

A-1417

INSTYTUT TURYSTYKI

BOŻENA RADKOWSKA

**RYNEK TURYSTYCZNY LITWY, ŁOTWY,
ESTONII, BIAŁORUSI, UKRAINY
I ROSJI**

WARSZAWA 1993

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

A-1417

Praca wykonana na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki
(R-2.6.10)

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
I. Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR	6
I.0. Uwagi wstępne	7
I.1. Ogólna informacja o rynku krajów byłego ZSRR	7
I.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z krajów byłego ZSRR	9
I.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z krajów byłego ZSRR	12
I.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski do krajów byłego ZSRR	23
I.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące wspólnych działań promocyjnych na rynkach krajów byłego Związku Radzieckiego	27
I.6. Źródła informacji	32
II. Rynek turystyczny Litwy	33
II.0. Uwagi wstępne	34
II.1. Ogólna informacja o rynku litewskim	34
II.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z Litwy	37
II.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z Litwy	40
II.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski na Litwę	51
II.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące promocji turystycznej Polski na rynku litewskim	53
II.6. Źródła informacji	55
III. Rynek turystyczny Łotwy	56
III.0. Uwagi wstępne	57
III.1. Ogólna informacja o rynku łotewskim	57
III.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z Łotwy	61
III.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z Łotwy	62
III.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski do Łotwy	72
III.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące promocji turystycznej Polski na rynku łotewskim	72
III.6. Źródła informacji	73
IV. Rynek turystyczny Estonii	74
IV.0. Uwagi wstępne	75
IV.1. Ogólna informacja o rynku estońskim	75
IV.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z Estonii	79
IV.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z Estonii	81
IV.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski do Estonii	90

IV.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące promocji turystycznej Polski na rynku estońskim	91
IV.6. Źródła informacji	92
V. Rynek turystyczny Białorusi	93
V.0. Uwagi wstępne	94
V.1. Ogólna informacja o rynku białoruskim	94
V.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z Białorusi	99
V.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z Białorusi	103
V.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski do Białorusi	113
V.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące promocji turystycznej Polski na rynku białoruskim	116
IV.6. Źródła informacji	118
VI. Rynek turystyczny Ukrainy	119
VI.0. Uwagi wstępne	120
VI.1. Ogólna informacja o rynku ukraińskim	120
VI.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z Ukrainy	126
VI.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z Ukrainy	128
VI.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski na Ukrainę	138
VI.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące promocji turystycznej Polski na rynku ukraińskim	140
VI.6. Źródła informacji	142
VII. Rynek turystyczny Rosji	143
VII.0. Uwagi wstępne	144
VII.1. Ogólna informacja o rynku rosyjskim	144
VII.2. Charakterystyka ruchu wyjazdowego z Rosji	146
VII.3. Charakterystyka ruchu przyjazdowego do Polski z Rosji	150
VII.4. Wyjazdowy ruch turystyczny z Polski do Rosji	159
VII.5. Synteza, wnioski i wskazania dotyczące promocji turystycznej Polski na rynku rosyjskim	161
VII.6. Źródła informacji	163

WSTĘP

Koniec lat osiemdziesiątych i początek dziewięćdziesiątych to okres przełomowych zmian polityczno-społecznych w Europie Środkowej i Wschodniej. Zachodzące zmiany znalazły swoje odbicie również w turystyce. Ostatnie lata to okres gwałtownego wzrostu ruchu turystycznego w tym rejonie Europy.

Duża liczba przyjazdów obywateli krajów byłego Związku Radzieckiego do Polski wskazuje na konieczność dokonania analizy rynku turystycznego tych krajów. Najistotniejsze dla Polski są kraje powstałe na obszarach najbliższych nam terytorialnie, t.zn. Ukraina, Białoruś, Litwa, a także sama Rosja. Ze względu na powiązania między Litwą a pozostałymi krajami bałtyckimi zostaną ujęte w niniejszym opracowaniu również Łotwa i Estonia, choć mają one mniejsze znaczenie dla polskiej turystyki. Pozostałe kraje byłego ZSRR ze względu na małe znaczenie dla rynku turystycznego Polski nie zostaną ujęte w szczegółowej analizie.

Istnieją olbrzymie trudności w dostępie do informacji dotyczących ruchu turystycznego w krajach dawnego ZSRR. Szybkość zachodzących w tych krajach zmian powoduje, iż stare dane nie przystają do aktualnej sytuacji, zaś nowych danych często brak (brak jest metodologii badań statystycznych, nie prowadzone są badania) bądź dostęp do nich jest niemożliwy.

Rynek turystyczny Rosji rozpatrywany będzie głównie w aspekcie przyjazdów do Polski. Rynek turystyczny Łotwy i Estonii nie będzie tak szczegółowo omawiany jak pozostałych czterech krajów ze względu na duże trudności z dotarciem do danych. Jeszcze w 1992 roku Łotwa i Estonia nie były ujmowane oddzielnie w polskiej statystyce. Turyści z Łotwy i Estonii ze względu na stosunkowo niewielki udział w turystyce przyjazdowej do Polski nie zostali również uchwyceni w badaniach granicznych przeprowadzanych w 1992 roku przez Instytut Turystyki.

Ze względu na przyjęte założenie, iż każdy rozdział opracowania ma stanowić odrębną całość, niektóre fragmenty mogą się powtarzać. Pierwsza część opracowania dotycząca rynku turystycznego krajów byłego ZSRR stanowi podstawę do porównań dokonywanych w dalszych rozdziałach pracy. Dotyczy to zwłaszcza ruchu przyjazdowego do Polski. W części tej ("Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR") zawarte zostały wnioski generalne, główne cele działań marketingowych oraz same działania, które uznane zostały za wspólne dla wszystkich rynków krajów byłego ZSRR.

**I. RYNEK TURYSTYCZNY
KRAJÓW BYŁEGO ZSRR**

I.0. UWAGI WSTĘPNE

Rozpad Związku Radzieckiego w latach 1990-91 wywołał olbrzymie zmiany polityczne, społeczne i gospodarcze. Tworzenie się nowych państw i odradzanie starych, zmiany rządów, zmiany świadomościowe zachodzące wśród mieszkańców tych państw, naruszenie istniejących przez długie lata więzi gospodarczych spowodowało szereg zjawisk kryzysowych, które wystąpiły we wszystkich krajach powstałych na obszarach dawnego ZSRR.

Tworzenie własnej państwowości powoduje cały szereg koniecznych zmian w istniejących do tej pory strukturach polityczno-administracyjno-organizacyjnych. Początkowy więc okres funkcjonowania państwa charakteryzuje się większym bądź mniejszym chaosem. Stwarza to problemy w przypadku próby opisu zjawisk zachodzących w danym państwie, głównie ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem braku danych (lub dostępności do nich) występuje przy opisie rynku turystycznego krajów byłego ZSRR. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z tych krajów, a konkretnie preferencji w dziedzinie spędzania czasu wolnego (p. I.2.3.), upodobań i oczekiwań turystów wyjeżdżających (p. I.2.4.), struktury wyjazdów według cech demograficznych (p. I.2.5.), struktury wyjazdów według regionu pochodzenia (p. I.2.6.), struktury wyjazdów według środka transportu (p. I.2.7.), wydatków na wyjazdy turystyczne (p. I.2.8.). Zagadnienia te nie mogą więc być omawiane w dalszej części opracowania.

I.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU KRAJÓW BYŁEGO ZSRR

I.1.1. Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Związek Radziecki był największym pod względem obszaru krajem na świecie. Zajmował powierzchnię 22,4 miliona km². W 1991 roku obszar ten zamieszkiwało (według szacunku ONZ) 291 milionów osób, przy czym gęstość zaludnienia była stosunkowo mała - 13 osób na 1 km².

Ludność miejska stanowiła 66,2% ogółu mieszkańców, na 100 mężczyzn przypadało 111 kobiet.

1/ Dane według Rocznika Statystycznego 1992, GUS.

Związek Radziecki był państwem ludzi młodych. Struktura wieku przedstawiała się następująco (dane z 1989 roku w procentach):

19 lat i mniej	- 33,2
20 - 39 lat	- 31,2
40 - 64 lata	- 26,6
65 i więcej lat	- 9,0.

Źródło: Rocznik Statystyczny 1992, GUS.

W 1990 roku w Związku Radzieckim było zatrudnionych 125 mln osób, w tym w przemyśle 35,4 mln osób, w rolnictwie i leśnictwie 22,8 mln osób, w budownictwie 12,6 mln osób, w transporcie i łączności 10,2 mln osób i w handlu 9,8 mln osób.

W 1990 roku import ze Związku Radzieckiego wynosił 120,7 mld USD, 417 USD na 1 mieszkańca. Udział w imporcie światowym wynosił 3,8% (4,1% w 1985 roku). W tym samym roku eksport wynosił 104,2 mld USD, 360 USD na 1 mieszkańca. Udział eksportu ze Związku Radzieckiego w świecie wynosił 3,1% (4,5% w 1985 roku).

Rozpad Związku Radzieckiego spowodował zjawiska kryzysowe w gospodarce wszystkich krajów powstałych po rozpadzie państwa. Naruszenie więzi gospodarczych, zerwanie dostaw licznych rodzajów surowców i materiałów, nieterminowe i kłopotliwe rozliczenia z odbiorcami, wzrost cen nośników energii powoduje ciągły spadek produkcji i pogorszenie sytuacji finansowo-ekonomicznej krajów byłego ZSRR.

I.1.2 Regionalizacja omawianego obszaru^{2/}

W 1990 roku rozpoczął się okres rozpadu Związku Radzieckiego. Jako pierwsza (jeszcze w 1990 roku) ogłosiła niepodległość Litwa. W grudniu 1991 roku powołana została Wspólnota Niepodległych Państw na podstawie porozumienia podpisanego przez Białoruś, Federację Rosyjską i Ukrainę, do której jeszcze w tym samym roku na prawach stron-założycieli przyłączyły się Armenia, Azerbejdżan, Kazachstan, Kirgistan, Mołdawia, Tadżykistan, Turkmenistan i Uzbekistan, ostatnio przyłączyła się Gruzja. Do Wspólnoty Niepodległych Państw nie należy Estonia, Litwa i Łotwa.

2/ Dane według Rocznika Statystycznego 1992, GUS.

Podział obszaru i ludności między poszczególne państwa byłego ZSRR przedstawia tablica I.1.

Tablica I.1. Powierzchnia i ludność krajów byłego ZSRR (stan na dzień 1 stycznia 1991 roku)

Kraj	Powierzchnia w tysiącach km ²	Ludność	
		w milionach	na 1 km ²
Armenia	29,8	3,4	113
Azerbejdżan	86,6	7,2	83
Białoruś	207,6	10,3	50
Estonia	45,1	1,6	35
Gruzja	69,7	5,5	78
Kazachstan	2717,3	16,8	6
Kyrgystan	198,5	4,4	22
Litwa	65,2	3,8	58
Łotwa	64,6	2,7	42
Mołdawia	33,7	4,4	130
Rosja	17075,4	148,5	9
Tadżykistan	143,1	5,4	37
Turkmenistan	488,1	3,7	8
Ukraina	603,7	51,9	86
Uzbekistan	447,4	20,7	46

Źródło: Rocznik Statystyczny 1992, GUS.

I.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z KRAJÓW BYŁEGO ZSRR

I.2.1. Wielkość ruchu, główne kierunki wyjazdów^{3/}

Ostatnie rejestrowane w ZSRR dane dotyczą 1990 roku. W roku tym wyjechało za granicę 9,1 milionów mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego. W porównaniu z rokiem 1989, kiedy wyjechało nieco ponad 8,0 milionów osób, był to wzrost o 13,5%.

3/ Dane według *Bulletin of tourist information "USSR Travel Trade Survey"*. Magazine of the USSR State Committee for Foreign Tourism. 3. 1991.

Tablica I.2. Główne kierunki wyjazdów mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego w latach 1989-1990 (według danych ZSRR)

Kraj	Wyjazdy (w tysiącach) w latach		Zmiana w procentach
	1990	1989	
Polska	2168,7	1289,5 ^{x/}	68,2
Jugosławia	1039,6	413,1	151,6
Niemcy	843,6	738,7	14,2
Węgry	692,3	2135,5	-67,6
Czecho-Słowacja	639,0	725,2	-11,9
Bułgaria	609,5	545,0	11,8
Rumunia	413,0	179,6	129,9
Mongolia	393,4	144,2	172,8
Finlandia	343,2	224,2	53,0
Turcja	156,5	42,2	270,4
Chiny	131,1	97,5	34,4
Japonia	104,9	86,8	20,8
USA	102,3	82,4	24,2
Grecja	93,6	53,8	73,8
Włochy	85,4	60,3	41,6
Wietnam	85,1	47,2	80,3
Francja	76,4	60,9	25,5
Szwecja	74,5	47,5	56,7
Wielka Brytania	67,2	52,0	29,1

x/ Według danych GUS w 1989 roku przyjechało do Polski 2899,1 tysięcy mieszkańców ZSRR.

Zródło: Bulletin of tourist information "USSR Travel Trade Survey". Magazine of the USSR State Committee for Foreign Tourism. 3.1991.

Głównymi kierunkami wyjazdów mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego w 1990 roku były: Polska (ponad 2 mln wyjazdów), Jugosławia (ponad 1 mln), Niemcy (ponad 800 tys.), Węgry (prawie 700 tys.) i Czecho-Słowacja (ponad 600 tys.).

W porównaniu z rokiem poprzednim nastąpił wzrost wyjazdów mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego do wszystkich bardziej popularnych krajów recepcyjnych, z wyjątkiem Węgier i Czecho-Słowacji. W przypadku Węgier nastąpił 68-procentowy spadek wyjazdów, w przypadku Czecho-Słowacji spadek 12-procentowy. Największy wzrost nastąpił w wyjazdach do Turcji (270%), Mongolii (173%), Jugosławii (152%) i Rumunii (130%). Jeśli chodzi o wyjazdy do Polski to nastąpił 68-procentowy wzrost wyjazdów.

I.2.2. Charakterystyka wyjazdów^{4/}

Mieszkańcy dawnego Związku Radzieckiego wyjeżdżali za granicę najczęściej prywatnie. Wyjazdy te stanowiły w 1990 roku 40% wszystkich wyjazdów zagranicznych. Wyjazdy turystyczne rozumiane jako wyjazdy zorganizowane przez biura podróży stanowiły 24% ogółu wyjazdów, wyjazdy biznesowe (służbowe) - 20% oraz transport osób - 16%.

Tablica I.3. Struktura wyjazdów mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego w latach 1989-1990 według celów podróży

Rodzaj wyjazdu	Udział w procentach		Zmiana udziału w procentach
	1990	1989	
prywatny	40,0	45,5	-5,5
turystyczny (zorganizowany)	23,7	20,6	3,1
służbowy (biznesowy)	20,0	13,9	6,1
transport osób	16,3	20,0	-3,7

Zródło: Bulletin of tourist information "USSR Travel Trade Survey". Magazine of the USSR State Committee for Foreign Tourism. 3. 1991.

W porównaniu do roku poprzedniego nastąpił spadek wyjazdów prywatnych i transportu osób, wzrosły zaś wyjazdy służbowe (biznesowe) i zorganizowane wyjazdy turystyczne.

^{4/} Dane według *Bulletin of tourist information "USSR Travel Trade Survey". Magazine of the USSR State Committee for Foreign Tourism. 3. 1991.*

I.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z KRAJÓW BYŁEGO ZSRR

I.3.1. Wielkość ruchu, dotychczasowy i przewidywany trend rozwoju

W 1992 roku przyjechało do Polski 48,9 milionów cudzoziemców. Obywatele krajów byłego ZSRR należą do jednej z najliczniejszych grup zagranicznych turystów odwiedzających Polskę. W latach 1988-89 byli nawet grupą najliczniejszą.

Tablica I.4. Przyjazdy do Polski w 1992 roku turystów z krajów byłego ZSRR na tle innych krajów

Kraje	Liczba przyjazdów w tys. osób	Wskaźnik udziału w procentach
Austria	192,8	0,4
Belgia	93,6	0,2
Bułgaria	70,3	0,1
Czecho-Słowacja	8257,6	16,9
Dania	122,2	0,2
Francja	181,4	0,4
Holandia	178,9	0,4
Niemcy	30687,7	62,6
Rumunia	208,9	0,4
USA	130,2	0,3
Szwecja	158,8	0,3
Węgry	187,3	0,4
Wielka Brytania	145,5	0,3
Włochy	110,6	0,2
b. ZSRR	7788,8	15,9

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

W związku z ogromnym wzrostem przyjazdów do Polski cudzoziemców w ostatnich latach, turyści z krajów byłego ZSRR znaleźli się w 1992 roku na trzecim miejscu, po Niemcach oraz Czechach i Słowakach (liczonych jeszcze wspólnie).

W 1992 roku odwiedziło Polskę ponad 7788 tysięcy osób z krajów byłego ZSRR. W porównaniu z 1991 rokiem, kiedy to przyjechało do Polski nieco ponad 7545 tysięcy obywateli tych krajów, stanowi to zaledwie 3-procentowy wzrost przyjazdów. Biorąc jednak pod uwagę rok 1989 nastąpił ponad dwu- i półkrotny wzrost przyjazdów turystów z tych krajów, w latach zaś 1985-1992 nastąpił ponad 8-krotny wzrost przyjazdów do Polski turystów z krajów byłego ZSRR.

Tablica I.5. Przyjazdy do Polski obywateli krajów byłego ZSRR w latach 1985-1992^{x/}

Lata	Liczba przyjazdów w tys. osób	Wskaźnik wzrostu w procentach
1985	930,9	-
1986	993,0	7
1987	1166,3	75
1988	1739,4	49
1989	2899,1	67
1991	7545,5	160 ^{xx/}
1992	7788,8	3

x/ Brak danych za rok 1990.

xx/ Procent w stosunku do 1989 roku.

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

Po gwałtownych, skokowych przyrostach przyjazdów z krajów dawnego Związku Radzieckiego pod koniec lat 80-tych i na przełomie lat 90-tych, następuje stopniowe wyrównanie przyjazdów mieszkańców tych krajów.

Można przyjąć, że w okresie najbliższych trzech lat wielkość ruchu turystycznego z krajów dawnego Związku Radzieckiego do Polski będzie początkowo wzrastać o około 20%, po czym nastąpi stabilizacja ruchu z możliwością niewielkiego wzrostu rzędu około 5%.

I.3.2. Struktura przyjazdów^{5/}

I.3.2.a. Struktura przyjazdów do Polski według formy organizacyjnej

Większość turystów z krajów dawnego ZSRR odwiedziło Polskę indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych bądź korzystając z usług biura podróży (zwłaszcza w ramach zorganizowanej wycieczki).

Tablica I.6. Forma organizacyjna przyjazdu

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wycieczka z biurem podróży	24	24	0
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	12	10	2
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	37	55	-18
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	11	4	7
Indywidualnie bez pośredników	11	4	7
Brak danych	5	3	-

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Korzystanie z usług biur podróży to stale najbardziej popularna forma organizacyjna wyjazdów wśród mieszkańców krajów dawnego Związku Radzieckiego. Goście ze wschodu rzadziej w porównaniu z rokiem 1991 korzystali z zaproszeń osób prywatnych (w 1991 roku stanowili oni ponad połowę przyjezdnych z tych krajów), zwiększył się natomiast udział osób przyjeżdżających na zaproszenia instytucji oraz przyjeżdżających indywidualnie bez pośredników.

^{5/} Dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92.

I.3.2.b. Struktura przyjazdów do Polski według motywu podróży

Zdecydowana większość odwiedzających Polskę mieszkańców krajów dawnego Związku Radzieckiego deklarowała charakter pobytu jako prywatno-turystyczny, choć liczba ta zmalała w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrósł natomiast udział deklarowanych przyjazdów służbowych (handlowych), a także ruch tranzytowy.

Tablica I.7. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu

Charakter pobytu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Turystyczny/prywatny	64	90	-26
Służbowy/handlowy	19	7	12
Tranzyt	16	3	13
Brak danych	1	-	-

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Wydaje się, iż nie nastąpiła tu jednak faktyczna zmiana charakteru pobytów w Polsce. Raczej była to zmiana związana ze zmianą świadomościową. Znaczna część gości ze wschodu przestała obawiać się deklarowania prawdziwych celów przyjazdów. Stąd duża grupa mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego przyjeżdżających do Polski w celu dokonania większych zakupów (bądź też stale kursujący między swoim krajem a Polską dokonując niewielkich, ale częstych zakupów) deklarowała rzeczywisty (handlowy) charakter pobytu. Z tym wiązało się zmniejszenie liczby deklarujących turystyczno-prywatny charakter pobytu.

Wśród motywów przyjazdu dominowały zakupy - był to cel dla 50% badanych, podczas gdy odwiedziny krewnych i znajomych stanowiły motyw przyjazdu dla 31% osób. Czysto turystyczne motywy przyjazdu (poznanie kraju, kultury, wypoczynek, rozrywka) deklarowało 24% odwiedzających z krajów byłego ZSRR. Należy jednak przyjąć, iż większość z nich uzyskiwała środki finansowe na pobyt turystyczny z handlu w Polsce.

Tablica I.8. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-1992^{x/}

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	31	24	7
Odwiedziny miejsca pochodzenia	4	1	3
Poznanie kraju, kultury	12	9	3
Cele religijne	5	2	3
Wypoczynek, rozrywka	12	27	-15
Zakupy	50	29	21
Interesy	17	5	12
Targi, wystawy, konferencje	3	0,5	2,5
Inne służbowe	6	2	4
Realizacja hobby	1	2	-1
Inne cele	15	9	6
Zaden z wymienionych	7	-	-

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Duża grupa odwiedzających Polskę mieszkańców dawnego Związku Radzieckiego deklarowała więcej niż jeden motyw przyjazdu. W porównaniu do roku poprzedniego jedynie wypoczynek i rozrywka wymieniane były rzadziej (także realizacja hobby, ale ten motyw był zupełnie marginalny).

Częściej niż w roku poprzednim deklarowane były odwiedziny krewnych i znajomych. Znacznie częściej goście ze wschodu deklarowali jako motyw przyjazdu do Polski zakupy i interesy, co wcale nie oznacza faktycznego zwiększenia liczby kupujących czy załatwiających interesy. Wzrost ten był raczej wynikiem procesu normalizacji sytuacji, gdy nasi sąsiedzi (nie tylko zresztą ze wschodu, ale również Czesi, Słowacy i Niemcy) przestali się obawiać traktowania ich jako przemytników czy spekulantów, a załatwianie zakupów i interesów tam, gdzie to jest łatwiejsze, wygodniejsze i bardziej opłacalne, zaczęli przyjmować za rzecz naturalną.

Związany z tym był również fakt zmniejszenia liczby osób deklarujących wypoczynkowo-rozrywkowe motywy przyjazdu do Polski. Liczba osób deklarujących takie motywy przyjazdu do Polski w 1992 roku była zapewne zbliżona do faktycznej liczby osób w tym celu przyjeżdżających.

Polska dla mieszkańców krajów dawnego ZSRR jest Zachodem. Jednocześnie jest dla nich krajem łatwo dostępnym, choć drogim. Wyjazd do Polski na wypoczynek, czy w celach rozrywkowych staje się modą i wyznacznikiem pewnej pozycji społecznej.

I.3.2.c. Struktura przyjazdów do Polski według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z krajów byłego ZSRR odwiedzali najczęściej centrum Polski, znacznie rzadziej rejony górskie.

Tablica I.9. Odwiedzane rejony Polski^{x/}

Region	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wybrzeże	6	4	2
Pojezierza	4	4	0
Centrum	65	79	-14
Rejony górskie	11	10	1
Śląsk	5	1	4
Zaden z wymienionych	15	-	-

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem 1991 turyści z krajów dawnego ZSRR rzadziej odwiedzali centrum Polski, choć nadal był to region dominujący. Poza tym ruch z krajów byłego ZSRR był bardzo rozproszony, duża grupa przyjezdnych odwiedzała rejony nieturystyczne.

I.3.2.d. Struktura przyjazdów do Polski według wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z krajów byłego ZSRR korzystali głównie z noclegów w hotelach, raczej tych najtańszych (często były to hotele robotnicze), z gościny u znajomych czy rodziny, bądź z pokoiw gościnnych.

Tabela I.10. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Hotele	30	9	21
Campingi	3	60	-57
Pokoje gościnne	16	6	10
Rodzina, znajomi	26	23	3
Inne	13	-	-
Brak danych	12	2	-

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem nastąpił znaczny wzrost korzystania przez turystów z krajów byłego ZSRR z noclegów w hotelach i pokojach gościnnych. Korzystanie z noclegów u rodziny i znajomych pozostało na tym samym poziomie co w roku poprzednim. Zdecydowanie zmniejszyła się liczba osób deklarujących korzystanie z noclegów na campingach. Duża grupa obywateli tych krajów nie korzystała jednak z bazy noclegowej ani z gościnności znajomych i szukała innych możliwości noclegu (w autokarach na poboczu drogi, na dworcach).

I.3.2.e. Struktura przyjazdów do Polski według cech demograficznych

Wśród turystów przyjeżdżających z krajów byłego Związku Radzieckiego w 1992 roku było tyle samo kobiet co mężczyzn. Najczęściej przyjeżdżały w wieku 25-44 lata. Nie nastąpiły żadne istotne zmiany w strukturze wieku turystów w porównaniu z rokiem 1991.

Aż 41% turystów z krajów byłego ZSRR deklarowało wykształcenie wyższe. Stanowiło to dwukrotny wzrost w stosunku do roku poprzedniego (20% turystów z wyższym wykształceniem w 1991 roku). Dziewięć procent przyjeżdżających do Polski turystów z krajów byłego ZSRR stanowili uczniowie i studenci.

I.3.2.f. Struktura przyjazdów do Polski według środka transportu

Obywatele krajów byłego ZSRR przyjeżdżali do Polski w 1992 roku najczęściej pociągiem. Prawie połowa (46%) gości z dawnego ZSRR przyjechała korzystając z tego środka transportu. Duża grupa osób przyjeżdżała do Polski samochodem (39%), rzadziej wykorzystywany był jako środek transportu autokar (12%).

Tablica I.11. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Samochód	39	17	22
Ciężarówka	2	0,1	1,9
Pociąg	46	36	10
Autokar	12	6	6
Brak danych	0	41	-

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem ubiegłym mieszkańcy krajów dawnego Związku Radzieckiego korzystali częściej z samochodu i autokaru, nieco częściej z pociągu. Należy jednak wziąć pod uwagę to, iż w roku 1991 nie było pełnych danych dotyczących wykorzystywanych środków transportu przez gości ze wschodu, stąd najprawdopodobniej wynikiły zaistniałe zmiany. Zmiany te nie mają większego znaczenia ze względu na to, iż tendencja w wykorzystywaniu środków transportu jest w tym przypadku w miarę stała.

I.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Ponad połowa turystów z krajów dawnego Związku Radzieckiego (60% odwiedzających) spędzała większość dni na pobycie w mieście. Objazd wybranych regionów Polski lub pobyt na wsi wybrała tylko niewielka grupa turystów z tych krajów (odpowiednio 8% od-

wiedzających i 6% odwiedzających). Polskie góry, morze, czy jeziora nie przyciągają turystów z krajów dawnego Związku Radzieckiego.

Tablica I.12. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku

Sposób spędzania czasu	Udział w %
pobyt w mieście	60
pobyt w górach	1
pobyt nad morzem	0
pobyt w lesie, nad jeziorem	0
pobyt na wsi	6
objazd wybranych regionów	8
wędrówka rowerem, pieszo	1
inne	10
brak danych	14

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Turyści z krajów byłego ZSRR nie przyjeżdżają do Polski wypoczywać. Na typowy wypoczynek (pobyt nad morzem, jeziorami) nie przyjechał żaden z ankietowanych gości z dawnego Związku Radzieckiego.

Turyści z krajów byłego ZSRR krytykowali najczęściej wysokie koszty pobytu w Polsce (61% odwiedzających), organizację przyjazdu (24% osób) i uciążliwy dojazd (14% osób).

I.3.3. Odwiedzane miasta

Do najczęściej odwiedzanych dużych miast należą: Warszawa, Kraków i Lublin, nieco rzadziej Katowice, Białystok, Wrocław i Łódź.

Tablica I.13. Miasta odwiedzane w 1992 roku^{x/}

Miasto	Udział w %
Gdańsk	2
Szczecin	3
Wrocław	6
Łódź	6
Poznań	4
Warszawa	26
Kraków	17
Katowice	9
Białystok	8
Lublin	17
Częstochowa	2

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Duże miasta w Polsce były stosunkowo rzadko odwiedzane przez turystów z krajów byłego ZSRR i ruch w tych miastach był bardzo rozproszony. Turyści ze wschodu przebywając w Polsce niezbyt długo, dużo po niej podróżowali. Biorąc pod uwagę to, że turyści ze wschodu spędzali w Polsce czas głównie na pobycie w mieście i że często odwiedzali rejony nieturystyczne wydaje się, iż preferowali oni raczej mniejsze miasta i miasteczka.

I.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu turystów z krajów byłego ZSRR w Polsce wynosiła w 1992 roku średnio 5,8 dnia, czyli 4,5 nocy i była nieco krótszy niż w 1991 roku, kiedy to średni czas pobytu wynosił 6,8 dnia (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92).

Brak jest danych dotyczących jednodniowego ruchu turystycznego na granicy wschodniej Polski.

I.3.5. Przeciętne wydatki

W 1992 roku średnie wydatki turysty z byłego Związku Radzieckiego na osobę wynosiły 935 tysięcy złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce na osobę wynoszących 1652 tysiące złotych. Natomiast średnie wydatki turysty z byłego ZSRR na osobę dziennie wynosiły 162 tysiące złotych, przy 512 tysiącach złotych średnio dziennie na jednego turystę zagranicznego (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w 1992 roku).

Turyści z krajów byłego ZSRR należą do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy. Tylko turyści z Czech i Słowacji wydali w 1992 roku mniej pieniędzy na osobę (430 tysięcy złotych). Jednak pod względem wydatków dziennych na osobę turyści z krajów byłego ZSRR należeli do grupy o najniższych wydatkach (Czesi, Słowacy i Węgrzy wydawali dziennie na osobę ok. 260 tysięcy złotych).

I.3.6. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystów z krajów byłego ZSRR

Biorąc pod uwagę 7789 tysięcy turystów z krajów byłego Związku Radzieckiego, którzy odwiedzili Polskę w 1992 roku i średnie wydatki na osobę dziennie turystów z krajów byłego ZSRR w wysokości 160 tysięcy złotych (ok. 10 dolarów USA) przy średniej długości pobytu w Polsce wynoszącej 5,8 dnia można powiedzieć, że wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z krajów byłego ZSRR wyniosły w 1992 roku ok. 470 milionów dolarów USA. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystów z tych krajów były wyższe jeszcze o sumy, które wpłynęły pośrednio do Polski od biur podróży i polskich przewoźników.

Należy podkreślić, że podstawowym źródłem finansowania wydatków w Polsce obywateli krajów byłego ZSRR są pieniądze pochodzące ze sprzedaży przywiezionych przez nich towarów.

Brak jest dzisiaj danych dotyczących salda wymiany handlowej, jednak należy zauważyć pozytywną tendencję wzrostu wydatków w Polsce (także zakupów) i spadek wywozu dewiz.

I.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI DO KRAJÓW BYŁEGO ZSRR

Liczba wyjazdów

Na przejściach granicznych w 1992 roku zanotowano 29,3 mln wyjazdów Polaków za granicę (dane GUS). W stosunku do 1991 roku stanowi to wzrost o 41%.

Tablica I.14. Zagraniczne wyjazdy Polaków w latach 1991-1992.

Granica	Liczba wyjazdów w tysiącach		Wskaźnik udziału w procentach		Zmiana 1992/91 w procentach
	1992	1991	1992	1991	
wszystkie granice	29268	20754	100	100	41
granica wschodnia	2165	2194	7,4	10,6	-1,4

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

Przez granicę wschodnią wyjechało w 1992 roku 2,2 mln Polaków, co stanowiło niewielki spadek w stosunku do 1991 roku.

Te 2,2 mln Polaków wyjeżdżających do krajów byłego Związku Radzieckiego stanowiło około 7,2% wszystkich wyjazdów Polaków za granicę.

Tablica I.15. Wyjazdy Polaków do byłego ZSRR w latach 1991-92 na tle wyjazdów do innych krajów

Kraj	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Niemcy	38,7	40,0	- 1,3
Czecho-Słowacja	19,2	16,9	2,3
b. ZSRR	7,2	12,1	- 5,1
Węgry	6,5	5,8	0,7
Francja	5,5	5,3	0,2
Holandia	5,5	5,8	- 0,3
Austria	4,8	4,4	0,4
Szwecja	2,7	2,9	- 0,2
Włochy	2,4	1,9	0,5
Turcja	2,0	2,5	- 0,5
inne	5,5	2,4	3,1

Zródło: H. Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

Kraje byłego Związku Radzieckiego zajmowały w 1992 roku trzecie miejsce w wyjazdach zagranicznych Polaków. Częściej niż do krajów byłego ZSRR Polacy jeździli tylko do Niemiec (około 40% wszystkich wyjazdów) i Czecho-Słowacji (około 20% wszystkich wyjazdów).

