

A-1788

INSTYTUT TURYSTYKI

RYNEK TURYSTYCZNY WIELKIEJ BRYTANII

Opracowała: Bożena Radkowska

WARSZAWA 1997

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

A-1788

Praca wykonana na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki
(temat R-2.3.6/97)

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
I. Ogólna informacja o Wielkiej Brytanii	4
II. Aktywność turystyczna mieszkańców Wielkiej Brytanii	6
III. Najważniejsze rynki docelowe	13
IV. Segmentacja rynków	17
V. Kanały dystrybucji i promocji	20
VI. Miejsce rynku w przyjazdach do Polski	22
VII. Informacja o przyjazdach turystów z Wielkiej Brytanii do Polski	32
Źródła	37

WSTĘP

Od początku lat dziewięćdziesiątych systematycznie rosła liczba zagranicznych wyjazdów mieszkańców Wielkiej Brytanii. W okresie 1990-1995 przeciętny roczny wzrost liczby wyjazdów zagranicznych wynosił 6,1%. Według wstępnych danych International Passenger Survey (IPS) mieszkańcy Wielkiej Brytanii odbyli w 1996 roku 43,125 mln podróży zagranicznych. Wstępne dane za okres pierwszych pięciu miesięcy 1997 roku wskazują na wzrost liczby wyjazdów zagranicznych o 11% w stosunku do odpowiedniego okresu 1996 roku.

Wielka Brytania należy do jednego z najważniejszych rynków generujących ruch turystyczny w Europie. Do krajów najczęściej odwiedzanych przez Brytyjczyków należy Francja, Hiszpania, USA i Irlandia. Często odwiedzane są też Niemcy, Włochy, Holandia, Grecja oraz Belgia z Luksemburgiem. Wyjazdy wakacyjne skierowane są w pierwszym rzędzie do Hiszpanii, Francji i Grecji. Jednakże zainteresowanie tymi krajami, jako miejscem odpoczynku wakacyjnego, systematycznie maleje.

W 1996 roku największy wzrost zainteresowania Brytyjczyków wzbudziły takie kraje, jak Belgia z Luksemburgiem, Stany Zjednoczone i Holandia. Jednocześnie nastąpił spadek zainteresowania krajami basenu Morza Śródziemnego, zwłaszcza Grecją i Hiszpanią.

Najczęstszym motywem zagranicznych wyjazdów Brytyjczyków jest wypoczynek wakacyjny. Wyjazdy o motywacji biznesowej i odwiedziny krewnych lub znajomych mają znacznie mniejszy udział w zagranicznych wyjazdach.

Brytyjczycy należą do czołówki światowej pod względem wydatków na turystykę. W ostatnim dziesięcioleciu utrzymują się w pierwszej czwórce na świecie. W 1995 roku turyści brytyjscy wydali na wyjazdy zagraniczne 24,74 mld USD, o 11,5% więcej niż w roku poprzednim.

Od początku lat dziewięćdziesiątych rośnie liczba przyjazdów z Wielkiej Brytanii do Polski. Pierwszy znaczny wzrost liczby przyjazdów Brytyjczyków do Polski nastąpił w 1992 roku, kolejny w 1994 roku. Po każdym znacznym wzroście liczby przyjazdów następował w kolejnym roku pewien spadek. Pomimo tych skoków utrzymuje się krzywa spokojnego wzrostu liczby przyjazdów. W 1996 roku do Polski przyjechało 217,5 tys. Brytyjczyków. W stosunku do roku poprzedniego liczba przyjazdów wzrosła o 13%.

W 1996 roku turyści brytyjscy wydali w Polsce 58,2 mln USD, o 7,3 mln USD więcej niż w roku poprzednim.

Do najczęstszych motywów przyjazdów Brytyjczyków do Polski należą interesy i sprawy służbowe, typowa turystyka (wypoczynek, zwiedzanie, rozrywka, hobby) oraz odwiedziny krewnych i znajomych.

Brytyjczycy najczęściej przebywają w miastach, mniejszym zainteresowaniem cieszą się wycieczki objazdowe po Polsce, pobyty w górach czy na wsi. W porównaniu z wczesnymi latami dziewięćdziesiątymi daje się zauważyć, że turyści brytyjscy są coraz bardziej zainteresowani różnymi możliwościami spędzania czasu w Polsce, w tym pobytami typowo wypoczynkowymi (zwłaszcza pobytem w górach i nad morzem).

W 1996 roku turyści brytyjscy organizowali swoje przyjazdy do Polski najczęściej samodzielnie. Wyjątkowo niski, jak na Brytyjczyków, był udział przyjazdów organizowanych za pomocą biur podróży.

Turyści brytyjscy podczas pobytu w Polsce korzystają najczęściej z bazy hotelowej lub gościnności rodziny czy znajomych.

Wśród turystów brytyjskich dominują mężczyźni, osoby ze średnim i wyższym wykształceniem. Dominują osoby w wieku 35-44 lata i 25-34 lata. W 1996 roku w porównaniu z rokiem poprzednim wzrósł udział osób młodych i w średnim wieku, zwłaszcza osób w wieku 25-34 lata. Zmniejszył się natomiast udział osób starszych, zwłaszcza w wieku 55 lat i więcej.

Wśród Brytyjczyków odwiedzających Polskę w 1996 roku wzrósł udział osób pracujących zawodowo. Utrzymuje się nadal niski udział w przyjazdach do Polski brytyjskich studentów i uczniów.

I. OGÓLNA INFORMACJA O WIELKIEJ BRYTANII

Liczba mieszkańców i jej główne skupiska

Wielką Brytanię zamieszkuje 58,26 mln osób (1995 rok). Mieszkańcy miast stanowią 91,5% ogółu mieszkańców, zaś na 100 mężczyzn przypada 105 kobiet.

Struktura ludności według wieku przedstawia się następująco¹:

16 - 24 lata	14% osób,
25 - 34 lata	20% osób,
35 - 44 lata	17% osób,
45 - 54 lata	16% osób,
55 - 64 lata	13% osób,
65 lat i więcej	20% osób.

Spółeczeństwo brytyjskie starzeje się. W ciągu czterech lat, od 1992 roku do 1996 roku, udział w społeczeństwie osób w wieku 65% i więcej wzrósł o 4%.

Największym skupiskiem ludności jest stolica kraju Londyn, liczący 2,66 mln mieszkańców (cała aglomeracja liczy 6,97 mln osób). Birmingham liczy jako miasto 1,01 mln mieszkańców (aglomeracja liczy 2,63 mln osób). Do dużych ośrodków miejskich należą też: Leeds, Glasgow, Manchester, Liverpool, Sheffield, Newcastle upon Tyne².

Sytuacja i prognozy ekonomiczne

W 1996 roku wzrost dochodu narodowego (GDP) w Wielkiej Brytanii wyniósł według Economic Intelligence Unit (EIU)³ 2,2%, na 1997 roku przewidywany jest wzrost GDP o 3,4%. Dla porównania wzrost GDP w przypadku Holandii wyniesie w 1997 roku 2,8%, Belgii 2%, Szwecji 2,5%, Danii 2%, Francji 2,5%, Niemiec 2%, Hiszpanii 2,4%, Irlandii 5,1%, Włoch 1,8%. Po 1997 roku w Wielkiej Brytanii nastąpi zmniejszenie tempa wzrostu GDP. Według prognoz w 1998 roku wzrost GDP wyniesie 2,1%, zaś w latach 1999-2000 wynosić będzie rocznie 2,5%.

W 1997 roku według prognoz EIU⁴ dochód narodowy (GDP) w Wielkiej Brytanii wyniesie 1,23 bln USD, co w przeliczeniu na jednego mieszkańca wyniesie 20,9 tys. USD.

¹ Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

² Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

³ The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

⁴ The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

W 1996 roku poziom inflacji w Wielkiej Brytanii wyniósł według EIU⁵ 2,4%, zaś w 1997 roku wyniesie 2,6%. Dla porównania przewidywany poziom inflacji w 1997 roku wyniesie w Holandii 2,3%, w Belgii 1,5%, w Szwecji 2,1%, w Danii 2,2%, we Francji 2%, w Niemczech 2%, w Hiszpanii 3%, w Irlandii 2%, we Włoszech 3%. W latach 1998-2000 inflacja w Wielkiej Brytanii według przewidywań EIU oscylować będzie wokół 3%.

W 1997 roku nastąpi nieznaczny wzrost wartości funta brytyjskiego w stosunku do dolara amerykańskiego. Według prognoz EIU⁶ 1 GBP (funt brytyjski) wart będzie 1,59 USD. W następnych latach nastąpi jednak spadek wartości funta w stosunku do dolara. W okresie 1998-2000 wartość 1 GBP oscylować będzie wokół 1,46 USD.

