

**Badanie wykonane przez Małopolską Organizację Turystyczną
na zlecenie Województwa Małopolskiego,**

BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO

W MAŁOPOLSCE W ROKU 2006

SKRÓT RAPORTU KOŃCOWEGO

Kierownik projektu

dr Krzysztof Borkowski -Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

Zespół

Prof. dr hab. Tadeusz Grabiński- Akademia Ekonomiczna w Krakowie

dr Renata Seweryn- Akademia Ekonomiczna w Krakowie

mgr Andrzej Gut-Mostowy - Wice Prezes MOT

mgr Leszek Mazanek- Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

mgr Anna Wilkońska - Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej

Koordynator MOT

mgr inż. Jan Wieczorkowski- Prezes MOT

mgr Jolanta Kobus-MOT

Konsultacja naukowa projektu

Prof. dr hab. Anna Nowakowska

KRAKÓW 2006

MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

SPIS TREŚCI:

1. Krótki opis metodologii badań.....	str.3
2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Województwo Małopolskie.....	str.6
3. Liczba turystów w województwie małopolskim.....	str.10
4. Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski w latach 2003 – 2006.....	str.14
5. Struktura przyjazdów Polaków do Małopolski w latach 2003 – 2006.....	str.16
6. Cele przyjazdów do Małopolski turysty krajowego i zagranicznego.....	str.17
7. Sposób spędzania czasu przez cudzoziemców.....	str.18
8. Sposób spędzania czasu przez turystę krajowego.....	str.19
9. Ranking głównych atrakcji i miejscowości turystycznych w podziale na turystę krajowego i zagranicznego.....	str.20
10. Średnie kwoty wydatkowane przez turystę krajowego i zagranicznego.....	str.24
11. Wpływy roczne z turystyki w Małopolsce.....	str.26
12. Opis, w opinii turystów, cech szczególnie pozytywnych w regionie oraz cech negatywnych w regionie.....	str.27
13. Opis sylwetki turysty krajowego.....	str.28
14. Opis sylwetki turysty zagranicznego.....	str.28

1. KRÓTKI OPIS METODOLOGII

Miejsca badawcze zostały dobrane do przeprowadzenia badań na bazie poprzednich doświadczeń Małopolskiej Organizacji Turystycznej przy przeprowadzaniu badań w latach 2003 – 2005. Obiekty i miejsca zostały dobrane losowo, tak, aby reprezentowane były wszystkie rodzaje obiektów noclegowych na terenie całej Małopolski oraz charakterystyczne atrakcje. Przyjęty w badaniach system zbierania danych ankietowych opierał się na informacjach uzyskiwanych bezpośrednio w obiektach zakwaterowania oraz miejscach najbardziej popularnych, będących atrakcją turystyczną w danej miejscowości. Listę tych miejsc ustalili eksperci.

Badanymi byli odwiedzający Małopolskę - turyści, (co najmniej z jednym noclegiem) oraz odwiedzający jednodniowi, którzy przybyli w celu poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym itp., a ich pobyt nie przekraczał 90 dni. W badaniach pominięto przyjazdy, które wiązały się ze stałą pracą lub nauką na terenie województwa małopolskiego.

Ankietowanie polegało na przeprowadzeniu wywiadu bezpośredniego przez przeszkolonych ankierów w okresie obejmującym miesiące lipiec do września roku 2006, w miejscach wskazanych przez zespół ekspertów, zgodnie z opracowaną instrukcją przeprowadzenia badań stanowiącą załącznik do umowy zawieranej z ankierem oraz szczegółowo omówioną podczas szkolenia ankierów. Podstawowe zasady prowadzenia wywiadów to:

- badanymi byli zarówno turyści krajowi jak i zagraniczni
- wszystkie osoby badane to osoby dorosłe
- w przypadku ankietowania rodziny badaniem obejmowano tylko 1 przedstawiciela rodziny
- w przypadku ankietowania grupy zorganizowanej badaniem obejmowano najwyżej 2 dorosłe osoby
- w przypadku ankietowania turysty obcojęzycznego po ustaleniu języka, którym posługiwał się turysta, ankier przekazywał mu szablon ankiety w danym języku a sam zaznaczał odpowiedzi na ankiecie w wersji polskiej.
- każda ankieta powinna być podpisana w lewym górnym rogu pełnym imieniem i nazwiskiem ankiera.

Zasadą przeprowadzania badań ankietowych jest dobrowolność udzielania odpowiedzi przez osobę ankietowaną. Wybór osób był dokonywany przez ankierów w sposób intuicyjny oraz wynikał z jego doświadczenia opartego na obserwacji ludzi. Ankier pytał, czy dana osoba jest turystą i czy zechce udzielić informacji na temat pytań zawartych w ankiecie. Według informacji uzyskanych od ankierów rzadko zdarzała się sytuacja, w której pytana osoba odmawiała. Najczęściej odmawiającymi byli Polacy, natomiast obcokrajowcy dość chętnie udzielali informacji.

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2005, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności $n=6951$ (w tym 3194 w Krakowie oraz 3757 poza Krakowem) osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 3%. Przyjęto schemat losowania warstwowego (33 warstwy), gdzie warstwę stanowił powiat oraz rodzaj obiektu w każdym powiecie (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne obiekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Badania ruchu turystycznego w Małopolsce zostały przeprowadzone w okresie od miesiąca lipca do miesiąca września 2006r. Ze względu na fakt, że umowa na realizację badań została podpisana 22 lipca 2006r. w miesiącu lipcu badania były przeprowadzone pomiędzy 22 a 31 lipca. Natomiast, w miesiącu sierpniu i wrześniu przeprowadzono je pomiędzy 5 a 22 każdego miesiąca.

Badania zostały przeprowadzone przez przeszkolonych ankierów, w większości pracujących przy realizacji poprzednich edycji badań, tak, więc osoby z doświadczeniem.

Po wstępnej selekcji merytorycznej i formalnej wyeliminowano ankiety nie spełniające założonych wymogów jakościowych. Ostatecznie do analizy przyjęto 6325 ankiet (w tym 3212 ankiet przeprowadzonych w Krakowie oraz 3113 ankiet poza Krakowem)

Założony rozkład próby przedstawia poniższa tabela

Powiat	Założona liczba ankiet	% udział w próbie	Liczba założonych punktów do badania		
			Baza noclegowa	Atrakcje oraz tzw. miście	Punkty it
Bocheński	169	2,4	134	35	0
Brzeski	12	0,2	12	0	0
Chrzanowski	24	0,3	24	0	0
Gorlicki	192	2,8	120	50	22
Krakowski	69	0,9	69	0	0
Limanowski	152	2,2	81	71	0
Myślenicki	147	2,1	112	35	0
Nowosądecki	605	8,7	391	204	10
Nowy Sącz	144	2,1	60	64	20
Nowotarski	671	9,7	523	128	20
Olkuski	112	1,6	64	40	8
Oświęcimski	135	1,9	52	73	10
Proszowicki	12	0,2	12	0	0
Suski	142	2,0	111	31	0
Tarnowski	129	1,9	129	0	0
Tarnów	201	2,9	121	60	20
Tatrzański	565	8,1	375	175	15
Wadowicki	206	3,0	116	80	10
Wielicki	70	1,0	25	45	0
Kraków	3194	46,0	1518	625	100
Razem	6951	100	4049	1716	235

Wielkość próby w poszczególnych powiatach przedstawia poniższa tabela.

Powiat	Założona wielkość próby	Wykonana wielkość próby	% wykonania	% udział w wykonanej próbie
Bocheński	169	169	100	2,6
Brzeski	12	12	100	0,2
Chrzanowski	24	24	100	0,4
Gorlicki	192	192	100	3,1
Krakowski	69	0	0	0
Limanowski	152	150	98,7	2,4
Myślenicki	147	131	89,1	2,1
Nowosądecki	605	605	100	9,6
Nowy Sącz	144	144	100	2,3
Nowotarski	671	651	97,0	10,3
Olkuski	112	86	76,8	1,4
Oświęcimski	135	117	86,7	1,8
Proszowicki	12	0	0	0
Suski	142	126	88,7	2,0
Tarnowski	129	129	100	2,0
Tarnów	201	201	100	3,1
Tatrzański	565	100	17,7	1,6
Wadowicki	206	206	100	3,2
Wielicki	70	70	100	1,1
Kraków	3194	3212	100,5	50,8
Razem	6951	6325	91,0	100

W ramach przedstawionej powyżej próby wyodrębnione zostały atrakcje, szczególnie charakterystyczne dla Małopolski.

Wielkość próby przeprowadzonej w atrakcjach przedstawia poniższa tabela.

Atrakcja	Założona wielkość próby	Wykonana wielkość próby	% wykonania
Kraków - Rynek	230	230	100
Kraków – Wawel	100	100	100
Kraków – Kazimierz	100	100	100
Kraków – Stare Miasto	75	75	100
Łagiewniki	120	120	100
Wieliczka – Kopalnia Soli	45	45	100
Bochnia – Kopalnia Soli	35	35	100
Nowy Sącz – Skansen	30	30	100
Jezioro Rożnowskie	30	30	100
Czorsztyn	45	45	100
Krościenko – spływ	45	45	100
Zakopane Krupówki	40	20	50
Dolina Kościeliska	45	15	30
Gubałówka	45	15	30
Morskie Oko	45	15	30
Oświęcim – Muzeum	45	45	100
Razem	1075	965	89,8

2. SZACUNKOWA LICZBA GOŚCI ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)

Tabela 1

LATA	2003	2004	2005 ¹	2006
Odwiedzający ogółem	8.000.000	9.100.000	9.600.000	10.300.000 + 600.000 ²
w tym Kraków	5.500.000	6.400.000	7.100.000	7.500.000 + 500.000 ³
Odwiedzający krajowi	6.900.000	7.100.000	7.200.000	7.400.000 + 500.000 ⁴
w tym Kraków	4.800.000	4.860.000	4.900.000	5.100.000 + 450.000 ⁵
Odwiedzający zagraniczni	1.100.000	2.000.000	2.400.000	2.900.000 + 100.000 ⁶
w tym Kraków	700.000	1.540.000	2.200.000	2.400.000 + 50.000 ⁷

Zródło: opracowanie własne

¹ Po korekcie wynikającej z informacji o kształtowaniu się wielkości ruchu turystycznego w czterech ostatnich miesiącach roku (IX – XII 2005), które w momencie sporządzania raportu za 2005 rok nie były dostępne.

² W związku z wizytą Papieża

³ W związku z wizytą Papieża

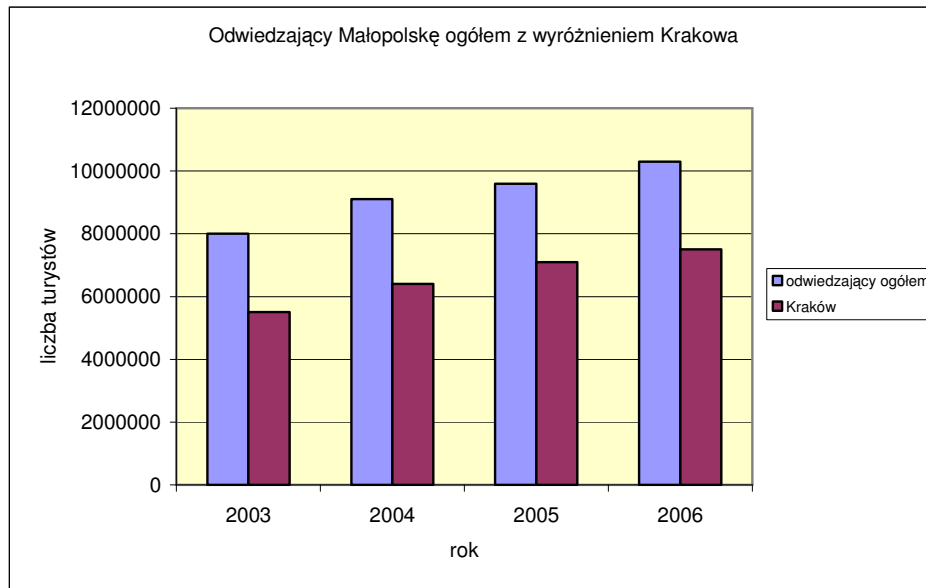
⁴ W związku z wizytą Papieża

⁵ W związku z wizytą Papieża

⁶ W związku z wizytą Papieża

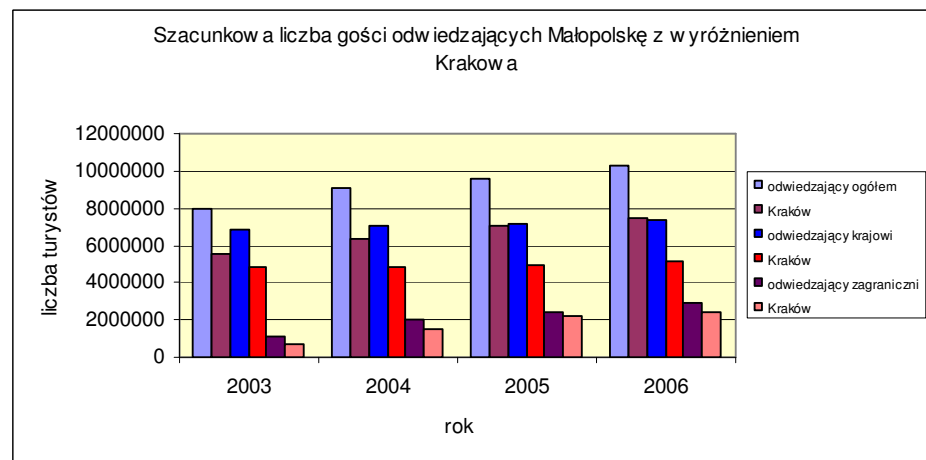
⁷ W związku z wizytą Papieża

Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 2.



Źródło: opracowanie własne

W zakresie ogólnej liczby odwiedzających Małopolskę daje się zauważyć stała tendencja wzrostowa (zob. rys. 1,2, 3,4).

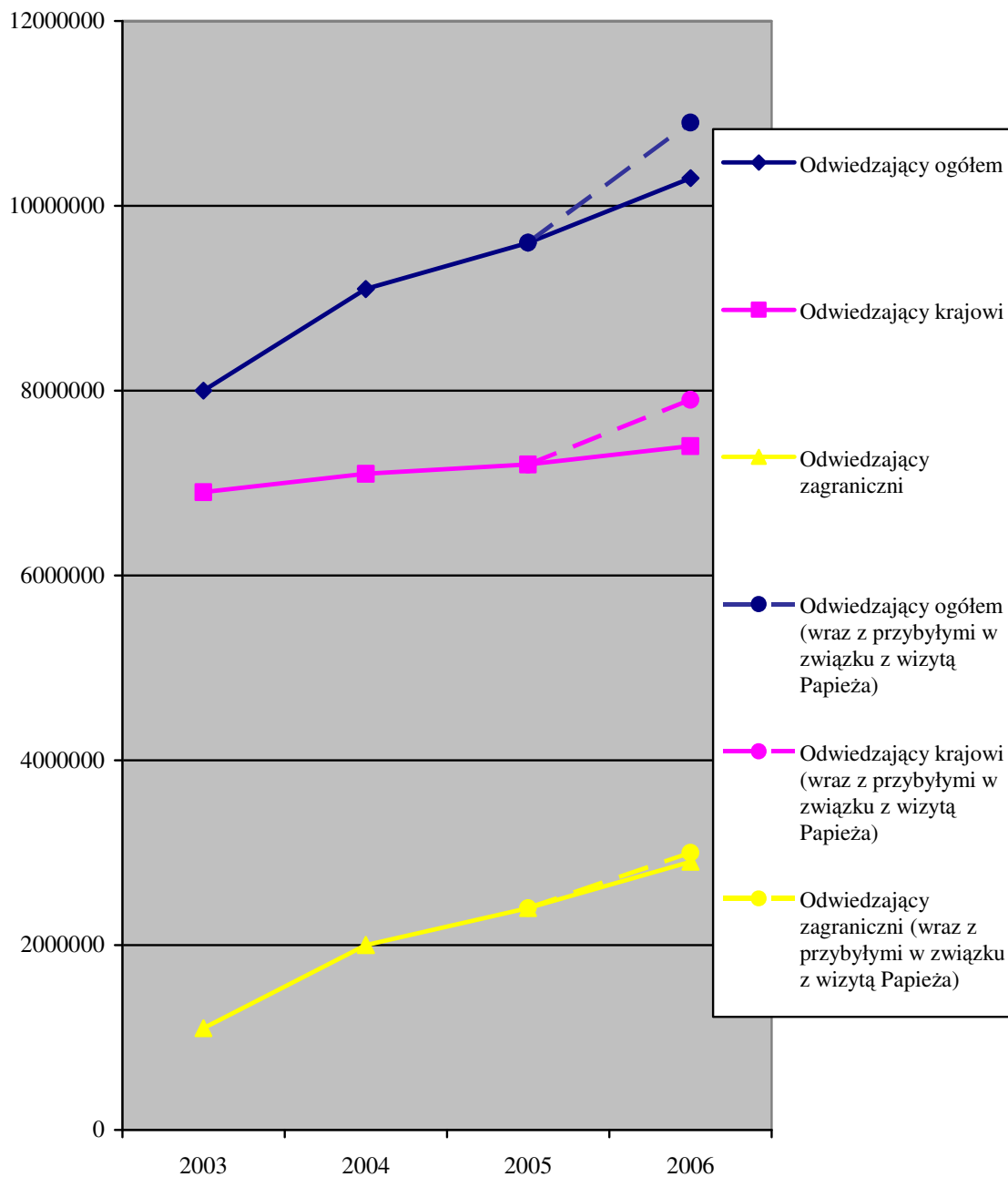
Trzeba zaznaczyć, iż w raporcie za rok poprzedni zostały podane inne, niż w obecnym, wielkości szacunkowe liczby odwiedzających Małopolskę w roku 2005. Jednak dane za ostatnie cztery miesiące roku 2005 (IX – XII), które w momencie sporządzania raportu nie były dostępne, upoważniają do dokonania korekty. Ogólna liczba odwiedzających w roku 2005 była, więc o 300.000 osób większa niż początkowo zakładano, w tym odwiedzających krajowych było więcej o 200.000 osób, a zagranicznych – o 100.000 osób.

Rok 2006 charakteryzował się przyrostem ogólnej liczby odwiedzających w stosunku do roku poprzedniego aż o 7,29%, nie licząc gości przybyłych w związku z wizytą Papieża w maju tego roku (całkowity wzrost wyniósł 13,54%).

Istotnie rośnie liczba odwiedzających zagranicznych – w roku 2006 zwiększenie wynosiło aż 20,83% w stosunku do roku poprzedniego (biorąc pod uwagę również gości przybyłych w związku z wizytą Papieża całkowity wzrost wyniósł 25,00%). Z kolei, liczba odwiedzających krajowych, po niewielkim przyroście w roku ubiegłym (o 1,41%), osiągnęła obecnie poziom o 2,78% wyższy niż rok wcześniej (wraz z gośćmi przybyłymi na spotkanie z Papieżem – 9,72%).

Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)

Rysunek 3.

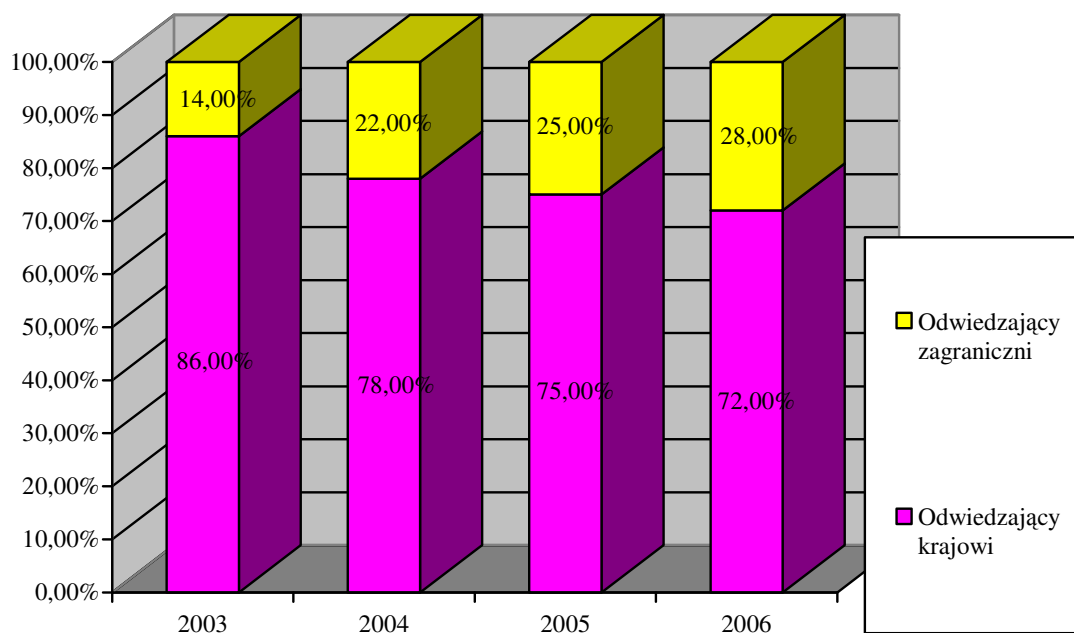


Źródło: opracowanie własne

Jeśli chodzi o strukturę odwiedzających, to nadal zdecydowanie dominują goście z Polski (ok. 72% w 2006 roku), aczkolwiek ich odsetek stopniowo zmniejsza się na korzyść cudzoziemców (zob. rys. 4), których udział wrasta każdego roku o kilka punktów procentowych (w roku 2006 ok. 28,00%).

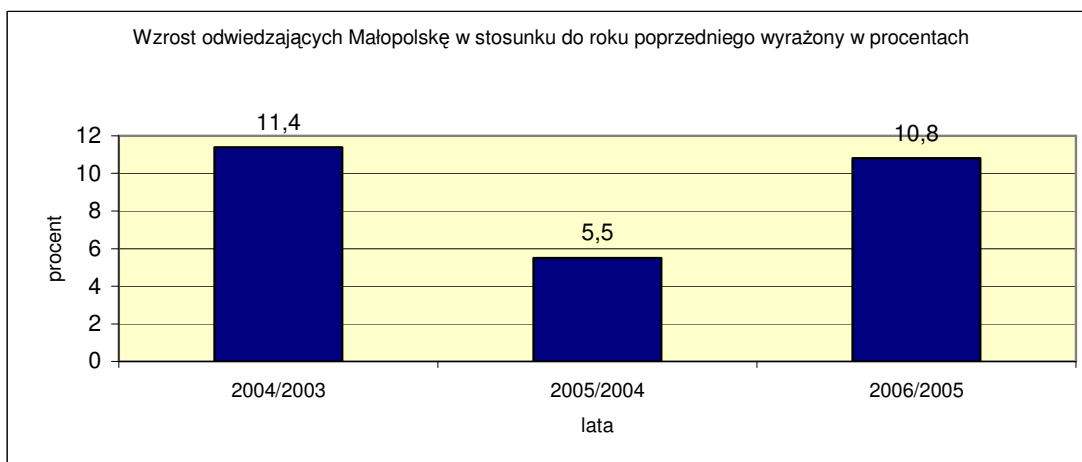
Struktura odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)

Rysunek 4.



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 5.



Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Ogólna liczba odwiedzających Małopolskę sukcesywnie wzrasta.
2. Rokrocznie zwiększa się w Małopolsce udział przyjeżdżających z zagranicy.
3. Dominującym miejscem odwiedzin jest Kraków.

3. LICZBA TURYSTÓW W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2003-2006 (wg MOT)

Tabela 1

	2003	2004	2005 ⁸	2006
Turyści ogółem	6.200.000	8.200.000	7.600.000	8.900.000
w tym Kraków	3.500.000	5.500.000	5.500.000	6.200.000
Turyści krajowi	5.200.000	6.300.000	5.300.000	6.100.000
w tym Kraków	2.820.000	4.000.000	3.400.000	3.900.000
Turyści zagraniczni	1.000.000	1.900.000	2.300.000	2.800.000
w tym Kraków	680.000	1.500.000	2.100.000	2.300.000

Źródło: opracowanie własne

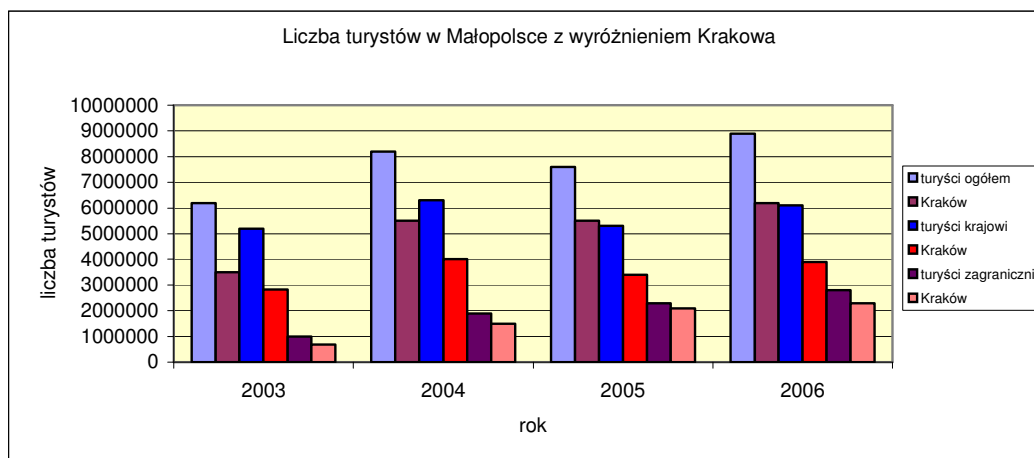
Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

⁸ Po korekcie wynikającej z informacji o kształtowaniu się wielkości ruchu turystycznego w czterech ostatnich miesiącach roku (IX – XII 2005), które w momencie sporządzania raportu za 2005 rok nie były dostępne.

Rysunek 2.

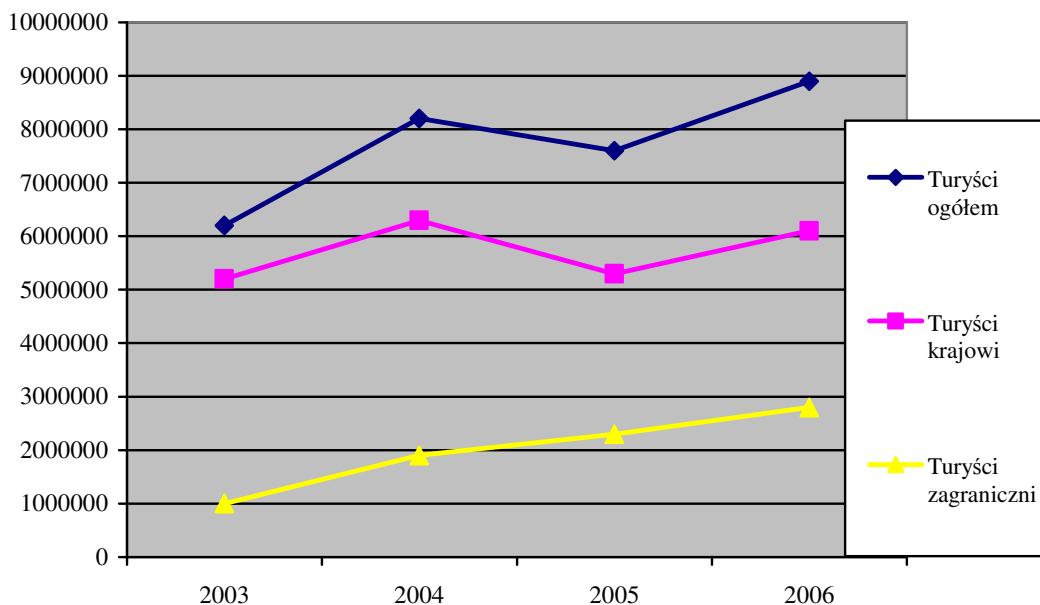


Źródło: opracowanie własne

Liczba turystów przyjeżdżających do Małopolski, po niewielkim spadku w roku ubiegłym (o 7,32%), w roku 2006 znacznie wzrosła (o 17,11%) i osiągnęła poziom o 8,54% wyższy niż w roku 2004 (zob. rys. 3). Przyrost w roku 2006 dotyczył tak turystów zagranicznych (o 21,74%), jak i krajowych (o 15,09%). Ci ostatni, po istotnym zmniejszeniu w roku poprzednim (o 15,87%), nie osiągnęli jeszcze jednak poziomu z 2004 (o 3,17% mniej).

Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2003-2006 (wg MOT)

Rysunek 3.

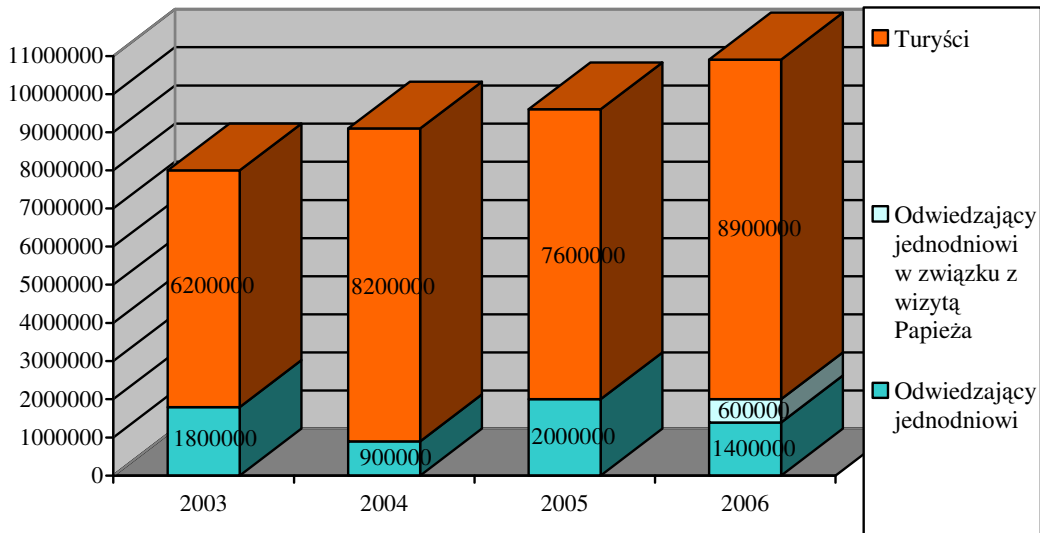


Źródło: opracowanie własne

Trzeba jednak wyraźnie zaznaczyć, iż zmniejszenie ogólnej liczby turystów, w tym turystów krajowych, w roku 2005, było zrekompensowane olbrzymim przyrostem liczby jednodniowych odwiedzających (o 122,22%), w wyniku, czego ogólna liczba przybyszów nie spadła, lecz zwiększyła się o 5,50% (por. rys. 4).

Liczba turystów a ogólna liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)

Rysunek 4.

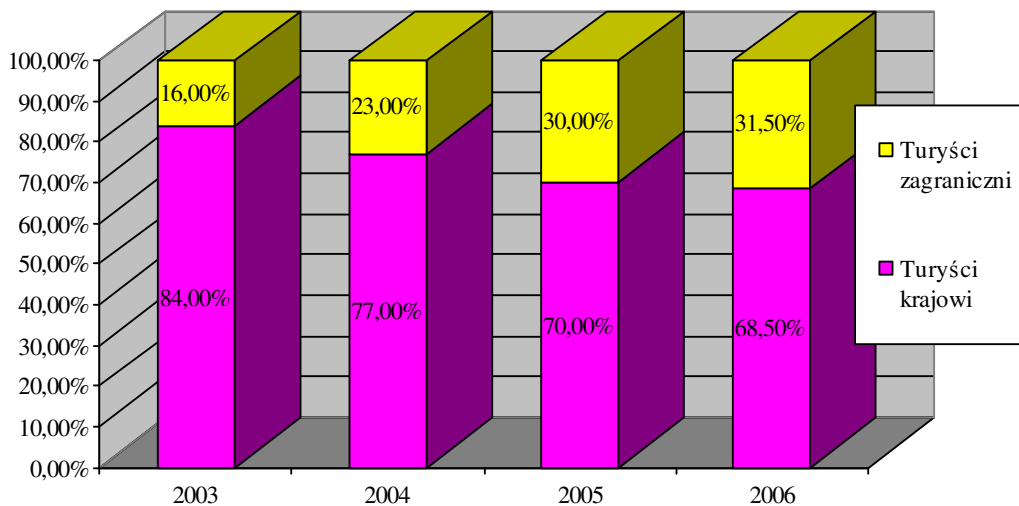


Źródło: opracowanie własne

Analiza struktury ogólnej liczby turystów przyjeżdżających do Małopolski wskazuje, iż, podobnie jak w przypadku ogólnej liczby odwiedzających, zmniejsza się udział turystów z Polski, na korzyść turystów z zagranicy (zob. rys. 5), choć nadal przeważają ci pierwsi (68,50% w 2006 roku).

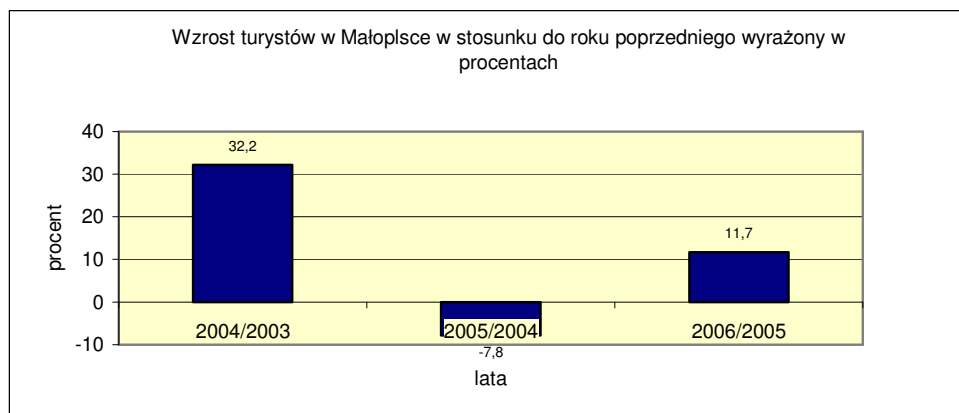
Struktura turystów w Małopolsce w latach 2003-2006 (wg MOT)

Rysunek 5.



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 6.



Źródło: opracowanie własne

Dane o liczbie noclegów ogółem oraz dla turystów krajowych i z zagranicy w ujęciu kwartalnym w latach 2002-2006 zebrano w tab.2. Widoczne są tu trzy charakterystyczne zjawiska:

- 1) systematyczny wzrost liczby turystów, zarówno krajowych jak i zagranicznych,
- 2) znaczna przewaga turystyki krajowej nad zagraniczną,
- 3) sezonowość wyrażająca się w dużym ruchu turystycznym w III kwartale oraz niskim w IV i I kwartale każdego roku.

Bardziej szczegółowa analiza wskazuje, że różnice pomiędzy kwartałami II i III oraz IV i I są znacznie większe dla turystyki krajowej niż turystyki zagranicznej. W całym okresie 2002-2006 następował wzrost liczby turystów zagranicznych a także turystów krajowych, jakkolwiek w tym ostatnim segmencie wyjątkowo w I i III kwartale 2005 roku zanotowano spadek liczby turystów. W przypadku turystyki krajowej warto też zauważyć wysoki (w porównaniu do poprzedniego roku) wzrost liczby udzielonych noclegów w I i IV kwartale 2006 roku.

**Liczba udzielonych noclegów (ogółem, turyści krajowi i zagraniczni)
w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów**

Tabela 2.

Rok	Kwart.	Ogółem	Kraj.	Zagr.
2002	I	365 073	293 239	71 834
	II	561 416	403 846	157 570
	III	623 013	417 080	205 933
	IV	386 457	293 857	92 600
2003	I	374 660	302 330	72 330
	II	581 826	423 159	158 667
	III	677 610	452 349	225 261
	IV	413 050	315 608	97 442
2004	I	415 976	324 890	91 086
	II	661 767	444 229	217 538
	III	753 714	479 917	273 797
	IV	456 997	320 376	136 621
2005	I	455 494	334 108	121 386
	II	667 363	421 991	245 372
	III	787 569	471 051	316 518
	IV	508 722	343 123	165 599
2006	I	500 936	363 338	137 598
	II	672 342	423 988	248 354
	III	846 503	498 157	348 346
	IV	590 000	390 000	200 000

Wnioski:

1. Ogólna liczba turystów w Małopolsce wzrosła w 2006 roku tak znacznie, że zrekompensowała z nadwyżką swój spadek z roku poprzedniego.
2. Systematycznie rośnie liczba i udział turystów z zagranicy przyjeżdżających do Małopolski.
3. Podobnie jak w przypadku odwiedzających dla turystów również głównym miejscem pobytu jest Kraków.
- 4.

5. STRUKTURA PRZYJAZDÓW CUDZOZIEMCÓW DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2003 – 2006 WEDŁUG PAŃSTW

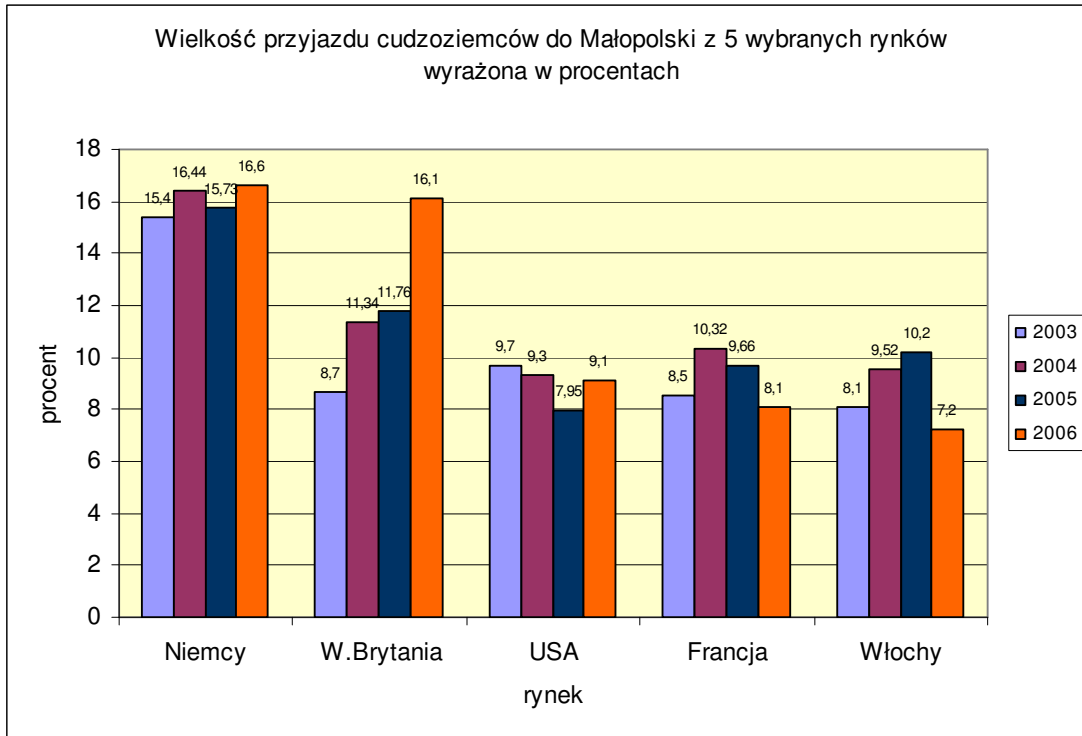
Kraje w 2006 w Małopolsce udział %

Tabela 1.

Kraj	2003	2004	2005	2006	Komentarz
Niemcy	15,40	16,44	15,73	16,6	Stale utrzymujący się procent odwiedzających
W.Brytania	8,7	11,34	11,76	16,1	Spektakularny wzrost udziałów % odwiedzających
USA	9,70	9,30	7,95	9,1	Stąły procent odwiedzających
Francja	8,5	10,32	9,66	8,1	Stąły procent odwiedzających
Włochy	8,1	9,52	10,20	7,2	Spadek udziałów % odwiedzających
Irlandia	1,2	2,21	1,64	3,7	Wzrost udziałów % odwiedzających
Holandia	2,6	2,89	3,20	2,9	Stąły procent odwiedzających
Hiszpania	3,0	3,40	2,73	2,3	Stąły procent odwiedzających
Norwegia	5,1	0,96	0,70	2,3	Wzrost udziałów % odwiedzających
Węgry	1,6	2,49	3,04	2,2	Stąły procent odwiedzających
Izrael	6,7	2,21	1,25	2,1	Wzrost udziałów % odwiedzających
Słowacja	1,8	2,27	1,55	2,1	Wzrost udziałów % odwiedzających
Ukraina	5,4	1,70	1,32	2,1	Wzrost udziałów % odwiedzających
Czechy	1,4	1,70	1,32	2,0	Wzrost udziałów % odwiedzających
Rosja				2,0	
Belgia	1,6	0,0	0,62	1,9	
Finlandia				1,8	
Japonia	1,3	0,0	0,39	1,8	
Austria	1,1	1,13	1,41	1,7	
Szwecja	0,0	2,44	2,72	1,5	
Kanada	1,9	1,59	1,17	1,5	
Australia	1,1	1,13	1,41	1,2	
Korea	1,1	0,0	0,0	0,7	
Litwa	0,0	1,93	1,25	0,7	
Szkocja				0,7	
Dania	1,9	0,0	1,09	0,6	
Szwajcaria	1,5	1,19	1,40	0,6	
Białoruś				0,5	
Grecja				0,5	
Chorwacja	1,1	0,0	0,08	0,1	
Inne kraje	6,5	11,97	14,63	3,4	
Razem	100	100	100	100	

Zródło: opracowanie własne

Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. W strukturze turystów zagranicznych dominuje 5 państw: Niemcy, Wielka Brytania, USA, Francja i Włochy.
2. Największy wzrost liczby turystów widoczny jest wśród turystów w Wielkiej Brytanii.
3. W 2006r. zaznaczył się spadek liczby turystów w Włoch.

5. STRUKTURA PRZYJAZDÓW POLAKÓW DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2003 – 2006 WEDŁUG WOJEWÓDZTWA

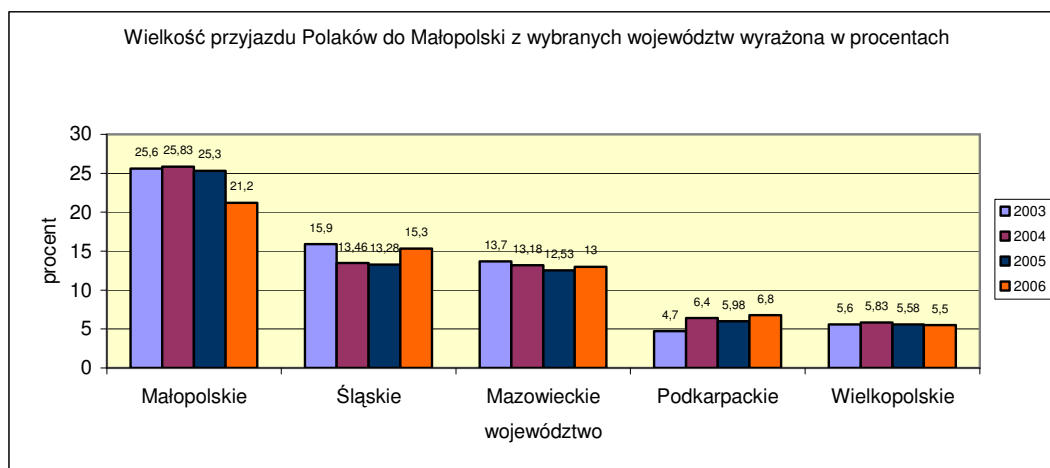
Województwa 2006 w Małopolsce udział %

Tabela 1.

Z jakiego województwa przyjechał?	2003	2004	2005	2006	Komentarz
Małopolskie	25,6	25,83	25,3	21,2	Spadek % odwiedzających
Śląskie	15,9	13,46	13,28	15,3	Wzrost % odwiedzających
Mazowieckie	13,7	13,18	12,53	13,0	Stąły % odwiedzających
Podkarpackie	4,7	6,4	5,98	6,8	Stąły % odwiedzających
Wielkopolskie	5,6	5,83	5,58	5,5	Stąły % odwiedzających
Łódzkie	4,8	5,45	5,01	4,8	Stąły % odwiedzających
Dolnośląskie	4,0	5,12	4,94	4,5	Stąły % odwiedzających
Świętokrzyskie	4,5	4,68	4,38	4,4	Stąły % odwiedzających
Pomorskie	4,4	4,01	3,9	4,2	Stąły % odwiedzających
Lubelskie	4,1	3,75	3,7	3,9	Stąły % odwiedzających
Kujawsko-Pomorskie	2,4	2,34	2,4	2,8	Stąły % odwiedzających
Zachodnio-Pomorskie	3,1	2,72	2,74	2,4	Spadek % odwiedzających
Opolskie	1,8	2,27	2,35	2,2	Stąły % odwiedzających
Warmińsko-Mazurskie	1,9	1,82	1,93	2,2	Stąły % odwiedzających
Lubuskie	2,1	1,44	1,49	2,1	Stąły % odwiedzających
Podlaskie	1,3	1,7	1,83	1,6	Stąły % odwiedzających
Brak danych	0,1	0,1	2,66	3,1	
WOJEWÓDZTWA	100	100,1	100	100	

Źródło: opracowanie własne

Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

Wnioski.

1. Wielkość ruchu turystycznego do Małopolski z większości województw utrzymuje się na stałym poziomie.
2. Wzrost wielkości przyjazdów w 2006r. nastąpił w przypadku turystów z województwa śląskiego, ale nie osiągnął poziomu z roku 2003.
3. Mniejszą mobilnością charakteryzują się mieszkańcy Małopolski zwiedzający własny region, tutaj następuje do roku 2005 stały spadek wielkości ruchu turystycznego.

6.CELE PRZYJAZDÓW DO MAŁOPOLSKI TURYSTY KRAJOWEGO I ZAGRANICZNEGO

Główny cel przyjazdu turysty krajowego i zagranicznego – udziały procentowe

Tabela 1.

CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI TURYSTÓW KRAJOWYCH	PROCENT RESPONDENTÓW KRAJOWYCH	CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH	PROCENT RESPONDENTÓW ZAGRANICZNYCH
Wypoczynek	37,1	Zwiedzanie	38,4
Zwiedzanie	11,5	Wypoczynek	32,5
Biznes	10,6	Odwiedziny krewnych i/lub znajomych	6,8
Odwiedziny krewnych i/ lub znajomych	6,9	Biznes	4,7
Zdrowie	6,0	Religia	4,4
Religia	5,7	Rozrywka	3,4
Inne	3,9	Konferencje	1,3
Turystyka aktywna	3,6	Inne	1,3
Konferencje	2,9	Kultura	1,2
Kultura	2,8	Odwiedziny miejsc rodzinnych	1,2
Tranzyt	1,8	Tranzyt	1,2
Rozrywka	1,7	Edukacja	1,1
Zakupy	1,5	Zdrowie	0,9
Sport	1,4	Turystyka aktywna	0,8
Edukacja	1,1	Sport	0,6
Przyroda	0,8	Zakupy	0,2
Odwiedziny miejsc rodzinnych	0,8	Przyroda	0,1
Razem	100,0	Razem	100,0

Zródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Wśród turystów krajowych głównym celem przyjazdu – podobnie jak w latach ubiegłych – jest wypoczynek, natomiast wśród turystów zagranicznych zwiedzanie zabytków.

7. SPOSÓB SPĘDZANIA CZASU PRZEZ CUDZOZIEMCÓW

Poniższa tabela oraz rysunek pokazują sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych. Ankietowany mógł wybrać kilka wariantów odpowiedzi, dlatego nie sumują się one do 100.

Tabela 1.

Sposoby spędzania czasu	% odpowiedzi
chodzę na spacer	74,7
idę do restauracji, kawiarni	67,0
poznaję okoliczne miejscowości	40,9
idę do muzeum	38,0
wypoczywam biernie (np nad wodą)	21,0
bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	20,0
spotykam się ze znajomymi	19,5
uprawiam turystykę aktywną	11,1
idę do filharmonii, opery	4,7
idę do teatru	3,3
idę do kina	1,8

Źródło: opracowanie własne

Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Turyści zagraniczni spędzają czas raczej w sposób aktywny (spacery, turystyka kulturowa).
2. Ważnym elementem ich pobytu jest także kuchnia regionalna – 67% deklaruje korzystanie z restauracji czy kawiarni.
3. Preferencje spędzania czasu są podobne do lat ubiegłych z tendencją do aktywnego wypoczynku połączonego z poznawaniem regionu.

8. SPOSÓB SPĘDZANIA CZASU PRZEZ TURYSTĘ KRAJOWEGO

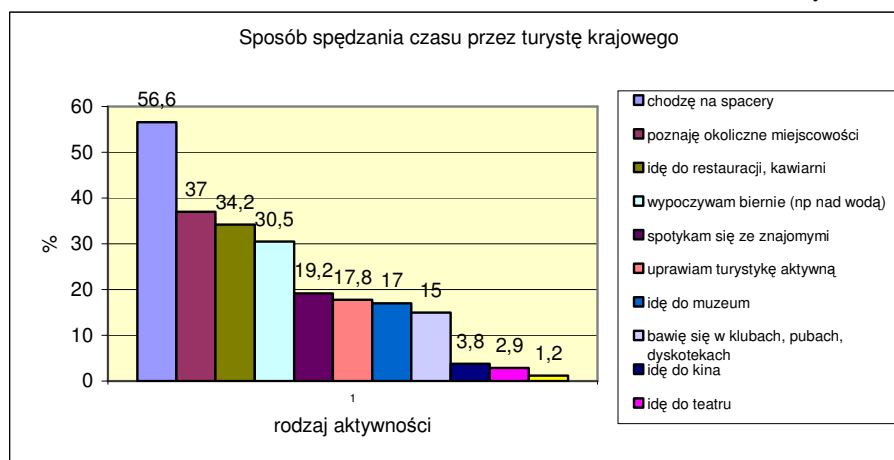
W tabeli i rysunku poniżej zaprezentowany został sposób spędzania czasu przez turystę krajowego. Podobnie jak w przypadku turysty zagranicznego odpowiedzi nie sumują się do 100.

Tabela 1.

Sposoby spędzania czasu	% odpowiedzi
chodzę na spacer	56,6
poznaję okoliczne miejscowości	37,0
idę do restauracji, kawiarni	34,2
wypoczywam biernie (np nad wodą)	30,5
spotykam się ze znajomymi	19,2
uprawiam turystykę aktywną	17,8
idę do muzeum	17,0
bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	15,0
idę do kina	3,8
idę do teatru	2,9
idę do filharmonii, opery	1,2

Źródło: opracowanie własne

Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Turyści krajowi, podobnie jak turyści zagraniczni, preferują wypoczynek aktywny (spacery, turystyka kulturowa).
2. Około 1/3 turystów korzysta z restauracji lub kawiarni oraz wypoczywa biernie.
3. Preferencje turystów krajowych są zbliżone z tendencjami z lat ubiegłych.

6. RANKING GŁÓWNYCH ATRAKCJI I MIEJSCOWOŚCI TURYSTYCZNYCH W PODZIALE NA TURYSTĘ KRAJOWEGO I ZAGRANICZNEGO

**Największe atrakcje województwa małopolskiego w 2006 roku
w ocenie odwiedzających krajowych***

Tabela 1.

Największe atrakcje	Pozycja w rankingu
przyroda (góry, klimat, krajobraz, lasy i in.)	1
Kraków - Rynek Główny (Stare Miasto, Droga Królewska)	2
zbiorniki wodne (jeziora, rzeki i in.)	3
Kraków - Wawel (Komnaty, Katedra, Dzwon Zygmunta, smok)	4
Spływ Dunajcem (Czorsztyn, Niedzica i in.)	5
spotkanie z sacrum (sanktuaria, kościoły, nabożeństwa, cmentarze i in.)	6
zamki	7
inne kategorie (miejscowości i inne nie wymienione)	8
spa (pizalnie, parki zdrojowe, wody mineralne i in.)	9
Zakopane - Tatry	10
obiekty kultury (teatry, galerie, muzea, skanseny i in.)	11
ośrodki rekreacji (baseny, sankostrada, korty tenisowe i in.)	12
Wieliczka	13
rynek (starówka, centrum miejscowości, ratusz i in.)	14
Pieniny (poszczególne szczyty i in.)	15
Kraków - dzielnica Kazimierz (atmosfera)	16
Kraków - Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach	17
Krynica Zdrój	18
zabytki (spichlerze, wille, dwory, pałace, dzwonnice, ogólnie architektura, szlak architektury drewnianej i in.)	19
Kraków - kultura i rozrywka (kino, teatr, wystawa, filharmonia, opera, klub, dyskoteka, koncert, impreza)	20

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 atrakcje

Źródło: opracowanie własne

Odwiedzający krajowi jako największe atrakcje turystyczne województwa małopolskiego najczęściej wskazywali miasto Kraków (w tym jego zróżnicowaną ofertę) oraz elementy środowiska naturalnego. Należy zwrócić uwagę na zainteresowanie w bieżącym roku gości z Polski ofertą związaną z turystyką zdrowotną (uzdrowską, odnową biologiczną) oraz turystyką religijną. Wysokie pozycje, wśród wymienionych przez respondentów atrakcji Małopolski, zajęły obiekty kulturalne oraz szeroka gama obiektów rekreacyjnych. Wśród produktów turystycznych najczęściej odwiedzający krajowi wskazywali (poza Krakowem) Pieniny, Zakopane z Tatrami, Wieliczkę i Krynice. Ta ostatnia miejscowość w bieżącym roku osiągnęła po raz pierwszy tak wysoką pozycję w rankingu.

Wnioski:

- 1. Największym atutem województwa dla gości krajowych w bieżącym roku był Kraków i przyroda Małopolski.**
- 2. W działaniach promocyjnych na rynku krajowym należy wziąć pod uwagę następujące walory Małopolski: góry, lasy, jeziora, rzeki, obiekty sakralne, zamki, uzdrowska, obiekty kulturalne oraz infrastrukturę rekreacyjno – sportową.**

3. Do potencjalnych, nie w pełni jeszcze wykorzystanych walorów turystycznych województwa małopolskiego należy zaliczyć: ośrodki rekreacji, kuchnię regionalną, kulturę ludową, czyste środowisko (żywność ekologiczna) itd.

Największe atrakcje województwa małopolskiego w 2006 roku w ocenie odwiedzających zagranicznych*

Tabela 2.

Największe atrakcje	Pozycja w rankingu
Kraków - Rynek Główny (Stare Miasto, Droga Królewska)	1
Kraków - Wawel (Komnaty, Katedra, Dzwon Zygmunta, smok)	2
Wieliczka	3
Oświęcim (obóz koncentracyjny)	4
Kraków - Bazylika Mariacka (w tym Ołtarz Wita Stwosza)	5
Kraków - dzielnica Kazimierz (atmosfera)	6
Kraków - Kazimierz religijny (synagogi, cmentarze)	7
Zakopane - Tatry	8
Kraków - gastronomia (obiekty i potrawy)	9
Kraków - Sukiennice (w tym galeria - muzeum, kramy)	10
Kraków - Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach	11
Kraków - muzea (obrazy, obiekty z wyjątkiem Sukiennic, UJ)	12
Kraków - pozostałe atrakcje	13
Kraków - kultura i rozrywka (kino, teatr, wystawa, filharmonia, opera, klub, dyskoteka, koncert, impreza)	14
Kraków - kościoły (Kuria, miejsca, Jan Paweł II, cmentarz i in.)	15
Wadowice (dom Jana Pawła II)	16
Kraków - pozostałe katolickie obiekty sakralne	17
Kalwaria Zebrzydowska (dróżki)	18
Warszawa	19
Kraków - Barbakan (w tym Brama Floriańska, ul. Floriańska)	20

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 atrakcje

Źródło: opracowanie własne

W opinii odwiedzających zagranicznych do największych atrakcji województwa małopolskiego należy zaliczyć Kraków (różne obiekty), Wieliczkę, Oświęcim, Zakopane, Wadowice i Kalwarię Zebrzydowską. W samym Krakowie najatrakcyjniejszy dla gości spoza granic naszego kraju jest Rynek Główny i Wawel. Taki rozkład pokrywa się z wcześniej wspomnianymi preferencjami odwiedzających zagranicznych w zakresie miejsc odwiedzanych podczas pobytu w Małopolsce.

Wnioski:

1. Kraków oraz Wieliczka, Oświęcim i Zakopane są największymi atrakcjami województwa małopolskiego z punktu widzenia rynków zagranicznych.
2. Wśród walorów wskazywanych przez respondentów należy zdecydowanie wymienić kulturę, a w tym zabytki, tradycję, religię, muzea oraz kuchnię regionalną.
3. Do ważnych, z punktu widzenia rynków międzynarodowych, elementów przyszłych kampanii promocyjnych województwa należałoby zaliczyć: ośrodki sportu i rekreacji, środowisko przyrodnicze, kulturę ludową, uzdrowiska i in.

Procentowy udział wskazań poszczególnych miejsc odwiedzanych lub z zamiarem odwiedzenia poza miejscowością, w której przebywał respondent – turyści zagraniczni

Tabela 3.

MIEJSCA	udział %
Nic, żadnych	58,5%
Wieliczka	39,4%
Oświęcim	29,4%
Zakopane (Tatry)	26,4%
Kraków (różne miejsca)	10,7%
Wadowice	9,0%
Warszawa	7,0%
Kalwaria Zebrzydowska	5,3%
Częstochowa (Jasna Góra)	5,0%
Ojców (Ojcowski PN, Pieskowa Skała i in.)	3,0%
Pieniny i spływ Dunajcem	3,0%
Trójmiasto (Gdańsk, Gdynia, Sopot)	2,5%
Wrocław	2,3%
Niepołomice	2,1%
Czechy (Praga)	2,1%
Krynica	1,8%
Słowacja	1,7%
Bochnia	1,1%
Poznań	1,1%
Orawa i Podhale	1,0%

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 miejsca
Źródło: opracowanie własne

Powyższa tabela odnosi się do odwiedzających zagranicznych w województwie małopolskim i prezentuje wyniki uzyskane w pytaniu 10 ankiety. Zaprezentowano tu odpowiedzi, na które procentowy udział wskazań osiągnął minimalny próg 1%. Niski udział procentowy Krakowa związany jest z tym, że pytanie dotyczyło miejsc poza miejscowością, w której badany był respondent.

Wyniki badań w omawianej próbie badawczej jednoznacznie pokazują, że goście zagraniczni jeżdżą znanymi, utartymi trasami turystycznymi po Polsce i po Małopolsce. Ponad połowa respondentów spoza granic Polski odpowiedziała, że nie udaje się nigdzie poza miejsce, do którego przyjechała. Jeszcze wskaźnik ten prezentuje się w sytuacji, gdy weźmiemy pod uwagę tylko próbę badawczą gości zagranicznych z Krakowa. Tutaj aż 64% odwiedzających międzynarodowych w ogóle nie wyjeżdża poza miasto!

Wnioski:

- 1. Turyści zagraniczni odwiedzają w województwie małopolskim najbardziej znane miejsca recepcji turystycznej.**
- 2. Kraków jest najważniejszym centrum obsługi ruchu turystycznego przyjazdowego spoza granic kraju. Zdecydowana większość turystów nie opuszcza w ogóle miasta. Należy położyć zdecydowany nacisk na działania promocyjne i informacyjne dotyczące oferty województwa na terenie miasta.**
- 3. Trzeba zwrócić uwagę na nowe propozycje tras turystycznych po województwie małopolskim (programy pobytu) w katalogach zagranicznych touroperatorów.**

Procentowy udział wskazań poszczególnych miejsc odwiedzanych lub z zamiarem odwiedzenia turyści krajowi – ogółem*

Tabela 4.

MIEJSCA	udział %
Zakopane (Tatry)	17,6%
Nic, żadne	16,6%
Kraków (różne miejsca)	15,8%
Wieliczka	15,4%
Pieniny i spływ Dunajcem	12,5%
Oświęcim	11,2%
Krynica	6,9%
Wadowice	6,4%
Dolina Popradu (Muszyna, Piwniczna i in.)	4,4%
Gorlice-Wysowa i okolice	3,8%
Słowacja	3,6%
Kalwaria Zebrzydowska	3,2%
Nowy Sącz	3,1%
Stary Sącz	2,5%
Warszawa	2,5%
Częstochowa (Jasna Góra)	2,1%
Bochnia	1,9%
Limanowa i okolice	1,9%
Ojców (Ojcowski PN, Pieskowa Skała i in.)	1,9%
Ciężkowice i okolice	1,7%
Nowy Wiśnicz	1,6%
Nowy Targ	1,5%
Tarnów	1,4%
Olkusz-Wolbrom i okolice	1,4%
Wrocław	1,2%
Rabka	1,1%
Pasma babiogórskie (Zawoja, Zubrzyca, Sidzina)	1,0%

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 miejsca

Źródło: opracowanie własne

W powyższej tabeli zaprezentowano odpowiedzi, na które procentowy udział wskazań osiągnął minimalny próg 1%. Generalnie należy zauważyć, że wśród udzielonych odpowiedzi dominowały miejsca z terenu samego województwa małopolskiego, do tego pierwsze lokaty uzyskały kierunki najczęściej odwiedzane przez gości w Małopolsce. Odpowiedzi udzielone przez odwiedzających krajowych miały zdecydowanie bardziej zróżnicowany charakter od odwiedzających zagranicznych, stąd zapewne niższe niż u odwiedzających zagranicznych wskaźniki procentowe. Należy odnotować wysoką pozycję Słowacji (tutaj głównie różne miejsca w Tatrach Słowackich) w rankingu odpowiedzi.

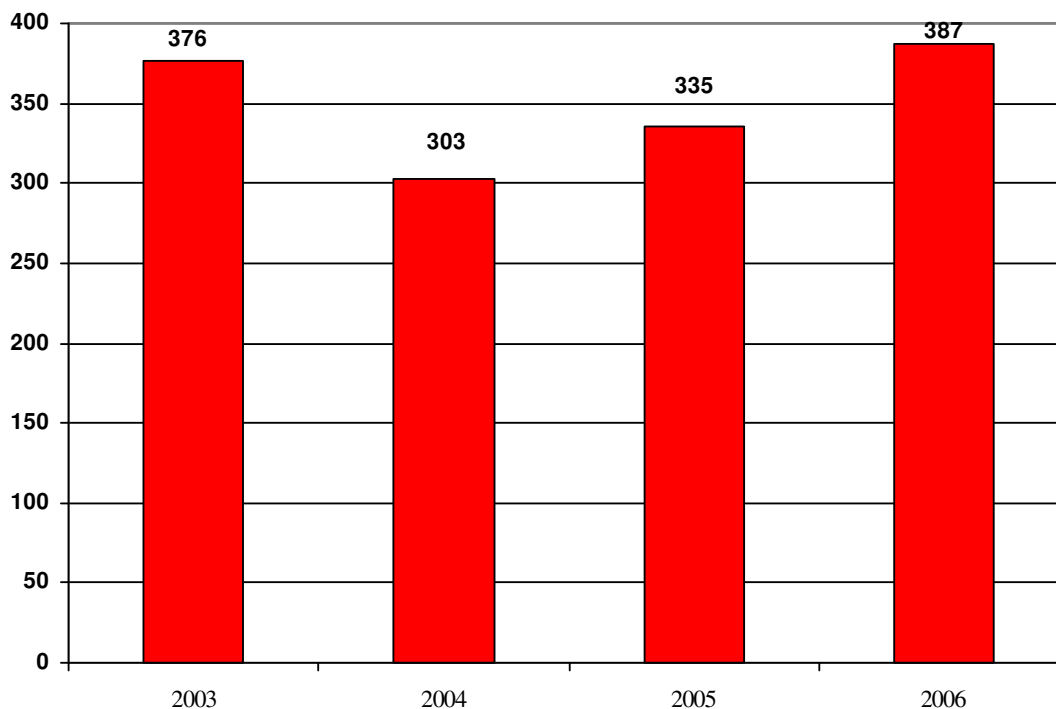
Wnioski:

- 1. Odwiedzający krajowi znają stosunkowo szeroko ofertę turystyczną województwa małopolskiego.**
- 2. Zdecydowanie dominują znane, sztandarowe szlaki, po których poruszają się odwiedzający krajowi w województwie małopolskim.**
- 3. Zauważalne są ścisłe powiązania oferty turystycznej (i migracji turystycznych) Małopolski z graniczną Słowacją.**
- 4. Wzrasta zainteresowanie Beskidem Sądeckim i miejscowościami położonymi na jego terenie.**

7. ŚREDNIE KWOTY WYDATKOWANE PRZEZ TURYSTĘ KRAJOWEGO I ZAGRANICZNEGO

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu gości krajowych w Małopolsce w latach 2003-2006 (w zł na osobę)

Rysunek 1.



Źródło: opracowanie własne

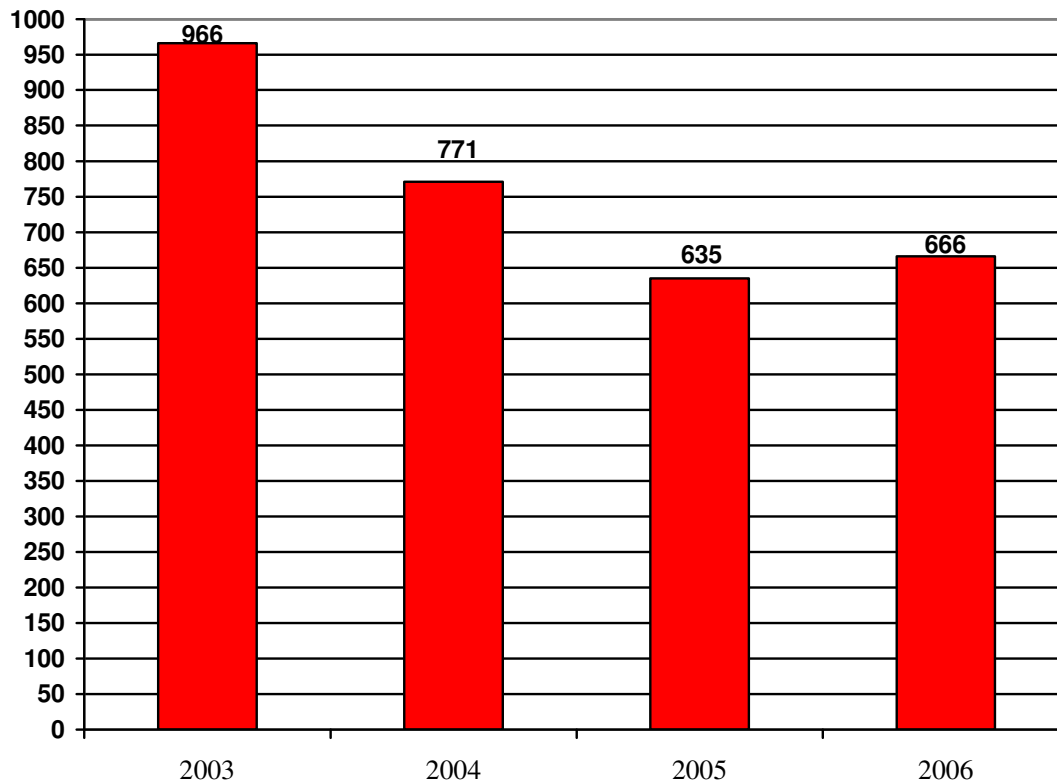
Średnia kwota wydatku gościa krajowego na osobę, po znacznym obniżeniu w 2004 roku stopniowo wzrasta i w 2006 roku była ona już o 2,93% wyższa niż w roku bazowym (2003). Przyrost w stosunku do roku ubiegłego wynosił aż 15,52%.

Wnioski:

1. Polacy wydają podczas pobytu w Małopolsce średnio na osobę coraz wyższe kwoty pieniężne.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu gości zagranicznych w Małopolsce w latach 2003-2006 (w zł na osobę)

Rysunek 2.



Źródło: opracowanie własne

Średnia kwota wydatku (na osobę) gości zagranicznych w Małopolsce, po wyraźnych spadkach w latach ubiegłych, w 2006 roku zwiększyła się o 4,88%, w stosunku do roku poprzedniego, choć nie osiągnęła jeszcze poziomu z roku 2004 (była o 13,62% niższa). Wielkości tej nie należy odnosić do roku 2003, ponieważ dopiero w 2004 roku zostało dodane w ankiecie zastrzeżenie: „bez kosztów dojazdu”.

Wnioski:

- 1. Kwota średniego wydatku na osobę, przeznaczana przez gości zagranicznych na pobyt w Małopolsce, w 2006 roku zaczęła rosnąć.**

9. WPŁYWY ROCZNE Z TURYSTYKI W MAŁOPOLSCE

Na podstawie szacunków wielkości ruchu turystycznego w Małopolsce oraz średnich kwot wydatkowanych przez turystów podczas pobytu oszacowane zostały wpływy z turystyki w województwie małopolskim w latach 2003 – 2006, z podziałem na wpływy z turystyki krajowej i wpływy z turystyki zagranicznej. Na podstawie analizy można stwierdzić, że wielkość wpływów (poza rokiem 2005, kiedy nastąpił spadek liczby turystów) rośnie, pomimo zmniejszania się kwoty wydatków, deklarowanych przez turystów. W zasadzie, stała tendencja wzrostowa daje się zauważyć we wpływach z turystyki zagranicznej. Przedstawia je poniższa tabela oraz wykres.

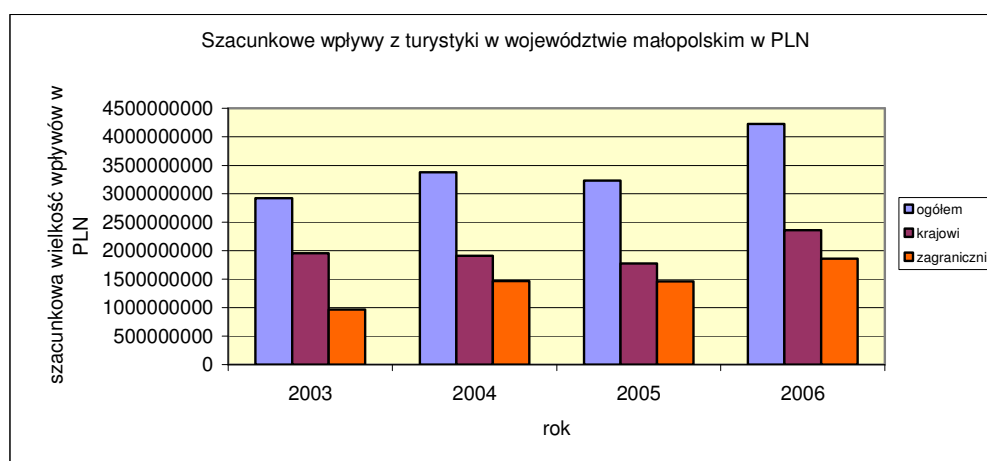
Szacunkowe wpływy z turystyki w Małopolsce (w zł)

Tabela 1.

Lata	2003	2004	2005	2006
Ogółem	2 921 200 000	3 373 800 000	3 236 000 000	4 225 500 000
Turyści Krajowi	1 955 200 000	1 908 900 000	1 775 500 000	2 360 700 000
Turyści Zagraniczni	966 000 000	1 464 900 000	1 460 500 000	1 864 800 000

Źródło: opracowanie własne

Rysunek 1.



8. OPIS CECH SZCZEGÓLNIIE POZYTYWNYCH W REGIONIE W OPINII TURYSTÓW I CECH NEGATYWNYCH

Za szczególnie pozytywne turyści uznali następujące cechy:

- atmosferę miejscowości, w których przebywali – bardzo dobrze oceniło ją 54% turystów, w tym 64,9% turystów zagranicznych i 47,8% turystów krajowych
- życzliwość mieszkańców – bardzo dobrze oceniło 42,2% turystów, w tym 47,6% turystów krajowych i 39,1% turystów zagranicznych
- gastronomię – bardzo dobrze oceniło 42,2% turystów, w tym 49,% turystów zagranicznych, 38,3% turystów krajowych
- obsługę turystów – dobrze oceniło 50,9% turystów, w tym 51,2% zagranicznych oraz 50,7% krajowych
- oznakowanie turystyczne - dobrze oceniło 46,6% turystów, w tym 49,4% zagranicznych i 45,1% krajowych
- informację turystyczną – dobrze oceniło 40,8% turystów, w tym 43,8% zagranicznych i 39,1 krajowych
- bazę noclegową – dobrze oceniło 47,6% turystów, w tym 50,6% zagranicznych i 45,9% krajowych
- bezpieczeństwo – dobrze oceniło 55,4% turystów, w tym 56,2% zagranicznych i 54,9 krajowych
- dojazd do miejscowości – dobrze oceniło 47,4% turystów, w tym 51,9% zagranicznych i 44,8% krajowych
- czystość na ulicach – dobrze oceniło 46,2% turystów, w tym 47,1% zagranicznych i 45,6% krajowych
- dostępność do bankomatów – dobrze oceniło 40,1% turystów, w tym 47,9% zagranicznych i 35,6% krajowych.

Oceny na średnim poziomie przyznali turyści następującym cechom regionu:

- dostępność do Internetu – 39,7% turystów , w tym 53,3% zagranicznych i 31,8% krajowych
- możliwość płacenia kartą – 37,2% turystów, w tym 45,2% zagranicznych, 32,6% krajowych
- imprezy kulturalne – 34,7% turystów, w tym 52,1% zagranicznych i 24,7% krajowych
- transport lokalny – 32,9% turystów, w tym 48,2% zagranicznych, 24,1% krajowych
- usługi przewodnickie – 32,5% turystów, w tym 41,0% zagranicznych i 27,6% krajowych
- toalety publiczne – 30,1% turystów, w tym 34,0% zagranicznych i 27,9% krajowych.

11. OPIS SYLWETKI TURYSTY KRAJOWEGO

Ponad połowa turystów krajowych znajduje się w grupie wiekowej pomiędzy 25 a 44 rokiem życia (52,3%), około 1/5 turystów (20,6%) to osoby pomiędzy 45 a 59 rokiem życia, 19,5% nie przekroczyło 24 roku życia, a 7,5% przekroczyło 60 lat. Ponad 90% z nich to osoby z wykształceniem średnim i wyższym, aktywne zawodowo (58,7%), o statusie materialnym dobrym (49,7%) oraz średnim (36,7%).

12. OPIS SYLWETKI TURYSTY ZAGRANICZNEGO

Około 1/3 turystów zagranicznych (28,2%) to osoby pomiędzy 45 a 59 rokiem życia, 22,2% pomiędzy 25 a 34 rokiem życia, 19,7% pomiędzy 35 a 44 rokiem życia, natomiast 19% z nich ukończyło 60 lat. Ponad połowa z nich (50,9%) posiada wykształcenie wyższe a 40,2% wykształcenie średnie. Prawie 60% gości z zagranicy to osoby aktywne zawodowo, drugą znaczącą grupą (20,3%) są emeryci i renciści. Znaczna większość z nich posiada status materialny dobry (54,5%) oraz bardzo dobry (31%).