umieszczone pięć symboli oznacza pięć podstawowych zasad funkcjonowania państwa (Pancasila)



Flaga: Nazywana jest **Sang Dwiwarna**-żyjąca osoba. Kolor czerwony reprezentuje ciało i życie fizyczne, kolor biały duszę i życie duchowe.



Hymn: **Indonesia Raya** (Wielka Indonezja), który powstał w 1928 roku

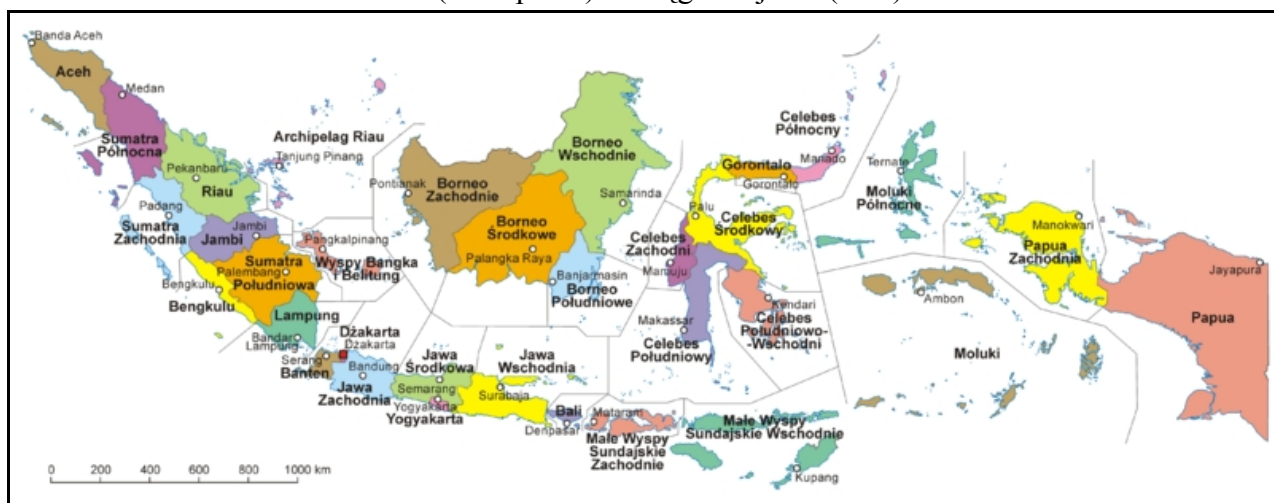
Dewiza: Bhinneka Tunggal Ika (*W różnorodności siła*)

Język urzędowy: indonezyjski; (+ angielski, holenderski oraz lokalne dialekty)

Ustrój polityczny: republika

Głowa państwa: prezydent Susilo Bambang Yudhoyono

Podział administracyjny: 33 prowincje, w tym trzy (Aceh, Dżakarta i Yogyakarta) okręgi specjalne. Prowincje dzielą się na dystrykty (Kabupaten) i okręgi miejskie (kota).¹



Mapa 2 Podział administracyjny Indonezji
Źródło: www.wikipedia.pl

3. Demografia

¹ Opracowanie własne na podstawie The World Factbook 2009 Edition, www.cia.gov

Indonezję zamieszkuje **240,271,522mln** mieszkańców (kwiecień 2009). Gęstość zaludnienia poszczególnych wysp jest bardzo zróżnicowana. Średnia wynosi ok. 700 os/km². Niemal 60% ludności państwa zamieszkuje Jawę i tutaj ten wskaźnik jest największy – 826 os/km². Natomiast najmniej Indonezyjczyków na jednostkę powierzchni kraju przypada na Borneo – jedynie 17 os/km².¹

Struktura wiekowa: 0-14 lat: 30.26% (mężczyzn 35,144,702/kobiet 33,973,879)
15 – 64 lat: 65.11% (mężczyzn 74,273,519/kobiet 74,458,291)
> 65 lat: 4.63% (mężczyzn 4,641,816/kobiet 5,945,663) (2009r.)

Średnia życia: Średnia dla populacji: 27.6 lat
Mężczyźni: 27.1
Kobiety: 28.1

Przyrost naturalny: 1.136% (2009r.)²

Indonezyjczycy są wyznawcami wielu religii. Największą grupę stanowią muzułmanie - 86.1% mieszkańców. Chrześcijan jest niemal 10 %, a hindusów i buddystów odpowiednio 2% i 1%.

Grupy etniczne: Jawajczycy – 40,6%
Sundajczycy – 15%
Maduryjczycy – 3,3%
Minangkabau – 2,7%
Betawi – 2,4%
Bugis 2,4%
Banten – 1,7%
inne 29,9%



Rys 1 Kobieta z plemienia Minangkabau w tradycyjnej sukni
Źródło: <http://en.wikipedia.org/wiki/Indonesia>

W miastach Indonezji żyje zaledwie 26% ogółu ludności. Dwie trzecie miast skupia się na Jawie, w tym wszystkie główne miasta: Dżakarta – 8mln mieszk., Bandung – 16mln, Surabaya – 2,3mln, Medan – 2,1mln. W odróżnieniu od Jawy, gdzie miasta rozmieszczone są mniej więcej równomiernie na całym terytorium wyspy, w innych rejonach kraju większość osiedli miejskich leży na wybrzeżu u ujścia rzek.³

4. Warunki naturalne

¹ Kruczek Z., *Kraje pozaeuropejskie. Zarys geografii turystycznej.*, wyd. Proksenia 2008, Kraków, s.225

² Opracowanie własne na podstawie The World Factbook 2009 Edition, www.cia.gov

³ Rościszewski M., *Geografia świata*, 1992, WSiP, Warszawa, s.302

Lokalizacja: Południowo-wschodnia Azja, archipelag pomiędzy Oceanem Indyjskim i Oceanem Spokojnym

Położenie geograficzne: 5 00 S, 120 00 E

Powierzchnia: Całkowita: 1,919,440 km²

Obszar lądowy: 1,826,440 km²

Wody śródlądowe: 93,000 km²

Długość granic: Całość: 2,830 km

Długość granic państwowych: Timor-Leste 228 km,

Malaysia 1,782 km, Papua New Guinea 820 km

Linia brzegowa: 54,716 km

Ukształtowanie terenu: Przeważają niziny nadbrzeżne; wnętrza większych wysp góryste

Najwyższy szczyt Puncak Jaya 5,030 m n.p.m.

Surowce naturalne: Ropa naftowa, cyna, gaz ziemny, nikiel, drewno, boksyty, miedź, żyzne ziemie, węgiel, złoto i srebro¹

Indonezja jest obszarem aktywnym sejsmicznie i wulkanicznie, znajduje się tutaj ok. 70 aktywnych wulkanów, z których najgroźniejsze to Krakatau w Cieśninie Sundajskiej i Merapi w środkowej części Jawy.



Mapa 3 Główne wulkany Indonezji i obszary sejsmiczne
Źródło: http://commons.wikimedia.org/wiki/Atlas_of_Indonesia

Klimat i roślinność Indonezji pozostają pod wpływem równikowej cyrkulacji monsunowej. Wyrażna dla kontynentu azjatyckiego sezonowa zmienność krążenia

¹ Opracowanie własne na podstawie The World Factbook 2009 Edition, www.cia.gov

suchych i wilgotnych mas powietrza zaznacza się jednak w Indonezji bardzo słabo. Główną przyczyną jest wpływ morza, które nasycza wilgocią masy powietrza, niezależnie od kierunku ich ruchu. Temperatura powietrza utrzymuje się niezmiennie w granicach 25-27 °C, a wilgotność powietrza jest bardzo wysoka, wynosi 80-90%. Opady przekraczają 2000mm rocznie.

Wyspiarski charakter kraju i silnie rozczłonkowanie jego terytorium sprawiają, że rzeki Indonezji są przeważnie krótkie. Do najwyższych rzek należą: Kapuas na Kalimantanie, Hari i Musi na Sumatrze oraz Solo na Jawie.

O bogactwie roślinności Archipelagu Malajskiego świadczy fakt że samych gatunków kwiatowych występuje tu 25-30 tys. Charakterystyczna jest duża ilość gatunków palm z których pewne tylko odgrywają rolę w gospodarce. Lasy pokrywają ponad 60% powierzchni kraju. Są przeważnie zielone wilgotne lasy równikowe, a w południowo-wschodniej Indonezji lasy monsunowe zrzucające liście w porze suchej. W Indonezji znajduje się 35% światowych zasobów tropikalnych.¹

Mapa 4 Rozmieszczenie roślinności w archipelagu wysp Indonezji



Źródło: http://en.wikipedia.org/wiki/Flora_of_Indonesia

Zagospodarowanie ziemi: Pola uprawne: 11.03%
Lasy: 62%
Inne: 14%

Nawadniane obszary: 45,000km kw
Wykorzystanie wody: Całkowite zużycie: 82.78 km sześciennie/rok
(gospodarstwa domowe, (8%/1%/91%)
przemysł, rolnictwo) Na mieszkańca: 372 m sześć/rok

Problemy związane ze Środowiskiem naturalnym: wylesienie, zanieczyszczenie wody odpadami przemysłowymi, ścieki – kanalizacja, zanieczyszczenie powietrza na obszarach zurbanizowanych
Zagrożenia naturalne: Sporadyczne powodzie, silne susze, tsunami, trzęsienia ziemi, wybuchy wulkanów, pożary lasów²

5. Gospodarka

Wielowiekowy okres zależności kolonialnej odcisnął na gospodarce Indonezji wyraźne piętno przez uprzywilejowanie tzw. Wywozowych kierunków gospodarki, dostarczających produktów na rynki międzynarodowe.

¹ Rościszewski M., *Geografia świata*, 1992, WSiP, Warszawa, s.300-301

² Opracowanie własne na podstawie The World Factbook 2009 Edition, www.cia.gov

Indonezja ma dogodne warunki naturalne dla rolnictwa, głównie ze względu na całoroczny okres wegetacyjny, umożliwiający kilkakrotne zbiory w ciągu roku. Przy obecnym poziomie wydajności rolnictwa indonezyjskiego 1 ha wystarcza na pokrycie potrzeb żywieniowych 5-osobowej rodziny. Chociaż Indonezja jest krajem rolniczym, to jednak ziemie uprawne zajmują tylko 11,03% powierzchni, z czego 80% skupia się na Jawie, Sumatrze i Małych Wyspach Sundajskich, a około 10% na Sulawesie.

W Indonezji dominuje chów zwierząt pociągowych, głównie bydła i bawołów.

Głównym dziełem nowoczesnego przemysłu jest obok górnictwa przetwórstwo ropy naftowej. Indonezja posiada 9 rafinerii, z których 5 położonych jest na Sumatrze.

W przemyśle przetwórczym kraju główną rolę odgrywa: przemysł cementowy, nawozowy, spożywczy, włókienniczy, elektroniczny i montażu samochodów.

Głównymi ośrodkami przemysłowymi kraju są: Medan i Palembang na Sumatrze; Dżakarta, Bandung i Surabaya na Jawie; Banjarmasin na Kalimantanie i Ujung Padang na Sulawesie.¹

PKB:	915.9 USD (2008r.)
PKB / mieszkańca:	3,900 USD
PKB wg sektora gospodarki :	Rolnictwo: 13.5% Przemysł: 45.6% Usługi: 40.8%
Waluta:	Rupia indonezyjska (IDR) 1 USD = 10,629.50 IDR ²
Siła robocza:	112 mln (2008r.)
Zatrudnieni wg sektora gospodarki:	Rolnictwo: 42.1% Przemysł: 18.6% Usługi: 39.3%
Bezrobocie:	8.4% (2008r.)
Inflacja:	11.1% (2008r.)
Budżet Przychody:	101.1 mld USD
Wydatki:	101.6 mld USD
Zadłużenie publiczne:	30.1% PKB
Zadłużenie zagraniczne	151.7 mld USD
Uprawa i hodowla:	ryż, tapioka, orzeszki ziemne, kakao, kawa, olej palmowy, kopra, drób, wołowina, wieprzowina, jajka
Przemysł:	wydobycie ropy naftowej i gazu, tekstylia, odzież, buty, cement, sztuczne nawozy, spożywczy, produkcja drewna, turystyka
Eksport:	118,4 mld USD

¹ Rościszewski M., *Geografia świata*, 1992, WSiP, Warszawa, s.303

² XE.com Quick Currency Converter, <http://www.xe.com> (data odczytu 27.04.2009)

Główni partnerzy eksportowi:	* Japonia 19,4% * Singapur 11,8% * USA 11,5% * Chiny 7,7% * Korea Południowa 6,4% * Tajwan 4,2% (2006 rok)
Produkty eksportowane:	ropa naftowa i gaz ziemny, sklejka, tekstylia, guma, urządzenia elektryczne
Import:	86,24 mld USD
Główni partnerzy importowi:	* Singapur 29,6% * Chiny 11,2% * Japonia 8,8% * Korea Południowa 5,3% * Malezja 4,8%
Towary importowane:	maszyny i urządzenia, chemikalia, paliwa, żywność ¹
Inwestycje:	23.6% PKB

Gospodarka Indonezji jest sprzyjająca inwestowaniu. Poniżej znajdują się ogólne informacje wymagane przy pierwszym spojrzeniu na Indonezję pod kątem inwestycji oraz informacje szczegółowe dotyczące inwestowania w Indonezji.

Indonezja oferuje inwestorom wiele korzyści:

- rozległy i żyzny kraj obdarzony wieloma różnorodnymi bogactwami naturalnymi;
- duża populacja, wynosząca około 202 milionów ludzi; mieszkańcy Indonezji z łatwością przystosowują się do zmian, stanowiąc ogromny potencjalny rynek oraz konkurencyjną siłę roboczą;
- strategiczne położenie Indonezji na styku dwóch kontynentów i oceanów, co zapewnia kontrolę nad głównymi szlakami wodnymi, komunikacyjnymi i transportowymi;
- kraj demokratyczny;
- otwarty rynek zorientowany na gospodarkę rynkową z wolną wymianą walut;
- korzystny klimat do inwestowania i rozwijania biznesu.²

6. Warunki rozwoju turystyki

6.1 Regiony turystyczne

Indonezja dzięki dużej różnorodności środowiska przyrodniczego, bogactwu folkloru oraz licznym zabytkom jest krajem bardzo atrakcyjnym dla turysty.

¹ Opracowanie własne na podstawie The World Factbook 2009 Edition, www.cia.gov

² Ambasada Indonezji, Warszawa, <http://www.i9.pl/indo/index.php?strona=home> (data odczytu 27.04.2009)

Głównymi regionami turystycznymi kraju są:

- Wyspa Jawa
- Wyspa Celebes (Sulawesi)
- Sumatra
- Wschodnia Indonezja (Archipelag Moluków, Archipelag Nusa tengarra, Irian Zachodni)
- Wyspa Bali
- Wyspa Lombok

6.1.1 JAWA



Mapa 5 Wyspa Jawa
Źródło: www.swurftrip.com

Jawa jest najbardziej zaludnioną (95 mln mieszkańców) i najlepiej zagospodarowaną wyspą w archipelagu wysp indonezyjskich. Jej długość wynosi ok. 1000 km, a przeciętna szerokość tylko kilkadziesiąt kilometrów. Wzdłuż całej wyspy ciągnie się łańcuch gór wulkanicznych, których najwyższe szczyty przekraczają 3000 m n.p.m. Jedynie północna część Jawy jest nizinna. W krajobrazie wyspy dominują pola uprawne, wznoszące się także tarasami na wysokie stoki górskie. Charakterystyczne są tu zwłaszcza krajobrazy pól ryżowych, najważniejszej rośliny uprawnej Indonezji. W odróżnieniu od większości wysp indonezyjskich, na Jawie jest niewiele lasów i zajmują one jedynie najbardziej niedostępne regiony wyspy.¹

Najbardziej charakterystyczny element w krajobrazie Jawy to stożki wulkaniczne – na zachodzie Sumbing (3371 m n.p.m.), na wschodzie Merapi (3142 m n.p.m.) i wulkan o podobnie brzmiącej nazwie - Mwerapi (2914 m n.p.m.). Potworny wybuch tego ostatniego omal nie spowodował zagłady całej wyspy. Od tej pory wybucha regularnie co kilka lat. Jawa to prawdziwa wyspa ognia. Znajduje się w tzw. pacyficznym pierścieniu wulkanicznym i szczyty 112 stożkami wulkanicznymi, z których aktywnych jest 35.²

¹ Warszńska J. red., 2001, Geografia turystyczna świata, cz. I i II, PWN, Warszawa, s. 129

² Maciejewski A., Jawa wyspa świętyń i wulkanów, „Poznaj Świat”, 1996, nr 2

Jawę można podzielić na trzy regiony turystyczne: zachodni wraz ze stolicą kraju Dżakartą, środkowy i wschodni.

Dżakarta to stolica i największe miasto Indonezji. Liczy 10 mln ludności. Leży na północnym wybrzeżu Jawy, przy ujściu rzeki Ciliwng do Morza Jawajskiego. Miasto zostało założone na początku XVI w. jako Sunda Kalepa. W 1527 r. miasto znalazło się pod kontrolą sułtanatu Bantam. Pod koniec XVI w. na Jawie pojawili się Holendrzy. W 1619 r. Holendrzy pod dowództwem Jana Pieterszooona Coena zdobyli miasto i założyli na jego terenie twierdzę Batavia, która stała się główną siedzibą holenderskiej Kompanii Wschodnioindyjskiej i kolonii holenderskiej Indii Wschodnich, nazywane też Dżakarta.¹

Do najważniejszych obiektów turystycznych dzisiejszej Dżakarty należy muzeum z bogatymi zbiorami sztuki z całej Azji Południowo-Wschodniej, m.in. kolekcje porcelany oraz zbiory rzeźby w drewnie i kamieniu. Interesujący jest też stary port z licznymi łodziami różnych typów. Wybrzeża morskie w pobliżu miasta mają dogodne warunki do uprawiania sportów wodnych. Dżakarta ma najlepszą bazę noclegową w kraju. Jest tu m.in. Hotel Intercontinental "Indonesia", dysponujący 666 pokojami.



Rys 2 Dżakarta nocą
Źródło: <http://commons.wikimedia.org>



Rys 3 Park Narodowy Ujung Kulon – Zachodnia Jawa
Źródło: www.ujungkulontour.com

Środkowa Jawa jest regionem znanym przede wszystkim z licznych zabytkowych świątyń buddyjskich i hinduistycznych. Rejon ten słynie także ze sztuki i rzemiosła ludowego, a szczególnie ze sztuki batikowania i malowania oraz tradycyjnych tańców.

Świątynia Borobudur (IX w.), jedna z największych na świecie świątyń buddyjskich jest arcydziełem architektury i rzeźby. Budowla ta, mająca 40 m wysokości i 120 m długości, jest bogato zdobiona płaskorzeźbami i rzeźbami.

¹ www.atrakcje-turystyczne.com (data odczytu 30.04.2009)



Rys 4 Świątynia Borobudur – Wyspa Jawa

Źródło: www.nationalgeographic.com

Świątynia Prambanan, uważana za jedną z najpiękniejszych na świecie świątyń buddyjskich, powstała w IX w. Ma kształt wysokiej piramidy, którą zdobią posągi Buddy i liczne płaskorzeźby. Obok świątyni często odbywają się występy baletu przedstawiającego słynny starohinduski epos Ramajana.¹ W samej Dolinie Prambanan było niegdyś aż 244 świątyń.



Rys 5 Ramajana – występ baletu. W tle Świątynia Prambanan

Źródło: www.indonesiaseoul.org

Wielką atrakcją turystyczną jest **Kraton**, czyli pałac sultana, zbudowany w latach 1755-56 podczas panowania Hamengkubuwono I w **Yogyakarta** (pierwszej stolicy niepodległej Indonezji) – przykład klasycznej architektury dworu jawajskiego.

Kolejnym klejnotem Yogyakarta jest hinduistyczna świątynia **Sambisari**. Warto również poświęcić czas na zwiedzanie jednej z wytwórni słynnych batików jawajskich, czyli bawełnianej tkaniny pokrytej obustronnie bogatym i zróżnicowanym wzorem dwu- lub wielobarwnym.²

Ważnym regionem turystycznym Indonezji jest także **wschodnia Jawa**. Są tu m.in. Kąpieliska nadmorskie o dogodnych warunkach do uprawiania żeglarsstwa i obserwacji "podwodnych ogrodów". Najbardziej znaną miejscowością w tym regionie jest Pasirputih. We wschodniej Jawie są także tereny myśliwskie (zwłaszcza w okolicy Malang), gdzie możliwe są polowania na bawoły wodne, tygrysy i pantery.³

6.1.2 BALI

¹ Warszńska J. red., 2001, Geografia

² Maciejewski A., Jawa wyspa świątyni

³ Warszńska J. red., 2001, Geografia



Krajobraz wyspy Bogów, jak bywa nazywana Bali należy do wybitnie atrakcyjnych turystycznie. Spotkamy tu wulkaniczne góry, rzeki i jeziora, pola ryżowe, plantacje bangas (odmiana fig), lasy palmowe, na wybrzeżu zatoki otoczone piaszczystymi plażami. Mimo niewielkiej powierzchni Bali (2095 m²) zamieszkuje około 2,5 mln mieszkańców.

Mapa 6 Wyspa Bali. Indonezja
Źródło: www.lonelyplanet.com

W poprzek wyspy ze wschodu na zachód rozciągają się pasma gór wulkanicznych z najwyższym wzniesieniem Gunung Agung (Święta Góra) – 3142 m n.p.m. Terenem wypoczynkowym są obszary plaż znajdujące się w okolicznych miejscowości Sanur i Kuta.

Na Bali jest około 1000 świątyń poczynając od największej w **Basakih** do niewielkich miejsc kultu w poszczególnych miejscowościach, w trakcie organizowanych tutaj wielu festiwali (najczęściej dwa razy do roku), odbywają się procesje, tańce oraz składane są ofiary z żywności i kwiatów. Są one przeznaczone dla licznych hinduistycznych bogów.



Stolica Bali jest **Denpasar**. Tu ma swą siedzibę znane poza granicami kraju jedno z największych centrów tańca balijskiego. W rejonie Kediri (zachodnie wybrzeże) znajdują się jedne z ważniejszych punktów widokowych. W pobliżu Bedulu została wypreparowana jaskinia słoniowa (Goa Gajah). Natomiast regionem uzdrowiskowym, przyciągającym każdego roku tysiące kuracjuszy, są świetne źródła – Tampaksiring (wody termalne.)¹

Rys 6 Tancerze z wyspy Bali

Źródło: www.obieczyswiat.pl

6.1.3 CELEBES (Sulawesi)

Nieoficjalnie został nazwany wyspą orchidei. Charakterystyczny jest tutaj krajobraz górski z jeziorami. Na południu wyspy znajduje się rezerwat Batimurung, gdzie żyje 1000 egzotycznych motyli. W rejonie miejscowości Makule, Karumengan, Lahendong czy

Leilem są gejzery i gorące źródła. W okolicach Torajaland ludność zachowała zwyczaj ozdabiania domów ornamentami oraz grzebienia zmarłych w grobach w pozycji pionowej. Popularną rozrywką tutejszych mieszkańców są wyścigi zaprzęgów konnych (benoli) i wołów. Zainteresowanie turystów wzbudza także, znany ze swych wierzeń i obrzędów, wojowniczy lud Toraja.²



...turystycznej., wyd. Proksenia 2008, Kraków, s.230

...turystycznej., wyd. Proksenia 2008, Kraków, s.229

Makassar (od 1959 do 1998 roku nosił nazwę Ujung Pandang) jest największym indonezyjskim miastem na wschód od Jawy, stolicą prowincji Sulawesi Selatan (Celebes Południowy) oraz dużym portem oceanicznym, znanym od XIV wieku, stanowiącym "bramę" do wschodniej części Indonezji. Makassar odegrał bardzo ważną rolę w umacnianiu holenderskiego panowania nad archipelagiem. Tutaj znajduje się największa zachowana do dzisiaj w Indonezji twierdza holenderska, Fort Rotterdam, wart odwiedzin.¹

Mapa 7 Wyspa Celebes (Sulawesi), wschodnia Indonezja
Źródło: www.welt-atlas.de

6.1.4 SUMATRA

To piąta co do wielkości wyspa świata, druga Indonezji, przecięta równikiem na dwie prawie równe części. Na Sumatrze jednoznacznie króluje przyroda. Wschodnią część wyspy pokrywają bagna zajmujące trzecią część jej terytorium, nad morzem porośnięte płami mangrowców. Równoległe do zachodniego wybrzeża, jak struna grzbietowa rekina, ciągnie się pasmo gór Bukit Barisan (:maszerujące góry") sięgające 3700 m n.p.m. Są wśród nich wulkany; z czego 15 to wulkany czynne.

Mapa 8 Wyspa Sumatra, zachodnia Indonezja



Źródło: www.welt-atlas.de



Rys 7 Fauna Sumatry

Źródło: www.animals.nationalgeographic.com

Znaczną część wyspy porastają wilgotne lasy równikowe, raj dla dzikich zwierząt; żyją tu nosorożce, słonie, lamparty, tapiry, sumatrzańskie tygrysy i liczne gatunki małp, niektóre występują tylko na Sumatrze.² Znajduje się tutaj wiele rezerwatów, gdzie

¹ Dąbkowski A., „Moje spotkania z Sulawesi (Celebes)”, <http://eturystryka.org/content/view/263/191/> (data odczytu 30.04.2009)

² Ostrowska B., „Sumatra”, Poznaj Świat, 1998, nr 2

podlegają ochronie unikalne gatunki flory i fauny. W rezerwatach: Góra Loeser, Bengkulu czy Gedung Wani są organizowane safari, w trakcie których turyści mogą z bliska podziwiać: tygrysy, słonie, tapiry i nosorożce. Interesujące jest jezioro kraterowe położone na wysokości 900 m n.p.m., w środku którego znajduje się bezludna wyspa. Przykładem typowego budownictwa sumatryjskiego, nie podlegającego modyfikacjom od wieków jest miejscowość Lingaa, nieopodal Medan. Natomiast najbardziej nadające się do wypoczynku plaże położone są na wschodnim wybrzeżu.¹

6.1.5 BORNEO (Kalimantan)

Wskutek niezdrowego, gorącego wilgotnego klimatu oraz gęstych lasów równikowych jest to wyspa rzadko zaludniona i słabo zagospodarowana. Najbardziej znanym plemieniem Borneo są słynni łowcy głów — Dajakowie.

WWF informuje, że od 1996 r. na Borneo odkryto 361 nowych gatunków fauny i flory.

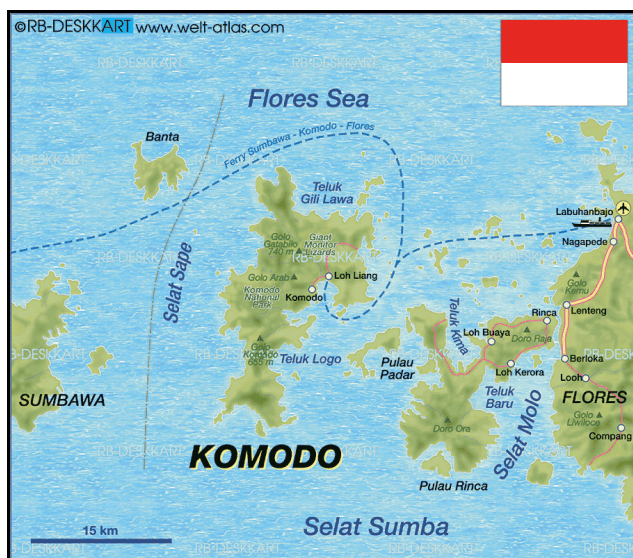


Mapa 9 Wyspa Borneo (Kalimantan)

Źródło: www.lonelyplanet.com

Według raportu międzynarodowej organizacji ekologicznej WWF, w roku 2006 naukowcy odkryli na Borneo 52 nowe gatunki roślin i zwierząt. Wśród nich znalazło się 30 gatunków ryb, 2 gatunki żab i 16 gatunków imbiru.²

6.1.6 KOMODO



Mapa 10 Wyspa Komodo
Źródło: www.welt-atlas.de

Ta niewielka wyspa należy do większych atrakcji turystycznych Indonezji i leży pomiędzy Sumbawą i Flores. Znajduje się tu jeden z najbardziej znanych parków narodowych w Indonezji, który zawdzięcza swą sławę monstrualnych rozmiarów waranowi z Komodo - największej współcześnie występującej jaszczurce świata (osiąga nawet 3m długości). Park obejmujący wyspę Komodo, okoliczne wysepki: Padar, Rinca i Gili Motong oraz część Flores, zajmuje teren o powierzchni 750 km kw.

Jego granice wyznaczają mniej więcej zasięg występowania warana. W

¹ Kruczek Z., *Kraje pozaeuropejskie. Zarys geografii turystycznej*
² <http://pl.wikipedia.org/wiki/Borneo> (data odczytu 30.04.2006)



pagórkowatym krajobrazie parku dominują nagie, bezleśne zbocza, szczególnie strome w pobliżu szczytu Toda Klea na Komodo. Nieregularna linia brzegowa charakteryzuje się wdzierającymi się często w morze skalistymi cyplami, strome brzegi przybierają niekiedy formę klifów przerywanych odcinkami płaskich, piaszczystych plaż. Bardzo popularną atrakcją turystyczną jest tutaj nurkowanie, szczególnie w wodach cieśniny Lintah¹

6.1.7 IRIAN ZACHODNI



Mapa 11 Wyspa Komodo
Źródło: www.welt-atlas.de

Rys 8 Warany z wyspy Komodo
Źródło: www.animal.discovery.com

Duże terytorium Irianu Zachodniego jest trudno dostępne i mało jeszcze poznane. Jest to kraj wysokich gór, bagnistych nizin i gęstych lasów. Zamieszkują go dzikie plemiona Papuasów.²

6.2 Parki Narodowe



Taman Nasional di Pulau Sumatera

1. Gunung Leuser **) **)
2. Siberut *)
3. Kerinci Seblat **)
4. Bukit Tigapuluh
5. Bukit Duabelas
6. Berbak ***)
7. Sembilang
8. Bukit Barisan Selatan **)
9. Way Kambas
10. Batang Gadis
11. Tesso Nilo

Taman Nasional di Pulau Kalimantan

1. Gunung Palung
2. Danau Sentarum ***)
3. Betung Kerihun
4. Bukit Baka-Bukit Raya
5. Tanjung Puting *)
6. Kutai
7. Kayan Mentarang
8. Sebangau

Taman Nasional di Pulau Jawa

1. Ujung Kulon **)
2. Kepulauan Seribu
3. Gunung Halimun
4. Gunung Gede Pangrango *)
5. Karimunjawa
6. Bromo Tengger Semeru
7. Meru Betiri
8. Baluran
9. Alas Purwo
10. Gunung Merapi
11. Gunung Merbabu
12. Gunung Ciremai

Taman Nasional di Pulau Sulawesi

1. Bunaken
2. Bogani Nani Wartabone
3. Lore Lindu *)
4. Taka Bonerate
5. Rawa Aopa Watumohai
6. Wakatobi
7. Kepulauan Togean
8. Bantimurung - Bulusaraung

Źródło: <http://www.dephut.go.id>

6.3 Dostępność komunikacyjna

Z powodu wyspiarskiego położenia szczególne znaczenie ma w Indonezji transport morski. Istnieje tu ok. 300 portów morskich i przystani, wśród, których wyróżniające znaczenie mają: Tanjung Periuk i Surabaya na Jawie, ujung Pandang na Sulawesi, Belawan i Palembang na Sumatrze i Belikpapan na Kalimantanie.

