



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 2022 ROKU

Numer 1/2023

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce 2022

WERSJA SZCZEGÓŁOWA

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

AUTORZY

prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski PhDr.

- red. nauk., kierownik projektu

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

mgr Leszek Mazanek

dr Bożena Aleziak

Recenzja naukowa:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

prof. AWF dr hab. Krzysztof Kaganek

Koordinator:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

mgr Aleksandra Gorczyca

Małopolska Organizacja Turystyczna

Koordinator:

mgr Anna Niedźwieńska

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

**MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
KRAKÓW - STYCZEŃ 2023**

WYDAWNICTWO - RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

ISBN 978-83-67190-53-4

Numer 1/2023

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

Kolegium Redakcyjne

Przewodniczący:

prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski PhDr. red. nauk.

Członkowie:

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

prof. UPJPII dr hab. Lucyna Rotter

mgr Leszek Mazanek

dr Bożena Alejziak

mgr Andrzej Gut - Mostowy

mgr Paweł Mierniczak

mgr Piotr Łężniak

Sekretarz:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

Konsultant graficzny:

mgr Kinga Sienkiewicz

mgr Jakub Borkowski

Recenzenci naukowi:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

prof. AWF dr hab. Krzysztof Kaganek

Krzysztof Borkowski: Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii - Sucha Beskidzka - Polska
Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska

Tadeusz Grabiński: Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska
Krakowska Akademia - Kraków - Polska

Renata Seweryn: Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska

Leszek Mazanek: Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska

Bożena Alejziak: Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	5
Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	6
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2022	10
Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce	16
3.1. Wprowadzenie	16
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	16
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	19
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	21
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	22
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	26
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	30
4.1. Wprowadzenie	30
4.2. Wiek	30
4.3. Płeć	30
4.4. Wykształcenie	31
4.5. Status materialny odwiedzających	32
4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	32
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie	34
5.1. Wprowadzenie	34
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	34
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	38
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	39
5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	40
5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	42
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	45
6.1. Wprowadzenie	45
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	45
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku	53
Rozdział 8. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku	59
8.1. Uwagi wstępne	59
8.2. Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	60
8.3. Analiza uwarunkowań atrakcyjności turystycznej w przekroju miejscowości	64
8.4. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	69
8.5. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022	75
8.6. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku	80

Rozdział 9.	Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	82
9.1.	Wprowadzenie	82
9.2.	Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	82
9.3.	Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	85
9.4.	Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce	89
9.5.	Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	91
Rozdział 10.	Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	93
10.1.	Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski – NFS	93
10.2.	Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS	95
10.3.	Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	97
Rozdział 11.	CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH	99
11.1.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	99
11.2.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	113
11.3.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	126
11.4.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę ze STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI PÓŁNOCNEJ	137
11.5.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z KRAJÓW BENELUXU	147
Rozdział 12.	CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH	157
12.1.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	157
12.2.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	171
12.3.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	185
12.4.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACKIEGO	197
12.5.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. WIELKOPOLSKIEGO	209
12.6.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. DOLNOŚLĄSKIEGO	220
Rozdział 13.	ANEKS	232
13.1.	Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	232
13.2.	Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku – rozszerzenie	235
PODSUMOWANIE.....	282
WNIOSKI	286
REKOMENDACJE.....	292
Spis tabel	293
Spis rysunków	306
Pełny spis treści	308

WPROWADZENIE

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach statutowych zadań, do których należy „podejmowanie działań mających wpływ na zwiększenie liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie”, od 2003 roku 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. W niniejszym opracowaniu przedstawione są wyniki badań ruchu turystycznego z lat 2018-2022. Jest to doskonały materiał do dalszych prac analitycznych umożliwiających porównanie okresu precovidowego (2018-2019), roku pandemicznego (2020) z latami postcovidowymi (2021-2022). Rok 2022 przebiegający pod znakiem wojny był rokiem szczególnym dla badaczy zjawisk mobilności społecznej, niemającej jednak nic wspólnego z definicją turystyki jako dobrowolnej aktywności ludzi podróżujących dla przyjemności we własnym czasie wolnym i za własne pieniądze. Autorom opracowania udało się jednak starannie wyselekcjonować respondentów tak, aby wyniki nie były obciążone błędem niewłaściwego poboru próby.

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce

Przyjęty w badaniach system zbierania danych charakteryzujących ruch turystyczny w Małopolsce oparto na trzech zasadniczych metodach:

- **Pierwsza** z nich polega na przeprowadzaniu wywiadów bezpośrednich z wykorzystaniem tabletów, przy pomocy których wypełniano ankiety w wersji elektronicznej. Założono pozyskanie minimum 5 000 ankiet. Ta wielkość danych ankietowych zapewnia błąd szacunku nie większy niż 1,5%, na poziomie ufności 95%, dla aktualnych rozmiarów ruchu turystycznego.

Badaniami ankietowymi objęte były osoby odwiedzające Małopolskę, określane w zaleceniach statystycznych UNWTO mianem **turystów** (korzystający przynajmniej z jednego noclegu) oraz **odwiedzających jednodniowych**, które przybyły w celach: poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym i innych.

W badaniach pominięto przyjezdnych, którzy deklarowali pobyt przekraczający 90 dni. Natomiast brano pod uwagę aktywność wypoczynkową mieszkańców Małopolski związanych stosunkiem pracy lub nauką na terenie województwa małopolskiego. Osoby z tej kategorii stanowią istotną część strumienia ruchu turystycznego.

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2021, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania. Ustalono, że próba o liczebności $n=5\ 100$ osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 1,5%. Przyjęto tu schemat losowania warstwowego, gdzie warstwę stanowił powiat oraz rodzaj obiektu turystycznego w każdym powiecie (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne obiekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Ponadto wskazano lokalizacje miejsc pobierania ankiet, będące obiektami koncentracji podróżnych takimi jak: dworce kolejowe i autobusowe, port lotniczy oraz 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, powinny mieć 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 połowy czerwca do końca września 2022 r. według przyjętego rozkładu miejsc poboru próby w ciągu każdego miesiąca. W 2022 roku pobrano ponad 5 200 ankiet, ale po wstępnej weryfikacji poprawności i kompletności zebranych danych do bazy przekazano 5 115 ankiet. Niewielka liczba odrzuconych ankiet świadczy pozytywnie o pracy ankietierów.

W tab. 1.1.1 przedstawiono wykaz lokalizacji miejsc poboru próby oraz liczby zebranych ankiet w poszczególnych miejscach i obiektach. Łącznie jest to 21 lokalizacji. Najwięcej ankiet zebrano w Krynicy (478) oraz w Krakowie (442), przy czym w Krakowie były 2 duże obiekty poboru: Rynek Główny (286 ankiet) oraz lotnisko Balice (156 ankiet).

Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2022 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje

Lp.	Lokalizacja	N	%
1	Krynica-Zdrój - miasto/Pijalnia wód/stacja narciarska-przy wieży widokowej	478	9,3%
2	Białka Tatrzańska - baseny geotermalne	380	7,4%
3	Oświęcim - Muzeum Auschwitz-Birkenau	350	6,8%
4	Szczawnica - miasto/Pijalnia wód/kolejka PKL na Palenicę/koniec splotu	332	6,5%
5	Zawoja - wejście na szlaki/Babiogórski Park Narodowy	330	6,5%
6	Chochołów - termy/wejście do Dolina Chochołowska	330	6,5%
7	Rabka-Zdrój - Pijalnia wód/Park Zdrojowy/szlaki turystyczne	330	6,5%
8	Gródek nad Dunajcem - Jezioro Rożnowskie	293	5,7%
9	Kraków - Rynek Główny	286	5,6%
10	Niedzica/Czorsztyn - zamek/przystań	253	4,9%
11	Zakopane - Krupówki/wjazd na Gubałówkę	253	4,9%
12	Wieliczka - Kopalnia Soli	252	4,9%
13	Zator - Energylandia/parking przy McDonald's/Zatorland	189	3,7%
14	Tarnów - miasto lub Ciężkowice - Skamieniałe Miasto	189	3,7%
15	Nowy Targ - wejście na szlaki np. Kowaniec - Turbacz oraz Gorce szlaki	330	3,7%
16	Olkusz - Pustynia Błędowska	175	3,4%
17	Kraków - Lotnisko Balice	156	3,0%
18	Ojców - wejście do Ojcowskiego Parku Narodowego/na terenie miejscowości (opcjonalnie na terenie zamku w Pieskowej Skale) /Park Krajobrazowy Dolinki Krakowskie	123	2,4%
19	Obiekty SAD - Barwałd Dolny/Przydonica/Trybsz/Czermna/Łukowica/Bodaki	48	0,9%
20	Inwałd Park	21	0,4%
21	Zakopane - przy szlaku i kolejce PKL na Kasprowy Wierch/przy szlaku na Morskie Oko (np. na parkingu)	17	0,3%
	Suma	5115	100%

Źródło: Koordynator badań MOT.

- **Druga** metoda pozyskiwania informacji polega na wykorzystaniu hurtowni danych teleinformatycznych o charakterze obserwacyjnym, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne użytkowników smartfonów. Grupę tych narzędzi sygnalizował już w 2009 roku W. Alejski w swojej ekspertyzie „O wykorzystaniu telefonicznego systemu komórkowej analizy ruchu turystycznego jako nowej metodzie badania ruchu turystycznego opartej na technologii telefonii komórkowej drugiej i trzeciej generacji”¹. Przy pomocy tych narzędzi dokonuje się selekcji danych pochodzących z hurtowni danych osób (unikalnych podmiotów mobilnych), które spełniają odpowiednie kryteria badania². Dane wykorzystane do analizy pochodzą z hurtowni danych DMP³ Selectiv⁴ a pozyskane zostały w wyniku zapytań oraz wyświetleń reklam w kanale mobilnym, jak również od wydawców konkretnych aplikacji. Obecnie w bazie Selectivv znajduje się 24 mln unikalnych użytkowników w Polsce. W skład rozwiązań technologicznych wykorzystywanych w badaniach wchodzi

¹ Alejski W. TeISKART© - Nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego Folia Turistica Kraków 2009 nr 21 s. 97 [https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TeISKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20\(Folia%20Turistica%20Vol.%2021\).pdf](https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TeISKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20(Folia%20Turistica%20Vol.%2021).pdf).

² TURYSTA KRAJOWY = Użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum dwa dni (w tym nocleg) w Małopolsce i nie jest jego mieszkańcem. Jego strefą zamieszkania jest inna geolokalizacja w Polsce. Użytkownik spędził nocleg w Małopolsce, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23.00-7.00. Pobyt w Małopolsce nie przekraczał 22 dni w okresie 12 miesięcy. Analogicznie TURYSTA ZAGRANICZNY = Użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum dwa dni (w tym nocleg) w Małopolsce i nie jest jego mieszkańcem. Jego strefą zamieszkania jest inna geolokalizacja niż Polska. Użytkownik spędził nocleg w Małopolsce, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23.00-7.00. Pobyt w Małopolsce nie przekraczał 22 dni w okresie 12 miesięcy.

³ Selectivv DMP Data Management Platform (hurtownia danych).

⁴ <https://selectivv.com/portfolios/realizacja-badawcza-badanie-ruchu-turystycznego/> dostęp: 17.05.2021.

również platforma Selectiv DSP, służąca do zakupu powierzchni reklamowej w kanale mobilnym zgodnie z metodologią RTB⁵. Selectiv DSP posiada integrację z 21 globalnymi sieciami reklamowymi. Umożliwia to dostęp do ponad 350 000 aplikacji oraz ok. 17 000 000 mobilnych stron www. Metoda ta umożliwia m.in. określenie miejsca zamieszkania, miejsca pracy, czy kierunki podróży. Dane mobilne pozwalają na oszacowanie grupy wiekowej, płci, miejsca zamieszkania czy liczby dni pobytu użytkownika odwiedzającego określone miejsce. W tym celu wykorzystywane są informacje o: języku telefonu, koordynatach GPS w jakich rejestrowane jest urządzenie, aplikacjach z jakich korzysta użytkownik telefonu i stronach mobilnych, jakie odwiedza. Przede wszystkim jednak pozyskane dane są wykorzystane do określenia liczebności turystów i odwiedzających jednodniowych, która jest szacowana na podstawie liczby użytkowników telefonów komórkowych zarejestrowanych w koordynatach GPS województwa małopolskiego. Podział turystów na krajowych i zagranicznych został wykonany na podstawie kraju, w którym najczęściej rejestrowane jest urządzenie mobilne odwiedzających województwo małopolskie. Województwo, z którego pochodzi turysta krajowy, zostało określone na podstawie najczęściej występujących koordynatów GPS miejsca, w którym użytkownik przebywał między godziną 23:00 a 7:00 w okresie 12 miesięcy. Płeć została oszacowana dzięki zastosowaniu klasyfikatora, który estymuje płeć użytkownika telefonu komórkowego na podstawie informacji o używanych przez niego aplikacjach. Badanie objęło ruch turystów i odwiedzających jednodniowych w okresie od 01.01.2022 r. do 31.12.2022 r. Podobne rozwiązanie, ale oparte o odmienną zasadę zostało przedstawione w publikacji K. Borkowskiego⁶.

- **Trzecia** metoda polega na analizie danych istniejących (badania typu *desk research*). Metoda ta jest stosowana od roku 2003 przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Metoda opiera się na powszechnie dostępnych danych, szczególnie z Głównego Urzędu Statystycznego. Przede wszystkim są to dane pochodzące z Banku Danych Regionalnych i Lokalnych oraz komunikatów, biuletynów, publikacji elektronicznych (w tym danych archiwalnych) dostępnych na witrynie GUS.

Ponadto w badaniach wykorzystywano wszelkie inne możliwe do uzyskania informacje, pozyskane od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego - służby celnej, inspekcji transportu drogowego, Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach, Małopolskiego Dworca Autobusowego w Krakowie. W analizach wykorzystuje się także aktualne diagnozy eksperckie oraz opracowane wcześniej raporty z badań ruchu turystycznego w Małopolsce ze szczególnym uwzględnieniem ostatnich lat. Obowiązek ustawowej sprawozdawczości nie jest nałożony na wszystkich noclegodawców. Przy badaniach czysto ilościowych ukazywany w statystykach wynik jest niepełny i nie zawsze pozwala ukazać rzeczywisty

⁵ RTB to model zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym, w oparciu o licytację reklamodawców. System RTB automatycznie wybiera reklamodawcę, który oferuje najwyższą stawkę za wyświetlenie reklamy.

⁶ Borkowski K. Subiektywne poczucie bezpieczeństwa osobistego podczas rekreacyjnego pobytu w destynacji - Case Study: Kraków Zeszyty Naukowe WSTiE Sucha Beskidzka tom 16 rocznik VIII numer 2/2019 s. 20 patrz: System Bezpieczeństwa Socjalnego Turystów (SBST) Tourist Social Security System (TSSS) w oparciu o **technologie internetowe, które są jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin współczesnej informatyki stosowanej** umożliwia:

- w ramach CRM rejestracji elektronicznej turysty w destynacji w wariantach:

a) przed przyjazdem,

b) w trakcie pobytu w destynacji,

- w ramach GSM połączeń awaryjnych z osobami przyjezdnymi a osobami miejscowymi (stałymi mieszkańcami) gotowymi udzielić turyście pomocy (np. językowej) w sytuacji wezwania.

obraz analizowanych zjawisk. Dlatego też GUS podejmuje działania mające na celu podniesienie wiarygodności oficjalnych danych statystycznych⁷.

Reasumując, należy stwierdzić, że w analizie ruchu turystycznego nie ma uniwersalnej metody, pozwalającej uzyskiwać w pełni wiarygodne wnioski. W takiej sytuacji najlepszym wyjściem jest wykorzystanie triangulacji przedstawionych metod badawczych w celu zwiększenia jakości prowadzonych badań i ograniczenia błędu pomiaru⁸.

⁷ Dobrym przykładem może tu być wprowadzona przez GUS w 2016 roku tzw. imputacja danych: dane od stycznia 2012 roku z badania KT-1 dotyczą wszystkich turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych (łącznie z pokojami gościnnymi i kwaterami agroturystycznymi). Za lata 2009-2011 dotyczą obiektów zbiorowego zakwaterowania. Poczynając od danych za 2016 rok w statystyce dotyczącej turystycznej bazy noclegowej wprowadzono metodologię imputacji danych dla jednostek zobowiązanych do złożenia sprawozdania na formularzu KT-1, które odmówiły udziału w badaniu. Liczba obiektów i miejsc noclegowych jest dostępna tylko za miesiąc lipiec (stan na dzień 31 lipca). <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/metadane/podgrupy/478> dostęp: 18.05.2021.

⁸ Więcej na temat metody w materiałach szkoleniowych Akademii Liderów FROT „Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej” autorstwa: Krzysztof Borkowski, Tadeusz Grabiński, Renata Seweryn, Leszek Mazanek, publikacja w druku.

Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2022

Biorąc pod uwagę specyfikę postpandemicznego roku 2022 (podobnie jak w latach poprzednich), posłużono się próbą badawczą na poziomie 5500-5000 ankiet. Wyniki analizy przedstawiono w dwóch wariantach: tabelarycznej (tab. 2.1.1 i tab. 2.1.3) oraz w graficznej (tab. 2.1.2 i tab. 2.1.4). Również dwa warianty analizy wyróżniono w zależności od wielkości szacowanego parametru - dla frakcji $f=0,5$ (por. tab. 2.1.1-2.1.2) oraz dla frakcji $f=0,2$ (por. tab. 2.1.3-2.1.4).

Kolejne dwa warianty analizy wynikały z przyjętej w obliczeniach wielkości populacji $N=10$ mln oraz $N=13$ mln turystów. Większą liczbę wariantów uwzględniono przy błędach szacunku $[e]$, gdzie założono 5 poziomów od 1% do 3% ze skokiem 0,5%.

Najwięcej wariantów przyjęto w odniesieniu do poziomów ufności $[u]$ - 10 wariantów od 90% do 99% ze skokiem 1% oraz możliwych wielkości próby $[n]$ - 10 wariantów od 1000 do 5000 ze skokiem co 500.

Informacje w tab. 2.1.1 (dla $f=0,5$) oraz w tab. 2.1.3 (dla $f=0,2$) ujęte są w 4 modułach:

1. Liczba ankiet zapewniająca wielkość błędu szacunku w przedziale od 1% do 3% dla poziomów ufności od 90% do 99% przy założeniu wielkości populacji $N=10$ mln turystów.
2. Te same informacje jak powyżej z tym, że dotyczące populacji $N=13$ mln turystów.
3. Informacje wybrane z poprzednich dwóch zestawień dla typowego w badaniach ankietowych poziomu ufności (95%).
4. Wielkości błędów szacunku parametrów dla 10 wariantów liczebności ankiet (od 1000 do 5000) oraz 3 przedziałów ufności (90%, 95%, 99%), a także dla populacji $N=10$ mln i $N=20$ mln turystów.

W tab. 2.1.2 oraz tab. 2.1.4 zamieszczono po 3 wykresy ilustrujące zależność pomiędzy:

1. Poziomami ufności (od 90% do 99%) a liczbą ankiet pozwalającą szacować wartości parametrów z zadaniem błędem w przedziale od 1% do 3%, dla populacji $N=10$ mln turystów.
2. Te same informacje jak w poprzednim diagramie tylko odnoszące się do populacji $N=13$ mln turystów.
3. Wielkością próby (od 1000 do 5000) a błędami szacunku przy założeniu 3 poziomów ufności (90%, 95% oraz 99%). Diagram ten odnosi się do obydwóch wielkości populacji (10 mln i 13 mln turystów).

Tabela 2.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$

N ==>	10 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,990	16560	7367	4145	2653	1843
2,33	0,980	13511	6010	3381	2164	1503
2,17	0,970	11759	5230	2942	1883	1308
2,05	0,960	10534	4684	2635	1687	1171
1,96	0,950	9594	4266	2400	1536	1067
1,88	0,940	8836	3929	2210	1415	983
1,81	0,930	8201	3646	2051	1313	912
1,75	0,920	7656	3404	1915	1226	851
1,70	0,910	7181	3193	1796	1150	798
1,64	0,900	6759	3005	1691	1082	751

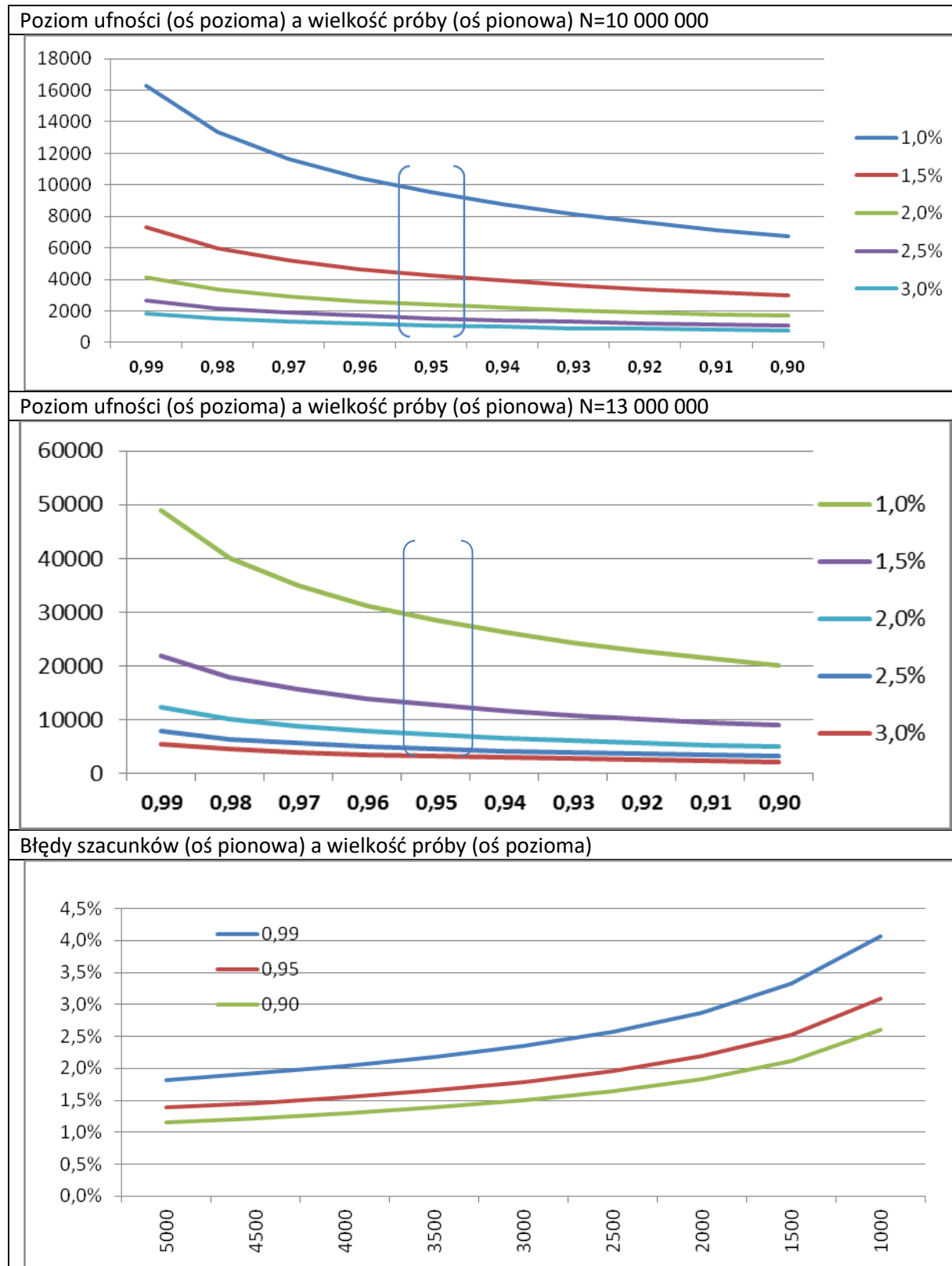
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	21528	9577	5389	3449	2395
2,33	0,98	17565	7812	4396	2814	1954
2,17	0,970	15287	6799	3825	2448	1700
2,05	0,960	13694	6090	3426	2193	1523
1,96	0,950	12473	5546	3120	1997	1387
1,88	0,940	11486	5108	2873	1839	1277
1,81	0,930	10661	4740	2667	1707	1185
1,75	0,92	9953	4426	2490	1594	1107
1,70	0,91	9335	4151	2335	1495	1038
1,64	0,90	8787	3907	2198	1407	977

		Liczby ankiet w przekroju N, u, e				
N	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
10 000 000	0,95	9594	4266	2400	1536	1067
13 000 000	0,95	12473	5546	3120	1997	1387

		Błędy oszacowania parametrów w przekroju parametrów N, u, n					
N		10 000 000	10 000 000	10 000 000	13 000 000	13 000 000	13 000 000
u	2,58	1,96	1,64	2,58	1,96	1,64	
ufność	0,99	0,95	0,90	0,99	0,95	0,90	
5000	1,82%	1,39%	1,16%	1,82%	1,39%	1,16%	
4500	1,92%	1,46%	1,23%	1,92%	1,46%	1,23%	
4000	2,04%	1,55%	1,30%	2,04%	1,55%	1,30%	
3500	2,18%	1,66%	1,39%	2,18%	1,66%	1,39%	
3000	2,35%	1,79%	1,50%	2,35%	1,79%	1,50%	
2500	2,58%	1,96%	1,64%	2,58%	1,96%	1,64%	
2000	2,88%	2,19%	1,84%	2,88%	2,19%	1,84%	
1500	3,33%	2,53%	2,12%	3,33%	2,53%	2,12%	
1000	4,07%	3,10%	2,60%	4,07%	3,10%	2,60%	

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

Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji f=0,5



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

Tabela 2.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$

N ==>	10 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	10605	4716	2653	1698	1179
2,33	0,98	8652	3847	2164	1385	962
2,17	0,97	7529	3348	1883	1205	837
2,05	0,96	6744	2998	1687	1080	750
1,96	0,95	6143	2731	1536	983	683
1,88	0,94	5657	2515	1415	905	629
1,81	0,93	5250	2334	1313	840	584
1,75	0,92	4901	2179	1226	785	545
1,70	0,91	4597	2044	1150	736	511
1,64	0,90	4327	1924	1082	693	481

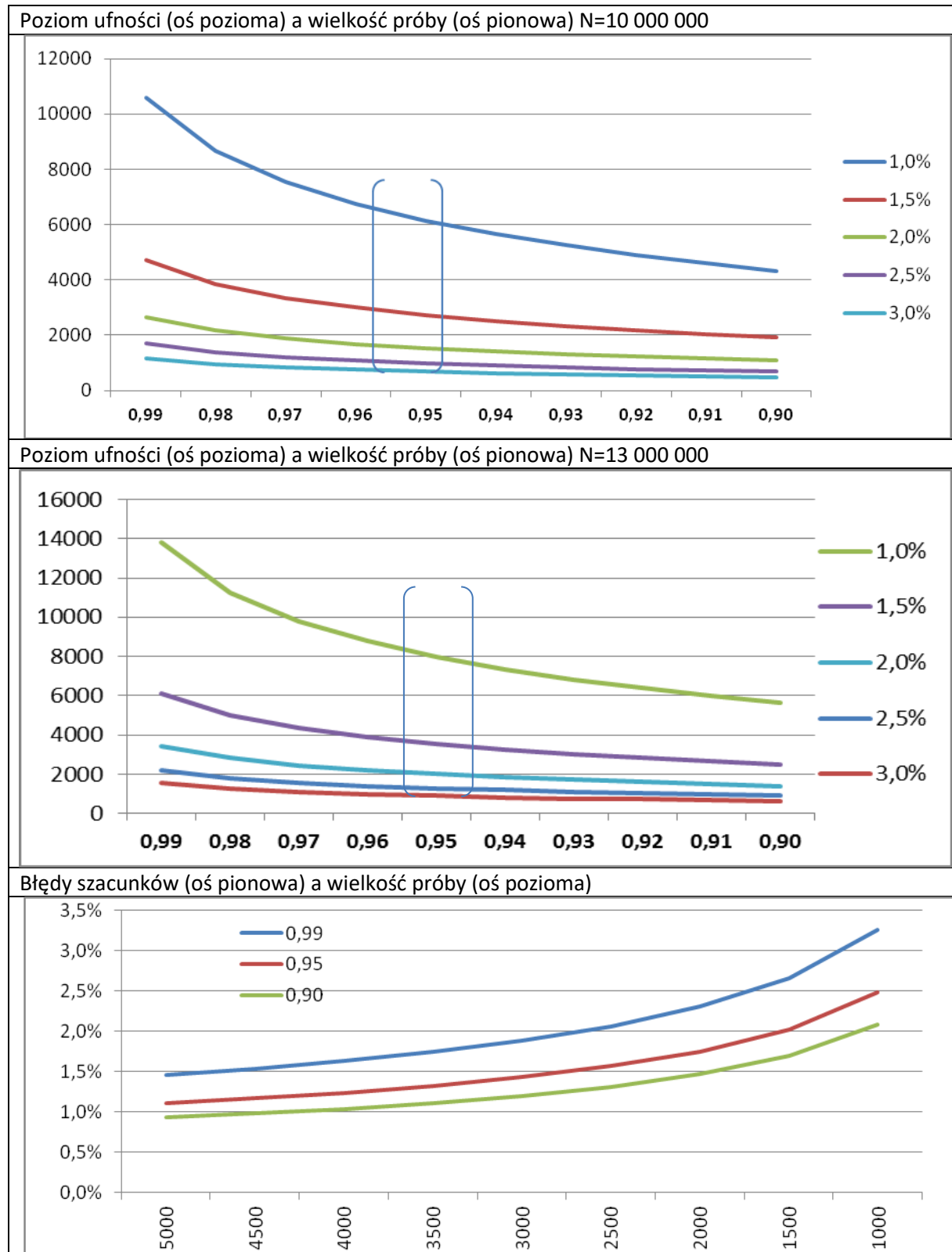
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	13786	6131	3449	2208	1533
2,33	0,98	11247	5001	2814	1801	1251
2,17	0,97	9788	4352	2448	1567	1088
2,05	0,96	8767	3898	2193	1404	975
1,96	0,95	7985	3550	1997	1278	888
1,88	0,94	7354	3269	1839	1177	817
1,81	0,93	6825	3034	1707	1092	759
1,75	0,92	6372	2833	1594	1020	708
1,70	0,91	5976	2657	1495	957	664
1,64	0,90	5625	2501	1407	900	625

		Liczby ankiet w przekroju N, u, e				
N	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
10 000 000	0,95	6143	2731	1536	983	683
13 000 000	0,95	7985	3550	1997	1278	888

		Błędy oszacowania parametrów w przekroju parametrów N, u, n					
N		10 000 000	10 000 000	10 000 000	13 000 000	13 000 000	13 000 000
u	2,58	1,96	1,64	2,58	1,96	1,64	
ufność	0,99	0,95	0,90	0,99	0,95	0,90	
5000	1,46%	1,11%	0,93%	1,46%	1,11%	0,93%	
4500	1,54%	1,17%	0,98%	1,54%	1,17%	0,98%	
4000	1,63%	1,24%	1,04%	1,63%	1,24%	1,04%	
3500	1,74%	1,32%	1,11%	1,74%	1,32%	1,11%	
3000	1,88%	1,43%	1,20%	1,88%	1,43%	1,20%	
2500	2,06%	1,57%	1,32%	2,06%	1,57%	1,32%	
2000	2,30%	1,75%	1,47%	2,30%	1,75%	1,47%	
1500	2,66%	2,02%	1,70%	2,66%	2,02%	1,70%	
1000	3,26%	2,48%	2,08%	3,26%	2,48%	2,08%	

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

Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$



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

Z przytoczonych informacji można wysnuć następujące wnioski:

1. Wielkości błędów szacunku w wariancie szacowania frakcji $f=0,5$ są największe w porównaniu do innych wartości frakcji. Różnice na korzyść mniejszych frakcji wynoszą odpowiednio:
 - 2% dla frakcji 0,6 i 0,4
 - 9% dla frakcji 0,7 i 0,3
 - 25% dla frakcji 0,8 i 0,2
 - 66% dla frakcji 0,9 i 0,1

Oznacza to, że jeżeli mamy próbę dającą w przypadku frakcji 0,5 oszacowania z błędem np. 4% i szacujemy z tej próby parametr z wartością wskaźnika na poziomie 0,8, to błąd szacunku tego parametru nie wynosi 4%, tylko jest mniejszy o 25%, co oznacza błąd na poziomie 3%.
2. Duże rozmiary populacji $N=10$ mln oraz $N=13$ mln niwelują różnicowanie wielkości błędów szacunków ze względu na ten parametr. Natomiast duże różnice błędów szacunków obserwuje się w przekroju wielkości próby n oraz poziomów ufności u .
3. Spośród wyróżnionych wariantów poziomów ufności u wybrano wariant 95%, który w badaniach społeczno-ekonomicznych jest przyjmowany jako standardowy.
4. Punktem wyjścia w procesie decyzyjnym ustalania liczebności ankiet w próbie jest wariant $f=0,5$ jako wariant prowadzący do największych błędów oszacowań, zgodnie z zasadą, że gorzej już być nie może.
5. Uwzględniając dwa poprzednie punkty, ustalenie rozmiarów ankietowania odbywa się na podstawie informacji zamieszczonych w tab. 2.1.1, w module 3:

Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych

N	ufność	Liczby ankiet w przekroju N, u, e				
		1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
10 000 000	0,95	9594	4266	2400	1536	1067
13 000 000	0,95	12473	5546	3120	1997	1387

6. Biorąc pod uwagę koszty finansowe ankietowania, odrzucono wariant z 1% błędów szacunków. Jako wyjściowy przyjęto wariant $e=2\%$, w którym liczba ankiet zawiera się w granicach od 2400 w populacjach $N=10$ mln do 3120 w populacjach $N=13$ mln, z dodatkową opcją zwiększania liczby ankiet w kierunku wariantu z błędami szacunku na poziomie 1,5%.

Faktyczna liczba poddanych analizie ankiet w 2022 roku wynosi **5115**. W przypadku populacji $N=13$ mln oraz szacowania frakcji $f=0,5$ oznacza to błąd na poziomie 1,5% z ufnością 95%. Jest to ten sam poziom jak w roku poprzednim.

Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce

3.1. Wprowadzenie

Oszacowanie wielkości i struktury ruchu turystycznego w Małopolsce zaprezentowano z podziałem na odwiedzających krajowych i zagranicznych. W opracowaniu uwzględniono też zalecaną przez UNWTO dezagregację odwiedzających na turystów (gości z co najmniej jednym noclegiem) i odwiedzających jednodniowych (bez noclegu).

Do oszacowania rozmiarów ruchu przyjazdowego do regionu wykorzystano kilka źródeł informacji: publikowane dane GUS za 10 miesięcy 2022 roku z obiektów noclegowych, dane dotyczące przewozów pasażerskich z lotniska Kraków-Balice oraz informacje uzyskane od firmy Selectiv i wyniki przeprowadzonych badań ankietowych. Dane zaprezentowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w okresie od 2010 do 2021 roku.

W rozdziale przedstawiono również strukturę zagranicznych odwiedzających Małopolskę z uwzględnieniem kraju pochodzenia oraz strukturę odwiedzających krajowych w podziale wojewódzkim, a wyniki za 2022 rok zestawiono z wynikami z lat 2018-2021.

3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę

Rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce wykazywały od wielu lat tendencję rosnącą aż do roku 2020, kiedy to 11 marca WHO uznała serię zachorowań na rozpoznaną w środkowych Chinach ostrą chorobę zakaźną układu oddechowego, wywołaną zakażeniem wirusem SARS-CoV-2, za pandemię. W związku z tym od 1 kwietnia zamknięte zostały m.in. obiekty noclegowe, a ich pracę przywrócono dopiero 4 maja. Ze względu na „drugą falę” pandemii od 7 listopada z obiektów noclegowych w Polsce mogli korzystać tylko goście podróżujący służbowo, a 28 grudnia zostały one całkowicie zamknięte. Z uwagi na te wszystkie ograniczenia, jak również na obawę wielu osób do opuszczania domu, ruch turystyczny w Małopolsce w roku 2020 zmniejszył się o 14% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości 15,37 mln osób, czyli do rozmiarów sprzed 2017 roku.

Od początku 2021 roku zasady bezpieczeństwa były stopniowo łagodzone. Jednak pomimo ich poluzowania, obawa wielu osób przed zarażeniem koronawirusem i jego konsekwencjami poskutkowało tym, że ruch turystyczny w Małopolsce zmniejszył się w 2021 roku o kolejne ponad 13%, tj. do poziomu 13,32 mln osób. Spadek odnotowano zarówno w przypadku gości z Polski (o prawie 14%, tj. do wielkości 12,03 mln osób), jak i z zagranicy (o ponad 10%, tj. do wielkości 1,29 mln osób). Pojawienie się nowego wariantu koronawirusa – Omikrona – sprawiło, że polski rząd zdecydował się na kolejne zwiększenie obostrzeń i od 15 grudnia 2021 roku wprowadzono dodatkowe zasady bezpieczeństwa. W restauracjach, barach i hotelach narzucony został limit 30% obłożenia lokalu, a dyskoteki i kluby zostały zamknięte. W kinach, teatrach i halach sportowych także obowiązywał limit 30% pojemności obiektu (zwiększenie limitu było możliwe wyłącznie dla osób zaszczepionych zweryfikowanych przez przedsiębiorcę).

Od 28 marca 2022 roku zostały zniesione – obowiązek izolacji i kwarantanny, noszenia maseczek oraz wszelkie ograniczenia w podróżowaniu do Rzeczypospolitej Polskiej, co oznacza, że nie ma już konieczności:

- legitymowania się podczas przekraczania granicy certyfikatami szczepienia,
- wykonywania testów w kierunku SARS-CoV-2,
- odbywania tzw. kwarantanny przyjazdowej.

Można powiedzieć, że sytuacja wróciła do podobnego stanu jak przed okresem pandemii. Odłożony popyt turystyczny, pomimo inflacji, mógł wreszcie zostać uwolniony. Efektem tego był wzrost rozmiarów ruchu turystycznego w Małopolsce do wielkości 16,93 mln osób, tj. o 27,1% więcej w relacji do roku ubiegłego. Jest to wynik tylko o 5,2% mniejszy od tego, który odnotowano w dotychczas rekordowym dla województwa roku przedpandemicznym, czyli 2019.

Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2022*

Wyszczególnienie	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Odwiedzający ogółem
2010	8 900 000	2 500 000	11 400 000
2011	9 300 000	2 570 000	11 870 000
2012	9 510 000	2 620 000	12 130 000
2013	9 910 000	2 720 000	12 630 000
2014	10 300 000	2 820 000	13 120 000
2015	11 050 000	2 890 000	13 940 000
2016	11 740 000	3 160 000	14 900 000
2017	12 610 000	3 350 000	15 960 000
2018	13 280 000	3 500 000	16 780 000
2019	14 080 000	3 780 000	17 860 000
2020	13 930 000	1 440 000	15 370 000
2021	12 030 000	1 290 000	13 320 000
2022	16 200 000	730 000	16 930 000
2022 w tym Kraków	7 900 000	500 000	8 400 000

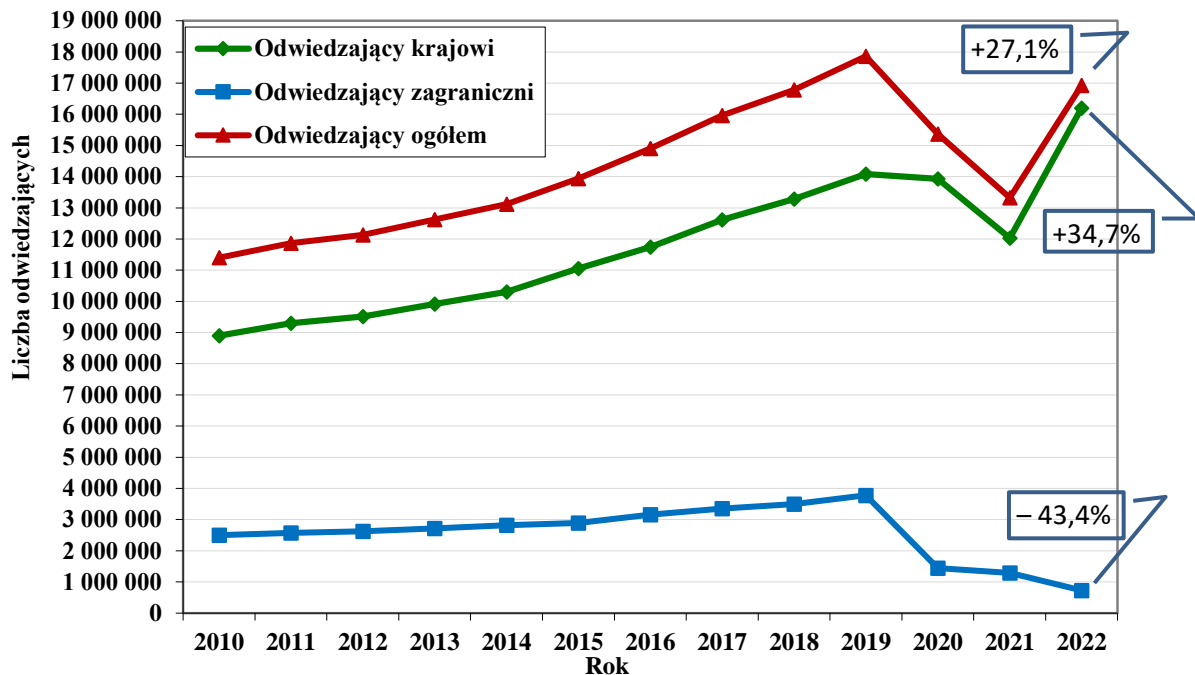
* W 2022 roku bez migrantów z Ukrainy.

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

Przyrost dotyczył jednak tylko odwiedzających z Polski – o 34,7% więcej niż rok wcześniej, tj. do wielkości 16,2 mln osób. Liczba odwiedzających zagranicznych (bez obywateli Ukrainy) zmniejszyła się bowiem o 43,4% i wyniosła zaledwie 0,73 mln osób. Tak małej liczby zagranicznych odwiedzających w Małopolsce nie odnotowano w analizowanym 13-letnim okresie. Przypuszczalnie było to związane z istniejącą jeszcze obawą mieszkańców wielu państw dotyczącą potencjalnego wzrostu zakażeń i wprowadzenia kolejnych obostrzeń (i tym samym utrudnień w zakresie powrotu do kraju), ale także z trwającą od lutego 2022 roku wojną na Ukrainie i lękiem, że Polska (w tym Małopolska) może być również narażona na działania wojenne.

W stosunku do najlepszego jak dotychczas roku 2019, w przypadku odwiedzających krajowych zaobserwowano wzrost o 15,1%, a w segmencie gości zagranicznych (bez obywateli Ukrainy) miał miejsce spadek o 80,7%.

Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2022*



* W 2022 roku bez migrantów z Ukrainy.

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

Nie można jednak pominąć kolejnego wydarzenia, które wpłynęło na turystykę w Polsce, w tym w Małopolsce. Mowa tu oczywiście o wspomnianej inwazji Federacji Rosyjskiej na Ukrainę 24 lutego 2022 roku i trwającej od tego dnia wojnie, która doprowadziła do śmierci dziesiątek tysięcy osób i ucieczki milionów mieszkańców kraju. Najwięcej z nich trafiło do Polski. Od początku wojny do 22 listopada 2022 roku funkcjonariusze Służb Granicznych odprawili 7,917 mln osób na kierunku z Ukrainy do Polski (TVP Info, 2022). Wg danych z sierpnia 2022 roku w naszym kraju przebywa ponad 1,3 miliona uchodźców z Ukrainy (TVN24, 2022). Z przeprowadzonych badań wynika, że dla większości z nich (92%) Polska jest krajem docelowym, gdzie chcą przybywać – tylko 8% chce wyjechać dalej na Zachód (Długosz, 2022). Ukraińcy w Polsce czują się dobrze, ze względu na bliskość językową, kulturową czy geograficzną. Widoczna też jest postępująca integracja z polskim społeczeństwem. Już wcześniej Polska była atrakcyjna dla ukraińskiej młodzieży wybierającej studia za granicą. Część uchodźców zamierza wrócić na Ukrainę, ale pozostaną w Polsce, jeśli będą trwały działania wojenne i ukraińskie miasta nadal będą ostrzeliwane rakietami (Długosz, 2022). Co więcej, doświadczenia innych krajów pokazują, że tymczasowa imigracja spowodowana wojną, może przekształcić się w długoterminowe osiedlenie albo nawet stałą zmianę kraju zamieszkania (Deloitte, 2022). Na razie, pytani o swoje plany na przyszłość badani uchodźcy najczęściej odpowiadają, że wrócą szybko na Ukrainę, jak tylko zakończy się wojna (41%). Część (17%) zamierza zostać w Polsce na stałe, 11% chce pozostać w naszym kraju na jakiś czas i zarobić przed powrotem do domu, a 7% pragnie szybko wracać, gdyż nie może znieść zaistniałej sytuacji (Długosz, 2022).

Ukraińcy w Polsce najczęściej sami wynajmują sobie mieszkania, domy, płacąc za nie (28%), ewentualnie mieszkają w lokalach, które ktoś opłaca za nich (16%). Część przebywa z polskimi rodzinami (17%) bądź też u swoich krewnych z Ukrainy, którzy wcześniej przyjechali do Polski (12%). Niektórzy (11%) mieszkają w lokalach udostępnionych przez Polaków. Warto podkreślić, że 8%

ulokowało się w pokoju udostępnionym bezpłatnie w hotelu, hostelu lub pensjonacie (Długosz, 2022). Tylko w marcu 2022 roku w obiektach noclegowych znalazło schronienie 163,8 tys. uchodźców z ogarniętej wojną Ukrainy (GUS, 2022b), w całym I kwartale odnotowano 187,3 tys. turystów z Ukrainy (GUS, 2022c), a w pierwszym półroczu 2022 roku – 424,3 tys. (GUS, 2022a). Z zakwaterowania takiego korzystali zarówno uchodźcy szukający schronienia na terenie naszego kraju, jak i traktujący Polskę jako kraj tranzytowy (GUS, 2022b).

Również Małopolska istotnie wspiera uchodźców wojennych. Wielu obywateli Ukrainy zamieszkało w regionie, a władze województwa wprowadziły dla nich szereg udogodnień. W 2022 roku mogli oni m.in. podróżować bezpłatnie w wybranych pociągach PKP Intercity, a także pociągach Kolei Małopolskich.

Z badań wynika, że liczba odwiedzających z Ukrainy w Małopolsce w 2022 roku wynosiła 2,14 mln. Z pewnością w dużej części można ich uznać za uchodźców, bo, jak się szacuje, pod koniec sierpnia 2022 roku w Polsce było ok. 2-2,2 mln Ukraińców, z czego ok. 900 tys.-1 mln to uchodźcy wojenni (Żółciak i Osiecki, 2022). Niemniej jednak nie oznacza to, że nie mogli oni podróżować po Polsce, w tym po Małopolsce w celach turystycznych.

Tabela 3.2.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w 2022 roku z migrantami z Ukrainy

Wyszczególnienie	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Odwiedzający ogółem
2022	16 200 000	2 900 000	19 100 000

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

Gdyby uwzględnić migrantów z Ukrainy w statystykach ruchu turystycznego w województwie okazałoby się, że liczba odwiedzających zagranicznych wynosiłaby wówczas 2,9 mln osób (czyli o 124,8% więcej niż w roku ubiegłym, ale o 23,3% mniej niż w roku 2019), a ogólna wielkość ruchu turystycznego osiągnęłaby poziom 19,1 mln osób, tj. o 43,4% większy niż rok wcześniej (i byłby to jednocześnie najlepszy wynik w dotychczasowym okresie badań turystyki w Małopolsce – o 6,9% większy niż w rekordowym dotąd roku przedpandemicznym, czyli 2019).

3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce

Poluzowanie obostrzeń covidowych (oraz wojna na Ukrainie i związane z nią obawy niektórych odwiedzających zagranicznych, że Małopolska leży zbyt blisko granicy) znalazły swoje odzwierciedlenie także w strukturze ruchu turystycznego w Małopolsce w 2022 roku. Mianowicie prawie 62% odwiedzających region (10,48 mln osób) stanowili turyści (goście nocujący w regionie). Wprawdzie w roku 2020 odsetek ten był jeszcze mniejszy (50%), ale w latach wcześniejszych wynosił on ponad 75%, a rok wcześniej – ponad 69% ogółu. Niemniej jednak liczba turystów w Małopolsce w 2022 roku (bez turystów z Ukrainy) była wyższa niż rok wcześniej – o 13,9% – choć nie osiągnęła ona jeszcze wielkości z roku przedpandemicznego (o 24,4% mniej), a nawet 2015 (o 2,1% mniej).

Analogicznie jak w latach poprzednich, większy udział nocujących charakteryzował ruch przyjazdowy z zagranicy (bez turystów z Ukrainy) – 86% (porównywalnie do roku 2021; w 2020 roku było to prawie 88%, a w 2019 roku i latach wcześniejszych – ponad 90%). Natomiast spośród ogółu krajowych odwiedzających Małopolskę 61% nocowało w województwie (rok wcześniej ok. 67% Polaków było turystami, w roku 2020 udział ten wynosił 46%, ale w 2019 roku było to 74%).

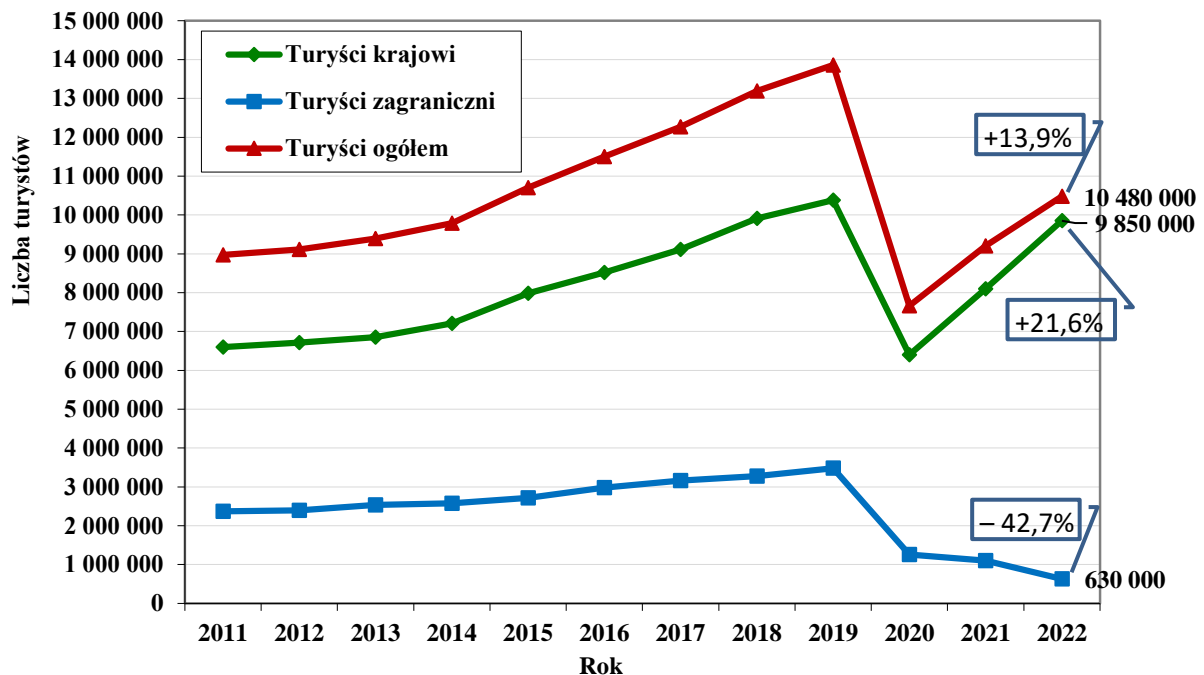
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2022*

Wyszczególnienie	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Turyści ogółem
2010	6 400 000	2 300 000	8 700 000
2011	6 600 000	2 370 000	8 970 000
2012	6 710 000	2 400 000	9 110 000
2013	6 850 000	2 540 000	9 390 000
2014	7 210 000	2 580 000	9 790 000
2015	7 980 000	2 720 000	10 700 000
2016	8 520 000	2 980 000	11 500 000
2017	9 108 000	3 162 000	12 270 000
2018	9 910 000	3 280 000	13 190 000
2019	10 380 000	3 480 000	13 860 000
2020	6 400 000	1 260 000	7 660 000
2021	8 100 000	1 100 000	9 200 000
2022	9 850 000	630 000	10 480 000
2022 w tym Kraków	4 920 000	440 000	5 360 000

* W 2022 roku bez migrantów z Ukrainy.

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

Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2022*



* W 2022 roku bez turystów z Ukrainy.

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

Wzrost liczby turystów w stosunku do roku poprzedniego dotyczył tylko Polaków. Wynosił on o 21,6% więcej (tj. do poziomu 9,85 mln osób – wielkość mniejsza niż w 2019 roku o 5,1%). W segmencie turystów zagranicznych (pomijając turystów z Ukrainy) odnotowano niestety spadek, zarówno w odniesieniu do roku ubiegłego (o 42,7%), jak i 2019 (aż o 81,9%), tj. do wielkości 0,63 mln osób. Jak

łatwo zauważyć, w analizowanym okresie nie było w Małopolsce tak małej liczby zagranicznych turystów, z pewnością z przyczyn wcześniej wskazanych.

Z badań można wnioskować, że liczba turystów z Ukrainy w Małopolsce w 2022 roku wynosiła 0,72 mln osób. Gdyby uwzględnić ich w statystykach, to liczba nocujących w regionie kształtowałaby się na poziomie 11,2 mln osób, tj. byłaby o 21,7% większa niż rok wcześniej, ale o 19,2% mniejsza niż w roku przedpandemicznym.

Tabela 3.3.2. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w 2022 roku z turystami z Ukrainy

Wyszczególnienie	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Turyści ogółem
2022	9 850 000	1 350 000	11 200 000

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

Natomiast liczba zagranicznych turystów (1,35 mln osób) okazałaby się o 22,7% większa niż w roku ubiegłym, ale o 61,2% mniejsza niż w roku 2019.

3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce

Drugą grupą odwiedzających Małopolskę (poza turystami) są goście jednodniowi. Ich liczba znacznie się zwiększyła w 2022 roku (o 56,6% w stosunku do roku ubiegłego) i wyniosła 6,45 mln osób (bez migrantów z Ukrainy). Większą zaobserwowano tylko w dominującego w tym względzie dotychczas roku 2020 (o 19,5%).

Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2022*

Wyszczególnienie	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	Odwiedzający jednodniowi ogółem
2010	2 500 000	200 000	2 700 000
2011	2 700 000	200 000	2 900 000
2012	2 800 000	220 000	3 020 000
2013	3 060 000	180 000	3 240 000
2014	3 090 000	240 000	3 330 000
2015	3 070 000	170 000	3 240 000
2016	3 220 000	180 000	3 400 000
2017	3 502 000	188 000	3 690 000
2018	3 370 000	220 000	3 590 000
2019	3 700 000	300 000	4 000 000
2020	7 530 000	180 000	7 710 000
2021	3 930 000	190 000	4 120 000
2022	6 350 000	100 000	6 450 000
2022 w tym Kraków	2 980 000	60 000	3 040 000

* W 2022 roku bez migrantów z Ukrainy.

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

Zdecydowana większość jednodniowych odwiedzających w regionie (ponad 98%, a w latach wcześniejszych było to w granicach 90-98%) to goście z Polski, których liczba w 2022 roku wzrosła aż o 61,6% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości 6,35 mln osób. Ten duży wzrost liczby jednodniowych odwiedzających może być związanym z tym, że po zniesieniu covidowych obostrzeń,

spragnieni wyjazdów turyści na dłuższe pobyty wybierali dalsze (zagraniczne) destynacje, natomiast rodzime miejsca odwiedzali tylko na krótko (kilka, kilkanaście godzin).

Jednodniowi odwiedzający z zagranicy (bez migrantów z Ukrainy) stanowili w 2022 roku ok. 2% ogółu gości bez noclegu, ale było ich w Małopolsce prawie o 1/2 mniej niż w roku poprzednim, tj. 0,1 mln osób (najmniej w badanym okresie).

Wyniki badań pozwalają stwierdzić, że liczba jednodniowych odwiedzających z Ukrainy w 2022 roku wynosiła w Małopolsce aż 1,45 mln osób.

Tabela 3.4.2. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w 2022 roku z gośćmi jednodniowymi z Ukrainy

Wyszczególnienie	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	Odwiedzający jednodniowi ogółem
2022	6 350 000	1 550 000	7 900 000

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

Gdyby wziąć ich pod uwagę w szacunkach, to liczba jednodniowych odwiedzających zagranicznych w województwie w 2022 roku (1,55 mln osób) okazałaby się ponad 8-krotnie większa niż w roku poprzednim (i najwyższa w analizowanym okresie), a przyrost ogólnych rozmiarów ruchu beznoclegowego (do poziomu 7,9 mln, osób) byłby prawie 2-krotny w stosunku do roku ubiegłego i tylko o 2,5% mniejszy niż w rekordowym dotychczas pod tym względem roku 2020.

3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy

Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Małopolski w latach 2018-2022, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczynają dwa równorzędne rynki emisyjne, to znaczy Wielka Brytania i Niemcy. W 2022 roku niewielką (w granicy błędu) przewagę uzyskali turyści z Niemiec, którzy do Małopolski docierać mogli również samochodem osobowym, pociągiem i samolotem. Charakterystyki turystów z obu krajów są inne, ale te segmenty stanowią suma summarum w 2022 roku prawie 38% (37,6%), a za analizowane pięć lat ponad 33% udziału odwiedzających w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Na trzecim miejscu niezmiennie plasują się odwiedzający z Francji z wynikiem ponad 10% (10,6%), a turyści 12,4%. Przyjeżdżający ze Stanów Zjednoczonych, turyści z wynikiem w 2022 roku $\approx 9,0\%$ (8,6%) udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski prześcignęli niespodziewane w tym roku Belgię (turyści 2022 = 6,6%) plasując się na czwartym miejscu. Jednak należy zauważyć, że w okresie pandemicznym już w 2020 roku, jak również w roku 2021 wyraźnie wzrósł ruch turystyczny z krajów strefy BENELUX-u (Belgia+Holandia+Luksemburg). Tendencja ta uwidoczniła się również w roku 2022.

Na piątym miejscu wśród turystów w 2022 roku uplasowała się właśnie Belgia z wynikiem $\approx 7\%$ (6,6%) udziału. Mimo sytuacji postpandemicznej i agresji Rosji na sąsiadującą z Polską Ukrainę w roku 2022 struktura % strumienia ruchu turystycznego dla pierwszej piątki krajów okazała się stabilna, pozostając na podobnym jak w latach poprzednich poziomie, konsumując w roku 2022 [patrz tabela 3.5.1.] $\approx 60,0\%$ udziałów ruchu turystycznego z wynikiem średnim za pięć lat $\approx 50\%$ (50,2%).

TOP 5	Odwiedzający 2018	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Turyści 2022
1-Σ Pośrednia	45,4%	47,9%	51,0%	46,3%	60,2%	65,2%

Na szóstym miejscu plasują się turyści z Hiszpanii z wynikiem 4,8% (zdeklasowani w 2021 roku przez Włochów), tuż przed siódmą w tym roku Republiką Czeską ze stabilnym wynikiem średnim dla odwiedzających za pięć lat = 4,0% (turyści za 2022 rok 4,5%) udziału i z wynikiem średnim dla całej TOP siódemki za pięć lat [2018-2022] ponad 60% (60,6%). Dla Top 7 łącznie rok 2022 udziału turystów zamknął się wynikiem ponad 74% (74,5%) udziałów w strukturze strumienia ruchu turystycznego.

TOP 7	Odwiedzający 2018	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Turyści 2022
Σ Pośrednia	54,9%	57,9%	58,8%	60,7%	70,8%	74,5%

Kraje, które w roku 2022 uzyskały wynik powyżej 2% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (11 rynków emisyjnych), skumulowały łącznie w roku 2022 ponad 80,0% strumienia ruchu odwiedzających (83,0%) a średnio za pięć lat 2018-2022 prawie 77,0% (76,5%) z całości zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski. W roku 2022 grupa ta objęła 88,0% udziałów strumienia turystów zagranicznych.

Powyżej 2% udziałów	Odwiedzający 2018	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Turyści 2022
2-Σ Pośrednia	70,5%	73,2%	74,8%	76,6%	83,0%	88,0%

Krajem, z którego zauważono spektakularny spadek odwiedzających w 2020 roku, była Ukraina, gdyż jej wynik w roku 2020 był bardzo niski [1,5%], jednak wpływ na to miało/mogło mieć zamknięcie granicy zewnętrznej Unii Europejskiej, obustronna kwarantanna, zamknięcie nauczania stacjonarnego w szkolnictwie wyższym i przejście na naukę wirtualną, co pozwoliło tym wszystkim, którzy w Małopolsce stracili pracę, będąc zatrudnionymi najczęściej w branży usługowej, w tym w gastronomii, hotelarstwie czy handlu, na kontynuację studiów pozostając w domu. Osoby z Ukrainy, które pozostały po stronie polskiej w 2020 roku automatycznie przeszły do grupy „rezydentów”, zwiększając wskaźnik udziałów strumienia turystyki krajowej, jednak w 2021 roku zauważono wzrost udziałów odwiedzających z Ukrainy do poziomu prawie 4% (3,8%), a w 2022 roku odnotowano dalszy wzrost przyjazdów migracyjnych, jednak wyliczenie udziałów turystów z Ukrainy w badaniu przy zastosowaniu restrykcyjnej definicji selekcyjnych respondentów pod kątem pobytów turystycznych bez motywów emigracyjnych w bieżącym roku był niemożliwy. Obecnie jest to największa mniejszość narodowa mieszkająca w Polsce i ich aktywność kryje się, jak wcześniej sygnalizowano w wartościach odwiedzających krajowych. Warto odnotować natomiast wzrost zainteresowania w 2022 roku Małopolską turystów z Norwegii (3,8%), Irlandii (3,8%) i Danii (3,1%).

Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2022 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0% i turyści zagraniczni w Małopolsce w 2022 roku - formatowanie kolorem

Kraj przyjazdu Odwiedzający	Odwiedzający 2018	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Kraj przyjazdu Turyści	Turyści 2022
Niemcy	13,5%	13,7%	17,9%	14,9%	17,9%	Niemcy	19,0%
Wielka Brytania	16,8%	18,7%	16,4%	19,1%	17,6%	Wielka Brytania	18,6%
Francja	7,7%	7,4%	9,6%	12,1%	10,6%	Francja	12,4%
Stany Zjednoczone Ameryki	5,8%	4,5%	4,6%	0,2%	7,6%	Stany Zjednoczone Ameryki	8,6%
Belgia	1,6%	3,6%	2,5%	0,0%	6,5%	Belgia	6,6%
1-Σ Pośrednia	45,4%	47,9%	51,0%	46,3%	60,2%	1-Σ Pośrednia	65,2%
Republika Czeska	3,1%	2,7%	2,2%	5,8%	6,2%	Hiszpania	4,8%
Hiszpania	6,4%	7,3%	5,6%	8,6%	4,4%	Republika Czeska	4,5%
Σ =1-7 - ranking	54,9%	57,9%	58,8%	60,7%	70,8%	Σ =1-7 - ranking	74,5%
Irlandia	3,5%	2,4%	0,6%	3,9%	3,5%	Norwegia	3,8%
Norwegia	1,9%	0,6%	0,6%	0,1%	3,5%	Irlandia	3,8%
Włochy	8,6%	8,0%	8,3%	8,2%	2,6%	Dania	3,1%
Słowacja	1,6%	4,3%	6,5%	3,7%	2,6%	Włochy	2,8%
2-Σ Pośrednia	70,5%	73,2%	74,8%	76,6%	83,0%	2-Σ Pośrednia	88,0%
Dania	0,5%	0,9%	0,3%	2,5%	2,6%	Holandia	1,0%
Holandia	3,6%	2,5%	4,3%	10,7%	0,9%	Austria	1,0%
Austria	0,6%	1,5%	6,5%	0,0%	0,9%	Zjednoczone Emiraty Arabskie	1,0%
Zjednoczone Emiraty Arabskie	0,0%	0,1%	0,6%	0,0%	0,9%	Słowacja	0,7%
Pozostałe kraje	24,8%	21,8%	13,5%	10,2%	11,7%	Pozostałe kraje	8,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	Suma końcowa	100,0%

Dane w tabelisortowane są od największej do najmniejszej wartości wg 2022 roku.

Legenda

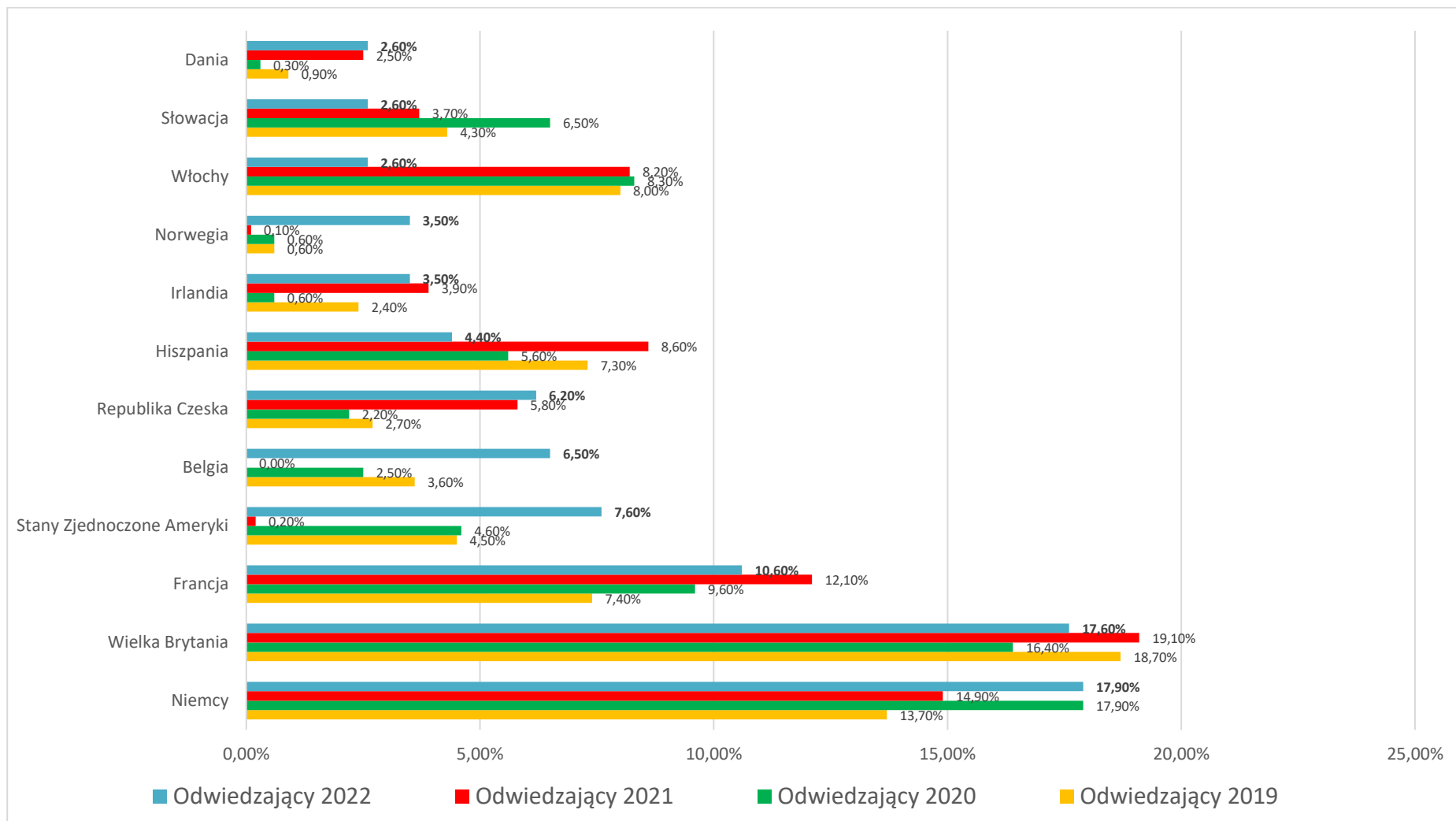
Najwyżej

Najniżej



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

Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa



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

3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce

Specyficzna sytuacja, która zaistniała w 2022 roku, już w pierwszym kwartale roku 2022, a mianowicie agresja Rosji na sąsiednią Ukrainę wytrąciła prawie w całości również kwartał drugi z „normalnej” obsługi ruchu turystycznego, będąc ukierunkowaną na recepcję uciekinierów wojennych z Ukrainy. Jednak sezon wakacyjny prawie „normalny” pod względem obostrzeń covidowych zniesionych w Polsce w dniu agresji rosyjskiej na Ukrainę w stosunku do roku 2021, tak z trzecim jak i czwartym kwartałem 2022 roku, wykazał niezłomie, że po odblokowaniu granic państwa i przestrzeni powietrznej kraju dla lotów pasażerskich, branża turystyczna Małopolski przeżyła spektakularny powrót do normalności, jednak w dalszym ciągu generalnie dzięki turystyce wewnątrz krajowej. Małopolscy przedsiębiorcy turystyczni dostosowali cenowo swoją ofertę na rok 2022 generalnie pod kątem turystów krajowych w nadziei, że sezon letni i zimowy 2022 roku zrekompensuje dotychczasowe straty spowodowane tym razem psychozą panującą szczególnie w mediach zagranicznych, a opisujących Polskę, w tym Małopolskę, jako kraj przyfrontowy.

Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018-2022 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2022 roku

Odwiedzający Województwa	2018	2019	2020	2021	2022	Turyści 2022 Województwa	2022
Małopolskie	33,4%	40,6%	47,3%	24,4%	36,9%	Małopolskie	26,5%
Śląskie	14,3%	12,7%	17,9%	26,7%	18,8%	Śląskie	14,9%
Mazowieckie	11,6%	10,7%	7,4%	10,8%	8,9%	Mazowieckie	11,9%
Podkarpackie	10,1%	10,7%	5,0%	5,9%	7,3%	Podkarpackie	8,1%
Dolnośląskie	4,3%	3,1%	3,1%	3,6%	4,2%	Dolnośląskie	5,8%
Σ pośrednia	73,7%	77,8%	80,7%	71,4%	76,3%	Σ pośrednia	67,2%
Wielkopolskie	4,6%	4,2%	2,9%	3,6%	4,1%	Wielkopolskie	5,8%
Łódzkie	4,3%	3,3%	2,6%	4,2%	3,2%	Łódzkie	4,6%
Pomorskie	4,3%	3,2%	2,3%	4,8%	2,9%	Świętokrzyskie	3,6%
Świętokrzyskie	3,9%	3,2%	3,3%	4,1%	2,9%	Pomorskie	3,5%
Opolskie	1,0%	1,0%	1,6%	2,7%	2,3%	Lubelskie	3,2%
Lubelskie	1,2%	1,9%	2,1%	2,0%	2,0%	Kujawsko-Pomorskie	2,6%
Zachodniopomorskie	2,1%	1,2%	1,1%	1,7%	1,7%	Warmińsko-mazurskie	2,3%
Warmińsko-mazurskie	1,1%	1,4%	0,8%	1,9%	1,6%	Zachodniopomorskie	2,6%
Kujawsko-pomorskie	2,3%	1,7%	1,0%	1,6%	1,4%	Opolskie	1,9%
Podlaskie	0,9%	0,7%	0,7%	1,5%	1,2%	Podlaskie	1,6%
Lubuskie	0,6%	0,5%	0,8%	0,5%	0,6%	Lubuskie	1,1%
Suma końcowa ⁹	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	100,0%	Suma końcowa	100,0%

Dane w tabeli sortowane są od największej do najmniejszej wartości wg 2022 roku.

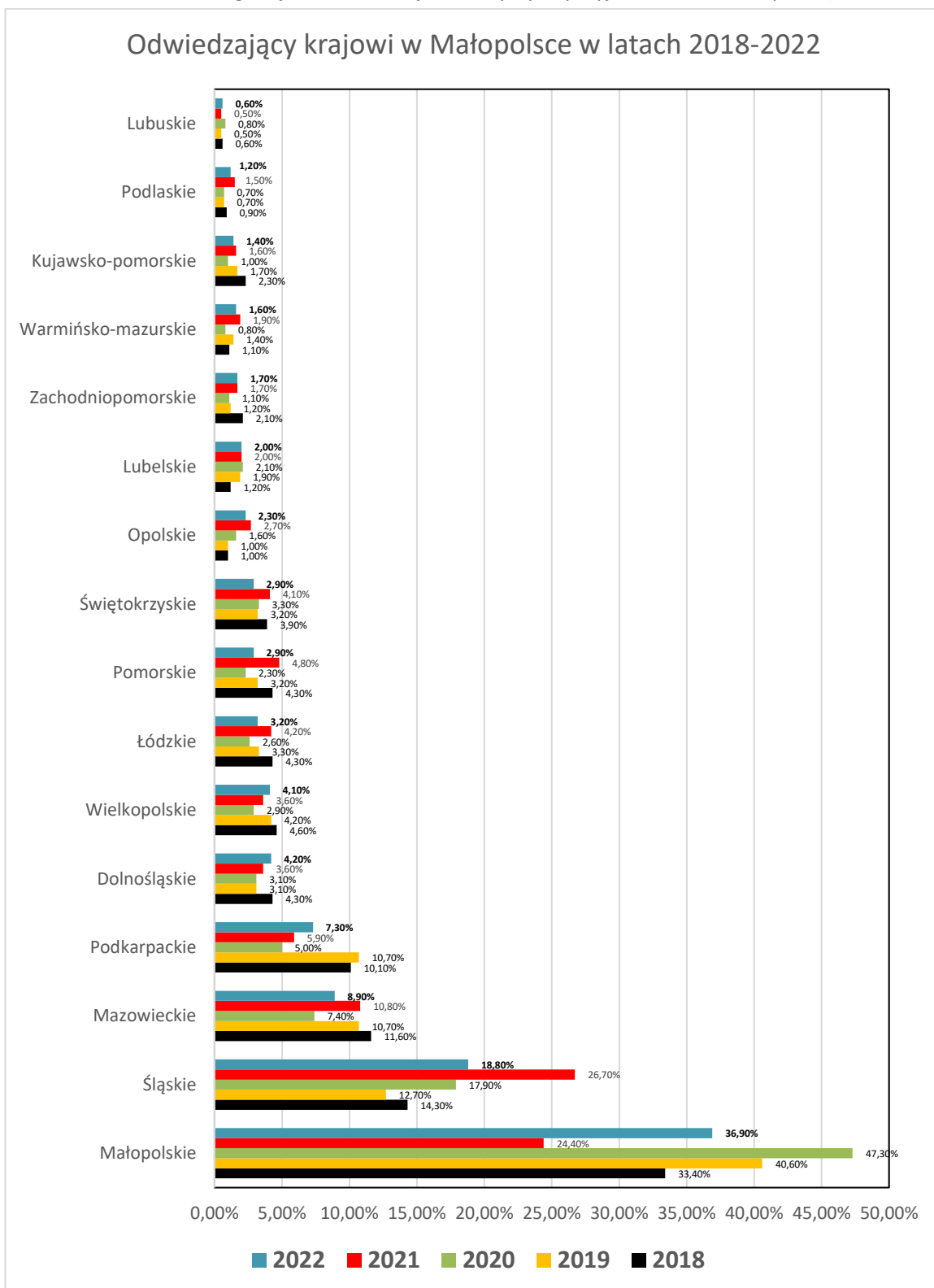
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejskiak.

Ponad 1/3 (36,9%) odwiedzających (turystów 26,5%) krajowych, którzy frekwentowali atrakcje turystyczne Małopolski, stanowili Małopolanie, natomiast Ślązacy stanowiący od lat bardzo mocny segment strumienia ruchu turystycznego do naszego województwa, który przez poprzednie trzy lata obserwacji osiągnął poziom ≈15% zajęli drugie w rankingu miejsce z wynikiem dla odwiedzających 18,8% a dla turystów poziom ≈15% (14,9%). Mazowszanie ex aequo ze Ślązakami stanowili następną ćwiartkę

⁹ Z uwagi na zaokrąglenie wynik nie sumuje się do 100%.

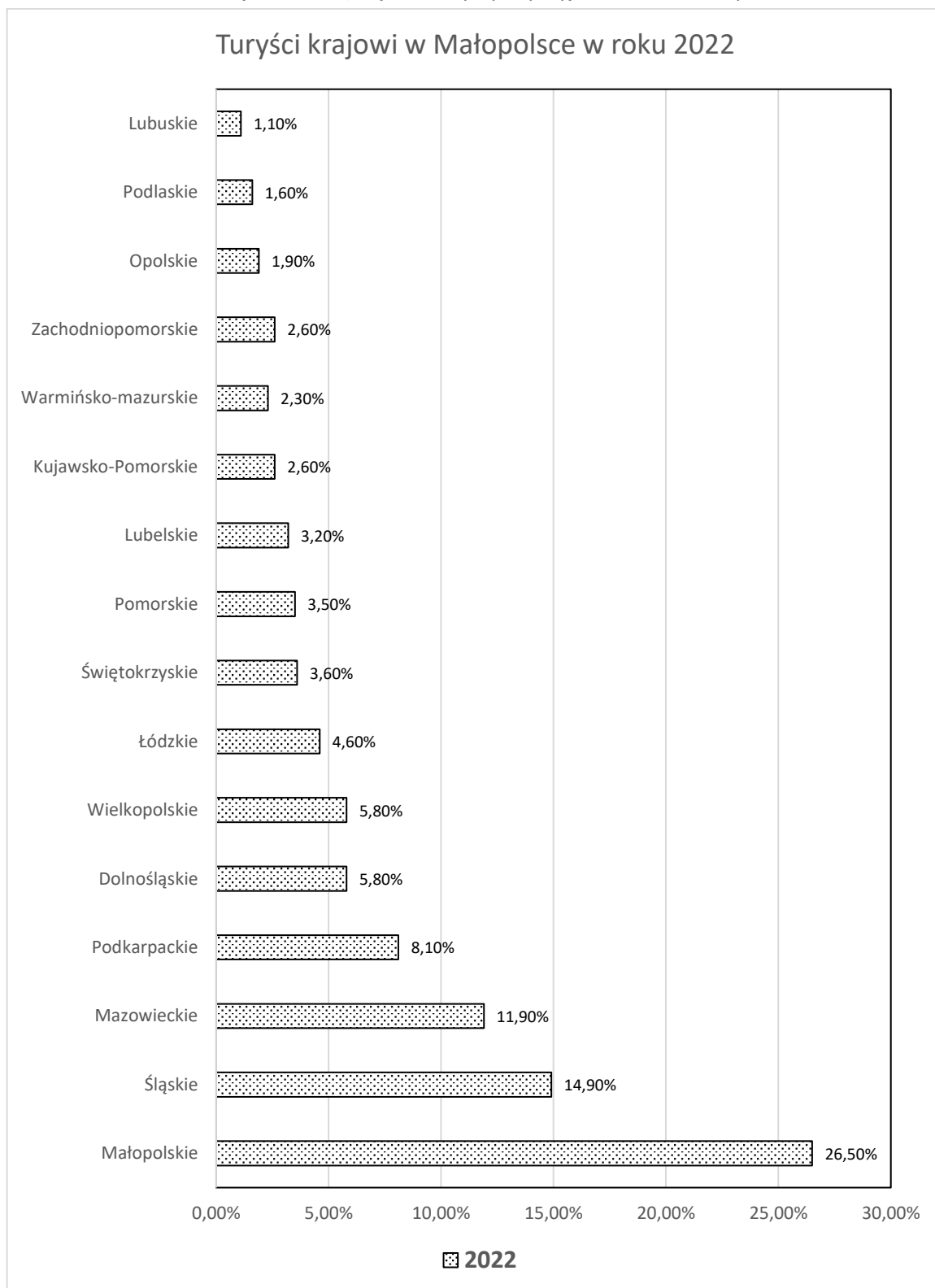
turystów (26,8%), i prawie 1/3 odwiedzających (27,7%) krajowego strumienia przyjazdowego ruchu turystycznego do destynacji w województwie małopolskim. W tym roku mieszkańcy Małopolski ponownie zdecydowali się częściej: „By być turystą u siebie – w swoim województwie” – jak było to w roku 2020, osiągając w rankingu pierwsze miejsce. Na trzecim miejscu znaleźli się turyści z Mazowsza, uzyskując wynik za cztery poprzednio analizowane lata odpowiednio $\approx 12\%$, $\approx 11\%$, $\approx 7,5\%$, $\approx 11\%$ udziałów. Jednak w 2022 roku turyści z Mazowsza uzyskali prawie wynik 12% (11,9%) i ponownie wyprzedzili turystów przyjeżdżających z sąsiadującego z Małopolską województwa podkarpackiego. Wyjaśnić to można podobnie jak w roku poprzednim wzmożonymi podróżami turystycznymi mieszkańców Podkarpacia wewnątrz własnego województwa ze szczególnym uwzględnieniem obszaru Bieszczadzkiego Parku Narodowego, jednak należy brać również pod uwagę obawy mieszkańców Podkarpacia przed możliwością eskalacji działań wojennych w obszarze przygranicznym zewnętrznej granicy Unii Europejskiej i wzmożoną migracją uchodźców z obszaru działań wojennych Ukraińców. Zauważono w dalszym ciągu w 2022 roku duży udział przyjazdów do Małopolski turystów z dolnośląskiego i wielkopolskiego $\approx 6\%$ z jednoczesnym utrzymaniem przyjazdów z województwa pomorskiego; na poziomie 3,5% udziałów. Z analizy ostatnich czterech lat: 2018 i 2021 wynika, że mieszkańcy województwa pomorskiego stanowią mocny, ponad 3,5% (średnia 3,65%) fragment strumienia ruchu turystycznego, charakteryzujący się między innymi długim okresem pobytu, a co za tym idzie również wyższymi wydatkami w odwiedzanej destynacji. Na podobnym poziomie (ok. 4,0%) kształtują się udziały turystów przyjeżdżających do Małopolski z województwa łódzkiego i świętokrzyskiego.

Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018-2022 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)



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

Rysunek 3.6.2. Turyści krajowi w Małopolsce w 2022 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)



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

Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę

4.1. Wprowadzenie

Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę zobrazowano z uwzględnieniem wieku (w zalecanych przez UNWTO pięciu grupach wiekowych), płci, wykształcenia, statusu materialnego, charakteru podróży (z uwzględnieniem podróży odbywanej z rodziną, rodziną i przyjaciółmi, z przyjaciółmi, samotnie oraz liczbą dzieci uczestniczących w podróży). Wyniki badań z 2022 roku zobrazowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w latach 2018-2021. Cechy te zostały wykorzystane do wykazania powiązań i zależności w opracowaniu następujących celów badawczych.

4.2. Wiek

Tabela 4.2.1. Wiek - struktura procentowa

Wiek Ogółem	2018	2019	2020	2021	2022
do 19	6,6%	4,2%	4,6%	4,4%	4,6%
20-29	29,5%	25,0%	31,8%	25,1%	27,0%
30-44	32,0%	37,9%	39,4%	35,5%	36,5%
45-60	21,7%	23,0%	17,7%	19,2%	20,0%
pow. 60	10,2%	9,9%	6,5%	15,9%	11,9%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Najliczniej reprezentowaną grupą wiekową w okresie badawczym 2018-2022 okazała się grupa osób w wieku 30-44 lat, która będąc w pełni aktywności zawodowej, w każdym roku (nawet roku „covidowym-2020”) okazała się najbardziej mobilna w kontekście pozostałych grup wiekowych. Należy uważnie obserwować właśnie tę grupę turystów jako naturalnych promotorów turystyki post-covidowej.

4.3. Płeć

Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa

Płeć Ogółem	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	60,4%	53,5%	43,9%	47,7%	52,6%
Mężczyzna	39,6%	46,5%	56,1%	52,3%	47,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W analizowanym okresie 2018-2022 można zauważyć dość ciekawą tendencję. Otóż w latach „covidowych 2020-2021” większą aktywność turystyczną przejawiali mężczyźni, którzy jak można zauważyć, przejawiali większą skłonność do zachowań ryzykownych. Z kolei w latach „przed” i „post-covidowych” większą aktywność turystyczną przejawiają kobiety. Wskaźnik procentowy w roku 2022 (52,6%) jest tylko nieznacznie niższy niż w roku 2019.

4.4. Wykształcenie

Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa

Wykształcenie Ogółem	2018	2019	2020	2021	2021
Wyższe	58,0%	53,1%	51,6%	47,0%	51,2%
Średnie	38,9%	42,3%	44,8%	44,1%	38,9%
Podstawowe	2,6%	3,2%	1,7%	5,9%	7,7%
Inne	0,5%	1,4%	1,9%	3,0%	2,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Prawie 50% strumienia ruchu turystycznego frekwentującego Małopolskę stanowią osoby deklarujące posiadanie wyższego wykształcenia. Jest to bardzo dobry prognostyk dla przedsiębiorców turystycznych, jak również gospodarzy destynacji (samorządowców), którzy przygotowują turystyczną ofertę destynacji. Pozwala to z pewną ostrożnością wnioskować, że produkty turystyczne powyżej najniższego wspólnego mianownika oferty kulturalnej powinny zyskać uznanie istotnej części turystów podróżujących po Małopolsce.

Niemniej jednak prawie 8% wynik odwiedzających sygnalizujący wykształcenie podstawowe zwraca uwagę na wzmożoną mobilność osób o tym poziomie wykształcenia w porównaniu do analizowanych lat 2018-2021 (zauważalna jest tendencja wzrostowa).

Ponieważ założenia metody pozyskiwania danych ankietowych wykluczały badanie osób w wieku do 15 roku życia, nie były to więc osoby z kategorii „uczeń szkoły podstawowej”.

Tabela 4.4.2. Rozkład wykształcenia w stosunku do wieku respondentów w 2022 roku - formatowanie kolorem

Wykształcenie	% wiersz			% kolumna		
	Wiek	A wyższe	B średnie	C pon. średniego	A wyższe	B średnie
A <15;20>	15,7%	65,6%	18,7%	2,2%	12,1%	14,3%
B <21;30>	52,6%	43,4%	4,1%	27,8%	30,2%	11,8%
C <31;40>	60,2%	33,5%	6,3%	27,2%	19,9%	15,6%
D <41;50>	57,4%	33,7%	8,9%	24,1%	18,6%	20,5%
E <51;60>	52,9%	36,8%	10,3%	9,3%	8,5%	9,9%
F <61;70>	41,4%	39,5%	19,1%	7,5%	9,3%	18,8%
G <71;85>	41,0%	23,8%	35,2%	1,9%	1,5%	9,1%
Suma końcowa	51,4%	39,2%	9,4%	100,0%	100,0%	100,0%

Legenda



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

4.5. Status materialny odwiedzających

Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę przez respondentów generalnie od pięciu lat jest oceniany subiektywnie jako dobry. Zauważalna jest jednak zmiana wysokości wskaźników procentowych w pozostałych kategoriach. W porównaniu do roku 2021, prawie dwukrotnie wzrosła grupa, która oceniła własną sytuację finansową jako bardzo dobrą (29,8%). W kontekście analizowanych lat 2018-2021 widoczna jest tendencja wzrostowa.

Przeciwna tendencja dotyczy grupy osób, która w roku 2022 oceniła własną sytuację finansową jako średnią (15,9%). W kontekście lat 2018-2020 widoczna jest tendencja malejąca. Wyjątek stanowi rok 2021 (25,7%). Tak więc postępująca inflacja i spadek siły nabywczej polskiego złotego (wzrost cen), zmienia strukturę odwiedzających Małopolskę w kontekście analizowanego kryterium zamożności. Na przyjazd do Małopolski mogły pozwolić sobie w większości osoby posiadające dobrą albo bardzo dobrą sytuację finansową, które stanowiły 83,7% odwiedzających.

Tabela 4.5.1. Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę

Sytuacja finansowa Ogółem	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	15,6%	18,4%	11,2%	16,1%	29,8%
Dobra	55,8%	61,1%	72,9%	56,2%	53,9%
Średnia	27,1%	19,3%	15,2%	25,7%	15,9%
Zła i bardzo zła	1,5%	1,2%	0,7%	2,0%	0,4%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,0%	100,0%

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

4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)

Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa 2018-2022

Charakter podróży Ogółem	2018	2019	2020	2021	2022
Rodzina	37,5%	42,6%	38,6%	36,9%	39,4%
Przyjaciele	25,7%	27,2%	32,5%	32,9%	24,0%
Nikt (podróżuję sam)	21,0%	14,5%	12,2%	19,4%	32,2%
Grupa zorganizowana	10,6%	9,7%	12,0%	10,8%	4,4%
Rodzina i przyjaciele	5,2%	6,0%	4,7%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W analizowanym roku 2022 podobnie jak w latach poprzednich dominują podróże rodzinne (39,4%). W porównaniu do lat poprzednich widoczny jest znaczny wzrost osób podróżujących samotnie („podróżuję sam”), co zadeklarował, ponad co trzeci odwiedzający Małopolskę (32,2%). Należy podkreślić, iż właśnie te dwie grupy stanowią istotny odsetek strumienia ruchu turystycznego w Małopolsce, bo prawie 71,6% jego całości.

Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2022

Organizator podróży	Kraj %	Zagr. %
A Nikt (podróżuję sam)	33,6%	12,7%
B Grupa zorganizowana	4,0%	9,7%
C Przyjaciele	22,6%	43,4%
D Rodzina	39,8%	34,2%
Suma	100,0%	100,0%

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

W tym kontekście, w porównaniu do lat 2020-2021, dość znacznie zmniejszyła się (o ok. 8%) grupa podróżująca z przyjaciółmi (24,0%) oraz prawie o połowę grupa osób podróżujących w sposób zorganizowany (4,4%).

Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną - struktura procentowa

Ilość dzieci z rodziną w podróży Ogółem	2018	2019	2020	2021	2022
Bez dzieci	4,3%	0,4%	0,1%	0,2%	1,9%
1 - dziecko	42,7%	56,3%	47,9%	48,1%	52,8%
2 - dwoje dzieci	44,2%	36,6%	41,5%	34,0%	35,6%
3 - troje dzieci	6,6%	5,0%	9,1%	12,2%	8,6%
4 - czworo dzieci	2,0%	1,1%	1,0%	4,2%	1,1%
5 i więcej dzieci	0,2%	0,6%	0,4%	1,3%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Jak zauważono powyżej, w Małopolsce dominuje turystyka rodzinna. W roku 2022 przeważały rodziny z jednym dzieckiem (ponad połowa) oraz z dwójką dzieci (35,6%). Stanowiły one 88,4% odwiedzających. W porównaniu do roku poprzedniego zauważalny jest spadek przyjazdów rodzin wielodzietnych.

Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie

5.1. Wprowadzenie

W rozdziale tym zaprezentowano wyniki badań dotyczące organizacji przyjazdu i pobytu w Małopolsce. zilustrowano motywy wizyty w Małopolsce, w tym główny cel podróży wskazany przez respondentów. Przedstawiono również sposób organizacji wizyty w Małopolsce z uwzględnieniem samodzielnego łączenia usług, korzystania ze świadczeń biura podróży oraz szkoły, zakładu pracy czy kościoła (parafii). Ukazano ponadto deklarowaną długość pobytu w Małopolsce, z podziałem na odpowiedzi udzielane przez odwiedzających jednodniowych oraz turystów. Następnie wyszczególniono środki transportu wykorzystywane przez krajowych i zagranicznych odwiedzających region. Na koniec zestawiono preferowane przez turystów miejsca noclegu (w przypadku hoteli podano też ich kategorię).

5.2. Cele przyjazdów do Małopolski

Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura % - formatowanie kolorem

Główne cele podróży Ogółem	2018	2019	2020	2021	2022
Wypoczynek	19,0%	26,6%	30,3%	32,3%	43,3%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	17,1%	17,8%	36,8%	3,7%	16,6%
Zwiedzanie zabytków	18,6%	18,8%	10,0%	17,3%	12,5%
Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	54,66%	63,23%	77,18%	53,3%	72,40%
Cel zdrowotny	7,5%	5,5%	2,0%	3,6%	8,2%
Odwiedziny krewnych	4,9%	4,5%	4,3%	4,9%	5,0%
Poznanie walorów przyrody	2,5%	0,6%	2,2%	10,3%	2,4%
Odwiedziny znajomych	3,9%	3,8%	3,1%	4,5%	2,4%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,3%	2,2%	3,1%	7,8%	2,2%
Sprawy służbowe (biznes)	2,2%	1,9%	1,8%	1,4%	1,4%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,5%	2,0%	1,0%	3,6%	1,1%
Inny cel	1,0%	0,7%	0,9%	0,9%	1,0%
Tranzyt	1,3%	1,6%	0,9%	1,4%	0,8%
Cel religijny	3,8%	3,9%	0,7%	3,5%	0,7%
Udział w wydarzeniu	0,5%	1,0%	0,3%	0,4%	0,6%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,4%	0,5%	0,3%	0,2%	0,5%
Edukacja	5,9%	2,5%	0,6%	1,1%	0,3%
Udział w szkoleniu	1,4%	0,6%	0,3%	0,8%	0,3%
Udział w imprezie kulturalnej	0,5%	1,4%	0,1%	0,4%	0,3%
Udział w konferencji, kongresie	1,1%	0,8%	0,1%	0,6%	0,2%
Zakupy	1,1%	1,6%	0,4%	0,7%	0,1%
Korzystanie z usług medycznych	0,4%	0,6%	0,3%	0,6%	0,1%
Odnowa duchowa	0,8%	0,6%	0,4%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,2%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%
Suma końcowa ¹⁰	≈100%	≈100%	≈100%	100,0%	100,0%

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

¹⁰ Po zaokrągleniu wyników z lat 2018-2020 wyniki nie sumują się do 100%.

Cele główne przyjazdu do Małopolski wskazywane były subiektywnie przez samych respondentów wybierających spośród celów cząstkowych jeden, który w ocenie ankietowanego turysty był jego głównym celem przyjazdu. Powyżej została przedstawiona tabelarycznie i graficznie zaglomerowana dla potrzeb opracowania analiza grupy celów głównych w korelacji z celami cząstkowymi. Działanie to uzupełniono graficznie, znacząc kolorem istotne zależności poniżej 10% żółtym i ukazując najwyższe wartości w każdej ze skorelowanych grup celów.

Wypoczynek mocno skorelowany ze zwiedzaniem i poznawaniem środowiska przyrodniczego wyraźnie zdystansował w 2022 roku pozostałe cele. Ta triada kumuluje 72,40% strumienia turystów odwiedzających **ogółem** Małopolskę (tab. 5.2.1). Głównymi celami podróży do Małopolski w 2022 roku (ogółem) dla największej grupy respondentów były przede wszystkim: wypoczynek (43,3%), niekiedy połączony z turystyką aktywną (kwalifikowaną) (16,6%), która daje możliwość wejście w styczność osobistą ze środowiskiem przyrodniczym. Ponad co dziesiąty odwiedzający zadeklarował, że było to zwiedzanie zabytków (12,5%). Można więc zauważyć, iż co trzeci respondent (29,1%) realizował w Małopolsce obok wypoczynku cele poznawcze o charakterze przyrodniczym i kulturowym.

Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura % - formatowanie kolorem

Główne cele podróży KRAJ	2018	2019	2020	2021	2022
Wypoczynek	19,02%	27,19%	30,82%	36,6%	44,9%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	19,32%	20,06%	38,89%	4,3%	17,6%
ZWIEDZANIE ZABYTKÓW	16,89%	14,86%	9,48%	15,4%	11,6%
Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	55,24%	62,11%	79,19%	56,3%	74,1%
Cel zdrowotny	8,21%	6,81%	2,1%	4,0%	8,8%
Odwiedziny krewnych	4,77%	4,59%	3,81%	4,5%	4,4%
Poznanie walorów przyrody	2,31%	0,75%	2,12%	12,3%	2,5%
Odwiedziny znajomych	3,84%	4,21%	3,0%	3,6%	2,2%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,98%	1,75%	2,87%	5,3%	1,3%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,31%	1,88%	0,96%	3,4%	1,0%
Sprawy służbowe (biznes)	2,04%	1,43%	1,18%	1,3%	1,0%
Inny cel	1,04%	0,77%	0,81%	1,0%	1,0%
Cel religijny	3,74%	4,49%	0,77%	2,7%	0,7%
Tranzyt	1,18%	1,45%	0,56%	1,2%	0,7%
Udział w wydarzeniu	0,48%	1,05%	0,26%	0,4%	0,6%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,36%	0,53%	0,21%	0,2%	0,5%
Edukacja	5,74%	1,97%	0,49%	1,0%	0,3%
Udział w imprezie kulturalnej	0,57%	1,49%	0,06%	0,3%	0,3%
Udział w szkoleniu	1,47%	0,64%	0,32%	0,8%	0,2%
Udział w konferencji, kongresie	1,0%	0,58%	0,11%	0,5%	0,2%
Zakupy	1,16%	1,67%	0,41%	0,6%	0,1%
Korzystanie z usług medycznych	0,41%	0,77%	0,32%	0,6%	0,1%
Odnowa duchowa	0,88%	0,73%	0,41%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,29%	0,32%	0,06%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Podobną strukturę wyników można zauważyć analizując cele przyjazdów do Małopolski **odwiedzających krajowych** (powyższa tab. 5.2.2). Dominują cele wypoczynkowe (44,9%), turystyka aktywna (17,6%) oraz zwiedzanie zabytków w przypadku co dziesiątego respondenta (11,6%). Z powyższego wynika, iż oprócz wypoczynku, co trzeci odwiedzający krajowy przyjechał do Małopolski realizując cele poznawcze (przyrodnicze i kulturowe). W przypadku odwiedzających krajowych omawiana triada celów obejmuje 74,1% odwiedzających.

Tabela 5.2.3. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura % - formatowanie kolorem

Główne cele podróży ZAGRANICA	2018	2019	2020	2021	2022
Zwiedzanie zabytków	25,07%	32,21%	18,79%	24,6%	24,7%
Wypoczynek	18,98%	24,67%	22,48%	15,9%	21,2%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	3,39%	3,74%	6,38%	17,2%	15,3%
Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	47,4%	60,6%	47,7%	57,7%	61,2%
Odwiedziny krewnych	5,61%	4,38%	12,75%	6,5%	13,0%
Sprawy służbowe (biznes)	3,05%	3,61%	12,08%	1,7%	7,4%
Odwiedziny znajomych	4,22%	2,54%	4,03%	8,0%	4,1%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,36%	2,6%	2,35%	4,6%	2,9%
Tranzyt	1,52%	2,28%	6,38%	2,1%	2,4%
Udział w szkoleniu	1,04%	0,57%	0,34%	0,9%	2,1%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	8,38%	10,15%	4,36%	1,2%	1,5%
Udział w konferencji, kongresie	1,66%	1,71%	0,67%	0,9%	0,9%
Inny cel	0,83%	0,44%	1,68%	0,4%	0,9%
Cel religijny	4,02%	1,9%	0,0%	6,7%	0,6%
Poznanie walorów przyrody	3,32%	0,06%	3,36%	2,6%	0,6%
Edukacja	6,58%	4,06%	2,01%	1,5%	0,6%
Udział w imprezie kulturalnej	0,28%	1,08%	0,0%	0,4%	0,6%
Cel zdrowotny	4,64%	1,27%	0,0%	2,5%	0,3%
Zakupy	1,04%	1,33%	0,0%	1,4%	0,3%
Udział w wydarzeniu	0,55%	0,82%	0,67%	0,2%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,69%	0,32%	1,01%	0,2%	0,3%
Korzystanie z usług medycznych	0,14%	0,13%	0,0%	0,5%	0,0%
Odnowa duchowa	0,62%	0,13%	0,34%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,0%	0,34%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Analizując z kolei cele przyjazdów do Małopolski **odwiedzających z zagranicy** warto odnotować niewielką różnicę (tab. 5.2.3). Jak można zauważyć, dominuje tutaj przede wszystkim zwiedzanie zabytków i dotyczy to co czwartego respondenta (24,7%). Co piąta osoba przyjechała tutaj w celach wypoczynkowych (21,2%). Natomiast dla 15,3% badanych głównym celem przyjazdu była rozrywka (kluby, dyskoteki, puby). Powyższa triada celów obejmuje 61,2% odwiedzających Małopolskę, którzy przyjechali tutaj z zagranicy.

Tabela 5.2.4. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2018-2022 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2018-2022

2018 KRAJ	2019 KRAJ	2020 KRAJ	2021 KRAJ	2022 KRAJ	ŚREDNIA 18-22	Główne cele podróży	2018 ZAGR	2019 ZAGR	2020 ZAGR	2021 ZAGR	2022 ZAGR	ŚREDNIA 18-22
19,02%	27,19%	30,82%	36,6%	44,9%	31,71%	Wypoczynek	18,98%	24,67%	22,48%	15,9%	21,2%	20,65%
19,32%	20,06%	38,89%	4,3%	17,6%	20,03%	Turystyka aktywna (kwalifikowana)	8,38%	10,15%	4,36%	1,2%	1,5%	5,12%
16,89%	14,86%	9,48%	15,4%	11,6%	13,65%	Zwiedzanie zabytków	25,07%	32,21%	18,79%	24,6%	24,7%	25,07%
8,21%	6,81%	2,1%	4,0%	8,8%	5,98%	Cel zdrowotny	4,64%	1,27%	0,0%	2,5%	0,3%	1,74%
4,77%	4,59%	3,81%	4,5%	4,4%	4,41%	Odwiedziny krewnych	5,61%	4,38%	12,75%	6,5%	13,0%	8,45%
2,31%	0,75%	2,12%	12,3%	2,5%	4,0%	Poznanie walorów przyrody	3,32%	0,06%	3,36%	2,6%	0,6%	1,99%
3,84%	4,21%	3,0%	3,6%	2,2%	3,37%	Odwiedziny znajomych	4,22%	2,54%	4,03%	8,0%	4,1%	4,58%
1,98%	1,75%	2,87%	5,3%	1,3%	2,64%	Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	3,39%	3,74%	6,38%	17,2%	15,3%	9,2%
3,31%	1,88%	0,96%	3,4%	1,0%	2,11%	Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,36%	2,6%	2,35%	4,6%	2,9%	3,36%
2,04%	1,43%	1,18%	1,3%	1,0%	1,39%	Sprawy służbowe (biznes)	3,05%	3,61%	12,08%	1,7%	7,4%	5,57%
1,04%	0,77%	0,81%	1,0%	1,0%	0,92%	Inny cel	0,83%	0,44%	1,68%	0,4%	0,9%	0,85%
3,74%	4,49%	0,77%	2,7%	0,7%	2,48%	Cel religijny	4,02%	1,9%	0,0%	6,7%	0,6%	2,64%
1,18%	1,45%	0,56%	1,2%	0,7%	1,02%	Tranzyt	1,52%	2,28%	6,38%	2,1%	2,4%	2,94%
0,48%	1,05%	0,26%	0,4%	0,6%	0,56%	Udział w wydarzeniu	0,55%	0,82%	0,67%	0,2%	0,3%	0,51%
0,36%	0,53%	0,21%	0,2%	0,5%	0,36%	Firmowy wyjazd integracyjny	0,69%	0,32%	1,01%	0,2%	0,3%	0,5%
5,74%	1,97%	0,49%	1,0%	0,3%	1,9%	Edukacja	6,58%	4,06%	2,01%	1,5%	0,6%	2,95%
0,57%	1,49%	0,06%	0,3%	0,3%	0,54%	Udział w imprezie kulturalnej	0,28%	1,08%	0,0%	0,4%	0,6%	0,47%
1,47%	0,64%	0,32%	0,8%	0,2%	0,69%	Udział w szkoleniu	1,04%	0,57%	0,34%	0,9%	2,1%	0,99%
1,0%	0,58%	0,11%	0,5%	0,2%	0,48%	Udział w konferencji, kongresie	1,66%	1,71%	0,67%	0,9%	0,9%	1,17%
1,16%	1,67%	0,41%	0,6%	0,1%	0,79%	Zakupy	1,04%	1,33%	0,0%	1,4%	0,3%	0,81%
0,41%	0,77%	0,32%	0,6%	0,1%	0,44%	Korzystanie z usług medycznych	0,14%	0,13%	0,0%	0,5%	0,0%	0,15%
0,88%	0,73%	0,41%	0,0%	0,0%	0,4%	Odnowa duchowa	0,62%	0,13%	0,34%	0,0%	0,0%	0,22%
0,29%	0,32%	0,06%	0,0%	0,0%	0,13%	Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,0%	0,34%	0,0%	0,0%	0,07%
100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

5.3. Organizator wizyty w Małopolsce

Analizując **wyniki ogółem**, można zauważyć, iż zdecydowana większość osób, która przyjechała do Małopolski w 2022 roku (79,4%), podobnie jak w latach poprzednich, zorganizowała przyjazd samodzielnie we własnym zakresie. Podobny trend dotyczy odwiedzających krajowych (80,8%) oraz zagranicznych (60,0%). Analizując wyniki badań, można odnotować w omawianej kategorii wyraźną tendencję wzrostową.

W roku 2022 w porównaniu do 2021 znacznie rzadziej organizatorami wyjazdów, w przypadku odwiedzających krajowych była rodzina (6,7%) i znajomi (5,4%), którzy w poprzednim roku odegrali dość znaczącą rolę (14,8%; 14,1%).

Z kolei odwiedzający zagraniczni, podobnie jak krajowi, w roku 2022 także rzadziej korzystali z usług rodziny (9,6%) w przypadku organizacji wyjazdów do Małopolski niż w roku 2021 (20,0%), ale wyjazdy wspólnie ze znajomymi (14,9%) w dalszym ciągu cieszyły się zainteresowaniem na podobnym poziomie jak w roku 2021 (15,2%).

W roku 2022 w stosunku do roku 2021 w organizacji przyjazdów do Małopolski zarówno turyści krajowi jak też zagraniczni rzadziej korzystali z usług takich instytucji, jak: biuro podróży (0,7%; 4,2%), szkoła (0,4%; 0,6%), usługi parafii (kościół) (0,6%; 1,8%) lub inne instytucje (3,6%; 0,9%) oraz zakład pracy (1,8%; 7,5%), ale tylko w przypadku turystów krajowych, bowiem zagraniczni korzystali z tej instytucji nieznacznie częściej.

