



BADANIE RUCHU  
TURYSTYCZNEGO  
W WOJEWÓDZTWIE  
MAŁOPOLSKIM  
W 2015 ROKU





## BADANIE ZREALIZOWANE PRZEZ KONSORCJUM FIRM:

**PRACOWNIA ANALIZ SPOŁECZNYCH IPSYLON**  
Iwona Żuk

**PRACOWNIA BADAWCZA BOSQO**  
Hubert Kawalec



# METODOLOGIA BADANIA



- ❖ **Metoda badania:**
  - kwestionariuszowy wywiad bezpośredni (PAPI),
  - analiza źródeł zastanych (desk research).
- ❖ **Etapy badania:**
  - I kwartał 2015 r. – badanie realizowane w styczniu i lutym w 16 lokalizacjach,
  - III kwartał 2015 r. – badanie realizowane w lipcu i 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.
- ❖ **Wielkość próby:** 6270 odwiedzających, w tym 84% krajowych i 16% zagranicznych.



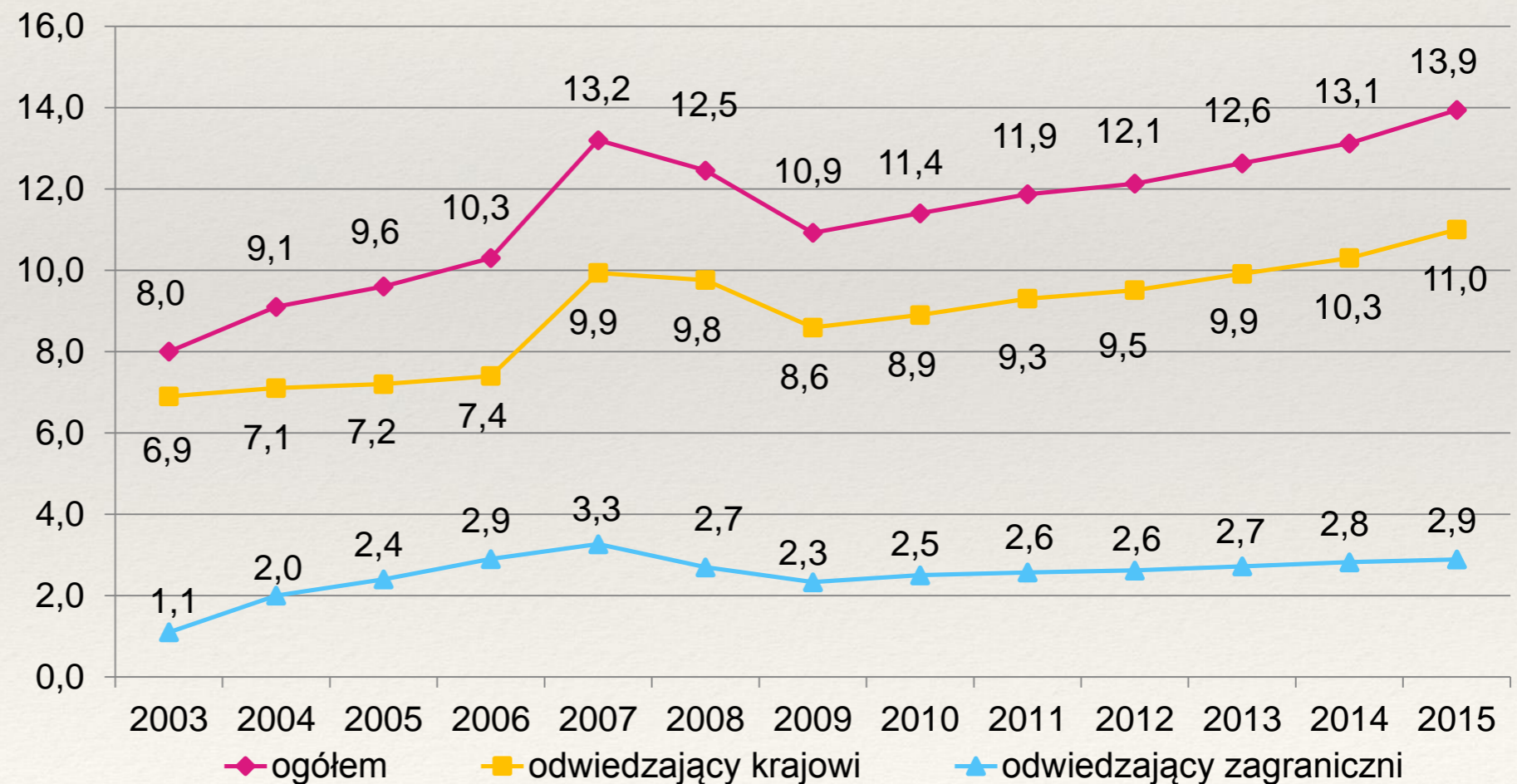
# OSZACOWANIE LICZBY ODWIEDZAJĄCYCH

Szacuje się, iż liczba odwiedzających Małopolskę **wzrosła o 6,2%** w stosunku do roku 2014, co daje ponad **13,9 miliona** odwiedzających region.

Typ odwiedzającego	LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH - TURYSTÓW I GOŚCI ŁĄCZNIE (w mln)							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2014/2015
Krajowi	8,6	8,9	9,3	9,5	9,9	10,3	11,0	+7,3%
Zagraniczni	2,3	2,5	2,6	2,6	2,7	2,8	2,9	+2,5%
Ogółem	<b>10,9</b>	<b>11,4</b>	<b>11,9</b>	<b>12,1</b>	<b>12,6</b>	<b>13,1</b>	<b>13,9</b>	<b>+6,2%</b>

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

(na wykresie podano liczbę odwiedzających w milionach)





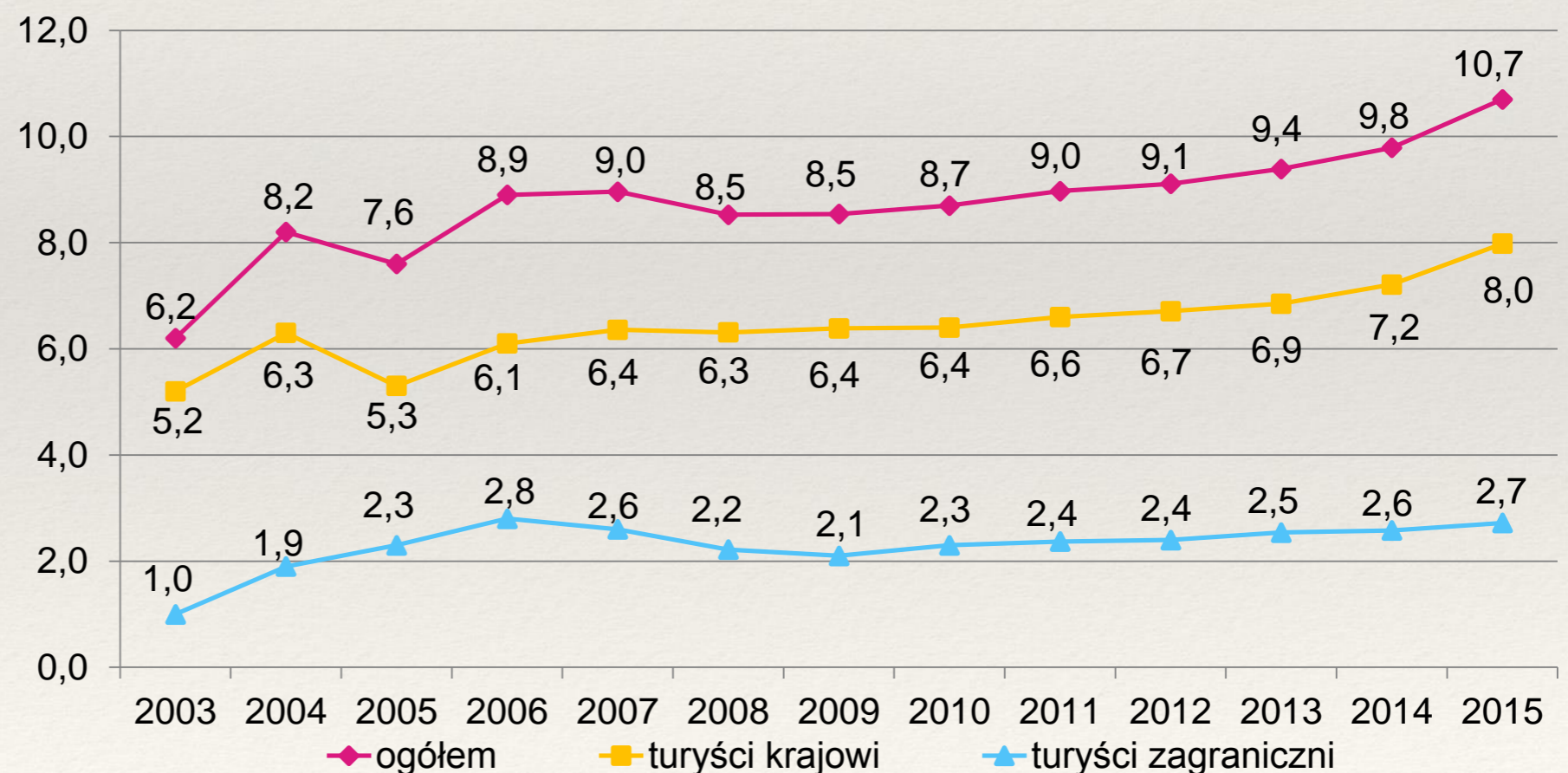
# OSZACOWANIE LICZBY TURYSTÓW

Szacuje się, iż do Małopolski przyjechało w 2015 roku o **9,3% więcej** turystów niż w roku 2014, co oznacza, iż region odwiedziło **10,7 miliona turystów**, tj. osób spędzających na obszarze Małopolski co najmniej jedną noc.

Typ turysty	LICZBA TURYSTÓW (w mln)							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2014/2015
Krajowi	6,4	6,4	6,6	6,7	6,9	7,2	8,0	<b>+10,7%</b>
Zagraniczni	2,1	2,3	2,4	2,4	2,5	2,6	2,7	<b>+5,4%</b>
Ogółem	8,5	8,7	9,0	9,1	9,4	9,8	10,7	<b>+9,3%</b>

Od roku 2009 widoczny jest **systematyczny wzrost liczby turystów przyjeżdżających** do Małopolski.

(na wykresie podano liczbę turystów w milionach)





# ODWIEDZAJĄCY W GŁÓWNYCH ATRAKCJACH REGIONU



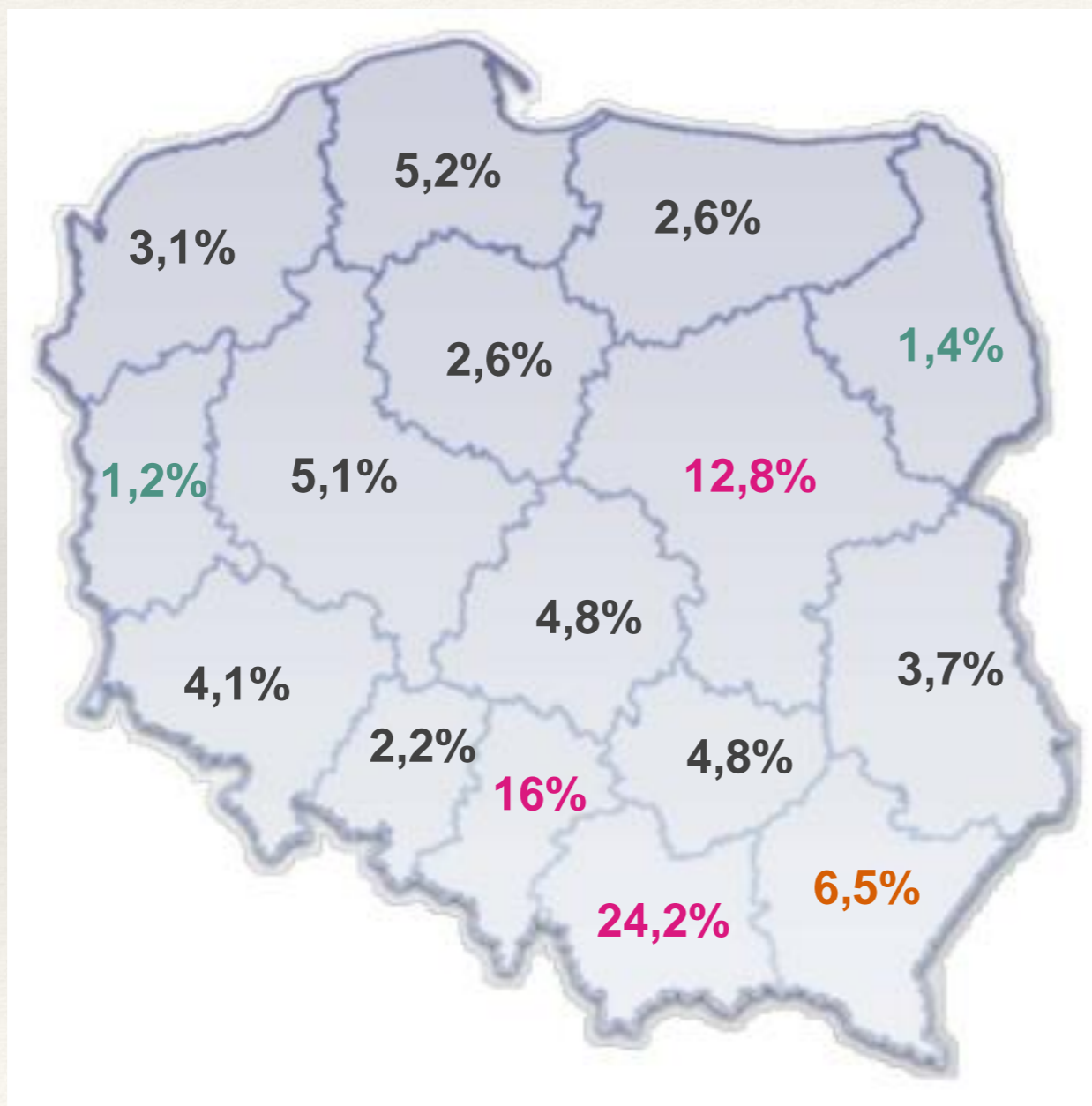
W roku 2015 niemal wszystkie główne atrakcje turystyczne regionu zanotowały znaczący wzrost liczby odwiedzających, sięgający od 8% do niemal 27%. Niewielki spadek liczby odwiedzających odnotowano jedynie w Muzeum: Dom Rodzinny Jana Pawła II w Wadowicach.

Lp.	Lokalizacja	2015	Różnica 2014/2015
1.	Zamek Królewski na Wawelu	1 531 819	+ 14,2%
2.	Muzeum Narodowe w Krakowie	812 000	+ 26,7%
3.	Kopalnia Soli w Wieliczce	1 389 990	+ 7,7%
4.	Muzeum Pamięci Auschwitz Birkenau w Oświęcimiu	1 725 700	+ 12,5%
5.	Dom Rodzinny Jana Pawła II	226 241	- 4,3%
6.	Tatrzański Park Narodowy	2 311 124	+ 8,1%
7.	Port Lotniczy Kraków-Balice	4 221 171	+ 10,6%



# POCHODZENIE ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH

Odwiedzający krajowi przybywają do Małopolski głównie z woj. małopolskiego (24,2%), śląskiego (16%), mazowieckiego (12,8%) i podkarpackiego (6,5%). Zarówno wśród gości jak i turystów cztery czołowe miejsca w hierarchii przypadły tym samym regionom, jednak ich kolejność jest odmienna.



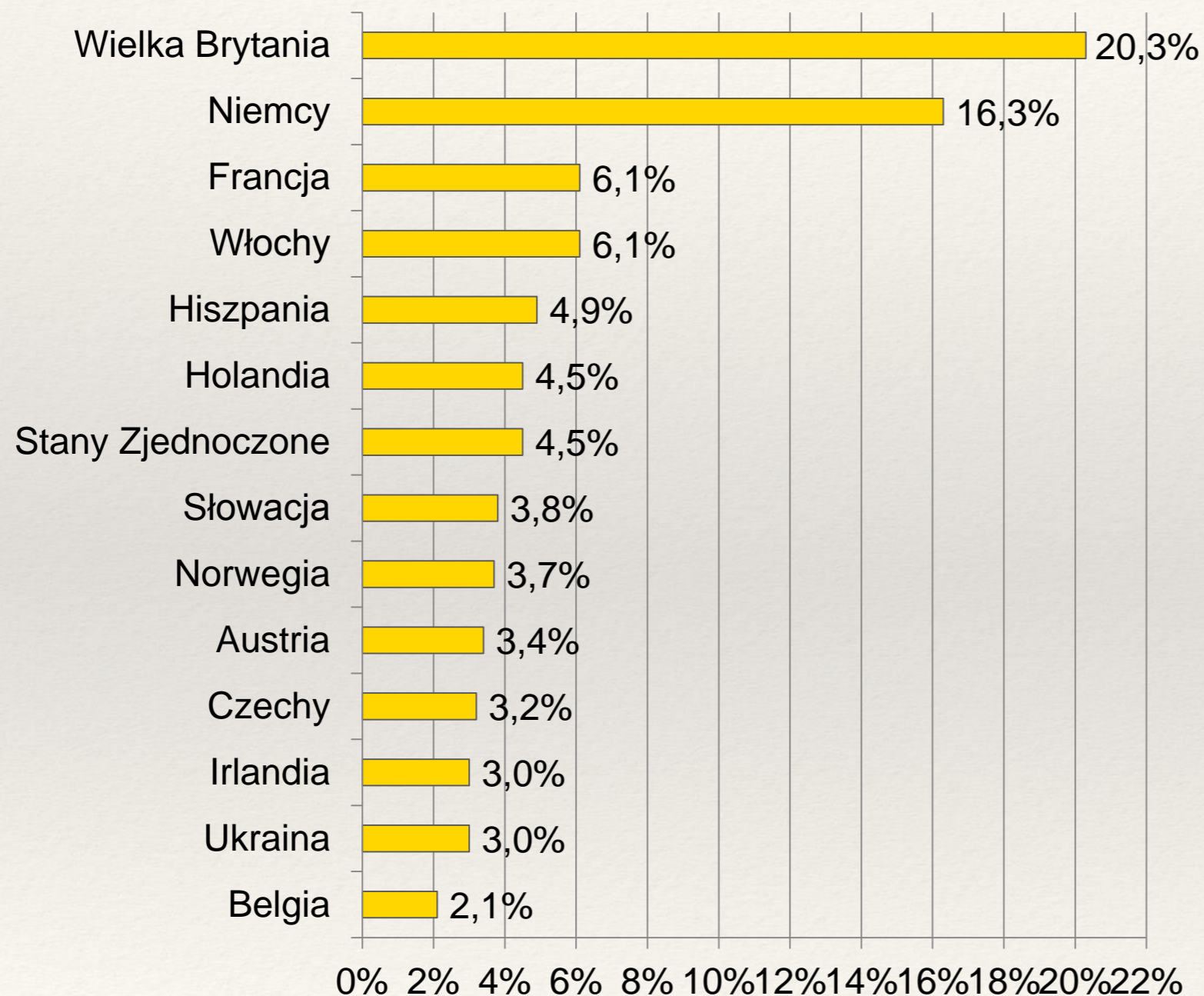
Wśród **turystów** najliczniejsi są mieszkańcy Mazowsza (16%), a następnie Śląska i Małopolski.

Wśród **gości** najliczniejsi są mieszkańcy Małopolski (61%), następnie Śląska i Podkarpacia.



# POCHODZENIE ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH

Odwiedzający zagraniczni przybywają do woj. małopolskiego najczęściej z **Wielkiej Brytanii** oraz **Niemiec**. Licznie reprezentowani są także obywatele **Francji i Włoch**. Łącznie odnotowano rezydentów 53 państw.



Na przestrzeni ostatnich lat widoczny jest trend spadkowy dotyczący mieszkańców Wielkiej Brytanii (od 2012 roku) oraz umocnienie się reprezentacji mieszkańców Francji oraz Włoch.

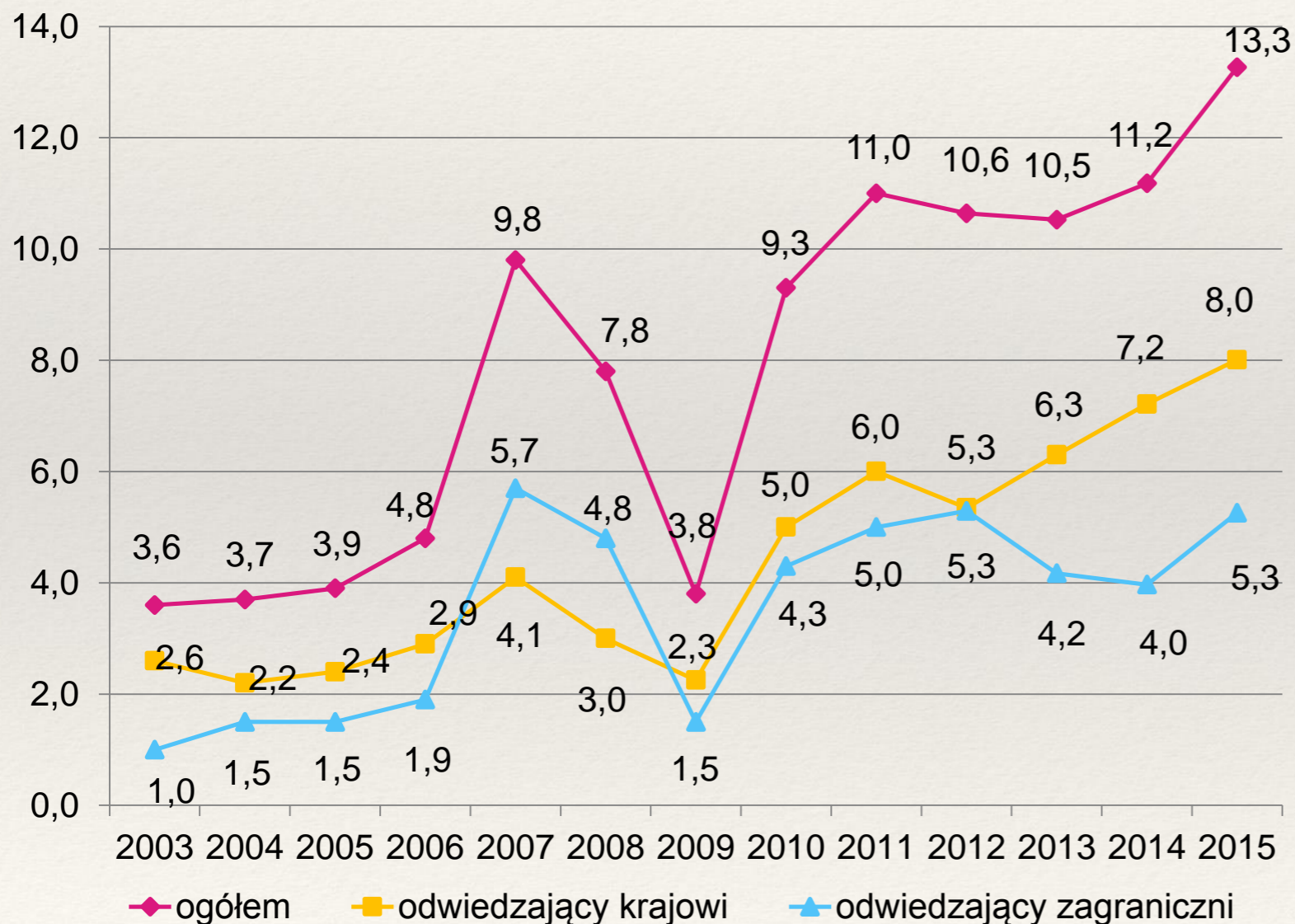
Spadła znacząco liczba odwiedzających z Rosji.



# WYDATKI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Szacuje się, iż odwiedzający Małopolskę w 2015 roku **wydali ponad 13,2 miliarda złotych.**

Poziom wydatków wzrósł w stosunku do roku ubiegłego aż o **18,7%**, głównie za sprawą dużego wzrostu wydatków turystów zagranicznych oraz krajowych. Wydatki gości uległy zmniejszeniu.



Odwiedzający zagraniczni wydają podczas wizyt w Małopolsce kwoty znacznie wyższe niż odwiedzający krajowi.

Pieniądze pozostawione przez odwiedzających zagranicznych stanowią 40% ogółu wydatków.

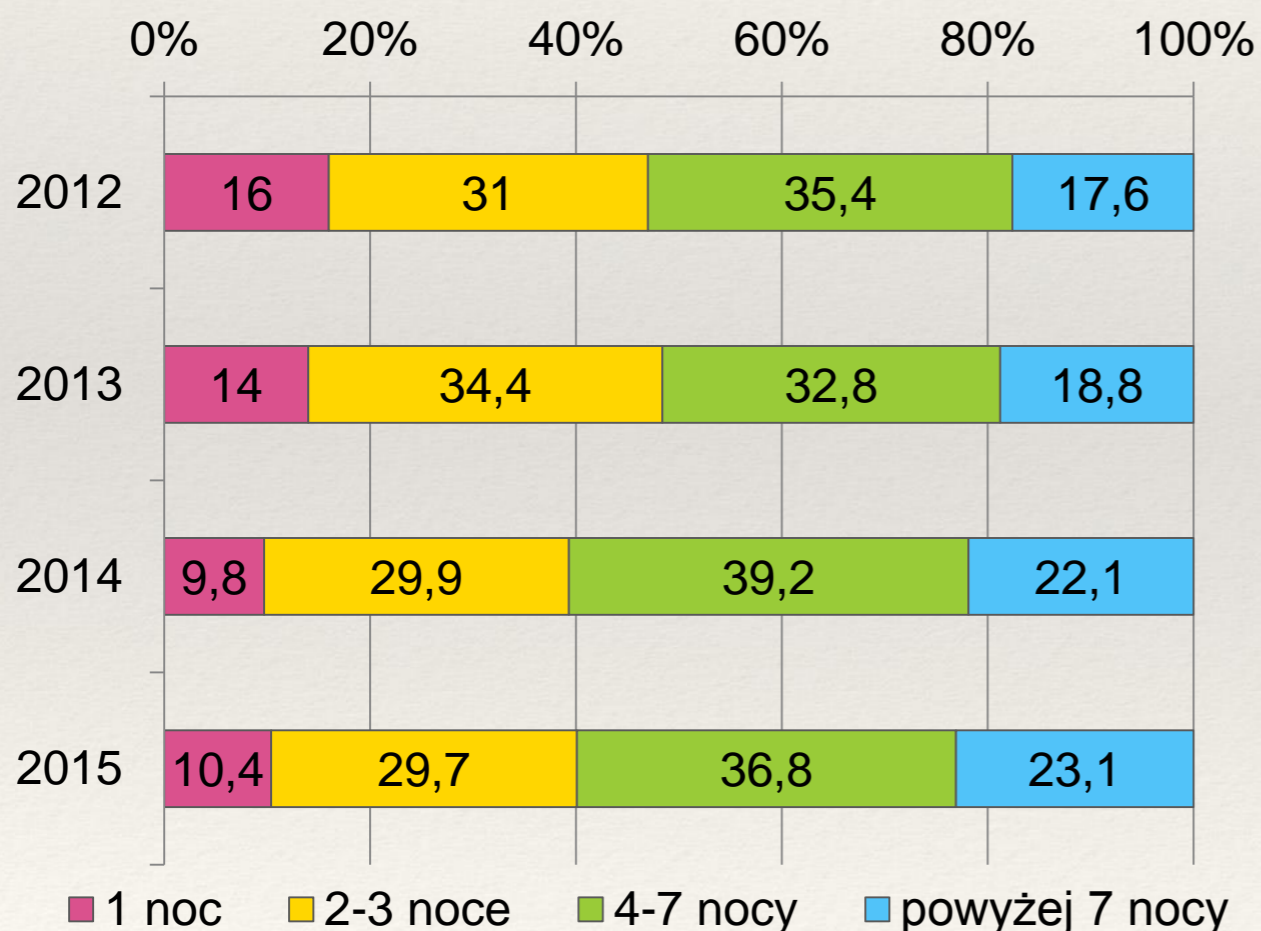


# DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTÓW

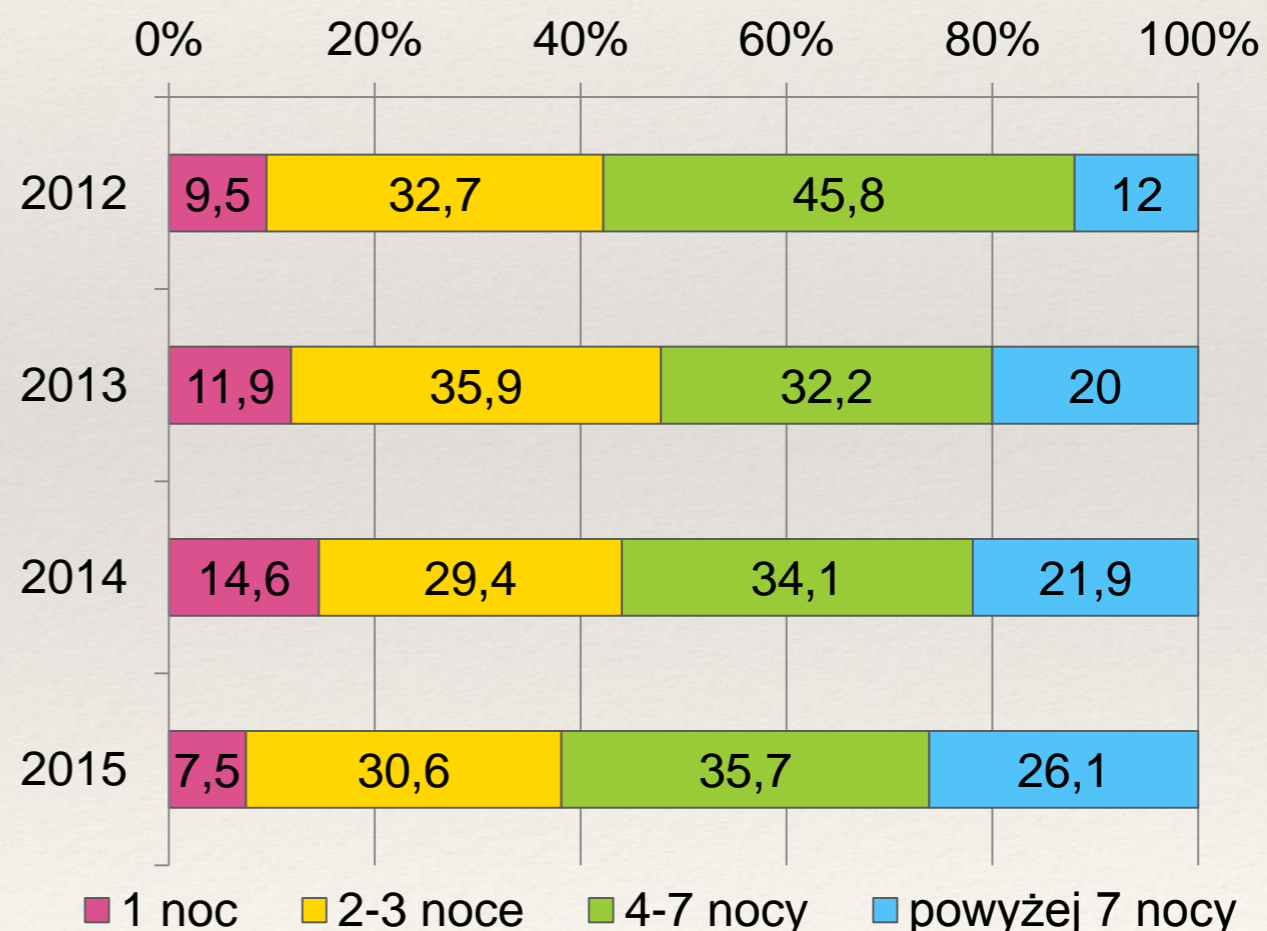
Czas pobytu **turystów krajowych** w Małopolsce nie uległ istotnym zmianom w stosunku do roku ubiegłego, natomiast wśród **turystów zagranicznych** zaobserwowano wydłużenie przeciętnego czasu trwania wizyty. Turyści przebywający w Małopolsce w 2015 roku najczęściej zdecydowali się na pobyt liczący od 4 do 7 nocy, a następnie od 2 do 3 nocy.

**Długość pobytów odwiedzających krajowych i zagranicznych jest bardzo zbliżona.**

Długość pobytu **turystów krajowych** w latach 2012-2015



Długość pobytu **turystów zagranicznych** w latach 2012-2015

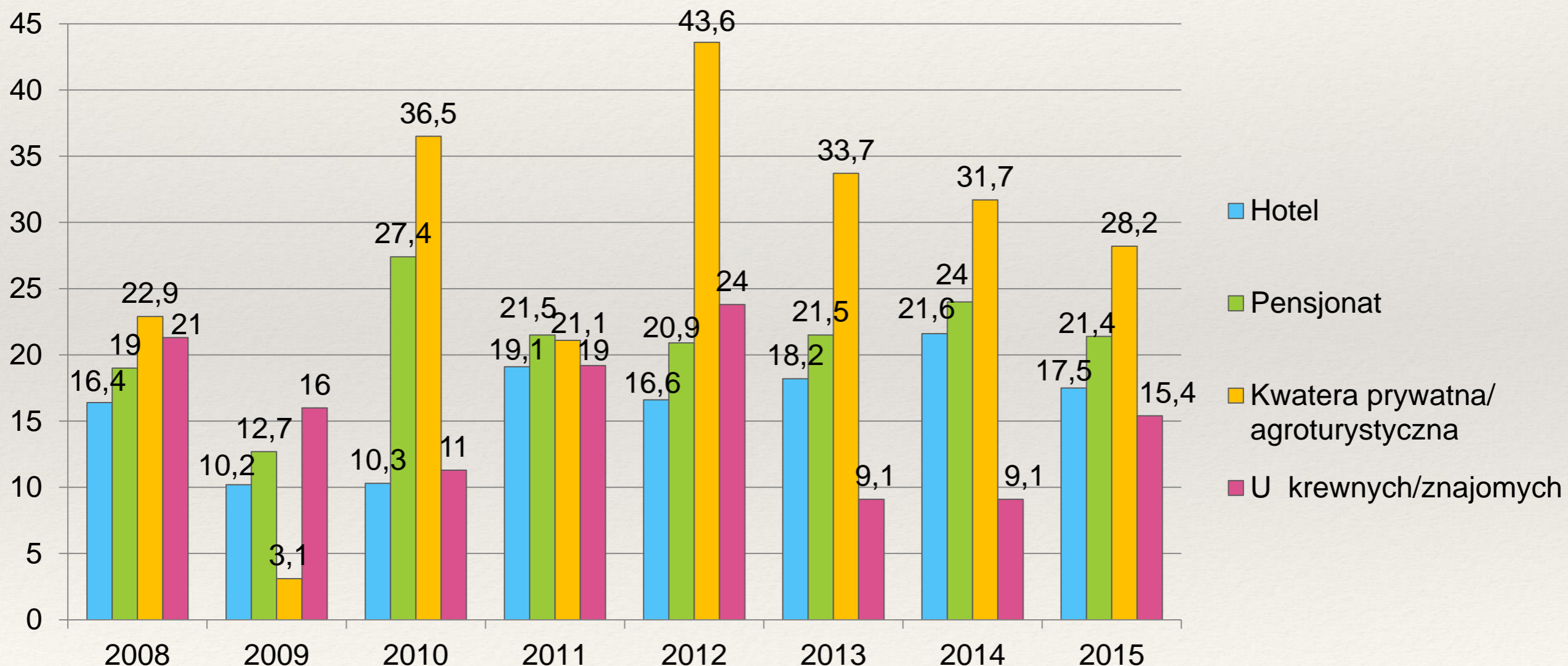




# FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW KRAJOWYCH

Hierarchia preferowanych form zakwaterowania nie zmieniła się w ostatnich latach.

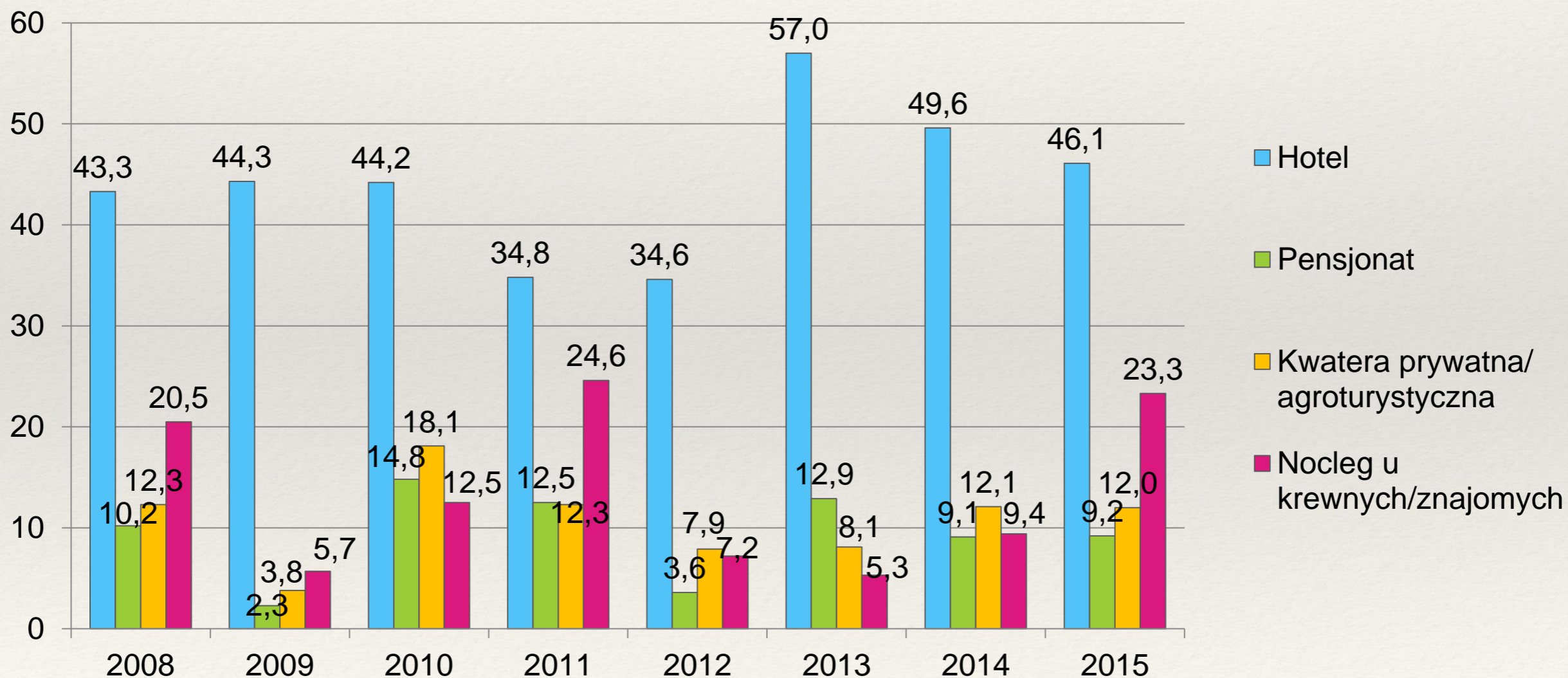
Największą popularnością cieszą się **kwatery prywatne** (w tym agroturystyczne) oraz **pensjonaty**. Wzrósł odsetek nocujących u rodziny i znajomych.





# FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH

Na przestrzeni ostatnich ośmiu lat **hotele stanowią niezmiennie najczęściej wybierany typ obiektów noclegowych**. Odsetek nocujących w pensjonatach i kwaterach prywatnych jest znacznie niższy i nie ulega dużym zmianom w ostatnich latach. W bieżącym roku wzrósł znacząco odsetek turystów zagranicznych nocujących u rodziny i znajomych.





# ŚRODEK TRANSPORTU ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Ponad 2/3 **odwiedzających krajowych** przybywa do Małopolski za pomocą samochodu. W drugiej kolejności wykorzystywane są busy i autobusy kursowe, a w przypadku turystów także pociągi.

Również **odwiedzający zagraniczni** najczęściej podróżują samochodami, choć skala ich wykorzystania jest mniejsza. Turyści zagraniczni bardzo często korzystają z transportu lotniczego, natomiast goście zagraniczni – rzadziej, gdyż niemal połowa z nich przybywa z państw sąsiedzkich (Czechy, Niemcy, Słowacja, Ukraina, Litwa) lub innych nieodległych państw (Austria, Węgry).

Lp.	Środek transportu	Odwiedzający krajowi (%)		Odwiedzający zagraniczni (%)	
		TURYŚCI	GOŚCIE	TURYŚCI	GOŚCIE
1.	Samochód	<b>68,2%</b>	<b>70,0%</b>	<b>45,4%</b>	<b>58,3%</b>
2.	Samolot	0,5%	0,3%	<b>40,7%</b>	12,6%
3.	Pociąg	12,0%	3,4%	6,6%	5,8%
4.	Bus kursowy/regularnej linii	<b>14,1%</b>	<b>14,5%</b>	12,0%	<b>19,4%</b>
5.	Bus wycieczkowy/autokar	10,3%	10,3%	13,1%	18,4%
6.	Inny środek transportu	0,7%	2,7%	2,7%	2,9%

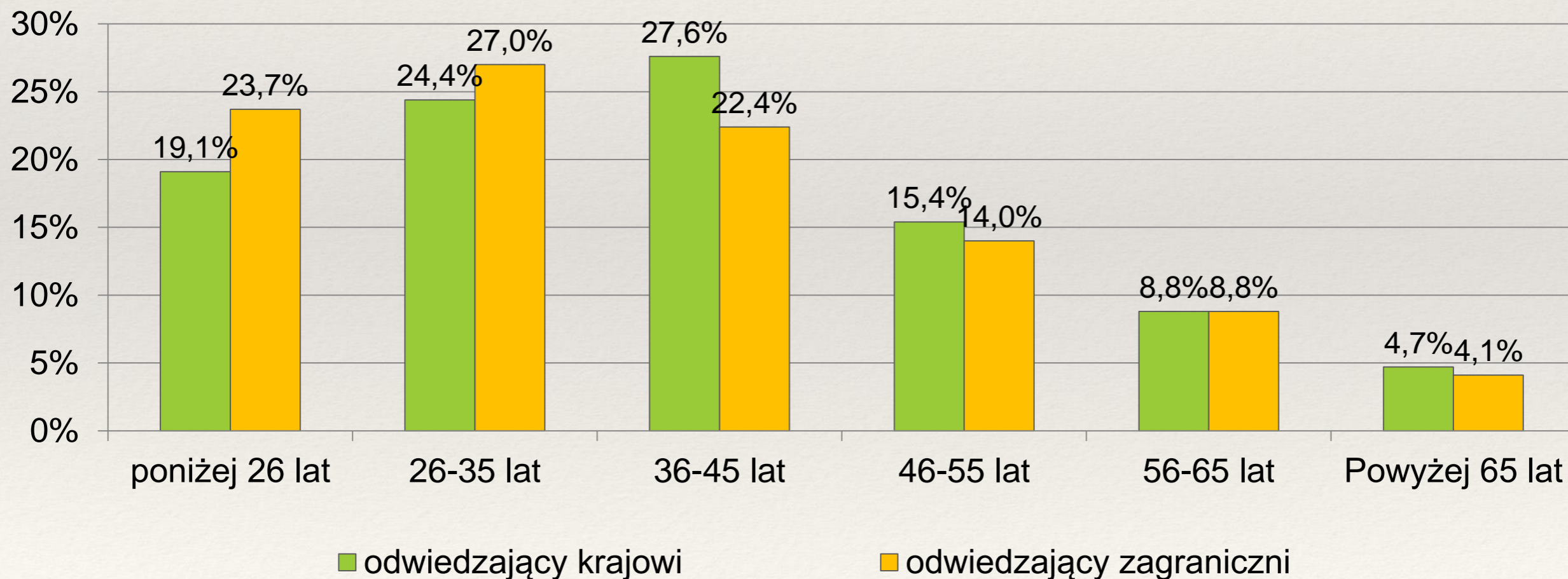


# WIEK ODWIEDZAJĄCYCH

Ponad 70% odwiedzających Małopolskę to osoby do 45 roku życia.

Średnia wieku odwiedzających zagranicznych jest niższa niż w przypadku odwiedzających krajowych - ponad połowa odwiedzających z innych państw ma nie więcej jak 35 lat.

Wśród odwiedzających krajowych odsetki osób do 45 r.ż. kształtują się na podobnym poziomie.





# CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI

We wszystkich czterech kategoriach respondentów dominującymi celami przyjazdu do Małopolski są: **wypoczynek, zwiedzanie zabytków oraz turystyka aktywna.**

Turystyka aktywna jest istotniejsza dla odwiedzających krajowych, natomiast odwiedzający zagraniczni znacznie częściej deklarują chęć zwiedzania zabytków.

Lp.	Cel wizyty (w %)	Odwiedzający krajowi		Odwiedzający zagraniczni	
		goście	turyści	goście	turyści
1.	Wypoczynek	34,8	78,3	58,1	70,0
2.	Zwiedzanie zabytków	31,0	43,6	66,7	64,9
3.	Turystyka aktywna	35,4	50,1	22,9	27,1
4.	Odwiedziny u rodziny/znajomych	14,1	15,9	13,3	27,4
5.	Rozrywka, pobyt w restauracjach	3,9	13,0	3,8	21,7
6.	Cel religijny	16,4	5,5	3,8	6,4
7.	Zakupy	8,2	5,6	12,4	11,8
8.	Sprawy służbowe/interesy	4,5	3,0	0,0	2,6
9.	Cel zdrowotny	2,3	10,3	0,0	4,8

Wśród **turystów zagranicznych** istotnym celem wizyty w Małopolsce są odwiedziny u krewnych i znajomych oraz rozrywka.

Wśród **gości krajowych** dużym zainteresowaniem cieszy się turystyka religijna.



# OCENA OFERTY TURYSTYCZNEJ

Jakość niemal wszystkich aspektów oferty turystycznej została oceniona bardzo pozytywnie, na poziomie przekraczającym 4,00 punkty w pięciopunktowej skali ocen. Średnie ocen przyznane przez odwiedzających zagranicznych oraz gości krajowych są **wyższe od ocen z lat ubiegłych we wszystkich aspektach**, w przypadku turystów krajowych – w większości aspektów.



Lp.	Aspekt oferty turystycznej	Średnia ocena jakości oferty turystycznej	
		odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
1.	Atrakcje turystyczne	4,42	4,42
2.	Baza noclegowa	4,36	4,36
3.	Baza gastronomiczna	4,34	4,38
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	4,37	4,29
5.	Bezpieczeństwo	4,34	4,37
6.	Dojazd	3,84	4,08
7.	Informacja turystyczna	4,28	4,22
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	4,63	4,55
9.	Transport/skomunikowanie	4,08	4,13
10.	Czystość w miejscach publicznych	4,11	4,16



# NAJWIĘKSZE ATRAKCJE REGIONU

**Kraków** utrzymuje swoją pozycję lidera wśród atrakcji turystycznych regionu. Niezmiennie od czterech lat w pierwszej czwórce najatrakcyjniejszych miejsc utrzymują się także: **Zakopane** oraz **Kopalnia Soli w Wieliczce**. Rośnie znacząco częstotliwość wskazań na **góry**.



Lp.	Lokalizacje wskazywane przez odwiedzających krajowych	Procent odwiedzających
1.	Kraków	65%
w tym:	Kraków - Wawel	8%
	Kraków - Rynek	6%
2.	Zakopane (w tym: Gubałówka)	41%
3.	Góry	22%
4.	Wieliczka	16%
5.	Krynica Zdrój (w tym: Jaworzyna Krynicka)	14%
6.	Szczawnica	12%
7.	Wadowice (Dom Jana Pawła II)	10%
8.	Oświęcim (Muzeum Auschwitz-Birkenau)	7%
9.	Białka Tatrzańska	7%
10.	Bukowina Tatrzańska	6%

Lp.	Lokalizacje wskazywane przez odwiedzających zagranicznych	Procent odwiedzających
1.	Kraków	77%
w tym:	Kraków - Wawel	11%
2.	Zakopane (w tym: Gubałówka)	27%
3.	Kopalnia Soli w Wieliczce	20%
4.	Oświęcim (Muzeum Auschwitz-Birkenau)	12%
5.	Góry	12%
6.	Wadowice (Dom Jana Pawła II)	6%
7.	Krynica (w tym: Jaworzyna Krynicka)	5%

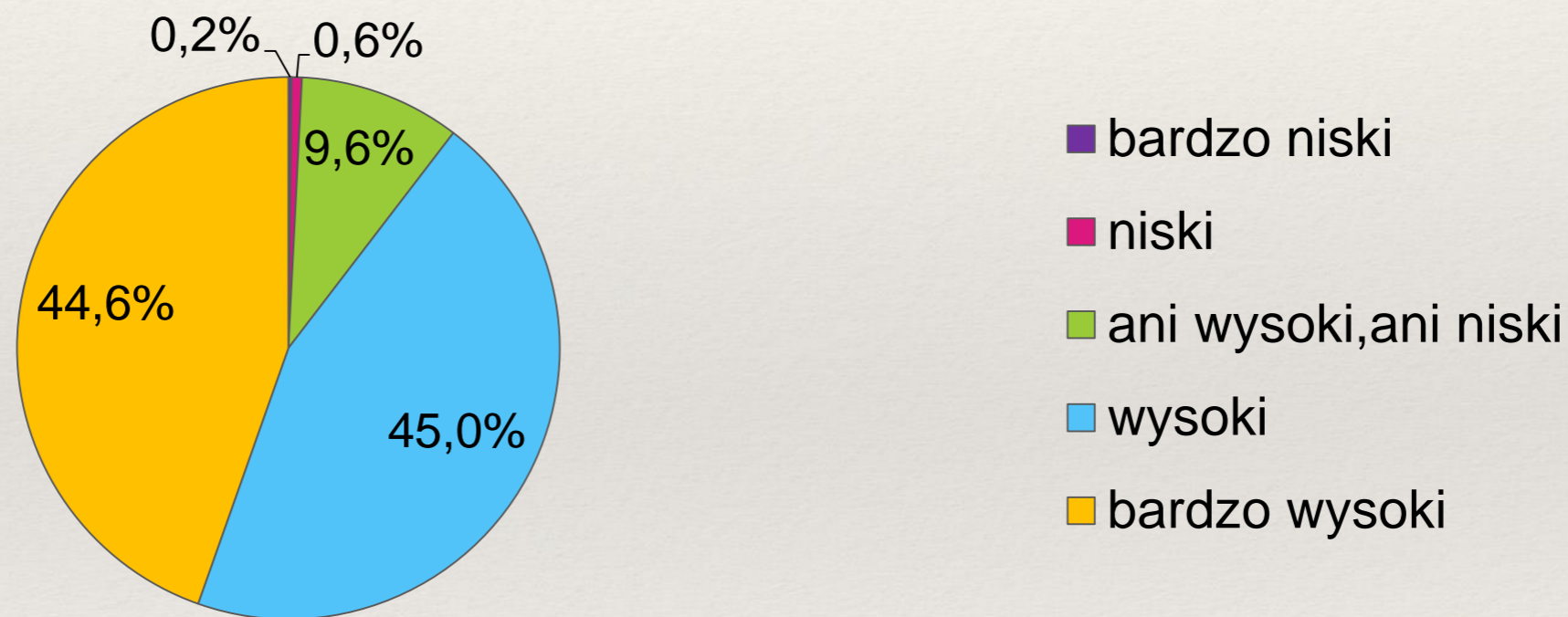


# POZIOM ZADOWOLENIA Z POBYTU

Poziom zadowolenia odwiedzających z pobytu w województwie małopolskim jest **bardzo wysoki**.

Wysoki i bardzo wysoki poziom zadowolenia deklarowało łącznie **89,6% odwiedzających**.

Opinie o niskim lub bardzo niskim poziomie satysfakcji z pobytu wyraziło **mniej niż 1% odwiedzających**. Poziom zadowolenia nie różnicuje odwiedzających krajowych i zagranicznych.



Ponad **99%** odwiedzających deklaruje chęć polecenia wizyty w Małopolsce swojej rodzinie i znajomym, a ponad **97%** odwiedzających deklaruje chęć ponownego odwiedzenia Małopolski w celach turystycznych.



# MOCNE I SŁABE STRONY MAŁOPOLSKI W OPINII ODWIEDZAJĄCYCH



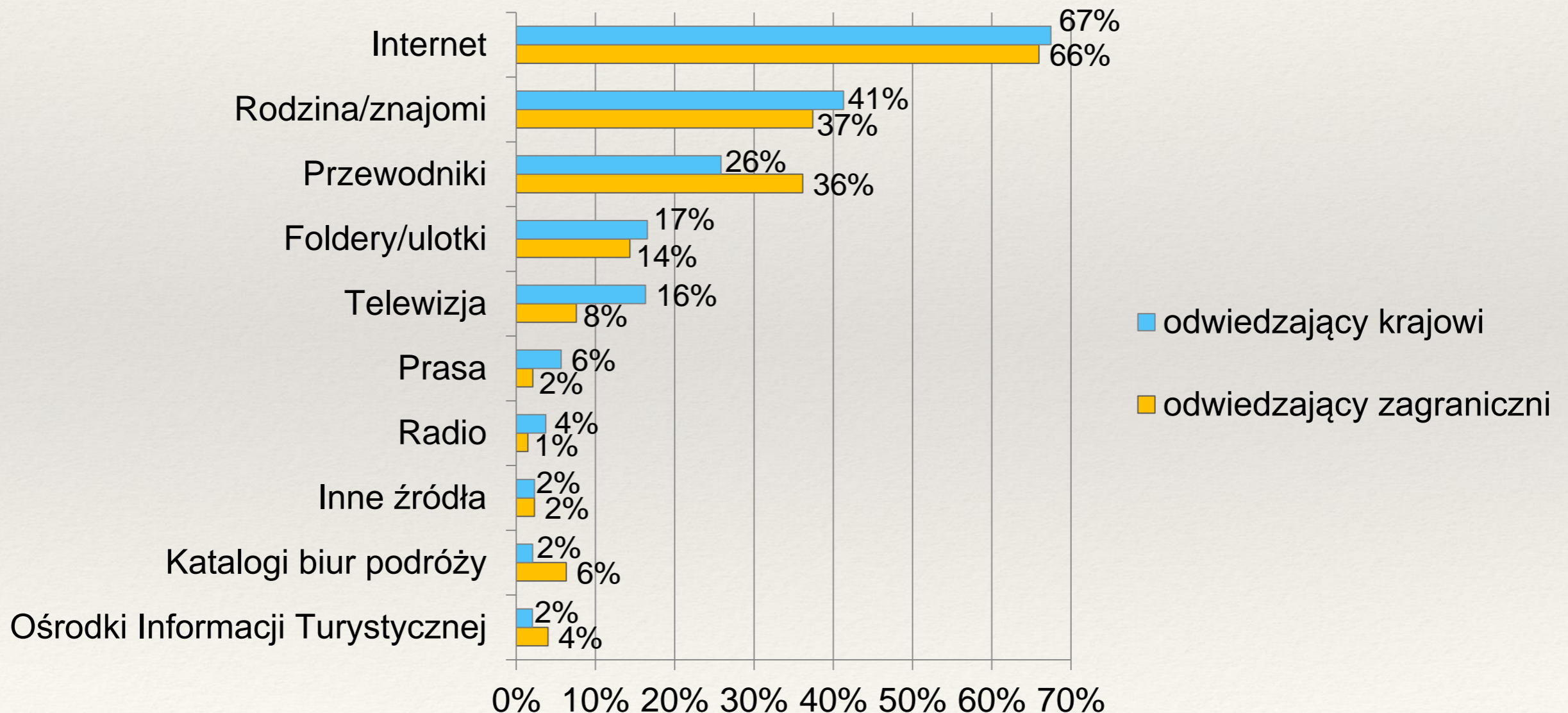
MOCNE STRONY MAŁOPOSKI JAKO REGIONU TURYSTYCZNEGO	SŁABE STRONY MAŁOPOSKI JAKO REGIONU TURYSTYCZNEGO
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Piękno przyrody i bogactwo krajobrazowe, (liczne szlaki górskie i spacerowe, czyste powietrze),</li><li>❖ Liczne zabytki (zróżnicowane i dobrze zachowane) oraz piękna architektura,</li><li>❖ Zróżnicowana i szeroka oferta atrakcji dla turystów (imprezy kulturalne, muzea, obiekty sakralne, obiekty rozrywkowe, szlaki, stoki),</li><li>❖ Życzliwość mieszkańców i gospodarzy oraz ogólna miła atmosfera,</li><li>❖ Dobra infrastruktura gastronomiczna oraz noclegowa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Zły stan dróg i zbyt mała przepustowość szczególnie na trasach prowadzących w góry,</li><li>❖ Zbyt mało rozbudowane usługi transportu zbiorowego w połączeniach z innymi regionami oraz z mniejszymi miejscowościami w regionie (pociągi, busy, autobusy),</li><li>❖ Wysokie ceny, głównie biletów wstępu, pamiątek i usług gastronomicznych oraz parkingów,</li><li>❖ Zanieczyszczenie powietrza (Kraków) oraz brud w miejscach publicznych.</li></ul>



# ŹRÓDŁA WIEDZY O MAŁOPOLSCE

**Internet** pozostaje kluczowym medium, za pośrednictwem którego odwiedzający poszukują informacji o województwie małopolskim, a jego znaczenie umacnia się.

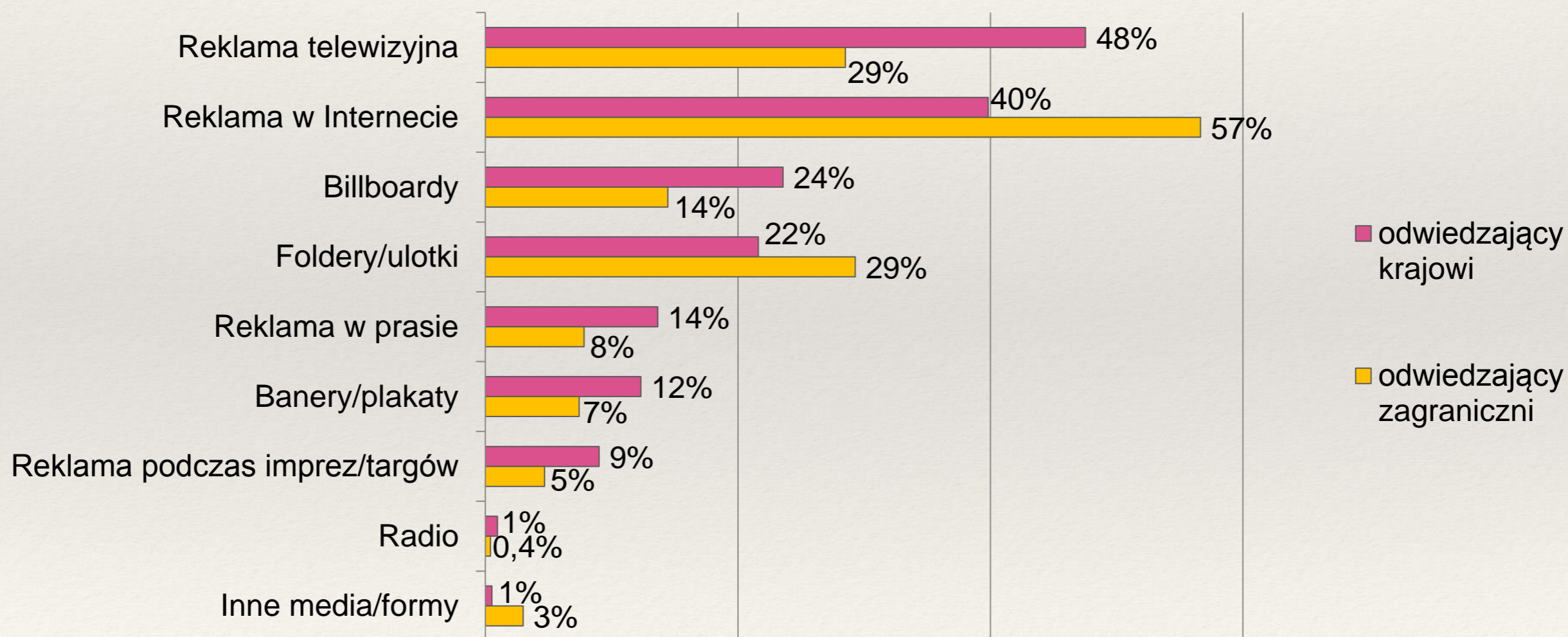
Dużą popularnością cieszą się także **przewodniki** (szczególnie wśród rezydentów zagranicznych) oraz **opinie członków rodziny i znajomych**.





# POSTRZEGALNOŚĆ REKLAMY MAŁOPOLSKI

Kontakt z reklamą Małopolski lub reklamą jej poszczególnych atrakcji miał **co drugi odwiedzający krajowy** (52%) oraz **co czwarty odwiedzający zagraniczny** (24%). Hierarchia typów reklamy, z jakimi spotkali się odwiedzający krajowi i zagraniczni jest odmienna. Rezydenci Polski najczęściej wymieniali reklamy telewizyjne, natomiast rezydenci innych państw – reklamy zamieszczane w Internecie.





# PODSUMOWANIE

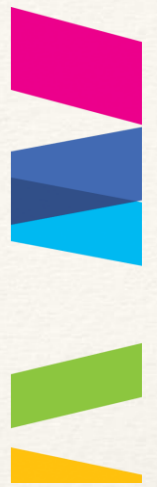
- ❖ **Rośnie liczba turystów i gości odwiedzających Małopolskę** - zarówno krajowych jak i zagranicznych.
- ❖ Województwo małopolskie **utrzymuje pozycję lidera** (wraz z województwem mazowieckim) w zakresie liczby turystów korzystających z noclegów.
- ❖ Najwięcej odwiedzających krajowych przybywa z obszaru województwa **małopolskiego, śląskiego i mazowieckiego**.
- ❖ Wśród państw, z których przybywa najwięcej odwiedzających zagranicznych utrzymuje się **dominacja Wielkiej Brytanii i Niemiec**. Rośnie reprezentacja rezydentów Włoch i Francji.
- ❖ Wzrasta odsetek odwiedzających zainteresowanych **turystyką aktywną** (narciarstwem i snowboardingiem w zimie oraz wędrówkami górskimi i spacerami przez cały rok).
- ❖ Wzrósł odsetek odwiedzających krajowych i zagranicznych przybywających do Małopolski w **celach religijnych** - szczególnie wysoki wzrost odnotowano wśród gości krajowych.





# PODSUMOWANIE

- ❖ **Czas pobytu** turystów zagranicznych uległ wydłużeniu.
- ❖ Znacząco **wzrósł średni poziom wydatków** ponoszonych przez odwiedzających krajowych podczas pobytu w Małopolsce oraz ogólna szacowana kwota wydatków wszystkich odwiedzających region.
- ❖ **Internet** jest podstawowym źródłem wiedzy na temat Małopolski – korzysta z niego 2/3 odwiedzających.
- ❖ **Średnie ocen jakości oferty turystycznej Małopolski są wyższe** od ocen z lat ubiegłych we wszystkich aspektach (odwiedzający zagraniczni i goście krajowi) lub niemal wszystkich aspektach (turyści krajowi).
- ❖ **Poziom satysfakcji z pobytu jest bardzo wysoki.** Niski i bardzo niski poziom zadowolenia zadeklarowało zaledwie 0,8% odwiedzających.







**DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ!**