

A-1790

INSTYTUT TURYSTYKI

RYNEK TURYSTYCZNY HISZPANII

Opracowała: Bożena Radkowska

WARSZAWA 1997

A-1790

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

Praca wykonana na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki
(temat R-2.3.5/97)

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
I. Ogólna informacja o Hiszpanii	4
II. Aktywność turystyczna mieszkańców Hiszpanii	6
III. Najważniejsze rynki docelowe	13
IV. Segmentacja rynków	15
V. Kanały dystrybucji i promocji	18
VI. Miejsce rynku w przyjazdach do Polski	20
VII. Informacja o przyjazdach turystów z Hiszpanii do Polski	24
Źródła	29

WSTĘP

Na początku lat dziewięćdziesiątych liczba podróży zagranicznych Hiszpanów oscylowała wokół 11,5 mln rocznie. W 1994 roku nastąpił znaczny wzrost liczby wyjazdów do blisko 13 mln podróży. W 1995 roku Hiszpanie odbyli 12,64 mln podróży zagranicznych.

Głównym kierunkiem wyjazdowym dla Hiszpanów jest Europa. Do krajów odwiedzanych najczęściej należy Portugalia, Francja, Włochy i Wielka Brytania, przy czym kraje sąsiadujące z Hiszpanią są terenem częstych wyjazdów jednodniowych. Hiszpanie chętnie wyjeżdżają też do Niemiec, Szwajcarii i Austrii. Z dalszych kierunków wyjazdów atrakcyjna dla Hiszpanów jest przede wszystkim Ameryka Łacińska.

Hiszpanie często wyjeżdżają za granicę dwa lub więcej razy w ciągu roku. Jednak rzadko wyjazdy zagraniczne stanowią główny urlop.

Najczęstszym celem zagranicznych wyjazdów Hiszpanów jest wypoczynek wakacyjny. Wyjazdy wypoczynkowe obejmują przede wszystkim turystykę kulturalną i miejską oraz wyjazdy typu "słońce i plaża". Dużą część wyjazdów biznesowych i służbowych stanowią wyjazdy mające na celu udział w zjazdach i kongresach. Latem zwiększa się udział wyjazdów wypoczynkowych. W lecie 1996 roku wyjazdy te stanowiły 79,0% wszystkich zagranicznych wyjazdów, zaś wyjazdy biznesowe 19,8%.

Podczas wyjazdów zagranicznych Hiszpanie najchętniej spędzają czas zwiedzając muzea, pomniki i miasta, dokonując zakupów, zwiedzając ZOO, rezerваты przyrody itp. atrakcje lub uczestnicząc w różnego rodzaju widowiskach kulturalnych.

Hiszpania zajmuje 19 miejsce na świecie pod względem wielkości wydatków na turystykę. Wydatki te wyniosły w 1995 roku 4540 mln USD. Udział wydatków Hiszpanów na turystykę stanowił 1,3% ogółu wydatków światowych. W latach 1993-1994 obserwowano w Hiszpanii spadek wydatków na turystykę zagraniczną. W 1995 roku spadek ten został zahamowany i nastąpił wzrost o 10,0% w stosunku do roku poprzedniego. Średnio na podróż Hiszpanie wydawali w 1995 roku 854 ECU, zaś średnie wydatki na jedną noc wynosiły 84 ECU.

W 1996 roku odwiedziło Polskę 19,4 mln turystów (cudzoziemcy spędzający przynajmniej jedną noc w Polsce). Wśród turystów dominują mieszkańcy sąsiadujących z Polską krajów. Turyści z Hiszpanii stanowili w 1996 roku niecały 1% wszystkich odwiedzających Polskę turystów zagranicznych.

Od początków lat dziewięćdziesiątych obserwuje się wzrost liczby przyjazdów z Hiszpanii do Polski. W 1996 roku do Polski przyjechało 47,7 tys. turystów z Hiszpanii. W stosunku do roku poprzedniego stanowiło to wzrost liczby przyjazdów o 17%.

Turyści hiszpańscy najczęściej odwiedzali centrum Polski. Dużym zainteresowaniem cieszył się region południowy-wschodni. Najrzadziej odwiedzane były regiony północny-zachodni, południowy-środkowy i południowy-zachodni.

Wśród turystów hiszpańskich odwiedzających Polskę przewagę mają przyjazdy organizowane samodzielnie bez pomocy pośredników. Dużą rolę odgrywają też przyjazdy organizowane z pomocą biur podróży, przede wszystkim w ramach zorganizowanych grup.

Najczęstszym motywem przyjazdów Hiszpanów do Polski od początku lat dziewięćdziesiątych była (według danych GUS) typowa turystyka (zwiedzanie, wypoczynek). Istotną rolę odgrywały też interesy. Dominację motywacji typowo turystycznej (poznanie kraju, wypoczynek, rozrywka, hobby) potwierdziły też badania Instytutu Turystyki przeprowadzone wśród turystów hiszpańskich w 1997 roku. Spośród pozostałych motywów najistotniejsze są interesy oraz odwiedziny krewnych i znajomych.

Turyści z Hiszpanii przebywali najczęściej w miastach. Duża grupa Hiszpanów wybrała zwiedzanie Polski podczas wycieczek objazdowych. Typowo wypoczynkowe formy spędzania czasu na terenie Polski nie cieszyły się wśród Hiszpanów większym powodzeniem.

Wśród turystów z Hiszpanii odwiedzających Polskę w 1997 roku udział mężczyzn był podobny do udziału kobiet. Dominowały osoby w wieku 35-44 lata (37,7% osób). Drugą grupę pod względem wielkości udziału stanowiły osoby w wieku 45-54 lata (21,9% osób) i w wieku 25-34 lata (20,0% osób). Młodzież w wieku do 24 lat stanowiła 10,6% turystów. W porównaniu z innymi turystami odwiedzającymi Polskę wśród turystów hiszpańskich nieco wyższy jest udział młodzieży w wieku do 24 lat oraz osób w wieku 55 i więcej lat. Przeważały osoby z wyższym wykształceniem.

I. OGÓLNA INFORMACJA O HISPANII

Liczba mieszkańców i jej główne skupiska

Hiszpania zajmuje powierzchnię 506,0 tys. km². W 1995 roku Hiszpania liczyła 39,19 mln mieszkańców (37,542 mln osób w 1980 roku, według prognoz EIU w 1997 roku 39,4 mln mieszkańców). Oznaczało to, że na 1 km² przypadało 77 osób. Ludność miejska stanowi 78,4% ogółu mieszkańców (w 1980 roku 72,8%). Na 100 mężczyzn przypadają 104 kobiety¹.

Podział społeczeństwa hiszpańskiego według wieku przedstawiał się w 1995 roku następująco²:

do 14 lat	21,5%,
15 - 24 lata	18,0%,
25 - 44 lata	27,0%,
45 - 64 lata	20,5%,
65 i więcej lat	13,0%.

¹ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

² Ch. Smith i P. Jenner, Spain Outbound w: Travel & Tourism Analyst, nr 1, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

W porównaniu ze strukturą wiekową innych krajów Europy Zachodniej, społeczeństwo hiszpańskie jest młodsze.

Stolica Hiszpanii Madryt liczył w 1991 roku 4948 tys. mieszkańców (w obrębie ścisłego miasta 3010 tys. osób). Inne większe miasta Hiszpanii to Barcelona - licząca 4654 tys. mieszkańców (w tym miasto 1644 tys. osób), Valencia - 2118 tys. mieszkańców (w tym miasto 753 tys. osób), Sevilla - 1620 tys. mieszkańców (w tym miasto 683 tys. osób) oraz Malaga - 1161 tys. mieszkańców (w tym miasto 522 tys. osób)³.

Sytuacja i prognozy ekonomiczne

Produkt krajowy brutto Hiszpanii (w cenach bieżących) wynosił w 1995 roku 559,1 mld USD, co w przeliczeniu na 1 mieszkańca wynosiło 14259 USD⁴. Według prognoz The Economist Intelligence Unit (EIU)⁵ w 1997 roku dochód narodowy (GDP) wyniesie w Hiszpanii 611,2 mld USD, a w przeliczeniu na jednego mieszkańca wyniesie 15522 USD.