Natomiast z usług portalu (biura) internetowego w bieżącym roku (podobnie jak w roku 2021) prawie nie korzystano.

Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2022 - struktura % formatowana kolorem

Organizator podróży	2019 KRAJ	2020 KRAJ	2021 KRAJ	2022 KRAJ	2019 ZAGR	2020 ZAGR	2021 ZAGR	2022 ZAGR	2019 Ogółem	2020 Ogółem	2021 Ogółem	2022 Ogółem
Sam we własnym zakresie	74,4%	82,9%	56,8%	80,8%	66,6%	74,9%	38,6%	60,0%	71,8%	82,4%	53,0%	79,4%
Rodzina	6,8%	7,0%	14,8%	6,7%	5,9%	9,0%	20,0%	9,6%	7,0%	7,1%	15,9%	6,9%
Znajomi	6,4%	6,6%	14,1%	5,4%	6,6%	4,6%	15,2%	14,9%	5,8%	6,5%	14,4%	6,0%
Inna instytucja	2,9%	0,8%	2,1%	3,6%	0,8%	0,0%	1,7%	0,9%	3,3%	0,7%	2,0%	3,4%
Zakład pracy	2,3%	1,6%	4,4%	1,8%	3,4%	5,9%	6,3%	7,5%	3,0%	1,9%	4,8%	2,2%
Biuro podróży	2,8%	0,4%	4,0%	0,7%	8,3%	3,4%	7,3%	4,2%	3,7%	0,6%	4,7%	0,9%
Parafia (kościół)	1,4%	0,4%	3,0%	0,6%	0,6%	0,0%	9,1%	1,8%	1,2%	0,4%	4,3%	0,7%
Szkoła	2,0%	0,2%	0,8%	0,4%	2,4%	2,2%	1,8%	0,6%	3,0%	0,3%	1,0%	0,4%
Portal (biuro) internetowy	1,0%	0,1%	0,0%	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	0,6%	1,2%	0,1%	0,0%	0,1%

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

5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających

Długość pobytu w Małopolsce w 2022 roku różniła się od lat wcześniejszych. W stosunku do roku 2021 skrócił się czas wizyty w regionie. Najwięcej odwiedzających (prawie 40%) spędziło bowiem w Małopolsce tylko 1 dzień bez noclegu. Takich gości było w regionie niemal 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i przedpandemicznym, choć o 6,4 p.p. mniej niż w roku 2020. W sumie, jeśli dodać tych, którzy spędzili w Małopolsce do 3 godzin (8%, tj. nieco więcej niż w dwóch poprzednich latach i porównywalnie do roku przedpandemicznego), to okazuje się, że niemal połowa gości w 2022 roku nie korzystała z noclegu w regionie. Ok. 1/5 odwiedzających przybywało do województwa na 2-3 noce (o ok. 50% mniej niż rok wcześniej, aczkolwiek porównywalnie do roku 2020 i niemal tyle samo, co w roku przedpandemicznym). Przeciętnie co siódmy przybysz spędził w Małopolsce 4-7 noclegów (o ponad 1/2 mniej niż w roku przedpandemicznym, o 2,8 p.p. mniej niż rok wcześniej i niemal tyle samo co w roku 2020). Ok. 12% badanych przyjechało do regionu na jedną noc (podobnie jak w roku 2020, o prawie 1/2 mniej niż rok wcześniej i o 3,9 p.p. więcej niż w roku przedpandemicznym). Średnio co dwudziesty odwiedzający gościł w województwie 9-15 dni (8-14 noclegów) – porównywalnie do dwóch wcześniejszych lat, ale o niemal 1/2 mniej niż w roku przedpandemicznym. Do roku przed pandemią (2019) prawie wrócił natomiast odsetek spędzających w Małopolsce dłużej niż dwa tygodnie (4-krotnie więcej niż rok wcześniej i o 1/2 więcej niż w 2020 roku). Niemniej jednak nadal goście przebywających w regionie najdłużej było najmniej w porównaniu z innymi grupami – tylko 2,5%.

Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2022 (w %)

Deklarowana długość pobytu w Małopolsce	ROK	Do 3 godz.	1 dzień bez noclegu	1 noc	2 - 3 noclegi	4 - 7 noclegów	8 - 14 noclegów	15 i więcej noclegów
Krajowi	2019	8,8%	27,7%	9,0%	17,9%	25,1%	8,3%	3,2%
	2020	6,1%	48,1%	13,5%	16,0%	11,8%	3,2%	1,3%
	2021	5,8%	26,7%	20,3%	28,3%	13,9%	4,0%	1,0%
	2022	8,4%	41,9%	12,2%	17,4%	13,3%	4,5%	2,3%
Zagraniczni	2019	3,1%	5,5%	4,4%	22,2%	53,4%	9,0%	2,4%
	2020	0,7%	10,9%	2,7%	24,8%	41,9%	12,9%	6,1%
	2021	2,9%	10,6%	25,4%	32,5%	25,3%	2,8%	0,5%
	2022	0,9%	4,8%	6,7%	42,0%	31,4%	9,1%	5,1%
Ogółem	2019	7,4%	22,4%	7,9%	18,9%	31,9%	8,5%	3,0%
	2020	5,8%	45,9%	12,8%	16,5%	13,6%	3,8%	1,6%
	2021	5,0%	22,0%	21,8%	29,5%	17,2%	3,7%	0,8%
	2022	7,9%	39,5%	11,8%	19,0%	14,5%	4,8%	2,5%

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

Łatwo zauważyć, że w 2022 roku pobyt gości zagranicznych w regionie był dłuższy niż Polaków. Wizytę jednodniową (bez noclegu) najczęściej deklarowali bowiem odwiedzający z Polski (prawie 42% wskazań). Goście z zagranicy w największym odsetku spędzali natomiast w regionie 2-3 noce (42%), którą to długość pobytu Polacy wskazywali w drugiej kolejności (ponad 17%). Porównywalne do siebie pod względem liczności były grupy odwiedzających krajowych rezydujące w Małopolsce 1 noc (12%) i 4-7 nocy (13%). Ok. 8% Polaków przebywało w regionie tylko do 3 godzin, a zaledwie ok. 7% – najdłużej, czyli powyżej 7 noclegów. Z kolei wśród cudzoziemców średnio co trzeci korzystał z 4-7 noclegów, co jedenasty – z 8-14 noclegów, a co trzynasty – z jednego noclegu. Po ok. 5% odwiedzających zagranicznych gościło

w Małopolsce 1 dzień bez noclegu i powyżej 14 nocy. Na najkrótszy okres, tj. na kilka godzin przyjechało do województwa niecałe 1% obcokrajowców.

W odniesieniu do roku poprzedniego w 2022 roku skrócił się czas pobytu w Małopolsce odwiedzających z Polski, a wydłużył – gości zagranicznych. Więcej było bowiem Polaków spędzających w regionie 1 dzień bez noclegu (o 15,2 p.p.) i do trzech godzin (o 2,6 p.p.), a mniej było tych, którzy przyjechali do województwa na 1 noc (o 8,1 p.p.) i 2-3 noce (o 10,9 p.p.). Więcej jednodniowych gości krajowych było w Małopolsce tylko w 2020 roku. W sumie struktura deklarowanej długości pobytu Polaków w 2022 roku była bardzo zbliżona do tej, z roku 2020 (nieznacznie więcej – o 2,8 p.p. – w 2022 roku spędzało w regionie dłużej niż tydzień).

Kiedy rozpatruje się grupę cudzoziemców, uwagę zwraca większy w 2022 roku niż rok wcześniej odsetek przybywających do województwa na 2-3 noce i dłużej, a także o ok. 1/2 mniejszy udział odwiedzających jednodniowych oraz o ok. 3/4 mniejszy korzystających z jednego noclegu. Zdecydowanie większą zbiorowość niż w latach wcześniejszych stanowili zwłaszcza ci, którzy przebywali w regionie 2-3 noce – o 9,5 p.p. więcej niż w 2021 roku, o 17,2 p.p. więcej niż w 2020 roku i o 19,8 p.p. więcej niż w roku przedpandemicznym. Udział takich gości z zagranicy stopniowo zwiększał się w badanym okresie.

5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski

Analizując wykorzystywane środki transportu ogółem przez odwiedzających Małopolskę, można zauważyć, że w roku 2022, podobnie jak w latach 2018-2021, dominuje transport samochodowy (75,80%) oraz transport kolejowy (9,10%).

Pozostałe środki transportu, zarówno w roku 2022, jak też w latach poprzednich, wykorzystywane były w bardzo zróżnicowanym zakresie. Generalnie jednak można zauważyć tendencję malejącą. Dotyczy to korzystania z autobusu i mikrobusu linii regularnej, kiedy to w roku 2022 skorzystało z powyższego środka transportu 4,10% badanych osób, natomiast w roku 2018 – 10,32%, autokaru turystycznego (2022: 4%; 2018: 9,22%) oraz samolotu tradycyjnych linii lotniczych (2022: 2,70%; 2018: 7,78%).

W latach 2021-2022 nikt nie korzystał z transportu samolotem czarterowym, autobusem linii regularnej, mikrobusem linii regularnej, z których ze zróżnicowanym zainteresowaniem korzystano w latach 2018-2020.

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

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Autobus linii regularnej	8,095%	5,698%	2,717%	0,0%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	2,225%	1,193%	0,881%	0,0%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	10,32%	6,89%	3,60%	7,3%	4,1%
Autokar turystyczny	9,215%	7,052%	1,012%	6,6%	4,0%
Inny	1,679%	0,795%	1,293%	2,9%	1,9%
Pociąg	8,540%	7,892%	3,767%	11,6%	9,1%
Samochód	57,744%	63,428%	85,832%	66,2%	75,8%
Samolot czarterowy	0,588%	0,309%	0,019%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	4,134%	5,492%	2,268%	2,0%	2,4%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	7,780%	8,142%	2,211%	3,4%	2,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

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

Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Autobus linii regularnej	8,454%	6,400%	2,553%	0,0%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	9,088%	7,238%	0,997%	0,0%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	17,54%	13,64%	3,55%	7,0%	4,1%
Autokar turystyczny	9,088%	7,238%	0,997%	6,5%	4,0%
Inny	1,376%	0,800%	1,276%	3,0%	1,9%
Pociąg	9,613%	8,952%	3,849%	11,7%	9,4%
Samochód	66,293%	73,257%	89,649%	67,2%	80,2%
Samolot czarterowy	0,380%	0,019%	0,020%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,670%	0,457%	0,279%	1,3%	0,2%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	1,521%	1,486%	0,519%	3,2%	0,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

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

Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Autobus linii regularnej	6,850%	3,310%	4,984%	0,0%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	0,565%	0,519%	1,246%	0,0%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	7,42%	3,83%	6,23%	10,1%	4,2%
Autokar turystyczny	9,534%	6,424%	1,246%	7,9%	4,2%
Inny	2,684%	0,779%	1,558%	1,2%	0,9%
Pociąg	4,096%	4,283%	2,492%	14,1%	6,2%
Samochód	24,788%	29,916%	26,480%	29,2%	13,1%
Samolot czarterowy	1,412%	1,298%	0,000%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	17,726%	22,648%	33,333%	25,4%	33,8%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	32,345%	30,824%	28,660%	12,1%	37,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

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

Analizując wskaźniki procentowe dotyczące wykorzystywanych środków transportu przez odwiedzających krajowych, można zauważyć, że w roku 2022, podobnie jak w latach 2018-2021, dominuje transport samochodowy (80,20%) oraz transport kolejowy (9,40%).

W przypadku pozostałych środków transportu, zarówno w roku 2022, jak też w latach poprzednich, można zauważyć tendencję malejącą. Dotyczy to korzystania z autobusu i mikrobusu linii regularnej, kiedy w roku 2022 skorzystało z powyższego środka transportu 4,10%, natomiast w roku 2018 – 17,54%, autokaru turystycznego (2022: 4%; 2018: 9,09%), samolotu tradycyjnych linii lotniczych (2022: 0,30%; 2018: 1,52%), samolotu tanich linii lotniczych (2022: 0,20%; 2018: 0,67%)

W latach 2021-2022 nikt nie korzystał z transportu samolotem czarterowym, autobusem linii regularnej, mikrobusiem linii regularnej, z których ze zróżnicowanym zainteresowaniem korzystano w latach 2018-2020.

W przeciwieństwie do turystów krajowych, dwie trzecie odwiedzających z zagranicy (71,50%), przyjechało do Małopolski korzystając z transportu lotniczego, w tym co trzeci samolotem tradycyjnych linii lotniczych (37,70%) oraz samolotem tanich linii lotniczych (33,80%).

W porównaniu do odwiedzających krajowych znacznie mniej osób korzystało z transportu samochodowego i dotyczyło to ponad co dziesiątego respondenta (13,10%). Jeszcze mniejsza grupa (o połowę) korzystała z transportu kolejowego (6,20%).

Niezbyt dużym zainteresowaniem cieszył się transport autobusem i mikrobusem linii regularnej (4,20%) oraz autokarem turystycznym (4,20%), chociaż w roku 2021 były to grupy prawie dwukrotnie większe. Również w latach 2018-2020 powyższe formy transportu cieszyły się znacznie większym zainteresowaniem niż w roku 2022.

W latach 2021-2022 żaden odwiedzający z zagranicy (podobnie jak odwiedzający krajowy) nie korzystał z transportu samolotem czarterowym, autobusem linii regularnej, mikrobusem linii regularnej, z których ze zróżnicowanym zainteresowaniem korzystano w latach 2018-2020.

5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce

Turyści nocujący w Małopolsce w 2022 roku najczęściej na miejsce zakwaterowania wybierali (analogicznie jak w 2019 i 2021 roku, ale odmiennie niż w 2020 roku) hotele – prawie 22% wskazań. Na kolejnych miejscach uplasowały się noclegi w pensjonatach (14%), w apartamentach (13%), w zakładach uzdrowiskowych (11%) i u rodziny (prawie 11%). Relatywnie popularne było też korzystanie z obiektów agroturystycznych (ponad 7%) i gościnności znajomych (ponad 5% wskazań).

Noclegi w hotelach były najbardziej preferowane zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych, aczkolwiek w tej drugiej grupie odsetek je wybierających był ponad 3-krotnie większy niż w pierwszej (17% vs 55%). Goście zagraniczni częściej też niż Polacy wskazywali apartamenty (18% vs 12%) i noclegi u rodziny (14% vs 10%), a także domy pielgrzymia (ponad 2-krotnie). Z kolei turyści krajowi częściej niż obcokrajowcy nocowali w pozostałych obiektach, w tym zwłaszcza w pensjonatach (prawie 7-krotnie), zakładach uzdrowiskowych (20-krotnie), na kempingach/polach namiotowych (ponad 11-krotnie), ośrodkach wczasowych (ponad 9-krotnie) i motelach (prawie 6-krotnie).

Należy zauważyć, że w związku ze zmianą charakteru tego pytania w ankiecie (z jednokrotnego na wielokrotnego wyboru) uzyskane wyniki są nieporównywalne z latami 2019 i 2020. Natomiast w stosunku do roku poprzedniego w przypadku niemal wszystkich obiektów odnotowano mniej wskazań, z wyjątkiem: pensjonatów (które wybrało o 0,9 p.p. więcej turystów ogółem), zakładów uzdrowiskowych (o 6,1 p.p. więcej deklaracji od turystów ogółem oraz o 6,1 p.p. od turystów krajowych), obiektów agroturystycznych (o 3,8 p.p. więcej wskazań od turystów ogółem i o 3,3 p.p. od turystów krajowych), a także hoteli, kwater prywatnych i tzw. innych obiektów (odpowiednio o 5,0 p.p., o 0,3 p.p. i o 0,5 p.p. więcej głosów od turystów zagranicznych).

Tabela 5.6.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2022 (w %)

Miejsce zakwaterowania*	Turyści krajowi				Turyści zagraniczni				Turyści ogółem			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Hotel	23,4%	14,2%	40,1%	17,1%	50,7%	39,9%	49,5%	54,5%	32,1%	17,0%	43,3%	21,6%
Motel	1,8%	1,0%	4,0%	1,7%	2,9%	0,7%	1,9%	0,3%	2,2%	1,0%	3,3%	1,6%
Pensjonat	16,8%	20,0%	15,7%	15,3%	5,3%	5,6%	7,6%	2,2%	13,2%	18,5%	12,9%	13,8%
Dom wycieczkowy	1,4%	4,5%	7,1%	1,6%	1,8%	0,7%	11,0%	0,9%	1,5%	4,1%	8,4%	1,5%
Schronisko górskie	1,3%	1,4%	3,4%	1,1%	0,1%	0,7%	0,4%	0,0%	0,9%	1,3%	2,4%	0,9%
Schronisko młodzieżowe	1,1%	0,6%	1,2%	1,0%	0,8%	0,0%	2,4%	0,0%	1,0%	0,5%	1,6%	0,9%
Kemping lub pole namiotowe	1,9%	4,4%	3,7%	3,5%	0,8%	2,5%	3,8%	0,3%	1,5%	4,2%	3,7%	3,1%
Hostel	1,5%	2,2%	8,9%	3,7%	5,6%	2,5%	14,3%	2,5%	2,7%	2,3%	10,7%	3,5%
Ośrodek wczasowy	1,3%	3,7%	3,4%	2,9%	0,3%	0,0%	3,2%	0,3%	1,0%	3,3%	3,3%	2,6%
Zakład uzdrowiskowy	5,6%	3,5%	6,3%	12,4%	0,1%	0,0%	2,2%	0,6%	3,9%	3,1%	4,9%	11,0%
Dom pielgrzyma	0,6%	0,3%	1,6%	0,8%	0,3%	0,0%	3,0%	1,9%	0,5%	0,3%	2,1%	0,9%
Apartament			14,5%	11,9%			31,6%	18,3%			20,3%	12,7%
Kwarta prywatna	9,3%	14,9%	3,6%	2,7%	17,1%	20,5%	2,2%	2,5%	11,6%	15,5%	3,1%	2,7%
Couchsurfing	0,1%	0,1%			0,3%	0,7%			0,2%	0,2%		
Obiekt agroturystyczny	6,1%	8,1%	4,7%	8,0%	0,8%	1,1%	0,4%	0,0%	4,4%	7,4%	3,3%	7,1%
U rodziny	10,9%	8,4%	23,9%	10,2%	5,4%	17,3%	30,9%	14,2%	9,2%	9,3%	26,2%	10,6%
U znajomych	7,7%	7,1%	21,1%	5,6%	2,5%	2,8%	29,7%	3,7%	6,1%	6,6%	24,0%	5,4%
Własny dom/mieszkanie	1,2%	1,3%	2,5%	1,1%	0,6%	1,8%	0,7%	0,6%	1,0%	1,3%	1,9%	1,1%
Inny obiekt	1,1%	1,6%	3,0%	0,5%	0,8%	2,8%	2,3%	2,8%	1,0%	1,7%	2,8%	0,8%
B.d., gdzie nocuje	6,9%	2,7%	7,4%	1,1%	3,8%	0,4%	5,8%	1,5%	6,0%	2,4%	6,9%	1,2%

* Od 2021 r. ankietowani mogli wskazać więcej niż jedno miejsce zakwaterowania w Małopolsce, stąd udziały nie sumują się do 100%.

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

Spośród turystów nocujących w hotelach w 2022 roku najczęściej osób wybierało, analogicznie jak w latach ubiegłych, obiekty trzygwiazdkowe (ponad 45% wskazań) i na dodatek zyskały one na znaczeniu (o 11,0 p.p. więcej niż w roku ubiegłym i o 8,5 p.p. więcej niż w roku 2019). Na drugiej pozycji uplasowały się hotele czterogwiazdkowe (niemal 1/3 wskazań, tj. mniej więcej tyle samo, co w latach poprzednich), a na kolejnym – pięciogwiazdkowe (ponad 12% wskazań, czyli prawie 5-krotnie więcej niż rok wcześniej, 4-krotnie więcej niż w 2020 roku i ponad 2-krotnie więcej niż w roku przedpandemicznym). Ten duży przyrost deklaracji odnośnie do obiektów najwyższej kategorii (i po części hoteli trzygwiazdkowych) odbył się z uwagi na to, że zdecydowanie więcej turystów (prawie 4-krotnie) podało kategorię hotelu, w którym nocowało (w latach poprzednich odsetek niewskazujących standardu obiektu hotelowego wahał się w granicach 21-29%). Tylko niecałe 3% turystów nocujących w małopolskich hotelach preferowało obiekty dwugwiazdkowe (o 3/4 więcej niż w latach poprzednich), a nieliczni (0,3%) skorzystali z hoteli jednogwiazdkowych (w poprzednich latach nie wybrał ich żaden turysta).

Tabela 5.6.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2022 (w %)

Liczba gwiazdek hotelu	Krajowi				Zagraniczni				Ogółem			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
*	-	-	-	0,3%	-	-	-	0,6%	-	-	-	0,3%
**	1,9%	2,1%	1,6%	3,7%	1,1%	0,0%	1,7%	0,6%	1,5%	1,6%	1,6%	2,8%
***	30,6%	40,7%	34,4%	49,1%	33,0%	39,8%	34,2%	36,3%	31,4%	40,5%	34,3%	45,3%
****	22,9%	28,6%	28,9%	26,2%	42,1%	48,7%	40,2%	44,9%	32,5%	33,7%	33,3%	31,8%
*****	8,1%	3,0%	2,4%	13,3%	3,8%	3,5%	3,3%	10,2%	5,9%	3,1%	2,7%	12,4%
Brak danych o kategorii	36,5%	25,6%	32,8%	7,4%	20,0%	8,0%	20,6%	7,4%	28,7%	21,1%	28,1%	7,4%

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

W 2022 roku, podobnie jak w latach poprzednich, małopolskie hotele czterogwiazdkowe cieszyły się większym zainteresowaniem wśród obcokrajowców (prawie 45% wskazań, tj. o 4,7 p.p. więcej niż rok wcześniej, ale o 3,8 p.p. mniej niż w 2020 roku) niż wśród Polaków (ponad 26%, czyli porównywalnie do dwóch wcześniejszych lat). Odsetek nocujących w obiektach pozostałych kategorii (z wyjątkiem jednogwiazdkowych) był większy wśród turystów krajowych niż zagranicznych – trzygwiazdkowych (49% wskazań vs 36%), pięciogwiazdkowych (13% vs 10%) i dwugwiazdkowych (4% vs 1%).

Warto podkreślić, że w obu grupach turystów (krajowych i zagranicznych) rola hoteli poszczególnych kategorii nie była tak wysoka nawet w roku przedpandemicznym, w tym zwłaszcza obiektów pięciogwiazdkowych.

Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie

6.1. Wprowadzenie

Oferta turystyczna odwiedzanego regionu w istotny sposób wpływa na decyzję wyboru kierunku podróży. Na ofertę turystyczną Małopolski składają się zarówno wymierne usługi świadczone turystom (noclegi, transport, wyżywienie itp.), jak również niewymierne wartości, takie jak: życzliwość mieszkańców, gościnność, stan powietrza czy wrażenia, przeżycia wywołane podróżą i pobytem w konkretnym miejscu lub odwiedzanym regionie. Poddanie ocenie odwiedzających wybranych elementów składowych oferty turystycznej odwiedzanego miejsca stwarza możliwość uzyskania kompleksowego obrazu produktu turystycznego, jaki stanowi Małopolska.

Ważnym elementem składowym oceny oferty jest również opinia dotycząca relacji cen do jakości świadczonych usług. Odwiedzający region w 2022 roku, podobnie jak w badaniach prowadzonych w latach 2018-2021, mieli możliwość wyrażenia swojej opinii, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.

6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego

Oceniając ofertę turystyczną Małopolski w 2022 r., odwiedzający korzystali z pięciostopniowej skali (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle). Ocenie poddano 29 wybranych elementów składowych produktu turystycznego województwa. Wyniki badań przedstawione zostały w zestawieniach tabelarycznych, z uwzględnieniem wyników badań uzyskanych w latach 2018-2021, w podziale na odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz sumarycznie w obu badanych grupach.

Atmosfera miejsca odwiedzanego to specyficzna cecha, na którą w głównej mierze składają się szeroko rozumiane atrakcje turystyczne, udogodnienia, jak również gościnność i życzliwość mieszkańców. Ten unikatowy element oferty turystycznej niezmiennie budzi uznanie odwiedzających region. Odzwierciedlone to zostało w ocenie 4,5 przyznanej przez odwiedzających krajowych i 4,2 przyznanej przez odwiedzających zagranicznych. Należy zwrócić uwagę, że jest to wypadkowa ocena całego regionu, na którą składają się jednostkowe oceny miejsc, które odwiedzali respondenci. W badaniach prowadzonych w latach 2018-2022 ocena atmosfery miejsca odwiedzanego uzyskała najwyższą średnią wartość spośród wszystkich ocenianych elementów oferty turystycznej województwa (4,3). Jak ważne w pozytywnym odbiorze miejsca jest zachowanie właściwej relacji pomiędzy walorami, świadczonymi usługami i relacjami społecznymi obrazuje niższy od przeciętnej poziom ocen wystawionych przez gości w 2020 i 2021 r. Spowodowane pandemią ograniczenia w dostępie do usług oraz konieczność zachowania dystansu społecznego miały znaczący wpływ na odbiór odwiedzanego miejsca i poziom pozytywnych przeżyć wynikających z pobytu. Efekt ten jest również zauważalny w poziomie ocen wyrażających opinie dotyczące atrakcji turystycznych oraz życzliwości i gościnności mieszkańców. Średnia ocen atrakcyjności miejsca uzyskana w latach 2018-2022 wyniosła 4,2. W 2022 r. odwiedzający krajowi przyznali ocenę 4,6, a goście zagraniczni 3,8. Gościnność i życzliwość mieszkańców niezmiennie, tak też w ostatnich badaniach, jest doceniana przez odwiedzających, co zostało odzwierciedlone w ocenach (4,2 – goście zagraniczni i 4,5 – goście krajowi). Wydaje się, że przyjęta strategia promocji regionu skoncentrowana na atrakcjach i wartościach kulturowych jest w pełni uzasadniona i przynosi pozytywne rezultaty.

Baza noclegowa Małopolski, warunkująca pobyt turystów w regionie, stanowi bezspornie mocny punkt oferty turystycznej. W 2022 r., podobnie jak w poprzednich latach badań, została wysoko oceniona zarówno przez turystów krajowych (4,4), jak i zagranicznych (4,1). Należy zwrócić uwagę, że ocenie podlegała bardzo zróżnicowana pod względem rodzaju i kategorii baza noclegowa – od hoteli pięciogwiazdkowych do obiektów agroturystycznych. Zatem, wyrażająca się w ocenie opinia na temat bazy noclegowej, a w tym o jej dostępności i o zakresie usług, zasługuje na podkreślenie i świadczy o pełnej akceptacji oferty przez turystów.

Obecnie do jednych z głównych atrakcji turystycznych odwiedzanych miejsc i miejscowości możemy zaliczyć lokale i usługi gastronomiczne. W 2022 r. obie badane grupy gości wyraziły swoje uznanie dla oferty gastronomicznej regionu. Odwiedzający krajowi przyznali ocenę 4,4 i była to najwyższa ocena w pięcioletnim okresie badań. Goście zagraniczni przyznali ocenę 4,0. Gastronomia zawsze stanowiła i w dalszym ciągu stanowi bardzo mocny punkt oferty turystycznej Małopolski. Zaspokojenie potrzeb gości, zróżnicowanych pod względem wymagań i możliwości finansowych, jest dużym wyzwaniem dla usługodawców. A jak wskazują wyniki badań, oferta ta jest odpowiednio dopasowana do oczekiwań.

Informacja turystyczna w Małopolsce, czyli zarówno dostęp do informacji i sam przekaz, zdaniem badanych jest dobrze zorganizowana. Goście zagraniczni korzystający z usług punktów informacyjnych w 2022 r. przyznali ocenę 4,1, a goście krajowi 4,5. Tak pozytywny odbiór sieci informacji turystycznej w regionie, jest wynikiem współpracy władz regionalnych z lokalnymi samorządami i organizacjami turystycznymi zaangażowanymi w promocję swoich subregionów. Informacja turystyczna jest ściśle powiązana z oznakowaniem turystycznym ułatwiającym dostęp do obszarów i atrakcji turystycznych, tworząc zintegrowany system informacyjny. Oznakowanie turystyczne było zdecydowanie czytelniejsze dla odwiedzających krajowych i uzyskało ocenę 4,5. Goście zagraniczni ocenili oznakowanie w 2022 r. na 3,8 i była to ocena niższa od średniej (4,1) w zestawionym okresie badań.

Coraz większą rolę w budowaniu pozytywnego obrazu obszarów i miejscowości turystycznych odgrywa szeroko rozumiana rozrywka. W 2022 r. opinia na temat formy rozrywki jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby odzwierciedla się w ocenie – 4,2 wystawionej przez gości krajowych i w analizowanym okresie była to najwyższa ocena przyznana przez tę grupę badanych. Goście zagraniczni nie odbierali tak pozytywnie proponowanej oferty rozrywkowej, oceniając ją na 3,7. Tylko w pierwszym roku pandemii, ocena rozrywki była niższa niż obecne wskazanie. Nie ulega wątpliwości, że usługi rozrywkowe wymagają stałego dostosowywania się do rosnących potrzeb turystów i wzrastających wymagań co do ich poziomu.

Odwiedzający region korzystają również z usług przewodników miejskich lub w określonych obszarach z przewodników górskich. Ocena tych usług przyznana przez gości zagranicznych w 2022 r. uzyskała wartości 4,1, co świadczy o zadowoleniu z pracy przewodników, z którymi poznawali miasto lub region. Jeszcze bardziej przychylne spojrzenie na pracę przewodników mieli odwiedzający krajowi przyznając ocenę 4,5. W obu grupach opinie na temat pracy przewodników były wyższe od średnich ocen uzyskanych w omawianym okresie. Co oznacza, że ta grupa zawodowa odpowiednio odczytuje potrzeby turystów i dostosowuje się do ich oczekiwań.

Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2018-2022 dokonana przez turystów

Ocena oferty turystycznej województwa	KRAJ	2018	2019	2020	2021	2022	ZAGR	2018	2019	2020	2021	2022	WAED- OGÓŁEM ¹¹
Agroturystyka - oferta	4,1	4,25	4,39	2,83	4,25	4,8	3,7	4,37	4,15	1,67	4,29	4,1	3,9
Atrakcje turystyczne	4,3	4,52	4,51	3,65	4,2	4,6	4,0	4,57	4,45	3,21	4,07	3,8	4,2
Letnia oferta turystyczna	4,4	0	0	0	4,19	4,6	3,8	0	0	0	4,54	3,1	4,1
Bezpieczeństwo	4,2	4,21	4,44	3,92	3,96	4,6	3,9	4,35	4,43	3,57	3,15	4,1	4,1
Atmosfera miejsca (Genius Loci)	4,4	4,48	4,6	4,22	4,24	4,5	4,1	4,5	4,57	4,08	3,25	4,2	4,3
Życzliwość mieszkańców + Gościnność	4,3	4,41	4,53	3,85	4,21	4,5	4,2	4,5	4,41	3,65	3,97	4,2	4,2
Przewodnicy - usługi	4,0	4,24	4,3	2,81	4,04	4,5	3,8	4,37	4,39	1,81	4,47	4,1	3,9
Jakość - Powietrze atmosferyczne	4,1	0	4,06	3,87	3,94	4,5	3,8	0	4,19	3,83	3,38	3,9	4,0
Oznakowanie turystyczne	4,1	4,13	4,35	3,75	4,03	4,5	4,0	4,17	4,25	3,54	4,04	3,8	4,1
Informacja turystyczna	4,0	4,29	4,37	2,96	4,01	4,5	3,7	4,36	4,37	1,72	4,2	4,1	3,9
Czystość w miejscu pobytu	4,1	3,92	4,25	3,93	3,78	4,5	3,8	4,16	4,34	3,46	3,14	4,1	4,0
Baza noclegowa	4,1	4,34	4,36	3,16	3,96	4,4	4,0	4,42	4,43	3,2	3,69	4,1	4,0
Gastronomia	4,1	4,37	4,36	3,65	3,8	4,4	4,0	4,45	4,4	3,52	3,45	4,0	4,0
Imprezy kult. + Imprezy masowe	3,7	4,18	3,75	2,31	3,75	4,4	3,6	4,26	4,16	1,13	4,14	4,1	3,6
ZWAD¹²	3,9	4,17	4,06	3,06	3,85	4,22	3,8	4,3	4,24	2,62	3,84	3,85	3,9
Internet dostęp (Wi-Fi)	3,6	3,98	4,03	3,3	2,68	4,2	3,5	4,07	4,17	3,17	2,3	3,8	3,6
Udogodnienia dla podróży z małymi dziećmi	4,1	0	0	0	3,93	4,2	4,2	0	0	0	4,31	4,1	4,1
Atrakcje nocne miejscowości	3,6	0	3,88	2,51	3,7	4,2	3,4	0	4,16	2,07	3,88	3,7	3,5
Rozrywka - (dyskoteki - kluby - puby)	3,7	4,13	4,02	2,42	3,73	4,2	3,7	4,28	4,23	1,94	4,09	3,7	3,7

¹¹WAED- Wskaźnik Atrakcyjności Elementu Destynacji

¹²ZWAD - Zintegrowany WSKAŹNIK ATRAKCYJNOŚCI DESTYNACJI

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU

Dworzec autobusowy - terminal		0	3,22	1,88	3,85	4,2	3,4	0	3,82	1,6	4,49	3,8	3,4
Zimowa oferta turystyczna	4,0	0	0	0	3,91	4,1	3,8	0	0	0	3,84	3,8	3,9
Bezpieczeństwo sanitarno-epidemiologiczne	4,0	0	0	0	3,89	4,1	3,8	0	0	0	3,62	4,0	3,9
Lotnisko - terminal	3,1	0	2,47	1,87	4,16	4,0	3,7	0	4,03	2,64	4,44	3,8	3,4
Udogodnienia dla niepełnosprawnych	3,4	0	3,85	2,26	3,83	3,8	3,4	0	4,12	1,29	4,29	3,8	3,4
Dworzec kolejowy - terminal	3,2	0	3,21	1,92	4,07	3,8	3,5	0	3,78	1,43	4,83	3,9	3,4
Transport lokalny (autobusy, tramwaje, mikrobusy)	3,5	3,81	3,91	2,52	3,7	3,8	3,6	4,07	4,13	2,04	4,12	3,8	3,6
Taksówki	3,3	0	3,45	2,26	3,62	3,8	3,4	0	4,02	2,37	3,58	3,6	3,3
Parkingi	3,4	0	0	0	3,2	3,6	3,1	0	0	0	2,99	3,3	3,3
Toalety publiczne	3,3	3,46	3,92	3,02	3,13	3,1	3,3	3,66	4	2,58	3,07	3,1	3,3
Gościnność	4,3	4,45	4,54	3,91	0	0	4,2	4,52	4,45	3,74	0	0	4,3
Życzliwość	4,2	4,36	4,51	3,78	0	0	4,1	4,48	4,37	3,56	0	0	4,2
Jakość obsługi turystycznej	4,1	4,34	4,52	3,38	0	0	3,6	4,4	4,37	2,13	0	0	3,9
Karta kredytowa - możliwość zapłaty	4,0	4,26	4,34	3,44	0	0	4,1	4,4	4,42	3,52	0	0	4,1
Dojazd do destynacji	4,0	3,8	4,19	3,9	0	0	4,1	4,2	4,34	3,7	0	0	4,0
Bankomaty - dostępność	3,7	3,99	4,19	2,86	0	0	3,6	4,21	4,31	2,3	0	0	3,6
Imprezy masowe/muzyczne	2,6	4,17	3,75	2,32	0	0	3,2	4,26	4,18	1,14	0	0	2,9
Imprezy kulturalne	2,6	4,18	3,74	2,29	0	0	3,2	4,26	4,13	1,12	0	0	2,9

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

Tabela 6.2.2. Profile respondentów oceniających ofertę turystyczną województwa małopolskiego w roku 2022

Lp.	PROFIL ELEMENT OFERTY	Płeć		Kraj / Zagr		Wiek			Wykształcenie			Status materialny			Miejsce zamieszkania			Status zawodowy					średnia
		Kobieta	Mężczyzna	Kraj	Zagr	30<	31-50	51>	wyższe	średnie	poniżej średniego	bardzo dobry	dobry	średni	małe	Średnie	duże	Uczeń /student	aktywny zawodowo	bezrobotny	zajmuje się domem	Emeryt /rencista	
1	R. oferta wiejska	4,8	4,8	4,8	4,1	4,8	4,7	4,8	4,7	4,7	4,9	4,9	4,7	4,3	4,7	4,7	4,8	4,7	4,8	4,5	4,3	4,8	4,7
2	P. życzliwość	4,6	4,6	4,6	4,2	4,5	4,6	4,7	4,5	4,6	4,7	4,7	4,5	4,6	4,6	4,6	4,6	4,4	4,6	4,8	4,6	4,7	4,6
3	C. bezpiecz.	4,5	4,5	4,6	4,1	4,4	4,6	4,6	4,5	4,5	4,7	4,6	4,5	4,5	4,6	4,5	4,5	4,3	4,6	4,6	4,5	4,6	4,5
4	S. atrakcje tur.	4,6	4,5	4,6	3,8	4,4	4,6	4,7	4,5	4,6	4,7	4,7	4,5	4,5	4,6	4,5	4,5	4,3	4,6	4,5	4,5	4,7	4,5
5	A. atmosfera	4,5	4,5	4,5	4,2	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,7	4,5	4,5	4,6	4,5	4,5	4,6	4,4	4,5	4,0	4,4	4,5	4,5
6	O. usł. przewodn.	4,5	4,4	4,5	4,1	4,2	4,5	4,6	4,4	4,5	4,6	4,6	4,4	4,5	4,6	4,4	4,3	4,3	4,5	5,0	4,4	4,6	4,5
7	H. infor. tur.	4,5	4,4	4,5	4,1	4,3	4,5	4,5	4,4	4,5	4,6	4,5	4,4	4,4	4,5	4,4	4,4	4,3	4,4	4,8	4,5	4,5	4,4
8	D. czystość	4,5	4,4	4,5	4,1	4,3	4,5	4,5	4,4	4,4	4,6	4,5	4,4	4,4	4,5	4,4	4,4	4,3	4,4	4,2	4,6	4,6	4,4
9	Z. oferta letnia	4,5	4,5	4,6	3,1	4,3	4,5	4,7	4,4	4,5	4,7	4,7	4,3	4,4	4,6	4,5	4,5	4,1	4,5	4,3	4,3	4,7	4,4
10	I. oznakowanie tur.	4,4	4,4	4,5	3,8	4,3	4,5	4,5	4,4	4,5	4,6	4,6	4,4	4,3	4,5	4,4	4,4	4,3	4,5	4,6	4,3	4,5	4,4
11	B. baza nocl.	4,4	4,4	4,4	4,1	4,3	4,4	4,6	4,4	4,4	4,6	4,6	4,4	4,3	4,4	4,4	4,2	4,4	4,3	4,3	4,6	4,6	4,4
12	G. impr. kult.	4,4	4,3	4,4	4,1	4,3	4,4	4,5	4,4	4,4	4,7	4,4	4,4	4,3	4,4	4,4	4,3	4,4	4,4	4,3	4,6	4,4	4,4
13	F. gastronomia	4,4	4,4	4,4	4,0	4,3	4,4	4,5	4,4	4,4	4,6	4,5	4,3	4,4	4,4	4,4	4,3	4,4	4,0	4,4	4,5	4,5	4,4
14	T. powietrze atm.	4,5	4,4	4,5	3,9	4,4	4,5	4,6	4,4	4,5	4,6	4,6	4,4	4,4	4,4	4,4	4,2	4,5	3,5	4,2	4,5	4,5	4,4
15	E. internet WiFi	4,2	4,1	4,2	3,8	3,9	4,2	4,3	4,1	4,2	4,5	4,2	4,1	4,2	4,2	4,2	4,1	3,8	4,2	4,2	4,2	4,5	4,2
16	V. małe dzieci	4,2	4,1	4,2	4,1	4,1	4,2	4,2	4,2	4,2	4,0	4,3	4,1	4,0	4,2	4,2	4,2	4,1	4,2	3,8	4,1	4,2	4,1
17	Y. dworzec autob.	4,2	4,0	4,2	3,8	3,7	4,2	4,6	4,0	4,0	4,7	4,1	4,1	4,1	4,3	4,1	3,8	3,6	4,1	4,0	4,4	4,6	4,1
18	J. atrakcje nocne	4,1	4,1	4,2	3,7	4,1	4,1	4,2	4,0	4,2	4,5	4,3	4,0	4,1	4,1	4,1	4,2	4,1	4,1	4,3	3,8	4,3	4,1
19	AC. bezp. sanit-epid.	4,1	4,1	4,1	4,0	4,0	4,1	4,1	4,0	4,1	4,3	4,2	4,1	4,0	4,1	4,1	4,1	3,9	4,1	4,3	4,2	4,2	4,1
20	K. rozrywka	4,1	4,1	4,2	3,7	4,0	4,1	4,4	4,0	4,2	4,6	4,0	4,0	4,3	4,1	4,2	3,9	4,1	4,1	3,7	3,9	4,5	4,1
21	AA. oferta zimowa	4,0	4,2	4,1	3,8	4,3	4,2	3,7	4,1	4,2	3,7	4,2	4,0	4,2	4,0	4,1	4,2	4,3	4,1	5,0	3,9	3,5	4,1
22	W. lotnisko	4,0	3,8	4,0	3,8	3,7	4,0	4,3	3,9	3,9	3,9	4,2	3,7	4,1	4,0	3,9	3,8	4,2	3,9	4,7	3,7	3,9	4,0
23	M. transp. lokalny	3,9	3,7	3,8	3,8	3,7	3,9	4,0	3,7	3,9	3,9	3,8	3,8	3,9	3,9	3,8	3,7	3,6	3,8	4,0	3,8	4,0	3,8
24	X. dworzec kol.	3,9	3,8	3,8	3,9	3,7	3,9	4,2	3,9	3,7	3,7	4,0	3,8	3,7	3,9	3,8	3,9	3,7	3,8	3,0	3,3	4,5	3,8
25	U. udog. niepełnospr.	3,9	3,8	3,8	3,8	3,7	3,8	4,0	3,7	3,9	4,1	4,0	3,7	3,8	3,8	3,9	3,7	3,5	3,9	3,3	3,5	3,9	3,8
26	N. taxi	3,8	3,7	3,8	3,6	3,5	3,9	3,9	3,7	3,8	4,0	4,0	3,6	3,9	3,9	3,8	3,5	3,7	3,7	3,6	3,6	4,0	3,8
27	AB. parkingi	3,5	3,6	3,6	3,3	3,5	3,6	3,7	3,5	3,7	3,3	3,7	3,5	3,4	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,7	3,1	3,7	3,5
28	L. toalety	3,1	3,1	3,1	3,1	2,9	3,1	3,4	3,0	3,2	3,3	2,7	3,2	3,7	3,3	3,1	2,8	3,0	3,0	3,6	3,6	3,6	3,1
	ZWAD ¹³	4,2	4,2	4,2	3,9	4,1	4,2	4,3	4,1	4,2	4,4	4,3	4,1	4,2	4,2	4,2	4,2	4,1	4,2	4,15	4,1	4,4	4,2

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

¹³ZWAD - Zintegrowany WSKAŹNIK ATRAKCYJNOŚCI DESTYNACJI dla każdego profilu respondenta

Wydarzenia kulturalne, koncerty muzyczne oraz imprezy masowe są elementem przyciągającym turystów i w znaczący sposób wpływają na ocenę oferty turystycznej regionu. Świadczą o poziomie kultury danego miejsca czy obszaru. Jednym z zasadniczych celów tego typu wydarzeń jest zapewnienie rozrywki mieszkańcom oraz przyciągnięcie turystów i zaoferowanie zróżnicowanych form rozrywki kulturalnej. Przyznana przez gości zagranicznych ocena 4,1, a przez gości krajowych 4,4 wskazuje, że wydarzenia kulturalne w ofercie Małopolski są przygotowywane i przeprowadzane z wyczuciem oczekiwań odbiorców zagranicznych, jak i krajowych. Do tej grupy usług zaliczamy również szeroko pojęte - atrakcje nocne, ocenione przez gości zagranicznych na 3,7 i krajowych na 4,2. Opinia dotycząca dostępu do nocnych usług rozrywkowych w grupie gości krajowych zdecydowanie się poprawiła. Problem, który zaczyna być zauważalny, to zadowolenie z oferty rozrywki nocnej wyrażane przez turystów jest sprzeczne z odbiorem tej formy rozrywki przez społeczności lokalne. W tym obszarze istotne jest wypracowanie rozwiązań, które usatysfakcjonują obie strony.

Czystość otoczenia w odwiedzanym miejscu jest łatwo obserwowalna i bardzo chętnie oceniana przez odwiedzających. W 2022 r. porządek i czystość otoczenia w Małopolsce nie budziły zastrzeżeń i zostały ocenione na bardzo wysokim poziomie. Goście zagraniczni przyznali ocenę 4,1, a goście krajowi aż 4,5. Tak dobrego odbioru nie odnotowano we wcześniejszych badaniach, co może świadczyć o coraz większej dbałości o otoczenie. Należy jednak podkreślić, że bez względu na to, jaką ocenę przyznają odwiedzający, to zawsze aktualne pozostaje stwierdzenie, że czystość miast i obszarów w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie opinii o odwiedzanym regionie.

Jednym z istotnych mierników poziomu kultury odwiedzanego obszaru jest organizacja i funkcjonowanie miejsc użyteczności publicznej, do których zaliczamy toalety publiczne. Usługi te w ocenianych miejscowościach, miejscach czy obiektach Małopolski zostały uznane za odpowiednie. Goście zagraniczni i krajowi ocenili dostęp oraz czystość tych miejsc na 3,1. Pomimo akceptacji poziomu usług, warto zauważyć, że średnia ocena w ostatnich latach, to 3,3 w obu badanych grupach. Okres pandemii wymusił zwiększenie odpowiedzialności za stan sanitarny miejsc publicznych i jednocześnie uczulił korzystających na zwracanie uwagi na przestrzeganie zasad higienicznych. Dbałość o odpowiedni standard takich usług ma obecnie pierwszorzędne znaczenie.

Szczególną uwagę zwraca się również na jakość powietrza atmosferycznego. W 2022 r. ponownie pozyskiwano opinię gości na ten temat, a wyniki badań wskazują, że jakość powietrza w odwiedzanych miejscach nie budzi zastrzeżeń. Goście zagraniczni przyznali ocenę 3,9, a w odbiorze gości krajowych czystość powietrza była praktycznie bez zarzutu, co wyraziło się w ocenie 4,5. Można przyjąć, że problemy związane z czystością środowiska naturalnego obserwowane przez społeczności lokalne nie są zauważalne przez gości odwiedzających region. Wybór atrakcyjnych przyrodniczo miejsc i krótki czas pobytu wpływają na wysoki poziom ocen. Nie znaczy to, że dbałość o środowisko nie stanowi jednego z największych wyzwania każdej destynacji turystycznej.

Podczas podróży dostęp do Internetu w istotny sposób wpływa na komfort turystów. Ułatwia nawigację, umożliwia pozyskanie informacji o odwiedzanym miejscu i usługach. W opinii badanych korzystanie z usług Internetu nie stanowiło problemu. W 2022 r. goście krajowi przyznali tej usłudze ocenę 4,2, a goście zagraniczni dostępność Internetu ocenili na 3,8. W obu badanych grupach oceny te były wyższe niż przyznane w 2021 r., ale mimo to w dalszym ciągu w pełni nie zaspokajają oczekiwań turystów. Można przyjąć, że dostępność sieci internetowej jest traktowana nie jako usługa, ale jako naturalny element infrastruktury odwiedzanego miejsca.

W dotarciu do odwiedzanych miejsc duże znaczenie dla podróżnych mają miejsca obsługi pasażerów. Dworce komunikacji zbiorowej: autobusowej, kolejowej, lotniczej stanowią element ocenianej oferty regionu, a także wizytówkę miast i miejscowości i chętnie są oceniane przez podróżnych korzystających z transportu publicznego. W 2022 r. wszystkie te obiekty i urządzenia uzyskały pozytywne opinie. Dworce kolejowe goście krajowi ocenili na 3,8, a odwiedzający zagraniczni na 3,9. Dworcom autobusowym odwiedzający krajowi przyznali ocenę 4,2, a zagraniczni 3,8. Terminal lotniczy oceniony został na 4,0 przez gości krajowych i 3,8 przez zagranicznych. Zachodzące zmiany w ofercie komunikacji lotniczej, renesans połączeń kolejowych oraz coraz większe zainteresowanie usługami publicznymi środkami transportu sprawia, że sprawność usług oferowanych przez dworce/terminale będzie odgrywała coraz większe znaczenia w kompleksowej ofercie turystycznej miejsc i regionu.

Dostępność do atrakcji turystycznych w miejscu odwiedzanym i regionie w znacznym stopniu uzależniona jest od organizacji transportu lokalnego. Ocena, jakiej dokonali odwiedzający krajowi i zagraniczni, jest zbieżna i wyniosła 3,8. Należy zwrócić uwagę, że poziom usług związanych z transportem publicznym umożliwiającym dotarcie do miejsca docelowego oraz transport lokalny nie należą do najlepiej ocenianych elementów oferty turystycznej Małopolski. Udogodnienia w dostępie do atrakcji zapewniają również miejsca postojowe i parkingi. Ten element oferty turystycznej nie wzbudza szczególnego zadowolenia, a ocena 3,6 przyznana przez gości krajowych i 3,3 przez zagranicznych potwierdza tylko tę opinię.

Ocenie odwiedzających poddano także ofertę przedsiębiorstw taksówkowych ułatwiającej przemieszczanie się w obrębie odwiedzanego miejsca czy obszaru. Usługi te uzyskały ocenę 3,8, którą wystawili odwiedzający krajowi i ocenę 3,6 przyznana przez odwiedzających zagranicznych. I ta ocena w obu badanych grupach nie uległa zasadniczym zmianom. Goście korzystający z własnego transportu oceniali natomiast dostęp i poziom usług parkingowych. Ten element oferty turystycznej był poddany po raz pierwszy w 2021 r. i w aktualnych badaniach ocena była nieznacznie, ale wyższa, niż w poprzednim roku (3,8 - goście krajowi i 3,6 - goście zagraniczni).

W celu stałego podnoszenia poziomu atrakcyjności turystycznej regionu odwiedzający Małopolskę mogli wyrazić swoją opinię na temat letniej oraz zimowej oferty turystycznej. Letnia oferta turystyczna uzyskała bardzo wysokie oceny w grupie gości krajowych (4,6), ale nie wzbudziła pełnego zadowolenia wśród gości zagranicznych, którzy ocenili tę ofertę jako bardzo przeciętną (3,1), co w porównaniu do oceny 4,5 wystawionej w 2021 r. jest trudne do uzasadnienia i wymaga szczególnego zainteresowania i dalszych obserwacji. Nie uległa natomiast zmianie opinia na temat zimowej oferty turystycznej regionu, której przyznano odpowiednio oceny – 4,1 i 3,8. Należy zaznaczyć, że oceniając letnią czy zimową ofertę regionu, badani poddają ocenie pakiet usług warunkujących korzystanie z takich ofert.

Ze względu na zróżnicowane walory regionu systematycznie rozwija się turystyka rodzinna. O wyborze kierunku wyjazdu rodzinnego decydują udogodnienia oferowane dla podróżujących z dziećmi. Poddany ocenie w 2022 r. ten element oferty został bardzo pozytywnie odebrany przez odwiedzających krajowych (4,2) oraz zagranicznych (4,1). W obu przypadkach była to ocena wyższa niż w poprzednim roku badań, co może świadczyć o tym, że oferta dla turystyki rodzinnej zajmuje istotną pozycję w ofercie małopolskich usługodawców. Ważnym elementem postrzegania miejsca odwiedzanego są również udogodnienia dla osób niepełnosprawnych. W tym aspekcie oferta turystyczna Małopolski także jest pozytywnie odbierana i oceniona została przez gości krajowych i zagranicznych na 3,8.

Zagrożenia epidemiologiczne oraz trwająca wojna w sąsiedniej Ukrainie bardzo wyraźnie oddziałuje na turystów podejmujących decyzję o wyborze kierunku wyjazdu. Dlatego opinia gości na temat bezpieczeństwa w miejscu odwiedzanym, co w konsekwencji składa się na ocenę bezpieczeństwa w całej Małopolsce, ma istotne znaczenie w kształtowaniu wizerunku regionu i promocji odwiedzanych miejsc. Należy zatem wyraźnie podkreślić i rozpowszechniać informacje, że goście czują się podczas pobytów w Małopolsce bardzo bezpiecznie, co pokazuje ocena aż 4,6 wystawiona przez odwiedzających krajowych i ocena ta należy do najwyższych ocen wystawionych składowym elementom oferty turystycznej regionu. Również wysoko (4,1) poziom bezpieczeństwa ocenili goście zagraniczni, którzy przed przyjazdem do Małopolski odbierali poziom zagrożenia zdecydowanie mocniej niż podróżni krajowi. Uzasadnione wydaje się, że taka dobra opinia odwiedzających dotycząca bezpieczeństwa powinna być wykorzystywana w promocji turystycznej. Oprócz generalnej oceny bezpieczeństwa w 2022 r. pozyskiwano również opinie dotyczące poziomu bezpieczeństwa sanitarno-epidemiologicznego. Odwiedzający w obu badanych grupach uznali działania zabezpieczające jako odpowiadające ich oczekiwaniom, a oceny tych działań były wyższe niż w 2021 r. Goście krajowi przyznali oceny 4,1, a zagraniczni 4,0, co świadczy o tym, że zabezpieczenia w tym obszarze utrwały się i utrzymują się na odpowiednim poziomie.

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski w 2022 r. dokonana przez odwiedzających krajowych wypadła generalnie we wszystkich obszarach zdecydowanie lepiej niż w 2021 r. Ocena gości zagranicznych w 2022 r. kształtowała się na poziomie oceny średniej uzyskanej w latach 2018-2022. Można przyjąć, że w czasie zagrożenia epidemiologicznego i konfliktu zbrojnego w Ukrainie, problemów i niepewności związanych z przygotowaniem i świadczeniem usług, branża turystyczna i władze regionu poczyniły starania, aby dostosować ofertę do aktualnych warunków i zapewnić odwiedzającym odpowiedni zakres usług.

Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku

Do kluczowych elementów składowych oferty turystycznej regionu należy zakres i poziom oferowanych przez dostawców usług. W odbiorze tych usług przez odwiedzających, bardzo ważną rolę pełni relacja ceny do jakości świadczenia. Odwiedzający Małopolskę w 2022 r., tak jak w badaniach w latach 2018-2021, mieli możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.

Tabela 7.1.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku

Kraj			CENY DO JAKOŚCI	Zagranica		
1 - wysokie	2 - odpow.	3 - niskie	2022	1 - wysokie	2 - odpow.	3 - niskie
22,6%	74,6%	2,8%	Noclegi	14,9%	63,0%	22,1%
34,9%	63,4%	1,7%	Gastronomia	10,7%	61,5%	27,8%
8,3%	86,7%	5,0%	Teatr, kino, muzea	12,3%	63,0%	24,7%
6,2%	85,4%	8,4%	Przewodnik	15,7%	63,2%	21,1%
25,2%	65,2%	9,6%	Transport lokalny	9,6%	58,8%	31,6%
29,8%	61,1%	9,1%	Taxi	14,4%	52,3%	33,3%
13,3%	76,8%	9,9%	Imprezy kulturalne	13,6%	59,1%	27,3%
3,3%	67,5%	29,2%	Baza sportowa	9,3%	81,4%	9,3%
11,2%	84,7%	4,1%	Kluby, puby, dysk.	13,6%	61,4%	25,0%
18,7%	67,7%	13,6%	Atrakcje turystyczne	10,4%	66,6%	23,0%
20,7%	64,7%	14,6%	Parkingi	22,1%	60,3%	17,6%
10,9%	84,8%	4,3%	Inne	0,0%	0,0%	0,0%
17,1%	73,5%	9,4%	OGÓŁEM	13,3%	62,8%	23,9%

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

Niezmiennie, bardzo chętnie goście zagraniczni i krajowi dzielą się swoją opinią na temat stosunku cen do jakości świadczonych usług. Należy zauważyć, że bez względu na deklarowany cel przyjazdu, podstawowe w turystyce usługi i dostępne atrakcje podlegają ocenie gości zarówno tych, którzy z nich korzystali, jak i tych, którzy opinię kształtują na podstawie obserwacji cen lub przekazu innych osób.

W 2022 r. 74,6% turystów krajowych (osób nocujących) i 63,0% zagranicznych uznało relację cen w stosunku do oferowanych usług noclegowych w Małopolsce jako odpowiednią. Na podkreślenie zasługuje fakt, że po raz kolejny znacznie zmniejszyła się rozbieżność opinii badanych grup we wskazaniach uznających ceny za zbyt wysokie w stosunku do jakości usług. Odsetek wskazań, że ceny są wysokie, wyniósł 22,6% wśród gości krajowych i 14,9% wśród zagranicznych. Duża rozbieżność utrzymuje się natomiast w opiniach uznających ceny usług noclegowych za ceny niskie. Taką opinię wyraziło jedynie 2,8% gości krajowych i aż 22,1% gości zagranicznych. Należy zauważyć, że opinia turystów krajowych i zagranicznych dotycząca relacji cen do jakości usług noclegowych jest zróżnicowana, ale w znacznym odsetku uznająca te relacje za odpowiednie.

Noclegi	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	26,6%	16,9%	21,4%	38,0%	22,6%	10,6%	7,6%	9,5%	32,0%	14,9%
2 odpowiednie	69,8%	73,5%	75,6%	61,2%	74,6%	71,8%	73,2%	68,8%	65,9%	63,0%
3 ceny niskie	3,6%	9,6%	3,1%	0,8%	2,8%	17,6%	19,2%	21,7%	2,1%	22,1%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

W zakresie cen usług gastronomicznych w stosunku do jakości świadczeń, w 2022 r. w grupie gości krajowych 63,4% uznało te relacje za odpowiednie i było to o 20% więcej wskazań niż w 2021 r. W grupie gości zagranicznych opinię taką wyraziło 61,5% w stosunku do 45,6% badanych w roku ubiegłym. Warto zatem podkreślić, że oferta gastronomiczna jest w znacznej mierze dostosowana do obu badanych grup. Jednak dla 34,9% gości krajowych usługi gastronomiczne są za drogie w stosunku do jakości świadczeń. Takie zdanie podziela tylko 10,7% klientów zagranicznych. Dla znacznego odsetka gości zagranicznych (27,8%), pomimo inflacji, ceny w lokalach gastronomicznych w dalszym ciągu są niskie. Tylko 1,7% respondentów krajowych podziela takie zdanie. Dla 3,8% gości zagranicznych ceny usług gastronomicznych były niskie w stosunku do poziomu świadczonych usług. Niemniej jednak oferta gastronomiczna Małopolski w 2022 r. była akceptowana przez obie grupy odwiedzających.

Gastronomia	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	23,3%	17,3%	25,1%	55,7%	34,9%	7,7%	5,7%	10,2%	50,6%	10,7%
2 odpowiednie	73,1%	72,2%	71,4%	43,5%	63,4%	67,5%	65,5%	64,2%	45,6%	61,5%
3 ceny niskie	3,7%	10,5%	3,4%	0,8%	1,7%	24,7%	28,8%	25,6%	3,8%	27,8%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uznawane i dobrze oceniane atrakcje turystyczne Małopolski, a w szczególności ich odpłatna dostępność, zdaniem 67,7% gości krajowych jest właściwie wyceniona przez gestorów tych atrakcji. Takie samo zdanie mieli również odwiedzający zagraniczni (66,6%). Dla 18,7% badanych gości krajowych ceny za dostęp do atrakcji, w stosunku do ich oferty, okazały się jednak wysokie. Pogląd taki podzielało 10,4% gości zagranicznych. Wyraźnym zmianom, w obu badanych grupach, uległ odsetek wskazań uznających ceny jako niskie w relacji do oferty. Taką opinię wyraziło 13,6% odwiedzających krajowych i 23% zagranicznych. Oferta tej sfery usług jest bardzo zróżnicowana, a zatem opinie też ulegają zmianie. Poziom akceptacji w obu badanych grupach jest zbliżony, co świadczy o właściwej relacji cen do jakości usług.

Wstępy do atrakcji	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	18,6%	11,7%	21,0%	50,3%	18,7%	9,8%	5,1%	9,0%	18,9%	10,4%
2 odpowiednie	73,5%	72,9%	73,0%	48,8%	67,7%	68,6%	70,5%	72,9%	80,1%	66,6%
3 ceny niskie	7,9%	15,4%	5,9%	0,9%	13,6%	21,5%	24,3%	18,1%	1,0%	23,0%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Oferta dyskotek, pubów, klubów w 2022 r., nie była już tak ograniczona jak w latach 2020-2021. Korzystający z tej formy rozrywki goście krajowi w zdecydowanej większości (84,7%) uznali, że ceny są dostosowane do usług. Taką opinię wyraziło również 61,4% gości zagranicznych. W obu badanych grupach porównywalny był również odsetek osób uznających ceny usług oferowanych przez kluby, dyskoteki, puby za zbyt wysokie w stosunku do świadczeń (krajowi 11,2% – zagraniczni 13,6%). Takiej zgodności nie odnotowano w poprzednich latach badań. Dużą rozbieżność możemy odnotować

w opiniach uznających ceny tych usług za niskie. Zdanie takie wyraziło 4,1% badanych krajowych, ale aż 25% zagranicznych.

Kluby	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	21,9%	21,8%	24,5%	44,8%	11,2%	8,8%	6,5%	10,9%	39,7%	13,6%
2 odpowiednie	71,0%	63,7%	70,1%	52,0%	84,7%	61,5%	64,6%	66,7%	55,5%	61,4%
3 ceny niskie	7,1%	14,5%	5,5%	3,2%	4,1%	29,7%	28,9%	22,4%	4,8%	25,0%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Imprezy kulturalne, wydarzenia, to istotny element oferty turystycznej każdej destynacji. Zdaniem 76,8% gości krajowych usługi te były właściwie wycenione w stosunku do ich jakości oferty. Dla 9,9% badanych z tej grupy proponowane ceny były niskie w stosunku do usługi, a 13,3% było odmiennego zdania uznając, że ceny są wysokie. Wśród gości zagranicznych odsetek uznających ceny za odpowiednie wynosił 59,1%, co wynikało z faktu, że aż 27,3% uznało ceny za niskie w stosunku do poziomu świadczonych usług. Odwiedzający zagraniczni uznający, że ceny są wysokie, wyrazili swoją opinię w porównywalnym odsetku do gości krajowych (13,6%). Można zaobserwować, że o ile dla gości krajowych oferta jest odpowiednio przygotowana, to dla gości zagranicznych wydarzenia kulturalne w regionie są w dalszym ciągu stosunkowo tanie.

Imprezy	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	15,9%	12,6%	19,9%	27,9%	13,3%	7,0%	6,6%	4,7%	17,4%	13,6%
2 odpowiednie	76,7%	68,9%	73,7%	68,6%	76,8%	67,4%	65,5%	77,9%	57,0%	59,1%
3 ceny niskie	7,4%	18,5%	6,4%	3,5%	9,9%	25,6%	27,9%	17,4%	25,6%	27,3%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

W 2022 r. ocena jakości oferty obiektów muzealnych, kin i teatrów w Małopolsce w stosunku do cen biletów, w grupie gości krajowych została uznana za odpowiednią przez 86,7% badanych. Nieznaczny odsetek uznał ceny za niskie (5%), również nieznaczny odsetek wskazał, że ceny nie są odpowiednie, ale wysokie (8,3%). Także zdaniem gości zagranicznych ceny wstępów do instytucji kultury są odpowiednie, co uznało 63% badanych. Różnica pomiędzy opiniami gości krajowych i zagranicznych w pełni akceptujących ceny w stosunku do jakości, wynika z tego powodu, że dla 24,7% gości zagranicznych ceny są jednak niskie w stosunku do oferty. Na uwagę zasługuje również to, że podobnie jak w poprzednim roku badań, odsetek gości zagranicznych uznających ceny za wysokie w stosunku do oferowanych usług był wyższy niż gości krajowych i wynosił 12,3%.

Muzeum Teatr Kino	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	15,2%	11,35%	24,5%	34,2%	8,3%	9,85%	5,05%	4,5%	37,1%	12,3%
2 odpowiednie	76,7%	71,05%	69,85%	61,4%	86,7%	66,35%	65,0%	73,8%	46,3%	63,0%
3 ceny niskie	8,1%	17,6%	5,7%	4,4%	5,0%	23,8%	29,95%	21,7%	16,6%	24,7%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pozyskanie opinii dotyczącej bazy sportowo-rekreacyjnej w Małopolsce jest ograniczone, ponieważ podobnie jak w przypadku kin, teatrów czy imprez kulturalnych, oferta tych obiektów nie stanowi istotnego zainteresowania i rzadko jest wskazywana jako cel przyjazdu. Wyrażający opinie goście krajowi w 67,5% uznali ceny w stosunku do oferty za odpowiednie i podobne zdanie wyraziło aż 81,4% badanych gości zagranicznych. Tak jak w przypadku oceny oferty muzeów, kin, teatrów w 2022 r.

większy odsetek gości zagranicznych niż krajowych wskazał, że ceny bazy sportowo-rekreacyjnej są wysokie w stosunku do oferty (odpowiednio 9,3% i 3,3%). Również opinie gości krajowych (29,2%) wskazujące na ceny niskie były częściej formułowane niż gości zagranicznych (9,3%). Takie proporcje dotychczas nie występowały w żadnych z ocenianych usługach.

Baza sportowa	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	18,6%	17,4%	21,7%	48,0%	3,3%	8,9%	5,3%	6,2%	45,1%	9,3%
2 odpowiednie	74,8%	67,4%	71,8%	50,1%	67,5%	67,4%	64,3%	76,3%	35,4%	81,4%
3 ceny niskie	6,6%	15,1%	6,6%	1,9%	29,2%	23,8%	30,5%	17,5%	19,5%	9,3%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

W promocji regionu ważną rolę odgrywają usługi przewodników turystycznych. Opinie gości krajowych na temat cen za usługi przewodnickie w stosunku do ich jakości odzwierciedla 85,4% wskazań, że ceny tych usług są odpowiednio ustalone. Podobne zdanie miało 63,2% gości zagranicznych. Uznających ceny za wysokie w stosunku do usług, jakie oferują przewodnicy, było tylko 6,2% i jest to bardzo niski odsetek wskazań, znacznie niższy od poziomu wskazań gości zagranicznych, który w tym względzie wynosił 15,7%. To kolejna usługa, która w mniejszym stopniu jest akceptowana przez gości zagranicznych niż krajowych. Proporcje w opiniach gości zagranicznych (21,1% wskazań) w stosunku do krajowych (8,4%) uznających ceny za ceny niskie w stosunku do usług zostały zachowane. Warto jednak podkreślić, że w 2022 r. podobnie jak w latach poprzednich tylko niewielka grupa odwiedzających korzystała z usług przewodników miejskich, górskich czy oprowadzających po obiektach.

Przewodnicy	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	15,2%	10,7%	23,8%	44,3%	6,2%	9,4%	5,9%	4,7%	29,1%	15,7%
2 odpowiednie	76,4%	69,6%	69,3%	54,0%	85,4%	70,3%	63,8%	73,6%	62,4%	63,2%
3 ceny niskie	8,3%	19,7%	6,9%	1,7%	8,4%	20,3%	30,3%	21,7%	8,5%	21,1%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ceny usług transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski, jak i umożliwiającego poruszanie się po jej obszarze są zawsze chętnie poddawane ocenie zarówno przez gości krajowych jak i zagranicznych. Goście krajowi w 65,2% uznali, że ceny są odpowiednie w stosunku do świadczonych usług i w niewiele mniejszym odsetku taką opinię wyrazili goście zagraniczni (58,8%). Różnice w opiniach wyraźnie zaznaczone są we wskazaniach na ceny niskie w stosunku do oferty. Dla 31,6% gości zagranicznych tych usług ceny są niskie i tylko dla 9,6% wysokie. Goście krajowi natomiast w 25,2% wskazali, że ceny są wysokie i tylko 9,6% uznali ceny za niskie w stosunku do usług.

Transport	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	15,1%	12,3%	20,5%	36,9%	25,2%	5,9%	4,8%	5,9%	31,7%	9,6%
2 odpowiednie	74,1%	69,9%	74,2%	62,0%	65,2%	59,9%	57,5%	61,0%	67,3%	58,8%
3 ceny niskie	10,9%	17,8%	5,4%	1,1%	9,6%	34,2%	37,7%	33,1%	1,0%	31,6%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Przedsiębiorstwa taksówkowe stanowią element transportu lokalnego. Zdaniem gości krajowych, którzy korzystali z usług sieci taksówkowych, ceny w stosunku do jakości usług są odpowiednie (61,1%). Dla 29,8% relacja ta została ustalona niewłaściwie i uznali ceny za wysokie. Wskazań na ceny niskie odnotowano 9,1%. W grupie badanych gości zagranicznych 52,3% uznało ceny za odpowiednie i opinie

takie utrzymują się na podobnym poziomie w ostatnich latach. Odsetek wskazujących na niski poziom cen w stosunku do usługi był w 2022 r. znaczny i wyniósł 33,3%.

Taxi	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	b.d.	24,8%	26,1%	50,5%	29,8%	b.d.	12,8%	14,8%	25,0%	14,4%
2 odpowiednie	b.d.	59,0%	68,6%	44,1%	61,1%	b.d.	60,4%	58,5%	56,3%	52,3%
3 ceny niskie	b.d.	16,2%	5,3%	5,4%	9,1%	b.d.	26,7%	26,8%	18,7%	33,3%
Ogółem		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

W 2022 r. po raz drugi z rzędu poddano ocenie relacje cen do oferowanych usług parkingowych i postojowych. Goście krajowi w 64,7% uznali, że ceny w stosunku do oferty w odwiedzanych miejscach Małopolski są odpowiednie. Przez 20,7% uznane były za ceny wysokie, a przez 14,6% za ceny niskie. Wśród gości zagranicznych również dominowała opinia, że relacje cen do jakości są odpowiednie (60,3%). Odsetek wskazań na ceny wysokie, a także na ceny niskie był porównywalny z ocenami gości krajowych.

Parkingi	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22
1 ceny wysokie	b.d.	b.d.	b.d.	60,9%	20,7%	b.d.	b.d.	b.d.	34,4%	22,1%
2 odpowiednie	b.d.	b.d.	b.d.	37,3%	64,7%	b.d.	b.d.	b.d.	64,9%	60,3%
3 ceny niskie	b.d.	b.d.	b.d.	1,8%	14,6%	b.d.	b.d.	b.d.	0,7%	17,6%
Ogółem				100,0%	100,0%				100,0%	100,0%

Poddając analizie opinie na temat cen poszczególnych usług w stosunku do poziomu świadczeń, należy odnotować, że w 2022 r. dla obu badanych grup poziom oferowanych usług w stosunku do cen był odpowiednio ustalony. Zmniejsza się również różnica w zasobności turystów zagranicznych i krajowych, co obrazują prezentowane zestawienia opinii respondentów. Wyniki badań wskazują na pewną stabilizację rynku usług turystycznych w regionie.

Tabela 7.1.2. Wskaźniki - ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku - formatowanie kolorem

Pyt.13	noclegi	gastronomia	teatr, kino	przewodnik	transp.lok.	taxi	impr. kult	baza sport.	kluby, puby	atr.tur	parkingi	inne
2021	0,40	0,60	0,30	0,46	0,39	0,57	0,27	0,48	0,44	0,57	0,65	0,06
2022	0,17	0,30	0,02	-0,02	0,08	0,08	0,00	-0,25	0,05	0,04	0,06	0,09
22-21	-0,23	-0,30	-0,29	-0,48	-0,31	-0,49	-0,26	-0,73	-0,39	-0,53	-0,59	0,03

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

Podkreślić należy, że w 2022 r. skokowo wzrósł odsetek badanych uznających, że w stosunku do jakości świadczeń ceny prawie wszystkich usług są (odpowiednie) akceptowalne. W powyższej tabeli 7.1.2 wartości (stany koloru ceglastego) ujemne oznaczają ceny niskie, wartości oscylujące w okolicy zera (stany koloru żółtego) oznaczają ceny odpowiednie (akceptowalne) a wartości dodatnie (stany koloru zielonego) oznaczają ceny wysokie. W analizowanym roku 2022 ceny oscylują bardzo blisko zera, jedynie gastronomia (0,30) i noclegi (0,17) są po stronie cen wyższych niż akceptowalne, jednak należy zauważyć, że w stosunku do roku poprzedniego ceny w obu kategoriach usług opadły bardzo wyraźnie, gastronomia o (- 0,23) a noclegi o (-0,30).

Tabela 7.1.3. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku - formatowanie kolorem

KRAJ 2022			OCENA USŁUG OGÓŁEM	ZAGRANICA 2022		
1 ceny wysokie	2 ceny odpowiednie	3 ceny niskie		1 ceny wysokie	2 ceny odpowiednie	3 ceny niskie
17,1%	73,5%	9,4%	ŚREDNIA OGÓŁEM	13,3%	62,8%	23,9%

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

Rozdział 8. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku¹⁴

8.1. Uwagi wstępne

Pytanie dotyczące największych atrakcji turystycznych w Małopolsce ma nietypową konstrukcję. Po pierwsze, można wskazywać nie więcej niż 3 miejsca. Ponadto każda odpowiedź powinna mieć 2 składowe: co (?) jest wskazywaną atrakcją (nazwa obiektu), gdzie (?) ta atrakcja jest zlokalizowana (nazwa miejscowości).

Formy odpowiedzi są rozmaite. Niektóre z nich zawierają obydwie składowe, a niektóre tylko jedną składową – albo nazwę miejscowości będącej atrakcją (np. Kraków, Zakopane), albo nazwa obiektu (np. Wawel, Krupówki). Jeżeli nazwa obiektu była unikatowa (np. Wawel, Sukiennice) to można było odpowiedź uzupełnić o nazwę miejscowości. Jeżeli obiekt nie był unikatowy (np. Teatr, Zamek, zabytkowy kościół) to, korzystając z informacji o lokalizacji miejsca, w udzielanej odpowiedzi uzupełniano odpowiedź o nazwę tego miejsca. Natomiast jeżeli w danej miejscowości nie było wymienianego obiektu, to odpowiedź respondenta pozostawiano bez zmian (tylko nazwa obiektu).

Tak więc odpowiedź na pytanie o największe atrakcje turystyczne może być albo dwuelementowa (nazwa miejscowości i nazwa obiektu) albo jednoelementowa (tylko nazwa miejscowości lub tylko nazwa obiektu). W rezultacie odpowiedzi na pytanie o atrakcje turystyczne dla każdego respondenta ujmowane są w bazie danych w 9 informacjach:

- atrakcja A: (1) nazwa miejsca (4) nazwa obiektu (7) nazwa miejsca i obiektu
- atrakcja B (2) nazwa miejsca (5) nazwa obiektu (8) nazwa miejsca i obiektu
- atrakcja C: (3) nazwa miejsca (6) nazwa obiektu (9) nazwa miejsca i obiektu

Jeżeli respondent wykorzystał w odpowiedzi tylko jej trzecią formę (7, 8, 9) to na jej podstawie wprowadzono do bazy dwie pierwsze formy danych. Natomiast, jeżeli w odpowiedzi była wykorzystana tylko pierwsza (1, 2, 3) lub tylko druga forma (4, 5, 6) to na podstawie dodatkowych informacji udzielonych przez respondenta starano się uzupełnić odpowiedź o jej trzecią formę (7, 8, 9). Jeżeli takich informacji nie było, pozostawiano odpowiedź bez zmian.

Analizie poddaje się nie tylko informacje ujęte w trzeciej formie, ale także informacje w formie pierwszej. Analizując dane w formie [nazwa miejsca i obiektu] uzyskuje się ocenę atrakcyjności obiektów turystycznych w Małopolsce. Natomiast dane w formie [nazwa miejsca] pozwalają na ocenę atrakcyjności turystycznej poszczególnych miejscowości. Ocena ta wyrażona jest liczbą obiektów wskazanych jako atrakcyjne, co jest znacznym uproszczeniem problemu. Podobne zastrzeżenia można zgłosić do oceny atrakcyjności obiektów turystycznych na podstawie danych w formie [nazwy obiektów]. Tym niemniej warto jest mieć wgląd do wyników analizy wszystkich 3 form danych, pamiętając o braku pełnej porównywalności analizowanych miejsc i obiektów turystycznych.

Problem braku porównywalności danych w trakcie ich agregacji ma tu ogromne znaczenie. Wawel, dorożki konne, piwko na deptaku mają w analizach jednakową wagę. Rozwiązanie tego problemu mogłoby polegać na ustaleniu metodą ekspertów zróżnicowanych wag dla wszystkich zgłoszonych atrakcji. Można także stosować uproszczoną metodę ważenia, w której w pytaniu ankietowym podana byłaby informacja, że zgłaszane atrakcje należy podawać poczynając od atrakcji największej. Jeszcze inna metoda ważenia atrakcji polega na poproszeniu respondentów o podawanie przy każdej atrakcji oceny ich znaczenia w skali np. od 1 do 5, od 1 do 10, od 1 do 100 itd.

¹⁴ Rozszerzenie rozdziału znajduje się w podrozdziale 13.2 w Aneksie.

8.2. Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce

Zebrane w trakcie badań ruchu turystycznego w Małopolsce informacje na temat największych atrakcji turystycznych w roku 2022 (pytanie 18) można podzielić na 3 kategorie:

- dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych (gdzie?) bez względu na kategorie atrakcji,
- dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych (co?) bez względu na ich lokalizację,
- dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych w powiązaniu z ich lokalizacją w poszczególnych MIEJSCOWOŚCIACH (co? i gdzie?).

Informacje na temat liczby atrakcji zlokalizowanych w poszczególnych miejscowościach zebrane są w tab. 8.2.1. Miejscowości uporządkowane są wg malejącej liczby wskazań atrakcji przez respondentów (N). Z podanych statystyk wynikają następujące wnioski.

- Ogółem zgłoszono 10923 atrakcji turystycznych. Ponieważ liczba respondentów wynosiła 5115, oznacza to, że średnio biorąc respondenci zgłaszali 2 atrakcje ($10923/5115=2,1$).
- Liczba wszystkich możliwych zgłoszeń wynosiła $3*5115=15345$. Ogólny udział procentowy zgłoszeń wynosił $10923/15345=71,2\%$. Liczba niewypełnionych zgłoszeń wynosiła $15345-10923=4422$ to jest $4422/15345=28,2\%$.
- Liczba respondentów, którzy nie zgłosili żadnej atrakcji, wynosiła $4422/3=1474$ to jest $1474/5115=28,8\%$ wszystkich respondentów.

W poszczególnych kolumnach tab. 8.2.1. podano następujące informacje:

- ogólna liczba zgłoszonych atrakcji zlokalizowanych w danej miejscowości (N);
- udziały procentowe wskazanych atrakcji (%N);
- liczba zgłoszeń atrakcji wymienianych co najmniej przez 5 respondentów (N>5);
- liczba unikatowych atrakcji wymienianych przez mniej niż 5 respondentów (N<5);
- udziały procentowe zgłoszeń atrakcji unikatowych (%N<5).

Tabela 8.2.1. Liczba atrakcji turystycznych w przekroju miejscowości

L.p.	cowość	N	%N	N>5	N<5	%N<5
1	Krynica-Zdrój	1423	13,0%	1322	101	7%
2	Kraków	888	8,1%	735	153	17%
3	Szczawnica	819	7,5%	707	112	14%
4	Niedzica/Czorsztyn	738	6,8%	501	237	32%
5	Gródek nad Dunajcem	724	6,6%	615	109	15%
6	Białka Tatrzańska	684	6,3%	662	22	3%
7	Oświęcim	677	6,2%	582	95	14%
8	Zakopane	674	6,2%	609	65	10%
9	Zawoja	625	5,7%	565	60	10%
10	Chochołów	546	5,0%	513	33	6%
11	Tarnów	480	4,4%	342	138	29%
12	Rabka-Zdrój	462	4,2%	413	49	11%
13	Nowy Targ	459	4,2%	434	25	5%
14	Wieliczka	454	4,2%	417	37	8%
15	Zator	419	3,8%	361	58	14%
16	Olkusz	401	3,7%	311	90	22%
17	Ojców	284	2,6%	215	69	24%
18	Pozostałe	166	1,5%	24	142	86%
	Suma	10923	100,0%	9328	1595	15%

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

Jak można zauważyć, respondenci wskazali na atrakcje zlokalizowane w 24 miejscowościach (18 pozycji w tab. 8.2.1). Najwięcej zgłoszonych atrakcji (13%) zlokalizowanych było w Krynicy-Zdroju, na drugim miejscu jest Kraków (8,1%) a na trzecim – Szczawnica (7,5%). Pozostała liczba atrakcji jest niewielka i wyraźnie odbiega *in minus* od liczby atrakcji zlokalizowanych w miejscowościach wymienionych w tab. 8.2.1. Poza tym są to zazwyczaj atrakcje unikatowe. Dlatego też te atrakcje turystyczne wymagają innego podejścia. Wskazanie jest ich wyłączenie z analiz ze względu na możliwość uzyskania niewiarygodnych wyników z powodu niewielkiej liczby obserwacji.

Kolejna tabela (tab. 8.2.2) zawiera nazwy wskazanych atrakcji turystycznych oraz liczby respondentów rekomendujących te atrakcje. W tabeli podano nazwy atrakcji wskazanych przez więcej niż 5 respondentów. Atrakcje uporządkowane są malejąco wg liczby wskazań. Łączna liczba wskazanych przez pojedynczych respondentów obiektów turystycznych wynosi 745. Ponad 40% z nich było wymienionych przez pojedynczych respondentów (312/745=41,9%). Najczęściej wymienianymi atrakcjami były góry (403), Auschwitz (384) oraz Wawel (306).

Tabela 8.2.2. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności powyżej 5

Obiekt	N	Obiekt	N	Obiekt	N
Góry	403	Kościóły	31	Kompleks Inwałd	12
Auschwitz	384	Tor Saneczkowy	31	Muzeum	12
Wawel	306	Ojcowski Park Narodowy	31	Bary i Puby	11
Deptak	297	Jaworzyna Krynicka	31	Ścieżki rowerowe	11
Zakopane	296	Natura	31	Schronisko Stare Wierchy	11
Gorczański Park Narodowy	261	Małpia Wyspa	31	Kalwaria Zebrzydowska	11
Rynek Główny	250	Stary Dom Zdrojowy	31	Lanckorona	11
Pijalnia Wód	240	Nowy Targ	31	Nowy Sącz	11
Kraków	221	Kolejka	30	Schronisko na Luboniu	11
Termy	213	Markowe Szczawiny	30	Zamek w Ogrodzieńcu	11
Tatry	192	Rabka-Zdrój	29	Jeziora	10
Kopalnia Soli	188	Zamki	27	Hotel	10
Krupówki	188	Parki Narodowe	26	ZOO	10
Szczawnica	174	Kościół Mariacki	25	Ruiny Zamku	10
Stare Miasto	172	Rysy	24	Zamek Bobolice	10
Góra Parkowa	150	Centrum	24	Słotwiny Arena	10
Park Wodny	149	Zalipie	24	Zamek Rabsztyn	10
Jezioro Rożnowskie	147	Kasprowy Wierch	24	Muzeum Nikifora	10
Wieża Widokowa	136	Ratusz	24	Krynica	10
Babia Góra	135	Róża Wiatrów	23	Dolina Kościeliska	9
SPA	122	Wyjazd ze znajomymi	21	Wyjście ze znajomymi	9
Energylandia	119	Schronisko PTTK Turbacz	21	Sklepy	9
Beskidy	106	Babiogórski Park Narodowy	21	Kolejka Linowa	9
Morskie Oko	105	Gródek nad Dunajcem	21	Zabytkowe Kościoły	9
Kładka w Koronach Drzew	102	Kraków nocą	20	Puby	9
Turbacz	101	Widoki	20	Oświęcim	9
Uzdrowisko	93	Maciejowa	20	Orla Perć	9
Kluby	90	Katedra	19	Wyjazd z rodziną	9
Spływ Dunajcem	90	Zapora	19	Teatr	9
Pustynia	84	Dolina Pięciu Stawów	19	Zabytki	9
Restauracje	80	Jaskinie	19	Lody	9
Przyroda	79	Kolejka	19	Punkt Widokowy	9
Zamek Pieskowa Skała	76	Aquapark	18	Dębno	9
Kazimierz	76	Czorsztyn	18	Sromowce Niżne	9
Gubałówka	74	Rollercoastery	18	Kościół w Dębnie	9
Zawoja	73	Diablak	18	Schronisko PTTK na Maciejowej	9
Niedzica	70	Park Narodowy	18	Jedzenie	8
Tarnów	69	Dolina	17	Rabkoland	8

Obiekt	N	Obiekt	N	Obiekt	N
Termy Bania	69	Rowerki wodne	17	Mosorny Groń	8
Sukiennice	65	Brama Krakowska	17	Parki Rozrywki	8
Zamek w Niedzicy	62	Góra św. Marcina	17	Banialuka	8
Trzy Korony	61	Dinoland	17	VeloDunajec	8
Zadra	61	Masaże i fizjoterapia	17	Nocne życie	8
Hyperion	61	Promenada	17	Stare Miasto w Tarnowie	8
Wieliczka	61	Czarny Potok	16	Muzeum Etnograficzne	8
Wypoczynek	61	Fontanny	16	Dom rodzinny	7
Palenica	61	Dolina Prądnika	16	Zapora	7
Krynica-Zdrój	60	Bochnia	16	Dolina Chochołowska	7
Regeneracja	59	Spływ kajakowy	16	RMF	7
Park	58	Jaskinia Ciemna	16	Parki	7
Białka Tatrzańska	58	Termy i SPA	16	Ogrody Papieskie	7
Sokolica	56	Brzezinka	16	Zamek w Czorsztynie	7
Homole	53	Bulwary Wiślane	16	Jezioro Czorsztyńskie	7
Relaks	52	Park Strzelecki	15	Hala Krupowa	7
Szlaki Turystyczne	50	Wisła	15	Kiczora	7
Zamek	49	Dunajec	15	Czermna	7
Rynek	48	Park Miniatur	15	Doliny	7
Urlop	46	Aqualantis	15	Krajobraz	7
Rynek w Oświęcimiu	46	Zapora w Niedzicy	15	Park Zdrojowy	7
Skocznia Narciarska	44	Formuła	14	Zamek Tenczyn	6
Maczuga Herkulesa	44	Bazylika Mariacka	14	Baseny	6
Beskid Żywiecki	41	Schronisko Markowe Szczawiny	14	Kościół Podole	6
Czubatka	39	Soła	14	Dworzec	6
Lasy	38	Polica	14	Jura Krakowsko-Częstochowska	6
Pieniński Park Narodowy	37	Jezioro	13	Sanatorium	6
Beskid Wyspowy	37	Park linowy	13	Kopiec Kościuszki	6
Dom Zdrojowy	37	Zatorland	13	Biecz	6
Ojców	36	Winnica	13	Wszystko	6
Muzea	36	Muszyna	13	Muzeum w Oświęcimiu	6
Chochołów	34	Planty	13	Krościenko nad Dunajcem	6
Abyssus	34	Zakrzówek	12	Bieg po szlaku	6
Wadowice	34	Gorce	12	Kudłoń	6
Luboń Wielki	33	Czarny Staw	12	Niepołomice	6
Giewont	33	Ogród Żywiołów	12	Zator	6
Rynek w Tarnowie	32	Wodospad	12	Ogrody Biblijne	6

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

Ostatnie zestawienie atrakcji turystycznych przedstawione jest w tab. 8.2.3. Atrakcje uporządkowane są tutaj wg malejącej liczby wskazań obiektów turystycznych w ramach poszczególnych miejscowości, które są także uporządkowane wg malejącej liczby sumy wskazań obiektów zlokalizowanych w poszczególnych miejscowościach. W tabeli zamieszczono tylko atrakcje wskazane przez więcej niż 5 respondentów.

Tabela 8.2.3. Atrakcje uporządkowane wg liczby wskazań w ramach miejscowości

Miejscowość Obiekt	N	Miejscowość Obiekt	N	Miejscowość Obiekt	N
Krynica-Zdrój	1307	Gródek nad Dunajcem	570	Nowy Targ	432
Deptak	295	Jezioro Rożnowskie	136	Gorczański Park Narodowy	150
Pijalnia Wód	199	Zakopane	41	Turbacz	71
Góra Parkowa	150	Góry	37	Góry	49
Wieża Widokowa	123	Kraków	36	Zakopane	22
Kładka w Koronach Drzew	102	Małpia Wyspa	31	Natura	20
Uzdrowisko	92	Szczawnica	30	Beskidy	18
Dom Zdrojowy	37	Tatry	24	Schronisko PTTK Turbacz	18

Miejscowość	Obiekt	N	Miejscowość	Obiekt	N	Miejscowość	Obiekt	N
	Park	34		Krynica-Zdrój	24		Przyroda	17
	Stary Dom Zdrojowy	31		Spyw Dunajcem	17		Jaworzyna Krynicka	14
	Tor Saneczkowy	31		Energylandia	17		Gorce	12
	Kolejka	25		Rowerki wodne	16		Nowy Targ	10
	Promenada	17		Gródek nad Dunajcem	16		Wypoczynek	9
	Jaworzyna Krynicka	16		Zamki	14		Tatry	9
	Fontanny	16		Wieliczka	13		Kiczora	7
	Restauracje	16		Trzy Korony	13		Kudłoń	6
	Czarny Potok	16		Winnica	12		Wieliczka	415
	Szlaki Turystyczne	15		Spyw kajakowy	12		Kopalnia Soli	124
	Ogród Żywiołów	12		Parki Narodowe	12		Stare Miasto	63
	Kolejka Gondolowa	12		Lasy	11		Rynek Główny	42
	Kryniczanka	10		Niedzica	11		Wawel	34
	Słotwiny Arena	10		Wadowice	9		Wawel	33
	Muzeum Nikifora	10		Kopalnia Soli	9		Wieliczka	17
	Park linowy	9		Muzea	9		Zakopane	15
	Kolejka Linowa	8		Bochnia	8		Kraków nocą	14
	Lody	8		Pieniński Park Narodowy	6		Kazimierz	13
	Hotel	7		Kościół Podole	6		Restauracje	13
	Sanatorium	6		Oświęcim	555		Kraków	12
Kraków		709		Auschwitz	382		Kluby	12
	Rynek Główny	143		Rynek w Oświęcimiu	46		Sukiennice	8
	Wawel	115		Energylandia	34		Park	8
	Stare Miasto	84		Brzezinka	16		Rynek	7
	Kazimierz	56		Rynek Główny	15	Rabka-Zdrój	409	
	Wawel	49		Soła	14		Gorczański Park Narodowy	67
	Sukiennice	39		Kompleks Inwałd	10		Góry	57
	Kluby	35		Wadowice	9		Beskidy	52
	Kopalnia Soli	35		Kraków	9		Przyroda	32
	Kraków	26		Dinoland	7		Luboń Wielki	31
	Zakopane	25		Park Miniatur	7		Beskid Wyspowy	31
	Bulwary	14		Ogrody Papieskie	6		Turbacz	27
	Kościół Mariacki	13		Zawoja	553		Maciejowa	20
	Szczawnica	12		Babia Góra	135		Rabka-Zdrój	20
	Wieliczka	12		Zawoja	73		Zakopane	16
	Bazylika Mariacka	11		Góry	53		Tatry	13
	Planty	8		Beskid Żywiecki	41		Schronisko na Luboniu	11
	Zamek	8		Beskidy	35		Gorce	10
	Centrum Krakowa	8		Gorczański Park Narod.	30		Schronisko PTTK	9
	Banialuka	8		Markowe Szczawiny	30		Schronisko Stare Wierchy	7
	Muzea	8		Przyroda	27		Park Zdrojowy	6
Szczawnica		679		Babiogórski Park Narod.	21	Zator	343	
	Szczawnica	111		Diablak	18		Zadra	61
	Góry	63		Markowe Szczawiny	14		Hyperion	60
	Palenica	58		Polica	14		Energylandia	46
	Spyw Dunajcem	54		Park Narodowy	13		Abyssus	34
	Homole	48		Szlaki Turystyczne	8		Rynek Główny	17
	Zakopane	41		Zakopane	8		Wawel	16
	Pijalnia Wód	39		Mosorny Groń	8		Formuła	14
	Sokolica	32		Hala Krupowa	7		Kraków	13
	Niedzica	30		Bieg po szlaku	6		Aqualantis	9
	Krynica-Zdrój	27		Natura	6		Speeds	8
	Kraków	26		Wyjście ze znajomymi	6		Stare Miasto	8
	Trzy Korony	22		Chochołów	521		Wawel	8
	Pieniński Park Narodowy	19		Termy	105		Rollercoastery	8
	Tatry	16		Park Wodny	69		Park	7
	Zamki	13		SPA	51		Kościół Mariacki	7
	Parki Narodowe	13		Góry	48		Sukiennice	7
	Szlaki Turystyczne	13		Tatry	48		Rynek	7

Miejscowość Obiekt	N	Miejscowość Obiekt	N	Miejscowość Obiekt	N
Kolejka	12	Choczołów	42	RMF	7
Wadowice	11	Regeneracja	35	Aquapark	6
Wieliczka	10	Zakopane	33	Olkusz	298
Energylandia	8	Relaks	23	Pustynia	76
Wieża Widokowa	7	Urlop	22	Czubatka	39
Dunajec	6	Wypoczynek	18	Róża Wiatrów	23
Białka Tatrzańska	650	Wyjazd na Termy	12	Zamek Pieskowa Skała	16
Park Wodny	76	Masaże i fizjoterapia	9	Kraków	16
SPA	70	Wyjazd z rodziną	6	Ojców	16
Tatry	67	Niedzica/Czorsztyn	440	Jaskinia Ciemna	11
Termy Bania	63	Zamek w Niedzicy	59	Ojcowski Park Narodowy	11
Termy	61	Zakopane	29	Zamek	10
Białka Tatrzańska	56	Niedzica	28	Maczuga Herkulesa	10
Zakopane	50	Trzy Korony	25	Dolina Prądnika	10
Góry	50	Zamek	18	Lasy	9
Wypoczynek	34	Kluby	17	Rynek Główny	9
Relaks	29	Kraków	17	Dolina	8
Regeneracja	24	Spyw Dunajcem	17	Zamek Bobolice	8
Urlop	22	Góry	16	Wawel	8
Wyjazd ze znajomymi	17	Zapora w Niedzicy	15	Zamek w Ogrodzieńcu	6
Termy i SPA	16	Zapora	15	Sukiennice	6
Masaże i fizjoterapia	8	Gubałowka	14	Kopalnia Soli	6
Wyjazd z rodziną	7	Szczawnica	13	Tarnów	278
Zakopane	581	Krupówki	13	Tarnów	64
Krupówki	146	Restauracje	13	Kraków	33
Morskie Oko	83	Czorsztyn	12	Rynek w Tarnowie	31
Gubałowka	57	Jeziro Rożnowskie	10	Zalipie	24
Skocznia Narciarska	42	Morskie Oko	10	Ratusz	23
Restauracje	29	Termy	10	Katedra	19
Giewont	25	Sokolica	9	Rynek	18
Kluby	24	Zakrzówek	9	Góra św. Marcina	17
Góry	20	Sromowce Niżne	9	Park Strzelecki	15
Aquapark	17	Nowy Targ	8	Stare Miasto w Tarnowie	8
Dolina Pięciu Stawów	16	Jeziro	8	Zakopane	7
Rysy	15	Wawel	8	Muzeum Etnograficzne	7
Kasprowy Wierch	13	Zapora	7	Dębno	6
Kościół	11	Energylandia	7	Stare Miasto	6
Centrum Zakopanego	9	Jeziro Czorsztyńskie	6	Ojców	188
Widoki	9	Zamek w Czorszynie	6	Zamek Pieskowa Skała	59
Termy	9	Czarny Staw	6	Maczuga Herkulesa	32
Bary i Puby	8	Rynek Główny	6	Ojcowski Park Narodowy	18
Orla Perc	8			Brama Krakowska	15
Deptak	8			Ojców	13
Doliny	7			Lasy	12
Sklepy	7			Wodospad	10
Rynek	6			Sokolica	8
Czarny Staw	6			Kraków	8
Muzeum Tatrzańskie	6			Dolina	7
				Iglica	6

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

8.3. Analiza uwarunkowań atrakcyjności turystycznej w przekroju miejscowości

Poniżej przedstawiono wyniki analizy powiązań atrakcyjności turystycznej z profilami osobowymi turystów. W analizie uwzględniono takie cechy jak płeć turysty, jego wiek, miejsce zamieszkania (kraj, zagranica), status materialny, status zawodowy, wykształcenie. Podstawą analizy są omówione

w poprzednim rozdziale dane o atrakcyjności turystycznej miejscowości, obiektów turystycznych oraz obiektów turystycznych przypisanych do poszczególnych miejscowości.

W tab. 8.3.1 zamieszczono liczby wskazań atrakcyjnych miejsc (górną część tabeli) oraz ich procentowe udziały kolumnowe (dolną część tabeli) w przekroju 9 krajów zamieszkania respondentów zagranicznych. Kolorem czerwonym oznaczono 2 atrakcyjne miejsca najczęściej wymieniane przez respondentów z poszczególnych państw. Był to Kraków (za wyjątkiem turystów z Czech i Słowacji) oraz na drugim miejscu Wieliczka (za wyjątkiem turystów z USA, Kanady oraz Ukrainy).

W przytoczonej tabeli można zauważyć dużą liczbę braków wskazań, co wynika z niewielkiej ich liczby (619) w rozbięciu na 9 krajów.

Tabela 8.3.1. Atrakcyjne miejscowości wg krajów zamieszkania respondentów

Liczba wskazań	W. Brytania	Niemcy Austria	Francja	Czechy Słowacja	USA Kanada	Hiszpania Włochy	Skandynawia	Ukraina Kazachstan	Belgia Holandia	Suma
Kraków	100	78	43	9	34	27	31	25	23	370
Wieliczka	16	41	21	24		20	10		14	146
Tarnów	12	3	5	3	9	3		14		49
Oświęcim	8		4	3	3	2	8	1		29
Krynica-Zdrój	5	3		18	3					29
Zakopane	5	11	3	5	2	1				27
Pozostałe	5	3	0	6	10	2	6	9	1	42
Suma	151	139	76	68	61	55	55	49	38	692
Udziały procentowe										
Kraków	66,2%	56,1%	56,6%	13,2%	55,7%	49,1%	56,4%	51,0%	60,5%	53,5%
Wieliczka	10,6%	29,5%	27,6%	35,3%		36,4%	18,2%		36,8%	21,1%
Tarnów	7,9%	2,2%	6,6%	4,4%	14,8%	5,5%		28,6%		7,1%
Oświęcim	5,3%		5,3%	4,4%	4,9%	3,6%	14,5%	2,0%		4,2%
Krynica-Zdrój	3,3%	2,2%		26,5%	4,9%					4,2%
Zakopane	3,3%	7,9%	3,9%	7,4%	3,3%	1,8%				3,9%
Pozostałe	3,3%	2,2%	0,0%	8,8%	16,4%	3,6%	10,9%	18,4%	2,6%	6,1%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

W dalszych tabelach (tab. 8.3.2-tab. 8.3.7) w ostatnich kolumnach podawane są rozstępy kolumnowych udziałów procentowych [max(%k) -min(%k)]. Wskazują one na stopień zróżnicowania respondentów ze względu na ich opinie o atrakcyjności poszczególnych miejscowości. Kolorem czerwonym zaznaczono tu 2 miejsca mające najbardziej zróżnicowane opinie respondentów, a kolorem zielonym – 2 miejscowości o najmniejszym stopniu zróżnicowania opinii. Miejscowości uporządkowane są w kolejności malejącej liczby opinii respondentów N (przedostatnia kolumna tabel). Ostatni wiersz zawiera wielkości sumaryczne wielkości udziałów procentowych. Parametry te nie sumują się do 100%, gdyż w tabelach pominięto miejscowości z niewielką liczbą wskazanych atrakcji turystycznych.

Wyznaczone tabele stanowią podstawę analizy, w której zwraca się uwagę na rząd wielkości poszczególnych parametrów oraz ich powiązanie z sylwetkami respondentów (krajowi, zagraniczni; kobiety, mężczyźni; status materialny; wykształcenie itd.). Interesujące są tu zwłaszcza wielkości rozstępów udziałów kolumnowych znajdujące się w ostatniej kolumnie tabel. Są one łatwe do wyznaczenia, mają oczywistą interpretację i stanowią nową propozycję w metodologii badań

ankietowych ruchu turystycznego. Poniżej zamieszcza się przykłady interpretacji parametrów znajdujących się w tab. 8.3.2-tab. 8.3.7.

Tab. 8.3.2 (opinie turystów krajowych i zagranicznych)

Turyści zagraniczni najczęściej wskazują Kraków jako atrakcyjne miejsce w Małopolsce (53,8%), podczas gdy podobnego zdania jest tylko 4,9% turystów krajowych. Podobnie jest z Wieliczką, która jest atrakcyjnym miejscem dla 20,3% turystów zagranicznych i tylko dla 3,0% turystów krajowych. Odwrotne opinie dają się zauważyć w przypadku Krynicy, Szczawnicy oraz Gródka nad Dunajcem. Przewaga opinii turystów krajowych o większej atrakcyjności tych miejscowości jest tu jednak mniejsza i zawiera się w przedziale 7,1%-9,6%. Na podstawie parametrów podanych w tej tabeli można więc powiedzieć, że największe zróżnicowanie liczby wskazań atrakcji turystycznych występuje w Krakowie i Wieliczce (na korzyść turystów zagranicznych) natomiast najmniej zróżnicowane są liczby opinii dotyczących Oświęcimia oraz Zakopanego (2,0%-2,1%).

Tabela 8.3.2. Atrakcyjne miejsca wskazywane przez respondentów krajowych i zagranicznych

Kraj Zagr.	% Kraj	% Zagr.	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	13,7%	4,0%	13,0%	1423	9,7%
Kraków	4,9%	53,8%	8,1%	886	48,9%
Szczawnica	8,0%	0,0%	7,5%	819	8,0%
Niedzica/Czorsztyn	7,1%	1,5%	6,8%	738	5,6%
Gródek nad Dunajcem	7,1%	0,0%	6,6%	724	7,1%
Białka Tatrzańska	6,7%	0,4%	6,3%	684	6,3%
Oświęcim	6,3%	4,3%	6,2%	677	2,0%
Zakopane	6,3%	4,2%	6,2%	674	2,1%
Zawoja	6,1%	0,0%	5,7%	625	6,1%
Chochotów	5,4%	0,0%	5,0%	546	5,4%
Tarnów	4,2%	7,2%	4,4%	480	3,0%
Rabka-Zdrój	4,5%	0,0%	4,2%	462	4,5%
Nowy Targ	4,5%	0,0%	4,2%	459	4,5%
Wieliczka	3,0%	20,3%	4,2%	454	17,3%
Zator	4,1%	0,7%	3,8%	419	3,4%
Olkusz	3,9%	0,7%	3,7%	401	3,2%
Ojców	2,8%	0,4%	2,6%	284	2,4%
Suma	98,6%	97,5%	98,5%	10 755	

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

Tab. 8.3.3 (grupy wiekowe turystów)

Najbardziej zróżnicowane opinie (29,2%) dotyczą Krynicy-Zdroju, którą wskazuje 32,1% turystów starszych wobec 2,9% wskazań turystów młodych. Podobne preferencje obserwuje się w odniesieniu do Szczawnicy, jakkolwiek przy niższym poziomie wskaźników zróżnicowania – 11,8% wskazań turystów starszych oraz 2,7% wskazań turystów młodszych. Turyści młodszy preferują Kraków (11,2%), Zakopane (9,3%) oraz Zator (7,4%). Najmniejszy stopień zróżnicowania opinii odnosi się do Nowego Targu (0,9%) oraz Ojcowca (1,6%).

