



Małopolska Organizacja Turystyczna

Badania zrealizowane przez  
Małopolską Organizację  
Turystyczną  
dla  
Urzędu Marszałkowskiego  
Województwa Małopolskiego



ISSN 2299-2863 Druk  
ISSN 2299-2871 Online

# **RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2019 ROKU**

## **TOM 1\_A \_OGÓŁEM**

Numer 1 /2020

**Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce 2019**  
Metoda badań i monografia opracowane przez ekspertów

**Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej**  
**Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie**  
**Akademii Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie**  
**Krakowskiej Akademii im. A. Frycza Modrzewskiego w Krakowie**  
**Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie**

AUTORZY

**dr Krzysztof Borkowski PhDr.**

*- red. nauk., kierownik projektu*

**prof. dr hab. Tadeusz Grabiński**  
**prof. UEK dr hab. Renata Seweryn**  
**dr hab. Lucyna Rotter**  
**mgr Leszek Mazanek**  
**dr Bożena Alejziak**  
**dr Ewa Grabińska**

Recenzja naukowa:

**prof. dr hab. Anna Nowakowska**  
**dr hab. Krzysztof Kaganek**

Koordinator MOT:

**mgr Katarzyna Halz**

**MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA**  
**KRAKÓW – GRUDZIEŃ 2019 –STYCZEŃ 2020**

**RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE**

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

**ISBN 978-83-66288-57-7**

**Numer 1/2020**

**ISBN 978-83-66288-57-7**

Małopolska Organizacja Turystyczna  
Rynek Kleparski 4/13  
31-150 Kraków

**Kolegium Redakcyjne**

Przewodniczący:

**dr Krzysztof Borkowski PhDr. red. nauk.**

Członkowie:

**prof. dr hab. Tadeusz Grabiński**

**prof. UEK dr hab. Renata Seweryn**

**dr hab. Lucyna Rotter**

**mgr Leszek Mazanek**

**dr Bożena Alejziak**

**dr Ewa Grabińska**

**mgr Andrzej Gut – Mostowy**

**mgr Paweł Mierniczak**

**mgr Piotr Łęźniak**

Sekretarz:

**mgr Katarzyna Halz**

Konsultant graficzny:

**mgr Jakub Borkowski**

**mgr Kinga Synowska**

Recenzenci naukowi:

**prof. dr hab. Anna Nowakowska**

**dr hab. Krzysztof Kaganek**

Krzysztof Borkowski:	Akademia Wychowania Fizycznego – Kraków – Polska Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii – Sucha Beskidzka – Polska
Tadeusz Grabiński:	Uniwersytet Ekonomiczny – Kraków – Polska Krakowska Akademia – Kraków – Polska
Ewa Grabińska	
Renata Seweryn:	Uniwersytet Ekonomiczny – Kraków – Polska
Leszek Mazanek:	Akademia Wychowania Fizycznego – Kraków – Polska
Bożena Alejziak:	Akademia Wychowania Fizycznego – Kraków – Polska
Lucyna Rotter:	Uniwersytet Jana Pawła II – Kraków – Polska

## SPIS TREŚCI

<b>SPIS TREŚCI</b> .....	<b>3</b>
<b>WPROWADZENIE</b> .....	<b>5</b>
<b>Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce</b> .....	<b>5</b>
<b>Rozdział 2. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce</b> .....	<b>7</b>
2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę .....	7
2.2. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce.....	8
2.3. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce .....	10
2.4. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy .....	11
2.5. Odwiedzający krajowi w Małopolsce .....	14
<b>Rozdział 3. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę</b> .....	<b>18</b>
3.1. Wprowadzenie .....	18
3.2. Wiek – struktura procentowa.....	18
3.3. Płeć - struktura procentowa .....	19
3.4. Wykształcenie – struktura procentowa .....	19
3.5. Status materialny odwiedzających - struktura procentowa .....	20
3.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie) – struktura procentowa.....	20
<b>Rozdział 4. Cele przyjazdów do Małopolski</b> .....	<b>21</b>
<b>Rozdział 5. Organizacja przyjazdu i pobytu w Małopolsce</b> .....	<b>22</b>
5.1. Źródła informacji o Małopolsce wykorzystywane przed przyjazdem do destynacji przez odwiedzających .....	22
5.2. Organizacja pobytu – struktura procentowa.....	23
5.3. Miejsce noclegu turystów w Małopolsce .....	24
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających – struktura procentowa .....	25
5.5. Wykorzystywane środki transportu – struktura procentowa.....	26
<b>Rozdział 6. Oferta turystyczna Małopolski</b> .....	<b>28</b>
6.1. Wprowadzenie .....	28
6.2. Ocena oferty turystycznej .....	29
6.3. Ocena jakości usług i poziomu cen .....	30
6.4. Ocena poziomu bezpieczeństwa i satysfakcji z pobytu .....	33
<b>Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS</b> .....	<b>33</b>
<b>Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS</b> .....	<b>36</b>
6.5. Atrakcje turystyczne Małopolski .....	39
<b>Rozdział 7. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki</b> .....	<b>42</b>
7.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski .....	42
7.2. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce .....	43
7.3. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki.....	47

<b>Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski.....</b>	<b>49</b>
<b>PODSUMOWANIE.....</b>	<b>50</b>
<b>Wnioski ogólne.....</b>	<b>52</b>
<b>Wnioski szczegółowe i rekomendacje.....</b>	<b>53</b>
<b>Wykaz tabel.....</b>	<b>55</b>

## WPROWADZENIE

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach statutowych zadań, do których należy „podejmowanie działań mających wpływ na zwiększenie liczby turystów odwiedzających Województwo Małopolskie”, prowadzi systematyczny monitoring ruchu turystycznego w Małopolsce, województwie, w którym turystyka odgrywa istotną rolę w sferze społeczno-gospodarczej. Badania realizowane przez ekspertów Międzyuczelnianego Zespołu Naukowego Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w oparciu o autorską metodę, umożliwiają prowadzenie analizy porównawczej wielkości i struktury ruchu turystycznego w Małopolsce. Poprzez integrację danych ilościowych i jakościowych oraz ciągłość w obserwacji zjawiska wyniki prowadzonych badań stanowią materiał wyjściowy do podejmowania działań stymulujących rozwój turystyki zrównoważonej w województwie małopolskim.

### **Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce**

Przyjęty w badaniach system zbierania danych oparto na dwóch zasadniczych metodach: wywiadzie bezpośrednim prowadzonym przez ankierów z wykorzystaniem papierowego kwestionariusza ankiety (*PEPI – Paper and Pencil Interviewing*) oraz analizie danych zastanych (*desk research*). Zastosowana triangulacja metod badawczych podnosi jakość prowadzonych badań i w znacznym stopniu ogranicza błąd pomiaru.

Badanymi ankietowymi były osoby odwiedzające Małopolskę określane w zaleceniach statystycznych UNWTO mianem turystów (korzystający przynajmniej z jednego noclegu) oraz odwiedzających jednodniowych, którzy przybyli w celu poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym i innych.

W badaniach pominięto przyjezdnych, którzy deklarowali pobyt przekraczający 90 dni. Brano jednak również pod uwagę aktywność wypoczynkową mieszkańców Małopolski związanych stałą pracą lub nauką na terenie województwa małopolskiego. Osoby tej kategorii stanowią bardzo istotną część strumienia ruchu turystycznego i są nie tylko kadrą bezpośredniej obsługi turystów, ale są również aktywnymi turystami korzystającymi z oferty wypoczynkowej regionu

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2018, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności  $n=7\ 000$  osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 3%. Przyjęto schemat losowania warstwowego, gdzie warstwę stanowił powiat oraz rodzaj obiektu w każdym powiecie (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne objekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Wskazano dodatkowo do poboru próby miejsca koncentracji podróżnych takie jak: dworce kolejowe i autobusowe, port lotniczy oraz objekty i miejsca stanowiące atrakcje turystyczne. Listę tych miejsc ustalili eksperci na podstawie informacji pozyskanych od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego, służby celnej oraz Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach. Przy pobieraniu próby przyjęto następujące zasady: wszystkie osoby, z którymi przeprowadzano wywiady miały powyżej 16 lat; w przypadku ankietowania rodziny badaniem obejmowano tylko jednego jej przedstawiciela; w przypadku ankietowania grupy zorganizowanej badaniem obejmowano, co najwyżej dwie dorosłe osoby z tej grupy.

Badania przeprowadzono w okresie od stycznia do grudnia 2019 r. według przyjętego rozkładu miejsc poboru próby w ciągu każdego miesiąca.

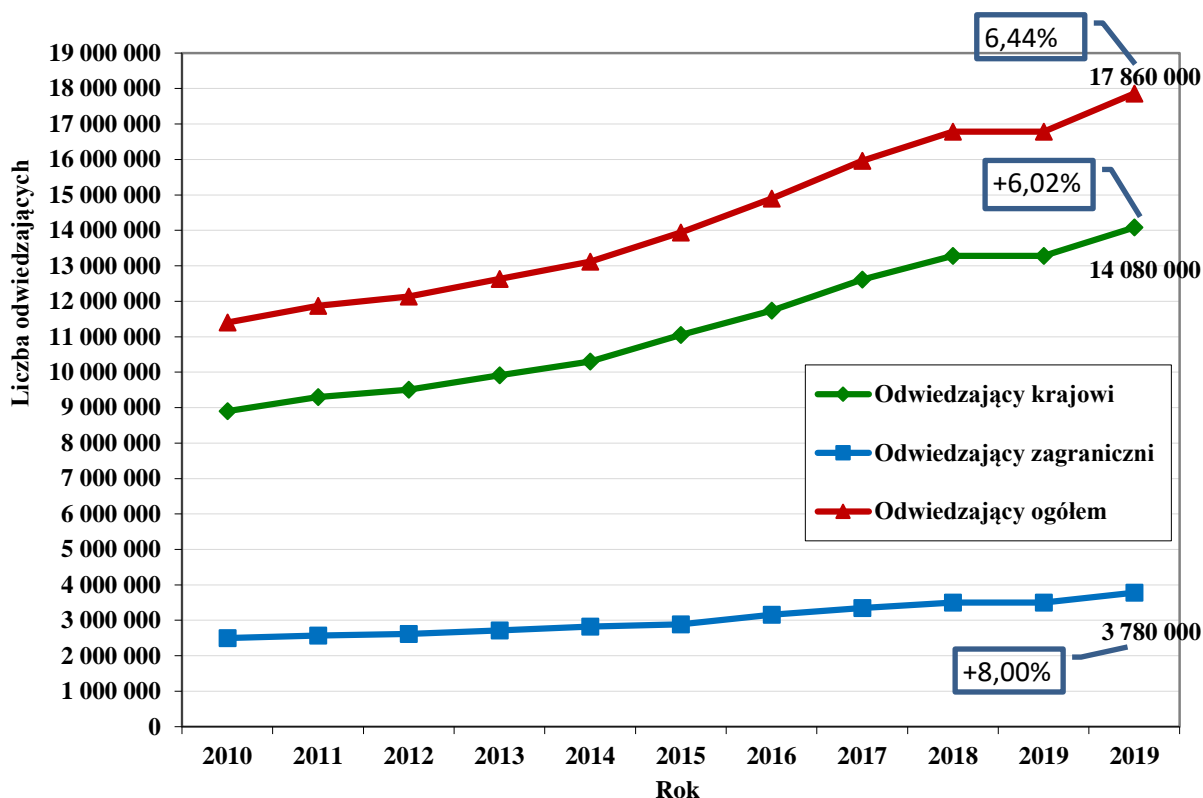
W 2019 roku pobrano łącznie 7019 ankiet. Wprowadzanie ankiet do bazy odbywało się poprzez formularz w postaci strony html oraz przy użyciu skryptu PHP.

Druga grupa narzędzi (badania typu desk research) opierała się na powszechnie dostępnych danych. Przede wszystkim były to dane pochodzące z Banku Danych Regionalnych oraz komunikatów, biuletynów, publikacji elektronicznych (w tym danych archiwalnych) udostępnianych przez Główny Urząd Statystyczny.

## Rozdział 2. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce

### 2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę

Rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce wykazują od wielu lat tendencję wzrostową. W roku 2019 przyrost ten wyniósł nieco więcej niż rok wcześniej (kiedy to odnotowano wzrost o około 5%), a mianowicie osiągnął poziom 6,44%, co oznacza, że ruch turystyczny w regionie zwiększył się do wielkości 17,86 mln osób. Przyrost dotyczył w szczególności liczby odwiedzających z zagranicy – o 8% (rok wcześniej było to 4,5%), tj. do wielkości 3,78 mln osób. Rozmiary krajowego ruchu turystycznego zwiększyły się natomiast o 6% (rok wcześniej było to 5,3%), tj. ukształtowały się na poziomie 14,08 mln osób.



Rysunek 2.1.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2019

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejskiak

**Tabela 2.1.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2019 w tysiącach osób**

Małopolska										
Wyszczególnienie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Odwiedzający krajowi	8 900	9 300	9 510	9 910	10 300	11 050	11 740	12 610	13 280	<b>14 080</b>
Odwiedzający zagraniczni	2 500	2 570	2 620	2 720	2 820	2 890	3 160	3 350	3 500	<b>3 780</b>
Odwiedzający ogółem	11 400	11 870	12 130	12 630	13 120	13 940	14 900	15 960	16 780	<b>17 860</b>
w tym Kraków										
Odwiedzający krajowi	6 050	6 450	6 600	6 700	7 250	7 430	9 250	9 850	10 400	<b>10 750</b>
Odwiedzający zagraniczni	2 100	2 150	2 350	2 550	2 650	2 620	2 900	3 050	3 100	<b>3 300</b>
Odwiedzający ogółem	8 150	8 600	8 950	9 250	9 900	10 050	12 150	12 900	13 500	<b>14 050</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak

Niemal 79% ruchu turystycznego w Małopolsce w 2019 roku (14,05 mln osób) tworzyli odwiedzający Kraków. Dotyczyło to tak gości krajowych (ponad 76% ogółu Polaków odwiedzających region, tj. 10,75 mln osób), ale przede wszystkim zagranicznych (ponad 87% ogółu obcokrajowców przyjeżdżających do Małopolski, tj. 3,3 mln osób).

## 2.2. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce

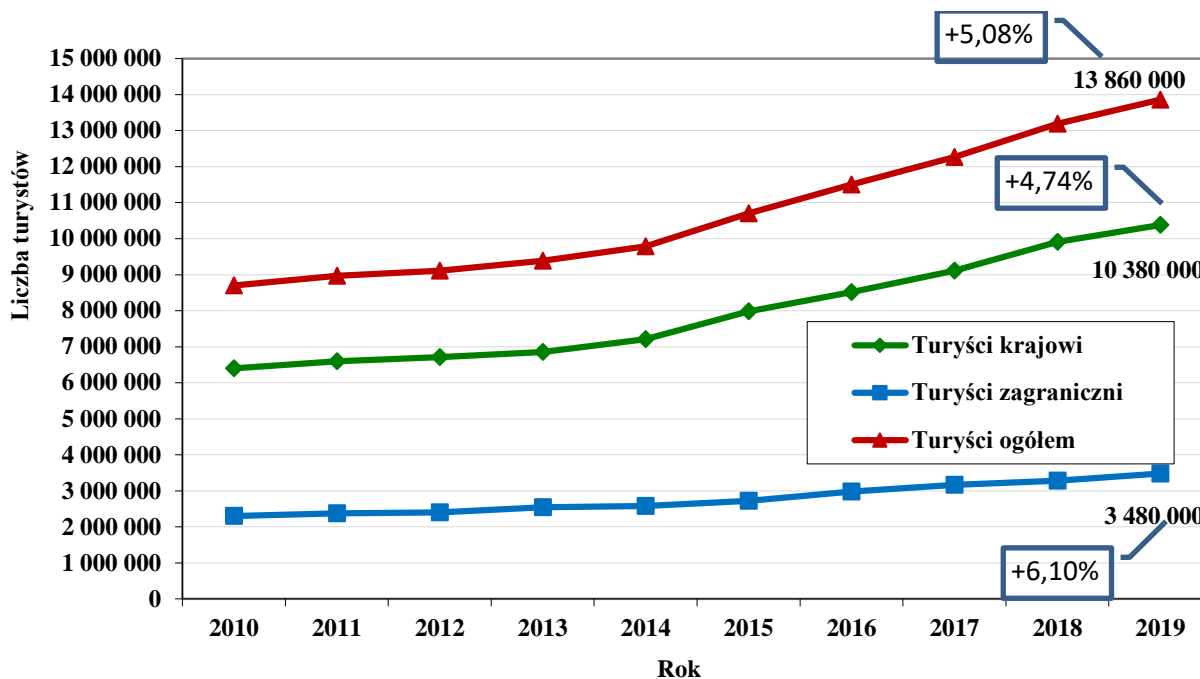
Niemal 78% ogółu odwiedzających Małopolskę w 2019 roku stanowili turyści (13,86 mln osób), czyli goście nocujący w regionie (rok wcześniej było to prawie 79%). Większy odsetek w tym względzie charakteryzował ruch przyjazdowy z zagranicy (92%, tj. 3,48 mln osób, podczas gdy w roku poprzednim było niecałe 94%). Natomiast spośród ogółu krajowych odwiedzających Małopolskę, analogicznie jak rok wcześniej, blisko 74% było turystami, co oznacza, że 10,38 mln Polaków w 2019 roku nocowało w regionie.