Ogólna długość linii kolejowych w Indonezji wynosi 6,458 km, z czego ok. 73% skoncentrowane jest na terenie Jawy. Opierają się one na dwóch głównych magistralach, łączących Dżakartę z Surabają sześciu liniach poprzecznych. Koleje Jawy połączone są komunikacją promową z kolejami Sumatry obsługującymi południowo-wschodnią część wyspy. Drugi samodzielny system kolejowy Sumatry obsługuje rejon północnego wybrzeża.

Długość dróg kołowych wynosi w Indonezji 391,009 km ; 62% dróg znajduje się na obszarze Jawy i Sumatry.

Śródlądowy transport wodny rozwinął się na terenie wschodniej Sumatry i Kalimantanu. Największe znaczenie mają pod tym względem rzeki Musi, Batang na Sumatrze oraz Kapuas i Barito na Kalimantanie. Rzekami transportuje się kaczuk z



terenów uprawy do portów wywozowych i ropę naftową wydobywana w środkowej Sumatrze.¹

Mapa 13 Transport morski Indonezji
Źródło: http://en.wikipedia.org/wiki/Transport_in_Indonesia

Indonezja posiada 669 lotnisk (2008r.) z czego 163 są utwardzane. Każda większa wyspa Indonezji ma przynajmniej jeden duży międzynarodowy port lotniczy. Największy port lotniczy Indonezji Soekarno-Hatta znajduje się w Dżakarcie. Oprócz tego jest pięć innych międzynarodowych portów lotniczych na Jawie - Adisumarmo International Airport w Solo, Central Java, Juanda International Airport w Surabaya, East Java, Achmad Yani International Airport w Semarang, Central Java, Husein Sastranegara International Airport w Bandung, West Java i Adisucipto International Airport w Yogyakarta. Na Kalimantanie znajduje się jeden międzynarodowy port lotniczy, a na Sumatrze dwa. Z kolei na wyspie Bali, która jest częścią Wysp Nusa Tenggara jest Ngurah Rai International Airport.

Jedną z największych i cieszącą się największą popularnością indonezyjskich linii lotniczych jest Garuda Indonesia.²



Rys 9 Logo

największych indonezyjskich linii lotniczych Garuda Indonesia

Źródło: http://en.wikipedia.org/wiki/Garuda_Indonesia

6.3.1 Przejścia graniczne

Przejścia graniczne dostępne dla turystów to: porty lotnicze i morskie w Dżakarcie, na Bali, w Medan, Manado, Biak i Batam; porty lotnicze w Pakanbaru, Pontianak i Kupang; porty morskie w Surabaya i Semarang; przejście graniczne we Wschodnim Timorze.³



¹ Rościszewski M.

² Opracowanie w
30.04.2009)

³ Opracowanie w
30.04.2009)

ta odczytu

dczytu

Rys 10 Przejście graniczne we Wschodnim Timorze
Źródło: <http://commons.wikimedia.org/>

6.4 Baza noclegowa

Baza noclegowa Indonezji składa się z obiektów o bardzo różnym standardzie i jest nierównomiernie rozmieszczona. Zauważalny jest niedobór miejsc noclegowych w hotelach i innych zakładach hotelarskich, sytuacja jednak ulega poprawie z roku na rok.

Liczba sklasyfikowanych i niesklasyfikowanych obiektów noclegowych w 2004 r. wynosiła 1,014 i 9,847 jednostek, co razem daje liczbę 10,861 obiektów noclegowych. W porównaniu z rokiem 2003 nastąpił wzrost odpowiednio o 2.63% i 4.23%.

Opracowania na temat ilości miejsc noclegowych pokazują iż w Indonezji w 2004 było 102,390 miejsc noclegowych w obiektach sklasyfikowanych oraz 170,549 w niesklasyfikowanych. W porównaniu z rokiem wcześniejszym również nastąpił wzrost odpowiednio o 0.75% i 5.38%.¹

Tabela 2 Liczba miejsc noclegowych (pokoi oraz łóżek) w Indonezji w 2008r.

¹ Opracowanie własne na podstawie : The 2004 Visitor Arrivals Statistics: A Summary, <http://www.budpar.go.id> (data odczytu 30.04.2009)

Province	Number Of		
	Establishment	Room	Bed
Nanggroe Aceh Darussalam	16	774	1,292
North Sumatera	62	5,256	9,413
West Sumatera	24	1,641	2,767
R i a u	26	2,507	3,712
J a m b i	12	743	1,103
South Sumatera	33	2,298	3,271
Bengkulu	4	167	281
Lampung	8	513	730
Kep Bangka Belitung	11	361	558
Kepulauan Riau	39	3,887	5,323
DKI Jakarta	139	24,987	34,940
West Java	161	13,303	22,273
Central Java	108	6,725	11,676
DI Yogyakarta	34	3,471	5,443
East Java	79	7,672	11,811
Banten	37	2,641	4,248
B a l i	150	20,240	33,178
West Nusa Tenggara	32	2,222	3,424
East Nusa Tenggara	8	323	566
West Kalimantan	11	1,069	1,581
Central Kalimantan	2	118	194
South Kalimantan	23	1,470	2,189
East Kalimantan	36	3,480	4,891
North Sulawesi	17	1,190	1,843
Central Sulawesi	1	55	93
South Sulawesi	50	2,979	4,545
South East Sulawesi	1	30	54
Gorontalo	1	54	79
West Sulawesi	3	76	120
M a l u k u	15	529	799
North Maluku	1	44	44
West Irian Jaya	11	523	787
P a p u a	14	731	1,093
Indonesia	1,169	112,079	174,321

Źródło: Główny Instytut statystyczny Indonezji, <http://www.bps.go.id>

IV. ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO

1. Rynek recepcji turystycznej

1.1 Rynek Indonezji jako część regionu w międzynarodowym ruchu turystycznym

Według danych raportu Światowej Organizacji Turystyki za rok 2007 dotyczących przyjazdów zagranicznych turystów na świecie region Azji i Pacyfiku zajął drugie miejsce w ogólnej klasyfikacji przyjazdów zagranicznych z liczbą 184,3 mln, ustępując pozycji jedynie Europie z 484,4 mln. Tym samym stanowiła 20,4 % całości rynku turystyki przyjazdowej świata. W porównaniu z 2006r nastąpił wzrost o 10,4%.

Subregionem Azji i Pacyfiku jest min Południowo-Wschodnia Azji, do której należy Indonezja. Jak widać w poniższej tabeli, liczba turystów zagranicznych w 2007r wynosiła tutaj 59,6 mln czyli prawie połowę mniej niż subregion Północno-Wschodniej Azji. Ten wynik daje południowo-Wschodniej Azji 32,33 % udziału przyjazdów w rynku turystycznym regionu. Jest to wzrost o 12,24% w stosunku do roku poprzedniego. W skali

światowej procent udziału w rynku wyniósł 6,6% co w porównaniu z rokiem ubiegłym daje wzrost o 2,8%.¹

Tabela 3 Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie według regionów UNWTO (w mln)

	International Tourist Arrivals (million)						Market share (%)	Change (%)		Average annual growth (%)
	1990	1995	2000	2005	2006	2007*	2007*	06/05	07*/06	'00-'07*
World	436	536	683	803	847	903	100	5.5	6.6	4.1
Europe	262.6	311.3	393.5	440.3	462.2	484.4	53.6	5.0	4.8	3.0
Northern Europe	28.6	35.8	43.7	52.8	56.4	57.6	6.4	6.8	2.2	4.0
Western Europe	108.6	112.2	139.7	142.4	149.5	154.9	17.1	5.0	3.6	1.5
Central/Eastern Europe	31.5	60.6	69.4	87.8	91.5	95.6	10.6	4.2	4.5	4.7
Southern/Mediter. Eu.	93.9	102.7	140.8	157.3	164.8	176.2	19.5	4.7	7.0	3.3
Asia and the Pacific	55.8	81.8	109.3	154.6	167.0	184.3	20.4	8.0	10.4	7.8
North-East Asia	26.4	41.3	58.3	87.5	94.3	104.2	11.5	7.7	10.6	8.6
South-East Asia	21.1	28.2	35.6	48.5	53.1	59.6	6.6	9.4	12.2	7.6
Oceania	5.2	8.1	9.2	10.5	10.5	10.7	1.2	0.4	1.7	2.2
South Asia	3.2	4.2	6.1	8.1	9.1	9.8	1.1	11.8	8.2	7.1
Americas	92.8	109.0	128.2	133.4	135.8	142.5	15.8	1.9	4.9	1.5
North America	71.7	80.7	91.5	89.9	90.6	95.3	10.6	0.8	5.2	0.6
Caribbean	11.4	14.0	17.1	18.8	19.4	19.5	2.2	3.4	0.1	1.9
Central America	1.9	2.6	4.3	6.4	7.1	7.7	0.9	9.9	9.6	8.6
South America	7.7	11.7	15.3	18.2	18.7	19.9	2.2	2.8	6.4	3.9
Africa	15.2	20.1	27.9	37.3	41.4	44.4	4.9	11.0	7.4	6.9
North Africa	8.4	7.3	10.2	13.9	15.1	16.3	1.8	8.4	7.9	6.8
Subsaharan Africa	6.8	12.8	17.7	23.3	26.3	28.2	3.1	12.6	7.1	6.9
Middle East	9.6	13.7	24.4	37.8	40.9	47.6	5.3	8.2	16.4	10.0

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO, 2008)

Źródło: UNWTO, Tourism Highlights 2008

W klasyfikacji krajów świata przyjmujących najwięcej turystów zagranicznych Indonezja zajmuje 37 miejsce, z wynikiem mniejszym o 50 mln w stosunku do Chin czy 10 mln w porównaniu z Polską. Całe zestawienie przedstawia poniższa tabela.

¹ Opracowanie własne na podstawie: UNWTO, Tourism Highlights 2008

Tabela 4 Kraje świata przyjmujące najwięcej turystów zagranicznych
(liczba przyjazdów w mln.)

		źródła danych	1995	2000	2005	2006	2007	zmiana % 07/06
	Świat ogółem		536,0	683,0	803,0	847,0	903,0	6,6
1	Francja	TF	60,0	77,2	75,9	78,9	81,9	3,8
2	Hiszpania	TF	34,9	47,9	55,9	58,2	59,2	1,7
3	USA	TF	43,5	51,2	49,2	51,0	56,0	9,8
4	Chiny	TF	20,0	31,2	46,8	49,9	54,7	9,6
5	Włochy	TF	31,1	41,2	36,5	41,1	43,7	6,3
6	W. Brytania	TF	21,7	23,2	28,0	30,7	30,7	0,1
7	Niemcy	TCE	14,8	19,0	21,3	23,5	24,4	3,9
8	Ukraina	TF	3,7	6,4	17,6	18,9	23,1	22,1
9	Turcja	TF	7,1	9,6	20,3	18,9	22,2	17,6
10	Meksyk	TF	20,2	20,6	21,9	21,4	21,4	0,3
11	Malezja	TF	7,5	10,2	16,4	17,5	21,0	19,5
12	Austria	TCE	17,2	18,0	20,0	20,3	20,8	2,5
13	Rosja	TF	b.d.	b.d.	19,9	20,2	b.d.	b.d.
14	Kanada	TF	16,9	19,6	18,8	18,3	17,9	-1,8
15	Hong Kong (Chiny)	TF	b.d.	8,8	14,8	15,8	17,2	8,4
16	Grecja	TF	10,1	13,1	14,8	16,0	b.d.	b.d.
17	Polska	TF	19,2	17,4	15,2	15,7	15,0	-4,4
...								
37	Indonezja	TF	4,3	5,1	5,0	4,9	5,5	13,0

Źródło: Instytut Turystyki, <http://www.intur.com.pl/trendy>

Indonezja plasuje się na ósmym miejscu pod względem liczby przyjazdów zagranicznych w zestawieniu krajów regionu Azji i Pacyfiku w roku 2007r, stanowiąc 3% udziału przyjazdów całego regionu. W porównaniu z rokiem wcześniejszym kraj ten

zanotował wzrost o 13%, co udowadnia odradzanie się z kryzysu na rynku turystycznym tego kraju po zamach terrorystycznych na wyspie Bali w 2002r. ¹

Tabela 5 Kraje Azji i Pacyfiku przyjmujące najwięcej turystów zagranicznych
(liczba przyjazdów w mln.)

Major destinations	Series ¹	International Tourist Arrivals					
		(1000)			Change (%)		Share (%)
		2005	2006	2007*	06/05	07*/06	2007*
Asia and the Pacific		154,641	166,981	184,329	8.0	10.4	100
Australia	TF	5,020	5,064	..	0.9	..	..
Cambodia	TF	1,333	1,591	1,873	19.4	17.7	1.0
China	TF	46,809	49,913	54,720	6.6	9.6	29.7
Fiji	TF	550	545	539	-0.9	-1.1	0.3
Guam	TF	1,228	1,212	1,225	-1.3	1.1	0.7
Hong Kong (China)	TF	14,773	15,822	17,154	7.1	8.4	9.3
India	TF	3,919	4,447	4,977	13.5	11.9	2.7
Indonesia	TF	5,002	4,871	5,506	-2.6	13.0	3.0
Japan	VF	6,728	7,334	8,347	9.0	13.8	4.5
Korea. Republic of	VF	6,023	6,155	6,448	2.2	4.8	3.5
Lao P.D.R.	TF	672	842	..	25.3	..	..
Macao (China)	TF	9,014	10,683	12,945	18.5	21.2	7.0
Malaysia	TF	16,431	17,547	20,973	6.8	19.5	11.4
Maldives	TF	395	602	676	52.3	12.3	0.4
New Zealand	VF	2,383	2,422	2,466	1.6	1.8	1.3
Philippines	TF	2,623	2,843	3,092	8.4	8.7	1.7
Singapore	TF	7,079	7,588	7,957	7.2	4.9	4.3
Taiwan (pr. of China)	VF	3,378	3,520	3,716	4.2	5.6	2.0
Thailand	TF	11,567	13,822	14,464	19.5	4.6	7.8
Vietnam	VF	3,468	3,583	4,172	3.3	16.4	2.3

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Źródło: UNWTO, Tourism Highlights 2008

1.2 Liczba przyjazdów

¹ Opracowanie własne na podstawie: UNWTO, Tourism Highlights 2008

Turystyka indonezyjska od paru lat boryka się z wyzwaniami, które skutecznie uniemożliwiają jej rozwój. Wystarczy wymienić chociaż dwa ataki terrorystyczne – atak bombowy na Bali czy w Dżakarcie czy tsunami, które nawiedza ten kraj sięjąc spustoszenie. Ten czynnik bezsprzecznie wywołał u potencjalnych turystów niechęć do odwiedzin tego kraju. Jednak ostatnie lata okazują się być stabilne dla rynku, a w 2008 r. Zanotowano gwałtowny wzrost przyjazdów o ok. 13% w porównaniu z rokiem wcześniejszym. Znaczny swój udział w tym ma zakrojona na szeroką skalę kampania promująca turystykę Indonezji pod hasłem Visit Indonesia 2008, która obecnie jest kontynuowana.¹



Rys 11 Logo reklamowe kampanii promującej turystykę Indonezji
Źródło: www.my-indonesia.info

Tabela 6 Zestawienie przyjazdów zagranicznych do Indonezji w latach 2002-2008

Year	International Visitors
2002	5,153,620
2003	4,467,021
2004	5,321,165
2005	5,002,101
2006	4,871,351
2007	5,505,759
2008	6,234,497

Zamieszczona tabela pokazuje jak wrażliwy jest ten sektor gospodarki jakim jest turystyka. Każdorazowa dana odzwierciedlają wcześniej wspomniane wydarzenie nadzwyczajne, wpływające na ruch turystyczny. Lata 2003 i 2005 r. Wyraźnie charakteryzuje spadek przyjazdów. Jednakże tendencja ta nie utrzymuje się na długo bo za każdym razem rok po spadku następuje wzrost przyjazdów w porównaniu do lat sprzed zamachów i wszystkich czynników, które odstraszyły turystów od Indonezji.

