

INSTYTUT TURYSTYKI

Mirosław Nalazek
Małgorzata Staniewska

BIBLIOTEKA
Archiwum
Naukowo-Badawczy

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO WIELKIEJ BRYTANII

WARSZAWA 1992

SPIS TREŚCI

	STR
1. PODSTAWOWE INFORMACJE O LUDNOŚCI I GOSPODARCE WIELKIEJ BRYTANII.....	3
2. GŁÓWNE TRENDY ROZWOJOWE W TURYSTYCE W WIELKIEJ BRYTANII.....	5
2.1. Miejsce turystyki Wielkiej Brytanii w świecie i w Europie.....	5
2.2. Rola turystyka w gospodarce Wielkiej Brytanii, uczestnictwo w turystyce.....	6
2.3. Turystyka wyjazdowa.....	8
2.3.1. Turystyka do Europy Wschodniej.....	9
2.4. Turystyka przyjazdowa.....	9
2.5. Klasyfikacja turystów.....	10
2.6. Ocena trendów i wnioski.....	12
3. ORGANIZACJA RYNKU TURYSTYCZNEGO WIELKIEJ BRYTANII.	12
3.1. Organy rządowe d/s turystyki.....	12
3.2. Biura podróży, touroperatorzy.....	12
3.3. Podstawowe organizacje współpracujące z Polską.....	13
3.4. Targi turystyczne.....	13
4. RUCH TURYSTYCZNY WYJAZDOWY DO POLSKI.	13
4.1. Wyjazdy turystyczne z Wielkiej Brytanii do Polski.....	13
4.2. Motywy przyjazdu do Polski i główne formy organizacji pobytu.....	16
4.3. Wykorzystywana baza noclegowa i kierunki przyjazdów.....	19
4.4. Czynniki zmniejszające turystyczną atrakcyjność Polski dla gości z Wielkiej Brytanii.....	20
4.5. Wnioski.....	21
5. PROMOCJA TURYSTYKI DO POLSKI NA RYNKU BRYTYJSKIM	
5.1. Pozycja Polski i konkurencyjne rynki.....	22
5.2. Priorytety i cele rynkowe.....	22
5.3. Segmentacja rynku.....	23
5.4. Reklama i informacja na rynku.....	24
6. ŹRÓDŁA.....	25
7. SPIS TABEL.....	26
8. STRESZCZENIE.....	27

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O LUDNOŚCI I GOSPODARCE WIELKIEJ BRYTANII

Wielka Brytania (Great Britain, Zjednoczone Królestwo Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej) jest monarchią konstytucyjną. Ten wyspiarski kraj składa się z 4 krain historycznych: Anglii, Irlandii Pn., Szkocji i Walii posiadających znaczną autonomię.

Wg spisu przeprowadzonego w kwietniu 1991 Wielka Brytania liczyła 55487 tys mieszkańców. Strukturę ludności i gęstości zaludnienia przedstawia załączona tabela.

Tabela 1. Ludność i gęstość zaludnienia Wielkiej Brytanii

	Wlk. Brytania	Anglia	Walia	Szkocja	Irlandia Pn.
Ludność w tys.	55487	46161	2799	4957	1510
Powierzchnia w km kw.	242534	130478	20768	77167	14121
Zaludnienie	229	354	135	64	111

Źródło: Britain 1992, An Official Handbook (Central Office of Information).

Struktura ludności wg. wieku jest następująca (wg spisu 1990):

19 lat i poniżej	-	14,838 tys. (25.8%)
20 - 39 lat	-	17,128 tys. (29.8%)
40 - 64 lat	-	16,457 tys. (28.7%)
65 lat i powyżej	-	8,988 tys. (15.7%)

Średnia wieku społeczeństwa Wielkiej Brytanii należy do najwyższych w Europie. Na szczególną uwagę zasługuje znaczny odsetek osób w wieku emerytalnym co przy wysokiej stopie życiowej wskazuje na jeden z możliwych kierunków działań marketingowych na tym rynku.

Stolicą kraju i jednocześnie największym miastem Wielkiej

Brytanii jest Londyn (6377,9 tys.). Inne duże miasta to Birmingham (934.9 tys.), Leeds (674.4 tys.) oraz Glasgow (645.5 tys.) oraz Sheffield, Bradford, Liverpool, Manchester i Edinburgh. Językiem urzędowym jest język angielski a w Walii również język walijski.

Według raportu ONZ Wielka Brytania jest na 11 miejscu (ze 160 sklasyfikowanych) w świecie jeśli chodzi o poziom życia. Za podstawę wzięto współczynnik łączący długość życia, poziom wykształcenia oraz siłę nabywczą. Po recesji trwającej do 1980 roku w ciągu ośmiu kolejnych lat zanotowano wzrost - średnio 3% rocznie (jeden z najwyższych wskaźników w EC). W 1990 stopa wzrostu wyniosła już tylko 0.5%

W 1990 roku dochód narodowy GDP osiągnął wartość 416,888 mln GBP, wzrost w stosunku do 356,083 mln GBP w 1985.

Zatrudnienie ogółem 28.5 mln (1990) co daje wskaźnik 49.5% ludności czynnej zawodowo. W usługach pracuje 69.4%, przemyśle - 22.5%, budownictwie - 4.8%, energetyce - 2.0%, rolnictwie - 1.3%. Bezrobocie wniosło w 1991 r. 8.1%.

Poziom inflacji - 4.7% (1991).

2. GŁÓWNE TRENDY ROZWOJOWE W TURYSTYCE W WIELKIEJ BRYTANII

2.1. Miejsce turystyki Wielkiej Brytanii na Świecie i w Europie

Wielka Brytania ma jeden z najlepiej na świecie rozwiniętych przemysłów turystycznych. Przez wiele lat był to kraj przodujący w tej dziedzinie, tutaj powstało pierwsze biuro podróży, tutaj też powstawały nowe formy organizacyjne wyjazdów, rozliczeń, itp. Obecna rola turystyki brytyjskiej jak również organizacji w niej działających nie jest już tak znacząca, niemniej należy stwierdzić, że w dalszym ciągu jest to jeden z najważniejszych krajów w turystyce na świecie.

Sprzyja temu bogata historia, wysoki poziom dochodu narodowego w przeliczeniu na jednego mieszkańca, wysoki poziom życia oraz bliskie związki z kulturowe, językowe i gospodarcze z krajami wchodzącymi nigdyś w skład brytyjskiego imperium kolonialnego.

Miejsce Wielkiej Brytanii w światowej turystyce wyjazdowej przedstawia tabela 2. Wynika z niej, że pod względem wielkości wydatków na turystykę zagraniczną zajmuje ona na świecie czwarte miejsce (po USA, Niemczech, Japonii) i drugie w Europie.

Porównując dane z 1981 i 1991 (tabela nr 3.) widzimy, że średnioroczne tempo wzrostu wydatków na turystykę zagraniczną wyniosło 10% a więc więcej niż średnia w Europie. Spowodowało to nieznaczny wzrost udziału Wielkiej Brytanii w ogólnej sumie wydatków na turystykę w Europie. Przekracza ono znacznie tempo wzrostu dochodu narodowego. Dla pełnego obrazu należałoby jednak uwzględnić stopę inflacji i zmiany relacji funta do walut krajów docelowych.

Tabela 2. Wydatki na turystykę najważniejszych krajów na świecie

KRAJ	WYDATKI OGÓŁEM			LUDNOŚĆ (w tys.)	WYDATKI NA OSOBĘ	
	mln \$	Miejsce	%		\$	Miejsce
Świat ogółem	261,000		100.0			
USA	42,367	1	16.2	249970	169	20
Niemcy	31,650	2	12.3	63230	501	11
Japonia	23,942	3	9.2	123610	194	19
Wielka Brytania	16,793	4	6.4	57410	293	15
Włochy	13,300	5	5.1	57660	231	16
Francja	12,338	6	4.7	56440	219	18
Kanada	8,977	7	3.4	26450	339	14
Holandia	7,476	8	2.9	14940	516	9
Szwajcaria	6,580	9	2.5	6650	989	2
Austria	6,438	10	2.5	7720	834	3

Źródło: Dane WTO

Tabela 3. Wydatki na turystykę 1981 -1991 głównych krajów Europy

Miejsce	Kraj	Wydatki na turystykę w mln \$	Miejsce		Śr. tempo wzrostu rocznie	U d z i a ł wydatkach w Europie		w
1991		1991	1981	1981	81/91	1991	1981	
1	Niemcy	31650	17528	1	6.1	24.54	34.28	
2	W. Brytania	16793	6478	2	10.0	13.02	12.67	
3	Włochy	13300	1664	9	23.1	10.31	3.25	
4	Francja	12338	5752	3	7.9	9.57	11.25	
5	Holandia	7700	3516	4	8.2	5.97	6.88	

Źródło: Dane WTO

W przeliczeniu na jednego mieszkańca Wielka Brytania zajmuje miejsce w połowie drugiej dziesiątki (15). Podobna sytuacja występuje jednak w odniesieniu do wszystkich krajów o większej liczbie ludności.

Wielka Brytania posiada bardzo rozwinięty przemysł hotelowy zajmując jedno z czołowych miejsc na świecie pod względem ilości miejsc hotelowych (29 tys. hoteli, prawie 1 milion miejsc noclegowych). Dzięki temu a także dzięki bardzo dobrej dostępności komunikacyjnej jest ona jednym z największych na świecie centrów wystawowych i kongresowych (obok USA i Francji).

2.2. Rola turystyki w ekonomice Wielkiej Brytanii, uczestnictwo ludności w turystyce

Miejsce turystyki w ekonomice Wielkiej Brytanii obrazuje poniższa tabela 4. Udział przemysł turystycznego w tworzeniu dochodu narodowego Wielkiej Brytanii wynosi niespełna 4%. W liczbach bezwzględnych wynosi to ok. 24 miliardy GBP. Jest to najważniejsza dziedzina w zakresie eksportu usług a globalnie zajmuje 5-te miejsce. Bilans przychodów i wydatków w turystyce jest ujemny. Dochody z turystyki przyjazdowej pokrywają około 75% wydatków na turystykę zagraniczną.

Ocenia się, że zatrudnienie w turystyce wynosi 1.6 miliona osób (ok. 6% zatrudnionych). Jednak bezpośrednio przy obsłudze turystyki zagranicznej zatrudnionych jest ok. 300-350 tys. osób.

Tabela 4. Udział turystyki w gospodarce Wielkiej Brytanii.

Wskaźnik ekonomiczny	Wartość w mld GBP	Udział turystyki
Dochód Narodowy Brutto	545	3.7%
Wydatki na konsumpcję	346	5.8%
Eksport ogółem	221	4.3%
Eksport usług	32	29.1%

Źródło: National Facts of Tourism, BTA 1992.

W 1989 roku 91% zatrudnionych posiadało 4 tygodnie lub więcej urlopu (w 1961 roku 97% pracujących miało najwyżej 2 tygodnie urlopu). Znaczący udział wszystkich zatrudnionych miał 24 lub więcej dni urlopu.

W 1990 roku 59% dorosłej ludności uczestniczyło w co najmniej jednym wyjeździe urlopowym poza domem. Ilość urlopów osiągnęła 52.5 miliona z czego 32.5 było spędzone poza Wielką Brytanią.

2.3. Turystyka wyjazdowa

Podstawowe kierunki wyjazdów Brytyjczyków za granicę przedstawia tabela nr 5.

W 1990 roku zanotowano 32.5 miliona wyjazdów za granicę. Ocenia się, że 20.5 mln a więc 56% odbywały się w ramach tzw. "package arrangements". Najpopularniejszymi krajami w Europie poza Irlandią były: Francja i Hiszpania a następnie chociaż przy znacznie mniejszych ilościach: Włochy, Grecja, Niemcy. Z krajów pozaeuropejskich najważniejszą rolę odgrywają wyjazdy do USA.

Tabela 5. Główne kierunki wyjazdów z Wlk. Brytanii w 1991 r.

Kraje Docelowe	Przyjazdy Z Wlk. Brytanii	Wzrost % 91/90	% Przyjazdów Kraju docel.
Austria	786300	- 15.9	4.1
Francja	7177000	- 2.3	12.9
Niemcy	1303110	- 14.6	9.1
Grecja	167487	1.7	20.8
Irlandia	23550000	- 1.7	64.3
Włochy	1711634	- 16.4	3.3
Holandia	832300	0.5	14.2
Portugalia	1100000	3.7	12.5
Hiszpania	6144813	- 2.3	17.4
Szwajcaria	536230	- 11.3	7.2
(1) 1990			

Źródło: Dane WTO

2.3.1. Turystyka wyjazdowa do Europy Wschodniej

Przedstawienie miejsca turystyki brytyjskiej na tle świata i Europy nie daje nam wystarczających informacji na temat jak kształtuje się turystyka wyjazdowa do byłych krajów socjalistycznych, gdyż są one niejako konkurencyjne dla Polski a jednocześnie podobne z punktu widzenia motywacji (poza oczywiście motywacją etniczną). Autorzy na podstawie dostępnych danych WTO zestawili tabelkę nr 6. Wynika z niej, że we wszystkich wymienionych krajach turystyka z Wielkiej Brytanii zajmuje miejsce marginalne. Jeśli wyliczyć Jugosławię, która już w 1991 roku była w stanie etnicznych konfliktów zbrojnych, zajmuje ona nie więcej niż 2% przyjeżdżających z zagranicy.

Tabela 6. Wyjazdy z Wielkiej Brytanii do wybranych krajów Europy Wschodniej w 1991 roku

Kraj	Ilość osób	Miejsce 1990/1991	% zmiana w przyj.	% Udział
Bułgaria	96945	8	7.4	1.4
Jugosławia	115900	3	-82.5	7.9
Polska	84600	8	44.3	0.2
Rosja	103763	4	16.7	1.4
Węgry	137000	11	53.8	0.6

Źródło: Dane WTO, obliczenia własne.

2.4. Turystyka przyjazdowa

Przyjazdy ogółem wyniosły w 1991 roku ok. 16.8 mln. Stanowi to spadek w stosunku do roku poprzedniego o 6.7%. Podstawowym powodem spadku była wojna w Zatoce Perskiej oraz recesja w niektórych krajach europejskich. Mimo wszystko zaskakujący jest wzrost przyjazdów z USA, które osiągnęły ponad 3 mln osób. Inne główne kraje dające najwięcej turystów to Francja, Niemcy oraz Irlandia.

Tabela nr 7. Przyjazdy do Wielkiej Brytanii w 1991 roku
(najważniejsze kraje)

Kraj	Liczba Przyjazdów	Zmiana % 1991/1990	Udział w przyjazdach
<u>Europa</u>			
Francja	2309000	2.1	12.8
Niemcy	1878000	- 7.4	10.4
Irlandia	1317000	1.2	7.3
Scandynawia	1111000	- 6.9	6.2
Holandia	993000	5.6	5.5
Włochy	714000	0.8	3.9
Hiszpania	605000	- 2.7	3.4
<u>Kraje Pozaeuropejskie</u>			
USA	3048000	7.2	16.9
Kanada	701000	9.7	3.9
Australia	629000	17.6	3.5
Japonia	571000	13.1	3.2
Wszystkie kraje	16805000	3.9	100.0

Źródło: WTO

2.5 Klasyfikacja turystów

Charakterystykę podróży turystów brytyjskich w turystyce krajowej wg. celów przedstawia tabela 8. Dominującym celem podróży jest turystyka, podczas gdy ruch służbowy stanowi zaledwie 15.2%. Podobny jest udział wydatków związanych z tymi podróżami.

Tabela 8. Turystyka krajowa wg. charakteru podróży w 1990

Rodzaj wyjazdu	Ilość podróży % w mln		Wydatki % w mln GBP	
* Turystyczny	58.5	61.3	7.350	70.3
* Służbowy	14.5	15.2	1.615	15.4
* Odwiedziny przyjaciół lub rodzinę	20.0	20.9	930	8.9
* Inne	2.5	2.6	565	5.4
Razem	95.5	100.0	10.460	100.0

Źródło: BTA, National Facts of Tourism, 1992

Tabela 9. Turystyka przyjazdowa wg. charakteru podróży w 1990

Rodzaj wyjazdu	Ilość podróży % w mln		Wydatki % w mln GBP	
* Turystyczny	7.7	42.8	3.215	41.3
* Służbowy	4.5	25.0	2.193	28.2
* Odwiedziny przyjaciół lub rodzinę	3.6	20.0	1.152	14.8
* Inne	2.2	12.2	1.225	15.7
Razem	18.0	100.0	10.460	100.0

Źródło: BTA, National Facts of Tourism, 1992

Zwraca uwagę wysoki udział podróży służbowych w przyjazdach do Wielkiej Brytanii. Jest to znacznie więcej niż w innych krajach Europy Zachodniej. Wiąże się to z bardzo ważną rolą jaką odgrywa ten kraj w międzynarodowym handlu i finansach. Pobyty służbowe są znacznie krótsze (średnio ok. 5.5 dnia podczas gdy pozostałe wynoszą średnio 10.8 dnia). Znacznie wyższe są za to dzienne wydatki przy podróżach służbowych wynosząc ok. 85 GBP dziennie przy 37 GBP dziennie pozostałych kategorii turystów.

2.6. Ocena trendów i wnioski

1) Wielka Brytania należy do krajów o najwyższych wydatkach na turystykę zagraniczną. Od wielu lat zajmuje pod tym względem odpowiednio 4-te na świecie i 2-gie miejsce w Europie. O pozycji Wielkiej Brytanii decyduje przede wszystkim poziom życia w tym kraju, jej potencjał ludnościowy oraz silne związki polityczne i gospodarcze z krajami zachodnioeuropejskimi (EWG) i USA.

2) Konsekwencją powyższego jest, że głównymi kierunkami wyjazdów obok sąsiedzkiej Irlandii są kraje europejskie: Francja, Hiszpania, Grecja, Włochy, Niemcy a z pozaeuropejskich USA.

3) Kraje Europy Wschodniej a w tym także i Polska odgrywają minimalną rolę w wyjazdach Brytyjczyków za granicę. Jako głównych przyczyn należałoby się doszukać w odrębnościach kulturowych, oraz niekorzystnym (w przeszłości) lub mało atrakcyjnym (obecnie) obrazie tych krajów w społeczeństwie brytyjskim.

4) Dochody Wielkiej Brytanii z turystyki przyjazdowej plasują ten kraj w pierwszej piątce na świecie. Znaczny udział w przyjazdach mają wyjazdy służbowe. Bilans wydatków i dochodów z turystyki zagranicznej jest jednak ujemny.

3. ORGANIZACJA RYNKU TURYSTYCZNEGO WIELKIEJ BRYTANII

3.1. Organy rządowe d/s turystyki

Głównym organem koordynującym politykę kraju w zakresie turystyki jest Tourism Coordinating Committee, pod przewodnictwem Ministra d/s Zatrudnienia, w którego skład wchodzi również ministrowie odpowiedzialni za dziedziny mające wpływ na turystykę.

Największą organizacją rządową d/s turystyki jest powstała w 1969 r. British Tourist Authority (BTA) oraz wchodzące w jego skład zarządy krajowe: English Tourist Board (ETB), Scottish Tourist Board, Wales Tourist Board, Northern Ireland Tourist Board. Celem BTA jest propagowanie turystyki przyjazdowej do Wielkiej Brytanii. W strukturze organizacyjnej BTA znajduje się sieć biur zagranicznych ulokowanych w 32 państwach Europy, obu

Ameryk, Azji i Australii.

Krajowe Zarządy Turystyki skierowane są głównie na turystykę krajową w ich regionach oraz rozwój bazy turystycznej dla turystyki krajowej i zagranicznej poprzez swoje regionalne oddziały. Dla przykładu English Tourist Board liczy 12 regionalnych Zarządów Turystyki.

3.2. Biura podróży, touroperatorzy

Na rynku brytyjskim znajduje się ok. 8 tysięcy biur podróży zrzeszonych w Stowarzyszeniu Brytyjskich Biur Podróży (Association of British Travel Agents - ABTA) oraz ok. 4.5 tys. nielincencjonowanych biur podróży (niezrzeszonych w ABTA). Wśród członków ABTA znajduje się ok. 350 dużych touroperatorów, takich jak American Express, Thomas Cook, Gulliver, Intrasan, Trafalgar, Travellers i inne.

3.3. Podstawowe organizacje współpracujące z Polską;

Z Polską, oprócz spółki należącej do Orbis S.A. współpracują liczne biura polonijne (bezpośrednio lub poprzez touroperatorów) oraz wielu touroperatorów, współpracujących za pośrednictwem Polorbisu, BZTP "Orbis" lub też innych biur polskich. W ostatnim okresie obserwuje się coraz liczniejsze przypadki bezpośredniej współpracy z dostawcami usług zwłaszcza hotelami. Najwięksi kontrahenci Orbisu i Polorbisu-Londyn to American Express, Gulliver, Saga Holidays, Insight, Trafalgar, Travellers, Olson, Contiki i szereg innych.

Tabela 10. Najaktywniejsi kontrahenci BZTP Orbis (udział proc.)

Touroperator	1990	1991
Polorbis	61	74
Gulliver	7	8
Travellers	5	4
American Express	4	2
Travellines	2	3

Źródło: Analiza Handlowa BZTP Orbis

3.4. Targi turystyczne

Największymi targami turystycznymi organizowanymi na terenie Wielkiej Brytanii są targi międzynarodowe World Travel Market odbywające się co roku w listopadzie w Londynie. Targi te porównywalne z ITB w Berlinie, gromadzą corocznie wystawców z całego świata. W 1992 roku były to targi całkowicie zamknięte dla publiczności (tzw. profesjonalne). Poza WTM wśród najważniejszych targów wymienić należy również targi incentive CONFEX odbywające się w Londynie w lutym każdego roku.

4. RUCH TURYSTYCZNY WYJAZDOWY DO POLSKI.

4.1. Wyjazdy turystyczne z Wielkiej Brytanii do Polski.

W miarę stabilizacji ekonomicznej i politycznej naszego kraju zaznacza się stopniowy wzrost przyjazdów turystów zagranicznych do Polski, a od roku 1989 możemy mówić o gwałtownym wzroście turystyki przyjazdowej do Polski. W roku 1991 liczba turystów, która odwiedziła nasz kraj wyniosła 36,8 mln osób, co stanowi dwukrotny wzrost w stosunku do roku 1990, a przez 9 miesięcy 1992 roku przyjechało do Polski 34,6 mln osób. Według przewidywań Instytutu Turystyki do końca roku 1992 liczba ta wyniesie ok. 47 mln.

Ruch przyjazdowy do Polski i miejsce Wielkiej Brytanii obrazuje tabela 11.

W latach 1989-1991 turyści z Wielkiej Brytanii znajdowali się na 14 miejscu pod względem przyjazdów do Polski, a biorąc pod uwagę były tzw. II obszar płatniczy - odpowiednio na miejscach: 11,10 i 10 /za Niemcami, Francją, Holandią, Szwecją, Danią, Austrią, USA, Włochami i Belgią/. W stosunku do ogółu przyjeżdżających stanowili oni w 1989 roku ok. 0,57% a w roku 1991 - 0,23%.

Zważywszy na olbrzymi potencjał turystyczny tego rynku oraz obecność Polonii w Wielkiej Brytanii, powyższe dane świadczą o niewysokim zainteresowaniu Brytyjczyków wyjazdami do Polski.

Tabela 11. Ruch przyjazdowy do Polski z wybranych krajów
w latach 1989-1991 (w tys. osób).

KRAJE	1989	1991
OGOLEM w tym:	8232,6	36834,5
Austria	75,5	133,2
Belgia	23,7	94,5
Bułgaria	55,3	83,2
Czechosłowacja	1502,6	6101,9
Dania	54,7	141,6
Finlandia	32,6	30,4
Francja	74,8	196,9
Hiszpania	14,7	49,9
Holandia	56,1	159,4
Izrael	15,0	15,2
Japonia	13,1	9,8
d.Jugosławia	248,0	66,5
Kanada	18,4	25,2
Niemcy	1791,2	20885,4
Norwegia	24,5	40,9
Rumunia	18,8	275,9
Szwecja	115,2	143,6
USA	96,3	124,0
Węgry	698,5	179,9
Wielka Brytania	46,6	84,6
Włochy	59,7	122,7
d.ZSRR	2899,1	7545,5

Źródło: Dane GUS i Instytutu Turystyki

Dynamikę ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii do Polski ilustruje tabela 12.

Tabela 12. Przyjazdy Brytyjczyków do Polski w latach 1987-1991

Rok	Liczba przyjazdów	% wzrostu
1987	33 392	-
1988	34 185	2
1989	46 600	36
1990	58 600	26
1991	84 600	44

Źródło: Dane GUS i obliczenia własne

22

W stosunku do roku 1987 w roku 1991 nastąpił 2,5 krotny wzrost liczby odwiedzających nas Brytyjczyków. Można powiedzieć, że na tle masowego rozwoju turystyki na świecie powyższa dynamika mieści się w granicach średniej.

Na przestrzeni ostatnich trzech lat zauważa się znaczny spadek ilości turystów obsługiwanych przez polskie biura podróży, co obrazuje na przykładzie Orbisu tabela 13.

Tabela 13. Turystyka zorganizowana do Polski z krajów II obszaru płatniczego

Wyszczególnienie	1989	1990
RAZEM /tys.osób/ w tym:	602,9	360,4
W.Brytania /Orbis/	27,0 /15,8/	22,2 /19,0/
Udział tur.zorg. w przyjazdach /%/		
Ogółem	32,6	13,6
W.Brytania	57,9	37,9

Źródło: Instytut Turystyki i obliczenia własne.

Pomimo znacznego spadku zainteresowania ofertami polskich biur podróży ze strony turystów z byłego tzw. II obszaru płatniczego, procentowy udział Wielkiej Brytanii w kategorii turystów korzystających z turystyki zorganizowanej nieznacznie wzrósł z 4,5% w 1989 roku do 6,2% w 1990 roku. Biorąc pod uwagę sam rynek brytyjski wskaźnik ten, mimo spadku, jest nadal stosunkowo wysoki /37,9%/. Wiąże się to między innymi z faktem, że za pośrednictwem zagranicznych biur podróży z Wielkiej Brytanii przyjeżdża wielu turystów nie będących Brytyjczykami np. obywatele USA, Kanady, Australii, Japonii, a według danych statystycznych polskich biur podróży, przyjazdy rejestrowane są według siedziby zagranicznego biura podróży zlecającego obsługę turystyczną.

W roku 1991 PBP Orbis obsłużyło 14,6 tys. turystów z Wielkiej Brytanii, co stanowi 23% spadek w stosunku do roku 1991. W związku ze zniesieniem wiz pomiędzy Wielką Brytanią i Polską w lipcu 1992 roku tendencja ta może się pogłębiać na korzyść indywidualnych przyjazdów niezorganizowanych.

4.2. Motywy przyjazdu do Polski i główne formy organizacji pobytu.

Głównymi motywami przyjazdu Brytyjczyków do Polski są cele turystyczno-poznawcze, udział w wydarzeniach kulturalnych i imprezach sportowych, odwiedziny u krewnych i znajomych, załatwianie interesów służbowych. Dla większości grup zorganizowanych Polska stanowi kraj na trasie z lub do b.ZSRR lub część tury objazdowej po Europie Wschodniej.

Tabela 14. Motywy przyjazdu turystów z Wielkiej Brytanii do Polski

Charakter podróży	ilość osób	udział % osób
przejazd tranzytem	22	18,50
turystyczny/prywatny	87	73,10
służbowy/handlowy	10	8,40

Źródło: Ankieta Instytutu Turystyki, 1991r.

Ponad 70% ankietowanych turystów jako cel przyjazdu podało chęć poznania i zwiedzenia naszego kraju, często połączone z odwiedzinami znajomych i krewnych.

Tabela 15. zawiera informacje o formach przyjazdów ankietowanych 119 turystów z Wielkiej Brytanii. Większość z nich /ponad 70%/ korzystała z usług polskich biur podróży, w tym 55% to turyści indywidualni. Następną w kolejności formą był przyjazd na zaproszenie indywidualnych osób oraz indywidualny przyjazd bez pośredników. Z uwagi na nieliczną próbę ankiety i fakt, że przeprowadzana ona była głównie na lotnisku w Warszawie, powyższe wyniki nie dają pełnego obrazu sytuacji, pozwalają jednak na obserwacje istniejących trendów.

Tabela 15. Formy przyjazdów do Polski turystów z Wielkiej Brytanii

Forma przyjazdu	ilość osob	udział % osob
Wycieczka biura podrozy	23	19,33
Indywidualnie z biurem podróży	66	55,46
Indywidualnie na zaproszenie osób pryw.	14	11,76
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	5	4,20
Indywidualnie bez pośredników	11	9,25

Źródło: Ankieta Instytutu Turystyki, 1991

Tabela 16. Struktura sprzedaży turystyki z Wielkiej Brytanii zrealizowanej przez BZTP Orbis SA /w procentach/

Rodzaj turystyki	1989	1990	1991
Turystyka grupowa	42,0	69,1	62,9
Turystyka indywid.	50,0	23,9	33,0
Tur. kwalifikowana	-	1,5	2,9
Tur. uzdrowiskowa	-	0,4	0,9
Kongresy	8,0	5,1	0,3

Źródło: Analizy Handlowe BZTP Orbis 1989-1991

Na podstawie danych Biura Zagranicznej Turystyki Przyjazdowej Orbis SA obserwujemy, że w dalszym ciągu dominują jeszcze w turystyce zorganizowanej przyjazdy grupowe, lecz zaznacza się wyraźna tendencja do korzystania z indywidualnej formy przyjazdu /pod względem ilości obsługiwanych turystów wskaźnik ten był jeszcze wyższy i w 1991 roku wynosił 38% z wyraźną tendencją wzrostową w roku 1992/. Jednocześnie zaznacza się zainteresowanie nowymi formami wypoczynku, jak turystyka kwalifikowana /wycieczki rowerowe, wędkarstwo, jazda konna itp./ oraz uzdrowiskowa.

Tabela 17. Wydatki turystów z Wielkiej Brytanii w Polsce na tle wydatków turystów z innych krajów

Kraj	Średnia długość pobytu w dniach		Średnie wydatki w tys.zł/osobę		Średnie wydatki w tys zł/dzień	
	1990	1991	1990	1991	1990	1991
Ogółem	12	7,8	2967	2676	248	343
Wielka Brytania	14	5,7	3979	3871	263	676
Austria	11	4,6	1218	848	108	185
Niemcy	11	9,8	1997	1883	181	192
USA	15	11,3	7286	2083	479	184
Szwecja	7	6,5	1578	1408	214	216
Francja	15	11,1	2776	1788	190	162
Belgia	11	12,3	3062	3602	271	293
Włochy	10	7,5	3260	4320	315	573
Holandia	11	.	2351	.	214	.
Dania	7	7,2	1774	1878	249	261
Kanada	28	.	6372	.	225	.
Grecja	7	.	1050	.	151	.

Źródło: Instytut Turystyki, 1991

Jak wynika z przedstawionych w tabeli 17. danych wydatki Brytyjczyków w badanej grupie plasują ich na jednym z pierwszych miejsc pod względem wydatków w Polsce, obok takich krajów jak USA, Kanada czy Włochy. Niepokojący jest natomiast prawie 50%

spadek długości pobytu w Polsce. Świadczyć to może, iż turyści brytyjscy nie są skłonni wydać więcej, niż kwotę w granicach 350-400 \$ na osobę, co w dzisiejszej sytuacji prowadzi do konieczności skrócenia pobytu w Polsce.

4.3. Wykorzystywana baza noclegowa i kierunki przyjazdów.

Zdecydowana większość Brytyjczyków odwiedzających nasz kraj korzysta z bazy hotelowej. Zgodnie z danymi Instytutu Turystyki z 1991 roku 85% ankietowanych turystów zatrzymywało się w hotelach /średnio na 5,2 dnia/, a 15% w mieszkaniach prywatnych /średnio na 8,3 dnia/. Dla przykładu średnia długość pobytu turysty zagranicznego w polskich hotelach wynosiła w 1990 roku 3,9 dnia. W strukturze wykorzystywanych przez turystów brytyjskich dominują hotele średniej klasy ale o wysokim standardzie. Przyjeżdżając za pośrednictwem polskich biur podróży Brytyjczycy lubią korzystać też z dobrej klasy pensjonatów.

Geograficzny rozkład ruchu turystycznego obrazuje tabela 18.

Tabela 18. Odwiedzane przez turystów regiony Polski

Regiony/Miasta	Ilość osób	Udział % osób
Polska centralna	102	66,7
Wybrzeże	32	20,9
Góry	12	7,8
Śląsk	4	2,6
Pojezierza	3	2,1

Tabela 19. Odwiedzane miasta Polski

Miasta	Ilość osób	Udział % osób
Warszawa	113	73,9
Gdańsk	28	18,3
Łódź	8	5,2
Poznań	2	1,3
Kraków	2	1,3

Źródło: Ankieta Instytutu Turystyki, 1991 rok

Pomimo małej liczebności próby badania Instytutu Turystyki obrazują z pewnym przybliżeniem zainteresowania brytyjskich turystów. Zdecydowana większość z nich kieruje się do dużych miast Polski Centralnej, na Wybrzeże i oraz jak wynika z informacji uzyskanych w BZTP Orbis, do Krakowa i Poznania. Dużą popularnością cieszą się też Wrocław oraz w okresie zimowym Zakopane.

Tabela 20. obrazuje średni czas pobytu oraz wydatki ankietowanej grupy turystów brytyjskich w Polsce. Nie zauważa się tu dużego zróżnicowania w wydatkach pomiędzy poszczególnymi rodzajami noclegów i charakterem podróży /w granicach 20%/. Wyjątek stanowią oczywiście podróże służbowe.

Tabela 20. Wydatki turystów brytyjskich według wybranych kryteriów /w tys. zł./

Kryterium	Liczba osób	Średnia długość pobytu/dni	Śr. wydatki dzień/osoba
Turyści razem	119	5,7	676
wg celu podróży:			
przejazdy tranzytem	22	1,2	671
turystyczny/prywatny	87	7,1	559
służbowy/handlowy	10	4,1	2437
wg rodzaju podróży:			
pobyt w jednej miejsc.	76	4,8	688
objazd po regionie	40	7,7	492
wg noclegów:			
hotele	93	5,2	731
mieszkania prywatne	16	8,3	611

Źródło: R.Kuszevska, grudzień 1991

4.4. Czynniki zmniejszające turystyczną atrakcyjność Polski dla gości z Wielkiej Brytanii.

Turyści brytyjscy należą do niezwykle wymagających i niechętnie podróżują do krajów o niewystarczającym poziomie usług turystycznych do jakich Polska w dalszym ciągu jest zaliczana. Mimo znacznego postępu w tej dziedzinie /nowe lotnisko, nowe hotele/ poziom usług nie jest wystarczający, szczególnie dla turystyki indywidualnej, która dominuje w turystyce brytyjskiej. Najbardziej zniechęca do przyjazdu do Polski niski standard usług hotelowo-gastronomicznych, niski standard sanitarny, a także

słaba informacja i niezadowalająca oferta spędzania czasu wolnego (bardzo ubogi program turystycznych imprez lokalnych).

Niewątpliwą barierę stanowi również dostępność komunikacyjna, która jest kształtowana przez duopol LOT'u i British Airways, zorientowanych przede wszystkim na najlepiej płatny ruch słuźbowy. Pod ten ruch przede wszystkim ustawione sa taryfy oraz wielkość oferowania a udzielane zniżki dla taryf grupowych czy posezonowych sa mało znaczące. Należy się spodziewać, że deregulacja taryf lotniczych w Europie jeszcze bardziej pogłębi dysproporcje na niekorzyść taryf do Polski i innych krajów wchodzących w skład dwunastki.

Ważną barierą jest także występująca w ostatnim czasie recesja gospodarcza i kryzys walutowy w Wielkiej Brytanii oraz zbyt wysoki poziom cen usług turystycznych w Polsce na tle innych krajow Europy Wschodniej a także relacja do ich jakosci. Ceny wynajmu samochodow osobowych w Polsce należą do najwyższych w Europie, co w powiązaniu z brakiem średniej klasy hoteli o przystępnych cenach powoduje, że wyjazdy turystyczne do Polski stają się relatywnie zbyt drogie.

4.5. Wnioski

1) Mimo znacznej dynamiki wzrostu w ostatnich latach turystyka przyjazdowa z Wielkiej Brytanii w dalszym ciągu odgrywa w polskiej turystyce rolę marginalną.

2) Jako przyczyny tego stanu rzeczy należy upatrywać stosunkowo wysokich cen usług turystycznych, przy ich nie najwyższej jakości. Ponadto Polska jest bardzo słabo promowana w Wielkiej Brytanii jako kraj turystyczny.

3) Stosunkowo duży udział w przyjazdach z Wielkiej Brytanii ma turystyka zorganizowana, która w 1989 r. stanowiła niespełna 60% przyjazdów. W 1990 roku wskaźnik ten zmalał do nieco poniżej 40%, ale i tak stanowi jeden z najwyższych wskaźników. Należy się spodziewać, że w związku ze zniesieniem wiz udział turystyki zorganizowanej będzie w dalszym ciągu malał na rzecz turystyki indywidualnej niezorganizowanej.

4) Wśród motywów przyjazdu do Polski dominują podróże o charakterze turystyczno-prywatnym.

5) Wyniki ankiety przeprowadzonej przez Instytut Turystyki wskazują, że wydatki turystów brytyjskich są jedne z najwyższych.

5. PROMOCJA TURYSTYKI DO POLSKI NA RYNKU BRYTYJSKIM

5.1. Pozycja Polski i konkurencyjne rynki

Rynek Wielkiej Brytanii należy do największych na świecie. Podkreśleniem tego faktu jest miejsce zajmowane przez ten kraj zarówno w świecie jak i w Europie w wydatkach na turystykę. Niestety w przyjazdach do Polski znaczenie rynku brytyjskiego jest drugorzędne i to mimo znajdowania się w tym kraju znacznej Polonii. Również na tle innych krajów Europy Środkowej i Wschodniej wielkość turystyki brytyjskiej do Polski wygląda nader niekorzystnie. 0.2% udziału w przyjazdach jest to np. znacznie mniej niż np. na Węgrzech, gdzie udział turystyki brytyjskiej sięga 0.6%. Są to i tak wielkości niewielkie i trudno mówić o konkurencyjności tych rynków w stosunku do Polski.

Na obecnym etapie, kiedy w państwach Europy Środkowej: Czechosłowacji, Polsce i Węgrzech sytuacja polityczna i gospodarcza uległa pewnej stabilizacji są to kraje, które będą konkurować wzajemnie o turystów z Wielkiej Brytanii. Inne kraje tego regionu będą w stanie dołączyć zapewne za kilka lat. Atrakcyjność turystyczna Rosja dla pewnych typów turystyki (autokarowa, grupowa) stanowić może wręcz czynnik sprzyjający z uwagi na tranzytowe położenie Polski.

5.2. Priorytety i cele rynkowe.

Biorąc pod uwagę potencjał rynku brytyjskiego celem podstawowym powinno być takie na niego oddziaływanie aby przyjazdy z tego kraju nie tylko rosły w liczbach bezwzględnych ale aby również zwiększał się ich udział procentowy w całości przyjazdów do Polski. Oczywiście jest, że w turystyce przyjazdowej do Polski dominować będzie turystyka z krajów sąsiednich, szczególnie jeśli uwzględni się krótkie jednodniowe przyjazdy motywowane względami ekonomicznymi. Niemniej wyrównywanie się poziomu cen w krajach Europy Środkowej w połączeniu z poprawą sytuacji gospodarczej spowoduje znaczne zmniejszenie tego typu przyjazdów na korzyść turystycznych, prywatnych czy służbowych. Będzie więc następowało zwiększenie udziału przyjazdów z rynków o dużym wydatkach na turystykę, w tym brytyjskiego.

Znaczące zwiększenie turystyki z Wielkiej Brytanii do Polski wymagać będzie przełamania pewnych stereotypów, wg których nasz kraj jest w tym kraju postrzegany: jako mało ciekawy kraj o niskim poziomie rozwoju i niskim poziomie usług. Zależy to w części od rozwoju sytuacji politycznej i ekonomicznej w naszym kraju. Proces integracji z Europejską Wspólnotą Gospodarczą również będzie katalizatorem rozwoju turystyki z krajów Wspólnoty

w tym także z Wielkiej Brytanii.

Ogromną rolę będzie miało również zwiększenie wysiłków promocyjnych na rynku brytyjskim. Ośrodek informacji turystycznej, którego uruchomienie było planowane jeszcze w tym roku, powinien posiadać budżet wystarczający nie tylko na prowadzonej bieżącej działalności informacyjnej ale również aktywnej promocji w środkach masowego przekazu i oddziaływania na branżę turystyczną. W następnym podrozdziale mówić będziemy o konkretnych formach oddziaływania jakie naszym zdaniem powinny być stosowane.

Ważnym warunkiem zwiększenia turystyki jest zwiększenie dostępności komunikacyjnej przede wszystkim w zakresie transportu lotniczego. Póki będzie on kontrolowany w całości przez narodowych przewoźników trudno się spodziewać zasadniczych zmian w zakresie wysokości i struktury taryf oraz wielkości oferowania. Należy się spodziewać, że deregulacja taryf lotniczych w Europie jeszcze bardziej problem ten pogłębi.

W zakresie innych środków transportu pewne zmiany na korzyść może spowodować otwarcie w przyszłym roku tunelu pod kanałem La Manche, który skróci znacznie podróż pociągami na kontynent w tym również do Polski.

Nie jest celem i zadaniem autorów niniejszej ekspertyzy pouczanie biur podróży o konieczności tworzenia nowych, różnorodnych, atrakcyjnych ofert przeznaczonych na rynek brytyjski, gdyż przyjmujemy, że są one w pełni tego świadome. Ponadto są to postulaty równie słuszne co nieskuteczne. Pamiętać też należy, że podstawowa i coraz większa część turystyki z Wielkiej Brytanii odbywać się będzie w formie niezorganizowanej, na którą biura podróży mają wpływ coraz mniejszy.

5.3. Segmentacja rynku.

Społeczeństwo Wielkiej Brytanii należy do jednych z najstarszych w Europie. Jak wcześniej podawaliśmy prawie 16% jest w wieku 65 lat i więcej. Ta grupa posiada środki na podróże i dysponuje czasem, również w okresach o mniejszym nasileniu ruchu turystycznego. Wydaje nam się, że promocja Polski w tej grupie wiekowej może przynieść najlepsze rezultaty.

Inną grupą wiekową, wśród której rezultaty promocji mogą być stosunkowo szybkie jest młodzież. Jako z natury mnuiej wymagający młodzi ludzie są w stanie zaakceptować niedostatki w poziomie usług o ile cena będzie dla nich dostępna.

Należy się spodziewać, że w dalszym ciągu ważną rolę w strukturze przyjazdów do Polski odgrywać będzie turystyka polonijna. Na chęć wyjazdu do Polski tej grupy wywierają wpływ pozytywny zmiany polityczne w naszym kraju. Z drugiej strony

wyjazd do Polski a zwłaszcza koszty zakwaterowania, wyżywienia i przejazdów wzrosły wielokrotnie (uwzględniając istnienie jeszcze kilka lat temu czarnego rynku walutowego).

5.4. Reklama i informacja na rynku.

Jak już wcześniej stwierdzono podstawowym warunkiem zapewnienia właściwej reklamy i promocji na rynku brytyjskim jest uruchomienie ośrodka informacji turystycznej. Wśród działań marketingowych i promocyjnych przez niego podejmowanych ale nie wyłącznie za jego pośrednictwem należy wymienić:

- * Udzielanie wszechstronnej informacji potencjalnym klientom, instytucjom a także zaopatrywanie w materiały krajoznawcze i informacyjne touroperatorów i biura podróży zajmujących się turystyką do Polski.
- * Coroczny druk, w dużym nakładzie, broszury informacyjnej o Polsce. Jest to rozwiązanie, które wydaje się być sprawniejsze i mniej kosztowne niż poleganie na nieregularnie dostarczanych i na ogół zbyt późno materiałach COIT-u. Materiały nadsyłane z Polski odgrywałyby rolę wspierającą w zależności od specyficznych zainteresowań klienta.
- * Wspieranie działalności reklamowej touroperatorów, którzy zamieszczają Polskę w swoich katalogach a także oddziaływanie na innych touroperatorów w kierunku rozpoczęcia oferowania wyjazdów do Polski.
- * Prowadzenie reklamy w prasie profesjonalnej a także w przypadku dysponowania niezbędnymi środkami w wybranych tytułach prasy ogólnodostępnej.
- * Aktywna współpraca z dziennikarzami poprzez regularne rozsyłanie materiałów prasowych, organizacja study tours itp.
- * Udział jako stoisko narodowe w wybranych targach turystycznych, przede wszystkim w World Travel Market.

