



BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W 2013 ROKU

METODOLOGIA BADANIA



☐ **Metoda badania:**

- kwestionariuszowy wywiad bezpośredni (PAPI)
- analiza źródeł zastanych (desk research)

☐ **Etapy badania:**

- I kwartał 2013 r. – badanie realizowane w lutym w 16 lokalizacjach
- III kwartał 2013 r. – badanie realizowane w sierpniu w 25 lokalizacjach

☐ **Grupa docelowa:**

- goście – odwiedzający jednodniowi - osoby nie korzystające z noclegu
- turyści – osoby spędzające na obszarze Małopolski przynajmniej jedną noc

☐ **Dobór próby:** metoda losowa, prośba o udział w badaniu kierowana była do co dwudziestej osoby odwiedzającej daną lokalizację

☐ **Czas poboru próby:** 3 dni robocze i 3 dni weekendowe, w godz. 9.00 - 19.00

☐ **Poziom realizacji próby:**

	ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI	RAZEM
TURYŚCI	3410	767	4177
GOŚCIE	1555	274	1829
RAZEM	4965 (82,7%)	1041 (17,3%)	6006

OSZACOWANIE LICZBY TURYSTÓW W ROKU 2013

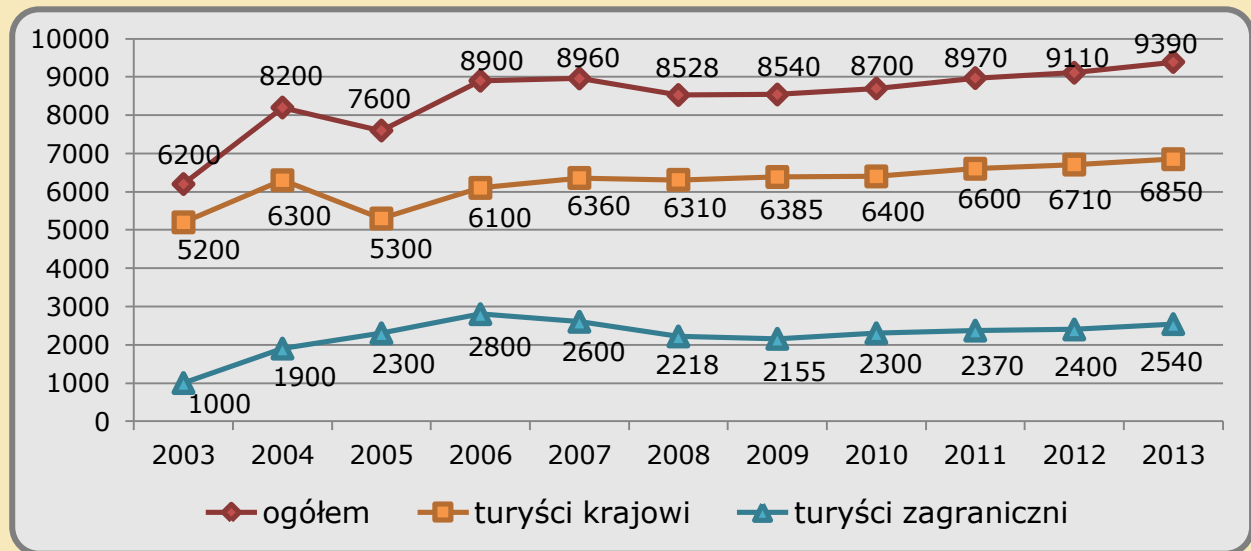
Według szacunków liczba turystów w województwie małopolskim wzrosła w roku 2013 o około **3,1%** w stosunku do roku poprzedniego, co daje **9 mln 390 tysięcy** turystów spędzających na obszarze Małopolski co najmniej jedną noc. Za wzrost ten w większym stopniu odpowiadają turyści zagraniczni (+5,8%).



	Liczba turystów (w tys.)					zmiana 2013/2012
	2009	2010	2011	2012	2013	
TURYŚCI KRAJOWI	6 385	6 400	6 600	6 710	6 850	+2,1%
TURYŚCI ZAGRANICZNI	2 155	2 300	2 370	2 400	2 540	+5,8%
TURYŚCI OGÓŁEM	8 540	8 700	8 970	9 110	9 390	+3,1%

Od roku 2009 widoczny jest **systematyczny wzrost liczby turystów** odwiedzających Małopolskę.

(na wykresie liczba odwiedzających w tysiącach)



OSZACOWANIE LICZBY ODWIEDZAJĄCYCH W ROKU 2013

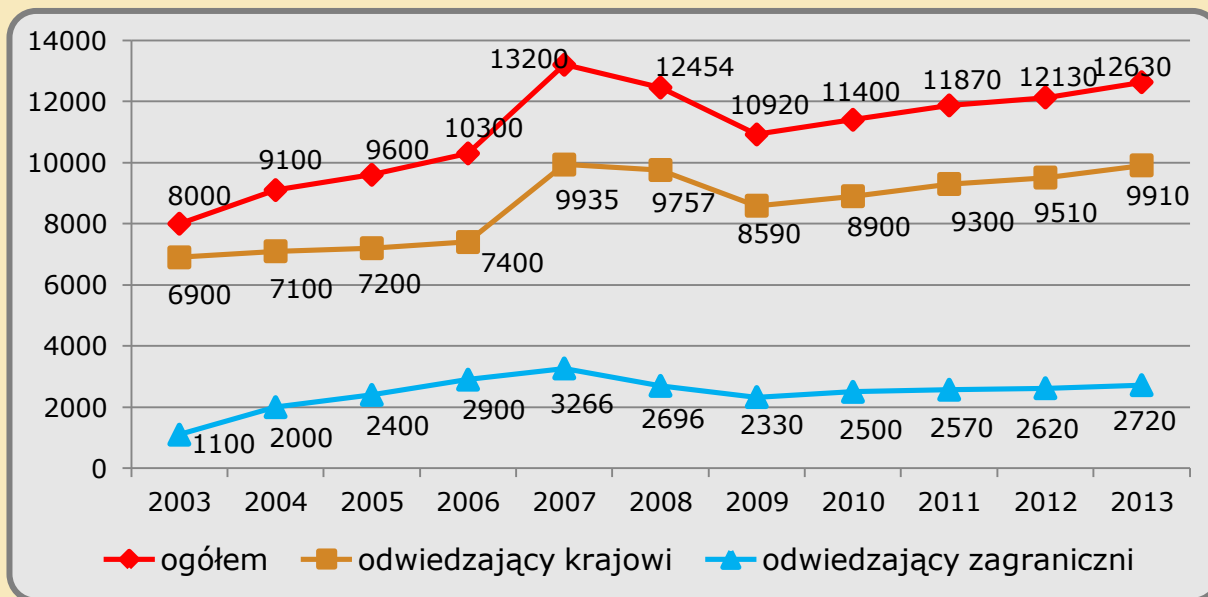
Według szacunków liczba odwiedzających w województwie małopolskim wzrosła w roku 2013 o **4,2%** w stosunku do roku poprzedniego, co daje **12 mln 630 tysięcy** odwiedzających spędzających na obszarze Małopolski co najmniej jedną noc.