Źródło: Dane otrzymane z ambasady Polski w Indonezji

1.3 Długość Pobytu

Tabela 7 Długość pobytu (w dniach) turystów zagranicznych w Indonezji

¹ Opracowanie własne na podstawie danych Gł. Urzędu Statystycznego Indonezji, www.budpar.go.id

YEAR	VISITOR ARRIVAL	AVERAGE EXPENDITURE PER PERSON (US\$)		AVERAGE LENGTH OF STAY	TOURISM (Million US\$)
		PER VISIT	PER DAYS		
2000	5.064.217	1.135,18	92,59	12,26	5.748,80
2001	5.153.620	1.053,36	100,42	10,49	5.396,26
2002	5.033.400	893,26	91,29	9,79	4.305,56
2003	4.467.021	903,74	93,27	9,69	4.037,02
2004	5.321.165	901,66	95,17	9,47	4.797,88
2005	5.002.101	904,00	99,86	9,05	4.521,89
2006	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	107,70	9,02	5.345,98

Źródło: <http://www.budpar.go.id>

się domyślać, że w tym przypadku nie małe znaczenie ma wspólna przeszłość obydwu krajów i fakt holenderskiego panowania kolonialnego nad Indonezją przez ponad trzy wieki. Turyści holenderscy przyjeżdżają głównie na wycieczki historyczne i sentymentalne. Średnia długość pobytu Francuzów to 15,6 dnia. Wśród krajów europejskich tylko dwa uzyskują wartość niższą niż 10 dni i są to Norwegia i Dania, co może wynikać z modelu spędzania urlopów przyjętego w tych krajach.

Goście z Azji, szczególnie regionu Południowo-Wschodniej przeważnie zostają dużo krócej niż 9 dni, z racji niedalekiej odległości między tymi krajami. Najkrócej przebywają na terenie Indonezji turyści z Singapuru bo 4,32 dnia, co jest wynikiem tego iż lot z Singapuru na wyspy Indonezji trwa zaledwie godzinę.¹

Tabela 8 Zestawienie średniej długości pobytów turystycznych według kraju emisji w latach 2001 – 2006

COUNTRY OF RESIDENCE	2001	2002	2003	2004	2005	2006
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Brunel Darussalam	8.07	6.52	11.51	6.74	6.80	5.21
Malaysia	7.61	6.32	5.79	6.08	5.56	4.61
Philippine	4.97	7.98	10.81	12.06	10.86	7.06
Singapore	4.59	5.04	5.62	4.32	4.98	4.34
Thailand	6.79	7.58	8.66	8.94	6.97	6.64
Hong Kong	6.81	8.07	9.60	7.72	6.35	6.74
India	8.38	11.50	12.47	12.07	9.66	9.00
Japan	7.54	7.90	8.41	8.13	7.76	7.71
Korea, Rep.	6.63	6.72	7.52	8.21	6.21	7.05
Pakistan	10.40	7.00	9.32	7.10	7.71	9.62
Bangladesh	8.50	7.50	8.55	12.56	7.69	4.75
Sri Lanka	6.55	7.05	11.86	6.12	9.17	4.75
Taiwan	7.80	8.02	8.64	7.08	6.26	7.18
China	4.59	8.10	10.44	9.53	6.46	7.29
Saudi Arabia	8.07	13.14	12.38	13.38	12.85	12.17
Austria	13.15	17.63	11.71	19.03	14.66	18.28
Belgium	13.79	18.52	13.75	17.88	15.26	15.06
Denmark	15.16	17.07	15.18	14.73	10.71	8.83
France	14.92	17.79	15.56	15.60	13.93	17.23
Germany	15.80	14.51	14.96	13.37	13.01	14.40
Italy	12.80	12.62	12.62	14.10	12.16	14.70
Netherlands	15.59	19.28	17.54	18.11	15.09	20.45
Spain & Portugal	9.39	12.55	13.06	13.66	12.84	17.22
Sweden	8.55	16.40	15.62	15.88	13.90	12.40
Switzerland	13.76	15.31	17.96	14.84	16.34	13.69
United Kingdom	13.46	12.55	14.27	13.32	11.80	14.04
Finland	12.01	12.33	9.22	12.30	8.35	12.79
Norway	12.66	16.98	16.91	17.16	18.30	9.13
Russia	7.54	13.00	18.73	13.71	11.71	12.78
United State of America	12.20	12.54	13.23	12.40	13.28	12.02
Canada	14.55	13.77	14.81	12.31	11.89	12.36
Central America	10.87	27.50	6.00	8.50	12.67	12.59
South America	10.82	17.38	10.00	13.68	16.05	17.89
Australia	11.05	10.39	11.27	11.06	10.75	12.86
New Zealand	12.54	11.77	10.46	11.01	14.75	14.16
Egypt	17.75	7.67	8.50	4.40	8.13	5.86
Other Country	11.97	10.81	12.18	12.27	11.72	10.51
AVERAGE	10.49	9.79	9.69	9.47	9.05	9.09

Source : Passenger Exit Survey, Department of Culture and Tourism

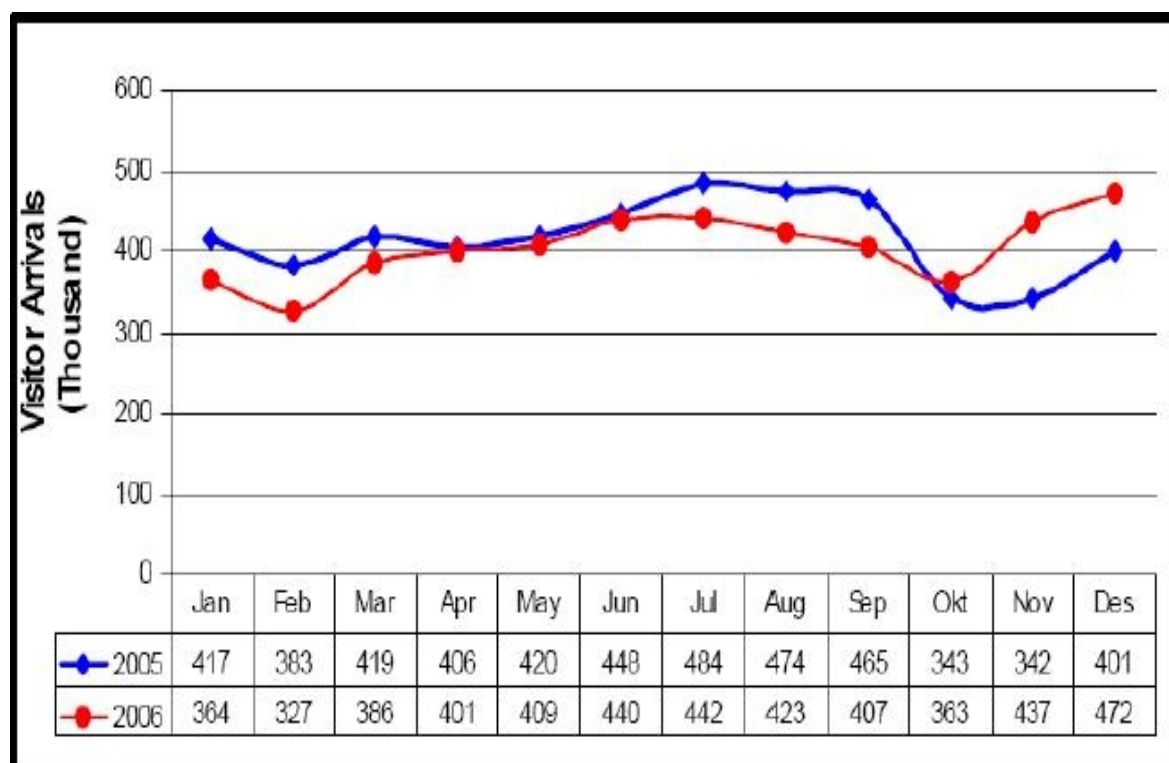
Źródło: <http://www.bps.go.id>

1.4 Sezonowość przyjazdów

Struktura przyjazdów rozpatrywana od strony sezonowości uświadamia nam zależność przyjazdów zagranicznych od uwarunkowań klimatycznych Indonezji. Klimat

¹ Opracowanie własne na podst : Urzędu Statystycznego <http://www.budpar.go.id> (data odczytu 30.04.2009)

tropikalny oraz położenie tego kraju w strefie wpływów monsunów i w związku z tym występowania pory deszczowej (monsunowej) oraz suchej.



Wykres 1 Miesięczne zestawienie przyjazdów turystycznych w latach 2005 – 2006.

Źródło: Źródło: <http://www.bps.go.id>

Apogeum przyjazdów ma miejsce w porze suchej, kiedy to turyści mogą spędzić urlop rozkoszując się słońcem, morzem i przyrodą. Zatem największy wskaźnik przyjazdów odnotowuje się w miesiącach sierpniu i grudniu.

W październiku natomiast nawiedza Indonezję pora deszczowa i odczuwalny jest spadek zainteresowania krajem. Podobnie sprawa ma się w okolicach lutego - tu wskaźnik przyjazdów jest zdecydowanie najniższy w ciągu roku, stanowi jedynie ok. 7% całości przyjazdów w ciągu roku.

Niemniej jednak liczba odwiedzających wskazuje na w miarę umiarkowany rozkład przyjazdów turystów zagranicznych. Sezonowość nie jest więc dużym problemem dla kraju.

1.5 Kraje emisji ruchu turystycznego do Indonezji

Od pięciu lat niezmiennie głównym ośrodkiem z którego odwiedza Indonezję najwięcej turystów jest Singapur – średnio 1,4 mln co roku od 2002r., co daje 30% całości

przyjazdów. Ponad 79% przyjazdów zagranicznych do Indonezji pochodzi z regionu Azji i Pacyfiku. Pierwsza piątkę reprezentuje Singapur, Malezja, Japonia, Korea Południowa i Australia. Jeśli analizować Europę, przyjazdy z niej stanowią 16% ogółu przyjazdów zagranicznych do Republiki Indonezji, czyli około 882 tysiące turystów. Pierwsza piątkę przyjazdów z tego regionu otwiera Wielka Brytania – ok. 147 mln, a następnie Holandia, Niemcy, Francja i Rosja.

Tabela 9 Struktura przyjazdów wg kraju pochodzenia turystów

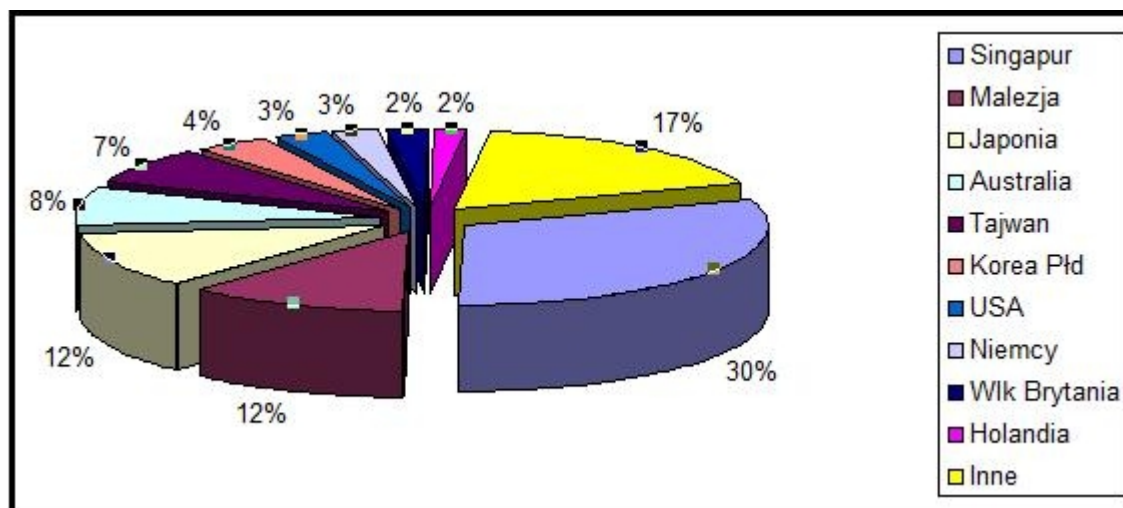
Nationality	2004	2005	2006	2007
Singapore	1,619,572	1,066,461	1,164,082	1,160,200
Malaysia	482,059	564,321	699,124	799,990
Japan	652,854	511,007	432,989	517,356
Australia	444,040	356,287	208,205	287,103
South Korea	246,545	263,356	298,228	337,246
Taiwan	368,680	230,235	226,611	218,268
Philippines	66,679	100,176	187,711	192,868
China	39,936	128,681	182,341	269,216
United Kingdom	128,578	214,515	137,655	148,756
USA	162,627	169,232	129,152	138,266
Netherlands	107,919	105,954	93,147	111,882
Germany	152,063	144,983	106,916	111,512
France	97,225	120,122	108,697	114,094
India	41,582	58,359	94,258	123,465
Thailand	49,333	73,936	66,864	71,753
Hong Kong	62,089	69,339	72,033	63,774
New Zealand	39,550	50,533	31,508	39,635
Saudi Arabia & Bahrain	35,870	46,501	28,034	32,779
Italy	50,567	44,058	40,992	39,135
Canada	40,803	46,567	43,077	40,466
Spain & Portugal	37,708	42,609	39,628	40,960
Russia	19,139	47,212	43,167	51,687
Total Indonesia	5,321,165	5,002,101	4,871,351	5,505,759

Zródło: Raport Indonesia Tourism Performance 2008, <http://www.kbri-bangkok.com>

Niewielka odległość, atrakcyjność kraju, współpraca gospodarcza, dostępność komunikacyjna - te czynniki wpływają między innymi na fakt dominacji przyjazdów z krajów Azji Południowo-Wschodniej. Są one o charakterze głównie biznesowym.

Mniejszy jest udział turystyki biznesowej na rzecz turystyki sentymentalnej i celów rozrywkowych przy analizie emisji z krajów europejskich.¹

¹ Opracowanie własne na podst.: Urzędu Statystycznego <http://www.budpar.go.id> (data odczytu 03.05.2009)



Wykres 1 Procentowe rozłożenie przyjazdów do Indonezji wg kraju pochodzenia turystów
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie : The 2004 Visitor Arrivals Statistics: A Summary,
<http://www.budpar.go.id>

1.6 Profile Turystów odwiedzających Indonezję wybranych dwóch

1.6.1 SINGAPUR

Dominującym rodzajem turystyki uprawianym przez Singapurczyków jest turystyka biznesowa. To doskonałym wyjaśnienie występowania znacznych dysproporcji w wartościach obrazujących ich płeć – prawie 800 tysięcy mniej kobiet corocznie przyjeżdża do Indonezji niż mężczyźni.