W 1996 roku wpływy Wielkiej Brytanii z tytułu turystyki i podróży wyniosły według szacunków WTTC⁷ 102 mld GBP, zaś w 2006 roku wyniosą 178 mld GBP. Realny wzrost dochodów z turystyki w okresie 1988-1993 wynosił przeciętnie 1,2% rocznie.

Turystyka według szacunków WTTC⁸ wytworzyła w 1996 roku 11,6% dochodu narodowego (GDP) Wielkiej Brytanii, w 2006 roku udział wpływów z turystyki w dochodzie narodowym (GDP) wyniesie 12,2%.

W 1996 roku turystyka i podróże tworzyły według szacunków WTTC⁹ na terenie Wielkiej Brytanii 3,0 mln miejsc pracy, co oznacza, że 1 osoba na 9 wszystkich zatrudnionych pracowała w turystyce. Przewiduje się, że w 2006 roku będzie o 310 tys. więcej miejsc pracy w turystyce. Każdego dnia turystyka i podróże stwarzają 85 nowych miejsc pracy na terenie Wielkiej Brytanii.

II. AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA MIESZKAŃCÓW WIELKIEJ BRYTANII

Aktywność turystyczna mieszkańców Wielkiej Brytanii i jej podstawowa struktura

W 1996 roku 58% dorosłych mieszkańców Wielkiej Brytanii uczestniczyło w przynajmniej jednym dłuższym (trwającym co najmniej 4 noce w przypadku wyjazdów krajowych, w przypadku wyjazdów zagranicznych co najmniej jedną noc) wakacyjnym

⁵ The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

⁶ The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

⁷ The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.

⁸ The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.

⁹ The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.

wyjeździe w kraju lub za granicą. W latach 1993-95 uczestnictwo Brytyjczyków w wakacyjnych wyjazdach utrzymywało się na poziomie 60-61%¹⁰.

W dłuższych wyjazdach wakacyjnych na terenie kraju (trwających co najmniej 4 noce) uczestniczyło w 1996 roku 35% dorosłych Brytyjczyków. W porównaniu do roku poprzedniego nastąpił spadek uczestnictwa o 1%. W zagranicznych wyjazdach (wyłączając Irlandię) uczestniczyło 32% dorosłych mieszkańców Wielkiej Brytanii, o 3% mniej niż w roku poprzednim. Pomimo spadku poziomu uczestnictwa obserwowanego w 1996 roku, można mówić o wyraźnej tendencji wzrostowej uczestnictwa Brytyjczyków w dłuższych wyjazdach wakacyjnych za granicę. Od połowy lat osiemdziesiątych nastąpił wzrost uczestnictwa Brytyjczyków w tych wyjazdach o 9% (z 23% w 1985 roku do 32% w 1996 roku).

Na początku lat dziewięćdziesiątych liczba wyjazdów krajowych mieszkańców Wielkiej Brytanii utrzymywała się na poziomie 94-95 mln wyjazdów rocznie. W 1993 roku liczba wyjazdów zmniejszyła się do 90,9 mln, by od 1994 roku zacząć wzrastać. W 1995 roku Brytyjczycy uczestniczyli w 121,0 mln wyjazdów krajowych, co w stosunku do roku poprzedniego stanowiło wzrost liczby wyjazdów o 10%.

W 1996 roku mieszkańcy Wielkiej Brytanii uczestniczyli w 30,5 mln dłuższych wyjazdach wakacyjnych na terenie kraju (trwających co najmniej 4 noce). W stosunku do roku 1995 liczba wyjazdów zmniejszyła się o 2,5 mln podróży, co daje spadek o 8%.

Głównym motywem krajowych wyjazdów mieszkańców Wielkiej Brytanii jest wypoczynek. Wyjazdy wypoczynkowe stanowiły w 1995 roku 55% wszystkich wyjazdów krajowych, a wydatki na te wyjazdy stanowiły 70% ogółu wydatków na wyjazdy krajowe. Odwiedziny u krewnych lub znajomych stanowiły motyw 29% wyjazdów, zaś wydatki na te wyjazdy stanowiły 11% ogółu wydatków. Wyjazdy w interesach i sprawach służbowych były motywem 12% wyjazdów, zaś wydatki na te wyjazdy stanowiły 15% ogółu wydatków. Wyjazdy o innej motywacji stanowiły 4% ogółu wyjazdów, wydatki na te wyjazdy wyniosły 4% ogółu wydatków¹¹.

W 1995 roku Brytyjczycy wydali na wyjazdy krajowe 12,775 mld funtów. Przeciętne wydatki Brytyjczyka na podróż na terenie Wielkiej Brytanii wynosiły 106 funtów (GBP), zaś przeciętne wydatki na jedną noc 28 funtów (GBP).

¹⁰ Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

¹¹ United Kingdom Tourism Survey (UKTS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Wyjazdy krótkie, trwające 1-3 noce, stanowiły w 1995 roku 64% wyjazdów krajowych. Wyjazdy dłuższe, trwające przynajmniej cztery noce, stanowiły 36% wyjazdów. Przeciętny czas trwania wyjazdów krajowych wynosił w 1995 roku 3,7 nocy. Przy tym najdłuższe wyjazdy skierowane były do Szkocji (średnio 4,5 nocy), najkrótsze do Anglii (średnio 3,5 nocy).

W krajowych wyjazdach uczestniczą najczęściej osoby w wieku 25-34 lata (co czwarty mieszkaniec Wielkiej Brytanii). Wysoki udział w krajowych wyjazdach mają też osoby w wieku 15-24 lata i 35-44 lata (w obu przypadkach co piąty Brytyjczyk).

Struktura krajowych wyjazdów Brytyjczyków według wieku wyglądała w 1995 roku następująco¹²:

15 - 24 lata	20%,
25 - 34 lata	25%,
35 - 44 lata	20%,
45 - 54 lata	14%,
55 - 64 lata	10%,
65 lat i więcej	11%.

Najrzadziej w krajowych wyjazdach uczestniczą osoby w wieku 55-64 lata oraz osoby w wieku 65 lat i więcej.

Od początku lat dziewięćdziesiątych systematycznie rosła liczba zagranicznych wyjazdów mieszkańców Wielkiej Brytanii. W 1995 roku Brytyjczycy uczestniczyli w 41,87 mln podróży zagranicznych. W okresie 1990-1995 przeciętny roczny wzrost liczby wyjazdów zagranicznych wynosił 6,1%.

¹² United Kingdom Tourism Survey (UKTS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Tab. 1. Wyjazdy zagraniczne Brytyjczyków w latach 1990-1995

Rok	Liczba wyjazdów w mln
1990	31,150
1991	30,808
1992	33,836
1993	35,735
1994	39,897
1995	41,873

Źródło: International Passenger Survey (IPS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Według wstępnych danych International Passenger Survey (IPS)¹³ mieszkańcy Wielkiej Brytanii odbyli w 1996 roku 43,125 mln podróży zagranicznych. Wstępne dane za okres pierwszych pięciu miesięcy 1997 roku wskazują na wzrost liczby wyjazdów zagranicznych o 11% w stosunku do odpowiedniego okresu 1996 roku¹⁴.

W 1996 roku mieszkańcy Wielkiej Brytanii uczestniczyli w 23,25 mln wakacyjnych wyjazdach zagranicznych, trwających przynajmniej jedną noc. W stosunku do roku 1995 nastąpił spadek liczby wyjazdów o 2,75 mln podróży, czyli o 11%¹⁵.

Od 1981 roku do 1994 roku udział wakacyjnych wyjazdów zagranicznych, trwających przynajmniej jedną noc, w ogólnej liczbie wyjazdów wakacyjnych (w przypadku wyjazdów krajowych trwających co najmniej cztery noce) wykazywał tendencję rosnącą, z niewielkimi załamaniami. W 1995 roku udział wakacyjnych wyjazdów zagranicznych w ogólnej liczbie wyjazdów wakacyjnych spadł o 2% w stosunku do roku poprzedniego, w 1996 roku ponownie spadł o 1%. Trudno w tej chwili jeszcze wyrokować, czy zaobserwowane zjawisko zmniejszenia udziału wakacyjnych wyjazdów zagranicznych będzie bardziej trwałą tendencją na rynku brytyjskim, czy jest to chwilowe załamanie.

¹³ Tourism Intelligence Quarterly, vol.19 No 1, VIII 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

¹⁴ International Passenger Survey (IPS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.19 No 1, VIII 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

¹⁵ British National Travel Survey (BNTS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Cele, motywy, preferowane środki transportu

Najczęstszym motywem zagranicznych wyjazdów Brytyjczyków jest wypoczynek wakacyjny. W 1995 roku wyjazdy wypoczynkowe stanowiły 67,1% ogółu wyjazdów zagranicznych. Wyjazdy o motywacji biznesowej stanowiły 14,9% ogółu wyjazdów. Odwiedziny krewnych lub znajomych stanowiły motyw dla 12,0% wyjazdów. Wyjazdy o motywacji mieszanej stanowiły 6% wyjazdów zagranicznych.

