

Analiza rynku turystycznego SZWECJI



Karolina Brzozowska

II SUM, TM, 2011r.

SPIS TREŚCI:

<u>Wstęp</u>	2
<u>I Podstawowe uwarunkowania turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej w Szwecji</u>	3
1.1 Ogólne informacje o Szwecji.....	3
1.2 Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.....	5
1.3 Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.....	10
1.4 Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej.....	12
1.5 Narodowa administracja turystyczna.....	12
1.6 Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne.....	13
<u>II Rynek recepcji turystycznej Szwecji</u>	14
2.1 Przyjazdy i główne kraje emitujące.....	14
2.2 Turystyka krajowa.....	18
2.3 Dochody z turystyki przyjazdowej.....	20
2.4 Główne obszary koncentracji przyjazdowego ruchu turystycznego.....	21
<u>III Rynek emisji turystycznej Szwecji</u>	22
3.1 Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Szwecji w turystyce zagranicznej.....	22
3.2 Wydatki na podróże zagraniczne.....	24
3.3 Ulubione destynacje mieszkańców Szwecji.....	24
<u>IV Znaczenie Szwecji dla Polski</u>	26
4.1 Przyjazdy Szwedów do Polski.....	26
4.2 Wskaźnik WUTZ.....	28
4.3 Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku szwedzkim.....	30
4.4 Analiza wyjazdów Polaków do Szwecji.....	30
<u>V Analiza SWOT Szwecji</u>	32
<u>VI Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego</u>	33
<u>Podsumowanie</u>	35
<u>Bibliografia</u>	36
<u>Spis tabel i rycin</u>	37

Wstęp

Globalna gospodarka po kryzysie finansowym zaczęła się umacniać od 2010 roku, co wywarło również pozytywny wpływ na podróżowanie. W Szwecji w 2010 roku całkowite obroty z turystyki wzrosły o 3,2% w stosunku do roku 2009 i osiągnęły sumę 255 miliardów (SEK) koron szwedzkich. Zgodnie z międzynarodowymi analizami do roku 2020 turystyka osiągnie globalny wzrost bo aż o ponad 5% w stosunku do sytuacji obecnej.¹ Rynek turystyczny Szwecji dzięki swoim zasobom również przyczyni się do wzrostu udziału turystyki w globalnej gospodarce. Atrakcyjne destynacje i udogodnienia, infrastruktura, środowisko naturalne oraz kultura Szwecji stanowią motywy do odwiedzania tego obszaru. Celem mojej pracy jest dokonanie analizy rynku turystycznego Szwecji, wynikiem tego będzie określenie czy rynek turystyczny Szwecji to rynek emisyjny czy recepcyjny. Przedstawię ogólne informacje o tym kraju oraz scharakteryzuję tendencje ruchu turystycznego. Opiszę również motywy dla których turyści odwiedzają Szwecję. Zaprezentuję jakie znaczenie dla Polski ma ruch turystyczny Szwedów oraz czy mieszkańcy Szwecji odwiedzają nasz kraj. Ponadto mam nadzieję, że moja praca okaże się przydatnym materiałem dla przedsiębiorstw turystycznych zainteresowanych rynkiem turystycznym Szwecji. W moim przekonaniu Szwecja jest krajem nie do końca odkrytym, trochę zapomnianym a nawet dzikim. Na tak ogromnej powierzchni mamy szansę zobaczyć dwa skrajne krajobrazy od nowoczesnych i rozwiniętych miast po piękną dziewiczą przyrodę przepełnioną lasami, jeziorami oraz wybrzeżami. Podczas pisania mojej pracy korzystałam z wielu źródeł, najbardziej pomocnym okazał się być raport Szwedzkiej Agencji ds. Rozwoju Gospodarczego i Regionalnego *Tourism In Sweden 2010*. W celu przedstawienia ogólnych informacji na temat Szwecji posłużyłam się przewodnikiem *G. Micuła, Szwecja*. Korzystałam również z wielu stron internetowych m.in.: Polskiej Organizacji Turystycznej, Międzynarodowej Organizacji Turystycznej, Polskiego Instytutu Turystyki i Wikipedii.

¹ Swedish Agency for Economic and Regional Growth, *Tourism In Sweden*, 2010.

I Podstawowe uwarunkowania turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej w Szwecji.

1.1 Ogólne informacje o Szwecji

Szwecja jest jednym z największych i najbardziej urozmaiconych krajów Europy. Zasiedlona została w VI tysiąclecie p.n.e. przez plemiona Germańskie i Gotów. W XIII i IX w Wikingowie szwedzcy organizowali wyprawy do Bizancjum i Bagdadu gdzie zakładali osady. W XI wieku równocześnie rozpoczęło się tworzenie państwa szwedzkiego oraz chrystianizacja². Królestwo Szwecji jest położone w Europie Północnej i zajmuje wschodnią i południową część Półwyspu Skandynawskiego wraz z wyspami Gotlandia, Olandia i wieloma innymi. Graniczy z Finlandią, Danią i Norwegią. Szwecja jest członkiem Unii Europejskiej od 1995 roku³. Kraj ten zajmuje powierzchnię 450 tys. km² wzdłuż zachodniego brzegu Morza Bałtyckiego i wschodnich brzegów cieśniny Sund i Kattegat.

Ryc.1 Położenie Szwecji na tle Europy



Źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Szwecja>
(data odczytu 27.12.2011)



Źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Szwecja>
(data odczytu: 27.12.2011)

² G. Micuła, Szwecja, Warszawa 2008, Pascal

³ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Szwecja> (data odczytu: 27.12.2011)

Szwecja liczy prawie 9.5 miliona mieszkańców (stan na rok 2009) co na tak ogromną powierzchnię kraju daje niewielkie zaludnienie, bo tylko 20 osób/ km². Porównując w Polsce zaludnienie wynosi ponad 120 osób/km². Według danych Szwedzkiego Urzędu Statystycznego co piąty mieszkaniec Szwecji to cudzoziemiec, po za Finami, najwięcej w tym kraju jest Polaków⁴.

Królestwo Szwecji ze stolicą w Sztokholmie podzielone jest na 27 regionów terytorialnych tzw.: lanów. Najbardziej zaludnionym lanem jest Sztokholm, a najbardziej obszernym Norrbotten. Do największych miast Szwecji i najbardziej z nią się kojarzących należą Sztokholm, Göteborg i Malmö. Tam mają swoje siedziby największe przedsiębiorstwa szwedzkie i międzynarodowe, tam też podejmowane są najważniejsze decyzje gospodarcze. Sztokholm skupia prawie 17% całego zaludnienia kraju.

Językiem urzędowym w Szwecji jest oczywiście szwedzki, jednak mieszkańcy tego kraju bez problemu porozumiewają się po fińsku wynika to z sąsiedowaniem z tym krajem, oraz po angielsku gdyż język ten jest nauczany od pierwszych lat w szkole.

Walutą w Szwecji jest korona szwedzka, jest to dość zaskakujące, bo Szwecja jako jeden z nielicznych krajów wysokorozwiniętych należących do Unii Europejskiej nie przyjęła Euro.

Religią dominującą w Królestwie Szwecji jest luteranizm oraz w niewielkim stopniu katolicyzm. Wg badań ok. 64% Szwedów jest ateistami. Szwedzi zatem, obok Czechów, Estończyków, Norwegów i Duńczyków, są jednym z najbardziej ateistycznych społeczeństw w Europie⁵.

Ze względu na swoją ogromną powierzchnię klimat Szwecji jest dość zróżnicowany. Leży w strefie klimatu umiarkowanego ciepłego, a na północy umiarkowanego chłodnego. Różnice temperatur są znaczne, w centralnej i południowej części kraju panują ciepłe lata i chłodne zimy. W północnej części zimy są ostre, dłuższe i bardziej obfite w opady śniegu. Ogólnie klimat Szwecji jest całkiem łagodny porównując z innymi krajami położonymi na tej samej szerokości geograficznej, dzieje się tak za sprawą ciepłego prądu zatokowego znad Atlantyku i licznym jeziorom.

Szwecja jest krajem wyżynnym, ze średnią wysokością ok. 276 m n.p.m. Około 80% to tereny położone do 500 m n.p.m. Najwyższym punktem kraju jest szczyt Kebnekaise w Górach Skandynawskich, który osiąga 2111 m n.p.m. Najbardziej

⁴ <http://swiat.newsweek.pl/szwecja-krajem-imigrantow--chetnie-zamieszkują-ją-polacy,52834,1,1.html> (data odczytu 27.12.2011)

⁵ www.szwecja.modos.pl (data odczytu 27.12.2011)

rozległymi górami w Szwecji są graniczące z Norwegią Góry Skandynawskie z płaskowyżami tzw.: fieldami. Nie są więc wysokie, a we wschodniej części przechodzą w wyżynę Norrland (Wyżyna północno-szwedzka). Na południu kraju znajduje się Wyżyna Południowo-szwedzka (Svealand), między nimi występuje obniżenie z największym jeziorem Szwecji Wener. Na północnym wschodzie rozciąga się Wyżyna Lapońska. Charakterystycznym elementem Szwecji są jeziora i rzeki, które zajmują prawie 9% powierzchni kraju. Wybrzeża tego kraju należą do typu szkierowo- fiordowego z licznymi wyspami i archipelagami.⁶

Obywatele Polscy przy wjeździe na teren Szwecji powinni posiadać przy sobie tylko dowód osobisty bądź paszport, nie płacą cła za przewożenie rzeczy do użytku osobistego. Specjalne ograniczenia i wymogi pokrywają się z przepisami obowiązującymi na terenie Unii Europejskiej.

Szwecja jest monarchią konstytucyjną, obecnie na tronie szwedzkim zasiada Karol XVI Gustaw. Zastępczynią tronu jest księżniczka Wiktorja Bernadotte.

Obecnie Szwecja jest krajem wysokorozwiniętym i bardzo nowoczesnym. Rozwój ten nastąpił dzięki umiejętności wykorzystania bogactw naturalnych tj. rudy żelaza, lasy, zasoby wodne na których to na początku opierała się gospodarka szwedzka. Obecnie Szwecja znajduje się w czołówce krajów zajmujących się przemysłem oraz liczy się także jako dostawca zaawansowanych technologicznie urządzeń telekomunikacyjnych, farmaceutyków i specjalistycznych maszyn i pojazdów silnikowych⁷. Na rok 2009 całkowite PKB Szwecji wynosiło 336 mld USD, na osobę 35 965 USD. Stopa bezrobocia w porównaniu z innymi krajami europejskimi jest dość niska bo ok. 5 %. Co ciekawe bardzo dużo kobiet jest czynnych zawodowo bo aż 70 % w wieku od 16 do 64 lat. Średnie dochody wahają się od 25 do 30 tysięcy szwedzkich koron.⁸

1.2 Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów

Szwecja na swoim rozległym terenie skupia przepiękne krajobrazy ze zdumiewająco surową, skandynawską przyrodą. Nie jest miejscem popularnym z turystycznego punktu widzenia, co nie do końca pokrywa się z ogromnym potencjałem turystycznym jaki ma do zaoferowania. Jednak wytrawni turyści, niepodążający za stereotypową turystyką odnajdą w tym miejscu prawdziwe piękno i naturalną harmonię,

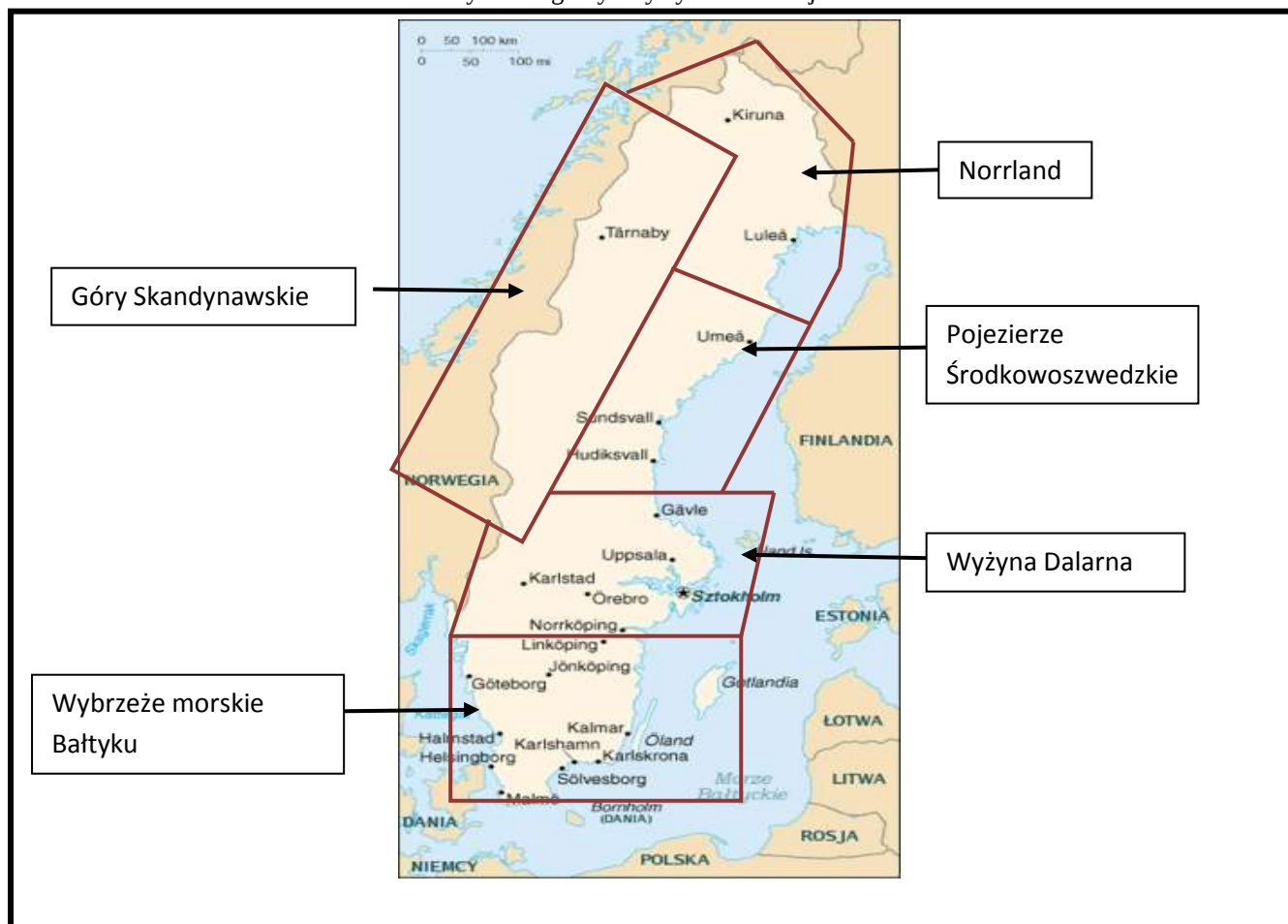
⁶ Z Kruczek, Europa. Geografia Turystyczna, Kraków 2001, Proksenia

⁷ <http://szwecja.net/fs/KRAJ.html> (data odczytu 27.12.2011)

⁸ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Szwecja> (data odczytu 27.12.2011)

Szczególnie w dalekiej Laponii, gdzie żyją hodowcy reniferów tzw. Indianie Europy to tutaj każdy może odpocząć od hałasu miast i gwaru ulic. W krajobrazie Szwecji możemy wyróżnić następujące regiony: Góry Skandynawskie, Wybrzeże morskie Bałtyku z cieśniną Sund i Kattegat, Pojezierze Środkowoszwedzkie, Wyżyna Dalarna i Norrland.

Ryc. 3 Regiony turystyczne Szwecji



Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://szwecja.net/fs/TUR.html>
(data odczytu 27.12.2011)

Góry Skandynawskie położone są na północnym wschodzie wzdłuż granicy z Norwegią. Charakteryzują się niewielkimi płaskowyżami i lodowcami. Znajduje się tutaj 107 tras zjazdowych. Można w tym miejscu uprawiać snowfer (windsurfing na śniegu) oraz przejechać się saniami zaprzężonymi w renifery. W tym regionie znajduje się tzw. Trasa Trójkąta Jamtlandzkiego czyli - śladami żołnierzy Karola XII.

Wybrzeże morskie Bałtyku jest typem wybrzeża szkierowo- fiordowego z wieloma wysepkami. Znajduje się tutaj niezliczona liczba łowisk wędkarskich. Największą wyspą

jest Gotlandia, która swego czasu była typową osadą rybacką, teraz jest tam wiele kąpielisk i ośrodków żeglarskich. Kolejną znaną wyspą jest Olandia gdzie znajdują się najczystsze plaże Bałtyku. Również nad wybrzeżem położone są największe miasta Szwecji, z bogatym zapleczem kulturowym i zabytkami.

Pojezierze Środkowszwedzkie jest nazywane krainą jezior. Znajdują się tu największe zbiorniki wodne tj: Wenner, Wetter i Skagern. Ten obszar obfituje w szlaki żeglarskie i ośrodki wędkarskie.

Wyżyna Dalarna jest to obszar bogaty w faunę i florę. Występuje tu wiele osad ludowych, gdzie tutejsza ludność, ma swój odrębny dialekt, stroje, budownictwo itd. Klimat sprzyja uprawianiu turystyki zimowej, a szczególnie narciarstwa biegowego. Popularnym ośrodkiem imprez sportowych jest Falun.

Na dalekiej północy położony jest Norrland, w dużej części obszar ten jest położony po za kołem podbiegunowym. W tym miejscu znajduje się Laponia, a największą atrakcją tego miejsca są białe noce i zorze polarne. Ponadto odwiedzając Laponie, można przejechać się zaprzęgiem psów Husky oraz skorzystać z sauny. W małej wiosce lapońskiej Jukkasjarwi co roku budowany jest hotel lodowy o powierzchni 4 tys. km². Laponia jest unikatowym obszarem, nigdzie indziej na kuli ziemskiej nie ma tak pięknej i niespotykanej przyrody.

Szwecja jest krajem niebywale czystym, wodę można pić niemal z każdego miejsca. Istnieje tu 16 parków narodowych o łącznej powierzchni ponad 6,5 tys. km², z których 7 znajduje się na terenie Laponii.⁹

Tab.1 Liczba wizyt w głównych atrakcjach turystycznych Szwecji, dane z 2010 roku ze zmianami w stosunku do roku 2009.

	Attraction	Location	No. of visits 2010	Change	10/09, percent
1	Liseberg	Gothenburg	2,900,000	-200,000	-6.5
2	Folkets Park	Malmö	2,857,058	207,058	7.8
3	Kulturhuset	Stockholm	2,090,743	-233,092	-10
4	Sälens Ski Resort ²	Malung	2,020,000 ¹	-54,000	-2.6
5	Fyrishov	Uppsala	1,721,878	-56,122	-3.2
6	Globe Arena	Stockholm	1,580,000	280,000	21.5
7	Stockholm Int. Fairs	Stockholm	1,320,934	178,410	15.6
8	Gröna Lund	Stockholm	1,305,612	57,477	4.6
9	Skansen	Stockholm	1,285,122	-120,006	-8.5
10	Swedish Exhib. Ctr.	Gothenburg	1,191,033	45,684	4.0
11	Eriksdal Pool	Stockholm	1,135,057	-131,979	-10.4
12	Vasa Museum	Stockholm	1,129,184	-25,431	-2.2

Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. / Resurs AB s. 40 (data odczytu 27.12.2011)

⁹ www.szwecja.net (data odczytu 27.12.2011)

Powyższa tabela przedstawia liczbę przyjazdów do poszczególnych atrakcji na terenie Szwecji w roku 2010. Jak można zauważyć najczęściej odwiedzanym miejscem jest park rozrywki Liseberg w Göteborgu, w 2010 roku odwiedziło go prawie 3 mln turystów, niestety liczba ta spadła o 6,5% w stosunku do roku poprzedniego. Na kolejnej pozycji plasuje się również park rozrywki Folkets Park w Malmö gdzie w 2010 roku przyjechało 2 857 058 turystów. W stosunku do roku poprzedniego liczba odwiedzin wzrosła o 7,8 %. Na 3 pozycji znajduje się ośrodek kultury Kulturhuset w Sztokholmie, gdzie przyjechało 2 090 743 turystów, zainteresowanie tym obiektem w stosunku do roku poprzedniego spadło o 10 %.

Liseberg- park rozrywki, który powstał w 1923, słynie z jarmarku bożonarodzeniowego. W 2005 roku Liseberg został wybrany jako najlepszy park rozrywki na świecie w rankingu magazynu Forbes.¹⁰

Ryc.4 Liseberg



Źródło:http://www.themagazine.ca/?attachment_id=2921
(data odczytu 27.12.2011)

Folkets Park- park rozrywki, który oprócz lunaparku słynie z targu staroci i organizowanych tam wielu koncertów i festiwali.

¹⁰ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Szwecja> (data odczytu 27.12.2011)

Ryc.5 Folkets Park



Źródło: <http://www.malmo-time.se/index.cfm?grupp2=1&objekt=45>
(data odczytu 27.12.2011)

Kulturhuset - ośrodek kultury w Sztokholmie otwarty w 1974 roku, organizowane są tam wystawy, imprezy muzyczne, taneczne i teatralne. Znajduje się tam jedyna w Szwecji komiko teka. W gmachu usytuowany jest Teatr Miejski.

Ryc. 6 Kulturhuset



Źródło: <http://jannikesimonsson.se/wordpress/?p=659> (data odczytu 27.12.2011)

Do najbardziej popularnych miast Szwecji wśród turystów należą największe miasta czyli Sztokholm, Göteborg i Malmö.

W Sztokholmie do głównych zabytków należą: Kungliga Slottet – Pałac Królewski, Storkyrkan – Katedra, Riddarhuset – Dom Rycerstwa i Szlachty w Sztokholmie.

W Göteborgu do najciekawszych zabytków zalicza się: arsenał miejski Kronhuset z 1643 r., Götaplatsen – plac z Posejdonem autorstwa Carla Millesa oraz Ogród Botaniczny.

Natomiast w Malmö chętnie odwiedzane są: Zamek Malmöhus, kościół św. Piotra z XIV w. i Ratusz z XVI w.

Ryc.7 Sztokholm, Kungliga Slottet



Źródło: <http://www.sobi.org/photos/places/Stockholm/AroundTown/index.html>
(data odczytu 27.12.2011)

Ryc. 8 Göteborg, Kronhuset



Źródło: <http://af.wikipedia.org/wiki/L%C3%AAer:Kronhuset.jpg>
(data odczytu 27.12.2011)

Ryc.9 Malmö, Zamek Malmöhus

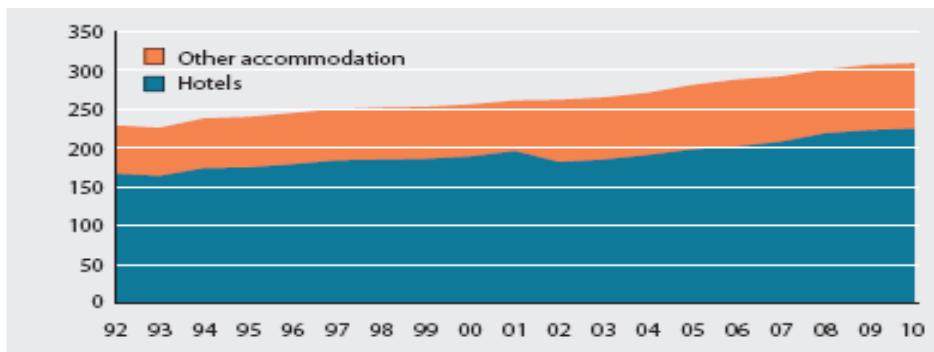


Źródło: <http://malmo.lovetotravel.pl/> (data odczytu 27.12.2011)

1.3 Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna

Szwecja ma bardzo dobrze rozwiniętą bazę noclegową. Począwszy na luksusowych hotelach, poprzez górskie i alpejskie stacje a skończywszy na polach kempingowych.

Ryc.10 Liczba miejsc noclegowych w hotelach i innych typach zakwaterowania (tys.)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. / Resurs AB s.36 (data odczytu 27.12.2011)

Powyższa tabela przedstawia liczbę miejsc noclegowych w poszczególnych typach zakwaterowania. Ogólna liczba miejsc noclegowych w Szwecji na 2010 r. wynosi 308 tys. Pomiędzy rokiem 1992 a 2010 liczba ta wzrosła o 35%.

Tab. 2 Pojemność bazy noclegowej Szwecji w 2010 r.

	Hotels	Holiday villages	Youth hostels	Campsites
Number of establishments	1,985	271	782	1 066
Number of rooms/cottages	110,413	8,113	-	108 843 pitches 11 973 cott.
Number of beds	224,444	41,528	42,642	-
Nights spent, millions	27.3	3.3	2.9	14.3
Occupancy rate/rooms/cottages	50%	37%	-	-
Occupancy rate, beds	37%	27%	25%	-

Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. / Resurs AB s.37 (data odczytu 27.12.2011)

W Szwecji znajduje się 1 985 hoteli, 271 domów wczasowych, 783 hosteli oraz 1066 pól kempingowych.

Szwedzkie hotele mogą pomieścić 224 444 osób, domy wycieczkowe 41 528 odwiedzających a hostele 42 622, brak danych na temat pól kempingowych.

Do najważniejszych organizatorów turystyki w Szwecji należą Jambo Tours, Winberg Travel Eslov, Greenways Travel oraz Rosa Bussarna.

Infrastruktura komunikacyjna w Szwecji jest bardzo dobrze rozwinięta, zarówno drogi jak i połączenia lotnicze i promowe charakteryzują się wysokim standardem.

„W przeważającej części szwedzkie drogi są szerokie i dobrej jakości. Korki należą do rzadkości i im dalej na północ kraju tym ruch jest coraz mniejszy”¹¹.

W Szwecji znajduje się ponad 200 lotnisk, do najważniejszych należą: Lotnisko Malmö (MMX), Lotnisko Lulea (LLA), Lotnisko Göteborg-City (GSE), Lotnisko Göteborg-Landvetter (GOT), Lotnisko Sztokholm Bromma (BMA), Lotnisko Sztokholm Arlanda (ARN), Lotnisko Sztokholm Skavsta (NYO), Lotnisko Sztokholm Vasteras (VST). Największe to Göteborg-Landvetter, a najbardziej ruchliwe Sztokholm Arlanda. Szwecja posiada 15 linii lotniczych, najbardziej znaną i popularną jest Scandinavian Airlines System, która jest największym przewoźnikiem krajów nordyckich.

Szwecja ma również bardzo dobrze rozwinięte połączenia promowe z takimi krajami jak Polska, Niemcy, Dania, Finlandia, Łotwa, Estonia. Najpopularniejszymi przewoźnikami są Stena Line, Polferries, Scandlines, Viking Line.

1.4 Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej

W 2010 Szwedzi wydali 254,4 miliarda koron szwedzkich (ok. 25 miliardów euro) na dobra konsumpcyjne, w stosunku do roku poprzedniego jest to 3,2 % wzrost, a na przestrzeni 10 lat nastąpił prawie 70% wzrost.¹² Na turystykę w roku 2010 wydano 167 miliardów koron szwedzkich, co daje ponad 4 % wzrost w stosunku do roku poprzedniego, a między rokiem 2000 a 2010 jest to wzrost 53 %.

Zarobki w krajach skandynawskich należą do najwyższych w Europie, nie inaczej jest również Szwecji gdzie Średnie dochody wynoszą ok. 20000 koron szwedzkich (czyli ok. 8500 zł).¹³ Życie w tym kraju nie należy do najtańszych, lecz przeciętny Szwed może pozwolić sobie na wakacje przynajmniej raz w roku

1.5 Narodowa administracja turystyczna

W Szwecji za działania na rzecz turystyki odpowiedzialne jest Ministerstwo Gospodarki, którego celami są: zapewnienie i dbałość o infrastrukturę turystyczną, promocja kraju na arenie Europy i Świata oraz powstawanie ośrodków informacji turystycznej.¹⁴

¹¹ <http://www.szwecja.filo.pl/index.php?id=kierowcy> (data odczytu 27.12.2011)

¹² Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.(data odczytu 27.12.2011)

¹³ <http://www.szwecja.igns.pl/zarobki.html> (data odczytu 27.12.2011)

¹⁴ <http://www.sweden.gov.se/sb/d/2093> (data odczytu 27.12.2011)

1.6 Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne

Funkcję narodowej organizacji turystycznej w Szwecji pełni Svenskaturistforeningen – jest organizacją skupiającą ponad 400 hosteli, hoteli, stacji górskich i alpejskich oraz schronisk, współpracuje z Ministerstwem Gospodarki w sprawie infrastruktury i ochrony środowiska, przyczynia się do rozpowszechniania i zwiększania atrakcyjności marki Szwecja¹⁵ Ponadto w Szwecji działają jeszcze dwie inne duże organizacje tj. VisitSweden-działa na rzecz promowania marki Szwecji na arenie międzynarodowej oraz Agencja ds. Rozwoju Gospodarczego i Regionalnego – Tillväxtverket¹⁶. Celem agencji jest aktywne działanie na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz wspieranie inwestycji mających przyczynić się do wzrostu gospodarczego kraju. Ponadto prowadzi statystyki, gromadzi i upowszechnia informacje turystyczne na temat kraju, prowadzi badania przygraniczne oraz prowadzi działalność marketingową. Agencja ma ok. 300 pracowników w 11 biurach w całym kraju. Dyrektorem regionalnym jest Christina Lugnet.. Polska ma również swój oddział POT w Szwecji: Polska Statens Turistbyrå, Karlavägen 4, 114 49 Stockholm.

¹⁵ www.svenskaturistforeningen.se (data odczytu 27.12.2011)

¹⁶ www.tillvaxtverket.se (data odczytu 27.12.2011)

II Rynek recepcji turystycznej Szwecji

Zaprezentowane przeze mnie dane pochodzą z raportu Światowej Organizacji Turystyki z roku 2011, oraz raportu Szwedzkiej Agencji ds. Rozwoju Gospodarczego i Regionalnego z roku 2010.

2.1 Przyjazdy i główne kraje emitujące

Tab. 3 Przyjazdy turystów do krajów Europejskich (tys.)

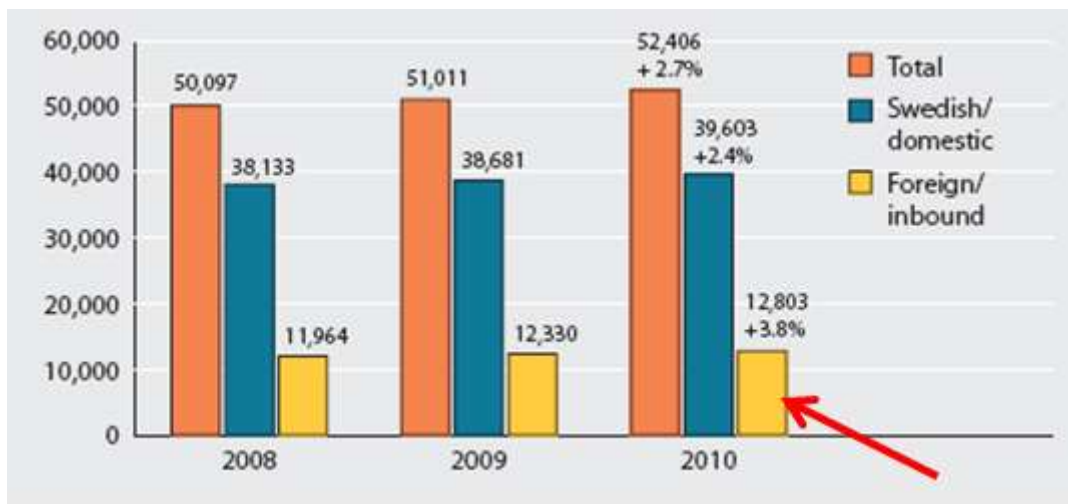
Major destinations		International Tourist Arrivals						International Tourism Receipts			
		(1000)			Change (%)		Share (%)	(US\$ million)			Share (%)
Series ¹		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010
Europe		485,193	461,509	476,551	-4.9	3.3	100	471,797	410,932	406,251	100
Albania	TF	1,330	1,775	2,229	33.5	25.6	0.5	1,720	1,816	1,626	0.4
Andorra	TF	2,059	1,830	1,808	-11.1	-1.2	0.4	..	..	..	..
Austria	TCE	21,935	21,355	22,004	-2.6	3.0	4.6	21,587	19,404	18,663	4.6
Azerbaijan	TF	1,409	1,430	1,495	1.5	4.5	0.3	190	353	621	0.1
Belgium	TCE	7,165	6,814	7,217	-4.9	5.9	1.5	11,762	9,970	10,287	2.5
Bulgaria	TF	5,780	5,739	6,047	-0.7	5.4	1.3	4,204	3,728	3,637	0.9
Croatia	TCE	9,415	9,335	..	-0.9	..	..	10,971	8,898	8,268	2.0
Latvia	TF	1,685	1,323	1,373	-21.5	3.8	0.3	803	723	640	0.2
Malta	TF	1,291	1,182	1,332	-8.4	12.7	0.3	950	881	1,068	0.2
Netherlands	TCE	10,104	9,921	10,883	-1.8	9.7	2.3	13,342	12,368	13,062	3.2
Norway	TF	4,347	4,346	4,767	0.0	9.7	1.0	4,911	4,204	4,779	1.0
Poland	TF	12,960	11,890	12,470	-8.3	4.9	2.6	11,768	9,011	9,446	2.3
Portugal	TCE	6,962	6,439	6,865	-7.5	6.6	1.4	10,943	9,635	10,090	2.5
Russian Federation	TF	21,566	19,420	20,271	-10.0	4.4	4.3	11,795	9,319	8,985	2.2
Slovakia	TCE	1,767	1,298	1,327	-26.5	2.2	0.3	2,589	2,336	2,233	0.6
Slovenia	TCE	1,940	1,803	1,844	-7.0	2.2	0.4	2,820	2,511	2,311	0.6
Spain	TF	57,192	52,178	52,677	-8.8	1.0	11.1	61,628	53,177	52,525	12.9
Sweden	TCE	4,555	4,678	4,951	2.7	5.8	1.0	11,206	10,261	11,079	2.5
Switzerland	THS	8,608	8,294	8,628	-3.7	4.0	1.8	14,401	13,789	14,841	3.7
Turkey	TF	24,994	25,506	27,000	2.0	5.9	5.7	21,951	21,250	20,807	5.1
Ukraine	TF	25,449	20,798	21,203	-18.3	1.9	4.4	5,768	3,576	3,788	0.9

Źródło: UNWTO, Tourism Highlight, 2011 Edition. s.6

Jak widać na powyższej tabeli do Szwecji w 2010 roku przyjechało 4, 95 mln turystów zagranicznych, co daje 5,8 % wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Udział przyjazdów do Szwecji w regionie europejskim wynosi 1 %. Liczba przyjazdów do subregionu północnoeuropejskiego w roku 2010 wyniosła 58,1 mln¹⁷, więc udział Szwecji w tym subregionie wynosi 9%.

¹⁷ UNWTO, Tourism Highlight, 2011 Edition. s.5

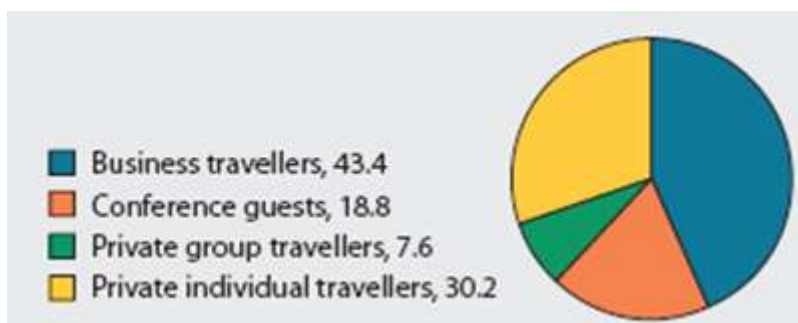
Ryc. 11 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych (tys.)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.32
(data odczytu 27.12.2011)

Szwedzka Agencja ds. Rozwoju Gospodarczego i Regionalnego w swoim raporcie bierze pod uwagę liczbę nocy spędzoną przez turystów i tak w 2010 roku ilość nocy spędzona przez turystów zagranicznych wynosiła 12,8 mln, co daje 3,8 % wzrost w stosunku do roku poprzedniego.

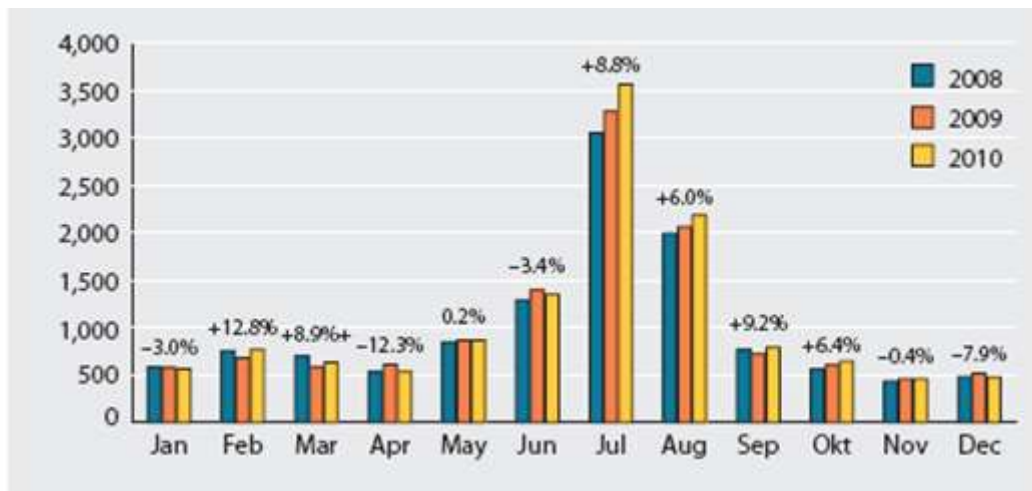
Ryc. 12 Udział w liczbie nocy spędzonych w Szwecji przez poszczególne typy turystów



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.37
(data odczytu 27.12.2011)

Z powyższego wykresu wynika, że Szwecję w przeważającej części odwiedzają turyści biznesowi - 43,4 % wszystkich nocy spędzonych przez turystów zagranicznych, dzieje się tak dlatego, że jest to kraj wysokorozwinięty z dużymi korporacjami i ogromnym kapitałem zagranicznym. Na kolejnej pozycji z ponad 30 % udziałem plasują się turyści indywidualni, następnie uczestnicy konferencji oraz zorganizowane grupy.

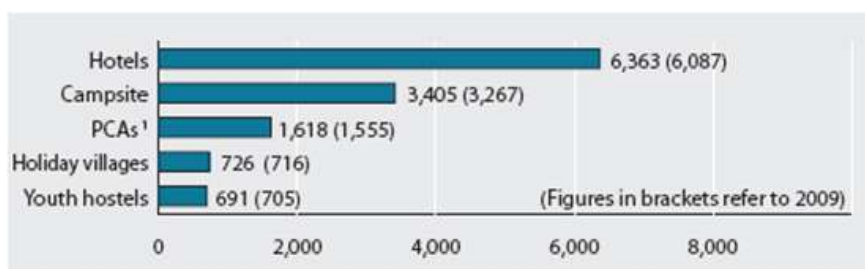
Ryc. 13 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w poszczególnych miesiącach (tys.)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.52
(data odczytu 27.12.2011)

Najwięcej przyjazdów turystów zagranicznych generują miesiące letnie od czerwca do sierpnia. W lipcu liczba ta wynosiła ponad 3,5 mln spędzonych nocy, co daje prawie 9% wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Jak można zauważyć w kwietniu nastąpił znaczny spadek między rokiem 2009 a 2010 spowodowany był erupcją wulkanu na Islandii.

Ryc.14 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w poszczególnych typach zakwaterowania (tys.)



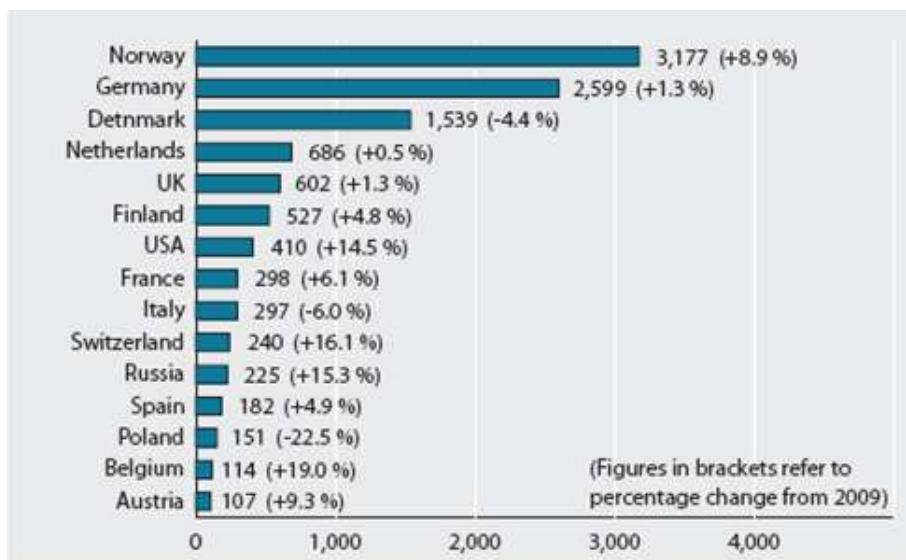
Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.50, (27.12.2011)

Pomiędzy latami 1995 a 2010 udział liczby nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w hotelach, domach wczasowych i hostelach wzrósł z 20.1 % do 23,2 %¹⁸. Najwięcej turystów korzysta z hoteli- 6,3 mln nocy spędzonych w 2010 roku, co daje ok. 4,5 % wzrost w stosunku do roku 2009. Na kolejnej pozycji plasują się pola kempingowe- 3,4 mln spędzonych nocy, z niewielkim spadkiem do roku poprzedniego, następnie prywatne domki letniskowe, domy wczasowe i schroniska młodzieżowe. Lekki spadek

¹⁸ Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. (27.12.2011)

w stosunku do roku 2009 nastąpił w nocach spędzonych w domach wczasowych i prywatnych domkach letniskowych

Ryc.15 Liczba nocy spędzonych przez turystów z poszczególnych krajów. (tys.)



Źródło:Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.52 (27.12.2011)

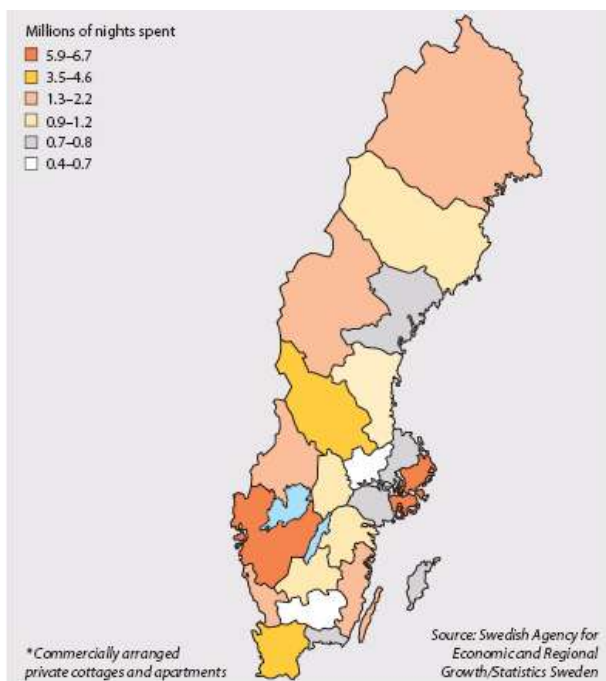
Norwegia jest największym rynkiem recepcyjnym Szwecji. W 2010 roku Norwegowie spędzili w Szwecji ponad 3 mln nocy, co daje prawie 9% wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Tak duża liczba spowodowana jest graniczeniem ze sobą obu krajów. Na kolejnej pozycji znajdują się Niemcy, Dania i Holandia- są to kraje również blisko położone Szwecji, z dobrymi połączeniami lotniczymi i promowymi, ponadto są wysokorozwinięte i stać ich na pobyt w Szwecji. Duży przyrost w liczbie nocy spędzonych cechują kraje takie jak Belgia i Szwajcaria, spowodowane jest to globalną, gospodarczą regeneracją i podróże długodystansowe znów stały się popularne.¹⁹ Ogromny spadek nastąpił w nocach spędzonych przez Polaków- ponad 22 %. Polska nie zdołała odbudować gospodarki po kryzysie, a jak wiadomo Szwecja jest krajem drogim. Najważniejszym rynkiem pozaeuropejskim są Stany Zjednoczone, które w 2010 wygenerowały 410 tys. nocy spędzonych w Szwecji

¹⁹ Źródło:Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. (27.12.2011)

2.2 Turystyka krajowa

Liczba nocy spędzona przez szwedzkich turystów w miejscach tymczasowego zakwaterowania w 2010 roku na terenie własnego kraju wyniosła 39,6 mln, jest to prawie 2,5 % wzrost w stosunku do roku 2009 ²⁰.

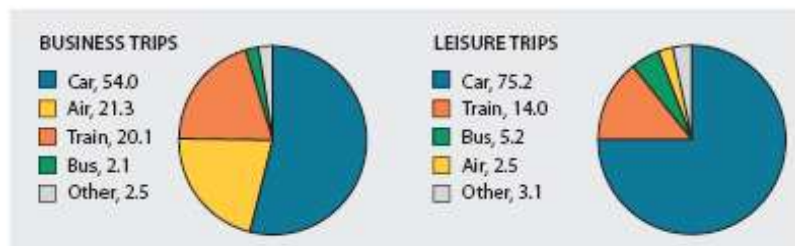
Rys.16 Liczba nocy spędzonych przez szwedzkich turystów na terenie kraju według regionów, 2010.



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.43 (27.12.2011)

W 2010 Sztokholm wygenerował największą ilość spędzonych nocy – 6,7 mln, no kolejnych miejscach plasują się obszary : Vastara Gotland, Dalarna i Skane, jest to spowodowane wielkością tych regionów ,wysokim poziomem rozwoju oraz korzystnym klimatem . Szwedzi często podróżują do tych obszarów przede wszystkim ze względu na cele biznesowe, a w następnej kolejności dla wypoczynku.

Rys. 17 Środki transportu używane przez Szwedów w 2010. Procentowy udział we wszystkich podróży

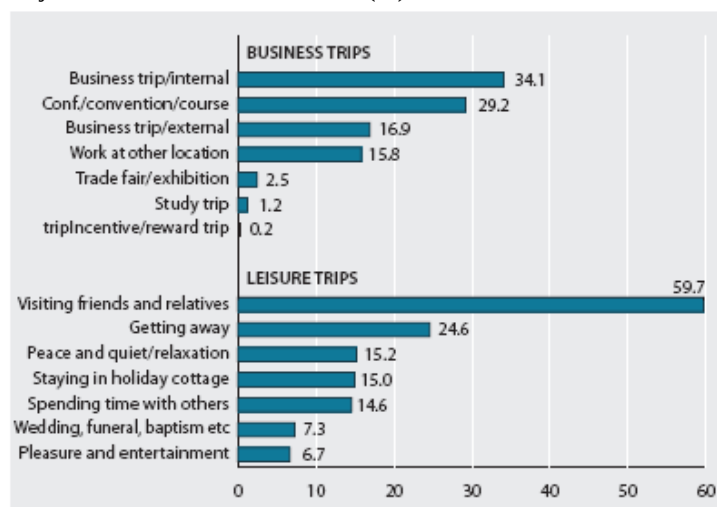


Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.47 (27.12.2011)

²⁰ Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.42 (27.12.2011)

Szwedzi do podróżowania po swoim kraju, zarówno w celach biznesowych i wypoczynkowych najchętniej wybierają samochód, jest to najwygodniejszy środek transportu. W podróżach biznesowych na drugiej pozycji jest samolot – 21,3 % wiąże się to z opłacaniem przez pracodawców biletów lotniczych. Natomiast w motywach wypoczynkowych na drugiej pozycji znajduje się pociąg – 14 %, a to za sprawą dobrych połączeń między miastami i wysokim standardem usług oferowanych przez kolej.

Rys. 18 Główne motywy wyjazdów Szwedów na terenie własnego kraju według liczby nocy spędzonych w miejscach zakwaterowania. 2010, (%).

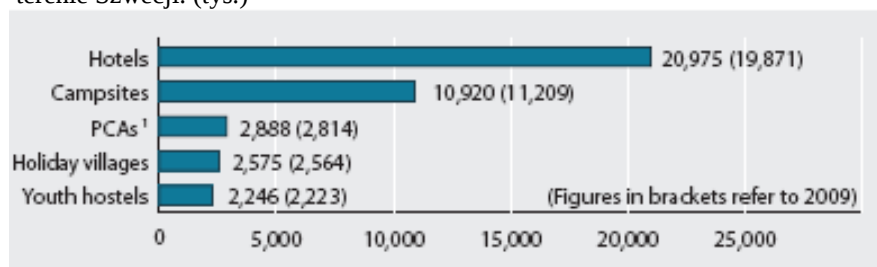


(możliwa więcej niż jedna odpowiedź)

Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.45 (27.12.2011)

Szwedzi głównie podróżują w dwóch celach, albo są to cele biznesowe albo wypoczynkowe. Mieszkańcy Szwecji najchętniej opuszczają miejsce swojego stałego zamieszkania aby odwiedzić przyjaciół i krewnych jest to prawie 60 % wszystkich nocy spędzonych przez Szwedów w hotelach, kempingach, hostelach itd. Kolejnym popularnym motywem wyjazdów są podróże służbowe – 34,1 % całkowitej liczby nocy spędzonych w miejscach tymczasowego zakwaterowania.

Ryc.19 Liczba nocy spędzona w poszczególnych typach zakwaterowania przez szwedzkich turystów na terenie Szwecji. (tys.)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.22 (27.12.2011)

Najbardziej popularnym wśród Szwedów miejscem zakwaterowania są hotele, w ciągu całego roku 2010 spędzili w nich ponad 20 mln nocy, liczba ta od roku 2009 wciąż rośnie, jako kolejne miejsce noclegu mieszkańcy Szwecji wybrali pola kempingowe, później kolejno prywatne domki letniskowe, domy wczasowe i hostele.

2.3 Dochody z turystyki przyjazdowej

Tab. 4 Dochody z turystyki międzynarodowej w krajach europejskich

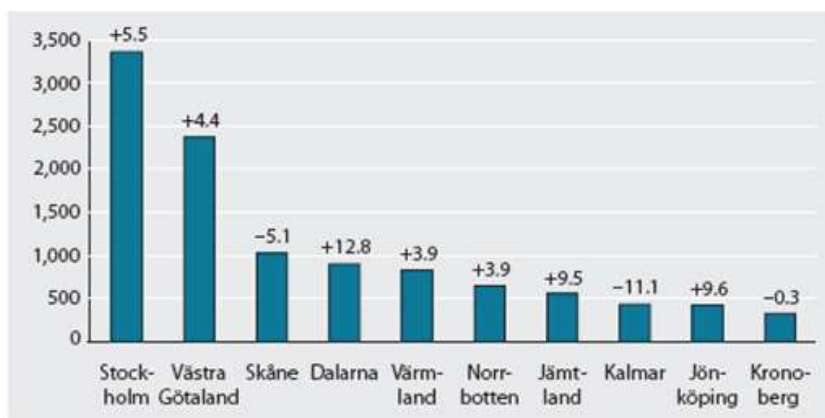
Major destinations		International Tourist Arrivals					International Tourism Receipts				
		(1000)			Change (%)		Share (%)	(US\$ million)			Share (%)
		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Series¹		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Europe		485,193	461,509	476,551	-4.9	3.3	100	471,797	410,932	406,251	100
Albania	TF	1,330	1,775	2,229	33.5	25.6	0.5	1,720	1,816	1,626	0.4
Andorra	TF	2,059	1,830	1,808	-11.1	-1.2	0.4	..	..	..	..
Austria	TCE	21,935	21,355	22,004	-2.6	3.0	4.6	21,587	19,404	18,663	4.6
Azerbaijan	TF	1,409	1,430	1,495	1.5	4.5	0.3	190	353	621	0.1
Belgium	TCE	7,165	6,814	7,217	-4.9	5.9	1.5	11,762	9,970	10,287	2.5
Bulgaria	TF	5,780	5,739	6,047	-0.7	5.4	1.3	4,204	3,728	3,637	0.9
Netherlands	TCE	10,104	9,921	10,883	-1.8	9.7	2.3	13,342	12,368	13,062	3.2
Norway	TF	4,347	4,346	4,767	0.0	9.7	1.0	4,911	4,204	4,779	1.0
Poland	TF	12,960	11,890	12,470	-8.3	4.9	2.6	11,768	9,011	9,446	2.3
Portugal	TCE	6,962	6,439	6,865	-7.5	6.6	1.4	10,943	9,635	10,090	2.5
Russian Federation	TF	21,566	19,420	20,271	-10.0	4.4	4.3	11,795	9,319	8,985	2.2
Slovakia	TCE	1,767	1,298	1,327	-26.5	2.2	0.3	2,589	2,336	2,233	0.6
Slovenia	TCE	1,940	1,803	1,844	-7.0	2.2	0.4	2,820	2,511	2,311	0.6
Spain	TF	57,192	52,178	52,677	-8.8	1.0	11.1	61,628	53,177	52,525	12.9
Sweden	TCE	4,555	4,678	4,951	2.7	5.8	1.0	11,206	10,261	11,079	2.5
Switzerland	THS	8,608	8,294	8,628	-3.7	4.0	1.8	14,401	13,789	14,841	3.7
Turkey	TF	24,994	25,506	27,000	2.0	5.9	5.7	21,951	21,250	20,807	5.1

Źródło: UNWTO, Tourism Highlight, 2011 Edition. s.6

W 2010 roku Szwecja osiągnęła dochody z turystyki międzynarodowej w wysokości ponad 11 mln USD, co daje prawie 10 % wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Udział dochodów uzyskanych z turystyki międzynarodowej w Szwecji na tle Europy wynosił 2,5%. Natomiast wielkość dochodów z turystyki międzynarodowej w roku 2010 w regionie północnoeuropejskim wynosił 58,6 mln USD co daje 20 % udział Szwecji.

2.4 Główne obszary koncentracji przyjazdowego ruchu turystycznego

Ryc. 20 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w poszczególnych regionach (tys.) ze zmianami do 2009 roku.



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.54(27.12.2011)

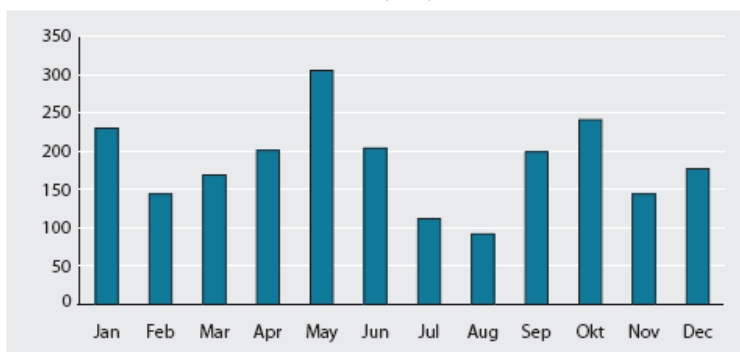
Sztokholm osiągnął liczbę prawie 3,5 miliona nocy spędzonych przez turystów zagranicznych, co daje 5,5 % wzrost w stosunku do roku 2009. Stolica Szwecji uzyskała 27 % udział wszystkich nocy spędzonych przez turystów w tym kraju. Dalarna osiągnęła 12,8 % wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Natomiast największy spadek osiągnęły regiony Skåne i Kalmar, może to być spowodowane tym, że w 2009 obszary te odwiedziła duża liczba turystów.

III Rynek emisji turystycznej Szwecji

3.1 Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Szwecji w turystyce zagranicznej

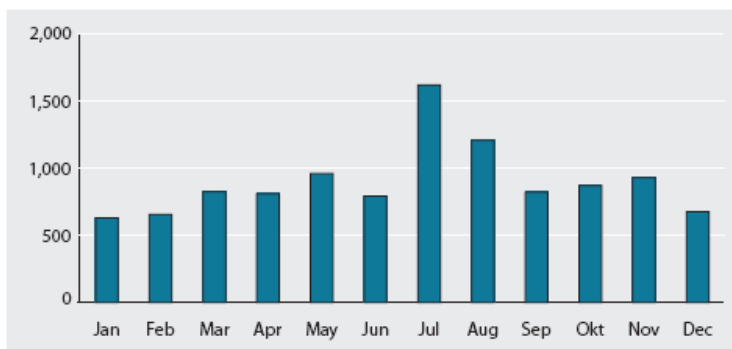
Szwedzi w 2010 wykonali 13 mln podróży zagranicznych z przynajmniej jednym noclegiem. Liczba ta w stosunku do roku poprzedniego wzrosła o aż 11,5 %. Turystyka wyjazdowa nabiera na znaczeniu gdyż od roku 1996 następuje ciągły wzrost, za wyjątkiem roku 2009 gdzie liczba podróży spadła za sprawą globalnego kryzysu gospodarczego. 2,2 mln z wszystkich podróży zagranicznych, były to wyjazdy w celach biznesowych. Natomiast 10,8 mln to podróże w celach wypoczynkowych²¹

Ryc. 21 Sezonowość wyjazdów Szwedów w 2010 roku z podziałem na cel wyjazdu. (tys.)
Business trips abroad with overnight stays, by month, 2010 (thousands)



Source: Resurs AB/TDB

Leisure trips abroad with overnight stays, by month, 2010 (thousands)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.63 (27.12.2011)

Najwięcej podróży w celach biznesowych w 2010 roku wykonanych było w miesiącu maju, duża liczba wyjazdów również nastąpiła w styczniu i październiku, co ciekawe miesiące letnie generują najmniejszą ilość podróży zagranicznych. W przeciwieństwie do wyjazdów w celach biznesowych Szwedzi do podróżowania dla

²¹ Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010.s.61 (27.12.2011)

wypoczynku najczęściej wybierają miesiące letnie – lipiec, sierpień, co pokrywa się ze standardowym szablonem sezonowości.

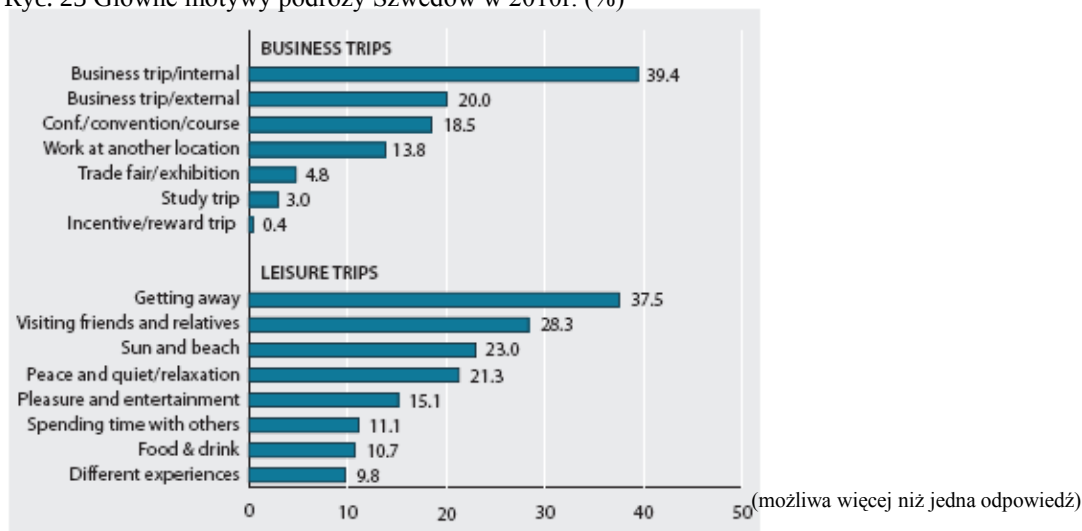
Ryc.22 Środki transportu wykorzystywane przez Szwedów do podróży zagranicznych w 2010r. (%)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.61(27.12.2011)

Najbardziej popularnym środkiem transportu wśród Szwedów do podróży zagranicznych, zarówno tych biznesowych i wypoczynkowych jest samolot. 76,5 % turystów biznesowych i 62.5% (zsumowane loty regularne i czarterowe) podróżujących w celach wypoczynkowych wybiera ten sposób przemieszczania się. Na drugim miejscu jest samochód, 14,1% podróży biznesowych, a 19% podróży w celach wypoczynkowych. Najrzadziej wybieranym środkiem transportu dla obydwóch motywów podróżowania jest pociąg.

Ryc. 23 Główne motywy podróży Szwedów w 2010r. (%)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.63 (27.12.2011)

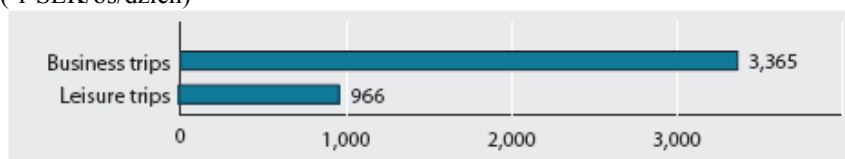
Główne motywy wyjazdów wśród Szwedów to motywy biznesowe i wypoczynkowe. W celach biznesowych najpopularniejszy są wewnętrzne wyjazdy

służbowe – 39,4 % wszystkich wyjazdów oraz wyjazdy służbowe spoza danej instytucji- 20% . Natomiast w celach wypoczynkowych, popularnym motywem do podróżowania jest chęć wyrwania się z miejsca stałego zamieszkania- 37,5 % wszystkich wyjazdów oraz odwiedzanie przyjaciół i krewnych – 28,3 %.

3.2 Wydatki na podróże zagraniczne

Ryc. 24 Wydatki Szwedów podczas wyjazdów zagranicznych w 2010 roku

(1 SEK/os/dzień)



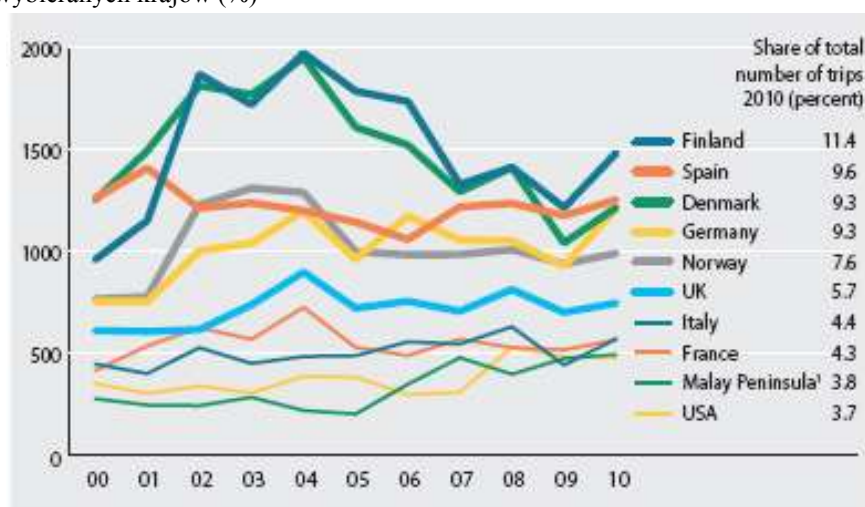
10 Koron szwedzkich= 1 Euro (Stan na 05.01.2010)

Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.64 (27.12.2011)

Średnio jeden szwedzki turysta biznesowy podczas swojej podróży zagranicznej w 2010 roku wydał 3,365 koron szwedzkich na dzień czyli ok. 330 euro. Natomiast turysta podróżujący w celach biznesowych wydał średnio 966 koron szwedzkich na dzień, co daje ok. 95 euro.

3.3 Ulubione destynacje mieszkańców Szwecji

Ryc.25 Liczba podróży zagranicznych Szwedów z przynajmniej jednym noclegiem do najchętniej wybieranych krajów (%)



Źródło: Swedish Agency for Economic and Regional Growth, Tourism In Sweden, 2010. s.61(27.12.2011)

Jak widać na załączonym wykresie, najbardziej popularna wśród Szwedów od lat jest Finlandia, a następnie Dania. Od roku 2008 miejsce Danii zajęła Hiszpania. W 2010 mieszkańcy Szwecji odbyli prawie 1,5 mln podróży do Finlandii, co stanowi 11,4% wszystkich podróży, spowodowane jest to atrakcyjnością i bliskością położenia tego kraju. Do Hiszpanii w 2010 roku wykonano ok. 1,3 mln podróży, co daje 9,6% udział we wszystkich podróżach zagranicznych. Za wyjątkiem Stanów Zjednoczonych, wyjazdy Szwedów do powyższych krajów wykazują tendencję wzrostową. W roku 2009 nastąpiło widoczne załamanie w liczbie odbytych podróży to wszystkich krajów a to za sprawą kryzysu gospodarczego.

IV Znaczenie Szwecji dla Polski

4.1 Przyjazdy Szwedów do Polski

Tab. 5 Przyjazdy do Polski w roku 2010 (tys.)

	w 2010 roku			
	Przyjazdy ogółem	zmiana	w tym turyści	zmiana
Ogółem	58340	8,4%	12470	4,9%
27 krajów Unii Europejskiej	47385	4,5%	8500	1,9%
Stara UE	28540	0,0%	6875	1,9%
w tym:				
Niemcy	25860	-1%	4520	-1%
Wielka Brytania	540	8%	485	8%
Niderlandy	370	10%	335	12%
Austria	345	6%	310	11%
Włochy	285	12%	265	8%
Francja	260	8%	225	5%
Szwecja	195	3%	150	-3%
Pozostałe kraje UE15	685	9%	585	7%

Źródło: <http://www.intur.com.pl/warsztat.htm#kraje2010> (data odczytu 05.01.2012)

W 2010 roku do Polski przyjechało 150 tys. szwedzkich turystów co daje 3 % spadek przyjazdów w stosunku do roku poprzedniego.

Tab. 6 Profil turystów ze Szwecji przyjeżdżających do Polski w 2009 roku.

Szwecja	
Ilość turystów	155 tys.
Średnie wydatki w Polsce	370 USD
Liczba noclegów	242 tys.
Liczba korzystających z noclegów	109 tys.
Długość pobytu	
1–3 noclegów	42%
Ponad tydzień	17%
Średnia liczba noclegów	4,8
Organizacja	
Pełen pakiet	31%
Własna organizacja	49%
Cel pobytu	
Typowa turystyka	33%
Odwiedziny krewnych/znajomych	15%
Zawodowy/służbowy	28%
Zakupy	7%
Tranzyt	4%
Podróże służbowe	
Samodzielne interesy	37%
Delegacje	37%
Wiek turystów	
Do 34 lat	20%
35–54 lata	64%
55 lat i więcej	16%
Liczba wizyt w ciągu 12 miesięcy	
Jedna	49%
11 i więcej	3%
Średnia liczba wizyt	2,8
Noclegi	
W hotelach	58%
U rodziny/znajomych	15%

Źródło: Instytut Turystyki, nie wszystkie wskaźniki dodają się do 100%, bo nie wszystkie dane są publikowane. (data odczytu 05.01.2012)

W 2009 roku do Polski przyjechało 155 tys. szwedzkich turystów, każdy z nich podczas swojej całej podróży wydał 370 USD. Ze wszystkich podróżujących ze Szwecji do naszego kraju 109 tys. korzystało z noclegu i w sumie zatrzymali się na 242 tys. nocy w miejscach tymczasowego zakwaterowania. Jeśli chodzi o długość pobytu, to najczęściej przyjezdnych ze Szwecji zostało w Polsce na od 1 do 3 dni- 42%, natomiast na ponad tydzień było to tylko 7% szwedzkich turystów. Średnia liczba noclegów wyniosła 4,8. Szwedzi preferowali własną formę organizacji podróży- 49 %, z ofert zorganizowanych skorzystało 31 %. Najczęstszym celem podróży do Polski był cel typowo turystyczny- 33 %, zaraz za nim cele służbowo/biznesowe- 28%, najmniej popularny to tranzyt- 4 %. Podróże służbowe podzielone na samodzielne interesy oraz delegacje otrzymały tą samą wartość procentową po 37 %. Najwięcej przyjezdnych ze Szwecji odwiedziło nasz kraj w przedziale wiekowym od 35-54 lat było to 64%, najrzadziej przyjeżdżają ludzie po 54 roku życia – 16 %. W ciągu całego roku prawie połowa Szwedów przyjeżdża tylko raz odwiedzić Polskę, a średnia liczba wizyt to 2,8. Większość przyjezdnych ze Szwecji zatrzymuje się w hotelach 58%, tylko 15 % wybiera nocleg u znajomych i rodziny.

4.2 Wskaźnik WUTZ

Wskaźnik WUTZ opiera się na 5 składnikach obrazujących ruch turystyczny przyjazdowy z zagranicy do Polski oraz 3 wskaźnikach dotyczących wydatków na turystykę wyjazdową na poszczególnych narodowych rynkach emisyjnych. Wartość standaryzowaną 1 przypisano takim wskaźnikom jak: wielkość wydatków w Polsce, Liczba przyjazdów turystów zagranicznych do Polski, korzystający z polskich hoteli, natomiast wartość standaryzowana 0,5 odnosi się do wskaźników wydatków na 1 turystę oraz relacjom między liczbą odwiedzających a liczbą ludności.²²

²² <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/> (data odczytu 05.01.2012)

Tab. 11 Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej WUTZ 2011, wskaźniki cząstkowe dla Polski, dane z 2010 roku.

Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę ¹		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
1	Niemcy	3383,3	1,0000	333	0,1479	4520	1,0000	835,1	1,0000	5,5	0,1462	3,2941
2	Ukraina	1364,85	0,4026	364	0,1705	1350	0,2963	81,7	0,0963	2,95	0,0784	1,0441
3	W. Brytania	261,95	0,0762	531	0,2907	485	0,1043	323,8	0,3867	0,8	0,0212	0,8791
4	Litwa	326,6	0,0953	169	0,0298	620	0,1343	72,75	0,0856	18,8	0,5000	0,8450
5	Białoruś	637,3	0,1872	267	0,1005	970	0,2120	60,1	0,0704	10,05	0,2673	0,8374
6	USA	200,95	0,0581	821	0,5000	240	0,0499	153,3	0,1822	0,08	0,0020	0,7922
7	Włochy	156,85	0,0450	582	0,3277	265	0,0550	174,75	0,2079	0,4	0,0106	0,6462
8	Francja	130,3	0,0372	563	0,3141	225	0,0466	156,9	0,1865	0,35	0,0092	0,5936
9	Austria	156,85	0,0450	490	0,2613	310	0,0655	52,5	0,0613	3,7	0,0983	0,5314
10	Japonia	40,8	0,0107	729,5	0,4342	55	0,0089	48,25	0,0562	0,04	0,0010	0,5110
11	Kanada	55,7	0,0151	743	0,4438	75	0,0133	24,5	0,0277	0,2	0,0052	0,5051
12	Rosja	281,2	0,0819	287	0,1148	400	0,0855	180,4	0,2147	0,3	0,0079	0,5048
13	Brazylia	11,95	0,0022	796	0,4821	15	0,0000	9,2	0,0094	0,008	0,0001	0,4938
14	Izrael	34,8	0,0089	497	0,2668	70	0,0122	134,5	0,1597	0,9	0,0239	0,4715
15	Czechy	795,2	0,2340	199	0,0514	175	0,0355	62,2	0,0729	1,7	0,0451	0,4389
16	Łotwa	47,75	0,0128	128	0,0000	270	0,0566	34,4	0,0396	12,0	0,3191	0,4281
17	Korea	23,55	0,0056	673	0,3932	35	0,0044	13,6	0,0146	0,07	0,0018	0,4196
18	Norwegia	48,4	0,0129	403	0,1990	120	0,0233	92,6	0,1094	2,45	0,0651	0,4097
19	Holandia	115,4	0,0328	334	0,1486	335	0,0710	86,1	0,1016	2,0	0,0531	0,4071
20	Słowacja	657,2	0,1914	279	0,1094	95	0,0178	30,6	0,0350	1,75	0,0465	0,4001
21	Hiszpania	56,7	0,0154	422	0,2122	125	0,0244	110,75	0,1312	0,3	0,0079	0,3911
22	Dania	44,1	0,0117	449,5	0,2322	90	0,0166	71,2	0,0837	1,6	0,0425	0,3867
23	Szwecja	61,35	0,0168	371	0,1758	150	0,0300	88,0	0,1039	1,6	0,0425	0,3690
24	Chiny	20,55	0,0047	587	0,3317	35	0,0044	24,75	0,0280	0,003	0,0000	0,3688
25	Australia	31,5	0,0079	573	0,3211	55	0,0089	17,3	0,0191	0,25	0,0066	0,3636
26	Irlandia	31,2	0,0079	470	0,2468	60	0,0100	35,55	0,0410	1,35	0,0358	0,3415
27	Finlandia	34,15	0,0087	379,5	0,1817	90	0,0166	49,5	0,0577	1,7	0,0451	0,3098
28	Belgia	42,45	0,0112	391	0,1902	100	0,0189	53,95	0,0630	0,9	0,0239	0,3072
29	Estonia	21,55	0,0050	195	0,0488	90	0,0166	24,1	0,0272	6,7	0,1781	0,2757
30	Portugalia	30,2	0,0076	402	0,1982	75	0,0133	17,6	0,0194	0,7	0,0185	0,2570
31	Grecja	13,9	0,0027	388	0,1882	35	0,0044	11,9	0,0126	0,3	0,0079	0,2158
32	Szwajcaria	18,9	0,0042	315	0,1352	60	0,0100	30,7	0,0351	0,75	0,0199	0,2044
33	Bulgaria	23,9	0,0057	322	0,1403	70	0,0122	7,45	0,0073	0,9	0,0239	0,1894
34	Węgry	37,8	0,0098	173,5	0,0330	195	0,0400	37,6	0,0434	1,95	0,0518	0,1780
35	Chorwacja	6,6	0,0006	332	0,1471	20	0,0011	6,1	0,0056	0,45	0,0119	0,1663
36	Turcja	20,2	0,0046	289	0,1164	70	0,0122	14,2	0,0154	0,09	0,0023	0,1509
37	Kazachstan*	10,6	0,0018	303	0,1266	35	0,0044	2,2	0,0010	0,2	0,0052	0,1390
38	Rumunia	22,55	0,0053	221	0,0674	90	0,0166	20,3	0,0227	0,4	0,0106	0,1226
39	Słowenia	4,65	0,0000	232	0,0754	20	0,0011	7,25	0,0070	1,0	0,0265	0,1100
40	Moldawia*	8,6	0,0012	192	0,0461	45	0,0067	1,4	0,0000	1,3	0,0345	0,0885

Źródło: <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/> (data odczytu 05.01.2012)

Szwecja po zsumowaniu wartości standaryzowanych otrzymała wynik 0,3690, na pierwszej pozycji znajdują się Niemcy z wynikiem 3,2941, względem tej wartości Szwecja znajduje się na 23 pozycji krajów najbardziej użytecznych pod względem turystycznym dla Polski.

4.3 Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku szwedzkim

Według „Marketingowej Strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015” celem strategicznym na rynku szwedzkim jest „komercjalizacja i kreacja Polski jako całorocznej marki turystycznej”. Przeanalizowano profile potencjalnych turystów ze Szwecji i wyselekcjonowano dla nich odpowiednie produkty. Polska jest dla Szwecji pierwszym krajem w drodze do pozostałych państw Europy Środkowowschodniej i dlatego też z biegiem czasu może nabrać na znaczeniu. Aby zachęcić Szwedów do odwiedzania naszego kraju położony jest nacisk na turystykę kulturowo- miejską, najchętniej odwiedzane miasta to Kraków i Trójmiasto. Ponadto poziom cen jest zachęcającym motywem do przyjazdu do Polski. W przeprowadzonych badaniach zidentyfikowano zapotrzebowanie wśród Szwedów na wyjazdy golfowe, Spa oraz muzyczne i dlatego też w te produkty są inwestowane pieniądze. Narzędziami, które pozwolą trafić do turystów są: marketing internetowy, podróże i współpraca z dziennikarzami aby zwiększyć ekspozycję Polski w prasie codziennej oraz w prasie lotniczej (linie lotnicze SAS), obecność na najpopularniejszych blogach podróżniczych, e-marketing, pozycjonowanie stron, banery oraz obecność na najważniejszych targach branżowych²³.

4.4 Analiza wyjazdów Polaków do Szwecji

Tab. 7 Zagraniczne wyjazdy polskich turystów według odwiedzanych krajów (mln).

	rok 2008	rok 2009
Razem wyjazdów turystycznych	7,60	6,30
Niemcy	1,90	1,30
Włochy	0,45	0,65
Wielka Brytania	0,45	0,50
Austria	0,30	0,35
Belgia	0,15	0,35
Czechy	0,65	0,35
Holandia	0,35	0,35
Chorwacja	0,30	0,30
Egipt	0,25	0,25
Hiszpania	0,30	0,25
Francja	0,35	0,20
Irlandia	0,25	0,20
Słowacja	0,45	0,20
Szwecja	0,10	0,20

Źródło: http://www.intur.com.pl/jurek_09.htm (data odczytu 05.01.2012)

²³ Polska Organizacja Turystyczna, Strategia komunikacji marketingowej na rynkach szwedzkim i holenderskim, 2011, Warszawa

W 2009 Szwecję odwiedziło 200 tys. Polaków, jest to ogromny wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Może być to spowodowane wyjazdami Polaków w celach zarobkowych.

V Analiza SWOT Szwecji

Tab. 8 Analiza SWOT dla Szwecji

MOCNE STRONY 1. Kraj wysokorozwinięty, stały wzrost gospodarczy 2. Stały przyrost naturalny 3. Strategiczne położenie (Morze Bałtyckie) 4. Wysoka stopa zatrudnienia 5. Wykwalifikowani pracownicy 6. Zaawansowane technologie IT 7. Czystość i świadomość ekologiczna 8. Mały odsetek przestępczości 9. Dobrze rozwinięty transport i komunikacja 10. Atrakcyjne dzielnice	SŁABE STRONY 1. Nierównomierny rozkład ludności (więcej na południu) 2. Niekorzystny klimat 3. Inwestycje tylko w największych miastach 4. Wysokie ceny dla przyjezdnych 5. Migracja ludzi do miast (szczególnie młodych) 6. Kosztowna komunikacja (duże odległości) 7. Niewielka ilość małych przedsiębiorstw 8. Skomplikowany system podatkowy 9. Starsze społeczeństwo w mniejszych miejscowościach 10. Stereotyp Szwedów jako narodu mało otwartego
SZANSE 1. Większa otwartość na imigrantów 2. Tolerancja 3. Innowacje w szkolnictwie wyższym 4. Inwestycje przyjazne środowisku 5. Obniżka cen lotów 6. Fundusze unijne 7. Rozwój nowych technologii 8. Duża przestrzeń (możliwość zagospodarowania obszarów) 9. 24 godzinny sektor usług bezpieczeństwa 10. Stworzenie jednego rynku północnoeuropejskiego „Nordic Market”	ZAGROŻENIA 1. Kryzys gospodarczy 2. Wzrastające ceny energii 3. Zmniejszający się eksport towarów 4. Wzrastająca liczba imigrantów-konflikty 5. Terroryzm 6. Międzynarodowa rywalizacja (kraje północnoeuropejskie) 7. Przekonanie Szwedów, że są najlepsi 8. Wzorce migracji ludzi młodych 9. Późne wejście na rynek pracy 10. Skok cen ropy naftowej- droższy transport

Źródło: opracowanie własne przy pomocy http://nordic-ictfore.vtt.fi/materiaali/carlsen_swedish_swot.pdf (data odczytu 06.01.2012)

VI Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego.

Ryc. 26 Oferta turystyczna

ZIMA W SKANDYNAWII

Szwecja dla singli ☺

Chcesz spędzić wspaniały weekend w pojedynkę? Z nami na pewno odpoczniesz i nie zaznasz nudy, a może poznasz kogoś ciekawego?!

SZWEDZKA LAPONIA ZAPRASZA

MIEJSCE: KIRUNA

CENA: 4 300 zł / os.

TERMIN: 10-13.02.2012

W PROGRAMIE :

- zwiedzanie Sztokholmu
- wycieczka na skuterach śnieżnych
- wycieczka na raketach śnieżnych w poszukiwaniu zorzy polarnej

OPCJONALNIE:

- wycieczka do hotelu lodowego
- nocleg w hotelu lodowym
- wycieczka na skuterach z wędkowaniem spod lodu
- wycieczki psimi zaprzęgami
- Dni kultury Samów
- Łosiowe safari.
- wycieczka na saniach ciągniętych przez konie
- wycieczką w głąsę z noclegiem

Cena obejmuje: przelot samolotem na trasie: Warszawa-Sztokholm-Kiruna-Sztokholm-Warszawa, zakwaterowanie w pokojach 1-osobowych w 4 gwiazdkowym hotelu ,3 śniadania w formie bufetu, transfery, zwiedzanie Sztokholmu z przewodnikiem, realizację programu, opiekę pilota, ubezpieczenie

Cena nie obejmuje: wycieczek fakultatywnych, dopłata do noclegu hotelu lodowego ok.640 PLN/os/noc

Źródło: opracowanie własne przy pomocy http://www.proteatravel.turystyka.net/offer_1280_2291.html
(data odczytu 07.01.2012)

Ramowy program imprezy:

Dzień 1

Godzina 6.00 zbiórka na lotnisku im. Fryderyka Chopina w Warszawie, godz. 8.00 wylot do Sztokholmu. Godzina 9.50 przylot, pozostawiamy bagaże w przechowalni, transfer z lotniska do centrum miasta, zwiedzanie miasta z przewodnikiem, czas wolny, powrót na lotnisko, 19.15 odlot samolotu do Kiruny, przylot 21.50 transfer do hotelu.

Dzień 2

Śniadanie, wycieczka na skuterach śnieżnych po okolicach rzeki Torne, ognisko z lapońskimi specjałami, powrót do hotelu, odpoczynek, późnym popołudniem wycieczka w poszukiwaniu zorzy polarnej na rakietach śnieżnych, dla chętnych wejście na górę Sakkaravaara, ognisko, powrót do hotelu, nocleg.

Dzień 3

Śniadanie, możliwość wykupienia wycieczki fakultatywnej.

Dzień 4

śniadanie, przejazd na lotnisko, godz. 13.25 odlot do Sztokholmu, godz. 15.00 przylot do Sztokholmu, godz. 18.55 odlot do Warszawy, godz. 22.40 przylot do Warszawy.

Podsumowanie

Szwecja jest krajem niedocenianym z turystycznego punktu widzenia, często słyszy się opinie, że nie ma co w Szwecji zwiedzać. Obecnie ludzie pragną wyjeżdżać do miejsc gdzie mają zapewnioną ładną pogodę, piasek i morze. Królestwo Szwecji jest unikatową destynacją bo to właśnie tutaj możemy być świadkiem niespotykanych zjawisk takich jak zorza polarna. Mamy okazję wyruszyć do krainy Indian Europy- Laponii gdzie dziewicza przyroda i niezdegradowane przez człowieka obszary zachwycają i pozwalają odpocząć od zgiełku dnia codziennego. Tutaj można realizować wszelakie hobby począwszy od żeglarstwa poprzez wędkarstwo, wspinaczkę górską a skończywszy na narciarstwie. Na globalnym rynku turystycznym Szwecja nie ma znaczącej pozycji, w liczbie przyjazdów turystów zagranicznych znajduje się dopiero w czwartej dekadzie, na rynku europejskim natomiast w drugiej dekadzie. Dzieje się tak ponieważ Szwecja nie opiera swojej gospodarki na tym właśnie sektorze, ale ma ogromny, jeszcze niewykorzystany potencjał. Z biegiem czasu, kiedy to typowe destynacje przestaną być tak popularne, Szwecja jako unikatowe miejsce nabierze na znaczeniu. Jeśli chodzi o użyteczność Królestwa Szwecji dla Polski biorąc pod uwagę wskaźnik WUTZ możemy zauważyć, że Szwecja znajduje się w drugiej dekadzie, co jest zaskakujące bo położona jest całkiem blisko naszego kraju oraz obydwa kraje dysponują dobrymi połączeniami promowymi. Przyczyną tego może być fakt, że Polacy wybierając się na urlop podążają za typową turystyką. Rynek turystyczny Szwecji jest na pewno rynkiem emisyjnym, gdyż w roku 2010 Szwedzi wykonali 13 mln podróży, natomiast do Królestwa Szwecji przyjechało niecałe 5 mln zagranicznych turystów.

Bibliografia:

Źródła:

1. Kruczek Zygmunt *Europa. Geografia turystyczna*, Proksenia, Kraków 2007.
2. G. Micuła, *Szwecja*, Pascal., Warszawa 2008.
3. Swedish Agency for Economic and Regional Growth, *Tourism In Sweden*, 2010.
Pobrane z :
www.tillvaxtverket.se/ovrigt/englishpages.4.21099e4211fdb8c87b800017332
4. Polska Organizacja Turystyczna, *Strategia komunikacji marketingowej na rynkach szwedzkim i holenderskim*, 2011, Warszawa.
Pobrane z :
www.pot.gov.pl
5. UNWTO, *Tourism Highlight*, 2011 Edition.
Pobrane z :
<http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>

Internet:

1. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Szwecja>
2. www.szwecja.modos.pl
3. www.szwecja.net
4. www.szwecja.filo.pl
5. www.szwecja.igns.pl
6. www.sweden.gov.se
7. www.pot.gov.pl

Spis tabel i rycin:

Ryciny:

Ryc.1 Położenie Szwecji na tle Europy

Ryc.2 Położenie Szwecji

Ryc. 3 Regiony turystyczne Szwecji

Ryc.4 Liseberg

Ryc.5 Folkets Park

Ryc. 6 Kulturhuset

Ryc.7 Sztokholm, Kungliga Slottet

Ryc. 8 Göteborg, Kronhuset

Ryc.9 Malmö, Zamek Malmöhus

Ryc.10 Liczba miejsc noclegowych w hotelach i innych typach zakwaterowania (tys.)

Ryc. 11 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych (tys.)

Ryc. 12 Udział w liczbie nocy spędzonych w Szwecji przez poszczególne typy turystów

Ryc. 13 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w poszczególnych miesiącach (tys.)

Ryc.14 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w poszczególnych typach zakwaterowania (tys.)

Ryc.15 Liczba nocy spędzonych przez turystów z poszczególnych krajów. (tys.)

Rys.16 Liczba nocy spędzonych przez szwedzkich turystów na terenie kraju według regionów, 2010.

Rys. 17 Środki transportu używane przez Szwedów w 2010. Procentowy udział we wszystkich podróży

Rys. 18 Główne motywy wyjazdów Szwedów na terenie własnego kraju według liczby nocy spędzonych w miejscach zakwaterowania. 2010, (%).

Ryc.19 Liczba nocy spędzona w poszczególnych typach zakwaterowania przez szwedzkich turystów na terenie Szwecji. (tys.)

Ryc. 20 Liczba nocy spędzonych przez turystów zagranicznych w poszczególnych regionach (tys.) ze zmianami do 2009 roku.

Ryc. 21 Sezonowość wyjazdów Szwedów w 2010 roku z podziałem na cel wyjazdu. (tys.)

Ryc.22 Środki transportu wykorzystywane przez Szwedów do podróży zagranicznych w 2010r. (%)

Ryc. 23 Główne motywy podróży Szwedów w 2010r. (%)

Ryc. 24 Wydatki Szwedów podczas wyjazdów zagranicznych w 2010 roku

Ryc.25 Liczba podróży zagranicznych Szwedów z przynajmniej jednym noclegiem do najchętniej wybieranych krajów (%)

Ryc. 26 Oferta turystyczna

Tabele:

Tab.1 Liczba wizyt w głównych atrakcjach turystycznych Szwecji, dane z 2010 roku ze zmianami w stosunku do roku 2009.

Tab. 2 Pojemność bazy noclegowej Szwecji w 2010 r.

Tab. 3 Przyjazdy turystów do krajów Europejskich (tys.)

Tab. 4 Dochody z turystyki międzynarodowej w krajach europejskich

Tab. 4 Dochody z turystyki międzynarodowej w krajach europejskich

Tab. 5 Przyjazdy do Polski w roku 2010 (tys.)

Tab. 6 Profil turystów ze Szwecji przyjeżdżających do Polski w 2009 roku.

Tab. 7 Zagraniczne wyjazdy polskich turystów według odwiedzanych krajów (mln).

Tab. 8 Analiza SWOT dla Szwecji

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przez mnie projektu na stronie AWF Kraków poświęconej realizacji przedmiotu „Rynki turystyczne”. Oświadczam, że został on wykonany zgodnie z obowiązującymi zasadami i nie narusza niczyich praw autorskich.