6. ŹRÓDŁA:

1. Analizy Handlowe BZTP, 1990, 1991.
2. Brittain, Handbook 1992. Londyn.
3. International Tourism in Europe 1970-1991, WTO. Madryt 1992.
4. National Facts of Tourism, BTA 1992
5. OECD Annual Report 1992.
6. Rynek Turystyczny Europy, Instytut Turystyki 1992.
7. Tourism Trends Worldwide and in Europe, WTO. Madryt 1992.
8. Wydatki Turystów Zagranicznych w Polsce w 1991 roku. R. Kuszewska, Instytut Turystyki. Warszawa 1991
9. Yearbook of Tourism Statistics, WTO. Madryt 1992.

Tabela 1. Ludność i gęstość zaludnienia Wielkiej Brytanii...	3
Tabela 2. Wydatki na turystykę najważniejszych krajów na świecie.....	5
Tabela 3. Wydatki na turystykę 1981 -1991 głównych krajów Europy.....	5
Tabela 4. Udział turystyki w ekonomice Wielkiej Brytanii.....	6
Tabela 5. Główne kierunki wyjazdów z Wlk. Brytanii w 1991 r.....	7
Tabela 6. Wyjazdy z Wielkiej Brytanii do wybranych krajów Europy Wschodniej w 1991 roku.....	8
Tabela 7. Przyjazdy do Wielkiej Brytanii w 1991 roku (najważniejsze kraje).....	9
Tabela 8. Turystyka krajowa wg charakteru podróży w 1990 r..	10
Tabela 9. Turystyka przyjazdowa wg charakteru podróży w 1990 r.....	10
Tabela 10. Najaktywniejsi kontrahenci BZTP Orbis.....	12
Tabela 11. Ruch przyjazdowy do Polski z wybranych krajów w latach 1989-1991 (w tys. osób).....	14
Tabela 12. Przyjazdy Brytyjczyków do Polski w latach 1987-1991.....	15
Tabela 13. Turystyka zorganizowana do Polski z krajów II obszaru płatniczego.....	15
Tabela 14. Motywy przyjazdu turystów z Wielkiej Brytanii do Polski.....	16
Tabela 15. Formy przyjazdów do Polski turystów z Wielkiej Brytanii.....	17
Tabela 16. Struktura sprzedaży turystyki z Wielkiej Brytanii zrealizowanej przez BZTP Orbis.....	17
Tabela 17. Wydatki turystów z Wielkiej Brytanii w Polsce na tle wydatków turystów z innych krajów.....	18
Tabela 18. Odwiedzane przez turystów regiony Polski.....	19
Tabela 19. Odwiedzane miasta Polski.....	19
Tabela 20. Wydatki turystów brytyjskich według wybranych kryteriów.....	20

STRESZCZENIE PRACY

Mirosław Nalazek, Małgorzata Staniewska, Analiza rynku turystycznego Wielkiej Brytanii, Instytut Turystyki, 24 strony maszynopisu, 20 tabel.

Celem analizy jest dostarczenie materiałów do przygotowania planu działań zmierzających do zwiększenia turystyki przyjazdowej z Wielkiej Brytanii. Praca składa się z pięciu rozdziałów.

W pierwszym przedstawione są pokrótce podstawowe informacje o gospodarce i ludności Wielkiej Brytanii.

Część druga przedstawia charakterystykę turystyki Wielkiej Brytanii. Będąc jednym z najlepiej rozwiniętych ekonomicznie krajów świata zajmuje też Wielka Brytania bardzo wysokie miejsce na świecie i w Europie pod względem wydatków na turystykę zagraniczną. Jest to również kraj znajdujący się w czołówce pod względem dochodów z turystyki przyjazdowej. Wyjazdy Brytyjczyków koncentrują się w Europie ze szczególnym uwzględnieniem Francji i Hiszpanii oraz w dalszej kolejności Grecji, Włoch, Niemiec. Z krajów pozaeuropejskich licznie odwiedzane przez Brytyjczyków są Stany Zjednoczone.

Wyjazdy do krajów Europy Środkowej i Wschodniej są niewielkie i łącznie wynoszą mniej więcej tyle co wyjazdy do Austrii lub Holandii. Wiąże się to jak się uważa z niekorzystnym do niedawna obrazem tych krajów w społeczeństwie Wielkiej Brytanii, słabą stosunkowo dostępnością komunikacyjną oraz niskim poziomem usług.

W części trzeciej opisana jest pokrótce organizacja rynku turystycznego Wielkiej Brytanii. Na szczeblu rządowym najważniejszą rolę odgrywa Tourism Coordinating Committee oraz w zakresie turystyki przyjazdowej British Tourist Authority. Sektor prywatny to ok. 8 tys. biur licencjonowanych oraz ok. 4.5 tys. nielicencjonowanych. Jest to w przeliczeniu na liczbę ludności prawie trzykrotnie więcej niż w Polsce. Liczbę touroperatorów ocenia się na 700. Wśród touroperatorów współpracujących z polskimi organizacjami turystycznymi wymienić należy Polorbis, Gulliver, Travellers oraz American Express.

Część czwarta opisuje turystykę z Wielkiej Brytanii do Polski, jej wielkość, strukturę, wielkość wydatków, motywy przyjazdu a także odwiedzane regiony. Mimo dość wysokiej w ostatnich latach dynamiki wzrostu przyjazdów ilość turystów z tego kraju jest stosunkowo niewielka. Stanowią oni zaledwie 0.23% ogółu przyjazdów zagranicznych do Polski. Wynika to z niekorzystnego obrazu Polski w Wielkiej Brytanii a także słabej działalności promocyjnej na tym rynku.

Część piąta przedstawia priorytety i cele rynkowe oraz najważniejsze, zdaniem autorów, działania promocyjne jakie powinny być podjęte w celu zwiększenia udziału przyjazdów z Wielkiej Brytanii w przyjazdach zagranicznych do Polski.