

A-1791

INSTYTUT TURYSTYKI

RYNEK TURYSTYCZNY SZWECJI I DANII

Opracowała: Bożena Radkowska

WARSZAWA, 1997

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

A-1791

Praca wykonana na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki
(temat R-2.3.1/97)

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
I. Ogólne informacje o Szwecji i Danii	7
II. Aktywność turystyczna mieszkańców Szwecji i Danii	11
III. Najważniejsze rynki docelowe	22
IV. Segmentacja rynku	25
V. Kanały dystrybucji i promocji	31
VI. Miejsce rynku w przyjazdach do Polski	34
VII. Informacja o przyjazdach turystów ze Szwecji i Danii do Polski	45
Źródła	52

WSTĘP

Szczytowym rokiem dla turystyki wyjazdowej z krajów skandynawskich był 1992 rok. Po tym okresie nastąpił spadek liczby zagranicznych wyjazdów, związany z sytuacją ekonomiczną. Pierwsze oznaki poprawy w turystyce wyjazdowej przyniósł 1995 rok. W 1996 roku zanotowano dalszy wzrost liczby zagranicznych wyjazdów z krajów skandynawskich. W 1996 roku Szwedzi odbyli 10,4 mln podróży zagranicznych, Duńczycy 6,12 mln podróży.

Główne kierunki wyjazdowe ze Szwecji to kraje skandynawskie (w pierwszej kolejności Dania), Niemcy, Hiszpania, Grecja, Wielka Brytania i Francja. Z dalszych kierunków wyjazdowych (kraje pozaeuropejskie) warto zwrócić uwagę na Stany Zjednoczone, do których liczba wyjazdów gwałtownie wzrosła w 1996 roku. Do głównych kierunków wyjazdowych z Danii należą Niemcy, Szwecja, Francja, Hiszpania, Norwegia i Wielka Brytania.

Głównym motywem wyjazdów zagranicznych Szwedów i Duńczyków jest wypoczynek. W przypadku Szwedów wyjazdy wypoczynkowe stanowią ponad trzy czwarte wszystkich wyjazdów zagranicznych, w przypadku Duńczyków ponad połowę. Interesy i sprawy służbowe znacznie rzadziej są motywem wyjazdów za granicę.

Wśród motywów zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych Szwedów największą rolę odgrywają odwiedziny krewnych i znajomych. Wypoczynek nad morzem zajmuje drugie miejsce. Wśród pozostałych motywów największą rolę odgrywa chęć zabawy i rozrywki oraz potrzeba relaksu i odprężenia. W przypadku wyjazdów biznesowych najważniejszym motywem są sprawy służbowe i własne interesy, a także udział w konferencjach, kongresach i seminariach.

Szwecja pod względem wysokości wydatków na podróże zagraniczne zajmuje 16 miejsce na świecie, a wśród krajów europejskich 11 miejsce. W 1995 roku Szwedzi wydali na wyjazdy zagraniczne 5,422 mld USD, o 11,5% więcej niż w 1994 roku. Stanowiło to 2,7% ogółu wydatków na wyjazdy zagraniczne w Europie.

Dania pod względem wysokości wydatków na podróże zagraniczne zajmuje 20 miejsce na świecie, a wśród krajów europejskich 13 miejsce. W 1995 roku Duńczycy wydali na wyjazdy zagraniczne 4,28 mld USD, o 19,5% więcej niż w 1994 roku. Stanowiło to 2,2% ogółu wydatków na wyjazdy zagraniczne w Europie.

W 1996 roku Polskę odwiedziło 19,4 mln turystów (cudzoziemcy spędzający przynajmniej jedną noc w Polsce), w tym 199,3 tys. turystów ze Szwecji i 144,0 tys. turystów z Danii.

W 1996 roku turyści szwedzcy i duńscy odwiedzali najczęściej centrum Polski (region środkowy-centralny) i region północny-zachodni. Często odwiedzane były regiony środkowy-zachodni oraz północny-środkowy. Wśród turystów szwedzkich zainteresowanie budziły też regiony południowe: wschodni i środkowy.

W turystyce przyjazdowej ze Szwecji i Danii do Polski dominują przyjazdy organizowane samodzielnie. Z usług biur podróży częściej korzystają Szwedzi (24,6% przyjazdów) niż Duńczycy (10,2% przyjazdów), przy tym wyższy udział mają przyjazdy w ramach zorganizowanych grup (14,4% przyjazdów ze Szwecji, 5,0% z Danii).

Typowa turystyka, interesy i sprawy służbowe oraz odwiedziny krewnych lub znajomych były w 1996 roku najczęstszymi motywami przyjazdów do Polski zarówno turystów szwedzkich, jak i duńskich. Tranzyt i zakupy to następne w kolejności motywy przyjazdów. Przy tym przyjazdy o tej motywacji częściej spotykane są wśród Szwedów niż Duńczyków.

Turyści szwedzcy i duńscy przebywali najczęściej w miastach, przy tym pobyty w miastach cieszyły się większą popularnością wśród turystów szwedzkich niż duńskich. Duże zainteresowanie budziły też wycieczki objazdowe po Polsce, przede wszystkim wśród Szwedów. Duża grupa turystów z tych krajów wybierała typowo turystyczne formy spędzania czasu w Polsce, takie jak pobyt w górach, na wsi, nad morzem, nad jeziorami. Przy tym formy typowo turystyczne budziły większe zainteresowanie Duńczyków (19,0% przyjazdów) niż Szwedów (15,3% przyjazdów).

Turyści szwedzcy i duńscy korzystali w 1996 roku najczęściej z bazy hotelowej i pensjonatów, przy czym noclegi w pensjonatach były częściej preferowane przez Szwedów niż przez Duńczyków. Duńczycy chętnie korzystali też z gościnności rodziny lub znajomych. Pozostała baza noclegowa miała bardzo mały udział w przyjazdach.

Wśród turystów ze Szwecji i Danii dominowali mężczyźni, osoby ze średnim i wyższym wykształceniem. Dominowały osoby w wieku 25-44 lata, przy czym wśród Szwedów większy udział miała grupa osób w wieku 35-44 lata. Udział studentów i uczniów był wyższy wśród turystów szwedzkich (10,4% przyjeżdżających) niż duńskich (6,2% przyjeżdżających). Polskie pochodzenie częściej deklarowali turyści ze Szwecji (13,0% osób), niż z Danii (7,8% osób).

I. OGÓLNA INFORMACJA O SZWECJI I DANII

Liczba mieszkańców i jej główne skupiska

Szwecja

Szwecję zamieszkuje 8,83 mln osób (1995 rok). Na 1 km² przypada 20 osób. Ludność miast stanowi 83,4% ogółu ludności. Na 100 mężczyzn przypadają 102 kobiety.

Największym skupiskiem ludności jest stolica kraju, Sztokholm, liczący w 1994 roku 704 tys. mieszkańców (cała aglomeracja liczyła 1,554 mln mieszkańców). Do większych ośrodków należy też Goeteborg i Malmo.

Struktura ludności według wieku przedstawia się następująco¹:

do 19 lat	24,7%,
20 - 39 lat	27,5%,
40 - 64 lata	30,4%,
65 lat i więcej	17,4%.

Przyrost naturalny w ostatnich kilkunastu latach przedstawiał się następująco²:

1980	-0,7
1990	3,4
1995	1,1.

Dania

Danię zamieszkuje 5,23 mln osób (1995 rok). Na 1 km² przypada 121 osób. Ludność miast stanowi 84,9% ogółu ludności. Na 100 mężczyzn przypadają 103 kobiety.

Największym skupiskiem ludności jest stolica kraju, Kopenhaga, licząca w 1995 roku 626 tys. mieszkańców (cała aglomeracja liczyła 1,353 mln mieszkańców).

¹ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

² Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

Struktura ludności według wieku przedstawia się następująco³:

do 19 lat	23,6%,
20 - 39 lat	29,8%,
40 - 64 lata	31,3%,
65 lat i więcej	15,3%.

Przyrost naturalny w ostatnich kilkunastu latach przedstawiał się następująco⁴:

1980	0,3
1990	0,5
1994	1,6.

Sytuacja i prognozy ekonomiczne

Szwecja

Dynamika przeciętnych wynagrodzeń realnych w przemyśle kształtowała się następująco⁵:

	rok poprzedni = 100
1990	100
1991	96
1992	105
1993	96.

³ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

⁴ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

⁵ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych kształtowały się następująco⁶:

	rok poprzedni = 100
1990	110
1991	109
1992	102
1993	105
1994	102
1995	103.

Produkt krajowy brutto wynosił w 1995 roku 229,1 mld USD, co w przeliczeniu na 1 mieszkańca wynosiło 25,946 tys. USD.

Według prognoz The Economist Intelligence Unit (EIU)⁷ dochód narodowy (GDP) w Szwecji wyniesie w 1997 roku 260,3 mld USD, co w przeliczeniu na jednego mieszkańca wyniesie 29,209 tys. USD.

W 1996 roku wzrost dochodu narodowego (GDP) w Szwecji wyniósł według EIU 1,8%, w 1997 roku przewidywany jest wzrost GDP o 2,5%. Poziom inflacji w 1996 roku wyniósł według EIU 1,2%, w 1997 roku przewiduje się inflację na poziomie 2,1%.

Turystyka według szacunków WTTC⁸ wytworzyła w 1996 roku 9,5% dochodu narodowego (GDP) Szwecji, w 2006 roku udział wpływów z turystyki w dochodzie narodowym (GDP) wyniesie 9,6%.

W 1996 roku turystyka i podróże tworzyły według szacunków WTTC⁹ na terenie Szwecji 390 tys. miejsc pracy. Oznacza to, że 1 osoba na każdych 10 zatrudnionych pracowała w turystyce. Przewiduje się, że w 2006 roku będzie o 30 tys. więcej miejsc pracy w turystyce. Każdego dnia turystyka i podróże tworzą 8 nowych miejsc pracy.

⁶ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

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

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

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

Dania

Dynamika przeciętnych wynagrodzeń realnych kształtowała się następująco¹⁰:

	rok poprzedni = 100
1990	102
1991	102
1992	101.

Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych kształtowały się następująco¹¹:

	rok poprzedni = 100
1990	103
1991	102
1992	102
1993	101
1994	102
1995	102.

Produkt krajowy brutto wynosił w 1995 roku 172,9 mld USD, co w przeliczeniu na 1 mieszkańca wynosiło 33,072 tys. USD.

Według prognoz The Economist Intelligence Unit (EIU)¹² dochód narodowy (GDP) w Danii wyniesie w 1997 roku 182,1 mld USD, co w przeliczeniu na jednego mieszkańca wyniesie 34,62 tys. USD.

W 1996 roku wzrost dochodu narodowego (GDP) w Danii wyniósł według EIU 1,1%, w 1997 roku przewidywany jest wzrost GDP o 2,0%. Poziom inflacji w 1996 roku wyniósł według EIU 2,2%. Podobnie w 1997 roku przewiduje się inflację na poziomie 2,2%.

Turystyka według szacunków WTTC¹³ wytworzyła w 1996 roku 11,4% dochodu narodowego (GDP) Danii, podobną wielkość przewiduje się w 2006 roku.