Dynamika produktu krajowego brutto (w cenach stałych) wyglądała w ostatnich latach następująco (rok ubiegły = 100)⁶:

1990	104
1991	102
1992	101
1993	99
1994	102
1995	103

Wzrost GDP wyniósł w 1996 roku według EIU⁷ 2,2%, zaś w 1997 roku według prognoz EIU wyniesie 2,4%. Turystyka i podróże stanowią duże źródło dochodów Hiszpanii. W 1996 roku wpływy z tytułu turystyki stanowiły 17,8% GDP Hiszpanii⁸.

W Hiszpanii rośnie liczba bezrobotnych i ich udział w stosunku do liczby zatrudnionych. W 1980 roku bezrobotni stanowili 9,8% ludności aktywnej zawodowo, w 1995 aż 22,9% (najwyższy wskaźnik w Europie)⁹.

³ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

⁴ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

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

⁶ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

⁷ The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

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

⁹ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

Dynamika przeciętnych wynagrodzeń realnych wyglądała w ostatnich latach następująco (rok ubiegły = 100):

1990	102
1991	103
1992	102
1993	102
1994	100

Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem w ostatnich latach kształtowały się następująco (rok ubiegły = 100):

1990	107
1991	106
1992	106
1993	105
1994	105

Inflacja w Hiszpanii wynosiła w 1996 roku według EIU 3,6%¹⁰, zaś w 1997 roku według prognoz EIU wyniesie 3%.

II. AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA MIESZKAŃCÓW HISPANII

Aktywność turystyczna mieszkańców Hiszpanii i jej podstawowa struktura

Aktywność turystyczna mieszkańców Hiszpanii jest stosunkowo duża. Intensywność wyjazdów mierzona jako stosunek liczebności populacji w wieku co najmniej 15 lat do liczby osób wyjeżdżających na co najmniej jedną noc poza miejsce stałego zamieszkania wynosiła w 1995 roku 60%. Intensywność wyjazdów zagranicznych jest znacznie mniejsza i wynosiła nie więcej niż 10%, a może zmniejszyć się nawet do 7%¹¹.

Hiszpanie najczęściej wyjeżdżają latem. Blisko 10 mln Hiszpanów, czwarta część społeczeństwa Hiszpanii (25,6%), wyjeżdża na wakacje w sierpniu. W pozostałych miesiącach letnich uczestnictwo Hiszpanów w wyjazdach kształtuje się następująco: w czerwcu wyjeżdża 7,4% populacji, w lipcu 9,0%, zaś we wrześniu uczestniczy w wyjazdach 9,7% mieszkańców Hiszpanii¹².

Udział w wyjazdach turystycznych ma silny związek z poziomem wykształcenia. Latem 1996 roku ponad 80% Hiszpanów nie posiadających wykształcenia nie wyjeżdżało poza

¹⁰ The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

¹¹ Ch. Smith i P. Jenner, Spain Outbound w: Travel & Tourism Analyst, nr 1, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

¹² Comportamiento turistico de los espanoles: verano'96 (Familitur). Instituto de Estudios Turisticos, Madryt, 1997.

miejsce swojego zamieszkania (wyjechało niecałe 20%), podczas gdy wśród osób z wyższym wykształceniem uczestniczyło w wyjazdach ponad 65% osób¹³.

Wśród wyjeżdżających przeważały osoby w wieku 25-44 lata, ale dużą część stanowiły też osoby w wieku 45-54 lata. Hiszpanie wypoczywają głównie na terenie własnego kraju. Aż 93,1% wyjazdów w okresie letnim stanowiły wyjazdy krajowe. Wyjazdy zagraniczne stanowiły tylko 6,9% wyjazdów. Najczęściej wykorzystywane przez Hiszpanów były bezpłatne możliwości zakwaterowania - u rodziny czy znajomych lub własne drugie mieszkania (63,6%). Z hoteli i podobnych zbiorowych miejsc zakwaterowania korzystało około 20% Hiszpanów. Znacznie mniejszym zainteresowaniem cieszyły się wynajęte kwatery i campingi (odpowiednio 6,8% i 6,5%)¹⁴.

Najczęstsze motywy podróży letnich to wypoczynek wakacyjny (79,5% w 1996 roku) oraz odwiedziny krewnych i znajomych (27,5%). Wyjazdy biznesowe i służbowe w tym okresie stanowiły zaledwie 5,8% wyjazdów.

W przypadku krajowych wyjazdów długoterminowych większość z nich organizowana była bez pomocy agencji turystycznych (72% wyjazdów). W przypadku wyjazdów zagranicznych udział wyjazdów samodzielnie zorganizowanych był znacznie niższy, przeważały natomiast wyjazdy zorganizowane przez biura podróży.

Na początku lat dziewięćdziesiątych liczba podróży zagranicznych Hiszpanów oscylowała wokół 11,5 mln rocznie. W 1994 roku nastąpił znaczny wzrost liczby wyjazdów do blisko 13 mln podróży. W 1995 roku Hiszpanie odbyli 12,64 mln podróży zagranicznych.

Tab. 1. Wyjazdy zagraniczne Hiszpanów

Rok	Liczba podróży zagranicznych (w mln)
1991	11,60
1992	11,83
1993	11,33
1994	12,95
1995	12,64

Źródło: World Tourism Organization (WTO).

Hiszpanie często wyjeżdżają za granicę dwa lub więcej razy w ciągu roku. Jednak rzadko wyjazdy zagraniczne stanowią główny urlop.

¹³ Comportamiento turístico de los españoles: verano'96 (Familitur), Instituto de Estudios Turísticos, Madryt, 1997.

¹⁴ El Turismo en España 1996, Instituto de Estudios Turísticos, Madryt.

Średnia długość zagranicznych wyjazdów wakacyjnych wynosiła w 1995 roku 9 dni¹⁵.

W 1996 roku struktura wyjazdów zagranicznych według czas trwania przedstawiała się następująco¹⁶:

1 - 3 noce	17,2% wyjazdów,
4 - 7 nocy	32,4% wyjazdów,
8 - 28 nocy	38,1% wyjazdów,
29 - 91 nocy	10,4% wyjazdów,
91 - 365 nocy	1,9% wyjazdów.

Hiszpanie w 1996 roku najczęściej za granicę wyjeżdżali na 8-28 nocy i 4-7 nocy.

Cele, motywy wyjazdów, preferowane środki transportu, sposób spędzania czasu wolnego

Najczęstszym celem zagranicznych wyjazdów Hiszpanów jest wypoczynek wakacyjny. W tym celu wyjechało za granicę w 1995 roku 64% Hiszpanów - według danych WTO¹⁷ (67% według ETM¹⁸). Wyjazdy wypoczynkowe obejmowały turystykę kulturalną i miejską (42% wszystkich wyjazdów) i wyjazdy wakacyjne typu "słońce i plaża" (osiągały poziom do 24%). Przy tym większy udział w wyjazdach dłuższych, trwających 4 i więcej nocy, miały wyjazdy miejskie i kulturalne (48% wyjazdów), zaś w przypadku wyjazdów krótszych, trwających 1-3 noce, większy udział miały wyjazdy typu "słońce i plaża" (43% wyjazdów). Wyjazdy biznesowe i służbowe stanowiły główny cel wyjazdu dla 24% osób, z czego dużą część stanowiły wyjazdy na zjazdy i kongresy.

Latem zwiększa się udział wyjazdów wypoczynkowych. W lecie 1996 roku wyjazdy te stanowiły 79,0% wszystkich zagranicznych wyjazdów, zaś wyjazdy biznesowe 19,8%.

Jeśli przyjrzyć się bardziej szczegółowym motywom zagranicznych wyjazdów letnich, to trzy motywy odgrywały rolę w tych wyjazdach. Najczęstszym motywem wyjazdów była rozrywka i wypoczynek (71,3% wyjazdów). Drugi w kolejności motyw stanowiły odwiedziny krewnych lub znajomych (19,9% wyjazdów), zaś trzeci to interesy, praca i sprawy służbowe (19,8% wyjazdów).