Tabela 10 Zestawienie danych dot. Profilu turysty singapurskiego

CHARACTERISTIC	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
SEX	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	1.417.803	1.401.804	1.352.412
■ Male	1.182.907	1.223.386	1.189.969	1.216.049	1.368.434	1.165.521	1.143.686	1.112.706
■ Female	244.979	253.746	257.346	253.233	276.283	252.282	258.118	239.706
AGE GROUP (Year)	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	1.417.803	1.401.804	1.352.412
■ Younger than 15	61.428	64.820	63.448	63.954	69.225	44.737	45.977	38.909
■ 15 - 24	60.344	63.285	62.444	63.384	70.627	46.829	47.411	37.590
■ 25 - 34	374.083	382.733	376.390	388.061	435.235	404.737	333.479	279.379
■ 35 - 44	499.084	515.101	504.041	508.711	571.129	490.190	489.470	467.569
■ 45 - 54	278.129	289.467	282.324	282.160	314.234	273.576	334.361	393.122
■ 55 - 64	104.528	109.294	106.533	108.539	121.884	105.104	97.522	80.114
■ Older than 64	50.290	52.432	52.135	54.473	62.383	52.630	53.584	55.729
OCCUPATION	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	1.417.803	1.401.804	1.352.412
■ Professional	218.522	339.096	349.563	302.958	378.024	356.787	380.333	361.580
■ Business Manager	63.616	65.893	72.754	63.307	69.042	70.804	334.449	309.196
■ Government Official	4.591	4.819	6.540	4.923	7.681	5.352	8.673	8.275
■ Military Services	1.012	1.712	1.039	895	4.312	4.594	2.967	2.923
■ International Organization	1.650	1.783	1.849	-	-	-	-	-
■ Employee/Sales/Clerical/Technical	904.156	986.412	936.109	1.000.093	1.064.824	875.676	586.115	589.221
■ Housewife	17.591	16.244	18.091	19.965	23.059	21.851	19.220	17.138
■ Student	27.574	27.482	28.133	31.179	38.327	33.575	37.538	34.630
■ Retired	9.180	9.826	9.639	-	-	-	-	-
■ Others	179.994	23.865	23.598	45.962	59.448	49.164	32.509	29.449

FREQUENCY OF VISIT	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	-	-	-
▣ First Timer	152.057	155.149	169.799	143.118	139.247	-	-	-
▣ Repeater	1.267.461	1.313.442	1.277.516	1.326.164	1.505.470	-	-	-
▣ Not Stated	8.368	8.541	-	-	-	-	-	-
PURPOSE OF VISIT	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	1.417.803	1.401.804	1.352.412
▣ Holiday	598.634	639.643	733.227	757.008	767.528	790.993	789.388	764.960
▣ Business	774.856	820.117	697.904	682.104	843.045	598.130	583.665	563.483
▣ Official Mission	4.488	4.801	4.756	5.029	5.974	6.017	5.489	5.268
▣ Convention	2.776	3.133	3.299	3.092	3.828	10.012	10.384	10.590
▣ Education	1.120	1.188	1.099	1.029	1.534	3.150	3.199	3.127
▣ Others	46.012	5.857	7.030	21.020	22.808	9.501	7.679	4.984
▣ Not Stated	-	2.393	-	-	-	-	-	-
TRAVEL ARRANGEMENT	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	-	-	-
▣ Package Tour	177.624	208.026	209.615	181.649	159.930	-	-	-
▣ Individual Tour	1.179.791	1.237.516	1.237.700	1.287.633	1.484.787	-	-	-
▣ Not Stated	70.471	31.590	-	-	-	-	-	-
MODE OF TRANSPORTATION	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	1.417.803	1.401.804	1.352.412
▣ Air	177.624	208.026	422.741	278.705	301.159	323.604	319.952	317.351
▣ Sea	1.179.791	1.237.516	1.020.311	1.190.404	1.343.368	1.093.719	1.081.377	1.034.568
▣ Land	70.471	31.590	4.263	173	190	480	475	493
TYPE OF ACCOMMODATION	1.427.886	1.477.132	1.447.315	1.469.282	1.644.717	1.417.803	1.401.804	1.352.412
▣ Hotel	1.039.953	1.074.470	1.054.980	1.060.090	1.206.551	934.370	940.013	915.513
▣ Resident of friends	23.916	26.036	25.393	25.048	24.905	77.654	100.296	83.828
▣ Other Accommodations	363.982	376.611	366.942	384.144	413.261	405.779	361.495	353.071
▣ Not Stated	35	15	-	-	-	-	-	-

Źródło: <http://www.budpar.go.id>

Struktura wiekowa wskazuje na dominację przedziału wiekowego 35-44 lat. Rozpatrując szerzej, jak wielu innych krajach turyści odwiedzający Indonezję mają 25-54 lat. W roku 2007 odnotowano nieznaczny spadek turystów 35-44 letnich na rzecz 45-55 letnich.

Najczęstsze zawody, które są tu reprezentowane to wszelkie zawody techniczne oraz związane z biznesem.

Najbardziej popularnymi celami wizyt singapurskich turystów są te wypoczynkowe oraz wcześniej wspomniane biznesowe.

Średnie wydatki turysty singapurskiego w roku 2007 to 114,43/dzień i 593,02 podczas całej wizyty.

Średnia długość pobytu turysty z Singapuru wyniosła w 2006 roku – 4,34 dnia aw 2007 roku – 5,18.

Ponad milion turystów z Singapuru podczas podróży do Indonezji corocznie wybiera drogę morską jako rodzaj transportu. Trzy razy mniej zainteresowanych jest podróżą samolotem.

Tendencja spadkowa przy wyborze hotelu jako najczęstszego typu zakwaterowania nie przeszkadza mu ciągle dominować. Od roku 2000 zanotowano znaczny wzrost nocowaniu u rodziny i znajomych – z ok. 23 tysięcy do ponad 80.

1.6.2 WIELKA BRYTANIA

Tabela 11 Zestawienie danych dot. Profilu turysty brytyjskiego

S E X	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	163.898	110.412	121.599
■ Male	87.777	102.977	88.186	57.297	64.799	91.271	62.522	70.405
■ Female	73.885	86.050	71.891	41.619	48.779	72.627	47.890	51.194
AGE GROUP (Year)	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	163.898	110.412	121.599
■ Younger than 15	6.880	6.847	6.913	3.872	3.892	5.655	2.694	4.256
■ 15 - 24	20.534	24.737	21.157	11.412	12.294	14.490	8.243	8.822
■ 25 - 34	48.228	58.801	47.357	27.506	32.587	50.719	34.247	34.633
■ 35 - 44	30.239	33.985	29.521	21.511	23.623	33.364	23.826	28.753
■ 45 - 54	30.365	34.877	29.173	20.045	22.413	32.529	21.445	24.886
■ 55 - 64	17.154	19.430	16.383	10.429	13.183	18.206	12.294	13.858
■ Older than 64	8.262	10.350	9.573	4.141	5.586	8.935	7.663	6.391
OCCUPATION	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	163.898	110.412	121.599
■ Professional	59.894	102.088	86.617	48.272	55.962	79.163	50.720	54.842
■ Business Manager	18.820	17.942	17.608	11.116	14.716	22.926	18.233	18.835
■ Government Official	1.786	2.468	3.368	1.173	1.258	1.362	810	893
■ Military Services	625	1.655	757	130	952	2.882	1.074	1.171
■ International Organization	165	366	295	-	-	-	-	-
■ Employee/Sales/ Clerical/ Technical	25.665	32.186	24.170	17.334	16.597	21.601	13.473	18.530
■ Housewife	6.307	4.948	3.937	2.526	4.088	6.592	4.109	4.283
■ Student	18.444	14.293	13.738	7.210	7.390	12.600	8.353	8.854
■ Retired	11.579	7.689	6.375	-	-	-	-	-
■ Others	18.377	5.392	3.212	11.155	12.615	16.772	13.640	14.191
FREQUENCY OF VISIT	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	-	-	-
■ First Timer	104.121	121.476	103.359	39.440	42.529	-	-	-
■ Repeater	55.734	65.681	56.718	59.476	71.049	-	-	-
■ Not Stated	1.807	1.870	-	-	-	-	-	-
PURPOSE OF VISIT	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	163.898	110.412	121.599
■ Holiday	112.414	142.737	111.554	46.674	57.980	90.157	69.052	67.918
■ Business	42.474	42.194	45.006	44.844	48.247	68.528	36.667	42.611
■ Official Mission	78	109	135	291	97	755	393	728
■ Convention	367	247	435	366	205	1.416	891	2.310
■ Education	274	121	257	295	216	732	477	521
■ Others	6.055	3.318	2.690	6.446	6.833	2.310	2.932	7.511
■ Not Stated	-	301	-	-	-	-	-	-
TRAVEL ARRANGEMENT	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	-	-	-
■ Package Tour	25.774	38.078	28.084	17.440	17.593	-	-	-
■ Individual Tour	128.619	145.266	131.993	81.476	95.985	-	-	-
■ Not Stated	7.269	5.683	-	-	-	-	-	-
MODE OF TRANSPORTATION	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	163.898	110.412	121.599
■ Air	122.304	147.239	153.299	63.261	74.261	126.034	84.905	90.853
■ Sea	39.212	41.513	6.261	35.577	39.224	37.767	25.442	30.729
■ Land	146	275	517	78	93	97	65	17
TYPE OF ACCOMMODATION	161.662	189.027	160.077	98.916	113.578	163.898	110.412	121.599
■ Hotel	135.175	156.813	130.455	75.436	90.926	132.646	89.075	97.723
■ Resident of friends	2.526	3.733	2.896	3.435	3.377	4.205	5.305	4.008
■ Other Accommodations	23.961	28.480	26.726	20.045	19.275	27.047	16.032	19.868
■ Not Stated	-	1	-	-	-	-	-	-

Źródło: <http://www.budpar.go.id>

Autorka do analizy profilu turystów odwiedzających Indonezję oprócz pierwszego pod względem przyjazdów Singapuru, wybrała Wielką Brytanię, z racji bycia największym europejskim rynkiem emisji turystów.

W strukturze płciowej przeważają mężczyźni choć różnice nie są aż tak duże i oscylują w granicach 20 tysięcy rocznie.

W większości przyjeżdżają Brytyjczycy w wieku 25-34 lat i ta dominacja mimo pewnych wahań, utrzymuje się już od lat.

Najchętniej Indonezję odwiedzają przedstawiciele zawodów wolnych – wyraźna przewaga - ale i technicznych i związanych z biznesem.

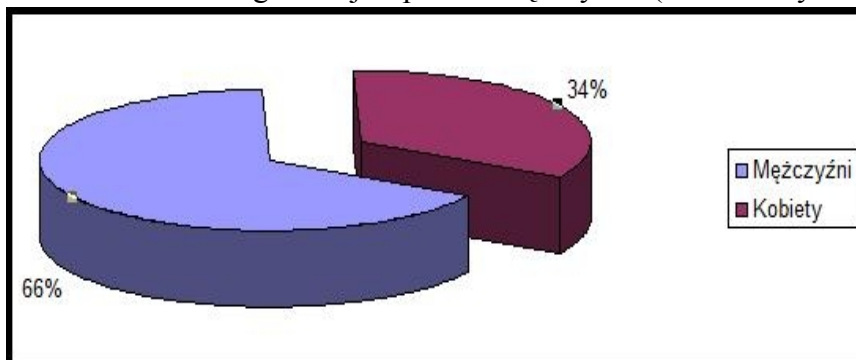
Cele podróży dotyczą głównie wypoczynku i w 2007 osiągnęły wielkość prawie 70 tysięcy. Na drugim miejscu plasuje się turystyka biznesowa, o wskaźniku niższym o prawie 30 tysięcy.

Wskaźnik rodzaju transportu informuje nas o fakcie raczej oczywistym czyli pierwszym miejscu drogi lotniczej jako środka komunikacji Brytyjczyków udających się na urlop do Indonezji.

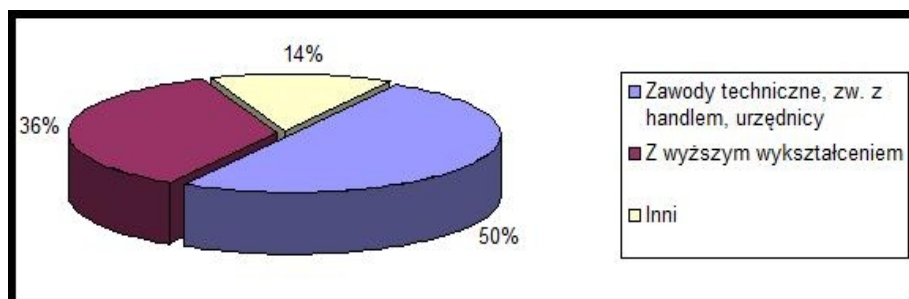
Zdecydowana dominacja ma miejsce również jeśli chodzi o wybór miejsca zakwaterowania jakim jest hotel – ponad 97 tysięcy. Najmniej mieszkańców Wielkiej Brytanii wybiera pobyt u znajomych i krewnych.

1.6.3 Ogólne omówienie profilu turystów

Struktura demograficzna przyjazdów do Indonezji charakteryzują znaczne dysproporcje w liczbie odwiedzin tego kraju przez mężczyzn (66% wszystkich przyjazdów) i kobiety (33% przyjazdów). Z racji wysokiego wskaźnika wizyt o charakterze biznesowym możemy zrozumieć ponad milionową przewagę przyjazdów mężczyzn.



Wykres 2 Dysproporcje w strukturze demograficznej przyjazdów do Indonezji
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.budpar.go.id>



Najliczniej odwiedzają kraj turyści w wieku 25 – 34 i 35 – 44. Ludzie Ci najczęściej jako motyw swoich przyjazdów

Wykres 3

Struktura zatrudnienia turystów przyjeżdżających do Indonezji

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.budpar.go.id>

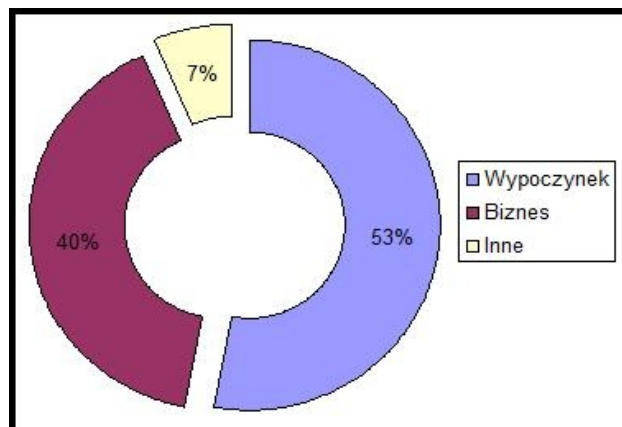
podają cele wypoczynkowe w tym rozrywkowe. Przyjeżdżają turyści zawodów technicznych, urzędnicy, handlowcy ale i osoby z wyższym wykształceniem o prestiżowych zawodach (36% ogółu).

1.7 Główne cele przyjazdów

Dominującymi typami podróży są tutaj przyjazdy wakacyjno-urlopowe 53% ogółu i biznesowe 40%.

Indonezja jest celem przyjazdów wakacyjnych przede wszystkim ze względu na atrakcyjność warunków naturalnych i kulturowych, egzotykę miejsca oraz coraz większą dostępność komunikacyjną i polepszającą się infrastrukturę turystyczną, oraz dobrą strategię promocyjną kraju Visit Indonesia 2009.

Duży udział przyjazdów biznesowych jest tłumaczony rozwijającą się gospodarką Indonezji i nawiązaniem sieci współpracy, głównie z krajami sąsiednimi i innymi z subregionu Południowo-Wschodniej Azji.



Wykres 4 Struktura przyjazdów turystów do Indonezji ze względu na cel wizyty

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.budpar.go.id>

1.8 Dochody z turystyki i struktura wydatków turystów

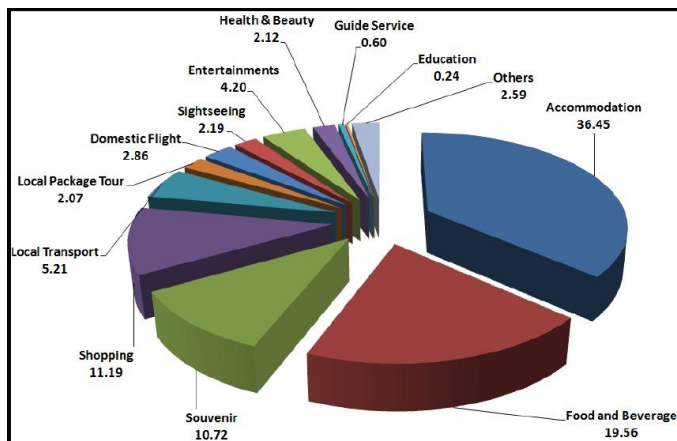
Tabela 12 Średnie wydatki turystów na dzień/podczas wizyty

Całkowity dochód roczny płynący z turystyki doszedł nawet do 4,6 mln dolarów w 2007r. i wzrasta z roku na rok. Największy odsetek wydatków przypada na Singapur bo aż 13,46% całości, podczas gdy Japonii 12,25%.

Średnia wydana kwota osoby podczas jednej wizyty to w 2007 roku 970 USD – co daje 107,7 USD na osobę na dzień.

	Average Expenditure/person (in US\$)		Average stay in days
	PER VISIT	PER DAY	
2004	901,66	95,17	9,47
2005	904.00	99,86	9,05
2006	913.09	100.48	9,09
2007	970.98	107,70	9,02
2008*	1.178.54	137,38	8,58

Źródło: Raport Indonesia Tourism Performance 2008,



<http://www.kbri-bangkok.com>

W strukturze wydatków turystów odwiedzających Indonezję, zaczynając od najpopularniejszych dominuje zakwaterowanie 36,45% całości, następnie wyżywienie 19,56% i zakupy 11,19%.

Wykres 5 Struktura wydatków w roku 2008

Źródło: Źródło: Raport Indonesia Tourism Performance 2008

Europejscy turyści wydają sporo podczas ich pobytu w Indonezji. Największa liczba wydatków przypada Belgom bo ponad 1800 USD na osobę podczas jednej wizyty. Pierwsza dziesiątka krajów wydających najwięcej pieniędzy w Indonezji w 2007 to: Belgia, Rosja, USA, Arabia Saudyjska, Szwecja, Dania, Hiszpania i Portugalia, Holandia oraz Wielka Brytania.

Turyści z krajów Azji wykazują tendencję do znacznie mniejszych wydatków co można tłumaczyć innymi charakterem ich podróży, który w porównaniu do turystów europejskich jest bardziej biznesowy niż wakacyjno-wypoczynkowy, co sprawia, że i ich struktura wydatków jest odmienna niż europejska.

1.9 Odwiedzane regiony

Tabela 13 Najchętniej odwiedzane regiony Indonezji w pierwszej połowie 2007 roku.

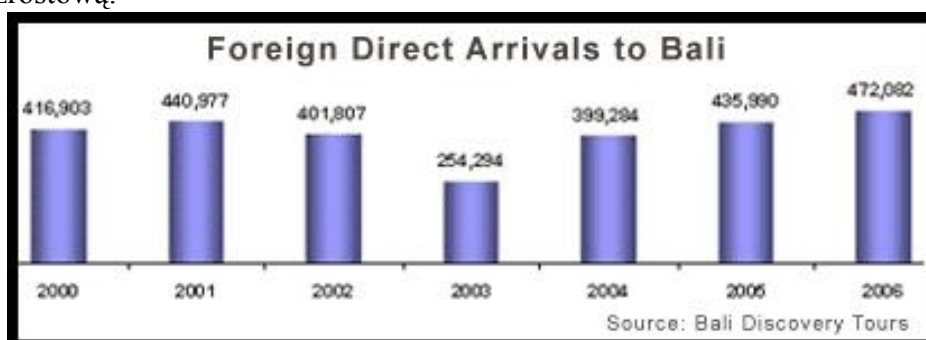
ATTRACTION	2007						JUMLAH
	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	
DKI JAKARTA	1,710,506	599,984	1,424,200	1,398,532	1,435,085	3,637,943	10,206,250
1 Taman Impian Jaya Ancol	1,043,852	393,343	904,279	911,632	900,570	1,311,466	5,465,142
2 Kebun Binatang Ragunan	298,723	51,604	222,648	179,983	192,575	307,809	1,253,342
3 Taman Mini Indonesia Indah	270,386	106,785	225,238	211,914	259,799	451,334	1,525,456
4 Monumen Nasional	77,504	25,565	47,503	58,583	59,832	N.A	268,987
5 Museum Nasional	12,250	15,230	14,563	14,816	13,174	13,658	83,691
6 Museum Fatahillah	5,017	4,079	6,723	7,032	5,552	9,178	37,581
7 Museum Satria Mandala	2,774	3,378	3,246	14,572	3,583	6,052	33,605
8 Pekan Raya Jakarta	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A	1,538,446	1,538,446
BANTEN	142,956	102,027	115,863	124,925	126,848	225,210	837,829
1 Pelabuhan penyebrang Merak	142,956	102,027	115,863	124,925	126,848	225,210	837,829
WEST JAVA	171,380	75,217	164,289	180,990	226,033	447,338	1,265,247
1 Taman Safari Indonesia	64,450	30,791	61,441	67,802	101,452	236,086	562,022
2 Kebun Raya Bogor	57,995	23,272	53,020	67,368	75,321	98,513	375,489
3 Taman Bunga Cipanas	25,982	7,624	20,882	20,954	31,612	81,776	188,830
4 Taman Wisata Mekarsari	22,953	13,530	28,946	24,866	17,648	30,963	138,906
CENTRAL JAVA	202,487	68,581	101,055	84,365	0	285,387	741,875
1 Taman Wisata Candi Borobudur	163,317	62,957	92,609	82,932	N.A	267,001	668,816
2 Gedung Songo	39,170	5,624	8,446	1,433	N.A	18,386	73,059
YOGYAKARTA	136,394	67,726	83,142	84,498	59,005	174,748	605,513
1 Taman Wisata Candi Prambanan	56,882	25,059	33,701	30,008	N.A	71,421	217,071
2 Kraton Yogyakarta	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A	33,961	33,961
3 Pantai Parangtritis	79,512	42,667	49,441	54,490	59,005	69,366	354,481
EAST JAVA	181,302	95,879	117,209	113,314	128,070	123,232	759,006
1 Kebun Binatang Surabaya	118,577	39,780	57,638	52,449	63,341	70,068	401,853
2 Taman Nasional Bromo	2,224	1,097	1,796	1,629	2,329	2,834	11,909
3 Pelabuhan Penyebrang Ketapang	60,501	55,002	57,775	59,236	62,400	50,330	345,244
BALI	86,579	34,267	34,934	45,276	72,878	102,156	376,090
1 Tanah Lot	85,050	33,256	32,767	43,274	71,555	98,834	364,736
2 Museum Bali	1,529	1,011	2,167	2,002	1,323	3,322	11,354

Źródło: Directorate of Marketing Development, Directorate General of Marketing Data January - June 2007, www.budpar.go.id

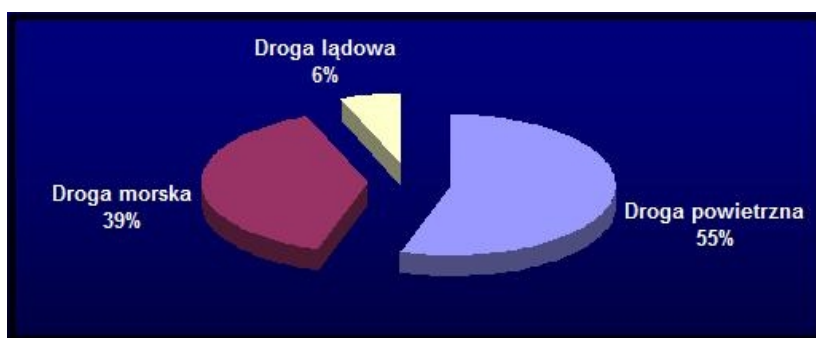
Powyższa tabela przedstawia liczbę odwiedzających najważniejsze miejsca koncentracji ruchu turystycznego Indonezji.

Do najchętniej odwiedzanych regionów należy Jawa i Bali.

Jawa z racji największego nagromadzenia atrakcji turystycznych – Dżakarta, Borobudur czy Prambanan jest niewątpliwie magnesem przyciągającym najwięcej turystów. Bali z kolei charakteryzuje wysokorozwinięta infrastruktura turystyczna, z najlepszymi hotelami w kraju na czele. Corocznie przyjeżdża około pół miliona osób. Wyspa odradza się po kryzysie spowodowanym atakami terrorystycznymi. Notuje tendencje wzrostową.



1.10 Najpopularniejsze środki lokomocji oraz miejsca zakwaterowania

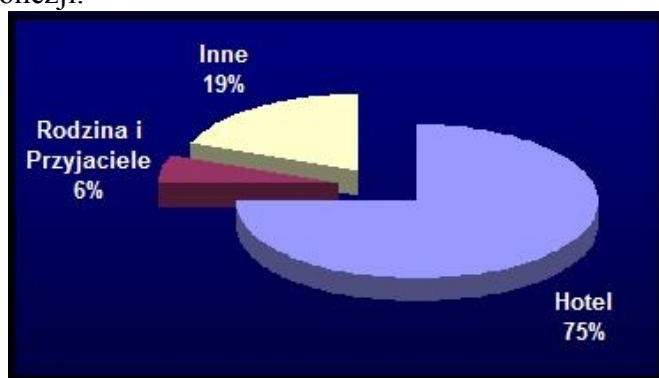


Indonezja jako kraj wyspiarski, znajdujący się w Archipelagu Wysp Malajskich, znajduje się w znacznej odległości od większości rynków emisji turystów, co generuje w znacznym stopniu wybór środków transportów podczas

Wykres 7 Wybór środka lokomocji 2006r.
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie: www.budpar.go.id

podróży do tego kraju. Dominują tu zatem przyloty (55% ogółu). Ten rodzaj lokomocji wybierają najczęściej Japończycy (17.28% ogółu przyjazdów z krajów azjatyckich) oraz Tajwańczycy (10.42%). Niewiele mniej popularna jest podróż drogą morską i jest to odsetek 39% ogółu przyjazdów do Indonezji.

Od lat utrzymuje się w Indonezji tendencja wyboru hotelu jako miejsca zakwaterowania podczas podróży do tego kraju. W 2006r stanowił on 75% całości. Odsetek pobytu u rodziny i znajomych jest b. niewielki w porównaniu z obiektami hotelarskimi.



Wykres 8 Wybór miejsca zakwaterowania 2006r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: www.budpar.go.id

1.11 Prognozy na najbliższe lata

Światowa Organizacja Turystyki UNWTO w swoim raporcie Tourism 2020 Vision zamieściła swoje prognozy dotyczące przyszłości podróży zagranicznych na świecie. Został w nim zawarty również region Azji i Pacyfiku. Wyszczególniono prognozy dla Wschodniej i Południowej Azji. Dane dotyczące tej pierwszej wskazują na średni roczny wzrost przyjazdów o ok. 6,5% o 0,3% mniej niż Azji Południowej.

Tabela 14 Prognozy dotyczące wyjazdów zagranicznych na lata 2010 i 2020

International Tourist Arrivals by Region (million)						
	Base Year	Forecasts		Average annual growth rate (%)	Share (%)	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
Total	565	1,006	1,561	4.1	100	100
Africa	20	47	77	5.5	3.6	5.0
Americas	109	190	282	3.9	19.3	18.1
East Asia/Pacific	81	195	397	6.5	14.4	25.4
Europe	338	527	717	3.0	59.8	45.9
Middle East	12	36	69	7.1	2.2	4.4
South Asia	4	11	19	6.2	0.7	1.2
Intraregional (a)	464	791	1,183	3.8	82.1	75.8
Long-haul (b)	101	216	378	5.4	17.9	24.2

Źródło: UNWTO, Tourism Highlights 2008

Indonezyjskie władze uwzględniając makro i mikro czynniki o negatywnym wpływie na rozwój turystyki w ich kraju, takie jak min ogólnoswiatowy kryzys gospodarczy, postrzeganie kraju jako niebezpiecznego (ataki terrorystyczne, zagrożenia naturalne, choroby – grypa, SARS itd.), ogłosiły iż w następnych lata spodziewają się utrzymania przyjazdów turystów zagranicznych na podobnym poziomie co dotychczas, około 6.25-6.5 mln turystów.

Prognozy dotyczące dochodów płynących z turystyki z przewidywanych 7 mln dolarów stopniały do niewiele ponad 5 mln.

Wciąż zmartwieniem dla państwa jest duża konkurencja na rynkach turystycznych, płynąca zwłaszcza z oferty państw sąsiednich – Singapuru z jego ponad 10 mln przyjazdami w 2007r, Tajlandią – 15,5 mln .

Duży nacisk kładzie się zatem na kampanie promocyjną Visit Indonesia, która ma popularyzować walory turystyczne kraju i zwracać uwagę na jego unikalność ale i przystępność.

Obłożenie hotelarskie ma spaść o ok. 5 % w porównaniu do 60 % ostatniego roku, co spowodowane jest kryzysem, który dotknął takie kraje jak Australia, Korea Południowa, Japonia, Rosja – turyści po prostu masowo zaczęli anulować swoje wcześniejsze rezerwacje.¹

2. Rynek emisji turystycznej

2.1 Rynek Indonezji jako część regionu w międzynarodowym ruchu turystycznym

Liczba podróży z regionu Azji i Pacyfiku wzrasta z roku na rok. Średni roczny przyrost w latach 2000-2007 wyniósł 6,9%. W 2007 roku z tego obszaru w podróż udało się 181,9 mln osób, co daje mu drugie miejsce na świecie, z wynikiem o ponad 300 mln mniejszym niż Europa. Procentowy udział w światowej liczbie podróży wynosi zatem 20,1% ogółu.