¹⁰ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

¹¹ Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.

¹² The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.

¹³ The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.

W 1996 roku turystyka i podróże tworzyły według szacunków WTTC¹⁴ na terenie Danii 290 tys. miejsc pracy. Oznacza to, że 1 osoba na każdych 9 zatrudnionych pracowała w turystyce. Przewiduje się, że w 2006 roku będzie o 30 tys. więcej miejsc pracy w turystyce. Każdego dnia turystyka i podróże tworzą 8 nowych miejsc pracy.

II. AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA MIESZKAŃCÓW SZWECJI I DANII

Aktywność turystyczna mieszkańców Szwecji i Danii i jej podstawowa struktura

Szwecja

W ostatnich sześciu latach Szwedzi wypoczywali najczęściej we własnym kraju. We wczesnych latach dziewięćdziesiątych liczba krajowych wyjazdów wypoczynkowych oscylowała między 43 a 44 mln podróży rocznie (dotyczy wyjazdów z przynajmniej jednym noclegiem). Rok 1993 był najlepszym rokiem dla turystyki krajowej. Liczba podróży wewnątrz kraju osiągnęła wtedy 47 mln. W kolejnych latach następował spadek liczby krajowych wyjazdów wypoczynkowych¹⁵, by w 1996 roku osiągnąć poziom 41 mln podróży¹⁶. W 1996 roku liczba krajowych podróży biznesowych wyniosła 9,9 mln.

Głównym motywem krajowych wyjazdów wypoczynkowych są odwiedziny krewnych i znajomych (blisko połowa wyjazdów w 1996 roku). Rzadziej motywem wyjazdów jest pobyt w domu wakacyjnym. Wypoczynek nad morzem (wyjazdy typu "słońce i plaża"), jazda na nartach czy odprężenie, relaks są motywami stosunkowo niedużej liczby wyjazdów krajowych.

Głównym motywem krajowych wyjazdów biznesowych jest załatwianie własnych interesów. Częstym motywem wyjazdów jest udział w konferencjach, kongresach i seminariach. Równie często motywem wyjazdów jest praca poza stałym miejscem zamieszkania. Nieznaczną tylko rolę odgrywają w wyjazdach krajowych podróże studyjne oraz wyjazdy mające na celu udział w targach i wystawach.

¹⁴ The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.

¹⁵ Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

¹⁶ Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

Tab. 1. Motywy krajowych wyjazdów mieszkańców Szwecji w 1996 roku

Wyjazdy wypoczynkowe		Wyjazdy biznesowe	
Motyw wyjazdu	Udział w %	Motyw wyjazdu	Udział w %
Odwiedziny krewnych lub znajomych	46,4	Prywatne interesy	41,2
Pobyt w domu wakacyjnym	16,4	Konferencje, kongresy, seminaria	27,3
Wypoczynek nad morzem	3,9	Praca poza stałym miejscem zamieszkania	27,2
Jazda na nartach	3,7	Podróże studyjne	2,5
Relaks, odprężenie	3,5	Targi, wystawy	1,8

Źródło: Tourist Data Base (TDB), w: Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

Samochód jest najczęściej używanym przez Szwedów środkiem transportu w podróżach krajowych. Przy tym wyższy udział ma w przypadku wyjazdów wypoczynkowych niż wyjazdów służbowych. Pozostałe środki transportu w przypadku wyjazdów wypoczynkowych nie odgrywają większego znaczenia. Natomiast podczas podróży biznesowych Szwedzi korzystają często z samolotu i pociągu.

Tab. 2. Środki transportu wykorzystywane w podróżach krajowych w 1996 roku przez Szwedów

Środek transportu	Udział w procentach	
	Wyjazdy wypoczynkowe	Wyjazdy biznesowe
Samochód	78	58
Samolot	3	19
Pociąg	9	17
Autobus	6	5
Inne	4	1

Źródło: Tourist Data Base (TDB), w: Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

Średnie wydatki Szwedów na krajowe podróże biznesowe są znacznie wyższe niż średnie wydatki na podróże wypoczynkowe. W 1996 roku średnio dziennie na osobę podczas krajowych wyjazdów biznesowych Szwedzi wydawali 1530 koron szwedzkich (SEK), a podczas podróży wypoczynkowych na terenie kraju wydawali 244 korony (SEK).

Na początku lat dziewięćdziesiątych rosła liczba zagranicznych wyjazdów ze Szwecji. Szczytowym rokiem dla turystyki wyjazdowej był 1992 rok. Po tym okresie nastąpił spadek liczby zagranicznych wyjazdów, związany z trudną sytuacją ekonomiczną kraju. Pierwsze oznaki poprawy sytuacji w turystyce wyjazdowej ze Szwecji przyniósł 1995 rok. W 1996 roku zanotowano dalszy wzrost liczby zagranicznych wyjazdów.

Tab. 3. Zagraniczne wyjazdy wypoczynkowe Szwedów^{x/}

Rok	Liczba wyjazdów w mln
1990	8,7
1991	10,2
1992	10,7
1993	9,4
1994	7,2
1995	7,6
1996	7,8

x/ z przynajmniej jednym noclegiem.

Źródło: Tourist Data Base (TDB), za: Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997 oraz Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

W 1995 roku Szwedzi odbyli 10,13 mln podróży zagranicznych. W 1996 roku liczba ta wzrosła do 10,4 mln.

Dania

W ostatnich sześciu latach systematycznie rosła liczba podróży krajowych Duńczyków korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej. Wyjątek stanowił 1993 rok, kiedy wzrost został zatrzymany, a liczba podróży utrzymała się na poziomie roku poprzedniego. W 1995 roku Duńczycy odbyli 17,05 mln podróży krajowych (liczba korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej).

Tab. 4. Liczba krajowych podróży Duńczyków korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej w latach 1991-1995

Rok	Liczba podróży w tys.
1991	15423,9
1992	15951,3
1993	15936,3
1994	16741,2
1995	17050,4

Źródło: Danish Tourist Board, za: Claire Weston, Denmark, w: International Tourism Reports nr 4, 1996, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1996.

Duńczycy podczas krajowych wyjazdów korzystają najczęściej z campingów. Turyści duńscy często nocują też w hotelach i centrach wakacyjnych. Jednak camping jest zdecydowanie dominującym typem bazy noclegowej. Liczba Duńczyków korzystających z campingów w 1995 roku była większa niż korzystających z hoteli i centrów wakacyjnych razem.

Tab. 5. Wykorzystanie bazy noclegowej przez Duńczyków podczas podróży krajowych w 1995 roku

Rodzaj bazy	Liczba pobyków w tys.
Hotele	3905,6
Centra wakacyjne	2385,9
Camping	7943,3
Wynajęte domki letniskowe	1428,3
Hotele młodzieżowe	599,9
Żaglówki/łodzie	787,4

Źródło: Danish Tourist Board, za: Claire Weston, Denmark, w: International Tourism Reports nr 4, 1996, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1996.

W 1995 roku zanotowano 3 905,6 tys. Duńczyków korzystających z noclegów w hotelach na terenie Danii.

Głównym motywem krajowych podróży Duńczyków zatrzymujących się w hotelach są interesy i sprawy służbowe. W 1995 roku podróże biznesowe stanowiły 76% ogółu tych podróży. Wyjazdy wypoczynkowe stanowiły tylko 24% podróży.

W pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych Duńczycy odbywali rocznie około 4 mln podróży zagranicznych. Liczba podróży powoli, lecz systematycznie rosła. W 1995 roku Duńczycy odbyli 5,919 mln podróży zagranicznych. W 1996 roku liczba podróży zagranicznych wzrosła do 6,118 mln.

Cele, motywy, preferowane środki transportu

Szwecja

Głównym motywem wyjazdów zagranicznych Szwedów jest wypoczynek. W 1995 roku wypoczynek był motywem 7,58 mln zagranicznych podróży na 10,13 mln wszystkich wyjazdów zagranicznych. W 1996 roku liczba zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych ze Szwecji wzrosła do 7,8 mln podróży na 10,4 mln wszystkich wyjazdów. Interesy i sprawy służbowe znacznie rzadziej są dla Szwedów motywem wyjazdów za granicę. W 1995 roku liczba wyjazdów biznesowych wynosiła 2,54 mln, a w 1996 roku 2,6 mln.

Jeśli przyjrzeć się bardziej szczegółowym motywom zagranicznych wyjazdów Szwedów, to wśród wyjazdów wypoczynkowych największą rolę odgrywają odwiedziny krewnych i znajomych. W 1996 roku udział wyjazdów o tej motywacji nieznacznie wzrósł z 23% w 1995 roku do 26%. Zdziwienie budzi fakt, że wyjazdy te skierowane były przede wszystkim do krajów Europy Wschodniej, Niemiec i krajów pozaeuropejskich. Sąsiednie kraje skandynawskie zajęły dopiero czwarte miejsce, jako kierunek wyjazdów o tej motywacji.

Wypoczynek nad morzem zajmuje drugie miejsce pod względem wielkości udziału wśród motywów wyjazdów za granicę. Szwedzi chętnie spędzają czas w swoich domkach wakacyjnych w sąsiednich krajach skandynawskich lub wyjeżdżają do krajów śródziemnomorskich (zwłaszcza do Hiszpanii). W 1996 roku nastąpił spadek udziału wyjazdów o tej motywacji (z 20% w 1995 roku do 15% w 1996 roku). Wśród pozostałych motywów największą rolę odgrywa chęć zabawy i rozrywki oraz potrzeba relaksu i odprężenia.

Tab. 6. Motywy zagranicznych wyjazdów Szwedów w 1996 roku

Wyjazdy wypoczynkowe		Wyjazdy biznesowe	
Motyw wyjazdu	Udział w %	Motyw wyjazdu	Udział w %
Odwiedziny krewnych i znajomych	26,2	Prywatne interesy, sprawy służbowe	50,4
Wypoczynek nad morzem	14,8	Konferencje, kongresy, seminaria	24,0
Zabawa i rozrywka	8,0	Praca poza stałym miejscem zamieszkania	12,9
Relaks, odprężenie	7,3	Podróże studyjne	8,0
Zwiedzanie interesujących miejsc	4,0	Targi, wystawy	4,7
Miasta	3,7		

Źródło: Tourist Data Base (TDB), w: Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

W przypadku wyjazdów biznesowych najważniejszym motywem były sprawy służbowe i własne interesy. W 1996 roku wyjazdy o tej motywacji stanowiły połowę wszystkich zagranicznych wyjazdów biznesowych. Często motywem wyjazdów był też udział w konferencjach, kongresach i seminariach. W 1996 roku nastąpił niewielki wzrost udziału wyjazdów o tej motywacji (z 20% wszystkich wyjazdów biznesowych w 1995 roku do 24% w 1996 roku). Zmniejszył się natomiast udział wyjazdów, których motywem była praca zawodowa (z 21,9% w 1995 roku do 12,9% w 1996 roku). Udział w zagranicznych wyjazdach biznesowych podróży studyjnych oraz wyjazdów mających na celu uczestnictwo w targach i wystawach utrzymał się na podobnym poziomie.

