



MAŁOPOLSKIE OBSERWATORIUM GOSPODARKI

Departament
Polityki Regionalnej
Urząd Marszałkowski
Województwa Małopolskiego

Rynek turystyczny w Polsce i Małopolsce

Streszczenie



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Streszczenie – Rynek turystyczny w Polsce i Małopolsce

Z punktu widzenia sektora turystyki Małopolska jest szczególnym regionem Polski. Kreowanie polityki władz samorządowych w zakresie rozwoju społeczno-gospodarczego regionu wymaga uwzględnienia rynkowych trendów i mechanizmów, zatem wybór właściwej strategii działania dokonywany być musi na podstawie wiarygodnych danych. Ważnym zadaniem małopolskich władz jest między innymi stymulowanie rozwoju sektora turystyki. Aby dostarczyć niezbędnych informacji na temat kondycji małopolskiego rynku turystycznego, a w szczególności rynku usług świadczonych przez biura podróży, Małopolskie Obserwatorium Gospodarki, działające w strukturze Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, zrealizowało badania pt. „Rynek turystyczny w Małopolsce i Polsce”. Badanie współfinansowane było przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Przeanalizowano szereg danych zastanych oraz zrealizowano badanie ilościowe na ogólnopolskiej próbie 500 przedsiębiorstw z sektora turystycznego. W ilościowej części badania w stosunku do przedsiębiorców działających w branży turystycznej zastosowano kryterium typu działalności – sekwencje danych odnoszono do takich jednostek obecnych w próbie, jak: biura podróży, działalność agentów turystycznych, biura turystyczne, a także do pilotów wycieczek i przewodników turystycznych. Na potrzeby badania uwzględniono także zróżnicowanie przestrzenne podmiotów posiadających zezwolenie na prowadzenie działalności w poszczególnych województwach. W przypadku informacji dla województwa małopolskiego, ze względu na turystyczną specyfikę Krakowa, wywiady rozdzielono proporcjonalnie na miasto Kraków i pozostałą część województwa. Założenia obu badań są porównywalne i w dużej mierze wspólne.

Na podstawie zrealizowanych badań należy stwierdzić, że rynek turystyczny w Małopolsce jest stosunkowo lepiej rozwinięty niż w pozostałych regionach kraju. Jednak w ostatnich latach dystans w stosunku do pozostałych województw zmniejszył się – dynamika wzrostu rynku w latach 2006-2010 była mniejsza niż w innych regionach. Mimo odczuwalnego wyhamowania tempa rozwoju rynku w Małopolsce można przyjąć, że rezerwy rozwoju pozostają nadal istotne. Potwierdza to porównanie wskaźników nasycenia funkcją turystyczną badanego obszaru i krajów starej Unii Europejskiej.

Charakterystyka biur podróży działających w Małopolsce na tle kraju

W Małopolsce w 2010 roku było zarejestrowanych 12,36% wszystkich biur podróży działających w kraju, co jest trzecim rezultatem po województwach mazowieckim (19,97%) i śląskim (13,84%). Dynamika wzrostu w Małopolsce w latach 2006-2010 wyniosła 19%, podczas gdy w kraju przyrost dla analogicznego okresu wyniósł 14%. Biorąc pod uwagę liczbę biur podróży przypadającą na 100 000 mieszkańców w regionie, mamy do czynienia z jednym z najsilniejszych nasyceń w kraju, wynoszącym 11,48 biur na 100 000 mieszkańców (dane dla roku 2010). Trochę wyższy rezultat odnotowano tylko w mazowieckim: 11,71 biur na 100 000 mieszkańców (dane dla roku 2010).

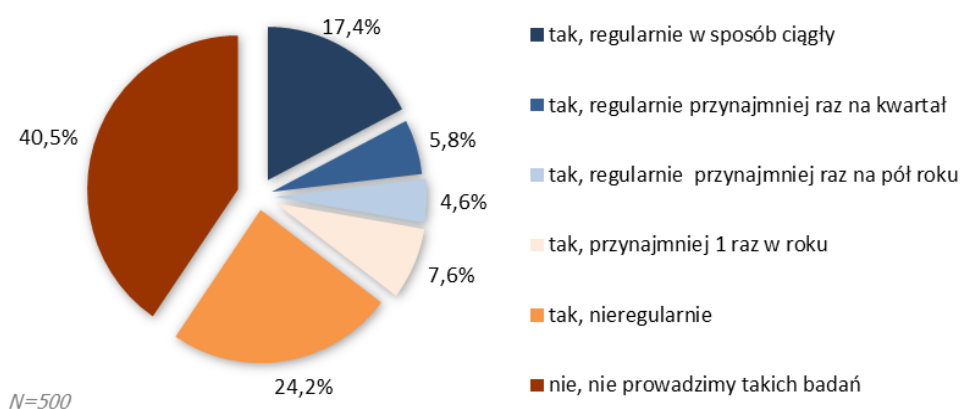
Pod względem kryterium zasięgu działania biur podróży, najwięcej biur zajmujących się turystyką krajową było w województwie mazowieckim, a następnie śląskim i małopolskim. Podobnie, biorąc pod uwagę organizację turystyki zarówno krajowej, jak i zagranicznej, województwo małopolskie, z 274 biurami podróży, zajmowało trzecią pozycję w kraju, wyraźnie ustępując województwom śląskiemu (301 podmiotów) i mazowieckiemu (434 podmioty).

W badaniu ogólnopolskim poproszono o podanie obrotów generowanych przez konkretne grupy klientów. W badaniu zastosowano analogiczny podział, jak w przypadku zasięgu działania podmiotów turystycznych wpisanych do ewidencji Ministerstwa Sportu i Turystyki, uzupełniony dodatkowo o takie segmenty klienta, jak lokalny i regionalny. Klienci lokalni generują w Polsce średnio 49% obrotów w skali roku, a Polacy z całego kraju blisko 25%. Klienci z województwa / regionu generują obroty w wysokości średnio 16%, zaś klienci zagraniczni ok. 10%. W przypadku Małopolski najistotniejszym segmentem ze względu na wysokość generowanych przychodów są klienci krajowi (36% przychodów), następnie klienci lokalni (28%), klienci zagraniczni (23%), a na końcu klienci regionalni (13%).

Zdaniem badanych przedsiębiorców największy procent rocznych obrotów generują klienci indywidualni (60%), grupy zorganizowane to średnio 39% obrotów. W przypadku Małopolski sytuacja wygląda odmiennie: grupy zorganizowane generują 56% obrotów, a klienci indywidualni 44%.

Ważnych informacji dostarcza badanie preferencji klientów, pozwalające dokładniej dopasować system i sposób świadczenia przez przedsiębiorstwo usług do potrzeb i wymagań klientów. Ich analiza pozwala poznać potrzeby obiorców, dopasować się do nich i w efekcie zwiększyć zadowolenie obecnych i przyszłych klientów. Z badania wynika, że około 40% badanych podmiotów nie prowadzi badań dotyczących oczekiwań i preferencji swoich klientów, 24,2% przedsiębiorców prowadzi je nieregularnie, natomiast 17,4% zadeklarowało, że wykonuje tego typu badania regularnie w sposób ciągły.

Wykres 1. Prowadzenie badań dotyczących oczekiwań i preferencji klientów

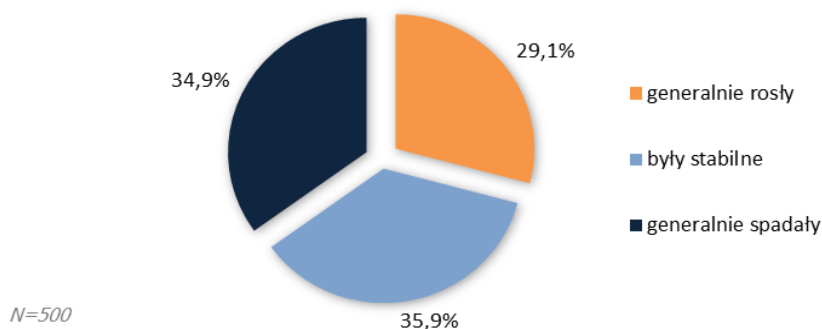


Źródło: Opracowanie własne na potrzeby badania na podstawie danych uzyskanych z 500 wywiadów.