Tabela 8.3.3. Atrakcyjne miejsca w przekroju płci respondentów

Płeć	% K	% M	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	15,60%	10,10%	13,10%	1423	5,5%
Kraków	8,30%	7,90%	8,10%	884	0,4%
Szczawnica	10,00%	4,60%	7,50%	817	5,4%
Niedzica/Czorsztyn	6,90%	6,60%	6,80%	738	0,3%
Gródek nad Dunajcem	8,60%	4,40%	6,70%	724	4,2%
Białka Tatrzańska	5,50%	7,20%	6,30%	684	1,7%
Oświęcim	6,40%	6,00%	6,20%	676	0,4%
Zakopane	4,60%	7,90%	6,10%	666	3,3%
Zawoja	5,60%	5,90%	5,70%	624	0,3%
Choczołów	4,50%	5,60%	5,00%	545	1,1%
Tarnów	5,30%	3,20%	4,30%	471	2,1%
Rabka-Zdrój	4,00%	4,60%	4,20%	462	0,6%
Nowy Targ	3,80%	4,70%	4,20%	458	0,9%
Wieliczka	4,40%	3,90%	4,10%	449	0,5%
Zator	2,40%	5,60%	3,80%	419	3,2%
Olkusz	1,50%	6,20%	3,70%	401	4,7%
Ojców	1,50%	3,90%	2,60%	284	2,4%
Suma	98,9%	98,3%	98,4%	10 725	

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

Tabela 8.3.4. Atrakcyjne miejsca w przekroju trzech grup wieku respondentów

Wiek	% 30<	% 31-50	% 51>	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	2,9%	10,4%	32,1%	12,6%	1366	29,2%
Kraków	11,2%	7,1%	5,8%	8,2%	885	5,4%
Szczawnica	2,7%	9,0%	11,8%	7,5%	812	9,1%
Niedzica/Czorsztyn	10,1%	5,7%	4,2%	6,8%	738	5,9%
Gródek nad Dunajcem	5,0%	9,1%	3,8%	6,6%	717	5,3%
Białka Tatrzańska	8,0%	5,8%	4,8%	6,3%	684	3,2%
Oświęcim	2,9%	8,0%	7,6%	6,2%	676	5,1%
Zakopane	9,3%	6,1%	1,8%	6,2%	674	7,5%
Zawoja	6,6%	6,1%	3,7%	5,8%	625	2,9%
Choczołów	6,1%	5,1%	3,4%	5,0%	546	2,7%
Tarnów	2,7%	5,0%	5,8%	4,4%	477	3,1%
Rabka-Zdrój	5,6%	3,7%	3,3%	4,3%	462	2,3%
Nowy Targ	4,8%	4,0%	3,9%	4,2%	458	0,9%
Wieliczka	6,5%	3,2%	2,8%	4,2%	454	3,7%
Zator	7,4%	3,1%	0,1%	3,9%	419	7,3%
Olkusz	4,1%	4,5%	1,4%	3,7%	401	3,1%
Ojców	3,3%	2,5%	1,7%	2,6%	284	1,6%
Suma	99,2%	98,4%	98,0%	98,5%	10 678	

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

Tabela 8.3.5. Atrakcyjne miejsca w przekroju statusu materialnego respondentów

Status materialny	% bdb	% db	% śred.	% kol	N	Rozstępn
Krynica-Zdrój	4,5%	17,3%	14,1%	13,3%	1423	12,8%
Kraków	4,4%	10,7%	6,7%	8,3%	883	6,3%
Szczawnica	1,9%	8,1%	14,2%	7,7%	817	12,3%
Niedzica/Czorsztyn	8,8%	7,3%	3,2%	6,9%	738	5,6%
Białka Tatrzańska	14,9%	4,5%	0,1%	6,4%	682	14,8%
Gródek nad Dunajcem	1,4%	5,7%	15,2%	6,4%	682	13,8%
Oświęcim	10,2%	6,1%	1,6%	6,3%	672	8,6%
Zakopane	6,0%	4,0%	12,1%	6,1%	647	8,1%
Zawoja	15,3%	3,3%	0,2%	5,8%	623	15,1%
Choczołów	9,0%	5,0%	0,2%	5,1%	546	8,8%
Tarnów	2,6%	4,5%	6,8%	4,5%	477	4,2%
Rabka-Zdrój	7,0%	4,3%	0,6%	4,3%	460	6,4%
Nowy Targ	9,1%	3,5%	0,1%	4,3%	459	9,0%
Wieliczka	0,4%	6,0%	4,5%	4,2%	453	5,6%
Zator	1,5%	4,0%	7,0%	3,9%	416	5,5%
Olkusz	1,1%	2,2%	5,6%	2,6%	276	4,5%
Ojców	0,9%	2,0%	5,6%	2,4%	258	4,7%
Suma	99,0%	98,5%	97,8%	98,5%	10 512	

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

Tab. 8.3.6 (opinie turystów w przekroju stopnia ich wykształcenia)

Największe zróżnicowanie opinii o atrakcyjności miejsc dotyczy Krynicy-Zdroju oraz Krakowa. Krynica-Zdrój wskazują głównie turyści z wykształceniem poniżej średniego (44,1%) wobec tylko 8,9% turystów z wykształceniem wyższym. Odwrotnie jest w przypadku Krakowa, który jest uważany za miejsce z atrakcjami przez 10,3% turystów z wykształceniem wyższym wobec 3,3% turystów z wykształceniem poniżej średniego. Najmniej zróżnicowane opinie ze względu na poziom wykształcenia turystów dotyczą Rabki-Zdroju (0,3%) oraz Olkusza (1,3%).

Tabela 8.3.6. Atrakcyjne miejsca w przekroju wykształcenia respondentów

Wykształcenie	% wyższe	% śred.	% pon.śred.	% kol	N	Rozstępn
Krynica-Zdrój	8,9%	10,3%	44,1%	13,1%	1420	35,2%
Kraków	10,3%	6,5%	3,3%	8,1%	880	7,0%
Szczawnica	9,4%	5,8%	4,0%	7,5%	813	5,4%
Niedzica/Czorsztyn	8,1%	6,0%	2,6%	6,8%	733	5,5%
Gródek nad Dunajcem	7,4%	6,6%	3,3%	6,7%	724	4,1%
Białka Tatrzańska	4,8%	9,0%	3,9%	6,3%	684	5,1%
Zakopane	8,1%	4,6%	2,4%	6,2%	671	5,7%
Oświęcim	5,0%	8,1%	3,8%	6,1%	659	4,3%
Zawoja	5,5%	6,5%	4,1%	5,8%	624	2,4%
Choczołów	4,3%	6,4%	3,5%	5,0%	544	2,9%
Tarnów	6,5%	2,6%	0,0%	4,4%	472	6,5%
Rabka-Zdrój	4,2%	4,3%	4,0%	4,2%	459	0,3%
Nowy Targ	4,3%	4,6%	2,3%	4,2%	455	2,3%

Wieliczka	4,9%	3,6%	2,6%	4,2%	452	2,3%
Zator	1,6%	5,8%	7,4%	3,8%	413	5,8%
Olkusz	3,1%	4,4%	3,6%	3,7%	398	1,3%
Ojców	2,2%	2,8%	3,5%	2,6%	280	1,3%
Suma	98,6%	97,9%	98,4%	98,7%	10 681	

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

Tabela 8.3.7. Atrakcyjne miejsca w przekroju miejsca zamieszkania respondentów

Miejsce zamieszkania	% małe	%średnie	% duże	% kol	N	Rozstępn
Krynica-Zdrój	25,0%	10,1%	5,3%	13,1%	1423	19,7%
Kraków	7,8%	8,1%	8,9%	8,2%	888	1,1%
Szczawnica	8,6%	7,6%	5,9%	7,5%	815	2,7%
Niedzica/Czorsztyn	7,6%	6,5%	6,6%	6,8%	738	1,1%
Gródek nad Dunajcem	5,3%	8,9%	1,3%	6,3%	690	7,6%
Białka Tatrzańska	3,8%	5,9%	10,4%	6,3%	684	6,6%
Oświęcim	9,4%	5,6%	3,7%	6,2%	675	5,7%
Zakopane	3,8%	7,5%	5,6%	6,1%	665	3,7%
Zawoja	3,6%	4,7%	11,2%	5,7%	624	7,6%
Choczołów	3,2%	5,2%	7,0%	5,0%	546	3,8%
Tarnów	3,3%	3,9%	7,1%	4,4%	480	3,8%
Rabka-Zdrój	4,0%	3,3%	6,9%	4,3%	462	3,6%
Nowy Targ	4,3%	3,0%	7,1%	4,2%	458	4,1%
Wieliczka	2,7%	4,9%	4,4%	4,2%	454	2,2%
Zator	1,6%	5,6%	2,3%	3,9%	419	4,0%
Olkusz	2,9%	4,4%	3,0%	3,7%	401	1,5%
Ojców	1,8%	3,2%	2,1%	2,6%	284	1,4%
Suma	98,7%	98,4%	98,8%	98,5%	10 706	

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

8.4. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim

* Dane w tabeli poniżej ukazują wielkość frekwentowania powiatów przez osoby nocujące w Małopolsce (turyści) z kraju.

Przeprowadzona analiza kierunków podróży turystów krajowych wykazała różnice w poszczególnych kwartałach 2022 roku. W drugim kwartale blisko 90% udziału wśród wszystkich destynacji stanowiło miasto Kraków. Co ciekawe w pierwszym kwartale miasto to stanowiło zaledwie 42%, w trzecim 45%, a w czwartym 59%. W każdym z kwartałów na drugim miejscu znajdował się powiat tatrzański stanowiący odpowiednio 28% w pierwszym kwartale, 6% w drugim kwartale, 21% w trzecim kwartale oraz 14% w czwartym kwartale. Natomiast na trzecim miejscu uplasował się powiat nowosądecki z 8% udziałem w pierwszym kwartale, 2% w drugim, 8% w trzecim oraz 7% w czwartym kwartale.

Należy zauważyć, że powiat tatrzański odwiedziło o 22 tys. turystów krajowych więcej porą zimową (kwartał pierwszy) niż letnią (trzeci kwartał). Zaobserwowano również, że okresy wzmożonego ruchu turystycznego powodują spadek udziału odwiedzin miasta Kraków. Wynika to prawdopodobnie

z wyboru miejsc na spędzenie urlopu, które znajdują się bliżej łona natury oraz w oddali miejskiego zgiełku.

Tabela 8.4.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	I kwartał 2022	II kwartał 2022	III kwartał 2022	IV kwartał 2022
m. Kraków	1 282 225	1 231 989	1 793 997	1 595 678
Tatrzański	856 146	324 585	833 298	368 793
Nowosądecki	236 763	189 332	304 620	189 049
Nowotarski	164 921	135 673	249 719	142 613
Wielicki	88 213	48 541	90 552	42 226
Wadowicki	44 080	45 157	72 121	43 631
Krakowski	43 084	45 633	71 750	41 277
Gorlicki	51 285	40 542	67 235	31 809
Limanowski	36 013	44 976	77 407	26 562
Myślenicki	38 492	29 412	53 806	26 580
Suski	24 470	25 636	46 297	25 125
Oświęcimski	29 001	23 125	36 646	19 755
Bocheński	16 518	23 988	37 286	25 930
Tarnowski	12 319	24 212	43 621	19 565
m. Tarnów	22 669	17 688	31 938	14 113
m. Nowy Sącz	28 543	14 294	25 967	14 121
Olkuski	16 191	14 863	27 100	15 228
Brzeski	11 211	12 892	22 671	10 851
Chrzanowski	9 619	10 644	18 136	10 042
Miechowski	12 560	9 530	14 687	10 225
Proszowicki	10 851	8 056	13 095	5 745
Dąbrowski	6 196	6 055	9 748	7 239

Legenda



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejskiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

* Dane w tabeli poniżej ukazują wielkość frekwentowania powiatów przez osoby nocujące w Małopolsce (turyści) z zagranicy.

Przeprowadzona analiza kierunków podróży turystów zagranicznych wykazała różnice w poszczególnych kwartałach 2022 roku. W drugim kwartale 63% udziału wśród wszystkich destynacji stanowiło miasto Kraków. W pierwszym kwartale miasto to stanowiło 58%, w trzecim 65%, a w czwartym 64%. W każdym z kwartałów na drugim miejscu znajdował się powiat tatrzański stanowiący odpowiednio 9% w pierwszym kwartale, 7% w drugim kwartale, 7% w trzecim kwartale oraz 8% w czwartym kwartale.

Tabela 8.4.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	I kwartał 2022	II kwartał 2022	III kwartał 2022	IV kwartał 2022
m. Kraków	83 353	105 427	112 905	111 801
Tatrzański	12 865	12 873	12 758	13 605
Wielicki	5 768	8 563	8 172	9 604
m. Tarnów	6 098	7 574	7 656	8 556
Oświęcimski	4 032	7 105	7 670	7 253
m. Nowy Sącz	4 606	7 065	6 782	6 433
Nowotarski	4 584	4 691	4 664	4 694
Wadowicki	5 136	3 777	3 673	3 086
Nowosądecki	3 638	2 520	2 674	2 452
Krakowski	4 676	2 259	2 186	2 084
Tarnowski	1 770	1 288	1 288	1 150
Chrzanowski	683	1 063	1 057	933
Bocheński	612	649	707	629
Brzeski	473	523	500	512
Dąbrowski	436	476	603	455
Suski	875	314	307	330
Proszowicki	933	250	278	277
Myślenicki	628	216	210	201
Olkuski	623	208	207	185
Miechowski	302	--	129	149
Gorlicki	836	118	--	114
Limanowski	564	--	--	--

Legenda

Najwyżej

Najniżej



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejziak na podstawie danych z raportu Selectiviv.

Tabela 8.4.3. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych i zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Suma
m. Kraków	4 117 268	393 631	4 510 899
Tatrzański	1 661 738	49 599	1 711 337
Nowosądecki	641 427	10 742	652 169
Nowotarski	483 234	17 738	500 972
Wielicki	187 967	30 565	218 532
Wadowicki	142 956	14 919	157 875
Krakowski	140 693	10 667	151 360
Gorlicki	133 110	664	133 774
Limanowski	128 986	613	129 599
Myślenicki	103 415	1 195	104 610
Oświęcimski	75 685	24 809	100 494
m. Tarnów	60 259	28 449	88 708
Suski	84 751	1 738	86 489
m. Nowy Sącz	57 830	23 691	81 521
Bocheński	72 334	2 472	74 806
Tarnowski	69 541	5 232	74 773
Olkuski	51 175	1 164	52 339
Brzeski	40 187	1 920	42 107
Chrzanowski	33 782	3 557	37 339
Miechowski	32 778	1 086	33 864
Proszowicki	26 324	1 655	27 979
Dąbrowski	20 390	1 867	22 257

Dane w tabeli sortowane są od największej do najmniejszej wartości wg kolumny 'suma'.

Legenda

Najwyżej

Najniżej



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejskiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

Tabela 8.4.4. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów Ogółem w 2022 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści ogółem 2022
m. Kraków	4 510 899
Tatrzański	1 711 337
Nowosądecki	652 169
Nowotarski	500 972
Wielicki	218 532
Wadowicki	157 875
Krakowski	151 360
Gorlicki	133 774
Limanowski	129 599
Myślenicki	104 610
Oświęcimski	100 494
m. Tarnów	88 708
Suski	86 489
m. Nowy Sącz	81 521
Bocheński	74 806
Tarnowski	74 773
Olkuski	52 339
Brzeski	42 107
Chrzanowski	37 339
Miechowski	33 864
Proszowicki	27 979
Dąbrowski	22 257

Legenda



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejskiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

Tabela 8.4.5. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści zagraniczni 2022
m. Kraków	393 631
Tatrzański	49 599
Wielicki	30 565
m. Tarnów	28 449
Oświęcimski	24 809
m. Nowy Sącz	23 691
Nowotarski	17 738
Wadowicki	14 919
Nowosądecki	10 742
Krakowski	10 667
Tarnowski	5 232
Chrzanowski	3 557
Bocheński	2 472
Brzeski	1 920
Dąbrowski	1 867
Suski	1 738
Proszowicki	1 655
Myślenicki	1 195
Olkuski	1 164
Miechowski	1 086
Gorlicki	664
Limanowski	613

Legenda

Najwyżej

Najniżej



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejsiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

Tabela 8.4.6. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści krajowi 2022
m. Kraków	4 117 268
Tatrzański	1 661 738
Nowosądecki	641 427
Nowotarski	483 234
Wielicki	187 967
Wadowicki	142 956
Krakowski	140 693
Gorlicki	133 110
Limanowski	128 986
Myślenicki	103 415
Suski	84 751
Oświęcimski	75 685
Bocheński	72 334
Tarnowski	69 541
m. Tarnów	60 259
m. Nowy Sącz	57 830
Olkuski	51 175
Brzeski	40 187
Chrzanowski	33 782
Miechowski	32 778
Proszowicki	26 324
Dąbrowski	20 390

Legenda

Najwyżej

Najniżej



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejsiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

8.5. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022

Analizując wskaźniki procentowe ogółem dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022, wymienić należy przede wszystkim górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyrodę (8,60%), baseny geotermalne (6,50%) oraz atmosferę miejsca (5,10%).

Ze względu na dużą liczbę zdiagnozowanych kategorii, w celu bardziej przejrzystej analizy elementów przyciągających uwagę turystów przedstawione w tabeli atrakcje podzielono na cztery grupy:

1. **Atrakcje przyrodnicze**, czyli górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda, baseny geotermalne, przyroda, naturalna cisza, Pustynia Błędownska, Ojcowski Park Narodowy,

góry, natura, widoki, powietrze, powietrze atmosferyczne, krajobraz, Babiogórski Park Narodowy, Gorczański Park Narodowy, Tatry, przyroda, wypoczynek w górach, park i założenia ogrodowe, Beskid, czyste powietrze;

2. **Atrakcje kulturowe:**

- **atrakcje kulturowe o znaczeniu historycznym:** Kraków Wzgórze Wawelskie, Kraków Rynek Główny, Auschwitz-Birkenau, pijalnia wód mineralnych, Zamki w Małopolsce, Kraków Stare Miasto, Stare Miasto, Kopalnia Soli, Rynek Główny Kraków, Kopalnia Soli w Wieliczce, Kraków, architektura, zabytki;
- **atrakcje kulturowe o znaczeniu współczesnym:** atrakcje Energylandii, Kładka Widokowa, Uzdrowisko, Wieża Widokowa, atrakcje w Inwałd Parku, gastronomia regionu;

3. **Atmosfera miejsca:** gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców, klimat, życzliwość ludzi;

4. **Inne, czyli urlop,** wyjazd z bliskimi, wszystko.

Okazuje się, że w analizach **ogółem** zdecydowanie dominują atrakcje przyrodnicze, które wywarły wrażenie i pozostawiły niezapomniane wspomnienia u 45,70% respondentów. Mniejsze wrażenie wywarły atrakcje kulturowe, które podobały się co piątemu odwiedzającemu (24,30%), w tym atrakcje kulturowe o charakterze historycznym (12,70%), ale także współczesne (np. parki rozrywki, kładka widokowa itp.) (11,60%). Prawie co dziesiątemu respondentowi (8%) podobała się atmosfera miejsca, gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski.

Wskaźniki procentowe odwiedzających krajowych dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022 są zbliżone do wyników ogółem. Tak więc wymienić należy tutaj przede wszystkim górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyrodę (8,70%), baseny geotermalne (6,70%) oraz atmosferę miejsca (5,10%), które wywarły duże emocje i wrażenie.

Po uwzględnieniu w analizie ustalonych powyżej czterech kategorii z opinii respondentów wynika, że dla największej grupy odwiedzających krajowych elementem przyciągającym największą uwagę była otaczająca przyroda - 46,70%. Mniejsze wrażenie wywarły atrakcje kulturowe, co wynika z opinii co czwartego respondenta krajowego (23,20%), w tym o znaczeniu historycznym (13,10%) oraz współczesnym (10,10%) - głównie parki rozrywki. Prawie co dziesiąty respondent (8%) pozytywnie ocenił atmosferę miejsca, gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski.

W przypadku odwiedzających z zagranicy, podobnie jak u odwiedzających krajowych, największe pozytywne wrażenie pozostawiły górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda (7,40%), atmosfera miejsca (6,40%) oraz w Krakowie Wzgórze Wawelskie (5,10%).

W kontekście zaproponowanych powyższej czterech kategorii, pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022 dla największej grupy odwiedzających z zagranicy wywarły atrakcje kulturowe (46,60%), w tym o znaczeniu historycznym (28,10%) oraz współczesnym (18,50%) (szczególnie życie nocne i kluby, ale na uwagę zasługuje także docenienie atrakcyjnej i dużej oferty turystycznej regionu). Dla znacznie mniejszej grupy istotne znaczenie miały atrakcje przyrodnicze, które wywarły pozytywne wrażenie na mniej więcej co trzeciej badanej osobie (28,8%). W tej kategorii grupa turystów zagranicznych była znacznie mniejsza niż odwiedzających krajowych.

Tabela 8.5.1. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych Małopolskę w latach 2021-2022 **Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce.**
Formatowanie kolorem

KRAJ 21-22		OGÓŁEM 21-22		ZAGRANICA 21-22	
Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%
Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	8,70%	Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	8,60%	Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	7,40%
Baseny geotermalne	6,70%	Baseny geotermalne	6,50%	Atmosfera miejsca	6,40%
Atmosfera miejsca	5,10%	Atmosfera miejsca	5,10%	Kraków Wzgórze Wawelskie	5,10%
Przyroda, naturalna cisza	4,60%	Przyroda, naturalna cisza	4,60%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	4,40%
Pustynia Będowska	4,00%	Pustynia Będowska	3,90%	Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	4,40%
Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	3,80%	Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	3,90%	Stare Miasto	3,90%
Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	3,50%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	3,60%	Przyroda, naturalna cisza	3,70%
Atrakcje Energylandii	3,40%	Atrakcje Energylandii	3,30%	Baseny geotermalne	3,20%
Auschwitz-Birkenau	3,20%	Auschwitz-Birkenau	3,20%	Życie nocne	3,00%
Ojcowski Park Narodowy	3,00%	Ojcowski Park Narodowy	2,90%	Pustynia Będowska	2,90%
Góry	2,60%	Góry	2,40%	Auschwitz-Birkenau	2,90%
Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,00%	Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,00%	Architektura Zabytki	2,70%
Architektura Zabytki	1,70%	Architektura Zabytki	1,80%	Ojcowski Park Narodowy	2,40%
Atrakcje w Inwałd Parku	1,60%	Atrakcje w Inwałd Parku	1,60%	Kluby	2,40%
Natura	1,60%	Natura	1,50%	Kopalnia Soli	2,20%
Widoki, Powietrze	1,40%	Kraków Wzgórze Wawelskie	1,50%	Rynek Główny Kraków	1,90%
Krajobraz	1,40%	Widoki, Powietrze	1,40%	Kraków Stare Miasto	1,70%
Powietrze atmosferyczne	1,40%	Kraków Rynek Główny	1,40%	Kraków Rynek Główny	1,70%
Babiogórski Park Narodowy	1,40%	Powietrze atmosferyczne	1,40%	Ludzie, Atmosfera	1,50%
Kraków Rynek Główny	1,30%	Krajobraz	1,40%	Kraków	1,40%
Kraków Wzgórze Wawelskie	1,30%	Babiogórski Park Narodowy	1,30%	Atrakcje w Inwałd Parku	1,20%
Gorczański Park Narodowy	1,20%	Gorczański Park Narodowy	1,20%	Zabytki, Architektura	1,20%
Cisza i spokój	1,20%	Cisza i spokój	1,20%	Moja rodzina i znajomi	1,00%
Tatry, Przyroda	1,10%	Tatry, Przyroda	1,00%	Tarnów Stare miasto	0,80%
Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	1,00%	Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	1,00%	Widoki, Powietrze	0,80%
Wypoczynek w Górach	1,00%	Wypoczynek w Górach	1,00%	ICE Kraków	0,80%
Pijalnia wód mineralnych	0,90%	Pijalnia wód mineralnych	0,90%	Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	0,80%
Zamki w Małopolsce	0,80%	Zamki w Małopolsce	0,80%	Powietrze atmosferyczne	0,80%
Park i założenia ogrodowe	0,80%	Park i założenia ogrodowe	0,80%	Atrakcje nocne miasta	0,70%
Kraków Stare Miasto	0,70%	Kraków Stare Miasto	0,70%	Kładka Widokowa	0,70%
Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	0,70%	Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	0,70%	Uzdrowisko, Wieża Widokowa	0,70%
Urlop	0,60%	Stare Miasto	0,60%	Kopalnia Soli, Wawel	0,70%
Kładka Widokowa	0,60%	Zabytki, Architektura	0,60%	Kazimierz	0,70%
Beskid, Czyste powietrze	0,60%	Kładka Widokowa	0,60%	Gastronomia regionu	0,70%
Zabytki, Architektura	0,60%	Urlop	0,60%	Cisza i spokój	0,70%
Wyjazd z bliskimi	0,60%	Kopalnia Soli	0,60%	Krajobraz	0,70%
Kopalnia soli w Wieliczce	0,50%	Rynek Główny Kraków	0,50%	Kluby Puby Bary	0,70%
Gastronomia regionu	0,50%	Kopalnia soli w Wieliczce	0,50%	Historia	0,70%
Wszystko	0,50%	Beskid, Czyste powietrze	0,50%	Zakopane, Tatry	0,70%

Park Wodny, Góry	0,50%	Wyjazd z bliskimi	0,50%	Czystość lotniska	0,70%
Zakopane, Tatry	0,50%	Gastronomia regionu	0,50%	Babiogórski Park Narodowy	0,70%
Rynek Główny Kraków	0,50%	Kraków	0,50%	Kopalnia soli w Wieliczce	0,50%
Kopalnia Soli	0,50%	Zakopane, Tatry	0,50%	Góry	0,50%
Kraków	0,50%	Wszystko	0,50%	Jedzenie	0,50%
		Park Wodny, Góry	0,50%	Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	0,50%
				Kultura	0,50%
				Atrakcje Energylandii	0,50%
				Natura	0,50%

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

Tabela 8.5.2. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2022 roku. **Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce.** Formatowanie kolorem

KRAJ 2022		OGÓŁEM 2022		ZAGRANICA 2022	
Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%
Auschwitz-Birkenau	5,6%	Auschwitz-Birkenau	5,5%	Stare Miasto Kraków	8,1%
Góry	5,5%	Góry	5,2%	Kraków Wzgórze Wawelskie	7,8%
Baseny geotermalne	5,3%	Baseny geotermalne	5,0%	Życie nocne	6,4%
Natura	3,4%	Natura	3,3%	Kluby	4,9%
Widoki, Powietrze	3,1%	Widoki, Powietrze	3,0%	Kopalnia Soli	4,6%
Krajobraz	3,0%	Krajobraz	2,9%	Rynek Główny Kraków	3,9%
Atmosfera miejsca	2,6%	Atmosfera miejsca	2,7%	Ludzie, Atmosfera	3,2%
Atrakcje Energylandii	2,6%	Atrakcje Energylandii	2,5%	Atmosfera miejsca	3,2%
Gorczański Park Narodowy	2,5%	Gorczański Park Narodowy	2,4%	Kraków	2,8%
Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,4%	Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,3%	Auschwitz-Birkenau	2,8%
Tatry, Przyroda	2,3%	Tatry, Przyroda	2,2%	Zabytki, Architektura	2,5%
Wypoczynek w Górach	2,2%	Wypoczynek w Górach	2,1%	ICE Kraków	1,8%
Babiogórski Park Narodowy	2,0%	Babiogórski Park Narodowy	1,9%	Architektura Zabytki	1,8%
Powietrze atmosferyczne	1,8%	Powietrze atmosferyczne	1,8%	Widoki, Powietrze	1,8%
Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	1,4%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	1,4%	Kładka Widokowa	1,4%
Urlop	1,3%	Stare Miasto	1,3%	Kopalnia Soli, Wawel	1,4%
Kładka Widokowa	1,3%	Zabytki, Architektura	1,3%	Historia	1,4%
Beskid, Czyste powietrze	1,2%	Kładka Widokowa	1,3%	Krajobraz	1,4%
Zabytki, Architektura	1,2%	Urlop	1,2%	Kazimierz - Kraków	1,4%
Wyjazd z bliskimi	1,2%	Kopalnia Soli	1,2%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	1,4%
Wszystko	1,0%	Rynek Główny Kraków	1,2%	Zakopane, Tatry	1,4%
Park Wodny, Góry	1,0%	Beskid, Czyste powietrze	1,1%	Jedzenie	1,1%
Zakopane, Tatry	1,0%	Wyjazd z bliskimi	1,1%	Natura	1,1%
Rynek Główny Kraków	1,0%	Kraków	1,1%	Góry	1,1%
Kopalnia Soli	1,0%	Kraków Wzgórze Wawelskie	1,1%	Kultura	1,1%
Kraków	1,0%	Zakopane, Tatry	1,0%	Skocznia Narciarska, Stare Miasto	0,7%
Krupówki i Atmosfera	1,0%	Wszystko	1,0%	Giewont	0,7%
Stare Miasto	0,9%	Park Wodny, Góry	1,0%	Tarnów Stare miasto	0,7%

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU

Turbacz	0,9%	Krupówki i Atmosfera	0,9%	Krupówki i Atmosfera	0,7%
Zamki w Małopolsce	0,9%	Zamki w Małopolsce	0,9%	Puby i Bary	0,7%
Cisza, Spokój	0,9%	Turbacz	0,8%	Kościoty	0,7%
Pogoda, Krajobraz	0,9%	Pogoda, Krajobraz	0,8%	Powietrze atmosferyczne	0,7%
Relaks w termach	0,8%	Cisza, Spokój	0,8%	Wieliczka	0,7%
Bieg po szlaku	0,8%	Kluby	0,8%	Atrakcje Energylandii	0,7%
Góra Parkowa	0,8%	Relaks w termach	0,8%	Wycieczka górską	0,7%
Regeneracja w termach	0,7%	Bieg po szlaku	0,7%	Wszystko	0,7%
Pustynia Błędowska	0,7%	Góra Parkowa	0,7%	Baseny geotermalne	0,7%
Kraków Wzgórze Wawelskie	0,6%	Pustynia Błędowska	0,7%	Gubałówka	0,7%
Ścieżki rowerowe, Krajobraz	0,6%	Regeneracja w termach	0,7%	Miejsca do zwiedzania	0,7%
Diablak	0,6%	Ścieżki rowerowe, Krajobraz	0,6%	Kraków nocą	0,7%
Morskie Oko	0,6%	Jeziora	0,5%	Kraków, Wieliczka	0,7%
Jeziora	0,6%	Jedzenie	0,5%	Góry, Natura, Rzeki	0,4%
Kluby	0,5%	Diablak	0,5%	Kopalnia Soli, Zakopane	0,4%
Luboń Wielki	0,5%	Morskie Oko	0,5%	Ścieżki rowerowe, Krajobraz	0,4%
Jedzenie	0,5%	Ludzie, Atmosfera	0,5%	Krajobraz, Zabytki	0,4%
Wycieczka górską	0,5%	Architektura Zabytki	0,5%	Restauracje	0,4%
Schronisko PTTK Markowe Szczawiny	0,5%	Wycieczka górską	0,5%	Krajobraz, Zabytki, Zamki	0,4%

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

Wyniki otrzymane w roku 2022 różnią się nieco od analizowanych powyżej.

Analizując wskaźniki procentowe **ogółem** dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie **w 2022 roku** wymienić należy Auschwitz-Birkenau (5,50%), góry (5,20%) oraz baseny geotermalne (5,00%).

Podobnie jak w latach 2021-2022, ze względu na dużą liczbę zdiagnozowanych kategorii, również w roku 2022, w celu bardziej przejrzystej analizy elementów przyciągających uwagę turystów, przedstawione w tabeli atrakcje podzielono na cztery grupy. Warto podkreślić, iż niektóre kategorie częściowe zdiagnozowane w roku 2022 nieco różnią się od kategorii prezentujących średnie z lat 2021-2022. Tak więc:

- Atrakcje przyrodnicze to:** góry, baseny geotermalne, natura, widoki, powietrze, krajobraz, Gorczański Park Narodowy, Tatry, przyroda, wypoczynek w górach, Babiogórski Park Narodowy, powietrze atmosferyczne, Beskid, czyste powietrze, góry, Zakopane, Tatry, Turbacz, pogoda, krajobraz, Góra Parkowa, Pustynia Błędowska, Diablak, ścieżki rowerowe, krajobraz, Morskie Oko, jeziora, Luboń Wielki;
- Atrakcje kulturowe to:**
 - **Kultura o znaczeniu historycznym:** Auschwitz-Birkenau, zabytki, architektura, Rynek Główny Kraków, Kopalnia Soli, Kraków, Stare Miasto, zamki w Małopolsce, Kraków Wzgórze Wawelskie;
 - **Kultura o znaczeniu współczesnym:** atrakcje Energylandii, Uzdrowisko, Wieża Widokowa, atrakcyjna i duża oferta, Kładka Widokowa, kluby, jedzenie, park wodny;
- Atmosfera miejsca:** atmosfera, cisza, spokój, regeneracja w termach;

4. **Inne:** urlop, wyjazd z bliskimi, relaks w termach, bieg po szlaku, Schronisko PTTK Markowe Szczawiny, wycieczka górską, wszystko.

Wskaźniki procentowe **odwiedzających krajowych** dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w roku 2022 są zbliżone do wyników ogółem i wymienić tutaj należy Auschwitz-Birkenau (5,6%), góry (5,5%), baseny geotermalne (5,3%).

Uwzględniając w analizie ustalone powyżej cztery kategorie, z opinii respondentów wynika, że dla największej grupy odwiedzających krajowych elementem przyciągającym największą uwagę była otaczająca przyroda 41,50%. Pozytywne emocje u co piątego respondenta krajowego (20,90%) wywarły atrakcje kulturowe, w tym o znaczeniu historycznym (12,20%) oraz współczesnym (8,70%) – głównie parki rozrywki. Prawie co dziesiąty (8%) respondent pozytywnie ocenił atmosferę miejsca, gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski.

W przypadku **odwiedzających z zagranicy**, największe wrażenie wywarło w Krakowie Stare Miasto (8,1%), Wzgórze Wawelskie (7,8%), a także życie nocne (6,4%).

W kontekście zaproponowanych powyższej czterech kategorii, pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w roku 2022 dla największej grupy odwiedzających z zagranicy miały atrakcje kulturowe (64,50%), w tym o znaczeniu historycznym (41,30%) oraz współczesnym (22,80%) szczególnie jednak życie nocne i kluby. Na uwagę zasługuje także atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu. Grupa osób zafascynowana kulturą Małopolski w roku 2022 jest znacznie większa niż średnia z lat 2021-2022.

Dla znacznie mniejszej grupy badanych osób istotne znaczenie miały atrakcje przyrodnicze, które wywarły pozytywne wrażenie tylko na co dziesiątego odwiedzającego (10,70%). Należy podkreślić, iż wynik ten jest znacznie niższy niż średnia uzyskana w latach 2021-2022, z czego wynikałoby, że obszary miejskie, zabytki Krakowa i Wieliczki oraz życie nocne i kluby zdominowała świadomość zagranicznych turystów odnośnie do pozytywnej oceny atrakcyjności turystycznej Małopolski w analizowanym roku 2022.

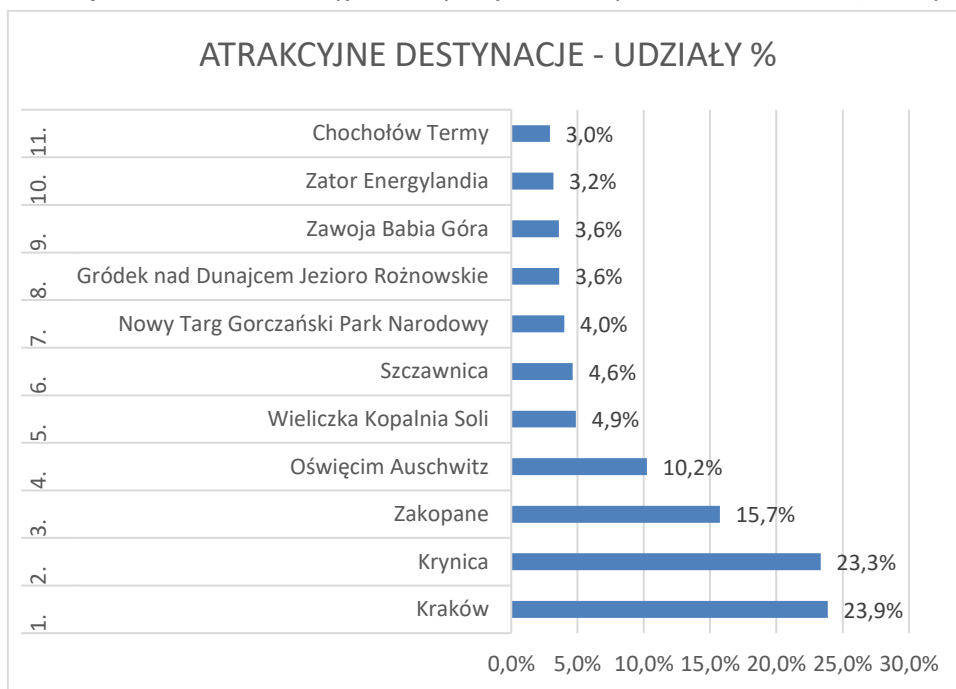
8.6. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku

Tabela 8.6.1. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku

ATRAKCYJNE DESTYNACJE	%
Kraków = 1 miejsce - Ex aequo	23,9%
Krynica-Zdrój = 1 miejsce - Ex aequo	23,3%
Zakopane = 2 miejsce	15,7%
Oświęcim Auschwitz = 3 miejsce	10,2%
Wieliczka Kopalnia Soli = 4 miejsce	4,9%
Szczawnica = 5 miejsce	4,6%
Nowy Targ Gorczański Park Narodowy = 6 miejsce	4,0%
Gródek nad Dunajcem Jezioro Rożnowskie = 7 miejsce Ex aequo	3,6%
Zawoja Babia Góra = 7miejsce Ex aequo	3,6%
Zator Energylandia = 8miejsce Ex aequo	3,2%
Chochółów Termy = 8miejsce Ex aequo	3,0%
SUMA	100,0%

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

Rysunek 8.6.1. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku (udziały %)



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

Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie

9.1. Wprowadzenie

W rozdziale przedstawiono wyniki badań dotyczące wydatków odwiedzających i szacunkowe wpływy z turystyki. Zaprezentowano średnie kwoty, jakie ponosili odwiedzający z Polski i z zagranicy przed przyjazdem do Małopolski oraz średnie sumy wydatkowane podczas pobytu w regionie. Podsumowaniem rozdziału jest prezentacja szacowanych wpływów z turystyki dla województwa.

9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski

Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu w 2022 roku (np. na zakup wycieczki/imprezy turystycznej, rezerwację/zakup noclegu, biletu do muzeum, teatru, filharmonii, na wydarzenie, na termy, baseny, spływ Dunajcem itp.) 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 461 zł na osobę (o 2,7% więcej niż rok wcześniej), podczas gdy odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do regionu ponad 2-krotnie więcej niż Polacy, tj. średnio 1091 zł na osobę (niemal 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym). W sumie wydatki gości krajowych były o 85,1%, a zagranicznych – o 52,8% wyższe niż w roku przedpandemicznym (aczkolwiek należy wziąć pod uwagę wysoką inflację w Polsce w 2022 roku).

Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł			
	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający krajowi	249	442	449	461
Odwiedzający zagraniczni	714	797	560	1091
Turyści krajowi	368	550	465	558
Turyści zagraniczni	750	839	566	1091
Odwiedzający jednodniowi krajowi	32	125	304	138
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	170	228	526	0

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

Polscy turyści, tj. nocujący w Małopolsce, wydatkowali przed przyjazdem do regionu średnio 558 zł na osobę (czyli o 1/5 więcej niż rok wcześniej i o 1/2 więcej niż w roku przedpandemicznym), natomiast turyści zagraniczni – sumy prawie 2-krotnie wyższe niż Polacy, tj. 1091 zł na osobę (o 92,8% więcej niż w roku poprzednim i o prawie 1/2 więcej niż w roku 2019).

Z kolei odwiedzający jednodniowi (spędzający w regionie tylko kilka, kilkanaście godzin lub jeden dzień bez noclegu) z Polski przed podróżą przeznaczali na pobyt w województwie kwoty ponad 4-krotnie niższe niż turyści (nocujący w regionie) – 138 zł na osobę (o ponad 1/2 mniej niż rok wcześniej i porównywalne do roku 2020, ale ponad 4-krotnie więcej niż w roku przedpandemicznym).

W przypadku jednodniowych odwiedzających z zagranicy w ogóle nie odnotowano w tym roku wydatków przed podróżą do Małopolski (w latach wcześniejszych obserwowano ich stopniowy wzrost).

Analizując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy, należy stwierdzić, że najwięcej (3000 zł na osobę) wydawali goście z Włoch (ponad 4-krotnie więcej niż rok wcześniej). Sumy powyżej 1000 zł na osobę ponosili Czesi (1533 zł na osobę, czyli ponad 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym), Duńczycy (1206 zł na osobę, czyli ponad 4-krotnie więcej niż w roku poprzednim), Irlandczycy (1183 zł na osobę, czyli o 62,9% więcej niż rok wcześniej) i Niemcy (1138 zł na osobę, czyli prawie 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim), a w granicach 800-1000 zł na osobę – Brytyjczycy (958 zł na osobę, czyli o ponad 3/4 więcej niż w roku ubiegłym), Hiszpanie (888 zł na osobę, czyli o ponad 1/2 więcej niż rok wcześniej) i Amerykanie (850 zł na osobę). Ok. 500-600 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem na pobyt w regionie mieszkańcy Francji (593 zł na osobę, czyli o 14% więcej niż w roku poprzednim), Belgii (550 zł na osobę) i Holandii (500 zł na osobę, tj. o 1/5 więcej niż w roku ubiegłym). Najniższe wydatki przed podróżą charakterystyczne były dla gości z Ukrainy – 150 zł na osobę (o ponad 1/2 mniej niż rok wcześniej). Warto zwrócić uwagę, że kwoty wydatkowane w 2022 roku przez Duńczyków, Irlandczyków i Brytyjczyków były zbliżone (nieznacznie wyższe) do tych sprzed pandemii, natomiast sumy wydawane przez Włochów i Niemców – odpowiednio 4-krotnie i 2-krotnie wyższe niż te w roku 2019. Z kolei wydatki Belgów, Holendrów i Ukraińców okazały się w 2022 roku najniższe w całym badanym okresie.

Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg wybranych krajów

Kraj	2019	2020	2021	2022
Włochy	786	285	719	3000
Republika Czeska	918	b.d.	669	1533
Dania	1179	b.d.	279	1206
Irlandia	1088	b.d.	726	1183
Niemcy	568	717	601	1138
Wielka Brytania	882	1114	544	958
Hiszpania	737	581	573	888
USA	687	b.d.	b.d.	850
Francja	794	553	520	593
Belgia	607	600	b.d.	550
Holandia	530	800	630	500
Ukraina	431	b.d.	359	150
Słowacja	490	b.d.	196	b.d.

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

Rozpatrując przeznaczenie kwot wydatkowanych przez odwiedzających Małopolskę w 2022 roku przed przyjazdem do regionu, należy stwierdzić, że najwyższe dotyczyły zakupu produktu w biurze podróży (z pominięciem biletów na transport do Małopolski) – na ten cel Polacy wydawali średnio 745 zł na osobę (o 36,9% więcej niż rok wcześniej), a cudzoziemcy o ponad 60,0% więcej, czyli 1192 zł na osobę (o 53,0% więcej niż w roku ubiegłym). Relatywnie wysokie były też wydatki na rezerwację/zakup noclegów – średnio 468 zł na osobę wydatkowali Polacy (o 4,1% mniej niż w roku poprzednim), a 859 zł na osobę (czyli o ok. 83,5% więcej) goście z zagranicy (o 70% więcej niż w roku 2021). Niemniej jednak ci pierwsi wyższe niż kwoty na noclegi przeznaczali na tzw. inne wydatki (685 zł na osobę, tj. ponad

10-krotnie więcej niż rok wcześniej), a drudzy – na bilety wstępu do atrakcji (893 zł na osobę, tj. prawie 9-krotnie więcej niż w roku poprzednim). Goście z Polski na bilety wstępu do atrakcji wydawali 157 zł na osobę (prawie 5-krotnie mniej niż obcokrajowcy, ale o 18% więcej niż w roku 2021), natomiast cudzoziemcy w ogóle nie wskazywali tzw. innych wydatków (rok wcześniej deklarowali prawie 100 zł na osobę). Wydatki przed podróżą do województwa na wycieczki wynosiły średnio 220 zł na osobę w przypadku odwiedzających z Polski (o 27,2% więcej niż w roku ubiegłym) i 321 zł na osobę (o 45,9% więcej) w odniesieniu do gości zagranicznych (o 42,7% więcej niż rok wcześniej).

Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni
Na zakup produktu w biurze podróży (bez biletów na transport do Małopolski)	2021	544	779	558	777	484	788
	2022	745	1192	862	1192	264	0
Na noclegi/spanie	2021	488	504	488	504	-	-
	2022	468	859	468	859	-	-
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2021	133	92	145	86	66	111
	2022	157	893	192	893	120	0
Na wycieczki lokalne	2021	173	225	183	225	50	0
	2022	220	321	220	321	0	0
Inne cele	2021	68	98	74	118	24	65
	2022	685	0	831	0	150	0

* W poprzednich latach pytanie takie nie było zdawane respondentom.

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

Sumy wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski przez turystów były wyższe niż kwoty wydawane przez odwiedzających jednodniowych. W przypadku Polaków było to odpowiednio: na zakup produktu w biurze podróży ponad 3-krotnie (862 zł na osobę vs 264 zł na osobę), na bilety wstępu do atrakcji o 60% (192 zł na osobę vs 120 zł na osobę), na tzw. inne wydatki ponad 5,5-krotnie (831 zł na osobę vs 150 zł na osobę). Co więcej, jednodniowi odwiedzający z Polski w ogóle nie deklarowali kwot przed przyjazdem na wycieczki (turyści wydawali przeciętnie 220 zł na osobę). Jednodniowi odwiedzający z zagranicy natomiast w ogóle nie wydatkowali żadnych sum przed przyjazdem (rok wcześniej wskazywali wydatki na zakup produktu w biurze podróży, bilety wstępu do atrakcji oraz tzw. inne wydatki). Tym samym kwoty wydatków turystów z zagranicy były równe kwotom wydatkowanym przez ogół cudzoziemców.

Wydatki przed przyjazdem na zakup/rezerwację noclegów były wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych (o 83,6%) – 859 zł na osobę vs 468 zł na osobę. Podobną zależność odnotowano w przypadku pozostałych wydatków, tj. zakupu produktu w biurze podróży (o 38,3%, tj. 1192 zł na osobę vs 862 zł na osobę), biletów wstępu do atrakcji (prawie 5-krotnie, tj. 893 zł na osobę vs 192 zł na osobę) i lokalnych wycieczek (o 45,9%, tj. 321 zł na osobę vs 220 zł na osobę). Wyjątek stanowiły tzw. inne wydatki, których turyści z zagranicy w ogóle nie ponosili (turyści krajowi wydawali natomiast aż 831 zł na osobę – ponad 11-krotnie więcej niż rok wcześniej).

Uwagę zwraca ogólny przyrost sum wydatkowanych przed podróżą do Małopolski w 2022 roku w stosunku do roku poprzedniego, zarówno przez odwiedzających z Polski, jak i z zagranicy. Sytuacja ta nie odnosiła się tylko do:

- jednodniowych gości w przypadku zakupu produktu w biurze podróży (spadek o 45,5% w segmencie Polaków i o 100% w grupie cudzoziemców) i lokalnych wycieczek (spadek o 100% w segmencie Polaków i tyle samo, co rok wcześniej, czyli 0 zł w grupie obcokrajowców),
- odwiedzających i turystów krajowych w przypadku wydatków na noclegi (spadek o 4,1%) oraz
- odwiedzających, turystów i jednodniowych zagranicznych w przypadku tzw. innych wydatków (spadek o 100%).

Największe wzrosty odnotowano natomiast, oprócz wspomnianych wydatków na tzw. inne cele odwiedzających, turystów i jednodniowych krajowych (odpowiednio ponad 10-krotnie, ponad 11-krotnie i ponad 6-krotnie), w przypadku sum wydatkowanych na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji w segmencie odwiedzających i turystów zagranicznych (odpowiednio prawie 10-krotnie i ponad 10-krotnie).

9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce

Kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku były również zdywersyfikowane pod wieloma względami. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali prawie 3-krotnie więcej (1214 zł na osobę, czyli niemal 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim i o 42,7% więcej niż w roku przedpandemicznym) niż Polacy (416 zł na osobę, tj. o 12,4% więcej niż rok wcześniej i o 17,8% więcej niż w roku 2019).

Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł			
	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający krajowi	353	240	370	416
Odwiedzający zagraniczni	851	729	640	1214
Turyści krajowi	489	439	462	696
Turyści zagraniczni	896	806	671	1264
Odwiedzający jednodniowi krajowi	104	61	145	141
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	131	117	427	169

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

Turyści przeznaczali na pobyt kwoty wyższe niż odwiedzający jednodniowi. Turyści krajowi wydatkowali średnio 696 zł na osobę (o 50,6% więcej niż w roku ubiegłym i o 42,3% więcej niż w roku przedpandemicznym), a zagraniczni – prawie 2-krotnie więcej, tj. 1264 zł na osobę (o 88,4% więcej niż rok wcześniej i o 41,1% więcej niż w roku 2019). Z kolei, jednodniowi odwiedzający z Polski wydawali podczas pobytu w Małopolsce średnio 141 zł na osobę (niestety o 2,8% mniej niż w roku poprzednim, ale o 35,6% więcej niż w roku przedpandemicznym), a jednodniowi odwiedzający z zagranicy – 20% więcej niż Polacy, tj. 169 zł na osobę (niestety o 60,4% mniej niż rok wcześniej, ale o 29% więcej niż w roku 2019).

Zatem w relacji do roku poprzedniego odnotowano wzrost wydatków odwiedzających Małopolskę nie tylko przed przyjazdem do regionu, ale i podczas pobytu na jego terenie. Wyjątkiem pod tym

względem byli jednodniowi odwiedzający, którzy zarówno przed wizytą, jak i w czasie jej trwania wydawali mniej niż rok wcześniej, choć ich wydatki (oprócz wydatków jednodniowych gości zagranicznych przed podróżą) były wyższe niż w roku przedpandemicznym.

Analiza wysokości sum wydatkowanych podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z różnych krajów w 2022 roku pozwala stwierdzić, że najwyższe wydatki charakteryzowały gości z USA (3307 zł na osobę, tj. o 17,3% mniej niż rok wcześniej, ale ponad 4-krotnie więcej niż w roku przedpandemicznym) i Włoch (2320 zł na osobę, tj. ponad 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i 2019). W granicach 1300-1400 zł na osobę wydawali przybysze z Wielkiej Brytanii (prawie 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim i o 23,2% więcej niż w roku przedpandemicznym), z Niemiec (ponad 2-krotnie więcej niż rok wcześniej i prawie 2-krotnie więcej niż w roku 2019) i Hiszpanii (o ok. 3/4 więcej niż w roku ubiegłym i 2019). Ok. 1000 zł na osobę wydatkowali Francuzi (o 1/3 więcej niż w roku poprzednim i o 13,8% więcej niż w roku przedpandemicznym), ok. 800 zł na osobę – Irlandczycy (o 27,3% więcej niż w roku ubiegłym, ale o ok. 1/3 mniej niż w roku 2019), a ok. 700 zł na osobę – Duńczycy (prawie 2-krotnie więcej niż rok wcześniej, ale o 18,0% mniej niż w roku przedpandemicznym) i Belgowie (prawie 2-krotnie więcej niż w roku 2020, ale o 11,8% mniej niż w roku 2019). Czesi przeznaczali na pobyt w regionie ok. 550 zł na osobę (o 5,2% mniej niż rok wcześniej i o 27,7% mniej niż w roku 2019), a mieszkańcy Ukrainy i Holandii – po ok. 350 zł na osobę (odpowiednio o 29,3% i 43,9% mniej niż w roku poprzednim oraz o 36,9% i 68,8% mniej niż w roku przedpandemicznym). Najmniej wydawali Słowacy – ok. 250 zł na osobę (o 22,9% mniej niż w roku ubiegłym i o 61,2% mniej niż w roku 2019).

Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 wg wybranych krajów (w zł na osobę)

Kraj	2019	2020	2021	2022
USA	806	b.d.	4000	3307
Włochy	746	703	718	2320
Wielka Brytania	1140	1031	725	1405
Niemcy	724	467	592	1388
Hiszpania	766	646	757	1329
Francja	878	461	751	999
Irlandia	1189	b.d.	642	817
Dania	884	b.d.	375	725
Belgia	740	330	b.d.	653
Republika Czeska	758	270	578	548
Ukraina	555	140	495	350
Holandia	1067	141	594	333
Słowacja	652	361	328	253

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

Średnia kwota wydatku ponoszonego podczas pobytu w Małopolsce była zróżnicowana pod względem przeznaczenia. W obu grupach najwyższe wydatki dotyczyły opłat za noclegi. Polacy przeznaczali na ten cel średnio 406 zł na osobę (o 13,1% więcej niż w roku poprzednim, ale jeszcze o 15,2% mniej niż w roku przedpandemicznym). Goście z zagranicy – w odróżnieniu od roku ubiegłego, ale analogicznie jak w latach wcześniejszych – wydatkowali na zakwaterowanie więcej niż odwiedzający krajowi (ponad 3-krotnie), czyli średnio 1231 zł na osobę (4-krotnie więcej niż w roku poprzednim i o 41,3% więcej niż w 2019 roku).

Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni
Na noclegi/spanie	2019	479	871	479	871	-	-
	2020	274	590	274	590	-	-
	2021	359	307	359	307	-	-
	2022	406	1231	406	1231	-	-
Na wyżywienie (jedzenie/gastronomia)	2019	156	357	196	362	72	184
	2020	96	292	153	323	41	69
	2021	136	300	163	310	67	227
	2022	148	523	238	551	58	136
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	84	137	90	138	53	89
	2020	60	97	66	101	42	30
	2021	62	76	65	77	49	69
	2022	109	237	126	281	50	35
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2019	97	185	111	185	68	172
	2020	61	163	100	171	28	65
	2021	120	172	129	175	94	149
	2022	105	249	137	256	74	63
Na lokalne wycieczki	2021*	169	220	172	217	136	254
	2022	125	386	136	395	51	20
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022*	94	295	113	208	73	30
Inne cele	2019	213	338	191	345	283	146
	2020	151	259	179	287	75	64
	2021	203	237	232	250	104	147
	2022	190	274	215	274	127	0

* W latach poprzednich pytanie takie nie było zadawane respondentom.

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

W segmencie Polaków na drugim miejscu uplasowały się tzw. inne wydatki (wypożyczenie sprzętu, ubrania, imprezy, kluby, turnus sanatoryjny, przyjemności itp.) – 190 zł na osobę (o 6,4% mniej niż rok wcześniej i o 10,8% mniej niż w 2019 roku), przy czym należy podkreślić, że w 2022 roku wydzielone zostały jako osobna pozycja wydatki na pamiątki, upominki i inne zakupy, które w poprzednich latach traktowane były właśnie jako tzw. inne wydatki. Gdyby zatem dodać te dwie pozycje, to porównując wysokość ich sumy z kwotą tzw. innych wydatków w poprzednich latach, okazałoby się, że w 2022 roku były one o 39,9% wyższe niż w roku poprzednim i o 1/3 wyższe niż w roku przedpandemicznym.

Trzecie co do wysokości w segmencie gości krajowych były wydatki na wyżywienie (148 zł na osobę, czyli o 8,8% więcej niż w roku ubiegłym, ale o 5,1% mniej niż w roku 2019), a następne – na lokalne wycieczki (125 zł na osobę – niestety o ponad 1/4 mniej niż rok wcześniej). Najniższe kwoty Polacy przeznaczali na (porównywalne co do wysokości) miejscowy transport (w tym komunikację, taxi, benzynę i parkingi – 109 zł na osobę, tj. o 3/4 więcej niż w roku poprzednim i o 29,8% więcej niż w roku

przedpandemicznym) oraz bilety wstępu do obiektów/atrakcji (105 zł na osobę, czyli o 12,5% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 8,2% więcej niż w 2019 roku).

Wśród cudzoziemców drugą pozycję zajęły o ponad 1/2 niższe od wydatków na noclegi sumy przeznaczane na wyżywienie (jedzenie, gastronomię) – średnio 523 zł na osobę (ponad 3,5-krotnie więcej niż Polacy), tj. o prawie 3/4 więcej niż rok wcześniej i o prawie 1/2 więcej niż w roku poprzednim. Kolejne były kwoty wydatkowane na lokalne wycieczki – 386 zł na osobę (3-krotnie więcej niż Polacy), czyli o 3/4 więcej niż w roku ubiegłym. Na pamiątki goście zagraniczni wydawali średnio 295 zł na osobę (ponad 3-krotnie więcej niż Polacy), a na tzw. inne wydatki – 274 zł na osobę (o 15,6% więcej niż rok wcześniej, ale o 18,9% mniej niż w roku przedpandemicznym, choć gdyby dodać wydatki na pamiątki, upominki i inne zakupy, to suma ta okazałaby się o 140,1% wyższa niż w 2019 roku). Najniższe sumy wydatkowane były przez obcokrajowców, analogicznie jak przez odwiedzających krajowych (choć w odwrotnej kolejności i ponad 2-krotnie wyższe) na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (249 zł na osobę, czyli o 44,8% więcej niż w roku poprzednim i o 34,6% więcej niż w 2019 roku) oraz lokalny transport (237 zł na osobę, tj. ponad 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i o prawie 3/4 więcej niż w roku przedpandemicznym).

Należy odnotować, że wydatki podczas pobytu odwiedzających Małopolskę, tak krajowych, jak i zagranicznych, przekroczyły w 2022 roku poziom z roku przedpandemicznego. Wyjątkiem są tylko wydatki Polaków na noclegi i wyżywienie, aczkolwiek i one – stopniowo rosnąc – zmiierzają do wysokości z roku 2019.

Wydatki turystów (nocujących w Małopolsce) były wyższe niż odwiedzających jednodniowych. Wśród turystów krajowych najwyższe sumy odnosiły się do opłat za noclegi (średnio 406 zł na osobę), następnie – za jedzenie/gastronomię (238 zł na osobę, tj. o 46,0% więcej niż w roku poprzednim i o 21,4% więcej niż w roku 2019), tzw. inne wydatki (średnio 215 zł na osobę, czyli o 7,3% mniej, ale z wydatkami na pamiątki o 41,4% więcej niż rok wcześniej i o 71,7% więcej niż w roku przedpandemicznym), bilety wstępu do atrakcji (137 zł na osobę, czyli o 6,2% więcej niż w roku ubiegłym i o 23,4% więcej niż w 2019 roku) oraz na lokalne wycieczki (136 zł na osobę, tj. niestety o 1/5 mniej niż rok wcześniej). Najmniej turyści krajowi wydatkowali, analogicznie jak w poprzednich latach, na lokalny transport (126 zł na osobę, tj. prawie 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i o 40,0% więcej niż w roku przedpandemicznym).

W segmencie turystów z zagranicy również najwyższe były wydatki na noclegi (średnio 1231 zł na osobę), a następnie kwoty przeznaczane: na wyżywienie (średnio 551 zł na osobę, tj. o 77,7% więcej niż w roku poprzednim i o ponad 1/2 więcej niż w 2019 roku), na lokalne wycieczki (średnio 395 zł na osobę, tj. o 82% więcej niż rok wcześniej), na miejscowy transport (281 zł na osobę, czyli prawie 4-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i ponad 2-krotnie więcej niż w 2019 roku), na tzw. inne cele (średnio 274 zł na osobę, czyli o 9,6% więcej niż w roku poprzednim i o 1/5 mniej, choć jeśli dodać wydatki na pamiątki, to prawie 2-krotnie więcej niż w roku przedpandemicznym) i najniższe – na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (średnio 256 zł na osobę, tj. o 46,3% więcej niż rok wcześniej i o 38,4% więcej niż w 2019 roku).

Trzeba dodać, że turyści krajowi, jak i zagraniczni ponosili w 2022 roku wydatki większe niż rok wcześniej (z wyjątkiem sum przeznaczanych na lokalne wycieczki przez Polaków), a nawet przedpandemicznym (z wyjątkiem kwot płaconych za noclegi przez Polaków). Niestety

w zdecydowanej większości przypadków nie można tego zaobserwować, rozpatrując wydatki jednodniowych odwiedzających, tak z Polski, jak i z zagranicy.

W grupie krajowych jednodniowych odwiedzających najwyższe okazały się tzw. inne wydatki (127 zł na osobę, tj. o 22,1% więcej niż rok wcześniej, ale o 29,3% mniej niż w 2019 roku, nawet po dodaniu wydatków na pamiątki, upominki i inne zakupy), dalej: wydatki na bilety wstępu do atrakcji (74 zł na osobę, czyli o 21,3% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 8,8% więcej niż w roku przedpandemicznym), na wyżywienie (58 zł na osobę, tj. o 13,4% mniej niż w roku poprzednim i o 19,4% mniej niż w roku 2019), na lokalne wycieczki (51 zł na osobę, czyli o 62,5% mniej niż rok wcześniej) i mniej więcej tyle samo na miejscowy transport (50 zł na osobę, czyli o 2,0% więcej niż rok wcześniej, ale o 5,7% mniej niż w roku przedpandemicznym).

Jednodniowi goście z zagranicy w 2022 roku najwyższe kwoty wydatkowali na wyżywienie (136 zł na osobę, tj. o 40,1% mniej niż w roku ubiegłym i o 26,1% mniej niż w 2019 roku), a dalej: na bilety wstępu do atrakcji (63 zł na osobę, czyli o 57,7% mniej niż w roku poprzednim i o 63,4% mniej niż w roku przedpandemicznym), na miejscowy transport (35 zł na osobę, czyli o 49,3% mniej niż rok wcześniej i o 60,7% mniej niż w roku 2019) i na lokalne wycieczki (średnio 20 zł na osobę, tj. o 91,1% mniej niż w roku ubiegłym). Wprawdzie nie wskazano wydatków na tzw. inne cele, ale gdyby przyjąć w tej kategorii pamiątki, upominki i inne wydatki, to kwota ta – 30 zł na osobę – i tak byłaby o prawie 80% mniejsza niż w roku poprzednim i 2019.

Jak zatem łatwo zauważyć, wszystkie wydatki jednodniowych zagranicznych uległy w 2022 roku zmniejszeniu, zarówno w relacji do roku ubiegłego, jak i 2019, natomiast w grupie gości jednodniowych z Polski wyjątek w tym względzie stanowiły wydatki na tzw. inne cele (które wzrosły w stosunku do 2021 i 2019 roku), na transport (które zwiększyły się w stosunku do roku poprzedniego) oraz na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (które były wyższe niż w roku przedpandemicznym).

Podkreślenia wymaga fakt, że wydatki podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku turystów zagranicznych były wyższe niż turystów krajowych. Analogiczna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do wydatków jednodniowych gości zagranicznych, ale tylko na wyżywienie – pozostałe wydatki okazały się niższe.

9.4. Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce

Zestawiając kwoty przeznaczane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2022 do lat wcześniejszych, należy uwzględnić obie grupy wydatków, czyli zarówno te ponoszone przed jak i podczas pobytu w regionie. W konsekwencji, z uwagi na dość znaczny wzrost sum wydatkowanych przez odwiedzających zagranicznych, ich średnie wydatki okazały się o 1/2 wyższe niż rok wcześniej – wynosiły średnio 1810 zł na osobę (o 15,7% więcej niż w roku przedpandemicznym). Odnosiło się to jednak tylko do turystów (1888 zł na osobę, czyli o ponad 1/2 więcej niż w roku ubiegłym i o 14,7% niż w roku 2019), ponieważ średnie wydatki zagranicznych gości jednodniowych znacznie się zmniejszyły – wynosiły tylko 243 zł na osobę (o prawie 3/4 mniej w stosunku do roku poprzedniego i o prawie 1/5 mniej w relacji do roku 2019). Zmniejszeniu uległy też średnie wydatki odwiedzających krajowych – do poziomu 539 zł na osobę, tj. o ponad 1/3 mniej niż w roku ubiegłym i o ponad 1/10 mniej niż w roku przedpandemicznym. Było to konsekwencją znacznego spadku wysokości sum wydatkowanych przez jednodniowych odwiedzających z Polski – o 2/3 w relacji do roku poprzedniego

(choć o 12,5% więcej niż w roku 2019), czyli do wielkości tylko 153 zł na osobę. Kwoty ponoszone przez turystów krajowych w 2022 roku na pobyt w regionie (łącznie przed i podczas wizyty) również zmniejszyły się nieznacznie – o 1,7% mniej w stosunku do roku poprzedniego (ale o 6,3% więcej niż w roku przedpandemicznym).

Tabela 9.4.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2022 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający krajowi	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	843	602	682	819	539
Odwiedzający zagraniczni	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1399	1565	1526	1200	1810
Turyści krajowi	811	838	940	848	896	962	857	989	927	911
Turyści zagraniczni	1580	1470	1900	1484	1451	1474	1646	1645	1237	1888
Odwiedzający jednodniowi krajowi	262	380	165	187	178	208	136	186	449	153
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	872	690	540	470	471	644	301	345	953	243

*Całkowita kwota wydatku nie jest sumą kwot przeznaczanych na poszczególne cele ani sumą kwot ponoszonych przed i podczas pobytu, gdyż część respondentów nie wskazała kwot szczegółowych; obliczając całkowitą kwotę wydatku, uwzględniono więc większą liczbę wskazań niż przy kwotach szczegółowych.

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

Wydatki ogółem odwiedzających zagranicznych były zróżnicowane ze względu na kraj pochodzenia.

Tabela 9.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2022 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia

Kraj pochodzenia	Turyści	Jednodniowi odwiedzający	Odwiedzający ogółem
USA	3103	b.d.	3103
Norwegia	2600	b.d.	2600
Włochy	2365	b.d.	2365
Wielka Brytania	2289	b.d.	2289
Irlandia	1965	b.d.	1965
Hiszpania	1895	b.d.	1895
Niemcy	1867	b.d.	1867
Dania	1506	b.d.	1506
Czechy	1647	343	1399
Francja	1361	b.d.	1361
Belgia	749	b.d.	749
Ukraina	444	63	368
Słowacja	250	289	284

*Całkowita kwota wydatku nie jest sumą kwot przeznaczanych na poszczególne cele ani sumą kwot ponoszonych przed i podczas pobytu, gdyż część respondentów nie wskazała kwot szczegółowych; obliczając całkowitą kwotę wydatku, uwzględniono więc większą liczbę wskazań niż przy kwotach szczegółowych.

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

Najwyższe ponosili odwiedzający ze Stanów Zjednoczonych AP (średnio ponad 3100 zł na osobę). Norwegowie wydawali średnio 2600 zł na osobę, Włosi – średnio 2365 zł na osobę, Brytyjczycy – średnio prawie 2290 zł na osobę, Irlandczycy – średnio 1965 zł na osobę, Hiszpanie – średnio 1895 zł na osobę, Niemcy – średnio ponad 1865 zł na osobę, Duńczycy – średnio ponad 1500 zł na osobę, Czesi

– średnio niemal 1400 zł na osobę, a Francuzi – średnio ponad 1360 zł na osobę. Poniżej 1000 zł na osobę na wizytę w Małopolsce przeznaczali Belgowie (średnio prawie 750 zł na osobę) i Słowacy (średnio prawie 285 zł na osobę).

W przypadku większości krajów wydatki turystów były analogiczne jak wydatki ogółu odwiedzających, ponieważ w badaniu wzięli udział nieliczni jednodniowi odwiedzający zagraniczni – tylko z Czech i Słowacji (oraz Ukrainy). Sumy deklarowane przez jednodniowych odwiedzających z Czech były ponad 5-krotnie niższe niż turystów z tego kraju (średnio 343 zł na osobę vs 1647 zł na osobę), natomiast kwoty wydatkowane przez jednodniowych odwiedzających ze Słowacji były o 15,4% wyższe niż turystów z tego państwa (średnio 289 zł na osobę vs 250 zł na osobę).

9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki

Z uwagi na fakt, że liczba odwiedzających Małopolskę była w 2022 roku wyższa niż rok wcześniej, szacuje się, że wzrosły również wpływy Małopolski z turystyki w regionie. Wyniosły one 11,21 mld zł (bez wpływów od migrantów z Ukrainy), tj. o 3,7% więcej niż rok wcześniej, ale o 26,3% mniej niż w rekordowym w tym względzie roku 2019 (nieznacznie więcej niż w roku 2014).

Tabela 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2022* (w mld zł) wg grup odwiedzających

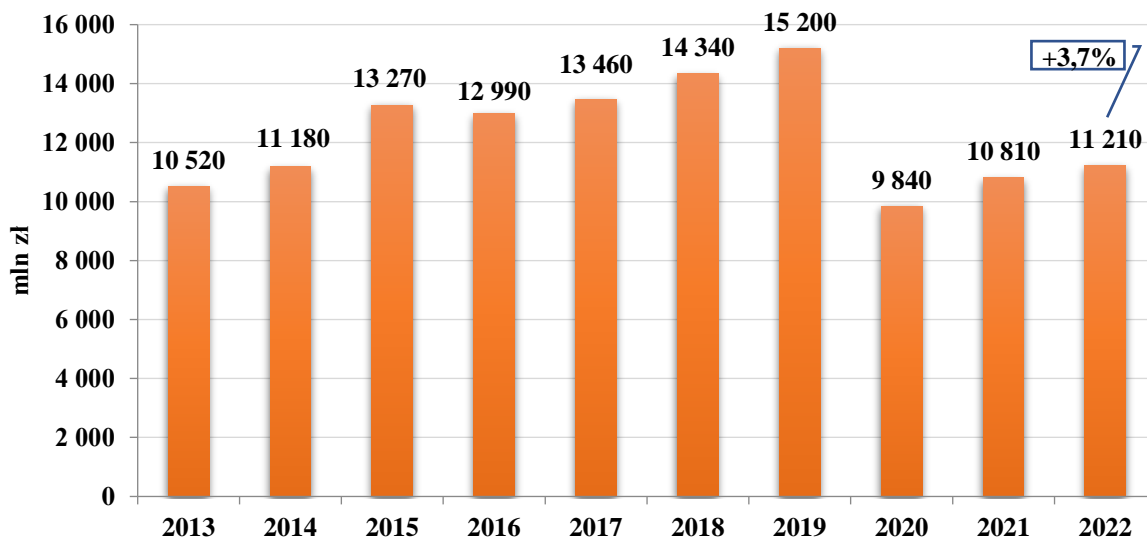
Wyszczególnienie	Szacunkowe wpływy w mld zł									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Turyści krajowi	5,55	6,03	7,50	7,61	8,16	8,88	8,90	6,33	7,51	8,97
Turyści zagraniczni	4,01	3,81	5,17	4,66	4,59	4,76	5,70	2,05	1,36	1,24
Odwiedzający jednodniowi krajowi	0,80	1,18	0,51	0,63	0,62	0,60	0,50	1,40	1,76	0,97
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	0,16	0,16	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10	0,06	0,18	0,03
łącznie	10,52	11,18	13,27	12,99	13,46	14,34	15,20	9,84	10,81	11,21

* W 2022 roku bez migrantów z Ukrainy.

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

W relacji do roku poprzedniego zwiększyły się tylko wpływy od turystów krajowych (o 19,4%). Mniejsze okazały się natomiast wpływy od turystów zagranicznych (o 8,8% – porównywalne do 2019 roku), jak i jednodniowych odwiedzających krajowych (o 44,9%, przy czym w relacji do przedpandemicznego roku 2019 odnotowano ich prawie 2-krotny wzrost), a zwłaszcza od jednodniowych gości zagranicznych (aż o 83,3% i była to najmniejsza wielkość w analizowanym okresie).

Rysunek 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2022 (w mln zł)



* Bez odwiedzających (turystów i gości jednodniowych) z Ukrainy.

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

Gdyby uwzględnić odwiedzających z Ukrainy (tak turystów, jak i gości jednodniowych) i ich wydatki, to większa byłaby suma wpływów od zagranicznych turystów (ponad 2-krotnie, tj. wynosiłaby 2,55 mld zł), jak i od zagranicznych gości jednodniowych (aż ponad 12,5-krotnie, tj. kształtowałaby się na poziomie 0,38 mld zł).

Tabela 9.5.2. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w 2022 roku z uwzględnieniem migrantów z Ukrainy i ich wydatków (w mld zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	Łącznie
2022	8,97	2,55	0,97	0,38	12,87

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

W sumie wpływy Małopolski z turystyki w regionie wyniosły wówczas 12,87 mld zł, czyli byłyby o 19,1% większe niż w 2021 roku (ale o 15,3% mniejsze niż w rekordowym jak dotychczas roku 2019).

Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę

10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS

Dla potrzeb niniejszej monografii jako jeden z wymiarów kontyngencji zastosowano autorski wskaźnik poziomu lęku. Jest to 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. Badane były więc osoby, które poradziły sobie, same lub za namową organizatora podróży, ewentualnie gestora bazy recepcyjnej, z towarzyszącym każdemu z nas na co dzień odczuciem lęku i pojawiły się w danej destynacji. 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 NFS¹⁷ (wskaźnik NFS ang. *Net Fear Score*¹⁸), 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. Można dyskutować czy wartość „środkową” z „5” zaliczać po stronie lęków i obaw, czy jej nie aglomerować. W pracy tej wartość „5” została dołączona do aglomeratu po stronie obaw. Osoby, które zaznaczyły na skali stany 10 do 5 uznano za pełne lęku i obaw. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla filozofii i psychologii) PESYMIŚCI¹⁹. Osoby, które zaznaczyły na skali liczbowej stany 2-4 uznano za neutralne,

¹⁷ Respondentom zadano mianowicie pytanie o to, jak bardzo obawiali się przyjechać do Małopolski. Odpowiedzi goście udzielali za pomocą 11-stopniowej skali liczbowej, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało całkowity brak obaw i strachu by przyjechać do Małopolski, a „10” świadczyło o pełnej bojaźni respondenta przed podróżą do Małopolski.

¹⁸ Net Fear Score Wskaźnik Lęku, Obaw, Strachu przed przyjazdem do danej destynacji.

fear = rzeczownik

starch=fear, fright, dread, awe, alarm, funk

lęk=anxiety, fear, dread, apprehension

bojaźń=fear, anxiety, fright

trwoga=fear, awe, terror, alarm, anxiety, panic

przestrach=fear

obawianie się=fear, misgiving

fear =czasownik

obawiać się=fear, be afraid, dread, suspect, stand in awe of, apprehend

bać się=fear, be afraid, be scared, dread, be apprehensive

lękać się=fear, be afraid, quail, dread, shy, be apprehensive = <https://translate.google.pl/?hl=pl#pl/en/strach>

Wskaźnik opracowany przez K. Borkowskiego w 2016 roku na podstawie dotychczasowych badań Ruchu Turystycznego w Krakowie, a zastosowany pilotażowo w trakcie badań Uczestników Światowych Dni Młodzieży 2016 w Krakowie przez Poszerzony Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej w składzie: Krzysztof Borkowski, Tadeusz Grabiński, Antoni Jackowski, Maciej Ostrowski, Renata Seweryn, Roman Bogacz, Elżbieta Biłska-Wodecka, Izabela Sołjan, Marek Łabaj, Bożena Alejziak, Ewa Grabińska, Franciszek Mróz, Jadwiga Sobczuk, Justyna Liro, Leszek Mazanek opublikowany w 2017 roku: Uczestnicy Światowych Dni Młodzieży w Krakowie w 2016 roku: Ruch Turystyczny w Krakowie 2016 Numer 2/2017: monografia Kraków: Małopolska Organizacja Turystyczna, 2017 191 s. ISBN 978-83-65249-94-4, ISSN 2299-2863 Druk, e-ISSN 2299-2871 Online http://www.mot.krakow.pl/media/badanie-ruchu-turystycznego/16-08-2017-sdm_-isbn_-do-tlumaczenia-z-bibliografia.pdf

¹⁹ Pesymizm psychologiczny to nastrój lub emocjonalna skłonność do dopatrywania się wszędzie przejawów lub zapowiedzi zła, z którymi wiąże się stosunek do świata nacechowany lękiem i poczuciem bezsilności. Natomiast J. Garewicz, objaśnia pesymizm metafizyczny

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**. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) REALIŚCI²⁰. 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**. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) OPTYMIŚCI²¹. Warto w tym miejscu przypomnieć pojęcie bezpieczeństwa abstrakcyjnego, jako wewnętrznego przekonania turysty o własnej „nietykalności”, „nieśmiertelności” czy „szczęśliwej gwiazdzie i dacie urodzenia” i towarzyszące mu przekonanie, że „każdemu może się coś przytrafić, ale nie jemu”.

Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski %

Poziom lęku	PL 18	ZG 18	PL 19	ZG 19	PL 20	ZG 20	PL 21	ZG 21	PL 22	ZG 22	OGÓŁEM 2022
0	62,8	38,1	73,7	44,7	59,8	64,7	54,6	52,3	79,3	78,0	79,2
1	11,0	12,6	12,9	20,9	14,3	7,9	14,6	0,0	12,9	4,7	12,4
Σ Optymiści	73,80	50,70	86,60	65,60	74,10	72,60	69,20	52,30	92,2	82,7	91,6
2	6,5	10,6	4,3	10,3	12,9	5,9	10,0	27,3	4,0	7,4	4,2
3	4,7	6,7	2,0	4,9	5,0	4,3	6,0	8,4	1,9	2,7	1,9
4	2,3	6,3	1,1	2,3	1,6	3,3	2,2	3,0	0,7	1,5	0,8
Σ Realisci	13,50	23,60	7,40	17,50	19,50	13,50	18,20	38,70	6,6	11,6	6,9
5	3,6	8,1	1,7	4,5	2,3	4,6	3,2	1,0	0,4	0,3	0,4
6	1,8	3,7	0,8	2,0	1,0	3,0	1,9	2,5	0,1	1,2	0,2
7	1,6	4,0	0,9	1,8	1,1	2,0	1,6	2,3	0,2	1,5	0,3
8	2,2	4,1	0,8	2,9	0,7	2,0	2,3	0,6	0,1	0,6	0,1
9	0,9	2,9	0,9	3,5	0,5	0,3	0,8	0,7	0,1	0,9	0,1
10	2,7	2,9	1,0	2,2	0,7	2,0	2,7	0,1	0,3	1,2	0,4
Σ Pesymiści	-12,80	-25,70	-6,10	-16,90	-6,30	-13,90	12,50	7,20	1,2	5,7	1,5
NFS	61,00	25,00	80,50	48,70	67,80	58,70	56,7	72,4	91,0	77,0	90,1

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, 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%

polegający na dostrzeganiu w złu jedynej bądź najważniejszej zasady świata widzialnego. „Zło pełni funkcję arché: jest czymś absolutnie pierwszym, rządzi światem, a wszelka wiedza opiera się na wskazaniu, leżącego u podstaw całej rzeczywistości zła” w O pojęciu pesymizmu, "Archiwum Historii Filozofii i Myśli Społecznej", 1989, t. 34, s. 89-92.

²⁰ Realista: człowiek bezstronnie oceniający rzeczywistość i fakty w oparciu o doświadczenie i rozumowanie, trzeźwo patrzący na świat; <https://sjp.p.l/realista> dostęp: 2019-04-05, patrz również: fenomenologia realistyczna, nurt fenomenologiczny zorientowany na przedmiot (a nie na przeżycie czystej świadomości), zapoczątkowany przez grupę studentów Th. Lippsa w Monachium; fenomenologia realistyczna nawiązywała do Husserlowskiego postulatu starannego opisu danych bezpośrednich, przeciwstawiając się idealistycznemu aspektowi fenomenologii transcendentnej; <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/Realistyczny.html> dostęp: 2019-04-05.

²¹ Optymiści postrzegają ludzi i zdarzenia jako dobre. Mają pozytywny stosunek do życia, wierząc w to, iż rzeczy z czasem ułożą się pomyślnie. Encyklopedia PWN; U chrześcijan ten „pozytywny” stosunek do życia jest konsekwencją ich wiary, a nie ludzkiego temperamentu czy okoliczności Francisco F. Carvajal, Dotrzeć do portu - znaczenie kierownictwa duchowego, Wydawnictwo Apostolicum, Ząbki - 2013, s. 133, ISBN 978-83-7031-851-2.

(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.

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2022 roku:

Ogółem **90,1%**

Kraj **91,0%**

Zagranica **77,0%**

Porównując wskaźnik NFS dotyczący poczucia bezpieczeństwa odwiedzających krajowych oraz gości z zagranicy w latach 2018-2022 można zauważyć, iż ma on tendencję wzrostową. Szczególnie widoczne jest to w przypadku odwiedzających zagranicznych, gdzie w roku 2018 wskaźnik NFS wynosił 25%, natomiast w roku 2022 już 77%. Coraz większy poziom bezpieczeństwa pobytu w Małopolsce odczuwają także goście krajowi. W roku 2018 wskaźnik NFS wynosił 61% natomiast w roku 2022 aż 91%. Z powyższego wynika, iż coraz więcej badanych osób jest w pełni przekonanych o pełnym bezpieczeństwie pobytu w Małopolsce, któremu w żadnym momencie podróży nie towarzyszyło uczucie lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie.

W analizowanym przypadku wskaźnik NFS dla Małopolski w roku 2022 wyniósł **90,1%**.

10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS

Jako drugi z wymiarów kontyngencji zastosowano wskaźnik poziomu satysfakcji i lojalności odwiedzających Małopolskę. Wskaźnik NPS (ang. *Net Promoter Score*)²². Respondentom zadano mianowicie zapytanie o to: „*jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą oni Małopolskę swoim znajomym*”. Odpowiedzi goście udzielali również za pomocą 11-stopniowej skali, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnej lojalności i całkowitym zadowoleniu z pobytu w destynacji.

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**. XXXXXXXX
- **pasywnych²³ vel neutralnych** (odpowiadających w przedziale 7-8), w tabelach oznaczeni **kolorem czerwonym**. XXXXXXXX

²² Net Promoter Score (Wskaźnik Orędownictwa Netto), jest wskaźnikiem, którego twórcą jest F. Reichheld. Służy do pomiaru lojalności konsumentów oraz jakości budowanych z nimi relacji. Istota wskaźnika sprowadza się do badania skłonności klienta do rekomendacji produktu lub usługi danej marki. Regularność w monitorowaniu poziomu NPS pozwala ocenić jakość prowadzonych działań i dostarcza niezbędnych informacji, które ułatwiają planowanie strategii skierowanych na budowanie satysfakcji u klientów. Optymalnie wykorzystany może być narzędziem do powiększania zysków przedsiębiorstwa. (Gajewska P., 2012, s. 410)

https://mfiles.pl/pl/index.php/Net_Promoter_Score dostęp: 2018-08-19

²³ Pojęcie PASYWNY bardziej odpowiada sytuacji, gdyż tak PROMOTORZY jak i OPONENCI są AKTYWNI a jedynie kierunek ich aktywności jest odmienny, natomiast pasywność jest stanem braku aktywności, nazywanym BIERNOŚCIĄ. Dla tego opracowania zdecydowano się jednak ze względów ewentualnego tłumaczenia na język obcy zastosować słowo łatwiej poddające się tłumaczeniu. ang. passive, franc. passif, niem. passiv.

- **promotorów** (osób, które zadeklarowały chęć do wyrażenia swojej pozytywnej opinii oraz rekomendowania firmy / produktu itd. swoim znajomym w przedziale 9-10), w tabelach oznaczeni **kolorem niebieskim**. XXXXXXXX

Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce w %

Poziom lojalności	PL 18	ZG 18	PL 19	ZG 19	PL 20	ZG 20	PL 21	ZG 21	PL 22	ZG 22	OGÓŁEM 2022
0	0,6	0,5	0,9	1,8	0,3	0,3	2,0	0,7	0,1	0,3	0,1
1	0,3	0,3	0,3	1,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
2	0,2	0,3	0,2	0,7	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1
3	0,4	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	0,5	0,1	0,1	0,3	0,1
4	0,8	0,9	0,7	0,7	0,4	0,0	0,4	0,1	0,1	0,0	0,1
5	3,1	2,6	2,1	3,2	1,6	1,0	2,1	0,8	0,7	1,2	0,7
6	3,2	5,2	2,7	3,9	2,0	2,9	3,1	4,2	1,2	2,7	1,3
Σ Krytycy	8,6	10,3	7,3	11,8	4,8	4,5	8,40	6,0	2,3	4,5	2,4
7	8,5	11,7	5,7	8,7	4,6	8,3	8,0	8,0	2,8	5,7	3,0
8	16,6	20,8	11,9	19,6	12,5	15,7	12,2	13,9	10,4	17,9	10,9
Σ Pasywni	25,1	32,5	17,6	28,3	17,1	24,0	20,2	21,9	13,2	23,6	13,9
9	15,3	23,2	26,6	26,8	26,1	27,5	15,6	29,2	18,4	23,8	18,7
10	51,0	34,0	48,5	33,2	52,0	44,1	55,9	43,1	66,1	48,2	65,0
Σ Promotorzy	66,3	57,2	75,1	60,0	78,1	71,6	71,5	72,3	84,5	72,0	83,7
NPS	57,7	46,9	67,8	48,2	73,3	67,1	63,1	66,3	82,2	67,5	81,3

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

Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2022 roku:

Ogółem **81,3%**

Kraj **82,2%**

Zagranica **67,5%**

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 wskaźnik NPS dla Małopolski w roku 2022 wyniósł **81,3%**.

10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski

Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	56,073%	51,019%	47,393%	59,0%	72,8%
Raczej tak	28,349%	32,421%	39,089%	22,9%	18,8%
Σ POŚREDNIA TAK	84,42%	83,44%	86,48%	81,9%	91,6%
Nie wiem	12,771%	14,325%	12,675%	11,4%	7,3%
Raczej nie	2,273%	1,901%	0,722%	5,4%	0,7%
Na pewno nie	0,534%	0,335%	0,120%	1,3%	0,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ponowny przyjazd OGÓŁEM 2022	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	72,8%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	18,8%	A+B	91,6%
C NIE WIEM	7,3%	C+D+E	8,4%
D RACZEJ NIE	0,7%	Wskaźnik powrotu	83,2%
E NA PEWNO NIE	0,4%		
SUMA	100,0%		

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

Tabela 10.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	63,040%	57,995%	48,489%	62,0%	74,9%
Raczej tak	26,968%	30,652%	39,940%	22,9%	18,1%
Σ POŚREDNIA TAK	90,01%	88,65%	88,43%	84,90%	93,0%
Nie wiem	8,623%	10,283%	10,949%	10,6%	6,0%
Raczej nie	0,907%	0,812%	0,493%	3,6%	0,6%
Na pewno nie	0,463%	0,258%	0,129%	0,9%	0,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ponowny przyjazd	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	74,9%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	18,1%	A+B	93,0%
C NIE WIEM	6,0%	C+D+E	7,0%
D RACZEJ NIE	0,6%	Wskaźnik powrotu	86,0%
E NA PEWNO NIE	0,4%		
SUMA	100,0%		

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

Tabela 10.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	29,787%	27,992%	31,348%	47,7%	42,5%
Raczej tak	33,456%	38,260%	26,646%	23,1%	28,9%
Σ POŚREDNIA TAK	63,24%	66,25%	57,99%	70,80%	71,4%
Nie wiem	28,467%	27,665%	37,931%	14,6%	24,5%
Raczej nie	7,483%	5,494%	4,075%	11,8%	3,2%
Na pewno nie	0,807%	0,589%	0,000%	2,9%	0,9%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ponowny przyjazd	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	42,5%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	28,9%	A+B	71,4%
C NIE WIEM	24,5%	C+D+E	28,6%
D RACZEJ NIE	3,2%	Wskaźnik powrotu	42,8%
E NA PEWNO NIE	0,9%		
SUMA	100,0%		

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

W analizowanym przypadku wskaźniki powrotu tak dla turystów krajowych (86%), jak i zagranicznych do Małopolski są bardzo satysfakcjonujące, szczególnie że dla respondentów zagranicznych wynik zbliżył się do 43% przy wysokim wskazaniu niepewności decyzji, bo prawie ¼ (25%) odpowiedzi. Warto podjąć intensywną kampanię promocyjną oferty turystycznej województwa małopolskiego na głównych zagranicznych rynkach emisyjnych w oparciu nie tylko o klasyczne atrakcje regionu, ale ukazując również turystyczne nowinki ofertowe Małopolski. Turysta, szczególnie zagraniczny powinien wyjeżdżając odczuwać „niedosyt” pobytu w naszym województwie.

Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH

11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z NIEMIEC W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU:
415 200 OSÓB, W TYM 406 800 TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Niemiec

Wiek odwiedzających z Niemiec

Większość odwiedzających z Niemiec (85,20%), którzy przyjechali do Małopolski w roku 2022 to osoby dorosłe. W tym mniej więcej co czwarty respondent (23,0%) mieści się w przedziale 20-29 lat, natomiast ponad połowa (62,2%) w wieku 30-44 lat. Warto podkreślić, iż w porównaniu do lat 2018-2021, wzrost respondentów w tej właśnie grupie wiekowej jest ponad dwukrotnie większy. I odwrotnie. W porównaniu do lat poprzednich zmniejszyła się ponad dwukrotnie grupa osób w wieku 45-60 lat (11,5%) a także drastycznie zmalała liczba seniorów (osoby pow. 60 lat) (3,3%), gdzie w roku 2021 był to prawie co trzeci respondent (29,5%). Ten wskaźnik procentowy znacznie odbiegał jednak od lat poprzednich.

Jak można zauważyć, wiek respondentów jest bardzo zróżnicowany, z czego wynika, że praktycznie każda grupa wiekowa w roku 2022 bardziej lub mniej licznie odwiedziła Małopolskę. Wyjątek stanowią osoby do 19 roku życia, czyli młodzież w wieku szkolnym, których w roku 2022 nie odnotowano w statystykach w ogóle.

Tabela 11.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	7,5%	10,7%	3,4%	5,0%	0,0%
20-29 lat	15,0%	17,5%	31,0%	17,4%	23,0%
30-44 lat	32,4%	33,0%	27,6%	25,7%	62,2%
45-60 lat	27,7%	28,6%	32,8%	22,4%	11,5%
Powyżej 60 lat	17,3%	10,2%	5,2%	29,5%	3,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Niemiec

W roku 2022 Małopolskę odwiedziła mniejsza liczba kobiet (32,8%) niż mężczyzn (67,2%). Uzyskany rozkład wskaźników procentowych jest podobny jak w latach poprzednich z coraz bardziej wyraźną tendencją zmniejszania się segmentu żeńskiego.

Tabela 11.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	44,0%	41,7%	44,6%	42,7%	32,8%
Mężczyzna	56,0%	58,3%	55,4%	57,3%	67,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Niemiec

Istotny związek z rozwojem turystyki ma wykształcenie odwiedzających. Powszechnie wiadomo, iż wraz ze wzrostem wykształcenia wzrasta świadomość społeczna i turystyczna, a tym samym częstotliwość wyjazdów oraz suma pieniędzy przeznaczonych na wypoczynek. Z przeprowadzonych badań wynika, iż zarówno w roku 2022, jak również w latach poprzednich, większość odwiedzających z Niemiec posiadała wykształcenie wyższe (76,6%) oraz średnie (21,7%). Porównując wskaźniki do lat poprzednich (2018-2020), można zauważyć, iż do Małopolski ponownie zaczynają przyjeżdżać osoby z wykształceniem wyższym. Osoby te w roku 2022 stanowią ponad dwie trzecie odwiedzających Małopolskę. Odwrotną tendencję można zauważyć w grupie osób z wykształceniem podstawowym (1,7%), szczególnie w kontekście roku 2021.

Tabela 11.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	61,9%	66,5%	70,4%	50,0%	76,6%
Średnie	27,5%	28,5%	29,6%	39,6%	21,7%
Podstawowe	10,6%	3,9%	0,0%	9,2%	1,7%
Inne	0,0%	1,1%	0,0%	1,3%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Niemiec

Poziom wykształcenia odwiedzających z Niemiec ma związek z sytuacją finansową respondentów. Porównując sytuację majątkową w roku 2022 do lat poprzednich, można zauważyć dużą zmianę. Zdecydowana większość badanych osób (83,6%) wyraziła opinię, że ich sytuacja materialna jest dobra, co stanowi prawie dwukrotnie większą grupę odwiedzających niż w roku 2021 i znacznie większą niż w latach 2018-2020. Gdyby uwzględnić tutaj jeszcze osoby, które zadeklarowały bardzo dobrą sytuację finansową (8,2%) to okazuje się, że prawie wszyscy Niemcy (91,80%) odwiedzający Małopolskę prezentują wysoki lub bardzo wysoki status materialny. Tym samym znacznie zmalała grupa osób prezentująca średni poziom zamożności (6,6%), gdzie w roku 2021 był to prawie co trzeci respondent. Zmniejszyła się także grupa osób, która oceniła swój status materialny jako zły.

Tabela 11.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	23,7%	20,9%	24,6%	24,2%	8,2%
Dobra	59,0%	62,8%	64,9%	44,6%	83,6%
Średnia	17,3%	15,2%	8,8%	28,3%	6,6%
Zła	0,0%	1,0%	1,8%	2,9%	1,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Z powyższych analiz wynika, że jeśli chodzi o zasobność portfela, to w roku 2022 w porównaniu do lat poprzednich, Małopolskę odwiedziło więcej osób z Niemiec, których status finansowy jest znacznie wyższy niż w latach poprzednich, co może sugerować, iż w przeciwieństwie do lat 2018-2021 (kiedy korzystano raczej z taniej turystyki), obecni odwiedzający mają znacznie wyższe wymagania dotyczące obiektów noclegowych, bazy transportowej czy bazy rekreacyjno-rozrywkowej.

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Niemiec

W roku 2022, podobnie jak w roku poprzednim, goście z Niemiec najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków (28,80%), rozrywkę (kluby, dyskoteki, puby) (25,40%), wypoczynek (20,30%). Podobnie jak w latach 2018-2020 co dziesiąta badana osoba przyjechała tutaj w sprawach służbowych (17%). W przypadku co dziesiątego były to sprawy biznesowe (11,90%), a 5,10% brało udział w szkoleniu. W roku 2022, podobnie jak w roku 2021 (podobnie jak w grupie odwiedzających z Wielkiej Brytanii) uwidocznił się nowy profil odwiedzającego z Niemiec, tzw. „turysta rozrywkowy”, którego pobyt łączył się z odwiedzaniem klubów, dyskotek, pubów. W latach poprzednich (2018-2020) powyższy cel przyjazdu dotyczył niewielkiego odsetka odwiedzających. Nieznaczną grupą odwiedziła także krewnych i znajomych (6,80%).

W roku 2022 nie odnotowano żadnego odwiedzającego z Niemiec, który przyjechał do Małopolski w celu uprawiania turystyki aktywnej (kwalifikowanej), odwiedzin miejsc rodzinnych, w celach zdrowotnych, udziału w konferencji, kongresie, firmowym wyjeździe integracyjnym, udziału w wydarzeniu, poznania walorów przyrody, w celu religijnym, tranzyt, udziału w imprezie kulturalnej, korzystania z usług medycznych, zakupów, czy jeszcze innym celu. Uzyskane wyniki w nieznacznym stopniu różnią się od wskaźników procentowych uzyskanych w latach poprzednich. Szczególnie dotyczy to turystyki aktywnej, gdzie w latach 2019-2020 w powyższym celu do Małopolski przyjechał prawie co dziesiąty odwiedzający z Niemiec.

Tabela 11.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec (w %)

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Zwiedzanie zabytków	25,9%	27,5%	7,3%	21,0%	28,8%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,1%	4,3%	1,8%	21,0%	25,4%
Wypoczynek	11,6%	18,4%	23,6%	15,3%	20,3%
Sprawy służbowe (biznes)	9,5%	10,1%	29,1%	3,7%	11,9%
Udział w szkoleniu	3,2%	1,4%	0,0%	0,8%	5,1%
Odwiedziny krewnych	3,2%	6,8%	10,9%	7,0%	3,4%
Odwiedziny znajomych	3,2%	1,4%	1,8%	6,6%	3,4%
Edukacja	5,3%	6,8%	0,0%	2,9%	1,7%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	4,2%	8,7%	9,1%	0,0%	0,0%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	7,4%	3,4%	5,5%	4,5%	0,0%
Cel zdrowotny	4,2%	3,9%	0,0%	1,2%	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	4,8%	2,4%	0,0%	1,6%	0,0%
Firmowy wyjazd integracyjny	4,2%	1,4%	0,0%	0,8%	0,0%
Udział w wydarzeniu	2,1%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Poznanie walorów przyrody	3,2%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%
Cel religijny	2,1%	1,0%	0,0%	7,0%	0,0%
Tranzyt	1,1%	0,5%	9,1%	1,2%	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	1,1%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zakupy	0,5%	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%
Inny cel	0,0%	0,0%	1,8%	0,4%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z Niemiec (z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)

Porównując zmiany zachodzące w kategorii „towarzysze podróży”, można zauważyć, iż najczęściej odwiedzających z Niemiec przyjechało do Małopolski w roku 2022 z przyjaciółmi (66,1%) i jest to grupa prawie dwukrotnie większa niż w roku 2021 oraz znacznie większa niż w latach 2020-2018. Tym samym mniej osób przyjechało do Małopolski wraz ze zorganizowaną grupą (15,2%) oraz z rodziną (10,2%). Warto zauważyć, iż w kategorii turystyka rodzinna widoczna jest znacząca tendencja malejąca. W roku 2018 było to 38,8% respondentów, natomiast w roku 2022 tylko 10,2% z czego wynikałoby, że turystyka rodzinna cieszy się w Małopolsce coraz mniejszą popularnością.

W roku 2022, w przeciwieństwie do roku 2021, do Małopolski przyjechała dwukrotnie mniejsza grupa Niemców, która podróżowała samotnie (8,5%). Uzyskany wskaźnik jest zbliżony do lat poprzednich, szczególnie 2018-2020.

Biorąc pod uwagę wiek respondentów, dochody, wykształcenie, można zauważyć, iż w roku 2022 odwiedzający z Niemiec to w większości osoby młode lub w średnim wieku, głównie z wykształceniem wyższym, których status materialny jest dobry i bardzo dobry. Znacznie zmniejszyła się grupa seniorów oraz osób z mniej zasobnym portfelem czy wykształceniem podstawowym.

Ten zróżnicowany profil społeczno-demograficzny oraz jego różnorodne potrzeby turystyczne mają istotny wpływ na kreowanie bogatej oferty turystycznej dostosowanej do wymagań powyższych segmentów.

Tabela 11.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Rodzina	38,8%	47,8%	44,8%	23,3%	10,2%
Grupa zorganizowana	27,3%	20,2%	19,0%	22,1%	15,2%
Przyjaciele	19,1%	19,7%	25,9%	35,4%	66,1%
Nikt (podróżuję sam)	10,4%	7,4%	8,6%	19,2%	8,5%
Rodzina i przyjaciele	4,4%	4,9%	1,7%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W kontekście turystyki rodzinnej należy uwzględnić także **liczbę dzieci**, które podróżują z dorosłymi członkami rodziny. Jak wynika z badań, rodziny najczęściej podróżowały z jednym (75,0%) lub dwójką (25,0%) dzieci. Na przestrzeni analizowanych lat w roku 2022 wyraźnie dominują rodziny 3-osobowe. W badaniach nie zdiagnozowano rodzin bezdzietnych, natomiast w przeciwieństwie do lat poprzednich, także rodzin wielodzietnych.

Tabela 11.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec (w %)

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%
1	28,6%	66,7%	20,0%	52,6%	75,0%
2	42,9%	23,3%	60,0%	36,8%	25,0%
3	28,6%	3,3%	0,0%	5,3%	0,0%
4	0,0%	3,3%	20,0%	5,3%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Dla kreowania oferty i promocji regionu wiedza na temat podróżowania rodzin z dziećmi lub rodzin bez dzieci stanowi bardzo ważną informację, gdyż o miejscu i sposobie wypoczynku decydują zupełnie inne kryteria. Dla rodzin z dziećmi oprócz walorów przyrodniczych, ciszy i spokoju, istotne znaczenie ma bogata i ciekawa infrastruktura rekreacyjna i rozrywkowa regionu. Najczęściej wyjazd organizuje się w ten sposób, aby dostosować się do potrzeb dziecka i zrealizować je. Powszechnie bowiem wiadomo, że ich zadowolenie wynikające z różnorodnych możliwości organizacji czasu podczas wypoczynku jest często czynnikiem decydującym o tym, czy rodzina po raz kolejny wybiera to samo miejsce na swój wypoczynek oraz czy poleci region/miejsce (najczęściej w mediach społecznościowych) innym rodzinom z dziećmi. Należy jednak zauważyć, iż w obszarze turystyki rodzinnej zauważalna jest wyraźna tendencja spadkowa (2022: 10,2%). Być może dlatego, iż baza rekreacyjno-rozrywkowa nie jest wystarczająco dopasowana do potrzeb tego segmentu odwiedzających Małopolskę.

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Niemiec

Podobnie jak w latach poprzednich zdecydowana większość turystów z Niemiec w roku 2022 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (62,2%). Jedynie w roku 2021 wskaźnik ten był prawie o połowę mniejszy.

Badania ukazują, że w roku 2022 Niemcy wykorzystywali różnorodne możliwości przyjazdu do Małopolski. Jednakże liczba osób, która z nich korzystała była niezbyt duża. Tak na przykład 17,2% skorzystało z oferty znajomych, 13,8% z oferty zakładu pracy. Otrzymane wyniki nieco różnią się od wskaźników procentowych otrzymanych w roku poprzednim, z których wynika, że na drugim miejscu organizatorem wyjazdu była rodzina, znajomi i parafia. Natomiast wyniki otrzymane w roku 2022 są zbliżone z wskaźnikami procentowymi otrzymanymi w latach 2018-2020.

W trakcie badań ustalono także, że nikt nie skorzystał z oferty parafii, internetowego biura podróży oraz szkoły (turystyka szkolna odwiedzających z Niemiec w Małopolsce nie funkcjonuje),

Tabela 11.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Niemiec (w %)

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	65,6%	64,7%	72,4%	38,7%	62,2%
Szkoła	9,0%	8,7%	0,0%	2,5%	0,0%
Biuro podróży	11,1%	6,3%	6,9%	7,0%	1,7%
Zakład pracy	4,8%	7,2%	15,5%	7,4%	13,8%
Rodzina	5,8%	5,8%	3,4%	19,8%	1,7%
Znajomi	0,0%	3,9%	1,7%	11,9%	17,2%
Portal (biuro) internetowy(e)	2,1%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Parafia (kościół)	0,5%	1,4%	0,0%	9,5%	0,0%
Inna instytucja	1,1%	0,5%	0,0%	3,3%	3,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec

Analizując długość pobytu odwiedzających z Niemiec, można dostrzec, że w roku 2022 zmieniła się nieco struktura długości pobytu w Małopolsce. Ponad połowa (66,1%) przyjechała tutaj na 2-3 noce, a prawie co czwarty (23,7%) na 4-7 nocy. Powyższe dwie grupy w roku 2022 stanowią 89,90% odwiedzających z Niemiec. Tylko nieliczni skorzystali z jednego noclegu (6,8%), natomiast o połowę mniejsza grupa (3,4%) przyjechała na dłużej, korzystając z 4-7 noclegów.

Tabela 11.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	1,5%	1,8%	2,1%	0,0%
1 dzień bez noclegu	4,4%	10,5%	7,2%	0,0%
1 noc	4,9%	1,8%	34,4%	6,8%
2-3 noce	25,5%	22,8%	18,7%	66,1%
4-7 nocy	54,9%	40,3%	35,6%	23,7%
8-14 nocy	5,9%	19,3%	1,5%	3,4%
15 i więcej nocy	2,9%	3,5%	0,5%	0,0%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski

Analizując środki transportu, z których najczęściej korzystali turyści z Niemiec, można zauważyć, że w 2022 roku aż 84,70% osób przyleciało do Małopolski samolotem, w tym 45,70% liniami tradycyjnymi, a 39,0% tanimi liniami. Jak wynika z badań w latach poprzednich rzadziej korzystano z transportu lotniczego, częściej natomiast z samochodowego, który w roku 2022 nie cieszył się zbyt dużą popularnością. Z tej formy skorzystał tylko co dziesiąty respondent (10,2%) podczas gdy w latach poprzednich była to zwykle co trzecia lub co czwarta osoba.

W roku 2022 bardzo mała grupa respondentów (3,4%) skorzystała z turystycznego transportu autokarowego, a jeszcze mniejsza grupa (o połowę) z transportu kolejowego (1,7%). Wymienione środki transportu w latach poprzednich były wykorzystywane częściej.

Tabela 11.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski (w %)

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samochód	31,7%	51,4%	26,3%	25,4%	10,2%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	20,1%	14,9%	31,6%	16,8%	45,7%
Samolot tanich linii lotniczych	21,7%	12,0%	21,1%	27,0%	39,0%
Autokar turystyczny	16,9%	14,4%	0,0%	7,4%	3,4%
Pociąg	3,2%	3,8%	7,0%	11,5%	1,7%
Inny	3,2%	0,5%	3,5%	1,2%	0,0%
Samolot czarterowy	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Autobus/mikrobus linii regularnej	3,20%	2,40%	10,50%	10,7%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec

Preferencje odwiedzających z Niemiec dotyczące wyboru obiektów noclegowych nie ulegają zmianie, ponieważ w roku 2022 podobnie jak w latach poprzednich, najchętniej korzystali oni z noclegów w hotelach (71,0%) i jak można zauważyć jest tutaj widoczna znaczna tendencja wzrostowa.

Co trzecia badana osoba korzystała z innych obiektów, w tym najwięcej osób korzystało z apartamentu (6,50%), o połowę mniejsza grupa (3,2%) z pensjonatu, domu wycieczkowego, hostelu, u rodziny, z jeszcze innego obiektu.

Sporadycznie korzystano z noclegu u znajomych (1,6%). Wyniki nieco różnią się od wskaźników procentowych uzyskanych w latach 2018-2021, gdzie znacznie częściej wskazywano jako miejsce noclegu rodzinę, apartament, kwaterę prywatną, pensjonat. Można domyślać się, że wpływ na to ma profil odwiedzającego z Niemiec (nieco odmienny niż w latach poprzednich), bowiem znacznie więcej osób posiadało w roku 2022 wyższe wykształcenie oraz wysoki i bardzo wysoki status zamożności, co mogło mieć wpływ na wybór miejsca noclegu (ale także na wybór środka transportu).

Tabela 11.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022*
Hotel	57,8%	31,4%	51,9%	71,0%
Motel	7,4%	2,0%	1,7%	0,0%
Pensjonat	2,5%	9,8%	7,7%	3,2%
Dom wycieczkowy	1,0%	0,0%	9,0%	3,2%
Schronisko górskie	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
Schronisko młodzieżowe	2,5%	0,0%	1,7%	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	0,5%	0,0%	6,0%	0,0%
Hostel	5,4%	0,0%	14,2%	3,2%
Ośrodek wczasowy	0,0%	0,0%	3,5%	0,0%
Zakład uzdrowiskowy	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%
Dom Pielgrzyma	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%
Apartament	9,3%	25,5%	27,7%	6,5%
Kwaterna prywatna			2,2%	0,0%
Korzystam z couchsurfing'u	0,5%	2,0%		
Obiekt agroturystyczny	1,0%	2,0%	0,2%	0,0%
U rodziny	9,3%	17,6%	24,2%	3,2%
U znajomych	2,5%	3,9%	25,7%	1,6%
Własny dom/mieszkanie	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%
Inny obiekt	0,5%	5,9%	0,5%	3,2%

* W 2021 i 2022 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Żaden respondent nie korzystał z noclegu w motelu, schronisku górskim, schronisku młodzieżowym, na kempingu lub polu namiotowym, w ośrodku wczasowym, w zakładzie uzdrowiskowym, domu pielgrzyma, obiekcie agroturystycznym, własnym domu/mieszkanie, nie skorzystał z couchsurfing'u.

Wydatki odwiedzających z Niemiec

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Niemiec (w zł na osobę)

Odwiedzający z Niemiec (ogółem) średnio wydatkowali na pobyt w Małopolsce przed przyjazdem do regionu w 2022 roku średnie kwoty na poziomie 1138 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to kwota prawie dwukrotnie wyższa w stosunku do lat poprzednich, szczególnie w relacji do roku 2021 oraz do roku 2019, nieco mniej w stosunku do roku 2020 o 421 zł (58,7%).

