

Rynek Turystyczny Kanady

Paulina Wilk

IV TiR/ Dz

Gr. ORT 3

Nr. Indeksu 323727

Rok 2009

Spis treści:

Wstęp	3
I Rozdział – Kanada – podstawowe informacje	4
1. Wprowadzenie	4
2. Warunki rozwoju turystyki	10
II Rozdział – Rynek recepcji turystycznej	22
1. Znaczenie regionu amerykańskiego w międzynarodowym ruchu turystycznym	22
2. Rynek Kanady w międzynarodowym ruchu turystycznym	24
3. Kierunki, z których przyjeżdżają turyści	26
4. Charakterystyka przyjazdów do Kanady	27
5. Przychody z turystyki w Kanadzie	36
III Rozdział - Rynek emisji turystycznej	38
1. Turystyka wewnątrz krajowa	38
2. Kierunki turystyki zagranicznej	40
3. Charakterystyka wyjazdów Kanadyjczyków	44
4. Wydatki Kanadyjczyków na turystykę	48
IV Rozdział - Znaczenie rynku turystycznego dla Polski	50
1. Charakterystyka przyjazdów Kanadyjczyków do Polski	50
2. Polska strategia promocji skierowana na rynek kanadyjski	56
Podsumowanie	58

Wstęp

Problematyka pracy koncentruje się na analizie atrakcyjności turystycznej Kanady oraz kanadyjskiego ruchu turystycznego. W ramach drugiego zagadnienia wyszczególnione zostały osobno kwestie dotyczące: turystyki przyjazdowej i wyjazdowej w Kanadzie, a także znaczenie kanadyjskiego rynku turystycznego w przyjazdach do Polski.

Kanada jest państwem dość słabo promowanym, a przy tym odległym, jednak bardzo atrakcyjnym. Jest to kraj ogromnych przestrzeni, ciągnący się od Atlantyku po Ocean Spokojny. Kanadyjski krajobraz kojarzy się zazwyczaj z jeziorami i szczytami Gór Skalistych, bezkresnymi połaciami lasów i rozległymi polami uprawnymi na prerii, jednak przy bliższym poznaniu można natknąć się na prawdziwe niespodzianki. W południowo-zachodnim zakątku kraju dżungla sąsiaduje z pustynią, a na wschodzie – tuż obok fiordów – rozciągają się bujne sady. Kanada to prawdziwa mozaika kulturowa, tworzona przez liczne grupy imigrantów żyjących obok wielu ludów tubylczych. Kanadyjczycy kładą nacisk na pielęgnowanie tradycji każdej grupy etnicznej. Tolerancja sprzyja zachowaniu odrębności kulturowej, dzięki czemu turysta może poznać niezwykle różnorodne środowiska – od rozległego Chinatown w Vancouver po surowe religijne osady w Manitobie. Ponadto góry, jeziora, rzeki i lasy Kanady umożliwiają różnorodne formy wypoczynku, takie jak kajakarstwo, narciarstwo, turystyka piesza czy wędkarstwo.

Źródła informacji wykorzystane w analizie opierają się przede wszystkim na najnowszych statystykach i badaniach organizacji turystycznych, zarówno kanadyjskich, jak i polskich. Ponadto praca zawiera opracowane materiały przewodnikowe.

I Rozdział

Kanada - Podstawowe informacje

1. Wprowadzenie

Kanada (ang. i fr. *Canada*) – państwo położone na kontynencie Ameryki Północnej, rozciągające się od Oceanu Atlantyckiego na wschodzie do Oceanu Spokojnego na zachodzie i Oceanu Arktycznego na północy. Na południu i północnym zachodzie graniczy ze Stanami Zjednoczonymi. Granice morskie: na północy z Danią (Grenlandia) i na wschodzie z Francją (wyspy Saint-Pierre i Miquelon). Jest drugim państwem świata pod względem powierzchni (po Rosji) oraz 37. pod względem ludności.

Ryc. 1. Lokalizacja Kanady na mapie świata



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Ryc. 2. Kanada na kontynencie Ameryki Północnej



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Stolica: Ottawa

Język urzędowy: angielski, francuski

Ustrój polityczny: monarchia konstytucyjna

Głowa państwa: monarcha Elżbieta II

Powierzchnia całkowita: 9 976 140 km² (wody śródlądowe- 8,9%)

Liczba ludności: 33 212 696 (gęstość zaludnienia- 3,3 osób/km²)

Jednostka monetarna: 1 dolar kanadyjski = 100 centów (CAD, \$)

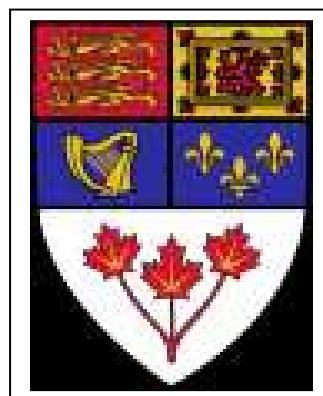
Symbole narodowe:

Hymn: Pieśń „O Canada”

Ryc. 3. Flaga Kanady



Ryc. 4. Herb Kanady



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Obszar obecnej Kanady zamieszkiwały w przeszłości plemiona Indian i Inuitów. Rozpoczęte pod koniec XV w. brytyjskie i francuskie ekspedycje zbadały całe atlantyckie wybrzeże Kanady, co spowodowało stopniowe ich zasiedlenie przez brytyjskich i francuskich obywateli. W 1867 cztery kolonie wchodzące w skład Brytyjskiej Ameryki Północnej uchwaliły Konfederację Kanady i powołały do życia nowe państwo – Kanadę. Stopniowy proces uniezależniania się od Wielkiej Brytanii osiągnął punkt kulminacyjny w 1982, gdy uchwalenie nowej „Ustawy o Kanadzie” zerwało ostatecznie zależność od parlamentu brytyjskiego.

Kanada do dziś pozostaje monarchią konstytucyjną, z Elżbietą II jako głową państwa i utrzymuje demokrację parlamentarną. Jest federacją złożoną z dziesięciu prowincji i trzech terytoriów, krajem dwujęzycznym i wielokulturowym, w którym obowiązują dwa języki oficjalne: angielski i francuski. Kanada jest państwem uprzemysłowionym i zaawansowanym technicznie, o zróżnicowanej gospodarce w znacznym stopniu uzależnionej od własnych bogactw naturalnych i wymiany handlowej – zwłaszcza ze Stanami Zjednoczonymi, z którymi Kanada posiada trwałe i liczne związki. Kanada jest członkiem ONZ, NAFTA, Wspólnoty Narodów, Frankofonii, NATO, G8, APEC.

Ukształtowanie powierzchni:

Wybrzeża Kanady są dobrze rozwinięte. Na zachodzie wysokie, z licznymi fiordami i wyspami, będącymi częścią zanurzonego w oceanie fragmentu Gór Nadbrzeżnych. Tak utworzony archipelag obejmuje wiele setek wysp (największymi są Wyspa Vancouver i Wyspy Królowej Charlotty). Wschodnie wybrzeża są nieco słabiej urozmaicone i niższe, tworzą je półwyspy Labrador i Nowa Szkocja, oddzielone od siebie Zatoką Św. Wawrzyńca, a także wyspy Nowa Fundlandia, Cape Breton, Wyspa Księcia Edwarda i kilka mniejszych. Wybrzeża północne są przeważnie niskie i posiadają wiele zatok i półwyspów (np. Zatoka Hudsona). Kanadyjska Arktyka obejmuje szereg wysp skupionych w Archipelagu Arktycznym. Największe to np. Wyspy Królowej Elżbiety i Ziemia Baffina.

W zachodniej części dominują, ciągnące się wzdłuż wybrzeża, pasma Gór Nadbrzeżnych oraz, leżące w głębi lądu, wyższe Góry Skaliste z ośnieżonymi wierzchołkami. Na wschód od Gór Skalistych rozciągają się Wielkie Równiny, które przechodzą w obszar tarczy

kanadyjskiej, obejmującej prawie połowę kraju i rozciągającej się wokół Zatoki Hudsona. Tarcza kanadyjska, zbudowana z bardzo starych skał stanowi lekko wyniesioną i pofalowaną równinę, której krajobraz urozmaicają jeziora i niewysokie wzgórza.

Ryc. 5. Ukształtowanie terenu Kanady



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Klimat:

Jest on zróżnicowany i zależy od szerokości geograficznej. Na północy Kanady występuje klimat subpolarny i polarny. W centrum kraju występuje klimat kontynentalny chłodny, natomiast na południu jest on umiarkowany ciepły. W rejonie Gór Kordylierów spotkamy się z klimatem górskim.

Flora i fauna:

W szacie roślinnej Kanady dominuje typowa dla strefy klimatów umiarkowanych chłodnych formacja roślinna, czyli lasy iglaste (tajga). Mniejsze znaczenie mają drzewa liściaste. Nad pacyficznymi wybrzeżami w morskim klimacie występują umiarkowane lasy deszczowe. W sumie kanadyjskie lasy zajmują powierzchnię 310 mln ha. Na terenie Kanady znajdują się także duże obszary łąk i pastwisk. W kanadyjskich górach występuje roślinność alpejska. Duża powierzchnia lądowa oraz małe zagęszczenie ludności stwarza doskonałe warunki dla siedlisk wielu gatunków zwierząt. Żyją tu m.in. bizona, łosie, karibu (renifery amerykańskie), jelenie wapiti, niedźwiedzie, wilki i rosomaki. Liczne są

gatunki ptaków i ryb słodkowodnych Duże znaczenie przywiązuje się w Kanadzie dla ochrony przyrody (ochronie podlega 9% obszaru lądowego państwa).

Podział administracyjny:

Ryc.6. Kanada – podział administracyjny



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Kanada jest konfederacją dziesięciu prowincji i trzech terytoriów. Prowincje to: Alberta, Kolumbia Brytyjska, Manitoba, Nowy Brunzswik, Nowa Fundlandia i Labrador, Nowa Szkocja, Ontario, Wyspa Księcia Edwarda, Quebec i Saskatchewan. Terytoria to: Nunavut, Terytoria Północno-Zachodnie i Jukon. Każda z wyżej wymienionych jednostek ma swoje oficjalne symbole oraz motto. Prowincje są bardziej niezależne od rządu federalnego niż terytoria. Każda z prowincji ma jednoizbowy parlament oraz rząd, na czele którego stoi Premier wybierany w taki sam sposób jak Premier Kanady. Każda prowincja posiada również gubernatora-porucznika, reprezentanta królowej.

Gospodarka:

Kanada jest jednym z najbogatszych państw świata, posiadającym jeden z najwyższych dochodów PKB na 1 mieszkańca (10.miejsce na świecie w 2007r.). Kanada posiada gospodarkę wolnorynkową. W ostatniej dekadzie kanadyjską gospodarkę cechował szybki wzrost, niskie bezrobocie i wysokie nadwyżki budżetowe. Gospodarka kanadyjska jest zdominowana przez usługi, w których zatrudnione jest około $\frac{3}{4}$ ludności. Kanada wyróżnia się jednak spośród innych krajów także wysoko rozwiniętymi rozmiarami sektora rolnictwa. Kraj ten jest jednym z najważniejszych na świecie producentów rolnych (uprawa pszenicy i pozostałych zbóż na preriach). Kanada jest także jednym z kilku wysoko rozwiniętych państw, które są eksporterami energii oraz największym na świecie producentem cynku, uranu, złota, niklu, aluminium i ołowiu. Rozwinął się także znaczący sektor wytwórczy, z przemysłem samochodowym i lotniczym na czele.

PKB: 1 mln USD

Wzrost PKB: 2,7%

PKB na 1 mieszkańca: 38 400 USD

Struktura PKB: rolnictwo 2,1%; przemysł 28,8%; usługi 69,1%

Zadłużenie: 7 mln USD

Inflacja: 2,1%

Bezrobocie: 6%

Eksport - najważniejsi partnerzy: USA 81,6%, Wielka Brytania 2,3%, Japonia 2,1%

Import - najważniejsi partnerzy: USA 54,9%, Chiny 8,7%, Meksyk 4%

(dane za rok 2007)

Ludność:

Ok. 3/4 Kanadyjczyków mieszka w odległości do 150 km od granicy z USA. Najwięcej ludzi mieszka w dużych miastach, szczególnie w Toronto, Montrealu, Ottawie, Vancouver, Calgary, Edmonton i ich przedmieściach. Najgęściej zaludnionym obszarem jest tzw. Korytarz Quebec City-Windsor w pobliżu Wielkich Jezior i Rzeki Świętego Wawrzyńca, w którym mieszka 57% ludności kraju. Liczba ludności wynosi 33 mln osób, przy czym gęstość zaludnienia Kanady wynosi 3,5 osoby na km², co czyni Kanadę jednym z najrzadziej zaludnionych krajów na świecie. Kanada jest krajem bardzo zróżnicowanym pod względem etnicznym, w którym istnieją aż 34 grupy etniczne. Największą grupą

etniczną są Anglicy, następnie Francuzi; choć aż 40% imigrantów uważa się za "Kanadyjczyków". Kanada ma najwyższy na świecie wskaźnik imigracji.

Ludność: 33 212 696

Struktura wiekowa: 0-14 lat: 16,3%

15-64 lat: 68,8%

65 lat i więcej: 14,9%

Przyrost naturalny: 0,83%

Średnia życia całej populacji: 81,16 lat

Analfabetyzm: 1%

Grupy etniczne: pochodzenia brytyjskiego 28%,

pochodzenia francuskiego 23%,

inni Europejczycy 15%,

Indianie 2%,

inni, głównie Azjaci, Afrykanie, Arabowie 6%,

pochodzenia mieszanego 26%

Grupy wyznaniowe: katolicy 42,6%,

protestanci 23,3%,

inne wyznania chrześcijańskie 4,4%,

muzułmanie 1,9%,

inne i niezdeklarowani 11,8%,

bezwyznaniowi 16%

2. Warunki rozwoju turystyki

Kanada to przede wszystkim piękno wspaniałej nie zanieczyszczonej przyrody. Duża ilość parków narodowych i rezerwatów przyrody oraz ośnieżonych zimą gór sprawia iż turystyka piesza, narciarstwo, wioślarstwo czy wyprawy rowerowe to jedno z najpopularniejszych sposobów spędzania czasu wolnego przez Kanadyjczyków i turystów. Warto też odwiedzić Kanadę ze względu na jej duże bogactwo kulturowe i przywiązanie do sztuki. Kanada to również wielkie metropolie takie jak Toronto, Vancouver, Montreal, Quebec i inne stanowiące centrum finansowe, edukacyjne

i kulturalne kraju. Ponadto mała gęstość zaludnienia sprawia, iż jest to swojego rodzaju oaza spokoju, pozbawiona większych problemów społecznych.

Regiony turystyczne:

Na obszarze Kanady można wyróżnić 6 regionów turystycznych: Atlantycki, Quebec, Ontario, Prerii, Kordylierów i Północny.

