



Barometr Turystyczny Miasta Lublin

Dr Tomasz Paklepa

CENTRUM SPOTKANIA KULTUR
Lublin 24 listopada 2016



I. Barometr Turystyczny Miasta Lublin – podstawowe założenia i metodologia projektu:

a) cele i obszary badawcze

b) dobór próby, metoda i techniki badań

II. Prezentacja wstępnych wyników badań



I. Cele i obszary badawcze Barometru.

1. Określenie miejsca Lublina na turystycznej mapie Polski:
(struktura bazy hotelowej, liczba turystów, dynamika zjawiska)
2. Określenie cech „profilu” turysty odwiedzającego Lublin
(profil geograficzno demograficzny)
3. Charakterystyka zorganizowanego ruchu turystycznego obsługiwanego przez lubelskich przewodników
(liczebność, struktura geograficzno – demograficzna)



Metoda, dobór próby i techniki badań turystów:

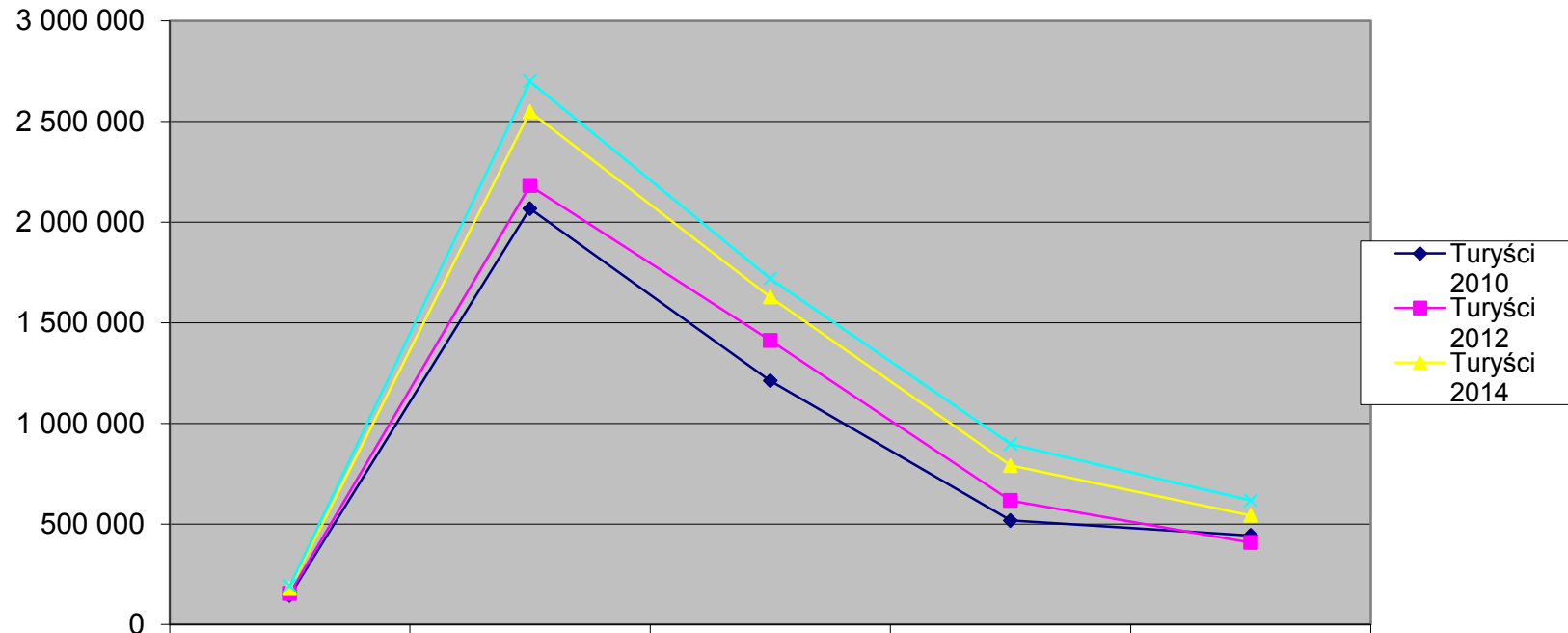
- Szeroka za GUS, 'hotelocentryczna' definicja turysty: „odwiedzający (każdy motyw poza zatrudnieniem) , którzy przynajmniej jedną noc korzystali z noclegu w odwiedzanym miejscu”
- Metodologia badania trackingowego
- Badanie ciągłe (miesięczne transze badawcze n=150)
- Dobór próby warstwowy proporcjonalny (warstwy tworzone ze względu na kategorię hotelu oraz proporcjonalny udział w próbie turystów zagranicznych)
- Realizacja w lubelskich hotelach z udziałem pracowników recepcji – ankieta wręczana turystom
- Badanie trackingowe ze względu na czas trwania (na ogół rok) daje możliwość obserwowania zmian w zachodzących zjawiskach – ważne w badaniu usług sezonowych

Jak określić miejsce Lublina na turystycznej mapie Polski?