Wydatki turystów kształtują się podobnie jak odwiedzających ogółem. Zauważono bowiem dość ciekawą sytuację, którą prezentuje fakt, iż odwiedzający jednodniowi z Niemiec w roku 2022 przed przyjazdem do Małopolski nie wydatkowali na pobyt żadnej kwoty.

Tabela 11.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	568	717	601	1138
Turyści	602	748	576	1138
Odwiedzający jednodniowi	50	20	950	0

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponieszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę) okazuje się, że najwyższe kwoty przeznaczono na noclegi (1104 zł), lokalne wycieczki 500 zł oraz na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (300 zł). W analizowanych wydatkach turystycznych można zauważyć pewną różnicę pomiędzy rokiem 2022 a rokiem poprzednim. Tak więc w roku 2021 turyści znaczną kwotę (819 zł na osobę) przeznaczyli na zakup produktu w biurze podróży natomiast w roku 2022 w tej kategorii wydatki wynoszą 0 zł. Odwrotnie sytuacja wygląda w kontekście lokalnych wycieczek, kiedy w roku 2022 przeznaczono na powyższy cel średnio 500 zł, a z kolei w roku 2021 w tej kategorii odwiedzający nie ponieśli żadnych wydatków.

Tabela 11.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponieszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	819	796	950
	2022	0	0	0
Na noclegi/spanie	2021	461	461	-
	2022	1104	1104	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	85	85	0
	2022	300	300	0
Na lokalne wycieczki	2021	0	0	0
	2022	500	500	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, ponieważ odwiedzający jednodniowi w roku 2022 nie wydatkowali żadnej kwoty na zakup produktu w biurze podróży, zakup lokalnej wycieczki czy na bilety wstępu do obiektów/atrakcji.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec (w zł na osobę)

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Niemiec (ogółem) w roku 2022 podczas pobytu w regionie to kwota 1388 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich powyższa kwota wydatku była znacznie wyższa niż w latach 2019-2021. W stosunku do roku: 2021 prawie 2,5 krotnie, prawie 3 krotnie w relacji do roku 2020 oraz prawie 2 krotnie w stosunku do roku 2019.

Wydatki turystów kształtowały się podobnie jak odwiedzających ogółem, co wynikało z faktu, iż odwiedzający jednodniowi podczas pobytu w Małopolsce nie ponieśli żadnych wydatków.

Tabela 11.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	724	467	592	1388
Turyści	763	495	611	1388
Odwiedzający jednodniowi	133	45	436	0

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z Niemiec należy stwierdzić, że analogicznie jak w latach poprzednich, najwyższe dotyczyły opłat za **noclegi** (1019 zł na osobę), aczkolwiek były one o 1/3 wyższe niż w roku 2021, 1,5 razy wyższe niż w roku 2020 oraz 1/5 wyższe niż w roku 2019 (22,9%).

Drugie co do wysokości były kwoty przeznaczane **na wyżywienie** - średnio 685 zł na osobę. Były one w stosunku do każdego poprzedniego roku wyższe. W relacji do roku 2021 i 2019 były one mniej więcej 2,5 krotnie. Natomiast w stosunku do roku 2020 nawet 3 krotnie wyższe.

Na trzeciej pozycji uplasował się transport. Goście z Niemiec wydawali w 2022 roku na **lokalny transport** (średnio 268 zł na osobę) i była to najwyższa kwota w każdym analizowanym roku. W stosunku do roku: 2021 prawie 3,5 krotnie, 2020 ponad 2,5 krotnie, 2019 ponad 2 krotnie.

Tabela 11.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	829	829	-
	2020	624	624	-
	2021	311	311	-
	2022	1019	1019	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	260	264	63
	2020	230	244	35
	2021	277	280	254
	2022	685	685	0

Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	122	122	0
	2020	105	109	30
	2021	79	78	86
	2022	268	268	0
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	162	149	1000
	2020	171	171	0
	2021	164	167	145
	2022	172	172	0
Na lokalne wycieczki	2021*	189	184	238
	2022	314	314	0
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	178	178	0
Inne cele	2019	172	172	0
	2020	136	136	0
	2021	226	264	72
	2022	359	359	0

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zadawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zadawane ankietowanym.

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

Nieco mniejsze kwoty wydatkowano na **bilety wstępu do atrakcji** - 172 zł na osobę. Porównując średnie wydatki na ten cel do lat poprzednich, można zauważyć, iż w stosunku do każdego analizowanego roku była to kwota nieznacznie wyższa. W relacji do roku: 2021 o 4,9%, 2020 o 0,6%, natomiast 2019 o 6,2%. Ustalono różnice są niewielkie, tak więc można wnioskować, iż w ostatnich czterech latach odwiedzający z Niemiec przeznaczali na małopolskie atrakcje podobne, niezbyt wysokie, kwoty.

Wydatki na **lokalne wycieczki** w roku 2022, jakie ponieśli odwiedzający z Niemiec, to kwota 314 zł i jest ona o 66,1% wyższa w stosunku do roku 2021. Można więc ostrożnie wnioskować, że wpływ na wzrost wydatków w tej kategorii mógł mieć profil odwiedzającego z Niemiec w roku 2022, bowiem jak zauważono wcześniej, były to osoby posiadające najczęściej wyższe wykształcenie oraz wysokie i bardzo wysokie dochody, co mogło mieć wpływ na zakup lokalnych wycieczek oraz biletów wstępu do różnorodnych atrakcji, które oferuje Małopolska. Przeznaczono także pewną kwotę na **pamiątki, upominki i inne zakupy** w wysokości 178 zł na osobę. Powyższą kategorię w roku 2022 diagnozowano po raz pierwszy.

Na tle omawianych wydatków znaczące miejsce zajmują także tzw. **inne wydatki** (prezenty, rozrywka, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - średnio 359 zł na osobę i w porównaniu do wszystkich analizowanych lat była to kwota wyższa – o 58,8% w relacji do roku 2021, ponad 2,5 krotnie w stosunku do roku 2020 oraz ponad 2-krotnie w stosunku do roku 2019.

Podobna struktura wydatków dotyczyła niemieckich **turystów**. Natomiast **odwiedzający jednodniowi** wyjątkowo w roku 2022 nie przeznaczali żadnej kwoty na jakiegokolwiek wydatki na terenie Małopolski.

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec (w zł) wg grup odwiedzających

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Niemiec w 2022 roku w Małopolsce krążyło ok. 760 mln zł.

Tabela 11.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści z Niemiec	192 600 000	759 600 000
Odwiedzający jednodniowi z Niemiec	26 300 000	b.d.
Łącznie odwiedzający z Niemiec	218 900 000	759 600 000

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

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec

Dla rozwoju ruchu turystycznego w regionie bardzo duże znaczenie ma szeroko rozumiane **bezpieczeństwo**. Tak więc badanych odwiedzających z Niemiec poproszono, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnych obaw oraz lęku przed przyjazdem do Małopolski, gdzie: 0 - *W ogóle się nie obawiałam/em* natomiast 10 - *Byłam/em pełna/en obaw*.

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-21 = ≈58%; (58,11%) a w kolejnym „putinicznym” roku 2022, obarczonym ryzykiem eskalacji agresji wojennej na ścianie wschodniej, tak na Ukrainie jak i na granicy polsko/białoruskiej, na poziomie 77%), czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Tabela 11.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec (w %)

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	46,5%	53,4%	78,4%	54,13%	77,0%
1	7,1%	24,9%	2,0%	26,86%	3,3%
Σ OPTYMIŚCI	53,60%	78,30%	80,40%	80,99%	80,30%
2	13,5%	6,3%	0,0%	6,61%	1,6%
3	5,3%	5,3%	7,8%	4,55%	3,3%
4	4,7%	1,6%	2,0%	0,41%	3,3%
Σ REALIŚCI	23,50%	13,20%	9,80%	11,57%	8,20%
5	7,6%	1,6%	5,9%	1,65%	3,3%
6	0,0%	2,6%	0,0%	2,89%	1,6%
7	5,3%	0,5%	3,9%	1,24%	6,6%
8	4,7%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%
9	2,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
10	2,9%	1,6%	0,0%	1,65%	0,0%
Σ PESYMIŚCI	22,90%	8,40%	9,80%	7,43%	11,50%
NFS	30,6%	69,8%	70,6%	73,6%	68,9%

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

NFS 2022 Niemcy OGÓŁEM = 68,9% (≈70%).

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Aby zdiagnozować poziom satysfakcji odwiedzających z Niemiec na obszarze Małopolski, poproszono ich, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnego zadowolenia z pobytu na omawianym obszarze, gdzie: 0 - *W ogóle nie polecę*, natomiast 10 - *Na pewno polecę*.

Jak można zauważyć, 35,6% odwiedzających z Niemiec w roku 2022, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. A grupa „promotorów” uzyskała bardzo satysfakcjonujący wynik: ≈70% (69,5%).

Tabela 11.1.18. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	40,1%	34,6%	43,4%	43,2%	35,6%
9	26,0%	29,4%	26,4%	31,1%	33,9%
Σ PROMOTORZY	66,10%	64,00%	69,80%	74,30%	69,50%
8	16,9%	13,3%	17,0%	13,7%	20,3%
7	10,7%	9,0%	9,4%	8,7%	6,8%
Σ PASYWNI	27,60%	22,30%	26,40%	22,40%	27,10%
6	4,0%	3,3%	0,0%	2,5%	3,4%
5	1,1%	3,3%	1,9%	0,0%	0,0%
4	1,1%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
3	0,0%	0,5%	1,9%	0,4%	0,0%
2	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%
1	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%
0	0,0%	2,4%	0,0%	0,4%	0,0%
Σ KRYTYCY	6,20%	13,70%	3,80%	3,30%	3,40%
NPS	59,9%	50,2%	66,0%	71,0%	66,1%

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

NPS 2022 Niemcy OGÓŁEM = 66,1%.

Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Odwiedzających z Niemiec zapytano o deklarację ponownego przyjazdu do Małopolski, pomimo że ich pobyt odbywał się w sytuacji zagrożenia wojennego. Z opinii większości respondentów (60%) wynika, że: przyjadą na pewno (25%) lub raczej tak (35%). Warto zauważyć, iż powyższe wyniki są gorsze niż w roku poprzednim 2021, ale lepsze od 2020 roku i zbliżone są do wyników z lat poprzednich 2018-19: na pewno – 25,6%, 27,2% oraz raczej tak - 36,1%, 41,7%.

Tabela 11.1.19. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	25,6%	27,2%	23,2%	40,0%	25,0%
Raczej tak	36,1%	41,7%	30,4%	40,0%	35,0%
Σ pośrednia	61,70%	68,90%	53,60%	80,00%	60,00%
Nie wiem	33,9%	28,2%	41,1%	12,5%	36,7%
Raczej nie	4,4%	2,9%	5,4%	5,0%	3,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

O wiele liczniejsza grupa (36,7%) niż w 2022 (12,5%) roku zadeklarowała, że nie wie, czy ponownie przyjedzie do Małopolski. Wynik ten zbliżony jest do średniej z lat 2018-2020 (34,40%).

Ważną informacją jest fakt, iż utrzymuje się tendencja u osób, które wiedzą, że „raczej nie przyjadą” do Małopolski. Jest ich bardzo niewiele (3,3%) w tak porównaniu zarówno z rokiem 2021 (5,0%) czy 2020 (5,4%), jak też z latami poprzednimi (2019 i 2018 - 2,9% i 4,4%) jest ona poniżej średniej obserwacji za lata 2018-2021, która wyniosła 4,4%.

11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z WIELKIEJ BRYTANII W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU: 36 600 OSÓB, W TYM 35 200 TURYSTÓW

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Analizując w roku 2022 strukturę wiekową odwiedzających z Wielkiej Brytanii, można zauważyć, iż jest ona zbliżona do roku poprzedniego. Zdecydowana większość (82,50%) to osoby młode lub bardzo młode, bowiem wiek prawie połowy respondentów mieści się w granicach 20-29 lat (49,2%), a co trzeciego w przedziale 30-44 lata (33,3%).

Przyjazdy do Małopolski odwiedzających z Wielkiej Brytanii, których wiek mieści się w przedziale 30-44 lata utrzymuje się w latach 2018-2021 na podobnym poziomie, natomiast osób w grupie 20-29 lat w roku 2022 przyjechało znacznie więcej niż w latach poprzednich (za wyjątkiem roku 2020).

Pozostałą grupę respondentów (15,9%) stanowią osoby w wieku 45-60 lat, których liczebność w analizowanych latach jest podobna. Warty uwagi jest fakt, że w roku 2022, w porównaniu do lat poprzednich, znacznie spadła liczba seniorów (pow. 60 lat) (1,6%). W roku 2018 był to co dziesiąty respondent (10,5%), natomiast w roku 2021 aż co czwarty (25,4%).

Można więc zauważyć, iż seniorzy z Wielkiej Brytanii praktycznie nie byli zainteresowani przyjazdami do Małopolski. Podobnie zresztą jak osoby do 19 lat, których w badaniach nie odnotowano. Tak więc w roku 2022 ani turystyka seniorów ani również turystyka szkolna i młodzieżowa dla odwiedzających z Wielkiej Brytanii nie była atrakcyjnym sposobem spędzania czasu wolnego.

Wiek odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Tabela 11.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	5,5%	1,1%	0,0%	2,9%	0,0%
20-29 lat	26,5%	28,4%	40,0%	24,8%	49,2%
30-44 lat	37,9%	35,3%	36,0%	28,3%	33,3%
45-60 lat	19,6%	22,2%	16,0%	18,6%	15,9%
Powyżej 60 lat	10,5%	13,1%	8,0%	25,4%	1,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Dokonując podziału badanych ze względu na płeć, można zauważyć, że odwiedzających z Wielkiej Brytanii reprezentowało w 2022 r. (w przeciwieństwie do roku 2021) więcej kobiet (53,2%) niż mężczyzn (46,8%). W stosunku do badań prowadzonych w latach poprzednich zauważalna jest tendencja odwrotna. Zwykle przyjeżdżało więcej mężczyzn. Ponieważ jednak wskaźniki procentowe

nie wykazują zbyt dużych różnic można szacować, iż Małopolska w podobnym stopniu jest atrakcyjna dla odwiedzających obu płci.

Tabela 11.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	58,6%	45,1%	48,0%	46,4%	53,2%
Mężczyzna	41,4%	54,9%	52,0%	53,6%	46,8%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Odwiedzający z Wielkiej Brytanii deklarowali swoje wykształcenie, podobnie jak wszyscy badani zagraniczni bez względu na kraj pochodzenia, w przeważającej większości jako wyższe (50,8%). W roku 2022 nieco większa grupa niż w latach poprzednich deklarowała posiadanie wykształcenia średniego (49,2%). Można zauważyć, iż w roku 2022 respondenci posiadający wykształcenie wyższe i średnie stanowili 100% odwiedzających Małopolskę. Otrzymany wynik jest bardzo podobny do lat 2018-2020 z wyjątkiem roku 2021, gdzie zdiagnozowano znaczącą grupę osób prezentującą wykształcenie podstawowe.

Tabela 11.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	73,2%	64,1%	64,0%	50,8%	50,8%
Średnie	25,3%	34,3%	36,0%	40,7%	49,2%
Podstawowe	0,5%	1,2%	0,0%	6,9%	0,0%
Inne	1,0%	0,4%	0,0%	1,6%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Można przyjąć, że poziom wykształcenia odwiedzających z Wielkiej Brytanii pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. Struktura otrzymanych wskaźników procentowych jest bardzo zbliżona do roku 2021. Zatem w 2022 roku ponad połowa respondentów (55,0%) oceniła swój status majątkowy jako dobry, a 25,4% jako bardzo dobry. Z tego wynika, że goście odwiedzający Małopolskę należą do grupy osób dobrze zarabiających i reprezentują tak zwaną klasę średnią, łącznie stanowiąc 79,4% respondentów.

W roku 2022, podobnie jak w roku poprzednim, co piąta badana osoba zadeklarował średni status finansowy a wskaźniki procentowe otrzymane w tej grupie w latach 2021-2022 są znacznie wyższe niż w latach 2018-2020.

Tabela 11.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	24,9%	36,0%	26,0%	23,8%	25,4%
Dobra	57,5%	51,7%	66,0%	53,1%	54,0%
Średnia	14,5%	12,0%	8,0%	20,3%	20,6%
Zła	3,1%	0,4%	0,0%	2,9%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Warto również zauważyć, że w analizowanym roku Małopolski nie odwiedził żaden respondent, którego status finansowy byłby zły. Podobnie zresztą jak w latach 2019-2020.

Biorąc pod uwagę wykształcenie oraz status finansowy odwiedzających z Wielkiej Brytanii, można sądzić, iż jest to grupa dość wymagających turystów.

Główne cele przyjazdu odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Odwiedzający Małopolskę w 2022 r. goście z Wielkiej Brytanii najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali rozrywkę (30,2%), wypoczynek (27,0%) oraz zwiedzanie zabytków (20,6%). Uzyskana hierarchia celów jest nieco odmienna niż w latach ubiegłych (2018-2021), kiedy dominowało zwiedzanie zabytków oraz wypoczynek.

W roku 2022 najważniejszym celem przyjazdu do Małopolski dla co trzeciego odwiedzającego z Wielkiej Brytanii okazała się turystyka rozrywkowa. Warto podkreślić, iż w tej właśnie kategorii na przestrzeni analizowanych lat widoczna jest wyraźna tendencja wzrostowa. Coraz częściej zaczyna pojawiać się „nowy turysta” (podobnie jak w grupie odwiedzających z Niemiec), który częściej szuka na szlaku klubów, dyskotek i pubów, rzadziej zabytków o znaczeniu historycznym.

Dla ponad co dziesiątego odwiedzającego z Wielkiej Brytanii celem przyjazdu do Małopolski były także odwiedziny krewnych (7,90%) i znajomych (6,30%). W sumie powyższa grupa respondentów stanowi 14,20% badanych osób. Na przestrzeni lat 2018-2022 struktura tych celów jest dość zróżnicowana, uzyskując najwyższy wskaźnik procentowy w roku 2018 (9,0%), najniższy w roku 2020 (0,0%).

Turystyka aktywna i kwalifikowana, która w latach 2018-2020 była celem przyjazdu dla prawie co dziesiątego respondenta (8,2%-8,7%), w roku 2022 cieszyła się bardzo znikomym zainteresowaniem (3,2%), (podobnie jak w roku 2021: 2,20%) co wydaje się zjawiskiem niepokojącym. Podobny wynik uzyskała kategoria dotycząca odwiedzin miejsc rodzinnych (3,20%).

Żaden z respondentów nie zadeklarował takiego celu, jak poznanie walorów przyrody, cel religijny, tranzyt, sprawy służbowe (biznes), cel zdrowotny, korzystanie z usług medycznych, edukacja, zakupy, udział w konferencji, kongresie, udział w szkoleniu, udział w imprezie kulturalnej, firmowy wyjazd integracyjny, udział w wydarzeniu, odnowa duchowa, które w poprzednich latach były realizowane przez nielicznych turystów.

Tabela 11.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %)

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	5,2%	5,9%	6,5%	16,3%	30,2%
Wypoczynek	15,0%	33,2%	28,3%	15,5%	27,0%
Zwiedzanie zabytków	22,3%	30,4%	28,3%	24,0%	20,6%
Odwiedziny krewnych	9,0%	4,5%	4,3%	7,7%	7,9%
Odwiedziny znajomych	3,9%	1,7%	0,0%	7,1%	6,3%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	5,6%	2,8%	4,3%	5,8%	3,2%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	8,2%	8,7%	8,7%	2,2%	3,2%
Inny cel	0,9%	0,0%	2,2%	0,6%	1,6%
Poznanie walorów przyrody	7,3%	0,3%	0,0%	5,8%	0,0%
Cel religijny	0,9%	1,0%	0,0%	4,5%	0,0%
Tranzyt	0,9%	1,4%	8,7%	2,6%	0,0%
Sprawy służbowe (biznes)	4,3%	0,7%	2,2%	1,6%	0,0%
Cel zdrowotny	1,7%	0,3%	0,0%	1,6%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0%	0%	0%	1,3%	0,0%
Edukacja	7,3%	1,0%	0,0%	1,0%	0,0%
Zakupy	1,7%	2,4%	0,0%	0,6%	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	0,0%	1,7%	2,2%	0,6%	0,0%
Udział w szkoleniu	1,7%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,9%	0,7%	0,0%	0,3%	0,0%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,9%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
Udział w wydarzeniu	0,9%	2,8%	2,2%	0,0%	0,0%
Odnowa duchowa	1,7%	0,3%	2,2%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Badania wykazały, że w 2022 r., najliczniejszą grupą odwiedzających z Wielkiej Brytanii były osoby, które przyjechały do Małopolski z przyjaciółmi (61,9%) oraz z rodziną (27,0%), co zbliżone jest z wynikami uzyskanymi w latach poprzednich (2019-2021), chociaż w odwrotnej kolejności. Widoczną różnicą jest także fakt, iż grupa osób, która podróżowała w roku 2022 po Małopolsce z przyjaciółmi, jest prawie dwukrotnie większa niż w latach poprzednich. W tym kontekście o połowę zmniejszyła się grupa osób podróżujących samotnie (11,1%). Dodatkowo w roku 2022 nikt nie podróżował ze zorganizowaną grupą oraz rodziną i przyjaciółmi, co realizowano w latach poprzednich. Szczególnie z grupami zorganizowanymi przyjeżdżał do Małopolski mniej więcej co dziesiąty turysta z Wielkiej Brytanii.

Tabela 11.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Rodzina	33,2%	41,5%	40,4%	27,3%	27,0%
Przyjaciele	34,5%	30,0%	38,5%	35,7%	61,9%
Nikt (podróżuję sam)	19,0%	15,2%	11,5%	20,6%	11,1%
Grupa zorganizowana	9,1%	9,6%	7,7%	16,4%	0,0%
Rodzina i przyjaciele	4,3%	3,7%	1,9%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Wielkiej Brytanii

W podróżach rodzinnych turystów z Wielkiej Brytanii przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Uzyskane informacje pozwalają na stwierdzenie, że atrakcje regionu spełniają oczekiwania związane z wypoczynkiem rodzinnym. Ponad połowę rodzin (58,3%) przyjechało do Małopolski z jednym dzieckiem, ponad co trzecia (33,40%) z dwójką lub trójką dzieci. Co ciekawe, w porównaniu do lat poprzednich zauważalny jest wzrost przyjazdów rodzin wielodzietnych.

Tabela 11.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1	33,3%	81,5%	88,9%	55,6%	58,3%
2	41,7%	14,8%	11,1%	37,0%	16,7%
3	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
4	0,0%	3,7%	0,0%	3,7%	8,3%
5	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Dominującą formą organizacji podróży wskazaną przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii jest samodzielne wyszukiwanie oferty i rezerwacja świadczeń. Taką deklarację złożyło 54,0% badanych osób. Powyższa forma we wszystkich analizowanych latach plasuje się zawsze na pierwszym miejscu.

Tabela 11.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %)

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	67,2%	62,1%	81,1%	47,8%	54,0%
Biuro podróży	10,2%	16,8%	3,8%	5,8%	1,6%
Znajomi	7,7%	7,7%	5,7%	15,1%	34,9%
Rodzina	5,5%	3,9%	7,5%	14,1%	7,9%
Portal (biuro) internetowy(e)	1,3%	6,7%	0,0%	0,0%	1,6%
Szkoła	3,8%	1,1%	0,0%	3,5%	0,0%
Zakład pracy	2,6%	1,1%	1,9%	6,4%	0,0%
Inna instytucja	1,3%	0,7%	0,0%	0,6%	0,0%
Parafia (kościół)	0,4%	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Kolejnym ważnym organizatorem przyjazdów do Małopolski to znajomi. Z ich propozycji skorzystał ponad co trzeci respondent (34,9%). W sumie samodzielna organizacja wyjazdu oraz z pomocą znajomych dotyczy prawie wszystkich respondentów (88,90%).

W roku 2022, w porównaniu do roku 2021, o połowę mniejsza grupa skorzystała z oferty rodziny (7,9%), ale w stosunku do roku 2018 i 2020 jest to wskaźnik porównywalny.

Prawie nikt nie korzystał z oferty portalu (biuro) internetowego (1,60%) a żaden respondent nie skorzystał z propozycji szkoły, zakładu pracy, parafii (kościół), czy innej instytucji. W latach poprzednich z powyższych instytucji korzystano także bardzo rzadko.

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana w 2022 r. przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii nieco odbiega od długości pobytu wskazywanej w ostatnich latach, gdzie prawie połowa respondentów (49,2%) przyjechała tutaj na 2-3 noce. Na przestrzeni analizowanych lat jest to grupa prawie dwukrotnie większa (w 2019 r.: 19,1%). Z kolei mniej niż co trzeci (27,0%) przyjechał do Małopolski na 4-7 nocy i w porównaniu do lat poprzednich jest to grupa prawie o połowę mniejsza (2019 r.: 59,9%).

Mniej więcej co dziesiąty turysta skorzystał z jednej nocy (7,9%) albo z 8-14 nocy (12,7%). W poprzednich analizowanych latach wskaźniki w tych kategoriach są bardzo zróżnicowane. Na dłużej (ponad 15 nocy) przyjechało niewielu turystów (3,2%), podobnie zresztą jak w latach poprzednich.

Żaden odwiedzających nie zrealizował w Małopolsce bardzo krótkich pobytów do 3 godzin jak też jeden dzień bez noclegu.

Tabela 11.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2022 (w %)

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	4,9%	0,0%	3,5%	0,0%
1 dzień bez noclegu	1,5%	6,3%	10,2%	0,0%
1 noc	4,5%	2,1%	20,5%	7,9%
2-3 noce	19,1%	20,8%	27,0%	49,2%
4-7 nocy	59,9%	45,8%	36,7%	27,0%
8-14 nocy	7,9%	16,7%	1,5%	12,7%
15 i więcej nocy	2,2%	8,3%	0,6%	3,2%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w podróży do Małopolski

W roku 2022, podobnie jak w latach 2018-2020, dla największej grupy respondentów podstawowym środkiem transportu, którym odwiedzający z Wielkiej Brytanii docierali do Małopolski był transport lotniczy (85,50%), w tym samolot tanich linii lotniczych (50,00%) oraz samolot tradycyjnych linii lotniczych (35,50%). Podobnie jak w latach 2019-2020 ponad co dziesiąty turysta (12,9%) przyjechał do Małopolski samochodem.

Żaden odwiedzający z Wielkiej Brytanii nie skorzystał z transportu autokarem turystycznym, samolotem czarterowym, pociągiem, autobusem/mikrobusiem linii regularnej. Sporadycznie korzystano z jeszcze innego środka transportu

Tabela 11.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski (w %)

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	35,2%	41,2%	35,8%	9,7%	35,5%
Samolot tanich linii lotniczych	22,3%	32,4%	50,9%	24,2%	50,0%
Samochód	24,5%	11,6%	9,4%	32,9%	12,9%
Autokar turystyczny	7,7%	5,3%	0,0%	7,7%	0,0%
Samolot czarterowy	3,4%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Pociąg	0,9%	3,2%	1,9%	14,2%	0,0%
Inny	1,7%	0,7%	0,0%	1,3%	1,6%
Autobus/mikrobus linii regularnej	4,30%	2,50%	1,90%	10,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Preferencje odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotyczące wyboru obiektów noclegowych nie ulegają zmianie. Najchętniej w 2022 r. korzystali oni z hoteli (47,60%) i z noclegów w apartamentach (41,3%). Można więc zauważyć, iż z wymienionych obiektów noclegowych skorzystali prawie wszyscy turyści z Wielkiej Brytanii (88,9%).

Tabela 11.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2022 (w %)

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022
Hotel	51,4%	54,0%	51,5%	47,6%
Motel	1,8%	0,0%	1,6%	0,0%
Pensjonat	6,2%	4,0%	5,8%	3,2%
Dom wycieczkowy	0,7%	0,0%	8,4%	1,6%
Schronisko górskie	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%
Schronisko młodzieżowe	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	0,4%	0,0%	5,6%	0,0%
Hostel	5,4%	0,0%	11,7%	1,6%
Ośrodek wczasowy	0,7%	0,0%	2,8%	0,0%
Zakład uzdrowiskowy	0,0%	0,0%	2,3%	1,6%
Dom Pielgrzyma	0,4%	0,0%	3,5%	0,0%
Apartament	20,7%	14,0%	33,1%	41,3%
Kwaterna prywatna			1,2%	0,0%
Obiekt agroturystyczny	1,1%	2,0%	0,7%	0,0%
U rodziny	5,4%	24,0%	24,5%	9,5%
U znajomych	3,6%	2,0%	28,7%	7,9%
Własny dom/mieszkanie	0,7%	0,0%	0,5%	1,6%
Inny obiekt	1,4%	0,0%	2,1%	1,6%

* W 2021 i 2022 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

W związku z głównym celem przyjazdu mniej niż co dziesiąta badana osoba korzystała z noclegu u rodziny (9,5%) oraz znajomych (7,90%). W poprzednich latach, szczególnie w roku 2021, powyższe miejsca noclegowe cieszyły się większą popularnością.

Sporadycznie korzystano z noclegu w pensjonacie (3,20%), domu wycieczkowym (1,60%), zakładzie uzdrowiskowym (1,60%), hostelu (1,60%) czy własnym domu/mieszkanu (1,60%)

Wydatki odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w zł na osobę)

Odwiedzający z Wielkiej Brytanii (ogółem) w 2022 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 958 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Jest to kwota większa w porównaniu do roku: 2021 o 76,1% oraz 2019 o 8,6%. Natomiast mniejsza o 14,0% w relacji do roku 2020.

Tabela 11.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	882	1114	544	958
Turyści	913	1233	573	958
Odwiedzający jednodniowi	267	245	370	0

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

Na przestrzeni analizowanych lat (2018-2022) trudno mówić o tendencji dotyczącej średniej kwoty wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski, bowiem wydatki są bardzo zróżnicowane. W roku 2021 są one niższe niż w roku 2020 (dwukrotnie) oraz 2019. Jednakże w roku 2022 zauważalna jest tendencja wzrostowa, wysokość wydatków zbliżona jest do lat 2019-2020.

Średnia kwota wydatków ponoszonych przez turystów w roku 2022 jest taka sama jak wydatki ogółem. Wynika to z faktu, iż odwiedzający jednodniowi w analizowanym roku nie ponieśli żadnych wydatków przed wyjazdem.

Tabela 11.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	683	667	800
	2022	1175	1175	0
Na noclegi/spanie	2021	663	663	-
	2022	777	777	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	75	100	49
	2022	0	0	0
Na lokalne wycieczki	2021	360	360	0
	2022	300	300	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę) można zauważyć, że najwyższe kwoty przeznaczono na zakup produktu w biurze podróży (1175 zł), są one 72,0% wyższe niż w roku 2021. Znaczną kwotę przeznaczono także na noclegi (777 zł), była ona o 17,2% wyższa niż w roku 2021. Odwiedzający z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski kupowali także lokalne wycieczki, na które średnio wydali 300 zł (nieco mniej niż w roku 2021). Nie poniesiono natomiast żadnych wydatków przed przyjazdem do Małopolski na bilety wstępu do obiektów/atrakcji.

Wydatki turystów są zbieżne z wynikami ogółem, gdyż odwiedzający jednodniowi z Wielkiej Brytanii nie ponieśli w omawianych kategoriach żadnych wydatków.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w zł na osobę)

Tabela 11.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	1140	1031	725	1405
Turyści	1183	1060	759	1405
Odwiedzający jednodniowi	175	100	505	0

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

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (ogółem) w roku 2022 podczas pobytu w regionie (1405 zł na osobę), w odróżnieniu od kwot wydatkowanych w poprzednich latach

były wyższe. Prawie dwukrotnie w stosunku do roku 2021, 36,3% wyższe w relacji do roku 2020 oraz prawie 1/4 do 2019 (23,2%).

Wydatki turystów kształtowały się podobnie jak odwiedzających ogółem z tego powodu, iż odwiedzający jednodniowi podczas pobytu w Małopolsce nie ponieśli żadnych wydatków.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z Wielkiej Brytanii należy stwierdzić, że analogicznie jak w latach poprzednich, najwyższe dotyczyły opłat za **noclegi** (2143 zł na osobę), aczkolwiek były one ponad 5 krotnie wyższe niż w roku 2021, ponad 2,5 krotnie wyższe niż w roku 2020 oraz prawie 2 krotnie wyższe niż w roku 2019.

Drugie co do wysokości okazały się kwoty przeznaczane **na wyżywienie** - średnio 595 zł na osobę. Były one w stosunku do każdego poprzedniego roku wyższe. W relacji do roku: 2021 o 64,8%, 2020 o 78,1%, 2019 1,2%.

Tabela 11.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	1136	1136	-
	2020	788	788	-
	2021	392	392	-
	2022	2143	2143	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	588	589	515
	2020	334	344	100
	2021	361	367	310
	2022	595	595	0
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	144	145	20
	2020	162	162	0
	2021	67	70	53
	2022	266	266	0
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	231	231	0
	2020	200	200	0
	2021	175	181	131
	2022	288	288	0
Na lokalne wycieczki	2021*	214	212	250
	2022	380	380	0
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	258	258	0
Inne cele	2019	499	499	0
	2020	301	301	0
	2021	225	211	310
	2022	152	152	0

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Na trzeciej pozycji uplasował się transport. Goście z Wielkiej Brytanii wydawali w 2022 roku na **lokalny transport** (średnio 268 zł na osobę) i była to najwyższa kwota w porównaniu do lat poprzednich. W stosunku do roku: 2021 prawie 4-krotnie, 2020 o 64,2%, 2019 o 84,7%.

Nieco mniejsze kwoty wydatkowano na **bilety wstępu do atrakcji** - 288 zł na osobę. Porównując średnie wydatki na ten cel do lat poprzednich, można zauważyć, iż w stosunku do każdego analizowanego roku była to kwota wyższa. W relacji do roku: 2021 o 64,6%, 2020 o 44,0%, natomiast 2019 (24,7%) prawie 1/4. Ustalone różnice są dość znaczne, tak więc można wnioskować, iż atrakcje Małopolski coraz lepiej wpisują się w potrzeby odwiedzających.

Wydatki na **lokalne wycieczki** w roku 2022, jakie ponieśli odwiedzający z Wielkiej Brytanii, to kwota 380 zł, która jest wyższa o 77,6% w stosunku do roku 2021. Można więc ostrożnie wnioskować, że wpływ na wzrost wydatków w tej kategorii (jak również omówionej powyżej) mógł mieć profil odwiedzającego z Wielkiej Brytanii w roku 2022, bowiem jak zauważono wcześniej, były to osoby młode i w średnim wieku, posiadające najczęściej wyższe wykształcenie oraz wysokie i bardzo wysokie dochody, co mogło mieć wpływ na wysokość kwot wydawanych na zakup lokalnych wycieczek oraz biletów wstępu do różnorodnych atrakcji, które oferuje Małopolska. Przeznaczono także znaczną kwotę na **pamiątki, upominki i inne zakupy** w wysokości 258 zł na osobę. Powyższą kategorię w roku 2022 diagnozowano po raz pierwszy.

Na tle omawianych wydatków mniejsze znaczenie w porównaniu do lat poprzednich mają tzw. **inne wydatki** (prezenty, rozrywka, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - średnio 152 zł na osobę. W roku 2022 powyższa kwota jest niższa w stosunku do wszystkich analizowanych lat: o 1/3 w roku 2021 (-32,4%), o prawie połowę w relacji do roku 2020 (-49,5%), prawie 2/3 w stosunku do roku 2019 (-69,5%).

Podobna struktura wydatków dotyczyła niemieckich **turystów**. Natomiast **odwiedzający jednodniowi** wyjątkowo w roku 2022 nie przeznaczyci żadnej kwoty na jakiegokolwiek wydatki na terenie Małopolski.

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii (w zł) wg grup odwiedzających

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Wielkiej Brytanii w 2022 roku krążyło w Małopolsce ok. 81 mln zł.

Tabela 11.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021 i 2022 r. (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści z Wielkiej Brytanii	231 400 000	80 600 000
Odwiedzający jednodniowi z Wielkiej Brytanii	31 500 000	b.d.
Łącznie odwiedzający z Wielkiej Brytanii	262 900 000	80 600 000

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

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

W wynikach badań przeprowadzonych w 2022 roku na uwagę zasługuje fakt, że ponad 88% badanych nie miało żadnych obaw (0) przed przyjazdem do Małopolski. Jest to poziom wyższy o 33% w stosunku do wyniku z roku ubiegłego.

Tabela 11.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	36,5%	47,3%	55,3%	55,6%	88,7%
1	13,3%	21,0%	17,0%	21,5%	1,6%
Σ OPTYMIŚCI	49,80%	68,30%	72,30%	77,10%	90,3%
2	12,8%	8,0%	8,5%	9,6%	4,8%
3	4,9%	5,3%	2,1%	2,6%	1,6%
4	4,9%	2,7%	2,1%	2,9%	3,2%
Σ REALIŚCI	22,60%	16,00%	12,70%	15,10%	9,6%
5	9,4%	4,6%	4,3%	2,6%	0,1%
6	1,5%	1,5%	4,3%	1,0%	0,0%
7	4,4%	1,5%	2,1%	1,0%	0,0%
8	3,4%	2,7%	4,3%	1,6%	0,0%
9	7,4%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%
10	1,5%	1,5%	0,0%	1,6%	0,0%
Σ PESYMIŚCI	27,60%	15,60%	15,00%	7,80%	0,1%
NFS	22,2%	52,7%	57,4%	69,3%	90,2%

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

Można przyjąć, że osoby z Wielkiej Brytanii podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie zagrożenia eskalacji wojny na Ukrainie i możliwością rozszerzenia agresji Rosji via Białoruś na kraje ościenne, generalnie nie odczuwają obaw związanych z podróżami do Polski (Małopolski). Wskaźnik NFS dla Brytyjczyków w 2022 roku wyniósł rekordowo $\approx 89\%$ (88,7%) co jest ogromnie satysfakcjonującym wynikiem. Odbęło się to kosztem grupy osób bardzo lękliwych (pesymiści), która uzyskała w obecnym roku zaledwie 0,1% udziałów. Oznacza to, że w podróż turystyczną do Małopolski wyruszyły osoby bardzo o niskim poziomie lęku i obaw o swoje życie, zdrowie i mienie. Można to wiązać tak z rekomendacją destynacji małopolskiej Brytyjczykom przez Polaków mieszkających i pracujących w Wielkiej Brytanii jako bezpiecznej i im przyjaznej, jak również zachodzi możliwość, iż część z respondentów z tego kierunku stanowi najnowsza Polonia, która wystąpiła w Wielkiej Brytanii o status rezydenta i podwójne obywatelstwo będąc jednocześnie oswojoną z realiami naszego kraju jak i historycznych zachowań strony rosyjskiej i białoruskiej.

NFS 2022 Wielka Brytania OGÓŁEM = 90,2%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Istotnym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytom w Małopolsce. W 2022 roku prawie 57% (56,5%) badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. Jest to najwyższy wynik w przeciągu ostatnich pięciu lat.

W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano prawie 44% deklaracji polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu Brytyjczyków zostały przez nich zrealizowane. Przy wskaźniku NPS równym prawie 73% można mówić na tym rynku o kolejnym wyraźnym sukcesie destynacji małopolskiej.

NPS 2022 Wielka Brytania OGÓŁEM = 72,6%.

Tabela 11.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	33,3%	41,0%	40,0%	47,9%	56,5%
9	18,9%	22,1%	24,0%	24,4%	16,1%
Σ PROMOTORZY	52,20%	63,10%	64,00%	72,30%	72,60%
8	22,5%	19,6%	14,0%	11,9%	21,0%
7	13,5%	9,2%	12,0%	8,0%	6,5%
Σ PASYWNI	36,00%	28,80%	26,00%	19,90%	27,50%
6	8,6%	3,3%	8,0%	4,5%	0,0%
5	0,5%	1,5%	2,0%	1,3%	0,0%
4	0,9%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
3	0,9%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%
2	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
1	0,9%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%
0	0,0%	1,1%	0,0%	1,6%	0,0%
Σ KRYTYCY	11,80%	8,10%	10,00%	7,70%	0,0%
NPS	40,5%	55,0%	54,0%	64,6%	72,6%

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

Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Satysfakcja z pobytu w Małopolsce została wyrażona w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 aż o 10 punktów procentowych spadła deklaracja w stosunku do roku 2021 (61,7%) respondentów, że na pewno wróci (51,6%), co ze złożoną deklaracją, że - raczej tak - stanowi w roku 2022 ≈70% tej grupy respondentów. Spadek w stosunku do roku 2021 (88,3%) o ≈15 p.p. (15,7)

Tabela 11.2.19. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	35,4%	30,4%	44,2%	61,7%	51,6%
Raczej tak	39,8%	36,8%	21,2%	26,6%	21,0%
Pośrednia	75,20%	67,20%	65,40%	88,30%	72,60%
Nie wiem	19,5%	26,8%	28,8%	6,4%	27,4%
Raczej nie	4,0%	5,4%	5,8%	3,2%	0,0%
Na pewno nie	1,3%	0,7%	0,0%	2,1%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wzrosła do 27,4% grupa osób niezdecydowanych, co prawdopodobnie związane jest z niepewnością „jutra” w kontekście eskalacji przez Rosję działań wojennych na Ukrainie. Jednak wynik uzyskany w 2022 roku deklaracji powrotu jest satysfakcjonujący i w dalszym ciągu oznacza, że Małopolska jako region turystyczny jest bardzo interesująca, więc dla respondentów kolejne wizyty mogą być równie atrakcyjne.

11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z FRANCJI W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU:
6 000 OSÓB, W TYM 4 200 TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Francji

Wiek odwiedzających z Francji

Pozyskane w badaniach dane wskazują, że wśród Francuzów odwiedzających Małopolskę w 2022 r. dominowały osoby w przedziale wiekowym 30-44 lat. Odwiedzający z tej grupy wiekowe, stanowili ponad 44% i był to zdecydowanie najwyższy odsetek w pięcioletnim okresie badań. Jeżeli udział gości w tym przedziale wiekowym, zazwyczaj posiadających rodziny, aktywnych zawodowo utrzyma się w kolejnych latach, to będzie to bardzo pożądane dla regionu zjawisko. Kolejne reprezentowane grupy, ale już o połowę mniejszym odsetku, to młodzi ludzie w wieku 20-29 lat (22,2%) oraz osoby w wieku 45-60 lat (19,4%). Na uwagę zasługuje jeszcze wzrost do 8,3% dzieci i młodzieży odwiedzającej region, dotychczas w Małopolsce stanowili oni znikomą grupę. Wyraźnie jednak, do poziomu 5,7%, spadł odsetek gości w wieku powyżej 60 lat. Być może jest to wynik wojny w Ukrainie i związanych z tym obaw przed przyjazdem do Polski osób z tej grupy wiekowej, która miała w regionie rekordową reprezentację w 2021 r.

Tabela 11.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	0,0%	5,2%	0,0%	4,0%	8,3%
20-29 lat	25,0%	27,6%	51,6%	14,6%	22,2%
30-44 lat	20,2%	34,5%	19,4%	26,8%	44,4%
45-60 lat	29,8%	24,1%	16,1%	22,8%	19,4%
Powyżej 60 lat	25,0%	8,6%	12,9%	31,8%	5,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Francji

Tabela 11.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	70,2%	48,7%	54,8%	48,2%	58,3%
Mężczyzna	29,8%	51,3%	45,2%	51,8%	41,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Analizując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z uwzględnieniem płci respondentów, można zauważyć, że z Francji do Małopolski przyjechało w 2022 r. więcej kobiet (58,3%) niż mężczyzn (41,7%). Odchylenia w proporcji przyjazdów kobiet i mężczyzn w kolejnych latach badań wskazują, że

region jest równie atrakcyjny dla obu płci. Jedynie w 2018 r. proporcje te zostały zachwiane, co mogło być wynikiem błędu statystycznego.

Wykształcenie odwiedzających z Francji

W 2022 r. podobnie jak w latach poprzednich większość odwiedzających z Francji posiadała wykształcenie wyższe (58,32%) lub średnie (36,1%). Tylko niewielki odsetek stanowili goście posiadający wykształcenie podstawowe. Poziom wykształcenia jednoznacznie wpływa na udział w turystyce, co związane jest z samoświadomością, pracą, a także możliwościami finansowymi. Zadowolające jest to, że oferta turystyczna Małopolski jest interesująca dla osób wykształconych, czynnych zawodowo i podróżujących z rodziną.

Tabela 11.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	70,5%	72,7%	75,9%	47,2%	58,3%
Średnie	29,5%	25,3%	24,1%	34,9%	36,1%
Podstawowe	0,0%	1,0%	0,0%	15,9%	5,6%
Inne	0,0%	1,0%	0,0%	2,1%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Francji

Tabela 11.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobry	18,9%	9,5%	3,3%	20,7%	16,7%
Dobry	56,8%	73,3%	80,0%	45,5%	55,6%
Średni	24,2%	16,2%	16,7%	29,8%	27,7%
Zły	0,0%	1,0%	0,0%	4,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Cele główne przyjazdu odwiedzających z Francji

Odwiedzający Małopolskę goście z Francji najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków. W 2022 r. ten motyw podejmowania decyzji podróży wskazało 25% badanych. Jednak, podobnie jak w 2020 r., to odwiedziny krewnych stanowiły najważniejszy cel przyjazdu (38,9%). Łącząc wyniki wskazań z motywem odwiedzenia znajomych, deklaracje takie przekroczyły 40%. Należy jeszcze zwrócić uwagę na wskazywany głównym cel przyjazdu, jakim był szeroko rozumiany wypoczynek (11,1%) oraz na motyw przyjazdu w celach służbowych, biznesowych (11,1%). O ile cele wypoczynkowe w dotychczasowych badaniach zawsze zajmowały ważne miejsce przy podejmowaniu decyzji, to przyjazdy w celach biznesowych tak znaczącą pozycję zajęły po raz pierwszy. Listę wskazań uzupełnia motyw odwiedzin regionu w celach rozrywkowych (8,3%) związanych z usługami świadczonymi przez kluby, dyskoteki, puby oraz, co stanowi drugi biegun, przyjazdy w celach religijnych (2,8%).

Tabela 11.3.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji (w %)

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Zwiedzanie zabytków	25,9%	45,2%	25,0%	31,3%	25,0%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	7,4%	3,5%	0,0%	17,2%	8,3%
Wypoczynek	13,0%	19,1%	10,7%	16,3%	11,1%
Cel religijny	1,9%	0,9%	0,0%	9,1%	2,8%
Odwiedziny znajomych	9,3%	2,6%	14,3%	7,1%	2,8%
Odwiedziny krewnych	10,2%	3,5%	28,6%	4,0%	38,9%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	9,3%	2,6%	3,6%	3,0%	0,0%
Cel zdrowotny	4,6%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%
Tranzyt	0,0%	0,0%	10,7%	2,0%	0,0%
Edukacja	3,7%	3,5%	0,0%	1,5%	0,0%
Sprawy służbowe (biznes)	0,0%	7,0%	3,6%	1,5%	11,1%
Zakupy	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%
Poznanie walorów przyrody	5,6%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	0,0%	2,6%	0,0%	0,5%	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,0%	1,7%	0,0%	0,5%	0,0%
Udział w szkoleniu	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	7,4%	7,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%
Inny cel	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z Francji (podróż z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)

Analizując charakter podróżowania z uwzględnieniem osób towarzyszących respondentom, można zauważyć, iż najwięcej odwiedzających z Francji przyjechało w roku 2022 do Małopolski z przyjaciółmi (47,2%) i była to grupa większa o ponad 10% niż w roku ubiegłym. Jeszcze większy wzrost zaobserwowano w deklaracjach wskazujących na podróżowanie z rodziną. O ile w latach 2018 – 2020 z rodziną podróżowało ok. 4% odwiedzających, to wartość ta wzrosła skokowo w 2021 r. do 20% i do prawie 40% w 2022 r. Jeżeli taki poziom turystyki rodzinnej zostanie utrzymany w kolejnym roku, to będzie to pożądany efekt podejmowanych w regionie działań promujących rozwój wypoczynkowej turystyki dla całych rodzin.

W 2022 r. drastyczny spadek odnotowano w udziale podróży w grupowej turystyce zorganizowanej. O ile w latach 2018-2021 co czwarty Francuz przyjechał do Małopolski ze zorganizowaną grupą, to aktualnych badaniach deklaracji takich było tylko 8,3%. Wynik badań w kolejnym roku pozwolą na wyciąganie wniosków dotyczących tego zjawiska. Na samotne podróżowanie po regionie wskazało 5,6% badanych i poziom ten odpowiada wartościom odnotowanym w poprzednich latach z wyjątkiem dużego odchylenia w 2021 r.

Tabela 11.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Przyjaciele	54,0%	38,4%	45,2%	36,4%	47,2%
Rodzina	4,0%	4,5%	3,2%	20,7%	38,9%
Grupa zorganizowana	24,0%	32,1%	35,5%	23,7%	8,3%
Nikt (podróżuję sam)	6,0%	8,0%	3,2%	19,2%	5,6%
Rodzina i przyjaciele	12,0%	17,0%	12,9%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Francji

W podróżach rodzinnych turystów przyjeżdżających do Małopolski, w których odnotowano znaczący wzrost, uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Do uzyskanych w 2022 r. informacji należy jednak podejść z rezerwą, gdyż nie odnotowano odpowiedzi o podróżowaniu rodzinnym z jednym dzieckiem. Zważywszy na dominujący skład rodzin w krajach rozwiniętych (2+1) uzyskane informacje o podróżach z dwójką dzieci (75%) i trójką dzieci (25%) można będzie zweryfikować w następnych latach badań.

Tabela 11.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	38,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1	28,6%	42,9%	75,0%	70,0%	0,0%
2	33,3%	50,0%	25,0%	20,0%	75,0%
3	0,0%	7,1%	0,0%	10,0%	25,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Francji

Podobnie jak w latach poprzednich większość turystów z Francji w roku 2022 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie (we własnym zakresie 51,4%). Zważywszy, że jednym z głównych celów przyjazdów były odwiedziny rodzin, to 20% wskazań na rodzinę jako organizatora jest uzasadniona. Korzystano w znacznym odsetku również z pomocy znajomych (17,1%). Na stałym poziomie pozostały przyjazdy organizowane przez zakłady pracy (8,6%). Zmniejszył się natomiast udział podróżujących Francuzów korzystających z oferty biur podróży (2,9%). Innych organizatorów i współorganizatorów podróży w aktualnych badaniach nie odnotowano.

Tabela 11.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji (w %)

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	75,0%	67,6%	80,6%	31,3%	51,4%
Rodzina	5,6%	7,2%	9,7%	18,7%	20,0%
Biuro podróży	4,6%	6,3%	3,2%	7,6%	2,9%
Znajomi	7,4%	2,7%	0,0%	19,7%	17,1%
Portal (biuro) internetowy(e)	3,7%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Zakład pracy	0,0%	8,1%	6,5%	5,6%	8,6%
Szkoła	0,0%	3,6%	0,0%	2,5%	0,0%
Parafia (kościół)	1,9%	0,0%	0,0%	13,6%	0,0%
Inna instytucja	1,9%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji

Francuzi odwiedzający Małopolskę w 2022 r. najczęściej przebywali w regionie 2-3 noce. Taką długość pobytu zadeklarowało 52,8% badanych. Z pobytów w przedziale 4-7 nocy skorzystało jednak tylko 25% respondentów. Można zauważyć, że jest to kolejny rok z rzędu, w którym czas pobytu w regionie uległ skróceniu. W 2019 i 2020 roku proporcje te były odwrócone i korzystniejsze dla regionu. Z pobytów dłuższych 8-14 nocy i ponad 15 nocy skorzystało po 11,1% gości. Kolejne lata badań wykażą, czy skrócony czas pobytu zostanie utrzymany, czy był to wynik kryzysu, jaki obserwujemy w gospodarce światowej.

Tabela 11.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2022 (w %)

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	2,7%	0,0%	2,7%	0,0%
1 dzień bez noclegu	3,6%	10,7%	9,5%	0,0%
1 noc	2,7%	0,0%	23,2%	0,0%
2-3 noce	18,0%	32,1%	40,6%	52,8%
4-7 nocy	56,8%	42,9%	21,5%	25,0%
8-14 nocy	14,4%	14,3%	2,5%	11,1%
15 i więcej nocy	1,8%	0,0%	0,0%	11,1%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski

W 2022 r. podstawowym środkiem transportu, którym docierali do Małopolski turyści z Francji, był samolot. Z tego środka komunikacji skorzystało 83,3% badanych. Oferta linii lotniczych, poprzez korzystne taryfy i połączenia, mogła mieć wpływ na skrócony czas pobytu oraz na rezygnację, w znacznym stopniu, z wyboru samochodu prywatnego jako środka transportu, z którego skorzystało 8,3%. Regularnymi liniami autobusowymi dotarło do Małopolski 5,6% gości. O ile wybór komunikacji zbiorowej wydaje się być uzasadniony w dobie wzrostu cen paliwa, to brak potwierdzenia w wykorzystaniu transportu kolejowego oraz udziału w imprezach autokarowych jest zastanawiający. Kolejne badania powinny zweryfikować uzyskane informacje.

Tabela 11.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski (w %)

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samolot tanich linii lotniczych	31,1%	36,9%	71,0%	15,7%	36,1%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	16,0%	42,3%	12,8%	27,2%	47,2%
Samochód	28,3%	15,3%	6,5%	21,7%	8,3%
Autokar turystyczny	9,4%	0,9%	0,0%	7,6%	0,0%
Inny	9,5%	1,0%	0,0%	0,0%	2,8%
Pociąg	3,8%	1,8%	0,0%	17,7%	0,0%
Autobus/mikrobus linii regularnej	1,9%	1,8%	9,7%	10,1%	5,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji

Decyzje turystów z Francji dotyczące wyboru obiektów noclegowych nie ulegają zasadniczym zmianom. W roku 2022 podobnie jak w poprzednich latach najchętniej korzystano z hoteli (47,2%). Znaczącą pozycję w wyborze miejsca zakwaterowania stanowiły również noclegi u rodziny (19,4%), co w kontekście jednego z głównych celów pobytu, jakim były odwiedzin rodzinne wydaje się w pełni uzasadnione. Także charakter podróży wypoczynkowych z rodziną uzasadnia wybór z szerokiej oferty apartamentów i kwater prywatnych jako miejsc zakwaterowania (22,2%). Uzupelnienie głównych obiektów noclegowych stanowiły hostele i kempingi oraz pobyty u znajomych.

Tabela 11.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2022 (w %)

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022*
Hotel	51,3%	50,0%	43,3%	47,2%
Motel	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%
Pensjonat	1,8%	0,0%	10,7%	0,0%
Dom wycieczkowy	0,0%	0,0%	12,4%	0,0%
Schronisko górskie	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%
Schronisko młodzieżowe	5,3%	0,0%	1,7%	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	0,0%	0,0%	3,4%	2,8%
Hostel	0,9%	0,0%	13,5%	2,8%
Ośrodek wczasowy	0,9%	0,0%	1,1%	0,0%
Zakład uzdrowiskowy	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%
Dom Pielgrzyma	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%
Apartament,	30,1%	19,2%	32,6%	8,3%
Kwaterna prywatna			3,1%	13,9%
Korzystam z couchsurfing'u	0,9%	0,0%		
Obiekt agroturystyczny	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%
U rodziny	5,3%	26,9%	39,3%	19,4%
U znajomych	0,9%	0,0%	28,4%	2,8%
Własny dom/mieszkanie	0,0%	3,8%	0,6%	0,0%
Inny obiekt	0,0%	0,0%	4,5%	2,8%

* W 2021 i 2022 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Wydatki odwiedzających z Francji

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Francji (w zł na osobę)

Odwiedzający z Francji w 2022 r. wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie średnio kwotę 593 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to kwota wyższa niż w 2020 i 2021 r., ale nie osiągnęła jeszcze poziomu z 2019 r., który był szczytowym rokiem w ruchu turystycznym w Małopolsce. Wszyscy respondenci byli turystami i przebywali w regionie więcej niż jedną noc. W poprzednich latach odnotowano przyjazdy i wydatki odwiedzających jednodniowych, a w aktualnych badaniach takich przypadków nie odnotowano.

Tabela 11.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	794	553	520	593
Turyści	829	579	548	593
Odwiedzający jednodniowi	0	270	321	0

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

Analizując kwoty wydatków na wybrane usługi turystyczne opłacane przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2022 r. można zauważyć, że zdecydowanie wybija się kwota 1500 zł na osobę ponoszona przez turystów korzystających z oferty biur podróży. Należy jednak zwrócić uwagę na różnice w wysokościach wydatków przy zakupie usług w biurach podróży w 2021 r. i w 2022 r. Prawe dwukrotny wzrost wydatków jest trudny do wyjaśnienia, jeśli zestawimy dane tylko z dwóch lat. Wydatki na noclegi ponoszone przed przyjazdem były natomiast niższe niż w 2021 r. i wyniosły 442 zł. Przed przyjazdem nie dokonywano zakupów biletów do atrakcji turystycznych ani nie opłacano wycieczek lokalnych.

Tabela 11.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	526	549	447
	2022	1500	1500	0
Na noclegi/spanie	2021	610	610	0
	2022	442	442	0
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	100	100	0
	2022	0	0	0
Na lokalne wycieczki	2021	0	0	0
	2022	0	0	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji (w zł na osobę)

Deklarowana średnia kwota wydatkowana przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w regionie wyniosła 999 zł na osobę. Była to kwota zdecydowanie wyższa niż we wszystkich wcześniejszych badaniach. Przewyższała wydatki o ponad 100 zł na osobę z 2019 r., który był rokiem największej koniunktury na rynku turystycznym w Małopolsce. Jednym z powodów może być poziom inflacji i wzrost cen w Polsce i w regionie. O ile poziom wydatków przed wyjazdem nie uległ tak znaczącej zmianie, to wydatki w miejscu pobytu wrosły w stosunku do 2021 r. o ponad 20%.

Tabela 11.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	878	461	751	999
Turyści	899	513	782	999
Odwiedzający jednodniowi	672	48	454	0

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

Analizując wydatki ponoszone w regionie w 2022 r. przez gości z Francji z rozbiorem na świadczenia czy grupy usług, można zauważyć, że wybija się kwota wydatkowana na usługi noclegowe (1667 zł). Tak wyraźna różnica poziomu wydatków za noclegi w stosunku do lat poprzednich, może być wynikiem długości pobytu oraz w przypadku rezerwacji przez globalne portale rezerwacyjne opłat wnoszonych na miejscu w obiektach noclegowych. O ponad 100 zł na osobę wzrosły wydatki za usługi gastronomiczne i wynosiły średnio 480 zł. Jeszcze większy wzrost w stosunku do lat poprzednich odnotowujemy w deklaracjach dotyczących kosztów ponoszonych za usługi transportowe w miejscu pobytu. Kwota 198 zł jest o ponad 100% wyższa niż wskazywana w latach poprzednich.

Tabela 11.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	734	734	-
	2020	370	370	-
	2021	310	310	-
	2022	1667	1667	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	323	310	750
	2020	122	133	48
	2021	358	377	132
	2022	480	480	0
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	93	95	15
	2020	57	57	0
	2021	89	89	89
	2022	198	198	0
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	199	192	500
	2020	108	108	0
	2021	210	212	183
	2022	123	123	0
Na lokalne wycieczki	2021*	269	268	290

	2022	250	250	0
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	296	296	0
Inne cele	2019	203	203	0
	2020	100	100	0
	2021	220	228	100
	2022	175	175	0

* W latach 2018-2020 pytanie to nie było zadawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zadawane ankietowanym.

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

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji (w zł) wg grup odwiedzających

Szacunkowy poziom wydatkowanych pieniędzy w Małopolsce przez turystów z Francji w 2022 r. to ok. 6 milionów złotych i była to wartość porażająco niższa niż w 2021 r.

Tabela 11.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści z Francji	191 700 000	5 700 000
Odwiedzający jednodniowi z Francji	18 100 000	b.d.
łącznie odwiedzający z Francji	209 800 000	5 700 000

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

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

Wyniki badań przeprowadzonych w 2022 roku wykazują, że zerowy poziom obaw (0), tak wysoki w roku 2020 (78,6%) u osób udzielających odpowiedzi, że nie miało żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski, po spadku w 2021 do poziomu $\approx 50\%$ typowego dla lat przedpandemicznych powrócił do wartości podobnych a nawet wyższych jak w roku 2020 lat i wyniósł ponad 86% całości próby. Grupa osób realistycznie postrzegająca otaczającą rzeczywistość i ostrożna w formułowaniu oceny zmniejszyła się do poziomu niespełna 6%. A osób przepętnionych lękiem pozostało tyle samo co w roku poprzednim (8,4%).

Można przyjąć, że osoby podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie zagrożenia działaniami wojennymi Rosji na terenie Ukrainy sąsiadującej bezpośrednio z zewnętrzną granicą Unii Europejskiej ponownie skutecznie weryfikują swoje odczucia związane z obawami ryzyka, jakie niosą podróże do Małopolski. Ponadto goście z Francji, jeśli nie nocowali w hotelach i apartamentach, to najczęściej przyjeżdżali do swoich rodzin lub znajomych, co zapewne ograniczało ich obawy i lęki przed podróżą.

NFS 2022 Francja OGÓŁEM = 77,70%.

Tabela 11.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	51,1%	45,2%	78,6%	49,2%	86,1%
1	15,2%	24,0%	0,0%	30,2%	0,0%
Σ OPTYMIŚCI	66,30%	69,20%	78,60%	79,40%	86,10%
2	6,5%	7,7 %	10,7%	9,5%	2,8%
3	6,5%	5,8%	3,6%	2,0%	2,8%
4	3,3%	1,0%	3,6%	0,5%	0,0%
Σ REALIŚCI	16,30%	6,80%	17,90%	12,00%	5,60%
5	6,5%	4,8%	0,0%	3,0%	2,8%
6	2,2%	2,9%	0,0%	3,0%	0,0%
7	0,0%	1,9%	3,6%	0,0%	0,0%
8	4,3%	1,9%	0,0%	0,50%	0,0%
9	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	2,8%
10	4,3%	0,0%	0,0%	2,0%	2,8%
Σ PESYMIŚCI	17,30%	16,30%	3,60%	8,50%	8,40%
NFS	49,00%	52,90%	75,00%	70,90%	77,70%

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

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Bardzo znaczącym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobyt w Małopolsce. W 2022 r. podniósł się wynik z 41,4% na 50,0% dla grupy badanych osób, które nie miały żadnych wątpliwości, by stanowczo stwierdzić, że będą polecały przyjazdy do Małopolski. W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano ponad 47% (47,1%) deklarujących polecenie regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane.

Tabela 11.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	33,7%	26,5%	36,7%	41,4%	50,0%
9	26,5%	35,4%	36,7%	31,3%	19,4%
Σ PROMOTORZY	60,20%	61,90%	73,40%	72,70%	69,40%
8	17,3%	18,6%	16,7%	15,7%	19,4%
7	14,3%	8,8%	10,0%	6,6%	8,3%
Σ PASYWNI	31,60%	27,40%	26,70%	22,30%	27,70%
6	4,1%	3,5%	0,0%	4,5%	2,8%
5	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
4	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
3	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%
0	0,0%	3,5%	0,0%	0,5%	0,0%
Σ KRYTYCY	8,10%	10,60%	0,00%	5,00%	2,80%
NPS	52,0%	51,3%	73,3%	67,7%	66,6%

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

NPS 2022 Francja OGÓŁEM = 66,6%.

Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Swoją satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Francji wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. Również w 2022 roku podobnie jak w latach poprzednich 2018 -2021 $\approx 31\%$ (30,6%) respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze stwierdzeniem - raczej tak - stanowi ponownie prawie 70% (66,7%) badanych. Oznacza to, że region jest na tyle interesujący turystycznie, że kolejne wizyty także mogą być atrakcyjne dla odwiedzających. Należy zwrócić uwagę na wysoki odsetek osób wahających się, bo aż prawie 28%. Jest to odczyt zbliżony do wyniku zanotowanego w 2019 roku.

Tabela 11.3.19. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	28,4%	31,6%	30,0%	33,3%	30,6%
Raczej tak	25,5%	31,6%	13,3%	33,3%	36,1%
Pośrednia	53,90%	63,20%	43,30%	66,60%	66,70%
Nie wiem	39,2%	28,1%	50,0%	6,7%	27,8%
Raczej nie	4,9%	7,0%	6,7%	20,0%	5,6%
Na pewno nie	2,0%	1,8%	0,0%	6,7%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,10%

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

Pośród respondentów jedynie 5% stwierdziło, że raczej nie przyjedzie ponownie, natomiast nikt z respondentów nie deklarował, że na pewno nie wróci z wizytą. Najważniejszą grupę, na którą należy zwrócić uwagę, stanowią te osoby, które udzieliły odpowiedzi, że nie wiedzą, czy przyjadą ponownie. Przedmiotem zainteresowania powinno być ustalenie, co zachęciłoby te osoby do ponownych odwiedzin Małopolski.

11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę ze STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI PÓŁNOCNEJ

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH ZE STANÓW ZJEDNOCZONYCH AP
W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU: 67 800 OSÓB, W TYM 62 800
TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Wiek odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Z przeprowadzonych badań wynika, iż większość odwiedzających z USA, którzy przyjechali do Małopolski w roku 2022, to osoby w przedziale wiekowym 45-60 lat (38,5%) oraz seniorzy w wieku powyżej 60 lat (30,7%). Znaczny odsetek stanowili też turyści w przedziale wiekowym 30-44 lata (23,1%). Pokolenie dwudziestolatków w zdecydowanie mniejszej liczbie było reprezentowane w regionie (7,7%). Dzieci i młodzieży, czyli osób poniżej 19 roku życia nie odnotowano w aktualnych badaniach.

Tabela 11.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z USA (w %)

Wiek odwiedzających	2022
Do 19 lat	0,0%
20-29 lat	7,7%
30-44 lat	23,1%
45-60 lat	38,5%
Powyżej 60 lat	30,7%
Suma końcowa	100,0%

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

Płeć odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych AP

Analizując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z uwzględnieniem płci respondentów, można zauważyć, że turystów z USA reprezentowało w 2022 r. więcej mężczyzn (53,8%) niż kobiet (46,2%), co odpowiada proporcjom odwiedzających Małopolskę wszystkich gości zagranicznych.

Tabela 11.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z USA (w %)

Płeć odwiedzających	2022
Kobieta	46,2%
Mężczyzna	53,8%
Suma końcowa	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych AP

Z uzyskanych odpowiedzi respondentów wynika, iż większość w 2022 r. gości odwiedzających z USA posiadała wykształcenie wyższe (80,8%). Średnie wykształcenie zadeklarowało 19,2% badanych osób. Nikt nie wskazał na posiadanie wykształcenia niższego niż średnie, co wydaje się mało prawdopodobne, ale nie zmienia obrazu, że w zdecydowanej większości podróżującymi są osoby wykształcone.

Tabela 11.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z USA (w %)

Wykształcenie	2022
Wyższe	80,8%
Średnie	19,2%
Podstawowe	0,0%
Inne	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Status materialny odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych AP

Można przyjąć, że deklarowana sytuacja finansowa turystów z USA pozostaje w relacji ze wskazanym wykształceniem. Wśród badanych w 2022 r. aż 46,2% oceniło własną sytuację materialną na poziomie bardzo dobrym a 38,5% uznało ją za dobrą. Pozostali respondenci ocenili swój status materialny na średni (11,5%) lub na zły (3,8%).

Tabela 11.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z USA (w %)

Sytuacja finansowa odwiedzających	2022
Bardzo dobry	46,2%
Dobry	38,5%
Średni	11,5%
Zły	3,8%
Suma końcowa	100,0%

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

Cele przyjazdu odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Odwiedzający Małopolskę goście z USA objęci badaniami w 2022 r. najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków (23,2%) i dotyczyło to prawie co czwartego respondenta. Wypoczynek, odwiedziny miejsc rodzinnych, odwiedziny krewnych były wskazywane jako motywy przyjazdu przez taki sam odsetek badanych i łącznie wyniósł on prawie 58%. Można jeszcze wyróżnić, wskazany przez turystów z USA, ważny cel dla regionu, jakim jest przyjazd w ramach turystyki biznesowej, który wyniósł 7,7%. Udział w szkoleniach, w wydarzeniach religijnych lub odwiedziny znajomy zadeklarowało jako główny powód przyjazdu zgodnie po 3,8% odwiedzających.

Tabela 11.4.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z USA (w %)

Główne cele podróży	2022
Zwiedzanie zabytków	23,2%
Wypoczynek	19,3%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	19,2%
Odwiedziny krewnych	19,2%
Sprawy służbowe (biznes)	7,7%
Udział w szkoleniu	3,8%
Odwiedziny znajomych	3,8%
Cel religijny	3,8%
Suma końcowa	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych (podróż z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)

Analizując sposób organizacji przyjazdu gości z USA do Małopolski, można zauważyć, iż najczęściej odbywali podróż z rodziną (57,7%). Tylko 7,7% gości wskazało na towarzystwo przyjaciół. Przyjazd w grupie zorganizowanej również zadeklarowało tylko 7,7% badanych. Pozostałą, bardzo liczną grupę stanowiły osoby podróżujące samotnie.

Tabela 11.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z USA (w %)

Towarzystwo w podróży	2022
Przyjaciele	7,7%
Grupa zorganizowana	7,7%
Rodzina i przyjaciele	0,0%
Nikt (podróżuję sam)	26,9%
Rodzina	57,7%
Suma końcowa	100,0%

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

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

W podróżach rodzinnych turystów przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Z uzyskanych danych wynika, że badanym osobom towarzyszyło jedno lub dwoje dzieci, w równym rozkładzie odpowiedzi wynoszącym po 50%.

Tabela 11.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z USA (w %)

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2022
1	50,0%
2	50,0%
3	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Uzyskane informacje pozwalają na stwierdzenie, że więzy rodzinne i atrakcje regionu spełniają oczekiwania gości z USA związane z wypoczynkiem wraz z dziećmi.

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Preferowaną formą organizacji podróży wskazaną przez odwiedzających z USA było samodzielne przygotowanie wyjazdu i pobytu w Małopolsce. Taką deklarację złożyło 48% badanych. Jeżeli korzystali ze wsparcia, to głównie z oferty biur podróży. Co wydaje się uzasadnione, biorąc pod uwagę średni wiek odwiedzających z USA oraz podróż na inny kontynent. Rodzina lub znajomi byli organizatorami pobytu dla 16% respondentów. Odnotowano również wizyty organizowane przez pracodawcę (4%) lub inny podmiot przygotowujący pobyt (4%).

Tabela 11.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z USA (w %)

Organizator pobytu	2022
Sam we własnym zakresie	48,0%
Rodzina	8,0%
Biuro podróży	24,0%
Znajomi	8,0%
Portal (biuro) internetowy(e)	4,0%
Zakład pracy	4,0%
Szkoła	0,0%
Parafia (kościół)	0,0%
Inna instytucja	4,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Odwiedzający z USA deklarowali, że przyjechali do Małopolski na dłuższy czas. Na pobyt w granicach 8-14 nocy i więcej niż 15 nocy wskazało łącznie 56% badanych. Bardzo znaczny odsetek (36%) przebywał w regionie 4 do 7 nocy. Krótkie pobyty na 2-3 noce deklarowało jedynie 8% gości. Należy zatem podkreślić, że wizyty turystów z USA należą do długoterminowych i pod tym względem Amerykanie wyróżniają się spośród innych analizowanych nacji. Długość pobytu wydaje się uzasadniona przy uwzględnieniu czasu i kosztów podróży oraz głównych celów podróży, do których należał wypoczynek, odwiedzin krewnych czy miejsc rodzinnych.

Tabela 11.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z USA w 2022 roku (w %)

Długość pobytu	2022
Do 3 godzin	0,0%
1 dzień bez noclegu	0,0%
1 noc	0,0%
2-3 noce	8,0%
4-7 nocy	36,0%
8-14 nocy	28,0%
15 i więcej nocy	28,0%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Stanów Zjednoczonych w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, którym bezpośrednio dotarli do Małopolskę Amerykanie w był z oczywistych względów samolot. Z tej formy transportu skorzystało 72% badanych. Goście, którzy przylecieli na inne lotnisko niż Balice przesiadali się na pociąg (20%) lub korzystali z samochodów (8%). W 2022 r. nie odnotowano wyboru autokaru lub autobusu liniowego jako środka transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski.

Tabela 11.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z USA w podróży do Małopolski (w %)

Wykorzystywane środki transportu	2022
Samochód	8,0%
Samolot tanich linii lotniczych	16,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	56,0%
Inny	0,0%
Pociąg	20,0%
Autobus/mikrobus linii regularnej	0,0%
Autokar turystyczny	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Miejsc noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Odwiedzający z USA w 2022 r. najczęściej na miejsce noclegu wybierali hotele (46,2%). Uzupelnienie wyboru oferty zakwaterowania w kategoryzowanej bazie noclegowej stanowiły jeszcze tylko pobyty w pensjonatach (7,7%) oraz motelach (3,8%). Dużym zainteresowaniem cieszyły się również noclegi w apartamentach (19,2%), których oferta wydaje się atrakcyjna dla turystów spędzających w regionie dłuższy czas wypoczywając z rodziną.

Jeżeli jednym z głównych celów wizyty w Małopolsce była chęć odwiedzenia krewnych, to 23% odpowiedzi respondentów, że noclegi zapewniała rodzina jest w pełni uzasadnione.

Tabela 11.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z USA w 2022 roku (w %)*

Miejsce noclegu	2022
Hotel	46,2%
Motel	3,8%
Pensjonat	7,7%
Dom wycieczkowy	0,0%
Schronisko górskie	0,0%
Schronisko młodzieżowe	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	0,0%
Hostel	0,0%
Ośrodek wczasowy	0,0%
Zakład uzdrowiskowy	0,0%
Dom Pielgrzyma	0,0%
Apartament	19,2%
Kwaterna prywatna/korzystam z couchsurfing'u	0,0%
Obiekt agroturystyczny	0,0%
U rodziny	23,1%
U znajomych	0,0%
Własny dom/mieszkanie	3,8%
Inny obiekt	15,4%

* Ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100%.

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

Wydatki odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych (w zł na osobę)

Turyści przyjeżdżający z USA w 2022 r. przed wyjazdem w podróż do Małopolski na pobyt w regionie wydatkowali kwotę 850 zł na osobę (bez kosztów dojazdu).

Tabela 11.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	850
Turyści	850
Odwiedzający jednodniowi	0

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

Jeśli chodzi o wydatki na wybrane usługi turystyczne opłacane przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 r., to badani przedpłacali usługi noclegowe i była to średnio kwota 500 zł. Rezerwowano i opłacano wstępy do obiektów i atrakcji turystycznych również kwotą 500 zł oraz kwotę średnio w wysokości 200 zł wpłacano na wycieczki lokalne.

Tabela 11.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	0	0	0
Na noclegi/spanie	500	500	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	500	500	0
Na lokalne wycieczki	200	200	0

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

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych (w zł na osobę)

Średnia kwota wydatkowana przez odwiedzających z USA podczas pobytu w regionie wyniosła 3307 zł na osobę. Była to kwota zdecydowanie wyższa niż deklarowana przez odwiedzających z poddanych analizie krajów. Wpływ na wielkość wydatków wynikał z długości pobytu i zasobności finansowej wynikającej z wieku przyjeżdżających do Małopolski gości z Ameryki.

Tabela 11.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	3307
Turyści	3307
Odwiedzający jednodniowi	0

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

Wysokość wydatków ponoszonych podczas pobytu w regionie w 2022 r. przez gości z USA uzupełnia zestawienie wydatków na świadczenia czy grupy usług, z których korzystali turyści. Wysokością kwoty wyróżniają się wydatki na usługi noclegowe (1700 zł). Należy jednak podkreślić, że preferowanymi przez badanych obiektami noclegowymi były hotele, a średni czas pobytu był ponad tydzień. Szczególną uwagę zwraca również deklarowana kwota wydatków na wycieczki lokalne 1433 zł, co jednak przy odsetku wskazań na główny cel przyjazdu do Małopolski, jakim jest zwiedzanie zabytków, znajduje swoje uzasadnienie. Kwoty powyżej 800 zł wydatkowano na wyżywienie (886 zł), zakup pamiątek (830 zł) oraz na transport lokalny (888 zł). Znaczną też kwotę przeznaczano również na bilety wstępu do atrakcji turystycznych (443 zł).

Tabela 11.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	1700	1700	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	886	886	0
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	888	888	0
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	443	443	0

Na lokalne wycieczki	1433	1433	0
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	830	830	0
Inne cele	0	0	0

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

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Stanów Zjednoczonych (w zł) wg grup odwiedzających

Szacunki wskazują, że tytułu bezpośrednich wydatków turystów z USA w 2022 r. w Małopolsce pozostało ok. 195 mln zł,

Tabela 11.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z USA w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2022
Turyści z USA	194 900 000
Odwiedzający jednodniowi z USA	b.d.
Łącznie odwiedzający z USA	194 900 000

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

Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z USA w 2022 roku wyniosły więc ok. 195 mln zł.

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

Tabela 11.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z USA odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2022
0	65,4%
1	23,1%
Σ OPTYMIŚCI	88,50%
2	11,5%
3	0,0%
4	0,0%
Σ REALIŚCI	11,50%
5	0,0%
6	0,0%
7	0,0%
8	0,0%
9	0,0%
10	0,0%
Σ PESYMIŚCI	0,00%
NFS	88,50%

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

Interesujące jest, że wyniki badań przeprowadzonych w 2022 r. wykazują, że ponad 65% (65,4%) osób udzielających odpowiedzi nie miało absolutnie żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Grupa „optymistów” uzyskała wynik ponad 88% (88,5%). Można więc przyjąć, że osoby podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych do Małopolski ze Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej w okresie zagrożenia konfliktem zbrojnym w pobliżu wschodniej zewnętrznej granicy Unii Europejskiej (wojna Rosji z Ukrainą) generalnie nie odczuwają obaw związanych z podróżami do Polski. Ponadto, goście z USA najczęściej przyjeżdżali do swoich rodzin, co zapewne również ograniczało ich obawy.

NFS 2022 USA OGÓŁEM = 88,50%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych AP dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Bardzo znaczącym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytem w Małopolsce. W 2022 r. ponad 65% (65,4%) badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski.

Tabela 11.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z USA dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2022
10	65,4%
9	19,2%
Σ PROMOTORZY	84,60%
8	7,7%
7	3,8%
Σ PASYWNI	11,50%
6	3,8%
5	0,0%
4	0,0%
3	0,0%
2	0,0%
1	0,0%
0	0,0%
Σ KRYTYCY	3,80%
NPS	80,8%

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

W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano 30,7% deklarujących polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane.

NPS 2022 USA OGÓŁEM = 80,8%.

Deklaracja odwiedzających ze Stanów Zjednoczonych AP dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Swoją satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z USA wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 roku $\approx 81\%$ (80,8%) respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze stwierdzeniem - raczej tak - stanowi ponad 88% badanych (88,5%). Oznacza to, że region Małopolski jest dla nich bardzo interesujący turystycznie. Wśród badanych 11,5% stwierdziło, że nie wie, czy przyjedzie ponownie, natomiast żaden z respondentów nie zadeklarował, że nie powróci z kolejną wizytą.

Tabela 11.4.19. Deklaracja odwiedzających z USA dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)

Deklaracja ponownego przyjazdu	2022
Na pewno tak	80,8%
Raczej tak	7,7%
Pośrednia	88,50%
Nie wiem	11,5%
Raczej nie	0,0%
Na pewno nie	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Przedmiotem zainteresowania powinno być ustalenie, co zachęciłoby osoby niezdecydowane do ponownych odwiedzin Małopolski.

11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z KRAJÓW BENELUXU

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z KRAJÓW BENELUXU W MAŁOPOLSCE
W 2022 ROKU: 12 200 OSÓB, W TYM 10 700 TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z krajów Beneluxu

Wiek odwiedzających z krajów Beneluxu

Analizując strukturę wiekową odwiedzających Małopolskę gości z krajów Beneluxu, można zauważyć, iż w większości (66,70%) są to ludzie młodzi, których wiek plasuje się w granicach 20-29 lat (50,0%) lub 30-44 lat (26,7). Co czwartym respondentem jest osoba starsza, której wiek mieści się w granicach 45-60 lat (8,3%) lub są to seniorzy powyżej 60 lat (16,7%).

Niezbyt dużym zainteresowaniem cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna, czego wyrazem jest uzyskany wskaźnik procentowy w grupie respondentów do 19 lat (8,3%).

Tabela 11.5.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)

Wiek odwiedzających	2022
Do 19 lat	8,3%
20-29 lat	50,0%
30-44 lat	16,7%
45-60 lat	8,3%
Powyżej 60 lat	16,7%
Suma końcowa	100,0%

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

Płeć odwiedzających z krajów Beneluxu

Analizując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z uwzględnieniem płci respondentów, można zauważyć, że kraje Beneluxu reprezentowało w 2022 r. więcej mężczyzn (68,0%) niż kobiet (32,0%), co stanowi w znacznym stopniu odbicie całościowych wyników dotyczących odwiedzających Małopolskę gości zagranicznych.

Tabela 11.5.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)

Płeć odwiedzających	2022
Kobieta	32,0%
Mężczyzna	68,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z krajów Beneluxu

Ważnym wskaźnikiem uczestnictwa w turystyce jest wykształcenie społeczeństwa. Osoby lepiej wyedukowane częściej podejmują decyzje wyjazdu zagranicznego. Otrzymane wyniki ukazują, iż Małopolskę odwiedzali respondenci, którzy posiadali głównie wykształcenie wyższe (83,3%) oraz w

znacznie mniejszym zakresie średnie (16,78%). Otrzymane wyniki znacznie różnią się od wskaźników procentowych odwiedzających z Niemiec, Wielkiej Brytanii czy Francji, gdzie nie odnotowano tak dużych dysproporcji (wskaźniki procentowe w grupach były zbliżone).

Tabela 11.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)

Wykształcenie	2022
Wyższe	83,3%
Średnie	16,7%
Podstawowe	0,0%
Inne	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z krajów Beneluxu

Poziom wykształcenia odwiedzających z krajów Beneluxu pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. Wśród badanych w 2022 roku zdecydowana większość osób (80,0%) deklarowała, iż posiada dobry status materialny, mniej niż co dziesiąty bardzo dobry (8,0%). Można więc zauważyć, iż zdecydowana większość odwiedzających z Beneluxu to osoby dość zamożne. W tym kontekście tylko co dziesiąty respondent ocenił swój poziom finansowy jako średni. Nikt nie uznał go jako zły.

Można więc wysnuć ostrożnie wniosek, iż na tle innych analizowanych krajów europejskich odwiedzający z Beneluxu to osoby wyróżniające się wysokim poziomem wykształcenia oraz wysokim poziomem zamożności.

Tabela 11.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)

Sytuacja finansowa odwiedzających	2022
Bardzo dobry	8,0%
Dobry	80,0%
Średni	12,0%
Zły	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Cele przyjazdu odwiedzających z krajów Beneluxu

Najwięcej osób z krajów Beneluxu odwiedzających Małopolskę objętych badaniami w 2022 r. wskazało za główny cel przyjazdu sprawy służbowe (48%), w tym 40% były to cele biznesowe lub udział w konferencji, kongresie (8,0%).

Znacznie mniej osób przyjechało tutaj w celu zwiedzania zabytków (16,0%), rozrywki (kluby, dyskoteki, puby) (16,0%) lub odwiedzin krewnych (16,0%). Bardzo mała grupa przyjechała w celach wypoczynkowych (4,0%).

Tabela 11.5.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)

Główne cele podróży	2022
Sprawy służbowe (biznes)	40,0%
Zwiedzanie zabytków	16,0%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	16,0%
Odwiedziny krewnych	16,0%
Udział w konferencji, kongresie	8,0%
Wypoczynek	4,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z krajów Beneluxu (podróż z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)

Dominującym charakterem podróży do Małopolski odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 r. były podróże z zorganizowaną grupą (48,0%). Co trzecia osoba przyjechała tutaj z przyjaciółmi (32,0%), a co piąty respondent z rodziną (20,0%). Nikt nie podróżował samotnie.

Tabela 11.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)

Towarzystwo w podróży	2022
Przyjaciele	32,0%
Grupa zorganizowana	48,0%
Nikt (podróżując sam)	0,0%
Rodzina	20,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z krajów Beneluxu

W podróżach rodzinnych turystów przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Na tle innych odwiedzających z Europy goście z Beneluxu wyróżniają się dość znacznie, gdyż były to wyłącznie rodziny posiadające jedno dziecko (wskaźnik zbliżony do rodzin z Niemiec 75%). Można założyć, iż wysokie wykształcenie, status finansowy, a także w rodzinie jedno dziecko, powoduje, że atrakcje regionu spełniają oczekiwania związane z wypoczynkiem rodzinnym gości z krajów Beneluxu.

Tabela 11.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2022
1	100%
Suma końcowa	100%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu

Preferowaną formą organizacji podróży wskazaną przez odwiedzających z krajów Beneluxu było samodzielne przygotowanie wyjazdu i pobytu w Małopolsce. Taką deklarację złożyło 60,0% badanych. Jeżeli korzystali ze wsparcia, to był to zakład pracy (32,0%), bardzo rzadko znajomi (4,0%) lub biuro

podróży (4,0%). Na tle analizowanych krajów europejskich odwiedzający z Beneluxu różnią się dość znacznie, bowiem w żadnej grupie tak dużo osób nie korzystało z oferty zakładu pracy. Należy jednak podkreślić, że znaczna grupa odwiedzających przyjechała do Małopolski w celach służbowych (biznesowych). W analizowanej grupie jest to prawie co trzeci respondent.

Tabela 11.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)

Organizator pobytu	2022
Sam we własnym zakresie	60,0%
Rodzina	0,0%
Biuro podróży	4,0%
Znajomi	4,0%
Zakład pracy	32,0%
Szkoła	0,0%
Parafia (kościół)	0,0%
Inna instytucja	0,0%

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

Nikt nie korzystał z pomocy rodziny, parafii (kościół), szkoły lub innej instytucji, co również odróżnia gości z Beneluxu od innych krajów europejskich.

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu

Turyści przyjeżdżający z krajów Beneluxu do Małopolski najczęściej realizowali tutaj pobyty krótkie, w ramach których korzystali z 2-3 noclegów (64,0%) lub nieco dłuższych od 4-7 noclegów z czego skorzystał co piąty respondent (20,0%). Z pobytów dłuższych nie skorzystał nikt.

Ponad co dziesiąty respondent przebywał w Małopolsce bardzo krótko, korzystając z jednego noclegu (31,40%). Nikt nie korzystał z krótszych pobytów 1 dzień bez noclegu lub jeszcze krótszych (do 3 godzin).

Tabela 11.5.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 roku (w %)

Długość pobytu	2022
Do 3 godzin	0,0%
1 dzień bez noclegu	0,0%
1 noc	12,0%
2-3 noce	64,0%
4-7 nocy	20,0%
8-14 nocy	4,0%
15 i więcej nocy	0,0%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z krajów Beneluxu w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, z którego korzystali odwiedzający Małopolskę z Beneluxu w 2022 r. był samolot, z którego łącznie skorzystało 100% respondentów, w tym z tanich linii lotniczych (40,0%) oraz z tradycyjnych linii (60,0%).

Nikt nie korzystał z innych środków transportu, takich jak transport indywidualny, autokarowy, kolejowy.

Tabela 11.5.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z krajów Beneluxu w podróży do Małopolski (w %)

Wykorzystywane środki transportu	2022
Samochód	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	40,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	60,0%
Pociąg	0,0%
Autokar turystyczny	0,0%
Autobus/mikrobus linii regularnej	0,0%
Inny	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu

Prawie wszyscy odwiedzający z Beeluxu najchętniej w 2022 roku korzystali z hoteli (80,0%). Co piąty nocował u rodziny (20,0%).

Nikt nie korzystał z noclegu w motelu, pensjonacie, domu wycieczkowym, schronisku górskim, schronisku młodzieżowym, obiekcie agroturystycznym, kempingu lub polu namiotowym, hostelu, ośrodku wczasowym, zakładzie uzdrowiskowym, domu pielgrzyma, apartamencie, kwaterze prywatnej/ nie korzystał z couchsurfing'u, u znajomych, własnym domu/mieszkańiu, czy w innym obiekcie.

Tabela 11.5.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 roku (w %)*

Miejsce noclegu	2022
Hotel	80,0%
Motel	0,0%
Pensjonat	0,0%
Dom wycieczkowy	0,0%
Schronisko górskie	0,0%
Schronisko młodzieżowe	0,0%
Obiekt agroturystyczny	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	0,0%
Hostel	0,0%
Ośrodek wczasowy	0,0%
Zakład uzdrowiskowy	0,0%
Dom Pielgrzyma	0,0%
Apartament	0,0%
Kwatera prywatna/ korzystam z couchsurfing'u	0,0%
U rodziny	20,0%
U znajomych	0,0%
Własny dom/mieszkanie	0,0%
Inny obiekt	0,0%

* Ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100%.

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

Wydatki odwiedzających z krajów Beneluxu

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w zł na osobę)

Odwiedzający z krajów Beneluxu (ogółem) w 2022 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach 529 zł na osobę (bez kosztów dojazdu).

Tabela 11.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	529
Turyści	529
Odwiedzający jednodniowi	0

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

Wydatki turystów z krajów Beneluxu w roku 2022 są takie same jak odwiedzających ogółem, ponieważ odwiedzający jednodniowi w analizowanym roku przed przyjazdem do Małopolski, jak wynika z badań, nie wydatkowali na pobyt żadnej kwoty.

Tabela 11.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	400	400	0
Na noclegi/spanie	550	550	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	0	0	0
Na lokalne wycieczki	0	0	0

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

Kiedy rozpatruje się średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z kraju Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę), okazuje się, że najwyższe kwoty przeznaczono na noclegi (550 zł) oraz zakup produktu w biurze podróży (400zł). Odwiedzający nie ponieśli żadnych wydatków na bilety wstępu do obiektów/atrakcji oraz na lokalne wycieczki.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w zł na osobę)

Tabela 11.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	599
Turyści	599
Odwiedzający jednodniowi	0

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

Tabela 11.5.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	500	500	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	381	381	0
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	179	179	0
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	160	160	0
Na lokalne wycieczki	200	200	0
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	175	175	0
Inne cele	200	200	0

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

Całkowita suma wydatkowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu (ogółem) w roku 2022 podczas pobytu w regionie na osobę to kwota 599zł. Wydatki turystów są takie same jak kwota ogółem, co wynika z faktu, iż odwiedzający jednodniowi w Małopolsce nie ponieśli żadnych kosztów.

Analizując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z krajów Beneluxu należy stwierdzić, że najwyższe dotyczyły opłat za **noclegi** (500 zł na osobę) oraz **wyżywienie** (381zł na osobę). Znacznie mniej wydano na **lokalne wycieczki** (200zł na osobę) oraz inne cele (200zł na osobę). Jeszcze mniejszą kwotę przeznaczono na **lokalny transport** (179 zł na osobę), **pamiątki, upominki i inne zakupy** (175 zł na osobę).

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z krajów Beneluxu (w zł) wg grup odwiedzających

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z krajów Beneluxu w 2022 roku krążyło w Małopolsce ok. 8 mln zł.

Tabela 11.5.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z krajów Beneluxu w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2022
Turyści z krajów Beneluxu	8 100 000
Odwiedzający jednodniowi z krajów Beneluxu	b.d.
Łącznie odwiedzający z krajów Beneluxu	8 100 000

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

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z krajów Beneluxu odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

Tabela 11.5.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z krajów Beneluxu odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2022
0	92,0%
1	0%
Σ OPTYMIŚCI	92,00%
2	0%
3	0%
4	0%
Σ REALIŚCI	0%
5	0%
6	0%
7	0%
8	0%
9	4,0%
10	4,0%
Σ PESYMIŚCI	8,00%
NFS	84%

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

Interesujące jest, że wyniki badań przeprowadzonych w 2022 r. wykazują, że 92% osób z krajów Beneluxu udzielających odpowiedzi nie miało żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski. Można przyjąć, że osoby te podejmując decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie zagrożenia konfliktem zbrojnym w bliskiej odległości od wschodniej (zewnętrznej) granicy Unii Europejskiej, generalnie nie

odczuwają obaw związanych z podróżami. Jednak dało się zauważyć - mocne 8% wskazań respondentów, którzy podali, że przed wyjazdem odczuwali bardzo wysoki poziom lęku, strachu, obaw.

Grupa respondentów w kategorii „optymiści” przekroczyła poziom 90% (92.0%). Ponadto, goście z krajów Beneluxu najczęściej przyjeżdżali w celach biznesowych, rozrywkowych i do swoich rodzin, co zapewne również ograniczało ich obawy.

NFS 2022 BENELUX OGÓŁEM = 84,0%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Tabela 11.5.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2022
10	29,2%
9	33,3%
Σ PROMOTORZY	62,50%
8	16,7%
7	12,5%
Σ PASYWNI	29,20%
6	8,3%
5	0,0%
4	0,0%
3	0,0%
2	0,0%
1	0,0%
0	0,0%
Σ KRYTYCY	8,30%
NPS	54,2%

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

Bardzo znaczącym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytem w Małopolsce. W 2022 r. prawie 30% badanych przyjezdnych z krajów Beneluxu nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano prawie 63% (62,5%) deklarujących polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane.

NPS 2022 Benelux OGÓŁEM = 54,20%.

Deklaracja odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Swoją satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z krajów Beneluxu wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 roku prawie 40% (36%) respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze stwierdzeniem - raczej tak - stanowi 60% badanych. Oznacza to, że region jest dla nich interesujący turystycznie, że kolejne wizyty także mogą być możliwe i atrakcyjne. Zero badanych stwierdziło, że na pewno nie przyjedzie ponownie, 4% respondentów deklarowało, że raczej nie wróci z wizytą. Grupę, na którą należy zwrócić uwagę, stanowią osoby

niezdecydowane; udzieliły odpowiedzi - nie wiem (poziom 36%). Przedmiotem zainteresowania powinno być ustalenie, co zachęciłoby te osoby do ponownych odwiedzin Małopolski.

Tabela 11.5.19. Deklaracja odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)

Deklaracja ponownego przyjazdu	2022
Na pewno tak	36,0%
Raczej tak	24,0%
Σ pośrednia	60,00%
Nie wiem	36,0%
Raczej nie	4,0%
Na pewno nie	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH

12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z REGIONU W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU:
3 785 400 OSÓB, W TYM 1 522 700 TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Małopolski

Wiek odwiedzających z Małopolski

Struktura odwiedzających Małopolskę z woj. małopolskiego w roku 2022 jest podobna jak w roku poprzednim. Tak więc najwięcej osób znajdowało się w przedziale wiekowym: 30-44 lat (36,60%), co czwarty w przedziale 20-29 lat (25,9%). Można więc uznać, że są to osoby młode lub bardzo młode, które łącznie stanowią 62,5% odwiedzających.

Co piąty respondent (20,9%) znajduje się w grupie wiekowej 45-60 lat, a co dziesiąty w wieku powyżej 60 r.ż. (11,7%). W sumie powyższe dwie grupy wiekowe to ponad co trzecia badana osoba. Można więc zauważyć, iż mieszkańcy Małopolski w każdej grupie wiekowej chętnie zwiedzają swój region.

Wyjątek stanowi turystyka dzieci i młodzieży, turystyka szkolna, która w roku 2022 była organizowana niezbyt często (4,9%). Podobnie jak w latach 2019-2021. Z powyższego wynika, iż małopolskie szkoły sporadycznie organizują wycieczki po własnym regionie, co jest dość zaskakującym wynikiem.

Tabela 12.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	13,9%	4,8%	6,3%	5,9%	4,9%
20-29 lat	44,7%	26,0%	35,2%	26,4%	25,9%
30-44 lat	20,9%	39,7%	40,1%	38,6%	36,6%
45-60 lat	14,5%	22,8%	13,5%	19,9%	20,9%
Powyżej 60 lat	5,9%	6,7%	4,9%	9,2%	11,7%
Suma końcowa	99,90%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Małopolski

W roku 2022 po Małopolsce w celach turystycznych podróżowało więcej kobiet (54,4%) niż mężczyzn (45,6%). Podobnie jak w roku 2019 i 2018, ale odwrotnie w stosunku do lat 2020-2021.

Tabela 12.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	65,2%	56,6%	40,3%	46,0%	54,4%
Mężczyzna	34,8%	43,4%	59,7%	54,0%	45,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Małopolski

Ponad połowa mieszkańców Małopolski podróżujących po regionie posiadała wykształcenie wyższe (46,40%). Wskaźnik ten jest zbliżony do lat 2018-2020. Wyjątek stanowi rok 2021. Podobna grupa osób prezentuje wykształcenie lub średnie (40,80%). Łącznie omówione powyżej kategorie stanowią 87,2% respondentów.

Ponad co dziesiąty mieszkaniec Małopolski podróżujący po swoim regionie zadeklarował, iż posiada wykształcenie niższe niż średnie (12,8%). W porównaniu do lat 2018-2021 jest to największa grupa odwiedzających. W porównaniu do lat 2018-2020 nawet kilkakrotnie.

Tabela 12.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	40,1%	41,5%	45,2%	37,0%	46,4%
Średnie	56,2%	53,4%	52,1%	53,3%	40,8%
Poniżej średniego	3,70%	5,0%	2,70%	9,70%	12,8%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Małopolski

Większość mieszkańców Małopolski podróżujących w celach turystycznych po regionie zadeklarowała, iż posiada dobrą sytuację finansową (54,0%). W latach 2019-2021 otrzymane wskaźniki procentowe są zróżnicowane, ale zawsze prezentowane przez ponad połowę respondentów. Jeśli uwzględnimy tutaj osoby posiadające bardzo dobrą sytuację materialną (27,2%), to okazuje się, że ponad dwie trzecie (81,20%) mieszkańców podróżujących po swoim regionie to osoby dobrze sytuowane. Warto także zauważyć, iż w kategorii charakteryzującej bardzo dobrą sytuację materialną widoczna jest znaczna tendencja wzrostowa (2018: 8,9%; 2022: 27,2%)

Co piąty respondent (18,4%) ocenił swoją sytuację finansową jako średnią. Natomiast znikoma grupa respondentów uznała, iż jej sytuacja finansowa jest zła lub bardzo zła (0,4%). W porównaniu do lat poprzednich jest to znacznie mniejsza grupa osób (w stosunku do roku 2018 6-krotnie).

Tabela 12.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	8,9%	17,0%	8,4%	14,7%	27,2%
Dobra	54,3%	64,5%	77,9%	56,1%	54,0%
Średnia	34,3%	17,2%	12,9%	27,1%	18,4%
Zła, bardzo zła	2,50%	1,30%	0,80%	2,1%	0,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Małopolski

Tabela 12.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Wypoczynek	15,8%	28,4%	22,3%	42,9%	49,3%
Poznanie walorów przyrody	2,4%	1,0%	2,6%	15,1%	3,0%
Zwiedzanie zabytków	15,2%	11,7%	7,4%	10,1%	8,8%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	21,6%	22,1%	52,0%	5,2%	20,7%
Cel zdrowotny	5,5%	3,1%	1,0%	3,6%	9,1%
Odwiedziny krewnych	3,5%	4,4%	3,8%	3,6%	3,3%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,7%	1,9%	3,0%	3,3%	0,8%
Odwiedziny znajomych	3,8%	3,8%	2,6%	2,6%	1,4%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,0%	1,4%	0,9%	2,6%	0,6%
Cel religijny	3,0%	7,8%	0,7%	2,4%	0,2%
Inny cel	2,4%	0,6%	0,9%	1,4%	0,5%
Tranzyt	1,4%	1,1%	0,3%	1,4%	0,2%
Sprawy służbowe (biznes)	1,8%	0,8%	0,5%	1,4%	0,2%
Edukacja	11,2%	2,6%	0,7%	0,9%	0,2%
Zakupy	1,8%	2,8%	0,4%	0,8%	0,1%
Udział w konferencji, kongresie	0,8%	0,3%	0,0%	0,8%	0,1%
Korzystanie z usług medycznych	0,6%	1,0%	0,1%	0,7%	0,2%
Udział w szkoleniu	1,4%	0,5%	0,2%	0,5%	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,1%	2,8%	0,0%	0,4%	0,5%
Udział w wydarzeniu	0,8%	0,9%	0,1%	0,3%	0,7%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,2%	0,3%	0,0%	0,1%	0,1%
Odnowa duchowa	0,8%	0,7%	0,3%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,4%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Głównym celem podróży turystycznych po Małopolsce dla osób mieszkających w powyższym województwie był wypoczynek (49,30%). Analizując wskaźniki procentowe w latach 2018-2021 można zauważyć tutaj tendencję wzrostową. W roku 2018 było to 15,80% badanych osób, natomiast w analizowanym roku prawie 3-krotnie więcej. Dla co piątego odwiedzającego (20,70%), podobnie jak w latach 2018-2020, wypoczynek był połączony z turystyką aktywną/kwalifikowaną. Wyjątek stanowi rok 2021 (5,20%). Wypocznikowi towarzyszyło także zwiedzanie zabytków (8,80%). Jednakże w tej kategorii zauważalna jest tendencja spadkowa, szczególnie w porównaniu do roku 2018 i 2019 oraz 2021. Zwiedzanie zabytków jest głównym celem podróży dla coraz mniejszej grupy osób.

W roku 2022 wzrosła natomiast liczba respondentów, którzy podróżowali po Małopolsce w celach zdrowotnych (9,10%). Na przestrzeni lat 2018-2021 widoczna jest dość znaczna tendencja wzrostowa.

Pozostałe cele były realizowane przez bardzo niewielką grupę respondentów (co niewiele różni się od wskaźników uzyskanych w roku 2018-2021). Można do nich zaliczyć: odwiedziny krewnych, poznanie walorów przyrody, odwiedziny znajomych, rozrywka (kluby, dyskoteki, puby), udział w wydarzeniu, odwiedziny miejsc rodzinnych, cel religijny, tranzyt, sprawy służbowe (biznes), edukacja, korzystanie z

usług medycznych, zakupy, udział w konferencji, kongresie, firmowy wyjazd integracyjny, inny cel. Nikt nie był zainteresowany udziałem w szkoleniu, odnową duchową, czy udziałem w imprezie sportowej.

Charakter podróży odwiedzających z Małopolski (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Podobnie jak w latach poprzednich odwiedzający z Małopolski podróżowali po Małopolsce najczęściej z rodziną (41,40%). Na kolejnej pozycji, w przeciwieństwie do lat poprzednich, w roku 2022 uplasowały się podróże samotne, które zrealizowało 35,2% respondentów. Mniej natomiast osób, bo co piąty respondent (21,20%), podróżowało z przyjaciółmi.

Bardzo rzadko podróżowano ze zorganizowaną grupą (2,20%). W porównaniu do lat poprzednich widoczna jest w tej kategorii tendencja spadkowa (2-krotnie mniej niż w roku 2021 i prawie 6-krotnie mniej niż w roku 2018).

Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Rodzina	26,4%	45,7%	34,8%	42,7%	41,4%
Przyjaciele	28,5%	26,6%	34,0%	31,3%	21,2%
Nikt (podróżuję sam)	26,3%	13,6%	14,2%	21,3%	35,2%
Grupa zorganizowana	12,0%	6,1%	13,1%	4,7%	2,2%
Rodzina i przyjaciele	6,8%	8,0%	3,9%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W kontekście podróży rodzinnych warto także zwrócić uwagę na liczbę dzieci podróżujących wspólnie z dorosłymi członkami rodziny. Największa grupa respondentów z Małopolski podróżowała turystycznie po regionie z jednym (56,50%) lub z dwójką dzieci (33,80%). W porównaniu do lat poprzednich przyjechało znacznie mniej rodzin wielodzietnych. Widoczna jest tutaj raczej tendencja spadkowa.

Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	1,1%	0,2%	0,0%	0,0%	2,6%
1	44,9%	59,2%	47,4%	42,8%	56,5%
2	43,3%	33,4%	39,8%	35,9%	33,8%
3	8,6%	6,2%	11,7%	14,7%	5,8%
4	2,1%	0,9%	1,1%	6,2%	1,3%
5	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

Zdecydowana większość odwiedzających Małopolskę w roku 2022 organizowała podróż po własnym regionie samodzielnie we własnym zakresie (85,60%). Na przestrzeni analizowanych lat jest to wskaźnik najwyższy. Warto jednak podkreślić, iż bez względu na sytuację pandemiczną (przed,

w trakcie, po) we wszystkich analizowanych latach dominuje właśnie powyższa forma organizacji pobytu w Małopolsce przez mieszkańców tego regionu.

Rzadko towarzyszyła w podróży w roku 2022 rodzina (5,0%) do rzadkości należało też towarzystwo znajomych (4,2%). Otrzymane wskaźniki procentowe są zbliżone do lat 2018-2020. Wyjątek stanowi rok 2021, kiedy wskaźniki były prawie 3-krotnie wyższe.

Z pozostałych instytucji (podobnie jak w latach poprzednich) korzystano sporadycznie. Jest to: szkoła zakład pracy, parafia (kościół), biuro podróży, oraz jeszcze inna instytucja.

Tabela 12.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	69,1%	79,1%	88,8%	64,1%	85,6%
Rodzina	10,0%	7,2%	5,2%	13,2%	5,0%
Znajomi	4,6%	6,9%	4,8%	12,0%	4,2%
Szkoła	6,5%	1,9%	0,2%	0,8%	0,1%
Inna instytucja	3,4%	1,6%	0,1%	2,2%	3,5%
Zakład pracy	3,5%	0,8%	0,3%	4,0%	0,8%
Parafia (kościół)	1,8%	1,1%	0,2%	0,9%	0,5%
Biuro podróży	1,0%	0,6%	0,1%	2,8%	0,2%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,1%	0,7%	0,2%	0,0%	0,1%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Organizator pobytu	2018_2019	2020_2021	2022
Małopolskie	100,0%	100,0%	100,0%
A Sam	74,6%	79,8%	85,6%
B Biuro podróży	0,8%	1,1%	0,2%
C Zakład pracy	2,0%	1,7%	0,8%
D Szkoła	4,0%	0,4%	0,1%
E Znajomi	5,9%	7,5%	4,2%
F Rodzina	8,5%	8,0%	5,0%
G Parafia	1,4%	0,5%	0,5%
H Portal	0,4%	0,1%	0,1%
I Inna instytut.	2,4%	0,9%	3,5%
Suma	99,90%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski

Najwięcej odwiedzających z Małopolski w roku 2022 zwiedzało własny region 1 dzień bez noclegu (25,70%). Jest to najmniejsza grupa respondentów na przestrzeni analizowanych lat.

Dwie trzecie odwiedzających (71,20%) korzystało w Małopolsce z noclegu. Długość pobytu była jednak bardzo zróżnicowana. W tym kontekście, największa grupa (25,7%) przyjechała do Małopolski na krótko, korzystając z 2-3 noclegów. Mniej więcej co piąty przyjechał na dłużej, kiedy w trakcie pobytu korzystał z 4-7 noclegów (19,90%). Jednak zbliżona liczebnie grupa korzystała tylko z jednego noclegu (18,80%).

Porównanie do lat poprzednich przy dużych pobytach (2-3 i 4-7 nocy) uwidoczniła tendencję wzrostową. Dotyczy to pobytów 4-7 nocy (19,9%), kiedy to w porównaniu do roku 2019 wskaźnik procentowy jest 2-krotnie większy, w porównaniu do 2021 prawie 3-krotnie, a w stosunku do 2020 jeszcze więcej. Również w kategorii 2-3 noce w porównaniu do lat poprzednich widoczna jest w tych kategoriach tendencja wzrostowa.

Małopolanie, podróżując po swoim regionie, rzadko organizowali długie pobyty, korzystając z 8-14 noclegów (5,2%) lub więcej (1,6%). Ale i tutaj na przestrzeni analizowanych lat można zauważyć niewielką tendencję wzrostową.

Podsumowując uzyskane wyniki, można zauważyć systematyczny wzrost wskaźników procentowych w przyjazdach na dłużej (z noclegiem), w przeciwieństwie do pobytów krótkich „1 dzień bez noclegu” oraz bardzo krótkich do 3 godzin (3,10%), gdzie z kolei widoczny jest spadek zainteresowania.

Tabela 12.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2022

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	16,6%	10,6%	13,3%	3,1%
1 dzień bez noclegu	48,3%	76,8%	43,8%	25,7%
1 noc	7,9%	6,4%	16,4%	18,8%
2-3 noce	11,6%	3,8%	18,3%	25,7%
4-7 nocy	10,5%	1,9%	6,9%	19,9%
8-14 nocy	4,0%	0,3%	0,4%	5,2%
15 i więcej nocy	1,1%	0,2%	0,9%	1,6%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce

Zdecydowana większość mieszkańców Małopolski podróżowała po Małopolsce samochodem (85,0%), podobnie jak w latach poprzednich (bez względu na sytuację pandemiczną).

W roku 2022 rzadko korzystano z transportu kolejowego (4,3%) lub autokarowego (5,4%). Korzystano z nich częściej w latach poprzednich, szczególnie w roku 2021

Z pozostałych środków transportu korzystano jeszcze rzadziej. Wymienić tutaj można transport lotniczy, z którego prawie w ogóle nie korzystano.

Tabela 12.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samochód	64,3%	81,8%	93,2%	66,2%	85,0%
Autokar turystyczny	11,0%	3,1%	0,5%	5,5%	2,4%
Pociąg	4,2%	5,2%	1,1%	10,9%	4,3%
Autobus/mikrobus linii regularnej	16,0%	7,4%	3,1%	8,8%	5,4%
Inny	2,2%	1,1%	1,5%	3,4%	2,8%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	0,9%	1,2%	0,5%	3,7%	0,0%
Samolot czarterowy	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,5%	0,2%	0,1%	1,5%	0,1%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Wykorzystywane środki transportu	2018_2019	2020_2021	2022
Małopolskie	100,0%	100,0%	100,0%
A samolot tradyc. linii	0,0%	1,3%	0,1%
autobusem linii regularnej [4]	7,8%	1,0%	0,0%
autokarem turystycznym [5]	6,7%	0,3%	0,0%
B samolot tanich linii	0,0%	0,5%	0,0%
C autobus regularny	0,0%	3,1%	5,4%
D autokar turyst.	0,0%	1,9%	2,4%
E samochód	0,0%	23,1%	85,0%
F pociąg	0,0%	3,8%	4,3%
G inny (jaki)	0,0%	1,2%	2,8%
innym (jakim?) [9]	1,6%	1,0%	0,0%
mikrobusiem linii regularnej [6]	3,6%	1,0%	0,0%
pociągiem [8]	4,8%	0,7%	0,0%
samochodem [7]	73,6%	60,7%	0,0%
samolotem czarterowym [3]	0,4%	0,0%	0,0%
samolotem tanich linii lotniczych [2]	0,4%	0,1%	0,0%
samolotem tradycyjnych linii lotniczych [1]	1,1%	0,3%	0,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

Tabela 12.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2022

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022*
Hotel	17,7%	8,2%	42,3%	12,0%
Motel	1,2%	1,1%	5,9%	1,0%
Pensjonat	10,6%	16,8%	23,2%	10,8%
Dom wycieczkowy	1,6%	4,5%	5,7%	1,2%
Schronisko górskie	0,8%	2,3%	7,5%	0,5%
Schronisko młodzieżowe	1,7%	1,1%	1,4%	1,7%
Kemping lub pole namiotowe	3,1%	6,0%	5,6%	3,3%
Hostel	1,0%	1,1%	7,3%	3,3%
Ośrodek wczasowy	0,7%	4,5%	5,4%	3,8%
Zakład uzdrowiskowy	2,5%	2,3%	9,5%	18,6%
Dom Pielgrzyma	0,3%	0,0%	3,2%	0,2%
Apartament			7,6%	7,7%
Kwaterna prywatna	6,0%	10,5%		
Korzystam z couchsurfing'u	0,1%	0,0%	6,4%	2,0%
Obiekt agroturystyczny	3,2%	7,4%	8,9%	21,5%
U rodziny	11,2%	14,2%	29,3%	6,2%
U znajomych	7,2%	13,4%	21,5%	4,0%
Własny dom/mieszkanie	29,9%	4,0%	5,4%	1,7%
Inny obiekt	1,2%	2,6%	5,6%	0,2%

* Od 2021 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Najwięcej odwiedzających Małopolską gości z Małopolski w roku 2022 (w przeciwieństwie do lat poprzednich) nocowało w obiekcie agroturystycznym (21,50%) oraz zakładzie uzdrowiskowym (18,60%). Tym samym znacznie mniej osób (dotyczy to mniej więcej co dziesiątego respondenta), korzystało z noclegu w hotelu (12,0%) lub pensjonacie (10,80%). Otrzymane wskaźniki procentowe zbliżone są do lat 2019-2020. Wyjątek stanowi rok 2021, kiedy są one znacznie wyższe.

Nieco mniejsza grupa, podobnie jak w latach poprzednich, korzystała z noclegu w apartamencie (7,70%) a także u rodziny (6,20%) choć kilkakrotnie rzadziej jak w latach 2019-2021. Podobna sytuacja dotyczy korzystania z noclegu u znajomych (4,0%), gdzie w latach poprzednich korzystano z tej formy bardzo często.

Bardzo mała grupa respondentów nocowała w ośrodku wczasowym, hostelu, kempingu lub polu namiotowym, schronisku młodzieżowym, schronisku górskim, domu wycieczkowym, motelu, domu pielgrzyma, czy korzystała z couchsurfing'u.

Wydatki odwiedzających z Małopolski

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Małopolski (w zł na osobę)

Odwiedzający z Małopolski (ogółem) w 2022 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 288 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to

kwota mniejsza (-14,0%) w stosunku do roku poprzedniego, ale 13,8% większa w relacji do roku 2020 i prawie 2,5 krotnie większa odnośnie do roku 2019.

Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	123	253	335	
Turyści	276	461	389	395
Odwiedzający jednodniowi	17	118	158	112

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

Turyści z Małopolski przed podróżą po własnym regionie w roku 2022 wydali większe średnie kwoty przez przyjazdem (395 zł na osobę). Była to suma większa o zaledwie 1,5% niż w roku poprzednim, ale aż 43,1% w relacji do roku 2019. Natomiast mniejsza o -14,3% w stosunku do roku 2020.

Odwiedzający jednodniowi w roku 2022 wydali przez przyjazdem 112 zł na osobę. Były to średnie kwoty mniejsze w porównaniu do roku 2021 o 1/3, w relacji do roku 2020 mniej o -5,1%. Ale prawie 6,5-krotnie więcej w stosunku do roku 2019.

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed podróżą po regionie w 2022 roku (w zł na osobę), można zauważyć, że najwyższe kwoty były wydawane na zakup produktu w biurze podróży (459 zł). Nieco mniej na noclegi (359 zł).

Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	819	317	200
	2022	459	756	62
Na noclegi/spanie	2021	280	280	-
	2022	359	359	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	145	161	63
	2022	123	154	112
Na lokalne wycieczki	2021	100	100	0
	2022	150	150	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Najniższe średnie wydawane kwoty dotyczą zakupu biletów wstępu do obiektów/atrakcji (123zł) oraz lokalnych wycieczek (150zł).

Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup biletów wstępu do obiektów/atrakcji (112 zł) oraz o połowę mniejsze na zakup produktu w biurze podróży (62zł).

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski (w zł na osobę)

Całkowita suma wydatkowana przez odwiedzających z Małopolski (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2022 roku - 329 zł na osobę - była większa prawie 2,5-krotnie w stosunku do roku poprzedniego, oraz prawie 4-krotnie w relacji do roku 2020, a także 1/3 większa niż w roku 2019.

Turyści wydatkowali 701 zł na osobę, czyli 3,5-krotnie więcej w relacji do roku 2021, ponad 2,5-krotnie więcej w stosunku do roku 2020 oraz o połowę więcej niż w roku 2019.

Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwotę 127 zł na osobę, i było to więcej niż w poprzednich latach, czyli: o ponad 1/3 w stosunku do roku 2021, prawie 2,5-krotnie w stosunku do roku 2020, oraz 1/3 w relacji do roku 2019.

Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	247	87	141	329
Turyści	465	261	199	701
Odwiedzający jednodniowi	97	54	93	127

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z Małopolski, należy stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (394 zł na osobę). Była to kwota wyższa w stosunku do roku poprzedniego o 53,3%, prawie 2,5-krotnie w relacji do roku 2020. Jednak niższa o -17,2% odnośnie do roku 2019.

Jeszcze niższe kwoty przeznaczono na **wyżywienie** - wydano średnio 111 zł na osobę. Była to kwota prawie 2-krotnie większa w porównaniu do roku poprzedniego, około 2,5-krotnie w relacji do roku 2020. Natomiast mniejsza o -14,6% w niż w roku 2019.

Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 210 zł na osobę. W analizowanych latach była to kwota najwyższa: prawie 3-krotnie w stosunku do roku 2021, 2-krotnie do 2020, minimalnie wyższa w stosunku do roku 2019.

Z kolei średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez odwiedzających jednodniowych to kwota 56 zł na osobę. Jest ona wyższa o 36,6% w relacji do roku 2021, 47,4% do 2019. Natomiast niższą o – 18,8% w stosunku do roku 2019.

Kolejnym co wielkości wydatkiem gości z Małopolski były wydatki związane z **lokalnym transportem** (średnio 96 zł na osobę) i była to najwyższa kwota w analizowanych latach 2019-2020: 3-krotnie w relacji do roku 2021, 2-krotnie w stosunku do roku 2020 oraz 5,5% do roku 2019.

Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 141 zł na osobę. Była to kwota 4-krotnie wyższa odnośnie do roku 2021, 41% wyższa w relacji do roku 2020 i 1/3 wyższa w stosunku do roku 2019.

Z kolei średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez odwiedzających jednodniowych to kwota 36 zł na osobę. Jest ona wyższa o 63,6% w relacji do roku 2021. Natomiast niższa o -5,3% odnośnie roku 2020 i 1/4 w relacji do roku 2019.

Niezbyt wysokie sumy były wydatkowane na **bilety wstępu do obiektów/atrakcji** - 89 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich można zauważyć, iż była to kwota wyższa w stosunku do każdego analizowanego roku: o 4,7% w stosunku do roku 2021, 3-krotnie w relacji do roku 2020, o 11,3% odnośnie do roku 2019.

Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 128 zł na osobę. Była to kwota wyższa o 52,4% w relacji do roku 2021, 2-krotnie większa niż w roku 2020 oraz 1/3 większa w stosunku do roku 2019.

Z kolei średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez odwiedzających jednodniowych to kwota 69 zł na osobę. W stosunku do roku 2021 była to kwota mniejsza o -19,8% ale większa w relacji do roku 2020 ponad 2,5-krotnie oraz 6,2% odnośnie do 2019.

W roku 2021 oraz 2022 ustalono także średnią kwotę wydatku turystycznego na **lokalne wycieczki**. Respondenci w roku 2022 na ten cel wydali 121zł na osobę i była to kwota 12% wyższa w relacji do roku 2021. Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 131 zł i było to więcej o 12,9% w stosunku do roku 2021. Z kolei kwota wydatku odwiedzających jednodniowych na osobę to 41 zł. Odnośnie roku 2021 jest to kwota niższa o -46,8%.

Po raz pierwszy w roku 2022 ustalono średnią kwotę wydatku turystycznego na **zakup pamiątek, upominków i inne zakupy**. Odwiedzający ogółem wydali na ten cel średnio 77 zł na osobę. Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 102 zł. W przypadku odwiedzających jednodniowych 65zł na osobę.

Tabela 12.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	476	476	-
	2020	166	166	-
	2021	257	257	-
	2022	394	394	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	130	208	69
	2020	48	100	38
	2021	55	72	41
	2022	111	210	56
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	91	108	48
	2020	48	100	38
	2021	32	37	22
	2022	96	141	36
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	80	100	65
	2020	30	65	25
	2021	85	84	86
	2022	89	128	69
Na lokalne wycieczki	2021*	108	116	77

	2022	121	131	41
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	77	102	65
Inne cele	2019	303	228	375
	2020	96	159	63
	2021	96	103	88
	2022	165	243	60

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Nieco mniej odwiedzający Małopolskę z Małopolski przeznaczyci na tzw. **inne cele** (prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - wydano średnio 165 zł na osobę. Było to więcej zarówno w relacji do roku 2021 o 71,9% jak też do roku 2020 (79,1%). Z kolei odnośnie roku 2019 średnie wydatki turystyczne na inne cele były mniejsze o -45,5%.

Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 243 zł na osobę. Była to kwota prawie 2,5-krotnie wyższa odnośnie roku 2021, 52,8% wyższa w stosunku do roku 2020 oraz 6,6% odnośnie do roku 2019.

Z kolei średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez odwiedzających jednodniowych to kwota 60 zł na osobę i była to kwota najniższa we wszystkich analizowanych latach: o -31,8% w relacji do roku 2021, o 4,8% w stosunku do roku 2020, -84,0% odnośnie do roku 2019.

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski (w zł) wg grup odwiedzających

Tabela 12.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści z Małopolski	563 000 000	1 324 900 000
Odwiedzający jednodniowi z Małopolski	299 900 000	305 300 000
Łącznie odwiedzający z Małopolski	862 900 000	1 630 200 000

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Małopolski w 2022 roku krążyło w Małopolsce ponad 1,3 mld zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 300 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Małopolski w 2022 roku wyniosły więc ok. 1,6 mld zł.

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski

Dla rozwoju ruchu turystycznego w regionie bardzo duże znaczenie ma szeroko rozumiane **bezpieczeństwo**. Tak więc badanych odwiedzających z Małopolski poproszono, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnych obaw oraz lęku przed przyjazdem do Małopolski, gdzie: 0 - W ogóle się nie obawiam/em natomiast 10 - Byłam/em pełna/en obaw.

Tabela 12.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	62,3%	76,7%	60,1%	59,1%	84,2%
1	9,4%	13,3%	16,1%	9,8%	11,4%
Σ OPTYMIŚCI	71,7%	90,0%	76,2%	68,9%	95,60%
2	5,8%	3,3%	15,0%	8,9%	2,3%
3	4,4%	1,2%	5,1%	6,3%	1,2%
4	2,7%	0,7%	0,6%	2,8%	0,3%
Σ REALIŚCI	12,9%	5,2%	20,7%	18,0%	3,80%
5	4,2%	0,8%	0,9%	3,3%	0,0%
6	1,6%	0,4%	0,4%	1,6%	0,0%
7	2,4%	0,8%	0,4%	2,0%	0,0%
8	2,6%	0,9%	0,1%	2,8%	0,2%
9	1,0%	0,9%	0,5%	0,8%	0,1%
10	3,6%	1,0%	0,8%	2,6%	0,1%
Σ PESYMIŚCI	15,4%	4,8%	3,1%	13,1	0,40%
NFS	56,4%	85,2%	73,1%	55,9%	95,2%

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

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-21 = ≈65%; a w roku 2022 obarczonym ryzykiem eskalacji rosyjskich działań wojennych na Ukrainie w bezpośrednim sąsiedztwie z Polską) 84,2% zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

NFS 2022 mieszkańcy Małopolski OGÓŁEM = 95,2%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

Aby zdiagnozować poziom satysfakcji odwiedzających z Małopolski na obszarze Małopolski, poproszono ich, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnego zadowolenia z pobytu na omawianym obszarze, gdzie: 0 - *W ogóle nie polecę*, natomiast 10 - *Na pewno polecę*.

Jak można zauważyć, ≈70% odwiedzających z Małopolski w roku 2022, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Wskaźnik PROMOTORÓW w 2022 roku (88,1%) zwiększył się o ≈12 p.p. (12,13%) w stosunku do średniej z lat 2018-2021 (75,98%).

Tabela 12.1.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	52,3%	52,3%	57,6%	60,8%	70,6%
9	12,1%	28,7%	27,0%	13,1%	17,5%
Σ PROMOTORZY	64,40%	81,0%	84,60%	73,90%	88,10%
8	17,7%	10,0%	9,6%	10,0%	9,1%
7	7,5%	3,9%	3,1%	7,7%	1,9%
Σ PASYWNI	25,20%	13,90%	12,70%	17,70%	11,00%
6	3,6%	1,8%	1,0%	3,4%	0,3%
5	4,3%	1,5%	0,9%	2,3%	0,2%
4	1,0%	0,4%	0,3%	0,3%	0,0%
3	0,5%	0,1%	0,2%	0,5%	0,2%
2	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,1%
1	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
0	0,5%	1,0%	0,2%	1,7%	0,0%
Σ KRYTYCY	10,40%	5,10%	2,60%	8,40%	0,90%
NPS	54,0%	75,9%	82,0%	65,5%	87,2%

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

NPS 2022 mieszkańcy Małopolski OGÓŁEM = 87,2%.

Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski

Analizując opinie respondentów na temat deklaracji ponownej podróży po Małopolsce, należy stwierdzić, że zdecydowana ich większość odpowiedziała: „na pewno tak” (81,2%) i „raczej tak” (14,7%), co stanowi ≈96% (95,9%) badanych osób. Jest to grupa respondentów większa o ≈5 p.p.

Tabela 12.1.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	72,7%	64,3%	51,2%	62,8%	81,2%
Raczej tak	18,3%	29,7%	41,7%	24,2%	14,7%
Pośrednia	91,00%	94,00%	92,90%	87,00%	95,90%
Nie wiem	7,4%	5,1%	7,0%	10,1%	3,3%
Raczej nie	1,0%	0,7%	0,0%	2,0%	0,3%
Na pewno nie	0,6%	0,2%	0,0%	0,9%	0,5%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Osób, które zadeklarowały, iż nie będą ponownie podróżować po Małopolsce w roku 2022 była znikoma liczebność (raczej nie: 0,3%, na pewno nie: 0,5%), podobnie jak w latach poprzednich.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli, czy powrócą do Małopolski, było jedynie 3,3%.

12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z MAZOWSZA W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU: 3 296 500 OSÓB, W TYM 2 172 900 TURYSTÓW

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Mazowsza

Charakteryzując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Mazowsza, można jednoznacznie stwierdzić, że w kolejnych latach badań profil ten nie uległ zmianom. W roku 2022 najczęściej odwiedzających Małopolskę z Mazowsza znajdowało się w przedziale wiekowym: 30-44 r.ż. (40,40%) ale w porównaniu do lat poprzednich widoczny jest niewielki wzrost w tej kategorii. Wyjątek stanowi rok 2020. Z kolei wzrost odwiedzających w stosunku do wszystkich analizowanych lat można zauważyć w młodszej grupie wiekowej 20-29 lat (29,10%), która pod względem liczebności przybyłych do Małopolski zajmuje drugie miejsce. Zatem z badań wynika, że najczęściej do Małopolski z Mazowsza przyjeżdżają ludzie młodzi (30-44) oraz bardzo młodzi (20-29), którzy łącznie stanowią prawie dwie trzecie respondentów (69,50%).

Tym samym o kilka p.p. zmniejszyła się grupa osób starszych, których wiek mieści się w przedziale 45-60 lat (15,40%). Natomiast wskaźniki procentowe prezentujące seniorów (powyżej 60 lat) (10,3%) na przestrzeni analizowanych lat utrzymują się mniej więcej na podobnym poziomie (najczęściej jest to co dziesiąty odwiedzający).

Bardzo małym zainteresowaniem w roku 2022 cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna (4,80%). Należy jednak podkreślić, iż w porównaniu do lat poprzednich wskaźnik ten jest prawie 2-krotnie wyższy. Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży z Mazowsza są tutaj rzadko organizowane, chociaż w roku 2022 widoczna jest niewielka zmiana.

Podobnie jak w poprzednich latach badań, Małopolskę odwiedziło więcej kobiet (53,8%) niż mężczyzn (46,2%). Potwierdza to, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla podróżnych bez względu na ich płeć.

Deklarowany przez odwiedzających z Mazowsza poziom wykształcenia w 2022 r. jak w całym okresie badań, wyróżnia tę grupę podróżnych na tle odwiedzających z innych regionów. Odsetek osób z wykształceniem wyższym deklarowało 65,30% osób, a wykształcenie średnie 29,20%. Łącznie stanowią oni 94,50% odwiedzających z Mazowsza. Zanotowano także małą grupę odwiedzających, których wykształcenie plasuje się poniżej średniego (5,50%). Na przestrzeni analizowanych lat ta grupa respondentów w roku 2022 jest największa.

Również poziom zamożności deklarowany przez podróżnych z Mazowsza wyróżnia tę grupę na tle odwiedzających z innych regionów. Dominują odpowiedzi wskazujące na dobry status materialny (55,80%), lub bardzo dobry status materialny (34,10%). Powyższe dwie grupy stanowią zdecydowaną większość (89,90%) respondentów z Mazowsza i jest to wskaźnik wyższy niż osób z innych regionów. Tym samym znacznie zmniejszyła się grupa osób prezentujących średni poziom zamożności (9,90%). Wskaźnik procentowy uzyskany w roku 2022 jest najniższy na przestrzeni badanych lat 2018-2021.

Wiek odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	5,1%	2,7%	2,5%	2,4%	4,8%
20-29 lat	18,2%	24,3%	24,0%	26,5%	29,1%
30-44 lat	38,4%	36,7%	42,1%	37,2%	40,4%
45-60 lat	27,6%	22,8%	24,8%	21,6%	15,4%
Powyżej 60 lat	10,7%	13,6%	6,6%	12,3%	10,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	62,1%	53,3%	52,5%	52,2%	53,8%
Mężczyzna	37,9%	46,7%	47,5%	47,8%	46,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	71,5%	65,1%	71,2%	58,2%	65,3%
Średnie	26,2%	29,7%	27,1%	37,8%	29,2%
Poniżej średniego	2,30%	5,20%	1,80%	4,0%	5,5%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Sytuacja finansowa	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	23,6%	22,5%	23,2%	19,3%	34,1%
Dobra	52,5%	57,2%	56,7%	58,6%	55,8%
Średnia	23,1%	19,3%	19,8%	19,6%	9,9%
Zła/Bardzo zła	0,80%	1,0%	0,30%	2,5%	0,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Wypoczynek	22,0%	25,7%	43,5%	36,9%	43,1%
Poznanie walorów przyrody	2,2%	0,4%	1,8%	14,9%	1,9%
Zwiedzanie zabytków	17,6%	16,9%	9,6%	11,9%	10,0%
Odwiedziny krewnych	3,4%	3,7%	3,3%	6,8%	4,7%
Cel zdrowotny	12,6%	10,6%	5,1%	6,3%	7,8%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	0,3%	2,6%	3,3%	4,1%	1,2%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	19,1%	17,5%	15,9%	3,4%	11,8%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,4%	2,1%	0,6%	2,7%	1,4%
Sprawy służbowe (biznes)	2,8%	3,4%	5,4%	2,2%	5,0%
Odwiedziny znajomych	3,9%	3,5%	2,4%	2,0%	3,8%
Udział w szkoleniu	0,8%	0,5%	2,1%	1,7%	0,9%
Edukacja	1,2%	1,4%	0,0%	1,4%	0,9%
Tranzyt	0,6%	1,8%	1,2%	1,4%	1,7%
Cel religijny	3,5%	1,9%	0,6%	1,0%	0,2%
Inny cel	0,9%	0,9%	0,9%	1,0%	1,7%
Korzystanie z usług medycznych	0,9%	0,5%	0,3%	0,8%	0,0%
Udział w wydarzeniu	0,0%	1,2%	1,8%	0,5%	1,4%
Udział w imprezie kulturalnej	0,3%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	1,5%	1,6%	0,0%	0,3%	0,0%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,6%	1,4%	1,8%	0,2%	2,1%
Zakupy	0,9%	1,1%	0,0%	0,0%	0,2%
Odnowa duchowa	1,1%	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,80%

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

Analizując cele przyjazdu turystów z Mazowsza, można zauważyć, że najwięcej osób przybyło do Małopolski w celach wypoczynkowych (43,10%). Wyniki uzyskane w latach 2018-2020 są bardzo zbliżone z widoczną tendencją wzrostową, czego nie zanotowano w roku 2021.

Znaczna grupa osób (ponad co dziesiąty respondent) z wypoczynkiem łączyła uprawianie turystyki aktywnej/kwalifikowanej (11,80%) (podobnie jak w latach 2018-2020) oraz zwiedzanie zabytków (10,00%), kiedy widoczna jest tendencja spadkowa (2018: 17,60%; 2022: 10,00%).

Mniej niż co dziesiąta osoba przyjechała do Małopolski w celach zdrowotnych (7,80%). W latach 2018-2021 widoczna była w tej kategorii tendencja spadkowa, ale w roku 2022 zauważalny jest ponownie niewielki wzrost. Podobne zjawisko dotyczy przyjazdów do Małopolski celach służbowych (5,0%), gdzie wskaźnik procentowy jest prawie 2-krotnie wyższy niż w roku 2021.

Nieliczni respondenci przyjechali do Małopolski w celu odwiedzin krewnych (4,70%) lub znajomych (3,80%). Uzyskane wyniki są zbliżone do lat poprzednich.

Sporadycznie celem przyjazdu do Małopolski były:

- firmowy wyjazd integracyjny, poznanie walorów przyrody, tranzyt, odwiedzić miejsc rodzinnych, udział w wydarzeniu, rozrywka (kluby, dyskoteki, puby), udział w szkoleniu, edukacja, cel religijny, zakupy.

Żaden z respondentów nie przyjechał w celu korzystania z usług medycznych, udziału w imprezie kulturalnej, udziału w konferencji, kongresie, odnowy duchowej, udziału w imprezie sportowej lub jeszcze innym.

Charakter podróży odwiedzających z Mazowsza (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

W roku 2022 odwiedzający z Mazowsza najchętniej podróżowali w towarzystwie członków rodziny (39,20%) oraz przyjaciół (26,1%) i ten charakter podróżowania nie ulega zmianom. W porównaniu do roku poprzedniego w roku 2022 zwiększył się odsetek osób podróżujących samotnie (26,8%). Atrakcyjność przyjazdów w grupach zorganizowanych (7,8%) w roku 2022 i 2021 w porównaniu do lat poprzednich straciła na znaczeniu, bowiem wskaźnik procentowy jest prawie o połowę niższy.

Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Charakter podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Rodzina	41,1%	36,6%	43,1%	41,0%	39,2%
Przyjaciele	22,2%	30,8%	28,3%	30,5%	26,1%
Nikt (podróżuję sam)	21,7%	13,4%	9,1%	22,0%	26,8%
Grupa zorganizowana	10,5%	15,9%	12,9%	6,5%	7,8%
Rodzina i przyjaciele	4,5%	3,3%	6,6%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,90%

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

Tabela 12.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Ilość dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
1	50,9%	45,8%	56,3%	52,6%	50,8%
2	41,5%	47,2%	35,9%	27,0%	41,0%
3	1,9%	6,9%	7,8%	13,9%	6,6%
4	1,9%	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%
5	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%
6	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%
7	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Odwiedzający z Mazowsza odbywający podróże rodzinne wskazali, że najczęściej towarzyszy im jedno (50,8%) lub dwójka dzieci (41,0%). Turystyka rodzin wielodzietnych nie jest popularna, co oddają bardzo niskie lub zerowe wskaźniki procentowe. Dotyczy to praktycznie odwiedzających z wszystkich analizowanych województw.

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Zdecydowana większość odwiedzających z Mazowsza w roku 2022 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (75,0%), podobnie jak w latach 2018-2020 z wyjątkiem roku 2021 gdzie wskaźnik jest znacznie niższy. Analizując sposób organizacji wyjazdu przed, w trakcie lub po pandemii można zauważyć, iż zdecydowana większość respondentów organizowała go samodzielnie a mniej więcej co dziesiąty wspólnie z rodziną (10,2%). W porównaniu do lat 2018-2020 jest to wskaźnik wyższy o kilka p.p., ale niższy w stosunku do roku 2021. Rzadziej niż w latach poprzednich podróżowano ze znajomymi (6,0%).

Z pozostałych instytucji korzystano sporadycznie albo nie korzystano w ogóle. Są to: zakład pracy, biuro podróży, parafia (kościół), szkoła oraz jeszcze inna instytucja.

Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza

Organizacja pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	74,6%	67,5%	71,7%	56,0%	75,0%
Rodzina	6,0%	5,3%	6,7%	16,6%	10,2%
Inna instytucja	6,2%	4,9%	2,4%	2,9%	3,3%
Zakład pracy	5,5%	5,4%	7,8%	5,8%	4,8%
Znajomi	3,3%	7,2%	8,9%	13,5%	6,0%
Szkoła	2,7%	2,3%	1,1%	1,2%	0,0%
Biuro podróży	1,0%	3,2%	0,3%	3,7%	0,5%
Parafia (kościół)	0,6%	3,3%	0,8%	0,3%	0,0%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%	0,9%	0,3%	0,0%	0,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Organizator pobytu	2018_2019	2020_2021	2022
Mazowieckie	100,0%	100,0%	100,0%
A Sam	71,2%	62,4%	75,0%
B Biuro podróży	2,0%	2,5%	0,5%
C Zakład pracy	5,5%	5,9%	4,8%
D Szkoła	2,5%	1,1%	0,0%
E Znajomi	5,2%	12,0%	6,0%
F Rodzina	5,7%	12,8%	10,2%
G Parafia	1,9%	0,5%	0,0%
H Portal	0,4%	0,1%	0,2%
I Inna instyt.	5,6%	2,7%	3,3%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2022 r. przez odwiedzających z Mazowsza, można zauważyć, iż co trzeci turysta przyjechał tutaj na krótki wypoczynek, czyli 1 dzień bez noclegu (29,2%).

Jednak 67,40% respondentów zorganizowało wyjazdy dłuższe, w ramach, których korzystali oni z jednego lub kilku noclegów na terenie Małopolski. Najwięcej, bo co czwarty (25,9%) skorzystał z 2-3 noclegów, prawie co piąty (18,5%) z 4-7 noclegów, a 15,1% tylko z jednego noclegu.

Analizując wskaźniki procentowe, można zauważyć pewne trendy w przyjazdach Mazowszan do Małopolski. W przypadku odwiedzających jednodniowych widoczna jest tendencja rosnąca, ale w grupie turystów bez względu na liczbę noclegów widoczna jest tendencja malejąca, szczególnie w kategoriach 2-3 noce oraz 4-7 nocy.

Pobyty bardzo krótkie do 3 godzin (3,40%) lub długie 8-14 nocy (5,3%) oraz 15 i więcej nocy (2,6%) co roku realizują nieliczni. W porównaniu do roku 2019 tego typu odwiedzających jest coraz mniej.

Tabela 12.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2022

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	2,2%	1,4%	4,2%	3,4%
1 dzień bez noclegu	7,2%	4,0%	17,8%	29,2%
1 noc	12,0%	15,3%	20,0%	15,1%
2-3 noce	21,8%	36,2%	33,5%	25,9%
4-7 nocy	39,2%	29,5%	18,7%	18,5%
8-14 nocy	13,5%	8,5%	4,0%	5,3%
15 i więcej nocy	4,1%	5,1%	1,8%	2,6%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski

Zdecydowana większość mieszkańców Mazowsza podróżowała po Małopolsce samochodem (71,20%). Jak można zauważyć, znacznie częściej niż w poprzednich analizowanych latach, z wyjątkiem roku 2020, kiedy uzyskany wskaźnik był wyższy. Ponad co piąty respondent (19,4%) skorzystał z transportu kolejowego, podobnie jak w latach 2018-2021, ale co ciekawe, grupa takich osób była większa. Z tego wynika, iż z transportu samochodowego i kolejowego skorzystała zdecydowana większość badanych osób (90,60%).

Analizując wyniki w latach przed pandemią, w trakcie i latach po pandemicznych, można zauważyć, że powyższe środki transportu były wykorzystywane w podobnym zakresie.

Niewiele osób korzystało z transportu autokarem turystycznym (4,0%) lub autobusem/mikrobusiem linii regularnej (3,8%). W latach poprzednich powyższe środki transportu także nie cieszyły się zbyt dużą popularnością.

Z pozostałych środków transportu korzystano sporadycznie lub nie korzystano z nich w ogóle. Należy wymienić tutaj: transport lotniczy w tym samolot tradycyjnych linii lotniczych, samolot tanich linii lotniczych, samolot czarterowy lub jeszcze inne. Podobnie jak w latach poprzednich.

Tabela 12.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samochód	63,8%	64,4%	81,2%	65,8%	71,2%
Pociąg	16,7%	13,9%	12,3%	12,0%	19,4%
Autokar turystyczny	4,6%	10,4%	2,2%	7,5%	4,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	2,7%	2,4%	0,8%	1,6%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	1,3%	1,3%	0,3%	1,8%	0,7%
Inny	1,1%	0,5%	0,8%	3,3%	0,9%
Autobus/mikrobus linii regularnej	9,60%	7,10%	2,20%	8,0%	3,8%
Samolot czarterowy	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Wykorzystywane środki transportu	2018_2019	2020_2021	2022
Mazowieckie	100,0%	100,0%	100,0%
A samolot tradyc. linii	0,0%	1,0%	0,0%
autobusem linii regularnej [4]	7,7%	0,5%	0,0%
autokarem turystycznym [5]	7,3%	0,9%	0,0%
B samolot tanich linii	0,0%	1,1%	0,7%
C autobus regularny	0,0%	4,8%	3,8%
D autokar turyst.	0,0%	4,5%	4,0%
E samochód	0,0%	39,5%	71,2%
F pociąg	0,0%	7,2%	19,4%
G inny (jaki)	0,0%	2,0%	0,9%
innym (jakim?) [9]	0,8%	0,3%	0,0%
mikrobusem linii regularnej [6]	0,8%	0,3%	0,0%
pociągiem [8]	15,3%	4,9%	0,0%
samochodem [7]	64,0%	32,5%	0,0%
samolotem czarterowym [3]	0,2%	0,1%	0,0%
samolotem tanich linii lotniczych [2]	1,3%	0,1%	0,0%
samolotem tradycyjnych linii lotniczych [1]	2,6%	0,3%	0,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Analizując preferencje odwiedzających z Mazowsza odnośnie do korzystania z miejsc noclegowych w roku 2022, można stwierdzić, że najwięcej osób nocowało w hotelu (26,90%) oraz w apartamencie (15,00%).

Co dziesiąty respondent korzystał z noclegu w zakładzie uzdrowiskowym (10,50%), nocował u rodziny (9,40%), w pensjonacie (8,40%) lub u znajomych (7,30%).

Większość uzyskanych wskaźników procentowych w roku 2022 jest niższa niż w roku 2021. Dotyczy to szczególnie korzystania z noclegu w hotelu, u rodziny, znajomych czy w pensjonacie. Z kolei więcej osób niż w latach poprzednich skorzystało z noclegu w zakładzie uzdrowiskowym, apartamencie oraz skorzystało z couchsurfing'u (choć w tym przypadku jest to znikoma grupa osób).

Niezbyt dużym zainteresowaniem cieszyły się noclegi w obiektach agroturystycznych, hostelu, ośrodka wczasowym, kempingu lub polu namiotowym, motelu, schronisku górskim, domu wycieczkowym, schronisku młodzieżowym, własnym domu/mieszkanie, czy w innym obiekcie. Żaden respondent nie nocował w domu pielgrzyma.

Tabela 12.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2022

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022*
Hotel	36,4%	22,0%	39,8%	26,9%
Motel	1,2%	0,3%	4,5%	1,4%
Pensjonat	14,6%	19,7%	16,9%	8,4%
Dom wycieczkowy	1,0%	3,2%	5,3%	1,0%
Schronisko górskie	3,3%	3,8%	4,5%	1,4%
Schronisko młodzieżowe	0,8%	0,6%	0,2%	0,3%
Kemping lub pole namiotowe	0,8%	4,3%	3,7%	1,7%
Hostel	2,1%	1,2%	4,3%	4,5%
Ośrodek wczasowy	2,1%	1,2%	3,0%	2,1%
Zakład uzdrowiskowy	6,9%	5,5%	7,3%	10,5%
Dom Pielgrzyma	1,5%	0,0%	1,0%	0,0%
Apartament	7,7%	15,4%	6,7%	15,0%
Kwatera prywatna			2,4%	2,8%
Korzystam z couchsurfing'u	0,0%	0,0%		
Obiekt agroturystyczny	6,0%	11,0%	4,5%	5,6%
U rodziny	8,3%	5,5%	21,3%	9,4%
U znajomych	4,4%	4,3%	12,8%	7,3%
Własny dom/mieszkanie	1,0%	0,9%	2,8%	1,7%
Inny obiekt	1,9%	1,2%	1,0%	0,7%

* Od 2021 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Wydatki odwiedzających z Mazowsza

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Mazowsza (w zł na osobę)

Odwiedzający z Mazowsza (ogółem) w 2022 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 577 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to suma większa o 59,0% w stosunku do roku 2021, 5,9% w relacji do roku 2020 oraz 1/5 odnośnie do roku 2019.

Turyści z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w roku 2022 wydali 597 zł na osobę. Była to suma większa odnośnie do poprzednich analizowanych lat: o 57,1% w relacji do roku 2021, 7,6% w stosunku do roku 2020 oraz 1/5 odnośnie roku 2019.

Odwiedzający jednodniowi w roku 2022 wydali średnie kwoty przed przyjazdem w wysokości 205 zł na osobę. W porównaniu do roku poprzedniego była to kwota wyższa o 47,5%, w relacji do roku 2020 o 18,5%. Natomiast odnośnie do roku 2019 niższa o -3,8%.

Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	475	545	363	577
Turyści	492	555	380	597
205Odwiedzający jednodniowi	213	173	139	205

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę), można stwierdzić, że (podobnie jak w latach poprzednich) najwyższe kwoty były wydawane na zakup produktu w biurze podróży (682 zł), na noclegi (542 zł).

Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	488	505	400
	2022	682	735	100
Na noclegi/spanie	2021	382	382	-
	2022	542	542	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	93	108	30
	2022	196	191	240
Na lokalne wycieczki	2021	0	0	0
	2022	125	125	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Najniższe średnie wydawane kwoty dotyczą biletów wstępu do atrakcji (196 zł) oraz zakupu lokalnych wycieczek (125 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty przeznaczyci na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (240zł na osobę a następnie na zakup produktu w biurze podróży (100 zł). Są to kwoty znacznie wyższe niż w roku 2021.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza (w zł na osobę)

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Mazowsza (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2022 roku (575 zł na osobę), w odróżnieniu od kwot wydatkowanych w latach poprzednich, były nieznacznie wyższe w stosunku do roku 2021 o 7,7%, w stosunku do roku 2020 o 0,3%, w relacji do roku 2019 o 4,9%.

Turyści wydatkowali 765 zł na osobę, czyli o 27,7% więcej w relacji do roku 2021, 28,6% w stosunku do roku 2020 oraz ponad 1/3 odnośnie do roku 2019.

Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwotę 212 zł na osobę i było to więcej niż w każdym poprzednim analizowanym roku: o 3,4% w stosunku do roku 2021, ponad połowę do roku 2020, oraz o 1/3 do roku 2019.

Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	548	573	534	575
Turyści	573	595	599	765
Odwiedzający jednodniowi	164	136	205	212

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z Mazowsza, należy stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (503 zł na osobę). W porównaniu do lat poprzednich były to kwoty wyższe niż w roku 2021 o 9,1% oraz w roku 2020 o 1/3, w roku 2019 o 4,1%.

Drugim co do wielkości wydatkiem było **wyżywienie**, na które wydano średnio 229 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich było to więcej niż w każdym poprzednim roku, tak więc o ponad 1/3 w stosunku do roku 2021, o 1/4 do roku 2020 oraz o 1/5 do roku 2019.

W przypadku turystów średnia kwota wydatku turystycznego na wyżywienie w roku 2022 wynosi 316 zł na osobę i jest wyższa niż w każdym poprzednim analizowanym roku, czyli 2/3 odnośnie roku 2021 i podobnie 2/3 w 2020 oraz o ponad połowę odnośnie roku 2019. W przypadku odwiedzających jednodniowych średnia kwota wydatku turystycznego na wyżywienie w roku 2022 wynosi 71zł na osobę i jest to kwota niższa w stosunku do roku 2021 o -36,0%, w relacji do roku 2020 o -12,3%. Natomiast wyższa odnośnie do roku 2019 o 36,5%.

Kolejne niezbyt wysokie sumy przeznaczono **na lokalny transport** (średnio 122 zł na osobę) i była to kwota około 2,5-krotnie większa niż w roku 2021, 40,2% większa w relacji do roku 2020 oraz ponad 1/5 większa niż w roku 2019.

W przypadku turystów średnia kwota wydatku turystycznego na lokalny transport w roku 2022 wynosi 129 zł na osobę i jest wyższa niż w każdym poprzednim analizowanym roku, czyli 2,5-krotnie odnośnie do roku 2021, 48,3% w relacji do roku 2020 oraz o ponad 1/5 odnośnie do roku 2019. W przypadku odwiedzających jednodniowych średnia kwota wydatku turystycznego na lokalny transport w roku 2022 wynosi 81zł na osobę i jest to kwota wyższa w stosunku do roku 2021 o prawie połowę oraz 4,5-krotnie w stosunku do roku 2019.

Kolejne sumy były wydatkowane na **bilety wstępu do atrakcji** - 125 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich można zauważyć, iż była to kwota większa w stosunku do roku 2021 o 10,6%, odnośnie do roku 2020 o 3,3%, odnośnie do roku 2019 o 5,9%.

W przypadku turystów średnia kwota wydatku turystycznego na bilety wstępu do atrakcji w roku 2022 wynosi 140 zł na osobę i jest wyższa niż w każdym poprzednim analizowanym roku, czyli 19,7% odnośnie do roku 2021, 14,8% w relacji do roku 2020 oraz o 17,6% odnośnie do roku 2019. W przypadku odwiedzających jednodniowych średnia kwota wydatku turystycznego na bilety wstępu do

atrakcji w roku 2022 wynosi 100 zł na osobę i jest to kwota wyższa w stosunku do roku 2021 o 9,9% oraz 1/4 w stosunku do roku 2020 oraz 42,9% odnośnie roku 2019.

W roku 2021 oraz 2022 ustalono także średnią kwotę wydatku turystycznego na **lokalne wycieczki**. Respondenci w roku 2022 na ten cel wydali 125 zł na osobę i była to kwota o 54,3% wyższa w relacji do roku 2021. Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów to 140 zł i było to więcej o 84,2 % w stosunku do roku 2021. Z kolei kwota wydatku odwiedzających jednodniowych na osobę to 59 zł. Odnośnie roku 2021 jest to kwota niższa o -52,8%.

Po raz pierwszy w roku 2022 ustalono średnią kwotę wydatku turystycznego na **zakup pamiątek, upominków i inne zakupy**. Odwiedzający ogółem wydali na ten cel średnio 112 zł na osobę. Średnia kwota wydatku turystycznego na ten cel poniesiona przez turystów jest podobna.

Odwiedzający ponosili także tzw. **inne wydatki** (prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) – na co wydano średnio 165 zł na osobę. Porównując wysokość tych wydatków do lat poprzednich, można zauważyć, iż ich wysokość jest dość zróżnicowana. Niższa w relacji do roku 2021 -42,9%, oraz o -45,0% odnośnie do roku 2020. Natomiast w stosunku do roku 2019 wyższa o 16,2%.

Tabela 12.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	483	483	-
	2020	379	379	-
	2021	461	461	-
	2022	503	503	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	190	198	52
	2020	183	187	81
	2021	172	184	111
	2022	229	316	71
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	100	105	18
	2020	87	87	-
	2021	52	51	55
	2022	122	129	81
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	118	119	70
	2020	121	122	80
	2021	113	117	91
	2022	125	140	100
Na lokalne wycieczki	2021*	81	76	125
	2022	125	140	59
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	112	112	111
Inne cele	2019	142	139	190
	2020	300	305	166
	2021	289	322	115
	2022	165	199	103

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

W przypadku turystów średnia kwota wydatku turystycznego na inne wydatki w roku 2022 wynosi 165 zł na osobę i jest niższa odnośnie do roku 2021 o 38,2%, w relacji do roku 2020 o -34,8% oraz wyższa o 43,2% odnośnie do roku 2019. W przypadku odwiedzających jednodniowych średnia kwota wydatku turystycznego na inne wydatki w roku 2022 wynosi 103 zł na osobę i jest to kwota niższa w stosunku do roku 2021 o -10,4%, w relacji do roku 2020 o -38,0% oraz o -45,8% odnośnie do roku 2019.

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza (w zł) wg grup odwiedzających

Tabela 12.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści z Mazowsza	734 500 000	2 258 200 000
Odwiedzający jednodniowi z Mazowsza	69 900 000	240 600 000
łącznie odwiedzający z Mazowsza	804 400 000	2 498 800 000

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Mazowsza w 2022 roku krążyło w Małopolsce ponad 2,3 mld zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 240 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Mazowsza w 2021 roku wyniosły więc ok. 2,5 mld zł.

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	62,8%	71,0%	66,2%	50,7%	78,00%
1	10,9%	10,8%	10,2%	12,9%	11,60%
Σ OPTYMIŚCI	73,68%	81,82%	76,38%	63,60%	89,60%
2	4,9%	4,8%	5,5%	12,0%	4,70%
3	6,4%	2,5%	5,0%	7,6%	2,80%
4	1,6%	1,2%	2,3%	2,9%	1,20%
Σ REALIŚCI	12,9%	8,5%	12,8%	22,50%	8,70%
5	4,4%	2,9%	5,2%	4,4%	0,80%
6	1,3%	1,7%	2,0%	2,9%	0,20%
7	1,8%	1,5%	1,5%	0,7%	0,00%
8	2,2%	0,6%	0,3%	2,0%	0,00%
9	0,5%	1,0%	1,5%	1,2%	0,00%
10	3,3%	1,9%	0,3%	2,7%	0,70%
Σ PESYMIŚCI	13,43%	9,67%	10,79%	13,90%	1,70%
NFS	60,25%	72,15%	65,60%	49,7%	87,90%

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

NFS 2022 mieszkańcy Mazowsza OGÓŁEM = 87,9%.

W 2022 r., pomimo zagrożenia rosyjskimi działaniami wojennymi na Ukrainie $\approx 80\%$ (78%) badanych stwierdziło, że nie mieli obaw przed przyjazdem do Małopolski. Poziom tych stwierdzeń nie odbiegał od wyników uzyskanych w badaniach w latach 2018-2020. W skali 10-punktowej minimalne odczucie zagrożenia przed przyjazdem odczuwało 8,7% badanych w zakresie punktowym 2-4, co obrazuje standardowy niepokój związany z wyjazdem. Wyniki badań jednoznacznie wykazały, że osoby podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie niepewności dnia jutrzejszego i w obliczu wojny w sąsiadującej z Polską Ukrainą generalnie nie odczuwają większych obaw związanych z podróżami do Małopolski.

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2022, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-21 62,68%); a w roku 2022 obarczonym ryzykiem wojennym 78%, czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Aby zdiagnozować poziom satysfakcji odwiedzających z Mazowsza na obszarze Małopolski, poproszono ich, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnego zadowolenia z pobytu na omawianym obszarze, gdzie: 0 - *W ogóle nie polecę*, natomiast 10 - *Na pewno polecę*.

Istotnym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości zadowolonych z pobytu w Małopolsce. W 2022 r. 61,7% badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. W dziesięciostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano kolejnych 36% deklarujących polecenie regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu do Małopolski zostały osiągnięte i przekaz retrospektywny będzie zachęcający.

Tabela 12.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	52,2%	46,5%	50,0%	53,9%	61,7%
9	14,5%	25,1%	21,3%	14,4%	20,5%
Σ PROMOTORZY	66,7%	71,6%	71,3%	68,30%	82,20%
8	12,8%	12,4%	16,3%	13,1%	11,6%
7	10,7%	7,6%	6,4%	9,3%	3,9%
Σ PASYWNI	23,5%	19,9%	22,7%	22,40%	15,50%
6	3,8%	3,0%	2,5%	3,6%	1,0%
5	3,8%	2,6%	2,2%	2,7%	1,0%
4	0,7%	0,7%	0,0%	0,2%	0,2%
3	0,5%	0,7%	0,6%	0,3%	0,2%
2	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
1	0,3%	0,4%	0,3%	0,2%	0,0%
0	0,7%	1,1%	0,6%	2,0%	0,0%
Σ KRYTYCY	9,8%	8,5%	6,1%	9,30%	2,40%
NPS	56,8%	63,1%	65,2%	59,0%	79,8%

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

NPS 2022 mieszkańcy Mazowsza OGÓŁEM = 79,8%.

Jest to najwyższy wynik zanotowany w ostatnich latach badań. Grupa PROMOTORÓW wyraźnie powiększyła się o niecałe 13 p.p. (12,73%) w stosunku do średniej z lat poprzednich (69,48%).

Wskaźnik NPS osiągnął dla tej grupy respondentów w 2022 roku najwyższy wynik 79,8% w stosunku do lat poprzednich. Znamienne jest, że dzieje się to warunkach zagrożenia wojennego przy granicy z Polską.

Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza

Satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Mazowsza wyrazili w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 roku 71,1% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (19,1 %) łącznie stanowi 90,20% badanych. W porównaniu do roku 2021 stanowią oni grupę większą o 8,7 p.p. Małopolska jest regionem chętnie odwiedzanym przez gości z Mazowsza i na tyle atrakcyjnie skomunikowanym, że deklaracje powrotu złożył tak znaczny odsetek badanych.

Tabela 12.2.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	60,30%	57,10%	55,40%	57,90%	71,10%
Raczej tak	26,90%	28,00%	29,10%	23,60%	19,10%
Pośrednia	87,20%	85,10%	84,50%	81,50%	90,20%
Nie wiem	10,40%	13,70%	15,20%	14,70%	7,90%
Raczej nie	1,70%	0,70%	0,30%	3,10%	1,70%
Na pewno nie	0,60%	0,40%	0,00%	0,70%	0,20%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Niespełna 8% respondentów nie wie, czy ponownie przyjedzie do Małopolski, ale wartym podkreślenia jest fakt, że osób, które ponownie tutaj nie przyjadą, jest znikoma ilość (1,9%).

12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH ZE ŚLĄSKA W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU:
2 937 200 OSÓB, W TYM 1 830 000 TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających ze Śląska

Wiek odwiedzających ze Śląska

W 2022 r. najliczniejszą grupę odwiedzających Małopolskę gości ze Śląska stanowiły osoby w przedziale wiekowym 30-44 lat (37%). Odwiedzający z tej grupy wiekowej, aktywni zawodowo, w całym okresie badań byli najliczniej reprezentowani w regionie. Młode osoby w przedziale wiekowym 20-29 lat, to kolejna pod względem reprezentacji grupa odwiedzających Małopolskę Ślązaków (27,1%). Jednak w porównaniu do roku 2021 widoczny jest niewielki spadek liczebności gości z tego przedziału wiekowego. Biorąc pod uwagę aktywność i możliwości finansowe ludzi z obu przedziałów wiekowych oraz sąsiedztwo województw, struktura wiekowa gości ze Śląska świadczy o dobrze przygotowanej ofercie regionu odpowiadającej na potrzeby osób aktywnych. Odwiedzający w wieku 45-60 lat stanowili 18,9%, a osoby powyżej 60 roku życia 12,9%. Należy zauważyć, że wszystkie grupy wiekowe miały podobną reprezentację od 2018 r. Nie ulega również zmianom niewielki udział dzieci i młodzieży w wieku szkolnym w przyjazdach do Małopolski.

Tabela 12.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	3,1%	3,1%	1,9%	2,7%	4,1%
20-29 lat	23,1%	25,3%	24,9%	31,3%	27,1%
30-44 lat	39,9%	37,1%	44,1%	38,4%	37,0%
45-60 lat	23,3%	22,9%	21,1%	16,9%	18,9%
Powyżej 60 lat	10,6%	11,6%	7,9%	10,7%	12,9%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających ze Śląska

W roku 2022 Małopolskę odwiedziło tyle samo kobiet (50%) i mężczyzn (50%). Analizując zestawienia wyników w badanym okresie można przyjąć, że oferta regionu jest interesująca dla obu płci. Kobiety i mężczyźni w równym stopniu mogą realizować główne cele pobytu jakimi są wypoczynek, zwiedzanie, zdrowie i aktywne spędzanie czasu.

Tabela 12.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	56,1%	50,1%	36,7%	50,3%	50,0%
Mężczyzna	43,9%	49,9%	63,3%	49,7%	50,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających ze Śląska

W 2022 r. w grupie badanych respondentów ze Śląska, którzy odwiedzili Małopolskę, największy odsetek legitymował się wykształceniem wyższym (48,2%). Posiadanie średniego wykształcenia wskazało 43,6% badanych. Deklarowany, wysoki poziom wykształcenia koreluje z zainteresowania odwiedzających, aktywnością turystyczną oraz wiekiem respondentów. Uzupelnieniem wskazywanego wykształcenia była edukacja zakończona na poziomie poniżej średniego i tak wskazało 8,2% respondentów. Innych deklaracji w aktualnych badaniach nie odnotowano.

Tabela 12.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	55,5%	55,4%	44,7%	44,9%	48,2%
Średnie	41,8%	41,0%	52,2%	48,1%	43,6%
Podstawowe	2,2%	2,5%	0,9%	4,0%	
Inne	0,4%	1,1%	2,2%	3,0%	
Poniżej średniego	2,60%	3,60%	3,10%	7,0%	8,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

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

Status materialny odwiedzających ze Śląska

W 2022 r. mniej niż połowa badanych osób przyjeżdżająca do Małopolski ze Śląska oceniła swoją sytuację finansową jako dobrą (47,3%). Należy zwrócić uwagę, że odsetek takich deklaracji jest najniższy od wyników z 2018 r. Skokowo natomiast wzrosła ilość opinii wskazujących na bardzo dobry status finansowy (29,6%). Tylko 12,8% badanych oceniło swój status materialny jako średni. Rozkład ten wyraźnie wskazuje, że goście ze Śląska stanowią ważną grupę wśród odwiedzających krajowych, o którą warto zabiegać, gdyż korzystając z aktywnego wypoczynku pozostawiają w regionie znaczne środki finansowe.

Tabela 12.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	12,0%	14,6%	7,7%	13,5%	39,6%
Dobra	62,0%	63,4%	78,1%	55,4%	47,3%
Średnia	25,7%	21,0%	13,2%	29,5%	12,8%
Zła, bardzo zła	0,3%	1,0%	1,0%	1,6%	0,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających ze Śląska

Analiza celów przyjazdu odwiedzających ze Śląska wskazuje, że najczęściej osób przybyło do Małopolski w szeroko rozumianych celach określanych jako wypoczynkowe (43,3%). W od roku 2018 widoczny jest w tym zakresie systematyczny wzrost. Kolejny istotny cel przyjazdu był związany z uprawianiem aktywnych form wypoczynku i taką deklarację złożyło 23,2% badanych. Satysfakcjonujące jest to, że oferta Małopolski jako najlepszego regionu dla uprawiania turystyki aktywnej znajduje uznanie w sąsiednim województwie. Znaczna grupa osób (co dziesiąty respondent) łączyła wypoczynek

w regionie ze zwiedzaniem zabytków (10,8%), co dla regionu o tak dużym nasyceniu wartości kulturowych ma istotne znaczenie. Zbliżony odsetek gości (9,5%) wskazał na przyjazd w celach zdrowotnych, a uzupełnieniem akcentów zdrowotnych było zainteresowanie walorami przyrody (2,3%). Z istotnych statystycznie celów można odnotować jeszcze odwiedziny krewnych i znajomych (4,6%). Pozostałe cele takie jak: odwiedziny miejsc rodzinnych, edukacja, cel religijny, tranzyt, sprawy służbowe (biznes), korzystanie z usług medycznych, udział w wydarzeniu, udział w szkoleniu, udział w konferencji, kongresie, udział w imprezie kulturalnej, firmowy wyjazd integracyjny, zakupy, odnowa duchowa, udział w imprezie sportowej nie stanowiły istotnych motywów przyjazdu.

Tabela 12.3.5. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Wypoczynek	17,4%	28,6%	30,4%	40,0%	43,5%
Poznanie walorów przyrody	2,1%	0,3%	2,0%	16,1%	2,3%
Zwiedzanie zabytków	17,2%	15,4%	6,9%	12,2%	10,8%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	22,5%	20,6%	48,2%	6,0%	23,2%
Cel zdrowotny	7,3%	7,1%	2,8%	4,5%	9,5%
Odwiedziny krewnych	4,6%	5,0%	2,0%	3,8%	2,6%
Odwiedziny znajomych	3,7%	4,3%	1,6%	3,3%	2,0%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	0,7%	1,0%	2,6%	3,1%	0,8%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,5%	2,1%	0,7%	2,9%	1,3%
Edukacja	4,6%	2,5%	0,1%	1,3%	0,3%
Inny cel	0,0%	0,9%	0,6%	1,2%	1,2%
Cel religijny	4,5%	3,4%	0,0%	1,1%	0,9%
Tranzyt	1,7%	2,5%	0,6%	0,8%	0,0%
Sprawy służbowe (biznes)	2,1%	1,3%	0,2%	0,6%	0,4%
Korzystanie z usług medycznych	0,5%	0,0%	0,4%	0,6%	0,2%
Udział w wydarzeniu	0,0%	0,0%	0,1%	0,6%	0,0%
Udział w szkoleniu	2,1%	1,0%	0,0%	0,5%	0,1%
Udział w konferencji, kongresie	1,2%	1,0%	0,1%	0,4%	0,1%
Udział w imprezie kulturalnej	1,9%	0,1%	0,0%	0,4%	0,1%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,7%	0,6%	0,1%	0,3%	0,7%
Zakupy	0,5%	0,1%	0,2%	0,3%	0,0%
Odnowa duchowa	0,9%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających ze Śląska (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

W 2022 r. odwiedzający ze Śląska przyjeżdżali do Małopolski najczęściej samotnie (44,5%). Tak wysoki odsetek podróży samotnych odnotowano po raz pierwszy od 2018 r. W dotychczasowych badaniach najczęściej były to podróże rodzinne lub w towarzystwie przyjaciół. Wyjazdy rodzinne w dalszym ciągu charakteryzują odwiedzających region Ślązaków i w aktualnych badaniach było to 31,8% wskazań. Podróże w gronie przyjaciół odbywało 20,7% badanych. Wyjazdy w grupach zorganizowanych nie cieszyły się zainteresowaniem i z tej formy podróży skorzystało jedynie 3% gości.

Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Rodzina	43,5%	42,9%	38,0%	42,0%	31,8%
Przyjaciele	21,2%	27,4%	31,9%	35,0%	20,7%
Nikt (podróżuję sam)	19,0%	16,9%	9,4%	17,8%	44,5%
Grupa zorganizowana	10,9%	7,0%	15,7%	5,2%	3,0%
Rodzina i przyjaciele	5,5%	5,9%	5,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W kontekście podróży rodzinnych ważne miejsce zajmują dzieci wspólnie podróżujące z dorosłymi. Wyniki badań potwierdzają najczęściej spotykany stan rodziny w Polsce – rodzice i jedno dziecko, które towarzyszyło rodzicom w podróży do Małopolski (49,1%). Z dwójką dzieci podróżowało 35,1%. Region odwiedziły także rodziny z trójką dzieci (12,3%) i tak istotny procentowo udział podróży z trójką dzieci odnotowano drugi raz z rzędu. Rodziny wielodzietne ze Śląska przyjeżdżają do Małopolski sporadycznie.

Tabela 12.3.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%
1	44,2%	42,9%	46,7%	44,0%	49,1%
2	51,7%	48,7%	45,5%	36,6%	35,1%
3	4,2%	6,7%	5,5%	13,1%	12,3%
4	0,0%	0,8%	1,8%	6,0%	0,9%
5	0,0%	0,8%	0,6%	0,3%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Samodzielne organizowanie wyjazdu do Małopolski wskazywane było przez odwiedzających ze Śląska jako dominujący sposób przygotowania wizyty. Taką deklarację złożyło 83,7% badanych. Biorąc pod uwagę indywidualne przyjazdy, sąsiedztwo województwa i udogodnienia teleinformatyczne funkcjonujące w obsłudze ruchu turystycznego, samodzielny sposób organizacji przyjazdu jest w pełni uzasadniony i pożądany. Niezmiennie, jak w latach poprzednich, korzystano z pomocy rodziny (5,5%) i znajomych (6,2%). Tylko w 2021 r., z powodu ograniczeń pandemicznych, pomoc rodziny i znajomych miała większe znaczenie w organizacji pobytu niż w innych latach. Z pobyków zorganizowanych przez szkoły, zakłady pracy czy inne instytucje korzystano tylko sporadycznie.

Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	74,0%	77,9%	83,2%	58,8%	83,7%
Znajomi	6,0%	5,3%	7,9%	15,0%	6,2%
Rodzina	4,2%	5,4%	5,5%	14,2%	5,5%
Zakład pracy	4,7%	3,2%	1,6%	4,4%	1,2%
Szkoła	4,5%	1,5%	0,0%	0,5%	0,1%
Inna instytucja	3,8%	1,5%	0,3%	2,3%	2,1%
Biuro podróży	1,7%	1,8%	1,3%	3,4%	0,4%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,3%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Parafia (kościół)	0,9%	0,9%	0,1%	1,4%	0,8%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Organizator pobytu	2018_2019	2020_2021	2022
Śląskie	100,0%	100,0%	100,0%
A Sam	75,8%	68,3%	83,7%
B Biuro podróży	1,7%	2,7%	0,4%
C Zakład pracy	4,1%	3,2%	1,2%
D Szkoła	3,1%	0,4%	0,1%
E Znajomi	5,7%	12,5%	6,2%
F Rodzina	4,8%	10,8%	5,5%
G Parafia	0,9%	0,7%	0,8%
H Portal	1,3%	0,0%	0,0%
I Inna instyt.	2,7%	1,5%	2,1%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana w 2022 r. przez odwiedzających ze Śląska nie odbiegała od długości pobytu wskazywanej w ostatnich latach. Dominowały wizyty jednodniowe bez noclegu (49%), z których co roku korzysta najczęściej odwiedzających. Analizując cele przyjazdów związane z turystyką aktywną pobytu z jednym noclegiem (11,8%) czy z dwoma noclegami (13,2%) odpowiadają deklarowanemu sposobowi spędzania czasu. Turyści przyjeżdżający na dłuższy wypoczynek pozostawali najczęściej na 4-7 nocy. Sporadycznie pobyt w Małopolsce był dłuższy niż tydzień. Odnotować należy jeszcze wzrost wizyt bardzo krótkich do 3 godzin, na które wskazało aż 12,2% badanych.

Tabela 12.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2022

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	6,2%	1,7%	4,4%	12,2%
1 dzień bez noclegu	31,3%	55,4%	41,6%	49,0%
1 noc	11,7%	19,2%	19,6%	11,8%
2-3 noce	19,7%	14,0%	24,4%	13,2%
4-7 nocy	19,1%	6,7%	8,1%	10,2%
8-14 nocy	9,1%	2,7%	1,2%	2,3%
15 i więcej nocy	2,9%	0,3%	0,7%	1,3%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska

Zdecydowana większość mieszkańców Śląska przyjechała do Małopolski samochodem (85,70%), przy użyciu, którego dotarcie do regionu zabiera najmniej czasu. Ułatwia również przemieszczenie się podczas pobytu. Alternatywę w wyborze środka lokomocji stanowił jedynie pociąg, z którego skorzystało 6% badanych. Bardzo rzadko korzystano z regularnych linii autobusowych (3,2%). Również, z braku zainteresowania wyjazdami grupowymi, autokarem turystycznym podróżowało jedynie 3,2% gości. Z pozostałych środków transportu korzystano sporadycznie lub nie korzystano w ogóle.

Tabela 12.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samochód	73,3%	78,7%	93,7%	70,0%	85,7%
Autokar turystyczny	11,4%	4,4%	1,5%	6,5%	3,2%
Pociąg	6,7%	6,0%	0,9%	11,0%	6,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,4%	1,4%	0,0%	1,1%	0,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	0,5%	1,1%	0,7%	2,7%	0,0%
Samolot czarterowy	0,0%	0,6%	0,1%	0,0%	0,0%
Autobus/mikrobus linii regularnej	7,70%	7,80%	3,10%	5,7%	3,2%
Inny	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	1,9%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Odwiedzający Małopolskę turyści ze Śląska najczęściej w 2022 r. wybierali noclegi w pensjonatach. Z tej bazy noclegowej skorzystał co czwarty badany (24,1%). W hotelach nocleg wybrało 11,5% gości, ale w tych obiektach odnotowano znaczny spadek w stosunku do roku 2021. Na zbliżonym poziomie do ostatnich lat możemy zaobserwować zainteresowanie noclegami w apartamentach (10,6%). Ze wsparcia rodziny i znajomych w zakresie zakwaterowania skorzystało 14,6% turystów. Można zauważyć, że wybór obiektów noclegowych uzależniony od celu wyjazdu i czasu pobytu nie ulega zasadniczym zmianom w badanym okresie. Warto natomiast zwrócić uwagę na systematyczny wzrost zainteresowania turystów bazą sanatoryjną zlokalizowaną w Małopolsce (10,6%). Wybór noclegów w schroniskach górskich czy domach wycieczkowych, z których w 2021 r. skorzystało więcej niż w poprzednich latach badań turystów, w 2022 r. nie budził już takiego zainteresowania. Bardzo rzadko

korzystano z kwatery prywatnej, noclegu na kempingu lub polu namiotowym, w ośrodku wczasowym, własnym domu/mieszkanium, domu pielgrzymia, schronisku młodzieżowym.

Tabela 12.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2022

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022*
Hotel	26,8%	12,5%	36,4%	11,5%
Motel	1,6%	1,3%	5,9%	2,6%
Pensjonat	13,7%	23,4%	19,5%	24,1%
Dom wycieczkowy	0,4%	5,2%	6,5%	2,3%
Schronisko górskie	1,2%	0,3%	5,2%	3,2%
Schronisko młodzieżowe	0,8%	0,5%	1,4%	1,4%
Kemping lub pole namiotowe	2,0%	4,7%	4,7%	3,2%
Hostel	1,6%	2,6%	6,8%	3,4%
Ośrodek wczasowy	2,4%	8,1%	4,6%	2,9%
Zakład uzdrowiskowy	3,6%	5,2%	8,4%	10,6%
Dom Pielgrzymia	0,2%	0,0%	1,8%	1,7%
Apartament	6,0%	14,8%	11,3%	10,6%
Kwaterna prywatna			4,8%	3,7%
Korzystam z couchsurfing'u	0,6%	0,0%		
Obiekt agroturystyczny	6,0%	7,0%	8,9%	2,9%
U rodziny	10,5%	6,8%	23,6%	9,2%
U znajomych	9,1%	6,2%	21,3%	5,4%
Własny dom/mieszkanie	12,1%	0,8%	3,5%	0,9%
Inny obiekt	1,2%	0,8%	3,2%	0,3%

* Od 2021 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Wydatki odwiedzających ze Śląska

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających ze Śląska (w zł na osobę)

Odwiedzający ze Śląska (ogółem) w 2022 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwotę 258 zł (bez kosztów dojazdu). Był to kolejny rok, w którym odnotowano znaczący spadek wydatkowanych środków przeznaczonych na podróż. Osoby planujące nocleg, turyści, wydali 382 zł i była to kwota niższa o 18% w stosunku do 2021 r. i o 63% niższa niż 2020 r. Również obniżeniu uległa kwota wydatków, jakie ponosili odwiedzający przygotowując podróż. Kwota 117 zł była o 19% niższa od kwoty wydatkowanej w 2021 r. Największe kwoty wydatkowali turyści w 2020 r., czyli w pierwszym roku pandemii, ale jeszcze przed inflacją i objawami kryzysu gospodarczego.

Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	194	467	394	258
Turyści	292	624	451	382
Odwiedzający jednodniowi	28	132	140	117

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

Wydatki w 2022 r. przeznaczone na wybrane usługi przed przyjazdem do Małopolski również uległy zmianom. Znacząco (o 150 zł) zmniejszyła się średnia kwota wydatkowana przez turystów na usługi noclegowe. Kwota 337 zł w stosunku do 487 zł wydanych w 2021 r. była niższa aż o 69%. Zdecydowanie częściej wybierane noclegi w pensjonatach niż w hotelach oraz pobyty w sanatoriach mogły zaważyć na zmniejszonych kosztach przeznaczonych na nocleg. Samodzielna organizacja pobytu wpłynęła natomiast na zmniejszenie wydatków na zakup usług w biurach podróży. Coraz większe kwoty wydatkowane są natomiast na zakup biletów wstępu do atrakcji, na które turyści wydali 179 zł i był to wzrost o 69%. Odwiedzający jednodniowi również wydali znacznie więcej na wstępy do atrakcji (130 zł) i była to kwota o 76% wyższa niż 2021 r. Przedpłaty na wycieczki lokalne pozostały na zbliżonym poziomie w stosunku do poprzedniego roku. Mniej obie grupy wydały na zakup usług w biurach podróży, co przy dominującej samodzielnej organizacji wyjazdu wydaje jest w pełni uzasadnione.

Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	289	320	200
	2022	274	274	275
Na noclegi/spanie	2021	487	487	-
	2022	337	337	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	99	123	70
	2022	130	179	110
Na lokalne wycieczki	2021	225	225	0
	2022	210	210	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska (w zł na osobę)

Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	300	169	217	310
Turyści	437	320	312	600
Odwiedzający jednodniowi	68	62	98	139

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

Średnia kwota wydatkowana przez odwiedzających ze Śląska (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2022 roku wyniosła 310 zł na osobę. Była to kwota na poziomie z 2019 r., najlepszego pod względem ruchu turystycznego w Małopolsce. Wyższa również była od kwoty wydatkowanej w 2020 r. o 141 zł (83%) i o 93 zł (70%) niż w 2021 r. Wydatki turystów wzrosły o prawie 100% do dwóch poprzednich lat i ponad 50% w stosunku do 2019 r. Również zdecydowanie więcej wydawali podczas pobytu odwiedzający jednodniowi (139 zł) i była to najwyższa kwota w czteroletnim okresie badań. W stosunku do 2021 r. wydatek ten był wyższy o 70%.

Analizując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości ze Śląska w rozbiciu na wybrane usługi, można zauważyć, że niezmiennie największe kwoty wydatkowali turyści na usługi noclegowe (304 zł). Chociaż te wydatki w 2022 r. roku były znacznie mniejsze niż 2021 i 2019 roku. Zdecydowanie jednak, bo o 57% zwiększyły się wydatki turystów na usługi gastronomiczne i wynosiły 200 zł. Jeszcze większy wzrost odnotowano w przypadku kosztów związanych z transportem podczas pobytu i przeznaczona na ten cel kwota (126 zł) była większa o 142% od tej z roku 2021. Wzrosły również wydatki na bilety wstępu do obiektów i atrakcji turystycznych do 129 zł i na inne cele związane z pobytem do kwoty 266 zł. W obu przypadkach był to wzrost o ponad 70%. W przypadku odwiedzających jednodniowych odnotowano skokowy wzrost wydatków na inne niż wymienione cele związane z pobytem. Średnia wydatkowana kwota na osobę wynosiła 116 zł i była o 157% wyższa niż w 2021 r. Pozostałe wydatki były na zbliżonym poziomie do roku ubiegłego, a w przypadku biletów wstępu nawet uległy obniżeniu o 15%. Dodatkowo na zakup pamiątek turyści wydali 101 zł, a odwiedzający jednodniowi 74 zł. Takie wzrosty cen mogą budzić niepokój i zahamować napływ odwiedzających region.

Tabela 12.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	411	411	-
	2020	199	199	-
	2021	352	352	-
	2022	304	304	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	146	184	69
	2020	74	118	42
	2021	94	127	50
	2022	110	200	56
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	77	82	48
	2020	42	52	29
	2021	44	52	27
	2022	103	126	57
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	97	110	67
	2020	39	62	26
	2021	92	92	91
	2022	99	129	79
Na lokalne wycieczki	2021*	68	74	34
	2022	112	133	48
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	83	101	74
Inne cele	2019	221	267	67
	2020	105	131	75
	2021	99	153	45
	2022	206	266	116

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska (w zł) wg grup odwiedzających

Oszacowano, że w 2022 roku turyści ze Śląska pozostawili w Małopolsce prawie 1 370 mln zł i było to więcej o 45% niż w 2021 r. Natomiast wydatki odwiedzający jednodniowi w szacowanej wielkości ponad 166 mln zł były niższe o 44% w stosunku do roku poprzedniego. Łącznie jednak wpływy Małopolski z tytułu odwiedzin gości ze Śląska, które wyniosły ponad 1 535 mln zł, były większe o 31% niż w 2021 r.

Tabela 12.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści ze Śląska	942 900 000	1 369 100 000
Odwiedzający jednodniowi ze Śląska	240 200 000	166 200 000
łącznie odwiedzający ze Śląska	1 183 100 000	1 535 300 000

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

Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości ze Śląska w 2022 roku wyniosły 1 535 mln zł i były wyższe w stosunku do roku 2021 o 30%.

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska

Tabela 12.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	68,5%	71,6%	55,5%	53,5%	79,5%
1	12,3%	15,4%	17,2%	12,4%	15,7%
Σ OPTYMIŚCI	80,80%	87,0%	72,70%	66,0%	95,2%
2	5,3%	5,7%	16,4%	10,0%	2,8%
3	2,3%	1,4%	5,0%	6,6%	1,0%
4	1,2%	0,2%	1,4%	2,3%	0,3%
Σ REALIŚCI	8,80%	7,30%	22,80%	8,9%	4,1%
5	1,8%	1,2%	2,0%	3,9%	0,2%
6	1,8%	1,5%	0,6%	2,0%	0,0%
7	0,6%	1,2%	0,8%	1,9%	0,4%
8	2,9%	0,3%	0,5%	2,9%	0,0%
9	0,9%	0,7%	0,0%	0,9%	0,0%
10	2,3%	0,8%	0,8%	3,6%	0,1%
Σ PESYMIŚCI	10,30%	5,70%	4,70%	15,2%	0,7%
NFS	70,5%	81,3%	68,1%	50,8%	94,5%

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

NFS 2022 mieszkańcy Śląska OGÓŁEM = 94,5%.

Dla rozwoju ruchu turystycznego w regionie bardzo duże znaczenie ma szeroko rozumiane **bezpieczeństwo**. Tak więc badanych odwiedzających ze Śląska poproszono, aby na 11-stopniowej skali

określili subiektywny poziom własnych obaw oraz lęku przed przyjazdem do Małopolski, gdzie: 0 - *W ogóle się nie obawiałam/em* natomiast 10 - *Byłam/em pełna/en obaw*.

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-21 = $\approx 62,28\%$; a w roku 2022 obarczonym ryzykiem rosyjskich działań wojennych na Ukrainie 79,5%, czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Aby zdiagnozować poziom satysfakcji odwiedzających ze Śląska na obszarze Małopolski, poproszono ich, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnego zadowolenia z pobytu na omawianym obszarze, gdzie: 0 - *W ogóle nie polecę*, natomiast 10 - *Na pewno polecę*.

Tabela 12.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	46,0%	43,7%	48,5%	56,5%	29,2%
9	21,0%	25,5%	28,9%	13,1%	33,3%
Σ PROMOTORZY	67,0%	69,20%	77,40%	69,6%	62,50%
8	17,3%	13,7%	13,5%	12,4%	16,7%
7	9,4%	8,3%	3,9%	8,4%	12,5%
Σ PASYWNI	26,70%	22,0%	17,40%	20,8%	29,20%
6	3,1%	3,4%	1,9%	3,4%	8,3%
5	1,1%	2,2%	1,7%	2,4%	0,0%
4	0,4%	0,8%	0,7%	0,8%	0,0%
3	0,3%	0,6%	0,2%	0,4%	0,0%
2	0,3%	0,5%	0,1%	0,3%	0,0%
1	0,3%	0,6%	0,1%	0,1%	0,0%
0	0,8%	0,8%	0,5%	2,3%	0,0%
Σ KRYTYCY	6,30%	8,90%	5,20%	9,6%	8,30%
NPS	60,7%	60,5%	72,2%	60,0%	54,2%

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

NPS 2022 mieszkańcy Śląska OGÓŁEM = 54,2%.

Jak można zauważyć, z 56,5% odwiedzających ze Śląska w roku 2021, którzy odczuwali najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski w 2022 roku wskaźnik spadł do niespełna 30% (29,2%), jednak sumarycznie grupa PROMOTORÓW (wskazania 10 i 9) nieuległa istotnej zmianie czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe na poziomie $\approx 63\%$. Jest to satysfakcjonujący wynik w stosunku do średniej wskaźników (70,8%) zanotowanych w ostatnich czterech latach badań. Grupa PASYWNYCH to prawie jedna trzecia respondentów (29,2%), co stanowi wzrost o ponad 8 p.p. (8,4%) w stosunku do roku 2021, wskaźnik ten jest najwyższy w porównaniu z latami 2018-2021.

Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska

Analizując opinie respondentów na temat deklaracji ponownej podróży do Małopolski, można zauważyć, iż zdecydowana większość respondentów odpowiedziała: „na pewno tak” (74,5%) oraz „raczej tak” (18,5%), co stanowi 93,0% badanych osób (nieco więcej niż średnia z lat 2018-2021: 89,90%).

Tabela 12.3.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	63,0%	57,2%	45,8%	62,6%	74,5%
Raczej tak	29,9%	32,9%	43,4%	24,8%	18,5%
Posrednia	92,90%	90,10%	89,20%	87,40%	93,00%
Nie wiem	6,4%	8,4%	10,3%	10,0%	6,2%
Raczej nie	0,3%	1,1%	0,2%	2,0%	0,6%
Na pewno nie	0,4%	0,5%	0,2%	0,6%	0,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Osoby, które zadeklarowały, iż nie będą ponownie podróżować po Małopolsce, stanowią bardzo znikomy odsetek respondentów.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli, czy powrócą do Małopolski, było 10,0% i do tej grupy powinien trafić przekaz promocyjny regionu.

12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACIEGO

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z PODKARPACIA W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU: 1 445 400 OSÓB, W TYM 912 200 TURYSTÓW

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Podkarpacia

Charakteryzując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Podkarpacia, można zaobserwować, że w kolejnych latach badań profil ten nie uległ zasadniczym zmianom. W strukturze wiekowej odwiedzających na uwagę w 2022 r. zasługuje głównie wzrost udziału osób odwiedzających Małopolskę w przedziale wiekowym 45-60 lat (29%) oraz osób w wieku powyżej 60 lat, którzy stanowili 15,2% wszystkich odwiedzających. W obu przypadkach był to najwyższy odnotowany odsetek w danej grupie wiekowej od 2018 r. Do poziomu z 2019 r. zmniejszył się natomiast udział młodych osób w przedziale wiekowym 20-29 lat (21%), ale był wyższy o 5% niż w 2021 r. Najniższy odsetek odwiedzających w badanym okresie odnotowano w grupie osób aktywnych zawodowo to jest w wieku 30-44 lat. Osób z tego przedziału wiekowego przyjechało o 20% mniej niż w 2021 r. Przyjazdy dzieci i młodzieży nie uległy zmianie i były na tym samym, niskim poziomie co w roku ubiegłym. Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży z Podkarpacia są bardzo rzadko organizowane w Małopolsce.

W 2022 r. Małopolskę odwiedziło z Podkarpacia więcej kobiet (54,8%) niż mężczyzn (45,2%). Przeważającą reprezentację kobiet przyjeżdżających z woj. podkarpackiego odnotowano w analizowanym okresie badań po raz pierwszy. Biorąc pod uwagę zmieniające się proporcje odwiedzających region kobiet i mężczyzn w poszczególnych latach badań, należy uznać, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla obu płci.

Połowa uczestniczących w badaniach osób deklarowała posiadanie wykształcenia wyższego (49,7%), i był to odsetek podobnie jak w roku 2021. Osób z wykształceniem średnim przyjechało 39% oraz 11,3% deklarujących posiadanie wykształcenia powyżej średniego. Rozkład ten nie ulega istotnym zmianom.

Interesujący jest rozkład deklarowanego poziomu zamożności podróżnych z regionu Podkarpacia. W 2022 r. 57% badanych określiło swój status finansowy jako dobry. Takich deklaracji było mniej niż w roku 2021, ale wzrosła bardzo znacząco, bo do 28%, liczba osób uznających swój status materialny jako bardzo dobry. Odwiedzający, którzy swoje możliwości finansowe określili na poziomie średnim, stanowili 14,6% i był to najniższy odsetek od 2018 r. Znikomy odsetek określił swoją sytuację finansową jako złą, czy nawet bardzo złą.

Wiek odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Do 19 lat	2,6%	3,7%	5,2%	2,8%	2,6%
20-29 lat	26,1%	21,1%	31,7%	16,2%	21,4%
30-44 lat	45,9%	47,1%	36,1%	53,3%	31,8%
45-60 lat	17,8%	18,8%	20,2%	19,0%	29,0%
Powyżej 60 lat	7,7%	9,2%	6,7%	8,7%	15,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Kobieta	50,0%	48,4%	49,4%	49,5%	54,8%
Mężczyzna	50,0%	51,6%	50,6%	50,5%	45,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021	2022
Wyższe	68,5%	53,1%	54,1%	49,5%	49,7%
Średnie	31,0%	40,6%	39,0%	44,5%	39,0%
Podstawowe	0,4%	3,1%	3,5%	1,6%	
Inne	0,0%	3,3%	3,5%	4,4%	
Poniżej średniego	0,40%	6,40%	7,0%	6,0%	11,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

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

Status materialny odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021	2022
Bardzo dobra	10,9%	9,5%	7,1%	5,6%	28,1%
Dobra	52,3%	61,4%	74,2%	67,6%	57,0%
Średnia	35,6%	27,6%	18,8%	25,9%	14,6%
Zła/Bardzo zła	1,20%	1,50%	0,0%	0,9%	0,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Cele podróży odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Podkarpacia

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Wypoczynek	19,5%	24,1%	39,6%	38,2%	45,4%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	16,2%	20,2%	20,4%	4,1%	14,5%
Zwiedzanie zabytków	18,8%	12,2%	14,5%	14,7%	10,1%
Odwiedziny krewnych	9,7%	5,6%	6,0%	4,4%	5,8%
Odwiedziny znajomych	4,2%	6,8%	5,5%	4,7%	2,0%
Cel zdrowotny	4,9%	5,9%	1,3%	2,2%	13,6%
Cel religijny	5,1%	4,0%	3,0%	4,4%	0,6%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,2%	2,8%	1,3%	2,5%	0,9%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,5%	1,4%	3,8%	4,1%	0,3%
Poznanie walorów przyrody	2,1%	1,6%	1,3%	13,2%	3,2%
Edukacja	3,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Sprawy służbowe (biznes)	1,9%	1,6%	0,4%	1,3%	0,3%
Udział w szkoleniu	2,3%	0,7%	0,0%	0,9%	0,0%
Zakupy	0,2%	2,8%	1,3%	1,3%	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,4%	2,4%	0,0%	0,3%	0,3%
Odnowa duchowa	1,6%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%	2,3%	0,4%	1,3%	0,0%
Tranzyt	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	1,2%
Udział w wydarzeniu	0,5%	1,0%	0,0%	0,6%	0,9%
Inny cel	0,7%	0,9%	0,4%	0,6%	0,6%
Udział w konferencji, kongresie	0,9%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Głównym celem odwiedzających Małopolskę w 2022 r. gości z Podkarpacia, podobnie jak w latach poprzednich, był szeroko rozumiany wypoczynek (45,4%). Warto jednak zauważyć, iż w kontekście lat 2018-2020 widoczna jest tutaj systematyczna tendencja wzrostowa. Znaczna grupa osób korzysta z wypoczynku aktywnego i takich deklaracji było 14,5%. Odsetek ten jest zbliżony do poziomu z lat 2018-2020. Tylko w roku 2021 udział odwiedzających, którzy preferują aktywny wypoczynek, był zdecydowanie niższy niż w pozostałych latach badań. Coraz większe znaczenie dla odwiedzających ma odnowa sił, co odzwierciedla 13,6% wskazań na główny cel przyjazdu, jakim jest zdrowie. W porównaniu do poprzednich lat badań jest to wzrostem skokowym. Analizując miejsca noclegów, z których korzystali turyści w 2022 r., gdzie obserwujemy trzykrotny udział zakładów uzdrowiskowych jako miejsc zakwaterowania, to tak wyeksponowany cel zdrowotny jest w pełni uzasadniony. Uzupełnieniem przyjazdów w celach wypoczynkowych i zdrowotnych jest korzystanie z walorów przyrodniczych (3,2%). Ważne miejsce w deklarowanych celach, zajmuje podczas pobytu w regionie zwiedzanie miejsc i obiektów zabytkowych (10,1%). Chociaż, w tym przypadku, obserwujemy nieznaczny spadek zainteresowania, co w kontekście bogatej oferty kulturowej regionu

i deklarowanego poziomu wykształcenia jest trudne do jednoznacznej interpretacji. Uzupełnieniem motywów przyjazdów są odwiedziny krewnych i znajomych (7,8%).

Charakter podróży odwiedzających z Podkarpacia (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Niezmiennie we wszystkich kolejnych badaniach odwiedzający z Podkarpacia deklarowali, że podróżują w towarzystwie członków rodziny (43,7%) lub w gronie przyjaciół (20,7%). Jednak w 2022 roku w porównaniu do 2021 r. można zauważyć dwukrotny wzrost osób podróżujących samotnie. Natomiast przyjazdy w grupach zorganizowanych, które systematycznie traciły na znacznie, w aktualnych badaniach miały udział marginalny.

Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Charakter podróży	2018	2019	2020	2021	2022
Grupa zorganizowana	10,4%	9,7%	8,8%	6,1%	0,6%
Nikt (podróżuję sam)	21,2%	16,5%	9,2%	18,4%	35,0%
Przyjaciele	21,6%	25,2%	35,8%	29,0%	20,7%
Rodzina	41,9%	42,4%	43,8%	46,5%	43,7%
Rodzina i przyjaciele	4,9%	6,2%	2,5%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Odwiedzający, którzy odbywali podróże rodzinne, wskazali, że najczęściej towarzyszy im jedno dziecko (35%) lub dwoje dzieci (30,2%), co odpowiada dominującej w kraju strukturze rodzinnej. Z trójką dzieci podróżowało 4,8% badanych. W 2022 r. nie odnotowano wizyt w region rodzin wielodzietnych.

Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021	2022
0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
1	53,7%	58,8%	44,8%	45,2%	61,8%
2	39,0%	39,4%	50,0%	32,9%	30,2%
3	7,3%	1,8%	2,6%	16,4%	4,8%
4	0,0%	0,0%	2,6%	2,7%	0,0%
5	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%
6	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%
SUMA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

Sposób organizacji podróży wskazany przez odwiedzających Małopolskę gości z sąsiedniego województwa nie ulega zmianom. Podstawową formą organizacji przyjazdów są działania własne, które ze względu na rozwijające się usługi teleinformatyczne w branży turystycznej zdecydowanie ułatwiają proces organizacji podróży. Uzupełnieniem dla samodzielnej organizacji pobytu jest pomoc udzielana przez rodziny i znajomych. Z takiej pomocy skorzystało 10,2% odwiedzających region mieszkańców Podkarpacia w 2022 r. Można jeszcze odnotować przyjazdy organizowane przez

instytucje i organizacje dla własnych członków (6,1%). Marginalne znaczenie w organizacji przyjazdu miały natomiast szkoły i zakłady pracy.

Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Podkarpacia

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021	2022
Sam we własnym zakresie	76,1%	75,0%	79,0%	56,7%	82,5%
Znajomi	5,7%	6,4%	8,1%	13,4%	6,4%
Rodzina	4,6%	6,6%	9,7%	15,9%	3,8%
Zakład pracy	4,6%	2,5%	0,8%	4,4%	0,6%
Inna instytucja	3,6%	2,9%	0,0%	1,9%	6,1%
Parafia (kościół)	1,6%	3,0%	1,2%	3,1%	0,0%
Szkoła	1,8%	2,1%	0,0%	1,2%	0,3%
Biuro podróży	2,0%	0,5%	0,0%	3,4%	0,3%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%	0,9%	1,2%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Organizator pobytu	2018_2019	2020_2021	2022
Podkarpackie	100,0%	100,0%	100,0%
A Sam	75,6%	67,4%	82,5%
B Biuro podróży	1,3%	1,9%	0,3%
C Zakład pracy	3,5%	3,0%	0,6%
D Szkoła	2,0%	0,7%	0,3%
E Znajomi	6,0%	11,2%	6,4%
F Rodzina	5,6%	12,7%	3,8%
G Parafia	2,3%	1,2%	0,0%
H Portal	0,5%	0,5%	0,0%
I Inna instyt.	3,2%	1,4%	6,1%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2022 r. przez odwiedzających z Podkarpacia, można zauważyć, iż dominują odwiedziny jednodniowe (38,4%). Pobyty turystyczne z wykorzystaniem od jednej do siedmiu nocy cieszyły się podobnym zainteresowaniem. Pobyty z 1 noclegiem stanowiły 11,8%, a przyjazdy na 2-3 noce i 4-7 nocy deklarowało po 15,5% badanych. Generalnie zmniejszył się jednak odsetek turystów przebywających w Małopolsce od jednej nocy do tygodnia pobytu. Wzrost natomiast udział gości przebywających w regionie dwa tygodnie (9,1%) oraz pozostających dłużej niż 15 nocy. Prawdopodobnie jest to efektem zwiększonego udziału osób przyjeżdżających do Małopolski w celach zdrowotnych na turnusy sanatoryjne. Pobyty bardzo krótkie, czyli do 3 godzin (5,9%) są udziałem nielicznych odwiedzających.

Tabela 12.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2019-2022

Długość pobytu	2019	2020	2021	2022
Do 3 godzin	6,8%	9,7%	7,2%	5,9%
1 dzień bez noclegu	32,1%	28,7%	24,8%	38,4%
1 noc	11,1%	24,9%	18,9%	11,8%
2-3 noce	21,3%	20,3%	32,2%	15,5%
4-7 nocy	23,2%	14,3%	13,0%	15,5%
8-14 nocy	3,8%	1,3%	2,6%	9,1%
15 i więcej nocy	1,7%	0,8%	1,3%	3,8%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, z jakiego korzystali odwiedzający z Podkarpacia docierając do Małopolski, był dla większości respondentów samochód osobowy (85,50%). Sąsiedztwo regionu, łatwy dojazd i deklarowany czas pobytu wyraźnie promują ten środek transportu. Uzupełnieniem dla samochodu były podróże koleją, z których skorzystało 9% przyjezdnych. Mniejszym zainteresowaniem podróżnych z Podkarpacia cieszyły się połączenia autobusowe (2%) i udział tego środka transportu systematycznie się zmniejszał w poszczególnych latach badań. Udział przyjazdów autokarem turystycznym jest wypadkową podróży grupowych, w których uczestniczyli badani i takich wskazań było jedynie 2,6%. Zmniejszeniu uległ również udział podróży odbywanych samolotami i miał marginalne znaczenie.

Tabela 12.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021	2022
Samochód	70,4%	74,6%	88,3%	67,3%	85,5%
Pociąg	7,0%	9,3%	1,6%	12,9%	9,0%
Autokar turystyczny	8,7%	7,6%	1,6%	4,8%	2,6%
Autobus/mikrobus linii regularnej	11,40%	7,30%	6,90%	7,5%	2,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	1,1%	0,4%	0,4%	2,7%	0,6%
Inny	0,7%	0,5%	0,8%	3,1%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,5%	0,4%	0,4%	1,7%	0,3%
Samolot czarterowy	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2019-2022

Miejsce noclegu	2019	2020	2021*	2022*
Hotel	15,5%	8,4%	34,7%	13,9%
Motel	3,5%	1,3%	4,0%	1,0%
Pensjonat	19,7%	18,7%	19,8%	16,0%
Dom wycieczkowy	2,3%	7,7%	2,4%	1,5%
Schronisko górskie	0,7%	0,0%	4,8%	0,5%
Schronisko młodzieżowe	1,4%	0,0%	0,8%	0,5%
Kemping lub pole namiotowe	0,9%	3,9%	4,0%	2,1%
Hostel	1,2%	1,9%	10,5%	4,1%
Ośrodek wczasowy	0,5%	4,5%	2,8%	5,2%
Zakład uzdrowiskowy	3,0%	2,6%	6,5%	21,1%
Dom Pielgrzyma	0,9%	0,6%	1,6%	0,5%
Apartament			3,6%	11,3%
Kwatera prywatna	4,4%	14,8%		
Korzystam z couchsurfing'u	0,5%	0,6%	3,6%	0,5%
Obiekt agroturystyczny	5,4%	7,1%	6,9%	6,7%
U rodziny	13,6%	9,7%	25,4%	11,3%
U znajomych	11,9%	12,3%	18,5%	4,6%
Własny dom/mieszkanie	14,3%	3,2%	0,4%	1,0%
Inny obiekt	0,2%	2,6%	4,0%	0,0%

* Od 2021 roku ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Analizując preferencje odwiedzających z Podkarpacia dotyczące wyboru obiektów noclegowych, można zauważyć, iż najczęściej osób w 2022 r. korzystało z zakwaterowania w zakładach uzdrowiskowych (21,1%). Należy w kolejnych latach badań poddać obserwacji udział zakładów uzdrowiskowych w strukturze obiektów świadczących usługi zakwaterowania, gdyż udział ten wzrósł o ponad 200% w stosunku do 2021 r. Wzrósł również udział noclegów w apartamentach 11,3% oraz w ośrodkach wczasowych 5,2%. W pozostałych obiektach wybieranych przez turystów udział udzielanych noclegów uległ obniżeniu. Niezmiennie jednak preferowano pobyty w pensjonatach -16% i hotelach -13,9%. Uzupełnienie, jak w poprzednich latach, stanowiły noclegi w agroturystyce oraz gościnnie pobyty u rodziny i znajomych (15,9%).

Wydatki odwiedzających z Podkarpacia

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Podkarpacia (w zł na osobę)

Odwiedzający z Podkarpacia (ogółem) w 2022 roku wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski, na pobyt w regionie, średnio kwotę 497 zł. Była to kwota o 58% wyższa niż w 2021 r. i znacznie przewyższała wydatki ponoszone w poprzednich latach badań. Turyści przygotowując wyjazd wydali 603 zł, czyli aż o 83% więcej niż w roku ubiegłym. Jednak wydatki odwiedzających jednodniowych przed przyjazdem do Małopolski pozostały na tym samym poziomie co w roku poprzednim (108 zł).

Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	216	301	315	497
Turyści	313	342	324	603
Odwiedzający jednodniowi	47	68	100	108

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

Rozpatrując wydatki turystyczne, jakie ponieśli odwiedzający przed przyjazdem do Małopolski, w podziale na wybrane usługi, wyraźnie dominują kwoty przeznaczone na zakup usług noclegowych. Kwota średnia wskazana przez turystów w 2022 r. to 602 zł i była wyższa o 200 zł niż w roku 2021, czyli o ponad 50%. Turyści wydali również o połowę więcej na zakup imprez w biurach podróży (150 zł) oraz na rezerwację biletów wstępu do atrakcji turystycznych. Wydatek za dostęp do atrakcji był prawie cztery razy większy niż w poprzednim roku badań. Odwiedzający jednodniowi najwięcej środków natomiast przeznaczyci na zakup biletów wstępu do atrakcji turystycznych (113 zł). Prawie trzy razy mniej wydali na usługi oferowane przez biura podróży (69 zł) i nie wykazano wydatków na udział w lokalnych wycieczkach.

Tabela 12.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	2021	117	100	150
	2022	123	150	69
Na noclegi/spanie	2021	393	393	-
	2022	602	602	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	2021	54	54	0
	2022	147	181	113
Na lokalne wycieczki	2021	50	50	50
	2022	55	55	0

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia (w zł na osobę)

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Podkarpacia (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2022 roku wyniosły 441 zł na osobę. W porównaniu do 2021 r. były to wydatki wyższe o 102 zł na osobę, to jest o 30%. Turyści, korzystając z noclegu, średnio wydawali 763 zł i była to kwota o 92% wyższa niż w poprzednim roku. Odwiedzający jednodniowi pozostawili kwotę niższą o 26 zł niż w 2021 r. i wynosiła ona 136 zł.

Tabela 12.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2020	2021	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	304	286	339	441
Turyści	420	367	396	763
Odwiedzający jednodniowi	102	77	161	135

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

Tabela 12.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	490	490	-
	2020	224	224	-
	2021	278	278	-
	2022	430	430	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	133	173	66
	2020	109	129	49
	2021	120	132	78
	2022	149	241	63
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	70	77	50
	2020	96	106	12
	2021	50	51	47
	2022	108	126	28
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	92	109	58
	2020	87	103	39
	2021	94	93	98
	2022	98	122	70
Na lokalne wycieczki	2021*	67	68	61
	2022	100	112	27
Na pamiątki, upominki i inne zakupy	2022**	90	115	65
Inne cele	2019	200	195	207
	2020	121	131	96
	2021	238	253	132
	2022	193	236	65

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z Podkarpacia, trzeba stwierdzić, że najwyższą kwotę turyści przeznaczali **na usługi noclegi** (430 zł na osobę). W porównaniu do lat poprzednich była to kwota wyższa niż w roku 2021 o 152 zł (54%). Drugim co do wielkości wydatkiem w czasie pobytu turystów w Małopolsce były kwoty ponoszone na wyżywienie i usługi gastronomiczne. Na usługi te przeznaczono 241 zł, a kwota ta była wyższa o 82% niż w roku ubiegłym. Jeszcze więcej, bo o 125% wzrosły wydatki na usługi transportowe w regionie i wyniosły 126 zł. Więcej wydatkowano również na bilety wstępu do atrakcji turystycznych (122 zł – wzrost o 31%) i na wycieczki lokalne (112 zł – wzrost o 64%). Ponad 100 zł wydano również na zakup pamiątek. Inne wydatki pozostały na poziomie zbliżonym do wydatków w 2021 r. i wyniosły 236 zł. Na uwagę zasługuje również zestawienie wydatków, jakie ponosili odwiedzający jednodniowi na wydzielone w badaniach

usługi w 2022 r. Kwoty te były mniejsze niż w roku ubiegłym. Pytanie o środki przeznaczone na pamiątki zadano po raz pierwszy. Wydatek rządu 65 zł był prawie o połowę mniejszy od kwoty wydanej na pamiątki przez gości pozostających w regionie dłużej niż jeden dzień.

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia (w zł) wg grup odwiedzających

Oszacowano, że turyści z Podkarpacia, którzy odwiedzili Małopolskę w 2022 r. pozostawili w regionie ponad 865 mln zł, czyli o ponad 200% więcej niż 2021 r. Wpływy z tytułu przyjazdów odwiedzających jednodniowych wyniosły ponad 78 mln zł, to jest o 73% więcej niż w ubiegłym roku. Łącznie odwiedzający z Podkarpacia pozostawili w regionie 943 900 000 zł, co stanowiło wartość wyższą w stosunku do 2021 r. o 197%.

Tabela 12.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021	2022
Turyści z Podkarpacia	272 400 000	865 500 000
Odwiedzający jednodniowi z Podkarpacia	45 000 000	78 400 000
łącznie odwiedzający z Podkarpacia	317 400 000	943 900 000

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

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021	2022
0	60,8%	73,8%	63,5%	48,6%	75,7%
1	13,8%	11,4%	11,2%	17,6%	17,1%
Σ OPTYMIŚCI	74,6%	85,2%	74,7%	66,20%	92,8%
2	8,2%	3,6%	8,7%	10,0%	4,3%
3	3,6%	2,3%	5,0%	7,2%	2,0%
4	2,2%	2,1%	1,7%	3,1%	0,6%
Σ REALIŚCI	14,0%	8,0%	15,4%	20,30%	6,9%
5	3,3%	3,0%	3,7%	5,0%	0,0%
6	2,2%	1,1%	1,2%	1,6%	0,0%
7	1,3%	0,4%	1,7%	1,3%	0,0%
8	1,1%	0,9%	2,5%	2,2%	0,0%
9	1,3%	0,6%	0,4%	0,6%	0,3%
10	2,0%	0,8%	0,4%	2,8%	0,0%
Σ PESYMIŚCI	11,4%	6,8%	10,0%	13,50%	0,3%
NFS	63,3%	78,4%	64,7%	52,7%	92,5%

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

NFS 2022 mieszkańcy Podkarpacia OGÓŁEM = 92,5%.

Dla rozwoju ruchu turystycznego w regionie bardzo duże znaczenie ma szeroko rozumiane **bezpieczeństwo**. Tak więc badanych odwiedzających z Podkarpacia poproszono, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnych obaw oraz lęku przed przyjazdem do Małopolski, gdzie: 0 - *W ogóle się nie obawiam/em* natomiast 10 - *Byłam/em pełna/en obaw*.

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-21 ≈62% (61,68%); a w roku 2022 obarczonym wojennym związany z agresją Rosji na Ukrainę 75,7%), czyli całkowity brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

Aby zdiagnozować poziom satysfakcji odwiedzających z Podkarpacia na obszarze Małopolski, poproszono ich, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnego zadowolenia z pobytu na omawianym obszarze, gdzie: 0 -*W ogóle nie polecę*, natomiast 10 -*Na pewno polecę*.

Jak można zauważyć, 64,2% odwiedzających z Podkarpacia w roku 2022, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Grupa PROMOTORÓW zwiększyła się do 80.8 %, co w stosunku do średniej z lat 2018-2021 (68,43%) daje wzrost o ≈12,4 (12,38) p.p. Godnym uwagi jest, że wynik ten został osiągnięty w okresie zagrożenia rosyjskimi działaniami wojennymi na Ukrainie i nieustanną falą cywilnych uchodźców ukraińskich z obszarów Ukrainy objętych rosyjskimi bombardowaniami i atakami rakietowymi.

Tabela 12.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021	2022
10	49,8%	45,4%	43,1%	49,5%	64,2%
9	17,8%	24,6%	29,3%	14,1%	16,6%
Σ PROMOTORZY	67,6%	70,1%	72,4%	63,60%	80,80%
8	13,9%	12,4%	17,1%	16,6%	12,5%
7	10,0%	7,8%	5,7%	11,9%	3,2%
Σ PASYWNI	23,8%	20,3%	22,8%	28,50%	15,70%
6	3,1%	3,3%	3,7%	1,9%	1,7%
5	2,5%	3,1%	0,8%	4,1%	1,5%
4	1,4%	2,0%	0,4%	0,3%	0,3%
3	0,4%	0,4%	0,0%	0,6%	0,0%
2	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
1	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
0	0,8%	0,5%	0,0%	0,9%	0,0%
Σ KRYTYCY	8,6%	9,7%	4,9%	7,80%	3,50%
NPS	59,0%	60,4%	67,5%	55,8%	77,3%

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

NPS 2022 mieszkańcy Podkarpacia OGÓŁEM = 77,3%.

Deklaracja odwiedzających z Podkarpacia dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Zadowolenie z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Podkarpacia wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 roku 75,2% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (19,5%) sprawia, iż powyższa grupa stanowi 94,7%. W porównaniu do roku 2021 widoczny jest ponowny wzrost osób zadowolonych z pobytu i deklarujących ponowne odwiedzenie Małopolski. W dalszym ciągu Małopolska oceniana jest przez zdecydowaną większość respondentów z Podkarpacia za region atrakcyjny, do którego skłonni są powracać.

Tabela 12.4.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Podkarpacia

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021	2022
Na pewno tak	66,9%	53,0%	46,0%	57,4%	75,2%
Raczej tak	26,2%	38,8%	43,1%	30,0%	19,5%
Pośrednia	93,10%	91,80%	89,10%	87,40%	94,70%
Nie wiem	6,9%	7,7%	10,5%	9,2%	4,7%
Raczej nie	0,0%	0,4%	0,4%	3,1%	0,3%
Na pewno nie	0,0%	0,2%	0,0%	0,3%	0,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Bardzo niewielki odsetek badanych osób stwierdził, że raczej nie przyjedzie ponownie (0,3%), podobnie jak deklarujący, że na pewno nie wrócą z wizytą.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli, czy powrócą do Małopolski, było niespełna 5%.

12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. WIELKOPOLSKIEGO

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z WIELKOPOLSKI W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU: 761 600 OSÓB, W TYM 533 900 TURYSTÓW

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Wielkopolski

Charakteryzując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Wielkopolski, można zauważyć, iż w roku 2022 najwięcej respondentów znajdowało się w przedziale wiekowym: 30-44 r.ż. (31,0%) oraz 20-29 (30,1%). Tak więc osoby młode lub bardzo młode stanowią ponad połowę (61,10%) odwiedzających Małopolskę. W porównaniu do roku 2019 widoczny jest wyraźny wzrost przyjazdów osób bardzo młodych (20-29 lat) i nieznaczny spadek osób młodych.

Pozostali respondenci, którzy stanowią grupę 31,10% respondentów, to osoby starsze. W tym wiek co piątego znajduje się w przedziale 45-60 lat lub są to seniorzy (11,9%). Do roku 2019 liczba osób powyżej 60 lat plasuje się na podobnym poziomie. Zmniejszyła się natomiast dość znacznie (o 17,80 p.p. grupa osób w przedziale wiekowym 45-60 lat).

Niezbyt dużym zainteresowaniem w roku 2022 cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna (7,80%). Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży z Wielkopolski nie są tutaj zbyt często organizowane. Na tle innych województw nieco częściej. W porównaniu do roku 2019 widoczny jest tutaj znaczny wzrost przyjazdów.

Wiek odwiedzających z Wielkopolski

Tabela 12.5.1. Wiek odwiedzających z Małopolską z Wielkopolski

Wiek odwiedzających	2019	2022
Do 19 lat	0,0%	7,8%
20-29 lat	14,0%	30,1%
30-44 lat	36,5%	31,0%
45-60 lat	37,0%	19,2%
Powyżej 60 lat	12,5%	11,9%
Suma końcowa	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Wielkopolski

Tabela 12.5.2. Płeć odwiedzających Małopolską z Wielkopolski

Płeć odwiedzających	2019	2022
kobieta	56,4%	50,0%
mężczyzna	43,6%	50,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%

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

W roku 2022 Małopolskę odwiedziła podobna liczba kobiet (50,0%) jak mężczyzn (50,0%). Potwierdza to, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla podróżnych bez względu na ich płeć.

Wykształcenie odwiedzających z Wielkopolski

Struktura wykształcenia deklarowana przez odwiedzających z Wielkopolski w roku 2022 jest podobna do wyników uzyskanych dla innych województw. Zatem większość to osoby prezentujące wykształcenie wyższe (52,8%), rzadziej średnie (37,8%). Mniej niż co dziesiąty respondent zadeklarował wykształcenie poniżej średniego. W porównaniu do roku 2019 liczba osób prezentujących wykształcenie wyższe znacznie zmniejszyła się (o 12,26 p.p.), tym samym wzrosła liczba osób z wykształceniem średnim i poniżej średniego.

Porównując rok 2022 do okresu przed pandemią (2018-2019) oraz w trakcie pandemii (2020-2021) można zauważyć, że grupa osób prezentujących wykształcenie wyższe w analizowanym roku zmniejszyła się. W okresie pandemii odwiedzających z Wielkopolski prezentujących wykształcenie wyższe przyjechało więcej. I odwrotnie. W okresie pandemii (2020-2021) osoby ze średnim wykształceniem i poniżej odwiedzali Małopolskę rzadziej. Z tego wynika, że osoby te są bardziej chętne do podejmowania decyzji odnośnie podróży, kiedy nie ma realnego zagrożenia.

Tabela 12.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkopolski

Wykształcenie odwiedzających	2019	2022
1 wyższe	65,058%	52,8%
2 średnie	29,730%	37,8%
3 podstawowe	4,633%	
4 inne	0,579%	
Poniżej średniego	5,21%	9,3%

Wykształcenie	2018_2019	2020_2021	2022
Wielkopolskie	100,0%	100,0%	100,0%
A - wyższe	57,7%	59,2%	52,8%
B - średnie	39,6%	34,2%	37,8%
C - pon. średniego	2,7%	6,6%	9,3%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Wielkopolski

Analizując status materialny odwiedzających z Wielkopolski w roku 2022, można zauważyć (podobnie jak w innych województwach), że większość to osoby zamożne, gdzie ponad połowa (51,3%) prezentuje dobry status materialny, a co trzecia badana osoba bardzo dobry (30,7%). Powyższe dwie grupy stanowią zdecydowaną większość (82,0%) respondentów z Wielkopolski. W porównaniu do roku 2019 jest to grupa o kilka p.p. większa (3,94%).

Ponad co dziesiąty respondent (15,3%) zadeklarował średni poziom zamożności i w porównaniu do roku 2019 jest to grupa mniejsza o 6,13 p.p. Bardzo nieliczna grupa prezentuje poziom materialny zły lub bardzo zły.

Tabela 12.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkopolski

Sytuacja materialny	2019	2022
1 b. dobry	16,837%	30,7%
2 dobry	61,224%	51,3%
3 średni	21,429%	15,3%
4 zły/bardzo zły	0,510%	2,6%
Suma	100,0%	99,90%

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

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Wielkopolski

Analizując cele przyjazdu turystów z Wielkopolski, można zauważyć, że najwięcej osób przybyło do Małopolski w celach wypoczynkowych (42,30%) i jest to najwięcej osób w całym analizowanym okresie (zarówno przed pandemią, jak też w okresie pandemii). W kontekście celów wypoczynkowych widoczna jest stała tendencja wzrostowa przyjazdów o powyższym charakterze.

Znaczna grupa osób z wypoczynkiem łączyła zwiedzanie zabytków (16,50%) oraz uprawianie turystyki aktywnej (13,90%). Porównując te kategorie do okresu przed (2018-2019) oraz w trakcie pandemii (2020-2021) można zauważyć, iż turystyka aktywna cieszy się zainteresowaniem na podobnym poziomie bez względu na sytuację pandemiczną i zwykle dotyczy ponad co dziesiątego odwiedzającego z Wielkopolski. Natomiast zwiedzaniem zabytków najwięcej osób było zainteresowanych w latach przed pandemią (2018-2019) i była to grupa większa o 5,9 p.p. w porównaniu do roku 2022. Należy jednak podkreślić, iż omawiana kategoria bez względu na sytuację zawsze plasuje się na drugiej pozycji.

Mniej niż co dziesiąta osoba przyjechała do Małopolski w roku 2022 w celu odwiedzin krewnych (8,80%) i na przestrzeni analizowanych lat jest grupa największa.

Niewiele osób w roku 2022 przyjechało do Małopolski w celach zdrowotnych (5,70%). W porównaniu do okresu przed pandemią (2018-2019) osób jest nieznacznie mniej (o 2,60%). Otrzymany wskaźnik procentowy w roku 2022 jest porównywalny do okresu w czasie pandemii (2020-2021).

Podobna liczebnie grupa odwiedziła znajomych (5,20%). Na przestrzeni analizowanych lat widoczna jest w tej kategorii tendencja malejąca.

Pozostałe cele były realizowane sporadycznie: sprawy służbowe, poznanie walorów przyrody, tranzyt, odwiedziny miejsc rodzinnych, cel religijny, firmowy wyjazd integracyjny, udział w wydarzeniu lub w ogóle: rozrywka (kluby, dyskoteki, puby), udział w konferencji, kongresie, udział w szkoleniu, udział w imprezie kulturalnej, zakupy, edukacja, inny cel.

Tabela 12.5.5. Cele poboczne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkopolski

Cele główne podróży	2018_2019	2020_2021	2022
A Wypoczynek	33,3%	38,8%	42,3%
B Zwiedzanie zabytków	22,4%	11,7%	16,5%
C Odwiedziny miejsc rodzinnych	2,3%	2,6%	0,5%
D rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,4%	4,6%	0,0%
E cel religijny	2,1%	1,6%	0,5%
F cel zdrowotny	8,3%	5,2%	5,7%
H udział w konferencji, kongresie	1,0%	1,6%	0,0%
I udział w szkoleniu	0,8%	0,0%	0,0%
J firmowy wyjazd integracyjny	0,4%	0,0%	0,5%
K sprawy służbowe	2,1%	2,9%	2,6%
L odwiedziny krewnych	3,3%	4,2%	8,8%
M odwiedziny znajomych	3,3%	2,0%	5,2%
N udział w wydarzeniu	0,4%	0,3%	0,5%
O udział w imprezie kulturalnej	0,4%	0,0%	0,0%
P zakupy	0,4%	0,3%	0,0%
R poznanie walorów przyrody	0,8%	9,8%	1,5%
S Turystyka aktywna	13,3%	11,1%	13,9%
T tranzyt	0,8%	0,3%	1,5%
U edukacja	2,3%	0,7%	0,0%
V inny cel	0,8%	2,3%	0,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z Wielkopolski (podróże z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)

W roku 2022 odwiedzający z Wielkopolski najchętniej podróżowali w towarzystwie członków rodziny (38,90%), przyjaciół (25,90%) oraz samotnie (25,40%). Porównując otrzymane wskaźniki procentowe do roku 2019 można zauważyć, iż podróże rodzinne cieszą się niezmiennym zainteresowaniem na podobnym poziomie. Wzrosła natomiast rola przyjaciół, a także podróży samotnych o 15,60%.

Tabela 12.5.6. Charakter podróży odwiedzających z Wielkopolski (podróże z rodziną, dziećmi, ze znajomymi, samotnie)

Towarzysz podróży	2019	2022
grupa zorganizowana [2]	30,7%	9,8%
nikt (podróżuję sam) [1]	9,8%	25,4%
przyjaciele [3]	18,6%	25,9%
rodzina [4]	36,3%	38,9%
rodzina i przyjaciele [5]	4,6%	0,0%
Suma	100,0%	100,0%

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

W roku 2022 straciła na znaczeniu atrakcyjność przyjazdów w grupach zorganizowanych (9,8%), które w roku 2019 realizował co trzeci respondent.

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkopolski

Zdecydowana większość odwiedzających z Wielkopolski w roku 2022 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (71,20%), podobnie jak w latach 2018-2021. Analizując sposób organizacji wyjazdu przed, w trakcie lub po pandemii, można zauważyć, iż kategoria ta zajmuje zawsze pierwszą pozycję i dotyczy zdecydowanej większości badanych osób.

Co dziesiąty respondent podróżował z rodziną (11,50%). W porównaniu do lat poprzednich jest to wskaźnik zdecydowanie wyższy w stosunku do okresu przed pandemią, ale niższy niż w okresie pandemii (2020-2021). Wynika z tego, że w okresie pandemii preferowano podróże rodzinne.

Z pozostałych instytucji korzystano bardzo sporadycznie: znajomi, inna instytucja, biuro podróży, zakład pracy, szkoła, parafia lub w ogóle: portal.

Tabela 12.5.7. Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkopolski

Organizator pobytu	2018_2019	2020_2021	2022
Wielkopolskie	100,0%	100,0%	100,0%
A Sam	66,4%	58,8%	71,2%
B Biuro podróży	13,1%	2,8%	3,7%
C Zakład pracy	4,5%	3,1%	2,6%
D Szkoła	1,7%	0,3%	1,6%
E Znajomi	2,1%	14,2%	4,7%
F Rodzina	4,7%	18,0%	11,5%
G Parafia	1,3%	1,2%	0,5%
H Portal	0,2%	0,0%	0,0%
I Inna instyt.	6,0%	1,5%	4,2%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkopolski

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2022 r. przez odwiedzających z Wielkopolski, można zauważyć, że większość 65,30% korzystała w regionie z noclegu, ale jego długość była dość zróżnicowana. Co trzeci respondent realizował w Małopolsce krótki pobyt korzystając z 2-3 noclegów (28,40%), co piąty zrealizował pobyt nieco dłuższy, w trakcie którego skorzystał z 4-7 noclegów (19,50%), mniej, bo 17,40% tylko z jednego noclegu. Długie pobyty (8-14 nocy i więcej) były realizowane sporadycznie.

Warto zauważyć, iż dość często w Małopolsce realizowano krótkie pobyty, kiedy Wielkopolanie przyjeżdżali tutaj na 1 dzień bez noclegu, i dotyczyło to co piątego respondenta (22,10%). Pobyty bardzo krótkie (do 3 godzin) były realizowane sporadycznie (5,80%).

W porównaniu do roku 2019 struktura długości pobytu nieco różni się, bowiem w roku 2022 więcej osób zrealizowało pobyty krótkie (2-3 noce) oraz bardzo krótkie (1 dzień bez noclegu oraz pobyt do 3 godzin), natomiast mniej osób zrealizowało pobyty dłuższe (4-7 nocy) a różnica wynosi 35,20 p.p.

Tabela 12.5.8. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkopolski w 2019 i 2022 roku

Długość pobytu	2019	2022
Do 3 godz.	0,5%	5,8%
1 dzień bez noclegu	5,2%	22,1%
1 noc	6,6%	17,4%
2 – 3 noce	17,4%	28,4%
4 – 7 nocy	54,7%	19,5%
8 – 14 nocy	10,4%	4,2%
15 i więcej nocy	5,2%	2,6%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkopolski w podróży do Małopolski

Zdecydowana większość mieszkańców Wielkopolski podróżowała po Małopolsce samochodem (70,80%), podobnie jak w roku 2019. Jednak osób korzystających z transportu samochodowego w analizowanych roku jest znacznie więcej. Co piąty respondent (19,30%) skorzystał z transportu kolejowego i w stosunku do roku 2019 jest to grupa 2-krotnie większa. Z tego wynika, iż z transportu samochodowego i kolejowego skorzystała zdecydowana większość badanych osób (90,10%).

Niewielu respondentów skorzystało z transportu autokarem turystycznym (7,30%). Natomiast z pozostałych korzystano sporadycznie lub nie korzystano z nich w ogóle. Należy wymienić tutaj: samolot tradycyjnych linii lotniczych, autobus/mikrobus linii regularnej.

Tabela 12.5.9. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkopolski w podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2019	2022
Autobus/mikrobus linii regularnej	5,9%	1,6%
Autokar turystyczny	27,9%	7,3%
Autobus/mikrobus linii regularnej	0,9%	1,0%
Pociąg	9,6%	19,3%
Samochód	54,8%	70,8%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	0,9%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski

Podstawowym miejscem zakwaterowania w Małopolsce odwiedzających z Wielkopolski były hotele (22,70%) oraz pensjonaty (22,70%), podobnie jak w roku 2019.

Ponad co dziesiąty respondent (12,80%) skorzystał z apartamentu (udział tych ostatnich istotnie zwiększył się w 2019 roku jednak w roku 2022 jest niższy o kilka p.p.). Mniejsza grupa korzystała z noclegu w zakładzie uzdrowiskowym (7,80%) w porównaniu do roku 2019 była to grupa osób o połowę mniejsza.

Sporadycznie korzystano z noclegu w motelu, hostelu, kempingu lub polu namiotowym, ośrodka wczasowym, domu pielgrzyma, domu wycieczkowym. Żaden respondent nie nocował w schronisku górskim oraz schronisku młodzieżowym.

Tabela 12.5.10. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski w 2019 i 2022 roku

Miejsce zakwaterowania	2019	2022*
Hotel	18,3%	22,7%
Motel	1,0%	4,3%
Pensjonat	23,8%	22,7%
Dom wycieczkowy	0,0%	1,4%
Schronisko górskie	0,0%	0,0%
Schronisko młodzieżowe	0,0%	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	1,0%	2,1%
Hostel	1,5%	2,8%
Ośrodek wczasowy	1,5%	2,1%
Zakład uzdrowiskowy	4,5%	7,8%
Dom pielgrzyma	0,0%	2,1%
Apartament	18,3%	12,8%
Kwatera prywatna		3,5%
Couchsurfing	0,0%	
Obiekt agroturystyczny	8,4%	2,1%
U rodziny	6,4%	8,5%
U znajomych	3,5%	3,5%
Własny domek/mieszkanie	0,0%	0,7%
Inny obiekt	1,0%	0,0%

*Ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Wydatki odwiedzających z Wielkopolski

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Wielkopolski (w zł na osobę)

Odwiedzający z Wielkopolski w 2019 roku wydatkowali na pobyt w Małopolsce przed podróżą do regionu średnio 690 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). W relacji do roku 2019 wydatki były większe o 34,0%. Wydatki turystów z tego rynku były prawie 8-krotnie wyższe niż odwiedzających jednodniowych.

Tabela 12.5.11. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2019 i 2022 roku (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	2019	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	515	690
Turyści	530	730
Odwiedzający jednodniowi	189	90

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę), można stwierdzić, że najwyższe kwoty były wydawane na zakup produktu w biurze podróży (1379 zł) i na noclegi (580 zł). Niższe kwoty odwiedzający ponieśli na zakup biletów wstępu do obiektów/atrakcji (172 zł) oraz na lokalne wycieczki (150 zł).

Tabela 12.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	1379	1600	50
Na noclegi/spanie	580	580	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	172	179	110
Na lokalne wycieczki	150	150	0

* Przed 2021 rokiem pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski (w zł na osobę)

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Wielkopolski (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2022 roku to 522 zł na osobę, w stosunku do kwoty wydatkowanej w roku 2019 była ona o 45,8% wyższa. Wydatki turystów z tego rynku były prawie 4-krotnie wyższe niż odwiedzających jednodniowych. W stosunku do roku 2019 odwiedzający jednodniowi wydali prawie połowę mniejszą kwotę (-43,8%).

Tabela 12.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce w 2019 i 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2019	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	358	522
Turyści	361	672
Odwiedzający jednodniowi	292	164

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2022 roku przez gości z Wielkopolski, należy stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (381 zł na osobę). W relacji do roku 2019 była to kwota o -2,1% niższa.

Drugim co do wielkości wydatkiem było **wyżywienie**, na które wydano średnio 177 zł na osobę. W stosunku do roku 2019 była to kwota o 13,5% większa. Turyści w roku 2022 wydali 4-krotnie wyższą kwotę na wyżywienie niż odwiedzający jednodniowi.

Następne w kolejności wydatki zostały przeznaczone **na lokalny transport** (średnio 117 zł na osobę) i była to kwota o 36,0% większa niż w roku 2019. Turyści w roku 2022 wydali prawie 1/3 niższą kwotę na lokalny transport niż odwiedzający jednodniowi.

Na **bilety wstępu do atrakcji** odwiedzający z Wielkopolski wydatkowali kwotę - 127 zł na osobę. W relacji do roku 2019 była to kwota nieznacznie niższa (-0,8%). Turyści w roku 2022 wydali prawie 2-krotnie wyższą kwotę na bilety wstępu niż odwiedzający jednodniowi.

Tabela 12.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	2019	389	389	-
	2022	381	381	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	2019	156	150	305
	2022	177	231	58
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	2019	86	82	113
	2022	117	115	160
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	2019	128	126	163
	2022	127	152	79
Na lokalne wycieczki*	2022	177	177	0
Na pamiątki, upominki i inne zakupy**	2022	136	159	92
Inne cele	2019	98	98	0
	2022	237	246	156

* W latach 2019-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

** W latach poprzednich pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

W roku 2022 ustalono także średnią kwotę wydatku turystycznego na **lokalne wycieczki**. Respondenci na ten cel wydali 177 zł na osobę. Wydatki na ten cel ponieśli głównie turyści.

Po raz pierwszy w roku 2022 ustalono średnią kwotę wydatku turystycznego na **zakup pamiątek, upominków i inne zakupy**. Odwiedzający ogółem wydali na ten cel średnio 136 zł na osobę. Turyści wydali na ten cel prawie 2-krotnie większą kwotę niż odwiedzający jednodniowi.

Odwiedzający ponosili także tzw. wydatki na **inne cele** (prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) – na co wydano średnio 237 zł na osobę. Kiedy porównuje się ich wysokość do roku 2019, okazuje się, że w relacji do roku 2019 są one prawie 2,5-krotnie wyższe. Turyści wydatkowali na ten cel prawie 1,5-krotnie większą kwotę niż odwiedzający jednodniowi.

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkopolski (w zł) wg grup odwiedzających

Tabela 12.5.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkopolski w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2022
Turyści z Wielkopolski	504 500 000
Odwiedzający jednodniowi z Wielkopolski	38 700 000
Łącznie odwiedzający z Wielkopolski	543 200 000

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Wielkopolski w 2022 roku krążyło w Małopolsce ponad 500 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 40 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Wielkopolski w 2021 roku wyniosły więc ok. 540 mln zł.

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Wielkopolski

Tabela 12.5.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Wielkopolski

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2019	2022
0	71,60%	75,0%
1	14,20%	13,5%
Σ OPTYMIŚCI	85,80%	88,5%
2	2,50%	7,8%
3	1,00%	1,0%
4	2,00%	0,5%
Σ REALIŚCI	5,50%	9,4%
5	2,00%	0,0%
6	0,50%	0,0%
7	1,00%	0,0%
8	0,50%	0,0%
9	0,50%	0,0%
10	0,50%	2,1%
Σ PESYMIŚCI	5,00%	2,1%
NFS	85,20%	86,5%

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

NFS 2022 odwiedzający odwiedzających z Wielkopolski OGÓŁEM = 86,5%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Tabela 12.5.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2019	2022
10	44,00%	61,7%
9	25,80%	20,2%
Σ PROMOTORZY	69,80%	81,9%
8	16,30%	12,4%
7	4,80%	3,1%
Σ PASYWNI	21,10%	15,50%
6	3,80%	1,6%
5	1,90%	1,0%
4	0,50%	0,0%
3	0,50%	0,0%
2	0,50%	0,0%
1	0,50%	0,0%
0	1,40%	0,0%
Σ KRYTYCY	9,10%	2,60%
NPS	60,70%	79,3%

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

NPS 2022 mieszkańcy Wielkopolski OGÓŁEM = 79,3%.

Deklaracja odwiedzających z Wielkopolski dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Zadowolenie z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Wielkopolski wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 roku ≈64% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (26,9%) sprawia, iż powyższa grupa stanowi ≈91%. Małopolska oceniana jest przez zdecydowaną większość respondentów z Wielkopolski jako region atrakcyjny, do którego skłonni są powracać.

Tabela 12.5.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Wielkopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2022
Na pewno tak	63,9%
Raczej tak	26,9%
Pośrednia	90,80%
Nie wiem	8,2%
Raczej nie	1,0%
Na pewno nie	0,0%
Suma końcowa	100,00%

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

Bardzo niewielki odsetek badanych osób stwierdził, że raczej nie przyjedzie ponownie (1,0%). Deklarujących, że na pewno nie wrócą nie odnotowano.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli, czy powrócą do Małopolski było ≈8%.

12.6. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. DOLNOŚLĄSKIEGO

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z DOLNEGO ŚLĄSKA W MAŁOPOLSCE
W 2022 ROKU: 742 600 OSÓB, W TYM 498 100 TURYSTÓW**

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Dolnego Śląska

Charakteryzując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Dolnego Śląska obserwujemy, że dominujące grupy stanowią osoby z przedziału wiekowego 30-44 lata (35,9%) oraz młode osoby w wieku 20-29 lat (31,3%). Zainteresowanie regionem ludzi młodych i aktywnych zawodowo przyjeżdżających z Dolnego Śląska ma bardzo pozytywne znaczenie dla Małopolski. W mniejszym odsetku reprezentowani byli odwiedzający w wieku 45-60 lat (14,6%) i osoby powyżej 60 lat. Region odwiedziło jedynie 5,6% dzieci i młodzieży do 19 roku życia.

Wśród odwiedzających Małopolskę gości z Dolnego Śląska w roku 2022 r. kobiety były liczniej reprezentowane niż mężczyźni. Proporcje te były jednak bardzo zbliżone i wynosiły 53,3% - kobiety, w stosunku do 46,3% - mężczyźni. Obserwując w poszczególnych latach badania zmieniające się proporcje odwiedzających region kobiet i mężczyzn, należy uznać, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla obu płci.

Ponad połowa uczestniczących w badaniach osób deklarowała posiadanie wykształcenia wyższego (52,8%) i był to odsetek zbliżony do wyników z 2021 r. Osób z wykształceniem średnim przyjechało 43,1%. Tylko 4,2% osób deklarowało posiadanie wykształcenia niższego niż średnie. Uzyskane wyniki w pięcioletnim okresie badań są do siebie zbliżone.

Badając opinie odwiedzających dotyczące oceny swojego stanu zamożności, możemy stwierdzić, że Małopolskę odwiedziło najwięcej osób, które uważały, że ich status majątkowy jest dobry (63,1%). Znaczny odsetek badanych uznawał swój stan majątkowy jako bardzo dobry (22,1%). Obie usatysfakcjonowane stanem majątkowym grupy stanowiły łącznie 85% odwiedzających. Osoby, które swoje możliwości finansowe określiły na poziomie średnim stanowiły 14,6%. Znikomy odsetek badanych określił swoją sytuację finansową jako złą, czy nawet bardzo złą (0,5%).

Wiek odwiedzających z Dolnego Śląska

Tabela 12.6.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska

Wiek odwiedzających	2022
Do 19 lat	5,6%
20-29 lat	31,3%
30-44 lat	36,9%
45-60 lat	14,6%
Powyżej 60 lat	11,6%
Suma końcowa	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Dolnego Śląska

Tabela 12.6.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska

Płeć odwiedzających	2018_2019	2020_2021	2022
Kobieta	55,5%	49,7%	53,3%
Męczyzna	44,5%	50,3%	46,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Dolnego Śląska

Tabela 12.6.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska

Wykształcenie	2022
Wyższe	52,8%
Średnie	43,1%
Poniżej średniego	4,1%
Suma końcowa	100,0%

Wykształcenie	2018_2019	2020_2021	2022
Wyższe	63,4%	55,2%	52,8%
Średnie	34,1%	40,0%	43,1%
Poniżej średniego	2,5%	4,8%	4,1%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Dolnego Śląska

Tabela 12.6.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska

Sytuacja finansowa odwiedzających	2022
Bardzo dobra	22,1%
Dobra	63,0%
Średnia	14,4%
Zła/Bardzo zła	0,5%
Suma końcowa	100,0%

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

Cele podróży odwiedzających z Dolnego Śląska

Analizując wskazane przez odwiedzających z Dolnego Śląska cele przyjazdu do Małopolski, można stwierdzić, że pierwszoplanowe miejsce zajmują przyjazdy w szeroko rozumianych celach wypoczynkowych (42,9%). Zainteresowanie wypoczynkiem utrzymuje się na tym samym poziomie od 2020 r. Kolejny motywem przyjazdu było uprawianie aktywnych form wypoczynku i taką deklarację złożyło 10,6% badanych. Również w tym przypadku, w całym okresie badań, odsetek osób składających taką deklarację był porównywalny. Satysfakcjonujące jest także to, że bogaty w wartości kulturowe region jest dla 17,8% gości z Dolnego Śląska celem związanym ze zwiedzaniem zabytkowych miejsc. Zainteresowanie kulturą i zabytkami także utrzymuje się na podobnym i stosunkowo wysokim poziomie. Znaczny odsetek gości wskazał, że głównym celem przyjazdu były odwiedziny krewnych (8,6%) lub znajomych (3,5%). Z istotnych statystycznie celów można odnotować jeszcze przyjazdy w

celach rozrywkowych (5,1%) oraz zdrowotnych związanych z pobytem w uzdrowiskach regionu. Pozostałe cele takie jak: odwiedziny miejsc rodzinnych, edukacja, cel religijny, tranzyt, sprawy służbowe (biznes), korzystanie z usług medycznych, udział w wydarzeniu, udział w szkoleniu, udział w konferencji, kongresie, udział w imprezie kulturalnej, firmowy wyjazd integracyjny, zakupy, odnowa duchowa, udział w imprezie sportowej nie stanowiły istotnych motywów przyjazdu.

Tabela 12.6.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Główne cele podróży	2022
Wypoczynek	42,9%
Zwiedzanie zabytków	17,8%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	10,6%
Odwiedziny krewnych	8,6%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	5,1%
Cel zdrowotny	4,0%
Odwiedziny znajomych	3,5%
Inny cel	2,0%
Tranzyt	1,5%
Poznanie walorów przyrody	1,0%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	1,0%
Udział w szkoleniu	0,5%
Udział w wydarzeniu	0,5%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,5%
Zakupy	0,5%
Sprawy służbowe (biznes)	0,0%
Cel religijny	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	0,0%
Edukacja	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,0%
Odnowa duchowa	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%
Suma końcowa	100%

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

Główne Cele przyjazdu	2018_2019	2020_2021	2022
Dolnośląskie	100,0%	100,0%	100,0%
A Wypoczynek	24,5%	43,5%	42,9%
B Zwiedzanie zabytków	16,2%	17,3%	17,8%
C Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,4%	1,3%	1,0%
D rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,5%	0,9%	5,1%
E cel religijny	2,9%	2,8%	0,0%
F cel zdrowotny	13,3%	3,1%	4,0%
G korzystanie z usług medycznych	0,7%	0,0%	0,0%
H udział w konferencji, kongresie	1,0%	0,6%	0,0%
I udział w szkoleniu	0,2%	0,0%	0,5%
J firmowy wyjazd integracyjny	0,0%	0,0%	0,5%
K sprawy służbowe	1,0%	1,9%	0,0%
L odwiedziny krewnych	5,2%	4,7%	8,6%
M odwiedziny znajomych	4,2%	2,8%	3,5%
N udział w wydarzeniu	1,0%	0,3%	0,5%
O udział w imprezie kulturalnej	0,5%	1,6%	0,0%
P zakupy	1,0%	0,3%	0,5%
R poznanie walorów przyrody	1,0%	8,5%	1,0%
S Turystyka aktywna	18,7%	8,8%	10,6%
T tranzyt	0,5%	1,3%	1,5%
U edukacja	1,2%	0,3%	0,0%
V inny cel	0,0%	0,0%	2,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z Dolnego Śląska (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

W 2022 r. odwiedzający z Dolnego Śląska, podobnie jak w poprzednich latach badań, przyjeżdżali do Małopolski najczęściej w gronie rodzinnym (42,5%). Również przyjazdy w towarzystwie przyjaciół (33,3%) należą do preferowanej formy podróży i takie wspólne podróżowanie utrzymuje się na zbliżonym poziomie od 2018 r. Kolejną grupę gości stanowią osoby podróżujące samotnie (22,7%) i warto zauważyć, że ten sposób podróżowania wybrało o 57% więcej osób niż w roku 2021. Wyjazdy w grupach zorganizowanych systematycznie zmniejszają swój udział w charakterze podróżowania i z tej formy wyjazdu skorzystało jedynie 1,5% odwiedzających region.

Tabela 12.6.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska

Charakter podróży	2022
Grupa zorganizowana	1,5%
Nikt (podróżuję sam)	22,7%
Przyjaciele	33,3%
Rodzina	42,5%
Suma końcowa	100,0%

Towarzystwo w podróży	2018_2019	2020_2021	2022
Dolnośląskie	100,0%	100,0%	100,0%
A Nikt	17,8%	14,7%	22,7%
B Grupa	6,4%	8,2%	1,5%
C Przyjaciele	24,0%	28,5%	33,3%
D Rodzina	48,4%	45,2%	42,5%
E Rodzina i przyjaciele	3,4%	3,4%	0,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

W podróżach rodzinnych ważne miejsce zajmują dzieci wspólnie podróżujące z dorosłymi. Zdecydowana większość przyjeżdżała do Małopolski z jednym dzieckiem 61,8%. Co w kontekście najczęściej spotykanego w Polsce stanu rodziny wychowującej jedno dziecko, wydaje się oczywiste. Z dwójką dzieci podróżowało 29,4% badanych, a rodziców z trójką dzieci było ~9% (8,8%). Zdecydowanie mniejszy udział w podróżach rodzinnych miały pobyty w regionie. Odwiedzających z większą liczbą dzieci w aktualnych badaniach nie odnotowano.

Tabela 12.6.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2022
1	61,8%
2	29,4%
3	8,8%
4	0,0%
5	0,0%
SUMA	100,0%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Dominującym sposobem organizacji podróży do Małopolski wskazywanym przez odwiedzających z Dolnego Śląska było samodzielne przygotowanie wyjazdu. Taką deklarację złożyło 76,9% badanych. Biorąc pod uwagę udogodnienia teleinformatyczne funkcjonujące w obsłudze ruchu turystycznego, samodzielny sposób organizacji przyjazdu jest w pełni uzasadniony. W znacznym odsetku korzystano przy organizacji pobytu z pomocy rodziny -10,8% oraz znajomych - 7,7%. Kiedy analizuje się cele przyjazdu, do których w znacznym stopniu należały spotkania z krewnymi i znajomymi, pomoc ta wydaje się zrozumiała. Można jeszcze odnotować przyjazdy organizowane przez instytucje i zakłady pracy dla własnych członków, ale udział ten był marginalny i wynosił 3,6%.

Tabela 12.6.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Dolnego Śląska

Organizator pobytu	2022
Sam we własnym zakresie	76,9%
Znajomi	7,7%
Rodzina	10,8%
Zakład pracy	1,0%
Inna instytucja	2,6%
Parafia (kościół)	0,0%
Szkoła	0,0%
Biuro podróży	1,0%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%
Suma końcowa	100,0%

Organizator pobytu	2018_2019	2020_2021	2022
Dolnośląskie	100,0%	100,0%	100,0%
A Sam	81,0%	65,5%	76,9%
B Biuro podróży	1,0%	3,0%	1,0%
C Zakład pracy	2,2%	5,7%	1,0%
D Szkoła	0,0%	0,3%	0,0%
E Znajomi	4,5%	11,1%	7,7%
F Rodzina	4,7%	12,0%	10,8%
G Parafia	0,2%	1,5%	0,0%
H Portal	0,2%	0,0%	0,0%
I Inna instyt.	6,2%	0,9%	2,6%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2022 r. przez odwiedzających z Dolnego Śląska można zauważyć, że znaczna ilość (25,7%) przyjechała tylko na jeden dzień. Pobyty turystyczne z wykorzystaniem od jednej do siedmiu nocy cieszyły się podobnym zainteresowaniem. Pobyty z 1 noclegiem stanowiły 18,1%, a przyjazdy na 2-3 noce 25,7%, a z 4-7 nocy skorzystało 19,9% badanych. Udział gości przebywających w regionie dwa tygodnie i dłużej stanowił łącznie 6,8%.

Tabela 12.6.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Dolnego Śląska w 2022 roku

Długość pobytu	2022
Do 3 godzin	3,1%
1 dzień bez noclegu	25,7%
1 noc	18,8%
2-3 noce	25,7%
4-7 nocy	19,9%
8-14 nocy	5,2%
15 i więcej nocy	1,6%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Dolnego Śląska w podróży do Małopolski

Odwiedzający z Dolnego Śląska najczęściej docierali do Małopolski korzystając z samochodu osobowego (75,3%). Alternatywę dla podróży samochodem stanowiła kolej. Transport pociągiem wybrało 16,7% badanych. Mniejszym zainteresowaniem podróżnych z Dolnego Śląska cieszyły się regularne połączenia autobusowe (4,5%). Udział przyjeżdżających autokarem (2,5%) turystycznym jest skorelowany z formą organizacji, w której podróże grupowe nie zajmują istotnego miejsca. Również udział podróży odbywanych samolotami miał marginalne znaczenie (0,5%).

Tabela 12.6.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2022
Samochód	75,3%
Pociąg	16,7%
Autokar turystyczny	2,5%
Autobus/mikrobus linii regularnej	4,5%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	0,0%
Inny	0,5%
Samolot tanich linii lotniczych	0,5%
Suma końcowa	100,0%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Analizując preferencje odwiedzających z Dolnego Śląska dotyczące wyboru obiektów noclegowych, można zauważyć, iż najwięcej osób w 2022 r. korzystało z noclegów w apartamentach (21,1%). Kolejnym wyborem były pobyty w pensjonatach (16,9%). Wybór tych form zakwaterowania w znacznym stopniu wynika z celu pobytu, jakim jest wypoczynek oraz jest związany z długością pobytu w regionie. Znaczną odsetek turystów skorzystał z gościnności rodziny (16,9%) oraz znajomych (8,5%), którzy udzielili noclegów. Z usług obiektów hotelowych skorzystało 14,8% turystów. Warto jeszcze odnotować pobyty w zakładach uzdrowiskowych, które zapewniły nocleg 8,5% badanych oraz w domach wczasowych wskazanych przez 3,5% turystów. Uzupełniającą bazę stanowiły jeszcze hostele wybierane przez 4,9% gości z Dolnego Śląska. Sporadycznie wybierano nocleg na kempingach (2,1%), w domach wycieczkowych (1,4%), schroniskach górskich (0,7%), motelach (2,1%) oraz w kwaterach prywatnych i agroturystycznych (2,8%).

Tabela 12.6.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska w 2022 roku*

Miejsce noclegu	2022
Hotel	14,8%
Motel	2,1%
Pensjonat	16,9%
Dom wycieczkowy	1,4%
Schronisko górskie	0,7%
Schronisko młodzieżowe	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	2,1%
Hostel	4,9%
Ośrodek wczasowy	3,5%
Zakład uzdrowiskowy	6,3%
Dom Pielgrzyma	1,4%
Apartament	21,1%
Kwatera prywatna/ korzystam z couchsurfing'u	1,4%
Obiekt agroturystyczny	1,4%
U rodziny	16,9%
U znajomych	8,5%
Własny dom/mieszkanie	0,0%
Inny obiekt	0,7%

*Ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd udziały poszczególnych miejsc noclegu nie sumują się do 100% i są nieporównywalne z wcześniejszymi latami.

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

Wydatki odwiedzających z Dolnego Śląska

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Dolnego Śląska (w zł na osobę)

Odwiedzający z Dolnego Śląska (ogółem) w 2022 roku wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski, na pobyt w regionie, średnio kwotę 567 zł. Turyści, przygotowując wyjazd, wydali 633 zł, a wydatki odwiedzających jednodniowych przed przyjazdem do Małopolski wyniosły 103 zł.

Tabela 12.6.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	567
Turyści	633
Odwiedzający jednodniowi	103

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

Analizując wydatki turystyczne, jakie ponieśli odwiedzający przed przyjazdem do Małopolski, w podziale na wybrane usługi, wyraźnie dominują kwoty przeznaczone na zakup produktów w biurze podróży. Kwota średnia wskazana przez turystów przeznaczona na ten cel w 2022 r. to 1147 zł. Kolejnym znaczącym wydatkiem była rezerwacji i zakup wycieczek lokalnych, na które przed przyjazdem wydano 1000 zł. Obie pozycje kosztowe zdecydowanie przewyższyły wydatki za usługi noclegowe, które dla odwiedzających z innych województw stanowiły największe obciążenie. Turyści z Dolnego Śląska za noclegi zapłacili 566 zł i zakupili jeszcze bilety wstępu do obiektów atrakcji za kwotę

176 zł. Odwiedzający jednodniowi przed wyjazdem wykupili tylko bilety wstępu do wybranych atrakcji wydając na ten cel 103 zł.

Tabela 12.6.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający OGÓŁEM	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na zakup produktu w biurze podróży	1147	1147	0
Na noclegi/spanie	566	566	-
Na bilety wstępu do obiektów/atrakcji	158	176	103
Na lokalne wycieczki	1000	1000	0

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

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Dolnego Śląska (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2022 roku wyniosły 497 zł na osobę. Turyści korzystając z noclegu średnio wydawali 626 zł a odwiedzający jednodniowi 175 zł.

Tabela 12.6.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2022
Odwiedzający OGÓŁEM	497
Turyści	626
Odwiedzający jednodniowi	175

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych podczas pobytu w regionie przez gości z Dolnego Śląska w 2022 r. wybija się kwota 465 zł przeznaczona przez turystów na zakup usług noclegowych. Drugim co do wielkości wydatkiem w czasie pobytu turystów w Małopolsce były kwoty ponoszone na wyżywienie i usługi gastronomiczne. Na usługi te przeznaczono 216 zł. Kolejnym znacznym obciążeniem były środki przeznaczone na zakup biletów wstępu do atrakcji turystycznych (161 zł). Kwoty w granicach 100 zł przeznaczono jeszcze na usługi związane z transportem w regionie (104 zł), zakupem pamiątek (113 zł), na udział w lokalnych wycieczkach (97 zł) oraz na inne cele związane z pobytem (128 zł). W przypadku odwiedzających jednodniowych wydatki nie przekroczyły 100 zł na żadną z wydzielonych w badaniach grupę usług.

Tabela 12.6.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Odwiedzający ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
Na noclegi/spanie	465	465	-
Na wyżywienie (jedzenie/ gastronomia)	172	216	52
Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	94	104	45
Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	136	161	76
Na lokalne wycieczki*	93	97	55
Na pamiątki, upominki i inne zakupy**	108	113	85
Inne cele	204	128	87

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

Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Dolnego Śląska (w zł) wg grup odwiedzających

Pozyskane w badaniach wyniki pozwoliły na oszacowanie wpływów z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego odwiedzających Dolnego Śląska. Turyści, którzy odwiedzili Małopolskę pozostawili w regionie ponad 461 mln zł, a wpływy z tytułu przyjazdów odwiedzających jednodniowych wyniosły prawie 43 mln zł. Łącznie odwiedzający z Dolnego Śląska w 2022 r. pozostawili w regionie 503 900 000 zł.

Tabela 12.6.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Dolnego Śląska w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2022
Turyści z Dolnego Śląska	461 000 000
Odwiedzający jednodniowi z Dolnego Śląska	42 900 000
Łącznie odwiedzający z Dolnego Śląska	503 900 000

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

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Analizując otrzymane wyniki z roku 2022, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała odpowiedź „0”, czyli żadnych obaw przed przyjazdem na poziomie ≈79% (78,2%).

Grupa optymistów zglomerowała aż ponad 90% (91,4%) całości segmentu turystyki przyjazdowej z województwa dolnośląskiego.

Tabela 12.6.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2022
0	78,2%
1	13,2%
Σ OPTYMIŚCI	91,4%
2	3,0%
3	2,5%
4	1,5%
Σ REALIŚCI	7,1%
5	0,5%
6	0,0%
7	0,5%
8	0,5%
9	0,0%
10	0,0%
Σ PESYMIŚCI	1,5%
NFS	89,8%

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

NFS 2022 mieszkańcy Dolnego Śląska OGÓŁEM ≈90% (89,8%).

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Aby zdiagnozować poziom satysfakcji odwiedzających z Dolnego Śląska na obszarze Małopolski, poproszono ich, aby na 11-stopniowej skali określili subiektywny poziom własnego zadowolenia z pobytu na omawianym obszarze, gdzie: 0 - *W ogóle nie polecę*, natomiast 10 - *Na pewno polecę*.

Jak można zauważyć prawie 60% (59,0%) odwiedzających z Dolnego Śląska w roku 2022 odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym sobie znanym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Grupa PROMOTORÓW osiągnęła wynik 80%, co jest bardzo satysfakcjonującą wartością dla regionu małopolskiego. Godnym uwagi jest, że wynik ten został osiągnięty w czasie realnego zagrożenia kolejną eskalacją działań wojennych Rosji na terytorium Ukrainy.

Tabela 12.6.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2022
10	59,0%
9	21,0%
Σ PROMOTORZY	80,00%
8	12,3%
7	2,6%
Σ PASYWNI	14,90%
6	3,6%
5	0,5%
4	0,0%
3	0,0%
2	0,0%
1	0,0%
0	1,0%
Σ KRYTYCY	5,10%
NPS	74,9%

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

NPS 2022 mieszkańcy Dolnego Śląska OGÓŁEM ≈75% (74,9%).

Deklaracja odwiedzających z Dolnego Śląska dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Zadowolenie z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Dolnego Śląska wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2022 roku 68,7% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (20,7%) stanowi prawie 90% (89,40%) badanych. Oznacza to, że region jest atrakcyjny i chętnie do niego wracają badani podróżni. Jedynie 0,5% badanych zadeklarowało, że na pewno nie wróci z wizytą.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli, czy powrócą do Małopolski, było 1016% i do tej grupy powinien trafić przekaz promocyjny regionu.

Tabela 12.6.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Dolnego Śląska

Deklaracja ponownego przyjazdu	2022
Na pewno tak	68,7%
Raczej tak	20,7%
Pośrednia	89,40%
Nie wiem	10,1%
Raczej nie	0,0%
Na pewno nie	0,5%
Suma końcowa	100,0%

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

Rozdział 13. ANEKS

13.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych

Tabela 13.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2022 roku ogółem

WYBRANE OBIEKTY/MIEJSCA TURYSTYCZNE	FREKWENCJA W OS. W 2022 ROKU	UWAGI
Tatrzański Park Narodowy	4 574 131	
Park Rozrywki Energylandia w Zatorze	1 850 000	
Zamek Królewski na Wawelu w Krakowie	1 602 213	
Pieniński Park Narodowy	1 096 735	
Kopalnia Soli w Wieliczce	1 119 317	
Muzeum Narodowe w Krakowie	1 365 425	(bez Niepołomic)
Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu	1 184 000	
Ojcowski Park Narodowy	600 000	od V do IX.
Spytów Dunajcem	298 131	
Babiogórski Park Narodowy	158 056	
Gorczański Park Narodowy	64 000	
Muzeum Dom Rodzinny Jana Pawła II w Wadowicach	118 217	
Kopalnia Soli w Bochni	161 002	
Inwałd Park	96 000	
Magurski Park Narodowy	23 037	
Sanktuarium w Łagiewnikach w Krakowie	1 500 000	

Źródło: Koordynator MOT.

Tabela 13.1.2. Frekwencja w Zamku Królewskim na Wawelu w Krakowie w 2022 roku

MIESIĄC	LICZBA WSZYSTKICH WEJŚĆ	W TYM WEJŚCIA OSÓB Z ZAGRANICY
styczeń	22502	1802
luty	27619	2194
marzec	21932	2565
kwiecień	49734	6188
maj	171823	12247
czerwiec	173851	11871
lipiec	280641	20877
sierpień	363579	19850
wrzesień	172557	10645
październik	161487	12960
listopad	94987	7879
grudzień	61501	14626
Razem	1602213	123704

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.3. Frekwencja na Spływie Dunajcem w 2022 roku

MIESIĄC	LICZBA SPRZEDANYCH BILETÓW
kwiecień	3 585
maj	26 466
czerwiec	51 738
lipiec	73 046
sierpień	89 621
wrzesień	31 358
październik	22 317
Cały sezon	298 131

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.4. Frekwencja w Babiogórskim Parku Narodowym w 2022 roku

2022	Lokalizacja	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
	Krowiarki	502	4320	5484	2965	9834	17197	19623	23714	10704	13853
	Markowa	347	1374	1024	1003	1766	3104	3220	3864	2296	3591
	Mobilny	299	937	910	282	806	1650	1650	2254	1065	1306

Sprzedż internetowa:

Rok	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
2022	1102	599	727	608	1346	2691	2568	2843	1834	2794	-

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.5. Frekwencja w Muzeum Domu Rodzinnym Jana Pawła II w Wadowicach w 2022 roku

MIESIĄCE	LICZBA SPRZEDANYCH BILETÓW
luty	11 09
marzec	711
maj	4 096
czerwiec	14 792
lipiec	24 062
sierpień	29 210
wrzesień	16 799
październik	17 363
listopad	6 677
grudzień	3 398
Suma	118217

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.6. Frekwencja w Kopalni Soli w Wieliczce w 2022 roku

MIESIĄCE	OGÓŁEM	KRAJ	ZAGRANICA
styczeń	36 596	21 746	14 850
luty	56 369	34 884	21 485
marzec	42 057	19 355	22 702
kwiecień	68 468	35 892	32 576
maj	104 235	70 080	34 155
czerwiec	115 334	73 651	41 683
lipiec	152 704	94 743	57 961
sierpień	171 442	104 389	67 053
wrzesień	95 158	48 455	46 703
październik	115 552	56 883	58 669
listopad	82 919	42 672	40 247
grudzień	78 483	26 660	51 823
Suma	1 119 317	629 410	489 907

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.7. Frekwencja w Tatrzańskim Parku Narodowym w 2022 roku

Sprzedaż biletów wstępu w roku 2022															
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień	Razem bilety		
													normalne	ulgowo	razem
L.Polana	40 533	19 096	21 037	22 284	57 654	96 167	147 119	165 463	77 499	67 533	29 379	29 706	557 810	215 660	773 470
Wierch Poroniec	9 769	13 456	5 746	3 875	13 972	22 241	22 506	28 299	14 497	15 252	6 105	4 732	91 986	68 464	160 450
Zazadnia				1 747	3 513	3 431	8 062	8 397	5 404	5 093	1 870		24 217	13 300	37 517
Cyrlia				1 151	3 166	5 901	9 002	10 338	4 737	3 840			22 733	15 402	38 135
Sucha Woda				1 657	3 467	5 741	8 768	11 211	5 664	4 320	1 911	435	30 563	12 611	43 174
Ołczyska				1 273	3 138	4 536	7 990	8 884	3 862	3 354			21 102	11 935	33 037
Nosal				2 056	6 080	9 945	20 857	25 456	11 575	8 175			58 791	25 333	84 124
Jaworzynka	10 110	10 993	11 578	7 494	17 538	31 374	46 662	56 020	30 408	23 777	9 575	7 333	193 271	69 591	262 862
Goryczkowa	3 924	4 074	4 859	2 320	2 984	10 116	14 729	18 097	7 550	6 508	2 527	2 058	59 966	19 780	79 746
Kalatówki	9 585	11 910	7 917	7 315	10 975	16 015	21 238	24 659	14 575	13 411	5 864	4 682	99 901	48 245	148 146
Dol.Białego	7 260	10 258	3 301	3 443	9 525	15 751	24 569	27 588	11 960	11 587	5 051	4 284	88 217	46 360	134 577
Dol. Strążyska	17 340	22 919	8 740	8 993	22 437	33 093	53 270	56 704	26 524	24 105	11 123	10 329	190 258	105 319	295 577
Mała Łąka	3 300	3 953	1 805	1 438	4 684	5 532	12 724	15 421	6 805	6 725	2 941	1 883	46 330	20 881	67 211
Kościeliska	32 289	43 604	17 287	16 216	48 566	85 129	84 932	92 404	51 509	44 518	18 852	15 361	351 549	199 118	550 667
E-bilety	21 381	14 462	12 795	15 162	28 751	56 078	90 135	128 974	54 690	48 621	26 689	12 792	510 530		510 530
Razem	155 491	154 725	95 065	96 424	236 430	401 050	572 563	677 915	327 259	286 819	121 887	93 595	2 347 224	871 999	3 219 223
Bilety 7 dniowe	187	270	164	223	691	2 491	5 020	5 190	2 479	666	98	474	12 058	5 895	17 953
RAZEM	155 678	154 995	95 229	96 647	237 121	403 541	577 583	683 105	329 738	287 485	121 985	94 069	2 359 282	877 894	3 237 176
Bilety 7 dniowe*6 dni	1 122	1 620	984	1 338	4 146	14 946	30 120	31 140	14 874	3 996	588	2 844	72 348	35 370	107 718
OGÓŁEM	156 613	156 345	96 049	97 762	240 576	415 996	602 683	709 055	342 133	290 815	122 475	96 439	2 419 572	907 369	3 326 941
Kasprowy Wierch	36 223	36 223	47 286	28 370	23 288	66 630	86 023	93 885	48 341	33 062	14 308	35 763	549 402		549 402
Dolina Chocholowska	20 438	23 876	14 549	28 993	30 899	29 099	42 284	48 937	26 803	23 455	10 788	9 874	221 045	88 950	309 995
Dolina Lejowa						1 331	1 671	2 078	614				3 411	2 283	5 694
RAZEM	213 274	216 444	157 884	155 125	294 763	513 056	732 661	853 955	417 891	347 332	147 571	142 076	3 193 430	998 602	4 192 032
Mieszkańcy	3 954	4 203	8 355	7 008	9 098	9 562	9 166	9 824	6 318	11 224	4 368	2 793			86 893
Zwolnienci	2 005	2 037	1 980	2 037	3 811	5 322	8 051	7 118	3 697	3 209	1 474	1 024			41 765
Skiturowcy	2 903	5 281	8 184	0	0	0	0	0	0	0	0	557			16 925
Karta Dużej Rodziny	8 724	10 792	5 091	5 468	13 798	26 035	47 560	67 143	22 819	18 891	6 624	4 571			237 516
CALOŚĆ	230 860	238 757	181 494	169 638	321 470	553 975	797 438	938 040	450 725	380 656	160 057	151 021			4 574 131

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.8. Frekwencja w Pienińskim Parku Narodowym w 2022 roku

	Trzy Korony	Sokolica	Zamek Czorsztyn	Spływ Dunajcem	Wystawa w dyrekcji PPN	Droga Pienińska	Zamek Pieniny
2022	Liczba turystów						
styczeń	3 572	3 305	2 690	-----	91	3 533	820
luty	4 291	3 000	4 594	-----	211	5 022	817
marzec	4 026	2 677	1 868	-----	10	3 113	600
kwiecień	5 684	3 403	3 092	4 286	293	7 935	1 699
maj	17 462	7 724	17 255	33 268	1 402	29 042	1 537
czerwiec	23 824	9 341	25 776	66 838	1 723	40 163	34
lipiec	29 710	15 176	37 512	94 970	1 319	57 055	9 520
sierpień	32 791	18 831	44 844	111 173	866	67 221	9 871
wrzesień	15 061	6 664	14 918	37 921	886	22 072	1 453
październik	17 494	10 241	7 825	25 323	1 250	24 703	6 048
listopad	5 155	5 760	3 159	-----	246	5 038	1 704
grudzień	1 795	1 568	1 727	-----	34	1 439	377
razem	160 865	87 690	165 260	373 779	8 331	266 336	34 480

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

Tabela 13.1.9. Frekwencja w Gorceńskim Parku Narodowym w 2022 roku

MIESIĄCE	LICZBA SPRZEDANYCH BILETÓW
styczeń	5 500
luty	6 000
marzec	5 000
kwiecień	3 500
maj	12 000
czerwiec	11 000
lipiec	11 000
sierpień	12 000
wrzesień	6 000
październik	13 000
listopad	4 000
grudzień	3 000
Suma	92 000

Źródło: Dane pozyskane od atrakcji turystycznej.

13.2. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku - rozszerzenie

Uwagi wstępne

Pytanie dotyczące największych atrakcji turystycznych w Małopolsce ma nietypową konstrukcję. Po pierwsze, można wskazywać nie więcej niż 3 miejsca. Ponadto każda odpowiedź powinna mieć 2 składowe:

- co (?) jest wskazywaną atrakcją (nazwa obiektu),
- gdzie (?) ta atrakcja jest zlokalizowana (nazwa miejscowości).

Formy odpowiedzi są rozmaite. Niektóre z nich zawierają obydwie składowe, a niektóre tylko jedną składową – albo nazwę miejscowości będącej atrakcją (np. Kraków, Zakopane), albo nazwa obiektu

(np. Wawel, Krupówki). Jeżeli nazwa obiektu była unikatowa (np. Wawel, Sukiennice) to można było odpowiedź uzupełnić o nazwę miejscowości. Jeżeli obiekt nie był unikatowy (np. Teatr, Zamek, zabytkowy kościół) to korzystając z informacji o lokalizacji miejsca udzielanej odpowiedzi uzupełniano odpowiedź o nazwę tego miejsca. Natomiast jeżeli w danej miejscowości nie było wymienianego obiektu, to odpowiedź respondenta pozostawiano bez zmian (tylko nazwa obiektu).

Tak więc odpowiedź na pytanie o największe atrakcje turystyczne może być albo dwuelementowa (nazwa miejscowości i nazwa obiektu) albo jednoelementowa (tylko nazwa miejscowości lub tylko nazwa obiektu). W rezultacie odpowiedzi na pytanie o atrakcje turystyczne dla każdego respondenta ujmowane są w bazie danych w 9 informacjach:

- atrakcja A: (1) nazwa miejsca (4) nazwa obiektu (7) nazwa miejsca i obiektu
- atrakcja B (2) nazwa miejsca (5) nazwa obiektu (8) nazwa miejsca i obiektu
- atrakcja C: (3) nazwa miejsca (6) nazwa obiektu (9) nazwa miejsca i obiektu

Jeżeli respondent wykorzystał w odpowiedzi tylko jej trzecią formę (7, 8, 9) to na jej podstawie wprowadzono do bazy dwie pierwsze formy danych. Natomiast, jeżeli w odpowiedzi była wykorzystana tylko pierwsza (1, 2, 3) lub tylko druga forma (4, 5, 6) to na podstawie dodatkowych informacji udzielonych przez respondenta starano się uzupełnić odpowiedź o jej trzecią formę (7, 8, 9). Jeżeli takich informacji nie było, to pozostawiano odpowiedź bez zmian.

Analizie poddaje się nie tylko informacje ujęte w trzeciej formie, ale także informacje w formie pierwszej. Analizując dane w formie [nazwa miejsca i obiektu] uzyskuje się ocenę atrakcyjności obiektów turystycznych w Małopolsce. Natomiast dane w formie [nazwa miejsca] pozwalają na ocenę atrakcyjności turystycznej poszczególnych miejscowości. Ocena ta wyrażona jest liczbą obiektów wskazanych jako atrakcyjne, co jest znacznym uproszczeniem problemu. Podobne zastrzeżenia można zgłosić do oceny atrakcyjności obiektów turystycznych na podstawie danych w formie [nazwy obiektów]. Tym niemniej warto mieć wgląd do wyników analizy wszystkich 3 form danych, pamiętając o braku pełnej porównywalności analizowanych miejsc i obiektów turystycznych.

Problem braku porównywalności danych w trakcie ich agregacji ma tu ogromne znaczenie. Wawel, drożki konne, piwko na deptaku mają w analizach jednakową wagę. Rozwiązanie tego problemu mogłoby polegać na ustaleniu metodą ekspertów zróżnicowanych wag dla wszystkich zgłoszonych atrakcji. Można także stosować uproszczoną metodę ważenia, w której w pytaniu ankietowym podana byłaby informacja, że zgłaszane atrakcje należy podawać poczynając od atrakcji największej. Jeszcze inna metoda ważenia atrakcji polega na poproszeniu respondentów o podawanie przy każdej atrakcji oceny ich znaczenia w skali np. od 1 do 5, od 1 do 10, od 1 do 100 itd.

Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce

Zebrane w trakcie badań ruchu turystycznego w Małopolsce informacje na temat największych atrakcji turystycznych w roku 2022 (pytanie 18) można podzielić na 3 kategorie:

- dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych (gdzie?) bez względu na kategorie atrakcji,
- dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych (co?) bez względu na ich lokalizację,
- dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych w powiązaniu z ich lokalizacją w poszczególnych MIEJSCOWOŚCIACH (co? i gdzie?).

Informacje na temat liczby atrakcji zlokalizowanych w poszczególnych miejscowościach zebrane są w tab. 13.2.1. Miejscowości uporządkowane są wg malejącej liczby wskazań atrakcji przez respondentów (N). Z podanych statystyk wynikają następujące wnioski.

- Ogółem zgłoszono 10923 atrakcji turystycznych. Ponieważ liczba respondentów wynosiła 5115, oznacza to, że średnio biorąc respondenci zgłaszali 2 atrakcje ($10923/5115=2,1$).
- Liczba wszystkich możliwych zgłoszeń wynosiła $3*5115=15345$. Ogólny udział procentowy zgłoszeń wynosił $10923/15345=71,2\%$. Liczba niewypełnionych zgłoszeń wynosiła $15345-10923=4422$ to jest $4422/15345=28,2\%$.
- Liczba respondentów, którzy nie zgłosili żadnej atrakcji, wynosiła $4422/3=1474$ to jest $1474/5115=28,8\%$ wszystkich respondentów.

W poszczególnych kolumnach tab. 13.2.1. podano następujące informacje:

- ogólna liczba zgłoszonych atrakcji zlokalizowanych w danej miejscowości (N);
- udziały procentowe wskazanych atrakcji (%N);
- liczba zgłoszeń atrakcji wymienianych co najmniej przez 5 respondentów (N>5);
- liczba unikatowych atrakcji wymienianych przez mniej niż 5 respondentów (N<5);
- udziały procentowe zgłoszeń atrakcji unikatowych (% N<5).

Tabela 13.2.1. Liczba atrakcji turystycznych w przekroju miejscowości

L.p.						
1	Krynica-Zdrój	1423	13,0%	1322	101	7%
2	Kraków	888	8,1%	735	153	17%
3	Szczawnica	819	7,5%	707	112	14%
4	Niedzica/Czorsztyn	738	6,8%	501	237	32%
5	Gródek nad Dunajcem	724	6,6%	615	109	15%
6	Białka Tatrzańska	684	6,3%	662	22	3%
7	Oświęcim	677	6,2%	582	95	14%
8	Zakopane	674	6,2%	609	65	10%
9	Zawoja	625	5,7%	565	60	10%
10	Chochółów	546	5,0%	513	33	6%
11	Tarnów	480	4,4%	342	138	29%
12	Rabka-Zdrój	462	4,2%	413	49	11%
13	Nowy Targ	459	4,2%	434	25	5%
14	Wieliczka	454	4,2%	417	37	8%
15	Zator	419	3,8%	361	58	14%
16	Olkusz	401	3,7%	311	90	22%
17	Ojców	284	2,6%	215	69	24%
18	Pozostałe	166	1,5%	24	142	86%

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

Jak można zauważyć, respondenci wskazali na atrakcje zlokalizowane w 24 miejscowościach (18 pozycji w tab. 13.2.1). Najwięcej zgłoszonych atrakcji (13%) zlokalizowanych było w Krynicy-Zdroju, na drugim miejscu jest Kraków (8,1%) a na trzecim – Szczawnica (7,5%). Pozostała liczba atrakcji jest niewielka i wyraźnie odbiega *in minus* od liczby atrakcji zlokalizowanych w miejscowościach wymienionych w tab. 13.2.1. Poza tym są to zazwyczaj atrakcje unikatowe. Dlatego też te atrakcje turystyczne wymagają innego podejścia. Wskazanie jest ich wyłączenie z analiz ze względu na możliwość uzyskania niewiarygodnych wyników z powodu niewielkiej liczby obserwacji.

Kolejne dwie tabele zawierają nazwy wskazanych atrakcji turystycznych oraz liczby respondentów rekomendujących te atrakcje. W tab. 13.2.2. podano nazwy atrakcji wskazanych przez więcej niż 5 respondentów natomiast w tab. 13.2.3. – nazwy atrakcji unikatowych (nie więcej niż 5 wskazań). Dla

większej czytelności zestawień atrakcje w tab.13.2.2 uporządkowane są malejąco wg liczby wskazań, natomiast w tab.13.2.3. – w kolejności alfabetycznej.

Tabela 13.2.2. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności powyżej 5

Obiekt					
Góry	403	Kościoty	31	Kompleks Inwałd	12
Auschwitz	384	Tor Saneczkowy	31	Muzeum	12
Wawel	306	Ojcowski Park Narodowy	31	Bary i Puby	11
Deptak	297	Jaworzyna Krynicka	31	Ścieżki rowerowe	11
Zakopane	296	Natura	31	Schronisko Stare Wierchy	11
Gorczański Park Narodowy	261	Małpia Wyspa	31	Kalwaria Zebrzydowska	11
Rynek Główny	250	Stary Dom Zdrojowy	31	Lanckorona	11
Pijalnia Wód	240	Nowy Targ	31	Nowy Sącz	11
Kraków	221	Kolejka	30	Schronisko na Luboniu	11
Termy	213	Markowe Szczawiny	30	Zamek w Ogrodzieńcu	11
Tatry	192	Rabka-Zdrój	29	Jeziora	10
Kopalnia Soli	188	Zamki	27	Hotel	10
Krupówki	188	Parki Narodowe	26	ZOO	10
Szczawnica	174	Kościół Mariacki	25	Ruiny Zamku	10
Stare Miasto	172	Rysy	24	Zamek Bobolice	10
Góra Parkowa	150	Centrum	24	Słotwiny Arena	10
Park Wodny	149	Zalipie	24	Zamek Rabsztyn	10
Jezioro Rożnowskie	147	Kasprowy Wierch	24	Muzeum Nikifora	10
Wieża Widokowa	136	Ratusz	24	Krynica	10
Babia Góra	135	Róża Wiatrów	23	Dolina Kościeliska	9
SPA	122	Wyjazd ze znajomymi	21	Wyjście ze znajomymi	9
Energylandia	119	Schronisko PTTK Turbacz	21	Sklepy	9
Beskidy	106	Babiogórski Park Narodowy	21	Kolejka Linowa	9
Morskie Oko	105	Gródek nad Dunajcem	21	Zabytkowe Kościoły	9
Kładka w Koronach Drzew	102	Kraków nocą	20	Puby	9
Turbacz	101	Widoki	20	Oświęcim	9
Uzdrowisko	93	Maciejowa	20	Orla Perć	9
Kluby	90	Katedra	19	Wyjazd z rodziną	9
Spływ Dunajcem	90	Zapora	19	Teatr	9
Pustynia	84	Dolina Pięciu Stawów	19	Zabytki	9
Restauracje	80	Jaskinie	19	Lody	9
Przyroda	79	Kolejka	19	Punkt Widokowy	9
Zamek Pieskowa Skała	76	Aquapark	18	Dębno	9
Kazimierz	76	Czorsztyn	18	Sromowce Niżne	9
Gubałówka	74	Rollercoastery	18	Kościół w Dębnie	9
Zawoja	73	Diablak	18	Schronisko PTTK na Maciejowej	9
Niedzica	70	Park Narodowy	18	Jedzenie	8
Tarnów	69	Dolina	17	Rabkoland	8
Termy Bania	69	Rowerki wodne	17	Mosorny Groń	8
Sukiennice	65	Brama Krakowska	17	Parki Rozrywki	8
Zamek w Niedzicy	62	Góra św. Marcina	17	Banialuka	8
Trzy Korony	61	Dinoland	17	VeloDunajec	8
Zadra	61	Masaże i fizjoterapia	17	Nocne życie	8
Hyperion	61	Promenada	17	Stare Miasto w Tarnowie	8
Wieliczka	61	Czarny Potok	16	Muzeum Etnograficzne	8
Wypoczynek	61	Fontanny	16	Dom rodzinny	7
Palenica	61	Dolina Prądnika	16	Zapora	7
Krynica-Zdrój	60	Bochnia	16	Dolina Chochołowska	7
Regeneracja	59	Spływ kajakowy	16	RMF	7
Park	58	Jaskinia Ciemna	16	Parki	7
Białka Tatrzańska	58	Termy i SPA	16	Ogrody Papieskie	7
Sokolica	56	Brzezinka	16	Zamek w Czorsztynie	7
Homole	53	Bulwary Wiślane	16	Jezioro Czorsztyńskie	7
Relaks	52	Park Strzelecki	15	Hala Krupowa	7

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2022 ROKU

Szlaki Turystyczne	50	Wisła	15	Kiczora	7
Zamek	49	Dunajec	15	Czermna	7
Rynek	48	Park Miniatur	15	Doliny	7
Urlop	46	Aqualantis	15	Krajobraz	7
Rynek w Oświęcimiu	46	Zapora w Niedzicy	15	Park Zdrojowy	7
Skocznia Narciarska	44	Formuła	14	Zamek Tenczyn	6
Maczuga Herkulesa	44	Bazylika Mariacka	14	Baseny	6
Beskid Żywiecki	41	Schronisko Markowe Szczawiny	14	Kościół Podole	6
Czubatka	39	Soła	14	Dworzec	6
Lasy	38	Polica	14	Jura Krakowsko-Częstochowska	6
Pieniński Park Narodowy	37	Jezioro	13	Sanatorium	6
Beskid Wyspowy	37	Park linowy	13	Kopiec Kościuszki	6
Dom Zdrojowy	37	Zatorland	13	Biecz	6
Ojców	36	Winnica	13	Wszystko	6
Muzea	36	Muszyna	13	Muzeum w Oświęcimiu	6
Chochółów	34	Planty	13	Krościenko nad Dunajcem	6
Abbyssus	34	Zakrzówek	12	Bieg po szlaku	6
Wadowice	34	Gorce	12	Kudłoń	6
Luboń Wielki	33	Czarny Staw	12	Niepołomice	6
Giewont	33	Ogród Żywiołów	12	Zator	6
Rynek w Tarnowie	32	Wodospad	12	Ogrody Biblijne	6

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

Łączna liczba wskazanych przez respondentów obiektów turystycznych wynosi 745. Ponad 40% z nich było wymienionych przez pojedynczych respondentów (312/745=41,9%). Najczęściej wymienianymi atrakcjami były góry (404), Auschwitz (384) oraz Wawel (306).

Nazwy obiektów w tab.13.2.2. i tab.13.2.3. podane są, tak jak były zapisane w trakcie ankietyzacji.

Tabela 13.2.3. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności nie większą niż 5

Agroturystyka	1	Kościół św. Marcina	1	Ruiny zamku w Pilicy	1
Aleja Kurortowa	3	Kościół św. Marii Magdaleny	1	Ruiny Zamku w Tarnowie	1
Amfiteatr	2	Kościół Tropie	5	Rusinowa Polana	2
Apartament	1	Kościół Trybsz	1	Ryglice	1
Architektura	4	Kościół w Binarowej	1	Rynek i Planty w Oświęcimiu	1
Arena Jaskółka	3	Kościół w Burku	1	Rynek Mały	1
Atmosfera	3	Kościół w Jaszczurówce	1	Rynek Podziemny Kraków	2
Atrakcje dla dzieci	2	Kościół w Łagiewnikach	1	Rynek w Nowym Sączu	1
Atrakcje na Deptaku	1	Kościół w Niedzicy	1	Rynek w Nowym Targu	2
Bachleđa Residence	1	Kościół w Trybszu	5	Rynek w Wadowicach	3
Barbakan	4	Kościół w Zrębicach	1	Rynek Wadowice	2
Barwałd Dolny	1	Kotelnica	1	Rytro	2
Baseny w Zakopenem	1	Kotlina Sądecka	1	Rzeka Poprad	1
Baseny-Chochołów	1	Kozy	1	Rzepiska	3
Beskid	1	Kraków Zabytki	1	Sala Koncertowa	2
Beskid Niski	1	Kraków/Tarnów	1	Sala weselna	1
Beskid Nowosądecki	2	Kramy	1	Sanktuarium Bielany	3
Beskid Sądecki	1	Kramy z przysmakami	1	Sanktuarium Bożego Miłosierdzia	1
Biała Woda	3	Krościenko	3	Sanktuarium Maryji w Ludźmierzu	1
Biały Dunajec	1	Krowy	1	Sanktuarium w Ludźmierzu	2
Bielawy	1	Krucza Skała	1	Sanktuarium Wadowice	1
Binarowa	5	Krupowa Hala	3	Schronisko w Dolinie Gąsienicowej	1
Binarowa - Kościół	1	Kryspinów	4	Sębno	2
Bliski dojazd	1	Krzesanica	1	Skała	1
Bobrówka - Muzeum	1	Kuracje na Rynku	1	Skałki	2
Bór na Czerwonem	3	Kynica-Zdrój	1	Skamieniałe Miasto	5
Brama	1	Lasek Wolski	1	Skansen	4
Brama Będkowska	1	Laskowa	1	Skanseny	3
Brama Floriańska	4	Latarnia	1	Skawica	2
Brama seklerska	1	Lekarze	1	Skawina	1

Obiekt	N	Obiekt	N	Obiekt	N
Brandysówka	2	Leśne Molo	2	Skutery wodne	3
Bukowina Tatrzańska	4	Limanowa	2	Smocza Jama	2
Bukowina Termy	1	Lipnica Murowana	5	Smok Wawelski	4
Centrum Handlowe	1	Litwinka	1	Smoleń	1
Centrum Oświęcimia	1	Lot balonem	1	Solanka	1
Ciężkowice	3	Lotnisko	1	SPA w Łapszach Niżnych	3
Ciuchcia	1	Lubomir	2	Spacerowanie	1
Cmentarz żydowski	3	Ludzie	3	Spichlerz	1
Colegium Maius	1	Ludźmierz	1	Spiska Kraina	1
Czarcie Wrota	1	LunaPark	2	Spiska Pętla	3
Czarny Dunajec	1	Łągiewniki	1	Splawy kajakowe	1
Czerwone Wierchy	4	Łapszanka	5	Stadnina koni	2
Czerwony Klasztor	1	Łapsze Niżne	4	Stajnia Zagórze	1
Czyste powietrze	4	Łódki	2	Staniątki	1
Dalsza część Zakopanego	1	Łukowica	3	Stara Wieża	1
Dąbrowa Tarnowska	1	Mała Babia	3	Stary Cmentarz	5
Dąbrówka	1	Małopolanka	3	Stary Kościół	1
Dinolad	1	Mały Rynek	1	Stary Sącz	3
Dolina Będkowska	1	Maniowy	1	Stasikówka	2
Dolina Czarnego Stawu	3	Marabak	1	Statek	4
Dolina Gąsienicowa	5	Mauzoleum Józefa Bema	2	Staw	4
Dolina Kobylany	1	Mayan	1	Stoiska Kół Gospodyń Wiejskich	1
Dolina Ojcowska	1	McDonald's	3	Strumyk i mostki	1
Dom córki	1	Melsztyn	1	Stryszawa	1
Dom Kryniczanki	2	Miasto	5	Sucha Beskidzka - karczma	1
Dom Strachów	2	Miechów	1	Sułkowice	1
Domki	1	Miejsca z pamiątkami	1	Swoszowice	1
Dorożki konne	1	Miejsce dostawy	1	Synagoga	2
Drogi Turystyczne	1	Mili ludzie w Krakowie	1	Sypańce Spiskie	2
Drzewa	2	Mini ZOO	1	Szaflary	2
Dupa słońca	4	Miniatury	4	Szlak Architektury Drewnianej	4
Dworzec Kolejowy	3	Młyn	2	Szlak Orlich Gniazd	3
Dwór w Dołędze	1	Mogielica	1	Ścieżka Koronami Drzew	4
Dwór w Świdniku	1	Mościce	2	Ścieżki rowerowe na Czerony Klasztor	1
Dyskoteki	5	Motorówki	1	Ścieżki rowerowe na Słowacje	1
Dzielnica Żydowska	2	Murzasichle	4	Świdnica	1
Dzielnica Żydowska w Tarnowie	1	Muzeum Diecezjalne	3	Świnica	2
Dzika rzeka	1	Muzeum Jana Pawła II w Wadowicach	5	Tablice informacyjne	2
Dziki Byk - Nowy Targ	1	Muzeum Papieskie	2	Tańce	1
Elektrownia	1	Muzeum Papieskie Wadowice	1	Tarnów i okolica	1
Expo	4	Muzeum Podziemne	2	Tarnów Park	1
Fabryka Schindlera	2	Muzeum Poleskie	1	Tatrzański Park Narodowy	2
Falsztyn	5	Muzeum Regionalne	1	Tauron Arena	2
Figury lodowe	1	Muzeum Zabawek	2	TCI	1
Floriańska	3	Muzeum Żydowskie i Synagoga	1	Teatr Letni	1
Fontanny, Góra Parkowa	1	Muzeum Podziemne	1	Teatr w Nowym Targu	1
Forteca	1	Muzeum Żup	1	Teatry	5
Forum	2	Myślenice	1	Tereny Nadwiślańskie	1
Frajda	1	Nagrobki w katedrze	1	Tereny wiejskie wokół Tarnowa	1
Galeria	1	Nagrobki w Katedrze Tarnowskiej	1	Termy Bukowina	1
Galeria handlowa	1	Namioty	1	Termy Chochołów	3
Galeria Krakowska	5	Niebieska Dolina	1	Termy w Białce	2
Galeria Panorama	1	Nocne życie	2	Tężnia	3
Galeria sztuki Romanówka	1	Nordic walking	3	Torfowiska	1
Galerie	2	Nowa Huta	4	Tramwaj	1
Gdańska	1	Nowy Dom Zdrojowy	5	Trekking w Górach	1
Getto	3	Nowy Wiśnicz	2	Tropie	1
Gęsia Szyja	1	Obiekty architektoniczne	1	Tuchów	3
Główny Szlak Beskidzki	4	Ochotnica Górna	2	Turystyczne busy	1
Gokarty	1	Odwiedziny dzieci	1	Turyści	1
Gondola	2	Ogród Botaniczny	1	Tyniec	1
Gondolki i roweki	2	Ogrody	3	ul. Długa	1
Gorący Potok	2	Ogrody Sensoryczne	1	ul. Floriańska	2
Gorlice	2	Ogród Botaniczny	1	ul. Szeroka	1
Góra	1	Ogród Botaniczny UJ	1	ul. Szewska	5
Góra Krzyżowa	1	Ogród doświadczeń im. Lema	2	Uliczki	5

Obiekt	N	Obiekt	N	Obiekt	N
Góra św. Marcina i Zamek	1	Okolice Zakopanego	1	Uniwersytet Jagielloński	1
Góra Wysoka	1	Opactwo Benedyktynów w Tyńcu	5	Uzdrowisko w Szczawnicy	2
Górskie powietrze	5	Opera	1	Uzdrowisko Żegiestów	1
Góry Beskidy	5	Opera Krakowska	1	Velo Czorsztyn	1
Góry Świętokrzyskie	2	Opisy gatunków - tabliczki informacyjne	1	VeloCzorsztyn	2
Góry: Tatry, Pieniny, Beskidy	1	Osiek Resort	3	Wadowice Sanktuarium	1
Grodzieniec	1	Oświęcim	2	Warownia	3
Grodzka	2	Oświęcimskie Planty	3	Wawel i Smok	1
Grybów	1	Owczary	2	Weekend w Górach	2
Grywałd	1	Pałac Krzysztofory	1	Wesołe miasteczko	1
Hala Gąsienicowa	5	Pamiętki	1	Widok na Tatry	1
Hala Jaskółka	1	Panorama Siedmiogrodzka	1	Widok nocą	1
Hańszowa	1	Papugarnia	2	Wiejskie Tereny Zielone	1
Hańczowa	1	Park Bema w Tarnowie	1	Wielicka	1
Homole	1	Park Geologiczny	1	Wielka Krokiew	4
Hostel	1	Park Gródek	1	Wieś babci	1
Hotel Bania	1	Park i Deptak	1	WieżaWidokowa w Dąbrowce Szczepanowskiej	1
Hotel Prezydent	1	Park Inwałd	1	Wiktorki	1
Ibis Nowy Targ	1	Park Mickiewicza	3	Willa Małopolonka	1
ICE Kraków	5	Park Mitologiczny	2	Willa Romanówka	5
Impreza biegowa	3	Park Rozrywki	5	Winnice	5
Imprezy	2	Park Sanguszków	3	Wioska Indiańska	1
Informacja turystyczna w Tarnowie	1	Park Słotwiński	5	Wisząca Skała	3
Inwałd	5	Park Strzelecki i Mauzoleum	1	Wiślana Trasa Rowerowa	1
Izba Regionalna Sromowce Wyżne	1	Park w Wieliczce	2	Wiśnicz	1
Jacuzzi	1	Parking	2	Woda	1
Jakość wyciągów narciarskich	1	Pasaż Krynicki	3	Woda Mineralna	2
Jałowiec	4	Pasaż Odkryć	4	Wojnicz	1
Jamna	1	Pasmo Brzanki	1	Womai	1
Jaszczurówka	1	Pensjonat	1	Wspinaczki	1
Jaworzyna	1	Perć Akademików	4	Wszystkie	1
Jedzenie	1	Pętla Spiska	1	Wyciąg Narciarski	1
Jezioro Dobczyckie	1	Piekarnie	1	Wycieczka do Schroniska Markowe Szczawiny	2
Jezioro Mucharskie	4	Piekielnik	1	Wycieczka górską	4
Jezioro Zielone	2	Pieniny	2	Wygięzów	1
Kacwin	4	Pieniński Park Narodowy	4	Wyjście na Babią Górę	2
Kadra Uzdrowiska	1	Piramida	2	Wykopaliska	4
Kaków	2	Piwko na Deptaku	1	Wypoczynek w Górach	2
Kalwaria	2	Piwniczna-Zdrój	2	Wysoka	4
Kalwaria w Łąszach Niżnych	2	Plac Centralny	1	Wyspa Grodzisko	1
Kamienice	2	Plac Nowy	1	Wyżyna Krakowska	1
Kamienice na Wałowej	1	Plac wolnica-zapiekanek	1	Wzgórze	1
Kampus UJ	1	Plac Wszystkich Świętych	1	Wzgórze Dąbrowka	1
Kantoria w Tarnowie	2	Planty oświęcimskie	4	Zadyma	3
Kapliczka	4	Platforma Widokowa	4	Zakupy	1
Karczma	2	Pociąg	1	Zalew Zakrzówek	1
Karpie	1	Podhale	4	Zamek i Rynek w Oświęcimiu	2
Karuzele	1	Podole	1	Zamek Królewski	1
Katedra w Tarnowie	5	Podziemne przejście	1	Zamek Przegorzały	1
Katedra Wawelska	1	Pogoda	3	Zamek w Chojnowie	1
Kawiarnia	3	Polana w Łąszach Niżnych	1	Zamek w Dębnie	2
Kęty	1	Polica	2	Zamek w Kostrzewiu	1
kino	4	Pomnik Bema w Tarnowie	1	Zamek w Miodowie	1
Kluszkowce	1	Pomnik Łokietka	1	Zamek w Ojcowie	1
Kluszkowce	3	Pomnik Nikifora	1	Zamek w Oświęcimiu	4
Kładka na Zielonym Stawie	1	Pomoc pielęgniarzek	1	Zamek w Piaskowej Skale	1
Kolejki	2	Poronin	2	Zamek w Smoleniu	1
Koncert - Tauron Arena	1	Przedmieścia	2	Zamek w Suchoj Beskidzkiej	1
Koncert w Pijalni	2	Przełęcz Krowiarki	1	Zamek w Wiśniczu	3
Koncerty	1	Przydonica	1	Zamek Warownia	1
Kopalnia Soli w Bochni	3	Przyroda górską	1	Zapora i Zamek	1
Kopiec Kraka	2	Przystań Flisacka	1	Zapora Zamajercz	3
Korona gór polskich	2	Przystań w Czorsztynie	1	Zapora, Rowery	3

Obiekt	N	Obiekt	N	Obiekt	N
Korona Zapory	1	Przystań w Niedzicy	4	Zawada	1
Kościelec	1	Puszcza Dulowska	3	Ząb	1
Kościół w Sękowej	1	Puszcza Niepołomska	1	Zbylitowska Góra	1
Kościół	2	Rafting	1	Zieleń	2
Kościół Bernardynów	1	Rajskie ślizgawki	1	Zieleń w Centrum Krakowa	1
Kościół Jaszczurówka	1	Regionalne przysmaki	1	Zjeżdźalnie	3
Kościół Klemensa	1	Rejs Po Wiśle	1	Złoty Potok	1
Kościół na Burku w Tarnowie	1	Restauracje	1	Źródło Będkowska	1
Kościół na Tuchowskiej	1	Rezerwat Niebieska Dolina	1	Żegiestów	1
Kościół oo. Misjonarzy	1	Rezerwat Zielone Skałki	1	Żołnierze	2
Kościół Pijarski	1	Rękawka	1	Żywieckie Centrum Kultury	1
Kościół Rodziny	1	Rodzina	1		
Kościół św. Leonarda	1	Rośliny	1		
		Rożnów	2		

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

Ostatnie, najważniejsze zestawienia danych o atrakcjach turystycznych zebrane są w tab.13.2.4. i tab.13.2.5. Dane te składają się z dwóch składowych: nazwy miejscowości oraz nazwy obiektu turystycznego. Niekiedy jest to tylko jedna składowa. Przykładowo tak jest, gdy respondent z danej miejscowości wskazuje na atrakcję zlokalizowaną w innej miejscowości np. turysta w Krynicy-Zdroju jako największą atrakcję podaje kopalnię soli. Inny przykład pojedynczej składowej nazwy atrakcji to Kraków wskazany przez turystę w Krakowie. Zapis *Kraków w Krakowie* nie wydaje się tu poprawnym rozwiązaniem.

W tab. 13.2.4. atrakcje uporządkowane są wg miejscowości, a w ich ramach wg malejącej liczby wskazań. Miejscowości w tej tabeli także są uporządkowane wg malejącej sumy wskazań na zlokalizowane w nich atrakcje. Natomiast w tab. 13.2.5. atrakcje uporządkowane są wg liczby wskazań, bez względu na to, w jakiej miejscowości te atrakcje się znajdują.

Tabela 13.2.4. Atrakcje uporządkowane wg miejscowości

Miejscowość Obiekt	N	Miejscowość Obiekt	N
Krynica-Zdrój	1421	Oświęcim	677
Krynica-Zdrój Deptak	296	Oświęcim Auschwitz	384
Krynica-Zdrój Pijalnia Wód	199	Oświęcim Rynek	47
Krynica-Zdrój Góra Parkowa	150	Zator Energylandia	34
Krynica-Zdrój Wieża Widokowa	123	Oświęcim Brzezinka	16
Krynica-Zdrój Kładka w Koronach Drzew	102	Oświęcim Soła	14
Krynica-Zdrój Uzdrowisko	93	Kraków Rynek Główny	13
Krynica-Zdrój Dom Zdrojowy	37	Wadowice	9
Krynica-Zdrój Park	34	Kraków	9
Krynica-Zdrój Tor Saneczkowy	31	Oświęcim Planty	8
Krynica-Zdrój Stary Dom Zdrojowy	31	Inwałd Dinoland	8
Krynica-Zdrój Kolejka	21	Inwałd Park Park Miniatur	7
Krynica-Zdrój Promenada	17	Kompleks Inwałd	7
Krynica-Zdrój Czarny Potok	16	Inwałd Ogrody Papieskie	6
Krynica-Zdrój Fontanny	16	Oświęcim Zamek	5
Krynica-Zdrój Jaworzyna Krynicka	16	Wadowice Muzeum Jana Pawła II	5
Krynica-Zdrój Restauracje	16	Rynek Wadowice	5
Krynica-Zdrój Szlaki Turystyczne	15	Zator, Zatorland	5
Krynica-Zdrój Ogród Żywiołów	12	Tenczyn Zamek	4
Krynica-Zdrój Słotwiny Arena	10	Oświęcim Wisła	4
Krynica-Zdrój Krynyczanka	10	Inwałd	4
Krynica-Zdrój Muzeum Nikifora	10	Krępinów	4
Krynica-Zdrój Park linowy	9	Kalwaria Zebrzydowska	4
Krynica-Zdrój Kolejka Linowa	9	Kraków Kazimierz	3
Krynica-Zdrój Kolejka Gondolowa	8	Oświęcim Osiek Resort	3
Krynica-Zdrój Lody	8	Nowy Targ	3
Krynica-Zdrój Hotel	7	Oświęcim Jezioro Mucharskie	3

Miejscowość Obiekt	N
Krynica-Zdrój Sanatorium	6
Krynica-Zdrój Willa Romanówka	5
Krynica-Zdrój Nowy Dom Zdrojowy	5
Szczawnica Kolejka	5
Krynica-Zdrój Park Słotwiński	5
Krynica-Zdrój Góry	4
Krynica-Zdrój Widoki	4
Szczawnica Kolejka	4
Krynica-Zdrój Architektura	4
Krynica-Zdrój Platforma Widokowa	4
Krynica Zdrój Małopolanka	3
Krynica-Zdrój Aleja Kurortowa	3
Krynica-Zdrój Pasaż Krynicki	3
Krynica-Zdrój Karczma	2
Krynica-Zdrój Dom Kryniczanki	2
Inwałd Park Kolejki	2
Krynica-Zdrój Atrakcje dla dzieci	2
Krynica-Zdrój Atmosfera	2
Krynica-Zdrój Muzeum Zabawek	2
Krynica-Zdrój Punkt Widokowy	2
Krynica-Zdrój Ogrody	2
Krynica-Zdrój Imprezy	2
Krynica-Zdrój Tablice informacyjne	2
Kopalnia Soli	2
Krynica-Zdrój Woda Mineralna	2
Krynica-Zdrój Kawiarnia	2
Krynica-Zdrój Dworzec	2
Krynica-Zdrój Dunajec	1
Krynica-Zdrój Odwiedziny dzieci	1
Krynica-Zdrój Galeria handlowa	1
Krynica-Zdrój Bary i Puby	1
Krynica-Zdrój Atrakcje na Deptaku	1
Krynica-Zdrój Park i Deptak	1
Krynica-Zdrój Rajskie ślizgawki	1
Krynica-Zdrój Góra Krzyżowa	1
Krynica-Zdrój Sklepy	1
Krynica-Zdrój Figury lodowe	1
Krynica-Zdrój Strumyk i mostki	1
Krynica-Zdrój Fontanny, Góra Parkowa	1
Krynica-Zdrój Tężnia	1
Krynica-Zdrój Pensjonat	1
Inwałd Park Park Miniatur	1
Krynica-Zdrój Jakość wyciągów narciarskich	1
Krynica-Zdrój Regionalne przysmaki	1
Krynica-Zdrój Willa Małopolanka	1
Krynica-Zdrój Gondola	1
Krynica-Zdrój Lekarze	1
Kompleks Inwałd	1
Stare Miasto	1
Krynica-Zdrój Stoiska Kół Gospodyń Wiejskich	1
Krynica-Zdrój Galeria sztuki Romanówka	1
Krynica-Zdrój Krajobraz	1
Krynica-Zdrój Muzeum	1
Krynica-Zdrój Tańce	1
Krynica-Zdrój Pomoc pielęgniarzek	1
Krynica-Zdrój Dorożki konne	1
Krynica-Zdrój Centrum Handlowe	1
Krynica-Zdrój Pamiątki	1
Krynica-Zdrój Przyroda	1
Krynica-Zdrój Centrum	1
Krynica-Zdrój Apartament	1
Krynica-Zdrój Piwko na Deptaku	1
Krynica-Zdrój Żegiestów	1
Krynica-Zdrój Hotel Prezydent	1
Krynica-Zdrój Kadra Uzdrawiska	1
Krynica-Zdrój Pociąg	1

Miejscowość Obiekt	N
Bielany Sanktuarium	3
Oświęcim Muzeum Podziemne	3
Rabka-Zdrój Rabkoland	2
Wadowice Sanktuarium	2
Krynica-Zdrój Koncert w Pijalni	2
Oświęcim Muzeum	2
Bochnia	2
Kraków Muzea	2
Rynek Główny	2
Inwałd Park	2
Nowy Sącz	2
Oświęcim Rynek, Zamek	2
Zakopane	2
Kraków Rynek Podziemny	2
Oświęcim Beskid Nowosądecki	2
Rytró	1
Wiejskie Tereny zielone	1
Bielawy	1
Oświęcim Rynek, Planty	1
Zakopane Krupówki	1
Bukowina Tatrzńska	1
Sułkowice	1
Oświęcim Kościoły	1
Kęty	1
Oświęcim Stadnina koni	1
Wygieźłów	1
Oświęcim Stajnia Zagórze	1
Oświęcim	1
Oświęcim Szlak Orlich Gniazd	1
Sucha Beskidzka Zamek	1
Oświęcim Tereny Nadwiślańskie	1
Szczawnica	1
Bochnia Kopalnia Soli	1
Kraków Kościół Mariacki	1
Kraków Wawel	1
Oświęcim Park Gródek	1
Kraków Zakrzówek	1
Wieliczka Kopalnia Soli	1
Rabka-Zdrój	1
Oświęcim Centrum	1
Kraków Koncert - Tauron Arena	1
Zator Aqualantis	1
Oświęcim Muzeum Żydowskie i Synagoga	1
Oświęcim Jezioro Dobczyckie	1
Oświęcim Muzeum Podziemne	1
Oświęcim Wioska Indiańska	1
Zawoja	623
Zawoja Babia Góra	135
Zawoja	73
Zawoja Góry	53
Zawoja Beskid Żywiecki	41
Zawoja Beskidy	35
Zawoja Markowe Szczawiny	30
Zawoja Gorczański Park Narodowy	30
Zawoja Przyroda	28
Zawoja Babiogórski Park Narodowy	21
Zawoja Diablak	18
Zawoja Polica	15
Zawoja Schronisko Markowe Szczawiny	14
Zawoja Park Narodowy	13
Zawoja Szlaki Turystyczne	8
Zawoja Morosny Groń	8
Zakopane	8
Zawoja Hala Krupowa	7
Zawoja Natura	6
Zawoja Bieg po szlaku	6

Miejscowość Obiekt	N
Zakopane Orla Perć	1
Krynica-Zdrój Pogoda	1
Krynica-Zdrój Pomnik Nikifora	1
Kraków	888
Kraków Wawel	164
Kraków Rynek Główny	143
Kraków Stare Miasto	85
Kraków Kazimierz	56
Kraków Sukiennice	39
Wieliczka Kopalnia Soli	35
Kraków Kluby	31
Kraków	26
Zakopane	25
Kraków Bulwary Wiślane	16
Kraków Bazylika Mariacka	14
Kraków Kościół Mariacki	13
Wieliczka	12
Szczawnica	12
Kraków Centrum	10
Kraków Baniałuka	8
Kraków Zamek	8
Kraków Planty	8
Kraków nocą	5
Zakopane Morskie Oko	5
Kraków Nocne życie	5
Kraków ul. Szewska	5
Kraków Muzea	5
Kraków Wisła	5
Kraków Expo	4
Kraków Barbakan	4
Kraków Brama Floriańska	4
Zator Energylandia	4
Niedzica/Czorsztyn Kluby	4
Kraków Puby	3
Kraków Galeria Krakowska	3
Kraków Zakrzówek	3
Kraków Teatr	3
Kraków Nowa Huta	3
Zakopane Skocznia Narciarska	2
Zakopane Rysy	2
Kraków Bary i Puby	2
Kraków Sala Koncertowa	2
Kraków Forum	2
Kraków Sanktuarium Łągowniki	2
Tarnów Muzeum	2
Kraków Dzielnica Żydowska	2
Kraków Getto	2
Kraków Kopiec Kraka	2
Kraków Floriańska	2
Kraków Synagoga	2
Kraków ZOO	2
Kraków Kościoły	2
Kraków Parki	2
Kraków ul. Floriańska	2
Tyniec Opactwo Benedyktynów	2
Kraków ul. Grodzka	2
Kraków Przedmieścia	2
Gorczański Park Narodowy	2
Kraków Hotel	2
Kraków Ludzie	2
ICE Kraków	2
Kraków Fabryka Schindlera	2
Kraków Restauracje	2
Zakopane Orla Perć	1
Przegorzały Zamek	1
Kraków Obiekty architektoniczne	1

Miejscowość Obiekt	N
Zawoja Wyjście ze znajomymi	6
Kraków	5
Sokolica	5
Zawoja Park linowy	4
Zawoja Perć Akademików	4
Zawoja Główny Szlak Beskidzki	4
Zawoja Jałowiec	4
Zawoja Impreza biegowa	3
Zawoja Skansen	3
Krupowa Hala	3
Skawica	3
Zawoja Tatry	3
Zawoja Góry Beskidy	3
Zawoja Mała Babia	3
Zawoja Korona gór polskich	2
Zawoja Wyjazd z rodziną	2
Nowy Targ	2
Zawoja Wyjście na Babią Górę	2
Zawoja Weekend w Górach	2
Zawoja Park	1
Zawoja Turbacz	1
Zawoja Trekking w Górach	1
Zawoja Polica	1
Zawoja Urlop	1
Kasprowy Wierch	1
Gorlice	1
Sucha Beskidzka Karczma	1
Stryżawa	1
Zawoja Przełęcz Krowiarki	1
Zawoja Jezioro Mucharskie	1
Chochołów	546
Chochołów Termy	105
Chochołów Park Wodny	69
Chochołów SPA	52
Chochołów Tatry	48
Chochołów Góry	48
Chochołów Regeneracja	35
Chochołów	33
Zakopane	33
Chochołów Relaks	23
Chochołów Urlop	22
Chochołów Wypoczynek	18
Białka Tatrzańska Termy	12
Chochołów Masaże i fizjoterapia	9
Chochołów Wyjazd z rodziną	6
Nowy Targ	4
Chochołów Wyjazd ze znajomymi	4
Chochołów Podhale	3
Kraków Budynki	3
Dolina Chochołowska	3
Kraków	2
Zakopane Krupówki	2
Nowy Targ Beskidy	1
Krynica-Zdrój Centrum	1
Bukowina Tatrzańska	1
Bukowiec	1
Chochołów Muszasichle	1
Oświęcim Brzezinka	1
Chochołów Bliski dojazd	1
Chochołów Jacuzzi	1
Zakopane Centrum	1
Kraków Bulwary Wiślane	1
Krościenko nad Dunajcem	1
Białka Tatrzańska	1
Tarnów	480
Tarnów	67

Miejscowość Obiekt	N
Kraków Rafting	1
Kraków Park Wodny	1
Kraków Ratusz	1
Gródek nad Dunajcem Muzea	1
Ciężkowice	1
Oświęcim	1
Bochnia	1
Szczawnica Muzea	1
Kraków Kopiec Kościuszki	1
Zakopane Hala Gąsienicowa	1
Kasprowy Wierch	1
Hotel Bania	1
Kraków Forteca	1
Łapsze Niżne Kalwaria	1
Kraków Smok Wawelski	1
Ojców	1
Kraków Spacerowanie	1
Pieniny	1
Kraków Stara Wieża	1
Swoszowice	1
Czorsztyn	1
Tarnów Rynek	1
Kraków Kuracje na Rynku	1
Kraków Plac Centralny	1
Kraków Lot balonem	1
Kraków Plac Wolnica, Zapiekanki	1
Kraków Tatry	1
Kraków Katedra Wawelska	1
Kraków Lotnisko	1
Kraków Zieleń w Centrum	1
Kraków Turystyczne busy	1
Laskowa	1
Kraków ul. Długa	1
Myślenice	1
Chojnów Zamek	1
Niedzica/Czorsztyn Zamek	1
Kraków ul. Gdańska	1
Ojców Dolina Prądnika	1
Kraków Mały Rynek	1
Pasma Brzanki	1
Kraków ul. Szeroka	1
Piwniczna-Zdrój	1
Kraków Marabak	1
Rzeka Poprad	1
Kraków ul. Wielicka	1
Kraków Opera	1
Kraków Uniwersytet Jagielloński	1
Kraków Park	1
Kraków Melsztyn	1
Tatry	1
Kraków Wawel, Smok	1
Kraków Jedzenie	1
Kraków Winnice	1
Kraków Plac Nowy	1
Kraków Collegium Maius	1
Zakopane Krupówki	1
Kraków Zabytki	1
Zakopane Muzea	1
Kraków Zabytkowe Kościoły	1
Kraków Kamienice	1
Kraków Góry	1
Zator	1
Kraków Zakupy	1
Kraków Hostel	1
Kraków Rękawka	1
Szczawnica	818

Miejscowość Obiekt	N
Tarnów Rynek	49
Kraków	33
Tarnów Katedra	24
Zalipie	24
Tarnów Ratusz	23
Tarnów Góra św. Marcina	18
Tarnów Park Strzelecki	16
Tarnów Stare Miasto	14
Kraków Wawel	10
Tarnów Muzeum Etnograficzne	9
Tarnów Kościoły	9
Tarnów Muzeum	7
Zakopane	7
Nowy Sącz	6
Dębno	6
Ciężkowice Skamieniałe Miasto	5
Tarnów Stary Cmentarz	5
Wieliczka	5
Tarnów Uliczki	5
Krynica-Zdrój	4
Tarnów Pasaż Odkryć	4
Tarnów Winnice	4
Lanckorona	4
Tarnów Cmentarz Żydowski	3
Ojców	3
Tarnów Arena Jaskółka	3
Tarnów Park Sanguszków	3
Lipnica Murowana	3
Tarnów VeloDunajec	3
Oświęcim	2
Tarnów Pomnik	2
Dębno Zamek	2
Tyniec Opactwo Benedyktynów	2
Ojcowski Park Narodowy	2
Niepołomice	2
Mościce	2
Tarnów Mauzoleum Józefa Bema	2
Tarnów Dunajec	2
Kraków Kazimierz	2
Nowy Wiśnicz	2
Kraków Rynek Główny	2
Muszyna	2
Tarnów Nagrobki w katedrze	2
Tarnów Park	2
Tarnów Kantoria	2
Tuchów	2
Bochnia Kopalnia Soli	2
Wadowice	2
Tarnów Kościoły	2
Gródek nad Dunajcem Muzea	2
Wieliczka Kopalnia Soli	2
Binarowa	1
Tereny wiejskie	1
Tarnów Wieża Widokowa	1
Kraków Muzea	1
Tarnów Restauracje	1
Kraków Ogród Doświadczeń im. Lema	1
Tarnów Teatr Letni	1
Wieliczka Kluby	1
Tarnów Zabytki	1
Wojnicz	1
VeloCzorsztyn	1
Tarnów Kamienice na ul. Wałowej	1
Burek Kościół	1
Góry: Tatry, Pieniny, Beskidy	1
Tarnów Ścieżki rowerowe	1

Miejscowość Obiekt	N
Szczawnica	111
Szczawnica Góry	63
Szczawnica Palenica	58
Szczawnica Spływ Dunajcem	54
Szczawnica Homole	48
Zakopane	41
Szczawnica Pijalnia Wód	39
Sokolica	32
Niedzica	30
Krynica-Zdrój	27
Kraków	26
Szczawnica Trzy Korony	22
Szczawnica Pieniński Park Narodowy	19
Szczawnica Tatry	16
Szczawnica Zamki	13
Szczawnica Parki Narodowe	13
Szczawnica Szlaki Turystyczne	12
Wadowice	11
Wieliczka	10
Szczawnica Ścieżki rowerowe	9
Zator Energylandia	8
Szczawnica Wieża Widokowa	7
Szczawnica Kolejka	7
Szczawnica Dunajec	6
Muszyna	5
Szczawnica Spływ kajakowy	5
Kraków Wawel	5
Wieliczka Kopalnia Soli	5
Rabka-Zdrój	5
Oświęcim	4
Zakopane Morskie Oko	4
Szczawnica Jaskinie	3
Krynica-Zdrój Kolejka	3
Muszyna Ogrody Biblijne	3
Zakopane Krupówki	3
Niepołomice	3
Zakopane Wielka Krokiew	3
Czorsztyn	3
Rynek Główny	3
Zakopane Kolejka	3
Szczawnica Zamek	3
Lanckorona	3
Szczawnica Beskid Wyspowy	3
Szczawnica Lasy	3
Szczawnica Biała Woda	3
Bochnia	3
Dębno Kościół	2
Wiśnicz Zamek	2
Gródek nad Dunajcem Muzea	2
Bór nad Czerwonem	2
Kalwaria Zebrzydowska	2
Ochotnica Górna	2
Dolina Kościeliska	2
Ojców Jaskinie	2
Krynica-Zdrój Kolejka Gondolowa	2
Parki Rozrywki	2
Kraków Rynek Główny	2
Zakopane Rysy	2
Szczawnica Wszystko	1
Szczawnica Kościelec	1
Wadowice Muzeum Jana Pawła II	1
Szczawnica Restauracje	1
Jaszczurówka	1
Szczawnica Rodzina	1
Szczawnica Muzea	1
Szczawnica Rośliny	1

Miejscowość Obiekt	N
Kraków Teatr	1
Tarnów Beskid Niski	1
Tarnów Kawiarnia	1
Tarnów Wiślana Trasa Rowerowa	1
Gródek nad Dunajcem	1
Tarnów Żywieckie Centrum Kultury	1
Kraków/Tarnów	1
Dołęga Dwór	1
Ojców Zamek Pieskowaśka Skała	1
Tarnów Dzielnica Żydowska	1
Tarnów Młyn	1
Tarnów Ruiny Zamku	1
Dąbrowa Tarnowska	1
Tarnów Amfiteatr	1
Park Zdrojowy	1
Tarnów Szlak Architektury Drewnianej	1
Pieniny	1
Tarnów TCI	1
Tarnów Ogród Botaniczny	1
Tarnów Tramwaj	1
Tarnów Panorama Siedmiogrodzka	1
Tarnów Beskid Sądecki	1
Piwniczna-Zdrój	1
Tarnów Brama Seklerska	1
Tarnów Park Bema	1
Tarnów Wszystkie	1
Ryglice	1
Tarnów Zbylitowska Góra	1
Spływ Dunajcem	1
Tatrzański Park Narodowy	1
Tarnów Park Wodny	1
Trybsz Kościół	1
Staniątki	1
Kraków Kluby	1
Szczawnica	1
Tarnów Dworzec Kolejowy	1
Bochnia	1
Tarnów Galeria Panorama	1
Tarnów Restauracje	1
Zawada	1
Ciężkowice	1
Tarnów Informacja turystyczna	1
Tarnów Góry	1
Biecz	1
Tarnów Hala Jaskółka	1
Rabka-Zdrój	462
Rabka-Zdrój Gorczański Park Narodowy	77
Rabka-Zdrój Góry	57
Rabka-Zdrój Beskidy	54
Rabka-Zdrój Luboń Wielki	33
Rabka-Zdrój Przyroda	32
Rabka-Zdrój Beskid Wyspowy	31
Rabka-Zdrój Turbacz	27
Rabka-Zdrój	20
Rabka-Zdrój Maciejowa	20
Zakopane	16
Rabka-Zdrój Tatry	13
Rabka-Zdrój Schronisko na Luboniu	11
Rabka-Zdrój Schronisko PTTK na Maciejowej	9
Rabka-Zdrój Schronisko Stare Wierchy	7
Rabka-Zdrój Park Zdrojowy	6
Rabka-Zdrój Wycieczka górską	4
Rabka-Zdrój Czyste powietrze	4
Rabka-Zdrój Szlaki Turystyczne	4
Rabka-Zdrój Górskie powietrze	4
Rabka-Zdrój Natura	3

Miejscowość Obiekt	N
Kraków Muzea	1
Kraków Opera	1
Zakopane Giewont	1
Szczawnica Kozy	1
Szczawnica Kościoty	1
Szczawnica Krowy	1
Krościenko nad Dunajcem	1
Rusinowa Polana	1
Niedzica/Czorsztyn Zamek	1
Kompleks Inwałd	1
Szczawnica Dom rodzinny	1
Szczawnica Jaworzyna Krynicka	1
Wiśnicz	1
Szczawnica Kolejka	1
Szczawnica Galerie	1
Szczawnica Mogielica	1
Zakopane Gubałówka	1
Szczawnica Turbacz	1
Lipnica Murowana	1
Stare Miasto	1
Szczawnica Wodospad	1
Kraków Sukiennice	1
ZOO	1
Szczawnica Teatr	1
Szczawnica Torfowiska	1
Szczawnica Jezioro	1
Niedzica/Czorsztyn	738
Niedzica/Czorsztyn Zamek	83
Niedzica/Czorsztyn Zaporę	37
Zakopane	29
Niedzica	28
Niedzica/Czorsztyn Trzy Korony	25
Kraków	19
Niedzica/Czorsztyn Sphyl Dunajcem	17
Niedzica/Czorsztyn Góry	17
Niedzica/Czorsztyn Restauracje	15
Zakopane Gubałówka	14
Szczawnica	13
Niedzica/Czorsztyn Kluby	13
Zakopane Krupówki	13
Czorsztyn	12
Kraków Wawel	11
Niedzica/Czorsztyn Jezioro Rożnowskie	10
Niedzica/Czorsztyn Termy	10
Zakopane Morskie Oko	10
Sokolica	9
Kraków Zakrzówek	9
Sromowce Niżne	9
Nowy Targ	8
Niedzica/Czorsztyn Jezioro	8
Zator Energylandia	7
Krościenko nad Dunajcem	7
Niedzica/Czorsztyn Park Rozrywki	6
Niedzica/Czorsztyn Jezioro Czorsztyńskie	6
Zakopane Czarny Staw	6
Niedzica/Czorsztyn Łapszanka	5
Niedzica/Czorsztyn VeloDunajec	5
Niedzica/Czorsztyn Ruiny Zamku	5
Białka Tatrzańska Termy Bania	5
Falsztyn	5
Niedzica/Czorsztyn Wisła	5
Dębno Kościół	5
Niedzica/Czorsztyn Pieniński Park Narodowy	5
Niedzica/Czorsztyn Przystań	5
Baseny	5
Niedzica/Czorsztyn Wysoka	4

Miejscowość Obiekt	N
Rabka-Zdrój Rabkoland	3
Rabka-Zdrój Schronisko PTTK Turbacz	3
Kraków	3
Zakopane Krupówki	2
Rabka-Zdrój Tężnia	2
Nowy Targ	2
Rabka-Zdrój Nordic walking	2
Zakopane Gubałówka	2
Rabka-Zdrój Wypoczynek w Górach	2
Rabka-Zdrój Park	2
Rabka-Zdrój Pieniński Park Narodowy	2
Rabka-Zdrój Amifeatr	1
Rabka-Zdrój Kościoty	1
Rabka-Zdrój Park Narodowy	1
Rabka-Zdrój Solanka	1
Rabka-Zdrój Uzdrowisko	1
Nowy Targ	459
Nowy Targ Gorczański Park Narodowy	150
Nowy Targ Turbacz	71
Nowy Targ Góry	49
Nowy Targ Natura	38
Zakopane	22
Nowy Targ Schronisko PTTK Turbacz	18
Nowy Targ Beskidy	18
Nowy Targ Jaworzyna Krynicka	15
Nowy Targ Gorce	12
Nowy Targ	10
Nowy Targ Wypoczynek	9
Nowy Targ Tatry	9
Kiczora	7
Nowy Targ Kudłoń	6
Pieniński Park Narodowy	4
Nowy Targ Schronisko Stare Wierchy	4
Nowy Targ Wyjście ze znajomymi	3
Kraków	2
Zakopane Krupówki	2
Nowy Targ Luboń Wielki	2
Nowy Targ Urlop	1
Nowy Targ Wyjazd z rodziną	1
Nowy Targ Pętla Spiska	1
Nowy Targ Tatrzański Park Narodowy	1
Niedzica	1
Nowy Targ Park Narodowy	1
Kasprowy Wierch	1
Nowy Targ Nordic walking	1
Wieliczka	454
Wieliczka Kopalnia Soli	124
Kraków Wawel	67
Kraków Stare Miasto	63
Kraków Rynek Główny	29
Wieliczka	17
Zakopane	15
Kraków nocą	14
Wieliczka Restauracje	13
Rynek Główny	13
Kraków Kazimierz	13
Kraków	12
Wieliczka Park	9
Kraków Sukiennice	8
Wieliczka Kluby	8
Wieliczka Rynek	7
Wieliczka Nocne życie	5
Zakopane Kluby	4
Wieliczka Zabytki	3
ICE Kraków	3
Wieliczka Park Mickiewicza	3

Miejscowość Obiekt	N
Inwał Park Park Miniatur	4
Ścieżka Koronami Drzew	4
Czerwone Wierchy	4
Kacwin	4
Łapsze Niżne	4
Rynek Główny	4
Dolina Kościeliska	4
Zakopane Giewont	4
Niedzica/Czorsztyn Muzeum	4
Niedzica/Czorsztyn Statek	4
Ludźmierz Sanktuarium	3
Puszcza Dulowska	3
Niedzica/Czorsztyn Zapora, Rowery	3
Łapsze Niżne Spa	3
Krynica-Zdrój Kładka w Koronach Drzew	3
Niedzica/Czorsztyn Dunajec	3
Zakopane Rysy	3
Dębno	3
Pustynia	3
Dolina Pięciu Stawów	3
Rabka-Zdrój Rabkoland	3
Chochołów Termy	3
Wieliczka Kluby	3
Niedzica/Czorsztyn Rzepiska	3
Zakopane Hala Gąsienicowa	3
Niedzica/Czorsztyn Spiska Pętla	3
Zamajerz Zapora	3
Niedzica/Czorsztyn Gondolki i roweki	2
Trybsz Kościół	2
Sębno	2
Kraków Rynek Główny	2
Niedzica/Czorsztyn Rezerwat	2
Niedzica/Czorsztyn Szlak Orlich Gniazd	2
ZOO	2
Niedzica/Czorsztyn Szlaki Turystyczne	2
Sypańce Spiskie	2
Niedzica/Czorsztyn Ścieżki rowerowe	2
Wieliczka	2
Niedzica/Czorsztyn Tatry	2
Zakopane Kasprowy Wierch	2
Dolina Chochołowska	2
Niedzica/Czorsztyn Gorący Potok	2
Niedzica/Czorsztyn VeloCzorsztyn	2
Gorczański Park Narodowy	2
Kalwaria	2
Stasikówka	2
Niedzica/Czorsztyn Zadyma	2
Szczawnica Uzdrowisko	2
Kasprowy Wierch	2
Tyniec Opactwo Benedyktynów	2
Kraków Tauron Arena	2
Niedzica/Czorsztyn Puby	2
Kopalnia Soli	2
Niedzica/Czorsztyn Homole	2
Nowy Targ Rynek	2
Niedzica/Czorsztyn Dom Strachów	2
Ojców Maczuga Herkulesa	2
Kraków Sukiennice	2
Inwałd Dinoland	2
Niedzica/Czorsztyn Piekielnik	1
Niedzica/Czorsztyn Gokarty	1
Niedzica/Czorsztyn Ludźmierz	1
Niedzica/Czorsztyn Góra Wysoka	1
Krynica-Zdrój	1
Niedzica/Czorsztyn Rowerki wodne	1
Niedzica/Czorsztyn Przystań Flisacka	1

Miejscowość Obiekt	N
Szczawnica	3
Kraków Smok Wawelski	2
Termy	2
Wieliczka Kościoły	2
Wieliczka Widoki	2
Kraków Planty	2
Zakopane Krupówki	1
Wadowice Park	1
Kraków Nowa Huta	1
Zakopane Morskie Oko	1
Wieliczka Zamek	1
Wieliczka Turycy	1
Kraków Floriańska	1
Wieliczka Widok nocą	1
Wieliczka Muzeum Żup	1
Kraków Mały Rynek	1
Wieliczka Atmosfera	1
Zator	419
Zator Zadra	61
Zator Hyperion	60
Zator Energylandia	46
Zator Abyssus	34
Kraków Wawel	24
Zator Rollercoastery	16
Zator Aqualantis	16
Zator Formuła	14
Kraków	13
Kraków Rynek Główny	10
Stare Miasto	8
Zator, Zatorland	8
Zator Park	7
Zator RMF	7
Kraków Sukiennice	7
Rynek Główny	7
Kraków Kościół Mariacki	7
Zator Rynek	6
Zator Wszystko	5
Zator	5
Zator Dworzec	4
Zator Wykopaliska	4
Zator Miasto	3
Wieliczka Kopalnia Soli	2
Inwałd Dinoland	2
Zator Jedzenie	2
Inwał Park Park Miniatur	2
Zator McDonald's	2
Zator Zjeżdźalnie	2
Zator Góry	2
Zator Młyn	1
Zator Teatr	1
Miechów	1
Rynek	1
Kraków Kluby	1
Zator Ciuchcia	1
Parki Rozrywki	1
Kraków Smocza Jama	1
Womai	1
Kraków Kopiec Kościuszki	1
Zakopane	1
Kraków Ogród Doświadczeń im. Lema	1
Inwałd Ogrody Papieskie	1
Zator Frajda	1
Zator Muzeum	1
Zator Zjeżdźalnie	1
Zator Restauracje	1
Spyw Dunajcem	1

Miejscowość Obiekt	N
Grywałd	1
Rabsztyn Zamek	1
Niedzica/Czorsztyn Górskie powietrze	1
Niedzica/Czorsztyn Gondola	1
Niedzica/Czorsztyn Spichlerz	1
Niedzica/Czorsztyn Park Narodowy	1
Białka Tatrzańska	1
Kraków Kościoły	1
Czarny Dunajec	1
Niedzica/Czorsztyn Punkt Widokowy	1
Niedzica/Czorsztyn Hałuszowa	1
Puszcza Niepołomicka	1
Niedzica Kościół	1
Niedzica/Czorsztyn Mini ZOO	1
Niedzica/Czorsztyn Jedzenie	1
Chochołów Baseny	1
Niedzica/Czorsztyn Dom córki	1
Kraków Kampus II	1
Bochnia	1
Tarnów Kluby	1
Łapsze Niżne Polana	1
Wadowice Muzeum Jana Pawła II	1
Izba Regionalna Sromowce Wyżne	1
Kraków Kluby	1
Niedzica/Czorsztyn Turbacz	1
Kraków Ludzie	1
Łapsze Niżne Kalwaria	1
Kraków nocą	1
Kraków Smocza Jama	1
Gródek nad Dunajcem Zapora	1
Niedzica/Czorsztyn Wesołe miasteczko	1
Niedzica/Czorsztyn Elektrownia	1
Niedzica/Czorsztyn Widoki	1
Niedzica/Czorsztyn Maniowy	1
Niedzica/Czorsztyn Wiktorówki	1
Rusinowa Polana	1
Niedzica/Czorsztyn Korona Zapory	1
Rytro	1
Niedzica/Czorsztyn Wyciąg Narciarski	1
Kostrzew Zamek	1
Krucza Skała	1
Niedzica/Czorsztyn Niebieska Dolina	1
Niedzica/Czorsztyn Zabytkowe Kościoły	1
Szaflary	1
Niedzica/Czorsztyn Kotelnica	1
Niedzica/Czorsztyn Papugarnia	1
Niedzica/Czorsztyn Zadyma	1
Świdnica	1
Kalwaria Zebrzydowska	1
Tenczyn Zamek	1
Niedzica/Czorsztyn Kotlina Sądecka	1
Bukowina Tatrzańska	1
Niedzica/Czorsztyn Lasy	1
Niedzica/Czorsztyn Piekarnie	1
Niepołomice	1
Wiśnicz Zamek	1
Niedzica/Czorsztyn Leśne Moło	1
Zakopane Baseny	1
Nowy Targ Dzikie Byk	1
Gęsia Szyja	1
Nowy Targ Ibis	1
Muszyna Ogrody Sensoryczne	1
Niedzica/Czorsztyn Litwinka	1
Kraków Muzea	1
Niedzica/Czorsztyn Lody	1
Czerwony Klasztor	1

Miejscowość Obiekt	N
Kraków Kazimierz	1
ZOO	1
Zator Sklepy	1
Kraków Rejs po Wiśle	1
Zator Widoki	1
Zator Jura Krakowsko-Częstochowska	1
Planty	1
Zator Mayan	1
Zator Zamek	1
Szczawnica	1
Wieliczka	1
Niedzica/Czorsztyn Koncerty	1
Zator Hotel	1
Oświęcim Muzeum	1
Kraków Galeria Krakowska	1
Olkusz	401
Olkusz Pustynia	76
Olkusz Czubatka	39
Olkusz Róża Wiatrów	23
Ojców Zamek Pieskowa Skała	18
Kraków	16
Ojców	16
Kraków Wawel	12
Ojcowski Park Narodowy	11
Ojców Jaskinia Ciemna	11
Olkusz Zamek	10
Ojców Maczuga Herkulesa	10
Ojców Dolina Prądnika	10
Ogrodzieniec Zamek	10
Olkusz Lasy	9
Olkusz Dolina	8
Bobolice Zamek	8
Kraków Sukiennice	6
Rabsztyn Zamek	6
Wieliczka Kopalnia Soli	6
Rynek Główny	6
Olkusz Rynek	4
Olkusz Jura Krakowsko-Częstochowska	4
Olkusz Staw	4
Kraków Stare Miasto	4
Olkusz Punkt Widokowy	4
Ojców Jaskienie	3
Olkusz Jezioro	3
Olkusz Krajobraz	3
Kraków Rynek Główny	3
Olkusz Wzgórze Dąbrówka	2
Olkusz Ruiny Zamku	2
Oświęcim Muzeum	2
Olkusz Dworzec	2
Olkusz Widoki	2
Olkusz Jaskinie	2
Oświęcim	2
Olkusz Jezioro Zielone	2
Smoleń	2
Olkusz Kościoły	2
Zator Energylandia	2
Kraków Lasek Wolski	1
Krynica-Zdrój Kładka w Koronach Drzew	1
Olkusz Grodzisko	1
Olkusz Kamienice	1
Kraków Kopiec Kościuszki	1
Olkusz Kapliczka	1
Kraków Kazimierz	1
Kraków Parki	1
Olkusz Wyżyna Krakowska	1
Jezioro Czorsztyńskie	1

Miejscowość Obiekt	N
Olkusz Staw	1
Kraków Ogród Botaniczny UJ	1
Pilica Ruiny Zamku	1
Poronin	1
Niedzica/Czorsztyn Ogród Botaniczny	1
Gródek nad Dunajcem	723
Gródek nad Dunajcem Jezioro Rożnowskie	136
Zakopane	41
Gródek nad Dunajcem Góry	37
Kraków	36
Gródek nad Dunajcem Małpia Wyspa	31
Szczawnica	30
Krynica-Zdrój	24
Gródek nad Dunajcem Tatry	24
Zator Energylandia	17
Gródek nad Dunajcem Spływ Dunajcem	17
Gródek nad Dunajcem Rowerki wodne	16
Gródek nad Dunajcem	16
Gródek nad Dunajcem Zamki	14
Wieliczka	13
Gródek nad Dunajcem Trzy Korony	13
Gródek nad Dunajcem Parki Narodowe	12
Gródek nad Dunajcem Spływ kajakowy	12
Gródek nad Dunajcem Winnica	12
Gródek nad Dunajcem Lasy	11
Niedzica	11
Gródek nad Dunajcem Pieniński Park Narodowy	11
Gródek nad Dunajcem Jeziora	10
Wadowice	9
Bochnia	8
Kraków Muzea	8
Podole Kościół	6
Tropie Kościół	5
Parki Rozrywki	5
Kraków Wawel	5
Zakopane Krupówki	5
Muszyna	5
Gródek nad Dunajcem Teatry	5
Gródek nad Dunajcem Wieża Widokowa	5
Kopalnia Soli	5
Wieliczka Kopalnia Soli	4
Gródek nad Dunajcem Zapora	4
Gródek nad Dunajcem Homole	4
Gródek nad Dunajcem Szlaki Turystyczne	4
Gródek nad Dunajcem Dunajec	3
Rabka-Zdrój	3
Gródek nad Dunajcem Parki	3
Gródek nad Dunajcem Skanseny	3
Gródek nad Dunajcem Beskid Wyspowy	3
Lanckorona	3
Gródek nad Dunajcem Skutery wodne	3
Muszyna Ogrody Biblijne	3
Kraków Rynek Główny	3
Gródek nad Dunajcem Palenica	3
Kraków Kopiec Kościuszki	3
Zakopane Rysy	2
Czorsztyn	2
ZOO	2
Kraków Sukiennice	2
Gródek nad Dunajcem Kościoły	2
Kraków Teatr	2
Gródek nad Dunajcem Łódki	2
Gródek nad Dunajcem Pijalnia Wód	2
Ojców	2
Sokolica	2
Gródek nad Dunajcem Krajobraz	2

Miejscowość Obiekt	N
McDonald's	1
Inwałd	1
Olkusz Drzewa	1
Olkusz Latarnia	1
Olkusz Skała	1
Olkusz Namioty	1
Olkusz Szlaki Turystyczne	1
Olkusz Park	1
Olkusz Winnica	1
Olkusz Parki Narodowe	1
Olkusz Domki	1
Zakopane Hala Gąsienicowa	1
Zrębice Kościół	1
Złoty Potok	1
Planty	1
Kraków Smok Wawelski	1
Kraków Kościół Mariacki	1
Kraków Galeria Krakowska	1
Wadowice	1
Olkusz Getto	1
Miodów Zamek	1
Ojców Dolina	1
Olkusz Przyroda	1
Kraków Muzea	1
Gorlice	1
Olkusz Jaskinie	1
Ojców	284
Ojców Zamek Pieskowa Skała	59
Ojców Maczuga Herkulesa	32
Ojcowski Park Narodowy	18
Ojców Brama Krakowska	17
Ojców	13
Ojców Lasy	12
Ojców Dolina	12
Ojców Wodospad	10
Ojców Sokolica	8
Kraków	8
Ojców Iglica	6
Ojców Jaskinia Ciemna	5
Ojców Rynek	5
Kraków Wawel	5
Ojców Jaskinie	5
Ojców Dupa słońca	4
Olkusz Pustynia	4
Ojców Dolina Prądnika	4
Kraków Rynek Główny	4
Ojców Wisząca Skała	3
Rabsztyn Zamek	3
Ojców Kapliczka	3
Ojców Szlaki Turystyczne	3
Wieliczka Kopalnia Soli	3
Ojców Góry	2
Szczawnica Jaskinie	2
Ojców Ruiny Zamku	2
Bobolice Zamek	2
Kraków Kościół Mariacki	2
Ojców Brandysówka	2
Kraków Stare Miasto	2
Ojców Kościół	2
Ojców Skałki	2
Zakopane Morskie Oko	1
Ojców Przyroda	1
Ojców Zieleni	1
Ogrodzieniec Zamek	1
Ojców Jaskinie	1
Ojców Krajobraz	1

Miejscowość Obiekt	N
Gródek nad Dunajcem Beskid	1
Tarnów	1
Gródek nad Dunajcem Ruiny Zamku	1
Kraków Pałac Krzysztofora	1
Kraków Kluby	1
Gródek nad Dunajcem Stadnina koni	1
Chochołów Termy	1
Kraków Sanktuarium łagiewniki	1
Szczawnica Muzea	1
Gródek nad Dunajcem Miasto	1
Gródek nad Dunajcem Park Geologiczny	1
Gródek nad Dunajcem Ścieżki rowerowe	1
Gródek nad Dunajcem Kluby	1
Gródek nad Dunajcem Dom rodzinny	1
Zakopane Wielka Krokiew	1
Gródek nad Dunajcem Motorówki	1
Gródek nad Dunajcem Galerie	1
Gródek nad Dunajcem Muzea	1
Kalwaria Zebrzydowska	1
Gródek nad Dunajcem Punkty Widokowe	1
Szczawnica Ścieżki rowerowe	1
Gródek nad Dunajcem Ogrody	1
Gródek nad Dunajcem Leśne moło	1
Baseny	1
Bukowina Tatrzańska	1
Gródek nad Dunajcem Wspinaczki	1
Wisła	1
Oświęcim	1
Zakopane Giewont	1
Gródek nad Dunajcem Wyspa Grodzisko	1
Kraków Kościół Mariacki	1
Podole	1
Zamek Królewski	1
Gródek nad Dunajcem Wzgórza	1
Pustynia	1
Bór nad Czerwonem	1
Gródek nad Dunajcem Wodospad	1
Białka Tatrzańska	684
Białka Tatrzańska Park Wodny	76
Białka Tatrzańska Termy	73
Białka Tatrzańska SPA	70
Białka Tatrzańska Tatry	68
Białka Tatrzańska Termy Bania	65
Białka Tatrzańska	56
Białka Tatrzańska Góry	50
Zakopane	50
Białka Tatrzańska Wypoczynek	34
Białka Tatrzańska Relaks	28
Białka Tatrzańska Regeneracja	24
Białka Tatrzańska Urlop	22
Białka Tatrzańska Wyjazd ze znajomymi	17
Białka Tatrzańska Termy i SPA	16
Białka Tatrzańska Masaże i fizjoterapia	8
Kraków	5
Kasprowy Wierch	4
Białka Tatrzańska Murzasichle	3
Nowy Targ	2
Szczawnica	2
Zakopane Krupówki	2
Białka Tatrzańska Pogoda	2
Chochołów Relaks	1
Zakopane Giewont	1
Białka Tatrzańska Natura	1
Bukowina Tatrzańska	1
Białka Tatrzańska, Ząb	1
Poronin	1

Miejscowość Obiekt	N
Ojców Brama	1
Tenczyn Zamek	1
Ojców Źródło Będkówka	1
Ojców Czarcie Wrota	1
Oświęcim Muzeum	1
Ojców Widoki	1
Rynek Główny	1
Chojnów Zamek	1
Jezioro Rożnowskie	1
Ojców Drzewa	1
Ojców Jedzenie	1
Zator Energylandia	1
Ojców Jezioro	1
Ojców Jura Krakowsko-Częstochowska	1
Inwałd Park	53
Inwałd Park Zamek	7
Inwałd Dinoland	6
Inwałd Park Warownia	4
Inwałd Park Miniatur	4
Kompleks Inwałd	3
Inwałd Park Park Miniatur	3
Inwałd Park ZOO	2
Inwałd Park Rollercoastery	2
Stare Miasto	2
Inwałd Park	2
Inwałd Park Żołnierze	2
Inwałd Park Zabytki	1
Rynek Główny	1
Ojców	1
Zator Hyperion	1
Tatry	1
Inwałd Park Karpie	1
Kraków Rynek Główny	1
Inwałd Park Restauracje	1
Ojców Dolina Prądnika	1
Inwałd Park LunaPark	1
Inwałd Park Dzika rzeka	1
Inwałd Parki	1
Wieliczka Kopalnia Soli	1
Inwałd Park Karuzele	1
Kraków Plac Wszystkich Świętych	1
Inwałd Park Zieleni	1
Barwałd Dolny	30
Biecz	5
Binarowa	4
Kraków	3
Kalwaria Zebrzydowska	3
Lanckorona	1
Barwałd Dolny VeloDunajec	1
Wadowice	1
Barwałd Dolny	1
Barwałd Dolny Szlak Architektury Drewnianej	1
Barwałd Dolny Hańcowa	1
Krynica-Zdrój	1
Okolice Zakopanego	1
Barwałd Dolny Kościoły	1
Owczary	1
Tarnów	1
Bobrowka Muzeum	1
Zakopane	1
Ciężkowice	1
Czermna	1
Przydonica	30
Gródek nad Dunajcem	4
Krynica-Zdrój	4
Nowy Sącz	3

Miejscowość Obiekt	N
Białka Tatrzańska Podhale	1
Zakopane	674
Zakopane Krupówki	156
Zakopane Morskie Oko	83
Zakopane Gubałówka	57
Zakopane Skocznia Narciarska	42
Zakopane Restauracje	29
Zakopane Giewont	25
Zakopane Góry	20
Zakopane Kluby	20
Zakopane Aquapark	17
Zakopane Dolina Pięciu Stawów	16
Zakopane Rysy	15
Zakopane Kościoły	13
Zakopane Centrum	13
Zakopane Kasprowy Wierch	13
Zakopane Termy	9
Zakopane Widoki	9
Zakopane Kościoły	9
Zakopane Orla Perć	8
Zakopane Bary i Puby	8
Zakopane Doliny	7
Zakopane Sklepy	7
Zakopane Rynek	6
Zakopane Muzea	6
Zakopane Czarny Staw	6
Zakopane Dyskoteki	5
Zakopane Dom rodzinny	5
Zakopane Dolina Gąsienicowa	5
Zakopane Jedzenie	4
Zakopane Puby	4
Niedzica/Czorsztyn Kluszkowce	4
Zakopane Zabytki	3
Zakopane Park	3
Zakopane Dolina Czarnego Stawu	3
Zakopane Tatry	3
Dolina Kościeliska	3
Zakopane Dolina Chochołowska	2
Zakopane Park Narodowy	2
Świnica	2
Zakopane Park Wodny	2
Zakopane Parking	2
Krynica-Zdrój Kolejka Gondolowa	2
Zakopane Lasy	2
Zakopane Ludzie	1
Jaszczurowa Kościół	1
Zakopane Teatr	1
Krzesanica	1
Zakopane Sala weselna	1
Zakopane Papugarnia	1
Zakopane Szlaki Turystyczne	1
Zakopane Bachleda Residence	1
Zakopane Miejsce dostawy	1
Zakopane	1
Zakopane Gondola	1
Agroturystyka	1
Zakopane Schronisko w Dolinie Gąsienicowej	1
Zakopane Galeria	1
Krynica-Zdrój Kolejka	1
Zakopane Podziemne przejście	1
Zakopane Miasto	1
Bukowina Tatrzańska Termy Bukowina	1
Zakopane Miejsca z pamiątkami	1
Zakopane Punkt Widokowy	1
Zakopane Wieś babci	1
Krynica-Zdrój Deptak	1

Miejscowość Obiekt	N
Rożnów	2
Trzy Korony	1
Dąbrówka Szczepanowska Wieża Widokowa	1
Tarnów	1
Jamna	1
Biały Dunajec	1
Kościół Binarowa	1
Przydonica	1
Kraków	1
Szaflary	1
Kraków Wawel	1
Tropie	1
Wieliczka	1
Dębno Kościół	1
Zakopane	1
Zakopane Morskie Oko	1
Lipnica Murowana	1
Muszyna	1
Trybsz	19
Trybsz Kościół	3
Trybsz Kościół	3
Dębno Kościół	1
Białka Tatrzańska Termy Bania	1
Trybsz Skansen	1
Jaczczurówka Kościół	1
Tatry	1
Termy	1
Bukowina Tatrzańska Termy Bukowina	1
Kraków Kościoły	1
Trybsz Restauracje	1
Kraków Zabytki	1
Widok na Tatry	1
Niedzica/Czorsztyn Zamek	1
Nowy Targ Teatr	1
Łukowica	15
Stary Sącz	3
Zakopane	3
Łukowica	3
Limanowa	2
Kraków	2
Grybów	1
Świdnik Dwór	1
Czermna	11
Czermna	6
Tarnów	2
Tuchów	1
Kraków	1
Nowy Sącz	1
Bodaki	8
Bodaki Szlak Architektury Drewnianej	2
Sękowa Kościół	1
Rynek Główny	1
Kraków	1
Wadowice Muzeum Jana Pawła II	1
Kraków Wawel	1
Owczary	1

Miejscowość Obiekt	N
Dalsza część Zakopanego	1
Gródek nad Dunajcem Muzea	1

Miejscowość Obiekt	N
--------------------	---

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

Tabela 13.2.5. Atrakcje uporządkowane wg liczby wskazań

Lp	Miejscowość Obiekt	N	Lp	Miejscowość Obiekt	N
1	Oświęcim Auschwitz	384	475	Zator McDonald's	2
2	Kraków Wawel	306	476	Ojców Góry	2
3	Krynica-Zdrój Deptak	297	477	Niedzica/Czorsztyn Tatry	2
4	Zakopane	296	478	Kraków Synagoga	2
5	Kraków	223	479	Szaflary	2
6	Kraków Rynek Główny	212	480	Kraków Tauron Arena	2
7	Krynica-Zdrój Pijalnia Wód	199	481	Krynica-Zdrój Muzeum Zabawek	2
8	Zakopane Krupówki	189	482	Ojców Kościół	2
9	Wieliczka Kopalnia Soli	183	483	Białka Tatrzańska Pogoda	2
10	Szczawnica	174	484	Ojców Ruiny Zamku	2
11	Kraków Stare Miasto	154	485	Tarnów Kantoria	2
12	Nowy Targ Gorczański Park Narodowy	150	486	Ojców Skałki	2
13	Krynica-Zdrój Góra Parkowa	150	487	Tarnów Park	2
14	Gródek nad Dunajcem Jezioro Rożnowskie	136	488	Kraków ul. Floriańska	2
15	Zawoja Babia Góra	135	489	Gródek nad Dunajcem Krajobraz	2
16	Krynica-Zdrój Wieża Widokowa	123	490	Kraków ul. Grodzka	2
17	Zator Energylandia	119	491	Krynica-Zdrój Tablice informacyjne	2
18	Chochołów Termy	109	492	Olkusz Bobolice	2
19	Krynica-Zdrój Kładka w Koronach Drzew	106	493	Krynica-Zdrój Woda Mineralna	2
20	Zakopane Morskie Oko	105	494	Inwałd Park Kolejki	2
21	Krynica-Zdrój Uzdrowisko	93	495	Limanowa	2
22	Niedzica/Czorsztyn Zamek	86	496	Olkusz Dworzec	2
23	Białka Tatrzańska Termy	85	497	Kraków Hotel	2
24	Olkusz Pustynia	80	498	Olkusz Jaskinie	2
25	Ojców Zamek Pieskowaśka Skała	78	499	Niedzica/Czorsztyn Gondolki i roweki	2
26	Rabka-Zdrój Gorczański Park Narodowy	77	500	Olkusz Jezioro Zielone	2
27	Białka Tatrzańska Park Wodny	76	501	Zakopane Parking	2
28	Kraków Kazimierz	76	502	Olkusz Kościoły	2
29	Zakopane Gubałówka	74	503	Chojnów Zamek	2
30	Zawoja	73	504	Bodaki Szlak Architektury Drewnianej	2
31	Tarnów	72	505	Niedzica/Czorsztyn Puby	2
32	Białka Tatrzańska Termy Bania	71	506	Kraków Zabytki	2
33	Nowy Targ Turbacz	71	507	Niedzica/Czorsztyn Szlaki Turystyczne	2
34	Niedzica	70	508	Olkusz Ruiny Zamku	2
35	Białka Tatrzańska SPA	70	509	Zawoja Weekend w Górach	2
36	Chochołów Park Wodny	69	510	Olkusz Widoki	2
37	Białka Tatrzańska Tatry	68	511	Sypaniec Spiskie	2
38	Kraków Sukiennice	65	512	Olkusz Wzgórze Dąbrówka	2
39	Szczawnica Góry	63	513	Kalwaria	2
40	Zator Hyperion	61	514	Inwałd Park Rollercoastery	2
41	Zator Zadra	61	515	Dębno Zamek	2
42	Wieliczka	61	516	Oświęcim Beskid Nowosądecki	2
43	Krynica-Zdrój	60	517	Krynica-Zdrój Ogrody	2
44	Szczawnica Palenica	58	518	Kraków ZOO	2
45	Białka Tatrzańska	58	519	Szczawnica Uzdrowisko	2
46	Rabka-Zdrój Góry	57	520	Gródek nad Dunajcem Pijalnia Wód	2
47	Rabka-Zdrój Beskidy	54	521	Świnica	2
48	Szczawnica Spływ Dunajcem	54	522	Oświęcim Rynek, Zamek	2
49	Zawoja Góry	53	523	Tarnów Dunajec	2
50	Chochołów SPA	52	524	Owczary	2
51	Białka Tatrzańska Góry	50	525	Tarnów Kościoły	2
52	Tarnów Rynek	50	526	Inwałd Park ZOO	2
53	Nowy Targ Góry	49	527	Tarnów Nagrobki w katedrze	2
54	Szczawnica Homole	48	528	Pieniny	2
55	Chochołów Góry	48	529	Krynica-Zdrój Punkt Widokowy	2
56	Sokolica	48	530	Krynica-Zdrój Atmosfera	2
57	Chochołów Tatry	48	531	Gródek nad Dunajcem Kościoły	2
58	Oświęcim Rynek	47	532	Piwniczna-Zdrój	2

Lp	Miejscowość Obiekt	N
59	Ojców Maczuga Herkulesa	44
60	Zakopane Skocznia Narciarska	44
61	Zawoja Beskid Żywiecki	41
62	Olkusz Czubatka	39
63	Szczawnica Pijalnia Wód	39
64	Rynek Główny	38
65	Nowy Targ Natura	38
66	Gródek nad Dunajcem Góry	37
67	Krynica-Zdrój Dom Zdrojowy	37
68	Niedzica/Czorsztyn Zapora	37
69	Ojców	36
70	Zawoja Beskidy	35
71	Choczołów Regeneracja	35
72	Kraków Kluby	35
73	Zator Abyssus	34
74	Białka Tatrzańska Wypoczynek	34
75	Krynica-Zdrój Park	34
76	Wadowice	33
77	Choczołów	33
78	Rabka-Zdrój Luboń Wielki	33
79	Zakopane Giewont	32
80	Rabka-Zdrój Przyroda	32
81	Krynica-Zdrój Stary Dom Zdrojowy	31
82	Gródek nad Dunajcem Małpia Wyspa	31
83	Rabka-Zdrój Beskid Wyspowy	31
84	Krynica-Zdrój Tor Saneczkowy	31
85	Nowy Targ	31
86	Ojcowski Park Narodowy	31
87	Zawoja Gorczański Park Narodowy	30
88	Zawoja Markowe Szczawiny	30
89	Rabka-Zdrój	29
90	Zakopane Restauracje	29
91	Białka Tatrzańska Relaks	28
92	Zawoja Przyroda	28
93	Rabka-Zdrój Turbacz	27
94	Niedzica/Czorsztyn Trzy Korony	25
95	Kraków Kościół Mariacki	25
96	Krynica-Zdrój Kolejka	25
97	Białka Tatrzańska Regeneracja	24
98	Zakopane Rysy	24
99	Zalipie	24
100	Choczołów Relaks	24
101	Tarnów Katedra	24
102	Gródek nad Dunajcem Tatry	24
103	Zakopane Kluby	24
104	Tarnów Ratusz	23
105	Olkusz Róża Wiatrów	23
106	Bochnia	23
107	Białka Tatrzańska Urlop	22
108	Szczawnica Trzy Korony	22
109	Choczołów Urlop	22
110	Zakopane Centrum	21
111	Zawoja Babiogórski Park Narodowy	21
112	Gródek nad Dunajcem	21
113	Zakopane Góry	20
114	Kraków nocą	20
115	Rabka-Zdrój Maciejowa	20
116	Ojców Brama Krakowska	20
117	Szczawnica Pieniński Park Narodowy	19
118	Nowy Targ Beskidy	19
119	Kraków Muzea	19
120	Kraków Centrum	19
121	Zawoja Diablak	18
122	Tarnów Góra św. Marcina	18
123	Czorsztyn	18
124	Choczołów Wypoczynek	18

Lp	Miejscowość Obiekt	N
533	Gorlice	2
534	Planty	2
535	Kraków Dzielnica Żydowska	2
536	Krynica-Zdrój Atrakcje dla dzieci	2
537	Kraków Fabryka Schindlera	2
538	Poronin	2
539	Gródek nad Dunajcem Łódki	2
540	Inwałd Park Żołnierze	2
541	Wieliczka Kościoły	2
542	Bukowina Tatrzańska Termy Bukowina	2
543	Wieliczka Widoki	2
544	Krynica-Zdrój Dom Kryniczanki	2
545	Kraków Getto	2
546	Rabka-Zdrój Nordic walking	2
547	Zakopane Dolina Choczołowska	2
548	Rabka-Zdrój Park	2
549	Mościce	2
550	Krynica-Zdrój Dworzec	2
551	Zakopane Lasy	2
552	Rabka-Zdrój Pieniński Park Narodowy	2
553	Niedzica/Czorsztyn Gorący Potok	2
554	Rabka-Zdrój Tężnia	2
555	Zakopane Park Wodny	2
556	Rabka-Zdrój Wypoczynek w Górach	2
557	Niedzica/Czorsztyn Homole	2
558	Krynica-Zdrój Imprezy	2
559	Zator Góry	2
560	Rożnów	2
561	Zator Jedzenie	2
562	Rusinowa Polana	2
563	Zator Zjeżdźalnie	2
564	Rytro	2
565	Niedzica/Czorsztyn Rezerwat	2
566	Sębno	2
567	Niedzica/Czorsztyn Szlak Orlich Gniazd	2
568	Smoleń	2
569	Niedzica/Czorsztyn Ścieżki rowerowe	2
570	Spływ Dunajcem	2
571	Niedzica/Czorsztyn VeloCzorsztyn	2
572	Krynica-Zdrój Karczma	2
573	Krynica-Zdrój Kawiarnia	2
574	Zawoja Wyjście na Babią Górę	2
575	Kraków Kamienice	1
576	Tarnów Wszystkie	1
577	Niedzica/Czorsztyn Maniowy	1
578	Oświęcim Park Gródek	1
579	Krzesanica	1
580	Nowy Targ Urlop	1
581	Niedzica/Czorsztyn Jedzenie	1
582	Bukowiec	1
583	Kraków Melsztyn	1
584	Oświęcim Rynek, Planty	1
585	Białka Tatrzańska, Ząb	1
586	Nowy Targ Wyjazd z rodziną	1
587	Olkusz Park	1
588	Barwałd Dolny	1
589	Niedzica/Czorsztyn Gondola	1
590	Oświęcim Stadnina koni	1
591	Niedzica/Czorsztyn Leśne Molo	1
592	Oświęcim Stajnia Zagórze	1
593	Niedzica/Czorsztyn Piekarnie	1
594	Oświęcim Szlak Orlich Gniazd	1
595	Zawoja Urlop	1
596	Oświęcim Tereny Nadwiślańskie	1
597	Kraków Ogród Botaniczny UJ	1
598	Oświęcim Wioska Indiańska	1

Lp	Miejscowość Obiekt	N	Lp	Miejscowość Obiekt	N
125	Oświęcim Brzezinka	18	599	Wiejskie Tereny zielone	1
126	Nowy Targ Schronisko PTTK Turbacz	18	600	Inwałd Park Zieleń	1
127	Inwałd Dinoland	18	601	Wieliczka Zamek	1
128	Inwałd Park Park Miniatur	17	602	Krynica-Zdrój Apartament	1
129	Zakopane Aquapark	17	603	Gródek nad Dunajcem Dom rodzinny	1
130	Kraków Bulwary Wiślane	17	604	Niedzica/Czorsztyn Widoki	1
131	Krynica-Zdrój Promenada	17	605	Kraków Katedra Wawelska	1
132	Niedzica/Czorsztyn Spływ Dunajcem	17	606	Park Zdrojowy	1
133	Gródek nad Dunajcem Spływ Dunajcem	17	607	Niedzica/Czorsztyn Góra Wysoka	1
134	Zator Aqualantis	17	608	Kraków Rękawka	1
135	Niedzica/Czorsztyn Góry	17	609	Góry: Tatry, Pieniny, Beskidy	1
136	Niedzica/Czorsztyn Kluby	17	610	Pasmo Brzanki	1
137	Białka Tatrzańska Wyjazd ze znajomymi	17	611	Zator Jura Krakowsko-Częstochowska	1
138	Krynica-Zdrój Czarny Potok	16	612	Niedzica/Czorsztyn Zadyma	1
139	Tarnów Park Strzelecki	16	613	Niedzica/Czorsztyn Papugarnia	1
140	Zator Rollercoastery	16	614	Niedzica/Czorsztyn Wiktorówki	1
141	Krynica-Zdrój Restauracje	16	615	Oświęcim Centrum	1
142	Szczawnica Tatry	16	616	Pilica Ruiny Zamku	1
143	Białka Tatrzańska Termy i SPA	16	617	Zawoja Przełęcz Krowiarki	1
144	Ojców Jaskinia Ciemna	16	618	Dąbrowa Tarnowska	1
145	Zakopane Dolina Pięciu Stawów	16	619	Olkusz Jaskinie	1
146	Krynica-Zdrój Jaworzyna Krynicka	16	620	Kraków Obiekty architektoniczne	1
147	Krynica-Zdrój Fontanny	16	621	Krynica-Zdrój Strumyk i mostki	1
148	Ojców Dolina Prądnika	16	622	Podole	1
149	Gródek nad Dunajcem Rowerki wodne	16	623	Gródek nad Dunajcem Leśne moło	1
150	Niedzica/Czorsztyn Restauracje	15	624	Kraków Pałac Krzysztofory	1
151	Krynica-Zdrój Szlaki Turystyczne	15	625	Krynica-Zdrój Willa Małopolonka	1
152	Zakopane Kasprowy Wierch	15	626	Ojców Brama	1
153	Nowy Targ Jaworzyna Krynicka	15	627	Krynica-Zdrój Żegiestów	1
154	Zawoja Polica	15	628	Przegorzały Zamek	1
155	Kraków Bazylika Mariacka	14	629	Wieliczka Turyści	1
156	Tarnów Stare Miasto	14	630	Przydonica	1
157	Zator Formuła	14	631	Wojnicz	1
158	Zawoja Schronisko Markowe Szczawiny	14	632	Krynica-Zdrój Atrakcje na Deptaku	1
159	Oświęcim Sofa	14	633	Olkusz Parki Narodowe	1
160	Gródek nad Dunajcem Zamki	14	634	Krynica-Zdrój Bary i Puby	1
161	Gródek nad Dunajcem Trzy Korony	13	635	Nowy Targ Pętla Spiska	1
162	Muszyna	13	636	Puszcza Niepołomicka	1
163	Wieliczka Restauracje	13	637	Kraków Kampus II	1
164	Zator, Zatorland	13	638	Rabka-Zdrój Amifeatr	1
165	Zakopane Kościoły	13	639	Zakopane Miasto	1
166	Rabka-Zdrój Tatry	13	640	Inwałd Park Dzika rzeka	1
167	Ojców Dolina	13	641	Inwałd Park Restauracje	1
168	Szczawnica Parki Narodowe	13	642	Krynica-Zdrój Centrum Handlowe	1
169	Kraków Zakrzówek	13	643	Niedzica/Czorsztyn Hałuszowa	1
170	Szczawnica Zamki	13	644	Inwałd Parki	1
171	Zawoja Park Narodowy	13	645	Kraków Koncert - Tauron Arena	1
172	Szczawnica Szlaki Turystyczne	12	646	Izba Regionalna Sromowce Wyżne	1
173	Szczawnica Kolejka	12	647	Niedzica/Czorsztyn Kotelnica	1
174	Ojców Lasy	12	648	Kraków Park	1
175	Krynica-Zdrój Kolejka Gondolowa	12	649	Kraków Ratusz	1
176	Wieliczka Kluby	12	650	Ojców Czarcie Wrota	1
177	Nowy Sącz	12	651	Zator Młyn	1
178	Stare Miasto	12	652	Burek Kościół	1
179	Zakopane Czarny Staw	12	653	Zator Teatr	1
180	Kompleks Inwałd	12	654	Rabka-Zdrój Kościoły	1
181	Krynica-Zdrój Ogród Żywiołów	12	655	Niedzica/Czorsztyn Park Narodowy	1
182	Gródek nad Dunajcem Parki Narodowe	12	656	Jaczzurówka Kościół	1
183	Nowy Targ Gorce	12	657	Niedzica/Czorsztyn Przystań Flisacka	1
184	Gródek nad Dunajcem Winnica	12	658	Krynica-Zdrój Dorożki konne	1
185	Gródek nad Dunajcem Spływ kajakowy	12	659	Zawoja Jezioro Mucharskie	1
186	Lanckorona	11	660	Krynica-Zdrój Dunajec	1
187	Gródek nad Dunajcem Pieniński Park Narodowy	11	661	Oświęcim Kościoły	1
188	Ogrodzieniec Zamek	11	662	Inwałd Park Karpie	1
189	Kalwaria Zebrzydowska	11	663	Oświęcim Muzeum Żydowskie i Synagoga	1
190	Gródek nad Dunajcem Lasy	11	664	Kraków Spacerowanie	1

Lp	Miejscowość Obiekt	N	Lp	Miejscowość Obiekt	N
191	Oświęcim	11	665	Tarnów Tramwaj	1
192	Rabka-Zdrój Schronisko na Luboniu	11	666	Rabka-Zdrój Park Narodowy	1
193	Szczawnica Ścieżki rowerowe	10	667	Krynica-Zdrój Stoiska Kół Gospodyń Wiejskich	1
194	Niedzica/Czorsztyn Jezioro Rożnowskie	10	668	Ojców Drzewa	1
195	Krynica-Zdrój Krynicażanka	10	669	Tarnów Zbylitowska Góra	1
196	Krynica-Zdrój Muzeum Nikifora	10	670	Kraków Stara Wieża	1
197	Rabsztyn Zamek	10	671	Kraków Uniwersytet Jagielloński	1
198	Bobolice Zamek	10	672	Krynica-Zdrój Figury lodowe	1
199	Kraków Planty	10	673	Krynica-Zdrój Tańce	1
200	Niedzica/Czorsztyn Termy	10	674	Jamna	1
201	Zakopane Orla Perć	10	675	Trybsz Skansen	1
202	Krynica-Zdrój Słotwiny Arena	10	676	Krynica-Zdrój Fontanny, Góra Parkowa	1
203	Gródek nad Dunajcem Jeziora	10	677	VeloCzorsztyn	1
204	Ojców Wodospad	10	678	Krynica-Zdrój Galeria handlowa	1
205	Olkusz Zamek	10	679	Olkusz Kamienice	1
206	Zakopane Widoki	9	680	Krynica-Zdrój Galeria sztuki Romanówka	1
207	Tarnów Muzeum Etnograficzne	9	681	Wieliczka Atmosfera	1
208	Krynica-Zdrój Park linowy	9	682	Rabka-Zdrój Solanka	1
209	Dębno Kościół	9	683	Wieliczka Muzeum Żup	1
210	Chochółów Masaże i fizjoterapia	9	684	Krynica-Zdrój Gondola	1
211	Nowy Targ Tatry	9	685	Kraków Winnice	1
212	Olkusz Lasy	9	686	Krynica-Zdrój Góra Krzyżowa	1
213	Krościenko nad Dunajcem	9	687	Olkusz Latarnia	1
214	Tarnów Muzeum	9	688	Kraków Park Wodny	1
215	Nowy Targ Wypoczynek	9	689	Wiśnicz	1
216	Dolina Kościeliska	9	690	Jaszczurowa Kościół	1
217	Wieliczka Park	9	691	Wygielzów	1
218	Zakopane Termy	9	692	Rabka-Zdrój Uzdrowisko	1
219	Kasprowy Wierch	9	693	Kraków Góry	1
220	Dębno	9	694	Jaszczurówka	1
221	Kopalnia Soli	9	695	Olkusz Przyroda	1
222	Biecz	9	696	Barwałd Dolny Szlak Architektury Drewnianej	1
223	Rabka-Zdrój Schronisko PTTK na Maciejowej	9	697	Miechów	1
224	Tarnów Kościoły	9	698	Jezioro Czorsztyńskie	1
225	Krynica-Zdrój Kolejka Linowa	9	699	Kraków Jedzenie	1
226	Sromowce Niżne	9	700	Krynica-Zdrój Hotel Prezydent	1
227	Zakopane Kościoły	9	701	Muszyna Ogrody Sensoryczne	1
228	Kraków Zamek	8	702	Barwałd Dolny VeloDunajec	1
229	Zawoja Morosny Groń	8	703	Niedzica/Czorsztyn Dom córki	1
230	Zawoja Szlaki Turystyczne	8	704	Gródek nad Dunajcem Ogrody	1
231	Ojców Jaskienie	8	705	Gródek nad Dunajcem Park Geologiczny	1
232	Ojców Sokolica	8	706	Kraków Tatry	1
233	Zakopane Bary i Puby	8	707	Zakopane Miejsce dostawy	1
234	Niedzica/Czorsztyn Jezioro	8	708	Ryglice	1
235	Białka Tatrzańska Masaże i fizjoterapia	8	709	Zakopane Papugarnia	1
236	Parki Rozrywki	8	710	Rynek	1
237	Olkusz Dolina	8	711	Kraków Rafting	1
238	Rabka-Zdrój Rabkoland	8	712	Krynica-Zdrój Jakość wyciągów narciarskich	1
239	Wadowice Muzeum Jana Pawła II	8	713	Niedzica/Czorsztyn Górskie powietrze	1
240	Kraków Banialuka	8	714	Jezioro Rożnowskie	1
241	Krynica-Zdrój Lody	8	715	Zakopane Schronisko w Dolinie Gąsienicowej	1
242	Oświęcim Planty	8	716	Czerwony Klasztor	1
243	Wieliczka Rynek	7	717	Gródek nad Dunajcem Wyspa Grodzisko	1
244	Zakopane Sklepy	7	718	Rzeka Poprad	1
245	Zakopane Doliny	7	719	Olkusz Wyżyna Krakowska	1
246	Inwałd Park Zamek	7	720	Ojców Jezioro	1
247	Zator RMF	7	721	Niedzica/Czorsztyn Korona Zapory	1
248	Rabka-Zdrój Schronisko Stare Wierchy	7	722	Sękowa Kościół	1
249	Gródek nad Dunajcem Muzea	7	723	Niedzica/Czorsztyn Lasy	1
250	Krynica-Zdrój Hotel	7	724	Krynica-Zdrój Kadra Uzdrowiska	1
251	Zakopane Muzea	7	725	Niedzica/Czorsztyn Lody	1
252	Szczawnica Wieża Widokowa	7	726	Ojców Jura Krakowsko-Częstochowska	1
253	Zator Park	7	727	Kraków Zakupy	1
254	Kiczora	7	728	Chochółów Baseny	1
255	Czermna	7	729	Kraków Zieleń w Centrum	1
256	Inwałd Ogrody Papieskie	7	730	Kraków Plac Centralny	1

	Miejscowość Obiekt	N	Lp	Miejscowość Obiekt	N
257	Zawoja Hala Krupowa	7	731	Gródek nad Dunajcem Miasto	1
258	Kacwin	6	732	Nowy Targ Dzikie Byki	1
259	Zawoja Bieg po szlaku	6	733	Kraków Kuracje na Rynku	1
260	Niedzica/Czorsztyn Jezioro Czorsztyńskie	6	734	Staniątki	1
261	Tenczyn Zamek	6	735	Niedzica/Czorsztyn Niebieska Dolina	1
262	Choczołów Wyjazd z rodziną	6	736	Ojców Krajobraz	1
263	Trybsz Kościół	6	737	Zator Zjeżdźalnie	1
264	Niepołomice	6	738	Gródek nad Dunajcem Punkty Widokowe	1
265	Tyniec Opactwo Benedyktynów	6	739	Kraków Lasek Wolski	1
266	Zator Rynek	6	740	Inwałd Park Karuzele	1
267	Bór nad Czerwonem	6	741	Kraków Lot balonem	1
268	Zawoja Wyjście ze znajomymi	6	742	Stryżawa	1
269	Niedzica/Czorsztyn Park Rozrywki	6	743	Niedzica/Czorsztyn Punkt Widokowy	1
270	Podole Kościół	6	744	Sucha Beskidzka Karczma	1
271	Szczawnica Dunajec	6	745	Kraków Mały Rynek	1
272	Zakopane Rynek	6	746	Sucha Beskidzka Zamek	1
273	Rabka-Zdrój Park Zdrojowy	6	747	Niedzica/Czorsztyn Spichlerz	1
274	Zator	6	748	Suńkowice	1
275	Baseny	6	749	Zawoja Park	1
276	Binarowa	6	750	Swoszowice	1
277	Kraków Kopiec Kościuszki	6	751	Krucza Skała	1
278	Nowy Targ Kudłoń	6	752	Bobrowka Muzeum	1
279	Krynica-Zdrój Sanatorium	6	753	Gródek nad Dunajcem Motorówki	1
280	ZOO	6	754	Ojców Przyroda	1
281	Ojców Iglica	6	755	Zawoja Trekking w Górach	1
282	Oświęcim Muzeum	6	756	Choczołów Bliski dojazd	1
283	Zawoja Natura	6	757	Inwałd Park Zabytki	1
284	Kraków Teatr	6	758	Kraków Plac Nowy	1
285	Muszyna Ogrody Biblijne	6	759	Złoty Potok	1
286	Ciężkowice	5	760	Gródek nad Dunajcem Galerie	1
287	Rynek Wadowice	5	761	Tarnów Wieża Widokowa	1
288	Gródek nad Dunajcem Teatry	5	762	Szczawnica Dom rodzinny	1
289	Bukowina Tatrzańska	5	763	Tarnów Wiślana Trasa Rowerowa	1
290	Tarnów Stary Cmentarz	5	764	Gródek nad Dunajcem Ruiny Zamku	1
291	Szczawnica Spyw kajakowy	5	765	Tarnów Zabytki	1
292	Inwałd	5	766	Szczawnica Galerie	1
293	Kraków ul. Szewska	5	767	Tarnów Żywieckie Centrum Kultury	1
294	Falsztyn	5	768	Barwałd Dolny Hańczowa	1
295	Ojców Brandysówka	5	769	Tatrzański Park Narodowy	1
296	Niedzica/Czorsztyn Przystań	5	770	Choczołów Jacuzzi	1
297	Zakopane Dolina Gąsienicowa	5	771	Tereny wiejskie	1
298	Kraków Galeria Krakowska	5	772	Kraków Turystyczne busy	1
299	Niedzica/Czorsztyn VeloDunajec	5	773	Tropie	1
300	Ciężkowice Skamieniałe Miasto	5	774	Szczawnica Jaworzyna Krynicka	1
301	Niedzica/Czorsztyn Wiśla	5	775	Krynica-Zdrój Tężnia	1
302	Lipnica Murowana	5	776	Szczawnica Jezioro	1
303	Zakopane Dom rodzinny	5	777	Trybsz Restauracje	1
304	Niedzica/Czorsztyn Ruiny Zamku	5	778	Krynica-Zdrój Krajobraz	1
305	Zakopane Dyskoteki	5	779	Trzy Korony	1
306	Gródek nad Dunajcem Zapora	5	780	Kęty	1
307	Gródek nad Dunajcem Wieża Widokowa	5	781	Inwałd Park LunaPark	1
308	ICE Kraków	5	782	Szczawnica Kościelec	1
309	Rabka-Zdrój Bieg po szlaku	5	783	Biały Dunajec	1
310	Krynica-Zdrój Willa Romanówka	5	784	Szczawnica Kościoły	1
311	Zakopane Hala Gąsienicowa	5	785	Wadowice Park	1
312	Tarnów Uliczki	5	786	Szczawnica Kozy	1
313	Niedzica/Czorsztyn Łąpszanka	5	787	Widok na Tatry	1
314	Zator Wszystko	5	788	Szczawnica Krowy	1
315	Kraków Wiśla	5	789	Olkusz Kapliczka	1
316	Olkusz Staw	5	790	Krynica-Zdrój Lekarze	1
317	Kraków Budynki	5	791	Agroturystyka	1
318	Tropie Kościół	5	792	Szczawnica Mogielica	1
319	Oświęcim Zamek	5	793	Kraków Wawel, Smok	1
320	Szczawnica Jaskinie	5	794	Bielawy	1
321	Kraków Nocne życie	5	795	Kraków Forteca	1
322	Szczawnica Kolejka	5	796	Krynica-Zdrój Muzeum	1

323	Kraków Brama Floriańska	5	797	Kynica-Zdrój	1
324	Krynica-Zdrój Nowy Dom Zdrojowy	5	798	Gęsia Szyja	1
325	Niedzica/Czorsztyn Pieniński Park Narodowy	5	799	Laskowa	1
326	Dolina Chochołowska	5	800	Kraków ul. Długa	1
327	Ojców Rynek	5	801	Wieliczka Widok nocą	1
328	Wieliczka Nocne życie	5	802	Chochołów Muszasichle	1
329	Krynica-Zdrój Park Słotwiński	5	803	Olkuśz Namioty	1
330	Zakopane Jedzenie	4	804	Szczawnica Restauracje	1
331	Zator Wykopaliska	4	805	Wisła	1
332	Niedzica/Czorsztyn Wysoka	4	806	Szczawnica Rodzina	1
333	Nowy Targ Schronisko Stare Wierchy	4	807	Gródek nad Dunajcem Wodospad	1
334	Inwałd Park Warownia	4	808	Szczawnica Rośliny	1
335	Zakopane Puby	4	809	Womai	1
336	Kraków Expo	4	810	Dąbrówka Szczepanowska Wieża Widokowa	1
337	Kraków Smok Wawelski	4	811	Białka Tatrzańska Natura	1
338	Krynica-Zdrój Architektura	4	812	Krynica-Zdrój Odwiedziny dzieci	1
339	Ścieżka Koronami Drzew	4	813	Zakopane Bachleđa Residence	1
340	Niedzica/Czorsztyn Statek	4	814	Kraków Plac Wolnica, Zapiekanki	1
341	Niedzica/Czorsztyn Kluszkowce	4	815	Zakopane Baseny	1
342	Pieniński Park Narodowy	4	816	Kostrzew Zamek	1
343	Inwałd Park Miniatur	4	817	Łapsze Niżne Polana	1
344	Ojców Dupa słońca	4	818	Ojców Widoki	1
345	Chochołów Wyjazd ze znajomymi	4	819	Kraków Hostel	1
346	Pustynia	4	820	Niedzica/Czorsztyn Wesołe miasteczko	1
347	Gródek nad Dunajcem Homole	4	821	McDonald's	1
348	Kraków Barbakan	4	822	Szczawnica Torfowiska	1
349	Krynica-Zdrój Widoki	4	823	Miodów Zamek	1
350	Rabka-Zdrój Czyste powietrze	4	824	Kościół Binarowa	1
351	Zakopane Wielka Krokiew	4	825	Zakopane Galeria	1
352	Gródek nad Dunajcem Szlaki Turystyczne	4	826	Szczawnica Turbacz	1
353	Rabka-Zdrój Górskie powietrze	4	827	Zakopane Gondola	1
354	Niedzica/Czorsztyn Muzeum	4	828	Kraków ul. Gdańska	1
355	Krynica-Zdrój Platforma Widokowa	4	829	Barwałd Dolny Kościoły	1
356	Kraków Kościoły	4	830	Krynica-Zdrój Park i Deptak	1
357	Kraków Nowa Huta	4	831	Myślenice	1
358	Tarnów Winnice	4	832	Szczawnica Wodospad	1
359	Olkuśz Jura Krakowsko-Częstochowska	4	833	Niedzica Kościół	1
360	Zawoja Główny Szlak Beskidzki	4	834	Szczawnica Wszystko	1
361	Zator Dworzec	4	835	Niedzica/Czorsztyn Zabytkowe Kościoły	1
362	Czerwone Wierchy	4	836	Nowy Targ Ibis	1
363	Kryspinów	4	837	Niedzica/Czorsztyn Elektrownia	1
364	Zawoja Jałowiec	4	838	Białka Tatrzańska Podhale	1
365	Olkuśz Punkt Widokowy	4	839	Zakopane Ludzie	1
366	Łapsze Niżne	4	840	Gródek nad Dunajcem Stadnina koni	1
367	Rabka-Zdrój Szlaki Turystyczne	4	841	Zakopane Miejsca z pamiątkami	1
368	Zawoja Park linowy	4	842	Świdnica	1
369	Gorczański Park Narodowy	4	843	Niedzica/Czorsztyn Gokarty	1
370	Zawoja Perć Akademików	4	844	Świdnik Dwór	1
371	Olkuśz Rynek	4	845	Kraków Zabytkowe Kościoły	1
372	Inwałd Park	4	846	Kraków ul. Szeroka	1
373	Rabka-Zdrój Wycieczka górską	4	847	Olkuśz Skala	1
374	Krynica-Zdrój Góry	4	848	Krynica-Zdrój Pensjonat	1
375	Tarnów Pasaż Odkryć	4	849	Olkuśz Szlaki Turystyczne	1
376	Oświęcim Wisła	4	850	Tarnów Amfiteatr	1
377	Wiśnicz Zamek	3	851	Zakopane Podziemne przejście	1
378	Tuchów	3	852	Ojców Zieleń	1
379	Tarnów VeloDunajec	3	853	Zakopane Punkt Widokowy	1
380	Szczawnica Lasy	3	854	Tarnów Beskid Niski	1
381	Zawoja Góry Beskidy	3	855	Gródek nad Dunajcem Wspinaczki	1
382	Szczawnica Muzea	3	856	Tarnów Beskid Sądecki	1
383	Oświęcim Muzeum Podziemne	3	857	Zakopane Sala weselna	1
384	Oświęcim Osiek Resort	3	858	Krynica-Zdrój Piwko na Deptaku	1
385	Termy	3	859	Olkuśz Winnica	1
386	Krupowa Hala	3	860	Tarnów Brama Seklerska	1
387	Nowy Targ Wyjście ze znajomymi	3	861	Zakopane Szlaki Turystyczne	1
388	Bielany Sanktuarium	3	862	Tarnów Brama Sekrelska	1

389	Zawoja Mała Babia	3	863	Zakopane Teatr	1
390	Krynica Zdrój Małopolanka	3	864	Gródek nad Dunajcem Kluby	1
391	Oświęcim Jezioro Mucharskie	3	865	Gródek nad Dunajcem Wzgórza	1
392	Niedzica/Czorsztyn Zapora, Rowery	3	866	Ojców Źródło Będkówka	1
393	Zator Miasto	3	867	Zakopane Wieś babci	1
394	Gródek nad Dunajcem Beskid Wyspowy	3	868	Tarnów Dworzec Kolejowy	1
395	Tatry	3	869	Niedzica/Czorsztyn Koncerty	1
396	Krynica-Zdrój Aleja Kurortowa	3	870	Tarnów Dzielnica Żydowska	1
397	Kraków Puby	3	871	Zamek Królewski	1
398	Zakopane Kolejka	3	872	Tarnów Galeria Panorama	1
399	Gródek nad Dunajcem Parki	3	873	Niedzica/Czorsztyn Kotlina Sądecka	1
400	Dolina Pięciu Stawów	3	874	Krynica-Zdrój Pociąg	1
401	Białka Tatrzańska Murzasichle	3	875	Zator Ciuchcia	1
402	Krynica-Zdrój Pasaż Krynicki	3	876	Tarnów Góry	1
403	Zawoja Impreza biegowa	3	877	Niedzica/Czorsztyn Litwinka	1
404	Puszcza Dulowska	3	878	Tarnów Hala Jaskółka	1
405	Stary Sącz	3	879	Zator Frajda	1
406	Szczawnica Zamek	3	880	Tarnów Informacja turystyczna	1
407	Szczawnica Biała Woda	3	881	Zator Hotel	1
408	Ojców Kapliczka	3	882	Tarnów Kamienice na ul. Wałowej	1
409	Zawoja Skansen	3	883	Nowy Targ Tatrzański Park Narodowy	1
410	Gródek nad Dunajcem Dunajec	3	884	Okolice Zakopanego	1
411	Rabka-Zdrój Schronisko PTTK Turbacz	3	885	Zator Mayan	1
412	Zakopane Park	3	886	Krynica-Zdrój Pogoda	1
413	Niedzica/Czorsztyn Rzepiska	3	887	Niedzica/Czorsztyn Ludźmierz	1
414	Chochołów Podhale	3	888	Tarnów Kawiarnia	1
415	Olkusz Krajobraz	3	889	Zator Muzeum	1
416	Tarnów Arena Jaskółka	3	890	Tarnów Kluby	1
417	Niedzica/Czorsztyn Spiska Pętla	3	891	Zator Restauracje	1
418	Tarnów Bima	3	892	Kraków Plac Wszystkich Świętych	1
419	Gródek nad Dunajcem Skanseny	3	893	Niedzica/Czorsztyn Mini ZOO	1
420	Tarnów Cmentarz Żydowski	3	894	Krynica-Zdrój Pomnik Nikifora	1
421	Trybsz Kościół	3	895	Zator Sklepy	1
422	Ludźmierz Sanktuarium	3	896	Gródek nad Dunajcem Beskid	1
423	Gródek nad Dunajcem Skutery wodne	3	897	Zator Widoki	1
424	Krynica-Zdrój Centrum	3	898	Tarnów Młyn	1
425	Kraków Ludzie	3	899	Niedzica/Czorsztyn Ogrod Botaniczny	1
426	Zakopane Tatry	3	900	Krynica-Zdrój Pomoc pielęgniarzek	1
427	Kraków Sanktuarium Łagiewniki	3	901	Zator Zamek	1
428	Ojców Szlaki Turystyczne	3	902	Gródek nad Dunajcem Ścieżki rowerowe	1
429	Skawica	3	903	Nowy Targ Teatr	1
430	Ojców Wisząca Skała	3	904	Kraków ul. Wielicka	1
431	Niedzica/Czorsztyn Dunajec	3	905	Zawada	1
432	Łapsze Niżne Spa	3	906	Tarnów Ogród Botaniczny	1
433	Wieliczka Park Mickiewicza	3	907	Czarny Dunajec	1
434	Zakopane Zabytki	3	908	Tarnów Panorama Siedmiogrodzka	1
435	Kraków Floriańska	3	909	Niedzica/Czorsztyn Piekielnik	1
436	Tarnów Park Sanguszków	3	910	Olkusz Domki	1
437	Wieliczka Zabytki	3	911	Kraków Lotnisko	1
438	Zamajercz Zapora	3	912	Tarnów Park Bema	1
439	Szczawnica Beskid Wyspowy	3	913	Kraków Rejs po Wiśle	1
440	Rabka-Zdrój Natura	3	914	Krynica-Zdrój Przyroda	1
441	Gródek nad Dunajcem Palenica	3	915	Grybów	1
442	Zawoja Tatry	3	916	Olkusz Drzewa	1
443	Zakopane Dolina Czarnego Stawu	3	917	Niedzica/Czorsztyn Rowerki wodne	1
444	Bochnia Kopalnia Soli	3	918	Tarnów Park Wodny	1
445	Kraków Parki	3	919	Kraków Mały Rynek	1
446	Łukowica	3	920	Krynica-Zdrój Rajske ślizgawki	1
447	Olkusz Jezioro	3	921	Oświęcim Jezioro Dobczyckie	1
448	Ojców Jaskinie	3	922	Niedzica/Czorsztyn Wyciąg Narciarski	1
449	Stasikówka	2	923	Kraków Marabak	1
450	Kraków Forum	2	924	Krynica-Zdrój Regionalne przysmaki	1
451	Tarnów Mauzoleum Józefa Bema	2	925	Grywałd	1
452	Niedzica/Czorsztyn Zadyma	2	926	Tarnów Restauracje	1
453	Kraków Kopiec Kraka	2	927	Kraków/Tarnów	1
454	Kraków Ogród Doświadczeń im. Lema	2	928	Tarnów Restauracje	1

Lp					
455	Zawoja Wyjazd z rodziną	2	929	Dołęga Dwór	1
456	Kraków Opera	2	930	Tarnów Ruiny Zamku	1
457	Kraków Collegium Maius	2	931	Zawoja Polica	1
458	Nowy Targ Luboń Wielki	2	932	Olkusz Getto	1
459	Niedzica/Czorsztyn Dom Strachów	2	933	Hotel Bania	1
460	Kraków Przedmieścia	2	934	Olkusz Grodzisko	1
461	Zawoja Korona gór polskich	2	935	Niedzica/Czorsztyn Turbacz	1
462	Nowy Targ Rynek	2	936	Krynica-Zdrój Sklepy	1
463	Krynica-Zdrój Koncert w Pijalni	2	937	Dalsza część Zakopanego	1
464	Kraków Restauracje	2	938	Tarnów Szlak Architektury Drewnianej	1
465	Kraków Bary i Puby	2	939	Zawoja Turbacz	1
466	Nowy Wiśnicz	2	940	Tarnów Ścieżki rowerowe	1
467	Tarnów Pomnik	2	941	Oświęcim Muzeum Podziemne	1
468	Ochotnica Górna	2	942	Tarnów TCI	1
469	Wadowice Sanktuarium	2	943	Tarnów Teatr Letni	1
470	Kraków Rynek Podziemny	2	944	Krynica-Zdrój Pamiątki	1
471	Łapsze Niżne Kalwaria	2	945	Szczawnica Teatr	1
472	Kraków Sala Koncertowa	2	946	Ojców Jedzenie	1
473	Zakopane Park Narodowy	2	947	Zrębcice Kościół	1
474	Kraków Smocza Jama	2	948	Nowy Targ Nordic walking	1
			949	Nowy Targ Park Narodowy	1

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

Analiza uwarunkowań atrakcyjności turystycznej w przekroju miejscowości

Poniżej przedstawiono wyniki analizy powiązań atrakcyjności turystycznej z profilami osobowymi turystów. W analizie uwzględniono takie cechy jak płeć turysty, jego wiek, miejsce zamieszkania (kraj, zagranica), status materialny, status zawodowy, wykształcenie. Podstawą analizy są omówione w poprzednim rozdziale dane o atrakcyjności turystycznej miejscowości, obiektów turystycznych oraz obiektów turystycznych przypisanych do poszczególnych miejscowości.

Tabela 13.2.6. Atrakcyjne miejscowości wg krajów zamieszkania respondentów

Liczba wskazań	W. Brytania	Niemcy Austri	Francj	Czech Słowac a	USA Kan da	Hiszpan a Włochy	Skandynawia	Ukraina Kazachs an	Belgia Holand a	Suma
Kraków	100	78	43	9	34	27	31	25	23	370
Wieliczka	16	41	21	24		20	10		14	146
Tarnów	12	3	5	3	9	3		14		49
Oświęcim	8		4	3	3	2	8	1		29
Krynica-Zdrój	5	3		18	3					29
Zakopane	5	11	3	5	2	1				27
Pozostałe	5	3	0	6	10	2	6	9	1	42
Suma	151	139	76	68	61	55	55	49	38	692
Udziały procentowe										
Kraków	66,2%	56,1%	56,6%	13,2%	55,7%	49,1%	56,4%	51,0%	60,5%	53,5%
Wieliczka	10,6%	29,5%	27,6%	35,3%		36,4%	18,2%		36,8%	21,1%
Tarnów	7,9%	2,2%	6,6%	4,4%	14,8%	5,5%		28,6%		7,1%
Oświęcim	5,3%		5,3%	4,4%	4,9%	3,6%	14,5%	2,0%		4,2%
Krynica-Zdrój	3,3%	2,2%		26,5%	4,9%					4,2%
Zakopane	3,3%	7,9%	3,9%	7,4%	3,3%	1,8%				3,9%
Pozostałe	3,3%	2,2%	0,0%	8,8%	16,4%	3,6%	10,9%	18,4%	2,6%	6,1%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

W tab. 13.2.6. zamieszczono liczby wskazań atrakcyjnych miejsc (górna część tabeli) oraz ich procentowe udziały kolumnowe (dolna część tabeli) w przekroju 9 krajów zamieszkania respondentów zagranicznych. Kolorem czerwonym oznaczono 2 atrakcyjne miejsca najczęściej wymieniane przez respondentów z poszczególnych państw. Był to Kraków (za wyjątkiem turystów z Czech i Słowacji) oraz na drugim miejscu Wieliczka (za wyjątkiem turystów z USA, Kanady oraz Ukrainy).

W przytoczonej tabeli można zauważyć dużą liczbę braków wskazań, co wynika z niewielkiej ich liczby (619) w rozbiciu na 9 krajów.

W dalszych tabelach (tab.13.2.7-tab.13.2.12) w ostatnich kolumnach podawane są rozstępy kolumnowych udziałów procentowych [max(%k) -min(%k)]. Wskazują one na stopień zróżnicowania respondentów ze względu na ich opinie o atrakcyjności poszczególnych miejscowości. Kolorem czerwonym zaznaczono tu 2 miejsca mające najbardziej zróżnicowane opinie respondentów, a kolorem zielonym – 2 miejscowości o najmniejszym stopniu zróżnicowania opinii. Miejscowości uporządkowane są w kolejności malejącej liczby opinii respondentów N (przedostatnia kolumna tabel). Ostatni wiersz zawiera wielkości sumaryczne wielkości udziałów procentowych. Parametry te nie sumują się do 100%, gdyż w tabelach pominięto miejscowości z niewielką liczbą wskazanych atrakcji turystycznych.

Wyznaczone tabele stanowią podstawę analizy, w której zwraca się uwagę na rząd wielkości poszczególnych parametrów oraz ich powiązanie z sylwetkami respondentów (krajowi, zagraniczni; kobiety, mężczyźni; status materialny; wykształcenie itd.). Interesujące są tu zwłaszcza wielkości rozstępów udziałów kolumnowych znajdujące się w ostatniej kolumnie tabel. Są one łatwe do wyznaczenia, mają oczywistą interpretację i stanowią nową propozycję w metodologii badań ankietowych ruchu turystycznego. Poniżej zamieszcza się przykłady interpretacji parametrów znajdujących się w tab.13.2.7-tab.13.2.12.

Tab. 13.2.7 (opinie turystów krajowych i zagranicznych)

Turyści zagraniczni najczęściej wskazują Kraków jako atrakcyjne miejsce w Małopolsce (53,8%), podczas gdy podobnego zdania jest tylko 4,9% turystów krajowych. Podobnie jest z Wieliczką, która jest atrakcyjnym miejscem dla 20,3% turystów zagranicznych i tylko dla 3,0% turystów krajowych. Odwrotne opinie dają się zauważyć w przypadku Krynicy, Szczawnicy oraz Gródka nad Dunajcem. Przewaga opinii turystów krajowych o większej atrakcyjności tych miejscowości jest tu jednak mniejsza i zawiera się w przedziale 7,1%-9,6%. Na podstawie parametrów podanych w tej tabeli można więc powiedzieć, że największe zróżnicowanie liczby wskazań atrakcji turystycznych występuje w Krakowie i Wieliczce (na korzyść turystów zagranicznych) natomiast najmniej zróżnicowane są liczby opinii dotyczących Oświęcimia oraz Zakopanego (2,0%-2,1%).

Tabela 13.2.7. Atrakcyjne miejsca wskazywane przez respondentów krajowych i zagranicznych

Kraj Zagr.	% Kraj	% Zagr.	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	13,7%	4,0%	13,0%	1423	9,7%
Kraków	4,9%	53,8%	8,1%	886	48,9%
Szczawnica	8,0%	0,0%	7,5%	819	8,0%
Niedzica/Czorsztyn	7,1%	1,5%	6,8%	738	5,6%
Gródek nad Dunajcem	7,1%	0,0%	6,6%	724	7,1%
Białka Tatrzańska	6,7%	0,4%	6,3%	684	6,3%
Oświęcim	6,3%	4,3%	6,2%	677	2,0%

Zakopane	6,3%	4,2%	6,2%	674	2,1%
Zawoja	6,1%	0,0%	5,7%	625	6,1%
Choczołów	5,4%	0,0%	5,0%	546	5,4%
Tarnów	4,2%	7,2%	4,4%	480	3,0%
Rabka-Zdrój	4,5%	0,0%	4,2%	462	4,5%
Nowy Targ	4,5%	0,0%	4,2%	459	4,5%
Wieliczka	3,0%	20,3%	4,2%	454	17,3%
Zator	4,1%	0,7%	3,8%	419	3,4%
Olkusz	3,9%	0,7%	3,7%	401	3,2%
Ojców	2,8%	0,4%	2,6%	284	2,4%
Suma	98,6%	97,5%	98,5%	10 755	

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

Tab. 13.2.8 (grupy wiekowe turystów)

Najbardziej zróżnicowane opinie (29,2%) dotyczą Krynicy-Zdroju, którą wskazuje 32,1% turystów starszych wobec 2,9% wskazań turystów młodych. Podobne preferencje obserwuje się w odniesieniu do Szczawnicy jakkolwiek przy niższym poziomie wskaźników zróżnicowania – 11,8% wskazań turystów starszych oraz 2,7% wskazań turystów młodszych. Turyści młodzi preferują Kraków (11,2%), Zakopane (9,3%) oraz Zator (7,4%). Najmniejszy stopień zróżnicowania opinii odnosi się do Nowego Targu (0,9%) oraz Ojcowca (1,6%).

Tabela 13.2.8. Atrakcyjne miejsca w przekroju płci respondentów

Płeć	% K	% M	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	15,60%	10,10%	13,10%	1423	5,5%
Kraków	8,30%	7,90%	8,10%	884	0,4%
Szczawnica	10,00%	4,60%	7,50%	817	5,4%
Niedzica/Czorsztyn	6,90%	6,60%	6,80%	738	0,3%
Gródek nad Dunajcem	8,60%	4,40%	6,70%	724	4,2%
Białka Tatrzańska	5,50%	7,20%	6,30%	684	1,7%
Oświęcim	6,40%	6,00%	6,20%	676	0,4%
Zakopane	4,60%	7,90%	6,10%	666	3,3%
Zawoja	5,60%	5,90%	5,70%	624	0,3%
Choczołów	4,50%	5,60%	5,00%	545	1,1%
Tarnów	5,30%	3,20%	4,30%	471	2,1%
Rabka-Zdrój	4,00%	4,60%	4,20%	462	0,6%
Nowy Targ	3,80%	4,70%	4,20%	458	0,9%
Wieliczka	4,40%	3,90%	4,10%	449	0,5%
Zator	2,40%	5,60%	3,80%	419	3,2%
Olkusz	1,50%	6,20%	3,70%	401	4,7%
Ojców	1,50%	3,90%	2,60%	284	2,4%
Suma	98,9%	98,3%	98,4%	10 725	

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

Tabela 13.2.9. Atrakcyjne miejsca w przekroju trzech grup wieku respondentów

Wiek	% 30<	% 31-50	% 51>	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	2,9%	10,4%	32,1%	12,6%	1366	29,2%
Kraków	11,2%	7,1%	5,8%	8,2%	885	5,4%
Szczawnica	2,7%	9,0%	11,8%	7,5%	812	9,1%
Niedzica/Czorsztyn	10,1%	5,7%	4,2%	6,8%	738	5,9%
Gródek nad Dunajcem	5,0%	9,1%	3,8%	6,6%	717	5,3%
Białka Tatrzańska	8,0%	5,8%	4,8%	6,3%	684	3,2%
Oświęcim	2,9%	8,0%	7,6%	6,2%	676	5,1%
Zakopane	9,3%	6,1%	1,8%	6,2%	674	7,5%
Zawoja	6,6%	6,1%	3,7%	5,8%	625	2,9%
Chochotów	6,1%	5,1%	3,4%	5,0%	546	2,7%
Tarnów	2,7%	5,0%	5,8%	4,4%	477	3,1%
Rabka-Zdrój	5,6%	3,7%	3,3%	4,3%	462	2,3%
Nowy Targ	4,8%	4,0%	3,9%	4,2%	458	0,9%
Wieliczka	6,5%	3,2%	2,8%	4,2%	454	3,7%
Zator	7,4%	3,1%	0,1%	3,9%	419	7,3%
Olkusz	4,1%	4,5%	1,4%	3,7%	401	3,1%
Ojców	3,3%	2,5%	1,7%	2,6%	284	1,6%
Suma	99,2%	98,4%	98,0%	98,5%	10 678	

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

Tabela 13.2.10. Atrakcyjne miejsca w przekroju statusu materialnego respondentów

Status materialny	% bdb	% db	% śred.	% kol	N	Rozstęp
Krynica-Zdrój	4,5%	17,3%	14,1%	13,3%	1423	12,8%
Kraków	4,4%	10,7%	6,7%	8,3%	883	6,3%
Szczawnica	1,9%	8,1%	14,2%	7,7%	817	12,3%
Niedzica/Czorsztyn	8,8%	7,3%	3,2%	6,9%	738	5,6%
Białka Tatrzańska	14,9%	4,5%	0,1%	6,4%	682	14,8%
Gródek nad Dunajcem	1,4%	5,7%	15,2%	6,4%	682	13,8%
Oświęcim	10,2%	6,1%	1,6%	6,3%	672	8,6%
Zakopane	6,0%	4,0%	12,1%	6,1%	647	8,1%
Zawoja	15,3%	3,3%	0,2%	5,8%	623	15,1%
Chochotów	9,0%	5,0%	0,2%	5,1%	546	8,8%
Tarnów	2,6%	4,5%	6,8%	4,5%	477	4,2%
Rabka-Zdrój	7,0%	4,3%	0,6%	4,3%	460	6,4%
Nowy Targ	9,1%	3,5%	0,1%	4,3%	459	9,0%
Wieliczka	0,4%	6,0%	4,5%	4,2%	453	5,6%
Zator	1,5%	4,0%	7,0%	3,9%	416	5,5%
Olkusz	1,1%	2,2%	5,6%	2,6%	276	4,5%
Ojców	0,9%	2,0%	5,6%	2,4%	258	4,7%
Suma	99,0%	98,5%	97,8%	98,5%	10 512	

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

Tab. 13.2.11 (opinie turystów w przekroju stopnia ich wykształcenia)

Największe różnicowanie opinii o atrakcyjności miejsc dotyczy Krynicy-Zdroju oraz Krakowa. Krynica-Zdrój wskazują głównie turyści z wykształceniem poniżej średniego (44,1%) wobec tylko 8,9% turystów z wykształceniem wyższym. Odwrotnie jest w przypadku Krakowa, który jest uważany za miejsce z atrakcjami przez 10,3% turystów z wykształceniem wyższym wobec 3,3% turystów z wykształceniem poniżej średniego. Najmniej różnicowane opinie ze względu na poziom wykształcenia turystów dotyczą Rabki-Zdroju (0,3%) oraz Olkusza (1,3%).

Tabela 13.2.11. Atrakcyjne miejsca w przekroju wykształcenia respondentów

Wykształcenie	% wyższe	% śred.	% pon. śred.	% kol	N	Rozstępn
Krynica-Zdrój	8,9%	10,3%	44,1%	13,1%	1420	35,2%
Kraków	10,3%	6,5%	3,3%	8,1%	880	7,0%
Szczawnica	9,4%	5,8%	4,0%	7,5%	813	5,4%
Niedzica/Czorsztyn	8,1%	6,0%	2,6%	6,8%	733	5,5%
Gródek nad Dunajcem	7,4%	6,6%	3,3%	6,7%	724	4,1%
Białka Tatrzańska	4,8%	9,0%	3,9%	6,3%	684	5,1%
Zakopane	8,1%	4,6%	2,4%	6,2%	671	5,7%
Oświęcim	5,0%	8,1%	3,8%	6,1%	659	4,3%
Zawoja	5,5%	6,5%	4,1%	5,8%	624	2,4%
Choczołów	4,3%	6,4%	3,5%	5,0%	544	2,9%
Tarnów	6,5%	2,6%	0,0%	4,4%	472	6,5%
Rabka-Zdrój	4,2%	4,3%	4,0%	4,2%	459	0,3%
Nowy Targ	4,3%	4,6%	2,3%	4,2%	455	2,3%
Wieliczka	4,9%	3,6%	2,6%	4,2%	452	2,3%
Zator	1,6%	5,8%	7,4%	3,8%	413	5,8%
Olkusz	3,1%	4,4%	3,6%	3,7%	398	1,3%
Ojców	2,2%	2,8%	3,5%	2,6%	280	1,3%
Suma	98,6%	97,9%	98,4%	98,7%	10 681	

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

Tabela 13.2.12. Atrakcyjne miejsca w przekroju miejsca zamieszkania respondentów

Miejsce zamieszkania	% małe	% średnie	% duże	% kol	N	Rozstępn
Krynica-Zdrój	25,0%	10,1%	5,3%	13,1%	1423	19,7%
Kraków	7,8%	8,1%	8,9%	8,2%	888	1,1%
Szczawnica	8,6%	7,6%	5,9%	7,5%	815	2,7%
Niedzica/Czorsztyn	7,6%	6,5%	6,6%	6,8%	738	1,1%
Gródek nad Dunajcem	5,3%	8,9%	1,3%	6,3%	690	7,6%
Białka Tatrzańska	3,8%	5,9%	10,4%	6,3%	684	6,6%
Oświęcim	9,4%	5,6%	3,7%	6,2%	675	5,7%
Zakopane	3,8%	7,5%	5,6%	6,1%	665	3,7%
Zawoja	3,6%	4,7%	11,2%	5,7%	624	7,6%
Choczołów	3,2%	5,2%	7,0%	5,0%	546	3,8%
Tarnów	3,3%	3,9%	7,1%	4,4%	480	3,8%
Rabka-Zdrój	4,0%	3,3%	6,9%	4,3%	462	3,6%
Nowy Targ	4,3%	3,0%	7,1%	4,2%	458	4,1%
Wieliczka	2,7%	4,9%	4,4%	4,2%	454	2,2%

Zator	1,6%	5,6%	2,3%	3,9%	419	4,0%
Olkusz	2,9%	4,4%	3,0%	3,7%	401	1,5%
Ojców	1,8%	3,2%	2,1%	2,6%	284	1,4%
Suma	98,7%	98,4%	98,8%	98,5%	10 706	

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

Dla ułatwienia analizy wyznaczonych parametrów istnieje możliwość wykorzystania tabel zawierających parametry z tab.13.2.7-13.2.12 w innych konfiguracjach. Przykładowo jest to tabela, w której zamieszcza się wszystkie parametry z tab. 13.2.7-13.2.12w jednej tabeli (por. tab. 13.2.13). Zaletą takiego ujęcia jest możliwość porządkowania wierszy tabeli zagregowanej wg parametrów znajdujących się w wybranej kolumnie. Poniżej podaje się tabelę zagregowaną, uporządkowaną wg wartości rozstępów udziałów kolumnowych. W kolumnach tej tabeli podano następujące parametry:

- numer kolejny, nazwy cech respondentów (płeć, wykształcenie, wiek itd.) oraz nazwy miejscowości wskazywanych przez respondentów jako atrakcyjne,
- procentowe udziały kolumnowe wskazań na poszczególne miejscowości (%A, %B, %C) oraz liczby tych wskazań (A, B, C),
- kolumnowe udziały procentowe wszystkich wskazań (%kol) oraz ich liczba (N),
- rozstępy procentowych udziałów kolumnowych oraz ich poziom wielkości.

Granice poziomów wielkości rozstępów ustala się w miejscach, w których występuje znaczący spadek wielkości rozstępów. Wyróżniono tu dwa warianty poziomów rozstępów (tab. 13.2.14) różniące się stopniem szczegółowości oznaczonych różnymi kolorami:

Ro	Poziom	n
pow. 29%	b. duży	3
10% - 29%	duży	7
7% - 10%	przeciętny	13
5% - 7%	mały	23
3% - 5%	b. mały	24
pon.3%	brak	32
	Ogółem	102

Tabela 13.2.13. Zagregowana tabela rozstępów udziałów kolumnowych uporządkowana wg wielkości rozstępów

Nrk	Cechy respondentów	Miejsce	%A	%B	%C	A	B	C	%kol	N	Rozstęp	Poziom
1	Kraj_Zagr											
2	Wyoszt_wyż_śre_pon. śre	Krynica-Zdrój	8,9%	10,3%	44,1%	499	420	501	13,1%	1420	35,2%	b. duży
3	Wiek_30_50_pow	Krynica-Zdrój	2,9%	10,4%	32,1%	104	507	755	12,6%	1366	29,2%	
4	Mieszk_małe_śre_duże	Krynica-Zdrój	25,0%	10,1%	5,3%	732	571	120	13,1%	1423	19,7%	
5	Kraj_Zagr	Wieliczka	3,0%	20,3%		308	146		4,2%	454	17,3%	
6	Status_mat_bdb_db_śre	Zawoja	15,3%	3,3%	0,2%	427	192	4	5,8%	623	15,1%	
7	Status_mat_bdb_db_śre	Białka Tatrzańska	14,9%	4,5%	0,1%	416	263	3	6,4%	682	14,8%	duży
8	Status_mat_bdb_db_śre	Gródek nad Dunajcem	1,4%	5,7%	15,2%	38	335	309	6,4%	682	13,8%	
9	Status_mat_bdb_db_śre	Krynica-Zdrój	4,5%	17,3%	14,1%	124	1011	288	13,3%	1423	12,8%	
10	Status_mat_bdb_db_śre	Szczawnica	1,9%	8,1%	14,2%	53	475	289	7,7%	817	12,3%	
11	Kraj_Zagr	Krynica-Zdrój	13,7%	4,0%		1394	29		13,0%	1423	9,6%	
12	Wiek_30_50_pow	Szczawnica	2,7%	9,0%	11,8%	97	438	277	7,5%	812	9,1%	
13	Status_mat_bdb_db_śre	Nowy Targ	9,1%	3,5%	0,1%	253	203	3	4,3%	459	8,9%	
14	Status_mat_bdb_db_śre	Chochołów	9,0%	5,0%	0,2%	250	292	4	5,1%	546	8,8%	
15	Status_mat_bdb_db_śre	Oświęcim	10,2%	6,1%	1,6%	285	355	32	6,3%	672	8,7%	przec.
16	Status_mat_bdb_db_śre	Zakopane	6,0%	4,0%	12,1%	166	235	246	6,1%	647	8,1%	
17	Kraj_Zagr	Szczawnica	8,0%	0,0%		819			7,5%	819	8,0%	
18	Mieszk_małe_śre_duże	Zawoja	3,6%	4,7%	11,2%	105	264	255	5,7%	624	7,7%	

Nrk	Cechy respondentów	Miejsce	%A	%B	%C	A	B	C	%kol	N	Rozstęp	Poziom
19	Mieszk_małe_śre_duże	Gródek nad Dunajcem	5,3%	8,9%	1,3%	156	504	30	6,3%	690	7,6%	
20	Wiek_30_50_pow	Zakopane	9,3%	6,1%	1,8%	335	297	42	6,2%	674	7,5%	
21	Wiek_30_50_pow	Zator	7,4%	3,1%	0,1%	267	150	2	3,9%	419	7,3%	
22	Kraj_Zagr	Gródek nad Dunajcem	7,1%	0,0%		724			6,6%	724	7,1%	
23	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Kraków	10,3%	6,5%	3,3%	579	264	37	8,1%	880	7,0%	
24	Mieszk_małe_śre_duże	Białka Tatrzańska	3,8%	5,9%	10,4%	111	337	236	6,3%	684	6,6%	
25	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Tarnów	6,5%	2,6%	0,0%	364	108		4,4%	472	6,5%	
26	Status_mat_bdb_db_śre	Rabka-Zdrój	7,0%	4,3%	0,6%	194	254	12	4,3%	460	6,4%	
27	Status_mat_bdb_db_śre	Kraków	4,4%	10,7%	6,7%	122	624	137	8,3%	883	6,3%	
28	Kraj_Zagr	Białka Tatrzańska	6,7%	0,4%		681	3		6,3%	684	6,3%	
29	Kraj_Zagr	Zawoja	6,1%	0,0%		625			5,7%	625	6,1%	
30	Wiek_30_50_pow	Niedzica/Czorsztyn	10,1%	5,7%	4,2%	363	276	99	6,8%	738	5,9%	
31	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Zator	1,6%	5,8%	7,4%	92	237	84	3,8%	413	5,8%	
32	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Zakopane	8,1%	4,6%	2,4%	457	187	27	6,2%	671	5,7%	
33	Mieszk_małe_śre_duże	Oświęcim	9,4%	5,6%	3,7%	275	316	84	6,2%	675	5,7%	
34	Kraj_Zagr	Niedzica/Czorsztyn	7,1%	1,5%		727	11		6,8%	738	5,6%	
35	Status_mat_bdb_db_śre	Niedzica/Czorsztyn	8,8%	7,3%	3,2%	244	429	65	6,9%	738	5,6%	mały
36	Status_mat_bdb_db_śre	Wieliczka	0,4%	6,0%	4,5%	12	350	91	4,2%	453	5,6%	
37	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Niedzica/Czorsztyn	8,1%	6,0%	2,6%	458	245	30	6,8%	733	5,5%	
38	Status_mat_bdb_db_śre	Zator	1,5%	4,0%	7,0%	42	232	142	3,9%	416	5,5%	
39	Pleć_K_M	Szczawnica	10,0%	4,6%		590	227		7,5%	817	5,4%	
40	Pleć_K_M	Krynica-Zdrój	15,6%	10,1%		918	505		13,1%	1423	5,4%	
41	Wiek_30_50_pow	Kraków	11,2%	7,1%	5,8%	402	347	136	8,2%	885	5,4%	
42	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Szczawnica	9,4%	5,8%	4,0%	529	238	46	7,5%	813	5,4%	
43	Kraj_Zagr	Choczołów	5,4%	0,0%		546			5,0%	546	5,4%	
44	Wiek_30_50_pow	Gródek nad Dunajcem	5,0%	9,1%	3,8%	181	446	90	6,6%	717	5,3%	
45	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Białka Tatrzańska	4,8%	9,0%	3,9%	272	368	44	6,3%	684	5,2%	
46	Wiek_30_50_pow	Oświęcim	2,9%	8,0%	7,6%	105	392	179	6,2%	676	5,1%	
47	Pleć_K_M	Olkusz	1,5%	6,2%		90	311		3,7%	401	4,7%	
48	Status_mat_bdb_db_śre	Ojców	0,9%	2,0%	5,6%	26	117	115	2,4%	258	4,7%	
49	Kraj_Zagr	Rabka-Zdrój	4,5%	0,0%		462			4,2%	462	4,5%	
50	Kraj_Zagr	Nowy Targ	4,5%	0,0%		459			4,2%	459	4,5%	
51	Status_mat_bdb_db_śre	Olkusz	1,1%	2,2%	5,6%	31	131	114	2,6%	276	4,5%	
52	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Oświęcim	5,0%	8,1%	3,8%	284	332	43	6,1%	659	4,4%	
53	Status_mat_bdb_db_śre	Tarnów	2,6%	4,5%	6,8%	72	266	139	4,5%	477	4,2%	
54	Pleć_K_M	Gródek nad Dunajcem	8,6%	4,4%		506	218		6,7%	724	4,2%	
55	Mieszk_małe_śre_duże	Nowy Targ	4,3%	3,0%	7,1%	126	170	162	4,2%	458	4,1%	
56	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Gródek nad Dunajcem	7,4%	6,6%	3,3%	416	271	37	6,7%	724	4,1%	
57	Mieszk_małe_śre_duże	Zator	1,6%	5,6%	2,3%	48	318	53	3,9%	419	4,0%	
58	Mieszk_małe_śre_duże	Choczołów	3,2%	5,2%	7,0%	94	293	159	5,0%	546	3,8%	
59	Mieszk_małe_śre_duże	Tarnów	3,3%	3,9%	7,1%	97	223	160	4,4%	480	3,7%	
60	Mieszk_małe_śre_duże	Zakopane	3,8%	7,5%	5,6%	112	426	127	6,1%	665	3,7%	
61	Wiek_30_50_pow	Wieliczka	6,5%	3,2%	2,8%	233	155	66	4,2%	454	3,7%	
62	Mieszk_małe_śre_duże	Rabka-Zdrój	4,0%	3,3%	6,9%	117	189	156	4,3%	462	3,5%	
63	Kraj_Zagr	Zator	4,1%	0,7%		414	5		3,8%	419	3,4%	
64	Pleć_K_M	Zakopane	4,6%	7,9%		271	395		6,1%	666	3,3%	
65	Pleć_K_M	Zator	2,4%	5,6%		141	278		3,8%	419	3,2%	
66	Kraj_Zagr	Olkusz	3,9%	0,7%		396	5		3,7%	401	3,2%	
67	Wiek_30_50_pow	Białka Tatrzańska	8,0%	5,8%	4,8%	287	284	113	6,3%	684	3,2%	
68	Wiek_30_50_pow	Olkusz	4,1%	4,5%	1,4%	149	220	32	3,7%	401	3,1%	
69	Wiek_30_50_pow	Tarnów	2,7%	5,0%	5,8%	98	243	136	4,4%	477	3,1%	
70	Kraj_Zagr	Tarnów	4,2%	7,2%		428	52		4,4%	480	3,0%	
71	Wiek_30_50_pow	Zawoja	6,6%	6,1%	3,7%	239	299	87	5,8%	625	2,9%	
72	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Choczołów	4,3%	6,4%	3,5%	242	262	40	5,0%	544	2,9%	
73	Wiek_30_50_pow	Choczołów	6,1%	5,1%	3,4%	220	247	79	5,0%	546	2,7%	
74	Mieszk_małe_śre_duże	Szczawnica	8,6%	7,6%	5,9%	251	430	134	7,5%	815	2,7%	
75	Pleć_K_M	Ojców	1,5%	3,9%		88	196		2,6%	284	2,4%	
76	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Zawoja	5,5%	6,5%	4,1%	311	266	47	5,8%	624	2,4%	
77	Kraj_Zagr	Ojców	2,8%	0,4%		281	3		2,6%	284	2,3%	
78	Wiek_30_50_pow	Rabka-Zdrój	5,6%	3,7%	3,3%	202	183	77	4,3%	462	2,3%	
79	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Nowy Targ	4,3%	4,6%	2,3%	243	186	26	4,2%	455	2,3%	
80	Wyksz_wyż_śre_pon.śre	Wieliczka	4,9%	3,6%	2,6%	276	146	30	4,2%	452	2,3%	
81	Pleć_K_M	Tarnów	5,3%	3,2%		314	157		4,3%	471	2,2%	
82	Kraj_Zagr	Zakopane	6,3%	4,2%		644	30		6,2%	674	2,1%	
83	Mieszk_małe_śre_duże	Wieliczka	2,7%	4,9%	4,4%	80	275	99	4,2%	454	2,1%	
84	Kraj_Zagr	Oświęcim	6,3%	4,3%		646	31		6,2%	677	2,0%	

Nrk	Cechy respondentów	Miejsce	%A	%B	%C	A	B	C	%kol	N	Rozstęp	Poziom
85	Płeć_K_M	Białka Tatrzańska	5,5%	7,2%		326	358		6,3%	684	1,7%	
86	Wiek_30_50_pow	Ojców	3,3%	2,5%	1,7%	119	124	41	2,6%	284	1,6%	
87	Mieszk_małe_śre_duże	Olkusz	2,9%	4,4%	3,0%	84	250	67	3,7%	401	1,5%	
88	Mieszk_małe_śre_duże	Ojców	1,8%	3,2%	2,1%	54	183	47	2,6%	284	1,4%	
89	Wyksz_t_wyż_śre_pon.śre	Olkusz	3,1%	4,4%	3,6%	176	181	41	3,7%	398	1,3%	
90	Wyksz_t_wyż_śre_pon.śre	Ojców	2,2%	2,8%	3,5%	125	115	40	2,6%	280	1,3%	
91	Mieszk_małe_śre_duże	Niedzica/Czorsztyn	7,6%	6,5%	6,6%	222	366	150	6,8%	738	1,1%	
92	Mieszk_małe_śre_duże	Kraków	7,8%	8,1%	8,9%	228	459	201	8,2%	888	1,1%	
93	Płeć_K_M	Choczołów	4,5%	5,6%		267	278		5,0%	545	1,1%	
94	Wiek_30_50_pow	Nowy Targ	4,8%	4,0%	3,9%	174	193	91	4,2%	458	1,0%	
95	Płeć_K_M	Nowy Targ	3,8%	4,7%		224	234		4,2%	458	0,9%	
96	Płeć_K_M	Rabka-Zdrój	4,0%	4,6%		235	227		4,2%	462	0,6%	
97	Płeć_K_M	Wieliczka	4,4%	3,9%		257	192		4,1%	449	0,5%	
98	Płeć_K_M	Kraków	8,3%	7,9%		492	392		8,1%	884	0,5%	
99	Płeć_K_M	Oświęcim	6,4%	6,0%		379	297		6,2%	676	0,5%	
100	Płeć_K_M	Zawoja	5,6%	5,9%		328	296		5,7%	624	0,4%	
101	Wyksz_t_wyż_śre_pon.śre	Rabka-Zdrój	4,2%	4,3%	4,0%	239	175	45	4,2%	459	0,3%	
102	Płeć_K_M	Niedzica/Czorsztyn	6,9%	6,6%		408	330		6,8%	738	0,3%	

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

W kolejnej tabeli (tab. 13.2.14) rozstępy udziałów procentowych kolumn uporządkowane są w przekroju miejscowości (od Krynicy do Ojcowa) a w ich ramach zamieszczone są uporządkowane malejąco rozstępy cech respondentów. Po prawej stronie tab. 13.2.14 podane są te same parametry, ale w przekroju cech respondentów (od statusu materialnego do płci) a w ich ramach wykazane są uporządkowane malejąco rozstępy dla miejscowości.

W tab. 13.2.15 zamieszczone są parametry opisowe rozstępów opinii respondentów- średnia, wartości maksymalne i minimalne oraz ich różnica (rozstęp) w przekroju miejscowości, natomiast w tab. 13.2.16 podane są te same parametry, ale w przekroju cech respondentów.

Tabela 13.2.14. Rozstępy udziałów procentowych kolumn dla miejscowości w przekroju cech respondentów oraz cech respondentów w przekroju miejscowości

miejscowości w przekroju cech respondentów		cechy respondentów w przekroju miejscowości	
Miejsce / przekrój	Średnia	Przekrój / miejsce	Średnia
Krynica-Zdrój	18,7%	Status.mat.	8,6%
Wyksz.	35,2%	Zawoja	15,1%
Wiek	29,2%	Białka Tatrzańska	14,8%
Mieszka.	19,7%	Gródek nad Dunajcem	13,8%
Status.mat.	12,8%	Krynica-Zdrój	12,8%
Kraj_Zagr	9,6%	Szczawnica	12,3%
Płeć	5,4%	Nowy Targ	8,9%
Kraków	11,5%	Choczołów	8,8%
Kraj_Zagr	48,9%	Oświęcim	8,7%
Wyksz.	7,0%	Zakopane	8,1%
Status.mat.	6,3%	Rabka-Zdrój	6,4%
Wiek	5,4%	Kraków	6,3%
Mieszka.	1,1%	Niedzica/Czorsztyn	5,6%
Płeć	0,5%	Wieliczka	5,6%
Szczawnica	7,1%	Zator	5,5%
Status.mat.	12,3%	Ojców	4,7%
Wiek	9,1%	Olkusz	4,5%
Kraj_Zagr	8,0%	Tarnów	4,2%
Płeć	5,4%	Kraj_Zagr	8,2%

miejsowości w przekroju cech respondentów		cechy respondentów w przekroju miejscowości	
Wyksz.	5,4%	Kraków	48,9%
Mieszka.	2,7%	Wieliczka	17,3%
Gródek nad Dunajcem	7,0%	Krynica-Zdrój	9,6%
Status.mat.	13,8%	Szczawnica	8,0%
Mieszka.	7,6%	Gródek nad Dunajcem	7,1%
Kraj_Zagr	7,1%	Białka Tatrzańska	6,3%
Wiek	5,3%	Zawoja	6,1%
Płeć	4,2%	Niedzica/Czorsztyn	5,6%
Wyksz.	4,1%	Chochółów	5,4%
Białka Tatrzańska	6,3%	Rabka-Zdrój	4,5%
Status.mat.	14,8%	Nowy Targ	4,5%
Mieszka.	6,6%	Zator	3,4%
Kraj_Zagr	6,3%	Olkusz	3,2%
Wyksz.	5,2%	Tarnów	3,0%
Wiek	3,2%	Ojców	2,3%
Płeć	1,7%	Zakopane	2,1%
Zawoja	5,8%	Oświęcim	2,0%
Status.mat.	15,1%	Wiek	5,8%
Mieszka.	7,7%	Krynica-Zdrój	29,2%
Kraj_Zagr	6,1%	Szczawnica	9,1%
Wiek	2,9%	Zakopane	7,5%
Wyksz.	2,4%	Zator	7,3%
Płeć	0,4%	Niedzica/Czorsztyn	5,9%
Wieliczka	5,2%	Kraków	5,4%
Kraj_Zagr	17,3%	Gródek nad Dunajcem	5,3%
Status.mat.	5,6%	Oświęcim	5,1%
Wiek	3,7%	Wieliczka	3,7%
Wyksz.	2,3%	Białka Tatrzańska	3,2%
Mieszka.	2,1%	Olkusz	3,1%
Płeć	0,5%	Tarnów	3,1%
Zakopane	5,1%	Zawoja	2,9%
Status.mat.	8,1%	Chochółów	2,7%
Wiek	7,5%	Rabka-Zdrój	2,3%
Wyksz.	5,7%	Ojców	1,6%
Mieszka.	3,7%	Nowy Targ	1,0%
Płeć	3,3%	Wyksz.	5,7%
Kraj_Zagr	2,1%	Krynica-Zdrój	35,2%
Zator	4,8%	Kraków	7,0%
Wiek	7,3%	Tarnów	6,5%
Wyksz.	5,8%	Zator	5,8%
Status.mat.	5,5%	Zakopane	5,7%
Mieszka.	4,0%	Niedzica/Czorsztyn	5,5%
Kraj_Zagr	3,4%	Szczawnica	5,4%
Płeć	3,2%	Białka Tatrzańska	5,2%
Oświęcim	4,4%	Oświęcim	4,4%
Status.mat.	8,7%	Gródek nad Dunajcem	4,1%
Mieszka.	5,7%	Chochółów	2,9%
Wiek	5,1%	Zawoja	2,4%

miejsowości w przekroju cech respondentów		cechy respondentów w przekroju miejscowości	
Wyksz.	4,4%	Nowy Targ	2,3%
Kraj_Zagr	2,0%	Wieliczka	2,3%
Płeć	0,5%	Olkusz	1,3%
Chochotów	4,1%	Ojców	1,3%
Status.mat.	8,8%	Rabka-Zdrój	0,3%
Kraj_Zagr	5,4%	Mieszka.	4,7%
Mieszka.	3,8%	Krynica-Zdrój	19,7%
Wyksz.	2,9%	Zawoja	7,7%
Wiek	2,7%	Gródek nad Dunajcem	7,6%
Płeć	1,1%	Białka Tatrzańska	6,6%
Niedzica/Czorsztyn	4,0%	Oświęcim	5,7%
Wiek	5,9%	Nowy Targ	4,1%
Kraj_Zagr	5,6%	Zator	4,0%
Status.mat.	5,6%	Chochotów	3,8%
Wyksz.	5,5%	Tarnów	3,7%
Mieszka.	1,1%	Zakopane	3,7%
Płeć	0,3%	Rabka-Zdrój	3,5%
Tarnów	3,8%	Szczawnica	2,7%
Wyksz.	6,5%	Wieliczka	2,1%
Status.mat.	4,2%	Olkusz	1,5%
Mieszka.	3,7%	Ojców	1,4%
Wiek	3,1%	Niedzica/Czorsztyn	1,1%
Kraj_Zagr	3,0%	Kraków	1,1%
Płeć	2,2%	Płeć	2,2%
Nowy Targ	3,6%	Szczawnica	5,4%
Status.mat.	8,9%	Krynica-Zdrój	5,4%
Kraj_Zagr	4,5%	Olkusz	4,7%
Mieszka.	4,1%	Gródek nad Dunajcem	4,2%
Wyksz.	2,3%	Zakopane	3,3%
Wiek	1,0%	Zator	3,2%
Płeć	0,9%	Ojców	2,4%
Olkusz	3,1%	Tarnów	2,2%
Płeć	4,7%	Białka Tatrzańska	1,7%
Status.mat.	4,5%	Chochotów	1,1%
Kraj_Zagr	3,2%	Nowy Targ	0,9%
Wiek	3,1%	Rabka-Zdrój	0,6%
Mieszka.	1,5%	Wieliczka	0,5%
Wyksz.	1,3%	Kraków	0,5%
Rabka-Zdrój	2,9%	Oświęcim	0,5%
Status.mat.	6,4%	Zawoja	0,4%
Kraj_Zagr	4,5%	Niedzica/Czorsztyn	0,3%
Mieszka.	3,5%		
Wiek	2,3%		
Płeć	0,6%		
Wyksz.	0,3%		
Ojców	2,3%		
Status.mat.	4,7%		
Płeć	2,4%		

miejscowości w przekroju cech respondentów		cechy respondentów w przekroju miejscowości	
Kraj_Zagr	2,3%		
Wiek	1,6%		
Mieszka.	1,4%		
Wyksz.	1,3%		

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

Tabela 13.2.15. Parametry opisowe (średnia, max, min, rozstęp) rozstępów udziałów kolumnowych opinii respondentów w przekroju miejscowości

Miejsce	Średnia	Max	Min	Rozstęp
Krynica-Zdrój	18,7%	35,2%	5,4%	29,8%
Kraków	11,5%	48,9%	0,5%	48,4%
Szczawnica	7,1%	12,3%	2,7%	9,6%
Gródek nad Dunajcem	7,0%	13,8%	4,1%	9,7%
Biała Tatrzańska	6,3%	14,8%	1,7%	13,1%
Zawoja	5,8%	15,1%	0,4%	14,8%
Wieliczka	5,2%	17,3%	0,5%	16,8%
Zakopane	5,1%	8,1%	2,1%	5,9%
Zator	4,8%	7,3%	3,2%	4,1%
Oświęcim	4,4%	8,7%	0,5%	8,2%
Chochotów	4,1%	8,8%	1,1%	7,7%
Niedzica/Czorsztyn	4,0%	5,9%	0,3%	5,6%
Tarnów	3,8%	6,5%	2,2%	4,3%
Nowy Targ	3,6%	8,9%	0,9%	8,0%
Olkusz	3,1%	4,7%	1,3%	3,4%
Rabka-Zdrój	2,9%	6,4%	0,3%	6,0%
Ojców	2,3%	4,7%	1,3%	3,4%
Suma	5,9%	48,9%	0,3%	48,6%

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

Tabela 13.2.16. Parametry opisowe (średnia, max, min, rozstęp) rozstępów udziałów kolumnowych opinii respondentów w przekroju ich cech

Cechy	Średnia	Max	Min	Rozstęp
Status.mat.	8,6%	15,1%	4,2%	10,9%
Kraj_Zagr	8,2%	48,9%	2,0%	46,8%
Wiek	5,8%	29,2%	1,0%	28,2%
Wyksz.	5,7%	35,2%	0,3%	34,9%
Mieszka.	4,7%	19,7%	1,1%	18,6%
Płeć	2,2%	5,4%	0,3%	5,2%
Suma	5,9%	48,9%	0,3%	48,6%

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

Średnia							
Miejscowość/ cecha	Status.mat.	Kraj_Zagr	Wiek	Wyksz.	Mieszka.	Płeć	Ogółem
Krynica-Zdrój	12,8%	9,6%	29,2%	35,2%	19,7%	5,4%	18,7%
Kraków	6,3%	48,9%	5,4%	7,0%	1,1%	0,5%	11,5%
Szczawnica	12,3%	8,0%	9,1%	5,4%	2,7%	5,4%	7,1%

Gródek nad Dunajcem	13,8%	7,1%	5,3%	4,1%	7,6%	4,2%	7,0%
Biała Tatrzańska	14,8%	6,3%	3,2%	5,2%	6,6%	1,7%	6,3%
Zawoja	15,1%	6,1%	2,9%	2,4%	7,7%	0,4%	5,8%
Wieliczka	5,6%	17,3%	3,7%	2,3%	2,1%	0,5%	5,2%
Zakopane	8,1%	2,1%	7,5%	5,7%	3,7%	3,3%	5,1%
Zator	5,5%	3,4%	7,3%	5,8%	4,0%	3,2%	4,8%
Oświęcim	8,7%	2,0%	5,1%	4,4%	5,7%	0,5%	4,4%
Choczołów	8,8%	5,4%	2,7%	2,9%	3,8%	1,1%	4,1%
Niedzica/Czorsztyn	5,6%	5,6%	5,9%	5,5%	1,1%	0,3%	4,0%
Tarnów	4,2%	3,0%	3,1%	6,5%	3,7%	2,2%	3,8%
Nowy Targ	8,9%	4,5%	1,0%	2,3%	4,1%	0,9%	3,6%
Olkusz	4,5%	3,2%	3,1%	1,3%	1,5%	4,7%	3,1%
Rabka-Zdrój	6,4%	4,5%	2,3%	0,3%	3,5%	0,6%	2,9%
Ojców	4,7%	2,3%	1,6%	1,3%	1,4%	2,4%	2,3%
Ogółem	8,6%	8,2%	5,8%	5,7%	4,7%	2,2%	5,9%

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

Maksimum							
Miejscowość/cecha	Kraj_Zagr	Wyksz.	Wiek	Mieszka.	Status.mat.	Płeć	Ogółem
Kraków	48,9%	7,0%	5,4%	1,1%	6,3%	0,5%	48,9%
Krynica-Zdrój	9,6%	35,2%	29,2%	19,7%	12,8%	5,4%	35,2%
Wieliczka	17,3%	2,3%	3,7%	2,1%	5,6%	0,5%	17,3%
Zawoja	6,1%	2,4%	2,9%	7,7%	15,1%	0,4%	15,1%
Biała Tatrzańska	6,3%	5,2%	3,2%	6,6%	14,8%	1,7%	14,8%
Gródek nad Dunajcem	7,1%	4,1%	5,3%	7,6%	13,8%	4,2%	13,8%
Szczawnica	8,0%	5,4%	9,1%	2,7%	12,3%	5,4%	12,3%
Nowy Targ	4,5%	2,3%	1,0%	4,1%	8,9%	0,9%	8,9%
Choczołów	5,4%	2,9%	2,7%	3,8%	8,8%	1,1%	8,8%
Oświęcim	2,0%	4,4%	5,1%	5,7%	8,7%	0,5%	8,7%
Zakopane	2,1%	5,7%	7,5%	3,7%	8,1%	3,3%	8,1%
Zator	3,4%	5,8%	7,3%	4,0%	5,5%	3,2%	7,3%
Tarnów	3,0%	6,5%	3,1%	3,7%	4,2%	2,2%	6,5%
Rabka-Zdrój	4,5%	0,3%	2,3%	3,5%	6,4%	0,6%	6,4%
Niedzica/Czorsztyn	5,6%	5,5%	5,9%	1,1%	5,6%	0,3%	5,9%
Olkusz	3,2%	1,3%	3,1%	1,5%	4,5%	4,7%	4,7%
Ojców	2,3%	1,3%	1,6%	1,4%	4,7%	2,4%	4,7%
Ogółem	48,9%	35,2%	29,2%	19,7%	15,1%	5,4%	48,9%

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

Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim

* Dane w tabeli poniżej ukazują wielkość frekwentowania powiatów przez osoby nocujące w Małopolsce (turyści) z kraju.

Przeprowadzona analiza kierunków podróży turystów krajowych wykazała różnice w poszczególnych kwartałach 2022 roku. W drugim kwartale blisko 90% udziału wśród wszystkich destynacji stanowiło miasto Kraków. Co ciekawe w pierwszym kwartale miasto to stanowiło zaledwie 42%, w trzecim 45%, a w czwartym 59%. W każdym z kwartałów na drugim miejscu znajdował się powiat tatrzański stanowiący odpowiednio 28% w pierwszym kwartale, 6% w drugim kwartale, 21% w trzecim kwartale

oraz 14% w czwartym kwartale. Natomiast na trzecim miejscu uplasował się powiat nowosądecki z 8% udziałem w pierwszym kwartale, 8% w drugim, 8% w trzecim oraz 7% w czwartym kwartale.

Należy zauważyć, że powiat tatrzański odwiedziło o 22 tys. turystów krajowych więcej porą zimową (kwartał pierwszy) niż letnią (trzeci kwartał). Zaobserwowano również, że okresy wzmożonego ruchu turystycznego powodują spadek udziału odwiedzin miasta Kraków. Wynika to prawdopodobnie z wyboru miejsc na spędzenie urlopu, które znajdują się bliżej łona natury oraz w oddali miejskiego zgiełku.

Tabela 13.2.17. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	I kwartał 2022	II kwartał 2022	III kwartał 2022	IV kwartał 2022
m. Kraków	1 282 225	1 231 989	1 793 997	1 595 678
Tatrzański	856 146	324 585	833 298	368 793
Nowosądecki	236 763	189 332	304 620	189 049
Nowotarski	164 921	135 673	249 719	142 613
Wielicki	88 213	48 541	90 552	42 226
Wadowicki	44 080	45 157	72 121	43 631
Krakowski	43 084	45 633	71 750	41 277
Gorlicki	51 285	40 542	67 235	31 809
Limanowski	36 013	44 976	77 407	26 562
Myślenicki	38 492	29 412	53 806	26 580
Suski	24 470	25 636	46 297	25 125
Oświęcimski	29 001	23 125	36 646	19 755
Bocheński	16 518	23 988	37 286	25 930
Tarnowski	12 319	24 212	43 621	19 565
m. Tarnów	22 669	17 688	31 938	14 113
m. Nowy Sącz	28 543	14 294	25 967	14 121
Olkuski	16 191	14 863	27 100	15 228
Brzeski	11 211	12 892	22 671	10 851
Chrzanowski	9 619	10 644	18 136	10 042
Miechowski	12 560	9 530	14 687	10 225
Proszowicki	10 851	8 056	13 095	5 745
Dąbrowski	6 196	6 055	9 748	7 239

Legenda



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejsiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

* Dane w tabeli poniżej ukazują wielkość frekwentowania powiatów przez osoby nocujące w Małopolsce (turyści) z zagranicy.

Przeprowadzona analiza kierunków podróży turystów zagranicznych wykazała różnice w poszczególnych kwartałach 2022 roku. W drugim kwartale 63% udziału wśród wszystkich destynacji stanowiło miasto Kraków. W pierwszym kwartale miasto to stanowiło 58%, w trzecim 65%, a w czwartym 64%. W każdym z kwartałów na drugim miejscu znajdował się powiat tatrzański stanowiący odpowiednio 9% w pierwszym kwartale, 7% w drugim kwartale, 7% w trzecim kwartale oraz 8% w czwartym kwartale.

Tabela 13.2.18. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	I kwartał 2022	II kwartał 2022	III kwartał 2022	IV kwartał 2022
m. Kraków	83 353	105 427	112 905	111 801
Tatrzański	12 865	12 873	12 758	13 605
Wielicki	5 768	8 563	8 172	9 604
m. Tarnów	6 098	7 574	7 656	8 556
Oświęcimski	4 032	7 105	7 670	7 253
m. Nowy Sącz	4 606	7 065	6 782	6 433
Nowotarski	4 584	4 691	4 664	4 694
Wadowicki	5 136	3 777	3 673	3 086
Nowosądecki	3 638	2 520	2 674	2 452
Krakowski	4 676	2 259	2 186	2 084
Tarnowski	1 770	1 288	1 288	1 150
Chrzanowski	683	1 063	1 057	933
Bocheński	612	649	707	629
Brzeski	473	523	500	512
Dąbrowski	436	476	603	455
Suski	875	314	307	330
Proszowicki	933	250	278	277
Myślenicki	628	216	210	201
Olkuski	623	208	207	185
Miechowski	302	--	129	149
Gorlicki	836	118	--	114
Limanowski	564	--	--	--

Legenda



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejziak na podstawie danych z raportu Selectiv.

Tabela 13.2.19. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych i zagranicznych w 2022 roku- formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Suma
m. Kraków	4 117 268	393 631	4 510 899
Tatrzański	1 661 738	49 599	1 711 337
Nowosądecki	641 427	10 742	652 169
Nowotarski	483 234	17 738	500 972
Wielicki	187 967	30 565	218 532
Wadowicki	142 956	14 919	157 875
Krakowski	140 693	10 667	151 360
Gorlicki	133 110	664	133 774
Limanowski	128 986	613	129 599
Myślenicki	103 415	1 195	104 610
Oświęcimski	75 685	24 809	100 494
m. Tarnów	60 259	28 449	88 708
Suski	84 751	1 738	86 489
m. Nowy Sącz	57 830	23 691	81 521
Bocheński	72 334	2 472	74 806
Tarnowski	69 541	5 232	74 773
Olkuski	51 175	1 164	52 339
Brzeski	40 187	1 920	42 107
Chrzanowski	33 782	3 557	37 339
Miechowski	32 778	1 086	33 864
Proszowicki	26 324	1 655	27 979
Dąbrowski	20 390	1 867	22 257

Dane w tabeli sortowane są od największej do najmniejszej wartości wg kolumny 'suma'.

Legenda



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejziak na podstawie danych z raportu Selectivv.

Tabela 13.2.20. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów Ogółem w 2022 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści ogółem 2022
m. Kraków	4 510 899
Tatrzański	1 711 337
Nowosądecki	652 169
Nowotarski	500 972
Wielicki	218 532
Wadowicki	157 875
Krakowski	151 360
Gorlicki	133 774
Limanowski	129 599
Myślenicki	104 610
Oświęcimski	100 494
m. Tarnów	88 708
Suski	86 489
m. Nowy Sącz	81 521
Bocheński	74 806
Tarnowski	74 773
Olkuski	52 339
Brzeski	42 107
Chrzanowski	37 339
Miechowski	33 864
Proszowicki	27 979
Dąbrowski	22 257

Legenda



Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejsiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

Tabela 13.2.21. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści zagraniczni 2022
m. Kraków	393 631
Tatrzański	49 599
Wielicki	30 565
m. Tarnów	28 449
Oświęcimski	24 809
m. Nowy Sącz	23 691
Nowotarski	17 738
Wadowicki	14 919
Nowosądecki	10 742
Krakowski	10 667
Tarnowski	5 232
Chrzanowski	3 557
Bocheński	2 472
Brzeski	1 920
Dąbrowski	1 867
Suski	1 738
Proszowicki	1 655
Myślenicki	1 195
Olkuski	1 164
Miechowski	1 086
Gorlicki	664
Limanowski	613

Legenda

Najwyżej

Najniżej

Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejsiak na podstawie danych z raportu Selectivv.

Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022

Analizując wskaźniki procentowe ogółem dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022, wymienić należy przede wszystkim górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyrodę (8,60%), baseny geotermalne (6,50%) oraz atmosferę miejsca (5,10%).

Ze względu na dużą liczbę zdiagnozowanych kategorii, w celu bardziej przejrzystej analizy elementów przyciągających uwagę turystów przedstawione w tabeli atrakcje podzielono na cztery grupy:

1. **Atrakcje przyrodnicze**, czyli górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda, baseny geotermalne, przyroda, naturalna cisza, Pustynia Błędnowska, Ojcowski Park Narodowy, góry, natura, widoki, powietrze, powietrze atmosferyczne, krajobraz, Babiogórski Park Narodowy, Gorczański Park Narodowy, Tatry, przyroda, wypoczynek w górach, park i założenia ogrodowe, Beskid, czyste powietrze;
2. **Atrakcje kulturowe:**
 - **atrakcje kulturowe o znaczeniu historycznym:** Kraków Wzgórze Wawelskie, Kraków Rynek Główny, Auschwitz-Birkenau, pijalnia wód mineralnych, Zamki w Małopolsce, Kraków Stare Miasto, Stare Miasto, Kopalnia Soli, Rynek Główny Kraków, Kopalnia Soli w Wieliczce, Kraków, architektura, zabytki,
 - **atrakcje kulturowe o znaczeniu współczesnym:** atrakcje Energylandii, Kładka Widokowa, Uzdrawisko, Wieża Widokowa, atrakcje w Inwałd Parku, gastronomia regionu;
3. **Atmosfera miejsca:** gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców, klimat, życzliwość ludzi;
4. **Inne, czyli urlop**, wyjazd z bliskimi, wszystko.

Okazuje się, że w analizach ogółem zdecydowanie dominują atrakcje przyrodnicze, które wywarły wrażenie i pozostawiły niezapomniane wspomnienia u 45,70% respondentów. Mniejsze wrażenie wywarły atrakcje kulturowe, które podobały się co piątemu odwiedzającemu (24,30%), w tym atrakcje kulturowe o charakterze historycznym (12,70%), ale także współczesne (np. parki rozrywki, kładka widokowa itp.) (11,60%). Prawie co dziesiątemu respondentowi (8%) podobała się atmosfera miejsca, gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski.

Wskaźniki procentowe odwiedzających krajowych dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022 są zbliżone do wyników ogółem. Tak więc wymienić należy tutaj przede wszystkim górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda (8,70%), baseny geotermalne (6,70%) oraz atmosferę miejsca (5,10%), które wywarły duże emocje i wrażenie.

Po uwzględnieniu w analizie ustalonych powyżej czterech kategorii, z opinii respondentów wynika, że dla największej grupy odwiedzających krajowych elementem przyciągającym największą uwagę była otaczająca przyroda 46,70%. Mniejsze wrażenie wywarły atrakcje kulturowe, co wynika z opinii co czwartego respondenta krajowego (23,20%), w tym o znaczeniu historycznym (13,10%) oraz współczesnym (10,10%) – głównie parki rozrywki. Prawie co dziesiąty respondent (8%) pozytywnie ocenił atmosferę miejsca, gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski.

W przypadku odwiedzających z zagranicy, podobnie jak u odwiedzających krajowych, największe pozytywne wrażenie pozostawiły górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda (7,40%), atmosfera miejsca (6,40%) oraz w Krakowie Wzgórze Wawelskie (5,10%).

W kontekście zaproponowanych powyższej czterech kategorii, pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022 dla największej grupy odwiedzających z zagranicy wzbudziły atrakcje kulturowe (46,60%), w tym o znaczeniu historycznym (28,10%) oraz współczesnym (18,50%) (szczególnie życie nocne i kluby, ale na uwagę zasługuje także docenienie atrakcyjnej i dużej oferty turystycznej regionu). Dla znacznie mniejszej grupy istotne znaczenie miały atrakcje przyrodnicze, które wywarły pozytywne wrażenie na mniej więcej co trzeciej badanej osobie (28,8%). W tej kategorii grupa turystów zagranicznych była znacznie mniejsza niż odwiedzających krajowych.

Tabela 13.2.23. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych Małopolskę w latach 2021-2022 **Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce.** Formatowanie kolorem

KRAJ 21-22		OGÓŁEM 21-22		ZAGRANICA 21-22	
Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%
Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	8,70%	Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	8,60%	Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	7,40%
Baseny geotermalne	6,70%	Baseny geotermalne	6,50%	Atmosfera miejsca	6,40%
Atmosfera miejsca	5,10%	Atmosfera miejsca	5,10%	Kraków Wzgórze Wawelskie	5,10%
Przyroda, naturalna cisza	4,60%	Przyroda, naturalna cisza	4,60%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	4,40%
Pustynia Błędownska	4,00%	Pustynia Błędownska	3,90%	Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	4,40%
Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	3,80%	Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	3,90%	Stare Miasto	3,90%
Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	3,50%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	3,60%	Przyroda, naturalna cisza	3,70%
Atrakcje Energylandii	3,40%	Atrakcje Energylandii	3,30%	Baseny geotermalne	3,20%
Auschwitz-Birkenau	3,20%	Auschwitz-Birkenau	3,20%	Życie nocne	3,00%
Ojcowski Park Narodowy	3,00%	Ojcowski Park Narodowy	2,90%	Pustynia Błędownska	2,90%
Góry	2,60%	Góry	2,40%	Auschwitz-Birkenau	2,90%
Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,00%	Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,00%	Architektura Zabytki	2,70%
Architektura Zabytki	1,70%	Architektura Zabytki	1,80%	Ojcowski Park Narodowy	2,40%
Atrakcje w Inwałd Parku	1,60%	Atrakcje w Inwałd Parku	1,60%	Kluby	2,40%
Natura	1,60%	Natura	1,50%	Kopalnia Soli	2,20%
Widoki, Powietrze	1,40%	Kraków Wzgórze Wawelskie	1,50%	Rynek Główny Kraków	1,90%
Krajobraz	1,40%	Widoki, Powietrze	1,40%	Kraków Stare Miasto	1,70%
Powietrze atmosferyczne	1,40%	Kraków Rynek Główny	1,40%	Kraków Rynek Główny	1,70%
Babiogórski Park Narodowy	1,40%	Powietrze atmosferyczne	1,40%	Ludzie, Atmosfera	1,50%
Kraków Rynek Główny	1,30%	Krajobraz	1,40%	Kraków	1,40%
Kraków Wzgórze Wawelskie	1,30%	Babiogórski Park Narodowy	1,30%	Atrakcje w Inwałd Parku	1,20%
Gorczański Park Narodowy	1,20%	Gorczański Park Narodowy	1,20%	Zabytki, Architektura	1,20%
Cisza i spokój	1,20%	Cisza i spokój	1,20%	Moja rodzina i znajomi	1,00%
Tatry, Przyroda	1,10%	Tatry, Przyroda	1,00%	Tarnów Stare miasto	0,80%
Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	1,00%	Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	1,00%	Widoki, Powietrze	0,80%
Wypoczynek w Górach	1,00%	Wypoczynek w Górach	1,00%	ICE Kraków	0,80%
Pijalnia wód mineralnych	0,90%	Pijalnia wód mineralnych	0,90%	Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	0,80%
Zamki w Małopolsce	0,80%	Zamki w Małopolsce	0,80%	Powietrze atmosferyczne	0,80%
Park i założenia ogrodowe	0,80%	Park i założenia ogrodowe	0,80%	Atrakcje nocne miasta	0,70%
Kraków Stare Miasto	0,70%	Kraków Stare Miasto	0,70%	Kładka Widokowa	0,70%
Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	0,70%	Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	0,70%	Uzdrowisko, Wieża Widokowa	0,70%

Urlop	0,60%	Stare Miasto	0,60%	Kopalnia Soli, Wawel	0,70%
Kładka Widokowa	0,60%	Zabytki, Architektura	0,60%	Kazimierz	0,70%
Beskid, Czyste powietrze	0,60%	Kładka Widokowa	0,60%	Gastronomia regionu	0,70%
Zabytki, Architektura	0,60%	Urlop	0,60%	Cisza i spokój	0,70%
Wyjazd z bliskimi	0,60%	Kopalnia Soli	0,60%	Krajobraz	0,70%
Kopalnia soli w Wieliczce	0,50%	Rynek Główny Kraków	0,50%	Kluby Puby Bary	0,70%
Gastronomia regionu	0,50%	Kopalnia soli w Wieliczce	0,50%	Historia	0,70%
Wszystko	0,50%	Beskid, Czyste powietrze	0,50%	Zakopane, Tatry	0,70%
Park Wodny, Góry	0,50%	Wyjazd z bliskimi	0,50%	Czystość lotniska	0,70%
Zakopane, Tatry	0,50%	Gastronomia regionu	0,50%	Babiogórski Park Narodowy	0,70%
Rynek Główny Kraków	0,50%	Kraków	0,50%	Kopalnia soli w Wieliczce	0,50%
Kopalnia Soli	0,50%	Zakopane, Tatry	0,50%	Góry	0,50%
Kraków	0,50%	Wszystko	0,50%	Jedzenie	0,50%
		Park Wodny, Góry	0,50%	Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	0,50%
				Kultura	0,50%
				Atrakcje Energylandii	0,50%
				Natura	0,50%

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

Tabela 13.2.24. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2022 roku. **Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce.** Formatowanie kolorem

KRAJ 2022		OGÓŁEM 2022		ZAGRANICA 2022	
Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%	Co się najbardziej podobało	%
Auschwitz-Birkenau	5,6%	Auschwitz-Birkenau	5,5%	Stare Miasto Kraków	8,1%
Góry	5,5%	Góry	5,2%	Kraków Wzgórze Wawelskie	7,8%
Baseny geotermalne	5,3%	Baseny geotermalne	5,0%	Życie nocne	6,4%
Natura	3,4%	Natura	3,3%	Kluby	4,9%
Widoki, Powietrze	3,1%	Widoki, Powietrze	3,0%	Kopalnia Soli	4,6%
Krajobraz	3,0%	Krajobraz	2,9%	Rynek Główny Kraków	3,9%
Atmosfera miejsca	2,6%	Atmosfera miejsca	2,7%	Ludzie, Atmosfera	3,2%
Atrakcje Energylandii	2,6%	Atrakcje Energylandii	2,5%	Atmosfera miejsca	3,2%
Gorczański Park Narodowy	2,5%	Gorczański Park Narodowy	2,4%	Kraków	2,8%
Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,4%	Uzdrowisko, Wieża Widokowa	2,3%	Auschwitz-Birkenau	2,8%
Tatry, Przyroda	2,3%	Tatry, Przyroda	2,2%	Zabytki, Architektura	2,5%
Wypoczynek w Górach	2,2%	Wypoczynek w Górach	2,1%	ICE Kraków	1,8%
Babiogórski Park Narodowy	2,0%	Babiogórski Park Narodowy	1,9%	Architektura Zabytki	1,8%
Powietrze atmosferyczne	1,8%	Powietrze atmosferyczne	1,8%	Widoki, Powietrze	1,8%
Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	1,4%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	1,4%	Kładka Widokowa	1,4%
Urlop	1,3%	Stare Miasto	1,3%	Kopalnia Soli, Wawel	1,4%
Kładka Widokowa	1,3%	Zabytki, Architektura	1,3%	Historia	1,4%
Beskid, Czyste powietrze	1,2%	Kładka Widokowa	1,3%	Krajobraz	1,4%
Zabytki, Architektura	1,2%	Urlop	1,2%	Kazimierz - Kraków	1,4%
Wyjazd z bliskimi	1,2%	Kopalnia Soli	1,2%	Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	1,4%
Wszystko	1,0%	Rynek Główny Kraków	1,2%	Zakopane, Tatry	1,4%

Park Wodny, Góry	1,0%	Beskid, Czyste powietrze	1,1%	Jedzenie	1,1%
Zakopane, Tatry	1,0%	Wyjazd z bliskimi	1,1%	Natura	1,1%
Rynek Główny Kraków	1,0%	Kraków	1,1%	Góry	1,1%
Kopalnia Soli	1,0%	Kraków Wzgórze Wawelskie	1,1%	Kultura	1,1%
Kraków	1,0%	Zakopane, Tatry	1,0%	Skocznia Narciarska, Stare Miasto	0,7%
Krupówki i Atmosfera	1,0%	Wszystko	1,0%	Giewont	0,7%
Stare Miasto	0,9%	Park Wodny, Góry	1,0%	Tarnów Stare miasto	0,7%
Turbacz	0,9%	Krupówki i Atmosfera	0,9%	Krupówki i Atmosfera	0,7%
Zamki w Małopolsce	0,9%	Zamki w Małopolsce	0,9%	Puby i Bary	0,7%
Cisza, Spokój	0,9%	Turbacz	0,8%	Kościoty	0,7%
Pogoda, Krajobraz	0,9%	Pogoda, Krajobraz	0,8%	Powietrze atmosferyczne	0,7%
Relaks w termach	0,8%	Cisza, Spokój	0,8%	Wieliczka	0,7%
Bieg po szlaku	0,8%	Kluby	0,8%	Atrakcje Energylandii	0,7%
Góra Parkowa	0,8%	Relaks w termach	0,8%	Wycieczka górską	0,7%
Regeneracja w termach	0,7%	Bieg po szlaku	0,7%	Wszystko	0,7%
Pustynia Błędowska	0,7%	Góra Parkowa	0,7%	Baseny geotermalne	0,7%
Kraków Wzgórze Wawelskie	0,6%	Pustynia Błędowska	0,7%	Gubałówka	0,7%
Ścieżki rowerowe, Krajobraz	0,6%	Regeneracja w termach	0,7%	Miejsca do zwiedzania	0,7%
Diablak	0,6%	Ścieżki rowerowe, Krajobraz	0,6%	Kraków nocą	0,7%
Morskie Oko	0,6%	Jeziora	0,5%	Kraków, Wieliczka	0,7%
Jeziora	0,6%	Jedzenie	0,5%	Góry, Natura, Rzeki	0,4%
Kluby	0,5%	Diablak	0,5%	Kopalnia Soli, Zakopane	0,4%
Luboń Wielki	0,5%	Morskie Oko	0,5%	Ścieżki rowerowe, Krajobraz	0,4%
Jedzenie	0,5%	Ludzie, Atmosfera	0,5%	Krajobraz, Zabytki	0,4%
Wycieczka górską	0,5%	Architektura Zabytki	0,5%	Restauracje	0,4%
Schronisko PTTK Markowe Szczawiny	0,5%	Wycieczka górską	0,5%	Krajobraz, Zabytki, Zamki	0,4%

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

Wyniki otrzymane w roku 2022 różnią się nieco od analizowanych powyżej.

Analizując wskaźniki procentowe **ogółem** dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie **w 2022 roku** wymienić należy Auschwitz-Birkenau (5,50%), góry (5,20%) oraz baseny geotermalne (5,00%).

Podobnie jak w latach 2021-2022, ze względu na dużą liczbę zdiagnozowanych kategorii, również w roku 2022, w celu bardziej przejrzystej analizy elementów przyciągających uwagę turystów, przedstawione w tabeli atrakcje podzielono na cztery grupy. Warto podkreślić, iż niektóre kategorie częściowe zdiagnozowane w roku 2022 nieco różnią się od kategorii prezentujących średnie z lat 2021-2022. Tak więc:

- 1. Atrakcje przyrodnicze to:** góry, baseny geotermalne, natura, widoki, powietrze, krajobraz, Gorczański Park Narodowy, Tatry, przyroda, wypoczynek w górach, Babiogórski Park Narodowy, powietrze atmosferyczne, Beskid, czyste powietrze, góry, Zakopane, Tatry, Turbacz, pogoda, krajobraz, Góra Parkowa, Pustynia Błędowska, Diablak, ścieżki rowerowe, krajobraz, Morskie Oko, jeziora, Luboń Wielki,

2. Atrakcje kulturowe to:

- **Kultura o znaczeniu historycznym:** Auschwitz-Birkenau, zabytki, architektura, Rynek Główny Kraków, Kopalnia Soli, Kraków, Stare Miasto, zamki w Małopolsce, Kraków Wzgórze Wawelskie,
- **Kultura o znaczeniu współczesnym:** atrakcje Energylandii, Uzdrowisko, Wieża Widokowa, atrakcyjna i duża oferta, Kładka Widokowa, kluby, jedzenie, park wodny;

3. Atmosfera miejsca: atmosfera, cisza, spokój, regeneracja w termach,**4. Inne:** urlop, wyjazd z bliskimi, relaks w termach, bieg po szlaku, Schronisko PTTK Markowe Szczawiny, wycieczka górską, wszystko.

Wskaźniki procentowe **odwiedzających krajowych** dotyczące elementów destynacji najbardziej przyciągających uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w roku 2022 są zbliżone do wyników ogółem i wymienić tutaj należy Auschwitz-Birkenau (5,6%), góry (5,5%), baseny geotermalne (5,3%).

Uwzględniając w analizie ustalone powyżej cztery kategorie, z opinii respondentów wynika, że dla największej grupy odwiedzających krajowych elementem przyciągającym największą uwagę była otaczająca przyroda 41,50%. Pozytywne emocje u co piątego respondenta krajowego (20,90%) wywarły atrakcje kulturowe, w tym o znaczeniu historycznym (12,20%) oraz współczesnym (8,70%) – głównie parki rozrywki. Prawie co dziesiąty (8%) respondent pozytywnie ocenił atmosferę miejsca, gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski.

W przypadku **odwiedzających z zagranicy**, największe wrażenie wywarło w Krakowie Stare Miasto (8,1%), Wzgórze Wawelskie (7,8%), a także życie nocne (6,4%).

W kontekście zaproponowanych powyższej czterech kategorii, pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w roku 2022 dla największej grupy odwiedzających z zagranicy miały atrakcje kulturowe (64,50%), w tym o znaczeniu historycznym (41,30%) oraz współczesnym (22,80%) szczególnie jednak życie nocne i kluby. Na uwagę zasługuje także atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu. Grupa osób zafascynowana kulturą Małopolski w roku 2022 jest znacznie większa niż średnia z lat 2021-2022.

Dla znacznie mniejszej grupy badanych osób istotne znaczenie miały atrakcje przyrodnicze, które wywarły pozytywne wrażenie tylko na co dziesiątego odwiedzającego (10,70%). Należy podkreślić, iż wynik ten jest znacznie niższy niż średnia uzyskana w latach 2021-2022, z czego wynikałoby, że obszary miejskie, zabytki Krakowa i Wieliczki oraz życie nocne i kluby zdominowała świadomość zagranicznych turystów odnośnie do pozytywnej oceny atrakcyjności turystycznej Małopolski w analizowanym roku 2022.

PODSUMOWANIE

Rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce wykazywały od wielu lat tendencję rosnącą aż do roku 2020, kiedy to 11 marca WHO uznała serię zachorowań na rozpoznaną w środkowych Chinach ostrą chorobę zakaźną układu oddechowego, wywołaną zakażeniem wirusem SARS-CoV-2, za pandemię. W związku z tym od 1 kwietnia zamknięte zostały m.in. obiekty noclegowe, a ich prace przywrócono dopiero 4 maja (w ramach II etapu znoszenia obostrzeń). Ze względu na „drugą falę” pandemii od 7 listopada z obiektów noclegowych w Polsce mogli korzystać tylko goście podróżujący służbowo, a 28 grudnia zostały one całkowicie zamknięte. Z uwagi na te wszystkie ograniczenia, jak również na obawę wielu osób odnośnie do opuszczania domu, ruch turystyczny w Małopolsce w roku 2020 zmniejszył się o 14% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości 15,37 mln osób, czyli do rozmiarów sprzed 2017 roku.

Z początkiem 2021 roku zasady bezpieczeństwa etapu odpowiedzialności zostały lekko złagodzone. Od 12 lutego zostały otwarte hotele z limitem do 50% obłożenia miejsc noclegowych. Podobnie z kinami i teatrami - do 50% dostępnych miejsc. W reżimie sanitarnym można było też korzystać z basenów i stoków narciarskich. Jednak rosnąca ponownie od 9 lutego tygodniowa średnia zakażeń zmusiła rząd do zaostrzenia ograniczeń. Od 27 lutego wprowadzona została kwarantanna po przyjeździe z Czech i Słowacji (z wyłączeniem osób zaszczepionych dwoma dawkami szczepionki). Od 20 marca do 18 kwietnia obostrzenia, które dotychczas obowiązywały w czterech województwach (warmińsko-mazurskim, pomorskim, mazowieckim i lubuskim), zostały rozszerzone na całą Polskę. W tym czasie w całym kraju zamknięte zostały hotele, muzea, kina, baseny i obiekty sportowe. Od 19 kwietnia dopuszczona została możliwość uprawiania sportu w obiektach sportowych na świeżym powietrzu (do 25 osób). Natomiast hotele i obiekty noclegowe pozostały zamknięte do 3 maja włącznie (wyjątkiem były m.in. hotele robotnicze, a także noclegi świadczone w ramach niektórych podróży służbowych). Ogródki w restauracjach otwarto dopiero od 15 maja, a od 6 czerwca można było organizować targi, konferencje i wystawy z limitem 1 osoby na 15 m². Otwarte zostały też sale zabaw z limitem 1 osoba na 15 m², a limit imprez i zgromadzeń zwiększony został do 150 osób. Środki transportu zbiorowego mogły być wypełnione w 75% z obowiązkiem zakrywania ust i nosa. Ponieważ dotychczasowa ścieżka luzowania obostrzeń nie zwiększyła liczby zakażeń, rząd przechodził do dalszej liberalizacji obostrzeń. Od 26 czerwca limity na targach, konferencjach, w klubach fitness, kasynach, wystawach i salach zabaw zostały zwiększone do 1 osoby na 10 m². Otwarte zostały dyskoteki z limitem 150 osób (do limitu nie wliczano osób zaszczepionych). Na widowniach sportowych limit wynosił 50% obłożenia (bez osób zaszczepionych). W kinach i teatrach dostępnych mogło być 75% zajętych miejsc. Także w hotelach i pensjonatach limit został zwiększony do 75% zajętych pokoi (bez osób zaszczepionych). W restauracjach zwiększono limit, z co drugiego zajętego stolika do 75%. W wesołych miasteczkach limit też złagodzono do poziomu 75% obłożenia obiektu.

Pojawienie się nowego wariantu koronawirusa – Omikrona – sprawiło, że polski rząd zdecydował się na kolejne zwiększenie obostrzeń. Od 1 grudnia wprowadzono zakaz lotów z siedmiu krajów afrykańskich: Lesotho, Botswana, Zimbabwe, Mozambik, Namibia, Eswatini i RPA. Dodatkowo dla osób podróżujących do Polski spoza strefy Schengen wprowadzono 14-dniową kwarantannę, a zwalnia z niej jedynie negatywny wynik tekstu PCR wykonany po ósmym dniu od przekroczenia granicy. W wymiarze

krajowym limit zgromadzeń w gastronomii, kulturze, obiektach sportowych został zredukowany do 50% (z 75%), z tym, że osoby zaszczepione nie są uwzględniane w tych limitach. Limity do 100 osób wprowadzono dla wesel, komunii czy dyskotek, a w przypadku wydarzeń sportowych realizowanych poza obiektami sportowymi limit ustalono na maksymalnie 250 osób. W siłowniach, klubach i centrach fitness obowiązuje limit 1 osoby na 15 m². Dnia 7 grudnia, ze względu na niepokojącą sytuację pandemiczną, MZ zdecydowało się na podjęcie jeszcze bardziej stanowczych działań i od 15 grudnia wprowadziło dodatkowe zasady bezpieczeństwa. W restauracjach, barach i hotelach wprowadzony jest limit 30% obłożenia lokalu, a dyskoteki i kluby zostały zamknięte z wyjątkiem okresu z 31 grudnia na 1 stycznia, kiedy będzie w nich obowiązywał limit maksymalnie 100 osób i przestrzeganie ścisłego reżimu sanitarnego. W kinach, teatrach i halach sportowych także obowiązuje limit 30% pojemności obiektu (zwiększenie limitu jest możliwe wyłącznie dla osób zaszczepionych zweryfikowanych przez przedsiębiorcę). Dnia 24 lutego 2022 roku w godzinach porannych Rosja napadła zbrojnie na Ukrainę, co spowodowało ogromne ruchy migracyjne uchodzących przed bombardowaniami i agresją rosyjskich żołnierzy mordujących ludność cywilną. Obywatele Ukrainy przebywający w Polsce stanowią największą grupę narodowościową wśród cudzoziemców. Według danych Straży Granicznej i Urzędu ds. Cudzoziemców na 326 dzień wojny zarejestrowano wjazd do Polski ponad 9 milionów (9,181 mln) Ukraińców i jednocześnie ponad 7 milionów (7,350 mln) wyjazdów z Polski na Ukrainę. Dziennie ruch w obie strony to około 25 tysięcy wjazdów z Ukrainy do Polski i 24 tysiące wyjazdów z Polski na Ukrainę. Pozostali w Polsce Ukraińcy mają prawo do pobytu stałego lub status rezydenta długoterminowego. Praktycznie od momentu agresji Rosji na Ukrainę, a oficjalnie od 28 marca 2022 roku zniesiono – obowiązek izolacji i kwarantanny, noszenia maseczek oraz wszelkie ograniczenia w podróżowaniu do Rzeczypospolitej Polskiej, co oznacza, że nie ma już konieczności:

- legitymowania się podczas przekraczania granicy certyfikatami szczepienia,
- wykonywania testów w kierunku SARS-CoV-2,
- odbywania tzw. kwarantanny przyjazdowej.

Można powiedzieć, że sytuacja wróciła do podobnego stanu jak przed okresem pandemii. Odłożony popyt turystyczny, pomimo inflacji, mógł wreszcie zostać uwolniony. Efektem tego był wzrost rozmiarów ruchu turystycznego w Małopolsce do wielkości 16,93 mln osób, tj. o 27,1% więcej w relacji do roku ubiegłego. Jest to wynik tylko o 5,2% mniejszy od tego, który odnotowano w dotychczas rekordowym dla województwa roku przedpandemicznym, czyli 2019.

Przyrost dotyczył jednak tylko odwiedzających z Polski – o 34,7% więcej niż rok wcześniej, tj. do wielkości 16,2 mln osób. Wszystkie te zamknięcia i obostrzenia, jak również agresja Rosji na Ukrainę stały się przyczyną kolejnego spadku wielkości zagranicznego ruchu turystycznego w Małopolsce. Liczba odwiedzających zagranicznych (bez obywateli Ukrainy) zmniejszyła się bowiem o 43,4% i wyniosła zaledwie 0,73 mln osób. Tak małej liczby zagranicznych odwiedzających w Małopolsce nie odnotowano w analizowanym 13-letnim okresie. Przypuszczalnie było to związane z istniejącą jeszcze obawą mieszkańców wielu państw dotyczącą potencjalnego wzrostu zakażeń i wprowadzenia kolejnych obostrzeń (i tym samym utrudnień w zakresie powrotu do kraju), ale także z trwającą od lutego 2022 roku wojną na Ukrainie i lękiem, że Polska (w tym Małopolska) może być również narażona na działania wojenne.

W stosunku do najlepszego jak dotychczas roku 2019, w przypadku odwiedzających krajowych zaobserwowano wzrost o 15,1%, a w segmencie gości zagranicznych (bez obywateli Ukrainy) miał miejsce spadek o 80,7%.

Zanotowane zmiany profilowe turystów w okresie 2018- 2022 z podziałem na okres przedpandemiczny 2018-2019, rok pandemiczny 2020 i ostatnie dwa lata 2021-2022.

					Przed covidem 2018_19	W roku covidowym 2020	Po covidzie 21_22		
					Kto przyjeżdża?				
Płeć	18_19	20_	21_22	Suma	przeważają kobiety (14%)	sytuacja odwrotna - przewaga mężczyzn (14%)	równowaga płci (po 50%)		
K Kobieta	56,9%	43,9%	49,9%	52,0%					
M Mężczyzna	43,1%	56,1%	50,1%	48,0%					
Kraj Zagr.	18_19	20_	21_22	Suma	zdecydowana przewaga turystów krajowych (79%)	przewaga turystów krajowych powiększa się (94%)	przewaga turystów krajowych (94%) utrzymuje się nadal		
Kraj	78,9%	94,0%	94,1%	87,0%					
Zagr.	21,1%	6,0%	5,9%	13,0%					
Wiek	18_19	20_	21_22	Suma	we wszystkich latach struktura turystów wg lat jest podobna - najwięcej jest turystów w średnim wieku (44%-47%), nieco mniej turystów młodych (35%-40%) a najmniej turystów w starszym wieku (13%-20%)				
30<	36,0%	39,6%	35,1%	36,3%	w roku covidowym nastąpił duży spadek udziału turystów starszych (z 20% do 13%) natomiast udział turystów w średnim wieku wzrósł o 4% i utrzymuje się na poziomie 47%				
31-50	43,5%	47,1%	47,0%	45,4%	udział turystów powyżej 60 lat w latach pocovidowych wrócił do poziomu z lat przedcovidowych (10%) po spadku w roku covidowym do poziomu 6%				
51>	20,5%	13,3%	18,0%	18,3%	udziały turystów najmłodszych (poniżej 19 lat) ciągle spadają z 5% w latach przedcovidowych do 4,5% w roku 2020 oraz 4% w latach pocovidowych				
Wiek	18_19	20_	21_22	Suma	spada udział turystów z wyższym wykształceniem z 56% w latach przedcovidowych do 53% w roku covidowym oraz do 49% w latach pocovidowych				
Do 19 lat	5,3%	4,5%	4,0%	4,7%					
20-29 lat	27,6%	31,8%	27,4%	28,3%					
30-44 lat	34,8%	39,5%	39,7%	37,4%					
45-60 lat	22,3%	17,7%	18,6%	20,1%					
Pow. 60 lat	10,0%	6,5%	10,3%	9,4%					
Wykształcenie	18_19	20_	21_22	Suma					
A - wyższe	56,1%	52,6%	49,1%	52,7%					
B - średnie	41,0%	45,7%	42,7%	42,5%					
C - pon. średniego	3,0%	1,7%	8,2%	4,8%					

Profil turystów odwiedzających Małopolskę w 2022 roku

	Turysta krajowy	Turysta zagraniczny
Kto przyjeżdża?	<ul style="list-style-type: none"> Minimalnie więcej kobiet (52,6%) niż mężczyzn (47,4%). Zdecydowana większość to osoby do 45 roku życia (68% badanych). Przed wszystkim osoby aktywne zawodowo oraz studenci (zwłaszcza w przypadku turystów zagranicznych). 	
	O sytuacji materialnej dobrej (wystarczającej).	O sytuacji materialnej bardzo dobrej (satysfakcjonującej).
Skąd przyjeżdża?	Z Małopolski oraz województwa śląskiego i mazowieckiego.	Z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji.
Po co przyjeżdża?	Wypoczynek w połączeniu ze zwiedzaniem zabytków i/lub turystyką aktywną.	Zwiedzanie zabytków, naprzemiennie z/lub traktowane jako wypoczynek połączony z trzecim powodem, którym jest rozrywka.
Gdzie nocuje?	Hotel *** i noclegi nieodpłatne (własny dom/mieszkanie, rodzina/znajomi).	Hotele *** i ****.
Na jak długo przyjeżdża i jak często?	2-3 noclegi (weekend), odwiedza region relatywnie często (co najmniej kilka razy w życiu).	Zarówno 4-7, jak i 2-3 noclegi, najczęściej jest w regionie pierwszy raz w życiu.
Jak organizuje podróż?	Zdecydowanie samodzielnie, przyjeżdża samochodem.	Samodzielnie bądź z pomocą rodziny lub znajomych (ale wciąż indywidualnie), przylatuje samolotem bądź przyjeżdża samochodem.
Co zwiedza, gdzie bywa?	Kraków, Krynica, Zakopane i „góry”.	Kraków i Wieliczka oraz Zakopane.
Ile i na co wydaje?	Ok. 910 zł/osobę, najwięcej na nocleg oraz wyżywienie i tzw. inne wydatki.	Ok. 1888 zł/osobę, najwięcej na nocleg oraz wyżywienie i tzw. inne wydatki.
Jak ocenia ofertę turystyczną regionu?	Bardzo pozytywnie, najlepiej atmosferę/życzliwość/gościnność, atrakcje turystyczne i bezpieczeństwo.	Turysta zagraniczny w swoich ocenach nie różni się zbytnio od turysty krajowego, czyli także najlepiej ocenia atmosferę, atrakcje i bezpieczeństwo.
Jak ogólnie ocenia pobyt w Małopolsce?	Bardzo wysoko ocenia pobyt w Małopolsce i zdecydowanie chce przyjechać ponownie.	Bardzo wysoko ocenia pobyt w regionie i raczej chce przyjechać ponownie.

WNIOSKI

1. W 2022 roku po zniesieniu covidowych zakazów i obostrzeń pomimo inflacji nastąpił **wzrost rozmiarów ruchu turystycznego** w Małopolsce o 27,1% w relacji do roku ubiegłego, tj. do wielkości **16,93 mln osób** (bez gości z Ukrainy). Był to wynik o 5,2% mniejszy od dotychczas rekordowego roku przedpandemicznego, czyli 2019.
2. **Wzrost** w relacji do roku poprzedniego odnotowano wśród odwiedzających z **Polski** (o 34,7%, tj. do wielkości **16,2 mln osób**). Odwiedzających z **zagranicy** (bez gości z Ukrainy) było natomiast o 43,4% mniej, tj. **0,73 mln osób**.
3. Prawie 62% odwiedzających region (**10,48 mln osób** (bez gości z Ukrainy)) stanowili **turyści** (goście nocujący w regionie). Ich liczba była **wyższa** niż rok wcześniej o 13,9%, choć nie osiągnęła ona wielkości z roku przedpandemicznego (o 24,4% mniej).
4. **Wzrost** liczby turystów odnosił się tylko do **turystów krajowych** – o 21,6% (tj. do poziomu **9,85 mln osób** – wielkość mniejsza niż w 2019 roku o 5,1%). Natomiast w segmencie **turystów zagranicznych** (bez turystów z Ukrainy) odnotowano spadek – o 42,7% (tj. do wielkości **0,63 mln osób** – aż o 81,9% mniej niż w roku przedpandemicznym).
5. Liczba gości **jednodniowych** w Małopolsce w 2022 roku (bez gości z Ukrainy) znacznie się **zwiększyła**, tj. o 56,6% w stosunku do roku ubiegłego i osiągnęła wielkość tylko mniejszą o 16,3% od dominującego w tym względzie dotychczas roku 2020, tj. aż **6,45 mln osób**. Ten duży wzrost liczby jednodniowych odwiedzających może być związany z tym, że po zniesieniu covidowych obostrzeń, spragnieni wyjazdów turyści na dłuższe pobyty wybierali dalsze (zagraniczne) destynacje, natomiast rodzime miejsca odwiedzali tylko na krótko (kilka, kilkanaście godzin).
6. Zdecydowana większość **jednodniowych** odwiedzających w regionie (ponad 98% - bez gości z Ukrainy) to goście z **Polski**, których liczba w 2022 roku **wzrosła** aż o 61,6% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości **6,35 mln osób**. **Jednodniowi** odwiedzający z **zagranicy** (bez gości z Ukrainy) stanowili w 2022 roku ok. 2% ogółu gości bez noclegu, ale było ich w Małopolsce o prawie o 1/2 **mniej** niż w roku poprzednim, tj. **0,1 mln osób**.
7. W 2022 roku wydarzeniem, które wpłynęło na turystykę w Polsce, w tym w Małopolsce, była inwazja Federacji Rosyjskiej na Ukrainę, która doprowadziła m.in. do ucieczki milionów mieszkańców tego kraju. Duża część z nich zamieszkała w Małopolsce i podczas pobytu uprawiała turystykę – szacuje się, że takich zagranicznych **odwiedzających z Ukrainy** było w regionie w 2022 roku **ok. 2,17 mln osób**, w tym 0,72 mln turystów i 1,45 mln jednodniowych odwiedzających.
8. W 2022 roku skrócił się czas wizyty w regionie. **Najwięcej odwiedzających** (prawie 40%, niemal 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i przedpandemicznym) **spędziło w Małopolsce tylko 1 dzień bez noclegu**, a kolejne 8% (nieco więcej niż w dwóch poprzednich latach i porównywalnie do roku przedpandemicznego) – **do 3 godzin**. Ok. 1/5 odwiedzających przybywała do województwa na 2-3 noce, 13% – na 4-7 nocy, 12% – na jedną noc, a 4,5% – na 8-14 nocy. Do roku przed pandemią (2019) prawie wrócił odsetek spędzających w Małopolsce dłużej niż dwa tygodnie (2,5%, tj. 4-krotnie więcej niż rok wcześniej), ale nadal był on najmniejszy w porównaniu z innymi grupami.

9. **Pobyt gości zagranicznych w regionie był dłuższy niż Polaków.** Goście z zagranicy w największym odsetku spędzali w Małopolsce 2-3 noce (42%), średnio co trzeci korzystał z 4-7 noclegów, co jedenasty – z 8-14 noclegów, a co trzynasty – z jednego noclegu, po ok. 5% gościło 1 dzień bez noclegu i powyżej 14 nocy. Na najkrótszy okres, tj. na kilka godzin przyjechało do województwa niecałe 1% obcokrajowców. Odwiedzający z Polski najczęściej deklarowali wizytę jednodniową (prawie 42% wskazań). Ok. 17% spędziło 2-3 noce, 13% – 4-7 nocy, 12% – 1 noc. Ok. 8% Polaków przebywało w regionie tylko do 3 godzin, a 7% – najdłużej, czyli powyżej 7 noclegów.
10. W odniesieniu do roku poprzedniego w 2022 roku **skrócił się czas pobytu w Małopolsce odwiedzających z Polski, a wydłużył – goście zagranicznych.** Więcej było bowiem Polaków spędzających w regionie 1 dzień bez noclegu i do trzech godzin (w konsekwencji większą liczbę jednodniowych gości krajowych zanotowano w Małopolsce tylko w 2020 roku), a mniej było tych, którzy przyjechali do województwa na 1 noc i 2-3 noce. Wśród cudzoziemców większy był natomiast odsetek przybywających do województwa na 2-3 noce i dłużej, a o ok. 1/2 mniejszy był udział odwiedzających jednodniowych oraz o ok. 3/4 mniejszy – korzystających z jednego noclegu.
11. Turyści nocujący w Małopolsce w 2022 roku najczęściej na miejsce zakwaterowania wybierali **hotele** (prawie 22% wskazań). Na kolejnych miejscach uplasowały się noclegi w pensjonatach (14%), w apartamentach (13%), w zakładach uzdrowiskowych (11%) i u rodziny (prawie 11%). Relatywnie popularne było też korzystanie z obiektów agroturystycznych (ponad 7%) i gościnności znajomych (ponad 5% wskazań).
12. Noclegi w hotelach były najbardziej preferowane zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych, aczkolwiek w tej drugiej grupie odsetek je wybierających był ponad 3-krotnie większy niż w pierwszej (17% vs 55%). Goście zagraniczni częściej też niż Polacy wskazywali apartamenty i noclegi u rodziny, a także domy pielgrzyma. Z kolei turyści krajowi częściej niż obcokrajowcy nocowali w pozostałych obiektach, w tym zwłaszcza w pensjonatach, zakładach uzdrowiskowych, na kempingach/polach namiotowych, w ośrodkach wczasowych i motelach.
13. Spośród turystów nocujących w hotelach w 2022 roku najwięcej osób wybierało obiekty **trzygwiazdkowe** (ponad 45% wskazań) i na dodatek zyskały one na znaczeniu. Na drugiej pozycji uplasowały się hotele czterogwiazdkowe (niemal 1/3 wskazań), a na kolejnym – pięciogwiazdkowe (ponad 12% wskazań). Tylko niecałe 3% turystów nocujących w małopolskich hotelach preferowało obiekty dwugwiazdkowe, a nieliczni (0,3%) skorzystali z hoteli jednogwiazdkowych.
14. Małopolskie hotele czterogwiazdkowe cieszyły się większym zainteresowaniem wśród obcokrajowców (prawie 45% wskazań) niż wśród Polaków (ponad 26%). Odsetek nocujących w obiektach pozostałych kategorii (z wyjątkiem jednogwiazdkowych) był większy wśród turystów krajowych niż zagranicznych – trzygwiazdkowych (49% vs 36%), pięciogwiazdkowych (13% vs 10%) i dwugwiazdkowych (4% vs 1%). W obu grupach turystów (krajowych i zagranicznych) **rola** hoteli poszczególnych kategorii nie była tak **wysoka** nawet w roku przedpandemicznym, w tym zwłaszcza **obiektów pięciogwiazdkowych**.
15. Goście **krajowi** przeznaczali średnio na pobyt w Małopolsce **461 zł na osobę** (o 2,7% więcej niż rok wcześniej), podczas gdy odwiedzający **zagraniczni** wydatkowali **przed przyjazdem** do regionu ponad 2-krotnie więcej niż Polacy, tj. średnio **1091 zł na osobę** (niemal 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym). W sumie wydatki gości krajowych były o 85,1%, a zagranicznych

- o 52,8% **wyższe** niż w roku przedpandemicznym (aczkolwiek należy wziąć pod uwagę wysoką inflację w Polsce w 2022 roku).
16. **Polscy** turyści, tj. nocujący w Małopolsce, wydatkowali **przed przyjazdem** do regionu średnio **558 zł na osobę** (czyli o 1/5 **więcej** niż rok wcześniej i o 1/2 więcej niż w roku przedpandemicznym), natomiast turyści **zagraniczni** – sumy prawie 2-krotnie wyższe niż Polacy, tj. średnio **1091 zł na osobę** (o 92,8% **więcej** niż w roku poprzednim i o prawie 1/2 więcej niż w roku 2019).
 17. Odwiedzający **jednodniowi z Polski przed podróżą** przeznaczali na pobyt w województwie kwoty ponad 4-krotnie niższe niż turyści – średnio **138 zł na osobę** (o ponad 1/2 **mniej** niż rok wcześniej, ale ponad 4-krotnie więcej niż w roku przedpandemicznym). W przypadku jednodniowych odwiedzających z **zagranicy w ogóle** nie odnotowano w tym roku **wydatków** przed podróżą do Małopolski.
 18. Najwięcej (3000 zł na osobę) przed przyjazdem do województwa wydawali goście z Włoch. Sumy powyżej 1000 zł na osobę - Czesi, Duńczycy, Irlandczycy i Niemcy, a w granicach 800-1000 zł na osobę – Brytyjczycy, Hiszpanie i Amerykanie. Ok. 500-600 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem na pobyt w regionie mieszkańcy Francji, Belgii i Holandii. Najniższe wydatki przed podróżą charakterystyczne były dla gości z Ukrainy. Kwoty wydatkowane w 2022 roku przez Duńczyków, Irlandczyków i Brytyjczyków były zbliżone (nieznacznie wyższe) do tych sprzed pandemii, natomiast sumy wydawane przez Włochów i Niemców – odpowiednio 4-krotnie i 2-krotnie wyższe niż te w roku 2019. Z kolei wydatki Belgów, Holendrów i Ukraińców okazały się w 2022 roku najniższe w całym badanym okresie.
 19. Odnotowano przyrost sum wydatkowanych przed podróżą do Małopolski w 2022 roku w stosunku do roku poprzedniego, zarówno przez odwiedzających z Polski (zwłaszcza na tzw. inne cele), jak i z zagranicy (szczególnie na bilety wstępu do obiektów/atrakcji).
 20. **Najwyższe wydatki przed przyjazdem** do regionu dotyczyły **zakupu produktu w biurze podróży** (z pominięciem biletów na transport do Małopolski) – na ten cel Polacy wydawali średnio 745 zł na osobę, a cudzoziemcy o ponad 60,0% więcej, czyli 1192 zł na osobę. Relatywnie wysokie były też wydatki na rezerwację/zakup noclegów – średnio 468 zł na osobę wydatkowali Polacy, a 859 zł na osobę (czyli o ok. 83,5% więcej) goście z zagranicy. Niemniej jednak ci pierwsi kwoty wyższe niż na noclegi przeznaczali na tzw. inne wydatki (685 zł na osobę), a drudzy – na bilety wstępu do atrakcji (893 zł na osobę). Goście z Polski na bilety wstępu do atrakcji wydawali 157 zł na osobę (prawie 5-krotnie mniej niż obcokrajowcy), natomiast cudzoziemcy w ogóle nie wskazywali tzw. innych wydatków. Wydatki przed podróżą do województwa na wycieczki wynosiły średnio 220 zł na osobę w przypadku odwiedzających z Polski i 321 zł na osobę (o 45,9% więcej) w odniesieniu do gości zagranicznych.
 21. Sumy wydatkowane na poszczególne cele przed przyjazdem do Małopolski przez turystów były wyższe niż kwoty wydawane przez odwiedzających jednodniowych. Co więcej, jednodniowi odwiedzający z Polski w ogóle nie deklarowali kwot przed przyjazdem na wycieczki. Jednodniowi odwiedzający z zagranicy natomiast w ogóle nie wydatkowali żadnych sum przed przyjazdem.
 22. Wydatki przed przyjazdem były wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych. Wyjątek stanowiły tzw. inne wydatki, których turyści z zagranicy w ogóle nie ponosili.
 23. **Podczas pobytu** odwiedzający **zagraniczni** wydatkowali prawie 3-krotnie więcej (**1214 zł na osobę**, czyli niemal 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim) niż **Polacy (416 zł na osobę**, tj. o 12,4% więcej niż rok wcześniej).

24. Turyści przeznaczali podczas pobytu kwoty wyższe niż odwiedzający jednodniowi. **Turyści krajowi** wydawali średnio **696 zł na osobę** (o 50,6% więcej niż w roku ubiegłym), a **zagraniczni** – prawie 2-krotnie więcej, tj. **1264 zł na osobę** (o 88,4% więcej niż rok wcześniej).
25. **Jednodniowi** odwiedzający z **Polski** wydawali podczas pobytu w Małopolsce średnio **141 zł na osobę** (niestety o 2,8% mniej niż w roku poprzednim), a jednodniowi odwiedzający z **zagranicy** – 20% więcej niż Polacy, tj. **169 zł na osobę** (niestety o 60,4% mniej niż rok wcześniej).
26. W relacji do roku poprzedniego odnotowano **wzrost wydatków odwiedzających Małopolskę** nie tylko przed przyjazdem do regionu, ale i podczas pobytu na jego terenie. **Wyjątkiem** pod tym względem byli **jednodniowi odwiedzający**, którzy zarówno przed wizytą, jak i w czasie jej trwania wydawali mniej niż rok wcześniej, choć ich wydatki (oprócz wydatków jednodniowych gości zagranicznych przed podróżą) były wyższe niż w roku przedpandemicznym.
27. Najwyższe wydatki charakteryzowały goście z USA (3307 zł na osobę) i Włoch (2320 zł na osobę). W granicach 1300-1400 zł na osobę wydawali przybysze z Wielkiej Brytanii, Niemiec i Hiszpanii. Ok. 1000 zł na osobę wydawali Francuzi, ok. 800 zł na osobę – Irlandczycy, a ok. 700 zł na osobę – Duńczycy i Belgowie. Czesi przeznaczali na pobyt w regionie ok. 550 zł na osobę, a mieszkańcy Ukrainy i Holandii – po ok. 350 zł na osobę. Najmniej wydawali Słowacy – ok. 250 zł na osobę.
28. W obu grupach odwiedzających (krajowych i zagranicznych) **najwyższe** wydatki dotyczyły **opłat za noclegi**. Polacy przeznaczali na ten cel średnio 406 zł na osobę (o 13,1% więcej niż w roku poprzednim). Goście z zagranicy wydawali na zakwaterowanie więcej niż odwiedzający krajowi (ponad 3-krotnie), czyli średnio 1231 zł na osobę. W segmencie Polaków na drugim miejscu uplasowały się tzw. inne wydatki – 190 zł na osobę. Trzecie co do wysokości wśród gości krajowych były wydatki na wyżywienie (148 zł na osobę), a następne – na lokalne wycieczki (125 zł na osobę). Najniższe kwoty Polacy przeznaczali na miejscowy transport (109 zł na osobę) oraz bilety wstępu do obiektów/atrakcji (105 zł na osobę). W grupie cudzoziemców drugą pozycję zajęły sumy przeznaczane na wyżywienie – średnio 523 zł na osobę (ponad 3,5-krotnie więcej niż Polacy). Kolejne były kwoty wydatkowane na lokalne wycieczki – 386 zł na osobę (3-krotnie więcej niż Polacy). Na pamiątki goście zagraniczni wydawali średnio 295 zł na osobę (ponad 3-krotnie więcej niż Polacy), a na tzw. inne wydatki – 274 zł na osobę. Najniższe sumy wydatkowane były przez obcokrajowców na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (249 zł na osobę) oraz lokalny transport (237 zł na osobę).
29. **Wydatki podczas pobytu** odwiedzających Małopolskę, tak krajowych, jak i zagranicznych, **przekroczyły w 2022 roku poziom z roku przedpandemicznego**. Wyjątkiem są tylko wydatki Polaków na noclegi i wyżywienie, aczkolwiek i one – stopniowo rosnąc – zmierzają do wysokości z roku 2019.
30. Wydatki turystów były wyższe niż odwiedzających jednodniowych. Wśród turystów krajowych najwyższe sumy odnosiły się do opłat za noclegi (średnio 406 zł na osobę), następnie – za jedzenie/gastronomię (238 zł na osobę), tzw. inne wydatki (średnio 215 zł na osobę), bilety wstępu do atrakcji (137 zł na osobę) oraz na lokalne wycieczki (136 zł na osobę). Najmniej turyści krajowi wydawali na lokalny transport (126 zł na osobę). W segmencie turystów z zagranicy również najwyższe były wydatki na noclegi (średnio 1231 zł na osobę), a następnie kwoty przeznaczane: na wyżywienie (średnio 551 zł na osobę), na lokalne wycieczki (średnio

- 395 zł na osobę), na miejscowy transport (281 zł na osobę), na tzw. inne cele (średnio 274 zł na osobę) i najniższe – na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (średnio 256 zł na osobę).
31. Turyści krajowi, jak i zagraniczni ponosili w 2022 roku wydatki większe niż rok wcześniej (z wyjątkiem sum przeznaczanych na lokalne wycieczki przez Polaków), a nawet przedpandemicznym (z wyjątkiem kwot płaconych za noclegi przez Polaków). Niestety w zdecydowanej większości przypadków nie można tego zaobserwować rozpatrując wydatki jednodniowych odwiedzających, tak z Polski, jak i z zagranicy.
32. W grupie krajowych jednodniowych odwiedzających najwyższe okazały się tzw. inne wydatki (127 zł na osobę), dalej: wydatki na bilety wstępu do atrakcji (74 zł na osobę), na wyżywienie (58 zł na osobę), na lokalne wycieczki (51 zł na osobę) i na miejscowy transport (50 zł na osobę). Jednodniowi goście z zagranicy w 2022 roku najwyższe kwoty wydatkowali na wyżywienie (136 zł na osobę), a dalej: na bilety wstępu do atrakcji (63 zł na osobę), na miejscowy transport (35 zł na osobę) i na lokalne wycieczki (średnio 20 zł na osobę). Wprawdzie nie wskazano wydatków na tzw. inne cele, ale gdyby przyjąć w tej kategorii pamiątki, upominki i inne wydatki, to byłoby to 30 zł na osobę.
33. **Wszystkie wydatki jednodniowych zagranicznych uległy w 2022 roku zmniejszeniu**, zarówno w relacji do roku ubiegłego, jak i 2019, natomiast **w grupie gości jednodniowych z Polski wyjątek** pod tym względem stanowiły **wydatki na tzw. inne cele** (które wzrosły w stosunku do 2021 i 2019 roku), na **transport** (które zwiększyły się w stosunku do roku poprzedniego) oraz na **bilety wstępu do obiektów/atrakcji** (które były wyższe niż w roku przedpandemicznym).
34. Wydatki podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku turystów zagranicznych były wyższe niż turystów krajowych. Analogiczna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do wydatków jednodniowych gości zagranicznych, ale tylko na wyżywienie – pozostałe wydatki okazały się niższe.
35. Ze względu na dość znaczny (ok. 2-krotny) wzrost wydatków odwiedzających **zagranicznych**, ich średnie wydatki ogółem okazały się o 1/2 wyższe niż rok wcześniej – wynosiły średnio **1810 zł na osobę**. Odnosiło się to jednak tylko do **turystów (1888 zł na osobę)**, ponieważ średnie wydatki zagranicznych gości **jednodniowych** znacznie się zmniejszyły – wynosiły tylko średnio **243 zł na osobę** (o prawie 3/4 mniej w stosunku do roku poprzedniego). Zmniejszeniu uległy też średnie wydatki odwiedzających **krajowych** – do poziomu średnio **539 zł na osobę**, tj. o ponad 1/3 mniej niż w roku ubiegłym. Było to konsekwencją znacznego spadku wysokości sum wydatkowanych przez **jednodniowych** odwiedzających z Polski – o 2/3 w relacji do roku poprzedniego, czyli do wielkości tylko średnio **153 zł na osobę**. Kwoty wydatkowane (łącznie przed i podczas wizyty) przez **turystów** krajowych w 2022 roku na pobyt w regionie (średnio **911 zł na osobę**) również zmniejszyły się nieznacznie – o 1,7% w stosunku do roku poprzedniego.
36. Z uwagi na fakt, że liczba odwiedzających Małopolskę była w 2022 roku wyższa niż rok wcześniej, a łączne wydatki (przed i podczas pobytu) zagranicznych turystów uległy wzrostowi, szacuje się, że **wpływy** Małopolski z turystyki w regionie (bez wpływów od gości z Ukrainy) wyniosły **11,21 mld zł**, tj. o 3,7% więcej niż w 2021 roku (ale o ponad 1/4 mniej niż w rekordowym jak dotychczas roku 2019). W relacji do roku poprzedniego **zwiększyły się wpływy od turystów krajowych** (o 19,4%). **Spadkowi** uległy natomiast **wpływy od jednodniowych odwiedzających z Polski** (o niemal 1/2, przy czym w relacji do przedpandemicznego roku 2019 odnotowano ich prawie 2-krotny wzrost), a także **od gości**

zagranicznych (bez wpływów od gości z Ukrainy), tak turystów (o 8,8%), jak i jednodniowych odwiedzających (6-krotnie).

37. Podkreślić należy, że w 2022 r. skokowo wzrósł odsetek badanych uznających, że w stosunku do jakości świadczeń ceny prawie wszystkich usług są (odpowiednie) akceptowalne. Wartości ujemne wskaźnika oznaczają ceny niskie, wartości oscylujące w okolicy zera oznaczają ceny odpowiednie (akceptowalne), a wartości dodatnie oznaczają ceny wysokie. W analizowanym roku 2022 ceny w stosunku do jakości usług oscylują bardzo blisko zera, jedynie gastronomia (0,30) i noclegi (0,17) są po stronie cen wyższych niż akceptowalne, jednak należy zauważyć, że w stosunku do roku poprzedniego ceny w obu kategoriach usług spadły bardzo wyraźnie, gastronomia o (- 0,23) a noclegi o (-0,30).

REKOMENDACJE

1. Wykorzystać dobry wizerunek i znajomość Polski w świecie jako kraju najbardziej wspomagającego uchodźców z Ukrainy i solidaryzującego się z tym narodem do przyciągnięcia nowych odwiedzających (tych, którzy jeszcze w Małopolsce nie gościli).
2. Wzmocnić w kampaniach reklamowych nacisk na fakt, że mimo niedalekiej odległości od Ukrainy w Małopolsce jest bezpiecznie.
3. Ze względu na duży spadek liczby odwiedzających z Włoch, Hiszpanii i Holandii, a także województwa pomorskiego i świętokrzyskiego zintensyfikować kampanie marketingowe na tych rynkach.
4. Z uwagi, że współcześni turyści są bardziej świadomi, podkreślać w materiałach promocyjnych dbałość Małopolski o ochronę środowiska i zrównoważony rozwój, promować tereny zielone oraz ekologiczne gospodarstwa, eko-hotele i inne eko-objekty turystyczne, a także wspomagać tych przedsiębiorców turystycznych, którzy chcą być bardziej eko.
5. Poprzez odpowiednie pakiety wielodniowe i ich promocję zachęcić odwiedzających (szczególnie krajowych) do wydłużenia pobytu w regionie.
6. Biorąc pod uwagę znaczny wzrost zainteresowania turystów krajowych ofertą pocovidowych turnusów rehabilitacyjnych, bardziej intensywnie promować (również za granicą) ofertę małopolskich uzdrowisk.
7. Poprzez odpowiednią ofertę i jej promocję (w tym wykorzystanie aplikacji mobilnych, gdyż wiele osób podczas pandemii nauczyło się korzystać z Internetu na telefonach komórkowych) zachęcić jednodniowych odwiedzających Małopolskę z kraju i zagranicy do zwiększenia wydatków.
8. Wspierać regionalnych przedsiębiorców turystycznych na drodze do pełnego ożywienia po pandemii, m.in. poprzez organizację szkoleń dla pracowników w zakresie ITC, dla kierownictwa – w zakresie wykorzystania odnawialnych źródeł energii, dla marketerów – w zakresie nowoczesnych narzędzi oddziaływania na różne segmenty rynku (pokolenie Z, Milenialsów, seniorów).
9. W analizowanym 2022 roku wskaźniki powrotu tak dla turystów krajowych (86%) jak i zagranicznych do Małopolski są bardzo satysfakcjonujące, szczególnie że dla respondentów zagranicznych wynik zbliżył się do 43% przy wysokim wskazaniu niepewności decyzji, bo prawie ¼ (25%) odpowiedzi. Warto podjąć intensywną kampanię promocyjną oferty turystycznej województwa małopolskiego na głównych zagranicznych rynkach emisyjnych w oparciu nie tylko o klasyczne atrakcje regionu, ale ukazując również turystyczne nowinki ofertowe Małopolski. Turysta, szczególnie zagraniczny, powinien wyjeżdżając, odczuwać „niedosyt” pobytu w naszym województwie.

Spis tabel

Rozdział 1.	Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	6
	Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2022 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	7
Rozdział 2.	Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2022	10
	Tabela 2.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	11
	Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	12
	Tabela 2.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	13
	Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	14
	Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych	15
Rozdział 3.	Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce.....	16
	3.1. Wprowadzenie	16
	3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	16
	Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2022*	17
	Tabela 3.2.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w 2022 roku z migrantami z Ukrainy	19
	3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	19
	Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2022*	20
	Tabela 3.3.2. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w 2022 roku z turystami z Ukrainy	21
	3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	21
	Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2022*	21
	Tabela 3.4.2. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w 2022 roku z gośćmi jednodniowymi z Ukrainy	22
	3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	22
	Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2022 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0% i turyści zagraniczni w Małopolsce w 2022 roku - formatowanie kolorem	24
	3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	26
	Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018-2022 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2022 roku	26
Rozdział 4.	Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	30
	4.1. Wprowadzenie	30
	4.2. Wiek	30
	Tabela 4.2.1. Wiek - struktura procentowa	30
	4.3. Płeć	30
	Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa	30
	4.4. Wykształcenie	31
	Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa	31

Tabela 4.4.2. Rozkład wykształcenia w stosunku do wieku respondentów w 2022 roku - formatowanie kolorem	31
4.5. Status materialny odwiedzających	32
Tabela 4.5.1. Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę	32
4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	32
Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa 2018-2022	32
Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2022	33
Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną - struktura procentowa	33
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie.....	34
5.1. Wprowadzenie	34
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	34
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura % - formatowanie kolorem	34
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura % - formatowanie kolorem	35
Tabela 5.2.3. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura % - formatowanie kolorem	36
Tabela 5.2.4. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2018-2022 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2018-2022	37
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	38
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2022 - struktura % formatowana kolorem	38
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	39
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2022 (w %)	39
5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	40
Tabela 5.5.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	40
Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	41
Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	41
5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	42
Tabela 5.6.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2022 (w %)	43
Tabela 5.6.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2022 (w %)	44
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	45
6.1. Wprowadzenie	45
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	45
Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2018-2022 dokonana przez turystów	47
Tabela 6.2.2. Profile respondentów oceniających ofertę turystyczną województwa małopolskiego w roku 2022	49
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku	53
Tabela 7.1.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku	53
Tabela 7.1.2. Wskaźniki - ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku - formatowanie kolorem	57

Tabela 7.1.3. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku - formatowanie kolorem	58
Rozdział 8. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku	59
8.1. Uwagi wstępne	59
8.2. Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	60
Tabela 8.2.1. Liczba atrakcji turystycznych w przekroju miejscowości	60
Tabela 8.2.2. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności powyżej 5	61
ab.4 Atrakcje turystyczne w przekroju miejsc	62
Tabela 8.2.3. Atrakcje uporządkowane wg liczby wskazań w ramach miejscowości	62
8.3. Analiza uwarunkowań atrakcyjności turystycznej w przekroju miejscowości	64
Tabela 8.3.1. Atrakcyjne miejscowości wg krajów zamieszkania respondentów	65
Tabela 8.3.2. Atrakcyjne miejsca wskazywane przez respondentów krajowych i zagranicznych	66
Tabela 8.3.3. Atrakcyjne miejsca w przekroju płci respondentów	67
Tabela 8.3.4. Atrakcyjne miejsca w przekroju trzech grup wieku respondentów	67
Tabela 8.3.5. Atrakcyjne miejsca w przekroju statusu materialnego respondentów	68
Tabela 8.3.6. Atrakcyjne miejsca w przekroju wykształcenia respondentów	68
Tabela 8.3.7. Atrakcyjne miejsca w przekroju miejsca zamieszkania respondentów	69
8.4. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	69
Tabela 8.4.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	70
Tabela 8.4.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	71
Tabela 8.4.3. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych i zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem	72
Tabela 8.4.4. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów Ogółem w 2022 roku - formatowanie kolorem	73
Tabela 8.4.5. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem	74
Tabela 8.4.6. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku - formatowanie kolorem	75
8.5. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022	75
Tabela 8.5.1. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych Małopolskę w latach 2021-2022 Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce. Formatowanie kolorem	77
Tabela 8.5.2. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2022 roku. Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce. Formatowanie kolorem	78
8.6. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku	80
Tabela 8.6.1. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku	80
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	82
9.1. Wprowadzenie	82
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	82
Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	82

Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	83
Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	84
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	85
Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	85
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	86
Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	87
9.4. Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce	89
Tabela 9.4.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2022 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających	90
Tabela 9.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2022 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia	90
9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	91
Tabela 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2022* (w mld zł) wg grup odwiedzających	91
Tabela 9.5.2. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w 2022 roku z uwzględnieniem migrantów z Ukrainy i ich wydatków (w mld zł) wg grup odwiedzających	92
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	93
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS	93
Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski %	94
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS	95
Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce w %	96
10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	97
Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM	97
Tabela 10.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ	97
Tabela 10.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA	98
Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH	99
11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	99
Tabela 11.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	99
Tabela 11.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	100
Tabela 11.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	100
Tabela 11.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	101
Tabela 11.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec (w %)	102
Tabela 11.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	103
Tabela 11.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec (w %)	103
Tabela 11.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)	105

Tabela 11.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski (w %)	105
Tabela 11.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)	106
Tabela 11.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	107
Tabela 11.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	107
Tabela 11.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	108
Tabela 11.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	108
Tabela 11.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	110
Tabela 11.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec (w %)	110
Tabela 11.1.18. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	111
Tabela 11.1.19. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	112
11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	113
Tabela 11.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	113
Tabela 11.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	114
Tabela 11.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	114
Tabela 11.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	115
Tabela 11.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %)	116
Tabela 11.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	117
Tabela 11.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	117
Tabela 11.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %)	118
Tabela 11.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2022 (w %)	119
Tabela 11.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski (w %)	119
Tabela 11.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2022 (w %)	120
Tabela 11.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	120
Tabela 11.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	121
Tabela 11.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	121
Tabela 11.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	122
Tabela 11.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021 i 2022 r. (w zł) wg grup odwiedzających	123
Tabela 11.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	124

Tabela 11.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	125
Tabela 11.2.19. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	125
11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	126
Tabela 11.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	126
Tabela 11.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	126
Tabela 11.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	127
Tabela 11.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	127
Tabela 11.3.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji (w %)	128
Tabela 11.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	129
Tabela 11.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	129
Tabela 11.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji (w %)	130
Tabela 11.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2022 (w %)	130
Tabela 11.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski (w %)	131
Tabela 11.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2022 (w %)	131
Tabela 11.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	132
Tabela 11.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	132
Tabela 11.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	133
Tabela 11.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	133
Tabela 11.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	134
Tabela 11.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	135
Tabela 11.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	135
Tabela 11.3.19. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	136
11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę ze STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI PÓŁNOCNEJ	137
Tabela 11.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	137
Tabela 11.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	137
Tabela 11.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	138
Tabela 11.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	138
Tabela 11.4.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z USA (w %)	139
Tabela 11.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	139
Tabela 11.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	139
Tabela 11.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z USA (w %)	140

Tabela 11.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z USA w 2022 roku (w %)	140
Tabela 11.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z USA w podróży do Małopolski (w %)	141
Tabela 11.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z USA w 2022 roku (w %)*	142
Tabela 11.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	142
Tabela 11.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	143
Tabela 11.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	143
Tabela 11.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	143
Tabela 11.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z USA w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	144
Tabela 11.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z USA odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	144
Tabela 11.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z USA dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	145
Tabela 11.4.19. Deklaracja odwiedzających z USA dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	146
11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z KRAJÓW BENELUXU	147
Tabela 11.5.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	147
Tabela 11.5.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	147
Tabela 11.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	148
Tabela 11.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	148
Tabela 11.5.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)	149
Tabela 11.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	149
Tabela 11.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	149
Tabela 11.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)	150
Tabela 11.5.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 roku (w %)	150
Tabela 11.5.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z krajów Beneluxu w podróży do Małopolski (w %)	151
Tabela 11.5.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 roku (w %)*	152
Tabela 11.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	152
Tabela 11.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	153
Tabela 11.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	153
Tabela 11.5.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	153
Tabela 11.5.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z krajów Beneluxu w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	154

Tabela 11.5.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z krajów Beneluxu odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	154
Tabela 11.5.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	155
Tabela 11.5.19. Deklaracja odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	156

Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH..... 157

12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	157
Tabela 12.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski	157
Tabela 12.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski	157
Tabela 12.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski	158
Tabela 12.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski	158
Tabela 12.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski	159
Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski	160
Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski	160
Tabela 12.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski	161
Tabela 12.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2022	162
Tabela 12.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce	163
Tabela 12.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2022	164
Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	165
Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	165
Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	166
Tabela 12.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	167
Tabela 12.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	168
Tabela 12.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski	169
Tabela 12.1.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	170
Tabela 12.1.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski	170
12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	171
Tabela 12.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza	173
Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	174

Tabela 12.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	174
Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza	175
Tabela 12.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2022	176
Tabela 12.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski	177
Tabela 12.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2022	178
Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	179
Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	179
Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	180
Tabela 12.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	181
Tabela 12.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	182
Tabela 12.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza	182
Tabela 12.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	183
Tabela 12.2.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza	184
12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	185
Tabela 12.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska	185
Tabela 12.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska	185
Tabela 12.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska	186
Tabela 12.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska	186
Tabela 12.3.5. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska	187
Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska	188
Tabela 12.3.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska	188
Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska	189
Tabela 12.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2022	190
Tabela 12.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski	190
Tabela 12.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2022	191
Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	191
Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	192
Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	192
Tabela 12.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	193
Tabela 12.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	194

Tabela 12.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska	194
Tabela 12.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	195
Tabela 12.3.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska	196
12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACIEGO	197
Tabela 12.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Podkarpacia	199
Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	200
Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	200
Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Podkarpacia	201
Tabela 12.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2019-2022	202
Tabela 12.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia podczas podróży do Małopolski	202
Tabela 12.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2019-2022	203
Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	204
Tabela 12.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	204
Tabela 12.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	205
Tabela 12.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	205
Tabela 12.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	206
Tabela 12.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia	206
Tabela 12.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	207
Tabela 12.4.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Podkarpacia	208
12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. WIELKOPOLSKIEGO	209
Tabela 12.5.1. Wiek odwiedzających z Małopolską z Wielkopolski	209
Tabela 12.5.2. Płeć odwiedzających Małopolską z Wielkopolski	209
Tabela 12.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolską z Wielkopolski	210
Tabela 12.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolską z Wielkopolski	211
Tabela 12.5.5. Cele poboczne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkopolski	212
Tabela 12.5.6. Charakter podróży odwiedzających z Wielkopolski (podróże z rodziną, dziećmi, ze znajomymi, samotnie)	212
Tabela 12.5.7. Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkopolski	213
Tabela 12.5.8. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkopolski w 2019 i 2022 roku	214

Tabela 12.5.9. Wykorzystywane środki transport przez odwiedzających z Wielkopolski w podróży do Małopolski	214
Tabela 12.5.10. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski w 2019 i 2022 roku	215
Tabela 12.5.11. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2019 i 2022 roku (w zł na osobę)	215
Tabela 12.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku* (w zł na osobę)	216
Tabela 12.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce w 2019 i 2022 roku (w zł na osobę)	216
Tabela 12.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	217
Tabela 12.5.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkopolski w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	217
Tabela 12.5.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Wielkopolski	218
Tabela 12.5.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski	219
Tabela 12.5.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Wielkopolski	219
12.6. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. DOLNOŚLĄSKIEGO	220
Tabela 12.6.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	220
Tabela 12.6.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	221
Tabela 12.6.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	221
Tabela 12.6.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	221
Tabela 12.6.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Dolnego Śląska	222
Tabela 12.6.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	224
Tabela 12.6.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	224
Tabela 12.6.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Dolnego Śląska	225
Tabela 12.6.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Dolnego Śląska w 2022 roku	225
Tabela 12.6.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas podróży do Małopolski	226
Tabela 12.6.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska w 2022 roku*	227
Tabela 12.6.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	227
Tabela 12.6.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	228
Tabela 12.6.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	228
Tabela 12.6.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	228
Tabela 12.6.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Dolnego Śląska w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	229
Tabela 12.6.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Dolnego Śląska	229
Tabela 12.6.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska	230

Tabela 12.6.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Dolnego Śląska	231
Rozdział 13. ANEKS	232
13.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	232
Tabela 13.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2022 roku ogółem	232
Tabela 13.1.2. Frekwencja w Zamku Królewskim na Wawelu w Krakowie w 2022 roku	232
Tabela 13.1.3. Frekwencja na Spływie Dunajcem w 2022 roku	233
Tabela 13.1.4. Frekwencja w Babiogórskim Parku Narodowym w 2022 roku	233
Tabela 13.1.5. Frekwencja w Muzeum Domu Rodzinnym Jana Pawła II w Wadowicach w 2022 roku	233
Tabela 13.1.6. Frekwencja w Kopalni Soli w Wieliczce w 2022 roku	234
Tabela 13.1.7. Frekwencja w Tatrzańskim Parku Narodowym w 2022 roku	234
Tabela 13.1.8. Frekwencja w Pienińskim Parku Narodowym w 2022 roku	235
Tabela 13.1.9. Frekwencja w Gorczańskim Parku Narodowym w 2022 roku	235
13.2. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku - rozszerzenie	235
Tabela 13.2.1. Liczba atrakcji turystycznych w przekroju miejscowości	237
Tabela 13.2.2. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności powyżej 5	238
Tabela 13.2.3. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności nie większą niż 5	239
Tabela 13.2.4. Atrakcje uporządkowane wg miejscowości	242
Tabela 13.2.5. Atrakcje uporządkowane wg liczby wskazań	253
Tabela 13.2.6. Atrakcyjne miejscowości wg krajów zamieszkania respondentów	260
Tabela 13.2.7. Atrakcyjne miejsca wskazywane przez respondentów krajowych i zagranicznych	261
Tabela 13.2.8. Atrakcyjne miejsca w przekroju płci respondentów	262
Tabela 13.2.9. Atrakcyjne miejsca w przekroju trzech grup wieku respondentów	263
Tabela 13.2.10. Atrakcyjne miejsca w przekroju statusu materialnego respondentów	263
Tabela 13.2.11. Atrakcyjne miejsca w przekroju wykształcenia respondentów	264
Tabela 13.2.12. Atrakcyjne miejsca w przekroju miejsca zamieszkania respondentów	264
Tabela 13.2.13. Zagregowana tabela rozstępów udziałów kolumnowych uporządkowana wg wielkości rozstępów	265
Tabela 13.2.14. Rozstępy udziałów procentowych kolumn dla miejscowości w przekroju cech respondentów oraz cech respondentów w przekroju miejscowości	267
Tabela 13.2.15. Parametry opisowe (średnia, max, min, rozstęp) rozstępów udziałów kolumnowych opinii respondentów w przekroju miejscowości	270
Tabela 13.2.16. Parametry opisowe (średnia, max, min, rozstęp) rozstępów udziałów kolumnowych opinii respondentów w przekroju ich cech	270
Tabela 13.2.17. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	272
Tabela 13.2.18. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	273
Tabela 13.2.19. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych i zagranicznych w 2022 roku- formatowanie kolorem	274
Tabela 13.2.20. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów Ogółem w 2022 roku - formatowanie kolorem	274
Tabela 13.2.21. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem	275
Tabela 13.2.22. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku - formatowanie kolorem	276

Tabela 13.2.23. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych Małopolskę w latach 2021-2022 **Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce.** Formatowanie kolorem 278

Tabela 13.2.24. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2022 roku. **Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce.** Formatowanie kolorem 279

PODSUMOWANIE	282
WNIOSKI.....	286
REKOMENDACJE.....	292

Spis rysunków

Rozdział 1.	Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	6
Rozdział 2.	Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2022	10
Rozdział 3.	Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce.....	16
3.1.	Wprowadzenie	16
3.2.	Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	16
	Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2022*	18
3.3.	Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	19
	Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2022*	20
3.4.	Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	21
3.5.	Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	22
	Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa	25
3.6.	Odwiedzający krajowi w Małopolsce	26
	Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018-2022 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)	28
	Rysunek 3.6.2. Turyści krajowi w Małopolsce w 2022 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)	29
Rozdział 4.	Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	30
4.1.	Wprowadzenie	30
4.2.	Wiek	30
4.3.	Płeć	30
4.4.	Wykształcenie	31
4.5.	Status materialny odwiedzających	32
4.6.	Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	32
Rozdział 5.	Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie.....	34
5.1.	Wprowadzenie	34
5.2.	Cele przyjazdów do Małopolski	34
5.3.	Organizator wizyty w Małopolsce	38
5.4.	Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	39
5.5.	Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	40
5.6.	Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	42
Rozdział 6.	Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	45
6.1.	Wprowadzenie	45
6.2.	Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	45
Rozdział 7.	Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku	53
Rozdział 8.	Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku	59
8.1.	Uwagi wstępne	59
8.2.	Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	60

8.3. Analiza uwarunkowań atrakcyjności turystycznej w przekroju miejscowości	64
8.4. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	69
8.5. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022	75
8.6. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku	80
Rysunek 8.6.1. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku (udziały %)	81
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	82
9.1. Wprowadzenie	82
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	82
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	85
9.4. Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce	89
9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	91
Rysunek 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2022 (w mln zł)	92
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	93
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS	93
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS	95
10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	97
Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH	99
11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	99
11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	113
11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	126
11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę ze STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI PÓŁNOCNEJ	137
11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z KRAJÓW BENELUXU	147
Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH	157
12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	157
12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	171
12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	185
12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACKIEGO	197
12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. WIELKOPOLSKIEGO	209
12.6. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. DOLNOŚLĄSKIEGO	220
Rozdział 13. ANEKS	232
13.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	232
13.2. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku - rozszerzenie	235
PODSUMOWANIE	282
WNIOSKI.....	286
REKOMENDACJE.....	292

Pełny spis treści

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	6
Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2022 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	7
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2022	10
Tabela 2.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	11
Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	12
Tabela 2.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	13
Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	14
Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych	15
Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce.....	16
3.1. Wprowadzenie	16
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	16
Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2022*	17
Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2022*	18
Tabela 3.2.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w 2022 roku z migrantami z Ukrainy	19
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	19
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2022*	20
Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2022*	20
Tabela 3.3.2. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w 2022 roku z turystami z Ukrainy	21
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	21
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2022*	21
Tabela 3.4.2. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w 2022 roku z gośćmi jednodniowymi z Ukrainy	22
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	22
Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2022 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0% i turyści zagraniczni w Małopolsce w 2022 roku - formatowanie kolorem	24
Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa	25
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	26
Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018-2022 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2022 roku	26
Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018-2022 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)	28

Rysunek 3.6.2. Turyści krajowi w Małopolsce w 2022 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski) 29

Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	30
4.1. Wprowadzenie	30
4.2. Wiek	30
Tabela 4.2.1. Wiek - struktura procentowa	30
4.3. Płeć	30
Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa	30
4.4. Wykształcenie	31
Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa	31
Tabela 4.4.2. Rozkład wykształcenia w stosunku do wieku respondentów w 2022 roku - formatowanie kolorem	31
4.5. Status materialny odwiedzających	32
Tabela 4.5.1. Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę	32
4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	32
Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa 2018-2022	32
Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2022	33
Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną - struktura procentowa	33
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie	34
5.1. Wprowadzenie	34
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	34
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura % - formatowanie kolorem	34
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura % - formatowanie kolorem	35
Tabela 5.2.3. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura % - formatowanie kolorem	36
Tabela 5.2.4. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2018-2022 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2018-2022	37
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	38
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2022 - struktura % formatowana kolorem	38
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	39
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2022 (w %)	39
5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	40
Tabela 5.5.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	40
Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	41
Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	41
5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	42
Tabela 5.6.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2022 (w %)	43
Tabela 5.6.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2022 (w %)	44

Rozdział 6.	Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	45
6.1.	Wprowadzenie	45
6.2.	Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	45
	Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2018-2022 dokonana przez turystów	47
	Tabela 6.2.2. Profile respondentów oceniających ofertę turystyczną województwa małopolskiego w roku 2022	49
Rozdział 7.	Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku	53
	Tabela 7.1.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku	53
	Tabela 7.1.2. Wskaźniki - ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku - formatowanie kolorem	57
	Tabela 7.1.3. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 roku - formatowanie kolorem	58
Rozdział 8.	Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku	59
8.1.	Uwagi wstępne	59
8.2.	Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	60
	Tabela 8.2.1. Liczba atrakcji turystycznych w przekroju miejscowości	60
	Tabela 8.2.2. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności powyżej 5	61
	ab.4 Atrakcje turystyczne w przekroju miejsc	62
	Tabela 8.2.3. Atrakcje uporządkowane wg liczby wskazań w ramach miejscowości	62
8.3.	Analiza uwarunkowań atrakcyjności turystycznej w przekroju miejscowości	64
	Tabela 8.3.1. Atrakcyjne miejscowości wg krajów zamieszkania respondentów	65
	Tabela 8.3.2. Atrakcyjne miejsca wskazywane przez respondentów krajowych i zagranicznych	66
	Tabela 8.3.3. Atrakcyjne miejsca w przekroju płci respondentów	67
	Tabela 8.3.4. Atrakcyjne miejsca w przekroju trzech grup wieku respondentów	67
	Tabela 8.3.5. Atrakcyjne miejsca w przekroju statusu materialnego respondentów	68
	Tabela 8.3.6. Atrakcyjne miejsca w przekroju wykształcenia respondentów	68
	Tabela 8.3.7. Atrakcyjne miejsca w przekroju miejsca zamieszkania respondentów	69
8.4.	Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	69
	Tabela 8.4.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	70
	Tabela 8.4.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	71
	Tabela 8.4.3. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych i zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem	72
	Tabela 8.4.4. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów Ogółem w 2022 roku - formatowanie kolorem	73
	Tabela 8.4.5. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem	74
	Tabela 8.4.6. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku - formatowanie kolorem	75

8.5. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w latach 2021-2022	75
Tabela 8.5.1. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych Małopolskę w latach 2021-2022 Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce. Formatowanie kolorem	77
Tabela 8.5.2. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2022 roku. Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce. Formatowanie kolorem	78
8.6. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku	80
Tabela 8.6.1. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku	80
Rysunek 8.6.1. Atrakcyjne destynacje w Małopolsce w 2022 roku (udziały %)	81
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	82
9.1. Wprowadzenie	82
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	82
Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	82
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	83
Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	84
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	85
Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	85
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	86
Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	87
9.4. Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce	89
Tabela 9.4.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2022 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających	90
Tabela 9.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2022 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia	90
9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	91
Tabela 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2022* (w mld zł) wg grup odwiedzających	91
Rysunek 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2022 (w mln zł)	92
Tabela 9.5.2. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w 2022 roku z uwzględnieniem migrantów z Ukrainy i ich wydatków (w mld zł) wg grup odwiedzających	92
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	93
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS	93

Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski %	94
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS	95
Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce w %	96
10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	97
Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM	97
Tabela 10.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ	97
Tabela 10.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA	98
Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH.....	99
11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	99
Tabela 11.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	99
Tabela 11.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	100
Tabela 11.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	100
Tabela 11.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	101
Tabela 11.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec (w %)	102
Tabela 11.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	103
Tabela 11.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec (w %)	103
Tabela 11.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)	105
Tabela 11.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski (w %)	105
Tabela 11.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)	106
Tabela 11.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	107
Tabela 11.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	107
Tabela 11.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	108
Tabela 11.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	108
Tabela 11.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	110
Tabela 11.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec (w %)	110
Tabela 11.1.18. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	111
Tabela 11.1.19. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	112
11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	113
Tabela 11.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	113
Tabela 11.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	114
Tabela 11.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	114
Tabela 11.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	115

Tabela 11.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %)	116
Tabela 11.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	117
Tabela 11.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %)	117
Tabela 11.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %)	118
Tabela 11.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2022 (w %)	119
Tabela 11.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski (w %)	119
Tabela 11.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2022 (w %)	120
Tabela 11.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	120
Tabela 11.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	121
Tabela 11.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	121
Tabela 11.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	122
Tabela 11.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021 i 2022 r. (w zł) wg grup odwiedzających	123
Tabela 11.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	124
Tabela 11.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	125
Tabela 11.2.19. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	125
11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	126
Tabela 11.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	126
Tabela 11.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	126
Tabela 11.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	127
Tabela 11.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	127
Tabela 11.3.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji (w %)	128
Tabela 11.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	129
Tabela 11.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	129
Tabela 11.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji (w %)	130
Tabela 11.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2022 (w %)	130
Tabela 11.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski (w %)	131
Tabela 11.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2022 (w %)	131
Tabela 11.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	132
Tabela 11.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	132

Tabela 11.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	133
Tabela 11.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	133
Tabela 11.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	134
Tabela 11.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	135
Tabela 11.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	135
Tabela 11.3.19. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	136
11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę ze STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI PÓŁNOCNEJ	137
Tabela 11.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	137
Tabela 11.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	137
Tabela 11.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	138
Tabela 11.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	138
Tabela 11.4.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z USA (w %)	139
Tabela 11.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	139
Tabela 11.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	139
Tabela 11.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z USA (w %)	140
Tabela 11.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z USA w 2022 roku (w %)	140
Tabela 11.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z USA w podróży do Małopolski (w %)	141
Tabela 11.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z USA w 2022 roku (w %)*	142
Tabela 11.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	142
Tabela 11.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	143
Tabela 11.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	143
Tabela 11.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	143
Tabela 11.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z USA w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	144
Tabela 11.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z USA odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	144
Tabela 11.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z USA dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	145
Tabela 11.4.19. Deklaracja odwiedzających z USA dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	146
11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z KRAJÓW BENELUXU	147
Tabela 11.5.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	147

Tabela 11.5.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	147
Tabela 11.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	148
Tabela 11.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	148
Tabela 11.5.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)	149
Tabela 11.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	149
Tabela 11.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	149
Tabela 11.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)	150
Tabela 11.5.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 roku (w %)	150
Tabela 11.5.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z krajów Beneluxu w podróży do Małopolski (w %)	151
Tabela 11.5.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu w 2022 roku (w %)*	152
Tabela 11.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	152
Tabela 11.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	153
Tabela 11.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	153
Tabela 11.5.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	153
Tabela 11.5.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z krajów Beneluxu w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	154
Tabela 11.5.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z krajów Beneluxu odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	154
Tabela 11.5.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	155
Tabela 11.5.19. Deklaracja odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	156

Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH..... 157

12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	157
Tabela 12.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski	157
Tabela 12.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski	157
Tabela 12.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski	158
Tabela 12.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski	158
Tabela 12.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski	159
Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski	160
Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski	160
Tabela 12.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski	161
Tabela 12.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2022	162
Tabela 12.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce	163

Tabela 12.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2022	164
Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	165
Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	165
Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	166
Tabela 12.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	167
Tabela 12.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	168
Tabela 12.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski	169
Tabela 12.1.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	170
Tabela 12.1.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski	170
12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	171
Tabela 12.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	172
Tabela 12.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza	173
Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	174
Tabela 12.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	174
Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza	175
Tabela 12.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2022	176
Tabela 12.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski	177
Tabela 12.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2022	178
Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	179
Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	179
Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	180
Tabela 12.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	181
Tabela 12.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	182
Tabela 12.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza	182
Tabela 12.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	183
Tabela 12.2.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza	184

12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	185
Tabela 12.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska	185
Tabela 12.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska	185
Tabela 12.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska	186
Tabela 12.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska	186
Tabela 12.3.5. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska	187
Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska	188
Tabela 12.3.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska	188
Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska	189
Tabela 12.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2022	190
Tabela 12.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski	190
Tabela 12.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2022	191
Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	191
Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	192
Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	192
Tabela 12.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	193
Tabela 12.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	194
Tabela 12.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska	194
Tabela 12.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	195
Tabela 12.3.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska	196
12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACKIEGO	197
Tabela 12.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	198
Tabela 12.4.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Podkarpacia	199
Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	200
Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	200
Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Podkarpacia	201
Tabela 12.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2019-2022	202
Tabela 12.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia podczas podróży do Małopolski	202
Tabela 12.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2019-2022	203
Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	204

Tabela 12.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	204
Tabela 12.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	205
Tabela 12.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	205
Tabela 12.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	206
Tabela 12.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia	206
Tabela 12.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	207
Tabela 12.4.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Podkarpacia	208
12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. WIELKOPOLSKIEGO	209
Tabela 12.5.1. Wiek odwiedzających z Małopolską z Wielkopolski	209
Tabela 12.5.2. Płeć odwiedzających Małopolską z Wielkopolski	209
Tabela 12.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolską z Wielkopolski	210
Tabela 12.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolską z Wielkopolski	211
Tabela 12.5.5. Cele poboczne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkopolski	212
Tabela 12.5.6. Charakter podróży odwiedzających z Wielkopolski (podróże z rodziną, dziećmi, ze znajomymi, samotnie)	212
Tabela 12.5.7. Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkopolski	213
Tabela 12.5.8. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkopolski w 2019 i 2022 roku	214
Tabela 12.5.9. Wykorzystywane środki transport przez odwiedzających z Wielkopolski w podróży do Małopolski	214
Tabela 12.5.10. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski w 2019 i 2022 roku	215
Tabela 12.5.11. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2019 i 2022 roku (w zł na osobę)	215
Tabela 12.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku* (w zł na osobę)	216
Tabela 12.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce w 2019 i 2022 roku (w zł na osobę)	216
Tabela 12.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	217
Tabela 12.5.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkopolski w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	217
Tabela 12.5.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Wielkopolski	218
Tabela 12.5.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski	219
Tabela 12.5.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Wielkopolski	219
12.6. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. DOLNOŚLĄSKIEGO	220
Tabela 12.6.1. Wiek odwiedzających Małopolską z Dolnego Śląska	220
Tabela 12.6.2. Płeć odwiedzających Małopolską z Dolnego Śląska	221

Tabela 12.6.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	221
Tabela 12.6.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	221
Tabela 12.6.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Dolnego Śląska	222
Tabela 12.6.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	224
Tabela 12.6.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	224
Tabela 12.6.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Dolnego Śląska	225
Tabela 12.6.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Dolnego Śląska w 2022 roku	225
Tabela 12.6.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas podróży do Małopolski	226
Tabela 12.6.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska w 2022 roku*	227
Tabela 12.6.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	227
Tabela 12.6.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	228
Tabela 12.6.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	228
Tabela 12.6.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w 2022 roku (w zł na osobę)	228
Tabela 12.6.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Dolnego Śląska w 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	229
Tabela 12.6.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Dolnego Śląska	229
Tabela 12.6.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska	230
Tabela 12.6.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Dolnego Śląska	231
Rozdział 13. ANEKS	232
13.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	232
Tabela 13.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2022 roku ogółem	232
Tabela 13.1.2. Frekwencja w Zamku Królewskim na Wawelu w Krakowie w 2022 roku	232
Tabela 13.1.3. Frekwencja na Spływie Dunajcem w 2022 roku	233
Tabela 13.1.4. Frekwencja w Babiogórskim Parku Narodowym w 2022 roku	233
Tabela 13.1.5. Frekwencja w Muzeum Domu Rodzinnym Jana Pawła II w Wadowicach w 2022 roku	233
Tabela 13.1.6. Frekwencja w Kopalni Soli w Wieliczce w 2022 roku	234
Tabela 13.1.7. Frekwencja w Tatrzańskim Parku Narodowym w 2022 roku	234
Tabela 13.1.8. Frekwencja w Pienińskim Parku Narodowym w 2022 roku	235
Tabela 13.1.9. Frekwencja w Gorczańskim Parku Narodowym w 2022 roku	235
13.2. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2022 roku - rozszerzenie	235
Tabela 13.2.1. Liczba atrakcji turystycznych w przekroju miejscowości	237
Tabela 13.2.2. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności powyżej 5	238
Tabela 13.2.3. Obiekty turystyczne z liczbą wskazań ich atrakcyjności nie większą niż 5	239
Tabela 13.2.4. Atrakcje uporządkowane wg miejscowości	242
Tabela 13.2.5. Atrakcje uporządkowane wg liczby wskazań	253

Tabela 13.2.6. Atrakcyjne miejscowości wg krajów zamieszkania respondentów	260
Tabela 13.2.7. Atrakcyjne miejsca wskazywane przez respondentów krajowych i zagranicznych	261
Tabela 13.2.8. Atrakcyjne miejsca w przekroju płci respondentów	262
Tabela 13.2.9. Atrakcyjne miejsca w przekroju trzech grup wieku respondentów	263
Tabela 13.2.10. Atrakcyjne miejsca w przekroju statusu materialnego respondentów	263
Tabela 13.2.11. Atrakcyjne miejsca w przekroju wykształcenia respondentów	264
Tabela 13.2.12. Atrakcyjne miejsca w przekroju miejsca zamieszkania respondentów	264
Tabela 13.2.13. Zagregowana tabela rozstępów udziałów kolumnowych uporządkowana wg wielkości rozstępów	265
Tabela 13.2.14. Rozstępy udziałów procentowych kolumn dla miejscowości w przekroju cech respondentów oraz cech respondentów w przekroju miejscowości	267
Tabela 13.2.15. Parametry opisowe (średnia, max, min, rozstęp) rozstępów udziałów kolumnowych opinii respondentów w przekroju miejscowości	270
Tabela 13.2.16. Parametry opisowe (średnia, max, min, rozstęp) rozstępów udziałów kolumnowych opinii respondentów w przekroju ich cech	270
Tabela 13.2.17. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	272
Tabela 13.2.18. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	273
Tabela 13.2.19. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych i zagranicznych w 2022 roku- formatowanie kolorem	274
Tabela 13.2.20. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów Ogółem w 2022 roku - formatowanie kolorem	274
Tabela 13.2.21. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych w 2022 roku - formatowanie kolorem	275
Tabela 13.2.22. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów krajowych w 2022 roku - formatowanie kolorem	276
Tabela 13.2.23. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych Małopolskę w latach 2021-2022 Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce. Formatowanie kolorem	278
Tabela 13.2.24. Elementy destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2022 roku. Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce. Formatowanie kolorem	279
PODSUMOWANIE	282
WNIOSKI	286
REKOMENDACJE	292