**Tabela 2.2.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2019 w tysiącach osób**

Małopolska										
Wyszczególnienie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Turyści krajowi	6 400	6 600	6 710	6 850	7 210	7 980	8 520	9 108	9 910	<b>10 380</b>
Turyści zagraniczni	2 300	2 370	2 400	2 540	2 580	2 720	2 980	3 162	3 280	<b>3 480</b>
Turyści ogółem	8 700	8 970	9 110	9 390	9 790	10 700	11 500	12 270	13 190	<b>13 860</b>
w tym Kraków										
Turyści krajowi	4 050	4 500	4 650	4 800	5 100	5 630	5 850	6 300	6 800	<b>7 100</b>
Turyści zagraniczni	2 000	2 050	2 250	2 450	2 500	2 520	2 650	2 800	2 850	<b>3 050</b>
Turyści ogółem	6 050	6 550	6 900	7 250	7 600	8 150	8 500	9 100	9 650	<b>10 150</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak





Rysunek 2.2.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2019

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak,

W relacji do roku ubiegłego liczba turystów w Małopolsce zwiększyła się w 2019 roku o ponad 5% (rok wcześniej odnotowano wzrost o 7,5%). Większy przyrost miał miejsce w odniesieniu do turystów zagranicznych (o ponad 6% – rok wcześniej tylko o 3,7%). Z kolei liczba Polaków nocujących w Małopolsce wzrosła o prawie 5% (podczas gdy rok wcześniej było to ponad 8,8%).

Nie sposób nie zauważyć, że ponad 73% turystów w regionie (10,15 mln osób w 2019 roku, tj. o niemal 11% więcej niż rok wcześniej) to ci, którzy nocują w Krakowie (zarówno w 2019, jak i w 2018 roku). Wśród nich zdecydowanie przeważają turyści krajowi – 7,1 mln osób w 2019 roku (o 4,4% więcej niż w roku poprzednim), aczkolwiek było to tylko 68,4% spośród wszystkich turystów w Małopolsce (w 2018 roku udział ten wynosił 68,6%). Turystów zagranicznych nocujących w Krakowie w 2019 roku było natomiast 3,05 mln osób (o ponad 7% więcej niż w roku poprzednim), tj. prawie 88% ogółu turystów zagranicznych w Małopolsce (rok wcześniej było to niecałe 87%).

### 2.3. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce

Drugą grupą odwiedzających Małopolskę (poza turystami) są goście jednodniowi. Ich liczba (ponad 22% całego przyjazdowego ruchu turystycznego w 2019 roku, podczas gdy rok wcześniej było to ponad 21%) wzrosła w br. o 11,4% (rok wcześniej zmniejszyła się o prawie 3%), tj. osiągnęła wielkość 4 mln osób.

Tabela 2.3.1. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce w latach 2010-2019 w tysiącach osób

Małopolska										
Wyszczególnienie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Odwiedzający jednodniowi krajowi	2 500	2 700	2 800	3 060	3 090	3 070	3 220	3 502	3 370	<b>3 700</b>
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	200	200	220	180	240	170	180	188	220	<b>300</b>
Odwiedzający jednodniowi ogółem	2 700	2 900	3 020	3 240	3 330	3 240	3 400	3 690	3 590	<b>4 000</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak

Zdecydowana większość jednodniowych odwiedzających w regionie (92,5% w 2019 roku, podczas gdy rok wcześniej było to ok. 96%) to goście z Polski (3,7 mln osób), których liczba w 2019 roku wzrosła o 9,8% (rok wcześniej zmniejszyła się o prawie 4%). Jednodniowi odwiedzający z zagranicy stanowili w 2019 roku tylko 7,5% ogółu tego segmentu gości w Małopolsce (rok wcześniej ponad 6%) – było ich tylko 300 tys. osób, tj. o 36,7% więcej niż w roku poprzednim (w roku 2018 zanotowano ich wzrost o ponad 4,4%).

## 2.4. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy

Tabela 2.4.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2019 roku – struktura procentowa – w zaokrągleniu do 0,000%



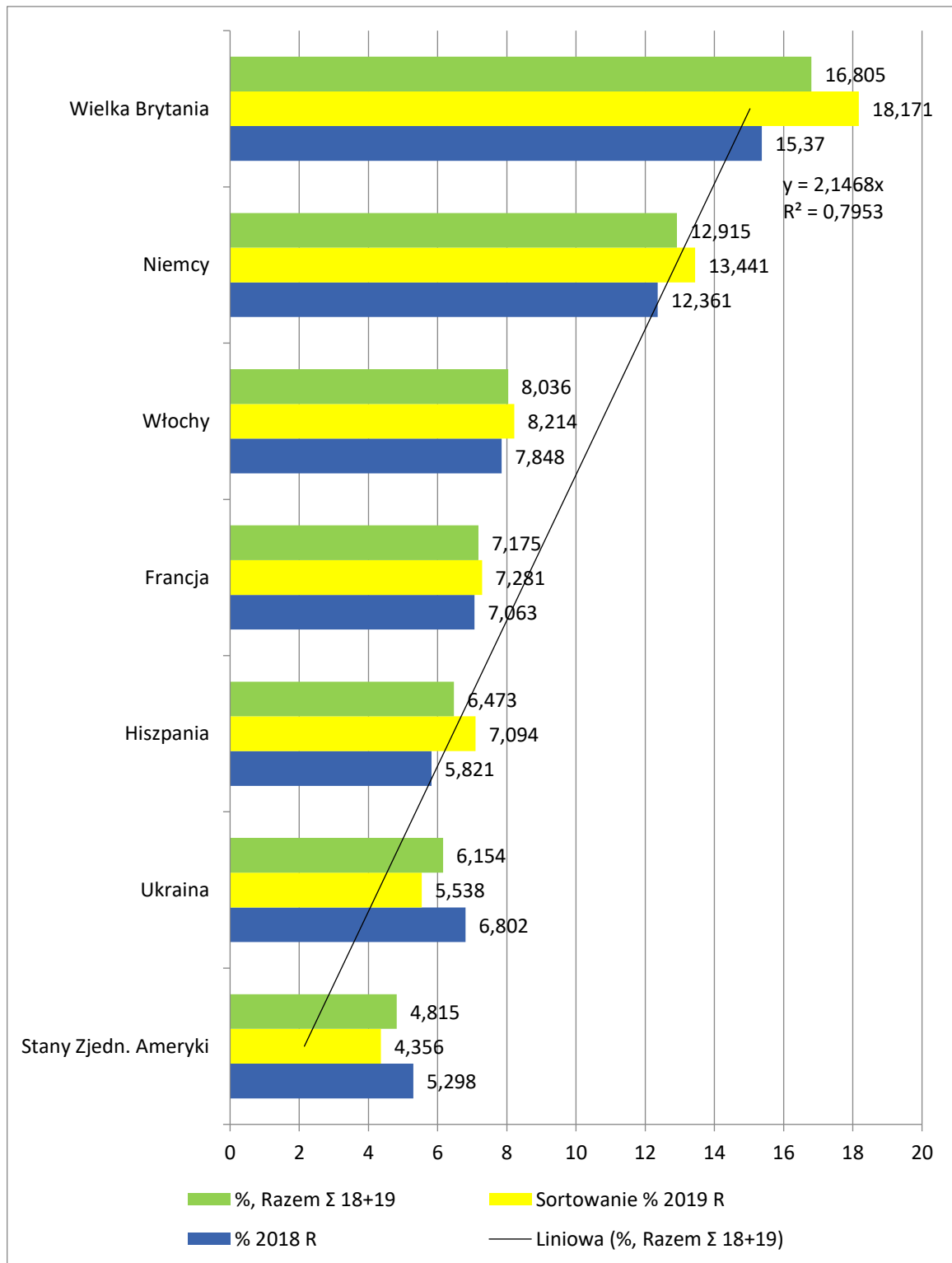
I.p.	Kraj przyjazdu	% 2018 R	Sortowanie % 2019 R	N <sup>1</sup> 2018 R	N 2019 R	%, Razem Σ 18+19	N, Razem	% zmiany 19-18
1	Wielka Brytania	15,37	18,171	235	292	16,805	527	2,801
2	Niemcy	12,361	13,441	189	216	12,915	405	1,080
3	Włochy	7,848	8,214	120	132	8,036	252	0,366
4	Francja	7,063	7,281	108	117	7,175	225	0,217
5	Hiszpania	5,821	7,094	89	114	6,473	203	1,273
6	Ukraina	6,802	5,538	104	89	6,154	193	-1,264
7	Stany Zjedn. Ameryki	5,298	4,356	81	70	4,815	151	-0,942
	<b>Σ POŚREDNIA</b>	<b>60,563</b>	<b>64,095</b>	<b>926</b>	<b>1030</b>	<b>62,373</b>	<b>1956</b>	<b>3,531</b>
8	Reszta krajów	39,437	35,905	603	577	37,627	1180	-3,531
	<b>Suma</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>1529</b>	<b>1607</b>	<b>100</b>	<b>3136</b>	<b>0,0</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Główne kierunki przyjazdu odwiedzających zagranicznych do Małopolski z siedmiu krajów stanowią ponad 60% całości strumienia zagranicznego ruchu docierającego do województwa. Pierwszą pozycję na liście z wynikiem za lata 2018-2019 prawie 17% zajmują odwiedzający z Wielkiej Brytanii. Udziały tej grupy odwiedzających wzrosły w 2019 roku o prawie 3% w stosunku do roku poprzedniego. Drugie miejsce zajmują odwiedzający z Niemiec z wynikiem łącznym za lata 2018-2019 prawie 13%. Udziały tej grupy odwiedzających wzrosły w 2019 roku o ponad 1% w stosunku do roku poprzedniego. Stabilną trzecią pozycję na liście zajmują odwiedzający z Włoch z wynikiem ponad 8% (Σ 2018-2019). Odwiedzający z Francji, Hiszpanii, Ukrainy uzyskali podobny ≈7% wynik w strukturze przyjazdów. Grupę tę zamykają odwiedzający z USA z wynikiem ≈ 5% (Σ 2018-2019).

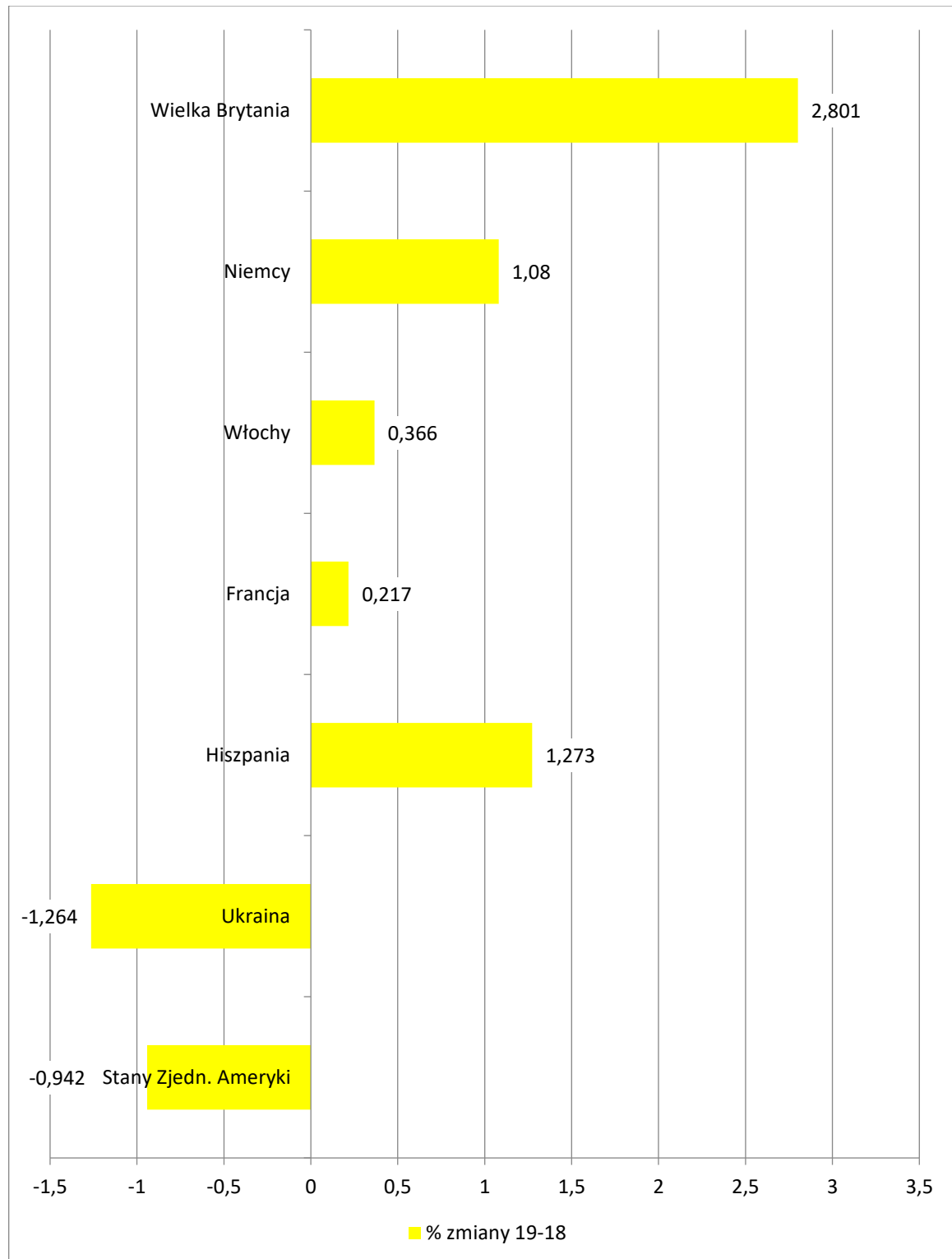
Poza USA reszta krajów z pierwszej 7 –ki to kraje europejskie stosunkowo blisko położone względem Polski. Z czego jedynie Ukraina jest spoza wspólnego rynku i systemu Schengen.

<sup>1</sup> Wartość „N” oznacza liczbę respondentów



Rysunek 2.4.1. Główni odwiedzający zagraniczni w Małopolsce – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2019 roku – struktura procentowa dla siedmiu najważniejszych rynków zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejskiak.



