

BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W 2014 ROKU

SKRÓT RAPORTU KOŃCOWEGO

Zamawiający:



Urząd Marszałkowski
Województwa Małopolskiego
ul. Basztowa 22
31-156 Kraków

Wykonawca:



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

1. METODOLOGIA ORAZ PRZEBIEG BADANIA

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce w 2014 roku zostało zrealizowane metodą bezpośredniego wywiadu kwestionariuszowego (PAPI) wśród 6006 odwiedzających Małopolskę. Badanie realizowano w lutym i marcu oraz w sierpniu 2014 roku - łącznie w 30 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.

2. POZIOM RUCHU TURYSTYCZNEGO

W stosunku do 2013 roku nastąpił przyrost ruchu turystycznego o 4,2% w Małopolsce i o 2,9% w Krakowie - silniejszy wśród odwiedzających krajowych. Oznacza to, iż region odwiedziło w 2014 roku niemal 9,8 mln turystów, w tym 2,6 mln spoza Polski. Szacunkowych wyliczeń dokonano na podstawie danych GUS oraz wyników zrealizowanego badania.

Tabela 1 Szacunkowa liczba turystów przyjeżdżających do Małopolski w roku 2014.

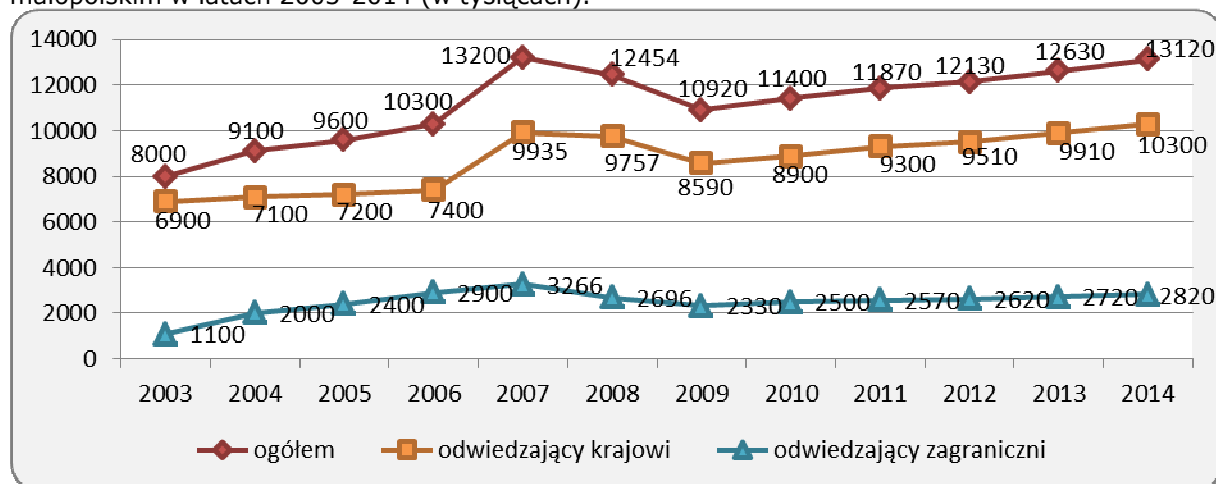
Kategoria odwiedzających	Liczba turystów (w tys.)						zmiana 2014/2013
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
MAŁOPOLSKA							
TURYŚCI KRAJOWI	6 385	6 400	6 600	6 710	6 850	7200	+5,1
TURYŚCI ZAGRANICZNI	2 155	2 300	2 370	2 400	2 540	2590	+2,0
TURYŚCI OGÓŁEM	8 540	8 700	8 970	9 110	9 390	9790	+4,2
KRAKÓW							
TURYŚCI KRAJOWI	3 900	4 000	4 130	4 150	4 170	4250	+1,9
TURYŚCI ZAGRANICZNI	1 950	2 200	2 220	2 250	2 340	2450	+4,7
TURYŚCI OGÓŁEM	5 850	6 200	6 350	6 400	6 510	6700	+2,9

Uwzględniając ogół odwiedzających (turystów i gości) szacuje się przyrost na poziomie 3,9% dla całego regionu i 3,2% dla stolicy regionu – nieznacznie większy wśród odwiedzających z Polski. Łącznie region odwiedziło 13,1 mln odwiedzających

Tabela 2 Szacunkowa liczba odwiedzających przyjeżdżających do Małopolski w roku 2014.

Kategoria odwiedzających	Liczba odwiedzających (w tys.)						zmiana 2014/2013
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
MAŁOPOLSKA							
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	8 590	8 900	9 300	9 510	9 910	10300	+3,9
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI	2 330	2 500	2 570	2 620	2 720	2820	+3,7
ODWIEDZAJĄCY OGÓŁEM	10 920	11 400	11 870	12 130	12 630	13120	+3,9
KRAKÓW							
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	5 200	5 400	5 730	5 850	6 010	6220	+3,5
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI	2 100	2 200	2 320	2 375	2 425	2480	+2,3
ODWIEDZAJĄCY OGÓŁEM	7 300	7 700	8 050	8 225	8 435	8700	+3,2

Rysunek 1. Dynamika zmian ruchu odwiedzających krajowych i zagranicznych w województwie małopolskim w latach 2003-2014 (w tysiącach).



Województwo małopolskie plasuje się na drugiej pozycji w kraju pod względem liczby turystów korzystających z noclegów – minimalnie wyprzedza je woj. mazowieckie. W przypadku liczby nocujących turystów zagranicznych Małopolska plasuje się na miejscu pierwszym (wyliczenia na podstawie danych GUS dot. liczby osób nocujących w obiektach turystycznych).

Tabela 3 Odsetek turystów nocujących w poszczególnych województwach Polski w roku 2014.

Lp.	Województwo	Odsetek turystów korzystających z noclegów	
		turyści ogółem	turyści zagraniczni
1.	Mazowieckie	15,5%	21,4%
2.	Małopolskie	14,9%	21,9%
3.	Dolnośląskie	9,5%	9,4%
4.	Zachodniopomorskie	9,1%	9,5%
5.	Pomorskie	8,9%	7,8%
6.	Śląskie	7,9%	5,8%
7.	Wielkopolskie	7,0%	4,9%
8.	Łódzkie	4,7%	3,2%
9.	Warmińsko-mazurskie	4,5%	3,4%
10.	Reszta kraju (7 województw)	18,1%	12,7%

3. WYDATKI PONOSZONE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Oszacowania wydatków gości oraz turystów przyjeżdżających do Małopolski w 2014 roku dokonano na podstawie wyników badania realizowanego za pomocą wywiadów kwestionariuszowych. Wyliczony średni poziom wydatków pokazuje jednoznacznie, iż **odwiedzający zagraniczni wydają podczas wizyt w Małopolsce kwoty niemal dwukrotnie wyższe niż odwiedzający będący rezydentami Polski**, jednak dysproporcja ta od 2012 roku maleje. Analiza statystyczna uzyskanych danych nie wykazała by wiek odwiedzających wpływał w znaczący sposób na poziom wydatków ponoszonych podczas pobytu w Małopolsce.

Tabela 4 Średnie wydatki ponoszone na 1 odwiedzającego w trakcie pobytu w Małopolsce.

	ŚREDNIE WYDATKI PONOSZONE NA OSOBĘ - W PLN (ZŁ)						ŁĄCZNIE
	NOCLEG	GASTRONOMIA	KOMUNIKACJA / TRANSPORT	BILETY WSTĘPU	DOJAZD	INNE WYDATKI	
TURYŚCI KRAJOWI	276	191	56	113	170	158	838
TURYŚCI ZAGRANICZNI	461	325	122	178	516	306	1470
GOŚCIE KRAJOWI	-	108	65	66	133	111	380
GOŚCIE ZAGRANICZNI	-	130	132	88	290	175	690

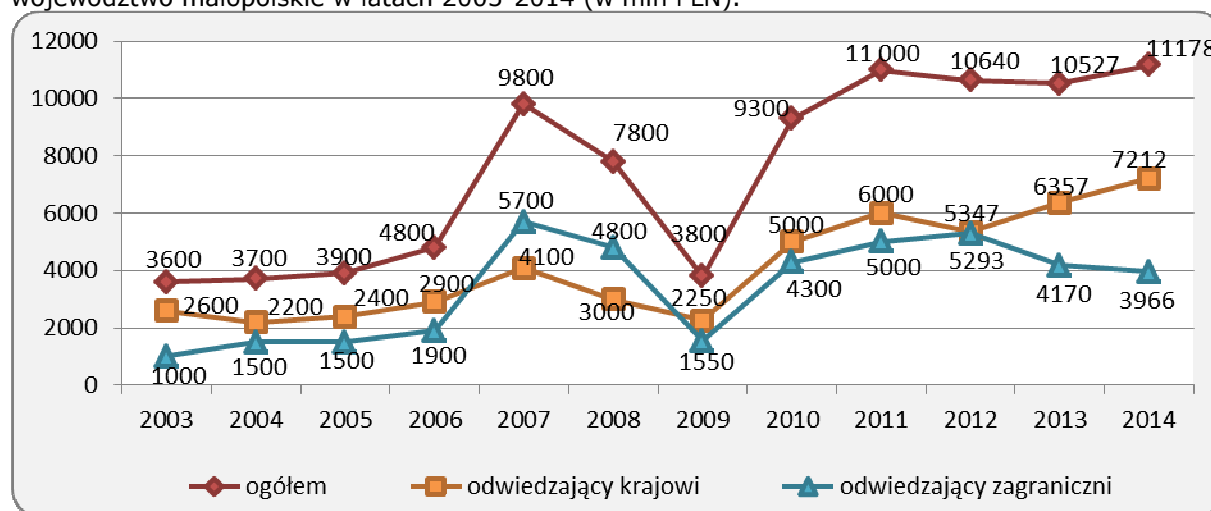
Na podstawie średnich kwot wydatkowanych przez poszczególne kategorie respondentów oraz proporcji ich udziału w ogólnej liczbie odwiedzających Małopolskę, dokonano oszacowania poziomu wydatków na **prawie 11,2 miliarda złotych**. Wynika to z odnotowanego wzrostu średniego poziomu wydatków odwiedzających krajowych, którzy stanowią większość wśród ogółu odwiedzających Małopolskę.

Tabela 5 Poziom wydatków odwiedzających Małopolskę w 2014 roku.

	ŁĄCZNE WYDATKI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ (W MLN PLN)						ŁĄCZNIE
	NOCLEG	GASTRO-NOMIA	KOMUNIKACJA / TRANSPORT	BILETY WSTĘPU	DOJAZD	INNE WYDATKI	
TURYŚCI KRAJOWI	1 987,2	1 375,2	403,2	813,6	1224	1 137,6	6 033,6
TURYŚCI ZAGRANICZNI	1 194	841,8	316	461	1 336,4	792,5	3 807,3
GOŚCIE KRAJOWI	-	334,8	201,5	204,6	412,3	344,1	1 178
GOŚCIE ZAGRANICZNI	-	29,9	30,4	20,2	66,7	40,3	158,7
ŁĄCZNIE	3 181,2	2 581,7	951,1	1 499,4	3 039,4	2 314,5	11 177,6

W roku 2014 odwiedzający wydali **o 6,2% więcej niż w roku 2013**. Przekroczony został poziom wydatków odnotowany w 2011 roku - najwyższy w dotychczasowej historii badania ruchu turystycznego.

Rysunek 2. Dynamika zmian w zakresie wydatków ponoszonych przez osoby odwiedzające województwo małopolskie w latach 2003-2014 (w mln PLN).



4. POCHODZENIE OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

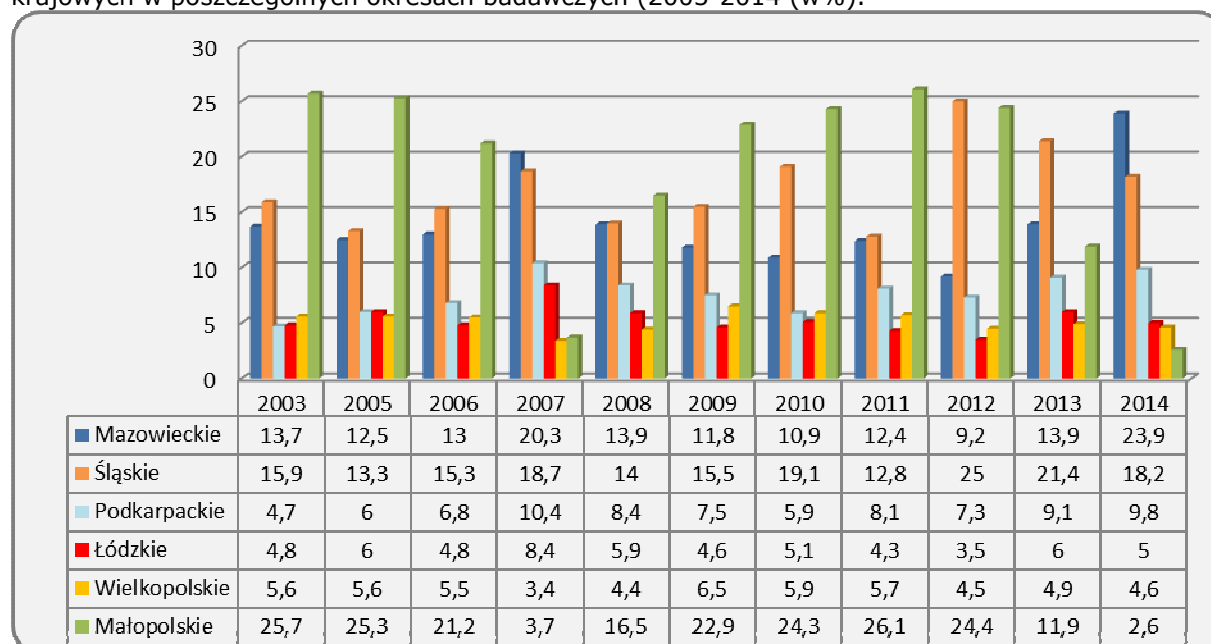
Odwiedzający krajowi przybywają do Małopolski głównie z woj. mazowieckiego, śląskiego oraz podkarpackiego. Zarówno wśród gości jak i turystów trzy czołowe miejsca przypadły tym samym województwom, jednak wśród turystów liczniejsi są mieszkańcy Mazowsza, a wśród osób nie nocujących – mieszkańcy województwa śląskiego.

Rysunek 3. Pochodzenie odwiedzających krajowych.



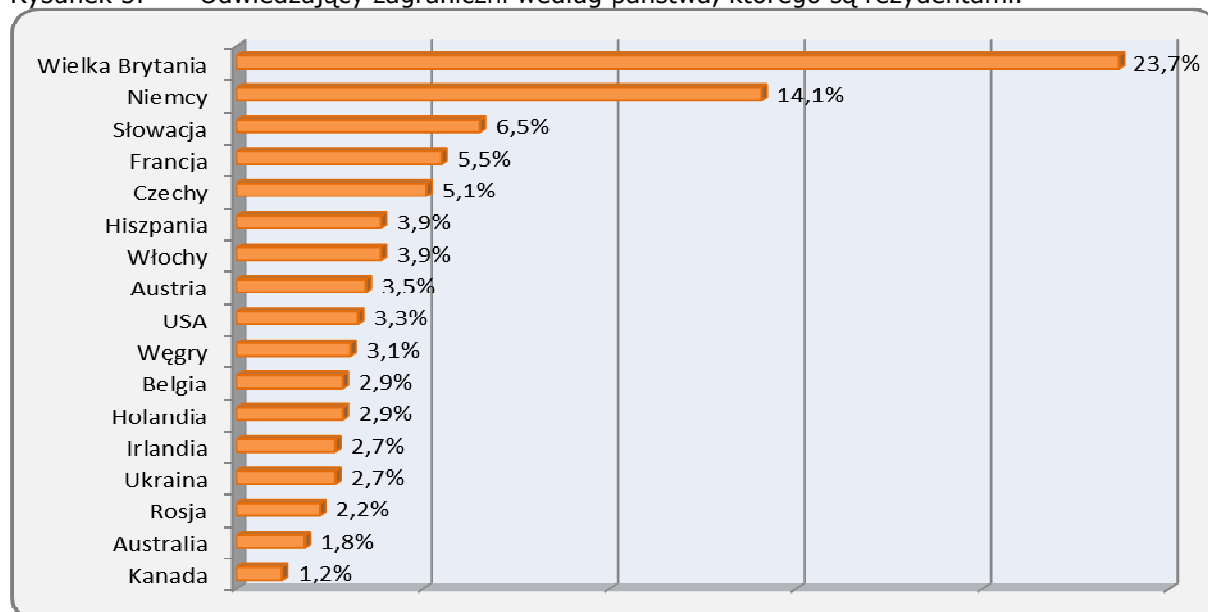
Porównując zagregowane wyniki dotyczące pochodzenia odwiedzających krajowych (gości i turystów łącznie) uzyskane w 2014 roku z latami poprzednimi, widać **istotne zmiany w intensywności ruchu turystycznego mieszkańców trzech kluczowych województw**. Województwo śląskie utraciło pierwszą pozycję w hierarchii regionów, z których przybywają odwiedzający na rzecz woj. mazowieckiego. Dla woj. mazowieckiego odnotowano dziesięcioprocentowy przyrost w stosunku do roku ubiegłego i najwyższy wynik w historii badania ruchu turystycznego.

Rysunek 4. Udział mieszkańców poszczególnych województw wśród ogółu odwiedzających krajowych w poszczególnych okresach badawczych (2003-2014 (w%).



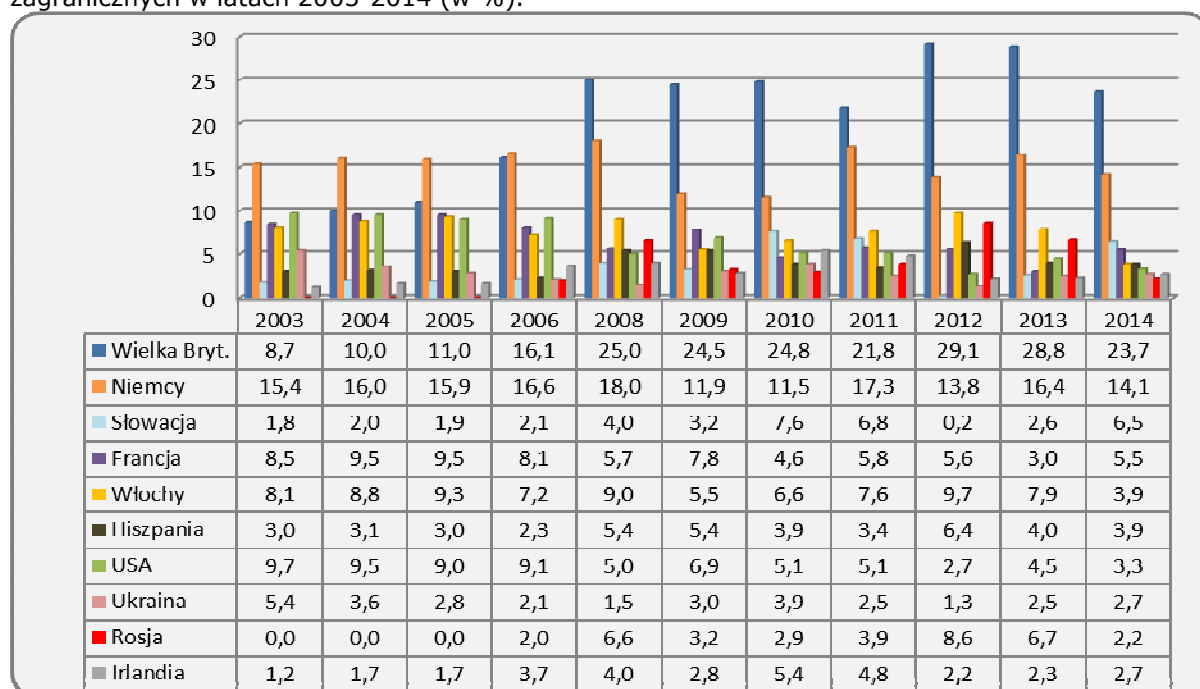
Zdecydowana większość rezydentów zagranicznych odwiedzających woj. małopolskie w roku 2014 to mieszkańcy **Wielkiej Brytanii** oraz **Niemiec**. Licznie reprezentowani są także obywatele Czech i Słowacji (głównie wśród gości) oraz Francji (wśród turystów).

Rysunek 5. Odwiedzający zagraniczni według państwa, którego są rezydentami.



Porównując udział rezydentów poszczególnych państw w ogólnej liczbie rezydentów zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w ostatnich latach, trudno dostrzec istotne zmiany. W przypadku dziesięciu dominujących państw zachowano dość stabilny poziom reprezentacji w ogólnej liczbie osób przybywających do Małopolski z zagranicy. Wskazać można na niewielkie zmniejszenie reprezentacji dwóch dominujących państw a więc Wielkiej Brytanii i Niemiec. Wzrost udziału zauważalny jest w przypadku mieszkańców Słowacji oraz Francji.

Rysunek 6. Udział mieszkańców poszczególnych państw w ogólnej liczbie odwiedzających zagranicznych w latach 2003-2014 (w %).



5. CEL PODRÓŻY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Zrealizowane badanie pokazało, iż we wszystkich czterech kategoriach respondentów dominującymi **celami przyjazdu do Małopolski są: wypoczynek oraz zwiedzanie zabytków**. Wśród turystów zagranicznych chęć zwiedzania zabytków deklarowana jest nawet częściej niż chęć wypoczynku, a zainteresowanie tą formą spędzania czasu stale rośnie wśród odwiedzających z zagranicy. W przypadku odwiedzających krajowych dużą popularnością cieszy się także turystyka aktywna (narty, snowboard, rowery, spacer, wędrówki górskie). Odsetek wskazań na ten cel wzrósł znacząco w stosunku do lat 2012-2013. Wśród turystów zagranicznych istotnym celem wizyty w Małopolsce są odwiedziny u krewnych/znajomych, rozrywka oraz zakupy. Goście zagraniczni, znacznie częściej niż inne kategorie odwiedzających, przyjeżdżają w celach religijnych.

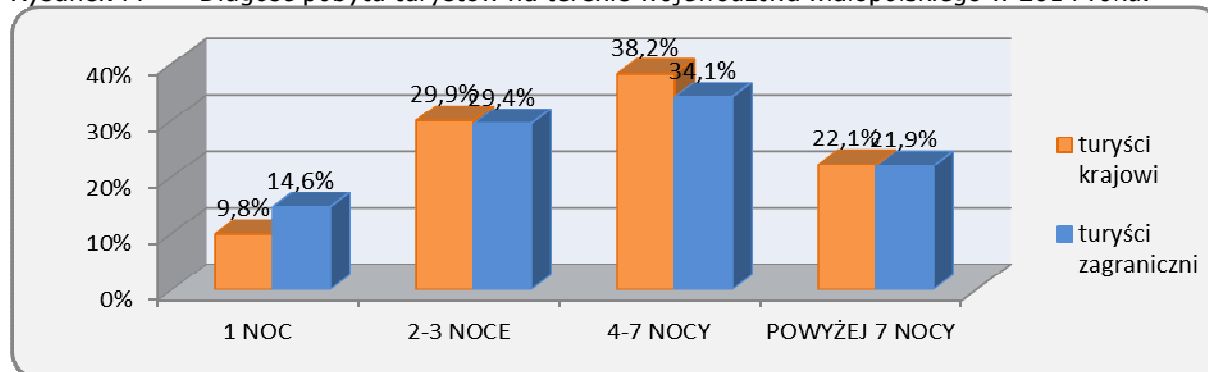
Tabela 6 Cele wizyty deklarowane przez odwiedzających Małopolskę (w %).

Lp.	Cel wizyty (w %)	Odwiedzający krajowi		Odwiedzający zagraniczni	
		goście	turyści	goście	turyści
1.	Wypoczynek	60,4	80,8	56,4	60,1
2.	Zwiedzanie zabytków	43,1	45,3	47,9	72,4
3.	Turystyka aktywna (w tym narciarstwo i wędrówki piesze)	31,2	44,4	15,4	15,0
4.	Odwiedziny u przyjaciół lub rodziny	11,5	10,3	7,7	22,8
5.	Rozrywka, pobyt w restauracjach	7,0	9,2	6,8	19,6
6.	Cel religijny	6,8	3,0	12,8	1,6
7.	Zakupy	2,8	3,2	5,1	16,9
8.	Sprawy służbowe/interesy	2,2	1,3	4,3	4,6
9.	Cel zdrowotny	1,1	5,1	0,9	1,6

6. DŁUGOŚĆ I CZĘSTOTLIWOŚĆ POBYTU W MAŁOPOLSCE

Różnice odnoszące się do długości pobytu turystów krajowych i zagranicznych są niewielkie i wyrażają się w przesunięciu pomiędzy pobytem z 1 noclegiem – częstszym wśród turystów zagranicznych, a pobytem trwającym od 4 do 7 noclegów – częstszym wśród turystów krajowych. Oznacza to, iż pobyty turystów zagranicznych są nieznacznie krótsze od pobytów turystów krajowych. Wśród obu kategorii turystów dominują pobyty obejmujące od 4 do 7 noclegów (częściej niż co trzeci turysta), a następnie od 2 do 3 noclegów (niemal co trzeci turysta).

Rysunek 7. Długość pobytu turystów na terenie województwa małopolskiego w 2014 roku.

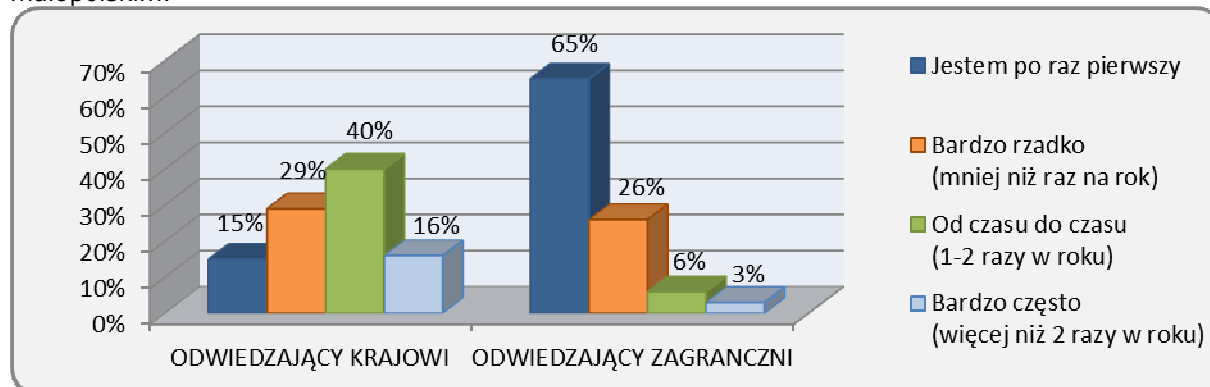


Przeciętna długość pobytu turystów krajowych w Małopolsce rośnie, czego dowodzi malejąca liczba osób decydujących się na 1 nocleg i rosnąca liczba osób spędzających

w regionie od 4 do 7 nocy oraz powyżej 7 nocy. Wśród odwiedzających zagranicznych tendencje dotyczące długości pobytu nie są jednoznaczne, gdyż wzrastającej liczbie osób nocujących co najmniej 8 razy towarzyszy wzrost liczby nocujących tylko 1 raz.

Niemal 2/3 **odwiedzających zagranicznych** przybyło w 2014 roku do Małopolski po raz pierwszy, natomiast ci, którzy byli już w Małopolsce deklarują raczej sporadyczne przyjazdy do regionu. Tylko 15% **odwiedzających krajowych** przybyło do Małopolski po raz pierwszy, a 56% deklaruje, iż odwiedza Małopolskę co najmniej raz w roku.

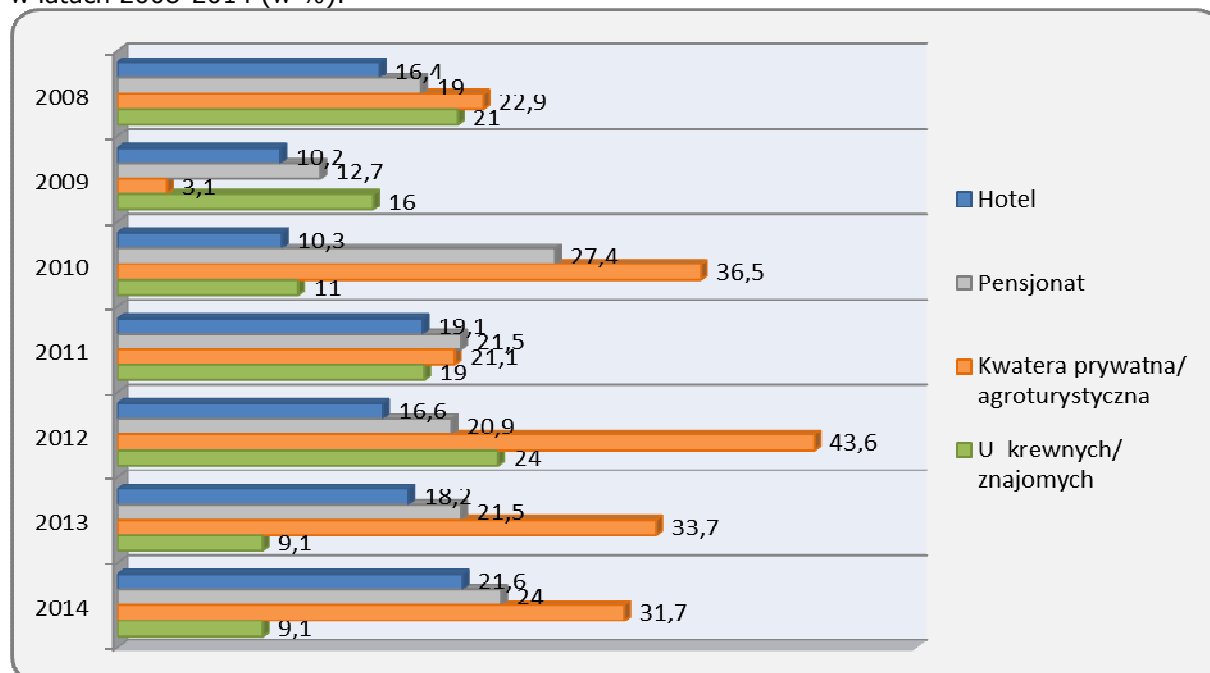
Rysunek 8. Częstotliwość pobytu odwiedzających krajowych i zagranicznych w województwie małopolskim.



7. FORMA ZAKWATEROWANIA

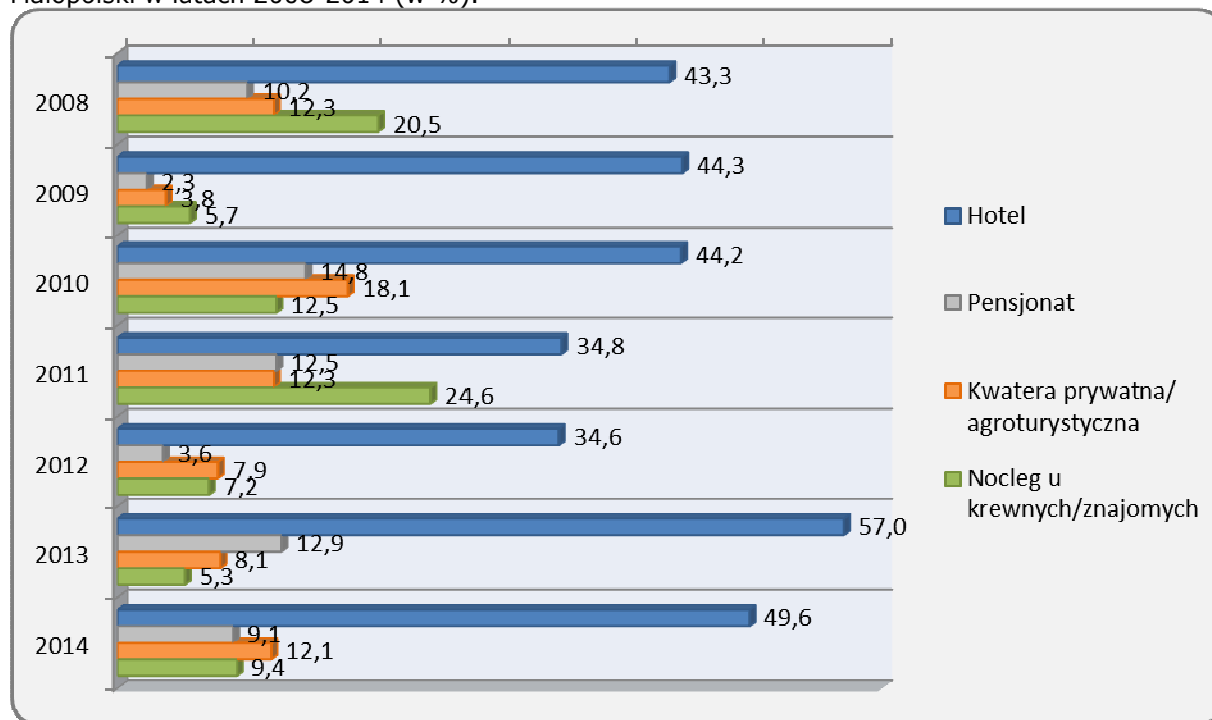
Największą popularnością wśród **turystów krajowych** cieszą się kwatery prywatne (w tym agroturystyczne) oraz pensjonaty. Z zakwaterowania w tego typu obiektach skorzystało prawie 56% turystów krajowych. Co piąty turysta krajowy nocował w hotelu, przy czym największą popularnością cieszyły się hotele trzygwiazdkowe (11,5%). Odsetek osób korzystających z gościnności rodziny lub znajomych nie uległ zmianie w stosunku do roku 2013 i jest najniższy na przestrzeni analizowanych lat.

Rysunek 9. Forma zakwaterowania turystów krajowych podczas podróży na terenie Małopolski w latach 2008-2014 (w %).



Połowa **turystów zagranicznych** zdecydowała się skorzystać w 2014 roku z noclegu w hotelach, głównie trzy- i czterogwiazdkowych. Jest to wynik o 7% niższy od ubiegłorocznego, jednak wciąż jeden z najwyższych w analizowanym okresie. Na niskim poziomie utrzymuje się zainteresowanie turystów zagranicznych kwaterami prywatnymi (niewielki wzrost w stosunku do roku 2013) oraz pensjonatami (niewielki spadek), choć ich hierarchia odwróciła się w porównaniu z 2013 rokiem. Wzrósł odsetek turystów zagranicznych korzystających z gościnności rodziny lub znajomych.

Rysunek 10. Forma zakwaterowania turystów zagranicznych podczas podróży na terenie Małopolski w latach 2008-2014 (w %).



8. ŚRODEK TRANSPORTU ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Aż 80% **odwiedzających krajowych** wskazało samochód, jako środek transportu wykorzystywany w drodze do województwa małopolskiego. Pozostałe środki transportu są wybierane stosunkowo rzadko: najczęściej wymieniano busy/autobusy kursowe (8% - 9,3%) oraz pociągi (6,1% - 7,7%). Z samolotu odwiedzający krajowi korzystali tylko w pojedynczych przypadkach.

Tabela 7 Środek transportu odwiedzających wykorzystywany w podróży do Małopolski.

Lp.	Środek transportu	Odwiedzający krajowi (%)		Odwiedzający zagraniczni (%)	
		TURYŚCI	GOŚCIE	TURYŚCI	GOŚCIE
1.	Samochód	80,0	80,6	46,1	53,8
4.	Bus kursowy (regularnej linii)	8,0	9,3	5,2	4,3
3.	Pociąg	7,7	6,1	12,6	13,7
5.	Bus wycieczkowy, autokar	4,1	4,7	10,5	29,9
2.	Samolot	1,1	0,4	33,5	12,0
6.	Inny środek transportu	0,4	0,2	0,7	0,0

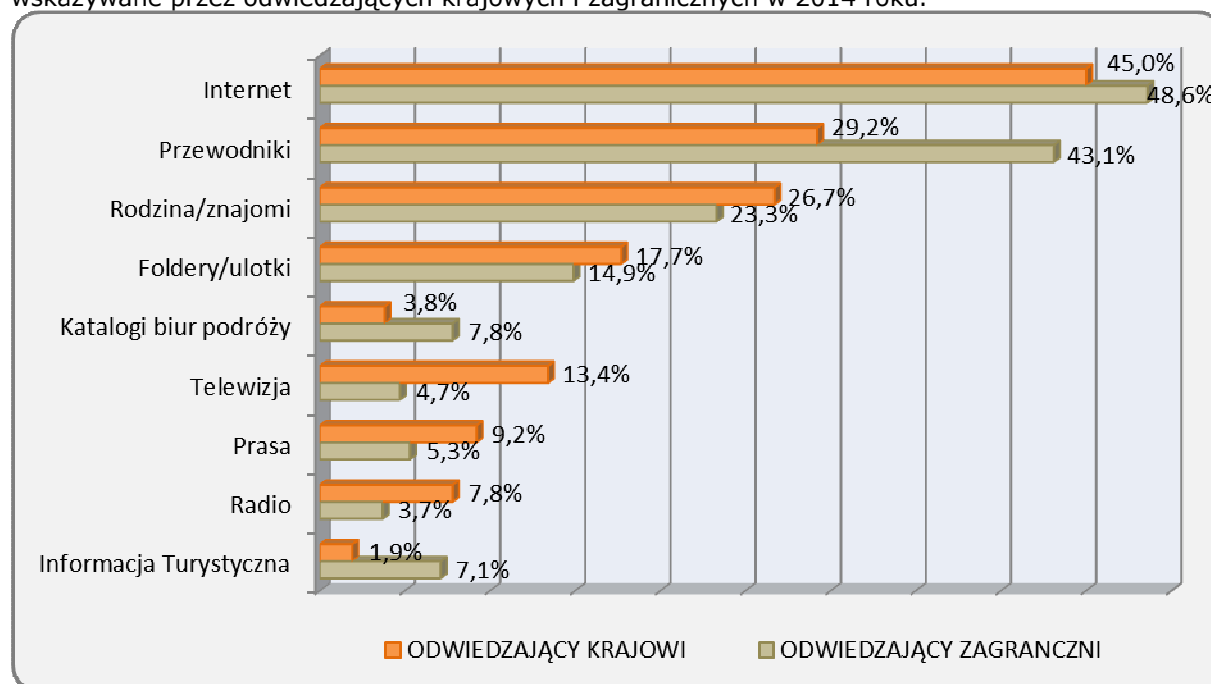
Środki transportu wykorzystywane przez **odwiedzających zagranicznych** są bardziej zróżnicowane. Najpopularniejsze są podróże samochodem (46,1 - 53,8%). Na drugiej pozycji w rankingu wybieranych środków transportu plasują się: wśród turystów - samoloty (33,5%), a wśród gości: busy i autokary wycieczkowe (29,9%).

Analiza długookresowych tendencji (2008-2014) w zakresie środków transportu wybieranych podczas podróży do Małopolski pokazuje postępujący wzrost częstotliwości podróży samochodowych. Towarzyszy temu spadek zainteresowania podróżowaniem innymi środkami transportu, za wyjątkiem pociągów, których popularność wzrosła wśród odwiedzających zagranicznych. Jak pokazują bardzo pozytywne statystyki ruchu pasażerskiego na lotnisku w Balicach oraz deklaracje co do środka transportu rezydentów państw odległych od Małopolski (Wielka Brytania, USA, Rosja) samoloty pozostają chętnie wykorzystywanym środkiem transportu w podróżach do regionu. Zmniejszył się odsetek odwiedzających korzystających z połączeń lotniczych, jednak wynika to głównie ze zmiany profilu narodowościowego odwiedzających (wzrost odsetka rezydentów państw położonych w niewielkiej odległości, tj. Czech i Słowacji), a nie z ogólnych tendencji w zakresie wykorzystania transportu lotniczego.

9. ŹRÓDŁA INFORMACJI O MAŁOPOLSCE

Internet, przewodniki turystyczne oraz znajomi i członkowie rodziny to dla odwiedzających główne źródła informacji o województwie małopolskim i jego atrakcjach. W Internecie informacji poszukuje niemal połowa odwiedzających region. Z przewodników turystycznych, których popularność jest bardzo duża korzysta niemal 30% odwiedzających krajowych i ponad 43% odwiedzających zagranicznych. Średnio co czwarty odwiedzający Małopolskę korzysta z opinii znajomych oraz rodziny. Media masowe, takie jak telewizja, prasa i radio są źródłem wiedzy o województwie małopolskim i jego atrakcjach docierającym głównie do odwiedzających krajowych, natomiast odwiedzający zagraniczni chętniej korzystają z katalogów biur podróży i Informacji Turystycznej.

Rysunek 11. Źródła informacji o województwie małopolskim lub odwiedzanych miejscach wskazywane przez odwiedzających krajowych i zagranicznych w 2014 roku.



10. NAJWIĘKSZE ATRAKCJE TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO.

Goście i turyści krajowi, pytani o najbardziej atrakcyjne miejsca w województwie małopolskim, wskazywali najczęściej na Kraków, który niezmiennie utrzymuje status „perły regionu”. W drugiej kolejności wymieniano Zakopane (43% ankietowanych), a następnie Kopalnię Soli w Wieliczce (19%) oraz Krynice Zdrój (13%). Kraków, Zakopane i Wieliczka utrzymują swoje czołowe miejsca w hierarchii atrakcji.

Tabela 8 Główne atrakcje regionu w opinii odwiedzających krajowych.

Lp.	Lokalizacja	Liczba wskazań	% odwiedzających
1.	Kraków	3603	69,1%
w tym:	Kraków - Wawel	462	8,9%
	Kraków - Rynek	166	3,2%
	Kraków - Sukiennice	80	1,5%
2.	Zakopane (Krupówki, Gubałówka)	2234	42,9%
3.	Kopalnia Soli w Wieliczce	984	18,9%
4.	Krynica	666	12,8%
5.	Szczawnica	589	11,3%
6.	Wadowice	559	10,7%
7.	Góry (Tatry, Pieniny, Beskidy)	538	10,3%
8.	Białka Tatrzańska	413	7,9%
9.	Oświęcim/Muzeum Auschwitz	409	7,8%

Również wśród rezydentów zagranicznych odwiedzających Małopolskę kluczową atrakcją jest Kraków, jednak odsetek wskazujących na to miasto jest znacznie wyższy niż w przypadku rezydentów krajowych. Analizując zmiany w ostatnich latach, widać, iż drugie miejsce utrzymuje Zakopane, a trzecie – Wieliczka. W czołówce miejsc, które warto odwiedzić podczas pobytu w Małopolsce utrzymuje się także Muzeum Auschwitz w Oświęcimiu.

Tabela 9 Główne atrakcje regionu w opinii odwiedzających zagranicznych

Lp.	Lokalizacja	Liczba wskazań	% odwiedzających
1.	Kraków	371	95,6%
w tym:	Kraków - Wawel	55	14,2%
2.	Zakopane	66	17,0%
3.	Kopalnia Soli w Wieliczce**	57	min. 14,7% - max. 20,4%*
4.	Oświęcim /Muzeum Auschwitz	47	12,1%
5.	Wadowice	42	10,8%
6.	Góry	23	5,9%

*część osób wymieniało „kopalnię soli” nie precyzując czy chodzi o Wieliczkę czy Bochnię

11. OCENA JAKOŚCI OFERTY TURYSTYCZNEJ WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

Odwiedzający najkorzystniej oceniają atmosferę, życzliwość i gościnność w Małopolsce oraz atrakcje turystyczne regionu. Najślabiej oceniano dojazdy oraz czystość w miejscach publicznych. Większość aspektów oferty turystycznej regionu oceniana były na poziomie przekraczającym 4,00 punkty w pięciopunktowej skali ocen. Oceny nieco niższe, choć nadal pozytywne, przyznawali goście zagraniczni. **We wszystkich aspektach i we wszystkich kategoriach odwiedzających średnie ocen uzyskane w roku 2014 są wyższe od średnich z roku ubiegłego.**

Tabela 10 Średnie ocen jakości oferty turystycznej (skala pięciostopniowa).

Lp.	Aspekt oferty turystycznej	Ocena jakości oferty turystycznej	
		odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
1.	Atrakcje turystyczne	4,38	4,31
2.	Baza noclegowa	4,33	4,27
3.	Baza gastronomiczna	4,31	4,24
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	4,24	4,20
5.	Bezpieczeństwo	4,31	4,22
6.	Dojazd	3,93	4,07
7.	Informacja turystyczna	4,24	4,22
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	4,47	4,38
9.	Transport/skomunikowanie	4,09	4,13
10.	Czystość w miejscach publicznych	4,20	4,12

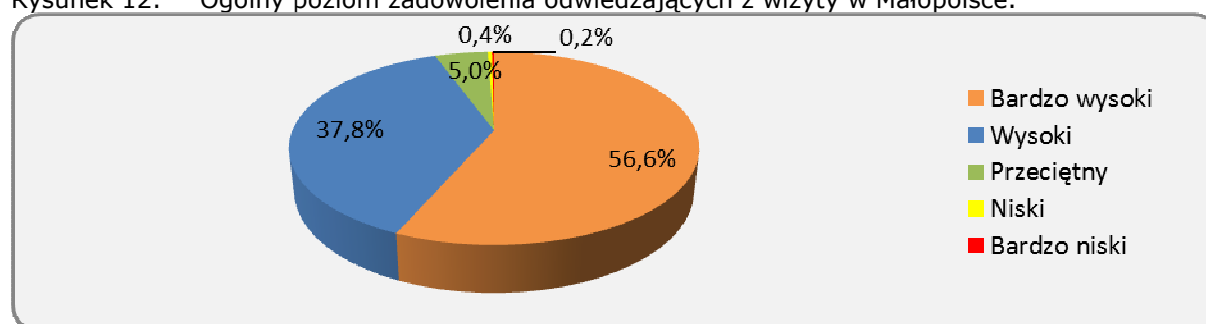
Większość odwiedzających krajowych i zagranicznych (od 67,2% do 85,5%) uznała **ceny za dostosowane do jakości oferowanych usług turystycznych**. Odwiedzający krajowi poglądy o zbyt wygórowanych cenach wyrażali najczęściej w kontekście biletów wstępu do atrakcji turystycznych oraz usług gastronomicznych. Odwiedzający zagraniczni znacznie częściej niż krajowi uznawali ceny za niskie w stosunku do jakości.

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 **bardzo wysokim poziomie 4,47 pkt. w pięciopunktowej skali ocen**.

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

Ponad połowa odwiedzających swój poziom zadowolenia z pobytu w Małopolsce oceniła jako bardzo wysoki (56,6%), a kolejne 37,8% jako wysoki. Niski i bardzo niski poziom zadowolenia zadeklarowało zaledwie 0,6% odwiedzających. Poziom satysfakcji z pobytu w Małopolsce jest porównywalny wśród gości i turystów krajowych oraz turystów zagranicznych, natomiast goście zagraniczni - jako jedyna kategoria - częściej określali swój poziom zadowolenia jako wysoki, a nie bardzo wysoki.

Rysunek 12. Ogólny poziom zadowolenia odwiedzających z wizyty w Małopolsce.



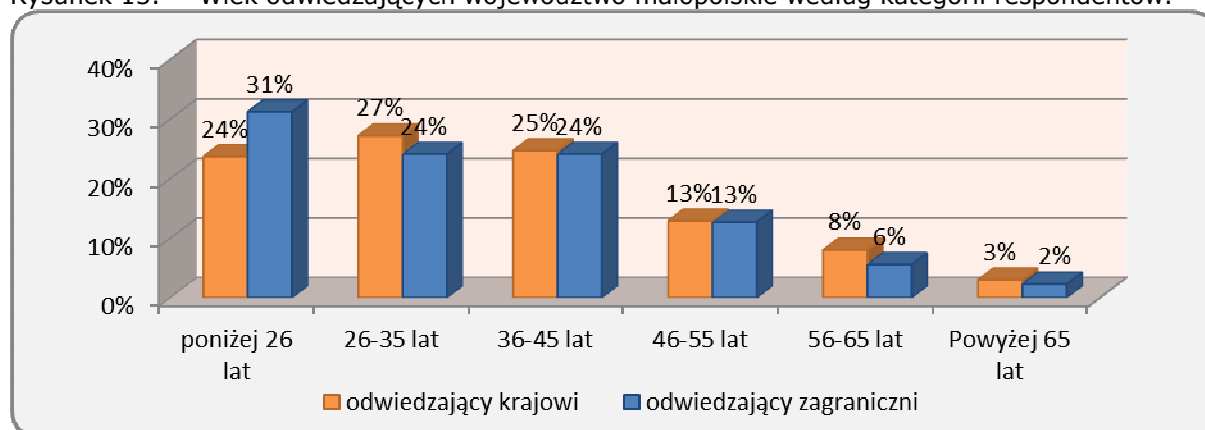
Dowodem wysokiego poziomu zadowolenia osób odwiedzających Małopolskę jest też fakt, iż ponad 93% uczestników badania zadeklarowało chęć polecenia swojej rodzinie i znajomym wizyty w województwie małopolskim oraz w konkretnej miejscowości/atrakcji turystycznej.

Mocne strony Małopolski, wymieniane przez odwiedzających w formie otwartej, to przede wszystkim bogactwo przyrodnicze (na które wskazało aż 63,5% odwiedzających), duża liczba i unikatowy charakter zabytków (wymieniane przez co trzeciego odwiedzającego) oraz zróżnicowana oferta atrakcji, adekwatnych do wszystkich kategorii odwiedzających (chwalona przez 20% respondentów). Większość **słabych stron** woj. małopolskiego sprowadza się do kwestii infrastruktury drogowej (niemal połowa wszystkich wskazanych słabych stron). Kluczowe pola krytyki, dotyczą złego stanu dróg, złych połączeń z innymi regionami oraz korków na drogach. W przypadku słabych stron widoczna jest znacznie większa dywersyfikacja udzielanych odpowiedzi niż w przypadku zalet, warto jednak podkreślić, iż **częściej niż co piąty odwiedzający zadeklarował, iż nie dostrzega żadnych słabych stron Małopolski jako regionu turystycznego.**

13. PROFIL SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W 2014 ROKU.

Ponad połowa odwiedzających Małopolskę to osoby młode - do 35 roku życia. Stanowią one 51% odwiedzających krajowych i 55% odwiedzających zagranicznych. Rozkład wieku odwiedzających krajowych jest stosunkowo wyrównany w kategoriach „do 25 lat”, „od 26 do 25 lat” oraz „od 36 do 45 lat”, natomiast w przypadku odwiedzających zagranicznych widać znaczną przewagę osób z kategorii najmłodszej (31%). W przypadku osób powyżej 55 roku życia liczniej reprezentowani są odwiedzający krajowi (11%) niż zagraniczni (8%). Osoby w wieku emerytalnym stanowią średnio 3% odwiedzających.

Rysunek 13. Wiek odwiedzających województwo małopolskie według kategorii respondentów.



Dominacja odwiedzających z młodszych grup wiekowych skłania do poświęcenia większej uwagi ofercie turystycznej związanej z aktywnymi formami wypoczynku (infrastruktura szlaków spacerowych, rowerowych i górskich, infrastruktura narciarska, pływalnie, itp.), w tym także ofercie bardziej specjalistycznej, związanej np. ze splywami kajakowymi, wspinaczką skałkową, paralotniarstwem, itp. Warto poszerzać również ofertę lokali gastronomicznych i rozrywkowych (np. kluby muzyczne, taneczne) dostosowanych do potrzeb osób młodych.

CECHY SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNE	
GOŚCIE KRAJOWI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nieznaczna przewaga liczebna kobiet, ▪ Niewielka przewaga osób z wykształceniem wyższym nad średnim, najwyższy wśród badanych kategorii odsetek osób bez wykształcenia średniego (9,2%), ▪ Dominacja osób przebywających w związku małżeńskim (60%), ▪ 27% uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a co 9% za niesatysfakcjonującą, ▪ Brak specyficznego typu miejsca zamieszkania, ▪ Dominacja osób aktywnych zawodowo, następnie studiujący oraz emeryci i renciści.
GOŚCIE ZAGRANICZNI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nieznaczna przewaga liczebna mężczyzn, ▪ Znaczna przewaga osób z wykształceniem wyższym (68%), ▪ Ponad połowa to osoby trwające w związku małżeńskim (52%), ▪ Ponad połowa uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a niespełna 2% za niesatysfakcjonującą, ▪ Ponad 55% to mieszkańcy miast liczących powyżej 500 tys. mieszkańców, ▪ Dominacja osób aktywnych zawodowo z bardzo wysoką reprezentacją studentów, ▪ Co dziesiąty ma rodzinę w Polsce lub polskie pochodzenie.
TURYŚCI KRAJOWI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przewaga liczebna kobiet (10% więcej niż mężczyzn), ▪ Przewaga osób z wykształceniem wyższym, ▪ Dominacja osób przebywających w związku małżeńskim (62%), ▪ Ponad 1/3 uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a 6,5% za niesatysfakcjonującą, ▪ Wyrównany rozkład ze względu na miejsce zamieszkania, ze znaczną przewagą miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców, ▪ Dominacja osób aktywnych zawodowo, następnie studiujący, oraz emeryci i renciści.
TURYŚCI ZAGRANICZNI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przewaga liczebna mężczyzn (10% więcej niż kobiet), ▪ Znaczna przewaga osób z wykształceniem wyższym (67%), ▪ Bardzo zbliżony odsetek osób w związku małżeńskim oraz panien i kawalerów, z niewielką przewagą panien i kawalerów. ▪ Ponad połowa uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, ▪ 54% to mieszkańcy miast liczących powyżej 500 tys. mieszkańców, w pozostałych kategoriach rozkład dość równomierny, ▪ Połowa to osoby aktywne zawodowo, a ¼ to studenci, ▪ Co czwarty ma rodzinę w Polsce lub polskie pochodzenie.