

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO STANÓW ZJEDNOCZONYCH



In God We Trust *(W Bogu pokładamy ufność)*



Spis treści

Wstęp.....	1
------------	---

ROZDZIAŁ I

Informacje ogólne

-Ludność.....	3
-Środowisko.....	3
-Gospodarka.....	4
-Historia.....	4

ROZDZIAŁ II

Warunki rozwoju turystyki

-Rejony Koncentracji ruchu turystycznego najciekawsze miasta i obiekty turystyczne.....	5
-Dostępność komunikacyjna, transport.....	15

ROZDZIAŁ III

Analiza rynku turystycznego USA

*Rynek recepcji turystycznej	20
*Rynek emisji turystycznej.....	19
*Profil turystów.....	25
.	
*Branża turystyczna	26

ROZDZIAŁ IV

Znaczenie opisywanego rynku turystycznego dla Polski

-Analiza liczby przyjazdów Cudzoziemców do Polski z uwzględnieniem USA.....	29
-Charakterystyka pobytu, miejsca noclegów, główne motywy przyjazdów do Polski turystów ze Stanów Zjednoczonych.....	26
-Struktura wiekowa, wykształcenia oraz statusu zawodowego turystów Amerykańskich Odwiedzających Polskę.....	31
-Wydatki ponoszone przez turystów zagranicznych przez i podczas podróży do Polski.....	36

ROZDZIAŁ V

<u>Podsumowanie</u>	37
Bibliografia.....	39

Stany Zjednoczone są czwartym pod względem obszaru, krajem na świecie. Zajmują powierzchnię 9 631 418 km² (po Rosji, Kanadzie i Chinach) oraz trzecim pod względem liczby mieszkańców 303mln (po Chinach i Indiach) przy średniej gęstości zaludnienia prawie 32 osoby na kilometr kwadratowy. 12% ludności urodzone jest za granicą. Do polskiego pochodzenia przyznaje się 9mln mieszkańców USA. Kraj jest w wysokim stopniu zurbanizowany, ok. 74% ludności mieszka w miastach. O Stanach Zjednoczonych mówi się często jako o tyglu, w którym mieszkają ludzie różnych narodowości i kultur tworząc jeden naród amerykański. Ludność biała stanowi 75% całej populacji, 12,3% to murzyńska, 12,5% Latynosi, 3,6% azjaci i 0,9% Indianie. Wielu obywateli Stanów Zjednoczonych mających silne poczucie amerykańskiej tożsamości narodowej, jednocześnie stara się dochować wierności tradycjom kraju pochodzenia. Dzięki temu w wielkich miastach są całe dzielnice odzwierciedlające obyczaje i sposób życia poszczególnych narodowości. Językiem urzędowym jest amerykański odmiana języka angielskiego, ale 18% ludności mówi w domu innym językiem, w tym 10% mówi językiem hiszpańskim. Amerykanie mają prawo wyznawać jaką chcą religię. Dominującą religią jest protestantyzm-49% oraz katolicyzm 30%. Wśród pozostałych wyznań można wyróżnić judaizm, muzułmanizm oraz mormonów. Wolność sumienia i wolność słowa są zagwarantowane w konstytucji, najważniejszym akcie prawnym. Zgodnie z tymi zasadami, każdy stan deleguje do dwuizbowego Kongresu w Waszyngtonie swoich senatorów i reprezentantów. Kongres uchwała prawo w formie ustaw, ale prezydent ma prawo weta, co oznacza, że może nie dopuścić do ustanowienia jakiejś ustawy, jeżeli zyska poparcie dostatecznej liczby członków Kongresu.

USA Rozciąga się ze wschodu na zachód, między Oceanem Atlantyckim a Oceanem Spokojnym, obejmując aż 8 stref czasowych. Kraj dzieli się na 50 stanów. Dwa z nich: Alaska- arktyczny półwysep graniczący od wschodu z Kanadą, oraz Hawaje archipeląg gorących wysp na Oceanie Spokojnym są oddzielone od kontynentalnej części kraju. Uprawnienia administracji federalnej oraz władz stanowych reguluje uchwalona w 1787 (pierwsza w świecie) konstytucja Stanów Zjednoczonych. Przyznaje ona znaczne prawa stanom, co przyczynia się do podkreślenia lokalnych różnic i sprawia, że każdy z nich ma swoją specyfikę. Bardzo zróżnicowane środowisko naturalne kraju, od łądów Alaski poprzez spalone słońcem pustynie na południowym zachodzie, oraz wiele ciekawych zakątków Turystycznych, w których miałem okazję przebywać skłoniły mnie do podjęcia się z analizowania rynku turystycznego USA. Niemniej ciekawa i zróżnicowana jest ludność kraju. Ludzie z niemal wszystkich zakątków świata emigrowali do wymarzonego kraju wolności i bogactwa. Przynosili ze sobą różne religie, obyczaje i języki. Większość współczesnych Amerykanów żyje na poziomie dostępnym tylko dla najbogatszych społeczeństw na świecie.

Środowisko

Na zachodzie i wschodzie kraju ciągną się dwa łańcuchy górskie. Na wschodzie są to niskie, o łagodnych, zalesionych stokach Appalachy, na zachodzie natomiast wysokie, osiągające często ponad 4000m, Góry Skaliste. Między tymi dwoma pasmami gór rozciągają się rozległe równiny. Obszar obejmujący ich północno-zachodnią część nazywany jest Środkowym Zachodem. Na północy tego regionu zdarzają się susze. Większość jednak stanowią żyzne tereny rolnicze nawadniane przez wielkie rzeki: Missisipi, Missouri i Ohio. Rzeki te wraz z leżącymi na północnym wschodzie Wielkimi Jeziorami, tworzą wielki system

wodny Lasy porastają znaczne obszary na północy kraju, od Alaski i północnych wybrzeży Oceanu Spokojnego przez północną część Środkowego Zachodu, po wschodnie wybrzeże Niemal 1/3 Alaski leży na północ od koła podbiegunowego, a część jej ziem pokrywa wieczna marzłota. Lodowce, zwłaszcza w górach, nie są rzadkością również na południu Alaski. Na Środkowym Zachodzie zdarzają się powodzie i trąby powietrzne, zwane tornado. We wszystkich stanach południowych występują gorące lata i łagodne, a nawet ciepłe zimy. Na południowym wschodzie panuje klimat podzwrotnikowy, wilgotny, a wybrzeże nawiedzają częste huragany. Bardzo mało gdzie rozciągają się rozległe pustynie. Hawaje, położone daleko na Oceanie Spokojnym, odznaczają się gorącym i wilgotnym klimatem bez wyraźnie zaznaczonych pór roku.

Gospodarka

„ *Interes Ameryki to robienie interesów* ” powiedział w 1925 prezydent Alvin Coolidge .Równie dobrze mógłby to powiedzieć dzisiaj. Stany Zjednoczone posiadają najpotężniejszą gospodarkę na świecie i zajmują I miejsce w produkcji wyrobów przemysłowych Mimo to obecnie najważniejszą i najszybciej rozwijającą się gałęzią amerykańskiej gospodarki są usługi, a nie produkcja. Sektor usług obejmuje obrót nieruchomościami, finanse, ubezpieczenia, rozrywkę, opiekę zdrowotną. Znaczne obszary kraju od początku dawały wielkie możliwości, związane z wykorzystaniem jego bogactw naturalnych, takich jak surowce mineralne czy wielkie rzeki i jeziora. Rozległe lasy zaspokajają niemal w całości zapotrzebowanie kraju na drewno. Wielkie rzeki zostały poprzegradzane zaporami wodnymi, przy których powstały hydroelektrownie. Rolnictwo ma znacznie mniejszy udział w wytwarzaniu dochodu narodowego niż przemysł i usługi, niemniej jest bardzo wydajne. Wysoko produktywne gospodarstwa farmerskie zapewniają niemal całkowitą samowystarczalność żywnościową Stanów Zjednoczonych, wytwarzając zarazem dużo na eksport. Najważniejszym regionem rolniczym są równiny środkowego Zachodu. Stan Kansas, jako największy producent pszenicy, zyskał miano spichlerza Ameryki. System Gospodarczy Stanów Zjednoczonych opiera się na zasadach wolnego rynku, zmuszających firmy do ostrej konkurencji w walce o klientów i rynki zbytu.

Historia

Rdzennymi mieszkańcami Stanów Zjednoczonych są Indianie, którzy przybyli z Azji około 40 000 lat temu. Pierwsi Europejczycy osadnicy dotarli tu dopiero w XVI w. W ciągu XVIII w. osadnicy z Wysp Brytyjskich założyli wzdłuż wybrzeża atlantyckiego 13 kolonii podległych Wielkiej Brytanii. Protesty mieszkańców kolonii przeciwko dyskryminowaniu ich przez metropolie, narzucaniu podatków i celi, doprowadziło do wybuchu wojny o niepodległość (1775- 1783), w wyniku której zjednoczone kolonie wywalczyły niezależność. W ten sposób z 13 pierwszych kolonii powstały Stany Zjednoczone. W 1787 uchwylono konstytucję, która obowiązuje do dzisiaj. Przez cały XIX w. trwał nieustanny podbój przez amerykańskich osadników terenów położonych coraz dalej na zachód. Do połowy tego stulecia Stany Zjednoczone osiągnęły swoje obecne granice. Równocześnie wzrastało napięcie między stanami rolniczego Południa i bardziej uprzemysłowionej Północy. Południe opowiadało się za większą niezależnością stanów w ramach Unii i utrzymaniem niewolnictwa. Wojna secesyjna między Północą i Południem (1861- 1865) przyniosła zwycięstwo Północy, co oznaczało całkowite zniesienie niewolnictwa. Do początku XX w. niemal wszystkie zakątki kraju zostały zasiedlone przez imigrantów z różnych stron świata. Od tego czasu następował stały wzrost demograficzny

oraz gospodarczy, a Stany Zjednoczone stały się wkrótce jednym z najpotężniejszych państw świata.

Rozdział II

Warunki rozwoju turystyki

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 Kordyliery 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. Do największych atrakcji i symboli turystycznych (poza samymi miastami i parkami narodowymi) USA należą bez wątpienia, Statua Wolności (Nowy Jork), Wielki Kanion, Głowy Prezydentów w Mount Rushmore (Południowa Dakota), Disney World w (Orlando Floryda), Biały Dom (Waszyngton DC) oraz słynna dzielnica w Los Angeles Hollywood wraz z Aleją Gwiazd, jak i wiele innych równie popularnych miejsc. Stany Zjednoczone to niewątpliwie kraj, w którym każdy znajdzie coś dla siebie, i odkryje go na swój własny sposób.

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. Kolejnym chciałbym państwu przedstawić najważniejsze regiony turystyczne USA jak również zapoznać z ważniejszymi obiektami turystycznymi w Stanach Zjednoczonych.

Na obszarze Stanów Zjednoczonych można wyróżnić 8 głównych regionów turystycznych: Nową Anglię, Nizinę Nadbrzeżną (w tym subregiony: Atlantycki, Florydy, Niziny Zatokowej), Środkowe i Południowe Appalache, Wielkie Jeziora, Stany Środkowe, Kordyliery (w tym subregiony: Gór Skalistych, Wyżyn i Kotlin Śródgórskich, Gór Kaskadowych i Sierra Nevada, Wybrzeża Oceanu Spokojnego), Alaskę i Hawaje.

Nowa Anglia

Region ten obejmuje stany: Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island i Connecticut. Większą część jego powierzchni stanowią tereny wyżynno-górskie (pn. część Appalachów) osiągające wysokość 1917 m n.p.m. (Góra Waszyngtona w Górach Białych). Jedynie na wschodzie, wzdłuż wybrzeża Oceanu Atlantyckiego ciągnie się pas nizin. Największą rzeką jest Connecticut (655 km dł.). Krajobraz omawianego regionu został w znacznym stopniu uformowany w wyniku zlodowacenia plejstocenicznego, którego pozostałościami są m.in. wzgórza morenowe, głazy narzutowe i jeziora. Szczególną jego cechą jest również specyficzny styl budownictwa wiejskiego, w którym zachowało się wiele elementów architektury europejskiej, nietypowej dla pozostałych regionów Stanów Zjednoczonych. Największym miastem, a zarazem głównym ośrodkiem ruchu turystycznego Nowej Anglii jest Boston — jeden z głównych ośrodków życia gospodarczego i kulturowego kraju, stolica stanu Massachusetts. Założony w 1630 r. przez przywódcę grupy kolonistów — purytanów J. Winthrapa, był w latach 1643-84 stolicą konfederacji Nowej Anglii o rozwiniętej funkcji naukowej i oświatowej (w 1635 r. powstała

tu pierwsza szkoła bezpłatna, a w 1653 r. — pierwsza biblioteka publiczna). W XVIII w. stał się ośrodkiem oporu przeciw Anglii i kolebką ruchu niepodległościowego (krwawe starcie ludności z wojskami angielskimi w 1770 r., zwane bostońską masakrą). Zatopienie przez Amerykanów w porcie bostońskim transportu herbaty w 1773 r. (na znak protestu przeciw cłom nałożonym przez Wielką Brytanię) stało się zarzewiem wojny o niepodległość Stanów Zjednoczonych. Najstarsza część miasta, położona na półwyspie Boston, ma gęstą zabudowę i nieregularną sieć ulic. Na pozostałym obszarze przeważa zabudowa niska, wkomponowana w pagórkowaty krajobraz. Wśród zabytków na uwagę zasługują zwłaszcza domy mieszkalne z XVII-XIX w., budowle administracji i użyteczności publicznej z XVIII w. (m.in. Stary i Nowy Dom Stanowy) i XIX w. (szpital Massachusetts, giełda, Bostońska Biblioteka Publiczna) oraz kościoły z XVIII w. (Christ Church, King's Chapel) i XIX w. (m.in. katedra Św. Pawła w stylu klasycystycznym). W Bostonie znajduje się siedziba Harvard University - najstarszego (zał. w 1636 r.) i jednego z czołowych uniwersytetów amerykańskich. Światową sławę ma Instytut Technologii (Massachusetts Institute of Technology), a także Bostońska Orkiestra Symfoniczna (zał. w 1881 r.). Atrakcję turystyczną stanowią miejscowe muzea, zwłaszcza Fogg Art Museum (sztuka starożytna i orientalna, rzeźba romańska i gotycka).

autorki powieści Chata wuja Toma, dom M. Twaina), New Haven (siedziba Yale University,zał. w 1701 r.), Auguście (fort z XVIII w. i Dom Stanowy z XIX w.), Dover (stare osadnictwo angielskie z XVII w.), Providence (dom Johna Browna z 1786 r. i Stefana Hopkinsa z 1707 r., kościół baptystów z 1775 r.) oraz Wiscasset (oryginalna architektura domów mieszkalnych z XVIII i XIX w.).

Rozwojowi turystyki w Nowej Anglii sprzyjają walory wypoczynkowe wybrzeży morskich. Dogodne warunki do uprawiania kąpieli i sportów wodnych występują zwłaszcza w rejonie W północnej części wybrzeża, na wyspie Mount Desert znajduje się park narodowy Acadia, znany m.in. dzięki licznym gatunkom żyjących tu ptaków, a także grotom skalnym i klifom powstałym wskutek niszczącej działalności wód morskich.

Wewnętrzne obszary omawianego subregionu, to teren atrakcyjny dla miłośników turystyki wędrownej, a także wypoczynku weekendowego. Wiele starych farm zostało przekształconych w tzw. residential farms — posiadłości wiejskie służące głównie krótkoterminowym pobytom turystycznym. W górskich miejscowościach występują dogodne warunki do uprawiania sportów zimowych. Najbardziej znaną stacją narciarską jest Berlin, położony w Górach Białych u podnóża Góry Waszyngtona — siedziba najstarszego w Stanach Zjednoczonych (zał. w 1872 r.) Klubu Narciarskiego Nansen. Do popularnych miejscowości tego typu należą ponadto: Franconia, Center Ossipee, Killington, Magie Mountain, Mount Snów i Stowe.

Region Niziny Nadbrzeżnej

Subregion Atlantycki

Subregion ten obejmuje większą część Niziny Atlantyckiej. Na północy sięga do Nowej Anglii, na południu - do Florydy, na zachodzie jego granice wyznaczają Appalachy. Linia brzegowa jest dobrze rozwinięta z licznymi półwyspami i estuariami rzek (Hudson, Delaware, Susquehanna, Potomac). Północną część wybrzeża atlantyckiego zajmują silnie zurbanizowane tereny megalopolis, obejmujące m.in. zespoły miejskie Nowego Jorku, Waszyngtonu, Filadelfii i Baltimore. Koncentruje się w nich większa część ruchu turystycznego omawianego obszaru. Nowy Jork światowe centrum finansowo-handlowe, jeden z najważniejszych ośrodków przemysłowych i naukowych Stanów Zjednoczonych. W obrębie Nowego Jorku wyróżnia się 5 głównych dzielnic: Manhattan (na wyspie o tej samej nazwie), Brooklyn i Queens (w zach. części wyspy Long Island), Bronx (na kontynencie) i Richmond (na wyspie Staten Island). Centralna dzielnica Manhattan spełnia funkcje

nowojorskiego city. Mieszczą się tu siedziby koncernów przemysłowych, handlowych, komunikacyjnych, ubezpieczeniowych, reklamowych i hoteli, a także większość nowojorskich lokali rozrywkowych i teatrów (głównie wzdłuż i w pobliżu ulicy Broadway). Brak przestrzeni i wysoka renta gruntowa przyczyniły się do powstania licznych „drapaczy chmur” (m.in. Rockefeller Center, Empire State Building, zespół gmachów ONZ), które nadają charakterystyczne piętno sylwetce miasta. Manhattan odznacza się także dużym kontrastem zabudowy mieszkaniowej. W pobliżu Manhattanu, na jednej z licznych drobnych wysp Liberty, wznosi się Statua Wolności - posąg podarowany w 1884 r. Stanom Zjednoczonym przez Francję.



Statua Wolności czyli (Statue of Liberty) to niewątpliwie największy symbol Nowego Jorku jak i całych Stanów Zjednoczonych. Należąca do światowego dziedzictwa kultury UNESCO, i wysoka na 93 metry oraz ważąca 229 ton postać, przedstawia kobietę trzymającą w prawej dłoni pochodnię, a w lewej tablicę, na której umieszczona jest data uzyskania niepodległości przez Stany Zjednoczone

Większość zabytkowych budowli Nowego Jorku pochodzi z XVIII i XIX w. Należą do nich m.in.: Kaplica Św. Pawła (XVIII w.) i kościół St. Mark's-in-the Bowerie (XVIII w.) oraz Trinity Church, katedra St. John's the Divine, katedra Św. Patryka oraz Ratusz (City Hall), National Academy of Design, Nowojorska Biblioteka Publiczna (wszystkie obiekty z XIX w.) Światową sławą cieszą się miejscowe muzea, zwłaszcza Metropolitan Museum of Art - jedno z największych i najbogatszych na świecie. Oprócz kolekcji amerykańskiego malarstwa, rzeźby, grafiki i sztuki zdobniczej, zawiera ono także galerię malarstwa europejskiego (m.in. ponad 30 obrazów Rembrandta) oraz zbiory sztuki starożytnej, Dalekiego i Bliskiego Wschodu. Równie znane jest Muzeum Sztuki Nowoczesnej (słynne dzieła sztuki od końca XIX w. ze szczególnym uwzględnieniem artystów tworzących w Stanach Zjednoczonych).



Waszyngton — leży na obszarze Dystryktu Kolumbii (pomiędzy stanami Maryland i Wirginia), nad rzeką Potomac i jej dopływami. Charakterystyczną cechą układu urbanistycznego Waszyngtonu jest jego promienisty plan zabudowy, nietypowy dla miast amerykańskich. Sieć szerokich arterii zbiega się w dwóch centrach, z których jednym jest **Kapitol** - siedziba Kongresu, natomiast drugim Biały Dom — rezydencja prezydenta. Obydwie budowle łączy szeroka aleja (Pennsylvania Avenue), stanowiąca centrum handlowe stolicy. Na prawym brzegu Potomacu (w stanie Wirginia) mieści się Pentagon (Ministerstwo Obrony) oraz cmentarz wojskowy (Arlington National Cemetery). Wśród licznych zabytków stolicy na uwagę zasługują zwłaszcza Biały Dom (koniec XVIII w., XIX i XX w.), Kapitol (XVIII i XIX w.), neogotycka katedra Św. Piotra i Pawła, kościoły: Christ Church, St. John's Church, Presbyterian Church (XIX w.), budowle reprezentacyjne i gmachy użyteczności publicznej o formach klasycystycznych z XIX w. (m.in. Blair House, Treasury Building, Library of Congress Building), a także mauzoleum Lincolna³⁷, obelisk Waszyngtona i pomnik Jeffersona. Waszyngton ma wiele terenów zieleni. Największym parkiem jest Rock Creek (z ogrodem zoologicznym).

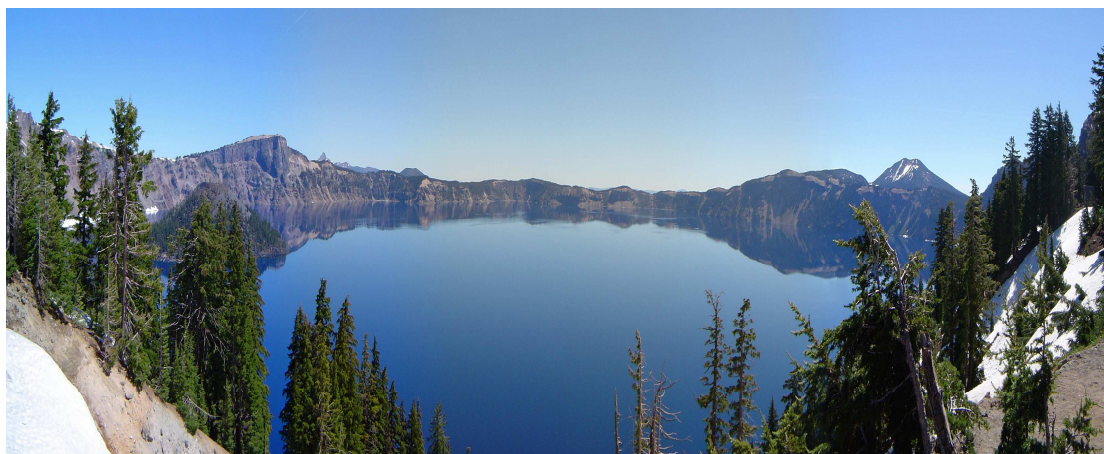
Filadelfia - położona przy ujściu rzek Delaware i Schuylkill do zatoki Delaware, została założona w latach 1681 - 1682 na miejscu osady szwedzkiej z pierwszej połowy XVII w. W XVIII w. stanowiła główny ośrodek walk o niepodległość. W 1774 r. obradował w niej 1 Kongres Kontynentalny, w 1776 r. podpisano Deklarację Niepodległości Stanów Zjednoczonych, a w 1787 r. utworzono Unię i uchwalono konstytucję Stanów Zjednoczonych. W okresie 1790-1800 pełniła funkcję stolicy państwa. Jest jednym z największych portów oraz ważnym ośrodkiem przemysłowo-handlowym i kulturalno-naukowym z licznymi wyższymi uczelniami (m.in. University of Pennsylvania.), bibliotekami, muzeami (m.in. Philadelphia Museum of Art), a także słynną orkiestrą symfoniczną (zał. w 1900 r.). Zabytki Filadelfii, skupione głównie w rejonie starego miasta w widłach rzek Delaware i Schuylkill, stanowią budowle z XVII - XIX w. Należą do nich domy mieszkalne i kościoły (m.in. Gloria Dei z końca XVII w., katedra Św. Piotra i Pawła).

Subregion Gór Kaskadowych i Sierra Nevada

Góry Kaskadowe (najwyższy szczyt Rainier, 4392 m, i Sierra Nevada Whitney, 4418 m n.p.m.) leżą w zachodniej części Kordylierów. Ich atrakcyjność krajobrazowa wiąże się m.in. z występowaniem licznych form polodowcowych (cyrki, żłoby, jeziora i in.) i zjawisk wulkanicznych (wygasłe i częściowo czynne wulkany, gorące źródła itp.), a także bogatej szaty leśnej, którą tworzą lasy iglaste (wśród nich sekwoje). Na najcenniejszych przyrodniczo obszarach utworzono parki narodowe. Do najliczniej odwiedzanych należy Yosemite, położony w środkowej części gór Sierra Nevada. Został on założony już w 1890 r. Występują w nim m.in. wodospady (największy wys. 727 m) oraz cenne gatunki drzew (sekwoje). Z lasów sekwojowych słyną także parki narodowe: Sekwoi (zwłaszcza jego część zwana Giant Forest) oraz Kings Canyon. Wyjątkowymi walorami krajobrazowymi wyróżniają się parki narodowe North Cascades (formy polodowcowe) i Mt. Rainier

(nieczynne wulkany z systemem lodowców). Ze zjawisk wulkanicznych znane są głównie: Lassen Volcanic (gorące źródła i wrzące jeziora), Park Narodowy Jeziora Kraterowego (Crater Lake National Park; jezioro w kraterze wulkanu) oraz St. Helens Mt. — wulkan w Górach Kaskadowych, będący przykładem krajobrazu "żywego wulkanizmu".

Atrakcyjność turystyczna omawianego subregionu jest również związana z istnieniem wielu miejscowości wypoczynkowych, zwłaszcza stacji narciarskich, rozmieszczonych wzdłuż grzbietu Gór Kaskadowych i Sierra Nevada (okolice jeziora Tahoe), a także uzdrowisk (Palm Springs).



Jezioro Kraterowe.

Subregion Wybrzeża Oceanu Spokojnego

Główną jednostką geomorfologiczną Subregionu Wybrzeża Oceanu Spokojnego są Góry Nadbrzeżne ciągnące się południkowo od granicy z Kanadą po Meksyk. Największymi miastami omawianego obszaru, stanowiącymi równocześnie główne ośrodki ruchu turystycznego są Los Angeles i San Francisco.

Los Angeles - Hollywood

Los Angeles to największe miasto w stanie Kalifornia, zwane potocznie jako, Miasto Aniołów przyciąga większość turystów, którzy pragną zobaczyć słynną dzielnicę i napis Hollywood. Jednym z głównych miejsc zainteresowania turystów jest Aleja Gwiazd oraz kino Mann's Chinese Theatre, w którym odbywały się przez lata światowe premiery galowe z udziałem najsławniejszych gwiazd. Kino mieści się w budynku w stylu chińskim, przed którym na chodniku znajdziemy odciski dłoni i stopy największych artystów. Corocznie wręczane są tutaj także popularne nagrody filmowe Oscary. Los Angeles to także skupisko największych gwiazd Hollywood oraz tak zwanych "celebrities" czyli ludzi show businessu, posiadających swoje bogate wille w takich dzielnicach jak Hollywood, Beverly Hills czy Bel Air. Podróżując samochodem po ulicach L.A. możemy zaopatrzyć się w mapę, która wskaże nam domu pożądaney gwiazdy. Aby odpocząć jednak od zgiełku warto udać się w Los Angeles na spacer do górskiego Griffith Park. Przy Santa Monica Boulevard znajduje się Hollywood Cementery, który jest miejscem spoczynku wielkich gwiazd ekranu takich jak Rudolf Valentino, Douglas Fairbanks, Marilyn Monero. Inne godne zobaczenia rzeczy w mieście to: Disneyland (który został otwarty w 1955 r. z inicjatywy znanego producenta

filmów rysunkowych Walta Disneya), El Pueblo de Los Angeles State Park przy Alameda Street (wraz z znajdującą się tam pierwszą meksykańską osadą w Los Angeles).

San Francisco - to kolejne słynne miasto w USA położone w północnej części Kalifornii tuż przy cieśninie Golden Gate i zatoce San Francisco. Miasto to słynie przede wszystkim z takich atrakcji jak; 260 metrowa Piramida Transamerica u wlotu Columbus Ave. według Mission Dolores (kościół noszący pierwsze ślady misji franciszkańskiej założonej tu w 1776 r.), War Memorial Opera House, (wybudowana w 1932 r. gdzie w dniu 26 czerwca 1945 r. podpisano Kartę Narodów Zjednoczonych), słynna budowla San Francisco a w zasadzie symbol miasta, Golden Gate Bridge (wybudowany został w latach 1933-37 jako największy wówczas most wiszący na świecie. Ma on 2,7 km długości, 27,5 m szerokości i osiąga wysokość 67 m ponad powierzchnię morza). Konstrukcja wisi na 2 pylonach o wysokości 227 m. U podnóża mostu stoi ceglany Fort Point National Historic Site, który dawniej strzegł wejścia do zatoki. W odległości niemalże 2 km od brzegu znajduje się skalista wyspa, na której znajduje się słynne więzienie Alcatraz. Ze względu na swoje położenie oraz otaczające je silne i zimne prądy morskie stało się ono pewnego rodzaju fortecą. W latach 1934-1963 trzymano tutaj wielu sławnych kryminalistów, wśród nich Al. Capone. San Francisco nosi również miano miasta o największej populacji ludności homoseksualnej. Do licznie odwiedzanych należą parki narodowe Redwood (fragmenty pierwotnego lasu z 1000-letnimi drzewami) i Olympic (tzw. lasy deszczowe, o ogromnym bogactwie florystycznym - od mikroflory do olbrzymich świerków, jodeł i cedrów alaskich).



Piramida Transamerica

Rejon Gór Skalistych

Rejon ten jest rozległym pasmem górskim, ciągnącym się przez cały kontynent, z najwyższą kulminacją Mont Elbert-4401m.n p m. W rejonie tym utworzono szereg parków narodowych, z najstarszym w świecie, Yellowstone założonym w 1872r. z licznymi kanionami, wodospadami, błotnymi wulkanami i 200ngejzermi (jeden z najsłynniejszych „Old Faithful” wybucha średnio co 80 min.

Inny charakter ma Park Narodowy Mesa Verde, gdzie pozostał unikalny kompleks mieszkalny Indian Anasazi, zawieszony na ścianie kanionu. Liczne są tu rezerваты Indian, oraz zabytki z czasów kolonizacji hiszpańskiej zachowały się w Santa Fe (pałac gubernatorski, kościół misyjny). Z okresu gorączki złota w XIX w. „pozostały miasta widma” (Maiden, Kendall w Montanie czy Georgetown, Central City w Kolorado. Tutaj znajdują się najpopularniejsze ośrodki sportów zimowych: Aspen, Mail w Kolorado, Park City, Snowbird w Utah, Teton Village i wiele innych.



Mount Elbert 4401m.



Gorące źródło Grand Prismatic w Parku Narodowym Yellowstone

Rejon Wyżyn i Kotlin Śródgórskich

Rejon ten obejmuje obszar między Górami Skalistymi a Górami Kaskadowymi i Sierra Nevada. Obszar o niezwyklej różnorodności krajobrazów i przyrody, nasyceny jest parkami narodowymi. Myślę iż warto powiedzieć kilka słów o cudownym miejscu na ziemi z wielkimi Kanionami, czyli Parku Narodowym Wielkiego Kanionu

Wielki Kanion Kolorado - Grand Canyon

Wielki Kanion Kolorado (Grand Canyon) to niewątpliwie najpiękniejsza i najczęściej odwiedzana atrakcja w USA. Sam kanion stanowi przełom jednej ze słynniejszych rzek Kolorado przepływającej przez stan Arizona, przez Płaskowyż Kolorado, i tworzą go głównie łupki Yishnu, a także, wapieni, piaskowców i granitowych intruzji. Odpowiednie warstwy kanionu pamiętają jeszcze czasy proterozoiku (era prekambryjska) po trias (era mezozoiczna) zaś każda seria warstw skalnych posiada inny odcień. Powstanie tego cudu przyrody szacuje się na 10 milionów lat temu, kiedy to złobienie terenu rozpoczęła właśnie przepływająca rzeka Kolorado. W obecnym kształcie Wielki Kanion ma 349 km długości i w najgłębszym miejscu (Granite Gorge - Wąwóz Granitowy) 2133 m głębokości. Szerokość waha się od ok. 800 m (pod punktem widokowym Toroweap na North Rim - Północnej Krawędzi) do 29 km w najszerszym miejscu. Jest to największy przełom rzeki na świecie (jednak nie najgłębszy. Samo zwiedzanie Wielkiego Kanionu może przybrać różne formy, od wycieczek pieszych w jego głąb, spływ rzeką Kolorado, przelot helikopterem lub samolotem

wycieczkowym nad jego obszarem po najprostszy sposób przyjrzenia się jego ogromowi z punktów widokowych (najlepiej w okolicach miejscowości Flagstaff AZ) w tym skorzystania ze spaceru (za \$25) po otwartym 28 marca 2007 szklanym pomoście nad Wielkim Kanionem - będącym najwyższym balkonem na świecie. Sam Park Narodowy Wielkiego Kanionu, odwiedzany jest co roku przez około 4,1 mln turystów z całego świata.



Grand Canyon ze zdjęcia Satelitarnego

Las Vegas

Las Vegas, czyli tak zwane Sin City (Miasto Grzechu) to niewątpliwie światowe centrum rozrywki, hazardu i szaleństwa. Samo miasto położone jest w stanie Nevada w hrabstwie Clark na obszarze pustynnym a jego główną arterią jest długa na 7 km słynna ulica Las Vegas Boulevard znana pod nazwą "The Strip". To właśnie w jej okolicach znajdują się najbardziej znane kasyna, hotele i miejsca godne obejrzenia. Umieszczone tam kasyna i hotele często starają się przyciągnąć turystów i graczy poprzez unikalny styl lub gatunek rozrywki. Do najciekawszych obiektów należą; The Mirage, Paris Las Vegas, The Venetian, Circus Circus, Luxor, Bellagio, New York New York, Treasure Island, Cesar Palace, Excalibur, czy Stratosphere, których architektura i wykończenie stanowią repliki słynnych światowych miejsc oraz przepełnione luksusem i elegancją dodają urokowi samemu miastu. Warto również zobaczyć ulicę Fremont Street w centrum miasta Las Vegas, gdzie rozpoczęła się prawdziwa historia hazardu. Las Vegas słynie również z możliwości zawarcia szybkiego związku małżeńskiego, do którego celu służą rozsiane po całym mieście liczne kapliczki mające swój charakter kapliczki. Las Vegas to także idealne miejsce wypadowe aby zwiedzić słynną Dolinę Śmierci : "Valley of Death" oraz pobliską Zaporę Hoovera na rzece Colorado - "Hoover Dam" jak i znajdujący się niedaleko Wielki Kanion "Grand Canyon.



Zapora Hoovera na rzece Colorado

Moje Wakacje w USA Las Vegas



Rejon Wielkich Jezior

Głównym ośrodkiem turystycznym w tym równinnym obszarze jest Chicago. Miasto potocznie zwane jako "Windy City", czyli Wietrzne Miasto stanowi jedno z bardziej popularnych miejsc odwiedzanych przez Polaków, udających się do USA. Licząca tutaj prawie 2 mln Polonia Chicagowska sprawia, iż niejednokrotnie odnosi się wrażenie, iż to jedno z Polskich miast. **Chicago** słynie głównie z nowoczesnej architektury i układu urbanistycznego oraz takich budowli i miejsc jak; Sears Tower (najwyższy wieżowiec USA mający 110 pięter przy wysokości 520 m), John Hancock Center, Chicago Board of Trade - budynek giełdy towarowo-rolnej wykonany w stylu Art Deco, Home Insurance Building, Reliance Building, Auditorium Building, Navy Pier (będący promenadą i pewnego rodzaju molo tuż nad brzegami jeziora Michigan, skąd możemy podziwiać downtown Chicago oraz

udać się na rejs po jeziorze), Grant Park położony na wschód od Art Institute, gdzie znajduje się słynna w rejonie iluminowana nocą fontanna Buckingham, czy też słynne Brookfield **Zoo** - jeden z najlepiej wyposażonych ogrodów na świecie i Lincoln Park Zoo oraz ogród Botaniczny (Chicago Horticultural Society, Botanic Garden). Chicago to także miasto słynące z doskonałych drużyn sportowych, takich jak słynne Chicago Bulls (oraz United Center wraz z pomnikiem słynnego Michael Jordana), Chicago Bears (drużyna futbolu amerykańskiego), Chicago White Sox i Cubs (drużyny baseball) czy też Chicago Blackhawks (drużyna Hokeja) i Chicago Fire (piłki nożnej). Miasto to zasłynęło także za sprawą licznych produkcji filmowych o panujących tu niegdyś gangsterach formatu Al Capone, czy też ostatnio pełniąc rolę Gotham City w produkcji Batmana lub też popularnego serialu Prison Break (Skazany Na Śmierć). Osoby udające się do Chicago powinny również zobaczyć tutejsze muzea i galerie, jak Art Institute of Chicago gdzie można podziwiać dzieła (Rembrandta, El Greco, Moneta, Picassa, Van Gogha, Gauguina, Okeeffa, Cezara), Field Museum of Natural History, Shedd Aquarium i Oceanarium, Museum of Science and Industry (Muzeum Nauki i Przemysłu) oraz Adler Planetarium. Inne atrakcje to także przejażdżka autobusem (w stylu londyńskim) po mieście czy też rejs po rzece Chicago i Jeziorze Michigan.

Komunikacja

Sieć połączeń komunikacyjnych w Stanach Zjednoczonych należy do najlepiej zorganizowanych. Sieć dróg kołowych ma największą długość na świecie (6,37mln km dróg, 84 36 km autostrad, łączących wszystkie duże ośrodki miejskie. Sieć linii kolejowych (270 312km) należy również do najdłuższych na świecie, ale od ponad 20 lat obserwuje się znaczny spadek kolejowych przewozów pasażerskich. Dużą rolę w transporcie pasażerskim, zwłaszcza turystyce, odgrywają połączenia lotnicze. Z ponad 800 wielkich portów lotniczych najważniejsze znajdują się w Atlancie (85,9mln pasażerów w roku 2006), Chicago, Nowym Jorku, Los Angeles, Dallas. Istnieją także tysiące małych lotnisk, obsługujących lokalne połączenia.

Tabela 1. Największe porty lotnicze świata (wg ilości obsługowanych pasażerów w 2006 roku)

Lp.	MIASTO (nazwa portu lotniczego)	PAŃSTWO	LICZBA PASAŻERÓW w mln osób
1	Atlanta (Hartsfield)	USA	85,9
2	Chicago (O'Hare)	USA	76,5
3	Londyn (Heathrow)	Wielka Brytania	67,9
4	Tokio	Japonia	63,3
5	Los Angeles	USA	61,5
6	Dallas (Forth Worth)	USA	59,2
7	Paryż	Francja	53,8
8	Frankfurt nad Menem	Niemcy	52,2
9	Amsterdam	Holandia	44,2
10	Las Vegas	USA	44,0

Źródło: opracowanie na podstawie danych Międzynarodowej Rady Portów Lotniczych (Airports Council International)

Jak widzimy umieszczona tabela przedstawia ranking 10 największych portów lotniczych pod względem obsługiwanego pasażerów w 2006 roku. W czołowej dziesiątce znajdują się, aż 5 portów ze Stanów Zjednoczonych co świadczy o tym że są oni absolutnym liderem w tej klasyfikacji.

ROZDZIAŁ III

Analiza rynku turystycznego USA

Rynek recepcji turystycznej

Turystyka odgrywa znaczącą rolę w gospodarce USA. W 2006 r. do Stanów Zjednoczonych przyjechało 51,1mln. Od czasu zamachu terrorystycznego z 11 września 2001 nastąpił spadek liczby zagranicznych turystów odwiedzających Stany Zjednoczone. Turyści zniechęcają się nie tylko zaostrzonymi kontrolami na granicach, ale także uczuciem, że nie są mile widziani. Goście przyjeżdżający do USA skarżą się na problemy z otrzymaniem wiz, a później na nie miłe doświadczenia na granicach, gdzie na lotniskach pobiera się odciski palców. Bilans takiego spadku zagranicznych turystów jest dla USA bardzo niezadowolający. Stany Zjednoczone w wyniku tego straciły 91mld dolarów potencjalnych dochodów z wydatków cudzoziemców, następne 16mld dolarów z utraconych podatków od sprzedaży oraz prawie 200 tys. miejsc pracy. Po roku 2004 spadek został zażegnany i wszystko wróciło do normy. U.S. Department of Commerce ogłosił, iż rok 2007 był rekordowy dla turystyki przyjazdowej w USA. Zanotowano bowiem ogromny napływ turystów międzynarodowych. Stany Zjednoczone w 2007 odwiedziło 54mln turystów, co daje prawie 4% wzrostu w porównaniu do roku poprzedniego (51,1mln). W latach 2006-2011 liczba turystów zagranicznych w USA wzrosła aż o 20 punktów procentowych, co pozwala przypuszczać, że do roku 2011 ich liczba powinna wynieść 61mln. Turyści napływają tam przede wszystkim z Kanady i Meksyku. W 2007 roku nastąpił wzrost odpowiednio o 4% i 3%. Liczba turystów z Europy wzrosła w latach 2006-2011 o 25 punktów procentowych i ostatecznie wyniesie 12,6mln osób.

Tab. 2 Kraje świata przyjmujące najwięcej turystów zagranicznych (liczba przyjazdów w mln.)

	źródła danych	Liczba przyjazdów w mln.				
		1995	2000	2004	2005	2006
Francja	TF	73,1	77,2	75,1	75,9	79,1
Hiszpania	TF	46,8	47,9	52,4	55,9	58,5
USA	TF	48,5	51,2	46,1	49,2	51,1
Chiny	TF	27,0	31,2	41,8	46,8	49,6
Włochy	TF	36,5	41,2	37,1	36,5	41,1
W. Brytania	TF	23,3	23,2	25,7	28,0	30,1
Niemcy	TCE	17,1	19,0	20,1	21,5	23,6
Meksyk	TF	19,0	20,6	20,6	21,9	21,4
Austria	TCE	17,5	18,0	19,4	20,0	20,3
Rosja	TF	bd	bd	19,9	19,9	20,2
Turcja	TF	6,9	9,6	16,8	20,3	18,9
Kanada	TF	19,4	19,6	19,1	18,8	18,2
Ukraina	TF	4,2	6,4	15,6	17,6	bd
Malezja	TF	7,9	10,2	15,7	16,4	17,5
Hong Kong (Chiny)	TF	7,8	8,8	13,7	14,8	15,8

Polska	TF	18,0	17,4	14,3	15,2	15,7
Grecja	TF	12,2	13,1	13,3	14,3	bd
Tajlandia	TF	8,7	9,6	11,7	11,6	13,9
Portugalia	TF	11,6	12,1	10,6	10,6	11,3
Holandia	TCE	9,9	10,0	9,6	10,0	10,7
Macao (Chiny)	TF	5,1	5,2	8,3	9,0	10,7
Węgry	TF	2,8	bd	12,2	10,0	9,3
Chorwacja	TCE	3,8	5,8	7,9	8,5	8,7
Egipt	TF	4,5	5,1	7,8	8,2	8,6
Afryka Południowa	TF	5,9	5,9	6,7	7,4	8,4
Irlandia	TF	6,4	6,6	7,0	7,3	8,0
Arabia Saudyjska	TF	bd	6,6	8,6	8,0	bd
Szwajcaria	THS	7,2	7,8	bd	7,2	7,9
Singapur	TF	5,6	6,1	6,6	7,1	7,6
Japonia	TF	4,4	4,8	6,1	6,7	7,3

źródło: Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO): [UNWTO World Tourism Barometer Vol 5, No. 2, June 2007](#)

Tab. 3

TOP 20 Krajów najczęściej przyjeżdżających do USA w 2007 r.

Lp.	Kraj	Liczba podróży	Zmiana w % do 2006-2007r.
1	Kanada	17 735 000	11
2	Meksyk	15 089 000	13
3	W. Brytania	4 497 858	8
4	Japonia	3 531 489	-4
5	Niemcy	1 524 151	10
6	Francja	997 506	26
7	Korea Płn.	806 175	6
8	Australia	669 536	11
9	Brazylia	639 431	22
10	Włochy	634 152	19
11	Indie	567 045	39
12	Chiny	539 824	18
13	Hiszpania	516 471	22
14	Holandia	506 852	13
15	Irlandia	491 055	19
16	Wenezuela	458 678	24
17	Kolumbia	389 752	12
18	Szwecja	337 474	18
19	Izrael	313 077	10
20	Tajwan	301 020	4
	RAZEM	50 555 546	11

- [Top 20 Countries Generating Travel to U.S.](#)

Tab. 4 Najczęściej odwiedzane regiony Stanów Zjednoczonych przez zagranicznych turystów w 2006 r.

2006 L.p	Najczęściej odwiedzane miasta przez zagranicznych turystów	Udział % 2006	Liczba odwiedzających 2006 (000)	Udział % 2005	Liczba odwiedzających 2005 (000)	Spadek wzrost w % 2005-2006
1	New York	29,6%	6 414	28,1%	6 092	5%
2	California	21,3%	4 615	22,1%	4 791	-4%
3	Florida	19,0%	4 117	20,2%	4 379	-6%
4	Hawaiian Islands	9,5%	2 058	10,4%	2 255	-9%
5	Nevada	7,8%	1 690	8,4%	1 821	-7%
6	Guam	5,4%	1 170	5,2%	1 127	4%
7	Massachusetts	5,1%	1 105	4,0%	867	27%
8	Illinois	5,0%	1 083	5,3%	1 149	-6%
9	Texas	4,5%	975	4,4%	954	2%
10	New Jersey	3,9%	845	4,6%	997	-15%
11	Pennsylvania	3,1%	672	2,9%	629	7%
12	Arizona	2,6%	563	2,6%	564	0%
13	Georgia	2,4%	520	3,0%	650	-20%
14	Washington	1,8%	390	1,7%	369	6%
14	Ohio	1,8%	390	**	**	n.a.

Źródło: [Historical International Visitation and Spending Data Tables](#)

Nowy York, Karifornia i Floryda do najczęściej odwiedzane regiony Stanów Zjednoczonych przez zagranicznych Turystów. W porównaniu do roku 2005, w roku 2006 nastąpił wzrost przyjazdów turystów zagranicznych do Nowego Yorku o 5%. Natomiast Kalifornia z Florydą notują regres udziału % przyjazdów turystów zagranicznych kolejno 4 % i 6 %.

Tab. 5 Kraje świata o największych wpływach z turystyki zagranicznej (w mld USD.)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
USA	82,4	71,9	66,5	64,3	74,5	81,7
Hiszpania	31,0	32,7	33,8	39,6	45,2	47,9
Francja	31,0	30,4	32,7	36,6	40,8	42,3
Włochy	27,5	25,8	26,9	31,2	35,7	35,4
W. Brytania	21,8	18,9	20,5	22,7	28,2	30,7
Chiny	16,2	17,8	20,4	17,4	25,7	29,3
Niemcy	18,6	17,9	19,0	23,1	27,7	29,2
Turcja	7,6	10,1	11,9	13,2	15,9	18,2

Australia	8,5	8,1	8,6	10,3	15,2	16,9
Austria	9,9	10,3	11,2	14,0	15,3	15,5
Grecja	9,2	9,5	9,7	10,7	12,9	13,7
Kanada	10,8	10,6	10,7	10,5	12,9	13,6
Japonia	3,4	3,3	3,5	8,8	11,3	12,4
Meksyk	8,3	8,4	8,9	9,4	10,8	11,8
Szwajcaria	7,8	7,5	7,9	9,2	10,6	11,0
Holandia	7,2	6,7	7,7	9,2	10,3	10,5
Hong Kong (Chiny)	5,9	5,9	7,5	7,1	9,0	10,3
Belgia	6,6	6,9	6,9	8,2	9,2	9,9
Tajlandia	7,5	7,1	7,9	7,8	10,0	9,6
Malezja	5,0	6,9	7,1	5,9	8,2	8,5
Portugalia	5,2	5,5	5,8	6,6	7,8	7,9
Polska	5,7	4,6	4,3	4,1	5,8	6,3
Korea Płd	6,8	6,4	5,9	5,3	6,1	5,7
Dania	3,7	4,0	4,8	5,3	5,7	5,0

źródło: Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO): [UNWTO World Tourism Barometer Vol 5, No. 1, January 2007](#).

Celem ekonomicznym każdego nie jest ilość odwiedzających gości zagranicznych lecz kwoty wydatków jakie są oni skłonni ponieść w danym kraju; wydatki te oznaczają bowiem wpływy czy też przychody danego kraju. Wydatki te są tym większe im wartość produktu turystycznego, który odwiedzający są skłonni zakupić – jest większa.

Tab. 6 Najczęściej używany rodzaj transportu przez turystów zagranicznych w Stanach Zjednoczonych w 2006 r.

<i>Rodzaj Transportu</i>	Udział % podróży zagranicznych
Taxi	42%
Wynajęcie samochodów	29%
Prywatne przewozy samochodowe	26%
Linie lotnicze w USA	24%
Komunikacja miejska (autobusy)	23%
Koleje liniowe (metro, pociągi)	10%
Komunikacja między miastami	10%

Najpopularniejszym środkiem transportu dla turystów zagranicznych odwiedzających Stany Zjednoczone są Taxi. Aż 42% przyjezdnych wybiera ten środek lokomocji podczas pobytu w USA. Na kolejnym miejscu znajdują się wypożyczenia samochodów, 29% preferuje tą formę podróżowania po USA. Na trzecim miejscu uplasowały się prywatne przewozy samochodowe z dorobkiem 26%.

Rynek emisji turystycznej

USA to wprowadzi olbrzymi rynek turystyki krajowej jak również jeden z największych na świecie. Aktualnie obserwujemy niewielką dynamikę wzrostu ruchu wyjazdowego. Według Badań U.S. Department of Commerce dominują wyjazdy do Meksyku i Kanady. Respondenci jako cel podróży do Europy Zachodniej najczęściej wybierali Wielką Brytanię, Francję, Włochy. W ostatnich latach wyjazdy Amerykanów do Europy utrzymują się na poziomie 12mln osób. Według danych U.S. Department of Commerce w ostatnich latach odnotowano wzrost zainteresowania podróżami do Europy wschodniej. Udział dorosłych Amerykanów podróżujących do tej części świata wzrósł z 0,3% do 0,6 % . Utrzymywanie się tej dynamiki wzrostu tworzy dobre perspektywy dla intensyfikacji turystyki z USA do Polski. Rynek amerykański to bardzo duży potencjał wyjazdowy do Polski. W USA żyje około 11mln osób polskiego pochodzenia, dodać należy również kilka milionów Amerykanów pochodzenia żydowskiego wywodzących się z Polski. Zarówno rynek polonijny jak i żydowski jest jak do tej pory mało aktywny. W ubiegłych latach do Polski wyjeżdżało 246 -259 tys. Osób, co stanowi zaledwie 0,2 % wyjazdów Amerykanów do Europy. Przypuszczalnie Amerykanie wydadzą 30,7mld USD, o 5,7 proc. więcej niż rok temu, na podróże zagraniczne, szacuje firma badawcza Global Insight. Wzrost tegorocznych kosztów podróży zagranicznych mieszkańców USA to skutek wzrostu globalnej inflacji i spadku wartości dolara, twierdzą analitycy. Amerykanie wydadzą najwięcej na podróże do Kanady i Meksyku. Kolejne miejsca zajmują Włochy, Wielka Brytania i Francja. Najwięcej gości z USA odwiedzi jednak Chiny i Indie. Według ekspertów, do tych dwóch krajów pojedzie o 13 proc. więcej turystów ze Stanów Zjednoczonych niż rok temu.

Tab. 7 Zagraniczne wyjazdy mieszkańców Stanów Zjednoczonych według krajów

Kraj docelowy	W tys. podróży		
	2003	2004	2005
Razem wyjazdy	56 250	61 809	63 502
Wyjazdy do Europy	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
Holandia	831	930	864
Indie	416	629	835

Kraj docelowy	W tys. podróży		
	2003	2004	2005
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	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: U.S. Department of Commerce, ITA, Office of Travel & Tourism Industries, "In-Flight Survey," 2006.

2. Aktywność turystyczna mieszkańców

Tab. 8 Zagraniczne podróże turystyczne w latach 2003-2005

	2003	2004	2005
Liczba podróży (w tys.)	56 250	61 776	63 502
Liczba podróży na 100 mieszkańców	20	19	21

Źródło: UNWTO, obliczenia własne na podstawie danych UNWTO i Banku Światowego

Tab. 9. Krajowe podróże turystyczne w latach 1995-2006

<i>Rok</i>	<i>Liczba Podróżnych w tys .</i>
1995	19,059,000
1996	19,786,000
1997	21,634,000
1998	23,069,000
1999	24,579,000
2000	26,853,000
2001	25,249,000
2002	23,397,000
2003	24,452,000
2004	27,351,000
2005	28,787,000
2006	30,148,000

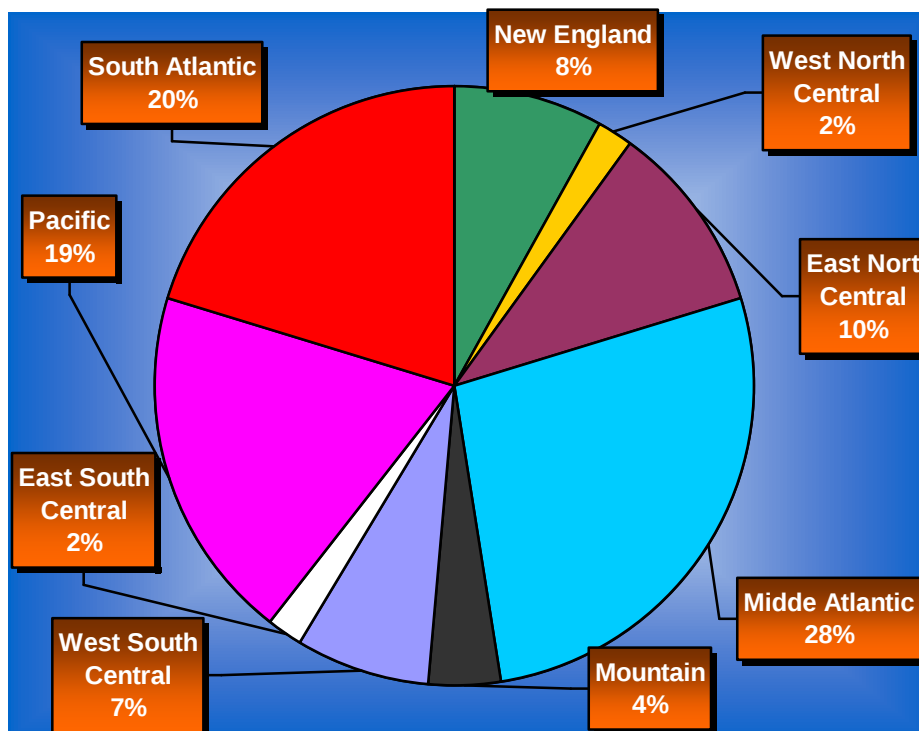
Źródło: Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations

Jak widzimy liczba podróży krajowych Amerykanów ciągle wzrasta. W roku 2006 wyniosła 30,148 tys. O dwa % 2 w stosunku do roku poprzedniego. Liczbę podróżujących w poszczególnych latach najlepiej przedstawia tabela. Przyjmuję się iż od roku 2001 nastąpił znaczny spadek podróży krajowych i trwał do roku 2004. To właśnie od tego roku wszystko się ustabilizowało i znów ruszyło do przodu. Spadek był spowodowany Atakami Terrorystycznymi między innymi na World Trade Center.

Tab. 10 Najczęściej wybierane regiony w krajowych podróżach Amerykanów.

Najczęściej wybierane miejsca podróży	Ilość podróżnych 30,148,000
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%
<i>East North Central</i>	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%



Tab. 11 Miejsca zamieszkania turystów krajowych , z których to mieszkańcy poszczególnych miast podróżują najczęściej.

Miejsce	Liczba Podróżujących W 2006 r.	Udział % W 2006 r.
Ogólnie	30,148,372	100.0%
New York (JFK)	4,668,730	15.5%
Miami	3,746,642	12.4%
Los Angeles	3,043,289	10.1%
Chicago (ORD)	2,523,791	8.4%
Newark	2,354,003	7.8%
Atlanta	2,117,100	7.0%
San Francisco	1,840,190	6.1%
Washington (IAD)	1,352,654	4.5%
Houston (IAH)	1,291,615	4.3%
Boston	926,584	3.1%
Philadelphia	849,705	2.8%
Dallas (DFW)	764,954	2.5%
San Juan, PR	715,039	2.4%
Charlotte	645,824	2.1%
Honolulu	489,488	1.6%
Ft. Lauderdale	428,926	1.4%
Seattle	364,248	1.2%
Agana, Guam	361,483	1.2%
Minneapolis-St Paul	325,087	1.1%
Cincinnati	218,932	0.7%
Orlando (MCO)	184,621	0.6%
Baltimore	123,400	0.4%
Denver	109,802	0.4%
Portland	87,668	0.3%
Memphis	73,619	0.2%
Anchorage	66,654	0.2%
Sanford-Orlando (SFB)	59,619	0.2%
Phoenix	52,281	0.2%
New York (LGA)	42,473	0.1%
Raleigh-Durham	36,475	0.1%
West Palm Beach	35,317	0.1%
Detroit (DTW) ⁽²⁾	22,970	0.1%

Najwięcej podróżują mieszkańcy Nowego Yorku 15, 5 % podróży krajowych. Zaraz za nimi uplasowała się ludność z Miami 12,4 %. Kolejno turyści z Los Angeles 10,1 % oraz Chicago 8,4 %.

Tab 12 Wydatki na wyjazdy zagraniczne (w mld USD) według krajów pochodzenia turystów

	1995	2000	2005	2006	waluta*	07/06 (%)
Niemcy	60,2	53,0	74,4	73,9		5,6
USA	44,9	64,7	69,0	72,0		6,3
W. Brytania	24,9	38,4	59,6	63,1		3,8
Francja	16,3	17,8	30,5	31,2		2,2
Japonia	36,8	31,9	27,3	26,9		-0,4
Chiny	3,7	13,1	21,8	24,3	\$	
Włochy	14,8	15,7	22,4	23,1		8,9
Kanada	10,3	12,4	18,2	20,5		11,0
Korea Południowa	6,3	7,1	15,4	18,8	\$	12,0
Rosja	11,6	8,8	17,4	18,2	\$	22,4
Holandia	11,7	12,2	16,2	17,0		1,7
Hiszpania	4,5	6,0	15,1	16,7		8,0
Belgia	8,1	9,4	15,0	15,4		-0,6
Hong Kong (Chiny)	10,5	12,5	13,3	14,0		7,1
Norwegia	4,2	4,6	10,5	12,2		9,4
Australia	5,2	6,4	11,3	11,7		6,3
Szwecja	5,4	8,0	10,8	11,5		10,5
Singapur	4,7	4,5	9,9	10,4		2,4
Szwajcaria	6,3	5,4	8,9	9,9		8,6
Austria	10,4	8,5	8,5	9,3		
Zjednoczone Emiraty Arabskie	b.d.	3,0	6,2	8,8		
Tajwan	8,5	8,1	8,7	8,7	\$	2,4
Meksyk	3,2	5,5	7,6	8,1	\$	2,8
Dania	4,4	4,7	6,9	7,4		4,9
Indie	1,0	2,7	6,0	7,4		1,6

źródło: Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO): [UNWTO World Tourism Barometer Vol 6, No. 1, January 2007](#)

Według opublikowanego, rocznego opracowania Dresdner Banku, Niemcy w dalszym ciągu, są światowym liderem pod względem ilości wydatków na podróże zagraniczne. W 2006 r., Niemcy wydali na podróże zagraniczne 73,9mld USD (6 % światowych wydatków), lokując tym samym Stany Zjednoczone na drugiej pozycji z nie znacznie mniejszym dorobkiem 72mld USD. W ciągu minionego roku, wydatki Niemców na wyjazdy zagraniczne, stanowiły największy wzrost od 2000 r. (zwiększyły się o 2,5 %).

Tab. 13

***Jak najczęściej podróżowali
turyści zagraniczni do USA 2006*** %

Podróże Indywidualne	37%
Podróże z mężem/ żoną	29%
Podróże z Rodziną/ Krewnymi	27%
Podróże z przyjaciółmi	12%
Podróże(łącznościowe)biznesowe	7%
Podróże grupowe	2%

- Profile turystów

Profile turystów wyjeżdżających z USA odbywających podróże zamorskie w 2006 r

Tab. 14

Amerykanie odbywający podróże zamorskie (bez uwzględnienia Kanady i Ameryki Południowej)	Wszyscy wyjeżdżający 30,148,000	Podróż wolna od pracy 24,752,000	Podróż biznesowa 8,261,000
Płeć			
Mężczyzna	56%	51%	74%
Kobieta	44%	49%	26%
Średni wiek Mężczyzn	46.7	46.9	46.6
Średni wiek Kobiet	44.2	44.4	43.8

Tab. 15. Zawód Amerykanów odbywających podróże zamorskie 2006r.

Zawód			
Technik profesjonalista	36%	36%	39%
Menadżer	28%	23%	48%
Emeryt	12%	14%	3%
Student	7%	8%	3%
Homemaker	6%	7%	1%
Urzędnik / Sprzedawca	5%	6%	3%
Rzemieślnik/ Pracownik Fabryczny	3%	4%	1%
Pracownik Rządowy/ Wojskowy	2%	2%	2%

Tab. 16

Amerykanie odbywający podróże zamorskie (bez uwzględnienia Kanady i Ameryki Południowej)	Wszyscy wyjeżdżający 30,148,000	Podróż wolna od pracy 24,752,000	Podróż biznesowa 8,261,000
Rodzaj Zakwaterowania			
Hotel, Motel	66%	63%	80%
Ilość dni	8.3	8.1	8.6
Prywatne domy	40%	45%	27%
Ilość dni	18.1	17.0	19.6
Inne	6%	6%	6%
Ilość dni	17.5	13.7	15.7

Profile turystów przyjeżdżających do USA bez Kanady i Ameryki Południowej w 2006 r

Tab. 17

Podróże zagraniczne (bez uwzględnienia Kanady i Ameryki Południowej)	Wszyscy wyjeżdżający 21,668,000	Podróż wolna od pracy 13,196,000	Podróż biznesowa 5,135,000
Płeć			
Mężczyzna	59 %	53 %	80 %
Kobieta	41 %	47 %	20 %
Średnia wieku Mężczyzn	43	42,6	44,8
Średnia wieku Kobiet	39,2	38,2	37,8

Wyk. Zawód Turystów zagranicznych odbywających podróże do USA(bez Kanady i Ameryki Południowej) w 2006r.

Tab. 18

Podróże zagraniczne (bez uwzględnienia Kanady i Ameryki Południowej)	Wszyscy wyjeżdżający 21,668,000	Podróż wolna od pracy 13,196,000	Podróż biznesowa 5,135,000
---	--	---	---------------------------------------

Urzędnik / Sprzedawca	10%	12%	5%
Rzemieślnik/ Pracownik Fabryczny	3%	4%	2%
Pracownik Rządowy/ Wojskowy	3%	3%	1%
Homemaker	6%	7%	1%
Menadżer	28%	24%	49%
Technik profesjonalista	32%	31%	36%
Emeryt	7%	8%	1%
Student	9%	10%	3%

Tab. 19

Turyści Zagraniczni podróżujący do USA(bez uwzględnienia Kanady i Ameryki Południowej)	Wszyscy wyjeżdżający 21,668,000	Podróż wolna od pracy 13,196,000	Podróż biznesowa 5,135,000
Rodzaj Zakwaterowania			
Hotel, Motel	78 %	83%	88%
Ilość dni	7,5	7,5	7,9
Prywatne domy	34%	29%	22%
Ilość dni	19,4	18,1	18,8
Inne	3%	3%	3%
Ilość dni	19,5	15,2	23,9

-Branża turystyczna

Tab. 21 Najwięksi touroperatorzy działający na rynku amerykańskim

Lp.	Pełna nazwa touroperatora	Adres	Polskie produkty w katalogu
1	Abercrombie & Kent	1520 Kensington Road Oak Brook, Illinois, 60523-2141	Turystyka w miastach i kulturowa (Budapeszt – Praga – Warszawa – Kraków – Moskwa – St. Petersburg)
2	Brendan Tours	15137 Califa Street Van Nyus, CA 91411	Turystyka w miastach i kulturowa (miasta Europy Północnej w tym Warszawa, Poznań)
3	Collette Tours	3 162 Middle Street Pawtucket, RI 02860	Turystyka w miastach i kulturowa (miasta Europy Środkowej w tym Poznań, Warszawa, Częstochowa, Kraków, Zakopane)
4	Globus & Cosmos	4 5301 South Federal Circle Littleton, CO 80123-2980	Turystyka w miastach i kulturowa (miasta Europy w tym Poznań, Warszawa i Kraków)

5	Isram World	5 630 Third Avenue New York, NY 10017	Turystyka w miastach i kulturowa (weekendy Warszawa, Kraków lub Warszawa i Kraków; Budapeszt – Praga – Kraków – Warszawa; Warszawa – Kraków – Zakopane; Warszawa – Berlin – Praga – Wiedeń); turystyka aktywna, rekreacyjna i specjalistyczna (żydowska)
6	Trafalgar Tours Inc	11 East 26th Street Suite 1300 New York NY 10010	Turystyka w miastach i kulturowa (miasta Europy Północnej w tym Poznań, Warszawa)
7	Unique World Travel	39 Beechwood Avenue Manhasset NY 11030	Turystyka w miastach i kulturowa (Warszawa – Kraków – Zakopane – Częstochowa – Oświęcim)
8	General Tours	139 Main Street Cambridge MA 02142	Turystyka w miastach i kulturowa
9	RFD Tours (filia Mayflower Tours)	1225 Warren Avenue Downers Grove IL 60515	Turystyka w miastach i kulturowa (Warszawa – Kraków – Zakopane – Częstochowa – Oświęcim)
10	Homeric Tours Inc	55 E 59th Street New York, NY 10022	Wycieczka objazdowa po Europie Środkowej, Uwzględnienie Polski, Kraków – Wieliczka, Częstochowa

Zródło danych: Instytut Turystyki

Polska w ofercie katalogowej amerykańskich touroperatorów

Według stanu na maj 2005 r. polska oferta znajduje się w katalogach około 79 touroperatorów.

Miejsca docelowe oferowanych wycieczek to głównie:

- ☐ Warszawa
- ☐ Kraków
- ☐ Gdańsk
- ☐ Częstochowa,
- ☐ Zakopane
- ☐ Poznań
- ☐ Wrocław.

Cześć produktów kierowana jest do odbiorcy pochodzenia żydowskiego, wraz z miejscami związanymi z kulturą i martyrologią żydowską (obozy koncentracyjne, cmentarze, synagogi).

Tab. 22 PORÓWNANIE CEN OFERTY OBJAZDOWEJ GRUPOWEJ U WYBRANYCH TOUROPERATORÓW W USD

Nazwa Touroperatora	Czechy	Węgry	W. Brytania	Austria	Polska
Abercrombie &Kent	10 dni min./ 3.000 /bez przelotu	10 dni min./ 3.000 /bez przelotu	9 dni min./ 7.000 /bez przelotu	10 dni min./ 3.000 /bez przelotu	10 dni min./ 3.000 /bez przelotu
Brendan Tours	10 dni min./1.300 / bez przelotu	10 dni min./1.300 / bez przelotu	8 dni/ 750 / bez przelotu 10 dni	10 dni min./1.300 / bez przelotu	10 dni min./1.300 / bez przelotu
Collette Tours	14 dni min./2.200 / bez przelotu	14 dni min./2.200 / bez przelotu	10 dni min./2.300 / bez przelotu	14 dni min./2.200 / bez przelotu	14 dni min./2.200 / bez przelotu
Globus &Kosmos	16 dni min./2.600/	16 dni min./2.600/	11 dni min./2.200/	16 dni min./2.600/	16 dni min./2.600/

	z przelotem	z przelotem	z przelotem	z przelotem	z przelotem
Isram World	12 dni min./3.000/ z przelotem	12 dni min./3.000/ z przelotem	Brak Informacji 1	2 dni min./3.000/ z przelotem	12 dni min./3.000/ z przelotem

Źródło danych: Instytut Turystyki

-System promocji turystycznej na rynku amerykańskim.

Celem działania ośrodka jest wzrost przyjazdów z rynków północnoamerykańskich do Polski oraz działania na rzecz identyfikacji Polski jako kierunku turystycznego. Podstawowym tematem wiodącym w działalności promocyjnej będzie zawsze hasło „Polska – spotkania z kulturą. Chodzi przede wszystkim o wykorzystanie wydarzeń i imprez kulturalnych o dużej randze artystycznej w celu zachęcenia turystów amerykańskich do przyjazdów do Polski. Stałym elementem marketingu i promocji jest nadal edukacja turysty amerykańskiego na temat możliwości i atrakcji turystycznych Polski.

Strategiczne regiony Polski w działaniach promocyjnych

- ☐ Pomorze (Gdańsk, porty, wypoczynek nadmorski)
- ☐ Małopolska (Kraków, Wieliczka, Zakopane, Tatry, Oświęcim)
- ☐ Mazowsze (Warszawa i okolice).

Strategiczne polskie produkty mające szanse powodzenia

- ☐ Turystyka miejska i kulturowa
- ☐ Turystyka aktywna
- ☐ Agroturystyka
- ☐ Turystyka wypoczynkowa
- ☐ Turystyka uzdrowiskowa.

Adresaci działań marketingowych

- ☐ Potencjalni turyści amerykańscy planujący wyjazd do Polski
- ☐ Właściciele biur i agencji podróży
- ☐ Dziennikarze.

Narzędzia marketingowe

- ☐ Internet, e– mail
- ☐ Podróże studyjne dla dziennikarzy i innych przedstawicieli mediów
- ☐ Seminaria edukacyjne dla branży turystycznej
- ☐ Prezentacje multimedialne
- ☐ Filmy
- ☐ Wydawnictwa drukowane.

Ocena skuteczności poszczególnych narzędzi marketingowych.

Najbardziej skutecznym narzędziem marketingowym w Stanach Zjednoczonych jest Internet. Wynika to z jego dostępności, powszechności i niskiego kosztu. Bardzo skuteczne są także podróże poznawcze dla dziennikarzy i osób związanych z mediami. Tego typu podróże pozwalają na przedstawienie najciekawszych i najlepszych walorów turystycznych kraju.

Biorąc pod uwagę wysokie koszty reklamy telewizyjnej, emisja w TV reportaży po podróżach studyjnych dziennikarzy jest bardzo efektywna. Ważną rolę odgrywają seminaria edukacyjne dla branży turystycznej, pozwalające na lepsze poznanie produktów, jakie prezentują swoim klientom.

Tab. 23 Proponowane tytuły czasopism do reklamy

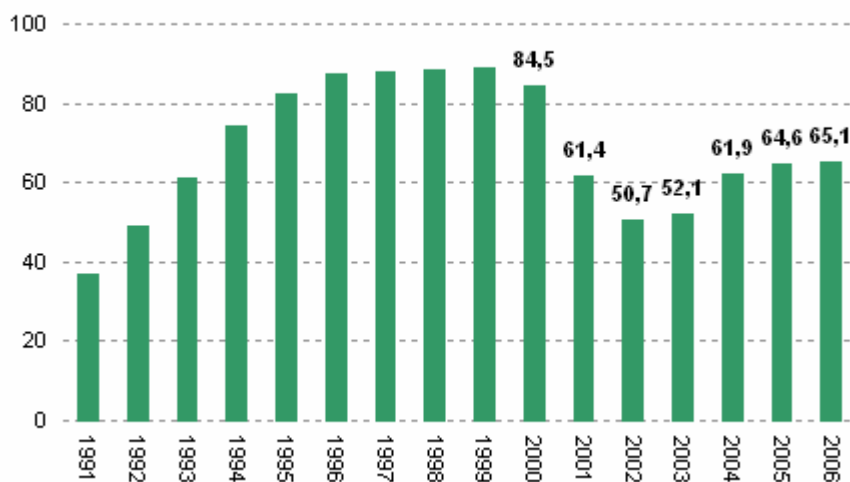
Lp.	Tytuł	Częstotliwość ukazywania się	Nakład	Cena 1 reklamy w USD
1	Jax Fax Travel Marketing	miesięcznik	135.000	3.000–7.000
2	Travel Trade	dwutygodnik	120.000	2.000–15.000
3	Travel Weekly	tygodnik	30.000	12.000
4	Travel Agent	. tygodnik	48.000	27.000
5	Travel World. News	miesięcznik	45.000	7.400
6	Recommend	miesięcznik	. 55.000	11.000

ROZDZIAŁ IV

Znaczenie opisywanego rynku turystycznego dla Polski

**Wykres przedstawia przyjazdy cudzoziemców do Polski ogółem
(mln przekroczeń granicy)**

Przyjazdy (mln)



Źródło: GUS na podstawie danych Straży Granicznej

W 2006 roku Straż Graniczna zanotowała 65,1mln przekroczeń granicy przez cudzoziemców co oznacza o 0,5 % wzrost w stosunku do roku 2005. Polska jest krajem który cały czas się rozwija. Przed nami wielka szansa, ale żeby tak się stało trzeba ją wykorzystać. Najważniejszy krok już za nami. Wszyscy zdajemy sobie sprawę iż przyznanie nam organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej 2012 to znakomita promocja dla naszej kochanej Ojczyzny. Jest to trzecia pod względem sportowym Impreza Świata po Olimpiadzie

i Mistrzostwach Świata w Piłce Nożnej. Wielka impreza Światowa to jak wszyscy zdają sobie sprawę impreza masowa, a co za tym idzie ogromny napływ ludzi z całej Europy jak i również z innych zakątków świata. Pierwszy krok za nami teraz zrobmy następne, aby godnie zaprezentować się przed całym Światem. Osiągnijmy ten Cel i pokarzymy na co nas stać. Polska bardzo dużo dzięki tej imprezie może zyskać cały rynek, infrastruktura zrobią bardzo duży krok o kilka lat do przodu.

Informacje na temat przyjazdów Amerykanów do Polski

Tab. 24 Liczba przyjazdów (zrealizowane podróże z jednym noclegiem)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Liczba przyjazdów (w tys.)	261	288	235	245	275	340	353

Źródło: szacunki Instytutu Turystyki

Tabela zamieszczona powyżej przedstawia informacje na temat przyjazdów Amerykanów do Polski w ostatnich latach. Zamieszczone w niej dane mówią iż począwszy od roku 2000 liczba obywateli Stanów Zjednoczonych przyjeżdżających do Polski stale wzrasta. Spadek odwiedzających nasz kraj można zauważyć po roku 2001 co prawdopodobnie świadczy o tym, iż zamachy terrorystyczne z 11 września 2001 roku pozostawiły obawy i strach w tamtejszym Społeczeństwie. Szczególnie odbiło się to w Światowym Lotnictwie. Od roku 2004 powoli wszystko wraca normy. Liczba Amerykanów odwiedzających nasz kraj stale wzrasta.

TAB. 25 Przyjazdy cudzoziemców do Polski w latach 2005 i 2006 według krajów (tys.)

	Przyjazdy		Zmiany w 2006 r.				
	2005 rok	2006 rok	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.	Rok
Ogółem	64 606,1	65 114,9	-1,0%	5,3%	-3,4%	2,7%	0,8%
Niemcy	37 436,3	37 192,1	-4,3%	6,5%	-6,4%	2,4%	-0,7%
15 UE bez Niemiec	2 066,4	2 430,4	27,6%	19,0%	7,4%	24,0%	17,6%
Wielka Brytania	345,1	455,4	44,3%	32,0%	28,8%	27,7%	32,0%
Holandia	334,7	409,9	65,4%	17,3%	-1,0%	13,3%	22,5%
Austria	282,2	304,0	-4,4%	13,2%	4,4%	14,9%	7,7%
Włochy	247,0	276,2	4,1%	15,8%	3,4%	28,6%	11,8%
Francja	219,6	229,9	9,9%	5,6%	-1,3%	8,9%	4,7%
Szwecja	213,7	224,0	2,4%	14,6%	-6,7%	14,0%	4,8%
Dania	112,4	134,4	24,7%	16,2%	9,5%	34,9%	19,6%
Belgia	71,9	91,4	8,5%	41,2%	10,8%	58,0%	27,2%
Hiszpania	72,6	88,9	26,9%	25,8%	11,0%	40,1%	22,6%
Finlandia	68,1	76,7	10,4%	7,8%	11,1%	25,9%	12,6%
Irlandia	39,7	69,3	89,3%	72,6%	59,5%	86,7%	74,5%
Portugalia	27,3	36,7	33,7%	22,0%	9,8%	98,1%	34,2%
Grecja	28,8	30,6	11,6%	9,8%	7,9%	-6,2%	6,0%
Luksemburg	3,3	3,0	-21,7%	-18,1%	-18,4%	37,8%	-8,4%
Główne kraje zamorskie	516,8	561,9	6,9%	8,5%	11,7%	4,1%	8,7%
USA	339,7	353,5	2,6%	4,0%	8,0%	-3,7%	4,1%

Kanada	62,8	72,3	13,2%	17,9%	12,8%	17,5%	15,2%
Korea Płd	39,4	53,2	27,2%	21,6%	43,9%	47,2%	35,0%
Australia	35,4	41,9	23,7%	17,5%	19,3%	15,1%	18,4%
Japonia	39,5	40,9	6,4%	8,9%	3,8%	-4,0%	3,7%

Źródło: GUS, na podstawie danych Straży Granicznej.

Światowym liderem państw odwiedzających nasz kraj są bez wątpienia Niemcy.

37 192,1tys.przyjazdów w ciągu 2006 stanowi ponad połowę całości przyjazdów cudzoziemców do Polski która wynosi 65 114,9. Tabela zawiera 15 Krajów Europejskich najczęściej przyjeżdżających do Polski, oraz 5 krajów zamorskich najczęściej przybywających do Polski. Warto podkreślić jest to iż Stany Zjednoczone zajmują 1 miejsce w klasyfikacji krajów zamorskich jak również w swojej klasie są podobnie jak Niemcy znacznym liderem z sumą 339,7tys co stanowi ponad połowę całości z wszystkich przyjazdów krajów zamorskich(561,9tys) w roku 2006.

Tab. 26 Główny motyw przyjazdu Amerykanów do Polski

Główny motyw	Udział w %		
	2003	2004	2005
Wakacje, wypoczynek, zwiedzanie	9	8	22
Odwiedziny u krewnych lub znajomych	66	70	62
Interesy	24	21	15
Odwiedziny miejsca pochodzenia	0	0	1
Tranzyt	0	1	0

Źródło: badania Instytutu Turystyki

Tab. 27 Rodzaj zakwaterowania

Rodzaj zakwaterowania	Udział w %		
	2003 ¹	2004	2005
Hotele, motele itp.	37	28	33
Pensjonaty	0	1	4
Domy letniskowe, apartamenty	0	2	5
Kempingi	0	1	2
Kwatery prywatne	2	6	8
Mieszkanie rodziny, znajomych	63	71	64

Źródło: badania Instytutu Turystyki

Tab. 28 Sposób organizacji przyjazdu turystów z USA

Sposób organizacji	Udział w %		
	2003	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

Znaczna liczba wyjazdów z rynku północnoamerykańskiego do Polski to wyjazdy indywidualne, organizowane bez pomocy biur podróży. Podróżni, częściej niż w latach ubiegłych, dokonywali zakupów jedynie wybranych usług (bilety lotnicze, albo hotele, lub lokalne usługi transportowe -pociągi, promy) w biurach podróży. Organizacje zawodowe i społeczne, fundacje oraz grupy osób w podeszłym wieku zamawiały na ogół pełne pakiety usług. Pierwszy i czwarty kwartał każdego roku, to przede wszystkim wyjazdy indywidualne, których najczęstszym celem były spotkania z rodziną lub odwiedziny stron rodzinnych. W czwartym kwartale zaznaczyło się zainteresowanie wyjazdami, których celem było spędzenie świąt Bożego Narodzenia i Nowego Roku w Polsce. W tym okresie wzrosło zainteresowanie lepszymi i droższymi miejscami zakwaterowania, zwłaszcza w okresie Nowego Roku. W drugim kwartale najpopularniejsze były wycieczki zorganizowane, trwające zwykle do 2 tygodni obejmujące swoim zasięgiem tradycyjne regiony: Warszawa, Kraków, Częstochowa, Gdańsk. Wysokie ceny hoteli w najpopularniejszych miejscowościach turystycznych, powodowały zainteresowanie tańszymi miejscami noclegowymi – kwaterami prywatnymi, pensjonatami i schroniskami młodzieżowymi. Dostęp do tych obiektów jest jednak utrudniony ze względu na brak kompleksowej o nich informacji (bazy danych). W ostatnim czasie wzrosło zainteresowanie turystów amerykańskich agroturystyką i innymi formami spędzania czasu w naturalnym środowisku. Wynika z tego rosnące zainteresowanie obiektami wiejskimi, organicznymi farmami, leśniczówkami i innymi obiektami położonymi daleko od dużych skupisk turystów. Wielu turystów amerykańskich coraz częściej dostrzega bogactwo polskiej kultury, historii i niestandardowych atrakcji turystycznych. Wielu przekonuje się, że współczesna Polska to nowoczesny europejski kraj z rozwiniętą infrastrukturą technologiczną. Główne zastrzeżenia budzi stan polskich dróg i brak kultury, ich użytkowników. Innego rodzaju kłopoty sprawiają problemy z porozumiewaniem się po angielsku, szczególnie w mniejszych miejscowościach.

Ponadto, Amerykanie skarżą się na:

- Zbyt wysokie w stosunku do standardu koszty zakwaterowania 46%
- Brak właściwej informacji turystycznej 20%
- Niski standard wszelkich usług 35%
- Złe warunki sanitarne 20%
- Bezpieczeństwo publiczne 30%

Tab. 29 Najczęściej odwiedzane województwa przez podróżnych ze Stanów Zjednoczonych

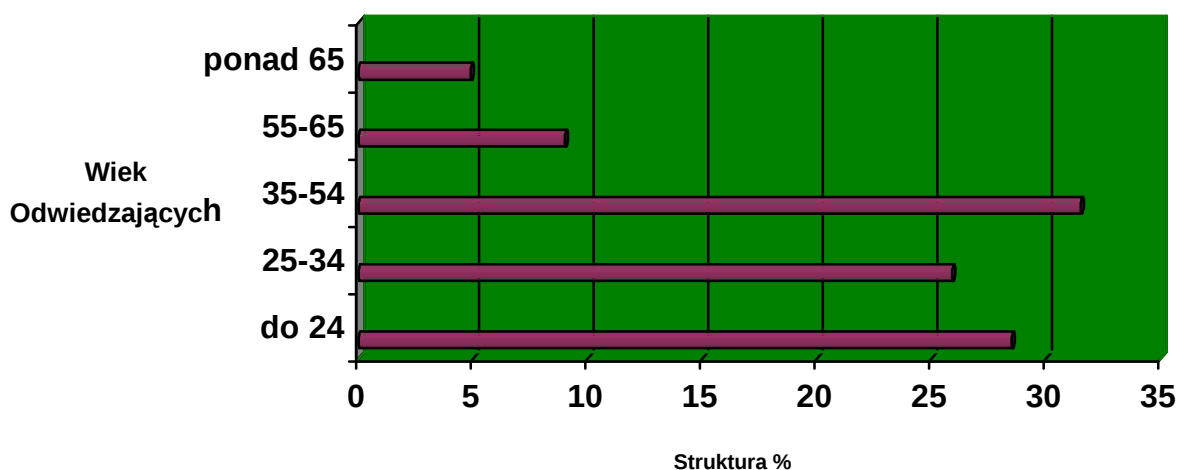
Województwo	Udział w %		
	2003	2004	2005
Mazowieckie	47	45	58
Małopolskie	13	22	29
Śląskie	4	13	11
Pomorskie	1	5	9
Podlaskie	8	7	6
Lubelskie	10	8	4
Łódzkie	7	5	3
Świętokrzyskie	1	1	3
Warmińsko-mazurskie	3	1	2

Województwo	Udział w %		
	2003	2004	2005
Dolnośląskie	6	0	1
Wielkopolskie	2	2	1

Źródło: badania Instytutu Turystyki

Najczęściej odwiedzanym przez turystów ze Stanów Zjednoczonych jest województwo Mazowieckie. W szczególności chodzi tutaj o Stolicę Warszawę. Stolica małopolski Kraków przyciąga również tłumy turystów. W styczniu 2007 Amerykańska agencja Orbitz, gigant na rynku turystycznym w Stanach Zjednoczonych ogłosiła Kraków najmodniejszym miastem świata. Ekspert Orbitz uzasadniając swój wybór, stwierdzili - Kraków to "nowa Praga!". Podkreślali też funkcję kulturalnej stolicy Polski oraz zachowane zabytki w świetnym stanie. Orbitz zaznaczył - Jednak, mimo że korzeniami sięga głęboko w historię, Kraków nie utknął w mrocznej przeszłości. Miasto ma pulsujące życie towarzyskie i wspaniałe karnawały. Według agencji najlepiej Kraków odwiedzać w styczniu i lutym, kiedy trwa karnawał. Amerykańscy touroperatorzy podkreślają, że krakowskie ulice, kluby oraz kawiarnie otwarte są przez całą noc. Życie nocne przyciąga turystów bardziej niż arrasy na Wawelu. Dodatkowo Kraków, w przeciwieństwie do Pragi i Budapesztu, nie ma administracyjno-biurowego zaplecza, jest miastem artystów i studentów. Najczęściej odwiedzane są takie miasta jak Wieliczka, Oświęcim oraz Zakopane. Stolica Tatr z roku na rok staje się miastem, które chcą odwiedzić turyści przybywający do nas zza oceanu. Warte uwagi jest to iż w takich województwach jak Śląskie, Podlaskie, Lubelskie, Łódzkie, Warmińsko-mazurskie, Dolnośląskie czy Wielkopolskie następuje znaczny regres odwiedzin przez turystów tych regionów. Świadczy to o tym iż te województwa stają mniej atrakcyjne w porównaniu do naszej czołówki krajowej, a więc turyści coraz rzadziej chcą skorzystać z odwiedzin tamtych stron. Pomorze, Gdańsk to miejsce które odwiedzający chcą coraz częściej zobaczyć będąc w Polsce.

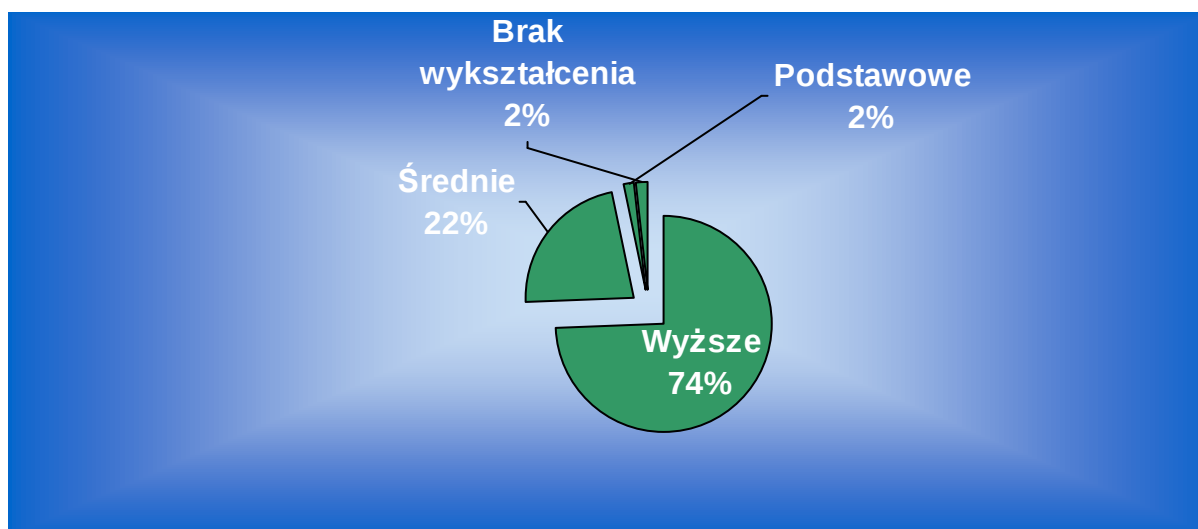
Wyk. Struktura wiekowa Amerykanów odwiedzających Polskę w 2006r.



źródło Instytut turystyki

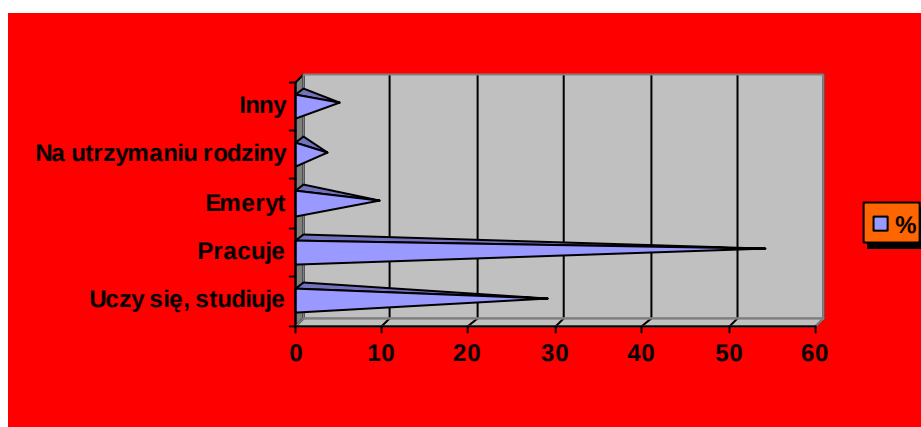
Najczęstszą grupą turystów z USA odwiedzających Polskę jest grupa wiekowa w przedziale
 *.35-54 lat- 31%, *kolejno Do 24 – 28,5%, *25-34- 25,9%, 55-65- 9%, ponad 65- 4,9%

Wyk. Struktura Wykształcenia Amerykanów zwiedzających Polskę w 2006



Dane Instytutu Turystyki

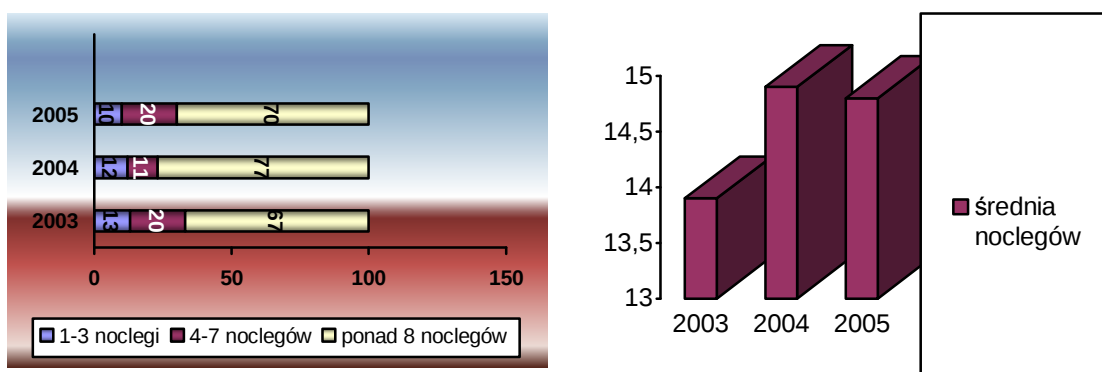
Wyk. Struktura Statusu zawodowego Amerykanów Odwiedzających Polskę.



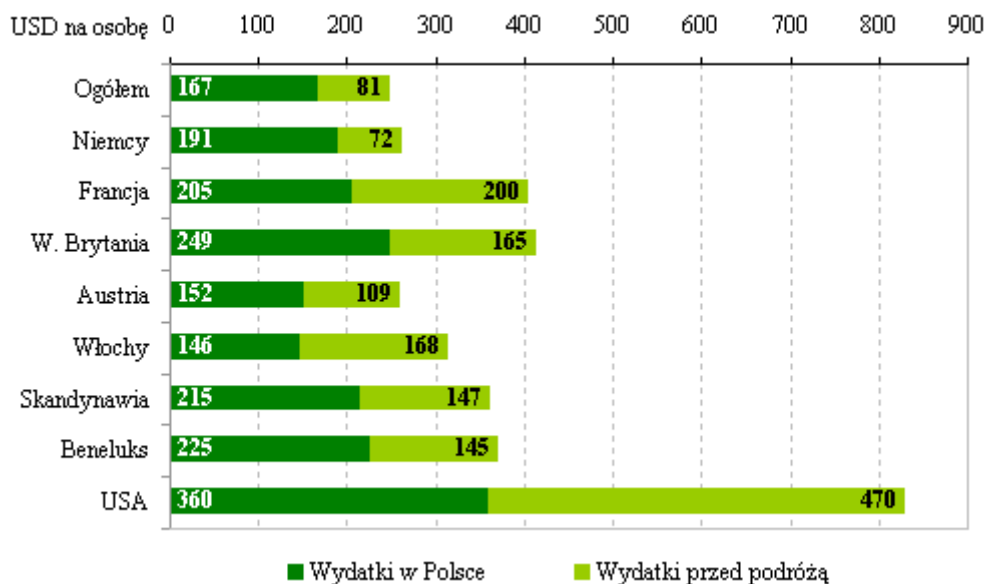
Osoby pracujące to grupa osób najczęściej przybywających do Polski ponad połowa całości 53,6 %. Na drugim miejscu uplasowali się uczniowie bądź studenci 28,7 %, Kolejno Emeryci 9,2 %, inni 4,6 %, oraz osoby na utrzymaniu rodziny 3,3%.

Tab.30 Długość pobytu Amerykanów podczas wizyt w Polsce.

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



Wykres . Wydatki ponoszone w związku z podróżą do Polski w 2006 roku: przed podróżą i podczas pobytu (wybrane kraje)



Źródło: Badania IT

Przedstawione powyższe dane obejmują wydatki ponoszone przez turystów zagranicznych w kraju zarówno przed podróżą jak i podczas pobytu w Polsce. W znacznej części są to przedpłaty na pokrycie kosztów transportu i zakup usług świadczonych na terenie Polski, wpływające na konta polskich organizatorów i bezpośrednich usługodawców. W 2006 roku poziom wydatków ponoszonych przed podróżą wzrósł w stosunku do poprzedniego okresu dość znacznie (o ok. 14,1%). Podobnie jak w latach poprzednich, w badanym okresie ze zrozumiałych względów najmniej przed podróżą wydawali mieszkańcy

krajów ościennych, najwięcej – Stanów Zjednoczonych, Francji, Włoch, Wielkiej Brytanii i krajów skandynawskich. Jeśli analizujemy zróżnicowanie wielkości tych wydatków według krajów, okazuje się, że związane jest ono nie tylko z odległością kraju generującego ruch turystyczny do Polski (a co za tym idzie, z mniejszymi lub większymi kosztami transportu), ale także z udziałem przyjazdów organizowanych przez biura podróży i udziałem kosztów zakupu części usług zagranicą. Udział kosztów transportu w wydatkach poniesionych przed podróżą jest od wielu lat bardzo zbliżony: w 2001 roku – ponad 61%, w 2002 – 62,4%, w 2003 – 61,3%, w 2004 – 61,2%, w 2005 – 62,5%, a w 2006 – 63,7%. Większym zmianom ulega natomiast udział wydatków na zakup całego pakietu turystycznego (w 2003 r. 26,9%, w 2004 spadek do 23,9%, w 2005 – 25,2 %, a w 2006 – kolejny spadek, do 24,6%).

W 2006 roku wzrostowi przeciętnych wydatków na terenie Polski towarzyszył wzrost wydatków poniesionych przed podróżą, a co za tym idzie również wydatków łącznych. Z badań wynika, że w 2006 roku stosunkowo niskie łączne wydatki ponosili przede wszystkim turyści z Austrii i krajów sąsiedzkich. Najwyższe wydatki łączne zanotowano natomiast w odniesieniu do osób przyjeżdżających ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Francji. Mniej niż w 2006 roku wydawali przed podróżą turyści ze Stanów i krajów skandynawskich. W odniesieniu do wielu krajów zanotowano niższy niż w poprzednim roku udział kosztów transportu (Wielka Brytania, Francja, kraje Beneluksu). Wydaje się, że zjawisko to należy wiązać ze spadkiem cen w transporcie lotniczym, a zwłaszcza rozwojem tanich połączeń lotniczych z tymi krajami.

Podsumowanie

1. Pomimo coraz lepszego wizerunku na rynku amerykańskim, Polska jest w dalszym ciągu słabo rozpoznawalna jako atrakcyjna, zarówno przez branżę jak i konsumentów. Edukacja, w pierwszej kolejności branży turystycznej, jest niezbędnym warunkiem do poprawy tego stanu rzeczy.

2. Większość polskich podmiotów gospodarczych związanych z turystyką ma bardzo małe doświadczenie o skutecznym zabieganiu o klienta amerykańskiego. Profesjonalna edukacja jest niezbędna do stworzenia ofert turystycznych pozwalających na skuteczne eksploatowanie tego rynku.

3. Ze względu na sposób podróżowania Amerykanów do Europy (odwiedzanie kilka krajów w regionie) oraz na optymalizację nakładów na promocję należy wzbogacić programy wspólnych działań promocyjnych oraz rozszerzyć je włączając Niemcy i Austrię oraz Finlandie, Szwecję i ewentualnie Petersburg

4. Najważniejszym segmentem w działaniach promocyjnych na tutejszym rynku powinny być osoby wykształcone, zamożne, często podróżujące oczekujące turystycznych atrakcji kulturalnych poza utartymi szlakami Europy Zachodniej.

5. Fakt przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, ale nie przyjęcia EURO jako wspólnej unijnej waluty, należy zdyskontować pozytywnie w promocji na rynkach zamorskich. Upowszechniać należy pogląd, że Polska oferuje zachodni standard usług, ale lokalne (niskie) ceny.

6. Skuteczne i dostrzegalne działania promocyjne na rynku amerykańskim wymagają zaangażowania znacznie większych środków finansowych, w wysokości co najmniej jednego miliona dolarów rocznie. Doświadczenia innych krajów europejskich, wsparte wyliczeniami uwzględniającymi rachunek satelitarny, pokazują, że nakłady takie zwracają się wielokrotnie (kilkunastokrotnie między innymi w postaci bezpośrednich i pośrednich wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych). Dla osiągnięcia tego celu niezbędna jest nieustanna działalność edukacyjna skierowana do ustawodawców i administracji wszystkich szczebli.

7. Uzupełnienie środków na promocję musi pochodzić od głównych beneficjentów działalności branży turystycznej: handlu detalicznego, gastronomii, bazy noclegowej, branży transportowej. Inicjatywy w rodzaju „destination development” powinny być powielane i służyć jako jedno z ważniejszych źródeł uzupełniających nakłady na promocję.

8. Promocja za pośrednictwem mediów elektronicznych jest bardzo skuteczna i relatywnie niedroga. Dlatego należy korzystać z niej w jak najszerszym zakresie. Dotyczy to również przedsięwzięć związanych z edukacją.

CECHY RYNKU AMERYKAŃSKIEGO W STOSUNKU DO POLSKI

1. Ocena konkurencyjności Polski. Analiza SWOT

Mocne strony

1. Położenie w centrum Europy oraz na szlakach tranzytowych z północy Europy na południe i z zachodu na wschód.

2. Bardzo dobry wizerunek kraju.

3. Dziedzictwo kulturowe.

4. Członkostwo Polski w Unii Europejskiej .

5. Różnorodność form krajobrazu kulturowego.

6. Dość liczne tereny o dużych walorach przyrodniczych.

7. Walory lecznicze i uzdrowiskowe.

8. Dziedzictwo kulturowe.

9. Dobrze rozwijająca się baza noclegowa.

10. Dobra dostępność transportowa (lotnicza, drogowa, morska)

11. Poprawiający się stan środowiska naturalnego.

12. Funkcjonowanie portów nad Bałtykiem.

13. Bogata oferta imprez kulturalnych, sportowych i turystycznych organizowanych w większości. województw i miast.

Słabe strony

1 Niedostateczna jakość usług.

2. Relatywnie wysokie ceny usług w stosunku do ich standardu.

3. Słabo rozwinięta baza uzupełniająca w obiektach noclegowych.

4. Niewystarczająca intensywność rewaloryzacji obiektów zabytkowych i przystosowania ich do pełnienia funkcji turystycznych.

5. Zbyt słabe przystosowanie infrastruktury turystycznej dla potrzeb osób niepełnosprawnych.

6. Zły stan eksploatacyjny nawierzchni drogowych.

7. Słabo rozwinięta sieć punktów informacji turystycznej.

8. Niedostateczna koordynacja działań pomiędzy poszczególnymi podmiotami gospodarki turystycznej, oraz władzami samorządowymi.

9. Brak funduszy na odpowiednią promocję kraju.

Szanse

1. Wykorzystanie zalet członkostwa Polski w UE

2. Zainteresowanie międzynarodowych inwestorów udziałem w rozwoju polskiej infrastruktury turystycznej.

3. Poszukiwanie przez turystów zamorskich, regionów europejskich leżących poza utartymi szlakami. Europy Zachodniej

4. Możliwość rozwoju różnorodnych form turystyki – kulturowa, ekologiczna, zdrowotna, kongresowa, biznesowa, tranzytowa itp.

5. Rozwój współpracy międzynarodowej, trans granicznej i międzyregionalnej.

6. Korzystne trendy na rynkach światowych (stały wzrost liczby turystów międzynarodowych, coraz większe zainteresowanie turystyką kulturową, poszukiwanie nowych atrakcji).

7. Duży potencjał rynków zamorskich.

Zagrożenia

1. Konkurencyjność rynku niemieckiego, skandynawskiego, czeskiego, węgierskiego
2. Nadal niska jakość usług turystycznych.
2. Niska koncentracja działań marketingowych i środków finansowych na promocję, zarówno na szczeblu regionalnym, jak i krajowym.
3. Nie wypracowany wizerunek Polski jako celu podróży turystycznych na rynkach międzynarodowych.
4. Pomimo poprawy, problemy z zapewnieniem bezpieczeństwa turystom przyjeżdżającym do Polski.

Bibliografia

1. R. Domaszewicz „Finanse w gospodarce rynkowej”, Akademia Ekonomiczna, Kraków 1995, Wydawnictwo Uczelniane.
2. W. Bartoszewicz „Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski w 1998 roku”, Instytut Turystyki Warszawa 1999, Wydawnictwo Uczelniane.
3. Encyklopedia Geografii „Kraje i Ludzie Ameryka PŁN i Ameryka PŁD”, Muzua SA, Warszawa 2000.
4. Z. Kruczek „Rynek Turystyczny USA”, Instytut Turystyki Zakład Naukowo-Badawczy w Krakowie, Kraków 1994.
5. National Geographic „TRAVELER” Nr 5 październik / listopad 2006 str. 90-98.
6. www.intur.com.pl/trendy.htm
7. www.tinet.ita.doc.gov
8. <http://www.atrakcje-turystyczne.com/azja/sri-lanka/>
10. www.pot.gov
11. [BADANIA ANKIETOWE PROFILU SPOŁECZNEGO TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH ...](#)