¹ Opracowanie własne na podstawie: UNWTO, Tourism Highlights 2008

Tabela 15 Liczba podróży według regionów generujących

	International Tourist Arrivals (million)						Share (%) 2007*	Change (%)		Average annual growth (%) '00-'07*
	1990	1995	2000	2005	2006	2007*		2006/05	2007*/06	
World	436	536	683	803	847	903	100	5.5	6.6	4.1
From:										
Europe	252.7	311.4	399.2	455.3	475.2	502.0	55.6	4.4	5.6	3.3
Asia and the Pacific	58.9	86.2	113.9	154.0	165.9	181.9	20.1	7.7	9.6	6.9
Americas	99.8	108.4	131.0	135.8	142.8	149.7	16.6	5.1	4.8	1.9
Middle East	8.2	9.6	13.8	22.6	24.3	27.8	3.1	7.5	14.3	10.6
Africa	9.9	12.8	16.3	21.8	24.9	26.7	3.0	14.0	7.3	7.4
Origin not specified ¹	6.6	7.5	9.2	13.9	14.2	15.2	1.7	2.6	7.1	7.4
Same region	349.9	431.4	541.0	638.0	668.9	710.2	78.6	4.9	6.2	4.0
Other regions	79.5	97.1	133.1	152.3	164.2	177.9	19.7	7.8	8.3	4.2

Źródło: UNWTO, Tourism Highlights 2008

Tabela 16 Liczba wyjazdów zagranicznych Indonezji, średnia długość pobytu, średnie wydatki na osobę

YEAR	OUTBOUND	AVERAGE EXPENDITURE PER PERSON (US\$)		AVERAGE LENGTH OF STAY	TOURISM
		PER VISIT	PER DAYS		
2003	3.769.000	915,55	82,33	11,12	3.450,49
2004	4.270.000	859,81	77,88	11,04	3.671,50
2005	4.806.000	683,78	83,90	8,15	3.286,40
2006	5.040.499	777,71	100,87	7,71	3.920,05

Źródło: The Center of Research and Tourism Development in 2006

Zamieszczona tabela pokazuje, jak w ciągu ostatnich lat wzrastała liczba wyjazdów Indonezyjczyków. Dowodzi to wzrost ich aktywności turystycznej. Położenie wyspiarskie i znaczne oddalenie od innych regionów atrakcyjnych turystycznie sprawia, że wskaźnik średniej długości pobytu jest stosunkowo wysoki, choć wykazuje tendencję malejącą. Średnie wydatki mieszkańców Indonezji podczas ich podróży ulegają w skali kilku lat pewnych wahanom. Średnio wynoszą one około 700 tysięcy USD na podróż.

Tabela 17 Wydatki na wyjazdy zagraniczne (w mld USD) według krajów pochodzenia turystów

Ranga	Kraj	Wydatki (w mld USD)					Zmiany (%)			
		1995	2000	2005	2006	2007	waluta	06/05	07/06	08/07*
1	Niemcy	60,2	53,0	74,4	73,9	82,9		-1,5	2,7	3,2
2	USA	44,9	64,7	69,0	72,1	76,2	sa	4,5	5,6	10,0
3	W. Brytania	24,9	38,4	59,6	63,1	72,3		4,6	5,4	9,9
4	Francja	16,3	17,8	30,5	31,2	36,7		1,2	7,8	-0,4
5	Chiny	3,7	13,1	21,8	24,3	29,8	\$	11,8	22,5	b.d.
6	Włochy	14,8	15,7	22,4	23,1	27,3		2,2	8,4	5,3
7	Japonia	36,8	31,9	27,3	26,9	26,5		3,8	-0,2	-4,9
8	Kanada	10,3	12,4	18,2	20,5	24,8		5,7	14,4	19,0
9	Rosja	11,6	8,8	17,4	18,2	22,3	\$	4,6	22,1	20,0
10	Korea Płd	6,3	7,1	15,4	18,9	20,9	\$	22,4	10,8	-1,9
11	Hiszpania	4,5	6,0	15,1	16,7	19,7		9,4	8,3	4,1
12	Holandia	11,7	12,2	16,2	17,0	19,1		4,3	2,6	20,3
13	Belgia	8,1	9,4	15,0	15,4	16,9		2,1	0,5	4,0
14	Hong Kong (Chiny)	10,5	12,5	13,3	14,0	15,1		5,4	7,9	15,6
15	Norwegia	4,2	4,6	10,5	12,2	14,7		15,7	10,5	9,5
26	<u>Polska</u>	5,5	3,3	4,3	5,8	6,8		26,7	6,1	-3,5
32	<u>Indonezja</u>	2,2	3,2	3,6	4,0	4,9	\$	12,4	21,7	-3,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.intur.com.pl>

W powyższym zestawieniu wydatków na wyjazdy zagraniczne odnotowano wahania jakim ulegały w latach 1995, 2000, 2005, 2006, 2007. W wynikach uwzględniono także Indonezję, która zajmuje 32 pozycje w skali światowej. Z roku na rok mieszkańcy Indonezji, odbywający podróże zagraniczne zwiększali sumę wydanych pieniędzy podczas swoich wyjazdów. W porównaniu z rokiem 1995 nastąpił wzrost o 2,7 mld dolarów. Jednakże ówczesne prognozy wskazywały tendencję spadkową, tak że po roku 2007 przewidywano spadek o 3,1 %.

Sześć oczek wyżej w tabeli, widoczna jest Polska, której roczne wydatki na turystykę wyjazdową przewyższają indonezyjskie. Dane o ile nie zaznaczono są podane w walutach krajowych. Dla polski ten wskaźnik wyniósł 6,8 mln PLN.

2.2 Turystyka wyjazdowa

W celu zobrazowania turystyki wyjazdowej mieszkańców Indonezji, ze względu na ograniczony dostęp do danych statystycznych posługuje się w tejże analizie, wynikami badań przeprowadzonych przez indonezyjskie Ministerstwo Turystyki zamieszczonych w raporcie „2004 Outbound Survey Summaries”.

Badania, metodą wywiadu bezpośredniego oraz ankietowania, przeprowadzono w maju i czerwcu 2004 roku. Brało w nim udział 4000 respondentów z 11 głównych portów wyjazdowych z kraju.

Poniżej prezentowane są pełne wyniki.

Grupa wiekowa:

- Poniżej 25 lat – 18,24%
- 25 – 54 – 72,87%
- powyżej 54 lat – 8,89%

Grupa zawodowa:

- pracownicy - 23,78%
- studenci – 20,41%
- gospodynie domowe – 21,07%
- emeryci – 16,86%
- kadra kierownicza – 20,43%
- pozostali – 8,99%

Kraje docelowe:

- ASEAN – 71,03% (głównie Singapur i Malezja)
- Europa – 11,56%
- Inne kraje azjatyckie – 7,27%
- Ameryka – 4,63%
- Australia i Oceania – 3,7%
- Pozostałe kraje – 1,78%



Wykres 9 Kraje docelowe wyjazdów Indonezyjczyków

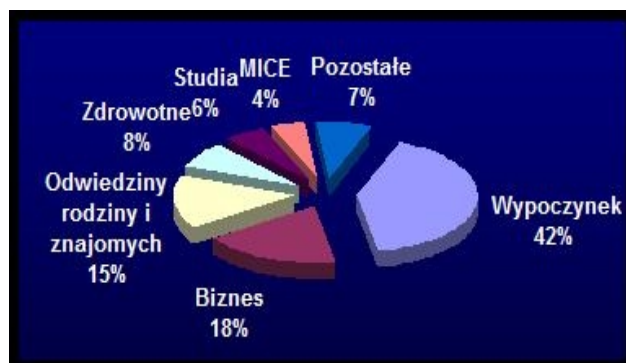
Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu „2004 Outbound Survey Summaries”
www.budpar.go.id

Cel wyjazdów:

- Wypoczynek – 41,53%
- Biznes – 18,37%
- Odwiedziny rodziny i znajomych – 15,16%
- Zdrowotne – 7,68%
- Studia – 5,66%
- MICE – 4,28%
- Pozostałe – 7,25%

Średnia długość pobytu:

- Rok 2003 – 11,12 dni
 - Rok 2004 – 11,04 dnia
- Z czego:
- 1 – 3 dni: 26,58 %
 - 4 – 7 dni: 40,60%
- 2 tygodnie i dłużej: 18%



Wykres 10 Cele wyjazdów Indonezyjczyków

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu „2004 Outbound Survey Summaries”,

Wydatki:

- 2003 rok:
 - na wyjazd – 915,55 USD
 - na dzień – 82,33 USD
- 2004 rok
 - na wyjazd – 859,81 USD
 - na dzień – 77,88 USD
 - zakupy – 36% wydatków
 - zakwaterowanie – 29,29% wydatków
 - wyżywienie – 14,63%
 - lekarstwa/opieka medyczna – 6,29%

Preferowane linie lotnicze:

- Zagraniczne – 62,7%
- Krajowe – 37,3%

Produkty najczęściej kupowane:

- Odzież – 39,17%
- Akcesoria – 27,56%
- Elektronika – 12,77%
- Ceramika – 5,43%

Częstotliwość wyjazdów:

- Ponowne wyjazdy – 71,10%
- Pierwsze podróże – 28,90%
- Średnia ilość krajowych prowincji odwiedzonych w życiu: 2 – 4 prowincje¹

W większości przypadków głównymi źródłami informacji dla osób planujących wyjazdy są agenci turystyczni (ok. 55%); Innymi źródłami są również informacje prywatne uzyskane od rodziny i znajomych oraz internet.

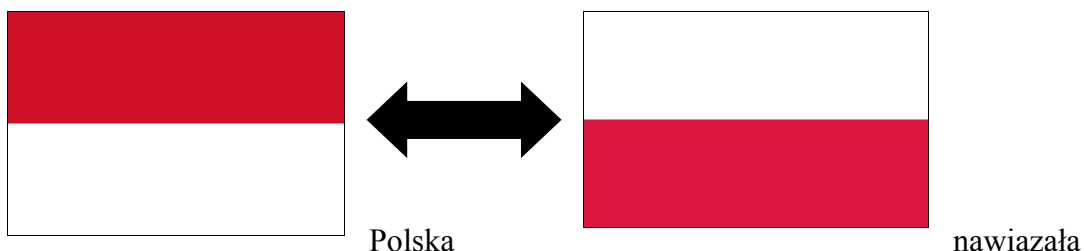
Turyści indonezyjscy najchętniej wybierają narodowe linie lotnicze Garuda Indonesia Airways, aż 43, 1% ogółu. Popularne są też linie singapurskie oraz Cathay Pacific.

Najczęstszym miejscem zakwaterowania są hotele o wysokim standardzie, głównie pięciogwiazdkowe. Wybór pada również na hotele trzygwiazdkowe oraz czterogwiazdkowe międzynarodowych sieci.²

¹ Opracowanie własne na podstawie raportu „2004 Outbound Survey Summaries”, www.budpar.go.id

² Opracowanie własne na podstawie raportu „Indonesia Forecast on the Outbound Travel”, <http://www.asiatraveltips.com>

3. Znaczenie rynku turystycznego Indonezji dla Polski



stosunki dyplomatyczne z Indonezją we wrześniu 1955 r. Dobrze funkcjonuje współpraca między Parlamentami obu krajów. Z wizytami w Indonezji przebywały liczne delegacje Sejmu RP (na poziomie wicemarszałków oraz przewodniczących komisji ON). W Polsce gościły z wizytami delegacje indonezyjskiej Izby Reprezentantów (ostatnio z Przewodniczącym Izby Agung Laksono w grudniu 2007r.) oraz Izby Reprezentantów Regionalnych (w marcu 2008r.).

Stosunki dwustronne normują umowy międzyrządowe o współpracy: naukowo-technicznej (1961 r.), kulturalno-edukacyjnej (2003 r.), zwalczania międzynarodowej przestępczości zorganizowanej (2005 r.), obronności (2006 r.) oraz porozumienie ws. wymiany kulturalnej i edukacyjnej na lata 2008-2011 (2008 r.). Trwają prace nad podpisaniem umów o: współpracy gospodarczej oraz ochronie informacji niejawnych.

Polacy w Indonezji

Ok. 100 osób, przede wszystkim w Dżakarcie i na Bali.

Indonezyjczycy w Polsce:

Wg stanu na 19 sierpnia 2008 roku, ważne karty pobytu w Polsce posiadało 71 obywateli Republiki Indonezji.

W historii stosunków polsko-indonezyjskich podpisanych zostało ok. 20 umów i porozumień. Dotyczyły one przede wszystkim kwestii udzielenia przez rząd RP kredytu Indonezji, ale również współpracy naukowej i technicznej, popierania i ochrony inwestycji oraz współpracy kulturalno-edukacyjnej.¹

Z indonezyjskiego punktu widzenia Polska odgrywa jedynie śladową rolę w kontaktach handlowych. Polsko-indonezyjskie obroty handlowe wyniosły w 2007 r. 502,6 mln dolarów, w tym polski eksport - 90,3 mln dol. a import z Indonezji - 412,3 mln dol, co stanowi nie więcej niż 0,2% obrotów handlowych, wobec niemal 20% z Japonią. Mimo to polskie firmy dynamicznie wchodzą na rynek indonezyjski, wiedząc, że wciąż jest to rynek chłonny i perspektywiczny. W polskim eksporcie do Indonezji dominują: broń amunicja, statki, łodzie oraz części samochodowe, jak i urządzenia elektryczne i mechaniczne. Polska importuje natomiast tekstylia, meble, produkty włókiennicze, naturalną gumę, kauczuk, tłuszcze i oleje roślinne, wyroby chemiczne. Rozpoczęty w 2000 r. program rozwoju współpracy przemysłów obronnych naszych państw zaowocował w ostatnich trzech latach

¹ Ministerstwo Spraw Zagranicznych, <http://www.msz.gov.pl> (data odczytu 4.05.2009)

zawarciem kontraktów w wysokości 170 milionów USD. Od czerwca 2006 r. oba kraje łączy umowa o współpracy w dziedzinie obronności.¹

Autorka podejmując próby analizy znaczenia rynku turystycznego Indonezji dla Polski, z powodu wyjątkowo ograniczonych informacji i danych statystycznych obrazujących omawiane zagadnienie, skontaktowała się z Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej w Indonezji, zwracając się z prośbą o udostępnienie tychże informacji. Otrzymała odpowiedź od sekretarza wydziału ekonomicznego i spraw wizowych pana Damiana Irzyka.

Nie są prowadzone żadne szczegółowe badania dotyczące przyjazdów Indonezyjczyków do Polski i Polaków do Indonezji. Z danych szacunkowych wynika jednak, iż rocznie Indonezję odwiedza około **10 tysięcy** Polaków, natomiast przyjazdy Indonezyjczyków do Polski nie przekraczają **tysiąca**.

2005-2007

Tabela Zagraniczne wyjazdy polskich turystów w latach

	2005	2006	2007
Razem wyjazdów turystycznych	6,20	7,30	6,90
Niemcy	1,85	2,75	1,55
Wielka Brytania	0,30	0,60	0,85
Francja	0,30	0,20	0,45
Słowacja	0,50	0,35	0,45
Czechy	0,50	0,55	0,40
Austria	0,35	0,30	0,35
Włochy	0,55	0,45	0,35
Belgia	0,15	0,10	0,30
Holandia	0,25	0,55	0,30
Chorwacja	0,25	0,25	0,25
Dania	*	*	0,25
Ukraina	0,25	*	0,25
Hiszpania	0,15	0,10	0,20
Bułgaria	0,10	*	0,15
Egipt	0,10	0,15	0,15
Grecja	0,15	0,10	0,15
Irlandia	*	0,10	0,15
Litwa	0,10	0,15	0,15
Norwegia	*	*	0,15
Szwecja	0,10	0,15	0,15
Węgry	0,15	0,20	0,15
Turcja	0,10	0,10	0,10
Tunezja	*	0,15	*
Stany Zjednoczone	0,10	0,10	*
Inne	0,65	0,45	0,4

Znikome znaczenie obu rynków turystycznych we wspólnej wymianie turystów może choćby zobrazować zamieszczona tabela w której Indonezja będzie mieścić się w wierszu 'Inne', których wartość wynosi zaledwie 0,4 mln zagranicznych wyjazdów polskich turystów. Biorąc pod uwagę resztę krajów nieuwzględnionych w omawianej tabeli, widać wyraźnie jak mały odsetek polskich zwiedzających odwiedza Indonezję.

Źródło: <http://www.intur.com.pl>

¹ Prokurat S., „Stosunki polsko-indonezyjskie”, <http://www.polska-azja.pl> (data odczytu 4.05.2009)

Tabela 19 Przyjazdy cudzoziemców do Polski w latach 2005-2007 według krajów (tys.)

	Przyjazdy			Zmiany w 2007 r.				
	2005 rok	2006 rok	2007 rok	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.	Rok
Ogółem	64606,1	65114,9	66207,8	14,3%	3,9%	2,0%	-10,4%	1,7%
Główne kraje zamorskie	516,8	561,9	567,5	9,0%	0,5%	-9,3%	20,4%	1,0%
USA	339,7	353,5	331,0	0,4%	-4,5%	-16,4%	10,0%	-6,4%
Korea Płd	39,4	53,2	63,8	61,5%	25,8%	-3,6%	30,8%	19,9%
Kanada	62,8	72,3	78,0	16,2%	1,1%	4,3%	27,1%	7,8%
Japonia	39,5	40,9	47,5	14,7%	3,6%	4,5%	51,0%	16,1%
Australia	35,4	41,9	47,2	3,5%	8,5%	7,4%	35,5%	12,5%
Pozostałe razem	564,4	622,1	799,0	29,2%	22,8%	22,2%	41,5%	28,4%
Norwegia	81,2	101,9	142,4	44,2%	28,5%	48,0%	38,3%	39,8%
Izrael	65,8	66,3	78,2	12,5%	18,4%	13,7%	26,7%	18,0%
Moldowa	53,1	54,6	61,2	30,2%	13,8%	4,1%	8,2%	12,1%
Turcja	34,4	39,3	50,6	33,0%	24,8%	20,5%	37,8%	28,7%
Szwajcaria	42,4	47,2	58,7	26,8%	19,3%	33,5%	16,1%	24,3%
Chorwacja	35,3	35,6	37,7	15,8%	4,7%	-0,5%	6,7%	5,8%
Kazachstan	45,1	42,1	42,8	16,2%	9,2%	-1,2%	-11,1%	1,6%
Pozostałe WNP	21,0	21,4	24,0	30,1%	22,5%	0,1%	8,4%	12,2%
Pozostałe europejskie	23,7	27,3	36,3	58,2%	38,5%	34,6%	13,6%	32,9%
Pozostałe zamorskie	162,6	186,4	267,2	30,9%	28,0%	24,5%	97,9%	43,4%

Źródło: <http://www.intur.com.pl>

Dane dotyczące przyjazdów cudzoziemców do Polski w latach 2005-2007, również udowadnia znikomą obecność indonezyjskich turystów odwiedzających Polskę.

Mimo tak znikomych powiązań na omawianym tle, co jakiś czas ma miejsce promocja Indonezji w naszym kraju, w celu zachęcenia Polaków do odwiedzin.

Dobrym przykładem były Pierwsze Indonezyjskie Targi Handlu, Inwestycji i Turystyki w Europie Środkowo-Wschodniej (IE-CEE), które odbyły się w Warszawie w dniach 7 – 10 maja 2008. Jako cel podróży promowano przede wszystkim wyspę Bali, ale również wiele innych ciekawych miejsc. Udział w tej wystawie, oprócz oficjalnego stoiska Ministerstwa Kultury i Turystyki oraz niektórych wysp i indonezyjskich firm turystycznych, wzięły również polskie biura podróży mające w ofercie wycieczki do Indonezji: Opal Travel z Warszawy oraz Konsorcjum Polskich Biur Podróży z Łodzi. Targi te były owocem współpracy 9 Ambasadorów Indonezji akredytowanych w Europie, podjętej w oparciu o analizy eksperckie mówiące o tym, że Indonezja jako kraj azjatycki powinna osiągać lepsze rezultaty ekonomiczne w kontaktach z krajami europejskimi.

Sukcesem polskiego rządu było umiejscowienie targów w stolicy Polski. Zdaniem urzędników indonezyjskich Polska jest idealnym miejscem, by stać się punktem wyjściowym, bramą do wszystkich krajów europejskich, których rynek sięga niemal 580 milionów obywateli. Polska ma więc szansę stać się lokomotywą a równocześnie punktem wyjściowym do prowadzenia interesów z Indonezją, największym krajem członkowskim ASEAN-u. Jak do tej pory była to największa indonezyjska impreza wystawiennicza w Europie. Targi były dobrą okazją by podpisać dnia 8 maja 2008 r. dokument zatytułowany: „Porozumienie w sprawie wymiany kulturalnej i edukacyjnej między Rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Rządem Republiki Indonezji na lata 2008-2011”, przedłużającym i rozszerzającym zasady współpracy kulturalno-edukacyjnej pomiędzy Polską a Indonezją, zawartej w umowie podpisanej 24 kwietnia 2003 r. W ramach współpracy Indonezja zobowiązuje się, między innymi, do przyznawania rocznie stronie polskiej łącznie 2 miejsc na studia lub 9-miesięczne staże naukowe oraz zapewnienie polskim studentom pragnącym uczyć się języka, kultury i sztuki Indonezji do 20 miejsc rocznie w ramach Programu Darmasiswa, który cieszy się dużą popularnością.¹



Rys 12 Materiały promocyjne Indonezji, prezentowane na INDONESIA EXPO 2008
Źródło: <http://www.globtroter.info>

Istnieje szereg przesłanek ku temu by wzajemne znaczenie na rynku turystycznym systematycznie się zwiększało.

Indonezja wpisana jest w biografię wielu współczesnych Polaków. W latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych ubiegłego wieku Polska uczestniczyła w budowie podstaw indonezyjskiej gospodarki i obronności. Do dziś działają w Indonezji - wybudowane z pomocą naszej myśli technicznej - cementownie i kopalnie. Na podkreślenie zasługuje wzorowa współpraca naszych oddziałów wojskowych w ramach siłach pokojowych ONZ na Bliskim Wschodzie i w Kambodży w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych.

Polacy i Indonezyjczycy jednakowo są przywiązani do swojej kultury, dziedzictwa historycznego i tradycji. To dwa fascynujące światy - które są nawzajem wobec siebie otwarte. Od 30 lat istnieje w Warszawie największe w Europie Środkowo-Wschodniej Muzeum Azji i Pacyfiku, w którego zbiorach znajdują się prace podarowane przez indonezyjskich malarzy. Od czterech lat działa w Dżakarcie Polsko-Indonezyjskie Centrum Kultury - jedyna w Azji placówka o podobnym charakterze. Wszystko to sprawia, że coraz lepiej się poznajemy i rozumiemy; że dostrzegamy naszą - jak głosi inskrypcja w indonezyjskim herbie - *jedność w różnorodności*.²

Być może te czynniki sprawiają, że w najbliższej przyszłości turyści obu krajów wykazą zainteresowanie i chęć przyjazdu.

¹ Prokurat S., „Stosunki polsko-indonezyjskie”, <http://www.polska-azja.pl> (data odczytu 4.05.2009)

² <http://www.kwasniewskialeksander.pl> (data odczytu 04.05.2009)

IV. ZAKOŃCZENIE

1. Podsumowanie

Indonezja, mająca duży potencjał na stanie się popularną destynacją podróży ludzi z całego świata, nadal nie potrafi zachęcić do siebie oczekiwanej ilości turystów.

Największe problemy z jakimi się boryka, to niekorzystny wizerunek w świadomości potencjalnych turystów. Jawi się ona jako cel podróży obarczony sporym pierwiastkiem ryzyka, m.in. atakami terrorystycznymi, obecnością ruchów separatystycznych, nawiedzających kraj katastrof naturalnych, epidemiami grypy, SARSu itd. Znaczące braki w strategii rozbudowy infrastruktury turystycznej, jak choćby dojazd do głównych atrakcji położonych we wschodniej części archipelagu, nadal spędza rządowi sen z powiek.

Jednakże w ostatnich latach sytuacja z roku na rok ulega poprawie. Od 2005 rząd Indonezji czynnie bierze udział w poprawie jej wizerunku na świecie. W tym samym też roku zorganizowano akcję Indonezyjskiego Festiwalu Kultury i Sztuki (Indonesian Arts & Culture Festival Year) a następnie, stworzono skuteczną strategię promocyjną kraju Visit Indonesia Year 2008

W ciągu ostatnich lat coraz wyraźniejszy staje się udział turystyki w gospodarce Indonezji. Przybywa również turystów zagranicznych co mimo ogólnoświatowego kryzysu może nawet zastanawiać. Pozostaje mieć nadzieję, że Indonezja szybko dołączy do „azjatyckich tygrysów turystyki”.

Niniejsza praca miała na celu możliwie jak najdokładniejsze zobrazowanie całego ogromu zagadnienia dotyczącego tego sektora gospodarki. Wyżej wymienione wnioski poparte są dogłębną analizą przeprowadzoną na podstawie wiarygodnych źródeł. Ewentualne uogólnienia pewnych fragmentów, są wynikiem bardzo ograniczonego dostępu do potrzebnych danych.

2. Bibliografia

Komornicki T., 1997, *Indonezja* (w:) Encyklopedia Geograficzna Świata, tom VI Azja, Wydawnictwo OPRES, Kraków
Kruczek Z., *Kraje pozaeuropejskie. Zarys geografii turystycznej.*, Proksenia 2008, Kraków
Rościszewski M., *Geografia świata*, WSiP, 1992, Warszawa
Warszyńska J., *Geografia turystyczna świata, cz. I i II*, PWN, 2001, Warszawa,
Maciejewski A., *Jawa wyspa świątyn i wulkanów*, „Poznaj Świat”, 1996, nr 2
Ostrowska B., „Sumatra”, „Poznaj Świat”, 1998, nr 2
Prokurat S., „Stosunki polsko-indonezyjskie”, <http://www.polska-azja.pl>

Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO): „*Tourism Highlights, 2008 edition*”;
Raport Indonesia Tourism Performance 2008, www.kbri-bangkok.com
„*Indonesia Forecast on the Outbound Travel*”, <http://www.asiatraveltips.com>
The 2004 Visitor Arrivals Statistics: A Summary, www.budpar.go.id
Directorate of Marketing Development, Directorate General of Marketing Data January - June 2007, www.budpar.go.id

www.cia.gov, The World Factbook 2009 Edition
www.bps.go.id, Gł. Urzędu Statystycznego Indonezji
www.intur.com.pl, Instytut Turystyki
www.world-tourism.org, Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO)
www.budpar.go.id, Ministerstwo kultury i turystyki Indonezji
www.msz.gov.pl
en.wikipedia.org
vwww.wikipedia.pl
www.my-indonesia.info
www.xe.com, Quick Currency Converter
www.polska-azja.pl
www.asiatraveltips.com
www.i9.pl/indo/index.php, Ambasada Indonezji, Warszawa
www.kbri-bangkok.com
www.welt-atlas.de
www.kwasniewskialeksander.pl
www.animal.discovery.com
www.eturystyka.org
www.dephut.go.id
www.nationalgeographic.com
www.geographicguide.com
www.lonelyplanet.com
www.atrakcje-turystyczne.com
www.azjapacyfik.pl
www.swurftrip.com
www.indonesiaseoul.org
www.ujungkulontour.com
www.obiezyswiat.pl
www.globtroter.info
www.balidiscovery.com

3. Spis map

- Mapa 1 Indonezja jako część Archipelagu Malajskiego
- Mapa 2 Podział administracyjny Indonezji
- Mapa 3 Główne wulkany Indonezji i obszary sejsmiczne
- Mapa 4 Rozmieszczenie roślinności w archipelagu wysp Indonezji
- Mapa 5 Wyspa Jawa
- Mapa 6 Wyspa Bali. Indonezja
- Mapa 7 Wyspa Celebes (Sulawesi), wschodnia Indonezja
- Mapa 8 Wyspa Sumatra, zachodnia Indonezja
- Mapa 9 Wyspa Borneo (Kalimantan)
- Mapa 11 Wyspa Komodo
- Mapa 12 Rozmieszczenie Parków Narodowych Indonezji
- Mapa 13 Transport morski Indonezji

4. Spis rysunków

- Rys 1 Kobieta z plemienia Minangkabau w tradycyjnej sukni
- Rys 2 Dżakarta nocą
- Rys 3 Park Narodowy Ujung Kulon – Zachodnia Jawa
- Rys 4 Świątynia Borobudur – Wyspa Jawa
- Rys 5 Ramajana – występ baletu. W tle Świątynia Prambanan
- Rys 6 Tancerze z wyspy Bali
- Rys 7 Fauna Sumatry
- Rys 8 Warany z wyspy Komodo
- Rys 9 Logo największych indonezyjskich linii lotniczych Garuda Indonesia
- Rys 10 przejście graniczne we Wschodnim Timorze
- Rys 11 Logo reklamowe kampanii promującej turystykę Indonezji
- Rys 12 Materiały promocyjne Indonezji, prezentowane na INDONESIA EXPO 2008

5. Spis wykresów

- Wykres 1 Miesięczne zestawienie przyjazdów turystycznych w latach 2005 – 2006
- Wykres 1 Procentowe rozłożenie przyjazdów do Indonezji wg kraju pochodzenia turystów
- Wykres 2 Dysproporcje w strukturze demograficznej przyjazdów do Indonezji
- Wykres 3 Struktura zatrudnienia turystów przyjeżdżających do Indonezji
- Wykres 4 Struktura przyjazdów turystów do Indonezji ze względu na cel wizyty
- Wykres 5 Struktura wydatków w roku 2008
- Wykres 6 Przyjazdy zagraniczne na wyspę Bali 2000-2006
- Wykres 7 Wybór środka lokomocji 2006r.
- Wykres 8 Wybór miejsca zakwaterowania 2006r.
- Wykres 9 Kraje docelowe wyjazdów Indonezyjczyków
- Wykres 10 Cele wyjazdów Indonezyjczyków

5. Spis tabel

- Tabela 1 Parki Narodowe czterech głównych wysp Indonezji
Tabela 2 Liczba miejsc noclegowych (pokoje oraz łóżek) w Indonezji w 2008r.
Tabela 3 Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie według **regionów UNWTO** (w mln)
Tabela 4 Kraje świata przyjmujące najwięcej turystów zagranicznych
Tabela 5 Kraje Azji i Pacyfiku przyjmujące najwięcej turystów zagranicznych
Tabela 6 Zestawienie przyjazdów zagranicznych do Indonezji w latach 2002-2008
Tabela 7 Długość pobytu (w dniach) turystów zagranicznych w Indonezji
Tabela 8 Zestawienie średniej długości pobytów turystycznych według kraju emisji w latach 2001 – 2006
Tabela 9 Struktura przyjazdów wg kraju pochodzenia turystów
Tabela 10 Zestawienie danych dot. Profilu turysty singapurskiego
Tabela 11 Zestawienie danych dot. Profilu turysty brytyjskiego
Tabela 12 Średnie wydatki turystów na dzień/podczas wizyty
Tabela 13 Najchętniej odwiedzane regiony Indonezji w pierwszej połowie 2007 roku.
Tabela 14 Prognozy dotyczące wyjazdów zagranicznych na lata 2010 i 2020
Tabela 15 Liczba podróży według regionów generujących
Tabela 16 Liczba wyjazdów zagranicznych Indonezji, średnia długość pobytu, średnie wydatki na osobę
Tabela 17 Wydatki na wyjazdy zagraniczne (w mld USD) według krajów pochodzenia turystów
Tabela 18 Zagraniczne wyjazdy polskich turystów w latach 2005-2007
Tabela 19 Przyjazdy cudzoziemców do Polski w latach 2005-2007 według krajów (tys.)

6. Informacja

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przeze mnie projektu na stronie AWF Kraków. Oświadczam, że został on wykonany zgodnie z obowiązującymi zasadami i nie narusza niczyich praw.