**BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO**

**W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM**

**W 2016 ROKU**

**SKRÓT RAPORTU KOŃCOWEGO**

**ZAMAWIAJĄCY:**



**WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE**

REPREZENTOWANE PRZEZ

URZĄD MARSZAŁKOWSKI WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

**WYKONAWCA:**

KONSORCJUM FIRM:

**PRACOWNIA ANALIZ SPOŁECZNYCH IPSYLON**

**Iwona Żuk**

**PRACOWANIA BADAWCZA BOSQO**

**Hubert Kawalec**

# METODOLOGIA ORAZ PRZEBIEG BADANIA

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce w 2016 roku zostało zrealizowane metodą bezpośredniego wywiadu kwestionariuszowego (PAPI) wśród **6380 osób odwiedzających Małopolskę**. Badanie realizowano na przełomie stycznia i lutego oraz lipca i sierpnia – w 29 lokalizacjach wskazanych przez Zamawiającego. Uwzględniano opinie osób odwiedzających województwo małopolskie przez okres nie dłuższy niż jeden dzień (goście), jak i spędzających na jego terenie przynajmniej jedną noc (turyści). Pytania kierowano do odwiedzających z kraju i z zagranicy. Respondenci dobierani byli według stałej częstotliwości – do udziału w badaniu zapraszano co dwudziestego odwiedzającego daną lokalizację.

# POZIOM RUCHU TURYSTYCZNEGO

W stosunku do 2015 roku szacuje się przyrost ruchu turystycznego o 7,5% w Małopolsce i o 7,8% w Krakowie. Przyrost ten jest większy wśród odwiedzających zagranicznych. **Region odwiedziło w 2016 roku 11,5 mln turystów, w tym niemal 3 mln spoza Polski.** Szacunkowych wyliczeń dokonano na podstawie danych GUS oraz wyników zrealizowanego badania.

Tabela 1 Szacunkowa liczba turystów przyjeżdżających do Małopolski w roku 2016.

|  | **LICZBA TURYSTÓW (w tys.)** | | | | | | | | **zmiana 2015/2016** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| MAŁOPOLSKA | | | | | | | | | |
| Turyści krajowi | 6 385 | 6 400 | 6 600 | 6 710 | 6 850 | 7 210 | 7 980 | 8 520 | +6,8% |
| Turyści zagraniczni | 2 155 | 2 300 | 2 370 | 2 400 | 2 540 | 2 580 | 2 720 | 2 980 | +9,6% |
| **Turyści ogółem** | **8 540** | **8 700** | **8 970** | **9 110** | **9 390** | **9 790** | **10 700** | **11 500** | **+7,5%** |
| KRAKÓW | | | | | | | | | |
| Turyści krajowi | 3 900 | 4 000 | 4 130 | 4 150 | 4 170 | 4 300 | 4 530 | 4 870 | +7,5% |
| Turyści zagraniczni | 1 950 | 2 200 | 2 220 | 2 250 | 2 340 | 2 400 | 2 520 | 2 730 | +8,3% |
| **Turyści ogółem** | **5 850** | **6 200** | **6 350** | **6 400** | **6 510** | **6 700** | **7 050** | **7 600** | **+7,8%** |

Uwzględniając ogół odwiedzających (turystów i gości,) szacuje się przyrost na poziomie 6,9% dla całego regionu i 7,2% dla stolicy regionu. **W roku 2016 do Małopolski przybyło łącznie 14,9 mln odwiedzających.**

Tabela Szacunkowa liczba odwiedzających przyjeżdżających do Małopolski w roku 2016.

|  | **LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH - TURYSTÓW I GOŚCI ŁĄCZNIE**  **(w tys.)** | | | | | | | | **zmiana 2015/**  **2016** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| MAŁOPOLSKA | | | | | | | | | |
| Odwiedzający krajowi | 8 590 | 8 900 | 9 300 | 9 510 | 9 910 | 10 300 | 11 050 | 11 740 | +6,2% |
| Odwiedzający zagraniczni | 2 330 | 2 500 | 2 570 | 2 620 | 2 720 | 2 820 | 2 890 | 3 160 | +9,3% |
| **Odwiedzający ogółem** | **10 920** | **11 400** | **11 870** | **12 130** | **12 630** | **13 120** | **13 940** | **14 900** | **+6,9%** |
| KRAKÓW | | | | | | | | | |
| Odwiedzający krajowi | 5 200 | 5 400 | 5 730 | 5 850 | 6 010 | 6 220 | 6 560 | 7 020 | +7,0% |
| Odwiedzający zagraniczni | 2 100 | 2 200 | 2 320 | 2 375 | 2 425 | 2 480 | 2 610 | 2 810 | +7,3% |
| **Odwiedzający ogółem** | **7 300** | **7 700** | **8 050** | **8 225** | **8 435** | **8 700** | **9 170** | **9 830** | **+7,2%** |

Wykres 1 Dynamika zmian ruchu odwiedzających krajowych i zagranicznych w województwie małopolskim w latach 2003-2016 (w milionach).

Województwo małopolskie, podobnie jak w latach ubiegłych, plasuje się na drugiej pozycji w kraju pod względem liczby turystów korzystających z noclegów – minimalnie wyprzedza je woj. mazowieckie, jednak druga pozycja jest niezagrożona, gdyż dystans do pozostałych regionów jest bardzo duży(wyliczenia na podstawie danych GUS).

Tabela Odsetek turystów nocujących w poszczególnych województwach Polski w roku 2016.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lp. | Województwo | **Odsetek turystów korzystających z obiektów noclegowych**  (% z nocujących na terenie Polski) | | | | | | | |
| **2013** (cały rok) | | 2014 (cały rok) | | 2015 (cały rok) | | 2016 (I półrocze) | |
| ogółem | zagr. | ogółem | zagr. | ogółem | zagr. | ogółem | zagr. |
| 1. | Mazowieckie | 15,6 | 22,0 | 15,4 | 21,3 | 15,2 | 22,1 | 16,8 | 23,9 |
| 2. | [Małopolskie](http://stat.gov.pl/bdl/app/slow_tery.tery_opis?p_tery_id=6) | 15,2 | 22,5 | 14,9 | 21,8 | 15,1 | 21,5 | 15,9 | 22,2 |
| 3. | Dolnośląskie | 9,4 | 8,9 | 9,6 | 9,3 | 9,7 | 8,8 | 10,3 | 9,1 |
| 4. | [Śląskie](http://stat.gov.pl/bdl/app/slow_tery.tery_opis?p_tery_id=12) | 8,0 | 5,8 | 8,0 | 5,8 | 8,0 | 5,8 | 8,1 | 5,6 |
| 5. | Pomorskie | 8,5 | 7,4 | 8,8 | 7,9 | 9,1 | 7,9 | 7,8 | 7,4 |
| 6. | Zachodniopomorskie | 8,9 | 9,6 | 9,0 | 9,9 | 8,8 | 10,1 | 7,7 | 9,7 |
| 7. | Wielkopolskie | 6,9 | 4,6 | 7,0 | 4,9 | 7,0 | 4,9 | 6,8 | 4,8 |
| 8. | Łódzkie | 4,8 | 2,8 | 4,8 | 3,1 | 4,8 | 3,5 | 4,6 | 2,9 |
| 9. | Kujawsko-pomorskie | 3,7 | 1,7 | 3,7 | 1,6 | 3,9 | 1,8 | 4,0 | 1,8 |
| 10. | Reszta kraju (7 woj.) | 19,0 | 14,7 | 18,8 | 14,4 | 18,4 | 13,6 | 18,0 | 12,6 |

# WYDATKI PONOSZONE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Oszacowania wydatków gości oraz turystów przyjeżdżających do Małopolski w 2016 roku dokonano na podstawie wyników badania realizowanego za pomocą wywiadów kwestionariuszowych. Dane pokazują, iż odwiedzający zagraniczni wydają podczas wizyt w Małopolsce kwoty znacznie wyższe niż odwiedzający będący rezydentami Polski.

Tabela Wydatki przypadające na jednego odwiedzającego w podziale na kategorie.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ŚREDNI POZIOM WYDATKÓW 1 ODWIEDZAJĄCEGO ( w PLN)** | | | | | |
| Noclegi | Usługi gastrono-miczne | Usługi komunikacyjne i podróżowanie po Małopolsce | Bilety wstępu | Inne wydatki | Łącznie\* |
| Turyści krajowi | 351 | 201 | 104 | 146 | 163 | 848 |
| Turyści zagraniczni | 501 | 316 | 247 | 175 | 402 | 1484 |
| Goście krajowi | - | 48 | 53 | 52 | 54 | 187 |
| Goście zagraniczni | - | 66 | 62 | 98 | 141 | 470 |

\* łączna kwota wydatków nie jest sumą kwot na poszczególne typy wydatków, gdyż część respondentów nie podała kwot szczegółowych, w wyliczeniu łącznej kwoty wykorzystano więcej danych niż licząc kwoty szczegółowe.

W porównaniu do lat poprzednich (2013-2015) zaobserwowano spadek średniego poziomu wydatków turystów krajowych i zagranicznych oraz gości zagranicznych. Jednocześnie widoczny jest wzrost wydatków gości krajowych.

Tabela Wydatki przypadające na jednego odwiedzającego Małopolskę w latach 2013-2016.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ŚREDNI POZIOM WYDATKÓW**  **1 ODWIEDZAJĄCEGO (w PLN)** | | | | **ZMIANA POZIOMU WYDATKÓW** |
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015/2016 |
| Turyści krajowi | 811 | 838 | 940 | 848 | -9,8% |
| Turyści zagraniczni | 1580 | 1470 | 1900 | 1484 | -21,9% |
| Goście krajowi | 262 | 380 | 165 | 187 | +13,3% |
| Goście zagraniczni | 872 | 690 | 540 | 470 | -13,0% |

Na podstawie średnich kwot wydatkowanych przez poszczególne kategorie respondentów oraz ich udziału w ogólnej liczbie gości i turystów oszacować można, iż **odwiedzający Małopolskę w 2016 roku wydali prawie 13 miliardów złotych.**

Tabela Oszacowanie poziomu wydatków odwiedzających Małopolskę w 2016 roku.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **WYDATKI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ**  **( w miliardach PLN)** | | | | **ZMIANA POZIOMU WYDATKÓW** |
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015/2016 |
| Turyści krajowi | 5,55 | 6,03 | 7,50 | 7,61 | + 1,5% |
| Turyści zagraniczni | 4,01 | 3,81 | 5,17 | 4,66 | - 9,0% |
| Goście krajowi | 0,80 | 1,18 | 0,51 | 0,63 | + 23,5% |
| Goście zagraniczni | 0,16 | 0,16 | 0,09 | 0,09 | - |
| **ŁĄCZNIE** | **10,52** | **11,18** | **13,27** | **12,99** | **- 2,2%** |

**W roku 2016 poziom wydatków nieznacznie spadł w stosunku do roku poprzedniego o 2,2%.** Około 37% tej kwoty to pieniądze pozostawione przez odwiedzających zagranicznych.

Wykres 2 Dynamika zmian w zakresie wydatków ponoszonych przez osoby odwiedzające województwo małopolskie w latach 2003-2016 (w miliardach PLN).

# POCHODZENIE OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Odwiedzający krajowi przybywają do Małopolski głównie z **woj. Śląskiego, małopolskiego, mazowieckiego i podkarpackiego**. Zarówno wśród gości jak i turystów cztery czołowe miejsca w hierarchii przypadły tym samym regionom, jednak ich kolejność jest odmienna. Wśród gości krajowych zdecydowanie przeważają mieszkańcy Małopolski (48%), a następnie Śląska (24%) i Podkarpacia (8%). Natomiast wśród turystów dominują mieszkańcy Śląska (15,6%) i Mazowsza (15,4%), a następnie: Małopolski (10%) i Podkarpacia (8,0%).

Wykres 3 Pochodzenie odwiedzających krajowych (ogółem).



**4,5%**

**3,2%**

**2,2%**

**1,5%**

**2,6%**

**1,7%**

**5,8%**

**13,3%**

**3,8%**

**5,7%**

**5,4%**

**5,5%**

**2,5%**

**17,1%**

**16,7%**

**8,0%**

Porównując wyniki dotyczące pochodzenia odwiedzających krajowych uzyskane w 2016 roku z latami poprzednimi, widać, iż poziom reprezentacji woj. śląskiego i mazowieckiego nie zmienił się w stosunku do roku ubiegłego, natomiast reprezentacja woj. małopolskiego spadła z 24,2% do 16,7%. Pomimo tego spadku wynik uzyskany dla Małopolski jest znacznie wyższy od wyników z lat 2013-2014. Dane z bieżącego okresu nie po raz pierwszy pokazują pierwszeństwo woj. śląskiego przed małopolskim w kwestii pochodzenia odwiedzających krajowych, przy czym różnica ta jest na tyle znikoma, iż mówić należy o dominującej pozycji obu tych regionów.

Wykres 4 Udział procentowy mieszkańców poszczególnych województw wśród ogółu odwiedzających krajowych w poszczególnych okresach badawczych (2003-2016).

Odwiedzający zagraniczni przybywają do województwa małopolskiego najczęściej z **Wielkiej Brytanii** oraz **Niemiec.** Licznie reprezentowani są także obywatele Francji i Włoch. Łącznie odnotowano pobyt rezydentów 58 państw, jednak na wykresie nr 5 zaprezentowano tylko te kraje, których reprezentacja przekraczała poziom 2%.

Wykres 5 Odwiedzający zagraniczni według państwa, którego są rezydentami.

Porównując udział rezydentów poszczególnych państw w ogólnej liczbie rezydentów zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w ostatnich latach, nie widać większych zmian. W przypadku dziesięciu analizowanych państw (wykres nr 6) zachowano dość stabilny poziom reprezentacji w ogólnej liczbie osób przybywających do Małopolski. Utrzymuje się zapoczątkowany po 2012 roku trend spadkowy, który dotyczy reprezentacji mieszkańców Wielkiej Brytanii. Jednak pomimo malejącego odsetka odwiedzających z tego kraju, niezmiennie zajmuje on pierwszą pozycję w rankingu.

Wykres 6 Udział procentowy rezydentów poszczególnych państw w ogólnej liczbie odwiedzających zagranicznych w poszczególnych okresach badawczych (2003-2016).

# CEL PODRÓŻY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Zrealizowane badanie pokazało, iż we wszystkich czterech kategoriach respondentów **dominującymi celami przyjazdu do Małopolski są: wypoczynek, zwiedzanie zabytków oraz turystyka aktywna.** Turystyka aktywna jest istotniejsza dla odwiedzających krajowych (główny cel przyjazdu gości i drugi po wypoczynku cel przyjazdu turystów krajowych), natomiast odwiedzający zagraniczni znacznie częściej deklarują chęć zwiedzania zabytków. Wśród turystów zagranicznych istotnym celem wizyty w Małopolsce są również odwiedziny u krewnych/znajomych oraz rozrywka. Dużym zainteresowaniem w 2016 roku cieszą się pobyty o charakterze religijnym, co z pewnością ma związek ze Światowymi Dniami Młodzieży, które odbywały się w Krakowie. Odwiedzający spoza Polski stosunkowo często deklarują również, iż celem podróży są zakupy (ok. 12%). Natomiast w przypadku turystów krajowych zwraca uwagę znaczne zainteresowanie pobytami zdrowotnymi.

Tabela Cele wizyty deklarowane przez odwiedzających Małopolskę w 2016 roku (w %).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Cel wizyty (w %)** | **Odwiedzający krajowi** | | **Odwiedzający zagraniczni** | |
| **goście** | **turyści** | **goście** | **turyści** |
| **1.** | Wypoczynek | 35,8 | 78,0 | 56,5 | 65,4 |
| **2.** | Zwiedzanie zabytków | 24,4 | 43,6 | 56,5 | 67,0 |
| **3.** | Turystyka aktywna (w tym narciarstwo, rowery i wędrówki piesze) | 42,0 | 55,3 | 30,6 | 25,5 |
| **4.** | Odwiedziny u przyjaciół lub rodziny | 19,2 | 15,6 | 6,5 | 24,9 |
| **5.** | Rozrywka, pobyt w restauracjach | 4,2 | 10,7 | 3,2 | 20,2 |
| **6.** | Cel religijny | 7,2 | 8,2 | 11,3 | 20,2 |
| **7.** | Zakupy | 6,5 | 5,7 | 17,7 | 12,1 |
| **8.** | Sprawy służbowe/interesy | 6,6 | 3,2 | 3,2 | 2,9 |
| **9.** | Cel zdrowotny | 2,4 | 13,0 | 6,5 | 5,8 |

Biorąc pod uwagę specyfikę sezonu zimowego i znaczenie sportów zimowych dla rozwoju turystyki w województwie małopolskim warto podkreślić, iż 49% odwiedzających krajowych oraz 18% odwiedzających zagranicznych, ankietowanych w sezonie zimowym, deklarowało korzystanie z infrastruktury narciarskiej. Narciarstwo i snowboarding to cele podróży do Małopolski, które zyskują na znaczeniu wśród odwiedzających krajowych. **Szacuje się, iż z oferty narciarskiej Małopolski skorzystało w I kwartale 2016 roku ok. 1,5 mln osób.**

# DŁUGOŚĆ I CZĘSTOTLIWOŚĆ POBYTU W MAŁOPOLSCE

Turyści przebywający w Małopolsce w 2016 roku najczęściej decydowali się na pobyt liczący od 4 do 7 nocy (38,9%), natomiast 30,1% deklarowało pobyt obejmujący od 2 do 3 noclegów. Z jednego noclegu korzystał co jedenasty turysta, natomiast częściej niż co piąty nocował na obszarze Małopolski powyżej 7 razy. W bieżącym okresie badawczym średnia liczba noclegów deklarowana przez odwiedzających krajowych jest mniejsza od deklarowanej przez odwiedzających zagranicznych. Czas pobytu turystów krajowych w Małopolsce uległ nieznacznemu skróceniu w stosunku do roku ubiegłego, natomiast w przypadku turystów zagranicznych mówić można o utrzymaniu przeciętnego czasu pobytu.

Wykres 9 Długość pobytu turystów na terenie województwa małopolskiego w 2016 roku.

Pobyt w Małopolsce po raz pierwszy w życiu deklarował co dziesiąty odwiedzający krajowy i aż co drugi odwiedzający zagraniczny. Wizyty w Małopolsce częściej niż 2 razy w roku deklaruje co czwarty odwiedzający krajowy oraz co dziesiąty rezydent innego państwa.

Wykres 10 Częstotliwość pobytu odwiedzających krajowych i zagranicznych w Małopolsce w 2016 roku

# FORMA ZAKWATEROWANIA

Wśród turystów polskich największą popularnością cieszą się kwatery prywatne (w tym agroturystyczne) wybierane przez 1/3 odwiedzających Małopolskę, a w drugiej kolejności pensjonaty wybierane przez 18,3% odwiedzających region oraz hotele, z których korzystało 16,6% turystów krajowych. Z bazy noclegowej nie korzysta 12,4% turystów krajowych (nocleg u rodziny lub znajomych). Hierarchia preferowanych form zakwaterowania nie zmieniła się w ostatnich latach.

Wykres 7 Forma zakwaterowania turystów krajowych na terenie Małopolski w latach 2008-2016 (w %).

Turyści zagraniczni znacznie częściej niż krajowi korzystają z noclegów w hotelach (prawie 40% turystów zagranicznych), główne trzygwiazdkowych i czterogwiazdkowych. Drugą pod względem popularności formą zakwaterowania są noclegi u znajomych i członków rodziny, które wybrał co piąty turysta zagraniczny. Koncentrując się wyłącznie na obiektach noclegowych, na drugim miejscu (po hotelach) wymienić należy kwatery prywatne, z których korzystało 15,1% nocujących, co oznacza, że różnica między pierwszą a drugą pozycją w rankingu tych obiektów wynosi niemal 25%. Hierarchia preferowanych form zakwaterowania nie zmieniła się w ostatnich latach.

Wykres 8 Forma zakwaterowania turystów zagranicznych na terenie Małopolski w latach 2008-2016 (w %).

# ŚRODEK TRANSPORTU ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Osoby decydujące się na odwiedzenie Małopolski w 2016 roku najczęściej docierały na jej obszar za pomocą samochodu – łącznie z tej formy transportu skorzystało 70% przyjezdnych. Pozostałe środki transportu wykorzystywane są ze zdecydowanie mniejszą częstotliwością: bus/autobus kursowy (12%), bus/autokar wycieczkowy (11%), pociąg (10%), samolot (6%). **Środek transportu silnie różnicuje odwiedzających krajowych i zagranicznych.**

Tabela Środek transportu odwiedzających wykorzystywany w podróży do Małopolski.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Środek transportu** | **Odwiedzający krajowi (%)** | | **Odwiedzający zagraniczni (%)** | |
| TURYŚCI | GOŚCIE | TURYŚCI | GOŚCIE |
| **1.** | Samochód | 71,3% | 80,2% | 49,3% | 68,9% |
| **2.** | Samolot | 0,3% | 0,2% | 38,1% | 23,0% |
| **3.** | Pociąg | 11,0% | 4,5% | 11,9% | 4,9% |
| **4.** | Bus kursowy/regularnej linii | 11,2% | 11,9% | 13,6% | 13,1% |
| **5.** | Bus wycieczkowy/autokar | 11,2% | 4,7% | 17,9% | 13,1% |
| **6.** | Inny środek transportu | 0,5% | 0,7% | 3,0% | 0,0% |

Wśród odwiedzających krajowych zdecydowanie dominuje transport samochodowy, a transport lotniczy wykorzystywany jest w stopniu marginalnym - przez nie więcej jak 0,3% podróżnych. Rozkład odpowiedzi udzielonych przez gości i turystów krajowych jest zbliżony, jednak widać wśród gości większe wykorzystanie samochodów, kosztem busów wycieczkowych i pociągów. Również goście i turyści zagraniczni najczęściej przyjeżdżają samochodami. Jednak drugim pod względem popularności środkiem transportu są samoloty. Z transportu lotniczego korzystało 38,1% turystów i 23% gości zagranicznych. Wyniki z bieżącego okresu badawczego są bardzo zbliżone do wyników dla roku ubiegłego i potwierdzają zatrzymanie tendencji w zakresie rosnącej dominacji transportu samochodowego.

# NAJWIĘKSZE ATRAKCJE TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

Odwiedzający krajowi pytani o najbardziej atrakcyjne miejsca w województwie małopolskim, wskazywali najczęściej na Kraków. W drugiej kolejności wymieniano Zakopane (46% ankietowanych), a następnie „góry” (26%), Kopalnię Soli w Wieliczce (18%) oraz Krynicę Zdrój (12%). Kraków i Zakopane utrzymują swoje czołowe miejsca w hierarchii atrakcji, umocniła się natomiast pozycja „gór”, które odebrały Wieliczce trzecią pozycję w hierarchii atrakcji.

Tabela Główne atrakcje regionu w opinii odwiedzających krajowych w 2016 roku.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Lokalizacja** | **Liczba wskazań** | **Procent odwiedzających** |
| 1. | Kraków | 3592 | 67% |
| w tym: | Kraków - Wawel | 376 | 7% |
| Kraków - Rynek | 249 | 5% |
| 2. | Zakopane (w tym: Gubałówka) | 2482 | 46% |
| 3. | Góry | 1416 | 26% |
| 4. | Wieliczka (Kopalnia Soli) | 944 | 18% |
| 5. | Krynica Zdrój (w tym: Jaworzyna Krynicka) | 638 | 12% |
| 6. | Wadowice (Dom Jana Pawła II) | 537 | 10% |
| 7. | Szczawnica | 482 | 9% |
| 8. | Oświęcim (Muzeum Auschwitz-Birkenau) | 433 | 8% |
| 9. | Białka Tatrzańska | 432 | 8% |
| 10. | Bukowina Tatrzańska | 324 | 6% |
| 11. | Muszyna | 279 | 5% |
| 12. | Bochnia | 249 | 5% |

Kraków jest kluczową atrakcją regionu także dla rezydentów zagranicznych, jednak tegoroczny wynik uznać należy za rekordowy, gdyż na stolicę Małopolski wskazało niemal 90% odwiedzających spoza Polski. Warto podkreślić, że ponad 20% rezydentów zagranicznych pytanych o największą atrakcję Małopolski, wskazało konkretnie na Wawel oraz Krakowski Rynek. W drugiej kolejności wymieniano Zakopane (27%), a następnie Wieliczkę (Kopalnię Soli), Oświęcim (Muzeum Auschwitz-Birkenau), góry oraz Wadowice (Dom Jana Pawła II). Odwiedzający z zagranicy wymieniali mniejszą liczbę atrakcji niż odwiedzający krajowi – odpowiedzi były znacznie bardziej ujednolicone.

Tabela Główne atrakcje regionu w opinii odwiedzających zagranicznych w 2016 roku.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Lokalizacja** | **Liczba wskazań** | **Procent odwiedzających** |
| 1. | Kraków | 889 | 89% |
| w tym: | Kraków - Wawel | 222 | 22% |
| 2. | Kraków - Rynek | 234 | 23% |
| 3. | Zakopane (w tym: Gubałówka) | 271 | 27% |
| 4. | Wieliczka (Kopalnia Soli) | 206 | 21% |
| 5. | Oświęcim (Muzeum Auschwitz-Birkenau) | 191 | 19% |
| 6. | Góry | 149 | 15% |
| 7. | Wadowice (Dom Jana Pawła II) | 86 | 9% |
| 8. | Krynica (w tym: Jaworzyna Krynicka) | 38 | 4% |
| 9. | Ojców (Ojcowski Park Narodowy) | 33 | 3% |
| 10. | Szczawnica | 32 | 3% |
| 11. | Kalwaria Zebrzydowska | 32 | 3% |

# ŹRÓDŁA INFORMACJI O MAŁOPOLSCE

Uzyskane wyniki pokazują jednoznacznie, iż **najważniejszym źródłem wiedzy o Małopolsce i jej atrakcjach jest Internet**, który wykorzystuje 73% odwiedzających krajowych i 63% zagranicznych. W drugiej kolejności wskazywano na pozyskiwanie wiedzy od rodziny i znajomych (40% odwiedzających krajowych i 36% zagranicznych), a następnie na wykorzystanie przewodników turystycznych, choć te są popularniejsze wśród odwiedzających z zagranicy (34%) niż z Polski (22%). Co piąty odwiedzający krajowy czerpie wiedzę o Małopolsce z mediów, tj.: z telewizji, prasy lub radia (łącznie 21%), gdy wśród odwiedzających zagranicznych na źródła te wskazywała rzadziej niż co dziesiąta osoba (9%). Odwiedzający zagraniczni częściej niż krajowi czerpią wiedzę o Małopolsce z katalogów biur podróży (7%) oraz z Ośrodków Informacji Turystycznej (6%). Ze źródeł tych korzysta mniej niż 3% odwiedzających krajowych.

Wykres 11 Źródła informacji o województwie małopolskim lub odwiedzanych miejscach wskazywane przez odwiedzających krajowych i zagranicznych w 2016 roku.

# OCENA JAKOŚCI OFERTY TURYSTYCZNEJ WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

**Jakość wszystkich aspektów małopolskiej oferty turystycznej została oceniona bardzo pozytywnie, na poziomie przekraczającym 4 punkty w pięciostopniowej skali ocen.** Wyjątek stanowi jedynie ocena jakości dojazdów dokonana przez odwiedzających krajowych - średnia ta kształtuje się na poziomie 3,85 pkt. Najwyższą średnią ocen uzyskała atmosfera i życzliwość mieszkańców oraz atrakcje turystyczne. Hierarchia ocen jest podobna w przypadku obu kategorii odwiedzających, nieco wyższe średnie ocen odnotowano wśród odwiedzających krajowych, choć odwiedzający zagraniczni wyżej od krajowych ocenili dojazd oraz transport i skomunikowanie. Zmiany w zakresie oceny poszczególnych aspektów oferty turystycznej nie są jednolite, odmienne dla każdej kategorii odwiedzających oraz dla każdego aspektu. Różnice ocen w stosunku do roku ubiegłego są jednak bardzo niewielkie. Wyjątek stanowi obniżenie oceny czystości w miejscach publicznych, dokonanej przez odwiedzających zagranicznych.

Tabela Średnie ocen jakości oferty turystycznej (skala pięciostopniowa).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Aspekt oferty turystycznej** | **Średnia ocena jakości oferty turystycznej** | |
| odwiedzający krajowi | odwiedzający zagraniczni |
| 1. | Atrakcje turystyczne | 4,45 | 4,45 |
| 2. | Baza noclegowa | 4,38 | 4,28 |
| 3. | Baza gastronomiczna | 4,36 | 4,30 |
| 4. | Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie | 4,41 | 4,31 |
| 5. | Bezpieczeństwo | 4,36 | 4,33 |
| 6. | Dojazd | 3,85 | 4,08 |
| 7. | Informacja turystyczna | 4,31 | 4,18 |
| 8. | Atmosfera/życzliwość/gościnność | 4,63 | 4,55 |
| 9. | Transport/skomunikowanie | 4,03 | 4,06 |
| 10. | Czystość w miejscach publicznych | 4,09 | 4,02 |

**Większość odwiedzających uznała ceny usług turystycznych za adekwatne do jakości lub też za niskie (od 82% do 94%)**. Poglądy o zbyt wygórowanych cenach wyrażano najczęściej w kontekście biletów wstępu do atrakcji turystycznych oraz względem usług gastrono-micznych. Odwiedzający zagraniczni znacznie częściej niż krajowi uznawali ceny za niskie w stosunku do jakości, a rzadziej za zbyt wygórowane.

Szczegółowa ocena **jakości pracy punktów Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej**, w takich zakresach, jak dostępność, wyposażenie w materiały informacyjne oraz kompetencja i życzliwość pracowników, ukształtowała się **na wysokim poziomie wynoszącym 4,29 pkt** w pięciopunktowej skali ocen. Najwyżej oceniano życzliwość pracowników punktów (4,36 pkt), a najniżej, choć nadal wysoko, umiejętność komunikacji w językach obcych (4,00 pkt).

# POZIOM ZADOWOLENIA Z POBYTU W MAŁOPOLSCE. ATUTY I MANKAMENTY REGIONU

**Poziom zadowolenia odwiedzających z pobytu w województwie małopolskim jest bardzo wysoki.** Osoby deklarujące wysoki i bardzo wysoki poziom zadowolenia stanowią łącznie ponad 90% odwiedzających, a opinie o niskim lub bardzo niskim poziomie satysfakcji z pobytu wyraził mniej niż 1% odwiedzających. Zadowolenie z pobytu nie różnicuje istotnie odwiedzających krajowych i zagranicznych. Poziom satysfakcji wzrósł w stosunku do roku ubiegłego wśród rezydentów krajowych, zmniejszył się natomiast wśród rezydentów zagranicznych.

Dowodem wysokiego poziomu zadowolenia osób odwiedzających Małopolskę jest też fakt, iż niemal 99% uczestników badania zadeklarowało chęć polecenia swojej rodzinie i znajomym wizyty w województwie małopolskim, a ponad 97% zadeklarowało chęć ponownego odwiedzenia Małopolski w celach turystycznych.

Wykres 11 Ogólny poziom zadowolenia odwiedzających z wizyty w Małopolsce w 2016 roku.

**Mocne strony Małopolski** wymieniane przez odwiedzających w formie otwartej to przede wszystkim bogactwo przyrodnicze: liczne, unikatowe i dobrze zachowane zabytki oraz bogata i zróżnicowana oferta atrakcji turystycznych. Większość **słabych stron** woj. małopolskiego sprowadza się do kwestii infrastruktury drogowej, tj. do złego stanu dróg, złych połączeń z innymi regionami oraz korków na drogach. Zauważyć jednak należy, iż rośnie liczba osób krytykująca czystość powietrza i przestrzeni publicznej w regionie. **Niemal co czwarty odwiedzający zadeklarował, iż nie dostrzega żadnych słabych stron Małopolski jako regionu turystycznego.**

# PROFIL SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Odwiedzający woj. małopolskie to najczęściej osoby pomiędzy 26 a 45 rokiem życia (53,2%). Niemal 19% odwiedzających Małopolskę to osoby mające nie więcej niż 25 lat, natomiast 27,9% stanowią osoby po 45 roku życia. Struktura wiekowa odwiedzających krajowych i zagranicznych jest stosunkowo wyrównana, choć da się zauważyć utrzymanie tendencji w zakresie liczniejszej reprezentacji osób młodszych w przypadku odwiedzających z zagranicy.

Wykres 13 Wiek odwiedzających województwo małopolskie w 2016 roku (w %).

Dominacja odwiedzających z młodszych grup wiekowych skłania do poświęcenia większej uwagi ofercie turystycznej, która związana jest z aktywnymi formami wypoczynku (infrastruktura szlaków spacerowych, rowerowych i górskich, infrastruktura narciarska, pływalnie, itp.), w tym także ofercie bardziej specjalistycznej, związanej np. ze spływami kajakowymi, wspinaczką skałkową, paralotniarstwem, a także ofercie rozrywkowej.

|  |  |
| --- | --- |
| **PODSTAWOWE CECHY SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNE ODWIEDZAJĄCYCH** | |
| ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI | * Przewaga kobiet (53%). * Najliczniejsza reprezentacja osób pomiędzy 36 a 45 rokiem życia. a następnie osób z kategorii młodszych. * Mniej niż połowa posiada wykształcenie wyższe (48%), a 13% niższe od średniego. * Mniej niż 1/4 uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a ponad 13% za niesatysfakcjonującą. * Brak specyficznego typu miejsca zamieszkania (niewielka przewaga miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców). * Dominacja osób aktywnych zawodowo, następnie emeryci i renciści oraz studenci. |
| ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI | * Przewaga kobiet (53%). * Dominacja osób do 35 roku życia. * Wykształcenie wyższe posiada 53% odwiedzających, a 13% – wykształcenie niższe od średniego. * Niemal połowa uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a tylko 3% za niesatysfakcjonującą. * Duża przewaga osób z miast liczących powyżej 500 tys. Mieszkańców. * Dominacja osób aktywnych zawodowo z bardzo liczną reprezentacją osób studiujących. * Ponad 37% ma rodzinę w Polsce, a ponad 34% ma polskie pochodzenie. |