- Triangulacja (w geodezji) sposób określania pozycji punktu w przestrzeni poprzez mierzenie kątów
- Triangulacja w badaniach społecznych to m.in. porównywanie wyników badań prowadzonych na różnych populacjach, w różnych miejscach, w różnych odcinkach czasowych
- Triangulacja w badaniach turystycznych to: uwzględnianie różnych perspektyw porównawczych, np. turystyczny Lublin a inne powiaty w Polsce, Lublin a inne metropolie, turystyczny Lublin a powiaty w województwie lubelskim



Lublin na tle największych miast

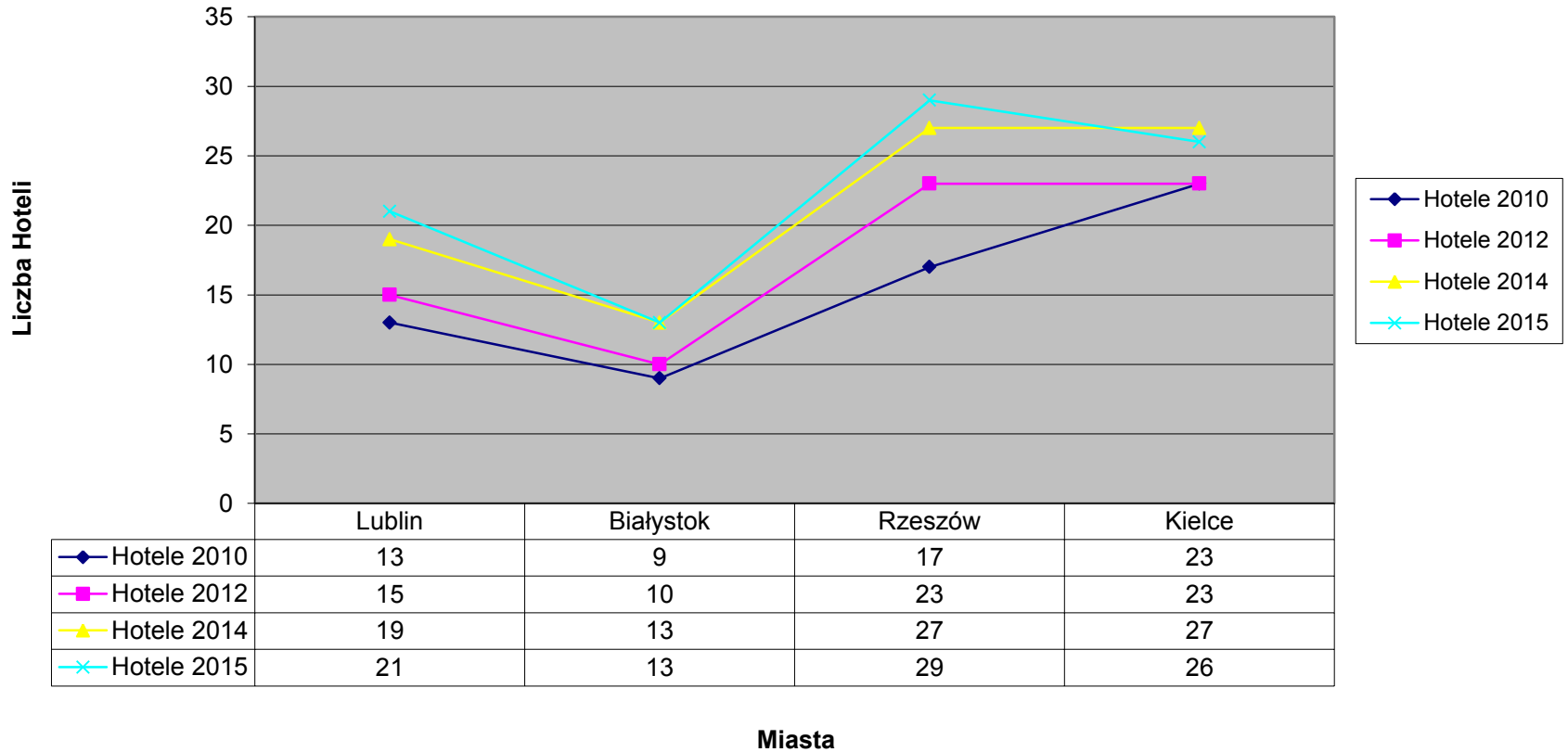


	Lublin	Warszawa	Kraków	Wrocław	Poznań
Turyści 2010	145 533	2 066 900	1 211 463	517 604	443 201
Turyści 2012	154 876	2 181 716	1 411 598	616 200	407 691
Turyści 2014	178 954	2 548 741	1 627 288	790 236	542 550
Turyści 2015	193 482	2 699 725	1 719 590	897 227	617 061

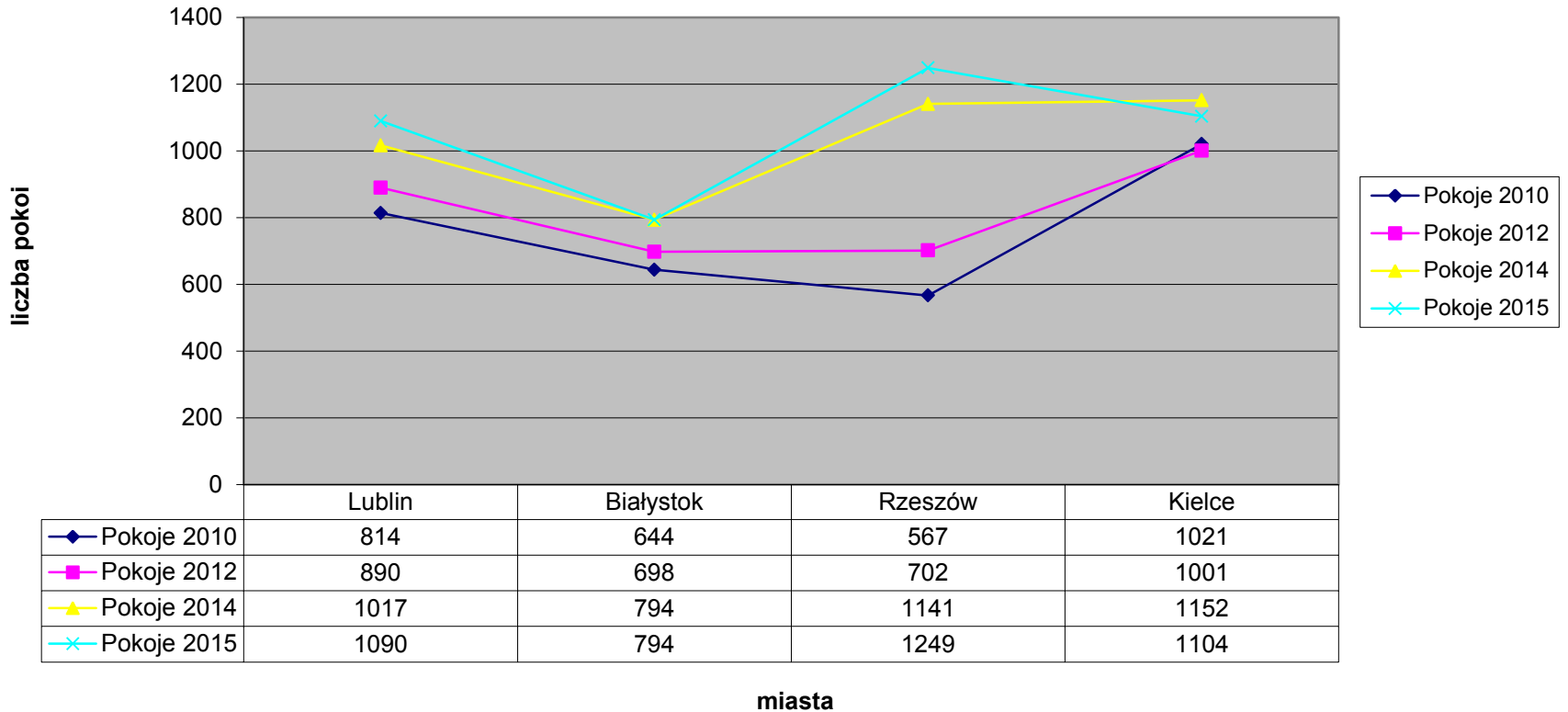
miasta



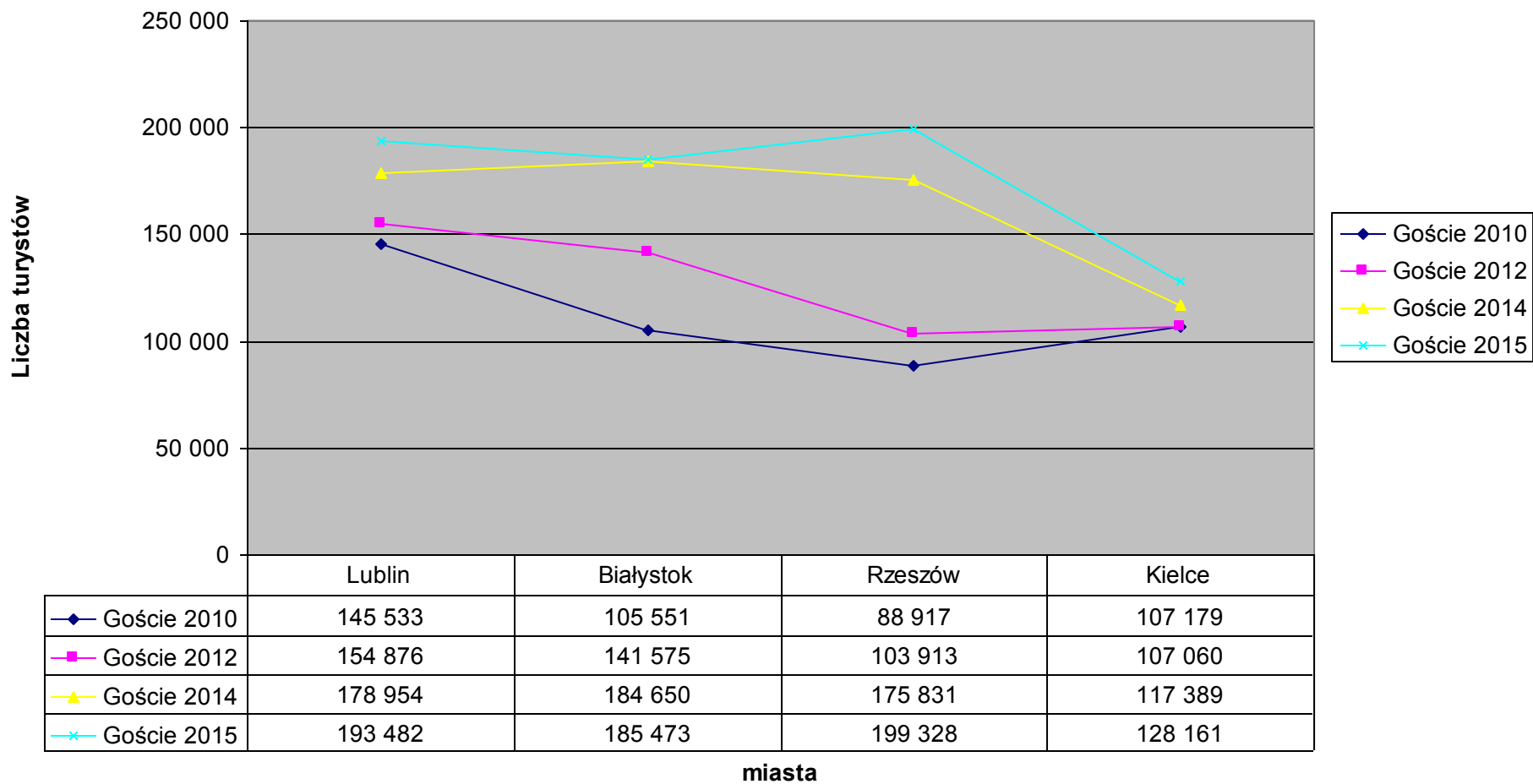
Liczba hoteli w latach 2010 - 2015



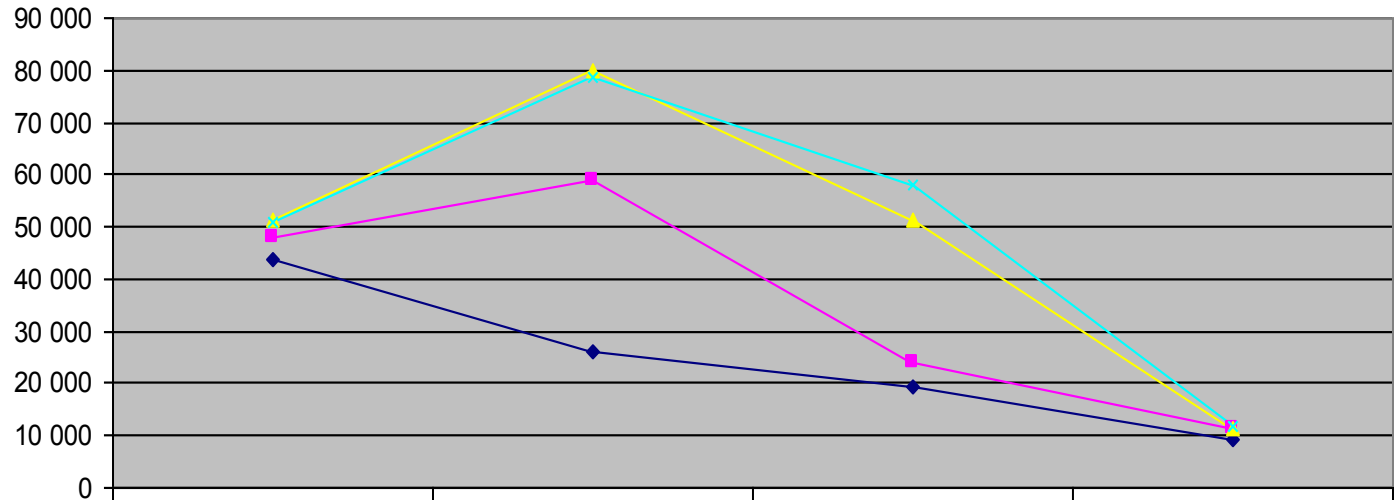
Pokoje w hotelach 2010 - 2015



Liczba turystów w hotelach 2010-2015



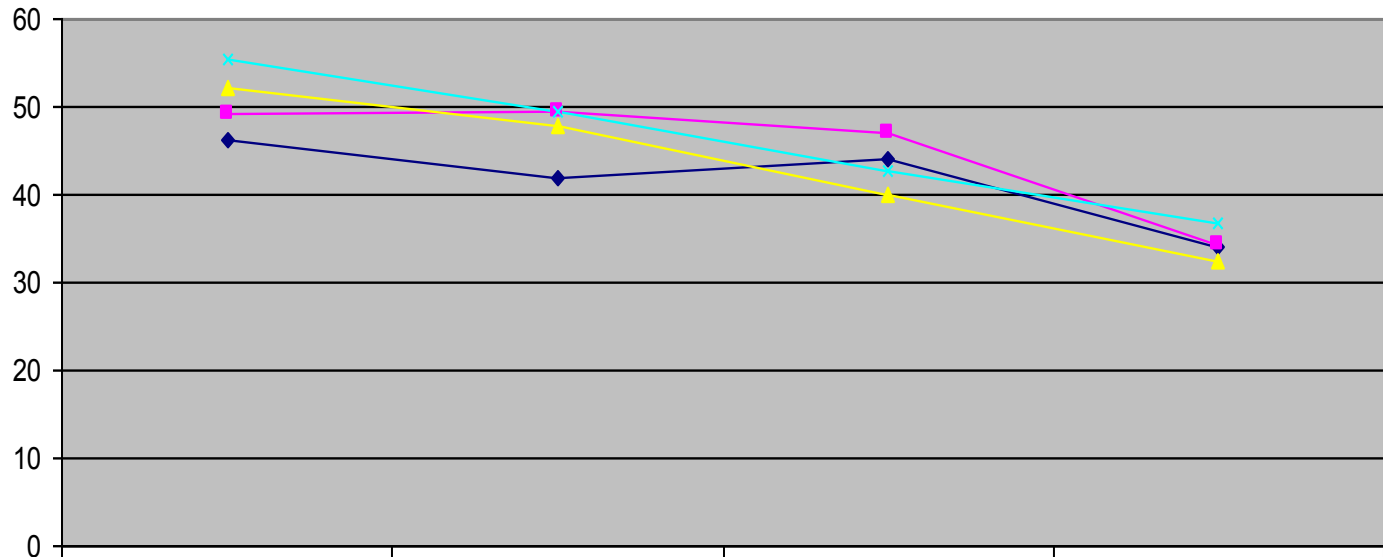
Turyści zagraniczni w latach 2010-2015



	Lublin	Białystok	Rzeszów	Kielce
—◆— Turyści zagraniczni 2010	43 686	26 020	19 244	9 319
—■— Turyści zagraniczni 2012	47 915	58 841	23 834	11 550
—▲— Turyści zagraniczni 2014	51 148	79 877	51 148	11 447
—×— Turyści zagraniczni 2015	50 850	78 491	58 028	11 583



Obłożenie pokoi w latach 2010-2015



	Lublin	Białystok	Rzeszów	Kielce
◆ Obłożenie pokoi 2010	46,3	41,9	44	34
■ Obłożenie pokoi 2012	49,3	49,4	47,1	34,4
▲ Obłożenie pokoi 2014	52,2	47,9	40,1	32,3
× Obłożenie pokoi 2015	55,3	49,5	42,7	36,8



Lublin na mapie turystycznej – podsumowanie:

1. W Lublinie latach 2010-2015 - podobnie jak w największych metropoliach Polski - dynamicznie zwiększa się liczba hoteli (o 13) i miejsc przy jednoczesnym wzroście „obłożenia” pokoi (z 46,3% do 55,3%).
2. Miasta, w których w latach 2010-2015 poziom wykorzystania pokoi hotelowych nie wzrasta to Rzeszów, Białystok, Olsztyn i Kielce.
3. Liczba gości hotelowych: w latach 2010-2015 rośnie w Lublinie o 30% w Rzeszowie o 125% w Białymstoku o 80%.
4. Obcokrajowcy w hotelach (dynamika wzr.): Lublin (20%), Rzeszów (200%), Białystok (200%), Kielce (25%)

Profil lubelskiego turysty - motywy



- Blisko połowa (47%) turystów odwiedzających Lublin kieruje się motywem służbowym, w tym:
- 10,8% to przedstawiciele handlowi,
- 17,1 „prowadzi w Lublinie biznes”,
- 9,5% bierze udział w targach, wystawach, konferencjach,
- 8% uczestniczy w szkoleniach

Profil lubelskiego turysty – główny motyw



- Co piąty kieruje się (19,8%) motywem poznawczym (zwiedzanie). Częściej motywem poznawczym kierują się obcokrajowcy (33%) niż turyści krajowi (14,5)
- Trzecim w kolejności motywem są „odwiedziny znajomych, rodziny” wybierane przez co dziesiątego turystę (10,1%)

Profil lubelskiego turysty – główny motyw



- Na czwartym miejscu wymieniono konferencję, zjazd naukowy (4,7%). Łącznie, konferencje, targi szkolenia (przemysł spotkań) wymienione zostały przez 22% badanych.

Profil lubelskiego turysty – pochodzenie



Co trzeci (30,4%) krajowy turysta pochodzi z województwa mazowieckiego. Większość z nich (60%) odwiedza Lublin w celach służbowych. Kolejne miejsca zajmują turyści z województwa lubelskiego (12%), małopolskiego (9,3%), podkarpackiego (7,8%). Dopiero na 11 i 14 miejscu turyści z woj. podlaskiego (3,2%) i świętokrzyskiego (1,2%).

Profil lubelskiego turysty – środki transportu



- Na pierwszym miejscu jest samochód (53,2%) jednak na drugim wymieniany jest samolot (14,9%) przed pociągiem (14,2%).
- Dla turystów zagranicznych samolot jest najpopularniejszym środkiem podróży do Lublina (43,6%) przed samochodem (27,9%)

Profil lubelskiego turysty – czas pobytu



- Długość pobytu jest charakterystyczna dla pobytów w dużych miastach. Dominują pobyty krótkie, jeden nocleg 41,2%, 2-3 noclegi 47,4%. Jedynie co dziesiąty turysta wybiera pobyt dłuższy niż 3 dniowy. Mimo realizacji od końca lipca.

Profil lubelskiego turysty – sposób podróży



- Dominuje pobyt indywidualny (45,7%) oraz z osobą towarzyszącą (30,1%). Pobyty rodzinne to jedynie 11%, podobnie jak grupowe (10,7%) ogółu.

Profil lubelskiego turysty – wydatki



- Średnie deklarowane wydatki związane z pobytem w mieście to 1100 zł. Turyści zagraniczni (dłuższe pobyty, częściej pobyty poznawcze) deklarują ponad dwukrotnie wyższe wydatki (1918 zł) niż turyści krajowi (774 zł).

- Dziękuję za uwagę...