Struktura wyjazdów

Polacy wyjeżdżający do krajów byłego Związku Radzieckiego w 1992 roku to głównie mieszkańcy województw wschodnich oraz południowych. Ponad połowę wyjeżdżających stanowili mężczyźni (58,8% wyjeżdżających). Wśród wyjeżdżających największą grupę stanowiły osoby w wieku 35-44 lat (33% wyjeżdżających), ze średnim wykształceniem (68,8% wyjeżdżających). Najczęściej wyjeżdżali Polacy mieszkający w dużych miastach (58,8% wyjeżdżających), najrzadziej mieszkańcy wsi (12% wyjeżdżających). Równie często były to osoby pracujące (46,3% wyjeżdżających), co nie pracujące i nie uczące się (40% wyjeżdżających).

Polacy wyjeżdżali do krajów dawnego Związku Radzieckiego najczęściej za pośrednictwem biur podróży, na zaproszenie prywatne i indywidualnie bez pośredników.

Tablica I.16. Forma organizacyjna wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR w 1992 roku

Organizator	Udział w %
Biuro podróży	28
Prywatne zaproszenie	27
Zaproszenie przez instytucję	9
Indywidualnie	27
brak danych	8

Zródło: H. Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

Wyjazdy na prywatne zaproszenie to forma organizacyjna, z której Polacy korzystali częściej w przypadku wyjazdów do krajów byłego ZSRR niż do innych krajów. Stosunkowo rzadko natomiast Polacy wyjeżdżali indywidualnie do krajów byłego ZSRR w porównaniu z innymi krajami.

Polacy odwiedzając kraje byłego ZSRR podróżowali najczęściej pociągiem (44,7% osób) i samochodem osobowym (42% osób). Korzystali głównie z noclegów u rodziny lub znajomych bądź z hotelu.

Tablica 1.17. Wykorzystanie bazy noclegowej w podróżach Polaków do krajów byłego ZSRR w 1992 roku

Rodzaj wykorzystanej bazy	Udział w %
Mieszkanie rodziny, znajomych	46
Hotel	34
Kwatery prywatne, pensjonat	11
Camping, pole namiotowe	1
inne	8

Zródło: H. Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

Mieszkania rodziny i znajomych to baza noclegowa wykorzystywana przez Polaków częściej podczas podróży do krajów byłego Związku Radzieckiego niż w czasie wyjazdów do innych krajów. Związane jest to z tym, że właśnie do krajów dawnego ZSRR Polacy wyjeżdżali najczęściej w celu odwiedzin krewnych i znajomych.

Campingi i pola namiotowe były natomiast bazą wykorzystywaną przez Polaków zdecydowanie najrzadziej w przypadku wyjazdów do byłego ZSRR w porównaniu z wyjazdami do innych krajów.

Głównym motywem podróży Polaków do krajów dawnego Związku Radzieckiego były odwiedziny krewnych i znajomych (ponad połowa wyjeżdżających). Często motywem wyjazdu był wypoczynek, rozrywka oraz zakupy.

Tablica I.18. Motywy podróży Polaków do krajów byłego ZSRR w 1992 roku^{x/}

Motyw podróży	Udział w %
Wizyta u krewnych, znajomych	52
Wypoczynek, rozrywka	35
Poznanie ciekawych miejsc	15
Odwiedzenie kraju pochodzenia	6
Motywy religijne	3
Zakupy	35
Dorywcza praca	3
Interesy	16
Udział w konferencjach, targach	1
Inne służbowe	6
Hobby	2
inne	7

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: H. Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

Do krajów byłego ZSRR wyjeżdżało w interesach tyle samo Polaków, co w celu poznania ciekawych miejsc. Nie są to natomiast kraje, do których Polacy wyjeżdżali w celu podjęcia dorywczej pracy.

Odwiedzenie kraju pochodzenia to cel występujący częściej w przypadku podróży Polaków do krajów byłego ZSRR niż innych krajów.

Regionalizacja wyjazdów

Statystyka wyjazdów Polaków do poszczególnych krajów byłego Związku Radzieckiego nie jest prowadzona. Istnieją jedynie dane dotyczące osobowego ruchu granicznego według przejść granicznych (źródło: GUS). W 1992 roku wyjechało z Polski korzystając z przejść granicznych z Litwą 429,7 tysięcy Polaków. Korzystając z przejść granicznych z Białorusią wyjechało 807,9 tysięcy Polaków. Przez przejścia graniczne z Ukrainą wyjechało 749 tysięcy Polaków. Korzystając z przejść granicznych z Federacją Rosyjską (obwód kaliningradzki) wyjechało z Polski 178,7 tysięcy Polaków.

Należy wziąć pod uwagę, że część Polaków wyjeżdżających z Polski przez przejścia graniczne z Litwą i z obwodem kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej udawało się w podróż do Łotwy lub Estonii. Dla części zaś Polaków wyjeżdżających przez przejścia graniczne z Białorusią i Ukrainą celem podróży była Federacja Rosyjska.

I.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE WSPÓLNYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH NA RYNKACH KRAJÓW BYŁEGO ZWIĄZKU RADZIECKIEGO

Podsumowanie

W 1992 roku odwiedziło Polskę ponad 7788 tysięcy osób z krajów byłego ZSRR. W okresie najbliższych trzech lat wielkość ruchu turystycznego z krajów dawnego Związku Radzieckiego do Polski po początkowym okresie około 20-procentowego wzrostu ustabilizuje się na poziomie niewielkiego (ok. 5-procentowego) wzrostu.

Większość obywateli krajów dawnego ZSRR odwiedziło Polskę indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych bądź korzystając z usług biur podróży (zwłaszcza w ramach zorganizowanej wycieczki). Korzystanie z usług biur podróży to stale najbardziej popularna forma organizacyjna wyjazdów wśród mieszkańców krajów dawnego Związku Radzieckiego. Coraz bardziej natomiast staje się popularny przyjazd do Polski na zaproszenia instytucji oraz indywidualnie bez pośredników.

Turyści z krajów byłego ZSRR przyjeżdżają do Polski głównie w celach handlowych. Dominującym motywem przyjazdów były zakupy. Wzrost przyjazdów o tej motywacji jest jednak raczej wynikiem zmiany świadomości wśród odwiedzających, niż faktycznym wzrostem. Z tym związany jest również spadek przyjazdów o motywacji wypoczynkowo-rozrywkowej. Nastąpił wzrost przyjazdów w celu odwiedzin rodzin i znajomych oraz niewielki wzrost przyjazdów o motywach poznawczych (poznanie kraju, kultury).

Stałą bazą noclegową dla turystów z krajów byłego ZSRR są mieszkania krewnych i znajomych. Coraz częściej turyści ze wschodu nocują w hotelach, zwłaszcza tych najtańszych, bądź w pokojach gościnnych. W najbliższych latach te obiekty noclegowe będą coraz częściej wykorzystywane. Duża grupa obywateli krajów dawne Związku Radzieckiego nie korzysta jednak z bazy noclegowej ani z gościnności znajomych i szuka innych możliwości noclegu (w autokarach, na dworcach).

Pociąg i samochód osobowy to stale najpopularniejsze środki transportu do Polski turystów z krajów dawnego ZSRR. Rzadziej wykorzystywany jest autokar.

Ponad połowa turystów z krajów dawnego Związku Radzieckiego spędza większość dni na pobycie w mieście. Objazd wybranych regionów Polski lub pobyt na wsi wybiera tylko niewielka grupa turystów z tych krajów.

Duże miasta w Polsce są stosunkowo rzadko odwiedzane przez turystów z krajów byłego ZSRR, a ruch w tych miastach jest rozproszony. Turyści ze wschodu przebywając w Polsce niezbyt długo, dużo po niej podróżują, preferując raczej mniejsze miasta i miasteczka.

Do stale krytykowanych przez turystów z za wschodniej granicy aspektów pobytu w Polsce należą wysokie koszty pobytu, organizacja przyjazdu i uciążliwości w dojeździe.

Wskazania do promocji

Polska jest krajem najczęściej odwiedzanym przez turystów z krajów byłego Związku Radzieckiego.

Celem głównym zagranicznych wyjazdów mieszkańców byłego ZSRR jest handel. Stan ten będzie trwał dopóki zachowa aktualność motywacja ekonomiczna. Polska nadal utrzymuje swoją silną pozycję, ale ze względów m.in. cenowych traci nieco na popularności.

Coraz częściej jednak turyści z krajów byłego ZSRR łączą cele handlowe z rozrywką i wypoczynkiem. Istnieje więc konieczność przygotowania oferty uzupełniającej przyjazd do Polski w celach handlowych. Oferta ta powinna mieć (przynajmniej początkowo) wyraźnie rozrywkowy charakter (programy wieczorne) i skierowana powinna być w pierwszym rzędzie do osób wielokrotnie odwiedzających Polskę na krótkie, kilkudniowe pobyty.

Oferowane mieszkańcom krajów byłego ZSRR wyjazdy do Polski to właściwie tylko wyjazdy komercyjne. Możliwości pobytu turystyczno-wypoczynkowego w Polsce, walory turystyczne Polski są praktycznie nieznane mieszkańcom tych krajów.

Należy zwrócić uwagę na niewielką w chwili obecnej, ale być może liczniejszą w przyszłości grupę potencjalnych klientów polskich biur podróży, do których należą grupy bogatych i średnio-zamożnych mieszkańców krajów byłego ZSRR. Zwłaszcza ta pierwsza grupa skłonna jest wydać spore pieniądze na wyjazdy wypoczynkowo-poznawcze pod warunkiem zapewnienia komfortowego wypoczynku z atrakcyjnym programem rozrywkowym. Atutem może tu być łatwa dostępność Polski dla turystów z krajów byłego ZSRR.

Oferty powinny być skierowane głównie do osób w wieku produkcyjnym, raczej młodych (25-44 lata). Udział pozostałych grup wiekowych jest w turystyce z krajów byłego ZSRR zdecydowanie mniejszy.

Zła organizacja przyjazdu oraz uciążliwości w dojeździe są często krytykowanym aspektem pobytu w Polsce przez turystów zza wschodniej granicy.

Biorąc pod uwagę, że turyści z krajów byłego ZSRR coraz częściej podróżują własnym samochodem, często również autokarem, korzystając z przejść drogowych i dróg, poprawa tych urządzeń i towarzyszącej im bazy gastronomicznej, noclegowej i handlowej jest zadaniem pilnym. Ze względu na długie oczekiwania w kolejkach na przejściach granicznych turyści narażeni są na rozbój. Na terenie samej Polski muszą liczyć się z działalnością mafii zza granicy wschodniej, która często napada na swoich współziomków wymuszając haracz lub odbierając towary (głównie samochody zakupione za granicą i przewożone przez Polskę). Tak więc sprawa zapewnienia bezpieczeństwa turystom zza wschodniej granicy jest bardzo istotna.

Poprawa infrastruktury na przejściach granicznych, umożliwiającą lepszą przepustowość i zapewniającą zwiększenie i lepszą jakość usług towarzyszących sprzyjałaby z jednej strony zwiększeniu bezpieczeństwa, z drugiej zaś wpłynęłaby na zwiększenie wydatków w Polsce gości ze wschodu.

Na rynkach krajów dawnego Związku Radzieckiego nie widać promocji turystycznej Polski. Konieczne jest przygotowanie programu działania. Należałoby tu wykorzystać ogólnie dostępną telewizję i radio. Audycje powinny przede wszystkim reklamować dobrą rozrywkę dostępną w Polsce, przedstawiać ciekawsze imprezy, a także różne możliwości wydawania pieniędzy. Ponadto powinny zawierać reklamę walorów turystycznych Polski, ukazywać jej zabytki i kulturę.

Niecelowym wydaje się organizowanie study tour dla przedstawicieli prasy. Warto natomiast zawrzeć umowę z określonymi czasopismami (bądź dziennikami) na cykl artykułów dotyczących Polski.

Należałoby doprowadzić do lepszej współpracy polskich i wschodnich biur podróży, gdyż spora część turystów z krajów byłego ZSRR korzysta z ich usług. Być może skuteczne byłoby zorganizowanie study tour właśnie dla przedstawicieli firm turystycznych i biur podróży z tych krajów, zwłaszcza tych bardziej znaczących, a także dla pilotów. Na takich imprezach należałoby pokazywać przede wszystkim możliwości spędzania czasu i wydawania pieniędzy w Polsce. Należałoby również zastanowić się nad możliwością szkolenia pilotów zagranicznych.

Korzystne dla Polski byłoby wydawanie gazety wschodniej, mającej charakter informatora o Polsce dla turystów z krajów byłego ZSRR. Podstawą gazety byłyby reklamy różnorodnych tanich usług w Polsce. Ponadto należałoby zamieszczać tam informacje o ciekawszych imprezach, o wybranych miastach (w tym o ich zabytkach), przedstawiać krótkie trasy turystyczne po Polsce. Gazeta ta powinna być bezpłatna i wręczana na granicy państwa turystom wjeżdżającym do Polski. Reklamy zamieszczane w gazecie w krótkim czasie mogłyby pokryć koszty przygotowania i druku.

Wnioski generalne

1. Podróże i migracje do Europy mieszkańców krajów byłego związku Radzieckiego mają ogromne znaczenie nie tylko gospodarcze i turystyczne, ale także polityczne. Europa odczuwa zagrożenie migracjami ze wschodu, dotyczy to zwłaszcza migracji czasowych, w celach zarobkowych. Dlatego też ogromne znaczenie dla całej Europy mogą mieć badania rynków krajów byłego ZSRR.

2. Sugeruje się podjęcie wspólnych prac przez kraje sąsiadujące z krajami byłego ZSRR, aby uzyskać bardziej dokładne i kompleksowe informacje o ruchu wyjazdowym (podróżniczym) z krajów dawnego Związku Radzieckiego oraz o ruchu tranzytowym z tych krajów przez kraje sąsiadujące. W tym celu:
 - a/ należy zaproponować takie badania w Polsce i wystąpić do EWG o sfinansowanie tematu (np. do TEMPUS-a),
 - b/ Polska powinna zaproponować badania w krajach ościennych dotyczące uczestnictwa w wyjazdach obywateli krajów byłego ZSRR, a także opracować i zaproponować badania ankietowe.

Główne cele działań marketingowych

1. Zwiększenie wydatków turystów z krajów byłego ZSRR w Polsce.
2. Poprawa proporcji między wydatkami w Polsce gości ze wschodu a wywożonymi dewizami.
3. Skupienie działań handlowych gości z krajów byłego ZSRR we wschodnich rejonach Polski.
4. Zwiększenie długości pobytu turystycznego w Polsce gości z krajów byłego ZSRR.
5. Ułatwienie przejazdów tranzytowych poprzez poprawę istniejącej w Polsce infrastruktury.

Działania

1. Opracowanie wspólnie z Ministerstwem Spraw Zagranicznych i Ministerstwem Finansów programu działań.
2. Przygotowanie programu działań marketingowych na rynkach wschodnich z uwzględnieniem następującej segmentacji:
 - a/ Ukraina,
 - b/ Białoruś,
 - c/ Rosja (część nie granicząca z Polską),
 - d/ obwód kaliningradzki Federacji Rosyjskiej,
 - e/ kraje bałtyckie,
 - f/ wymiana graniczna.
3. Opracowanie programu działań "Polska leży w Europie" opartego na pobytach w miastach i dobrych ośrodkach, z położeniem nacisku na rozrywkę.
4. Opracowanie programu działań "Tranzytem przez Polskę".
5. Współpraca z biurami podróży (w tym przygotowanie materiałów dla biur podróży, szkolenie pilotów).
6. Wydawanie gazety wschodniej.

I.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Główny Urząd Statystyczny:
 - Rocznik Statystyczny 1992,
 - przekroczenia granic polskich.
2. Bulletin of tourist information "USSR Travel Trade Survey". Magazine of the USSR State Committee for Foreign Tourism. 3.1991. Dodatek do "Travel to the USSR" - magazin of the USSR State Committee for Foreign Tourism.
3. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania powstałe na ich bazie:
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R.Kuszevska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki,
 - H.Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku (badania graniczne), Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

II. RYNEK TURYSTYCZNY LITWY

II.0. UWAGI WSTĘPNE

W 1990 roku rozpoczął się okres rozpadu Związku Radzieckiego. Jako pierwsza, jeszcze w 1990 roku, ogłosiła niepodległość Litwa. Na gospodarkę państwa mają wpływ zjawiska kryzysowe, które wystąpiły we wszystkich krajach byłego ZSRR. Naruszenie istniejących przez długie lata więzi gospodarczych, zerwanie dostaw licznych rodzajów surowców i materiałów, wzrost cen nośników energii nie pozwala na poprawę sytuacji finansowo-ekonomicznej.

Odtwarzanie własnej państwowości powoduje cały szereg koniecznych zmian w istniejących do tej pory strukturach polityczno-administracyjno-organizacyjnych. Początkowy więc okres funkcjonowania państwa po odzyskaniu niepodległości charakteryzuje się większym bądź mniejszym chaosem. Stwarza to problemy w przypadku próby opisu zjawisk zachodzących w danym państwie, głównie ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem braku danych (lub dostępności do nich) występuje także przy opisie rynku turystycznego Litwy. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z tego kraju, a konkretnie preferencji w dziedzinie spędzania czasu wolnego (p. II.2.3.), upodobań i oczekiwań turystów wyjeżdżających (p. II.2.4.), struktury wyjazdów według cech demograficznych (p. II.2.5.), struktury wyjazdów według regionu pochodzenia (p. II.2.6.), struktury wyjazdów według środka transportu (p. II.2.7.), wydatków na wyjazdy turystyczne (p. II.2.8.). Zagadnienia te nie mogą więc być omawiane w dalszej części opracowania.

II.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU LITEWSKIM

II.1.1. Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Obszar Litwy obejmuje 65,2 tys. km². Zamieszkuje go 3751,4 tys. osób, z czego 2570,9 tys. osób mieszka w miastach (68,5% ludności), zaś 1180,5 tys. na wsi (31,5% ludności). Gęstość zaludnienia wynosi 57,5 osób na 1 km².

1/ Dane według *Lietuvos statistikos metraštis* - 1992.

Struktura ludności Litwy według narodowości przedstawia się następująco (w tysiącach osób):

Litwini	2924,3
Rosjanie	344,5
Polacy	258,0
Białorusini	63,2
Ukraińcy	44,8
Żydzi	12,4
Inne narodowości	27,6.

Źródło: Lietuvos statistikos metraštis - 1992.

II.1.2. Struktura ludności według cech demograficznych^{2/}

Struktura ludności według wieku wygląda następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Poniżej 15 lat	837,2	22,3
15 - 19	266,4	7,1
20 - 29	580,3	15,5
30 - 39	561,4	15,0
40 - 49	443,7	11,8
50 - 59	430,6	11,5
60 - 69	352,1	9,4
70 lat i więcej	264,8	7,1.

Źródło: Lietuvos statistikos metraštis - 1992.

Kobiety stanowią 52,7% całej ludności, zaś mężczyźni 47,3%.

II.1.3. Uczestnictwo w turystyce według cech demograficznych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Litwie w ostatnich latach.

II.1.4. Wydatki na turystykę w budżetach gospodarstw domowych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Litwie w ostatnich latach.

^{2/} Dane według Lietuvos statistikos metraštis - 1992.

II.1.5. Dochód narodowy, poziom inflacji

Dochód narodowy (GDP) na Litwie w 1992 roku wynosił 1,08 bln USD, w stosunku do 1991 roku nastąpił spadek o 39%. Dochód narodowy na jednego mieszkańca w 1992 roku wynosił 353 USD. Poziom inflacji w 1992 roku wynosił 1200 procent (według Business Central Europe, nr 5, X.1993).

Rok 1992 był dla Litwy bardzo trudny. Produkcja przemysłowa spadła o połowę, nastąpiła 50-procentowa dewaluacja waluty. Produkt narodowy brutto zmniejszył się w 1992 roku o 25%, zaś w 1993 przewiduje się spadek o 5%. Poziom inflacji w 1992 roku wynosił 1200%, w 1993 przewiduje się 300% poziom inflacji (według Business Forum, nr 36, 5.IX.1993).

II.1.6. Organizacja rynku turystycznego

W 1992 roku rząd litewski powołał Państwowy Departament Turystyki. Do jego głównych zadań należą: marketing i informacja, polityka i dotacje (poparcie), rozwój turystyki.

Turystyką zajmuje się również Urząd do spraw sportu i turystyki.

Na Litwie działa Centrum Informacji i Reklamy (*Turizmo Informacijos Reklamos Centras*), spełniające jednocześnie rolę touroperatora.

Na terenie Litwy działa szereg organizacji turystycznych. W 1991 roku powstało Turystyczne Towarzystwo Litwy. Obecnie zrzesza ono 90 różnych firm turystycznych. Od jesieni 1993 roku rozpocznie kursy dla przewodników turystycznych. W 1993 roku powstało Litewskie Towarzystwo Hoteli. Zrzesza ono 14 hoteli. Na terenie Litwy działa również Związek Podróżników Litwy zrzeszający 27 litewskich klubów turystycznych.

Trudno jest podać dokładną liczbę biur podróży i touroperatorów działających na Litwie. Około 250-300 różnych firm prowadzi działalność turystyczną, ale często firmy te prowadzą jednocześnie (lub poza sezonem) inną działalność gospodarczą.

Do najważniejszych litewskich biur podróży i touroperatorów należą:

- BALTIC TRAVEL SERVICE, adres: str. Subačiaus 2, LT-2001 Vilnius,
- LIETUVOS TURIZMO BIRŽA (Lithuania Tours Ltd), adres: str. Seimyniškio 18, LT-2005 Vilnius,

- LITURIMEX - travel agency, adres: Ave. Gedimino 14, LT-2001 Vilnius,
- OKTO PILIGRIMAS - Lithuanian - German Joint-venture, adres: str. Ševčenkos 19, LT-2009 Vilnius,
- SVEBAS - travel agency, adres: str. T.Vaižganto 9/1, LT-2001 Vilnius,
- TURIZMO INFORMACIJOS REKLAMOS CENTRAS (The Center of Touristic Information and Advertisement), adres: str. Kalvariju 2-7, LT-2000 Vilnius,
- VARITA, adres: str. Ukmerges 12a, LT-2005 Vilnius,
- ZYGUNAS - travel agency, adres: str. Geležinkelio 6-3, LT-200 Vilnius,
- PILIS - travel and excursion office, adres: str. Rotušės 11, LT-3000 Kaunas,
- MIGROVE - travel agency, adres: str. Laisvės 88, LT-3000 Kaunas,
- REK - travel agency, adres: str. Žvejų 47, LT-5720 Palanga,
- VEJAS - travel agency, adres: str. Tilžės 48, LT-5805 Klaipėda.

Na terenie Litwy nie były organizowane do tej pory żadne międzynarodowe imprezy i targi turystyczne. Pierwszą próbą miały być międzynarodowe targi organizowane w dniach 13-15 listopada 1993 roku pod nazwą International fair "Travelbalt+implements for sports and tourism '93". Zostały jednak odwołane. Być może zostaną zorganizowane w 1994 roku.

II.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z LITWY

II.2.1. Wyjazdy według kierunków

Na Litwie brak jest jednolitej statystyki dotyczącej turystyki i nie jest ona obecnie prowadzona. Według danych Litewskiego Departamentu Turystyki w trzech ostatnich kwartałach 1992 roku wyjechało z Litwy 705,8 tys. osób (przekroczenia granicy).

Najbardziej popularne kraje odwiedzane przez mieszkańców Litwy to Polska, Turcja, Chiny, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Rosja, Rumunia. Często odwiedzanymi krajami są również Niemcy, Holandia, Szwajcaria, rzadziej Francja, Włochy, Tajlandia i Wielka Brytania.

Według danych GUS w 1992 roku (w okresie IV-XII, wcześniej brak danych) granicę Polski przekroczyło 210,5 tys. mieszkańców Litwy, w tym 82,7 tys. osób deklarowało jako cel przyjazdu "turystykę".

Litewski Departament Turystyki posiada cząstkowe dane dotyczące osobowego ruchu granicznego na wybranych przejściach w czwartym kwartale 1992 roku. I tak korzystając z przejścia granicznego litewsko-łotewskiego Salociai (trasa Via Baltica) opuściło Litwę w tym okresie 64,0 tysiące osób. Przez przejścia graniczne litewsko-rosyjskie (obwód kaliningradzki): Pagegiai, Kybartai, Kłajpedę wyjechało odpowiednio 63,2 tysięcy osób, 65,9 tysięcy osób i 21,2 tysięcy osób. Korzystając z przejścia litewsko-polskiego Lazdijai opuściło Litwę 198,6 tysięcy osób. Z przytoczonych danych wynika, iż najwięcej osób wyjeżdżając z Litwy korzystało z przejścia granicznego z Polską.

II.2.2. Motywy wyjazdów

W obecnych czasach dominują wyjazdy komercyjne. Stanowią one około 90% wszystkich wyjazdów zagranicznych mieszkańców Litwy. Niektóre kraje przyciągają mieszkańców Litwy możliwością nabycia konkretnych towarów. Kraje takie jak Niemcy, Holandia i Szwajcaria są celem głównie dla Litwinów pragnących kupić samochód.

Znacznie rzadziej mieszkańcy Litwy wyjeżdżają za granicę na wypoczynek czy w celu poznania innych krajów. Turyści ci wybierają wtedy Francję, Włochy, Tajlandię, Wielką Brytanię i Niemcy. Choć motywy turystyczne (wypoczynek, poznanie kraju) występują rzadko przy wyjazdach za granicę mieszkańców Litwy, jednak następuje bardzo powolny wzrost liczby turystów o tej motywacji wyjazdów.

II.2.3. Preferencje w dziedzinie spędzania czasu wolnego i form turystyki

W chwili obecnej nie prowadzone są żadne badania na ten temat.

II.2.4. Upodobania i oczekiwania turystów wyjeżdżających

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat.

II.2.5. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat, brak ustaleń dotyczących metodologii badań.

II.2.6. Struktura wyjazdów według regionu pochodzenia turysty

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat, brak ustaleń dotyczących metodologii badań.

II.2.7. Struktura wyjazdów według środka transportu

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat, brak ustaleń dotyczących metodologii badań.

II.2.8. Wydatki na wyjazdy turystyczne

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Litwie w ostatnich latach.

II.2.9. Wskazania do promocji w środkach masowego przekazu

Na terenie Litwy promocja turystyczna Polski prowadzona jest tylko poprzez reklamy. Jednak firmy turystyczne reklamują przeważnie wyjazdy handlowe do Polski. Brak jest promocji Polski jako regionu turystycznego.

Na terenie Litwy odbierany jest program pierwszy telewizji polskiej i program pierwszy polskiego radia. Oba programy są dość popularne wśród mieszkańców Litwy.

Z prasy specjalistycznej na terenie Litwy ukazuje się gazeta turystyczna *Otkrytyj mir* (Открытый Мир), której główna siedziba redakcji znajduje się w Rydze, ale posiada również redakcję na Litwie. Pismo to ma charakter reklamowo-informacyjny.

II.2.10. Rodzaje oferty turystycznej na rynku

Polska należy do grupy krajów cieszących się największą popularnością, jeśli chodzi o wyjazdy zagraniczne mieszkańców Litwy. Typowa oferta wyjazdowa do Polski to wyjazd handlowy i na zakupy trwający 2-3 dni, z zakwaterowaniem w tanich hotelach (często hotelach robotniczych) lub z noclegiem w autokarze. Najczęściej oferowane są wyjazdy do Suwałk, Białegostoku, Łomży, Warszawy, Olsztyna, Piotrkowa Trybunalskiego, Gdańska.

II.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z LITWY

II.3.1. Wielkość ruchu, przewidywany trend

Do 1 kwietnia 1992 roku mieszkańcy Litwy byli notowani przez polską straż graniczną jako obywatele byłego Związku Radzieckiego. Dane więc dotyczące przyjazdów do Polski mieszkańców Litwy dostępne są od drugiego kwartału 1992 roku.

W ostatnich trzech kwartałach 1992 roku odwiedziło Polskę ponad 210 tysięcy mieszkańców Litwy. W pierwszym półroczu 1993 roku przyjechało do Polski 605,6 tysięcy mieszkańców Litwy (przekroczenia granic według GUS).

Posiadane dane dotyczące wielkości ruchu z Litwy do Polski nie pozwalają na dokładniejsze określenie trendu rozwoju tego ruchu. Bazując jednak na posiadanych danych i odwołując się do danych dotyczących przyjazdów do Polski ze wszystkich byłych krajów ZSRR można przyjąć, że w roku 1993 nastąpi około 300-procentowy wzrost przyjazdów mieszkańców Litwy do Polski, po czym nastąpi stopniowa stabilizacja ruchu.

II.3.2. Struktura przyjazdów

Dane dotyczące charakterystyki przyjazdów do Polski pochodzą z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92. Dane z 1992 roku dotyczą przyjazdów z Litwy, Łotwy i Estonii łącznie ze względu na to, iż badania w danym roku objęły małą liczbę turystów z krajów bałtyckich. Ponieważ większość osób badanych z krajów bałtyckich pochodziła z Litwy, stąd w tekście będziemy mówili o przyjazdach z Litwy.

II.3.2.a. Struktura przyjazdów do Polski według formy organizacyjnej

Turyści z Litwy w 1992 roku przyjeżdżali do Polski najczęściej indywidualnie bez pośredników (blisko połowa przyjeżdżających), rzadziej korzystali z usług biura podróży (23% osób, w tym 14% osób w ramach zorganizowanej wycieczki) oraz przyjeżdżali indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych (18% osób).

Zdecydowanie większą popularnością w porównaniu z 1991 rokiem cieszyły się wśród mieszkańców Litwy przyjazdy indywidualne bez pośredników. Wiązało się to ze spadkiem przyjazdów na zaproszenia osób prywatnych, gdyż mieszkańcy Litwy nie potrzebują

obecnie zaproszeń przy wyjeździe do Polski. Jednocześnie spadło ogromnie zainteresowanie przyjazdami do Polski za pośrednictwem biur podróży.

Tablica II.1. Forma organizacyjna przyjazdu turystów z Litwy.

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{x/}	1991	
Wycieczka z biurem podróży	14	36	-22
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	9	10	- 1
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	18	49	-31
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	6	2	4
Indywidualnie bez pośredników	47	3	44
Brak danych	7	0	7

x/ Dane z 1992 roku dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR turyści z Litwy najczęściej przyjeżdżali indywidualnie bez pośredników, najrzadziej zaś za pośrednictwem biur podróży. Jeśli chodzi o przyjazdy indywidualne na zaproszenie osób prywatnych, tylko turyści z Białorusi rzadziej korzystali z tej formy przyjazdu.

II.3.2.b. Struktura przyjazdów do Polski według motywu podróży

Polska jest dla turystów z Litwy przede wszystkim krajem tranzytowym. Ponad połowa gości z Litwy deklarowała, iż przyjechała do Polski w ramach tranzytu. Zaledwie jedna czwarta odwiedzających deklarowała prywatno-turystyczny charakter pobytu.

Tablica II.2. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu w 1992 roku^{x/}.

Charakter pobytu	Udział w %
Turystyczny/prywatny	28
Służbowy/handlowy	15
Tranzyt	53
brak danych	4

x/ Dane dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Najczęstsze motywy przyjazdu mieszkańców Litwy do Polski to odwiedziny krewnych i znajomych oraz zakupy. Stosunkowo często mieszkańcy Litwy przyjeżdżali do Polski poznać kraj, wypocząć i rozerwać się. W porównaniu do gości z innych krajów byłego ZSRR turyści z Litwy najrzadziej wymieniali jako cel przyjazdu do Polski interesy.

W porównaniu z rokiem poprzednim nieco rzadziej goście z Litwy przyjeżdżali na zakupy, częściej natomiast w odwiedziny do krewnych i znajomych, poznać kraj i kulturę, a także w interesach. Mniej turystów z Litwy przyjeżdżało do Polski wypoczywać.

Tablica II.3. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-1992^{x/}.

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{xx/}	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	30	14	16
Odwiedziny miejsca pochodzenia	4	2	2
Poznanie kraju, kultury	16	7	9
Cele religijne	0	0,7	- 0,3
Wypoczynek, rozrywka	13	21	- 8
Zakupy	29	32	- 3
Interesy	10	2	8
Targi, wystawy, konferencje	0	2	- 2
Inne służbowe	4	-	4
Realizacja hobby	0	0,7	- 0,3
Inne cele	43	9	34
Zaden z wymienionych	36	-	36

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

xx/ Dane z 1992 roku dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Polska jest dla Litwinów krajem, do którego przyjeżdża się w odwiedziny do krewnych i znajomych oraz na zakupy. Coraz więcej jednak turystów z Litwy przyjeżdża do Polski, aby poznać kraj i kulturę.