W województwie małopolskim sytuacja odzwierciedla średnią ogólnopolską: 17% podmiotów regularnie w sposób ciągły prowadzi tego typu badania; 24% prowadzi je nieregularnie a 35,3% nie prowadzi tego typu badań.

Ponadto, podmioty gospodarcze z branży turystycznej zostały poproszone o określenie zmian w przychodach w ostatnich trzech latach (2009-2011). Na podstawie uzyskanych danych należy odnotować, że badane podmioty nie różnicują się przestrzennie ze względu na zmiany przychodów w badanym okresie. Około 36% podmiotów ocenia, że przychody kształtowały się na jednakowym poziomie, blisko 35% przedsiębiorców wskazało, że przychody spadały, natomiast 29% firm wskazało, iż przychody w ostatnich trzech latach rosły.

Wykres 2. Zmiany w przychodach w ostatnich trzech latach

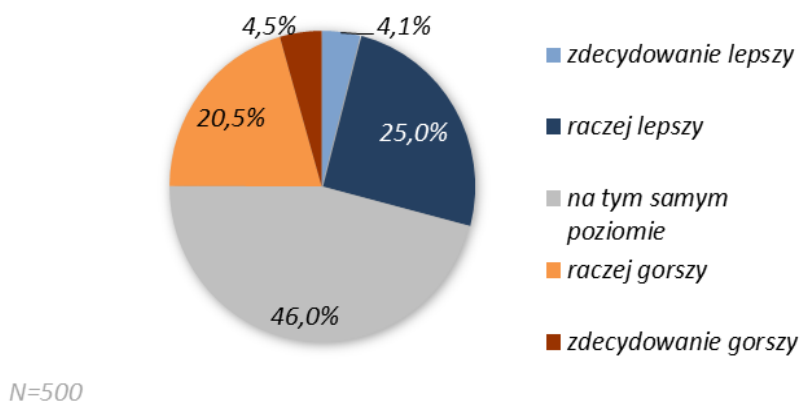


Źródło: Opracowanie własne na potrzeby badania na podstawie danych uzyskanych z 500 wywiadów.

39% przebadanych małopolskich przedsiębiorstw turystycznych zadeklarowało wzrost osiągniętych przychodów w ostatnich 3 latach. Biorąc pod uwagę rozróżnienie terytorialne, w Krakowie odsetek ten był znacznie wyższy i wyniósł 41,7%, a na pozostałym obszarze Małopolski wzrost przychodów zadeklarowało 36% respondentów. Sytuacja małopolskich podmiotów była znacznie lepsza niż w reszcie kraju, gdzie zwiększenie przychodów, jak wcześniej wskazano, dotyczyło 29% badanych podmiotów. Dynamiczny wzrost przychodów jest jednym z wyjaśnień szybszego wzrostu liczby biur podróży w Małopolsce niż w pozostałych regionach.

Ponadto, przeanalizowano przewidywania przychodów na 2012 rok w odniesieniu do roku 2011. Respondenci wskazywali, że przychody będą kształtowały się na ustabilizowanym poziomie (46%). Co czwarty badany szacował, że będą one raczej lepsze, natomiast co piąty oceniał, iż będą raczej gorsze.

Wykres 3. Ocena poziomu przychodów w roku 2012 względem roku 2011



Źródło: Opracowanie własne na potrzeby badania na podstawie danych uzyskanych z 500 wywiadów.

Badane przedsiębiorstwa w kraju, prognozujące taki sam poziom przychodów w kolejnym roku, nie różnicują się istotnie ze względu na lokalizację. Prognozy małopolskich przedsiębiorców są nieznacznie bardziej optymistyczne niż średnia krajowa – 32,6% małopolskich przedsiębiorców wskazuje, że rok 2012 będzie lepszy pod względem finansowym niż rok 2011. Na niezmiennosc tego poziomu w kolejnym roku wskazało 46,7%. Zarówno firmy zlokalizowane w Krakowie, jak i poza nim przewidują, że przychody w roku 2012 nie będą się znacząco różniły względem roku 2011 (46,4% badanych z Krakowa i 47% badanych spoza Krakowa).

Poziom rozwoju bazy noclegowej oraz natężenie ruchu turystycznego w kraju i w Małopolsce

W 2010 roku najwięcej całorocznych miejsc noclegowych znajdowało się w Małopolsce, a ich liczba ponad dwukrotnie przewyższa średnią krajową. Natomiast tempo, w jakim przybywało nowych miejsc noclegowych w województwie małopolskim w okresie 2006-2010, było niższe niż w skali Polski, co może oznaczać, że rynek w tym regionie stopniowo ulega nasyceniu. W podobnej sytuacji są województwa: zachodniopomorskie i dolnośląskie, zajmujące odpowiednio 2. i 3. miejsce. Warto zauważyć, że biorąc pod uwagę wzrost ilościowy, Małopolska uplasowała się na 4 miejscu, w okresie 2006-2010 przybyło tu bowiem ponad 5 700 miejsc noclegowych. Większa ilość miejsc noclegowych pojawiła się tylko w województwach śląskim (6 200), wielkopolskim (7 287) i mazowieckim (7 416). Ponadto, warto zaznaczyć, że pozycja małopolskiego w udziale miejsc noclegowych w kraju spadła z 15,8% (w 2006 roku), do 14,9 % (w 2010 roku).

W 2010 roku w Małopolsce na jedno biuro podróży przypadało 160 miejsc noclegowych. Wartość tego wskaźnika wykazuje istotne rezerwy wzrostu. Warto zauważyć, że w Wielkopolsce wskaźnik ten wynosi 117, a na Mazowszu 64. W Małopolsce istnieje największa całoroczna baza noclegowa zakwaterowania zbiorowego, można zatem zakładać, że istniejąca baza noclegowa pozwala na rozwój rynku biur podróży w regionie. Wzrost liczby biur podróży może być istotnym katalizatorem rozwoju branży i pociągnąć za sobą wzrost ilości miejsc noclegowych i ich wykorzystania.

Na potrzeby raportu podjęto także próbę określenia rozwoju funkcji turystycznej Małopolski na tle pozostałych województw przez przeprowadzenie analizy atrakcyjności turystycznej wskazanych obszarów. Pierwszy ze wskaźników – wskaźnik Baretje'a i Deferta – biorący pod uwagę całkowitą liczbę miejsc noclegowych przypadających w regionie na 100 mieszkańców wskazał, że w 2010 roku Małopolska znajdowała się na czwartym miejscu w kraju, za zachodniopomorskim (6,29), pomorskim (3,58) i warmińsko-mazurskim (2,64), z wartością wskaźnika Baretje'a i Deferta na poziomie 2,11 (dane dla roku 2010). Rozkład wartości wskaźnika koresponduje z rozkładem regionów o największej liczbie turystów krajowych długookresowych, gdzie również pierwsze dwa miejsca należą do pomorskiego i zachodniopomorskiego. Jednakże, biorąc pod uwagę wskazane cztery województwa, tylko w małopolskim zmiana w okresie 2006-2010 była dodatnia (wzrost o 0,2). Z kolei licząc wskaźnik Baretje'a i Deferta dla całorocznych miejsc noclegowych na 100 mieszkańców dla 2010 roku, Małopolska z wartością 1,85 zajmuje drugą pozycję w kraju, za województwem zachodniopomorskim osiągającym wartość 2,76. W okresie 2006-2010 wartość wskaźnika w Małopolsce generalnie wzrastała w tempie zbliżonym do reszty kraju. Warto odnotować nieznaczną różnicę w wartości wskaźnika liczonego dla całorocznych miejsc noclegowych i miejsc noclegowych w Małopolsce ogółem, co wskazuje na całoroczny charakter turystyki w Małopolsce.

Kolejny z zastosowanych wskaźników to współczynnik Charvata, uwzględniający ilość miejsc noclegowych do powierzchni jednego kilometra kwadratowego. Dla Małopolski współczynnik ten przyjmuje najwyższą wartość w kraju, zarówno biorąc pod uwagę liczbę miejsc noclegowych ogółem (4,61), jak i liczbę całorocznych miejsc noclegowych (4,03) na km². Należy zauważyć, że Małopolska, która ma najwięcej całorocznych miejsc noclegowych, zajmuje dopiero 4. pozycję pod względem stopnia ich wykorzystania. Niestety, notowany w Małopolsce stopień wykorzystania miejsc noclegowych w 2010 roku – 35,5% – był zbliżony do średniego stopnia wykorzystania miejsc w kraju – 35%. Jest to istotny spadek wartości wskaźnika od 2006 roku, kiedy to średnia krajowa wynosiła 34%, a rezultat dla Małopolski 39%.

Według wskaźnika intensywności ruchu turystycznego *Schneidera* – liczba turystów ogółem przypadająca na 1000 mieszkańców – w 2010 roku Małopolska (867,3) była regionem, który pod tym względem ustępował jedynie zachodniopomorskiemu (1031,7). Należy zauważyć, że w okresie 2006-2010 wartość badanego wskaźnika rosła dynamiczniej dla Polski niż dla Małopolski.

Małopolska posiada stosunkowo najwyższą liczbę turystów przypadających na km² powierzchni spośród polskich regionów, co określa *wskaźnik funkcji turystycznej Deferta*, który wynosił dla województwa małopolskiego w 2010 roku 189,19. Małopolska to województwo o stosunkowo niewielkiej powierzchni, na której gęsto skupione są walory turystyki kulturowej oraz baza noclegowa. Biorąc pod uwagę ten wskaźnik, wzrost funkcji turystycznej w Małopolsce w badanym okresie był dość dynamiczny i tylko na Mazowszu miał miejsce dynamiczniejszy przyrost w tym zakresie (24,38 względem 15,72).

Niezmienne najwięcej turystów zagranicznych korzystało z obiektów zbiorowego zakwaterowania w województwie małopolskim 2010 roku - 896,1 tys., a niewiele mniej w mazowieckim – 894,6 tysięcy. Ponadto, te regiony wyraźnie wyróżniają się na tle pozostałych, gdyż w 2010 roku nocowało w nich w sumie ponad 43% wszystkich zagranicznych turystów. Niemal w całej Polsce odnotowano spadki w ilości turystów zagranicznych, które można przypisać skutkom światowego kryzysu ekonomicznego. Mimo, że Małopolska pozostała liderem pod względem ilości odwiedzających ją turystów zagranicznych, to zjawisko to także ją dotknęło – liczba przyjeżdżających obcokrajowców ustabilizowała się w latach 2006-2009 na poziomie 1,6 mln. Jednakże w 2010 roku odnotowano ich przyrost do 1,9 mln.

Obszarem najczęściej obieranym za cel podróży przez krajowych turystów było Mazowsze. W przypadku tego regionu także zmiana w roku 2010 w stosunku do 2006 była najwyższa (ok. 49%). Małopolska zajęła 2. pozycję pod względem liczby przyjazdów rodzimych turystów korzystających z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2010 roku. Przyrost turystów krajowych był dużo słabszy i wynosił 16,34%, przyjmując jednocześnie wartość poniżej średniej dla kraju (w latach 2006-2010 – 23,7%).

Frekwencja w muzeach i galeriach oraz liczba tych placówek w regionie

W województwach małopolskim i mazowieckim znajduje się najwięcej muzeów, a ich liczba w poszczególnych latach jest zbliżona, a dla lat 2006 i 2010 wręcz taka sama – odpowiednio 103 i 115. W Małopolsce i na Mazowszu zlokalizowana jest podobna ilość muzeów, ale dużo więcej osób odwiedza placówki w Małopolsce (w 2010 roku 6,5 mln w Małopolsce i 4,7 mln na Mazowszu). Jednak, biorąc pod uwagę zwiększenie ilości zwiedzających w obu województwach, na Mazowszu zmiana wyniosła 63,14%, podczas gdy w Małopolsce tylko 18%, czyli poniżej dynamiki ogólnopolskiej (29,17%). W Małopolsce średnia frekwencja w placówce wynosiła 56 tys. i była najwyższa w kraju (dane dla roku 2010).

Podobnie jak w przypadku muzeów, tak biorąc pod uwagę liczbę galerii oraz salonów sztuki liderem jest Małopolska. Na początku analizowanego okresu dystansowała ona zdecydowanie drugie w kolejności województwo mazowieckie, ale w 2010 roku różnica między nimi była już niewielka (67 do 64 placówek). Jednakże, przyglądając się statystykom odwiedzin w galeriach i salonach sztuki widać, że prym wiedzie województwo mazowieckie z ponad 1 mln zwiedzających w 2010 roku. Małopolska zajęła drugie miejsce z frekwencją około 436,6 tys. w 2010 roku.

Określenie podaży markowych produktów turystycznych

Najwięcej lokalnych organizacji turystycznych (LOT) istnieje w województwie pomorskim. Dwukrotnie mniej LOT-ów posiada warmińsko-mazurskie i zachodniopomorskie. Małopolskie plasuje się w połowie zestawienia, razem z województwem podkarpackim. W tych regionach działa 5,93% wszystkich organizacji (dane dla roku 2010).

Nie można mówić o zależności między ilością certyfikatów Polskiej Organizacji Turystycznej (POT), a liczbą turystów i liczbą biur podróży funkcjonujących na danym terenie. Certyfikaty POT wydają się raczej być nagrodą branżową, której oddziaływanie ogranicza się raczej do twórców produktów turystycznych, niż do odbiorców końcowych.

Turystyka w Polsce i w Małopolsce na tle innych krajów Unii Europejskiej

Zarówno udział turystyki w PKB w Polsce w ujęciu pośrednim (5,1%), jak i bezpośrednim (1,9%) oraz procent zatrudnionych w turystyce w stosunku do wszystkich pracujących, jest na poziomie analogicznym do Niemiec (bezpośrednio 1,9%, pośrednio 4,9%) – dane dla roku 2010.

W Polsce w 2010 roku liczba turystów zagranicznych wynosiła 3,8 mln, co jest wartością najbardziej zbliżoną do Węgier, które w analogicznym roku odwiedziło 3,2 mln gości zagranicznych. Co ciekawe, co piąty turysta zagraniczny odwiedzający Polskę odwiedził Małopolskę. Jest to istotna karta przetargowa, która powinna dawać Małopolsce ważny głos w kreowaniu polityki promocyjnej naszego kraju na arenie międzynarodowej.

Wskaźnik Baretje'a i Deferta, czyli liczba wszystkich miejsc noclegowych na 100 mieszkańców, odnotowany w Polsce w 2009 roku, wyniósł 1,59 miejsca noclegowego na 100 mieszkańców, co jest rezultatem zbliżonym najbardziej do Rumuni i Łotwy. Jego wartość w trzech wymienionych krajach była najniższa w Europie i znacząco odbiegała od pozostałych krajów.

Wartość wskaźnika wyliczona dla Małopolski w 2009 roku dawała jej drugie miejsce w kraju i wynosiła 4,53. Należy wspomnieć, że była zbliżona do tych wyliczonych dla Słowenii (4,23) czy Finlandii (4,11).

Wskaźnik nasycenia bazą turystyczną Charvata pokazuje liczbę całorocznych miejsc noclegowych przypadająca na km² powierzchni i dla naszego kraju w 2009 roku wyniósł 1,94. Jego wartość w Polsce należy do najniższych w Europie. Niższe wartości wskaźnik przyjmuje tylko dla Rumuni, Szwecji, Estonii, Łotwy i na Litwy.

Wartość wskaźnika w Małopolsce była najwyższa w kraju i wyniosła 4,53 w 2010 roku, co jest najbliższe wartościom wskaźnika dla Słowenii czy Republiki Czeskiej.

O ile więc można mówić o wyraźnie lepszym rozwoju funkcji turystycznej w Małopolsce w stosunku do innych regionów kraju, o tyle w porównaniu z krajami starej Unii widoczny jest wyraźny potencjał wzrostu w tym zakresie.



WYDAWCA:
URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO
UL. BASZTOWA 22, 31-156 KRAKÓW

ADRES DO KORESPONDENCJI;
UL. RACŁAWICKA 56, 30-017 KRAKÓW
www.gospodarka.obserwatoria.malopolska.pl

PUBLIKACJA DYSTRYBUOWANA NIEODPŁATNIE



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego