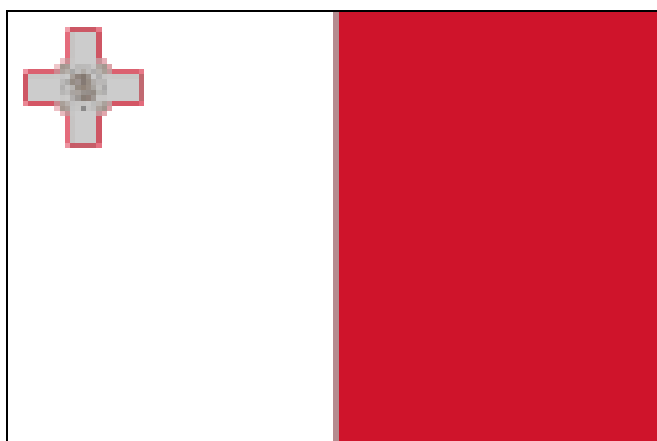


ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO MALTY



Karina Cukier
Gr. I TIR HOT/W
Nr. albumu 33253

KRAKÓW
2009

WPROWADZENIE	3
I. Malta – podstawowe informacje	5
1. Charakterystyka państwa, jego funkcje i położenie.	5
a) Demografia.....	6
2. Walory przyrodnicze	6
a) Geologia i rzeźba terenu.....	6
b) Pokrywa glebowa	6
c) Klimat.....	6
d) Sieć hydrograficzna.....	7
e) Szata roślinna	7
3. Walory kulturowe.....	7
a) Rys historyczny	7
b) Zabytki	8
4. Zagospodarowanie turystyczne	9
a) Dojazd i komunikacja Malty	9
b) Baza paraturystyczna.....	9
II. Rynek recepcji turystycznej	9
1. Rynek Malty jako część regionu / subregionu w międzynarodowym ruchu turystycznym	9
2. Liczba przyjazdów na Malte	12
3. Kierunki z których przyjeżdżają turyści.....	13
4. Kierunki z których przyjeżdżają turyści.....	14
a) Cele przyjazdów	15
5. Środki transportu	18
6. Długość pobytu	18
7. Miejsca zakwaterowania	19
8. Dochody z turystyki	20
9. Prognozy na 2019 rok	20
III. Rynek emisji turystycznej	21
1. Turystyka wyjazdowa	21
2. Turystyka krajowa.....	25
IV. Znaczenie rynku turystycznego dla Polski.....	26

WPROWADZENIE

CEL I ZAWARTOŚĆ OPRACOWANIA

Analiza rynku turystycznego może być traktowana jako zespół czynności i metod prowadzących do uzyskania wiedzy o bieżącej sytuacji na danym rynku w zakresie popytu, podaży, cen i czynników je kształtujących w zakresie umożliwiającym podejmowanie skutecznych decyzji. Na potrzeby poznawczo – praktyczne każdy rodzaj rynku i jego cechy można opisać.

Moim celem jest dokonanie analizy rynku turystycznego Malty. Turystyka jest ważną dziedziną gospodarki, szczególnie dla tego kraju. Turystyka stała się jej źródłem dobrobytu. Turystyka na Malcie wzrosła z prawie znikomej działalności gospodarczej na złożone i zauważalne duże zjawisko. Turystyka odgrywa bardzo istotną rolę w maltańskiej gospodarce. Sukces turystyki, jej rozwój na Malcie znajduje odzwierciedlenie w znaczeniu gospodarczym.

Dane statystyczne dotyczące turystyki na Malcie są prowadzone przez The National Statistics Office (NSO) - Oficjalny organ odpowiedzialny za gromadzenie, opracowywanie i publikację oficjalnych statystyk dotyczących turystyki na Malcie, The Malta Tourism Authority (MTA) - Głównym zadaniem MTA jest wprowadzenie na rynek Malte jako cel podróży turystycznych za granicą. Aby ułatwić ten proces MTA jest również odpowiedzialna za aktualizację produktu turystycznego i oferty, The Malta Hotel and Restaurants Association (MHRA) - zawiera najnowsze informacje na temat wyników działalności hotelów na Malcie. Przedmiotem tych badań są m.in.: przyjazdy turystyczne, długość pobytu i wydatków, w zależności od kraju zamieszkania (mierzony poprzez Tourstat Survey).

Uzyskane wyniki stanowią bazę źródłową do szczegółowej analizy rynku turystycznego Malty pod kątem: krajów pochodzenia turystów, poszczególnych segmentów rynku, zróżnicowania turystyki itp. Dzięki cykliczności badań możliwa jest obserwacja wieloletnich trendów. Badanie wydatków służy ponadto do oszacowania wpływów z turystyki przyjazdowej(m.in. dla NBP)..

Pierwsza część jest poświęcona zarówno charakterystyce państwa i jego funkcji, jaki i podstawowym informacjom, walorom przyrodniczym, kulturowym oraz zagospodarowaniu turystycznym.

W drugiej części omawiamy rynek tendencji turystycznej (liczba przyjazdów na Malte, kierunki z których przyjeżdżają turyści, profile turystów, odwiedzane regiony, cele

przyjazdów, środki lokomocji, długość pobytu, miejsca zakwaterowania, dochody z turystyki przyjazdowej).

Szczegółowo omówiono następujące zagadnienia: rynek emisji turystycznej(wykorzystywaną bazę noclegową, odwiedzane regiony, środki transportu i cechy demograficzne turystów.

W rozdziale poświęconym „Znaczeniu rynku turystycznego dla Polski” przyglądamy się długości i celu wizyty cudzoziemców, typu wykorzystywanej bazy noclegowej, miejsca pobytu i innych zmiennych.

Publikację zamyka aneks tabelaryczny.

I. Malta – podstawowe informacje

1. Charakterystyka państwa, jego funkcje i położenie.

Malta stanowi archipelag, w skład którego wchodzi wyspy: Malta, Ghawdex (Gozo), Komuna, Cominotto, Filfoła oraz Wyspy Św. Pawła, położone w basenie Morza Śródziemnego, na południe od Sycylii.



Źródło: Copyright by Fogra Oficyna Wydawnicza

Rysunek 1 – Mapa Malty

Powierzchnia największej z wysp, Malty, wynosi 246 km², Ghawdex – 67 km², Kemmauna – 3 km². Łączna powierzchnia pozostałych niezamieszkanymi wysp obejmuje zaledwie 0,3 km².

Całkowita powierzchnia archipelagu wynosi 316,3 km². Linia brzegowa wysp jest dobrze rozwinięta, licznymi zatokami.

a) Demografia

Malte, Ghawdex i Kemmuny, 3 wyspy archipelagu ze stałym osadnictwem, zasiedla 407,810 tysięcy mieszkańców. Maltańczycy wyznają religię rzymskokatolicką, a 2 % populacji to wierni Kościoła anglikańskiego.

Językami urzędowymi są maltański i angielski. Maltański należy do rodziny języków semickich, stosuje pisownię łacińską oraz ma wiele ze słownictwa pochodzącego z włoskiego, francuskiego i angielskiego. Język włoski jest także w powszechnym użyciu.

Przyrost naturalny, podobnie jak w innych krajach wysoko zurbanizowanych, maleje stopniowo i kształtuje się obecnie na poziomie 0,42. Średnia długości życia jest wysoka i wynosi dla mężczyzn 77, dla kobiet 81 lat. Opieka zdrowotna stoi na wysokim poziomie: 1 lekarz przypada na 444 mieszkańców. Alfabetyzacja społeczeństwa wynosi 96 %. Edukacja jest bezpłatna i obowiązkowa dla dzieci w wieku 5-16 lat. Uniwersytet Maltański, założony w 1592 roku w Msidzie, kształci ponad 5 tysięcy studentów rocznie.