	Liczba odwiedzających (w tys.)					zmiana 2013/2012
	2009	2010	2011	2012	2013	
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	8 590	8 900	9 300	9 510	9 910	+4,2
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI	2 330	2 500	2 570	2 620	2 720	+3,8
ODWIEDZAJĄCY OGÓŁEM	10 920	11 400	11 870	12 130	12 630	+4,2

Od roku 2009 widoczny jest **systematyczny wzrost liczby odwiedzających** Małopolskę.

(na wykresie liczba odwiedzających w tysiącach)



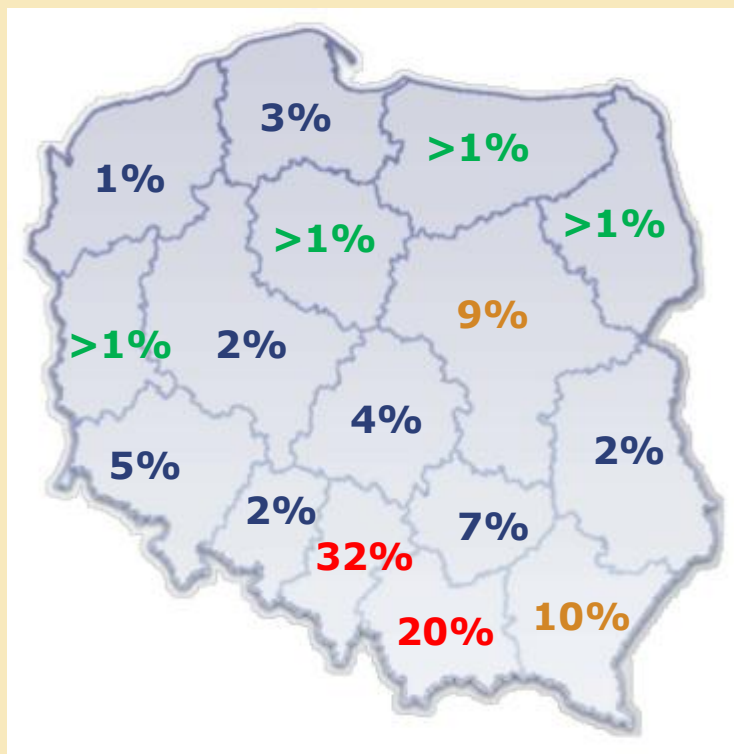
POCHODZENIE ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH

Największa liczba odwiedzających krajowych pochodzi z obszaru województw: **śląskiego, małopolskiego, podkarpackiego i mazowieckiego.**

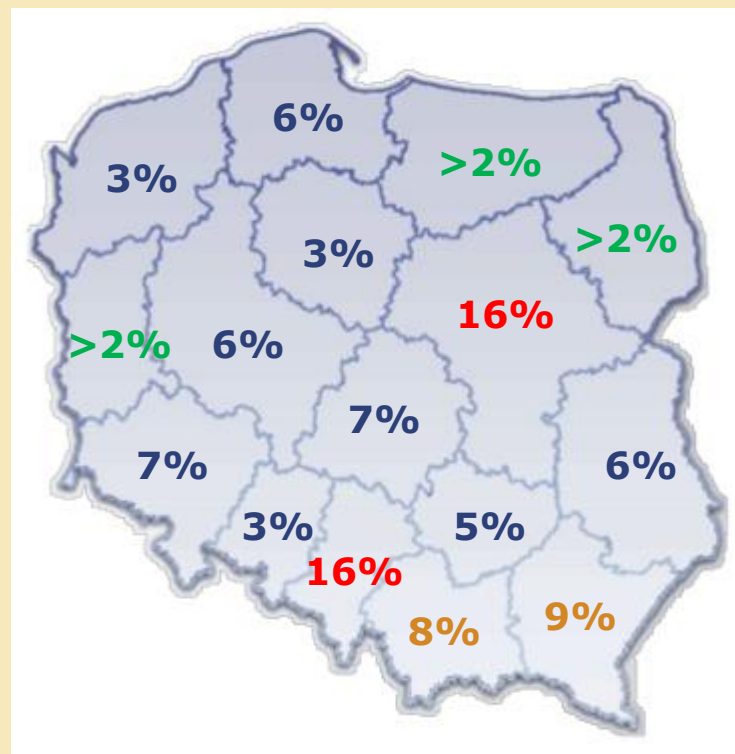
Z województw tych przyjeżdża 71% gości krajowych oraz 49% turystów krajowych.



Rozkład procentowy **gości krajowych** według zamieszkiwanego województwa



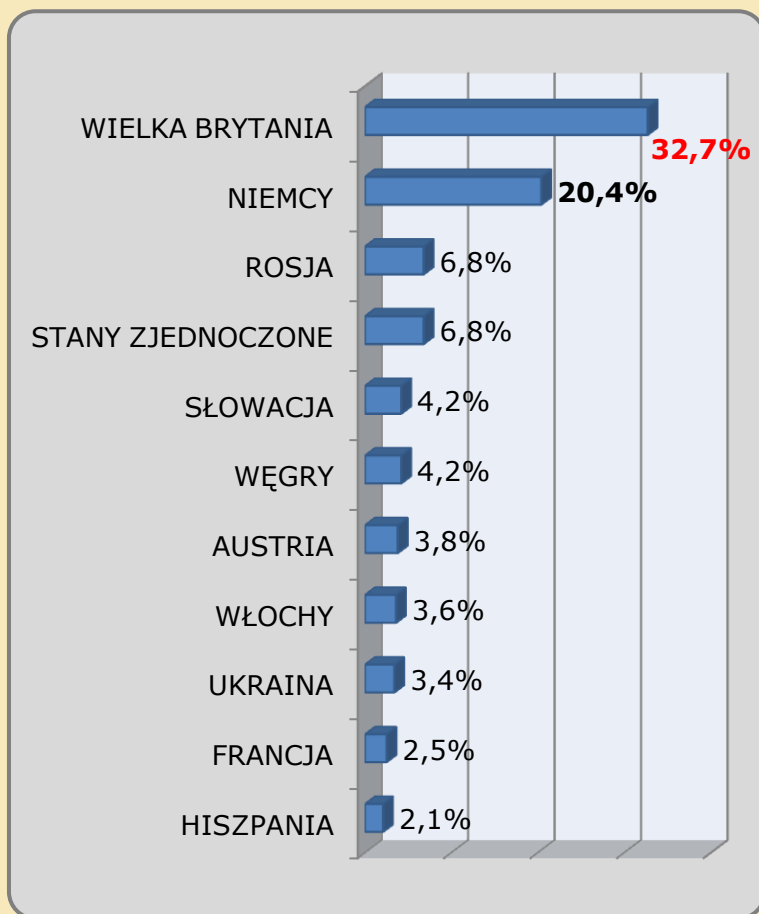
Rozkład procentowy **turystów krajowych** według zamieszkiwanego województwa



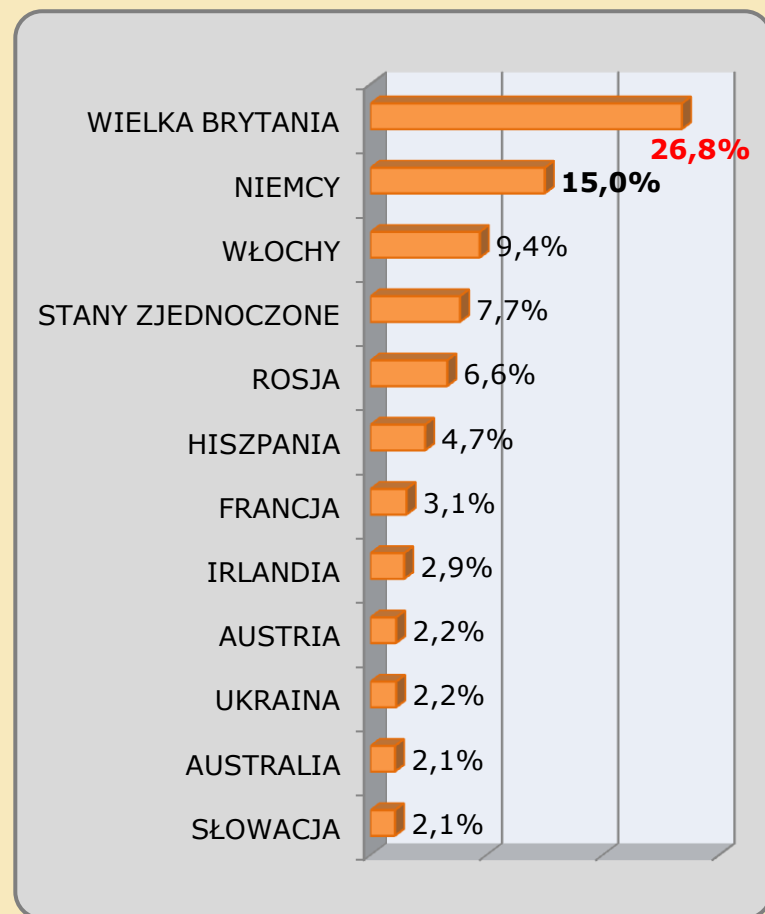
POCHODZENIE ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH



Rozkład procentowy **gości zagranicznych** według kraju, którego są rezydentami



Rozkład procentowy **turystów zagranicznych** według kraju, którego są rezydentami



W stosunku do lat poprzednich umacnia się dominująca pozycja **Wielkiej Brytanii i Niemiec**, maleje natomiast udział **ryнку francuskiego** (z 9,5% w roku 2004 do 3,0% w roku 2013).

CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI

We wszystkich kategoriach respondentów dominującym celem przyjazdu do Małopolski jest chęć **wypoczynku** oraz **zwiedzania zabytków**.

✓Wśród **odwiedzających zagranicznych** istotnym motywem wizyty w Małopolsce staje się rozrywka oraz zakupy.



Małopolska

Cel wizyty w Małopolsce	Odwiedzający krajowi		Odwiedzający zagraniczni	
	goście	turyści	goście	turyści
Wypoczynek	51,3%	76,9%	57,3%	61,7%
Zwiedzanie zabytków	45,0%	41,8%	53,3%	60,9%
Turystyka aktywna	15,7%	24,5%	4,4%	4,2%
Odwiedziny u przyjaciół lub rodziny	11,1%	14,3%	11,7%	13,6%
Cel religijny	8,8%	3,0%	1,8%	4,2%
Rozrywka, pobyt w restauracjach	4,5%	7,3%	12,8%	16,3%
Zakupy	3,9%	3,7%	5,1%	19,9%
Sprawy służbowe/interesy	6,2%	5,5%	5,8%	2,0%
Cel zdrowotny	3,3%	3,0%	0,7%	3,5%

RELIGIJNY CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI

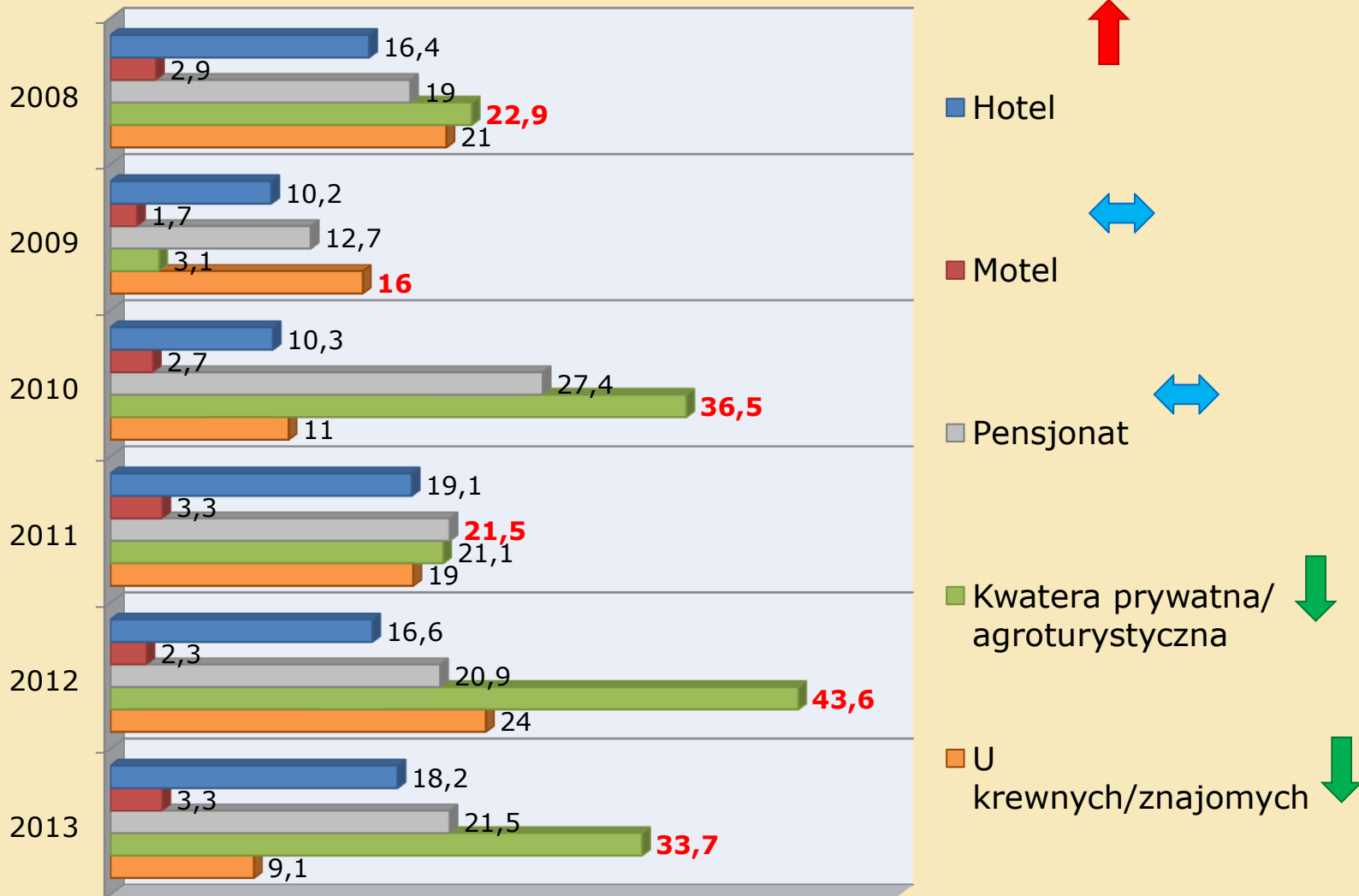


Uzyskane dane pokazują spadek odsetka odwiedzających deklarujących religijny cel wizyty w regionie, jednak **nieuzasadnione wydaje się mówienie o realnym spadku zainteresowania celami religijnymi**, gdyż podobny poziom odnotowywano już w latach wcześniejszych. To raczej **rok 2012** uznać należy za wyjątkowy - nastąpił wtedy okresowy wzrost zainteresowania wizytami w miejscach związanych z postacią Jana Pawła II, spowodowany jego **beatyfikacją** w II kwartale roku 2011.

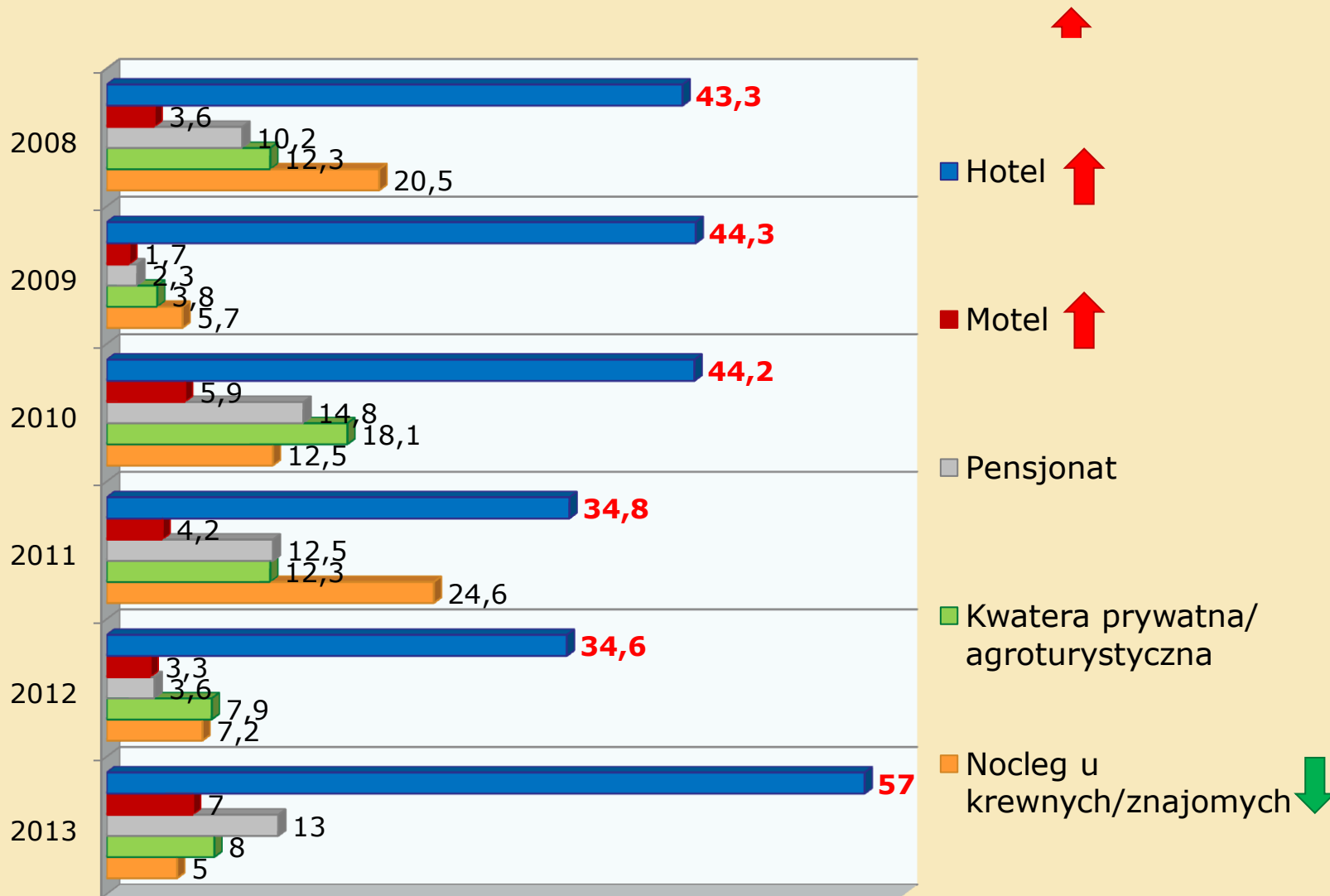
Biorąc pod uwagę oczekiwaną w roku 2014 **kanonizację** błogosławionego Jana Pawła II oraz przygotowania do **Świątowych Dni Młodzieży** w roku 2016 spodziewany jest ponowny wzrost popularności turystyki religijnej wśród odwiedzających województwo małopolskie.

Kategoria odwiedzających	Odsetek gości krajowych wybierających religijny cel pobytu w Małopolsce				
	2009	2010	2011	2012	2013
Goście krajowi	9,8	7,7	9,2	19,6	8,8
Turyści krajowi	9,8	2,8	6,0	7,8	3,0
Odwiedzający zagraniczni	10,8	2,3	6,2	9,1	3,5

FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW KRAJOWYCH



FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH



ŚRODEK TRANSPORTU ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Wśród **turystów krajowych** niezmiennie dominują podróże samochodowe, maleje natomiast znaczenie pociągów oraz autokarów wycieczkowych (analiza dla lat 2008-2013).

Wśród **turystów zagranicznych** rośnie popularność podróży autokarami wycieczkowymi oraz samochodami. Zmniejsza się odsetek turystów korzystających z połączeń lotniczych.



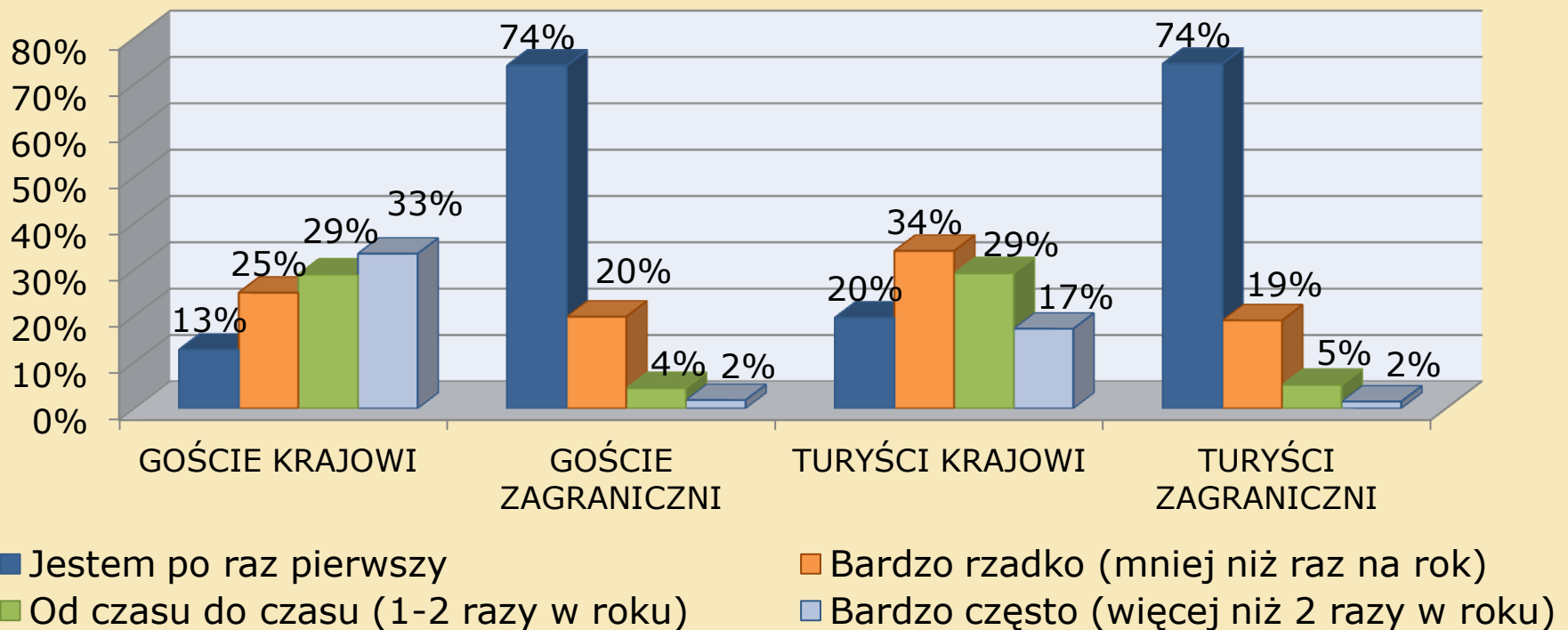
Małopolska

Lp.	Środek transportu wybierany w 2013 roku	Odwiedzający krajowi (%)		Odwiedzający zagraniczni (%)	
		goście	turyści	goście	turyści
1.	Samochód	78,0	73,3	38,1	35,7
2.	Samolot	0,9	1,4	34,1	38,4
3.	Pociąg	5,0	8,2	4,6	8,6
4.	Bus kursowy (regularnej linii)	8,2	11,9	12,5	8,7
5.	Bus wycieczkowy, autokar	7,6	6,1	27,5	28,4
6.	Inny środek transportu	0,8	0,4	0,7	0,2

CZĘSTOTLIWOŚĆ ODWIEDZIN

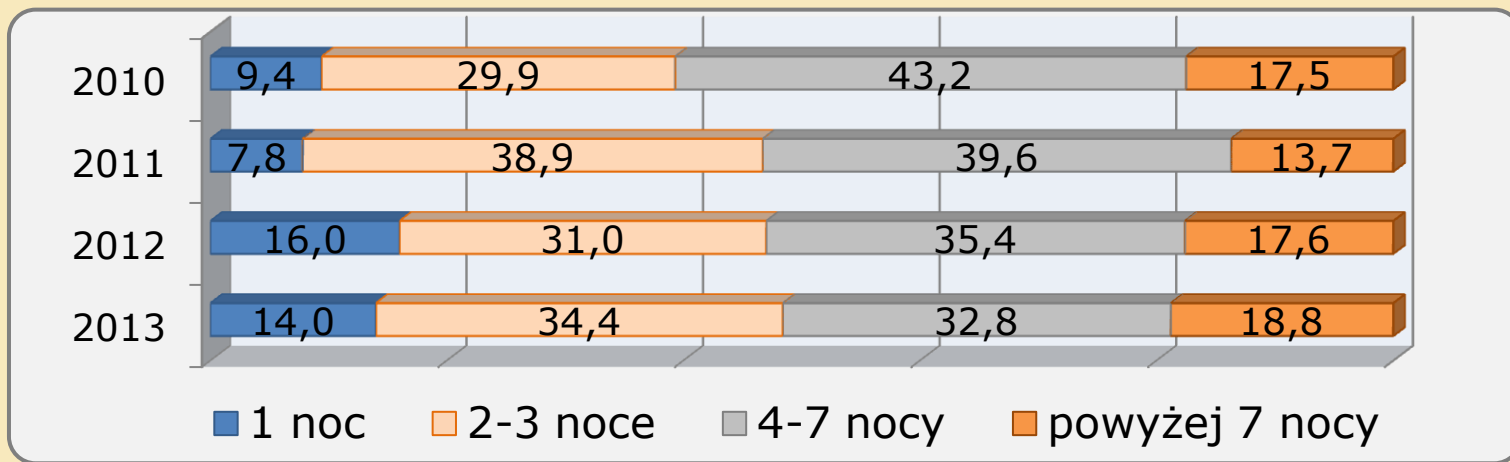
Niemal $\frac{3}{4}$ **odwiedzających zagranicznych** przybyło w roku 2013 do Małopolski po raz pierwszy.

Największy odsetek **gości krajowych** deklaruje wizyty co najmniej 3 razy w roku (33%), a **turystów krajowych** – mniej niż raz w roku (34%).

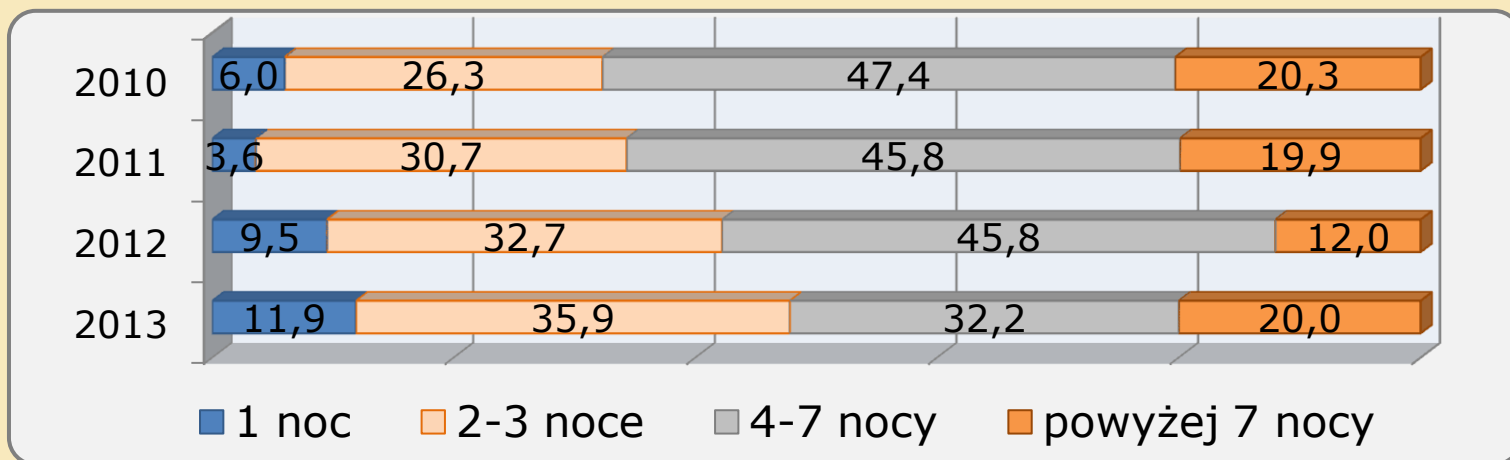


DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTÓW

Długość pobytu **turystów krajowych** w latach 2010-2013 (w %)



Długość pobytu **turystów zagranicznych** w latach 2010-2013 (w %)



ŹRÓDŁA WIEDZY O MAŁOPOLSCE

Internet pozostaje kluczowym medium, w którym odwiedzający poszukują informacji o województwie małopolskim.



Bardzo dużą popularnością cieszą się **strony internetowe województwa, poszczególnych miast, gmin i atrakcji turystycznych.**

Lp.	Źródła informacji o Małopolsce	Odwiedzający krajowi (%)		Odwiedzający zagraniczni (%)	
		goście	turyści	goście	turyści
1.	Internet	50,2	48,7	26,6	47,7
2.	Przewodniki	33,5	36,9	38,3	42,0
3.	Rodzina/znajomi	28,2	27,2	31,8	28,0
4.	Foldery/ulotki	20,4	21,7	16,8	15,0
5.	Katalogi biur podróży	3,0	3,7	14,5	11,5
6.	Telewizja	14,5	13,0	7,3	9,3
7.	Prasa	7,1	6,3	4,7	7,7
8.	Radio	5,1	3,6	1,5	5,5
9.	Informacja Turystyczna	2,6	2,5	6,9	5,2

WYDATKI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

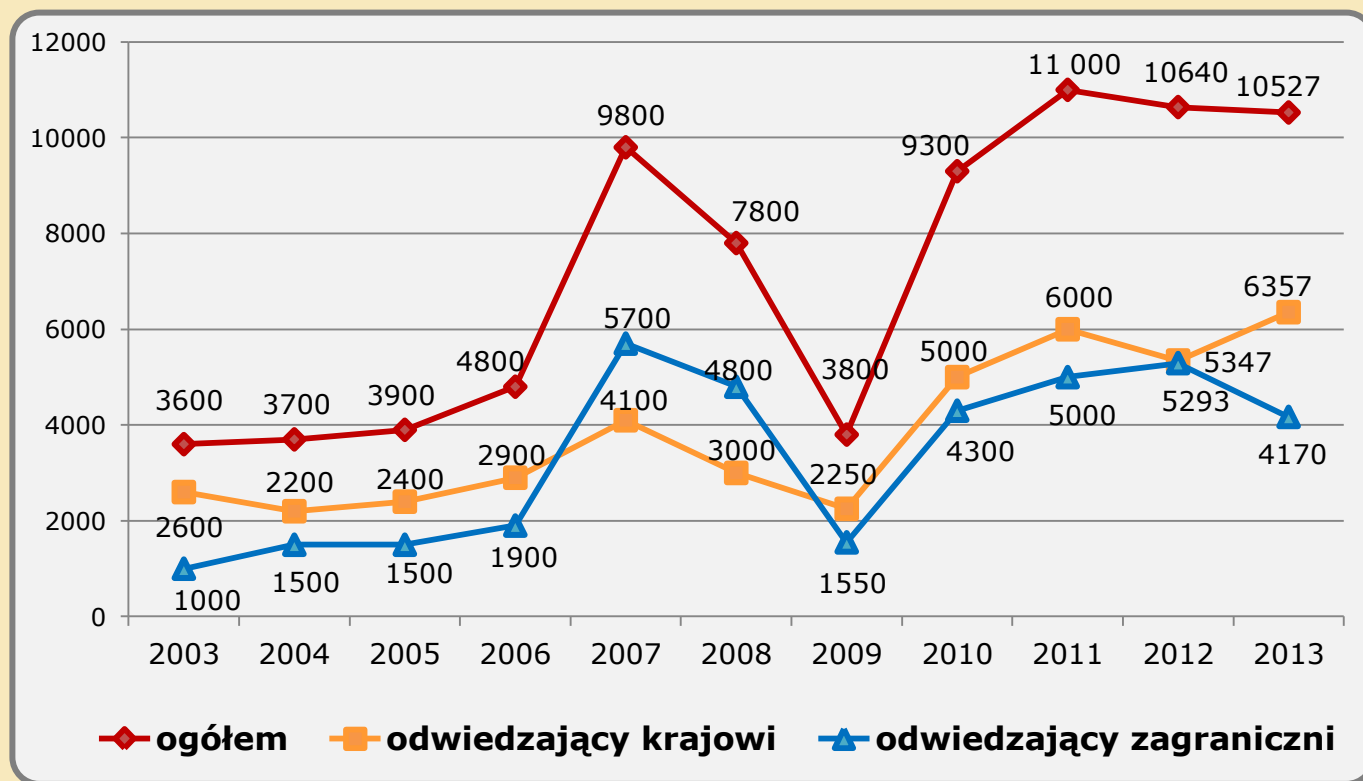
Średnie wydatki odwiedzających ponoszone w roku 2013 podczas pobytu w Małopolsce to:

- **262 zł/osobę** w przypadku **gości krajowych**,
- **872 zł/osobę** w przypadku **gości zagranicznych**,
- **811 zł/osobę** w przypadku **turystów krajowych**,
- **1580 zł/osobę** w przypadku **turystów zagranicznych**.



Łączna kwota wydatków odwiedzających w roku 2013 to **10,5 miliarda złotych**.

Jest to kwota porównywalna do roku 2012.



OCENA OFERTY TURYSTYCZNEJ

Odwiedzający najkorzystniej oceniają:

- ✓ **atmosferę, życzliwość i gościnność w Małopolsce,**
- ✓ **atrakcje turystyczne.**

Najsłabiej oceniano:

- ✓ **dojazdy,**
- ✓ **czystość w miejscach publicznych.**



Małopolska

Lp.	Aspekt oferty	Średnie ocen jakości oferty turystycznej w skali od 1 do 5 pkt.		
		Odwiedzający krajowi		Odwiedzający zagraniczni
		goście	turyści	
1.	Atrakcje turystyczne	4,32	4,33	4,19
2.	Baza noclegowa	-	4,20	4,13
3.	Baza gastronomiczna	4,16	4,20	4,09
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	4,18	4,14	4,10
5.	Bezpieczeństwo	4,24	4,19	4,04
6.	Dojazd	3,92	3,87	4,00
7.	Informacja turystyczna	4,11	4,09	4,09
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	4,45	4,40	4,22
9.	Transport/skomunikowanie	4,03	4,04	4,02
10.	Czystość w miejscach publicznych	4,05	3,98	3,96

NAJWIĘKSZE ATRAKCJE REGIONU

Kraków utrzymuje swoją pozycję lidera wśród atrakcji turystycznych regionu.

Niezmiennie od czterech lat w pierwszej czwórce najatrakcyjniejszych miejsc utrzymują się także: **Kopalnia Soli w Wieliczce** oraz **Zakopane**.



Małopolska

Odwiedzający krajowi	Procent odwiedzających
1.Kraków (w tym):	88,1%
Kraków – Rynek	15,3%
Kraków - Sukiennice	13,6%
Kraków - Wawel	11,4%
2.Zakopane	29,9%
3.Kopalnia Soli w Wieliczce	17,4%
4.Góry (Tatry, Pieniny, Beskidy)	13,6%
5.Wadowice	8,1%
6.Rytno, Mszana Dolna	6,5%
7.Oświęcim/Muzeum Auschwitz	5,9%
8.Krynica	5,7%

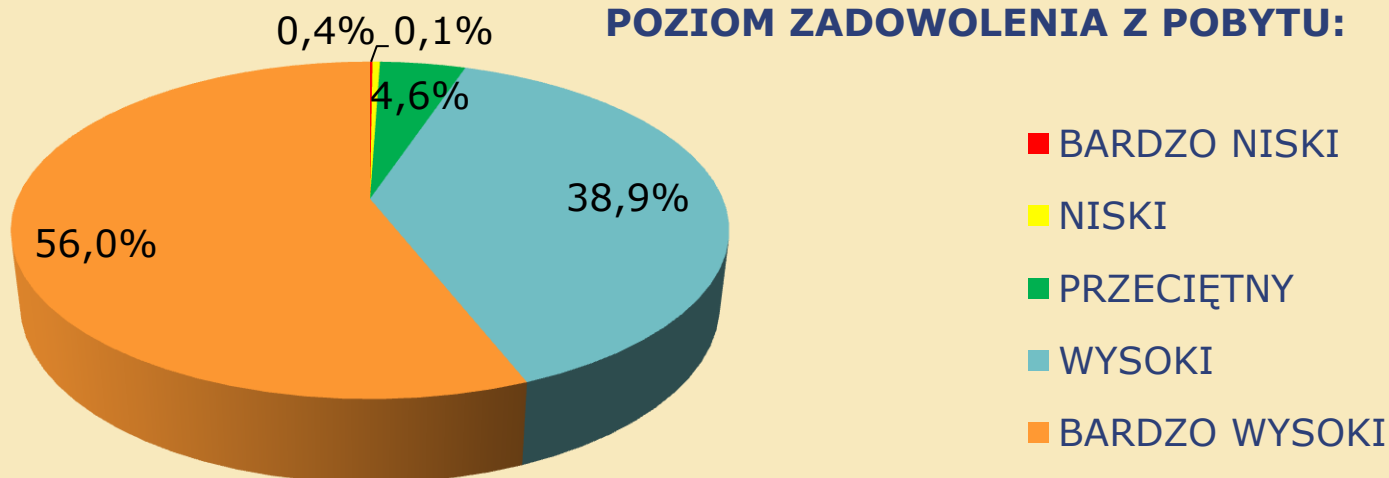
Odwiedzający zagraniczni	Procent odwiedzających
1.Kraków (w tym):	69,1%
Kraków - Wawel	10,7%
Kraków - Rynek	8,6%
2.Zakopane	18,4%
3.Kopalnia Soli w Wieliczce	10,8%
4.Wadowice	9,2%
5.Oświęcim/Muzeum Auschwitz	8,0%
6.Szczawnica	4,8%
7.Krynica	3,8%
8.Góry	2,6%

ZADOWOLENIE Z POBYTU W MAŁOPOLSCE



MOCNE STRONY REGIONU WSKAZYWANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH	SŁABE STRONY REGIONU WSKAZYWANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH
<ul style="list-style-type: none"> ➤ bogactwo przyrodnicze (czyste powietrze, malownicze krajobrazy, miejsca do wędrówek i spacerów) ➤ duża liczba i unikatowy charakter zabytków, piękna architektura ➤ zróżnicowana i liczna oferta atrakcji ➤ życzliwość ludzi i miła atmosfera 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ zły stan dróg ➤ mała przepustowość dróg (korki) i złe połączenia z innymi regionami ➤ wysokie ceny, głównie biletów wstępu, pamiątek i usług gastronomicznych ➤ zanieczyszczenie powietrza i brud w miejscach publicznych

POZIOM ZADOWOLENIA Z POBYTU:



PODSUMOWANIE



- ✓ **Rośnie liczba turystów i gości**, zarówno krajowych jak i zagranicznych.
- ✓ Województwo małopolskie **utrzymuje pozycję lidera** (wraz z województwem mazowieckim) w zakresie liczby turystów korzystających z noclegów.
- ✓ Turyści krajowi i zagraniczni coraz częściej **rezygnują z noclegów u rodziny/znajomych** na rzecz obiektów turystycznych: hoteli, kwater prywatnych i pensjonatów.
- ✓ Wzrasta odsetek odwiedzających zainteresowanych **turystyką aktywną** (narcciarstwem i snowboardingiem zimą oraz wędrówkami górskimi i spacerami w lecie).
- ✓ Zainteresowanie rezydentów zagranicznych **zakupami** w Małopolsce jest najwyższe na przestrzeni wszystkich analizowanych lat.
- ✓ Rośnie zainteresowanie odwiedzających (szczególnie zagranicznych) **zorganizowanymi wyjazdami grupowymi** do Małopolski.

PODSUMOWANIE



- ✓ Niemal połowa odwiedzających czerpie wiedzę o Małopolsce z Internetu, a bardzo dużą popularnością cieszą się **strony internetowe regionu/miast/atracji turystycznych**.
- ✓ Co najmniej 70% odwiedzających oceniało jakość oferty turystycznej **dobrze lub bardzo dobrze** we wszystkich jej aspektach.
- ✓ We wszystkich aspektach oceny jakości oferty turystycznej **oceny przyznawane przez odwiedzających uległy poprawie**. Największa poprawa nastąpiła w ocenie jakości bazy noclegowej.
- ✓ Zdecydowana większość respondentów uznawała **ceny za dostosowane do jakości** oferowanych usług turystycznych (od 71 do 83%).
- ✓ Niski i bardzo niski poziom zadowolenia zadeklarowało zaledwie pół procenta odwiedzających. Istotnie poprawił się **poziom satysfakcji** z pobytu wśród gości krajowych



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ!

EU-Consult Sp. z o.o.
Ul. Wały Piastowskie 1
80-855 Gdańsk

