

A-1276

Instytut Turystyki

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO
KRAJÓW BENELUKSU
(R-1.6.4)

Autor:
Maria Byszewska-Korbel

Warszawa, październik 1992

BIBLIOTEKA IT
Archiwum
Naukowo-Edukacyjnych

A-1276



Praca wykonana na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej
i Turystyki (R-1.6.4)

Spis treści

1. Podstawowe informacje o gospodarce i ludności Holandii	1
2. Uczestnictwo Holendrów w turystyce	4
2.1. Charakterystyka popytu Holendrów na usługi turystyczne	4
2.2. Wyjazdy Holendrów za granice	8
2.3. Wydatki wakacyjne Holendrów	10
Zestawienie tabelaryczne omówionych wyżej zagadnień....	12
3. Podstawowe informacje o gospodarce, ludności i turystyce w Belgii	28
4. Przyjazdy z krajów Beneluksu do Polski	32
4.1. Charakterystyka turystów z krajów Beneluksu przyjeżdżających do Polski	35
4.2. Turystyka przyjazdowa z krajów Beneluksu do Polski za pośrednictwem biur podróży	37
4.2.1. Turystyka zorganizowana w latach 1989-90.....	37
4.2.2. Turystyka zorganizowana w 1991 roku	38
5. Wytyczne do promocji Polski w krajach Beneluksu	40

1. Podstawowe informacje o gospodarce i ludności Holandii

Królestwo Holandi jest niewielkim państwem, położonym w zachodniej części nizin europejskich, nad morzem Północnym w szerokości geograficznej zbliżonej do szerokości Polski.

Od wschodu Holandia graniczy z Niemcami, od południa z Królestwem Belgii. Granicę zachodnią i północną kraju stanowi morze Północne.

Holandia jest zaliczana do małych krajów europejskich, jeśli chodzi o powierzchnię terytorium. Wynosi ona 41,6 tys. km², z tego 64,2% to powierzchnia rolna.

Królestwo Holandii jest monarchią konstytucyjną. Jednostką monetarną jest florin. (1990 r. - 1\$ USA = 1,82 f, X 1991r. - 1\$ USA = 1,91 f)

Pod względem administracyjnym Holandia jest podzielona na 11 prowincji, mających historyczny charakter. Najmniejszą jednostką administracyjną są gminy, których liczba wynosi około 800. Cechą charakterystyczną systemu administracji holenderskiej jest stosunkowo daleko posunięta decentralizacja, w wyniku czego władze prowincjonalne i gminne mają znaczne uprawnienia w sprawach lokalnych.

Położenie Holandii sprawia, że na jej obszarze panuje klimat szerokości umiarkowanych. Mimo niewielkich rozmiarów kraju zróżnicowanie klimatyczne poszczególnych regionów Holandii jest znaczne, wynika ono z faktu, że im dalej w głąb lądu, tym klimat staje się bardziej kontynentalny.

Holandia jest wysoko rozwiniętym krajem przemysłowym z jednocześnie postawionym na wyjątkowo wysokim poziomie rolnictwem, które odgrywa nadal istotną rolę.

Liczba mieszkańców Holandii w 1990 roku wynosiła 15,010 mln. Z uwagi na niewielką powierzchnię kraju jest to wielkość poważna. To sprawia, że pod względem gęstości zaludnienia Holandia plasuje się na czołowym miejscu na świecie (w 1990 roku - 439 osób/km²). Jednakże mniej więcej od początku lat sześćdziesiątych zaobserwować można w Holandii tendencje do spadku liczby urodzeń (i to przy zdecydowanym spadku śmiertelności niemowląt), a jednocześnie wzrost liczby zgonów, w dużym stopniu spowodowanego stopniowym starzeniem się społeczeństwa. W konsekwencji spada tempo przyrostu naturalnego i dla ostatnich dziesięciu lat średni roczny przyrost naturalny wynosił 0,6% (w 1990 roku - 60 tys.).

Jeśli chodzi o strukturę ludności według płci, to od momentu zakończenia wojny stopniowo zwiększała się niewielka przewaga liczebna kobiet. Na 100 mężczyzn przypada 102 kobiety.

Znamiennym zjawiskiem jest proces starzenia się społeczeństwa.

Struktura ludności według wieku w 1989 roku wyglądała następująco: mianowicie ponad 60% ludności znajdowała się w wieku produkcyjnym (przedział wieku 20 - 64 lata).

Tabela 1

Ludność według wieku w 1989 roku

W wieku lat	% ogółu ludności	w tys.
0-19	26,1	3874
20-39	33,0	4880
40-64	28,0	4174
65 i więcej	12,7	1887

Zródło: Rocznik statystyczny GUS 1991, W-wa.

Tabela 2

Ludność według wieku w 1989 roku

Wiek	% ogółu ludności
0-19 lat	26,2%
20-44	40,7%
45-64	20,5%
65-79	9,9%
80 i więcej	2,8%

Zródło: Statistical Yearbook of the Netherlands, 1990. Netherlands Central Bureau of Statistics, Hague, SDU publisher, cbs publications 1990.

Warto nadmienić, że w dużym stopniu dzięki rozwiniętej opiece socjalnej i zdrowotnej oraz wzrostowi dobrobytu (najniższa śmiertelność na świecie), systematycznie zwiększa się w Holandii średnia długość życia. Pod tym względem, razem ze Szwecją, Holandia plasuje się na czołowym miejscu w świecie.

Holandia jest krajem odznaczającym się bardzo wysokim udziałem ludności miejskiej. Prawie 87% ludności kraju mieszka w miastach.

W ostatnich latach struktura zawodowa społeczeństwa holenderskiego uległa znacznym przekształceniom, głównie na skutek spadku zatrudnienia w rolnictwie, a także w przemyśle, na rzecz usług. W 1989 roku liczba zatrudnionych wynosiła 6 mln, a struktura wyglądała następująco: w rolnictwie 4,7%, w przemyśle 26,5 %, a w usługach 68,8%. W 1989 roku 45 % ogółu ludności była czynna zawodowo.

Tabela 3

Dynamika produktu krajowego brutto - 6DP (ceny stałe)
w latach 1985-1989

1985	1989				1981-85	1986-89
	ogółem		na 1 mieszk.		średnie roczne tempo wzrostu w %	
	1980=100	1988=100	1980=100	1988=100		
105	115	104	110	103	1,0	2,4

Źródło: Rocznik statystyczny GUS 1991, W-wa.

W latach 1986-1989 produkt narodowy brutto Holandii wzrastał średnio o 2,4% rocznie. Mimo, że inne kraje Europy Zachodniej (Hiszpania 4,8%, Belgia 3,0%) osiągnęły wyższą przeciętną, to jednak ów wskaźnik należy uznać za dość wysoki.

Produkt krajowy brutto na 1 mieszkańca wzrósł w ciągu tych czterech lat z 8688\$ USA w 1985 roku do 15063\$ USA w 1989 roku, co w zestawieniu z innymi wysoko rozwiniętymi państwami kapitalistycznymi, gdzie wielkość produktu krajowego na 1 mieszkańca była najwyższa, takimi jak np. Szwecja, Szwajcaria, RFN, Finlandia (233268\$ USA) czy Japonia (22896\$ USA) nie jest zbyt wiele, wydaje się jednak, że w przypadku Holandii wielkość ta, o ile miałaby być potraktowana jako miara dobrobytu, wymaga przyjęcia pewnej poprawki w górę, z uwagi na rozwinięty system świadczeń socjalnych.

Szybkie tempo wzrostu przeciętnych płac nominalnych w latach 1980-1988 (wzrost o 20%) nie znalazło niestety adekwatnego odbicia we wzroście przeciętnych dochodów realnych ludności, tak duży był wzrost inflacji. W efekcie dochody realne, które obliczono dzieląc wskaźnik wynagrodzeń nominalnych przez wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych, spadły.

Tabela 4

Dynamika wynagrodzeń realnych

1987	1988	1988	
rok poprzedni =100		1980=100	1985=100
103	100	98	105

Źródło: Rocznik Statystyczny, GUS 1991, Warszawa.

Konsumpcja w tym kraju wzrosła w 1990 roku o 3,9% i była najwyższa od 1978 roku.

2. Uczestnictwo Holendrów w turystyce

2.1. Charakterystyka popytu Holendrów na usługi turystyczne

Jeśli chodzi o turystykę to w największym zakresie mamy w Holandii do czynienia z turystyką weekendową, gdyż dłuższe urlopy wykorzystywane są na ogół na pobyty wypoczynkowe w jednym miejscu i podróże zagraniczne.

Dobrze rozwinięta sieć hoteli, restauracji i campingów znacznie ułatwia podróże po kraju, zaś jego stosunkowo nieduże rozmiary, gęsta sieć połączeń drogowych i wodnych jeszcze bardziej udostępniają liczne zakątki.

Holendrzy coraz częściej wyjeżdżają na urlopy zarówno wewnątrz swojego kraju jak i za granicę. Udział Holendrów w wyjazdach urlopowych jest bardzo wysoki i zbliża się do punktu nasycenia. W ciągu ostatnich lat wykazuje on tendencję zwyżkową. Mianowicie wzrósł on z 55% w 1982 roku do 68% w 1991 roku. Z tym, że udział w wyjazdach krajowych wzrósł z 40,1% w 1985 roku do 46,3% w 1989 roku, a w wyjazdach zagranicznych z 41,3% w 1985 roku do 53,8%.

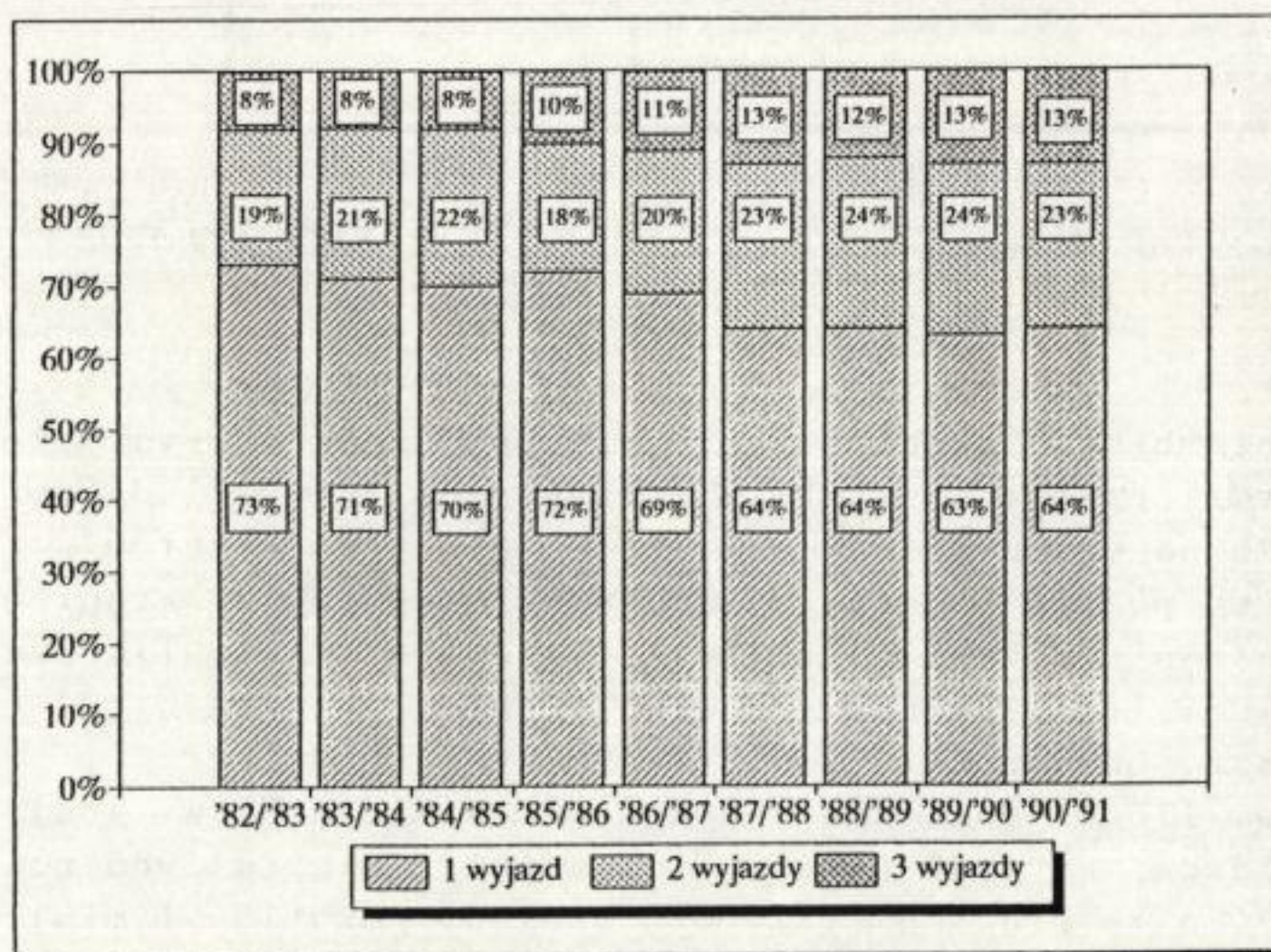
Spadł udział w wyjazdach urlopowych tych Holendrów, którzy wyjeżdżali tylko w kraju (z 26,3% do 22,3%), a wzrósł tych, którzy wyjeżdżali tylko za granicę (z 27,5% do 29,8%) i tych, którzy wyjeżdżali zarówno w kraju jak i za granicę (z 13,8% do 24%). Świadczy to o coraz większym zainteresowaniu Holendrów wyjazdami zagranicznymi.

W 1985 roku Holendrzy odbyli 11,1 mln wyjazdów urlopowych w kraju i 7,5 mln wyjazdów za granicę, a w 1989 roku odbyli już 15,3 mln takich wyjazdów w kraju i 11,2 mln za granicę.

Srednio na jednego Holendra wyjeżdżającego na urlop przypadało w 1985 roku 2 wyjazdy w kraju i 1,3 wyjazdu za granicę, a w 1989 roku 2,4 wyjazdu w kraju i 1,5 wyjazdu za granicę. Najwięcej było takich Holendrów, którzy wyjeżdżali tylko jeden raz w ciągu roku. W 1991 roku stanowili oni 64% wszystkich wyjeżdżających. Liczba ich malała w przeciągu ostatnich 10 lat na rzecz tych, którzy wyjeżdżają dwukrotnie, a nawet trzykrotnie w ciągu roku. związane jest to z ogólną tendencją występującą w Holandii i coraz większym zamiłowaniem do podróży wakacyjnych.

Tabela 5

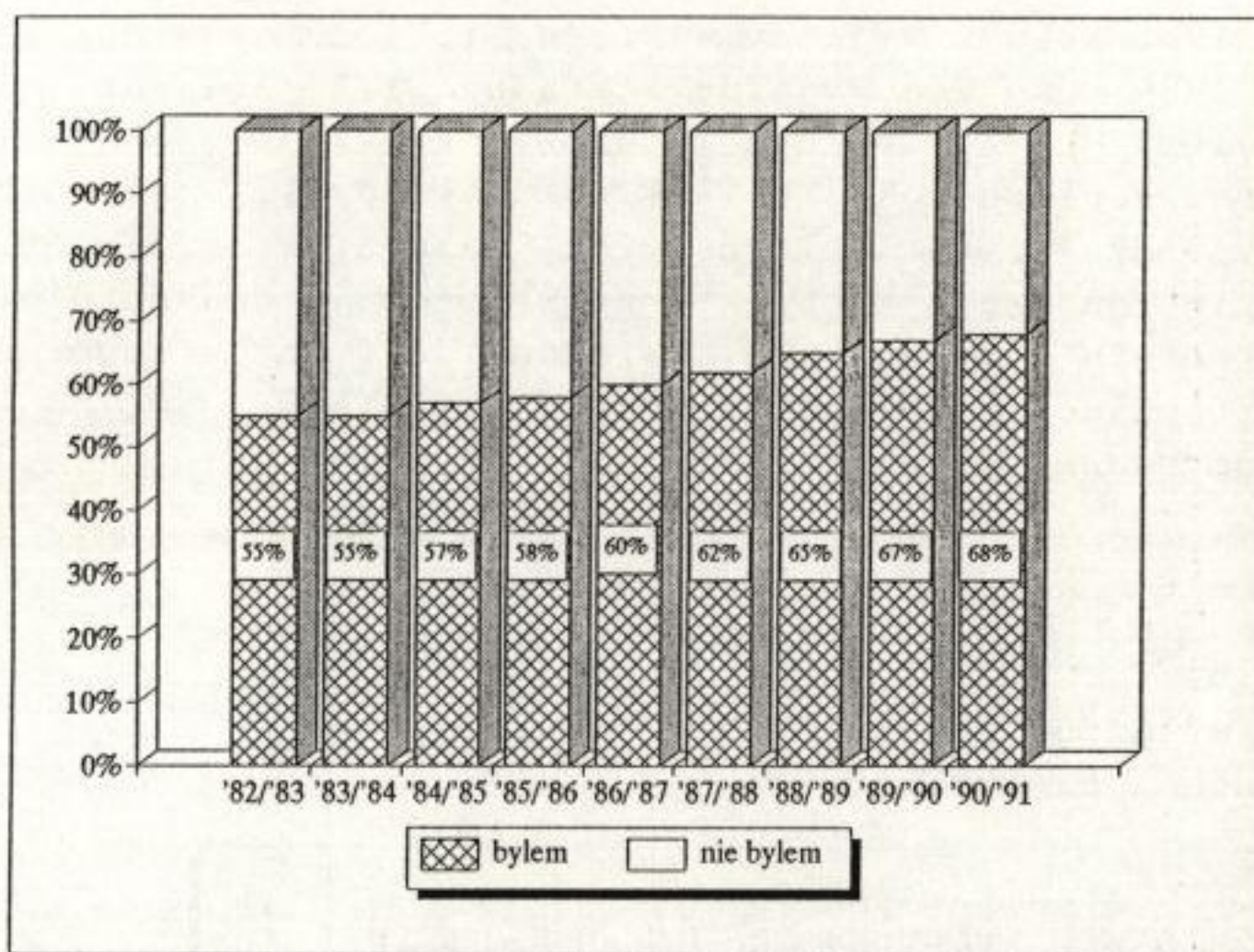
Liczba wyjazdów wakacyjnych w roku na osobę
w latach 1982-1991



Zródło: Vakantie - onderzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991.

Tabela 6

Udział w wakacjach ogółem (w Hol. i zagr.)
w latach 1982-1991



*Zródło: Vakantie - onderzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991.*

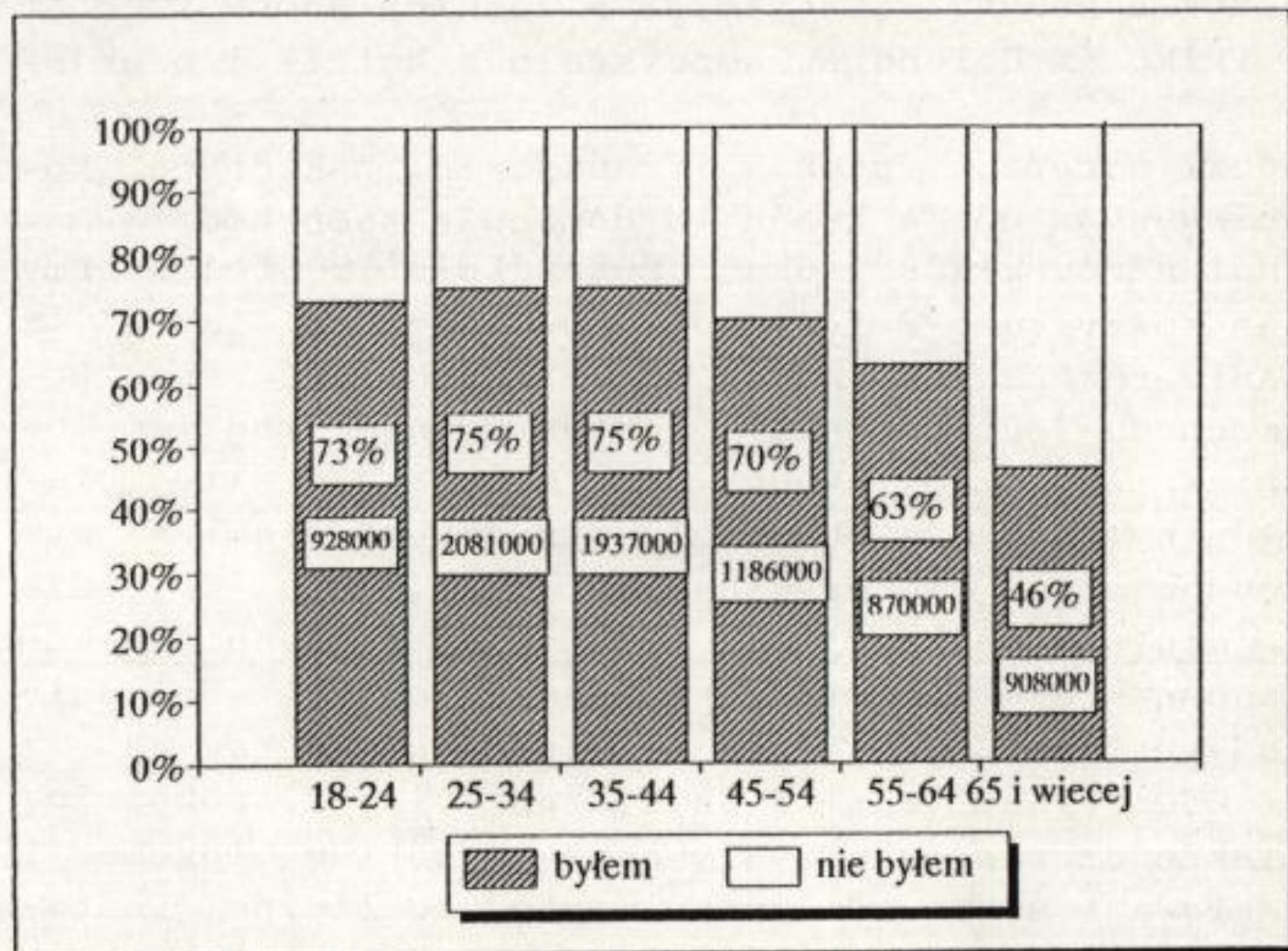
Generalnie biorąc zwiększenie liczby wyjazdów turystycznych w Holandii przede wszystkim przypisana jest ludziom, którzy jeżdżą na urlopy zarówno w kraju jak i za granicę.

Długość pobytu podczas wyjazdów urlopowych za granicę ustabilizowała się i taki pobyt trwał średnio w 1991 roku prawie 14,5 dnia (w 1985 roku prawie 14 dni), a w kraju był o połowę krótszy, bo wynosił 7 dni (w 1985 roku 8 dni).

Ogółem ilość dni spędzonych na wakacjach w kraju przez Holendrów w 1989 roku wyniosła 102,3 mln (w 1985 roku 90,4 mln), a za granicą 142,9 mln (w 1985 roku 104,1 mln).

Tabela 7

Udział w wakacjach wg wieku w 1991



Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO.
December 1991.

Najwięcej Holendrów, tj. 2 mln 81 tys wyjechało na wakacje w 1991 roku w wieku 25-34 lat, co stanowiło 75% wszystkich Holendrów w tej grupie wieku. Również mieszkańcy Holandii licznie wyjeżdżają na wakacje w wieku 35-44 lata (75% Holendrów w tej grupie wiekowej i w wieku 18-24 lata (73% Holendrów tej grupy wiekowej)).

W przypadku wyjazdów krajowych dominują wyjazdy Holendrów w wieku 35-44 lata, t.j. na wakacje w kraju wyjechało 35% Holendrów w tym wieku, a w wyjazdach zagranicznych największy udział jest Holendrów w wieku 18-24 lata t.j. 57% osób tej grupy wiekowej wyjechało za granicę.

Jeśli chodzi o udział wyjazdów wakacyjnych zależnie od miejsca zamieszkania, to ogółem najwięcej wyjeżdżali w 1991 roku mieszkańcy zachodniej części Holandii - 72% mieszkańców tego regionu wyjeżdżało w 1991 roku na wakacje. W wyjazdach krajowych najwięcej uczestniczą mieszkańcy północy - 35% mieszkańców tego regionu, a w wyjazdach zagranicznych dominują mieszkańcy wielkich miast - Amsterdamu, Rotterdamu i Hagi - 52% mieszkańców tych miast wyjechało w 1991 roku za granicę.

Holendrzy wyjeżdżając na wakacje w kraju głównie korzystają z własnej bazy noclegowej. A mianowicie w 1988 roku 36% Holendrów skorzystało podczas tych wyjazdów z przyczep i 32% skorzystało podczas pobytu wakacyjnego z letnich domów i chat wakacyjnych. Tylko 6% Holendrów skorzystało z hoteli i pensjonatów.

Jeśli chodzi o rodzaj środków transportu, z których korzystano podczas wyjazdów w kraju to dominuje samochód i motocykl. 87% Holendrów w 1988 roku skorzystało z tej formy transportu. 6% skorzystało z transportu publicznego, a 4% z roweru. Używanie roweru jest pewną specyfiką holenderską. Rower obok samochodu jest chętnie wykorzystywanym środkiem lokomocji. Również i do celów wypoczynkowych okazuje się niezmiernie przydatny: 1,5 mln obywateli wyrusza rowerami na wycieczki weekendowe, 0,7 mln na wakacje, zaś 1,5 mln dojeżdża na rowerze do miejsca rekreacji i obiektów sportowych. Niewątpliwie nizinność kraju ułatwia użytkowanie roweru. Holandia szczyci się najgęstsza na świecie siecią dróg rowerowych, z których część oddzielona jest od szos, zapewniając spokojniejszą jazdę. Także często wykorzystywanym środkiem lokomocji są łodzie żaglowe i motorowe. Dodać warto, że liczne instytucje troszczą się o propagowanie walorów turystycznych kraju, przy czym wytyczono i oznakowano bardzo wiele szlaków, także wodnych, rowerowych i spacerowych.

2.2 Wyjazdy Holendrów za granicę

Z roku na rok coraz więcej Holendrów wyjeżdża za granicę. W 1989 roku 53,8% Holendrów wyjeżdżających na urlopy wyjechało na urlop z kraju. W przeciągu ostatnich czterech lat nastąpił wzrost tych wyjazdów o 12,5%. W 1988 roku 8,9 mln Holendrów wyjechało za granicę, z tego 6,4 mln latem, a 2,5 mln zimą.

92% wyjazdów Holendrów przypada na Europę, pozostałe to: 4% do Azji, 3% do Ameryk i 1% do Afryki. Najwięcej mieszkańcy Holandii wyjeżdżają latem do Francji (22% wyjeżdżających), do Niemiec (15%) i Hiszpanii (12%), a zimą do Austrii (26% wyjeżdżających), do Niemiec (16%) i Hiszpanii (12%).

Holendrzy podróżowali również do Europy Wschodniej. Za najbardziej atrakcyjne uważali wyjazdy na Węgry, ZSRR i Czechosłowacji, a najmniej atrakcyjne były wyjazdy do Jugosławii i Albanii. Polska należała do krajów średnio atrakcyjnych.

Srednia długość pobytu podczas zagranicznego wyjazdu wynosiła w 1991 roku 14,5 dnia. Najwięcej wyjazdów było 3 tygodniowych – stanowiły one 24% wszystkich wyjazdów oraz dwutygodniowych 22% wszystkich wyjazdów. Sytuacja ta uległa zmianie na przestrzeni ostatnich 7 lat, kiedy to w 1984 roku dominowały wyjazdy dwutygodniowe, stanowiły one wtedy 30% wszystkich wyjazdów.

Najmniej odbyto zarówno w 1984 roku jak i w 1991 roku krótkich wyjazdów tj. czterodniowych, które stanowiły tylko 4% wszystkich wyjazdów. Szczegółowy rozkład długości pobytów wakacji zagranicznych w latach 1984–1991 obrazuje tabela nr IX.

Większość wyjazdów zagranicznych, bo 57% Holendrzy organizują sobie sami we własnym zakresie, z tych zorganizowanych to 26% wyjazdów było całkowicie zorganizowanych, 9% miało tylko zorganizowany pobyt, a 8% miało zorganizowaną tylko podróż. Strukturę organizacji wyjazdu w zależności od wieku, usytuowania społecznego i regionu zamieszkania obrazuje tabela nr X.

Jeśli chodzi o rodzaj zakwaterowania z jakiego korzystają Holendrzy podczas wyjazdów zagranicznych, to najważniejszą pozycję zajmują hotele i motele, które stanowią 29% całej bazy noclegowej wykorzystywanej przez Holendrów podczas tego typu wyjazdów. Największy udział hoteli w bazie noclegowej występuje w grupie Holendrów starszych t.j. w wieku 65 lat i więcej. 43% Holendrów w tej grupie wiekowej skorzystało za granicą z noclegu w hotelu. Również hotele dość licznie są odwiedzane przez Holendrów w wieku 55 do 64 lat. 39% mieszkańców Holandii z tej grupy wiekowej skorzystało za granicą z tej bazy noclegowej. Ponadto Holendrzy korzystają w 23% z kwater i wynajętych domów, w 14% z namiotów, w 13% z przyczep, które stają się coraz bardziej popularne i w 12% z pobytu u rodziny i znajomych. Tendencja taka utrzymuje się od 1984 roku.

Duża część zagranicznych wyjazdów wakacyjnych przypada na lipiec. W miesiącu tym wyjechało na urlopy 27% Holendrów.

Holandia znajduje się na skrzyżowaniu ważnych międzynarodowych szlaków handlowych i dlatego duże jest znaczenie transportu drogowego, kolejowego i lotniczego w turystyce międzynarodowej.

Holendrzy za granicą podróżują głównie samochodem. W 1991 roku ponad połowa, bo 56% Holendrów wyjechało za granicę tym środkiem transportu, 13% podróżowało samolotem charterowym, a 11% autokarem. W ciągu ostatnich ośmiu lat można

zaobserwować, że tendencja ta do preferowania tych środków transportu nie uległa zmianie. Wybór środka transportu przez Holendrów obrazuje tabela XIV, a wybór taki w zależności od wieku i usytuowania społecznego – tabela XV.

Do ciekawych informacji związanych z wyjazdem Holendrów za granicę należą dane dotyczące przyczyn wyjazdu mieszkańców Holandii na wakacje zagraniczne. Dla 35% wyjeżdżających przyczyną wyjazdu były walory klimatyczne, dla 22% chęć poznania innych krajów i zwiedzenia świata, dla 10% wizyta u znajomych lub rodziny, a dla 9% chęć poznania innej kultury (tabela XVI)

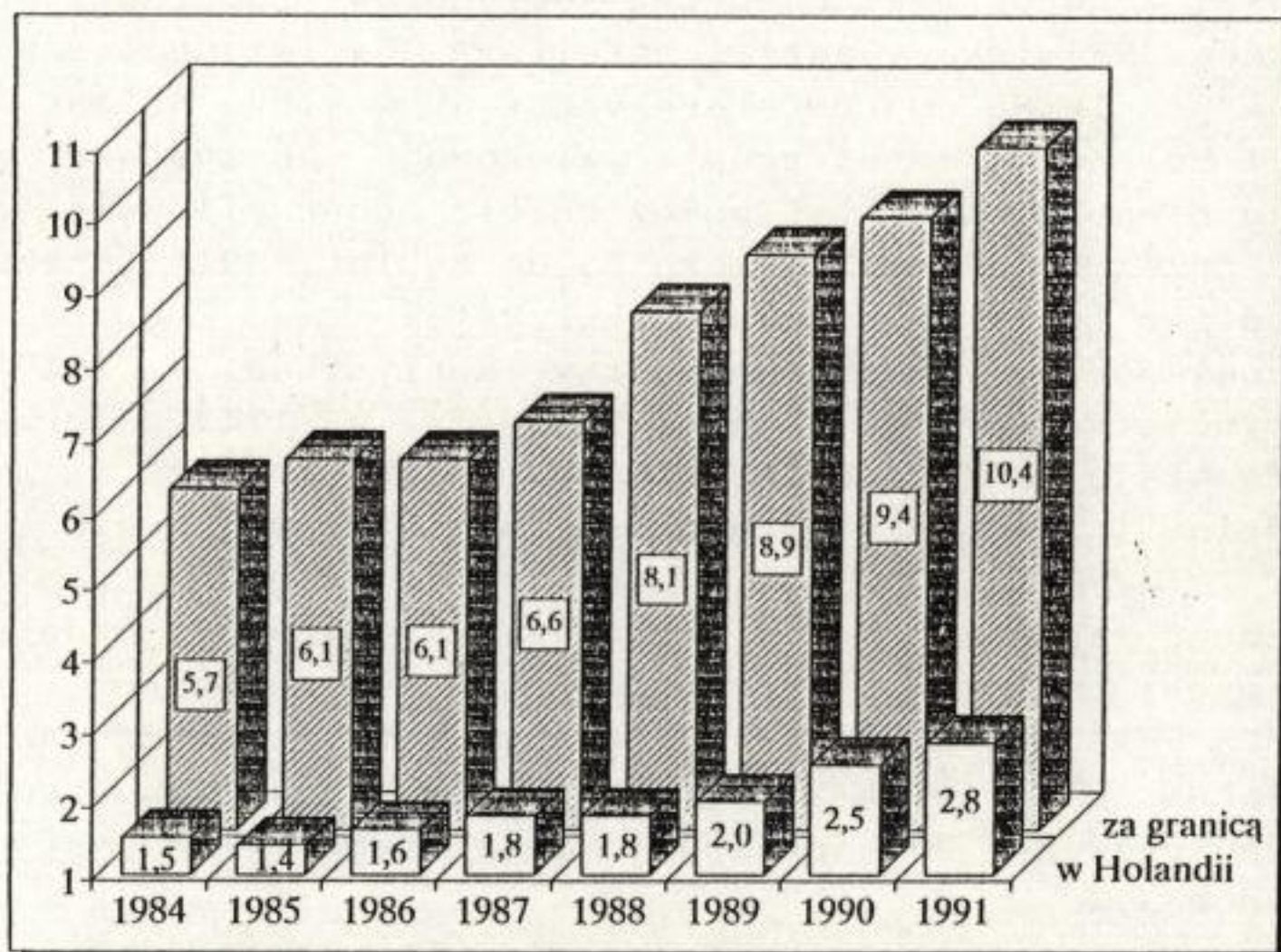
2.3 Wydatki wakacyjne Holendrów

Wydatki Holendrów na wakacje razem w kraju i za granicą w 1991 roku wyniosły 13,2 mld guldenów, co w porównaniu z 1984 rokiem, kiedy wydano 7,2 mld guldenów stanowi dwukrotny wzrost. Znaczna część tych wydatków przeznaczona została na wakacje zagraniczne. Wydatki te w 1991 roku wyniosły 10,4 mld guldenów, a wydatki w kraju wyniosły 2,8 mld guldenów

Tabela 8

Wydatki na wakacje razem

1984 – 1991 w miliardach guldenów



Zródło: *Vakantie – onderzoek 1991*, nr S-761,
NIPO, December 1991

Wielkość wydatków na gospodarstwo domowe wynosiła w 1991 roku przy wyjazdach w kraju 1601 guldenów, a w przypadku wyjazdów zagranicznych 3607 guldenów. Wydatki na osobę wynosiły odpowiednio przy wyjazdach w kraju 772 guldeny, a przy wyjazdach zagranicznych 2041 guldenów.

Tabela 9

Wydatki na wakacje w 1991 roku (w NLG)

Wyjazd	Wydatki na gosp.dom.	wydatki na osobę	Wydatki razem
w Holandii	1601	772	2,8 mld
za granicę	3607	2041	10,4mld
			13,2mld

Zródło: Vakantie- onderzoek 1991, nr S-761, NIPO, December 1991.

Tabela obrazuje jak zwiększały się wydatki ogółem na wyjazdy krajowe i zagraniczne na osobę (łącznie z dziećmi) i na gospodarstwo domowe w latach 1984 - 1991.

Podczas krótkich wyjazdów zagranicznych, które trwały średnio 3,22 dnia w 1988 roku Holender wydawał średnio na dzień 78 gld. Natomiast podczas wyjazdów na wakacje, które trwały prawie 15 dni, średnie wydatki na dzień wynosiły 70 gld, z tym, że w zimie były one znacznie wyższe 93 gld, a latem niższe, bo 65 gld dziennie. W porównaniu z 1986 rokiem wydatki te znacznie wzrosły. W 1986 roku wynosiły średnio 27 gld dziennie, a więc wzrosły do 1988 roku prawie trzykrotnie (tabela XVIII i XIX).

Na koniec omówienia wydatków przeznaczonych na wakacje przez Holendrów, zobaczmy jak wygląda wielkość tych wydatków w zależności od formy wyjazdu i strukturą ich w zależności od rodzaju środka transportu i rodzaju zakwaterowania. Największe wydatki przypadają zarówno na gospodarstwo domowe jak i na osobę w przypadku wyjazdów, które były częściowo organizowane tzn. takie, w których zorganizowany był tylko transport lub w przypadku wyjazdów całkowicie zorganizowanych. Jeśli chodzi o wielkość wydatków wakacyjnych w zależności od środka transportu, to najwyższe były w przypadku podróży samolotem zarówno regularnym jak i charterowym oraz w przypadku podróży autokarem turystycznym.

W zależności od rodzaju zakwaterowania najwyższe wydatki były w sytuacji zakwaterowania w hotelu, co jest całkowicie oczywiste oraz w przypadku zamieszkania w pensjonatach, przy-
czepach i wynajętych kwaterach.

ZESTAWIENIE TABELARYCZNE OMOWIONYCH WYŻEJ ZAGADNIEN

Tabela I
Turystyka w Holandii

Udział Holendrów w wyjazdach urlopowych (%)	Rok				
	1985	1986	1987	1988	1989
-ogółem	67,6	68,3	71,5	74,1	75,9
-w Holandii	40,1	40,6	43,7	45,1	46,3
-za granicą	41,3	42,7	46,5	50,0	53,8
-tylko w Holandii	26,3	25,4	25,0	24,1	22,3
-tylko za granicą	27,5	27,5	27,8	29,0	29,8
-w Holandii i za granicą	13,8	15,2	18,7	21,0	24,0
Liczba wyjazdów urlopowych (w mln)					
-w Holandii	11,1	11,5	13,4	14,5	15,3
-za granicę	7,5	8,3	9,4	10,5	11,2
Liczba wyjazdów urlopowych na 1-go wyjeżdżającego					
-w Holandii	2,0	2,0	2,2	2,3	2,4
-za granicą	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5
Przeciętny pobyt (w dniach)					
- w Holandii	8,1	7,8	7,4	6,6	6,7
- za granicą	13,8	13,6	13,0	13,0	12,8
Liczba dni na wakacjach (w mln)					
- w Holandii	90,4	89,5	98,7	96,5	102,3
- za granicą	104,1	112,6	122,5	136,3	142,9

Zródło: Strategic Marketing Plan 1991/1995, Opting for Opportunities, Netherlands Board of Tourism.

Tabela II
Udział wyjazdów

WYJAZDY	w Holandii		Za granicą		Razem	
	1990 %	1991 %	1990 %	1991 %	1990 %	1991 %
wg wieku						
od 18 do 24 lat	23	23	58	57	72	73
od 25 do 34 lat	33	31	47	52	71	75
od 35 do 44 lat	35	35	53	49	78	75
od 45 do 54 lat	27	26	58	53	73	70
od 55 do 64 lat	28	28	44	45	62	63
65 lat i więcej	23	22	27	29	42	46
wg usytuowania społ.						
najwyższe	31	28	66	66	83	81
średnie wyższe	33	33	52	52	74	75
średnie niższe	28	27	51	50	69	70
robotnicze wyższe	29	31	37	35	59	60
robotnicze niższe	21	15	23	27	41	39
wg miejsca zamieszkania						
Amsterdam/Rotterdam/ Haga	27	22	49	52	69	69
zachodnia część	33	33	53	50	74	72
północna część	35	35	37	40	64	67
wschodnia część	29	27	44	46	64	65
południowa część	23	25	44	46	60	64

*Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991.*

Tabela III

Wyjazdy Holendrów na wakacje letnie według rodzaju bazy noclegowej i środków transportu w latach 1987 - 1988 w %

Rodzaj bazy noclegowej (ogółem =100%)	Wyjazdy			
	w kraju		za granicą	
	1987	1988	1987	1988
hotele, pensjonaty	6	6	31	30
apartamenty, pokoje bez wyżywienia	1	2	13	16
letnie domy, chaty wakacyjne, drugie domy	31	32	11	11
prywatne domy	6	4	3	2
przyczepy, składane przyczepy	33	36	19	21
namioty	11	11	20	16
wozy mieszkalne	0		1	0
domki campingowe, schroniska młodzieżowe, domy na farmach	3			0
statki	6	6	1	1
inne	1	1	1	1
rodzaj środków transportu (ogółem =100%)				
rower	5	4	1	0
samochód, motocykl	85	87	64	65
transport publiczny	6	6	4	4
autobus	2	2	12	13
samolot	-	-	18	17
statek	1	1	0	0
inne	0	1	1	1
Ogółem (w mln)	5,3	5,2	5,8	6,4

Zródło: *Statistical Yearbook of the Netherlands 1988, 1990, Netherlands Central Bureau of Statistics, Hague, SDU publishers, cbs-publications 1989, 1990.*

Tabela IV

Wyjazdy Holendrów w poszczególne regiony świata
w latach 1980 -1990

REGION	% wszystkich przyj. do danego regionu			przyjazdy w tys.		% wszystkich wyj. z Holandii			
	1980	1989	1990	1989	1989	1990	1989	1989	1990
Afryka	1,15	0,98	1,02	97	157	170	0,79	0,99	1,03
Ameryki	0,69	0,67	0,66	373	525	555	3,06	3,31	3,37
Azja	0,93	0,97	1,07	252	535	594	2,06	3,38	3,61
Australia i N.Zelandia	1,68	0,91	0,87	23	27	28	0,19	0,17	0,17
Europa	5,92	5,61	5,63	11460	14602	15108	93,8	92,15	91,81
Świat	4,29	3,83	3,83	12206	15846	16455	100	100	100

Zródło: Tourism trends from Europe to other regions of the world 1989-1990, WTO, May 1991.

Tabela V

Wyjazdy Holendrów za granicę w latach 1980 -1990

KRAJE	% wszystkich przyj. do danego regionu			przyjazdy w tys.			% wszystkich wyj. z Holandii do danego regionu		
	1980	1989	1990	1980	1989	1990	1980	1989	1990
Afryka	1,3	1,0	1,0	110	157	170	100,0	100,0	100,0
Afryka Płn.	1,6	1,3	1,4	85	133	144	74,2	86,4	84,7
Maroko	2,0	0,8	0,8	29	28	29	3	17,6	17,1
Tunezja	2,5	3,2	3,0	40	102	97	41,2	65,0	57,1
Egipt	1,3	-	-	16	-	-	16,5	-	-
Afryka Płd	0,8	0,4	0,4	25	24	26	25,8	15,4	15,3

Ameryki	0,7	0,7	0,7	373	525	555	100,0	100,0	100,0
Ameryka Płn.	0,8	0,7	0,7	276	348	358	74,0	66,3	64,5
USA	0,8	0,7	0,7	188	261	270	50,4	49,7	48,7
Meksyk	0,1	0,1	0,1	4	4	5	1,1	0,9	0,9
Karaiby	0,4	0,7	0,8	25	79	91	6,7	15,0	16,4
Ameryka Środk.	0,2	0,2	0,2	11	17	18	3,0	3,2	3,2
Ameryka Płd.	1,1	1,0	1,0	61	814	88	16,4	15,5	15,9
Azja i Oceania	0,9	0,8	0,8	207	379	406	100,0	100,0	100,0
Wsch. i Płd- -Wsch. Azja	0,9	0,8	0,8	157	308	332	75,6	81,3	81,8
Chiny	0,8	1,0	0,8	4	14	14	1,9	3,7	3,5
Hong Kong	0,8	0,6	0,6	14	31	34	6,5	8,1	8,4
Japonia	1,3	0,6	0,5	11	16	17	5,3	4,3	4,2
Korea	0,3	0,4	0,4	3	10	11	1,4	2,6	2,7
Indonezja	7,0	4,3	4,6	39	70	75	19,0	18,5	18,5
Tajlandia	1,4	1,1	1,2	25	54	59	12,2	14,3	14,5
Płd. Azja	1,2	1,4	1,4	27	43	46	13,0	11,4	11,3
Indie	0,9	1,3	1,4	11	23	25	5,4	6,0	6,2
Sri Lanka	2,4	3,1	2,0	8	6	6	3,8	1,5	1,5
Oceania	1,2	0,6	0,6	23	28	28	11,4	7,3	6,9
Australia	2,0	1,0	0,9	18	20	20	8,2	7,3	4,9
Zach. Azja	1,0	1,6	2,1	69	183	225	100,0	100,0	100,0
Cypr	0,9	2,6	1,9	3	35	30	4,6	19,2	13,3
Izrael	3,2	2,9	2,6	36	34	28	52,1	18,4	12,4
Jordan	0,2	0,2	0,1	3	4	3	4,9	1,9	1,3
Syria	0,3	0,6	0,5	4	2	2	5,2	1,3	0,9
Turcja	2,1	2,7	3,2	19	107	150	27,6	58,2	66,7

Zródło: Tourism trends from Europe to other regions of the world 1980-1990, WTO, May 1991.

Tabela VI

Wyjazdy Holendrów za granicę według sezonów i krajów odwiedzanych w latach 1986-1987 (w tys.)

KRAJ	Zima		Lato*)	
	1986	1987	1986	1987
Belgia, Luksembur	180	170	510	510
Francja	100	160	1200	1260
Hiszpania	200	260	700	710
Portugalia	30	10	80	110
Austria	450	530	500	550
Szwajcaria	120	90	160	150
Wielka Brytania	80	70	180	140
Norwegia, Szwecja				
Finlandia	0	0	80	80
Dania	0	20	80	80
RFN	330	500	980	1000
Włochy	80	40	230	290
Grecja	60	60	270	250
Jugosławia	40	50	340	260
Europa Wsch.	50	80	50	130
Inne kraje	80	130	140	330
Ogółem	1790	2170	5500	5830

Zródło: Statistical Yearbook of the Netherlands 1988, 1990, Netherlands Centarl Bureau of Statistics, Hague, SDU publishers, cbs-publications 1989, 1990.

*) lato - od maja do września

Tabela VII

Wyjazdy Holendrów za granicę według sezonów i krajów odwiedzanych w latach 1987 - 1988 w %

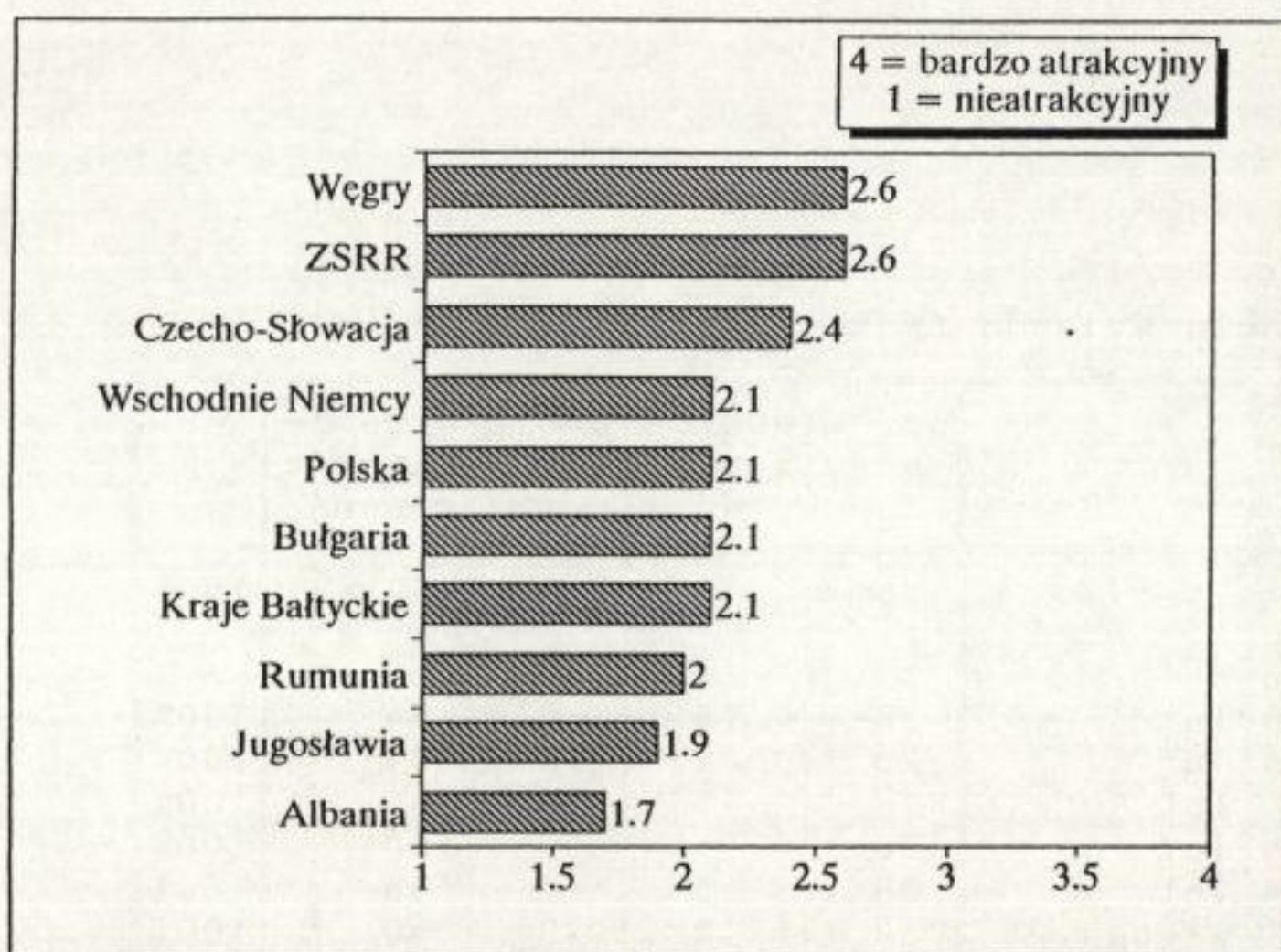
KRAJ	Lato*)		Zima	
	1987	1988	1987	1988
Belgia, Luksemburg	9	9	8	9
Francja	22	22	8	8
Hiszpania	12	12	12	12
Portugalia	2	2	0	1
Austria	9	9	24	26
Szwajcaria	3	3	4	6
Wielka Brytania	2	3	3	2
Norwegia, Szwecja i Finlandia	1	1	0	-
Dania	1	2	1	1
RFN	17	15	23	16
Włochy	5	5	2	3
Grecja	4	4	3	3
Jugosławia	4	5	2	2
Europa Wsch.	2	3	3	2
Inne kraje	6	4	6	9
Ogółem	100	100	100	100
Ogółem w mln	5,8	6,4	2,2	2,5

Zródło: *Statistical Yearbook of the Netherlands 1988, 1990*
Netherlands Central Bureau of Statistics, Hague SDU publishers, cbs-publications 1989,1990

*) lato - od maja do września

Tabela VIII

Ocena atrakcyjności krajów Europy Środkowej i Wschodniej



Zródło: Vakantie-Onderzoek 1991, nr S-761, NIPO, December 1991

Tabela IX

Długość pobytu wakacji zagranicznych

Długość pobytu	1984 %	1985 %	1986 %	1987 %	1988 %	1989 %	1990 %	1991 %
4 dni	4	4	3	3	4	4	4	4
5 lub 6 dni	5	5	4	4	5	6	6	7
do 1 tygodnia	13	15	17	16	16	17	17	19
ok 10 dni	12	12	8	8	11	10	11	10
ok 2 tygodni	30	29	29	29	24	25	24	22
ok 3 tygodni	22	23	26	25	25	25	24	24
ok 4 tygodni	8	7	7	9	8	8	7	7
dłużej niż 4 tyg.	6	5	5	5	5	5	5	5
nie wiem	x	x	1	1	1	1	1	2
Srednia długość pobytu w dniach	100 15,4	100 15,1	100 14,8	100 14,8	100 14,3	100 14,4	100 14,2	100 14,5

Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO, December 1991.

Tabela X

Organizacja wyjazdu (wakacje zagraniczne)

	całk. org.	podróż zorg.	pobyt zorg.	organi- nizacja własna	
Razem	26	8	9	57	100%
wg wieku					
18 do 24 lat	28	13	5	54	100%
25 do 34 lat	23	8	10	59	100%
35 do 44 lat	18	7	10	65	100%
45 do 54 lat	26	4	9	60	100%
55 do 64 lat	33	5	7	55	100%
65 lat i więcej	39	13	8	40	100%
wg usytuowania społecznego					
najwyższe	19	9	10	62	100%
średnie wyższe	29	7	6	58	100%
średnie niższe	25	12	9	53	100%
robotnicze wyższe	32	5	9	54	100%
robotnicze niższe	42	2	8	48	100%
wg reg.zamieszkania					
Amsterdam, Rotterdam i Haga	25	17	8	50	100%
pozost. Zachód	28	6	9	56	100%
Północ	24	8	7	61	100%
Wschód	25	5	8	62	100%
Południe	25	6	10	60	100%

*Zródło Vakantie- onderzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991.*

Tabela XI

Wybór rodzaju zakwaterowania (wakacje zagraniczne)

Rodzaj zakwaterowania	1984 %	1985 %	1986 %	1987 %	1988 %	1989 %	1990 %	1991 %
Hotel/motel	32	29	30	30	31	31	31	29
Pensjonat, kwatera	7	5	6	6	6	6	6	6
Wynajęty dom	21	22	21	25	24	24	23	23
Namiot	15	18	16	14	14	14	13	14
Przyczepa	9	10	11	12	11	10	11	13
Rodzina, znajomi	11	12	10	8	11	9	10	12
Zaglówka, jacht motor.	x	x	x	1	x	x	x	x
Własny dom (tzw. drugi adres)	1	1	1	x	1	1	1	1
Schronisko młodzieżowe	x	x	1	1	x	x	x	x
Samochód kampingowy				2	1	2	1	2
Inne	3	3	2	1	1	3	1	x
	100	100	100	100	100	100	100	100

*Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991*

Tabela XII

Wybór rodzaju zakwaterowania (wakacje zagraniczne)

	%	%	%	%	%	%	%	%	%
wg wieku									
18 do 24	24	4	20	28	5	13	1	6	100
25 do 34	23	7	26	21	9	11	2	3	100
35 do 44	23	4	24	16	19	9	2	2	100
45 do 54	32	6	26	7	17	9	1	2	100
55 do 64	39	7	20	2	15	11	4	1	100
65 i więcej	43	5	14	1	8	22	0	6	100
wg usytuowania społ.									
najwyższe	25	6	24	16	12	10	3	4	100
średnie	27	5	24	15	15	11	2	2	100
wyższe	29	4	21	16	10	15	1	4	100
średnie	34	8	22	9	14	10	1	2	100
niższe	41	5	19	6	9	13	2	5	100
rob.	29	6	23	14	13	12	2	2	100
wyższe									
rob.									
niższe									
Ogółem									

Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-o761, NIPO.

December 1991

Tabela XIII

Terminy wyjazdów (wakacje zagraniczne)

	X-II %	III-V %	VI %	VII %	VIII %	IX %	Razem %
Wg wieku							
18 do 24 lat	17	12	12	38	15	6	100
25 do 34 lat	20	17	9	26	20	9	100
35 do 44 lat	18	15	10	35	15	7	100
45 do 54 lat	16	19	15	28	14	8	100
55 do 64 lat	20	17	17	16	18	12	100
65 i więcej	19	24	18	12	16	13	100
Wg usytuowania społecznego							
najwyższe	21	17	13	27	16	5	100
średnie							
wyższe	16	19	10	28	14	10	100
średnie							
niższe	15	17	13	30	16	8	100
robotnicze							
wyższe	19	14	13	26	19	11	100
robotnicze							
niższe	13	17	19	20	28	6	100
Wg regionu zamieszkania							
Duże miasta	22	21	15	20	12	9	100
Zachód	18	17	11	27	18	9	100
Północ	15	14	14	39	12	7	100
Wschód	20	14	14	33	13	7	100
Południe	18	15	10	25	23	9	100
Ogółem	19	17	13	27	17	9	100

Zródło: Vakantie - onderzoek 1991, nr S-761,
NIPO, December 1991.

Tabela XIV

Wybór środka transportu (wakacje zagraniczne)

	1983 %	1984 %	1985 %	1986 %	1987 %	1988 %	1989 %	1990 %	1991 %
Samochód	59	57	57	56	58	56	55	54	56
Pociąg	6	6	6	5	5	5	6	6	6
Samolot regularny	6	7	7	7	6	10	11	10	9
Samolot charter.	13	12	13	14	14	13	13	15	13
Autokar turyst.	10	13	12	13	13	12	11	12	11
Statek	2	3	2	1	1	x	1	1	1
Inne	3	2	1	4	3	4	3	2	4
.....	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Zródło: Vakantie-onerzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991*

Tabela XV

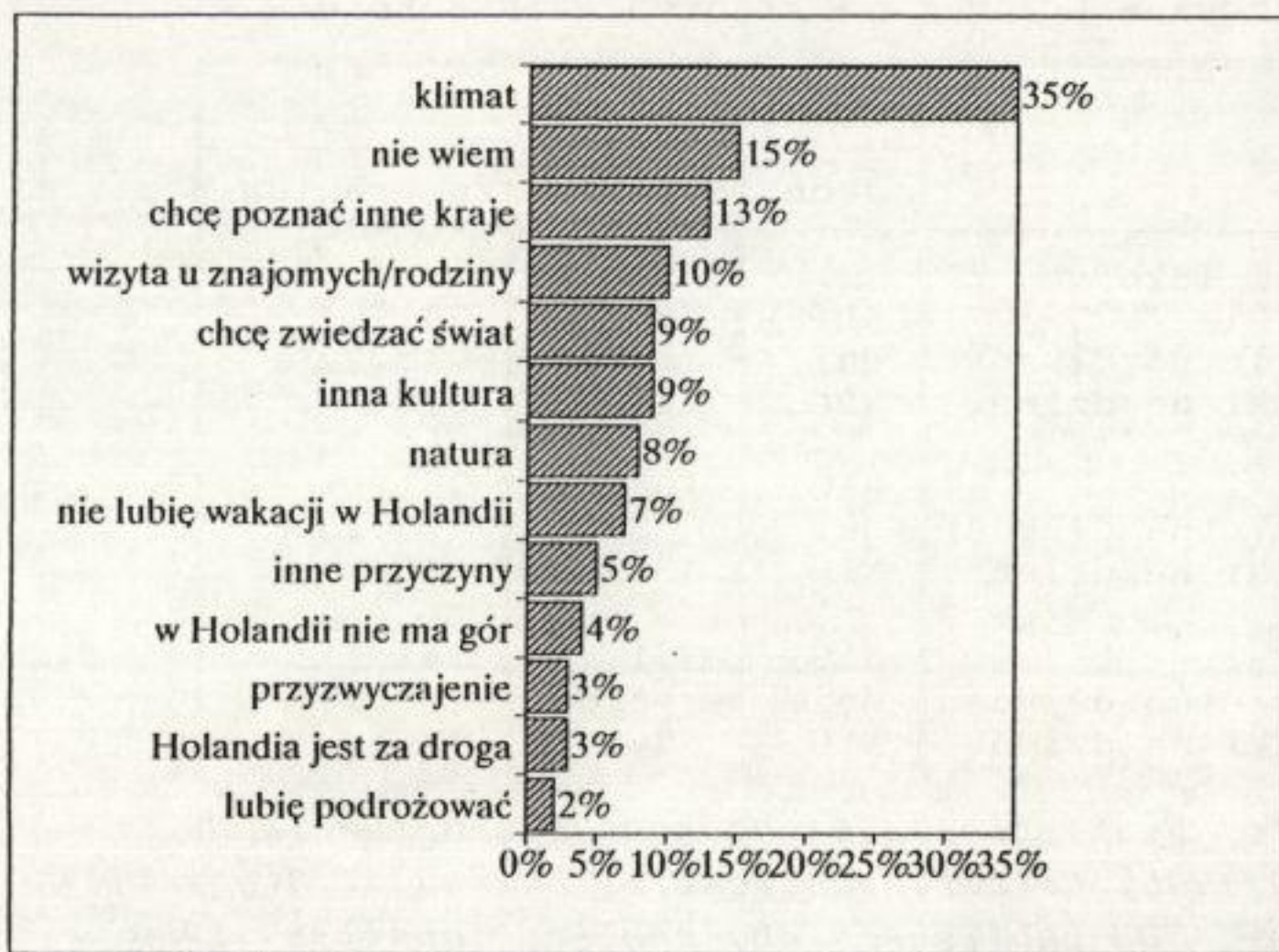
Wybór środka transportu (wakacje zagraniczne)

	Samochód %	Pociąg %	Samolot %	Autokar %
Wg wieku				
18 do 24 lat	43	11	26	14
25 do 34 lat	55	8	27	5
35 do 44 lat	67	5	20	4
45 do 54 lat	62	3	19	11
55 do 64 lat	54	4	17	22
65 i więcej	39	7	21	27
Wg usytuowania społecznego				
najwyższe	62	6	21	6
średnie wyższe	55	7	26	8
średnie niższe	49	9	23	14
robotnicze wyższe	55	3	20	18
robotnicze niższe	44	5	21	22
Ogółem	56	6	22	11

*Zródło: Vakantie - onderzoek 1991, nr S-76 . NIPO,
December 1991.*

Tabela XVI

Powód wyjazdu na wakacje za granicą



Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO, December 1991

Tabela XVII

Wydatki wakacyjne(w NLG)

Wydatki	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Na osobę w tym dzieci	1098	1119	1103	1197	1335	1562	1564	1749
Na gosp. domowe	2605	2655	2671	2780	2940	3064	3100	3188
Razem wydatki (mld NLD)	7,2	7,5	7,7	8,4	9,9	10,9	11,9	13,2

Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO, December 1991.

Tabela XVIII

Przeciętne wydatki Holendrów na osobę podczas krótkich wyjazdów w kraju i za granicą w 1988 roku.

	Wyjazdy		
	Jedn.	w kraju	za granicą
Zima i lato			
wydatki	NLG	83	251
przeciętna długość	dni	3,02	3,22
wydatki na dzień	NLG	27	78
Zima			
wydatki	NLG	108	261
przeciętna długość	dni	3,04	3,25
wydatki na dzień	NLG	36	80
Lato			
wydatki	NLG	71	241
przeciętna długość	dni	3,01	3,19
wydatki na dzień	NLG	24	76

Zródło: Statistical Yearbook of the Netherlands 1989/1990, Netherlands Central Bureau of Statistics, Hague, SDU publishers cbs publications 1989,1990.

Tabela XIX

Przeciętne wydatki Holendrów na osobę na wakacje w kraju i za granicą według sezonów w latach 1986 - 1988

	jedn.	Wyjazdy					
		w kraju			za granicą		
		1986	1987	1988	1986	1987	1988
Zima i lato							
wydatki	NLG	321	312	302	952	1014	1036
przeciętna długość	dni	12,1	11,3	11,1	15,0	14,7	14,7
wydatki na dzień	NLG	27	28	27	63	69	70
Zima							
wydatki	NLG	206	222	215	905	935	1003
przeciętna długość	dni	7,9	7,3	7,6	10,9	10,3	10,8
wydatki na dzień	NLG	26	30	28	83	91	93
Lato							
wydatki	NLG	349	337	326	967	1043	1048
przeciętna długość	dni	13,1	12,4	12,0	16,4	16,4	16,2
wydatki na dzień	NLG	27	27	27	59	64	65

Zródło: jak wyżej

Tabela XX

Wydatki wakacyjne (w NLG) w 1991 roku.

	Na gosp. domowe	Na osobę
Rodzaj wakacji		
Wakacje w pełni zorganizowane	3135	1976
Transport zorganizowany	3430	2127
Pobyt zorganizowany	1995	956
Organizacja własna	1838	944
Srodek transportu		
Samochód	1906	937
Pociąg	1126	766
Samolot regularny	4717	2960
Samolot charterowy	3703	2260
Autokar turystyczny	1934	1262
Rodzaj zakwaterowania		
Przyjaciele/rodzina	1862	1127
Hotel/motel	2667	1725
Pensjonat	2209	1290
Kwatera/bungalow	2108	1051
Namiot	1916	1017
Przyczepa	2130	941

*Zródło: Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO,
December 1991.*

3. Podstawowe informacje o gospodarce, ludności i turystyce w Belgii

Belgia stanowi jeden z najbardziej zagęszczonych obszarów Europy. Przypada 326 mieszkańców na 1 km². Ludność Belgii w 1991 roku wynosiła 9 mln 958 tys. mieszkańców. Przyrost naturalny średni, roczny dla ostatnich 10-ciu lat wynosi 0,1%. Na 100 mężczyzn przypada 105 kobiet. 72% ludności mieszka w miastach. 43% ogółu ludności jest czynna zawodowo. Większość ludności zatrudniona jest w usługach 69%, w przemyśle 29% i w rolnictwie tylko 3% ogółu zatrudnionych.

Tabela 10

Struktura ludności według wieku

wiek w latach	tys.	% ogółu ludności
0-19	2500	25,3
20-39	3048	30,9
40-64	2910	29,5
powyżej 65	1418	14,3

Źródło: Rocznik statystyczny GUS 1991, Warszawa

Belgia to kraj federalny o trzech oficjalnych językach i silnej rywalizacji między regionami, odznacza się kulturalną różnorodnością.

Belgia jest miejscem, w którym spotykają się narody germańsko i francuskojęzyczne. Napięcia między nimi stanowią historyczne zagrożenie dla bogactwa i wysokiego standardu życia w kraju. Obecnie około dziesięciomilionowa ludność państwa jest w wyraźny sposób podzielona na część flamandzko-języczną (około 60%) i Walonów, których rodzimym językiem jest francuski.

Jest to kraj charakteryzujący się bardzo wysokim stopniem rozwoju gospodarki, charakteryzujący się jednak brakiem równowagi między bardzo dobrze rozwiniętą i uprzemysłowioną Flandrią, a mniej bogatą Walonią.

Tabela 11

Dynamika produktu krajowego brutto GDP (ceny stałe)

1985	1989				1981-85	1986-89
	Ogółem		na 1 mieszkańca		średnie roczne tempo wzrostu w%	
1980=100	1988=100	1980=100	1988=100			
104	117	104	116	103	0,8	3,0

Zródło: Rocznik Statystyczny GUS 1991, Warszawa.

W latach 1986-1989 produkt narodowy brutto Belgii wzrastał średnio o 3% rocznie. Produkt krajowy brutto na 1 mieszkańca wzrósł w przeciągu tych czterech lat z 8095\$ USA w 1985 roku do 15393\$ USA w 1989 roku.

Tabela 12

Dynamika wynagrodzeń realnych

1987	1988	1988	
rok poprzedni = 100		1980=100	1985=100
100	101	96	102

Zródło: Rocznik Statystyczny GUS 1991, Warszawa.

Przeciętne wynagrodzenia nominalne wzrosły w 1989 roku w porównaniu do 1989 roku o 68%.

Najpopularniejszym środkiem transportu w Belgii z wyjątkiem terenów wielkomiejskich jest rower, zarówno na równinach północnej Belgii, jak i w górach. W belgijskich Ardenach niezwykle popularna jest również turystyka piesza.

Turystyka w Belgii odgrywa bardzo dużą rolę. Około 60%, tj. 5,5 mln Belgów wyjeżdża corocznie na wakacje, z tego 33% Belgów spędza urlop w kraju, a 67% wyjeżdża za granicę.

Większość wyjazdów urlopowych odbywa się latem - 84%, a pozostałe - 16% zimą. Latem wyjazdy przede wszystkim koncentrują się w miesiącu lipcu. Wtedy to większość Belgów wyjeżdża na urlopy.

Tabela 13

Kierunki wyjazdów Belgów na wakacje w 1991 roku z podziałem na wyjazdy służbowe i niesłużbowe

Kierunki wyjazdów	Wyjazdy służbowe		Wyjazdy niesłużb.		Ogółem	
	w tys.	w %	w tys.	w %	w tys.	w %
Wybrzeże w Belgii	1115	16,8	368	22,9	1483	8,1
Ardeny	522	8,0	183	11,5	705	8,6
Campine	235	3,6	44	2,7	279	3,4
Pozostałe w Belgii (Limbourg)	110 (180)	1,7 (2,7)	128 (25)	8,2 (1,5)	238 (205)	2,9 (2,5)
BELGIA	1982	30,1	723	45,3	2705	33,0
ZA GRANICĄ	4617	69,9	876	54,7	5493	67,0
Francja	1404	21,1	243	15,3	1647	20,1
Hiszpania	976	14,8	147	9,3	1123	13,7
Włochy	391	5,9	158	9,7	549	6,7
Austria	341	5,2	12	0,7	353	4,3
Niemcy	233	3,5	38	2,3	271	3,3
Szwajcaria	219	3,3	52	3,2	271	3,3
Grecja	186	2,8	11	0,7	197	2,4
Holandia	138	2,1	42	2,6	180	2,2
Wlk. Brytania	106	1,6	25	1,6	131	1,6
Jugosławia	115	1,7	8	0,5	123	1,5
Kraje na Wschodzie	102	1,6	21	1,3	123	1,5
Luksemburg	66	1,0	16	1,0	82	1,0
Tunezja	73	1,1	9	0,6	82	1,0
Portugalia	54	0,9	12	0,8	66	0,8
Maroko	29	0,5	12	0,8	41	0,5
Skandynawia	17	0,2	16	0,9	33	0,4
Inne kierunki w Europie	167	2,6	54	3,4	221	2,7
OGOŁEM	6599	100	1599	100	8198	100

Zródło: Wyniki ankiety WES, Bruksela, 1991

W kraju ulubionym miejscem odpoczynku Belgów to wybrzeże i Ardeny, które oferują jedną z najbardziej dzikich i niedostępnych scenerii w tej części Europy. Jeśli chodzi o wyjazdy Belgów za granicę to najwięcej w Europie podróżują do Francji, Hiszpani, Włoch i Austrii, a poza Europą do Tunezji i Maroka.

Tabela 14

Wyjazdy Belgów za granicę w latach 1980 - 1990

KRAJE	% przyj. do danego regionu			przyjazdy w tys.			% wyj. z Belgii do danego reg.		
	1980	1989	1990	1980	1989	1990	1980	1989	1990
Afryka	1,22	0,80	0,82	103	129	137	100,0	100,0	100,0
Afryka Płn.	1,47	1,14	1,15	79	114	120	75,26	88,43	87,59
Maroko	1,96	0,87	0,76	28	30	29	28,87	23,57	21,17
Tunezja	2,50	2,42	2,31	40	78	74	41,24	60,48	54,01
Egipt	0,88	-	-	11	-	-	11,34	-	-
Afryka Płd.	0,78	0,25	0,26	24	15	16	24,74	11,57	11,68
Ameryki	0,29	0,20	0,19	157	160	161	100,0	100,0	100,0
Ameryka Płn.	0,40	0,28	0,26	142	143	143	90,45	89,35	88,82
USA	0,53	0,32	0,29	120	115	115	76,43	72,11	71,43
Meksyk	-	0,05	0,05	-	3	3	-	1,78	1,86
Karaiby	0,06	0,02	0,02	4	2	5	2,55	1,23	3,11
Ameryka Środ.	0,02	0,06	0,06	1	5	11	0,64	3,07	6,83
Ameryka Płd.	0,17	0,12	0,13	10	10	11	6,37	6,36	6,83
Azja i Oceanie	0,24	0,19	0,19	53	91	95	100,0	100,0	100,0
Wsch. i Płd- -Wsch Azja	0,21	0,17	0,17	39	67	70	73,02	74,25	73,68
Chiny	0,36	-	-	2	-	-	3,26	-	-
Hong Kong	0,39	0,23	0,20	7	12	12	12,89	13,66	12,63
Japonia	0,66	0,28	0,26	6	8	8	10,43	8,38	8,42
Korea	0,14	0,11	0,10	1	3	3	2,60	3,26	3,16
Indonezja	0,84	0,58	0,61	5	9	10	8,92	10,31	10,53
Tajlandia	0,69	0,48	0,51	13	23	25	24,14	25,37	26,32
Płd. Azja	0,52	0,61	0,58	12	18	19	22,11	20,28	20,00
Indie	0,58	0,69	0,73	7	12	13	12,95	13,16	13,68
Sri Lanka	1,09	1,85	1,01	4	3	3	6,62	3,76	3,16
Oceania	0,13	0,11	0,11	3	5	5	4,86	5,46	5,26
Australia	0,18	0,18	0,18	2	4	4	3,12	4,08	4,21
Zach. Azja	0,67	0,8	1,04	46	89	111	100,0	100,0	100,0
Cypr	0,96	1,01	1,15	3	14	18	7,46	15,52	16,22
Izrael	1,79	1,91	1,88	20	22	20	43,73	25,10	18,02
Jordan	0,18	0,11	0,08	3	3	2	6,51	2,87	1,80
Syria	0,74	0,44	0,25	9	2	7	19,68	2,03	0,90
Turcja	1,34	1,21	1,18	12	48	56	27,04	53,2	50,45

Źródło: Tourism trends from Europe to other regions of the world 1980-1990, WTO, May 1991.

Coraz bardziej popularne w Belgii obok dłuższych wyjazdów urlopowych stają się tzw. wyjazdy krótkie, kilkudniowe. 19% tj. 1mln. 800tys. Belgów korzysta z tego rodzaju wyjazdów. 63% osób spędza ten czas w kraju, a 37% wyjeżdża za granicę. 70% wyjazdów krótkich przypada na lato, a 30% na zimę.

Tabela 15

Kierunki krótkich wyjazdów Belgów w 1991 roku, latem i zimą.

KIERUNKI KRÓTKICH WYJAZDÓW	Lato		Zima		Ogółem	
	w tys	%	w tys	%	tys.	%
Wybrzeże w Belgii	604	33,1	156	20,3	760	29,3
Ardeny	343	18,8	259	33,7	602	23,2
Campine	108	6,9	49	6,4	157	6,0
Pozostałe w Belgii (Limbourg)	68 (93)	3,7 (5,1)	51 (38)	6,7 (5,0)	119 (131)	4,6 (5,1)
Belgia	1123	61,5	515	67,1	1638	63,1
Za granicą	703	38,5	253	32,9	956	36,9
Francja	258	14,1	116	15,1	374	14,4
Niemcy	152	8,3	67	8,7	219	8,4
Holandia	124	6,8	36	4,7	160	6,2
Luksemburg	100	5,5	11	1,4	111	4,3
Wlk. Brytania	42	2,3	16	2,1	58	2,3
Inne	27	1,5	7	0,9	34	1,3
Ogółem	1826	100,0	768	100,0	2594	100,0

Źródło: Wyniki ankiety WES, Bruksela 1991

Główne kierunki wyjazdów krótkich Belgów za granicę to Francja, Niemcy, Holandia, Luksemburg i Wlk. Brytania.

4. Przyjazdy z krajów Beneluksu do Polski

W ramach układu europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między wspólnotami Europejskimi i ich Państwami Członkowskimi między innymi Królestwem Belgii i Królestwem Holandii z jednej strony, a Rzeczpospolitą Polską z drugiej strony, podpisanego 19 września 1989 roku ustalono, że w zakresie turystyki strony będą intensyfikować i rozwijać wzajemną współpracę, w szczególności poprzez:

- ułatwienia w dziedzinie wymiany turystycznej
- zwiększenie przepływu informacji poprzez wykorzystanie sieci międzynarodowych banków danych itp.
- przepływ know-how w drodze szkoleń, programów, wymiany, seminariów
- badanie możliwości wspólnych działań takich jak realizacja przedsięwzięć o charakterze międzynarodowym.

Geograficzne położenie Polski powoduje, że przebiegają przez nią szlaki turystyczne łączące Europę Zachodnią ze

Wschodnią i Azją. Przez Polskę od lat przebiegają te same szlaki tranzytowe drogowe i kolejowe. Do najważniejszych międzynarodowych szlaków drogowych leżących na linii Wschód - Zachód łączących kraje Beneluxu z Polską należą:

- Świecko - Poznań - Warszawa - Terespol - leżąca na linii Amsterdam - Berlin - Moskwa
- Olszyna - Wrocław - Kraków - Medyka na trasie Bruksela - Kolnia - Drezno - Kijów.

W 1991 roku odwiedziło Polskę 36,8 mln osób, z czego 11,3 mln przyjechało w celach turystycznych. W porównaniu do 1990 roku liczba przekroczeń granicy wzrosła 2-krotnie, a w stosunku do 1989 roku 4,5 krotnie.

W latach 1988 - 1991 notuje się istotny wzrost liczby turystów z krajów Beneluxu przyjeżdżających do Polski. W 1988 roku przyjechało ogółem z tych krajów 1) 65 tys. (46 tys. z Holandii i 19 tys. z Belgii) , a w 1991 roku już 254 tys. (159 tys. z Holandii i 95 tys. z Belgii). Nastąpił więc czterokrotny wzrost przyjazdów do Polski z tych krajów na przestrzeni 3 lat.

Tabela 16

Przyjazdy turystów z Holandii i Belgii do Polski
w latach 1988 - 1991 (w tys)

KRAJ	Lata		
	1988	1989	1991
Holandia	45,8	56,1	159,4
Belgia	19,1	23,7	94,5
Razem	64,9	79,8	253,9

Zródło: Dane GUS

W 1989 roku przyjazdy z Holandii stanowiły 3%, a z Belgii 1% wszystkich przyjazdów z II obszaru płatniczego. W 1991 roku przyjazdy z Holandii stanowiły już 10%, a z Belgii 6% tych przyjazdów 2).

W 1991 roku pod względem przyjazdów do Polski Holandia zajęła po Niemczech i Francji trzecie miejsce, wśród krajów

1) liczone bez Luksemburga - brak danych GUS

2) Przyjazdy z II obszaru płatniczego w 1991 roku liczone bez Niemiec ze względu na to, że po połączeniu się dwóch państw niemieckich występuje bardzo wysoka liczba przyjazdów z tego kraju. Liczenie łącznie z państwem niemieckim zniekształciłoby więc obraz.

kapitalistycznych, a Belgia dziewiąte: po Niemczech, Francji, Holandii, Szwecji, Danii, Austrii, St. Zjednoczonych i Włoszech. Jeszcze w 1989 roku sytuacja ta wyglądała zupełnie inaczej Holandia znajdowała się na ósmej pozycji, a Belgia aż na trzynastej. Na tak gwałtowny wzrost liczby przyjeżdżających cudzoziemców z krajów Beneluksu do Polski wpływ miały bardzo istotne historyczne zmiany polityczno-ekonomiczne w naszym kraju w latach 1989-90, a także w innych krajach Europy Wschodniej: w Związku Radzieckim, Czecho-Słowacji i Rumunii. Bardzo dużą rangę polityczną miało zjednoczenie Niemiec w październiku 1990r.

Był to okres wyjątkowy charakteryzujący się dynamicznymi zmianami polityczno-społecznymi w całej Europie Wschodniej. Zmiany spowodowały wiele konsekwencji w turystyce międzynarodowej.

Wiemy, że na rozwój ruchu turystycznego wpływ mają stosunki ekonomiczne i polityczne nie tylko wewnątrz kraju, ale również na arenie międzynarodowej. Dlatego te wszystkie zmiany i wydarzenia zachodzące wokół nas były dla naszej turystyki przyjazdowej tak istotne.

Ważnym krokiem w kierunku normalności i zlikwidowania barier dla turystyki przyjazdowej z krajów Beneluksu do Polski było złagodzenie bardzo rygorystycznych i nieżyciowych przepisów dewizowych, które obowiązywały turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski. Nowe prawo dewizowe obowiązuje w Polsce od 1.01.1990r. Zwolniło ono cudzoziemców z obowiązku wymiany dewiz w ramach przymusu dewizowego. Nastąpiło wyrównanie kursów walut oficjalnego i wolnorynkowego oraz wewnętrzna wyminialność złotówki. W ten sposób została usunięta jedna z najbardziej uciążliwych barier ograniczających turystykę przyjazdową do Polski. Dalszym krokiem w kierunku liberalizacji przepisów mających wpływ na rozwój turystyki przyjazdowej było zawarte w kwietniu 1991 roku porozumienie między Polską a Belgią i Holandią o zniesieniu obowiązku dewizowego.

Warto nadmienić, że według badań przeprowadzonych w Holandii dla mieszkańców tego kraju Polska wśród innych krajów Europy Wschodniej należy do krajów średnio atrakcyjnych. Za atrakcyjniejsze od Polski Holendrzy uważają takie kraje jak Węgry, Związek Radziecki, Czechosłowację, a do mniej atrakcyjnych należy Albania, Jugosławia i Rumunia. Bułgaria uważana jest za kra równie atrakcyjny jak Polska.

4.1 Charakterystyka turystów z krajów Beneluksu przyjeżdżających do Polski

Na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych przez Instytut Turystyki wśród turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski można przedstawić charakterystyczne cechy cudzoziemców z krajów Beneluksu spędzających czas w Polsce. Badanie przeprowadzone zostało na wybranych przejściach granicznych wśród turystów wyjeżdżających z Polski w 1991 roku. Ze względu na niewielką próbę nie wyodrębniono poszczególnych krajów. Mieszkańcy Beneluksu w tym badaniu stanowili 11% całej populacji turystów pochodzących z krajów Europy Zachodniej i Ameryki Płn. Średnio w Polsce spędzili 6 dni. Dość wielu mieszkańców Beneluksu przyjechało do Polski wielokrotnie; po raz czwarty lub więcej przyjechało do Polski 32%, po raz pierwszy przyjechało 42%. W większości przybywają mężczyźni, kobiety stanowiły tylko 28% wszystkich przyjeżdżających. Młodzieży w wieku do 24 lat było tylko 7% tyle, co studentów i uczniów. Osób starszych w wieku ponad 55 lat przyjechało tylko 2%. Niewiele ponad połowę, bo 54% spośród przyjeżdżających do Polski mieszkańców Beneluksu miało wykształcenie wyższe. Tylko 7% spośród tych, którzy przyjechali z krajów Beneluksu do Polski zadeklarowało, że jest pochodzenia polskiego.

Najpopularniejszym środkiem transportu, z którego korzystali przyjeżdżający do nas mieszkańcy krajów Beneluksu był samolot. 36% mieszkańców z tych krajów skorzystało z tego środka transportu. Następnie przyjeżdżano samochodem 33%, autokarem 21% i ciężarówką 10%. Spośród wszystkich turystów przyjeżdżających z krajów Europy Zachodniej i Ameryki Płn. najczęściej autokarem przyjeżdżali mieszkańcy krajów Beneluksu.

Jeśli chodzi o formę organizacyjną pobytu w Polsce, to przeważały pobyty indywidualne bez jakichkolwiek pośredników: 37%. Z wycieczką organizowaną przez biuro podróży było 21% turystów. Indywidualnie na zaproszenie instytucji przyjechało 15%, a indywidualnie, ale za pośrednictwem biura podróży - 11% i indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych - 9%.

Większość czasu po przyjeździe do Polski turyści z krajów Beneluksu spędzili na zwiedzaniu miast. 52% osób z tych krajów spędziło czas w ten sposób. 27% turystów spędziło czas objeżdżając Polskę, 2% spędziło czas na wsi, a 1% w górach. Najczęściej odwiedzane miejsca są typowe raczej dla okresów poza sezonem turystycznym. Najczęściej gościli mieszkańcy krajów Beneluksu w centrum kraju - ponad połowa, bo 55%. Dość dużo, bo aż 38% było również mieszkańców tych krajów na wy-

brzeżu (obok turystów ze Skandynwii najwięcej spośród wszystkich turystów pochodzących z krajów Europy Zachodniej i Ameryki Płn.). Mieszkańcy Beneluksu przyjeżdżali również w góry 6%, na Śląsk 6% i na Pojezierza 2%.

Z dużych miast, o które pytano, najczęściej odwiedzano Warszawę: była tam ponad połowa przyjeżdżających z krajów Beneluksu - 54%. Często ponadto odwiedzano: Szczecin - 35%, Gdańsk - 34%, Poznań - 25%, Kraków - 10% i już najrzadziej: Katowice 7%, Łódź 5%, Wrocław 4% i Lublin 1%.

Najczęściej korzystano z noclegów w hotelach; co drugi turysta, w mieszkaniach rodziny lub znajomych nocowało 19%. Campingi oraz wynajęte pokoje w kwaterach prywatnych i pensjonatach były mniej popularne (4% i 1%).

Jako cel przyjazdu do Polski można było wymienić po kilka; często podawanopoznanie kraju, kultur - 23% i odwiedziny krewnych oraz znajomych - 21%. Najczęściej podawano jednak jako przyczynę przyjazdu do naszego kraju załatwianie interesów - 28%. Ponadto jako cel przyjazdu mieszkańcy Beneluksu podawali:

- wypoczynek i rozrywka - 17%
- odwiedziny miejsca pochodzenia - 2%
- cele religijne - 2%
- zakupy - 1%
- targi, wystawy - 1%
- inne cele służbowe - 1%
- realizacja hobby - 1%
- inne cele - 19%

W badaniach IT zwrócono również uwagę na negatywne elementy pobytu w Polsce, które można potraktować jako pewną ocenę poziomu świadczonych usług turystycznych mieszkańcom krajów Beneluksu przebywającym w Polsce. Odpowiadając na pytanie, co się w Polsce nie podobało, narzekano najczęściej na niedostateczną informację o możliwościach i warunkach pobytu. 29% turystów zwracało na to uwagę. Ponadto krytykowano stan sanitarny - 19%, niski standard usług hotelowych, gastronomicznych i transportowych - 13% oraz dojazd, że uciążliwy i daleki - 11%. W niewielkim stopniu, ale również krytyce poddano za wysokie koszty pobytu - 3% i brak atrakcji - 3%.

Wymowne jednak jest to, że aż 84% spośród tych turystów z krajów Beneluksu, którzy odwiedzili nasz kraj zamierza ponownie odwiedzić Polskę.

4.2 Turystyka przyjazdowa z krajów Beneluksu do Polski za pośrednictwem biur podróży

4.2.1 Turystyka zorganizowana w latach 1989 -90

Ostatnią pełną informację dotyczącą udziału przyjazdów Holendrów za pośrednictwem biur podróży można przedstawić tylko za 1989 rok, kiedy przyjechało za pośrednictwem biur podróży z Holandii 12 tys. osób t.j. 21% wszystkich przyjazdów z tego kraju. W 1990 roku przyjechała już tylko połowa tej liczby t.j. 6,5 tys. Holendrów za pośrednictwem biur.

Udział turystów z Holandii obsługiwanych przez polskie biura podróży wśród wszystkich turystów z krajów byłego II obszaru płatniczego obsługiwanych przez te biura wyniósł w 1989r. 1,9%, a w 1990r. 2,4%.

Tabela 17

Wpływy z zagranicznej turystyki przyjazdowej z Holandii i Belgii w latach 1989-1990

	1989	1990
Holandia		
Wartość sprzedanych usług w dewizach w tys. USD w tym:	1506	1346
turystyka grupowa	205	549
turystyka indywidualna	626	316
skup	475	465
Belgia		
Wartość sprzedanych usług w dewizach	515	653
turystyka grupowa	196	540
turystyka indywidualna	212	176
skup	105	-

Zródło: PP "Orbis" "Analiza działalności przedsiębiorstwa za 1990r."

W analizie wpływów z zagranicznej turystyki i przyjazdowej interesującym wydaje się określenie długości pobytu Holendra w Polsce. Istnieje bowiem prosta korelacja pozytywna między wydatkami turystów, a czasem ich pobytu w miejscowości odwiedzanej. Na podstawie danych Orbisu można określić, iż średnia długość pobytu turysty holenderskiego w 1989 r. wynosiła 7 dni, a w 1990 roku 4 dni. Średnio na 1 dzień pobytu Holender wydawał w 1989 roku 25 USD, a w 1990 roku 63 USD.

4.2.2 Turystyka zorganizowana w 1991 roku

Trudno jest mówić o turystyce zorganizowanej z krajów Beneluksu przez wszystkie biura podróży w 1991 roku, bo jest ich obecnie zarejestrowanych w Polsce aż 4216. Omówiona tu zostanie tylko turystyka przyjazdowa z krajów Beneluksu zorganizowana przez największe biuro podróży jakim jest Orbis.

Orbis współpracuje z większymi Tour-Operatorami na rynku holenderskim i belgijskim. Zabiega o to, aby znaleźć się w katalogach najważniejszych Tour-Operatorów na tych rynkach. Katalogi takie są co roku uaktualniane. Na rynku belgijskim do ważniejszych tour-operatorów, z którymi współpracuje Orbis należą:

- Europa --bus
- Ietam
- Omnium Tours
- Voyage Touring Club-VTB

A na holenderskim to:

- Vernu Reizen
- Astrea Reizen
- Holland International
- Attila Reizen

Orbis współpracuje również z zagranicznymi biurami podróży w tych krajach, bo wycieczki do Polski źle się sprzedaje z dużych katalogów Tour-Operatorów.

W 1991 roku Orbis obsłużył 4282 turystów z krajów Beneluksu, co stanowiło niecałe 2% wszystkich cudzoziemców z krajów Beneluksu, którzy przyjechali do Polski. W tym z Belgii obsłużono 1703 osoby, z tego 48% to turystyka grupowa, łącznie z tzw. grupami żydowskimi 3), a 62% to turystyka indywidualna.

Z Holandii obsłużono 2579 osób, z tego 59% to turystyka grupowa, a 41% indywidualna. Turystyka grupowa w 1992 roku stanowiła tylko 10% tego, co w 1991 roku.

Zainteresowanie przyjazdami indywidualnymi z Holandii do Polski za pośrednictwem Orbisu w 1991 roku nie uległo osłabieniu mimo wydarzeń w Europie i na Bliskim Wschodzie. Są one niewielkie, ale pozostały na tym samym poziomie. Sprzedaż dewizowa z turystyki indywidualnej w roku 1991 utrzymywała się na poziomie zbliżonym do roku 1990. W turystyce świadczeniowej dominują imprezy typu package t.j. pakiety klasyczne i

3) Jest specyficzny rodzaj turystyki ze specjalnym programem uwzględniającym miejsca pamięci straceń Żydów i kuchnię ko-szerną.

weekendowe. Oferty specjalne to mini tripy Warszawa-Kraków-Warszawa i pobyty zimowe. Bardzo dobrze sprzedawały się pakiety Holland International - jednego z większych tour-operatorów na rynku holenderskim. Główne motywy przyjazdów do Polski dla indywidualnych przyjazdów organizowanych przez Orbis to: zawodowe, wypoczynkowe i poznawcze. Program typowych imprez świadczeniowych obejmuje zwykle: zakwaterowanie, transfery i zwiedzanie. Realizowane są również zlecenia na bilety kolejowe do krajów Europy Wschodniej i powrotne do Holandii.

Ceny dewizowe typowych programów w 1991 roku wzrosły o 20%. Zagraniczne biura podróży o największych obrotach na rynku holenderskim to: Holland International, Vernu Reizen i Astrea Reizen. Współpraca Orbisu z tymi biurami układa się pomyślnie.

Następujące zagraniczne biura podróży wydają katalogi z ofertą Orbisu w zakresie turystyki indywidualnej:

- Vernu Reizen
- Astrea Reize
- Holland International
- Attila Reizen

Nowi partnerzy to:

- Attila Reizen
- Reiseburo Top Tours
- Amro Reizen

Generalnie można zaobserwować spadek liczby cudzoziemców z Beneluksu przyjeżdżających za pośrednictwem Orbisu do Polski. Szczególnie znaczący spadek można zaobserwować w przyjazdach z Holandii. Wynika to z wielu ułatwień, jakie nastąpiły w podróżowaniu do naszego kraju, t.j. zniesienie obowiązku wymiany dewiz i zniesienie wiz, co powoduje, że przyjazd do Polski nie wymaga załatwiania już tak wielu formalności i wielu turystów z Beneluksu woli przyjechać bez pośrednictwa biura podróży, co jest znacznie tańsze. Ponadto przyczyną spadku przyjazdów z tych krajów przez Orbis były zbyt wysokie ceny. Poza tym istnieje konkurencja między polskimi biurami podróży. Nie jest ona bardzo groźna i nie odczuwa się jej tak bardzo na tych rynkach. Problemem jest, że odchodzący pracownicy Orbisu do innych biur podróży często zabierają ze sobą kontrahentów. Przewagą biura Orbis jest jednak to, że ma bazę na wysokim i odpowiednim poziomie oraz to, że klienci są często już z tym biurem związani. W przeważającej mierze przyczyną tego, że przy rosnącej liczbie turystów przyjeżdżających z

krajów Beneluksu do Polski spada liczba obsłużonych przez biuro Orbis jest liberalizacja przepisów niż konkurencja.

Również badania przeprowadzone przez IT 4) w 1992 roku potwierdzają, że zdecydowanie spada liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Polski za pośrednictwem biur podróży.

Wprawdzie według szacunków opartych na wynikach badań ankietowych wzrosła liczba biur podróży zajmujących się organizacją i obsługą zagranicznej turystyki przyjazdowej, bo w 1990 roku zajmowało się nią 30% badanych biur, a w 1991 roku już 44,3% t.j. 929 podmiotów gospodarczych, które obsłużyły ok. 750 tys. turystów. Nastąpił zatem znaczny wzrost zainteresowania tego rodzaju działalnością. Poza tym 15% ankietowanych deklaruje zamiar rozpoczęcia tego rodzaju działalności w przyszłości. Wzrasta więc znacznie rola konkurencji między biurami podróży.

Według wyżej cytowanych badań IT przyjazdy z krajów Beneluksu organizowane były przez 15% badanych biur podróży. Wśród wszystkich przyjeżdżających do Polski za pośrednictwem tych biur podróży turyści z krajów Beneluksu stanowili tylko niewiele ponad 1%.

5. Wytyczne do promocji Polski w krajach Beneluksu

Jednym z ważnych zadań dla Polski w celu przyciągnięcia większej ilości Belgów i Holendrów jest konieczność rozbudowy całego zaplecza związanego z recepcją tego ruchu. Podstawową rolę odgrywa tutaj baza noclegowa, w tym przede wszystkim hotele. Inwestowanie w bazę hotelową musi być systematyczne, szczególnie przy wzrastającym ruchu turystycznym.

Obecnie zwraca się uwagę na potrzebę budowania hoteli o niższym standardzie. Według analiz hotelarstwa, w krajach europejskich hotele o średnim standardzie, które zaspakajają potrzeby przeciętnego turysty stanowią około 60% ogólnej liczby miejsc hotelowych. W polskich realiach te właśnie hotele są niedoinwestowane, często zdegradowane po kolejnej weryfikacji, bez podstawowych jak na współczesne wymagania warunków sanitarnych. Powstają co prawda, małe, często prywatne obiekty hotelarskie, kuszące zewnętrznym wystrojem, tyle tylko, że przy bliższym z nimi kontakcie wychodzą liczne niedostatki. Tradycyjnie słabą stroną są warunki sanitarne, tu szczególnie łazienki, często kosztem nich buduje się atrakcyjny wystrój zewnętrzny. Określony standard hoteli powinien

4) T. Buczak: Biura podróży w Polsce w roku 1991, Instytut Turystyki, Warszawa 1992 rok.

zapobiegać takim sytuacjom. Brakuje nam tanich hoteli o dobrym standardzie. Na nasz rynek z taką ofertą próbuje wejść francuski łańcuch Accor. Jednak niedostosowanie tych hoteli do warunków technicznych w Polsce (np. brak kart kredytowych u polskich obywateli) uniemożliwia ich wybudowanie. Inną konkurencyjną formą, która rozbudowałaby się hoteli 2,3-gwiazdkowych, jest propozycja utworzenia spółki holdingowej 15-20 miast, które same zaczęłyby budować takie właśnie hotele.

Drugim problemem istotnym przy promowaniu naszego kraju jest stan bazy gastronomicznej, który jest niski w porównaniu z innymi krajami Europy Wschodniej i Zachodniej. Jest to od wielu lat trudny problem do rozwiązania, którego ranga wzrasta w okresie wakacyjnych. Powiększa się liczba zakładów prywatnych, jest to bowiem efekt postępującej prywatyzacji, która w swoich założeniach ma rozwinąć sieć zakładów gastronomicznych zaspakajających swoim standardem nie tylko turystów polskich, ale przede wszystkim zagranicznych. Widoczne są co prawda pierwsze pozytywne efekty prywatyzacji i korzystne zmiany w gastronomii, bo przybyło wiele nowych lokali, restauracji, pizzerii i punktów małej gastronomii. Na nasz rynek weszła również wielka sieć gastronomiczna Mac Donald. Wydaje się jednak, że pomimo pewnego postępu w tym zakresie, nadal podstawowe znaczenie w obsłudze cudzoziemców ma zaplecze gastronomiczne obiektów hotelowych.

W 1989 roku obserwuje się poważne zmiany w zakresie rozwoju różnego typu biur i organizacji, które wchodzą na rynek zagranicznej turystyki przyjazdowej.

W tej zmieniającej się sytuacji rynkowej istotną rolę w promowaniu naszego kraju mogłyby pełnić również biura podróży, a szczególną rolę mogłyby pełnić narodowy ośrodek informacji turystycznej w Amsterdamie, który prowadziłby na szeroką skalę działalność promocyjną, przyczyniając się do zwiększenia efektów działalności.

Mówiąc o promocji Polski w innych krajach, a w tym również w krajach Beneluksu należy pamiętać i zdawać sobie sprawę, że Polska jest ciągle krajem nieznanym w Europie. Dlatego więc przybliżenie jej za pomocą promocji jest takie ważne. Trzeba sobie jednak najpierw zdać sprawę, że problem promocji Polski jest bardzo istotny dla naszego kraju i trzeba dobrze wiedzieć co i jak promować. Promocja to pozyskanie nowych partnerów. Należałoby nakreślić długoletni plan promocji, produkcji materiałów i zakresów działalności dla promocji istotnych. Wykorzystać można w tym celu wielkie wydarzenia kulturalne, sportowe, a nawet o charakterze rządowym: gospodarcze

lub polityczne np. podróże mężów stanu do Polski. Przy okazji takich wydarzeń można przedstawiać Polskę również i od strony turystycznej, nie licząc w tym wypadku na natychmiastowy wzrost ruchu turystycznego.

Do tej pory Polska była promowana głównie przez Orbis przez pryzmat jego własnej działalności, przez COIT, częściowo przez inne biura podróży, przez LOT i MSZ. Drukowano broszury promocyjne dające informację turystyczną o całym kraju (podkreślające oczywiście działalność Orbisu), jednolite broszury o hotelach orbisowskich, plakaty turystyczne, kalendarze, książki, albumy dla celów handlowych i wydawnictwa reklamowe różnych przedsiębiorstw. MSZ produkowało również filmy.

Promocja Polski powinna być dokonywana przez instytucję niezależną (nie przez biuro podróży) i państwową przynajmniej w zakresie druku broszur, przygotowywania filmów turystycznych (video) i study tour dziennikarzy. Materiały powinny być na dobrym technicznym poziomie. Poza tym Polska powinna jak najwięcej uczestniczyć w imprezach targowych zagranicznych, bo jest to jeden z głównych sposobów dotarcia bezpośredniego do klienta.

Wyróżnić można dwa rodzaje targów:

- ściśle profesjonalne, podczas których odbywają się tylko rozmowy między kontrahentami
- konsumpcyjne, inaczej publiczne, wielobranżowe, impreza otwarta dla szerokiej publiczności.

Do imprez targowych, które odbyły się lub odbędą w Holandii w 1992 roku, w których Polska reprezentowana jest przez stoiska narodowe 5) organozowane przez COIT wspólnie z Orbisem i LOT-em należą targi:

- w Utrechcie - Vakantiebeurs, w styczniu, profesjonalno-publiczne. Są to największe targi; w Holandii w styczniu 1992 roku odwiedziło je 138,5 tys. osób.
- w Amsterdamie - Tour - w grudniu, profesjonalne.

A w Belgii to targi:

- w Antwerpii - Salon des Vacances, na przełomie stycznia i lutego, profesjonalno-publiczne
- w Brukseli - Salon des Vacances, w marcu, profesjonalno-publiczne, razem z LOT-em. Są to jedne z najważniejszych targów turystycznych w Europie.

Na 1993 rok planowany jest udział Polski w tych samych targach w Holandii i Belgii oraz w dodatkowych targach w Brukseli w listopadzie.

5) stoiska narodowe organizowane są od 1991 roku.

Ponadto do innych imprez targowych odbywających się w Holandii należą profesjonalne targi Work shop odbywające się w styczniu i kwietniu w Amsterdamie i targi profesjonalno-publiczne: Salon "Op Pad" w lutym w Hadze, Ski Happ w październiku w Rotterdamie, Caravan Rai w listopadzie w Amsterdamie, Fiets Vakantiebeurs w kwietniu w Amsterdamie, Ski Inn w październiku w Eindhoven oraz Dutch Golf Expo w lutym w Hadze.

W Belgii natomiast odbywają się następujące imprezy targowe: targi profesjonalne Work shop w lutym w Brukseli, International Brussels Travel Fair w listopadzie w Brukseli oraz Work shop Ski w październiku w Antwerpii oraz targi profesjonalno-publiczne: Salon International du Ski w październiku we wszystkich ważniejszych miastach w Belgii, Flander's International Travel Fair w styczniu w Saint-Nicolas, Vakantiesalon w styczniu w Hasselt, Vert w lutym w Liege, Lentebours w kwietniu w Gand, Salon International de la Maison et Des Vacances na przełomie lutego i marca w Charleroi oraz Vakantie w marcu w Louvain.

Na targach do klientów powinno docierać się nie tylko przez broszury, ale także i przez różne drobne przedmioty takie jak długopisy, zapalniczki, znaczki, których prawie w ogóle na polskich stoiskach nie ma. Wyjątek stanowi LOT.

Innym aspektem problemu promocji szalenie istotnym jest również to jakie wyobrażenie mają w Belgii i Holandii o naszym kraju. A wyobrażenie to niestety nie jest takie jakie chcielibyśmy, aby było. Mamy przede wszystkim opinię kraju już drogiego i ciągle bałaganiarskiego. Ponadto elementem zniechęcającym turystów do przyjazdów do Polski jest przekonanie, że Polska jest krajem brudnym. Należałoby więc zrobić wszystko, aby to wyobrażenie o Polsce zmienić w oczach turystów z Beneluksu oraz poprawić jakość i zakres informacji o turystyce w Polsce w tamtych krajach. Ogromną umiejętnością byłoby ocenienie psychiki Belgów i Holendrów i przeanalizowanie na co zwracają oni największą uwagę. Temu celowi między innymi służą badania Instytutu Turystyki, w których pytano o to, co turyście z Belgii i Holandii nie podobało się w naszym kraju.

Nasza promocja nie powinna iść w kierunku ściągania do Polski turysty masowego. Nasze działania powinny być skierowane na skłonienie turysty, który już przyjechał do jak najdłuższego pobytu u nas i wydawania więcej pieniędzy w Polsce. Powinniśmy również dążyć do zwiększenia wachlarza usług oferowanych turyście z Belgii i Holandii.

Promocję naszego kraju powinno realizować się poprzez reklamę. Różne są formy reklamy funkcjonujące w krajach Beneluxu. Największe znaczenie przypisuje się reklamie ustnej, która odgrywa w tamtych krajach bardzo dużą rolę, w zasadzie największą. Jest to przekaz informacji między ludźmi, którzy byli, widzieli i o tym opowiadają. Taka reklama spełnia największą rolę. Drugą formą reklamy jest reklama w radiu i telewizji.

System, w ramach którego od 1928 roku funkcjonują rozgłoszenie radiowe i telewizyjne (od okresu po zakończeniu drugiej wojny światowej) w Holandii jest w skali światowej zupełnie wyjątkowy. Od początku przyjęto zasadę, że programy będą nadawane przez prywatne towarzystwa, zaś łączny czas emisji przypadający na każde z nich uzależniony jest od liczby abonentów radiowych i telewizyjnych zarejestrowanych jako członków danej rozgłośni. Istnienie przy tym podziału na 4 kategorie tych organizacji, w zależności od liczby zwolenników. Obok rozgłośni prywatnych działa także jedna państwowa - NOS - formalnie stowarzyszenie wszystkich rozgłośni. Cechą charakterystyczną holenderskiego radia i TV jest niewielki udział reklamy. Po raz pierwszy zresztą dopuszczono audycje reklamowe w TV w 1967r., w radiu zaś rok później. Rząd świadomie ogranicza reklamę - np. w TV czas jej nadawania nie przekracza 0,5 godziny dziennie, mimo, że popyt na czas nadawania jest bardzo duży, zaś fundusze osiąmane z tego tytułu przekazywane są na konta wszystkich rozgłośni.

Bezsprzecznie telewizja ma znacznie szerszy zasięg oddziaływania społecznego niż radio. Obliczono, że średnio w okresie zimowym każdego wieczoru przed odbiornikiem TV zasiada 43% dorosłej ludności Holandii.

Niestety reklama telewizyjna zarówno ogłoszenia jak i krótkie klipsy jest bardzo droga. Dlatego promocja Polski poprzez reklamę telewizyjną jest rzadko stosowana.

W Holandii obok 4 kanałów holenderskich podstawowych istnieje w każdym mieście kanał lokalny oraz Sky Chanal nadawany również z Hilversum. Reklama turystyczna jest głównie emitowana na tym kanale. Ponadto ze względu na to, że Holendrzy są narodem bardzo sportowym reklama turystyczna pojawia się również na kanałach sportowych.

Obok reklam turystycznych w telewizji w krajach Beneluxu emitowane są specjalne programy turystyczne. Jest kilka takich audycji telewizyjnych, które poświęcone są turystyce w różnych krajach oraz ciekawostkom na świecie. W audycjach tych bywa też program o Polsce. Np. w ostatnim okresie pro-

gram o Polsce został umieszczony trzy razy w audycji telewizyjnej "Świat bez wizy" w telewizji belgijskiej. Do audycji tych można dostać się w rozmaity sposób. Np. zaprasza się ekipę telewizyjną do Polski, płaci się jej za pobyt w Polsce, a ona przygotowuje program o naszym kraju. Ostatnio Orbis finansował pobyt takiej ekipy w Polsce. Często trzeba jeszcze zapłacić za emisję programu. Ale może to być całkowicie opłacalne zwłaszcza, gdy program taki zostanie nadany w telewizji satelitarnej, bo np. Sky Chanel emituje audycje na 14 krajów. Należałoby opłacić pobyt ekipy na około 10 dni dla 5 osób, którzy według naszego scenariusza nakręciliby film 30-40 min. Film miałby komentarz w języku angielskim i byłby własnością sponsora, który gwarantuje emisję dwukrotnie w ciągu roku, z 10 anonsami poprzedzającymi (ok. 20 sek każdy). Za dodatkową niewielką opłatą można otrzymać taśmę w żądanym języku, ewentualnie wybór sekwencji do stworzenia nowego, krótszego filmu. Przy bardzo dobrej jakości tych filmów jest możliwość zarówno w Belgii jak i w Holandii bezpłatnych ich emisji w TV narodowych.

Przygotowanie takiego programu turystycznego o Polsce poprzez study tour dziennikarzy i umieszczenie go w audycjach telewizyjnych jest znacznie dla nas korzystniejsze z punktu widzenia finansowego oraz łatwiejsze od umieszczenia reklamy w audycjach reklamowych.

Ponadto informacja o Polsce ukazuje się w holenderskiej telewizji kablowej na 50 stronach telegazety. Ten teletext to wszystkie najważniejsze informacje o wyjeździe do Polski. Umieszczenie go w telewizji kosztuje 2600 guldenów rocznie.

Robienie własnych telewizyjnych programów reklamowych o Polsce w krajach Beneluksu byłoby możliwe tylko wtedy, gdyby była na miejscu osoba, która by się tym zajęła.

Kolejną formą reklamy to magazyny profesjonalne, których np. w Holandii jest cztery. Są one rozsyłane do profesjonalistów. Umieszcza się w nich reklamy szczególnie dla krajów słabszych turystycznie.

Ważne są też artykuły ukazujące się w prasie codziennej i w czasopiśmie. Tego typu działalność nie powinna być ograniczona tematycznie, bo artykułów takich powinno ukazywać się jak najwięcej.

Obok 6 dzienników o zasięgu ogólnokrajowym: Algemeen, Dagblad, NRC-Handelsblad, Hef-Parool, De Telegraaf, Trouw oraz Die Volkskrant cechujących się zróżnicowaną orientacją polityczną, ukazuje się ponadto w Holandii kilkadziesiąt dzienników o zasięgu lokalnym - niekiedy mutacji regionalnych wielkich

gazet. Pewna liczba gazet w mniejszych miejscowościach nie ukazuje się codziennie, lecz parę razy w tygodniu. Poza tym ukazują się rozmaite czasopisma. Wydawane są też bezpłatne gazety z ogłoszeniami. Wprowadzenie reklamy w radiu i TV uszczupliło dochody prasy z tego tytułu i wpływa na stałe zmniejszanie się liczby niezależnych gazet i tygodników. Polityka rządu zmierza jednak do podtrzymania egzystencji nierentownych nawet gazet i czasopism przez system pomocy finansowej, aby tym samym pełniej zagwarantować zachowanie niezależności i różnorodności prasy. Robi się ponadto analizy na temat, które czasopisma są najbardziej poczytne i przydatne w reklamie, aby w nich właśnie umieszczać reklamy turystyczne. Ogłoszenia reklamowe ukazywały się w 10 tytułach czasopism, aktualnie tylko w dwóch, a pomimo to zwiększa się ilość respondentów.

Poza tym bardzo wskazane jest posiadanie serwisu prasowego dla profesjonalistów. Trzeba informować o Polsce, stale podawać komunikaty o tym, co dzieje się w Polsce, o ważniejszych wydarzeniach w naszym kraju. Jest to również forma promocji naszego kraju. Najważniejszą jednak sprawą w reklamie i jednocześnie najważniejszą jej formą to umieszczenie polskiej oferty turystycznej w katalogu ważnego Tour-Operatora np. w Holandii: Holland International czy Oad. Bardzo pomocnym w tym jest stwierdzenie, że będzie się współuczestniczyć w kosztach druku. Rola tour-operatora ogranicza się tylko do zbierania informacji o danym rynku turystycznym.

Holandia to rynek bardzo aktywny turystycznie i dlatego zarówno warto jak i bardzo wskazanym jest otworzenie polskiego narodowego ośrodka informacji turystycznej w Amsterdamie, którego naczelnym zadaniem i celem byłoby promowanie Polski i udzielanie informacji o naszym kraju. W ten sposób byłaby szansa na informowanie jak największej ilości osób o Polsce i ściąganie jak największej ilości turystów z Holandii do naszego kraju.

Utworzenie ośrodka informacji turystycznej w Amsterdamie jest konieczne, aby nie stracić rynku holenderskiego. Ośrodek Orbisowski - handlowy niestety nie może zastąpić takiego ośrodka i nie może spełniać jego roli. Rola takiego ośrodka mogłaby być szczególnie istotna w sytuacjach, gdy Holendrzy reagują na różne wydarzenia w Polsce i tworzą sobie pewne o nas wyobrażenia. Holendrzy są narodem szczególnie reagującym na tego typu wydarzenia jak stan wojenny czy Czarnobyl, które bardzo na nich oddziałują negatywnie oraz takie, które po-

wodują zmianę nastrojów np. wizyta gen. Jaruzelskiego u Papieża. Jeżeli byłby ośrodek w Amsterdamie, mógłby od razu reagować oraz wykorzystywać tego typu sytuacje wchodząc szybko na rynek turystyczny z bogatą i atrakcyjną ofertą.

Aktualnie w Amsterdamie funkcjonuje orbisowski ośrodek informacji turystycznej, a w Brukseli od stycznia 1992 roku Pol-Orbis spółka handlowa działająca jak klasyczne biuro podróży. W Brukseli zostało utworzone jedno z pierwszych po wojnie zagranicznych przedstawicielstw Orbisu, które funkcjonowało do 1982 roku. Przez tyle lat nie było tam żadnego przedstawicielstwa Orbisu i wpływy z turystyki zagranicznej na tym rynku wynoszą tylko 200-400 tys.\$, a mogłyby wynosić nawet 2 mln \$.

Trzeba jednak pamiętać o tym, że utworzony ośrodek w Holandii nie zastąpi ośrodka w Belgii i nie będzie na Belgię oddziaływał, bo żaden Flamand czy Walon z Belgii nie będzie starał się uzyskać informacji z tego ośrodka. Podobnie byłoby z sytuacją na odwrót: ośrodek w Belgii nie oddziaływałby na Holandię. Nie oznacza to jednak wcale tego, że koniecznym zaraz jest tworzenie takiego ośrodka w Brukseli.

Turystów z krajów Beneluksu przyciąga do Polski nasza polska muzyka klasyczna: Chopin, muzyka współczesna: Penderecki oraz folklor. Przyjeżdżają też do nas, aby poczuć polską tradycyjną gościnność, poznać historię, odwiedzić miejsca kultu religijnego np. Czarną Madonnę w Częstochowie, poznać Warszawę i Kraków. I dlatego przygotowując promocję w tych krajach musimy pamiętać o tych elementach, które najbardziej przyciągają Holendrów i Belgów do naszego kraju.

Musimy pamiętać jeszcze o tym, że blisko naszego kraju istnieją rynki turystyczne konkurencyjne dla nas. Są to Czechosłowacja i Węgry. Nie ma racjonalnego wytłumaczenia dlaczego tak jest, ponieważ mamy znacznie więcej do zaoferowania od tych krajów jeśli chodzi o walory i potencjał turystyczny, a jednak pomimo to są to kraje konkurencyjne dla nas. Wpływ na ten fakt ma zarówno to, że Polska ma zły wizerunek, że zła o nas piszą, a wyobrażenie o Czechosłowacji i Węgrzech jest bardzo pozytywne. Poza tym kraje te są po prostu modne i często odwiedzane przez mieszkańców Beneluksu. Tym bardziej wiedząc o konkurencyjności na szczytach sąsiadów działania promocyjne mają sens oraz są bardzo ważne i potrzebne.

ZRÓDŁA

1. Bartoszewicz W., "Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991 r.", Instytut Turystyki 1992r.
2. Bogusz M., "Turystyka przyjazdowa do Polski w latach 1989-90, stan obecny oraz warunki rozwoju", Instytut Turystyki 1991r.
3. Buczak T., "Biura podróży w Polsce w roku 1991", Instytut Turystyki, Warszawa 1992r.
4. PP Orbis "Analiza działalności przedsiębiorstwa za 1990r."
5. Rocznik Statystyczny GUS 1991, Warszawa.
6. Statistical Yearbook of the Netherlands, 1990. Netherlands Central Bureau of Statistics, Hague, SDU publishers, cbs publications 1990.
7. Strategic Marketing Plan 1991/1995, Opting for opportunities, Netherlands Board of Tourism.
8. Tourism trends from Europe to other regions of the world 1980-1990, WTO, may 1991.
9. Vakantie-onderzoek 1991, nr S-761, NIPO, December 1991. Wyniki ankiety WES, Bruksela 1991.

BIBLIOTEKA IV
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych