

A-1399

INSTYTUT TURYSTYKI
Zakład Naukowo Badawczy
w Krakowie

KAZIMIERZ KRASKIEWICZ

RYNEK TURYSTYCZNY SZWECJI

Kraków 1993

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

A-1398

Praca wykonana na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki
(symbol R-2.6.3.).

SPIS TREŚCI

1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU	4
1.1. Wstęp	4
1.1.1. Dane ogólne	5
1.1.2. Dane demograficzne	5
1.1.3. Wielkość gospodarstw domowych w okresie 1970 - 1990 r.	7
1.1.4. Prognoza OECD dla gospodarki szwedzkiej 1992 - 1994 r.	7
1.1.5. Wydatki na podróże zagraniczne w roku 1992	8
1.2. Organizacja rynku turystycznego - uwagi ogólne	8
1.2.1. Organy rządowe do spraw turystyki	10
1.2.2. Organizacja promocji	11
1.2.3. Branża turystyczna - zatrudnienie, obroty, bankructwa	13
1.2.4. Sytuacja na rynku biur podróży	15
2. CHARAKTERYSTYKA SZWEDZKIEGO RUCHU WYJAZDOWEGO	18
2.1. Wyjazdy zagraniczne mieszkańców Szwecji	18
2.1.1. Ilość podróży	18
2.1.2. Środki lokomocji	20
2.1.3. Prognozy dla podróży zagranicznych	20
2.1.4. Wydatki na podróże	21
2.1.5. Oczekiwane/przewidywane cele podróży prywatnych	21
2.1.6. Kierunki i wielkość podróży	23
2.1.7. Zdobywanie materiału, źródła badawcze	25
2.2. Wyjazdy wg kierunków	27
2.2.1. Wyjazdy zagraniczne	28
2.2.2. Wyjazdy wg środków lokomocji	29
2.2.4. Wydatki na wyjazdy turystyczne mieszkańców Szwecji w roku 1992	31
2.3. Sytuacja na rynku turystyki wyjazdowej latem 1993 r.	32
2.4. Szwedzkie prognozy dla podróży lotniczych	33
2.5. Sytuacja komunikacji promowej oraz prognozy dla polskiego armatora (PŻB) ..	37
2.6. Analiza efektywności promocji w środkach masowego przekazu, wg rodzajów środków (w miarę możliwości ze wskazaniem tytułów czasopism oraz audycji radiowych i TV)	39
2.7. Szwecja - wydatki na reklamę w ogóle	41

3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI	43
3.1. Wielkości ruchu turystycznego	43
3.1.1. Przyjazdy do Polski z Krajów Nordyckich w roku 1992	44
3.1.2. Kraje nordyckie - przewozy promowe (PŻB)	46
3.1.3. Przewozy promowe 1993 r.	47
3.2. Struktura przyjazdów do Polski w roku 1992 z Krajów Nordyckich (wg badań Instytutu Turystyki)	48
3.2.1. Charakter pobytu	48
3.2.2. Forma organizacyjna przyjazdu	48
3.2.3. Rodzaj wykorzystanej bazy noclegowej	48
3.2.4. Sposób spędzania czasu, miejsce pobytu	49
3.2.5. Odwiedzane regiony	49
3.2.6. Odwiedzane miasta	50
3.2.7. Środki transportu	50
3.2.8. Cele pobytu w Polsce	51
3.2.9. Krytykowane aspekty pobytu	51
3.2.10. Czas pobytu	52
3.2.11. Czy mają zamiar odwiedzić Polskę ponownie	52
3.2.12. Płeć odwiedzających	53
3.2.13. Wiek odwiedzających	53
3.2.14. Wykształcenie	53
3.2.15. Czy pracują	54
3.2.16. Czy się uczą	54
3.2.17. Czy deklarują polskie pochodzenie	54
3.3. Wydatki turystów z Krajów Nordyckich	55
3.3.1. Wtdatki Turystów z Krajów Nordyckich w roku 1992	55
3.3.2. Ocena wyników badań	55
4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI DO SZWECJI	57
4.1. Wyjazdy mieszkańców Polski do Szwecji	57
4.2. Struktura wg celów	57
5. SYNTEZA. WNIOSKI. WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI POLSKI NA RYNKU SZWEDZKIM	59
5.1. Łączenie się w silniejsze organizmy	59
5.2. Prognozy rokują optymizm w gospodarce	60
5.3. W wyjazdach stałe tendencje wzrostu	60
5.4. W przyjazdach do Szwecji stagnacja do 1992 r., w 1993 lekka poprawa	61

5.5. Informacja turystyczna	61
5.6. Praca ośrodków informacyjno-promocyjnych polskich	62
5.7. Ogłoszenia i artykuły promocyjne o Polsce w prasie szwedzkiej	62
5.8. Tranzyt na Południe Europy	64
5.9. Załączniki i wykazy	64
5.9.1. Wykaz załączników	65
5.9.1.1. Wykaz załączników	67
5.10. Wniosek końcowy	68
 6. ZAŁĄCZNIKI	 69
6.1. Członkowie Związku Dziennikarzy Turystycznych Szwecji wg stanu na rok 1992	69
6.2. Związek piszących o turystyce w Szwecji	73
6.3. Szwecja - 1992 - Czasopisma profesjonalne - turystyka i podróże	74
6.4. Szwecja - 1992 - Firmy konsultingowe w branży turystyczne	76
6.5. Szwecja - 1992 - Szkoły hotelarsko-turystyczne	78
 7. ŹRÓDŁA INFORMACJI	 80
 8. SPIS TABEL	 82
 9. SPIS RYCIN	 84

SZWECJA - ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO

1. OGÓLNA INFORMACJA O RYNKU

1.1. Wstęp

Opracowanie rynku szwedzkiego obejmuje przede wszystkim okres 1992 oraz I półrocze 1993.

Istniejąca recesja w Szwecji pogłębia się, lecz nie nosi jeszcze w sobie cech kryzysu. Potwierdza się teza, że turystyka zagraniczna jest gałęzią gospodarki, dość odporną na przejawy recesji.

Główne czynniki negatywne recesji w Szwecji na rok 1993 to: przewidywana inflacja ca 5,5%, bezrobocie 7% oraz spadek dochodu narodowego brutto 2%. W roku 1994 liczby te mają wynieść odpowiednio: inflacja 3,6%, bezrobocie 7 - 9%, GNP +1,4%. Dalsze pozytywne wskaźniki to wzrost produkcji przemysłowej (1993: + 0,3%, 1994: + 7,5%) oraz wzrost eksportu 1993: + 5,3% a w roku 1994: + 8,1%.

Podróże zagraniczne mieszkańców Szwecji wykazują stałe tendencje wzrostu. Trend ten wg szwedzkich prognoz utrzymywać się będzie nadal do roku 1995 włącznie, w granicach kilku procent rocznie. Tak business'menów jak i turystów cechować będzie większa oszczędność. Wybierać będą krótsze trasy, mogą również skracać pobyty. Tendencje malejące wykazywać będą wyjazdy urlopowo-sportowe zimą do takich krajów jak Austria, Francja czy Włochy.

Na tym tle turystyka do Polski może nadal wykazywać, większe od początkowych, tendencje wzrostu. Złożą się na to:

- 1) opinia, że Polska jest dla Skandynawów nadal krajem tanim,
- 2) że warunki bezpieczeństwa oraz recepcja tzn. lepsza dostępność w bazie noclegowo-gastronomicznej i dobre zaopatrzenie w sklepach - ulegają poprawie,
- 3) mimo wszelkich mankamentów poprawia się promocja i informacja turystyczna.

Czynniki negatywne omawiane są szerzej w tekście opracowania. Praca dzieli się na część zasadniczą oraz na plik załączników, dotyczących aktualnych wykazów dziennikarzy turystycznych, wydawców, firm konsultingowych, kopii artykułów o Polsce oraz ksero ogłoszeń i reklam prasy szwedzkiej przed i w głównym sezonie 1993.

1.1.1. Dane ogólne

SZWECJA

Monarchia konstytucyjna, jednoizbowy parlament.

Powierzchnia 440.964 km².

Ludność 8.700.000 (1993).

Język szwedzki (gr. językowa anglosaska).

Główne miasta i ludność

Sztokholm 1.550.000 (1993)

Göteborg 750.000 "

Malmö 485.000 "

Ludność zamieszkała w miastach . . 84%

1.1.2. Dane demograficzne

Tabela nr 1

Struktura Ludności wg wieku (1900 - 2025) w %

Rok	0 - 14 lat	15 - 64 lat	65 i więcej lat
1900	32	60	8
1940	21	71	8
1980	20	65	15
1985	18	65	17
1990	18	64	18
2000*	20	63	17
2025*	18	62	20

x = prognoza

Źródło: Annual Report, Sweden 1993

Tabela nr 2

**Zatrudnione, procent pracującej ludności wg płci
- mężczyźni, kobiety w okresie 1976 - 1991**

Rok	Mężczyźni	Kobiety
1976	99	88
1980	98	90
1985	98	93
1990	98	94
1991	98	94

Źródło: Annual Report, Sweden 1993

Uwaga: W 1992 zatrudnienie nieco spadło, zaś w roku 1993 (VI) oceniano na ca 7% w tym mężczyzn ca 5%. W roku 1994 bezrobocie ma wzrosnąć o dalsze 2 - 3%. Nadal jednak stopień zatrudnienia wysoki, zwraca uwagę wysoki procent zatrudnienia kobiet. Poprawa wskaźników zatrudnienia przewidywana jest dopiero na rok 1995.

Tabela nr 3

**Populacja szwedzka pokazująca ilość ludności urodzonej w
Szwecji i urodzonej za granicą w okresie 1960 - 91**

	1960	1970	1980	1991
Urodzeni w Szwecji	7.495	8.077	8.320	8.644
Urodzeni za granicą	300	538	627	814

Źródło: Annual Report, Sweden 1993

Szwecja prowadzi otwartą politykę imigracyjną, ostatnio dość często krytykowaną. W roku 1992/93 przyjęto ponad 100 tys. wyznawców Islamu. Gdyby jednak nie otwarta polityka imigracyjna od lat Szwecję cechował by ujemny przyrost naturalny.

1.1.3. Wielkość gospodarstw domowych w okresie 1970 - 1990 r.

Tabela nr 4

Wielkość gospodarstw domowych w okresie 1970 - 1990

Ilość osób	w tysiącach			w procentach		
	1970	1980	1990	1970	1980	1990
Osób - 1	771	1.148	1.515	25	33	40
Osób - 2	903	1.090	1.190	30	31	31
Osób - 3	590	525	471	19	15	12
Osób - 4	497	515	453	16	15	12
Osób - 5 +	289	220	201	10	6	5
Ogółem	3.050	3.498	3.830	100	100	100

Źródło: Statistiska Centralbyrån, 1992

Uwaga: 1-no i 2-u osobowe gospodarstwa domowe sztanowią 71% (1990), podczas gdy jeszcze w roku 1980 stanowiły 64%. Wzrasta odsetek ludzi żyjących samotnie, czyli prowadzących tzw. jednoosobowe gospodarstwa domowe.

1.1.4. Prognoza OECD dla gospodarki szwedzkiej 1992 - 1994 r.

Tabela nr 5

Prognoza OECD dla gospodarki szwedzkiej 1992 - 1994

	1992 ^x %	1993 %	1994 %
Inflacja	2,5	5,7	3,6
Bezrobocie	5,3	7,3	7,4
Budżet - saldo ujemne	- 7,1	- 13,0	- 11,3
Zmiany procentowe	1992^x	1993	1994
GNP - przyrost	- 1,7	- 2,0	+ 1,4
Prod. przemysłowa	- 3,0	+ 0,3	+ 7,5
Eksport	+ 2,0	+ 5,3	+ 8,1
Konsumpcja pryw.	- 1,9	- 3,9	- 0,3
1992 ^x = stan faktyczny, 1993 i 1994 = prognoza			

Źródło: Program OECD, O. Axelsson, TT, czerwiec 1993

Mimo spadku konsumpcji prywatnej, stopa oszczędności w roku 1993 jak i w roku 1994 ma utrzymać się na poziomie 8%. Trudności budżetowe są znaczne. Rząd ogranicza wydatki sfery budżetowej, a przede wszystkim zaciąga miliardowe kredyty, licząc na poprawę koniunktury.

1.1.5. Wydatki na podróże zagraniczne w roku 1992

Tabela nr 6

Wydatki na podróże zagraniczne w roku 1992

Kraj	Wydatki ogółem w mld	Wydatki per capita skr.
SZWECJA	36	4.184,-
Dania	20	3.904,-
Finlandia	15	3.129,-
Norwegia	20	4.305,-

Źródło: Badania OECD, wg Svenska Dagbladet, maj 1993

W krajach OECD w wydatkach na podróże zagraniczne per capita w roku 1992 na pierwszym miejscu była Austria (5.680,- skr.), przed Szwajcarią (5.006,- skr.). Na trzecim miejscu była Norwegia (4.305,- skr.), a na czwartym SZWECJA 4.184,- skr. (W obliczeniach OECD z końca 1992 przyjmowano 1\$ = 6 skr.).

1.2. Organizacja rynku turystycznego - uwagi ogólne

Pojęciem turystyka (turizm) wg definicji szwedzkiej określa się:

- ◆ podróże w czasie wolnym z noclegami oraz wycieczki jednodniowe bez noclegu, na odległość powyżej 100 km,
- ◆ podróże służbowe z noclegami oraz podróże służbowe bez noclegów na odległość co najmniej 100 km.

W latach 1980-tych turystykę cechował w Szwecji dynamiczny rozwój. Rozwój ten tempem i zakresem odpowiadał mniej więcej trendom światowym tj. praktycznie zjawiskom występującym w uprzemysłowionych krajach zachodnich.

Od roku 1990 do końca 1992 na turystycznych rynkach Skandynawii, a głównie Szwecji notowano spadek lub stagnację. Dla turystyki krajowej i przyjazdowej przyczyny tego zjawiska upatrywano w recesji, złym systemie podatkowym (np. ca 22% VAT) oraz słabej konkurencyjności.

Ogółem obroty w branży turystycznej w okresie 1989 - 1992 zmalały o ca 30%. W roku 1993 obroty osiągnąć mają 90 miliardów skr.. Spadek obrotów i dochodów „przemysłu turystycznego” Szwecji odbija się także na wpływach podatkowych, które jak się tu oblicza zmalały o 6 miliardów skr.. Przemysł turystyczny Szwecji stanowi około 3 - 4% GNP (dochodu narodowego brutto). Z tytułu turystyki zagranicznej przyjazdowej w roku 1992 osiągnięto 17 miliardów skr., co stanowiło 4% ogólnych wpływów z tytułu eksportu towarów i usług.

Gospodarka turystyczna, w roku 1989 zatrudniała 235 tys osób. W roku 1992 zatrudnienie obliczano na około 195 tys osób. W roku 1993 zatrudnienie w tej branży, powodowane dążeniem do osiągnięcia lepszej konkurencyjności zmaleje o dalsze 5 - 7%.

Wydatki na turystykę zagraniczną wyjazdową w omawianym okresie kształtowały się na poziomie 30 - 35 mld rocznie i wykazywały nieznaczny, ale systematyczny wzrost. Przyczyny główne to, chłodny i deszczowy klimat oraz fakt, że koszty pobytu w wielu krajach, gospodarczo słabiej rozwiniętych, ale bogatych w słońce, są niemal o połowę niższe, aniżeli np. urlop spędzany we własnym kraju. Sytuacja ta w najbliższych kilku latach nie ulegnie zmianie. Tym bardziej, że aktywność turystyczna Szwedów wzrasta. Business'meni aktywizują się w podróżach, szukając nowych rynków zbytu, zaś w wyjazdach w czasie wolnym uczestniczą nawet bezrobotni, korzystając z ciepłego klimatu Grecji, Hiszpanii czy Turcji i z relatywnie tanich podróży. 7 - 10 dniowy pobyt w tych krajach kosztuje ca 1/3 czy 1/4 średniego uposażenia netto.

1.2.1. Organy rządowe do spraw turystyki

Od połowy roku 1992 nastąpiły znaczne zmiany organizacyjne w dziedzinie zarządzania i promowania „przemysłu turystycznego” Szwecji. W tym przypadku chodzi głównie o promocję Szwecji na rynkach zagranicznych.

Promować turystykę krajową w regionie mają przede wszystkim władze lokalne tj. województwa i władze komunalne.

Sprawa promocji wyjazdów to sprawa biur podróży, które zajmują się turystyką wyjazdową oraz narodowych przedstawicielstw turystycznych, propagujących na tamtejszym terenie atrakcyjność swych krajów. Promocją podróży zagranicznych zajmują się również przewoźnicy tj. armatorzy popularnych tu linii promowych, przedsiębiorstwa lotnicze to znaczy głównie SAS oraz kilka przedsiębiorstw charterowych i wreszcie nie bagatelny partner na tamtejszym rynku turystycznym SJ czyli koleje państwowe szwedzkie oraz różne linie autokarowe.

Next Stop Sweden, jest to twór, który w części powstał na miejsce dawnej Szwedzkiej Rady Turystyki (Swedish Tourist Board). Biuro to zajmuje się promocją Szwecji, częściowo w kraju, głównie jednak na terenie zagranicznym. W tym celu m.in. ściśle współpracuje z ośrodkami zagranicznymi (Narodowe Ośrodki Informacji Turystycznej) w liczbie około 10-ciu. Właścicielami tej organizacji („Next Stop Sweden”) ma być „przemysł turystyczny”. Nadal jednak w znacznej części jej działanie dotowane jest przez państwo.

Next Stop Sweden, jak stwierdza oficjalny raport „włączona jest do planowania, koordynacji, marketingu i innych inicjatyw, których celem jest promowanie turystyki Szwecji” (wg „Tourism in Sweden” Svenska Institutet, Stockholm, listopad 1992).

Next Stop Sweden, najkrócej mówiąc przypomina organizację i działanie n/COIT-u, z tym, że bliżej i bardziej bezpośrednio współpracuje z wspomnianymi wyżej 10 przedstawicielstwami turystycznymi w innych krajach.

1.2.2. Organizacja promocji

Przez najbliższe trzy lata, za pośrednictwem Next Stop Sweden państwo ma corocznie przekazywać na działalność promocyjną ca 100 mln skr. (ca 12 - 13 mln dol.). Na rok 1993 przewidziano 95 mln skr. i przekazano już 70 mln. Dalszą część przekazywać ma „przemysł turystyczny”.

Na rok 1994 wystąpiono o 90 mln skr. dotacji państwowej i taką samą sumę przekazać ma przemysł turystyczny. Strona rządowa na razie przekazać ma, przyobiecane 63 mln skr. Środki te przewiduje w budżecie i przekazuje kilkusobowy zespół urzędników, pod nazwą „Styrelse Sverigebilden” (zarząd Serigebilden). Nazwa nieco myląca. W praktyce jest to niewielki zespół urzędników, działający na miejsce zlikwidowanej 30.06.92 Rady Turystyki (powszechnie określanej mianem Swedish Tourist Board). Zespół ten jest mocno krytykowany. Głównie chodzi o środki na działalność promocyjno-propagandową.

Wg szefa „Next Stop Sweden” Per-Johan’a Orrby, rządy Danii, Finlandii i Norwegii na działania promocyjne przekazują co roku ca 150 mln skr. każdy.

Redaktor Bo Westmar zajmujący się problematyką turystyczną w największym dzienniku Dagens Nyheter w art. z 1 lipca 1993 stwierdza, że *„podczas gdy strumień turystów zagranicznych jak i krajowych w Szwecji w roku 1993 wzrasta, dwie organizacje toczą spór, kto i jak ma promować turystykę zagraniczną i kto ma za to płacić”*.

W roku 1992 wpływy ogółem z przemysłu turystycznego krajowego wyniosły 67 mld skr., a z turystyki zagranicznej przyjazdowej 17 mld skr. (wg specjalizującej się w badaniach ekonomicznych organizacji „NUTEK”).

Powodem wzrostu o około 10% w roku 1993 ma być dewaluacja o 20% korony szwedzkiej (listopad 1992) oraz obniżenie o 9% podatku MOMS (odpowiednik n/VAT). Dla turystów zagranicznych oznacza to w praktyce, że dość droga Szwecja stała się około 25% tańsza.

Jednak dla turystyki wyjazdowej koszty w roku 1993 w porównaniu do roku 1992 wzrosły o ca 15 - 20%. Przy wyjazdach liniami regularnych linii lotniczych, wzrost ten łagodzi obniżka cen biletów. I dalej red. Westmar *„Za kulisami rośnie niezadowolenie wobec obu organizacji (tj. Zarząd „Sverigebilden” i przedsiębiorstwo branżowe, sp. akcyjna*

„Next Stop Sweden”). Te dwie organizacje mają sprzedawać Szwecję zagranicą, nie biorąc żadnej odpowiedzialności za prowadzenie marketingu wewnątrz kraju. Urząd d/s Turystyki (Svenska Turist Rådet) miał być tworem nieudanym. Lecz na tle tego co po nim nastąpiło, należałoby oceniać go jako sukces”.

Przytacza się szereg przykładów złej działalności tych instytucji:

- a) Gdy miano wydać podstawowy materiał pod nazwą „Sverige” dla zagranicznych tur-operatorów, dla redakcji, ośrodków zagranicznych itp., przez Next Stop Sweden, poszczególne województwa miały kilka dni czasu na dostarczenie materiału, zaś ich udział w kosztach miał wynieść 100 tys skr. za stronę (format A4). Znaczna część województw z przyjemności tej zrezygnowała.
- b) Nowo wydany wykaz hoteli jest niepełny. Wiele mniejszych hoteli uważa, że koszty uczestnictwa tj. 1400 skr., były zbyt wysokie.
- c) Ośrodki zagraniczne „Turistkontoren” we Włoszech, we Francji mają być zlikwidowane, ponieważ Next Stop Sweden i Zarząd Sverigebild (Obraz Szwecji) nie mogą porozumieć się co do tego, jak w krajach tych należy organizować promocję turystyki. Wg dyrektora Next Stop Sweden ośrodki te są ważne, ale organizacji tej nie stać na ich utrzymanie. Wg p. J. Brännströma z Zarządu Sverigebilden, on ma pełną swobodę w ustalaniu, kogo ma wspierać czy subsydiować.

W szwedzkiej branży turystycznej budzi się niepokój o to, by sprzeczności między obiema organizacjami (urzędami) nie odbiły się niekorzystnie na przemyśle turystycznym, który w obrotach sięga 90 mld skr., a w zatrudnieniu 180 - 190 tys. (w roku 1990 ponad 200 tys) osób. W dobie ca 7 - 8% bezrobocia (sierpień 93), jest to sprawa niezwykle istotna. Złośliwi twierdzą, że w Europie jedynie Albania i Szwecja nie mają narodowego urzędu d/s turystyki (Dagens Nyheter, Stockholm, 1.07.93).

Instytucja prognoz i badań w gospodarce NUTEK (Närings och Teknikutvecklingsverket) stwierdza poprawę w branży turystycznej Szwecji, od czerwca 93 o około 4 - 5%.

W roku 1993 niemal o połowę zmalała ilość firm bankrutujących, z ca 21% do 11%. Obniżono podatek VAT. Zmalało zatrudnienie w turystyce i tym samym wzrosła konkurencyjność „przemysłu turystycznego”.

Wg przedstawiciela Sveriges Hotell - och Restaurang - förbund (SHR) (Zrzeszenie Hotelarzy i Restauratorów) p. Göran'a Granhed'a 2/3 hotelowych gości to przedstawiciele business'u. Aby w branży hotelarskiej nastąpiła poprawa, musi nastąpić wyraźne ożywienie w handlu i gospodarce. Wyraźnej poprawy jeszcze nie zaobserwowano w całej Szwecji. Wyjątek stanowi Sztokholm, gdzie w I półroczu 1993 obłożenie w hotelach uległo poprawie o 6% (w stosunku do roku 1992).

1.2.3. Branża turystyczna - zatrudnienie, obroty, bankructwa

Wg NUTEK w branży turystycznej bezpośrednio pracuje 153 tys osób. Zatrudnienie w całej branży, licząc również transport stanowiło 186 tys osób (hotele 25 tys, restauracje 43 tys, kolej 27 tys, promy, autokary 28 tys i lotnictwo 13 tys osób).

W branży turystycznej działa około 21 tys przedsiębiorstw, które w roku 1992 zatrudniały ca 200 tys osób (w pełnym i niepełnym wymiarze czasu).

Obroty ogółem w całej branży, oceniane w roku 1990 na ca 100 mld skr., w latach 1991 i 1992 wykazywały spadek. Rok 1992 oceniano na ca 90 mld skr. a nawet wg innych źródeł na ca 86 mld skr. Jednakże turystykę zagraniczną wyjazdową charakteryzował systematyczny choć nieznaczny wzrost.

W I półroczu 1993 w większych miastach i renomowanych ośrodkach turystycznych nastąpił wzrost obłożenia w bazie hotelowej do 68%, podczas gdy w tym samym okresie w roku 1992 wskaźnik ten wynosił 54%. Tę poprawę zawdzięczano głównie dobrej promocji i recepcji w tzw. turystyce kongresowej. W roku 1992 (do lutego 1993) Szwecja była organizatorem prawie 200 różnego typu imprez (konferencje, kongresy, targi) o charakterze międzynarodowym bądź skandynawskim. Turystyka krajowa stanowi ca 80%, zaś przyjazdy turystów zagranicznych 20% i to głównie latem (wg Ministra Spraw Zagranicznych p. Margaret von Uggle w „Annual Report”, Sweden 1993).

O tym jak w okresie ostatnich kilku lat kształtowała się ilość bankructw w branży hotelowej Szwecji poniżej:

w roku 1989 . . zbankrutowało hoteli	49
1990	90
1991	172
1992	176

W roku 1993 w I półroczu ilość zlikwidowanych hoteli zmalała, zaś wg prognoz ZHR - Związek Hotelarzy i Restauratorów - drugie półrocze ma być lepsze. Wpłynąć na to ma poprawa w turystyce krajowej oraz ca 10% wzrost przyjazdów turystów zagranicznych (ilościowo, w roku 1993 notowano największy wzrost wśród turystów niemieckich, zaś dwukrotnie więcej niż inni, wydawali turyści z Japonii).

W Szwecji panuje opinia, że część zamykanych tu hoteli i restauracji są to świadomie organizowane bankructwa, celem uniknięcia spłat powstałych zadłużeń. Luki prawne, istniejące w tym zakresie, na takie nieuczciwe działania pozwalają. (Jako przykład, prasa podawała zespół kilkunastu hoteli o nazwie „SARA” - upadek tego zespołu hoteli naraził ich wierzycieli na stratę kilkudziesięciu milionów skr.. Tak więc w ogóle, a w czasie recesji w szczególności i takie czynniki, we współpracy z zagranicznymi partnerami, należy brać pod uwagę.) *(Dane o ilości bankrutujących hoteli 1989 - 1993 uzyskałem w rozmowie z p. Göran Granned, Sekretarzem Zrzeszenia Hoteli i Restauracji w Szwecji.)*

1.2.4. Sytuacja na rynku biur podróży

W Szwecji istnieje i działa kilka tysięcy biur podróży (dokładny wykaz co roku zawiera, liczące ca 700 str. wydawnictwo pt. „RESEBRANSCHEN”, sędzę, że nasz Narodowy Ośrodek Informacji Turystycznej zapewne posiada, a w każdym razie powinien co roku w wydawnictwo to się zaopatrzyć). Liczących się biur podróży jest zaledwie kilkadziesiąt, każde z nich jednak na terenie Szwecji, a nawet Skandynawii ma po kilkanaście czy kilkadziesiąt oddziałów czy ekspozytur.

W okresie ostatniego roku można było zaobserwować, łączenie się czy wykupywanie jednych dużych przedsiębiorstw przez inne. Wiąże się to zazwyczaj z racjonalizacją zatrudnienia, czyli zmniejszaniem zatrudnienia o 10 - 15%. W trudnych okresach, zwanych powszechnie recesją, a czasem wręcz kryzysem, zjawisko dość typowe. Temat ten bardziej konkretnie omawiam poniżej:

Na początku lipca br. jedno z największych biur podróży „TICKET” połączyło się ze swymi dotychczasowymi konkurentami tj. „UP-TRAVEL” oraz „EXPO Travel GROUP”. Wyjaśniano jako cel tej operacji, że w ramach tej samej grupy biur podróży nastąpi większa koncentracja na powiększaniu ilości własnych imprez turystycznych (w wyjazdach, przyjazdach i krajówce). Tym samym ma wzrosnąć udział procentowy „własnego produktu turystycznego”. Dla bezpośredniego odbiorcy, turysty czy grupy turystów, zjawisko to jest niezauważalne. Poszczególne lokale oferujące swój produkt tj. programy turystyczne (również anonsy prasowe) nie ulegną zmianie. Wchodzące w układ przedsiębiorstwa zachowują swe dotychczasowe nazwy, a działania promocyjno-marketingowe pozostają bez zmian. Natomiast wzrosnąć ma siła konkurencyjna całej połączonej grupy biur podróży.

Biuro podróży - potentat „TICKET” sądzi, że jego pozycja przetargowa z producentami (hotele, restauracje, przewoźnicy) na światowym rynku turystycznym umocni się.

Dyrektorem generalnym całego zespołu został dotychczasowy dyr. TICKET, p. Erik Strand (swym zasięgiem obejmuje on również zespół biur podróży tzw. „Free-Gruppen”). Właścicielami tego całego zespołu, jest kilka osób prywatnych. Jednakże kontrolny pakiet akcji ma w swym ręku grupa finansowa, znana pod firmą „PROCURITAS” - 25% akcji).

„TICKET” na terenie Szwecji posiadał 37 lokali, obecnie zaś wzmocniony został o prawie 20 dalszych biur podróży, a ponadto hotele, gastronomia i sklepy z artykułami turystyczno-podróżnymi.

Zespół ten ma tradycyjnie nadal ściśle związki z przewoźnikami, a mianowicie z SAS-em i SJ (Szwedzkie Koleje Państwowe). TICKET powstał w roku 1990 z połączenia SJ Resebyrå i biura podróży „TMG”. Udział „TICKET” w sprzedaży podróży i prywatnych imprez turystycznych na tutejszym rynku, ocenia się na ca 15 - 20%. W roku 1993 obroty tego zespołu, wchodzącego w skład TICKET mają osiągnąć ca 1.1 miliarda skr. Docelowo w roku 1996 zespół ten przewiduje osiągnięcie obrotów rocznych do 2 miliardów skr.

Na przełomie 1992/93 American Express wykupił działające na tutejszym terenie od dziesiątków lat, tzw. biuro podróży z tradycjami, Nyman & Schulz. Podobno American Express miał zakusy na wykupienie „TICKET”, ale stało się inaczej.

Pytany na tę okoliczność dyr. Ticket p. Erik Strand oświadczył, że w najbliższych kilku latach jest to nieaktualne. W dalszej przyszłości gdyby otrzymali dobrą ofertę kupna, to nie jest wykluczone, że może będzie ona przyjęta. *(Informacje te oparto w znacznej mierze o art. Olafa Axelssona w D.N., Stockholm, 10.07.93)*

Ciągle zmiany na tutejszym rynku stają się nieodłącznym atrybutem szwedzkiej gospodarki turystycznej. Zaprezentowana sytuacja potwierdza tylko fakt, że na tutejszym rynku turystycznym samodzielnie istniejących biur podróży czy hoteli jest bardzo mało, a i te to raczej jednostki mniejsze.

I jeszcze kilka zdań o przedsiębiorstwie Nyman & Schulz. Po wykupieniu przez American Express, nazwa ma zostać niezmienną. Całością kierować będzie nadal pani Maria Lija, dyrektor Biura d/s podróży służbowo-handlowych oraz szef całego koncernu Nyman & Schulz. Firma ma na terenie Szwecji około 50 biur oraz po kilka w pozostałych Krajach Skandynawskich i Finlandii (np. w Norwegii w Oslo, Bergen, Stavanger i Troms). Roczny obrót firmy wynosi ca 7 miliardów skr..

Zyski wynosiły odpowiednio:

w roku . . . 1991 . .	92 mln skr.	
w roku . . . 1992 . .	96 mln skr.	
a zysk na rok . 1993 .	110 mln skr.	(przewidywany)

W obsłudze tzw. business travels największymi klientami Nyman & Schulz są: ABB (ASEA), Przedsiębiorstwo Komunikacyjne, L.M. Ericsson AB, Kopparbergs (kopalnictwo rud), SKF (Fabryka łożysk kulkowych), Electrolux oraz SAAB.

Nyman & Schulz po połączeniu czy wykupieniu przez Amex (American Express) przewiduje w swych planach ekspansję na inne kraje Europy, poza Skandynawią.

Wg przewidywań duńskich ekspertów d/s branży turystycznej w końcu roku 1993 lub na przełomie 1993/94 dość duże biuro podróży FRITIDSRESOR wraz z przynależnymi do tej grupy SPAIN TOURS i TRIVSELRESOR wykupione zostaną przez SAS LEISURE lub - przez STERLING AIRWAYS.

Duży zespół biur podróży BENNETT (z Oddziałami w Szwecji, Danii i Norwegii) ma być wykupiony przez kontrahenta pozaskandynawskiego (Niemcy lub USA). Źródło: czasopismo *STAND BY* z lipca 1993, ukazujące się we wszystkich Krajach Nordyckich w duńskim i szwedzkim).

2. CHARAKTERYSTYKA SZWEDZKIEGO RUCHU WYJAZDOWEGO

2.1. Wyjazdy zagraniczne mieszkańców Szwecji

Ocena stanowi komentarz do tabel nr 7 - 11 i obejmuje okres od 1990 do I kwartału 1993 włącznie. Ocena uwzględnia takie elementy jak wielkość wyjazdów wg ilości osób, główne kierunki wyjazdów, podział na wyjazdy prywatne i służbowe, środki lokomocji z jakich korzystano oraz średnia wysokość deklarowanych wydatków. W ocenie podano główne źródła badań, publikacje i wnioski wydawnictw profesjonalnie zajmujących się turystyką zagraniczną oraz własne uwagi, sugestie i przewidywania na sezon 1993.

Badania statystyczne krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego zapoczątkowała na dobre Szwedzka Rada Turystyki (Svenska Turistrådet), którą w I półroczu 1992 zlikwidowano, tworząc inne formy organizacyjne, (o czym mowa w części dot. organizacji rynku turystycznego Szwecji).

Główne - choć nie jedyne źródło informacji na temat podróży mieszkańców Szwecji, to powtarzające się od roku 1989, coroczne wywiady telefoniczne z 24 tysiącami osób.

2.1.1. Ilość podróży

Dane statystyczne za okres 1990, 1991 i 1992 obejmowały zarówno Szwedów jak i cudzoziemców, zamieszkujących na stałe w tym kraju (wg danych statystycznych z roku 1993 ludność pochodzenia cudzoziemskiego stanowiła ca 11% ogółu ludności). Badaniami objęto więc cały rynek zagranicznych podróży.

W roku 1990, jak i w roku 1991 wyjazdy prywatne były czterokrotnie wyższe od wyjazdów służbowych. Około 50% wszystkich wyjazdów stanowiły podróże do Krajów Nordyckich, a w szczególności do Danii i Finlandii. Wyjazdy do krajów europejskich (wraz z Krajami Nordyckimi) stanowiły 94% wyjazdów prywatnych oraz 93% wyjazdów służbowych.

Wg statystyk szwedzkich wyjazdy do Polski w cyfrach absolutnych stanowiły: w roku 1990 - 126 tys osób, w roku 1991 - 145 tys osób, zaś w roku 1992 - 203 tys osób (137 tys prywatnie i 66 tys służbowo). Udział podróży do Polski w stosunku do ogólnej ilości podróży wynosił od ca 1,5% do ca 2%. Natomiast udział w wydatkach, ponoszonych na podróże do Polski stanowił od 0,7% do 1,0%.

Na bardziej znaczący wzrost podróży ze Szwecji, jak i z pozostałych Krajów Nordyckich, liczyć można w zakresie:

- a) podróży lotniczych
- b) podróży promowych (warunek: lepszy serwis + promocja)
- c) tranzyt Północ - Południe (warunek: poprawa dróg tranzytowych)
- d) podróże koleją (warunek: włączenie do promocji PKP i stworzenie możliwości rezerwacji biletów choćby na ekspresy oraz możliwość przewozu aut osobowych). Szerzej o tych sprawach w końcowych wnioskach opracowania.

Podróże służbowe mieszkańców Szwecji w okresie 1990 - 1992 r. stanowiły:

- a) do Krajów Nordyckich od . 0,9 do . 1,2 mln osób
- b) do Europy od . 1,1 do . 1,7 mln osób
(w kolejności: Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Holandia)
- c) podróże pozaeuropejskie od . 0,15 do . 0,3 mln osób
(z czego 50% wyjazdy służbowe do USA)

W okresie 1990 - 1992 wyjazdy służbowe do Polski wzrosły trzykrotnie (od ca 20 tys do ponad 60 tys osób).

Okolo 7% mieszkańców Szwecji urodzonych jest poza Szwecją, zaś 14% to mieszkańcy, których rodzice urodzili się poza Szwecją. Jest to znaczny odsetek i ma dość znaczący wpływ na podróże do takich krajów jak Turcja (w r. 1990 - 130 tys osób, a w roku 1992 221 tys osób), Jugosławia w roku 1990 180 tys osób, (rok 1992 tylko 15 tys osób, ze względu na stan wojny domowej w tym rejonie). Z ogółu 40 tys wyjazdów do Ameryki Płd. większość stanowiły wyjazdy do Chile - w tym ponad połowa to odwiedziny rodzin przez grupę imigrantów z tamtejszego kraju, zamieszkującą Szwecję.

Również wyjazdy do Polski ca 30% - 35%, to osoby pochodzenia polskiego (na promach ca 50% podróżnych to Polacy odwiedzający rodziny i przyjaciół w Szwecji).

2.1.2. Środki lokomocji

Do roku 1992 występowała tu pewna prawidłowość. Podróże służbowe w około 52% odbywano regularnymi liniami lotniczymi, zaś w 20% autami służbowymi. Podróże prywatne w ca 30% odbywano charterami lotniczymi, zaś ca 40% wyjazdów zagranicznych stanowili turyści zmotoryzowani.

Rok 1993, zgodnie z przewidywaniami, wykazuje wyraźne tendencje wzrostu podróżowania, regularnymi liniami lotniczymi. Przeloty charterowe w I połowie 1993 wykazały niespełna 20% spadek. Istotnym czynnikiem zmiany tych trendów było wprowadzenie w Europie w roku 1992 (w USA wcześniej) „deregulacji” czyli odstępowania od sztywnych taryf YATA. Wzrost konkurencyjności spowodował obniżki cen biletów na regularnych liniach lotniczych, a tym samym i wzrost przewozów pasażerskich (poprawę wskaźników wielkości przelotów pasażerskich, odnotował również nasz LOT). Obniżki cen biletów wymagają jednak większej efektywności w pracy i zmniejszenie zatrudnienia. Mimo poprawy w zakresie ilości pasażerów problemy ekonomiczne mają skandynawskie linie lotnicze SAS (bliżej o tym w części dot. problemów komunikacyjno-transportowych).

2.1.3. Prognozy dla podróży zagranicznych

Przy wyjazdach rodzinnych urlopowych, czy nawet służbowych (przy uczestnictwie kilku osób) tutejsze prognozy przewidują, w obrębie Europy, dalszy wzrost wyjazdów własnymi środkami lokomocji. Zagraniczne podróże autokarowe charakteryzują się mniejszym, ale stałym wzrostem. W podróżach tych uczestniczą w znacznej mierze tzw. turyści trzeciego wieku, dla których podróż własnym środkiem lokomocji byłaby zbyt męcząca. Około 60% tzw. podróży służbowych dotyczy wyjazdów na konferencje, sympozja, „study tours”, udział w targach i wystawach oraz tzw. wyjazdy łączone („business and leisure”). Na przestrzeni ostatnich 3 - 4 lat zagraniczne podróże służbowe mieszkańców Szwecji wzrosły o około 40%, podczas gdy wyjazdy prywatne o około 20%.

2.1.4. Wydatki na podróże

Wydatki na podróże służbowe w roku 1990 stanowiły per capita ca 8 tys skr., podczas gdy w roku 1992 wydatki te szacowano na 9,2 tys skr.

Przewidywane wydatki na rok 1993 i 1994, przy wyjazdach służbowych, mają utrzymać się na poziomie takim samym jak w roku 1992 tj. 9,2 tys. Dająca znać o sobie, od kilku lat, recesja zmusza wielu przedsiębiorców do bardziej oszczędnego wydawania pieniędzy na podróże służbowe. Ilość wyjazdów może wzrastać, jednakże wydatki poszczególnych osób na podróże służbowe mają być ograniczane (np. zamiast I kl., lub business class, częściej korzysta się przy podróżach lotniczych z klasy „standard”). Obserwacje takie poczyniono już dość wyraźnie w I kwartale 1993. W bazie hotelowej zamiast apartamentów zamawiane są częściej tańsze pokoje. Trendy takie występują wyraźnie wśród przedstawicieli małego i średniego business'u.

Odbywający częste podróże służbowe wyszukują tańszych linii lotniczych. Np. od business'menów szwedzkich dowiedziałem się, że w podróżach z Europy do Emiratów Arabskich korzystać warto z PLL „LOT”, który na tej trasie oferuje konkurencyjne ceny biletów.

W podróżach prywatnych koszty na osobę kształtowały się średnio od 2.500 skr. w roku 1990 do 4.000 skr. w roku 1992.

2.1.5. Oczekiwane/przewidywane cele podróży prywatnych

Powodów podróży prywatnych podawano wiele, wśród nich jednak dominowały:

- a) wypoczynek, słońce, kąpiele morskie
- b) cisza, spokój, poczucie bezpieczeństwa
- c) „potrzeba odprężenia”, pod tym pojęciem rozumiano: rozrywki, dancing, restauracje, miłe towarzystwo
- d) spotkania z rodziną i przyjaciółmi.

Te cztery czynniki od kilku już lat powtarzają się i stanowią łącznie ponad 80% deklarowanych oczekiwań od zagranicznych podróży urlopowych. Zainteresowania kulturą, muzyką, zabytkami, przyrodą, poznawaniem ciekawych ludzi itp. składają się na pozostałe 18 - 20% odpowiedzi. Oczywiście jak przy badaniach takich opinii, wiele wymienionych tu czynników występuje łącznie.

Punkt b podkreślany był przeważnie przez turystów trzeciego wieku oraz przez rodziców z małymi dziećmi.

W dalszej części charakterystyki wyjazdów zagranicznych mieszkańców Szwecji szerzej omówię rok 1992 oraz w miarę możliwości I półrocze roku 1993. Materiał ten w znacznej mierze będzie oparty o oceny 2-miesięcznika RESGUIDE 3/93, choć nie tylko (dokładne źródła wymienione będą w końcowej części analizy). Źródłem wielu informacji z tego zakresu jest DTB - Turist Data Basen, która to instytucja nie podlega dawnemu Urzędowi d/s Turystyki „Svenska Turist Rådet” lecz od połowy roku 1992 innemu tworowi pod nazwą „Sverigefakta och Resestatistik AB” (dodatek AB przy wszelkiego rodzaju przedsiębiorstwach, zakładach itp. oznacza po prostu Aktie Bolaget czyli spółka akcyjna). Przedsiębiorstwo to jest dotowane przez państwo tj. „Styrelsen för Sverigebilden” (Zarząd d/s Turystyki, działający na miejsce dawnej Rady d/s Turystyki, składający się z kilku osób).

Tabela nr 7 mówiąca o podróżach zagranicznych mieszkańców Szwecji w roku 1992 w relacji do roku 1989 wykazuje ilość podróży zagranicznych z co najmniej jednym noclegiem. Podróże w roku 1992 oceniono na 13.8 mln, a więc o 26% więcej niż w roku 1989. W tym podróże służbowe wykazały wzrost o 40%, a prywatne o 23%. W latach najbliższych dynamika wzrostu podróży służbowych winna być większa niż wyjazdów prywatnych. W dobie recesji i narastających trudności w eksporcie produkowanych towarów i usług, występuje intensyfikacja działań promocyjno-marketingowych. Owocuje to zwykle wzrostem ilości podróży. Oszczędności na ponoszonych kosztach, przejawiać się będą ograniczaniem długości trwania podróży oraz ponoszonych kosztów.

Poza badaniami nad ruchem turystycznym, prowadzonymi przez wspomniane już „Sverigefakta och Resestatistik AB”, podobne badania prowadzi IMU (Testologens Travel Monitor). W badaniach IMU szacowana ilość podróży jest większa, jako że obliczana jest każda podróż, czy to z noclegiem czy bez. Jednodniowe podróże bez noclegów są typowe dla Cieśnin Duńskich (Sund) i podróży morskich na wyspę fińską (o specjalnym statusie prawnym) Åland. Głównym celem tego typu podróży, są zakupy bezcłowe. Wg Travel Monitor w roku 1992 miało miejsce 13.6 mln podróży prywatnych

oraz 3.7 mln podróży służbowych. Łącznie 17.3 mln podróży zagranicznych, z czego prawie 50% stanowiły podróże w obrębie Krajów Nordyckich.

2.1.6. Kierunki i wielkość podróży

Ilość podróży to oczywiście nie to samo co ilość osób. Wg Travel Monitor w roku 1992 około połowa mieszkańców Szwecji uczestniczyła w wyjazdach zagranicznych, prywatnych bądź służbowych. Wiele krajów w ostatnich latach miało okazję gościć turystów szwedzkich. Dania spośród Krajów Nordyckich jest najczęstszym celem podróży mieszkańców Szwecji, przy czym rok 1992 w stosunku do roku 1989 charakteryzuje 40% wzrost na tym kierunku. Podróże do Wielkiej Brytanii w roku 1992 w stosunku do 1989, charakteryzował 60 - 70% wzrost obu kategorii podróży (prywatne i służbowe). Również wyjazdy do Francji wykazały znaczny wzrost: prywatne 52%, a służbowe 92%. Wyjazdy służbowe do Hiszpanii wzrosły dwukrotnie, zaś wyjazdy prywatne (głównie urlopowe) charakteryzowały się w omawianym okresie 15% spadkiem. W roku 1992 wyjazdy do Hiszpanii stanowiły jednak nadal znaczącą pozycję - 721 tys (bez Wysp Kanaryjskich).

Znacznie bo niemal dwukrotnie wzrosły w 1992 (do 1989) wyjazdy do Turcji, ze 125 tys do 214 tys osób. Wyjazdy służbowe do tego kraju były niewielkie: 1989 - 11 tys, a w roku 1992 zmalały jeszcze do 7 tys osób. W ocenie szwedzkich ekspertów znaczny wzrost wyjazdów do Turcji to w poważnej części turystyka etniczna, tj. wyjazdy przedstawicieli ca 100 tys społeczności tureckiej zamieszkałej na stałe w Szwecji.

Zamachy bombowe w Turcji, jakie już kilkakrotnie miały miejsce na turystów w I połowie roku 1993, przyczynią się do ograniczenia wyjazdów z Krajów Nordyckich do tego kraju.

Z wiadomych względów nastąpił katastrofalny spadek wyjazdów do b. Jugosławii (ze 167 tys w 1989 do 10 tys w roku 1992).

Interesujący rozwój sytuacji daje się zaobserwować w podróżach do potocznie nazywanych tu Krajów Bałtyckich (Estonia, Łotwa, Litwa). Wyjazdy prywatne do tych krajów wzrosły z 16 tys do 105 tys osób w roku 1992, zaś wyjazdy służbowe z 5 tys do 75 tys (15-krotny wzrost). Świadczy to o znacznym zainteresowaniu Szwecji gospodarczą współpracą z tymi krajami.

Znaczny wzrost odnotowała również Czechosłowacja - z 31 tys w 1989, do 144 tys w 1992, w wyjazdach prywatnych, oraz z 12 do 22 tys w wyjazdach służbowych.

Węgry miały nieznaczny wzrost w wyjazdach prywatnych z 55 tys do 77 tys osób, natomiast wyjazdy służbowe zmalały, z 17 tys w roku 1989 do 4 tys w roku 1992 (może wkradł się tu jakiś błąd w statystycznych szacunkach, a może rzeczywiście maleje zainteresowanie gospodarczą współpracą z Węgrami).

I wreszcie - prywatne podróże do Polski w roku 1989 nie były przez TDB w ogóle odnotowane, ale wg innych badań wyniosły 99 tys osób, a w roku 1992 oceniono je na 137 tys osób. Wyjazdy służbowe, w szacunkach szwedzkich, wzrosły z 12 tys w roku 1989 do 66 tys osób w roku 1992 (ponad 5-krotny wzrost). Jest to jeden z elementów świadczących o wzroście zainteresowania Szwecji szybszym niż dotychczas rozwojem gospodarczej współpracy z naszym krajem. Może to być też argumentem do bardziej skoordynowanych i wspólnych działań promocyjnych na tamtejszym terenie nie tylko branży turystycznej, ale też i przemysłu, handlu oraz przewoźników LOT, czy mało widocznych tu działań promocyjnych PŻB czy PKP (szerzej na ten temat w końcowych wnioskach).

Rok 1993 w podróżach mieszkańców Szwecji wykazuje tendencje wzrostu w podróżach regularnymi liniami lotniczymi, zaś spadek (I półrocze 1993) o 18% w podróżach charterami lotniczymi. Tendencja ta do końca 1993 może ulec zmianie, jako że lato w Szwecji w tym roku, tj. m-ce czerwiec, lipiec, sierpień, było deszczowe i chłodne. Już w lipcu 93 sygnalizowano niemal pełne obłożenie na liniach charterowych do Hiszpanii, Grecji, na Cypr i Wyspy Kanaryjskie. Dla Polski rok 1993 w przyjazdach ze Szwecji winien być korzystny i charakteryzować się dalszym, 10 - 12% wzrostem. Oczywiście, że w powodzi dziesiątków milionów przybyszów ze Wschodu, Południa czy z Zachodu - z towarem lub po towar, rezultaty te będą mało zauważalne.

Bezpośrednio krajami dla nas konkurencyjnymi będą Czechy, Węgry, Łotwa, Estonia. Warunki mają podobne, lecz ich działania promocyjne są tu bardziej widoczne.

Ogólnie ocenia się, że w roku 1993 i 1994 wyjazdy prywatne cechować będzie stagnacja lub nieznaczny wzrost, zaś w wyjazdach służbowych występować będzie dalszy wzrost.

Rok 1992 pod względem wyjazdów zagranicznych mieszkańców Szwecji tutejsze środki masowego przekazu oceniały jako unikalny. Mimo bowiem pogarszających się

wskaźników rozwoju gospodarczego, w tym roku po raz pierwszy wydatki na podróże zagraniczne wyniosły więcej, aniżeli wydatki na podróże wewnątrz krajowe.

Średni wydatek na osobę podróżującą za granicę wyniósł w roku 1992 5.100 skr. (prywatne 4.000, służbowe 9.139 skr. na osobę). Dzienny wydatek w wyjazdach zagranicznych w roku 1992 oceniano na 509 skr. prywatnie i 2.224 skr. służbowo.

Latem 1993 badania przeprowadzane na 3 tysiącach osób wykazały jak Szwedzi zamierzali w najbliższym okresie wydawać swoje pieniądze (1993 i 1994):

- a) 44% badanych osób stwierdziło, że wyda co najmniej 2 tys skr. na różnego rodzaju odzież,
- b) 38% badanych przeznaczyć miało środki na różne spłaty kredytów, odsetki, amortyzacje kapitałowe itp.,
- c) 34% zamierzało wydać pieniądze na urlop w Szwecji,
- d) 31% badanych przewidywało wydatek kilku tys skr. na urlopy i podróże zagraniczne.

Spośród deklarujących wyjazdy zagraniczne 5% przewidywało wyjazdy do Danii i również 5% wyjazdy do Niemiec. Do Grecji, Francji, Hiszpanii i USA deklarowało zamiar wyjazdu po 4% badanych. Po 3% zamierzało spędzić urlop: we Włoszech, na Wyspach Kanaryjskich, w Austrii i w Finlandii. Po 2% zamierzało odwiedzić Norwegię i Cypr.

2.1.7. Zdobywanie materiału, źródła badawcze

Prezentowane tu dane oparte są głównie o badania, TDB (Tulist Data Basen), realizowane przez Burke Markands Information AB.

Sveringe Fakta och Resestatistik AB zleca odpowiednio formułowane pytania, w oparciu o 24 tys wywiadów telefonicznych, co rocznie przeprowadzanych z dorosłymi mieszkańcami Szwecji w wieku do lat 74.

IMU - Testlogens opiera swe badania na 12 tys badań ankietowych, przeprowadzanych w różnych środkach lokomocji. Publikacje prowadzonych badań rozpoczęto w roku 1990. Pełne i bieżące wyniki badań są rozprowadzane w biuletynach o

niewielkim nakładzie, sprzedawane po ca 10 - 12 tys skr. Nasze przedstawicielstwa ORBIS SA i NOIT w Sztokholmie twierdziły, że takimi materiałami, jak i zresztą innymi nie dysponują.

Zdobycie materiałów dotyczących podróży zagranicznych mieszkańców Szwecji, czy szerzej Krajów Nordyckich jest oczywiście możliwe. Wymaga to jednak i wiele czasu i środków. Materiały te bywają rozproszone w dziesiątkach i setkach różnych czasopism. Część informacji np. na temat prognoz na najbliższe lata uzyskać można w osobistych kontaktach z przedstawicielami branży turystycznej, komunikacji oraz z przedstawicielami business'u, zainteresowanymi Polską na tyle, że kupują różne wydawnictwa fachowe, gdzie również spotkać można informacje na tematy związane z aspektami gospodarczymi turystyki i podróżowania.

Reklamujący się od lat Svenska Institutet jako ekspert w zakresie wszelkich informacji o Szwecji, ma w swej bibliotece rzadko spotykany bałagan. Zainteresowani mogą po prostu przerzucać różne wymieszane i nieuporządkowane książki, broszury i czasopisma. Natomiast na temat przyjazdów do Szwecji, turystyki krajowej oraz na temat atrakcji turystycznych Szwecji dostać można wszelkie materiały niemal w nieograniczonym zakresie i to bezpłatnie.

Ostateczny wniosek tej części analizy jest taki: Istniejąca od kilku lat recesja jak narazie nie ma większego wpływu na turystykę wyjazdową i podróże zagraniczne mieszkańców Szwecji.

2.2. Wyjazdy wg kierunków

Tabela nr 7

Wyjazdy zagraniczne mieszkańców Szwecji w roku 1992
w relacji do roku 1989, w tysiącach osób

Kraj	Służbowe/handlowe: w czasie wolnym:			
	1992	1989	1992	1989
Dania	504	341	2.085	1.458
Finlandia	350	316	1.370	1.052
Åland (Finlandia)	41	76	661	535
Islandia	3	8	18	10
Norwegia	287	224	997	719
W. Brytania	312	195	511	293
Irlandia	3	9	35	33
Francja	177	92	588	378
Niemcy Zach.	-	324	-	1.302
NIEMCY	579		1.675	
Holandia	89	101	179	166
Belgia	105	71	86	57
Luxemburg	6	1	10	10
Szwajcaria	73	65	131	102
Austria	45	13	365	412
Portugalia	25	38	100	162
Hiszpania bez Wysp Kanaryjskich	70	35	721	853
Wyspy Kanaryjskie	25	23	268	287
Włochy	77	97	251	309
Malta	-	-	3	-
Jugosławia	5	6	10	165
Grecja	8	17	468	425
Cypr	4	5	164	150
Izrael	-	-	37	55
Turcja	7	11	214	125
Albania	-	-	3	3
Kraje Bałtyckie (L. Ł. E.)	75	5	105	16
WNP (b. ZSRR bez Krajów Bałtyckich tj. L. Ł. E.)	33	14	109	45
Węgry	4	17	77	55
Czecho-Słowacja	22	12	144	31
POLSKA	66	12	137	-
b. NRD	-	2	-	32
Rumunia	6	5	-	2
Bułgaria	5	5	11	48
K. arab. + Iran	16	3	34	24
Indie	-	4	8	23
Azja k. pozostałe	72	53	153	65
Australia + wyspy	12	7	27	25
Afryka Płn.	3	6	39	69
Afryka Centralna	-	-	2	10
Afryka Wschodnia	-	3	9	10
Afryka Zachodnia	-	-	11	10
RPA	2	1	11	3
USA	75	68	260	288
Kanada	15	6	11	9
Indie Zach.	9	-	29	58
Ameryka Środkowa	3	7	4	11
Ameryka Południowa	5	-	36	43
Razem	3.328	2.298	12.167	9.938

Źródło: Wyniki badań opieranych o 24 tys wywiadów telefonicznych prowadzonych przez Turist Data Basen AB (TDB), Stockholm, wg RESGUIDE 3/1993

2.2.1. Wyjazdy zagraniczne

Tabela nr 8

Główne kierunki podróży urlopowych mieszkańców Szwecji w roku 1992 - w %

(10 krajów recepcyjnych uznawanych od kilku lat niezmiennie za najbardziej popularne cele podróży urlopowych)	
Dania	19
Finlandia	16
Niemcy	12
Hiszpania	9
Norwegia	9
Francja	5
Wielka Brytania	4
Grecja	4
Austria	3
Włochy	3
Ameryka Płn.	3
pozostałe	11
(wyjazdy urlopowe ogółem szacowano na ponad 12 mln. podróży)	

Źródło: *SVERIGETURISMEN I SIFFROR, Next Stop Sweden, Sztokholm, 1993*

Szacunki procentowe są dość ogólne i z roku na rok mogą tu występować pewne odchylenia. W sumie jednak, trend taki utrzymuje się już od szeregu lat. Mówiąc o podróżach urlopowych, należy mieć na uwadze określenie bardziej ogólne, a mianowicie tzw. tu „podróże prywatne”.

2.2.2. Wyjazdy wg środków lokomocji

Tabela nr 9

Podróże mieszkańców Szwecji - wyjazdy zagraniczne
w roku 1992 wg środków lokomocji, udział w %

Środek lokomocji	Rodzaj podróży:	
	służbowo	prywatnie
Samolot, charter	6,0	26,8
Samolot, linie regularne	48,6	9,4
Samolot (inaczej)	5,2	1,4
Autokar	8,0	10,2
Kolej	2,9	4,9
Auto osobowe	12,0	32,3
Promy	16,8	13,3

Źródło: Turist Data Basen, Stockholm, 1993

2.2.3. Preferencje, upodobania, oczekiwania

Tabela nr 10

Podróże zagraniczne mieszkańców Szwecji - wyjazdy zagraniczne 1992r.
wg celu odbywanej podróży w %:

a) cele przy wyjazdach służbowych b) cele przy wyjazdach prywatnych

a) Cel podróży przy wyjazdach służbowych	Procent
Spotkanie z kimś	37,1
Konferencje	34,3
Podróże studyjne (Study tours)	12,4
Praca własna	11,3
Targi, wystawy	4,2
b) Cel podróży przy wyjazdach prywatnych	Procent
Cisza, spokój	20,6
Spotkania rodziny/przyjaciół	19,6
Rozrywka, radość, uciecha itp.	16,4
Słońce, kąpiel, plaża	15,3
Rozrywka, przygoda	4,0
Zakupy	3,3
Domy wczasowe, pensjonaty	1,4
Różnego rodzaju kursy, hobby	1,3
Sprawy prywatne:	
poszukiwanie pracy	1,0
podróże szkolne	0,5

Źródło: Turist Data Basen, Stockholm, 1993

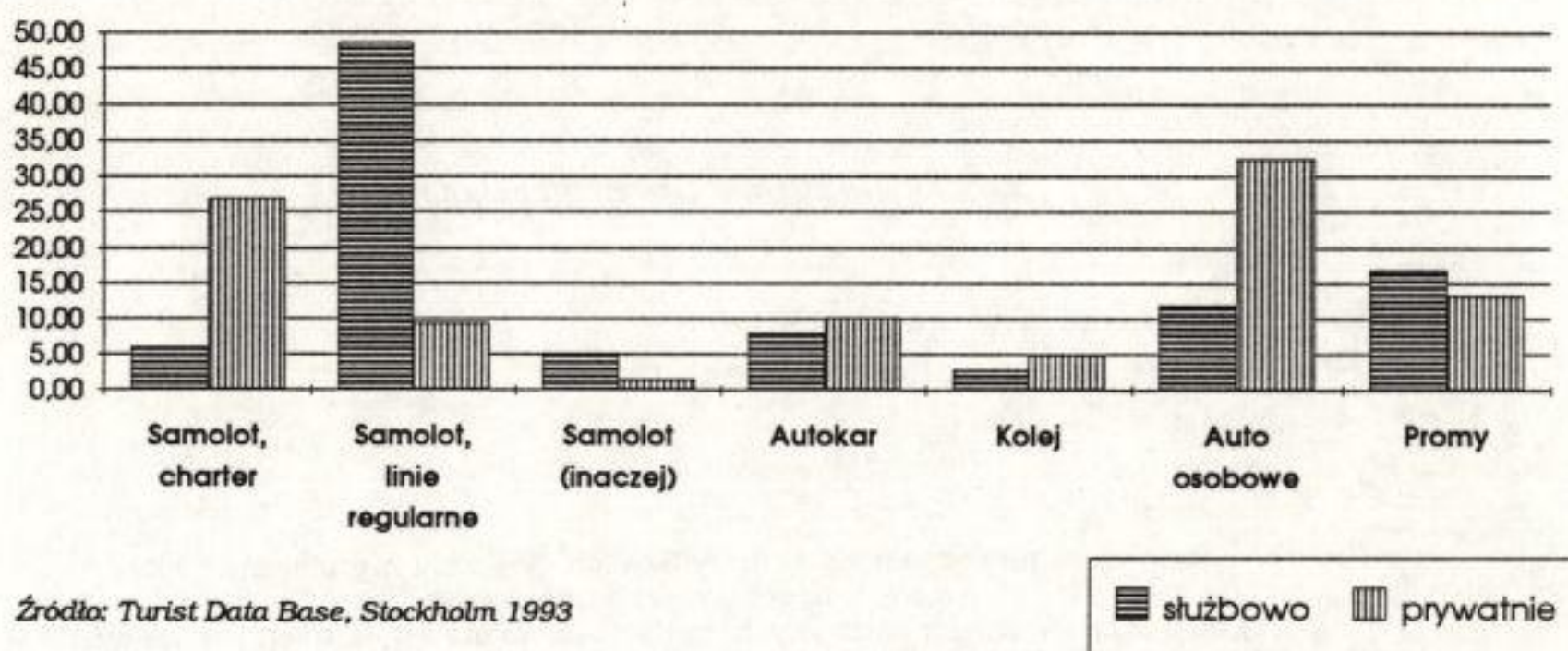
Stosunkowo wysoki odsetek (20,6) pragnących „ciszy i spokoju” wynika chyba stąd, że większość telefonicznych wywiadów prowadzono za dnia. W tym czasie w domu są zazwyczaj ludzie starsi, często już niepracujący.

Ryciny 1 - 2, w sposób bardziej plastyczny zwracają uwagę:

a) podróże 1992 - wg środków lokomocji, b) wg celów prywatnych.

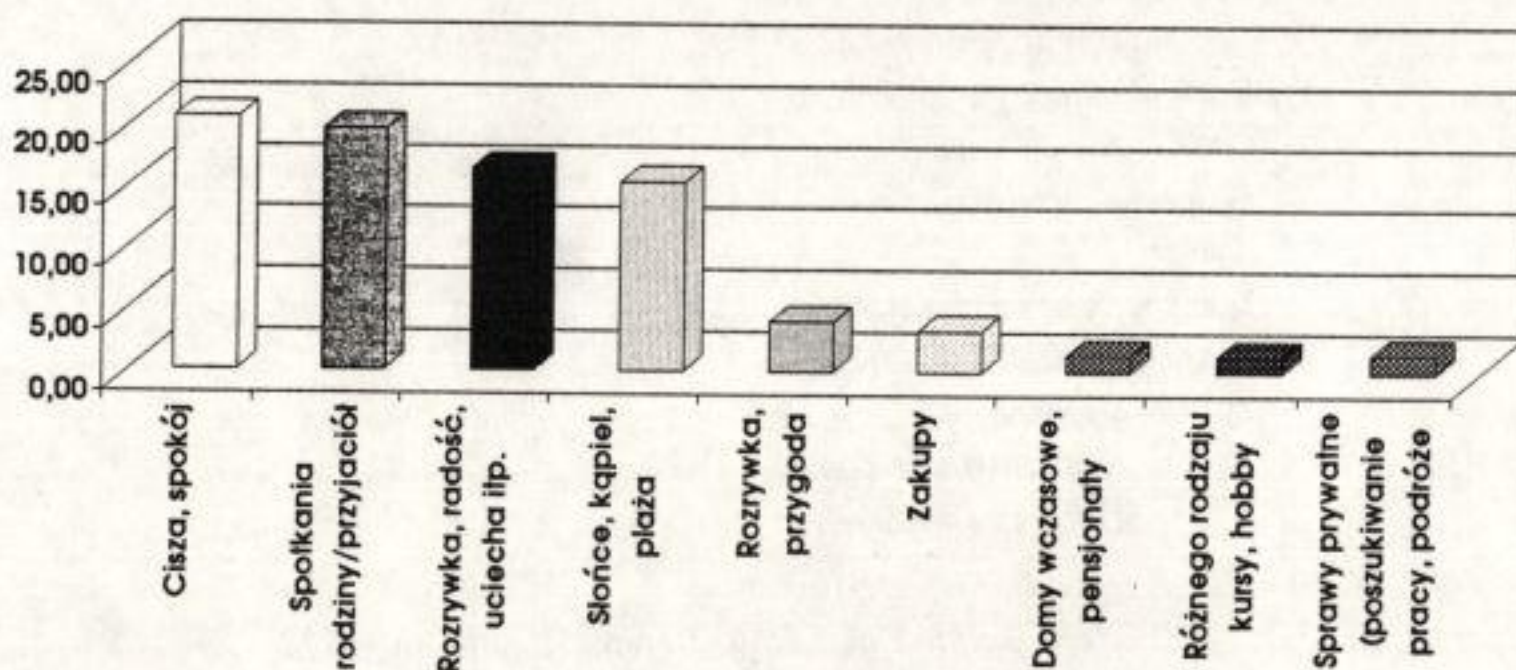
Ryc. 1

Podróże mieszkańców Szwecji - wyjazdy zagraniczne w roku 1992 wg środków lokomocji, udział w %



Ryc. 2

Cel podróży przy wyjazdach prywatnych mieszkańców Szwecji w podróżach zagranicznych w 1992 r. w procentach



2.2.4. Wydatki na wyjazdy turystyczne mieszkańców Szwecji w roku 1992

Tabela nr 11

a) Wydatki związane z podróżami służbowymi w koronach szwedzkich

Wydatkowane sumy	Procent uczestników
od 0 - 1.000	13,1
1.000 - 1.500	2,2
1.500 - 2.000	5,3
2.000 - 3.000	6,5
3.000 - 4.000	9,1
4.000 - 5.000	4,4
5.000 - 7.500	20,2
7.500 - 10.000	9,9
10.000 - 12.500	12,9
12.500 - 15.000	2,1
15.000 - i więcej	13,9
8.026 - średni wydatek przy podróżach służbowych (business travel)	

b) Wydatki związane z podróżami prywatnymi (uropy, odwiedziny, zwiedzanie itp.)

Wydatkowane sumy	Procent uczestników
od 0 - 1.000	23,9
1.000 - 1.500	10,8
1.500 - 2.000	8,0
2.000 - 3.000	11,3
3.000 - 4.000	8,7
4.000 - 5.000	7,2
5.000 - 7.500	17,6
7.500 - 10.000	5,8
10.000 - i więcej	6,7
3.729 - średni wydatek przy podróżach prywatnych	

Źródło: RESGUIDE - 3/1993 Stockholm w oparciu o badania ankietowe TDB Sztokholm

Uwagę zwraca fakt, że wydatki na podróże służbowe, średnio, większe były ponad dwukrotnie od wydatków na podróże prywatne.

Wydatki na podróże służbowe mieszkańców Szwecji do Polski, wyższe były od wydatków na podróże prywatne, tylko o około 25%. Albo więc business'meni ze Szwecji odwiedzający Polskę są tak oszczędni, albo nie mieli na co u nas wydawać pieniędzy, albo

- i co jest najbardziej prawdopodobne - Polska jest dla nich nadal jeszcze krajem stosunkowo tanim.

2.3. Sytuacja na rynku turystyki wyjazdowej latem 1993 r.

Poza innymi, istotnym czynnikiem w okresie głównego sezonu turystycznego są warunki pogodowe. Tak było również i w okresie lata 1993 r.

Deszczowy i chłodny czerwiec spowodował ogromny wzrost zainteresowania i wzrost ruchu na liniach charterowych na takich kierunkach jak Grecja, Cypr, Wyspy Kanaryjskie, Tunis, Maroko, Turcja itp. Po 20 lipca 1993 niemal wszystkie miejsca w charterach lotniczych do krajów południowych były wyprzedane.

Wg opinii biura podróży FRITIDSRESOR w tym roku dłużej niż zwykle czekano z rezerwacjami wyjazdów urlopowych (ruch zaczął się dopiero ^{po} 24 czerwca br.). W biurze tym na najbliższe tygodnie tj. do około 15 sierpnia wolnych miejsc brakowało.

Wg ATLASRESOR największy ruch na wyjazdy urlopowe był w tym sezonie w Szwecji Płd., gdzie w tym roku ciepła w ogóle nie było. Jak stwierdził przedstawiciel ATLAS RESOR wszystkie miejsca na okres letni już wyprzedano.

„VING RESOR” miał jeszcze na okres letni pojedyncze miejsca do Samos (Grecja), do Las Palmas oraz na Cypr.

Ogólnie biura podróży oceniały, że sezon letni 1993 nie różnił się zbyt wiele od lat poprzednich. Największym zainteresowaniem jak, zwykle, cieszyły się wyjazdy urlopowe w rejon Basenu Morza Śródziemnego. Szwedzkie biura podróży twierdzą, że coraz powszechniejsze staje się późniejsze decydowanie się na rezerwację miejsc na wyjazdy urlopowe w głównym sezonie turystycznym.

Na przełomie lipca 1993 szwedzkie środki masowego przekazu prezentowały opinię, że mimo gorszej sytuacji ekonomicznej, mieszkańcy Szwecji nadal pragną spędzać urlopy poza granicami swego kraju. Największe nasilenie wyjazdów na Baleary czy na Wyspy Kanaryjskie - wg Dagnes Nyheter (Sztokholm - lipiec 1993) - liniami charterowymi, daje się zaobserwować w okresie letnim lipiec - sierpień oraz następnie w okresie wiosennym marzec - kwiecień.

Mówiąc o rynku turystyki wyjazdowej tak w Szwecji, jak i innych Krajach Nordyckich w roku 1993 nastąpić ma znaczny spadek wyjazdów do Turcji, Egiptu oraz do arabskich krajów MAGREB-u. Ma to związek z atakami terrorystycznymi, kierowanymi z premedytacją przeciw turystom, odwiedzającym te kraje. Zjawiska te były nagłaśniane i komentowane w środkach masowego przekazu (TV, radio, prasa), zaś przedstawicielstwa konsularne Szwecji w wym. krajach, uprzedzały swych obywateli o zagrożeniach, jakie spotkać mogą turystów.

2.4. Szwedzkie prognozy dla podróży lotniczych

Dość znaczna poprawa, przy przewozach regularnymi liniami lotniczymi (a w 1992 również charterami), w ostatnich 3 latach, dobiega końca. Swoją szczyt ponownego wzrostu przewozy lotnicze osiągnąć mogą w roku 1995. Warunkiem jednak będzie wychodzenie gospodarki szwedzkiej z recesji.

Opinie takie wyrazili eksperci Urzędu d/s Lotnictwa Cywilnego (Civil Luftfartsverket).

Wg ostatnich prognoz przyrost w gospodarce szwedzkiej wyniesie: w roku 1994 wzrost GNP o 1%, a w roku 1995 o 2 - 2,5% GNP. Dla komunikacji lotniczej oznaczać to będzie wzrost o około 4 - 5% rocznie po roku 1995-tym. Lepsze perspektywy wzrostu przewiduje się dla podróży zagranicznych.

Podróże na liniach krajowych przez najbliższe 2 - 3 lata cechować będzie stagnacja. Poprawy w tym zakresie oczekiwać można dopiero w roku 1996. Krajowe przeloty nadal oceniane są przez pasażerów jako drogie.

Dla przelotów na liniach (regularnych) zagranicznych sytuacja wygląda lepiej. Poprawa nastąpiła znacznie szybciej. Po początkowym spadku w roku 1990, już w roku 1992 zanotowano wzrost przewozów pasażerskich o 6%. Trend taki winien utrzymać się również w roku 1993. (Przewozy pasażerskie LOT-u na liniach zagranicznych też wzrosły o ca 6%).

Oczekuje się, że intensyfikacja kontaktów szwedzkich ze Wspólnotą Europejską poprawi wskaźniki przewozów lotniczych. Wzrasta szwedzki eksport. Business'meni muszą być na miejscu tam gdzie eksportują, muszą dbać o promocję. Nadal najlepszym

środkiem lokomocji dla świata business-u pozostaje komunikacja lotnicza. Tak więc do roku 2005 prognoza przewiduje, dla linii regularnych, zagranicznych, coroczny wzrost w granicach 5 - 6,2%.

Znacznie gorsze są prognozy dla charterów lotniczych. W roku 1992 przewozy charterowe wykazały 12% wzrost. W następnych latach na wzrost taki liczyć nie mogą.

Dzięki „deregulacji” wzrosła konkurencyjność linii regularnych do stolic europejskich. Odbiło się to niekorzystnie na przelotach charterowych.

Prognozy dla charterów na nadchodzące dziesięciolecie są bardzo ostrożne. Konsumpcja prywatna w najbliższych latach wykazywać będzie spadek. Czynniki te zazwyczaj w sposób negatywny oddziałują na podróże turystyczne. Stąd też prognozy dla linii charterowych do roku 2005 są bardzo ostrożne. Coroczny wzrost przewozów liniami charterowymi, we wspomnianym okresie, przewiduje się na około 2%. Źródło: DN - ARBETE och PENGAR - Sztokholm lipiec 1993 wg wypowiedzi Håkana Brobecka, szefa Zespołu Prognoz Urzędu d/s Lotnictwa Cywilnego (Luftfartsverket).

Uwagi: W sumie przedstawiona prognoza jest raczej optymistyczna. Tak dobrze jednak nie wygląda sytuacja szwedzkich, a właściwie skandynawskiego przedsiębiorstwa lotniczego SAS oraz operującego głównie na liniach krajowych LINJEFLYG. Obecnie prowadzone są negocjacje w sprawie połączenia SAS z AUSTRIAN AIRLINES, SWISSAIR i KLM. Umowa o połączeniu ma być zrealizowana na przełomie 1993/1994. Wspomniane 4 linie zatrudniają obecnie 67 tys osób. W okresie 1994 - 1996 po połączeniu, zwolnionych ma być w ramach racjonalizacji ponad 6 tys osób. W roku 1992 SAS i LINJEFLYG zatrudniały 21 tys osób, tj. 31% ogółu zatrudnionych w wym. 4 przedsiębiorstwach. W każdym razie w związku z połączeniem, SAS będzie musiał zwolnić około 1500 osób. Jeśli połączenie dojdzie do skutku, nowa linia lotnicza ma nosić nazwę ALCAZAR, a jej siedzibą będzie Kopenhaga lub Amsterdam. Będzie to największa linia lotnicza w Europie.

Poniżej komentarz do tabeli nr 12 „Flygpriser i Europa efter avreglering” (Ceny biletów lotniczych w Europie po deregulacji).

Tabela prezentuje 18 popularnych kierunków w Europie obsługiwanych przez Skandynawskie Linie Lotnicze (SAS).

- I kolumna - nazwa miejscowości
- II kolumna - najniższe i najwyższe ceny oferowane przez SAS
- III kolumna prezentuje ceny lotów charterowych na podobnych odcinkach
- IV kolumna pokazuje ile na podobnych odcinkach pobiera za przelot amerykańska linia Southwest
- V kolumna wymienia odległości

W okresie od 1993 - 1994 walka konkurencyjna ma być ostrzejsza a tym samym loty liniami regularnymi będą zapewne tańsze. Obecne ceny SAS i te najniższe, ani tym bardziej najwyższe nie będą czynnikiem decydującym o średnich kosztach biletu. Krótsze odcinki są relatywnie droższe niż dłuższe dystanse. Opłaty za start i lądowanie są w Europie wyższe niż w Ameryce. Perspektywy dla regularnych linii lotniczych będą lepsze, gdyż odbiorą część pasażerów przewoźnikom charterowym (zjawisko to zaobserwowano już w Szwecji w I półroczu 1993). Na krótszych odcinkach ceny SAS kształtują się od 70 öre/km (Londyn) do 3,26 skr/km (Kopenhaga). Na dłuższych odcinkach (Malaga, Lisboa) otrzymuje SAS od 0,6 - 2,0 skr/km. Tak jak i inne europejskie linie lotnicze SAS wykazuje niską efektywność (675 pasażerów na 1 zatrudnionego). Mimo 65% sprzedanych miejsc, SAS jest 4 - 10 razy droższy niż amerykańskie linie lotnicze Southwest. Parametry Southwest są następujące:

- a) niskie ceny (31 - 84 öre/km)
- b) wysoka wydajność (2300 pasażerów na 1 zatrudnionego)
- c) dobrze opłacany personel (średnio na prac. 252 tys. skr. rocznie).

Southwest ma 126 samolotów (nie wiele mniej niż SAS), a rocznie przewozi 19 mln. pasażerów. Fenomenem Southwest jest utrzymanie opłacalności już przy 55% sprzedawanych biletów.

Tabela prezentuje wszystkie loty ze Sztokholmu, w oparciu o ceny SAS z marca 1992, zaś chartery wg ofert z tego samego okresu. Zastosowany przelicznik przy porównaniach - 1\$ = 6 skr. (obecnie tj. sierpień 1993 1\$ = 8,0 skr.).

Trudności linii lotniczych w Europie spowodowały, że dość realnie wyglądają negocjacje w sprawie połączenia 4 linii, a mianowicie: SAS, KLM, Swissair i Austrian Airlines (trzy pierwsze po 30% udziały i linie austriackie 10%). Wstępnie ustalona nazwa ALCAZAR. Byłoby to największe przedsiębiorstwo lotnicze Europy. Główna

przewidywana korzyść, to poprawa konkurencyjności, przede wszystkim poprzez redukcje personelu.

Tabela nr 12

CENY BILETÓW W EUROPIE PO DEREGULACJI

MIASTO	SAS	CHARTER	SOUTHWEST	ODLEGŁOŚĆ/KM
Aten	3.500-11.990	1.345-1.970	1.490-3.990	4.808
Amsterdam	2.000-6.800	630-925	700-1.870	2.254
Barcelona	3.000-10.000	1.275-1.865	1.400-3.775	4.550
Berlin	1.500-4.900	450-665	500-1.340	1.618
Bryssel	2.500-7.470	720-1.050	795-2.130	2.564
Budapest	2.500-9.160	740-1.080	815-2.185	2.632
Dublin	2.500-9.040	910-1.335	1.010-2.700	3.256
Frankfurt	2.000-6.500	665-975	735-1.970	2.376
Istanbul	3.500-11.330	1.215-1.780	1.345-3.600	4.338
Köpenhamn	1.100-3.410	295-430	325-870	1.046
Lissabon	3.500-11.890	1.670-2.450	1.850-4.950	5.972
Madrid	3.500-10.770	1.450-2.125	1.600-4.300	5.186
Malaga	3.500-11.940	1.670-2.450	1.850-4.950	5.972
Milano	3.000-9.170	925-1.350	1.025-2.740	3.302
Nice	3.000-9.450	1.055-1.545	1.170-3.130	3.772
Paris	2.500-8.390	865-1.265	955-2.560	3.086
Rom	3.000-10.180	1.110-1.620	1.225-3.280	3.954
Öre/km	70-326	28-31	31-84	

Źródło: „RES” 2/1992 Stockholm. Porównanie: SAS - Chartery - SOUTHWEST(USA)

2.5. Sytuacja komunikacji promowej oraz prognozy dla polskiego armatora (PŻB)

W połowie lipca 1993 armator szwedzki „STENA LINE”, a raczej skandynawski złożył w stoczni fińskiej zamówienie za 1,5 miliarda skr. na dwa duże promy-katamarany. W perspektywie mają być zamówione dwa dalsze tego typu promy. (Stocznia fińska „Finnyards”).

Promy te mają wejść do eksploatacji z początkiem roku 1995. Ich parametry: szybkość 40 węzłów, długość 124 m, szerokość 40 m, pasażerów 1500, samochodów osobowych 100, TIR-ów 50. Te super-szybkie promy mają być głównym elementem konkurencyjnym. Wejście od 1.1.95 Krajów Nordyckich do Wspólnoty Europejskiej spowoduje likwidację bądź znaczne ograniczenie tzw. wolno-cłowych zakupów. Wtedy głównym czynnikiem przyciągającym pasażerów ma być szybkość pokonywanej trasy.

Przy sposobności wspomnieć warto, że STENA AB jest jednym z największych armatorów promowych na świecie, zatrudnia co 3-go marynarza szwedzkiego i co 4-go angielskiego.

Natomiast największym armatorem przewozów promowych na Bałtyku jest SILJA LINE. Swą działalność SILJA LINE z trasy Szwecja - Finlandia przesuwają na Bałtyk Południowy, tj. na trasy Szwecja Półd. - Niemcy. Już wkrótce największym portem stanie się - jak mówi szef koncernu, Jukka Suominen - Travemünde. Nowe kierunki na Niemcy Wschodnie mają ten mankament, że nie mają połączeń z autostradami, do jakich przywykli szwedzcy turyści zmotoryzowani.

Na linii tej od roku działała mniejsza firma szwedzka EUROWAY. Obecnie łączy się ona z SILJA LINE. Tak więc na trasie Malmö - Travemünde/Lübeck, poza promem „Frans Suell” kursować będzie drugi nowy „Silja Festival”.

Z żeglugi pasażerskiej promami SILJA LINE (czy szerzej koncernu armatora fińskiego OY ELFJOHN AB), między Finlandią a Szczecą, korzysta rocznie około 9 mln pasażerów.

Na trasie Helsinki - Sztokholm kursują dwa duże promy „Silja Serenade” i „Silja Symphony”, z których każdy ma po prawie 1000 kabin i zabrać może jednorazowo 2500 pasażerów. Nieco tylko mniejsze promy kursują na trasie Sztokholm - Turku (Finlandia)

oraz Helsinki Travemünde. Dwa pierwsze promy zbudowano w r. 1990-91 a pozostałe w latach 80-tych.

Ciekawym zjawiskiem jest fakt, iż kampanie reklamowe i całą promocję linii Baltic Line na odcinku Gdynia - Karlskrona i na innych trasach, prowadzi Dział Reklamy i Promocji SILJA LINE. Jest zatem duże prawdopodobieństwo, że armator ten ma znaczny pakiet akcji „Baltic Line”, która obsługuje linię Gdynia - Karlskrona. PŻB ma więc groźnego i doświadczonego konkurenta.

Dla Zachodu w dobie recesji typowym zjawiskiem jest łączenie się firm, usprawnienia organizacyjne i racjonalizacja zatrudnienia. W rezultacie pozwala to na lepsze efekty ekonomiczne i poprawia konkurencyjność. U nas jak narazie nie jest do pomyślenia, aby np. PŻB, PŻM czy PLO mogły działać wspólnie. A naszym armatorom kłopotów nie brakuje. Np. PŻB w Kołobrzegu, stracił kilkanaście milionów dolarów US zaliczki na prom, lokując ją w mało znanej stoczni w Buenos Aires, która zbankrutowała.

Z rozmów jakie prowadziłem we wrześniu 1993 w PŻB w Kołobrzegu, Dyrekcja tego przedsiębiorstwa jest dobrej myśli i mimo kłopotów, liczy na przetrwanie. Obecnie są na etapie ulokowania zamówienia na nowy, znacznie większy prom, ewentualnie w polskich stoczniach. Nowy prom kursowałby od 1995 na linii Świnoujście - Ystad. Byłby to prom samochodowo-kolejowo-pasażerski.

Sądzę, że prom, który realizowałby również przewozy wagonów kolejowych, wpłynie na poprawę kondycji finansowej naszego armatora, a dla turystów skandynawskich będzie rozszerzeniem naszej oferty, również na podróże koleją.

Jak wynika z badań Instytutu Turystyki ilość turystów podróżujących ze Szwecji do Polski koleją wynosi - 0. Pomijając już prom kolejowy, należy na tamt. terenie stworzyć warunki, aby turysta mógł zarezerwować czy kupować bilet kolejowy na terenie Polski, chociażby tylko na ekspresy. Konieczna jest umowa pomiędzy PKP i ORBIS-em, któraby pozwoliła na rozszerzenie zakresu usług o sprzedaż biletów (lub choćby za dopłatą, na rezerwacje). Dzisiaj gdy wszystkie punkty usługowe w turystyce i większe stacje kolejowe wyposażone są w fax-y i działa centralna rezerwacja, technicznie nie stanowi to żadnego problemu.

Prognozy PŻB na najbliższe lata przewidują roczny wzrost przewozu pasażerów promami o 5 - 6% w pobytach i 10% w tranzycie, zaś przewozy frachtu wzrastać mają o 10 -12% rocznie. Sądzę, że bardziej widoczna promocja pobyków nad polskim morzem

oraz promocja tranzytu na Płd. Europy pozwala przewidywać wzrost pobytów w stosunku rocznym o 12%, a tranzytu o 20%.

2.6. Analiza efektywności promocji w środkach masowego przekazu, wg rodzajów środków (w miarę możliwości ze wskazaniem tytułów czasopism oraz audycji radiowych i TV)

- a) Jako zjawisko pozytywne i istotny czynnik promocji uznać należy udział strony polskiej w marcowych targach w Berlinie, a następnie w okresie 19-22 marzec 1992 w Göteborgu.
- Praktycznie jest to główna możliwość dla zainteresowanych zaopatrzenia się w pełen zestaw wydawnictw o turystyce i podróżach do Polski.
- Bardzo istotne jest usamodzielnianie się i udział w targach turystycznych regionów, województw oraz innych gestorów obsługi ruchu turystycznego (np. przewoźnicy LOT, PŻB).
- Targi dały możliwość kontaktu z biurami podróży, hotelami, przewoźnikami itp. Brak uczestnictwa w imprezie PKP jest szczególnie zauważalny na terenie Skandynawii, gdzie linie kolejowe należą do czołowych i aktywnych animatorów obsługi krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego.
- Trochę się już u nas poprawia: PKP prowadzi własne biuro podróży KOLTUR, a ostatnio uczestniczyło w m-cu wrześniu 1993 w Międzynarodowych Targach Turystycznych w Warszawie (na „Torwarze”). Pomału poprawia słabiutką działalność promocyjną kolejowy POLRES.
- Targi to również kontakt z masowym odbiorcą i możliwość dla potencjalnego turysty zaopatrzenia się w informatory, foldery itp.
- b) Ogólnie polskie materiały informacyjno-reklamowe są estetycznie i dobrze wykonane i pod tym względem nie odbiegają od innych. Merytorycznie za mało informacji konkretnych o cenach, adresach, programach itp. Często bywają przestarzałe. Piękne wydawnictwo „POLSKA” wydane w roku 1992 rozprowadzane było przez nasz Ośrodek w Sztokholmie w połowie roku 1993. Podobne wydawnictwa na rok 1993 Szwecji, Danii, Norwegii czy Finlandii dostępne były już w kwietniu tego roku. Ponadto wydawnictwa te w przeciwieństwie do polskiego operowały konkretami. Prezentowały programy wycieczek, oferty przewoźników, hoteli, gastronomii z cenami i adresami. Formuła wydawnictwa COIT chyba się już wyczerpała i wymaga zasadniczych zmian.

- c) Nadal głównym organizatorem promocji w środkach masowego przekazu jest na terenie Szwecji Ośrodek ORBIS RESOR AB w Sztokholmie z ekspozyturami w Malmö i Göteborgu. Wg informacji pracowników tego Ośrodka w roku 1992 zamieszczano kilkanaście razy ogłoszenia w prasie centralnej o największym nakładzie (Dagens Nyheter) a także w Szwecji Płd.: Malmö, Göteborgu i kilku dalszych lokalnych gazetach w Skanii (Szwecja Płd.). W roku 1993 przed sezonem maj-czerwiec a także w sezonie letnim odnalazłem kilkanaście ogłoszeń ORBIS-u w Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Arbetet (Malmö), „Göteborgs Posten” oraz „Sydsvenska Dagbladet” (Szwecja Płd.), pod nazwą PRISVÄRDA POLEN. Kilka przykładowych ogłoszeń tj. kserokopii w załączeniu.
- Materiały rozprowadzane przez ORBIS mają charakter oferty handlowej i w zasadzie nie odbiegają poziomem od innych tego typu wydawnictw. Materiały NOIT w Sztokholmie są estetyczne i technicznie dobre (produkcja COIT), jednak często utrzymane w starym stylu tj.: piękno krajobrazu, zabytki historii i kultury, z małym zakresem konkretnych informacji o transporcie, usługach, kosztach.
- Element kosztów poszczególnych usług jest szeroko podejmowany we wszelkich wydawnictwach narodowych ośrodków informacyjnych. Np. w wydawnictwach duńskich podaje się ceny artykułów spożywczych i przemysłowych, porównując je obok w rubryce z wyższymi cenami szwedzkimi. Słowem wszelkie wydawnictwa informacyjne, mają równocześnie charakter komercyjny.
- d) W roku 1993 na szwedzkim rynku turystycznym największą kampanię promocyjną Polski prowadził armator promowej linii Gdynia - Karlskrona (Baltic Line, a pełniejsza nazwa Baltic Ekspres Line AB). Ogłoszenia, o formacie A-4, zamieszczano w kilkunastu centralnych dziennikach (Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen, Afton Bladet) oraz czasopismach i przewodnikach jak np. Travel Guide 93, Europa Guide 93, RESGUIDE. Ogłoszenia te powtarzano wielokrotnie, a ponadto spotkałem również artykuły propagujące Polskę, jako tani cel podróży dla Szwedów, (sponsorowane przez „Baltic Line”). Wątpliwości tu nie ma, jako że sam się z tymi materiałami zapoznałem na miejscu, a przykładowe kserokopie w załączeniu.
- Promocją „Baltic Line” kieruje (jak już wspominałem) Dział Reklamy i Promocji „Silja Line”, największy armator na Bałtyku, a nadto znany ze swej fachowości i skuteczności w działaniach promocyjnych.
- e) Dla promocji na rynku szwedzkim czy szerzej skandynawskim duże znaczenie ma usamodzielnienie się i rozwijanie regionalnych czy wojewódzkich ośrodków informacji. W Polsce na promach w maju - czerwcu 93 spotkać można było wydawnictwa (format A-4) w języku angielskim, (nawet jeszcze sponsorowane przez UKFiT) z Woj. Szczecińskiego, Gdańskiego i Koszalińskiego. Ale, jak to u

nas, gdy się zapas wyczerpał, to w lipcu - sierpniu materiałów tych już na promach brakło.

Np. we wrześniu 1993 powstał w Kołobrzegu Centralny Ośrodek Informacji Turystycznej i Promocji, usytuowany w centralnym punkcie miasta. Właśnie montowano teleksy i tele-faxy. Kołobrzeg ma szansę wyemancypować się na kurort nadmorski dla Niemców i Skandynawów. Miasto się ładnie rozbudowuje, a kilkanaście dużych ośrodków (po ca 400 miejsc każdy) reprezentuje zupełnie przyzwoity standard.

Województwo Koszalińskie oraz PZB winny miastu temu (Kołobrzegowi) pomagać w kampanii promocyjnej, na Niemcy i Skandynawię.

- f) Wracając jednak do promocji w środkach masowego przekazu to np. anonse ORBIS-u nikną w powodzi reklamujących się codziennie setek biur podróży i przewoźników. Częściej niż POlska, widoczne są tu ogłoszenia o podróżach do Budapesztu, Pragi, Tallina, Rygi. Nie mówiąc już o takich potentatach recepcji turystycznej na tut. terenie jak Hiszpania, Włochy, Turcja, Grecja oraz szczególnie w Szwecji Płd. Dania.

Połowa podróży Szwedów to Kraje Nordyckie, (w tym Dania od lat jest w czołówce). Duńczycy oferują wiele turystycznych atrakcji, relatywnie tani przejazd przez Sund i tanie hotele oraz inną tańszą, bazę noclegową. (Są tu też uwarunkowania historyczne tj. bliskie związki Danii ze Szwecją Płd.) Duńskie slogany reklamowe są nie tylko konkretne, ale też i dowcipne.

Następnym w kolejności krajem mogącym służyć za wzór promocji produktu turystycznego jest Finlandia. W Finlandii zwraca uwagę dość ścisła kooperacja w zakresie promocji i reklamy pomiędzy „przemysłem turystycznym” a przemysłem i handlem zagranicznym w ogóle.

Dużą rolę w promocji odgrywają tu linie promowe oraz linie lotnicze jak np. SAS czy Finnair. Naszego LOT-u nie miałem przyjemności napotkać w żadnym ze środków masowego przekazu, a gazet i czasopism w sezonie 1993 przejrzałem setki.

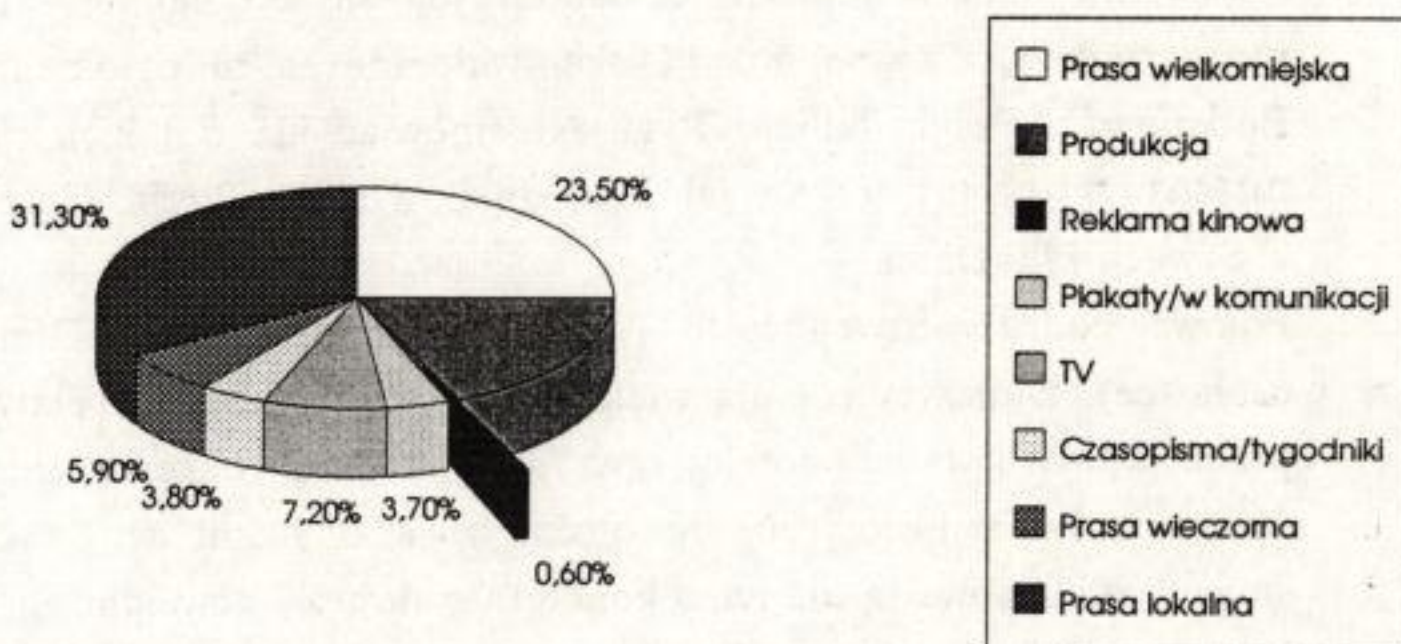
2.7. Szwecja - wydatki na reklamę w ogóle

W roku 1992 wydatki na reklamę w tzw. tradycyjnych środkach masowego przekazu wyniosły około 12,2 mld skr. (prasa, TV, plakatowanie, reklama w kinach). Gdyby wliczyć do reklamy bezpośredniej również katalogi, firmy reklamowe, targi, wystawy itp. koszt wydatków na reklamę wyniosłby ogółem ca 28 mld skr. W roku 1992 nastąpiło przesunięcie części wydatków z prasy codziennej do TV o około 7% (vide wykres). Rok

wcześniej udział TV wyniósł nieco ponad 4%, zaś w roku 1993 udział ten stanowić ma ca 13%. Zwraca uwagę wysoki udział kosztów na reklamę w prasie lokalnej 31,3%. Oznacza to przekonanie tut. businessu o skuteczności reklamy w prasie lokalnej Szwecji.

Ryc. nr 3

Koszty reklamy w tradycyjnych środkach masowego przekazu w 1992 r.



Źródło: Wg Institutet för Reklam och Mediestatistik Stockholm, 29.06.1993

3. CHARAKTERYSTYKA RUCHU PRZYJAZDOWEGO DO POLSKI

3.1. Wielkości ruchu turystycznego

Tabela nr 13

Przyjazdy do Polski mieszkańców Krajów Nordyckich
wg danych GUS 1987 - 1992 w tys osób

Kraj	1987	1988	1989	1991	1992
Dania	31,2	37,8	54,7	141,6	122,3
Finlandia	24,5	23,6	32,6	30,4	33,4
Norwegia	12,2	14,5	24,5	40,9	38,1
SZWECJA	62,4	69,0	115,2	143,6	159,8*
Kraje Nordyckie	130,3	144,9	227,0	356,5	353,6

Źródło: „Turystyka i Wypoczynek w 1992 r.”, GUS, W-wa 1993

* Przekroczenia posiadaczy polskich paszportów konsularnych służby graniczne notują oddzielnie, stąd ogółem ilość może być większa.

Tabela nie wymienia roku 1990, dlatego, że był to okres, w którym nie prowadzono rejestracji przepływu turystów na przejściach granicznych.

Wg GUS w roku 1992 odwiedziło Polskę prawie 160 tys mieszkańców Szwecji. W ocenie ekspertów szwedzkich w roku tym do Polski wyjechało ca 200 tys osób (66 tys służbowo i 137 tys prywatnie = 203 tys, wg „Turist Databasen” - Sztokholm 1993).

Tabela nr 14

Przyjazdy mieszkańców Szwecji do Polski w roku 1992
przez poszczególne przejścia graniczne (w tys osób)

Przejścia graniczne	Ilość przekraczających w tys osób	Cudzoziemcy ogółem w tys osób
1. Świnoujście (morskie)	59,2	188,8
2. Gdynia (morskie)	30,8	53,2
3. Gdańsk (morskie)	10,7	38,1
4. Okęcie (lotnicze)	19,3	492,5
5. Pozostałe	39,8	

Źródło: „Turystyka i Wypoczynek w 1992” - GUS, W-wa 1993

3.1.1. Przyjazdy do Polski z Krajów Nordyckich w roku 1992

Tabela nr 15

Przyjazdy do Polski z Krajów Nordyckich w roku 1992

Środek lokomocji	1991	1992
Promy PŻB	200 tys. osób	185 tys. osób
Prom Baltic Line	30 tys. osób	42 tys. osób
razem	230. tys osób	227 tys. osób
drogą lotniczą (LOT + SAS)	40 tys. osób	68 tys. osób
razem	270 tys osób	295 tys. osób

Źródło: Obliczenia własne wg danych PŻB, Baltic Line, LOT i SAS

Uwagi: Wzrost w roku 1992 spowodowany był wzrostem przewozów promowych na linii Gdynia - Karlskrona oraz znacznym wzrostem przewozów regularnymi liniami lotniczymi LOT i SAS. Przyczyna wzrostu to: tańsze bilety oraz uruchomienie nowych połączeń np. Oslo - Sztokholm - Warszawa. Spośród około 300 tys. przyjazdów z Krajów Nordyckich, ca 180 tys. osób stanowili mieszkańcy Szwecji.

W roku 1993 za okres pierwszych 7 m-cy przewozy promowe utrzymywały się na niemal tym samym poziomie (PŻB - 98, 7%. Nieznaczny wzrost wykazały przewozy Baltic Line oraz o dalsze 10 - 15% przewozy liniami lotniczymi LOT).

Na uwagę zasługuje systematyczny wzrost przewozów (PŻB) TIR-ów - w roku 1992 o 9,3%, a w roku 1993 (7 m-cy) o 12,4%. Wzrost przewozów wynika głównie z umów jakie PŻB zawarła z Węgrami i Czechami (w zakresie przewozów towarowych). Tranzyt do tych krajów biegnie głównie na odcinku Świnoujście - Jakuszyce - Kudowa Słone. Jest to najkrótsza droga tranzytowa na południe Europy. Trasa ta nie została objęta planami budowy autostrad, w okresie najbliższych 15 lat.

Warto by jednak tę tranzytową trasę zlustrować pod kątem zagospodarowania turystycznego, oznakowania, stanu nawierzchni i bezpieczeństwa. Biegnącą równolegle po stronie niemieckiej, nasi zachodni sąsiedzi zaczęli już

porządkować i poszerzać. Będzie to dla nas kolejny, dodatkowy czynnik konkurencji w przewozach tranzytowych.

Przewóz promami TIR-ów czy innych samochodów ciężarowych powinien w roku 1993 i 1994 ulegać dalszej poprawie. W gospodarce Krajów Nordyckich czyni się duże wysiłki, by poprawić eksport i poszerzać współpracę z krajami Europy Wschodniej i Środkowej.

W przewozach towarowych na południe Europy, na lata najbliższe, armatorzy skandynawscy przewidują poprawę (potwierdza to wzrastający eksport z tych krajów).

3.1.2. Kraje nordyckie - przewozy promowe (PŻB)

Tabela nr 16

Przewozy promowe PŻB 1991 i 1992 r.

Przewozy promowe:	Rok		%
Ogółem:	1991	1992	92 : 91
pasażerów	565.105	538.806	95,3
sam. osobowe	140.932	113.423	80,5
sam ciężarowe	30.790	33.671	109,3
ŚWINOUJŚCIE - YSTAD			
pasażerów	350.411	335.669	95,8
sam. osobowe	105.461	81.755	77,5
sam ciężarowe	20.261	21.841	107,8
ŚWINOUJŚCIE - KOPENHAGA			
pasażerów	93.566	81.391	87,0
sam. osobowe	12.486	10.255	82,1
sam. ciężarowe	6.415	7.233	112,8
GDAŃSK - HELSINKI			
pasażerów	41.473	29.050	70,0
sam. osobowe	6.988	6.263	89,6
sam. ciężarowe	3.361	3.992	118,8
GDAŃSK - OXELOSUND			
pasażerów	67.949	67.666	99,6
sam. osobowe	13.201	12.744	96,5
sam. ciężarowe	702	577	82,2
HELSINKI - OXELOSUND			
pasażerów	1.490	1.005	67,4
sam. osobowe	485	252	52,0
sam. ciężarowe	5	3	
GDAŃSK - YSTAD			
pasażerów	9.071	7.845	86,5
sam. osobowe	2.284	1.957	85,7
sam. ciężarowe	46	25	54,3
ŚWINOUJŚCIE - RONNE			
pasażerów	-	13.610	
sam. osobowe		92	
WYCIECZKI			
pasażerów	1.013	2.570	
sam. osobowe	27	105	

Źródło: Rejestr PŻB Kołobrzeg - dot. sprzedaży biletów 1991, 1992, wrzesień 93, Kołobrzeg

3.1.3. Przewozy promowe 1993 r.

Tabela nr 17

Przewozy promowe 1993 r. (7 m-cy)

Ogółem:	Za siedem m-cy		%
	1992 r.	1993 r.	
			93 : 92
pasażerów	305.604	301.520	98,7
sam. osobowe	67.142	64.736	96,4
sam ciężarowe	19.338	21.737	112,4
ŚWINOUJŚCIE - YSTAD			
pasażerów	189.677	192.191	101,3
sam. osobowe	48.117	47.585	98,9
sam ciężarowe	12.656	14.881	117,6
ŚWINOUJŚCIE - KOPENHAGA			
pasażerów	44.586	44.356	99,5
sam. osobowe	6.123	4.238	69,2
sam. ciężarowe	4.141	4.141	100,0
ŚWINOUJŚCIE - RONNE			
pasażerów	6.885	3.238	47,0
sam. osobowe	43	167	
GDAŃSK - HELSINKI			
pasażerów	18.563	16.504	88,9
sam. osobowe	3.903	3.798	97,3
sam. ciężarowe	2.201	2.297	104,4
GDAŃSK - OXELOSUND			
pasażerów	40.348	44.175	109,5
sam. osobowe	7.625	8.900	116,7
sam. ciężarowe	326	418	128,2
HELSINKI - OXELOSUND			
pasażerów	638	94	
sam. osobowe	187	30	
WYCIECZKI			
pasażerów	299	962	
sam. osobowe	12	18	
GDAŃSK - YSTAD			
pasażerów	4.608		
sam. osobowe	1.132		

Źródło: Rejestr PŻB Kołobrzeg - (7 m-cy 1993 : 1992), wrzesień 1993, Kołobrzeg

3.2. Struktura przyjazdów do Polski w roku 1992 z Krajów Nordyckich (wg badań Instytutu Turystyki)

3.2.1. Charakter pobytu

Charakter pobytu	%
a. tranzyt	12
b. prywatno-turystyczny	58
c. służbowo-handlowe	29
d. brak danych	1

3.2.2. Forma organizacyjna przyjazdu

Forma organizacyjna przyjazdu	%
a. wycieczka z biurem podróży	4
b. indywidualnie z BP	13
c. indywidualnie na zaproszenie osób	34
d. indywidualnie na zaproszenie instytucji	10
e. indywidualnie bez pośredników	39

3.2.3. Rodzaj wykorzystanej bazy noclegowej

Rodzaj wykorzystanej bazy noclegowej	%
a. hotel, motel itp.	36
b. camping	5
c. pokój, pensjonat	14
d. rodzina znajomi	31
e. inne	4
f. brak danych/nie dotyczy	10

3.2.4. Sposób spędzania czasu, miejsce pobytu

Sposób spędzania czasu, miejsce pobytu	%
a. miasta	49
b. góry	3
c. morze	1
d. lasy, jeziora	1
e. na wsi	4
f. objazd	15
g. rower	0
h. inne	10
i. brak danych	18

Uwagi ad pkt. 4: Pytanie było chyba dla respondentów niejasne, bowiem aż 18% nie udzieliło odpowiedzi, zaś w pkt. b i c - morze i góry, tylko twierdząco odpowiedziało po 1% respondentów. Tymczasem w następnym punkcie (5) dot. odwiedzanych regionów, aż 55% wymienia wybrzeże, a 8% regiony górskie.

3.2.5. Odwiedzane regiony

Odwiedzane regiony (odp. wielokrotne)	%
a. wybrzeże	55
b. pojezierza	10
c. centrum (kraju)	41
d. regiony górskie	8
e. Śląsk	6
f. żaden z wymienionych	5

3.2.6. Odwiedzane miasta

Odwiedzane miasta		%
Gdańsk	z noclegami	24
	byli (b.d. o noclegach)	8
Szczecin	z noclegami	24
	byli (b.d. o noclegach)	8
Wrocław	z noclegami	2
	byli (b.d. o noclegach)	1
Łódź	z noclegami	5
	byli (b.d. o noclegach)	2
Poznań	z noclegami	7
	byli (b.d. o noclegach)	3
Kraków	z noclegami	8
	byli (b.d. o noclegach)	3
Warszawa	z noclegami	24
	byli (b.d. o noclegach)	13
Katowice	z noclegami	2
	byli (b.d. o noclegach)	3
Częstochowa	z noclegami	2
	byli (b.d. o noclegach)	1
Lublin	z noclegami	1
	byli (b.d. o noclegach)	1
Białystok	-	0

3.2.7. Środki transportu

Środki transportu	%
a. samolot	26
b. auto	26
c. ciężarówka	4
d. pociąg	0
e. prom	42
f. autokar	1
g. brak danych	1

Uwaga ad 7 d. (pociąg) - Ilość odpowiedzi 0, wynika praktycznie z braku możliwości rezerwacji czy kupna biletów na PKP. Jeżeli, to tylko przez Treleborg-Sasnitz-Berlin.

3.2.8. Cele pobytu w Polsce

Cel pobytu w Polsce (odpowiedzi wielokrotne)	%
a. odwiedziny krewnych, znajomych	38
b. odwiedziny miejsc pochodzenia	21
c. poznanie kraju, jego kultury itp.	15
d. cele religijne	6
e. wypoczynek, rozrywka	29
f. zakupy	7
g. załatwianie interesów	36
h. targi, wystawy	5
i. inne służbowe sprawy	4
j. hobby	2
k. inne cele	9
l. żaden z wymienionych	6

Uwaga: Wysoki odsetek odwiedzających krewnych i znajomych (38) oraz zwiedzających miejsce pochodzenia (21). Potwierdza to wcześniejsze oceny, że np. turyści pochodzenia polskiego z terenu Szwecji stanowią 30 - 35%. Wysoki jest też odsetek deklarujących przyjazdy służbowo-handlowe 45% (pkt. g, h, i).

3.2.9. Krytykowane aspekty pobytu

Krytykowane aspekty pobytu (odp. wielokrotne)	%
a. koszty pobytu	5
b. dojazd	8
c. organizacja przyjazdu	2
d. brak atrakcji	3
e. brak informacji	15
f. standard usług	22
g. stan sanitarny	27
h. inne	8
i. nic nie krytykowali	47

Uwagi ad pkt. 9: Stan sanitarny (27), jakość usług (22) oraz brak informacji (15) to największe mankamenty. Krytyka wym. czynników co roku powtarza się. Pocieszające, że prawie połowa nie miała uwag krytycznych, a jak wynika z dalszych wypowiedzi respondentów (pkt. 11) 86% zamierzało odwiedzić Polskę ponownie. Pewną poprawę w stosunku do roku 1991 zanotowano w zakresie informacji. W roku 1991 28,5% respondentów oceniało ten stan krytycznie, zaś w roku 1992 tylko 15%. Jest to znaczna poprawa, choć mankamentów nadal jest wiele.

3.2.10. Czas pobytu

Czas pobytu (ile noclegów)	%
a. 0 noclegów	2
b. 1 - 2 noclegi	20
c. 3 - 4 noclegi	21
d. 5 - 14 noclegów	47
e. więcej noclegów	10

Średnia pobytu turystów skandynawskich ca 6,8 dni

3.2.11. Czy mają zamiar odwiedzić Polskę ponownie

Czy mają zamiar odwiedzić Polskę ponownie	%
tak	86
nie	5
brak danych	9

3.2.12. Płeć odwiedzających

Płeć odwiedzających	%
Kobiety	29
Mężczyźni	70
brak danych	1

3.2.13. Wiek odwiedzających

Wiek odwiedzających	%
do 24 lat	7
25 - 34	25
35 - 44	41
45 - 54	21
55 - 64	4
65 i więcej	2
brak danych	1

3.2.14. Wykształcenie

Wykształcenie	%
wyższe	55
średnie	38
podstawowe	5
brak danych	2

3.2.15. Czy pracują

Czy pracują	%
tak	77
nie	20
brak danych	3

3.2.16. Czy się uczą

Czy się uczą	%
tak	11
nie	81
brak danych	8

3.2.17. Czy deklarują polskie pochodzenie

Czy deklarują polskie pochodzenie	%
tak	33
nie	61
brak danych	6

Badania IT w roku 1992 prowadzono co 2 miesiące przez cały rok. Liczebność każdej próby 1500 ankiet, ogółem 9000 ankiet, tj. objęto badaniami niespełna 18 tys. osób. W tym Kraje Nordyckie 930 osób (Szwecja - 409, Dania - 257, Finlandia - 93 oraz Norwegia 71).

3.3. Wydatki turystów z Krajów Nordyckich

3.3.1. Wydatki Turystów z Krajów Nordyckich w roku 1992

Tabela nr 18

Wydatki Turystów z Krajów Nordyckich w roku 1992
wg cen z grudnia 1992, w tysiącach złotych

Kraj	Długość pobytu	Wydatki na osobę	Wydatki na osobo-dzień	Wydatki na osobę za granica
SZWECJA	6,8	5.768	740	891
Dania	4,2	3.620	695	839
Finlandia	6,0	4.321	621	1.540
Norwegia	5,2	7.797	1.258	926
Ogółem Kraje Nordyckie	5,5	5.376,5	828,5	1.049,0
Ogółem wszystkie kraje odwiedzające Polskę	2,3	1.652	512	267

Źródło: Badania Instytutu Turystyki w Warszawie, wg „Wydatki Turystów Zagranicznych w Polsce w 1992 roku”, R. Kuszewska, W-wa, styczeń 1993

3.3.2. Ocena wyników badań

Zaprezentowane szacunki w odniesieniu do Krajów Nordyckich wydają się być wiarygodne i zbliżone do rzeczywistych wydatków. Większe wydatki na osobo-dzień turystów z Finlandii i Norwegii wynikają stąd, że środowiska polonijne w tych krajach są nieliczne. Dlatego też turyści z 2 wym. krajów, w czasie pobytu w Polsce korzystają głównie z bazy noclegowej komercyjnej (hotele, motele itp.). Większe wydatki na osobę za granicą ponoszone przez turystów z Finlandii czy Norwegii, w znacznej mierze wynikają stąd, że odległość tych krajów od Polski jest większa niż mieszkańców Danii czy Szwecji.

Regiony najczęściej odwiedzane przez Skandynawów w Polsce to wybrzeże oraz Polska Centralna. Najliczniej odwiedzane miasta to: Warszawa, Gdańsk, Szczecin i Kraków.

Mieszkańcy Krajów Nordyckich lokują się w czołówce pod względem długości pobytu, jak i wydatków z tym pobytem związanych.

Z prowadzonych badań nt. wydatków turystów zagranicznych w Polsce wynika, że turyści pochodzenia polskiego wydają na ogół nie mniej niż pozostali. Deklarują wprowadzić mniejsze wydatki na noclegi, ale za to pozostają dłużej w Polsce i wydają więcej na tzw. prezenty oraz na zakupy w kraju.

Przyjazdy służbowe, w wydatkach są (wg badań polskich) o 1/3 wyższe niż przyjazdy turystów w tzw. czasie wolnym. Podobne badania na terenie Szwecji w roku 1992 wykazały, że przy podróżach służbowo-handlowych wydatki są ponad 2-krotnie wyższe, niż przy podróżach urlopowych (służbowe - 8.026 skr, prywatne - 3.729 skr - wg RESGUIDE, 3, 93). Widocznie Polska jest tanim krajem, albo świat business'u jest w naszym kraju tak oszczędny. Mogą to być wreszcie jakieś nieścisłości w szacunkach.

Struktura wieku, środki transportu, cele podróży, preferowane regiony oraz krytyczna ocena głównych mankamentów obsługi w badaniach roku 1992 nieznacznie odbiegają od podobnych badań w roku 1991.

Wzrosła ilość osób deklarujących chęć ponownego odwiedzenia Polski (86%). Niemal o połowę zmalała ilość osób krytykujących brak informacji (1992 - 15%), w roku 1991 - 28,5%.

Nadal jednak pozostają dwa podstawowe mankamenty tj. zły stan sanitarny oraz niska jakość obsługi. Realna możliwość poprawy wyników finansowych to: poszerzanie i bardziej konkretne oferty oraz poprawa recepcji i stanu sanitarnego kraju.

4. WYJAZDOWY RUCH TURYSTYCZNY Z POLSKI DO SZWECJI

4.1. Wyjazdy mieszkańców Polski do Szwecji

Tabela nr 19

Wyjazdy mieszkańców Polski do Szwecji
w 1992 r. w tys osób

Promem ze Świnoujścia	100,7
Promem z Gdyni	25,5
Promem z Gdańska	20,3
Drogą morską - razem	146,5
Samolotem	32,0
Razem	178,5

Źródło: Wyjazdy drogą morską wg GUS „Turystyka i Wypoczynek” W-wa 1993, drogą lotniczą w oparciu o dane szacunkowe w badaniach Instytutu Turystyki w W-wie

W roku 1992 na tym kierunku (w stosunku do 1991) wystąpił ca 12 - 14% wzrost. W okresie ostatnich 5 lat wyjazdy do Szwecji cechowała stagnacja. Wg szacunków szwedzkich w roku 1992 odwiedziło Szwecję ca 161 tys mieszkańców Polski. Wzrost jaki nastąpił w ostatnich 5-ciu latach w przyjazdach do Szwecji - wg opinii szwedzkich - dotyczył głównie przyjazdów w sprawach służbowo-handlowych. (*RESGUIDE* - 3/1993, *Stockholm*).

Ca 50% wyjazdów mieszkańców Polski do Szwecji ma miejsce w okresie letnim (VI - VIII), a w pozostałych miesiącach wyjazdy są rozłożone dość równomiernie (*GUS*, *W-wa 1993*).

4.2. Struktura wg celów

Z własnych obserwacji, pasażerów promów pływających do Szwecji, w niespełna 50% to osoby udające się tam w celu odwiedzenia krewnych, przyjaciół. Obserwacje te potwierdzały się następnie po przybyciu do Szwecji, gdzie znaczna część 30 - 40% oczekujących mówiła po polsku.

Dalsze 20% to ludzie młodzi, udający się do Szwecji w poszukiwaniu pracy sezonowej.

I wreszcie ostatnia grupa, ca 20%, to turyści zmotoryzowani, wyposażeni w dość dobre auta i sprzęt turystyczny, udający się na objazd Skandynawii. Ta grupa stopniowo się powiększa i należy sądzić, że w najbliższych 2 -3 latach udział jej wzrośnie do około 30%, ogółu wyjeżdżających do tego kraju.

Pozostałe 10% podróżujących promami, to osoby udające się tam w celach służbowych.

Przy wyjazdach samolotowych cele prywatne stanowią około 30%, zaś służbowo-handlowe ca 70%.

5. SYNTEZA. WNIOSKI. WSKAZANIA DOTYCZĄCE PROMOCJI POLSKI NA RYNKU SZWEDZKIM

5.1. Łączenie się w silniejsze organizmy

Recesja tak w Szwecji jak i w innych Krajach Nordyckich jest faktem.

W tej sytuacji branża turystyczna główny nacisk kładzie na usprawnienia organizacyjne, na poprawę promocji oraz na wzrost konkurencyjności (opierany w znacznej mierze na racjonalizacji zatrudnienia).

W branży turystyczno-podróżniczej, biura podróży, armatorzy promów, linie lotnicze łączą się w większe jednostki. Np. zespół biur podróży „Ticket” (dawniej związany mocno z kolejami szwedzkimi) połączył się, czy raczej wykupił zespół „Up-Travel”, Expo-Travel Group i tzw. „Free-Gruppen”.

American Express wykupił znany i tzw. z tradycjami, zespół biur podróży „Naman och Schulz” (głównie podróże indywidualne i służbowe).

Zespół biur podróży „Bennett” (w Szwecji i Danii) ma być wykupiony przez koncern turystyczny niemiecki lub amerykański.

Armator „Silja Line” rozszerza wpływy na Bałtyk Płd., a na kierunku Sztokholm - Helsinki wyeliminował niemal, innego armatora Viking Line. Sądzę, że Silja Line w znacznej mierze jest dysponentem Baltic Express Line (linia Gdynia - Karlskrona, a w przygotowaniu nowa linia Gdynia - Sztokholm).

I wreszcie SAS ma połączyć się z Austrian Airlines, KLM oraz Swissair, pod wspólną nazwą „Alcazar”.

Głównymi animatorami tych zmian jest kilka banków skandynawskich i szwedzkich domów finansowych.

W tym samym czasie w Polsce obserwujemy w znacznym stopniu rozdrobnienie całej branży turystycznej, zaś źródeł ewentualnych zmian prędzej można się doszukać w radach pracowniczych niż w bankach.

Wydaje się trudne do przewidzenia, by np. prowadzące ze sobą walkę podjazdową PŻM, PŻB czy PŁO mogły się połączyć, choć każdy z osobna ma wiele finansowych kłopotów.

5.2. Prognozy rokują optymizm w gospodarce

Przedstawiciele kół przemysłowych oraz firm eksportowych w Szwecji, na najbliższe 2 - 3 lata patrzą optymistycznie, przewidując poprawę koniunktury.

Popularny w kręgach business'u tygodnik „Veckans Affären” (24.04.93) stwierdza, że istniejąca recesja nie jest tak mocno odczuwana przez tamt. koncerny, które nadal znajdują miliardowe zamówienia. Zwraca się również uwagę, tak „Veckans Affären” jak i „Affärs Världen” (Świat Biznesu) na możliwość i potrzebę poprawy i rozwoju współpracy gospodarczej, politycznej, kulturalnej i turystycznej z krajami Europy Środkowej i Wschodniej.

Wprawdzie na dziś szwedzki eksport do tych krajów stanowi kilka procent całego eksportu, to w cyfrach bezwzględnych eksport art. przemysłowych do Polski w roku 1992 wyniósł 2,05 mld skr., a np. do Rosji tylko 1,44 mld skr. (dane wg Svenska Dagbladet - 28.02.93).

5.3. W wyjazdach stałe tendencje wzrostu

Mimo recesji, czy nawet objawów kryzysu, wyjazdy zagraniczne mieszkańców Szwecji nie maleją, lecz wykazują tendencje wzrostu.

Trend taki ma się utrzymać przez najbliższe kilka lat. Ma to następować nawet wtedy, gdy dotychczasowy poziom bezrobocia (7 - 8% w roku 1993), wzrośnie w roku 1994 o dalsze kilka procent (do 10%).

5.4. W przyjazdach do Szwecji stagnacja do 1992 r., w 1993 lekka poprawa

W turystyce przyjazdowej przez ostatnie kilka lat do 1992 notowano spadek. Powodów wynajdowano wiele: stan recesji w innych krajach, niepokoje, lokalne wojny domowe oraz pogarszanie się działań promocyjnych.

Główną przyczyną był fakt, że Szwecja zyskała sobie opinię kraju drogiego. Taka opinia zawsze źle wpływa na turystykę masową.

Sytuację w roku 1993 poprawiła dewaluacja korony wobec walut zachodnich o 20% (listopad 1992), oraz przed sezonem zmniejszenie z 21 % do 12% podatku VAT (zwanego tu potocznie MOMS-em). W rezultacie na rok 1993 prognozy przewidują poprawę o kilka procent w turystyce krajowej oraz o 10% w zagranicznej przyjazdowej. Dla turystów zagranicznych przybywających w roku 1993 wspomniane wyżej działania spowodowały, że Szwecja stała się ca 25% tańsza (chodzi o turystów z EWG, USA czy Japonii).

5.5. Informacja turystyczna

W zakresie informacji turystycznej nastąpiła pewna poprawa. Powinny o tym świadczyć wyniki badań prowadzonych przez Instytut Turystyki w roku 1991 i 1992. Ilość respondentów krytykujących brak czy niedostatek w zakresie informacji turystycznej w roku 1992 była o połowę mniejsza niż w roku 1991. Drugi pozytywny czynnik to próby usamodzielnienia i organizowania promocji i informacji turystycznej dla własnych regionów np. w woj.woj. Gdańskim, Szczecińskim, Koszalińskim oraz w takich miastach jak Poznań, Kraków czy Kołobrzeg. Jako bardzo pozytywny czynnik należy uznać samodzielny udział poszczególnych regionów turystycznych czy miast w międzynarodowych targach turystycznych. Na efekty tych działań przyjdzie jednak poczekać.

Współpraca COIT z NOIT w Szwecji czy innych krajach, winna być bardziej operatywna i bezpośrednia (co nie oznacza, że nadzór i koordynacja za strony UKFiT nie jest konieczna).

Obecne ułatwienia techniczne w pracy wielu narodowych ośrodków informacji i promocji, powodują lepsze niż w Polsce wykorzystanie łączności fax-em. (Jeśli np. pytałem Ośrodek Norwegii w Göteborgu faxem lub listem o: hotele w Oslo, hotele i imprezy turystyczne w Bergen oraz o politykę turystyczną Norwegii, to odpowiedź otrzymałem bezpośrednio z trzech źródeł tj., z Urzędu d/s Turystyki NORTRA w Oslo, z Centrum IT w Oslo oraz z Centrum IT w Bergen.)

Tak pracują również zagraniczne ośrodki IT Szwecji, Danii, Finlandii czy Niemiec. W swych wydawnictwach reklamowych informują, że fax-y czynne są całą dobę.

Łatwiej jest zatrudnić 1 - 2 pakowaczy folderów czy innych wydawnictw w centrali kraju, niż dodatkowo po jednym w każdym ośrodku zagranicznym z osobna. Tak teraz pracują odpowiedniki, czy struktury zbliżone do COIT i do ośrodków regionalnych.

5.6. Praca ośrodków informacyjno-promocyjnych polskich

W środkach masowego przekazu kampanie reklamowe i artykuły promujące Polskę z inspiracji np. Orbis Resor AB, LOT, czy PŻB na tamtejszym terenie należą do rzadkości. O NOIT w Sztokholmie nie mówię, bo - prawdę mówiąc - zaczyna on dopiero swą działalność (w nowym, przyzwoitym lokalu od czerwca 93). NOIT bardziej powinien się koncentrować na innych formach promocji, jak: propagowanie własnego biura nadal jeszcze mało znanego, a przede wszystkim na kontaktach z dziennikarzami, wydawcami przewodników itp. Istotnym zajęciem dla NOIT jest także zdobywanie i przekazywanie Centrali materiałów o tamtejszym rynku turystycznym.

5.7. Ogłoszenia i artykuły promocyjne o Polsce w prasie szwedzkiej

W ~~tekście~~ w ogłoszeniach prasowych bardziej widoczne są takie kraje jak: Węgry, Czechy, Łotwa czy Estonia. Pozytywny wyjątek stanowiły duże ogłoszenia przeważnie formatu A-4 armatora szwedzkiego Baltic Line (Gdynia - Karlskrona). Kserokopie tych ogłoszeń oraz artykułów sponsorowanych przez Baltic Line w załączeniu.

Orbis Resor AB współpracuje raczej z małymi biurami podróży, stąd kampanie reklamowe musi opłacać sam. Widziałbym potrzebę by Orbis przechodził bardziej na

pozycję tour-operatora, czyli swoistego hurtownika, który partycypuje w kampaniach reklamowych takich potentatów jak „Ticket”, „Nyman och Schulz” (obecnie American Express, ale w punktach sprzedaży figuruje nadal dawna nazwa). Nasze działania promocyjne muszą być ukierunkowane nie tylko na Sztokholm lecz w znacznej mierze na Szwecję Płd.

Specyfiką tego rynku jest:

- a) ze Szwecji Płd. do Polski podróż promem trwa ca 7 godzin, a ze Sztokholmu ca 20 godzin, podróże z Norwegii dla turystów zmotoryzowanych też odbywają się przez Szwecję Płd.,
- b) rozmieszczenie ludności Szwecji jest dość specyficzne tzn.: w części południowej na 1/3 obszaru kraju zamieszkuje 3/4 całej ludności.

Promując pobyt np. nad polskim morzem trzeba konkretnie wskazywać: Międzyzdroje, Świnoujście, Kołobrzeg, na konkretne programy, bazę noclegową i ceny oraz na dostępność komunikacyjną. Współczesna reklama i informacja staje się coraz bardziej konkretna, tymbardziej, że wielu indywidualnych turystów jedzie często bez rezerwacji. Jest to dość typowe dla turystów w młodszym wieku. Polska ma dobrą sytuację wyjściową, jako że nadal jest postrzegana przez środki masowego przekazu jako kraj tani oraz kraj bogaty w zabytki kultury i historii. Dla potwierdzenia załączam kserokopie kilku artykułów z prasy fachowej i codziennej Szwecji. Na tym tle niekorzystnie odbija napastliwy ton kilku artykułów w prasie polskiej, krytykujących wszystko w Polsce, zaś Szwecję przedstawiające jako kraj głębokiego kryzysu i niemal nędzy.

Promocję turystyki skandynawskiej warto by może rozszerzyć również i na polskie środki masowego przekazu. Organizowanie np. przez COIT dwóch konferencji prasowych na temat turystyki i podróży w danym roku. Widziałbym w tym udział również przewoźników, a więc: PKP, LOT, PKS, PŻB i Baltic Line, jak też i innych gestorów recepcji turystycznej, a może i Polską Izbę Handlu Zagranicznego (w Norwegii i Finlandii zaobserwowałem, ścisłą współpracę władz turystycznych z przedstawicielami handlu zagranicznego i oczywiście transportu).

5.8. Tranzyt na Południe Europy

Tranzyt turystów na Płd. Europy nie jest jeszcze zbyt duży. Jednakże w ciągu roku trasę Świnoujście - Jakuszyce (czy Kudowa- Słone) przemierza kilkadziesiąt tysięcy turystów zmotoryzowanych, w tym kilka tysięcy TIR-ów. Jest to najkrótsza trasa tranzytowa na południe (ca 500 km). Widziałbym potrzebę lustracji tej trasy pod kątem oznakowania, jakości nawierzchni, bezpieczeństwa, informacji turystycznej i zagospodarowania turystycznego.

W województwach przez które trakt ten przebiega powstają jakieś lokalne inicjatywy, komitety budowy autostrad itp. Warto by się z tym bliżej zapoznać.

Podobna trasa, biegnąca wzdłuż naszej granicy po stronie niemieckiej (w dawnej NRD) jest obecnie remontowana i poszerzana. Trasa promów Treleborg - Sasnitz jest dla naszych połączeń promowych i tranzytu na południe realną konkurencją.

5.9. Załączniki i wykazy

Załączam wykazy Związku Dziennikarzy Turystycznych Szwecji, Związku Autorów Szwedzkich Piszących o Turystyce, wykaz Szkół Hotelarsko-Turystycznych oraz firm parających się analizowaniem i promocją rynków turystycznych. Ponadto lista czasopism fachowych dot. turystyki i podróży.

Wejście w to środowisko, poznanie najciekawszych i wpływowych osobistości, to dość typowe zadanie dla NOIT w Sztokholmie. (Jak wynika ze sprawozdań Urzędu d/s Turystyki Finlandii, ten mały kraj w ramach public relations zaprasza co roku około 1000 osób ze wspomnianych wyżej dziedzin życia, łącząc to niejednokrotnie również z przedstawicielami z dziedziny handlu zagranicznego.

5.9.1. Wykaz załączników

Wykaz artykułów o Polsce zamieszczonych latem w roku 1993 w szwedzkiej prasie na tematy, związane z turystyką:

1. W sezonie letnim w największym dzienniku DAGENS NYHETER, ukazała się seria artykułów o krajach sąsiadujących przez Bałtyk ze Szwecją. O Polsce ukazały się właściwie trzy artykuły:
 - a) 30.06.93 - O Parku Słowińskim, o ruchomych piaskach w rejonie Łeby, jako o ciekawostce turystycznej. Artykuł uzupełniały rysunki oraz rozmowy z dyrektorem tamt. Parku Narodowego. Całość w duchu pozytywnym.
 - b) 28.07.93 - o Malborku w nawiązaniu do historycznych i dynastycznych powiązań polsko - szwedzkich, o tym, że dzięki literaturze, szwedzki „Potop” żywy jest w pamięci Polaków, a dla Szwedów jest to mało znany epizod. Zamek Malbork prezentowany jest jako duża atrakcja turystyczna.
 - c) Trzeci artykuł z końca m-ca lipca 93 jest w zasadzie o Karlskronie i regionie z tym miastem związanym. Dużo jednak miejsca poświęca się tam Polsce. Przedstawiciele tamt regionu widzą możliwość rozwoju i ożywienia gospodarczego dzięki współpracy gospodarczej, kulturalnej, turystycznej z Polską. Sprawy nie są łatwe, ale z zaczętej współpracy nie rezygnuje ani Karlskrona, ani regiony Gdańska czy Elbląga.
(Artykuł o Krajach Nadbałtyckich - Estonia, Łotwa, Litwa był mocno krytyczny i odradzał tam podróże turystom zmotoryzowanym.)
2. „Golf i Öst inte billigt” (Dagens Nyheter - lipiec 93, autor wymienia w Polsce pięć pól golfowych. Stwierdza, że kraj nie jest drogi, ale opłaty za pola golfowe są dość znaczne, choć tańsze jak na Florydzie czy w Szwecji).
3. „AFFÄRS RESENEREN” nr 3 z r. 1993 - artykuł pt. „Affärsresan i Polen kräver tålamod” (Podróż handlowa do Polski wymaga cierpliwości). Na ca 7 stronach plus fotografie wymieniane są hotele, restauracje, zabytki i ciekawostki turystyczne. Zwraca się uwagę na relatywną taniość Polski dla turysty, pod warunkiem omijania szczególnie drogich hoteli oraz nieuczciwych taksówek w stolicy. Autor obserwuje korzystne zmiany w PKP - szybkie i w miarę czyste oraz tanie ekspresy.

4. EURO WORLD nr 2 z 1993 (ukazuje się w Szwecji, Danii, Norwegii i Finlandii), autor Lars Finnmerstad, tytuł artykułu „Välkommen till Västeuropa - Warszawa” sześć stron, bogato ilustrowany - wiele miejsca poświęca Warszawie, utrzymany w tonie życzliwym, mówi o tym, że Polska dla turysty szwedzkiego nie jest droga.
5. Przewodnik „POLEN” autorstwa Gunnar Nicklasson i Joanna Młynarska - w dwumiesięczniku ResGUIDE 1/1992 pozytywna recenzja (Polen - en resa i tid och rum).
6. „Succékryssning till Polen - ett otroligt shopping glädje” - gazeta „Aftonbladet” (popularna poppołudniówka) z dnia 3.05.93 - artykuł pozytywny, mówi o tanich zakupach w Polsce dla Szwedów (artykuł sponsorowany przez Baltic Line).
7. „Opp och shoppa” (Hejże na zakupy) w Aftonbladet z 10.05.93 - zachęca do podróży promem do Polski po tanie i atrakcyjne zakupy. (artykuł sponsorowany przez Baltic Line).

Uwaga: Informacje o tanich zakupach w Polsce powtarzają się tu dość powszechnie. Jednakże w tej materii miałem i szereg krytycznych uwag od przedstawicieli szwedzkiego business'u, bywających często w Warszawie. W ich opinii co bardziej atrakcyjnymi postojami taksówek w stolicy (lotnisko, dworce, przed hotelami) rządzą gangi taksówkarzy. Za ten sam odcinek można zapłacić od 50 tys do 500 tys złotych. twierdzą, że takie oszukańcze praktyki napotkać można w słabiej rozwiniętych stanach Indii, ale nie w Europie. Podobnie jest za dnia w barkach przyhotelowych. W hotelach tej samej klasy, za tzw. „drinka” polskiej wódki płaci się od 30 - 40 tys do 200 tys złotych.

Podobno w stolicy panuje wolny rynek i nic na to nie da się zaradzić. W wielu stolicach, gdzie też panuje wolny rynek jakoś sobie z takimi patologicznymi zjawiskami radzą.

5.9.1.1. Wykaz załączników

1. Omówienie części dotyczącej Polski w atlasie samochodowym „EUROPA - Guide 93” - Bilsemester genom Europa, wyd. Vägverket, 1993, Stockholm.
2. Wykaz Członków Związku Dziennikarzy Turystycznych Szwecji - wg stanu na rok 1992.
3. Wykaz członków „Związku Piszących o Turystyce w Szczeci” - wydawnictwa, przewodniki, wg stanu na rok 1992.
4. Wykaz czasopism profesjonalnych Szwecji (zajmujące się podróżami i turystyką).
5. Firmy konsultingowe w branży turystycznej w Szwecji, wg stanu na roku 1992.
6. Szkoły hotelarsko-turystyczne w Szwecji (dla młodzieży i dorosłych oraz różne rodzaje kursów doszkalających w omawianym zakresie), adresy i osoby prowadzące te zakłady nauczania - wg stanu na rok 1992.
7. Kserokopie 8 artykułów o Polsce w prasie i czasopismach szwedzkich, jakie ukazały się przed głównym sezonem turystycznym 1993. Tytuły tych wydawnictw, promujących turystykę do Polski w tekście opracowania w części V.07 ??? Synteza. Wnioski.
8. Kserokopie ogłoszeń w prasie codziennej i czasopismach w Szczeci w okresie V - VII 1993 (w tym ogłoszenia Orbis Resor AB w Sztokholmie oraz ogłoszenia armatora szwedzkiego Baltic Line, propagującego min. Polskę oraz trasę promową Karlskrona - Gdynia).

ad 1. (5.9.1.1.)

„EUROPA - Guide 93” - Bilsemester genom Europa

Wydawca: Vägverket „Road Survey Technology”Sweden AB

Najnowszy atlas drogowy Europy, dla turystów zmotoryzowanych wydany przez Zarząd Dróg Publicznych Szwecji (Vägverket) zamieszcza również 6-stronicową informację o Polsce. Na wstępie w wykazie Polskę umieszczono wśród krajów do których aby wyjechać potrzebna jest wiza (w teście informacja ta jest wprawdzie zdementowana).

Na temat polskich dróg stwierdza się: *„Drogi w Polsce należą do najbardziej niebezpiecznych w Europie. Tylko nieliczne odcinki dróg są właściwie oświetlone. Na*

drogach wiele pojazdów zaprzężonych w konie, często w godzinach wieczornych bez oświetlenia.” - Taka informacja zniechęca zmotoryzowanego turystę do podróży przez nasz kraj.

Wiele z tych informacji zgodne jest z prawdą, ale z drugiej strony, o wielu innych krajach gdzie drogi nie są lepsze, a nierzadko gorsze, tak krytycznej uwagi nie spotkałem. Jako ośrodki informacji turystycznej wymienia się Orbis Resor AB w Sztokholmie i w Malmö. Przedstawicielstwo UKFiT działa na tamtejszym terenie niedawno, i jest mało znane.

Pozwoliłem sobie zatelefonować do wydawców ww. przewodnika. Tłumaczono się tym, że jakiegokolwiek informacje o Polsce jest bardzo trudno otrzymać. Konsulat odsyła do Orbisu, Orbis do Informacji Turystycznej (COIT) w Polsce.

O Polsce w roku 1993 ukazało się w Szwecji wiele innych nadspodziewanie pozytywnych informacji, o których wspominam wyżej. O tym fakcie podaję tylko dla porządku.

5.10. Wniosek końcowy

Zagraniczny rynek turystyczny Szwecji czy szerzej Skandynawii wykazuje tendencje wzrostu, lecz nie jest statyczny. Np. w roku 1993 niepokoje, terrorystyczne ataki na turystów w Turcji, Egipcie czy innych krajach MAGREB-u spowodowały znaczny spadek podróży Szwedów na tych kierunkach. Niemal zamarły wyjazdy do Jugosławii, tendencje malejące wykazują wyjazdy do Hiszpanii. Tak więc na turystycznym rynku powstaje luka, którą wypełni ten, kto szybciej i lepiej promować będzie swój kraj.

6. ZAŁĄCZNIKI

6.1. Członkowie Związku Dziennikarzy Turystycznych Szwecji wg stanu na rok 1992

c/o Ahlén, Kungsholmstorg 3C - 112 21 Stockholm, tel. 08-651 75 20

Prezes: Carl-Uno Sjöblom, Sekretarz: Hugo Ahlén, Kassör: Olle Thörnqvist

Abrahamsson, Sverker - Tulevägen 15, 181 41 Lidingö, *ICA-förlaget*
Ahlbom, Per-Magnus - Frejgatan 48, 113 26 Stockholm, *Frilans*
Ahlén, Anna Lena - Kungsholmstorg 3C, 112 21 Stockholm, *Frilans*
Ahlén, Hugo - Kungsholmstorg 3C, 112 21 Stockholm, *Frilans*
Albuschus, Rolf - Box 612, 391 26 Kalmar
Andersson, Gunnar - Runö Gård, 184 00 Åkersberga, *Frilans*
Andersson, Lise-Lott - Stagneliusvägen 30 nb, 112 59 Stockholm, *ICA-förlaget*
Azmier, Rachel G. - Box 122, 186 22 Vallentuna, *Frilans*
Backstroem, Gösta - Box 7304, 770 20 Söderbärke, *Frilans*
Barkman, Göran - Abrahamsbergsvägen 68, 161 45 Bromma, *LRAB Reportagebytån*
Berger, Bertil - Bomsund 2136, 840 76 Stugun, *Frilans*
Berndt, Roland - Blåmesstgen 5, 125 31 Älvsjö, *Sv D*
Björkskär, Birgitta - Torstenssonsgatan 10, 114 56 Stockholm, *Frilans*
Blomé, Gunilla - Box 122, 186 22 Vallentuna, *DN*
Blomgren Rolf - Mossbanken 19, 417 28 Göteborg, *GP*
Borgia, Louis - Urvädersgränd 11, 116 46 Stockholm, *TTG Europa*
Bruzelius, Eivor - Jakobsdalsgatan 12A, 412 68 Göteborg, *Frilans*
Bäck, Anders - Bastugärdesvägen 20, 184 62 Åkersberga, *Frilans*
Bäck, Karin - Bastugärdesvägen 20, 184 62 Åkersberga, *DN*
Cannert, Jan - Flintbacken 6, 118 42 Stockholm, *RR*
Carlquist, Lullu - Pl 1820, 760 10 Bergshamra, *Frilans*
Carlsson, Ingemar - Bergalidsvägen 14, 632 33 Eskilstuna, *Frilans*
Carlsson, Tore - Ankdammsgatan 5B, 171 43 Solna, *DN*
Clinell, Lillie - S:t Johannesgatan 31 B, 752 33 Uppsala, *Frilans*
Dahl, Arne - Göteborgs-Posten, 405 02 Göteborg
Davidsson, Rune - Körsbärsvägen 6, 114 23 Stockholm, *Frilans*
Degersand, Allan - Fisknätsgatan 14, 133 43 Saltsjöbaden, *Frilans*

von Eckerman-Kask, Ebba - Stjernhielmsgatan 10, 753 33 Uppsala, *Restauratören*
 Edman, Kjell - Bohuslänningen, 451 83 Uddevalla
 Ekberg, Sven G. - Folkparksvägen 13, 387 00 Borgholm, *Barometern*
 Ekeström, Nini - Pl 1293, 686 00 Sunne, *Frilans*
 Ekroth, Erna - Agnes Lagerstedts gata 13, 126 63 Hägersten, *Storstaden*
 Elderud, Christer - Ålgsjö, 596 00 Skänninge, *Östgöta Correspondenten*
 Enberger, Göran - Byängsvägen 30, 183 40 Täby, *Domänposten*
 Egström, Carin - Box 2076, 191 02 Sollentuna, *Publicist Assistenten*
 Engzell, Eric - Garvaregatan 22, 112 21 Stockholm, *Frilans*
 Ericson, Bengt E. A - Engelbrektsgatan 64, 791 73 Falun, *Domänverket*
 Eriksson, Gunnar - Rustbodagatan 8, 724 81 Västerås, *ResFlex*
 Eriksson, Rune - Molkomsbacken 24-4, 123 47 Farsta, *Korp-Motion*
 Ersson, Valter - Brännkyrkagatan 34A, 117 22 Stockholm, *Frilans*
 Falk, Göran - Passvägen 35, 147 53 Tumba, *ResFlex*
 Falkengård, Christina - LAND, 105 33 Stockholm
 Fischbach, Lars - Pyrolav. 15, 181 60 Lidingö, *Motor, FLT*
 Fogelholm, Christine - Tulegatan 43, 113 53 Stockholm, *Sverige-butiken*
 Forsberg, Sten - Lomvägen 531, 191 56 Sollentuna, *Frilans*
 Frithiofsson, Bengt - Blåklocksvägen 106, 162 40 Vällingby, *Sv D*
 Fryklund, Fredrik - Mimosavägen 38, 461 33 Trollhättan, *Trollhättans Tidning*
 Genberg, Kjell E. - Box 200 10, 161 20 Bromma, *Maskin & Transport*
 Georgsson, Lars-Olof - Björnbärsgatan 13, 212 29 Malmö, *Arbetet*
 Gille, Åke - Bergenhjelsvägen 14 A, 161 53 Bromma, *Sverige Pansionärsförbund*
 Grafström, Bengt - Sjötorpsv. 5, 230 42 Tygelsjö, *SR, Malmö*
 Grahn, Sidney - Drottninggatan 128, 252 33 Helsingborg, *Frilans*
 Grandell, Tommy - Ursviksvägen 10B, 172 36 Sundbyberg, *AP*
 Grönkvist, Uno - Björkalléb 43, 142 00 Trångsund, *Televerket*
 Gustafsson, Åke - Rättar Vigs väg 124, 162 24 Vällingby, *RR Utlandsprogrammet*
 Göbel, Geert - Döbelnsgatan 5, 111 40 Stockholm, *Touristik Aktuell, Travel Market*
 Halldin, Alf - Sibyllegatan 28, 114 43 Stockholm, *GP Stockholms-redaktionen*
 Hansson, Anita - Timmermansgatan 22, 118 45 Stockholm, *AB*
 Happstadius, Kristina - Rådjursstigen 24, 695 00 Laxå, *Turistaktuellt*
 Herlitz-Gezelius, Ann Marie - Box 224, 182 52 Djursholm, *DN, GO etc.*
 Hjelm, Björn - Vi Bilågare, Huvudstagatan 1, 171 58 Solna
 Hjert, Jan - Åkarpsgatan 30, 235 00 Vellinge, *Arbetet*
 Hofgren, Håkan - Box 221 07, 104 22 Stockholm, *Tidningen Fokus*
 Holm, Leslie - Nordmarksvägen 70, 123 51 Farsta, *Apéritif*
 Holmquist, George - Hallebergsvägen 30, 161 33 Bromma, *Restauranger & Storkök*

Holmström-Lindgren, Inger - Fågelkärrsv. 8, 122 32 Enskede, *Sveriges Turistråd*
 Huldt, Herman - Korsövägen 29, 182 45 Enebyberg, *Svensk Jakt*
 Hushagen, Susanne - Klippatan 18, 116 35 Stockholm, *Frilans*
 Hägglund-Sjöblom, Gunn - Björngränd 12, 621 57 Visby, *Frilans*
 Höglund, Christer - Brogatan 9A, 645 60 Karlstad, *Nya Wermlands Tidningen*
 Höström, Martha - Nora Strand 15, 182 32 Danderyd, *Frilans*
 Ingemark, Sten - Västergatan 32, 211 21 Malmö, *Svenska Nyhetsbyrån*
 Jansson, Annika - Assessorgatan 16, 116 58 Stockholm, *HTF-tidningen*
 Jansson, Arne A. - Ringvägen 28, 141 31 Huddinge, *Vi Bilägare*
 Janson, Berith - Palmbladsvägen 1, 112 58 Stockholm, *Frilans*
 Jarvlik, Stephan - Odalvägen 17, 172 49 Sundbyberg, *Östra Småland*
 Johansson, Clas - Kungsgatan 73, 112 27 Stockholm, *Tidningshuset AB*
 Johansson, Ulf - Ekåsen 18, 139 00 Värmdö, *Det Bästa*
 Karlsson, Kurt - Bos 814, 181 08 Lidingö, *Mach*
 Kellner, Christina - Finbagarvägen 18, 123 54 Stockholm, *Svensk Hotellrevy*
 Källgren, Eric - Marmorvägen 5B, 752 44 Uppsala, *Frilans*
 Källstam, Bengt - Glanshammarsgatan 112, 124 46 Bandhagen, *Frilans*
 Kätting, Per - Rusthållaregården 23, 582 38 Linköping, *Frilans*
 Lagerqvist, Rune - Kirunagatan 60, 162 25 Vällingby, *Frilans*
 Lind, Tage - Lövdalsvägen 57, 132 00 Saltsjö-Boo, *Frilans*
 Lindblad, Margareta - Willma-huset, 737 90 Ängelsberg, *Frilans*
 Linde, Anders - Rese-Kuriren, Box 111, 641 22 Katrineholm
 Lippold, Mark - Jullovsvägen 7, 223 67 Lund
 Ljungdtröm, Misse - Ahlsvik, 130 34 Skälvik, *Skärgårdsstiftelsen, Apériorif*
 Magnergård, Omar - Riksrådsvägen 49, 121 60 Johanneshov, *Sv D*
 Magnusson, Bengt - Jaktstigen 21, 831 43 Östersund, *Östersunds Posten*
 Magnusson, Karl-Erik - Unda 9864D, 451 94 Uddevalla, *GP*
 Maino, Caroline - Skevikstrandsv. 29, 134 00 Gustavsberg, *AB, Expressen etc.*
 von Malmborg, Ingvar O U - Skillinggränd 5, 112 20 Stockholm, *Frilans*
 Mejdevi, Hans - Viksängsgatan 14, 723 47 Västerås, *Frilans*
 Möllerström, Harald - Maltesholmsvägen 95, 162 31 Vällingby, *AP*
 Neppenström, Mona - Box 2100, 122 02 Enskede, *Anfang Förlag*
 Nilson, Bo - Hus 54, Pl 1051, 430 85 Brännö, *GP*
 Nyberg, Ulf - Grevgatan 19, 114 53 Stockholm, *Sydsv Dagbladet, Stockholmsred*
 Olausson, Rune - Högbergsgatan 17, 116 20 Stockholm, *Travel News SFR*
 Plson, Hans-Erik - Frejgatan 6, 5tr, 114 21 Stockholm, *Frilans*
 Olsson, Lars Erling - Hantverkargatan 65 6tr, 112 38 Stockholm, *Tidningen Affärslivet*
 Paulsson, Bengt - Dalgatan 26, 752 28 Uppsala, *KLÖVERbladet*

Persson, Ove - Box 104, 293 01 Olofström, *Frilans*
 Pieters, Fr. José - S:t Paulsgatan 22 B, 116 48 Stockholm, *Sveriges Utbildningsradio*
 Reiher, Carl Henric - Gränsvägen 20, 137 41 Västerhaninge, *Frilans*
 Rideland, Finn - Bruksgatan 17, 823 00 Kilafors, *Frilans*
 Rindberg, L. O. - Knipvägen 11, 831 62 Östersund, *Länstidningen*
 Ros, Ander - Rosmaringången 28, Borås, *Borås Tidning*
 Rosén, Bo - Sandgränd 15, 162 24 Vällingby, *Frilans*
 Schwartzkopf, Karl-Aage - Sveavägen 109, 113 50 Stockholm, *Frilans*
 Sjöberg, Staffan - Hambosängen 16, 593 00 Västervik, *Radio Kalmar*
 Sjöblom, Carl-Uno - Sandhamnsvägen 9, 185 00 Vaxholm, *Sveriges Television*
 Smedberg, Mårten - Fiskartorpsvägen 108, 115 42 Stockholm,
 Kungl Skogs- och Lantbruksakademien
 Smith-Lind, Inger - Lövdalsvägen 57, 132 00 Saltsjö-Boo, *Svensk Handel*
 Sparby, Cenneth - Sköldungagatan 47, 753 35 Uppsala, *Turist*
 Stenfors, Erik - Tengdalsg. 21, 116 41 Stockholm, *Affärsresenären*
 Strömverg, Svante - Tråddragargatan 27A, 723 37 Västerås, *Radio Västmanland*
 Sundfeldt, Jan - Barnängsgatan 16, 116 41 Stockholm, *Frilans*
 Svensson, Sven-Gunnar - Grev Magnigatan 5, 114 55 Stockholm, *Östermalmsnytt*
 Thörnqvist, Olle - Peringskiöldsvägen 33, 161 53 Mromma, *Frilans*
 Tingsvall, Gunnar - Hyltevägen 7, 122 43 Enskede, *Frilans*
 Trozell, Monika - Blommensbergsv. 149, 126 62 Hägersten, *Tidningen Turist*
 Uppling, Susanna - Bjurholmsplan 33 3tr, 116 63 Stockholm
 Wallerius, Iga - Box 440 63, 400 76 Göteborg, *Frilans*
 Wallin, Tony - Vanadisvägen 2, 113 46 Stockholm, *ICA-förlaget*
 Wallin, Ulla-Britta - Odensgatan 13, 5tr, 753 14 Uppsala, *Frilans*
 Warås, Curt - Sågaregatan 1B, 461 32 Trollhättan, *GP*
 Wejstad, Jan - Täppvägen 23, 140 42 Stora Vika, *Frilans*
 Wendelberg, Anders - NST, 262 83, *Nordsvästra Skånes Tidningar*
 Westby, Willy - Willma-huset, 737 90 Ängelsberg, *Frilans*
 Wiberg, Ulf - Limmaregatan 33, 603 60 Norrköping, *Frilans*
 Widerberg, Bertil R. - Österåsvägen 8, 161 51 Bromma, *Frilans*
 Wilmarsgård, Bjarne - Fårtickegången 9, 135 33 Tyresö, *Svensk Omnibustidning*
 Wolff, Anders - c/o Levan Tägtvägen 21, 781 51 Borlänge, *Turbolens*
 Wägner, Ria - Torsvikssvängen 37, 181 34 Lidingö, *Frilans*
 Yunkers, Lil - Drttninggatan 90A, 111 36 Stockholm, *Frilans*
 Öster, Leif - Domaän Posten, 791 81 Falun.

6.2. Związek piszących o turystyce w Szwecji
(wydawnictwa, przewodniki itp.) wg stanu na rok 1992

Box 5243, 402 24 Göteborg, tel. 031-63 90 17 (GT/Ulla Carlsson)

Prezes Związku: S. Ingemar C. Olsson, Sekretarz: Ulla Carlsson

- Blomgren, Rolf - Mossbanken 19, 417 28 Göteborg, *Frilans*
Borgia, Louis - Klevgränd 10, 116 46 Stockholm, *TTG-Europe*
Carlsson, Ulla - GT/KVP Idag, Box 417, 401 26 Göteborg, *idag*
Christensen, John - Amiralsvägen 13, 237 00 Bjärred, *Frilans*
Enberger, Göran - Byängdvägen 30, 183 40 Täby, *Domänverket & Frilans*
Falk, Torbjörn - Linnégatan 94, 215 15 Malmö, *Allas*
Frime, Monica - Ö. Besvärsgatan 3, 411 28 Göteborg, *Frilans*
Falkengård, Christina - Tidn. LAND, 105 33 Stockholm, *LAND*
Jönsson, Thoma - Köpenhamnsvägen 5D, 217 43 Malmö, *Allas*
Järnepalm, Berndt - Länkhavsg. 108, 424 66 Göteborg
Svensk Leverantörstidning, Tid & Trent
Kahn, Helena - Upplandsgatan 24 B, 113 60 Stockholm, *Bonnier Press Group*
Olson, Hans-Erik - Frejgatan 6V, 114 21 Stockholm, *Fritid i Sverige*
Göbel, Geert - Döbelnsgatan 5, 111 40 Stockholm, *Touristik Aktuell*
Hushagen, Susanne - Klippg. 18, 116 35 Stockholm
Höjmar, Folke - Ormängsgatan 53, 162 31 Vällingby, *Affärslivet*
Jonsson, Bengt Inge - Box 4005, 203 11 Malmö, *Sveriges Radio, Skånska Dagbladet*
Reuterswärd, Lennart - Vasav. 11, 182 74 Stocksund, *Frilans*
Ros, Anders - Box 224, 501 04 Borås, *BoråsTidning, Lokal-TV*
Snare, Majvor - Rönnbärsstigen 9, 412 67 Göteborg, *GP, Frilans*
Svedberg, Tomas - Dr. Forselius gata 30, 413 26 Göteborg, *GT/KVP Idag*
Wallerius, Inga - Box 440 63, 400 76 Göteborg, *Frilans*
Widegren, Ulf - St. Sigridsgatan 63, 223 50 Lund, *Scaneuropa Press, Vue Touristique*

6.3. Szwecja - 1992 - Czasopisma profesjonalne - turystyka i podróże

Affärsresenären - Box 1113 Gelbgjitarevägen 5, 171 22 Solna, Tfn: 08-27 93 15, 08-729 00 40 (prenumeration), Telefax: 08-730 29 20

Business Travel - Box 91, 101 21 Stockholm, Tfn: 08-21 35 19, Telefax: 08-723 02 00, Chfredaktör: Olle Fahlgren

Buss/Svensk omnibustidning - Gammelgårdsvägen 21, 112 64 Stockholm, tfn: 08-13 01 05, Telefax: 08-13 76 00, Chefredaktör: Bjarne Wilmarsgård

Insight Guides - Box 170 53, 161 17 Bromma-Stockholm, Tfn: 08-80 62 85, Telefax: 08-80 62 85, Världens mest kända resehandböcker från över 100 länder. Finns även i SMART: Smod 20 *Insight#.

Konferens Världen - Box 515, 611 10 Nyköping, Tfn: 0155-198 15, Telefax: 0155-198 59, VD: Björn A. Strömberg, Chefredaktör: Roger Kellerman, Ägare: Förlagshuset StoCom AB, Box 1106, 172 22 Sundbyberg, Tel.: 08-98 02 60, Fax: 08-98 16 80

Svensk Turism - Box 7473, 103 92 Stockholm, Tfn: 08-789 20 00, Telefax: 08-21 35 55, Redaktör: Susanna Uppling, Ansvaring utgivare: Inger Holmström-Lindgren, Svensk Turism, en idé- debatt och- utvecklingstidskrift med nyheter och reportage från Turistrådets verksamhetsområde

Take Off - Frederiksberg Alle 3,2., DK-1621 København V, Tfn: 00945- 31-23 80 99, Telefax: 00945-31-23 70 42, Redaktion: Erik Ryge, „Take Off”er internordiske blad med dækning af resebranchen i Danmark, Norge, Sverige og Finland, Udkommer sedan 1957 hver måned d. 15

Travel News The Swedish Travel Trade Magazine - Biblioteksgatan 3, 111 46 Stockholm, Tfn: 08-679 82 82, Telefax: 08-679 57 10, Redaktör: Richard Björnelid

Travel Trade Gazette (TTG Europa) - Urvädersgränd 11, 116 46 Stockholm, Tfn: 08-640 81 55, Telefax: 08-644 05 05, Telex: 142 98, Redaktör: Louis Borgia

Tur & Retur Scantype - Karlavägen 5, 114 24 Stockholm, Tfn: 08-23 57 80

TURBOLENS - Box 100 44, 781 10 Borlänge, Telefax: 0243-781 70, Chefredaktör: Ulrika Brahm, Tfn 0243-284 21, Annonschef: Lena Nyrén, Tfn 0241-109 05, TURBOLENS-facktidning för turism- och resebranschen - ges ut av Turismhögskolorna i Borlänge, Kalmar och Östersund

Turist - Box 25 Drottninggatan 31-33, 101 20 Stockholm, Tfn: 08-790 31 00, Telefax: 08-20 13 32, Telex: 177 60, Chefredaktör/ansv. utgivare: Thelma Kimsjö

Upp & Ner - Klara Norra Kyrkogata 26, 111 22 Stockholm, Tfn: 08-10 44 60, Telefax: 08-10 24 30

Vagabond - Elias Lönnrots väg 28, 161 59 Bromma, Tfn: 08-37 25 30, Telefax: 08-37 19 91, Ansvarig utgivare: Christian Nyrreröd, Marknadschef: Frank Fouganthine, Restidningen VAGABOND niezależny 2-miesięcznik dla turystów. Wydawca - VAGABOND AB, Stockholm.

Luftfart - Luftfartsverket, 601 79 Norrköping, Tfn: 011-19 20 00, Telefax: 011-19 25 75, Redaktör: Urban Bergsten Tel. 011-19 21 18 (dot. komunikacji lotniczej).

resFLEX - Pinfor ab, Box 140 45 Allmogeplassen 14, 720 14 Västerås, Tfn: 021-35 48 00 (redaktion), 021-30 07 80, Telefax: 021-35 43 20, Chefredaktör: Gunnar Eriksson, Marknadschef: Mariann Eriksson, resFLEX-fachowy miesięcznik branży podróżniczej.

ResGuide - Biblioteksgatan 3, 111 46 Stockholm, Tfn: 08-679 82 82, Telefax: 08-679 57 10, Magnus Rosenqvist - wydawca i redaktor odpowiedzialny.

Resor&turism se BUSS/Svensk omnibusstidning - turystyka autokarowa.

Scandinavian Boarding Nordens reiselivsavis - Postboks 6573 Rodeløkka Gøteborggt. 23, N-0501 Oslo 5, Tfn: 00947-2-38 52 50, Telefax: 00947-2-38 59 25, Chefredaktör: Svein Bakken (Problemy branży turystycznej).

STAND BY - travel trade journal - Vester Farimagsgade 1, DK-1606 Köpenhamn V, Tfn: 00945-33 93 87 00, Telefax: 00945-33 93 87 01, Telex: 213 87 - fachowa gazeta dot. podróży i turystyki w Skandynawii.

6.4. Szwecja - 1992 - Firmy konsultingowe w branży turystycznej

Affärsreseinformation AB (Business Travel Information Ltd.) - Box 19006 Döbelnsgatan 58, 104 32 Stockholm, Tfn: 08-15 06 65, Telefax: 08-15 24 70, Telex: 168 83, Kontaktpersoner: Carl A. Rheborg, Lars Karlberg, (konsultacje, marketing dla biur podróży, oraz systemy komputerowe w branży turystycznej).

BTC Baltic Tourism Corporation - Trädgårdsgatan 6A, 601 81 Norrköping, Tfn: 011-12 35 03, Telefax: 011-10 20 33, Destinateur: Arne Ellefors, Marknadsför Östersjöområdet. Bildat: 1985, (marketing dla regionu Morza Bałtyckiego).

Calle Möller Turismutveckling AB - Götabergsgatan 22, 411 34 Göteborg, Tfn: 031-18 68 55, Mobiltelefon: 010-84 71 62, Telefax: 031-18 29 53, (konsultacje w branży turystycznej, rozwój turystyki, rozwój programów dot. urządzeń i atrakcji, obsługa i organizacja udziału w targach turystycznych i podróży).

Columbi Projektutveckling AB - Box 111 65, 100 61 Stockholm, Tfn: 08-728 87 45, Telefax: 08-728 89 17, Kontaktpersoner: Martin Gårdstedt, Peter Fahlström-Christodoulou.

Consultus - Döbelnsgatan 64, 113 52 Stockholm, Tfn: 08-16 06 90, Telefax: 06-612 97 99

CULTOUR - Travel for Culture - Box 4066, 171 04 Solna, Tfn: 08-82 45 39, 010-80 13 10 biltel., Teledax: 08-83 58 22, Telex: 107 67, (promocja programów kulturalnych w turystyce).

FoU Turism Högskolan i Östersund - Box 373, 831 25 Östersund, Tfn: 063-15 53 00, Telefax: 063-15 54 54, professor Bengt Sahlberg (även tel 08-789 22 03), Kontaktperson: Lars Nyberg, Forskning (badania i rozwój, i marketing).

GUFAB Gunilla Fagerholm Datakonsult AB - Ellegårdsvägen 153, 183 39 Täby, Tfn: 08-758 20 05, Telefax: 08-758 20 05, (org. i promocja dla mniejszych Biur Podróży).

IC Shipping Consult AB - Box 1175 Kungsgatan 2, 251 11 Helsingborg, Tfn: 042-14 17 70, Mobiltelefon 010-47 27 20, Telefax: 042-13 62 70, Telex: 721 50, VD: Ingvar Christensson, Produktionschef: Lennart André, Ekonomiavd: Anita Lundström, Konsult för rederier. Marknadsföring, försäljning, bokning mm, Medlem: SRF Bildat: 1985.

IMU Testologen AB se Travel Research (obsługa i konsultacja dla Biur Podróży).

Institutet för Turism & Reseforskning, ITR Högskolan i Falun/Borlänge - Box 100 44, 781 10 Borlänge, Tfn: 0243-840 20, Forskningschef: Fil. Dr. Magnus Bohlin, Administration: Jörgen Elbe (badania wielkości ruchu turystycznego, różne aspekty)

Institutet för Turisnekonomisk forskning ITEF - Boc 905, 391 29 Kalmar, Tfn: 0480-976 24, Telefax: 0480-175 08, Chef: Anders Steene (doradztwo, marketing)

KLIPPER EXPRESS - Box 282 Kyrkgatan 58, 831 23 Östersund, Tfn: 063-12 12 91, Telefax: 063-10 13 36, VD: Hans Stergel, Travel & Tourism (organizuje PR, promocję, dostarcza wycinki prasowe).

Linden Travel Agencies KB Sweden - Box 60, 510 20 Fritsla, Tfn: 0320-741 11, Telefax: 0320-741 19, VD: Bo Axeke (konsultacje, marketing).

Lings Rese- och Datakonsult - Ålspanga, 640 30 Bettna, Tfn: 0157-700 42, VD: Per Gunnar Ling, (kalkulacje, programy, datory, promocje).

Möller Turismutveckling AM se Calle Möller Turismutveckling AB (konsultant)

R o A Konsult - Låddebo Frödingsvägen 4, 443 35 Lerum, Tfn: 0302-174 91, Telefax: 0302-161 77, VD: Leif Öbrink, Konsult i RESE- och administrativa frågor - TRAVEL MANAGEMENT, Bildat: 1988, (kierownie, organizacja biur podróży).

Resurs för besöksnäringen AB - Box 2264 Stora Gråmunkegränd 3, 103 16 Stockholm, Tfn: 08-791 86 10, Telefax: 08-796 99 66, Medlem: (analizy rynku turystycznego).

Travel Research/IMU Testologen AB - Sollentunavägen 82, 191 93 Sollentuna, Tfn: 08-623 47 00, Telefax: 08-76 88 73, Telex: 150 76, Travel Research w IMU-Testologen AB: Fredrik Fürst - redaktor odpowiedzialny (badania, ankiety, marketing).

TuristHuset Incoming-Incentive Göteborg - Fredsgatan 3, 411 07 Göteborg, Tfn: 031-80 66 50, Telefax: 031-15 64 25, (analizy rynku turystyki przyjazdowej i konsultacje).

6.5. Szwecja - 1992 - Szkoły hotelarsko-turystyczne

Grebbestads Folkhögskola - Box 9, 450 81 Grebbestad, Tfn: 0525-100 07, 104 07

Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet - Vasagatan 3 Besöksadr.: Viktoriagatan 30, 411 24 Göteborg, Tfn: 031-63 10 00, Ansv. för Hotell- och RestaurangEkonomilinen: Johnny Lindström

HOTELL- och RESTAURANGSKOLAN FÖR VUXNA Östra vuxengymnasiet - Odinsgatan 15-17, 411 03 Göteborg, Tfn: 031-63 79 00, 031-63 79 14 Kurstjänst, Telefax: 031-63 79 07, Chef: Rektor Alf Carlsson, Resebranch- och hotellutbildningar: Karin Holmberg, Restaurangutbildningar: Eleonore Westling, Personalutbildningar (Kurstjänst): Magnus Rolf, (zatrudnia 20 fachowych nauczycieli z zakresu turystyki, hotelarstwa, gastronomii).

European Hotel Schools: od 1980, zatrudnionych: 120 + c:a 150 współpracowników, konsultantów i prelegentów.

Hvitfeldtska Gymnasiet - Viktor Rydbergsgatan 9, 411 32 Göteborg, Tfn: 031-81 52 53, Telefax: 031-81 17 97, Kursansvarig: Curt Andréasson

Molkoms Folkhögskola Turismlinjen - Box 66, 660 60 Molkom, Tfn: 0553-100 04, Rektor Turismlinje: Lars Westling, Linjeansvarig: Ingvar Humble

Orsa Vuxengymnasium Turistlinjen - Box 34, 794 00 Orsa, Tfn: 0250-522 51, Kontaktperson. Ninni Brus, (gimnazjum dla dorosłych - turystyka i podróże - kurs 1 rok).

Skara stifts Folkhögskola Turismlinjen - 544 00 Hjo, Tfn: 0503-109 11, 109 12, Rektor: Lras Hjertén, Linjeansvarig: Lasse Siggelin, Tomas Uvesten (kursy z zakresu turystyki).

Tomelilla Turismutbildning - Östra Utfarsvägen 2, 273 35 Tomelilla, Tfn: 0417-182 87, Telefax: 0417-182 87, VD: Bo Hedberg, Kursledare: Karin Erlandsson

TRAC Travel Academy AB AMU Eslöv - Östergatan 15, 241 39 Eslöv, Tfn: 0413-664 00, Telefax: 0413-604 95, Utbildningsansvarig: Per Sjörgen

Turismhögskolan - Box 905 Linnégatan 5, 391 29 Kalmar, Tfn: 0480-976 20, Telefax: 0480-175 08, Linjeledare: Leif Nilsson, Höskolelektor: Arne Delhusen, Göran Olsson, Ingvar Karlsson, Leif Rytting.

Turismhögskolan - Box 373 Rådhusgatan 15-17, 831 25 Östersund, Tfn: 063-15 53 00 vx, Telefax: 063-15 54 54, Studierektor: Lars Nyberg, Linje sekreterare: Lena Jörgensen

Turismlinjen, Högskolan i Falun/Borlänge - Box 100 44, 781 10 Borlänge, Tfn: 0243/840 20, Linje ansvarig: Jörgen Elbe, Studievägledare: Ninni Granit, Lektor kulturgeografi: Solveig Böhn, (ekonomia przedsiębiorstwa plus marketing).

Vadstena Folkhögskola Turismlinjen - Box 181, 592 00 Vadstena, Tfn: 0143-137 10 vx, Rektor: Ragnhild Darnell, Linjeansvarig: Irma Carlsson, Ingemar Lindaräng

Östra Vuxengymnasiet se HOTELL- och RESTAURANGSKOLAN FÖR VUXNA (dla dorosłych)

Halids Folkhögskola Grundkurs för reseplanerare - Smedby, 394 70 Kalmar, Tfn: 0480-844 80, Rektor: Lage Olsson, Kursföreståndare: Birgit Hill, Carina Wändesjö,

Kursy dokształcające w zakresie turystyki:

Ingesunds Folkhögskola Linje Turism - 671 91 Arvika, Tfn: 0570-156 20, Rektor: Georg Hedblom, Kursledare: Birgitta Engholm

Lunnevads Folkhögskola Turismlinjen - Sjögestad, 590 50 Vikingstad, Tfn: 013-821 70, Studieledare: Margareta Ohlsson, 2-årig turismlinje (2-letni kurs).

Löftadalens Folkhögskola Turismlinjen - Box 98, 430 31 Åsa, Tfn: 0340-550 00, Rektor: Sören Magnusson, Kursföreståndare: Lisbeth Fryklund, 1-årig turismutbildning

Malmfältens Folkhögskola Turismlinjen - Campingvägen 3, 981 35 Kiruna, Tfn: 0980-829 70, Turistsportlinjen: Siwert Nordwall, Turism och reseliv: Rolf Berggård (1-rocny kurs, turystyka i rekreacja).

7. ŹRÓDŁA INFORMACJI

1. „Aftonbladet” - V - VII/1993 (ogłoszenia o podróżach oraz artykuły sponsorowane w dodatkach turystycznych) popołudniówka (gazeta zw. zw. i socjal.-dem.), Stockholm.
2. „Affärs Reseneren” nr 1 - 3, Stockholm 1993 (podróże służbowe).
3. „Analiza Rynku Turystycznego Skandynawii”, K. Kraskiewicz, Instytut Turystyki, Kraków, 1992.
4. „Annual Report” - Sweden 1993, Stockholm, SI, 1993.
5. „Bilsemester i Östeuropa'92”, BP PAddan, Bilsemester AB, Göteborg.
6. „Dagens Nyheter” - IV - VII/1993 (problematyka turystyczna plus ogłoszenia BP), największa gazeta Szwecji, niezależna, Stockholm.
7. „Euro World” nr 2, Stockholm 1993.
8. „Europa - Guide 93” - Bilsemester genom Europa - wydawca: Vägverket „Road Survey Technology” Sweden AB, Stockholm.
9. „Kraje Europy - wyjazdy za granice”, BP Wolff, W-wa 1992.
10. „Morze”, wyd. Navimor, Warszawa 1992.
11. „Morze i Ziemia” Szczecin, wrzesień 1993.
12. „Program OECD”, O. Axelsso, TT, Stockholm, 6/1993.
13. „Przyjazdy do Polski w roku 1992”, W. Bartoszewicz, Instytut Turystyki, Warszawa 1993.
14. „Rocznik Statystyczny GUS”, Warszawa 1993.
15. „Resebranschen 1992” (Travel Industry) Deeter och Marie Heiderman, Stockholm 1993.
16. „ResGUIDE” 1/1992 Stockholm (miesięcznik).
17. „ResGUIDE” 3/1993 Stockholm (miesięcznik).
18. „Schweden” 1993 - wydawca Next Stop Sweden, Swedish Travel and Tourism Council, Stockholm 1993.
19. „Stand By” (turystyka i podróże w duńskim i szwedzkim), I - VII/1993, Kopenhaga, Oslo, Sztokholm.
20. „Statystyki Podróży Promowych”, PŻB, Kołobrzeg, wrzesień 1993 (ilość pasażerów, aut osobowych i tzw. TIR-ów z Polski do Krajów Nordyckich).
21. „Svenska Dagbladet” - IV - VIII/1993 (turystyka, podróże, ogłoszenia turystyczne), Stockholm.
22. „Sveriges Hotell - och Restaurangförbund” (SHR), 8/1993 Stockholm.
23. „Sverigeturismen i Siffror” Turist - och Resedatabasen, Stockholm 1992 i 1993.
24. „Syd-Svenska Dagbladet” - V - VI/1993, Malmö (Szwecja Płd.).

25. „Sweden - a new approach - marketing in Sweden”, OECD, Paris 1993.
26. „Tourism in Sweden”, Svenska Institutet, Stockholm, XII/1992.
27. „Tourism Policy and International Tourism in OECD MEMBER Countries” - OECD, Paris 1992.
28. „Turystyka i Wypoczynek” (informacje i opracowania statystyczne), GUS Warszawa 1993.
29. „Veckans Affären” I - VII/1993, Stockholm.
30. „Wydatki Turystów Zagranicznych w Polsce”, R. Kuszewska, Instytut Turystyki, Warszawa 1993.
31. „Yearbook of Nordic Statistics 1993” (wyd. Nordic Council of Ministers), Arhus, Dania 1993.

8. SPIS TABEL

Tabela nr 1	Struktura Ludności wg wieku (1900-2025)	5
Tabela nr 2	Zatrudnione, procent pracującej ludności wg płci - mężczyźni, kobiety w okresie 1976-1991	6
Tabela nr 3	Populacja szwedzka pokazująca ilość ludności urodzonej w Szwecji i urodzonej za granicą w okresie 1960 - 91	6
Tabela nr 4	Wielkość gospodarstw domowych w okresie 1970 - 1990	7
Tabela nr 5	Prognoza OECD dla gospodarki szwedzkiej 1992 - 1994	7
Tabela nr 6	Wydatki na podróże zagraniczne w roku 1992	8
Tabela nr 7	Wyjazdy zagraniczne mieszkańców Szwecji w roku 1992 w relacji do roku 1989	27
Tabela nr 8	Główne kierunki podróży urlopowych mieszkańców Szwecji w roku 1992	28
Tabela nr 9	Podróże mieszkańców Szwecji - wyjazdy zagraniczne w roku 1992 wg środków lokomocji	29
Tabela nr 10	Podróże zagraniczne mieszkańców Szwecji - wyjazdy zagraniczne 1992 r. wg celu odbywanej podróży	29
Tabela nr 11	Wydatki: a) podróże służbowe, b) prywatne	31
Tabela nr 12	Ceny biletów w Europie po deregulacji	36
Tabela nr 13	Przyjazdy do Polski mieszkańców Krajów Nordyckich wg danych GUS 1987 - 1992	43
Tabela nr 14	Przyjazdy mieszkańców Szwecji do Polski w roku 1992 przez poszczególne przejścia graniczne	43

Tabela nr 15 Przyjazdy do Polski z Krajów Nordyckich w roku 1992	44
Tabela nr 16 Przewozy promowe PŻB 1991 i 1992 r.	46
Tabela nr 17 Przewozy promowe 1993 r. (7 m-cy)	47
Tabela nr 18 Wydatki Turystów z Krajów Nordyckich w roku 1992 wg cen z grudnia 1992	55
Tabela nr 19 Wyjazdy mieszkańców Polski do Szwecji w 1992 r.	42

9. SPIS RYCIN

Rycina nr 1	Podróże mieszkańców Szwecji - wyjazdy zagraniczne w roku 1992 wg środków lokomocji	30
Rycina nr 2	Cel podróży przy wyjazdach prywatnych mieszkańców Szwecji w podróżach zagranicznych w 1992 r.	30
Rycina nr 3	Koszty reklamy w tradycyjnych środkach masowego przekazu w 1992 r. .	42

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych