

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE**

**ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO
STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI**



Przygotowała w 2012 r. :

Aleksandra Nazim

SUM II TIR

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI	2
WSTĘP	3
<i>I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej. ...</i>	<i>4</i>
1. Ogólne informacje :	4
2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.	5
3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.	6
3.1. Infrastruktura komunikacyjna :	6
3.2. Infrastruktura turystyczna	11
4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.	13
4.1. Dochód	13
4.2. Ceny Usług turystycznych.	13
4.3. Godziny pracy i czasu wolnego oraz ilość dni urlopu.	14
5. System zarządzania turystyką	14
5.1. Narodowa administracja turystyczna.	15
5.2. Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne.	15
6. Inne uwarunkowania rozwoju turystyki.	16
<i>II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).</i>	<i>17</i>
1. Przyjazdy i główne kraje emitujące:	17
2. Dochody z turystyki przyjazdowej.	19
3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.	21
4. Główne obszary koncentracji zagranicznego ruchu turystycznego.	26
<i>III. Rynek emisji turystycznej:</i>	<i>27</i>
1. Turystyka wyjazdowa zagraniczna	27
2. Wydatki na podróże zagraniczne.	30
3. Ulubione destynacje mieszkańców Stanów Zjednoczonych Ameryki.	32
4. Turystyka Krajowa.	34
<i>IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski.</i>	<i>34</i>
1. Analiza przyjazdów turystów ze Stanów Zjednoczonych do Polski.	34
Źródło: Instytut turystyki, Wydatki wybranych krajów w Polsce, http://www.intur.com.pl/wydatki.htm , (12.12.2012r.)	35
Tab. 3. Rozkład wydatków turystów z USA.	35
2. WUTZ Stanów Zjednoczonych dla Polski.	37
3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku Stanów Zjednoczonych oraz zaangażowanie marketingowe Stanów Zjednoczonych na rynku Polskim.	39
4. Analiza wyjazdów Polaków do Stanów Zjednoczonych Ameryki.	39
<i>V. Analiza SWOT rynku Stanów Zjednoczonych.</i>	<i>42</i>
<i>VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego. .</i>	<i>43</i>
PODSUMOWANIE	47
ŹRÓDŁA	48
Raporty internetowe:	48
Strony internetowe	49
Spis rycin :	49
Spis tabel:	51
Tab. 3. Rozkład wydatków turystów z USA.	51

WSTĘP

Celem niniejszej pracy jest określenie znaczenia rynku turystycznego Stanów Zjednoczonych na rynku globalnym, a także określenie perspektyw jego rozwoju i przydatności dla Polski. Jest to również próba przedstawienia znaczenia i wielkości ruchu turystycznego na terenie Stanów Zjednoczonych.

Głównym źródłem informacji podczas pisania pracy były raporty i analizy umieszczone przez Biuro ds. Podróży i Przemysłu Turystycznego (Office to Travel and Tourism Industries), które były niezwykle pomocne. Przydatne również okazały się raporty przygotowane przez OECD z zakresu polityki i prognozy w turystyce. Metoda badawcza użyta w pracy to desk research, która opiera się na analizie źródeł wtórnych.

Praca została podzielona na 4 części, które skupiają się na innych aspektach dotyczących rynku turystycznego Stanów Zjednoczonych Ameryki.

W pierwszej części zostały przedstawione informacje na temat uwarunkowań jakie determinują rozwój turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej. W pierwszej kolejności skupiono się na ogólnych informacjach o kraju oraz zostały opisane główne atrakcje turystyczne USA. Następnie została przedstawiona analiza infrastruktury turystycznej, komunikacyjnej oraz podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności. Na koniec natomiast skupiono się na takich aspektach jak narodowa administracja turystyczna w Stanach Zjednoczonych oraz środki i narzędzia promocji stosowane w celu promowania Stanów Zjednoczonych na całym świecie.

Drugi rozdział przedstawia jak kształtuje się zagraniczna turystyka przyjazdowa w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Wzięte zostały tu pod uwagę takie aspekty jak przyjazdy, główne kraje z których przyjeżdżają turyści oraz dochody z tym związane dla Stanów Zjednoczonych. Ukazano również profile tychże konsumentów oraz główne obszary koncentracji turystów zagranicznych.

Trzecia część pracy omawia rynek emisji turystycznej. Ukazany jest tu poziom aktywności turystycznej Amerykanów, ich wydatki oraz ulubione destynacje.

W rozdziale czwartym przedstawione jest znaczenie rynku Stanów Zjednoczonych dla Polski. Na początku ukazany jest poziom przyjazdu turystów z Ameryki do Polski wraz z ich charakterystyką. Następnie został rozpatrzony poziom użyteczności Stanów Zjednoczonych dla rynku turystycznego Polski przy pomocy wskaźnika WUTZ. Kolejno zostało wzięte pod uwagę zaangażowanie marketingowe Polski oraz Stanów Zjednoczonych na swoich wzajemnych rynkach. Następnie przedstawiono wyjazdy Polaków wraz z charakterystyką do Stanów Zjednoczonych. Na sam koniec natomiast

ukazano Analizę SWOT rynku turystycznego Stanów Zjednoczonych oraz przykładowe oferty wyjazdów turystycznych do tego krajów.

Niniejsza praca może zostać wykorzystana przez przedsiębiorstwa turystyczne.

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

1. Ogólne informacje :

Jest bardzo wiele czynników, które warunkują rozwój turystyki. Jednak najważniejszym z nich są czynniki ekonomiczne, gdyż wysoki poziom rozwoju gospodarczego wpływa na to, że obywatelom kraju żyje się lepiej i przez to chętnie korzystają z turystyki jako formy spędzania czasu wolnego.

Stany Zjednoczone Ameryki jest krajem wysoko rozwiniętym gospodarczo, co daje dobre warunki do rozwoju turystyki. A wpływają na to takie czynniki jak¹ :

- Poziom zurbanizowania: 75 % ludność zamieszkuje w miastach
- Poziom bezrobocia: 9,1% (2011r.)
- Poziom PKB: 15 bilionów USD (2011) co stanowi ok 19 % produktu światowego brutto
- Poziom inflacji: niski 3,0 % (2011r)
- Poziom zatrudnienia w usługach : duży 76, 3 % zatrudnionych, którzy generują 78,6 % PKB.

Kolejnym ważnym czynnikiem rozwoju turystyki jest demografia.

Stany Zjednoczone są młodym społeczeństwem. Osób w przedziale wiekowym 15-64 lat jest aż 67,3 % (dane na rok 2009)². Daje to spore możliwości do rozwoju turystyki, gdyż jak wynika z badań najbardziej aktywne turystycznie są osoby w wieku produkcyjnym.

Ważnym czynnikiem rozwoju turystyki jest czynnik przyrodniczo-geograficzny.

Stany Zjednoczone mają idealne warunki do rozwoju turystyki gdyż każdy region jest odmienny od siebie. Pasma Kordylierów, które przyciąga miłośników górskich wypraw ale także kusi zabytkowymi kościołami, budynkami czy bliskością parków narodowych wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO (Yellowstone, Yosemite). Nowoczesne miasta, które przyciągają miłośników zabawy ale także architektury np. Nowy Jork, Waszyngton. Niewielkie Hawaje, które co rok odwiedza

¹ http://pl.wikipedia.org/wiki/Gospodarka_Stany_Zjednoczone#cite_note-factbook-0, (27.12.2012r.)

² http://pl.wikipedia.org/wiki/Demografia_Stany_Zjednoczone, (27.12.2012r.)

miliony osób lubiących słońce czy sporty wodne. Jest jeszcze wiele miejsc w Stanach Zjednoczonych, które powodują, iż turystyka w tym kraju może przejawiać się w różnych formach.

Ostatnim z ważnych czynników wpływających na rozwój turystyki jest czynnik techniczny. Istotny w tym jest rozwój środków transportu. W Stanach Zjednoczonych dobrze rozwinięty jest transport drogowy (długość autostrad wynosi ponad 77 tys. km)³ oraz kolejowy. Jednak transport lotniczy jest tutaj najlepiej rozwinięty. Sieć połączeń jest tutaj najgęstsza na świecie i obsługiwana jest przez prawie 13 tys. samolotów⁴.

2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.

Amerykański dwutygodnik Forbes, jako nieliczny opracował listę 25 najczęściej odwiedzanych atrakcji turystycznych w Stanach Zjednoczonych Ameryki⁵. Do niniejszej analizy rynku turystycznego Stanów Zjednoczonych została wybrana pierwsza dziesiątka tychże atrakcji.

1. Times Square , Nowy Jork .

Liczba odwiedzin : 37,6 mln.

Plac znajdujący się w dzielnicy Manhattan, w Nowym Jorku. Centrum światowego handlu oraz mody. Słynie z bardzo dużej ilości światła.

2. Las Vegas Strip , Las Vegas.

Liczba odwiedzin: 29,1 mln

Jest częścią Las Vegas Boulevard. Charakterystyczną cechą tego miejsca jest różnorodność architektoniczna .

3. National Mall and Memorial Parks, Waszyngton.

Liczba odwiedzin : 25 mln

Park znajdujący się w Waszyngtonie na terenie, którego można zobaczyć wiele pomników pamięci narodowej.

4.Faneuil Hall Marketplace

Liczba odwiedzin: 19 mln

³ http://pl.wikipedia.org/wiki/Gospodarka_Stan%C3%B3w_Zjednoczonych#cite_note-factbook-0, (27.12.2012r.)

⁴ http://pl.wikipedia.org/wiki/Gospodarka_Stan%C3%B3w_Zjednoczonych#cite_note-factbook-0, (27.12.2012r.)

⁵ http://www.forbes.com/2010/05/20/top-tourist-attractions-lifestyle-travel-magic-kingdom-disneyland-times-square_2.html, (27.12.2012r.)

Historyczne miejsce wystąpień wielu mówców, którzy zachęcali do niepodległości. Obecnie jest znanym przystankiem na Szlaku Wolności.

5.Magic Kingdom, Park Walta Disneya, Floryda.

Liczba odwiedzin: 17,1 mln

Jeden z 4 czterech parków tematycznych znajdujących w parku Walta Disney'a na Florydzie.

6.Golden Gate National Gate Recreation Area, San Francisco

Liczba odwiedzin: 17 mln

Jeden z największych parków miejskich na świecie. Wspaniałe tereny do wypoczynku turystów i okolicznej ludności. Na jego terenie można znaleźć wiele kempingów, hosteli.

7. Disneyland Resort, Anaheim

Liczba odwiedzin: 14,7 mln

Otwarty w latach 70. W skład kompleksu wchodzi 4 parki tematyczne, dwa parki wodne, ponad 20 hoteli, liczne sklepy i restauracje.

8.Fisherman's Wharf, San Francisco

Liczba odwiedzin: 10 mln

Miejsce wielu wydarzeń kulturalnych organizowanych w San Francisco. Znajdują się tam także różne muzea (np. Figur Woskowych) restauracje, stoiska serwujące świeże ryby itp.

9. Hollywoodzka Aleja Sław, Los Angeles

Liczba odwiedzin: 10 mln

Zawiera ponad 2400 pięcioramiennych gwiazd , które upamiętniają znane osobistości show-biznesu. Pierwsza gwiazda, która pojawiła się na tym chodniku należała do Joanne Woodward w 1960r.

10.Park Narodowy Great Smoky Mountains, Północna Karolina i Tennesy

Liczba odwiedzin : 9,5 mln

Park wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Słynie z przepięknych górskich widoków, malowniczych jezior i bogatej flory oraz fauny.

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.

3.1. Infrastruktura komunikacyjna :

a) transport drogowy :

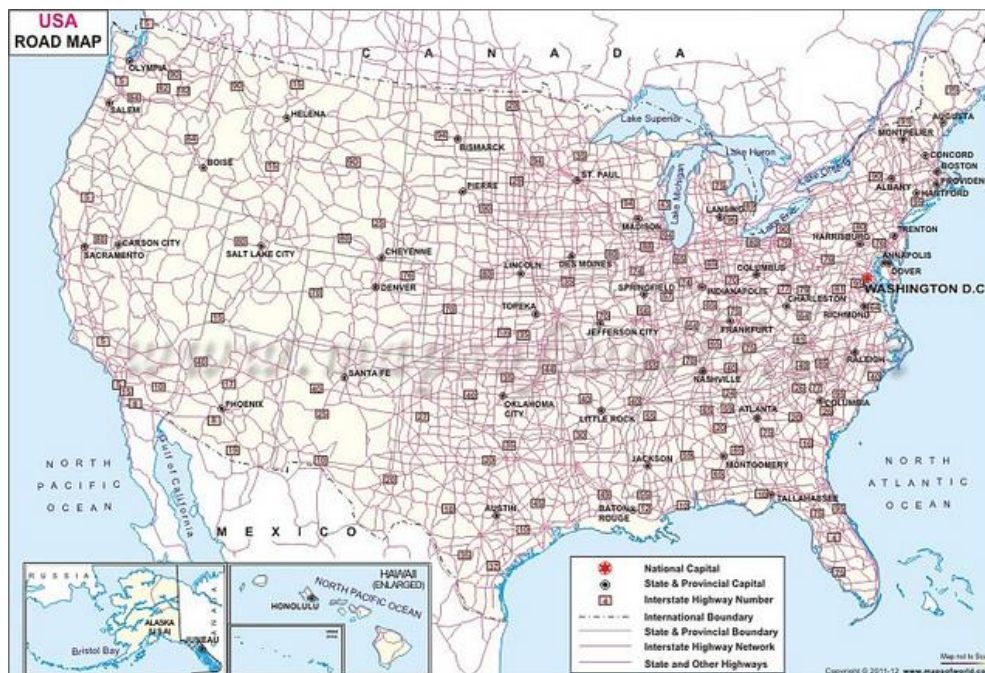
Stany Zjednoczone mają doskonale rozbudowaną sieć autostrad , która łącznie wynosi **77 tys. km**, co daje im pierwsze miejsce na świecie pod tym względem⁶.

⁶ http://pl.wikipedia.org/wiki/Stany_Zjednoczone, (27.12.2012r.)

Większość dróg posiada status międzynarodowych. Drogi w Stanach Zjednoczonych nie rzadko posiadają spektakularną ilość pasów, bo aż 9. Największe zagęszczenie dróg występuje we wschodniej części Stanów Zjednoczonych.

Jeśli chodzi natomiast o transport publiczny to w **2010 r. ponad 5 milionów podróży** w Stanach Zjednoczonych, odbyło się za pomocą połączeń autobusowych⁷.

Ryc.1. Mapa dróg samochodowych w USA



Źródło: USA Road Map, <http://www.flickr.com/photos/48803403@N05/6055747596/>,
(27.12.2012r.)

b) transport lotniczy :

Transport lotniczy w Stanach Zjednoczonych jest niezwykle ważny, gdyż bardzo wiele ludzi przyjeżdżających do tego kraju dostaje się właśnie tym środkiem transportu. Stany Zjednoczone są na pierwszym miejscu na świecie pod względem ilości lotnisk, a jest to **15, 079 (dane na rok 2010 r.)**⁸. Największa ilość lotnisk skupiona jest po wschodniej stronie kraju.

⁷ APTA, Public Transportation Fact Book 2011,
<http://www.apta.com/resources/statistics/Documents/FactBook/2012-Fact-Book-Appendix-A.pdf>,
(27.12.2012r.)

⁸ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>, (27.12.2012r.)

Ryc. 2. Rozmieszczenie najważniejszych lotnisk w USA

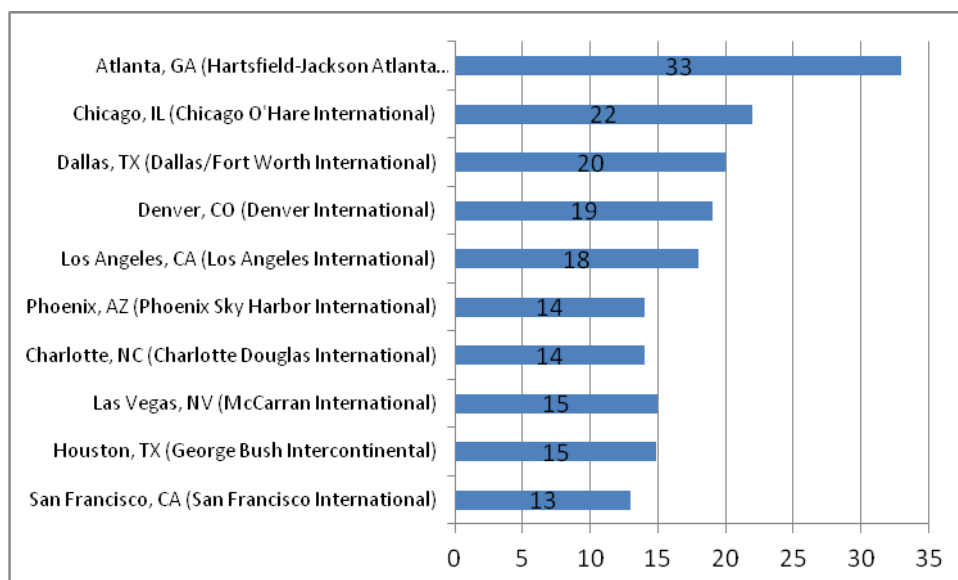


Źródło: Air Traffic Hub,

http://www.bts.gov/programs/geographic_information_services/maps/hub_maps/2009/html/map.html,
(1.12.2012r.)

Jeśli chodzi o ilość pasażerów przyjętych przez lotniska w Stanach Zjednoczonych to na pierwszym miejscu jest lotnisko w **Atlancie - Hartsfield Jackson (33 mln)**. Następnie uplasowało się lotnisko **O'Hare International w Chicago (22 mln)**. Podium natomiast zamyka lotnisko w **Dallas - Fort Worth International (20 mln)**

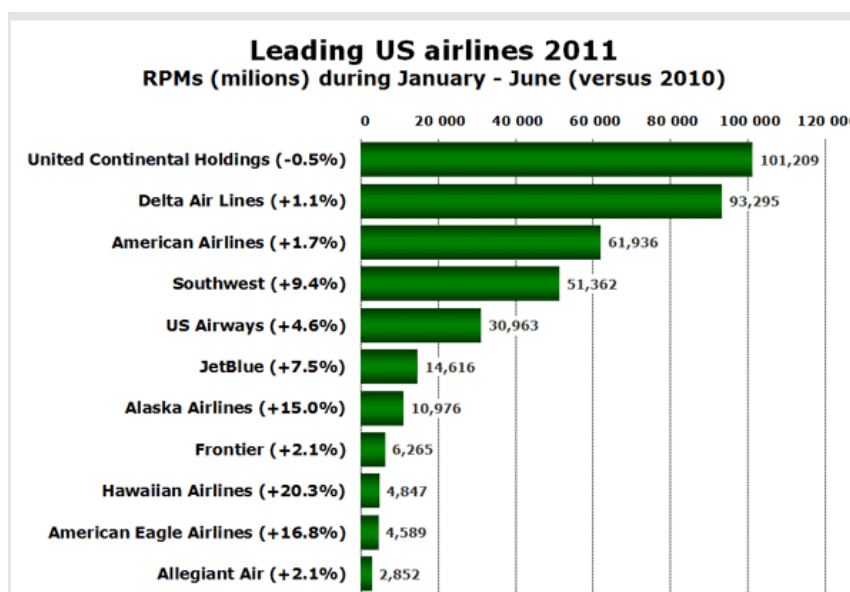
Ryc. 3.10 lotnisk w USA przyjmujących największą ilość pasażerów w 2011 r. (w mln)



Źródło : opracowanie własne na podst. Passengers Boarded at the Top 50 U.S. Airports,
http://apps.bts.gov/publications/national_transportation_statistics/#chapter_1, (27.12.2012r.)

Czołowym graczem ze względu na ilość przewożonych pasażerów wśród krajowych linii lotniczych w Stanach Zjednoczonych jest **United Corporation Holdings**, które w 2011 roku przewiozło ponad **101 mln pasażerów**. Następnie uplasowała się linia lotnicza **Delta Airlines**, ponad **93 mln** przewozów. Na trzecim miejscu natomiast jest **American Airlines** z prawie **62 mln** przewiezionych pasażerów

Ryc. 4. Najważniejsze krajowe linie lotnicze Stanów Zjednoczonych pod względem ilości przewożonych pasażerów na przełomie 01-07.2011 roku (w mln.)



Źródło: Leading US airlines 2011, <http://www.anna.aero/2011/07/20/international-markets-outperform-domestic-at-biggest-us-airlines/>,
 (27.12.2012r.)

c) transport kolejowy:

Transport kolejowy w Stanach Zjednoczonych jest rozwinięty bardzo dobrze. W 2011 roku skorzystało z niego aż 600 mln osób. Jeśli chodzi o samą długość linii kolejowych to Stany Zjednoczone znów zajmują pierwsze miejsce na świecie (**224, 792 km**)⁹. Najwięcej linii kolejowych jest skupionych we wschodniej części kraju.

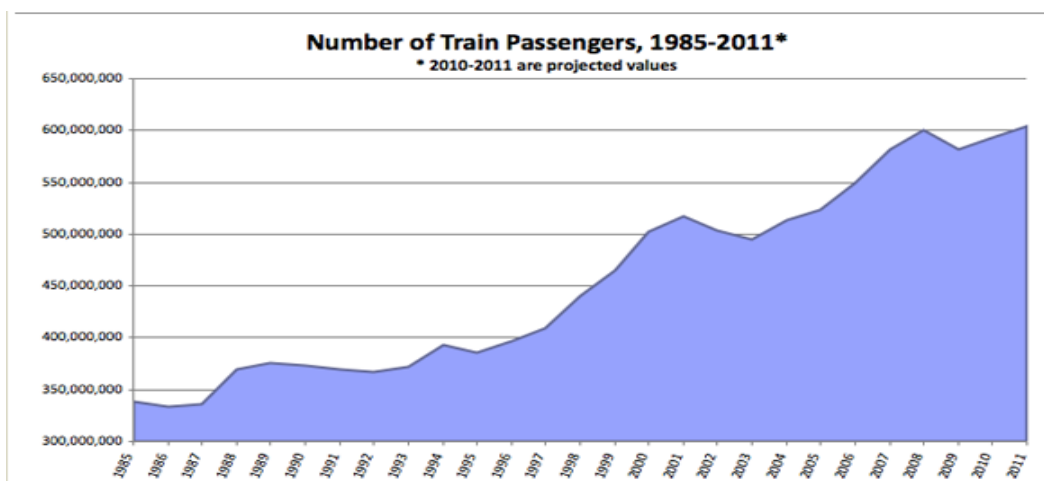
Ryc.5. Główne linie pociągowe w USA.



Źródło: USA railway map, <http://www.usamapxl.com/rail-map/>, (27.12.2012r.)

Na przełomie lat 1985-2011 nastąpił wzrost pasażerów jeżdżących pociągami w Stanach Zjednoczonych. Na **rok 2011** liczba pasażerów wyniosła ponad **600 mln**.

Ryc. 6. Liczba pasażerów jeżdżących pociągami w latach 1985-2011 w USA (w mln)



Źródło: <http://www.gadling.com/2010/05/27/train-travel-in-the-usa/>, (27.12.2012r.)

⁹ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>, (27.12.2012r.)

Do najważniejszych przewoźników kolejowych w Stanach Zjednoczonych należą¹⁰:

- Amtrak
- BNSF Railway
- Canadian National Railway
- Canadian Pacific Railway
- CSX Transportation
- Kansas City Southern Railway
- Norfolk Southern Railway
- Union Pacific Railroad

3.2. Infrastruktura turystyczna

d) biura podróży:

W Stanach Zjednoczonych działa wielu biur turystycznych. Zajmują się oni organizacją wyjazdów zagranicznych, krajowych, sprzedają zakwaterowania, biletów autokarowych, lotniczych i wieloma innymi aspektami w dziedzinie turystyki. Oto niektóre z nich :

1). **International Expeditions Inc**¹¹ - organizator turystyki zajmujący się wyjazdami zagranicznymi. Uważany za pioniera w eko- turystyce. Organizuje wyjazdy do odległych zakątków świata. Ich specjalnością są wyjazdy na wyspę Galapagos, do Panamy oraz rejs rzeką Amazonką. Swoją siedzibę mają w Alabamie.

2). **Adventure Center**¹² - organizator turystyki z siedzibą w Kalifornii. Zajmuje się turystyką przygodową. W ich ofercie można spotkać takie propozycje wyjazdów jak : rowerem po Nepalu czy różnego rodzaju ekspedycje na Antarktydę.

3). **Explore!-North America**¹³ - organizator turystyki z siedzibą w Kalifornii. W swojej ofercie posiada wycieczki do każdego zakątka świata. Ich domeną są także wycieczki po samych Stanach Zjednoczonych. Obecnie posiadają 450 agentów ze 120 krajów na całym świecie.

4.) **Ya'lla Tours**¹⁴ - tour operator z siedzibą w Oregonie. Zajmuje się organizowaniem

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Rail_transportation_in_the_United_States, (27.12.2012r.)

¹¹ <http://www.ietravel.com/>, (27.12.2012r.)

¹² <http://www.adventurecenter.com/>, (27.12.2012r.)

¹³ <http://www.exploreworldwide.com/>, (27.12.2012r.)

¹⁴ <http://www.yallatours.com/>, (27.12.2012r.)

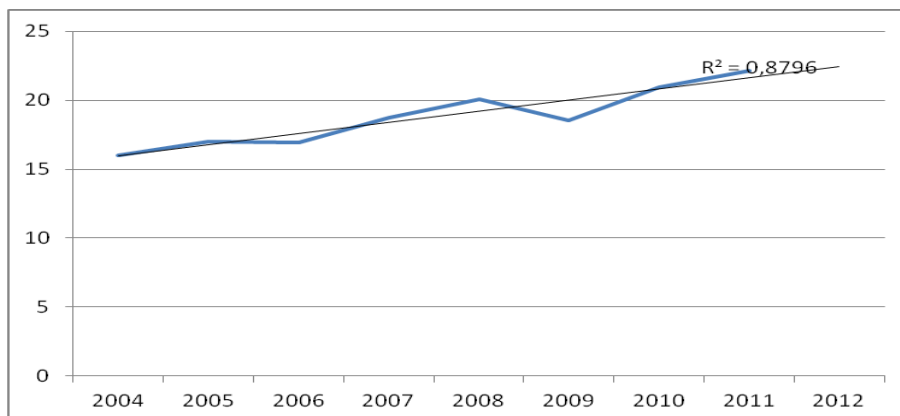
wycieczek zagranicznych m.in do takich krajów jak Egipt, Turcja, Maroko, Grecja oraz posiada specjalne pozwolenie na organizację wyjazdów na Kubę.

5). **Cultural Crossroads**¹⁵ organizator turystyki z siedzibą w Vermont. Zajmujący się organizacją wyjazdów o profilu kulturowym. W swojej ofercie posiada wyjazdy w różne strony świata.

e) zakwaterowanie :

Liczba osób korzystających z hotelu/motelu podczas pobytu w Stanach Zjednoczonych w latach 2004-2011 sukcesywnie rosła . **W 2011 roku osiągnęła ona liczbę ponad 22 tys. osób.**

Ryc..7. Liczba turystów korzystających z zakwaterowanie w hotelach/motelach w latach 2004-2011 (w tys.) wraz z prognozą na 2012 r.



Źródło: Opracowanie własne na podst. 2011 Industry Sector Profile: Lodging, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011-lodging-profile.pdf, (27.12.2012r.)

Z badań przeprowadzonych przez firmę Hotel and Motel Management wynika, iż najwyższą pozycję na rynku Stanów Zjednoczonych pod względem ilości pokoi posiada firma **Hilton Worldwide** - **ponad 481 tys.** Na drugim miejscu uplasowała się firma **Marriot International** - **ponad 476 tys.** Podium zamyka **Wyndham Hotel Group** z ilością pokoi, która wynosi ponad **458 tys.** Natomiast na końcu całej 10 uplasowały się takie firmy hotelarskie jak **Accor (ponad 111 tys pokoi)** czy **Hyatt Hotels Corp. (ponad 91 tys)**

¹⁵ <http://www.culturalcrossroads.com/>, (27.12.2012r.)

Tab.1. 10 największych firm hotelowych w USA, pod względem pokoi w 2010 roku (w tys.)

Nazwa firmy	Ilość pokoi
1.Hilton Worldwide	Ponad 481
2.Marriot International	Ponad 476
3.Wyndham Hotel Group	Ponad 458
4.InterContinental Hotels Group	Ponad 394
5.Choice Hotel International	Ponad 389
6.Best western International	Ponad 169
7.Starwood Hotels and Resorts Worldwide	Ponad 146
8.Magnusom Hotels	Ponad 114
9. Accor	Ponad 111
10.Hyatt Hotels Corp.	Ponad 91

Źródło: Opracowanie własne na podst. 2010 Top US Company Survey,

http://images.questex.com/HMM/2010/HMM_Surveys/hmm092010_tophotelco.pdf, (27.12.2012r.)

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.

W niniejszym rozdziale zostały opisane wybrane determinanty społeczno-demograficzne, które wpływają na kształtowanie się konsumpcji turystycznej w Stanach Zjednoczonych.

4.1 Dochód

W 2011 roku mężczyźni w Stanach Zjednoczonych zarabiali średnio na rok prawie **58 tys. dolarów** natomiast kobiety prawie **44 tys. dolarów**¹⁶. Co po prostym przeliczeniu daje **dochód na miesiąc 4800 dolarów dla mężczyzn, a dla kobiet prawie 3700 dolarów.**

4.2. Ceny Usług turystycznych.

Ceny usług turystycznych w Stanach Zjednoczonych mają się następująco :

- A) Usługi hotelarskie – w 2009 r. osoby korzystające z hoteli najdrożej za jedną noc zapłacili w Nowym Jorku (199 \$), Honolulu (160 \$) oraz w Bostonie (158 \$). Natomiast najtańszy nocleg można było uświadczyc w takich miastach jak: Macon

¹⁶ US Census Bureau, Income, Poverty and Health Insurance Coverage in the US 2011, <http://www.census.gov/prod/2012pubs/p60-243.pdf>,s.7, (27.12.2012r)

(75 \$) , Jackson (76 \$) czy w Montgomery (78\$)¹⁷.

- B) Wycieczki turystyczne – jeśli chodzi o ceny wycieczek to na rok 2013 kształtują się one bardzo różnie. Wycieczka objazdowa po Kaliforni (9 dniowa kosztuje) 2 229 dolarów. Natomiast 10 dniowa objazdówka po najważniejszych parkach w Stanach Zjednoczonych 2 099 dolarów . Jeśli chodzi o wyjazdy typu city break to np. za 4 dniowe zwiedzanie Nowego Jorku należy zapłacić 669 dolarów. Jeśli chodzi o luksusowe rejsy po Hawajach to taki wyjazd na 11 dni kosztuje 2 309 dolarów¹⁸.
- C) Ceny biletów lotniczych – 2011 r. Amerykanie decydujący się podróżować po kraju samolotem musieli średnio zapłacić za bilet 247 dolarów¹⁹.

4.3. Godziny pracy i czasu wolnego oraz ilość dni urlopu.

Przeciętnie Amerykanie w ciągu dnia spędzają **7,6 godzin w pracy**, a na tydzień **35 godzin** lub więcej. Aż **35 %** z zatrudnionych pracuje w weekend²⁰.

Jeśli chodzi o rozkład dnia to Amerykanie przeciętnie spędzają **4,89 godziny** na aktywności związane z odpoczynkiem i uprawianiem sportu.

Typowy amerykański pracownik spędza **10 dni na urlopie**, w tym 8 dni przeznaczona na święta narodowe²¹.

5. System zarządzania turystyką .

System zarządzania turystyką w Stanach Zjednoczonych tradycyjnie dzieli się na:

- narodową administrację turystyczną, która za zadanie ma koordynowanie rozwoju turystyki oraz formułowanie polityki turystycznej,
- narodową organizację turystyczną, która za zadanie ma przede wszystkim promowanie turystyki w kraju i za granicą.

¹⁷ The Index Hotel Prices 2009, <http://www.hotel-price-index.com/pdf/2010-March-HPI-USA.pdf>, (27.12.2012r)

¹⁸ http://www.affordabletours.com/Globus_Tours/United_States_and_Canada/, (27.12.2012r.)

¹⁹ <http://articles.latimes.com/2011/jun/20/business/la-fi-0620-travel-briefcase-20110620>, (27.12.2012r.)

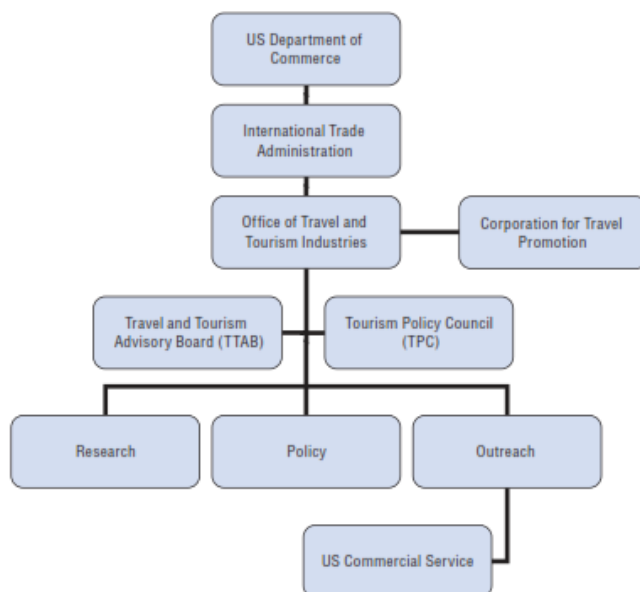
²⁰ <http://www.bls.gov/news.release/atus.nr0.html>, (27.12.2012r.)

²¹ http://www.nationmaster.com/graph/lab_vac_min_vac_tim_aro_the_wor_leg_req-time-around-world-legally-required, (27.12.2012r.)

5.1. Narodowa administracja turystyczna.

Ryc. 8. Narodowa administracja turystyczna w USA.

Figure 4.36. United States: Organisational chart of tourism bodies



Źródło: OECD, Tourism trends and policies, 2012, http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf, (14.12.2012r.)

Najważniejszą komórką w administracji turystycznej w Stanach Zjednoczonych jest **Biuro ds. Podróży i Przemysłu Turystycznego (Office of Travel and Tourism Industries)**. Jego zadaniem jest sporządzanie statystyk dotyczących turystyki zagranicznej przyjazdowej oraz turystyki wyjazdowej. W zakres jego kompetencji wchodzi również tworzenie strategii rozwoju turystyki. Ponadto ma ono za zadanie reprezentowanie Stanów Zjednoczonych na międzynarodowych forach np. organizowanych przez APEC czy OECD²². Podlegają mu takie komórki jak **Doradcza Komisja ds. Turystyki i Podróży (Travel and Tourism Advisory Board)**, **Rada ds. Polityki Turystycznej (Tourism Policy Council)** oraz odpowiedzialna za promocję **Korporacja Promocji Turystycznej (Corporation for Travel Promotion)**.

5.2. Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne.

Pomimo tego, iż Stany Zjednoczone są potęgą światowej gospodarki, to dopiero w 2010 r. na mocy Aktu Promocji Turystyki (wydany w 2009 r.) stworzona została organizacja narodowa zajmująca się promocją turystyki w Stanach Zjednoczonych po za ich krajem. Organizacja ta nazywa się **Korporacją Promocji Turystyki (The Corporation for Travel Promotion)**. Jest to organizacja stworzona nie dla generowania

²² <http://tinet.ita.doc.gov/about/index.html>, (27.12.2012r.)

zysku, jej głównym celem jest promocja wzrostu poziomu zagranicznych przyjazdów rekreacyjnych, biznesowych oraz naukowych, które powodują zarówno wzrost gospodarczy kraju, jak i tworzenie nowych miejsc pracy²³. CTP występuje również pod nazwą The Brand USA.

Pierwszą kampania promocyjna została stworzona w 2012 r. i nosi ona nazwę **"Land of Dream"**. Promuje ją 1 minutowy spot reklamowy, który pokazuje ciekawe miejsca znajdujące się w Stanach Zjednoczonych wraz z oprawą muzyczną, którą tworzy piosenka napisana i zaśpiewana przez znaną piosenkarkę Rosannę Crush. Grupą docelową tej akcji promocyjnej są 3 kraje: Japonia, Wielka Brytania oraz Kanada. Zostały one wybrane z tego powodu, iż w ostatnich latach podczas swoich przyjazdów turystycznych wydali najwięcej pieniędzy²⁴.

Warto również dodać, iż dość nie typowym narzędziem promocji turystyki w Stanach Zjednoczonych przez tą organizację, jest dążenie do zmniejszenia długości oczekiwania na otrzymanie wizy pozwalającej na wjazd do Stanów Zjednoczonych²⁵.

6. Inne uwarunkowania rozwoju turystyki.

Brak dokładnych informacji na temat jak wygląda system kształcenia w turystyce w Stanach Zjednoczonych. Jest natomiast wiele szkół, które kształcą kadrę turystyczną. Należą do nich np. :

- 1) **Stanowy Uniwersytet w Arizonie**²⁶ - Departament ds. Zarządzania Turystyką i Rekreacją - prowadzą m.in studia w zakresie Zrównoważonej Turystyki i Zarządzania Zakwaterowaniem i Resortami.
- 2) **Uniwersytet Georga Waszyngtona** - Międzynarodowy Instytut Nauk o Turystyce²⁷ - w ramach tych studiów można uzyskać stopień magistra z zakresu Administracji w Turystyce.
- 3) **Uniwersytet Północnej Karoliny w Glasenboro** - Departament ds. Turystyki, Parków Narodowych i Rekreacji²⁸ - w ramach studiów można otrzymać magistra z zakresu Turystyki

²³ The Brand USA, Annual Report 2011, http://www.thebrandusa.com/_files/pdf/2011AnnualReport.pdf, s.31,(27.12.2012r.)

²⁴ <http://www.foxnews.com/travel/2012/05/01/campaign-to-encourage-us-tourism-launches/>, (27.12.2012r.)

²⁵ <http://www.foxnews.com/travel/2012/05/01/campaign-to-encourage-us-tourism-launches/>, (27.12.2012r.)

²⁶ <http://scrd.asu.edu/>, (27.12.2012r.)

²⁷ <http://business.gwu.edu/iits/>, (27.12.2012r.)

²⁸ <http://www.uncg.edu/>, (27.12.2012r.)

4) **Stanowy Uniwersytet w Michigan- Szkoła Hotelarstwa w Biznesie**²⁹- w ramach studiów można zrobić magistra z zakresu Hotelarstwa w Biznesie

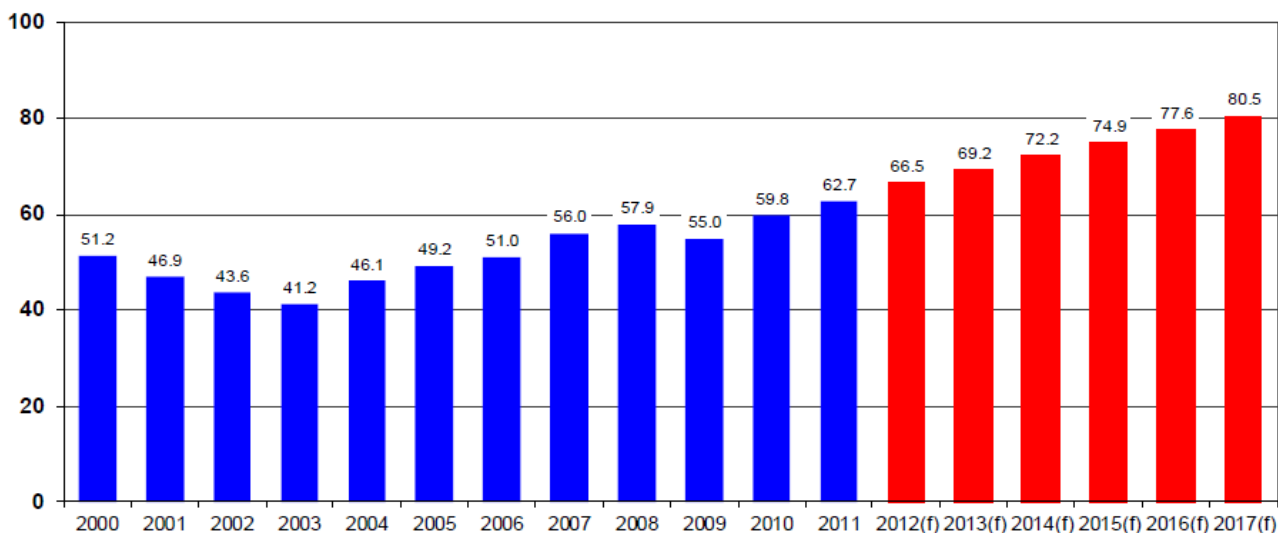
II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).

1. Przyjazdy i główne kraje emitujące:

W przygotowaniu tego rozdziału głównie pomógł raport na temat Profili turystów przyjeżdżających do USA w roku 2010 ("Profil of U.S Resident Travelers Visiting Overseas Destinations:2010 Inbound"), który został opracowany przez Departament ds. Podróży i Przemysłu Turystycznego (Office of Travel and Tourism Industries)

W 2011 przyjeżdżających turystów do USA było **62,7 mln**. Z prognoz przeprowadzonych przez Departament ds. Podróży i Przemysłu Turystycznego wynika, iż liczba przyjazdów o charakterze turystycznym będzie z roku na rok rosła, aż w 2018 roku osiągnie ona **80,5 ml**

Ryc.9. Przyjazdy zagranicznych turystów ogółem do USA wraz z prognozą . Dane na rok 2011 (w mln.)



Źródło : International Visitor to the USA and Projections,2011,OTTI <http://tinnet.ita.doc.gov/view/f-2000-99-001/forecast/Arrivals.pdf> (12.12.2012r.)

Wdł. badań OTTI najczęściej przyjazdów turystów notuje się z **Kanady (21.3 mln)**. Następnie z **Meksyku (13.5 mln)**. Potem widać już wyraźną różnicę w wielkości

²⁹ <http://hospitalitybusiness.broad.msu.edu/>,(27.12.2012r.)

przyjazdów, gdyż na 3 miejscu upalsowała się **Wielka Brytania (3.8 mln)**, potem **Japonia (3.2 mln)**.

Ryc. 10. 10 państw, z których najczęściej przyjeżdżali turyści do USA w roku 2011.(w mln.)

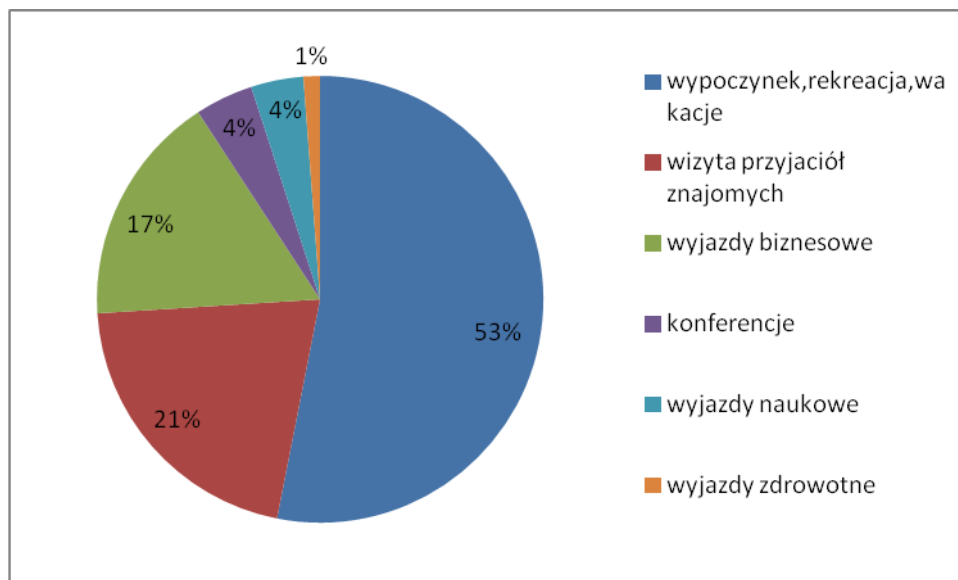
Visitors to the U.S. (2011)

Total	62.7 million		
1 Canada	21.3 million	6 Brazil	1.5 million
2 Mexico	13.5 million	7 France	1.5 million
3 U.K.	3.8 million	8 S. Korea	1.1 million
4 Japan	3.2 million	9 China	1.1 million
5 Germany	1.8 million	10 Australia	1.0 million

Źródło : OTTI, Fast Facts, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf,
(22.12.2012r.)

Celami przyjazdu są najczęściej **odpoczynek, wakacje (53 %)**, **wizyty u przyjaciół (21%)** oraz **przyjazdy w sprawach biznesowych (17%)**. Najmniejszym zainteresowaniem w USA cieszą się przyjazdy, na konferencje oraz w **celu poprawy zdrowia (turystyka zdrowotna)**

Ryc. 11. Główne cele przyjazdu turystów zagranicznych do USA w roku 2011 (w %).

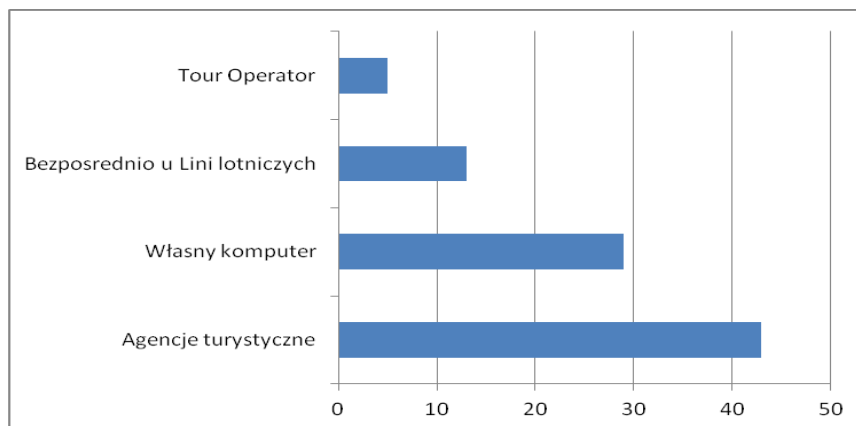


Źródło : Opracowanie własne na podst. :Profile of Overseas Travelers To The US: Inbound, OTTI, 2011,(22.12.2012r.)

Chociaż OTTI nie przeprowadziło badań na temat tego jak przyjeżdżający do USA turyści organizują sobie wyjazdy to zostały przeprowadzone badania, z który wynika, iż

podczas rezerwacji biletów do Stanów Zjednoczonych turyści najczęściej korzystali z pomocy **Agencji Turystycznych (43%)**, a tylko **29% zarezerwowało bilet samodzielnie**.

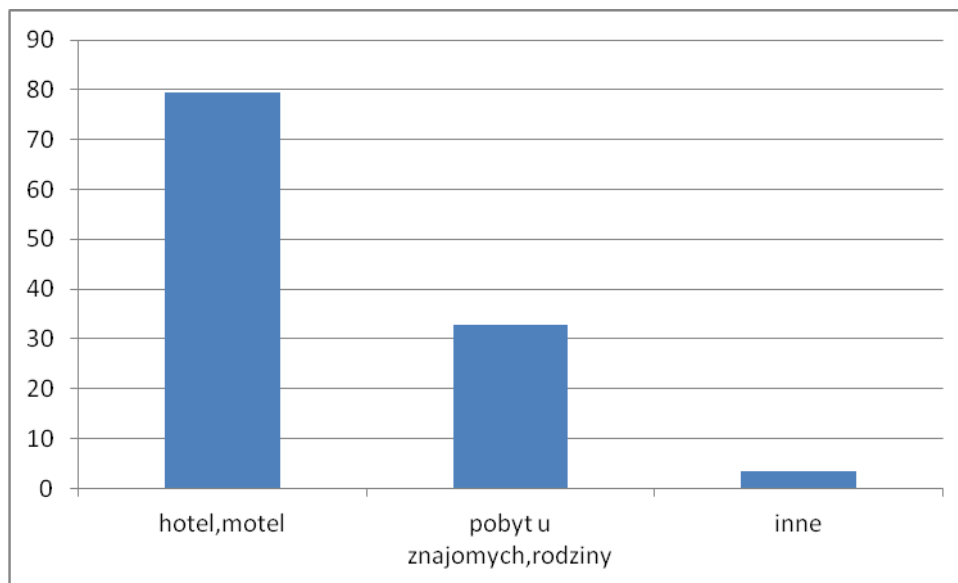
Ryc.12. Sposób rezerwacji biletów lotniczych podczas podróży do USA przez turystów w 2011 r. (w %).



Źródło: Opracowanie własne na podst. Profile of Overseas Travelers To The US: Inbound, OTTI, 2011, (22.12.2012r.)

Preferowanymi miejscami zakwaterowania turystów przyjeżdżających do USA w 2011 r. były **hotele, motele (79%)**, natomiast **32%** podczas pobytu przebywało u znajomych i krewnych.

Ryc.13. Preferowane miejsca zakwaterowania turystów przyjeżdżających do USA na rok 2011.(w %)



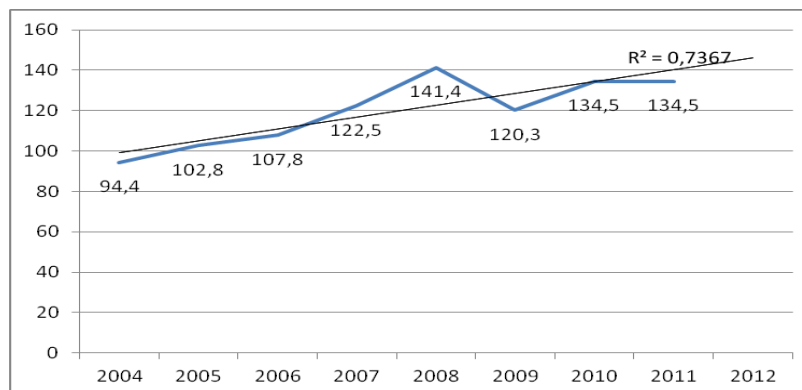
Źródło : Opracowanie własne na podst. Profile of Overseas Travelers To The US: Inbound, OTTI, 2011, (22.12.2012r.)

2. Dochody z turystyki przyjazdowej.

. Na przełomie lat 2002-2011 nastąpił wzrost wydatków turystów zagranicznych podczas pobytu w Stanach Zjednoczonych. Zauważalny jest spadek w roku 2008 o ponad

20 mld, ale też wtedy zanotowano spadek liczby przyjazdów do Stanów Zjednoczonych. Z prognozy na rok 2012 wynika iż wydatki będą cały czas rosły.

Ryc.14.Wydatki turystów międzynarodowych podczas pobytu w USA w latach 2002-2011 wraz z prognozą na 2013. (w bln.)



Źródło :Opracowanie własne na podst. , Imports and the Balance of the Trade, OTTI, 2011,
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf,
 (20.12.20012r.)

Według raportu OECD w roku 2010, USA osiągnęło dochody z turystyki na poziomie **103 505 mln USD**, w tym samym czasie natomiast podróżujący Amerykanie wydali **75 507 mln USD**, z prostego rachunku wychodzi, iż Stany Zjednoczone mają dodatni bilans, który wynosi **27 998 mln USD**³⁰.

Ryc. 15. Dochody z turystyki przyjazdowej, wydatki na turystykę wyjazdową i saldo końcowe (w mln)

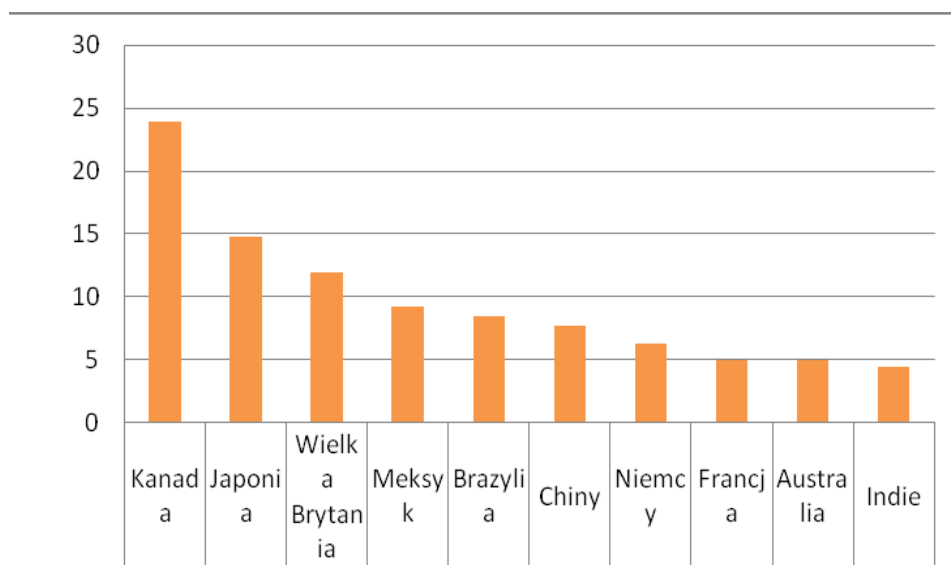
	Travel receipts		Travel expenditure		Travel balance	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
United States	94 191	103 505	74 118	75 507	20 073	27 998

Źródło: OECD, Travel trends and policies, 2012, http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf, s.113, (13.12.2012r.),

Na pierwszym miejscu wśród państw, które ponoszą największe wydatki podczas pobytu w Stanach Zjednoczony uplasowała się **Kanada (ok. 24 mln USD)** następnie są to kolejno **Japonia (ok. 15 mln USD)**, **Wielka Brytania (ok. 12 mln USD)** oraz **Meksyk (9mln USD)**.

³⁰ OECD, Travel trends and policies, 2012, http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf, s.113, (13.12.2012r.),

Ryc.16. 10 państw wydających najwięcej podczas pobytu w USA w roku 2011 (w mln USD).



Źródło Opracowanie własne na podst., Imports and the Balance of the Trade 2011, OTTI
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf,
 (20.12.2012r.)

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

Do analizy profili konsumenckich zostały wybrane 4 najważniejsze rynki emisyjne, które w latach 2011 wydały najwięcej pieniędzy oraz odnotowano największą ilość przyjazdów z tych krajów. Analiza została opracowana na podstawie raportów przygotowanych przez Biura ds. Podróży i Przemysłu Turystycznego (Office to Travel and Tourism Industries)

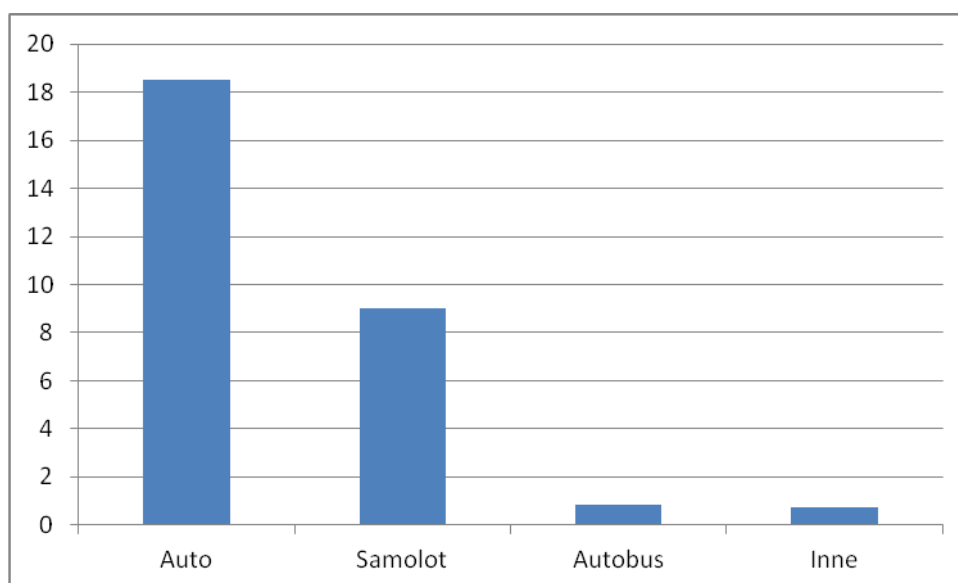
a) Kanada

W 2011 roku najwięcej turystów w Stanach Zjednoczonych pojawiło się z Kanady (**21,3 mln**). Podczas pobytu wydali oni **24 miliardy dolarów**³¹ co daje im 1 miejsce wśród państw, które najwięcej wydały podczas swojego pobytu.

Głównym środkiem transportu jakim dostawali się oni do Stanów Zjednoczonych był **samochód** ponad **18,5 tys.** Drugim sposobem dotarcia był **samolot**, który wykorzystało ponad **9 tys.** osób.

³¹ OTTI, International Visitors Spending 2011,
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf, (24.12.2012r.)

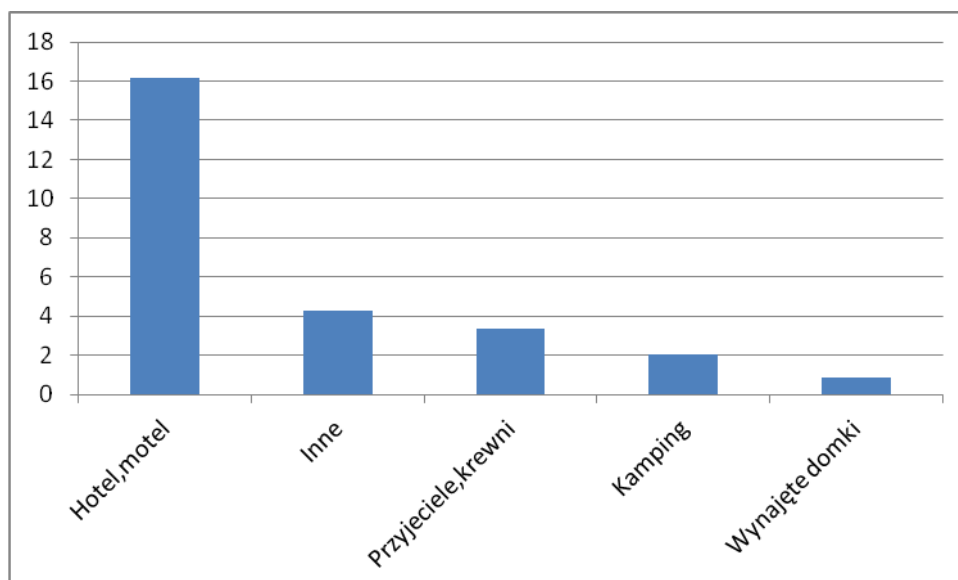
Ryc.17. Rodzaj transportu wykorzystywany przez turystów z Kanady podczas przyjazdu do USA w 2011 r.
(w tys.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie : Canadian Visitors to the U.S. by Mode of Transport, 2011, OTTI
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Appendix_D_Transportation.pdf,
 (22.12.2012r)

Preferowanym miejscem zakwaterowania Kanadyjczyków przyjeżdżających do Stanów Zjednoczonych był **hotel, motel** - ponad **16 tys.**

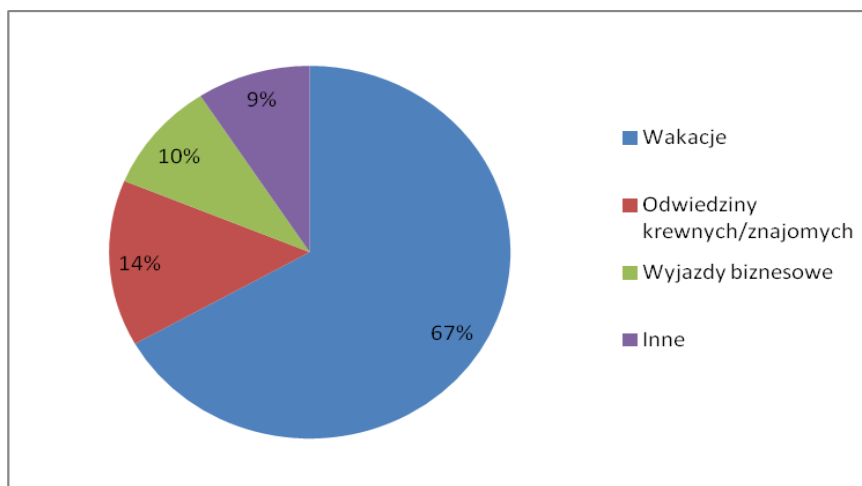
Ryc.18. Preferowane miejsce zakwaterowania turystów z Kanady podczas pobytu w USA w 2011 r, (w tys.)



Źródło: Opracowanie własne na podst. Canadian Visitors to the U.S by type of Accommodation, OTTI, 2011
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Appendix_E_Accommodations.pdf,
 (22.12.2012r.)

Do Stanów Zjednoczonych turyści z Kanady przyjeżdżali głównie na **wakacje (67%)**. Na drugim miejscu znalazły się **odwiedziny krewnych/znajomych (14%)**.

Ryc.19. Główne cele przyjazdu turystów z Kanady do USA w 2011r. (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podst. Canada Visitors to the U.S. by Purpose of Trip, 2011, OTTI
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Appendix_F_Trip_Purpose.pdf,
 (22.12.2012r.)

- Ze względu na podział wiekowy, najwięcej turystów z Kanady, przyjeżdżających do Stanów Zjednoczonych było w wieku **powyżej 55 lat (13,343 tys.)**. Na drugim miejscu były osoby z przedziału wiekowego **35-54 lat (8,403 tys.)**. Najmniej natomiast przyjechało osób w wieku **12-19 lat (1,362 tys.)**³².
- Przeciętnie Kanadyjczycy spędzali **6 dni**³³ w Stanach Zjednoczonych.

2. Japonia

W 2011 do Stanów Zjednoczonych przyjechało **3,5 mln** turystów ze Japonii, co daje im **4** miejsce w rankingu. Podczas swojego pobytu wydali oni **14,8 miliardów dolarów** i dzięki temu zajęli **2** miejsce wśród państw, które wydały największą ilość pieniędzy³⁴.

Głównymi motywami przyjazdu japońskich turystów do Stanów Zjednoczonych były: **wypoczynek/wakacje (80%)**, **odwiedziny krewnych/znajomych (17%)**, **wyjazdy**

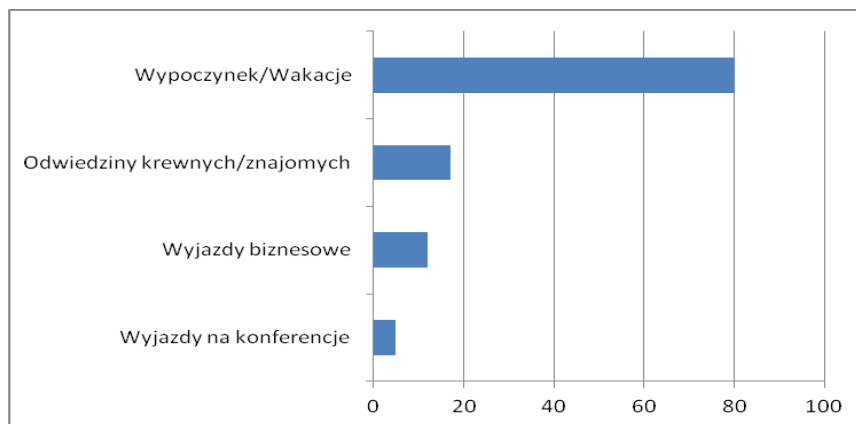
³² OTTI, Canadian Visitors to US by Age Groups, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Appendix_H_Age_Groups.pdf, (24.12.2012r.)

³³ OTTI, Canadian Visitors to US by Night Spent in State, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Appendix_I_Nights.pdf, (24.12.2012r.)

³⁴ OTTI, Top 10 Markets 2011, <http://tinet.ita.doc.gov/pdf/2011-Top-10-Markets.pdf>, (24.12.2012r)

biznesowe (12%) oraz wyjazdy na konferencje (5%), które cieszyły się najmniejszą popularnością wśród motywów.

Ryc. 20. Główny motyw wyjazdu turystów z Japonii do Stanów Zjednoczonych w 2011 r. (w %).



Źródło: Opracowanie własne na podst. : Japan Market Profile 2011, OTTI

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Japan_Market_Profile.pdf, (24.12.2012r.)

- **31 %** z ogółu przyjeżdżających Japończyków przybyła do Stanów Zjednoczonych po raz pierwszy³⁵.
- Japońscy turyści średnio spędzali w Stanach Zjednoczonych **8,2 noce**³⁶.
- Średni wiek przyjeżdżających do Stanów Zjednoczonych Japończyków to **dla kobiet 37 lat, a dla mężczyzn 44 lata**³⁷.

3. Wielka Brytania

W 2011 roku do Stanów Zjednoczonych przyjechało **3,8 miliona** turystów z Wielkiej Brytanii, co dało im 3 miejsce w rankingu. Podczas swojego pobytu wydali oni **12 miliardów dolarów** i dzięki temu są na 3 miejscu w rankingu państw, które zostawiły najwięcej pieniędzy w Stanach Zjednoczonych³⁸.

Głównym motywem przyjazdu Brytyjczyków do Stanów Zjednoczonych były **wakacje/wypoczynek (59%)**, następnym powodem były **odwiedziny krewnych/znajomych (22%)** oraz **wyjazdy biznesowe (15%)**. Najmniej natomiast było **wyjazdów na konferencje (2%)** oraz w celu **studiowania (2%)**.

³⁵ OTTI, Japan Market Profile 2011,

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Japan_Market_Profile.pdf, (24.12.2012r.)

³⁶ OTTI, Japan Market Profile 2011,

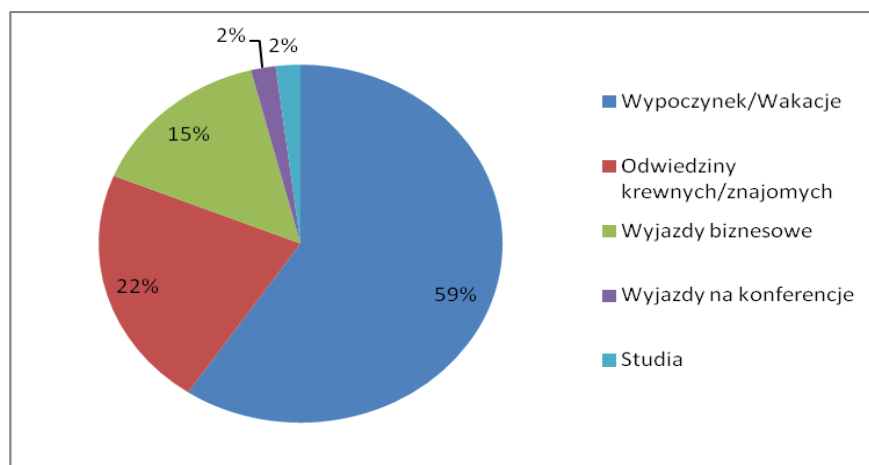
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Japan_Market_Profile.pdf, (24.12.2012r.)

³⁷ OTTI, Japan Market Profile 2011,

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Japan_Market_Profile.pdf, (24.12.2012r.)

³⁸ OTTI, Top 10 Markets 2011, <http://tinet.ita.doc.gov/pdf/2011-Top-10-Markets.pdf>, (24.12.2012r.)

Ryc.21. Główne motywy przyjazdu turystów z Wielkiej Brytani do Stanów Zjednoczonych w 2011r.(w %).



Źródło : Opracowanie własne na podst. UK Market Profile 2011, OTTI

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_UK_Market_Profile.pdf, (24.12.2012r.)

- W 2011 roku turyści z Wielkiej Brytani średnio przebywali w hotelach/motelach w Stanach Zjednoczonych **14,6** dnia.
- Średnia wieku kobiet z Wielkiej Brytani przyjeżdżających do Stanów Zjednoczonych wynosiła **43 lata**, natomiast mężczyzn **44 lata**³⁹.

4. Meksyk

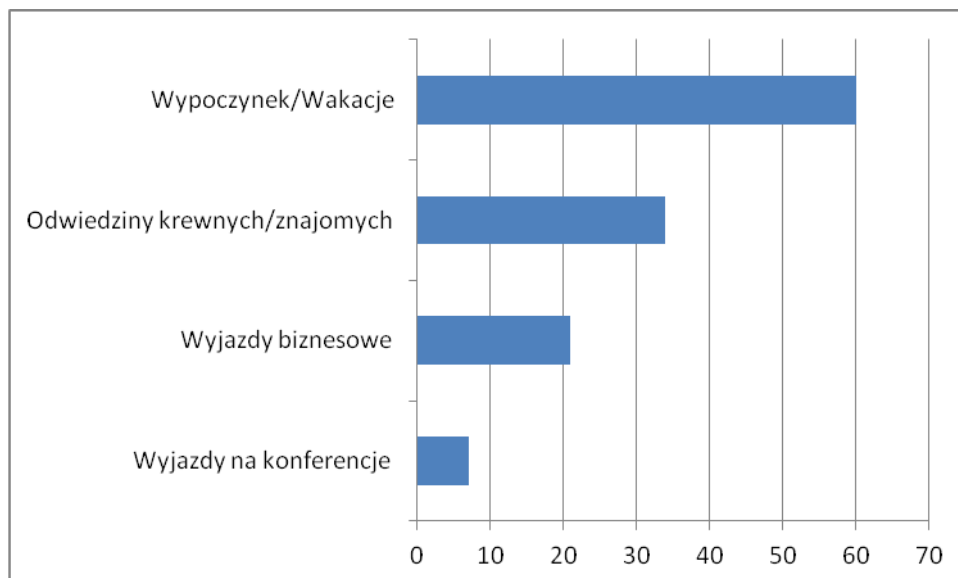
W 2011 roku do Stanów Zjednoczonych przyjechało **13,49 miliona** turystów z Meksyku, co daje im **2** miejsce w rankingu krajów, z których przyjechała największa ilość turystów. Podczas swojego pobytu wydali oni **4.2 miliarda** dolarów co daje im **4** miejsce w rankingu krajów, które wydały najwięcej pieniędzy⁴⁰.

Głównym motywem przyjazdu do Stanów Zjednoczonych turystów z Meksyku były **wakacje/wypoczynek (60%)**. Następnie były to **odwiedziny krewnych/znajomych (34%)**, **wyjazdy biznesowe (21%)** oraz **wyjazdy na konferencje (7%)**.

³⁹ OTTI, UK Market Profile 2011, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_UK_Market_Profile.pdf, (24.12.2012r.)

⁴⁰ OTTI, Top 10 International Markets 2011, <http://tinet.ita.doc.gov/pdf/2011-Top-10-Markets.pdf>, (26.12.2012r.)

Ryc.22. Główne motywy przyjazdu turystów z Meksyku do USA w roku 2011 (w %).



Źródło : Opracowanie własne na podst. Market Profile : Mexico (Air) 2011, OTTI

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Mexico_Market_Profile.pdf, (26.12.2012r.)

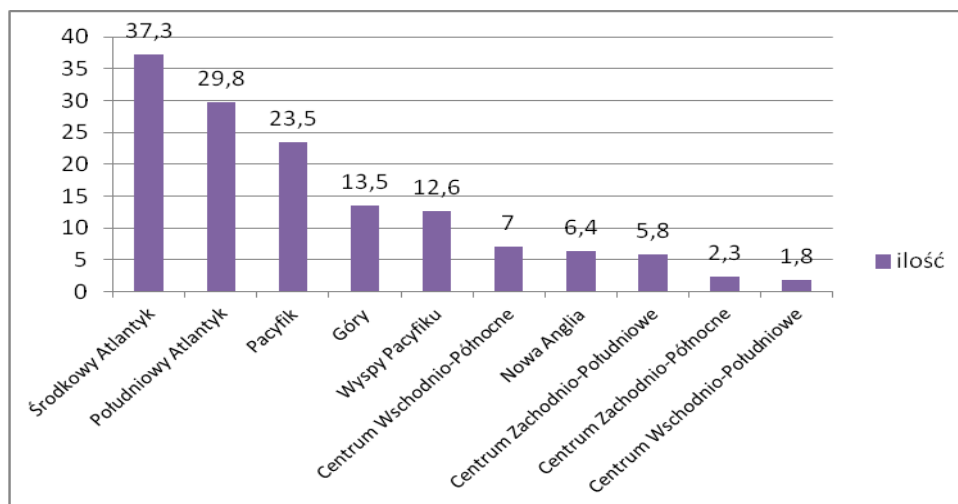
- **8 %** z przyjeżdżających Meksykańczyków przybyła do Stanów Zjednoczonych po raz pierwszy.
- Podczas pobytu w Stanach Zjednoczonych turyści z Meksyku średnio przebywali **12 nocy**.
- Średni wiek kobiet z Meksyków podróżujących do Stanów Zjednoczonych to **37 lat**, a mężczyzn **41 lat**⁴¹.

4. Główne obszary koncentracji zagranicznego ruchu turystycznego.

Z dostępnych materiałów można stwierdzić, iż największą popularnością wśród zagranicznych turystów w 2011 cieszył się **region Środkowego Atlantyku (37,3%)**. Następnie turyście wybierali kolejno takie regiony jak: **Południowy Atlantyk (29,8%)**, **Pacyfik (23,5%)** oraz **region górski (13,5%)**. Najmniejszą natomiast popularnością cieszył się region **Centrum Zachodnio-Północnego (2,3%)** oraz **Centrum Wschodnio-Południowego (1,8%)**.

⁴¹ OTTI, Market Profile : Mexico (Air) 2011, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Mexico_Market_Profile.pdf, (26.12.2012r.)

Ryc.23. Główne obszary koncentracji zagranicznego ruchu turystycznego w ujęciu regionalnym w 2011 r.
(w %).



Źródło: Opracowanie własne na podst. Overseas Visitation Estimates for U.S States, Cites, Census Regions: 2011, OTTI http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_States_and_Cities.pdf, (26.12.2012r.)

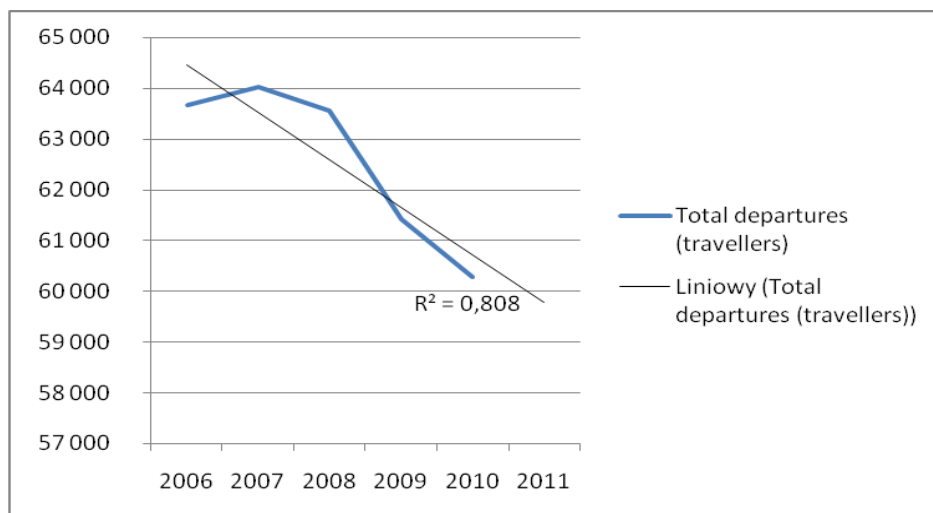
III. Rynek emisji turystycznej:

1. Turystyka wyjazdowa zagraniczna

Przygotowując ten rozdział opierano się głównie na raportach z 2011 roku, przygotowanych przez Departament ds. Podróży i Przemysłu Turystycznego (Office to Travel and Tourism Industries) oraz raporcie Tourism and Trends Policies 2012 przygotowanym przez OECD.

Liczba wyjazdów zagranicznych turystów ze Stanów Zjednoczonych w latach 2006-2010 z roku na rok spadała, aż w 2010 roku osiągnęła ona nieco ponad 60 mln wyjazdów. Z prognoz na 2011 rok wynika, iż liczba tych wyjazdów dalej będzie spadać.

Ryc. 24. Liczba wyjazdów zagranicznych turystów z USA w latach 2006-2010 wraz z prognozą na rok 2011
(w tys.)

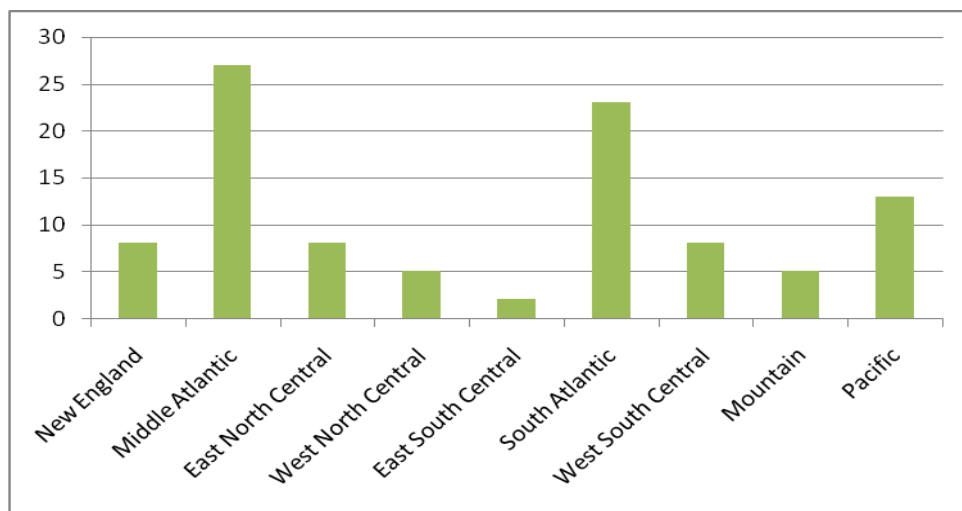


Źródło: Opracowanie własne na podstawie : Tourism and trends policies 2012, OECD

http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf
(12.12.2012)

Biorąc pod uwagę podział na regiony Stanów Zjednoczonych najbardziej aktywni w wyjazdach turystycznych zagranicznych są mieszkańcy pochodzący z regionu **Środkowego Atlantyku (27%)** oraz **Południowego Atlantyku (23%)**. Najniższą aktywność turystyczną w wyjazdach zagranicznych wykazują mieszkańcy **Centrum Zachodnio- Północnego (5%), Gór (5%)** oraz **Centrum Wschodnio-Południowego (5%)**.

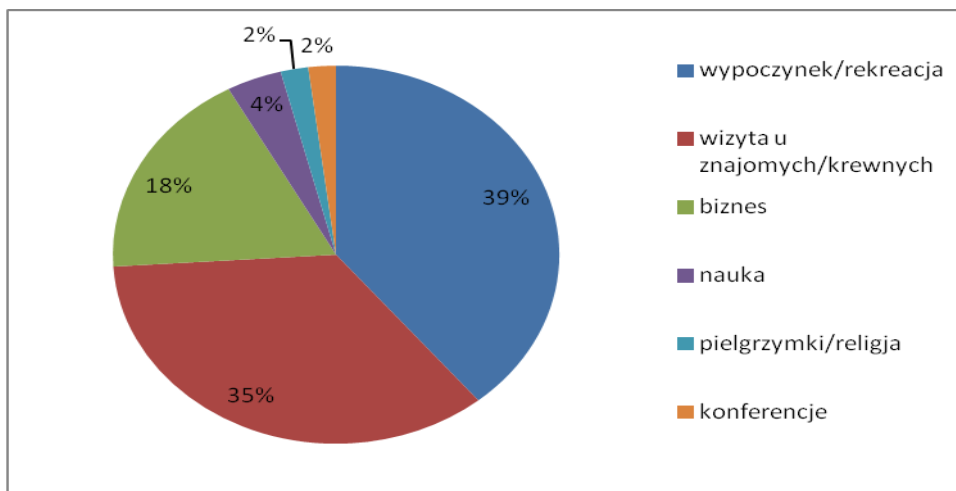
Ryc.25. Wysokość wyjazdów zagranicznych turystów z USA , ze względu na podział na regiony. Rok 2011.(w %)



Źródło: Opracowanie własne na podst.: Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011, OTTI, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf,
(27.12.2012r.)

Głównym celem wyjazdów zagranicznych turystów z Ameryki był **wypoczynek/rekreacja (39%)**, **wizyta u znajomych/rodziny (35%)**. Natomiast na 3 miejscu były **wyjazdy w celach biznesowych (18 %)**. Najmniejszą popularnością cieszyły się **wyjazdy na konferencje oraz pielgrzymki (po 1 %)**.

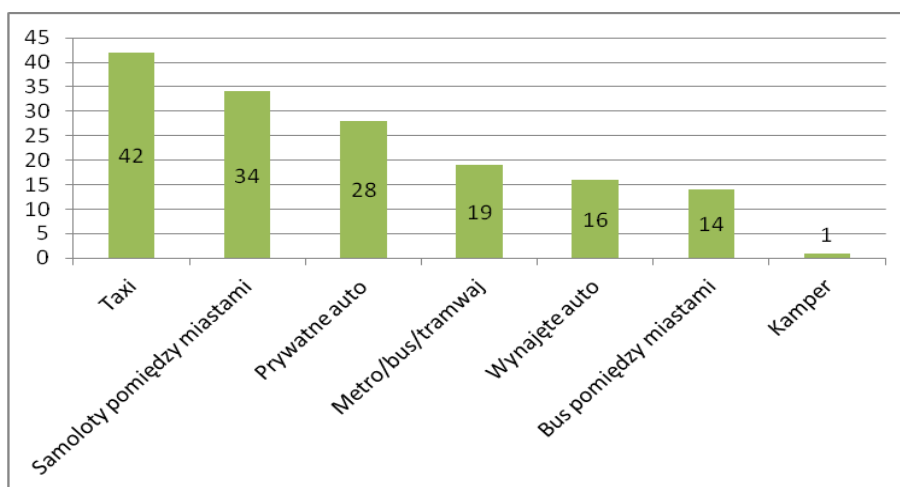
Ryc.26. Główne cele wyjazdów zagranicznych turystów z USA na rok 2011.(w %)



Źródło: Opracowanie własne na podst. : Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011, OTTI, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf, (27.12.2012r.)

Podczas pobytów zagranicznych turyści z Ameryki chętnie **podróżowali taksówkami (42%)**, **samolotami (34%)** oraz **autami prywatnymi (28%)**. Najmniej korzystali z **wynajętych aut (16%)**, **busów pomiędzy miastami (14%)** oraz **kamperów (1 %)**.

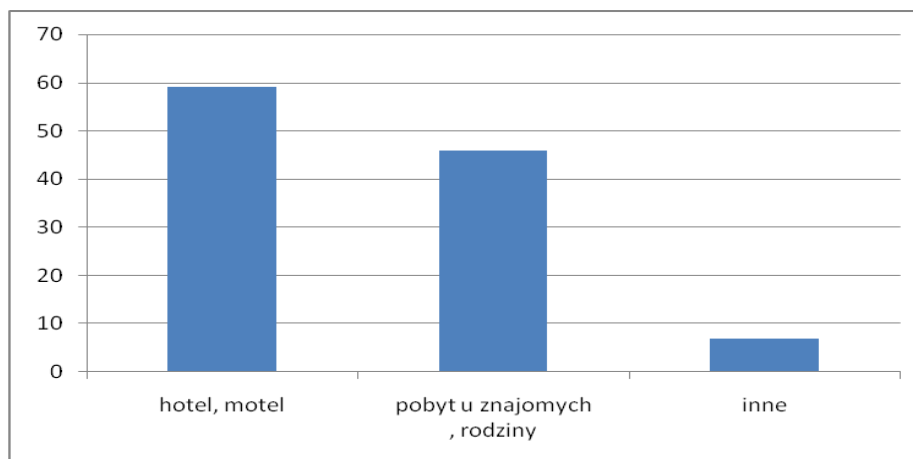
Ryc.27. Preferowane środki transportu do podróżowania turystów z USA po za swoimi granicami kraju na rok 2011(%)



Opracowanie własne na podst. Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011, OTTI, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf, (27.12.2012r.)

Podczas pobytów zagranicznych aż **59 %** turystów ze Stanów Zjednoczonych korzystało z hoteli/moteli, natomiast **55 %** przebywało u znajomych, rodziny.

Ryc.28. Preferowany typ zakwaterowania turystów z USA na rok 2011 (w %)



Źródło : Opracowanie własne na podst. Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011, OTTI, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf, (27.12.2012r.)

Podróże zagraniczne Amerykanów średnio trwały **19,6 nocy**.

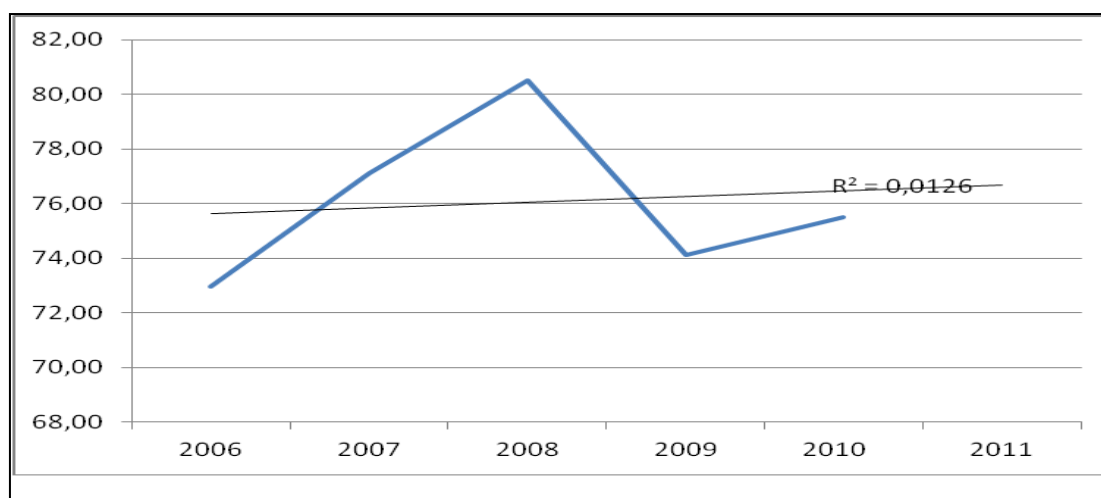
Aż **93 %** z podróżujących Amerykanów ponownie wybiera się na wyjazd zagraniczny⁴².

2. Wydatki na podróże zagraniczne.

Według raportu przygotowanego przez OECD wielkość wydatków turystów amerykańskich podczas wyjazdów zagranicznych w latach 2006-2010 bardzo się zmieniała. W roku **2006** turyści wydali **prawie 73 miliardy dolarów**. Tendencja wydatków rosła, aż do **2008 roku**, gdzie przy wydatkach równych **ponad 80 miliardy USD** zaczęła spadać i w **2010 roku** osiągnęła tylko **75 miliardy USD**. Jeśli chodzi o samą prognozę to wydatki na rok 2011 są wyższe niż w 2010 roku.

⁴² : OTTI, Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf, (27.12.2012r.)

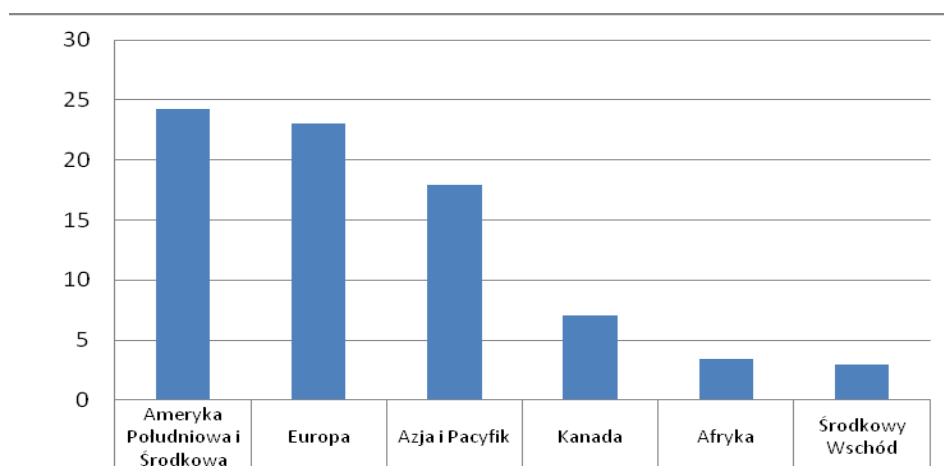
Ryc. 29. Wielkość wydatków turystów z USA podczas wyjazdów zagranicznych w latach 2006-2010 wraz z prognozą na 2011 r. (w mld.)



Źródło : Opracowanie własne na podst. Tourism and Policies Trends 2012, OECD,
http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf,
 (12.12.2012r.)

Wielkość wydatków turystów ze Stanów Zjednoczonych zależała także od tego w jaką części świata oni podróżowali. Najwięcej wydali w 2011 roku w **Ameryce Południowej i Środkowej**, bo **aż ponad 24 mln. dolarów**. Trochę mniej, bo **23 mln** wydali na podróż po **Europie**. **Dalekie wyjazdy do Azji i Pacyfiku kosztowała ich prawie 18 mln**. Najmniej natomiast wydali w **Afryce (prawie 3,5 mln)** oraz na **Środkowym Wschodzie (3 mln)**. Podczas pobytu u swojego sąsiada w **Kanadzie wydali ponad 7 mln dolarów**.

Ryc.30. Wielkość wydatków turystów z Stanów Zjednoczonych ze względu na region świata + Kanada w 2011 r (w mln USD)

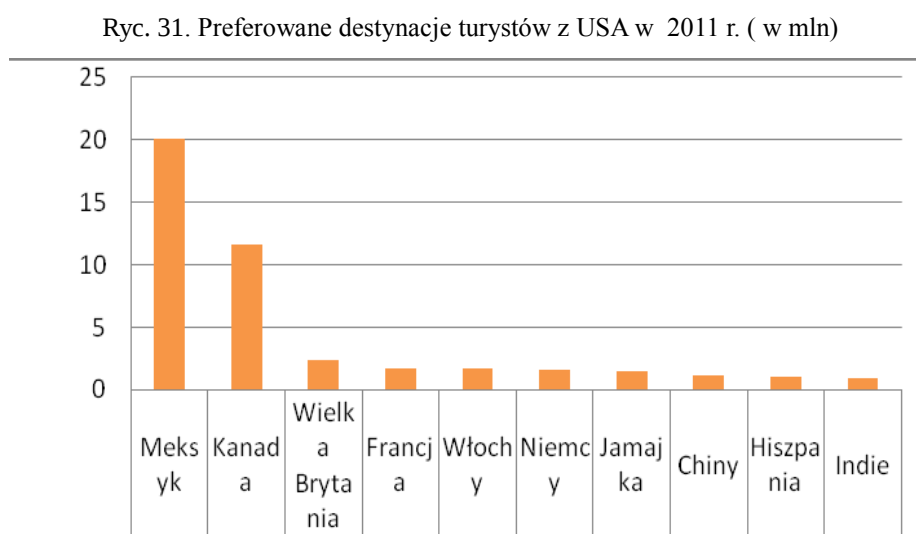


Źródło: Opracowanie własne na podstawie :International visitor spending 2011:
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf,
 (27.12.2012r.)

Podczas swoich wyjazdów zagranicznych turyści ze Stanów Zjednoczonych średnio wydają na jedną podróż **4,469 dolarów**⁴³.

3. Ulubione destynacje mieszkańców Stanów Zjednoczonych Ameryki.

Z danych dostępnych na temat ulubionych destynacji turystów amerykańskich wynika, iż jeśli chodzi o konkretne kraje to najchętniej wyjeżdżają oni do swoich sąsiadów czyli **Meksyku (ponad 20 mln)** oraz **Kanady (ponad 11,5 mln)**. Potem natomiast występują państwa z Europy czyli **Wielka Brytania (ponad 2 mln)**, **Francja (ponad 1,7 mln)** oraz **Włochy (1,7 mln)**.

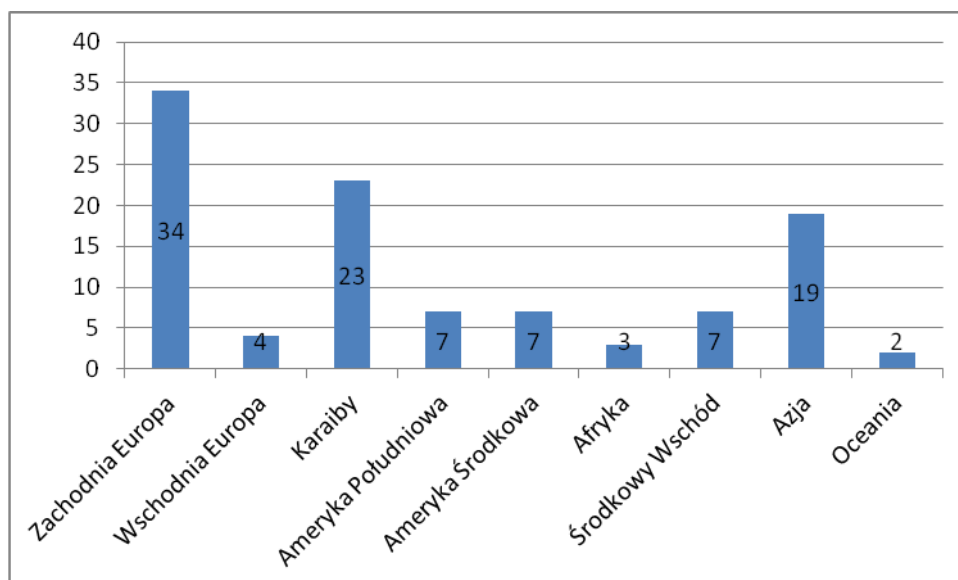


Źródło : Opracowanie własne na podst. *United States Residents Travel Abroad 2011*, OTTI
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_US_Travel_Abroad.pdf, (21.12.2012r.)

Biorąc natomiast pod uwagę regiony na świecie. Turyści ze Stanów Zjednoczonych najchętniej wyjeżdżają do **Europy Zach. (34%)**. Potem na drugim miejscu uplasowały się **Karaiby (23%)**. Podium zamyka **Azja (19%)**. Najrzadziej natomiast turystę amerykańskiego spotkamy we Wschodniej **Europie, Afryce oraz Oceanii**.

⁴³ : OTTI, Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011,
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf, (27.12.2012r.)

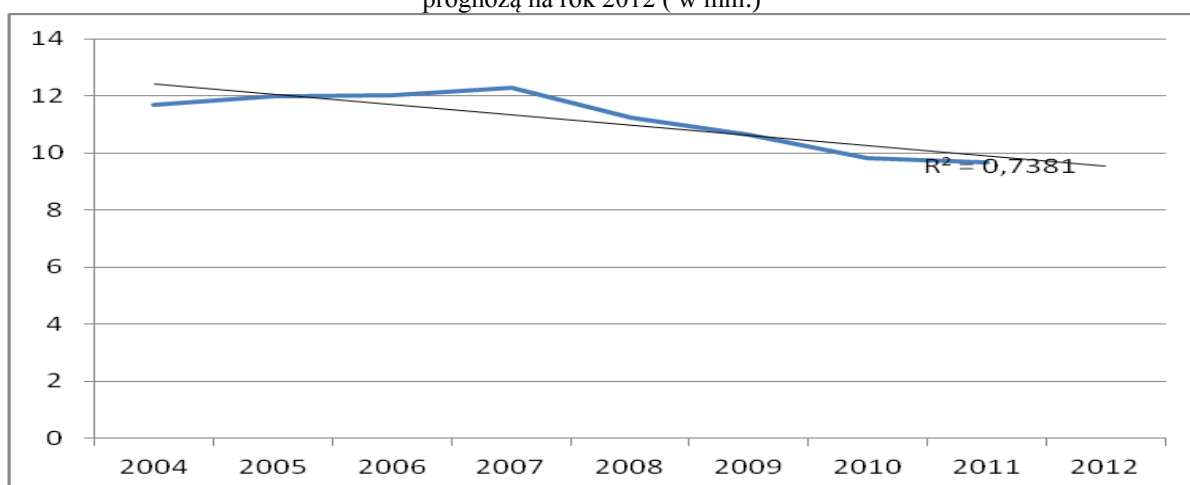
Ryc.32. Preferowane destynacje turystów z USA ze względu na region świata w 2011 (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podst. Profile of US Resident Travelers Visiting Overseas Destination 2011, OTTI, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf, (27.12.2012r.)

Z dostępnych materiałów można tylko zanalizować jak wyglądała dynamika i wielkość wyjazdów Amerykanów do Europy w latach 2006-2011. Otóż na **przełomie lat 2006-2008 ilość wyjazdów rosła**. Niestety m.in. w wyniku kryzysu gospodarczego **od 2008 wielkość przyjazdów spada** i **2011 roku osiągnęła ona liczbę ok. 10 mln**. Z prognozy na 2012 r. wynika, iż **tendencja będzie dalej spadkowa**.

Ryc.33. Wielkość i dynamika przyjazdów turystów z USA do Europy w latach 2006-2011 wraz z prognozą na rok 2012 (w mln.)



Źródło: Opracowanie własne na podst. Market Profile: U.S Residents to Europe, 2011, OTTI, http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011-US-to-Europe.pdf, (27.12.2012r.)

4. Turystyka Krajowa.

Danych statystycznych dotyczących turystyki krajowej bardzo ciężko znaleźć . Najświeższe informacje pochodzą z 2008 r.

Osób aktywnych w uprawianiu turystyki krajowej w 2008 r. było **1,98 bilionów**. W tym **76 % wyjeżdżało w celach wypoczynkowy**, a **24 % w celach biznesowych**.

Podczas swoich wyjazdów wydali oni **820,7 mln dolarów**. Z czego **30 %** zostało wydane podczas wyjazdów biznesowych. Średnio osoby podczas **wyjazdów typowo wypoczynkowy** wydawało **203 dolary na osobę**, a podczas wyjazdów **biznesowych 495 dolarów na osobę** .

IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski.

1. Analiza przyjazdów turystów ze Stanów Zjednoczonych do Polski.

Według danych Instytutu Turystyki do Polski w 2011 roku przyjechało **250 tysięcy** turystów z USA do Polski.

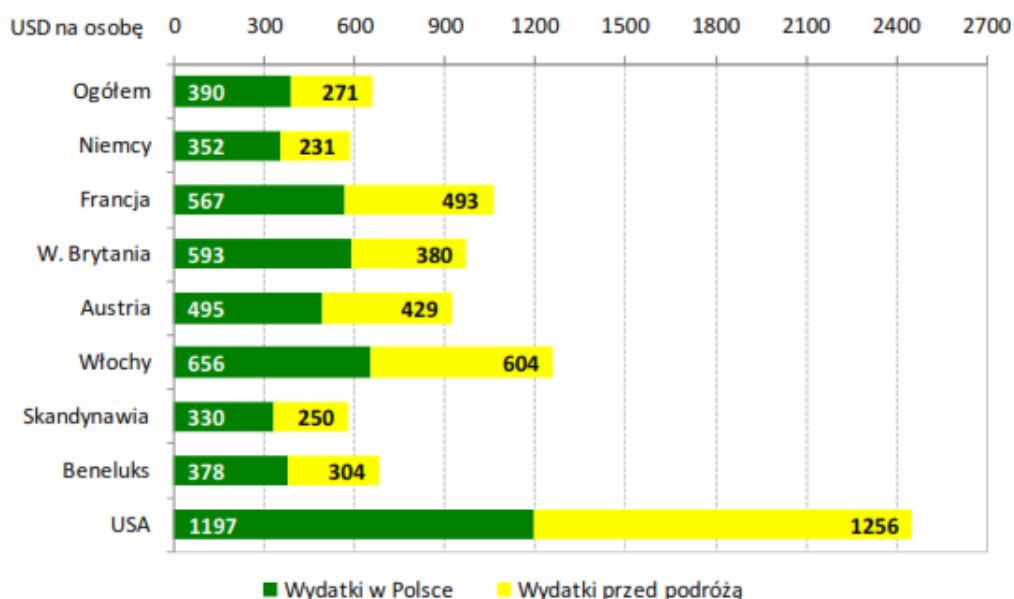
Tab.2. Przyjazdy turystów z USA w 2011 r.

Przyjazdy ogółem (tys.)	zmiana (%)	Przyjazdy turystów (tys.)	zmiana (%)
270	2 %	250	4 %

Zródło: Instytut Turystyki. [http://www.intur.com.pl/przyjazdy.php?r=20,\(14.12.2012r.\)](http://www.intur.com.pl/przyjazdy.php?r=20,(14.12.2012r.))

Turyści ze Stanów Zjednoczonych w 2010 roku przed wyjazdem do Polski wydali **1256 USD** na osobę. Z tej kwoty aż **63% poszło na transport, 28% na pakiet, a 8% na pozostałe wydatki**. Natomiast już podczas pobytu w Polsce turyści z Ameryki wydali **1197 USD na osobę**.

Ryc. 30 Wydatki ponoszone w związku z podróżą do Polski w 2010 roku:
przed podróżą i podczas pobytu - USA



Źródło: Instytut turystyki, Wydatki wybranych krajów w Polsce, <http://www.intur.com.pl/wydatki.htm>,
(12.12.2012r.)

Tab. 3. Rozkład wydatków turystów z USA.

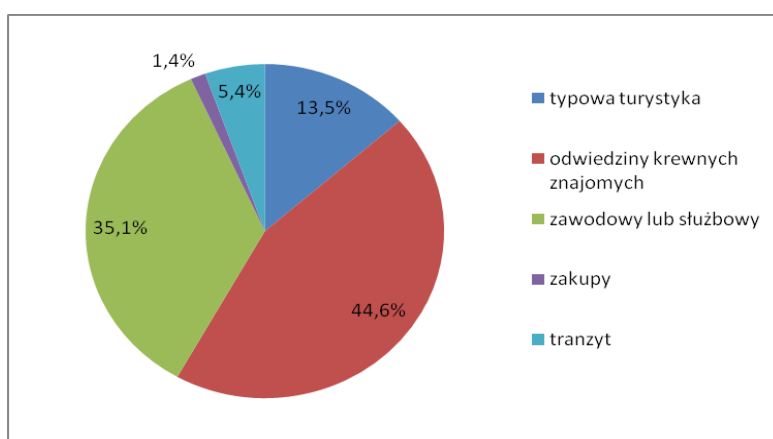
W tym na (w %) :				
	USD na osobę	Pakiet	transport	pozostałe
USA	1256	28,3	63,6	8,1

Źródło : Opracowanie własne na podst. Zagraniczna turystyka przyjazdowa w 2010r.

http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051, (22.12.2012r.)

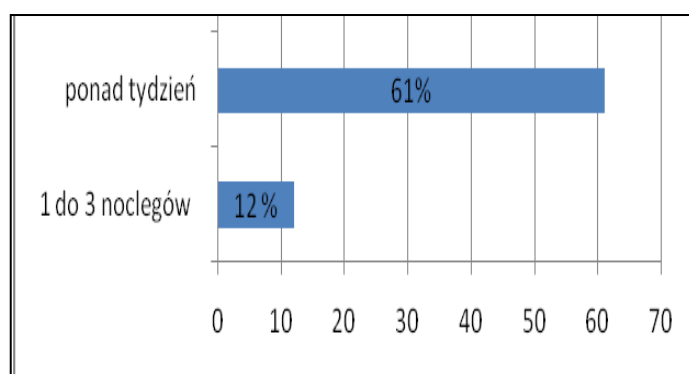
Głównymi motywami przyjazdu do polski były **odwiedziny znajomych (44,6%)**, potem uplasowały się **wyjazdy służbowe lub zawodowe (35,1 %)**. Trzecim powodem przyjazdu do Polski była **typowa turystyka (13,5%)**. Większość bo aż **61%** z przyjeżdżających turystów pozostawała w Polsce ponad tydzień. Podobnie wygląda sytuacja z preferowanym miejscem zakwaterowania, gdyż znaczna większość czyli **68% korzystała z hoteli**.

Ryc. 34. Motywy przyjazdu turystów z USA do Polski w roku 2010.



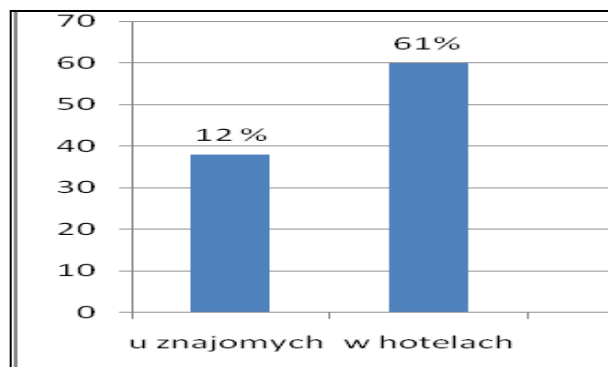
Źródło: Opracowanie własne na podst. *Zagraniczna turystyka przyjazdowa*, http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051, (22.12.2012r.)

Ryc. 35. Długość pobytu turystów z USA w Polsce w roku 2010.



Źródło: Opracowanie własne na podst. *Zagraniczna turystyka przyjazdowa*, http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051, (22.12.2012r.)

Ryc. 36. Preferowany typ zakwaterowania turystów z USA w roku 2010.



Źródło: Opracowanie własne na podst. *Zagraniczna turystyka przyjazdowa*, http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051, (22.12.2012r.)

Według badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki **24%**⁴⁴ turystów z USA przyjechało do Polski za pomocą biur podróży, a **39%**⁴⁵ zorganizowało sobie wyjazd samemu.

2. WUTZ Stanów Zjednoczonych dla Polski.

Stany Zjednoczone znajdują się w pierwszej dwudziestce wśród krajów z najwyższym wskaźnikiem użyteczności turystyki zagranicznej dla Polski. Zajmują one prawie czołowe, 4 miejsce, z wynikiem **1.1030**. Oznacza to, iż turyści z USA przybywający do Polski są bardzo szczerzy i zostawiają u nas dużo pieniędzy. Wśród krajów zamorskich plasują się oni na pierwszej pozycji.

Tab.4. Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej USA dla Polski.

WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2011
Wskaźniki cząstkowe dla rynków emisyjnych dane za 2010 r.

Lp.	Kraj	Wydatki na wyjazdy 2010 r.		Zmiana wydatków 2005-2010		Wydatki na 1 mieszk. w 2010 r.		Łącznie wartości standaryzowane
		w mld USD	wartość stand.	w mld USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	
4	USA	75,5	0,9666	2,2	0,0664	244	0,0700	1,1030

Źródło: Instytut Turystyki, *Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2011*

http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=3374&format=raw, (15.12.2012)

Wśród krajów o największym wzroście wskaźnika WUTZ ogółem, w porównaniu roku 2011 do 2006 Stany Zjednoczone są na 5 miejscu

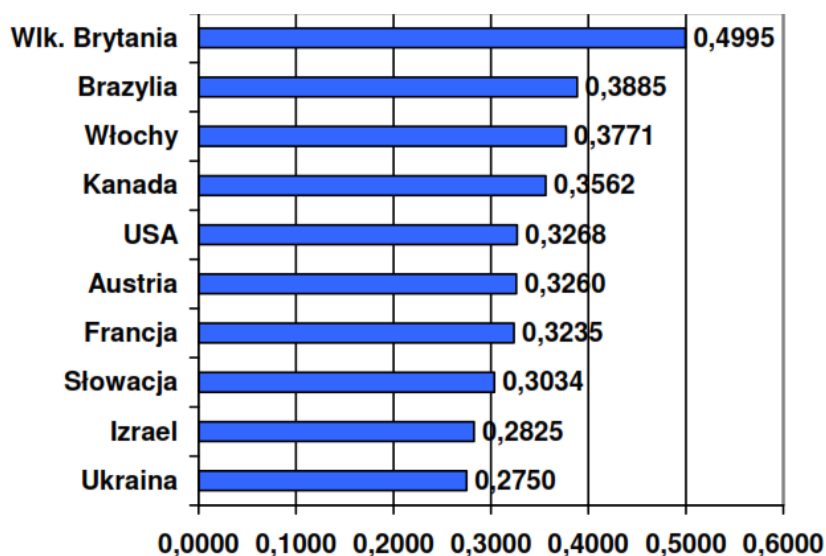
⁴⁴ Zagraniczna turystyka przyjazdowa 2011,

http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051, (22.12.2012r.)

⁴⁵ Zagraniczna turystyka przyjazdowa 2010

http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051, (22.12.2012r.)

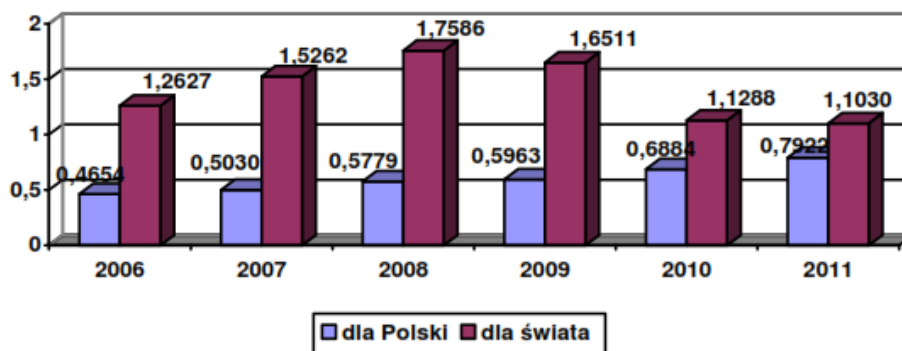
Ryc.37. Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2011 Polska do 2006



Źródło : Instytut Turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2011,
http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=3374&format=raw, (15.12.2012)

Nastąpiło prawie 1,5% zwiększenie wartości WUTZ w latach 2006-2011 dla Polski. Co oznacza, iż coraz więcej turystów ze Stanów Zjednoczonych zostawia w Polsce swoją gotówkę i można stwierdzić, iż USA jest rynkiem strategicznym dla Polski.

Ryc. 38. Zmiana wartości WUTZ 2006-2011.



Źródło : Instytut Turystyki, Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2011,
http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=3374&format=raw, (15.12.2012)

3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku Stanów Zjednoczonych oraz zaangażowanie marketingowe Stanów Zjednoczonych na rynku Polskim.

Rynek turystyczny Polski nie jest bardzo atrakcyjny dla Stanów Zjednoczonych dlatego, też praktycznie brak jakichkolwiek turystycznych kampanii marketingowych, które zachęcały by Polaków do zobaczenia Stanów Zjednoczonych. Polska także nie organizuje dużych kampanii promujących nasz kraj na terenie Stanów Zjednoczonych.

Na terenie Stanów Zjednoczonych istnieją ośrodki, które za zadanie mają propagować polską kulturę i atrakcje turystyczne - są to takie organizacje jak :

- **Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Nowym Yorku**, który ma za zadanie promować Polskę na terenie Stanów Zjednoczonych.

-**Instytut Kultury Polskiej**⁴⁶ w Nowym Yorku, który organizuje różnego rodzaju wystawy sztuki, pokazy filmów itd. mając na celu przybliżyć kulturę polską Amerykanom.

Natomiast jeśli chodzi o Stany Zjednoczone to jednym z ważniejszy ośrodków, który ma za zadanie m.in promowanie swojego kraju w Polsce jest **Ambasada Stanów Zjednoczonych w Warszawie oraz konsulat w Krakowie**.

Ważne są również prywatne firmy i inne organizacje, które może w mniejszy sposób ale również przyczyniają się do promocji zarówno Polski jak i Stanów Zjednoczonych. Jest to szereg agencji turystycznych, polskich szkół w Ameryce (np. **John Paul II School of Polish Language**⁴⁷) oraz bardzo popularne wśród młodych ludzi programy wakacyjnej pracy w USA np. **Camp America**⁴⁸ czy **Work and Travel**.

4. Analiza wyjazdów Polaków do Stanów Zjednoczonych Ameryki.

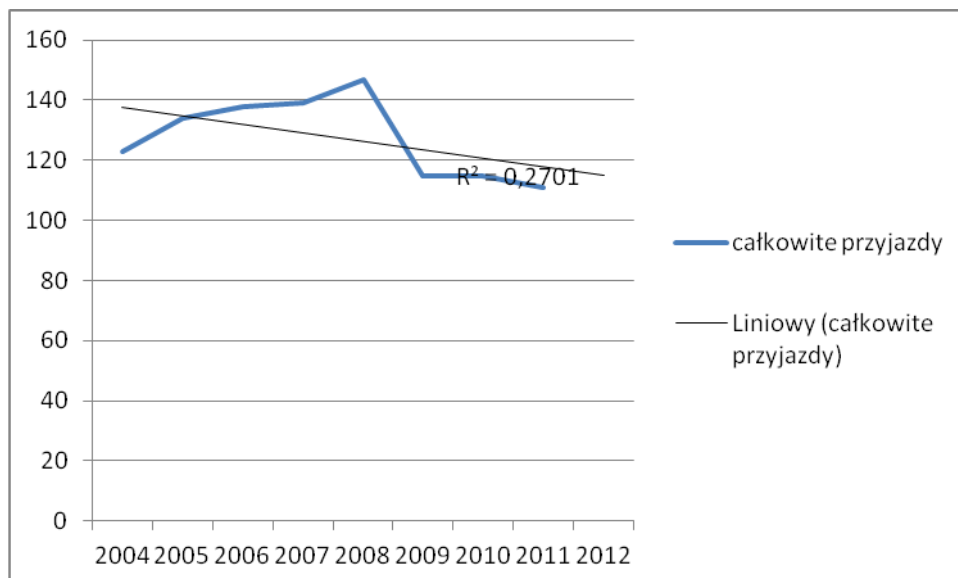
W roku **2011** odnotowano **111 000** przyjazdów Polaków do Stanów Zjednoczonych Ameryki. W porównaniu z rokiem **2004** (gdzie skala przyjazdów Polaków wynosiła **123 000**) ilość przyjazdów spadła o **12 000**.

⁴⁶ <http://www.polishculture-nyc.org/?siteid=217&itemcategory=30549&priorId=0>, (12.12.2012r.)

⁴⁷ <http://www.polishschool.org/>), (12.12.2012r.)

⁴⁸ www.campamerica.pl, (12.12.2012r.)

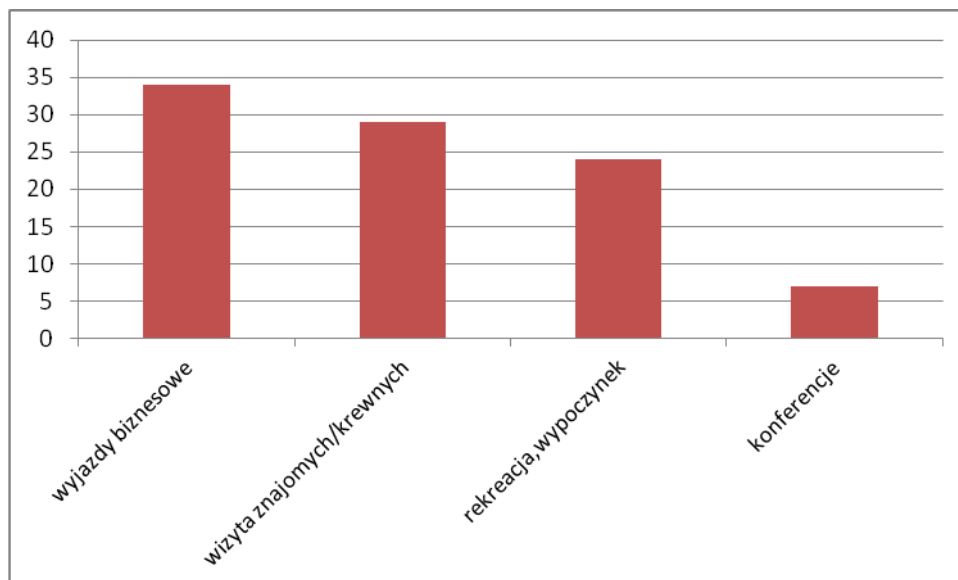
Ryc. 39. Ogół wyjazdu Polaków do USA w latach 2004-2011 wraz z prognozą (w tys.)



Źródło: Opracowanie własne na podst. 2011Market Profile: Poland, 2011, OTTI,
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Poland_Market_Profile.pdf, (12.12.2012)

Turyści z Polski najczęściej przyjeżdżali do Stanów Zjednoczonych w **celach biznesowych (34%)** oraz w odwiedziny do **znajomych, krewnych (29%)**

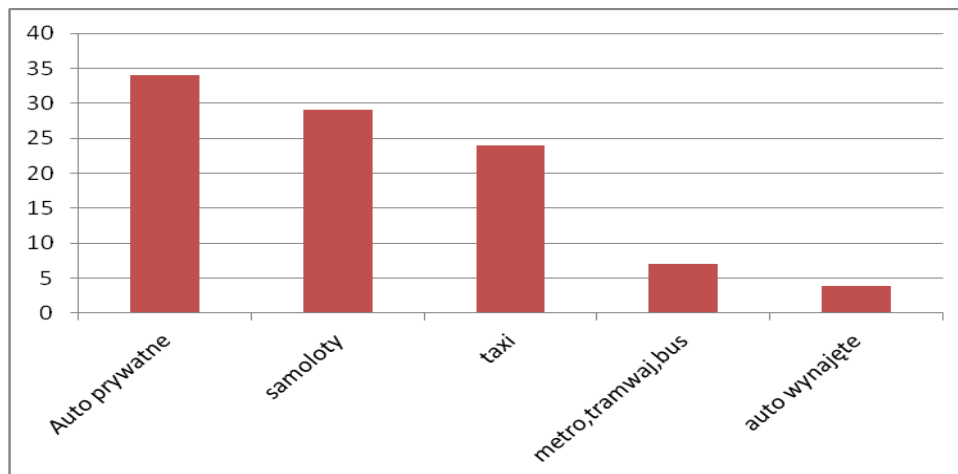
Ryc.40. Główne cele wyjazdu Polaków do USA . Dane na rok 2011(w %).



Źródło: Opracowanie własne na podst. 2011Market Profile: Poland, 2011, OTTI
http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Poland_Market_Profile.pdf, (12.12.2012)

Podczas swojego pobytu w Stanach Zjednoczonych Polacy najczęściej poruszali się **własnymi autami (34%)**. Na drugim miejscu wykorzystywali **samoloty (29%)**, a następnie **taxi (24%)**.

Ryc41. Transport używany przez Polaków w czasie pobytu w USA. Dane na rok 2011 (w %).

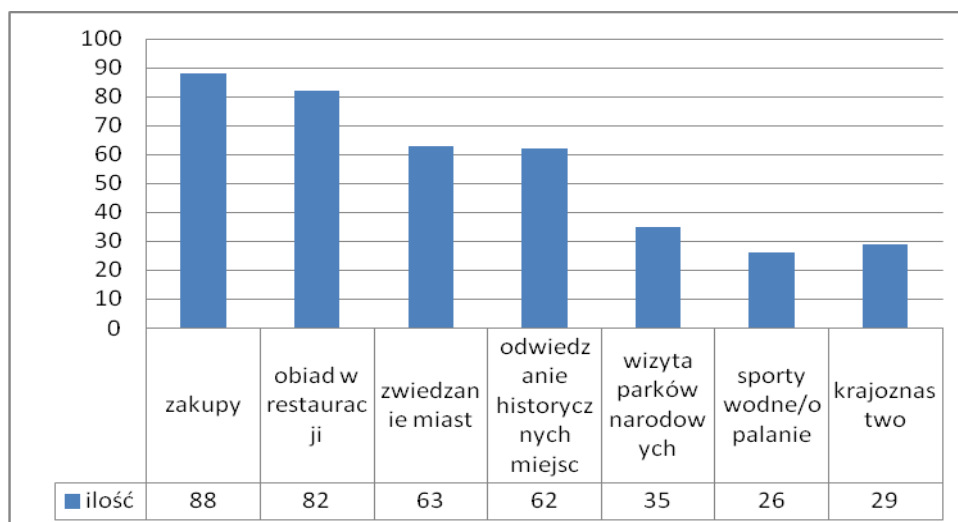


Źródło: Opracowanie własne na podst. 2011Market Profile: Poland, 2011, OTTI

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Poland_Market_Profile.pdf, (12.12.2012)

Podczas pobytu w Stanach Zjednoczonych największą popularnością wśród Polaków cieszyło się **robienie zakupów (88%)** oraz chodzenie na **obiady w restauracji (82%)**. Potem natomiast chętnie **odwiedzali miasta (63%)** i **miejsca historyczne (62%)**. Najmniejszą popularnością cieszyły się natomiast **aktywności dot. wypoczynku nad wodą (26%)**.

Ryc.42. Główne aktywności podejmowane przez Polaków podczas pobytu w USA. Dane na rok 2011 (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podst. 2011Market Profile: Poland

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Poland_Market_Profile.pdf, (12.12.2012)

Średnio Polacy spędzali **16 dni** w Stanach Zjednoczonych. **65 %** z badanych Polaków spędziło, podczas pobytu w Stanach Zjednoczonych więcej niż jedną noc w hotelu⁴⁹.

V. Analiza SWOT rynku Stanów Zjednoczonych.

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
1. Ekonomiczna stabilność i dobry system bezpieczeństwa wewnątrz państwa	1. Duże utrudnienia wizowe (w większości przypadków długo czeka się na otrzymanie wizy).
2. Bardzo duża ilość atrakcji przyrodniczych i kulturalnych.	2. Słabo rozwinięty system promocji turystyki w USA po za granicami kraju.
3. Zróżnicowanie terenu - dostępność gór lasów, morz, itd.	3. Wysokie ceny usług turystycznych.
4. Bardzo dobrze rozwinięty transport publiczny (system dróg, linii kolejowych itd.).	4. Słabo rozwinięta turystyka zagraniczna wyjazdowa wśród mieszkańców USA.
5. Łatwość przyjazdu do kraju (wiele połączeń lotniczych oraz innych do USA).	5. Klimat czyli częste huragany, trąby powietrzne i inne nadzwyczajne zjawiska pogodowe.
6. Dobrze wykwalifikowana kadra.	
7. Bardzo dobrze rozwinięte zaplecze hotelarskie.	
SZANSE	ZAGROŻENIA
1. Rozpoczęcie silniejszego promowania Stanów Zjednoczonych, jako kraju atrakcyjnego turystycznie, po za granicami swojego kraju.	1. Światowy kryzys ekonomiczny, w rezultacie mniej przyjazdów zagranicznych ale i także mniej wyjazdów krajowych.
2. Złagodzenie przepisów wizowych - więcej przyjazdów.	2. Zagrożenie atakami terrorystycznymi.

⁴⁹ http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Poland_Market_Profile.pdf, s.4, (12.12.2012r.)

3. Wprowadzenie wielu udogodnień dla turystów (np. stron internetowych promujących USA w wielu językach).	3. Lepsza promocja turystyki w krajach sąsiadujących.
	4. Alternatywne sposoby zwiedzania np. wirtualne wycieczki.

VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego.

Przykładowa oferta dla osób 50 +

Jednym z czołowych organizatorów wyjazdów turystycznych do USA w Polsce jest tour operator TRADE & TRAVEL. W swojej ofercie posiadają oni bardzo wiele propozycji wycieczek. Najtańszy pakiet wyjazdowy do USA kosztuje 5 159 zł dla jednej osoby. Jest to wycieczka o nazwie: "Miami Beach Upały i Latynowskie Rytm". W związku z tym, iż wyjazdy w tamte strony nie należą do najtańszych oraz średnio trwają one 14 dni, są one głównie kierowane do osób zamożnych oraz mających dużo czasu wolnego, czyli w Polsce są to osoby powyżej 50 roku życia⁵⁰.

Przykładowy program takiego wyjazdu wygląda następująco⁵¹:

Dzień 1: Warszawa – Los Angeles

Przybycie uczestników wycieczki 2 godziny przed odlotem na lotnisko w Warszawie (Okęcie). Odprawa paszportowo-bagażowa. Wylot do Los Angeles (przez jeden z europejskich portów lotniczych). Po przylocie transfer do hotelu. Zakwaterowanie w hotelu Crown Plaza LAX Airport.

Dzień 2: Los Angeles- Las Vegas

W dniu dzisiejszym udamy się poprzez pustynię do stolicy światowej rozrywki, Las Vegas. Po przyjeździe możliwość spędzenia wolnego czasu wśród licznych kasyn i innych licznych atrakcji. Nocleg w Hotelu Circus Circus.

⁵⁰ <http://twojepodroze.com.pl/travel/search2/4,USA>, (27.12.2012r.)

⁵¹ <http://twojepodroze.com.pl/travel/offer/1278577,MIAMI-BEACH-UPALY-I-LATYNOSKIE-RYTMY/4,USA/1>, (27.12.2012r.)

Dzień 3: Las Vegas- Park Narodowy Wielkiego Kanionu

Wyjazd z Las Vegas w kierunku Wielkiego Kanionu, jednego z siedmiu naturalnych cudów świata. Podczas podróży miniemy potężną rzekę Kolorado. Po przyjeździe do Wielkiego Kanionu, czas na zrobienie przepięknych zdjęć oraz celebrowanie piękna tego niezwykłego miejsca. Nocleg w Hotelu Yavapai Lodge West.

Dzień 4: Park Narodowy Wielkiego Kanionu- Lake Powell- Park Narodowy Kanionu Bryce

Po opuszczeniu Wielkiego Kanionu udamy się poprzez przepiękne okolice do rezerwatu Indian Navajo. Następnie udamy się do stanu Utah, mijając na swojej drodze malownicze jezioro Powell. Ostatnim celem dnia będzie spektakularny Park Narodowy Kaniony Bryce. Nocleg w Hotely Bryce View Lodge.

Dzień 5: Park Narodowy Kanionu Bryce- Park Narodowy Zion- Salt Lake City

Dziś opuścimy barwne i niezapomniane krajobrazy kanionów udając się w kierunku Parku Narodowego Zion, a następnie do Salt Lake City. Po przyjeździe wycieczka po mieście, zobaczymy między innymi Świątynię Mormonów, Tabernacle oraz Wzgórze Kapitolu. Nocleg w Red Lion Hotel Salt Lake Downtown.

Dzień 6: Salt Lake City- Park Narodowy Grand Teton- Park Narodowy Yellowstone

Dziś czekają na nas zapierające dech w piersiach widoki Parku Narodowego Grand Teton, który miniemy udając się do Parku Narodowego Yellowstone. Park Narodowy Yellowstone jest pierwszym Parkiem Narodowym w Stanach Zjednoczonych i słynie z imponujących gejzerów. Zakwaterowanie w hotelu Hotelu Grey Wolf Inn & Suites.

Dzień 7: Park Narodowy Yellowstone

Dziś cały dzień spędzimy na podziwianiu najstarszego i największego parku narodowego w Ameryce, charakteryzującego się niespotykanymi zjawiskami hydrotermalnymi. Na obszarze tym znajduje się ponad połowa spośród wszystkich istniejących na Ziemi gejzerów. W trakcie efektownych wybuchów wytryskuje z nich pod wysokim ciśnieniem wrząca woda, która opada w postaci deszczu i śniegu.

Z głębi Ziemi wytryskają gorące źródła, w błotnych kotłach bulgocze maź. Zwiedzanie głównej atrakcji parku – Krainy Gejzerów (Old Faithful, Mammoth Hot Springs), Wielki

Kanion rzeki Yellowstone (Yellowstone Canyon) oraz Yellowstone Lake.

Dzień 8: Park Narodowy Yellowstone- Flathead Valley- Kalispell

Dziś udamy się w kierunku miasta Kalispell, gdzie dotrzemy wczesnym wieczorem. Podczas podróży przejedziemy prze zachodnią Montanę oraz przez malownicze tereny Flathead Valley. Zakwaterowanie w hotelu Hotelu Red Lion Kalispell.

Dzień 9: Kalispell- Park Narodowy Glacier- Park Narodowy Banff

Przed opuszczeniem stanu Montana odwiedzimy Park Narodowy Glacier. W Parku przejedziemy sławną Going-to-the-sun Road. Po opuszczeniu Parku przekroczymy granicę z Kanadą, udając się w kierunku Canmore. Zakwaterowanie w hotelu Holiday Inn Canmore.

Dzień 10: Park Narodowy Banff

Dziś spędzimy cały dzień na podziwianiu bogactwa Parku Narodowego Banff. Jest to pierwszy kanadyjski park narodowy oraz drugi park narodowy w Ameryce północnej.

Dzień 11: Park Narodowy Banff- Jezioro Louise- Park Narodowy Jasper

Po opuszczeniu Parku Narodowego Banff będziemy mieć okazję podziwiać jezioro Louise „Klejnót Gór Skalistych”. W trakcie podróży na północ będziemy mieli możliwość podziwiania niezwykle pięknych widoków zapadających w pamięć na zawsze. Na koniec dnia wjedziemy na teren Parku Narodowego Jasper. Nocleg w Hotelu Maligne Lodge.

Dzień 12: Park Narodowy Jasper- Kamloops

W Parku Narodowym Jasper i Rezerwacie Dzikiej Przyrody podziwiać możemy majestatyczne góry, doliny i krystalicznie czyste jeziora. Kontynuujemy podróży Doliny Thompson, a następnie do Kamloops. Zakwaterowanie w Hotelu Comfort Inn.

Dzień 13: Kamloops- Vancouver

Dzisiejszą podróż rozpoczniemy od przejazdu przez wielki i imponujący Kanion Rzeki Fraser. Opuszczamy Góry Kaskadowe i będziemy kierować się do Vancouver. Miasto rozwinęło się, jako miasto spośród wielu innych małych przystani, baz wielorybników i osad drwali zachodniego wybrzeża Kanady. Zakwaterowanie w Inn at False Creek.

Dzień 14: Vancouver

Cały dzień wolny na wypoczynek i samodzielne zwiedzanie tego imponującego miasta, skorzystać można z wycieczek fakultatywnych tj.: rejs na wyspę Strait of Georgia.

Dzień 15: Vancouver

Transfer na lotnisko, odprawa bagażowo- paszportowa. Wylot samolotu rejsowego do Warszawy.

Dzień 16: Warszawa

Przelot do Warszawy. Zakończenie imprezy.

CENA ZAWIERA:

Przelot samolotem na trasie: Warszawa - Los Angeles/Vancouver - Warszawa (w kwocie 2600 PLN/os dorosła oraz 2100 PLN/dziecko 7-11 lat), opłaty i taksy lotniskowe, transfery klimatyzowanym autokarem lub busem (w zależności od ilości osób), zakwaterowanie w podanych hotelach lub podobnych, udział w programie zwiedzania, usługi i asystę anglojęzycznego pilota/przewodnika lokalnego kontrahenta oraz polskiego pilota w oznaczonych terminach, wszelkie stanowe i lokalne taksy, transport 1 sztuki bagażu na osobę, zestaw informacyjny, ubezpieczenie NW, KL i bagażu

CENA NIE ZAWIERA:

Wizy wjazdowej, wszelkich świadczeń dodatkowych, posiłków, opcjonalnych (dodatkowych) wycieczek fakultatywnych, wydatków natury osobistej, opłaty za nadbagaż (5 USD/1 dodatkowy bagaż/dzień), zwyczajowych napiwków dla kierowcy (ok. 2 USD/dzień), pilota (ok. 3 USD/dzień)

UWAGI:

1. Program jest ramowy i może ulec zmianie.
2. Przy wyjazdach do USA polskich obywateli obowiązuje posiadanie wiz wjazdowych. Konsorcjum Polskich Biur Podróży pośredniczy w załatwianiu wiz. Koszt pośrednictwa wynosi 250 PLN/os/wizę. Koszt wizy to 160 USD. Trasa wycieczki wiedzie przez Kanadę, w przypadku posiadania paszportu wydanego po sierpniu 2006 (paszport biometryczny), obywatele polscy są zwolnieni z obowiązku posiadania wizy.
3. Cena przelotu zawarta w cenie podana została w najniższej taryfie obowiązującej na

przelot w okresie ważności powyższej taryfy. W przypadku niedostępności tej taryfy istnieje możliwość rezerwacji biletu w innej – za odpowiednią dopłatą.

4. Przy wylotach w okresie „Wysokiego Sezonu” (najczęściej jest to okres „letniej przerwy wakacyjnej”) obowiązuje dopłata do biletu lotniczego (zgodnie z taryfą linii lotniczej, na której został zarezerwowany przelot).

5. Istnieje możliwość przedłużenia powyższej imprezy o wypoczynek na Hawajach.

PODSUMOWANIE

Stany Zjednoczone są znaczącym graczem na rynku turystycznym świata. Z jednej strony stwarzają dogodne warunki do uprawiania turystyki, gdyż posiadają wspaniałe atrakcje przyrodnicze oraz kulturowe. Jako kraj, który jest potęgą gospodarczą na świecie przyciąga on wielu turystów. Niestety jednak ilość wyjazdów turystycznych zagranicznych Amerykanów ciągle spada, a po marginalnych informacjach na temat turystyki krajowej można twierdzić, iż na tym polu jest ona niezwykle popularna. Powodem takiej sytuacji może być fakt, iż Stany Zjednoczone są zróżnicowane geograficznie i kulturowo. Dzięki czemu mieszkańcom USA nie chce się wyjeżdżać poza granice swojego kraju, gdyż mają tu wszystko czego dusza zapagnie. Również jak wynika z danych statystycznych średni czas trwania wakacji, mieszkańców Stanów Zjednoczonych to 2 tygodnie w ciągu roku, dlatego w wielu przypadkach może być to za krótki czas na dalekie podróże.

Biorąc pod uwagę użyteczność rynku turystycznego Stanów Zjednoczonych dla Polski to w tej chwili nie stoi ona na jakimś wysokim poziomie, pomimo tego, że Stany Zjednoczone są znaczącym graczem na rynku turystycznym. Jeśli chodzi o turystykę przyjazdową to do Polski przyjeżdża stosunkowo mało turystów ze Stanów Zjednoczonych. Jednakże kiedy już taki przyjazd się odbędzie, to w Polsce zostawiana jest przez tych turystów duża ilość pieniędzy o czym świadczy wskaźnik WUTZ. Natomiast co do turystyki wyjazdowej to także jest nie duży odsetek Polaków wyjeżdżających do Stanów Zjednoczonych w celach turystycznych. W ostatnich latach widać nawet wyraźny spadek wyjazdów. Takie stan można wiązać z tym, iż wyjazdy są kosztowne oraz potrzeba również trochę dłuższego urlopu, żeby zrealizować taką podróż.

Z prognoz wynika, że liczba przyjazdów turystów ze Stanów Zjednoczonych do Polski z roku na rok będzie spadać. Także można stwierdzić, że przydatność tego rynku dla

Polski była niewielka i nadal będzie nie wielka, pomimo tego, że zagraniczna turystyka wyjazdowa w Stanach Zjednoczonych zaczyna się rozwijać i m.in. coraz więcej Amerykanów posiada swój własny paszport. Polska oczywiście powinna zabiegać o tamten rynek, jednakże jej działania powinny bardziej się skupić na turystach z krajów, które częściej wybierają Polskę jako destynację turystyczną.

ŹRÓDŁA

Raporty internetowe:

Top 10 International Travel Markets, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

<http://tinet.ita.doc.gov/pdf/2011-Top-10-Markets.pdf>

Top States, Regions and City Visited, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_States_and_Cities.pdf

Market Profile of Overseas Visitors, 2011, Office To Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Overseas_Visitor_Profile.pdf

Fast Facts, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf

International Visitors Spending in the U.S., 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf

Country of Origin Profile : Canada, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/inbound.country_in_north_america.canada.html

Country of Origin Profile : Mexico(air), 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Mexico_Market_Profile.pdf

Country of Origin Profile : Japan, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Japan_Market_Profile.pdf

Country of Origin Profile :U.K, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_UK_Market_Profile.pdf

Country of Origin Profile :Poland, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Poland_Market_Profile.pdf

Outbound Analysis, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Analysis.pdf

Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations (Outbound), 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Outbound_Profile.pdf

U.S Resident Travel Abroad, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_US_Travel_Abroad.pdf

U.S. Resident Spending Abroad, 2011, Office to Travel and Tourism Industries

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf

Tourism Trends and Policies, 2012, OECD

http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf

Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ, 2011, Instytut Turystyki w Polsce

http://www.pot.gov.pl/index.php?option=com_rubberdoc&view=doc&id=3374&format=raw

Income, Poverty and Health Insurance Coverage in the US , 2011, US Census Bureau

<http://www.census.gov/prod/2012pubs/p60-243.pdf>

Top US Company Survey, 2010, Hotel and Motel Management

http://images.questex.com/HMM/2010/HMM_Surveys/hmm092010_tophotelco.pdf

Public Transportation Fact Book, 2012, American Public Transport Associaton

<http://www.apta.com/resources/statistics/Documents/FactBook/2012-Fact-Book-Appendix-A.pdf>

Strony internetowe

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

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

<http://tinet.ita.doc.gov/>

<http://www.census.gov/>

<http://www.wikipedia.com/>

<http://www.apta.com/>

<http://www.dot.gov/>

Spis rycin :

Ryc.1. Mapa dróg samochodowych w USA

Ryc. 3.10 lotnisk w USA przyjmujących największą ilość pasażerów w 2011 r. (w mln)

Ryc. 4. Najważniejsze krajowe linie lotnicze Stanów Zjednoczonych pod względem ilości przewożonych pasażerów na przełomie 01-07.2011 roku (w mln.)

Ryc.5. Główne linie pociągowe w USA.

Ryc. 6. Liczba pasażerów jeżdżących pociągami w latach 1985-2011. (w mln)

Ryc..7. Liczba turystów korzystających z zakwaterowanie w hotelach/motelach w latach 2004-2011 (w tys.) wraz z prognozą na 2012 r.

Ryc. 8. Narodowa administracja turystyczna w USA.

Ryc.9. Przyjazdy zagranicznych turystów ogółem do USA wraz z prognozą . Dane na rok 2011 (w mln.)

Ryc. 10. 10 państw, z których najczęściej przyjeżdżali turyści do USA w roku 2011.(w mln.)

Ryc. 11. Główne cele przyjazdu turystów zagranicznych do USA w roku 2011 (w %).

Ryc.12. Sposób rezerwacji biletów lotniczych podczas podróży do USA przez turystów w 2011 r. (w %).

Ryc.13. Preferowane miejsca zakwaterowania turystów przyjeżdżających do USA na rok 2011. (w %)

Ryc.14.Wydatki turystów międzynarodowych podczas pobytu w USA w latach 2002-2011 wraz z prognozą na 2013. (w bln.)

Ryc. 15. Dochody z turystyki przyjazdowej, wydatki na turystykę wyjazdową i saldo końcowe(w mln)

Ryc.16. 10 państw wydających najwięcej podczas pobytu w USA w roku 2011 (w mln USD).

Ryc.17. Rodzaj transportu wykorzystywany przez turystów z Kanady podczas przyjazdu do USA w 2011 r.(w tys.)

Ryc.18. Preferowane miejsce zakwaterowania turystów z Kanady podczas pobytu w USA w 2011 r, (w tys.)

Ryc.19. Główne cele przyjazdu turystów z Kanady do USA w 2011r. (w %)

Ryc. 20. Główny motyw wyjazdu turystów z Japonii do Stanów Zjednoczonych w 2011 r. (w %).

Ryc.21. Główne motywy przyjazdu turystów z Wielkiej Brytani do Stanów Zjednoczonych w 2011r.(w %).

Ryc.22. Główne motywy przyjazdu turystów z Meksyku do USA w roku 2011 (w %).

Ryc.23. Główne obszary koncentracji zagranicznego ruchu turystycznego w ujęciu regionalnym w 2011 r. (w %).

Ryc. 24. Liczba wyjazdów zagranicznych turystów z USA w latach 2006-2010 wraz z prognozą na rok 2011 (w tys.)

Ryc.25. Wysokość wyjazdów zagranicznych turystów z USA , ze względu na podział na regiony. Rok 2011.(w %)

Ryc.26. Główne cele wyjazdów zagranicznych turystów z USA na rok 2011.(w %)

Ryc.27. Preferowane środki transportu do podróżowania turystów z USA po za swoimi granicami kraju na rok 2011(%)

Ryc.28. Preferowany typ zakwaterowania turystów z USA na rok 2011 (w %)

Ryc. 29. Wielkość wydatków turystów z USA podczas wyjazdów zagranicznych w latach 2006-2010 wraz z prognozą na 2011 r. (w mln)

Ryc.30.Wielkość wydatków turystów z Stanów Zjednoczonych ze względu na region świata + Kanada w 2011 r. (w mln USD)

Ryc. 31. Preferowane destynacje turystów z USA w 2011 r. (w mln)

Ryc.32. Preferowane destynacje turystów z USA ze względu na region świata w 2011 (w %)

Ryc.33. Wielkość i dynamika przyjazdów turystów z USA do Europy w latach 2006-2011 wraz z prognozą na rok 2012 (w mln.)

Ryc. 30 Wydatki ponoszone w związku z podróżą do Polski w 2010 roku:
przed podróżą i podczas pobytu - USA

Ryc. 34. Motywy przyjazdu turystów z USA do Polski w roku 2010.

Ryc. 35. Długość pobytu turystów z USA w Polsce w roku 2010.

Ryc. 36. Preferowany typ zakwaterowania turystów z USA w roku 2010.

Ryc.37. Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2011 Polska do 2006

Ryc. 38. Zmiana wartości WUTZ 2006-2011.

Ryc. 39. Ogół wyjazdu Polaków do USA w latach 2004-2011 wraz z prognozą (w tys.)

Ryc.40. Główne cele wyjazdu Polaków do USA . Dane na rok 2011(w %).

Ryc.42. Główne aktywności podejmowane przez Polaków podczas pobytu w USA. Dane na rok 2011 (w %)

Spis tabel:

Tab.1. 10 największych firm hotelowych w USA, pod względem pokoi w 2010 roku (w tys.)

Tab.2. Przyjazdy turystów z USA w 2011 r.

Tab. 3. Rozkład wydatków turystów z USA.

Tab.4. Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej USA dla Polski.

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przeze mnie projektu na stronie AWF Kraków poświęconej realizacji przedmiotu „Rynki turystyczne i rekreacyjne”. Oświadczam, że został on wykonany zgodnie z obowiązującymi zasadami i nie narusza niczych praw autorskich