

Nasz znak: IV-271-11/2011

### **CZĘŚĆ III SIWZ OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

#### **„Badania ruchu turystycznego przyjazdowego (krajowego i zagranicznego) w południowej części Województwa Małopolskiego w Polsce oraz w Kraju Preszowskim na Słowacji”**

##### **I. Cele badania:**

- 1) Określenie szacunkowej liczby gości odwiedzających badany obszar,
- 2) Określenie liczby turystów odwiedzających badany obszar,
- 3) Określenie struktury i dynamiki ruchu turystycznego na badanym obszarze,
- 4) Określenie szacunkowych wpływów z turystyki dla gospodarki badanego obszaru
- 5) Określenie charakterystyki turysty krajowego i zagranicznego odwiedzającego badany obszar,
- 6) Określenie rankingu najczęściej odwiedzanych atrakcji i produktów turystycznych na badanym obszarze,
- 7) Ocena oferty turystycznej na badanym obszarze,
- 8) Określenie charakterystyki rynków zagranicznych istotnych w ruchu turystycznym przyjazdowym na badany obszar,
- 9) Dokonanie głębokiej analizy segmentacyjnej dla rynków: słowackiego po stronie polskiej, polskiego po stronie słowackiej oraz czeskiego, węgierskiego i ukraińskiego dla całego obszaru.

##### **II. Zakres tematyczny badań:**

1. Oszacowanie liczby gości odwiedzających badany obszar na przełomie 2011 i 2012 roku z oddzielnym wyróżnieniem gości odwiedzających polską i słowacką część, z podziałem na:  
Odwiedzający ogółem, w tym:  
Odwiedzający krajowi,  
Odwiedzający zagraniczni,  
wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie.
2. Określenie liczby turystów odwiedzających badany obszar na przełomie 2011 i 2012 roku, z oddzielnym wyróżnieniem gości odwiedzających polską i słowacką część, z podziałem na:  
Turysty ogółem, w tym:  
Turysty krajowi (ogółem w tym wg. województw, z których pochodzą),  
Turysty zagraniczni (ogółem w tym wg. krajów pochodzenia).  
wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie.
3. Oszacowanie liczby gości odwiedzających badany obszar w I TERMINIE badań z oddzielnym wyróżnieniem gości odwiedzających polską i słowacką część, z podziałem na:  
Odwiedzający ogółem, w tym:  
Odwiedzający krajowi,

Odwiedzający zagraniczni,  
wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie.

4. Oszacowanie liczby gości odwiedzających badany obszar w II TERMINIE badań, z oddzielnym wyróżnieniem gości odwiedzających polską i słowacką część, z podziałem na:  
Odwiedzający ogółem, w tym:  
Odwiedzający krajowi,  
Odwiedzający zagraniczni,  
wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie
5. Określenie struktury i dynamiki ruchu turystycznego na badanym obszarze (krajowego i zagranicznego) w przedziale lat 2001-2011 z wyróżnieniem części polskiej i słowackiej obszaru badań wraz z porównaniem dla każdej części do całego kraju.
6. Określenie szacunkowych wpływów z turystyki dla gospodarki badanego obszaru.
7. Określenie charakterystyki turysty krajowego i zagranicznego z uwzględnieniem:
  - a) profilu i struktury turystów odwiedzających badany obszar (w podziale na województwa/państwa),
  - b) celu przyjazdu turysty krajowego i zagranicznego,
  - c) organizatora przyjazdu (indywidualny, zbiorowy),
  - d) środka transportu,
  - e) formy zakwaterowania wraz z określeniem standardu wykorzystywanej bazy noclegowej podczas pobytu (przez bazę noclegową rozumie się obiekty hotelarskie zgodnie z ustawą o usługach turystycznych i pozostałe obiekty noclegowe. W przypadku hotelu należy określić również jego standard kategoryzacyjny).
  - f) długości pobytu,
  - g) częstotliwości odwiedzin,
  - h) płci, wieku, wykształcenia, statusu materialnego, organizacji pobytu,
  - i) średnich kwot wydatkowanych przez turystę krajowego i zagranicznego podczas pobytu na badanym obszarze,
  - j) źródła informacji o badanym obszarze,
  - k) przemieszczania się pojedynczego turysty pomiędzy polską a słowacką częścią obszaru badanego,
  - l) co uważa za największe atrakcje na badanym terenie wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie przedstawione w formie tekstowej i graficznej.
8. Określenie rankingu najczęściej odwiedzanych atrakcji i produktów turystycznych na badanym obszarze przez turystę krajowego i zagranicznego wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie przedstawione w formie tekstowej i graficznej.
9. Ocena oferty turystycznej badanego obszaru przez turystów krajowych i zagranicznych z osobnym wyróżnieniem i porównaniem części polskiej i słowackiej, zawierająca między innymi takie elementy jak:
  - a) ocenę oferty atrakcji turystycznych, w tym imprez kulturalnych i turystycznych,
  - b) ocenę oferty bazy noclegowej,
  - c) ocenę oferty bazy gastronomicznej,
  - d) ocenę jakości obsługi turystycznej, w tym usług przewodnickich,

- e) bezpieczeństwo,
- f) dojazd,
- g) informację turystyczną,
- h) atmosferę, życzliwość, gościnność,
- i) ocenę stosunku wysokości cen do jakości świadczonych usług turystycznych.

10. Określenie charakterystyki rynków zagranicznych istotnych w ruchu turystycznym przyjazdowym na badany obszar wraz z analizą wyników, wnioskami i tendencjami w tym zakresie.

PROFILE NARODOWE - charakterystyka rynków zagranicznych – charakterystyka wg parametrów opisanych w pkt 7, z uwzględnieniem następujących narodowości:

- Niemcy
- Brytyjczycy
- Francuzi
- Amerykanie
- Rosjanie
- Włosi
- Hiszpanie
- Węgrzy
- Ukraińcy
- Czesi
- Inne – jeżeli wyjdą

- 11. Dokonanie głębokiej analizy segmentacyjnej dla rynków: słowackiego po stronie polskiej, polskiego po stronie słowackiej oraz czeskiego, węgierskiego i ukraińskiego dla całego obszaru.
- 12. Dokonanie głębokiej analizy warunków, na których turysta odwiedzający polską lub słowacką część badanego obszaru byłby skłonny skorzystać z oferty turystycznej drugiej części badanego obszaru (zwiększenie przepływu ruchu turystycznego pomiędzy polską i słowacką częścią badanego obszaru).
- 13. Wnioski i podsumowanie.

## **WYKONANE BADANIA MUSZĄ BYĆ PORÓWNYWALNE DO BADAŃ WYKONANYCH W LATACH 2003-2010**

### **III. Metodologia badań:**

I. Badania powinny być realizowane na próbie losowej i powinny składać się z dwóch faz: badanie desk research oraz wywiady bezpośrednie i ankiety internetowe.

Badanie desk research, czyli analiza źródeł wtórnych, oparta na następujących źródłach informacji: danych dostępnych publicznie oraz własnych wewnętrznych badaniach wykonawcy. W badaniu desk research należy uwzględnić dane GUS, służby celnej, policji i innych instytucji zajmujących się statutowo monitoringiem ruchu turystycznego w Polsce i na Słowacji oraz dane pozyskane przez wykonawcę od właścicieli atrakcji turystycznych z obszaru objętego badaniem, przewodników oprowadzających po regionie, organizatorów ruchu turystycznego, raportów z

badan ruchu turystycznego na terenie objętym badaniem z lat 2003-2010 itp. Na podstawie tych danych powinna zostać oszacowana liczba turystów i gości odwiedzających teren badany z podziałem na część polską i słowacką.

Wywiady bezpośrednie (bezpośrednia rozmowa z respondentem przeprowadzona przez ankietera, przy użyciu formularza/ankiety) w wybranych punktach na obszarze badanym. Ankietowanymi będą odwiedzający (turyści i odwiedzający jednodniowi) Polacy, Słowacy oraz goście zagraniczni. Na podstawie tych danych powinien zostać określony typ turysty krajowego i zagranicznego oraz rynki priorytetowe dla badanego obszaru z podziałem na część polską i słowacką oraz wnioskami, co do ewentualnych wspólnych rynków priorytetowych.

Ankiety internetowe – badanie za pośrednictwem sieci w celu określenia profilu turysty poszukującego informacji turystycznej dotyczącej badanego obszaru za pośrednictwem Internetu – ich opinia, wrażenie, odczucie co do marki regionu (jakie miejsca/atrakcje kojarzą z naszym regionem itp.); z jakich powodów zdecydowali się/nie zdecydowali się odwiedzić badany obszar itd.

W badaniu należy przyjąć definicje turysty i odwiedzającego dany region czy miasto zgodnie z wytycznymi przyjętymi w 2008 roku przez Światową Organizację Turystyczną (UNWTO) oraz zgodnie z polską i słowacką statystyką publiczną.

UWAGA: Badania w roku 2011 powinny umożliwiać porównywalność danych na przestrzeni lat 2003-2010 przeprowadzonych przez Województwo Małopolskie. Raporty z tych badań są prezentowane na [www.malopolskie.pl](http://www.malopolskie.pl) w dziale turystyka.

#### IV. Pobór próby

##### 1. Terminy:

- a. TERMIN I – wrzesień - październik 2011
- b. TERMIN II – grudzień 2011 – luty 2012

2. Godziny poboru próby: od godziny 9.00 do 19.00

3. Częstotliwość poboru próby:

- a. Stała częstotliwość, co 20-ty odwiedzający bez względu na narodowość,
- b. Pomiar powinien być powtórzony sześciokrotnie w I i II TERMINIE,
- c. Wywiady powinny być tak realizowane, aby umożliwić badanie zarówno ruchu weekendowego jak i w pozostałe dni tygodnia,
- d. Terminy poboru próby muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego

4. Wielkość próby: minimum 5 000 ankiet z badania *desk reserch* oraz minimum 1 000 ankiet internetowych.

Z badań realizowanych w latach ubiegłych oraz z danych m.in. Głównego Urzędu Statystycznego wiadomo, że udział gości zagranicznych wśród ogółu gości odwiedzających Małopolskę wynosi ok. 20%. Zakładając, że liczebność całej próby będzie wynosiła ok. 6 000

ankiet szacujemy, że turystów zagranicznych powinno być w próbie około 1200. Prawidłowość wykonania ankiet powinna być sprawdzana również pod tym kątem.

#### 5. Ankiety

Wzór ankiet – do wywiadów bezpośrednich i ankiety internetowej – przygotowuje Wykonawca. Wzór ankiety musi być tak przygotowany, aby w konsekwencji umożliwił odpowiedź na cele stawiane badaniom i aby wykonane badania były porównywalne do badań wykonanych przez Województwo Małopolskie z lat 2003-2010. Zamawiający zastrzega sobie prawo wprowadzenia zmian do wzorów ankiet. Ankiety powinny być przygotowane w 8 wersjach językowych (polskiej, słowackiej, angielskiej, niemieckiej, francuskiej, rosyjskiej, hiszpańskiej, włoskiej). Polacy i Słowacy powinni być ankietowani bezpośrednio przez ankietera mówiącego ich językiem narodowym, a cudzoziemcy dostaną ankietę do samodzielnego wypełniania.

Ankieta internetowa powinna ponadto umożliwić badanie także pod kątem preferencji turysty, który dotąd nie odwiedził obszaru badań (zainteresowania, powody wyboru miejsca wypoczynku, dlaczego nie wybrał dotąd obszaru badań, co musiałoby się zmienić, żeby wybrał obszar badań na miejsce wypoczynku itd.)

#### 6. Miejsca poboru próby

### Lista przewidywanych miejsc badawczych dla badania realizowanego w I TERMINIE:

#### STRONA POLSKA

1. Kalwaria Zebrzydowska – sanktuarium + Wadowice – dom Jana Pawła II (podział próby)
2. Zakopane – Krupówki + Gubałówka + Kasprowy Wierch + wejście do TPN (podział próby po 1/4)
3. Szczawnica – stacja narciarska Palenica + pijalnia + droga Pienińska (podział próby)
4. Krynica Zdrój – deptak + pijalnia + Jaworzyna kolejka (podział próby)
5. Nowy Sącz – Rynek + Sądecki Park Etnograficzny + Miasteczko Galicyjskie (podział próby)
6. Sromowce Niżne / Czerwony Klasztor – kładka na Dunajcu
7. Kąty - spływ
8. Niedzica - Zamek
9. Szlak architektury drewnianej (podział próby - cztery miejsca w uzgodnieniu z Zamawiającym)
10. Muzea, imprezy kulturalne i sportowe (podział próby w uzgodnieniu z Zamawiającym)

#### STRONA SŁOWACKA

1. Ľubovniansky hrad
2. vodná nádrž Domaša – stredisko Val'kov
3. AQUACITY Poprad
4. Kúpele Vyšné Ružbachy
5. Bardejovské Kúpele
6. Mesto Levoča
7. Salaš u Franka Stará Ľubovňa
8. Štrbské pleso
9. Belianska jaskyňa

## 10. Červený kláštor

### Lista przewidywanych miejsc badawczych dla badania realizowanego w II TERMINIE:

#### STRONA POLSKA

1. Kalwaria Zebrzydowska – sanktuarium + Wadowice – dom Jana Pawła II (podział próby)
2. Zakopane – Krupówki + Gubałówka + Kasprowy Wierch (podział próby)
3. Białka Tatrzańska – stacje narciarskie + terma (podział próby)
4. Wierchomla – stacja narciarska
5. Krynica- Zdrój – Jaworzyna Krynicka, kolej gondolowa
6. Szczawnica – Palenica
7. Rytro – stacja narciarska
8. Kluszkowce – wyciąg
9. Popularne punkty gastronomiczne (podział próby – cztery do uzgodnienia z Zamawiającym)
10. Imprezy turystyczne (np. kuligi – podział próby, punkty w uzgodnieniu z Zamawiającym)

#### STRONA SŁOWACKA

1. AQUACITY Poprad
2. Kúpele Vyšné Ružbachy
3. Salaš u Franka Stará Ľubovňa
4. Mesto Levoča
5. Mesto Bardejov
6. Mesto Poprad
7. Mesto Prešov
8. Tatranská Lomnica
9. Štrbské pleso
10. Ždiar

Zmiany miejsca poboru próby wymagają zgody Zamawiającego.

### V. Sposób prezentacji wyników badania

- 1) Raport w wersji elektronicznej i drukowanej w dwóch wersjach językowych – polskiej i słowackiej (po 6 sztuk), na wyłączną własność Zamawiającego i Partnera Projektu,
- 2) Sprawozdania bieżące z badań (sprawozdanie z badania wykonanego w I TERMINIE i sprawozdanie z badania wykonanego w II TERMINIE), w wersji elektronicznej i drukowanej w języku polskim i słowackim (po 6 sztuk), na wyłączną własność Zamawiającego i Partnera Projektu.

#### RAPORT

1. Opis techniczny badań i metodologia badań, zawierający m.in.
  - a. Zasady prowadzenia wywiadów – opis,
  - b. Zasady doboru respondentów – opis,
  - c. Liczbę zrealizowanych ankiet uwzględniającą podział regionalny (Tabela: m.in. miejsce badawcze, powiat, zrealizowana liczba ankiet, % udział w próbie),
  - d. Metodę wyliczenia szacunkowego i realnego ruchu turystycznego - opis

2. Opisowa i graficzna prezentacja otrzymanych danych, m.in.
  - a. Opis i analiza uzyskanych wyników zgodnie z celami i zakresem tematycznym badań,
  - b. Tabele z wynikami uwzględniająca porównanie do lat poprzednich: 2003-2010,
  - c. Wykresy pokazujące zmiany w latach 2003,2004,2005,2006,2007, 2008, 2009, 2010,
  - d. Wnioski
3. Analiza zebranych informacji
4. Wnioski i zalecenia

## SPRAWOZDANIA

### **Sprawozdanie z badań wykonanych w I i II TERMINIE zawierające m.in.:**

- a. Opis uzyskanych wyników zgodnie z celami i zakresem tematycznym badań,
- b. Liczbę zrealizowanych ankiet uwzględniającą podział regionalny (Tabela: m.in. miejsce badawcze, powiat, zrealizowana liczba ankiet, % udział w próbie),
- c. Zasady prowadzenia wywiadów – opis,
- d. Zasady doboru respondentów -opis

## **VI. Dodatkowe zobowiązania Wykonawcy**

1. Bieżące konsultacje z Zamawiającym przebiegu realizacji zamówienia. Zamawiający zastrzega sobie prawo proponowania zmian do wzoru ankiety i listy miejsc, w których będą realizowane badania.
2. Umożliwienie przedstawicielowi/om Zamawiającego udziału w pracach zespołu badawczego realizującego badanie.
3. Upoważnienie Zamawiającego do podglądu ankiet źródłowych lub przekazanie Zamawiającemu ankiet źródłowych zeskanowanych do wersji elektronicznej.
4. Eksport danych oraz słowników do postaci tekstowej i bazodanowej (EXCEL) na potrzeby Zamawiającego.