Głównym środkiem transportu w zagranicznych podróżach jest dla Szwedów samolot. Blisko połowa zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych odbywała się w 1996 roku drogą powietrzną. Udział wyjazdów samolotowych znacznie wzrasta w przypadku wyjazdów biznesowych (74% wszystkich zagranicznych wyjazdów biznesowych w 1996 roku).

Często wykorzystywanym przez Szwedów środkiem transportu przy wyjazdach zagranicznych jest samochód. Nie jest to dziwne, biorąc pod uwagę fakt, że znaczna część wyjazdów dotyczy sąsiednich krajów skandynawskich lub krajów Europy północnej. Szwedzi częściej korzystają z samochodu w przypadku zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych (31% wyjazdów w 1996 roku) niż w przypadku wyjazdów biznesowych (16% wyjazdów).

Najbardziej wykorzystywanym środkiem transportu jest kolej (4% wyjazdów wypoczynkowych, 1% wyjazdów biznesowych).

Tab. 7. Środki transportu wykorzystywane w wyjazdach zagranicznych przez Szwedów w 1996 roku

Środek transportu	Udział w procentach	
	Wyjazdy wypoczynkowe	Wyjazdy biznesowe
Samolot	46	74
Samochód	31	16
Prom	9	6
Autobus	8	2
Pociąg	4	1
Inne	2	1

Źródło: Tourist Data Base (TDB), w: Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

Dania

Głównym motywem wyjazdów zagranicznych Duńczyków jest wypoczynek. Tym motywem Duńczycy kierują się w przypadku ponad połowy wszystkich wyjazdów za granicę. W 1995 roku wypoczynek był motywem 3,225 mln zagranicznych podróży na 5,919 mln wszystkich wyjazdów zagranicznych, a w 1996 roku liczba zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych z Danii wzrosła do 3,495 mln podróży (na 6,118 mln wszystkich wyjazdów). Interesy i sprawy służbowe znacznie rzadziej są dla Duńczyków motywem wyjazdów za granicę. W 1995 roku liczba wyjazdów biznesowych wynosiła 1,88 mln, a w 1996 roku wzrosła do 2,069 mln podróży.

Główne środki transportu wykorzystywane w zagranicznych podróżach przez Duńczyków to samochód osobowy i samolot. W 1996 roku Duńczycy przy wyjazdach zagranicznych korzystali najczęściej z samochodu osobowego, przy czym w porównaniu z rokiem poprzednim wzrósł udział podróży samochodowych.

Blisko jedna trzecia zagranicznych wyjazdów Duńczyków odbywała się w 1996 roku drogą powietrzną. Udział wyjazdów samolotowych nieznacznie spadł w porównaniu z rokiem poprzednim. Najbardziej wykorzystywanym przez Duńczyków środkiem transportu jest przy wyjazdach zagranicznych pociąg.

Tab. 8. Środki transportu wykorzystywane w zagranicznych wyjazdach przez Duńczyków

Środek transportu	Udział w procentach	
	1995	1996
Samolot	37,0	32,1
Samochód	34,7	41,3
Autokar	12,9	13,6
Prom/statek	9,8	8,0
Pociąg	5,6	5,0

Źródło: European Travel Monitor, IPK International, Monachium, 1997.

Wyjazdy zagraniczne, porównania międzynarodowe, wydatki w czasie wyjazdu

Szwecja

Szwecja nie należy do czołówki krajów europejskim pod względem wielkości generowanego ruchu turystycznego. Jednak jeśli wziąć pod uwagę wskaźnik liczby zagranicznych wyjazdów w stosunku do liczby mieszkańców danego kraju, to okazuje się, że Szwecja dystansuje wtedy zarówno Niemcy, jak Wielką Brytanię i Francję, czyli najważniejsze w Europie rynki generujące ruch turystyczny.

Tab. 9. Wyjazdy zagraniczne z wybranych krajów europejskich w 1995 roku

Kraj	Liczba wyjazdów w mln	Liczba wyjazdów/liczby mieszkańców
Niemcy	73,44	0,90
Wielka Brytania	43,07	0,74
Francja	20,21	0,35
Holandia	19,05	1,23
Włochy	15,99	0,28
Szwecja	10,13	1,15

Źródło: WTO, TDB oraz obliczenia własne.

W 1996 roku (według wstępnych danych ETM¹⁷) Szwecja zajęła ósme miejsce w Europie pod względem liczby podróży zagranicznych. Wyprzedziły ją Niemcy obejmując 27% rynku, Francja (6%), Holandia, Włochy, Szwajcaria i Rosja (po 5%).

Szwecja pod względem wysokości wydatków na podróże zagraniczne zajmuje 16 miejsce na świecie, a wśród krajów europejskich 11 miejsce. W 1995 roku Szwedzi wydali na wyjazdy zagraniczne 5,422 mld USD, o 11,5% więcej niż w 1994 roku. Stanowiło to 2,7% ogółu wydatków na wyjazdy zagraniczne w Europie.

Tab. 10. Wydatki Szwedów na turystykę zagraniczną na tle wybranych krajów europejskich

Kraj	Wydatki w mln USD			
	1992	1993	1994	1995
Niemcy	36891	38053	44284	50675
Wielka Brytania	19850	19058	22185	24737
Francja	13914	12836	13773	16328
Włochy	16530	14044	12085	12419
Austria	8393	8263	9401	11687
Rosja	b.d.	b.d.	7092	11599
Szwecja	6969	4480	4864	5422

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

Turysta szwedzki w 1995 roku wydawał przeciętnie 2,3 tys. koron szwedzkich na podróż, przy czym średnie wydatki podczas podróży biznesowych były znacznie wyższe i wynosiły 3,9 tys. koron szwedzkich¹⁸.

W 1996 roku średnie dzienne wydatki na osobę turysty szwedzkiego podczas podróży biznesowych wynosiły 2,73 tys. koron szwedzkich. Dienne średnie wydatki na osobę podczas wyjazdów wypoczynkowych były znacznie niższe i wynosiły 590 koron¹⁹.

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

¹⁸ Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

¹⁹ Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.

Dania

Dania nie należy do czołówki krajów europejskim pod względem wielkości generowanego ruchu turystycznego. Jednak jeśli wziąć pod uwagę wskaźnik liczby zagranicznych wyjazdów w stosunku do liczby mieszkańców danego kraju, to okazuje się, że Dania dystansuje wtedy zarówno Niemcy, jak Wielką Brytanię i Francję, czyli najważniejsze w Europie rynki generujące ruch turystyczny. Wyprzedza ją jednak zarówno Holandia, jak i Szwecja.

Tab. 11. Wyjazdy zagraniczne z wybranych krajów europejskich w 1995 roku

Kraj	Liczba wyjazdów w mln	Liczba wyjazdów/liczby mieszkańców
Niemcy	73,44	0,90
Wielka Brytania	43,07	0,74
Francja	20,21	0,35
Holandia	19,05	1,23
Włochy	15,99	0,28
Szwecja	10,13	1,15
Dania	5,92	1,13

Źródło: WTO, TDB, ETM oraz obliczenia własne.

Dania pod względem wysokości wydatków na podróże zagraniczne zajmuje 20 miejsce na świecie, a wśród krajów europejskich 13 miejsce. W 1995 roku Duńczycy wydali na wyjazdy zagraniczne 4,28 mld USD, o 19,5% więcej niż w 1994 roku. Stanowiło to 2,2% ogółu wydatków na wyjazdy zagraniczne w Europie.

W 1996 roku Duńczycy na wyjazdy zagraniczne wydali według wstępnych danych OECD²⁰ 4,14 mld USD.

²⁰ International tourism in the OECD area. Grows moderately in 1996: Outlook steady for 1997, OECD, Paris, 1997.

Tab. 12. Wydatki Duńczyków na turystykę zagraniczną na tle wybranych krajów europejskich

Kraj	Wydatki w mln USD			
	1992	1993	1994	1995
Niemcy	36891	38053	44284	50675
Wielka Brytania	19850	19058	22185	24737
Francja	13914	12836	13773	16328
Włochy	16530	14044	12085	12419
Austria	8393	8263	9401	11687
Rosja	b.d.	b.d.	7092	11599
Szwecja	6969	4480	4864	5422
Dania	3779	3214	3583	4280

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

Popyt na kategorie produktu

W przypadku obu rynków, tak szwedzkiego jak i duńskiego, zainteresowanie budzą podobne kategorie produktu turystycznego.

Największe zainteresowanie budzą wyjazdy wypoczynkowe nad morze (typu "słońce i plaża"). Popularne też w przypadku obu krajów są wyjazdy do domów letniskowych. Duży popyt istnieje na wyjazdy typu "city break" (głównie do Paryża i Londynu). Duże grono zwolenników ma oferta kulturalna. Zainteresowanie wśród Szwedów i Duńczyków budzi opera, teatr, muzea.

Nieślabnącym zainteresowaniem cieszą się nadal wyjazdy na zakupy (t.zw. "shopping"). Nadal zwolenników mają wycieczki objazdowe. Istnieje też popyt na wyjazdy związane z pobytem "na łonie natury". Wśród ofert turystyki aktywnej największą grupę zwolenników ma zagraniczna oferta narciarska, przy tym większe zainteresowanie wyjazdami na narty występuje w przypadku rynku duńskiego (wyjazdy głównie do Norwegii i krajów alpejskich). Turystyka aktywna ma zwolenników nie tylko wśród narciarzy. Pewne zainteresowanie budzą zagraniczne oferty obejmujące takie sporty, jak żeglarstwo (więcej zwolenników znajduje się na rynku szwedzkim), czy gra w golfa.

III. NAJWAŻNIEJSZE RYNKI DOCELOWE

Miejsce rynku szwedzkiego i duńskiego na turystycznej mapie Europy

Szwecja i Dania nie należą do najważniejszych rynków generujących ruch turystyczny w Europie. Szwecja ma jednak lepszą pozycję niż Dania, zajmując ósme miejsce wśród krajów europejskich pod względem liczbą wyjazdów. Do regionów najczęściej odwiedzanych należy Europa północna, część zachodniej i basen Morza Śródziemnego.

Odwiedzane kraje, miejsce Szwecji i Danii na rynkach przyjmujących

Szwecja

Krajem najczęściej odwiedzanym przez Szwedów jest Dania. W 1996 roku do Danii skierowanych było 16,1% wszystkich zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych i 12,6% wszystkich zagranicznych wyjazdów biznesowych (16,0% wyjazdów biznesowych w 1995 roku). Niewielki spadek udziału wyjazdów do Danii obserwowany w 1996 roku dotyczył wyjazdów biznesowych.

Tab. 13. Najważniejsze kierunki zagranicznych wyjazdów Szwedów w 1996 roku

Wyjazdy wypoczynkowe			Wyjazdy biznesowe		
Kraj	Udział w %		Kraj	Udział w %	
	1996	1995		1996	1995
Dania	16,1	16,7	Niemcy	15,5	15,4
Finlandia	12,6	16,6	Dania	12,6	16,0
Norwegia	10,6	9,6	Norwegia	11,2	9,3
Hiszpania	9,9	5,4	Finlandia	10,5	8,9
Grecja	8,8	8,8	Wielka Brytania	8,1	10,5
Niemcy	7,1	b.d.	Francja	6,3	5,2

Źródło: Tourist Data Base (TDB), w: Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997 oraz Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

Szwedzi chętnie odwiedzają też inne kraje skandynawskie. W 1996 roku zaobserwowano spadek udziału wyjazdów do Finlandii, który dotyczył wyjazdów wypoczynkowych i niewielki wzrost udziału wyjazdów do Norwegii.

Wśród innych głównych kierunków wyjazdów wypoczynkowych znajdują się takie kraje, jak Hiszpania (zwrost udziału wyjazdów w 1996 roku), Grecja i Niemcy.

Niemcy w 1996 roku były najważniejszym kierunkiem wyjazdów biznesowych. Oprócz krajów skandynawskich, które zajęły pozycje po Niemczech, do najważniejszych kierunków wyjazdów biznesowych należą też Wielka Brytania i Francja.

Wśród dalszych kierunków wyjazdowych (kraje pozaeuropejskie) warto zwrócić uwagę na Stany Zjednoczone. W 1996 roku liczba wyjazdów ze Szwecji do USA gwałtownie wzrosła. W 1995 roku liczba ta wynosiła 193 tys., a w 1996 roku 258 tys. Najprawdopodobniej fakt ten związany jest z wojną cenową, jaką na rynku szwedzkim prowadzą biura podróży.

Najważniejsze znaczenie mają Szwedzi na rynku fińskim. W 1996 roku zajęli pierwsze miejsce na tym rynku pod względem liczby przyjazdów. Kolejne miejsce zajęli Niemcy, w przypadku których od dwóch lat obserwuje się systematyczne zmniejszanie liczby przyjazdów.

Drugą pozycję zajęli Szwedzi na rynku duńskim. Wyprzedzili ich tylko Niemcy. Trzecie miejsce zajmowali Szwedzi na rynku norweskim. Wyprzedzili ich tylko Niemcy i Duńczycy.

Na rynku greckim Szwedzi zajęli szóste miejsce pod względem liczby przyjazdów. Wyprzedzili ich Niemcy, Brytyjczycy, Włosi, Francuzi i Holendrzy. Dziewiąte miejsce Szwedzi zajęli na rynku hiszpańskim, zaś dziesiąte na rynku portugalskim i holenderskim. Jedenaste miejsce zajmowali Szwedzi na rynku niemieckim i austriackim.

Dania

Krajem najczęściej odwiedzanym przez Duńczyków są Niemcy. W 1996 roku Duńczycy odbyli 1,31 mln podróży na 6,12 mln wszystkich zagranicznych wyjazdów. Drugie miejsce pod względem liczby wyjazdów z Danii zajmuje Szwecja.

Dużą popularnością cieszą się wśród Duńczyków, takie kraje jak Francja (głównie Paryż, a także wyjazdy letnie - zwłaszcza do południowej Francji i Prowansji oraz wyjazdy zimowe), Hiszpania (ważny kierunek letnich wyjazdów typu "słońce i plaża"), Norwegia i Wielka Brytania (szczególnie wyjazdy weekendowe do Londynu).

Tab. 14. Najważniejsze kierunki zagranicznych wyjazdów Duńczyków w latach 1995-1996

Kraj	Liczba wyjazdów w tys.	
	1995	1996
Niemcy	1370	1311
Szwecja	787	660
Francja	616	561
Hiszpania	463	512
Norwegia	507	483
Wielka Brytania	432	480
Włochy	316	351
Grecja	287	302

Źródło: European Travel Monitor, IPK International, Monachium, 1997.

W 1996 roku w stosunku do roku poprzedniego nastąpił wzrost liczby wyjazdów z Danii do takich krajów, jak Hiszpania, Wielka Brytania, Włochy i Grecja. Jednocześnie nastąpił spadek liczby wyjazdów do Szwecji, Niemiec, Francji i Norwegii.

Najważniejsze znaczenie Duńczycy mają dla rynku norweskiego. W 1996 roku zajęli drugie miejsce na tym rynku pod względem liczby przyjazdów. Wyprzedzili ich tylko Niemcy, w przypadku których od dwóch lat obserwuje się systematyczne zmniejszanie liczby przyjazdów.

Na rynku niemieckim Duńczycy zajęli w 1996 roku 9 miejsce pod względem liczby przyjazdów. Najwyższą pozycję na tym rynku zajmowali Holendrzy, Amerykanie i Brytyjczycy. Dziewiąte miejsce Duńczycy zajęli też na rynku greckim i portugalskim.

Na rynku fińskim Duńczycy zajęli 12 miejsce. Najwyższą pozycję na tym rynku zajmowali Szwedzi, Niemcy, Rosjanie i Brytyjczycy. Dwunaste miejsce Duńczycy zajęli też na rynku holenderskim.

Na rynku hiszpańskim Duńczycy zajęli 13 miejsce. Pierwsze miejsca na tym rynku zajmowali Niemcy, Brytyjczycy, Francuzi i Belgowie. Podobnie na rynku austriackim Duńczycy zajęli 13 miejsce. Najwyższą pozycję na tym rynku zajmowali Niemcy, Włosi i Szwajcarzy.

Konkurencja dla Polski

Szwecja

Największą konkurencję na rynku szwedzkim stanowią dla Polski Niemcy. W 1996 roku odnotowano wzrost zainteresowania tym krajem. Również kraje skandynawskie, pomimo obserwowanego w 1996 roku spadku liczby wyjazdów w tym kierunku (oprócz Norwegii), stanowią dla nas silną konkurencję.

Jeśli chodzi o kraje Europy Środkowo-Wschodniej, to obserwuje się wyraźny spadek zainteresowania wśród turystów szwedzkich tym rejonem Europy jako kierunkiem wyjazdowym. Czechy i Węgry, które w latach ubiegłych stanowiły dla Polski konkurencję w tym rejonie, notują spadek liczby przyjazdów ze Szwecji. Ponieważ jedynie w przypadku Polski następuje wzrost liczby przyjazdów, można przypuszczać, że w najbliższych latach utrzyma się prymat Polski jako kierunku przyjazdowego ze Szwecji w tym rejonie Europy i nie będziemy mieli tu groźniejszego konkurenta.

Dania

Największą konkurencję dla Polski na rynku duńskim stanowią Niemcy, Szwecja, Francja i Wielka Brytania oraz kraje basenu Morza Śródziemnego. Wyjazdy do krajów Europy Wschodniej stanowiły w 1995 roku 8% wszystkich zagranicznych wyjazdów. Polska cieszy się w tym regionie największym zainteresowaniem. Jednak poważną konkurencję mogą stanowić tu dla nas Czechy.

IV. SEGMENTACJA RYNKÓW

Główne ośrodki wysyłające

Szwecja

Do największych ośrodków wysyłających turystów za granicę należy Sztokholm, Goeteborg i Malmo, a także ich najbliższe okolice (jednostki należące administracyjnie do aglomeracji tych trzech ośrodków).

Tab. 15. Ośrodki generujące ruch zagraniczny ze Szwecji w 1995 roku

Region, miasto	Udział w wyjazdach zagranicznych w %
Sztokholm	29,3
Goeteborg	11,4
Malmo	8,9
Aglomeracje (tych trzech miast)	29,3
Południowo-środkowe miasta	14,5
Północno-środkowe miasta	3,0
Północne regiony wiejskie	3,6

Źródło: Tourist Data Base (TDB), za: Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

Dania

Ośrodkiem wysyłającym największą liczbę turystów za granicę jest Kopenhaga. Ze względu na niewielką powierzchnię zajmowaną przez Danię, Kopenhaga jest też najlepszym miejscem do prowadzenia promocji na tym rynku.

Struktura wyjazdów

Szwecja

W 1995 roku 33,5% zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych zakupionych zostało u tour operatorów. W przypadku 12,5% wyjazdów Szwedzi skorzystali z pomocy agencji turystycznych przy rezerwacji usług, zaś w przypadku 36% wyjazdów rezerwowali usługi bezpośrednio w liniach lotniczych, liniach promowych czy hotelach. W przypadku 18% wyjazdów nie dokonywano żadnej wcześniejszej rezerwacji. Należy brać jednak pod uwagę, że forma organizacji zagranicznych wyjazdów na rynku szwedzkim w dużej mierze zależy od takich czynników, jak odległość czy środek transportu²¹.

Szwedzi najczęściej organizują swoje zagraniczne wyjazdy wypoczynkowe bądź wykupując gotowe pakiety usług w biurach podróży, bądź dokonując wcześniejszej rezerwacji bezpośrednio u usługodawców.

²¹ Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

Tab. 16. Formy organizacji zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych Szwedów w 1996 roku

Forma organizacyjna	Udział w procentach
Wykupiony gotowy pakiet usług w biurach podróży	31,9
Rezerwacja usług przez biura podróży	18,0
Bezpośrednia rezerwacja u usługodawców	32,1
Wyjazdy organizowane samodzielnie	18,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Swedline, Biuro Badań Statystycznych, Sztokholm, 1997.

Szwedzi wyjeżdżają za granicę na wypoczynek najczęściej na krótkie pobyty, trwające 1-3 noce. Te wyjazdy stanowiły w 1995 roku 26% wszystkich zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych (z wyłączeniem jednodniowych wyjazdów). Wyjazdy trwające tydzień (6-7 nocy) stanowiły 17% wszystkich wyjazdów wypoczynkowych. Wyjazdy trwające 11-17 nocy stanowiły 10% wyjazdów. Wstępne dane za 1996 rok wskazują na podobne trendy²².

Większość zagranicznych wyjazdów biznesowych trwa bardzo krótko. Wyłączając wyjazdy jednodniowe aż 67% wszystkich wyjazdów biznesowych trwała 1-4 noce. Wśród podróży biznesowych wyróżniona została kategoria podróży studyjnych, z której to kategorii 5% stanowiły wyjazdy trwające 10-17 nocy.

Przeciętny zagraniczny wyjazd wypoczynkowy Szweda w 1995 roku trwał 9,08 nocy, zaś przeciętny wyjazd biznesowy trwał 3,91 nocy.

²² Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

W zależności od wieku można dokonać podziału turystów szwedzkich na następujące grupy²³:

- | | |
|-------------------|---|
| wiek 15-29 lat - | mężczyźni podróżują częściej niż kobiety; czas trwania wyjazdów zagranicznych mężczyzn: najczęściej 1-2 noce albo 7 nocy, duża grupa 11-17 nocy; czas trwania wyjazdów zagranicznych kobiet: najczęściej 7 nocy lub 11-17 nocy, |
| wiek 30-44 lata - | kobiety i mężczyźni podróżują równie często; czas trwania wyjazdów mężczyzn: równie często kilka nocy, 7 nocy i 11-17 nocy; czas trwania wyjazdów kobiet: podobnie, jednak najczęściej 2 noce, |
| wiek średni - | wiek najczęstszych wyjazdów zagranicznych kobiet; czas trwania wyjazdów kobiet: równie często kilka nocy, 7 nocy i 11-17 nocy; czas trwania wyjazdów mężczyzn: bardzo krótkie wyjazdy, 7 nocy lub 11-17 nocy, |
| wiek starszy - | starsi Szwedzi mający dużo wolnego czasu; czas trwania wyjazdów mężczyzn: weekend albo powyżej 17 nocy; czas trwania wyjazdów kobiet: 11-17 nocy lub 7 nocy. |

Głównym miesiącem wyjazdów wypoczynkowych za granicę jest dla Szwedów lipiec. Szwedzi wyjeżdżają również licznie w sierpniu, czerwcu i kwietniu (okres Świąt Wielkanocnych, kiedy Szwedzi wyjeżdżają w góry na narty albo nawet chętniej, do ciepłych krajów). Najrzadziej za granicę Szwedzi wyjeżdżają w lutym.

Poza sezonem ze Szwecji wyjeżdżają za granicę prawie sami emeryci lub osoby o specjalnych zainteresowaniach, jak np. wędkarze, gracze w golfa, narciarze. Inna grupa, to osoby o zainteresowaniach kulturalnych, pragnące wziąć udział w określonych imprezach czy wydarzeniach.

²³ Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

Tab. 17. Sezonowość zagranicznych wyjazdów wypoczynkowych Szwedów w 1995 roku

Miesiąc	Udział w %	Miesiąc	Udział w %
Styczeń	5,4	Lipiec	17,8
Luty	4,7	Sierpień	10,9
Marzec	6,2	Wrzesień	7,3
Kwiecień	10,1	Październik	7,3
Maj	8,7	Listopad	5,4
Czerwiec	10,3	Grudzień	5,7

Źródło: Tourist Data Base (TDB), za: Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.

Turyści szwedzcy za granicą nocują najczęściej w hotelach, pensjonatach lub motelach (38,5% podróży w 1995 roku). Znacząca część Szwedów korzysta z gościny krewnych lub znajomych (22,7%). Bardzo popularne są własne bądź wynajęte domy lub apartamenty. W 1995 roku 7,3% Szwedów mieszkało za granicą we własnych domach lub mieszkaniach, zaś dalszych 11,1% skorzystało z możliwości wynajęcia domu lub apartamentu. Młodzi Szwedzi chętnie korzystają z hoteli młodzieżowych. W 1995 roku z tego typu zakwaterowania skorzystano w przypadku 8,6% wyjazdów.

Dania

Duńczycy najczęściej organizują swoje zagraniczne wyjazdy wykupując usługi w biurach podróży. W 1995 roku ponad połowa wyjazdów zagranicznych z Danii została zorganizowana w ten sposób. W 1996 roku nastąpił wzrost udziału tej formy wyjazdów.

Tab. 18. Formy organizacji zagranicznych wyjazdów Duńczyków w latach 1995-1996

Forma organizacyjna	Udział w procentach	
	1995	1996
Wykupienie usług w biurach podróży	57,8	63,2
Bezpośrednia rezerwacja u usługodawców	16,4	19,0
Wyjazdy organizowane samodzielnie	25,8	17,8

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych ETM, IPK International, Monachium, 1997.

W 1995 roku co czwarty Duńczyk organizował swój wyjazd samodzielnie. W 1996 roku nastąpił znaczny spadek udziału wyjazdów organizowanych samodzielnie na korzyść pozostałych form organizacji wyjazdów. Wyjazdy organizowane samodzielnie i wyjazdy, przy których dokonano wcześniejszej rezerwacji bezpośrednio u usługodawców miały w 1996 roku podobną wielkość udziału.

Duńczycy podczas zagranicznych wyjazdów nocują najczęściej w bazie hotelowej. Często też korzystają z noclegów w wynajętych domkach lub mieszkaniach bądź korzystają z noclegów na campingach.

Tab. 19. Najczęściej wykorzystywana baza noclegowa przez Duńczyków podczas wyjazdów zagranicznych

Rodzaj bazy	Liczba wyjazdów (w tys.)	
	1995	1996
Hotele 4- i 5-gwiazdkowe	1084	1376
Hotele średniej klasy	1489	1581
Hotele tanie	607	736
Wynajęty domek/mieszkanie	750	666
Kwatery prywatne	161	86
Camping	405	279
Prom/żaglówka/statek	83	96
Schroniska młodzieżowe	88	129

Źródło: ETM, IPK International, Monachium, 1997.

W 1996 roku wzrosło zainteresowanie hotelami, zwłaszcza wysokiej kategorii oraz schroniskami młodzieżowymi. Jednocześnie zmniejszyło się zainteresowanie noclegami na campingach, w kwaterach prywatnych oraz wynajętych domkach czy mieszkaniach.

Na terenie Danii największe zainteresowanie Polską obserwuje się wśród osób w wieku 40-59 lat. Ostatnio widoczny jest wzrost zainteresowania Polską wśród duńskiej młodzieży.

V. KANAŁY DYSTRYBUCJI I PROMOCJI

Kanały dystrybucji produktów turystycznych

Szwecja

Do najważniejszych agencji turystycznych na rynku szwedzkim ze względu na wielkość obrotów należą: **Nyman & Schultz, Bennett, Ticket, ReseCenter, Resia-gruppen, Flex Resor/Resehusen, Stockholms Affärs, Motormännens, Scanropa-gruppen, A & L.**

Główni touroperatorzy na rynku szwedzkim to:

Vingresor - 15,4% rynku szwedzkiego w 1995, 14,5% w okresie I-XI.1996,
Apollo Resor - 9,3% rynku szwedzkiego w 1995, 8,1% w okresie I-XI.1996,
Fritidsresor - 8,2% rynku szwedzkiego w 1995, 11,3% w okresie I-XI.1996,
Always - 3,9% rynku szwedzkiego w 1995, 4,3% w okresie I-XI.1996,
Spies - 3,9% rynku szwedzkiego w 1995, 3,7% w okresie I-XI.1996,
Atlas - 1,7% rynku szwedzkiego w 1995, 0,9% w okresie I-XI.1996,
Royal Tours - 1,6% rynku szwedzkiego w 1995, 1,8% w okresie I-XI.1996.

W ostatnim roku ogromnie wzrosło zainteresowanie polską ofertą wśród szwedzkich biur podróży. Liczba szwedzkich biur podróży posiadających w swojej stałej ofercie Polskę wzrosła według szacunków POIT-u w Sztokholmie o około 40% w 1996 roku w stosunku do roku poprzedniego.

Dania

Na rynku duńskim działają m.in. następujące biura turystyczne:

Benns Rejser A/S - Copenhagen,

Bennett Destination Partners - Bredgade 28, DK-1260 Copenhagen K,
tel. 45 3345 4510, fax 45 3345 4515,

Dan-Express - Amgerbrogade 8, DK-2300 Copenhagen S, tel. 45 3195 8900,

Delta of Scandinavia - Vesterbrogade 35, DK-1620 Copenhagen V, tel. 45 3131 1201,
fax 45 3325 1637,

FDM Rejsebureau - Firskovvej 32, DK-2800 Lyngby,

First United - H.C.Andersens Boulevard 38, DK-1553 Copenhagen V, tel. 45 3311 7575,
fax 45 3311 7979,

Gislev Rejser - Orbaekvej 12, DK-5854 Gislev,

Kuoni Travel (Scandinavia) - Gl. Kongevej 3, DK-1610 Copenhagen V,

tel. 45 3123 1080, fax 45 3124 0399,

Scan Travel Partners - Vestergade 23-25, DK-1456 Copenhagen K, tel. 45 3332 3855,
fax 45 3332 2340,

Viking Nordturist - Aboulevard 29, DK-1960 Frederiksberg C.

Kanały informacji

Szwecja

Prasa ogólnodostępna:

Aftonbladet - dziennik sztokholmski o nakładzie 353-470 tys. egz.,

Arbetet - dziennik wydawany w Malmö w nakładzie 96,9-105,3 tys. egz.,

Dagens Nyheter - dziennik sztokholmski o nakładzie 400 tys. egz.,

Expressen - dziennik sztokholmski o nakładzie 430 tys. egz.,

GT/KVALLSPÖSTEN - dziennik wydawany w Malmö w nakładzie 180-210 tys. egz.,

Svenska Dagbladet - dziennik sztokholmski o nakładzie 204 tys. egz.

Prasa dla branży:

Affarsresenaren - biznesowy magazyn dla branży wydawany sześć razy w roku w nakładzie 70 tys. egz.,

Business Travel - magazyn dla branży wydawany sześć razy w roku w nakładzie 50 tys. egz.,

Manadens Affärer - miesięcznik o nakładzie 55 tys. egz.,

Resflex - miesięcznik o nakładzie 10 tys. egz.,

Scanorama - pismo wydawane 10 razy w roku w nakładzie 113-210 tys. egz.,

Travel News - magazyn dla branży wydawany 10 razy w roku w nakładzie 13 tys. egz.

Prasa turystyczna dla konsumentów:

Check-in - magazyn dla konsumentów wydawany 4 razy w roku w nakładzie 70 tys. egz.,

Resguide - magazyn dla konsumentów wydawany 10 razy w roku w nakładzie 48 tys. egz.,

Walkabout - magazyn dla konsumentów wydawany 6 razy w roku w nakładzie 40 tys. egz.,

Dania

Prasa ogólnodostępna:

Aktuelt - dziennik o nakładzie 40 tys. egz.,

B.T. - dziennik o nakładzie 170-200 tys. egz.,

Ekstra Bladet - dziennik o nakładzie 790 tys. egz.,

Politiken - tygodnik o nakładzie 170 tys. egz.

Prasa dla branży:

Stand by Travel Trade Journal - pismo wydawane 9 razy w roku w nakładzie 25 tys. egz.,

Take off Travel Trade Journal - miesięcznik o nakładzie 6 tys. egz.

Główne formy promocji stosowane na rynku i działania konkurencji

Wiele krajów działalność promocyjną na rynkach skandynawskich prowadzi poprzez swoje narodowe ośrodki informacji turystycznej. One to odpowiadają za promocję na tych rynkach, koordynują działania promocyjne i realizują kampanie promujące własny kraj.

Promocja na terenie rynków skandynawskich prowadzona jest głównie poprzez reklamę i artykuły sponsorowane w prasie branżowej i konsumenckiej, materiały promocyjne takie, jak broszury informacyjne, ulotki, filmy video, plakaty itp. przygotowane dla branży i konsumentów, ogłoszenia i programy radiowe i telewizyjne.

Organizowane są study press dla przedstawicieli prasy branżowej i konsumenckiej. Dla przedstawicieli branży turystycznej organizowane są study tours.

Istotny dla działalności promocyjnej na tych rynkach jest udział w targach turystycznych. Na terenie krajów skandynawskich organizowanych jest szereg imprez targowych. Na rynku szwedzkim najważniejsze są międzynarodowe targi turystyczne **Tur**, organizowane co roku w Göteborgu w marcu. Na rynku duńskim ważne są międzynarodowe targi turystyczne **Ferie**, organizowane co roku w styczniu w Kopenhadze.

Działania promocyjne na rynku skandynawskim podejmowane przez inne kraje obejmują organizację konferencji prasowych, przygotowywanie i kolportaż wśród branży i mediów biuletynów i serwisów informacyjnych.

Organizowane są różnego rodzaju imprezy promocyjne, seminaria informacyjno-promocyjne, prezentacje i pokazy filmowe skierowane do przedstawicieli branży turystycznej, różnych grup zawodowych lub społecznych.

VI. MIEJSCE RYNKU W PRZYJAZDACH DO POLSKI

Przyjazdy i zmiany w ostatnich latach

W 1996 roku Polskę odwiedziło 87,44 mln cudzoziemców (przekroczenia granicy według GUS), w tym 199,3 tys. mieszkańców Szwecji i 144,0 tys. mieszkańców Danii. Największą grupę przyjezdnych stanowili Niemcy i Czesi (przy czym duża część gości z tych krajów to odwiedzający jednodniowi), mieszkańcy Ukrainy, Słowacy (duża grupa Słowaków to odwiedzający jednodniowi) i mieszkańcy Białorusi.

Tab. 20. Przyjazdy do Polski z głównych krajów w latach 1993-1996 według przekroczeń granicy i prognoza na 1997 rok (w tys. osób).

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

x/ prognoza.

Źródło: GUS, prognoza Instytutu Turystyki w Warszawie.

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

W 1996 roku odwiedziło Polskę 19,4 mln turystów (cudzoziemcy spędzający przynajmniej jedną noc w Polsce). Według prognoz Instytutu Turystyki w Warszawie w 1997 roku liczba turystów zagranicznych odwiedzających Polskę wzrośnie do 19,9 mln osób. Wśród turystów dominują mieszkańcy krajów sąsiadujących z Polską. Turyści ze **Szwecji** stanowili w 1996 roku 1,03% wszystkich zagranicznych turystów odwiedzających Polskę, a turyści z **Danii** 0,74% wszystkich turystów.

Szwecja

W pierwszych latach dziewięćdziesiątych systematycznie rosła liczba przyjazdów ze Szwecji do Polski. Szczytowym rokiem pod względem liczby przyjazdów był 1994 rok, kiedy do Polski przyjechało 204,6 tys. Szwedów. W 1995 roku nastąpił spadek liczby przyjazdów. Należy przy tym zaznaczyć, że zmniejszyła się wtedy liczba przyjazdów do Polski z większości krajów Europy Zachodniej, co należy wiązać z gorszą niż spodziewana sytuacją ekonomiczną tego regionu Europy.

Tab. 21. Liczba przyjazdów Szwedów do Polski w latach 1991-1996 i prognoza na 1997 rok

Rok	Liczba przyjazdów w tys. osób
1991	143,6
1992	158,8
1993	177,3
1994	204,6
1995	197,7
1996	199,3
1997 ^{x/}	203,0

x/ prognoza.

Źródło: GUS, prognoza Instytutu Turystyki w Warszawie.

W 1996 roku do Polski przyjechało 199,3 tys. Szwedów. Zahamowany został spadek liczby przyjazdów obserwowany w 1995 roku i liczba ta utrzymała się na poziomie roku poprzedniego (wzrost wyniósł zaledwie 0,8%). W 1997 roku przewiduje się niewielki wzrost liczby przyjazdów.

Dania

W 1991 roku Polskę odwiedziło 141,6 tys. Duńczyków. W kolejnych dwóch latach (1992-1993) obserwowano spadek liczby przyjazdów z Danii do Polski. W 1994 roku zanotowano gwałtowny, jednorazowy wzrost liczby przyjazdów. Do Polski przyjechało wtedy 203,2 tys. Duńczyków. Jednak w latach 1995-1996 nastąpił kolejny spadek liczby przyjazdów. Należy przy tym zaznaczyć, że w 1995 roku zanotowano spadek liczby przyjazdów do Polski z większości krajów Europy Zachodniej, co należy wiązać z gorszą niż spodziewana sytuacją ekonomiczną tego regionu Europy.

Tab. 22. Liczba przyjazdów Duńczyków do Polski w latach 1991-1996 i prognoza na 1997 rok

Rok	Liczba przyjazdów w tys. osób
1991	141,6
1992	122,3
1993	115,3
1994	203,2
1995	170,4
1996	144,0
1997 ^{x/}	152,0

x/ prognoza.

Źródło: GUS, prognoza Instytutu Turystyki w Warszawie.

W 1996 roku do Polski przyjechało 144,0 tys. Duńczyków. W stosunku do roku poprzedniego był to spadek liczby przyjazdów o 15,5%. Przewiduje się, że w 1997 roku nastąpi zahamowanie tendencji spadkowej w przyjazdach z rynku duńskiego i będziemy mieli do czynienia z niewielkim, bo o 5,5%, wzrostem liczby przyjazdów..

Wydatki na tle wydatków innych

W 1996 roku Skandynawowie wydali w Polsce 124,0 mln USD, o 45,0 mln USD więcej niż w roku poprzednim. Wydatki Skandynawów stanowiły w 1996 roku 1,6% wszystkich wydatków cudzoziemców w Polsce, a w 1995 roku 1,3%.

Tab. 23. Wydatki cudzoziemców (turystów i jednodniowych odwiedzających) w Polsce w latach 1995-1996 według krajów w mln USD

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

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

W 1996 roku przeciętny turysta z krajów skandynawskich wydawał podczas pobytu w Polsce 275 USD na osobę, a średnie wydatki na dzień wyniosły 36 USD. W porównaniu do roku poprzedniego nastąpił wzrost średnich wydatków na osobę o 53 USD, a średnie dzienne wydatki zmniejszyły się o 4 USD.

W 1996 roku turysta szwedzki wydawał podczas pobytu w Polsce średnio na osobę 270 USD, o 112 USD więcej niż w roku poprzednim. Średnie dzienne wydatki turysty szwedzkiego w Polsce wyniosły w 1996 roku 33 USD, o 4 USD więcej niż w roku poprzednim.

Turysta duński wydawał w Polsce w 1996 roku średnio na osobę 290 USD, o 74 USD więcej niż w roku poprzednim. Średnie dzienne wydatki turysty duńskiego w Polsce wyniosły w 1996 roku 41 USD, o 4 USD więcej niż w roku poprzednim.

Tab. 24. Średnie wydatki turystów szwedzkich i duńskich w Polsce w latach 1991-1996 na tle średnich ogółem

Lata	Średnie wydatki na osobę w USD			Średnie wydatki na dzień w USD		
	Szwecja	Dania	Ogółem	Szwecja	Dania	Ogółem
1991	279	172	153	33	25	24
1992	373	234	145	48	45	25
1993	254	311	162	40	45	28
1994	324	338	211	49	51	37
1995	158	216	174	29	37	32
1996	270	290	213	33	41	39

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Średnie wydatki turysty szwedzkiego i duńskiego w Polsce na osobę były w 1996 roku wyższe niż średnie wydatki przeciętnego turysty zagranicznego w Polsce. Wyższe od przeciętnych były też dzienne wydatki turysty duńskiego. Natomiast dzienne wydatki turysty szwedzkiego były niższe od przeciętnych wydatków turysty zagranicznego w Polsce.

Pod względem średnich wydatków na osobę turyści skandynawscy zajęli w 1996 roku piąte miejsce, po turystach amerykańskich, włoskich, rosyjskich i z krajów Beneluksu.

Pod względem średnich wydatków na dzień turyści skandynawscy zajęli w 1996 roku ósme miejsce, po turystach rosyjskich, amerykańskich, z krajów Beneluksu, włoskich, brytyjskich, francuskich i litewskich.

Tab. 25. Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 1996 roku według krajów

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

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Tab. 26. Struktura wydatków turystów skandynawskich w Polsce przyjeżdżających indywidualnie bez pośredników

Rodzaj wydatków	Średnie wydatki w USD		Udział w procentach
	na osobę	na dzień	
Noclegi	70,81	9,43	25,2
Wyżywienie	58,56	7,80	20,8
Transport	58,44	7,78	20,8
Usługi rekreacyjne	27,60	3,68	9,8
Zakupy, upominki	46,42	6,18	16,5
Inne wydatki	16,39	2,18	5,8
Brak danych	-	-	1,1

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Największy udział w wydatkach ponoszonych przez turystów skandynawskich w Polsce w 1996 roku miały koszty noclegów. Prawie równie wysoki udział miały koszty wyżywienia i transportu. Niewiele mniejszy udział miały wydatki na zakupy i upominki. Wydatki na usługi rekreacyjne odgrywały znacznie mniejszą rolę.

Regionalizacja przyjazdów do Polski

W 1996 roku turyści skandynawscy, podobnie jak w latach ubiegłych, odwiedzali najczęściej centrum Polski (region środkowy-centralny). Zainteresowanie tym regionem dość znacznie zmniejszyło się w porównaniu do roku poprzedniego. Ponadto najczęściej odwiedzane były regiony: północny-zachodni, środkowy-zachodni oraz północny-środkowy. W 1996 roku zdecydowanie zmniejszyło się wysokie w roku poprzednim zainteresowanie regionem południowym-środkowym. Znacznie wzrosło zainteresowanie regionem środkowym-zachodnim, wzrosło też zainteresowanie regionami północnymi: przede wszystkim zachodnim, ale też środkowym. Większe zainteresowanie budził też region południowy-wschodni.

Szwecja

W 1996 roku turyści szwedzcy odwiedzali najczęściej centrum Polski (region środkowy-centralny) i północny-zachodni. Często odwiedzane były regiony środkowy-zachodni oraz północny-środkowy. Zainteresowanie budziły też regiony południowe: wschodni i środkowy.

Tab. 27. Regiony Polski odwiedzane przez turystów szwedzkich

Region	Udział w procentach ^{x/}	
	1996	1997 ^{xx/}
Północny-zachodni	40,9	18,8
Północny-środkowy	18,7	22,2
Północny-wschodni	2,0	8,4
Środkowy-zachodni	24,9	16,7
Środkowy-centralny	47,9	73,4
Środkowy-wschodni	2,8	13,5
Południowy-zachodni	9,3	19,3
Południowy-środkowy	14,7	18,1
Południowy-wschodni	16,2	22,3

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

xx/ trzy pierwsze kwartały 1997 roku.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W pierwszych trzech kwartałach 1997 roku obserwuje się wśród turystów ze Szwecji generalny wzrost zainteresowania wszystkimi regionami Polski. Wyjątek stanowią regiony północny-zachodni i środkowy-zachodni, gdzie obserwuje się spadek zainteresowania.

W porównaniu z innymi turystami zagranicznymi z Europy Zachodniej Szwedzi częściej odwiedzali w 1996 roku region północny-zachodni oraz południowy-środkowy (oprócz Austriaków i Włochów).

Wśród dużych miast Polski najchętniej odwiedzane przez Szwedów w 1996 roku były Warszawa, Szczecin i Gdańsk.

Najwięcej turystów szwedzkich korzystało z rejestrowanej bazy na terenie województw: warszawskiego (17,60 tys. osób na 81,95 tys. ogółu Szwedów korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej na terenie Polski), gdańskiego (14,41 tys.), szczecińskiego (12,60 tys. osób), krakowskiego (10,58 tys.), poznańskiego (4,14 tys.), katowickiego (2,74 tys.) i wrocławskiego (2,38 tys.)²⁴.

W ostatnim roku obliczeniowym (X.1995-IX.1996) największy wzrost liczby Szwedów korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej na terenie Polski zanotowano w następujących województwach: gdańskim, szczecińskim, krakowskim i warszawskim.

²⁴ Na podstawie danych GUS za: K.Klementowski, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.

Tab. 28. Szwedzi korzystający z rejestrowanej bazy noclegowej w Polsce (na podstawie danych GUS)

Województwo	X.1994-IX.1995	X.1995-IX.1996
Warszawskie	15735	17604
Białkopodlaskie	19	6
Białostockie	446	567
Bielskie	1363	958
Bydgoskie	782	1038
Chełmskie	72	74
Ciechanowskie	342	372
Częstochowskie	479	533
Elbląskie	709	833
Gdańskie	8748	14410
Gorzowskie	1214	611
Jeleniogórskie	665	427
Kaliskie	211	279
Katowickie	2376	2742
Kieleckie	564	394
Konińskie	454	165
Koszalińskie	1283	1066
Krakowskie	8460	10575
Krośnieńskie	154	81
Legnickie	266	1279
Leszczyńskie	126	173
Lubelskie	422	678
Łomżyńskie	109	57
Łódzkie	1295	1153
Nowosądeckie	1249	1837
Olsztyńskie	786	718
Opolskie	288	347
Ostrołęckie	163	33
Piłskie	321	299
Piotrkowskie	167	139
Płockie	64	105
Poznańskie	4615	4142
Przemyskie	90	87
Radomskie	64	32
Rzeszowskie	157	169
Siedleckie	26	15
Sieradzkie	54	54
Skierniewickie	61	33
Słupskie	471	291
Suwańskie	305	364
Szczecińskie	10161	12595
Tarnobrzeczkie	47	45
Tarnowskie	109	132
Toruńskie	887	676
Wałbrzyskie	267	311
Wrocławskie	140	166
Wrocławskie	2137	2381
Zamojskie	192	92
Zielonogórskie	642	809
Polska ogółem	69757	81947

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

Dania

W 1996 roku turyści duńscy odwiedzali najczęściej centrum Polski (region środkowo-centralny) i północny-zachodni. Często odwiedzane były regiony środkowo-zachodni oraz północny-środkowy. Pozostałe regiony nie budziły większego zainteresowania.

Tab. 29. Regiony Polski odwiedzane przez turystów duńskich

Region	Udział w procentach ^{x/}	
	1996	1997 ^{xx/}
Północny-zachodni	39,6	6,6
Północny-środkowy	21,0	27,4
Północny-wschodni	4,5	16,2
Środkowy-zachodni	24,8	10,8
Środkowy-centralny	46,7	62,0
Środkowy-wschodni	7,7	14,0
Południowy-zachodni	7,8	11,2
Południowy-środkowy	7,9	8,5
Południowy-wschodni	9,5	18,3

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

xx/ trzy pierwsze kwartały 1997 roku.

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W pierwszych trzech kwartałach 1997 roku obserwuje się wśród turystów z Danii wzrost zainteresowania wschodnimi regionami Polski (całym pasem wschodnim) oraz centrum Polski. Obserwuje się spadek zainteresowania regionami zachodnimi (północnym i środkowym).

W porównaniu z innymi turystami zagranicznymi z Europy Zachodniej Duńczycy częściej odwiedzali w 1996 roku region północny-zachodni, rzadziej południowy-wschodni.

Wśród dużych miast Polski najchętniej odwiedzane przez Duńczyków w 1996 roku były Warszawa, Szczecin, Gdańsk i Poznań.

Tab. 30. Duńczycy korzystający z rejestrowanej bazy noclegowej w Polsce według danych GUS

Województwo	X.1994-IX.1995	X.1995-IX.1996
Warszawskie	9780	9988
Białkopodlaskie	5	1
Białostockie	807	396
Bielskie	5367	7411
Bydgoskie	1398	1181
Chełmskie	46	51
Ciechanowskie	220	168
Częstochowskie	292	409
Elbląskie	869	1446
Gdańskie	4379	4966
Gorzowskie	8000	6206
Jeleniogórskie	3578	3647
Kaliskie	284	275
Katowickie	1338	1731
Kieleckie	532	331
Konińskie	366	237
Koszalińskie	3907	3524
Krakowskie	13547	14232
Krośnieńskie	121	97
Legnickie	2626	3135
Leszczyńskie	226	376
Lubelskie	333	295
Łomżyńskie	152	114
Łódzkie	1306	1353
Nowosądeckie	7143	5950
Olsztyńskie	888	3409
Opolskie	713	615
Ostrołęckie	22	43
Piłskie	859	727
Piotrkowskie	90	182
Płockie	54	59
Poznańskie	15980	14355
Przemyskie	83	85
Radomskie	69	41
Rzeszowskie	267	285
Siedleckie	180	3
Sieradzkie	54	13
Skierniewickie	81	62
Ślupskie	564	363
Suwańskie	422	487
Szczecińskie	21444	28889
Tarnobrzskie	40	60
Tarnowskie	76	85
Toruńskie	688	906
Wałbrzyskie	286	509
Wrocławskie	90	455
Wrocławskie	2919	2075
Zamojskie	63	82
Zielonogórskie	3930	1951
Polska ogółem	116484	123261

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

Najwięcej turystów duńskich korzystało z rejestrowanej bazy na terenie województw: szczecińskiego (28,89 tys. osób na 123,26 tys. ogółu Duńczyków korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej na terenie Polski), poznańskiego (14,36 tys.), krakowskiego (14,23 tys.), warszawskiego (9,99 tys. osób), bielskiego (7,41 tys.), gdańskiego (6,21 tys.), gorzowskiego (6,21 tys.) i nowosądeckiego (5,95 tys.)²⁵.

W ostatnim roku obliczeniowym (X.1995-IX.1996) największy wzrost liczby Duńczyków korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej na terenie Polski zanotowano w następujących województwach: szczecińskim, olsztyńskim, legnickim i krakowskim.

VII. INFORMACJA O PRZYJAZDACH TURYSTÓW ZE SZWECJI I DANII DO POLSKI

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

Turyści skandynawscy organizowali swoje przyjazdy do Polski w 1996 roku najczęściej samodzielnie, bez pomocy pośredników. W porównaniu z rokiem poprzednim nastąpił znaczny spadek udziału przyjazdów z biurami podróży.

W 1996 roku 75,4% przyjazdów ze **Szwecji** do Polski zorganizowanych było samodzielnie. Z usług biur podróży skorzystano w przypadku 24,6% przyjazdów, w tym 14,4% przyjazdów odbyło się w ramach zorganizowanych grup.

Turyści z **Danii** częściej niż Szwedzi organizowali swoje przyjazdy do Polski samodzielnie, bez pomocy pośredników. Udział tych przyjazdów wynosił w 1996 roku 88,2%. Przyjazdy organizowane za pośrednictwem biur podróży cieszyły się znacznie mniejszym powodzeniem wśród Duńczyków niż wśród Szwedów. Stanowiły 10,2% przyjazdów Duńczyków. Przy tym udział przyjazdów w ramach wycieczek zorganizowanych przez biura podróży wyniósł 5,0%.

²⁵ Na podstawie danych GUS za: K.Klementowski, Rejestrowany ruch turystyczny w Polsce w 1996 roku, Instytut Turystyki, Wrocław, 1997.

Tab. 31. Forma organizacyjna przyjazdów do Polski turystów szwedzkich i duńskich w 1996 roku.

Forma organizacji przyjazdu	Udział w procentach			
	Szwedzi 1996	Duńczycy 1996	Skandynawia	
			1995	1996
Wycieczki zorganizowane przez biuro podróży	14,4	5,0	34,7	9,9
Przyjazdy indywidualne z biurem podróży	10,2	5,2	14,2	8,7
Przyjazdy organizowane samodzielnie ^{x/}	75,4	88,2	50,2	80,6
Brak danych	0	1,6	0,8	0,8

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

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W 1996 roku turyści **szwedzcy** w porównaniu z innymi turystami z Europy Zachodniej odwiedzającymi Polskę częściej przyjeżdżali indywidualnie za pośrednictwem biura, nieco rzadziej (oprócz Belgów i Francuzów) organizowali swoje przyjazdy samodzielnie bez pośredników. Turyści **duńscy** rzadziej korzystali z usług biur podróży, częściej organizowali przyjazdy samodzielnie.

Pierwsze trzy kwartały 1997 roku wskazują na pewien wzrost zainteresowania zarówno wśród **Szwedów**, jak i **Duńczyków**, przyjazdami w ramach wycieczek zorganizowanych przez biura podróży, a spadek zainteresowania przyjazdami indywidualnymi za pośrednictwem biur podróży.

Do najważniejszych motywów przyjazdów Skandynawów do Polski należy typowa turystyka (wypoczynek, zwiedzanie, rozrywka), interesy i sprawy służbowe oraz odwiedziny krewnych lub znajomych. W 1996 roku obserwowano wzrost udziału przyjazdów mających na celu odwiedziny u rodziny lub znajomych, przyjazdów w interesach oraz o motywacji typowo turystycznej. Zmniejszył się udział przyjazdów o motywacji religijnej i tranzyt.

Typowa turystyka, interesy i sprawy służbowe oraz odwiedziny krewnych lub znajomych były w 1996 roku najczęstszymi motywami przyjazdów do Polski zarówno turystów

szwedzkich, jak i **duńskich**. Udział przyjazdów o tych motywacjach wynosił odpowiednio w przypadku **Szwedów** 44,5%, 26,9% oraz 25,8%, w przypadku **Duńczyków** 43,3%, 29,5% oraz 22,7%.

Tranzyt i zakupy to następne w kolejności motywy przyjazdów **Szwedów** do Polski. W 1996 roku udział przyjazdów o tej motywacji wynosił odpowiednio 13,3% oraz 10,1%. Przyjazdy o tej motywacji miały mniejsze znaczenie w przyjazdach **Duńczyków**. Zakupy stanowiły 7,1% przyjazdów, tranzyt zaledwie 4,8%. Pozostałe motywy nie odgrywały większej roli.

Tab. 32. Motywy przyjazdów Szwedów i Duńczyków do Polski.

Motywy przyjazdu	Udział w procentach ^{x/}			
	Szwedzi 1996	Duńczycy 1996	Skandynawowie	
			1995	1996
Typowa turystyka	44,5	43,3	37,1	43,5
Odwiedziny krewnych, znajomych	25,8	22,7	9,7	26,0
Interesy, sprawy służbowe	26,9	29,5	11,7	29,8
Dorywcza praca	0,0	1,3	2,2	0,8
Zakupy	10,1	7,1	4,6	7,4
Motywy religijne	0,3	2,1	24,0	0,9
Odwiedziny miejsca pochodzenia	3,4	2,5	0,6	2,5
Tranzyt	13,3	4,8	15,5	7,5
Inne	1,9	0,7	6,3	1,3

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

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

W porównaniu z turystami z innych krajów Europy Zachodniej turyści **szwedzcy** odwiedzający Polskę w 1996 roku częściej korzystali z tranzytu. Turyści **duńscy** w porównaniu z innymi rzadziej (oprócz Niemców i Francuzów) przyjeżdżali w odwiedziny do rodziny lub znajomych.

Pierwsze trzy kwartały 1997 roku wskazują na wzrost zainteresowania wśród turystów **szwedzkich** przyjazdami o motywacji typowo turystycznej, a także przyjazdami w interesach, w odwiedziny do rodziny oraz tranzylem. W przypadku turystów **duńskich** obserwować

można wzrost zainteresowania przyjazdami w odwiedziny do rodziny, biznesowymi oraz tranzytem, natomiast niewielki spadek zainteresowań motywacją typowo turystyczną.

Turyści skandynawscy, podobnie jak inni zagraniczni turyści w Polsce, przebywają głównie w miastach. W 1996 roku w porównaniu z rokiem poprzednim nastąpił spadek udziału tej formy pobytu w przyjazdach z rynku skandynawskiego. Zwiększyło się zainteresowanie wycieczkami objazdowymi po Polsce oraz, choć w mniejszym już stopniu, różnymi formami typowo turystycznego pobytu, takimi jak pobyt w górach, na wsi, nad morzem, nad jeziorami).

Tab. 33. Formy spędzania czasu przez turystów szwedzkich i duńskich podczas pobytu w Polsce.

Forma spędzania czasu	Udział w procentach			
	Szwedzi 1996	Duńczycy 1996	Skandynawowie	
			1995	1996
Pobyt w miastach	61,0	65,4	84,4	66,4
Pobyt w górach	5,9	7,2	3,4	6,1
Pobyt nad morzem	3,3	1,3	0,2	3,0
Pobyt w lesie nad jeziorami	2,3	1,5	0,3	1,9
Pobyt na wsi	3,8	9,0	2,7	6,1
Objazd po kraju	19,1	10,4	4,8	12,1
Turystyka aktywna i specjalistyczna	0,5	1,0	1,0	0,7
Inne	2,3	2,2	0,1	1,7
Brak danych	1,7	2,0	3,0	2,0

Źródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Pobyty w miastach stanowiły 61,0% przyjazdów turystów **szwedzkich** do Polski w 1996 roku. Duże zainteresowanie budziły też wycieczki objazdowe po Polsce (19,1% przyjazdów Szwedów). Udział form typowo turystycznych, takich jak pobyt w górach, na wsi, nad morzem, nad jeziorami, wynosił 15,3% ogółu przyjazdów z tego rynku.

Wśród turystów **duńskich** pobyty w miastach budziły mniejsze zainteresowanie niż wśród Szwedów - stanowiły 65,4% przyjazdów z Danii w 1996 roku. Duńczycy byli też mniej niż Szwedzi zainteresowani wycieczkami objazdowymi (10,4% przyjazdów). Udział form typowo

turystycznych (pobyt na wsi, w górach, nad jeziorami i nad morzem) wynosił 19,0% ogółu przyjazdów z rynku duńskiego. Większe zainteresowanie wśród Duńczyków niż Szwedów budziły pobyty na wsi i w górach.

Szwedzi w porównaniu z innymi zagranicznymi turystami z Europy Zachodniej odwiedzającymi Polskę w 1996 roku nieco częściej preferowali wycieczki objazdowe po Polsce. Turyści **duńscy** pod względem preferencji w sposobie spędzania czasu w Polsce podobni byli do innych zagranicznych turystów.

Dane za pierwsze trzy kwartały 1997 roku wskazują na rosnące zainteresowanie wśród turystów **szwedzkich** wycieczkami objazdowymi po Polsce. Jednocześnie zmniejsza się zainteresowanie pobytami w miastach. Wśród turystów **duńskich** obserwuje się rosnące zainteresowanie wycieczkami objazdowymi po Polsce oraz niewielki wzrost zainteresowania turystyką aktywną.

W 1996 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, turyści skandynawscy nocowali najczęściej w bazie hotelowej (42,4% przyjazdów). W porównaniu do roku poprzedniego spadło zainteresowanie tym rodzajem bazy. Zmniejszyło się też udział przyjazdów podczas których nocowano na campingach. Zaobserwowano natomiast duży wzrost zainteresowania noclegami w pensjonatach (z 9,9% w 1995 roku do 21,9% w 1996 roku). Turyści ze Skandynawii częściej też niż w roku poprzednim korzystali z gościnności rodziny lub znajomych.

Tab. 34. Baza noclegowa wykorzystywana w Polsce przez turystów szwedzkich i duńskich

Rodzaj zakwaterowania	Udział w procentach			
	Szwedzi 1996	Duńczycy 1996	Skandynawowie	
			1995	1996
Hotel, motel	41,9	44,7	57,1	42,4
Pensjonat	28,6	18,0	9,9	21,9
Camping	3,5	4,3	12,6	3,8
Kwatery prywatne	8,3	5,2	2,1	7,0
Mieszkanie rodziny lub znajomych	8,8	14,2	7,6	12,7
Inne	0,9	0,0	0,2	0,4
Brak danych	7,9	13,6	21,4	11,9

Zródło: badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

Turyści **szwedzcy** w 1996 roku korzystali najczęściej z bazy hotelowej (41,9% przyjazdów) i pensjonatów (28,6% przyjazdów). Pozostała baza noclegowa odgrywała znacznie mniejszą rolę. Z gościnności rodziny i znajomych Szwedzi korzystali równie często, jak z możliwości noclegów w kwaterach prywatnych (8,8% i 8,3% przyjazdów).

Turyści **duńscy** podczas pobytu w Polsce w 1996 roku nocowali najczęściej w hotelach (44,7% przyjazdów). Często korzystali też z pensjonatów (18,0% przyjazdów) oraz mieszkań rodziny lub znajomych (14,2% przyjazdów). Pozostała baza noclegowa miała bardzo mały udział w przyjazdach.

Zarówno turyści **szwedzcy**, jak **duńscy** w porównaniu z turystami z innych krajów Europy Zachodniej rzadziej korzystali w 1996 roku z bazy hotelowej, częściej natomiast nocowali w pensjonatach.

Wśród turystów zarówno **szwedzkich**, jak i **duńskich** odwiedzających Polskę dominują mężczyźni. W 1996 roku stanowili oni odpowiednio 62,9% i 62,3% przyjeżdżających. Przeważały osoby ze średnim wykształceniem. W 1996 roku udział tej grupy osób wynosił w przypadku **Szwedów** 50,4%, a w przypadku **Duńczyków** 48,9% przyjeżdżających. Duży udział wśród turystów miały też osoby z wyższym wykształceniem (odpowiednio 43,6% i 41,0%).

Struktura przyjazdów według wieku wyglądała następująco:

	Szwedzi	Duńczycy
do 24 lat	8,7%,	5,5%,
25 - 34 lata	29,0%,	35,2%,
35 - 44 lata	40,9%,	35,6%,
45 - 54 lata	17,7%,	17,8%,
55 lat i więcej	3,8%,	4,4%,
brak danych	0,0%	1,4%.

Wśród **Szwedów** odwiedzających Polskę udział osób pracujących zawodowo wynosił w 1996 roku 87,3% przyjeżdżających. Studenci i uczniowie stanowili 10,4% przyjeżdżających. Polskie pochodzenie deklarowało 13,0% turystów ze Szwecji.

Wśród **Duńczyków** odwiedzających Polskę udział osób pracujących zawodowo wynosił w 1996 roku 84,1% przyjeżdżających. Udział studentów i uczniów wśród turystów duńskich wynosił 6,2% przyjeżdżających i był mniejszy niż wśród turystów szwedzkich. Polskie pochodzenie deklarowało 7,8% turystów z Danii.

Czas pobytu turystów **szwedzkich** i **duńskich** w 1996 roku w Polsce wyglądał następująco:

	Szwedzi	Duńczycy
1 - 3 noclegi	35,6%,	37,3%,
4 - 7 noclegów	29,9%,	41,7%,
co najmniej 8 noclegów	34,5%,	21,0%.

Średnia długość pobytu turystów skandynawskich wynosiła w 1996 roku 6,4 noce i w stosunku do roku poprzedniego wzrosła (5,1 nocy w 1995 roku).

Średnia długość pobytu turystów **szwedzkich** w Polsce w 1996 roku wynosiła 6,4 noce, a średnia długość pobytu turystów **duńskich** 5,9 nocy.

Wnioski dla promocji

Największe znaczenie dla Polski ma od lat na rynku skandynawskim turystyka miejska. Nieco mniejsze, choć też istotne znaczenie, mają wycieczki objazdowe. Coraz większego znaczenia nabierają formy typowo turystyczne, takie jak pobyt w górach, na wsi, nad morzem, czy nad jeziorami. Łączy się z tym obserwowany od niedawna wzrost zainteresowania wśród turystów szwedzkich i duńskich turystyką aktywną na terenie Polski.

Największą szansę na dalszy wzrost sprzedaży na rynkach Szwecji i Danii ma oferta turystyki miejskiej (krótkie pobyty). Duże szanse na tych rynkach ma również, ze względu na przejawiane przez Szwedów i Duńczyków zainteresowania kulturą, odpowiednio przygotowana oferta dotycząca turystyki kulturalnej.

Duże potencjalne możliwości rozwoju na rynku szwedzkim i duńskim upatrywać należy w turystyce biznesowej. Oferta związana z przyjazdami biznesowymi, odpowiednio przygotowana oferta turystyki konferencyjnej, czy podróży motywacyjnych organizowanych dla pracowników może stać się istotna dla dalszego rozwoju turystyki przyjazdowej z tych rynków do Polski.

ŹRÓDŁA

1. Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa, 1996.
2. The World in 1997, The Economist Newspaper Limited, Londyn, 1996.
3. The 1996/7 WTTC Travel & Tourism Report, Londyn, 1997.
4. Clare Weston, Sweden Outbound, w: Travel & Tourism Analyst, Nr 2, 1997, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1997.
5. Tourism in Sweden 1996, Swedish Tourist Authority, Sztokholm, 1997.
6. Claire Weston, Denmark, w: International Tourism Reports nr 4, 1996, Travel & Tourism Intelligence, Londyn, 1996.
7. European Travel Behaviour 1996, European Travel Monitor, IPK International, Monachium, 1997.
8. European Travel Monitor, IPK International, Monachium, 1997.
9. Tourism Market Trends - Europe, WTO, Madryt, 1997.
10. International tourism in the OECD area. Grows moderately in 1996: Outlook steady for 1997, OECD, Paris, 1997.
11. Swedline, Biuro Badań Statystycznych, Sztokholm, 1997.
12. T.Skalska, Turystyka przyjazdowa do Polski w 1996 roku: Wydatki cudzoziemców w Polsce, Instytut Turystyki, Warszawa, 1997.
13. W.Bartoszewicz, Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski w roku 1996, Instytut Turystyki, Warszawa, 1997.
14. Badania graniczne Instytutu Turystyki w Warszawie.

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych