

I N S T Y T U T T U R Y S T Y K I
Zakład Naukowo Badawczy
w Krakowie

KAZIMIERZ KRASKIEWICZ

ANALIZA
RYNKU TURYSTYCZNEGO SKANDYNAWII

SZWECJA

DANIA

FINLANDIA

NORWEGIA

(R-1.6.3)

Kraków 1992

SPIS TREŚCI

1. RYNEK TURYSTYCZNY SKANDYNAWII	4
1.1 Wstęp	4
1.1.1 Kraje Skandynawskie - Kraje Nordyckie.	4
1.1.2 Rada Nordycka.	4
1.1.3 Rynek potencjalny - obszar, ludność.	4
1.1.4 Badania rynku skandynawskiego.	4
1.1.5 Zakres analizy - Skandynawia - Szwecja, Dania, Finlandia, Norwegia. ..	5
1.1.6 Elementy pozytywne (stymulatory rynku).	5
1.1.6.1	5
1.1.6.2	5
1.1.6.3	5
1.1.6.4	5
1.1.6.5	5
1.1.7	5
1.1.7.1	5
1.1.7.2	5
1.1.7.3	5
1.1.8	5
1.1.9	6
1.2 Tranzyt na Płd. Europy.	6
1.2.1	6
1.2.2	6
1.2.3	6
1.2.4	7
1.3 Komunikacja promowa.	7
1.3.1 Polska Żegluga Bałtycka.	7
1.3.2 Inwestycje państwowe w Świnoujściu.	8
1.3.3 PŻB w Kołobrzegu.	8
1.3.4 Przyszły status cywilno-prawny przedsiębiorstwa PŻB.	8
1.3.5 Ocena konkurencyjności linii CORONA LINE.	8
1.3.6 Dodatkowe wpływy PŻB.	8
1.3.7 Trendy rozwojowe w turystyce promowej w Europie.	9
1.3.8 Przewozy promowe - pasażerowie - auta - fracht.	9
1.3.9 Udział mieszkańców Polski w podróżach promami do Skandynawii.	10
1.3.10 Analiza wielkości przewozów promowych.	11
1.3.11 Nowa linia CORONA LINE.	12
1.3.12 Wnioski dot. nowej linii promowej Corona Line (Gdynia-Karlskrona). ...	12
1.3.13 Sytuacja ekonomiczna PŻB.	13
2. KRAJE NORDYCKIE - GŁÓWNE TRENDY ROZWOJU TURYSTYKI	13
2.1 Dane demograficzne dot. Krajów Nordyckich.	13
2.1.1 Struktura ludności.	14
2.2 SKANDYNAWIA dochód narodowy per capita.	14
2.2.1 Wnioski dot. wyrównanego standardu 4 krajów Nordyckich.	14
2.3 Aktywność turystyczna mieszkańców Skandynawii.	15
2.3.1 Aktywność turystyczna w wyjazdach zagranicznych.	15
2.4 Podróże urlopowe Skandynawów.	16
2.4.1 Ważniejsze kierunki podróży.	16

2.4.2 Uwagi do notowanych wielkości.	17
2.5 Przyjazdy do Krajów Nordyckich.	17
2.5.1 Przyjazdy turystów zagranicznych do Skandynawii i Finlandii.	17
2.5.2 Analiza porównawcza wydatków Niemców w Skandynawii i w Krajach Europy Środkowo-Wschodniej.	18
2.5.3 Niemieckie prognozy podróży w latach 1993 - 94.	18
3. RUCH TURYSTYCZNY DO POLSKI	18
3.1. Przyjazdy Skandynawów do Polski.	18
3.1.2 Analityczne oceny danych statystycznych.	19
3.1.3 Udział rynku skandynawskiego w przyjazdach do Polski z Krajów Zachodnich.	20
3.1.4 Przekroczenia granic morskich w Polsce.	20
3.2 Analizy badań ankietowych na temat przyjazdów turystycznych Skandynawów do Polski.	21
3.2.1 Odwiedzane miasta.	21
3.2.2 Motywy przyjazdu.	21
3.2.3 Bariery przyjazdów.	22
3.2.4 Formy przyjazdów (wycieczki, BP, indywidualni).	22
3.2.5 Sposób spędzania czasu w Polsce.	22
3.2.6 Rodzaj wykorzystywanej bazy (hotel, camping i t.d.)	23
3.2.7 Odwiedzane regiony.	23
3.2.8 Uwagi do tabel wyników.	25
4. SZWECJA	27
4.1 Dane ogólne.	27
4.1.1 Dane demograficzne.	27
4.1.2 Ludność zawodowo czynna.	28
4.1.3 Polityka imigracyjna.	29
4.1.4 Ilość gospodarstw domowych w Szwecji.	29
4.1.5 Warunki klimatyczne.	30
4.1.6 Prasa w Szwecji.	30
4.2 Gospodarka i wydatki na turystykę w dol. US	31
4.2.1 Noclegi turystów zagranicznych w Szwecji.	32
4.2.2 Oceny tendencji w turystyce przyjazdowej 88-89.	32
4.2.3 Komunikacja promowa Szwecja - Dania.	33
4.2.4 Tendencje spadkowe w przyjazdach - ocena r. 1991.	33
4.2.5 Wpływy z turystyki zagranicznej.	35
4.3 Ocena ogólna turystyki wyjazdowej.	35
4.3.1 Chartery w rejon Morza Śródziemnego i na Wyspy Kanaryjskie, w ocenie przedsiębiorstw charterowych z marca 1992.	36
4.3.2 Ceny podróży charterowych (marzec 1992).	36
4.3.3 Podróże urlopowe 1990 i 1991.	37
4.3.4 Bilety kolejowe - porównania cen europejskich.	38
4.3.5 Szwedzkie prognozy współpracy w przewozach na południe - plany i rozważania.	39
4.4 Analiza segmentów rynku turystycznego Szwecji.	40
4.4.1 Młodzież szwedzka - segment I.	40
4.4.2 Turyści III wieku - segment II.	43
4.4.2.1 Ogólniejsze wnioski wynikające z omawianych badań.	45
4.5 Rynek turystyki etnicznej.	46
4.5.1 Turystyka etniczna (polonijna) - istotny element turystycznego rynku	

Krajów Nordyckich.	46
4.5.2 Polonia w Szwecji - wielkość i rozmieszczenie.	46
4.6 Sveriges Turistråd (odpowiednik UKFiT).	47
4.6.1 Szwedzka Rada Turystyki.	47
4.6.2 Załącznik (Szwecja) - hotele - ceny - zniżki.	50
5. RYNEK TURYSTYKI DANII	52
5.1 Analiza rynku i perspektywy rozwoju.	52
5.1.1 Wnioski (koszty ponoszone przez Duńczyków, istotny element taniość). .	53
5.2 Turystyczne wyjazdy Duńczyków.	53
5.2.1 Motywy podróży urlopowych Duńczyków.	54
5.2.2 Plany urlopowe Duńczyków.	55
5.2.3 30% Duńczyków nie uczestniczących w podróżach - przyjazdy do Danii.	57
5.2.4 Kłopoty hotelowe Duńczyków.	58
5.3 Gospodarka, wpływy i wydatki na turystykę zagraniczną.	59
5.3.1 Gospodarka, wpływy z turystyki zagranicznej.	59
5.3.2 Przyjazdy do Danii 1988 - 1989.	60
5.3.3 Uwagi dotyczące trendów w przyjazdach do Danii w latach 88 - 89.	61
5.4 Promocja turystyki do Danii.	61
5.4.1 Źródła duńskich sukcesów w promocji turystyki zagranicznej.	61
5.4.2 Wnioski dotyczące przyjazdów i dostępności komunikacyjnej.	62
6. FINLANDIA	63
6.1 Dane ogólne o kraju.	63
6.2 Gospodarka - turystyka - wpływy - wydatki.	64
6.2.1 Turystyka przyjazdowa 1988 - 1989.	65
6.2.2 Ocena trendów w przyjazdach.	66
6.3 Komunikacja promowa Finlandii.	66
7. NORWEGIA	67
7.1 Dane ogólne.	67
7.1.1 Rozwój gospodarczy.	67
7.2 Gospodarka, turystyka - wpływy i wydatki.	68
7.2.1 Przyjazdy do Norwegii.	68
7.2.2 Podróże zagraniczne Norwegów.	68
7.2.3 Turystyka zagraniczna: wpływy, wydatki, transport.	69
7.2.4 Przyjazdy 1988 i 1989.	69
7.2.5 Ocena trendów w turystyce przyjazdowej 1988 i 1989.	69
8. WNIOSKI KOŃCOWE ANALIZY TURYSTYCZNEGO RYNKU SKANDYNAWSKIEGO ..	71
8.1 Ocena rynku.	71
8.1.1 Potrzeba specjalizacji.	71
8.1.2 Segmentacja rynku turystycznego.	71
8.1.3 Turyści III-go wieku - segment I.	71
8.1.4 Turystyka młodzieżowa - segment II.	72
8.1.5 Turystyka etniczna - segment III.	73
8.1.6 Element dodatkowy, tranzyt - segment IV.	73
8.1.7 Dostępność komunikacyjna - wzrost przewozów.	75
9. WYKAZ BIBLIOGRAFII	76

1. RYNEK TURYSTYCZNY SKANDYNAWII

1.1 Wstęp.

1.1.1 Kraje Skandynawskie - Kraje Nordyckie.

Potocznie pod pojęciem Kraje Skandynawskie zwykło się rozumieć Danię, Norwegię, Szwecję i Finlandię. W literaturze i prasie światowej określenie takie jest dość powszechne. Jednakże Finlandia tylko częścią swego terytorium położona jest na Półwyspie Skandynawskim i dlatego poprawna nazwa tych krajów (w tym również Islandii) to **Kraje Nordyckie**.

1.1.2 Rada Nordycka.

Kraje Nordyckie ściśle ze sobą współpracują na wielu płaszczyznach, stąd m.in. powołanie przez nie organu konsultacyjnego **Rady Nordyckiej** (1953), do której w roku 1955 dołączyła również Finlandia.

1.1.3 Rynek potencjalny - obszar, ludność.

Potencjalny rynek turystyczny Skandynawii to obszar 1.254.104 km² i ca 23 mln. ludności (wg. danych z r. 1991).

Liczba ludności w poszczególnych krajach:

a) Szwecja	8.560
b) Dania	5.100
c) Norwegia	4.200
d) Finlandia	5.000
Razem	22.860

1.1.4 Badania rynku skandynawskiego.

W odróżnieniu od wielu liczących się na rynku turystycznym krajów, jak Niemcy, Austria czy USA i Kanada, Kraje Skandynawskie nie prowadzą ujednoliconych badań nad krajowym czy zagranicznym ruchem turystycznym. Materiał na temat turystyki jest na ogół rozproszony w wielu różnych źródłach.

Szwecja na rok 1993 wprowadza jednolite badania przez tamt. (odpowiednik n/GUS-u) Statistiska Central Byrå. Wiąże się to m.in. z planami przystąpienia tego kraju do EWG. Podobnie postąpią zapewne i inne Kraje Skandynawskie. Wstępne badania rozpoczęto w roku 1989. W roku 1990 badania kontynuowano na reprezentatywnej próbie 24 tys. osób. Informacje od respondentów zbierane są telefonicznie. Wyniki miały być opublikowane. W marcu br. informowano mnie w Szwedzkiej Radzie Turystyki, że publikacji tych jeszcze nie ma.

Pewne fragmenty badań były popularyzowane przez prasę jak np. spadek przyjazdów do Szwecji, podróże charterowe Szwedów. Dane o krajowym i zagranicznym ruchu przyjazdowym oparte są o rejestrację w bazie noclegowej (komercyjnej). Dane dot. wyjazdów Skandynawów na

poszczególnych kierunkach odnotowywane są na podstawie informacji bankowych o wielkości zakupów walut poszczególnych krajów.

1.1.5 Zakres analizy - Skandynawia - Szwecja, Dania, Finlandia, Norwegia.

Niniejsza analiza obejmie ogólne dane o turystycznym rynku Skandynawii, a następnie bardziej szczegółowo omówiony zostanie turystyczny rynek Szwecji oraz w węższym zakresie - Dania, Finlandia i Norwegia.

1.1.6 Elementy pozytywne (stymulatory rynku).

1.1.6.1 Stosunkowo bliska odległość.

1.1.6.2 Dogodne połączenia promowe (z Kopenhagi, Ystad, Oxelösund, Karlskrony i Helsinek).

1.1.6.3 Połączenia lotnicze ze stolicami krajów Skandynawskich.

1.1.6.4 Wieloletnia współpraca z głównymi gestorami obsługi ruchu turystycznego w Skandynawii, głównie jednak w Szwecji.

1.1.6.5 Tranzytowe położenie Polski w drodze na południe Europy (Austria, Włochy, Węgry, Czecho-Słowacja).

1.1.7 Bariery rozwoju.

1.1.7.1 Nienajlepszy ogólny stan sanitarny kraju.

1.1.7.2 Słaba i powolna recepcja (mała fachowość, słaba znajomość języków obcych).

1.1.7.3 Konkurencyjne zagrożenia ze strony Węgier i Czecho-Słowacji oraz dość aktywnie rozwijających na tym rynku promocję turystyki, Łotwy, Estonii i słabiej Litwy. Węgry i Czecho-Słowacja wręcz propagują tranzyt do nich przez Niemcy a nie przez Polskę.

1.1.8 Uwagi ad 1.1.6 i 1.1.7

Uwagi przedstawione w pkt. 6 i 7 powtarzam dlatego, że w m-cu marcu br. na Targach Turystycznych w Göteborgu opinie takie w rozmowach ze mną przytaczali przedstawiciele kilku

dużych szwedzkich i duńskich biur podróży.

Te i inne wnioski, wypływające z prezentowanej analizy rynku turystycznego Skandynawii, omawiane będą szerzej przy poszczególnych tematach, lub w końcowej części opracowania.

1.1.9 Dostępność komunikacyjna.

Bazą dla masowej turystyki pobytowej ze Skandynawii oraz tranzytu na Płd. Europy jest komunikacja promowa. Tematowi temu w analizie poświęcone jest sporo miejsca. Główne stymulatory i zagrożenia wiążą się z rozwojem żeglugi promowej. Czy będzie jeden armator (PŻB) czy kilku dostępność komunikacyjna tak dla pobytów jak i dla tranzytu pozostanie czynnikiem decydującym.

1.2 Tranzyt na Płd. Europy.

1.2.1 Zmiany w krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Zmiany jakie w ostatnich latach nastąpiły w krajach Europy Środkowej-Wschodniej i związane z tym znaczne ułatwienia w podróżach (bez wiz i obowiązkowej wymiany, specjalnych voucherów i na ogół przy znacznie rozsądniejszym podejściu władz celnych do turystów) otwierają drogę dla szerokiego tranzytu przez Polskę z Północy na Południe i z Południa na Północ Europy.

1.2.2 Wydawnictwa o tranzycie.

Wydawnictwa włoskie i austriackie od roku 1991 wymieniają już możliwość tranzytu do tych krajów promami na trasie Ystad - Świnoujście oraz Oxelösund - Gdańsk.

Materiały informacyjne dot. tranzytu przez Polskę spotkać można było na Targach Turystycznych - Göteborg 1992 (stoiska austriackie i włoskie, np. wydawnictwo "Servus i Österreich" Wien 1991). Tranzytu przez Polskę nie dostrzegają jeszcze tylko Czecho-Słowacja i Węgry, propagując tranzyt ze Skandynawii do ich krajów przez Niemcy.

Oczywiście, że również we Włoszech i Austrii często we współpracy z Niemcami ukazują się wiele wydawnictw, folderów i map propagujących trasy via Dania - Niemcy.

1.2.3 Tranzyt Skandynawów do Austrii.

Austriacy podają odległości między Wiedniem, a Sztokholmem, Oslo czy Helsinkami (w obie strony) odpowiednio 4.150 km (Sztokholm-Wiedeń-Sztokholm), 4.098 km (Oslo-Wiedeń-Oslo oraz 4.628 km (Helsinki-Wiedeń-Helsinki). Odległości te określa się jako znaczne i w promocji turystyki do Austrii jako czynnik negatywny. Mimo to jednak w okresie 1985 - 1989 ilości turystów skandynawskich w Austrii były znaczne (vide tabela poniżej):

Tabela 1.

1985	Szwecja, Dania, Norwegia, Finlandia	ca	551 tys.os.
1986	"	ca	596 tys.os.
1987	"	ca	646 tys.os.
1988	"	ca	653 tys.os.
1989	"	ca	661 tys.os.

Źródło: Dane: wg. "Marketing 2000" - Wiedeń 91

Wniosek: Gdyby z tej ilości, ca 600 tys. Skandynawów rocznie, choć 50% udało się nakłonić do tranzytu przez Polskę byłby to znaczący sukces, tak dla przewoźników promowych jak i recepcji na trasie tranzytu.

W ocenach marketingowych Austriaków przewiduje się wzrost przyjazdów autokarami i autami przez kraje Europy Środkowo-Wschodniej.

W ocenach tranzytu przez Niemcy zwraca się uwagę na to, że mimo autostrad, w okresach szczytu turystycznego, na drogach powstają korki i zatory. Wydłuża to czas podróży ze Skandynawii do Austrii i Włoch. (*Źródło: "Marketing 2000" Wiedeń 1991, rozdz. "Rynki zagraniczne"*).

1.2.4 Wnioski n.t. rozwoju tranzytu.

Należałoby opracować **specjalne trasy tranzytowe** na Południe Europy i odpowiednio przez kilka lat nagłaśniać je w Skandynawii. Wtedy przejazdy tranzytowe wzrosną wielokrotnie i będą znaczącym czynnikiem tak dla przewoźnika (promy) jak i dla recepcji na trasach tranzytu.

Nie wyklucza to oczywiście promocji Polski jako kraju pobytowego. Nawet przy dwukrotnie zwiększonej reklamie, sądzę że roczne wzrosty turystyki pobytowej ze Skandynawii oscylować mogą wokół ca 7 - 10% i to pod warunkiem, że przypadki złej recepcji, nie spowodują "złej prasy" w Skandynawii.

1.3 Komunikacja promowa.

1.3.1 Polska Żegluga Bałtycka.

Jedynym polskim przedsiębiorstwem (państwowym) jest Polska Żegluga Bałtycka (PŻB) dysponująca 6-ma promami. Pojemność promów zabezpiecza dotychczasowe potrzeby przewozu turystów, samochodów osobowych i ciężarowych. Gdyby w perspektywie przewozy miały wzrastać nie będzie problemu z kupnem czy charterem dodatkowych jednostek promowych.

1.3.2 Inwestycje państwowe w Świnoujściu.

Znacznie usprawniono (był na ukończeniu) port dla promów morskich w Świnoujściu. W Gdańsku port promowy ma charakter dość prowizoryczny.

W ocenie Dyrekcji PŻB większe inwestycje utrudnia temu przedsiębiorstwu wysokie oprocentowanie kredytów. Podczas gdy np. w Szwecji kredyt inwestycyjny jest oprocentowany ca 8%, to u nas 50-60%.

PŻM w Szczecinie dysponuje kilkoma promami kolejowymi. Aktualnie promy są podobno charterowane przez PKP dla doraźnych przewozów towarowych.

1.3.3 PŻB w Kołobrzegu.

PŻB w Kołobrzegu uruchomienia promów kolejowych w stałej komunikacji nie przewiduje.

1.3.4 Przyszły status cywilno-prawny przedsiębiorstwa PŻB.

Są przymiarki do przekształcenia PŻM w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa. Oficjalnie jednak w Dyrekcji PŻB tego mi nie mówiono.

1.3.5 Ocena konkurencyjności linii CORONA LINE.

Niewątpliwą konkurencją (na dziś jeszcze nie odczuwaną) jest dla PŻB uruchomienie "polsko-szwedzkiej" linii promowej Karlskrona - Gdynia.

W ocenie Dyrekcji PŻB za linią promową Karlskrona - Gdynia stoi szwedzki kapitał. Najbogatsi szwedzcy armatorzy chcą wejść na nasz rynek i w perspektywie wykupić PŻB.

W tym rozumowaniu jest wiele logiki, na ile jest to prawda czas pokaże. Dobrze jest o tym wiedzieć. (Do dziś podobno linia Karlskrona - Gdynia jeszcze nic na przewozach promowych nie zarobiła). Taką opinię prezentuje Dyrekcja PŻB (Polska Żegluga Bałtycka) w Kołobrzegu.

1.3.6 Dodatkowe wpływy PŻB.

PŻB, poza przewozami, na sprzedaży towarów wolnych od cła (Tax Free Shop), zarabia rocznie kilka milionów dol.. N.p. w roku 1990 sprzedaż na promach i w porcie obliczano na \$12.260.000. Niepokojącym zjawiskiem dla PŻM jest malejąca w ostatnich latach ilość przewozów samochodów ciężarowych i t.zw. TIR-ów. Jest to tłumaczone spadkiem obrotów w wymianie handlowej ze Skandynawią. Maleje również (choć nieznacznie) wielkość przewozów turystów polskich do Skandynawii.

Wysokości wpływów z kasyn gry i automatów na promach nie podano mi.

1.3.7 Trendy rozwojowe w turystyce promowej w Europie.

W/g Biuletynu PST 1/2 z kwietnia 1992 - na rynku przewozów promowych dominującą pozycję zajmuje Europa, gdzie działa około 100 przedsiębiorstw żeglugowych, obsługujących ponad 600 odcinków różnych tras morskich. Szczególnie dobrze rozwinięta jest sieć komunikacji promowej w regionie Skandynawii (120 routingów).

Według ocen specjalistów zapotrzebowanie na usługi promowe w ciągu najbliższych lat będzie wzrastać. Wynika to m.in. z dużej odporności tej formy usług przewozowych na wzrost cen paliw. Koszt paliwa w całości kosztów komunikacji promowej stanowi tylko ca 3%.

1.3.8 Przewozy promowe - pasażerowie - auta - fracht.

Tabela 2. Przewozy promowe Skandynawia - Polska 1987 -1991

	1987	1988	1989	1990	1991
Ilość pasażerów	360.728	442.281	655.799	560.403	565.105
Auta osobowe	68.499	85.555	145.003	133.556	140.932
Ciężarowe i inne	25.095	23.637	21.703	26.130	30.930

Wymienione dane dot. przewozów ogółem (statystyki PŻB Kołobrzeg traktują przewóz w jedną stronę jako jeden przejazd). Ponieważ turysta, na ogół wraca również spowrotem, stąd ilości osób i pojazdów w praktyce są mniejsze o połowę.