Rysunek 2.4.2. Zmiana strumienia ruchu turystycznego w latach 2018-2019 w Małopolsce (% zmiany dla siedmiu najważniejszych rynków zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski)

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

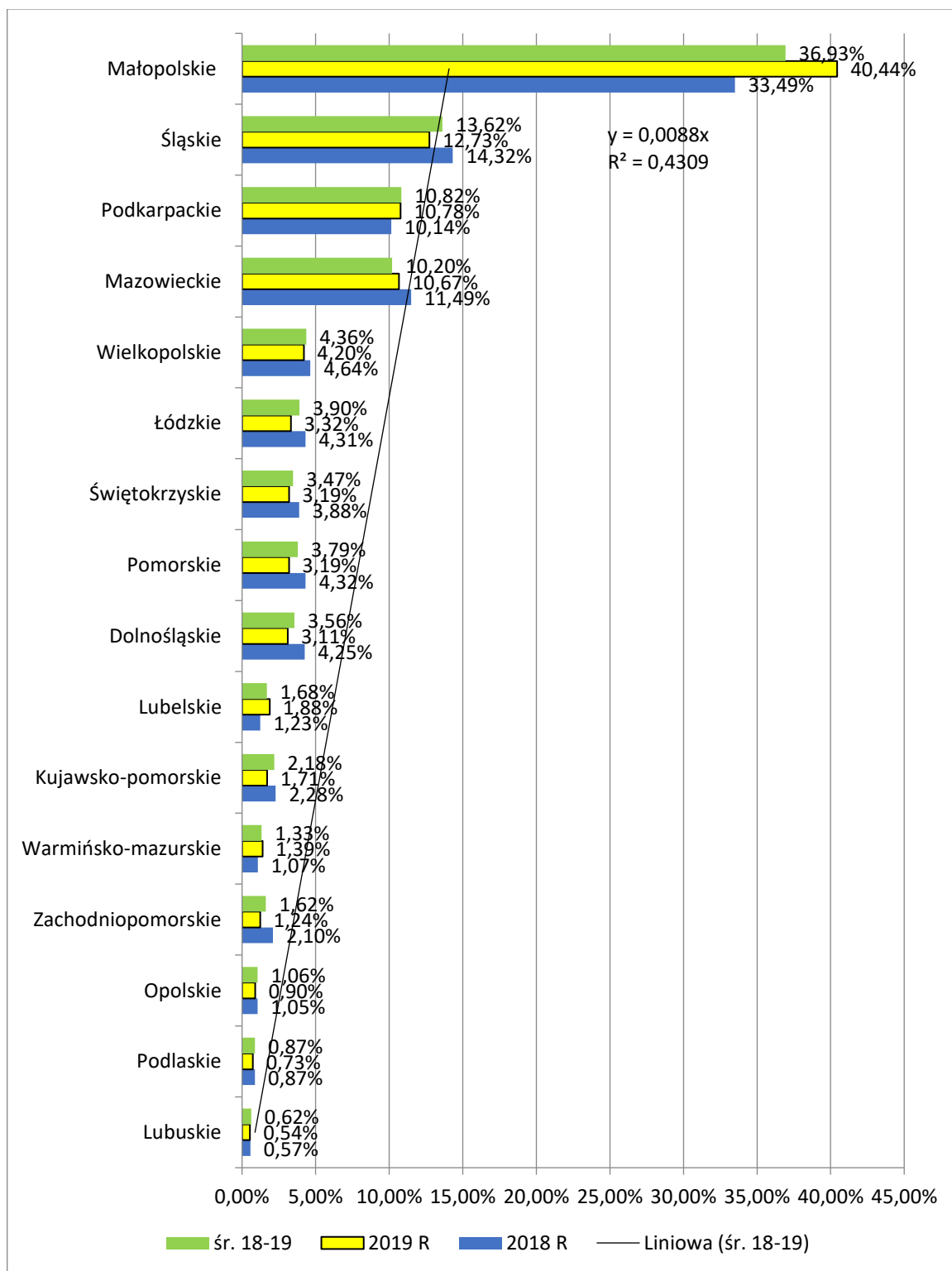
## 2.5. Odwiedzający krajowi w Małopolsce

Tabela 2.5.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 – 2019 roku – struktura procentowa według województw przed zaokrągleniem

I.p.	Kraj	2018 R	2019 R	% zmiany 19-18	śr. 18-19
1	Małopolskie	33,493%	40,439%	6,945%	36,931%
2	Śląskie	14,319%	12,730%	-1,589%	13,615%
3	Podkarpackie	10,139%	10,780%	0,641%	10,824%
4	Mazowieckie	11,491%	10,667%	-0,823%	10,199%
5	Wielkopolskie	4,642%	4,199%	-0,443%	4,359%
6	Łódzkie	4,305%	3,318%	-0,986%	3,903%
7	Pomorskie	4,322%	3,187%	-1,135%	3,793%
8	Świętokrzyskie	3,878%	3,187%	-0,691%	3,466%
9	Dolnośląskie	4,251%	3,112%	-1,139%	3,555%
10	Lubelskie	1,227%	1,875%	0,647%	1,678%
11	Kujawsko-pomorskie	2,277%	1,706%	-0,571%	2,175%
12	Warmińsko-mazurskie	1,067%	1,387%	0,320%	1,331%
13	Zachodniopomorskie	2,099%	1,237%	-0,862%	1,619%
14	Opolskie	1,049%	0,900%	-0,150%	1,063%
15	Podlaskie	0,872%	0,731%	-0,140%	0,874%
16	Lubuskie	0,569%	0,544%	-0,026%	0,616%
	<b>Suma</b>	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

**RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2019 ROKU**



Rysunek 2.5.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 – 2019 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

Tabela 2.5.2. **Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 – 2019 roku – struktura procentowa według województw po zaokrągleniu**

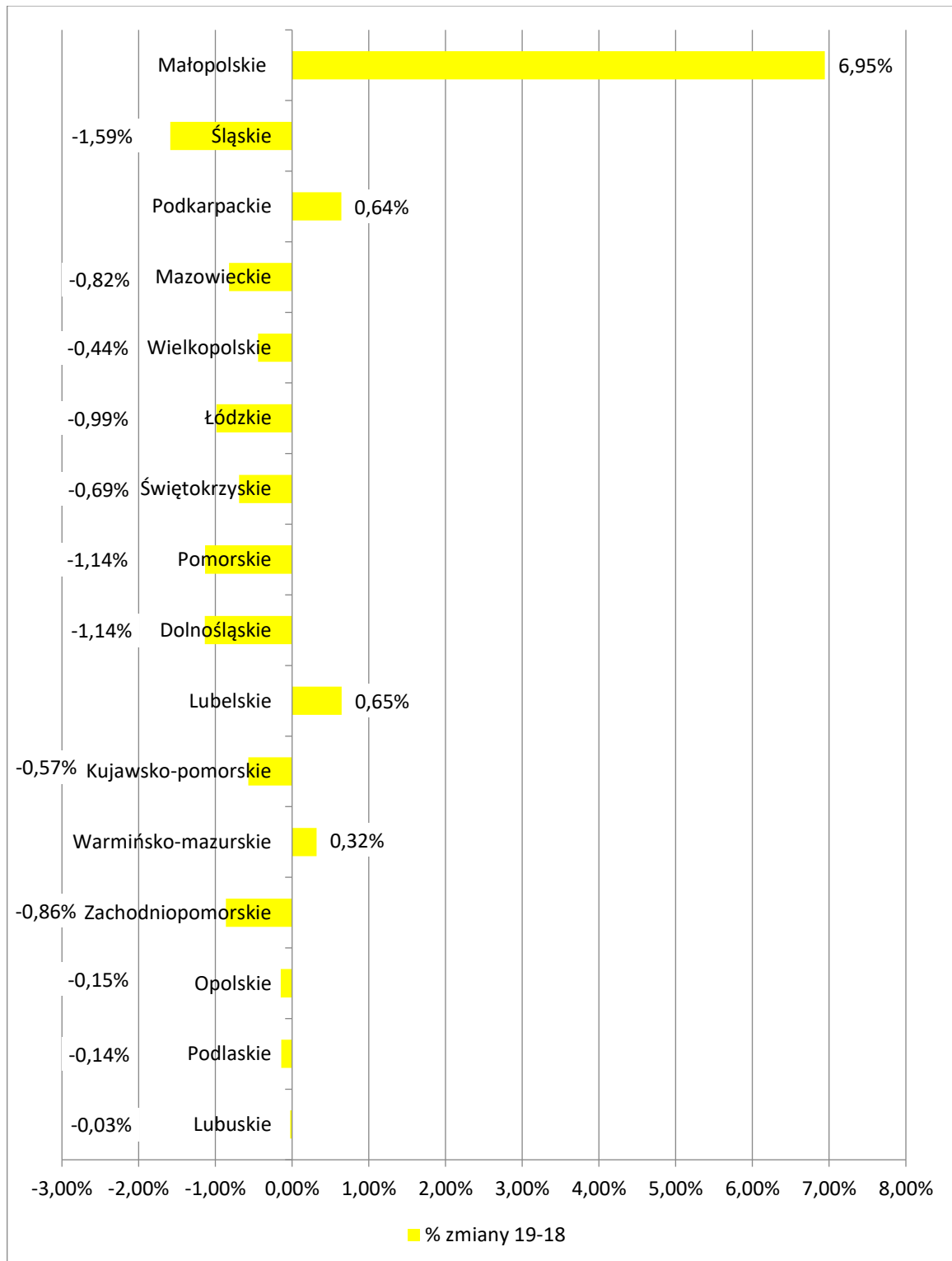
I.p.	Kraj	2018 R	2019 R	% zmiany 19-18	śr. 18-19
1	Małopolskie	33,5%	40,4%	6,9%	36,9%
2	Śląskie	14,3%	12,7%	-1,6%	13,6%
3	Podkarpackie	10,1%	10,8%	0,6%	10,8%
4	Mazowieckie	11,5%	10,7%	-0,8%	10,2%
5	Wielkopolskie	4,6%	4,2%	-0,4%	4,4%
6	Łódzkie	4,3%	3,3%	-1,0%	3,9%
7	Dolnośląskie	4,3%	3,2%	-1,1%	3,8%
8	Świętokrzyskie	3,9%	3,2%	-0,7%	3,5%
9	Pomorskie	4,3%	3,1%	-1,1%	3,6%
10	Lubelskie	1,2%	1,9%	0,6%	1,7%
11	Kujawsko-pomorskie	2,3%	1,7%	-0,6%	2,2%
12	Warmińsko-mazurskie	1,1%	1,4%	0,3%	1,3%
13	Zachodniopomorskie	2,1%	1,2%	-0,9%	1,6%
14	Opolskie	1,0%	0,9%	-0,1%	1,1%
15	Podlaskie	0,9%	0,7%	-0,1%	0,9%
16	Lubuskie	0,6%	0,5%	0,0%	0,6%
	<b>Suma</b> *2	*	*	0,00%	*

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

Odwiedzający z Małopolski podróżujący turystycznie po województwie stanowią prawie 40% struktury krajowego strumienia ruchu turystycznego ( $\Sigma$  2018-2019). Odwiedzający spoza województwa to głównie mieszkańcy województwa śląskiego ponad 13% udziałów w strukturze przyjazdów ( $\Sigma$  2018-2019). Na kolejnym miejscu plasują się ex aequo odwiedzający z województwa podkarpackiego i mazowieckiego z wynikiem ponad 10% ( $\Sigma$  2018-2019). Te trzy grupy odwiedzających stanowią ponad 30% całości struktury krajowego strumienia ruchu turystycznego ( $\Sigma$  2018-2019).

<sup>2</sup> z uwagi na zaokrąglenie wynik nie sumuje się do 100%





Rysunek 2.5.2. Zmiana strumienia krajowego ruchu turystycznego w latach 2018-2019 w Małopolsce (% zmiany dla wszystkich województw dla wewnątrz krajowej turystyki przyjazdowej do Małopolski)

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

## Rozdział 3. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę

### 3.1. Wprowadzenie

Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę zobrazowano z uwzględnieniem wieku (w zalecanych przez UNWTO pięciu grupach wiekowych), płci, wykształcenia, statusu zawodowego, statusu materialnego, charakteru podróży (z uwzględnieniem podróży odbywanej z rodziną, rodziną i przyjaciółmi, z przyjaciółmi, samotnie). Wyniki badań z 2019 roku zobrazowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w 2018 roku. Cechy te zostały wykorzystane do wykazania powiązań i zależności w opracowaniu następnych celów badawczych.

### 3.2. Wiek – struktura procentowa

Tabela 3.2.1. Wiek - struktura %

	PL	PL	PL Suma	Zagr	Zagr	Zagr Suma	Ogółem
Wiek odwiedzających (grupy wiekowe)	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	Σ Ogółem Lata 18-19
(1) do 19	6,463	7,241	6,625	4,033	4,746	4,196	5,395
(2) 20-29	30,169	26,905	29,488	23,575	28,475	24,694	27,060
(3) 30-44	32,577	29,802	31,999	38,764	36,068	38,148	35,113
(4) 45-60	21,176	23,780	21,719	23,555	21,424	23,069	22,403
(5) pow.60	9,615	12,271	10,168	10,072	9,288	9,893	10,029
<b>Ogółem</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

*Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.*

W strukturze wiekowej odwiedzających z zagranicy w porównaniu z wynikami całościowymi odwiedzających z kraju nie odnotowujemy istotnych różnic. Dominująca grupa odwiedzających mieści się w przedziale wiekowym 30-44 lata i stanowi 35,113% badanych. W kolejnej grupie wiekowej 20-29 lat odsetek odwiedzających z zagranicy (24,694%) był mniejszy o prawie 5% (4,794) w stosunku do wyników uzyskanych w badaniu odwiedzających krajowych. Podkreślić należy, że dla młodzieży tak krajowej jak i zagranicznej (pomiędzy 16 a 19 rokiem życia) Małopolska w 5% wskazań stanowi cel przyjazdu.

### 3.3. Płeć - struktura procentowa

Tabela 3.3.1. Płeć - struktura %

	PL	PL	PL Suma	Zagr	Zagr	Zagr Suma	Ogółem
Płeć odwiedzających	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	Σ Ogółem Lata 18-19
kobieta	61,064	56,642	60,129	55,136	46,479	53,100	56,614
mężczyzna	38,936	43,358	39,871	44,864	53,521	46,900	43,386
<b>Ogółem</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Dokonując podziału badanych ze względu na płeć, można zauważyć, że w 2019 roku przybyło odwiedzających tak krajowych jak i zagranicznych płci męskiej, jednak w dalszym ciągu utrzymuje się w przyjazdach do Małopolski przewaga kobiet.

### 3.4. Wykształcenie – struktura procentowa

Tabela 3.4.1. Wykształcenie - struktura %

	PL	PL	PL Suma	Zagr	Zagr	Zagr Suma	Ogółem
Wykształcenie odwiedzających	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	Σ Ogółem Lata 18-19
(1) wyższe	55,754	65,984	57,844	49,495	63,415	52,631	55,230
(2) średnie	41,511	30,082	39,176	45,390	33,703	42,757	40,972
(3) podstawowe	2,188	3,279	2,411	3,546	2,069	3,213	2,813
(4) inne	0,547	0,656	0,569	1,569	0,813	1,399	0,985
<b>Ogółem</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Odwiedzający tak krajowi jak i zagraniczni deklarując swoje wykształcenie, wskazywali najczęściej poziom wykształcenia jako wyższy (55,23%). Różnica z dwóch lat 18-19 w grupie respondentów kraj - zagranica w stosunku do deklaracji wszystkich odwiedzających jest niewielka, bo rzędu 5% na korzyść odwiedzających krajowych. Odwiedzających z wykształceniem średnim ogółem było natomiast ponad 40%. Znikomy odsetek respondentów deklarował wykształcenie podstawowe.

### 3.5. Status materialny odwiedzających - struktura procentowa

Tabela 3.5.1. Status materialny odwiedzających – struktura %

	PL	PL	PL Suma	Zagr	Zagr	Zagr Suma	Ogółem
Sytuacja materialna	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	Σ Ogółem Lata 18-19
(1) b. dobry	12,911	24,368	15,207	17,169	20,791	17,975	16,593
(2) dobry	56,180	55,664	56,076	61,474	62,518	61,706	58,896
(3) średni	29,377	18,663	27,230	20,059	15,813	19,114	23,165
(4) zły	1,062	0,815	1,013	1,173	0,878	1,107	1,060
(5) b. zły	0,470	0,489	0,474	0,126	0,000	0,098	0,285
<b>Ogółem</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Można przyjąć, że poziom wykształcenia odwiedzających tak krajowych jak i zagranicznych pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. Prawie 60% badanych ogółem uznało swój status majątkowy za dobry, a prawie 17% za bardzo dobry. Ta różnica w ocenie swoich możliwości finansowych potwierdza założenia, że goście odwiedzający Małopolskę należą do grupy osób dobrze zarabiających i reprezentują tak zwaną klasę średnią. Około 23% respondentów ogółem za dwa lata (18-19) oceniło swoją sytuację finansową na poziomie średnim i niespełna 1,5% jako złą lub bardzo złą.

### 3.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie) – struktura procentowa

Tabela 3.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróż z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

	PL	PL	PL Suma	Zagr	Zagr	Zagr Suma	Ogółem
Towarzysz podróży	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	2018 Rok	2019 Rok	Σ Ogółem Lata 18-19	Σ Ogółem Lata 18-19
grupa zorganizowana	10,324	11,387	10,545	9,500	9,664	9,538	10,042
nikt (podróżuję sam)	22,275	16,642	21,105	14,437	14,564	14,466	17,790
przyjaciele	24,401	30,438	25,656	26,574	28,926	27,107	26,381
rodzina	37,579	37,153	37,491	43,155	41,879	42,866	40,175
rodzina i przyjaciele	5,420	4,380	5,204	6,334	4,966	6,024	5,613
<b>Ogółem</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Odwiedzający tak krajowi jak i zagraniczni podróż do Małopolski w latach 2018 i 2019 najczęściej odbywali z rodziną (kraj 37,5%, zagranica 42,9%) lub w gronie przyjaciół (kraj 25,7%, zagranica 27%).

## Rozdział 4. Cele przyjazdów do Małopolski

Tabela 4.1.1. Główny cel przyjazdu – struktura %

Cele główne podróży	PL 2018 Rok	Zagr 2018 Rok	Suma 2018	PL 2019 Rok	Zagr 2019 Rok	Suma 2019	Ogółem Σ Lata 18-19	Różnica 19-18
wypoczynek	19,084	18,975	19,061	27,293	24,695	26,701	22,835	7,640
zwiedzanie zabytków	16,901	25,069	18,589	14,758	32,154	18,724	18,656	0,135
turystyka aktywna (kwalifikowana)	19,246	8,380	17,001	20,057	10,225	17,815	17,403	0,815
cel zdrowotny + usługi medyczne	8,694	4,779	78,850	7,636	1,415	6,217	7,061	-1,668
odwiedziny krewnych	4,780	5,609	4,951	4,634	4,437	4,589	4,773	-0,362
cel religijny + odnowa duchowa	4,552	4,821	4,611	5,370	2,005	4,572	4,592	-0,038
turystyka biznesowa	4,816	6,441	5,151	3,210	6,109	3,871	4,520	-0,721
odwiedziny znajomych	3,878	4,224	3,950	4,217	2,572	3,842	3,896	-0,108
odwiedziny miejsc rodzinnych	3,337	4,363	3,549	1,899	2,637	2,067	2,817	-1,481
rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,966	3,393	2,261	1,766	3,794	2,229	2,245	-0,032
walory przyrody	2,255	3,324	2,476	0,741	0,064	0,587	1,543	-1,889
tranzyt	1,190	1,524	1,259	1,462	2,315	1,657	1,456	0,398
zakupy	1,154	1,039	1,131	1,690	1,350	1,613	1,369	0,482
udział w wydarzeniu	0,776	0,554	0,73	1,387	0,836	1,261	0,992	0,531
udział w imprezie kulturalnej	0,541	0,277	0,487	1,462	1,093	1,378	0,927	0,892
inny cel	6,836	7,41	6,955	2,526	4,244	2,918	4,961	-4,037

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Aleziak.

Odwiedzający zagraniczni w głównej mierze (28,31% wynik sumy wskazań z lat 2018 i 2019) przyjeżdżają do Małopolski zwiedzać zabytki. W następnej kolejności deklarują chęć wypoczynku (21,58% wynik sumy wskazań z lat 2018 i 2019). Zjawisko odwrotne obserwuje się u odwiedzających krajowych. Na pierwszym miejscu plasuje się wypoczynek (22,73%-wynik sumy wskazań z lat 2018 i 2019) a zwiedzanie zabytków zajmuje miejsce drugie z wynikiem łącznym z lat 2018 i 2019 - 15,67%. Na trzecim miejscu plasuje się tak dla mieszkańców kraju jak i obcokrajowców turystyka aktywna (kwalifikowana) z wynikiem łącznym za lata 2018-2019 prawie 17,5% struktury celów przyjazdu. Dla odwiedzających krajowych jest to ponad 19% wskazań (Σ18-19), natomiast dla odwiedzających zagranicznych prawie 10% wskazań (Σ18-19).

## Rozdział 5. Organizacja przyjazdu i pobytu w Małopolsce

### 5.1. Źródła informacji o Małopolsce wykorzystywane przed przyjazdem do destynacji przez odwiedzających

Goście odwiedzający Małopolskę w 2019 roku (analogicznie jak rok wcześniej) czerpali informacje o regionie przede wszystkim od rodziny (ponad 41% wskazań, tj. o 3,3 p.p. więcej niż rok wcześniej), ze szkoły (ponad 34%, czyli o 3,3 p.p. więcej niż rok wcześniej) i od znajomych (prawie 33%, tj. o 2,4 p.p. mniej niż w roku poprzednim). Ważnym źródłem wiedzy o Małopolsce był też Internet (prawie 29% wskazań, tj. o 5,8 p.p. więcej niż w roku ubiegłym). Nieco mniejszą rolę odgrywały media społecznościowe (prawie 18% wskazań, czyli o 6,8 p.p. więcej niż rok wcześniej), jak też przewodniki (prawie 12%, tj. o 6,7 p.p. mniej niż w roku ubiegłym), prasa i telewizja (po 10%, czyli odpowiednio identycznie, jak rok wcześniej i o 3,3 p.p. mniej).

Tabela 5.1.1. Wykorzystywane źródła informacji o Małopolsce – udział procentowy\*

Źródło informacji o Małopolsce	Polacy		Obcokrajowcy		Ogółem	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
rodzina	38,9%	<b>44,3%</b>	33,4%	<b>30,2%</b>	37,8%	<b>41,1%</b>
znajomi	35,8%	<b>33,7%</b>	32,2%	<b>29,0%</b>	35,1%	<b>32,7%</b>
szkoła	33,5%	<b>37,8%</b>	20,7%	<b>23,0%</b>	30,9%	<b>34,2%</b>
strony www	22,9%	<b>27,8%</b>	23,4%	<b>31,8%</b>	23,0%	<b>28,8%</b>
social media	10,4%	<b>16,4%</b>	12,0%	<b>20,5%</b>	10,7%	<b>17,5%</b>
przewodniki	18,9%	<b>11,7%</b>	16,4%	<b>10,9%</b>	18,4%	<b>11,7%</b>
prasa	11,5%	<b>11,5%</b>	4,0%	<b>4,7%</b>	10,0%	<b>10,0%</b>
TV	14,7%	<b>10,3%</b>	7,1%	<b>8,7%</b>	13,2%	<b>9,9%</b>
foldery/ulotki	13,2%	<b>9,1%</b>	12,0%	<b>5,5%</b>	12,9%	<b>8,3%</b>
katalogi biur podróży	7,0%	<b>6,5%</b>	15,2%	<b>9,0%</b>	8,6%	<b>7,3%</b>
radio	9,6%	<b>7,4%</b>	2,0%	<b>2,0%</b>	8,1%	<b>6,2%</b>
film	2,4%	<b>2,9%</b>	1,7%	<b>4,5%</b>	2,3%	<b>3,2%</b>
appki	2,5%	<b>1,5%</b>	1,3%	<b>1,7%</b>	2,3%	<b>1,5%</b>
targi	2,3%	<b>1,8%</b>	2,2%	<b>1,1%</b>	2,3%	<b>1,7%</b>
uczestnicy ŚDM 2016	1,9%	<b>1,0%</b>	2,5%	<b>1,7%</b>	2,0%	<b>1,1%</b>
inne źródło	7,2%	<b>4,5%</b>	5,6%	<b>5,3%</b>	6,9%	<b>4,6%</b>
nic nie wiedział	1,0%	<b>0,6%</b>	5,2%	<b>4,3%</b>	1,8%	<b>1,5%</b>

\*Z powodu wielokrotności wskazań udziały nie sumują się do 100%.

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

W relacji do roku poprzedniego na znaczeniu straciły (oprócz wspomnianych już znajomych, przewodników i telewizji) foldery i ulotki (ok. 8%, tj. o 4,6 p.p. mniej), tzw. inne

źródła (np. poprzednie miejsce zamieszkania, nauki, przodkowie, książki – niecałe 5%, czyli o 2,3 p.p. mniej), radio (ok. 6%, czyli o 1,9 p.p. mniej), uczestnicy ŚDM Kraków 2016 (ok. 1%, czyli o 0,9 p.p. mniej), katalogi biur podróży (ok. 7%, czyli o 1,3 p.p. mniej), targi (niecałe 2%, tj. o 0,6 p.p. mniej), a nawet aplikacje mobilne (niecałe 2%, czyli o 0,8 p.p. mniej). Więcej niż w roku ubiegłym osób odwiedzających Małopolskę skorzystało natomiast (oprócz informacji od rodziny, ze szkoły, Internetu i mediów społecznościowych) z wiedzy pochodzącej z filmu (ponad 3%, tj. o 0,9 p.p. więcej).

## 5.2. Organizacja pobytu – struktura procentowa

Przedstawiono sposób organizacji z uwzględnieniem samodzielnego łączenia usług, korzystania ze świadczeń biura podróży, szkoły, zakładu pracy, kościoła oraz wykorzystania usług internetowych w organizacji podróży.

Tabela 5.2.1. Organizacja pobytu - struktura %

Organizator podróży	PL 2018 Rok	PL 2019 Rok	PL Suma Σ Lata 18-19r	Zagr 2018 Rok	Zagr 2019 Rok	Zagr Suma Σ Lata 18-19r	Ogółem Σ Lata 18-19r
sam we własnym zakresie	72,617%	74,380%	73,485%	64,347%	66,623%	65,527%	71,761%
rodzina	7,297%	6,765%	7,035%	7,670%	5,937%	6,772%	6,978%
znajomi	4,691%	6,458%	5,560%	6,605%	6,596%	6,601%	5,786%
biuro podróży	1,433%	2,768%	2,090%	10,653%	8,245%	9,405%	3,674%
inna instytucja	4,784%	2,902%	3,858%	1,918%	0,792%	1,334%	3,311%
zakład pracy	3,853%	2,345%	3,111%	1,918%	3,364%	2,668%	3,015%
szkoła	3,760%	1,960%	2,875%	4,616%	2,441%	3,488%	3,008%
parafia (kościół)	1,396%	1,422%	1,409%	0,852%	0,594%	0,718%	1,259%
portal (biuro) internetowy	0,168%	0,999%	0,577%	1,420%	5,409%	3,488%	1,207%
<b>Ogółem</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Preferowanym sposobem organizacji podróży wskazanym przez odwiedzających tak krajowych jak i zagranicznych jest samodzielne wyszukiwanie oferty i rezerwacja świadczeń. Taką deklarację złożyło ponad 70% badanych (Σ 2018-2019). Zdecydowanie częściej, w porównaniu do odpowiedzi uzyskanych od odwiedzających krajowych, goście zagraniczni korzystali z oferty tradycyjnych (prawie 10% - Σ 2018-2019) i internetowych biur podróży (5,5% - 2019). Pomocy organizacyjnej udzielali również znajomi (prawie 6%) i rodzina (prawie 7%). Inne sposoby organizacji miały marginalne znaczenie.

### 5.3. Miejsce noclegu turystów w Małopolsce

Turyści nocujący w Małopolsce w 2019 roku najczęściej na miejsce zakwaterowania wybierali hotele (ponad 32%). Co więcej, rola tych obiektów znacząco wzrosła w relacji do roku ubiegłego (o 11 p.p.). Relatywnie popularne w 2019 roku były także pensjonaty (ponad 13%, czyli o 0,9 p.p. mniej niż w roku poprzednim), apartamenty i kwatery prywatne (prawie 12%, czyli o 1,8 p.p. więcej niż rok wcześniej), noclegi u rodziny (ok. 9%, czyli o 0,6 p.p. mniej niż w roku poprzednim) i znajomych (ok. 6%, tj. o 0,7 p.p. więcej niż rok wcześniej).

Tabela 5.3.1. Miejsce noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce

Miejsce zakwaterowania	Polacy		Obcokrajowcy		Ogółem	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
hotel	14,9%	<b>23,4%</b>	41,9%	<b>50,7%</b>	21,1%	<b>32,1%</b>
motel	1,0%	<b>1,8%</b>	1,8%	<b>2,9%</b>	1,8%	<b>2,2%</b>
pensjonat	17,1%	<b>16,8%</b>	4,0%	<b>5,3%</b>	14,1%	<b>13,2%</b>
dom wycieczkowy	1,4%	<b>1,4%</b>	2,5%	<b>1,8%</b>	1,7%	<b>1,5%</b>
schronisko górskie	0,7%	<b>1,3%</b>	0,0%	<b>0,1%</b>	0,7%	<b>0,9%</b>
schronisko młodzieżowe	1,5%	<b>1,1%</b>	0,7%	<b>0,8%</b>	1,4%	<b>1,0%</b>
kemping lub pole namiotowe	2,3%	<b>1,9%</b>	5,4%	<b>0,8%</b>	3,0%	<b>1,5%</b>
hostel	1,7%	<b>1,5%</b>	3,5%	<b>5,6%</b>	2,2%	<b>2,7%</b>
ośrodek wczasowy	1,8%	<b>1,3%</b>	0,4%	<b>0,3%</b>	1,5%	<b>1,0%</b>
zakład uzdrowiskowy	5,6%	<b>5,6%</b>	0,5%	<b>0,1%</b>	4,4%	<b>3,9%</b>
dom pielgrzyma	0,9%	<b>0,6%</b>	0,9%	<b>0,3%</b>	1,0%	<b>0,5%</b>
apartament lub kwatera prywatna	8,8%	<b>9,3%</b>	14,0%	<b>17,1%</b>	9,8%	<b>11,6%</b>
obiekt agroturystyczny	8,7%	<b>6,1%</b>	3,9%	<b>0,8%</b>	7,5%	<b>4,4%</b>
u rodziny	10,4%	<b>10,9%</b>	8,6%	<b>5,4%</b>	9,8%	<b>9,2%</b>
u znajomych	5,7%	<b>7,7%</b>	4,6%	<b>2,5%</b>	5,4%	<b>6,1%</b>
couchsurfing	0,1%	<b>0,1%</b>	0,2%	<b>0,3%</b>	0,1%	<b>0,2%</b>
własny domek/mieszkanie	13,8%	<b>1,2%</b>	4,2%	<b>0,6%</b>	11,1%	<b>1,0%</b>
inny obiekt	1,4%	<b>1,1%</b>	1,4%	<b>0,8%</b>	1,4%	<b>1,0%</b>
b.d., gdzie nocuje	2,2%	<b>6,9%</b>	1,5%	<b>3,8%</b>	2,0%	<b>6,0%</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Spośród turystów nocujących w hotelach najczęściej w 2019 roku wybierało obiekty czterogwiazdkowe (niemal 1/3, tj. o 4,4 p.p. więcej niż w roku ubiegłym). Na drugim miejscu uplasowały się, z niewiele mniejszym udziałem, hotele trzygwiazdkowe (ponad 31% wskazań, tj. o 4,4 p.p. mniej niż rok wcześniej). Tylko niecałe 6% turystów korzystających z usług małopolskich hoteli preferowało obiekty najwyższej kategorii (o 1,3 p.p. mniej niż rok wcześniej) i zaledwie niewiele ponad 1% – hotele dwugwiazdkowe (o 1,4 p.p. mniej). Należy podkreślić, że w 2019 roku prawie 29% turystów nocujących w małopolskich hotelach nie



podało kategorii obiektu (w roku poprzednim było to 26%) oraz że nikt z turystów nie nocował w hotelach jednogwiazdkowych (analogicznie jak rok wcześniej).

Tabela 5.3.2. **Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce**

Liczba gwiazdek hotelu	Polacy		Obcokrajowcy		Ogółem	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
*	-	-	-	-	-	-
**	2,9%	<b>2,0%</b>	2,5%	<b>1,1%</b>	2,9%	<b>1,5%</b>
***	42,5%	<b>30,6%</b>	31,0%	<b>33,0%</b>	35,8%	<b>31,4%</b>
****	27,8%	<b>22,9%</b>	33,1%	<b>42,1%</b>	28,1%	<b>32,5%</b>
*****	5,8%	<b>8,1%</b>	9,6%	<b>3,8%</b>	7,2%	<b>5,9%</b>
Brak danych o kategorii	21,1%	<b>36,5%</b>	23,8%	<b>20,1%</b>	26,0%	<b>28,7%</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejskiak.

#### 5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających – struktura procentowa

Przedstawiono również deklarowaną przez odwiedzających długość pobytu z uwzględnieniem odpowiedzi udzielanych przez odwiedzających jednodniowych oraz turystów.

Tabela 5.4.1. **Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających – struktura %**

Długość pobytu	PL 2018 Rok	Zagr 2018 Rok	Suma 2018	PL 2019 Rok	Zagr 2019 Rok	Suma 2019	Ogółem Σ Lata 18-19	Różnica 19-18
do 3 godz.	5,674	5,625	5,663	8,746	3,146	7,400	6,532	1,737
1 dz. bez noclegu	22,839	8,766	19,739	27,721	5,489	22,378	21,059	2,638
1 noc	9,181	7,524	8,816	9,022	4,351	7,899	8,357	-0,917
2 – 3 noclegi	17,041	21,841	18,098	17,853	22,222	18,903	18,501	0,804
4 – 7 noclegów	28,739	39,080	31,017	25,138	53,414	31,934	31,475	0,917
8 – 14 noclegów	10,109	11,614	10,441	8,280	8,969	8,446	9,443	-1,995
15 > noclegów	6,416	5,551	6,226	3,240	2,410	3,041	4,633	-3,185
<b>Ogółem</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-0,00%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejskiak.

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających krajowych odbiega od długości pobytu wskazanej przez odwiedzających z zagranicy. W przedziale czasowym „1 dzień bez noclegu” dla turystów krajowych zanotowano ponad 25% wskazań (Σ 2018-2019) gdy odwiedzający zagraniczni w analogicznym okresie wykazali ≈7%. Dla przedziału od 4-7 nocy uzyskano w roku 2019 dla odwiedzających krajowych ≈25% wskazań podczas gdy dla obcokrajowców ≈54%. Pobytu w przedziale od 2-3 nocy deklarowało ogółem 18,5% badanych. W tej kategorii w 2019 roku

odwiedzający krajowi stanowili  $\approx 18\%$ , a zagraniczni  $\approx 22\%$ . Dłuższe pobyty w przedziale 8-14 dni stanowiły  $\approx 8,5\%$  wskazań w obu kategoriach. Pobyty tranzytowe (6,5%) i z jednym noclegiem ( $\approx 8\%$ ) stanowiły znaczny odsetek. Do rozwiązania pozostaje problem, czy w dysponującym dużym potencjałem turystycznym regionie można zatrzymać turystów na dłużej niż 4-7 nocy.

## 5.5. Wykorzystywane środki transportu – struktura procentowa

Wyszczególniono również wykorzystywane środki transportu, umożliwiające dotarcie do celu podróży.

Tabela 5.5.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu – OGÓŁEM struktura %

OGÓŁEM	% kol	% kol	Różnica
Etykiety wierszy	2018 R	2019 R	19-18
samochodem	57,752%	63,431%	5,679%
pociągiem	8,541%	7,959%	-0,583%
autokarem turystycznym	9,216%	6,943%	-2,273%
samolotem tradycyjnych linii lotniczych	7,781%	8,198%	0,417%
autobusem linii regularnej	8,082%	5,614%	-2,468%
samolotem tanich linii lotniczych	4,134%	5,555%	1,420%
mikrobusiem linii regularnej	2,225%	1,180%	-1,045%
innym (jakim?)	1,680%	0,806%	-0,873%
samolotem czarterowym	0,589%	0,314%	-0,275%
<b>Suma</b>	100,00%	100,00%	0,00%

Po zaokrągleniu do jednego miejsca po przecinku wynik ogółem nie sumuje się do 100%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

Najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu, którym odwiedzający z zagranicy docierali do Małopolski w 2019 roku, był samolot tradycyjnych linii lotniczych ( $\approx 32\%$ ) i ekonomicznych linii lotniczych ( $\approx 23\%$ ) oraz samolot czarterowy, co łącznie stanowiło prawie 55% wskazań. Uzupełnieniem formy transportu, którym docierano do Małopolski, był samochód osobowy (29,4%). Odwiedzający korzystający z oferty biur podróży docierali także autokarem turystycznym (6,3%). Zainteresowania podróżą pociągiem pozostały na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym ( $\approx 4\%$ ).

Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu – ZAGRANICA struktura %

ZAGRANICA	% kol	% kol	Różnica
Etykiety wierszy	2018 R	2019 R	19-18
samolotem tradycyjnych linii lotniczych	31,861%	31,502%	-0,359%
samochodem	25,100%	29,393%	4,293%
samolotem tanich linii lotniczych	17,805%	22,428%	4,624%
autokarem turystycznym	9,304%	6,326%	-2,978%
autobusem linii regularnej	6,827%	3,578%	-3,249%
pociągiem	4,418%	4,153%	-0,264%
innym (jakim?)	2,544%	0,767%	-1,777%
samolotem czarterowym	1,473%	1,278%	-0,195%
mikrobusiem linii regularnej	0,669%	0,575%	-0,094%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>

Po zaokrągleniu do jednego miejsca po przecinku wynik ogółem nie sumuje się do 100%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu – KRAJ struktura %

KRAJ	% kol	% kol	Różnica
Etykiety wierszy	2018 R	2019 R	19-18
samochodem	66,722%	73,773%	7,051%
pociągiem	9,637%	9,134%	-0,504%
autokarem turystycznym	9,101%	7,119%	-1,982%
autobusem linii regularnej	8,528%	6,259%	-2,269%
mikrobusiem linii regularnej	2,627%	1,369%	-1,258%
samolotem tradycyjnych linii lotniczych	1,221%	1,095%	-0,126%
innym (jakim?)	1,406%	0,821%	-0,584%
samolotem tanich linii lotniczych	0,407%	0,411%	0,004%
samolotem czarterowym	0,351%	0,020%	-0,332%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>

Po zaokrągleniu do jednego miejsca po przecinku wynik ogółem nie sumuje się do 100%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu, którym odwiedzający z kraju docierali do Małopolski w 2019 roku, był samochód osobowy (≈74%). Zainteresowania podróżą pociągiem pozostały na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym (≈9%). Odwiedzający korzystający z oferty biur podróży docierali także autokarem turystycznym (≈7%) lub indywidualnie autobusem, ewentualnie mikrobusiem linii regularnej (łącznie obie kategorie ≈8%).

## **Rozdział 6. Oferta turystyczna Małopolski**

### **6.1. Wprowadzenie**

Głównym elementem wzbudzającym zainteresowanie podróżnych jest oferta miejsca odwiedzanego. Na ofertę turystyczną Małopolski składają się zarówno wymierne usługi świadczone turystom, jak również niewymierne w odbiorze i odczuciu elementy takie jak: życzliwość mieszkańców, gościnność, odczuwana jakość powietrza czy wrażenia wywołane podróżą i pobytem w konkretnym miejscu lub całym regionie. Zaproponowane do oceny wybrane elementy składające się na ofertę turystyczną regionu z subiektywnej oceny odwiedzających stwarzają możliwość stworzenia kompleksowego obrazu produktu turystycznego, jaki stanowi Małopolska.

Odwiedzający Małopolskę w 2019 roku, jak w badaniach prowadzonych w 2018 roku, mieli również możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.

W rozdziale przedstawiono także ocenę poziomu bezpieczeństwa podczas pobytu i poziom satysfakcji z pobytu, a także opinię dotyczącą preferowanych przez odwiedzających atrakcji turystycznych Małopolski.

## 6.2. Ocena oferty turystycznej

Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w 2019 roku dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2019 roku

Ocena oferty turystycznej Województwa Małopolskiego	PL	Zagr	Ogółem
Wskaźnik Elementu Destynacji	WED	WED	WED
1 Atmosfera	4,60	4,57	4,59
2 Noclegi	4,38	4,42	4,39
3 Bezpieczeństwo	4,45	4,43	4,44
4 Czystość	4,25	4,34	4,27
5 Dojazd	4,19	4,34	4,23
6 Bankomaty	4,21	4,30	4,23
7 Internet	4,04	4,17	4,08
8 Gastronomia	4,37	4,40	4,38
9 Gościnność	4,54	4,44	4,52
10 Imprezy masowe	3,77	4,15	3,87
11 Imprezy muzyczne	3,77	4,10	3,86
12 Informacja Turystyczna	4,40	4,37	4,39
13 Obsługa turystyczna	4,53	4,37	4,49
14 Możliwość płatności kartą kredytową/płatniczą	4,36	4,41	4,37
15 Oznakowanie	4,36	4,25	4,34
16 Rozrywka	4,05	4,22	4,10
17 Toalety	3,93	4,00	3,95
18 Transport	3,93	4,13	3,98
19 Przewodnicy	4,32	4,39	4,34
20 Życzliwość	4,52	4,36	4,48
21 Agroturystyka	4,42	4,16	4,36
22 Atrakcje	4,52	4,45	4,50
23 Atrakcje nocne	3,93	4,15	3,99
24 Taksówki	3,51	3,99	3,66
25 Powietrze	4,07	4,20	4,10
26 Udogodnienia dla niepełnosprawnych	3,91	4,10	3,96
27 Terminal Lotnisko	2,51	4,00	3,12
28 Terminal Kolejowy	3,27	3,72	3,41
29 Terminal Autobusowy	3,27	3,77	3,42
<b>ZWD - Zintegrowany Wskaźnik Destynacji</b>	<b>4,01</b>	<b>4,19</b>	<b>4,07</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

### 6.3. Ocena jakości usług i poziomu cen

Tabela 6.3.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających Województwo Małopolskie w 2019 roku

Oceniana usługa	2018 R	2018 R	2018 R Suma	2019 R	2019 R	2019 R Suma	Suma
<b>1_Noclegi</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	3,6%	17,6%	6,7%	10,4%	17,1%	12,2%	8,8%
ceny wysokie	26,6%	10,6%	23,0%	15,5%	8,5%	13,6%	19,4%
ceny odpowiednie	69,8%	71,8%	70,2%	74,1%	74,4%	74,2%	71,7%
<b>Suma</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R Suma</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R Suma</b>	<b>Suma</b>
<b>2_Gastronomia</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	3,7%	24,73%	8,09%	9,86%	24,95%	13,46%	10,35%
ceny wysokie	23,30%	7,75%	20,04%	15,99%	6,07%	13,62%	17,34%
ceny odpowiednie	73,02%	67,53%	71,87%	74,15%	68,98%	72,91%	72,31%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R Suma</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R Suma</b>	<b>Suma</b>
<b>3_Teatr_Kino</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	6,7%	19,80%	8,63%	15,39%	27,83%	17,93%	11,72%
ceny wysokie	17,52%	12,45%	16,79%	14,50%	6,38%	12,84%	15,48%
ceny odpowiednie	75,73%	67,76%	74,58%	70,11%	65,80%	69,23%	72,80%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R Suma</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R Suma</b>	<b>Suma</b>
<b>4_Ustugi_przewodnickie</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	8,3%	20,32%	10,71%	17,99%	27,51%	20,47%	14,62%
ceny wysokie	15,28%	9,42%	14,13%	12,10%	6,38%	10,61%	12,72%
ceny odpowiednie	76,37%	70,26%	75,17%	69,91%	66,11%	68,92%	72,66%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>R</b>	<b>2018 R Suma</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R Suma</b>	<b>Suma</b>
<b>5_Transport_lokalny</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	10,9%	34,17%	15,86%	17,48%	35,68%	22,50%	18,25%
ceny wysokie	15,13%	5,91%	13,16%	12,16%	4,70%	10,11%	12,06%
ceny odpowiednie	73,99%	59,92%	70,98%	70,35%	59,61%	67,39%	69,69%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R Suma</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R Suma</b>	<b>Suma</b>
<b>6_Muzea</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	9,5%	27,78%	13,25%	18,73%	24,79%	20,28%	16,08%

ceny wysokie	12,96%	7,28%	11,81%	9,05%	5,03%	8,02%	10,28%
ceny odpowiednie	77,50%	64,93%	74,95%	72,22%	70,18%	71,70%	73,64%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>
<b>7_Imprezy kulturalne</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	7,4%	25,58%	10,24%	17,42%	23,18%	18,74%	13,27%
ceny wysokie	15,98%	6,98%	14,57%	12,43%	7,51%	11,30%	13,40%
ceny odpowiednie	76,64%	67,44%	75,20%	70,15%	69,32%	69,96%	73,33%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>
<b>8_Baza sportowa</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	6,6%	23,76%	9,07%	13,46%	22,91%	15,25%	11,32%
ceny wysokie	18,61%	8,88%	17,23%	17,37%	6,74%	15,35%	16,55%
ceny odpowiednie	74,74%	67,36%	73,70%	69,17%	70,35%	69,40%	72,13%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>
<b>9 Kluby_dyskoteki_puby</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	7,1%	29,74%	11,45%	13,64%	24,01%	16,34%	13,32%
ceny wysokie	22,01%	8,80%	19,48%	20,78%	7,22%	17,24%	18,62%
ceny odpowiednie	70,87%	61,46%	69,07%	65,58%	68,77%	66,42%	68,06%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>18 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>
<b>10_Oferta agroturystyczna</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	7,1%	26,62%	10,03%	13,71%	23,08%	15,47%	12,12%
ceny wysokie	11,92%	5,87%	11,02%	9,47%	3,71%	8,38%	10,01%
ceny odpowiednie	80,94%	67,51%	78,95%	76,83%	73,21%	76,15%	77,87%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>
<b>11_Atrakcje wstępy</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		
ceny niskie	7,9%	21,54%	10,51%	14,93%	19,22%	15,84%	12,71%
ceny wysokie	18,64%	9,85%	16,97%	11,89%	5,75%	10,59%	14,33%
ceny odpowiednie	73,44%	68,62%	72,52%	73,18%	75,03%	73,58%	72,96%
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2018 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>
<b>12_Inne</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		<b>PL</b>	<b>Zagr</b>		

**RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2019 ROKU**

ceny niskie	6,0%	35,7%	12,4%	16,3%	18,8%	17,0%	13,9%
ceny wysokie	12,6%	11,6%	12,4%	15,3%	6,3%	12,7%	12,5%
ceny odpowiednie	81,4%	52,7%	75,2%	68,5%	75,0%	70,3%	73,6%
<b>Suma</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>			
<b>13_Taxi</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>					
ceny niskie	12,9%	22,74%	16,50%	16,50%			
ceny wysokie	27,42%	14,95%	22,87%	22,87%			
ceny odpowiednie	59,68%	62,31%	60,64%	60,64%			
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>			
<b>Oceniana usługa</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>2019 R</b>	<b>Suma</b>			
<b>14_Imprezy sportowe</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>					
ceny niskie	14,0%	28,47%	16,94%	16,94%			
ceny wysokie	12,83%	2,92%	10,79%	10,79%			
ceny odpowiednie	73,21%	68,61%	72,26%	72,26%			
<b>Suma</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>			

Oceniane usługi	2018 R	2018 R	2018 R	2019 R	2019 R	2019 R	Suma
<b>OGÓŁEM</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>	<b>Suma</b>	<b>PL</b>	<b>Zagr</b>	<b>Suma</b>	
ceny niskie	7,2%	24,8%	10,6%	14,6%	24,4%	16,9%	12,9%
ceny wysokie	18,3%	8,7%	16,5%	13,9%	6,2%	11,9%	14,7%
ceny odpowiednie	74,4%	66,5%	72,9%	71,4%	69,4%	71,3%	72,4%
<b>Suma</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Porównanie cen do uzyskiwanej przez odwiedzających, tak krajowych jak i zagranicznych, jakości świadczonych w Małopolsce usług wskazuje, co uznano zgodnie w obu grupach respondentów, że w  $\approx 70\%$  cena odpowiada jakości otrzymanych świadczeń. Dla obcokrajowców  $\approx 25\%$  usług było jakościowo lepszych niż się spodziewali za żadaną przez usługodawcę cenę, co oznacza dla obcokrajowców dużą atrakcyjność cenową Małopolski jako destynacji turystycznej. Odwrotnie jest przy turystach krajowych; wskazania w 2019 roku rozłożyły się symetrycznie po  $\approx 14\%$  po stronie drogo (ceny wysokie) i tanio (ceny niskie). Z porównania opinii odwiedzających krajowych z roku 2019 z rokiem 2018 wynika, że wskaźnik cen wysokich spadł w 2019 roku o 4,4%, co może wskazywać na większe możliwości budżetowe mieszkańców kraju w 2019 roku. Można próbować wiązać to z rządowymi programami wsparcia socjalnego, między innymi, rodzin z dziećmi.



## 6.4. Ocena poziomu bezpieczeństwa i satysfakcji z pobytu

### Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS

Wskaźnik poziomu lęku bada odczucie, które towarzyszy każdemu odwiedzającemu daną destynację podczas podejmowania decyzji o przyszłej podróży, a generalnie każdej podejmowanej samodzielnie decyzji. Dopiero wówczas, gdy próg lęku zostanie przekroczony, dobrowolnie decydujemy się na podróż opuszczając swoje bezpieczne miejsce stałego przebywania. Dla pomiaru subiektywnych odczuć tego stanu zastosowano 11 stopniową skalę liczbową. Ponieważ badane były osoby odwiedzające Małopolskę w trakcie faktycznego pobytu z założenia przekroczyły one osobistą barierę lęku przed podróżą i fizycznie pojawiły się w Małopolsce. Z założenia, stan 10 na skali oznaczał najwyższy akceptowalny przez podróżnego poziom lęku. Oznacza to, że osoby z pozaskalowym wskazaniem 11 i więcej pozostały w domu. Reszta skali od kolejnych poziomów przez 9 do zera oddaje subiektywne deklaracje respondentów, na jakim poziomie musieli się zmierzyć ze swoimi obawami i lękami podejmując decyzję o swojej podróży. Dla wyliczenia wskaźnika NFS (ang. **Net Fear Score<sup>3</sup>**), dokonano agregacji poziomów. O obawach i lękach podróżnych świadczy suma wskazań z wartości od „5” do „10” [3 Z OBAWAMI]. W tabelach oznaczeni są kolorem niebieskim, gdzie wartość „5” stanowi punkt centralny skali. Osoby, które zaznaczyły na skali stany 10 do 5 uznano za pełne lęku i obaw. Osoby, które zaznaczyły na skali liczbowej stany 2-4, uznano za neutralne, gdyż wartości skali „2”, „3” i „4” pozostają na poziomie neutralnym i tak je należy traktować (osoby udające się w podróż starają się zabezpieczyć przygotowując się do niej, a to oznacza analizę ewentualnych zagrożeń występujących poza miejscem stałego przebywania). W tabelach oznaczeni są kolorem zielonym. Wartości skali liczbowej „0” i „1” przedstawiają stan całkowitego braku obaw i lęku przed przyjazdem. Oddają one subiektywne odczucia osób, które są w pełni przekonane, że ich wyjazdowi do Małopolski w żadnym momencie nie towarzyszyło uczucie lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie. W tabelach oznaczeni są kolorem żółtym.

---

<sup>3</sup> **Net Fear Score** Wskaźnik Lęku, Obaw, Strachu przed przyjazdem do danej destynacji.

Tabela 6.4.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski  
OGÓŁEM

Ogółem	2019 R			A	
NFS <sup>4</sup>	Licznik z X	Licznik z X2		☺ 82,0%	
0	4117	67,18%	10	B	
1	907	14,80%	9	☺ 9,5%	
☺		☺ 82,0%			
2	343	5,60%	8	C	
3	157	2,56%	7	☹ 8,5%	
4	85	1,39%	6	A-C	
☺		☺ 9,5%			
5	144	2,35%	5	<b>73,5%</b>	NFS
6	66	1,08%	4	B-C	
7	66	1,08%	3	1,1%	
8	76	1,24%	2	[0..10]	[0..10]
9	91	1,48%	1	1,01	8,99
10	76	1,24%	-	[2...9]	[2...9]
☹		☹ 8,5%			
Suma	6128	100,00%		4,38	5,62

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Tabela 6.4.2. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski  
OPINIA TURYSTÓW KRAJOWYCH

KRAJ	2019 R			A	
NFS	Licznik z X	Licznik z X2		☺ 87,2%	
0	3454	74,47%	10	B	
1	590	12,72%	9	☺ 7,1%	
☺		☺ 87,2%			
2	189	4,08%	8	C	
3	86	1,85%	7	☹ 5,7%	
4	53	1,14%	6	A-C	
☺		☺ 7,1%			
5	77	1,66%	5	<b>81,5%</b>	NFS
6	37	0,80%	4	B-C	
7	41	0,88%	3	1,3%	
8	32	0,69%	2	[0..10]	[0..10]
9	34	0,73%	1	0,72	9,28
10	45	0,97%	-	[2...9]	[2...9]
☹		☹ 5,7%			
Suma	4638	100,00%		4,20	5,80

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

<sup>4</sup> Poziom lęku turystów przed przyjazdem do Małopolski - Wskaźnik NFS (Net Fear Score)

Tabela 6.4.3. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski  
OPINIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH

ZAGRANICA	2019 R			A	
NFS	Licznik z X	Licznik z X2		☺ 66,0%	
0	620	44,96%	10	B	
1	290	21,03%	9	☹ 17,5%	
☺		☺ 66,0%			
2	142	10,30%	8	C	
3	68	4,93%	7	☹ 16,5%	
4	32	2,32%	6	A-C	
☹		☹ 17,5%			
5	60	4,35%	5	<b>49,5%</b>	NFS
6	28	2,03%	4	B-C	
7	24	1,74%	3	1,1%	
8	38	2,76%	2	[0..10]	[0..10]
9	48	3,48%	1	1,86	8,14
10	29	2,10%	-	[2...9]	[2...9]
☹		☹ 16,5%			
Suma	1379	100,00%		4,52	5,48

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Sam wskaźnik NFS jest wynikiem prostego równania i otrzymuje się go po odjęciu procenta [3 Z OBAWAMI] od procenta [1 BEZ OBAW]. Wynik może być ujemny lub dodatni – w przedziale od -100% (kiedy wszyscy respondenci znajdują się w grupie osób pełnych obaw) do 100% (gdy wszyscy respondenci są święcie przekonani o swoim bezpieczeństwie). Zakłada się, że wskaźnik dodatni świadczy już o dobrych standardach, a przy wyniku wyższym niż 50% można mówić o sukcesie.

Ogółem wyliczono wskaźnik NFS – 2019 dla Małopolski na poziomie = 73,5%, co oznacza, że odwiedzający na etapie planowania wyjazdu bez większych obaw podejmowali decyzję o podróży do Małopolski. Wskaźnik ten dla odwiedzających krajowych jest o wiele wyższy, bo aż 81,5%, co można tłumaczyć znajomością języka, realiów życia w kraju i regionie, zwyczajów, itp., jak również tym, że część bardzo znaczącą respondentów (40%) stanowili mieszkańcy Małopolski. Wskaźnik NFS dla odwiedzających zagranicznych osiągnął poziom ≈50% co może być powodem dużej satysfakcji dla mieszkańców i gospodarzy regionu. Wynik NFS 50%, szczególnie w grupie obcokrajowców składających się w większości z osób pierwszy raz odwiedzających region i nieznających realiów dnia codziennego w Małopolsce, świadczy o głębokim przekonaniu wewnętrznym turysty, że wybrał się na wypoczynek do bezpiecznego, przyjaznego miejsca.

### Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS

Obliczono wskaźnik poziomu satysfakcji i lojalności odwiedzających Małopolskę. Wskaźnik NPS (ang. **Net Promoter Score**)<sup>5</sup>.

Obliczając NPS respondentów dzieli się na trzy grupy:

- **krytyków vel oponentów** (tych, którzy udzielili odpowiedzi w przedziale od 0 do 6) - w tabelach oznaczeni kolorem żółtym
- **pasywnych vel neutralnych** (odpowiadających w przedziale od 7 do 8) - w tabelach oznaczeni kolorem czerwonym
- **promotorów** (osób, które zadeklarowały chęć do wyrażenia swojej pozytywnej opinii oraz rekomendowania firmy / produktu itd. swoim znajomym w przedziale od 9 do 10) - w tabelach oznaczeni kolorem niebieskim.

Tabela 6.4.4. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce

Ogółem	2019 R		A
NPS <sup>6</sup>	X1	%	😊 71,8%
10	2952	44,98%	B
9	1760	26,82%	😐 20,1%
😊		71,80%	
8	896	13,65%	C
7	422	6,43%	😞 8,1%
😐		20,08%	
6	191	2,91%	A-C
5	156	2,38%	<b>63,7%</b>
4	48	0,73%	B-C
3	26	0,40%	12,0%
2	20	0,30%	[0..10]
1	28	0,43%	8,80
0	64	0,98%	[1...9]
😞		8,13%	
Suma	6563	100,00%	7,96



<sup>5</sup> Net Promoter Score (Wskaźnik Orędownictwa Netto)

<sup>6</sup> Rekomendacja Małopolski znajomym Wskaźnik NPS (Net Promoter Score)

KRAJ	2019 R		A
27 NPS	X1	%	😊 75,4%
10	2445	48,79%	B
9	1335	26,64%	😞 17,3%
😊		75,43%	
8	583	11,63%	C
7	282	5,63%	😞 7,3%
😞		17,26%	
6	132	2,63%	A-C
5	108	2,16%	<b>68,1%</b>
4	37	0,74%	B-C
3	20	0,40%	10,0%
2	11	0,22%	[0..10]
1	12	0,24%	8,92
0	46	0,92%	[1...9]
😞		7,31%	
Suma	5011	100,00%	8,03

ZAGRANICA	2019 R		A
27 NPS	X1	%	😊 59,9%
10	502	32,66%	B
9	419	27,26%	😞 29,2%
😊		59,92%	
8	309	20,10%	C
7	140	9,11%	😞 10,9%
😞		29,21%	
6	59	3,84%	A-C
5	48	3,12%	<b>49,1%</b>
4	11	0,72%	B-C
3	6	0,39%	18,3%
2	9	0,59%	[0..10]
1	16	1,04%	8,41
0	18	1,17%	[1...9]
😞		10,87%	
Suma	1537	100,00%	7,78

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Sam wskaźnik NPS jest wynikiem prostego równania i otrzymuje się go po odjęciu procenta czynnych krytyków od procenta promotorów. Wynik może być ujemny lub dodatni

– w przedziale od -100% (kiedy wszyscy respondenci znajdują się w grupie krytyków) do 100% (gdy wszyscy respondenci są chętni do polecenia firmy / produktu). Zakłada się, że wskaźnik dodatni świadczy już o dobrych standardach, a przy wyniku wyższym niż 50% można mówić o sukcesie.

W analizowanym przypadku OGÓŁEM wskaźnik NPS dla Małopolski w roku 2019 wyniósł 63,7%. Tylko trochę poziom wyższy bo  $\approx 68\%$  wskaźnik ten osiągnął w grupie odwiedzających krajowych, natomiast w grupie respondentów zagranicznych wyniósł  $\approx 50\%$ . Jest to wymierny sukces Małopolski jako regionu turystycznego i wartość dodana do procesu promocji destynacji, gdyż w sposób niekomercyjny, naturalny, autorski, Małopolska będzie promowana przez gości regionu w miejscach, do których wróca/wrócili po podróży. Wiedza ta będzie docierała w ten sposób do miejsc, do których żaden profesjonalista od marketingu terytorialnego dotrzeć nie potrafi, a o wiarygodności przekazu świadczyć będzie autorytet osoby opowiadającej słuchaczom, jak w Małopolsce było.

## 6.5. Atrakcje turystyczne Małopolski

Tabela 6.5.1. Atrakcje turystyczne Małopolski OGÓŁEM

I.p.	Atrakcje turystyczne w Małopolsce OGÓŁEM	N 2019 Rok	% 2019 Rok
1.	Kraków	1509	24%
2.	Wieliczka Kopalnia	480	8%
3.	Zakopane	373	6%
4.	Auschwitz Birkenau	312	5%
5.	OSAD Cerkwie i kościołki zabytkowe	265	4%
6.	Spyw przełomem Dunajca	202	3%
7.	Tatry	138	2%
8.	Zator	137	2%
9.	Niedzica	135	2%
10.	Góry bez wskazania pasma górskiego	126	2%
11.	Krynica Zdrój	123	2%
12.	Babiogórski Park Narodowy Szlaki Babiej Góry	98	2%
13.	Pieniny [bez SPŁYWU Dunajcem]	98	2%
14.	Stary Sącz	95	2%
15.	OPN Ojcowski Park Narodowy	90	1%
16.	Termy Małopolski	78	1%
17.	Wadowice	76	1%
18.	Zamki małopolskie	74	1%
19.	Jaworzyna Krynicka	70	1%
20.	Muszyna	68	1%
21.	Kalwaria Zebrzydowska	63	1%
22.	Biecz	61	1%
23.	Szlaki turystyczne	59	1%
24.	Czorsztyn	56	1%
25.	Bochnia Kopalnia Soli Bochnia	51	1%
26.	Wysowa	44	1%
	Σ Pośrednia	4881	78,%
	Pozostałe atrakcje Małopolski	1330	22%
	Σ Suma wskazań OGÓŁEM	6211	100%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Ogółem ¼ wskazań zogniskowana jest na stolicy województwa - Krakowie, co oznacza, że można mieć pewność, iż jest to mocny punkt „grawitacji” strumienia ruchu turystycznego tak z Polski jak i z całego świata. Kolejną atrakcją wskazywaną prawie ex aequo są Trasa Turystyczna w Kopalni Soli Wieliczka, Miasto Zakopane i Auschwitz-Birkenau - były Niemiecki Nazistowski Obóz Koncentracyjny i Zagłady. Bardzo blisko za tą trójką plasuje się Małopolski

Szlak Architektury Drewnianej i spływ tradycyjnymi łodziami flisackimi Przełomem Dunajca. Podobnie atrakcją dla wszystkich odwiedzających Małopolskę jest całe pasmo Tatr. Również powodzeniem na podobnym poziomie cieszy się miejscowość Zator ze swoją sztandarową atrakcją jaką jest Energylandia. Bardzo wielką atrakcją Małopolski są również pozostałe pasma gór: Pieniny, Beskidy i ich szlaki turystyczne. Bardzo ważną atrakcją Małopolski są zachowane do dziś zamki, warownie, klasztory i pałace jak również ich ruiny.

Tabela 6.5.2. Atrakcje turystyczne Małopolski KRAJ

Lp.	Atrakcje turystyczne w Małopolsce KRAJ	N 2019 Rok	% 2019 Rok
1.	Kraków OGÓŁEM	850	19,1%
2.	Zakopane OGÓŁEM	297	5,9%
3.	OSAD Otwarty Szlak Architektury Drewnianej OGÓŁEM	233	4,6%
4.	Wieliczka Kopalnia soli Wieliczka	200	4,1%
5.	Spływ przełomem Dunajca	182	3,7%
6.	Zator	128	2,7%
7.	Krynica Zdrój OGÓŁEM	117	2,4%
8.	Niedzica	116	2,4%
9.	Tatry OGÓŁEM	116	2,3%
10.	Góry	114	2,3%
11.	Stary Sącz	95	1,9%
12.	Babiogórski Park Narodowy Szlaki Babiej Góry	94	1,9%
13.	Pieniny OGÓŁEM [bez SPŁYWU Dunajcem]	90	1,9%
14.	Auschwitz Birkenau	88	1,8%
15.	OPN Ojcowski Park Narodowy	86	1,8%
16.	Termy Małopolski OGÓŁEM	72	1,5%
17.	Jaworzyna Krynicka	70	1,4%
18.	Muszyna OGÓŁEM	68	1,4%
19.	Kalwaria Zebrzydowska	63	1,3%
20.	Wadowice OGÓŁEM	62	1,2%
21.	Biecz	60	1,2%
22.	Zamki	60	1,2%
23.	Szlaki turystyczne OGÓŁEM	59	1,2%
24.	Czorsztyn	56	1,1%
25.	Nowy Sącz OGÓŁEM	54	1,1%
	Σ Pośrednia	3430	71,40%
	Pozostałe atrakcje Małopolski	1227	28,60%
	Σ Suma	4657	100,00%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.



Tabela 6.5.3. Atrakcje turystyczne Małopolski ZAGRANICA

Ranking	Atrakcje turystyczne w Małopolsce ZAGRANICA	N 2019 Rok	% 2019 Rok
1.	Kraków OGÓŁEM	659	40,40%
2.	Wieliczka Kopalnia Soli Wieliczka	280	18,2%
3.	Auschwitz Birkenau	224	14,5%
4.	Zakopane OGÓŁEM	76	5,00%
5.	OSAD Cerkwie i kościołki zabytkowe OGÓŁEM	32	2,30%
6.	Tatry OGÓŁEM	22	1,50%
7.	Spływ przełomem Dunajca OGÓŁEM	20	1,3%
8.	Niedzica	19	1,2%
9.	Bochnia Kopalnia soli Bochnia	15	1,0%
10.	Wadowice Dom rodzinny Jana Pawła II	14	0,9%
11.	Zamki	14	0,9%
12.	Góry	12	0,8%
13.	Narty Jazda na nartach	10	0,6%
14.	Zator	9	0,6%
15.	Pieniny OGÓŁEM	8	0,50%
16.	Krynica Zdrój	6	0,4%
17.	Termy OGÓŁEM	6	0,40%
18.	Kościół	5	0,3%
19.	Tarnów	5	0,3%
20.	Babiogórski Park Narodowy Szlaki Babiej Góry	4	0,3%
21.	Gastronomia Kluby i puby	4	0,2%
22.	Gościnność Honor Godność mieszkańców	4	0,3%
23.	Kacwin	4	0,3%
24.	OPN Ojcowski Park Narodowy	4	0,3%
25.	Parki Narodowe	4	0,3%
	Σ Pośrednia	1460	92,80%
	Pozostałe atrakcje Małopolski	94	7,20%
	Σ Suma	1554	100,00%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Listę małopolskich atrakcji uzupełnić należy wymieniając jeszcze: miasto Wadowice z kultowym Muzeum Domem Rodzinnym Ojca Świętego Jana Pawła II, Kalwarię Zebrzydowską z zespołem klasztornym ojców Bernardynów, Uzdrowisko Krynica-Zdrój, Ojcowski Park Narodowy, Babiogórski Park Narodowy jak również termy małopolskie.

## Rozdział 7. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki

### 7.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski

Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu w 2019 roku (np. na zakup wycieczki/imprezy turystycznej, biletu do muzeum, teatru, filharmonii, na wydarzenie, na termy, baseny, spływ Dunajcem itp., rezerwację/zakup noclegu, posiłków w miejscu zakwaterowania itd.) były zróżnicowane w zależności od tego, czy gość był Polakiem, czy obcokrajowcem oraz czy spędzał w odwiedzanej miejscowości dzień, czy dłużej. I tak goście krajowi przeznaczali średnio na pobyt w Małopolsce 249 zł na osobę (o prawie 13% mniej niż rok wcześniej), podczas gdy odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do regionu prawie 3-krotnie więcej, tj. średnio 714 zł na osobę (o prawie 54% więcej niż w roku ubiegłym).

Tabela 7.1.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w 2018 i 2019 roku (w zł na osobę)\*

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę z zł	
	2018	2019
Odwiedzający krajowi	286	<b>249</b>
Odwiedzający zagraniczni	465	<b>714</b>
Turyści krajowi	314	<b>368</b>
Turyści zagraniczni	512	<b>750</b>
Odwiedzający jednodniowi krajowi	100	<b>32</b>
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	222	<b>170</b>

\* W przeliczeniu na jednego odwiedzającego (ogółem, turystę, gościa jednodniowego).

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

Analizując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy, należy stwierdzić, że najwięcej (ponad 1 tys. zł na osobę) wydawali goście z Danii, Irlandii i Austrii. Sumy w granicach 900 zł na osobę wydatkowali Czesi, Brytyjczycy i Japończycy, a ok. 800 zł na osobę – Szwajcarzy, Szwedzi, Francuzi i Włosi. Ok. 700 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem na pobyt w regionie mieszkańcy Hiszpanii, USA i Węgier, a w granicach 600 zł na osobę – Belgii i Niemiec.

Najniższe wydatki przed podróżą charakterystyczne były dla gości z Finlandii, Norwegii, Kanady i Australii – mniej niż 300 zł na osobę.

Tabela 7.1.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w 2019 roku wg krajów (w zł na osobę)\*

I.p.	Kraj	Wydatki przed przyjazdem do Małopolski
1	Dania	1179
2	Irlandia	1088
3	Austria	1043
4	Republika Czeska	918
5	Wielka Brytania	882
6	Japonia	875
7	Szwajcaria	822
8	Szwecja	810
9	Francja	794
10	Włochy	786
11	Hiszpania	737
12	USA	687
13	Węgry	670
14	Belgia	607
15	Niemcy	568
16	Holandia	530
17	Rosja	525
18	Portugalia	497
19	Słowacja	490
20	Ukraina	431
21	Chorwacja	367
22	Bułgaria	333
23	Australia	241
24	Kanada	229
25	Norwegia	222
26	Finlandia	207

\* W przeliczeniu na jednego odwiedzającego.

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Aleziak.

## 7.2. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce

Kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce w 2019 roku, analogicznie jak sumy wydatkowane przed przyjazdem do regionu, były zdywersyfikowane pod wieloma względami. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali niemal 2,5-krotnie więcej (851 zł na osobę, czyli o 8,9% mniej niż w roku poprzednim) niż Polacy (353 zł na osobę, tj. o 36,6% mniej niż rok wcześniej). Turyści (nocujący) przeznaczali na pobyt większe kwoty niż

odwiedzający jednodniowi – turyści z Polski prawie 5-krotnie, a z zagranicy prawie 7-krotnie. Turyści krajowi wydatkowali bowiem średnio 489 zł na osobę (o prawie 1/4 mniej niż w roku ubiegłym), a zagraniczni – 896 zł na osobę (o 6,9% mniej niż rok wcześniej). Z kolei, jednodniowi odwiedzający z Polski wydawali podczas pobytu w Małopolsce średnio 104 zł na osobę (o 3,7% mniej niż w roku poprzednim), a jednodniowi odwiedzający z zagranicy – ponad 1/4 więcej, tj. 131 zł na osobę (o 69% mniej niż rok wcześniej).

Tabela 7.2.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w 2018 i 2019 roku (w zł na osobę)\*

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę z zł	
	2018	2019
Odwiedzający krajowi	557	<b>353</b>
Odwiedzający zagraniczni	934	<b>851</b>
Turyści krajowi	648	<b>489</b>
Turyści zagraniczni	962	<b>896</b>
Odwiedzający jednodniowi krajowi	108	<b>104</b>
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	422	<b>131</b>

\* W przeliczeniu na jednego odwiedzającego (ogółem, turystę, gościa jednodniowego).

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Analiza wysokości sum wydatkowanych podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z różnych krajów pozwala stwierdzić, że najwyższe wydatki charakteryzowały gości z Norwegii (ponad 2 tys. zł na osobę), Japonii i Irlandii (ok. 1,2 tys. zł na osobę) oraz Wielkiej Brytanii, Holandii i Szwecji (ponad 1 tys. zł na osobę). W granicach 800-900 zł na osobę wydawali przybysze z Danii, Francji, Szwajcarii, Austrii, USA, Hiszpanii i Czech. Włosi, Belgowie, Niemcy, Kanadyjczycy, Australijczycy, Portugalczycy i Słowacy przeznaczali na pobyt w regionie ok. 700 zł na osobę. Najmniej wydatkowali Węgrzy (ok. 400 zł na osobę) oraz Ukraińcy, Rosjanie i Finowie (po ok. 600 zł na osobę).

Tabela 7.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających podczas pobytu w regionie w 2019 roku wg krajów w zł na osobę\*

I.p.	Kraj	Wydatki podczas pobytu w Małopolsce
1	Norwegia	2082
2	Japonia	1238
3	Irlandia	1189
4	Wielka Brytania	1140
5	Holandia	1067
6	Szwecja	1057
7	Dania	884
8	Francja	878

**RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2019 ROKU**

<b>I.p.</b>	<b>Kraj</b>	<b>Wydatki podczas pobytu w Małopolsce</b>
9	Szwajcaria	849
10	Austria	808
11	USA	806
12	Hiszpania	766
13	Republika Czeska	758
14	Włochy	746
15	Belgia	740
16	Niemcy	724
17	Kanada	717
18	Australia	709
19	Portugalia	701
20	Słowacja	652
21	Finlandia	627
22	Rosja	614
23	Ukraina	555
24	Węgry	397

\* W przeliczeniu na jednego odwiedzającego.

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejsiak.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w Małopolsce w 2019 roku, należy skonstatować, że najwyższe dotyczyły opłat za noclegi – odwiedzający z Polski przeznaczali na nie średnio 479 zł na osobę (o ok. 26% więcej niż w roku poprzednim), a goście z zagranicy prawie 2-krotnie więcej, czyli średnio 871 zł na osobę (o prawie 41% więcej niż rok wcześniej). W segmencie zagranicznych odwiedzających drugie co do wysokości były sumy wydatkowane na wyżywienie (średnio 357 zł na osobę, czyli o prawie 1/4 więcej niż w roku ubiegłym). W grupie Polaków wydatki te uplasowały się na trzeciej pozycji (średnio 156 zł na osobę, tj. o 1/5 mniej niż rok wcześniej), ponieważ wyższe od nich okazały się tzw. inne wydatki (na pamiątki, prezenty, drobiazgi, mapy, kino, parkingi, benzynę, rowery, termy, stoki, karnety, rafting, kajaki, wypożyczenie sprzętu, ubrania, imprezy, kluby, przyjemności itp.) – średnio 213 zł na osobę (o 8,7% więcej niż w roku poprzednim). Czwarte co do wysokości, tak wśród Polaków, jak i obcokrajowców, były sumy przeznaczane na bilety wstępu do atrakcji – odpowiednio średnio 97 zł na osobę (analogicznie jak rok wcześniej) i 185 zł na osobę (tj. o prawie 1/2 więcej niż w roku poprzednim).

Tabela 7.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w 2018 i 2019 roku (w zł na osobę wydatkującą)

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł									
	Na noclegi		Na wyżywienie		Na lokalny transport		Na bilety wstępu do atrakcji		Inne	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Odwiedzający krajowi	380	<b>479</b>	196	<b>156</b>	104	<b>84</b>	97	<b>97</b>	196	<b>213</b>
Odwiedzający zagraniczni	619	<b>871</b>	287	<b>357</b>	124	<b>137</b>	124	<b>185</b>	317	<b>338</b>
Turyści krajowi	348	<b>479</b>	215	<b>196</b>	93	<b>90</b>	96	<b>111</b>	151	<b>191</b>
Turyści zagraniczni	623	<b>871</b>	301	<b>362</b>	117	<b>138</b>	121	<b>185</b>	306	<b>345</b>
Odwiedzający jednodniowi krajowi	0	<b>0</b>	59	<b>72</b>	30	<b>53</b>	37	<b>68</b>	59	<b>283</b>
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	0	<b>0</b>	79	<b>184</b>	153	<b>89</b>	42	<b>172</b>	28	<b>146</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

Najniższe wydatki oba segmenty odwiedzających ponosiły na lokalny transport – średnio 84 zł na osobę w grupie Polaków (o niemal 1/5 mniej niż rok wcześniej) i 137 zł na osobę wśród obcokrajowców (o ponad 1/10 więcej niż w roku ubiegłym). Należy odnotować, że wydatki turystów (nocujących w Małopolsce) były z reguły wyższe niż odwiedzających jednodniowych.

Zestawiając kwoty przeznaczane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2019 z latami wcześniejszymi należy uwzględnić obie grupy wydatków, czyli zarówno te ponoszone przed, jak i podczas pobytu w regionie.

Tabela 7.2.4. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2013-2019 (w zł na osobę)\*

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Odwiedzający krajowi	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	843	<b>602</b>
Odwiedzający zagraniczni	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1399	<b>1565</b>
Turyści krajowi	811	838	940	848	896	962	<b>857</b>
Turyści zagraniczni	1580	1470	1900	1484	1451	1474	<b>1646</b>
Odwiedzający jednodniowi krajowi	262	380	165	187	178	208	<b>136</b>
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	872	690	540	470	471	644	<b>301</b>

\* W przeliczeniu na jednego odwiedzającego (ogółem, turystę, gościa jednodniowego).

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

W konsekwencji, wydatki zagranicznych odwiedzających ogółem oraz turystów z zagranicy okazały się w 2019 roku o prawie 12% wyższe niż rok wcześniej (wynosiły odpowiednio 1565 zł i 1646 zł na osobę), podczas gdy wydatki pozostałych segmentów odwiedzających zmniejszyły się, zwłaszcza gości jednodniowych, tak krajowych (o prawie 35%, tj. do poziomu 136 zł na osobę), jak i zagranicznych (o ponad 53%, tj. do poziomu 301 zł na osobę).

Pomimo spadku, kwoty wydatkowane przez turystów krajowych na pobyt w Małopolsce nie były najniższe w analizowanym okresie lat 2013-2019 – mniej turyści z Polski wydawali w roku 2013 (o prawie 6%), 2014 (o ponad 2%) i 2016 (o ponad 1%). Tylko wydatki krajowych gości jednodniowych okazały się w 2019 roku najniższe w badanym czasie.

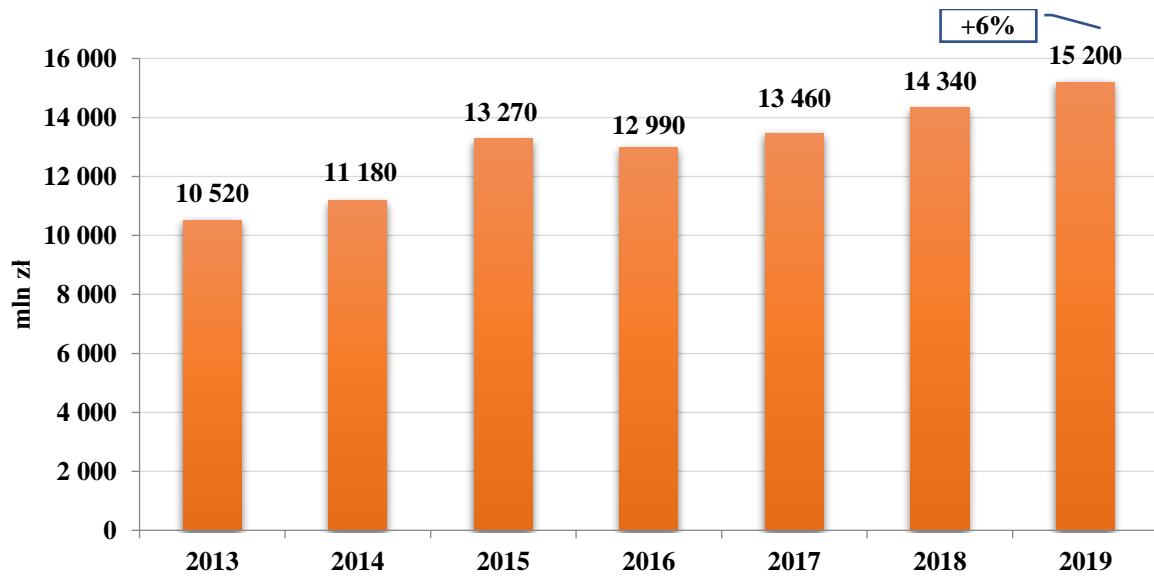
### 7.3. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki

W związku z tym, że liczba odwiedzających Małopolskę, tak turystów, jak i gości jednodniowych, była w 2019 roku wyższa niż rok wcześniej, pomimo że średnie kwoty wydatkowe przed przyjazdem i podczas pobytu przez odwiedzających krajowych (w tym turystów) i gości jednodniowych z obu segmentów okazały się niższe niż w roku poprzednim, szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki w regionie były w 2019 roku o 6% wyższe niż rok wcześniej (15,2 mld zł vs 14,34 mld zł). Przyczyniło się do tego również to, że średnie wydatki odwiedzających zagranicznych (w tym turystów) okazały się wyższe niż w roku ubiegłym.

Tabela 7.3.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2019 (w mld zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Szacunkowe wpływy w mld zł						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Turyści krajowi	5,55	6,03	7,50	7,61	8,16	8,88	<b>8,9</b>
Turyści zagraniczni	4,01	3,81	5,17	4,66	4,59	4,76	<b>5,7</b>
Odwiedzający jednodniowi krajowi	0,80	1,18	0,51	0,63	0,62	0,60	<b>0,5</b>
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	0,16	0,16	0,09	0,09	0,09	0,10	<b>0,1</b>
łącznie	10,52	11,18	13,27	12,99	13,46	14,34	<b>15,2</b>

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.



Rysunek 7.3.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2019 (w mln zł)

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

Zatem w relacji do roku 2018 zmniejszyły się wpływy od krajowych jednodniowych odwiedzających (o 1/6), a zwiększyły – od turystów zagranicznych (o prawie 1/5). Wpływy pochodzące od turystów krajowych i jednodniowych odwiedzających z zagranicy utrzymały się na niezmiennym poziomie w stosunku do roku poprzedniego.

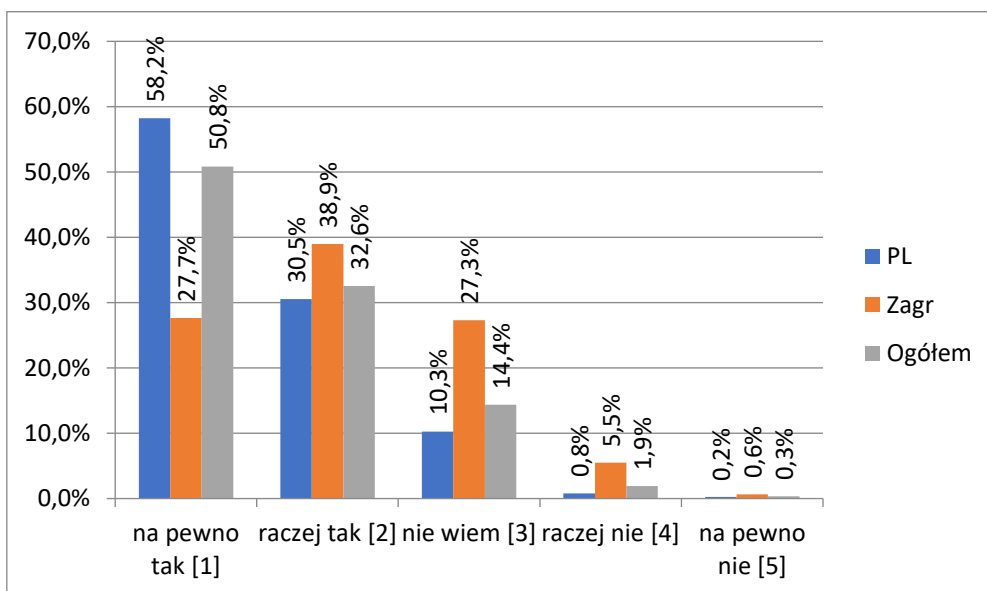


## Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski

Tabela 7.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	PL	Zagr	Ogółem
na pewno tak	58,2%	27,7%	50,8%
raczej tak	30,5%	38,9%	32,6%
Σ POŚREDNIA TAK	88,70%	66,60%	83,40%
nie wiem	10,3%	27,3%	14,4%
raczej nie	0,8%	5,5%	1,9%
na pewno nie	0,2%	0,6%	0,3%

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.



Rysunek 7.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska, dr Bożena Alejziak.

## PODSUMOWANIE

Ruch turystyczny w Małopolsce rokrocznie systematycznie się zwiększa. Prawie 80% całego małopolskiego strumienia ruchu turystycznego przechodzi przez Kraków, w 2019 roku (14,05 mln osób) to odwiedzający Kraków.

Z ogółu odwiedzających Małopolskę w 2019 roku prawie 80% stanowili turyści (13,86 mln osób), co daje w porównaniu do roku ubiegłego zwiększenie się liczby turystów w Małopolsce o ponad 5%.

Ponad 22% całego ruchu turystycznego w Małopolsce w 2019 roku stanowili goście jednodniowi. Związane jest to generalnie z jednej strony z krótkimi wyjazdami weekendowymi mieszkańców Małopolski, jak również podobnymi podróżami mieszkańców ościennych województw.

Na uwagę zasługuje fakt, że udział turystów **zagranicznych** w ogólnej liczbie turystów w Małopolsce jest **zdecydowanie wyższy niż w całym kraju**. Jest to szczególnie widoczne w miesiącach kwiecień – październik oraz styczeń – luty. Różnice współczynników udziału turystów zagranicznych zawierają się w przedziale od 34%-36% (wartości największe), do 15%-17% (wartości najmniejsze). Średnioroczne współczynniki udziału zawierają się w przedziale od 33% (dla Małopolski) do 20% (dla Polski).

Wnioski dotyczące udziału turystów **krajowych** w ogólnej liczbie turystów są dokładnym odwróceniem wniosków dotyczących turystów zagranicznych.

Podobnie jest w przypadku różnic pomiędzy udziałami turystów krajowych i zagranicznych. Wszystkie te parametry są dodatnie, co oznacza przewagę liczby turystów krajowych nad zagranicznymi i to przewagę wysoką. Jest to szczególnie widoczne dla Polski w miesiącach zimowych (listopad – luty) kiedy to różnice te wskazują na przewagę turystów krajowych rzędu 60%-69%. Inaczej jest w przypadku Małopolski, gdzie przewaga turystów krajowych jest znacznie mniejsza i kształtuje się na poziomie 20%-34%, głównie w miesiącach kwiecień – październik.

Ta kompensacyjna wymiana strumieni krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego powoduje, że Małopolska jest destynacją całoroczną, charakteryzującą się bardzo płynnym przejściem wielkości strumienia ruchu turystycznego pomiędzy sezonem letnim, a zimowym.

W 2019 roku małopolskie hotele cztero- i trzygwiazdkowe cieszyły się większym zainteresowaniem wśród obcokrajowców, podczas gdy obiekty pięciogwiazdkowe i dwugwiazdkowe – wśród Polaków. Rozziew kategorii hotelu związany z segmentem odwiedzających krajowych zdaje się sugerować uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach do Małopolski rozliczanych w ramach kosztów prowadzenia działalności gospodarczej.

Poziom lęku turystów przed przyjazdem do Małopolski mierzy Wskaźnik NFS (Net Fear Score), będąc generalnie wskaźnikiem progu podejmowanych w życiu decyzji, w tym również decyzji o wyjeździe do konkretnej destynacji – w 2019 roku wyniósł dla Małopolski 73,5%. Z całą pewnością można zaliczyć to do sukcesu gospodarzy destylacji, jak również prowadzonej przez władze samorządowe regionu kampanii wizerunkowej Województwa Małopolskiego jako bezpiecznego i przyjaznego turystom miejsca wypoczynku.

Natomiast wskaźnik Net Promoter Score (Wskaźnik Orędownictwa Netto), będący w praktyce „wskaźnikiem poziomu uzyskanej przez konsumenta satysfakcji z aktywności, usługi, produktu itp.” dla Małopolski w roku 2019 wyniósł 63,7%. Wystawia to jak najbardziej satysfakcjonującą ocenę całej Małopolsce, jej mieszkańcom z ich życzliwością i gościnnością, jak również całemu sektorowi usług turystycznych, a nawet szerzej mówiąc, podróżniczych w Województwie Małopolskim.

To właśnie tak wysoki wynik NPS czyli jakości i rzetelności obsługi, odzwierciedlony w poziomie satysfakcji klienta wracającego do swojego miejsca stałego pobytu, przekłada się na „marketing ewangeliczny”, który promuje Małopolskę na zewnątrz, tworząc podstawy do wysokiego NFS i przekonując, że warto do tego regionu przyjechać, ponieważ nie ma się czego obawiać. Dlatego już przed przyjazdem do Małopolski rezerwowane i opłacane są świadczenia związane z przyszłym pobytem. I tak polscy turyści, nocujący w Małopolsce, wydatkowali przed przyjazdem do regionu w 2019 roku średnio 368 zł na osobę, natomiast turyści zagraniczni – sumy ponad 2-krotnie wyższe, tj. 750 zł na osobę.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w Małopolsce w 2019 roku, należy skonstatować, że najwyższe dotyczyły opłat za noclegi – odwiedzający z Polski przeznaczali na nie średnio 479 zł na osobę (o ok. 26% więcej niż w roku poprzednim), a goście z zagranicy prawie 2-krotnie więcej, czyli średnio 871 zł na osobę (o prawie 41% więcej niż rok wcześniej).

Z zestawienia wydatków małopolskich gości w 2019 roku łącznie, czyli zarówno te ponoszone przed jak i podczas pobytu w regionie, wynika, że wydatki zagranicznych odwiedzających ogółem oraz turystów z zagranicy okazały się w 2019 roku o prawie 12% wyższe niż rok wcześniej (wynosiły odpowiednio 1565 zł i 1646 zł na osobę). Podczas gdy wydatki pozostałych segmentów odwiedzających zmniejszyły się, zwłaszcza gości jednodniowych, tak krajowych (o prawie 35%, tj. do poziomu 136 zł na osobę), jak i zagranicznych (o ponad 53%, tj. do poziomu 301 zł na osobę).

W związku z tym, że liczba odwiedzających Małopolskę, tak turystów, jak i gości jednodniowych, była w 2019 roku wyższa niż rok wcześniej, pomimo że średnie kwoty wydatkowe przed przyjazdem i podczas pobytu przez odwiedzających krajowych (w tym turystów) i gości jednodniowych z obu segmentów okazały się niższe niż w roku poprzednim, szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki w regionie były w 2019 roku o 6% wyższe niż rok wcześniej (15,2 mld zł vs 14,34 mld zł). Przyczyniło się do tego również to, że średnie wydatki odwiedzających zagranicznych (w tym turystów) były wyższe niż w roku ubiegłym.

Na podstawie trendu wyznaczonego w oparciu o dotychczasowe dane można szacować, że w 2025 roku wpływy Małopolski z tytułu turystyki w regionie będą kształtować się na poziomie blisko 22 mld zł ( $R^2 = 0,9206$ ). Trzeba też zauważyć, że pomimo tego, iż liczba turystów w Krakowie jest tylko o 21% mniejsza niż w Małopolsce ogółem, to szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki poza Krakowem wynoszą niemal tyle samo, co w samym Krakowie. Świadczy to o bardzo dobrych ekonomicznych efektach bezpośrednich z turystyki w pozakrakowskich gminach – uzyskują one ok. dwukrotnie wyższe niż Kraków wpływy w przeliczeniu na jednego odwiedzającego. Z analizy wynika, że więcej niż w Krakowie przeznaczają w nich na pobyt Polacy przed przyjazdem oraz obcokrajowcy podczas odwiedzin.

### **Wnioski ogólne**

Wskaźnik powrotu do Małopolski przekraczający OGÓŁEM 80% w połączeniu z ZWD (wskaźnikiem kompleksowej oceny destynacji) przekraczającym OGÓŁEM poziom 4.0 (4.07) i wskaźnikami satysfakcji z pobytu NPS na poziomie OGÓŁEM prawie 64% (63,7%) (co przekłada się na efekt promocji szeptanej, a nawet ewangelicznej) i wskaźnika NFS na poziomie ogólnym 73,5%, świadczącym o braku obaw przed przyjazdem do Małopolski rokuje, że funkcja turystyczna w małopolskiej gospodarce ma i będzie miała w dalszym ciągu

istotne znaczenie i wpływ na dalszy rozwój regionu, przynosząc pożądane społecznie i gospodarczo efekty.

### Wnioski szczegółowe i rekomendacje

l.p.	WNIOSKI	REKOMENDACJE
1	<p>Mając wystarczająco dużą próbę danych pochodzących z pomiarów tą samą metodą i tym samym narzędziem badawczym z lat poprzednich, można dokonywać głębszych analiz na podzbiorowościach bez obaw popełnienia błędów statystycznie istotnych. Dynamicznie zmieniająca się sytuacja turystyki światowej wymaga bieżących, wiarygodnych danych dotyczących zjawisk towarzyszących turystyce przyjazdowej do województwa.</p>	<p>Konsekwentnie kontynuować badania ciągłe – całoroczne z interwałem miesięcznym próbą minimum 7000 respondentów przy pomocy tego samego narzędzia badawczego i stosując tę samą metodę analizy źródeł w trakcie badania typu desk research. Badania można próbować poszerzyć o dodatkowo wybrane obiekty atrakcyjne turystycznie, stosując jednak dodatkową, oddzielną próbę i oddzielne narzędzie badawcze kompatybilne z narzędziem głównym.</p>
2	<p>Małopolskę jako miejsce pobytu i realizacji celu przyjazdu, a także jej kompleksową ofertę turystyczną odzwierciedla ocena atrakcji turystycznych regionu oraz gościnności i życzliwości mieszkańców. Elementy te w znacznym stopniu wpływają na specyficzną cechę określaną jako atmosfera miejsca odwiedzanego. W 2019 roku wszystkie opinie dotyczące atmosfery miejsca wyrażone zostały w ocenach dobrych i bardzo dobrych, co dało średnią ocenę 4,59. Gościnność 4,52. Życzliwość 4,48. Wyliczony ZWD – Zintegrowany Wskaźnik Destynacji dla Małopolski w 2019 roku osiągnął ogółem poziom 4,07, co samo w sobie jest wynikiem satysfakcjonującym.</p>	<p>W celu uzyskania wzmocnienia efektu „Genius Loci” (atmosfery miejsca) warto podjąć działania „marketingu wewnętrznego” w stosunku do mieszkańców regionu. Działania te winne pozwolić samorządom terytorialnym dotrzeć do mieszkańców regionu z wiedzą na temat istoty turystyki przyjazdowej, co powinno pomóc mieszkańcom zrozumieć i zauważyć korzyści płynące z przyjmowania w swojej przestrzeni społecznej innych osób, tak odwiedzających jednodniowych jak i turystów. Efektem przekazania tej wiedzy powinno być zwiększenie życzliwości mieszkańców Małopolski w stosunku do przyjezdnych, jak również wzrost ich zaangażowania w pomoc i obsługę oraz lepsza identyfikacja z regionem na poziomie poczucia bycia „GOSPODARZEM”.</p>
3	<p>Bezpieczeństwo turystów to stan obiektywny polegający na braku zagrożenia, odczuwany subiektywnie tak przez jednostkowych</p>	<p>Stworzyć u turystów subiektywne poczucie bezpieczeństwa, a zarazem doinformować turystę o nieprzekraczalnych zasadach</p>

	turystów jak i grupy turystyczne. Ludzi niemających na stałe poczucia własnego bezpieczeństwa trudno zachęcić do podróży, a w szczególności do odwiedzenia miejsc stwarzających prawdopodobieństwo wystąpienia sytuacji definiowanych przez nich jako niebezpieczne.	zachowania się w naszej destylacji, co skutkować powinno wydłużeniem pobytu w destynacji i chęcią polecenia jej innym znanym turyście osobom jako destynacji przyjaznej turystom.
4	Bardzo istotną rolę w recepcji strumienia ruchu turystycznego odgrywa dostępność komunikacyjna regionu, co przekłada się na infrastrukturę komunikacyjną regionu w tym: terminale komunikacyjne, Miejsca Obsługi Podróżnych, parkingi, stacje paliw, oznakowanie informacyjne.	Zadbać o sprawność funkcjonowania (w tym bezpieczeństwo i czystość) terminali komunikacyjnych, tak autobusowych jak kolejowych czy lotniczych, gdyż to na ich terenie dochodzi do pierwszego kontaktu odwiedzającego z destynacją. A po raz drugi „pierwszego dobrego wrażenia” zrobić się nie da!
5	Ponad 70% odwiedzających obsługuje się w podróży samodzielnie, stosując dostępne sobie aplikacje mobilne korzystając z dostępu do Internetu.	Zadbać o bezpłatny dostęp do Internetu dla odwiedzających Małopolskę przebywających w jej granicach. Aplikacja nawigująca z geolokalizacją pozwalająca gościowi regionu zapoznać się z „rekomendowanymi” przez gospodarzy atrakcjami, obiektami i usługami. Jednocześnie monitorująca jego aktywność.
6	Cywilizacyjne zagrożenia zdrowia tak mieszkańców jak i odwiedzających są wyzwaniem współczesności. Turyści poszukują miejsc, w których czuli się będą bezpiecznie i każde zagrożenie ich zdrowia, życia czy mienia będzie powodowało zmianę decyzji kierunkowej ich wyjazdu.	Dbać o czystość ekologiczną destylacji, monitorując i egzekwując czystość powietrza atmosferycznego, stan składów – wysypisk komunalnych, oczyszczalni ścieków, uciążliwych środowiskowo inwestycji.
7	Podróżny (turysta) jako jednostka, poprzez akt aktywności przestrzennej polegający na tymczasowej zmianie miejsca pobytu, wprowadza do istniejącego „układu przestrzeni (w tym również) społecznej” zmiany, naruszając jego stabilność. Co skutkuje powolnym, systematycznym zawłaszczaniem przestrzeni społecznej i narzucaniem jej stałym mieszkańcom przez odwiedzających własnych wzorców i systemów wartości.	Rozwój turystyki konsekwentnie kształtować z uwzględnieniem przyrodniczej i kulturalnej odrębności naszego regionu. Dążyć w działaniach informacyjnych, by nasi goście byli gotowi dostosować się do nas tak, aby nasza rodzima kultura pozostała niezależna i żywa. Pielęgnować i popierać naszą architekturę regionalną, nasze rzemiosło, naszą sztukę, naszą mowę, nasze zwyczaje, naszą gastronomię.

Wykaz tabel

Tabela 2.1.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2019 w tysiącach osób	8
Tabela 2.2.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2019 w tysiącach osób .....	8
Tabela 2.3.1. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce w latach 2010-2019 w tysiącach osób .....	10
Tabela 2.4.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2019 roku – struktura procentowa – w zaokrągleniu do 0,000% .....	11
Tabela 2.5.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 – 2019 roku – struktura procentowa według województw przed zaokrągleniem .....	14
Tabela 2.5.2. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 – 2019 roku – struktura procentowa według województw po zaokrągleniu .....	16
Tabela 3.2.1. Wiek - struktura % .....	18
Tabela 3.3.1. Płeć - struktura % .....	19
Tabela 3.4.1. Wykształcenie - struktura % .....	19
Tabela 3.5.1. Status materialny odwiedzających – struktura % .....	20
Tabela 3.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) .	20
Tabela 4.1.1. Główny cel przyjazdu – struktura % .....	21
Tabela 5.1.1. Wykorzystywane źródła informacji o Małopolsce – udział procentowy* .....	22
Tabela 5.2.1. Organizacja pobytu - struktura % .....	23
Tabela 5.3.1. Miejsce noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce .....	24
Tabela 5.3.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce .....	25
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających – struktura % .....	25
Tabela 5.5.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu – OGÓŁEM struktura % .....	26
Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu – ZAGRANICA struktura % .....	27
Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu – KRAJ struktura % .....	27
Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w 2019 roku dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2019 roku .....	29
Tabela 6.3.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających Województwo Małopolskie w 2019 roku .....	30

Tabela 6.4.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski OGÓŁEM .....	34
Tabela 6.4.2. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski OPINIA TURYSTÓW KRAJOWYCH .....	34
Tabela 6.4.3. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski OPINIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH .....	35
Tabela 6.4.4. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce .....	36
Tabela 6.5.1. Atrakcje turystyczne Małopolski OGÓŁEM .....	39
Tabela 6.5.2. Atrakcje turystyczne Małopolski KRAJ .....	40
Tabela 6.5.3. Atrakcje turystyczne Małopolski ZAGRANICA .....	41
Tabela 7.1.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w 2018 i 2019 roku (w zł na osobę)* .....	42
Tabela 7.1.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w 2019 roku wg krajów (w zł na osobę)* .....	43
Tabela 7.2.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w 2018 i 2019 roku (w zł na osobę)* .....	44
Tabela 7.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających podczas pobytu w regionie w 2019 roku wg krajów w zł na osobę* .....	44
Tabela 7.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w 2018 i 2019 roku (w zł na osobę wydatkującą) .....	46
Tabela 7.2.4. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2013-2019 (w zł na osobę)* .....	46
Tabela 7.3.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2019 (w mld zł) wg grup odwiedzających.....	47
Tabela 7.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski.....	49