

Rynek Turystyczny Stanów Zjednoczonych

Damian Wypych
IV TiR \ Dz.
Gr. Hot 2

Spis treści:

1. Informacje ogólne:	3
a). Wprowadzenie	3
b). Warunki rozwoju turystyki	9
2. Analiza rynku turystycznego:	22
a). Rynek recepcji turystycznej	22
b). Rynek emisji turystycznej	27
c). Profile turystów	33
d). Branża turystyczna	39
3. Znaczenie opisywanego rynku turystycznego dla Polski	42
4. Podsumowanie	47
Bibliografia. Spis rycin, tabel i fotografii	48 i 49

1. Informacje ogólne

a). Wprowadzenie:

Stany Zjednoczone, Stany Zjednoczone Ameryki (ang. United States, United States of America, w skrócie: US, USA) – państwo położone w Ameryce Północnej. Graniczy z Kanadą od północy i Meksykiem od południa; od wschodu granicę kraju stanowi Ocean Atlantycki, od północnego wschodu Ocean Arktyczny, a od zachodu Ocean Spokojny. Trzecie państwo świata pod względem terytorium (po Rosji i Kanadzie) oraz trzecie pod względem liczby ludności (po Chinach i Indiach).

Ryc. 1. Lokalizacja Stanów Zjednoczonych na mapie świata



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Ryc. 2. Stany Zjednoczone na kontynencie Ameryki Północnej



Źródło: www.przewodnik.onet.pl

Ryc. 3. Stany Zjednoczone – podział administracyjny



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Stolica: Waszyngton

Ustrój polityczny: republika federalna

Głowa państwa: prezydent George W. Bush

Powierzchnia całkowita: 9 631 418 km² (wody śródlądowe - 4,9%)

Ludność: 303 753 000 (gęstość zaludnienia 31 osób/km²)

Język urzędowy: angielski

Prawo głosu: 18 lat, powszechne

Jednostka monetarna: 1 dolar amerykański = 100 centów (USD, \$)

Święto narodowe: 4 lipca (rocznica ogłoszenia Deklaracji niepodległości z 1776 roku)

Podział administracyjny: 50 autonomicznych stanów i stołeczny Dystrykt Kolumbii

Największe miasta: Nowy Jork, Los Angeles, Chicago, San Francisco, Filadelfia, Detroit, Boston, Dallas, Houston, Waszyngton

Przeciętna długość życia: mężczyźni 73 lata, kobiety 80 lat

Ciekawostki: pod administracją USA znajdują się: Wyspy Dziewicze, Guana, Samoa Amerykańska, Wake, Midway i Mariany Północne

Symbole narodowe

Dewiza: In God We Trust (W Bogu pokładamy ufność)

Hymn: The Star-Spangled Banner (Gwiazdzisty Sztandar)

Ryc. 4. Flaga Stanów Zjednoczonych



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Ryc. 5. Godło Stanów Zjednoczonych



Źródło: www.pl.wikipedia.org

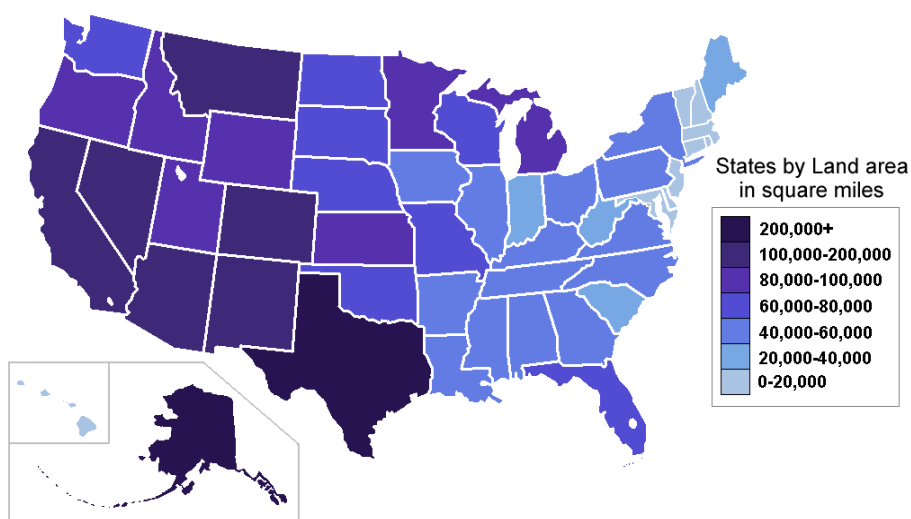
Tab. 1. Powierzchnia poszczególnych stanów

	Stan	Powierzchnia (km ²)	Powierzchnia (mile ²)
1	Alaska	1 717 854	663 266
2	Teksas	695 621	268 581
3	Kalifornia	423 970	163 696
4	Montana	380 838	147 042
5	Nowy Meksyk	314 915	121 589
6	Arizona	295 254	113 998
7	Nevada	286 351	110 561
8	Kolorado	269 601	104 094
9	Oregon	254 805	98 381
10	Wyoming	253 336	97 814
11	Michigan	250 494	96 716
12	Minnesota	225 171	86 939
13	Utah	219 887	84 899
14	Idaho	216 446	83 570
15	Kansas	213 096	82 277
16	Nebraska	200 345	77 354
17	Dakota Południowa	199 731	77 116
18	Waszyngton	184 665	71 300
19	Dakota Północna	183 112	70 700
20	Oklahoma	181 035	69 898
21	Missouri	180 533	69 704
22	Floryda	170 304	65 755
23	Wisconsin	169 639	65 498
24	Georgia	153 909	59 425
25	Illinois	149 998	57 914
26	Iowa	145 743	56 272
27	Nowy Jork	141 299	54 556
28	Karolina Północna	139 389	53 819
29	Arkansas	137 732	53 179
30	Alabama	135 765	52 419
31	Luizjana	134 264	51 840
32	Missisipi	125 434	48 430
33	Pensylwania	119 283	46 055
34	Ohio	116 096	44 825
35	Wirginia	110 785	42 774
36	Tennessee	109 151	42 143
37	Kentucky	104 659	40 409
38	Indiana	94 321	36 418
39	Maine	91 646	35 385
40	Karolina Południowa	82 932	32 020
41	Wirginia Zachodnia	62 755	24 230
42	Maryland	32 133	12 407
43	Hawaje	28 311	10 931
44	Massachusetts	27 336	10 555
45	Vermont	24 901	9 614
46	New Hampshire	24 216	9 350
47	New Jersey	22 588	8 721
48	Connecticut	14 357	5 543
49	Delaware	6 447	2 489
50	Rhode Island	4 002	1 545

Źródło: www.pl.wikipedia.org

Największym stanem jest Alaska, która stanowi aż 17,84% powierzchni całego kraju. Najmniejszym stanem jest natomiast Rhode Island, który stanowi tylko 0,04% powierzchni Stanów Zjednoczonych.

Ryc. 6. Pole powierzchni poszczególnych stanów



Źródło: www.pl.wikipedia.org

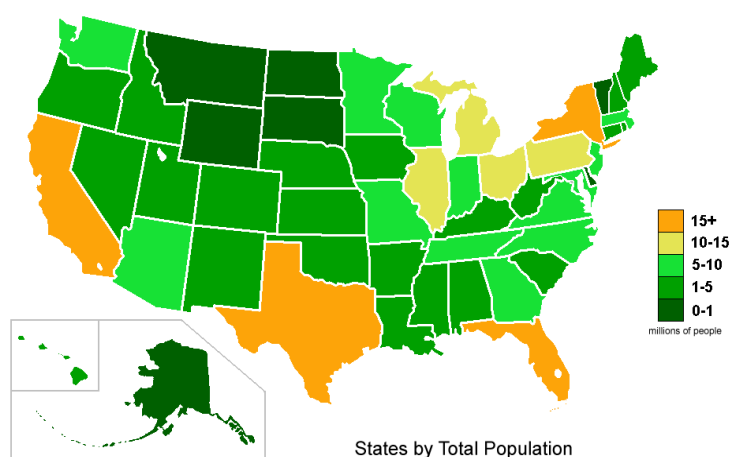
Tab. 2. Populacja poszczególnych stanów

Lp.	Stan	Populacja
1	Kalifornia	36 132 147
2	Teksas	22 859 968
3	Nowy Jork	19 254 630
4	Floryda	17 789 864
5	Illinois	12 763 371
6	Pensylwania	12 429 616
7	Ohio	11 464 042
8	Michigan	10 120 860
9	Georgia	9 072 576
10	New Jersey	8 717 925
11	Karolina Północna	8 683 242
12	Wirginia	7 567 465
13	Massachusetts	6 398 743
14	Waszyngton	6 287 759
15	Indiana	6 271 973
16	Tennessee	5 962 959
17	Arizona	5 939 292
18	Missouri	5 800 310
19	Maryland	5 600 388
20	Wisconsin	5 536 201
21	Minnesota	5 132 799
22	Kolorado	4 665 177
23	Alabama	4 557 808
24	Luizjana	4 523 628
25	Karolina Południowa	4 255 083
26	Kentucky	4 173 405
27	Oregon	3 641 056
28	Oklahoma	3 547 884
29	Connecticut	3 510 297
30	Iowa	2 966 334
31	Missisipi	2 921 088
32	Arkansas	2 779 154
33	Kansas	2 744 687
34	Utah	2 469 585
35	Nevada	2 414 807
36	Nowy Meksyk	1 928 384
37	Wirginia Zachodnia	1 816 856
38	Nebraska	1 758 787
39	Idaho	1 429 096
40	Maine	1 321 505
41	New Hampshire	1 309 940
42	Hawaje	1 275 194
43	Rhode Island	1 076 189
44	Montana	935 670
45	Delaware	843 524
46	Dakota Południowa	775 933
47	Alaska	663 661
48	Dakota Północna	636 677
49	Vermont	623 050
(n/a)	Dystrykt Kolumbii	550 521
50	Wyoming	509 294

Źródło: www.pl.wikipedia.org

Cała populacja osiągnęła poziom 300 000 000 osób pod koniec października 2006. W 9 najludniejszych stanach mieszka połowa mieszkańców USA, a w 25 najsłabiej zaludnionych tylko 1/6 społeczeństwa. Tabela przedstawia stan ludności na dzień 1 lipca 2005 (przed huraganem Katrina).

Ryc. 7. Gęstość zaludnienia poszczególnych stanów



Źródło: www.pl.wikipedia.org

Dane gospodarcze (za 2006):

Produkt krajowy brutto:

13,13 bln USD

PKB na 1 mieszkańca: 44 000 USD

Średni dochód rodziny: 48 201 USD rocznie

Realny wzrost PKB: 3,2%

W strukturze PKB: udział rolnictwa wynosi 0,9%, przemysłu 20,4%, usług 78,6%.

Budżet:

dochody: 2,409 bln USD.

wydatki: 2,660 bln USD.

Dług publiczny: 64,7% PKB.

Dług zagraniczny: 69,19 bld USD.

Rezerwy w złocie i walutach: 10,04 bld USD.

Struktura zatrudnienia (2004): usługi 76,3%, przemysł i transport 22,9%, rolnictwo, leśnictwo i rybołówstwo 0,7%.

Handel zagraniczny:

Eksport: 1,024 bln USD. Eksportuje się głównie: dobra inwestycyjne, samochody, środki zaopatrzenia przemysłu, materiały surowe, dobra konsumpcyjne, produkty rolne, do: Kanady (23,4%), Meksyku (13,3%), Japonii (6,1%), Chiny (4,6%), Wielkiej Brytanii, (4,3%).

Import: 1,869 bln USD. Importuje się ropę i produkty petrochemiczne, maszyny, samochody, dobra konsumpcyjne, materiały surowe, żywność i napoje, z: Kanady 16,9%, Chin 15%, Meksyku 10%, Japonii (8,2%), Niemiec (5%).

Inflacja: 2,5%.

Bezrobocie: 4,8%.

Ludność poniżej granicy ubóstwa: 12% (2004) tzn. 36.5 mln osób (2006). Poniżej progu ubóstwa żyje 8,2% białych i 24,3% Afroamerykanów (2006)^[8]

b) Warunki rozwoju turystyki:

Turystyka krajowa w Stanach Zjednoczonych rozwinęła się głównie w latach 60. w związku z powszechną motoryzacją oraz rosnącą zamożnością społeczeństwa. Zwiększająca się liczba turystów wpływa na stałą rozbudowę zaplecza turystyczno-wypoczynkowego. Głównymi obiektami turystycznymi są Parki Narodowe i Pomniki Przyrody, zwłaszcza Yosemite, Yellowstone i Wielki Kanion, odwiedzane przez kilkanaście milionów turystów rocznie, poza tym kąpieliska morskie, ośrodki narciarskie i ośrodki rozrywki oraz miasta będące ośrodkami politycznymi i kulturalnymi. Do celów turystyczno-wypoczynkowych zostały udostępnione federalne lasy (głównie w Górach Skalistych i Nadbrzeżnych) i obszary stepowe (na Wyżynie Kolorado) oraz tereny położone w sąsiedztwie jezior i sztucznych zbiorników wodnych.

Regiony turystyczne Stanów Zjednoczonych

Na obszarze Stanów Zjednoczonych można wyróżnić 8 regionów turystycznych:

1. Nową Anglię,
2. Nizinę Nadbrzeżną (w tym subregiony: Atlantycki, Florydy, Niziny Zatokowej),
3. Środkowe i Południowe Appalachy,
4. Wielkie Jeziora,
5. Stany Środkowe,
6. Kordyliery (w tym subregiony: Gór Skalistych, Wyżyn i Kotlin Śródgórskich, Gór Kaskadowych i Sierra Nevada, Wybrzeża Oceanu Spokojnego),
7. Alaskę
8. Hawaje.

Region turystyczny Nowa Anglia:

Fot. 1. Plaża w Newport

• Kąpieliska

1. Newport
2. Hyannis
3. Eastham
4. Sandwich
5. Falmouth



Źródło: www.visitusa.com

Fot. 2. Franconia

• **Ośrodki sportów zimowych**

1. Berlin
2. Franconia
3. Center Ossipee
4. Killington
5. Magic Mountain



Źródło: www.visitusa.com

• **Parki narodowe**

1. Park Narodowy Arcadia na wyspie Mount Desert

1. Boston

Fot. 3. Boston

• **Zabytkowe obiekty użyteczności publicznej**

1. domy mieszkalne z XVII-XIX w.
2. stary i nowy dom stanowy
3. szpital Massachusetts
4. giełda
5. Bostońska Biblioteka Publiczna
6. Harvard University

• **Kościóły**

1. Christ Church
2. King's Chanel
3. katedra św. Pawła

• **Muzea**

1. Fogg Art. Museum



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Nizina Nadbrzeżna:

2. Nowy Jork

Nowy Jork jest z pewnością jedną z największych metropolii na świecie. Będąc tutaj koniecznie trzeba zwiedzić Empire State Building, statwę wolności, Wall street,, katedrę św. Patryka, siedzibę ONZ, most brooklyński, Central Park i wiele innych ciekawych miejsc.

Fot. 4. Nowy Jork

• Zabytkowe obiekty użyteczności publicznej

1. ratusz
2. National Academy of Design
3. Nowojorska Biblioteka Publiczna
4. Metropolitan Opera

• Kościoły

1. Kościół St. Mark's-in-the Boverie
2. Trinity Church
3. Katedra St. John's the Divine

• Znane budowle nowoczesne

1. Rockefeller Center
2. Empire State Building



Źródło: www.visitusa.com

• Muzea

1. Metropolitan Museum of Art
2. Muzeum Sztuki Nowoczesnej
3. Muzeum Guggenheima
4. Muzeum Historii Naturalnej

• Miejsca rozrywki

1. Central Park
2. Bronx Park
3. Medison Square Garden
4. Flusing Meadow

Fot. 5. Metropolitan Museum of Art



Źródło: www.visitusa.com

Fot. 6. Statua Wolności

- **Obiekty z listy UNESCO**

1. Statua Wolności



Źródło: www.visitusa.com

3. Waszyngton

Waszyngton jest ściśle związany z historią Stanów Zjednoczonych. Tutaj nie ma drapaczy chmur, co jest nietypowe w USA. Będąc tutaj koniecznie trzeba zwiedzić bibliotekę kongresu, uniwersytet Johna Hopkinsa, bank światowy, katedrę narodową, katedrę Św. Mateusza, Muzeum Narodowe, a także wiele innych budowli.

Fot. 7. Kapitol

- **Obiekty użyteczności publicznej**

1. Blair House
2. Treasury Building
3. Library of Congress Building
4. Amerykańska Akademia Nauk

- **Kościoły**

1. katedra św. Piotra i Pawła
2. St. John's Church
3. Presbyterian Church

- **Muzea**

1. zespół Smithsonian
2. mauzoleum Lincolna

- **pomniki i miejsca pamięci**

1. obelisk Waszyngtona
2. pomnik Jeffersona

- **inne walory**

1. Kapitol
2. Biały Dom
3. Pentagon



Źródło: www.visitusa.com

- **Ogrody zoologiczne**

1. Rock Creek

4. Filadelfia

- **Obiekty użyteczności publicznej**

1. University of Pennsylvania
2. biblioteka publiczna
3. Independence Hall
4. giełda

- **kościóły**

1. Gloria Dei
2. Katedra św. Piotra i Pawła

- **Museum**

1. Philadelphia Museum of Art

Fot. 8. Philadelphia Museum of Art



Źródło: www.visitusa.com

5. Miami

- **Kościóły**

1. kościół klasztoru św. Bernarda

- **muzeum**

1. figur woskowych

- **kąpieliska**

1. Miami Beach
2. Coral Gables
3. Hialeah

Fot. 9. Plaża w Miami



Źródło: www.visitusa.com

- **Miejsca rozrywki**

1. morskie akwarium
2. serpentarium

Fot. 10. Plaża w Miami



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Środkowe i Południowe Appalachy:

Fot. 11. Great Smoky Mountains

• Parki narodowe

1. Great Smoky Mountains
2. Shenandoah
3. Jaskini Mamuciej
4. Historic Stone Mountains Park
5. Delaware Water Gap National Recreation Area

• Uzdrowiska

1. Saratoga Springs
2. White Sulphur Springs
3. Berkley Springs

• Ośrodki sportów zimowych

1. Lake Placid

• Stanowiska archeologiczne i cmentarzyska

1. Russel Cave
2. pozostałości kultury indiańskiej w Auburn

• pomniki i miejsca pamięci

1. pole bitwy w Saratoga Springs
2. pole bitwy w Chattanooga

• inne walory antropogeniczne

1. dom rodzinny A.Lincolna
2. Kenrakijski Park Konia

• Obiekty z listy UNESCO

1. Great Smoky Mountains



Źródło: www.visitusa.com

Fot. 12. Great Smoky Mountains



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Wielkie Jeziora:

• Ośrodki sportów zimowych

1. Porcupine Mountains
2. Indianhead Mountains
3. Whitecap Mountains

• Muzea

1. Museum dzieci w Detroit
2. Museum pieniądza w Detroit
3. Museum historyczne w Milwaukee

• inne walory antropogeniczne

1. metalowy park w Cleveland
2. Park Róż w Columbus

• Stanowiska archeologiczne i cmentarzyska

1. cmentarzysko w Mound City Mounds
2. cmentarzysko w Dickson Mounds
3. cmentarzysko w Cahokia

• inne atrakcyjne elementy

1. wodospad Niagara

Fot. 13. Wodospad Niagara



Źródło: www.visitusa.com

6.Chicago

Chicago szczyci się mianem jednego z najbardziej zróżnicowanych etnicznie miast Stanów Zjednoczonych. W latach 40. XIX w. Irlandczycy masowo zjeżdżali do młodego wówczas miasta. Od tej pory osiedlali się tu emigranci z różnych krajów. Mniejszości nadal kultywują swoje tradycje narodowe, co widać podczas parad i festiwali organizowanych przez cały rok.

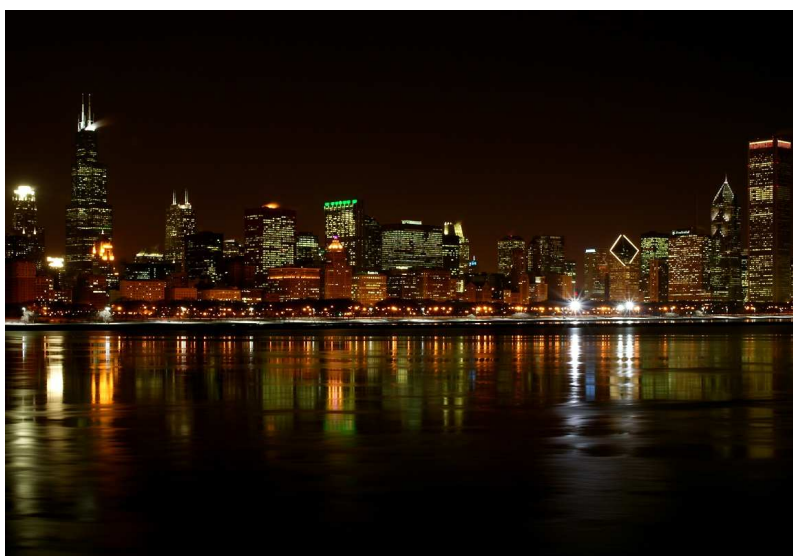
• znane budowle nowoczesne

1. Home Insurance Building
2. Sears Tower
3. Standard Oil Building

• Muzea

1. Muzeum Sztuki i Przemysłu
2. Historii Afro-Amerykańskiej
3. Judaizmu
4. Muzeum Polskie

Fot. 14. Chicago nocą



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Stany Środkowe:

• ośrodki sportów zimowych

1. Lead City
2. Hill City

• Uzdrowiska

1. Hot Springs
2. Mammoth Hot Springs

• Inne atrakcyjne elementy

1. Civil War Cave
2. Graham Cave
3. Fisher's Cave
4. Jewel Cave
5. Wind Cave
6. wąwóz Badlands

• muzea

1. Muzeum Zdobywania Zachodu w St. Louis
2. Instytut Sztuki w Minneapolis
3. Muzeum Siuksów w Rapid City

• Inne walory antropogeniczne

1. Liberty Memorial w Kansas City
2. rzeźba skalna przedstawiająca głowy czterech prezydentów Stanów Zjednoczonych
3. pomnik wodza indiańskiego Szalonego Konia

Fot. 15. Liberty Memorial w Kansas City



Źródło: www.visitusa.com

Fot. 16. Mount Rushmore



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Kordyliery:

Subregion Gór Skalistych

• parki narodowe i pomniki przyrody

1. Yellowstone
2. Glacier
3. Grand Teton
4. Great Sand Dunes (pomnik przyrody)

• Kościoły

1. kościół misyjny św. Michała w Santa Fe
2. kościół św. Franciszka w Santa Fe
3. kaplica NMP w Santa Fe

• ośrodki sportów zimowych

1. Aspen
2. Colorado Springs
3. Teton Village

• Obiekty z listy UNESCO

1. park narodowy Yellowstone

Fot. 17. Krajobraz Parku Yellowstone



Źródło: www.visitusa.com

Subregion Wyżyn i Kotlin Śródgórskich

• parki narodowe, rezerwaty, pomniki przyrody

1. Grand Canzon National Park
2. Petrified Forest National Park
3. Mesa Verde
4. Big Bend
5. Zion
6. Dolina Śmierci
7. Joshua Tree National Monument
8. White Sands

• Stanowiska archeologiczne

1. Aztek Ruins National Monument

• Kościoły

1. świątynia mormonów

• miejsce rozrywki

1. kasyna Las Vegas

• ośrodki sportów zimowych

1. Sun Valley
2. Phoenix
3. Salt Lake City

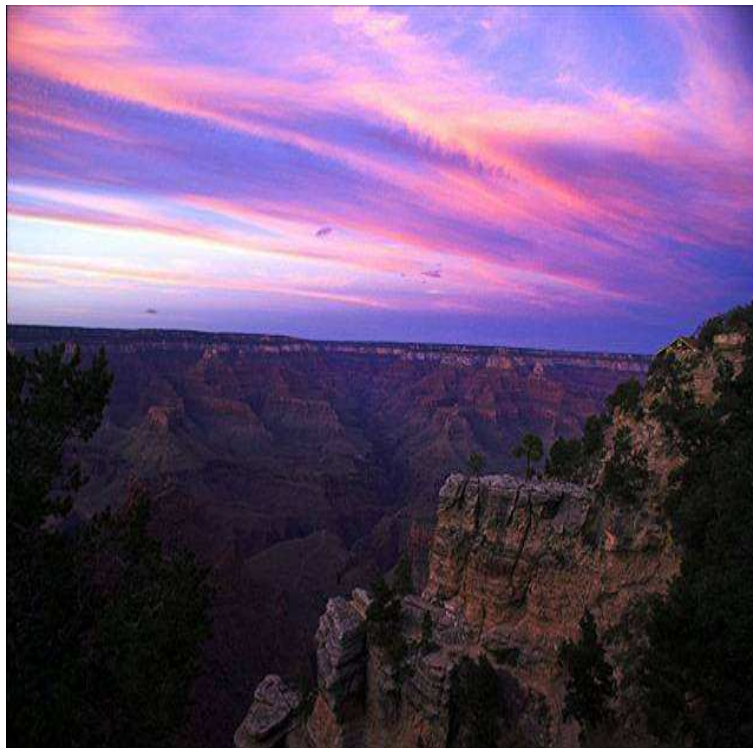
• Uzdrowiska

1. Soda Springs

• Obiekty z listy UNESCO

1. Wielki Kanion

Fot. 18. Wielki Kanion



Źródło: www.visitusa.com

Subregion Wybrzeża Oceanu Spokojnego

• Parki narodowe

1. Redwood
2. Olympic

• Ośrodki sportów wodnych

1. Santa Monica
2. San Pedro
3. Long Beach
4. Santa Barbara
5. Costa Mesa

• Znane budowle nowoczesne

1. Boeing Jumbo Jet Assembly Building

• Obiekty z listy UNESCO

1. Park Narodowy Olympic

Fot. 19. Park Redwood



Źródło: www.visitusa.com

7. Los Angeles

Los Angeles położone jest w Kalifornii nad Oceanem Spokojnym. To tutaj mieszkają gwiazdy i gwiazdeczki. W najbardziej znanej dzielnicy Beverly Hills spotkać można pięknych i bogatych, znanych z ekranu. Nie należy też pominąć Hollywood i Disneyland. W upalne dni można spędzić czas na plażach Santa Monica, Malibu czy też Venice Beach.

• Kościoły

1. Nuestra Senora de la Reina de Los Angeles
2. Lugo Mouse

• Obiekty użyteczności publicznej

1. uniwersytet Loyola
2. domy mieszkalne I budowle reprezentacyjne z XIX w.

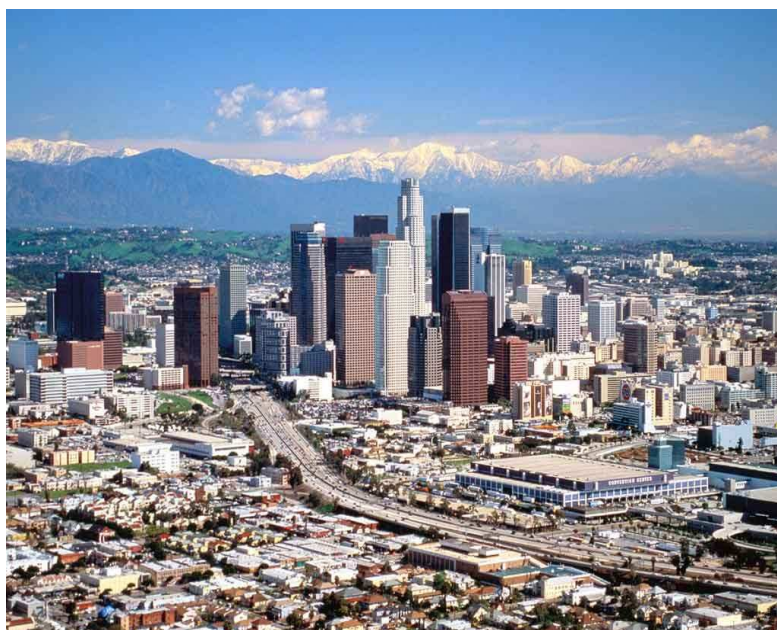
• miejsce rozrywki

1. Disneyland

Inne walory antropogeniczne

1. Hollywood
2. Beverly Hills

Fot. 20. Centrum Los Angeles



Źródło: www.visitusa.com

8. San Francisco

San Francisco położone jest nad Oceanem Spokojnym w Kalifornii. Miasto jest często nawiedzane przez trzęsienie ziemi. Będąc tutaj warto zobaczyć takie miejsca jak: Chinatown, Golden Gate Park, Little Italy oraz Muzeum Sztuki Współczesnej.

Fot. 21. Most Golden Gate

- **Muzea**

1. Muzeum Morskie
2. Muzeum Historii Naturalnej

- **Znane budowle nowoczesne**

1. Golden Gate

- **Inne walory antropogeniczne**

1. Chinatown
2. planetarium
3. arboretum



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Alaska:

Alaska jest jednym ze stanów USA (największym), położona w północno- zachodniej części Ameryki Północnej i graniczy z Kanadą. Na Alasce dominuje krajobraz wyżynny i górski z najwyższym szczytem w Ameryce Północnej Mount McKinley (6194 m n.p.m.).

Fot. 22. Mount McKinley



Źródło: www.visitusa.com

Region turystyczny Hawaje:

Fot. 23. Waikiki Beach

- **kąpieliska**

1. Waikiki Beach
2. Kailua
3. Makaha
4. Kahuku

- **Parki narodowe**

1. Hawaii Volcanoes
2. Haleakala



Źródło: www.visitusa.com

Fot. 24. Hawaii Volcanoes



Źródło: www.visitusa.com

Dostępność komunikacyjna i infrastruktura:

Stany Zjednoczone mają rozbudowaną sieć dróg ekspresowych, zwanych interstates (bez wątplenia mają one największe znaczenie). Ich długość wynosi 77 tys. kilometrów (1. miejsce na świecie). Drogi te mają różny standard. W okolicach miast drogi posiadają wszystkie betonowe zabezpieczenia, w rejonach słabo zaludnionych nie posiadają często żadnych zabezpieczeń. Minimum stanowią dwa pasy w jednym kierunku, które czasem rozszerzają się nawet do dziewięciu. Drogi te umożliwiają wygodną podróż przez cały kraj. Ważną rolę pełni także transport lotniczy. Połączenia lotnicze, łączące wszystkie główne miasta, mają duże znaczenie w komunikacji międzynarodowej oraz wewnętrznej. Mniejsze znaczenie niż w Europie ma transport publiczny.

Sieć kolejowa - 226 605 km

Sieć drogowa - 6 430 366 km (utwardzonych 4 165 110 km, w tym 77 009 km interstates)

Porty lotnicze - 14 858 w tym 5 119 o nawierzchni utwardzonej

Drogi wodne - 41 009 km

Flota handlowa - 465 (statków) 13 273 133 BTW

Tab. 3. 10 najważniejszych portów lotniczych w USA ze wzg. na liczbę pasażerów wg danych za 2005

<i>Port lotniczy</i>	<i>Położenie</i>	<i>Pasażerów</i>	<i>Pozycja w 2004 na świecie</i>
Atlanta - Hartsfield-Jackson	Atlanta, Georgia	78 543 012	1
Chicago-O'Hare	Chicago, Illinois	76 510 003	2
Los Angeles	Los Angeles, Kalifornia,	61 489 398	5
Dallas-Fort Worth	Dallas/Fort Worth, Teksas	59 176 265	6
Las Vegas-McCarran	Las Vegas, Nevada	43 989 982	11
Denver	Denver, Kolorado	43 387 513	10
Nowy Jork-John F. Kennedy	Nowy Jork, Nowy Jork	41 885 104	15
Phoenix-Sky Harbor	Phoenix, Arizona	41 213 754	12
Houston-George Bush	Houston, Teksas	39 684 640	18
Minneapolis-Saint Paul	Minneapolis/Saint Paul, Minnesota	37 604 373	16

Źródło: www.pl.wikipedia.org

Na podstawie powyższej tabeli można łatwo wywnioskować, że Stany Zjednoczone Ameryki wiodą prym w transporcie lotniczym (jeżeli chodzi o liczbę pasażerów), za równo międzynarodowym jak również wewnątrz krajowym. Sieć transportu lotniczego w Stanach Zjednoczonych jest bardzo dobrze rozwinięta, świetnie prosperuje i z roku na rok liczba pasażerów wybierających transport lotniczy rośnie. Wielkość ruchu lotniczego do Stanów Zjednoczonych i na ich terenie zależy od wielu czynników, np.: od bardzo dużej powierzchni kraju, poziomu rozwoju gospodarki, niezliczonej ilości atrakcji turystycznych różnego rodzaju oraz wiele innych.

2. Analiza rynku turystycznego

a). Rynek recepcji turystycznej:

„Stany Zjednoczone w br. (2007) odwiedzi aż 54 mln turystów.

U.S. Department of Commerce ogłosił, iż rok 2007 będzie rekordowy dla turystyki przyjazdowej w USA. Notuje się tam bowiem ogromny napływ turystów międzynarodowych. Według szacunków Stany Zjednoczone w br. odwiedzi 54 mln turystów, co daje 5% wzrost w porównaniu do roku poprzedniego (51,2 mln). W latach 2006-2011 liczba turystów zagranicznych w USA wzrośnie aż o 20 punktów procentowych, co pozwala przypuszczać, że do roku 2011 ich liczba powinna wynieść 61 mln.

Turyści napływają tam przede wszystkim z Kanady i Meksyku. W tym roku przyniosą wzrost odpowiednio o 4% i 3%. Liczba turystów z Europy wzrośnie w latach 2006-2011 o 25 punktów procentowych i ostatecznie wyniesie 12,6 mln osób, natomiast w 2007 roku wzrośnie o 8%.”

Źródło: www.usa.tur-info.pl, art. z 06.11.2007r.

Tab. 4. Przyjazdy do USA w 2006 i 2005 roku (ranking Top 50)

Top 50 Markets for International Visitor Arrivals to the United States 2006r and 2005				
Rank 2006	Region / Country of Residence	Total 2006	Total 2005	Percent Change 2006 / 2005
	Total Arrivals ^{(p) (1)}	50,977,532	49,205,528	4%
	North America ⁽²⁾	29,309,242	27,527,000	6%
1	Canada ⁽³⁾	15,992,242	14,862,000	8%
	Canada Air ⁽³⁾	5,523,000	5,120,000	8%
2	Mexico ^{(p) (3)}	13,317,000	12,665,000	5%
	Mexico Air ⁽⁴⁾	1,713,158	1,668,432	3%
	Overseas ⁽⁵⁾	21,668,290	21,678,528	0%
3	United Kingdom	4,176,211	4,344,957	-4%
4	Japan	3,672,584	3,883,906	-5%
5	Germany	1,385,520	1,415,530	-2%
6	France	789,815	878,648	-10%
7	South Korea	757,721	705,093	7%
8	Australia	603,275	581,773	4%
9	Italy	532,829	545,546	-2%
10	Brazil	525,271	485,373	8%
11	China (PRC & HK Combined) ⁽⁶⁾	457,728	405,380	13%
	China, PRC ⁽⁷⁾	320,450	270,272	19%
	Hong Kong ⁽⁷⁾	137,278	135,108	2%
12	Netherlands	446,785	448,650	0%
13	Spain	424,224	385,640	10%
14	Ireland	414,423	383,400	8%
15	India	406,845	344,926	18%
16	Venezuela	369,037	340,315	8%
17	Colombia	348,388	325,398	7%
18	Taiwan	300,382	318,886	-6%
19	Sweden	285,994	290,530	-2%
20	Israel	283,889	284,310	0%
21	Switzerland	270,571	256,730	5%
22	Bahamas	243,300	237,140	3%
23	Dominican Republic	236,622	221,449	7%
24	Argentina	212,096	188,865	12%
25	Jamaica	204,912	175,351	17%
26	Belgium	188,311	191,596	-2%

27	Denmark	185,337	174,581	6%
28	Guatemala	173,793	170,076	2%
29	Philippines	153,887	153,821	0%
30	El Salvador	153,835	164,492	-6%
31	Ecuador	147,173	143,073	3%
32	Norway	145,359	139,043	5%
33	New Zealand	138,486	139,780	-1%
34	Poland	137,588	134,430	2%
35	Trinidad And Tobago	133,906	128,392	4%
36	Peru	133,398	151,823	-12%
37	Costa Rica	130,702	133,820	-2%
38	Singapore	122,995	115,939	6%
39	Austria	117,191	117,688	0%
40	Chile	110,143	101,550	8%
41	Russia	94,681	84,780	12%
42	Honduras	92,445	89,718	3%
43	Turkey	90,122	84,434	7%
44	South Africa	89,017	89,102	0%
45	Finland	87,904	89,125	-1%
46	Panama	81,358	78,855	3%
47	Portugal	71,406	68,111	5%
48	Thailand	69,236	66,833	4%
49	Netherlands Antilles ⁽⁸⁾	62,412	59,126	6%

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Z powyższego zestawienia jasno wynika, iż znaczną większość turystów przyjeżdżających do USA stanowią mieszkańcy Kanady i Meksyku, prawie 30mln czyli ok. 60% całej turystyki przyjazdowej. Głównym czynnikiem tego zjawiska jest położenie tych dwóch krajów w stosunku do USA oraz mnogość i zróżnicowanie atrakcji turystycznych jakie oferuje USA. W tym rankingu Polska zajmuje 34. miejsce wraz z 137 588 turystami w roku 2006 co stanowi 2% wzrost w stosunku do roku wcześniejszego.

Tab. 5. Wpływy z turystyki w USA

	2004	2005	2006	2007	2008
Tourism receipts (US\$ million)	94,090	102,014	102,800	103,490	

Źródło: www.euromonitor.com/factfile.aspx?country=US

Z czego w 2006 roku przychód z turystyki zagranicznej (przyjazdowej do USA) wynosił 85,7 mld \$ (źródło: „Rynki Zamorskie 2008” , mgr Tomasz Marciniak).

Tab. 6. Cele przyjazdów do USA (dane za rok 2006)

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers =	ALL OVERSEAS VISITORS 21,668,000	ALL LEISURE VISITORS 13,196,000	ALL BUSINESS VISITORS 5,135,000
Main Purpose of Trip:			
Leisure/Recreation/Holiday	47%	77%	5%
Visit Friends/Relatives	23%	13%	3%
Business/Professional	21%	6%	88%
Convention/Conference	5%	3%	4%
Study/Teaching	3%	1%	1%
Purpose of Trip*:			
Leisure/Recreation/Holiday	61%	100%	21%
Visit Friends/Relatives	36%	28%	17%
Business	24%	8%	100%
Convention/Conference	8%	4%	12%
Study/Teaching	4%	3%	3%

* multiple response

Badania nie uwzględniają turystów z Kanady i Meksyku.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Głównym celem przyjazdu turystów zagranicznych do USA jest wypoczynek i rekreacja. Stanowi on prawie 50% wszystkich celów przyjazdu, a w wypadku możliwości wielokrotnej odpowiedzi aż 61%. Na kolejnych miejscach znajdują się odpowiednio: odwiedziny znajomych i krewnych, wyjazdy biznesowe, wyjazdy na konwencje/konferencje oraz wyjazdy na studia.

Tab. 7. Szczegółowy podział głównego celu przyjazdu do USA – 2006 (multiple response)

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers =	ALL OVERSEAS VISITORS 21,668,000	ALL LEISURE VISITORS 13,196,000	ALL BUSINESS VISITORS 5,135,000
Shopping	88%	92%	79%
Dining in Restaurants	84%	85%	86%
Sightseeing in Cities	44%	52%	30%
Visit Historical Places	36%	41%	24%
Amusement/Theme Parks	27%	34%	14%
Visit Small Towns/Villages	27%	30%	16%
Water Sports/Sunbathing	22%	30%	8%
Art Gallery, Museum	20%	23%	17%
Cultural/Heritage Sights	20%	24%	11%
Touring the Countryside	19%	23%	12%
Visit National Parks	18%	22%	11%
Guided Tours	17%	23%	6%
Concert, Play, Musical	15%	17%	10%
Nightclub/ Dancing	12%	12%	14%
Casinos/Gambling	10%	11%	7%
Attend Sports Events	7%	7%	7%
Cruises	6%	9%	3%
Golf/Tennis	6%	6%	7%
Ethnic Heritage Sights	5%	6%	3%
Camping, Hiking	4%	4%	2%
Environmental/Ecological Excursic	3%	4%	2%
Visit American Indian Communities	3%	4%	2%
Snow Skiing	2%	2%	2%
Hunting/Fishing	2%	2%	1%
Ranch Vacations	1%	2%	1%

Badania nie uwzględniają turystów z Kanady i Meksyku.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Wśród badanych turystów, którzy jako główny cel swojego przyjazdu do USA wskazali wypoczynek i rekreację najwięcej czasu poświęciło na: zakupy, smakowanie amerykańskiej kuchni, zwiedzanie miast oraz innych miejsc o znaczeniu historycznym. W obecnym czasie dość znaczącym czynnikiem zwiększającym liczbę turystów przyjeżdżających do USA jest niski kurs dolara co powoduje, że kraj ten staje się coraz „tańszy”, bardziej dostępny i atrakcyjny dla coraz większej liczby turystów. Myślę, że jest to powodem, iż zakupy zajmują tak wysoką, czołową pozycję.

Tab. 8. Regiony odwiedzane przez turystów zagranicznych w USA (multiple response) - 2006

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers = U.S. Destinations Visited*:	ALL OVERSEAS VISITORS 21,668,000	ALL LEISURE VISITORS 13,196,000	ALL BUSINESS VISITORS 5,135,000
New England	7%	6%	7%
Massachusetts	5%	5%	5%
Boston	5%	4%	5%
Middle Atlantic	33%	33%	34%
New York	30%	31%	29%
New York City	29%	30%	27%
New Jersey	4%	3%	5%
Pennsylvania	3%	2%	4%
East North Central	8%	5%	16%
Illinois	5%	3%	9%
Chicago	5%	3%	9%
Ohio	2%	1%	4%
West North Central	2%	1%	3%
South Atlantic	28%	28%	28%
Florida	19%	22%	14%
Miami	9%	9%	9%
Orlando	9%	13%	3%
Washington D.C. (Metro Area)	5%	4%	6%
Georgia	2%	2%	5%
Atlanta	2%	2%	4%
East South Central	2%	1%	2%
West South Central	5%	3%	10%
Texas	5%	2%	9%
Houston	2%	1%	4%
Mountain	11%	13%	10%
Arizona	3%	3%	2%
Nevada	8%	10%	5%
Las Vegas	8%	10%	5%
Pacific	23%	21%	32%
California	21%	20%	29%
Los Angeles	12%	12%	13%
San Francisco	9%	10%	11%
San Diego	3%	3%	4%
San Jose	2%	1%	5%
Washington	2%	2%	3%
Seattle	2%	1%	2%
Pacific Islands	15%	22%	2%
Hawaiian Islands	10%	14%	2%
Oahu/Honolulu	8%	12%	2%
Guam	5%	8%	0%

Badania nie uwzględniają turystów z Kanady i Meksyku.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Z powyższej tabeli wynika, że najchętniej odwiedzanymi miejscami w USA są duże miasta takie jak Nowy Jork (mnogość atrakcji i instytucji, sława na świecie), Los Angeles (Hollywood, Beverly Hills, „wypoczynkowy” klimat) regiony przyoceaniczne (kąpielowe) na zachodnim (Kalifornia) i wschodnim (Floryda) wybrzeżu południowych Stanów Zjednoczonych oraz wyspy pacyficzne (Hawaje).

Tab. 9. Długość pobytu turystów przyjezdnych w USA (który raz są w USA oraz liczba odwiedzonych stanów) - 2006

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS:	ALL OVERSEAS VISITORS	ALL LEISURE VISITORS	ALL BUSINESS VISITORS
Total Number of Travelers =	21,668,000	13,196,000	5,135,000
<i>Nights Spent in the U.S.</i>			
Average	15.8	13.9	14.1
Median	8.0	8.0	7.0
<i>First International U.S. Trip:</i>			
First Time Visitors	24%	29%	14%
Repeat Visitors	76%	71%	86%
<i>Number of States Visited*:</i>			
One State	70%	71%	62%
Two States	19%	17%	25%
Three or More States	10%	12%	13%
Average (Number of States)	1.5	1.5	1.6
Median (Number of States)	1.0	1.0	1.0

* multiple response

Badania nie uwzględniają turystów z Kanady i Meksyku.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Średnia długość pobytu w USA turystów przyjezdnych wynosi ok. 16 dni (jest to dość długo, ale wynika to z faktu, iż są to turyści przyjezdni często z bardzo daleka i po prostu nie opłacałoby im się przyjechać na krótki okres czasu) w $\frac{3}{4}$ przypadków nie jest to pierwsza wizyta w tym kraju. W większości przypadków turyści odwiedzają tylko jeden stan (może wynikać to z wielkości powierzchni fizycznej).

Tab. 10. Środki lokomocji turystów w USA (2006)

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS:	ALL OVERSEAS VISITORS	ALL LEISURE VISITORS	ALL BUSINESS VISITORS
Total Number of Travelers =	21,668,000	13,196,000	5,135,000
<i>Transportation in the U.S.*:</i>			
Taxi	42%	43%	52%
Rented Auto	29%	31%	35%
Company or Private Auto	26%	22%	25%
Airline in the U.S.	24%	21%	35%
City Subway/Bus	23%	29%	16%
Railroad between Cities	10%	10%	11%
Bus between Cities	10%	13%	4%

* multiple response

Badania nie uwzględniają turystów z Kanady i Meksyku.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Turyści przebywający w USA korzystają głównie ze środków lokomocji takich jak: taksi (bardzo popularne i rozpowszechnione), wypożyczenie auta, służbowe/prywatne auto, lini lotniczych (sieć krajowa bardzo dobrze rozbudowana) czy też komunikacji miejskiej.

Tab. 11. Port of Entry to the USA (2006)

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers =	ALL OVERSEAS VISITORS 21,668,000	ALL LEISURE VISITORS 13,196,000	ALL BUSINESS VISITORS 5,135,000
<i>Port-of-Entry:</i>			
New York	15%	16%	13%
Miami	10%	9%	11%
Los Angeles	9%	9%	13%
Honolulu	7%	12%	1%
Newark	6%	6%	5%
San Francisco	5%	5%	10%
Chicago	5%	4%	10%
Agana, Guam	5%	8%	0%
Atlanta	3%	2%	5%
Washington Dulles	3%	2%	4%
Orlando & Orlando/Sanford	2%	3%	1%
Boston	2%	2%	1%

Badania nie uwzględniają turystów z Kanady i Meksyku.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

W powyższym zestawieniu, mówiącym o przylotach turystów do USA, na pierwszym miejscu znajduje się lotnisko w Nowym Jorku – JFK. Jest to spowodowane faktem, iż NYC leży na wschodnim wybrzeżu, a większość turystów zagranicznych (nie licząc Kanady i Meksyku) do USA przylatuje właśnie z Europy (głównie zachodniej – bliskość odległości).

b). Rynek emisji turystycznej: (aktywność turystyczna mieszkańców USA)

Tab. 12. Liczba turystycznych podróży krajowych

	2002	2003	2004
Liczba podróży (w mln)	855,4	871,6	893,1

Źródło: www.pot.gov.pl

Tab. 13. Liczba turystycznych podróży zagranicznych

	2002	2003	2004
Liczba podróży (w tys.)	58 066	56 250	61 776
Liczba podróży na 100 mieszkańców	20	19	21

Źródło: www.pot.gov.pl

W 2004r. średnio każdy Amerykanin odbył ok. 3 podróże krajowe i co piąty Amerykanin wybrał się w turystyczną podróż zagraniczną.

Na podstawie powyższych dwóch tabel można łatwo zauważyć, że liczba turystycznych podróży krajowych jak również zagranicznych rośnie (2002-2004), czyli aktywność turystyczna mieszkańców USA się zwiększa.

Tab. 14. Zagraniczne wyjazdy mieszkańców USA wg krajów

Kraj docelowy	W tys. podróży		
	2003	2004	2005
<i>Razem wyjazdy</i>	56 250	61 809	63 502
<i>Wyjazdy do Europy</i>	10 319	11 679	11 976
Meksyk	17 566	19 370	20 325
Kanada	14 232	15 088	14 390
Wielka Brytania	3 252	3 692	3 829
Francja	1 883	2 407	2 217
Włochy	1 638	1 915	2 044
Niemcy	1 540	1 750	1 670
Japonia	1 051	1 067	1 497
Dominikana	929	957	1 439
Jamajka	1 492	1 258	1 353
Chiny	562	1 067	1 295
Hiszpania	929	903	979
Wyspy Bahama	1 418	1 012	930
Hong Kong	489	738	921
<u>Holandia</u>	831	930	864
<u>Indie</u>	416	629	835
Costa Rica	489	629	777
Irlandia	562	738	691
Tajwan	489	629	662
Republika Korei	513	574	662
Brazylia	611	602	605
Australia	562	602	605
Szwajcaria	611	520	518
Grecja	293	438	489
Tajlandia	342	410	489
Austria	367	410	461
Kolumbia	318	438	432
Argentyna	318	328	374
Peru	269	410	374
Singapur	220	274	374

Rosja	269	301	345
Salwador	245	301	345
Czechy	220	356	317
Nowa Zelandia	293	328	317
Belgia	220	301	288
Turcja	245	274	288
Filipiny	269	438	288
Dania	196	219	259
Polska ⁶	220	246	259
Gwatemala	293	219	259
Trynidad/Tobago	220	219	230
Portugalia	147	137	202
Szwecja	171	246	202
Węgry	147	164	202

Źródło: www.pot.gov.pl

Jeżeli chodzi o zagraniczne destynację turystyczne mieszkańców USA to można powiedzieć, że pokryły się one częściowo z przyjazdami turystycznymi do USA. To znaczy Amerykanie wybierając się w turystyczną podróż zagraniczną najczęściej wybierają swoich najbliższych sąsiadów takich jak Meksyk czy Kanada (kraje, które znajdują się w ścisłej czołówce jeżeli chodzi o przyjazdy do USA – generują razem największy ruch turystyczny) a dopiero w późniejszej kolejności wybierają dalsze turystyczne podróże zagraniczne (najczęściej za morskie do Europy Zachodniej).

Tab. 15. Krajowe podróże turystyczne mieszkańców USA (2006)

Region/State/City of Residence	
<i>New England</i>	8%
Connecticut	3%
Massachusetts	4%
Boston	2%
<i>Middle Atlantic</i>	27%
New York	17%
New York City	12%
Nassau	3%
New Jersey	7%
Newark	2%
Pennsylvania	4%
Philadelphia	2%

East North Central	10%
Illinois	5%
Chicago	3%
Ohio	2%
West North Central	2%
South Atlantic	20%
Florida	9%
Miami	3%
D.C. Metro Area	5%
Virginia	4%
Maryland	2%
North Carolina	2%
East South Central	2%
West South Central	7%
Texas	6%
Houston	2%
Mountain	4%
Colorado	2%
Pacific	19%
California	16%
Los Angeles	4%
San Francisco	2%
San Jose	2%
Oakland	2%
Washington	2%
Seattle	2%

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

W krajowych podróżach turystycznych mieszkańców USA dominują, tak jak to było w wypadku regionów odwiedzanych przez turystów zagranicznych, duże miasta i regiony turystyczno – wypoczynkowe na zachodnim i wschodnim południowym wybrzeżu Stanów Zjednoczonych.

Wydatki na podróże zagraniczne (turystykę zagraniczną) poniesione przez amerykańskich turystów to 69.0 (US \$ billion) w roku 2005 i 72.0 (US \$ billion) w roku 2006, co stawia ich w ścisłej czołówce (2. miejsce w 2005 i 2006r, zaraz po Niemczech) państw świata najwięcej wydających na turystykę zagraniczną (źródło: „Rynki Zamorskie 2008” , mgr Tomasz Marciniak).

Tab. 16. Cele wyjazdów zagranicznych turystów amerykańskich (2006)

U.S. RESIDENT TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers **	All U.S. Travelers 30,148,000	For Leisure & VFR 24,752,000	For Business & Conv. 8,261,000
Main Purpose of Trip:			
Leisure/Recreation/Holidays	42%	51%	8%
Visit Friends/Relatives	31%	37%	7%
Business	21%	8%	77%
Study/Teaching	2%	2%	1%
Convention/Conference	2%	1%	8%
Purpose of Trip * :			
Leisure/Recreation/Holidays	57%	70%	26%
Visit Friends/Relatives	43%	52%	23%
Business	25%	13%	93%
Study/Teaching	4%	4%	4%
Convention/Conference	4%	2%	13%
Religion/Pilgrimages	3%	2%	2%

* Multiple Response.

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Tab. 17. Szczegółowy podział głównego celu wyjazdów zagranicznych amerykańców (2006)

U.S. RESIDENT TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers **	All U.S. Travelers 30,148,000	For Leisure & VFR 24,752,000	For Business & Conv. 8,261,000
Leisure/RecreationalActivities * :			
Dining in Restaurants	85%	85%	89%
Shopping	74%	77%	66%
Visit Historical Places	50%	54%	37%
Sightseeing in Cities	42%	45%	32%
Visit Small Towns/Villages	41%	46%	24%
Touring the Countryside	34%	38%	19%
Cultural Heritage Sights	31%	34%	20%
Water Sports/Sunbathing	25%	29%	12%
Art Gallery, Museum	25%	27%	17%
Nightclub/ Dancing	22%	24%	15%
Guided Tours	18%	20%	9%
Ethnic Heritage Sites	13%	15%	8%
Concert, Play, Musical	11%	12%	8%
Amusement/Theme Parks	10%	12%	5%
Casinos/Gambling	10%	11%	4%
Visit National Parks	10%	11%	5%
Cruises, 1 or More Nights	6%	7%	3%
Golf/Tennis	5%	6%	5%
Environmental/Ecological Sights	5%	6%	3%
Camping, Hiking	5%	5%	3%
Attend Sporting Events	4%	4%	3%
Hunting/Fishing	3%	4%	2%
Ranch Vacations	2%	2%	1%

* Multiple Response

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Jak doskonale widać głównym celem wyjazdów zagranicznych amerykańców jest wypoczynek i rekreacja. A na to się składa: poznawanie kuchni krajowych i regionalnych, robienie zakupów, zwiedzanie historycznych miejsc, miast i miasteczek.

Tab. 18. Środki lokomocji poza USA i port of entry (2006)

U.S. RESIDENT TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers **	All U.S. Travelers 30,148,000	For Leisure & VFR 24,752,000	For Business & Conv. 8,261,000
Transportation Outside the U.S.: *			
Taxi/Cab/Limousine	46%	44%	57%
Airline between Cities	36%	36%	40%
Company or Private Auto	28%	28%	30%
City Subway/Tram/Bus	20%	21%	21%
Railroad between Cities	18%	18%	18%
Rented Auto	17%	18%	15%
Bus between Cities	13%	14%	9%
Port-of-Entry:			
New York City	21%	22%	16%
Miami	10%	10%	7%
Chicago	9%	8%	13%
San Francisco	9%	8%	13%
Los Angeles	7%	7%	9%
Newark	7%	7%	5%
Washington, D.C.	6%	6%	7%
Houston	4%	4%	4%
Dallas/Ft. Worth	3%	3%	2%
Atlanta	3%	3%	4%
Boston	3%	3%	4%
Philadelphia	2%	2%	2%
Charlotte	2%	2%	1%
Cincinnati	2%	2%	2%
Seattle	2%	1%	2%

* Multiple Response

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Środki lokomocji turystów amerykańskich poza USA są dość zbliżone do tych jakimi poruszają się turyści zagraniczni przyjeżdżający do USA tzn. w obu przypadkach na czele rankingu znajduje się – Taksy. Natomiast charakterystyczną cechą amerykańców będących w turystycznej podróży zagranicznej jest to, że większe odległości np. między dużymi miastami pokonują oni drogą powietrzną. Jeżeli chodzi o lotniska z których udają się w podróż zagraniczną to zdecydowanie prowadzi NYC.

Tab. 19. Średnia długość pobytu amerykańców w podróży turystycznej poza USA oraz która to jest ich zagraniczna podróż (2006)

Nights Outside the U.S.:			
Average Number of Nights	16.2	15.7	15.4
Median Number of Nights	10.0	10.0	8.0
First International Trip:			
First Time Visitors	6%	7%	4%
Repeat Visitors	94%	93%	97%

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov

Średnio Amerykanie spędzają w turystycznej podróży zagranicznej ok. 16 dni (tak długo ponieważ na krócej by im się nie opłacało). W znacznej większości przypadków nie jest to ich pierwsza podróż zagraniczna.

c). Profile turystów:

Profil turystów przyjeżdżających do USA:

Tab. 20. Przyjazdy do USA wg kontynentów i krajów (wyrażone w %) 2006

RESIDENCE OF TRAVELERS TO THE U.S.: (1)	ARRIVALS (2)	Percent of TOTAL OVERSEAS ARRIVALS
TOTAL OVERSEAS	21,668,290	100%
<i>Western Europe</i>	9,675,462	45%
United Kingdom	4,176,211	19%
Germany	1,385,520	6%
France	789,815	4%
Italy	532,829	2%
Netherlands	446,785	2%
Spain	424,224	2%
Ireland	414,423	2%
Sweden	285,994	1%
Switzerland	270,571	1%
Belgium	188,311	1%
Denmark	185,337	1%
<i>Eastern Europe</i>	460,069	2%
<i>Caribbean</i>	1,198,027	6%
Bahamas	243,300	1%
Dominican Republic	236,622	1%
Jamaica	204,912	1%
<i>South America</i>	1,927,647	9%
Brazil	525,271	2%
Venezuela	369,037	2%
Colombia	348,388	2%
Argentina	212,096	1%
<i>Central America</i>	693,821	3%
Guatemala	173,793	1%
El Salvador	153,835	1%
<i>Asia (Far East)</i>	6,151,748	28%
Japan	3,672,584	17%
South Korea	757,721	3%
Peoples Rep. of China/Hong Kon	457,728	2%
India	406,845	2%
Taiwan	300,382	1%
Philippines	153,887	1%
<i>Oceania</i>	756,226	3%
Australia	603,275	3%
<i>Middle East</i>	552,730	3%
Israel	283,889	1%
<i>Africa</i>	252,560	1%

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov; badania nie uwzględniają Kanady i Meksyku

Z powyższej tabelki wynika, że na pierwszym miejscu wśród przyjazdów do USA (bez brania pod uwagę Kanady i Meksyku) znajdują się kraje Europy Zachodniej (45% wszystkich przyjazdów) ze znaczącą dominacją UK (ważnym czynnikiem jest ten sam język) a na drugim miejscu kraje Azjatyckie (dalekiego wschodu) z Japonią na czele (ze względu na dość dużą aktywność turystyczną Japończyków, fascynację kulturą amerykańską)

Tab. 21. Charakterystyka turysty przyjeźdnego do USA (2006)

OVERSEAS TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers =	ALL OVERSEAS VISITORS 21,668,000	ALL LEISURE VISITORS 13,196,000	ALL BUSINESS VISITORS 5,135,000
---	--	---------------------------------------	---------------------------------------

Information Sources*:

Travel Agent	43%	44%	47%
Personal Computer	36%	42%	24%
Airlines	20%	18%	20%
Friends, Relatives	15%	18%	7%
Travel Guides/Timetables	8%	12%	3%
Tour Operator/Company	8%	12%	3%
Corporate Travel Dept.	7%	3%	23%
State/City Travel Office	4%	4%	3%
Newspapers/Magazines	3%	5%	1%

Use of Pre-Paid Package:

Yes	18%	27%	4%
No (Independent)	82%	73%	96%

If Package Used, Type of Package*:

Air/Lodging	13%	20%	2%
Guided Tour	5%	7%	1%
Air/Rental Car	4%	6%	2%
Air/Lodging/Tour	3%	5%	1%
Air/Lodging/Bus	3%	5%	0%
Air/Lodging/Rental Car	2%	4%	1%
Air/Lodging/Bus/Tour	1%	2%	0%

Travel Companions*:

Traveling Alone	37%	22%	63%
Spouse	29%	39%	8%
Family/Relatives	27%	36%	6%
Friends	12%	18%	4%
Business Associates	7%	3%	22%
Tour Group	2%	2%	1%

Travel Party Size: (persons)

Adults Only	92%	87%	99%
Adults and Children	8%	13%	1%
Average Party Size	1.6	1.9	1.2
Median Party Size	1.0	2.0	1.0

Type of Accommodations*:

Hotel, Motel	78%	83%	88%
Average Number of Nights	7.5	7.5	7.9
Median Number of Nights	5.0	5.0	5.0
Private Home	34%	29%	22%
Average Number of Nights	19.4	18.1	18.8
Median Number of Nights	10.0	10.0	6.0
Other	3%	3%	3%
Mean Number of Nights	19.5	15.2	23.9
Median Number of Nights	7.0	6.0	10.0

Average Total Trip Expenditures:

Per Travel Party	\$5,074	\$5,385	\$5,752
Per Visitor	\$3,215	\$2,839	\$4,678

Average Expenditures in the U.S.:

Per Travel Party	\$2,577	\$2,864	\$2,567
Per Visitor	\$1,633	\$1,510	\$2,088
Per Visitor Per Day	\$103	\$109	\$149

Avg. Exp. by Category (per visitor):

Lodging	\$438	\$362	\$783
Gifts & Souvenirs	\$335	\$352	\$291
Food, Beverages	\$316	\$312	\$370
Transportation	\$232	\$200	\$353
Other	\$126	\$71	\$126
Entertainment	\$159	\$187	\$130
U.S. Airport	\$28	\$25	\$35

Trip Expenses Payment Method:

Credit Cards	46%	42%	62%
Cash	44%	47%	32%
Debit Cards	5%	5%	4%
Travelers Checks	5%	6%	2%

Sex & Age of Traveler:

Male Adults	59%	53%	80%
Female Adults	41%	47%	20%
Average Age of Male (years)	43.0	42.6	41.8
Average Age of Female (years)	39.2	38.2	37.8

Occupation:

Clerical/Sales	10%	12%	5%
Craftsman/Factory Worker	3%	4%	2%
Government/Military	3%	3%	1%
Homemaker/Housewife	6%	7%	1%
Manager/Executive	28%	24%	49%
Professional/Technical	32%	31%	36%
Retired	7%	8%	1%
Student	9%	10%	3%

* multiple response

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov; badania nie uwzględniają Kanady i Meksyku

Charakterystyka:

- jako źródło informacji o USA turyści podają agenta turystycznego, następnie informacje znalezione w Internecie (PC)
- znaczna większość turystów przyjeżdżających do USA (bo 82%) nie korzysta z żadnych pakietów wcześniej wykupionych (samodzielnie załatwia wszystko na miejscu), a w wypadku mniejszości (18%) w skład pakietu wcześniej wykupionego wchodzi głównie: usługi związane z przelotem i zakwaterowanie na miejscu (13%)
- turyści podróżują głównie sami (37%), z współmałżonkiem, rodziną/krewnymi bądź z przyjaciółmi
- podróżują prawie tylko same osoby dorosłe (92%) bądź osoby dorosłe z dziećmi
- głównym typem zakwaterowania są hotele i motele (78%) ze średnią długością pobytu ok. 7 dni, następnie są kwatery prywatne (34%) z bardzo długą średnią długością pobytu bo aż ok. 19 dni
- średnie całkowite wydatki na podróż wynoszą ok. 5 tys \$, a średnie wydatki w USA jednego turysty dziennie to ok. 100\$
- średnie wydatki w USA to w pierwszej kolejności: zakwaterowanie, prezenty i pamiątki oraz wydatki na jedzenie
- turyści posługują się głównie dwoma metodami płatności: karty kredytowe i gotówka
- większość podróżujących to mężczyźni w wieku ok. 43 lat, a kobiety w wieku ok. 39 lat
- podróżują głównie osoby z wyższym technicznym (inżynierskim) wykształceniem oraz menagerowie.

Profil turystów wyjeżdżających z USA:

Tab. 22. Charakterystyka turysty wyjeżdżającego z USA (2006)

U.S. RESIDENT TRAVELERS CHARACTERISTICS: Total Number of Travelers **	All U.S. Travelers 30,148,000	For Leisure & VFR 24,752,000	For Business & Conv. 8,261,000
Information Sources *:			
Travel Agency	37%	36%	39%
Personal Computer	38%	41%	29%
Airline	24%	25%	23%
Friends, Relatives	13%	15%	6%
Company Travel Dept.	7%	3%	24%
Tour Company	5%	6%	2%
Travel Guides/Timetables	5%	6%	3%
Newspapers/Magazines	1%	2%	1%
State/City Travel Office	1%	1%	1%
Use of Prepaid Package:			
Yes	15%	17%	4%
No	86%	83%	96%

Travel Companions * :			
Traveling Alone	40%	34%	61%
Spouse	32%	37%	16%
Family/Relatives	24%	28%	8%
Friends	11%	13%	5%
Business Associates	5%	2%	17%
Tour Group	2%	2%	1%
Travel Party Size (persons):			
Adults Only	93%	91%	98%
Adults and Children	7%	9%	3%
Average Party Size	1.5	1.6	1.3
Median Party Size	1.0	1.0	1.0
Type of Accommodations * :			
Hotel, Motel	66%	63%	80%
Average Number of Nights	8.3	8.1	8.6
Median Number of Nights	6.0	7.0	6.0
Private Home	40%	45%	27%
Average Number of Nights	18.1	17.0	19.6
Median Number of Nights	11.0	11.0	10.0
Other	6%	6%	6%
Mean Number of Nights	17.5	13.7	15.7
Median Number of Nights	8.0	7.0	9.0
Number of Countries Visited * :			
One Country	81%	82%	74%
Two Countries	13%	12%	19%
Three or More Countries	6%	6%	7%
Average (Countries)	1.3	1.3	1.4
Median (Countries)	1.0	1.0	1.0
Number of Destinations Visited * :			
One Destination	61%	60%	56%
Two Destinations	22%	21%	26%
Three or More Destinations	18%	19%	17%
Average (No. of Destinations)	1.7	1.8	1.7
Median (No. of Destinations)	1.0	1.0	1.0
Average Total Trip Expenditures:			
Per Travel Party	\$4,816	\$4,214	\$6,113
Per Visitor	\$3,111	\$2,571	\$4,806
Average Expenditures Outside the U.S.:			
Per Travel Party	\$2,194	\$2,060	\$2,529
Per Visitor	\$1,418	\$1,257	\$1,988
Per Visitor Per Day	\$87	\$80	\$129
Trip Payment Method¹:			
Credit Cards	56%	53%	71%
Cash	33%	36%	23%
Debit Cards	8%	9%	5%
Travelers Checks	3%	3%	2%

Sex and Age of Traveler:			
Male Adults	56%	51%	74%
Female Adults	44%	49%	26%
Average Age of Male (years)	46.7	46.9	46.6
Average Age of Female (years)	44.2	44.4	43.8
Occupation:			
Professional/Technical	36%	36%	39%
Manager/Executive	28%	23%	48%
Retired	12%	14%	3%
Student	7%	8%	3%
Homemaker	6%	7%	1%
Clerical/Sales	5%	6%	3%
Craftsman/Factory Worker	3%	4%	1%
Government/Military	2%	2%	2%

* Multiple Response.

** NOTE: Percentages listed in this profile can be converted into estimated numbers by multiplying the percentage by 30,148,000 (total U.S. Residents visiting overseas destinations), 24,752,000 (82.1% Leisure/Visit Friends/Relatives) and 8,261,000 (27.4% Business/Convention).

Źródło: www.tinet.ita.doc.gov; badania nie uwzględniają Kanady i Meksyku

Charakterystyka:

- głównym źródłem wiedzy o przyszłej podróży amerykańskiego turysty jest Internet (PC) oraz biuro podróży
- w większości przypadków (86%) turyści nie korzystają z pakietów wcześniej wykupionych, tylko podróżują „samodzielnie”
- turyści amerykańscy podróżują głównie sami, z współmałżonkiem, rodziną bądź przyjaciółmi
- są to głównie same osoby dorosłe, bądź osoby dorosłe z dziećmi
- głównym rodzajem zakwaterowania są: hotele i motele (66%) ze średnią długością pobytu ok. 8 dni, następnie są kwatery prywatne (40%) z bardzo długą średnią długością pobytu ok. 18 dni
- amerykańscy turyści podróżują głównie po jednym kraju (81%) lecz zdarza się także, że zwiedzają 2, 3 a nawet więcej krajów podczas swojej podróży
- średnio na całą podróż Amerykanie wydają niecałe 5 tys \$, a jeden turysta na jeden dzień wydaje średnio ok. 90\$
- głównym środkiem płatniczym Amerykanów są karty kredytowe oraz gotówka (trochę mniej popularna)
- podróżujący Amerykanie to głównie mężczyźni (56%) w wieku 47 lat i kobiety w wieku ok. 44 lat

- podróżują głównie osoby z wyższym wykształceniem, menagerowie oraz emeryci i studenci

Te dwie grupy turystów tzn. przyjeżdżający do USA i wyjeżdżający z USA w podróż turystyczną nie różnią się od siebie bardzo, można nawet powiedzieć, że bardziej są podobne do siebie niż różniące się od siebie. Głównymi różnicami są: amerykańscy turyści wybierając się w podróż coraz częściej zwiedzają więcej niż jedno miejsce niż jeden kraj; amerykańanie częściej płacą kartami kredytowymi; są średnio starszymi turystami (duża liczba podróżujących emerytów) i jest też mała różnica w strukturze podróżujących grup społecznych (np. dużo młodych amerykańców – studentów podróżuje).

d). Branża turystyczna:

Tab. 23. Bezpośrednie i pośrednie przychody (PKB) związane z turystyką w USA

Table A. Direct and Indirect Tourism-Related Output, 2004			
[Millions of current dollars]			
Tourism goods and services group	Direct tourism output	Indirect tourism-related output	Total tourism-related output
Traveler accommodations	94 615	52 580	147 195
Transportation	206 176	144 193	350 370
Passenger air transportation	96 827	67 415	164 242
All other transportation-related commodities	109 349	76 779	186 128
Food services and drinking places	103 055	90 679	193 734
Recreation, entertainment, and shopping	168 231	149 144	317 375
Recreation and entertainment	76 633	49 752	126 385
Shopping	91 598	99 392	190 990
<i>All tourism goods and services</i>	<i>572 077</i>	<i>436 597</i>	<i>1 008 674</i>

Źródło: www.unwto.org

Na podstawie powyższej tabeli możemy stwierdzić, że ogólnych całkowity przychód z turystyki (szeroko rozumianej) w USA w 2004 roku wyniósł w sumie ponad 1 miliard dolarów, co stanowiło ok. 20% ogólnego przychodu z turystyki na świecie i dawało USA pozycję niekwestionowanego lidera. Na pierwszym miejscu jeżeli chodzi o wpływy z turystyki znalazły się szeroko rozumiane: transport, następnie rekreacja/rozrywka/zakupy, jedzenie oraz wpływy z tytułu zakwaterowania.

Tab. 24. Zatrudnienie w turystyce w USA

Table B. Direct and Indirect Tourism-Related Employment, 2004			
[Thousands of employees]			
Tourism industry group	Direct tourism employment	Indirect tourism-related employment	Total tourism-related employment
Traveler accommodations	1 327,9	306,4	1 634,3
Transportation	1 103,7	842,8	1 946,5
Air transportation services	495,8	382,7	878,5
All other transportation-related industries	607,9	460,1	1 068,0
Food services and drinking places	1 759,9	593,5	2 353,4
Recreation, entertainment, shopping	1 168,5	673,5	1 842,0
Recreation and entertainment	636,1	301,8	938,0
Shopping	532,4	371,6	904,0
All other industries	200,0	147,2	347,1
<i>All tourism industries</i>	<i>5 559,9</i>	<i>2 563,4</i>	<i>8 123,3</i>

Źródło: www.unwto.org

Jeżeli chodzi o zatrudnienie w turystyce to na pierwszej pozycji znajdują się miejsca i usługi związane z jedzeniem i piciem (stanowią one ponad 25% wszystkich miejsc pracy w turystyce w USA), następnie miejsca pracy w szeroko rozumianym transporcie, rekreacji/rozrywce/zakupy oraz w zakwaterowaniu turystów.

Tab. 25. Zestawienie USA z pozostałymi krajami świata

United States	2008			2018		
	Absolute Size	Relative Size	Growth ¹	Absolute Size	Relative Size	Growth ²
Personal Travel & Tourism	1	62	149	1	65	154
Business Travel	1	---	157	1	---	135
Government Expenditures	1	61	141	1	59	121
Capital Investment	1	97	161	2	92	88
Visitor Exports	1	90	66	1	96	101
Other Exports	2	26	34	1	24	26
Travel & Tourism Demand	1	---	141	1	---	142
Direct Industry GDP	1	72	120	1	75	150
T&T Economy GDP	1	77	141	1	77	140
Direct Industry Employment	3	69	98	3	73	150
T&T Economy Employment	3	76	109	3	80	151

¹2008 real growth adjusted for inflation (%); ²2009-2018 annualised real growth adjusted for inflation (%)

Total 176 countries or 13 regions (largest/highest/best is number 1; smallest/lowest/worst is number 176 or 13; 0 is aggregate region no ranking)

Źródło: www.wttc.travel

Tab. 26. Liczba udzielonych noclegów w hotelach i podobnych obiektach w USA w tysiącach

2002	2003	2004	2005	2006
43581	41218	46086	49206	50978

Źródło: www.unwto.org

Na podstawie powyższej tabeli można zauważyć, że oprócz roku 2003 liczba noclegów systematycznie rośnie i w 2006 roku ok. 51 milionów.

Spadnie obłożenie hoteli

„W 2008 i 2009 roku w USA nastąpi spadek w obłożeniu hoteli oraz spowolnienie wzrostu przychodów - wskazują wyniki najnowszych raportów dotyczących rynku hotelarskiego. W ciągu dwóch lat rynek powiększy się o ponad 260 tys. pokoi, co zwiększy podaż o około 4%.

Sieci hotelowe już obniżają prognozy wzrostu przychodów na jeden pokój hotelowy. Marriott International oraz Starwood Hotel & Resorts Worldwide podały prognozy obniżające przychód do 3-5% z 5-7%.

InterContinental Hotels Group PLC, właściciel marek Holiday Inn czy Crowne Plaza, spodziewa się otwierać jeden hotel dziennie w bieżącym roku. Wiele z nich będzie znajdowało się w USA i Chinach. Według wiceprezesa Leslie McGibbon, otwarcie tak wielu nowych hoteli może skompensować spadek przychodów w przeliczeniu na jeden pokój.”

Źródło: www.usa.tur-info.pl, art. z 28.03.2008r.

Największe łańcuchy hotelowe w USA (TOP 44): Best Western, Comfort Inn, Conrad, Courtyard by Marriott, Crowne Plaza, Days Inn, DoubleTree, Embassy Suites, Fairmont, Four Points by Sheraton, Four Seasons, Hampton Inn & Suites, Hilton, Hilton Garden Inn, Holiday Inn, Homewood Suites, Holiday Inn Express, Howard Johnson, Hyatt, Ian Schrager Hotels, Indigo, InterContinental, Kimpton, La Quinta, Loews, Marriott, Motel 6, Omni, Radisson, Ramada, Red Roof Inn, Renaissance, Ritz-Carlton, Sheraton, Sofitel, SpringHill Suites, St. Regis, Super 8, Travelodge, W Hotels, Westin, Wyndham.

W USA ogólnie rozumiany transport jest bardzo dobrze rozwinięty. Dominują podróże własnymi samochodami (lub taksy) a transport lotniczy jest najprawdopodobniej najlepiej rozwinięty na świecie. Jeżeli chodzi o liczbę pasażerów krajowych podróżujących w ciągu roku w porównaniu do pozostałych krajów całą czołówkę zajmują amerykańskie linie lotnicze (Southwest, American, i Delta Air Lines – źródło: „Rynek lotniczy” mgr Tomasz Marciniak).

3. Znaczenie opisywanego rynku turystycznego dla Polski

Tab. 27. Liczba przyjazdów turystów z USA do Polski (zrealizowane podróże z jednym noclegiem)

	2003	2004	2005
Liczba przyjazdów (w tys.)	245	275	333

Źródło: www.intur.com.pl

Liczba przyjazdów do Polski jest z każdym rokiem coraz większa, a amerykański rynek turystyczny zajmując niekwestionowaną pierwszą lokatę z pośród wszystkich zamorskich krajów jeśli chodzi o podróże do Polski (własne wyliczenia na podstawie danych z IT)

Tab. 28. Długość pobytu turystów amerykańskich w Polsce

Długość pobytu	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
1-3 noclegi	13	12	10
4-7 noclegów	20	11	20
8 noclegów i więcej	67	77	70
Średnia liczba noclegów	13,9	14,9	14,8

¹ Dane dotyczą Stanów Zjednoczonych i Kanady

Źródło: www.intur.com.pl

Średnia długość pobytu w Polsce jest zdecydowanie najdłuższa z pośród wszystkich narodowości odwiedzających Polskę (własne wyliczenia na podstawie danych z IT), często związana jest z odwiedzinami krewnych, ponieważ sporą część turystów z USA stanowią Polacy tzn. „naturalizowani amerykańanie” (informację z zajęć „Rynki turystyczne”).

Tab. 29. Sposób organizacji podróży

Sposób organizacji	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
Przez biuro podróży (pakiet)	2	5	9
Część usług przez biuro podróży	1	0	0
Tylko rezerwacja	8	11	12
Samodzielnie	89	84	79

¹ Dane dotyczą Stanów Zjednoczonych i Kanady

Źródło: www.intur.com.pl

Zdecydowaną większość stanowią turyści podróżujący samodzielnie, choć z roku na rok pojawia się coraz większa tendencja udziału biur podróży (wykup pakietu usług) związanych z podróżą do Polski.

Tab. 30. Główne motywy przyjazdów do Polski

Główny motyw	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
Wakacje, wypoczynek, zwiedzanie	9	8	22
Odwiedziny u krewnych lub znajomych	66	70	62
Interesy	24	21	15
Cel zdrowotny	— ²	0	0
Prywatny przyjazd szkoleniowy	— ²	0	0
Podjęcie dorywczej pracy	0	0	0
Zakupy	0	0	0
Motywy religijne	0	0	0
Odwiedziny miejsca pochodzenia	0	0	1
Tranzyt	0	1	0
Inne	1	0	0

1 Dane dotyczą Stanów Zjednoczonych i Kanady.

2 Kategoria nie występująca w badaniach w 2003 roku.

Źródło: www.intur.com.pl

Głównym motywem do Polski są (jak już wcześniej pisałem) odwiedziny krewnych lub znajomych, następnie wakacje i wypoczynek oraz interesy – coraz większa atrakcyjność Polski (2005)

Tab. 31. Rodzaj zakwaterowania

Rodzaj zakwaterowania	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
Hotele, motele itp.	37	28	33
Pensjonaty	0	0	1
Domy letniskowe, apartamenty	0	0	0
Kempingi	0	0	0
Kwatery prywatne	0	1	2
Mieszkanie rodziny, znajomych	63	71	64
Inne	0	0	0

1 Dane dotyczą Stanów Zjednoczonych i Kanady

Źródło: www.intur.com.pl

Ze względu na to, że turyści z USA przyjeżdżają głównie do Polski w odwiedziny dlatego też jako rodzaj zakwaterowania dominują mieszkania rodziny/znajomych a dopiero później hotele i motele.

Tab. 32. Miejsce kraju w rankingu krajów pod względem wydatków w Polsce

Miejsce kraju ¹ pod względem średnich wydatków	2003	2004	2005
Na osobę	1	1	1
Na dzień pobytu	14	16	16

1 Brak danych dotyczących wydatków turystów ze Stanów Zjednoczonych, podane informacje dotyczą wydatków turystów z krajów zamorskich: Stanów Zjednoczonych, Kanady, Korei Płd., Japonii i Australii.

Źródło: www.intur.com.pl

Jak widać na powyższej tabeli turyści z krajów zamorskich znajdują się na pierwszym miejscu jeśli chodzi o średnie wydatki w Polsce na jedną osobę (oczywiście wynika to z ich zdecydowanie najdłuższego pobytu i stąd taki wynik).

Tab. 33. Odwiedzane województwa

Województwo	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
Dolnośląskie	6	0	1
Kujawsko-pomorskie	1	1	1
Lubelskie	10	8	4
Lubuskie	0	0	0
Łódzkie	7	5	3
Małopolskie	13	22	29
Mazowieckie	47	45	58
Opolskie	0	0	0
Podkarpackie	0	0	0
Podlaskie	8	7	6
Pomorskie	1	6	6
Śląskie	4	13	11
Świętokrzyskie	1	1	3
Warmińsko-mazurskie	3	1	2
Wielkopolskie	2	2	1
Zachodniopomorskie	0	0	0

Uwaga: respondenci mogli wybrać kilka odpowiedzi.

1 Dane dotyczą Stanów Zjednoczonych i Kanady

Źródło: www.intur.com.pl

W 2005 roku niekwestionowanym liderem jeśli chodzi o liczbę odwiedzin turystów amerykańskich było woj. Mazowieckie, następnie woj. Małopolskie i na trzecim miejscu woj. Śląskie. Wynika to głównie z tego, że z tych województw po prostu wyjechało najwięcej Polaków do USA, którzy teraz wracają jako amerykańscy turyści.

Tab. 34. Odwiedzane najważniejsze atrakcje (w 2005 roku)

Typ atrakcji	Udział w %
Największe miasta	21
Miasta średniej wielkości	34
Miejsca historii i kultury	38
Kurorty	1
Centra aktywnego wypoczynku	2
Atrakcje przyrody	4

Źródło: www.intur.com.pl

Jeśli chodzi o najważniejsze atrakcje odwiedzane w 2005 roku przez amerykańskich turystów to na pierwszym miejscu znalazły się miejsca historii i kultury, następnie miasta średniej wielkości a dopiero później największe miasta.

Tab. 35. Główne uwagi krytyczne

Co krytykowano	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
Koszty	35	23	36
Warunki dojazdu	3	19	20
Organizację podróży lub pobytu	0	1	5
Brak atrakcji turystycznych	1	1	0
Brak informacji	33	31	18
Niski standard usług	25	11	5
Stan sanitarny	29	24	20
Stan bezpieczeństwa	19	21	21
Poziom krytycyzmu	1,45	1,31	1,29

Uwaga: respondenci mogli wybrać kilka odpowiedzi.

¹ Dane dotyczą Stanów Zjednoczonych i KanadyŹródło: www.intur.com.pl

Na początku chciałbym zauważyć, że ogólny poziom krytycyzmu z roku na rok spada (więc jest się z czego cieszyć). Na pierwszym miejscu turyści amerykańscy w 2005 roku krytykowali wysokie koszty związane z ich pobytem w Polsce a następnie równorzędne miejsca zajęły: stan bezpieczeństwa, warunki dojazdu, stan sanitarny oraz brak informacji.

Tab. 36. Używany środek transportu

Środek transportu według przekroczenia granic	Udział w %		
	2003	2004	2005
Pojazd kołowy, pieszo	20	15	22
Samolot	55	60	58
Prom, statek, jacht itp.	5	10	9
Pociąg	20	15	11

Źródło: www.intur.com.pl

Jak można było się spodziewać głównym środkiem transportu wg przekroczenia granic w 2005 roku był samolot, a na drugim miejscu znalazł się pojazd kołowy, dlatego, że Amerykanie niekiedy jak przyjeżdżają do Polski to zwiedzają „przy okazji” inne kraje Europy.

Częstotliwość przyjazdów w ciągu roku (średnia liczba przyjazdów) w 2005 wg IT wynosiła 1,3, a jeśli chodzi o sposób spędzania czasu w Polsce wg IT w 2005 to dominował pobyt w miastach następnie pobyt w górach bądź na wsi.

Reasumując:

Turystów amerykańskich przyjeżdżających do Polski w celach turystycznych charakteryzują: najdłuższy pobyt, duża samodzielność w przy organizacji przyjazdu, częstsze niż przeciętne korzystanie mieszkań u rodziny/znajomych, większy udział odwiedzin u krewnych/znajomych oraz mała średnia liczba wizyt w ciągu roku.

4. Podsumowanie

Stany Zjednoczone są jednym z najbardziej atrakcyjnych krajów na świecie pod względem walorów turystycznych, każdy region kraju różni się od siebie. Najbardziej rozwiniętym regionem są Kordyliery razem ze swoimi subregionami możemy tam spotkać całą masę walorów poczynając od zabytkowych kościołów i budynków użyteczności publicznej przez wielkie parki narodowe wpisane na listę UNESCO (Yellowstone czy Yosemite) kończąc na ośrodkach sportów zimowych i wodnych oraz największym kasynie na Świecie-Las Vegas. Inne regiony także nie ustępują Kordylierom np. Nizina Nadbrzeżna to ośrodek rozrywki w Orlando czy budynki administracji w Waszyngtonie. W regionie Wielkich Jezior mamy stare cmentarzyska indiańskie czy choćby tak niezwykle walory jak Metalowy Park w Cleveland, nawet niewielkie Hawaje co roku ściągają miliony turystów swoimi przepięknymi kąpieliskami i wspaniałą pogodą. Podsumowując Stany Zjednoczone posiadają bardzo bogatą i urozmaiconą atrakcyjność turystyczną obok której nie można przejść obojętnie o czym wiedzą miliony turystów odwiedzających co roku ten kraj.

Bibliografia:

www.pl.wikipedia.org

www.przewodnik.onet.pl

www.visitusa.com

www.usa.tur-info.pl

www.tinet.ita.doc.gov

www.euromonitor.com

www.pot.gov.pl

www.unwto.org

www.wttc.travel

www.intur.com.pl

(do wszystkich powyższych źródeł internetowych data dostępu to 15-18.05.2008)

Rynki turystyczne – prezentacje i ćwiczenia – mgr Tomasz Marciniak

Spis rycin:

Ryc. 1. Lokalizacja Stanów Zjednoczonych na mapie świata	3
Ryc. 2. Stany Zjednoczone na kontynencie Ameryki Północnej	3
Ryc. 3. Stany Zjednoczone – podział administracyjny	4
Ryc. 4. Flaga Stanów Zjednoczonych	5
Ryc. 5. Godło Stanów Zjednoczonych	5
Ryc. 6. Pole powierzchni poszczególnych stanów	6
Ryc. 7. Gęstość zaludnienia poszczególnych stanów	7

Spis tabel:

Tab. 1. Powierzchnia poszczególnych stanów	6
Tab. 2. Populacja poszczególnych stanów	7
Tab. 3. 10 najważniejszych portów lotniczych w USA ze wzg. na liczbę pasażerów wg danych za 2005	21
Tab. 4. Przyjazdy do USA w 2006 i 2005 roku (ranking Top 50)	22
Tab. 5. Wpływy z turystyki w USA	23
Tab. 6. Cele przyjazdów do USA (dane za rok 2006)	24
Tab. 7. Szczegółowy podział głównego celu przyjazdu do USA – 2006	24

Tab. 8. Regiony odwiedzane przez turystów zagranicznych w USA	25
Tab. 9. Długość pobytu turystów przyjezdnych w USA (który raz są w USA oraz liczba odwiedzonych stanów)	26
Tab. 10. Środki lokomocji turystów w USA	26
Tab. 11. Port of Entry to the USA	27
Tab. 12. Liczba turystycznych podróży krajowych	27
Tab. 13. Liczba turystycznych podróży zagranicznych	27
Tab. 14. Zagraniczne wyjazdy mieszkańców USA wg krajów	28
Tab. 15. Krajowe podróże turystyczne mieszkańców USA	29
Tab. 16. Cele wyjazdów zagranicznych turystów amerykańskich	31
Tab. 17. Szczegółowy podział głównego celu wyjazdów zagranicznych amerykańców	31
Tab. 18. Środki lokomocji poza USA i port of entry	32
Tab. 19. Średnia długość pobytu amerykańców w podróży turystycznej Poza USA oraz która to jest ich zagraniczna podróż	32
Tab. 20. Przyjazdy do USA wg kontynentów i krajów (wyrażone w %)	33
Tab. 21. Charakterystyka turysty przyjezdnego do USA	34
Tab. 22. Charakterystyka turysty wyjeżdżającego z USA	36
Tab. 23. Bezpośrednie i pośrednie przychody (PKB) związane z turystyką w USA	39
Tab. 24. Zatrudnienie w turystyce w USA	40
Tab. 25. Zestawienie USA z pozostałymi krajami świata	40
Tab. 26. Liczba udzielonych noclegów w hotelach i podobnych obiektach w USA w tysiącach	41
Tab. 27. Liczba przyjazdów turystów z USA do Polski	42
Tab. 28. Długość pobytu turystów amerykańskich w Polsce	42
Tab. 29. Sposób organizacji podróży	42
Tab. 30. Główne motywy przyjazdów do Polski	43
Tab. 31. Rodzaj zakwaterowania	43
Tab. 32. Miejsce kraju w rankingu krajów pod względem wydatków w Polsce	44
Tab. 33. Odwiedzane województwa	44
Tab. 34. Odwiedzane najważniejsze atrakcje	45
Tab. 35. Główne uwagi krytyczne	45
Tab. 36. Używany środek transportu	46

Spis fotografii:

Fot. 1. Plaża w Newport	9
Fot. 2. Franconia	10
Fot. 3. Boston	10
Fot. 4. Nowy Jork	11
Fot. 5. Metropolitan Museum of Art	11
Fot. 6. Statua Wolności	12
Fot. 7. Kapitol	12
Fot. 8. Philadelphia Museum of Art.	13
Fot. 9. Plaża w Miami	13
Fot. 10. Plaża w Miami	13
Fot. 11. Great Smoky Mountains	14
Fot. 12. Great Smoky Mountains	14
Fot. 13. Wodospad Niagara	15
Fot. 14. Chicago nocą	15
Fot. 15. Liberty Memorial w Kansas City	16
Fot. 16. Mount Rushmore	16
Fot. 17. Krajobraz Parku Yellowstone	17

Fot. 18. Wielki Kanion	17
Fot. 19. Park Redwood	18
Fot. 20. Centrum Los Angeles	18
Fot. 21. Most Golden Gate	19
Fot. 22. Mount McKinley	19
Fot. 23. Waikiki Beach	20
Fot. 24. Hawai Volcanoes	20