Turyści jadący w tranzycie przez Polskę, niejednokrotnie wracają przez Niemcy i Danię. W praktyce jednak są to zjawiska, nie rzutujące zasadniczo na statystyki.

Tym bardziej, że pewna nieliczna grupa Skandynawów czy Finów jedzie do Europy przez Niemcy, a powraca przez Polskę.

Źródło dot. statystyk przewozów promowych: Wydawnictwa PŻB Kołobrzeg, zweryfikowane na miejscu w Dyrekcji PŻB w maju 1992.

1.3.9 Udział mieszkańców Polski w podróżach promami do Skandynawii.

Według Dyrekcji PŻB udział mieszkańców Polski w podróżach promowych do Skandynawii był następujący:

1989	. 304.500
1990	. 248.992
1991	. 270.478

Udział Polaków czy ściślej mieszkańców Polski w podróżach promowych do Skandynawii w okresie ostatnich 5 lat (87 - 91) stanowił około 45 - 48%, wykazując nieznaczne tendencje spadkowe.

Przewozy promowe na trasie Świnoujście - Kopenhaga w okresie 1989 - 1991 charakteryzowały się dużą stabilnością, wykazując coroczną ilość przewozów (w jedną stronę) ponad 94 tys. osób. W praktyce oznacza to około 47 tys. turystów, z czego ponad połowa ca 53% stanowili Duńczycy (ca 25 tys. osób), a resztę turyści z Polski oraz nieznaczna ilość innych zagranicznych turystów tranzytowych.

Źródło: Dane - wg. kartotek dot. sprzedaży biletów PŻB Kołobrzeg z maja 1992.

1.3.10 Analiza wielkości przewozów promowych.

Przewozy promowe na trasach:

Świnoujście - Ystad
Świnoujście - Kopenhaga
Gdańsk - Helsinki
Gdańsk - Oxelösund

W przewozach pasażerskich Skandynawowie i Finowie stanowią ca 50% przyczym, biorąc pod uwagę przewozy tam i spowrotem oznacza to, że np. w roku 1989 przewieziono ca 140 - 150 tys. turystów ze Skandynawii do Polski na pobyt lub w tranzycie. Pozostałe 50% to wyjazdy Polaków do Skandynawii oraz nieznaczna stosunkowo ilość cudzoziemców z Europy udających się w tranzycie przez Polskę do Skandynawii.

Rok 1989 dla przewozów promowych był najlepszy 655 tys. osób i 145 tys. samochodów.

Lata 1990 i 1991 notują stopniową poprawę w przewozach promowych do i ze Skandynawii.

Tendencje spadkowe 88 - 89 przewozów ładunków towarowych, tłumaczono recesją ostatnich lat w naszym kraju i związaną z tym malejącą wymianą handlową.

Około 80% przewozów odbywa się przez Świnoujście, ca 20% przez Gdańsk.

W/g informacji POLFERRIES (PŻB, Kołobrzeg) w roku 1989 terminal w Świnoujściu przekroczył ca 506 tys. pasażerów, zaś terminal w Gdańsku około 116 tys. pasażerów.

Samochodów osobowych odpowiednio odprawiono w Świnoujściu około 120 tys., a w Gdańsku 20 tys.

Według informacji Polskiej Żeglugi Bałtyckiej w roku 1993 gotowy będzie nowy bezdłowy supermarket, jak też szereg urządzeń na przystani promowej w Świnoujściu. Pozwoli to na znaczne podniesienie komfortu obsługi pasażerów, która jeszcze w roku 1991 prezentowała się bardzo skromnie, by nie rzec prymitywnie.

1.3.11 Nowa linia CORONA LINE.

Wejście na rynek poprzedzone zostało kampanią reklamową w prasie polskiej (luty 92) oraz w Szwecji Płd.

Cena wściowa, była ceną konkurencyjną i stanowiła dobrą promocję dla nowego przewoźnika (Prom M/S "Fenno Star" zabiera 1050 pasażerów i 165 samochodów osobowych).

Cenę w reklamie pod hasłem **"Najkrótsza droga do Skandynawii"** określono na 900 skr. w obie strony, dla 5 osób wraz z samochodem.

Jest to rzeczywiście cena konkurencyjna. W sezonie cena ta ulegnie zapewne zmianie.

Według folderu, rozprowadzanego na Targach Turystycznych w Göteborgu (marzec 92) przewóz w jedną stronę wynosi 200 skr. dzieci do 16-lat 100 oraz klasy szkolne grupa minimum 15 osób 100 (dot. rejsów dziennych) oraz samochodów osobowych od 280 do 350 (nocą).

Wspomniana wyżej cena reklamowa 900 skr, w folderze określona była jako **"auto + 5-ka"** z ceną już 995 skr. Nowa linia stanowi swego rodzaju konkurencję dla linii promowej Świnoujście - Ystad (PŻB).

1.3.12 Wnioski dot. nowej linii promowej Corona Line (Gdynia-Karlskrona).

Zastanawiać może ciekawa inicjatywa linii Corona Line. Chodzi mianowicie o odbycie próbnego rejsu promem "Fenno Star" z Gdyni do Bałtyjska (port wojenny odległy ca 40 km od Królewca, największa baza rosyjskiej floty wojennej na Bałtyku).

W/g polsko-szwedzkich organizatorów imprezy, to ambitne przedsięwzięcie ma zapoczątkować nie tylko połączenie promowe z Bałtyjskiem lecz sięgać ma daleko w głąb Rosji za Ural, aż po Daleki Wschód (wymiana handlowa, transport towarowo-osobowy).

Za tymi inicjatywami stoi skandynawski kapitał oraz polskie rozeznanie terenu i kontakty.

Z Gdyni do Bałtyjska podróż trwała ca 3 godz. Z Karlskrony do Gdyni podróż promem trwa ca 10 godzin, a do Bałtyjska trwałaby nie wiele dłużej.

Inicjatywy i plany skandynawskie są ciekawe (szerzej o tym w art. "Göteborgs Posten" z dn. 21. 03. 92 - w dalszej części opracowania).

Jest tu jednak dla strony polskiej również element ryzyka. Armator skandynawski i dysponent promów, widząc bowiem większe korzyści, może przestawić się na współpracę z naszym wschodnim sąsiadem. Tymbardziej, że - wg. ocen Dyrekcji PŻB - na dotychczasowych przewozach Karlskrona - Gdynia, zysków jeszcze nie odnotowano. Silny i bardziej od nas doświadczony kapitał armatorów skandynawskich stwarza więc szansę, ale i zagrożenia.

1.3.13 Sytuacja ekonomiczna PŻB.

Otwarta pozostaje sprawa PŻB. Przy dużych kosztach, drogich kredytach, wysłużonych promach i przerostach w zatrudnieniu, firmie tej może grozić prywatyzacja lub bankructwo. W obu wypadkach, przewozy promowe przejąć może armator skandynawski (albo w perspektywie zostać możemy bez komunikacji promowej).

W każdym razie wydaje się, że komunikacja promowa ze Skandynawią wymaga zainteresowania i oddzielnej, głębszej analizy.

2. KRAJE NORDYCKIE - GŁÓWNE TRENDY ROZWOJU TURYSTYKI

2.1 Dane demograficzne dot. Krajów Nordyckich.

Tabela 3. Dane demograficzne dot. Krajów Nordyckich (1990, w tys. os.)

Kraj	Stolica	Ludność ogółem	Ludność stolicy	Ludność aglomeracji stołecznej
Dania	Kopenhaga	5.140	618	1.337
Finlandia	Helsinki	4.978	491	921
Norwegia	Oslo	4.240	458	734
Szwecja	Sztokholm	8.560	672	1.482
Ludność Skandynawii		22.918		

2.1.1 Struktura ludności.

Tabela 4. Struktura ludności Krajów Skandynawskich wg. wieku w procentach

Kraj	Ogółem	lat 19 i mniej	20 - 30	40 - 64	65 i więcej
Dania	5.140	24,3	30,0	30,1	15,6
Finlandia	4.978	25,4	30,7	30,6	13,3
Norwegia	4,240	26,5	30,3	26,9	16,3
Szwecja	8.560	24,5	27,8	29,9	17,8
Średnio Skandynawia procent/ilość os.		25.17/ 5,8 mln	29,70/ 6,8 mln	29,37/ 6,7 mln	15,7/ 3,6 mln

Źródło: Dane opracowano wg. Rocznika Statystycznego z roku 1991

- Uwagi:
- Duża koncentracja ludności w aglomeracjach stołecznych.
 - W strukturze ludności występuje wyraźny wzrost ludności w wieku starszym.

2.2 SKANDYNAWIA dochód narodowy per capita.

Tabela 5. Dochód narodowy na głowę ludności (GNP * per capita) w dol. US

Kraj	1987	1988	1989
Szwecja	15.813	19.295	21.712
Dania	14.988	18.540	20.511
Norwegia	17.349	19.553	21.850
Finlandia	14.565	18.574	22.056
Średnia - GNP w 4 krajach	15.678,7	18.990,5	21.534,2
*) - Gross National Product			

Źródło: Statystyki WTO - 1990 + obliczenia własne

2.2.1 Wnioski dot. wyrównanego standardu 4 krajów Nordyckich.

- Dochód narodowy, w przeliczeniu na głowę ludności wykazuje stałe tendencje wzrostowe.
- W roku 1990 średni dochód per capita - wyniósł nieco ponad 22 tys.dol. US.
- Największą dynamikę wzrostu i również najwyższy dochód w liczbach bezwzględnych wykazuje Finlandia (1989 i 1990).
- Zamożność mieszkańców Finlandii potwierdzają również rosnące wydatki na turystykę zagraniczną - od 777 mln. dol. w roku 1985 do 2.045 mln. dol. US w roku 1989.
- Poziom ekonomiczny 4 omawianych krajów staje się coraz bardziej wyrównany.
- Do grupy krajów o najwyższym dochodzie narodowym w Europie dołączyła również Finlandia.

2.3 Aktywność turystyczna mieszkańców Skandynawii.

W wyjazdach zagranicznych Skandynawowie znajdują się w czołówce europejskiej. W roku 1991 udział mieszkańców Skandynawii (bez Islandii) w wyjazdach turystycznych, którzy wyjechali choć raz w roku, oceniano na **76%** (*Źródło: Dane Instytutu Turystyki, W-wa 1992*).

2.3.1 Aktywność turystyczna w wyjazdach zagranicznych.

76% oznacza średnią udziału 4 omawianych krajów w podróżach turystycznych ogółem. Wyjazdy zagraniczne kształtują się na poziomie 69% wyjazdów ogółem. *Źródło: Wg. Nordiska Turist Rådet, 1991*).

2.4 Podróże urlopowe Skandynawów.

2.4.1 Ważniejsze kierunki podróży.

Tabela 6. Niektóre ważniejsze kierunki podróży urlopowych Skandynawów

Kraj recepcyjny	Przybysze z kraju:	Ilość osób 1988	Ilość osób 1989	Uwaga: w/g notowań w bazie nocł.
Niemcy	Dania	591.592	810.795	
	Finlandia	154.157	178.531	
	Norwegia	276.853	298.117	
	Szwecja	779.785	905.877	
Wielka Brytania	Dania	248.500	256.000	
	Finlandia	113.900	164.000	
	Norwegia	281.000	283.300	
	Szwecja	381.500	476.200	
Hiszpania	Dania	1.275.846	1.073.580	(7)
	Finlandia	-	-	
	Norwegia	430.824	299.475	
	Szwecja	1.211.5881	1.182.807	
Włochy	Dania	828.357	848.335	
	Finlandia	283.943	311.448	
	Norwegia	259.409	301.341	
	Szwecja	580.071	597.104	
Austria	Dania	127.952	131.820	
	Finlandia	52.933	59.347	
	Norwegia	61.298	59.890	
	Szwecja	259.541	272.574	
Grecja	Dania	235.00	316.000	
	Finlandia	198.000	215.000	
	Norwegia	107.000	69.000	
	Szwecja	262.000	261.000	
Szwajcaria	Dania	42.988	44.820	(7)
	Finlandia	31.853	34.708	
	Norwegia	-	-	
	Szwecja	109.514	114.005	

Źródło: Wg. "Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries" -
Wydawnictwa OECD, Paryż - 1990

2.4.2 Uwagi do notowanych wielkości.

Uwaga: Wielu Skandynawów mogło spędzać urlopy, czy odbywać podróże nie do jednego, lecz do kilku krajów (szczególnie samochody, autokary). Stąd sumowanie wszystkich wyjazdów nie dawałoby właściwego obrazu. Tabela wskazuje przede wszystkim na znaczną aktywność turystyczną mieszkańców Krajów Nordyckich. Samochodami, autokarami, kolejną co roku podróżuje na Płd. Europy 2 -2,5 mln. turystów ze Skandynawii. Znaczna część mogła by podróżować w tranzycie przez Polskę.

Wg. danych z r. 1991 np. w Szwecji odnotowano ogółem 3,5 mln. aut osobowych.

2.5 Przyjazdy do Krajów Nordyckich.

2.5.1 Przyjazdy turystów zagranicznych do Skandynawii i Finlandii.

Znaczącą pozycję w przyjazdach do Skandynawii zajmują turyści niemieccy. Poniżej tabela, jak kształtowały się wyjazdy turystów niemieckich do Skandynawii i Finlandii w okresie 1988 - 1991.

Tabela 7.

Kraj	1988	1989	1990	1991
Dania	10.100.000	11.600.000	13.500.000	16.000.000
Finlandia	321.590	353.276	338.000	350.845
Norwegia	400.000	430.000	460.000	510.000
Szwecja	1.377.000	1.514.000	1.402.000	1.320.000

W odniesieniu do Finlandii i Norwegii, są to szacunki dot. ilości turystów z Niemiec. W odniesieniu do Danii i Szwecji statystyki podają ilości noclegów w bazie rejestrowanej.

Źródło: Market Analysis "Gruner + Jahr AG and Co, Turism Abroad", Hamburg 1992

2.5.2 Analiza porównawcza wydatków Niemców w Skandynawii i w Krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Poniżej porównanie wydatków turystów niemieckich w Skandynawii z wydatkami w Krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Tabela 8. Wydatki wg. krajów w milionach DM

Kraj	1988	1989	1990	Zmiany w % 1990/89
Dania	709	787	928	+ 17,9
Finlandia	180	205	211	+ 2,9
Norwegia	317	339	357	+ 5,3
Szwecja	555	671	704	+ 4,9
Kraje b. Bloku Wschodniego razem	1.042	942	935	- 0,7
w tym POLSKA	270	227	228	+ 0,3
Czecho-Słowacja	1-35	117	129	+ 10,3
Węgry	154	176	215	+ 22,2

Źródło: Deutsche Bundes Bank 1992, G+J, Hamburg

Jak z powyższych notowań wynika wydatki turystów niemieckich w roku 1990 w Skandynawii wyniosły 2,2 mld. DM zaś w Polsce w tym samym roku ca 228 mln. DM.

2.5.3 Niemieckie prognozy podróży w latach 1993 - 94.

Uwagę zwracają trendy deklarowanych wyjazdów Niemców na lata 1993-94: Skandynawia - wzrost aż o 60%, Wielka Brytania 36% oraz Węgry 28% (źródło j.w.)

3. RUCH TURYSTYCZNY DO POLSKI

3.1. Przyjazdy Skandynawów do Polski.

Tabela 9. Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski (w tys.osób)

Kraje	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Dania	24,1	26,8	31,2	37,8	54,7		141,6
Finlandia	22,6	20,4	24,5	23,6	32,6		30,4
Norwegia	8,3	8,4	12,2	14,5	24,5		40,9
Szwecja	50,1	50,8	62,4	69,0	115,2		143,6
Razem Kraje Nordyckie	105,1	106,4	130,3	144,9	227,0		356,5

prf. 2c
sk. 24

Źródło: "Turystyka i wypoczynek", GUS, W-wa 1992 s.121

Uwagi: To samo źródło tj. "Turystyka i wypoczynek" GUS wymienia przekroczenia granicy morskiej przez cudzoziemców w ilości:

Świnoujście	118.753
Gdańsk	26.863
Razem . . .	145.616

Instytut Turystyki wg. danych GUS wymienia natomiast przekroczenia granicy morskiej przez cudzoziemców:

1989	157,3 tys.osób
1990	172,9 tys.osób
1991	175,3 tys.osób

3.1.2 Analityczne oceny danych statystycznych.

Praktycznie rzecz biorąc drogą morską (promami) przybywa do Polski ca 80% Skandynawów i Finów. Pozostali, głównie t.zw. business travel, przybywają samolotami. Wszystko więc wskazuje na to, że w latach 1989 - 1991 przybywało do Polski corocznie około 200 - 250 tys. turystów ze Skandynawii. Dane GUS z roku 1991 są zatem zawyżone. Nastąpiło prawdopodobnie notowanie przekroczeń granicy w jedną i drugą stronę. W każdym razie napewno dotyczyło to Danii, gdzie w przewozach promowych do roku 1991 notowano nieznaczne tylko wzrosty. W latach 1989 - 1991 licząc wg. sprzedanych biletów promowych, tą drogą przybywało 30 - 35 tys. Duńczyków rocznie.

W wydawnictwie "Turystyka i Wypoczynek" (GUS) na stronie 120, tabela 1 (17) nt. "Ruchu granicznego obywateli polskich i zagranicznych w roku 1991", notuje się:

przejścia morskie do Polski	188,8 tys. cudzoziemców
z Polski	177,9 tys. cudzoziemców

Te dane wydają się być poprawne i w rezultacie uzupełnia komunikację lotniczą, rok 1991 można określić w przyjazdach na około 250 tys. osób.

Poza przyjazdami promowymi i drogą lotniczą około 8 - 10 tys. turystów skandynawskich (głównie Duńczyków) przybyło do Polski statkami pasażerskimi do Gdyni.

W roku 1992 wg. zgłoszeń w Agencji Morskiej, Gdynię odwiedzi co najmniej 54 statki pasażerskie m.in. 6-ciorotnie będzie w porcie gdyńskim statek pasażerski bandery duńskiej "Winston Churchill".

Tą drogą na krótkie jedno-dniowe pobyty odwiedzi Polskę 20 -25 tys. turystów, w tym ca 8 - 10 tys. Skandynawów. (Źródło: "Morze" 6/92, s.18, Wyd. NAVIMOR, W-wa, 1992).

3.1.3 Udział rynku skandynawskiego w przyjazdach do Polski z Krajów Zachodnich.

Tabela 10. Procentowy udział przyjazdów ze Skandynawii do Polski w porównaniu z przyjazdami z Krajów Zachodnich w okresie 1985 - 1991

Rok	Przyjazdy ogółem z KK	Przyjazdy ze Skandynawii	Procent udział
1985	786.219	105.072	13,29 %
1986	745.933	106.538	14,20 %
1987	942.147	130.185	13,78 %
1988	1.022.000	143.800	14,00 %
1989	1.836.000	227.000	12,40 %
1990	2.603.000	290.000	11,20 %
1991	3.500.000 (pobyt) ^x	250.000	7,15 %

- Uwaga:**
- Szacunki z roku 1991 wynoszą 20.477 tys., jednakże wraz z kilkunastomilionowym ruchem wycieczkowym z Niemiec. Pobyty turystyczne w 91 r. nie przekroczyły jednak 3,5 mln osób z Krajów Zachodnich.
 - Rok 1991 - przyjazdy ze Skandynawii szacuję najwyżej na 250 tys. osób. (a nie 365 tys. w/g GUS).
 - Występuje tendencja spadkowa udziału Skandynawów w całym rynku turystyki przyjazdowej do Polski. Decyduje o tym przede wszystkim wzrost przyjazdów turystów niemieckich.

3.1.4 Przekroczenia granic morskich w Polsce.

Tabela 11. Przekroczenia granicy morskiej (przyjazdy do Polski) przez turystów z Krajów Zachodnich, a więc głównie Skandynawów w okresie 1989 - 1991 (w tys. osób)

	1989	1990	1991
Kraje Zachodnie	157,3	172,9	175,3

Źródło: Instytut Turystyki (wg. GUS) "Incoming Tourist Traffic in Poland", Warszawa 1992

Uwaga: Powyższe dane nie są w pełni zbieżne z danymi PŻB, jednakże dużych odchyień tu nie ma.

Uwzględniając przewozy lotnicze ze Skandynawii do Polski, ogólną ilość turystów z tego rynku szacować można na 200 - 250 tys. rocznie, z tendencją wzrostową na przestrzeni ostatnich 5 lat.

3.2 Analizy badań ankietowych na temat przyjazdów turystycznych Skandynawów do Polski.

3.2.1 Odwiedzane miasta.

Tabela 12. Odwiedzane miasta - łączna liczba noclegów turystów

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Warszawa	11273	43.18
2.	Kraków	3888	14.89
3.	Katowice	1100	4.21
4.	Gdańsk	7894	12.71
5.	Wrocław	809	3.09
6.	Szczecin	9758	37.38
7.	Białystok	199	0.76
8.	Lublin	101	0.38
9.	Łódź	917	3.51

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane z 1991 r.

3.2.2 Motywy przyjazdu.

Tabela 13. Motywy przyjazdu do Polski turystów

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Odwiedziny krewnych, znajomych	41	15.70
2.	Odwiedziny miejsc pochodzenia	18	6.89
3.	Poznanie kraju, kultury	97	37.16
4.	Miejsca kultu religijnego	3	1.14
5.	Wypoczynek, rozrywka	49	18.77
6.	Zakupy	4	1.53
7.	Interesy	4	1.53
8.	Targi, wystawy, konferencje, itp	6	2.29
9.	Inne cele zawodowe i służbowe	15	5.74
10.	Realizacja hobby	6	2.29
11.	Inne cele	24	9.19

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane z 1991 r.

3.2.3 Bariery przyjazdów.

Tabela 14. Bariery przyjazdów do Polski turystów

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Wysokie koszty pobytu	14	5.35
2.	Daleka, uciążliwa droga	21	8.04
3.	Trudności w organizacji wyjazdu	4	1.53
4.	Mała atrakcyjność tur. Polski	8	3.06
5.	Niski standard usług	83	31.80
6.	Niedostateczna informacja	75	28.73
7.	Niski stan sanitarny	75	28.73
8.	Inne	33	12.64

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane z 1991 r.

3.2.4 Formy przyjazdów (wycieczki, BP, indywidualni).

Tabela 15. Forma przyjazdu do Polski turystów z krajów skandynawskich

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Z wycieczką zorganizowaną przez biuro podróży	67	25.67
2.	Indywidualnie		
	a. za pośrednictwem biura	38	14.55
	b. na zaproszenie osób prywatnych	18	6.89
	c. na zaproszenie instytucji	36	13.79
	d. bez pośredników	97	37.16

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane 1991 r.

3.2.5 Sposób spędzania czasu w Polsce.

Tabela 16. Sposób spędzania czasu w Polsce

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Pobyt w mieście	121	46.35
2.	Opoczynek	7	2.68
3.	Pobyt nad morzem	-	-
4.	Pobyt nad wodą (w lesie)	-	-
5.	Pobyt na wsi	3	1.14
6.	Objazdy krajoznawcze	105	40.22
7.	Wędrówki piesze, rowerowe, kajak, ...	-	-
8.	Inne sposoby	9	3.44

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane z 1991 r.

3.2.6 Rodzaj wykorzystywanej bazy (hotel, camping i t.d.)

Tabela 17. Rodzaj wykorzystywanej w czasie pobytu w Polsce bazy noclegowej

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Hotel	147	56.32
2.	Camping, pole namiotowe	18	6.89
3.	Kwatery prywatne, pensjonaty	5	1.91
4.	Mieszkanie rodziny lub znajomych	40	15.32

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane z 1991 r.

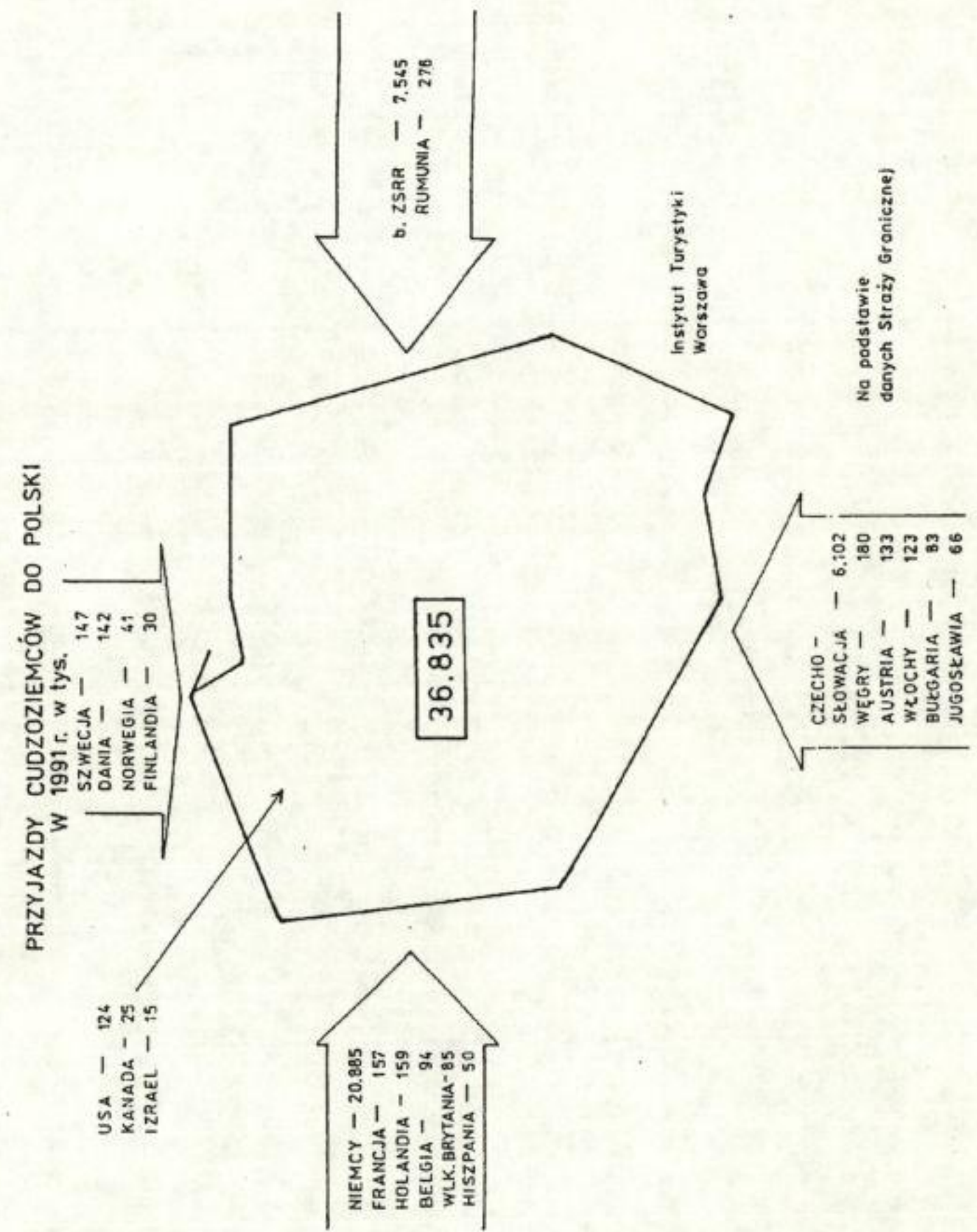
3.2.7 Odwiedzane regiony.

Tabela 18. Odwiedzane regiony w Polsce przez turystów

LP	WYSZCZEGÓLNIENIE	LICZBA	%
1.	Wybrzeże	136	52.10
2.	Pojezierza	29	11.11
3.	Centralna Polska	172	65.90
4.	Góry	35	13.40
5.	Śląsk	15	5.74

Źródło: ankieta Instytutu Turystyki, dane z 1991 r.

Tabela 19.



3.2.8 Uwagi do tabel wynikowych.

- Tabela 15. "Forma przyjazdu do Polski turystów z krajów skandynawskich".** W wycieczkach zorganizowanych oraz indywidualnie, za pośrednictwem biur podróży łącznie uczestniczyło ca 40% (25,67 + 14,55). Jest to dość dobry wskaźnik w porównaniu z innymi krajami europejskimi. Zwraca uwagę również wskaźnik przyjazdów do Polski bez żadnego pośrednictwa - 37,16%.
- Tabela 16. "Sposób spędzania czasu w Polsce".** Niemal połowa odwiedzających Polskę Skandynawów (46,35%) deklarowała pobyty w miastach. Jest to wysoki wskaźnik. Równocześnie jednak 40,22% respondentów uczestniczyło w objazdach krajoznawczych.
- Tabela 17. "Rodzaj wykorzystywanej w czasie pobytu w Polsce bazy noclegowej".** Wysoki wskaźnik korzystania z bazy hotelowej - 56,32%. Mieszkanie u rodzin lub znajomych deklarowało - 15,32% respondentów. Szacując w ostatnich latach wielkość rocznych przyjazdów ze Skandynawii na około 200 - 250 tys. oznacza to że ca 20 - 25 tys. osób to turyści etniczni. Jest to zgodne z szacunkami analizy rynku turystyki etnicznej w Skandynawii. Wielkość polskiej grupy etnicznej szacuje się tam na 90 tys. osób zaś statystyczny przedstawiciel Polonii skandynawskiej, odwiedza Polskę co 3 lata. Badania te prowadzono w roku 1990, a więc na rok przed badaniami ankietowymi Instytutu Turystyki (1991). Szerzej, problem omawiany jest w części - "Turystyka etniczna - istotny element turystycznego rynku Krajów Nordyckich".
- Tabela 18. "Odwiedzane regiony w Polsce przez turystów".** Ponad połowa 52,10% turystów ze Skandynawii deklaruje pobyty na wybrzeżu, (zaś pojezierza 11,11%). Wynika to z dogodnej komunikacji promowej. Aktywna forma uprawiania turystyki jest wśród Skandynawów dość znaczna. Potwierdza to fakt, że prawie 80% respondentów deklarowało odwiedzanie Polski centralnej i gór.
- Tabela 12. "Odwiedzane miasta - łączna liczba noclegów turystów".** 43,18% noclegów w bazie noclegowej rejestrowanej dot. Warszawy, następny był Szczecin (37,38%), a dalej Kraków (ca 15%) i Gdańsk 12,71%.

Tabela 13. "Motywy przyjazdu do Polski turystów". Odwiedziny krewnych i znajomych - 15,70%, wskaźnik ten jest zgodny z wcześniejszymi szacunkami na temat turystyki etnicznej. Poznanie kraju i jego kultury jako motyw przyjazdu deklarowało 37,16% (to b. dobry wskaźnik, wymagający uwzględnienia w naszych ofertach programowych). Jako motyw *"wypoczynek i rozrywkę"* deklarowało prawie 20% respondentów, w tym większość ludzi młodych. Interesy, konferencje, targi, sprawy służbowe, deklarowało łącznie prawie 10% respondentów.

Tabela 14. "Bariery przyjazdów do Polski turystów". Jako główne przyczyny hamujące rozwój turystycznych przyjazdów do Polski respondenci określali:

- a) niski standard usług - 31,80%
- b) zły stan sanitarny - 28,73%
- c) brak dostatecznej informacji - 28,73%

Relatywnie najszybciej można usprawnić informację turystyczną. Zły stan sanitarny oraz niski standard usług to zjawisko szersze, związane z ogólnym standardem życia w n/kraju.

Tabela 19. "PRZYJAZDY CUDZOZIEMCÓW DO POLSKI w r. 1991 w tys." Z tabeli tej - podanej na podstawie notowań Straży Granicznej - wynika, że do Polski w roku 1991 przybyło około 359 tys. turystów ze Skandynawii. Sądzę, że notowaniami objęto przyjazdy, a następnie wyjazdy. Tak więc w mojej ocenie w roku 1991 promami przybyło do Polski około 200 tys.osób. Przyjmując, że nieznaczna ilość Duńczyków przybyła przez Niemcy oraz część turystyki, głównie t.zw. "business travel" odbywała się drogą lotniczą (ca 10%), górny pułap przyjazdów szacuję na około 200 - 250 tys. osób. Potwierdzają to konfrontacje z danymi statystycznymi PŻB dot. sprzedaży biletów promowych.

4. SZWECJA

4.1 Dane ogólne.

Monarchia konstytucyjna z jednoizbowym parlamentem (Riksdag).

Powierzchnia - 449.964 km²

Ludność - 8.500.000 (1991)

Język - szwedzki (grupa językowa anglo-saska)

Język do rozmów handlowych - angielski

Główne miasta i ludność

Sztokholm	1.492.000	(na rok 1992)
Göteborg	731.000	"
Malmö	475.000	"
Ludność w miastach	84%	

Gospodarka i jej rozwój

	(zmiany w %)	1988	1989	1990
Produkt Narodowy Brutto (PNB)	wzrost	2,3	2,0	1,1
Konsumpcja prywatna	"	2,6	1,2	1,7
Konsumpcja społeczna (publ.)	"	1,3	1,7	1,4
Eksport (towarów i usług)	"	3,0	3,9	3,4
Import (towarów i usług)	"	5,0	5,8	4,8
Inwestycja brutto	"	5,4	8,2	2,0
Inflacja %		5,8	6,5	8,3

4.1.1 Dane demograficzne.

Podstawowe dane demograficzne dot. Szwecji.

Tabela 20. Ludność w Szwecji mln. os.

	1960	1970	1988	1990
Ogółem	7.495	8.077	8.459	8.591
urodzeni w Szwecji	7.195	7.539	7.741	7.801
urodzeni za granicą	300	538	718	790

Tabela 21. Struktura wieku ludności w procentach

Rok	0-14 lat	15-64 lat	65 lat i więcej
1900	32	60	8
1940	21	71	8
1980	20	65	15
1985	18	65	17
1988	18	64	18
2000*	19	64	17
2025*	17	62	21
x - prognoza			

Źródło: *Fact Sheets on Sweden SI, Stockholm 1992*

4.1.2 Ludność zawodowo czynna.

Tabela 22. Ludność w wieku produkcyjnym, zawodowo czynna, 20 lub więcej godzin pracy tygodniowo w/g płci

Rok	Mężczyźni	Kobiety
1976	99	88
1980	98	90
1985	98	93
1990	98	94

Źródło: *Fact Sheets on Sweden SI, Stockholm 1992*

Zwraca uwagę wzrastający udział kobiet na rynku pracy. Odsetek bezrobotnych na szwedzkim rynku pracy przez wiele lat był znikomy. Jednakże w roku 1991 odnotowano ponad 3% bezrobotnych, zaś w roku 1992 liczba ta ma wzrosnąć do 5-6%. Prognozy na rok 1993 ocenia się na 6-7%. Tak w każdym razie prognozował AMS (Urząd d/s Rynku Pracy).

84 % ludności Szwecji żyje w miastach. Najwięcej w trzech głównych aglomeracjach Sztokholm (1.492.000), Göteborg (731.00) oraz Malmö (475.000).

Specyfiką rozmieszczenia ludności jest to, że na 1/3 obszaru (od Ystad do Sztokholmu) zamieszkuje niespełna 3/4 całej ludności Szwecji. Średnia gęstość zaludnienia wynosi 21 osób na 1 km² (od 251 osób w Sztokholmie do 3 osób na 1 km² w Norrbotten (Płn. Szwecja).

4.1.3 Polityka imigracyjna.

Rozwój gospodarki i słaby przyrost naturalny ludności spowodował, że w ostatnich kilkudziesięciu latach Szwecja odczuwała brak rąk do pracy. Zliberalizowano politykę imigracyjną.

W latach 50-tych Szwecja miała ca 1% imigrantów i to głównie z Finlandii. Według danych za rok 1991 ludność pochodzenia cudzoziemskiego liczyła 911 tys., a więc ca 11% całej populacji. Z tej grupy tylko około 30% pozostaje jeszcze przy swoim dawnym obywatelstwie.

Tabela 23. Tabela cudzoziemców z roku 1990 w/g posiadanego obywatelstwa

Obywatelstwo	Ilość osób
Fińskie	124.000
Jugosłowiańskie	39.600
Irańskie	35.100
Norweskie	35.000
Duńskie	28.000
Tureckie	24.100
Chilijskie	19.000
POLSKIE	14.700
Niemieckie	12.000

Źródło: Fact Sheets on Sweden, Immigrants in Sweden, SI - 1992

4.1.4 Ilość gospodarstw domowych w Szwecji.

W Szwecji wzrasta ilość gospodarstw jednoosobowych. W/g Urzędu Statystycznego (SCB) w roku 1990 jednoosobowych gospodarstw było w Szwecji 40%.

Na przestrzeni 5 lat zanotowano wzrost w tej dziedzinie z 36% do 40%.

Ponad 70% stanowią t.zw. małe gospodarstwa domowe, tj. jedna lub dwie osoby. Przeciętnie szwedzkie gospodarstwa domowe liczą 2,1 osoby. Ogółem Szwecja liczy 3,8 mln. gospodarstw domowych.

Okolo 50% społeczeństwa mieszka w willach czy domkach jednorodzinnych. 39% mieszka w domach czynszowych, a 15% w mieszkaniach spółdzielczych lub własnościowych.

4.1.5 Warunki klimatyczne.

Miejscowość	Średnia temperatura zimą i latem		Wschód i zachód słońca na różnych stopn. szerok. geogr.		
Kiruna (Płn. Szwecja)	luty	- 12,9°C	grudzień	słońce nie wschodzi	
	lipiec	+ 12,8°C	czerwiec	słońce nie zachodzi	
Sztokholm (Środk. Szwecja)	luty	- 3,1°C	21. XII	wschód	8,47
	lipiec	+ 17,8°C		zachód	14,45
			21. VI	wschód	2,34
				zachód	21,05
Malmö (Płd. Szwecja)	luty	- 0,7°C	21. XII	wschód	8,37
	lipiec	+ 17,2°C		zachód	15,36
			21. VI	wschód	3,28
				zachód	20,52

4.1.6 Prasa w Szwecji.

W Szwecji wydaje się około 200 dzienników o łącznym nakładzie prawie 5 mln. egz. Tylko 16 dzienników przekracza nakład 50 tys. egz. z czego tylko 5 ma nakład ponad 200 tys. Połowa wym. gazet wychodzi tylko 3 razy w tygodniu. Drobne gazety lokalne korzystają z częściowego subsydiowania przez państwo. A oto 5 największych dzienników szwedzkich:

DAGENS NYHETER (gazeta poranna), Sztokholm, nakład 390 tys. egz. (niezależna),
 Göteborgs-Posten (poranna), Göteborg, nakład 290 tys. egz. (liberalna),
 SVENSKA DAGBLADET (poranna), Sztokholm, nakład 210 tys. egz. (konserwatywna),
 EXPRESSEN (popołudniowa), Sztokholm, nakład 540 tys. egz. (liberalna),
 AFTONBLADET (popołudniowa), Sztokholm, nakład 350 tys. egz. (socjal.-dem.).

W reklamie prasa jest tu bardzo ważnym czynnikiem, bowiem jak dotychczas TV w Szwecji reklam nie zamieszcza.

4.2 Gospodarka i wydatki na turystykę w dol. US

Lata	1985	1986	1987	1988	1989	
GOSPODARKA I HANDEL ZAGRANICZNY W MLN. DOL. US						
Produkt narodowy, brutto (GNP ^a)	98.164	130.005	158.395	178.361	185.840	
GNP per capita	11.939	13.271	15.813	19.295	21.712	dol.US
Eksport	30.490	37.230	44.834	49.931	51.542	
Import	28.583	32.678	41.060	45.597	48.890	
PRZYJAZDY TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH DO SZWECJI WG. ILOŚCI NOCLEGÓW/W TYS.						
Ameryka Płn.	531	366	395	366	376	
Europa	6.364	6.291	6.190	6.249	6.657	
Azja i inne	60	55	64	77	84	
BAZA NOCLEGOWA - ILOŚĆ DNI SPĘDZONYCH W SZWECJI						
	2,8	2,7	2,7	-	-	
OBŁOŻENIE BAZY NOCLEGOWEJ (OGÓŁEM ŁÓZEK W %)						
	34,0	32,0	33,0	32,0	32,0	
TURYSTYKA ZAGRANICZNA - WPŁYWY I WYDATKI W MLN. DOL. US						
Wpływy z recepcji tur. zagranicznej	1.190	1.552	2.033	2.347	2.542	
Wydatki na tur. zagraniczną	1.967	2.819	3.784	4.572	4.865	
Wpływy z transp.	358	453	717	696	731	
Wydatki na transport w turyst.	384	337	547	681	737	

Źródło: WTO - Compendium of Tourism Statistics, Madryt - 1990

4.2.1 Noclegi turystów zagranicznych w Szwecji.

Tabela 24. Ilość noclegów spędzonych przez turystów zagranicznych w Szwecji, w t.zw. bazie rejestrowanej (zwanej często komercyjną)

Kraj	1988	%	1989	%
Dania	650.231	9,1	656.744	8,7
Finlandia	509.276	8,3	640.910	8,5
Francja	151.345	2,1	166.622	2,2
Niemcy	1.377.213	19,4	1.514.151	20,0
Włochy	110.245	1,6	135.843	1,8
Holandia	343.965	4,8	399.479	5,3
Norwegia	2.283.362	32,1	2.288.849	30,2
Szwajcaria	73.621	1,0	88.266	1,2
Wielka Brytania	311.699	4,4	341.204	4,5
EUROPA ZACH. RAZEM	5.890.957	82,8	6.232.068	82,2
Ameryka Płn.	365.688	5,1	375.744	5,0 (USA+Kanada)
Australia + Japonia	76.564	1,1	83.817	1,1
Kraje OECD razem	6.333.209	89,0	6.691.629	88,2
Inne nie-OECD	779.208	11,0	892.392	11,8
OGÓŁEM	7.112.417	100,0	7.584.021	100,0

(Statystyka wymienia tylko bardziej znaczące kraje, w turystycznych pobytach na terenie Szwecji. Szwecja prowadzi rejestrację tylko w bazie noclegowej. Na granicy przekroczeń nie rejestruje się).

4.2.2 Oceny tendencji w turystyce przyjazdowej 88-89.

Tendencje wzrostu w turystyce przyjazdowej w roku 1989 utrzymywały się na poziomie roku 1988. We wszystkich rodzajach bazy noclegowej odnotowano wzrost o 7%. Stanowiło to łącznie ca 8 mln. noclegów, z czego 3.4 mln. stanowiła baza hotelowa. W bazie hotelowej wzrost w omawianym okresie odnotowano na poziomie + 6%.

Przyjazdy turystów z krajów OECD do Szwecji, wykazywały tendencje wzrostu. Jednakże przyjazdy turystów z Norwegii, korzystających z noclegowej bazy hotelowej, wykazały spadek o 6% (spadek przyjazdów Norwegów w latach 1990 i 1991 znacznie się pogłębił, o tym jednakże szerzej mówi się w innej części opracowania dot. analizy rynku turystycznego Szwecji).

Źródło: OECD - *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*, Paryż 1990.

4.2.3 Komunikacja promowa Szwecja - Dania.

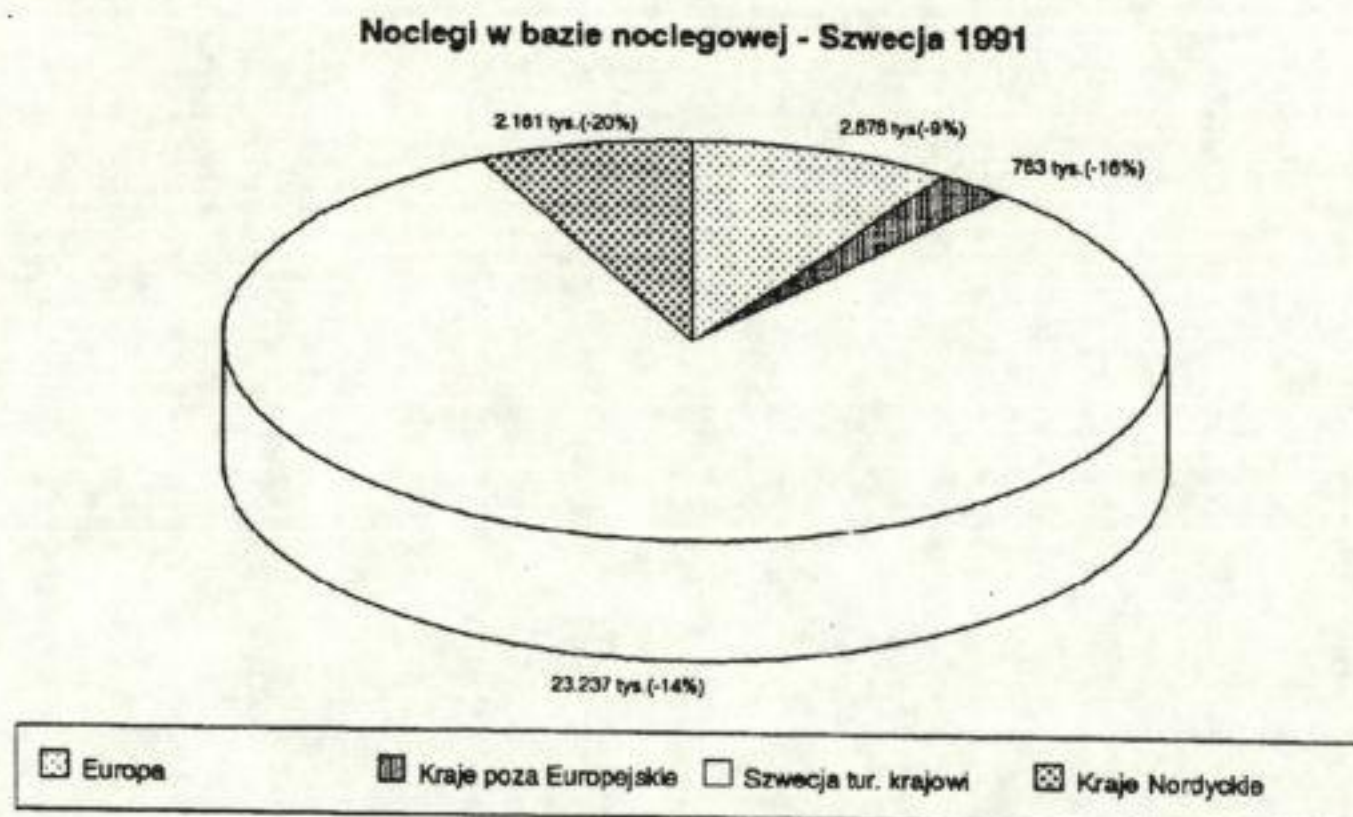
W roku 1989 na europejskich trasach promowych przewieziono ca 5 mln. samochodów.

Na liniach promowych Skandynawii (Szwecja - Dania) promy przeplływają na dobę 170 razy, a w ciągu roku przewożą około 1 mln. samochodów.

Nasz udział w r. 1989 wyniósł 145 tys. samochodów osobowych i był stosunkowo skromny.

4.2.4 Tendencje spadkowe w przyjazdach - ocena r. 1991.

W roku 1991 tak w ruchu turystycznym krajowym jak i w przyjazdach turystów zagranicznych odnotowano znaczny spadek - ca 14%.



* w nawiasach odnotowano spadek w stosunku do roku 1990.

Szwedzka ocena spadku w dziedzinie turystyki krajowej jak i spadku przyjazdów turystów zagranicznych do Szwecji była następująca (wg. Sveriges Turistråd "Fakta om Turism" - Sztokholm 1992).

Rok 1991 jak również rok 1990 oznaczał dla szwedzkiej turystyki krajowej jak i turystyki zagranicznej przyjazdowej znaczny spadek.

O 4 mln. noclegów (w bazie rejestrowanej) mniej w krajowej i 1 mln. mniej w turystyce zagranicznej (przyjazdy). Oznacza to, że rok 1991 wykazał spadek do poziomu z roku 1983.

Na tle turystyki w innych krajach europejskich złe wyniki nie były zjawiskiem odosobnionym. Przyczyn spadku szuka się w kryzysie w Zatoce Perskiej, w zmianach w krajach Europy Środkowo-Wschodniej oraz w wojnie domowej w Jugosławii. Jednakże w tym samym czasie (1991) kraje sąsiedzkie - Dania i Norwegia wykazały ca 10% wzrost. Na rynku krajowym ilość noclegów turystów szwedzkich spadła o 14% czyli o 3,9 mln. noclegów.

Połowa tego spadku dotyczyła noclegów w campingu. W latach 1990 - 1991 spadek ten był jeszcze bardziej dotkliwy, tj. o 5.4 mln. noclegów, czyli o 19%. Dla porównania podać można, że ruch turystyczny krajowy w latach 1980 - 1989 charakteryzował się 43% wzrostem.

Ilość turystów zagranicznych charakteryzowała się spadkiem o niespełna 1 mln. noclegów, czyli o - 15%. Spadek przyjazdów w roku 1991 był podobny.

Praktycznie więc w okresie 1990 - 1991 odnotowano spadek o 2 mln. noclegów cudzoziemskich. W latach 1980 - 1989 przyjazdy turystów zagranicznych do Szwecji charakteryzowały się średnio ca 3% wzrostem rocznym.

Tak więc w przyjazdach turystów zagranicznych do Szwecji cofnięto się do poziomu z roku 1980. Najsilniejszy spadek, bo około 30% odnotowano z kraju sąsiedzkiego z Norwegii.

Licząc rok 1990 i 1991 łącznie, to spadek przyjazdów Norwegów do Szwecji, osiągnął niemal - 50%. Przyjazdy z krajów poza-europejskich spadły o 16%.

Przyjazdy z USA w r. 1991, które zazwyczaj stanowią ca 50% ogółu przyjazdów z krajów poza-europejskich charakteryzowały się 26% spadkiem w porównaniu z rokiem 1990.

Najboleśniej spadek turystyki zagranicznej odczuła szwedzka branża hotelarska, wykazując w roku 1991 rekordowo niskie obłożenie, średnio na poziomie 39% (spadek o 6% w stosunku do roku 1990). stosunkowo najlepiej zniosły ten spadek duże hotele w Sztokholmie, Göteborgu czy Malmö, wykazują 46% obłożenia. Główne źródło spadku przyjazdów turystów do Szwecji leży chyba w tym, że Szwecja jest krajem drogim. Koszt pobytu w Szwecji dodatkowo podnosił jeszcze podatek od usług (od wartości dodanej), który wynosił 22%, a w niektórych przypadkach nawet więcej.

4.2.5 Wpływy z turystyki zagranicznej.

W cyfrach absolutnych wpływy z turystyki zagranicznej w roku 1990 oceniano na ca 17 mld. koron, a w roku 1991 o około 1 mld. mniej. Suma ta stanowiła 3% szwedzkiego eksportu ogółem oraz 15% eksportu usług. Spadek wpływów z turystyki zagranicznej w krajach OECD poza Szwecją notowała również Norwegia.

Dania tak w roku 1990 jak i w roku 1991 notowała wzrost wpływów z turystyki zagranicznej o 18%.

4.3 Ocena ogólna turystyki wyjazdowej.

W roku 1990 na wyjazdy zagraniczne mieszkańcy Szwecji wydali 36 mld. koron.

W roku 1991 suma ta wynosiła 37 mld. koron, podczas gdy wpływy z turystyki zagranicznej wyniosły tylko 16,5 mld. koron. Innymi słowy w roku 1991 deficyt w zagranicznej wymianie turystycznej wyniósł 20,5 mld. koron (o 1,5 mld. więcej niż w roku 1990). Licząc w cenach stałych, wg. obliczeń Riksbanken (odpowiednik NBP) wydatki Szwedów na turystykę zagraniczną w roku 1991 były o 2% niższe niż w roku 1990-tym.

W raporcie Riksbanken stwierdza się, że wspomniany spadek o 2% wynikał ze słabej koniunktury gospodarczej tak w Szwecji jak i innych krajach OECD. Spadek ten dotyczył zarówno wyjazdów urlopowych jak i t.zw. "business travel". Przytoczone sumy wydatków na turystykę zagraniczną nie będą tak znaczące dla szwedzkiej gospodarki, jeśli stwierdzimy, że np. w roku 1990 szwedzki eksport ogółem wyniósł nieco ponad 340 mld. koron zaś import tylko 323 mld. koron. Handel zagraniczny Szwecji stanowił ca 25% GNP (Gross Domestic Product) czyli ca 1,5% handlu światowego.

Branża turystyczna w Szwecji jest znaczącym elementem w gospodarce tego kraju. Zatrudnionych jest tu ca 200 tys. osób (w pełnym i niepełnym wymiarze godzin), w 21 tys.

przedsiębiorstw. Obroty roczne branży turystycznej obliczane są na około 125 - 150 mld. koron.

Źródło: Wg. "Turismforskingens Betydelse för Sverige" - Bengt Sahlberg, Höskolan w Östersund, w "Turism och Resande i Teori och Praktik" s. 8, ITR 1/1991.

4.3.1 Chartery w rejon Morza Śródziemnego i na Wyspy Kanaryjskie, w ocenie przedsiębiorstw charterowych z marca 1992.

Tradycyjnie chartery w rejon Morza Śródziemnego i na Wyspy Kanaryjskie objęły w roku 1991 - 1.170.000 osób z terenu Szwecji. W roku 1990 chartery takie stanowiły - 1.298.000 osób. Ponadto charterami w roku 1991 latało dalszych 27.000 osób. Były to grupy specjalnego zainteresowania, kongresy, konferencje i t.p.. Po 26% spadku w okresie pierwszych 5 m-cy 1991, który spowodowany został wojną w Zatoce Perskiej podróże charterowe stopniowo wzrastały, wykazując wzrost w miesiącach - sierpniu, październiku, listopadzie i grudniu - w stosunku do tego samego okresu w roku 1990.

Statystyki wskazują, że Hiszpania nadal pozostaje w czołówce podróży urlopowych ze Szwecji.

W roku 1990 odwiedziło Hiszpanię - 539 tys. Szwedów, a w roku 1991 - 537 tys. osób. Drugie miejsce w podróżach charterowych zajmowała Grecja - 233 tys. osób w roku 1991 (225 tys. w roku 1990). Trzecie miejsce w charterowych podróżach Szwedów w roku 1991 zajął Cypr. Dalsze miejsca w charterach kolejno zajmowały: Wielka Brytania, Turcja, Grecja, Włochy. Na długich dystansach, tradycyjnie zimowe podróże charterowe odbywano do Tajlandii i Meksyku.

4.3.2 Ceny podróży charterowych (marzec 1992).

W bieżącym sezonie szwedzkie biura podróży oferowały charterowe wyjazdy (przelot, 14-dniowy pobyt w hotelu + dwa posiłki dziennie) w granicach 500 - 600 dol. od osoby. Poniżej przykładowe ceny reklamowe, liczącego się ^{wa} /tut. terenie biura turystycznego SPIES (z dnia 22 marca 1992 - Dagens Nyheter), za tygodniowy pobyt:

Mallorca	2.245.- skr
Algavre	2.245.- skr
Kreta	1.995.- skr
Tunis	2.395.- skr

Turcja	2.245.- skr
Gran Canaria	2.595.- skr
Korfu	1.995.- skr
Costa del Sol	2.445.- skr
Rhodos	1.945.- skr
Benidorm	2.095.- skr
Lefkas	1.895.- skr

Tak więc za cenę ca 400 dol. można spędzić tygodniowy urlop w rejonie Basenu Morza Śródziemnego, w Turcji czy na Balearach. Jeśli zważyć, że 400 dol. to ca 20% średniej pensji netto, to jest to **tanio**.

4.3.3 Podróże urlopowe 1990 i 1991.

Od lat najbardziej popularne masowe wyjazdy Szwedów, to charterowe podróże w rejon Basenu Morza Śródziemnego i Wysp Kanaryjskich. Ogółem w podróżach tych uczestniczyło:

w roku 1990	1.298.000 osób
w roku 1991	1.170.000 osób

Poniżej główne kierunki podróży charterowych:

Tabela 25.

Kraj/miejscowość	Ilość osób 1990	Ilość osób 1991
1) Hiszpania	539.00	537.000
2) Grecja	215.000	223.000
3) Cypr	165.000	164.000

Najliczniej frekwentowane miejscowości przez mieszkańców Szwecji

1) Las Palmas (W. Kanaryjskie)	135.000	140.000
2) Palma de Mallorca (Majorka)	167.000	155.000
3) Larnaca (Cypr)	106.000	80.000
4) Teneryfa (W. Kanaryjskie)	65.000	69.000
5) Londyn (W. Brytania)	79.000	59.000

6) Antalaya (Turcja)	72.000	54.000
7) Rodos (wyspa Rodos, Grecja)	50.000	51.000
8) Iraklion (wyspa Kreta, Grecja)	45.000	47.000
9) Alicante (Hiszpania)	37.000	38.000

W sezonie zimowym 1991/92 odnotowano 4.000 podróży charterowych do Meksyku i do Tajlandii.

*Źródło: dane statystyczne Urzędu Szwedzkiego d/s Lotnictwa Cywilnego,
z marca 1992, Sztokholm*

Wniosek: Rosną koszty urlopowe pobytów w Szwecji, stąd 1991 - 14%, spadek w turystyce krajowej. Charterowe podróże urlopowe są dla Szwedów tańsze niż urlopy we własnym kraju (nie mówiąc już o słońcu i ciepłych kąpielach morskich).

4.3.4 Bilety kolejowe - porównania cen europejskich.

Kolejowe przewozy pasażerskie ocenia się w Szwecji jako zbyt drogie, w stosunku do innych krajów europejskich. Ceny biletów podnosi jeszcze podatek "od wartości dodanej" t.zw. MOMS, który w roku 1991 wynosił 25% (od stycznia 1992 zmniejszono do 18%). Podatek taki w Europie Zachodniej jest znacznie niższy i wynosi na ogół tylko 6%. Podczas gdy w wielu krajach Europy Zachodniej koleje są dotowane (np. Niemcy - 18 mld. skr.), to w roku 1991 w Szwecji przyniosły 386 mln. skr. zysku. Na rok 1992 wg. założeń tamt. Parlamentu kolej ma osiągnąć 0.5 mld. skr. dochodu.

A oto jak kształtują się ceny biletów w Szwecji i innych krajach Europy.

Tabela 26. Koszt biletu powrotnego II kl. na trasach dalekobieżnych

Kraj	Odległość	Cena	Odległość	Cena
SZWECJA	200 km	404 skr	500 km	876 skr
Norwegia	"	378 skr	"	826 skr
Szwajcaria	"	352 skr	-	-
Niemcy	"	336 skr	"	836 skr
Francja	"	254 skr	"	830 skr

W. Brytania	"	234 skr	"	582 skr
Dania	"	218 skr	"	394 skr
Finlandia	"	211 skr	"	452 skr
Hiszpania	"	136 skr	"	340 skr
Włochy	"	136 skr	"	334 skr

Źródło: Dane wg. TT (Tidningarnas Telegrambyrå) 2. 03. 92. Sztokholm

Wniosek: Dla Szwedów, Skandynawów jak i turystów z krajów OECD ceny biletów kolejowych w Polsce są nadal jeszcze stosunkowo tanie - Koleje Szwedzkie (SJ) udzielają wielu zniżek np. dla młodzieży, w okresie weekendu, dla turystów III-go wieku, proponują trasy: Sztokholm - Hamburg, Sztokholm - Berlin, Sztokholm - Praga - Budapeszt (ceny wraz z rezerwacją 1 - 2 noclegów). Wiele takich propozycji folderowych spotkałem na Targach Turystycznych w Göteborgu. Jeśli chodzi o promocję turystycznych podróży kolejowych nie spotkałem tylko ofert PKP.

4.3.5 Szwedzkie prognozy współpracy w przewozach na południe - plany i rozważania.

Zainteresowanie współpracą z Polską w dziedzinie handlu, komunikacji czy turystyki wykazują często małe ośrodki (jak np. Ystad, Oxelösund). Ostatnio w Szwecji Płd. miasto Karlskrona (60 tys. mieszkańców, woj. Blekinge) wykazuje zainteresowanie "wyjściem na szerszy świat" poprzez współpracę z Polską.

Pisze o tym w Göteborgs Tidningen Peter O. Nilsson w artykule pod tytułem "Karlskrona walczy by stać się miejscem spotkań Krajów Nadbałtyckich". W tekście jako sukces miasta ocenia się przeniesienie tam przez Południowo Szwedzką Izbę Handlową ("Sydsvenska Handelskammaren") Biura d/s Handlu ze Wschodem. Do Karlskrony przenosi się również Instytut Bałtycki ("Östersjöinstitutet").

"Droga do pomocy i współpracy wiedzie przez kapitał, który należy angażować w budowę dróg, w transport i w przedsiębiorczość ...

W bliskiej odległości od woj. Blekinge (Karlskrona) jest 38 mln. Polaków, 52 mln.

Ukraińców i 175 mln. Rosjan. Istnieją tam potrzeby w zakresie konsumpcji i podróżowania. Istnieje tam potencjał w dziedzinie komunikacji i transportu, który - po ostatnich zmianach w tych krajach - widzieć należy w zupełnie innym świetle ...

Transport między Gdynią i Kaliningradem w przyszłości nie będzie stanowił problemu. Jeden z bardzo realnych projektów Szwedzkiego Instytutu Bałtyckiego dotyczy budowy autostrady Gdynia - Kaliningrad, przy pomocy kapitału szwedzkiego."

Autor jako przykład podaje, że dziś, transport elektroniki z Japonii (Yokohama) do Göteborga trwa 16 dni. Gdyby kierować ładunki na Władywostok, koleją do Kaliningradu, stamtąd do Gdyni i promem do Szwecji, to czas transportu można zmniejszyć o 7 dni.

Województwo Blekinge widzi swój rozwój i wzrost znaczenia poprzez rozwój komunikacji i handlu z Polską. Finansowe wsparcie i rozwój linii promowej Karlskrona - Gdynia, pozwoli oferować nie tylko podróże do Polski, ale i szeroko pojęty tranzyt na południe.

Źródło: "Göteborgs Posten" z 21. 03. 92

Wniosek: Powstała jeszcze jedna linia komunikacyjna z Płd. Szwecją. Z linią tą kapitał szwedzki łączy różne interesy i prognozy na przyszłość.

PŻB - dotychczasowy monopolista zyskał poważnego konkurenta.

4.4 Analiza segmentów rynku turystycznego Szwecji.

4.4.1 Młodzież szwedzka - segment I.

Według badań prowadzonych w roku 1990 przez Jurgena Hartmana z Uniwersytetu w Falun, Instytut Turystyki i Podróży "Ungdomens resor och attityder till transport medel" stwierdza się m.in.:

"Młodzi ludzie w wieku 17 -21 lat wydają średnio miesięcznie około 500 dol. na t.zw. prywatną konsumpcję".

Wynika to z faktu, że znaczna część młodzieży szkół wyższych, a także średnich korzysta z bankowych pożyczek stypendialnych na bardzo dogodnych warunkach, dość wcześnie zaczynając samodzielne życie.

Roczna wysokość takiej stypendialnej pożyczki wynosiła w roku 1990 około 8 tys. dolarów.

Ponadto w okresie weekendów, i częściowo w czasie wakacji wielu młodych uczniów i studentów, podejmuje pracę, w niepełnym wymiarze godzin. W ten sposób powiększają swój budżet, przeznaczany zazwyczaj na turystyczne wycieczki i zagraniczne podróże.

Szczególnie wśród młodych mężczyzn zaobserwowano od szeregu lat zjawisko opóźniania przystępowania do stałej pracy. Również zawieranie małżeństw przesuwane jest na bardziej dorosłe lata.

Według danych Svenska Institutet tylko 42% stanowią na uczelni studenci w wieku do lat 25-ciu, dalsze 35% to studenci w wieku 25 - 34 lat i wreszcie 23% studentów ma lat 34 bądź więcej.

Innym typowym dla Szwecji zjawiskiem kulturowym jest jednakowy udział na rynku pracy tak kobiet jak i mężczyzn. W roku 1991 56% szwedzkiej społeczności studenckiej stanowiły kobiety. Ocenia się, że kobiety, z jednej strony wcześniej rozpoczynają stałą pracę zawodową, a z drugiej, w szeroko rozumianym życiu społeczno-kulturowym, a zatem i w podróżach, charakteryzuje je większa aktywność, aniżeli mężczyzn. (J. Hartman, Falun 1990). Badania statystyczne z roku 1990 (Szwedzki Rocznik Statystyczny 1990) wykazują, że zarówno wśród dziewcząt jak i chłopców (17 - 19 lat) za "wymarzoną pracę" uznawano pracę przewodnika turystycznego czy pilota wycieczek (określany tu na ogół mianem "tourist guide"). Następnie zaś występują takie zawody jak: dziennikarz, inżynier, artysta.

W wielu krajach t.zw. post-industrialnych dominującym zajęciem jest praca w usługach (Szwecja 67%).

"... Szwecja zajmuje czołowe miejsce w Europie pod względem sprzedaży kolejowych biletów zniżkowych t.zw. "Interrailkort" - 50 tys. sztuk (w roku 1989). Stanowi to jednak nieznaczny udział w całości wyjazdów.

Młodzież bowiem deklaruje, że na dłuższe wyjazdy urlopowe, korzystała z następujących środków komunikacyjnych:

przewozy lotnicze 34%

przejazdy własnym środkiem lokomocji	30%
przewozy autokarowe	10%
i przewozy kolejowe	10%

Źródło: J. Hartman Institutet för Turism och Resoforskning i Borlänge w "Turism ic Resande i Teori och Praktik ITR-rapport 1/1991 s.13.

Na ogół preferowane są zawody pozwalające na znaczny stopień swobody i na znaczną mobilność. "Trendy te mają coraz większe znaczenie i wpływ, teraz i w przyszłości, na rozwój podróżowania i turystyki. Jest to dominujący model w życiu współczesnej młodzieży szwedzkiej." (Youth and New Technologies, J. Hartman, Wiedeń 1991) Większość szwedzkiego społeczeństwa jest właścicielami, bądź ma dostęp do "drugich domów" czyli domów letniskowych t.zw. "stugor". Jeśli zważyć, że wszyscy pracujący dysponują conajmniej 5-tygodniowym płatnym urlopem, a młodzież i studenci 10-tygodniowymi wakacjami oraz zwykłymi i rozszerzonymi (łączenie świąt) weekendami, to jest jasne, że od najmłodszych lat tak Szwedzi, jak i Norwegowie czy Finowie przywykli są do podróżowania.

Inna forma podróżowania, popularna wśród młodzieży, to t.zw. turystyka edukacyjna, tj. w okresie miesięcy letnich uczestnictwo w kursach językowych czy kursach na temat integracji europejskiej w Wielkiej Brytanii, USA, Francji czy w Niemczech.

Kursy takie organizują liczne organizacje i biura podróży, łącząc je zazwyczaj z wypoczynkiem i rozrywką. W badaniach prowadzonych w roku 1990, 65% młodzieży szwedzkiej, w wieku 17 - 21 lat, stwierdziło, że było conajmniej raz poza granicami Szwecji, bez rodziców.

W ostatnich kilku latach 49% młodych ludzi deklarowało, że spędziło swój główny urlop czy wakacje w Europie, poza Skandynawią.

Dalszych 6% spędzało urlop w Krajach Nordyckich.

7% poza Europą, a 27% spędzało urlop czy pozostawało w Szwecji. Nieco inaczej kształtowały się dane o urlopach ludności dorosłej. I tak np. 51% ludności dorosłej spędzało urlop w Szwecji, 18% w Krajach Nordyckich, 28% w Europie oraz 3% poza Europą. Źródło: wg. Youth and New Technologies, J. Hartman, Wiedeń 1991.

W uzupełnieniu dodać można, że podróże grupowe i charterowe są dominującą formą wyjazdów urlopowych ludzi dorosłych, podczas gdy młodzież szwedzka preferuje

wyjazdy indywidualne, liniami rejsowymi, pociągami czy wreszcie własnym środkiem lokomocji. Stąd popularność w Szwecji, dla młodzieży do lat 26, różnorodnych zniżek na przeloty linii lotniczych, komunikacji kolejowej, autobusowej, jak i komunikacji promowej.

W prowadzonych w roku 1990 badaniach na terenie Szwecji, na pytanie skierowane do tamtejszej młodzieży, w jaki sposób wydali by 2 tys. dol. przeznaczone na konsumpcję, aż 42% odpowiedziało, że na podróż i turystykę. Tylko 5% przeznaczyłoby tę sumę na kupno TV, stereo czy wideo, a 4% na kupno garderoby.

Oznacza to, że młodzi ludzie w Szwecji są na ogół już na tyle dobrze sytuowani, że wszelkie nadwyżki budżetowe mogą przeznaczać, w znacznej mierze właśnie na turystykę i podróż.

Tak więc przygotowywanie specjalnych ofert, kierowanych do młodzieży, może gwarantować sukces. W tym kontekście specjalnego nagłośnienia wymagają zniżki udzielane przez przewoźników (a więc LOT, PKP, linie promowe).

Często nawet niezbyt duże zniżki dają możliwość występowania z bardziej widoczną ofertą turystyczną. Wprawdzie i dziś można spotkać w folderach Orbis-u czy COIT czy wreszcie linii promowych (PŻB) wzmianki o istnieniu zniżek dla młodzieży, są one jednak mało widoczne.

Turystyczna oferta dla młodych ludzi ze Szwecji winna być bardziej widoczna. Pod tym względem naszej propagandzie turystycznej brak jest śmiałości, a nawet powiedziałbym pewnej agresywności.

Wszelkie oferty globalne, kampanie reklamowe w zakresie turystyki, wymagają koordynacji i współpracy, a zatem i pewnego finansowego uczestnictwa, wszystkich gestorów, w tym również i państwa. "Państwo bowiem - jak twierdzi - Bill Fransson, Przewodniczący Rady Turystyki (odpowiednik UKFiT) jest właścicielem i bierze na siebie odpowiedzialność, za bogactwa natury, za kulturę i za całą działającą w tym Państwie infrastrukturę. Są to główne czynniki, które decydują o ofercie turystycznej i jej skuteczności w każdym państwie".

Młodzi turyści preferują na ogół tańszą bazę noclegową i tańszy standard usług. Jednakże czynnikiem dodatnim, z ekonomicznego punktu widzenia, jest fakt, że przebywają oni dłużej w danym kraju i preferują często mniej renomowane regiony turystyczne. Przyczyniają się więc do deglomeracji ruchu turystycznego oraz, co nie jest

bez znaczenia, na tereny odwiedzane za młodu, wraca się zazwyczaj ponownie, będąc już człowiekiem dorosłym.

4.4.2 Turyści III wieku - segment II.

W ostatnich latach (1988 - 1990) prawie 90% wszystkich Szwedów deklarowało co najmniej jedną podróż w roku. W tym 41% stanowiły wyjazdy w celach urlopowo-wypoczynkowych - 67% wszystkich wyjazdów stanowiły wyjazdy zagraniczne.

Badania przeprowadzone wśród populacji ludzi starszych w wieku 55 - 75 lat (na próbie 2000 osób) w roku 1990, wykazały:

- 1) Na pytanie w jakim okresie zamierzają podjąć zagraniczną podróż, większość respondentów odpowiadała: **m-c wrzesień**. Pozostali podawali różne terminy, unikając często miesięcy letnich (lipiec, sierpień) jako zbyt turystycznie frekwentowych.
- 2) Na wyjazdy wewnątrz kraju 43% respondentów zamierzało przeznaczyć tydzień, zaś 23% okres powyżej jednego tygodnia.
- 3) Na wyjazdy zagraniczne turyści III-go wieku zamierzali przeznaczyć:

38%	dwa tygodnie
62%	więcej lub mniej niż dwa tygodnie

- 4) Deklarowane wydatki na podróże urlopowo-wypoczynkowe:

Najwięcej na urlopy w roku 1990 wydawali turyści w wieku 61 -65 lat, tj. średnio 7.150 skr. na osobę.

Spośród wszystkich badanych 24% wydało ca 9.000.- skr.

Średnio turyści w przedziale wieku 55 - 75 lat wydali na podróż urlopową 6.612.- skr (ca 1.100.- dol.)

- 5) Na pytanie czy mogliby wydać więcej:

a) napewno tak, odpowiedziało 26%

b) może tak, odpowiedziało 33%

59% deklarowało, że na swą urlopową podróż mogło by wydać więcej o około 30%.

6) Na pytanie na co wydali by 10 tys. koron, gdyby taką sumę otrzymali:

46% odpowiedziało "na podróże w kraju bądź za granicą".

Tylko najstarsi z badanych respondentów, deklarowali, że sumę tę przekazaliby do banku lub ofiarowali swym krewnym.

Część respondentów dolnej granicy wieku również deklarowała chęć przeznaczenia ewentualnie otrzymanej sumy na podróże.

7) Na pytanie czego oczekują od podróży urlopowych, respondenci w kolejności wymieniali następujące czynniki:

- ☒ a) kontakt z przyrodą (podziwianie piękna natury)
- ☒ b) wygoda (przystoity standard bazy noclegowo-gastronomicznej)
- ☒ c) atrakcje turystyczne (ciekawe obiekty kultury, architektura)
- ☒ d) ciepły klimat
- ☒ e) dobre jedzenie

Były to główne czynniki, które zdaniem szwedzkiego turysty III-go wieku decydują o tym, że podróż urlopowo-wypoczynkowa była udana.

Źródło: Fredrik Fürst, Travel Research, IMU-Testologen w "Turism och Resande i Teori och Praktik" ITR 1/1991 Borlänge.

4.4.2.1 Ogólniejsze wnioski wynikające z omawianych badań.

- 1) Turyści III-go wieku w Szwecji to grupa liczna (ponad 30% ogólnej populacji).
- 2) Grupa ta jest turystycznie bardzo aktywna.
- 3) Dysponuje wystarczającymi środkami na podróże zagraniczne.
- 4) Grupa ta preferuje wyjazdy poza głównym sezonem turystycznym.

4.5 Rynek turystyki etnicznej.

4.5.1 Turystyka etniczna (polonijna) - istotny element turystycznego rynku Krajów Nordyckich.

Wielkość grup, etnicznie i kulturowo związanych z Polską szacuje się na około 91 tys. osób, w tym posiadaczy obywatelstwa polskiego na około 20 tys. W Szwecji cyfry te wynoszą odpowiednio 60 tys. i 15 tys.

4.5.2 Polonia w Szwecji - wielkość i rozmieszczenie.

Na terenie Szwecji największe skupiska polonijne występują: Sztokholm i bliska okolica około 17 tys. osób. Pozostałe grupy zamieszkują Szwecję Płd. (główne miasta to Göteborg, Malmö, Lund, Borås).

Polska grupa etniczna w Szwecji charakteryzuje się największą aktywnością turystyczną spośród wszystkich polskich grup etnicznych w świecie. Szacunki z roku 1989 i 1990 wskazują (O/IT w Krakowie), że statystyczny przedstawiciel Polonii szwedzkiej odwiedza Polskę co 3 lata. Znaczna część tej populacji turystów swój pobyt w Polsce spędza u znajomych lub rodzin.

Z bazy komercyjnej korzysta niespełna 20%. W sumie jednak wydatki tej grupy w Polsce są równe niemal wydatkom przeciętnego turysty szwedzkiego. Wynika to chociażby stąd, że turyści polonijni pozostają w Polsce zazwyczaj dwukrotnie dłużej niż przeciętny turysta szwedzki.

Wysoka aktywność turystyczna Polonii szwedzkiej wynika z bliskości Szwecji, dobrej i stosunkowo taniej dostępności komunikacyjnej (promy) oraz z wysokiej aktywności turystycznej całej społeczności szwedzkiej.

Ponadto Polonia szwedzka na dobrą sprawę stała się znaczącą grupą etniczną dopiero w okresie powojennym. Do roku 1939 grupa ta liczyła ca 2 tys. osób. Na wzrost wpłynęły warunki polityczne w Polsce, a z drugiej strony bardziej otwarta polityka Szwecji wobec imigracji do tego kraju. Obecnie Szwecja oblicza, że ma około 900 tys. emigrantów a więc 11% ludności.

Przyjazdy polonijne do Polski ze Szwecji, szacowane w roku 1991 na ponad 20 tys.,

do roku 2000 winny wzrosnąć do około 30 tys. rocznie (prognoza K. Kraskiewicz ZNB IT Kraków).

4.6 Sveriges Turistråd (odpowiednik UKFiT).

4.6.1 Szwedzka Rada Turystyki.

Od lipca 1992 Szwedzka Rada Turystyki ma zostać zlikwidowana.

Jest to decyzja mocno kontrowersyjna, a w każdym razie z różnych stron, a szczególnie przez opozycyjną partię socjal-demokratyczną mocno krytykowana.

Tłem po części są kontrowersje natury personalnej. Rządząca przez kilkadziesiąt lat partia socjal-demokratyczna, w wielu urzędach i organizacjach zapewniała sobie znaczne wpływy. To samo było również i ze Sveriges Turistråd. Argumentem oficjalnym jest odbiurokratyzowanie szwedzkiej administracji i oszczędności w wydatkach budżetowych, jako że koniunktura w gospodarce jest słaba, a bezrobocie (jako masowe zjawisko w Szwecji od lat nie znane), sięga obecnie 6%.

Rząd szwedzki jest zdania, że dotychczasową działalność Sveriges Turistråd winien przejąć sektor prywatny, czy t.zw. "przemysł turystyczny".

Jest to dość ryzykowne pociągnięcie, jeśli zważyć że spośród 21 tys. przedsiębiorstw branży turystycznej, zaledwie kilka tj. przewoźnicy i duże "łańcuchy hotelarskie" to przedsiębiorstwa duże. Stąd też partycypacja całej branży w utrzymaniu Rady Turystyki, czy innego tworu, będzie bardzo utrudnione.

Z drugiej zaś strony istotnym czynnikiem jest fakt, że branża turystyczna w Szwecji daje zatrudnienie 235.000 osób (w pełnym i niepełnym wymiarze - dane z marca 1992).

Obrót całej branży turystycznej w roku 1990 wyniósł 100 mld. skr. Z czego przeszło połowa dotyczyła bezpośrednio "przemysłu turystycznego". Pozostała część wpływów to handel oraz obsługa szeroko pojętej motoryzacji.

Wpływy z turystyki zagranicznej w roku 1990 oceniano na 17 mld. skr. (czyli prawie 3 mld. dol USA rocznie). Tym samym turystyka zagraniczna przyjazdowa stanowiła 3% szwedzkiego eksportu, a 15% eksportu szwedzkich usług.

Z każdej korony wydanej w Szwecji na turystykę ponad 60% trafia do skarbu państwa z tytułu różnego rodzaju podatków.

Obywatele Szwecji w roku 1990 wydali na zagraniczne podróże ca 36 mld. koron, podczas gdy wpływy z turystyki zagranicznej stanowiły niespełna połowę tej sumy (17 mld.skr).

Znaczna część wydatków na zagraniczne podróże Szwedów dotyczy wydatków na t.zw. business travel, a zatem stanowi nieodzowny koszt promocji szeroko rozumianego szwedzkiego produktu i jego eksportu.

Sveriges Turistråd (Szwedzka Rada Turystyki) - dysponowała w roku budżetowym 1990/1991

123 mln. skr. dotacji państwowej oraz
40 mln. skr. dotacji sektora prywatnego (BP, hotele, transport).

Ogółem zatrudnionych było w Radzie Turystyki 105 osób, z czego 45, w turystycznych przedstawicielstwach zagranicznych.

Dla orientacji poniżej główne pozycje budżetu Szwedzkiej Rady Turystyki w okresie budżetowym 1991/90 i 1990/89.

Tabela 27.

Wpływy w tys. kr. szw.		1991/90	1989/90
Roczna dotacja skarbu państwa		122.510	115.950
Inne wpływy		47.827	41.631
Wpływy ogółem		170.337	157.581
Utrzymanie Zarządu Gł. Rady		38.497	32.699
Sekretariat, delegacje		10.946	10.685
Informacja turyst. i serwis		10.121	9.155
Różne inne		15.701	12.867
<u>Oddział d/s marketingu^{xx}</u>		<u>95.046</u>	<u>90.213</u>
w tym:	Biuro Główne	6.745	6.024
	Szwecja	12.303	13.980
	Dania	5.369	4.343
	Norwegia	7.362	6.343
	Finlandia	4.948	4.309
	Francja	1.467	2.245
	Holandia	1.568	1.934
	Wielka Brytania	5.675	5.886
	Niemcy i inne kr. E.	15.925	14.813
	Szwajcaria	620	1.042

Japonia	2.096	2.276
USA	30.520	26.296
Inne zamorskie	448	722
Środki nie wykorzystane	26	25

Suma ogółem 170.337 157.581
^{xx} W pozycji "Oddział d/s marketingu" mieszczą się sumy przeznaczone na utrzymanie biur w poszczególnych krajach, t.zw. "koszty stałe", które w roku budżetowym 1990/91 wynosiły - 20.163 tys. skr., a w roku budżetowy 1989/90 - odpowiednio - 19.487 tys.skr.

Krótko mówiąc w przeliczeniu na złote polskie budżet Szwedzkiej Rady Turystyki w ub. roku wynosił około 400 mld., z czego około 250 mld. stanowiły wydatki Oddziału d/s marketingu, tj. utrzymanie i działalność promocyjna i informacyjno-reklamowa biura w Sztokholmie (w pewnym sensie odpowiednik COIT) oraz kilkunastu biur poza granicami Szwecji.

Na uwagę zasługuje wspólne biuro skandynawskie (Szwecja, Dania, Norwegia) w: TOKIO, LOS ANGELES i CHICAGO.

Formalny wniosek o likwidację Szwedzkiej Rady Turystyki wpłynął ze strony rządu szwedzkiego do Parlamentu (Riksdag) w listopadzie 1991, a następnie ponownie w styczniu 1992. W miejsce dotychczasowej Rady Turystyki prawie w całości finansowanej przez państwo ma powstać spółka akcyjna t.zw. SWETRAC (tytuł roboczy).

Przedsiębiorstwo to stworzyć mają: Związek Szwedzkich Hotelu i Restauracji (Sveriges Hotell - och Restaurangförbund, SHR), Krajowy Związek Biur Podróży (Svenska Resebranschens Riksförbund, RRF), Związek Kolejek i Wyciągów Szwedzkich (Liftanläggningarnas Organisation, SLAO), Szwedzki Związek Turystyczny (Föreningen Sverige Turism, FORST), oraz Związek Właścicieli Campingów (Sveriges Campingsvärdars Riksförbund, SCR). Pozostałym przedstawicielom branży turystycznej i podróżniczej zaproponowano udział w wymienionym nowym tworze, poprzez nabywanie akcji.

Nowo-powstające przedsiębiorstwo przyjmuje jako główne założenie, że Państwo kupować będzie od niego "usługi marketingowe". Praktycznie oznacza to bardziej zakamuflowaną formę dotacji.

Przy sposobności może uda się wydobyć nieco środków na promocję turystyczną

od branży turystycznej. Branża ta również i poprzednio - choć w niewielkim zakresie - partycypowała w kosztach promocyjnych, ponoszonych przez Szwedzką Radę Turystyki, czyli przez państwo szwedzkie.

Tak więc sądzić należy, że decyzja o likwidacji Szwedzkiej Rady Turystyki ma na równi tak aspekt ekonomiczny, jak i polityczny. Ustępujące kierownictwo Rady Turystyki deklaruje, że zrobi wszystko co w ich mocy, aby nie ucierpiało na tej zmianie promocja turystów zagranicznych do Szwecji.

W środkach masowego przekazu w Szwecji, a szczególnie w wydawnictwach branżowych prowadzono kampanię na rzecz zachowania dotychczasowej struktury tj. Szwedzkiej Rady Turystyki. Kampania ta prowadzona była w znacznej mierze z inspiracji omawianej tu Szwedzkiej Rady Turystyki.

4.6.2 Załącznik (Szwecja) - hotele - ceny - zniżki.

Różne grupy hoteli w Szwecji propagują swoje usługi, podając najróżnorodniejsze formy zniżek i rabatów (poniżej przykłady z Katalogu hotelowego na rok 1992).

1) BILTURLOGI - BI

200 hoteli w 125 miejscowościach Szwecji oferuje dobre i tanie noclegi, w trzech kategoriach cen:

- a) Budżet: (cena niska) za 1 osobę w dwójkę - 158.- skr (woda ciepła i zimna, bez wc w pokoju).
- b) Priser: (cena średnia) 178.- skr (pokoje zazwyczaj z wc i prysznicem).
- c) Bekvämt: (wygodne) 198.- skr (wc, prysznic/wanna).

Dodatkowo - 45.- skr śniadanie (system bufetowy).

Większość hoteli daje 50% zniżki dla dzieci do lat 12-tu.

Bilturlogi - na życzenie wysyła bezpłatne listy w/w 200 hoteli.

2) BEST WESTERN HOTELCHQUE SCANDINAVIA - BWS

BWS funkcjonuje jako 159 hoteli w Szwecji, Danii i Norwegii w okresie 15 maja - 15 września 1992.

Cena podstawowa 260.- skr od osoby (w dwójkę) - ze śniadaniem.

Dzieci do lat 15 płacą tylko 130.- skr na ekstra łóżku w pokoju rodziców.

Niektóre hotele szwedzkie biorą dodatkowo 45.- skr w pozostałych nordyckich krajach obowiązuje na ogół cena podstawowa - (260.- skr).

- 3) **COUNTRY SWEDEN, Sverigepasset 1992**
Funkcjonuje tu 34 wybrane zajazdy i gospody wiejskie o wysokim standardzie, z dobrym jedzeniem i dobrą obsługą.
Dzieci do lat 16 w tych kwaterach nocleg i śniadanie otrzymują gratis.
Przy dłuższych pobytach co piąta noc gratis.
Sverigepasset - kosztuje 150.- skr, kupić można we wszystkich hotelach Country Side Sweden (CS) - (wymienia się szereg adresów).
- 4) **Göteborgspaketet - GP**
Większość hoteli w Geteborgu oferuje nocleg ze śniadaniem za sumę - 300 - 510.- skr od osoby w pokojach 2-osobowych.
Rezerwacje przez biura podróży w Skandynawii lub na podane adresy.
- 5) **RESO - Hotels**
Jedno z większych szwedzkich biur podróży RESO (spółdzielcze) oferuje noclegi w 27 hotelach Szwecji (w tym 8 w Sztokholmie).
Oferowana cena z rabatem w okresie lata i weekendy ca 500.- skr od osoby. Są to hotele o dość wysokim standardzie, a oferowane zniżki stanowią niemal 50% normalnej ceny (ca 1.000.- skr).
- 6) **Sweden Hotels, PASS - 1992**
Sweden Hotels Pass 1992 - karta kosztuje 220.- skr i upoważnia do 50% rabatu od normalnej ceny niemal we wszystkich szwedzkich hotelach. Karta ta obowiązuje w okresie od 15 maja do 13 września 1992.
Karty takie sprzedają na sezon wybrane biura podróży w Europie i USA.
- 7) **Nordiskt Hotelpass (SARA - Hotels) - N**
W okresie 12 lipiec - 16 sierpień, 23 SARA - hotele oferują niskie letnie ceny hotelowe w granicach 285 - 455 skr od osoby (b+b).
Dzieci do lat 15 na przystawce w pokoju rodziców, gratis.
Nordiskt Hotellpass gwarantuje również zniżki w hotelach Danii i Norwegii (w łańcuchu SARA-Hotells).
Wspomniana karta zniżek kosztuje 60.- skr.
- 8) **SCANDIC Hotels**
Wszystkie hotele w łańcuchu Scandic Hotel i Scandic Crown Hotel oraz w motelach oferują w okresie letnim (czerwiec-sierpień) zniżki.
Sammarcheck (czek letni) kosztuje 275.- skr i upoważnia do dalszych zniżek.

5. RYNEK TURYSTYKI DANII

5.1 Analiza rynku i perspektywy rozwoju.

Dania jest demokratyczno-parlamentarną monarchią konstytucyjną.

Powierzchnia kraju wynosi - 43.075 km², ludność - 5,1 mln osób.

Stolica Kopenhaga liczy ca 630.000 mieszkańców (w r. 1990). T.zw. makro-aglomeracja w raz z Kopenhagą obliczana jest na ca 1,5 mln. mieszkańców, a więc więcej niż 25% całej ludności kraju.

Język - duński, należy do grupy języków anglo-saskich, bardzo blisko spokrewniony z językiem szwedzkim i norweskim. Wymowa i akcent mają wiele wspólnego z niemieckim dialektem, zwanym platt-deutsch. Starsza generacja oraz mieszkańcy płd. części Danii znają niemiecki. Ogólnie jednak w rozmowach handlowych powszechnie używany jest język angielski.

Produkt Narodowy Brutto (PNB) wyniósł w roku 1990 ca 57 mld US \$ tj. 15.673 US \$ per capita, co oznacza, że jest to jeden z krajów o najwyższym standardzie w Europie.

W ostatnich 5 - 7 latach, do roku 1991 średnia roczna inflacja wahała się w granicach 4%. Na stosunki zachodnio-europejskie jest to stopień inflacji "normalny". Natomiast od lat występuje dość znaczne bezrobocie.

Wskaźnik bezrobocia ca 8 - 9% i nic nie wskazuje na to, że w najbliższych latach w tym zakresie sytuacja ulegnie zmianie.

Od stycznia 1973 Dania wraz z Wielką Brytanią i Irlandią przystąpiła do EWG.

W przeciwieństwie do pozostałych członków EWG przyrost gospodarczy Danii od lat pozostaje bez zmian i wynosi "+ -" 0,0. Wysoka stopa procentowa opodatkowania czyni produkt duński mało konkurencyjnym, a próby w tym względzie szeregu kolejnych rządów nie przynosiły pozytywnych rezultatów.

Podatki tak bezpośrednie jak i pośrednie są nadal wysokie.

I tak np. Mehrwertsteuer (podatek od wartości dodanej) od produktów i usług wynosi 22%.

W okresie 1970 - 1988 zatrudnienie w t.zw. sektorze uspołecznionym podwoiło się, stąd m.in. próby ograniczania wydatków budżetowych nie przynoszą efektów.

Wprowadzenie jednolitego rynku Wspólnoty Europejskiej (a więc likwidacja ceł, ograniczeń rynku pracy itd.) może sytuację tego kraju jeszcze bardziej utrudnić.

W drugim półroczu 1991 eksport duński wykazał tendencje wzrostowe, co w ocenie wydawnictw ekonomicznych uznano jako poprawę i dobry prognostyk.

5.1.1 Wnioski (koszty ponoszone przez Duńczyków, istotny element taniość).

Reasumując stwierdzić można, że lata 90-te dla gospodarki duńskiej będą trudne. Czynnikiem pozytywnym jest fakt, że eksport duński w znacznej mierze opiera się o małe i średnie przedsiębiorstwa, które wyposażone są w nowoczesny sprzęt oraz potrafią łatwo przestawiać się i dostosować do aktualnych potrzeb i tendencji w eksporcie.

Jako czynnik pozytywny eksperci oceniają również fakt, że w latach 90-tych dopływ młodej siły roboczej na rynek pracy będzie mniejszy. Pozwoli to lepiej wykorzystać czynnik ludzki i tym samym obniżyć koszty, poprawiając konkurencyjność duńskich towarów i usług.

Nadal występować będzie jednak czynnik niepewności rynku pracy i obawa przed pogorszeniem sytuacji ekonomicznej duńskich rodzin. Co oczywiście może nie pozostawać bez wpływu na podejmowane decyzje w zakresie podróży urlopowych i wakacyjnych.

Tak Dania, jak i inne kraje skandynawskie są uznawane za drogie. Szanse na przyjazdy turystyczne mają te kraje, które potrafią przekonać klientów o taniości swego "turystycznego produktu". Pod tym względem Polska jako kraj recepcji turystycznej dla Duńczyków nie jest bez szans.

5.2 Turystyczne wyjazdy Duńczyków.

Klimat duński nie należy do najprzyjemniejszych. Nie tylko w zimie, jest dużo dni

zimnych, deszczowych i wietrznych. Ma to też znaczny wpływ na kierunki podróży i decyzje urlopowe.

W końcu lat 80-tych w podróżach urlopowych uczestniczyło rocznie około 2,8 mln osób. Z liczby tej 32% Duńczyków wybrało urlop w kraju, zaś 68% (1,9 mln osób) poza granicami.

W roku 1991 wyjazdy urlopowe osiągnęły ca 70%. Wzrost podróży urlopowych w ostatnim 10-leciu wyniósł około 15% i dotyczył w znacznej mierze wyjazdów zagranicznych. Najbardziej ulubionym krajem podróży urlopowych Duńczyków jest Hiszpania (18% wszystkich zagranicznych podróży Duńczyków). W następnej kolejności wymienić można takie kraje jak: Włochy, Niemcy, Francja, Grecja i Norwegia gdzie wielkość wyjazdów wahała się w granicach 8 - 9%.

Wyjazdy do Austrii, Portugalii czy Wielkiej Brytanii stanowiły 3 - 4% podróży notowanych ogółem.

Dane te nie obejmują wielomilionowego ruchu wycieczkowego do krajów sąsiedzkich, Szwecji czy Niemiec.

Ponad 40% podróży urlopowych Duńczyków przypada na miesiące lipiec - sierpień.

Wyjątek stanowić może Austria, gdzie w okresie zimowym odwiedza ten kraj prawie 100 tys. Duńczyków, a więc jest to prawie połowa wszystkich urlopowych przyjazdów, do tego kraju.

Znaczną część podróży urlopowych Duńczycy odbywają własnymi środkami lokomocji, bądź autobusami. Prawie 65% wyjazdów zagranicznych organizują Duńczycy za pośrednictwem biur podróży, agencji turystycznych czy linii lotniczych. Znaczna część wyjazdów w okresie wczesno-wiosennym i letnim do Hiszpanii odbywa się lotniczymi charterami (około 400 tys. osób rocznie).

Tylko około 50% Duńczyków swój zagraniczny urlop spędza w hotelach. Pozostali korzystają z innych form zakwaterowania. Szczególnie dotyczy to duńskiej młodzieży, której aktywność turystyczna jest znaczna.

5.2.1 Motywy podróży urlopowych Duńczyków.

Dla 83% badanych Duńczyków (w roku 1987) motywem podróży urlopowej było - przebywanie na łonie natury) podziwianie piękna przyrody.

Dopiero na drugim miejscu, ca 72% było - "robić to na co mam ochotę", mieć czas dla siebie i rodziny".

Deklarowane formy spędzania urlopów zagranicznych Duńczyków:

a) aktywny wypoczynek	75%
b) spacery powiązane z zakupami (Einkaufsbummel) . .	73%
c) odwiedzanie restauracji, kawiarni itp.	72%
d) wycieczki	70%

Dla Duńczyków są więc dość charakterystyczne pasywne formy wypoczyniania.

To co może najbardziej charakteryzuje upodobania Duńczyków to czystość, dobra obsługa, pogodny, beztroski nastrój oraz może przede wszystkim upodobania kulinarne. Dla Duńczyków, podobnie jak dla Francuzów odwiedzanie restauracji, delektowanie się różnymi potrawami, ma bardzo istotne znaczenie, właśnie w okresie urlopowym. Podobne objawy występują również w Płd. Szwecji, na terenie Skanii (Skåne).

5.2.2 Plany urlopowe Duńczyków.

W okresie 1987 - 1990 podróże urlopowe Duńczyków wzrosły o ca 7%. Wynika to m.in. stąd, że coraz więcej Duńczyków odbywa w ciągu roku więcej niż jedną podróż urlopową. Często odbywają dwie podróże, a nawet trzy. Tak w każdym razie oceniają tę sytuację badania "Danish Travel Survey" z roku 1991 (w/g Danmark Turist Raod).

Przeprowadzone wśród Duńczyków badania ankietowe na temat planów urlopowych w najbliższych 3 latach, dały następujące rezultaty:

W okresie 1991 - 1993 zdecydowana większość wymieniła jako pierwszy kraj swoich, dłuższych lub krótszych podróży Niemcy (w to wliczono również kilkudniowe wycieczki do Berlina i innych miast niemieckich).

W następnej kolejności wymieniano - Francję 17%.

Dalej Norwegię - 15% i na czwartym miejscu Szwecję - 13%.

Klasyczne już podróże urlopowe w rejon basenu Morza Śródziemnego w roku 1987 podejmowało około 40% Duńczyków.

W omawianych tu planach na lata 1991 - 1993 procent ten zmalał do 27% (Hiszpania, Grecja, Włochy, Jugosławia).

Jeśli chodzi o Jugosławię to oczywistą przyczyną jest kryzys polityczny i napięta atmosfera wojny domowej, jaka tam obecnie panuje.

Jednakże poza tym, notuje się spadek zainteresowania tym regionem, który od lat był ulubionym celem urlopowych wyjazdów Duńczyków.

Prowadzący badania sugerują, że przyczyna leży w narastaniu problemów ekologicznych w tym regionie oraz zbyt duży natłok turystów.

Są to słuszne uwagi. Jednakże w najbliższych latach, w okresie wczesnowiosennym i letnim, region ten nadal będzie odwiedzany przez znaczny odsetek turystów skandynawskich, w tym również i Duńczyków.

Decyduje o tym ciepło i słońce, taniość podróży charterowych oraz zmasowana propaganda czy może łagodniej promocja turystyczna krajów, w znacznej mierze żyjących z turystyki.

Materiał o urlopach Duńczyków:

Źródło: w/g The Danish Travel Survey, Main Results, Duńska Rada Turystyki, Kopenhaga - 1991.

Wyżej wspomniano, że w urlopowych planach Duńczyków na najbliższe lata, pierwsze miejsce zajmują Niemcy.

Jak wynika z niemieckich statystyk w roku 1990-tym, Duńczycy wydali na podróż do Niemiec ponad 1 mld DM i spędzili w tamtejszej bazie noclegowej ca 1,5 mln nocy. Tak liczna frekwencja wynika z bliskości (kraj sąsiedzki), oraz z faktu, że koszty wyżywienia oraz usługi hotelowo-restauracyjne relatywnie są dla Duńczyków tanie.

W każdym razie znacznie tańsze niż we własnym kraju.

Okolo 20% tego ruchu turystycznego stanowią odwiedziny przyjaciół i rodzin (szczególnie Schleswig-Holstein).

Upodobania Niemców, Austriaków i Duńczyków w sposobie spędzania urlopów, odbywania podróży, mają ze sobą wiele wspólnego.

Jak wynika z ostatnich ocen w 1992 r. zmalało zainteresowanie letnimi wyjazdami do Austrii oraz krajów (jak wspomniano) basenu Morza Śródziemnego.

Powstaje więc luka, o której wypełnienie może starać się strona polska. Dania jednak pozostaje trochę na uboczu naszych zainteresowań promocyjnych. Nie jest to łatwy rynek.

Ze swoimi 70% uczestnictwa w zagranicznych wyjazdach urlopowych, Dania jest niejako "roztworem nasyconym".

5.2.3 30% Duńczyków nie uczestniczących w podróżach - przyjazdy do Danii.

Te ca 30% nieuczestniczących w podróżach, to raczej osoby, które nie mogą z różnych względów uczestniczyć w wyjazdach turystycznych, bądź po prostu programowo przedkładają pozostanie na miejscu w swym domu, willi czy ogrodzie. Ma na to często wpływ, podeszły wiek, sytuacja rodzinna, czy wreszcie złe warunki ekonomiczne.

Oznacza to, że nasze działania promocyjne winny nakłonić turystów duńskich, aby miast innego kraju czy miejsca urlopu, wybrali Polskę.

Atrakcyjne dla Duńczyka mogą być:

- piękna przyroda (np. parki narodowe czy stworzenie tak teraz modnego Muzeum Ekologicznego np. w Białowieży).
- dobra gastronomia oraz uprzejma i pogodna obsługa.

Jednym z głównych czynników marketingu turystycznego i promocji jest element ludzki. Zadowolony i dobrze obsłużony klient, to stale jeszcze w turystyce, najlepsza i najtańsza forma promocji.

Przyjazdy do Danii.

Jak już wspomnieliśmy aktywność turystyczna Duńczyków jest bardzo wysoka. Jednakże jak chodzi o turystykę przyjazdową do Danii, mają do odnotowania też znaczne sukcesy.

Jest to turystyka zazwyczaj kilkudniowa, związana z odwiedzaniem miast, a szczególnie Kopenhagi. Miasto jest nastawione na obsługę turystyki. Świadczy o tym ilość hoteli, restauracji oraz różne formy kulturalno-rozrywkowe.

Dane statystyczne dotyczące przyjazdowej turystyki do Danii w załączeniu.

5.2.4 Kłopoty hotelowe Duńczyków.

Duża ilość hoteli, mimo wzrostu turystyki powoduje dla Duńczyków również określone kłopoty. "We wcześniejszym okresie lat osiemdziesiątych ilość noclegów w hotelach duńskich utrzymywała się na tym samym poziomie z roku na rok. Jednakże od roku 1988 poczynając do roku 1991 ilość noclegów wzrosła o 3,3%. Mimo tego tak pozytywnego rozwoju, 500 duńskich hoteli ogłosiło bankructwo, lub zostało sprzedanych na przymusowych licytacjach - w okresie ostatnich czterech lat.

Jeśli ilość przybywających gości lub długość pobytów nie będą wzrastać w jeszcze większym tempie, to ilość duńskich hoteli ulegnie dalszemu zmniejszeniu.

Duńskie Ministerstwo Przemysłu i Handlu przeznaczyło około 1 mln. koron na przeprowadzenie analizy rynkowej branży hotelarskiej, na wskazanie przyczyn złego stanu rzeczy oraz propozycji rozwiązań zaistniałego problemu.

Źródło: "Mange Hoteller krakkede trods flere overnatninger", art. w Stand By z lutego 1992/ Kopenhaga.

5.3 Gospodarka, wpływy i wydatki na turystykę zagraniczną.

DANIA - obszar 43.069 km², ludność 5,13 mln., w miastach 86%.

Tabela 28. Gospodarka, handel zagraniczny, dochody ludności per capita - dol. US

Lata	1985	1986	1987	1988	1989	
1)Produkt narod.	55.566	78.974	97.642	103.304	100.435	
2)GNP per capita	11.313	12.648	14.988	18.540	20.511	dol.US
3)Eksport	16.454	21.202	25.615	27.317	28.085	
4)Import	17.768	22.811	25.434	25.863	26.666	
Przyjazdy turystów zagranicznych do Danii, wg. ilości noclegów (w tys.)						
1) Ameryka i in.	596	436	467	399	447	
2) Europa	7.827	7.636	7.240	7.147	8.085	
Obłożenie bazy noclegowej - % wykorzystania						
1)	38,0	37,0	37,0			

Źródło: WTO - *Compendium of Tourism Statistics*, Madryt - 1990

5.3.1 Gospodarka, wpływy z turystyki zagranicznej.

Tabela 29. Turystyka zagraniczna - wpływy i wydatki w mln. dol. USA

Lata	1985	1986	1987	1988	1989
1) Wpływy z recepcji turystów zagr.	1.326	1.759	2.219	2.423	2.313
2) Wydatki	1.410	2.119	2.860	3.087	2.932
3) Transport wpływy	79	73	79	100	118
4) Transport wydatki	-	-	-	-	-

Źródło: WTO - *Compendium of Tourism Statistics*, Madryt - 1990

5.3.2 Przyjazdy do Danii 1988 - 1989.

Tabela 30. Ilość noclegów spędzonych przez zagranicznych turystów w rejestrowanej bazie noclegowej Danii - tylko ważniejsze kraje.

Kraj	1988	%	1989	%	88 /89
Finlandia	203.937	2,5	215.038	2,4	11,2
Francja	138.810	1,7	154.036	1,7	9,1
Niemcy	2.818.399	35,2	3.210.790	35,3	23,5
Włochy	153.449	1,9	174.917	1,9	10,9
Holandia	509.366	6,4	602.626	6,6	20,9
Norwegia	985.947	12,3	1.039.698	11,4	6,1
Szwecja	1.657.356	20,7	1.935.911	21,3	25,3
Wielka Brytania	347.978	4,3	376.546	4,1	10,1
Europa Zachodnia	6.815.242	85,1	7.709.562	84,8	18,1
Ameryka Płn. (USA+Kanada)	398.777	5,0	447.229	4,9	12,4
Ogółem kraje OECD	7.214.019	90,1	8.156.791	89,8	13,1
Inne kraje nie-OECD	796.987	9,9	930.992	10,2	16,8
Ogółem	8.011.006	100,0	9.087.783	100,0	13,4

W latach 1990 i 1991 następował dalszy wzrost przyjazdów.

Zwraca uwagę duża mobilność mieszkańców Danii, Szwecji, Norwegii i Finlandii, wewnątrz Skandynawii.

Podróże te są zazwyczaj krótkie (kilku dniowe) i w jednej trzeciej dotyczą t.zw. "business travel".

Ca 50% ogółu noclegów w t.zw. bazie rejestrowanej dotyczy noclegów w hotelach. Przybywający do Danii, Niemcy, Francuzi, Włosi czy Holendrzy często nie pozostają tylko w tym kraju, lecz udają się dalej tj. do Szwecji czy Norwegii.

5.3.3 Uwagi dotyczące trendów w przyjazdach do Danii w latach 88 - 89.

W roku 1989 nastąpił zwrot trendu. Po szeregu latach spadku w turystyce przyjazdowej, we wszystkich rodzajach bazy noclegowej odnotowano w Danii ca 13% wzrost (do 9 mln. noclegów). Ilość udzielonych noclegów w bazie hotelowej, charakteryzowała się jeszcze większą dynamiką wzrostu - +17% - w stosunku do roku 1988.

Poprawę zanotowano na trzech głównych rynkach a mianowicie: Niemcy +14%, Szwecja +17% i Norwegia +6%.

Źródło: OECD - Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries, s.38, Paryż 1990.

5.4 Promocja turystyki do Danii.

5.4.1 Źródła duńskich sukcesów w promocji turystyki zagranicznej.

Podczas gdy Szwecja notowała wyraźny spadek przyjazdów turystów zagranicznych w latach 1990 i 1991 w Danii odnotowano znaczny wzrost. W ostatnich 6 - 7 latach notowano stały wzrost przyjazdów turystów zagranicznych. Największy wzrost odnotowano na rynku szwedzkim a następnie na rynku niemieckim.

Koszty pobytu w Danii są zbliżone do Szwecji czy Norwegii. Podatek od t.zw. "wartości dodanej" jest tu też wysoki i wynosi 22%.

W latach 1990, 1991 i na sezon 1992 nasilono kampanię:

- a) Pobyty w tańszej bazie noclegowej i w campingu.
- b) W Niemczech, Holandii, W. Brytanii i Norwegii propagowano pola golfowe, jako jeden z elementów aktywnego wypoczynku.
- c) Usprawniono i przyspieszono przewozy promowe, stosując większe, szybsze i bardziej luksusowe jednostki promowe.

Jako główne źródło sukcesu podaje się "koordynację i koncentrację działalności promocyjnej", podporządkowanej jednemu celowi "więcej turystów do Danii".

Główne hasła reklamowe to: "nowe promy", "nowe terminale", "nowy elektroniczny system rezerwacji".

Źródło: Wydawnictwo Turbolens, 2/1991 "Samordning - Nyckel bakom Danmarks framgångs" U.Brahm, s. 27.

5.4.2 Wnioski dotyczące przyjazdów i dostępności komunikacyjnej.

Wniosek ogólniejszy

Połączenie się dwóch linii promowych, szwedzkiej SFL i duńskiej DSB we wspólne przedsiębiorstwo szwedzko-duńskie (listopad 1991) pod nazwą "Scand-Lines" mocno propagowano pod hasłem **"Najszybsza droga do Europy"**. Nowe, przestronne terminale, szybsze i nowocześniejsze promy, stanowią również pewne zagrożenie konkurencyjne dla naszego armatora promów PŻB.

6. FINLANDIA

6.1 Dane ogólne o kraju.

Finlandia jest republiką parlamentarną.

Głową Państwa jest prezydent, wybierany w wyborach pośrednich.

Powierzchnia 338.145 km²

Ludność 4.939.000 (dane za rok 1990)

Język fiński (grupa językowa ugro-fińska, ponadto 6% ludności używa języka szwedzkiego jako języka macierzystego - dotychczas język szwedzki występuje w Finlandii jako drugi język oficjalny, również nauczany obowiązkowo w szkołach. Dyskusje ostatnich lat wskazują na to, że szwedzki przestanie być w szkołach językiem obowiązkowym).

Język używany w rozmowach handlowych - angielski i niemiecki (również szwedzki).

Główne miasta w tys. osób

Helsinki 491 (aglomeracja 921)

Tampere 180

Turku 165

Rozwój gospodarczy (zmiany w %)

	1988	1989	1990
Produkt Narodowy Brutto (PNB)	5,2	4,5	3,0
Konsumpcja prywatna	5,0	4,5	3,0
Konsumpcja społeczna (publ.)	3,3	3,0	2,5
Eksport (towarów i usług)	4,2	2,0	2,0
Import (towarów i usług)	10,1	6,0	4,0
Inwestycje brutto	10,5	6,0	0,0
Inflacja	5,1	6,5	6,5

6.2 Gospodarka - turystyka - wpływy - wydatki.

Tabela 31.

Lata	1985	1986	1987	1988	1989	
Gospodarka, handel zagraniczny, dochody ludności per capita w dol. US						
1) Produkt narodowy brutto	52.964	69.563	87.261	103.213	112.830	mln.
2) GNP per capita	10.947	12.181	14.565	18.574	22.056	dol.US
3) Eksport	13.617	16.336	19.560	22.151	23.289	mln.
4) Import	13.233	15.333	18.922	21.843	24.570	mln.
Przyjazdy turystów zagranicznych do Finlandii (w tys. osób)						
1) Ameryka Płn.	215	185	229	234	236	
2) Europa	1.735	1.700	1.814	1.879	2.079	
3) Inne	44	39	51	56	61	
Wykorzystanie bazy hotelowej (w %)						
	55,4	54,1	54,4	53,9	54,1	
Wyjazdy zagraniczne mieszkańców Finlandii (w tys. osób)						
Ogółem	491	583	739	935	1.087	
Turystyka zagraniczna, transport - wpływy i wydatki w mln. dol US						
1) Recepcja tur. zagr.	543	598	823	877	1.011	
2) Wydatki na tur. zagr.	777	1.060	1.512	1.651	2.045	
3) Transport - wpływy	226	285	344	420	482	
4) Transport - wydatki	162	207	287	636	519	

^aGNP = Gross National Product

Źródło: WTO - Compendium of Tourism Statistics, Madryt - 1990

6.2.1 Turystyka przyjazdowa 1988 - 1989.

Tabela 32. Pobyty turystów zagranicznych 1988 i 1989 wg. ilości noclegów - statystyki WTO

Kraj	Rok 1988	Rok 1989	Stosunek % 88/89
Austria	24.628	26.239	+ 6,5
Belgia	16.018	17.080	6,6
DANIA	69.569	77,147	10,9
Francja	66.433	71.269	7,3
Niemcy	321.992	353.506	9,9
Islandia	6.855	6.325	- 7,7
Irlandia	-	- (razem z W. Brytanią)	
Włochy	81.838	86.910	+ 6,2
Holandia	46.266	52.189	12,9
NORWEGIA	122.201	115.563	- 5,4
Hiszpania i Port.	29.079	32.510	+ 11,8
SZWECJA	557.463	584.866	4,9
Szwajcaria	73.365	76.152	3,8
Wielka Brytania	131.711	141.264	7,3
Europa Zach. og.	1.547.016	1.641.021	+ 6,1
Kanada	30.427	33.223	+ 9,2
USA	203.202	202.452	- 0,4
Ameryka Płn.	233.629	235.675	+ 0,9
Australia, N. Zel.	-	-	
Japonia	55.766	60.855	+ 9,1
Kraje OECD	1.836.411	1.937.551	+ 5,5
Inne europ.	332.300	438.185	+31,9
Bułgaria+Rumunia	9.328	12.788	37,1
Czecho-Słowacja	15.049	15.224	1,2
b. NRD	19.229	22.813	18,6
Węgry	18.397	20.450	11,2
POLSKA	21.149	22.453	6,2
b. ZSRR	214.487	313.549	46,2
inne kraje	129.589	141.564	9,2
Ogółem inne poza OECD	461.889	579.749	+ 25,5
Ogółem wszystkie kraje	2.298.300	2.517.300	+ 9,5

Źródło: WTO - ilość noclegów bazie noclegowej, rejestrowanej 1990

6.2.2 Ocena trendów w przyjazdach.

W roku 1989 w stosunku do roku poprzedniego zanotowano 4% wzrost, w tym w bazie hotelowej o około 10%.

W roku 1989 wzrosły aż o 46% przyjazdy z krajów b. ZSRR

Kraje Bałtyckie oraz Kraje Wspólnoty Niepodległych Państw odgrywają znaczącą rolę na tamtejszym rynku turystyki przyjazdowej. Przyjazdy z tych rynków ulegają jednak często wahaniom, które nie dają się przewidzieć. Np. w roku 1989 46% wzrost, a w roku 1988 18% spadek.

Pozytywne tendencje wzrostu wykazywały rynki turystyki przyjazdowej z Niemiec, Szwecji i Wielkiej Brytanii.

Źródło: OECD - *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*, s. 38, Wyd. OECD - Paryż 1990.

6.3 Komunikacja promowa Finlandii.

Z żeglugi (głównie promowej) między Finlandią a pozostałymi krajami basenu Morza Bałtyckiego korzysta 11 mln. osób (z tego aż 9 mln. osób przypada na rejsy Finlandia - Szwecja).

W znacznej mierze tak wysoka frekwencja spowodowana jest bezcłowymi zakupami na promach "Silja Line" AB, czy "Vikinga Line" AB. Ten system wolnocłowych zakupów na promach ma być w r. 1999 zniesiony.

Tabela 33.

Parametry statków Silja Line na Bałtyku			
	2 promy Helsinki-Sztokholm	2 promy Turku-Sztokholm	1 prom Helsinki-Travemunde
Rok budowy	1990 - 91	1985 - 86	1977
Kabiny	950	566	522
Łóżka	2.500	1.625	1.600 + 200 foteli
Ilość pasażerów	2.500	2.000	1800 latem 1600 zimą
Tonaż BRT	58.400	33.818	25.9081

7. NORWEGIA

7.1 Dane ogólne.

Norwegia jest monarchią konstytucyjną, jednoizbowy parlament, zwany "Storting".

Powierzchnia 223.878 km²
Ludność 4.198.000 (na rok 1990)
Język norweski (grupa języków anglo-saskich, bardzo zbliżony do szwedzkiego)

Język w rozmowach handlowych - angielski.

Główne miasta

Oslo 723.473 mieszkańców (dane z 1990)
Bergen 209.831 "
Trondheim 135.524 "

7.1.1 Rozwój gospodarczy.

Rozwój gospodarczy (zmiany - przyrost/spadek w %)

	1988	1989	1990
Produkt Narodowy Brutto (PNB)	1,1	2,0	1,5
Konsumpcja prywatna	- 2,3	- 2,7	1,0
Konsumpcja społeczna (publ.)	0,1	3,0	2,0
Eksport (towarów i usług)	4,6	9,0	3,3
Import (towarów i usług)	- 2,7	- 4,5	1,3
Inwestycje brutto	- 1,6	- 9,2	-2,6
Inflacja w %	6,7	4,5	4,0

7.2 Gospodarka, turystyka - wpływy i wydatki.

Tabela 34.

Lata	1985	1986	1987	1988	1989	mln.
Gospodarka, handel zagraniczny, dochód ludności per capita w dol US						
1) Produkt narodowy brutto (GNP ^x)	57.072	68.225	82.228	87.741	88.515	mln.
2) Dochód (GNP) per capita	14.468	15.422	17.349	19.553	21.850	dol.US
3) Eksport	19.991	18.097	21.491	22.437	27.061	mln.
4) Import	15.560	20.306	22.640	23.221	23.676	mln

^x GNP = Gross National Product

Źródło: WTO - Compendium of Tourism Statistics, Madryt - 1990

7.2.1 Przyjazdy do Norwegii.

Tabela 35. Przyjazdy turystów zagranicznych do Norwegii (w tys. osób)

Lata	1985	1986	1987	1988	1989
Ogółem	1.933	1.637	1.782	1.704	1.867
Średnia ilość turystów zagr. w Norwegii					
	2,0	2,0	2,1	1,8	1,75

Źródło: WTO - Compendium of Tourism Statistics, Madryt - 1990

7.2.2 Podróże zagraniczne Norwegów.

Tabela 36. Podróże zagraniczne mieszkańców Norwegii (w tys. osób)

Lata	1985	1986	1987	1988	1989
Ogółem	597	677	763	682	444

Źródło: WTO - Compendium of Tourism Statistics, Madryt - 1990

7.2.3 Turystyka zagraniczna: wpływy, wydatki, transport.

Tabela 37. Turystyka zagraniczna - wpływy, wydatki, transport - wpływy w mln. dol.
US

Lata	1985	1986	1987	1988	1989
1) Wpływy z recepcji	755	1.059	1.255	1.467	1.329
2) Wydatki na turyst. zagraniczną	1.722	2.511	3.067	3.442	2.848
3) Wpływy z transportu turyst.	839	939	580	579	450

Źródło: WTO - Compendium of Tourism Statistics, Madryt - 1990

7.2.4 Przyjazdy 1988 i 1989.

Tabela 38. Ilość noclegów spędzonych przez zagranicznych turystów w bazie noclegowej rejestrowanej w okresie 1988 i 1989 - tylko ważniejsze kraje - WTO.

Kraj	Rok 1988	Rok 1989	Stosunek % 88/89
Dania	643.086	648.444	0,8
Finlandia	102.887	98.583	- 4,2
Francja	119.897	139.979	16,7
Niemcy	539.333	580.599	7,7
Holandia	107.853	118.262	9,7
SZWECJA	577.695	518.707	- 10,2
Wielka Brytania	333.142	337.364	1,3
Inne kraje OECD	231.318	265.117	14,6
Europa ogółem	2.655.221	2.707.055	2,0
Ameryka Płn. (USA)	348.049	347.258	- 0,2
Australia + Japonia	66.715	80.093	20,1
Kraje OECD - ogółem	3.069.985	3.134.406	2,1
Inne kraje nie-OECD	286.270	296.948	3,7
Ogółem	3.356.255	3.431.354	2,2

Źródło: Statystyki WTO z roku 1990

7.2.5 Ocena trendów w turystyce przyjazdowej 1988 i 1989.

Po spadku w 1988 przyjazdów turystów zagranicznych o 13%, rok 1989 okazał się

lepsy. W bazie hotelowej zanotowano 2% wzrost. Przyczynił się do tego wzrost przyjazdów z 2 głównych rynków turystycznych tj. Danii i Niemiec. Był to umiarkowany wzrost o ca 4%.

Natomiast 3 i 4 w kolejności rynek Szwecji i USA wykazywał nadal tendencje spadkowe (- 7%).

Źródło: OECD - Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries, s. 39, Paryż - 1990.

8. WNIOSKI KOŃCOWE ANALIZY TURYSTYCZNEGO RYNKU SKANDYNAWSKIEGO

8.1 Ocena rynku.

Rynek turystyki skandynawskiej jest rynkiem dość stabilnym i w odniesieniu do Polski, w okresie 1985 - 1991 charakteryzował się systematycznym wzrostem, od ponad 100 tys. osób w roku 1985 do ca 250 tys. w roku 1991.

W stosunku do ogólnej liczby wyjazdów zagranicznych, z terenu Krajów Nordyckich, szacowanych na ponad 9 mln. wyjazdów rocznie, stanowi to niespełna 3%.

8.1.1 Potrzeba specjalizacji.

Nasza dotychczasowa promocja turystyki na tamtejszym rynku sprowadzała się w zasadzie do propagowania wszystkiego co mamy w turystyce najlepsze, a więc wybrzeże, jeziora, góry oraz wartości historyczne i kulturowe naszego kraju.

Przy stosunkowo niewielkich ilościach turystów jest to słuszne. Obecnie jednak, chcąc osiągnąć przyjazdy w granicach 300 - 400 tys. czy więcej (a jest to obiektywnie możliwe, przy tak dużej aktywności turystycznej Skandynawów) musimy w naszej ofercie globalnej stosować większą specjalizację.

8.1.2 Segmentacja rynku turystycznego.

Mówiąc o specjalizacji mam na myśli stosowanie segmentacji rynku turystycznego. Na terenie Skandynawii rozróżniam następujące segmenty rynku turystycznego, które winny rokować nadzieje na sukces.

8.1.3 Turyści III-go wieku - segment I.

Turyści III-go wieku to grupa liczna, stanowiąca 30% ogółu ludności Skandynawii i Finlandii. W okresie najbliższych 10 lat udział tej grupy w ogólnej populacji tamtejszej

ludności będzie wzrastał.

Grupa ta jest turystycznie aktywna, dysponuje środkami na podróże zagraniczne, przyczem preferuje wyjazdy poza głównym sezonem turystycznym. M.in. dlatego, że nie lubi gdy jest zbyt tłoczno i zbyt gorąco.

W Polsce, na recepcję turystów III-go wieku nadaje się obecnie Kołobrzeg. Dysponuje odpowiednią bazą noclegową (ca 2000 - 3000 miejsc noclegowych) nadającą się do przyjmowania turystów ze Skandynawii czy Niemiec.

Standard takich domów sanatoryjno-wczasowych, jak: "San", "Hutnik", "Kieleczanka", "Lech", URM, DW "Bałtyk" jest dość wysoki. Nieznaczne poprawki oraz przygotowanie personelu, dają gwarancję średniego międzynarodowego standardu.

Miasto Kołobrzeg jest czyste i zadbane (odbija korzystnie w porównaniu do wielu innych miast Polski). Dobre warunki klimatyczne oraz fachowa kadra medyczna mogą gwarantować skuteczne leczenie, szczególnie dla ludzi starszych. Dla mieszkańców Danii, Szwecji Płd. i Norwegii dostępność komunikacyjna dość dobra (promy do Świnoujścia i ca 200 km autokar).

Komunikacja promowa do Kołobrzegu nie możliwa. Przy zanurzeniu promów 4 -5 m, koszt takich inwestycji w porcie Kołobrzeg obecnie niemożliwy.

O Kołobrzegu spotkałem tylko 1 folder z przed ca 8 lat. Do promocji tego miasta należałoby włączyć tamtejsze władze komunalne, PZB oraz (nadające się do tego) domy sanatoryjno-wypoczynkowe. Bez turystów zagranicznych, w granicach ca 60% obłożenia, obiektom tym w najbliższych latach grozi upadek. Subsydiowanie pobytów Polaków przez zakłady pracy i Ministerstwo Zdrowia z roku na rok maleje. Komercyjne pobyty naszych krajowych turystów i tak wszystkich miejsc nie zapełnią.

Aktualnie do Kołobrzegu przybywa już trochę turystów z Niemiec, w 90% ludzi starszych (płacą ca 30 DM dziennie pobyt z wyżywieniem i 2 zabiegami, w okresie poza głównym sezonem).

8.1.4 Turystyka młodzieżowa - segment II.

Młodzież szwedzka jak też i innych krajów Skandynawii preferuje podróże własnym

środkiem lokomocji, lecz również koleją. Podróże promem do Świnoujścia, Gdańska czy Gdyni (z Karlskrony) powinny ich w pełni satysfakcjonować.

Jest to grupa turystycznie bardzo aktywna. Jeśli nawet wydaje mniej i nie szuka wysokiego standardu hoteli, to rekompensuje to często dłuższymi pobytami.

Zainteresowanie dużymi aglomeracjami oraz objazdami po całym kraju jest dość charakterystyczne dla tej grupy turystów.

 W porozumieniu i we współpracy z PZB, PKP, LOT oraz hotelami warto by propagować zniżki dla młodzieży i ludzi młodych z terenu Skandynawii. Sądzę, że w nagłośnieniu ofert dla turystów młodych, bardziej winny zaangażować się Orbis i inne biura podróży, a także mniejsze hotele i schroniska młodzieżowe czy motele - chociażby poprzez reklamę ofert i programów dla turystów młodzieżowych w wydawnictwach COIT.

8.1.5 Turystyka etniczna - segment III.

Na terenie Skandynawii i Finlandii zamieszkuje ca 90 tys. osób, stanowiącą polską mniejszość etniczną. Grupa ta jest w przyjazdach do Polski dość aktywna. Średnio szacuje się, że statystyczny turysta polonijny ze Skandynawii odwiedza Polskę co 3 lata.

Przewidywany roczny wzrost przyjazdów tej grupy do ca 30 tys. osób rocznie, też wymaga określonych działań promocyjnych. Grupa ta tylko w około 20% - 25% korzysta w Polsce z bazy noclegowej komercyjnej. Jednakże ich pobyty są w Polsce dłuższe, a wydatki na różne zakupy wyższe niż przeciętnego Skandynawa. Stąd średnia wpływów ogółem od tej grupy, nie powinna być mniejsza niż innych grup z tamtejszego terenu.

Warto by we współpracy z Konsulatami RP i Instytutem Polskim organizować imprezy promocyjne, o aspekcie turystycznym. Okazji jest wiele, a warunki współpracy z tamtejszą Polonią są teraz bardzo dobre.

8.1.6 Element dodatkowy, tranzyt - segment IV.

Dotychczas turystyka samochodami i autokarami na południe Europy odbywa się via Niemcy.

Są to liczby znaczące. Np. w okresie 1985 - 89 co roku do Austrii udawało się ponad 500 tys. Skandynawów. Nie mniej udaje się do Włoch, na Węgry czy do Czecho-Słowacji. Odliczając nawet podróże lotnicze, to i tak ponad 800 tys. turystów ze Skandynawii (również zimą) udaje się w tranzycie przez Niemcy.

Mamy szansę na to by, chociaż połowa tej liczby a więc ca 400 tys. osób odbywało te podróże przez Polskę.

Wymaga to nie tylko promocji, ale szeregu usprawnień na trasach tranzytowych. Na poważne inwestycje narazie środków brak. Jednakże poprawa oznakowania (szczególnie przez większe miasta) to chyba przedsięwzięcie na które nas stać. Warto by wrócić do nagłaśniania kampanii promocyjnej na temat trasy tranzytowej BTBA. Może pozwoli to pozyskać Węgrów i Czecho-Słowaków do propagowania tranzytu przez Polskę. Aby kampania ta dała widoczne rezultaty trzeba ze 2 - 3 lata zabiegów.

Dostępność komunikacyjna i pojemność naszej komunikacji promowej zastrzeżeń nie budzi.

W razie wzrostu przewozów, PŻB ma możliwość kupna czy charterowania nowych promów. Sądzę, że również nowa konkurencyjna linia promowa Karlskrona - Gdynia, też ma w planach zwiększenie tranzytu przez Polskę. Już w pierwszych materiałach reklamowych tej linii zwracano uwagę na przewozy do Polski jak i na tranzyt.

Wymienione 4 główne segmenty rynku turystycznego na terenie Krajów Nordyckich, to w mojej ocenie główne punkty, wokół których winna być rozwijana promocja tamt. rynku turystycznego.

Jest tu jeszcze wiele innych czynników.

Sądzę, że poszczególne grupy hoteli, biura podróży oraz przewoźnicy będą uprawiać promocję każdy dla siebie.

Na tych 4 głównych segmentach warto by się skoncentrować przez najbliższe 3 - 4 lat.

Szersze programy promocyjne wymagają konsultacji i bardziej szczegółowych opracowań, w porozumieniu z ekspertami w tej dziedzinie jak: COIT, ORBIS, Przedstawicielstwo UKFiT w Sztokholmie, PŻB, LOT i PKP.

8.1.7 Dostępność komunikacyjna - wzrost przewozów.

- a) Perspektywy rozwoju turystyki skandynawskiej na najbliższe lata (pobyt + tranzyt) roszą nadzieję na osiągnięcia w końcu obecnego 10-cio lecia: Wzrost przewozów promami turystów zagranicznych z ca 250 tys. do 500 tys. i turystów krajowych z ca 220 tys. do 350 tys. to razem czyni 850 tys. Przy tego typu wielkościach i bez względu na status cywilno-prawny PŻB, Państwo winno zapewnić sobie znaczące udziały w tej firmie.
- b) Pomysły rozwojowe Corona-Line (Karlskrona - Gdynia) można wspierać ale też trzeba i dokładnie obserwować.
- c) Może Turystyczny Bank Rozwoju oraz Polskie Biura Podróży mogą być udziałowcami PŻB. Chodzi o to że na losy i rozwój tej firmy w sensie pozytywnym winny wpływać tak władze jak i cała zainteresowana branża turystyczna.

9. WYKAZ BIBLIOGRAFII

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

1. *Servus i Öesterrike*, Wiedeń 1992
2. *"Marketing 2000"*, Wiedeń 1991
3. *Kartoteka Sprzedaży BZB*, Kołobrzeg 1992
4. *Rocznik Statystyczny GUS*, wyd. W-wa 1992
5. *Statystyki WTO*. wyd. Madryt 1990
6. *Biuletyn Nordiska Turist Raadet* - Stockholm, 1991
7. *"Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries"* - Wydawnictwa OECD, Paris - 1990
8. *Market Analysis "Gruner + Jahr AG and Co, Tourism Abroad"*, Hamburg 1992
9. *Statystyki Deutsche Bundes Bank*, wg. G+J wyd. Hamburg 1992
10. *"Turystyka i Wypoczynek"* GUS, W-wa 1992
11. *"Morze"* miesięcznik, wyd. Navimor, 6/92, W-wa, 1992
12. *"Polska Turystyka w Liczbach"*, *Turystyka i Wypoczynek*, GUS, W-wa lata 1988 - 1991 -
13. *"Incoming Tourist Traffic in Poland"*, Instytut Turystyki, W-wa 1992
14. *Badania Ankietowe Turystyki Przyjazdowej*, Ankieta - Turyści Skandynawscy, dane za rok 1991, Instytut Turystyki, W-wa 1992
15. *Fact Sheets on Sweden, Immigrants in Sweden*, wydawnictwo: Svenska Institutet, Stockholm - 1992
16. *WTO - Compendium of Tourism Statistics*, wyd. WTO, Madryt 1990
17. *Szwecja - przyjazdy cudzoziemców*, wyd. Statistiska Centralbyraon /SCB/ SI, Stockholm - 1992
18. *"Fakta om Turism"*, Sveriges Turistraod, Stockholm 1992
19. *"Turismforskningens Betydelse foer Sverige"* Bengt Sahlberg *Turism och Resande i Teori och Praktik*, 1/91 Östersund 1991
20. *Dagens Nyheter*, Stockholm 22/3 - 1992
21. *Dane statystyczne 'Szwedzki Urząd d/s Lotnictwa Cywilnego*, Sztokholm 1992
22. *Dane o kolejnictwie "Tidningarnas Telegrambyraon*, 2.3.1992
23. *"Göteborgs Tidningen"* Peter O.Nilsson, art. o Karlskronie, 21.3.92 wg. Göteborgs Posten, Göteborg 3/1992
24. J.Hartman, *"Turism och Resande i Teori och Praktik"* ITR, 1/91 - Borlaenge 1991
25. J.Hartman *"Youth and New Technologies"*, Wiedeń 1991
26. Fredrik Fuerst, IMU-Testologen, w *"Turism och Resande i Teori och Praktik"*, - Borlaenge 1991
27. *Sprawozdanie za okres 1990 - 1991 "Sveriges Turistraod*, Stockholm 1992
28. *"Maenge Hoteller krakkede trods flere overnatninger"* w *Stand By*, 2. 1992 Kopenhaga
29. *"Samordning - Nyckel bakom Dannmarks Framgaongs"*, autor U.Brahm, wyd.Turbolens, Sztokholm 1991

I N S T Y T U T T U R Y S T Y K I
Zakład Naukowo Badawczy
w Krakowie

KAZIMIERZ KRASKIEWICZ

ANEKS

ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO SKANDYNAWII

(praca R. - 1.6.3)

Kraków 1992

Spis treści

Zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji	3
Krajowe i zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji	6
Zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji	7
Rok - 1991 - podróże mieszkańców Szwecji	9
Uprzemysłowione kraje zachodnie o najwyższym wskaźniku wydatków per capita na urlopy i wypoczynek - 1988 i 1989	10
Spis tabel i wykresów	14
Bibliografia	15

ANEKS - ANALIZA TURYSTYCZNEGO RYNKU SKANDYNAWII R. - 1.6.3.

Aneks stanowi uzupełnienie pracy R. - 1.6.3. "Analiza turystycznego rynku Skandynawii", złożonej w Warszawie 1 lipca 1992.

Dodatkowe i bardziej aktualne dane statystyczne dotyczące omawianego rynku otrzymałem już po złożeniu pracy.

Z otrzymanego materiału opracowano dodatkowo 16 tabel dotyczących Szwecji i Norwegii i opatrzone komentarzem.

Omawiane tu materiały nie zmieniają zasadniczej koncepcji całego opracowania, ani zawartych w nim wniosków. Stanowią natomiast cenne i na - ile to możliwe - aktualne uzupełnienie w takich dziedzinach jak: podróże prywatne i służbowe, używane środki transportu, rodzaje bazy noclegowej oraz motywy wyjazdów.

W odniesieniu do Norwegii materiały dotyczą wydatków na turystykę Norwegów w porównaniu z Krajami Nordyckimi oraz innymi Krajami Zachodnimi, - a ponadto charterowych podróży Norwegów oraz zainteresowań podróżami urlopowymi w najbliższych latach (Norwegia i inne kraje).

Zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji

Tabela 1. Rok 1990 - podróże służbowe i prywatne (wydatki i środki transp.)

Służbowe		Prywatne	
Wydatki w kr. szw.	% - udział	Wydatki w kr. szw.	% - udział
0 - 1.000	4,9	0 - 1.000	19,1
1.000 - 1.500	3,7	1.000 - 1.500	10,4
1.500 - 2.000	2,1	1.500 - 2.000	8,9
2.000 - 3.000	4,7	2.000 - 3.000	12,2
3.000 - 4.000	7,4	3.000 - 4.000	10,0
4.000 - 5.000	5,3	4.000 - 5.000	7,1
5.000 - 7.500	17,9	5.000 - 7.500	16,1
7.500 - 10.000	8,7	7.500 - 10.000	6,0
10.000 - 12.500	12,5	10.000	6,2
12.500 - 15.000	2,0		
15.000	14,1		

Tabela 2. Rok 1990 - podróże wg. używanych środków transportu

Środek transportu	Podróże służbowe	Podróże prywatne
Samoloty charterowe	4,8 %	20,8 %
Samoloty rejsowe	48,2 %	10,0 %
Autokary	7,2 %	12,5 %
Kolej	2,2 %	4,9 %
Samochody os.	14,9 %	35 %
Promy	18,4 %	14,5 %

Źródło: *Res Guide/Travel News*, wg. *Sveriges Turistråd*, Stockholm 1990

Uwagi: Niemal połowę wszystkich rodzajów podróży odbywano samochodami i promami.

Samolotami rejsowymi odbywano 48,2% wszystkich podróży służbowych i tylko 10,0% podróży prywatnych.

Ponad 2 mln. tj. ca 23% wszystkich podróży odbywano samolotami charterowymi.

Tabela 3. Rok 1990 - wg. kierunków i rodzajów podróży (służbowe, prywatne)

Kraj	Służbowo	Prywatnie
Dania	371.000	1.717.000
Finlandia	481.000	1.350.000
Islandia	21.000	13.000
Norwegia	148.000	749.000
Kraje Nordyckie	1.021.000	3.829.000
Wielka Brytania	212.000	399.000
Irlandia	4.000	4.000
Francja	150.00	355.000
Niemcy	462.000	864.000
Holandia	72.000	124.000
Belgia	68.000	28.000
Luxemburg	0	3.000
Szwajcaria	37.000	85.000
Austria	17.000	304.000
Portugalia	7.000	63.000
Hiszpania	47.000	547.000
Wyspy Kanaryjskie	30.000	372.000
Włochy	38.000	190.000
Malta	0	8.000
Jugosławia	8.000	117.000
Grecja	12.000	340.000
Cypr	0	145.000
Izrael	0	30.000
Turcja	1.000	133.000
Kraje Bałtyckie (L. Ł. E.)	7.000	30.000
WNP (b. ZSRR)	34.000	38.000
Węgry	26.000	57.000
Czechosłowacja	5.000	28.000
POLSKA	43.000	98.000
Rumunia	0	4.000
Europa	1.280.000	4.366.000
Europa + Kr. Nordyckie	2.301.000	8.195.000
Irak, Iran, Ar. Saud.	4.000	19.000
Indie, Pakistan	10.000	19.000
Japonia, Korea, Tajland.	31.000	76.000
Australia	1.000	6.000
Egipt, Tunis	2.000	32.000
Afryka Zach.	0	3.000
Seszele	1.000	15.000
RPA	1.000	0
USA	128.000	207.000
Kanada	16.000	3.000
Ameryka Płd.	2.000	26.000
Ameryka Cent. + Indie Zach.	0	56.000
Ogółem	196.000	464.000
Świat ogółem	2.497.000	8.659.000

Źródło: Res Guide/Travel News, wg. Sveriges Turistråd, Stockholm 1990

Uwagi do: "Zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji - 1990"

Ilość podróży oszacowano na ponad 8,6 mln. w oparciu o badania statystyczne na próbie 24 tys. osób (miesięcznie 2000) - wywiady przeprowadzane telefonicznie.

Okolo 45% wszystkich podróży to wyjazdy do krajów sąsiedzkich, w tym w znacznym stopniu 1-dniowe wyjazdy wycieczkowe. Natomiast podróże służbowe do Krajów Nordyckich stanowiły ca 40%.

Zwraca uwagę dość znaczna liczba turystycznych wyjazdów na Węgry - 57 tys. osób oraz w sprawach służbowo/handlowych - 26 tys. osób.

Ilość potencjalnych turystów oraz podróżujących w celach służbowych, którzy by mogli w tranzycie na Płd. Europy jechać przez Polskę (po odliczeniu podróży lotniczych) wynosi conajmniej 500-600 tys. osób.

Ogólnie dane w/w tabeli świadczą o wysokiej mobilności i szerokich kontaktach handlowych mieszkańców Szwecji.

Krajowe i zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji

Tabela 4. Rok 1991 - ilość podróży i ponoszone koszty

	Podróże w Szwecji		Podróże zagraniczne	
	prywatne	służbowe	prywatne	służbowe
Podróże w mln.	43,3	8,7	10,2	2,6
Noclegi w mln.	156,9	18,8	75,9	9,5
Wydatki w mld. kr.	29,7	25,9	40,8	22,8
Wyd. dzienne kr.	190	1.380	540	2.390

Źródło: *Sverigeturismen i Siffror - 1991*, wyd. Sveriges Turistråd, Stockholm 1992

Tabela 5. Rok 1991 - wg. rodzajów bazy noclegowej w %

	Podróże w Szwecji		Podróże zagraniczne	
	prywatne	służbowe	prywatne	służbowe
Hotele, pensjonaty, kwatery	5	64	52	74
Domy letnie, mieszkania/własne	33	4	4	-
Domy wczasowe, mieszkania/wynajm	11	7	10	14
U rodziny/przyjaciół	38	9	21	4
Pola namiotowe/campingowe	6	3	4	-
Camping w miejsc. niewyznaczonych	3	4	2	-
Schroniska	1	2	1	-
Statki, jachty i tp.	2	-	1	-
Pozostałe	2	8	5	8

Źródło: *Sverigeturismen i Siffror*, Sv. Turistråd, Stockholm 1992

Tabela 6. Rok 1991 - podróże wg. wykorzystywanych środków lokomocji w %

	Podróże w Szwecji		Podróże zagraniczne	
	prywatne	służbowe	prywatne	służbowe
Samochodem os.	80	63	36	17
Autokarem	5	5	11	6
Koleją	8	12	4	4
Samolotem	3	19	31	58
Prom/statek	1	-	16	15
Jachty/żaglówki i tp.	2	-	1	-
Pozostałe	1	1	1	-

Źródło: *Sverigeturismen i Siffror wg. Turist - och resedatabasen (TDB) str. 15*, Sveriges Turistråd, Stockholm 1992

Zagraniczne podróże mieszkańców Szwecji

Tabela 7. Rok 1991 oraz zmiany w stosunku do roku 1990 (w %)

A. Wyjazdy zagraniczne w czasie wolnym (urlopy, wypoczynek i tp.)

Ważniejsze kraje	w mln. noclegów	relacje % 90 - 91
1) Hiszpania (z Wyspm. Kanar.)	11,7	- 1
2) Finlandia (z Åland)	6,6	0
3) Niemcy	6,3	+ 1
4) Dania	6,1	- 1
5) Francja	5,7	+ 2
6) USA	4,5	+ 1
7) Grecja	4,4	- 1
8) Norwegia	4,0	0
9) Wielka Brytania	3,6	- 1
10) Włochy	3,0	0

Tabela 8. W mln. noclegów

<u>Baza noclegowa - komercyjna</u>	46,2	- 1
Hotele	39,0	+ 1
Campingi	3,1	- 1
Domki camp./bungalowy	3,0	- 1
<u>Baza noclegowa - niekomercyjna</u>	10,6	0
Domki, szalasy i tp.	3,6	- 1
Promy, wagony sypialne	2,4	0
Rodzina/przyjaciele	15,9	0
Własne letnie domy	3,2	0

Ilość podróży w mln., wg. środków lokomocji

Lotnicze (chartery)	2,0	- 1
Lotnicze (linie regularne)	1,1	0
Autokary	1,1	- 1
Kolej	0,4	- 1
Samochody os.	3,7	+ 1
Promy (bez samochodu)	1,6	+ 1

Źródło: "Turist - och Resedatabasen", Sveriges Turistråd, Stockholm 1992

- Wyjazdy urlopowe mieszkańców Szwecji w latach 1990 i 1991 miały charakter ustabilizowany i pozostawały niemal na tym samym poziomie. W każdym razie na głównych kierunkach podróży urlopowych - (przyp. aut.).

Tabela 9. Rok 1991 oraz zmiany w stosunku do roku 1990 (w %)

B. Wyjazdy zagraniczne - służbowe i t. zw. business travel

Ważniejsze kraje	w mln. podróży	relacje % 90 - 91
Finlandia	0,5	0
Dania	0,5	+ 3
Niemcy	0,3	+ 2
Norwegia	0,2	+ 2
Wielka Brytania	0,1	- 3

Tabela 10. Ilość podróży w mln. wg. celów

Ilość podróży w mln., wg. celów		
Konferencje, sympozja, kursy	0,8	- 2
Targi, wystawy	0,2	+ 2
Podróże studyjne	0,2	- 5
Podróże służbowe	1,2	+ 3
Wyjazdy do pracy	0,3	+ 2

Tabela 11. Ilość podróży w mln., wg. rodzaju środka lokomocji

Ilość podróży w mln., wg. środków lokomocji		
Samolot	1,5	+ 2
Autokar	0,2	- 1
Kolej	0,1	+ 1
Prom (bez auta)	0,4	- 4
Auta osobowe	0,5	+ 2

Źródło: "Turist - och Resedatabasen", Sveriges Turistråd, Stockholm 1992

Uwaga: W ostatnim okresie nieznaczne tendencje zniżkowe wykazywały podróże służbowe (-5% na t.zw. "study tours"). Uwzględniając podróże do wszystkich krajów, ca 60% podróży służbowych odbywano samolotem lub autem osobowym.

Podróże służbowe i ich wielkość odzwierciedlają kierunki współpracy gospodarczej i handlowej Szwecji, tj. w kolejności - Dania, Finlandia, Niemcy, Norwegia i Wielka Brytania.

Rok - 1991 - podróże mieszkańców Szwecji

Główne motywy podróży prywatnych oraz służbowych

Tabela 12. A. Główne motywy podróży prywatnych (urlopowo/wypoczynkowych) w %

	w Szwecji	poza granicami
Spotkania z rodziną/przyjaciółmi	41	20
Wyjazdy do letniego domku (stuga)	27	2
Zakupy	1	3
Słońce i kąpiel	3	15
Uprawianie sportu	3	3
Ruch i aktywny wypoczynek na powietrzu (wędkarstwo, polowanie i td.)	5	2
Radość, imprezy rozrywkowe i tp.	6	28
Spokój, wypoczynek, relaks	7	14
Zwiedzanie, imprezy kulturalne i tp.	2	5

Tabela 13. B. Główne motywy podróży służbowych w r. 1991 - w %

Konferencje, kongresy, kursy, seminaria	25	31
Targi, wystawy	3	6
Podróże studyjne (study tours)	3	7
Podróże służbowe (spotkania, rozmowy i tp.)	46	43
Praca przez dłuższy okres poza miejscem zamieszkania	23	12

Źródło: *Sverigeturismen i Siffror, wg. Turist och resedatabasen (TDB) Sveriges Turistråd, Stockholm 1992*

Uwagi:

W wyjazdach urlopowo/wypoczynkowych poza granice Szwecji zwraca uwagę znaczny odsetek wyjazdów - 20%, motywowanych odwiedzinami krewnych i znajomych. Przy wyjazdach na terenie kraju odsetek ten wynosi aż 41%.

W różnego rodzaju imprezach rozrywkowych pragnie uczestniczyć 28%. Spokój i relaks preferuje 14% respondentów, a dla dalszych 15% motywem wyjazdów są kąpiele i słońce.

Przy wyjazdach służbowych zwraca uwagę wysoki odsetek uczestnictwa w konferencjach, kongresach, seminariach - 31%. Propagowanie turystyki kongresowej w Szwecji trafiałoby na podatny grunt. Promować warto turystykę kongresową w miastach na Wybrzeżu, w dużych aglomeracjach, czy w miejscowościach znanych turystycznie (Sopot, Kołobrzeg, Zakopane) a nawet w okresach poza głównym sezonem na promach.

Uprzemysłowione kraje zachodnie o najwyższym wskaźniku wydatków per capita na urlopy i wypoczynek - 1988 i 1989

Tabela 14. Norwegia - Kraje Nordyckie + 14 innych krajów

Kraj	Wydatki w mln. dol. US		% zmiany	Wydatki per capita w dol. US	
	1988	1989		1988	1989
USA	32.112	33.900	5,6	130	138
Niemcy (RFN)	25.036	24.129	- 3,6	409	394
Japonia	18.682	22.519	20,5	152	184
Wielka Brytania	14.650	15.228	3,9	256	267
Francja	9.712	10.292	6,0	174	184
Włochy	6.053	6.707	10,8	105	117
Holandia	6.888	6.450	- 6,4	467	440
Kanada	6.316	5.687	- 10,0	243	219
Szwajcaria	5.019	5.314	5,9	771	816
Austria	4.842	5.027	3,8	637	661
SZWECJA	4.572	4.968	- 8,7	542	589
Belgia	4.428	4.600	3,9	446	464
Australia	2.965	3.762	26,9	179	228
Hiszpania	2.440	3.022	23,9	63	77
DANIA	3.087	2.928	- 5,2	602	571
NORWEGIA	3.405	2.847	- 16,4	811	678
FINLANDIA	1.651	2.048	24,0	334	414
Irlandia	999	989	- 1,0	282	279

Źródło: Travel Tourist Monitor, X. 1990, w "Facts About The Norwegian Market"
(wg. szacunki WTO)

Uwagi:

Wśród wym. krajów w roku 1988 pod względem wydatków na urlopy i wypoczynek Norwegia z sumą 811 dol. US znajdowała się na pierwszym miejscu, a w roku 1989 na miejscu drugim (678 dol. US) za Szwajcarią (816 dol. US).

W czołówce wydatków na urlopy i wypoczynek, per capita, znajdowały się również inne Kraje Nordyckie, w kolejności: Szwecja (589 dol. US), Dania (571 dol. US) i Finlandia (414 dol. US) w roku 1989.

Tabela 15. NORWEGIA - Chartery lotnicze, grupy turystyczne t. zw. inclusive tours

Odloty z lotnisk norweskich w roku 1990		
Kierunek/kraj	Ogółem osób	% zmiany w stosunku do 1989
Hiszpania	247.220	5,5
Francja	12.239	53,8
Grecja	70.258	30,1
Włochy	10.935	6,9
Jugosławia	6.109	- 15,7
Wielka Brytania	32.340	- 15,4
Portugalia	14.780	70,2
Izrael	2.203	3,1
Austria	1.015	- 83,9
Tunis	3.373	- 12,5
USA	2.945	- 25,5
Barbados	1.375	40,9
Egipt	440	- 49,3
Bułgaria	19.434	58,9
Rumunia	2.613	.
Niemcy Zach.	3.801	1.102,8
Niemcy Wsch.	108	.
Węgry	385	226,3
Marokko	3.747	- 10,9
Malta	5.807	190,4
Malviny	664	- 9,0
Polska	50	
Islandia	109	
Ogółem	508.196	14,5

Źródło: Civil Aviation Norway, Oslo 1990, w "Fact about the Norwegian market" 1992

Uwaga:

Zwraca uwagę fakt, że chartery lotnicze turystów norweskich organizowały takie kraje jak Bułgaria (prawie 20 tys. osób), Rumunia (2.613 osób), Węgry (385 osób).

Nasze uczestnictwo w tych imprezach wyniosło jedną małą grupę - w liczbie 50 osób.

Jeśli z Norwegii mogą organizować chartery Węgrzy, Bułgarzy czy Rumuni, sądzę, że również i Polska winna zainteresować się szerszą promocją wycieczek lotniczych z Norwegii do naszego kraju.

Tabela 16. Szacunki dot. norweskiego rynku turystycznego i przewidywanych kierunków podróży urlopowych mieszkańców Norwegii w najbliższych latach (1992 - 1995)

* napewno odwiedzę ** może odwiedzę *** raczej nie odwiedzę	Procent respondentów optujących za danym kierunkiem wyjazdu, bądź nie przewidujących tego kierunku						
	Norwegia	Szwecja	Dania	Finlandia	Europa Płd.	Inne kraje Europy	Kraje poza europejskie
Napewno odwiedzę	70	10	15	5	30	23	13
Może odwiedzę	17	30	35	15	20	30	15
Raczej nie odwiedzę	13	60	50	80	50	47	72

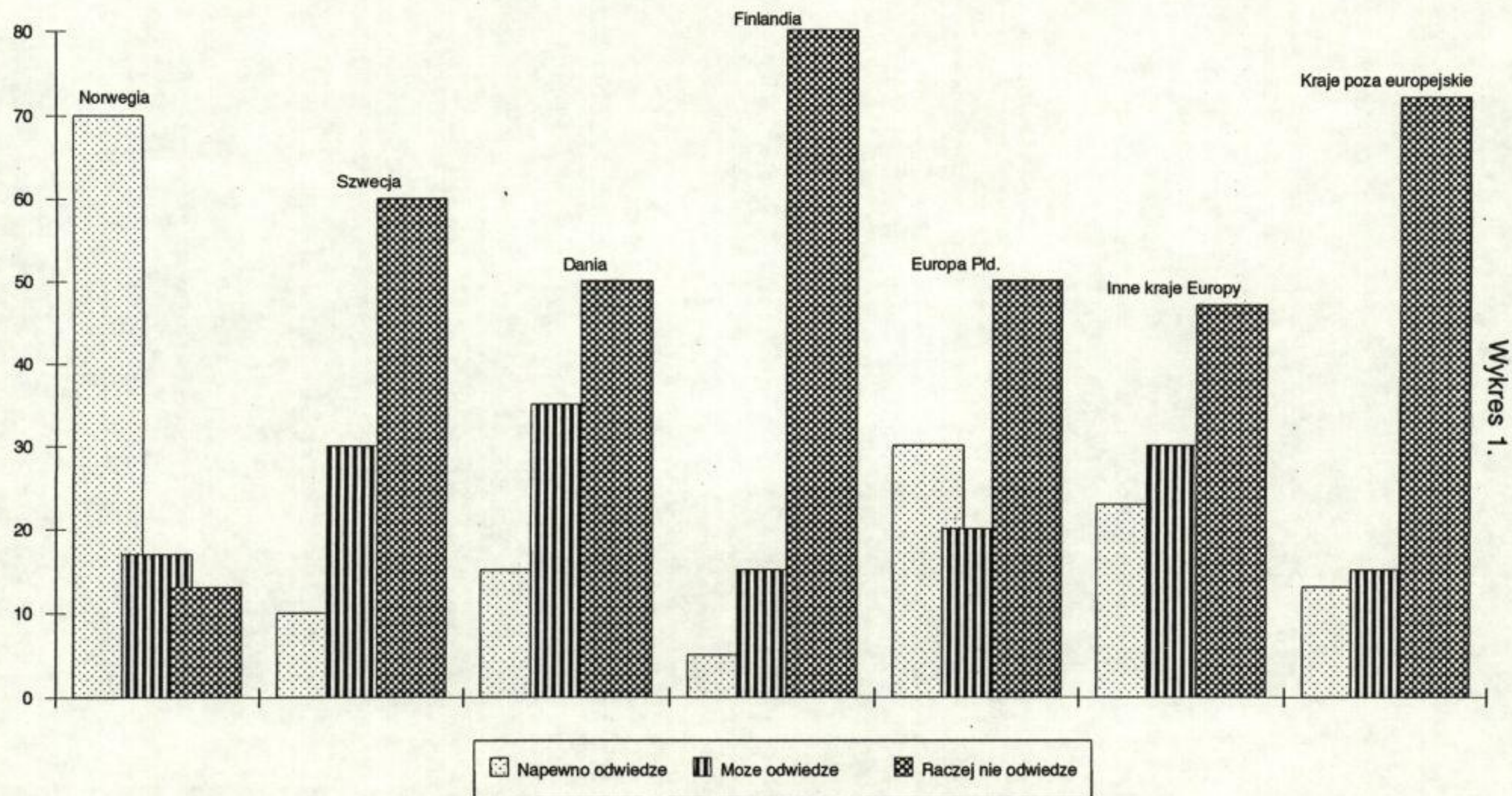
Źródło: Tabelę opracowano i przeliczono wg. wykresu "Ferien-underskelsen 1991 (The Norway Holiday Survey)", Oslo

Uwagi:

Szacunki są bardzo ogólne i procenty zaokrąglone. Widać jednak tradycyjne zainteresowanie Krajami Skandynawskimi (Dania, Szwecja) oraz Krajami Basenu Morza Śródziemnego jak i innymi krajami Europy.

Relatywnie wysoki procent zainteresowania krajami poza-europejskimi świadczy (12 + 15) o znacznej zamożności mieszkańców Norwegii.

Kierunki turystyki urlopowej z Norwegii w latach 1992 - 1995



Wykres 1.

Spis tabel i wykresów

- Tabela 1. Rok 1990 - podróże służbowe i prywatne (wydatki i środki transp.) (3)
- Tabela 2. Rok 1990 - podróże wg. używanych środków transportu (3)
- Tabela 3. Rok 1990 - wg. kierunków i rodzajów podróży (służbowe, prywatne) (4)
- Tabela 4. Rok 1991 - ilość podróży i ponoszone koszty (6)
- Tabela 5. Rok 1991 - wg. rodzajów bazy noclegowej w % (6)
- Tabela 6. Rok 1991 - podróże wg. wykorzystywanych środków lokomocji w % (6)
- Tabela 7. Rok 1991 oraz zmiany w stosunku do roku 1990 (w %) (7)
- Tabela 8. W mln. noclegów (7)
- Tabela 9. Rok 1991 oraz zmiany w stosunku do roku 1990 (w %) (8)
- Tabela 10. Ilość podróży w mln. wg. celów (8)
- Tabela 11. Ilość podróży w mln., wg. rodzaju środka lokomocji (8)
- Tabela 12. A. Główne motywy podróży prywatnych
(urlopowo/wypoczynkowych) w % (9)
- Tabela 13. B. Główne motywy podróży służbowych w r. 1991 - w % (9)
- Tabela 14. Norwegia - Kraje Nordyckie + 14 innych krajów (10)
- Tabela 15. NORWEGIA - Chartery lotnicze, grupy turystyczne
t. zw. inclusive tours (11)
- Tabela 16. Szacunki dot. norweskiego rynku turystycznego i przewidywanych
kierunków podróży urlopowych mieszkańców Norwegii w najbliższych
latach (1992 - 1995) (12)
- Wykres 1. (13)

Bibliografia

1. *Res Guide/Travel News*, wg. Sveriges Turistråd, Stockholm 1990 (3, 4)
2. *Sverigeturismen i Siffror - 1991*, wyd. Sveriges Turistråd, Stockholm 1992 (6)
3. *Sverigeturismen i Siffror* wg. Turist - och resedatabasen (TDB) str. 15, Sveriges Turistråd, Stockholm 1992 (6, 9)
4. *"Turist - och Resedatabasen"*, Sveriges Turistråd, Stockholm 1992 (7, 8)
5. *Travel Tourist Monitor*, X. 1990, w *"Facts About The Norwegian Market"* (wg. szacunki WTO) (10)
6. *Civil Aviation Norway*, Oslo 1990, w *"Fact about the Norwegian market"* 1992 (11)
7. *"Ferien-underskelsen 1991 (The Norway Holiday Survey)"*, Oslo (12)