Tab. 2. Motywy zagranicznych wyjazdów mieszkańców Wielkiej Brytanii

Motyw wyjazdu	Udział w procentach	
	1985	1995
Wypoczynek	68,9	67,1
Biznes	14,8	14,9
Odwiedziny krewnych i znajomych	12,2	12,0
Motywy mieszane	4,1	6,0

Źródło: International Passenger Survey (IPS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Struktura wyjazdów zagranicznych według motywów nie uległa większym zmianom w ostatnim dziesięcioleciu¹⁶.

Ze względu na położenie kraju, turyści brytyjscy wyjeżdżając za granicę zdecydowanie preferują samolot jako środek transportu.

W 1996 roku z samolotu skorzystano w przypadku 78% wyjazdów, podobnie jak w roku poprzednim. Drogę wodną wybrano przy 15% wyjazdów, zaś z tunelu pod Kanałem La Manche skorzystano przy 5% wyjazdów (wzrost o 3% w stosunku do roku poprzedniego). Należy zaznaczyć, że ta nowa droga opuszczenia Wielkiej Brytanii zmniejsza udział osób podróżujących do tej pory drogą wodną, nie odbierając klientów linii lotniczych.

¹⁶ Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Tab. 3. Środki transportu preferowane przez Brytyjczyków^{x/}

Środek transportu	Udział w procentach					
	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Samolot	73	76	76	80	78	78
Statek/poduszkiowiec	27	24	23	19	18	15
Transport przez tunel	-	-	-	-	2	5

x/ dotyczy wakacyjnych wyjazdów zagranicznych trwających co najmniej jedną noc.

Źródło: BNTS, za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Wyjazdy zagraniczne, porównania międzynarodowe, wydatki w czasie wyjazdu

Wielka Brytania należy do jednego z największych rynków wysyłających turystów na świecie. W 1995 roku pod względem liczby zagranicznych wyjazdów wyprzedziły ją tylko Niemcy i Stany Zjednoczone.

Tab. 4. Wyjazdy zagraniczne z wybranych krajów w 1995 roku

Kraj	Liczba wyjazdów w mln
Niemcy	73,44
USA	61,51
Wielka Brytania	43,07
Japonia	23,21
Francja	20,21
Kanada	19,07
Holandia	19,05
Włochy	15,99
Austria	12,69
Hiszpania	12,64
Australia	4,54

Źródło: Tourism Market Trends - Europe, WTO, Madryt, 1997.

W 1996 roku (według wstępnych danych ETM¹⁷) Wielka Brytania zajęła drugie miejsce w Europie pod względem liczby podróży zagranicznych, obejmując 10% wszystkich wyjazdów z krajów europejskich. Pierwsze miejsce w rankingu zajęły Niemcy obejmując 27% rynku. Kolejne kraje to Francja (6%), Holandia, Włochy i Szwajcaria (po 5%). Z Europy Wschodniej największym rynkiem jest Rosja, która zajęła siódme miejsce obejmując 5% rynku, przy liczbie podróży zagranicznych takiej jak Szwajcaria.

Brytyjczycy należą do czołówki światowej pod względem wydatków na turystykę. W ostatnim dziesięcioleciu utrzymują się w pierwszej czwórce na świecie. W 1995 roku turyści brytyjscy wydali na wyjazdy zagraniczne 24,74 mld USD, o 11,5% więcej niż w roku poprzednim, zajmując czwarte miejsce na świecie pod względem wysokości wydatków po Niemczech, Amerykanach i Japończykach¹⁸.

Tab. 5. Wydatki Brytyjczyków na turystykę zagraniczną na tle wybranych krajów europejskich

Kraj	Wydatki w mln USD			
	1992	1993	1994	1995
Niemcy	36891	38053	44284	50675
Wielka Brytania	19850	19058	22185	24737
Francja	13914	12836	13773	16328
Włochy	16530	14044	12085	12419
Austria	8393	8263	9401	11687
Rosja	b.d.	b.d.	7092	11599
Holandia	9649	8974	10983	11455

Źródło: Tourism Market Trends - Europe, WTO, Madryt, 1997.

Według wstępnych danych IPS¹⁹ mieszkańcy Wielkiej Brytanii wydali w 1996 roku na wyjazdy zagraniczne 16,659 mld funtów (GBP). W stosunku do 1995 roku nastąpił wzrost wydatków na turystykę zagraniczną o 6%.

¹⁷ European Travel Behaviour 1996, European Travel Monitor, IPK International, Monachium, 1997.

¹⁸ Tourism Market Trends - Europe, WTO, Madryt, 1997.

¹⁹ International Passenger Survey (IPS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Przeciętne wydatki turystów brytyjskich na osobę ponoszone na wakacyjne wyjazdy zagraniczne trwające przynajmniej jedną noc wyniosły w 1996 roku 615 GBP. Nastąpił wzrost przeciętnych wydatków o 7% w stosunku do roku poprzedniego, kiedy to wynosiły one 576 GBP. Biorąc pod uwagę poziom inflacji, również w cenach realnych można mówić o niewielkim wzroście.

Popyt na kategorii produktu

Ze względu na klimat panujący w Wielkiej Brytanii mieszkańcy tego kraju wyjeżdżając na wypoczynek za granicę zdecydowanie preferują wakacje nad morzem, czyli wyjazdy typu "słońce i plaża". Dużym zainteresowaniem cieszą się wyjazdy typu "city-break", wyjazdy związane z kulturą. Nieco mniejsze zainteresowanie budzą krajoznawcze wycieczki objazdowe. Nie przeminęła moda na wyjazdy związane z aktywnym wypoczynkiem. Wśród Brytyjczyków swoich zwolenników mają wyjazdy przyrodnicze ("foto-safari", podglądanie ptaków). Ostatnio lansowana jest moda na wypoczynek na terenach nieskażonej, "dziewiczej" przyrody. Należy przy tym pamiętać, że Brytyjczycy cenią sobie wygodę i wysoki komfort wypoczynku. Jednak skłonni są przystać na niższy standard wypoczynku jako pewnego rodzaju egzotykę, o ile zostaną wcześniej rzetelnie poinformowani o warunkach, jakie spotkają podczas wyjazdu.

III. NAJWAŻNIEJSZE RYNKI DOCELOWE

Miejsce rynku na turystycznej mapie Europy

Wielka Brytania należy do jednego z najważniejszych rynków generujących ruch turystyczny w Europie. W 1996 roku tylko Niemcy wyprzedziły ją pod względem liczby wyjazdów zagranicznych. Większość zagranicznych wyjazdów Brytyjczyków skupia się na terenie Europy. Tu najczęściej odwiedzanym rejonem jest basen Morza Śródziemnego oraz kraje sąsiadujące z Wielką Brytanią.

Odwiedzane kraje, miejsce Wielkiej Brytanii na rynkach przyjmujących

Do krajów najczęściej odwiedzanych przez Brytyjczyków należy Francja, Hiszpania, USA i Irlandia. Często odwiedzane są też Niemcy, Włochy, Holandia, Grecja oraz Belgia z Luksemburgiem.

Tab. 6. Wyjazdy zagraniczne Brytyjczyków według wybranych krajów

Kraj	Liczba wyjazdów w tys.		Zmiana 1996/95 w procentach
	1995	1996	
Francja	9710	10315	+6
Hiszpania	8303	7686	-7
USA	2739	3202	+17
Irlandia	2809	2848	+1
Niemcy	1922	1957	+2
Włochy	1625	1619	0
Holandia	1394	1590	+14
Grecja	2086	1524	-27
Belgia z Luksemburgiem	1132	1482	+31

Źródło: International Passenger Survey (IPS), za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.19 No 1, VIII 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

W 1996 roku największy wzrost zainteresowania Brytyjczyków wzbudziły takie kraje, jak Belgia z Luksemburgiem, Stany Zjednoczone i Holandia. W porównaniu z 1995 rokiem liczba wyjazdów z Wielkiej Brytanii do Belgii i Luksemburga wzrosła o 31%. Wzrost liczby wyjazdów do USA wyniósł 17%, zaś do Holandii 14%. Jednocześnie nastąpił spadek zainteresowania krajami basenu Morza Śródziemnego. Najbardziej spadła liczba wyjazdów Brytyjczyków do Grecji (spadek o 27%). Zmniejszyło się też zainteresowanie Hiszpanią. Spadek liczby wyjazdów z Wielkiej Brytanii do Hiszpanii wyniósł 7%.

W ostatnim dziesięcioleciu systematycznie maleje zainteresowanie wakacyjnym wypoczynkiem na terenie Europy, choć nadal utrzymuje się ono na wysokim poziomie. W 1996 roku 69% wszystkich zagranicznych wakacyjnych wyjazdów wypoczynkowych Brytyjczyków skierowanych było do Europy. W stosunku do 1995 roku był to spadek liczby wyjazdów o 4%. W okresie 1986-1996 liczba zagranicznych wakacyjnych wyjazdów wypoczynkowych Brytyjczyków na terenie Europy spadła o 15%²⁰.

²⁰ BNTS za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Tab. 7. Główne kierunki zagranicznych wyjazdów wakacyjnych Brytyjczyków w Europie

Odwiedzany kraj	Udział w procentach		
	1994	1995	1996
Hiszpania	30	27	28
Francja	12	10	9
Grecja	10	8	6
Włochy	3	3	4
Irlandia	3	4	4
Portugalia	3	4	3
Niemcy	2	2	2
Austria	1	1	1
Holandia	1	1	1
Szwajcaria	1	1	1

Źródło: BNTS za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Hiszpania i wyspy do niej należące są od lat najbardziej atrakcyjnym miejscem wyjazdów wakacyjnych dla Brytyjczyków. W 1996 roku 28% wyjazdów skierowanych było do tego kraju. Popularnym kierunkiem wyjazdów wakacyjnych na terenie Europy jest też Francja (9% wyjazdów) oraz Grecja (6%). Jednakże zainteresowanie tymi krajami, jako miejscem odpoczynku wakacyjnego, systematycznie maleje.

Wielka Brytania ma silną pozycję na europejskich rynkach. Największe znaczenie Brytyjczycy mają dla rynku irlandzkiego. W Irlandii turyści z Wielkiej Brytanii zdystansowali pod względem liczby przyjazdów wszystkie inne nacje. Nawet Amerykanie, zajmujący na tym rynku drugą pozycję, nie mogą marzyć o osiągnięciu podobnej liczby przyjazdów.

Tab. 8. Miejsce Brytyjczyków na wybranych rynkach europejskich ze względu na liczbę przyjazdów (1996 rok)

Kraj	Miejsce Brytyjczyków na danym rynku
Irlandia	1
Grecja	2
Holandia	2
Portugalia ^{1/}	2
Hiszpania ^{2/}	2
Niemcy	3
Turcja ^{1/}	3
Norwegia ^{2/}	4
Dania ^{2/}	5
Szwajcaria	5
Szwecja ^{2/}	6
Austria	6
Włochy ^{1/}	6

1/ miejsce na danym rynku pod względem liczby odwiedzających

2/ miejsce na danym rynku pod względem liczby nocy spędzonych w danym kraju

Źródło: Tourism Market Trends - Europe, WTO, Madryt, 1997.

Na rynku hiszpańskim Brytyjczycy zajęli w 1996 roku drugie miejsce po Niemcach. Drugą pozycję zajęli też na rynku portugalskim, gdzie wyprzedzili ich tylko Hiszpanie, najbliżsi sąsiedzi Portugalii. Należy przy tym zwrócić uwagę na to, że duża liczba przyjazdów Hiszpanów do Portugalii to krótkie, często jednodniowe wizyty. Drugie miejsce Brytyjczycy zajęli również na rynku holenderskim i greckim. Na rynku tureckim zajęli trzecie miejsce, po Niemcach i Amerykanach. Taką samą pozycję Brytyjczycy mieli na rynku niemieckim i izraelskim.

Na rynku szwajcarskim Brytyjczycy zajęli piąte miejsce, po Niemcach, Amerykanach, Japończykach i Francuzach. Również piąte miejsce Brytyjczycy zajęli na rynku duńskim i austriackim. Na rynku szwedzkim zajęli szóste miejsce (w tym trzy miejsca z pierwszej szóstki zajęli sąsiedzi z innych krajów skandynawskich). Podobnie szóste miejsce zajęli Brytyjczycy na rynku włoskim. Na rynku norweskim, na rynku Finlandii i na rynku rosyjskim zajęli czwarte miejsce.

Znacznie niższą pozycję zajmują turyści brytyjscy na rynkach krajów z dawnego bloku socjalistycznego. I tak na rynku bułgarskim Brytyjczycy zajęli 9 miejsce, na rynku węgierskim 17 miejsce, na rumuńskim 14 miejsce, na słowackim 12 miejsce. Stosunkowo wysoką pozycję Brytyjczycy zajęli na rynku polskim, plasując się na 7 miejscu, podobnie jak w przypadku rynku litewskiego. Zdumiewająco wysoką pozycję, bo aż 4 miejsce, zajęli Brytyjczycy na rynku rosyjskim. Należy jednak zaznaczyć, że w tym przypadku pod uwagę wzięte były tylko przyjazdy z tzw. dalszej zagranicy. Przy tym Rosję odwiedza stosunkowo niewielka liczba turystów pochodzących z Europy Zachodniej.

Konkurencja dla Polski

Największą konkurencję na rynku brytyjskim stanowią dla Polski kraje europejskie basenu Morza Śródziemnego oraz kraje sąsiadujące z Wielką Brytanią. Z obszarów bliżej nam położonych, największą konkurencją są dla nas Niemcy i Austria. Konkurencję dla nas stanowią też Węgry oraz Rosja. W przypadkach obu tych krajów liczba przyjazdów jest co prawda niższa niż liczba przyjazdów do Polski. Obserwuje się jednak rosnące zainteresowanie wyjazdami Brytyjczyków do tych krajów. W 1996 roku w stosunku do roku poprzedniego wzrost liczby przyjazdów Brytyjczyków na Węgry wyniósł 22,5%. W przypadku Rosji w 1996 roku nastąpił co prawda spadek liczby przyjazdów z Wielkiej Brytanii, wynoszący 15,4%, jednak rok wcześniej liczba przyjazdów Brytyjczyków do tego kraju wzrosła w stosunku do roku poprzedniego o 19,7%.

IV. SEGMENTACJA RYNKÓW

Główne ośrodki wysyłające

Do głównych ośrodków wysyłających turystów za granicę należy region południowo-wschodni (bez Londynu) oraz północno-zachodni i Londyn. Te trzy regiony generują połowę zagranicznych wyjazdów z Wielkiej Brytanii.

Tab. 9. Regiony zamieszkania turystów brytyjskich wyjeżdżających za granicę w 1996 roku (wyjazdy z co najmniej 1 noclegiem)

Region	Ludność (dorośli) w %	Udział w wyjazdach w %
Północny	5	5
Yorkshire & Humberside	9	9
Północny zachód	11	14
Wschodnie środkowe hrabstwa	7	5
Zachodnie środkowe hrabstwa	9	8
Wschodnia Anglia	4	3
Południowy-wschód:		
Londyn	12	14
Reszta południowego wschodu	19	22
Południowy zachód	8	5
Walia	5	5
Szkocja	9	8

Źródło: BNTS, za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Struktura wyjazdów

Wyjazdy zorganizowane (cena obejmuje równocześnie podróż i zakwaterowanie, w tym rejsy wycieczkowe) stanowiły 57% ogółu wyjazdów wakacyjnych w 1996 roku. Nastąpił spadek o 4% w stosunku do roku poprzedniego. Generalnie w latach dziewięćdziesiątych turyści brytyjscy częściej niż w latach osiemdziesiątych samodzielnie organizują wyjazdy zagraniczne.

Najczęściej w zagranicznych wyjazdach wakacyjnych uczestniczą Brytyjczycy w wieku 25-34 lata oraz 45-54 lata. Biorąc jednak pod uwagę udział danej grupy wiekowej w ogólnej liczbie ludności Wielkiej Brytanii oraz udział tej grupy w zagranicznych wyjazdach należy powiedzieć, że najbardziej aktywne turystycznie są dwie grupy wiekowe: 45-54 lata oraz 55-64 lata.

Tab. 10. Struktura zagranicznych wyjazdów Brytyjczyków według wieku

Wiek	Ludność w%	Udział w wyjazdach w %
16-24	14	15
25-34	20	21
35-44	17	17
45-54	16	20
55-64	13	15
65 lat i więcej	20	12

Źródło: BNTS, za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

W zagranicznych wyjazdach wakacyjnych uczestniczą najczęściej urzędnicy i kadra nadzorcza. Aktywna turystycznie jest też kadra kierownicza i specjaliści. Udział w zagranicznych wyjazdach przedstawicieli obu tych klas wyniósł w 1996 roku ponad 60%.

Tab. 11. Struktura wyjazdów według klasy społecznej

Klasa	Ludność w%	Wyjazdy zagraniczne w %
AB (kadra kierownicza, specjaliści)	17	24
C1 (urzędnicy, kadra nadzorcza)	28	38
C2 (robotnicy wykwalifikowani)	22	19
DE (robotnicy niewykwalifikowani, emeryci)	33	15

Źródło: BNTS, za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Brytyjczycy podczas zagranicznych wyjazdów wakacyjnych preferują trzy typy bazy noclegowej.

Tab. 12. Wykorzystanie bazy noclegowej przez Brytyjczyków podczas zagranicznych wyjazdów wakacyjnych w 1996 roku

Rodzaj bazy noclegowej	Udział w procentach
Hotele, motele	46
Pensjonaty	3
Wynajęte domy, mieszkania	22
Mieszkania rodziny lub znajomych	21
Własne domy	3
Camping\carawaning	4
Statki, łodzie, w tym rejsy wycieczkowe	4
Wioski wakacyjne	1
Hotele młodzieżowe	2
Inne	7

Źródło: BNTS, za: Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.

Brytyjczycy podczas zagranicznych wyjazdów wakacyjnych nocują najczęściej w hotelach lub motelach (46% wyjazdów w 1996 roku). Często korzystają też z wynajętych domów czy

mieszkań (22% wyjazdów) bądź nocują w mieszkaniach rodziny lub znajomych (21% wyjazdów). Pozostałe możliwości zakwaterowania są bardzo rzadko wykorzystywane.

Inne aspekty segmentacji

Najczęstszym miesiącem zagranicznych wakacji jest dla Brytyjczyków sierpień (15% wakacyjnych wyjazdów w 1996 roku rozpoczynało się w sierpniu). Często też mieszkańcy Wielkiej Brytanii wyjeżdżają za granicę na odpoczynek we wrześniu (13% wyjazdów w 1996 roku) oraz w czerwcu i lipcu (po 12% wyjazdów w obu przypadkach).

Nowym zjawiskiem obserwowanym na rynku brytyjskim jest podejmowanie przez Brytyjczyków kilkakrotnych w ciągu roku krótkich wypoczynkowych wyjazdów za granicę zamiast charakterystycznego dla nich do nie dawna jednego długiego wyjazdu wakacyjnego nad morze. Zaobserwowano również wzrost udziału w zagranicznych wyjazdach turystycznych Brytyjczyków w wieku 44 i więcej lat, podróżujących chętnie grupowo.

V. KANAŁY DYSTRYBUCJI I PROMOCJI

Kanały dystrybucji produktów zagranicznych

Do dziesięciu najważniejszych touroperatorów działających na rynku brytyjskim należą:

1. **Thomson Holidays**
2. **Kuoni Travel**
3. **Cresta Holidays**
4. **Airtours**
5. **First Choise**
6. **Saga Holidays**
7. **Travelscene**
8. **Page and Moy**
9. **Wallace Arnold**
10. **Gulliver Travel.**

Do najważniejszych touroperatorów specjalizujących się w ofercie Polski na rynku brytyjskim należą:

- Polorbis Travel** - 82 Mortimer Street, London W1N 7DE, tel. 071 636 2217,
Fregata Travel - 13 Regent Street, London SW1Y 4LR, tel. 0171 451 7000,
Bogdan Travel - The Broadway, Gunnersbury Lane, London W3 8HR, tel. 0181 922 8886/7.

W okresie ostatnich dwóch lat ogromnie wzrosło zainteresowanie polską ofertą wśród brytyjskich touroperatorów. W 1995 roku, kiedy rozpoczynał działalność Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Londynie, wyjazdy do Polski oferowało 12 brytyjskich touroperatorów. Obecnie Polska znajduje się w ofercie blisko stu touroperatorów brytyjskich, w tym takich potentatów rynku, jak Thomson czy Cresta.

Kanały informacji

Do najważniejszych tytułów prasy ogólnonakładowej należą:

The Sun - dziennik o nakładzie 4,086 mln egz.,
Daily Express - dziennik krajowy o nakładzie 1,287 mln egz.,
Daily Mail - dziennik krajowy o nakładzie 1,814 mln egz.,
Daily Mirror - dziennik krajowy o nakładzie 2,489 mln egz.,
The Daily Telegraph - dziennik o nakładzie 1,064 mln egz.,
The Times - dziennik o nakładzie 630,3 tys. egz.,
The Guardian - dziennik o nakładzie 397,1 tys. egz.,
The Independent - dziennik o nakładzie 291,3 tys. egz.,
Financial Times - dziennik o nakładzie 290,9 tys. egz.,
Sunday Express - tygodnik o nakładzie 1,395 tmln egz.,
Sunday Mirror - tygodnik o nakładzie 2,538 mln egz.,
Sunday Telegraph - tygodnik o nakładzie 706,3 tys. egz.

Wśród prasy branżowej do najważniejszych tytułów należą:

Travel Trade Gazette UK & Ireland - magazyn dla branży wydawany co tydzień w nakładzie 25 tys. egz.,
Travel Weekly - magazyn dla branży wydawany co tydzień w nakładzie 22 tys. egz.,
Travel Agency - miesięcznik o nakładzie 22,05 tys. egz.

Programy turystyczne nadawane są przez **BBC Radio 5 Live** i **BBC Radio 4** oraz przez **TV Channel 4** (Travelog).

Główne formy promocji stosowane na rynku i działania konkurencji

Promocja na terenie Wielkiej Brytanii prowadzona jest głównie poprzez ogłoszenia i reklamy w prasie branżowej i konsumenckiej, reklamy w telewizji i radio, materiały promocyjne (broszury informacyjne, ulotki, filmy video, plakaty itp.) rozprowadzane różnymi drogami wśród branży i konsumentów.

Organizowane są study tours dla przedstawicieli branży oraz study press dla przedstawicieli prasy branżowej i konsumenckiej.

Istotny dla działalności promocyjnej na rynku brytyjskim jest udział w targach. Na terenie Wielkiej Brytanii organizowanych jest szereg imprez targowych, m.in. w Londynie, Birmingham, Glasgow, Manchesterze. Najważniejsze z nich to międzynarodowe targi turystyczne World Travel Market, organizowane co roku w Londynie w listopadzie.

Wiele krajów prowadzi na terenie Wielkiej Brytanii swoje narodowe ośrodki informacji turystycznej. One to odpowiadają za promocję na tym rynku, koordynują działania promocyjne i realizują kampanie promujące dany kraj.

Działania promocyjne na rynku brytyjskim podejmowane przez konkurencyjne dla Polski kraje obejmują organizację konferencji prasowych, przygotowywanie i kolportaż wśród branży i mediów biuletynów i serwisów informacyjnych o nowych produktach przygotowanych przez dany kraj na rynek brytyjski, o ciekawszych imprezach i atrakcjach danego kraju, o nowych faktach i zdarzeniach (np. otwarcie nowych połączeń, zmiana taryf itd.).

Organizowane są różnego rodzaju imprezy promocyjne, prezentacje i pokazy filmowe skierowane do określonych grup zawodowych, społecznych, hobbystycznych, a także do wybranych przedstawicieli brytyjskiej branży turystycznej mające na celu wzbudzenie bądź podtrzymanie zainteresowania danym krajem, podnoszenie wiedzy o nim, ukazanie różnych możliwości i form wypoczynku i aktywności na terenie danego kraju.

VI. MIEJSCE RYNKU W PRZYJAZDACH DO POLSKI

Przyjazdy i zmiany w ostatnich latach

W 1996 roku Polskę odwiedziło 87,44 mln cudzoziemców (przekroczenia granicy według GUS), w tym 217,5 tys. mieszkańców Wielkiej Brytanii. Stanowili oni niecałe 0,3% wszystkich odwiedzających Polskę cudzoziemców. Największą grupę przyjezdnych stanowili Niemcy i Czesi (przy czym duża część gości z tych krajów to odwiedzający jednodniowi), mieszkańcy Ukrainy, Słowacy (duża grupa Słowaków to odwiedzający jednodniowi) i mieszkańcy Białorusi.

Tab. 13. Przyjazdy do Polski z głównych krajów w latach 1993-1996 według przekroczeń granicy i prognoza na 1997 rok (w tys. osób).

Kraje	1993	1994	1995	1996	1997 ^{x/}
Razem	60951,2	74252,8	82243,6	87438,6	88200,0
Niemcy	42574,0	47488,5	47172,2	46713,1	47367,0
Czechy	5625,1	11143,1	15102,1	18526,6	18712,0
Słowacja	2418,2	2971,7	4351,2	5423,3	4664,0
kraje b.ZSRR	8120,9	9489,9	12500,3	13653,1	14161,0
w tym: Białoruś	1660,6	2151,9	3275,4	3808,9	3885,0
Litwa	1343,8	1143,9	1210,8	1408,3	1690,0
Rosja	1546,8	2403,7	2313,0	2165,7	2014,0
Ukraina	2301,6	3154,8	4735,7	5212,9	5474,0
Austria	231,9	292,2	372,1	388,6	396,0
Holandia	189,1	340,5	358,9	348,9	328,0
Francja	186,5	356,7	321,2	303,3	343,0
Wlk Brytania	104,8	211,0	191,8	217,5	239,0
USA	140,8	200,1	201,5	216,8	249,0
Węgry	164,5	178,6	195,9	203,3	211,0
Szwecja	177,3	204,6	197,7	199,3	203,0
Włochy	123,5	174,2	171,9	178,5	195,0
Belgia	79,7	189,1	164,3	149,9	169,0
Dania	115,3	203,2	170,4	144,0	152,0
Rumunia	187,7	220,4	181,1	131,7	86,0

x/ prognoza.

Źródło: GUS, prognoza Instytutu Turystyki w Warszawie.

Liczba przyjazdów cudzoziemców do Polski rosła w latach 1991-1996 średnio o 19% rocznie. Jednak w ostatnich latach tempo wzrostu maleje. W okresie 1994-1996 wynosiło średnio 8,5% rocznie.

W 1996 roku odwiedziło Polskę 19,4 mln turystów (cudzoziemcy spędzający przynajmniej jedną noc w Polsce). Według prognoz Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku liczba turystów zagranicznych odwiedzających Polskę wzrośnie do 19,9 mln osób. Wśród turystów dominują mieszkańcy krajów sąsiadujących z Polską. Turyści z Wielkiej Brytanii stanowili w 1996 roku 1,1% wszystkich zagranicznych turystów odwiedzających Polskę.

Od początku lat dziewięćdziesiątych rośnie liczba przyjazdów z Wielkiej Brytanii do Polski. Pierwszy znaczny wzrost liczby przyjazdów Brytyjczyków do Polski nastąpił w 1992 roku, po zniesieniu obowiązku wizowego (145,5 tys. przyjazdów, wzrost o 72% w stosunku do roku poprzedniego). Kolejny, największy wzrost miał miejsce w 1994 roku. Liczba

przyjazdów z Wielkiej Brytanii do Polski wzrosła wtedy o ponad 100%. Po każdym znacznym wzroście liczby przyjazdów następował w kolejnym roku pewien spadek, jednak zawsze znacznie mniejszy niż poprzedni wzrost. Pomimo tych skoków utrzymuje się krzywa spokojnego wzrostu liczby przyjazdów. W 1995 roku nastąpił spadek liczby przyjazdów do Polski z większości krajów Europy Zachodniej, co należy wiązać z gorszą niż spodziewana sytuacją ekonomiczną tego regionu Europy. Podobnie, jak miało to miejsce w przypadku Polski, większość krajów europejskich zanotowała w 1995 roku spadek liczby przyjazdów Brytyjczyków. Duża część Brytyjczyków spędziła wtedy wakacje u siebie w kraju, co związane było z jednej strony ze zmianą kursu funta, a z drugiej z długim gorącym latem.

Tab. 14. Liczba przyjazdów Brytyjczyków do Polski w latach 1991-1996 i prognoza na 1997 rok

Rok	Liczba przyjazdów w tys. osób
1991	84,6
1992	145,5
1993	104,8
1994	211,0
1995	191,8
1996	217,5
1997 ^{x/}	239,0

x/ prognoza.

Źródło: GUS, prognoza Instytutu Turystyki w Warszawie.

W 1996 roku do Polski przyjechało 217,5 tys. Brytyjczyków. W stosunku do roku poprzedniego liczba przyjazdów wzrosła o 13%.

Wydatki na tle wydatków innych

W początkach lat dziewięćdziesiątych systematycznie rosły wydatki turystów brytyjskich w Polsce. Szczyt osiągnięty został w 1994 roku, kiedy to Brytyjczycy wydali w Polsce 107,4 mln USD. Rok później nastąpił gwałtowny spadek wielkości wydatków. W 1995 roku Brytyjczycy wydali u nas 50,9 mln USD. Spadek wydatków w 1995 roku był nieadekwatny do spadku liczby przyjazdów z Wielkiej Brytanii do Polski. Należy go łączyć przede wszystkim ze znacznym wzrostem udziału przyjazdów organizowanych za pośrednictwem biur podróży. Turyści opłacając podstawowe usługi za wyjazd w swoim własnym kraju, podczas

pobytu w Polsce z oczywistych powodów mają znacznie mniejsze wydatki, związane głównie z przyjemnościami i uatrakcyjnianiem pobytu.

W 1996 roku turyści brytyjscy wydali w Polsce 58,2 mln USD, o 7,3 mln USD więcej niż w roku poprzednim.

Tab. 15. Wydatki cudzoziemców (turystów i jednodniowych odwiedzających) w Polsce w latach 1995-1996 według krajów w mln USD

Kraj	1995	1996
Niemcy	3625,6	4341,5
Czechy	504,7	744,9
Słowacja	105,4	253,2
Rosja	346,2	655,0
Białoruś	236,8	221,4
Ukraina	467,8	274,6
Litwa	72,2	137,7
Pozostałe kraje b.ZSRR	61,4	360,4
USA	187,5	199,2
Francja	50,4	80,6
Beneluks	124,0	153,5
Wielka Brytania	50,9	58,2
Skandynawia	79,0	124,0
Austria	123,1	80,1
Inne kraje	357,1	324,7
Ogółem	6392,1	8009,0

Źródło: T.Skalska, Turystyka przyjazdowa do Polski w 1996 roku: Wydatki cudzoziemców w Polsce, Instytut Turystyki, Warszawa, 1997.

W 1996 roku przeciętny brytyjski turysta wydawał podczas pobytu w Polsce na osobę 268 USD, zaś średnie wydatki na dzień wyniosły 43 USD. Średnie wydatki Brytyjczyków w Polsce na osobę i na dzień utrzymały się na poziomie 1995 roku.

Tab. 16. Średnie wydatki turystów brytyjskich w Polsce w latach 1991-1996

Lata	Średnie wydatki na osobę w USD	Średnie wydatki na dzień w USD
1991	285	48
1992	404	48
1993	470	58
1994	509	70
1995	265	42
1996	268	43

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Średnie wydatki turysty brytyjskiego w Polsce na osobę i na dzień są wyższe niż średnie wydatki zagranicznego turysty, wynoszące odpowiednio 213 USD i 39 USD.

Pod względem średnich wydatków na osobę turyści brytyjscy zajęli w 1996 roku szóste miejsce, po turystach amerykańskich, włoskich, rosyjskich, z krajów Beneluksu i z krajów skandynawskich. W 1995 roku Brytyjczycy zajmowali pod tym względem trzecie miejsce. Większe średnie wydatki na osobę mieli tylko turyści amerykańscy i austriaccy.

Pod względem średnich wydatków na dzień turyści brytyjscy zajęli w 1996 roku piąte miejsce, po turystach rosyjskich, amerykańskich, z krajów Beneluksu i turystach włoskich. W 1995 roku Brytyjczycy zajmowali pod tym względem drugie miejsce. Więcej średnio na dzień wydawali tylko turyści austriaccy.

Tab. 17. Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1996 roku według krajów

Kraj	Średnie wydatki na osobę w USD	Średnie wydatki na dzień w USD
Ogółem	213	39
Niemcy	247	42
Czechy	96	15
Słowacja	108	17
Ukraina	74	27
Białoruś	87	27
Litwa	136	38
Rosja	312	78
Austria	206	25
Beneluks	307	48
Francja	266	41
Skandynawia	275	36
USA	918	51
Wielka Brytania	268	43
Włochy	317	47
Pozostałe kraje	429	53

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Największy udział w wydatkach ponoszonych przez turystów brytyjskich w Polsce miały w 1996 roku koszty noclegów i wyżywienia. Nieco mniejszy udział miały zakupy i upominki. Podobną wielkość udziału miały wydatki na transport i usługi rekreacyjne.

Tab. 18. Struktura wydatków turystów brytyjskich w Polsce przyjeżdżających indywidualnie bez pośredników

Rodzaj wydatków	Średnie wydatki w USD		Udział w procentach
	na osobę	na dzień	
Noclegi	80,07	12,85	29,7
Wyżywienie	65,42	10,50	24,2
Transport	35,43	5,68	13,1
Usługi rekreacyjne	31,97	5,13	11,8
Zakupy, upominki	39,53	6,34	14,7
Inne wydatki	11,88	1,91	4,4
Brak danych	-	-	2,0

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Regionalizacja przyjazdów do Polski

W 1996 roku turyści brytyjscy, podobnie jak w latach ubiegłych, odwiedzali najczęściej centrum Polski (region środkowy-centralny). Zainteresowanie tym regionem zmniejszyło się jednak w porównaniu do roku poprzedniego. Ponadto najczęściej odwiedzane były regiony: środkowy-centralny, środkowy-zachodni oraz północny-zachodni i północny-środkowy.

W 1996 roku zdecydowanie zmniejszyło się stosunkowo duże w latach ubiegłych zainteresowanie regionami południowymi (oprócz środkowej części tego pasa Polski), . Utrzymało się natomiast zainteresowanie polskim wybrzeżem, przy czym w porównaniu z 1995 rokiem mniejsze zainteresowanie budziło w roku 1996 wybrzeże środkowe, wzrosło natomiast zainteresowanie wybrzeżem zachodnim. W 1996 roku większe zainteresowanie niż w roku poprzednim budził region środkowy-zachodni.

Tab. 19. Regiony Polski odwiedzane przez Brytyjczyków^{x/}

Region	Udział w procentach	
	1995	1996
Północny-zachodni	4,9	19,4
Północny-środkowy	33,2	19,3
Północny-wschodni	1,9	3,9
Środkowy-zachodni	18,6	26,0
Środkowy-centralny	64,1	46,5
Środkowy-wschodni	12,3	1,9
Południowy-zachodni	16,4	6,9
Południowy-środkowy	3,3	4,9
Południowy-wschodni	22,1	9,5

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

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie w latach 1995-1996.

W pierwszych trzech kwartałach 1997 roku obserwuje się wśród turystów z Wielkiej Brytanii spadek zainteresowania regionami północnym-zachodnim i środkowym-zachodnim. Rośnie natomiast zainteresowanie regionami środkowym-centralnym, środkowym-wschodnim oraz południowym-wschodnim.

W porównaniu z innymi turystami zagranicznymi Brytyjczycy w 1996 roku częściej odwiedzali region północny-zachodni (oprócz Skandynawów i Niemców) i środkowy-zachodni (oprócz Niemców i Francuzów). Mniejszym nieco zainteresowaniem cieszył się wśród turystów brytyjskich niż wśród turystów z innych krajów region środkowy-centralny i środkowy-wschodni.

Wśród dużych miast Polski najchętniej odwiedzane przez Brytyjczyków w 1996 roku były Warszawa, Szczecin, Gdańsk i Poznań. W latach poprzednich często odwiedzanym miastem był Kraków. W pierwszych trzech kwartałach 1997 roku obserwuje się spadek zainteresowania Szczecinem, natomiast znaczny wzrost zainteresowania Krakowem i wzrost zainteresowania Warszawą.

Najwięcej turystów brytyjskich korzystało z rejestrowanej bazy na terenie województw: warszawskiego (61,78 tys. osób na 185,59 tys. ogółu Brytyjczyków korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej na terenie Polski), krakowskiego (43,78 tys.), nowosądeckiego

(14,24 tys.), wrocławskiego (7,72 tys. osób), gdańskiego (7,19 tys.), zielonogórskiego (6,91 tys.), poznańskiego (6,62 tys.) i katowickiego (6,08 tys.)²¹.

W ostatnim roku obliczeniowym (X.1995-IX.1996) największy wzrost liczby Brytyjczyków korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej na terenie Polski zanotowano w następujących województwach: krakowskim, wrocławskim, zielonogórskim, katowickim, bielskim, szczecińskim, gorzowskim, nowosądeckim i gdańskim.

²¹ Na podstawie danych GUS za: K.Klementowski, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.

Tab. 20. Brytyjczycy korzystający z rejestrowanej bazy noclegowej w Polsce

Województwo	X.1994-IX.1995	X.1995-IX.1996
Warszawskie	65459	61775
Białkopodlaskie	32	15
Białostockie	702	1171
Bielskie	1546	2453
Bydgoskie	871	1140
Chełmskie	85	99
Ciechanowskie	398	718
Częstochowskie	1267	1170
Elbląskie	941	1498
Gdańskie	6624	7185
Gorzowskie	445	1167
Jeleniogórskie	2022	2148
Kaliskie	201	380
Katowickie	5024	6081
Kieleckie	470	619
Konińskie	206	172
Koszalińskie	412	493
Krakowskie	38531	43776
Krośnieńskie	499	298
Legnickie	1424	763
Leszczyńskie	218	378
Lubelskie	3043	2099
Łomżyńskie	304	181
Łódzkie	2812	2904
Nowosądeckie	13586	14243
Olsztyńskie	1053	1218
Opolskie	384	700
Ostrołęckie	85	37
Pilskie	215	198
Piotrkowskie	1425	358
Płockie	248	205
Poznańskie	7597	6621
Przemyskie	775	558
Radomskie	56	106
Rzeszowskie	1280	606
Siedleckie	1145	510
Sieradzkie	40	19
Skierniewickie	107	59
Słupskie	265	151
Suwalskie	757	1054
Szczecińskie	2302	3125
Tarnobrzeskie	806	162
Tarnowskie	201	258
Toruńskie	2472	1210
Wałbrzyskie	290	450
Włocławskie	125	241
Wrocławskie	5104	7717
Zamojskie	215	190
Zielonogórskie	5289	6906
Polska ogółem	179358	185585

Źródło: dane GUS za: K.Klementowski, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.

VII. INFORMACJA O PRZYJAZDACH TURYSTÓW Z WIELKIEJ BRYTANII DO POLSKI

Dane dotyczące struktury przyjazdów turystów z Wielkiej Brytanii do Polski (osoby przebywające w Polsce przynajmniej jedną noc) oparte zostały na wynikach badań granicznych prowadzonych od lat przez Instytut Turystyki w Warszawie wśród osób wyjeżdżających z Polski.

W 1996 roku turyści brytyjscy organizowali swoje przyjazdy do Polski najczęściej samodzielnie (87,2% przyjazdów). Wyjątkowo niski, jak na Brytyjczyków, był udział przyjazdów organizowanych za pomocą biur podróży. Z usług biur podróży skorzystano w przypadku zaledwie 12,4% przyjazdów, w tym 3,5% przyjazdów odbyło się w ramach zorganizowanych grup.

Tak niski udział przyjazdów z biurami podróży mógł być związany z jednej strony ze znacznym wzrostem udziału przyjazdów biznesowych, z drugiej zaś mógł być reakcją na znaczny wzrost udziału tych form organizacji przyjazdów w roku poprzednim. W 1995 roku przyjazdy organizowane za pośrednictwem biur podróży stanowiły 50,7% przyjazdów Brytyjczyków. Przy tym udział przyjazdów w ramach wycieczek zorganizowanych przez biura podróży, które w przypadku turystów brytyjskich odwiedzających Polskę nigdy nie cieszyły się popularnością, wyniósł w 1995 roku aż 37,1%. Taka struktura przyjazdów z rynku brytyjskiego mogła łączyć się z wysokim udziałem przyjazdów o typowo turystycznej motywacji.

Tab. 21. Forma organizacyjna przyjazdów do Polski turystów brytyjskich w latach 1995-96.

Forma organizacji przyjazdu	Udział w procentach	
	1995	1996
Wycieczki zorganizowane przez biuro podróży	37,1	3,5
Przyjazdy indywidualne z biurem podróży	13,6	8,9
Przyjazdy organizowane samodzielnie	49,3 ^{x/}	87,2
Brak danych	-	0,5

x/ w tym przyjazdy na zaproszenie osób prywatnych i instytucji.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W 1996 roku turyści brytyjscy w porównaniu z innymi turystami z Europy Zachodniej (oprócz Niemców) odwiedzającymi Polskę rzadziej przyjeżdżali w ramach grup

zorganizowanych, częściej natomiast organizowali swoje przyjazdy samodzielnie bez pośredników.

Pierwsze trzy kwartały 1997 roku wskazują na ponowny, choć już nie tak duży, wzrost udziału przyjazdów Brytyjczyków za pośrednictwem biur podróży. W ramach wycieczek zorganizowanych przez biura podróży przyjechało w tym okresie 16% turystów z Wielkiej Brytanii, zaś udział przyjazdów indywidualnych organizowanych za pośrednictwem biura wyniósł 11%.

Do najważniejszych motywów przyjazdów Brytyjczyków do Polski należą interesy i sprawy służbowe, odwiedziny krewnych lub znajomych oraz typowa turystyka (wypoczynek, zwiedzanie, rozrywka). Pomimo zmiany wielkości udziału oraz zajmowanej pozycji, od lat utrzymuje się dominacja tych trzech typów motywacji. Z pozostałych motywów jedynie tranzyt ma nieco większy udział w przyjazdach Brytyjczyków do Polski.

Tab. 22. Motywy przyjazdów Brytyjczyków do Polski w latach 1995-1996.

Motywy przyjazdu	Udział w procentach ^{x/}	
	1995	1996
Typowa turystyka	56,8	31,6
Odwiedziny krewnych, znajomych	20,0	22,6
Interesy, sprawy służbowe	14,9	44,2
Dorywcza praca	0,7	0,5
Zakupy	6,5	1,0
Motywy religijne	1,2	2,9
Odwiedziny miejsca pochodzenia	3,0	2,7
Tranzyt	10,1	6,8
Inne	9,2	2,8

x/ procenty nie sumują się do 100, możliwość wielokrotnego wyboru.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W 1996 roku najczęstszym motywem przyjazdów turystów brytyjskich do Polski były interesy i sprawy służbowe. Przyjazdy o tej motywacji stanowiły 44,2% wszystkich przyjazdów z rynku brytyjskiego. Drugie miejsce zajmowały przyjazdy o motywacji typowo turystycznej (31,6% przyjazdów). Na trzecim miejscu znalazły się przyjazdy mające na celu odwiedziny krewnych lub znajomych (22,6%). Rok wcześniej zdecydowanie dominowały przyjazdy o typowo turystycznej motywacji. Stanowiły one wtedy ponad połowę wszystkich

przyjazdów Brytyjczyków do Polski. Odwiedziny krewnych lub znajomych były motywem 20,0% przyjazdów w 1995 roku, zaś interesy i sprawy służbowe były motywem 14,9% przyjazdów.

W porównaniu z turystami z innych krajów Europy Zachodniej turyści brytyjscy odwiedzający Polskę w 1996 roku rzadziej kierowali się motywacją typowo turystyczną, częściej zaś motywem ich przyjazdów były interesy.

Pierwsze trzy kwartały 1997 roku wskazują na ponowny wzrost znaczenia w przyjazdach z rynku brytyjskiego do Polski motywacji typowo turystycznej. W tym okresie przyjazdy o tej motywacji stanowiły 52,5% przyjazdów Brytyjczyków. Przyjazdy biznesowe i przyjazdy w odwiedziny do krewnych lub znajomych wykazują podobną wielkość udziału. Wynosiła ona w tym okresie odpowiednio 26,1% przyjazdów oraz 24,4% przyjazdów.

Turyści brytyjscy od lat spędzają w Polsce swój czas głównie w miastach. Pobyty w miastach w latach ubiegłych wykazywały stałą, choć niedużą, tendencję wzrostową. W 1996 roku nastąpił znaczny wzrost udziału tej formy w przyjazdach z rynku brytyjskiego.

Tab. 23. Formy spędzania czasu przez Brytyjczyków podczas pobytu w Polsce w latach 1995-1996.

Forma spędzania czasu	Udział w procentach	
	1995	1996
Pobyt w miastach	63,2	74,4
Pobyt w górach	7,1	4,5
Pobyt nad morzem	1,6	2,5
Pobyt w lesie nad jeziorami	6,0	1,4
Pobyt na wsi	3,0	4,6
Objazd po kraju	17,7	7,5
Turystyka aktywna i specjalistyczna	0,0	0,4
Inne	0,5	2,1
Brak danych	0,8	2,6

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Pozostałe formy spędzania czasu są znacznie mniej popularne. Wśród nich turyści brytyjscy najczęściej wybierali wycieczki objazdowe po kraju, choć w 1996 roku nastąpił

znacznym spadkiem udziału tej formy. Nieco rzadziej wybierany był pobyt na wsi i pobyt w górach.

W porównaniu z wczesnymi latami dziewięćdziesiątymi daje się zauważyć, że turyści brytyjscy są coraz bardziej zainteresowani różnymi możliwościami pobytu turystycznego w Polsce, choć nadal pobyty w miastach są przez nich zdecydowanie najbardziej preferowane.

Dane za pierwsze trzy kwartały 1997 roku wskazują na rosnące zainteresowanie pobytami typowo wypoczynkowymi, w tym zwłaszcza pobylem w górach i nad morzem. Jednocześnie rośnie zainteresowanie formą objazdową.

Brytyjczycy pod względem preferencji w sposobie spędzania czasu w Polsce podobni są do innych turystów zagranicznych odwiedzających Polskę.

W 1996 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, turyści brytyjscy nocowali najczęściej w bazie hotelowej (47,7% przyjazdów). Chętnie korzystali też z gościnności rodziny lub znajomych (16,8% przyjazdów). Inne rodzaje zakwaterowania były przez nich wykorzystywane znacznie rzadziej. Wśród nich Brytyjczycy najczęściej wybierali kwatery prywatne i pensjonaty.

Tab. 24. Baza noclegowa wykorzystywana przez turystów brytyjskich w Polsce

Rodzaj zakwaterowania	Udział w procentach	
	1995	1996
Hotel, motel	54,8	47,7
Pensjonat	17,6	7,1
Camping	0,7	1,3
Kwatery prywatne	3,6	9,0
Mieszkanie rodziny lub znajomych	7,7	16,8
Inne	0,0	0,9
Brak danych	15,7	17,1

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W porównaniu do 1995 roku turyści brytyjscy rzadziej nocowali w hotelach i pensjonatach, częściej u rodziny i znajomych oraz w kwaterach prywatnych.

Turyści brytyjscy w 1996 roku pod względem wyboru rodzaju bazy noclegowej podobni byli do turystów z innych krajów Europy Zachodniej. Możliwie rzadziej korzystali z pensjonatów.

Wśród turystów brytyjskich odwiedzających Polskę dominują mężczyźni. W 1996 roku stanowili oni 61,8% przyjeżdżających, a w 1995 roku 53,1%. Przeważały osoby ze średnim wykształceniem. W 1996 roku udział tej grupy osób wynosił 48,0%, a w 1995 roku 54,9%. Wzrósł udział osób z wyższym wykształceniem. W 1996 roku wynosił 46,7%, a w 1995 roku 38,1%. Osoby z podstawowym wykształceniem stanowiły w 1996 roku 2,6% przyjeżdżających, w 1995 roku 4,1%.

Struktura przyjazdów według wieku wyglądała w latach 1995-1996 następująco:

	1995	1996
do 24 lat	7,7%,	12,0%,
25 - 34 lata	21,3%,	30,5%,
35 - 44 lata	30,8%,	37,6%,
45 - 54 lata	19,9%,	16,2%,
55 lat i więcej	17,4%,	3,5%.

W porównaniu z rokiem poprzednim wzrósł udział osób młodych i w średnim wieku (wszystkie grupy wiekowe do 44 lat), zwłaszcza osób w wieku 25-34 lata. Zmniejszył się natomiast udział osób starszych, zwłaszcza w wieku 55 lat i więcej.

Wśród Brytyjczyków odwiedzających Polskę wzrósł udział osób pracujących zawodowo. W 1996 roku ta grupa osób stanowiła 89,9% przyjeżdżających, a w 1995 roku 71,8%. Utrzymuje się nadal niski udział w przyjazdach do Polski brytyjskich studentów i uczniów (7,7% w 1996 roku, 6,9% w 1995 roku).

Czas pobytu Brytyjczyków w 1996 roku w Polsce wyglądał następująco:

1 - 3 noclegi	55,6%,
4 - 7 noclegów	31,6%,
8 - 28 noclegów	12,8%.

Średnia długość pobytu turystów brytyjskich w Polsce zmniejszyła się z 6,2 nocy w 1995 roku do 4,0 nocy w 1996 roku.

Największe znaczenie dla Polski ma od lat na rynku brytyjskim turystyka miejska. Krótkie pobyty w miastach są najlepiej sprzedającym się na tym rynku produktem polskim i mają największą szansę na dalszy wzrost zainteresowania ze strony Brytyjczyków. Podobnie duże szanse na tym rynku ma w przypadku Polski odpowiednio przygotowana oferta dotycząca turystyki kulturalnej.

Duże potencjalne możliwości rozwoju wykazują na rynku brytyjskim przyjazdy związane z pobytami na wsi oraz turystyka ekologiczna. Polska wykorzystując odpowiednio swoje walory naturalne i atrakcje przyrodnicze ma duże szanse na zwiększenie zainteresowania wśród Brytyjczyków turystyką hobbystyczną i turystyką aktywną. Duże szanse powodzenia może mieć Polska w przypadku turystyki biznesowej, konferencyjnej, czy podróży motywacyjnych organizowanych dla pracowników.

ŹRÓDŁA

1. Tourism Intelligence Quarterly, vol.18 No 4, IV 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.
2. Tourism Intelligence Quarterly, vol.19 No 1, VIII 1997, British Tourist Authority/English Tourist Board, Londyn, 1997.
3. Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.
4. The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.
5. The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.
6. Claire Weston, Denmark, International Tourism Reports, nr 4, 1996, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1996.
7. K.Klementowski, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.
8. European Travel Behaviour 1996, European Travel Monitor, IPK International, Monachium, 1997.
9. T.Skalska, Turystyka przyjazdowa do Polski w 1996 roku: Wydatki cudzoziemców w Polsce, Instytut Turystyki, Warszawa, 1997.
10. W.Bartoszewicz, Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski w roku 1996, Instytut Turystyki, Warszawa, 1997.
11. Badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.