2. Walory przyrodnicze

a) Geologia i rzeźba terenu

Wyspy budują głównie utwory kredowe, trzeciorzędowe i czwartorzędowe (wapień koralowy, iły). Krajobraz kształtują niewysokie płaskowyże i wzniesienia. Najwyższe wzniesienie osiąga wysokość 244 m n.p.m.

b) Pokrywa glebowa

Na Malcie występują słabo wykształcone gleby ilaste (planosole) oraz gleby zasolone (sołonczaki i sołonce).

c) Klimat

Klimat Malty jest suchy, podzwrotnikowy – śródziemnomorski, o średniej temperaturze rocznej 19°C. Najniższe średnie temperatury miesięczne notowane w styczniu i lutym wynoszą 13°C, najwyższe w lipcu i sierpniu osiągają 25-26°C. Opady deszczu są rzadkie, średnia roczna wynosi 560 mm. Najwięcej dni z deszczem notowanych jest w grudniu,

styczniu (ok. 12 dni w miesiącu), latem opadów brak. Średnia prędkość wiatru w miesiącach zimowych osiąga 6-7 m/s, latem 3-4 m/s.

d) Sieć hydrograficzna

Klimat oraz budowa geologiczna Malty wpływają na brak stałych rzek oraz jezior, niedobór wody pitnej stanowi znaczny problem. Około 70% słodkiej wody pozyskiwanych jest dzięki hydrotechnicznym urządzeniom uzdatniającym wodę morską.

e) Szata roślinna

Środowisko przyrodnicze wysp na przestrzeni tysiącleci uległo znacznej antropopresji, czego przejawem jest obecnie wysoki poziom urbanizacji (89,3%). Zachowały się resztki unikatowych ekosystemów, których bioróżnorodność kształtują nadmorskie klify, piaszczyste wydmy, formacje roślinne makia i garigo, saliny oraz zbiorowiska traw morskich. Z endemitów należy wymienić szafran (*Romulea ramiflora*) oraz irys (*Irys situla*). Rezerwaty chroniące formację garigo występują na niezamieszkałych Wyspach Św. Pawła oraz Pembroke x-Rifle, Wied Rini, Wied Hot i Wied iz-Zurrieq.

f) Szata zwierzęca

Malta jest miejscem tranzytowym dla wielu gatunków ptaków. Największym obszarem chronionym jest rezerwat przyrodniczy Ghadira o powierzchni 5 ha, otoczony strefą ochronną o powierzchni 112 ha. Rezerwat jest ostoją opactwa.

3. Walory kulturowe

a) Rys historyczny

Od około 1000 p.n.e Malta była Kolonizowana przez Fenicjan. W VIII w. p.n.e została zajęta przez Greków, którzy nazywali ją Melita. W V w. p.n.e opanowali ją Kartagińczycy, od 218 p.n.e znajdowała się pod władzą Rzymu jako część prowincji Sycylia. W I w. n.e na wyspie powstała pierwsza gmina chrześcijańska. Od 295 wchodziła w skład cesarstwa wschodniorzymskiego, w 533 włączona do Królestwa Sycylii. W 1530 cesarz Karol V przekazał wyspę jako lenno wydalonemu z Rodos zakonowi joannitów (zwanych później kawalerami maltańskimi), w rekach którego pozostawała do 1798, kiedy została zajęta przez wojska generała Napoleona Bonapartego podczas kampanii egipskiej. Wezwane na pomoc przez ludność wyspy wojska brytyjskie wyparły w 1800 Francuzów.

Na mocy postanowień kongresu wiedeńskiego 1815 Malta stała się brytyjską kolonią. Ze względu na swoje strategiczne położenie wyspa była ważną brytyjską bazą morską, wykorzystywaną podczas obu wojen światowych. Konstytucja nadana Malcie w 1821

przyznała wyspie ograniczony samorząd, znacznie rozszerzony w 1947. W 1964 uzyskała całkowitą niepodległość jako członek brytyjskiej Wspólnoty Narodów. W tym samym roku Malta przystąpiła do ONZ, a także podpisała układ obronny z Wielką Brytanią, który zezwalał tej ostatniej na utrzymywanie na wyspie baz wojskowych. W 1967 układ został zerwany i dopiero w 1971 doszło do zawarcia prowizorycznego porozumienia. Od tego czasu Malta ogranicza działalność wojsk brytyjskich w bazach na swoim terenie, zgodnie z prowadzoną polityką nieangażowania się (w 1979 wyspę opuściły ostatnie oddziały brytyjskie). W 1974 proklamowano powstanie Republiki Malty. Malta prowadzi konsekwentną politykę neutralności i współpracy z sąsiadami, utrzymując m.in. ścisłe kontakty gospodarcze z Libią. Jest członkiem stowarzyszonego z EWG (obecnie Unią Europejską). W 1990 rozpoczęła starania o uzyskanie pełnego członkostwa, które otrzymała w roku 2004. Malta jest republiką, na czele której stoi prezydent George Abela (od 4 kwietnia 2009), wybierany na 5-letnią kadencję przez parlament. Władzę ustawodawczą sprawuje jednoizbowy parlament – Izba Reprezentantów, liczący 65 członków, wybieranych w głosowaniu powszechnym na 5 lat. Władza wykonawcza spoczywa w rękach rządu na czele z mianowanym przez prezydenta premierem Lawrence Gonzi

b) Zabytki

Malta jest bardzo atrakcyjna turystycznie. Jej walorem jest bogata historia i architektura ośrodków miejskich. Strategiczne położenie Malty na skrzyżowaniu szlaków handlowych i komunikacyjnych Morza Śródziemnego – niezależnie od małej powierzchni wyspy – wpłynęło na bogatą historię tego obszaru, czego świadectwem są liczne zabytki, zarazem atrakcje turystyczne archipelagu. Valletta, rozbudowana po 1565, posiada wiele cennych obiektów związanych z zakonem joannitów (np. katedrę, pałac wielkich mistrzów, arsenał, szpital oraz port). Na południe od stolicy znajduje się tzw. Trójmiasto obejmujące zabytkowe miejscowości Vittoriosa, Cospicua oraz Senglea. Mdina, stara stolica Malty, posiada zabytki sprzed XVI w. Cenne są megalityczne obiekty w Paoli (hypogeum z 2400 p.n.e.) oraz Tarxien (IV-III w. p.n.e.), jaskinie w Ghar Dalam, Wied iz Zurrieq, Ghar Hasan – Hal Far. Sezon turystyczny na Malcie trwa praktycznie cały rok i uświetniany jest licznymi festynami oraz lokalnym folklorem.

4. Zagospodarowanie turystyczne

a) Dojazd i komunikacja Malty

Sieć komunikacyjna jest dobrze rozwinięta. Długość dróg kołowych wynosi 1582 km. Brak kolei. Marsaxlokk i Valletta to główne porty morskie. Powołana w 1988 korporacja Malta Freeport ma za zadanie utworzenie w Marsaxlokk dominującego morskiego centrum logistycznego na Morzu Śródziemnym. Międzynarodowy terminal lotniczy w Luqa, ukończony w 1992, obsługuje ponad 30 bezpośrednich połączeń z Europą, Afryką Północną i Bliskim Wschodem. Korporacja Telemalta, koordynująca pracę 2 tysięcy portów komputerowych oraz 159 tysięcy linii cyfrowych, ma coraz większe znaczenie. W 1995 otwarto pierwsze podwodne łącze światłowodowe pomiędzy Maltą a Sycylią oraz zliberalizowano przepisy dotyczące Internetu i przesyłania danych.

b) Baza paraturystyczna

Do końca lat 80. gospodarka Malty była uzależniona od turystyki. Zmiany, które nastąpiły z początkiem lat 90., wzmocniły przemysł stocznioowy oraz montaż maszyn i urządzeń, samochodów, przemysł tekstylny i obuwniczy. Przemysł dostarcza 1/3 dochodu kraju. W sferze usług pracuje ponad 2/3 zatrudnionych. Rolnictwo ma niewielkie znaczenie, zatrudnia 2% pracujących zawodowo i dostarcza 3,5% dochodu narodowego. Główne uprawy przeznaczone na rynek wewnętrzny obejmują ziemniaki, pomidory, arbuzy, zboża i owoce cytrusowe. Małej skali występuje hodowla drobiu, królików, bydła, kóz i owiec. Rybołówstwo nie ma większego znaczenia. Słaba jakość gleb i gęste zaludnienie zmuszają Maltę do importu większości artykułów spożywczych. Duża liczba małych i średnich przedsiębiorstw zajmuje się przetwórstwem żywności, produkcją mebli oraz innych wyrobów z drewna, produkcją tytoniu, tekstyliów, wyrobów z gumy, plastiku i przetwórstwem chemicznym.

II. Rynek recepcji turystycznej

1. Rynek Malty jako część regionu / subregionu w międzynarodowym ruchu turystycznym

Travel & Tourism Indeks Konkurencyjności (TTCI) został opracowany w ramach m.in. (Światowego Forum Ekonomicznego) the World Economic Forum's Industry Partnership Programme for the Aviation, Travel and Tourism sector. The TTCI dokonuje pomiaru czynników i zasad, które są istotne dla rozwoju sektora T & T w różnych krajach. Indeks został opracowany w ścisłej współpracy z m.in. Design Partner Booz & Company oraz Partnerami Deloitte, Zrzeszeniem Międzynarodowym Transportu Lotniczego (IATA),

Międzynarodową Unią na rzecz Ochrony Przyrody (IUCN), Światową Organizacją Turystyki (UNWTO) i World Travel & Tourism Rady (WTTC).

Tabela 1 - Travel & Tourism przegląd turystyki międzynarodowej na świecie w oparciu o wyniki za rok 2008.

Country/Economy	2009		2008
	Rank/133	Score	Rank/130
Switzerland	1	5.68	1
Austria	2	5.46	2
Germany	3	5.41	3
France	4	5.34	10
Canada	5	5.32	9
Spain	6	5.29	5
Sweden	7	5.28	8
United States	8	5.28	7
Australia	9	5.24	4
Singapore	10	5.24	16
United Kingdom	11	5.22	6
Hong Kong SAR	12	5.18	14
Netherlands	13	5.09	18
Denmark	14	5.08	13
Finland	15	5.07	12
Iceland	16	5.07	11
Portugal	17	5.01	15
Ireland	18	4.99	21
Norway	19	4.97	17
New Zealand	20	4.94	19
Cyprus	21	4.92	24
Belgium	22	4.92	27
Luxembourg	23	4.92	20
Greece	24	4.91	22
Japan	25	4.91	23
Czech Republic	26	4.86	30
Estonia	27	4.83	26
Italy	28	4.78	28
Malta	29	4.77	25

Źródło: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 , World Economic Forum.

Na 130 krajów, które zostały uwzględnione w tym przeglądzie Malta plasuje w 2008 roku na zaszczytnym 25 miejscu. Z kolei prognozy przewidują, iż Malta w 2009 zajmie 29 miejsce na 133 kraje.

Tabela 2 - Travel & Tourism Konkurencyjności Indeks: Przegląd Turystyki w Europie w oparciu o wyniki za rok 2008

OVERALL INDEX			SUBINDEXES							
			T&T regulatory framework		T&T business environment and infrastructure		T&T human, cultural, and natural resources			
Country/Economy	Regional rank	Overall rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	
Switzerland	1	1	5.68	1	6.01	1	5.49	2	5.54	
Austria	2	2	5.46	4	5.91	6	5.22	7	5.24	
Germany	3	3	5.41	13	5.56	3	5.44	9	5.22	
France	4	4	5.34	8	5.67	7	5.22	11	5.13	
Spain	5	6	5.29	29	5.29	8	5.21	5	5.36	
Sweden	6	7	5.28	12	5.57	14	5.04	8	5.23	
United Kingdom	7	11	5.22	28	5.29	11	5.07	6	5.30	
Netherlands	8	13	5.09	22	5.44	9	5.08	17	4.75	
Denmark	9	14	5.08	10	5.59	10	5.08	28	4.57	
Finland	10	15	5.07	5	5.82	25	4.69	21	4.71	
Iceland	11	16	5.07	3	5.92	17	4.93	39	4.37	
Portugal	12	17	5.01	15	5.52	24	4.74	16	4.78	
Ireland	13	18	4.99	7	5.73	22	4.79	32	4.45	
Norway	14	19	4.97	9	5.64	19	4.84	36	4.42	
Cyprus	15	21	4.92	25	5.35	13	5.05	37	4.38	
Belgium	16	22	4.92	21	5.45	32	4.56	20	4.73	
Luxembourg	17	23	4.92	20	5.47	16	4.97	42	4.30	
Greece	18	24	4.91	18	5.49	27	4.66	27	4.58	
Czech Republic	19	26	4.86	16	5.50	36	4.41	24	4.67	
Estonia	20	27	4.83	17	5.50	21	4.81	47	4.19	
Italy	21	28	4.78	46	4.96	26	4.68	22	4.71	
Malta	22	29	4.77	11	5.58	31	4.58	52	4.15	
Croatia	23	34	4.54	43	5.02	37	4.32	43	4.28	
Slovenia	24	35	4.53	38	5.13	33	4.53	61	3.94	
Hungary	25	38	4.45	26	5.35	42	4.06	59	3.95	
Slovak Republic	26	46	4.34	34	5.20	54	3.78	55	4.05	
Latvia	27	48	4.31	32	5.22	43	4.04	86	3.68	
Lithuania	28	49	4.30	30	5.27	46	3.98	89	3.65	
Bulgaria	29	50	4.30	56	4.74	48	3.96	46	4.20	
Montenegro	30	52	4.29	50	4.86	66	3.57	35	4.43	
Turkey	31	56	4.20	63	4.60	60	3.73	44	4.28	
Poland	32	58	4.18	72	4.44	68	3.53	29	4.56	
Russian Federation	33	59	4.14	79	4.35	61	3.70	38	4.37	
Romania	34	66	4.04	61	4.68	64	3.61	77	3.83	
Georgia	35	73	3.89	33	5.20	99	2.84	92	3.64	
Ukraine	36	77	3.84	62	4.66	72	3.37	103	3.50	
Macedonia, FYR	37	80	3.81	69	4.46	75	3.29	87	3.67	
Serbia	38	88	3.71	78	4.35	80	3.20	96	3.57	
Albania	39	90	3.68	77	4.38	104	2.76	66	3.89	
Armenia	40	91	3.65	58	4.70	105	2.75	102	3.51	
Moldova	41	93	3.64	67	4.53	95	2.95	110	3.43	
Bosnia and Herzegovina	42	107	3.44	96	4.11	93	2.96	124	3.25	

Źródło: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 , World Economic Forum.

Z kolei w przeglądzie krajów na terenie Europy Malta zajmuje 22 miejsce na 42 kraje.

2. Liczba przyjazdów na Maltę

Tabela 3 – Ogólne dane Malty

Population (end 2006)	407,810 (50.3% female; 49.7% male)
Area	Malta (237km ²), Gozo(68km ²), Comino(2km ²)
GDP per capita (€)	13,191
Labour supply (average 2007)	148,314 full-timers
Unemployment rate	4.5% of Labour Supply
Total tourist departures (2007)	1,243,510 (98% by air)
Guest-nights (2007)	11,016,993 (Average length of stay: 8.9 nights)
Total tourist expenditure (€)	1.06 billion
Tourist expenditure per capita (€)	869
Cruise passengers (2007)	488,170
Bedstock	44,013 beds (38,345 in collective accomm)
Gainfully occupied in hotels and restaurants	9,486 (full-time); 8,384 (part-time)

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

3. Kierunki z których przyjeżdżają turyści

Tabela 4 – Przyjazdy turystów na Maltę w latach 2004 – 2007 ze względu na kraj pochodzenia.

Country of origin	2004	2005	2006	2007
Total	1,157,684	1,170,610	1,124,233	1,243,510
United Kingdom	452,979	482,615	431,340	482,404
Germany	135,160	138,217	125,811	130,049
Italy	102,641	92,406	112,549	113,651
France	87,146	82,607	73,400	75,149
Netherlands	38,460	37,102	37,832	34,783
Libya	12,832	10,662	9,198	9,259
Other	328,466	327,001	334,103	398,215

Source: National Statistics Office.

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

Wielka Brytania pozostaje głównym źródłem rynku turystycznego Malty, odpowiada za 39 procent przyjazdów w rocznym zestawieniu 2007 roku. W 2007 roku, 11 procent przyjeżdżających turystów pochodzi z Niemiec, 9 procent z Włoch i 6 procent z Francji. W

porównaniu z 2006 r., rynek hiszpański znacząco wzrósł, odpowiada obecnie za 3 procent całkowitej turystyki przyjazdowej. Holandia zajmuje piąte miejsce w rankingu, a następnie Szwecja, Irlandia i Dania. 87 procent wszystkich przyjazdów stanowili turyści pochodzący z państw Unii Europejskiej.

4. Kierunki z których przyjeżdżają turyści

Na top liście najczęściej odwiedzanych miejsc na Malcie przez turystów znajduje się następująco:

- a) Mdina - to warowne miasto wznosi się wysoko ponad krajobraz, zapewniając niesamowity widok na wyspy. Znane jako "Silent City", warto także przejść się uliczkami Mdiny i w ciszy poprzyglądać się zabudowie miasta,.
- b) Dwejra Point - tutaj znajdziemy kilka malowniczych miejsc, do których należą Inland Sea, brama Azure Window - "Lazurowe okno" znajdujące się na zachodzie wyspy Gozo; destynacja nurkowanie (Blue Hole).
- c) The Blue Lagoon - jedno z najbardziej odwiedzanych miejsc na wyspach maltańskich. białe piaszczyste plaże, krystalicznie czysta woda morska, jest przystanią dla snorkelling'u.
- d) Mosta Chuch – kościół znany jako rotunda Św. Marija Assunta, Świątynia, którą wzniesiono w latach 1833-1860 zwieńczona została trzecią lub czwartą co do wielkości kopułą na świecie (spór o to, która jest trzecia, a która czwarta toczy się między mieszkańcami Mosty na Malcie i Xewkiji na Gozo).
W zakrystii kościoła w niewielkim muzeum zobaczyć można replikę niemieckiej 200 kg bomby, która 9 kwietnia 1942 roku przebiła dach kościoła lecz uderzając w posadzkę nie eksplodowała. Co przez mieszkańców miejscowości zostało uznane za cud.
- e) Popeye Village - Popeye Village to osada rybacka zbudowana specjalnie jako scenografia dla filmu. Po zakończeniu zdjęć filmowych prywatny przedsiębiorca wykupił domki, które teraz są udostępnione dla zwiedzających.
- f) Gozo - Druga co do wielkości wyspa Archipelagu Maltańskiego, oddalona o 6km od Malty w kierunku zachodnim. Wyspa stanowi prawdziwy raj dla turystów ceniących sobie ciszę i intymność podczas wypoczynku. Szczególnie wartym zwiedzenia jest stolica wyspy Vitoria (Rabat)
- g) Valletta - Stolica Malty jest imponującym ufortyfikowanym miastem. Nazwę swą zawdzięcza Wielkiemu Mistrzowi Janowi de La Vallette. Zostało wybudowane od

podstaw przez Joanitów ma zaledwie 1km długości i obecnie zamieszkuje ją 110 tyś. ludzi.

- h) Marsaxlokk - Wieś rybacka położona w południowo-wschodniej części Malty. Po maltańsku nazwa miejscowości znaczy "Port południowego wiatru". Życie toczy się tu bardzo wolnym i spokojnym tempem. Położona nad zatoką w której to właśnie wojska zakonu Joanitów starły się z armią turecka w 1656 roku.
- i) St John's Co-Cathedral - Do najważniejszych należy katedra św. Jana (St John's Co-Cathedral) – wspaniała świątynia wzniesiona przez zakon Johannitów. Wnętrze kościoła to prawdziwa skarbnica maltańskiej sztuki barokowej, a bliźniacze dzwonnice kopiowane były przez budowniczych niemalże wszystkich maltańskich świątyń.

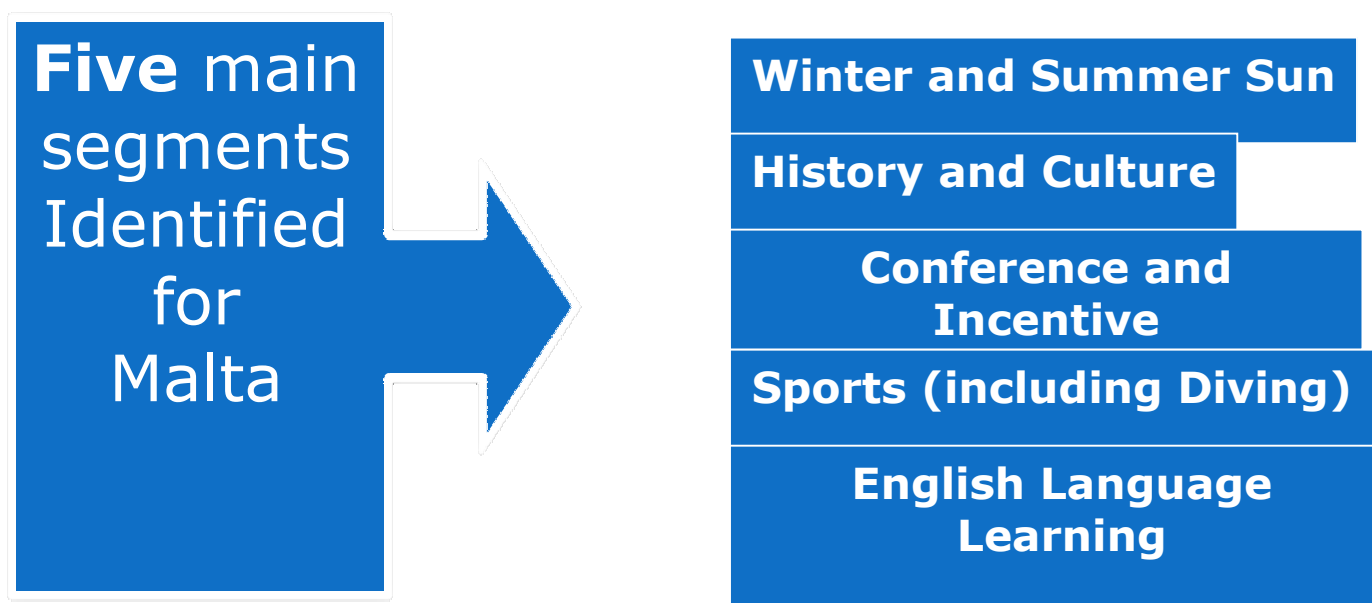
a) Cele przyjazdów

Turyści mogą podróżować według różnych motywacji. To stwarza wyzwanie, kiedy próbujemy dokonać klasyfikacji turystów ze względu na ich motywację, cel podróży.

MTA (Malta Tourism Authority) opracował **Model Segmentacji** próby, aby móc zidentyfikować i zaklasyfikować turystów poprzez **kluczowe czynniki motywacyjne**.

Model ten odgrywa kluczową rolę w całym procesie planowania rynku, gdyż służy jako narzędzie prowadzenia i oceny.

Zidentyfikowane segmenty reprezentują najlepsze dopasowanie pomiędzy ofertą turystyczną Malty, a międzynarodowymi trendami odnoszącymi się do motywacji turystów.



Nieco mniej niż dwie trzecie turystyki przyjazdowej Malty występuje podczas szczytu sezonowego tzn.: od kwietnia do września. Mimo, że Malta jest nadal ogólnie postrzegana jako "słońca i morza" destynacja, jej różnorodne oferty turystyki sprawiają, że zarówno główny cel do nadmorskich letnich destynacji jest dobry jak i pobyt poza szczytem w miastach. Z biegiem lat, wysiłki zostały skierowane do złagodzenia sezonowości i zintensyfikowania udziału pozaszczytowych podróży na Maltę. W rezultacie, mimo że turystyka jest skoncentrowana na Malcie podczas sezonu, udział turystyki przyjazdowej poza szczytem również ma miejsce na Malcie poprzez zwiększenie starań w celu zwrócenia uwagi na różne segmenty motywacyjne w różnych porach roku.

Tabela 5 - Styczeń – Grudzień 2007

Wszystkie przyjazdy ze względu na cel, motywację podróży oraz ze względu na kraj pochodzenia

Total	UK	Germany	France	Other	
Winter & Summer Sun ^{4.6}	821,368	387,495	74,952	43,829	139,233
History & Culture ^{4.3}	158,610	47,300	20,400	12,300	36,000
Diving ^{4.4.1}	46,900	17,700	7,900	2,810	7,460
Other Sports ^{4.4.2}	34,970	11,600	4,500	1,400	5,280
English Language Learning ^{4.5}	82,850	0	12,500	8,270	33,105
Total Leisure/Other^{4.2.3}	1,144,698	464,095	120,252	68,609	221,078
Business ^{4.2.1}	98,814	18,307	9,797	6,540	30,252
Of which:					
Conference & Incentive ^{4.2.2}	61,200	11,100	6,300	3,700	19,265
Total^{4.1}	1,243,512	482,402	130,049	75,149	251,330

Źródło:

4.1 Total tourist departures – source: NSO official statistics

4.2.1 Total business – source: NSO official statistics

4.2.2 Conference and incentive – source: MHRA Hotel Survey

4.2.3 Total Leisure/Other is the residual value after deducting business trips from total tourist departures

4.3 History and culture segment – source: MTA's Market Profile Survey

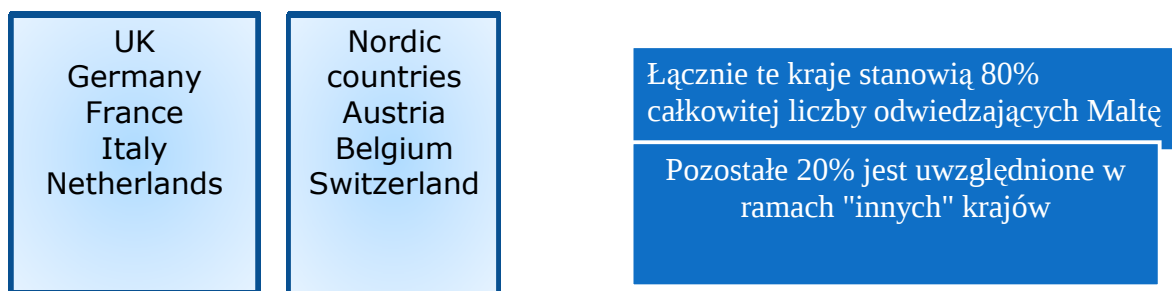
4.4.1 Diving segment – source: MTA's Market Profile Survey

4.4.2 Other Sports segment – source: MTA's Market Profile Survey

4.5 English language segment – source: NSO official statistics (by purpose-of-visit)

4.6 Winter and summer sun segment – residual value

Model segmentacji obejmuje 9 następujących krajów : Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Włochy, Holandia, kraje skandynawskie, Austria, Belgia i Szwajcaria. Łącznie kraje te stanowią około 80% całkowitej liczby przyjazdów turystów. Pozostałe 20% jest uwzględniona w ramach "innych krajów", które obejmują turystów pochodzących z innych krajów europejskich oraz z dalekobieżnych miejsc.



Model szacuje, że w 2007 roku około 13 procent wszystkich turystów odwiedzających Malte deklarowało, iż "Historia i kultura" była główną motywacją ich podróży na Malte.

W 2007 roku nurkowanie było odpowiedzialne za pozyskanie blisko 47000 turystów na Malte, a tym samym stanowiło 3,8 procent w całkowitym ruchu turystycznym w kraju.

Nurkowanie to największy element w kategorii Sport Turystyka, który w całości stanowił około 6,6% całkowitej turystyki na Malcie. Nauka języka angielskiego jest obecnie

najszybciej rozwijającym się segmentem na Malcie, odnotował znaczny wzrost o 31 procent między 2006 i 2007.

5. Środki transportu

Malta przyciąga blisko 1,3 miliona turystów rocznie. Ponadto, w 2007 roku 488,170 osób przybyło do wybrzeża Malty rejsem. Tego środka transportu zanotowano średnią roczną stopę wzrostu na poziomie 16,2 procent w ciągu ostatnich siedmiu lat. Podróż samolotem jest głównym środkiem transportu w celu osiągnięcia Malty, wykorzystywane przez 98% przyjeżdżających turystów. Wprowadzenie tanich przewoźników w październiku 2006, było krokiem naprzód w branży turystycznej w zgodzie z regionalnymi i międzynarodowymi tendencjami wzrostu

6. Długość pobytu

Ze średnią długością pobytu 8,9 nocy, 11,0 mln noclegów zostało wygenerowanych w 2007 roku. 72 procent tych noclegów były zarejestrowane w wynajmie zakwaterowania.

Tabela 6 – Długość pobytu turystów ze względu na typ zakwaterowania (noce)

Accommodation categories	2004	2005	2006	2007
Total	9.7	9.5	9.5	8.9
Private accommodation	15.8	14.1	13.6	11.6
Collective accommodation	8.6	8.5	8.5	8.1
Hotels	8.4	8.3	8.4	8.0
5-star	6.4	6.6	6.5	6.4
4-star	8.7	8.6	8.8	8.4
3-star	9.4	9.0	9.4	9.0
2-star	8.2	8.2	8.7	8.1
Other collective accommodation ¹	10.3	10.3	10.2	9.6

¹ Comprises guesthouses, holiday complexes and hostels

Sources: National Statistics Office.

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

7. Miejsca zakwaterowania

Liczba miejsc noclegowych na Malcie była stabilna w ciągu ostatnich siedmiu lat na poziomie około 40000 miejsc.

Tabela 7 - Obiekty noclegowe i liczba miejsc noclegowych

Collective accommodation	2004		2005		2006		2007	
	No. of hotels	No. of bed-places	No. of hotels	No. of bed-places	No. of hotels	No. of bed-places	No. of hotels	No. of bed-places
Total	199	41,221	179	38,016	179	40,202	166	40,901
Hotels	121	32,602	114	31,249	115	33,448	106	33,825
5-star	13	4,796	12	4,614	13	5,775	13	6,049
4-star	46	15,984	41	14,656	43	15,541	40	15,314
3-star	47	10,749	50	11,249	48	11,398	43	11,745
2-star	15	1,073	11	730	11	734	10	717
Other collective accommodation¹	78	8,619	65	6,767	64	6,754	60	7,076
Holiday complex	37	7,266	30	5,374	30	5,315	29	5,543
Guesthouse	36	911	29	699	28	755	25	689
Hostel	5	442	6	694	6	684	6	844

¹ Comprises guesthouses, holiday complexes and hostels
Source: National Statistics Office.

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

Jednak doszło do zmiany w rodzaju ofert miejsc zakwaterowania. Łączna liczba łóżek w 5 * i 4 * hotelach stale wzrastała od 2000 r., podczas gdy łóżka w niższej kategorii zakwaterowania zmalały. W rezultacie, udział wyższej kategorii zakwaterowania do całkowitej liczby miejsc noclegowych w sektorze zakwaterowania wzrósł z 44 procent w 2000 r. do 59 procent w 2007.

Tabela 8 – Roczny, procentowy raport obłożenia obiektów noclegowych w latach 2004 – 2007

Collective accommodation	Annual			
	2004	2005	2006	2007
Total	55.1	55.9	53.3	59.8
Hotels	58.9	58.4	55.2	62.2
5-star	52.4	53.6	55.0	62.0
4-star	67.3	66.0	62.5	68.4
3-star	52.6	53.0	47.1	54.0
2-star	26.8	22.0	22.7	38.8
Other collective accommodation¹	39.3	44.0	43.5	49.0
Holiday complex	41.1	46.4	44.2	49.4
Guesthouse	19.9	26.3	33.5	35.5
Hostel	41.0	41.0	46.8	56.3

¹ Comprises guesthouses, holiday complexes and hostels

Source: National Statistics Office.

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

8. Dochody z turystyki

W 2007 roku turyści, którzy odwiedzili Maltę wygenerowali około 1,06 miliardów euro wydatków. W tym samym roku, wydatki jednego turysty zostały oszacowane na 8693 €. Wydatki w sektorze turystyki szacuje się na Malcie na 12,3 procent produktu krajowego brutto, kwota ta obejmuje bezpośrednie i pośrednie skutki turystyki.

9. Prognozy na 2019 rok

W ciągu następnych dziesięciu lat, Travel & Tourism oczekuje osiągnąć roczny wzrost realny:

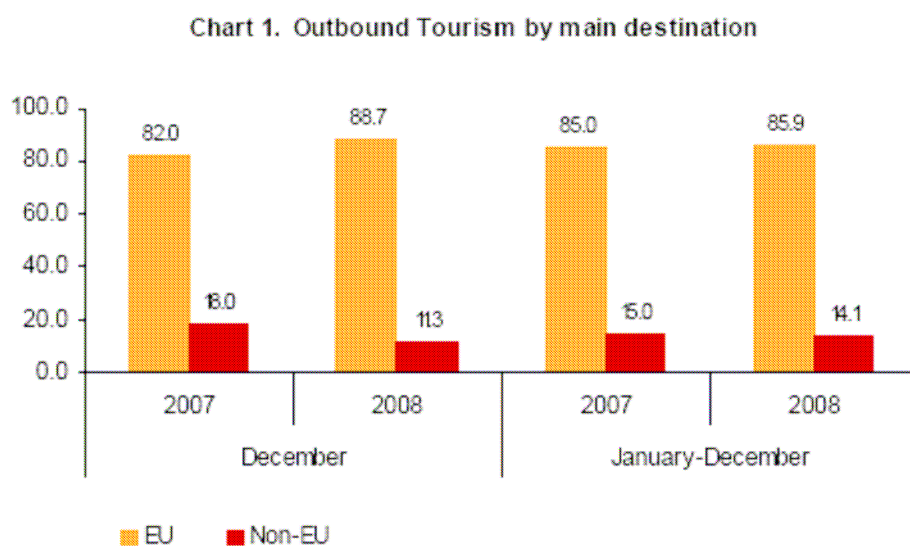
Tabela 9 – Prognozy dotyczące Malty na 2019 rok



Źródło: www.wttc.org

III. Rynek emisji turystycznej

1. Turystyka wyjazdowa



Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

Wykres 2 – Wyjazdy zagraniczne Maltańczyków

W miesiącu sprawozdawczym (grudzień), Maltańczyków odlatujących drogą lotniczą i morską oszacowano na 27, 121, większość z nich mieściła się w kategorii wiekowej 25-44.

24, 061 maltańczyków podjęło podróż do krajów UE, najbardziej popularne kraje to: Wielka Brytania i Włochy. Kolejne 3, 060 osób wybrało się do państw poza UE.