¹⁵ European Travel Monitor, IPK, Monachium.

¹⁶ Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turísticos, Madryt, 1997.

¹⁷ La Administración Turística Española. La Demanda de Turismo del Mercado Emisor Español - Características Generales, opr. D.J.R. Manas, WTO, Madryt, 1996.

¹⁸ European Travel Monitor, IPK, Monachium.

Tab. 2. Motywy zagranicznych wyjazdów Hiszpanów latem 1996 roku

Motywy wyjazdów	Udział w procentach ^{x/}
Praca, interesy, wyjazdy służbowe	19,8
Nauka	3,3
Odwiedziny krewnych i znajomych	19,9
Zdrowie	0,9
Religijne, w tym pielgrzymki	0,7
Rozrywka i wypoczynek	71,3
Inne	5,5

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

Źródło: Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turísticos, Madryt, 1997.

Z pozostałych motywów wyjazdów najważniejsza była nauka - stanowiła motyw dla 3,3% wyjazdów. Udział wyjazdów o motywacji zdrowotnej i religijnej nie przekraczał w obu wypadkach 1%.

Zakupy stanowią częsty motyw wyjazdów zagranicznych Hiszpanów, dotyczy to jednak przede wszystkim wyjazdów jednodniowych (zwłaszcza Francja i Portugalia), choć dokonywanie zakupów jest też często sposobem spędzania czasu podczas dłuższych wyjazdów.

Hiszpanie przy wyjazdach zagranicznych zdecydowanie najchętniej korzystają z samolotu.

Tab. 3. Struktura zagranicznych wyjazdów Hiszpanów latem 1996 według środków transportu

Rodzaj środka transportu	Udział w procentach ^{x/}
Loty czarterowe	32,5
Loty regularne	8,7
Pociąg	7,6
Samochód	53,9
Samochód campingowy	1,4
Autobus, autokar	30,7
Transport morski	5,9
Inne	5,9

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

Źródło: Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turísticos, Madryt, 1997.

W 1995 roku z lotów regularnych skorzystano według danych WTO¹⁹ w przypadku 38,6% wyjazdów, zaś z lotów czarterowych w przypadku 9,3% wyjazdów. Udział wyjazdów z wykorzystaniem samochodu wynosił 22,5%, zaś wyjazdów autokarem 19,3%. W dużym stopniu rodzaj środka transportu uzależniony jest od rodzaju wyjazdu (typu motywacji). Podczas wyjazdów biznesowych z regularnych połączeń lotniczych korzysta 75,3%, zaś z kolei 12,4% osób.

Podczas wyjazdów wakacyjnych wzrasta znaczenie ruchu kołowego: 35% Hiszpanów korzystało latem 1995 roku z samochodów, 26,5% z autokarów, zaś udział wyjazdów wykorzystujących regularne połączenia lotnicze spadł do 18,5%²⁰.

Latem 1996 roku Hiszpanie korzystali najczęściej z samochodów (53,9% wyjazdów), lotów charterowych (32,5%) i autokarów (30,7). Udział wyjazdów wykorzystujących regularne połączenia lotnicze spadł do zaledwie 8,7%.

Podczas wyjazdów za granicę Hiszpanie chętniej wybierają wycieczki objazdowe niż pobyt w jednym miejscu.

Tab. 4. Formy spędzania czasu wolnego preferowane przez Hiszpanów podczas zagranicznych wyjazdów latem 1996 roku

Forma spędzania czasu	Udział w procentach ^{x/}
Zakupy	56,6
Golf, narciarstwo, żeglarstwo	4,3
Wędkarstwo, polowania, jazda konna	3,0
Sporty na świeżym powietrzu (wędrówki po górach, kajakarstwo itp.)	15,3
Jazda na rowerze, pływanie, gry w piłkę	18,1
Widowiska sportowe	6,7
Widowiska kulturalne	40,8
Inna aktywność kulturalna (zwiedzanie muzeów, pomników, miast)	70,1
Inne rozrywki (ZOO, rezerваты przyrody, parki)	49,6
Gry hazardowe	7,1
Kolekcjonerstwo i zamiłowania techniczne	4,2

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

Źródło: Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turísticos, Madryt, 1997.

¹⁹ La Administracion Turistica Espanola. La Demanda de Turismo del Mercado Emisor Espanol - Caracteristicas Generales, opr. D.J.R. Manas, WTO, Madryt, 1996.

²⁰ Wielkość udziału poszczególnych środków transportu nie sumuje się do 100%, ze względu na możliwość korzystania z więcej niż jednego środka transportu.

Hiszpanie latem 1996 roku podczas zagranicznych wyjazdów najchętniej spędzali czas zwiedzając muzea, pomniki i miasta (70,1% wyjazdów), dokonując zakupów (56,6% wyjazdów), zwiedzając ZOO, rezerваты przyrody itp. atrakcje (49,6%), bądź uczestnicząc w różnego rodzaju widowiskach kulturalnych (40,8%).

Mniej było zwolenników uprawiania podczas wyjazdów takich sportów, jak jazda na rowerze, pływanie czy gry w piłkę (18,1%) lub też np. wędrówki po górach czy kajakarstwo (15,3%). Pozostałe formy spędzania czasu podczas wyjazdu miały małe znaczenie.

Wyjazdy zagraniczne, porównania międzynarodowe, wydatki w czasie wyjazdu

Hiszpania pod względem liczby zagranicznych wyjazdów nie dorównuje takim krajom, jak Niemcy, USA, Wielka Brytania czy Japonia.

Tab. 5. 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.

Biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców i liczbę podróży, Hiszpania nie zajmuje wcale tak złej pozycji, zwłaszcza w porównaniu z krajami pozaeuropejskimi. I tak Stany Zjednoczone, mające ponad 67 razy więcej ludności niż Hiszpania, tylko pięciokrotnie przewyższają ją liczbą wyjazdów zagranicznych. Japonia, licząca ponad trzy razy więcej mieszkańców, liczbą wyjazdów przewyższa Hiszpanię niespełna dwukrotnie. Kanada ma niecałe drugie tyle mieszkańców co Hiszpania (0,8 razy więcej), liczba wyjazdów z tego kraju jest większa 1,5 razy.

Trochę gorzej wypada Hiszpania w porównaniu z krajami europejskimi. I tak np. Austria mając blisko pięć razy mniej ludności niż Hiszpania, nieznacznie przewyższa ją liczbą wyjazdów zagranicznych. Holandia mając dwa i pół razy mniej ludności, przewyższa Hiszpanię liczbą wyjazdów półtora razy. Wielka Brytania licząc półtora razy więcej ludności, blisko trzy i półkrotnie przewyższa Hiszpanię liczbą wyjazdów. Niemcy liczące ponad dwukrotnie więcej mieszkańców, przewyższają Hiszpanię liczbą podróży blisko sześciokrotnie. Lepiej wypada Hiszpania w porównaniu z Francją i Włochami. Włochy mają około półtora

razy więcej mieszkańców niż Hiszpania i niespełna półtora razy większą liczbę wyjazdów. Francja liczy półtora razy więcej mieszkańców niż Hiszpania i nieco ponad półtora razy większą liczbę podróży.

Hiszpania zajęła 19 miejsce na świecie w 1995 roku pod względem wielkości wydatków na turystykę. Wydatki te wyniosły 4540 mln USD. W stosunku do roku poprzedniego nastąpił wzrost wydatków o 10%. Udział wydatków Hiszpanów na turystykę stanowił 1,3% ogółu wydatków światowych. Najwięcej wydali Niemcy (50675 mln USD), Amerykanie (45855 mln USD), Japończycy (36792 mln USD) i Brytyjczycy (24737 mln USD).

W latach 1993-1994 obserwowano w Hiszpanii spadek wydatków na turystykę zagraniczną. W 1993 roku w stosunku do 1992 roku spadek ten wyniósł 14,6%, zaś rok później wyniósł 12,8%.

Tab. 6. Wydatki Hiszpanów na turystykę zagraniczną w latach 1992-1995

Rok	Wydatki w mln USD
1992	5542
1993	4735
1994	4129
1995	4540

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

W 1995 roku spadek wydatków na turystykę zagraniczną został zahamowany i nastąpił wzrost o 10,0%.

Średnio na podróż Hiszpanie wydawali w 1995 roku 854 ECU²¹, zaś średnie wydatki na jedną noc wynosiły 84 ECU.

Popyt na kategorie produktu

Ze względu na wysoką atrakcyjność turystyczną Hiszpanii, produkty typowo wakacyjne (wypoczynek nad morzem czy wyjazdy na narty) cieszą się wśród Hiszpanów znacznie mniejszą popularnością niż wśród turystów z innych państw europejskich. Tradycyjne wakacje Hiszpanie spędzają u siebie w rodzinnym gronie, zatrzymując się u krewnych lub znajomych bądź w swoim t.zw. drugim domu. Również w celu uprawiania sportów zimowych nie muszą udawać się w podróż do innych krajów, gdyż w swoim kraju mają odpowiednie warunki.

Toteż największym zainteresowaniem w przypadku wyjazdów zagranicznych cieszy się wśród Hiszpanów turystyka miejska i, może nawet w jeszcze większym stopniu, kulturalna. Są to najczęściej krótkie wyjazdy, często przedłużone weekendy. Pobyty w miastach z atrakcyjnym programem zwiedzania miasta, jego muzeów i galerii to najpopularniejszy

²¹ European Travel Monitor, IPK, Monachium.

produkt. Często pobyty w miastach łączone są z zakupami. Przy tym Hiszpanie, częściej niż turyści z innych krajów, wolą łączyć podczas jednego wyjazdu pobyty w kilku różnych miastach, niż przebywanie w jednym miejscu. Kultura jest bardzo istotnym elementem wyjazdowej turystyki hiszpańskiej. Wyjazdy na różne festiwale, koncerty, różnego rodzaju widowiska kulturalne to produkty znajdujące bardzo wielu zwolenników wśród Hiszpanów.

Duże zainteresowanie na rynku hiszpańskim budzą wycieczki objazdowe. Jak już wspomniano wyżej, Hiszpanie lubią podczas wyjazdów zagranicznych przemieszczać się z miejsca na miejsce. Największym zainteresowaniem cieszy przy tym zwiedzanie historycznych miejsc (różnego typu atrakcje archeologiczne, historyczne, religijne).

Wyjazdy na naukę języka obcego (głównie do Wielkiej Brytanii) najlepiej sprzedają się latem. Swoich zwolenników, choć w znacznie mniejszym stopniu niż wyżej wymienione rodzaje produktów, znajdują też zagraniczne wyjazdy typu "słońce i plaża" oraz zimowe wyjazdy na narty.

Hiszpanie rzadziej niż turyści z innych krajów akceptują standardowe pakiety. Lubią mieć możliwość zachowania pewnego rodzaju swobody w wyborze np. środka transportu, rodzaju zakwaterowania. Często w ramach jednej tury część grupy nocuje w jednym hotelu, a część w innym.

III. NAJWAŻNIEJSZE RYNKI DOCELOWE

Miejsce rynku na turystycznej mapie Europy

Hiszpania nie należy do najważniejszych rynków generujących ruch turystyczny w Europie. Wyjazdy z rynku hiszpańskiego skupiają się głównie w zachodniej i południowej części Europy. Większy udział w ruchu turystycznym Hiszpania ma jedynie na rynkach z nią sąsiadujących.

Odwiedzane kraje, miejsce Hiszpanii na rynkach przyjmujących

Największą popularnością wśród Hiszpanów cieszą się takie kraje europejskie, jak Portugalia, Francja, Włochy i Wielka Brytania. Przy tym kraje sąsiadujące z Hiszpanią są terenem częstych wyjazdów jednodniowych. Hiszpanie chętnie wyjeżdżają też do Niemiec, Szwajcarii i Austrii.

Głównym kierunkiem wyjazdów turystycznych (z przynajmniej jednym noclegiem w danym kraju) w 1995 roku była w pierwszym rzędzie Francja, którą odwiedziło (według WTO)²² 28% Hiszpanów wyjeżdżających za granicę. Kolejne kraje chętnie odwiedzane to Portugalia, którą odwiedziło w 1995 roku 16% Hiszpanów wyjeżdżających za granicę, Włochy (14%) oraz Wielka Brytania (8%).

²² La Administracion Turistica Espanola. La Demanda de Turismo del Mercado Emisor Espanol - Caracteristicas Generales, opr. D.J.R. Manas, WTO, Madryt, 1996.

Z dalszych kierunków wyjazdów atrakcyjna dla Hiszpanów jest przede wszystkim Ameryka Łacińska, z którą łączą ich więzy kulturowe, rodzinne i historyczne. W 1995 roku region ten odwiedziło 10% Hiszpanów wyjeżdżających za granicę.

Tab. 7. Wyjazdy zagraniczne Hiszpanów w 1996 roku według wybranych krajów

Kraj	Liczba wyjazdów w tys.	1996/1995 w %
Portugalia ^{1/}	17670,4	0,8
Włochy ^{1/}	827,0	-9,3
Niemcy ^{2/}	335,1	9,1
Austria ^{3/}	170,3	-2,0
Szwajcaria ^{3/}	153,8	-0,2
Grecja ^{4/}	92,5	-2,5
Węgry ^{1/}	85,3	11,0
Irlandia ^{4/}	66,0	-1,5
Polska ^{1/}	47,7	16,9
Turcja ^{1/}	47,6	65,4
Rosja ^{1/}	24,1	-11,3

1/ turyści (osoby przebywające przynajmniej jedną noc w danym kraju) i odwiedzający jednodniowi

2/ turyści w bazie noclegowej

3/ turyści w bazie hotelowej

4/ turyści

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

W 1996 roku można było obserwować spadek liczby wyjazdów z Hiszpanii do szeregu krajów europejskich. Największy spadek dotyczył wyjazdów do Rosji (o 11%) i Włoch (o 9%). Jednocześnie szereg krajów odnotowało wzrost liczby przyjazdów z rynku hiszpańskiego. Największy wzrost liczby przyjazdów z Hiszpanii zanotowano w Turcji (o 65%), Polsce (o 17%) i na Węgrzech (o 11%).

Generalnie biorąc Hiszpanie nie należą do najważniejszych rynków wysyłających dla Europy.

Największe znaczenie Hiszpanie mają dla rynku portugalskiego. Zajmują tam bezspornie pierwsze miejsce. W 1996 roku 17,67 mln Hiszpanów odwiedziło Portugalię. Wielka Brytania, następny kraj pod względem liczby wysyłających do Portugalii osób, w tym okresie wysłała zaledwie 1,47 mln osób. Jednak pod względem liczby spędzonych nocy Hiszpanie zajmują dopiero trzecie miejsce (po Brytyjczykach i Niemcach).

Na rynku włoskim Hiszpanie zajmują 10 miejsce (827,01 tys. osób w 1996 roku). W 1996 roku nastąpił spadek liczby przyjazdów w stosunku do roku poprzedniego o 9,3%, po znacznym wzroście liczby przyjazdów w 1995 roku (wzrost w 1995 roku w stosunku do 1994 roku wyniósł 39,1%).

Na rynku niemieckim Hiszpanie zajmują 12 miejsce (335,09 tys. przyjazdów w 1996 roku). W 1996 roku nastąpił wzrost liczby przyjazdów. W 1995 roku liczba przyjazdów wykazywała nieznaczny spadek.

Na rynku szwajcarskim Hiszpania zajmuje 9 miejsce (153,79 tys. osób w 1996 roku). W 1996 roku liczba przyjazdów zbliżona była do poziomu 1995 roku. W 1995 roku obserwowano znaczny spadek liczby przyjazdów w stosunku do roku poprzedniego - wyniósł on 22%.

Na rynku austriackim turyści hiszpańscy zajmują 10 miejsce (170,33 tys. osób w 1996 roku). Od 1994 roku obserwuje się spadek liczby przyjazdów z Hiszpanii do Austrii. Największy spadek nastąpił w 1995 roku w stosunku do 1994 - o 19,9%, w 1996 roku w stosunku do 1995 roku spadek wyniósł tylko 2%.

Jeśli chodzi o inne rynki europejskie, będące mniej popularnymi kierunkami wyjazdowymi dla Hiszpanów, to zajmowana pozycja jest różna. I tak np. na rynku holenderskim Hiszpanie razem z Portugalczycami zajmują 7 miejsce (133,8 tys. Hiszpanów i Portugalczków w 1996 roku), przy tym w latach 1994-1996 obserwuje się niewielki spadek liczby przyjazdów. Na rynku irlandzkim Hiszpanie zajmują 9 miejsce (66 tys. osób w 1996 roku). W 1995 roku nastąpił znaczny wzrost liczby przyjazdów o 13,6%, w 1996 roku liczba przyjazdów utrzymała się na poziomie 1995 roku. Na rynku greckim Hiszpanie zajmują 21 miejsce (92,55 tys. osób w 1996 roku). Przy tym od 1994 roku obserwuje się spadek liczby przyjazdów z Hiszpanii (w 1995 roku w stosunku do 1994 roku spadek wyniósł 22,3%, w 1996 roku w stosunku do 1995 roku spadek wyniósł 2,5%).²³

Konkurencja dla Polski

Największą konkurencję dla Polski stanowią kraje położone na zachodzie Europy. Z obszarów położonych nam bliżej, największym konkurentem dla Polski są Niemcy i Austria. Pewną konkurencję stanowią dla nas Czechy i Węgry. Przy tym w obu tych przypadkach chodzi przede wszystkim o stolicy tych państw. Tak Praga, jak i Budapeszt przyciągają Hiszpanów głównie swoimi atrakcjami historyczno-kulturalnymi. Słowacja nie należy do obszarów budzących większe zainteresowanie Hiszpanów.

IV. SEGMENTACJA RYNKÓW

Główne ośrodki wysyłające

Hiszpanie wyjeżdżający za granicę to głównie mieszkańcy dużych miast (75% osób). Tylko 14% osób wyjeżdżających za granicę mieszka na obszarach wiejskich.

Do regionów najbardziej aktywnych pod względem liczby wysyłanych za granicę turystów należy Madryt z centralną Hiszpanią oraz region północno-wschodniej Hiszpanii z Balearami. W 1995 roku z obu tych regionów pochodziło po 26% ogółu wyjeżdżających za granicę. Dużą liczbę turystów wysyła też region północny, z którego pochodziło 20% wyjeżdżających osób.

²³ Tourism Market Trends - Europe, WTO, Madryt, 1997.

Tab. 8. Wyjazdy Hiszpanów za granicę według regionu pochodzenia

Region	Wyjeżdżający za granicę w %
Północno-wschodni i Baleary	26
Wschodni	12
Południowy	16
Madryt i centrum	26
Północny	20

Źródło: European Travel Monitor, IPK, Monachium.

Struktura wyjazdów

Wyjeżdżając za granicę Hiszpanie znacznie częściej, niż w przypadku wyjazdów krajowych, dokonują wcześniejszych rezerwacji. W 1995 roku tylko w przypadku 18,8% wyjazdów nie dokonano rezerwacji. W przypadku 12,5% wyjazdów Hiszpanie dokonali rezerwacji bezpośrednio u usługodawców, zaś w przypadku 68,7% wyjazdów wykupili usługi w biurach podróży²⁴. W 1996 roku udział wyjazdów zagranicznych bez dokonania wcześniejszej rezerwacji był podobny i wynosił 19,3% wyjazdów. W 1996 roku częściej niż w roku poprzednim Hiszpanie dokonywali rezerwacji bezpośrednio u usługodawców. Udział tych wyjazdów wynosił 30,9%. Rzadziej Hiszpanie kupowali usługi w biurach podróży. Udział tych wyjazdów wynosił 49,2%, przy tym w przypadku 26,1% wyjazdów dokonano zakupu pełnego pakietu usług²⁵.

Hiszpanie podczas zagranicznych wyjazdów preferują zakwaterowanie w hotelach. W 1995 roku z tego typu zakwaterowania skorzystało 68% hiszpańskich turystów. Z kwater bezpłatnych (rodzina, znajomi) skorzystało 21,5% osób, z własnych domów czy mieszkań skorzystało podczas wyjazdów 2,5% osób, zaś z kwater wynajętych 2,2%²⁶. W 1996 roku udział wyjazdów z wykorzystaniem bazy hotelowej i mieszkań rodziny lub znajomych był podobny. Wynosił odpowiednio 66% wyjazdów i 23% wyjazdów. Udział wyjazdów wykorzystujących camping czy carawaning wynosił 13%.

²⁴ La Administracion Turistica Espanola. La Demanda de Turismo del Mercado Emisor Espanol - Caracteristicas Generales, opr. D.J.R. Manas, WTO, Madryt, 1996.

²⁵ Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turisticos, Madryt, 1997.

²⁶ La Administracion Turistica Espanola. La Demanda de Turismo del Mercado Emisor Espanol - Caracteristicas Generales, opr. D.J.R. Manas, WTO, Madryt, 1996.

Tab. 9. Wykorzystanie bazy noclegowej podczas zagranicznych wyjazdów Hiszpanów w 1996 roku

Typ zakwaterowania	Udział wyjazdów ogółem	Udział wyjazdów krótkich	Udział wyjazdów długich
Ogółem	115,3 ^{x/}	102,7 ^{x/}	117,9 ^{x/}
Hotele	66,1	89,3	61,3
Ośrodki (kompleksy) turystyczne	0,8	-	0,9
Camping /carawaning	13,1	9,1	14,0
Wynajęte kwatery	4,2	2,7	4,6
Mieszkanie własne	2,3	-	2,7
Mieszkanie rodziny lub znajomych	23,4	1,6	27,9
Inne	5,4	-	6,6

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

Źródło: Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turísticos, Madryt, 1997.

Występują dość znaczne różnice w rodzaju wykorzystanego zakwaterowania w zależności od długości wyjazdów. Przy wyjazdach krótkich, trwających kilka dni, Hiszpanie zdecydowanie preferują noclegi w hotelach. W przypadku blisko 90% wyjazdów skorzystano z tego typu bazy w 1996 roku. Pozostałe możliwości zakwaterowania cieszyły się bardzo małym zainteresowaniem podczas krótkich wyjazdów (największym camping/carawaning - 9% wyjazdów). W przypadku wyjazdów dłuższych zainteresowanie noclegami w hotelach spadło do nieco ponad 60% wyjazdów, wzrosło zaś znacznie wykorzystanie mieszkań rodziny i znajomych (do 28% wyjazdów) oraz campingu i carawaningu (do 14% wyjazdów).

Sezonowość zagranicznych wyjazdów Hiszpanów przedstawiała się w 1995 roku następująco:²⁷

styczeń	4,5%,	lipiec	14,5%,
luty	2,5%,	sierpień	22,0%,
marzec	5,5%,	wrzesień	6,5%,
kwiecień	10,0%,	październik	8,5%,
maj	3,5%,	listopad	3,0%,
czerwiec	10,0%,	grudzień	9,5%.

Najwięcej wyjazdów zagranicznych realizowanych jest w trzecim kwartale (lipiec-wrzesień): 43% ogółu wyjazdów. Drugi i czwarty kwartał mają podobny udział w wyjazdach:

²⁷ Ch. Smith i P. Jenner, Spain Outbound w: Travel & Tourism Analyst, nr 1, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

odpowiednio 23,5% i 21%. Najmniej wyjazdów realizowanych jest w okresie pierwszego kwartału.

Szczyt sezonu wypada na dwa miesiące letnie, a zwłaszcza na sierpień. Kwiecień (święta Wielkanocne) oraz czerwiec to kolejne miesiące istotne dla wyjazdów zagranicznych. Wielkanoc to okres, kiedy Hiszpanie najczęściej wyjeżdżają na tzw. "drugie wakacje". Miesiącem stosunkowo częstych wyjazdów zagranicznych jest też grudzień (święta Bożego Narodzenia).

Inne aspekty segmentacji

Hiszpanie są ludźmi spontanicznymi i jako tacy nie lubią standaryzacji, a cenią dużą dawkę swobody i możliwość podejmowania własnych decyzji. W turystyce uwidacznia się to m. in. w tym, że rzadziej niż turyści z innych krajów akceptują gotowe, standardowe pakiety usług, nie pozostawiające możliwości wyboru. Turyści hiszpańscy lubią mieć możliwość wyboru choćby środka transportu czy rodzaju zakwaterowania. Często w ramach jednej tury część grupy nocuje w jednym hotelu, a część w innym.

V. KANAŁY DYSTRYBUCJI I PROMOCJI

Kanały informacji

Czytelnictwo prasy codziennej ma wśród Hiszpanów najniższy poziom w Europie. W latach 20-tych Hiszpanie czytali więcej niż obecnie. Dzienniki czyta 32% populacji Hiszpanii, podczas gdy np. w Wielkiej Brytanii 80% populacji.

Wśród tytułów prasy ogólnej największe nakłady mają następujące dzienniki o zasięgu ogólnokrajowym:

- **ABC** - o nakładzie 447,583 tys. egz.,
- **Diario 16** - o nakładzie 300 tys. egz.,
- **El Mundo** - o nakładzie 375-400 tys. egz.,
- **El Pais** - o nakładzie 350 tys. egz.

W przeciwieństwie do dzienników dużą popularnością wśród Hiszpanów cieszą się czasopisma, zwłaszcza ilustrowane magazyny. Wśród dorosłej populacji Hiszpanów 61% osób jest czytelnikami czasopism.

Do głównych czasopism turystycznych, przeważnie miesięczników, których nakład wynosi 30-50 tys. egzemplarzy, należą: **Gente Viajes** (nakład 55 tys. egz.), **Guia de Viajes y Vacaciones** oraz **Viajar**. Istnieje szereg magazynów specjalistycznych, dotyczących wyjazdów przygodowych, ekologicznych, związanych z ochroną środowiska naturalnego itp. Wśród nich należy wymienić takie tytuły, jak **Geo**, **Rutas del Mundo**, **Periplo**, **Tiempo de Aventura** i **Viajeros**.

Wśród prasy przeznaczonej dla branży dominuje tematyka związana z turystyką przyjazdową do Hiszpanii, co jest zrozumiałe w kraju żyjącym z turystyki. Wśród kilkunastu tytułów prasy turystycznej przeważają pisma wydawane miesięcznie. Najbardziej poczytne i widoczne pismo to **Editur**. Jest to wielkoformatowy tygodnik, wydawany w Barcelonie w

nakładzie 7,1 tys. egz. Dwa inne ważne tytuły to **Spic** - dwutygodnik o nakładzie 10 tys. egz. oraz **Agent Travel** - miesięcznik o nakładzie 10 tys. egz. Ważnym źródłem informacji są dwa główne informatory branżowe: **Icotour** oraz **Nexotur** wydawane w cyklu rocznym, zawierające informacje o biurach podróży.

Bardzo dużą popularnością wśród Hiszpanów cieszy się telewizja. Wśród gospodarstw domowych 95% posiada kolowy telewizor, a 89% Hiszpanów ogląda telewizję codziennie. Hiszpanie wśród Europejczyków spędzają najwięcej czasu przed telewizorem. Przeciętny Hiszpan ogląda telewizję 200 minut dziennie.

Kanały dystrybucji produktów zagranicznych

Do ważniejszych touroperatorów na rynku hiszpańskim należą m.in.:

ABREU - C/Genova, 16, 28004 Madrit, tel. 319 20 92/308 30 32, fax 319 69 31;

IBEROJET - Julio Camba, 1, 6^o, 28028 Madrit, te. 361 12 00, fax 355 72 59;

JULIA TOURS - Santa Eulalia, 176, 08902 Hospitalet (Barcelona), te. 422 65 00, fax 331 43 75;

MUNDO JOVEN - C/Desengano, 8, 28004 Madrit, te. 523 00 23, fax 523 11 01;

PANAVISION - C/Goya, 22, 7^o, 28001 Madrit, te. 431 31 54, fax 431 00 61;

TIEMPO LIBRE-MUNDI COLOR - C/Sor Angela de la Cruz, 6, 28020 Madrit, tel. 556 20 13, fax 597 16 56;

TOURING CLUB - Zurbano, 26, 28010 Madrit, tel. 319 30 69, fax 319 22 33;

TRANSRUTAS - C/Caspe, 118, 3^o, 08013 Barcelona, tel. 231 50 11, fax 231 01 59;

TURAVIA CLUB - C/Vizconde de Matamala, 1, 28028 Madrit, tel. 355 56 00, fax 726 14 74.

Polskę w swojej ofercie mają następujący z tych touroperatorów: Iberojet, Julia Tours, Mundo Joven i Transrutas.

Główne formy promocji stosowane na rynku i główne działania konkurencji

Promocja na terenie Hiszpanii prowadzona jest głównie poprzez:

- ogłoszenia w prasie branżowej i konsumenckiej,
- reklamy w prasie i telewizji,
- wydawnictwa promocyjne (broszury informacyjne i materiały promocyjne),
- udział w międzynarodowych targach turystycznych FITUR odbywających się co roku w styczniu w Madrycie,
- study tours dla przedstawicieli biur turystycznych,
- study press dla przedstawicieli prasy branżowej i konsumenckiej.

Wiele krajów prowadzi na terenie Hiszpanii swoje narodowe ośrodki informacji turystycznej. One to odpowiadają za promocję na tym rynku, koordynują działania promocyjne i realizują kampanie promujące dany kraj. Te narodowe ośrodki organizują konferencje prasowe, przygotowują systematycznie informacje rozsyłane do prasy branżowej i konsumenckiej, nawiązują kontakty oraz organizują rozmowy i spotkania przedstawicieli biur podróży z własnego kraju z touroperatorami i biurami działającymi na terenie Hiszpanii.

Prowadzą też własną działalność wydawniczą skierowaną zarówno bezpośrednio do klienta, jak i do branży - wydają informatory zawierające nowe produkty przygotowane na rynek hiszpański przez firmy z własnego 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), o 6,3% więcej niż w roku poprzednim. 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. 10. 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
Hiszpania	18,0	51,4	40,5	47,7	53,0

x/ prognoza na 1997 rok - Instytut Turystyki w Warszawie.

Źródło: GUS, prognoza Instytutu Turystyki w Warszawie.

W latach 1991-96 liczba przyjazdów cudzoziemców do Polski rosła średnio o 19% rocznie. Jednak w ostatnich latach tempo to maleje: w latach 1994-96 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 1997 roku liczba turystów zagranicznych odwiedzających Polskę wzrośnie do 19,9 mln osób. Wśród turystów dominują mieszkańcy sąsiadujących z Polską krajów. Turyści z Hiszpanii stanowili w 1996 roku niecały 1% wszystkich odwiedzających Polskę turystów zagranicznych.

Od początków lat dziewięćdziesiątych obserwuje się wzrost liczby przyjazdów z Hiszpanii do Polski. W tym okresie dwukrotnie wystąpił gwałtowny jednorazowy wzrost liczby przyjazdów. Po raz pierwszy stało się to w 1991 roku i związane było z przyjazdem Papieża do Polski. Hiszpania należała wtedy do najliczniej reprezentowanych państw Europy Zachodniej. Kolejny gwałtowny jednorazowy wzrost liczby przyjazdów z Hiszpanii do Polski wystąpił w 1994 roku, kiedy nastąpiło zniesienie obowiązku wizowego w ruchu pomiędzy Polską a Hiszpanią.

Tab. 11. Liczba przyjazdów turystów z Hiszpanii do Polski w latach 1991-1996 i prognoza na 1997 rok

Rok	Liczba przyjazdów w tys. osób
1991	48,9
1992	17,2
1993	18,0
1994	51,4
1995	40,8
1996	47,7
1997 ^{x/}	53,0

x/ prognoza na 1997 rok - Instytut Turystyki w Warszawie.

Źródło: GUS.

W 1996 roku do Polski przyjechało 47,7 tys. turystów z Hiszpanii. W stosunku do roku poprzedniego stanowiło to wzrost liczby przyjazdów o 17%.

Regionalizacja przyjazdów do Polski

Turyści hiszpańscy zdecydowanie najczęściej wybierali region centralny-środkowy Polski (81,7% badanych turystów w 1997 roku). Dużym zainteresowaniem cieszył się region południowy-wschodni (35,9% osób). Najrzadziej odwiedzane były regiony północny-zachodni, południowy-środkowy i południowy-zachodni.

Tab. 12. Regiony Polski odwiedzane przez turystów hiszpańskich w 1997 roku.

Region	Udział w procentach ^{x/}
Północny-zachodni	0,4
Północny-środkowy	17,9
Północny-wschodni	13,7
Środkowy-zachodni	13,8
Środkowy-centralny	81,7
Środkowy-wschodni	18,0
Południowy-zachodni	4,9
Południowy-środkowy	4,2
Południowy-wschodni	35,9

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

Źródło: badania Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku.

W porównaniu z innymi turystami Hiszpanie częściej odwiedzają region południowy-środkowy (oprócz Czechów i Słowaków, co w tym przypadku jest całkowicie zrozumiałe, oraz Izraelczyków) oraz nieco częściej centrum Polski.

Spośród dużych miast polskich Hiszpanie odwiedzali najczęściej Warszawę, Kraków, Częstochowę i Gdańsk.

Najwięcej turystów hiszpańskich korzystało z rejestrowanej bazy na terenie województw: krakowskiego (8,49 tys.), warszawskiego (6,27 tys. osób), gdańskiego (1,06 tys.), poznańskiego (0,97 tys.), wrocławskiego (0,86 tys. osób) i częstochowskiego (0,73 tys.).

Tab. 13. Hiszpanie korzystający z rejestrowanej bazy noclegowej w Polsce

Województwo	X.1994-IX.1995	X.1995-IX.1996
Warszawskie	7190	6266
Białkopodlaskie	18	47
Białostockie	407	236
Bielskie	294	213
Bydgoskie	127	67
Chełmskie	24	33
Ciechanowskie	34	231
Częstochowskie	959	729
Elbląskie	103	71
Gdańskie	1192	1063
Gorzowskie	129	112
Jeleniogórskie	202	689
Kaliskie	87	30
Katowickie	487	653
Kieleckie	246	51
Konińskie	32	36
Koszalińskie	147	118
Krakowskie	8507	8489
Krośnieńskie	73	37
Legnickie	16	168
Leszczyńskie	8	42
Lubelskie	261	259
Łomżyńskie	4	9
Łódzkie	339	320
Nowosądeckie	545	447
Olsztyńskie	141	101
Opolskie	72	98
Ostrołęckie	5	7
Pilskie	25	25
Piotrkowskie	69	87
Płockie	26	10
Poznańskie	1347	968
Przemyskie	87	41
Radomskie	21	3
Rzeszowskie	55	74
Siedleckie	6	27
Sieradzkie	12	9
Skierniewickie	37	19
Słupskie	92	114
Suwalskie	84	44
Szczecińskie	179	249
Tarnobrzeskie	49	25
Tarnowskie	29	69
Toruńskie	410	334
Wałbrzyskie	62	72
Włocławskie	66	58
Wrocławskie	698	862
Zamojskie	46	24
Zielonogórskie	126	124
Polska ogółem	25175	23860

Zródło: dane GUS według K.Klementowskiego, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.

VII. INFORMACJA O PRYJAZDACH TURYSTÓW Z HISPANII DO POLSKI

Dane dotyczące struktury przyjazdów turystów z Hiszpanii do Polski (osoby przebywające w Polsce przynajmniej jedną noc) oparte zostały na badaniach granicznych przeprowadzonych przez Instytut Turystyki w Warszawie wśród osób opuszczających Polskę. Ze względu na to, że badania wśród turystów hiszpańskich były prowadzone tylko w 1997 roku, nie ma możliwości dokonania porównań z latami wcześniejszymi. Ze względu na ograniczoną grupę przebadanych turystów i jednorazowość badania, do wyników należy podchodzić z pewną ostrożnością.

Wśród turystów hiszpańskich odwiedzających Polskę przewagę mają przyjazdy organizowane samodzielnie bez pomocy pośredników. Przyjazdy te stanowiły w 1997 roku 59,9% ogółu przyjazdów z Hiszpanii wśród badanych osób. Przyjazdy organizowane z pomocą biura podróży stanowiły 40,1%. Były to przede wszystkim przyjazdy w ramach zorganizowanych grup. Indywidualne przyjazdy organizowane za pomocą biura podróży nie odgrywały właściwie żadnej roli.

Tab. 14. Forma organizacyjna przyjazdów do Polski turystów z Hiszpanii w 1997 roku

Forma organizacji przyjazdu	Udział w procentach
Wycieczki zorganizowane przez biuro podróży	39,0
Przyjazdy indywidualne z biurem podróży	1,1
Przyjazdy organizowane samodzielnie	59,9

Źródło: badania Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku.

Turyści z Hiszpanii w porównaniu z innymi turystami odwiedzającymi Polskę częściej przyjeżdżali w ramach wycieczek zorganizowanych przez biura podróży. Średnia dla wszystkich turystów odwiedzających Polskę wyniosła w tym okresie 8,7%, przy czym takie kraje, jak np. Austria, Szwajcaria czy USA miały w przyjazdach większy niż średni udział wycieczek zorganizowanych przez biura podróży (odpowiednio 33,0%, 24,6% i 22,7%). Hiszpanie rzadziej niż inni turyści organizowali swoje przyjazdy do Polski samodzielnie, bez pomocy pośredników.

W początkach lat dziewięćdziesiątych najczęstszym motywem przyjazdu Hiszpanów do Polski według danych GUS była typowa turystyka (zwiedzanie, wypoczynek) i interesy. Obserwowano przy tym niewielki wzrost przyjazdów w interesach, w odwiedziny do

krewnych i znajomych oraz ruchu tranzytowego. Jednocześnie malała liczba przyjazdów typowo turystycznych.

W 1994 roku nastąpił wzrost liczby przyjazdów o motywacji typowo turystycznej (blisko połowa przyjazdów). Spowodowało to, pomimo wzrostu liczby, spadek udziału przyjazdów w innych celach, zwłaszcza w interesach. Na poprzednim poziomie utrzymał się jedynie udział przyjazdów, których celem były odwiedziny krewnych i znajomych.

W latach 1995-1996 utrzymywał się wysoki udział przyjazdów o motywacji typowo turystycznej. W 1996 roku wzrósł nieco udział przyjazdów w odwiedziny do krewnych i znajomych.

Tab. 15. Deklarowane cele przyjazdu Hiszpanów do Polski w latach 1995-1996 (według GUS).

Deklarowany cel	Liczba przyjazdów w tys. osób		Udział w %	
	1995	1996	1995	1996
Odwiedziny	5,3	8,9	13	19
Handlowy	4,4	4,3	11	9
Turystyczny	20,2	22,6	49	47
Tranzyt	4,4	5,3	11	11
Brak danych	6,5	6,6	16	14
Razem	40,8	47,7	100,0	100,0

Źródło: GUS, Warszawa, 1996, 1997.

Dominację motywacji typowo turystycznej (poznanie kraju, wypoczynek, rozrywka, hobby) potwierdziły też badania Instytutu Turystyki przeprowadzone wśród turystów hiszpańskich w 1997 roku. Motywy typowo turystyczne zadeklarowało 65,4% badanych turystów. Nieco mniej niż jedna trzecia turystów z Hiszpanii przyjechała do Polski w interesach (29,2% badanych). Chęć odwiedzenia krewnych i znajomych zadeklarował co czwarty Hiszpan (25,1%). Pozostałe motywy nie odgrywały większej roli. Dla 2,5% turystów z Hiszpanii Polska była krajem tranzytowym, zaś dla 2,8% Hiszpanów motywem przyjazdu była chęć odwiedzenia kraju pochodzenia.

Tab. 16. Motywy przyjazdów turystów z Hiszpanii do Polski w 1997 roku

Motywy przyjazdu	Udział w procentach ^{x/}
Typowa turystyka (wypoczynek, zwiedzanie, rozrywka, hobby)	65,4
Odwiedziny krewnych, znajomych	25,1
Interesy, wyjazdy służbowe	29,2
Podjęcie dorywczej pracy	1,4
Zakupy	1,4
Cele religijne	0,7
Odwiedzenie miejsca pochodzenia	2,8
Tranzyt	2,5
Inne	2,5

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

Źródło: badania Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku.

W porównaniu z innymi turystami zagranicznymi Hiszpanie częściej kierują się motywami typowo turystycznymi. Rzadziej natomiast motywem przyjazdów do Polski są dla turystów z Hiszpanii interesy, zdecydowanie rzadziej zakupy.

Tab. 17. Formy spędzania czasu wolnego turystów hiszpańskich podczas pobytu w Polsce w 1997 roku

Forma spędzania czasu	Udział w procentach ^{x/}
Pobyt w miastach	66,1
Pobyt w górach	4,9
Pobyt nad morzem	3,8
Pobyt w lasach nad jeziorem	9,8
Pobyt na wsi	2,5
Wycieczka objazdowa po Polsce	26,0
Turystyka aktywna i specjalistyczna (np. wędrówka piesza, rowerowa itp.)	0,7
Inne	0,4

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

Źródło: badania Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku.

Turyści z Hiszpanii przebywali najczęściej w miastach (66,1% osób). Duża grupa Hiszpanów wybrała zwiedzanie Polski podczas wycieczek objazdowych. Na tę formę zdecydowała się ponad jedna czwarta hiszpańskich turystów (26,0% osób). Typowo wypoczynkowe formy spędzania czasu na terenie Polski wybrało nieco mniej osób: 9,8% Hiszpanów wybrało pobyt nad jeziorami w lasach, 4,9% turystów pobyt w górach, 3,8% turystów pobyt nad morzem, 2,5% turystów pobyt na wsi.

W porównaniu z innymi zagranicznymi turystami odwiedzającymi Polskę turyści z Hiszpanii nieco częściej wybierają wycieczki objazdowe po kraju, nieco rzadziej natomiast przebywają w dużych miastach.

Turyści hiszpańscy przybywający do Polski preferują noclegi w obiektach typu hotelowego (hotel, motel itp.). Z tego typu obiektów noclegowych skorzystało 60,7% osób. Hiszpanie chętnie też korzystają z noclegów w pensjonatach (15,3% osób). Z gościnności rodziny czy znajomych skorzystało 11,5% Hiszpanów. Pozostałe obiekty noclegowe nie budziły większego zainteresowania (campingi - 2,6% osób, kwatery prywatne - 1,1%).

Tab. 18. Baza noclegowa wykorzystywana przez turystów z Hiszpanii w Polsce w 1997 roku

Rodzaj bazy	Udział w procentach
Hotel, motel	60,7
Pensjonat	15,3
Camping	2,6
Kwatery prywatne	1,1
Mieszkanie rodziny, znajomych	11,5
Inne	0,4
Brak danych	8,4

Źródło: badania Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku.

W porównaniu z innymi turystami odwiedzającymi Polskę w tym okresie Hiszpanie częściej korzystają z noclegów w bazie hotelowej, z wyjątkiem turystów z takich krajów, jak np. Włochy, Austria czy Szwajcaria, którzy nocują w tego typu obiektach co najmniej równie często. Kwatery prywatne należą do obiektów rzadziej wykorzystywanych przez Hiszpanów niż przez turystów z innych krajów.

Średni czas pobytu turysty hiszpańskiego w Polsce w 1997 roku wynosił 8,1 nocy. Był dłuższy od średniej długości pobytu turystów pochodzących z krajów sąsiadujących z Polską

i zbliżony do średniej długości pobytu turystów pochodzących z pozostałych krajów (oprócz turystów z USA, których średni pobyt trwał 16,1 nocy).

Czas trwania pobytu turystów hiszpańskich w Polsce wyglądał następująco:

1 - 3 noce	15,9% osób,
4 - 7 nocy	40,0% osób,
8 - 28 nocy	42,0% osób,
ponad 28 nocy	2,1% osób.

Dominowały pobyty dłuższe, trwające 8-28 nocy, czyli 9-29 dni (42% turystów) oraz 4-7 nocy, czyli 5-8 dni (40%).

Wśród turystów z Hiszpanii odwiedzających Polskę w 1997 roku udział mężczyzn był podobny do udziału kobiet (odpowiednio 51% osób i 49% osób).

Podział na grupy wiekowe wśród turystów hiszpańskich odwiedzających Polskę w 1997 roku wyglądał następująco:

do 24 lat	10,6%,
25-34 lata	20,0%,
35-44 lata	37,7%,
45-54 lata	21,9%,
55-64 lata	7,0%.

Brak danych wystąpił w przypadku 2,8% przyjazdów.

Dominowały osoby w wieku 35-44 lata (37,7% osób). Drugą grupę pod względem wielkości udziału stanowiły osoby w wieku 45-54 lata (21,9% osób) i w wieku 25-34 lata (20,0% osób). Młodzież w wieku do 24 lat stanowiła 10,6% turystów. W porównaniu z innymi turystami odwiedzającymi Polskę wśród turystów hiszpańskich nieco wyższy jest udział młodzieży w wieku do 24 lat oraz osób w wieku 55 i więcej lat.

Wśród turystów hiszpańskich przeważały osoby z wyższym wykształceniem (56,2%). Wykształcenie średnie deklarowało 39,5% osób, zaś podstawowe 3,2% osób (brak danych - 1,1%). W porównaniu z innymi turystami wśród Hiszpanów nieco częściej występowały osoby z wyższym wykształceniem, nieco rzadziej zaś reprezentowane były grupy o niższym poziomie wykształcenia. Uczniowie i studenci stanowili 8,3% turystów, a osoby pracujące 76,7%. Polskie pochodzenie deklarowało 6,3% osób.

Pozycja Polski jako kraju docelowego dla turystów hiszpańskich powoli wzrasta. Ważną rolę we wzroście przyjazdów do Polski może odegrać oferta biur podróży. Warto pamiętać, że przyjazdy do Polski w ramach wycieczek organizowanych przez biura podróży cieszyły

się wśród Hiszpanów większym powodzeniem niż wśród innych turystów z Europy Zachodniej. Powinno to stanowić zachętę do bardzo starannie przygotowanych działań polskiej branży turystycznej na rynku hiszpańskim. Można oczekiwać, że przez kilka najbliższych lat moda na wycieczki do Polski utrzyma się. Wśród kategorii produktu turystycznego zdecydowanie największą popularnością wśród turystów hiszpańskich odwiedzających Polskę cieszą się pobyty w miastach. Duże zainteresowanie budzą też wycieczki o charakterze objazdowym.

ŹRÓDŁA

1. Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.
2. The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.
3. The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.
4. El Turismo en Espana 1996, Instituto de Estudios Turisticos, Madryt.
5. Comportamiento turistico de les espanoles: verano '96 (Familitur), Instituto de Estudios Turisticos, Madryt, 1997.
6. Resultados referidos a los viajes con destino en el extranjero (Familitur), Instituto de Estudios Turisticos, Madryt, 1997.
7. Ch. Smith i P. Jenner, Spain Outbound w: Travel & Tourism Analyst, nr 1, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.
8. European Travel Monitor, IPK, Monachium.
9. La Administracion Turistica Espanola. La Demanda de Turismo del Mercado Emisor Espanol - Caracteristicas Generales, opr. D.J.R. Manas, WTO, Madryt, 1996.
10. Market Guide: Spain, British Tourist Authority, Londyn, 1993-1994.
11. K.Klementowskiego, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.
12. Badania graniczne przeprowadzone przez Instytut Turystyki w Warszawie w 1997 roku.

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych