

**PILOTAŻOWE BADANIE
WIELKOŚCI RUCHU
TURYSTYCZNEGO
W WOJEWÓDZTWIE MAZOWIECKIM**

- RAPORT 2018 -

Mazowsze.
serce Polski

MR **T** MAZOWIECKA REGIONALNA
ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Projekt zrealizowany na zlecenie
Samorządu Województwa Mazowieckiego
oraz Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej

Realizacja: Danae Sp. z o.o., Realizacja Sp. z o.o.
Pod kierunkiem Grażyny Pol





Szanowni Państwo!

Turystyka jest ważną gałęzią gospodarki Mazowsza. W ciągu ostatnich 20 lat obserwujemy w naszym regionie jej dynamiczny rozwój – zarówno dzięki zrealizowanym inwestycjom, jak i podejmowanym działaniom promocyjnym. Ważne było również wsparcie Unii Europejskiej. W poprzedniej perspektywie finansowej 2007 – 2013 Mazowsze wydało 800 mln zł na projekty związane z kulturą i turystyką, w tym na rewitalizację zabytków.

Wszystko to sprawiło, że wzrosła atrakcyjność regionu. Oferta turystyczna jest coraz bogatsza, a powstające produkty turystyczne są coraz ciekawsze. Mazowsze ma wiele do zaproponowania.

Aby świadomie zaplanować kierunki dalszego rozwoju turystyki w regionie, potrzeba twardych danych. W 2018 r. Samorząd Województwa Mazowieckiego wspólnie z Mazowiecką Regionalną Organizacją Turystyczną przeprowadził pilotażowe badania rynku turystycznego w województwie mazowieckim. Pozwoliły one oszacować wielkość ruchu turystycznego w regionie, ale również objęły swoim zakresem wydatki ponoszone podczas podróży turystycznych, charakterystykę przyjazdów, profil odwiedzających województwo mazowieckie oraz ich oczekiwania i preferencje. Jak widać, badania nie tylko dostarczają nam informacji o liczbie turystów odwiedzających Mazowsze, ale też określają kim są turyści, a taka wiedza jest podstawą do stworzenia modelu efektywnej komunikacji.

Bardzo ciekawa jest część badań dotycząca wizerunku i emocjonalnych skojarzeń dotyczących Mazowsza, a dla jednostek samorządu terytorialnego oraz przedsiębiorców niezwykle ważne są szacunkowe wpływy z turystyki dla gospodarki w województwie mazowieckim.

Zapraszam do lektury raportu z badań. Z pewnością dostarczy on Państwu cennych informacji przydatnych do planowania działań dotyczących rozwoju turystyki na Mazowszu – sercu Polski!

Adam Struzik

Marszałek Województwa Mazowieckiego





Szanowni Państwo!

Samorząd Województwa Mazowieckiego od lat aktywnie wspiera rozwój turystyki w naszym regionie. Wiadomo, że ma ona pozytywny wpływ na poziom gospodarczy. Wiemy też, że pieszy z plecakiem lub rowerzysta to ostatnio niemal nieodłączny element krajobrazu Mazowsza. Obserwacje i doświadczenie podpowiadają, że turystów jest u nas coraz więcej. Ale ilu dokładnie i kim oni są? Co ich interesuje? Na co najchętniej wydają pieniądze? Postanowiliśmy to sprawdzić.

Celem badań pilotażowych było określenie wielkości ruchu turystycznego w regionie, wydatków ponoszonych podczas podróży turystycznych, charakterystyki przyjazdów, profilu odwiedzających województwo mazowieckie oraz ich oczekiwań i preferencji.

Wiemy już, że teren województwa mazowieckiego co roku odwiedzają w celach turystycznych ponad 32 miliony osób, z czego na co najmniej jedną noc zostaje 3 miliony 600 tysięcy osób. 25% tej liczby to warszawianki i warszawiacy. Teza, że o jakości życia w wielkim mieście decyduje także dostęp do przyrody i miejsc służących rekreacji, znalazła potwierdzenie w liczbach. Mieszkańcy stolicy doceniają atrakcyjne tereny wypoczynkowe blisko miejsca zamieszkania, ale dowiedzieliśmy się też, że nadal jest jeszcze sporo do zrobienia w zakresie rozwoju zaplecza turystycznego.

W pilotażowym badaniu podjęto próbę oszacowania wpływów z turystyki. Jest to trudne z powodu braku tzw. rachunku satelitarnego, z deklaracji badanych wynika natomiast, że na jedną osobę podczas całego wyjazdu wydawano średnio 263 zł. Jeśli pomnożymy tę kwotę przez liczbę turystów odwiedzających województwo, otrzymamy imponujący zastrzyk gotówki dla regionu. Śmiało zaryzykuję twierdzenie, że można tę sumę potroić, jeśli turyści otrzymają bogatszą ofertę kulinarną, pamiątkarską i noclegową. Przekazuję Państwu te pilotażowe wyniki badań z nadzieją, że wzmocnią one Państwa przekonanie o celowości inwestowania w turystykę: to się po prostu opłaca, a zadowolenie gości, którzy powracają do ciekawych i dobrze przygotowanych miejsc, daje mnóstwo satysfakcji.

Wiesław Raboszuk

Wicemarszałek Województwa Mazowieckiego



Wstęp	7
Podróżujący Polacy	8
Charakterystyka województwa	8
Techniki badawcze	9
Szacowana wielkość ruchu turystycznego w województwie mazowieckim	10
Miejsce zamieszkania respondentów	11
Charakterystyka przyjazdów	11
Cel przyjazdu	13
Towarzystwo w podróży	15
Wykorzystywane środki transportu	15
Długość pobytu	16
Noclegi i zakwaterowanie	17
Profil odwiedzających województwo mazowieckie	18
Uniwersalne typy odwiedzających segmentów – osoby	20
Wydatki w związku z pobytem w województwie mazowieckim	27
Szacunkowe wpływy z turystyki dla gospodarki województwa mazowieckiego	28
Wizerunek województwa mazowieckiego	29
Wizerunek emocjonalny – badania jakościowe	31
Wizerunek funkcjonalny – badania jakościowe	34
Oferta turystyczna województwa mazowieckiego	35
Najpopularniejsze atrakcje i produkty turystyczne województwa mazowieckiego	36
Wnioski i rekomendacje	41



Prezentowane pilotażowe badanie wielkości i specyfiki ruchu turystycznego w województwie mazowieckim jest pierwszym od lat pomiarem dotyczącym całego regionu mającym na celu oszacowanie wielkości ruchu turystycznego, jak również zarysowanie profilu osób odwiedzających województwo w celach turystycznych. Jednocześnie zmierzaliśmy się z tematem wydatków osób podróżujących. Na podstawie pomiarów ilościowych i jakościowych odtworzyliśmy i zarysowaliśmy najważniejsze elementy wizerunku województwa.

Dla wyczerpującego opisu zjawiska, jakim jest ruch turystyczny posłużyliśmy się szeregiem zagadnień szczegółowych. W pomiarach zwróciliśmy uwagę na takie cechy ruchu turystycznego jak: jego wielkość, długość pobytu podróżnych w regionie, strukturę ruchu turystycznego, cechy przestrzenne tego ruchu tj. miejsca koncentracji oraz pochodzenie odwiedzających, sposób dotarcia do regionu, cele przyjazdu, sposób spędzania czasu podczas podróży jak również wydatki związane z przyjazdem. Poznaliśmy elementy wizerunku województwa odbierane negatywnie oraz te postrzegane pozytywnie, które należy rozpowszechniać i rozwijać.

Jako najistotniejsze ustalenia pomiaru należy wskazać:

1. **Oszacowanie całego przyjazdowego ruchu turystycznego w województwie mazowieckim z wyłączeniem Warszawy**, dla której szacunki były znane już wcześniej. Łącznie w ciągu roku przyjeżdża na teren województwa mazowieckiego w celach turystycznych ponad **32 miliony osób**. Z czego na co najmniej jedną noc zostaje **3 miliony 600 tysięcy osób**. Liczbę osób odwiedzających województwo mazowieckie (z wyłączeniem Warszawy) lecz nie pozostających na nocleg oszacowano na 28 milionów 600 tysięcy.
2. Ustalenie miejsca zamieszkania osób podróżujących po województwie mazowieckim. **Jedna czwarta wszystkich odwiedzających województwo mazowieckie** (z wyłączeniem Warszawy) **stanowili mieszkańcy stolicy**. Kolejne 12% to mieszkańcy powiatów przyległych do Warszawy: grodzkiego, legionowskiego i warszawskiego zachodniego.
3. Ustalenie wysokości wydatków na cele turystyczne. **Badani deklarowali, że na jedną osobę podczas całego wyjazdu wydają średnio 263 zł.**
4. Internet jest największym zewnętrznym źródłem informacji dla podróżujących. Badani korzystają zarówno z mediów społecznościowych, stron internetowych jak również aplikacji mobilnych na smartfony. Warto inwestować w technologie umożliwiające dotarcie do turystów tą drogą.
5. Wśród turystów podróżujących po województwie mazowieckim (z wyłączeniem Warszawy) **istnieją segmenty potrzeb i motywacji**. W ramach badania ilościowego wyodrębniliśmy cztery główne typy podróżujących: sentymentalnego spacerowicza, powracającego studenta, aktywną rodzinę oraz turystę biznesowego.

PODRÓŻUJĄCY POLACY

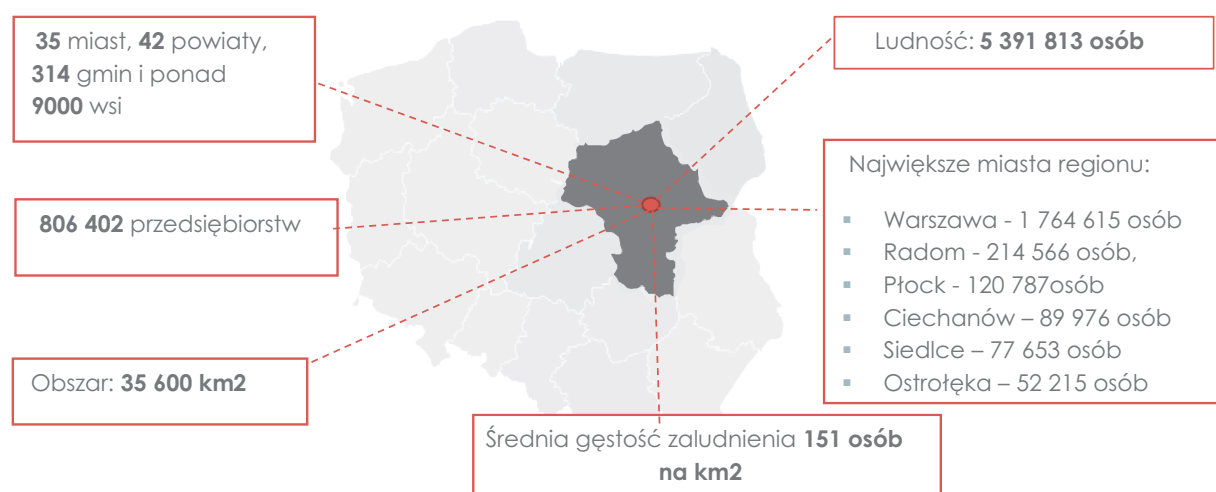
Dane z 2017 roku wskazują, że **ponad połowa mieszkańców Polski** w wieku 15 lat lub więcej uczestniczyła w przynajmniej jednej podróży turystycznej¹. Posługując się liczbami całkowitymi, można powiedzieć, że w 2017 roku, ponad 19 milionów Polaków podjęło podróż poza miejsce stałego zamieszkania. **Jednocześnie warto podkreślić, że liczba ta wzrosła o niemal 4,5% w stosunku do roku 2016.**

Osoby, korzystające z noclegu w obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych, w zdecydowanej większości (75%) nocują w hotelach, motelach lub pensjonatach. Turyści zagraniczni również wybierają przede wszystkim obiekty hotelowe. Niemal 90% z nich korzysta z noclegu w tego typu miejscach.²

CHARAKTERYSTYKA WOJEWÓDZTWA

Województwo mazowieckie jest największym w Polsce. Często wymiennie nazywane jest Mazowszem, choć teraźniejszy kształt województwa tylko częściowo pokrywa się z historycznymi granicami krainy mazowieckiej. W obecnym kształcie województwo mazowieckie funkcjonuje od 1 stycznia 1999 roku. Podstawowe informacje administracyjne prezentuje Mapa 1. Na terenie województwa funkcjonują trzy lotniska międzynarodowe w Warszawie, Nowym Dworze Mazowieckim oraz Radomiu, łącznie obsługujące w ciągu roku 18,7 mln pasażerów³. Łączność drogową z pozostałymi rejonami kraju zapewniają trasy ekspresowe S7, S8, S10, S12, S17 i S19 oraz autostrada A2, które przebiegają przez terytorium województwa.

Mapa 1. Dane administracyjne⁴



¹ Podróże turystyczne to inaczej ruch turystyczny. Jedna podróż turystyczna może obejmować odwiedzinę w kilku miejscach. Źródło: Badania konsumentów usług turystycznych w regionach, Praca zbiorowa po redakcją naukową Ewy Dziedzic

² Turystyka w 2017, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2018. Publikacja dostępna na stronie: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/>

³ http://www.ulc.gov.pl/_download/statystyki/2017/wg_portow_lotniczych_4kw2017.pdf [dostęp: 25.09.2018r.]

⁴ Źródło danych: bdl.stat.gov.pl, dane aktualne na 06.2017 r.



Badanie składało się z **dwóch modułów**. Pierwszy ilościowy realizowany był w **punktach o wysokiej atrakcyjności turystycznej** położonych w granicach województwa mazowieckiego. Respondentami były osoby odwiedzające te miejsca. Ponadto wykonano pomiar na **ogólnopolskiej próbie mieszkańców Polski**. Uzupełnieniem badania był moduł jakościowy, w skład, którego weszły **zogniskowane wywiady grupowe** oraz **indywidualne wywiady pogłębione**, oba rodzaje realizowane z turystami, którzy w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy odwiedzili województwo mazowieckie.

	Technika	Wielkość próby
	Desk research	N=3 072 dla pomiaru szacowania wielkości ruchu turystycznego N=10 punktów pomiarowych N=2 072 wywiadów N=1 000 wywiadów
	TAPI	
	Próba odwiedzających	
	CAWI	
	Próba ogólnopolska	
		
	FGI	Trzy spotkania, w których wzięło udział 18 osób
	Osoby odwiedzające i nieodwiedzające Mazowsze	
	IDI z elementami etnografii	N=12
	Z osobami reprezentującymi poszczególne segmenty odwiedzających	
	IDI z ekspertami z dziedziny turystyki mazowieckiej	
	Raport końcowy wraz z rekomendacjami	

SZACOWANA WIELKOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAZOWIECKIM

Do szacowania wielkości i specyfiki ruchu turystycznego na terenie Warszawy wykorzystano dane już istniejące. Miasto stołeczne Warszawa prowadzi własne badania ruchu, dlatego zbędne było powtórzenie tego procesu. Dla poznania proporcji wielkości przepływów turystów w stolicy i reszcie regionu wykorzystano dane z badania ogólnopolskiego. Szacowanie przepływów na terenie województwa mazowieckiego odbyło się z wykorzystaniem statystyk publicznych oraz pozyskanych w drodze badania ilościowego.

Wielkość całego przyjazdowego ruchu turystycznego w całym województwie mazowieckim oszacowano na niemal 58 mln osób.

Ruch turystyczny w województwie mazowieckim (po wyłączeniu danych dla Warszawy) **to w zdecydowanej większości podróże jednodniowe**. Jedynie 11% wszystkich podróżnych stanowili turyści, czyli osoby pozostające na nocleg.

Na znaczną przewagę podróży jednodniowych wpływ może mieć obecność miasta stołecznego w centrum regionu. Warszawa przyciąga podróżujących zainteresowanych kulturą i sztuką jak również podróżujących w celach biznesowych czy edukacyjnych. Podróże tego typu mają często charakter krótkotrwały. Wypady poza stolicę służą wówczas urozmaiceniu wyjazdu, bywają dodatkiem do turystycznej oferty Warszawy. Z drugiej zaś strony warszawia-cy to jedna czwarta wszystkich podróżujących po województwie mazowieckim. W tym przypadku również znaczny odsetek to podróże jednodniowe. Ich celem często bywa krótki wypoczynek w ciszy na łonie natury, w miejscu, będącym w zasięgu godziny jazdy samochodem od stałego miejsca zamieszkania.

Badanie w wybranych lokalizacjach województwa mazowieckiego ujawniło, że 93% osób je odwiedzających stanowią mieszkańcy Polski. Wśród nich, najliczniejszą grupą są mieszkańcy województwa mazowieckiego (71%). W dalszej kolejności wśród najczęściej odwiedzających znaleźli się mieszkańcy województwa łódzkiego, stanowiący 7% ruchu turystycznego oraz kujawsko-pomorskiego i lubelskiego po 4%. Najrzadziej do województwa mazowieckiego przyjeżdżają mieszkańcy: opolskiego, lubuskiego i zachodniopomorskiego.

Tabela 1. Szacowana liczba podróżujących po województwie mazowieckim

	 Turyści ogółem	 Turyści zagraniczni	 Odwiedzający jednodniowi	 Ogółem
Z wyłączeniem Warszawy	3 601 517	82 396⁵	28 611 125	32 212 642
z Warszawą⁶	13 281 517	2 712 369	44 681 125	57 962 642

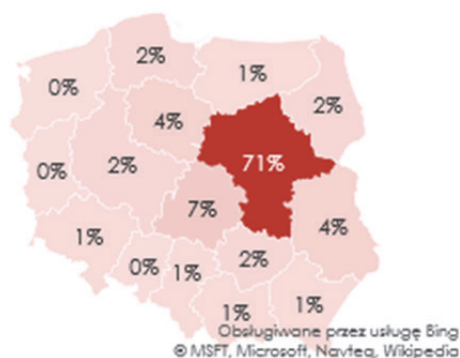
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ilościowego



MIEJSCE ZAMIESZKANIA RESPONDENTÓW

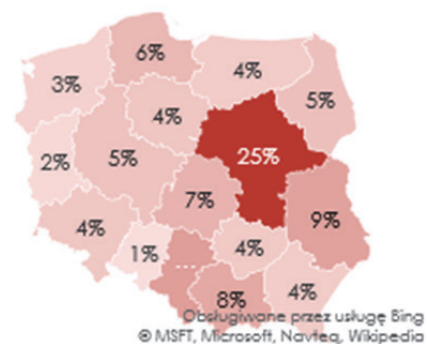
Struktura osób przebadanych bezpośrednio na terenie województwa mazowieckiego różni się od tej z badania ogólnopolskiego. W przypadku próby mazowieckiej dane dotyczą osób obecnych w miejscu pomiaru. W badaniu ogólnopolskim, pytanie dotyczyło podróży, które respondenci odbyli w ciągu ostatnich 24 miesięcy. Mogli oni wskazać dowolną liczbę województw. Oba pomiary wskazują na silny trend podróżowania mieszkańców województwa mazowieckiego w obrębie własnego województwa. Mapy 2 i 3 prezentują miejsce zamieszkania badanych w obu podpróbach.

Mapa 2. Gdzie Pan(i) mieszka na stałe? N=2072



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

Mapa 3. Które regiony odwiedził (a) Pan(i) w celach turystycznych w ciągu ostatnich 24 miesięcy? N=357.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

CHARAKTERYSTYKA PRZYJAZDÓW

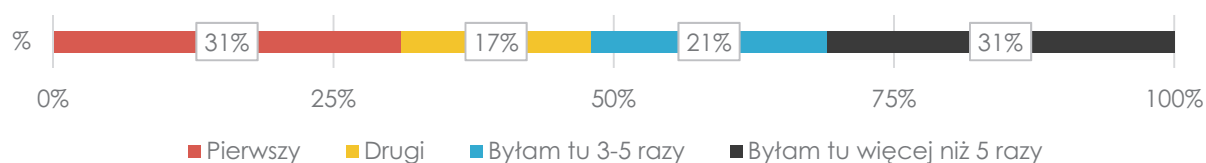
O poziomie patriotyzmu lokalnego, atrakcyjności turystycznej regionu oraz znajomości dostępnych atrakcji turystycznych świadczy **odsetek podróży wewnątrzwojewódzkich**. Najczęściej w obszarze swojego województwa podróżują mieszkańcy dolnośląskiego (79%), małopolskiego (69%) oraz kujawsko-pomorskiego (63%). **Województwo mazowieckie plasuje się na czwartej pozycji z wynikiem 55%**. Najrzadziej swoje województwo odwiedzają mieszkańcy zachodniopomorskiego, lubuskiego oraz łódzkiego.

Niemal 1/3 badanych była w badanej lokalizacji po raz pierwszy. Częściej taka sytuacja dotyczyła cudzoziemców oraz osób młodych, pomiędzy 25 a 44 rokiem życia. Osoby starsze i bardzo młode – od 17 do 24 roku życia – istotnie częściej niż pozostali powracają do miejsc wcześniej im znanych.

⁵ Szacunki rejestrowanego ruchu turystycznego na terenie województwa mazowieckiego z wyłączeniem Warszawy

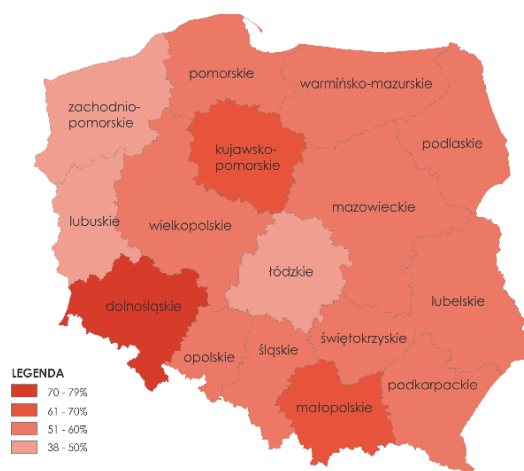
⁶ Szacunki na podstawie danych z publikacji: Turystyka w Warszawie, Raport 2017

Wykres 1. Pytanie: Który raz przyjechała Pan(i) do tej miejscowości? (N=2072)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

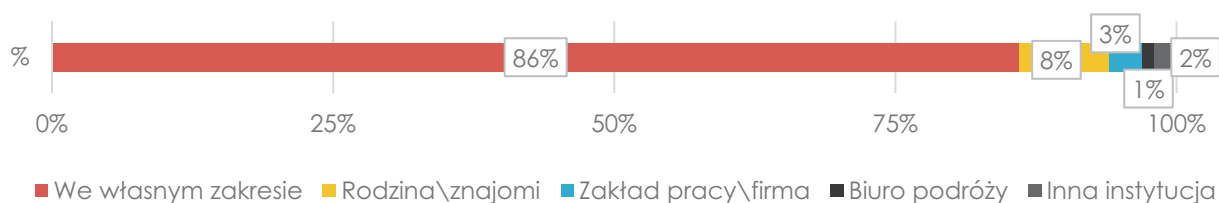
Mapa 4. Odsetek osób podróżujących wewnątrz województwa, które zamieszkują. N=1001



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

Badani respondenci w zdecydowanej większości **samodzielnie organizowali swoje przyjazdy** (86%). Drugim pod względem wielkości organizatorem wyjazdów jest rodzina lub znajomi, co oznacza, że niemal nie istnieją w percepcji badanych firmy prywatne organizujące wyjazdy na terenie województwa mazowieckiego, a respondenci preferują i potrafią zorganizować wyjazdy samodzielnie.

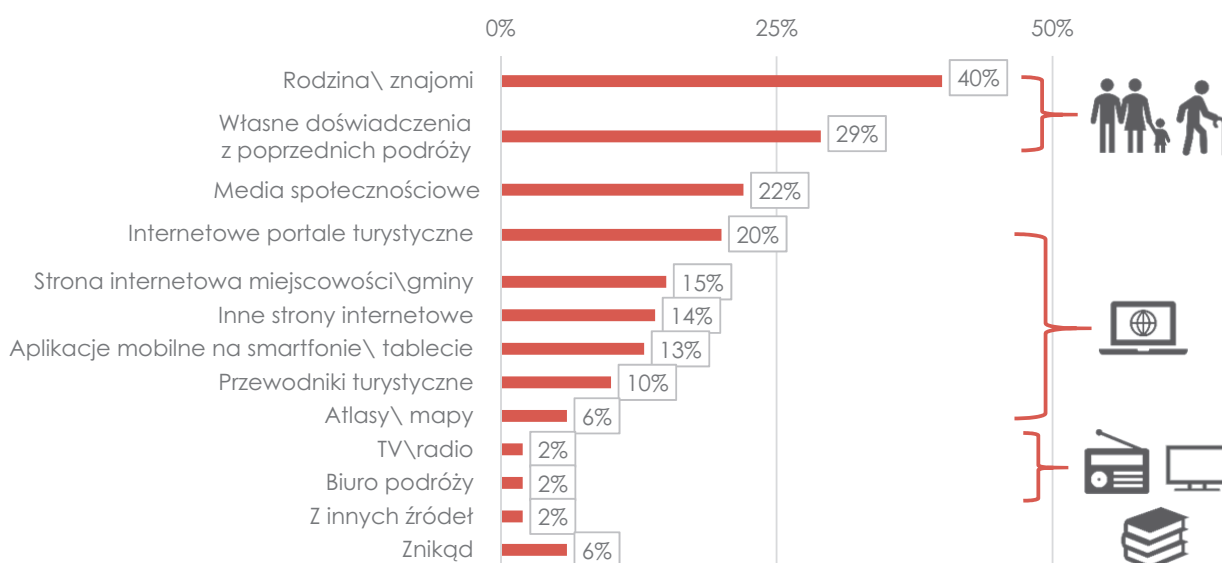
Wykres 2. Pytanie: Kto zorganizował Pan (i) przyjazd do miejscowości ...? (N=2072)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

Badani zbierając informacje o miejscu podróży głównie korzystają z doświadczenia **rodziny lub znajomych** - 40%. Drugie pod względem liczebności źródło informacji stanowią sami badani a dokładnie doświadczenie, jakie zyskali w poprzednich wyjazdach. Pozostałe źródła są mieszkanką różnych form pozyskiwania informacji w Internecie – od mediów społecznościowych i stron internetowych po aplikacje mobilne na smartfony. **Internet jest największym zewnętrznym źródłem informacji dla podróżujących.** Warto inwestować w technologie umożliwiające dotarcie do turystów tą drogą.

Wykres 3. Pytanie: Skąd czerpała Pan(i) informacje o mieście przed przyjazdem? N=2072



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

CEL PRZYJAZDU

Turyści przyjeżdżają do województwa mazowieckiego (z wyłączeniem Warszawy) **zwykle w celu wypoczynku** (32%). Jest to motywacja, którą najczęściej kierują się wszyscy podróżni z wyjątkiem jednodniowych turystów zagranicznych, którzy zwykle są tu po prostu przejazdem (39%). Odwiedziny krewnych lub znajomych deklarowało 17% badanych, przy czym w grupie osób mieszkających na stałe zagranicą odsetek ten jest dwukrotnie wyższy i sięga 34 punktów procentowych. Struktura celów przyjazdowych jest istotnie różna od tych przyświecających turystom podróżującym do stolicy. W Warszawie wyższy odsetek badanych kieruje się chęcią



zwiedzenia zabytków czy poznawaniem kultury i historii miejscowości. Tabela 2 zawiera strukturę celów osób podróżujących po województwie mazowieckim, z wyłączeniem danych dla Warszawy.

Wśród turystów zagranicznych najczęściej wskazywanym celem wizyty jest spotkanie z rodziną czy znajomymi. Struktura motywacji, wskazuje, że na teren województwa mazowieckiego przyjeżdżają osoby, które wcześniej wyemigrowały z terenu Polski.

Główny Urząd Statystyczny szacuje, że w 2017 roku poza granicami Polski przebywało czasowo około 2,5 mln obywateli naszego kraju, z czego zdecydowana większość w Europie (2,2 mln)⁷. Jednocześnie szacuje się, że 80% emigrantów z Polski przebywa za granicą co najmniej 12 miesięcy. Głównym powodem wyjazdów z Polski jest podjęcie pracy za granicą. Wniosek taki wynika z wielu badań statystycznych.⁸ Osoby przebywające na emigracji dość systematycznie powracają do Polski, w celu spotkania się z rodziną i znajomymi i tym samym stanowią istotną część ruchu turystycznego w województwie mazowieckim.

Tabela 2. Najpopularniejsze cele wizyt w województwie mazowieckim. Badanie mazowieckie(N=2072)

		Odwiedzający jednodniowi			Turyści	
		Ogółem	krajowi	zagraniczni	krajowi	zagraniczni ⁹
	Wypoczynek	32%	39%	9%	14%	31%
	Odwiedzenie krewnych lub znajomych	17%	13%	32%	26%	34%
	Zwiedzanie zabytków	9%	9%	6%	7%	11%
	Jestem tu przejazdem	9%	8%	39%	5%	3%
	Cel religijny	7%	5%		15%	3%
	Poznawanie kultury, historii i miejscowych zwyczajów	5%	4%	5%	10%	6%
	Sprawy służbowe	3%	2%	1%	4%	6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

⁷ Informacja o rozmiarach i kierunkach czasowej emigracji z Polski w latach 2004-2017, GUS, 2018

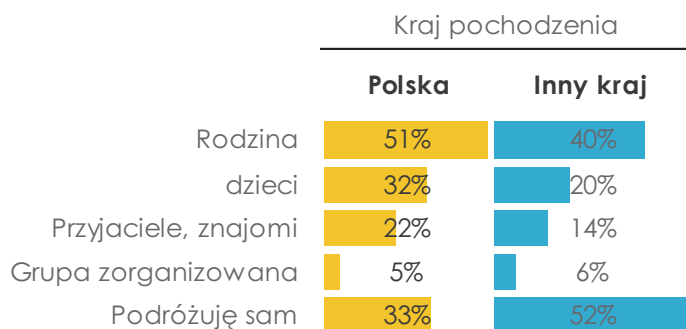
⁸ jw.



TOWARZYSTWO W PODRÓŻY

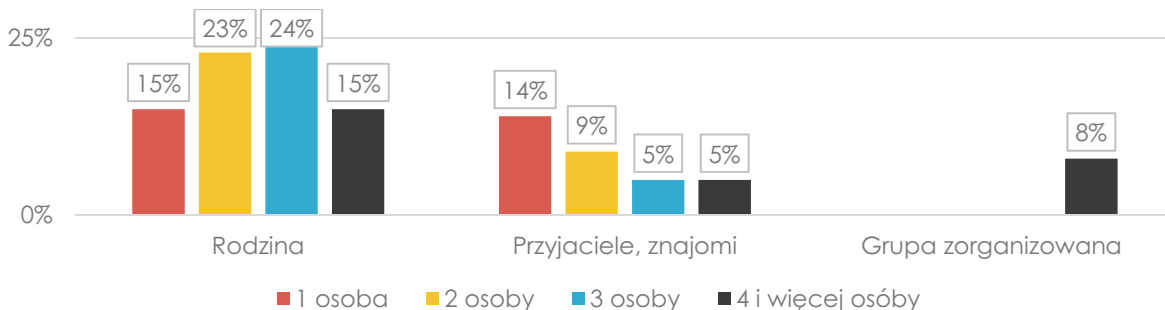
Wśród badanych **najliczniejszą grupę stanowią osoby podróżujące z rodziną**. Podróżni krajowi nieco częściej niż zagraniczni przyjeżdżają w małych grupach, trzech, czterech osób. Turyści zagraniczni w ponad połowie przypadków podróżują sami. Najmniej liczną kategorię podróży stanowiły grupy zorganizowane. Jedynie co dwudziesty badany podróżował w licznym towarzystwie.

Wykres 4. Pytanie: Kto towarzyszy Pan(i) w tej podróży? N=2072



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

Wykres 5. Pytanie: Kto towarzyszy Pan(i) w tej podróży? Podstawa bez osób podróżujących samemu. N=1361



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

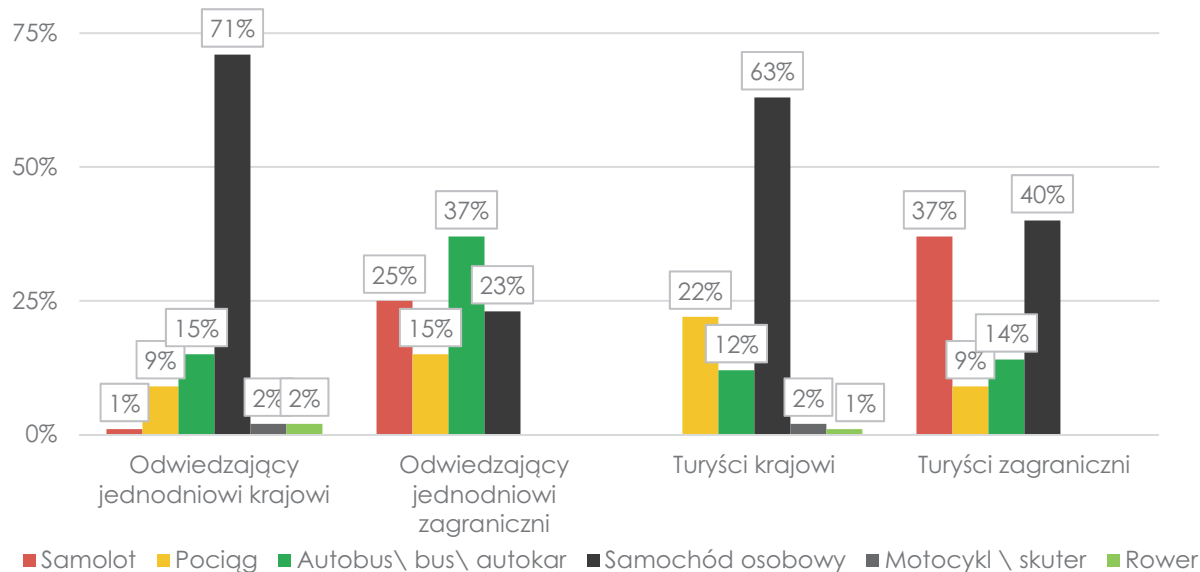
WYKORZYSTYWANE ŚRODKI TRANSPORTU

Wśród turystów odwiedzających Warszawę rozkład wykorzystania poszczególnych środków transportu jest relatywnie równomierny, z niewielką dominacją pociągu. W pozostałej części województwa, najczęściej podróżuje się samochodem (67%). Autobusem dociera 15% badanych a pociągiem 12%. Osoby korzystające z noclegu, częściej niż pozostałe grupy, wybierają pociąg (21%) a odwiedzający jednodniowi autobus (16%). Obywatele innych krajów najczęściej przyjeżdżali autobusem/autokarem (31%). Udział podróży samolotem i pociągiem w tej grupie również był wysoki (odpowiednio 28% i 27%).

⁹ Wyniki dla tej kategorii należy traktować poglądowo z uwagi na niską liczebność podgrupy.



Wykres 6. Pytanie: Którym środkiem transportu przybyła Pan(i) bezpośrednio do miejscowości...? N=2072

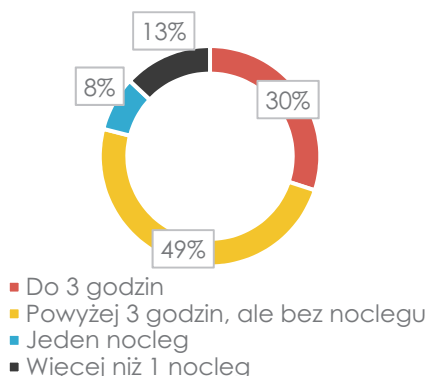


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

DŁUGOŚĆ POBYTU

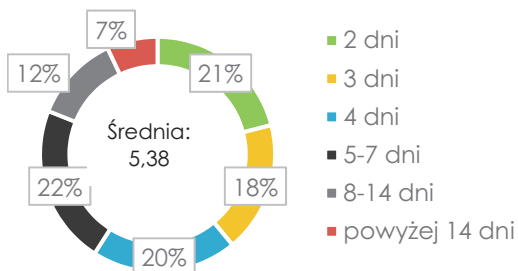
Niemal czterech na pięciu odwiedzających województwo mazowieckie¹⁰ przebywa w jednej lokalizacji **nie więcej niż jeden dzień**. Jedynie 13% turystów wizytujący wybrane miejscowości decyduje się spędzić tam **więcej niż jedną noc**. Najdłużej przebywającymi grupami turystów są osoby mieszkające poza granicami Polski, średnio spędzają oni w województwie mazowieckim 1,5 dnia dłużej niż turyści krajowi.

Wykres 7. Pytanie: Proszę podać planowaną długość pobytu w miejscowości. (N=2073)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

Wykres 8. Pytanie: Proszę podać planowaną długość pobytu w dniach (N=260)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

¹⁰ Pomiar z wyłączeniem Warszawy



Tabela 3. Planowana długość pobytu (N=2072)

	 Turyści krajowi	 Turyści zagraniczni
Średnia długość pobytu (w dniach)	5,24	6,71

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

NOCLEGI I ZAKWATEROWANIE

Na terenie województwa mazowieckiego¹¹ występują punkty kumulujące ruch odwiedzających jednostniowych, jak Kampinoski Park Narodowy czy Farma Iluzji w Mościskach, gdzie niemal wyłącznie spotykani są podróżujący jednostniowi. Jak również miejsca przyciągające turystów, czyli osoby spędzające na miejscu co najmniej jedną noc, jak chociażby Płock czy Żyrardów. Spośród badanych ponad połowa zadeklarowała nocleg w miejscach podlegających statystykom publicznym: hotelach, motelach i pensjonatach czy kempingach (tzw. nocleg rejestrowany¹²), a druga połowa w miejscach takich, jak pokoje gościnne, kwatery agroturystyczne, mieszkania znajomych czy rodziny (tzw. nocleg nierejestrowany¹³).

Tabela 4. Długość pobytu i miejsce zakwaterowania (N=2072)

	 Odwiedzający jednostniowi	 Turyści ogółem
Ogółem	79%	21%
	 Nocleg rejestrowany	 Nocleg nierejestrowany
	53%	47%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

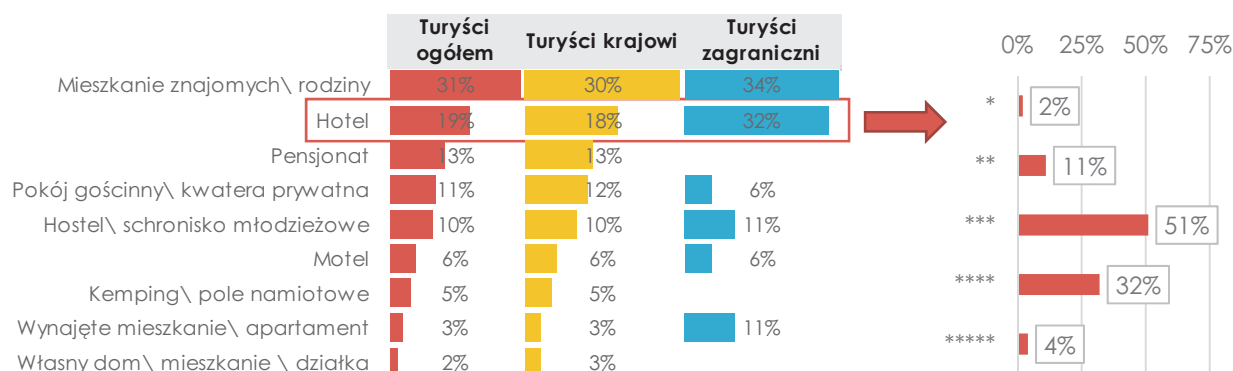
Badani najczęściej decydują się spędzić noc w **mieszkanu znajomych lub rodziny** (31%), w drugiej kolejności w hotelach (19%), na trzecim miejscu wybierają pensjonaty (13%). Rozpatrując podział na poszczególne grupy turystów widać różnice w wyborach miejsca noclegu. Zarówno turyści krajowi jak i zagraniczni najczęściej zatrzymują się w mieszkaniu znajomych / rodziny (30% i 36%), lecz jest duża rozbieżność przy wyborze drugiego pod względem popularności miejsca noclegu. Wśród turystów krajowych odsetek korzystających z hoteli sięga 18% a wśród zagranicznych 32%. Najchętniej wybieranym standardem hoteli są obiekty 3-gwiazdkowe i 4-gwiazdkowe (84% turystów ogółem).

¹¹ Pomiar z wyłączeniem Warszawy

¹² Turystyczne obiekty noclegowe posiadające 10 lub więcej miejsc noclegowych

¹³ Uwzględnia turystyczne obiekty noclegowe posiadających 9 lub mniej miejsc noclegowych w tym: pokoje gościnne, kwatery agroturystyczne.

Wykres 9. Pytanie: Gdzie Pan(i) nocuje? N=434, Ile gwiazdek ma hotel? N=81



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

PROFIL ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE

Największą grupę odwiedzających województwo mazowieckie¹⁴ stanowią turyści krajowi – generują oni 93% ruchu turystycznego. Udział turystów zagranicznych to 7%. Jest to pierwszy, pilotażowy pomiar, dlatego nie można ocenić tendencji czy ich liczba z roku na rok się zwiększa czy też maleje. Jest to zagadnienie zdecydowanie warto monitorowania choćby z uwagi na środki, jakie zostawiają turyści w miejscach podróży.

Mapa 5. Pochodzenie podróżujących



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Wśród podróżnych krajowych aż **71% stanowili mieszkańcy województwa mazowieckiego**. Kolejne 15% pochodziło z województw przyległych: łódzkiego (7%), kujawsko-pomorskiego (4%) oraz lubelskiego (4%). Dane w ujęciu powiatowym zaprezentowane są na mapie 7. Jedna czwarta wszystkich badanych odwiedzających województwo mazowieckie stanowili mieszkańcy miasta stołecznego Warszawy. Kolejne 12% to mieszkańcy powiatów przyległych do Warszawy: grodzkiego, legionowskiego i warszawskiego zachodniego. Znaczący odsetek podróżnych stanowili także mieszkańcy powiatu sochaczewskiego – 5% oraz miasta Radom (3%) i Łódź (3%). To wskazuje na lokalny zasięg oferty turystycznej województwa mazowieckiego i szerokie możliwości poszerzenia jej zasięgu.

¹⁴ Pomiar z wyłączeniem Warszawy

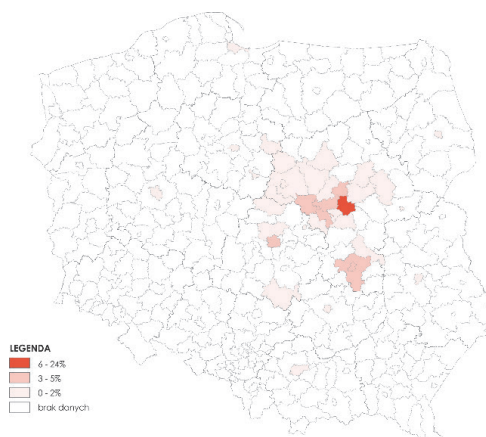


Mapa 6. Województwo zamieszkania respondentów. Badanie mazowieckie (N=1933)



Źródło. Opracowanie własne na podstawie badania

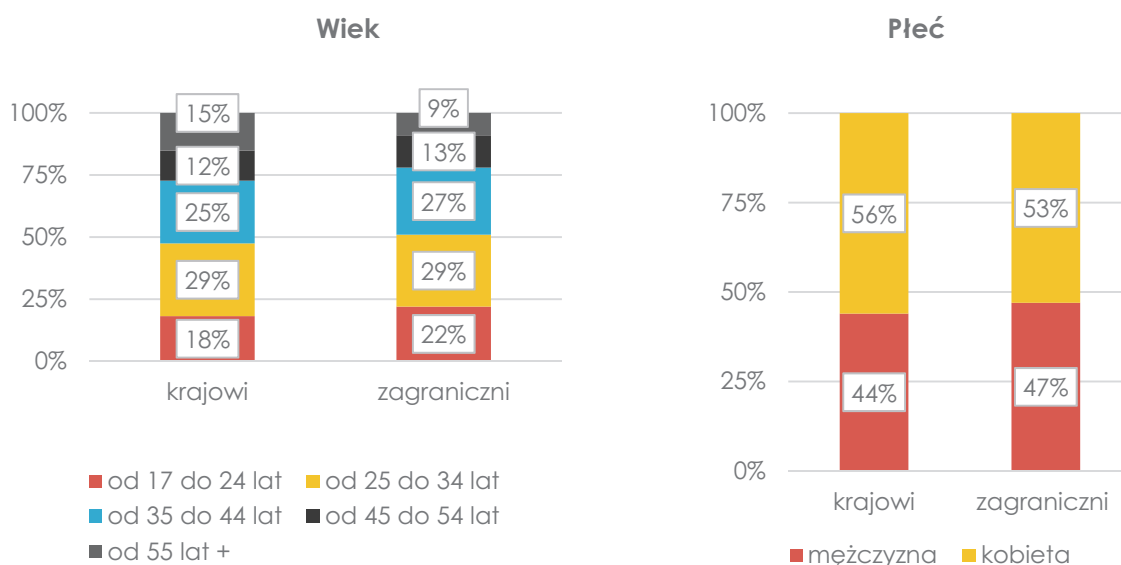
Mapa 7. Powiat zamieszkania respondentów. Badanie mazowieckie (N=1933)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania

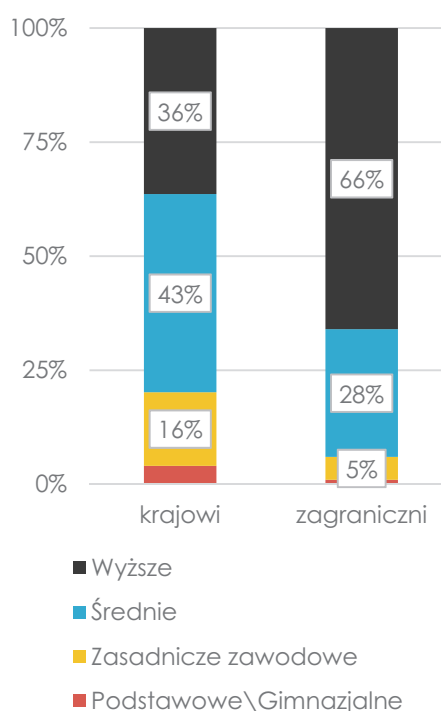
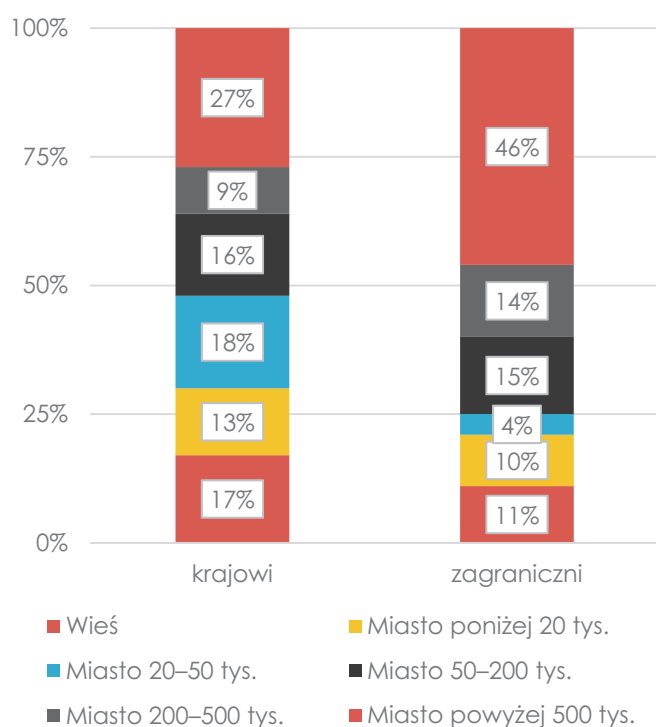
Zauważalna jest różnica między strukturą podróży krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo mazowieckie. **Cudzoziemcy to w większości mieszkańcy dużych miast** (pow. 200 tys.), wśród podróży krajowych odsetek ten wyniósł 36%. Turyści krajowi to w 30% mieszkańcy wsi i małych miast (do 20 tysięcy mieszkańców). Wśród turystów z zagranicy wynik ten był niższy niemal o 1/3, wyniósł 21%. Odwiedzający Polskę podróżni zagraniczni są też nieco młodszy od krajowych, średnio o 3 lata. **Ponad połowę wszystkich podróży z zagranicy stanowią osoby poniżej 35 roku życia.** Dwóch na trzech cudzoziemców posiada wykształcenie wyższe a co czwarty średnie. Osoby z wykształceniem średnim lub wyższym stanowiły 94% wszystkich podróży zagranicznych.

Wykres 10. Struktura demograficzna odwiedzających województwo mazowieckie. Badanie mazowieckie (N=2072)



Wielkość miejscowości

Wykształcenie



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

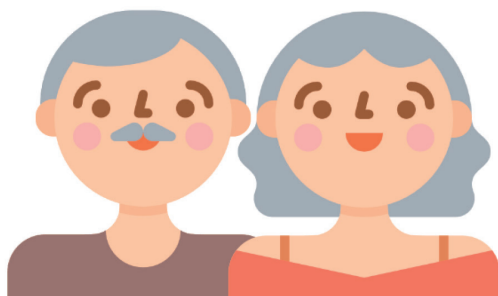
UNIERSALNE TYPY ODWIEDZAJĄCYCH SEGMENTÓW – PERSONY

Persony są zestawieniem najbardziej charakterystycznych cech segmentów, ich motywacji oraz potrzeb, które zostały oparte na całościowych wynikach badań ilościowych i jakościowych. Umocowane w wynikach badań modele to nic innego jak uproszczone obrazy rzeczywistości, które pozwalają lepiej zrozumieć wzorce zachowań poszczególnych grup, procesy zachodzące w ramach różnych zjawisk oraz na „spojrzenie na podróżowanie i region ich oczami”. Stworzone osoby mogą stanowić inspirację dla materiałów informacyjnych, które będą powstawały w ramach pracy nad promocją regionu. Osoby zaangażowane w tworzenie materiałów oraz komunikacji skierowanej do turystów nie zawsze znają wszystkie konteksty w jakich funkcjonują ich odbiorcy. Persony mogą wspierać w pozyskaniu argumentów m.in. w odniesieniu do motywacji i potrzeb poszczególnych segmentów, a także ich ulubionych miejsc i aktywności.



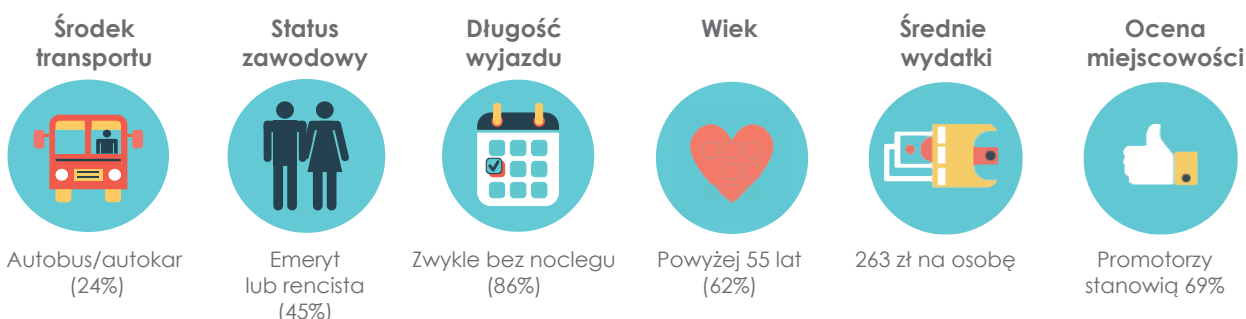
I. Sentymentalny spacerowicz – 22% turystów

Mam 62 lata i od dwóch lat jestem na emeryturze. Mieszkam w Warszawie i staram się żyć dniem dzisiejszym. Lubię podróżować po Mazowszu, **ponownie odwiedzać ulubione miejsca i obserwować jak się zmieniają**. Ostatnio byłam z mężem na spacerze w Puszczy Kampinoskiej oraz w Konstancinie. Często bywamy także w naszej ulubionej kawiarni w Płocku.



Główne motywacje:

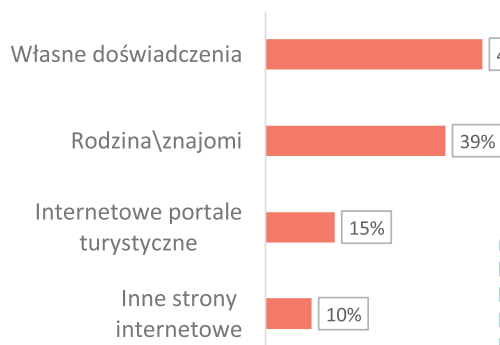
- Złapanie oddechu, odpoczynek od dużego miasta;
- Kontakt z naturą: przebywanie w lesie i nad wodą;
- Spędzanie czasu z innymi ludźmi, ruch;
- Powrót w znane już miejsca: sprawdzenie czy coś się zmieniło, wspomnianie przeszłości.



„Nieraz się wraca i patrzy się, że jakie to duże zmiany są i tak dalej. Więc celem jest zobaczenie tych zmian jakie nastąpiły, co się zmieniło. Tak że wracamy do niektórych miejsc. Żeby po prostu albo przypomnieć sobie, jak to było za czasów, jak się było młodym”

– uczestnik badania

Źródła informacji na temat wyjazdów



Charakterystyczne dla segmentu są regularne powroty do odwiedzanych miejsc.



I. Sentymentalny spacerowicz – 22% turystów



„Lubimy wędkować, grzyby zbierać, gotować. Raczej czynnie lubimy spędzać czas, aktywnie i coś poznawać, niż siedzieć i przerzucać programy telewizyjne”

– uczestnik badania

uczestnictwo w mszy

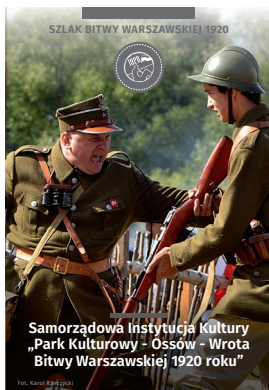
wędkowanie

zbieranie grzybów

spacerowanie

Sulejówek Zakroczym
Czersk Niepokalanów Czersk
Modlin Żelazowa Wola
Konstancin Jeziorna
Kampinos Płock
Pułtusk Zegrze Stawisko
Czerwińsk Pomiechówek

Szlak Bitwy Warszawskiej 1920



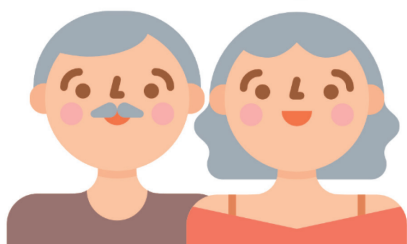
Szlak Książąt Mazowieckich



Szlak Chopinowski



Misja Kampinos



Religia odgrywa bardzo ważną rolę w moim życiu (3,7*).

Bardziej cenię uczucia niż logikę (3,6*).

Żyję dniem dzisiejszym nie martwiąc się o jutro (2,9*).

*średnia na skali 5-stopniowej



II. Powracający student – 15% turystów

Mam **21 lat**, pochodzę z małej miejscowości na Mazowszu i studiuje w Warszawie. Często odwiedzam moje rodzinne strony, spotykam się ze znajomymi i rodziną. **Zwykle podróżuję sam i wybieram pociąg.** Ważne jest dla mnie, aby każdy dzień wnosił do mojego życia coś nowego.

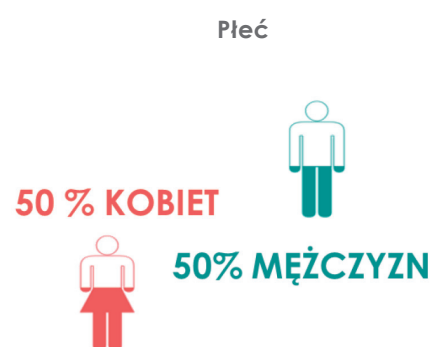


Kiedy jakiś temat mnie zainteresuje, **studiuję go dogłębnie (4,5*)**.

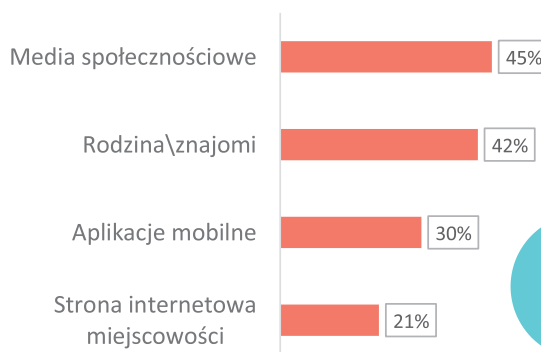
Chciałbym, żeby **wszystko było pewne i przewidywalne (4,4*)**.

Lubię działania wymagające **organizowania (4,4*)**.

*średnia na skali 5-stopniowej

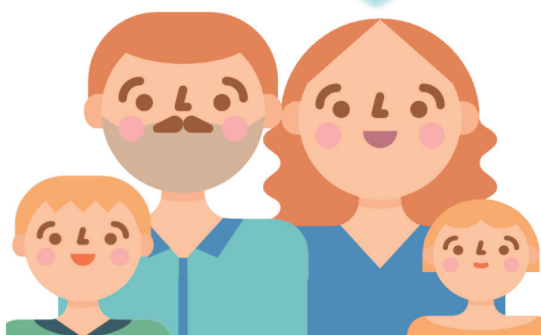


Źródła informacji na temat wyjazdów



III. Aktywna rodzina – 29% turystów

Mam **34 lata i dwoje dzieci**: Olę i Krzysia. Pracuję zawodowo, jednak dzieci i ich rozwój są dla mnie najważniejsze. Podróżuję **po Mazowszu ze względu na łatwość i czas dojazdu**: małe dzieci szybko się nudzą i niecierpliwą. Staram się wybierać zawsze nowe miejsca, które będą atrakcyjne dla moich pociech. Ostatnio **odwiedziliśmy Farmę Iluzji i Dzielnicę Filmową**.



Główne motywacje:

- Zależy mi, aby dzieci miały jak najwięcej atrakcji, żeby to one były zadowolone;
- Ważnym jest, żeby dzieci mogły się czegoś nauczyć, coś wynieść z podróży;
- Dobrze, aby każdy członek naszej rodziny znalazł coś dla siebie;
- Istotnym też jest, aby wyjazd nie był długi i nie za duże pieniądze.

Środek transportu



Samochód (71%)

Osoby towarzyszące



Rodzina (60%)
lub same dzieci (45%)

Długość wyjazdu



Zwykle 1 dzień (80%). Jeśli nocuję to w mieszkaniu bliskich (18%) lub w pokoju gościnnym (17%).

Wiek



Do 45 lat (90%)

Średnie wydatki



259 zł na osobę

Ocena miejscowości

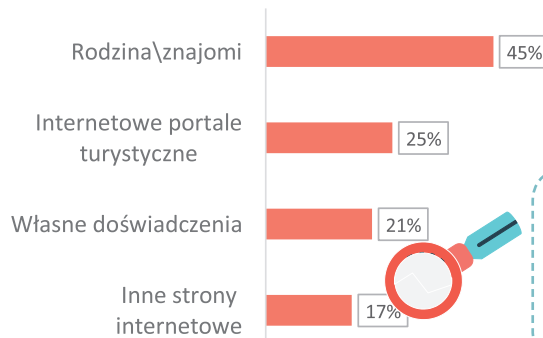


Promotorzy stanowią 68%

„Kieruję się przede wszystkim tym, żeby atrakcje były urozmaicone, żeby dzieci chciały tam jechać, chodzić, uczestniczyć. Często to one wybierają”

– uczestnik badania

Źródła informacji na temat wyjazdów



- Groupon
- Grupy na Facebooku
- Fora parentingowe



III. Aktywna rodzina – 29% turystów



„Spędzony czas razem. (...) Zabieramy znajomych, co już teraz jest rzadkością, bo wiele ludzi nie ma na to czasu. Więc to jest fajne. (...) Przede wszystkim radość, że po takim dniu dzieci wracają i się śmieją, że im się buzia nie zamyka, bo opowiadają wszystkim w koło gdzie byli, co widzieli, co robili i czy pojedziemy tam jeszcze”

– uczestnik badania

zdobywanie doświadczeń

relaks

uczenie przez zabawę

aktywności fizyczne

Kampanos Wild West City
Dzielnica Filmowa
Królewskie Źródła
Iłża Magiczne Ogrody
Szydłowiec Muzeum Wsi Radomskiej
Farmy dyniowe Powiśle
Skaryszew

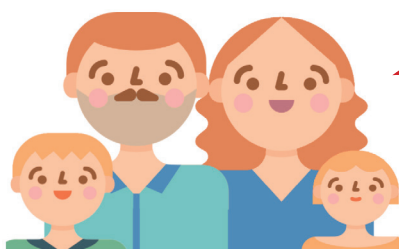
Legends i Baśnie Mazowsza



Folklor i Smaki Mazowsza



Odkryj rzeki Mazowsza



Lubię, gdy każdy dzień wnosi nową wiedzę do mojego życia lub życia moich bliskich (4,4*).

Lubię działania wymagające organizowania (4,0*).

Zanim podejmę działania, zawsze zwracam uwagę na uczucia innych (4,1*).

*średnia na skali 5-stopniowej



IV. Turysta biznesowy – 34% turystów

Mam **35 lat** i często podróżuję po Mazowszu w **celach biznesowych** związanych z moimi obowiązkami zawodowymi. **W życiu powodzi mi się bardzo dobrze**, a status materialny i kariera są dla mnie ważne. **Podróżuję autem**, a na miejsce noclegu wybieram zwykle hotel.



Lubię robić rzeczy niebezpieczne i ryzykowne (3,3*).

Pieniądze są najlepszą miarą sukcesu (3,3*).

Częściej martwię się o siebie niż o innych (3,2*).

Żyję dniem dzisiejszym, nie martwiąc się o jutro (3,1*).

*średnia na skali 5-stopniowej

Środek transportu



Samochód (69%)

Długość wyjazdu



Zwykle 1 dzień (74%).
Jeśli nocuję to w hotelu (25%) lub mieszkaniu bliskich (23%).

Wiek



Do 45 lat (97%)

Średnie wydatki



261 zł na osobę

Ocena miejscowości



Promotorzy stanowią 46%

Płeć

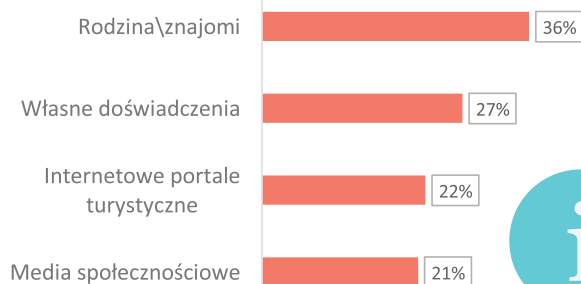
54 % KOBIEC



46% MĘCZYZN



Źródła informacji na temat wyjazdów



WYDATKI W ZWIĄZKU Z POBYTEM W WOJEWÓDZTWIE MAZOWIECKIM

Badani deklaruwali, że **średnio w przeliczeniu na jedną osobę, podczas całego pobytu wydają 263 zł**. Jest to wartość uśredniona uwzględniająca zarówno tych, którzy przyjeżdżają tylko na kilka godzin, jak i tych, którzy przebywają dłużej w danym miejscu. Zagraniczni podróżni wydają średnio trzy razy więcej niż krajowi. Mężczyźni deklarują wydatki wyższe o około 70 zł w odniesieniu do deklaracji kobiet. Zauważalna jest delikatna tendencja do wzrostu wydatków na podróż wraz ze wzrostem wieku, aż do 65 roku życia. Po przejściu na emeryturę wydatki respondentów spadają średnio o około 90 zł na osobę.

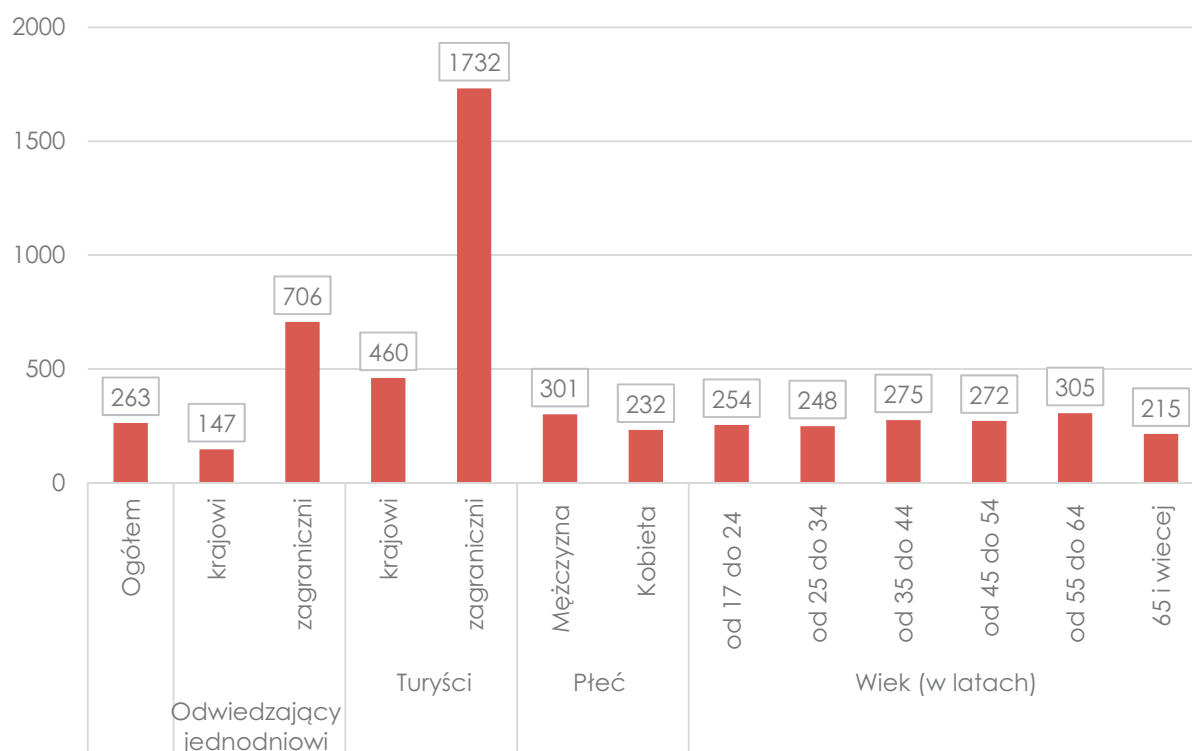
Tabela 5. Wszystkie wydatki poniesione i te, które zostaną poniesione na miejscu, dotychczasowe i planowane łącznie z wydatkami na noclegi, wyżywienie, bilety wstępu, komunikację, zakupy itd.: w PLN. N=2072, Średnia.

	 Odwiedzający jednodniowi	 Turyści ogółem	 Turyści w Warszawie 2017r.¹⁵
Łączne wydatki w przeliczeniu na jedną osobę	182 zł Krajowi: 147 zł Zagraniczni: 706 zł	552 zł Krajowi: 460 zł Zagraniczni: 1732 zł	810 zł Krajowi: 438 zł Zagraniczni: 1685 zł
Obszar	województwo mazowieckie z wyłączeniem Warszawy 		Warszawa 

Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badań

¹⁵ Dane pochodzą z raportu z badania opinii turystów odwiedzających Warszawę w 2017 roku.

Wykres 11. Wszystkie wydatki poniesione i te, które zostaną poniesione na miejscu, dotychczasowe i planowane łącznie z wydatkami na noclegi, wyżywienie, bilety wstępu, komunikację, zakupy itd.: w PLN. N=2072, Średnie w poszczególnych podgrupach respondentów.



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

SZACUNKOWE WPŁYWY Z TURYSTYKI DLA GOSPODARKI WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Dla oszacowania wpływów z turystyki dla całej gospodarki Polski prowadzony jest Rachunek Satelitarny Turystyki. Ostatnie pełne obliczenia dotyczą roku 2013 a uproszczony pomiar dostępny jest również dla danych z 2015 roku¹⁶. Na potrzeby badania pilotażowego podjęto się orientacyjnych szacunków, polegających na pomnożeniu szacowanych średnich wydatków jednej osoby przez szacowaną liczbę podróżnych. Szacunki nie uwzględniają Warszawy.

Tabela 6. Szacowane wydatki podróżujących po województwie mazowieckim (z wyłączeniem Warszawy).

	 Odwiedzający jednodniowi	 Turyści ogółem	 Suma
Szacunkowe wydatki podróżujących w mln PLN	5 203	1 987	7 190

Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

¹⁶ Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski za rok 2013 i oszacowania za rok 2015, Warszawa 2017, Praca wykonana na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki.



W badaniu ogólnopolskim zapytano respondentów o różne aspekty związane z wizerunkiem poszczególnych województw. Według badanych do województwa mazowieckiego najlepiej pasuje stwierdzenie „Posiada dobrą ofertę rozrywkową” (61% wskazań). Województwo mazowieckie utożsamiano także najczęściej z bogatą bazą noclegową (58%), ciekawą ofertą kulturalną (57%), częstymi wzmiankami o regionie w mediach (56%), a także mnogością miejsc / atrakcji wartych obejrzenia (55%).

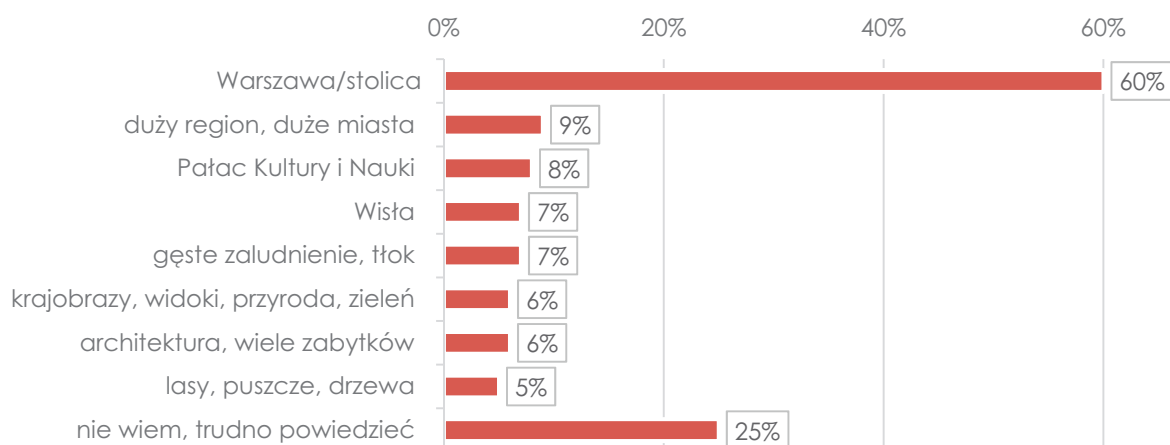
Wykres 12. Stwierdzenia pasujące do województwa mazowieckiego, próba osób podróżujących po województwie mazowieckim w ciągu ostatnich 24 miesięcy (N=357)



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Cały region kojarzy się respondentom jako miejsce, w którym bardzo dużo się dzieje. Prawdopodobnie Polacy mają taki właśnie obraz województwa za sprawą silnych, a nawet dominujących skojarzeń województwa mazowieckiego z Warszawą (60% badanych) i jej charakterystycznymi elementami (Pałac Kultury i Nauki, Wisła). Co ciekawe, co czwarty badany w tej grupie nie ma z województwem mazowieckim żadnych sprecyzowanych skojarzeń (25% odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć”).

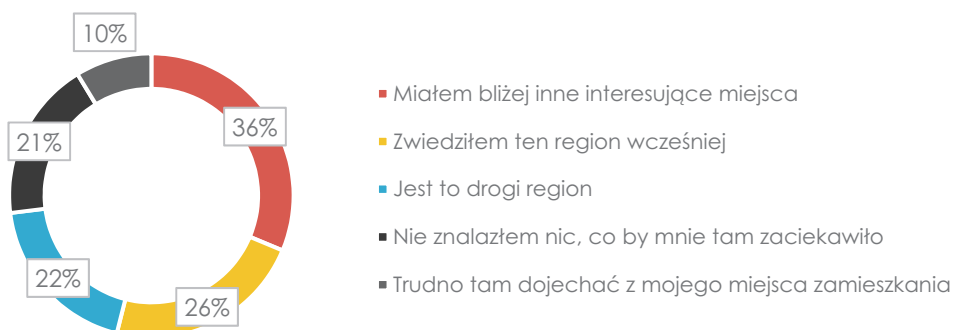
Wykres 13. Pytanie: Proszę wskazać maksymalnie 3 spontaniczne skojarzenia z województwem mazowieckim¹⁷. Badanie ogólnopolskie CAWI, n=1001.



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Wyniki badania pokazują także, że wśród powodów, dla których Polacy nie podróżują na teren województwa mazowieckiego wyraźny udział ma przeświadczenie, iż jest to po prostu **drogi region – uważa tak więcej niż co piąty badany (22%)**.

Wykres 14. Pytanie: Z jakiego powodu nie podróżował Pan(i) w ciągu ostatnich 24 miesięcy na teren województwa mazowieckiego? N=1001



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Warto zwrócić także uwagę na **spontanicznie wymieniane przez respondentów elementy podróży, które pozytywnie bądź negatywnie ich zaskoczyły** i wpłynęły na odbiór całego pobytu. Pozytywnie zaskakiwał badanych, krajobraz, mnogość atrakcji, ogólna atmosfera czy nastawienie innych ludzi. Niemniej zaskakują dodatkowe opłaty, tłok i trudności ze znalezieniem poszukiwanych miejsc. Warto wykorzystać tę wiedzę, by niewielkimi nakładami finansowymi wzmocnić pozytywny odbiór poszczególnych atrakcji turystycznych.

¹⁷ Wykres prezentuje wybrane, najliczniejsze skojarzenia respondentów.



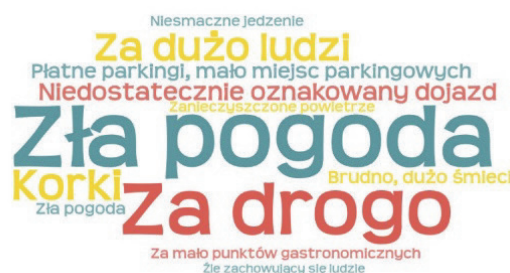
Rysunek 1. Pytanie: Co szczególnie pozytywnego spotkało Pana(ią) podczas tego pobytu?
N=2072



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Podsumowując, wizerunek województwa mazowieckiego wyłaniający się z badań własnych jest bardzo wyrazisty i spójny, aczkolwiek zdominowany przez sposób postrzegania leżącej na jego terenie stolicy kraju.

Rysunek 2. Pytanie: Co szczególnie negatywnego spotkało Pana(ią) podczas tego pobytu?
N=2072



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

WIZERUNEK EMOCJONALNY – BADANIA JAKOŚCIOWE

Wizerunek funkcjonalny w poniższym rozdziale rozumiany jest jako zbiór zakorzenionych w świadomości odbiorców „użytecznych” atrybutów regionu, związanych z korzyściami jakie województwo mazowieckie oferuje. Wizerunek emocjonalny natomiast to zestaw atrybutów emocjonalnych – dotyczących wartości czy cech osobowości przypisywanych województwu. Informacje i dane na temat obrazu marki w poniższej części broszury, pozyskano z przeprowadzonych w ramach projektu wywiadów jakościowych: zarówno indywidualnych (IDI), jak i grupowych (FGI). W trakcie spotkań posłużono się szeregiem ćwiczeń projekcyjnych, m.in. kreacją świata Mazowsza, czy mapami podróży turystów. Turyści byli proszeni także o przygotowanie pamiątek ze swoich podróży po regionie: przewodników, map, zdjęć.

Wizerunek regionu na poziomie funkcjonalnym, jak i emocjonalnym, ma zarówno mocne jak i słabe strony. Dodatkowo, **nie jest spójny i jednorodny: całość percepcji regionu, skojarzeń i opinii jest zdecydowanie zdominowana przez submarkę Warszawy**. W trakcie wywiadów jakościowych, szczególnie z mieszkańcami innych województw, największym wyzwaniem było wskazanie wizerunku regionu w całościowym kontekście, bez odniesień jedynie do jego stolicy. 21 % Polaków stwierdza, że w ich opinii, poza głównym miastem, w regionie nie ma nic atrakcyjnego.

Mazowsze nie kojarzy się jednoznacznie z turystyką jak np. Mazury lub Pomorze. Skojarzenia z Warszawą, jej miejscami oraz atrakcjami stanowią filar wizerunku województwa, a także rzutują na percepcję reszty regionu. Atrakcje turystyczne i **miasta zlokalizowane w województwie mazowieckim uczestnicy spotkań jakościowych odbierali jako nowoczesne, lepiej rozwinięte, z bogatą infrastrukturą, a także drogie i o komercyjnym charakterze**. Jest to wynikiem skojarzeń z samą Warszawą, a także przeświadczenia, że z turystycznych walorów województwa mazowieckiego korzystają głównie mieszkańcy Warszawy, których możliwości finansowe i oczekiwania są wyższe.

W związku z tym dualnym charakterem wizerunku województwa, poniższy fragment analizy zostanie podzielony na dwie części: część dotyczącą Warszawy i część dotyczącą reszty regionu. Sami uczestnicy wywiadów podkreślają, że województwo mazowieckie to region o podwójnym charakterze.

Warszawa

Wizerunek regionu w dużej mierze opiera się na skojarzeniach i wiedzy odnośnie do stolicy. Szczególnie mieszkańcy innych regionów mają trudności ze wskazaniem skojarzeń z województwem mazowieckim, bez odniesienia do Warszawy. Nie znają także żadnych atrakcji turystycznych zlokalizowanych na terenie województwa: sporadycznie pojawiają się inne większe miejscowości, Jezioro Zegrzyńskie lub Puszcza Kampinoska.

Zarówno mieszkańcy mazowieckiego, jak i innych regionów odbierają Warszawę głównie przez pryzmat skojarzeń z pracą, życiem zawodowym, karierą i rozwojem, a także z szybkim tempem życia, ambicją i pędem. 16% Polaków wskazuje, że jest to region, który z turystyką w ogóle im się nie kojarzy. Wizerunek ten ma zarówno pozytywny jak negatywny wymiar: z jednej strony niedostępność, anonimowość tego świata, z drugiej nowoczesność, rozwój i zaradność.

Kolejną kwestią są wydarzenia muzyczne i sportowe. Warszawa w opinii respondentów charakteryzuje się bardzo bogatą ofertą powyższych, nie tylko przez dostępność infrastruktury (np. Stadionu Narodowego), ale także stołeczny charakter miasta i dogodne warunki komunikacyjne: lotnisko, stosunkowo wysokiej jakości sieć dróg i połączeń. Także obiekty kulturalne takie jak kina, muzea, teatry to elementy często pojawiające się w skojarzeniach ze stolicą. Podobnie sfera rozrywki: kluby, restauracje, nocne życie.

Kolejnym elementem jest różnorodność. Przez swój turystyczny oraz nąpywowy charakter (zarówno zagraniczny, jak i polski) Warszawa kojarzy się jako miejsce wielu kultur, różnorodnych kuchni, stylów życia i poglądów.

Reszta regionu

Skojarzenia z województwem mazowieckim, które nie łączyły się bezpośrednio z Warszawą, pojawiały się w trakcie spotkań z turystami zdecydowanie rzadziej.

W skojarzeniach związanych z atrakcjami turystycznymi natura pojawia się zdecydowanie rzadziej niż obiekty kulturalne. Na uwagę zasługuje **Puszcza Kampinoska**, która wg respondentów jest bardzo charakterystycznym elementem województwa mazowieckiego. Także rzeki, w tym **Wisła oraz Jezioro Zegrzyńskie i sporty wodne** (kajaki, pływanie, promy) są spontanicznie wskazywane jako skojarzenia z regionem.

To z co w opinii respondentów wyróżnia województwo jest jego **uksztaltowanie terenu oraz pejzaż: niziny poprzecinane liniami rzek, różnokolorowe kwadraty pól, łąk i zboża oraz aleje wierzbowe**, to w opinii badanych elementy charakterystyczne dla tego regionu.

Związek województwa mazowieckiego z kulturą pojawia się częściej niż z naturą. Głównym wyróżnikiem regionu w tym zakresie jest mazowiecka wieś, która kojarzy się ze spokojem, sieliskością, tradycją i folklorem. W tym miejscu pojawiają się odniesienia do tradycyjnych strojów



ludowych, muzyki ludowej, a także Zespołu Pieśni i Tańca „Mazowsze”. Także Sierpc wraz ze skansenem stanowią symbol kultury mazowieckiej i pojawiają się w skojarzeniach. Poniższa chmura tagów pokazuje spontaniczne skojarzenia z województwem zarówno w kontekście Warszawy, jak i reszty regionu.

Ludzie

Najważniejszą postacią kojarzącą się z regionem jest **Fryderyk Chopin**. Sporadycznie pojawiały się także inne osoby w mniejszym lub większym stopniu związane z regionem np. Jan Kochanowski, Jarosław Iwaszkiewicz, Mieczysław Fogg czy Jerzy Waldorff.

Rysunek 3. Chmura tagów: spontaniczne skojarzenia z całym województwem.



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Rysunek 4. Chmura tagów: skojarzenia z osobami związanymi z regionem.



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Kuchnia

W trakcie wywiadów prócz skojarzeń ze znanymi osobami, kulturą i miejscami, pytaliśmy także o mazowiecką kuchnię. W tym kontekście uczestnicy wywiadów mieli najwięcej trudności ze wskazaniem potraw i elementów kuchni charakterystycznych dla regionu. Pojawiło się zaledwie kilka wskazań np. **flaki po warszawsku, dziczyzna, czy pańska skórka**. Problem z tożsamością regionu w tym względzie wskazują także eksperci. Ich zdaniem województwo posiada potencjał kulinarny, jednak pracy wymagałoby jego odszukanie i promocja, np. poprzez współpracę z lokalnymi restauratorami i hotelarzami.

Faktycznie jest problem z taką potrawą, która będzie się wiązała z Mazowszem. Kiedyś się mówiło o jakiś kremówkach warszawskich czy mazowieckich, nie pamiętam dokładnie tego. Starano się to wypromować, ale faktycznie ja też sobie nie potrafię przypomnieć potrawy, która by kojarzyła się z Mazowszem. (...). Zresztą nie przypominam sobie w tej chwili takiego wyróżnika, który byłby takim wyróżnikiem na tle Polski, tak jak powiedziałem – kartacze na Podlasiu, czy kluski śląskie na Śląsku, czy wina w Zielonogórskim, Lubuskim, czy też rogal Marciński na Wielkopolsce. Tutaj faktycznie jest to problem i to jest chyba praca do zrobienia jeszcze, bo na pewno turystyka kulinarna jest istotnym elementem. [Ekspert].

W trakcie wywiadów indywidualnych i grupowych, respondenci byli proszeni o podzielenie się nie tylko skojarzeniami z województwem mazowieckim i emocjami jakie wywołuje w nich region, ale także praktycznymi doświadczeniami turystycznymi. W tym celu zrekrutowano zarówno uczestników regularnie podróżujących po województwie mazowieckim, jak i unikających tego regionu Polski. Dzięki temu wywiady dostarczyły nie tylko opinii na temat kształtu turystyki mazowieckiej, ale także jej zalet i ograniczeń, stanowiących barierę w korzystaniu z regionu.

Bariery w korzystaniu z atrakcji województwa mazowieckiego

Turyści podróżujący po Mazowszu, a także część ekspertów, zwracają uwagę na zaniedbane atrakcje i szlaki turystyczne tego regionu. Jak podkreślają, inwestycje, zarówno mające na celu promocję jak i poprawę infrastruktury, mają miejsce głównie w najpopularniejszych rejonach i miejscach województwa. W efekcie atrakcje te są przepiękne turystami i tracą swoją atrakcyjność dla części odwiedzających: brak miejsc parkingowych, korki, wysokie ceny, tłumy.

Kolejną kwestią, która w opinii turystów obniża atrakcyjność regionu, jest **różnica w jakości atrakcji w Warszawie i poza nią**. Przykład jaki się pojawił to muzea: w opinii badanych stolica posiada bardziej ciekawe i atrakcyjne pod względem ich interaktywności, tematyki czy organizacji wydarzeń i imprez cyklicznych. W przypadku reszty regionu zwykle obiekty muzealne są mniej atrakcyjne, niewystarczająco dofinansowane oraz nie organizują dodatkowych eventów.

Także **dojazd do poszczególnych atrakcji w województwie stanowi często barierę w jego eksplorowaniu**. Jak podkreślali uczestnicy spotkań jakościowych, do wielu miejsc istnieje możliwość dojazdu tylko autem. Osoby nie posiadające samochodu, są wykluczone z uczestnictwa w atrakcji. Dotyczy to m.in. popularnych parków rozrywki na terenie województwa: bezpośrednio nie dojeżdża do nich żaden transport publiczny.

Kolejną w opinii respondentów niedogodnością regionu jest **przewaga miejsc popularnych i atrakcyjnych raczej w okresie letnim niż zimowym**: albo przez fakt, że są związane z wodą, albo umiejscowione są na świeżym powietrzu. Spływy kajakowe, okolice Zegrza, większość parków rozrywki oraz szlaki leśne i rowerowe, w czasie brzydkiej pogody i deszczu nie są atrakcyjne dla turystów. W opinii ekspertów i respondentów organizatorzy i właściciele obiektów albo nie chcą, albo nie mają pomysłu na stworzenie oferty przeznaczonej także na okres zimy. Propozycje jakie się pojawiały to kuligi, targi świąteczne, zajęcia edukacyjne pod dachem.

Ostatnią istotną niedogodnością, na którą wskazują respondenci, jest **brak wystarczającej sieciowości poszczególnych miejsc w województwie mazowieckim**, co stanowczo obniża ich atrakcyjność. Spowodowane jest to opinią, że część obiektów pojedynczo nie jest na tyle atrakcyjna, aby zaplanować dzień, lub wyjazd tylko w oparciu o ich ofertę. **Tworzenie kompleksowych szlaków zawierających kilka różnorodnych atrakcji w okolicy, w tym z możliwością odpoczynku i zjedzenia, jest w opinii rozmówców i ekspertów kluczowe** dla oferty turystycznej województwa mazowieckiego.



Mocne strony województwa mazowieckiego

W odniesieniu do regionu w trakcie wywiadów jakościowych pojawiały się także jego mocne strony. Należy do nich przede wszystkim **możliwość aktywnego spędzania czasu**. Zarówno wycieczki rowerowe, sporty wodne, jak i spacery to możliwości jakie daje region. Szczególnie **turystyka wodna jest doceniana przez respondentów** oraz podkreślane są szerokie możliwości w tym zakresie: pływanie, spływy kajakowe, żeglowanie, windsurfing, wycieczki statkiem.

Ale pamiętajmy również o tym, że mazowieckie to turystyka aktywna coraz bardziej się rozwijająca, turystyka aktywna na bazie rzek, takich jak Bug między innymi czy Wisła. To są miejsca, które również trzeba komunikować, żeby nie było tak, jak w mojej świadomości funkcjonuje to, że jeżeli chcę pojechać na kajaki, to jadę na Mazury bądź na Podlasie. Ale również na kajakach można świetnie popływać na Mazowszu [Ekspert].

Dominacja Warszawy w wizerunku regionu, a także jej centralne umiejscowienie, również odgrywają dużą rolę w turystycznej ocenie województwa. Cały region w oparciu o walory i atrakcje stolicy ma możliwość budowania bardziej różnorodnej i bogatszej propozycji dla turystów z Polski i zagranicy. Eksperci podkreślają, że kluczowe jest **zachęcanie turystów przebywających w Warszawie do eksplorowania pozostałych części regionu oraz przygotowywanie szlaków i pakietów zawierających atrakcje zarówno warszawskie jak i znajdujące się w pozostałej części województwa**. Respondenci wskazują także na dużą liczbę wydarzeń na terenie województwa: sportowych, gastronomicznych, historycznych, kulturalnych oraz o innej tematyce, co dodatkowo wzbogaca atrakcyjność regionu.

Kolejną przewagą regionu jest jego **nieprzemysłowy charakter, co wpływa na walory przyrodnicze i krajobraz** województwa mazowieckiego. Mazowiecka wieś z polami zbóż, tereny rolnicze oraz lasy i puszcze województwa to jego zdecydowane przewagi, które są doceniane przez turystów. Także eksperci wskazują na konieczność podkreślania w promocji i wizerunku regionu właśnie tych elementów oraz walorów województwa.

Ostatnią kwestią wartą poruszenia odnośnie do wskazywanych zalet regionu jest **infrastruktura drogowa i kolejowa**. Rozwinięta sieć dróg ułatwia dojazd do obiektów turystycznych, szczególnie w kontekście jednodniowych wycieczek, dla których atrakcyjności ogromne znaczenie ma czas i łatwość dojazdu.

OFERTA TURYSTYCZNA WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Do pomiaru lojalności osób odwiedzających województwo mazowieckie wykorzystano narzędzie NPS (Net Promoter Score), alternatywną metodę oceny dla tradycyjnych badań satysfakcji. Oceny dokonano na podstawie pytania **Czy polecił(a)by Pan(i) swojej rodzinie/znajomym przyjazd do danej miejscowości**. Odpowiedzi respondenci umieszczali na dziesięciostopniowej skali. Osoby dające noty od 1 do 6 uznawane są za osoby niezadowolone z wizyty w województwie mazowieckim, przeciwników marki. Ci, którzy ocenili wizytę w województwie na 7 bądź 8 punktów uznane są za osoby pasywne, niezdecydowane co do swojej oceny. Ci zaś, którzy przyznali 9 lub 10 punktów klasyfikowani są jako promotorzy regionu,



osoby zadowolone z wizyty. Wartości wahają się pomiędzy -100 i +100, przy czym -100 odpowiada sytuacji, gdy każdy z badanych jest krytykiem marki niepolecającym jej innym, a +100 odpowiada sytuacji, gdzie każdy promuje – jest gotów polecić – daną markę znajomym. Jego wysokość powstaje po odjęciu od odsetka promotorów, odsetka przeciwników. Wynik w wysokości od 0 do 50 uznaje się za dobry. Wynik powyżej 50 za doskonały. Tak powstała ocena województwa mazowieckiego w gronie krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych, jest wysoka, wyniosła odpowiednio 45 i 53. Wśród podróżnych z zagranicy wynik jest nieco niższy, nie mniej nadal utrzymuje się na dobrym poziomie.

Tabela 7. Porównanie NPS w próbie podróżujących po województwie mazowieckim (z wyłączeniem Warszawy) i w próbie ogólnopolskiej.

					
	Ogółem Wszyscy badani	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	Turyści krajowi	Turyści zagra- niczni
Badanie mazowieckie	50	53	34	45	17
Badanie ogólnopolskie	3				

Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

NAJPOPULARNIEJSZE ATRAKCJE I PRODUKTY TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Według badania ogólnopolskiego, największymi atrakcjami w województwie mazowieckim są: **Kampinoski Park Narodowy, Twierdza Modlin, Żelazowa Wola, Jezioro Żegrzyńskie, Niepokalanów oraz Muzeum Jana Kochanowskiego i zamek w Czersku.**

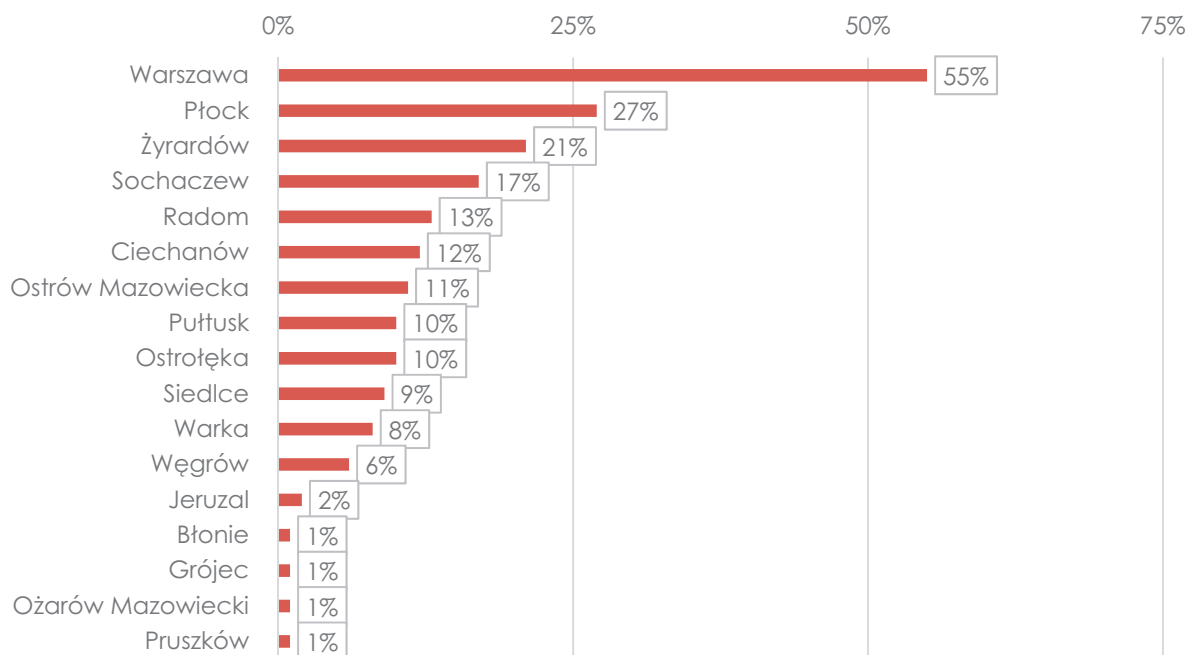
Według **rankingu Trip Advisor** pierwsze miejsce z atrakcji mazowieckich (z wyłączeniem Warszawy) uzyskało Wzgórze Tumskie w Płocku, Następnie Zoo w Płocku, miejsce urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli, Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu oraz Hitlerowski Obóz Koncentracyjny w Treblince.

Wśród istniejących produktów sieciowych, jakimi są tematyczne szlaki turystyczne Mazowsza, największą rozpoznawalnością cieszył się **Szlak Książąt Mazowieckich**, który znało 28% badanych zastanych w punktach pomiarowych w województwie mazowieckim oraz 43% badanych biorących udział w badaniu ogólnopolskim. **Szlak Chopinowski**, rozpoznawało odpowiednio 25% i 41% badanych, a Szlak **Bitwy Warszawskiej** 21% i 29% respondentów. Ponadto **Misja Kampinos** zaznaczył niemal co czwarty respondent z badania ogólnopolskiego. Stosunkowo wysoką rozpoznawalność ma także **Szlak Frontu Wschodniego I Wojny Światowej.**



Najczęściej zwiedzanim miastem jest oczywiście **Warszawa**, którą odwiedziło w ciągu ostatnich 24 miesięcy ponad połowa badanych. **Drugą lokatę uzyskał Płock** z wynikiem 27%, następnie Żyrardów i Sochaczew, które wskazało więcej respondentów niż Radom czy Siedlce.

Wykres 15. Pytanie: *Jakie miasta w województwie mazowieckim zwiedziła Pan(i) w ciągu ostatnich 24 miesięcy?* N=2072



Źródło. Opracowanie własne na podstawie wyników badania

Rysunek 5. Rozpoznawalność sieciowych produktów turystycznych w województwie mazowieckim. Badanie w punktach, N=2072 oraz badanie ogólnopolskie, N=1001

Legenda:



SZLAK KSIĄŻĄT MAZOWIECKICH



28% | 43%

SZLAK CHOPINOWSKI



25% | 41%

SZLAK BITWY WARSZAWSKIEJ 1920



21% | 29%

SZLAK FRONTU WSCHODNIEGO I WOJNY ŚWIATOWEJ



18% | 10%

MISJA KAMPINOS



16% | 23%

WEEKEND Z TERMAMI MSZCZONÓW



12% | 9%



LEGENDY I BAŚNIE MAZOWSZA



11% | 11%

FOLKLOR I SMAKI MAZOWSZA



11% | 14%

INDUSTRIALNE MAZOWSZE



7% | 6%

MAZOWIECKI SZLAK LITERACKI



7% | 4%

MAZOWSZE NA FILMOWO



7% | 5%

WIELKI GOŚCINIEC LITEWSKI



6% | 5%

SKARBIEC MAZOWIECKI



6% | 6%

ODKRYJ RZEKI MAZOWSZA



6% | 9%

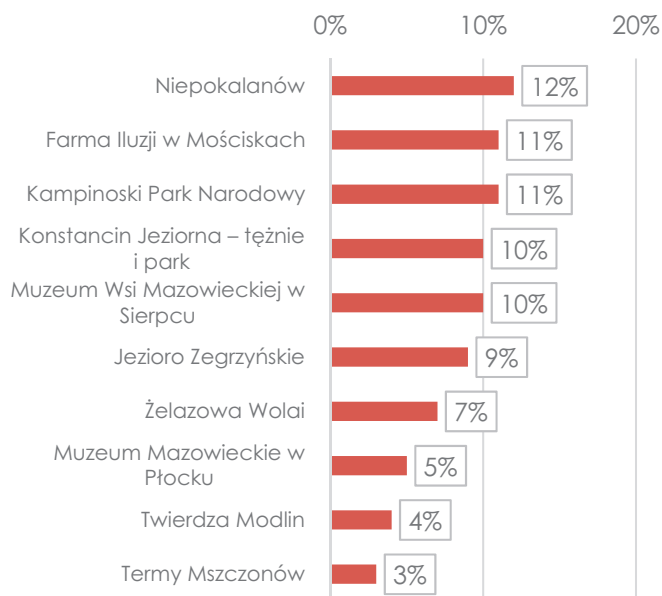
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań



Wykres 16. Największe atrakcje w województwie mazowieckim (TOP 10)

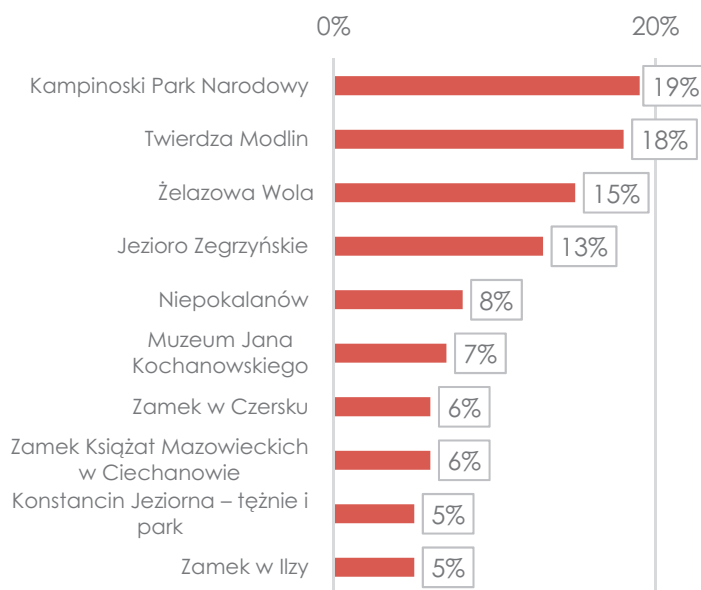
Badanie mazowieckie N=2072

Co dla Pan(i) było największą atrakcją turystyczną podczas tego pobytu?



Badanie ogólnopolskie N=357

Co dla Pana(i) było największą atrakcją turystyczną spośród wskazanych miejsc?



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań



1. **Oszacowano cały przyjazdowy ruch turystyczny w województwie mazowieckim z wyłączeniem Warszawy**, dla której szacunki były znane już wcześniej. Łącznie w ciągu roku przyjeżdża na teren województwa mazowieckiego w celach turystycznych ponad **32 miliony osób**. Z czego na co najmniej jedną noc zostaje **3 miliony 600 tysięcy osób**. Liczbę osób odwiedzających województwo mazowieckie (z wyłączeniem Warszawy), lecz nie pozostających na nocleg oszacowano na 28 milionów 600 tysięcy.
2. Wśród podróżnych krajowych aż **71% stanowili mieszkańcy województwa mazowieckiego**. Kolejne 15% pochodziło z województw przyległych: łódzkiego (7%), kujawsko-pomorskiego (4%) oraz lubelskiego (4%). **Jedna czwarta wszystkich badanych odwiedzających województwo mazowieckie stanowili mieszkańcy miasta stołecznego Warszawy**. Kolejne 12% to mieszkańcy powiatów przyległych do Warszawy: grodzkiego, legionowskiego i warszawskiego zachodniego. To wskazuje na lokalny zasięg oferty turystycznej województwa mazowieckiego i szerokie możliwości poszerzenia jej zasięgu.
3. **Ruch turystyczny w województwie mazowieckim (po wyłączeniu danych dla Warszawy) to w zdecydowanej większości podróże jednodniowe**. Jedynie 11% wszystkich podróżnych stanowili turyści, czyli osoby pozostające na nocleg.
4. Badani deklarowali, że **średnio w przeliczeniu na jedną osobę, podczas całego pobytu wydają 263 zł**. Jest to wartość uśredniona uwzględniająca zarówno tych, którzy przyjeżdżają tylko na kilka godzin, jak i tych, którzy przebywają dłużej w danym miejscu. Zagraniczni podróżni wydają średnio trzy razy więcej niż krajowi.
5. **Szacunkowe wydatki** podróżujących na terenie województwa mazowieckiego (z wyłączeniem Warszawy) **to 7 190 mln PLN**.
6. Wśród turystów podróżujących po województwie mazowieckim (z wyłączeniem Warszawy) **istnieją segmenty potrzeb i motywacji**. W ramach badania ilościowego wyodrębniliśmy cztery główne typy podróżujących: sentymentalnego spacerowicza, powracającego studenta, aktywną rodzinę oraz turystę biznesowego.
7. Wywiady z ekspertami wskazały, że jedynym elementem, który wizerunkowo i instytucjonalnie mógłby **spajać tożsamość regionalną** może być **Fryderyk Chopin i jego muzyka. Szlak Chopinowski**, rozpoznawało odpowiednio 25% (w badaniu mazowieckim) i 41% badanych (w badaniu ogólnopolskim).
8. Wyniki badania pokazują, że **duża część obiektów w województwie mazowieckim nie jest wystarczająco atrakcyjna i angażująca, aby samodzielnie przyciągnąć turystów**.
9. **Warszawa stanowi najmocniejszy wizerunkowy wyróżnik regionu**, a także jest celem podróży dla turystów zagranicznych, którzy z reguły nie podróżują poza miasto.
10. W procesie badawczym najważniejsza jest cykliczność działań i możliwość porównywania wyników, stąd rekomenduje się powtarzanie badań ruchu turystycznego Mazowsza w cyklach rocznych lub dwuletnich.

20^{lat} ♥ Mazowsze