



BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W 2010 ROKU

Kraków, styczeń 2011

Metodologia i dobór próby

2

- **PROJEKT BADAWCZY:** Badanie Ruchu Turystycznego w Województwie Małopolskim 2010
- **METODA BADANIA:** badanie ilościowe metodą PAPI – bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych face-to-face
- **DOBÓR PRÓBY:** metoda losowa, co 20-ta przechodząca osoba była zapraszana do wypełnienia ankiety

- **WIELKOŚĆ PRÓBY:**

OGÓŁEM	ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	TURYŚCI ZAGRANICZNI
6042	4707 (77,9%)	1335 (22,1%)

- **TERMINY PRAC TERENOWYCH:**

FALA	ETAP I – KWARTAŁ I		ETAP II – KWARTAŁ III	
	termin realizacji	il. wywiadów	termin realizacji	il. wywiadów
I FALA	6-7 lutego	510 (8,5%)	13-14 lipca	473 (7,8%)
II FALA	9-10 lutego	466 (7,7%)	17-18 lipca	528 (8,7%)
III FALA	13-14 lutego	443 (7,3%)	14-15 sierpnia	511 (8,5%)
IV FALA	24-25 lutego	501 (8,3%)	17-18 sierpnia	489 (8,1%)
V FALA	27-28 lutego	518 (8,6%)	11-12 września	533 (8,8%)
VI FALA	10-11 marca	570 (9,4%)	14-15 września	500 (8,3%)



Metodologia i dobór próby

3

MIEJSCE BADANIA	ETAP I – KWARTAŁ I	ETAP II – KWARTAŁ III
Kraków – Rynek i Sukiennice	2,9%	2,6%
Kraków – ul. Floriańska przy Bramie Floriańskiej	3,0%	2,4%
Kraków – Wawel	3,0%	2,4%
Kraków – Łagiewniki	–	2,3%
Ojców – wejście do Ojcowskiego Parku Narodowego	–	2,3%
Oświęcim – Muzeum AB	2,9%	2,4%
Kopania Soli Wieliczka	2,9%	2,3%
Kalwaria Zebrzydowska – sanktuarium	–	2,3%
Wadowice – dom Jana Pawła II	2,0%	2,2%
Zakopane – Krupówki	2,8%	2,3%
Zakopane – Gubałówka	2,9%	2,3%
Zakopane – wejście do Tatrzańskiego Parku Narodowego	3,0%	2,3%
Tarnów – rynek przy Centrum Informacji Turystycznej	–	1,4%
Szczawnica – stacja narciarska Palenica	2,5%	2,3%
Szczawnica – pijalnia wód	–	2,4%
Rabka Zdrój – pijalnia wód / park zdrojowy	–	2,3%
Rabka Zdrój – wyciąg na Radziejową	2,4%	–
Krynica Zdrój – pijalnia wód / deptak	2,8%	2,3%
Krynica Zdrój – Jaworzyna Krynicka, kolej gondolowa	2,8%	2,6%
Sucha Beskidzka – zamek / karczma Rzym	–	2,1%
Zawoja – wejście na szlaki	2,8%	2,2%
Sromowce – początek spływu po Dunajcu	–	2,3%
Nowy Sącz – rynek / Sądecki Park Etnograficzny	–	2,3%
Białka Tatrzańska wyciągi narciarskie	2,8%	–
Bukowina Tatrzańska - stacje narciarskie	2,7%	–
Wierchomla - stacja narciarska	3,0%	–
Rytko - Ośrodek Narciarski Ryterski Raj	2,5%	–

Oszacowanie liczby turystów odwiedzających Województwo Małopolskie w 2010 roku

- Na potrzeby raportu wśród odwiedzających Małopolskę wyodrębniono kategorie:

- ✓ turystów - odwiedzający, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc
- ✓ odwiedzających jednodniowych - odwiedzający, którzy nie zatrzymują się na noc / nie nocują



		LICZBA (mln)							
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ODWIEDZAJĄCY OGÓŁEM	RAZEM	8,0	9,1	9,6	10,3	13,2	12,5	10,9	11,4
	w tym Kraków	5,5	6,4	7,1	7,5	8,1	7,5	7,3	7,7
	KRAJOWI	6,9	7,1	7,2	7,4	9,9	9,8	8,6	8,9
	w tym Kraków	4,8	4,9	4,9	5,1	5,6	5,3	5,2	5,4
	ZAGRANICZNI	1,1	2,0	2,4	2,9	3,3	2,7	2,3	2,5
w tym Kraków	0,7	1,5	2,2	2,4	2,5	2,2	2,1	2,3	

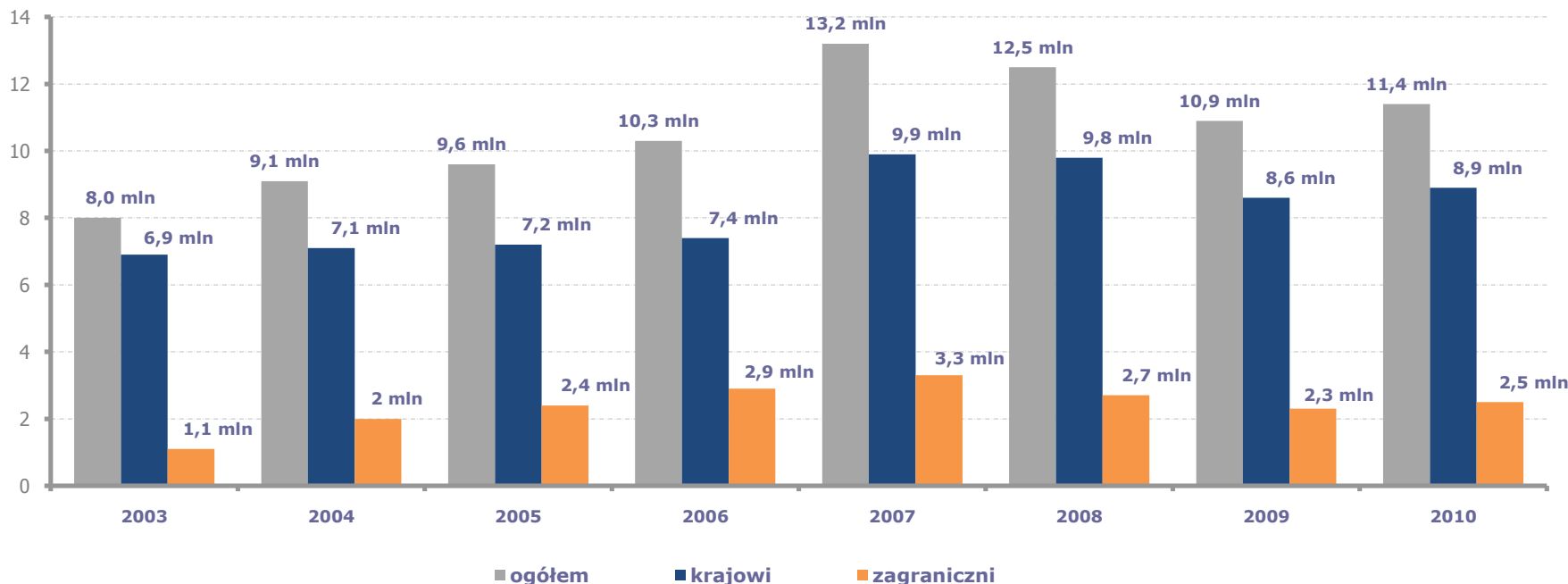
		LICZBA (mln)							
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TURYSŒI	RAZEM	6,2	8,2	7,6	8,9	9,0	8,5	8,6	8,7
	w tym Kraków	3,5	5,5	5,5	6,2	6,8	6,0	5,9	6,2
	KRAJOWI	5,2	6,3	5,3	6,1	6,4	6,3	6,4	6,4
	w tym Kraków	2,8	4,0	3,4	3,9	4,3	3,9	3,9	4,0
	ZAGRANICZNI	1,0	1,9	2,3	2,8	2,6	2,2	2,2	2,3
w tym Kraków	0,7	1,5	2,1	2,3	2,5	2,1	2,0	2,2	

Struktura i dynamika ruchu turystycznego w Małopolsce

- Zahamowanie tendencji spadkowej utrzymującej się od 2007 roku
- Wzrost o **+4,6%** liczby odwiedzających ogółem: 11,4 mln (10,9 mln w 2009 r.)
 - ✓ Wzrost o **+3,5%** liczby odwiedzających krajowych: 8,9 mln (8,6 mln w 2009 r.)
 - ✓ Wzrost o **+8,7%** liczby odwiedzających zagranicznych: 2,5 mln (2,3 mln w 2009 r.)



Dynamika zmian przyjazdów odwiedzających krajowych i zagranicznych w Małopolsce w latach 2003-2010

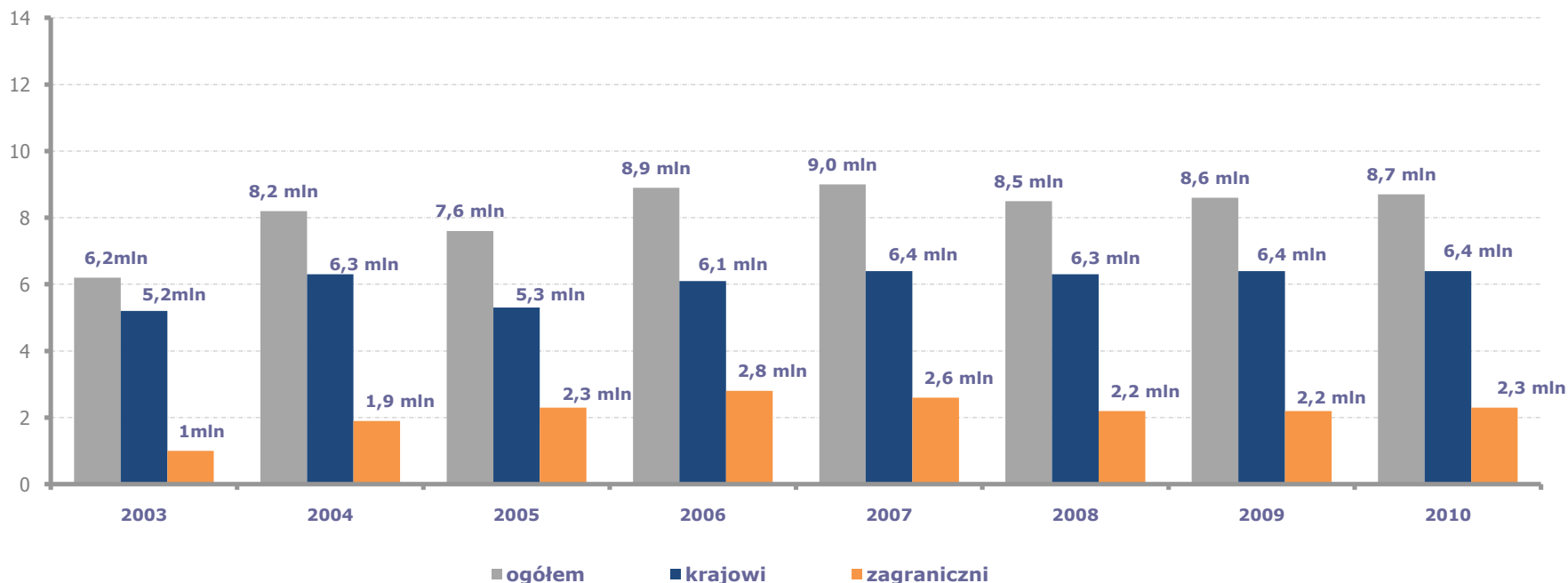


Struktura i dynamika ruchu turystycznego w Małopolsce

- Utrzymanie tendencji wzrostowej utrzymującej się od 2008 roku
- Wzrost o **+1,2%** liczby turystów ogółem: 8,7 mln (8,6 mln w 2009 r.)
 - ✓ Stała liczba turystów krajowych: 6,4 mln
 - ✓ Wzrost o **+4,5%** liczby turystów zagranicznych: 2,3 mln (2,2 mln w 2009 r.)

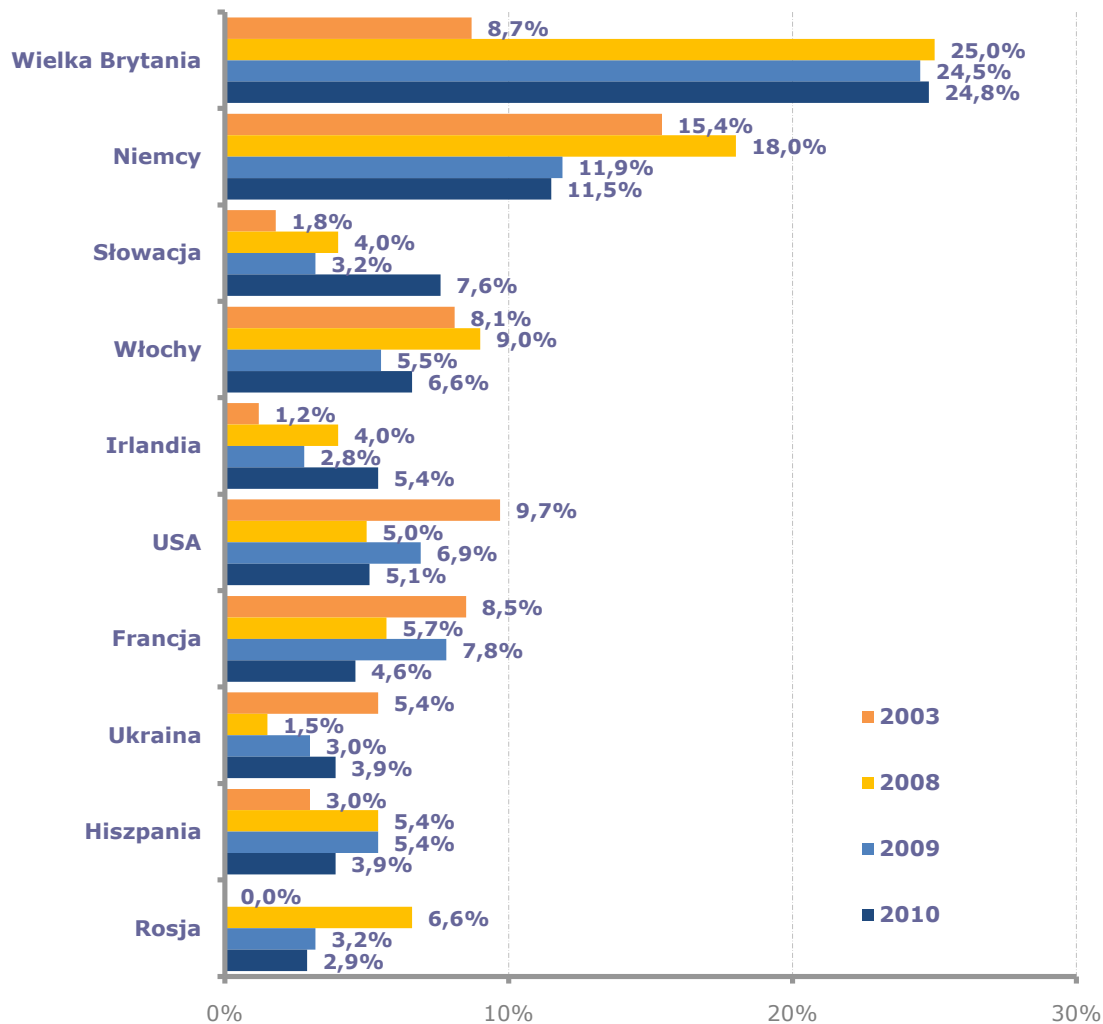


Dynamika zmian przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych w Małopolsce w latach 2003-2010









Kraj pochodzenia gości zagranicznych

Obszary stałego zamieszkania respondentów zagranicznych



• Główne rynki zagraniczne to niezmiennie od kilku lat:

1.  Wielka Brytania
2.  Niemcy
3.  Słowacja
4.  Włochy
5.  Irlandia
6.  USA

• Wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych ze Słowacji (+4,4%)

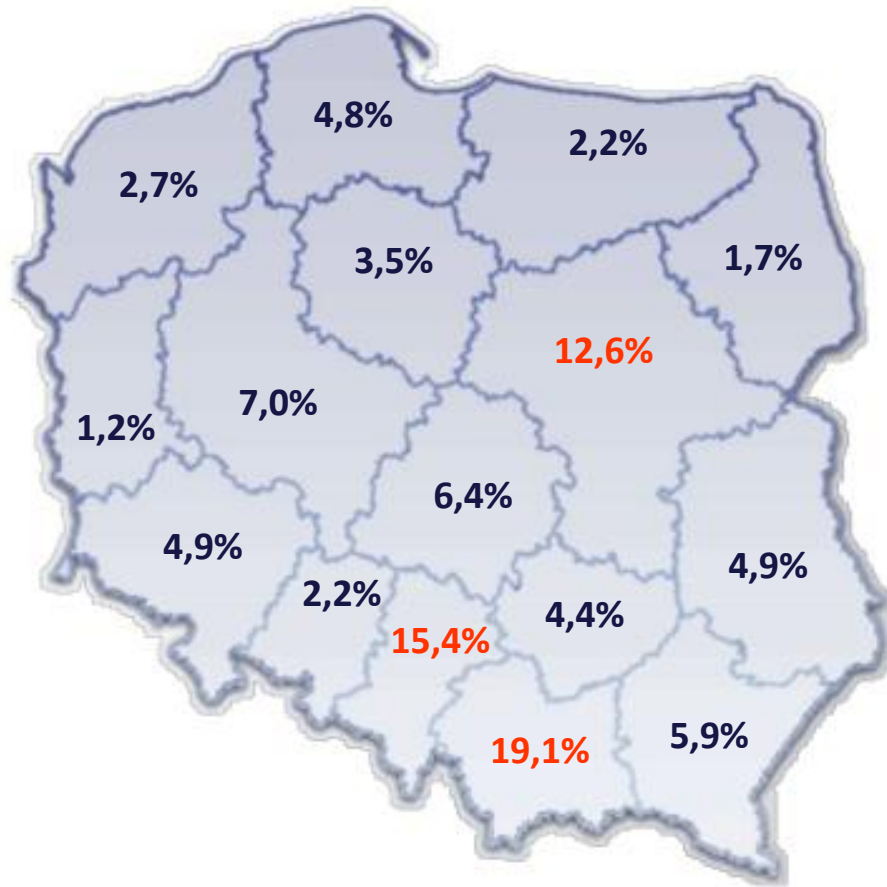
• Spadek udziału rynku francuskiego (-3,2%)

Pochodzenie gości krajowych

Rozkład % krajowych gości jednodniowych według zamieszkiwanego województwa



Rozkład % turystów polskich według zamieszkiwanego województwa



- Najpopularniejszym środkiem transportu wśród turystów zagranicznych jest samolot, spadek o **-23,5%** (61,6% w 2009 r.)
- Wzrost poziomu wskazań wśród tej grupy respondentów dla odpowiedzi:
 - ✓ autobus / bus wycieczkowy (**+23,4%**)
 - ✓ własnego samochodu (**+20%**)

- Odwiedzający polscy (łącznie jednodniowi i turyści) najczęściej wykorzystują w podróżowaniu do i po terenie Małopolski własny samochód, wzrost o **+10,1%** (55,9% w 2009 r.)
- Spadek o **-5%** liczby gości krajowych korzystających z autokaru / busa wycieczkowego



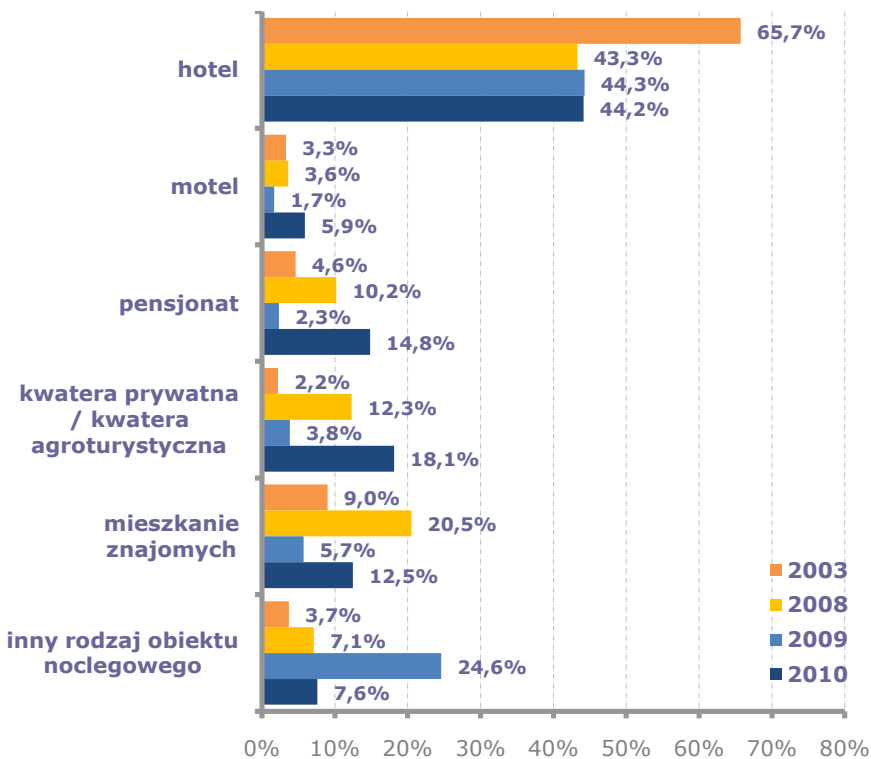
ŚRODEK TRANSPORTU	ODWIEDZAJĄCY POLSCY		TURYŚCI ZAGRANICZNI
	JEDNODNIOWI	TURYŚCI	
samolot	0,0%	0,2%	38,1%
własny samochód	60,2%	67,2%	33,7%
autobus / bus kursowy	14,2%	14,7%	26,4%
pociąg	14,3%	17,6%	19,8%
autokar / bus wycieczkowy	12,1%	6,1%	14,8%
inny własny lub pożyczony pojazd (rower / motocykl, camper)	1,7%	0,9%	5,7%
samochód - nie własny, np. taksówka	0,2%	0,1%	1,4%
komunikacja miejska - tramwaj, autobus	0,5%	0,3%	1,0%
pieszo	0,1%	0,2%	0,5%
inny środek transportu	0,2%	0,2%	1,1%

Baza noclegowa

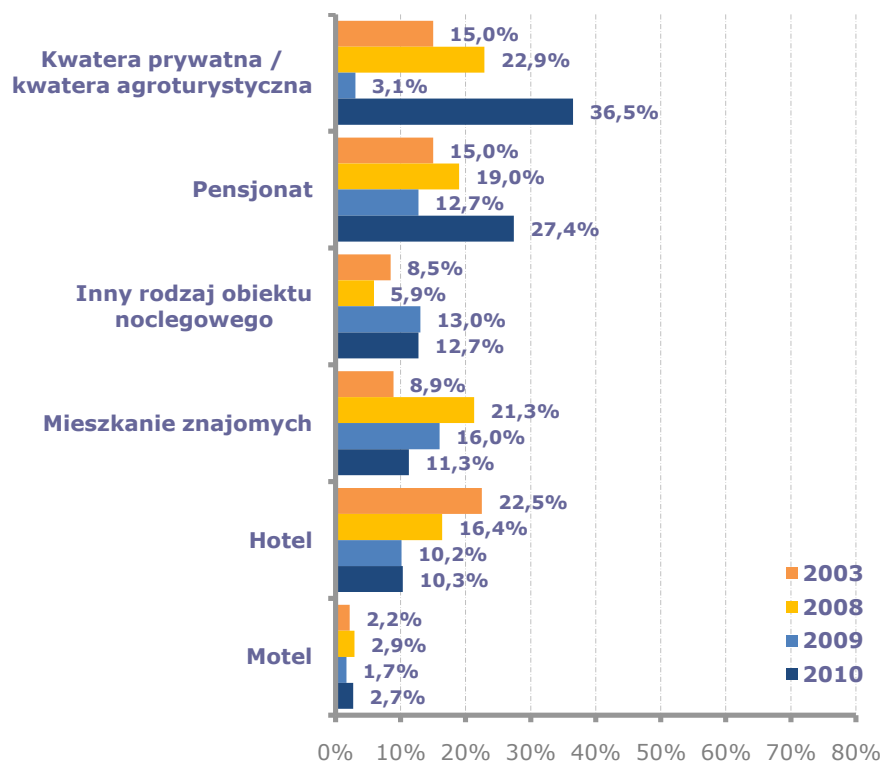
- Wzrost liczby turystów krajowych (+33,4%) oraz zagranicznych (+14,3%) korzystających z kwater prywatnych / agroturystycznych w porównaniu do roku ubiegłego
- Spadek liczby turystów polskich korzystających z mieszkań znajomych (-4,7%)



Miejsce noclegu turystów zagranicznych



Miejsce noclegu odwiedzających polskich



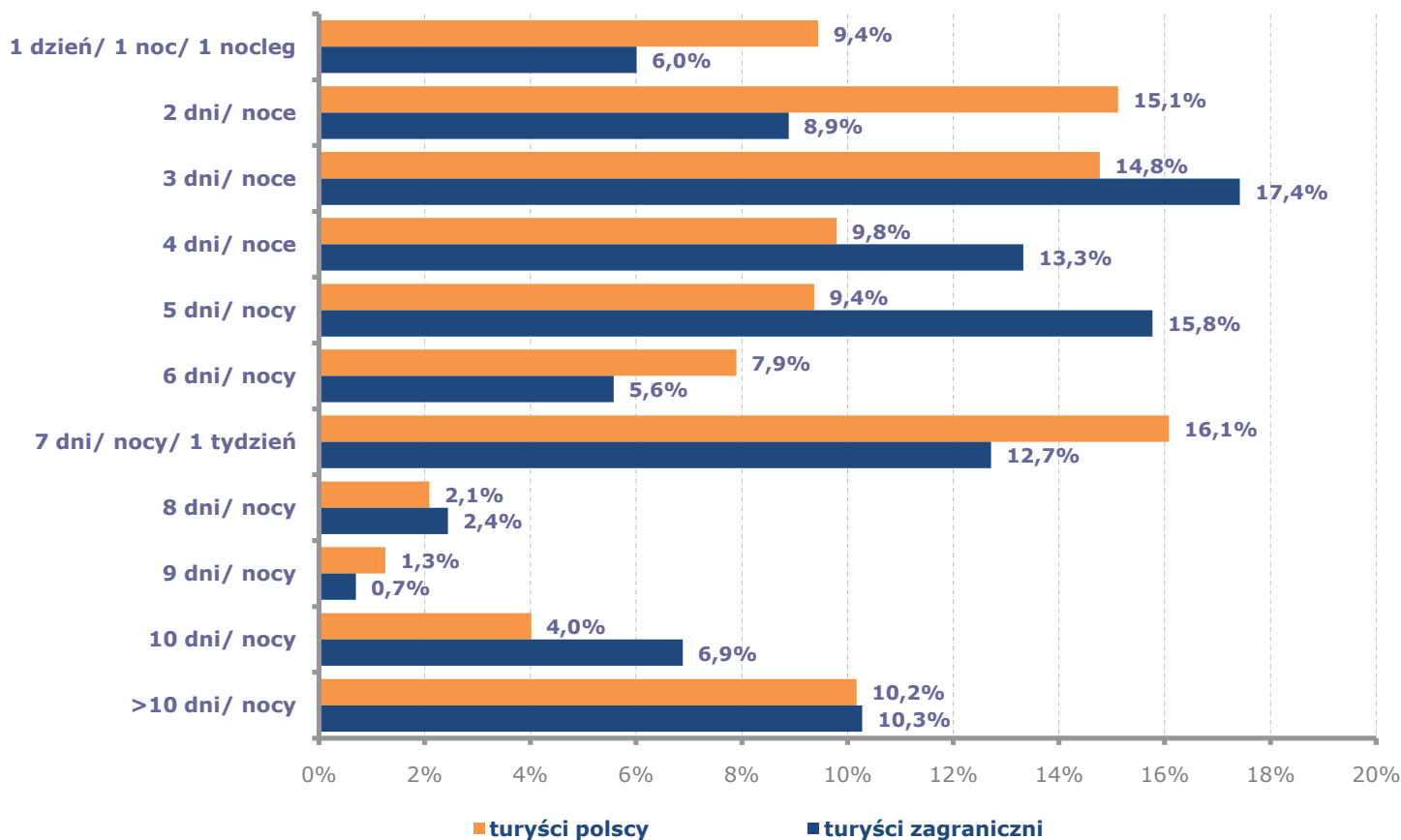
Długość pobytu

- Średnia długość pobytu na obszarze Małopolski w 2010 roku:

- ✓ turyści krajowi – 5,8 dnia
- ✓ turyści zagraniczni – 6,2 dnia



Średnia długość pobytu na terenie Małopolski (liczba nocy)



Cel podróży

12

CEL (najczęściej wskazywane odp.)	ODWIEDZAJĄCY POLSCY		TURYSŒI ZAGRANICZNI
	JEDNODNIOWI	TURYSŒI	
wypoczynek	31,2%	76,0%	66,0%
zwiedzanie zabytków	58,7%	41,0%	63,5%
narciarstwo zjazdowe (w tym snowboard)	13,5%	28,8%	17,1%
wędrówki piesze lub górskie	16,7%	24,7%	14,5%
odwiedziny krewnych lub znajomych	3,6%	5,9%	13,3%
zakupy	5,4%	3,0%	10,8%
rozrywka*	4,7%	6,9%	10,4%
sprawy służbowe (interesy)	5,2%	2,0%	3,6%
cel zdrowotny	1,1%	7,2%	3,2%
cel religijny	7,7%	2,8%	2,3%

ZMIANY W LATACH 2009 / 2010

- Wśród gości zagranicznych:

- ✓ turystyka aktywna** +27,5%
- ✓ rozrywka* -16,6%

- Wśród odwiedzających polskich:

- ✓ turystyka aktywna** +42,6%
- ✓ odwiedziny krewnych lub znajomych -14,5%

*m.in. pobyt w restauracjach, pubach, klubach, kasynach

**poziom wskaźnik w kategorii „turystyka aktywna” jest sumą odpowiedzi: wędrówki piesze lub górskie, narciarstwo, snowboard, wędrówki na rowerze, inne sporty zimowe

Organizacja wyjazdu

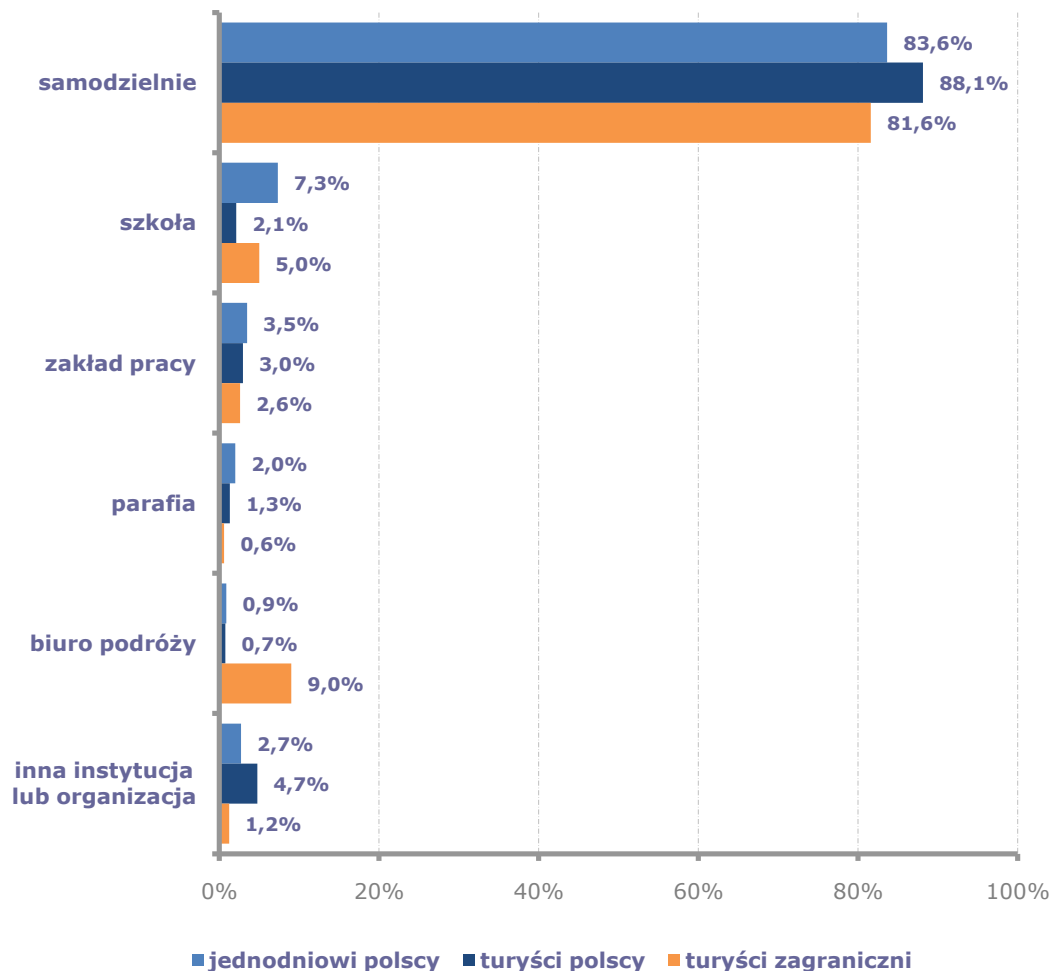
- Ponad 80% respondentów ze wszystkich kategorii organizowało wyjazd do Małopolski samodzielnie

- Wzrosła liczba turystów zagranicznych organizujących wyjazd samodzielnie (+18,6%) w porównaniu do roku ubiegłego

- Spadł odsetek gości z zagranicy korzystających w tym kontekście z pomocy biura podróży (-13,6%)

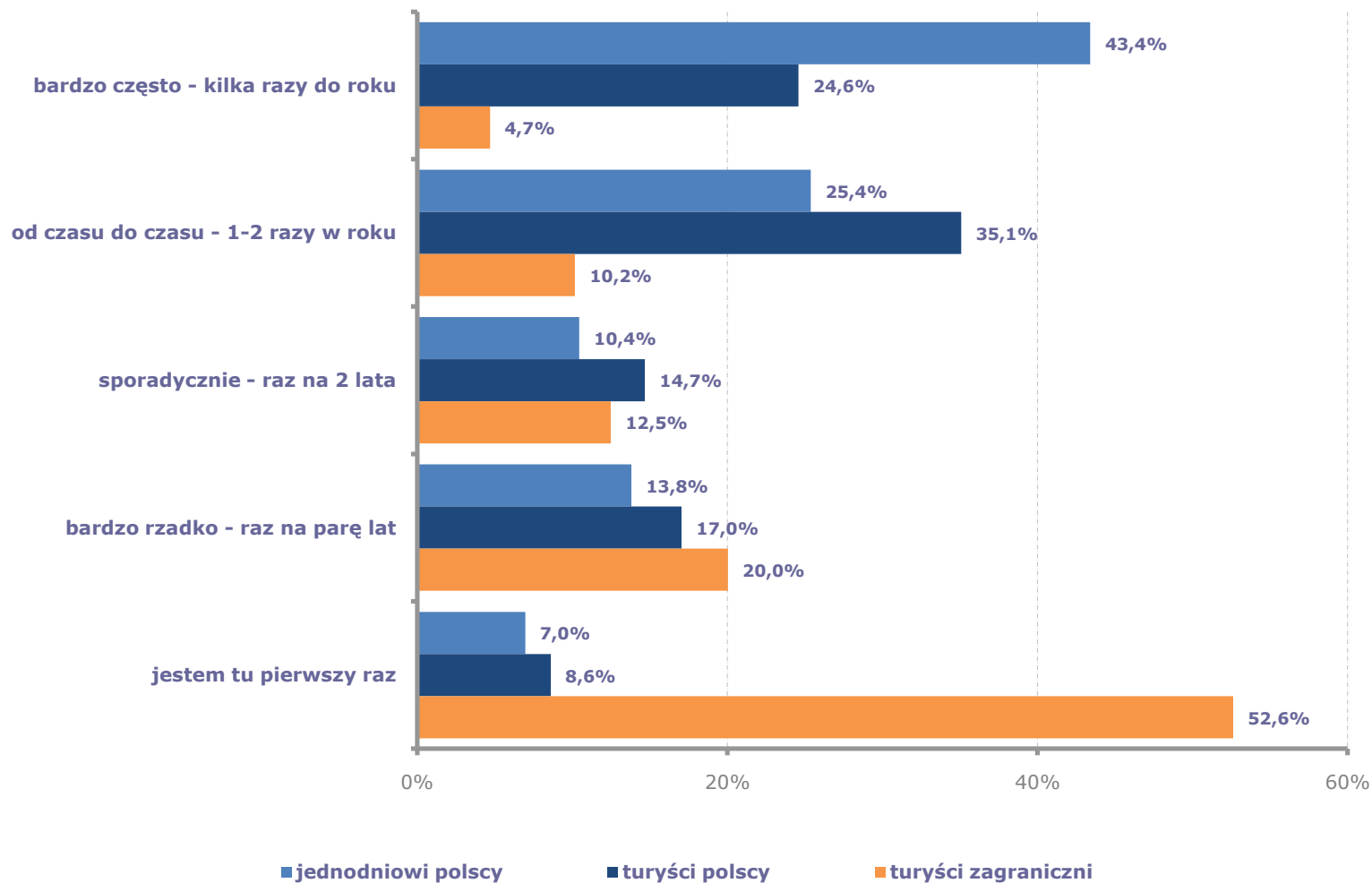


Organizator wyjazdu (rozkład %)



Częstotliwość podróży

Częstotliwość podróży badanych do lub po Małopolsce (rozkład %)

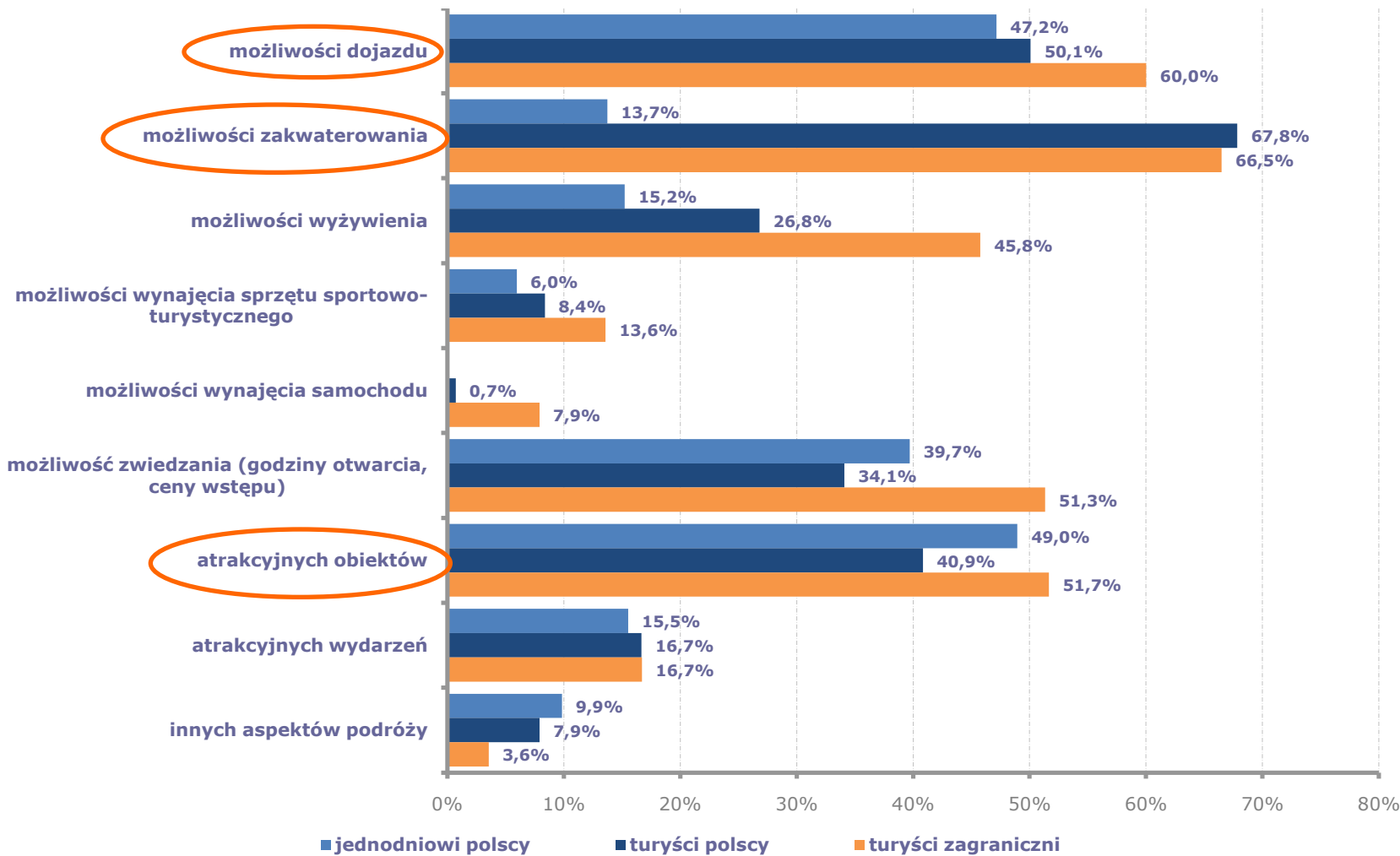




ŹRÓDŁA INFORMACJI, Z KTÓRYCH KORZYSTANO PRZED PODRÓŻĄ	ODWIEDZAJĄCY POLSCY		TURYSŒCI ZAGRANICZNI
	JEDNODNIOWI	TURYSŒCI	
zagraniczne strony internetowe	1,7%	1,8%	52,4%
przewodniki turystyczne	19,4%	20,0%	48,4%
mapy, atlasy	21,8%	20,3%	34,4%
znajomi lub rodzina	11,7%	12,9%	25,4%
polskie strony internetowe	61,2%	64,5%	23,8%
foldery, ulotki	4,6%	6,9%	11,5%
informacje uzyskane pocztą elektroniczną	1,9%	4,2%	8,8%
biura podróży	0,5%	0,5%	8,4%
punkty, centra lub ośrodki informacji turystycznej w Polsce	1,0%	0,8%	4,7%
Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Pana/Pani kraju	nie dotyczy	nie dotyczy	2,0%
z innych	0,5%	1,0%	1,1%
nie korzystałem(-am) z żadnych źródeł informacji	18,7%	20,0%	9,6%

Informacje (źródło, treść)

Poszukiwane informacje przed podróżą (rozkład %)



Miejsca i obiekty odwiedzane (planowane i zrealizowane)

17

MIEJSCA, MIEJSCOWOŚCI I OBIEKTY (najczęściej wskazywane odpowiedzi)	ODWIEDZAJĄCY POLSCY		TURYSŒI ZAGRANICZNI
	JEDNODNIOWI	TURYSŒI	
KRAKÓW	15,8%	22,7%	61,1%
ZAKOPANE	0,0%	20,0%	29,6%
WIELICZKA, BOCHNIA (KOPALNIE SOLI)	21,1%	10,7%	14,8%
WAWEL W KRAKOWIE, ZAMEK KRÓLEWSKI	21,1%	10,7%	13,0%
OŚWIĘCIM/ AUSCHWITZ-BIRKENAU	10,5%	2,7%	11,1%
SZCZAWNICA	0,0%	16,0%	11,1%
KRYNICA ZDRÓJ	0,0%	13,3%	3,7%
WADOWICE	0,0%	8,0%	3,7%
NIEDZICA, CZORSZTYN	0,0%	8,0%	3,7%
WROCŁAW	0,0%	0,0%	3,7%
ZAWOJA	5,3%	2,7%	1,9%
KAZIMIERZ DZIELNICA KRAKOWA	10,5%	2,7%	1,9%
STARE MIASTO, RYNEK W KRAKOWIE	5,3%	8,0%	1,9%
OJCÓW, OJCOWSKI PARKO NARODOWY	5,3%	1,3%	1,9%
TARNÓW (RYNEK, PARK, MUZEUM)	0,0%	4,0%	1,9%

Średnie wydatki podczas pobytu w Małopolsce:

- Goście krajowi - **524 zł** na 1 osobę, w tym:

Turyści krajowi - **720 zł** na 1 osobę

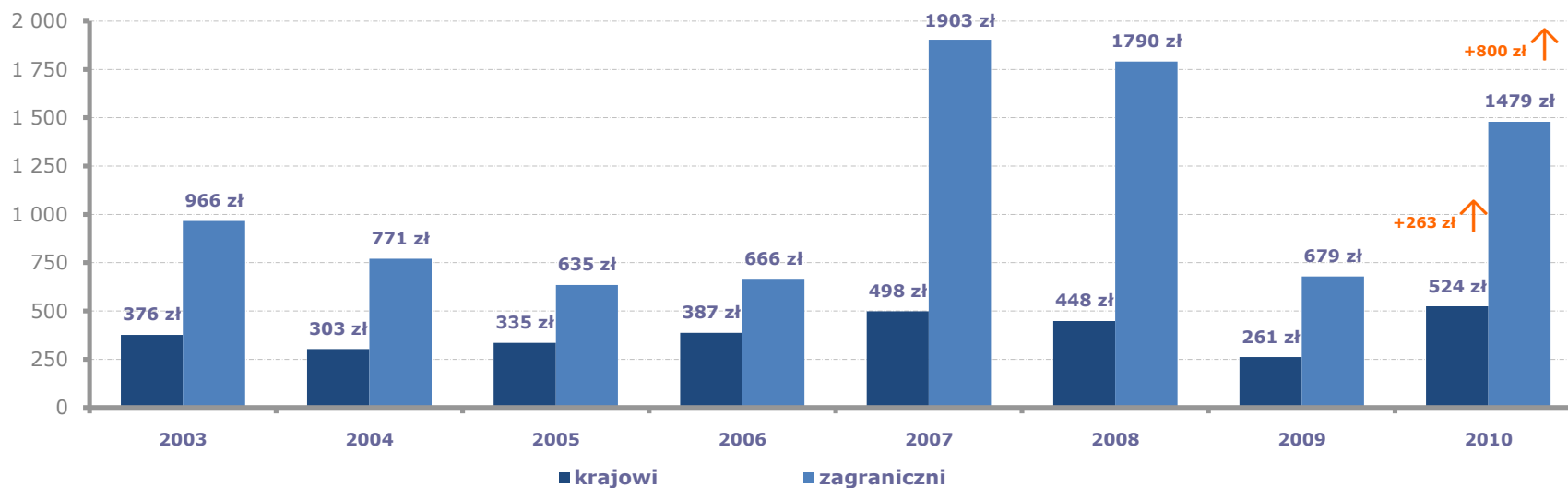
Odwiedzający krajowi jednodniowi – **163 zł** na 1 osobę



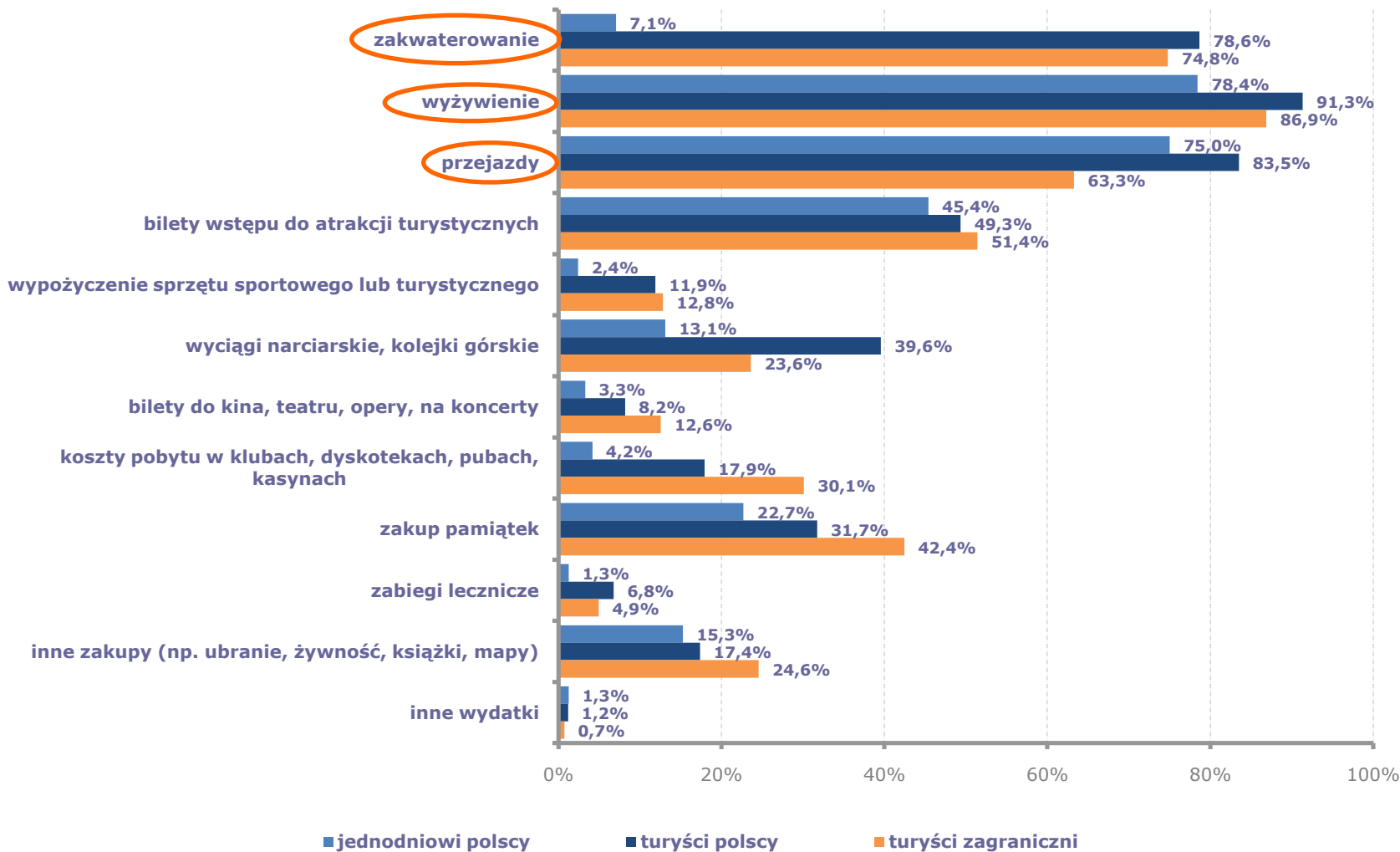
- Goście zagraniczni - **1479 zł** na 1 osobę

Szacowane wpływy z turystyki - ok. **9,3 miliarda złotych**.


Średnie kwoty wydatkowane w czasie pobytu w Małopolsce (kwoty w PLN na 1 osobę)




Rodzaje usług i towarów, które badani chcą kupić w trakcie aktualnej podróży po Małopolsce (rozkład %)



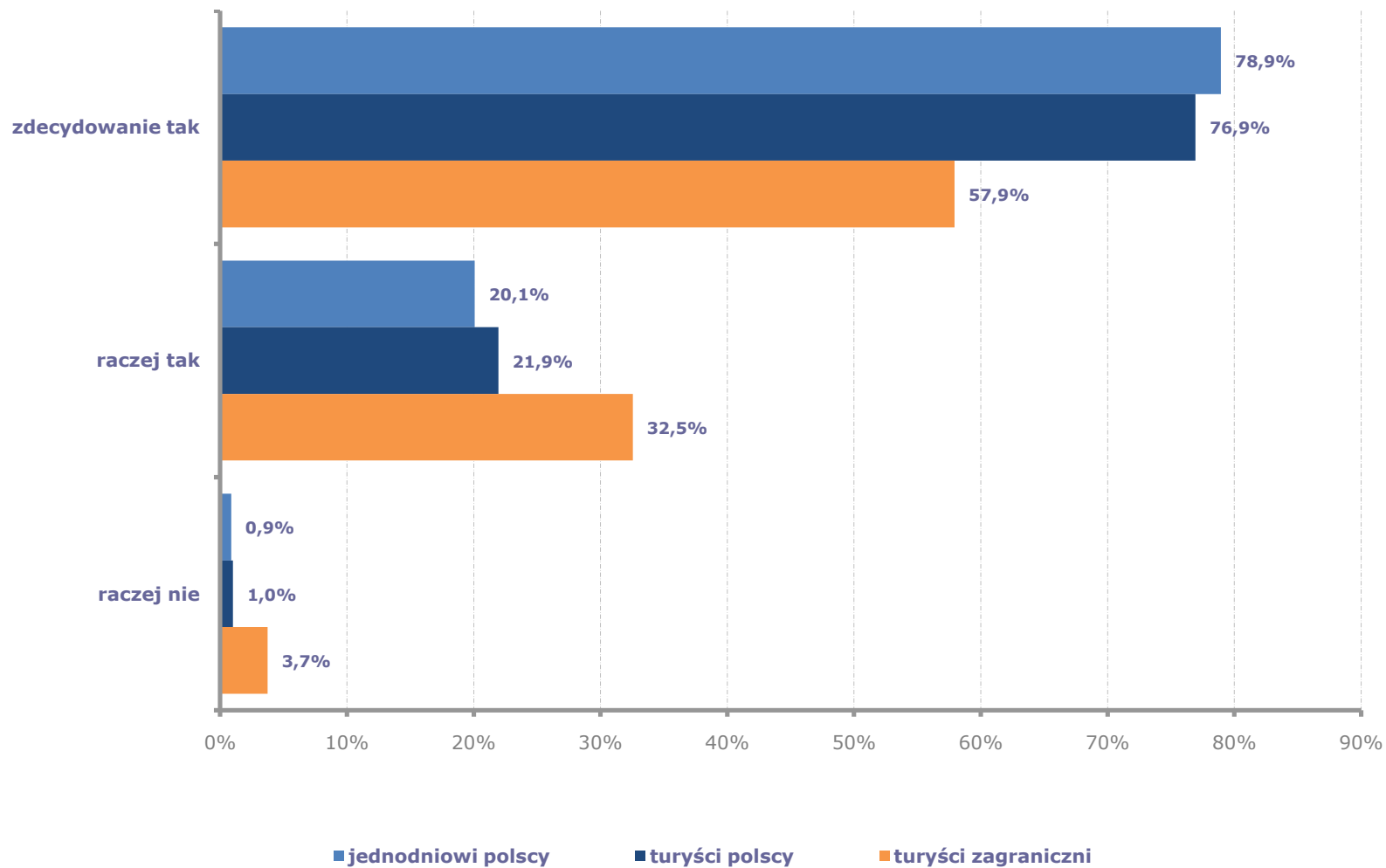
Atuty i mankamenty

 DOBRA OCENA POBYTU	ODWIEDZAJĄCY POLSCY		TURYŚCI ZAGRANICZNI
	JEDNODNIOWI	TURYŚCI	
MILI I GOŚCINNI LUDZIE, MIŁA OBSŁUGA, MIŁE TOWARZYSTWO	4,4%	7,9%	20,5%
PIĘKNE MIASTO, UROKLIWE MIEJSCE	8,2%	4,7%	19,5%
ŁADNA POGODA, DOBRE WARUNKI ATMOSFERYCZNE	15,6%	17,9%	15,4%
ŁADNE WIDOKI, TERENY, KRAJOBRAZY, BOGACTWO NATURALNE REGIONU, GÓRY	12,3%	16,4%	10,4%
PIĘKNE ZABYTKI, CIEKAWY OBIEKTY DO ZWIEDZANIA, DUŻO CIEKAWYCH MIEJSC	27,1%	15,3%	9,1%
DOBRE JEDZENIE	1,2%	2,3%	6,7%
MIŁA ATMOSFERA, KLIMAT MIASTA	11,7%	12,6%	5,9%
ATRAKCJE TURYSTYCZNE	8,1%	9,0%	5,1%
PRZYSTĘPNE CENY	1,3%	1,4%	4,8%
DOBRE MIEJSCE DO WYPOCZYNKU	4,8%	10,5%	1,4%

 ZŁA OCENA POBYTU	ODWIEDZAJĄCY POLSCY		TURYŚCI ZAGRANICZNI
	JEDNODNIOWI	TURYŚCI	
ZBYT WYSOKIE CENY	17,9%	22,8%	25,0%
ZBYT MAŁA ILOŚĆ MIEJSC ROZRYWKI, NUDA,	0%	4,3%	9,4%
ZŁA POGODA	14,3%	15,2%	6,3%
BARDZO ZŁE DROGI, ŹŁE OZNAKOWANE	28,6%	10,9%	6,3%
SŁABE OZN. SZLAKÓW TURYSTYCZNYCH, SŁABA INFORMACJA TURYSTYCZNA	0%	3,3%	6,3%
ZANIECZYSZCZENIA, DUŻO ŚMIECI, ZANIEDBANE MIASTO	3,6%	4,3%	3,1%
KORKI NA DROGACH	3,6%	4,3%	0%
BRAK ROZWINIĘTEJ GASTRONOMII, PUBÓW	7,1%	1,1%	0%
SŁABE WARUNKI NARCIARSKIE, SŁABE STOKI, PRZELUDNIONE	7,1%	10,9%	0%
BRAK MIEJSC PARKINGOWYCH, ZŁA JAKOŚĆ PARKINGÓW	3,6%	3,3%	0%

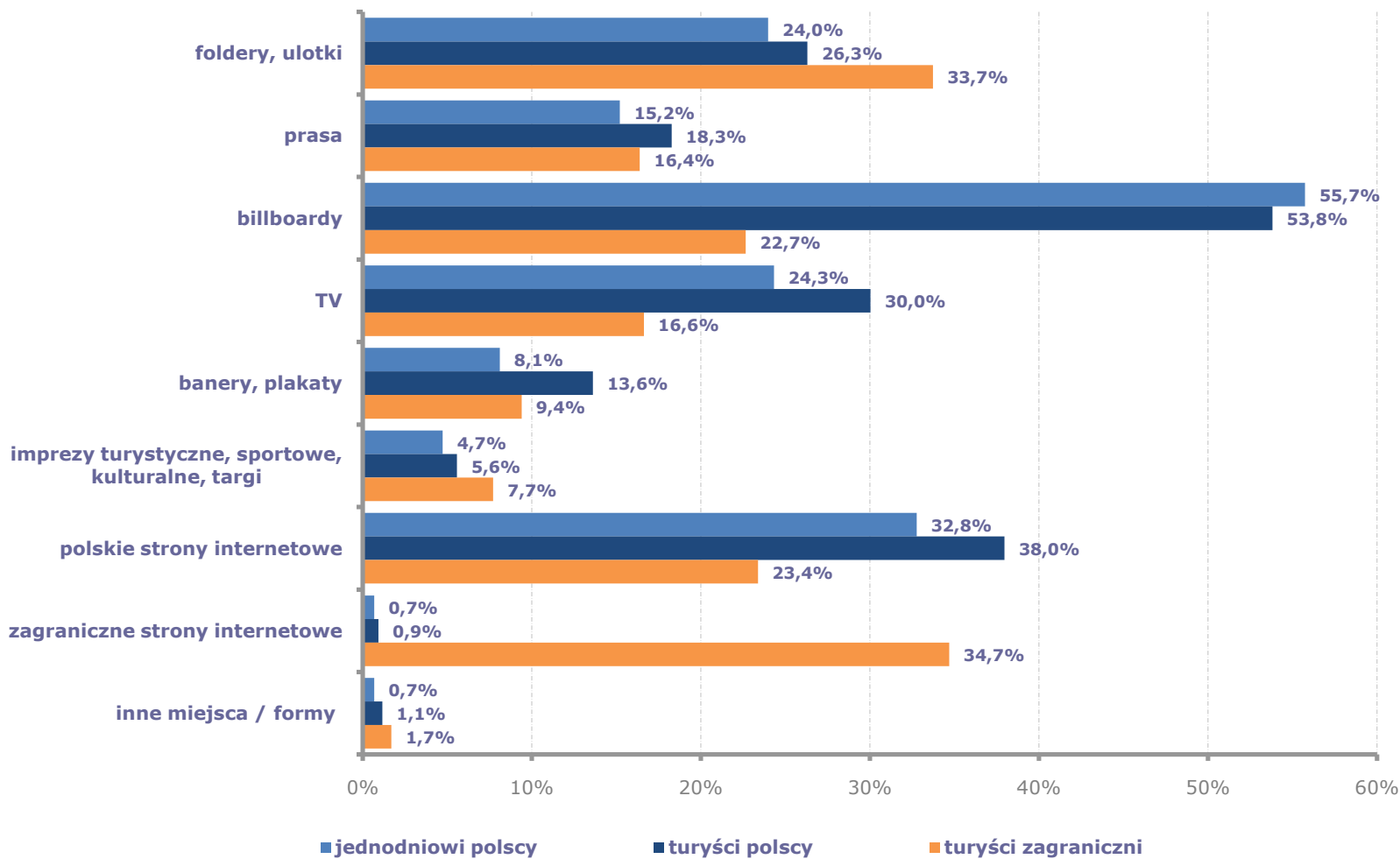
Atuty i mankamenty

Rozkład % respondentów według odpowiedzi na pytanie, czy poleciliby znajomym lub rodzinie przyjazd do Małopolski



Reklama Małopolski

Forma reklamy Małopolski, z którą respondent się zetknął



Dziękujemy za uwagę



PBS DGA Spółka z o.o.
ul. Junaków 2
81-812 Sopot
tel. +48 58 550 60 70
fax +48 58 550 66 70
kontakt@pbsdga.pl
www.pbsdga.pl



Małopolska

Departament Turystyki, Sportu i Promocji
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

www.visitmalopolska.pl