Tabela 10 – Wyjazdy zagraniczne ze względu na rodzaj transportu, destynacje, płeć i wiek w miesiącu grudzień, w latach 2007 – 2008

persons				
	December		Absolute change	Percentage change
	2007	2008	2008/2007	2008/2007
	25,038	27,121	2,083	8.3
Total				
Transport:				
Air	23,988	25,854	1,866	7.8
Sea *	1,050	1,267	217	20.7
Destination:				
EU	20,525	24,061	3,536	17.2
of which:				
France	1,085	1,703	618	57.0
Germany	2,367	1,944	-423	-17.9
Italy	5,653	7,184	1,531	27.1
UK	6,969	8,366	1,397	20.0
Non-EU	4,513	3,060	-1,453	-32.2
Sex:				
Males	13,309	13,758	449	3.4
Females	11,729	13,363	1,634	13.9
Age group:				
0-24	2,307	4,463	2,156	93.5
25-44	11,751	12,901	1,150	9.8
45-64	10,391	8,508	-1,883	-18.1
65+	589	1,249	660	112.1

* Note: Outbound sea passengers include an element of same-day visitors.

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

W minionym 2008 roku liczba pasażerów odlatających drogą lotniczą i morską wyniosła 298, 995, co stanowi wzrost o 6,9 procent w analogicznym okresie co do roku 2007. Spośród nich, 85,9 procent stanowiły podróże do miejsc UE; najczęściej odwiedzanymi krajami były Włochy i Wielka Brytania. W przypadku skumulowanego okresu, wyjazdy mężczyzn w porównaniu do kobiet stanowiły 57,4 procent ogółu wyjazdów.

Największy odsetek osób - 45,9 procent - stanowią pasażerowie w wieku

między 25 a 44 rokiem życia, a następnie w kategorii wiekowej 45-64, ich wyjazdy stanowiły 36,9 procent ogólnej liczby wyjazdów Maltańczyków.

Tabela 11 – Skumulowane wyjazdy zagraniczne ze względu na rodzaj transportu, destynację, płeć i wiek w latach 2007 – 2008.

	persons			
	January-December		Absolute change	Percentage change
	2007	2008	2008/2007	2008/2007
Total	279,696	298,995	19,299	6.9
Transport:				
Air	247,159	267,933	20,774	8.4
Sea *	32,537	31,062	-1,475	-4.5
Destination:				
EU	237,663	256,811	19,148	8.1
of which:				
France	18,478	18,450	-28	-0.2
Germany	14,467	16,815	2,348	16.2
Italy	93,803	89,485	-4,318	-4.6
UK	60,154	72,259	12,105	20.1
Non-EU	42,033	42,184	151	0.4
Sex:				
Males	161,928	171,535	9,607	5.9
Females	117,768	127,460	9,692	8.2
Age group:				
0-24	28,519	36,949	8,430	29.6
25-44	128,661	137,340	8,679	6.7
45-64	110,667	110,270	-397	-0.4
65+	11,849	14,436	2,587	21.8

* Note: Outbound sea passengers include an element of same-day visitors.

Źródło: <http://www.nso.gov.mt/>

2. Turystyka krajowa

National Statistics Office of Malta – Narodowy Urząd Statystyczny Malty, zamieścił adnotacje na swojej stronie internetowej, iż żadne dane nie są gromadzone odnośnie turystyki krajowej.

IV. Znaczenie rynku turystycznego dla Polski

Przytoczone dane dotyczą wszystkich przyjazdów cudzoziemców do Polski. Obejmują zarówno gości jednodniowych, jak i turystów (czyli tych cudzoziemców, którzy spędzili w Polsce co najmniej jedną noc, lecz nie pozostawali dłużej niż rok).

Tabela 12 – Liczba przyjazdów cudzoziemców do Polski w latach 2006 - 2007

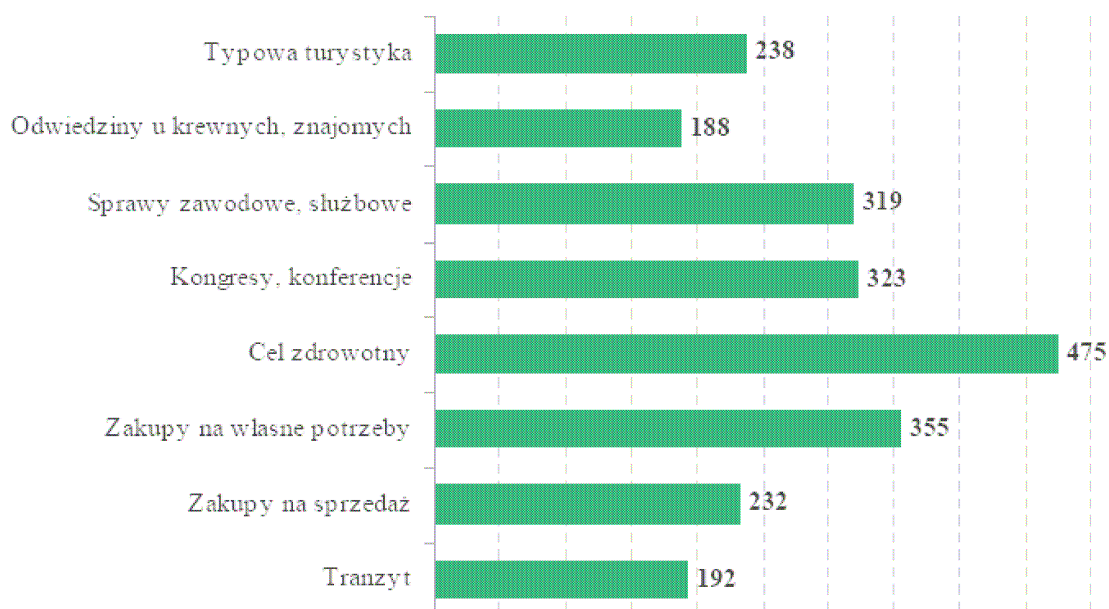
	Liczba przyjazdów		Zmiany – kwartał do kwartału poprzedniego roku i rok do roku				
	rok 2006	rok 2007	I	II	III	IV	rok 2007
Ogółem	65114,9	66207,8	14,3%	3,9%	2,0%	-10,4%	1,7%
Niemcy	37192,1	38102,7	11,1%	2,8%	5,1%	-7,6%	2,4%
15 UE bez Niemiec	2430,4	2720,5	14,3%	19,8%	13,3%	0,0%	11,9%
Wielka Brytania	455,4	548,1	16,8%	21,3%	16,6%	27,0%	20,4%
Włochy	276,2	326,7	54,8%	29,4%	11,8%	-6,3%	18,3%
Austria	304,0	317,8	35,5%	18,7%	7,7%	-28,8%	4,6%
Francja	229,9	258,0	14,0%	7,3%	14,4%	13,1%	12,2%
Holandia	409,9	362,9	-20,1%	10,1%	-5,1%	-24,8%	-11,5%
Szwecja	224,0	222,0	10,3%	-2,9%	2,8%	-11,0%	-0,9%
Irlandia	69,3	118,8	68,1%	86,2%	75,2%	57,6%	71,5%
Dania	134,4	149,9	33,8%	25,8%	11,1%	-17,9%	11,5%
Hiszpania	88,9	118,5	38,1%	46,2%	26,9%	27,3%	33,3%
Belgia	91,4	115,2	56,7%	44,4%	30,3%	-14,5%	26,0%
Portugalia	36,7	70,9	112,8%	65,3%	119,3%	77,8%	93,5%
Finlandia	76,7	81,8	14,5%	15,5%	6,6%	-12,8%	6,6%
Grecja	30,6	25,4	-43,4%	-40,4%	-6,6%	24,5%	-16,9%
Luksemburg	3,0	4,5	18,9%	91,0%	50,4%	34,5%	49,8%
Nowe kraje EU	13032,6	13086,4	27,9%	8,5%	0,2%	-22,5%	0,4%
Czechy	7101,5	7292,1	30,2%	11,5%	3,3%	-21,4%	2,7%
Słowacja	3421,9	3209,9	40,5%	2,6%	-9,1%	-30,9%	-6,2%
Litwa	1459,4	1391,7	0,4%	0,2%	-5,3%	-14,2%	-4,6%
Łotwa	409,7	484,6	29,1%	31,0%	24,6%	-13,0%	18,3%
Węgry	268,1	273,0	46,9%	0,6%	-7,9%	-10,0%	1,8%
Estonia	185,6	236,1	28,3%	46,6%	34,1%	-2,8%	27,2%
Rumunia	95,0	98,9	-5,0%	-1,5%	14,5%	5,1%	4,2%
Bułgaria	65,6	73,1	2,7%	6,5%	17,0%	16,3%	11,3%
Słowenia	22,6	24,8	2,8%	2,8%	8,8%	26,2%	9,5%
Cypr	2,1	1,4	-39,3%	-54,5%	-23,7%	5,9%	-31,6%

	Liczba przyjazdów		Zmiany – kwartał do kwartału poprzedniego roku i rok do roku				
	rok 2006	rok 2007	I	II	III	IV	rok 2007
Malta	1,2	0,9	-19,1%	-56,8%	-15,4%	16,4%	-21,9%

Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

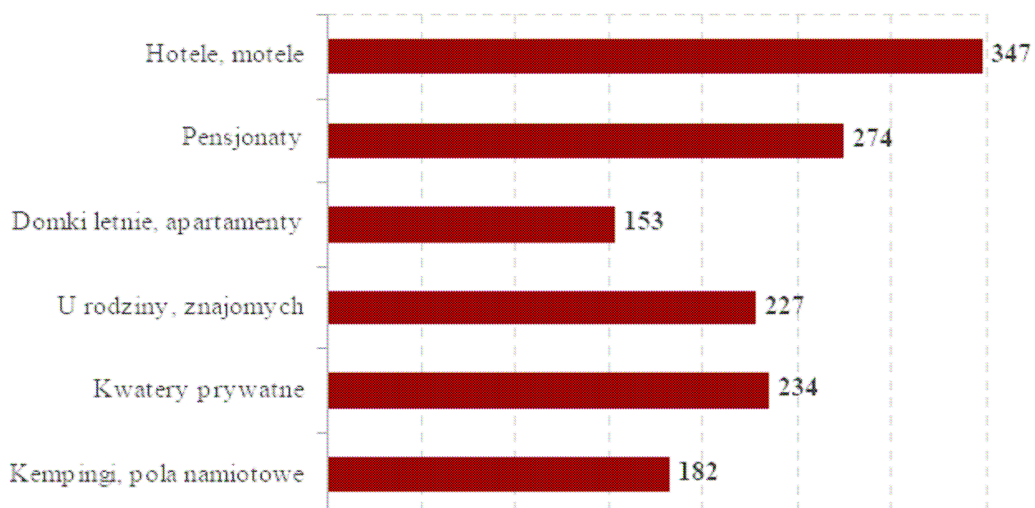
Liczba przyjazdów Maltańczyków do Polski maleje. W 2007 roku nastąpił spadek.

Malta była brana pod uwagę w następujących badaniach statystycznych w 2007 roku:



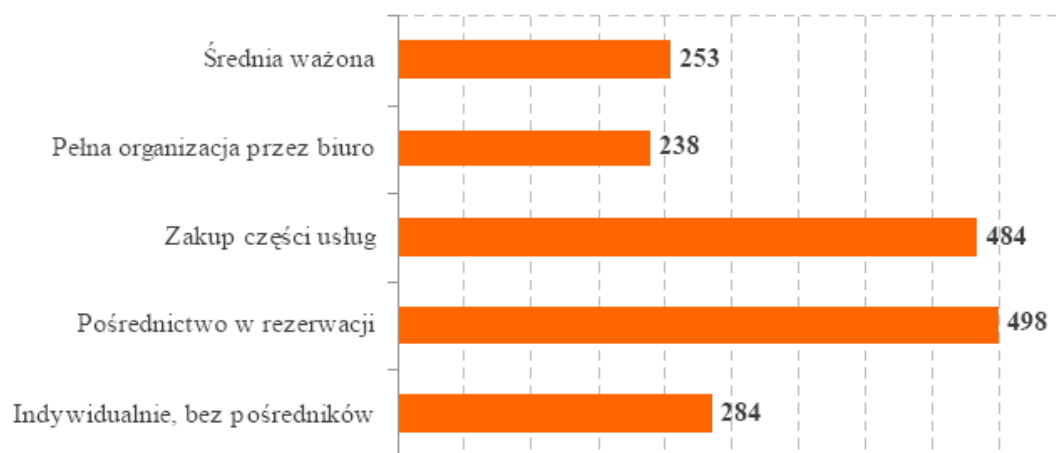
Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Wykres 3 - Wydatki turystów w 2007 roku według celu podróży (w USD na osobę)



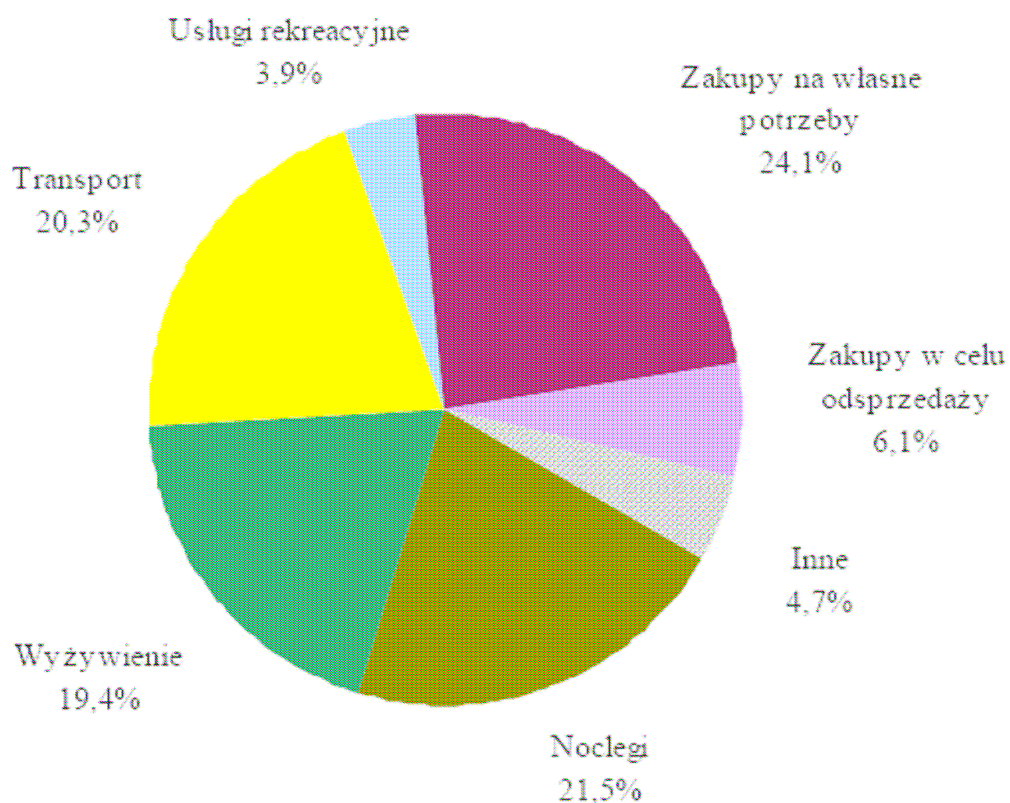
Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Wykres 4 - Wydatki turystów w 2007 roku według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej (w USD na osobę)



Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Wykres 5 - Wydatki turystów w 2007 roku według sposobu organizacji podróży (w USD na osobę)



Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Wykres 6 - Struktura wydatków poniesionych przez turystów na terenie Polski w 2007 roku (w %)

Tabela 13 - Liczba połączeń według krajów

Lp.	Kraj	Rejsy/Tydzień		Liczba miast	Liczba portów	Udział LCCs
		ogółem	LCCs			
1	Niemcy	405,5	89	10	12	21,90%
2	Wlk. Brytania	330	276	15	18	83,60%
3	Włochy	141	59	10	13	41,80%
4	Irlandia	107	97	3	3	90,70%
5	Francja	102	23	4	6	22,50%
6	Dania	71	7	1	1	9,90%
7	Szwecja	59	40	3	4	67,80%
8	Austria	55	0	1	1	0,00%
9	Holandia	46	6	2	2	13,00%
10	Belgia	45	9	1	2	20,00%
11	Szwajcaria	45	0	3	3	0,00%

12	Czechy	44	0	1	1	0,00%
13	Norwegia	44	32	2	3	72,70%
14	USA	36,5	0	2	3	0,00%
15	Finlandia	33	5	1	1	15,20%
16	Węgry	33	3	1	1	9,10%
17	Rosja	32	0	3	3	0,00%
18	Hiszpania	32	11	4	5	34,40%
19	Ukraina	29	0	3	3	0,00%
20	Grecja	25	16	6	6	64,00%
21	Litwa	12	0	1	1	0,00%
22	Łotwa	11	0	1	1	0,00%
23	Rumunia	11	0	1	1	0,00%
24	Bułgaria	10	3	3	3	30,00%
25	Izrael	8	0	1	1	0,00%
26	Białoruś	7	0	1	1	0,00%
27	Kanada	7	0	1	1	0,00%
28	Estonia	7	0	1	1	0,00%
29	Turcja	7	0	1	1	0,00%
30	Słowenia	5	0	1	1	0,00%
31	Portugalia	4	4	1	1	100,00%
32	Serbia	4	0	1	1	0,00%
33	Chorwacja	4	4	2	2	100,00%
34	Cypr	3	0	1	1	0,00%
35	Malta	1	1	1	1	100,00%
Razem		1816	685	94	109	37,70%

Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Tabela 14 - Liczba rejsów w podziale na WAW i porty regionalne wg krajów ogółem i LCCs

Lp.	Kraj	WAW		Porty regionalne		Razem		% udział WAW	
		ogółem	LCCs	ogółem	LCCs	ogółem	LCCs	ogółem	LCCs
1	Niemcy	153	20	252,5	69	405,5	89	37,7%	22,5%
2	Wlk. Brytania	115	67	215	209	330	276	34,8%	24,3%
3	Włochy	70	15	71	44	141	59	49,6%	25,4%
4	Irlandia	34	24	73	73	107	97	31,8%	24,7%
5	Francja	72	12	30	11	102	23	70,6%	52,2%
6	Dania	37	4	34	3	71	7	52,1%	57,1%
7	Szwecja	39	20	20	20	59	40	66,1%	50,0%

8	Austria	35	0	20	0	55	0	63,6%	0,0%
9	Holandia	40	0	6	6	46	6	87,0%	0,0%
10	Szwajcaria	45	0	0	0	45	0	100,0%	0,0%
11	Belgia	36	5	9	4	45	9	80,0%	55,6%
12	Czechy	31	0	13	0	44	0	70,5%	0,0%
13	Norwegia	31	19	13	13	44	32	70,5%	59,4%
14	USA	26,5	0	10	0	36,5	0	72,6%	0,0%
15	Węgry	27	3	6	0	33	3	81,8%	100,0%
16	Finlandia	29	5	4	0	33	5	87,9%	100,0%
17	Rosja	32	0	0	0	32	0	100,0%	0,0%
18	Hiszpania	26	5	6	6	32	11	81,3%	45,5%
19	Ukraina	29	0	0	0	29	0	100,0%	0,0%
20	Grecja	18	9	7	7	25	16	72,0%	56,3%
21	Litwa	12	0	0	0	12	0	100,0%	0,0%
22	Łotwa	11	0	0	0	11	0	100,0%	0,0%
23	Rumunia	11	0	0	0	11	0	100,0%	0,0%
24	Bułgaria	9	2	1	1	10	3	90,0%	66,7%
25	Izrael	7	0	1	0	8	0	87,5%	0,0%
26	Białoruś	7	0	0	0	7	0	100,0%	0,0%
27	Estonia	7	0	0	0	7	0	100,0%	0,0%
28	Turcja	7	0	0	0	7	0	100,0%	0,0%
29	Kanada	7	0	0	0	7	0	100,0%	0,0%
30	Słowenia	5	0	0	0	5	0	100,0%	0,0%
31	Portugalia	3	3	1	1	4	4	75,0%	75,0%
32	Serbia	4	0	0	0	4	0	100,0%	0,0%
33	Chorwacja	0	0	4	4	4	4	0,0%	0,0%
34	Cypr	3	0	0	0	3	0	100,0%	0,0%
35	Malta	1	1	0	0	1	1	100,0%	100,0%
Razem		1019,5	214	796,5	471	1816	685	56,1%	31,2%

Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Tabela 15 - Dostępność portów polskich według krajów

Lp.	Kraj	Liczba portów pol.	WAW	KRK	KTW	GDN	WRO	POZ	LCJ	RZE	SZZ	BZG
1	Wlk. Brytania	10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	Irlandia	10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	Niemcy	7	X	X	X	X	X	X	0	0	X	0
4	Włochy	5	X	X	X	0	X	0	X	0	0	0

5	Dania	5	X	X	0	X	X	X	0	0	0	0
6	Szwecja	5	X	X	X	X	0	X	0	0	0	0
7	Francja	4	X	X	X	0	0	0	X	0	0	0
8	Norwegia	4	X	X	X	X	0	0	0	0	0	0
9	Holandia	3	X	X	X	0	0	0	0	0	0	0
10	Grecja	3	X	X	X	0	0	0	0	0	0	0
11	Hiszpania	3	X	X	X	0	0	0	0	0	0	0
12	USA	3	X	X	0	0	0	0	0	X	0	0
13	Austria	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
14	Belgia	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
15	Bułgaria	2	X	0	X	0	0	0	0	0	0	0
16	Czechy	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
17	Finlandia	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Izrael	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
19	Portugalia	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
20	Węgry	2	X	X	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Białoruś	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	Chorwacja	1	0	X	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Cypr	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	Estonia	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	Kanada	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	Malta	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	Litwa	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	Łotwa	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	Rosja	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	Rumunia	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	Serbia	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	Słowenia	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	Szwajcaria	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	Turcja	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	Ukraina	1	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem			34	20	11	6	5	5	4	3	3	2

Źródło: Badania Instytutu Turystyki w 2007 roku.

Bibliografia

- [1] An integration of official tourism statistics with visitor and trade research; Malta Tourism Authority 2008
- [2] Gaworecki W.; Turystyka. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne
- [3] International Economic and Financial Transactions; National Statistics Office, Malta, 2008
- [4] Malta in Figures; National Statistics Office, Malta, 2008
- [5] Measuring visitor expenditure for inbound tourism. UNWTO
- [6] Przeglądowy Atlas Świata; Europa; Popularna Encyklopedia Powszechna 2005
- [7] The Challenging Process of Measuring Tourism Segments in Malta; Malta Tourism Authority 2008
- [8] The Travel & Tourism Competitiveness Index 2009; The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 © 2009 World Economic Forum
- [9] Tourism in the Maltese Islands; National Statistics Office 2008
- [10] Tourstat- SURVEY ON INBOUND TOURISM; National Statistics Office
- [11] Witold Bartoszewicz, Teresa Skalska; Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2007 roku. Instytut Turystyki Warszawa 2007
- [12] www.maltairport.com
- [13] www.mma.gov.mt
- [14] www.centralbankmalta.org
- [15] www.visitmalta.com
- [16] www.nso.gov.mt

Spis rysunków

Rys. 1. Mapa Malty

Rys. 2. Wyjazdy zagraniczne Maltańczyków

Rys. 3. Wydatki turystów w 2007 roku według celu podróży (w USD na osobę)

Rys. 4. Wydatki turystów w 2007 roku według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej (w USD na os.)

Rys. 5. Wydatki turystów w 2007 roku według sposobu organizacji podróży (w USD na os.)

Rys. 6. Struktura wydatków poniesionych przez turystów na terenie Polski w 2007 roku (w %)

Spis tabel

- Tab. 1. Travel & Tourism przegląd turystyki międzynarodowej na świecie w oparciu o wyniki za rok 2008
- Tab. 2. Travel & Tourism Konkurencyjności Indeks: Przegląd Turystyki w Europie w oparciu o wyniki za rok 2008
- Tab. 3. Ogólne dane Malty
- Tab. 4. Przyjazdy turystów na Malte w latach 2004 – 2007 ze względu na kraj pochodzenia.
- Tab. 5. Wszystkie przyjazdy ze względu na cel, motywację podróży oraz ze względu na kraj pochodzenia
- Tab. 6. Długość pobytu turystów ze względu na typ zakwaterowania (noce)
- Tab. 7. Obiekty noclegowe i liczba miejsc noclegowych
- Tab. 8. Roczny, procentowy raport obłożenia obiektów noclegowych w latach 2004 – 2007
- Tab. 9 Prognozy dotyczące Malty na 2019 rok
- Tab. 10. Wyjazdy zagraniczne ze względu na rodzaj transportu, destynacje, płeć i wiek w miesiącu grudzień, w latach 2007 – 2008
- Tab. 11. Skumulowane wyjazdy zagraniczne ze względu na rodzaj transportu, destynacje, płeć i wiek w latach 2007 – 2008
- Tab. 12. Liczba przyjazdów cudzoziemców do Polski w latach 2006 - 2007
- Tab. 13. Liczba połączeń według krajów
- Tab. 14. Liczba rejsów w podziale na WAW i porty regionalne wg krajów ogółem i LCCs
- Tab. 15. Dostępność portów polskich według krajów

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 autorskich.