- **Region Atlantycki**

Region Atlantycki obejmuje prowincje: Nową Fundlandię, Nową Szkocję, Nowy Brunswik i Wyspę Księcia Edwarda. Północna i zachodnia część regionu jest wyżynna (Appalachy Północne), na pozostałym obszarze dominują niziny. Linia brzegowa jest silnie rozczłonkowana (liczne fiordy i zatoki z plażami).

Głównym ośrodkiem gospodarczym i turystycznym regionu jest Halifax położony na wschodnim wybrzeżu Nowej Szkocji. Miasto zostało założone w 1749 r. dzięki czemu można podziwiać zabudowę głównie z przełomu XIX i XX w. W mieście Louisbourg na wyspie Cape Breton, zobaczyć można największą w Kanadzie zrekonstruowaną osadą francuską z XVIII w. Pozostałości starego osadnictwa francuskiego zachowały się m.in. w Annapolis Valley, Caraquet i Village Historique Acadien (skansen z okresu 1780-1880 r.). Osadnictwo szkockie przetrwało w wielu miejscowościach Nowej Szkocji. Szczególną sławą cieszy się Cavendish na Wyspie Księcia Edwarda, w którego pobliżu znajduje się dom z końca XIX w., znany jako dom Ani z Zielonego Wzgórza — bohaterki powieści Lucy Maud Montgomery, a także Charlottetown.

Ze względu na zimne wody oceaniczne oraz częste mgły, uprawianie kąpieli morskich w omawianym regionie jest ograniczone głównie do południowego wybrzeża Zatoki Św. Wawrzyńca i Wyspy Księcia Edwarda, co wiąże się z oddziaływaniem ciepłego Prądu Zatokowego. Większość nadmorskich miejscowości ma charakter wsi rybackich i jest licznie odwiedzana przez turystów głównie dzięki walorom widokowym. Należą do nich m.in. Peggy's Cove, Chester, Ross Farm, Mahone Bay, Lunenburg i St. Andrews. Atrakcję turystyczną stanowią parki narodowe, zwłaszcza Gros Morne, Terra Nova, Cape Breton Highlands, Salmonier oraz Prince Edward Island.

Ryc. 7. Wyspa Księcia Edwarda



Źródło: travel.nationalgeographic.com

Ryc. 8. Wyspa Cape Breton



Źródło: www.mccullagh.org

- **Quebek**

Region ten obejmuje prowincję Quebec, która zajmuje większą część półwyspu Labrador oraz południowo-wschodnią część doliny Rzeki Św. Wawrzyńca. Przeważa tu krajobraz wyżynny, tylko na północnym wybrzeżu występują niziny. Około 4/5 ludności stanowią Kanadyjczycy pochodzenia francuskiego. Głównymi miastami regionu, a zarazem największymi ośrodkami ruchu turystycznego są Quebec i Montreal. **Quebec** - stolica prowincji, został założony w 1608 r. na terenie wioski indiańskiej. Wkrótce stał się ośrodkiem francuskiej kultury i handlu, a od 1663 r. oficjalną stolicą kolonii francuskiej - Nowej Francji. W XIX w. był stolicą Kanady. Jest podobny do starych miast europejskich (znajdują się w nim m.in. mury obronne). Do najważniejszych zabytków należą:

- cytadela (pierwsza połowa XIX w.)
- budowle Starego Górnego Miasta i Starego Dolnego Miasta, zwłaszcza: ratusz, bazylika Notre Dame, w klasztor Św. Urszuli i seminarium, katedra Trójcy Świętej i kościół Notre Dame des Victories oraz hotel Chateau de Frontenac.

W Parć d'Esplanade odbywają się każdego roku główne imprezy zimowego karnawału. **Montreal** - położony na wyspie Montreal, przy ujściu rzeki Ottawa do Rzeki Św. Wawrzyńca, jest głównym ośrodkiem przemysłowym, handlowym, finansowym i kulturalnym Kanady. Około 70% mieszkańców jest pochodzenia francuskiego. W czasach poprzedzających kolonizację europejską tutejsze tereny należały do indiańskich

szczepów Algonkinów, Huronów i Irokezów. W 1642 r. misjonarze francuscy założyli tu misję, wokół której rozwinęło się miasto. Szybki rozwój miasta nastąpił pod koniec XIX w. Towarzystwo mu osiedlanie się napływowej ludności z krajów europejskich, zwłaszcza Żydów. W 1976 r. odbyły się tu igrzyska olimpijskie. Nad miastem dominuje wzgórze Mont Royal, na którym założono wielki park. Znajdują się tu liczne zabytki, m.in.

- seminarium St. Sulpice
- neogotycka katedra Notre Dame
- domy i budowle użyteczności publicznej z XVIII - XIX w. (np. Calvet House)

Mieści się tu również Uniwersytet McGilla - jeden z czołowych uniwersytetów Kanady. Atrakcją Montrealu są muzea i galerie sztuki (zwłaszcza Muzeum Sztuki Ludowej, Galeria Sztuk Pięknych), a także miejscowe metro, które pełni funkcję rozległego, podziemnego miasta.

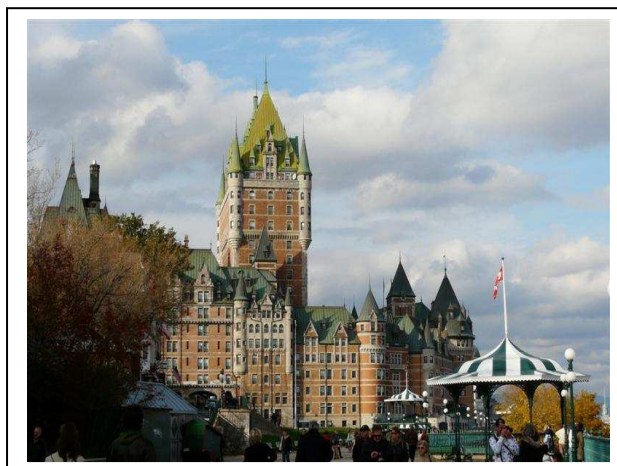
Obszarem o dużych walorach wypoczynkowych są **Góry Laurentyńskie** - położone na północ od Montrealu i Ouebecu. Do znanych stacji narciarskich i ośrodków sportów wodnych (liczne jeziora) należą tu m.in. Mont-Gabriel, Mont Tremblant, Sainte Agathe des Monts. Atrakcyjnym krajobrazem odznaczają się okolice fiordu Saguenay oraz klifowe wybrzeża półwyspu Gaspé. W północno-wschodniej jego części znajduje się park narodowy Forillon. Głównym ośrodkiem ruchu turystycznego jest nadmorska miejscowość Perce.

Ryc. 9. Montreal



Źródło: www.english-worldwide.com

Ryc. 10. Quebec



Źródło: pl.trekearth.com

- **Ontario**

W skład regionu wchodzi obszary prowincji Ontario. W większości wyżynne, zajmują środkową część Kanady, od Wielkich Jezior na południu po Zatokę Hudsona na północy. Zamieszkuje je ludność głównie pochodzenia anglosaskiego - potomkowie „lojalistów” ze Stanów Zjednoczonych i emigrantów z Wysp Brytyjskich. Ontario jest najbardziej rozwiniętym gospodarczo regionem Kanady, a jego południowe obszary stanowią najsilniej zurbanizowane tereny w kraju. Do głównych ośrodków miejskich należą Toronto i Ottawa.

Toronto - położone nad Jeziorem Ontario, jest największym miastem Kanady oraz jednym z jej głównych ośrodków przemysłowych, handlowych, komunikacyjnych i kulturalnych. W XVII w. istniała tu osada Indian Irokezów, która w 1720 r. została przekształcona przez Francuzów w faktorię handlu futrami i misję. W 1904 r. wielki pożar zniszczył znaczną część miasta. Jego odbudowie towarzyszył intensywny napływ imigrantów, głównie z krajów anglosaskich. Na uwagę zasługują:

- monumentalna, zbudowana w 1975 r. wieża radiowo-telewizyjna CNN Tower, będąca najwyższym tego typu obiektem na świecie (533 m wys.). W szczytowej części znajduje się restauracja i punkt widokowy
- budowle reprezentacyjne z XIX i XX w., m.in. parlament, uniwersytet i ratusz
- muzea i galerie sztuki np. The Royal Ontario Museum (dzieła sztuki chińskiej, egipskiej, greckiej i rzymskiej, kolekcja wyrobów indiańskich i eskimoskich) oraz Art Gallery of Ontario (zbiory malarstwa od XIV w., kolekcja rzeźb współczesnych)
- Black Creek Pioneer - skansen budownictwa wiejskiego z XIX w.
- park wypoczynkowy Ontario Place
- Wonderland - kanadyjski Disneyland, zbudowany w 1981 r.

W Toronto odbywają się corocznie liczne imprezy folklorystyczne. Szczególną sławą cieszy się Mariposa — festiwal muzyki ludowej oraz Carabana — indiańskie święto ludowe.

Ottawa - leży nad rzeką Ottawą. Powstała w 1826 r. jako osada wojskowa, a w 1858 r. została stolicą Kanady. Główną arterią wodną miasta jest kanał Rideau, łączący rzekę Ottawę z jeziorem Ontario. Do obiektów wartych zobaczenia należą:

- zespół neogotyckich gmachów parlamentu
- neoklasycystyczne budynki National Research Council i Rideau Hall

- miejscowe muzea sztuki np. Narodowa Galeria Kanady, Narodowe Muzeum Nauki, Kanadyjskie Muzeum Wojny i Kanadyjskie Muzeum Narciarstwa.

Wielkim wydarzeniem w życiu Ottawy jest Święto Wiosny - festiwal folklorystyczny, obchodzony w maju każdego roku. Miasto jest wówczas udekorowane kwiatami.

Jedną z największych atrakcji turystycznych omawianego regionu, a także całej Kanady, jest zachodnia część wodospadu Niagara, zwana Canadian Falls lub Horseshoe Falls. Głównym centrum ruchu turystycznego jest tu miejscowość **Niagara Falls**. Do licznie odwiedzanych miast należy też Stratford, słynne dzięki organizowanym w nim festiwalom szekspirowskim, Kingston - zabytki architektury wiktoriańskiej z pierwszej połowy XIX w. oraz Marrisburg - rekonstrukcja osady z XIX w. Region Ontario ma dogodne warunki do rozwoju narciarstwa, turystyki pieszej oraz sportów wodnych. Jest również interesujący dla miłośników przyrody, głównie dzięki licznym terenom chronionej fauny i flory (parki narodowe Georgian Bay Islands, Point Pelee, Pukaskwa oraz prowincjonalne Algonquin, Ouetico i in.). Na jego atrakcyjność wpływa także wyjątkowy koloryt krajobrazów w porze jesiennej, związany z czerwienią liści klonów.

Ryc.11. Toronto



Źródło: www.english-worldwide.com

Ryc.12. Wodospady Niagara



Źródło: www.markflegg.com

- **Region Prerii**

Region Prerii obejmuje prowincje Manitoba, Saskatchewan oraz większą część Alberta. Przeważającym typem krajobrazu są tu płaskie lub faliste równiny, pokryte na północy lasem i tundrą, na południu zaś zajęte przez pola uprawne, które zastąpiły niemal całkowicie naturalną roślinność stepową. Krajobraz urozmaicają liczne jeziora polodowcowe (Winnipeg, Athabaska, Winnipegosis, Jezioro Reniferowe, Saskatchewan i inne). Prerie odznaczają się silnie zróżnicowaną strukturą etniczną ludności. Oprócz Anglików, Irlandczyków i Szkotów mieszkają tu pokaźne grupy Niemców, Ukraińców, Skandynawów, Holendrów i Polaków.

Penetracja turystyczna omawianego regionu jest w znacznym stopniu uwarunkowana istnieniem połączeń komunikacyjnych, które w północnej jego części są niemal wyłącznie ograniczone do transportu lotniczego. Większe skupiska ludności miejskiej powstały w południowej części regionu. Do licznie odwiedzanych należą m.in. Glacier, Banff, Jasper, Yoho, Kootenay, Mount Revelstoke, Waterton Lakes. Między parkami Banff a Jasper biegnie Banff-Jasper Highway - droga krajobrazowa prowadząca przez szczególnie malownicze rejony Gór Skalistych. Z walorów widokowych słynie również Alaska Highway. Górski krajobraz Kordylierów urozmaicają liczne jeziora polodowcowe i głębokie doliny rzeczne mające często charakter kanionów. Znane są zwłaszcza kaniony w parku narodowym Nahanni, w górach Mackenzie oraz kaniony rzek Fraser i Thompson w Górach Nadbrzeżnych. Słynna jest także dolina Okanagan, w której leżą liczne rezerваты Indian oraz Skeena, stanowiąca w przeszłości ważny szlak handlowy. Spotkać tu można liczne totemy indiańskie (w miejscowościach: Ksan, Kitwanga). Region odznacza się szczególnie dogodnymi warunkami do rozwoju turystyki zimowej, zwłaszcza narciarstwa. Do głównych ośrodków sportów zimowych należą: Banff, Jasper, Revelstoke, Golden i Kimberley. Dzięki ocieplającym wpływom Prądu Północnopacyficznego możliwe są również kąpiele morskie. Większość nadmorskich miejscowości wypoczynkowych leży w południowej części wybrzeża. Należą do nich m.in. Victoria, Parksville i Qualicum Beach.

Zainteresowaniem turystów cieszą się także miejscowości położone w najdalej na północ wysuniętej części Kordylierów, wśród nich m.in. Dawson - miasto z okresu gorączki złota oraz Whitehorse - znane głównie dzięki unikatowej budowli jaką jest miejscowa katedra drewniana Old Log Church wzniesiona w 1900 r.

Ryc.13. Jezioro Moraine w prowincji Alberta



Źródło: pl.trekearth.com

Ryc. 14. Prowincja Saskatchewan



Źródło: www.plfoto.com

- **Region Północny**

Region ten obejmuje kontynentalną i wyspiarską część Terytoriów Północno-Zachodnich. Odznacza się surowym klimatem, który stanowi główny czynnik ograniczający jego aktywizację gospodarczą i penetrację turystyczną. Jest to kraina prawie nie zamieszкана. Wśród żyjącej tu ludności (kilkadziesiąt tysięcy osób) większość stanowią Eskimosi i Indianie.

Stolicą regionu jest Yellowknife, będące także bazą wypadową dla wycieczek turystycznych (głównie samolotowych) do odległych rejonów kanadyjskiej Arktyki. Samolotowe podróże turystyczne są również organizowane z Frobisher Bay, które leży w południowej części Ziemi Baffina. Ich celem jest zwłaszcza park narodowy Auyuittuq, położony we wschodniej części wyspy.

Ryc.15. Wyspa Baffina



Źródło: pl.trekearth.com

Ryc.16. Jezioro Prelude koło Yellowknife

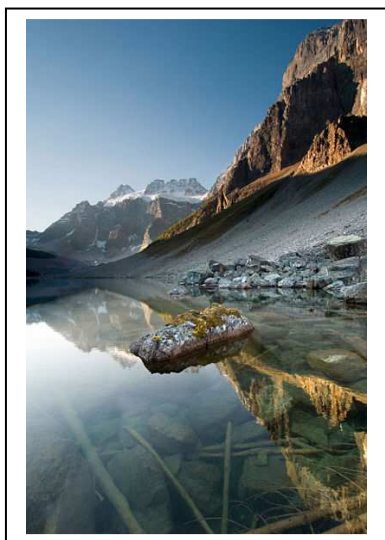


Źródło: pl.trekearth.com

Parki Narodowe:

W Kanadzie jest ok. 30 parków narodowych, zarządzanych przez federalne Ministerstwo – Parks Canada. Informacji udzielają ośrodki informacyjne poszczególnych parków. Otrzymuje się w nich specjalne pozwolenia na wędkowanie i obozowanie w terenie, a w salach audiowizualnych urządzone są pokazy na temat flory, fauny i aktywnego wypoczynku. W wielu parkach organizuje się pogadanki i wycieczki przyrodnicze prowadzone przez pracowników.

Ryc.17. Park Narodowy Banff



Źródło: pl.wikipedia.org

Ryc.18. Narodowy Park Morski St. Lawrence



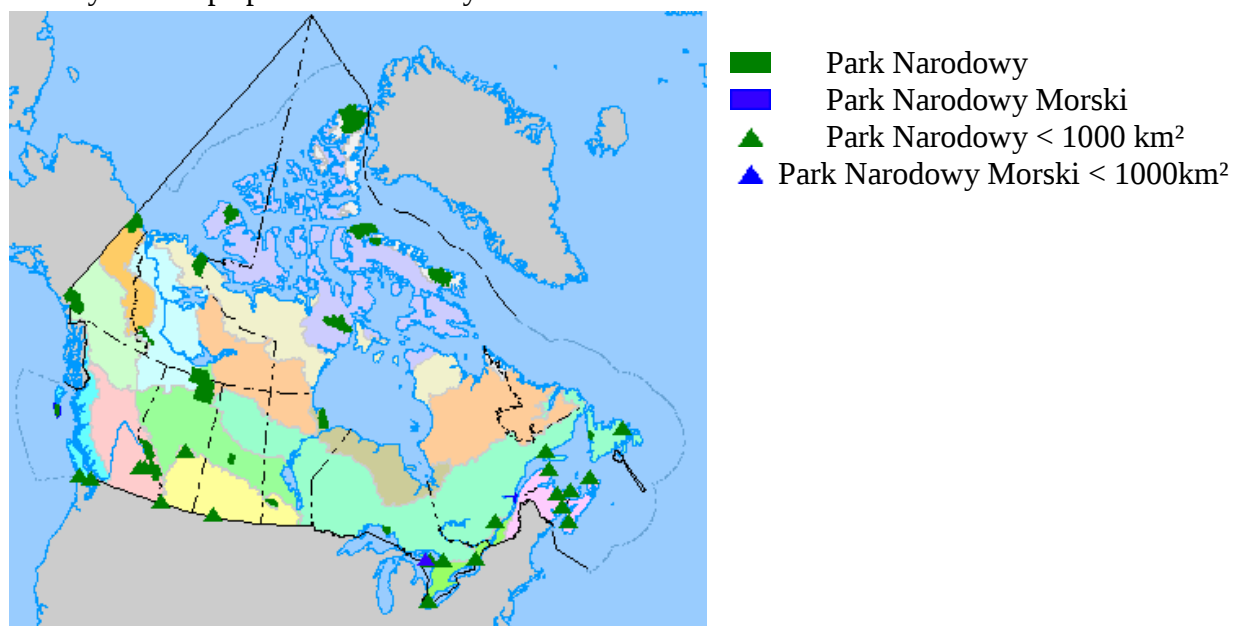
Źródło: www.pc.gc.ca

Najbardziej znane tereny, oferujące też najlepszą bazę turystyczną leżą w parkach narodowych w Górach Skalistych – w Albercie i Kolumbii Brytyjskiej. Tysiące kilometrów dobrze utrzymanych, chętnie uczęszczanych szlaków, pokrywają siecią cztery tzw. „wielkie parki” – Banff, Jasper, Yoho i Kootenay, a także mniejsze enklawy nad jeziorami Glacier, Revelstoke i Waterton. Przed turystami stają tu niemal nieograniczone możliwości.

W obrębie Parku Narodowego Riding Mountain w Manitobie wytyczono ok. 30 tras dla turystów pieszych. Jeśli jednak ktoś chce naprawdę pochodzić po górach, raczej nie wystarczą mu szlaki w tzw. prowincjach prerii i będzie musiał się udać na wschód – do Quebecu, gdzie czekają parki Mauricie, Forillon i Gatineau. Najtrudniejsze ścieżki w Ontario wyznaczono na terenie Parku Regionalnego Jeziora Górnego oraz Parku Algonquin. W Parku Narodowym Fundy w Nowym Brunszwiku można pochodzić po szlakach nadmorskich, natomiast najlepsze tereny wycieczkowe w Nowej Fundlandii to dwa tamtejsze parki narodowe – Terra Nova oraz Gros Morne. W tym ostatnim największe atrakcje to płaskowyż i fiordy. Najbardziej zaprawieni turyści mogą udać się na Wyspę Baffin, by zakosztować przygody z Arktyką. Główny szlak prowadzi tam już przez krainę wiecznych śniegów.

Oprócz tradycyjnych parków narodowych w Kanadzie utworzone zostały także Narodowe Parki Morskie. Chronią one na różnorodną i bogatą linię brzegową, wyspy oraz morskie i wodne ekosystemy na terenie Kanady.

Ryc.19.Mapa parków narodowych w Kanadzie



Źródło: www.atlas.nrcan.gc.ca

Dostępność komunikacyjna i infrastruktura:

Kanada posiada bardzo dobrze rozwinięty transport. Znajduje się tutaj 1,4 milionów kilometrów dróg, 10 głównych lotnisk międzynarodowych, 300 mniejszych portów lotniczych i 72 093 kilometrów torów kolejowych. Kanada dysponuje także ponad 300 portami, które zapewniają dostęp do trasy morskiej przez Ocean Atlantycki, Spokojny i Arktyczny, a także Wielkie Jeziora Północnoamerykańskie i Drogę Wodną Świętego Wawrzyńca.

W 2005 r. udział transportu w tworzeniu PKB wynosił 4,2%.

W Kanadzie występuje łącznie 1 042 300 km dróg, z czego 415 600 km jest betonowa, w tym 17 000 km ekspresowa. Kanada posiada bardzo dobre połączenia drogowe z 48 stanami USA i Alaską. Najważniejsze linie lotnicze Kanady to Air Canada oraz WestJet.

Najważniejsze porty lotnicze w Kanadzie:

- Toronto Pearson International Airport
- Vancouver International Airport
- Montréal-Pierre Elliott Trudeau International Airport
- Calgary International Airport
- Edmonton International Airport
- Ottawa Macdonald-Cartier International Airport
- Winnipeg James Armstrong Richardson International Airport
- Halifax International Airport

Najważniejsze porty żeglugi wodnej:

- Becancour
- Churchill
- Halifax
- Hamilton
- Montreal
- Prince Rupert

- Quebec
- Saint John (New Brunswick)
- St. John's (Newfoundland)
- Sept Isles
- Sydney
- Trois-Rivieres
- Thunder Bay
- Toronto
- Vancouver
- Windsor

Ryc. 20. Port w Montrealu



Źródło: www.port-montreal.com

II Rozdział

Rynek recepcji turystycznej

1. Znaczenie regionu amerykańskiego w międzynarodowym ruchu turystycznym:

Tab.1. Udział regionu Ameryk w recepcji światowego ruchu turystycznego

	International Tourist Arrivals (million)						Market share (%)	Change (%)		Average annual growth (%)
	1990	1995	2000	2005	2006	2007*	2007*	06/05	07*/06	'00-'07*
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

Źródło: www.world-tourism.org

Region Amerykański, do którego należy Kanada, zajmuje drugie miejsce pod względem recepcji międzynarodowego ruchu turystycznego. W 2007 roku przyjechało do niego 142,5 mln turystów, co stanowi 15,8% globalnych przyjazdów.

W Regionie Amerykańskim przyjazdy oraz dochody koncentrują się na subregionie Ameryka Północna (Stany Zjednoczone z Hawajami, Kanada i Meksyk). Procentowy wzrost ruchu turystycznego w tym subregionie nie jest jednak duży (0,6% na przestrzeni 10 lat), ponieważ zainteresowanie turystyką do Ameryki Północnej jest mniej więcej stałe i utrzymuje się na wysokim poziomie.

Tab. 2. Dochody z turystyki w regionie amerykańskim

International Tourism Receipts										
	Change			Share	US\$			Euro		
	local currencies,				Receipts			Receipts		
	constant prices (%)				(billion)			(billion)		
	05/04	06/05	07*/06		2007*	2006	2007*	2007	2006	2007*
Americas	4.3	1.8	6.4	20.0	154.1	171.1	1,200	122.7	124.9	880
North America	4.5	0.8	7.4	14.6	112.5	125.1	1,310	89.6	91.3	960
Caribbean	3.3	1.9	-0.4	2.6	21.7	22.6	1,160	17.3	16.5	850
Central America	9.3	10.3	8.9	0.7	5.5	6.3	810	4.4	4.6	590
South America	2.0	6.8	8.0	2.0	14.4	17.2	860	11.5	12.5	630

Źródło: www.world-tourism.org

Region Amerykański znajduje się na trzecim miejscu na świecie pod względem wysokości dochodów z turystyki. Subregion Ameryki Północnej najwyższe, a przy tym stale wzrastające dochody ze wszystkich amerykańskich subregionów. Generuje on ponad 14% dochodów całej światowej turystyki. W 2007 r. dochody z turystyki w subregionie północnoamerykańskim wyniosły ponad 125 mld \$.

2. Rynek Kanady w międzynarodowym ruchu turystycznym:

Tab. 3. Ilość przyjazdów turystów zagranicznych i dochody z turystyki w krajach Regionu Amerykańskiego

Major destinations	Series ¹	International Tourist Arrivals						International Tourism Receipts			
		(1000)			Change (%)		Share (%)	(US\$ million)			Share (%)
		2005	2006	2007*	06/05	07*/06	2007*	2005	2006	2007*	2007*
Americas		133,357	135,846	142,494	1.9	4.9	100	145,321	154,104	171,137	100
Argentina	TF	3,823	4,173	4,562	9.2	9.3	3.2	2,729	3,344	4,313	2.5
Bahamas	TF	1,608	1,601	1,528	-0.5	-4.6	1.1	2,069	2,056	2,187	1.3
Brazil	TF	5,358	5,017	5,026	-6.4	0.2	3.5	3,861	4,316	4,953	2.9
Canada	TF	18,771	18,265	17,931	-2.7	-1.8	12.6	13,760	14,632	15,486	9.0
Chile	TF	2,027	2,253	2,507	11.1	11.3	1.8	1,109	1,222	1,419	0.8
Colombia	VF	933	1,053	1,193	12.9	13.2	0.8	1,222	1,554	1,669	1.0
Costa Rica	TF	1,679	1,725	1,973	2.7	14.4	1.4	1,671	1,732	1,974	1.2
Cuba	TF	2,261	2,150	2,119	-4.9	-1.4	1.5	2,150	1,969	1,982	1.2
Dominican Rep.	TF	3,691	3,965	3,980	7.4	0.4	2.8	3,518	3,917	4,026	2.4
Ecuador	VF	860	841	953	-2.2	13.4	0.7	486	490	637	0.4
El Salvador	TF	1,127	1,279	1,339	13.5	4.7	0.9	543	793	847	0.5
Guatemala	TF	1,298	1,482	1,448	14.2	-2.3	1.0	869	1,013	1,199	0.7
Honduras	TF	673	739	831	9.8	12.6	0.6	463	488	557	0.3
Jamaica	TF	1,479	1,679	1,704	13.5	1.5	1.2	1,545	1,870	1,841	1.1
Mexico	TF	21,915	21,353	21,424	-2.6	0.3	15.0	11,803	12,177	12,901	7.5
Nicaragua	TF	712	749	800	5.2	6.8	0.6	206	231	255	0.1
Panama	TF	702	843	1,103	20.1	30.8	0.8	780	960	1,185	0.7
Peru	TF	1,486	1,635	1,812	10.0	10.9	1.3	1,308	1,577	1,938	1.1
Puerto Rico	TF	3,686	3,722	3,687	1.0	-0.9	2.6	3,239	3,369	3,414	2.0
United States	TF	49,206	50,977	55,986	3.6	9.8	39.3	81,799	85,720	96,712	56.5
Uruguay	TF	1,808	1,749	1,752	-3.2	0.2	1.2	594	598	809	0.5
Venezuela	TF	706	748	771	5.9	3.0	0.5	650	768	817	0.5

Źródło: www.world-tourism.org

W 2007 roku Kanada znalazła się na 3 miejscu pod względem najchętniej odwiedzanych krajów Regionu Amerykańskiego (po USA i Meksyku). W 2007 r. odwiedziło ją 17,9 mln turystów.

Tab. 4. Ranking najczęściej odwiedzanych krajów świata

**Tab. 2.5. 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
18	Tajlandia	TF	7,0	9,6	11,6	13,8	14,5	4,6
19	Makao	TF	4,2	5,2	9,0	10,7	12,9	21,2
20	Portugalia	TF	9,5	12,1	10,6	11,3	12,3	9,2

Źródło: www.intur.com.pl

Kanada jest jednym z najchętniej odwiedzanych krajów świata. W 2007 r. zajmowała pod tym względem 14 miejsce na świecie. Wtedy też przyjechało do niej prawie 18 mln turystów. Niestety, w ostatnich latach zauważa się spadek liczby odwiedzających. Słabsze rezultaty mogą być w dużej mierze przyczyną nowych reguł paszportowych, jakie wprowadzone zostały w stosunku do turystów ze Stanów Zjednoczonych.

Tab. 5. Ranking najlepiej zarabiających na turystyce przyjazdowej krajów świata

Tab. 2.7. 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	Wł. 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

Źródło: www.intur.com.pl

Pod względem dochodów z turystyki Kanada plasuje się na 8 miejscu na świecie. W 2007r. turyści wydali tam 24,8 mld \$. Jest to tendencja wzrostowa - w ostatnich 2 latach wydatki turystów w Kanadzie były większe nawet o kilkanaście procent.

3. Kierunki, z których przyjeżdżają turyści:

Tab. 6. Główne kierunki, z których przyjeżdżali turyści do Kanady w 2007 r.

Travellers to Canada by country of origin, top 15 countries of origin
(2007)

	2007		
	Overnight trips		
	Trips	Nights	Spending in Canada
	thousands		C\$ millions
Country of origin ¹			
United States	13,371	53,270	7,040
United Kingdom	891	10,658	1,188
France	359	5,553	458
Japan	310	3,417	403
Germany	298	4,557	408
Mexico	230	4,212	301
Australia	208	2,744	323
South Korea	188	4,307	275
China	151	4,109	259
India	120	2,528	111
Netherlands	116	1,691	146
Hong Kong	111	1,779	127
Switzerland	94	1,462	158
Italy	93	1,297	94
Taiwan	79	1,169	92

Źródło: www40.statcan.gc.ca

Najwięcej turystów zagranicznych przyjeżdżających do Kanady to mieszkańcy USA. Ilościowo przewyższają oni znacznie turystów z pozostałych krajów. W 2007 r. liczba przyjazdów ze Stanów Zjednoczonych wynosiła ponad 13 mln. Turyści z USA spędzają też w Kanadzie najwięcej nocy, a ich wydatki są najwyższe (ponad 7 mld \$). Wynika to niewątpliwie z sąsiedztwa obu krajów, wspólnego języka, wspólnych interesów biznesowych oraz doskonałych połączeń komunikacyjnych

Na drugim miejscu pod względem liczby przyjazdów plasuje się Wielka Brytania. Związane jest to ze wspólną historią obu krajów, tym samym językiem oraz dużą aktywnością turystyczną Brytyjczyków. W 2007r. mieszkańcy Wielkiej Brytanii podróżowali do Kanady prawie 900 tys. razy i zostawili w niej prawie 1,2 mld \$. Trzecie miejsce zajmuje kolejny kraj europejski – Francja, za nią natomiast znajduje się w rankingu Japonia.

4. Charakterystyka przyjazdów do Kanady:

Tab. 7. Środki lokomocji stosowane w turystyce przyjazdowej do Kanady

Non-resident travellers entering Canada

	2004	2005	2006	2007	2008
	thousands				
Total non-residents	38,844.6	36,160.1	33,390.1	30,373.5	27,370.0
United States residents entering:	34,626.1	31,655.0	28,872.6	25,694.5	22,605.6
By automobile	27,254.9	24,486.4	22,064.9	19,124.9	16,469.9
By plane	4,329.0	4,279.4	4,175.6	4,028.6	3,805.8
By train	108.9	109.2	123.3	129.7	132.3
By bus	1,346.5	1,264.4	1,069.6	941.1	832.3
By boat	959.6	996.1	955.6	1,001.1	971.4
By other methods	627.2	519.5	483.7	469.1	393.6
Residents of countries other than the United States entering:	4,218.5	4,505.2	4,517.6	4,678.8	4,764.5
By land	537.8	547.8	487.6	498.7	541.8
By air	3,565.6	3,831.1	3,903.9	4,037.0	4,060.7
By sea	115.3	126.1	126.1	143.4	161.8

Źródło: www40.statcan.gc.ca

W analizie przyjazdów do Kanady dokonano podziału między turystami z USA oraz turystami z innych krajów. Wynika to z dużych różnic w charakterze podróży między nimi.

Mieszkańcy Stanów Zjednoczonych najczęściej przybywają do Kanady samochodem. Dzieje się tak ze względu na dużą ruchliwość między stanami przygranicznymi, w obrębie których najprościej jest poruszać się autem. Ponad pięć razy rzadziej w 2008 r. turyści z USA wybierali samolot jako środek transportu. Na trzecim miejscu znalazł się transport wodny, dalej zaś autobusowy. Najmniej turystów podróżuje do Kanady koleją.

Mieszkańcy państw innych niż Stany Zjednoczone najczęściej przylatują do Kanady samolotem, co jest konsekwencją położenia tego kraju i jego dużej odległości od niemal wszystkich państw na świecie. Relatywnie mało turystów dostaje się do Kanady drogą lądową lub wodną.

Tab. 8. Charakterystyka przyjazdów turystów z Ameryki do Kanady w 2007 r.

CTC Core International Markets - Travellers' Characteristics					Americas							
	Total International Markets	07/06 %	Total CTC Core Markets	07/06 %	US	07/06 %	US Leisure	07/06 %	MC&IT	07/06 %	Mexico	07/06 %
Overnight Person-trips (000's)	17,767.8	-2.0%	16,005.6	-2.6%	13,371.3	-3.5%	11,417.9	-4.1%	1,953.3	0.2%	230.0	13.8%
Overnight Travel Spending (\$M)	13,009.6	0.1%	10,654.0	-1.9%	7,056.5	-2.9%	5,491.4	-4.1%	1,565.1	1.3%	294.1	7.4%
Average Party Size	1.9	5.4%	2.0	28.3%	2.1	-1.4%	2.3	-1.7%	1.4	-2.9%	1.6	-1.3%
Average Trip Duration (Nights)	6.7	-1.2%	5.7	-1.7%	4.0	-0.3%	4.1	0.7%	3.1	-3.8%	17.6	-11.2%
Average Spending per Trip (\$)	732.2	2.2%	665.6	0.8%	527.7	0.6%	481.0	0.0%	801.2	1.1%	1,278.9	-5.6%
Average Spending per Person-Night (\$)	109.0	3.3%	117.5	2.4%	132.6	0.9%	116.4	-0.3%	260.0	5.0%	72.7	6.3%

Źródło: www.corporate.canada.travel

W charakterystyce podróżnych z kontynentu amerykańskiego dokonano dodatkowo podziału na mieszkańców USA – biznesowych i wakacyjnych oraz mieszkańców Meksyku.

Najwięcej wycieczek przypada na turystów ze Stanów Zjednoczonych, wyjeżdżających w celach wakacyjnych (11,4 mln). Najmniej wycieczek odbywają Meksykanie (230 tys.). Oni z kolei spędzają w Kanadzie najwięcej nocy podczas trwania jednej wycieczki (ponad 17 nocy), co jest związane z odległością od Kanady. Najmniej czasu spędzają podczas jednego wyjazdu turyści biznesowi z USA (3 noce). W związku z długim czasem pobytu

Meksykan w Kanadzie, wydają oni najwięcej podczas jednej wycieczki (ok. 1300 \$).
Najmniej w czasie jednego wyjazdu wydają turyści wakacyjni z USA (480 \$).

Tab. 9. Charakterystyka przyjazdów turystów spoza Ameryki do Kanady w 2007 r.

	UK	07/06 %	France	07/06 %	Germany	07/06 %	Japan	07/06 %	China	07/06 %	Australia	07/06 %	S Korea	07/06 %
Overnight Person-trips (000's)	891.5	5.9%	359.1	-0.6%	297.8	0.0%	310.4	-14.7%	151.0	8.6%	207.7	16.8%	187.5	-0.5%
Overnight Travel Spending (\$M)	1,181.6	2.9%	459.8	-0.9%	405.4	-0.5%	403.0	-18.3%	260.7	1.6%	317.0	13.9%	277.9	2.7%
Average Party Size	1.7	2.4%	1.6	4.7%	1.6	32.5%	1.4	2.9%	1.3	1.5%	1.7	4.4%	1.3	-4.3%
Average Trip Duration (Nights)	11.6	-7.8%	14.8	-6.3%	14.8	-3.8%	10.2	-9.3%	23.6	-18.2%	11.5	-8.7%	22.6	1.6%
Average Spending per Trip (\$)	1,325.4	-2.8%	1,280.6	-0.3%	1,361.0	-0.5%	1,298.3	-4.3%	1,726.2	-6.5%	1,526.1	-2.5%	1,481.9	3.3%
Average Spending per Person-Night (\$)	114.1	5.3%	86.6	6.5%	91.9	3.6%	127.8	5.2%	73.3	14.5%	132.6	6.6%	65.7	1.8%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Wśród turystów z krajów zamorskich wyróżniono mieszkańców państw najczęściej przyjeżdżających do Kanady: Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, Japonii, Chin, Australii i Korei Południowej.

Najwięcej wycieczek odbywają co roku Brytyjczycy (890 tys.). Najmniej turystów z wymienionych krajów to mieszkańcy Chin (151tys.). Największą dynamiką wzrostu przyjazdów charakteryzuje się Australia, spada zaś znacznie ilość przyjazdów z Japonii. Najdłużej w Kanadzie pozostają mieszkańcy Chin (23 noce) i Korei. Europejczycy spędzają tam od 11 do 14 nocy.

Ogółem na podróże do Kanady najwięcej wydają Brytyjczycy. Chińczycy zaś najmniej, jednak to oni wydają najwięcej w przeliczeniu na jedną wycieczkę. Najmniej podczas jednej wycieczki wydają Francuzi.

Tab. 10. Płeć i wiek turystów z Ameryki przyjeżdżających do Kanady w 2007 r.

CTC Core International Markets - Travellers' Characteristics					Americas							
	Total International Markets	07/06 %	Total CTC Core Markets	07/06 %	US	07/06 %	US Leisure	07/06 %	MC&IT	07/06 %	Mexico	07/06 %
Gender												
Male (%)	51.2%	0.6%	51.2%	0.8%	51.2%	0.7%	48.2%	0.3%	68.3%	1.6%	51.8%	-1.7%
Female (%)	48.8%	-0.6%	48.8%	-0.8%	48.8%	-0.7%	51.8%	-0.3%	31.7%	-1.6%	48.1%	1.7%
Age (000's)												
24 & Under	2,402.9	-3.4%	2,142.4	-3.6%	1,695.7	-5.9%	1,637.3	-6.3%	58.3	6.0%	58.5	23.7%
25-34	1,864.0	-3.1%	1,586.0	-3.5%	1,155.6	-4.4%	948.4	-5.4%	207.3	0.6%	37.0	2.2%
35-44	2,676.1	1.6%	2,354.4	0.8%	1,918.7	0.4%	1,489.4	0.3%	429.3	0.6%	49.3	11.8%
45-54	3,245.1	-1.8%	2,913.8	-2.6%	2,468.7	-4.2%	1,866.5	-7.8%	602.3	8.9%	32.7	-7.4%
55+	6,358.3	1.4%	5,851.3	0.7%	5,051.0	0.3%	4,545.7	0.5%	505.3	-1.8%	42.8	23.3%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Pod względem płci profile turystów kształtują się mniej więcej na równi. Widoczna przewaga zaznacza się jedynie w sektorze turystów biznesowych, wśród których większość (68%) stanowią mężczyźni.

Struktura wiekowa podróżnych jest dość zróżnicowana. Najliczniejsza grupa z USA to ludzie w wieku powyżej 55 lat. Drugą co do liczebności grupą są ludzie w wieku 45 - 54 lat. Natomiast turyści meksykańscy to w większości osoby młode, poniżej 24 roku życia.

Tab. 11. Płeć i wiek turystów spoza Ameryki przyjeżdżających do Kanady w 2007 r.

	Overseas													
	UK	07/06 %	France	07/06 %	Germany	07/06 %	Japan	07/06 %	China	07/06 %	Australia	07/06 %	S Korea	07/06 %
Gender														
Male (%)	48.1%	1.0%	53.5%	0.5%	58.6%	0.6%	43.5%	3.0%	62.5%	5.5%	46.2%	1.2%	56.6%	1.8%
Female (%)	51.9%	-1.0%	46.5%	-0.5%	41.4%	-0.6%	56.5%	-3.0%	37.6%	-5.3%	53.8%	-1.2%	43.4%	-1.8%
Age (000's)														
24 & Under	114.7	13.8%	71.4	19.8%	47.6	0.8%	50.5	-26.9%	21.3	-9.7%	38.6	58.2%	44.1	-9.6%
25-34	116.9	7.0%	61.6	-4.8%	52.9	-0.2%	75.8	-10.7%	22.1	-19.3%	25.1	10.6%	39.0	9.2%
35-44	145.3	19.4%	45.7	-18.2%	61.5	3.5%	33.0	-28.3%	40.2	30.5%	17.8	-2.7%	42.9	-9.3%
45-54	148.4	9.4%	61.2	-7.1%	53.4	2.9%	49.0	7.9%	32.6	42.4%	35.6	40.2%	32.2	4.5%
55+	348.8	0.9%	108.3	12.1%	75.6	9.6%	86.9	-8.8%	31.0	-2.2%	84.3	9.1%	22.6	13.6%

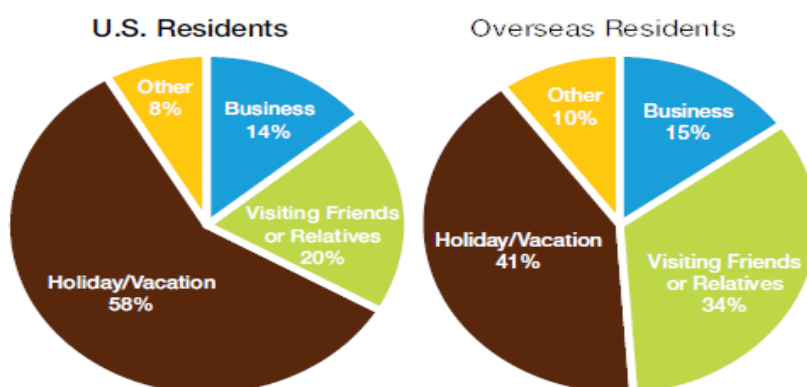
Źródło: www.corporate.canada.travel

Największa różnica w ilości przyjeżdżających do Kanady kobiet i mężczyzn odnotowana jest wśród mieszkańców Chin (63% mężczyzn i 38% kobiet). Turyści z Francji, Niemiec i Korei to w większości mężczyźni. Natomiast podróżujące do Kanady kobiety przeważają w Australii, Japonii i Wielkiej Brytanii. Jednak różnica jest generalnie niewielka.

Pod względem wieku turyści są zróżnicowani. Jednak największą grupę stanowią osoby powyżej 55 lat. Jedynie w Chinach i Korei najliczniejsza grupa to osoby w wieku 35 - 44 lat. Z krajów europejskich najmniej liczną grupą są osoby młode.

Ryc. 21. Procentowy udział poszczególnych celów przyjazdów turystów z USA i krajów zamorskich w ogólnej liczbie przyjazdów

Distribution of International Tourists to Canada by Purpose



Źródło: www.corporate.canada.travel

Tab. 12. Główne cele przyjazdów turystów z Ameryki do Kanady w 2007 r.

CTC Core International Markets - Travellers' Characteristics					Americas							
	Total International Markets	07/06 %	Total CTC Core Markets	07/06 %	US	07/06 %	US Leisure	07/06 %	MC&IT	07/06 %	Mexico	07/06 %
Main Trip Purpose (000's)												
Business	2,590.1	-2.3%	2,319.9	-1.1%	1,953.3	0.2%	0.0	0.0%	1,953.3	0.2%	35.1	-5.1%
VFR	4,106.8	-0.6%	3,385.5	-2.6%	2,595.1	-5.8%	2,595.1	-5.8%	0.0	0.0%	51.6	23.4%
Pleasure	9,614.1	-1.3%	9,027.3	-1.6%	7,795.2	-2.2%	7,795.2	19.0%	0.0	0.0%	110.7	8.4%
Other	1,456.7	-9.0%	1,272.8	-10.8%	1,027.6	-13.1%	1,027.6	-60.5%	0.0	0.0%	32.6	53.1%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Pod względem celów przyjazdów wśród turystów z USA i Meksyku dominuje rozrywka (7,8 mln przyjazdów z USA i 110 tys. z Meksyku), co stanowi 58% wszystkich przyjazdów. Na drugim miejscu plasują się odwiedziny rodziny i przyjaciół (20% przyjazdów), na trzecim cele biznesowe (15%).

Tab. 13. Główne cele przyjazdów turystów spoza Ameryki do Kanady w 2007 r.

	UK	07/06 %	France	07/06 %	Germany	07/06 %	Japan	07/06 %	China	07/06 %	Australia	07/06 %	S Korea	07/06 %
Main Trip Purpose (000's)														
Business	91.2	-7.0%	48.7	1.2%	52.4	-8.1%	44.4	-27.7%	46.1	6.2%	17.1	-16.2%	31.6	-0.3%
VFR	293.0	6.8%	111.9	2.9%	68.6	-8.0%	83.4	19.8%	60.8	36.9%	49.2	14.4%	71.9	6.8%
Pleasure	448.1	4.5%	174.7	1.2%	157.5	7.4%	153.3	-16.7%	25.0	5.5%	128.9	22.8%	34.6	-20.8%
Other	59.2	46.5%	23.7	-25.0%	19.4	-0.5%	29.3	-39.7%	19.1	-30.5%	12.5	30.2%	49.4	7.6%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Cele rozrywkowe są też głównymi podczas przyjazdów turystów z większości krajów zamorskich (41% przyjazdów). Na drugim miejscu znajdują się cele związane z odwiedzinami rodziny i przyjaciół (34% przyjazdów), na trzecim biznesowe (14%). Jedynie turyści z Chin i Korei najczęściej podróżują do Kanady, aby odwiedzić rodzinę i przyjaciół.

Tab. 14. Miejsca zakwaterowania turystów z Ameryki w Kanadzie w 2007r.

CTC Core International Markets - Travellers' Characteristics					Americas							
	Total International Markets	07/06 %	Total CTC Core Markets	07/06 %	US	07/06 %	US Leisure	07/06 %	MC&IT	07/06 %	Mexico	07/06 %
Accommodation Types (000's Person-Trips)												
Hotel Only	7,022.1	-3.2%	6,586.0	-3.1%	5,571.6	-4.4%	4,010.3	-6.3%	1,561.3	0.6%	110.3	16.0%
Motel Only	1,321.4	1.0%	1,307.8	1.2%	1,276.1	0.4%	1,171.0	0.0%	105.1	5.2%	2.0	233.3%
Home of Friends or Relatives Only	3,371.5	1.2%	2,714.2	-0.7%	2,104.3	-3.2%	2,067.3	-2.6%	37.0	-26.6%	58.6	14.9%
Camping or Trailer Park Only	460.4	-3.2%	446.8	-4.1%	425.0	-5.3%	423.4	-5.0%	1.6	-44.8%	1.3	0.0%
Cottage or Cabin Only	1,018.3	-3.8%	1,008.5	-4.0%	996.3	-3.5%	989.8	-3.4%	6.5	-7.1%	2.1	425.0%
Hotel & Motel	284.0	-9.1%	257.7	-9.0%	220.6	-11.0%	179.0	-14.7%	41.6	-1.4%	1.2	200.0%
Other Combinations of Two or More Types	1,757.9	-32.9%	1,480.3	-31.2%	1,027.0	-28.1%	978.0	-27.5%	49.0	-38.4%	21.4	-38.9%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Najwięcej turystów z USA i Meksyku nocuje w hotelach. Popularnym typem zakwaterowania są też domy prywatne u rodziny i przyjaciół. Na kolejnych miejscach są też motele oraz kombinacje różnych typów zakwaterowania.

Tab. 15. Miejsca zakwaterowania turystów spoza Ameryki w Kanadzie w 2007r.

	Overseas													
	UK	07/06 %	France	07/06 %	Germany	07/06 %	Japan	07/06 %	China	07/06 %	Australia	07/06 %	S Korea	07/06 %
Accommodation Types (000's Person-Trips)														
Hotel Only	341.2	10.6%	89.2	8.0%	92.6	-4.9%	188.0	-17.3%	55.0	18.3%	96.0	51.7%	42.1	-10.2%
Motel Only	8.7	77.6%	2.8	16.7%	5.1	-27.1%	0.7	40.0%	5.0	284.6%	5.4	157.1%	2.0	0.0%
Home of Friends or Relatives Only	222.8	14.4%	73.5	-14.0%	57.6	3.2%	45.0	5.4%	57.4	36.0%	31.5	-10.8%	63.5	23.8%
Camping or Trailer Park Only	2.4	-31.4%	5.6	86.7%	11.4	17.5%	0.0	0.0%	0.1	0.0%	1.0	-16.7%	0.0	0.0%
Cottage or Cabin Only	3.7	-60.2%	0.8	-46.7%	1.9	-50.0%	0.6	-14.3%	0.5	-28.6%	2.1	31.3%	0.5	0.0%
Hotel & Motel	14.0	0.7%	3.6	-55.6%	6.6	13.8%	2.3	360.0%	0.0	-100.0%	5.0	19.0%	4.4	120.0%
Other Combinations of Two or More Types	138.4	-44.5%	124.1	-11.8%	79.1	-20.8%	27.8	-41.6%	9.8	-71.0%	24.0	-56.3%	28.7	-54.0%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Najpopularniejszym typem zakwaterowania turystów z większości krajów zamorskich jest hotel. Drugim co do popularności typem są domy przyjaciół i rodziny. Ma to związek z celami przyjazdów turystów. W krajach, gdzie głównymi celami przyjazdów są odwiedziny (Chiny, Korea), turyści najczęściej zatrzymują się w domach prywatnych. Znaczenie w rankingu ma także kombinacja dwóch lub więcej typów zakwaterowania.

Tab.16. Prowincje Kanady odwiedzane przez turystów z Ameryki w 2007 r.

CTC Core International Markets - Travellers' Characteristics					Americas							
	Total International Markets	07/06 %	Total CTC Core Markets	07/06 %	US	07/06 %	US Leisure	07/06 %	MC&IT	07/06 %	Mexico	07/06 %
Provinces Visited (000's)												
Newfoundland	73.3	1.4%	61.0	5.2%	49.3	0.4%	42.8	13.2%	6.5	-42.0%	0.0	0.0%
Prince Edward Island	166.7	-11.1%	155.0	-14.1%	131.8	-14.5%	129.9	-13.7%	1.9	-45.7%	0.0	0.0%
Nova Scotia	480.7	-6.9%	422.9	-7.2%	332.5	-11.0%	308.9	-11.6%	23.6	-2.5%	1.8	0.0%
New Brunswick	418.1	-1.9%	399.0	-1.0%	357.8	-2.6%	341.0	-3.0%	16.8	7.0%	0.0	-100.0%
Quebec	3,038.3	-5.0%	2,635.3	-5.5%	1,980.8	-6.0%	1,617.7	-6.8%	363.1	-2.2%	82.1	11.4%
Ontario	8,618.8	-3.6%	7,684.2	-4.2%	6,588.2	-4.5%	5,670.0	-5.8%	1,018.2	3.2%	110.7	15.6%
Manitoba	353.3	-2.3%	321.8	-3.3%	264.3	-6.6%	234.6	-4.2%	29.7	-22.3%	5.1	218.8%
Saskatchewan	203.7	-2.9%	185.2	-3.8%	153.3	-3.5%	140.3	2.7%	13.0	-41.7%	1.4	27.3%
Alberta	1,744.7	0.8%	1,460.0	0.0%	931.8	-0.7%	732.1	-0.5%	199.7	-1.1%	15.9	-12.6%
British Columbia	4,908.8	-0.9%	4,405.7	-1.6%	3,394.1	-3.5%	3,062.6	-3.1%	331.5	-7.4%	67.0	8.8%
Yukon	300.9	15.2%	284.4	13.4%	254.4	13.0%	233.3	6.9%	21.1	210.3%	0.3	0.0%
Northwest Territories	31.4	-7.4%	25.5	-22.5%	16.5	-37.3%	12.4	-47.9%	4.1	64.0%	0.2	0.0%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Najczęściej odwiedzaną prowincją wśród turystów z USA i Meksyku jest Ontario. Wiąże się to z jej położeniem blisko granicy z USA, liczbą ludności, atrakcjami turystycznymi (np. wodospady Niagara) oraz obecnością wielkich miast, w tym stolicy. Przyjeżdża tam prawie połowa wszystkich turystów z zarówno USA, jak i z Meksyku.

Na kolejnych miejscach pod względem ilości turystów znajdują się Kolumbia Brytyjska, Quebec i Alberta. Ich popularność spowodowana jest m.in. tym, że wszystkie leżą przy granicy z USA oraz charakteryzują się największą gęstością zaludnienia.

Najmniejszym zainteresowaniem turystów cieszy się prowincja Terytoria Północne.

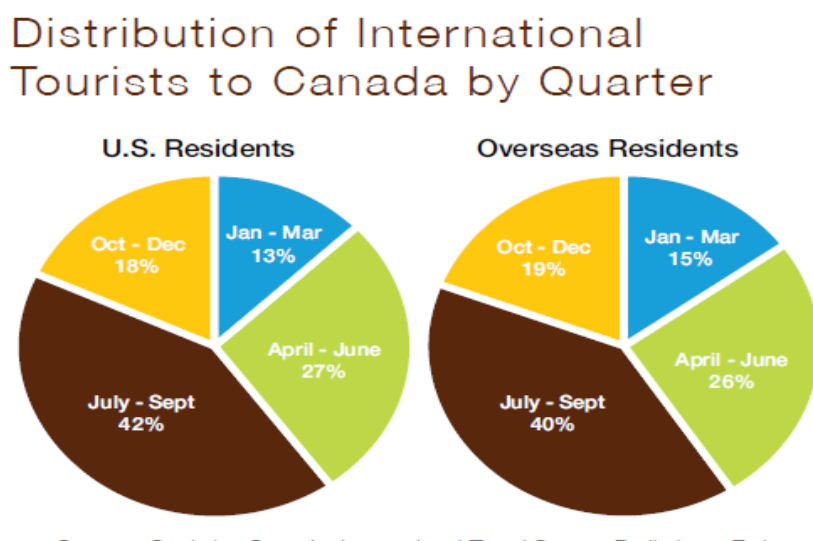
Tab. 17. Prowincje Kanady odwiedzane przez turystów z Ameryki w 2007 r.

	Overseas													
	UK	07/06 %	France	07/06 %	Germany	07/06 %	Japan	07/06 %	China	07/06 %	Australia	07/06 %	S Korea	07/06 %
Provinces Visited (000's)														
Newfoundland	3.6	-23.4%	3.8	850.0%	2.2	-4.3%	0.0	-100.0%	0.0	-100.0%	1.8	50.0%	0.3	0.0%
Prince Edward Island	5.1	-63.6%	2.7	575.0%	2.4	-44.2%	7.5	82.9%	1.0	233.3%	3.2	52.4%	1.3	30.0%
Nova Scotia	47.7	16.3%	4.1	-21.2%	22.8	7.0%	3.5	-35.2%	1.7	-15.0%	7.6	55.1%	1.2	50.0%
New Brunswick	20.3	39.0%	6.5	30.0%	8.7	-7.4%	0.2	-90.0%	3.0	130.8%	1.4	-22.2%	1.1	-8.3%
Quebec	123.8	-6.8%	278.3	-5.2%	65.5	-9.7%	32.9	-10.8%	28.5	-10.7%	27.0	42.1%	16.4	-18.4%
Ontario	395.1	-1.6%	108.9	-0.8%	119.7	-1.8%	137.2	-18.7%	93.4	-4.0%	59.4	5.9%	71.6	2.7%
Manitoba	22.5	11.9%	2.8	3.7%	6.8	-17.1%	6.7	-8.2%	1.9	18.8%	3.3	-47.6%	8.4	320.0%
Saskatchewan	16.3	-12.4%	1.1	-52.2%	5.3	10.4%	2.8	154.5%	0.4	-50.0%	3.1	40.9%	1.5	-46.4%
Alberta	234.8	4.5%	25.0	56.3%	74.2	6.3%	71.3	-18.9%	25.0	51.5%	44.0	-5.0%	38.0	-10.4%
British Columbia	324.3	12.2%	23.4	23.2%	100.8	-3.4%	172.2	-5.9%	70.0	7.4%	143.8	20.5%	110.1	-8.2%
Yukon	1.9	-56.8%	1.8	-33.3%	21.0	62.8%	1.2	-60.0%	0.0	0.0%	3.8	40.7%	0.0	0.0%
Northwest Territories	0.5	-44.4%	0.0	0.0%	1.0	-70.6%	5.6	143.5%	1.7	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%

Źródło: www.corporate.canada.travel

Ontario i British Kolumbia to prowincje najczęściej odwiedzane przez turystów z krajów zamorskich. W przypadku Francji największą popularnością cieszy się Quebec, co ma związek z żyjącymi tam osadnikami francuskimi oraz używanym tam językiem francuskim. Najrzadziej odwiedzana jest prowincja Terytoria Północne, co jest związane ze słabym jej zaludnieniem, zimnym klimatem i słabą dostępnością komunikacyjną. Podobna sytuacja dotyczy innych prowincji znajdujących się na północy.

Ryc. 22. Struktura przyjazdów turystów zagranicznych według kwartałów w roku



Źródło: www.corporate.canada.travel

Kwartał najbardziej popularny, zarówno wśród turystów z USA, jak i z krajów zamorskich to trzeci kwartał, czyli miesiące od lipca do września. Przyjeżdża wtedy ok. 40% wszystkich turystów. Na drugim miejscu znajdują się miesiące od kwietnia do czerwca (27% przyjazdów). Najmniej popularny jest pierwszy kwartał roku.

5. Przychody z turystyki w Kanadzie:

Tab. 18. Przychody z turystyki w Kanadzie w 2007 r.

Tourism in the Canadian Economy		
	\$ billions	07/06 %
Total Demand	70.8	6.1
Domestic	54.6	8.7
International	16.2	-1.7

Źródło: www.corporate.canada.travel

W 2007 r. Kanada zarobiła na usługach turystycznych 70,8 mld \$. W porównaniu z poprzednim rokiem był to 6%-owy wzrost. W strukturze dochodów z turystyki ważne miejsce zajmuje turystyka krajowa, która wygenerowała aż 54,6 mld \$ i cechowała się większą od przeciętnej dynamiką wzrostu. Dochody z turystyki krajowej są tak wysokie, ponieważ turystów krajowych w Kanadzie jest najwięcej. Turystyka międzynarodowa przyniosła gospodarce dochody o wartości 16,2 mld \$, jednak w porównaniu do poprzedniego roku był to spadek.

Tab. 19. Przychody z turystyki międzynarodowej w Kanadzie w 2007 r.

Canada's International Travel Account (\$ billions)			
	All Countries	U.S.	Overseas
Receipts	16.6	8.3	8.3

Źródło: www.corporate.canada.travel

W turystyce międzynarodowej wydatki turystów z krajów zamorskich oraz z USA miały w 2007 r. równą wartość i wyniosły po 8,3 mld \$.

III Rozdział

Rynek emisji turystycznej

1. Turystyka wewnątrzkrajowa:

Podróże Kanadyjczyków można podzielić na krajowe i zagraniczne. Z kolei krajowe to podróże wewnątrz prowincji zamieszkania i podróże poza swoją prowincją zamieszkania. Zdecydowanie więcej jest tych pierwszych. Charakterystyka podróży wewnątrz Kanady pokazuje, że Kanadyjczycy najczęściej wewnątrz swoich prowincji podróżują samochodem. Takie wizyty mają na celu zazwyczaj odwiedziny krewnych i znajomych, wobec czego typem zakwaterowania są prywatne domy.

Tab. 20. Turystyka Kanadyjczyków między prowincjami

Trips by Canadians in Canada, by province and territory (Trips (destination))					
	2000	2001	2002	2003	2004
	Trips (destination)				
	thousands				
Canada	178,628	182,092	187,890	172,244	175,084
Newfoundland and Labrador	3,955	3,902	3,784	3,236	3,107
Prince Edward Island	977	966	1,125	897	911
Nova Scotia	7,034	7,019	8,287	7,164	7,066
New Brunswick	4,794	5,344	6,075	5,613	5,038
Quebec	40,842	40,608	45,928	47,216	48,484
Ontario	65,220	67,160	70,257	62,168	65,290
Manitoba	6,542	6,621	6,265	5,938	6,009
Saskatchewan	8,222	8,139	8,029	7,413	7,451
Alberta	20,022	21,256	19,186	15,775	15,890
British Columbia	20,893	20,984	18,842	16,742	15,738
Yukon/Northwest Territories/Nunavut	F	92 ^E	113 ^E	83 ^E	99 ^E

Źródło: www.statcan.gc.ca

W turystyce między prowincjami najczęściej odwiedzana jest prowincja Ontario – najpopularniejsza prowincja kanadyjska. Drugie miejsce zajmuje Quebec. Popularne pod względem odwiedzin są także Kolumbia Brytyjska i Alberta. Najmniej osób podróżuje na Wyspę Księcia Edwarda i Terytoria Północne.

Odwiedziny znajomych, wyjazdy na wieś, odkrywanie nowych części kraju, udział w wydarzeniach kulturalnych, zakupy- to kilka z celów, dla których Kanadyjczycy podejmują podróże wewnątrz swojego kraju. Wiele wyjazdów ma też oczywiście charakter biznesowy. Wszystko to sprawiło, że mieszkańcy Kanady podjęli w 2004 r. aż 175 mln wewnątrzkrajowych podróży.

Mieszkańcy prowincji Saskatchewan podróżują przy tym najczęściej. Zarówno wewnątrz swojej prowincji, jak i między innymi prowincjami. Natomiast mieszkańcy prowincji Wyspa Księcia Edwarda najwięcej ze wszystkich pozostałych, wyjeżdżają poza swoją prowincję. Wynika to z małej wielkości tej wyspy. Natomiast w Saskatchewan, długie odległości pomiędzy miastami i duża populacja mieszkańców wsi sprawiają, że podróże dla przyjemności, w odwiedziny krewnych i przyjaciół oraz z powodów osobistych (np. wizyta u lekarza), są najczęstsze.

Z kolei mieszkańcy Kolumbii Brytyjskiej i Ontario podróżują częściej niż mieszkańcy pozostałych prowincji, zarówno do USA (ok. 1/5 wszystkich wyjazdów Kanadyjczyków), jak i do innych krajów (ok. 1/10 wszystkich wyjazdów Kanadyjczyków).

Samochód jest także najchętniej wybieranym środkiem transportu podczas wyjazdów do innych prowincji (65%) oraz do USA (56%). Tylko 1/3 podróży wewnątrz Kanady i do USA odbywa się samolotem.

Ciekawe jest, że zarówno podróże wewnątrz kraju, jak i wyjazdy do USA są do siebie podobne po względem środka transportu, czasu trwania, celu i pory roku, w której odbywa się wyjazd.

2. Kierunki turystyki zagranicznej:

Tab. 21. Podróże Kanadyjczyków do USA i do innych krajów w poszczególnych kwartałach 2006 i 2007 r.

Overnight travel between Canada and other countries								
	Third quarter 2006 ¹	Second quarter 2007 ¹	Third quarter 2007 ²	Third quarter 2006 to third quarter 2007	Third quarter 2006 ¹	Second quarter 2007 ¹	Third quarter 2007 ²	Third quarter 2006 to third quarter 2007
	Trips				Expenditures			
	thousands			% change	\$ millions			% change
Canadian trips abroad	6,773	5,789	7,517	11.0	4,896	5,781	5,665	15.7
To the United States	5,183	4,090	5,804	12.0	2,290	3,117	2,793	22.0
To other countries	1,590	1,699	1,713	7.8	2,606	2,664	2,872	10.2

Źródło: www.statcan.gc.ca

Kanadyjczycy, którzy podróżowali w lecie (w trzecim kwartale) r. do USA, wydali tam prawie 2,8 mld \$. Podjęli wtedy 5,8 mln podróży do Stanów Zjednoczonych.

W trzecim kwartale 2007 r. Kanadyjczycy wydali na zamorskie podróże prawie 2,9 mld \$. Kanadyjczycy podjęli wtedy 1,7 mln zamorskich podróży.

W porównaniu do ogólnej liczby wyjazdów, znacząca większość podróży Kanadyjczyków odbywa się do USA. Jest to aż pięć razy więcej niż do innych krajów. W trzecim kwartale 2007 r. ilość wyjazdów do USA była równa 5,8 mln, podczas gdy do innych krajów wartość ta wynosiła 1,7 mln.

Analiza wydatków w czasie podróży do USA i do innych krajów pokazuje, że wynoszą one mniej więcej tyle samo. Na wielkość wydatków w USA wpływa duża ilość podróży do tego kraju, natomiast na wielkość wydatków w pozostałych krajach - znaczna odległość Kanady od nich, co zwiększa nakłady na transport i zakwaterowanie. W trzecim kwartale 2007 r. Kanadyjczycy wydali w USA oraz w innych krajach po ok. 2,8 mld \$.

Tab. 22. Najczęściej odwiedzane przez Kanadyjczyków stany USA w 2006 i 2007 r.

Top US states visited by Canadian residents						
	Third quarter 2006 ^f	Third quarter 2007 ^p	Third quarter 2006 to third quarter 2007	Third quarter 2006 ^f	Third quarter 2007 ^p	Third quarter 2006 to third quarter 2007
	Overnight visits			Expenditures		
	thousands		% change	\$ millions		% change
State						
New York	1,032	1,174	13.8	254	336	32.2
Washington	701	786	12.2	127	161	27.1
Michigan	454	503	10.9	97	118	21.7
Maine	424	492	16.1	118	142	19.9
Vermont	282	353	25.0	43	53	23.0
Florida	233	331	42.3	170	278	63.4
Montana	244	302	23.7	58	88	52.2
Massachusetts	246	275	11.7	107	125	16.7
California	250	268	7.1	192	231	20.6
New Hampshire	210	260	23.8	54	71	30.8

Źródło: www.statcan.gc.ca

W podróżach do USA, najpopularniejsze stany to Nowy Jork, Waszyngton i Michigan. Nowy Jork jest ze wszystkich stanów USA najbardziej popularnym celem podróży Kanadyjczyków. Wszystkie trzy znajdują się przy granicy z Kanadą. Ich popularność wyjaśnia więc niewielka odległość od Ontario i Quebec, których mieszkańcy najczęściej tam jeżdżą. Te trzy stany przyjęły prawie 2,5 mln Kanadyjczyków w okresie trzeciego kwartału 2007 r. (w tym 1,2 mln Nowy Jork).

Jednak najwięcej spędzonych nocy oraz drugie co do wielkości dochody z przyjazdów Kanadyjczyków (po stanie Nowy Jork) notuje stan Floryda- popularna destynacja zimowa, nazywana „Stanem Słońca”.

Wyjazdy zagraniczne Kanadyjczyków ogółem w 2007 r.:

zagraniczne podróże turystyczne (wypoczynkowe) – 21,1 mln

zamorskie zagraniczne podróże turystyczne – 6,2 mln

średnia długość pobytu za granicą – 11,4 dni

Dominującym kierunkiem wyjazdów oprócz Stanów Zjednoczonych są kraje na „ciepłe” wakacje, przede wszystkim rejon Karaibów – te dwie destynacje to łącznie ponad 70% wszystkich wyjazdów zagranicznych.

Europa jest najczęściej wybieranym kontynentem, jeśli chodzi o zamorskie podróże Kanadyjczyków. Wśród europejskich krajów na szczycie listy znajdują się: Wielka Brytania, Francja, Niemcy i Włochy.

W 2007 r. do Europy wyjechało 3,7 mln. turystów, tj. 60% wszystkich uczestników wyjazdów zamorskich. Wyjazdy do Europy charakteryzowały się stabilnymi wzrostami – w ostatnich 5 latach po ok. 10% rocznie. Przewiduje się jednak zahamowanie tego trendu. Silna pozycja dolara kanadyjskiego w stosunku do dolara amerykańskiego i osłabienie w stosunku do euro oraz wzrost taryf lotniczych spowodują spadek zainteresowania wyjazdami do Europy i coraz większą ilość wyjazdów do krajów zachodnich, w szczególności do Stanów Zjednoczonych.

W wyjazdach do Europy dominują mieszkańcy Ontario (52%), a następnie prowincji British Columbia i Alberta. Ostatnio największą dynamikę mają wyjazdy z Alberty.

Na wydatki związane z jedną podróżą do Europy Kanadyjczycy wydają średnio 2393 euro. Najważniejsze deklarowane aktywności w czasie podróży: zwiedzanie miejsc historycznych i atrakcji przyrodniczych, muzea i galerie, zakupy i dobre jedzenie.

Pierwszy kwartał roku charakteryzuje się największą ilością wyjazdów zagranicznych (33%). Dominują wprawdzie wyjazdy do „ciepłych krajów”, ale w sposób widoczny wzrasta też zainteresowanie podróżami zimowymi do Europy.

Blisko 50% Kanadyjczyków posiada paszporty i liczba ta bardzo szybko rośnie ze względu na wprowadzany wymóg posiadania paszportu przy przekraczaniu granicy ze Stanami Zjednoczonymi.

Tab. 23. Kraje odwiedzane najczęściej przez Kanadyjczyków w 2007 r.

**Travel by Canadians to foreign countries, top 15 countries visited
(2007)**

	2007		
	Overnight visits		
	Visits	Nights	Spending in country
	thousands		C\$ millions
Country visited			
United States	17,759	130,801	11,545
Mexico	1,019	11,146	1,084
United Kingdom	947	11,608	1,149
France	745	9,287	973
Cuba	724	6,136	629
Dominican Republic	690	5,871	599
Germany	370	3,526	323
Italy	352	3,836	514
Netherlands	258	2,094	210
China	258	5,452	455
Spain	187	2,027	246
Hong Kong	177	2,757	209
Republic of Ireland	166	1,787	203
Switzerland	148	1,058	107
Austria	137	761	98

Źródło: www.statcan.gc.ca

Stany Zjednoczone pozostają od lat najbardziej popularnym celem wycieczek, z prawie 18 mln liczbą wyjazdów, największą ilością spędzonych tam nocy i rekordową, znacznie większą niż w innych krajach wartością wydatków (11,5 mld). Popularny, ze względu na relatywną bliskość jest także Meksyk. Jeśli chodzi o wyjazdy zamorskie, to najczęściej odwiedzanym krajem docelowym jest Wielka Brytania, po niej Francja. Z krajów, które przyciągają Kanadyjczyków słońcem i ciepłym klimatem, coraz większą popularnością cieszy się Kuba, przyjmująca z roku na rok coraz więcej turystów. Wyprzedziła ona pozostałe kraje zamorskie, takie jak Niemcy, czy Włochy, które tradycyjnie były ulubionymi destynacjami Kanadyjczyków.

3. Charakterystyka wyjazdów Kanadyjczyków:

Tab. 24. Typ zakwaterowania, typ wydatków oraz aktywności podróżujących Kanadyjczyków

Characteristics	Intra-provincial	Inter-provincial	United States	Other Countries
	%			
Type of accommodation	100	100	100	100
Hotel/motel	22	40	35	40
Campgrounds/trailer park	10	6	8	-
Cottage (commercial or private)	16	8	4	-
Home of relatives or friends	49	51	16	13
Other	6	7	5	4
Combinations of two or more	-	-	17	29
Type of expenditure	100	100	100	100
Accommodation	24	20	28	19
Transportation	29	50	37	55
Food and beverages	27	18	17	13
Recreation and entertainment	7	5	8	6
Other	13	7	10	7
Activities (multiple counts)	100	100	100	100
Visiting relatives or friends	57	60	37	44
Shopping	27	36	63	78
Sightseeing	21	37	46	77
Attending a festival/fair/exhibition	4	6	8	12
Attending a cultural event	3	5	10	22
Attending a sports event	6	7	8	6
Visiting a zoo, museum or natural display	2	6	15	37
Visiting a theme park	2	5	10	7
Visiting a national or provincial park	6	12	20	40
Going to a bar or nightclub	8	13	24	44
Participating in sports and outdoor activities	41	35	37	51

Źródło: dsp-psd.pwgsc.gc.ca

Zarówno podczas podróży wewnątrz prowincji, jak i między prowincjami, najbardziej popularnym typem zakwaterowania są domy rodziny i znajomych. Wraz z oddalaniem się od miejsca zamieszkania (podróże do USA oraz do innych krajów), rośnie udział liczby hoteli, a zmniejsza się udział zakwaterowania w domach prywatnych. W podróżach do USA oraz do innych krajów dużą rolę odgrywają też kombinacje dwóch lub więcej typów zakwaterowania.

W podróżach wewnątrz prowincji, wydatki na transport, zakwaterowanie i wyżywienie rozkładają się mniej więcej po równo. Podczas wyjazdów do innych prowincji, do USA oraz do innych krajów rośnie udział wydatków na transport w porównaniu z innymi wydatkami.

Najmniejszą aktywność turystyczną w Kanadzie wykazują podróżujący w obrębie prowincji. Głównymi celami takich podróży jest wizyta u krewnych i znajomych. Podróżujący pomiędzy prowincjami biorą udział w większej ilości typowo turystycznych aktywności, takich jak zwiedzanie parków czy muzeów. Podczas wyjazdów poza Kanadę, które częściej mają charakter wakacyjny, Kanadyjczycy jeszcze chętniej oddają się zwiedzaniu, zakupom lub uczestnictwu w wydarzeniach. Spada tu natomiast ilość wizyt u rodziny i przyjaciół. Dodatkowo, typowo turystycznych aktywności jest więcej podczas podróży zamorskich, ze względu na dłuższy czas ich trwania.

Tab. 25. Charakterystyka podróży Kanadyjczyków w 1999 r.

Characteristics of Overnight Travel by Destination, 1999

Characteristics	Intra-provincial	Inter-provincial	United States	Other Countries
	%			
Purpose of trip	100	100	100	100
Non-business	91	81	81	84
Holiday/vacation/pleasure	42	32	52	60
Visiting friends or relatives	41	42	20	18
Other reasons	8	7	9	6
Business	9	19	19	16
Quarter	100	100	100	100
First	18	18	21	35
Second	25	22	25	22
Third	38	40	33	23
Fourth	19	20	21	20
Duration	100	100	100	100
1-3 nights	82	52	50	2
4-9 nights	15	33	35	41
10 or more nights	3	15	16	57
Transportation	100	100	100	100
Automobile	94	65	56	
Air	2	30	35	
Bus	3	3	5	
Train	1	2	-	
Boat	1	-	1	
Direct				85
Via United States				15
Average characteristics	100	100	100	100
Size of travel party	2.3	2.1	2.0	1.8
Distance (km)	266	1,070	-	-
Duration (nights)	2.7	5.4	7.1	16.4
Expenditures per trip (\$)	138	510	840	2,622
Expenditures per night (\$)	50.87	93.80	118.66	160.21

Źródło: dsp-psd.pwgsc.gc.ca

Niezależnie od dystansu podróży, dominują cele nie związane z biznesem. W turystyce wewnątrz prowincji i między prowincjami, odwiedziny rodziny i znajomych oraz podróże dla przyjemności i rekreacji są mniej więcej równie ważne. Przy wyjazdach do USA oraz do innych krajów, coraz bardziej dominuje cel wakacyjny.

Kanadyjczycy najczęściej wyjeżdżają w trzecim kwartale roku. Ma to duży związek z celami podróży, jakimi w większości są wakacje. Drugim co do popularności czasem wyjazdów są miesiące wiosenne, a więc drugi kwartał roku.

W podróżach wewnątrz prowincji znaczącą większość stanowią wyjazdy trwające 1-3 noce. Najrzadsze w tym wypadku są wyjazdy trwające powyżej 10 nocy. W wyjazdach do innych prowincji, a także do USA również większością są te, które trwają 1-3 noce, ale zwiększa się też udział dłuższych, trwających 4-9 nocy i tych powyżej 10 nocy, które jednak i w tym przypadku są najrzadsze. Najdłuższe wyjazdy, powyżej 10 nocy zdecydowanie przeważają w wyjazdach do innych krajów. Najmniejsze znaczenie mają tutaj wyjazdy krótkie.

Najczęściej stosowanym środkiem transportu w wyjazdach wewnątrz prowincji, między prowincjami oraz do USA jest samochód. Drugi pod względem znaczenia jest samolot. W przypadku podróży do innych krajów, transport tam jest bezpośredni i odbywa się najczęściej samolotem.

Największe wydatki, zarówno w przeliczeniu na jedną podróż, jak i na jedną noc, są w przypadku wyjazdów najdalszych, do krajów zamorskich, co jest związane z długością i czasem trwania tych podróży. Wartości te zmniejszają się wraz ze zmniejszającym się dystansem podróży.

4. Wydatki Kanadyjczyków na turystykę

Tab. 26. Bilans wydatków i dochodów z turystyki zagranicznej Kanady w 2007 r.

Canada's International Travel Account (\$ billions)			
	All Countries	U.S.	Overseas
Receipts	16.6	8.3	8.3
Payments	26.9	15.4	11.5
Balance	-10.3	-7.1	-3.2

Źródło: www.corporate.canada.travel

W 2007 r. Kanadyjczycy wydali na turystykę zagraniczną 26,9 mld \$. Większość przy tym stanowiły wydatki w USA (15,4 mld \$), co wynika z ogromnej ilości odbywanych tam podróży. Wartość wydatków na podróże zamorskie wyniosła 11,5 mld \$.

Bilans dochodów i wydatków na turystykę zagraniczną w Kanadzie jest ujemny i wynosi 10,3mld \$.

Tab. 27. Ranking krajów o największych wydatkach na turystykę w 2006 i 2007 r.

Rank		International Tourism Expenditure (US\$ billion)		Local currencies change (%)		Market share (%)	Population 2007	Expenditure per capita
		2006	2007*	2006/2005	2007*/2006	2007*	(million)	(US\$)
	World	742	856			100	6,586	130
1	Germany	73.9	82.9	-1.5	2.7	9.7	82	1,008
2	United States	72.1	76.2	4.5	5.6	8.9	302	252
3	United Kingdom	63.1	72.3	4.6	5.4	8.5	61	1,189
4	France	31.2	36.7	1.2	7.8	4.3	62	595
5	China	24.3	29.8	11.8	22.5 (\$)	3.5	1,321	23
6	Italy	23.1	27.3	2.2	8.4	3.2	59	464
7	Japan	26.9	26.5	3.8	-0.2	3.1	128	207
8	Canada	20.5	24.8	5.7	14.4	2.9	33	755
9	Russian Federation	18.2	22.3	4.6	22.1 (\$)	2.6	142	157
10	Korea, Republic of	18.9	20.9	22.4	10.8 (\$)	2.4	48	431

Źródło: www.world-tourism.org

Kanada znajduje się w czołówce państw o największych wydatkach na turystykę. W 2007r. znalazła się pod tym względem na 8 miejscu na świecie. Było to prawie 3% wszystkich światowych wydatków na usługi turystyczne. Kanada w przeliczeniu na 1 mieszkańca wydaje na turystykę rocznie 755 \$. Wydatki Kanady na turystykę z roku na rok rosną.

IV Rozdział

Znaczenie rynku turystycznego Kanady dla Polski

1. Charakterystyka przyjazdów Kanadyjczyków do Polski:

Tab. 28. Przyjazdy Kanadyjczyków do Polski

Turystyka do Polski

- Liczba turystów:

Rok	2003	2004	2005	2006	2007
Przyjazdy w tys.	20,800	38,400	62,800	72,400	78,000
Dynamika %		84,62%	63,54%	15,29%	7,73%

Zródło: www.pot.gov.pl

Po wstąpieniu Polski do UE i zniesieniu obowiązku wizowego dla Kanadyjczyków nastąpił znaczny wzrost przyjazdów. W 2007 r. do Polski przyjechało 78 tys. mieszkańców Kanady, co stanowiło prawie 8% wzrost w porównaniu z poprzednim rokiem.

Największą część kanadyjskich turystów stanowią osoby w wieku 45-54 lat (30%), ponadto ludzie młodzi i już aktywni zawodowo (25-34 lata) stanowią 27%. Relatywnie wysoki jest też udział osób starszych w wieku powyżej 55 lat (15%).

Kanadyjczycy polskiego pochodzenia stanowią druga pod względem wielkości grupę etniczną pochodząca z krajów Europy Centralno-Wschodniej, po Ukraińcach, co jest przyczyną turystyki etnicznej.

Znaczna liczba wyjazdów z rynku kanadyjskiego do Polski to wyjazdy indywidualne, bez pomocy biur podróży. Podróżni, częściej niż w latach ubiegłych, zakupywali jedynie wybrane usługi w biurach podróży (bilety lotnicze, hotele itp.) Organizacje zawodowe i społeczne oraz grupy osób w podeszłym wieku zamawiają pełne pakiety usług.

Na rynku touroperatorów rośnie zainteresowanie dużych touroperatorów organizacją imprez do Polski. Dotyczy to zarówno imprez w Polsce i łączonych z innymi krajami regionu, jak i specjalistycznych, np. pielgrzymek.

Coraz powszechniejsze jest przekonanie, że jakość usług turystycznych w Polsce jest coraz lepsza. Polska jest dzisiaj coraz lepiej postrzegana jako kraj celu podróży, często w połączeniu z innymi krajami regionu. Polska ma opinię kraju odległego i nie najlepiej znanego, ale wyobrażanego jako dobrze rozwijający się gospodarczo, mającego silną pozycję w regionie i posiadającego bogate dziedzictwo kulturalne.

Niestety połączenia lotnicze między Polską a Kanadą nie są dobrze rozwinięte. W 2007 r. jedynie LOT latał bezpośrednio i to tylko z Toronto raz dziennie w sezonie letnim i 5 razy w tygodniu poza sezonem

Tab. 29. Turyści kanadyjscy korzystający z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Polsce

TAB.13. Turyści zagraniczni korzystający w latach 2000-2007 z obiektów zakwaterowania zbiorowego według krajów (tys.)

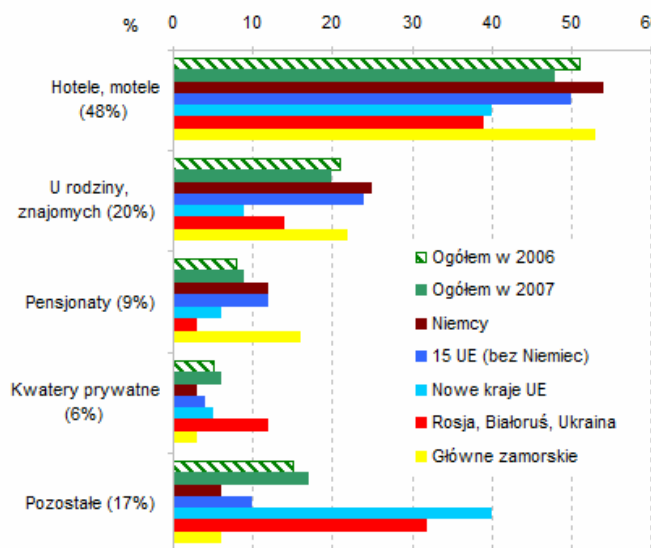
rodzaj	rok 2000	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006	rok 2007
Kanada	17.7	13.2	16.1	14.7	19.7	22.1	22.4	22.2

Źródło: www.intur.com.pl

W 2007 r. liczba Kanadyjczyków korzystających w Polsce z obiektów zakwaterowania zbiorowego wyniosła 22,2 tys. Był to niewielki spadek w porównaniu z rokiem poprzednim, ale w ciągu ostatnich kilku lat liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego ciągle rosła.

Ryc. 23. Główne miejsca noclegów w Polsce w 2007 r.

Rys. 6. Główne miejsca noclegów (%)

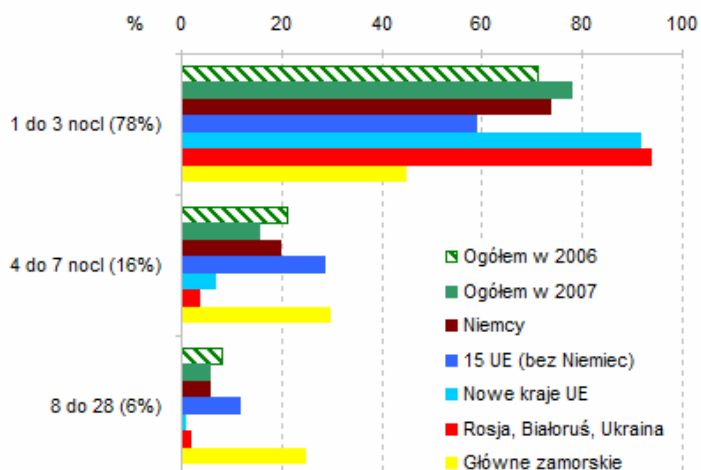


Źródło: www.intur.com.pl

Turyści z głównych krajów zamorskich, do których m.in. należy Kanada, w ponad 50% przypadków korzystali z zakwaterowania w hotelach i motelach. Nieco mniej osób (ponad 20%) wybierało noclegi u rodziny i znajomych. Na trzecim miejscu pod względem popularności znalazło się zakwaterowanie w pensjonatach.

Ryc. 24. Długość pobytu w Polsce w 2007 r.

Rys. 4. Długość pobytu w Polsce (%)

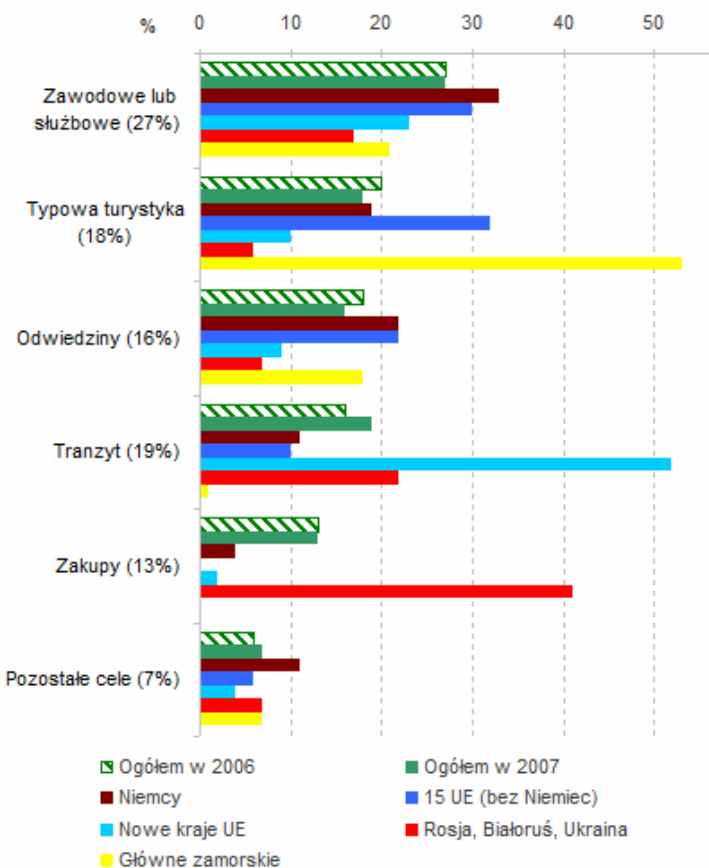


Źródło: www.intur.com.pl

Najwięcej turystów (45%) z głównych krajów zamorskich, w tym Kanady wybierało przyjazdy do Polski o długości 1-3 nocy. Ok. 30% turystów spędzało w Polsce 2-7 nocy. Najmniej osób wybierało wjazdy długie powyżej 8 nocy.

Ryc. 25. Podstawowe cele pobytu w Polsce w 2007 r.

Rys. 3. Przyjazdy turystów do Polski według podstawowych celów pobytu (w

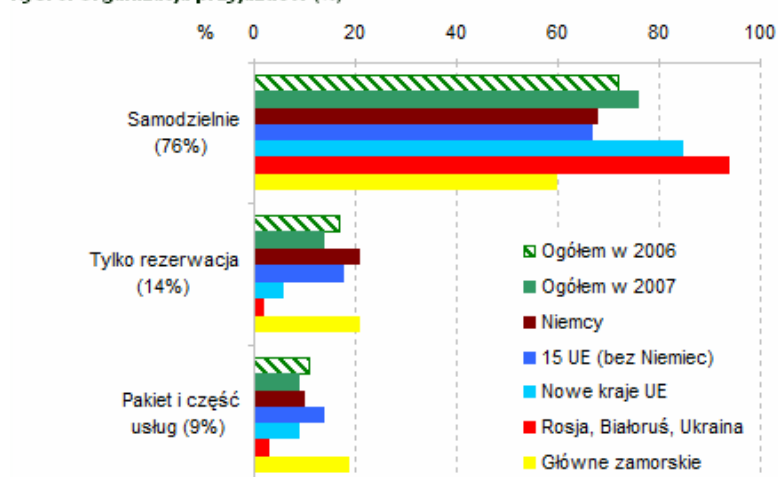


Źródło: www.intur.com.pl

Przeważająca większość kanadyjskich turystów wybierała się do Polski w typowo turystycznych celach (ponad 50%). Pozostali przyjeżdżali w odwiedziny lub w sprawach służbowych.

Ryc. 26. Organizacja przyjazdów do Polski w 2007 r.

Rys. 5. Organizacja przyjazdów (%)

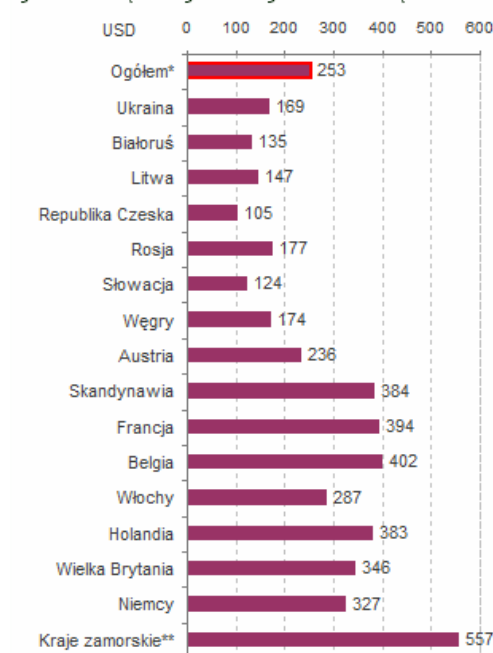


Źródło: www.intur.com.pl

Ok. 60% turystów kanadyjskich organizowało przyjazd samodzielnie. Nieco mniej skorzystało tylko ze zorganizowanej rezerwacji, natomiast cały pakiet usług turystycznych wykupiło najmniej osób.

Ryc. 27. Przeciętne wydatki turystów na osobę w Polsce w 2007 r.

Rys. 8. Przeciętne wydatki turystów na osobę w 2007 roku (według krajów, w USD)



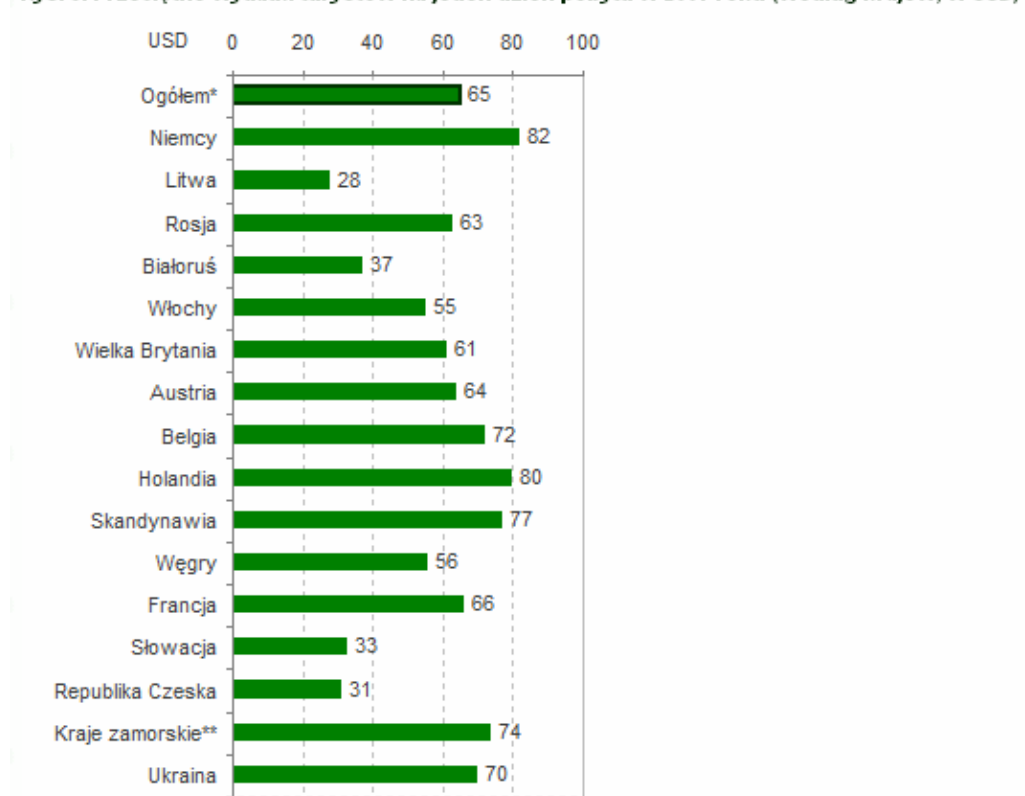
* Australia, Japonia, Kanada, Korea Płd. i USA.

Źródło: www.intur.com.pl

Turyści kanadyjscy ponosili największe wydatki na turystykę na osobę w porównaniu z innymi turystami odwiedzającymi Polskę. Było to aż 557 \$. Ma to związek z dużymi kosztami transportu oraz znaczną długością pobytu w Polsce.

Ryc. 28. Przeciętne wydatki turystów na jeden dzień pobytu w Polsce w 2007 r.

Rys. 9. Przeciętne wydatki turystów na jeden dzień pobytu w 2007 roku (według krajów, w USD)



* Australia, Japonia, Kanada, Korea Płd. i USA.

Źródło: www.intur.com.pl

Turyści z Kanady ponosili wydatki podczas jednego dnia pobytu w Polsce o wartości ok. 74 \$. Wynika to z generalnie sporych nakładów na jedną podróż do Polski.

2. Polska strategia promocji skierowana na rynek kanadyjski:

Tab. 30. Strategia Polskiej Organizacji Turystycznej skierowana na rynek kanadyjski

Popyt realny	– Warszawa i Kraków z Małopolską – Gdańsk, Wrocław i Dolny Śląsk – kultura, religia (miejsca pielgrzymek i związane z Janem Pawłem II) – Kultura i dziedzictwo żydowskie – Uzdrowiska
Poszukiwany standard	– 3*; b&b
Rozpoznawalność top of mind i spontaniczna	– Brak badań
Cele strategiczne	– Dotrzeć do francuskojęzycznej części mieszkańców Kanady – Poszerzać ofertę w katalogach , szkolić branżę, dotrzeć do klienteli grupowej poprzez stowarzyszenia, budować obraz
Priorytetowe instrumenty	– E-marketing, w tym poprzez strony Visit Europe – Podróże studyjne – Home-office - reprezentacja we francuskojęzycznej części Kanady
Kanały dystrybucji	– B2B – B2B2C
Grupy docelowe	– Branża turystyczna – Stowarzyszenia polonijne i opiniotwórcze
Produkty priorytetowe	– Miasta i kultura – Przyroda – Gastronomia i zakupy
Priorytetowe rynki emisyjne	– Toronto, Montreal, Ottawa, Vancouver, Calgary
Słabe strony produktów	– Cena. Stały znaczący wzrost taryf transatlantyckich, znacznie przewyższający inflację.

Źródło: www.pot.gov.pl

Polska Organizacja Turystyczna, aby promować w Kanadzie polską turystykę, stworzyła strategię określającą najważniejsze cele i działania dostosowane bezpośrednio do specyfiki tego rynku.

Najważniejszymi produktami turystycznymi w kategorii miejsca zostały uznane: Warszawa, Kraków i Małopolska, Wrocław i Dolny Śląsk oraz Gdańsk. Ponadto ważna

w promocji jest także kultura i religia, w tym kultura żydowska oraz turystyka uzdrowiskowa.

Grupą docelową promocji jest branża turystyczna oraz kanadyjskie stowarzyszenia polonijne i opiniotwórcze.

Głównymi rynkami, na które skierowana jest strategia są duże miasta, takie jak: Toronto, Montreal, Ottawa, Vancouver i Calgary.

Podsumowanie

Kanadyjczycy podróżują dość dużo, jednak znacznie chętniej zwiedzają swój kraj, niż wyjeżdżają za granicę. Jeśli wybierają się poza Kanadę, najczęściej kierują się do Stanów Zjednoczonych, w następnej zaś kolejności do Europy.

Kanada znajduje się w czołówce krajów o największych dochodach z turystyki zagranicznej na świecie (8 miejsce w rankingu) oraz dużej liczbie przyjeżdżających tam turystów (14 miejsce w światowym rankingu). Kanada plasuje się również na 8 miejscu pod względem największych na świecie wydatków na turystykę. Należy podkreślić jednak znaczące związki Kanady ze Stanami Zjednoczonymi. Podróże między tymi dwoma krajami generują znaczną część wydatków i dochodów z turystyki w Kanadzie oraz wpływają w dużym stopniu na wielkość ruchu turystycznego.

Podsumowując Kanada jest krajem rozwijającym się turystycznie i atrakcyjnym. Dużym atutem są zarówno walory przyrodnicze, jak i atrakcje wielkich miast oraz kulturowa różnorodność tego kraju. Kanada jest więc miejscem niewątpliwie wartym odwiedzenia.

Bibliografia:

www.atlas.nrcan.gc.ca
www.atrakcje-turystyczne.com
www.corporate.canada.travel
www.dsp-psd.pwgsc.gc.ca
www.easygo.pl
www.english-worldwide.com
www.intur.com.pl
www.markflegg.com
www.mccullagh.org
www.pc.gc.ca
www.pl.trekearth.com
www.pl.wikipedia.org
www.plfoto.com
www.port-montreal.com
www.pot.gov.pl
www.przewodnik.onet.pl
www.statcan.gc.ca
www.travel.nationalgeographic.com
www.wakacjezprzewodnikiem.pl
www.world-tourism.org
www40.statcan.gc.ca
do wszystkich powyższych źródeł internetowych data dostępu to 28.04. – 03.05.2009

Tim Jepson, Phil Lee, Tania Smith, *Kanada*, Wydawnictwo Pascal, Warszawa, 2005, s.1-21

Spis rycin:

Ryc. 1. Lokalizacja Kanady na mapie świata	4
Ryc. 2. Kanada na kontynencie Ameryki Północnej	5
Ryc. 3. Flaga Kanady	5
Ryc. 4. Herb Kanady	5
Ryc. 5. Ukształtowanie terenu Kanady	7

Ryc.6. Kanada – podział administracyjny	8
Ryc. 7. Wyspa Księcia Edwarda	12
Ryc. 8. Wyspa Cape Breton	12
Ryc. 9. Montreal	13
Ryc. 10. Quebec	13
Ryc.11. Toronto	15
Ryc.12. Wodospady Niagara	15
Ryc.13. Jezioro Moraine w prowincji Alberta	17
Ryc. 14. Prowincja Saskatchewan	17
Ryc.15. Wyspa Baffina	18
Ryc.16. Jezioro Prelude koło Yellowknife	18
Ryc.17. Park Narodowy Banff	18
Ryc.18. Narodowy Park Morski St. Lawrence	18
Ryc.19. Mapa parków narodowych w Kanadzie	19
Ryc. 20. Port w Montrealu	21
Ryc. 21. Procentowy udział poszczególnych celów przyjazdów turystów z USA i krajów zamorskich w ogólnej liczbie przyjazdów	31
Ryc. 22. Struktura przyjazdów turystów zagranicznych według kwartałów w roku	36
Ryc. 23. Główne miejsca noclegów w Polsce w 2007 r.	52
Ryc. 24. Długość pobytu w Polsce w 2007 r.	52
Ryc. 25. Podstawowe cele pobytu w Polsce w 2007 r.	53
Ryc. 26. Organizacja przyjazdów do Polski w 2007 r.	54
Ryc. 27. Przeciętne wydatki turystów na osobę w Polsce w 2007 r.	54
Ryc. 28. Przeciętne wydatki turystów na jeden dzień pobytu w Polsce w 2007 r.	55

Spis tabel:

Tab.1. Udział regionu Ameryk w recepcji światowego ruchu turystycznego	22
Tab. 2. Dochody z turystyki w regionie amerykańskim	23
Tab. 3. Ilość przyjazdów turystów zagranicznych i dochody z turystyki w krajach Regionu Amerykańskiego	24

Tab. 4. Ranking najczęściej odwiedzanych krajów świata	25
Tab. 5. Ranking najlepiej zarabiających na turystyce przyjazdowej krajów świata	26
Tab. 6. Główne kierunki, z których przyjeżdżali turyści do Kanady w 2007 r.	26
Tab. 7. Środki lokomocji stosowane w turystyce przyjazdowej do Kanady	27
Tab. 8. Charakterystyka przyjazdów turystów z Ameryki do Kanady w 2007 r.	28
Tab. 9. Charakterystyka przyjazdów turystów spoza Ameryki do Kanady w 2007 r.	29
Tab. 10. Płeć i wiek turystów z Ameryki przyjeżdżających do Kanady w 2007 r.	30
Tab. 11. Płeć i wiek turystów spoza Ameryki przyjeżdżających do Kanady w 2007 r.	30
Tab. 12. Główne cele przyjazdów turystów z Ameryki do Kanady w 2007 r.	31
Tab. 13. Główne cele przyjazdów turystów spoza Ameryki do Kanady w 2007 r.	32
Tab. 14. Miejsca zakwaterowania turystów z Ameryki w Kanadzie w 2007r.	32
Tab. 15. Miejsca zakwaterowania turystów spoza Ameryki w Kanadzie w 2007r.	33
Tab.16. Prowincje Kanady odwiedzane przez turystów z Ameryki w 2007 r.	34
Tab. 17. Prowincje Kanady odwiedzane przez turystów z Ameryki w 2007 r.	35
Tab. 18. Przychody z turystyki w Kanadzie w 2007 r.	36
Tab. 19. Przychody z turystyki międzynarodowej w Kanadzie w 2007 r.	37
Tab. 20. Turystyka Kanadyjczyków między prowincjami	38
Tab. 21. Podróże Kanadyjczyków do USA i do innych krajów w poszczególnych kwartałach 2006 i 2007 r.	40
Tab. 22. Najczęściej odwiedzane przez Kanadyjczyków stany USA w 2006 i 2007 r. .	41
Tab. 23. Kraje odwiedzane najczęściej przez Kanadyjczyków w 2007 r.	43
Tab. 24. Typ zakwaterowania, typ wydatków oraz aktywności podróżujących Kanadyjczyków	44
Tab. 25. Charakterystyka podróży Kanadyjczyków w 1999 r.	46
Tab. 26. Bilans wydatków i dochodów z turystyki zagranicznej Kanady w 2007 r.	48
Tab. 27. Ranking krajów o największych wydatkach na turystykę w 2006 i 2007 r.	49
Tab. 28. Przyjazdy Kanadyjczyków do Polski	50
Tab. 29. Turyści kanadyjscy korzystający z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Polsce	51
Tab. 30. Strategia Polskiej Organizacji Turystycznej skierowana na rynek kanadyjski	56