II.3.2.c. Struktura przyjazdów do Polski według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z Litwy odwiedzali najczęściej centrum Polski oraz wybrzeże. Jednak i pozostałe rejony Polski były dość często odwiedzane.

Tablica II.4. Odwiedzane rejony Polski^{x/}.

Rejon	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{xx/}	1991	
Wybrzeże	28	9	19
Pojezierza	16	6	10
Centrum	52	83	-31
Rejony górskie	9	3	6
Śląsk	12	-	12
Zaden z wymienionych	15	-	15

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

xx/ Dane z 1992 roku dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem poprzednim budzi zdziwienie tak duża ruchliwość gości z Litwy. Znacznie zmalała wśród nich popularność centrum kraju, jednak odbyło się to z korzyścią dla wszystkich pozostałych rejonów Polski. Budzi zdziwienie stosunkowo duża popularność Śląska. Często odwiedzane były również nieturystyczne rejony Polski.

W porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR turyści z Litwy najwięcej podróżowali po Polsce. Rzadziej bywając w centrum, częściej odwiedzali wszystkie (oprócz gór) pozostałe rejony kraju.

II.3.2.d. Struktura przyjazdów do Polski według wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z Litwy nocowali u krewnych, znajomych (21% osób) lub w hotelach (17% osób). Bardzo duża grupa obywateli tych krajów (największa w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR) nie korzystała jednak z bazy noclegowej ani z gościnności rodziny czy znajomych i wynajdywała inne sposoby noclegu np. w samochodach czy autokarach (34% osób).

W porównaniu z 1991 rokiem turyści z Litwy znacznie częściej korzystali z noclegów u rodziny, znajomych, natomiast całkowicie spadło zainteresowanie campingami i polami namiotowymi.

Tabela II.5. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej.

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmian w procentach
	1992 ^{x/}	1991	
Hotele	17	13	4
Campingi	0	72	-72
Pokoje gościnne	8	6	2
Rodzina, znajomi	21	9	12
Inne	34	-	34
Brak danych	20	0	20

x/ Dane z 1992 roku dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Goście z Litwy najrzadziej spośród wszystkich gości z dawnego Związku Radzieckiego korzystali z noclegów w hotelach, a jeszcze w 1991 roku należeli do tych najczęściej korzystających z usług hotelowych.

II.3.2.e. Struktura przyjazdów do Polski według cech demograficznych

Turyści z Litwy przyjeżdżający do Polski w 1992 roku to przeważnie mężczyźni. Kobiety stanowiły 28% przyjeżdżających (w 1991 roku - 53% osób).

Najczęściej przyjeżdżali turyści w wieku 25-44 lata. Zmniejszył się udział młodzieży wśród turystów z Litwy. Młodzież do 24 lat stanowiła 8% przyjeżdżających, przy 12% przyjeżdżających w tym wieku w roku 1991. Mniejszy również udział w przyjazdach miały osoby starsze. Turyści w wieku 45 lat i więcej stanowili 19% turystów litewskich, zaś w 1991 roku turyści z tej grupy wiekowej stanowili 25% ogółu turystów z Litwy).

Jedna trzecia odwiedzających Polskę gości z Litwy posiadała wyższe wykształcenie (35% turystów). Studenci i uczniowie stanowili 13% przyjeżdżających do Polski turystów z Litwy, najwięcej spośród gości z innych krajów dawnego ZSRR.

Wśród odwiedzających Polskę w 1992 roku turystów z Litwy 24% było pochodzenia polskiego, najwięcej spośród wszystkich gości z krajów byłego Związku Radzieckiego.

II.3.2.f. Struktura przyjazdów do Polski według środka transportu

Mieszkańcy Litwy w 1992 roku przyjeżdżali do Polski najczęściej samochodem osobowym (60% przyjeżdżających). Rzadziej korzystali z pociągu, autokaru.

Tablica II.6. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu.

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{x/}	1991	
Samochód	60	9	51
Ciężarówka	11	-	11
Pociąg	14	55	-41
Autokar	14	15	- 1
Brak danych	0	22	-22

x/ Dane z 1992 roku dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem turyści z Litwy znacznie częściej korzystali z samochodu osobowego, rzadziej zaś z pociągu. Częściej w porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR korzystali z ciężarówki, a rzadziej z pociągu.

II.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Turyści z Litwy najczęściej spędzali w Polsce czas na pobycie w mieście. Tylko niewielka grupa spośród nich decydowała się na spędzanie czasu na wsi lub na objeździe po wybranych regionach kraju. Należy jednak pamiętać, iż duża grupa turystów z Litwy przejeżdżała przez Polskę tranzytem.

Tablica II.7. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku^{x/}.

Sposób spędzania czasu	Udział w %
pobyt w mieście	38
pobyt w górach	0
pobyt nad morzem	0
pobyt w lesie, nad jeziorem	0
pobyt na wsi	4
objazd wybranych regionów	5
wędrówka rowerem, pieszo	1
inne	33
brak danych	18

x/ Dane dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Polska jest dla dużej grupy turystów z Litwy krajem tranzytowym. Ci, dla których Polska była celem przyjazdu, spędzali czas głównie w miastach. Typowych form wypoczynku (pobyt nad morzem, jeziorem, w górach) nie wybrał żaden ankietowany turysta z Litwy.

II.3.3. Odwiedzane miasta

Do najczęściej odwiedzanych dużych miast przez turystów z Litwy należały w ostatnich dwóch latach Warszawa i Gdańsk, w 1992 roku również Białystok i Szczecin. Spadło natomiast zainteresowanie Lublinem.

Tablica II.8. Miasta odwiedzane w latach 1991-92^{x/}.

Miasto	Udział procentowy		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{xx/}	1991	
Gdańsk	21	13	8
Szczecin	20	0,7	19,3
Wrocław	2	-	2
Łódź	7	3	4
Poznań	14	5	9
Warszawa	47	79	-32
Kraków	8	5	3
Katowice	13	-	13
Białystok	25	3	22
Lublin	5	15	-10
Częstochowa	7	-	7

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

xx/ Dane z 1992 roku dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu do roku poprzedniego turyści z Litwy częściej odwiedzają duże miasta w Polsce. Przy tym są oni bardzo ruchliwi.

II.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu turysty litewskiego w Polsce w 1992 roku podobnie jak innych turystów z krajów bałtyckich wynosiła 2,8 nocy, czyli 3,5 dnia (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92).

Turyści z Litwy i krajów bałtyckich przebywali w Polsce najkrócej spośród turystów z innych krajów byłego ZSRR (średnio 4,5 nocy). W stosunku do 1991 roku zmniejszyła się przeciętna długość pobytu w Polsce turystów z krajów dawnego Związku Radzieckiego (średnio 6,8 dnia w 1991 roku). Brak jest danych dotyczących jednodniowych pobytów w Polsce turystów litewskich.

II.3.5. Źródła informacji turystów o możliwości pobytu turystycznego w Polsce

Mieszkańcy Litwy mają bardzo niewielkie możliwości zdobycia informacji o możliwości pobytu turystycznego w Polsce. Podstawą są informacje uzyskane w firmach turystycznych. Dotyczą one jednak głównie bazarów w Polsce i cen na nich obowiązujących. Inne źródło informacji to rodziny mieszkające w Polsce (goście z Litwy odwiedzający Polskę najczęściej w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR deklarują polskie pochodzenie). Źródłem informacji są również osoby odwiedzające Polskę.

II.3.6. Przeciętne wydatki

Brak jest danych dotyczących wydatków turystów z Litwy w Polsce. Znane są natomiast wydatki liczone łącznie dla turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki). W 1992 roku średnie wydatki turysty z byłego Związku Radzieckiego na osobę wynosiły 935 tysięcy złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce na osobę wynoszących 1652 tysiące złotych. Średnie wydatki turysty z byłego ZSRR na osobę dziennie wynosiły ok. 160 tysięcy złotych.

Turyści z Litwy prawdopodobnie wydali w Polsce nieco więcej lub tyle samo pieniędzy co inni turyści z krajów byłego Związku Radzieckiego. Należą zatem do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy. Tylko turyści z Czech i Słowacji wydali w 1992 roku mniej pieniędzy na osobę (430 tysięcy złotych). Pod względem wydatków dziennych na osobę turyści z byłych krajów ZSRR (w tym z Litwy) należeli do grupy o najniższych wydatkach (Czesi, Słowacy i Węgrzy wydawali dziennie na osobę około 260 tysięcy złotych).

Reasumując można przyjąć, iż turyści z Litwy wydawali dziennie około 160 tysięcy złotych na osobę, a zatem około 560 tysięcy złotych w czasie pobytu w Polsce.

II.3.7. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Litwy

Biorąc pod uwagę 210,5 tysięcy mieszkańców Litwy, którzy odwiedzili Polskę w trzech ostatnich kwartałach 1992 roku i średnie wydatki na osobę dziennie turystów z krajów byłego ZSRR (przyjmując, iż wydatki turystów z Litwy są im odpowiednie) w wysokości ok. 160 tysięcy złotych (ok. 10 dolarów USA) przy

średniej długości pobytu w Polsce turystów z Litwy wynoszącej 3,5 dnia można powiedzieć, że wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Litwy wyniosły w 1992 roku w sumie ok. 10 milionów dolarów USA. Należy jednak wziąć pod uwagę, że środki finansowe na pokrycie wydatków w Polsce pochodziły w większości ze sprzedaży przywiezionych towarów. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystów z Litwy były wyższe o sumy, które wpłynęły pośrednio do Polski od biur podróży i polskich przewoźników.

II.3.8. Atrakcje turystyczne w opinii turystów z Litwy

Z punktu widzenia turystów z Litwy najbardziej interesujące są miasta o historycznych i kulturalno-architektonicznych zabytkach oraz walorach przyrodniczych, a także miejsca związane z historią Litwy. Należą do nich:

- Malbork - zamek,
- Suwałki - kościół,
- Puńsk,
- Grunwald.
- Kraków - stare miasto, pomnik bitwy grunwaldzkiej,
- Warszawa - stare miasto i zamek królewski,
- Gdańsk, Gdynia - wybrzeże,
- Święta Lipka,
- Poznań.

Dla mieszkańców Litwy pochodzenia polskiego interesujące są miejsca związane z kulturą i historią Polski, a także różnego rodzaju imprezy kulturalne odbywające się w Polsce.

Dla turystów z Litwy największą przeszkodą w odwiedzinach Polski są koszty pobytu. Ponadto przeszkodę stanowią uciążliwości dojazdu i trudnościach w organizacji wyjazdu. Jednak spośród odwiedzających Polskę aż 81% osób (najwięcej w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR) zamierza przyjechać do Polski ponownie.

II.3.9. Najważniejsze biura organizujące przyjazdy do Polski z Litwy

Do najważniejszych biur organizujących wyjazdy do Polski należą: Vilniaus Travel (adres: Naugarduko str. 32, LT-2006, Wilno) oraz Varita (adres: Ukmergesstr. 12a, LT-2005, Wilno).

II.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI NA LITWĘ

Liczba wyjazdów

Nie prowadzona jest statystyka dotyczących przyjazdów Polaków na Litwę.

Dane polskie obejmują liczbę Polaków odwiedzających wszystkie kraje byłego ZSRR (bez podziału na poszczególne kraje). I tak kraje dawnego ZSRR odwiedziło w 1992 roku ok. 2,1 mln Polaków (liczba wyjazdów utrzymana na poziomie 1991 roku), co stanowiło 7,2% wszystkich wyjeżdżających Polaków za granicę w 1992 roku.

Powyższe dane są agregacją danych dotyczących osobowego ruchu granicznego na poszczególnych przejściach. Można wydzielić więc przejścia polsko-litweskie. Rozkład osobowego ruchu granicznego Polaków na przejściach polsko-litewskich przedstawia tablica II.9.

Tablica II.9. Osobowy ruch graniczny Polaków na przejściach granicznych polsko-litewskich.

Przejście	Liczba osób (w tys.)		
	1991	1992	1993 ^x
Budziska	-	0,3	-
Ogrodniki	336,9	421,5	259,8
Trakiszki	-	7,9	5,2
Razem	336,9	429,7	265,0

x/ Dane za dwa pierwsze kwartały.

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

Korzystając z przejść granicznych polsko-litewskich w 1992 roku wyjechało z Polski 429,7 tys. Polaków. W stosunku do roku poprzedniego było to prawie o 100 tysięcy wyjazdów więcej. Należy przy tym jednak wziąć pod uwagę, że część Polaków przekraczających granicę na przejściu w Ogrodnikach udaje się w dalszą drogę do Łotwy, Estonii, czasami też do Białorusi.

Struktura wyjazdów

Brak jest danych dotyczących struktury wyjazdów Polaków na Litwę. Badania graniczne Instytutu Turystyki nie objęły tej grupy turystów. Dysponujemy jedynie danymi dotyczącymi wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR. Można jednak przyjąć, iż dane te są podobne w przypadku Litwy, z drobnymi wyjątkami (np. region zamieszkania turystów w Polsce).

Ponad połowę wyjeżdżających Polaków stanowili mężczyźni (58,8% wyjeżdżających). Wśród wyjeżdżających największą grupę stanowiły osoby w wieku 35-44 lat (33% wyjeżdżających), ze średnim wykształceniem (68,8% wyjeżdżających). Najczęściej wyjeżdżali Polacy mieszkający w dużych miastach (58,8% wyjeżdżających), najrzadziej mieszkańcy wsi (12% wyjeżdżających). Równie często były to osoby pracujące (46,3% wyjeżdżających), co nie pracujące i nie uczące się (40% wyjeżdżających).

Polacy wyjeżdżali najczęściej za pośrednictwem biura podróży (28% wyjeżdżających do krajów byłego ZSRR), na zaproszenie prywatne (27% osób) i indywidualnie bez pośredników (27% osób). Podróżowali najczęściej pociągiem i samochodem osobowym, korzystając głównie z noclegów u rodziny, znajomych bądź z hotelu.

Główne motywy przyjazdów Polaków na Litwę to odwiedziny krewnych (w 1992 roku był to najczęstszy motyw wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR - 52% osób), handel, poznanie kraju, wypoczynek i leczenie, a także interesy. W odwiedziny do krewnych Polacy przyjeżdżali najczęściej do południowo-wschodniej części Litwy. Polacy przyjeżdżający na handel, czy pragnący oglądać zabytki kulturowo-historyczne odwiedzali głównie Wilno. Na wypoczynek i leczenie Polacy przyjeżdżali przede wszystkim do Druskiennik i do Pałangi lub Neringi. Zainteresowanie wyjazdami do uzdrowisk (Druskienniki) czy nad morze wynika głównie z konkurencyjnych (w stosunku do polskich) cen.

Regionalizacja przyjazdów

Jak już wyżej podano najczęściej odwiedzane przez Polaków miejsca to Wilno, południowo-wschodnia Litwa, Druskienniki i wybrzeże - Pałanga i Neringa. W południowo-wschodniej części Litwy Polacy odwiedzali najczęściej cztery rejony: Wileński, Trakajski, Szwenczeński i Szalcziński. Ponadto odwiedzane są miasta, które nawiązały bratnie kontakty z miastami polskimi. Do takich

par miast litewsko-polskich należą: Warena - Augustów, Mariampole - Ełk, Szakiaj - Gołdap, Wiłkawiskisz - Olecko, Lazdijs - Sejny, Alitus - Suwałki.

II.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POLSKI NA RYNKU LITEWSKIM

Podsumowanie

Rynek turystyczny Litwy jest rynkiem nabierającym dla Polski coraz większego znaczenia wśród rynków krajów dawnego ZSRR i jednocześnie najważniejszym rynkiem wśród krajów bałtyckich.

Turyści z Litwy przyjeżdżali do Polski najczęściej indywidualnie bez pośredników, rzadziej korzystali z usług biur podróży. Odwiedzali najczęściej centrum kraju i wybrzeże, jednak i pozostałe rejony kraju były często odwiedzane. Turyści litewscy należeli do najbardziej ruchliwych wśród turystów z krajów dawnego Związku Radzieckiego. Spędzali czas najczęściej w miastach. Nocowali u krewnych lub znajomych, rzadziej w tańszych hotelach, najczęściej jednak nie korzystali z bazy noclegowej nocując w samochodach, autokarach lub na dworcach. Przyjeżdżali do Polski najczęściej samochodami osobowymi, rzadziej pociągiem czy autokarem. Przebywali w Polsce przeciętnie 2,8 nocy.

Wśród motywów przyjazdu dominowały odwiedziny krewnych i znajomych oraz zakupy, przy czym odwiedziny krewnych wykazują tendencję wzrostową, zaś zakupy nieco maleją. Stosunkowo często motywem przyjazdu było poznanie kraju, wypoczynek i rozrywka, rzadziej interesy. Ponad połowa gości z Litwy traktowała Polskę jako kraj tranzytowy.

Do Polski przyjeżdżali najczęściej turyści litewscy w wieku 25-44 lata. Zmniejszył się udział przyjazdów młodzieży (do 24 lat), choć udział przyjazdów studentów i uczniów był największy w porównaniu z innymi krajami dawnego ZSRR. Zmniejszył się również udział przyjazdów osób w wieku 45 lat i więcej. Rzadziej przyjeżdżają kobiety. Jedna trzecia gości z Litwy posiada wykształcenie wyższe. Blisko jedna czwarta gości z Litwy deklaruje pochodzenie polskie, najwięcej spośród gości z innych krajów dawnego Związku Radzieckiego.

Wskazania do promocji

Charakterystyczną cechą rynku litewskiego są indywidualne przyjazdy bez pośredników. Jest to zjawisko, które będzie się nasilać. Inną cechą tego rynku jest bardzo duża mobilność. Goście z Litwy należą do najbardziej ruchliwych na terenie Polski gości z krajów dawnego ZSRR. Przy tym coraz częściej przyjeżdżają oni w odwiedziny krewnych i znajomych. Wśród gości z Litwy jest największa grupa osób (w porównaniu z turystami z innych krajów dawnego ZSRR) deklarujących pochodzenie polskie. Zmniejsza się natomiast udział przyjazdów na zakupy. Stosunkowo duża grupa turystów z Litwy przyjeżdża do Polski poznać kraj i wypocząć, choć najczęściej nie jest to ich główny motyw przyjazdu.

Należy podjąć działania mające na celu ograniczenie handlu do terenów przygranicznych. Oferty handlowe na rynek litewski należy rozszerzyć o program towarzyszący zawierający przede wszystkim program rozrywkowy. Bazując na rosnącej liczbie grupie turystów z Litwy pragnących poznać Polskę pożądanym jest przygotowanie i propagowanie przykładowych tras obejmujących miejsca związane z historią Litwy. Należy przygotować oferty dla Polonii litewskiej, aranżując współpracę Towarzystwa Polonia z licznymi na terenie Litwy organizacjami i towarzystwami polskimi. Oferty dla Polonii litewskiej powinny zawierać kursy językowe, przyjazdy do Polski na różnego rodzaju imprezy kulturalne, objazdy po Polsce obejmujące miejsca związane z historią i kulturą Polski.

Polska dla turystów litewskich jest często krajem tranzytowym. Podróżują oni przez Polskę najczęściej samochodem osobowym (bądź autokarem). Chcąc zwiększyć ruch tranzytowy tych gości konieczna jest poprawa przepustowości przejść granicznych i usług towarzyszących oraz poprawa dróg i jakości towarzyszącej infrastruktury na trasach przelotowych. Przydatne byłoby opracowanie kilku wariantów tras przebiegających przez tereny niezbyt odległe od głównych tras przelotowych (tranzytowych), a obejmujących miejscowości interesujące z punktu widzenia turysty litewskiego (np. związane z historią Litwy).

Wnioski generalne, a także główne cele działań marketingowych i same działania sformułowane zostały w części "Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR".

Opracowując program działań na rynku litewskim należy wziąć pod uwagę następujące segmenty: wymiana graniczna, tranzyt, handlarze, turyści nastawieni na poznanie Polski, Polonia litewska.

II.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Główny Urząd Statystyczny:
 - przekroczenia granic polskich.
2. Lietuvos statistikos metraštis - 1992.
3. Business Central Europe, nr 5, X.1993.
4. Business Forum, nr 36, 5.IX.1993.
5. Litewski Departament Turystyki:
 - przekroczenia granic litewskich.
6. Centrum Informacji i Reklamy (Turizmo Informacijos Reklamos Centras) i opracowanie: J. Ignatonis, Развитие туризма в Литвской Республике.
7. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania powstałe na ich bazie:
 - W. Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W. Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R. Kuszewska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki,
 - H. Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku (badania graniczne), Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

III. RYNEK TURYSTYCZNY ŁOTWY

III.0. UWAGI WSTĘPNE

W 1990 roku rozpoczął się okres rozpadu Związku Radzieckiego. Łotwa odzyskawszy niepodległość znalazła się w trudnej sytuacji gospodarczej, podobnie jak inne kraje byłego ZSRR. Zjawiska kryzysowe mające wpływ na gospodarkę państwa spowodowane były naruszeniem trwających szereg lat więzi gospodarczych, zerwaniem dostaw licznych surowców i materiałów, wzrostem cen nośników energii.

Tworzenie własnej państwowości od nowa wymaga szeregu zmian w istniejących długie lata strukturach polityczno-administracyjno-organizacyjnych. Powoduje to w początkowym okresie funkcjonowania niepodległego państwa większy bądź mniejszy chaos. Utrudnia to próby opisanie zjawisk zachodzących w danym państwie, przede wszystkim ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem braku danych (lub ich dostępności) występuje również przy opisie rynku turystycznego Łotwy. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z tego kraju. Zagadnienia te nie mogą więc być omawiane w dalszej części opracowania. Brak danych dotyczy również wyjazdów Polaków na Łotwę. W statystyce polskiej takie dane nie są rejestrowane, zaś strona łotewska nie dopracowała się jeszcze dokładnej statystyki przyjazdowej.

III.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU ŁOTEWSKIM

III.1.1. Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Powierzchnia Łotwy obejmuje 64 tysiące km². Zamieszkuje ją 2673,5 tysięcy osób. Administracyjnie Łotwa dzieli się na 7 miast wydzielonych i 26 powiatów.

1/ Dane według *Statistikas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.*

Struktura ludności Łotwy według narodowości przedstawia się następująco (w procentach):

Łotysze	52,0
Rosjanie	34,0
Białorusini	4,5
Ukraińcy	3,5
Polacy	2,3
Litwini	1,3
Żydzi	0,9
Cyganie	0,3
Tatarzy	0,2
Inne narodowości	1,0.

Zródło: Statistikas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.

III.1.2. Struktura ludności według cech demograficznych^{2/}

Struktura ludności według wieku przedstawia się następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Poniżej 15 lat	573,8	21,5
15 - 19	184,5	6,9
20 - 29	389,7	14,6
30 - 39	386,5	14,5
40 - 49	332,4	12,4
50 - 59	337,2	12,6
60 - 69	260,6	9,7
70 lat i więcej	208,8	7,8.

Zródło: Statistikas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.

Mężczyźni stanowią 47% ogółu ludności Łotwy, a kobiety 53%.

^{2/} Dane według Statistikas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.

Struktura ludności zatrudnionej w gospodarce narodowej według gałęzi przemysłu przedstawia się następująco (w procentach):

W przemyśle	30,3
W rolnictwie	15,5
W budownictwie	10,3
W transporcie i łączności	7,3
W handlu i żywieniu zbiorowym, zaopatrzeniu i zbycie	9,1
W ochronie zdrowia, kulturze fizycznej, ubezpieczeniu społecznym, szkolnictwie, kulturze i sztuce, nauce	18,1
W organach administracji państwowej, organach spółdzielczych, organizacjach społecznych, bankowości i ubezpieczeniach	2,3
W innych gałęziach	7,0.

Źródło: Statistikas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.

Struktura ludności według grup dochodowych przedstawia się następująco:

Sredni dochód miesięczny rodziny w rublach	Odsetek ludności
do 75	0,9
75 - 100	3,8
100 - 125	8,0
125 - 150	11,5
150 - 175	13,0
175 - 200	13,1
200 - 250	21,3
250 i więcej	28,4.

Źródło: Statistikas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.

III.1.3. Uczestnictwo w turystyce według cech demograficznych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Łotwie w ostatnich latach.

III.1.4. Wydatki na turystykę w budżetach gospodarstw domowych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Łotwie w ostatnich latach.

III.1.5. Dochód narodowy, poziom inflacji

Dochód narodowy (GDP) na Łotwie w 1992 roku wynosił 1,08 bln USD, co stanowiło spadek o 33% w porównaniu z rokiem poprzednim. Dochód narodowy (GDP) na jednego mieszkańca wynosił w 1992 roku 179 USD. Poziom inflacji w 1992 roku wynosił 950% (według Business Central Europe, nr 5, X.1993).

Według Business Forum, nr 36, 5.IX.1993 w 1992 roku spadek produktu narodowego brutto wynosił 39% w stosunku do roku poprzedniego, w 1993 roku przewidywany jest spadek o 4%. Pogorszenie produktu narodowego brutto było wynikiem zależności energetycznej od Rosji, która od stycznia 1992 sprzedaje swoje produkty po cenach światowych. Stosunki gospodarcze z Rosją pogarszają się. Poziom inflacji w 1992 roku wynosił 700%, zaś w 1993 przewidywany poziom inflacji wyniesie 25%.

III.1.6. Organizacja rynku turystycznego

Turystyka na Łotwie podlega Ministerstwu Transportu, gdzie powołany jest Departament Turystyki.

Organem rządowym do spraw turystyki jest Latvian Tourist Board.

Od 1990 roku gwałtownie wzrosła liczba firm prowadzących działalność turystyczną na Łotwie: od 25 firm w 1990 roku do ponad 200 firm w 1992 roku.

W 1991 roku powołane zostało Zrzeszenie Łotewskich Biur Podróży ALTA (*Association of Latvian Travel Agents*) jako profesjonalna i dobrowolna organizacja. Zadaniem jej jest promocja międzynarodowej turystyki, rozwój infrastruktury oraz nawiązanie kontaktów, rozwój związków z podobnymi organizacjami światowymi. Siedziba zrzeszenia znajduje się w Rydze (adres do korespondencji: P.O.Box 59, Ryga 12, LV-1012, Łotwa).

ALTA zrzesza następujące biura podróży (są to jednocześnie najważniejsze biura na Łotwie):

- BALTA, adres: 63, Elizabetes str., Ryga, LV-1050, Łotwa,
- BALTI, adres: 4a, Baznīcas str., Ryga, LV-1050, Łotwa,
- FREMAD, adres: 3, R.Vagnera st., Ryga, Łotwa,
- JURMALA TOURS, adres: 16, Basteja blvd., Ryga, LV-1098, Łotwa,

- LATIMPEX TRAVEL Ltd, adres: 11, Skolas str., Ryga, LV-1010, Łotwa,
- LATVIAN TOURISM AGENCY, adres: 2/3, Alunana str., Ryga, LV-1010, Łotwa,
- LATVIAN TRAVEL SERVICES, adres: 1a, Eksporta str., Ryga, LV-1010, Łotwa,
- LATVIA TOURS , adres: 22/24 Grecinieku str., Ryga, LV-1487, Łotwa,
- LEGEND-NORD, adres: 79, Matisa str., Ryga, LV-1009, Łotwa,
- LETONIKA, adres: 3, Vecpilsetas str., Ryga, LV-1050, Łotwa,
- PAVADONIS, adres: 45/47, Elizabetes str., Ryga, LV-1010, Łotwa,
- RELAX, adres: 106, Brivibas str., Ryga, LV-1001, Łotwa,
- TAS, adres: 22, Aspazijas blvd., Ryga, LV-1036, Łotwa.

Łotwa posiada trzy zagraniczne ośrodki informacji turystycznej: w Niemczech, Danii i Szwecji.

Od 1992 roku aktywnie uczestniczy w międzynarodowych targach i wystawach turystycznych (w Helsinkach, Kopenhadze, Berlinie, Goteborgu, Warszawie).

Brak jest informacji o tym, czy na Łotwie odbywają się międzynarodowe targi turystyczne.

III.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z ŁOTWY

III.2.1. Wyjazdy według kierunków

Brak informacji. W ostatnich latach na Łotwie nie były rejestrowane takie dane.

III.2.2. Motywy wyjazdów

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Łotwie w ostatnich latach.

III.2.3. Preferencje w dziedzinie spędzania czasu wolnego i form turystyki

W chwili obecnej nie prowadzone są na Łotwie żadne badania na ten temat.

III.2.4. Upodobania i oczekiwania turystów wyjeżdżających

W chwili obecnej nie prowadzone są na Łotwie żadne badania na ten temat.

III.2.5. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat.

III.2.6. Struktura wyjazdów według regionu pochodzenia turysty

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat.

III.2.7. Struktura wyjazdów według środka transportu

W chwili obecnej nie prowadzone są badania na ten temat.

III.2.8. Wydatki na wyjazdy turystyczne

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Łotwie w ostatnich latach.

III.2.9. Wskazania do promocji w środkach masowego przekazu.

Z prasy specjalistycznej na Łotwie wydawana jest gazeta turystyczna *Otkrytyj mir* (*Открытый Мир*). Gazeta obejmuje swoim zasięgiem kraje bałtyckie. Główna siedziba znajduje się w Rydze, ale posiada również redakcję na Litwie. Pismo to ma charakter reklamowo-informacyjny.

III.2.10. Rodzaje oferty turystycznej na rynku

Brak dostępu do tego typu informacji.

III.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z ŁOTWY

III.3.1. Wielkość ruchu, przewidywany trend rozwoju

Do 1 kwietnia 1993 roku mieszkańcy Łotwy byli notowani przez polską straż graniczną jako obywatele byłego Związku Radzieckiego. Dane więc dotyczące przyjazdów do Polski mieszkańców Łotwy dostępne są jedynie za trzy miesiące drugiego kwartału 1993 roku. W okresie tym przyjechało do Polski 49,2 tysięcy turystów z Łotwy (przekroczenia granicy według GUS).

Posiadane dane dotyczące wielkości ruchu z Łotwy do Polski nie pozwalają na określenie trendu rozwoju tego ruchu.

III.3.2. Struktura przyjazdów

Dane dotyczące charakterystyki przyjazdów do Polski pochodzą z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92. Dane z 1992 roku dotyczą przyjazdów z Litwy, Łotwy i Estonii łącznie ze względu na to, iż badania w danym roku objęły bardzo małą liczbę turystów z Łotwy i innych krajów bałtyckich. Przyjmujemy, iż struktura z tych trzech krajów była zasadniczo podobna.

III.3.2.a. Struktura przyjazdów do Polski według formy organizacyjnej

Turyści z Łotwy, podobnie jak turyści z innych krajów bałtyckich, przyjeżdżali do Polski w 1992 roku najczęściej indywidualnie bez pośredników (blisko połowa przyjeżdżających). Rzadziej korzystano z usług biura podróży (23% osób, w tym 14% osób w ramach zorganizowanej wycieczki) oraz przyjeżdżano indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych (18% osób).

Tablica III.1. Forma organizacyjna przyjazdu turystów z Łotwy

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{x/}	1991	
Wycieczka z biurem podróży	14	48	-34
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	9	6	3
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	18	37	-19
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	6	1	5
Indywidualnie bez pośredników	47	4	43
Brak danych	7	4	3

x/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W 1991 roku turyści z Łotwy częściej w porównaniu z innymi turystami z krajów bałtyckich przyjeżdżali z wycieczką z biura podróży, rzadziej zaś indywidualnie na zaproszenia osób prywatnych.

W porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR turyści z krajów bałtyckich najczęściej przyjeżdżali indywidualnie bez pośredników, najrzadziej zaś za pośrednictwem biur podróży.

III.3.2.b. Struktura przyjazdów do Polski według motywu podróży

Polska jest dla turystów z krajów bałtyckich (w tym z Łotwy) przede wszystkim krajem tranzytowym. Ponad połowa gości z krajów bałtyckich deklarowała, iż przyjechała do Polski w ramach tranzytu. Zaledwie jedna czwarta odwiedzających deklarowała prywatno-turystyczny charakter pobytu.

Tablica III.2. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu w 1992 roku^{x/}

Charakter pobytu	Udział w %
Turystyczny/prywatny	28
Służbowy/handlowy	15
Tranzyt	53
brak danych	4

x/ Dane dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Najczęstsze motywy przyjazdu do Polski mieszkańców krajów bałtyckich w 1992 roku to zakupy oraz odwiedziny krewnych i znajomych. Stosunkowo często przyjeżdżano do Polski poznać kraj, wypocząć i rozerwać się. W porównaniu do gości z innych krajów byłego ZSRR turyści z Łotwy, podobnie jak inni turyści z krajów bałtyckich, najrzadziej jako cel przyjazdu do Polski wymieniali interesy.

W 1991 roku głównymi motywami przyjazdu do Polski turystów z Łotwy były wypoczynek, rozrywka oraz zakupy. W porównaniu z innymi turystami z krajów bałtyckich znacznie częściej przyjeżdżali wypocząć i rozerwać się, rzadziej natomiast na zakupy oraz w odwiedziny do krewnych i znajomych.

Tablica III.3. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-1992^{x/}

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{xx/}	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	30	6	24
Odwiedziny miejsca pochodzenia	4	0	4
Poznanie kraju, kultury	16	6	10
Cele religijne	0	0	0
Wypoczynek, rozrywka	13	48	-35
Zakupy	29	17	12
Interesy	10	1	9
Targi, wystawy, konferencje	0	0	0
Inne służbowe	4	0	4
Realizacja hobby	0	2	- 2
Inne cele	43	21	22
Zaden z wymienionych	36	-	36

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

xx/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Polska jest dla mieszkańców krajów bałtyckich (w tym dla mieszkańców Łotwy) głównie krajem tranzytowym.

III.3.2.c. Struktura przyjazdów do Polski według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z krajów bałtyckich, odwiedzali najczęściej centrum Polski oraz wybrzeże. Pozostałe rejony Polski były jednak też często odwiedzane.

W 1991 roku turyści z Łotwy odwiedzali najczęściej centrum Polski oraz rejony górskie. W porównaniu z innymi turystami z krajów bałtyckich częściej odwiedzali rejony górskie, rzadziej wybrzeże i pojezierza.

Tablica III.4. Odwiedzane rejony Polski^{x/}

Rejon	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{xx/}	1991	
Wybrzeże	28	7	21
Pojezierza	16	0	16
Centrum	52	88	-36
Rejony górskie	9	11	- 2
Śląsk	12	0	12
Zaden z wymienionych	15	0	15

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

xx/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem poprzednim turyści z krajów bałtyckich znacznie rzadziej odwiedzali centrum kraju, natomiast pozostałe rejony Polski były odwiedzane częściej. Zastanawiający jest tak duży wzrost ruchliwości gości z krajów bałtyckich.

W porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR turyści z krajów bałtyckich, w tym z Łotwy, najczęściej podróżowali po Polsce. Rzadziej bywając w centrum, częściej odwiedzali wszystkie (oprócz gór) pozostałe rejony kraju.

III.3.2.d. Struktura przyjazdów do Polski według wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z krajów bałtyckich w 1992 roku nocowali u krewnych, znajomych (21% osób) lub w hotelach (17% osób). Bardzo duża grupa obywateli tych krajów (największa w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR) nie korzystała jednak z bazy noclegowej ani z gościnności rodziny czy znajomych i wynajdywała inne sposoby noclegu np. w samochodach czy autokarach (34% osób).

W 1991 roku turyści z Łotwy korzystali najczęściej z noclegów na campingach i polach namiotowych. W porównaniu z innymi turystami z krajów bałtyckich częściej korzystali z campingów, rzadziej natomiast nocowali w hotelach i u znajomych czy rodziny.

Tabela III.5. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmian w procentach
	1992 ^{x/}	1991	
Hotele	17	0	17
Campingi	0	84	-84
Pokoje gościnne	8	10	- 2
Rodzina, znajomi	21	6	15
Inne	34	-	34
Brak danych	20	0	20

x/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem turyści z krajów bałtyckich częściej korzystali z noclegów u znajomych, rodziny, częściej też nocowali w hotelach. Natomiast zrezygnowali z noclegów na campingach, polach namiotowych itp. Mimo, iż wzrósł udział turystów nocujących w hotelach, to w porównaniu z innymi gośćmi z dawnego Związku Radzieckiego jest on najmniejszy.

III.3.2.e. Struktura przyjazdów do Polski według cech demograficznych

Turyści z krajów bałtyckich (w tym z Łotwy) przyjeżdżający do Polski w 1992 roku to przeważnie turyści w wieku 25-44 lata. Młodzież (do 24 lat) stanowiła 8% odwiedzających. Najczęściej przyjeżdżali mężczyźni (72% odwiedzających).

Jedna trzecia odwiedzających Polskę gości z krajów bałtyckich, w tym z Łotwy, deklarowała wyższe wykształcenie (35% turystów). Studenci i uczniowie stanowili 13% odwiedzających, najwięcej spośród gości z innych krajów dawnego ZSRR.

Pochodzenie polskie deklarowało 24% turystów z krajów bałtyckich odwiedzających Polskę w 1992 roku.

W 1991 roku wśród turystów z Łotwy 29% odwiedzających stanowiła młodzież do 24 lat. Wykształcenie wyższe deklarowało 24% turystów łotewskich. Pochodzenie polskie deklarowało 6% turystów z Łotwy.

III.3.2.f. Struktura przyjazdów do Polski według środka transportu

Samochód osobowy to najczęściej spotykany w 1992 roku środek transportu do Polski turystów z krajów bałtyckich (60% przyjeżdżających). Rzadziej korzystano z pociągu i autokaru.

Tablica III.6. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{x/}	1991	
Samochód	60	1	59
Ciężarówka	11	-	11
Pociąg	14	61	-47
Autokar	14	0	14
Brak danych	0	37	-37

x/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W 1991 roku turyści z Łotwy przyjeżdżali najczęściej pociągiem. W porównaniu z innymi turystami z krajów bałtyckich rzadziej korzystano z samochodów osobowych. Badani turyści z Łotwy nie korzystali w 1991 roku z autokarów.

W porównaniu z 1991 rokiem goście z krajów bałtyckich znacznie częściej korzystali z samochodu osobowego, rzadziej zaś z pociągu. Częściej w porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR korzystali z ciężarówki, a rzadziej z pociągu.

III.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Podstawowy sposób spędzania czasu w Polsce dla turystów z krajów bałtyckich (w tym z Łotwy) to pobyt w mieście. Tylko niewielka grupa spośród nich decydowała się na spędzanie czasu na wsi lub na objeździe po wybranych regionach kraju. Należy jednak pamiętać, iż duża grupa przejeżdżała przez Polskę tranzytem.

Tablica III.7. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku^{x/}

Sposób spędzania czasu	Udział w %
pobyt w mieście	38
pobyt w górach	0
pobyt nad morzem	0
pobyt w lesie, nad jeziorem	0
pobyt na wsi	4
objazd wybranych regionów	5
wędrówka rowerem, pieszo	1
inne	33
brak danych	18

x/ Dane dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Polska dla dużej grupy turystów z krajów bałtyckich jest krajem tranzytowym. Ci, dla których Polska była celem przyjazdu, spędzali czas głównie w miastach. Typowych form wypoczynku (pobyt nad morzem, jeziorem, w górach) nie wybrał żaden z badanych turystów z krajów bałtyckich.

III.3.3. Odwiedzane miasta

Najczęściej odwiedzanym dużym miastem w ostatnich dwóch latach była Warszawa. W 1992 roku do najczęściej odwiedzanych dużych miast należały także Białystok, Gdańsk i Szczecin.

W 1991 roku do najczęściej odwiedzanych przez turystów łotewskich dużych miast (oprócz Warszawy) należały Kraków i Lublin.

Tablica III.8. Miasta odwiedzane w latach 1991-92^{x/}.

Miasto	Udział procentowy		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992 ^{xx/}	1991	
Gdańsk	21	4	17
Szczecin	20	4	16
Wrocław	2	4	- 2
Łódź	7	6	1
Poznań	14	4	10
Warszawa	47	89	-42
Kraków	8	13	- 5
Katowice	13	0	13
Białystok	25	1	24
Lublin	5	13	- 8
Częstochowa	7	-	7

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

xx/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W 1992 roku w porównaniu do roku poprzedniego turyści z krajów bałtyckich częściej odwiedzali duże miasta w Polsce. Przy tym byli oni bardzo ruchliwi.

III.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu w Polsce w 1992 roku turystów z krajów bałtyckich wynosiła 2,8 nocy, czyli 3,5 dnia (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92). Turyści z Łotwy i krajów bałtyckich przebywali w Polsce najkrócej spośród turystów z innych krajów byłego ZSRR (średnio 4,5 nocy). W stosunku do 1991 roku zmniejszyła się przeciętna długość pobytu w Polsce turystów z krajów bałtyckich (średnio 7,5 dnia w 1991 roku, przy czym turyści z Łotwy spędzali w 1991 roku średnio 8,2 dnia).

III.3.5. Źródła informacji turystów o możliwości pobytu turystycznego w Polsce

Brak informacji na ten temat. Najprawdopodobniej głównym źródłem informacji są reklamy biur podróży.

III.3.6. Przeciętne wydatki

Brak jest danych dotyczących wydatków turystów z Łotwy w Polsce. Znane są natomiast wydatki liczone łącznie dla turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki). W 1992 roku średnie wydatki turysty z byłego Związku Radzieckiego na osobę wynosiły 935 tysięcy złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce na osobę wynoszących 1652 tysiące złotych. Natomiast średnie wydatki turysty z byłego ZSRR na osobę dzienne wynosiły ok. 160 tysięcy złotych, przy ok. 500 tysiącach złotych średnio dziennie na jednego turystę zagranicznego.

Turyści z Łotwy prawdopodobnie wydali w Polsce nieco więcej lub tyle samo pieniędzy co inni turyści z krajów byłego Związku Radzieckiego. Należą do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy.

Reasumując można przyjąć, iż turyści z Łotwy wydawali dziennie około 160 tysięcy złotych na osobę, a zatem około 560 tysięcy złotych w czasie pobytu w Polsce.

III.3.7. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Łotwy

Nie można w chwili obecnej oszacować wpływów dewizowych Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Łotwy. W 1992 roku nie prowadzona była statystyka przyjazdów z Łotwy do Polski. Można przyjąć jednak, iż wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Łotwy były marginalne.

III.3.8. Atrakcje turystyczne Polski w opinii turystów z Łotwy

Dla turystów łotewskich atrakcyjny jest pobyt w miastach, prawdopodobnie ze względu na możliwości sprzedaży-kupna towarów. Do największych atrakcji turystycznych dla gości z Łotwy należą polskie góry.

Dla turystów z Łotwy największą przeszkodą w odwiedzinach Polski są wysokie koszty pobytu oraz trudności w organizacji wyjazdu.

III.3.9. Najważniejsze biura organizujące przyjazdy do Polski z Łotwy

Brak dostępu do informacji.

III.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI NA ŁOTWĘ

Nie prowadzona jest w Polsce statystyka wyjazdów Polaków na Łotwę. Brak jest również informacji o przyjazdach Polaków ze strony łotewskiej, w tym również regionalizacji przyjazdów Polaków na Łotwę.

Brak jest danych dotyczących struktury wyjazdów Polaków na Łotwę. Badania graniczne Instytutu Turystyki nie objęły tej grupy turystów. Dysponujemy jedynie danymi dotyczącymi wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR. Wydaje się jednak, iż struktura wyjazdów Polaków na Łotwę jest nieco inna.

III.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POLSKI NA RYNKU ŁOTEWSKIM

Podsumowanie

Rynek turystyczny Łotwy nie jest rynkiem istotnym dla Polski. Łotwa nie jest krajem sąsiadującym z Polską. Ze względu na swoje położenie geograficzne i zaszłości historyczne ciąży raczej w kierunku krajów skandynawskich i Niemiec, z którymi ma dosyć dobre połączenia komunikacyjne (nie koniecznie przez Polskę).

Polska jest dla turystów z Łotwy głównie krajem tranzytowym, a i to nie jest zbyt licząca się wielkość ruchu. Turysty z Łotwy, dla których Polska jest krajem docelowym przyjeżdżają głównie w celu wypoczynku i rozrywki oraz na zakupy. Wydają jednak stosunkowo niedużo pieniędzy. Są to raczej ludzie w średnim wieku i młodzież. Pochodzenie polskie deklaruje 6% gości z Łotwy.

Wskazania do promocji

Rynek łotewski to przede wszystkim ruch tranzytowy (zarówno drogowy, jak kolejowy). Dla zwiększenia tego ruchu konieczne jest zwiększenie przepustowości przejść granicznych. Ruch tranzytowy drogowy z Łotwy odbywa się głównie przez przejścia graniczne Polski z obwodem kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej.

Ruch tranzytowy kolejowy odbywa się przez przejścia graniczne Polski z Białorusią i Litwą. Konieczny jest rozwój usług towarzyszących na przejściach granicznych oraz poprawa dróg i jakości towarzyszącej infrastruktury na trasach przelotowych.

Ze względu na coraz częstsze łączenie przez gości z Łotwy przyjazdów na zakupy z rozrywką pożądanym jest rozszerzenie ofert przyjazdów handlowych do Polski o program towarzyszący (przede wszystkim wieczorny program rozrywkowy). Oferty wypoczynkowe dla turystów łotewskich powinny być nie drogie i dotyczyć przede wszystkim rejonów górskich.

Wnioski generalne oraz główne cele działań marketingowych i same działania sformułowane zostały w części "Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR".

Przygotowując program działań na rynek łotewski należy wziąć pod uwagę następujące trzy grupy: turyści tranzytowi, osoby przyjeżdżające na zakupy, turyści przyjeżdżający na wypoczynek.

VI.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Statistiskas gadagramata '90, Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja, Ryga, 1991.
2. Business Central Europe, nr 5, X.1993.
3. Business Forum, nr 36, 5.IX.1993.
4. Główny Urząd Statystyczny:
 - przekroczenia granic polskich.
5. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania powstałe na ich bazie:
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R.Kuszevska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki.
6. Guide for foreign investors - Republic of Latvia, The Ministry of Economic Reform, Ryga, 1993.

IV. RYNEK TURYSTYCZNY ESTONII

IV.0. UWAGI WSTĘPNE

W 1990 roku rozpoczął się okres rozpadu Związku Radzieckiego. Estonia po odzyskaniu niepodległości w 1991 roku znalazła się w trudnej sytuacji gospodarczej, podobnie jak inne kraje byłego ZSRR. Naruszenie trwających szereg lat więzi gospodarczych, zerwanie dostaw surowców i materiałów, wzrost cen nośników energii wywołały kryzys w gospodarce państwa.

Tworzenie własnej państwowości od nowa wymaga szeregu zmian w istniejących długie lata strukturach polityczno-administracyjno-organizacyjnych. Powoduje to w początkowym okresie funkcjonowania niepodległego państwa większy bądź mniejszy chaos. Utrudnia to próby opisanie zjawisk zachodzących w danym państwie, przede wszystkim ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem braku danych (lub ich dostępności) występuje również przy opisie rynku turystycznego Estonii. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z tego kraju, a konkretnie motywów wyjazdów (p. IV.2.2.), preferencji w dziedzinie spędzania czasu wolnego (p. IV.2.3.), upodobań i oczekiwań turystów wyjeżdżających (p. IV.2.4.), struktury wyjazdów według cech demograficznych (p. IV.2.5.), struktury wyjazdów według regionu pochodzenia (p. IV.2.6.), struktury wyjazdów według środka transportu (p. IV.2.7.), wydatków na wyjazdy turystyczne (p. IV.2.8.). Zagadnienia te nie mogą więc być omawiane w dalszej części opracowania. Brak danych dotyczy również częściowo wyjazdów Polaków na Łotwę. W statystyce polskiej takie dane nie są rejestrowane, zaś strona estońska dysponuje jedynie fragmentarycznymi danymi.

IV.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU ESTOŃSKIM

IV.1.1. Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Estonia jest najmniejszym krajem bałtyckim. Jej powierzchnia obejmuje obszar 45,1 tys. km². Zamieszkuje ją 1573 tys. osób (dane z 1989 roku), przy gęstości zaludnienia 34,9 osób na 1 km². Estonia dzieli się administracyjnie na 15 powiatów (*maakonnad*) i 6 miast wydzielonych (*vabariiklikud linnad*).

1/ Dane według *Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.*

Liczba ludności w podziale na powiaty przedstawia się następująco:

Miasta wydzielone:	Liczba osób (w tys.)
- Tallinn	481,4
- Kohtla-Jarve	77,4
- Narva	82,2
- Parnu	52,7
- Sillamae	20,9
- Tartu	114,9
Powiaty:	
- Harju	106,7
- Hiiumaa	11,3
- Ida-Viru	23,8
- Jogeve	42,8
- Jarva	43,8
- Laane	33,8
- Laane-Viru	79,9
- Polva	36,3
- Parnu	43,1
- Rapla	39,0
- Saare	40,1
- Tartu	48,8
- Valga	41,7
- Viljandi	65,4
- Voru	45,5.

Zródło: Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.

Struktura ludności Estonii według narodowości przedstawia się następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Estonczycy	963,3	61,2
Rosjanie	474,8	30,2
Ukraińcy	48,3	3,1
Białorusini	27,7	1,8
Finowie	16,6	1,1
Żydzi	4,6	0,3
Łotysze	3,1	0,2
Inne narodowości	27,2	1,7.

Zródło: Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.

IV.1.2. Struktura ludności według cech demograficznych^{2/}

Struktura ludności według wieku wygląda następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Poniżej 15 lat	348,7	22
15 - 19	111,7	7
20 - 29	223,5	15
30 - 39	235,5	15
40 - 45	190,5	12
50 - 59	192,3	12
60 - 69	142,9	9
70 lat i więcej	120,5.	8.

Zródło: Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.

Mężczyźni stanowią 46,7% ogółu populacji - 731,4 tys. osób, kobiety zaś 53,3% populacji - 834,2 tys. osób.

Wśród mieszkańców Estonii 979,7 tys. osób posiada wykształcenie wyższe i średnie. Struktura ludności z wykształceniem wyższym i średnim przedstawia się następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Wyższe ukończone	142,3	15
Wyższe nieukończone	22,6	2
Średnie specjalistyczne	238,1	24
Średnie ogólne	316,0	32
Niepełne średnie	260,7	27.

Zródło: Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.

^{2/} Dane według Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.

Struktura ludności według grup zawodowych wygląda następująco (w procentach):

Osoby zatrudnione w gospodarce państwowej	54,3
Stypendyści	2,4
Emeryci i renciści	17,1
Osoby pozostające na czyimś utrzymaniu	26,1
Osoby mające inne źródło utrzymania i nie posiadające źródła utrzymania	0,1.

Zródło: Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.

IV.1.3. Uczestnictwo w turystyce według cech demograficznych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.1.4. Wydatki na turystykę w budżetach gospodarstw domowych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach.

IV.1.5. Dochód narodowy, poziom inflacji

Dochód narodowy (GDP) Estonii w 1992 roku wynosił 0,93 bln USD, co stanowiło spadek o 26% w stosunku do roku poprzedniego. Dochód narodowy (GDP) na jednego mieszkańca wynosił 277 USD. Poziom inflacji w 1992 roku wynosił 1050% (według Business Central Europe, nr 5, X.1993). W 1993 roku przewiduje się spadek produktu narodowego brutto o 8% (według Business Forum, nr 36, 5.IX.1993).

IV.1.6. Organizacja rynku turystycznego

Eesti Vabariigi Riiklik Turismiamet (*Estonian Tourist Board*) jest organem rządowym powołanym w 1990 roku w celu koordynacji rozwoju turystyki w Estonii. Do głównych zadań Eesti Turismiamet należą:

- koordynacja badań turystyki i przedsięwzięć, opracowanie naukowych podstaw koncepcji turystyki dla Estonii,
- promocja estońskiego przemysłu turystycznego, propozycje ustaw

i zarządzeń administracyjnych zapewniających rozwój turystyki w odpowiednim kierunku,

- ochrona praw konsumentów na polu turystyki, marketing usług turystycznych Estonii poprzez reklamę, publikacje i działalność informacyjną.

Na terenie Estonii działają trzy organizacje turystyczne: Estońskie Zrzeszenie Biur Podróży (*Eesti Turismifirmade Liit*), adres: Pikk 71 EE0101 Tallinn, liczące 42 członków, Estońskie Zrzeszenie Turystyki Marynistycznej (*Estonian Marine Tourism Association*), adres: Pikk 71 EE0101 Tallinn i Estońskie Zrzeszenie Hoteli i Restauracji (*Estonian Hotel and Restaurant Association*), adres: Liivalaia 33 EE0001 Tallinn.

W Estonii funkcjonuje około 300 biur podróży i spółek zajmujących się turystyką. Jedną z największych agencji turystycznych jest Estonian Holidays (adres: Viru Sq. 4, EE0001 Tallinn) zatrudniająca 70 pracowników i posiadająca blisko 100 partnerów na całym świecie. Inne biura podróży to m.in. Mainor Meelis (adres: Raua 39, EE0010 Tallinn), Estonian Tours (adres: Roosi-krantsi 4B EE0001 Tallinn), Eestravel (adres: Pikk 37, EE0001 Tallinn), Hermann Travel (adres: Mundi 2, EE0001 Tallinn), Pro studiorum (adres: Tuglase 13, EE2400 Tartu).

Brak jest informacji, czy w Estonii organizowane są międzynarodowe targi turystyczne.

IV.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z ESTONII

IV.2.1 Wyjazdy według kierunków

Dane posiadane przez Eestii Vabariik Riiklik Turismiamet dotyczą turystów korzystających z usług firm turystycznych. W 1992 roku wyjechało za granicę za pośrednictwem biur podróży 46,1 tysięcy mieszkańców Estonii. Najwięcej turystów odwiedziło Finlandię (21,7 tysięcy osób), kraje Wspólnoty Niepodległych Narodów (8,3 tysiące), Szwecję (6,6 tysięcy), Niemcy (1,8 tysięcy) i Polskę (1,1 tysięcy).

W pierwszej połowie 1993 roku za granicę wyjechało 54,6 tysięcy mieszkańców Estonii. Najczęściej odwiedzane kraje to: Finlandia (10,8 tysięcy osób), kraje WNP (10,5 tysięcy), Niemcy (5,3 tysiące), Francja (3,8 tysięcy), Holandia (3,5 tysięcy), Litwa (2,9 tysięcy), Szwecja (2,4 tysiące), Hiszpania (1,4 tysiące) i Włochy (1,3 tysiące). Polskę w tym okresie odwiedziło 0,9 tysięcy osób.

Tak więc najczęściej odwiedzane przez Estończyków kraje (za pośrednictwem biur podróży) to Finlandia, kraje WNP, Niemcy i Szwecja. W 1993 roku nastąpił znaczny wzrost wyjazdów mieszkańców Estonii do krajów Europy Zachodniej za pośrednictwem biur podróży. Liczba wyjazdów do Polski wzrosła o 80% w stosunku do roku ubiegłego.

IV.2.2. Motywy wyjazdów

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.3. Preferencje w dziedzinie spędzania wolnego czasu i form turystyki

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.4. Upodobania i oczekiwania turystów wyjeżdżających

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.5. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.6. Struktura wyjazdów według regionu pochodzenia turysty

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.7. Struktura wyjazdów według środka transportu

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.8. Wydatki na wyjazdy turystyczne

Brak informacji, badań takich nie prowadzono w Estonii w ostatnich latach. Badania dotyczące uczestnictwa w turystyce w Estonii prowadzone były przez Finów, ale brak dostępu do źródeł.

IV.2.9. Wskazania do promocji w środkach masowego przekazu

Estonia zajmuje na rynku czytelniczym jedną z najwyższych pozycji wśród krajów byłego Związku Radzieckiego. W 1989 roku na 100 mieszkańców Estonii wydawano 152 czasopism i 161 gazet. Wysoko nakładowa prasa to *Maaleht* (*Krajowe Wiadomości*) - 214,1 tysięcy egzemplarzy i dziennik *Rahva Haal* (*Głos Ludu*).

Radio estońskie ma trzy programy: wiadomości, program rozrywkowy i kulturalny. Jest transmitowane w 8 językach. W 1991 roku powstała pierwsza lokalna stacja.

Estońska telewizja ma 1 program transmitowany na terenie Estonii i Rosji. Program nadawany jest przez 12 godzin dziennie. Na terenie Estonii można też odbierać 2 kanał telewizji moskiewskiej i telewizję z St. Petersburga, zaś w północnej części Estonii można odbierać programy telewizji fińskiej.

IV 2.10. Rodzaje oferty turystycznej na rynku

Brak dostępu do tego typu informacji.

IV.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU TURYSTYCZNEGO PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z ESTONII

IV.3.1. Wielkość ruchu, przewidywany trend rozwoju

Do 1 kwietnia 1993 roku mieszkańcy Estonii byli notowani przez polską straż graniczną jako obywatele byłego Związku Radzieckiego. Dane więc dotyczące przyjazdów do Polski mieszkańców Estonii dostępne są jedynie za trzy miesiące drugiego kwartału 1993 roku. W okresie tym przyjechało do Polski 30,1 tysięcy turystów z Estonii (przekroczenia granicy według GUS).

Na podstawie danych z Eesti Turismiamet wiadomo, iż w 1992 roku odwiedziło Polskę za pośrednictwem biur podróży 1,1 tysięcy mieszkańców Estonii, zaś w pierwszej połowie 1993 roku z biurami turystycznymi przyjechało ich 0,9 tysięcy osób.

Posiadane dane dotyczące wielkości ruchu z Estonii do Polski nie pozwalają na określenie trendu rozwoju tego ruchu. Można jedynie przypuszczać, iż ruch za pośrednictwem biur podróży w najbliższym okresie wzrośnie o ok. 80 procent.

IV.3.2. Struktura przyjazdów

Jedyne dane dotyczące struktury przyjazdów Estończyków do Polski pochodzą z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92. Jednakże liczba ankietowanych turystów z Estonii była w tych badaniach znikoma. Dlatego dane, którymi dysponujemy dotyczą turystów z Litwy, Łotwy i Estonii łącznie. Przyjmujemy, iż struktura z tych trzech krajów była zasadniczo podobna.

IV.3.2.a. Struktura przyjazdów według formy organizacyjnej

Turyści z Estonii, podobnie jak turyści z innych krajów bałtyckich, w 1992 roku przyjeżdżali do Polski najczęściej indywidualnie bez pośredników, rzadziej korzystali z usług biura podróży oraz przyjeżdżali indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych.

Tablica IV.1. Forma organizacyjna przyjazdu turystów z krajów bałtyckich

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wycieczka z biurem podróży	14	38	-24
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	9	6	3
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	18	46	-28
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	6	2	4
Indywidualnie bez pośredników	47	6	41
Brak danych	7	0	7

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Większą popularnością w porównaniu z 1991 rokiem cieszyły się wśród mieszkańców Estonii, podobnie jak innych turystów z krajów bałtyckich, przyjazdy indywidualne bez pośredników. Spadło natomiast zainteresowanie przyjazdami za pośrednictwem biur podróży i na zaproszenia osób prywatnych.

W porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR turyści z krajów bałtyckich najczęściej przyjeżdżali indywidualnie bez pośredników, najrzadziej zaś za pośrednictwem biur podróży. Jeśli chodzi o przyjazdy indywidualne na zaproszenie osób prywatnych, tylko turyści z Białorusi rzadziej korzystali z tej formy przyjazdu.

IV.3.2.b. Struktura przyjazdów według motywu podróży

Polska jest dla turystów z krajów bałtyckich (w tym z Estonii) przede wszystkim krajem tranzytowym. Ponad połowa gości z krajów bałtyckich deklarowała, iż przyjechała do Polski w ramach tranzytu. Zaledwie jedna czwarta odwiedzających deklarowała prywatno-turystyczny charakter pobytu.

Tablica IV.2. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu w 1992 roku

Charakter pobytu	Udział w %
Turystyczny/prywatny	28
Służbowy/handlowy	15
Tranzyt	53
brak danych	4

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Najczęstsze motywy przyjazdu do Polski mieszkańców krajów bałtyckich, w tym Estonii, to odwiedziny krewnych i znajomych oraz zakupy. Stosunkowo często przyjeżdżano do Polski poznać kraj, wypocząć i rozerwać się. W porównaniu do gości z innych krajów byłego ZSRR turyści z krajów bałtyckich, w tym Estonii, najrzadziej wymieniali jako cel przyjazdu do Polski interesy.

W porównaniu z rokiem poprzednim goście z krajów bałtyckich (w tym z Estonii) rzadziej przyjeżdżali wypoczywać, częściej natomiast w odwiedziny do krewnych i znajomych, poznać kraj i kulturę, w interesach i na zakupy.

Tablica IV.3. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-1992^{x/}

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	30	15	15
Odwiedziny miejsca pochodzenia	4	1	3
Poznanie kraju, kultury	16	7	9
Cele religijne	0	0,5	- 0,5
Wypoczynek, rozrywka	13	34	-21
Zakupy	29	22	7
Interesy	10	2	8
Targi, wystawy, konferencje	0	1	- 1
Inne służbowe	4	0	4
Realizacja hobby	0	1	- 1
Inne cele	43	18	25
Żaden z wymienionych	36	-	36

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Polska jest dla mieszkańców krajów bałtyckich krajem, do którego przyjeżdża się w odwiedziny do krewnych i znajomych oraz na zakupy. Coraz więcej jednak Estończyków, Łotyszy i Litwinów przyjeżdża do Polski, aby poznać kraj i kulturę.

IV.3.2.c. Struktura przyjazdów według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z Estonii, Łotwy i Litwy odwiedzali najczęściej centrum Polski oraz wybrzeże. Jednak i pozostałe rejony Polski były dość często odwiedzane.

W porównaniu z rokiem poprzednim znacznie wzrosła ruchliwość gości z krajów bałtyckich. Zmalała wśród nich popularność centrum kraju, jednak odbyło się to z korzyścią dla wszystkich pozostałych rejonów Polski. Często odwiedzane były również nie-turystyczne rejonu Polski.

Tablica IV.4. Odwiedzane rejonu Polski^{x/}

Rejon	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wybrzeże	28	9	19
Pojezierza	16	3	13
Centrum	52	83	-31
Rejonu górskie	9	7	2
Śląsk	12	0	12
Zaden z wymienionych	15	1	14

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR turyści z Estonii, Łotwy i Litwy najczęściej podróżowali po Polsce. Rzadziej bywając w centrum, częściej odwiedzali wszystkie (oprócz gór) pozostałe rejonu kraju.

IV.3.2.d. Struktura przyjazdów według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z krajów bałtyckich nocowali u krewnych, znajomych lub w hotelach. Bardzo duża grupa obywateli tych krajów (największa w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR) nie korzystała jednak z bazy noclegowej ani z gościnności rodziny czy znajomych i wynajdywała inne sposoby noclegu np.w samochodach czy autokarach.

Tabela IV.5. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmian w procentach
	1992	1991	
Hotele	17	9	8
Campingi	0	72	-72
Pokoje gościnne	8	9	-1
Rodzina, znajomi	21	10	11
Inne	34	-	34
Brak danych	20	0	20

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem turyści z krajów bałtyckich znacznie częściej korzystali z noclegów u znajomych, rodziny, natomiast całkowicie stracili zainteresowanie campingami i polami namiotowymi. Najrzadziej spośród wszystkich gości z dawnego Związku Radzieckiego korzystali oni z noclegów w hotelach.

IV.3.2.e. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

Turyści z krajów bałtyckich, w tym z Estonii, przyjeżdżający do Polski w 1992 roku to przeważnie mężczyźni. Kobiety stanowiły w 1992 roku 28% badanych.

Najczęściej przyjeżdżali turyści w wieku 25-44 lata. Młodzieży do 24 lat stanowiła w 1992 roku 8% badanych.

Jedna trzecia odwiedzających Polskę gości z krajów bałtyckich posiadała wyższe wykształcenie. Studenci i uczniowie stanowili 13% odwiedzających, najwięcej spośród gości z innych krajów dawnego ZSRR.

IV.3.2.f. Struktura przyjazdów według środka transportu

Samochód osobowy to najczęściej spotykany w 1992 roku środek transportu do Polski turystów z krajów bałtyckich (60% przyjeżdżających). Rzadziej korzystano z pociągu i autokaru.

Tablica IV.6. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Samochód	60	7	53
Ciężarówka	11	-	11
Pociąg	14	54	-40
Autokar	14	11	3
Brak danych	0	28	-28

x/ Dane za 1992 rok dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem goście z krajów bałtyckich znacznie częściej korzystali z samochodu osobowego, rzadziej zaś z pociągu. Częściej w porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR korzystali z ciężarówki, a rzadziej z pociągu.

IV.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Turyści z Estonii, podobnie jak inni turyści z krajów bałtyckich najczęściej spędzali w Polsce czas na pobycie w mieście.

Tablica IV.7. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku^{x/}

Sposób spędzania czasu	Udział w %
pobyt w mieście	38
pobyt w górach	0
pobyt nad morzem	0
pobyt w lesie, nad jeziorem	0
pobyt na wsi	4
objazd wybranych regionów	5
wędrówka rowerem, pieszo	1
inne	33
brak danych	18

x/ Dane dotyczą turystów z krajów bałtyckich.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Tylko niewielka grupa turystów z krajów bałtyckich decydowała się na spędzanie czasu na wsi lub na objeździe po wybranych regionach kraju. Należy jednak pamiętać, iż duża grupa przejeżdżała przez Polskę tranzytem.

Polska dla dużej grupy turystów z krajów bałtyckich jest krajem tranzytowym. Ci, dla których Polska była celem przyjazdu, spędzali czas głównie w miastach. Typowych form wypoczynku (pobyt nad morzem, jeziorem, w górach) nie wybrał żaden ankietowany turysta.

IV.3.3. Odwiedzane miasta

Do najczęściej odwiedzanych dużych miast należały w ostatnich dwóch latach Warszawa i Gdańsk, w 1992 roku również Białystok i Szczecin. Spadło natomiast zainteresowanie Lublinem.

Tablica IV.8. Miasta odwiedzane w latach 1991-92^{x/}.

Miasto	Udział procentowy		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Gdańsk	21	11	10
Szczecin	20	1	19
Wrocław	2	1	1
Łódź	7	4	3
Poznań	14	3	11
Warszawa	47	80	-33
Kraków	8	8	0
Katowice	13	0	13
Białystok	25	0,5	24,5
Lublin	5	13	- 8
Częstochowa	7	-	7

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu do roku poprzedniego turyści z krajów bałtyckich (w tym w Estonii) częściej odwiedzają duże miasta w Polsce. Przy tym są oni bardzo ruchliwi.

IV.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu w Polsce w 1992 roku turyści z Estonii, podobnie jak innych turystów z krajów bałtyckich, wynosiła 2,8 nocy, czyli 3,5 dnia (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92). Turyści z Estonii i krajów bałtyckich przebywali w Polsce najkrócej spośród turystów z innych krajów byłego ZSRR (średnio 4,5 nocy). W stosunku do 1991 roku (średnio 7,5 dnia) zmniejszyła się przeciętna długość pobytu w Polsce turystów z krajów bałtyckich.

IV.3.5. Źródła informacji turystów o możliwości pobytu turystycznego w Polsce

Brak informacji na ten temat. Najprawdopodobniej głównym źródłem informacji są reklamy biur podróży.

IV.3.6. Przeciętne wydatki

Brak jest danych dotyczących wydatków turystów z Estonii w Polsce. Znane są natomiast wydatki liczone łącznie dla turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki). W 1992 roku średnie wydatki turyści z byłego Związku Radzieckiego na osobę wynosiły 935 tysięcy złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce na osobę wynoszących 1652 tysiące złotych. Natomiast średnie wydatki turyści z byłego ZSRR na osobę dziennie wynosiły około 160 tysięcy złotych, przy około 500 tysiącach złotych średnio dziennie na jednego turystę zagranicznego.

Turyści z Estonii prawdopodobnie wydali w Polsce nieco więcej lub tyle samo pieniędzy co inni turyści z krajów byłego Związku Radzieckiego. Należą zatem do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy.

Reasumując można przyjąć, iż turyści z Estonii wydawali dziennie około 160 tysięcy złotych na osobę, a zatem około 560 tysięcy złotych w czasie pobytu w Polsce.

IV.3.7. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Estonii

Nie można w chwili obecnej oszacować wpływów dewizowych Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Estonii. W 1992 roku nie prowadzona była statystyka przyjazdów Estończyków do Polski.

Można przyjąć jednak, iż wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Estonii były marginalne.

IV.3.8. Atrakcje turystyczne Polski w opinii turystów z Estonii

Brak dostępu do tego typu informacji.

IV.3.9. Najważniejsze biura organizujące przyjazdy do Polski z Estonii

Brak dostępu do tego typu informacji.

IV.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI DO ESTONII

Liczba wyjazdów.

Nie prowadzona jest w Polsce statystyka wyjazdów Polaków do Estonii. Dane dotyczące przyjazdów Polaków do Estonii posiadane przez Eesti Turismiamet obejmują jedynie przyjazdy za pośrednictwem biur podróży oraz dane z bazy noclegowej.

W 1992 roku korzystając z usług biur podróży przyjechało do Estonii zaledwie 0,1 tysięcy turystów z Polski, zaś w pierwszej połowie 1993 roku niecałe 0,9 tysięcy Polaków. Wśród gości korzystających z bazy hotelowej w 1992 roku było tak mało Polaków, iż nie zostali oni wyodrębnieni. W pierwszej połowie 1993 roku z bazy noclegowej korzystało niecałe 0,9 tysięcy gości z Polski.

Struktura wyjazdów.

Brak jest dostępu do informacji o strukturze przyjazdów Polaków ze strony Estonii. Nie wiadomo, czy takie badania były prowadzone. Odnosi się to również do regionalizacji przyjazdów Polaków do Estonii. Brak jest również danych ze strony polskiej. Badania graniczne Instytutu Turystyki nie objęły grupy polskich turystów odwiedzających Estonię. Dysponujemy jedynie danymi dotyczącymi wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR. Wydaje się jednak, iż struktura Polaków odwiedzających Estonię jest nieco odmienna.

IV.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POLSKI NA RYNKU ESTOŃSKIM

Podsumowanie

Rynek turystyczny Estonii nie jest dla Polski rynkiem ważnym. Estonia ze względu na swoje położenie geograficzne i zasłogi historyczne ciąży raczej w kierunku krajów skandynawskich i Niemiec. Nie jest krajem sąsiadującym z Polską.

Dla turystów estońskich Polska jest głównie krajem tranzytowym. Nie jest to jednak licząca się wielkość ruchu. Przyjazdy na zakupy coraz częściej łączone są przez gości z Estonii z wypoczynkiem i rozrywką, z poznawaniem kraju. Turyści estońscy to najczęściej osoby w średnim wieku.

Wskazania do promocji

Polska jest dla turystów z Estonii przede wszystkim krajem tranzytowym. Ruch drogowy tranzytowy z Estonii odbywa się najczęściej przez przejścia graniczne Polski z obwodem kalininogradzkim Federacji Rosyjskiej. Ruch tranzytowy kolejowy z Estonii odbywa się przez przejścia graniczne polsko-litewskie lub polsko-białoruskie. W celu zwiększenia ruchu tranzytowego gości z Estonii konieczna jest poprawa urządzeń na przejściach granicznych oraz towarzyszącej im bazy gastronomicznej, noclegowej i handlowej (również na trasach przelotowych).

Przygotowując oferty na rynek estoński należy zwrócić uwagę na fakt łączenia przez gości z Estonii różnych celów przyjazdu do Polski. Najczęściej jest to łączenie zakupów z rozrywką i wypoczynkiem. Dlatego też oferta dotycząca wyjazdów handlowych (najczęściej spotykana) powinna zawierać różne programy towarzyszące, zarówno rozrywkowe, jak i krajoznawcze.

Wnioski generalne oraz główne cele działań marketingowych i same działania sformułowane zostały w części "Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR".

IV.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Eesti Statistikaamet, Tallinn, 1991.
2. Business Central Europe, nr 5, X.1993.
3. Business Forum, nr 36, 5.IX.1993.
4. Eestii Vabariik Riiklik Turismiamet:
 - wyjazdy zagraniczne Estończyków za pośrednictwem biur podróży,
 - przyjazdy cudzoziemców do Estonii za pośrednictwem biur podróży,
 - wykorzystanie bazy hotelowej.
5. Główny Urząd Statystyczny:
 - przekroczenia granic polskich.
6. Estonia. Once Again a Country on the Map of the World, Estonian Encyclopaedia Publishers, Tallinn, 1992.
7. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania powstałe na ich bazie:
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R.Kuszevska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

V. RYNEK TURYSTYCZNY BIAŁORUSI

V.0. UWAGI WSTĘPNE

Białoruś jest krajem młodym. Państwowość uzyskała po rozpadzie Związku Radzieckiego w 1991 roku. Na gospodarkę państwa mają wpływ zjawiska kryzysowe, które wystąpiły w krajach byłego ZSRR. Naruszenie więzi gospodarczych, zerwanie dostaw wielu surowców i materiałów, nieterminowe rozliczenia z odbiorcami, wzrost cen nośników energii nie pozwala na zatrzymanie spadku produkcji i poprawę sytuacji finansowo-ekonomicznej.

Tworzenie własnej państwowości powoduje konieczność wprowadzenia wielu zmian w dotychczasowych strukturach polityczno-administracyjno-organizacyjnych. Początkowy więc okres funkcjonowania państwa charakteryzuje się większym bądź mniejszym chaosem. Stwarza to problemy przy próbie opisu zjawisk zachodzących w danym państwie, głównie ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem braku danych (lub dostępności do nich) występuje również przy opisie rynku turystycznego Białorusi. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z Białorusi, a konkretnie preferencji w dziedzinie spędzania czasu wolnego (p. V.3.3.), upodobań i oczekiwań turystów wyjeżdżających (p. V.3.4.), struktury wyjazdów według cech demograficznych (p. V.3.5.), struktury wyjazdów według regionu pochodzenia (p. V.3.6.), struktury wyjazdów według środka transportu (p. V.3.7.), wydatków na wyjazdy turystyczne (p. V.3.8.). Zagadnienia te nie mogą więc być omawiane w dalszej części opracowania.

V.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU BIAŁORUSKIM

V.1.1. Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Republika Białorusi liczy 207,6 tys. km² powierzchni. Podzielona jest na 6 jednostek administracyjno-terytorialnych: brzeską (32,3 tys. km²), witebską (40,1 tys. km²), homelską (40,4 tys. km²), grodzieńską (25,0 tys. km²), mińską (40,8 tys. km²) i mohylewską (29,0 tys. km²).

Ludność Białorusi liczy 10,3 mln osób, z czego 6,8 mln osób mieszka w miastach (66% ludności), 3,5 mln zaś (34% ludności) na wsi. Dwanaście miast liczących ponad 100 tys. mieszkańców skupia 63% ludności miejskiej (czyli 41% ludności całej Białorusi).

1/ Dane według Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник, Государственный комитет республики Беларусь по статистике и анализу, Минск, 1993.

Podział ludności Białorusi według jednostek administracyjno-terytorialnych przedstawia się następująco:

Obwód	Liczba osób (w tys.)
Brzeski	1494
Witebski	1438
Grodzieński	1199
Homelski	1611
Miński	1601
Mohylewski	1267
Miasto Mińsk	1671.

Zródło: Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник.

Struktura ludności Białorusi według narodowości przedstawia się następująco (w procentach):

Białorusini	77,9
Rosjanie	13,2
Polacy	4,1
Ukraińcy	2,9
Zydzi	1,1
Inne narodowości	0,8.

Zródło: Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник.

1/ Dane według Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник, Государственный комитет республики Беларусь по статистике и анализу, Mińsk, 1993.

III.1.2. Struktura ludności według cech demograficznych^{2/}

Struktura ludności według wieku wygląda następująco:

	Liczba osób (w mln)	Odsetek
Poniżej 15 lat	2,3	22,9
15 - 19	0,7	7,1
20 - 29	1,4	14,1
30 - 39	1,7	16,1
40 - 49	1,1	10,8
50 - 59	1,2	12,0
60 - 69	1,1	10,4
70 lat i więcej	0,7	6,6.

Źródło: Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник.

Ludność w wieku produkcyjnym stanowi 55,5 % ogółu, w tym osoby w wieku 16-29 lat stanowią 19,8% ogółu. Dzieci i młodzież w wieku przedprodukcyjnym stanowią 24,4% ogółu ludności, osoby zaś w wieku poprodukcyjnym stanowią 20,1% ogółu. W porównaniu z 1985 rokiem struktura wieku nie uległa zmianie. Ludność w wieku poprodukcyjnym zwiększyła się o 2%, zaś w wieku produkcyjnym o tyleż się zmniejszyła. Społeczeństwo Białorusi to społeczeństwo młode: 30% całej populacji stanowią osoby poniżej 20 lat.

Spośród 10281 tys. mieszkańców Białorusi 4828 tys. osób to mężczyźni (47% ogółu ludności), 5453 tys. zaś osób to kobiety (53%). Taki układ płci nie zmienia się od 1980 roku.

Struktura wykształcenia ludności zatrudnionej w gospodarce narodowej przedstawia się następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Z wykształceniem wyższym	702	14,3
Z wykształceniem średnim specjalistycznym	860	17,5
Inne	3325	68,2.

Źródło: Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник.

Struktura ludności według źródeł utrzymania jest następująca (w procentach):

Zatrudnieni w gospodarce narodowej	52,2
Stypendyści	2,7
Emeryci i renciści	18,7
Osoby pozostające na utrzymaniu i zajęte w gospodarstwie domowym	26,3
Osoby mające inne źródło utrzymania	0,1.

Zródło: Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник.

Struktura ludności zatrudnionej w gospodarce narodowej według gałęzi przemysłu przedstawia się następująco (w procentach):

W przemyśle i budownictwie	39,9
W rolnictwie i leśnictwie	20,7
W transporcie i łączności	4,7
W handlu i żywieniu zbiorowym, zaopatrzeniu i zbycie,	7,7
W usługach informacyjno-obliczeniowych i innych gałęziach produkcji materialnej	1,4
W ochronie zdrowia, kulturze fizycznej, ubezpieczeniu społecznym, szkolnictwie, kulturze i sztuce, nauce	17,3
W organach administracji państwowej, organach spółdzielczych, organizacjach społecznych, bankowości i ubezpieczeniach	2,5
W gospodarce komunalnej, nieprodukcyjnych rodzajach usług dla ludności	5,8.

Zródło: Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник.

V.1.3. Uczestnictwo w turystyce według cech demograficznych

Nie ma danych dotyczących struktury uczestnictwa w turystyce według cech demograficznych. Wiadomo na podstawie informacji posiadanych przez Centrum Turystyczne Polskiego Towarzystwa Naukowego w Mińsku, iż w drugiej połowie lat osiemdziesiątych wyjeżdżało co roku na wypoczynek w różne strony Związku Radzieckiego do 4 mln mieszkańców Białorusi. Obecnie większość miesz-

kańców spędza urlopy w kraju. W ciągu roku około 400 tys. dorosłych i 2-2,4 mln dzieci spędza wypoczynek w obiektach sanatoryjno-wypoczynkowych (w tym dziecięcych obozach letnich), w obiektach zaś turystycznych o niższym standardzie - 1,7 mln osób (głównie młodzi ludzie i rodziny z dziećmi). Można powiedzieć, iż znaczącą część osób uczestniczących w turystyce stanowią dzieci i młodzież szkolna.

V.1.4. Wydatki na turystykę w budżetach gospodarstw domowych

Średnie miesięczne zarobki mieszkańców Białorusi wynoszą (w przeliczeniu) 20 USD. Według ocen ekspertów udział wydatków na urlopy i turystykę w budżecie rodzinnym wynosi maksymalnie do 5% ogółu wydatków.

V.1.5. Dochód narodowy, poziom inflacji

W statystykach krajów byłego Związku Radzieckiego (podobnie jak w statystykach byłego ZSRR) nie ma kategorii *produkt narodowy brutto (GDP)*. Dane dotyczą dochodu narodowego wytworzonego.

Dochód narodowy wytworzony w 1992 roku wynosił (w cenach bieżących) 780 mld rubli; w przeliczeniu na jednego mieszkańca wynosił 75635 rubli. W stosunku do 1985 roku (w cenach stałych) dochód narodowy w 1992 roku wzrósł o 1%, w przeliczeniu na jednego mieszkańca spadł o 2%. W stosunku zaś do roku 1990 (ceny stałe) dochód narodowy w 1992 roku spadł 12%, w przeliczeniu zaś na jednego mieszkańca spadł o 13% (dane według: *Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник*).

Według Business Forum (nr 36, z dn. 5.09.1993) w 1992 roku dochód narodowy (GDP) Białorusi spadł w stosunku do 1991 roku o 15%, poziom inflacji zaś w 1992 roku wynosił 1100%. Pewne wyobrażenie o poziomie inflacji daje komercyjna wymiana kursu rubla w stosunku do amerykańskiego dolara. W końcu 1990 roku 1 dolar USA wynosił 56 rubli, w końcu 1991 roku - 170 rubli, w końcu 1992 roku - 528 rubli, zaś 1.07.1993 roku - 1200 rubli.

V.1.6. Organizacja rynku turystycznego

Na Białorusi nie funkcjonuje obecnie państwowy organ powołany do zarządzania turystyką. Natomiast przy Narodowym Komitecie Republiki Białorusi d/s Współpracy Ekonomicznej z Zagranicą (*Государственный комитет Республики Беларусь по внешним экономическим связям*) powołany został Urząd d/s turystyki zagra-

nicznej (*Управление иностранного туризма*). Opracowuje on programy rozwoju turystyki oraz przyznaje licencje na prowadzenie działalności turystycznej.

Turystyczne organizacje i firmy zrzesza Białoruskie Towarzystwo Turystyczne (*Белорусская туристская ассоциация*) mające siedzibę w Mińsku (220000 Mińsk, ul. Opanskowo 1, tel. 0172-20-80-66). Towarzystwo to prowadzi m.in. działalność promocyjną polegającą na zbieraniu informacji o ofertach od firm turystycznych i reklamowaniu tych ofert na targach i innych imprezach turystycznych.

Na terenie Białorusi funkcjonuje ponad 500 biur podróży i turystycznych firm, z tego 51,7% znajduje się w obwodzie mińskim (około połowy wszystkich białoruskich biur podróży i firm turystycznych znajduje się w Mińsku), w mohylewskim -13,8% biur, w witebskim, homelskim i grodzieńskim - po 9,5 % biur, w brzeskim - 6% biur.

Najważniejsze firmy turystyczne na Białorusi to AO "Bielin-turist" (adres: 22 00 78 Mińsk, pr. Maszerowa 19), AO "Sputnik" (adres: 22 00 05 Mińsk, ul. Rumiancewa 15) i firma "Biełarus`turist" (adres: 22 06 00 Mińsk, pr. Maszerowa 19A).

Ponadto wyjazdy do różnych krajów organizuje wiele mniejszych biur podróży, jak "Delius-Terra", "Tikor", "Orientir-serwis", "BiełSan", biuro turystyczne "Agrostroy" (biura z Mińska), przedsiębiorstwo "Goro" z Orszy, "Nota" z Nowogródka.

Na terenie Białorusi nie odbywają się żadne międzynarodowe targi turystyczne. Natomiast białoruskie firmy i organizacje uczestniczą w targach w St. Petersburgu i w Moskwie. W 1993 roku uczestniczyły w warszawskich targach turystycznych Tour-Travel.

V.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z BIALORUSI

V.2.1. Wyjazdy według kierunków

W ciągu ostatnich trzech lat nastąpił znaczny wzrost wyjazdów mieszkańców Białorusi za granicę. W 1990 roku wyjechało 83 tys. osób, w 1991 roku wyjechało 106 tys osób, w 1992 roku zaś 709,6 tys. (według informacji posiadanych przez Centrum Turystyczne Polskiego Towarzystwa Naukowego w Mińsku). Dane te dotyczą przekroczeń granicy i obejmują tylko osoby wyjeżdżające z Białorusi w celach turystycznych.

Według danych GUS w 1992 roku (tylko w okresie IV-XII, wcześniej brak danych) granicę Polski przekroczyło w 1068,4 tys. mieszkańców Białorusi, w tym 554,6 tys. osób deklarowało jako cel przyjazdu "turystykę".

W 1992 roku około 1/3 turystów z Białorusi wyjeżdżało do Polski. Pozostałe główne kraje wyjazdowe dla Białorusinów to: Węgry - 17,5% mieszkańców Białorusi wyjeżdżających za granicę, Niemcy - 16,8%, Rumunia - 14%, kraje WNP - 13,8%, Turcja - 10,7%, Chiny - 8,1%, Czechy i Słowacja - 7,8%, Bułgaria - 6,4%, Włochy - 2,8%, Francja - 0,4% (dane według Centrum Turystycznego Polskiego Towarzystwa Naukowego w Mińsku).

W I kwartale 1993 roku wyjechało z Białorusi za granicę (bez wyjazdów do krajów dawnego ZSRR) 99,2 tys. osób. Do Polski wyjechało 94,4 tys. osób, do Rumunii - 1,2 tys., na Słowację - 1,2 tys., do Niemiec - 0,6 tys., do Czech - 0,6 tys., do Turcji - 0,5 tys., do Bułgarii - 0,2 tys., do Chin - 0,1 tys. (dane według Centrum Turystycznego Polskiego Towarzystwa Naukowego w Mińsku).

Tak więc Polska jest zdecydowanie najpopularniejszym krajem docelowym dla mieszkańców Białorusi.

V.2.2. Motywy wyjazdów

Znacząca część wyjazdów mieszkańców Białorusi za granicę ma charakter komercyjny (sprzedaż i kupno towarów). Są to motywy prawie wszystkich wyjazdów do Polski, Rumunii, Turcji, Chin, Czech i Słowacji. Do turystyki handlowej (według ocen ekspertów) można zaliczyć 80% lub nawet więcej wszystkich wyjazdów zagranicznych z Białorusi. W ciągu ostatnich dwóch lat można zaobserwować pewne zmiany kierunków turystyki handlowej. Zmniejsza się liczba wyjazdów do Polski na rzecz podróży do Turcji, Chin i Bułgarii.

Wypoczynek i poprawa stanu zdrowia to motywy wyjazdów zagranicznych przede wszystkim dzieci białoruskich, które po katastrofie czernobylskiej zapraszane są przez różne organizacje charytatywne z takich krajów, jak Niemcy, Polska, Włochy.

Wypoczynek i poznanie jako motywy wyjazdów zagranicznych zaczęły ostatnio nabierać większego znaczenia, ale tylko w niewielkiej grupie społecznej poszukującej usług turystycznych na wysokim poziomie. Przedstawiciele tej grupy społecznej wyjeżdżają na wypoczynek na Cypr, Wyspy Kanaryjskie, do Hiszpanii, Grecji, Włoch, a także do Bułgarii i Rumunii. Na wycieczki wybierają takie kraje, jak Francja, Egipt, Skandynawia, Stany Zjednoczone.

Podsumowując można stwierdzić, iż głównym motywem wyjazdów mieszkańców Białorusi za granicę jest handel. Należy jednak zwrócić uwagę na niewielką obecnie, ale być może liczniejszą w przyszłości grupę, która skłonna jest wydać duże pieniądze na wyjazdy wypoczynkowo-poznawcze pod warunkiem dostarczenia usług wysokiej jakości.

V.2.3. Preferencje w dziedzinie spędzania wolnego czasu i form turystyki

Nie ma dostępu do tego typu informacji. Nie wiadomo, czy ostatnio prowadzone były takie badania.

V.2.4. Upodobania i oczekiwania turystów wyjeżdżających

Nie ma dostępu do tego typu informacji.

V.2.5. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

Nie ma dostępu do tego typu informacji. Nie wiadomo, czy ostatnio były prowadzone badania na ten temat.

V.2.6. Struktura wyjazdów według regionu pochodzenia turysty

Nie ma dostępu do tego typu informacji. Nie wiadomo, czy ostatnio były prowadzone badania na ten temat.

V.2.7. Struktura wyjazdów według środka transportu

Nie ma dostępu do tego typu informacji. Nie wiadomo, czy ostatnio były prowadzone badania na ten temat.

V.2.8. Wydatki na wyjazdy turystyczne

Nie ma dostępu do tego typu informacji. Nie wiadomo, czy ostatnio były prowadzone badania na ten temat.

V.2.9. Wskazania do promocji w środkach masowego przekazu

Promocja na terenie Białorusi jest prowadzona przede wszystkim za pomocą reklam. W 1992 roku zaczęło wychodzić jedyne na Białorusi specjalistyczne czasopismo turystyczne o charakterze reklamowo-informacyjnym *Раната* (Ланата). Jest to kwartalnik, ale w planach redakcji jest przekształcenie go w miesięcznik do koń-

ca 1993 roku. W czasopiśmie ukazują się materiały w języku rosyjskim, białoruskim i angielskim. Zawartość pisma stanowią reklamy i informacje przydatne dla turystów i organizatorów turystyki.

Do najbardziej poczytnych gazet i czasopism na Białorusi należą dzienniki *Народная Газета* i *Республика* oraz tygodnik *Семь дней*. Na terenie Mińska najważniejsze dzienniki to *Добрый вечер* i *Вечерний Минск*.

Na terenie Białorusi istnieje jeden ogólnokrajowy program radiowy. Najlepsze godziny antenowe to godzinny poranne, kiedy najwięcej osób słucha radia. Dość popularne wśród mieszkańców Białorusi jest polskie radio.

Telewizja białoruska ma jeden program. Najczęściej oglądana audycja to "NIKa", czyli wiadomości wieczorne. Program pierwszy polskiej telewizji odbierany jest tylko w zachodniej części Białorusi, w odległości do 50 km od granicy.

V.2.10. Rodzaje oferty turystycznej na rynku

Polska jest krajem o najwyższym wskaźniku przyjazdów z Białorusi. Jeśli jednak chodzi o wyjazdy wypoczynkowe i wycieczki (niehandlowe) to inne kraje mają nad Polską przewagę.

Typowe zagraniczne wyjazdy wypoczynkowe oferowane na Białorusi to pobyty 8-dniowe w cenie 300-500 USD. Tak więc na przykład oferta wyjazdu na Cypr zawiera zakwaterowanie w hotelu 3-gwiazdkowym, 2-3 posiłki dziennie i wycieczki po okolicy. Wyjazd do Włoch (7-8 dni, cena 150 USD i 50 tysięcy rubli) to pobyt nad morzem adriatyckim z dojazdem autokarem, zakwaterowaniem w domkach campingowych w dwóch miejscowościach (po 4 dni w każdej), bez wyżywienia i wycieczka do San Marino (za dodatkową opłatą).

Typową ofertą wycieczkową jest wyjazd do Paryża (Francja należy do krajów najczęściej odwiedzanych przez wycieczki niehandlowe z Białorusi). Zapewniony jest dojazd autokarem i 3 noclegi (4 dni) w Paryżu.

V.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z BIAŁORUSI

V.3.1. Wielkość ruchu, przewidywany trend rozwoju

Do 1 kwietnia 1992 roku mieszkańcy Białorusi byli notowani przez polską straż graniczną jako obywatele byłego Związku Radzieckiego. Dane więc dotyczące przyjazdów mieszkańców Białorusi do Polski są więc dostępne od drugiego kwartału 1992 roku.

W ciągu ostatnich trzech kwartałów 1992 roku odwiedziło Polskę ponad 1068 tys. mieszkańców Białorusi. W pierwszym półroczu 1993 roku z Białorusi do Polski przyjechało 755,9 tys. turystów z Białorusi (dane GUS).

Posiadane dane dotyczące wielkości ruchu z Białorusi do Polski nie pozwalają określić trendu rozwoju tego ruchu. Bazując jednak na posiadanych informacjach oraz danych dotyczących przyjazdów do Polski ze wszystkich byłych krajów ZSRR można przyjąć, że w 1993 roku nastąpi wzrost liczby przyjazdów mieszkańców Białorusi do Polski o 40%. W ciągu najbliższych trzech lat nastąpi stopniowa stabilizacja ruchu.

V.3.2. Struktura przyjazdów^{3/}

V.3.2.a. Struktura przyjazdów według formy organizacyjnej

Turyści z Białorusi w 1992 roku przyjeżdżali do Polski najczęściej za pośrednictwem biur podróży (zwłaszcza indywidualnie) oraz na zaproszenie instytucji. Wycieczka z biurem podróży to forma organizacyjna ciesząca się jednakową popularnością wśród mieszkańców Białorusi w ciągu ostatnich dwóch lat. Natomiast przyjazdy indywidualne za pośrednictwem biur podróży i na zaproszenie instytucji (zwłaszcza te ostatnie) stały się wśród Białorusinów znacznie popularniejsze w porównaniu z 1991 rokiem. O wiele rzadziej korzystali oni z zaproszeń osób prywatnych (w 1991 roku ta forma przyjazdu była najpopularniejsza, korzystało z niej 58% osób). Zwiększyła się popularność wyjazdów indywidualnych bez pośredników, ale ta forma organizacyjna w przypadku turystów białoruskich nie ma jeszcze dużego znaczenia.

Białorusini najczęściej w porównaniu z gośćmi z innych krajów byłego ZSRR przyjeżdżali za pośrednictwem biur podróży

3/ Dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92.

(zwłaszcza indywidualne przyjazdy za pośrednictwem biur podróży) oraz indywidualnie na zaproszenie instytucji. Najrzadziej zaś w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR przyjeżdżali indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych.

Tablica V.1. Forma organizacyjna przyjazdu

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wycieczka z biurem podróży	22	22	0
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	26	15	11
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	17	58	-41
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	22	1	21
Indywidualnie bez pośredników	9	1	8
Brak danych	4	3	1

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Przyjazd za pośrednictwem biura podróży (indywidualnie bądź z wycieczką) był podstawową formą organizacyjną przyjazdów turystów z Białorusi do Polski.

V.3.2.b. Struktura przyjazdów według motywu podróży

Zdecydowana większość odwiedzających deklarowała prywatno-turystyczny charakter pobytu (63%). Spora grupa (największa w porównaniu z innymi gośćmi z krajów byłego ZSRR) deklarowała również służbowo-handlowy charakter pobytu (27%).

Tablica V.2. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu w 1992 roku

Charakter pobytu	Udział w %
Turystyczny/prywatny	63
Służbowy/handlowy	27
Tranzyt	10

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Wśród motywów przyjazdu w 1992 roku dominowały zakupy (50% osób), odwiedziny u krewnych i znajomych (30%) oraz załatwianie interesów (23%). Motywy turystyczno-wypoczynkowe (poznanie kraju, kultury, wypoczynek, rozrywka) deklarowało 16% mieszkańców Białorusi.

Tablica V.3. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-92^{x/}

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	30	31	- 1
Odwiedziny miejsca pochodzenia	3	1	2
Poznanie kraju, kultury	5	15	-10
Cele religijne	2	3	- 1
Wypoczynek, rozrywka	11	16	- 5
Zakupy	50	26	24
Interesy	23	6	17
Targi, wystawy, konferencje	1	-	1
Inne służbowe	8	1	7
Realizacja hobby	0	4	- 4
Inne cele	12	6	6
Zaden z wymienionych	7	-	7

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem wśród deklarowanych motywów przyjazdu do Polski zdecydowanie wzrósł udział zakupów. Najprawdopodobniej nie był to jednak rzeczywisty wzrost, lecz tylko skutek zmiany mentalności przyjeżdżających turystów, którzy przestali obawiać się (przynajmniej w dużej mierze) deklarowania prawdziwych motywów przyjazdów.

Mieszkańcy Białorusi częściej deklarowali również takie motywy przyjazdu, jak interesy i sprawy służbowe. Rzadziej nato-

miast deklarowano motywy turystyczno-wypoczynkowe (zwłaszcza poznanie kraju i kultury). Mieszkańcy Białorusi deklarowali te motywy najrzadziej spośród turystów byłego ZSRR.

V.3.2.c. Struktura przyjazdów do Polski według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z Białorusi odwiedzali najczęściej centrum Polski. Poza tym ruch przyjazdowy z Białorusi był dosyć rozproszony, często odwiedzano rejony nieturystyczne.

Tablica V.4. Odwiedzane rejony Polski^{x/}

Rejon	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wybrzeże	6	5	1
Pojezierza	3	6	- 3
Centrum	71	67	4
Rejony górskie	2	12	-10
Śląsk	3	1	2
Zaden z wymienionych	15	-	15

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem mieszkańcy Białorusi nieco częściej gościli w centrum Polski (również w porównaniu z innymi turystami z krajów byłego ZSRR), rzadziej zaś w rejonach górskich.

V.3.2.d. Struktura przyjazdów do Polski według wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z Białorusi korzystali głównie z gościny u znajomych czy rodziny (34%), z noclegów w hotelach (26%), bądź z pokoiów gościnnych (21%).

Tabela V.5. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmian udziału w procentach
	1992	1991	
Hotele	26	8	18
Campingi	3	41	-38
Pokoje gościnne	21	9	12
Rodzina, znajomi	34	40	- 6
Inne	9	-	9
Brak danych	7	2	5

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem turyści z Białorusi znacznie rzadziej nocowali na campingach. Natomiast nastąpił znaczny wzrost wykorzystania przez nich obiektów hotelowych i pokoi gościnnych. W porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR turyści z Białorusi częściej korzystali z gościny u krewnych i znajomych (choć nieco rzadziej niż w 1991 roku) oraz z pokoi gościnnych.

V.3.2.e. Struktura przyjazdów według cech demograficznych

Turyści z Białorusi przyjeżdżający do Polski w 1992 roku to przeważnie mężczyźni (60%). W stosunku do poprzedniego roku kobiety przyjeżdżały rzadziej (54% przyjeżdżających w 1991 roku stanowiły kobiety).

Najczęściej przyjeżdżali turyści w wieku 25-44 lata. Zmniejszył się udział młodzieży: młodzież do 24 lat stanowiła zaledwie 4% wobec 13% turystów w tym wieku w roku 1991. Mniejszy był również udział osób starszych w przyjazdach. Turyści w wieku 45 lat i więcej stanowili 13%, podczas gdy w 1991 roku przyjeżdżający z tej grupy wiekowej stanowili 18% ogółu turystów z Białorusi.

Prawie połowa odwiedzających Polskę turystów białoruskich deklaruje wyższe wykształcenie (48%). Pięć procent przyjeżdżających do Polski turystów z Białorusi stanowili studenci i uczniowie.

Wśród obywateli Białorusi odwiedzających Polskę 9% deklaro-
wało polskie pochodzenie.

V.3.2.f. Struktura przyjazdów do Polski według środka transportu

W 1992 roku mieszkańcy Białorusi przyjeżdżali do Polski najczęściej samochodem osobowym (72%) i autokarem (23%).

Tablica V.6. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Samochód	72	11	61
Ciężarówka	-	-	-
Pociąg	4	46	-42
Autokar	23	6	17
Brak danych	1	38	-37

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem 1991 turyści z Białorusi korzystali znacznie częściej z samochodu i autokaru. Należy jednak wziąć pod uwagę, iż w 1991 roku spora grupa osób (38%) nie podała środka transportu, z którego korzystała. Nie mniej jednak można twierdzić, że pociąg, który w 1991 roku stanowił dla Białorusinów podstawowy środek transportu do Polski (korzystała z niego prawie połowa turystów z Białorusi), w 1992 roku stał się mniej popularny.

V.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Ponad połowa turystów z Białorusi spędzała w Polsce większość czasu w mieście. Tylko niewielka część przebywała na wsi, jeszcze mniej objeżdżało wybrane regiony autokarem, koleją lub samochodem.

Tablica V.7. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku

Sposób spędzania czasu	Udział w %
Pobyty w mieście	56
Pobyty w górach	2
Pobyty nad morzem	-
Pobyty w lesie, nad jeziorem	-
Pobyty na wsi	11
Objazdy wybranych regionów	7
Wędrówka rowerem, pieszo	-
Inne	11
Brak danych	12

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Turyści z Białorusi nie przyjeżdżają do Polski odpoczywać. Na typowy wypoczynek (pobyty nad morzem, jeziorem) nie przyjechał do Polski żaden z ankietowanych, a zaledwie 2% wybrało wypoczynek w polskich górach.

V.3.3. Odwiedzane miasta

Do dużych miast najczęściej odwiedzanych przez turystów z Białorusi należały w ciągu ostatnich dwóch lat Warszawa, Lublin i Białystok. Ruch przyjazdowy z Białorusi do innych dużych miast w Polsce jest dość rozproszony. W 1991 roku do miast dosyć często odwiedzanych przez turystów białoruskich należały jeszcze Kraków, Poznań i Łódź.

Tablica V.8. Miasta odwiedzane w latach 1991-92^{x/}

Miasto	Udział procentowy		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Gdańsk	2	3	- 1
Szczecin	3	5	- 2
Wrocław	4	5	- 1
Łódź	8	11	- 3
Poznań	1	12	-11
Warszawa	30	55	-25
Kraków	1	18	-17
Katowice	3	1	2
Białystok	14	13	1
Lublin	20	25	-5
Częstochowa	2	-	-

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Turyści białoruscy w 1992 roku w porównaniu z rokiem 1991 znacznie rzadziej odwiedzali w Polsce duże miasta (bądź też nie byli tak ruchliwi, jeśli chodzi o odwiedzanie dużych miast).

V.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu turysty białoruskiego w Polsce w 1992 roku wynosiła 3,5 nocy (4,5 dnia). Białorusini przebywali średnio w Polsce nieco krócej niż inni turyści z krajów byłego ZSRR (średnio 4,5 nocy). W stosunku do 1991 roku (6,8 dnia) zmniejszyła się przeciętna długość pobytu w Polsce turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92).

Brak jest danych na temat jednodniowego ruchu turystycznego na trasie Grodno-Brześć.

V.3.5. Źródła informacji turystów o możliwości pobytu turystycznego w Polsce

Mieszkańcy Białorusi mają bardzo niewielkie możliwości zdobycia informacji o możliwości pobytu turystycznego w Polsce. Nie funkcjonują tam ośrodki informacji turystycznej, nie ma też polskiej placówki odgrywającej rolę ośrodka informacji turystycznej. Na terenie Białorusi nie jest prowadzona żadna promocja Polski. Wyjazdy do Polski reklamowane przez biura podróży to wyłącznie tylko wyjazdy o charakterze handlowym. Ani w prasie, ani w telewizji nie ma reklamy prawdziwie turystycznych wyjazdów do Polski. Najlepszą informację o Polsce można znaleźć w takich dziennikach białoruskich, jak *Народная газета* i *Республика*, gdzie przy okazji opisu tak zwanego na Białorusi "polskiego doświadczenia" pośrednio reklamowane są możliwości Polski jako regionu turystycznego.

Źródłem informacji o Polsce są więc głównie osoby wyjeżdżające do naszego kraju. Największą aktywność w wyjazdach do Polski przejawia określona grupa osób, nastawionych głównie na handel. Osoby te wyjeżdżają do Polski najczęściej trzy do pięciu razy w ciągu roku. Grupa tych właśnie osób sprawiła, że w świadomości mieszkańców Białorusi wytworzył się obraz Polski jako miejsca łatwego i szybkiego wzbogacenia się.

V.3.6. Przeciętne wydatki

Nie ma danych dotyczących wydatków białoruskich turystów w Polsce. Znane są natomiast wydatki liczone łącznie dla turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92). W 1992 roku średnie wydatki na osobę turysty z byłego Związku Radzieckiego wynosiły 935 tys. złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce wynoszących 1652 tys. złotych. Średnie wydatki turysty z byłego ZSRR na osobę dziennie wynosiły 162 tys. złotych, przy 512 tys. złotych średnio dziennie na jednego turystę zagranicznego.

Turyści z Białorusi wydawali prawdopodobnie tyle samo pieniędzy co inni turyści z krajów byłego Związku Radzieckiego, należą zatem do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy. Tylko turyści z Czech i Słowacji wydali w 1992 roku mniej pieniędzy na osobę (430 tys. złotych). Pod względem wydatków dziennych na osobę turyści z byłych krajów ZSRR (w tym z

Białorusi) należeli do grupy o najniższych wydatkach (Czesi, Słowacy i Węgrzy wydawali dziennie na osobę około 260 tys. złotych).

Reasumując można przyjąć, iż turyści z Białorusi wydawali dziennie w Polsce około 160 tys. złotych na osobę, a zatem około 930 tys. złotych w czasie pobytu w Polsce.

V.3.7. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Białorusi

Biorąc pod uwagę 1068 tys. mieszkańców Białorusi, którzy odwiedzili Polskę w 1992 roku (tylko w trzech ostatnich kwartałach) i średnie wydatki na osobę dziennie turystów z krajów byłego ZSRR (przyjmując, iż wydatki turystów z Białorusi są podobne) w wysokości 160 tys. złotych (ok. 10 USD) przy średniej długości pobytu w Polsce turystów z Białorusi wynoszącej 4,5 dnia można powiedzieć, że wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Białorusi wyniosły w 1992 roku ok. 67-68 mln USD. Należy jednak zwrócić uwagę na to, iż środki finansowe na pokrycie wydatków turystów białoruskich w Polsce pochodziły prawie w całości ze sprzedaży przywiezionych przez nich towarów. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystów z Białorusi były jeszcze wyższe o sumy, które wpłynęły za pośrednictwem biur podróży i polskich przewoźników.

V.3.8. Atrakcje turystyczne Polski w opinii turystów z Białorusi

Z punktu widzenia turystów białoruskich najbardziej interesujący w Polsce jest rozwinięty rynek konsumpcyjny, pozwalający na dogodną sprzedaż i kupno towarów. Ważne jest podobieństwo języków, co daje większą pewność siebie turystom w obcym kraju. Atrakcyjne jest dla turystów białoruskich zbliżenie Polski do Zachodu (pod względem standardu). Pociągające dla turystów białoruskich wydaje się też bogactwo polskiej spuścizny kulturowo-historycznej.

Największą przeszkodą dla turystów z Białorusi jeśli chodzi o przyjazdy do Polski są przede wszystkim wysokie koszty pobytu i trudności z organizacją przyjazdu. Ta ostatnia przeszkoda stanowi większą trudność dla mieszkańców Białorusi niż dla turystów z innych krajów byłego ZSRR. W ostatnim roku Białorusini rzadziej jednak krytykowali wysokie koszty pobytu w Polsce. Być może jest to kwestia oswojenia się z naszymi cenami.

Polska jest dla obywateli Białorusi na tyle atrakcyjna, że 65% spośród odwiedzających Polskę turystów z Białorusi zamierza przyjechać tu ponownie.

V.3.9. Najważniejsze biura organizujące przyjazdy do Polski z Białorusi

Do najważniejszych biur organizujących wyjazdy do Polski należą dwa największe biura na Białorusi: АО "Спутник" z siedzibą w Mińsku przy ulicy Rumiancewa i firma "Беларусьтурист" z siedzibą również w Mińsku przy prospekcie Maszerowa.

V.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI DO BIAŁORUSI

Liczba wyjazdów

W 1992 roku odwiedziło Białoruś ponad 14 tys. polskich turystów (dane z przejść granicznych dotyczące Polaków przyjeżdżających w celach turystycznych według informacji posiadanych przez Centrum Turystyczne Polskiego Towarzystwa Naukowego w Mińsku). W Polsce nie prowadzi się statystyki wyjazdów Polaków na Białoruś. Istniejące dane obejmują jedynie liczbę Polaków odwiedzających wszystkie kraje byłego ZSRR ogółem. Tak więc kraje dawnego Związku Radzieckiego odwiedziło w 1992 roku ok. 2,1 mln Polaków (liczba wyjazdów utrzymana na poziomie 1991 roku), co stanowiło 7,2% wszystkich Polaków wyjeżdżających za granicę w 1992 roku (według danych GUS).

Dane te są agregacją danych dotyczących osobowego ruchu granicznego na poszczególnych przejściach.

Korzystając z przejść granicznych polsko-białoruskich w 1992 roku wyjechało z Polski 806,3 tys. Polaków. Rozkład osobowego ruchu granicznego Polaków na przejściach polsko-białoruskich przedstawia tablica V.9.

Tablica V.9. Przekroczenia granicy przez Polaków na polsko-białoruskich przejściach granicznych

Przejście	Wyjazdy w tys. osób		
	1991	1992	1993 ^x
Kuźnica Biał. (kolejowe)	330,5	239,2	135,6
Kuźnica Biał. (drogowe)	139,2	145,9	82,8
Czeremcha	-	0,4	2,3
Terespol (drogowe)	261,6	229,9	127,6
Terespol (kolejowe)	203,8	170,2	114,2
Kukuruki	21,6	20,7	10,1
Razem	956,7	806,3	472,6

x/ Dane za dwa pierwsze kwartały.

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

Nawet jeśli przyjąć, że część Polaków przekraczających granicę na przejściach w Kuźnicy Białostockiej i w Terespolu udaje się w dalszą drogę na Litwę lub do Rosji (czyli traktuje Białoruś jako kraj tranzytowy), to i tak liczba wyjazdów Polaków na Białoruś w 1992 roku według danych polskich jest znacznie większa niż podawana przez stronę białoruską. Rozbieżności te wynikają prawdopodobnie z różnych metod zbierania danych. Można jeszcze dodać, że w 1992 roku udzielono Polakom 118,2 tys. noclegów w hotelach na terenie Białorusi.

Struktura wyjazdów

Podana struktura dotyczy wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR (według badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92). Wydaje się jednak, iż jest ona podobna w przypadku Białorusi, dlatego dalej będziemy mówić o strukturze wyjazdów na Białoruś.

Polacy wyjeżdżający na Białoruś w 1992 roku to głównie mieszkańcy województw wschodnich oraz południowych. Ponad połowę wyjeżdżających stanowili mężczyźni (58,8%). Największą grupę stanowiły osoby w wieku 35-44 lat (33%), ze średnim wykształceniem (68,8%). Najczęściej wyjeżdżali Polacy mieszkający w dużych miastach (58,8%), najrzadziej mieszkańcy wsi (12%). Było wśród nich mniej więcej tyle samo osób pracujących (46,3%), co nie pracujących i nie uczących się (40%).

Polacy wyjeżdżali najczęściej za pośrednictwem biura podróży (28% wyjeżdżających do krajów byłego ZSRR), na zaproszenie prywatne (27%) i indywidualnie bez pośredników (27%). Podróżowali najczęściej pociągiem i samochodem osobowym, korzystając głównie z noclegów u rodziny i znajomych bądź z hotelu.

W latach osiemdziesiątych Polacy przyjeżdżali na Białoruś głównie w celach handlowych. Motywy przyjazdów zaczęły się zmieniać pod koniec lat osiemdziesiątych. Obecnie handlowy charakter przyjazdów utrzymuje się w przygranicznych rejonach Polski i Białorusi przy okazji odwiedzin u rodziny i znajomych. W 1992 roku odwiedziny u krewnych i znajomych były najczęstszym motywem wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR (52%). Często motywem były też zakupy i interesy (odpowiednio: 35% i 16%).

Równie częstym motywem jak zakupy i interesy był wypoczynek, rozrywka (35%) oraz poznanie ciekawych miejsc (15%).

W ostatnich latach nasiliły się przyjazdy w celu odwiedzin miejsc związanych z polską historią i kulturą.

Bardzo rzadko natomiast motywem przyjazdu na Białoruś jest dla Polaków odpoczynek i leczenie sanatoryjne, sport i rekreacja, odpoczynek dzieci na letnich obozach i koloniach.

Regionalizacja przyjazdów

Najczęściej odwiedzanymi przez Polaków regionami Białorusi są tereny przygraniczne (do 100 km od granicy). Najczęściej odwiedzane miasta to Grodno, Brześć, Nowogródek, Baranowicze, Nieśwież, Słonim i Lida. Do często odwiedzanych miast należy także Mińsk.

Dużą popularnością cieszą się wśród Polaków wycieczki ze zwiedzaniem miejsc związanych z Adamem Mickiewiczem, w czasie których jest przewidziane odwiedzenie Nowogródka, jez. Świtez, wsi Bolteniki, Beniakoni, Tuchanowicz. W ramach takiej tury przewidziane jest również zwiedzenie Wilna.

W ostatnich czasach pojawiły się na Białorusi firmy turystyczne specjalizujące się w wycieczkach objazdowych trasami związanymi z historią i kulturą Polski. Do firm tych należą np. przedsiębiorstwo "Nota" w Nowogródku i Centrum Turystyki "Wia-pol" Polskiego Towarzystwa Naukowego w Białorusi w Mińsku (*Центр туризма Виаполь Польского научного общества*).

V.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POLSKI NA RYNKU BIAŁORUSKIM

Podsumowanie

Rynek turystyczny Białorusi jest dość ważny dla Polski wśród krajów byłego Związku Radzieckiego.

W 1992 roku turyści z Białorusi przyjeżdżali do Polski najczęściej za pośrednictwem biur podróży (zwłaszcza indywidualnie). Odwiedzali głównie centrum Polski, ale znacznie rzadziej niż w poprzednim roku odwiedzali duże miasta, preferując raczej mniejsze miasteczka. Częściej też wyjeżdżali na wieś. Nocowali najczęściej u rodziny, znajomych oraz w tanich hotelach i pensjonatach lub kwaterach prywatnych. Przyjeżdżali do Polski głównie samochodami osobowymi, przebywali stosunkowo krótko (3,5 nocy), wydając przy tym stosunkowo niewiele pieniędzy.

Polskę odwiedzali przede wszystkim turyści białoruscy w średnim wieku. Spadła liczba przyjazdów młodzieży (do 24 lat) i osób starszych (45 lat i więcej). Częściej przyjeżdżali mężczyźni niż kobiety. Prawie połowa odwiedzających deklarowała wykształcenie wyższe.

Polska jest najpopularniejszym krajem wyjazdowym dla mieszkańców Białorusi. Motywami przyjazdów do Polski są wprawdzie głównie handel i interesy, coraz częściej jednak turyści z Białorusi łączą cele handlowe z rozrywką i kilkudniowym wypoczynkiem. Istnieje więc konieczność przygotowania oferty uzupełniającej przyjazd do Polski w celach handlowych. Początkowo taka oferta powinna mieć wyraźnie charakter rozrywkowy (programy wieczorne). Oferta mająca skłonić turystów z Białorusi do wydania zarobionych w Polsce pieniędzy powinna być skierowana w pierwszym rzędzie do osób wielokrotnie odwiedzających Polskę na krótkie, kilkudniowe pobyty.

Należy także zwrócić uwagę na niewielką obecnie, ale być może liczniejszą w przyszłości grupę potencjalnych klientów polskich biur podróży, do których należą bogatsi i średniozamożni mieszkańcy Białorusi. Zwłaszcza ta pierwsza grupa jest skłonna wydać spore pieniądze na wyjazdy wypoczynkowo-poznawcze pod warunkiem zapewnienia wysokiego standardu usług, komfortowego wypoczynku z atrakcyjnym programem rozrywkowym.

Wskazania do promocji

Chcąc zwiększyć liczbę przyjazdów niehandlowych z Białorusi do Polski należałoby przede wszystkim rozpropagować Polskę jako region turystyczny. Białoruś nie ma swojego morza, nie ma też gór. Wszyscy więc amatorzy takiego wypoczynku muszą wyjeżdżać za granicę. Dlaczego nie mieliby przyjeżdżać do Polski? Trzeba im tylko udostępnić więcej informacji na temat Polski, jej turystycznych walorów, rozpropagować bogactwo dziedzictwa kulturalno-historycznego. Atutem może być łatwa dostępność Polski dla turystów białoruskich, a także stosunkowo niskie ceny w porównaniu z odleglejszymi krajami Europy. W ostatnim roku turyści z Białorusi rzadziej krytykowali wysokie koszty pobytu w Polsce.

Na rynku białoruskim nie było do tej pory żadnej promocji turystycznej Polski. Należałoby podjąć działania, które przedstawiałyby Polskę przede wszystkim jako kraj turystyczny. Należałoby tu wykorzystać ogólnie dostępną telewizję i radio. Audycje powinny zawierać reklamę walorów turystycznych Polski, ukazywać jej zabytki i kulturę, przedstawiać ciekawsze imprezy, a także reklamować dostępną w Polsce dobrą rozrywkę. Konkretne propozycje, gdzie i kiedy najlepiej zamieszczać reklamy omówiono wcześniej.

Nie wydaje się celowe organizowanie study tour dla przedstawicieli prasy. Można natomiast zawrzeć umowę z określonymi czasopismami (bądź dziennikami) na cykl artykułów dotyczących Polski.

Należałoby natomiast doprowadzić do lepszej współpracy polskich i białoruskich biur podróży, gdyż spora część turystów białoruskich korzysta z ich usług. Być może skuteczne byłoby zorganizowanie study tour właśnie dla przedstawicieli białoruskich firm turystycznych i biur podróży, zwłaszcza tych bardziej znaczących i na takich spotkaniach propagować Polskę, jako kraj turystyczny, przedstawiając trasy dobrane dla białoruskich turystów, możliwości różnorodnego wypoczynku, rozrywki, różnorodne festiwale itp.

Wnioski generalne oraz główne cele działań marketingowych i same działania sformułowane zostały w części "Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR".

V.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Народное Хозяйство Республики Беларусь в 1992 г. Статистический сборник, Государственный комитет республики Беларусь по статистике и анализу, Mińsk, 1993.
2. Główny Urząd Statystyczny:
 - przekroczenia granic polskich.
3. Business Forum, nr 36, 5.IX.1993.
4. Centrum Turystyczne Polskiego Towarzystwa Naukowego w Mińsku i opracowanie: Г.А.Потаев и Г.Р.Потаева, Современное экономическое положение и условия развития туризма в Республике Беларусь.
7. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania powstałe na ich bazie:
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R.Kuszevska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki,
 - H.Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku (badania graniczne), Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

VI. RYNEK TURYSTYCZNY UKRAINY

VI.0. UWAGI WSTĘPNE

W 1990 roku rozpoczął się okres rozpadu Związku Radzieckiego. Ukraina uzyskała niepodległość i w grudniu 1991 roku podpisała porozumienie wspólnie z Federacją Rosyjską i Białorusią powołujące Wspólnotę Niepodległych Państw. Na gospodarkę Ukrainy mają wpływ zjawiska kryzysowe, które wystąpiły we wszystkich krajach byłego ZSRR.

Tworzenie własnej państwowości powoduje cały szereg koniecznych zmian w istniejących do tej pory strukturach polityczno-administracyjno-organizacyjnych. Zachodzące zjawiska kryzysowe oraz konieczne zmiany wywołują pewien chaos. Stwarza to problemy w przypadku próby opisu zjawisk zachodzących w danym państwie, głównie ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem braku danych (lub dostępności do nich) występuje przy opisie rynku turystycznego Ukrainy. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z tego kraju, a konkretnie preferencji w dziedzinie spędzania czasu wolnego (p. VI.2.3.), upodobań i oczekiwań turystów wyjeżdżających (p. VI.2.4.), struktury wyjazdów według cech demograficznych (p. VI.2.5.), struktury wyjazdów według regionu pochodzenia (p. VI.2.6.), struktury wyjazdów według środka transportu (p. VI.2.7.), wydatków na wyjazdy turystyczne (p. VI.2.8.). Zagadnienia te nie mogą więc być omawiane w dalszej części opracowania.

VI.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU UKRAIŃSKIM

VI.1.1 Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Powierzchnia Ukrainy wynosi 603 tys. km². Ukraina podzielona jest na 24 administracyjno-terytorialne jednostki i Republikę Krym.

Ludność Ukrainy liczy 52,1 mln osób, z czego 35,3 mln osób mieszka w miastach (68% ogółu ludności), zaś 16,8 mln osób na wsi (32% ludności).

1/ Dane według Народное Господарство України 1992, Kijów, 1993.

Struktura ludności według narodowości przedstawia się następująco (w tys. osób):

Ukraińcy	37819,1
Rosjanie	11655,6
Żydzi	486,3
Białorusini	440,0
Mołdawianie	324,5
Bułgarzy	233,8
Polacy	219,2.

Zródło: Народное Господарство України 1992, Kijów, 1993.

VI.1.2 Struktura ludności według cech demograficznych^{2/}

Struktura ludności według wieku wygląda następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
W wieku przedprodukcyjnym	11778,1	22,8
W wieku produkcyjnym	28816,3	55,7
W wieku poprodukcyjnym	11095,6	21,5.

Zródło: Народное Господарство України 1992, Kijów, 1993.

Średnia wieku na terenie Ukrainy wynosi 36,7 lat. Wśród mieszkańców miast średnia wieku wynosi 35,2 lat, zaś średnia wieku mieszkańców wsi 39,8 lat.

Ukrainę zamieszkuje 24,2 mln mężczyzn (46% ogółu ludności) i 27,9 mln kobiet (54% ludności).

Na 1000 kobiet przypada 867 mężczyzn.

2/ Dane według Народное Господарство України 1992, Kijów, 1993.

Struktura ludności zatrudnionej w gospodarce narodowej (25,0 mln osób) przedstawia się następująco:

	Liczba osób (w mln)	Odsetek
W przemyśle i budownictwie	10,0	40,1
W rolnictwie i leśnictwie (włączając gospodarstwa indywidualne)	4,9	19,6
W transporcie i łączności	1,8	7,1
W handlu i żywieniu zbiorowym, zaopatrzeniu	1,9	7,4
W ochronie zdrowie, kulturze fizycznej, i ubezpieczeniu społecznym	1,5	6,1
W szkolnictwie, kulturze i sztuce, nauce	3,0	12,0
W organach administracji państwowej	0,6	2,4
W innych gałęziach	1,3	5,3.

Źródło: Народное Господарство України 1992, Kijów, 1993.

Struktura ludności według grup zawodowych przedstawia się następująco:

Srednia liczba osób w roku (w mln)

Robotnicy	13,0
Pracownicy umysłowi	6,1
Kołchoźnicy, farmerzy, przedsiębiorcy	5,9.

VI.1.3. Uczestnictwo w turystyce^{3/}

Uczestnictwo ludności w turystce krajowej m.in.w związku ze stałym wzrostem kosztów utrzymania znacząco zmniejszyło się. W 1992 roku w ramach urlopu tylko 19,8 mln osób (38% ludności) wyjechało poza miejsce stałego zamieszkania.

3/ Dane według Ukraińskiego Instytutu Turystyki w Kijowie.

Struktura uczestnictwa w turystyce według wieku wyglądała następująco (w procentach):

18 - 28 lat	5,6
29 - 35 lat	11,4
35 - 45 lat	49,3
45 - 50 lat	22,8
50 - 60 lat	9,5
60 lat i więcej	1,4.

Źródło: badania Ukraińskiego Instytutu Turystyki w Kijowie.

Wśród uczestników turystyki 33,8% stanowili mężczyźni, 66,2% zaś kobiety.

Struktura uczestnictwa w turystyce według wykształcenia przedstawiała się następująco (w procentach):

Z wykształceniem wyższym	22
Z niepełnym wyższym i średnim specjalistycznym	44
Ze średnim	29
Z niepełnym średnim	5.

Źródło: badania Ukraińskiego Instytutu Turystyki w Kijowie.

Struktura uczestnictwa według grup zawodowych wyglądała następująco (w procentach):

Pracownicy umysłowi	31,2
Robotnicy	43,6
Rolnicy	14,1
Przedsiębiorcy wszystkich kategorii	11,1.

Źródło: badania Ukraińskiego Instytutu Turystyki w Kijowie.

VI.1.4. Wydatki na turystykę w budżetach gospodarstw domowych^{4/}

W związku ze stałym wzrostem kosztów utrzymania udział wydatków na turystykę w budżetach rodziny jest bardzo mały. W 1992 roku wynosił on zaledwie 1,04% ogółu wydatków w budżetach gospodarstw domowych.

4/ Dane według Ukraińskiego Instytutu Turystyki w Kijowie.

VI.1.5. Dochód narodowy, poziom inflacji

W 1992 roku produkt narodowy brutto zmniejszył się o 16%, stopa wzrostu produkcji wyniosła minus 7% (według Business Forum, nr 36, 5.IX.1993).

Według prognoz specjalistów w latach 1991-93 zmniejszenie narodowego dochodu Ukrainy wyniesie 30%.

Poziom inflacji w 1992 wynosił 1600 procent (według Business Forum, nr 36, 5.IX.1993).

Średni poziom inflacji w 1993 roku w ciągu miesiąca wynosi według specjalistów 41 procent.

VI.1.6. Organizacja rynku turystycznego

W listopadzie 1992 roku powołany został Państwowy Komitet Ukrainy do spraw Turystyki (*Государственный Комитет Украины по туризму - Госкомтурист*). Komitet ten realizuje politykę w dziedzinie turystyki i odpowiada za rozwój turystyki. Do najważniejszych zadań Komitetu należą:

- zabezpieczenie rozwoju krajowej i zagranicznej turystyki, określenie perspektyw i kierunków rozwoju turystyki, stopnia i zmian zapotrzebowania, formułowanie i rozdzielanie państwowych kontraktów i zamówień,
- udział w formułowaniu i realizowaniu państwowej polityki w sferze turystyki, rozwój jego materialno-technicznej i socjalnej bazy,
- przygotowanie i racjonalne wykorzystanie kadr dla sfery turystyki,
- koordynacja działalności ministerstw, resortów i organizacji w dziedzinach związanych z przyjmowaniem zagranicznych i krajowych turystów oraz organizacją wyjazdów turystycznych za granicę,
- udział w zagranicznych przedsięwzięciach związanych z turystyką, przyciąganie zagranicznych inwestycji, reprezentowanie na zlecenie Rady Ministrów interesów państwa w dziedzinie turystyki w międzynarodowych organizacjach, zawieranie międzynarodowych umów.

Państwowy Komitet Ukrainy d/s turystyki (*Goskomturist*) koordynuje i kontroluje wszystkie turystyczne jednostki organizacyjne niezależnie od ich przynależności resortowej i form własności. Odpowiada on za organizację turystyki na szczeblu centralnym.

Siedziba Goskomturista: 252023 Kijów, ul. Gospitalnaja 12; tel.: (044) 224-81-49, faks: 224-81-49.

Goskomturistowi podlegają 24 Generalne agendy d/s turystyki (Генеральные агентства по туризму) działające w obwodach i odpowiadające za organizację turystyki na szczeblu lokalnym. Jednocześnie pełnią one rolę touroperatorów w przyjmowaniu i obsłudze zagranicznych turystów będąc prawnymi następcami byłego Inturistu na terenie Ukrainy, przejąwszy jego funkcje i materialno-techniczną bazę. Cały ten system składa się z 24 generalnych agend, 23 hoteli, moteli i campingów, 4 przedsiębiorstw samochodowych i 5 remontowo-budowlanych zarządów.

Na terenie Ukrainy działa około 16 tysięcy turystycznych firm i organizacji. Oprócz tego szereg przedsiębiorstw zajmuje się działalnością turystyczną jako działalnością dodatkową. Jednak najważniejsze, oprócz Goskomturista, są trzy duże organizacje turystyczne.

Należy do nich Ukraińskie Akcyjne Towarzystwo d/s turystyki i wycieczek "Ukrproftur" (*Украинское Акционерное общество по туризму и экскурсиям Укрпрофтур*), Ukraińskie Państwowe Republikańskie Biuro międzynarodowej turystyki młodzieży "Sputnik" (*Украинское государственное республиканское Бюро международного молодежного туризма БММТ - "Спутник"*) oraz Zrzeszenie komercyjnych organizacji turystycznych Ukrainy "Askotur" (*Ассоциация коммерческих туристских организаций Украины "Аскотур"*). Ponadto działa cały szereg przedsiębiorstw nie wchodzących w żadne struktury.

"Ukrproftur" podlega Federacji związków zawodowych Ukrainy. Do niedawna organizacje i przedsiębiorstwa "Ukrprofturu" były nastawione na obsługiwanie turystów krajowych. Obecnie, oprócz turystyki krajowej, "Ukrproftur" zajmuje się także organizacją wyjazdów zagranicznych dla turystów ukraińskich oraz przyjmowaniem zagranicznych turystów na terenie Ukrainy. "Ukrproftur" posiada dostatecznie dużą sieć tzw. turbaz, hoteli, campingów i moteli. Jakość ich usług jest niższa niż Goskomturista, ceny jednak też są znacząco niższe, dlatego też turyści zagraniczni często korzystają z tych usług. Ukrproftur posiada 110 punktów zakwaterowania turystów.

Funkcje touroperatorów systemu Ukrproftur pełnią oddziały i zjednoczenia działające w obwodach oraz biura podróży i wycieczek. Do Ukrprofturu należy 124 oddziałów, zjednoczeń i biur. Te

właśnie jednostki zajmują się przygotowaniem nowych tras, formułowaniem i rozdziałem turystycznych potoków tak na terenie Ukrainy, jak i przy wyjazdach za granicę.

Siedziba Ukrprofturu: 252025 Kijów, ul. Bolszaja Zytomirska-ja 15, tel.: (044) 229-24-88, 226-27-78, faks: 225-73-92, teleks: 331181 "turist".

Biuro "Sputnik" zajmuje się w obecnych czasach wysyłaniem ukraińskich turystów za granicę oraz realizacją drogich wyjazdów do krajów Bliskiego Wschodu, Europy, morskich i rzecznych rejsów dla krajowych biznesmenów i przedsiębiorców. Podlega mu 26 biur i firm działających w obwodach. Siedziba: Kijów, ul. Desyatinnaya 4/6, tel.: 212-25-86, faks: 212-24-07.

Zrzeszenie "Askotur" obejmuje część komercyjnych firm turystycznych. W jego skład wchodzi około 150 organizacji. Askotur nie ma oddziałów w obwodach. Adres: 252025 Kijów, ul. Desyatinnaya 4/6, tel.: 228-84-38, faks: (044) 212-20-43.

Na terenie Ukrainy nie odbywają się międzynarodowe targi turystyczne. Goskomturist planuje zorganizowanie międzynarodowego salonu turystycznego w Kijowie jesienią 1994 roku. Natomiast w 1993 roku delegacja Goskomturista uczestniczyła w warszawskich targach Tour-Travel, a także w targach poznańskich.

VI.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z UKRAINY

VI.2.1. Wyjazdy według kierunków

W 1992 roku wyjechało z Ukrainy 1,9 mln osób (wyłączając kraje WNP) do ponad 90 krajów (dane z Ukraińskiego Instytutu Turystyki).

Głównymi krajami docelowymi były: Polska, Rumunia, Turcja, Bułgaria, Niemcy, Chiny, Włochy, Francja i Zjednoczone Emiraty Arabskie. Polska na przestrzeni ostatnich ponad 2,5 lat zajmuje pierwsze miejsce w wyjazdach ukraińskich turystów.

VI.2.2 Motywy wyjazdów

W 1992 roku najwięcej mieszkańców Ukrainy wyjechało w celach turystycznych - 1,1 mln osób. Dość często mieszkańcy Ukrainy wyjeżdżali w interesach - 401 tys. osób. W wyjazdach prywatnych i w wyjazdach w innych celach uczestniczyło 403 tys. osób.

Głównym motywem wyjazdów za granicę mieszkańców Ukrainy jest handel. Z 1000 ankietowanych turystów (dane Ukraińskiego

Instytutu Turystyki) 872 osoby wyjeżdżały celem uzyskania materialnych dochodów. Tylko 12% wyjeżdżających podawało jako cel wyjazdu poznanie kraju, leczenie i inne.

VI.2.3. Preferencje w dziedzinie spędzania czasu wolnego i form turystyki

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Ukrainie w ostatnich latach.

VI.2.4. Upodobania i oczekiwania turystów wyjeżdżających

Brak informacji, badań takich nie prowadzono na Ukrainie w ostatnich latach.

VI.2.5. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

Brak informacji, nie wiadomo, czy takie badania były prowadzone ostatnio.

VI.2.6. Struktura wyjazdów według regionu pochodzenia turysty

Brak informacji, nie wiadomo, czy takie badania były prowadzone ostatnio.

VI.2.7. Struktura wyjazdów według środka transportu

Brak informacji, nie wiadomo, czy takie badania były prowadzone ostatnio.

VI.2.8. Wydatki na wyjazdy turystyczne

Brak informacji, nie wiadomo, czy takie badania były prowadzone ostatnio.

VI.2.9. Wskazania do promocji w środkach masowego przekazu

Promocja na Ukrainie prowadzona jest przede wszystkim za pomocą reklam. Na terenie Ukrainy wydawane jest specjalistyczne czasopismo turystyczne o charakterze reklamowo-informacyjnym *Miżnarodnyj Turizm* (Міжнародний Туризм). Jest to miesięcznik dotyczący turystyki międzynarodowej, reklamy i biznesu. Ponadto ukazuje się gazeta turystyczna *Otkrytyj mir* (Открытый Мир), której główna siedziba redakcji znajduje się w Rydze, ale posiada

również redakcję na Ukrainie. Pismo to ma również charakter reklamowo-informacyjny.

VI.2.10. Rodzaje oferty turystycznej na rynku

Polska jest krajem najczęściej odwiedzanym przez turystów ukraińskich. Głównym motywem wyjazdów do Polski mieszkańców Ukrainy jest handel. Oferty wyjazdowe do Polski zapewniają przejazd do Polski, znacznie rzadziej noclegi (tanie), posiłki. W ostatnich czasach niektóre turystyczne firmy ukraińskie zaczęły wliczać w cenę wyjazdu usługi turystyczne takie, jak noclegi, posiłki, wycieczki. Jednakże bardzo dużo turystów ukraińskich wyjeżdżających do Polski nie wykupuje żadnych usług turystycznych. Cały czas spędzają na bazarach i w sklepach, nocując na dworcach, w autokarach, w tanich hotelach (często w hotelach robotniczych) płacąc gotówką, posiłki zaś przygotowują sami z produktów zabranych z domu.

Oferty wyjazdowe na rynku ukraińskim są bardzo zróżnicowane, zwłaszcza cenowo. Od 12 dolarów USA za dzień pobytu w Rumunii do 380 dolarów USA w ekstraklasie na rejsach morskich.

VI.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z UKRAINY

VI.3.1. Wielkość ruchu, przewidywany trend rozwoju

Do 1 kwietnia 1992 roku mieszkańcy Ukrainy byli notowani przez polską straż graniczną jako obywatele byłego Związku Radzieckiego. Dane więc dotyczące przyjazdów do Polski mieszkańców Ukrainy dostępne są od drugiego kwartału 1992 roku.

W okresie trzech ostatnich kwartałów 1992 roku odwiedziło Polskę 1951,9 tysięcy obywateli Ukrainy. W pierwszym półroczu 1993 roku przyjechało do Polski 996,2 tys. turystów z Ukrainy.

Posiadane dane dotyczące wielkości ruchu z Ukrainy do Polski nie pozwalają na dokładniejsze określenie trendu rozwoju tego ruchu. Można jednak dokonać pewnej korekty posługując się danymi dotyczącymi przyjazdów do Polski ze wszystkich byłych krajów ZSRR. W latach 1989-1992 nastąpił dwukrotny wzrost przyjazdów do Polski mieszkańców krajów byłego ZSRR, zaś w 1992 roku w stosunku do 1991 roku wzrost ten był tylko 3-procentowy. Można przyjąć, iż w okresie najbliższych trzech lat wielkość ruchu turystycznego z Ukrainy do Polski pozostanie na tym samym poziomie z możliwością niewielkiego, 3-procentowego wzrostu.

VI.3.2. Struktura przyjazdów^{5/}

VI.3.2.a. Struktura przyjazdów do Polski według formy organizacyjnej

Większość turystów z Ukrainy odwiedziło Polskę indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych bądź korzystając z usług biura podróży (w większości w ramach zorganizowanej wycieczki).

Tablica VI.1. Forma organizacyjna przyjazdu

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wycieczka z biurem podróży	22	22	0
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	10	7	3
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	42	56	-14
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	12	7	5
Indywidualnie bez pośredników	9	4	5
Brak danych	4	4	0

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem 1991 goście z Ukrainy rzadziej korzystali z zaproszeń osób prywatnych (w 1991 roku 56% osób), zwiększył się natomiast udział osób przyjeżdżających na zaproszenia instytucji (w 1991 roku 7% odwiedzających, zaś w 1992 roku 12% osób) oraz przyjeżdżających indywidualnie bez pośredników (w 1991 roku 4% osób, w 1992 roku 9% osób).

Turyści z Ukrainy w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR przyjeżdżali w 1992 roku częściej na zaproszenia osób prywatnych, nieco częściej również na zaproszenia instytucji (tylko mieszkańcy Białorusi przyjeżdżali częściej na zaproszenia instytucji).

5/ Dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92.

VI.3.2.b. Struktura przyjazdów do Polski według motywu podróży

Większość badanych gości z Ukrainy deklarowała prywatno-turystyczny charakter pobytu (69% osób), jedna piąta zaś gości określała swój pobyt jako służbowy lub handlowy.

Tablica VI.2. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu w 1992 roku

Charakter pobytu	Udział w %
Turystyczny/prywatny	69
Służbowy/handlowy	21
Tranzyt	9
brak danych	1

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

W porównaniu z rokiem poprzednim zwiększył się udział przyjazdów o charakterze służbowo-handlowym (w 1991 roku 11% osób).

Wśród motywów przyjazdu dominowały zakupy (połowa przyjeżdżających do Polski mieszkańców Ukrainy) oraz odwiedziny krewnych i znajomych. Często motywem było też załatwianie interesów oraz poznanie kraju i wypoczynek, rozrywka.

Duża grupa odwiedzających Polskę mieszkańców Ukrainy deklarowała więcej niż jeden motyw przyjazdu. Stałym motywem przyjazdów turystów z Ukrainy są odwiedziny krewnych i znajomych. Nieco częściej w porównaniu z rokiem poprzednim przyjeżdżali turyści z Ukrainy w celu odwiedzin miejsca pochodzenia.

W porównaniu z rokiem poprzednim znacznie wzrósł udział osób przyjeżdżających do Polski na zakupy. Najprawdopodobniej jednak nie miał tu miejsca rzeczywisty wzrost, lecz był to jedynie skutek zmiany mentalności przyjeżdżających turystów, którzy przestali obawiać się deklarowania prawdziwych motywów przyjazdów. Zwiększył się również udział osób przyjeżdżających w interesach oraz na targi i wystawy.

Nieco częstsze były przyjazdy o motywacji poznawczej, zaś udział przyjazdów w celach wypoczynku, rozrywki pozostał na niezmiennym poziomie.

Tablica VI.3. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-1992^{x/}

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	32	34	- 2
Odwiedziny miejsca pochodzenia	5	2	3
Poznanie kraju, kultury	12	9	3
Cele religijne	5	3	2
Wypoczynek, rozrywka	11	11	0
Zakupy	50	33	17
Interesy	16	7	9
Targi, wystawy, konferencje	5	0,4	4,6
Inne służbowe	5	4	1
Realizacja hobby	2	1	1
Inne cele	13	5	8
Zaden z wymienionych	5	-	5

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Turyści z Ukrainy w porównaniu z turystami z innych krajów dawnego Związku Radzieckiego częściej przyjeżdżali do Polski na targi i wystawy.

VI.3.2.c. Struktura przyjazdów do Polski według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z Ukrainy odwiedzali najczęściej centrum Polski. Oprócz tego dość popularne były rejony górskie.

W porównaniu do roku poprzedniego turyści z Ukrainy rzadziej przyjeżdżali do centrum, częściej zaś w góry i na Śląsk. Stosunkowo często odwiedzano rejony nieturystyczne.

Tablica VI.4. Odwiedzane rejony Polski^{x/}

Rejon	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wybrzeże	4	3	1
Pojezierza	3	4	- 1
Centrum	62	77	-15
Rejony górskie	16	12	4
Śląsk	7	2	5
Zaden z wymienionych	15	-	15

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Goście z Ukrainy częściej niż turyści z innych krajów dawnego ZSRR odwiedzali rejony górskie, rzadziej zaś wybrzeże.

VI.3.2.d. Struktura przyjazdów do Polski według wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z Ukrainy korzystali głównie z gościny u rodziny lub znajomych (27% osób), z noclegów w hotelach (26% osób), bądź z pokoi gościnnych (17% osób). W porównaniu z 1991 rokiem nastąpił wzrost wykorzystania przez turystów z Ukrainy bazy hotelowej i pokoi gościnnych. Zdecydowanie zmalało wykorzystanie campingów, pól namiotowych (a więc noclegów w samochodach, autokarach).

Tabela VI.5. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Hotele	26	13	13
Campingi	4	47	-43
Pokoje gościnne	17	5	12
Rodzina, znajomi	27	32	- 5
Inne	15	-	15
Brak danych	16	3	-

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem poprzednim turyści z Ukrainy częściej nocowali w hotelach i pokojach gościnnych. Znacznie mniej popularne stały się campingi, pola namiotowe itp. Rzadziej też nocowano u rodziny, znajomych.

VI.3.2.e. Struktura przyjazdów do Polski według cech demograficznych

Do Polski przyjeżdżali głównie turyści w wieku 25-44 lata, choć nastąpił niewielki wzrost udziału przyjazdów osób młodych do 24 lat (w 1991 roku było ich 7% osób, zaś w 1992 roku stanowili 11% przyjezdnych). Kobiety z Ukrainy przyjeżdżały do Polski równie często jak mężczyźni (50% osób). Znacznie wzrósł w porównaniu z rokiem poprzednim udział przyjazdów osób z wyższym wykształceniem (w 1991 roku 27% osób, w 1992 roku 41% osób). Studenci i uczniowie stanowili 10% ukraińskich turystów. Wśród gości z Ukrainy 11% było pochodzenia polskiego.

VI.3.2.f. Struktura przyjazdów do Polski według środka transportu

Turyści z Ukrainy przyjeżdżali do Polski najczęściej pociągiem (ponad połowa gości), często też korzystali z samochodu osobowego.

Tablica VI.6. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Samochód	35	34	1
Ciężarówka	2	-	2
Pociąg	54	27	27
Autokar	8	7	1
Brak danych	1	32	-31

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Znacznie częściej w porównaniu z rokiem poprzednim goście z Ukrainy przyjeżdżali do Polski pociągiem.

W porównaniu do turystów z innych krajów dawnego Związku Radzieckiego turyści z Ukrainy rzadziej korzystali z autokaru.

VI.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Zdecydowana większość gości z Ukrainy spędzała czas głównie w mieście. Tylko nieliczna stosunkowo grupa turystów zdecydowała się na objazd po kraju lub pobyt na wsi (odpowiednio 9% osób i 6% osób).

Tablica VI.7. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku

Sposób spędzania czasu	Udział w %
pobyt w mieście	60
pobyt w górach	1
pobyt nad morzem	1
pobyt w lesie, nad jeziorem	1
pobyt na wsi	6
objazd wybranych regionów	9
wędrówka rowerem, pieszo	1
inne	8
brak danych	14

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Polska nie jest krajem, do którego goście z Ukrainy przyjeżdżają na typowy wypoczynek. Pobyty nad morzem, w górach, nad jeziorami nie są popularne wśród turystów z Ukrainy.

VI.3.3. Odwiedzane miasta

Do najczęściej odwiedzanych dużych miast przez turystów z Ukrainy należały w ostatnich dwóch latach Kraków i Lublin, rzadziej Warszawa i Katowice.

Tablica VI.8. Miasta odwiedzane w latach 1991-92^{x/}

Miasto	Udział procentowy		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Gdańsk	2	1	1
Szczecin	1	3	- 2
Wrocław	7	5	2
Łódź	7	8	- 1
Poznań	3	9	- 6
Warszawa	15	59	-44
Kraków	26	18	8
Katowice	12	4	8
Białystok	2	5	- 3
Lublin	21	16	5
Częstochowa	2	-	-

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Warszawa (w porównaniu z rokiem poprzednim) zdecydowanie straciła na popularności wśród turystów z Ukrainy na rzecz Krakowa, Katowic i Lublina. W porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR turyści z Ukrainy odwiedzali Warszawę zdecydowanie najrzadziej.

Poza tymi czterema wymienionymi miastami ruch był bardzo rozproszony. Goście z Ukrainy przebywając niezbyt długo w Polsce stosunkowo dużo po niej podróżowali. Wydaje się, iż coraz częściej odwiedzane są małe miasta i miasteczka.

VI.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu turysty ukraińskiego w Polsce w 1992 roku wynosiła 4,9 nocy, czyli 5,5 dnia (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92). Długość pobytu nie różniła się zbytnio od średniej pobytu turystów z krajów byłego ZSRR, która wynosiła 4,5 nocy.

W porównaniu z rokiem 1991 średnia długość pobytu turysty z Ukrainy nie uległa większej zmianie (w 1991 roku średnio 5,9 dnia).

Brak jest danych dotyczących jednodniowego ruchu z Ukrainy.

VI.3.5. Źródła informacji turystów o możliwości pobytu turystycznego w Polsce

Mieszkańcy Ukrainy mają nieduże możliwości zdobycia informacji o możliwościach pobytu turystycznego w Polsce. Informacje dostępne w firmach turystycznych dotyczą praktycznie tylko wyjazdów handlowych. Podstawowym więc źródłem informacji są opowieści osób, które były już w Polsce oraz własne doświadczenia osób często przekraczających granicę polsko-ukraińską.

VI.3 6. Przeciętne wydatki

Brak jest danych dotyczących wydatków turystów z Ukrainy w Polsce. Znane są natomiast wydatki liczone łącznie dla turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki). W 1992 roku średnie wydatki turysty z byłego Związku Radzieckiego na osobę wynosiły 935 tysięcy złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce na osobę wynoszących 1652 tysiące złotych. Natomiast średnie wydatki turysty z byłego ZSRR na osobę dzienne wynosiły ok. 160 tysięcy złotych.

Turyści z Ukrainy prawdopodobnie wydali w Polsce tyle samo pieniędzy co inni turyści z krajów byłego Związku Radzieckiego. Należą zatem do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy. Tylko turyści z Czech i Słowacji wydali w 1992 roku mniej pieniędzy na osobę (430 tysięcy złotych). Pod względem wydatków dziennych na osobę turyści z byłych krajów ZSRR (w tym z Ukrainy) należeli do grupy o najniższych wydatkach (Czesi, Słowacy i Węgrzy wydawali dziennie na osobę około 260 tysięcy złotych).

Reasumując można przyjąć, iż turyści z Ukrainy wydawali dziennie około 160 tysięcy złotych na osobę, a zatem około 930 tysięcy złotych w czasie pobytu w Polsce.

VI.3.7. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Ukrainy

Biorąc pod uwagę 1,9 milionów mieszkańców Ukrainy, którzy odwiedzili Polskę w trzech ostatnich kwartałach 1992 roku i średnie wydatki na osobę dziennie turystów z krajów byłego ZSRR (przyjmując, iż wydatki turystów z Ukrainy są im odpowiednie) w wysokości 160 tysięcy złotych (ok. 10 dolarów USA) przy średniej długości pobytu w Polsce turystów z Ukrainy wynoszącej 5,5 dnia można powiedzieć, że wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z wyniosły w 1992 roku w sumie ok. 150 milionów dolarów USA. Należy jednak wziąć pod uwagę, że środki finansowe na pokrycie wydatków w Polsce pochodziły prawie w całości ze sprzedaży przywiezionych towarów. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystów z Ukrainy były wyższe jeszcze o sumy, które wpłynęły pośrednio do Polski od biur podróży i polskich przewoźników.

VI.3.8. Atrakcje turystyczne Polski w opinii turystów z Ukrainy

Dla turystów ukraińskich najbardziej interesujący w Polsce wydaje się rozwinięty rynek konsumpcyjny, umożliwiający dogodną sprzedaż i kupno towarów. Atrakcyjna jest bliskość Polski z Zachodnią Europą. Istotne jest również pokrewieństwo językowe między obu krajami, co dodaje pewności siebie turystom.

Turyści z Ukrainy najczęściej spośród wszystkich gości z krajów byłego ZSRR krytykują wysokie koszty pobytu w Polsce (67% osób). Często też krytykowane są przez nich trudności w organizacji przyjazdu (25% osób). Spośród wszystkich gości z krajów byłego ZSRR odwiedzających Polskę obywatele z Ukrainy należą do tych, którzy najrzadziej zamierzają odwiedzić Polskę ponownie - stanowią oni zaledwie 12% osób. Należy jednak zaznaczyć, iż wśród gości z Ukrainy 29% osób stanowią ci, którzy przyjechali do Polski co najmniej po raz czwarty.

VI.3.9. Najważniejsze biura organizujące wyjazdy do Polski

Na terenie Ukrainy nie można znaleźć takiej firmy, biura czy innej jednostki turystycznej, która choćby raz nie wysłała grupy turystów do Polski. Najbardziej jednak intensywną działal-

ność w tej dziedzinie przejawiają jednostki turystyczne (firmy, biura, oddziały, agendy itd) w sześciu zachodnich obwodach Ukrainy: lwowskim, wołyńskim, tarnopolskim, Iwano-Frankowskim, czerńowieckim i zakarpackim.

VI.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI NA UKRAINĘ

Liczba wyjazdów

Nie prowadzona jest statystyka i strukturyzacja ruchu turystycznego Polaków na Ukrainie.

Dane polskie obejmują liczbę Polaków odwiedzających wszystkie kraje byłego ZSRR (bez podziału na poszczególne kraje). I tak kraje dawnego Związku radzieckiego odwiedziło w 1992 roku ok. 2,1 mln Polaków (liczba wyjazdów utrzymana na poziomie 1991 roku), co stanowiło 7,2% wszystkich wyjeżdżających Polaków za granicę w 1992 roku.

Powyższe dane są agregacją danych dotyczących osobowego ruchu granicznego na poszczególnych przejściach. Można wydzielić więc przejścia polsko-ukraińskie. Rozkład osobowego ruchu granicznego Polaków na przejściach polsko-ukraińskich przedstawia tablica VI.9.

Tablica VI.9. Osobowy ruch graniczny Polaków na przejściach granicznych polsko-ukraińskich

Przejście	Liczba osób (w tys.)		
	1991	1992	1993 ^x
Dorohusk (kolejowe)	57,8	18,2	8,6
Dorohusk (drogowe)	70,0	130,2	106,4
Hrubieszów	2,2	1,8	2,6
Zosin	0,1	1,7	0,1
Hrebenne	0,9	50,2	57,6
Medyka (kolejowe)	70,1	22,1	7,1
Medyka (drogowe)	646,8	524,7	206,1
Razem	847,9	748,9	388,5

x/ Dane za dwa pierwsze kwartały.

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

Korzystając z przejść granicznych polsko-ukraińskich w 1992 roku wyjechało z Polski 748,9 tys. Polaków. W porównaniu z rokiem poprzednim było to o 100 tysięcy wyjazdów mniej. Należy przy tym wziąć pod uwagę, że część Polaków przekraczających granicę na przejściach polsko-ukraińskich udaje się w dalszą drogę do Rosji.

Struktura wyjazdów

Podana struktura wyjazdów dotyczy wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR (badania graniczne Instytutu Turystyki, 1992). Ze względu na to jednak, iż zdecydowana większość ankietowanych Polaków podawała jako miejsce wyjazdu Ukrainę, w dalszym tekście będziemy mówić o strukturze wyjazdów na Ukrainę.

Polacy wyjeżdżający na Ukrainę w 1992 roku to głównie mieszkańcy województw wschodnich oraz południowych. Ponad połowę wyjeżdżających stanowili mężczyźni (58,8% wyjeżdżających). Wśród wyjeżdżających największą grupę stanowiły osoby w wieku 35-44 lat (33% wyjeżdżających), ze średnim wykształceniem (68,8% wyjeżdżających). Najczęściej wyjeżdżali Polacy mieszkający w dużych miastach (58,8% wyjeżdżających), najrzadziej mieszkańcy wsi (12% wyjeżdżających). Równie często były to osoby pracujące (46,3% wyjeżdżających), co nie pracujące i nie uczące się (40% wyjeżdżających).

Polacy wyjeżdżali najczęściej za pośrednictwem biura podróży (28% wyjeżdżających do krajów byłego ZSRR), na zaproszenie prywatne (27% osób) i indywidualnie bez pośredników (27% osób). Podróżowali najczęściej pociągiem i samochodem osobowym, korzystając głównie z noclegów u rodziny, znajomych bądź z hotelu.

Jeszcze do niedawna głównym motywem przyjazdów Polaków na Ukrainę był handel. Ostatnio coraz częściej motywem przyjazdu na Ukrainę jest dla Polaków wypoczynek, poznanie kraju, leczenie.

Potwierdzają to częściowo badania Instytutu Turystyki, z których wynika, iż w 1992 roku częstym motywem wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR były zakupy i interesy (odpowiednio: 35% wyjeżdżających i 16% wyjeżdżających).

Równie częstym motywem jak zakupy i interesy dla Polaków wyjeżdżających do krajów dawnego Związku Radzieckiego był wypoczynek, rozrywka (35% osób) oraz poznanie ciekawych miejsc (15% osób). Najczęściej jednak Polacy wyjeżdżali do krajów byłego ZSRR w odwiedziny do krewnych i znajomych (52% osób).

Regionalizacja przyjazdów

Polacy odwiedzali najczęściej regiony zachodniej i południowej Ukrainy. Do miast odwiedzanych najczęściej należały: Lwów, Kijów, Tarnopol, Łuck, Odessa, Jałta, Berdiańsk, Eupatoria, Oczaków, Białogród Dniestrzański, Truskawiec, Kamieniec Podolski i inne. Były to więc zarówno miasta typowo wypoczynkowe (np. Jałta, Odessa, Eupatoria), jak i turystyczne (np. Kijów) oraz związane z polską historią (np. Lwów, Kamieniec Podolski).

VI.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POLSKI NA RYNKU UKRAIŃSKIM

Podsumowanie

Rynek ukraiński jest dla Polski najważniejszy wśród rynków krajów byłego Związku Radzieckiego.

Turyści z Ukrainy przyjeżdżali do Polski najczęściej indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych bądź korzystając z usług biura podróży (w większości w ramach zorganizowanej wycieczki). Nocowali u rodziny lub znajomych, w tanich hotelach, bądź w pokojach gościnnych. Przyjeżdżali do Polski najczęściej pociągiem, często też korzystali z samochodu osobowego. Odwiedzali przede wszystkim centrum Polski bądź rejony górskie, spędzając czas głównie w miastach. Tylko nieliczna grupa turystów zdecydowała się na objazd po kraju lub pobyt na wsi. Goście z Ukrainy przebywając niezbyt długo w Polsce (4,86 nocy) stosunkowo dużo po niej podróżowali, wydając przy tym stosunkowo mało pieniędzy. Wydaje się, iż coraz częściej odwiedzane są małe miasta i miasteczka.

Turyści z Ukrainy odwiedzający Polskę to głównie osoby w wieku 25-44 lata, choć wzrosła nieco liczba przyjazdów osób młodych (do 24 lat). Równie często przyjeżdżają z Ukrainy kobiety jak mężczyźni. Osoby z wyższym wykształceniem stanowią blisko połowę odwiedzających.

Polska na przestrzeni ostatnich ponad 2,5 lat zajmuje pierwsze miejsce w zagranicznych wyjazdach mieszkańców Ukrainy. Główne motywy przyjazdów do Polski to zakupy odwiedzin krewnych i znajomych. Często motywem jest też załatwianie interesów. Jednakże stosunkowo duża grupa turystów z Ukrainy łączy przyjazd do Polski z wypoczynkiem, rozrywką oraz poznaniem kraju.

Mieszkańcy Ukrainy mają nieduże możliwości zdobycia informacji o możliwościach pobytu turystycznego w Polsce. Podstawowym źródłem informacji są opowieści osób, które były w Polsce.

Wskazania do promocji

Charakterystyczną cechą rynku ukraińskiego są przyjazdy na zaproszenia osób prywatnych lub z biurami podróży. Dopóki nie zostaną zmienione zasady ruchu między Polską a Ukrainą te formy organizacyjne przyjazdu będą nadal przeważać.

Zakupy i odwiedziny krewnych i znajomych to ciągle najczęstsze motywy przyjazdów do Polski z Ukrainy. Wzrasta udział przyjazdów w interesach. Często występuje łączenie różnych motywów przyjazdów do Polski. Ruch z Ukrainy skupia się przede wszystkim w centrum kraju i w rejonach górskich. Wzrasta wykorzystanie taniej bazy hotelowej i kwater prywatnych.

Należy podjąć działania mające na celu ograniczenie handlu do terenów przygranicznych. Konieczne jest opracowanie programu mającego na celu ograniczenie wywozu dewiz z Polski poprzez zmianę struktury wydatków w Polsce.

Przygotowując ofertę na rynek ukraiński warto wykorzystać fakt stosunkowo częstego łączenia wyjazdów handlowych z wypożyczaniem, rozrywką i poznawaniem kraju. Konieczne jest przygotowanie oferty uzupełniającej przyjazd do Polski w celach handlowych o program towarzyszący, głównie o charakterze rozrywkowym.

Wnioski generalne, a także główne cele działań marketingowych i same działania sformułowane zostały w części "Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR".

VI.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Główny Urząd Statystyczny:
 - przekroczenia granic polskich.
2. Народное Господарство України 1992, Kijów, 1993.
3. Business Forum, nr 36, 5.IX.1993.
4. Ukraiński Instytut Turystyki w Kijowie i opracowanie: S. Popowicz,
5. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania powstałe na ich bazie:
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R.Kuszevska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki
 - H.Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku (badania graniczne), Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

VII. RYNEK TURYSTYCZNY ROSJI

VII.0. UWAGI WSTĘPNE

W 1990 roku rozpoczął się okres rozpadu Związku Radzieckiego. Federacja Rosyjska wspólnie z Białorusią i Ukrainą w grudniu 1991 roku podpisała porozumienie powołujące Wspólnotę Niepodległych Państw. Na gospodarkę Rosji mają wpływ zjawiska kryzysowe występujące we wszystkich krajach dawnego ZSRR.

Zachodzące zmiany powodują konieczność ciągłego reorganizowania istniejących struktur politycznych, administracyjnych, organizacyjnych, wywołując pewien chaos. Stwarza to problemy w przypadku próby opisu zjawisk zachodzących w państwie, głównie ze względu na brak dostępu do wielu informacji oraz szybkość zmian.

Problem danych (lub ich dostępności) występuje przy opisie rynku turystycznego Rosji. Dotyczy to przede wszystkim ruchu wyjazdowego z tego kraju. Zagadnienie to nie może więc być omawiane w dalszej części opracowania, zostanie jedynie ogólnie zasygnalizowane.

VII.1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU ROSYJSKIM

VII.1.1. Powierzchnia, liczba ludności^{1/}

Powierzchnia Rosji wynosi 17075,4 tysiące km². Zamieszkuje ją 147,4 mln osób, z tego 108,4 mln osób mieszka w miastach (74% ogółu ludności), zaś 39,0 mln osób na wsi (26% ludności).

Podział ludności według rejonów przedstawia się następująco:

	Liczba osób (w tys.)	Odsetek
Północny	6149	4,2
Północno-zachodni	8299	5,6
Centralny	30467	20,7
Wołgo-Wiatski	8473	5,7
Powołże	16500	11,2
Północno-kaukaski	16869	11,4
Uralski	20345	13,8
Zachodnio-syberyjski	15095	10,2
Wschodni	9207	6,2
Dalekowschodni	8008	5,4.

Zródło: według Rosyjskiej Międzynarodowej Akademii Turystyki.

1/ Dane uzyskane zostały dzięki współpracy z Rosyjską Międzynarodową Akademią Turystyki.

VII.1.2. Struktura ludności według cech demograficznych^{2/}

Struktura ludności według wieku przedstawia się następująco (w procentach):

Poniżej 15 lat	23,4
15 - 19	6,7
20 - 29	15,1
30 - 39	16,6
40 - 49	10,6
50 - 59	12,2
60 - 69	8,8
70 lat i więcej	6,6

Zródło: według Rosyjskiej Międzynarodowej Akademii Turystyki.

Mężczyźni stanowią 46% ogółu ludności (62,5 mln osób w wieku 5 i więcej lat), kobiety zaś 54% ludności.

VII.1.3. Uczestnictwo w turystyce według cech demograficznych

Brak jest dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy takie badania były w Rosji ostatnio prowadzone .

VII.1.4. Wydatki na turystykę w budżetach gospodarstw domowych

Brak informacji. Nie wiadomo, czy takie badania są ostatnio prowadzone. Ostatnie badania budżetów gospodarstw domowych prowadzono w połowie lat osiemdziesiątych i większość danych była niedostępna.

VII.1.5. Dochód narodowy, poziom inflacji

Dochód narodowy (GDP) w Rosji w 1992 roku wynosił 116,8 bln dolarów USA, co stanowiło spadek w stosunku do 1991 roku o 18,5%. Rok wcześniej spadek wynosił 12,9% (według Business Central Europe, nr 5, X.1993).

Rok 1992 był dla Rosji bardzo trudny. Poziom inflacji wynosił 1500%, co znacznie przewyższało stopę z 1991 roku (82%) (według Business Forum, nr 36, 5.IX.1993).

^{2/} Dane uzyskane zostały dzięki współpracy z Rosyjską Międzynarodową Akademią Turystyki.

VII.1.6. Organizacja rynku turystycznego.

Komitet Federacji Rosyjskiej do spraw turystyki (*Комитет Российской Федерации по туризму*) jest organem rządowym powołanym do określania polityki i strategii rozwoju turystyki w Rosji. Przygotowuje on wszystkie dokumenty regulujące ekonomiczne powiązania w sferze turystyki.

Na terenie Rosji działa Narodowe Zrzeszenie Turystyczne (*Национальная Туристская Ассоциация*).

Do najważniejszych biur podróży i touroperatorów na terenie Rosji należą:

Moskwa-Intur, adres: 119048 Moskwa, Łuźnieckij pr. 24,
AO CSTE-Intur, adres: Moskwa, Ozierkowskaja nab. 50,
T/A EUROPA, adres: Moskwa, ul. Miecznikowa 5/6,
AO TBK Sputnik, adres: Moskwa, ul. Czertanowskaja 28,
T/A Putieszestwiennik, adres: Petersburg, ul. Galernaja 69.

W Rosji planowane są dwie międzynarodowe imprezy turystyczne w 1994 roku. W dniach 27.01-1.02 1994 r. planowany jest Międzynarodowy Turystyczny Festiwal "Inturfest-94" w Petersburgu, zaś w dniach 23-26.03.1994 r. planowana jest w Moskwie pierwsza Moskiewska Międzynarodowa Wystawa "Podróżowanie i turystyka 94" (*MITT'94, 1st Moscow International Travel & Tourism Show*).

VII.2. CHARAKTERYSTYKA RUCHU WYJAZDOWEGO Z ROSJI

VII.2.1. Wyjazdy według kierunków

Ze względu na sytuację panującą w Rosji niemożliwe było dotarcie do informacji dotyczących ruchu wyjazdowego z tego kraju. Nie wiadomo, czy w ostatnich latach rejestrowane były takie dane. Ostatnie opublikowane dane dotyczą 1990 roku i obejmują wyjazdy z całego dawnego ZSRR. Nie mogą więc służyć dzisiaj do analizy ruchu wyjazdowego z Rosji.

Polska tradycyjnie należy do jednych z najczęściej odwiedzanych krajów przez mieszkańców Rosji. W ostatnich latach zwiększył się ruch wyjazdowy (zwłaszcza handlowy) do Chin, Turcji, Tajlandii, Emiratów Arabskich. Zwiększyły się też wyjazdy mieszkańców Rosji do krajów Europy Zachodniej.

VII.2.2. Motywy wyjazdów

Większość zagranicznych wyjazdów mieszkańców Rosji to wyjazdy handlowe (sprzedaż-kupno towarów). Niektóre kraje są odwiedzane przez mieszkańców Rosji w celu nabycia konkretnych dóbr, jak np. samochody, po które Rosjanie udają się do Niemiec.

Znacznie rzadziej mieszkańcy Rosji wyjeżdżają za granicę na wypoczynek czy w celu poznania innych krajów. Wyjazdy te dotyczą zamożnej części społeczeństwa rosyjskiego.

VII.2.3. Preferencje w dziedzinie spędzania wolnego czasu i form turystyki

Brak dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy w chwili obecnej prowadzone są takie badania.

VII.2.4. Upodobania i oczekiwania turystów wyjeżdżających

Brak dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy w chwili obecnej prowadzone są badania na ten temat.

VII.2.5. Struktura wyjazdów według cech demograficznych

Brak dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy w ostatnich latach były prowadzone w Rosji badania na ten temat.

VII.2.6. Struktura wyjazdów według regionu pochodzenia turysty

Brak dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy w ostatnich latach były prowadzone w Rosji badania na ten temat.

VII.2.7. Struktura wyjazdów według środka transportu

Brak dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy w ostatnich latach były prowadzone w Rosji badania na ten temat.

VII.2.8. Wydatki na wyjazdy turystyczne

Brak dostępu do informacji. Nie wiadomo, czy ostatnio były prowadzone w Rosji badania na ten temat.

VII.2.9. Wskazania do promocji w środkach masowego przekazu

Promocja na terenie Rosji prowadzona jest przede wszystkim za pomocą reklam. Do najbardziej popularnych w Rosji gazet należą: *Московский Комсомолец*, *Аргументы и факты*, *Комсомольская Правда*, *Известия*, *Правда*, *Российская Газета*, *Коммерсант*, *Московская Правда*, *Экономическая Газета*, *День*, *Спид-Инфо* i inne regionalne gazety. Do najpopularniejszych czasopism należą: *Крестьянка*, *Работница*, *Вся Москва*, *Эхо Планеты*.

Z prasy fachowej wydawany jest m.in. *Туринфо* - dwutygodnik firmy "Туринфо". Jest pismo o charakterze informacyjnym przeznaczone dla biur podróży.

Najbardziej popularne kanały telewizyjne to 1 kanał "Ostankino" odbierany na całym obszarze Rosyjskiej Federacji, kanał "Rosja" odbierany na całym obszarze Rosyjskiej Federacji, program moskiewski i kanał "2x2" odbierany w regionie centralnym, kanał "Petersburg" odbierany w regionach północnym, północnozachodnim i centralnym oraz TV-6 "Moskwa" odbierany na terenie Moskwy.

Do najpopularniejszych programów telewizyjnych na 1 kanale "Ostankino" należą programy spółki telewizyjnej "WiD" (m.in. "Temat"), seriale telewizyjne i wiadomości (o godz. 18.00 i 21.00). Na kanale "Rosja" najbardziej popularne są "Wiadomości" (o godz. 8.00, 14.00, 20.00, 23.00), a także seriale telewizyjne i filmy artystyczne. W programie moskiewskim i na kanale "2x2" najpopularniejsze programy to bloki reklamowe kanału "2x2", seriale telewizyjne i artystyczne filmy. Na kanale "Petersburg" najpopularniejsze są wiadomości, filmy artystyczne, seriale telewizyjne, "Telemagazyn" i "Telekurier". W TV-6 Moskwa najczęściej oglądane są bloki reklamowe.

Najbardziej popularne programy radiowe to Radio-M, Echo Moskwy, Auto-Radio, Europa Plus, kanał młodzieżowy, Radio 101.

VII.2.10. Rodzaje oferty turystycznej na rynku

Polska należy do jednych z najczęściej odwiedzanych przez mieszkańców Rosji krajów. Typowa oferta turystyczna do Polski to przede wszystkim kilkudniowe wyjazdy handlowe.

Wyjazdy handlowe (kupno-sprzedaż towarów) stanowią większość ofert dotyczących wyjazdów zagranicznych na rynku rosyjskim. Są to oferty wyjazdów do Chin, Turcji, Grecji, Indii, Pakistanu, Singapuru, Emiratów Arabskich, Tajlandii, Tajwanu. Przykładowo 5-dniowy wyjazd handlowy do Dheli z zakwaterowaniem w hotelach 4,5-gwiazdkowych i możliwością przewozu bagażu do 40

kg kosztuje 645 tys. rubli. Wyjazd 5-dniowy do Karaczi z zakwaterowaniem w hotelu 3-gwiazdkowym i możliwością przewozu bagażu do 85 kg kosztuje 780 tys. rubli. Wyjazd 5-dniowy do Pekinu z zakwaterowaniem w hotelu 3-gwiazdkowym (ze śniadaniem) kosztuje 650 dolarów. Wyjazd 8-dniowy do Stambułu z zakwaterowaniem w 3-gwiazdkowym hotelu (ze śniadaniem) kosztuje 60 dolarów i 65 tys. rubli.

Coraz częściej na rynku rosyjskim pojawiają się oferty wyjazdowe przeznaczone dla osób o dużych możliwościach finansowych. Są to wyjazdy wypoczynkowe bądź wycieczki. Wyjazdy wypoczynkowe trwają na ogół 8-15 dni, oferta obejmuje zakwaterowanie w hotelach 4-5 gwiazdkowych, najczęściej jeden posiłek dziennie, czasami wycieczki. Oferowane są wyjazdy do Hiszpanii, Grecji, Bułgarii, Egiptu, Włoch, USA, Tajlandii, Tunisu, na Cypr. Przykładowo 8-dniowy wyjazd do Grecji na wybrzeże (przelot samolotem) z zakwaterowaniem w hotelu 3-gwiazdkowym (z jednym posiłkiem dziennie), w programie wycieczki kosztuje 510 dolarów i 75 tys. rubli. Wyjazd 10-11 dniowy do Bułgarii (przelot samolotem) nad morze z zakwaterowaniem w hotelu 3-gwiazdkowym (ze śniadaniem) kosztuje 360 dolarów plus bilet samolotowy. Wyjazd 10-dniowy na Wyspy Kanaryjskie (przelot samolotem) z zakwaterowaniem w hotelu 4-gwiazdkowym z wyżywieniem kosztuje 1120 dolarów. Wyjazd 17-dniowy do USA do Miami (przelot samolotem) z zakwaterowaniem w hotelu 4-gwiazdkowym (ze śniadaniem), w programie przewidziane wycieczki, kosztuje 1440 dolarów.

Oferowane wycieczki zagraniczne dotyczą przede wszystkim Francji (wyjazd do Paryża), Izraela (objazd - Jeruzalem, Betlejem, Nazaret), Wielkiej Brytanii (wyjazd do Londynu), Włoch (objazd - Rzym, Florencja, Wenecja), Kanady (objazd - Montreal, Toronto, Ottawa, wodospad Niagara) oraz Hiszpanii (pobyt w Madrycie). Wycieczki trwają 5-8 dni, cena obejmuje zakwaterowanie w hotelach 3-gwiazdkowych, jeden posiłek dziennie, czasem zwiedzanie lub wycieczki po okolicy. Przykładowo 7-dniowy wyjazd do Paryża z zakwaterowaniem w hotelu 3-gwiazdkowym (ze śniadaniem), w programie cztery wycieczki kosztuje 350 dolarów plus bilet samolotowy. Wycieczka 5-dniowa do Izraela (przelot samolotem, objazd: Tel-Awiv, Betlejem, Jeruzalem, Nazaret) z zakwaterowaniem w hotelach 3-gwiazdkowych (z jednym posiłkiem dziennie) kosztuje 435 dolarów i 36 tys. rubli. Wycieczka 8-dniowa do Włoch (przelot samolotem, objazd: Rzym, Florencja, Wenecja) z zakwaterowaniem w hotelach 3-gwiazdkowych (z jednym posiłkiem dziennie) kosztuje od 500 dolarów.

VII.3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU TURYSTYCZNEGO PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI Z ROSJI

Rosja poza obwodem kaliningradzkim nie jest krajem bezpośrednio sąsiadującym z Polską. Federację Rosyjską należy podzielić na dwie części pod kątem ruchu przyjazdowego do Polski : obwód kaliningradzki i reszta Rosji.

Ruch przyjazdowy do Polski z obwodu kaliningradzkiego to głównie ruch handlowy, w mniejszym stopniu są to odwiedziny krewnych i znajomych. Spodziewany szybki rozwój Królewca spowoduje, iż dla mieszkańców obwodu kaliningradzkiego (w przeciwieństwie do mieszkańców innych krajów dawnego ZSRR sąsiadujących z Polską) zmniejszy się atrakcyjność Polski jako miejsca przyjazdu "do Europy".

Ruch przyjazdowy z pozostałej części Rosji różni się od ruchu przyjazdowego z krajów sąsiadujących z Polską (w tym również z obwodu kaliningradzkiego). Dotyczy to m.in. długości pobytu w Polsce, większego udziału w ruchu przyjazdów poznawczo -wypoczynkowych.

W chwili obecnej nie możliwe jest rozpatrywanie tego ruchu w podziale na obwód kaliningradzki i resztę Rosji ze względu na dane wspólne dla całej Federacji Rosyjskiej. Należałoby jednak rozpatrzyć taką możliwość w przyszłości, gdy będzie łatwiejszy dostęp do informacji.

VII.3.1. Wielkość ruchu, przewidywany trend rozwoju

Do 1 kwietnia 1992 roku mieszkańcy Rosji byli notowani przez polską straż graniczną jako obywatele byłego Związku Radzieckiego. Dane więc dotyczące przyjazdów do Polski mieszkańców Rosji dostępne są od drugiego kwartału 1992 roku.

W ostatnich trzech kwartałach 1992 roku odwiedziło Polskę ponad 672 tysiące mieszkańców Rosji. W pierwszej połowie 1993 roku przyjechało do Polski prawie 622 tysiące turystów z Rosji (przekroczenia granicy według GUS).

Posiadane dane dotyczące wielkości ruchu z Rosji do Polski nie pozwalają na dokładniejsze określenie trendu rozwoju tego ruchu. Bazując jednak na posiadanych danych i odwołując się do danych dotyczących przyjazdów do Polski ze wszystkich byłych krajów ZSRR można przyjąć, że w roku 1993 nastąpi blisko 40-procentowy wzrost przyjazdów mieszkańców Rosji do Polski. W okresie najbliższych trzech lat nastąpi stopniowa stabilizacja ruchu.

VII.3.2. Struktura przyjazdów^{3/}

VII.3.2.a. Struktura przyjazdów według formy organizacyjnej

Większość turystów z Rosji odwiedziło Polskę korzystając z usług biura podróży - 36% osób (w tym 31% osób w ramach zorganizowanej wycieczki) bądź indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych - 31% osób.

Tablica VII.1. Forma organizacyjna przyjazdu turystów z Rosji

Forma wyjazdu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wycieczka z biurem podróży	31	21	10
Indywidualnie za pośrednictwem biura podróży	5	15	-10
Indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych	40	58	-18
Indywidualnie na zaproszenie instytucji	4	3	1
Indywidualnie bez pośredników	11	2	9
Brak danych	8	1	7

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem 1991 mieszkańcy Rosji rzadziej korzystali z zaproszeń osób prywatnych (w 1991 roku stanowili oni 58% przyjezdnych z Rosji), zwiększył się natomiast udział osób przyjeżdżających indywidualnie bez pośredników (w 1991 roku 2% osób, w 1992 roku 11% osób).

VII.3.2.b. Struktura przyjazdów według motywu podróży

Większość odwiedzających w 1992 roku Polskę mieszkańców Rosji deklarowała charakter pobytu jako prywatno-turystyczny (59% osób).

3/ Dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92.

Tablica VII.2. Struktura przyjazdów do Polski według charakteru pobytu w 1992 roku

Charakter pobytu	Udział w %
Turystyczny/prywatny	59
Służbowy/handlowy	9
Tranzyt	32

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Spora grupa gości z Rosji deklarowała również przejazd tranzytem (32%).

Tablica VII.3. Motywy przyjazdów do Polski w latach 1991-1992^{x/}

Motywy przyjazdów	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Odwiedziny krewnych, znajomych	32	11	21
Odwiedziny miejsca pochodzenia	3	0	3
Poznanie kraju, kultury	17	8	9
Cele religijne	7	3	4
Wypoczynek, rozrywka	17	27	-10
Zakupy	50	32	18
Interesy	13	5	8
Targi, wystawy, konferencje	2	0,4	1,6
Inne służbowe	6	1	5
Realizacja hobby	1	1	0
Inne cele	16	7	9
Żaden z wymienionych	9	-	9

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Wśród motywów przyjazdu dominowały zakupy (połowa przyjeżdżających). Odwiedziny krewnych i znajomych były motywem przy-

jazdu dla jednej trzeciej gości z Rosji. Stosunkowo często też motywem przyjazdu było poznanie kraju, wypoczynek i rozrywka, a także interesy.

W porównaniu z rokiem poprzednim turyści w Rosji częściej przyjeżdżali w odwiedziny do krewnych i znajomych, na zakupy i w interesach. Częściej też przyjeżdżano, aby poznać kraj, rzadziej na wypoczynek.

Należy zwrócić uwagę na to, iż wypoczynek i rozrywka oraz poznanie kraju to motywy deklarowane najczęściej przez turystów z Rosji w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR.

Polska to dla turystów rosyjskich kraj, do którego przyjeżdża się przede wszystkim na zakupy i w interesach. Duża jednak grupa osób przyjeżdża w odwiedziny do rodziny i znajomych, poznać kraj, wypocząć i rozerwać się.

VII.3.2.c. Struktura przyjazdów według geograficznego celu przyjazdu

Turyści z Rosji odwiedzali najczęściej centrum Polski, poza tym ruch z tego kraju był bardzo rozproszony, duża grupa przyjezdnych odwiedzała rejony nieturystyczne.

Tablica VII.4. Odwiedzane rejony Polski^{x/}

Rejon	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Wybrzeże	7	1	6
Pojezierza	3	3	0
Centrum	70	86	-16
Rejony górskie	6	12	- 6
Śląsk	2	2	0
Zaden z wymienionych	15	-	15

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z 1991 rokiem rzadziej odwiedzano centrum i regiony górskie, częściej zaś wybrzeże.

VII.3.2.d. Struktura przyjazdów według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej

Turyści z Rosji korzystali głównie z noclegów w hotelach (43% osób) lub z gościny u rodziny lub znajomych (20% osób). Wykorzystanie tej bazy noclegowej znacznie wzrosło w porównaniu do 1991 roku. Nastąpił natomiast gwałtowny spadek wykorzystania campingów, pól namiotowych itp. (w 1991 roku 79% turystów z Rosji, w 1992 roku 2% turystów z tego kraju).

Tabela VII.5. Rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej

Obiekty noclegowe	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Hotele	43	8	35
Campingi	2	79	-77
Pokoje gościnne	11	4	7
Rodzina, znajomi	20	9	11
Inne	10	-	10
Brak danych	13	0	13

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR goście z Rosji najczęściej korzystali z bazy hotelowej, często tej najtańszej.

VII.3.2.e. Struktura przyjazdów według cech demograficznych

W 1992 roku z Rosji do Polski najczęściej przyjeżdżali turyści w wieku 25-44 lata. Zmniejszył się udział młodzieży do 24 lat z 17% gości w 1991 roku do 10% osób w 1992 roku. Studenci i uczniowie stanowili 7% gości w 1992 roku, przy 15% osób w 1991 roku. Zwiększył się nieco udział przyjazdów osób w wieku 45 lat i więcej, z 12% osób w 1991 roku do 17% osób w 1992 roku. Zmniejszył się udział kobiet wśród turystów z Rosji z 54% osób w 1991 roku do 48% osób w 1992 roku. Zwiększył się udział osób z wyższym wykształceniem odwiedzających Polskę. W 1992 roku stanowili oni 40% gości.

VII.3.f. Struktura przyjazdów według środka transportu

Obywatele Rosji przyjeżdżali do Polski najczęściej pociągiem, rzadziej samochodem. Nieduża grupa osób korzystała z autokaru.

Tablica VII.6. Rodzaj wykorzystywanych środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w %		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Samochód	25	4	21
Ciężarówka	3	0	3
Pociąg	60	25	35
Autokar	12	0	12
Brak danych	0	71	71

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

W porównaniu z rokiem poprzednim turyści z Rosji znacznie częściej przyjeżdżali do Polski korzystając z pociągu i samochodu osobowego, częściej też korzystali z autokaru. Trudno powiedzieć, czy zmiany te miały miejsce faktycznie, czy też było to wynikiem dużych braków w danych dotyczących wykorzystanego środka transportu w badaniach z 1991 roku. Nie mniej jednak pociąg jest najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu do Polski przez turystów rosyjskich.

VII.3.2.g. Struktura przyjazdów według sposobu spędzania czasu w Polsce

Turyści z Rosji (65% odwiedzających) spędzali większość swoich dni w Polsce na pobycie w mieście. Tylko nieliczna grupa gości zdecydowała się na objazd po wybranych regionach kraju. Pobyt nad morzem, jeziorem, w lesie, wyjazd w góry, na wieś, czy wędrowka po kraju nie należały do popularnych wśród gości z Rosji form spędzania czasu w Polsce.

Goście z Rosji w porównaniu z turystami z innych krajów dawnego Związku Radzieckiego najczęściej spędzali czas w Polsce na pobycie w mieście.

Tablica VII.7. Sposób spędzania czasu w Polsce w 1992 roku

Sposób spędzania czasu	Udział w %
pobyt w mieście	65
pobyt w górach	2
pobyt nad morzem	0
pobyt w lesie, nad jeziorem	0
pobyt na wsi	1
objazd wybranych regionów	9
wędrówka rowerem, pieszo	0
inne	10
brak danych	13

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w 1992 roku.

Turyści z Rosji nie przyjeżdżają do Polski na typowy wypoczynek. Polska jest dla nich krajem turystyki miejskiej.

VII.3.3. Odwiedzane miasta

Do najczęściej odwiedzanych dużych miast należały w ostatnich dwóch latach Warszawa, Białystok i Lublin. W pozostałych miastach ruch był bardzo rozproszony.

W porównaniu z rokiem poprzednim turyści z Rosji zdecydowanie rzadziej odwiedzali duże miasta w Polsce. Spadły bardzo znacząco przyjazdy do Warszawy, a także do Lublina, Poznania i Łodzi. Również Kraków był miastem rzadziej odwiedzanym przez Rosjan w 1992 roku.

Tablica VII.8. Miasta odwiedzane w latach 1991-92^{x/}.

Miasto	Udział procentowy		Wskaźnik zmiany udziału w procentach
	1992	1991	
Gdańsk	5	2	3
Szczecin	4	1	3
Wrocław	5	5	0
Łódź	2	13	-11
Poznań	6	19	-13
Warszawa	46	90	-44
Kraków	7	13	- 6
Katowice	4	1	3
Białystok	14	6	8
Lublin	10	31	-21
Częstochowa	3	-	-

x/ Procenty nie sumują się do 100 - możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w latach 1991-92.

Turyści z Rosji nadal jednak spędzali czas najczęściej w miastach. Można więc wysnuć wniosek, iż zainteresowanie ich przesunęło się z dużych miast na mniejsze miasta i miasteczka.

VII.3.4. Przeciętna długość pobytu

Przeciętna długość pobytu turysty rosyjskiego w Polsce w 1992 roku wynosiła 4,5 nocy (5,5 dnia), przy czym występowało tu duże zróżnicowanie długości pobytów (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92). Długość pobytu nie różniła się od średniej długości pobytu turystów z krajów dawnego Związku Radzieckiego, która wynosiła 4,5 nocy. W porównaniu z rokiem poprzednim średnia długość pobytu turysty rosyjskiego uległa zmniejszeniu. W 1991 roku wynosiła ona 7,3 dnia i była najdłuższa w porównaniu z innymi gośćmi z byłego ZSRR.

VII.3.5. Źródła informacji turystów o możliwości pobytu turystycznego w Polsce

Mieszkańcy Rosji mają nieduże możliwości zdobycia informacji o możliwościach pobytu turystycznego w Polsce. Oferowane wyjazdy do Polski to praktycznie tylko wyjazdy handlowe. Podstawowym źródłem informacji są opowieści osób, które były w Polsce.

VII.3.6. Przeciętne wydatki

Brak jest danych dotyczących wydatków turystów z Rosji w Polsce. Znane są natomiast wydatki liczone łącznie dla turystów z krajów byłego ZSRR (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki). W 1992 roku średnie wydatki turysty z byłego Związku Radzieckiego na osobę wynosiły 935 tysięcy złotych (ceny z grudnia 1992 roku), przy średnich wydatkach turystów zagranicznych w Polsce na osobę wynoszących 1652 tysiące złotych. Natomiast średnie wydatki turysty z byłego ZSRR na osobę dzienne wynosiły ok. 160 tysięcy złotych.

Turyści z Rosji prawdopodobnie wydali w Polsce tyle samo pieniędzy co inni turyści z krajów byłego Związku Radzieckiego. Należą zatem do grupy turystów wydających w Polsce najmniej pieniędzy. Tylko turyści z Czech i Słowacji wydali w 1992 roku mniej pieniędzy na osobę (430 tysięcy złotych).

Reasumując można przyjąć, iż turyści z Rosji wydawali dziennie około 160 tysięcy złotych na osobę, a zatem około 900 tysięcy złotych w czasie pobytu w Polsce.

VII.3.7. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Rosji

Biorąc pod uwagę 672 tysięcy mieszkańców Rosji, którzy odwiedzili Polskę w trzech ostatnich kwartałach 1992 roku i średnie wydatki na osobę dziennie turystów z krajów byłego ZSRR (przyjmując, iż wydatki turystów z Rosji są im odpowiednie) w wysokości 160 tysięcy złotych (ok. 10 dolarów USA) przy średniej długości pobytu w Polsce turystów z wynoszącej 5,5 dnia można powiedzieć, że wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystycznych z Rosji wyniosły w 1992 roku w sumie ok. 50 milionów dolarów USA. Należy jednak wziąć pod uwagę, że środki finansowe na pokrycie wydatków w Polsce pochodziły głównie ze sprzedaży przywiezionych towarów. Wpływy dewizowe Polski z tytułu przyjazdów turystów z Rosji były wyższe jeszcze o sumy, które wpłynęły pośrednio do Polski od biur podróży i polskich przewoźników.

VII.3.8. Atrakcje turystyczne Polski w opinii turystów z Rosji

Największą atrakcją Polski dla turystów rosyjskich jest rozwinięty rynek konsumpcyjny. umożliwiającą korzystną sprzedaż i kupno towarów. Atrakcję stanowi też bliskość Polski z Zachodem - taka opinia funkcjonuje wśród wielu mieszkańców Rosji.

Turyści z Rosji krytykują w Polsce przede wszystkim wysokie koszty pobytu (61% osób). Znacznie rzadziej wskazują na daleki, uciążliwy dojazd (17% osób) oraz trudności w organizacji wyjazdu (16% osób, najmniej w porównaniu z turystami z innych krajów dawnego ZSRR). W porównaniu do roku poprzedniego coraz większy jest udział osób wskazujących na brak informacji (dane z badań granicznych prowadzonych przez Instytut Turystyki w latach 1991-92).

Polska jest na tyle atrakcyjna dla turystów z Rosji, że spośród odwiedzających Polskę aż 79% osób zamierza przyjechać ponownie (źródło danych jak wyżej).

VII.3.9. Najważniejsze biura organizujące przyjazdy do Polski z Rosji

Do biur organizujących przyjazdy do Polski należą m.in. takie biura, jak:

Moskwa-Intur, adres: 119048 Moskwa, Łużnieckij pr. 24,
AO TBK Sputnik, adres: Moskwa, ul. Czertanowskaja 28.

VII.4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI DO ROSJI

Liczba wyjazdów.

Nie prowadzona jest w Polsce statystyka wyjazdów Polaków do Rosji. Istniejące dane obejmują jedynie liczbę Polaków odwiedzających wszystkie kraje byłego ZSRR (bez podziału na poszczególne kraje). I tak kraje dawnego Związku Radzieckiego odwiedziło w 1992 roku ok. 2,1 mln Polaków (liczba wyjazdów utrzymana na poziomie 1991 roku), co stanowiło 7,2% wszystkich wyjeżdżających Polaków za granicę w 1992 roku.

Brak jest dostępu do informacji o przyjazdach Polaków ze strony rosyjskiej. Nie wiadomo, czy takie badania były ostatnio prowadzone. Odnosi się to również do regionalizacji przyjazdów Polaków do Rosji.

Przytoczone powyżej polskie dane są agregacją danych dotyczących osobowego ruchu granicznego na poszczególnych przejściach. Można wydzielić więc przejścia polsko-rosyjskie na granicy z obwodem kaliningradzkim. Rozkład osobowego ruchu granicznego Polaków na przejściach polsko-rosyjskich przedstawia tablica VII.9.

Tablica VII.9. Osobowy ruch graniczny Polaków na przejściach granicznych polsko-rosyjskich

Przejście	Liczba osób (w tys.)		
	1991	1992	1993 ^x
Gronowo	26,3	41,9	13,0
Braniewo	-	6,8	4,1
Bezledy	25,9	130,0	116,1
Razem	52,2	178,7	133,2

x/ Dane za dwa pierwsze kwartały.

Źródło: przekroczenia granicy według GUS.

Korzystając z przejść polsko-rosyjskich na granicy z obwodem kaliningradzkim w 1992 roku wyjechało z Polski 178,7 tys. Polaków. Należy jednak pamiętać o tym, że Rosja (oprócz obwodu kaliningradzkiego) nie jest sąsiadem Polski. Główny ruch do Rosji z Polski odbywa się przez przejścia graniczne z Białorusią i Ukrainą. Należy wziąć również pod uwagę, że z przejść granicznych z obwodem kaliningradzkim korzystają turyści udający się do Estonii i Łotwy.

Struktura wyjazdów.

Podana struktura wyjazdów dotyczy wyjazdów Polaków do krajów byłego ZSRR. Badania graniczne prowadzone przez Instytut Turystyki objęły nieliczną grupę Polaków wyjeżdżających do Rosji. Dlatego też podajemy strukturę wyjazdów Polaków do wszystkich krajów byłego ZSRR łącznie.

Ponad połowę wyjeżdżających stanowili mężczyźni (59% badanych). Wśród wyjeżdżających największą grupę stanowiły osoby w wieku 35-44 lat (33% badanych), ze średnim wykształceniem (69% osób). Najczęściej wyjeżdżali Polacy mieszkający w dużych miastach (59% badanych), najrzadziej mieszkańcy wsi (12% osób ankie-

towanych). Równie często były to osoby pracujące (46% wyjeżdżających), co nie pracujące i nie uczące się (40% osób).

Polacy wyjeżdżali najczęściej za pośrednictwem biura podróży (28% wyjeżdżających do krajów byłego ZSRR), na zaproszenie prywatne (27% osób) i indywidualnie bez pośredników (27% osób).

Do głównych motywów wyjazdów Polaków w 1992 roku do krajów dawnego ZSRR (w tym do Rosji) oprócz odwiedzin krewnych i znajomych (połowa wyjeżdżających Polaków) należały zakupy i interesy (odpowiednio: 35% badanych i 16% badanych). Równie częstym motywem jak zakupy i interesy był wypoczynek, rozrywka (35% osób) oraz poznanie ciekawych miejsc (15% osób).

VII.5. SYNTEZA, WNIOSKI I WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POLSKI NA RYNKU ROSYJSKIM

Podsumowanie

Rynek turystyczny Rosji jest dość ważnym rynkiem dla Polski wśród rynków krajów dawnego Związku Radzieckiego.

Turyści z Rosji przyjeżdżali do Polski korzystając najczęściej z usług biura podróży (zwłaszcza w ramach zorganizowanej wycieczki) bądź indywidualnie na zaproszenie osób prywatnych. Odwiedzali najczęściej centrum Polski, duża grupa odwiedzała też rejony nieturystyczne. Zdecydowanie rzadziej w porównaniu z rokiem poprzednim odwiedzali duże miasta w Polsce. Spadły bardzo znacząco przyjazdy do Warszawy. Turyści z Rosji nadal jednak spędzali czas najczęściej w miastach, lecz zainteresowanie ich przesunęło się z dużych miast na mniejsze miasta i miasteczka. Nocowali przeważnie w tanich hotelach (najczęściej w porównaniu z turystami z innych krajów byłego ZSRR) lub u rodziny czy znajomych. Przyjeżdżali do Polski najczęściej pociągiem. Przebywali w Polsce przeciętnie 4,48 nocy, wydając przy tym stosunkowo nie-dużo pieniędzy.

Wśród motywów przyjazdu dominowały zakupy (połowa przyjeżdżających) oraz odwiedziny krewnych i znajomych. Stosunkowo często też motywem przyjazdu było poznanie kraju, wypoczynek i rozrywka, a także interesy. Spora grupa gości z Rosji traktowała Polskę jako kraj tranzytowy.

Do Polski najczęściej przyjeżdżali turyści rosyjscy w wieku 25-44 lata. Zmniejszył się udział przyjazdów młodzieży (do 24 lat), zwiększył się natomiast nieco udział przyjazdów osób w wieku 45 lat i więcej. Rzadziej przyjeżdżają kobiety. Ponad dwie trzecie odwiedzających posiada wyższe wykształcenie.

Wskazania do promocji

Głównym motywem przyjazdów mieszkańców Rosji do Polski jest handel. Coraz większa grupa osób przyjeżdża też w interesach. Z drugiej jednak strony poznanie kraju i kultury, wypoczynek oraz rozrywka to motywy występujące najczęściej wśród turystów z Rosji w porównaniu z turystami z innych krajów dawnego Związku Radzieckiego. Istnieje więc konieczność przygotowania oferty uzupełniającej przyjazd do Polski w celach handlowych. Oferta ta powinna zawierać (przynajmniej początkowo) program rozrywkowy i być stosunkowo tania.

Należy zwrócić uwagę na niewielką, ale znaczącą grupę zamożnych mieszkańców Rosji. Są to osoby skłonne wydać spore pieniądze na wyjazdy wypoczynkowo-poznawcze pod warunkiem zapewnienia wysokiego standardu usług i komfortowego wypoczynku z atrakcyjnym programem rozrywkowym.

Oferty powinny być skierowane głównie do osób w wieku produkcyjnym, raczej młodych (25-44 lata). Udział pozostałych grup wiekowych jest w turystyce z Rosji zdecydowanie mniejszy.

Do reklamy należy wykorzystać głównie telewizję i radio. Audycje powinny reklamować dobrą rozrywkę dostępną w Polsce oraz przedstawiać ciekawsze imprezy, przedstawiać walory turystyczne Polski, jej zabytki i kulturę (dużą uwagę należy przy tym zwrócić na miasta). Konkretne propozycje gdzie i kiedy najlepiej zamieszczać reklamy omówiono wcześniej.

Przygotowując program promocji Polski na rynek rosyjski należy wykorzystać "europejskość" Polski, eksponując elementy znane z filmów zachodnich, a na razie nie dostępne jeszcze w dawnym Związku Radzieckim. Dążąc do korzystnej dla Polski zmiany struktury wydatków turystów rosyjskich w Polsce warto oferować im luksusowe "zachodnioeuropejskie" towary.

Należałoby zorganizować tour study dla przedstawicieli rosyjskich firm turystycznych i biur podróży, zwłaszcza tych bardziej znaczących i na takich spotkaniach przedstawiać możliwości różnorodnego wypoczynku i rozrywki w Polsce, różne festiwale i ciekawsze imprezy, przy okazji propagując Polskę jako region turystyczny.

Wnioski generalne, a także główne cele działań marketingowych i same działania sformułowane zostały w części "Rynek turystyczny krajów byłego ZSRR".

Opracowując program działań na rynku rosyjskim należy wziąć pod uwagę następujące grupy: wymiana przygraniczna (obwód kali-

ningradzki), handlarze, tranzyt, turyści nastawieni na poznanie Polski i wypoczynek (w tym grupa osób o dużych możliwościach finansowych).

VII.6. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. Rosyjska Międzynarodowa Akademia Turystyki:
 - dane statystyczne dotyczące kraju i ludności Rosji.
2. Business Central Europe, nr 5, X.1993.
3. Business Forum, nr 36, 5.IX.1993.
4. Główny Urząd Statystyczny:
 - przekroczenia granic polskich.
5. Badania graniczne Instytutu Turystyki i opracowania [powstałe na ich bazie]:
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i organizacja przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 1991, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - W.Bartoszewicz, Cele, motywy i formy przyjazdów do Polski, Warszawa 1992, Instytut Turystyki,
 - R.Kuszevska, Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1992 roku, Warszawa 1993, Instytut Turystyki
 - H.Gogolewska, Zagraniczne podróże Polaków w 1992 roku (badania graniczne), Warszawa 1993, Instytut Turystyki.

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych