



Badania zrealizowane przez
Małopolską Organizację
Turystyczną dla Urzędu
Marszałkowskiego Województwa
Małopolskiego



ISSN 2299-2863 Druk
ISSN 2299-2871 Online

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2023 ROKU

Numer 2/2024
Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce 2023

WERSJA KRÓTKA

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 Alejziak
mgr Anna Niedźwieńska

Recenzja naukowa:

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

Koordynator:

mgr Mirosław Bartyzel
mgr Aleksandra Gorczyca
Małopolska Organizacja Turystyczna

Koordynator:

mgr Anna Niedźwieńska
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
KRAKÓW – GRUDZIEŃ 2023 - STYCZEŃ 2024

WYDAWNICTWO - RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

Numer 2/2024

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
Tadeusz Grabiński:	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska
Renata Seweryn:	Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska
Leszek Mazanek:	Krakowska Akademia - Kraków - Polska
Bożena Alejziak:	Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska
	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska
	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	5
Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	5
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2023	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	18
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	19
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	20
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	25
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	35
5.1. Wprowadzenie	35
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	35
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	39
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	40
5.5. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	41
5.6. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	44
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	47
6.1. Wprowadzenie	47
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	47
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2023 roku	54
Rozdział 8. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2023 roku	60
8.1. Uwagi wstępne	60
8.2. Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	61
8.3. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	72
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	81
9.1. Wprowadzenie	81
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	81
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	84

9.4. Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce	89
9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	90
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	92
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski – NFS w roku 2023	92
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS w 2023 roku	94
10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	97
10.4. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski	98
11.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	109
PODSUMOWANIE.....	111
WNIOSKI	116
REKOMENDACJE.....	124
Spis tabel	126
Spis rysunków	130
Pełny spis treści	132

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 2019-2023. Jest to doskonały materiał do dalszych prac analitycznych umożliwiających porównanie ostatniego roku precovidowego (2019), roku pandemicznego (2020) z latami postcovidowymi (2021-2023). Rok 2022 będący 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. Obraz ten uzupełnia odczyt z roku 2023, który okazał się być rokiem pełnoskalowych rosyjskich działań wojennych na Ukrainie a zarazem pełnej agresji, nowej odsłony, starego konfliktu w Ziemi Świętej. Autorom opracowania udało się jednak starannie wyselekcjonować respondentów tak, aby wyniki nie były obarczone 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 2022, 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 objekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Ponadto wskazano lokalizacje miejsc pobierania ankiet, będące obiektami koncentracji podróźnych 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 przeprowadzono 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 2023 r. według przyjętego rozkładu miejsc poboru próby w ciągu każdego miesiąca. W 2023 roku pobrano prawie 5 200 ankiet, ale po wstępnej weryfikacji poprawności i kompletności zebranych danych do bazy przekazano 5 097 ankiet. Niewielka liczba odrzuconych ankiet świadczy pozytywnie o pracy ankietatorów.

W tab. 1.1.1 przedstawiono wykaz lokalizacji miejsc poboru próby oraz liczby zebranych ankiet w poszczególnych miejscach i obiektach. Łącznie jest to 20 lokalizacji. Najwięcej ankiet zebrano w Krakowie (521) (10,2%), przy czym w Krakowie były 2 duże objekty poboru: Rynek Główny (279 ankiet -5,5% próby) oraz lotnisko Balice (242 ankiet -4,7% próby).

Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2023 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje

Lp.	Lokalizacja	N	%
1.	Zawoja - wejście na szlaki/Babiogórski Park Narodowy	310	6,1%
2.	Rabka-Zdrój - Pijalnia wód/Park Zdrojowy/szlaki turystyczne	310	6,1%
3.	Nowy Targ - wejście na szlaki np. Kowaniec - Turbacz oraz Gorce szlaki	305	6,0%
4.	Zakopane - przy szlaku i kolejce PKL na Kasprowy Wierch /przy szlaku na Morskie Oko (np. na parkingu)	290	5,7%
5.	Białka Tatrzańska - baseny geotermalne	285	5,6%
6.	Choczołów - termy/wejście do Dolina Choczołowska	285	5,6%
7.	Zakopane - Krupówki/wjazd na Gubałówkę	280	5,5%
8.	Kraków - Rynek Główny	279	5,5%
9.	Szczawnica - miasto/Pijalnia wód/kolejka PKL na Palenicę /koniec spływu	262	5,1%
10.	Oświęcim - Muzeum Auschwitz-Birkenau	261	5,1%
11.	Niedzica/Czorsztyn - zamek/przystań	259	5,1%

12.	Kraków - Lotnisko Balice	242	4,7%
13.	Tarnów - miasto lub Ciężkowice - Skamieniałe Miasto	241	4,7%
14.	Ojców - wejście do Ojcowskiego Parku Narodowego/na terenie miejscowości (opcjonalnie na terenie zamku w Pieskowej Skale) /Park Krajobrazowy Dolinki Krakowskie	229	4,5%
15.	Krynica-Zdrój - miasto/Pijalnia wód/stacja narciarska-przy wieży widokowej	228	4,5%
16.	Wieliczka - Kopalnia Soli	221	4,3%
17.	Zator - Energylandia/parking przy McDonald's/Zatorland	216	4,2%
18.	Olkusz - Pustynia Błędowska	213	4,2%
19.	Gródek nad Dunajcem - Jezioro Rożnowskie	195	3,8%
20.	Inwałd Park	186	3,6%
	Suma	5097	100,0%

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. Alejskiak 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 Selectiv znajduje się 24 mln unikalnych użytkowników w Polsce. W skład rozwiązań technologicznych wykorzystywanych w badaniach wchodzi 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. określić miejsce zamieszkania, miejsce 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

¹ Alejskiak 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 Selectiv DMP Data Management Platform (hurtownia danych).

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

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.

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 01.01.2023 r. do 31.12.2023 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 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

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.

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 kwaterymi agroturystycznymi). Za lata 2009-2011 dotyczą obiektów zbiorowego zakwaterowania. Począwszy 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/metadata/podgrupy/478> dostęp: 18.05.2021.

prowadzonych badań i ograniczenia błędu pomiaru⁸. Zalecanym jest aby ostateczny raport (wynik z badań) prezentować szerokiej publiczności dopiero po spłynięciu danych z wszystkich źródeł a to oznacza zawsze początek drugiego kwartału kolejnego roku. Prezentowane wcześniej (na początku roku) wyniki w raporcie krótkim są predykcją zjawiska.

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 FROT 2022
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjYtNrD7c-DAXxyX_EDHeVnA4gQFnoECBAQAQ&url=http%3A%2F%2Fforumrot.pl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2022%2F06%2FPoradnik-dobrych-praktyk-1.06.22.pdf&usg=AOvVaw3u4B1nXomTytiAzsT3W3z-&opi=89978449

Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2023

Biorąc pod uwagę specyfikę post pandemicznego roku 2023 (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 w 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 zadany 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

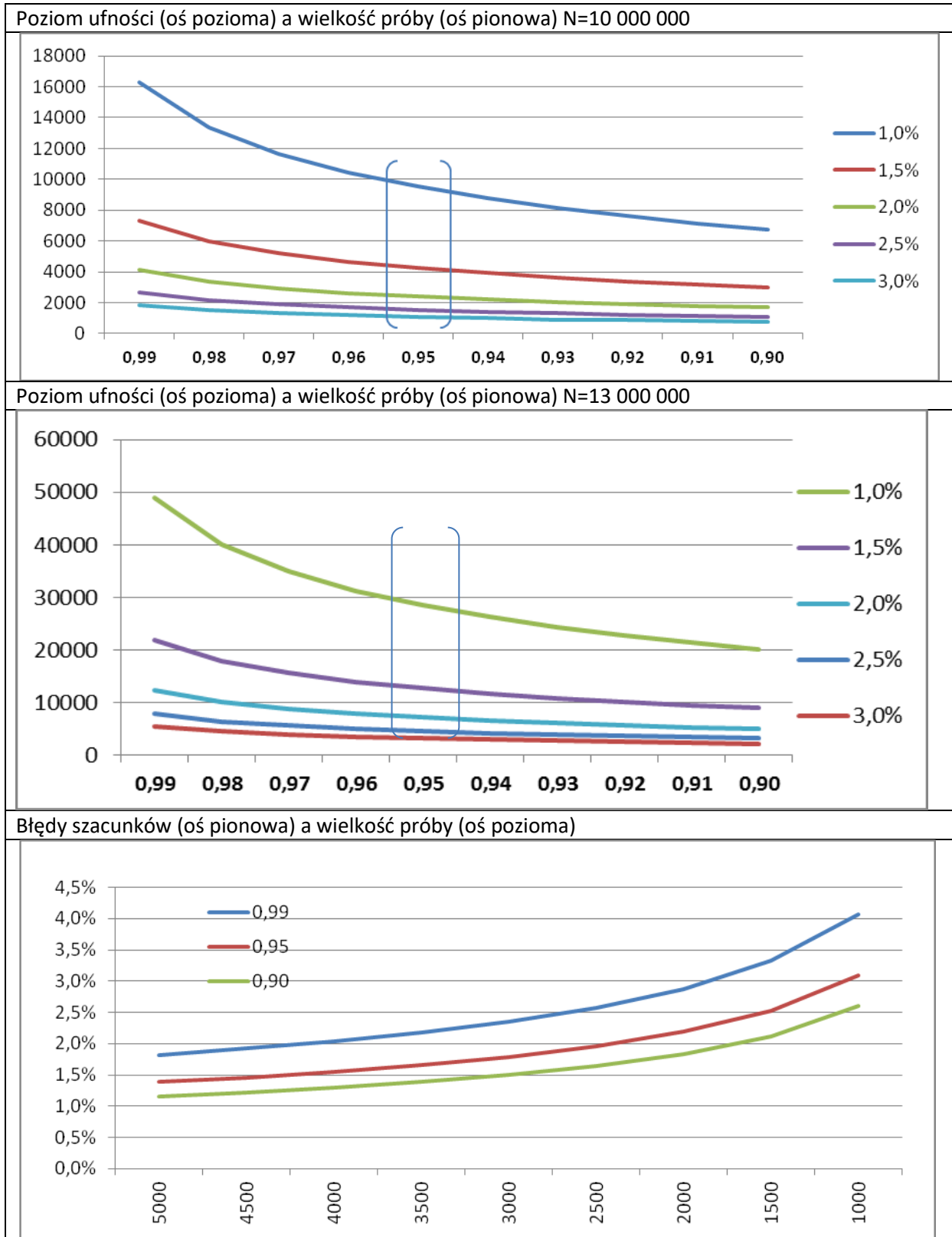
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	21528	9577	5389	3449	2395
2,33	0,98	17565	7812	4396	2814	1954
2,17	0,970	15287	6799	3825	2448	1700
2,05	0,960	13694	6090	3426	2193	1523
1,96	0,950	12473	5546	3120	1997	1387
1,88	0,940	11486	5108	2873	1839	1277
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 Alejziak.

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 Alejski.

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

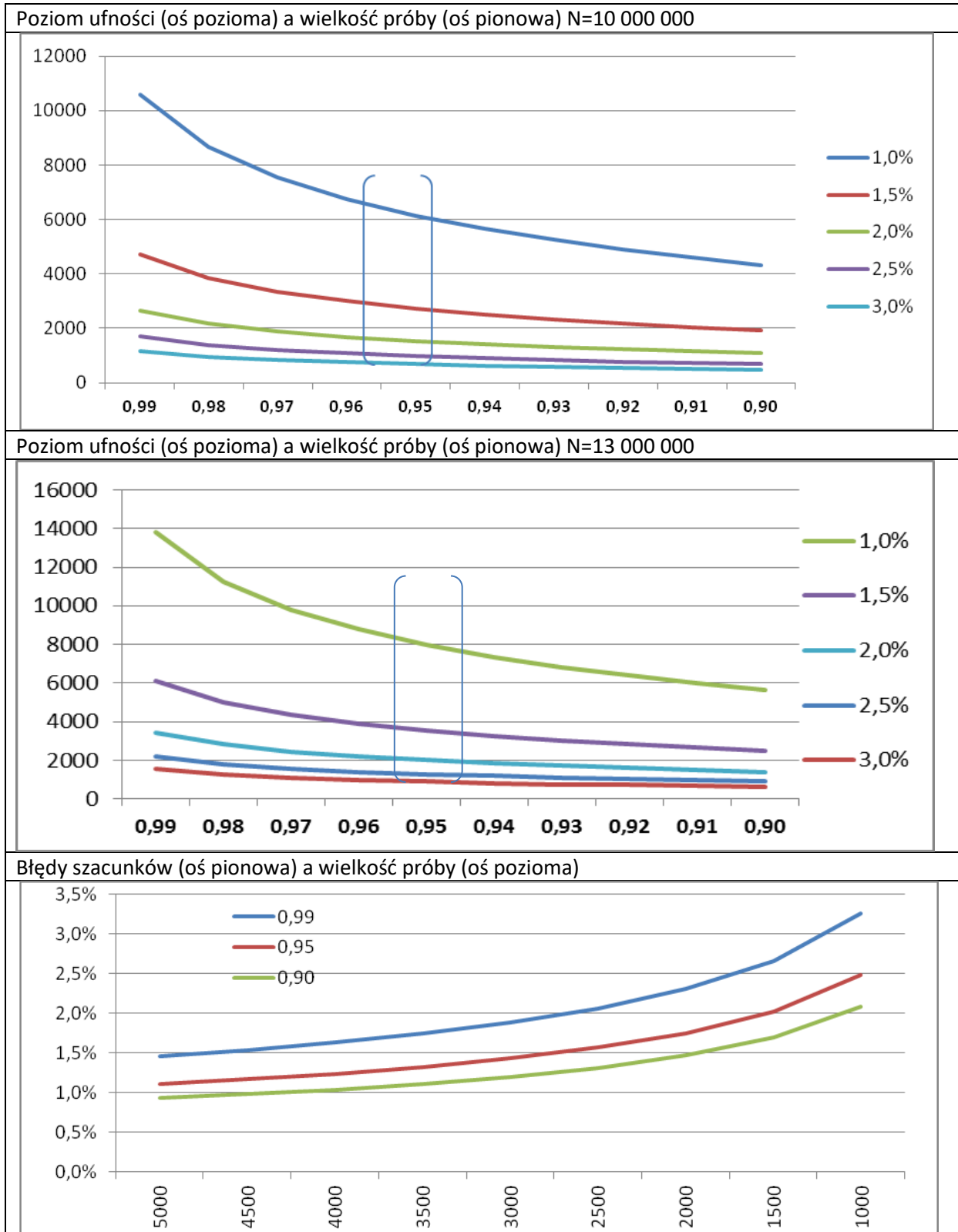
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	13786	6131	3449	2208	1533
2,33	0,98	11247	5001	2814	1801	1251
2,17	0,97	9788	4352	2448	1567	1088
2,05	0,96	8767	3898	2193	1404	975
1,96	0,95	7985	3550	1997	1278	888
1,88	0,94	7354	3269	1839	1177	817
1,81	0,93	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 Alejski.

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 2023 roku wynosi **5 097**. 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 2023 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 2022 roku.

W rozdziale przedstawiono również strukturę zagranicznych odwiedzających Małopolskę z uwzględnieniem kraju pochodzenia oraz strukturę odwiedzających krajowych w podziale wojewódzkim, a wyniki za 2023 rok zestawiono z wynikami z lat 2018-2022.

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. Z uwagi na liczne 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.

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.

Od 28 marca 2022 roku zostały zniesione wszelkie ograniczenia w podróżowaniu. 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.

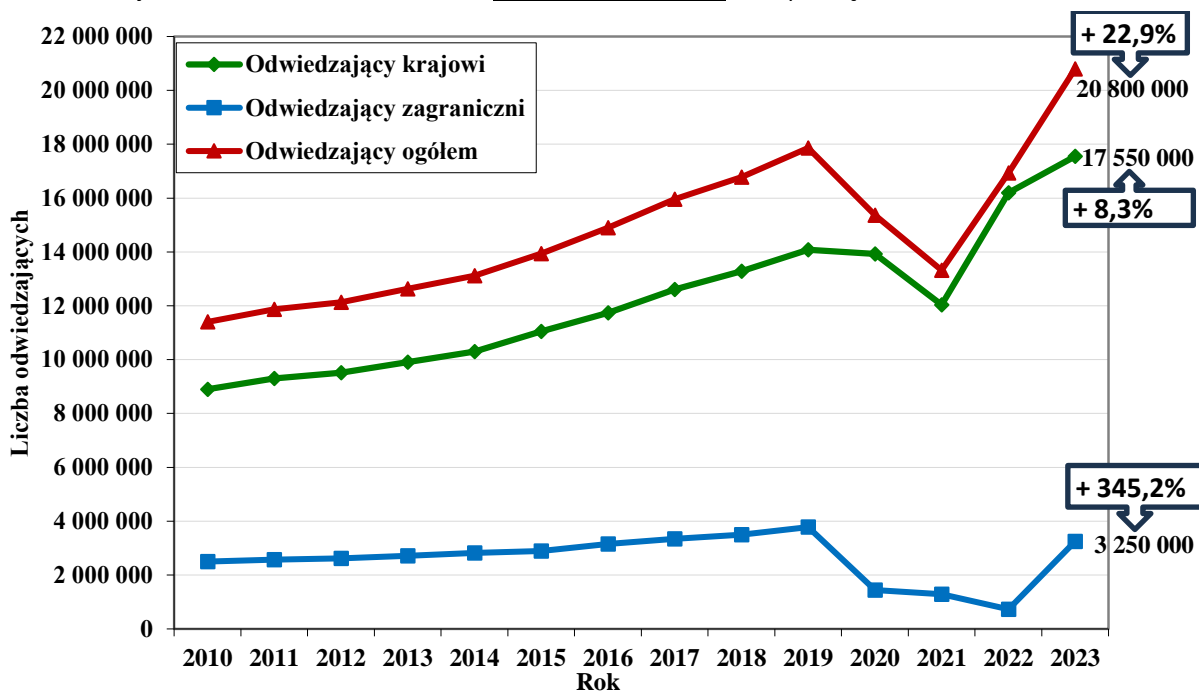
W 2023 roku tendencja wzrostowa była kontynuowana – rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce zwiększyły się do wielkości 20,8 mln osób, tj. o kolejne 22,9%. Przyrost dotyczył zarówno odwiedzających z Polski (o 8,3% więcej niż rok wcześniej, tj. do wielkości 17,55 mln osób), ale przede wszystkim wreszcie odwiedzających zagranicznych (aż prawie 5,5-krotnie więcej, tj. do wielkości 3,25 mln osób).

Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2023

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
2023	17 550 000	3 250 000	20 800 000
2023 w tym Kraków	11 280 000	900 000	12 180 000

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.

Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2023



Źródło: Opracowanie 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 stosunku do najlepszego jak dotychczas roku 2019, liczba odwiedzających krajowych była w 2023 roku o 24,6% wyższa, a w segmencie gości zagranicznych – o 14,0% niższa. Ogółem rozmiary ruchu turystycznego okazały się w 2023 roku większe o 16,5% od wielkości z roku 2019.

3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce

Prawie 58% odwiedzających region (11,95 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%, w 2021 roku – ponad 69% ogółu, a w 2022 roku – prawie 62%. Niemniej jednak liczba turystów w Małopolsce w 2023 roku była wyższa niż rok wcześniej – o 14,0% – choć nie osiągnęła ona jeszcze wielkości z roku przedpandemicznego (o 13,8% mniej), a nawet 2017 (o 2,6% mniej).

Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023

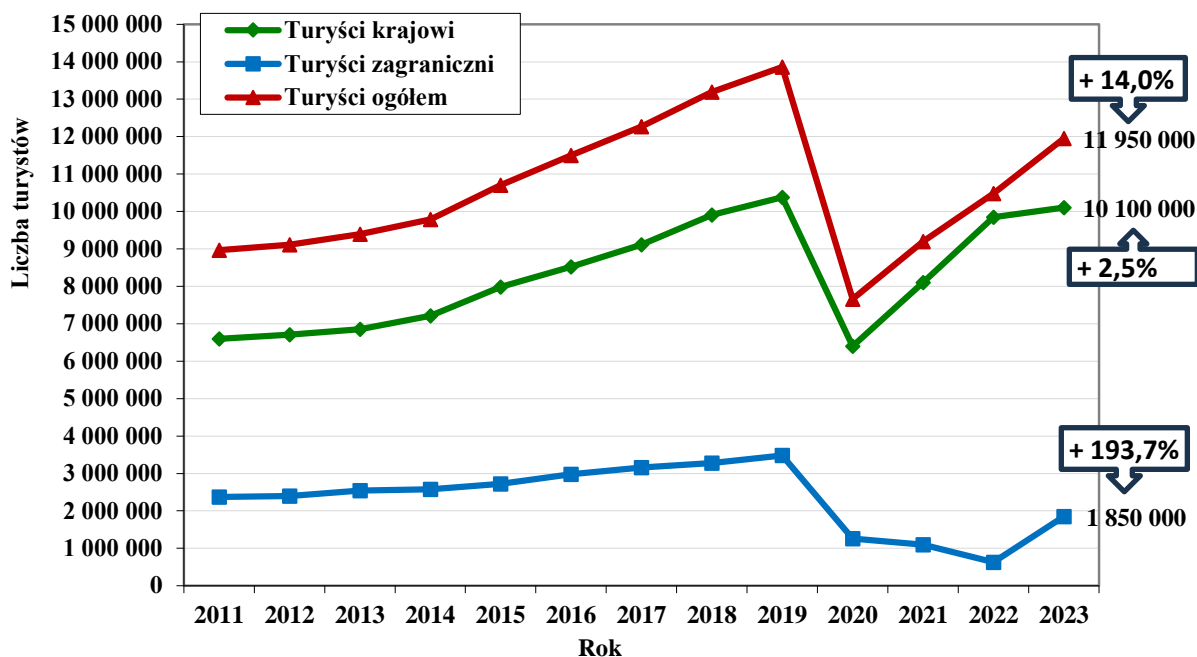
Wyszczególnienie	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Turyści ogółem
2010	6 400 000	2 300 000	8 700 000
2011	6 600 000	2 370 000	8 970 000
2012	6 710 000	2 400 000	9 110 000
2013	6 850 000	2 540 000	9 390 000
2014	7 210 000	2 580 000	9 790 000
2015	7 980 000	2 720 000	10 700 000
2016	8 520 000	2 980 000	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
2023	10 100 000	1 850 000	11 950 000
2023 w tym Kraków	6 290 000	760 000	7 050 000

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.

Odwrotnie niż w latach poprzednich, większy udział nocujących charakteryzował ruch przyjazdowy z kraju – 57,5% Polaków nocowało w województwie (rok wcześniej ok. 61%, w 2021 roku 67%, w roku 2020 46%, a w 2019 roku 74%). Natomiast spośród ogółu zagranicznych odwiedzających Małopolskę 56,9% było turystami (w latach 2021-2022 odsetek ten wynosił około 86%; w 2020 roku było to prawie 88%, a w 2019 roku i latach wcześniejszych – ponad 90%).

Wzrost liczby turystów w stosunku do roku poprzedniego dotyczył zarówno Polaków (o 2,5% więcej, tj. do poziomu 10,10 mln osób – wielkość mniejsza niż w 2019 roku o 2,7%), ale przede wszystkim cudzoziemców (aż prawie 3-krotnie więcej, tj. do wielkości 1,85 mln osób – o 14,0% mniej niż w 2019 roku).

Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023



Źródło: Opracowanie 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.

3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednostniowych w Małopolsce

Drugą grupą odwiedzających Małopolskę (poza turystami) są goście jednostniowi. Ich liczba znacznie się zwiększyła w 2023 roku (o 37,2% w stosunku do roku ubiegłego) i wyniosła 8,85 mln osób. Były to największe rozmiary ruchu jednostniowego od 2010 (o 37,2% większe niż w dotychczas dominującym w tym względzie roku 2020).

Zdecydowana większość jednostniowych odwiedzających w regionie (ponad 84%, a w latach wcześniejszych było to w granicach 90-98%) to goście z Polski, których liczba w 2023 roku wzrosła o 17,3% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości 7,45 mln osób.

Jednostniowi odwiedzający z zagranicy stanowili w 2023 roku około 12% ogółu gości bez noclegu, ale było ich w Małopolsce aż 14-krotnie więcej niż w roku poprzednim, tj. 1,4 mln osób (zdecydowanie najwięcej w badanym okresie). Ten duży wzrost liczby beznoclegowych cudzoziemców może być związanym z tym, że po zniesieniu covidowych obostrzeń, spragnieni wyjazdów turyści na dłuższe pobyty wybierali dalsze bardziej egzotyczne destynacje, natomiast Polskę (w tym Małopolskę) odwiedzali tylko na krótko (kilka, kilkanaście godzin).

Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2023

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
2023	7 450 000	1 400 000	8 850 000
2023 w tym Kraków	4 990 000	140 000	5 130 000

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.

3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy

Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Małopolski w latach 2019-2023, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczyna Wielka Brytania. W 2023 roku istotną przewagę uzyskali turyści z Wielkiej Brytanii, którzy do Małopolski docierali głównie samolotem oraz samochodem osobowym. Ex aequo kolejne miejsca zajęli turyści z USA i Niemiec. Charakterystyki turystów z tych krajów są inne, ale te segmenty stanowią suma summarum w 2023 roku prawie 54% (53,6%) a za analizowane pięć lat ponad 40% (40,82%) udziału odwiedzających w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Na czwartym miejscu plasują się w 2023 roku odwiedzający z Francji z wynikiem 8%, a turyści 8,8%. Przyjeżdżający z Hiszpanii osiągnęli wynik ponad 5% (5,2%) a turyści z wynikiem w 2023 roku \approx 6,0% (5,8%) udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski prześcignęli ponownie w tym roku Belgię (turyści 2023 = 4,0%) pasując się na piątym miejscu. Jednak należy zauważyć, że w tak okresie pandemicznym już w 2020 roku, jak również w kolejnych latach 2021-22 wyraźnie wzrósł ruch turystyczny z krajów strefy BENELUX-u (Belgia+Holandia+Luksemburg). Tendencja ta uwidoczniła się również w roku 2023. Rynek BENELUX-u sumarycznie uzyskał 7,2% strumienia odwiedzających i 7,0% turystów.

Mimo sytuacji post pandemicznej i kontynuowanej agresji Rosji na sąsiadującą z Polską Ukrainę w roku 2023 struktura % strumienia ruchu turystycznego dla pierwszej piątki krajów okazała się stabilna, pozostając na podobnym jak w latach poprzednich poziomie, konsumując w roku 2023 [patrz tabela 3.5.1.] \approx 65,0% udziałów ruchu turystycznego z wynikiem średnim za pięć lat \approx 57% (56,6%) ukazując stałą tendencję wzrostową.

TOP 5	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Odwiedzający 2023	Turyści
1- Σ Pośrednia 2023	51,60%	54,10%	54,90%	58,10%	64,20%	68,20%

Na siódmym miejscu plasują się turyści z Republiki Czeskiej ze stabilnym wynikiem średnim dla odwiedzających za 2023 = 5,1% (turyści za 2023 rok 4,0%) udziału i z wynikiem średnim dla całej TOP siódemki za pięć lat [2019-2023] ponad 64% (643%). Dla Top 7 łącznie rok 2023 udziału turystów zamknął się wynikiem ponad 76% (76,2%) udziałów w strukturze strumienia ruchu turystycznego.

TOP 7	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Odwiedzający 2023	Turyści
1-7 Σ Pośrednia 2023	57,90%	58,80%	60,70%	70,80%	73,50%	76,20%

Kraje, które w roku 2023 uzyskały wynik powyżej 2% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (11 rynków emisyjnych), skumulowały łącznie w roku 2023 ponad 70% strumienia ruchu odwiedzających prawie 86% (85,8%) a średnio za pięć lat 2019-2023 ponad 80% (80,2%) z całości zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski. W roku 2023 grupa ta objęła ponad 89% (89,4%) udziałów strumienia turystów zagranicznych.

Powyżej 2% udziałów	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Odwiedzający 2023	Turyści
2-Σ Pośrednia 2023	72,30%	72,90%	86,10%	83,90%	85,80%	89,40%

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 2023 roku - formatowanie kolorem

Kraj przyjazdu Odwiedzający	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający 2021	Odwiedzający 2022	Odwiedzający 2023r	Kraj przyjazdu Turyści sortowanie	Turyści 2023
Wielka Brytania	18,70%	16,40%	19,10%	17,60%	22,40%	Wielka Brytania	24,20%
Stany Zjednoczone Ameryki	4,50%	4,60%	0,20%	7,60%	14,30%	Stany Zjednoczone Ameryki	15,80%
Niemcy	13,70%	17,90%	14,90%	17,90%	14,30%	Niemcy	13,60%
Francja	7,40%	9,60%	12,10%	10,60%	8,00%	Francja	8,80%
Hiszpania	7,30%	5,60%	8,60%	4,40%	5,20%	Hiszpania	5,80%
1-Σ Pośrednia	51,60%	54,10%	54,90%	58,10%	64,20%	1-Σ Pośrednia	68,20%
Belgia	3,60%	2,50%	0,00%	6,50%	4,20%	Belgia	4,00%
Republika Czeska	2,70%	2,20%	5,80%	6,20%	5,10%	Republika Czeska	4,00%
Σ =1-7 - ranking	57,90%	58,80%	60,70%	70,80%	73,50%	Σ =1-7 - ranking	76,20%
Włochy	8,00%	8,30%	8,20%	2,60%	3,10%	Włochy	3,40%
Holandia	2,50%	4,30%	10,70%	0,90%	3,00%	Holandia	3,00%
Norwegia	0,60%	0,60%	0,10%	3,50%	2,40%	Norwegia	2,60%
Irlandia	2,40%	0,60%	3,90%	3,50%	2,10%	Irlandia	2,20%
Dania	0,90%	0,30%	2,50%	2,60%	1,70%	Dania	2,00%
2-Σ Pośrednia	72,30%	72,90%	86,10%	83,90%	85,80%	2-Σ Pośrednia	89,40%
Zjednoczone Emiraty Arabskie	0,10%	0,60%	0,00%	0,90%	1,70%	Zjednoczone Emiraty Arabskie	1,80%
Słowacja	4,30%	6,50%	3,70%	2,60%	2,80%	Słowacja	1,20%
Austria	1,50%	6,50%	0,00%	0,90%	0,90%	Austria	0,60%
Pozostałe kraje	21,80%	13,50%	10,20%	11,70%	8,80%	Pozostałe kraje	7,00%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	Suma końcowa	100,00%

Dane w tabeli sortowane są od największej do najmniejszej wartości wg 2023 roku.

Legenda

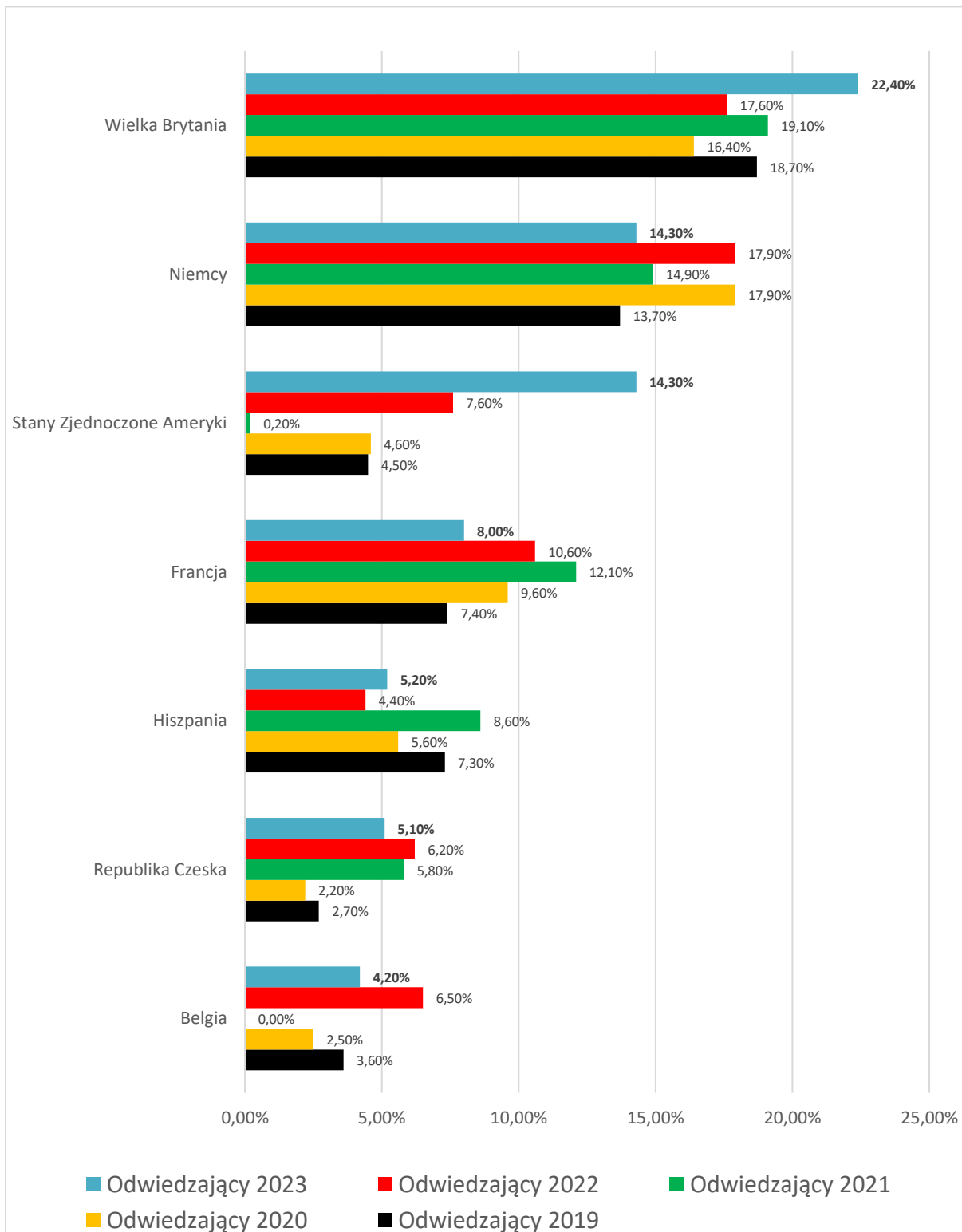
Najwyżej

Najniżej



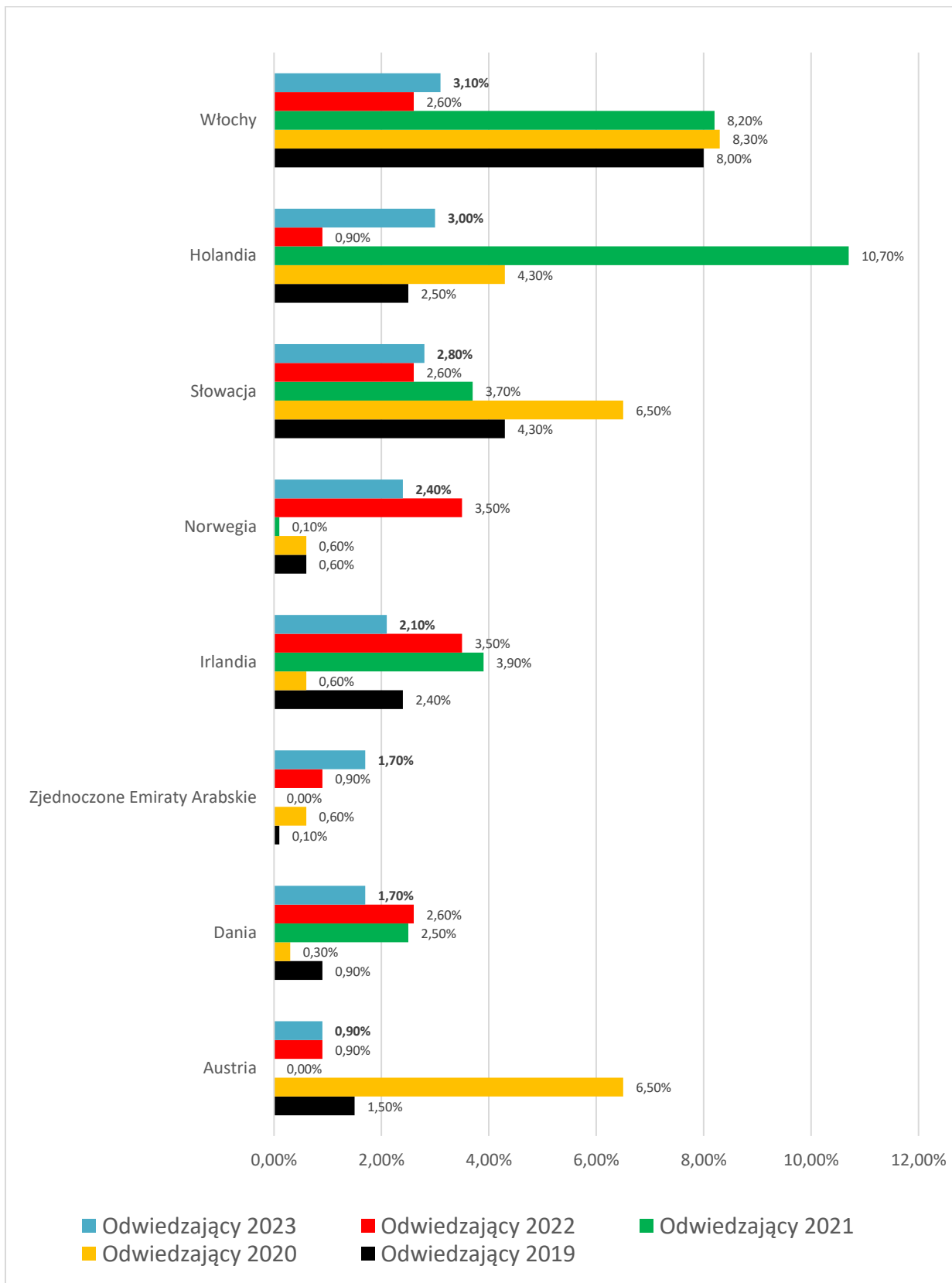
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejskiak.

Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa **TOP 7**



Źródło: Opracowanie 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 3.5.2. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa poniżej 4% udziałów



Źródło: Opracowanie 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.

3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce

Specyficzna sytuacja, która zaistniała w 2022 i była kontynuowana w 2023 roku, a mianowicie agresja Rosji na Ukrainę, jak również działania militarne w Ziemi Świątej w ostatnim kwartale roku 2023, czyli atak Hamasu na Izrael i przeniesienie działań odwetowych na sąsiednią Gazę, wytrąciła również kwartał czwarty 2023 roku z „normalnej” obsługi strumieni ruchu turystycznego w obszarze morza śródziemnego. Jednak sezon wakacyjny w Małopolsce wykazał niezłomie, że po odblokowaniu granic państwa i przestrzeni powietrznej kraju dla lotów pasażerskich, branża turystyczna Małopolski przeżyła powrót do stanu z roku 2019 czyli przedcovidowego.

Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2023 roku

Odwiedzający Województwa	2019	2020	2021	2022	2023	Turyści 2023 Województwa	2023
Małopolskie	40,6%	47,3%	24,4%	36,9%	42,5%	Małopolskie	24,5%
Mazowieckie	10,7%	7,4%	10,8%	8,9%	6,6%	Mazowieckie	11,8%
Śląskie	12,7%	17,9%	26,7%	18,8%	20,0%	Śląskie	11,6%
Dolnośląskie	3,1%	3,1%	3,6%	4,2%	3,9%	Dolnośląskie	8,3%
Wielkopolskie	4,2%	2,9%	3,6%	4,1%	3,1%	Wielkopolskie	7,3%
Świętokrzyskie	3,2%	3,3%	4,1%	2,9%	2,2%	Pomorskie	5,3%
Podkarpackie	10,7%	5,0%	5,9%	7,3%	5,3%	Podkarpackie	5,1%
Pomorskie	3,2%	2,3%	4,8%	2,9%	3,6%	Świętokrzyskie	5,0%
Łódzkie	3,3%	2,6%	4,2%	3,2%	2,8%	Łódzkie	4,7%
Kujawsko-pomorskie	1,7%	1,0%	1,6%	1,4%	1,0%	Opolskie	3,2%
Opolskie	1,0%	1,6%	2,7%	2,3%	2,7%	Lubelskie	3,1%
Podlaskie	0,7%	0,7%	1,5%	1,2%	1,5%	Podlaskie	2,8%
Warmińsko-mazurskie	1,4%	0,8%	1,9%	1,6%	1,3%	Zachodniopomorskie	2,1%
Zachodniopomorskie	1,2%	1,1%	1,7%	1,7%	1,2%	Warmińsko-mazurskie	2,0%
Lubelskie	1,9%	2,1%	2,0%	2,0%	1,7%	Kujawsko-Pomorskie	1,7%
Lubuskie	0,5%	0,8%	0,5%	0,6%	0,6%	Lubuskie	1,6%
Suma końcowa	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	100,0%	100,0%	Suma końcowa	100,0%

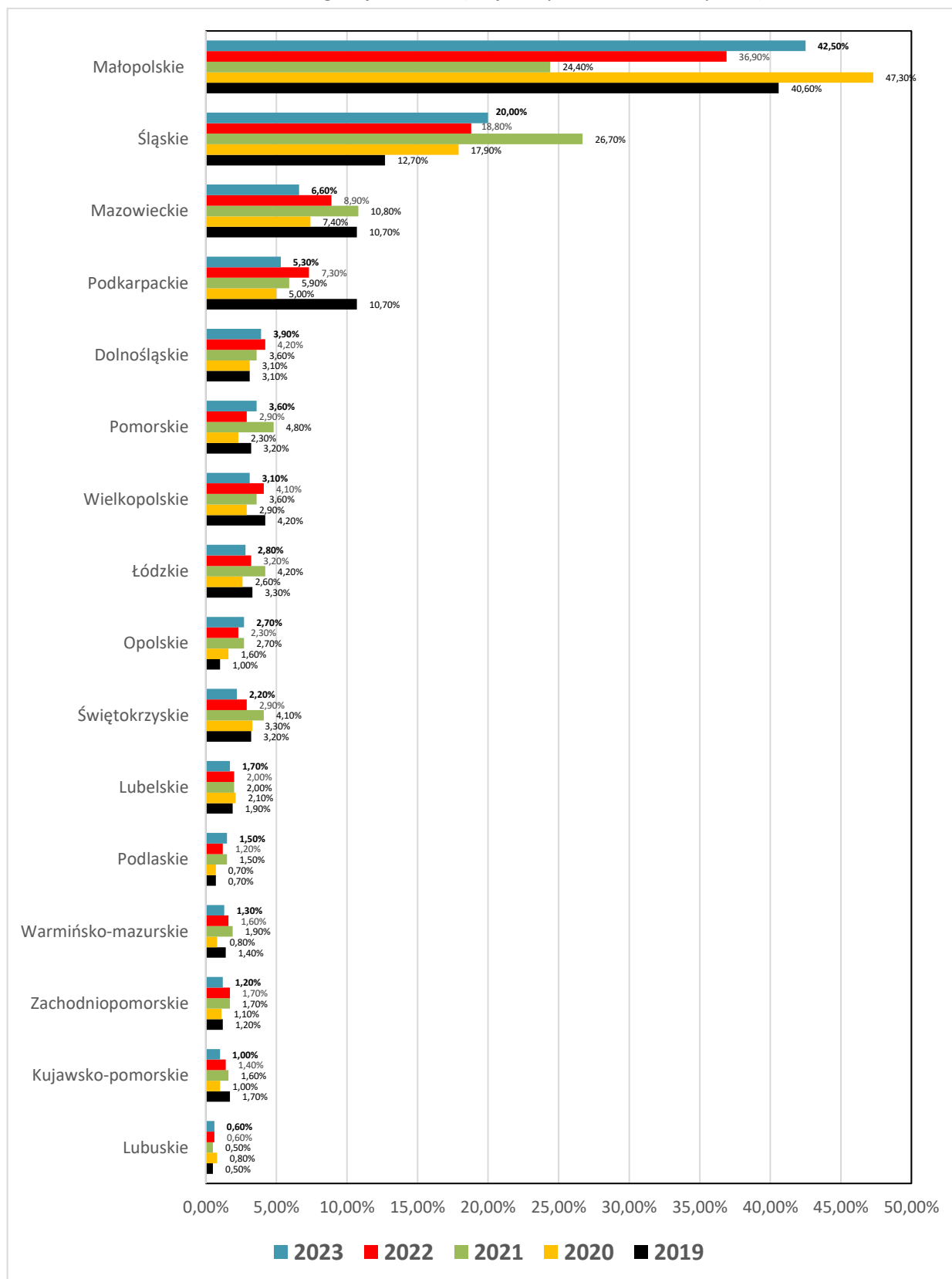
Dane w tabeli sortowane są od największej do najmniejszej wartości wg 2023 roku.

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.

W tym roku mieszkańcy Małopolski ponownie zdecydowali się częściej: „By być turystą u siebie – w swoim województwie” – jak było to w latach 2020 - 22, osiągając w rankingu pierwsze miejsce. Ponad 42% (42,5%) odwiedzających (turystów 24,5%) krajowych, którzy frekwentowali atrakcje turystyczne Małopolski, stanowili Małopolanie, natomiast Mazowszanie i Ślązacy stanowiący od lat bardzo mocny segment strumienia ruchu turystycznego do naszego województwa, który przez poprzednie trzy lata obserwacji zajmowali 2 i 3 miejsce zajęli w 2023 roku ex aequo drugie w rankingu miejsce z wynikiem dla turystów poziom ≈12% (11,8%/ 11,6%). Na trzecim miejscu w 2023 roku znaleźli się turyści z ze Śląska, uzyskując wynik ≈12%, (11,6%) udziałów. Na czwartym miejscu uplasowali się turyści z Wielkopolski z wynikiem ponad 7% (7,3%). W 2023 roku turyści z Pomorza uzyskali prawie wynik ponad 5% (5,3%) i wyprzedzili turystów przyjeżdżających z sąsiadującego z Małopolską województwa podkarpackiego o jedynie 0,2% udziałów. Wyjaśnić to można wzmożonymi podróżami jednodniowymi mieszkańców Podkarpacia wewnątrz województwa małopolskiego z jednoczesnym utrzymaniem przyjazdów z województwa pomorskiego; na poziomie 3,6% udziałów. Pobyt w Małopolsce turystów z Pomorza jest

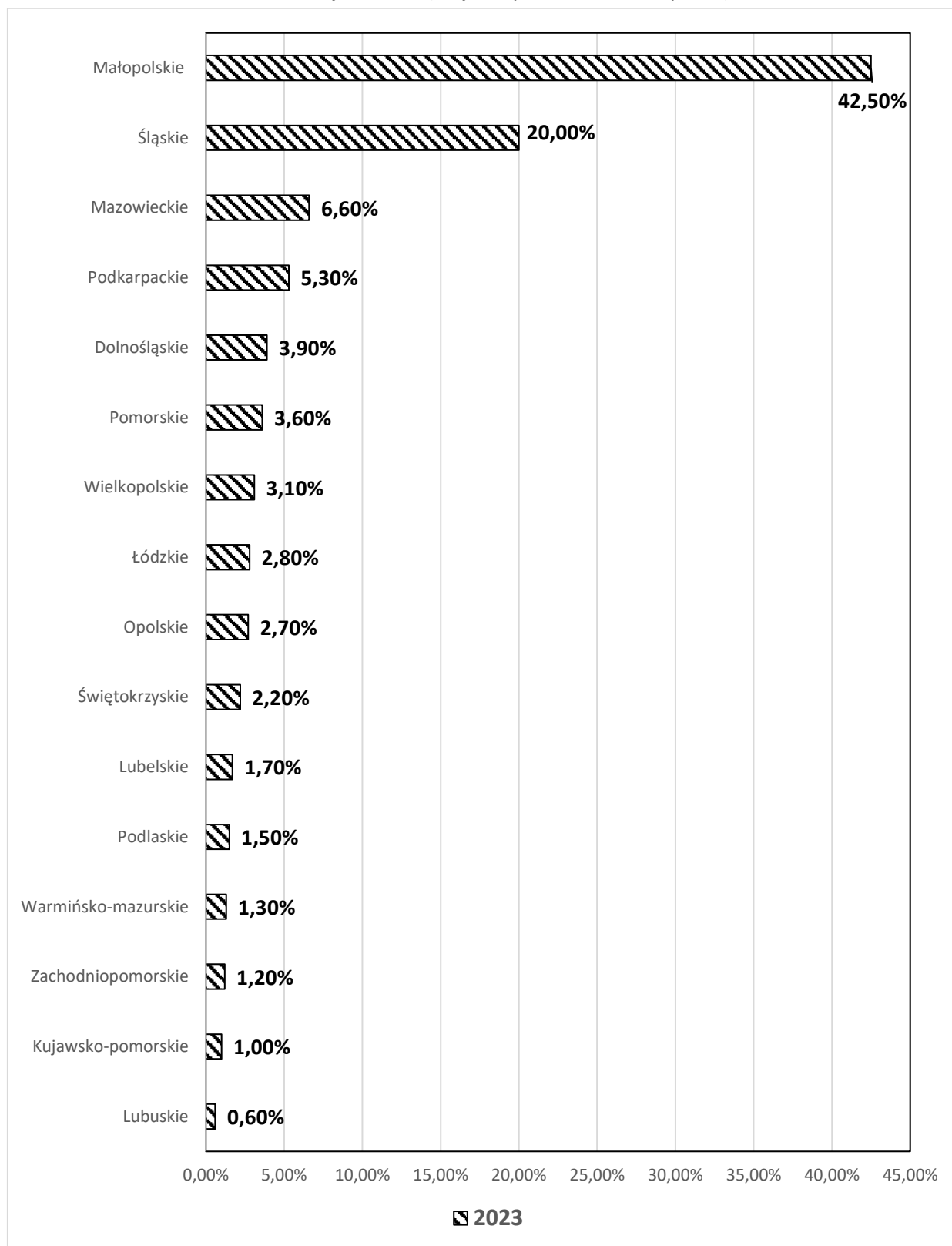
wyraźnie dłuższy od pobytów turystów z Podkarpacia. Z analizy ostatnich czterech lat: 2019 i 2022 wynika, że odwiedzający z województwa pomorskiego stanowią mocny, ponad 3,5% fragment strumienia ruchu turystycznego, charakteryzujący się między innymi długim okresem pobytu, a co za tym idzie również wyższymi wydatkami w odwiedzanej destynacji. Na podobnym poziomie jak w latach ubiegłych ($\approx 4,0\%$) kształtują się udziały turystów przyjeżdżających do Małopolski z województwa łódzkiego i świętokrzyskiego.

Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw (krajowe podróże do Małopolski)



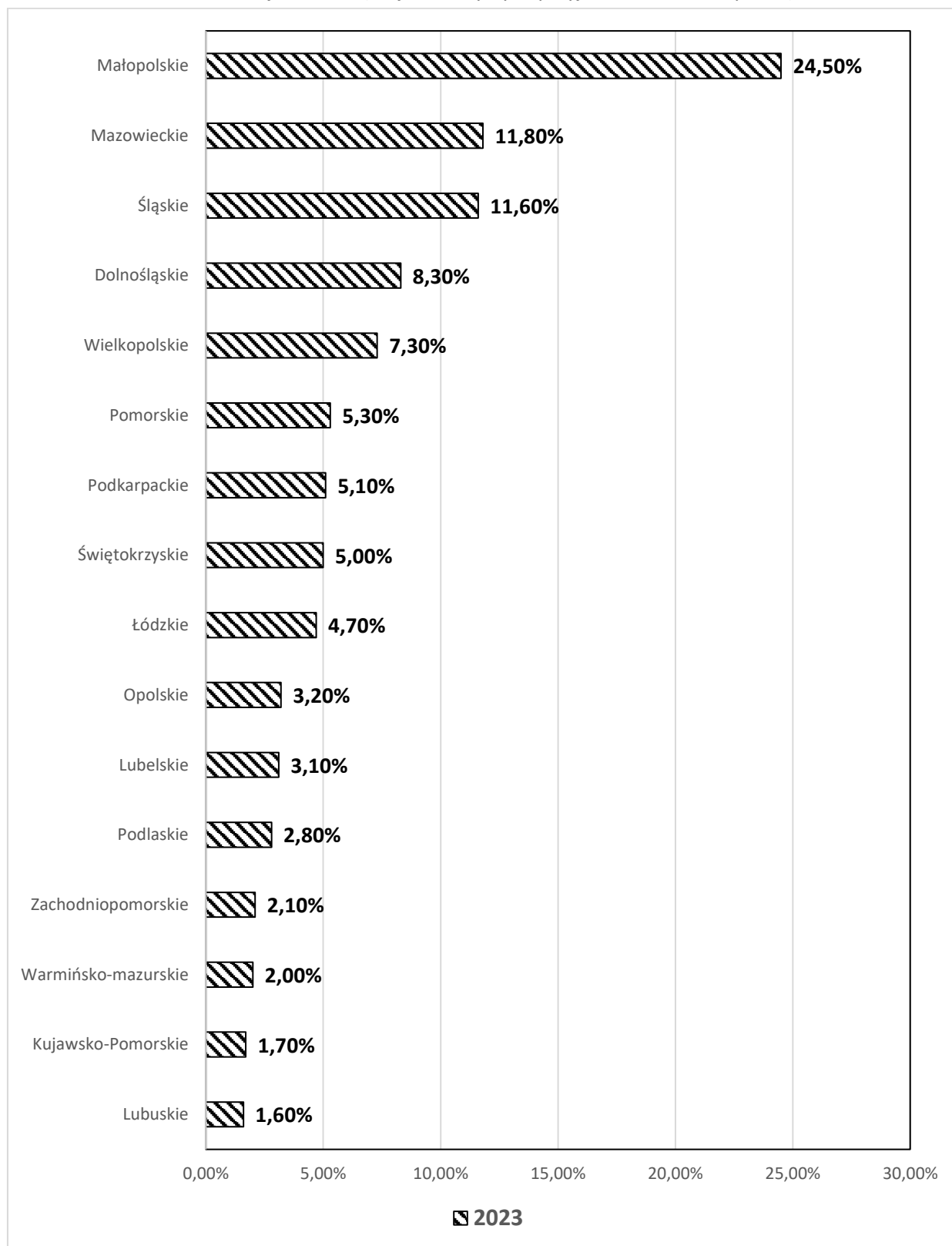
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Bożena Alejziak.

Rysunek 3.6.2. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2023 roku - struktura procentowa według województw (krajowe podróże 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 3.6.3. Turyści krajowi w Małopolsce w 2023 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 2023 roku zobrazowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w latach 2019-2022. 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	2019	2020	2021	2022	2023
do 19	4,2%	4,6%	4,4%	4,6%	5,7%
20-29	25,0%	31,8%	25,1%	27,0%	32,3%
30-44	37,9%	39,4%	35,5%	36,5%	41,2%
45-60	23,0%	17,7%	19,2%	20,0%	14,6%
pow. 60	9,9%	6,5%	15,9%	11,9%	6,1%
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 2019-2023 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	2019	2020	2021	2022	2023
Kobieta	53,5%	43,9%	47,7%	52,6%	47,1%
Mężczyzna	46,5%	56,1%	52,3%	47,4%	52,9%
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.

W analizowanym okresie 2019-2023 można zauważyć dość duże zróżnicowanie odwiedzających pod względem płci. Otóż w latach „covidowych 2020-2021” większą aktywność turystyczną przejawiali mężczyźni, którzy jak można zauważyć, przejawiali większą skłonność do zachowań ryzykownych. Co ciekawe, dotyczy to także analizowanego roku 2023 (52,9%), gdzie wskaźnik procentowy jest bardzo

4.5. Status materialny odwiedzających

Status materialny odwiedzających Małopolskę generalnie od pięciu lat jest oceniany przez respondentów subiektywnie jako dobry (55,1%) oraz bardzo dobry (29,1%). Otrzymane wskaźniki w roku 2023 są zbliżone w każdej kategorii do roku 2022, dotyczy to także oceny statusu materialnego ocenianego na poziomie średnim (15,4%). Zmiany w omawianych kategoriach można zauważyć porównując lata 2022- 2023 do lat 2019-2021. Jak można zauważyć w ostatnich analizowanych latach (2022-2023) prawie dwukrotnie zwiększyła się grupa respondentów oceniająca własną sytuację finansową jako bardzo dobrą, zmniejszyła się natomiast grupa oceniająca sytuację finansową jako średnią.

Tak więc, na przyjazd do Małopolski w roku 2023 mogły pozwolić sobie w większości osoby posiadające dobrą albo bardzo dobrą sytuację finansową, które stanowiły 84,2% odwiedzających, podobnie jak w roku poprzednim (83,7%).

Tabela 4.5.1. Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę

Sytuacja finansowa Ogółem	2019	2020	2021	2022	2023
Bardzo dobra	18,4%	11,2%	16,1%	29,8%	29,1%
Dobra	61,1%	72,9%	56,2%	53,9%	55,1%
Średnia	19,3%	15,2%	25,7%	15,9%	15,4%
Zła i bardzo zła	1,2%	0,7%	2,0%	0,4%	0,4%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	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 Alejsiak.

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

Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa 2019-2023

Charakter podróży Ogółem	2019	2020	2021	2022	2023R
Rodzina	42,6%	38,6%	36,9%	39,4%	35,0%
Przyjaciele	27,2%	32,5%	32,9%	24,0%	20,2%
Nikt (podróżuję sam)	14,5%	12,2%	19,4%	32,2%	41,7%
Grupa zorganizowana	9,7%	12,0%	10,8%	4,4%	3,1%
Rodzina i przyjaciele	6,0%	4,7%	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.

W analizowanym roku 2023 podobnie jak w latach poprzednich dominują podróże rodzinne (35,0%). W porównaniu do lat poprzednich widoczny jest znaczny wzrost osób podróżujących samotnie („podróżuję sam”), co zadeklarował, ponad co trzeci odwiedzający Małopolskę (41,7%). Należy podkreślić, iż właśnie te dwie grupy stanowią istotny odsetek strumienia ruchu turystycznego w Małopolsce, bo prawie 76,7% jego całości. W porównaniu do roku 2022 widoczna jest nieznaczna tendencja wzrostowa (71,6%). Co piąty odwiedzający przyjechał do Małopolski z przyjaciółmi (20,2%).

Bardzo niewielka grupa przyjechała do Małopolski w zorganizowanej grupie (3,1%), W porównaniu do lat 2019-2022 widoczna jest w tych grupach tendencja malejąca.

Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2023

Charakter podróży	Kraj %	Zagr. %
A Nikt (podróżując sam)	43,5%	13,0%
B Grupa zorganizowana	2,7%	8,5%
C Przyjaciele	19,3%	35,7%
D Rodzina	34,5%	42,8%
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.

Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – OGÓŁEM struktura procentowa

Ilość dzieci z rodziną w podróży Ogółem	2019	2020	2021	2022	2023R
Bez dzieci	0,4%	0,1%	0,2%	1,9%	0,1%
1 - dziecko	56,3%	47,9%	48,1%	52,8%	54,7%
2 - dwoje dzieci	36,6%	41,5%	34,0%	35,6%	37,1%
3 - troje dzieci	5,0%	9,1%	12,2%	8,6%	7,2%
4 - czworo dzieci	1,1%	1,0%	4,2%	1,1%	0,9%
5 i więcej dzieci	0,6%	0,4%	1,3%	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.

Tabela 4.6.4. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – KRAJ/ZAGRANICA struktura procentowa

Ilość dzieci z rodziną w podróży	Kraj 2023	Zagr. 2023
Bez dzieci	0,0%	0,1%
1 - dziecko	54,7%	55,1%
2 - dwoje dzieci	37,7%	30,9%
3 - troje dzieci	6,9%	11,0%
4 - czworo dzieci	0,7%	2,9%
5 i więcej dzieci	0,0%	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.

Jak zauważono powyżej, w Małopolsce dominuje turystyka rodzinna. W roku 2022 dominowały rodziny z jednym dzieckiem (ponad połowa) oraz z dwójką dzieci (więcej niż co trzeci). Stanowiły one 92,4% odwiedzających krajowych oraz 86% odwiedzających zagranicznych. Powyższa tendencja utrzymuje się od wielu lat. W porównaniu do lat poprzednich 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 – 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem

Główne cele podróży Ogółem	2019	2020	2021	2022	2023
Wypoczynek	26,6%	30,3%	32,3%	43,3%	33,3%
Zwiedzanie zabytków	18,8%	10,0%	17,3%	12,5%	23,6%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	17,8%	36,8%	3,7%	16,6%	13,3%
Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	63,2%	77,1%	53,3%	72,4%	70,2%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,2%	3,1%	7,8%	2,2%	6,1%
Odwiedziny krewnych	4,5%	4,3%	4,9%	5,0%	5,5%
Sprawy służbowe (biznes)	1,9%	1,8%	1,4%	1,4%	3,0%
Odwiedziny znajomych	3,8%	3,1%	4,5%	2,4%	3,0%
Poznanie walorów przyrody	0,6%	2,2%	10,3%	2,4%	2,5%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	2,0%	1,0%	3,6%	1,1%	2,2%
Cel zdrowotny	5,5%	2,0%	3,6%	8,2%	2,0%
Cel religijny	3,9%	0,7%	3,5%	0,7%	1,3%
Inny cel	0,7%	0,9%	0,9%	1,0%	0,9%
Edukacja	2,5%	0,6%	1,1%	0,3%	0,8%
Udział w imprezie kulturalnej	1,4%	0,1%	0,4%	0,3%	0,7%
Zakupy	1,6%	0,4%	0,7%	0,1%	0,5%
Korzystanie z usług medycznych	0,6%	0,3%	0,6%	0,1%	0,4%
Tranzyt	1,6%	0,9%	1,4%	0,8%	0,4%
Udział w wydarzeniu	1,0%	0,3%	0,4%	0,6%	0,3%
Udział w szkoleniu	0,6%	0,3%	0,8%	0,3%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,5%	0,3%	0,2%	0,5%	0,1%
Udział w konferencji, kongresie	0,8%	0,1%	0,6%	0,2%	0,0%
Odnowa duchowa	0,6%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa ⁹	≈100,0%	100,0%	100,0%	≈100,0%	≈100,0%

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.

⁹ Po zaokrągleniu wyników z lat 2019-2022;2023 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. 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 70,20% strumienia turystów odwiedzających **ogółem** Małopolskę (tab. 5.2.1). Głównymi celami podróży do Małopolski w 2023 roku (ogółem) dla największej grupy respondentów były przede wszystkim: wypoczynek (33,3%) co oznacza zmniejszenie się tego motywu o 10 p.p w stosunku do roku 2022, niekiedy połączony z turystyką aktywną (kwalifikowaną) (2022-16,60%) w roku 2023 13,3%, która daje możliwość wejście w styczność osobistą ze środowiskiem przyrodniczym. Ponad prawie co 4 odwiedzający zadeklarował, że było to zwiedzanie zabytków (w 2022 roku 12,5%) które wyniosło w roku 2023 23,6%. **Można więc zauważyć, iż nastąpiło w tej triadzie wewnętrzne przesunięcie udziałów na rzecz zwiedzania zabytków/**

Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem

Główne cele podróży KRAJ	2019	2020	2021	2022	2023
Wypoczynek	27,19%	30,82%	36,6%	44,9%	36,7%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	20,06%	38,89%	4,3%	17,6%	25,7%
Zwiedzanie zabytków	14,86%	9,48%	15,4%	11,6%	19,9%
Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	62,11%	79,19%	56,3%	74,1%	81,4%
Poznanie walorów przyrody	0,75%	2,12%	12,3%	2,5%	4,6%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	1,88%	0,96%	3,4%	1,0%	3,3%
Odwiedziny znajomych	4,21%	3,0%	3,6%	2,2%	3,0%
Cel zdrowotny	6,81%	2,1%	4,0%	8,8%	2,8%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,75%	2,87%	5,3%	1,3%	1,5%
Odwiedziny krewnych	4,59%	3,81%	4,5%	4,4%	0,9%
Zakupy	1,67%	0,41%	0,6%	0,1%	0,7%
Inny cel	0,77%	0,81%	1,0%	1,0%	0,4%
Cel religijny	4,49%	0,77%	2,7%	0,7%	0,4%
Tranzyt	1,45%	0,56%	1,2%	0,7%	0,3%
Udział w wydarzeniu	1,05%	0,26%	0,4%	0,6%	0,3%
Sprawy służbowe (biznes)	1,43%	1,18%	1,3%	1,0%	0,1%
Udział w szkoleniu	0,64%	0,32%	0,8%	0,2%	0,1%
Edukacja	1,97%	0,49%	1,0%	0,3%	0,1%
Udział w imprezie kulturalnej	1,49%	0,06%	0,3%	0,3%	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	0,58%	0,11%	0,5%	0,2%	0,0%
Odnowa duchowa	0,73%	0,41%	0,0%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,32%	0,06%	0,0%	0,0%	0,0%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,53%	0,21%	0,2%	0,5%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,77%	0,32%	0,6%	0,1%	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 Alejsiak.

Podobną strukturę wyników można zauważyć analizując cele przyjazdów do Małopolski odwiedzających krajowych (powyższa tab. 5.2.2). Dominują cele wypoczynkowe (44,9%) 36,7%, turystyka aktywna (17,6%) 25,7% oraz zwiedzanie zabytków w przypadku co dziesiątego respondenta (11,6%) 19,%. Triada ta osiągnęła w 2023 roku wynik 81,4% całości strumienia krajowców. Z powyższego wynika, iż udziały poszczególnych jej elementów sumarycznie w stosunku do roku 2022 (74,1%) wzrosły o 7,3 p,p. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem

Główne cele podróży ZAGRANICA	2019	2020	2021	2022	2023
Wypoczynek	24,67%	22,48%	15,90%	21,20%	30,0%
Zwiedzanie zabytków	32,21%	18,79%	24,60%	24,70%	28,2%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	3,74%	6,38%	17,20%	15,30%	10,8%
Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	60,60%	47,70%	57,70%	61,20%	68,9%
Odwiedziny krewnych	4,38%	12,75%	6,50%	13,00%	10,1%
Sprawy służbowe (biznes)	3,61%	12,08%	1,70%	7,40%	4,3%
Odwiedziny znajomych	2,54%	4,03%	8,00%	4,10%	3,1%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	2,60%	2,35%	4,60%	2,90%	2,7%
Tranzyt	2,28%	6,38%	2,10%	2,40%	2,4%
Edukacja	4,06%	2,01%	1,50%	0,60%	1,5%
Udział w szkoleniu	0,57%	0,34%	0,90%	2,10%	1,2%
Cel zdrowotny	1,27%	0,00%	2,50%	0,30%	1,2%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	10,15%	4,36%	1,20%	1,50%	0,9%
Inny cel	0,44%	1,68%	0,40%	0,90%	0,9%
Korzystanie z usług medycznych	0,13%	0,00%	0,50%	0,00%	0,9%
Udział w imprezie kulturalnej	1,08%	0,00%	0,40%	0,60%	0,5%
Cel religijny	1,90%	0,00%	6,70%	0,60%	0,3%
Poznanie walorów przyrody	0,06%	3,36%	2,60%	0,60%	0,3%
Zakupy	1,33%	0,00%	1,40%	0,30%	0,3%
Udział w wydarzeniu	0,82%	0,67%	0,20%	0,30%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,32%	1,01%	0,20%	0,30%	0,2%
Udział w konferencji, kongresie	1,71%	0,67%	0,90%	0,90%	0,00%
Odnowa duchowa	0,13%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%
Udział w imprezie sportowej	0,00%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	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** można zauważyć istotną różnicę (tab. 5.2.3). Jak można zauważyć, dominuje tutaj przede wszystkim zwiedzanie zabytków i dotyczy to, co trzeciego respondenta (rok 2022 - 24,7%) rok 2023 - 30%. Podobnie co trzecia osoba przyjechała tutaj w celach wypoczynkowych (rok 2022 - 21,2%) rok 2023 - 28,2%. Natomiast w roku 2023 dla 10,8% (rok 2022 - 15,3%) badanych głównym celem przyjazdu była rozrywka (kluby, dyskoteki, puby). Powyższa triada celów w 2023 roku obejmuje 68,9% (rok 2022 - 61,2%) odwiedzających Małopolskę, którzy przyjechali tutaj z zagranicy. Zauważono spadek zainteresowania rozrywką jako celem głównym przyjazdu do Małopolski.

Tabela 5.2.3. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2019-2023 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2019-2023

2019	2020	2021	2022	2023	ŚREDNIA 19-23	Główne cele podróży	2019	2020	2021	2022	2023	ŚREDNIA 19-23
27,19%	30,82%	36,6%	44,9%	36,7%	35,24%	Wypoczynek	24,67%	22,48%	15,9%	21,2%	30,0%	22,85%
20,06%	38,89%	4,3%	17,6%	25,7%	21,31%	Turystyka aktywna (kwalifikowana)	10,15%	4,36%	1,2%	1,5%	0,9%	3,62%
14,86%	9,48%	15,4%	11,6%	19,0%	14,07%	Zwiedzanie zabytków	32,21%	18,79%	24,6%	24,7%	28,2%	25,7%
62,11%	79,19%	56,3%	74,1%	81,4%	70,62%	Σ POŚREDNIA TRZECH GŁÓWNYCH CELÓW	60,6%	47,7%	57,7%	61,2%	68,9%	59,22%
0,75%	2,12%	12,3%	2,5%	4,6%	4,45%	Poznanie walorów przyrody	0,06%	3,36%	2,6%	0,6%	0,3%	1,38%
1,88%	0,96%	3,4%	1,0%	3,3%	2,11%	Odwiedziny miejsc rodzinnych	2,6%	2,35%	4,6%	2,9%	2,7%	3,03%
4,21%	3,0%	3,6%	2,2%	3,0%	3,2%	Odwiedziny znajomych	2,54%	4,03%	8,0%	4,1%	3,1%	4,35%
6,81%	2,1%	4,0%	8,8%	2,8%	4,9%	Cel zdrowotny	1,27%	0,0%	2,5%	0,3%	1,2%	1,05%
1,75%	2,87%	5,3%	1,3%	1,5%	2,54%	Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	3,74%	6,38%	17,2%	15,3%	10,8%	10,68%
4,59%	3,81%	4,5%	4,4%	0,9%	3,64%	Odwiedziny krewnych	4,38%	12,75%	6,5%	13,0%	10,1%	9,35%
1,67%	0,41%	0,6%	0,1%	0,7%	0,7%	Zakupy	1,33%	0,0%	1,4%	0,3%	0,3%	0,67%
4,49%	0,77%	2,7%	0,7%	0,4%	1,81%	Cel religijny	1,9%	0,0%	6,7%	0,6%	0,3%	1,9%
0,77%	0,81%	1,0%	1,0%	0,4%	0,8%	Inny cel	0,44%	1,68%	0,4%	0,9%	0,9%	0,86%
1,45%	0,56%	1,2%	0,7%	0,3%	0,84%	Tranzyt	2,28%	6,38%	2,1%	2,4%	2,4%	3,11%
1,05%	0,26%	0,4%	0,6%	0,3%	0,52%	Udział w wydarzeniu	0,82%	0,67%	0,2%	0,3%	0,3%	0,46%
1,97%	0,49%	1,0%	0,3%	0,1%	0,77%	Edukacja	4,06%	2,01%	1,5%	0,6%	1,5%	1,93%
1,43%	1,18%	1,3%	1,0%	0,1%	1,0%	Sprawy służbowe (biznes)	3,61%	12,08%	1,7%	7,4%	4,3%	5,82%
0,64%	0,32%	0,8%	0,2%	0,1%	0,41%	Udział w szkoleniu	0,57%	0,34%	0,9%	2,1%	1,2%	1,02%
0,53%	0,21%	0,2%	0,5%	0,0%	0,29%	Firmowy wyjazd integracyjny	0,32%	1,01%	0,2%	0,3%	0,2%	0,41%
0,77%	0,32%	0,6%	0,1%	0,0%	0,36%	Korzystanie z usług medycznych	0,13%	0,0%	0,5%	0,0%	0,9%	0,31%
0,73%	0,41%	0,0%	0,0%	0,0%	0,23%	Odnowa duchowa	0,13%	0,34%	0,0%	0,0%	0,0%	0,09%
1,49%	0,06%	0,3%	0,3%	0,0%	0,43%	Udział w imprezie kulturalnej	1,08%	0,0%	0,4%	0,6%	0,5%	0,52%
0,32%	0,06%	0,0%	0,0%	0,0%	0,08%	Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,34%	0,0%	0,0%	0,0%	0,07%
0,58%	0,11%	0,5%	0,2%	0,0%	0,28%	Udział w konferencji, kongresie	1,71%	0,67%	0,9%	0,9%	0,0%	0,84%
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 Alejziak.

5.3. Organizator wizyty w Małopolsce

Analizując **wyniki ogółem**, można zauważyć, iż zdecydowana większość osób, która przyjechała do Małopolski w 2023 roku (82,8%), podobnie jak w latach poprzednich, zorganizowała przyjazd samodzielnie we własnym zakresie. Podobny trend dotyczy odwiedzających krajowych (83,8%) oraz zagranicznych (67,5%). Analizując wyniki badań, można zauważyć w omawianej kategorii wyraźną tendencję wzrostową.

Znacznie rzadziej organizatorami przyjazdu do Małopolski ogółem była rodzina (6,7%) i znajomi (5,9%). W roku 2023 z tej formy skorzystało w przypadku odwiedzających krajowych odpowiednio 6,5% oraz 5,4% respondentów. W przypadku odwiedzających zagranicznych odpowiednio: 9,6% i 10,7%. Analizując łącznie omawiane grupy można zauważyć, iż w przypadku odwiedzających krajowych był to ponad co dziesiąty respondent (12,1%), w przypadku zagranicznych prawie co piąty (20,3%). Otrzymane wskaźniki są podobne do roku 2022.

W roku 2023 zarówno turyści krajowi, jak też zagraniczni, jeszcze rzadziej korzystali w organizacji przyjazdów do Małopolski z usług takich instytucji, jak: biuro podróży (0,5%; 2,6%), szkoła (0,2%; 2,4%), usługi parafii (kościół) (0,4%; 1,0%) lub inne instytucje (1,9%; 0,9%) oraz zakład pracy (1,1%; 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 2022) prawie nie korzystano.

Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2023 - struktura % formatowana kolorem

Organizator podróży	2019 KRAJ	2020 KRAJ	2021 KRAJ	2022 KRAJ	2023 KRAJ	2019 ZAGR	2020 ZAGR	2021 ZAGR	2022 ZAGR	2023 ZAGR	2019 Ogół	2020 Ogół	2021 Ogół	2022 Ogół	2023 Ogół
Sam we własnym zakresie	74,4	82,9	56,8	80,8	83,8	66,6	74,9	38,6	60	67,5	71,8	82,4	53	79,4	82,8
Rodzina	6,8	7	14,8	6,7	6,5	5,9	9	20	9,6	9,6	7	7,1	15,9	6,9	6,7
Znajomi	6,4	6,6	14,1	5,4	5,6	6,6	4,6	15,2	14,9	10,7	5,8	6,5	14,4	6	5,9
Inna instytucja	2,9	0,8	2,1	3,6	1,9	0,8	0	1,7	0,9	0,9	3,3	0,7	2	3,4	1,8
Zakład pracy	2,3	1,6	4,4	1,8	1,1	3,4	5,9	6,3	7,5	5	3	1,9	4,8	2,2	1,3
Biuro podróży	2,8	0,4	4	0,7	0,5	8,3	3,4	7,3	4,2	2,6	3,7	0,6	4,7	0,9	0,7
Parafia (kościół)	1,4	0,4	3	0,6	0,4	0,6	0	9,1	1,8	1	1,2	0,4	4,3	0,7	0,4
Szkoła	2	0,2	0,8	0,4	0,2	2,4	2,2	1,8	0,6	2,4	3	0,3	1	0,4	0,3
Portal (biuro) internetowy	1	0,1	0	0	0	5,4	0	0	0,6	0,3	1,2	0,1	0	0,1	0,1

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.

5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających

Długość pobytu w Małopolsce w 2023 roku różniła się od lat wcześniejszych. W stosunku do roku 2022 skrócił się czas wizyty w regionie. Najwięcej odwiedzających (ponad 61%) spędziło bowiem w województwie tylko 1 dzień bez noclegu. Takich gości było w regionie ponad 1/2 więcej niż w roku ubiegłym, ponad 3-krotnie więcej niż w roku przedpandemicznym (czyli 2019) i o prawie 1/3 więcej niż w roku 2020. W sumie, jeśli dodać tych, którzy spędzili w Małopolsce do 3 godzin (6%, tj. nieco mniej niż rok wcześniej i porównywalnie do roku 2020), to okazuje się, że ponad 2/3 gości w 2023 roku nie korzystało z noclegu w regionie.

Średnio co ósmy odwiedzający przybywał do województwa w 2023 roku na 2-3 noce (o ok. 50% mniej niż rok wcześniej). Niewiele ponad 11% przybyszów spędziło w Małopolsce 4-7 noclegów (o prawie 1/3 mniej niż w roku poprzednim i niemal 3-krotnie mniej niż w przedpandemicznym roku 2019). Około 7% badanych przyjechało do regionu na jedną noc (podobnie jak w roku 2019, ale prawie o 1/3 mniej niż rok wcześniej). Zaledwie 2% odwiedzających gościło w województwie dłużej niż tydzień (8 i więcej noclegów) – niemal 3,5-krotnie mniej niż w roku poprzednim. W badanym okresie dotychczas nie odnotowano w Małopolsce tak małego odsetka długoterminowych uczestników ruchu turystycznego.

Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2023 (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%
	2023	6,2%	68,0%	7,3%	9,8%	8,1%	0,7%	0,0%
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%
	2023	1,8%	4,3%	4,7%	36,3%	40,6%	9,2%	3,2%
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%
	2023	5,7%	61,3%	7,1%	12,5%	11,4%	1,6%	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.

Łatwo zauważyć, że w 2023 roku pobyt gości zagranicznych w regionie był zdecydowanie dłuższy niż Polaków. Wizytę jednodniową (bez noclegu) prawie 16-krotnie częściej deklarowali bowiem odwiedzający z Polski (68,0% vs 4,3%). Goście z zagranicy w największym odsetku spędzali natomiast w regionie 4-7 noclegów (41%), którą to długość pobytu Polacy wskazywali dopiero w trzeciej kolejności (ponad 8%). Na drugim miejscu goście krajowi i zagraniczni deklarowali 2-3 noce (odpowiednio 10% i 36%). Około 7% Polaków przebywało w regionie 1 noc, 6% – tylko do 3 godzin, a zaledwie niecały 1% – najdłużej, czyli powyżej tygodnia (w tym nikt nie stwierdził, że przyjechał na dłużej niż dwa tygodnie).

Z kolei wśród cudzoziemców średnio co jedenasty korzystał z 8-14 noclegów, a po około 4,5% – z jednego noclegu lub bez noclegu. Ponad 3% odwiedzających zagranicznych gościło w Małopolsce powyżej dwóch tygodni, a blisko 2% – do 3 godzin.

W odniesieniu do roku poprzedniego w 2023 skrócił się czas pobytu w Małopolsce odwiedzających z Polski, a nieznacznie wydłużył – gości zagranicznych. Więcej było bowiem Polaków spędzających w regionie 1 dzień bez noclegu (o 26,1 p.p.), a mniej było tych, którzy przyjechali do województwa na 1 noc (o 4,9 p.p.), 2-3 noce (o 7,6 p.p.), 4-7 nocy (o 5,2 p.p.) oraz dłużej (o 6,1 p.p.). Więcej jednodniowych gości krajowych nie było w Małopolsce od 2019 roku.

Rozpatrując grupę cudzoziemców uwagę zwraca większy w 2023 roku niż rok wcześniej odsetek przybywających do województwa na 4-7 nocy (o 9,2 p.p.), a także 2-krotnie większy udział odwiedzających do trzech godzin. Mniejszą niż w roku poprzednim zbiorowość stanowili natomiast ci, którzy przebywali w regionie 2-3 noce (o 5,7 p.p. mniej), jedną noc (o 2 p.p. mniej) i dłużej niż dwa tygodnie (o 1,9 p.p. mniej).

5.5. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce

Turyści nocujący w Małopolsce w 2023 roku najczęściej na miejsce zakwaterowania wybierali (analogicznie jak w 2019, 2021 i 2022 roku, ale odmiennie niż w 2020 roku) hotele – ponad 38% wskazań. Na kolejnych miejscach uplasowały się noclegi w apartamentach (ponad 12%) i u rodziny (prawie 10%). Relatywnie popularne było też korzystanie z gościnności znajomych (niemal 6%), hosteli (ponad 5%), ośrodków wczasowych (prawie 5%) i w pensjonatów (niecałe 5%).

Noclegi w hotelach były najbardziej preferowane zarówno wśród turystów krajowych, a przede wszystkim zagranicznych (odpowiednio 31% i 58%). Goście zagraniczni częściej też niż Polacy wskazywali noclegi u rodziny (15% vs 7%), apartamenty (13% vs 12%), motele (3,0% vs 1,3%) i kwatery prywatne (1,5% vs 0,4%), a także tzw. inne obiekty (Airbnb, aparthotele, termy, mieszkania studenckie – prawie 2%).

Tabela 5.5.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)

Miejsce zakwaterowania*	Turyści krajowi					Turyści zagraniczni					Turyści ogółem				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Hotel	23,4%	14,2%	40,1%	17,1%	30,2%	50,7%	39,9%	49,5%	54,5%	57,9%	32,1%	17,0%	43,3%	21,6%	38,3%
Motel	1,8%	1,0%	4,0%	1,7%	1,3%	2,9%	0,7%	1,9%	0,3%	3,0%	2,2%	1,0%	3,3%	1,6%	1,8%
Pensjonat	16,8%	20,0%	15,7%	15,3%	4,9%	5,3%	5,6%	7,6%	2,2%	3,9%	13,2%	18,5%	12,9%	13,8%	4,6%
Dom wycieczkowy	1,4%	4,5%	7,1%	1,6%	0,5%	1,8%	0,7%	11,0%	0,9%	0,6%	1,5%	4,1%	8,4%	1,5%	0,6%
Schronisko górskie	1,3%	1,4%	3,4%	1,1%	2,4%	0,1%	0,7%	0,4%	0,0%	0,0%	0,9%	1,3%	2,4%	0,9%	1,7%
Schronisko młodzieżowe	1,1%	0,6%	1,2%	1,0%	0,5%	0,8%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	1,0%	0,5%	1,6%	0,9%	0,4%
Kemping lub pole namiotowe	1,9%	4,4%	3,7%	3,5%	5,9%	0,8%	2,5%	3,8%	0,3%	0,2%	1,5%	4,2%	3,7%	3,1%	4,2%
Hostel	1,5%	2,2%	8,9%	3,7%	6,7%	5,6%	2,5%	14,3%	2,5%	1,7%	2,7%	2,3%	10,7%	3,5%	5,2%
Ośrodek wczasowy	1,3%	3,7%	3,4%	2,9%	6,9%	0,3%	0,0%	3,2%	0,3%	0,2%	1,0%	3,3%	3,3%	2,6%	4,9%
Zakład uzdrowiskowy	5,6%	3,5%	6,3%	12,4%	4,1%	0,1%	0,0%	2,2%	0,6%	0,4%	3,9%	3,1%	4,9%	11,0%	3,0%
Dom pielgrzyma	0,6%	0,3%	1,6%	0,8%	0,8%	0,3%	0,0%	3,0%	1,9%	1,1%	0,5%	0,3%	2,1%	0,9%	0,9%
Apartament	9,3%	14,9%	14,5%	11,9%	11,9%	17,1%	20,5%	31,6%	18,3%	12,7%	11,6%	15,5%	20,3%	12,7%	12,2%
Kwatera prywatna			3,6%	2,7%	0,4%			2,2%	2,5%	1,5%			3,1%	2,7%	0,7%
Couchsurfing			0,1%	0,1%	0,3%			0,7%	0,2%	0,2%			0,2%	0,2%	
Obiekt agroturystyczny	6,1%	8,1%	4,7%	8,0%	1,2%	0,8%	1,1%	0,4%	0,0%	0,0%	4,4%	7,4%	3,3%	7,1%	0,9%
U rodziny	10,9%	8,4%	23,9%	10,2%	7,2%	5,4%	17,3%	30,9%	14,2%	15,0%	9,2%	9,3%	26,2%	10,6%	9,5%
U znajomych	7,7%	7,1%	21,1%	5,6%	7,0%	2,5%	2,8%	29,7%	3,7%	2,6%	6,1%	6,6%	24,0%	5,4%	5,7%
Własny dom/mieszkanie (letniskowy/wakacyjny)	1,2%	1,3%	2,5%	1,1%	2,6%	0,6%	1,8%	0,7%	0,6%	0,4%	1,0%	1,3%	1,9%	1,1%	1,9%
Inny obiekt	1,1%	1,6%	3,0%	0,5%	0,0%	0,8%	2,8%	2,3%	2,8%	1,7%	1,0%	1,7%	2,8%	0,8%	0,5%
B.d., gdzie nocuje	6,9%	2,7%	7,4%	1,1%	6,9%	3,8%	0,4%	5,8%	1,5%	1,5%	6,0%	2,4%	6,9%	1,2%	5,3%

* 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.

Z kolei turyści krajowi częściej niż obcokrajowcy nocowali w pozostałych obiektach, w tym zwłaszcza w ośrodkach wczasowych (6,9% vs 0,2%), na kempingach/polach namiotowych (5,9% vs 0,2%), w hostelach (6,7% vs 1,7%), u znajomych (7,0% vs 2,6%), w zakładach uzdrowiskowych (4,1% vs 0,4%), schroniskach górskich (2,4% vs 0%) i własnych domach /mieszkaniach letniskowych/wakacyjnych (2,6% vs 0,4%).

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 więcej wskazań, z wyjątkiem:

- pensjonatów (które wybrało o 9,2 p.p. mniej turystów ogółem i 10,4 p.p. mniej turystów z Polski),
- zakładów uzdrowiskowych (o 8,0 p.p. mniej deklaracji od turystów ogółem oraz o 8,3 p.p. od turystów krajowych),
- obiektów agroturystycznych (o 6,2 p.p. mniej wskazań od turystów ogółem i o 6,8 p.p. od turystów z Polski),
- kwater prywatnych (o 2,0 p.p. mniej wskazań od turystów ogółem i o 2,3 p.p. od turystów krajowych),
- noclegów u rodziny (o 1,1 p.p. mniej wskazań od turystów ogółem i o 1,4 p.p. od turystów z Polski),
- domów wycieczkowych (o 0,9 p.p. mniej wskazań od turystów ogółem i o 1,1 p.p. od turystów krajowych),
- apartamentów (o 0,5 p.p. mniej głosów od turystów ogółem i aż o 5,6 p.p. od turystów zagranicznych).

Spośród turystów nocujących w hotelach w 2023 roku najwięcej osób wybierało, analogicznie jak w latach poprzednich, obiekty trzygwiazdkowe (prawie 42% wskazań), choć straciły one na znaczeniu (o 3,8 p.p. mniej niż w roku ubiegłym).

Tabela 5.5.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)

Liczba gwiazdek hotelu		*	**	***	****	*****	Brak danych o kategorii
Goście krajowi	2019	-	1,9%	30,6%	22,9%	8,1%	36,5%
	2020	-	2,1%	40,7%	28,6%	3,0%	25,6%
	2021	-	1,6%	34,4%	28,9%	2,4%	32,8%
	2022	0,3%	3,7%	49,1%	26,2%	13,3%	7,4%
	2023	0,8%	4,9%	47,7%	16,0%	3,1%	27,6%
Goście zagraniczni	2019	-	1,1%	33,0%	42,1%	3,8%	20,0%
	2020	-	0,0%	39,8%	48,7%	3,5%	8,0%
	2021	-	1,7%	34,2%	40,2%	3,3%	20,6%
	2022	0,6%	0,6%	36,3%	44,9%	10,2%	7,4%
	2023	0,3%	1,3%	33,7%	43,7%	9,4%	11,7%
Goście ogółem	2019	-	1,5%	31,4%	32,5%	5,9%	28,7%
	2020	-	1,6%	40,5%	33,7%	3,1%	21,1%
	2021	-	1,6%	34,3%	33,3%	2,7%	28,1%
	2022	0,3%	2,8%	45,3%	31,8%	12,4%	7,4%
	2023	0,6%	3,3%	41,5%	28,3%	5,9%	20,5%

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.

Na drugiej pozycji uplasowały się hotele czterogwiazdkowe (ponad 28% wskazań, tj. mniej o 3,5 p.p. niż rok wcześniej), a na kolejnej – pięciogwiazdkowe (niemal 6% wskazań, czyli prawie o połowę mniej niż w roku poprzednim). Tylko niewiele ponad 3% turystów nocujących w małopolskich hotelach preferowało obiekty dwugwiazdkowe (o 0,5 p.p. więcej niż rok wcześniej), a nieliczni (0,6%) skorzystali z hoteli jednogwiazdkowych (2-krotnie więcej wskazań niż w oku ubiegłym).

W 2023 roku małopolskie hotele cztero- i pięciogwiazdkowe cieszyły się większym zainteresowaniem wśród obcokrajowców (odpowiednio prawie 44% wskazań, choć o 1,2 p.p. mniej niż rok wcześniej oraz ponad 9%, czyli o 0,8 p.p. mniej niż w roku ubiegłym) niż wśród Polaków (odpowiednio 16%, czyli o 1/3 mniej niż w roku poprzednim oraz 3%, tj. o ponad 3/4 mniej niż rok wcześniej). Odsetek nocujących w obiektach pozostałych kategorii był większy wśród turystów krajowych niż zagranicznych – trzygwiazdkowych (48% wskazań vs 34%), dwugwiazdkowych (5% vs 1%) i jednogwiazdkowych (0,8% vs 0,3%).

Warto podkreślić, że w badanym okresie w segmencie turystów krajowych (i turystów ogółem) rola hoteli jedno- i dwugwiazdkowych nie była tak wysoka, a czterogwiazdkowych – tak niska, nawet w roku przedpandemicznym (2019).

5.6. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski

Analizując wykorzystywane środki transportu ogółem przez odwiedzających Małopolskę, można zauważyć, że w roku 2023, podobnie jak w latach 2019-2022, dominuje transport samochodowy (75,70%) oraz transport kolejowy (10,2%).

Pozostałe środki transportu, zarówno w roku 2023, 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, gdzie w roku 2023 skorzystało z powyższego środka transportu 3,10% badanych osób, autokaru turystyczny (3,7%), transportu tradycyjnymi liniami lotniczymi (3,7%), a także transportu lotniczego tanich linii lotniczych 2,0%.

W latach 2021-2023 **nikt** nie korzystał z autobusu linii regularnej oraz mikrobusu linii regularnej, samolotu czarterowego.

Tabela 5.6.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %

Wykorzystywane środki transportu	2019	2020	2021	2022	2023R
Autobus linii regularnej	5,698%	2,717%	0,0%	0,0%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	1,193%	0,881%	0,0%	0,0%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	6,89%	3,60%	7,3%	4,1%	3,1%
Autokar turystyczny	7,052%	1,012%	6,6%	4,0%	3,7%
Inny	0,795%	1,293%	2,9%	1,9%	1,6%
Pociąg	7,892%	3,767%	11,6%	9,1%	10,2%
Samochód	63,428%	85,832%	66,2%	75,8%	75,7%
Samolot czarterowy	0,309%	0,019%	0,0%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	5,492%	2,268%	2,0%	2,4%	2,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	8,142%	2,211%	3,4%	2,7%	3,7%
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 Alejziak.

Tabela 5.6.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %

Wykorzystywane środki transportu	2019	2020	2021	2022	2023
Autobus linii regularnej	6,400%	2,553%	0,0%	0,0%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	7,238%	0,997%	0,0%	0,0%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	13,64%	3,55%	7,0%	4,1%	3,1%
Autokar turystyczny	7,238%	0,997%	6,5%	4,0%	3,7%
Inny	0,800%	1,276%	3,0%	1,9%	1,7%
Pociąg	8,952%	3,849%	11,7%	9,4%	10,5%
Samochód	73,257%	89,649%	67,2%	80,2%	80,3%
Samolot czarterowy	0,019%	0,020%	0,0%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,457%	0,279%	1,3%	0,2%	0,4%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	1,486%	0,519%	3,2%	0,3%	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 Alejziak.

Tabela 5.6.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %

Wykorzystywane środki transportu	2019	2020	2021	2022	2023R
Autobus linii regularnej	3,310%	4,984%	0,0%	0,0%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	0,519%	1,246%	0,0%	0,0%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	3,83%	6,23%	10,1%	4,2%	3,3%
Autokar turystyczny	6,424%	1,246%	7,9%	4,2%	3,8%
Inny	0,779%	1,558%	1,2%	0,9%	0,7%
Pociąg	4,283%	2,492%	14,1%	6,2%	5,7%
Samochód	29,916%	26,480%	29,2%	13,1%	15,9%
Samolot czarterowy	1,298%	0,000%	0,0%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	22,648%	33,333%	25,4%	33,8%	23,3%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	30,824%	28,660%	12,1%	37,7%	47,3%
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 Alejziak.

Analizując wskaźniki procentowe dotyczące wykorzystywanych środków transportu przez **odwiedzających krajowych**, można zauważyć, że w roku 2023, podobnie jak w latach 2019-2022, dominuje transport samochodowy (80,30%) oraz transport kolejowy (10,50%).

W przypadku pozostałych środków transportu, zarówno w roku 2023, jak też w latach poprzednich, można zauważyć tendencję malejącą. Dotyczy to korzystania z autobusu i mikrobusu linii regularnej, gdzie w roku 2022 skorzystało z powyższego środka transportu 3,10% respondentów oraz z autokaru turystycznego 3,70%. Podobnie jak w latach poprzednich, znikoma liczba badanych korzystała z samolotu tanich linii lotniczych 0,4%, samolotu tradycyjnych linii lotniczych 0,3% oraz z innych środków transportu (1,7%).

W latach 2021-2023 **nikt nie korzystał** z transportu samolotem czarterowym, autobusem linii regularnej, mikrobusem linii regularnej, z których ze zróżnicowanym zainteresowaniem korzystano w latach 2018-2020.

W przeciwieństwie do turystów krajowych, dwie trzecie **odwiedzających z zagranicy** (70,60%), przyjechało do Małopolski korzystając z transportu lotniczego, w tym prawie połowa samolotem tradycyjnych linii lotniczych (47,30%), a prawie co czwarty samolotem tanich linii lotniczych (23,30%). Porównując lata 2019-2021 oraz 2022-2023 w przypadku transportu tradycyjnymi liniami lotniczymi widoczna jest tendencja wzrostowa.

W porównaniu do odwiedzających krajowych, znacznie mniej osób korzystało z transportu samochodowego i dotyczyło to ponad co szóstego respondenta (15,90%). Porównując lata 2019-2021 oraz 2022-2023 widoczna jest tutaj tendencja spadkowa. Jeszcze mniejsza grupa (prawie trzykrotnie) korzystała z transportu kolejowego (5,70%).

Bardzo małym zainteresowaniem cieszył się transport autobusem i mikrobusem linii regularnej (3,30%) oraz autokarem turystycznym (3,80%). Warto zauważyć, iż w latach 2019-2022 powyższe formy transportu cieszyły się nieznacznie większym zainteresowaniem niż w roku 2023. Na przykład w roku 2021 grupy, które korzystały z wymienionych środków transportu były dwukrotnie większe. Sporadycznie korzystano z innych środków transportu (0,7%).

W latach 2021-2023 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.

Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie

6.1. Wprowadzenie

Wybór kierunku podróży w znaczny sposób determinuje oferta turystyczna odwiedzanego regionu. Na kompleksową ofertę turystyczną składają się zarówno wymierne usługi świadczone turystom (noclegi, transport, wyżywienie itp.), jak również niewymierne wartości, do których możemy zaliczyć: 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 czy obszaru stwarza możliwość uzyskania kompleksowego obrazu produktu turystycznego jaki stanowi Małopolska.

Istotnym elementem składowym oceny oferty turystycznej jest również opinia dotycząca relacji cen do jakości świadczonych usług. Odwiedzający region w 2023 roku, podobnie jak w badaniach prowadzonych w latach 2019-2022, mieli możliwość wyrażenia swojej opinii w tym zakresie korzystając z trzystopniowej skali ocen: uznając ceny usług jako niskie, odpowiednie lub wysokie.

6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego

Odwiedzający oceniając ofertę turystyczną Małopolski w 2023 r. korzystali z pięciostopniowej skali ocen (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle). Ocenie poddano 28 wybranych elementów składowych produktu turystycznego województwa. Wyniki badań przedstawione zostały w zestawieniach tabelarycznych z wprowadzonym podziałem na odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz zobrazowane na tle wyników badań uzyskanych w latach 2019-2022.

Specyficzną cechą miejsca odwiedzanego stanowiącą o jego indywidualności jest zespół wartości określany jako atmosfera miejsca (*genius loci*), na którą w głównej mierze składają się szeroko rozumiane historyczne wartości materialne oraz współczesne rozwiązania i udogodnienia charakteryzowane jako atrakcje turystyczne, a także wartości niematerialne, społeczne wyrażone w aktywności, gościnności i życzliwości mieszkańców. Na podkreślenie zasługuje fakt, że ten unikatowy element oferty turystycznej niezmiennie budzi uznanie odwiedzających region. Odzwierciedlone to zostało w ocenie 4,62 przyznanej przez odwiedzających krajowych oraz 4,42 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 2019-2023 ocena atmosfery miejsca odwiedzanego uzyskała najwyższą średnią wartość spośród wszystkich ocenianych elementów oferty turystycznej województwa (4,44). 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 przez pandemię 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 w latach pandemicznych. Średnia ocen atrakcyjności miejsca uzyskana w latach 2022-2023 wynosiła 4,27 i była wyższa niż w latach 2020-2021, w których wynosiła 3,78. W 2023 r. odwiedzający krajowi

przyznali ocenę 4,76, a goście zagraniczni 3,87. Gościnność i życzliwość mieszkańców, po spadku oceny w okresie pandemii, w ostatnich dwóch latach ponownie została doceniona przez odwiedzających, co odzwierciedlone zostało w ocenach w 2022 i 2023 r. (odpowiednio: 4,56 i 4,64 – goście krajowi oraz 4,24 i 4,52 – goście zagraniczni). Można zauważyć, że przyjęta strategia promocji regionu skoncentrowana na atrakcjach i wartościach kulturowych jest w pełni uzasadniona i przynosi pozytywne rezultaty.

Warunkujące pobyt turystów w regionie usługi noclegowe stanowią w Małopolsce mocny punkt oferty turystycznej. Podobnie jak w poprzednich latach baza noclegowa została wysoko oceniona przez turystów krajowych (4,50), a poziom tej oceny był najwyższy w pięcioletnim okresie badań. Również turyści zagraniczni bardzo pozytywnie ocenili ten segment usług przyznając ocenę 4,19. Warto podkreślić, 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 zakresie usług, zasługuje na uznanie i świadczy o pełnej akceptacji oferty przez turystów.

Lokale i usługi gastronomiczne zajmują ocenie poczesne miejsce na liście głównych atrakcji turystycznych odwiedzanych miejsc i miejscowości. W 2023 r. oferta gastronomiczna w sposób szczególny została doceniona przez gości krajowych, którzy przyznali ocenę 4,45 i był to kolejny wzrost w relacji rok do roku. Goście zagraniczni przyznali ocenę na poziomie z poprzedniego roku (4,06), u utrzymuje się ta ocena na poziomie średnie z pięciu lat. Można podkreślić, że obie badane grupy gości wyraziły swoje uznanie dla oferty gastronomicznej regionu. Gastronomia 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 wykazują kolejne wyniki badań, oferta ta jest odpowiednio dopasowana do oczekiwań i odgrywa znaczącą rolę w procesie promocji regionu.

Goście korzystający z usług punktów informacji turystycznej w Małopolsce, uznali, że zarówno dostęp do informacji i sam przekaz jest zadawalający. O ile jednak opinia zagranicznych odwiedzających wyrażona w ocenie 4,05 pozostała na zbliżonym poziomie do 2022 r., to goście krajowi w 2023 r. przyznali ocenę nieco niższą niż w poprzednim (4,28). Niemniej jednak, ten pozytywny odbiór sieci informacji turystycznej w regionie zasługuje na uznanie i jest wynikiem współpracy władz regionalnych z lokalnymi samorządami i organizacjami turystycznymi zaangażowanymi w promocję swoich subregionów. W odbiorze badanych gości Informacja turystyczna jest ściśle powiązana z oznakowaniem turystycznym, które ułatwia dostęp do obszarów i atrakcji turystycznych, współtworząc zintegrowany system informacyjny. Oznakowanie turystyczne, w kolejnych badaniach, było zdecydowanie czytelniejsze dla odwiedzających krajowych i uzyskało ocenę 4,39. Goście zagraniczni ocenili oznakowanie w 2023 r. na 3,86 i była to ocena niższa od średniej (4,05) w zestawionym okresie badań.

Odwiedzający poszukujący wsparcia i wzbogacenia wiedzy o regionie korzystali z usług przewodników lokalnych, oprowadzających po muzeach i obiektach lub w określonych obszarach z przewodników górskich. Goście zagraniczni w 2023 r. z zadowoleniem z przyjęli pracę przewodników, z którymi poznawali miasta, miejscowości lub region oceniając ich usługi na 4,14. Jeszcze bardziej przychylne spojrzenie na pracę przewodników mieli odwiedzający krajowi przyznając ocenę 4,71, a ocena ta należała do jednych z najwyższych wśród wszystkich opinii. W obu grupach opinie na temat pracy przewodników były wyższe od średnich ocen uzyskanych w omawianym okresie. Potwierdza się opinia, 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 2019-2023 dokonana przez turystów

Ocena oferty turystycznej województwa	KRAJ	2019	2020	2021	2022	2023	ZAGR	2019	2020	2021	2022	2023	WAED OGÓŁEM ¹⁰
Agroturystyka – oferta	4,23	4,39	2,83	4,25	4,81	4,87	3,66	4,15	1,67	4,29	4,10	4,10	3,95
Atrakcje turystyczne	4,34	4,51	3,65	4,2	4,64	4,76	3,88	4,45	3,21	4,07	3,81	3,87	4,11
Letnia oferta turystyczna	4,49	0	0	4,19	4,62	4,67	3,67	0	0	4,54	3,19	3,38	4,08
Bezpieczeństwo	4,30	4,44	3,92	3,96	4,60	4,59	3,91	4,43	3,57	3,15	4,15	4,30	4,11
Atmosfera miejsca (Genius Loci)	4,44	4,6	4,22	4,24	4,55	4,62	4,10	4,57	4,08	3,25	4,23	4,42	4,27
Życzliwość mieszkańców + Gościnność	4,35	4,53	3,85	4,21	4,56	4,64	4,15	4,41	3,65	3,97	4,24	4,52	4,25
Przewodnicy – usługi	4,07	4,3	2,81	4,04	4,57	4,71	3,78	4,39	1,81	4,47	4,12	4,14	3,93
Jakość - Powietrze atmosferyczne	4,17	4,06	3,87	3,94	4,50	4,46	3,79	4,19	3,83	3,38	3,90	3,63	3,98
Oznakowanie turystyczne	4,20	4,35	3,75	4,03	4,53	4,39	3,90	4,25	3,54	4,04	3,85	3,86	4,05
Informacja turystyczna	4,02	4,37	2,96	4,01	4,57	4,28	3,69	4,37	1,72	4,2	4,10	4,05	3,86
Czystość w miejscu pobytu	4,17	4,25	3,93	3,78	4,52	4,40	3,81	4,34	3,46	3,14	4,13	3,99	3,99
Baza noclegowa	4,08	4,36	3,16	3,96	4,40	4,5	3,92	4,43	3,2	3,69	4,16	4,19	4,00
Gastronomia	4,13	4,36	3,65	3,8	4,42	4,45	3,89	4,4	3,52	3,45	4,00	4,06	4,01
Imprezy kult. + Imprezy masowe	3,67	3,75	2,31	3,75	4,41	4,13	3,55	4,16	1,13	4,14	4,12	4,21	3,61
ZWAD¹¹	3,92	4,06	3,06	3,85	4,26	4,33	3,70	4,24	2,62	3,84	3,88	3,92	4,36
Internet dostęp (Wi-Fi)	3,65	4,03	3,3	2,68	4,25	4,04	3,40	4,17	3,17	2,3	3,82	3,55	3,52
Udogodnienia dla podróży z małymi dziećmi	4,24	0	0	3,93	4,29	4,58	4,18	0	0	4,31	4,12	4,12	4,21
Atrakcje nocne miejscowości	3,72	3,88	2,51	3,7	4,24	4,29	3,53	4,16	2,07	3,88	3,75	3,84	3,62
Rozrywka - (dyskoteki - kluby - puby)	3,74	4,02	2,42	3,73	4,26	4,31	3,58	4,23	1,94	4,09	3,77	3,95	3,66

¹⁰ WAED- Wskaźnik Atrakcyjności Elementu Destynacji

¹¹ ZWAD - Zintegrowany WSKAŹNIK ATRAKCYJNOŚCI DESTYNACJI dla każdego profilu respondenta

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2023 ROKU

Dworzec autobusowy - terminal	3,48	3,22	1,88	3,85	4,22	4,27	3,50	3,82	1,6	4,49	3,80	3,80	3,49
Zimowa oferta turystyczna	3,98	0	0	3,91	4,10	3,92	3,80	0	0	3,84	3,81	3,76	3,89
Bezpieczeństwo sanitarno-epidemiologiczne	4,14	0	0	3,89	4,12	4,44	3,90	0	0	3,62	4,00	4,08	4,00
Lotnisko - terminal	3,30	2,47	1,87	4,16	4	4	3,76	4,03	2,64	4,44	3,82	3,87	3,53
Udogodnienia dla niepełnosprawnych	3,49	3,85	2,26	3,83	3,80	3,72	3,43	4,12	1,29	4,29	3,85	3,64	3,46
Dworzec kolejowy - terminal	3,35	3,21	1,92	4,07	3,83	3,73	3,57	3,78	1,43	4,83	3,93	3,93	3,46
Transport lokalny (autobusy, tramwaje, mikrobusy)	3,63	3,91	2,52	3,7	3,88	4,24	3,60	4,13	2,04	4,12	3,87	3,90	3,62
Taksówki	3,49	3,45	2,26	3,62	3,85	4,31	3,53	4,02	2,37	3,58	3,66	4,07	3,51
Parkingi	3,71	0	0	3,2	3,66	4,34	3,25	0	0	2,99	3,35	3,45	3,48
Toalety publiczne	3,36	3,92	3,02	3,13	3,10	3,61	3,19	4	2,58	3,07	3,11	3,24	3,27
Gościnność	4,54	4,54	3,91	0	0	0	4,10	4,45	3,74	0	0	0	4,16
Życzliwość	4,51	4,51	3,78	0	0	0	3,97	4,37	3,56	0	0	0	4,06
Jakość obsługi turystycznej	4,52	4,52	3,38	0	0	0	3,25	4,37	2,13	0	0	0	3,60
Karta kredytowa - możliwość zapłaty	4,34	4,34	3,44	0	0	0	3,97	4,42	3,52	0	0	0	3,93
Dojazd do destynacji	4,19	4,19	3,9	0	0	0	4,02	4,34	3,7	0	0	0	4,03
Bankomaty - dostępność	4,19	4,19	2,86	0	0	0	3,31	4,31	2,3	0	0	0	3,42
Imprezy masowe/muzyczne	3,75	3,75	2,32	0	0	0	2,66	4,18	1,14	0	0	0	2,85
Imprezy kulturalne	3,74	3,74	2,29	0	0	0	2,63	4,13	1,12	0	0	0	2,82

Źródło: Opracowanie 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 budowaniu pozytywnego obrazu obszarów i miejscowości turystycznych odgrywa szeroko rozumiana rozrywka. W 2023 r. opinia na temat formy rozrywki jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby odzwierciedla się w ocenie – 4,31 wystawionej przez gości krajowych. W kolejnym roku odnotowujemy jej wzrost i w analizowanym okresie była to najwyższa ocena przyznana przez tę grupę badanych. Goście zagraniczni nie odbierają tak pozytywnie proponowanej oferty rozrywkowej i jej poziom ocenili na 3,95. Można zauważyć, że wartość oceny rozrywki przez tę grupę jest niższa niż w 2019 r., szczytowym roku turystyki w regionie (4,23). Opinie generalnie dotyczące usług rozrywkowych są pozytywne, ale rosnące potrzeby turystów i wzrastające wymagania zmuszają do stałego dostosowywania oferty i dbałości o jej poziom. Do tego segmentu usług zalicza się również szeroko pojęte - atrakcje nocne, ocenione przez gości zagranicznych na 3,84 i krajowych na 4,29. Opinia dotycząca dostępu do nocnych usług rozrywkowych w obu badanych grupach nie uległa zasadniczym zmianom w porównaniu do 2022 r. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że 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.

Elementami przyciągającym turystów i w znaczący sposób wpływającymi na ocenę oferty turystycznej regionu są wydarzenia kulturalne, koncerty muzyczne oraz imprezy masowe. Świadczą one 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 4,21, a przez gości krajowych 4,13 wskazuje, że wydarzenia kulturalne w ofercie Małopolski są przygotowywane i przeprowadzane z wyczuciem oczekiwań odbiorców zagranicznych, jak i krajowych.

Bardzo istotny wpływ na ocenę odwiedzanego miejsca ma odbiór czystości otoczenia. Jest ono łatwo obserwowalne i chętnie oceniana przez odwiedzających. W 2023 r. porządek i czystość otoczenia w odwiedzanych miejscach Małopolski nie budziły zastrzeżeń i obraz ten był dla odwiedzających pozytywny co wyrazili w poziomie oceny. Goście zagraniczni przyznali ocenę 3,99 a goście krajowi 4,40. Świadczy to o utrzymującej się dbałości o otoczenie przez władze lokalne i samych mieszkańców. Jednak bez względu na to, jaką ocenę przyznają odwiedzający, to zawsze aktualne pozostaje stwierdzenie, że czystość miast, miejscowości i obszarów w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie opinii o całym odwiedzanym regionie.

Do 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 nie budzą zastrzeżeń odwiedzających, a ich ocena utrzymuje się na podobnym poziomie w całym analizowanym okresie. Goście zagraniczni i krajowi ocenili dostęp oraz czystość tych miejsc na 3,27. Warto zauważyć, że ocena w 2023 r., w obu badanych grupach była wyższa niż w roku poprzednim. Można zauważyć, że wymuszona przez pandemię odpowiedzialności za stan sanitarny miejsc publicznych wpłynęła pozytywnie na jakość tej usługi. Jednocześnie korzystający są bardziej wyczuleni i zwracają więcej uwagi na przestrzeganie zasad higienicznych. Dbałość o odpowiedni standard takich usług ma obecnie bardzo duże znaczenie.

W dobie systematycznie wzrastającej świadomości ekologicznej szczególną uwagę zwraca się również na jakość powietrza atmosferycznego. Pozyskiwana opinia gości na ten temat wskazuje, że jakość powietrza w odwiedzanych miejscach i miejscowościach Małopolski nie budzi zastrzeżeń. Goście zagraniczni przyznali ocenę 3,63, a dla gości krajowych czystość powietrza była praktycznie, podobnie jak w 2022 r., bez zarzutu, co wyraziło się w ocenie 4,46. 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. Aktualne jednak pozostaje stwierdzenie, że dbałość o środowisko stanowi jedno z największych wyzwań każdej destynacji turystycznej.

Dostęp do Internetu w istotny sposób wpływa na komfort turystów podczas podróży. Rozwijające się aplikacje internetowe ułatwiają nawigację, umożliwiają pozyskanie informacji i opinii o odwiedzanych miejscach i usługach. Zdaniem badanych korzystanie z usług Internetu nie stanowiło większego problemu. W 2023 r. goście krajowi przyznali tej usłudze ocenę 4,04, a goście zagraniczni dostępność Internetu ocenili na 3,55. Jednak w obu badanych grupach oceny te były niższe niż przyznane w 2022 r., co oznacza, że oczekiwania odwiedzających dotyczące darmowego dostępu do usługi nie są w pełni zaspokojone. Należy zauważyć, że dostępność sieci internetowej jest aktualnie traktowana nie jako usługa, ale jako naturalny element infrastruktury odwiedzanego miejsca.

Docierając do odwiedzanych miejsc, duże znaczenie dla podróżnych ma organizacja miejsc 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 2023 r., wszystkie te obiekty i urzędnia, podobnie jak w roku ubiegłym, uzyskały pozytywne opinie. Dworce kolejowe w Małopolsce goście krajowi ocenili na 3,73, a odwiedzający zagraniczni na 3,93. Dworcem autobusowym odwiedzający krajowi przyznali ocenę 4,27, a zagraniczni 3,87. Terminal lotniczy oceniony został na 4,0 przez gości krajowych i 3,87 przez zagranicznych. Zachodzące zmiany w ofercie komunikacji lotniczej, wzrost połączeń kolejowych oraz coraz większe zainteresowanie usługami publicznych środków 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. Odwiedzający krajowi w 2023 r. bardzo dobrze ocenili ofertę lokalnego transportu przyznając ocenę 4,24 i była to ocena zdecydowanie wyższa niż średnia w analizowanym okresie, która wynosiła 3,63. Ocena gości zagranicznych utrzymuje się od 2019 r. na zbliżonym poziomie i wynosi 3,90. W ramach oceny transportu lokalnego zebrano także opinie na temat oferty przedsiębiorstw taksówkarskich. W ocenie tego środka transportu odnotowano bardzo wyraźny wzrost pozytywnych opinii gości krajowych, co odzwierciedliło się w ocenie 4,31 w stosunku do 3,85 z 2022 r. Również goście zagraniczni docenili usługi taksówkarskie przyznając ocenę 4,07. Na podstawie zebranych opinii można przyjąć, że poziom usług związanych z transportem publicznym umożliwiającym dotarcie do miejsca docelowego oraz usługi transportu lokalnego, w tym oferty przedsiębiorstw taksówkarskich spełniają oczekiwania odwiedzających Małopolskę. Ułatwienia w dostępie do atrakcji zapewniają również miejsca postojowe i parkingi. Goście korzystający z własnego transportu oceniali dostęp i poziom tych usług. Ten element oferty turystycznej był poddany po raz pierwszy w 2021 r. uzyskując bardzo niskie oceny 3,2 wystawione przez gości krajowych i 2,99 przez zagranicznych. W aktualnych badaniach, co zasługuje na uwagę i

weryfikację w kolejnym roku, odnotowujemy wzrost oceny wśród gości krajowych do poziomu 4,34, a zagranicznych 3,45.

Od 2021 r. w celu stałego podnoszenia poziomu atrakcyjności turystycznej regionu odwiedzający Małopolskę mogą wyrażać swoją opinię na temat letniej oraz zimowej oferty turystycznej. W każdym kolejnym roku odnotowujemy wśród gości krajowych wzrost pozytywnych opinii o proponowanej w regionie ofercie w okresie letnim, którzy przyznali bardzo wysoką ocenę 4,67. Oferta ta już kolejny raz nie wzbudza pełnego zadowolenia wśród gości zagranicznych. Przyznana ocena 3,38 należy do jednych z najniższych ocen kompleksowej oferty regionu i trudno jednoznacznie uzasadnić różnice w stosunku do 2021 r., w którym wynosiła 4.5. W ocenie oferty zimowej w regionie nie odnotowujemy natomiast znaczących zmian. Goście krajowi ocenili ofertę na 3,92, a zagraniczni na 3,76. 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. W 2023 r., ten element oferty został bardzo pozytywnie odebrany przez odwiedzających krajowych (4,58) i była to ocena wyższa niż w poprzednim roku badań. Również wysoką ocenę 4,12, na poziomie z roku ubiegłego, wystawili goście zagraniczni. Można przyjąć, że oferta dla turystyki rodzinnej zajmuje istotną pozycję w ofercie małopolskich usługodawców. Wypoczynek rodzinny w znacznej mierze związany jest z ofertą świadczoną przez gospodarstwa agroturystyczne. Ta bardzo rozpowszechniona i zróżnicowana baza obejmująca kompleksowe usługi noclegowe, żywieniowe i gwarantująca szeroki zakres atrakcji i rozrywki goście krajowi wyróżnili oceną 4,87 i była to najwyższa ocena wśród wszystkich ocenianych elementów oferty turystycznej regionu. Goście zagraniczni, chociaż rzadziej korzystają z bazy agroturystycznej, również wysoko oceni poziom tej oferty przyznając ocenę 4,10.

Ważnym elementem postrzegania, ale przede wszystkim dostępności miejsc, miejscowości czy regionu są udogodnienia dla osób niepełnosprawnych. Ten aspekt infrastruktury warunkującej osobom niepełnosprawnym korzystanie z oferty turystycznej nie budzi większych zastrzeżeń i w opinii gości krajowych zasługuje na ocenę 3,72, a zagranicznych na 3,64. Mimo akceptacji udogodnień dla osób niepełnosprawnych w regionie, dalszym ciągu, uwzględniając starzejące się społeczeństwa, jest koniecznością i obowiązkiem stałe udoskonalanie wszelkiego rodzaju rozwiązań warunkujących dostępność dla wszystkich grup społecznych.

Utrzymujące się zagrożenia epidemiologiczne oraz trwająca wojna w Ukrainie bardzo wyraźnie oddziałują 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 podkreślać i rozpowszechniać informacje, że goście czują się podczas pobytów w Małopolsce bardzo bezpiecznie, co odzwierciedla ocena 4,59 wystawiona przez odwiedzających krajowych, która należy do najwyższych ocen wystawionych składowym elementom oferty turystycznej regionu. Również wysoko (4,30) poziom bezpieczeństwa w odwiedzanym miejscu i regionie 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 pozyskiwano również opinie dotyczące poziomu bezpieczeństwa sanitarno-epidemiologicznego. W 2023 r. odwiedzający w obu badanych grupach uznali działania zabezpieczające jako odpowiadające ich oczekiwaniom, a oceny tych działań były wyższe niż w 2022 r. Goście krajowi przyznali oceny 4,44, a zagraniczni 4,08, co jest potwierdzeniem, że zabezpieczenia w tym obszarze utrwaliły się i utrzymują się na odpowiednim poziomie.

W 2023 r. ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski, dokonana przez odwiedzających krajowych i zagranicznych wypadła generalnie prawie w we wszystkich obszarach składających się na ofertę turystyczna regionu lepiej niż w 2022 r. Można zaobserwować, że po załamaniu rynku turystycznego spowodowanego zagrożeniami epidemiologicznymi i konfliktem zbrojnym w Ukrainie, działania podejmowane w Małopolsce w 2023 r. w zakresie turystyki wpłynęły nie tylko przywrócenie poziomu ruchu turystycznego sprzed kryzysu, ale także na rozwój oferty turystycznej i poziom świadczonych usług.

Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2023 roku

W kompleksowej ofercie turystycznej regionu istotne znaczenia ma zakres i poziom świadczonych przez dostawców usług. W odbiorze tych usług przez klientów, bardzo ważną rolę odgrywa postrzeganie relacji ceny do jakości otrzymywanych świadczeń. Odwiedzający Małopolskę w 2023 r., tak jak w poprzednich badaniach, wyrażali swoją opinię na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.

Przeprowadzając analizę uzyskanych wyników dotyczących odbioru cen usług w stosunku do ich poziomu należy zaznaczyć, 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.

Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2023 roku

KRAJ 2023	KRAJ 2023	KRAJ 2023	CENY DO JAKOŚCI	ZAGR 2023	ZAGR 2023	ZAGR 2023
1 - wysokie	2 - odpowiednie	3 - niskie	2023	1 - wysokie	2 - odpowiednie	3 - niskie
45,20%	48,20%	6,50%	Noclegi	16,20%	70,60%	13,10%
47,00%	48,80%	4,20%	Gastronomia	18,80%	64,50%	16,60%
17,60%	78,70%	3,70%	Teatr, kino, muzea	15,50%	71,90%	12,60%
2,90%	96,00%	1,10%	Przewodnik	11,40%	77,60%	11,00%
11,90%	60,00%	28,10%	Transport lok.	10,70%	70,10%	19,10%
47,90%	46,90%	5,20%	Taxi	11,60%	70,30%	18,10%
4,60%	92,00%	3,40%	Imprezy kult.	11,20%	74,70%	14,10%
0,10%	64,70%	35,30%	Baza sport	7,50%	82,10%	10,40%
6,20%	91,60%	2,20%	Kluby, puby	13,10%	70,30%	16,50%
22,70%	59,90%	17,40%	Atrakcje tury	12,50%	75,20%	12,30%
10,60%	70,00%	19,40%	Parkingi	19,90%	70,10%	9,90%

19,70%	68,80%	11,50%	OGÓŁEM	13,49%	72,49%	13,97%
--------	--------	--------	---------------	--------	--------	--------

Źródło: Opracowanie 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

W 2023 r. 68,8% odwiedzających krajowych i 72,49% zagranicznych uznało relację cen w stosunku do oferowanych kompleksowo usług w Małopolsce jako odpowiednią. Odsetek takich odpowiedzi, w stosunku do otrzymanych w 2022 r., zmniejszył się w grupie gości krajowych o 5,70%, ale wzrósł o 3,6% poziom opinii, że ceny są wysokie i równocześnie wzrosła o 2,1% poziom stwierdzeń, że ceny są niskie w stosunku do poziomu świadczonych usług. Natomiast wśród gości zagranicznych wzrósł o 9,69% odsetek deklaracji uznających relacje cen do jakości za odpowiednią przy jednoczesnym obniżeniu opinii w stosunku do roku ubiegłego, że ceny usług są niskie. Bez zmian pozostał poziom odpowiedzi uznających ceny jako niskie.

Noclegi	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	16,9%	21,4%	38,0%	22,6%	45,2%	7,6%	9,5%	32,0%	14,9%	16,2%
2 odpowiednie	73,5%	75,6%	61,2%	74,6%	48,2%	73,2%	68,8%	65,9%	63,0%	70,6%
3 ceny niskie	9,6%	3,1%	0,8%	2,8%	6,5%	19,2%	21,7%	2,1%	22,1%	13,1%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%*	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%

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

W ocenie relacji cen usług noclegowych w stosunku do ich jakości można zaobserwować znaczne różnice w odbiorze niż w przypadku uśrednionej kompleksowej oceny usług turystycznych w regionie. W 2023 r. turyści krajowi (osoby nocujące) odczuli wzrost cen usług noclegowych i 45,2% z nich uznało, że proponowane ceny są wysokie, co wskazuje, że o 100% wzrósł poziom takich deklaracji. O ile w 2022 r. prawie 75% turystów krajowych ceny odpowiadały, to w aktualnych badaniach było ich tylko 48,2%. Tylko zróżnicowaniem oferty i zasobności gości mogą wyjaśniać wzrost 3,7% wskazań, że ceny w stosunku do oferty usług noclegowych są niskie. Takiej drastycznej zmiany w stosunku do roku ubiegłego nie obserwujemy w deklaracjach turystów zagranicznych. W tej grupie gości wzrósł o 7,6% poziom opinii wskazujących, że ceny są odpowiednio skorelowane z jakością (70,6%). W znacznym stopniu, bo o 9% zmniejszył się odsetek określających ceny jako niskie (13,1%). Natomiast tylko o 1,3% uległa zmiana deklarujących, że ceny są wysokie. Obserwowana w ostatnich latach badań zmniejszająca się rozbieżność w opinii badanych grup w 2023 r. ponownie zostało zaburzone i nastąpiło rozwarstwienie w odbiorze cen usług noclegowych w relacji do ich jakości. Tak wyraźna zmiana w relacjach cenowych bazy noclegowej budzi niepokój i wymaga stałego monitorowania.

Gastronomia	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	17,3%	25,1%	55,7%	34,9%	47,0%	5,7%	10,2%	50,6%	10,7%	18,8%
2 odpowiednie	72,2%	71,4%	43,5%	63,4%	48,8%	65,5%	64,2%	45,6%	61,5%	64,5%
3 ceny niskie	10,5%	3,4%	0,8%	1,7%	4,2%	28,8%	25,6%	3,8%	27,8%	16,6%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%

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

Podobne zmiany, jak w przypadku usług noclegowych, obserwujemy w odbiorze relacji cen usług gastronomicznych w stosunku do jakości świadczeń. W 2023 r. w grupie gości krajowych tylko 48,8% uznało, że ceny świadczeń są odpowiednie i było to o 14,6% mniej takich wskazań niż w 2022 r. W grupie gości zagranicznych opinię o cenach odpowiednich wyraziło 64,5% badanych i takich opinii było tylko o 3% więcej niż w poprzednim roku (61,5%). Zmiana ta nie była tak drastyczna jak w przypadku gości krajowych, wśród których również bardzo znacząco, bo 12,1% wzrósł poziom opinii

uznających ceny usług gastronomicznych jako wysokie. W odbiorze odwiedzających zagranicznych także zauważamy znaczny, bo o 8,1% wzrost deklaracji wskazujących na wysokie ceny usług gastronomicznych. Zmniejszyła się natomiast w tej grupie gości o 11,2% opinia określająca ceny jako niskie. O ile w ostatnich latach oferta gastronomiczna Małopolski była akceptowana przez obie grupy odwiedzających, to w 2023 r. relacje te zostały wyraźnie zachwiane.

Wstępy do atrakcji	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	11,7%	21,0%	50,3%	18,7%	22,7%	5,1%	9,0%	18,9%	10,4%	12,5%
2 odpowiednie	72,9%	73,0%	48,8%	67,7%	59,9%	70,5%	72,9%	80,1%	66,6%	75,2%
3 ceny niskie	15,4%	5,9%	0,9%	13,6%	17,4%	24,3%	18,1%	1,0%	23,0%	12,3%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Zróżnicowane i uznawane atrakcje turystyczne Małopolski, a w szczególności ich odpłatna dostępność, zdaniem 59,9% gości krajowych jest właściwie wyceniona przez gestorów tych atrakcji. Jednak poziom takich wskazań był w 2023 r. o 7,2% mniejszy niż w roku ubiegłym. W tej grupie badanych wzrósł natomiast o 4%, czyli do 22,7%, odsetek opinii wskazujących na wysoki poziom cen w stosunku do oferty. Zróżnicowaniem możliwości finansowe odwiedzających i zakresem usług można natomiast tłumaczyć przyrost o 4,2% deklarujących, że ceny wstępu do atrakcji są niskie. W przypadku odwiedzających zagranicznych 75,2% wskazało, że ceny są odpowiednio dostosowane do oferty i odsetek takich deklaracji wrócił do poziomu z lat ubiegłych. Tylko w 2022 r. relacja cen do jakości uznawana jako odpowiednia, w tym obszarze usług, obniżyła się do 66,6%. Odsetek wskazań uznających ceny jako wysokie uległ tylko nieznacznej zmianie bo o 2,1%, ale zdecydowanie mniej badanych, tylko 12,3% w stosunku do 23% uznało, że ceny w relacji do jakości oferty są niskie. Poziom akceptacji w obu badanych grupach uległ w 2023 r. zmianom i zachwiał, w odbiorze gości, relacje cen za bilety wstępu do atrakcji turystycznych.

Kluby	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	21,8%	24,5%	44,8%	11,2%	6,2%	6,5%	10,9%	39,7%	13,6%	13,1%
2 odpowiednie	63,7%	70,1%	52,0%	84,7%	91,6%	64,6%	66,7%	55,5%	61,4%	70,3%
3 ceny niskie	14,5%	5,5%	3,2%	4,1%	2,2%	28,9%	22,4%	4,8%	25,0%	16,5%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%

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

Ceny szerokiej oferty dyskotek, pubów, klubów zostały w 2023 r. uznane przez korzystających z tej formy rozrywki odwiedzających jako odpowiednie. Goście krajowi w niespotykanym w poprzednich latach badań odsetku (91,%) wyrazili taką opinię. Również 70,3% gości zagranicznych miało takie zdanie na temat oferty cenowej w stosunku do jakości usług. O ile wśród gości krajowych odmienne zdanie miała tylko nieznaczna grupa wskazująca, że ceny są wysokie (6,2%) lub niskie (2,2%), wśród gości zagranicznych zróżnicowanie było zdecydowanie większe. Do dla 13,1% tej grupy badanych, czyli na poziomie z ubiegłego roku, ceny były wysokie w stosunku do oferty, a dla 16,5% niskie, chociaż osób wskazujących na ceny niskie było o 11,5% mniej niż w 2022 r. Na uwagę zasługuje zgodność opinii gości krajowych dotycząca relacji cen do jakości usług tej formy rozrywki.

Imprezy kulturalne	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	12,6%	19,9%	27,9%	13,3%	4,6%	6,6%	4,7%	17,4%	13,6%	11,2%
2 odpowiednie	68,9%	73,7%	68,6%	76,8%	92,0%	65,5%	77,9%	57,0%	59,1%	74,7%
3 ceny niskie	18,5%	6,4%	3,5%	9,9%	3,4%	27,9%	17,4%	25,6%	27,3%	14,1%

Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

W 2023 r. opinia dotycząca cen za wstępy na imprezy i wydarzenia kulturalne, których organizacja stanowi istotny element oferty turystycznej, uległy znacznym zmianom. Podobnie, jak w przypadku dostępności dyskotek, pubów i klubów, goście krajowi uznali, że poziom cen na imprezy kulturalne jest odpowiednio dostosowany do jakości oferty. Takie zdanie miało 92% badanych, czyli o 15,2% więcej niż w roku ubiegłym i również zdecydowanie więcej niż w poprzednich latach badań. Skrajne opinie określające ceny jako wysokie lub niskie były jedynie marginalne. Na uwagę zasługuje znaczny spadek, bo o 8,3% wskazań przez gości krajowych, że ceny usług są wysokie. Kolejne badania pozwolą na zweryfikowanie zebranych opinii lub wskazanie trendu. Wśród gości zagranicznych również zdecydowanie wzrósł odsetek uznających ceny za odpowiednie w stosunku do oferty. Poziom takich deklaracji był wyższy o 18,3% niż w roku ubiegłym, w którym wynosił 74,7%. Uznających, z tej grupy badanych, że ceny są wysokie w stosunku do jakości było 11,2% i taka opinia nie uległa zasadniczej zmianie. Wyraźnie, bo o 13,2% zmniejszył się natomiast poziom wskazań określających ceny jako niskie. Należy stwierdzić, że w 2023 r. dla gości krajowych oferta cenowa była odpowiednio skorelowana z jakością usług i możliwościami finansowymi badanych. Goście zagraniczni również w znacznym stopniu zaakceptowali występujące relacje.

Muzeum Teatr Kino	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	11,35%	24,5%	34,2%	8,3%	17,6%	5,05%	4,5%	37,1%	12,3%	15,5%
2 odpowiednie	71,05%	69,85%	61,4%	86,7%	78,7%	65,0%	73,8%	46,3%	63,0%	71,9%
3 ceny niskie	17,6%	5,7%	4,4%	5,0%	3,7%	29,95%	21,7%	16,6%	24,7%	12,6%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

W 2023 r. ocena jakości oferty obiektów muzealnych, kin i teatrów w Małopolsce w stosunku do cen biletów, w obu badanych grupach uległa zmianom. Gości krajowych, którzy w 2022 r. w 86,7% uznali relacje cen do jakości jako odpowiednie, w tegorocznych badaniach było mniej o 8%. Zwiększył się natomiast o 9,3% odsetek wskazań, że ceny są wysokie w stosunku do oferty. Uznających ceny jako niskie było tylko 3,7% badanych. Zdaniem gości zagranicznych ceny wstępów do instytucji kultury są odpowiednie, co uznało 71,9% badanych, to znaczy o 8,3% więcej niż w poprzednich badaniach. W opiniach wskazujących na wysokie ceny w stosunku do usług odnotowany tylko wzrost o 3%, to w przypadku deklarujących, że ceny są niskie odnotowano spadek aż o 12,1%. Na uwagę zasługuje również to, że znacznym stopniu opinie obu grup są zbliżone do siebie

Baza sportowa	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	17,4%	21,7%	48,0%	3,3%	0,1%	5,3%	6,2%	45,1%	9,3%	7,5%
2 odpowiednie	67,4%	71,8%	50,1%	67,5%	64,7%	64,3%	76,3%	35,4%	81,4%	82,1%
3 ceny niskie	15,1%	6,6%	1,9%	29,2%	35,3%	30,5%	17,5%	19,5%	9,3%	10,4%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,10%	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 oferta tych obiektów nie stanowi istotnego zainteresowania i rzadko jest wskazywana jako cel przyjazdu. Wyrażający opinie goście krajowi w 64,7% uznali ceny w stosunku do oferty za odpowiednie i podobne zdanie miało aż 82,1% badanych gości zagranicznych. Na uwagę zasługuje, że podobnie jak 2022 r. większy odsetek gości zagranicznych niż krajowych

wskazał, że ceny bazy sportowo-rekreacyjnej są wysokie w stosunku do oferty (odpowiednio 7,5% i 0,1%). Również opinie gości krajowych (35,3%) wskazujące na ceny niskie były częściej formułowane niż goście zagranicznych (10,4%). Takie proporcje dotychczas nie występowały w żadnych z pozostałych ocenianych usług i wymagają dalszej obserwacji.

Przewodnicy	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	10,7%	23,8%	44,3%	6,2%	2,9%	5,9%	4,7%	29,1%	15,7%	11,4%
2 odpowiednie	69,6%	69,3%	54,0%	85,4%	96,0%	63,8%	73,6%	62,4%	63,2%	77,6%
3 ceny niskie	19,7%	6,9%	1,7%	8,4%	1,1%	30,3%	21,7%	8,5%	21,1%	11,0%
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 96% wskazań, że ceny tych usług są odpowiednio ustalone. Jest to o 10,6% więcej niż w roku ubiegłym. Podobne zdanie miało 77,6% gości zagranicznych i w tej grupie możemy odnotować wzrost takich opinii o 14,2%. Uznających ceny za wysokie w stosunku do usług, jakie oferują przewodnicy, było tylko 2,9% gości krajowych i jest to niższy procent wskazań od gości zagranicznych, który wynosił 11,4%. To kolejna usługa turystyczna, której ceny są w mniejszym stopniu akceptowana przez gości zagranicznych niż krajowych. Proporcje w opiniach gości zagranicznych (11,1% wskazań) w stosunku do krajowych (1,1%) uznających ceny za ceny niskie w stosunku do usług zostały zachowane, ale w oby przypadkach odnotowano ich duży spadek (odpowiednio o 7,3% i 9,9%). Należy zwrócić uwagę, że w 2023 r. podobnie jak w latach poprzednich tylko nieliczna grupa odwiedzających korzystała z usług przewodników miejskich, górskich czy oprowadzających po obiektach.

Transport	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	12,3%	20,5%	36,9%	25,2%	11,9%	4,8%	5,9%	31,7%	9,6%	10,7%
2 odpowiednie	69,9%	74,2%	62,0%	65,2%	60,0%	57,5%	61,0%	67,3%	58,8%	70,1%
3 ceny niskie	17,8%	5,4%	1,1%	9,6%	28,1%	37,7%	33,1%	1,0%	31,6%	19,1%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%

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

Ceny usług transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski, jak i umożliwiającego poruszanie się po jej obszarze są niezmiennie chętnie poddawane oceniają zarówno przez gości krajowych jak i zagranicznych. Goście krajowi w 60,02% uznali, że ceny są odpowiednie w stosunku do świadczonych usług. Zdecydowanie więcej, bo o 10,1% wskazań, czyli do 70,1% odnotowujemy w grupie gości zagranicznych. W ich przypadku, w relacji rok do roku, wzrost wynosił aż 11,7%. W porównaniu z opiniami z 2022 r., przy ponad 100% spadku wskazań gości krajowych, że ceny są wysokie, w 2023 r. w obu badanych grupach poziom takich deklaracji jest porównywalny. Różnice w opiniach wyraźnie zaznaczone są we wskazaniach na ceny niskie w stosunku do oferty. Dla 28,1% gości krajowych ceny tych usług ceny są niskie, a takie zdanie podziela 19,1% gości zagranicznych.

Taxi	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	24,8%	26,1%	50,5%	29,8%	47,9%	12,8%	14,8%	25,0%	14,4%	10,7%
2 odpowiednie	59,0%	68,6%	44,1%	61,1%	46,9%	60,4%	58,5%	56,3%	52,3%	70,1%
3 ceny niskie	16,2%	5,3%	5,4%	9,1%	5,2%	26,7%	26,8%	18,7%	33,3%	19,1%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%

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

Przedsiębiorstwa taksówkowe stanowią element transportu lokalnego. Zdaniem gości krajowych, którzy korzystali z usług sieci taksówkowych, ceny w stosunku do jakości usług są wysokie (47,9%). Dla 46,9% relacja ta została ustalona odpowiednio. Wskazań na ceny niskie odnotowano tylko 5,2%. W tej grupie badanych nastąpiła wyraźna zmiana w odbiorze cen w stosunku do oferowanych usług. Ponad 18% zwiększył się odsetek wskazując, że ceny taksówek są wysokie. Goście zagraniczni byli bardziej zgodni w swoich opiniach i 70,1% uznało ceny za odpowiednie. W tym przypadku również prawie 18% wzrost wskazań w porównaniu z rokiem ubiegłym. Odsetek wskazujących na niski poziom cen w stosunku do wskazań z w 2022 r. obniżył się z 33,3% do 19,1% .

Parkingi	PL 19	PL 20	PL 21	PL 22	PL 23	ZG 19	ZG 20	ZG 21	ZG 22	ZG 23
1 ceny wysokie	b.d.	b.d.	60,9%	20,7%	10,6%	b.d.	b.d.	34,4%	22,1%	19,9%
2 odpowiednie	b.d.	b.d.	37,3%	64,7%	70,0%	b.d.	b.d.	64,9%	60,3%	70,1%
3 ceny niskie	b.d.	b.d.	1,8%	14,6%	19,4%	b.d.	b.d.	0,7%	17,6%	9,9%
Ogółem			100,0%	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%	99,9%

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

W 2023 r. po raz trzeci poddano ocenie relacje cen do oferowanych usług parkingowych i miejsc postojowych. Goście krajowi w 70% uznali, że ceny w stosunku do oferty w odwiedzanych miejscach Małopolski są odpowiednie. Przez 10,6% uznane były za ceny wysokie, a przez 19,4% za ceny niskie. Wśród gości zagranicznych również 70,1% wskazało, że ceny są odpowiednio ustalone w stosunku do oferty. Odsetek wskazań na ceny wysokie, nieznacznie spadły w stosunku do ubiegłego roku, a w przypadku wskazań na ceny niskie spadek tej był wyraźniejszy i wyniósł 7,7%. Również w tym przypadku, po raz kolejny, proporcje w opiniach określających ceny jako wysokie oraz jako niskie wskazują na większą aprobatę cen usług taksówkarskich przez gości krajowych niż zagranicznych.

Tabela 7.1.1. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 i 2023 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
17,10%	73,50%	9,40%	ŚREDNIA OGÓŁEM	13,30%	62,80%	23,90%
KRAJ 2023			ŚREDNIA OGÓŁEM	ZAGRANICA 2023		
19,70%	68,80%	11,50%		13,49%	72,49%	13,97%

Źródło: Opracowanie 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

Poddając analizie zsumowane w powyższej tabeli opinie dotyczące cen wszystkich ocenianych usług turystycznych w regionie w stosunku do poziomu świadczeń, należy odnotować, że 2023 r. obie badane grupy podobnie oceniły, że poziom oferowanych usług w stosunku do cen był odpowiednio skorelowany. Również zbliżone wyniki, w obu grupach, uzyskano w zakresie opinii określających ceny usług jako niskie. Po raz kolejny znacząca okazała się jednak różnica we wskazań na ceny wysokie. Goście zagraniczni, pomimo przypadków, w których częściej wskazywali niż goście krajowi, że ceny są wysokie, generalnie w większym zakresie akceptują ustalone przez usługodawców relacje niż goście krajowi.

Rozdział 8. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2023 roku

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 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 wprowadzano 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 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.

8.2. Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce

Respondenci swobodnie mogli podać jaką miejscowość/miejsce w Małopolsce jest dla nich atrakcyjna turystycznie (potrójne wskazanie)

Zebrane w trakcie badań ruchu turystycznego w Małopolsce informacje na temat największych atrakcji turystycznych w roku 2023 (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,

MIEJSCE

Tabela 8.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA

L.p	MIEJSCE	Kraj	Zagr	Razem: %n
1	KRAKÓW	16,4%	80,3%	20,2%
2	PIENINY	12,3%	1,3%	11,7%
3	BESKIDY	12,3%	1,3%	11,6%
4	ZATOR	9,2%	0,6%	8,7%
5	TATRY	8,3%	2,5%	8,0%
6	GORCE	8,1%	0,0%	7,6%
7	ZAKOPANE	5,3%	5,1%	5,2%
8	ROŻNÓW	5,0%	0,6%	4,7%
9	WIELICZKA	4,2%	1,9%	4,0%
10	OŚWIĘCIM	3,7%	0,6%	3,6%
11	TARNÓW	3,1%	0,6%	3,0%
12	OJCÓW	3,0%	0,0%	2,8%
13	INWAŁD	2,1%	0,6%	2,0%
14	RABKA ZDROJ	1,8%	0,0%	1,7%
15	NIEDZICA	1,1%	0,0%	1,0%
16	KRYNICA ZDRÓJ	0,8%	0,6%	0,8%
17	OLKUSZ	0,6%	0,0%	0,6%
18	ZALIPIE	0,2%	2,5%	0,3%
19	GRÓDEK NAD DUNAJCEM	0,3%	0,0%	0,3%
20	BIAŁKA TATRZAŃSKA	0,3%	0,0%	0,3%
21	ZAWOJA	0,3%	0,0%	0,3%
22	DĘBNO	0,2%	0,0%	0,2%
23	TYLICZ	0,2%	0,0%	0,1%
24	NIEPOŁOMICE	0,2%	0,0%	0,1%
25	SROMOWCE NIŻNE	0,2%	0,0%	0,1%
26	NOWY TARG	0,1%	0,0%	0,1%
27	SZCZAWNICA ZDRÓJ	0,1%	0,0%	0,1%
28	CHOCHOŁÓW	0,1%	0,0%	0,1%
29	TUCHÓW	0,0%	0,6%	0,1%
30	TROPIE	0,1%	0,0%	0,1%

31	NOWY SĄCZ	0,0%	0,6%	0,1%
32	SZAFLARY	0,1%	0,0%	0,1%
	Inne	0,3%	0,3%	0,4%
	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 Alejsiak

Tabela 8.2.2. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji OGÓŁEM – KRAJ – ZAGRANICA – LISTA top 17

L.p	MIEJSCE	Kraj %n	Zagr %n	Razem: %n
1	KRAKÓW	16,9%	83,4%	20,8%
2	PIENINY	12,7%	1,3%	12,0%
3	BESKIDY	12,6%	1,3%	12,0%
4	ZATOR	9,4%	0,7%	8,9%
5	TATRY	8,6%	2,6%	8,2%
6	GORCE	8,3%	0,0%	7,8%
7	ZAKOPANE	5,4%	5,3%	5,4%
8	ROŻNÓW	5,1%	0,7%	4,9%
9	WIELICZKA	4,3%	2,0%	4,2%
10	OŚWIĘCIM	3,9%	0,7%	3,7%
11	TARNÓW	3,2%	0,7%	3,0%
12	OJCÓW	3,1%	0,0%	2,9%
13	INWAŁD	2,1%	0,7%	2,0%
14	RABKA ZDROJ	1,8%	0,0%	1,7%
15	NIEDZICA	1,1%	0,0%	1,0%
16	KRYNICA ZDRÓJ	0,8%	0,7%	0,8%
17	OLKUSZ	0,6%	0,0%	0,6%
	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 Alejsiak

Tabela 8.2.3. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach wiekowych

L.p	MIEJSCE	30<	31-50	51>	Razem: %n
1	KRAKÓW	22,3%	19,1%	22,3%	20,8%
2	PIENINY	8,4%	12,3%	19,4%	12,0%
3	BESKIDY	12,4%	10,1%	16,0%	11,9%
4	ZATOR	10,5%	10,5%	1,0%	8,9%
5	TATRY	10,3%	7,9%	4,6%	8,2%
6	GORCE	8,9%	6,7%	8,7%	7,9%
7	ZAKOPANE	5,1%	6,0%	4,1%	5,4%
8	ROŻNÓW	5,7%	5,4%	1,5%	4,9%
9	WIELICZKA	4,6%	4,0%	3,6%	4,2%
10	OŚWIĘCIM	1,6%	4,0%	7,5%	3,7%
11	TARNÓW	2,4%	3,5%	3,2%	3,1%
12	OJCÓW	2,9%	3,2%	1,9%	2,9%
13	INWAŁD	1,2%	3,2%	0,5%	2,0%
14	RABKA ZDROJ	1,7%	1,7%	1,9%	1,7%
15	NIEDZICA	1,5%	0,7%	1,2%	1,0%
16	KRYNICA ZDRÓJ	0,2%	0,7%	2,4%	0,8%
17	OLKUSZ	0,5%	0,8%	0,0%	0,6%
	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

Tabela 8.2.4. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach wykształcenia respondenta

L.p.	MIEJSCE	A wyższe	B średnie	C pon.średniego	Razem: %n
1	KRAKÓW	21,3%	19,9%	24,2%	20,9%
2	BESKIDY	11,7%	11,9%	14,7%	12,0%
3	PIENINY	17,2%	7,3%	8,9%	12,0%
4	ZATOR	4,2%	13,1%	12,1%	8,9%
5	TATRY	8,2%	8,7%	5,3%	8,3%
6	GORCE	6,9%	9,0%	6,8%	7,9%
7	ZAKOPANE	6,2%	5,2%	1,1%	5,3%
8	ROŻNÓW	4,6%	5,8%	0,5%	4,9%
9	WIELICZKA	4,0%	4,7%	2,1%	4,2%
10	OŚWIĘCIM	3,2%	3,8%	3,7%	3,5%
11	TARNÓW	4,1%	2,4%	0,5%	3,1%
12	OJCÓW	3,0%	2,2%	5,8%	2,9%
13	INWAŁD	1,3%	1,9%	6,8%	2,0%
14	RABKA ZDROJ	1,6%	1,9%	1,6%	1,7%
15	NIEDZICA	1,3%	0,8%	1,1%	1,0%
16	KRYNICA ZDRÓJ	0,4%	0,9%	2,6%	0,8%
17	OLKUSZ	0,6%	0,3%	2,1%	0,6%
	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

Tabela 8.2.5. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach statusu materialnego respondenta

L.p.	MIEJSCE	A bardzo dobry	B dobry	C średni i niżej	Razem: %n
1	KRAKÓW	17,6%	23,7%	17,4%	20,9%
2	PIENINY	7,2%	14,6%	11,4%	12,1%
3	BESKIDY	17,1%	12,7%	4,3%	12,0%
4	ZATOR	3,1%	4,8%	27,0%	9,0%
5	TATRY	12,0%	8,6%	2,6%	8,2%
6	GORCE	10,7%	9,3%	0,9%	7,9%
7	ZAKOPANE	4,8%	5,0%	6,9%	5,4%
8	ROŻNÓW	5,3%	3,5%	7,9%	4,8%
9	WIELICZKA	5,0%	3,3%	5,6%	4,2%
10	OŚWIĘCIM	7,2%	3,0%	0,7%	3,6%
11	TARNÓW	3,9%	2,8%	2,4%	3,0%
12	OJCÓW	2,2%	2,5%	4,5%	2,8%
13	INWAŁD	0,9%	1,2%	5,4%	2,0%
14	RABKA ZDROJ	1,9%	2,2%	0,2%	1,7%
15	NIEDZICA	1,1%	0,9%	1,3%	1,1%
16	KRYNICA ZDRÓJ	0,0%	1,3%	0,6%	0,8%
17	OLKUSZ	0,2%	0,5%	0,7%	0,5%
	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

Tabela 8.2.6. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta

L.p.	MIEJSCE	A uczeń/student	B aktywny zawodowo	CD dom, emeryt	Razem: %n
1	KRAKÓW	30,3%	19,3%	20,2%	20,7%
2	PIENINY	10,3%	11,3%	20,5%	12,1%
3	BESKIDY	6,0%	12,3%	16,7%	12,0%
4	ZATOR	9,7%	9,7%	1,9%	8,9%
5	TATRY	9,3%	8,8%	2,7%	8,3%
6	GORCE	7,3%	7,9%	8,4%	7,9%
7	ZAKOPANE	8,3%	5,1%	4,2%	5,4%
8	ROŻNÓW	3,0%	5,8%	0,0%	4,9%
9	WIELICZKA	4,0%	4,5%	1,9%	4,2%
10	OŚWIĘCIM	2,3%	2,9%	10,3%	3,6%
11	TARNÓW	1,3%	3,3%	3,0%	3,0%
12	OJCÓW	3,0%	3,0%	1,9%	2,9%
13	INWAŁD	0,7%	2,3%	0,8%	1,9%
14	RABKA ZDROJ	1,3%	1,7%	2,7%	1,7%
15	NIEDZICA	2,0%	0,9%	1,1%	1,0%
16	KRYNICA ZDRÓJ	0,0%	0,6%	3,4%	0,8%
17	OLKUSZ	1,0%	0,5%	0,4%	0,6%
	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

Tabela 8.2.7. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA

OBIEKT	Kraj	Zagr	Razem: %n
Tatrzański Park Narodowy	9,0%	3,3%	8,5%
Energylandia	8,7%	0,4%	7,9%
Kopalnia Soli Wieliczka	6,0%	13,5%	6,6%
Krakowski Rynek Główny	4,4%	24,2%	6,1%
Pieniński Park Narodowy	6,2%	0,8%	5,7%
Wawel	5,4%	6,6%	5,5%
Muzeum Auschwitz	5,2%	4,5%	5,1%
Krupówki	3,2%	1,2%	3,1%
Sukiennice	2,3%	10,2%	3,0%
Góry	3,2%	0,4%	2,9%
Schronisko PTTK Turbacz	3,1%	0,0%	2,9%
Kazimierz krakowski	1,9%	11,5%	2,7%
Spyw Dunajcem	2,6%	0,0%	2,3%
Jezioro	2,4%	0,0%	2,2%
Babiogórski Park Narodowy	2,2%	0,0%	2,0%
Oświęcim	2,2%	0,0%	2,0%
Ojcowski Park Narodowy	2,1%	0,4%	1,9%
Markowe Szczawiny	2,0%	0,0%	1,8%
Krynica-Zdrój Deptak	2,0%	0,0%	1,8%
Boisko do siatkówki plażowej	1,9%	0,0%	1,7%
Kompleks Inwałd	1,8%	0,0%	1,7%
Kraków Bazylika Mariacka	1,4%	2,0%	1,5%
Niedzica/Czorsztyn Zamek	1,6%	0,0%	1,5%
Schronisko PTTK na Luboniu	1,6%	0,0%	1,4%
Trzy Korony	1,2%	0,0%	1,1%
Gorczański Park Narodowy	1,2%	0,0%	1,1%
Kościół	1,0%	2,0%	1,1%
Diablak	1,1%	0,0%	1,0%
Schronisko PTTK na Maciejowej	1,0%	0,0%	1,0%
Kasprowy Wierch	1,0%	0,0%	0,9%
Kluby	0,7%	2,0%	0,9%
Barbakan	0,3%	5,3%	0,7%
Zamek w Ojcowie	0,8%	0,0%	0,7%
Muzea	0,4%	3,7%	0,7%
Jedzenie	0,5%	2,5%	0,7%
Muzeum Lotnictwa	0,3%	4,9%	0,7%
Natura	0,7%	0,0%	0,6%
Cmentarz	0,6%	0,0%	0,6%
Park wodny	0,6%	0,0%	0,5%
Zamek Pieskowa Skała	0,5%	0,0%	0,5%
Jaskinie	0,5%	0,0%	0,5%
Kaskady na Grajcarcu	0,5%	0,0%	0,5%
Małpia wyspa	0,5%	0,0%	0,5%
Sokolica	0,5%	0,0%	0,5%
Pasma Policy	0,5%	0,0%	0,4%

Czubatka	0,5%	0,0%	0,4%
Muzeum Nikifora Krynickiego	0,5%	0,0%	0,4%
Muzeum Etnograficzne	0,4%	0,4%	0,4%
Lotnisko	0,4%	0,0%	0,4%
Palenica	0,4%	0,0%	0,4%
Pijalnia wód mineralnych	0,4%	0,0%	0,4%
Parki	0,4%	0,0%	0,4%
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

Tabela 8.2.8. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację,
W trzech grupach wiekowych respondenta

OBIEKT	30<	31-50	51>	Razem: %n
Tatrzański Park Narodowy	9,7%	8,6%	5,6%	8,5%
Energylandia	9,4%	9,2%	0,9%	8,0%
Kopalnia Soli Wieliczka	7,1%	6,5%	6,3%	6,7%
Krakowski Rynek Główny	8,1%	5,6%	3,1%	6,2%
Pieniński Park Narodowy	3,9%	6,0%	9,6%	5,8%
Wawel	5,1%	4,7%	8,5%	5,5%
Muzeum Auschwitz	2,1%	6,5%	8,5%	5,1%
Krupówki	2,8%	3,2%	2,9%	3,0%
Sukiennice	4,0%	2,0%	3,1%	3,0%
Góry	3,8%	2,9%	1,3%	3,0%
Schronisko PTTK Turbacz	3,1%	2,6%	3,1%	2,9%
Kazimierz krakowski	2,4%	3,3%	2,0%	2,7%
Spływ Dunajcem	1,8%	2,5%	3,4%	2,4%
Jezioro	2,5%	2,2%	1,1%	2,2%
Babiogórski Park Narodowy	2,9%	1,5%	1,3%	2,0%
Oświęcim	0,6%	1,8%	6,0%	2,0%
Ojcowski Park Narodowy	2,6%	1,6%	0,9%	1,9%
Markowe Szczawiny	1,7%	1,9%	1,8%	1,8%
Krynica-Zdrój Deptak	0,2%	0,5%	8,7%	1,7%
Boisko do siatkówki plażowej	2,2%	1,8%	0,2%	1,7%
Kompleks Inwałd	0,8%	2,9%	0,0%	1,7%
Kraków Bazylika Mariacka	1,5%	1,6%	1,1%	1,5%
Niedzica/Czorsztyn Zamek	1,2%	1,6%	1,8%	1,5%
Schronisko PTTK na Luboniu	1,7%	1,4%	0,9%	1,4%
Gorczański Park Narodowy	1,1%	1,0%	1,3%	1,1%
Kościoty	1,0%	1,2%	1,1%	1,1%
Trzy Korony	0,4%	1,1%	2,2%	1,0%
Diablak	1,0%	0,9%	1,1%	1,0%
Schronisko PTTK na Maciejowej	0,8%	1,2%	0,9%	1,0%
Kasprowy Wierch	1,4%	0,5%	1,1%	0,9%
Kluby	1,4%	0,7%	0,0%	0,9%
Barbakan	1,1%	0,6%	0,0%	0,7%

Zamek w Ojcowie	0,8%	0,8%	0,4%	0,7%
Muzea	1,0%	0,6%	0,2%	0,7%
Jedzenie	1,0%	0,4%	0,9%	0,7%
Muzeum Lotnictwa	0,7%	0,9%	0,0%	0,7%
Natura	0,8%	0,5%	0,7%	0,6%
Cmentarz	0,5%	0,8%	0,2%	0,6%
Park wodny	0,9%	0,2%	0,7%	0,5%
Zamek Pieskowa Skała	0,3%	0,6%	0,7%	0,5%
Jaskinie	0,4%	0,6%	0,4%	0,5%
Kaskady na Grajcarku	0,7%	0,5%	0,2%	0,5%
Małpia wyspa	0,7%	0,5%	0,0%	0,5%
Sokolica	0,1%	0,8%	0,7%	0,5%
Pasmo Policy	0,4%	0,2%	1,1%	0,4%
Czubatka	0,3%	0,7%	0,0%	0,4%
Muzeum Nikifora Krynickiego	0,4%	0,3%	0,9%	0,4%
Muzeum Etnograficzne	0,2%	0,6%	0,4%	0,4%
Lotnisko	1,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Palenica	0,0%	0,3%	1,6%	0,4%
Pijalnia wód mineralnych	0,2%	0,6%	0,2%	0,4%
Parki	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%
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 Alejskiak

Tabela 8.2.9. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach wykształcenia respondenta

OBIEKT	A wyższe	B średnie	C pon.średniego	Razem: %n
Tatrzański Park Narodowy	9,1%	8,5%	5,1%	8,5%
Energylandia	3,5%	12,0%	10,1%	8,0%
Kopalnia Soli Wieliczka	7,6%	6,1%	4,6%	6,7%
Krakowski Rynek Główny	6,3%	6,0%	5,5%	6,1%
Pieniński Park Narodowy	7,6%	4,3%	4,1%	5,8%
Wawel	5,1%	5,3%	9,2%	5,5%
Muzeum Auschwitz	5,2%	4,7%	4,1%	4,9%
Krupówki	3,8%	2,8%	0,5%	3,0%
Sukiennice	4,2%	1,8%	3,7%	3,0%
Góry	2,7%	3,4%	1,8%	3,0%
Schronisko PTTK Turbacz	2,5%	3,3%	2,8%	2,9%
Kazimierz krakowski	2,1%	3,2%	3,7%	2,7%
Spływ Dunajcem	3,7%	1,1%	1,8%	2,3%
Jezioro	1,9%	2,3%	3,2%	2,2%
Babiogórski Park Narodowy	1,6%	2,5%	1,4%	2,0%
Oświęcim	1,6%	2,4%	2,3%	2,0%
Ojcowski Park Narodowy	1,6%	2,2%	1,8%	1,9%
Markowe Szczawiny	1,8%	2,1%	0,0%	1,8%
Krynica-Zdrój Deptak	1,3%	1,1%	9,2%	1,8%
Boisko do siatkówki plażowej	1,6%	2,1%	0,0%	1,7%
Kompleks Inwałd	1,0%	1,6%	5,5%	1,6%
Kraków Bazylika Mariacka	1,6%	1,4%	1,4%	1,5%
Niedzica/Czorsztyn Zamek	2,0%	1,1%	0,9%	1,5%

Schronisko PTTK na Luboniu	1,6%	1,5%	0,5%	1,4%
Trzy Korony	2,0%	0,3%	0,9%	1,1%
Gorczański Park Narodowy	1,2%	1,1%	0,5%	1,1%
Kościoty	1,4%	0,8%	0,9%	1,1%
Diablak	1,4%	0,7%	0,5%	1,0%
Schronisko PTTK na Maciejowej	0,9%	1,0%	1,4%	1,0%
Kasprowy Wierch	0,5%	1,5%	0,5%	0,9%
Kluby	1,2%	0,6%	0,5%	0,9%
Barbakan	0,5%	1,1%	0,0%	0,7%
Muzea	0,8%	0,7%	0,5%	0,7%
Zamek w Ojcowie	0,9%	0,5%	0,9%	0,7%
Muzeum Lotnictwa	0,9%	0,6%	0,0%	0,7%
Jedzenie	0,6%	0,6%	1,4%	0,7%
Natura	0,5%	0,9%	0,0%	0,6%
Cmentarz	0,5%	0,8%	0,0%	0,6%
Park wodny	0,4%	0,8%	0,0%	0,5%
Zamek Pieskowa Skała	0,4%	0,2%	2,8%	0,5%
Jaskinie	0,5%	0,4%	0,9%	0,5%
Kaskady na Grajcarku	0,4%	0,6%	0,5%	0,5%
Małpia wyspa	0,3%	0,8%	0,0%	0,5%
Sokolica	0,8%	0,3%	0,0%	0,5%
Pasma Policy	0,2%	0,6%	0,5%	0,4%
Czubatka	0,4%	0,3%	1,4%	0,4%
Muzeum Nikifora Krynickiego	0,3%	0,5%	0,5%	0,4%
Muzeum Etnograficzne	0,8%	0,2%	0,0%	0,4%
Lotnisko	0,0%	0,8%	0,0%	0,4%
Palenica	0,7%	0,2%	0,0%	0,4%
Pijalnia wód mineralnych	0,4%	0,2%	1,8%	0,4%
Parki	0,4%	0,3%	0,5%	0,4%
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

Tabela 8.2.10. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach statusu materialnego respondenta

OBIEKT	A bardzo dobry	B dobry	C średni i niżej	Razem: %n
Tatrzański Park Narodowy	12,6%	8,4%	3,5%	8,5%
Energylandia	2,2%	4,2%	25,5%	8,0%
Kopalnia Soli Wieliczka	6,0%	6,4%	8,5%	6,7%
Krakowski Rynek Główny	4,7%	6,9%	5,8%	6,2%
Pieniński Park Narodowy	3,4%	6,7%	6,3%	5,8%
Wawel	3,7%	6,4%	5,5%	5,5%
Muzeum Auschwitz	9,6%	4,4%	1,4%	5,1%
Sukiennice	2,4%	3,8%	1,8%	3,1%
Krupówki	2,7%	3,0%	3,5%	3,1%
Góry	4,7%	2,8%	1,2%	3,0%
Schronisko PTTK Turbacz	4,3%	3,4%	0,0%	2,9%
Kazimierz krakowski	2,3%	3,6%	1,1%	2,8%

Spyw Dunajcem	1,0%	2,6%	3,3%	2,4%
Jezioro	2,0%	1,6%	3,9%	2,2%
Oświęcim	3,4%	2,0%	0,4%	2,1%
Babiogórski Park Narodowy	2,4%	2,6%	0,0%	2,1%
Markowe Szczawiny	4,7%	1,2%	0,0%	1,8%
Krynica-Zdrój Deptak	0,7%	2,4%	1,8%	1,8%
Boisko do siatkówki plażowej	1,7%	1,1%	3,3%	1,7%
Kompleks Inwałd	0,1%	1,0%	5,5%	1,7%
Ojcowski Park Narodowy	1,0%	2,0%	1,6%	1,7%
Niedzica/Czorsztyn Zamek	1,9%	1,6%	0,7%	1,5%
Kraków Bazylika Mariacka	0,7%	1,7%	1,8%	1,5%
Schronisko PTTK na Luboniu	1,6%	1,9%	0,0%	1,4%
Gorczański Park Narodowy	2,2%	1,1%	0,0%	1,1%
Kościoty	0,6%	1,4%	1,1%	1,1%
Trzy Korony	1,0%	1,2%	0,9%	1,1%
Diablak	2,4%	0,7%	0,0%	1,0%
Schronisko PTTK na Maciejowej	1,0%	1,2%	0,4%	1,0%
Kasprowy Wierch	1,3%	1,1%	0,2%	0,9%
Kluby	1,0%	0,7%	1,1%	0,9%
Jedzenie	0,6%	0,7%	0,9%	0,7%
Zamek w Ojcowie	0,9%	0,7%	0,5%	0,7%
Muzea	0,4%	0,7%	1,2%	0,7%
Barbakan	0,4%	0,8%	0,7%	0,7%
Muzeum Lotnictwa	1,1%	0,5%	0,5%	0,7%
Natura	1,1%	0,7%	0,0%	0,6%
Cmentarz	0,9%	0,5%	0,4%	0,6%
Park wodny	0,7%	0,6%	0,2%	0,5%
Zamek Pieskowa Skała	0,0%	0,3%	1,6%	0,5%
Sokolica	0,1%	0,7%	0,4%	0,5%
Małpia wyspa	0,9%	0,3%	0,5%	0,5%
Kaskady na Grajcarcu	0,7%	0,5%	0,4%	0,5%
Muzeum Nikifora Krynickiego	0,0%	0,5%	0,7%	0,4%
Pasmo Policy	0,9%	0,3%	0,4%	0,4%
Muzeum Etnograficzne	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%
Jaskinie	0,3%	0,5%	0,5%	0,4%
Pijalnia wód mineralnych	0,1%	0,6%	0,2%	0,4%
Palenica	0,3%	0,6%	0,0%	0,4%
Lotnisko	0,0%	0,7%	0,0%	0,4%
Parki	0,1%	0,3%	0,9%	0,4%
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 Alejziak

Tabela 8.2.11. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta

OBIEKT	A uczeń/student	B aktywny zawodowo	CD dom, emeryt	Razem: %n
Tatrzański Park Narodowy	9,0%	8,9%	4,9%	8,5%
Energylandia	8,7%	8,8%	1,1%	8,0%
Kopalnia Soli Wieliczka	7,3%	6,8%	4,6%	6,7%
Krakowski Rynek Główny	7,8%	6,0%	3,5%	6,0%
Pieniński Park Narodowy	4,4%	5,5%	10,2%	5,8%
Wawel	4,7%	5,2%	8,8%	5,5%
Muzeum Auschwitz	2,3%	4,6%	11,3%	5,0%
Krupówki	4,7%	2,9%	2,8%	3,1%
Sukiennice	8,4%	2,1%	3,2%	3,0%
Góry	3,2%	3,2%	0,7%	3,0%
Schronisko PTTK Turbacz	2,6%	3,0%	2,8%	2,9%
Kazimierz krakowski	2,0%	3,1%	1,4%	2,8%
Spyw Dunajcem	2,6%	2,2%	3,2%	2,4%
Jezioro	2,3%	2,5%	0,0%	2,2%
Babiogórski Park Narodowy	1,7%	2,3%	0,7%	2,0%
Oświęcim	0,9%	1,7%	6,0%	2,0%
Ojcowski Park Narodowy	3,2%	1,8%	1,1%	1,9%
Markowe Szczawiny	0,3%	2,1%	1,4%	1,8%
Krynica-Zdrój Deptak	0,0%	0,8%	11,6%	1,8%
Boisko do siatkówki plażowej	1,5%	2,0%	0,0%	1,7%
Kompleks Inwałd	0,6%	2,0%	0,7%	1,7%
Kraków Bazylika Mariacka	2,3%	1,5%	0,4%	1,5%
Niedzica/Czorsztyn Zamek	2,0%	1,2%	3,2%	1,5%
Schronisko PTTK na Luboniu	0,3%	1,7%	0,7%	1,4%
Trzy Korony	0,6%	1,2%	1,4%	1,1%
Gorczański Park Narodowy	0,6%	1,2%	1,4%	1,1%
Kościoty	1,2%	1,1%	1,4%	1,1%
Diablak	0,0%	1,2%	0,7%	1,0%
Schronisko PTTK na Maciejowej	0,9%	1,0%	1,1%	1,0%
Kasprowy Wierch	0,9%	1,1%	0,0%	0,9%
Kluby	2,0%	0,7%	0,4%	0,9%
Barbakan	0,0%	0,9%	0,0%	0,7%
Zamek w Ojcowie	1,2%	0,6%	0,7%	0,7%
Jedzenie	2,0%	0,5%	1,1%	0,7%
Muzeum Lotnictwa	0,3%	0,8%	0,0%	0,7%
Muzea	0,9%	0,6%	0,4%	0,6%
Natura	0,0%	0,8%	0,4%	0,6%
Cmentarz	0,3%	0,7%	0,0%	0,6%
Park wodny	0,6%	0,6%	0,4%	0,5%
Zamek Pieskowa Skała	0,3%	0,5%	0,7%	0,5%
Jaskinie	0,3%	0,6%	0,4%	0,5%
Kaskady na Grajcarku	0,3%	0,6%	0,0%	0,5%
Małpia wyspa	0,0%	0,6%	0,0%	0,5%
Sokolica	0,3%	0,5%	1,1%	0,5%

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2023 ROKU

Pasma Policy	0,3%	0,4%	0,7%	0,4%
Czubatka	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%
Muzeum Nikifora Krynickiego	0,3%	0,4%	1,1%	0,4%
Muzeum Etnograficzne	0,0%	0,5%	0,7%	0,4%
Pijalnia wód mineralnych	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%
Lotnisko	3,2%	0,0%	0,0%	0,4%
Palenica	0,0%	0,3%	1,4%	0,4%
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

8.3. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim

Tabela 8.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem (wszystkie WOJEWODZTWA z kraju poza województwem małopolskim)

Odwiedzane powiaty: KRAJOWI	KWARTAŁ 2023	N
Bocheński	I KWARTAŁ 2023	19106
Bocheński	II KWARTAŁ 2023	14243
Bocheński	III KWARTAŁ 2023	18614
Bocheński	IV KWARTAŁ 2023	14397
Brzeski	I KWARTAŁ 2023	12831
Brzeski	II KWARTAŁ 2023	9139
Brzeski	III KWARTAŁ 2023	11402
Brzeski	IV KWARTAŁ 2023	10032
Chrzanowski	I KWARTAŁ 2023	11551
Chrzanowski	II KWARTAŁ 2023	9241
Chrzanowski	III KWARTAŁ 2023	14908
Chrzanowski	IV KWARTAŁ 2023	10001
Dąbrowski	I KWARTAŁ 2023	7053
Dąbrowski	II KWARTAŁ 2023	5775
Dąbrowski	III KWARTAŁ 2023	9242
Dąbrowski	IV KWARTAŁ 2023	7992
Gorlicki	I KWARTAŁ 2023	61997
Gorlicki	II KWARTAŁ 2023	45716
Gorlicki	III KWARTAŁ 2023	74326
Gorlicki	IV KWARTAŁ 2023	69538
Krakowski	I KWARTAŁ 2023	49785
Krakowski	II KWARTAŁ 2023	35082
Krakowski	III KWARTAŁ 2023	45712
Krakowski	IV KWARTAŁ 2023	38395
Limanowski	I KWARTAŁ 2023	43828
Limanowski	II KWARTAŁ 2023	32182
Limanowski	III KWARTAŁ 2023	41859
Limanowski	IV KWARTAŁ 2023	26340
m. Kraków	I KWARTAŁ 2023	1556813
m. Kraków	II KWARTAŁ 2023	1232630
m. Kraków	III KWARTAŁ 2023	1753972
m. Kraków	IV KWARTAŁ 2023	1288867
m. Nowy Sącz	I KWARTAŁ 2023	34058
m. Nowy Sącz	II KWARTAŁ 2023	25629

m. Nowy Sącz	III KWARTAŁ 2023	37709
m. Nowy Sącz	IV KWARTAŁ 2023	28105
m. Tarnów	I KWARTAŁ 2023	28792
m. Tarnów	II KWARTAŁ 2023	19076
m. Tarnów	III KWARTAŁ 2023	25613
m. Tarnów	IV KWARTAŁ 2023	18635
Miechowski	I KWARTAŁ 2023	14753
Miechowski	II KWARTAŁ 2023	11527
Miechowski	III KWARTAŁ 2023	13536
Miechowski	IV KWARTAŁ 2023	11411
Myślenicki	I KWARTAŁ 2023	46528
Myślenicki	II KWARTAŁ 2023	37559
Myślenicki	III KWARTAŁ 2023	53143
Myślenicki	IV KWARTAŁ 2023	38801
Nowosądecki	I KWARTAŁ 2023	407774
Nowosądecki	II KWARTAŁ 2023	237433
Nowosądecki	III KWARTAŁ 2023	360778
Nowosądecki	IV KWARTAŁ 2023	312044
Nowotarski	I KWARTAŁ 2023	190327
Nowotarski	II KWARTAŁ 2023	166792
Nowotarski	III KWARTAŁ 2023	252490
Nowotarski	IV KWARTAŁ 2023	193095
Olkuski	I KWARTAŁ 2023	18962
Olkuski	II KWARTAŁ 2023	14816
Olkuski	III KWARTAŁ 2023	26285
Olkuski	IV KWARTAŁ 2023	17902
Oświęcimski	I KWARTAŁ 2023	34841
Oświęcimski	II KWARTAŁ 2023	27848
Oświęcimski	III KWARTAŁ 2023	37036
Oświęcimski	IV KWARTAŁ 2023	23354
Proszowicki	I KWARTAŁ 2023	12859
Proszowicki	II KWARTAŁ 2023	10305
Proszowicki	III KWARTAŁ 2023	15450
Proszowicki	IV KWARTAŁ 2023	10249
Suski	I KWARTAŁ 2023	28852
Suski	II KWARTAŁ 2023	19928
Suski	III KWARTAŁ 2023	31341
Suski	IV KWARTAŁ 2023	21072
Tarnowski	I KWARTAŁ 2023	14699
Tarnowski	II KWARTAŁ 2023	10928

Tarnowski	III KWARTAŁ 2023	19676
Tarnowski	IV KWARTAŁ 2023	13560
Tatrzański	I KWARTAŁ 2023	1112765
Tatrzański	II KWARTAŁ 2023	740296
Tatrzański	III KWARTAŁ 2023	888821
Tatrzański	IV KWARTAŁ 2023	643261
Wadowicki	I KWARTAŁ 2023	51849
Wadowicki	II KWARTAŁ 2023	39868
Wadowicki	III KWARTAŁ 2023	66399
Wadowicki	IV KWARTAŁ 2023	62447
Wielicki	I KWARTAŁ 2023	104147
Wielicki	II KWARTAŁ 2023	76866
Wielicki	III KWARTAŁ 2023	94055
Wielicki	IV KWARTAŁ 2023	73311
SUMA	ROK 2023	18 097 233

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.

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

Tabela 8.3.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów z Małopolski w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty: MAŁOPOLANIE	KWARTAŁ 2023	N
Bocheński	I KWARTAŁ 2023	8 645
Bocheński	II KWARTAŁ 2023	14 980
Bocheński	III KWARTAŁ 2023	17 302
Bocheński	IV KWARTAŁ 2023	14 142
Brzeski	I KWARTAŁ 2023	1 642
Brzeski	II KWARTAŁ 2023	11 523
Brzeski	III KWARTAŁ 2023	14 653
Brzeski	IV KWARTAŁ 2023	9 372
Chrzanowski	I KWARTAŁ 2023	4 868
Chrzanowski	II KWARTAŁ 2023	14 633
Chrzanowski	III KWARTAŁ 2023	19 270
Chrzanowski	IV KWARTAŁ 2023	13 666
Dąbrowski	I KWARTAŁ 2023	1 607
Dąbrowski	II KWARTAŁ 2023	12 519
Dąbrowski	III KWARTAŁ 2023	16 948
Dąbrowski	IV KWARTAŁ 2023	13 289
Gorlicki	I KWARTAŁ 2023	21 575
Gorlicki	II KWARTAŁ 2023	28 391

Gorlicki	III KWARTAŁ 2023	36 218
Gorlicki	IV KWARTAŁ 2023	20 817
Krakowski	I KWARTAŁ 2023	3 648
Krakowski	II KWARTAŁ 2023	141 505
Krakowski	III KWARTAŁ 2023	206 232
Krakowski	IV KWARTAŁ 2023	152 958
Limanowski	I KWARTAŁ 2023	3 387
Limanowski	II KWARTAŁ 2023	22 005
Limanowski	III KWARTAŁ 2023	28 288
Limanowski	IV KWARTAŁ 2023	19 321
m. Kraków	I KWARTAŁ 2023	38 514
m. Kraków	II KWARTAŁ 2023	133 627
m. Kraków	III KWARTAŁ 2023	172 045
m. Kraków	IV KWARTAŁ 2023	114 725
m. Nowy Sącz	I KWARTAŁ 2023	10 087
m. Nowy Sącz	II KWARTAŁ 2023	13 646
m. Nowy Sącz	III KWARTAŁ 2023	17 806
m. Nowy Sącz	IV KWARTAŁ 2023	11 730
m. Tarnów	I KWARTAŁ 2023	9 999
m. Tarnów	II KWARTAŁ 2023	37 770
m. Tarnów	III KWARTAŁ 2023	58 417
m. Tarnów	IV KWARTAŁ 2023	44 647
Miechowski	I KWARTAŁ 2023	945
Miechowski	II KWARTAŁ 2023	4 454
Miechowski	III KWARTAŁ 2023	6 182
Miechowski	IV KWARTAŁ 2023	5 050
Myślenicki	I KWARTAŁ 2023	2 415
Myślenicki	II KWARTAŁ 2023	14 899
Myślenicki	III KWARTAŁ 2023	23 195
Myślenicki	IV KWARTAŁ 2023	17 033
Nowosądecki	I KWARTAŁ 2023	92 271
Nowosądecki	II KWARTAŁ 2023	4 418
Nowosądecki	III KWARTAŁ 2023	5 104
Nowosądecki	IV KWARTAŁ 2023	3 223
Nowotarski	I KWARTAŁ 2023	146 938
Nowotarski	II KWARTAŁ 2023	8 115
Nowotarski	III KWARTAŁ 2023	8 914
Nowotarski	IV KWARTAŁ 2023	6 193
Olkuski	I KWARTAŁ 2023	3 277
Olkuski	II KWARTAŁ 2023	8 652
Olkuski	III KWARTAŁ 2023	10 125
Olkuski	IV KWARTAŁ 2023	6 050
Oświęcimski	I KWARTAŁ 2023	6 064
Oświęcimski	II KWARTAŁ 2023	4 597
Oświęcimski	III KWARTAŁ 2023	5 288
Oświęcimski	IV KWARTAŁ 2023	3 353

Proszowicki	I KWARTAŁ 2023	1 864
Proszowicki	II KWARTAŁ 2023	6 757
Proszowicki	III KWARTAŁ 2023	8 919
Proszowicki	IV KWARTAŁ 2023	6 068
Suski	I KWARTAŁ 2023	919
Suski	II KWARTAŁ 2023	11 461
Suski	III KWARTAŁ 2023	13 769
Suski	IV KWARTAŁ 2023	10 768
Tarnowski	I KWARTAŁ 2023	5 004
Tarnowski	II KWARTAŁ 2023	22 179
Tarnowski	III KWARTAŁ 2023	34 522
Tarnowski	IV KWARTAŁ 2023	25 438
Tatrzański	I KWARTAŁ 2023	197 838
Tatrzański	II KWARTAŁ 2023	7 959
Tatrzański	III KWARTAŁ 2023	11 150
Tatrzański	IV KWARTAŁ 2023	9 727
Wadowicki	I KWARTAŁ 2023	4 250
Wadowicki	II KWARTAŁ 2023	4 630
Wadowicki	III KWARTAŁ 2023	7 702
Wadowicki	IV KWARTAŁ 2023	4 963
Wielicki	I KWARTAŁ 2023	2 755
Wielicki	II KWARTAŁ 2023	9 252
Wielicki	III KWARTAŁ 2023	10 668
Wielicki	IV KWARTAŁ 2023	6 479
SUMA	ROK 2023	18 122 889

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 Alejski na podstawie danych z raportu Selectivv.

Tabela 8.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	KWARTAŁ 2023	N
Bocheński	I KWARTAŁ 2023	821
Bocheński	II KWARTAŁ 2023	971
Bocheński	III KWARTAŁ 2023	1901
Bocheński	IV KWARTAŁ 2023	999
Brzeski	I KWARTAŁ 2023	547
Brzeski	II KWARTAŁ 2023	647
Brzeski	III KWARTAŁ 2023	843
Brzeski	IV KWARTAŁ 2023	442
Chrzanowski	I KWARTAŁ 2023	1290
Chrzanowski	II KWARTAŁ 2023	1002

Chrzanowski	III KWARTAŁ 2023	1480
Chrzanowski	IV KWARTAŁ 2023	849
Dąbrowski	I KWARTAŁ 2023	574
Dąbrowski	II KWARTAŁ 2023	674
Dąbrowski	III KWARTAŁ 2023	1355
Dąbrowski	IV KWARTAŁ 2023	919
Gorlicki	I KWARTAŁ 2023	115
Gorlicki	II KWARTAŁ 2023	404
Gorlicki	III KWARTAŁ 2023	750
Gorlicki	IV KWARTAŁ 2023	487
Krakowski	I KWARTAŁ 2023	4760
Krakowski	II KWARTAŁ 2023	6243
Krakowski	III KWARTAŁ 2023	14699
Krakowski	IV KWARTAŁ 2023	8255
Limanowski	I KWARTAŁ 2023	596
Limanowski	II KWARTAŁ 2023	825
Limanowski	III KWARTAŁ 2023	1256
Limanowski	IV KWARTAŁ 2023	817
m. Kraków	I KWARTAŁ 2023	118294
m. Kraków	II KWARTAŁ 2023	112929
m. Kraków	III KWARTAŁ 2023	341288
m. Kraków	IV KWARTAŁ 2023	186643
m. Nowy Sącz	I KWARTAŁ 2023	4715
m. Nowy Sącz	II KWARTAŁ 2023	6761
m. Nowy Sącz	III KWARTAŁ 2023	8962
m. Nowy Sącz	IV KWARTAŁ 2023	4763
m. Tarnów	I KWARTAŁ 2023	6236
m. Tarnów	II KWARTAŁ 2023	10021
m. Tarnów	III KWARTAŁ 2023	14633
m. Tarnów	IV KWARTAŁ 2023	8815
Miechowski	I KWARTAŁ 2023	490
Miechowski	II KWARTAŁ 2023	1153
Miechowski	III KWARTAŁ 2023	3692
Miechowski	IV KWARTAŁ 2023	2321
Myślenicki	I KWARTAŁ 2023	641
Myślenicki	II KWARTAŁ 2023	938
Myślenicki	III KWARTAŁ 2023	1672
Myślenicki	IV KWARTAŁ 2023	961
Nowosądecki	I KWARTAŁ 2023	3529
Nowosądecki	II KWARTAŁ 2023	5833
Nowosądecki	III KWARTAŁ 2023	8241
Nowosądecki	IV KWARTAŁ 2023	5325
Nowotarski	I KWARTAŁ 2023	4623
Nowotarski	II KWARTAŁ 2023	6706
Nowotarski	III KWARTAŁ 2023	15017
Nowotarski	IV KWARTAŁ 2023	8763

Olkuski	I KWARTAŁ 2023	641
Olkuski	II KWARTAŁ 2023	993
Olkuski	III KWARTAŁ 2023	3215
Olkuski	IV KWARTAŁ 2023	1716
Oświęcimski	I KWARTAŁ 2023	7030
Oświęcimski	II KWARTAŁ 2023	5594
Oświęcimski	III KWARTAŁ 2023	17436
Oświęcimski	IV KWARTAŁ 2023	9094
Proszowicki	I KWARTAŁ 2023	1000
Proszowicki	II KWARTAŁ 2023	1436
Proszowicki	III KWARTAŁ 2023	2497
Proszowicki	IV KWARTAŁ 2023	1443
Suski	I KWARTAŁ 2023	900
Suski	II KWARTAŁ 2023	1273
Suski	III KWARTAŁ 2023	4197
Suski	IV KWARTAŁ 2023	2620
Tarnowski	I KWARTAŁ 2023	1812
Tarnowski	II KWARTAŁ 2023	2738
Tarnowski	III KWARTAŁ 2023	6825
Tarnowski	IV KWARTAŁ 2023	3748
Tatrzański	I KWARTAŁ 2023	15154
Tatrzański	II KWARTAŁ 2023	18825
Tatrzański	III KWARTAŁ 2023	42876
Tatrzański	IV KWARTAŁ 2023	22635
Wadowicki	I KWARTAŁ 2023	5235
Wadowicki	II KWARTAŁ 2023	7156
Wadowicki	III KWARTAŁ 2023	11185
Wadowicki	IV KWARTAŁ 2023	6188
Wielicki	I KWARTAŁ 2023	6257
Wielicki	II KWARTAŁ 2023	8868
Wielicki	III KWARTAŁ 2023	19212
Wielicki	IV KWARTAŁ 2023	10397
SUMA	ROK 2023	1234703

Dane w tabeli sortowane są alfabetycznie według kolumny „Odwiedzane powiaty”.

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 8.3.2. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych i krajowych z podziałem na turystów z małopolski i pozostałych województw w 2023 roku - formatowanie kolorem

Odwiedzane powiaty:	Turyści krajowi małopolscy	Turyści krajowi wojewódzcy	Turyści zagraniczni	OGÓŁEM
Bocheński	55069	66360	4692	126121
Brzeski	37190	43404	2479	83073
Chrzanowski	52437	45701	4621	102759
Dąbrowski	44363	30062	3522	77947
Gorlicki	107001	251577	1959	360537
Krakowski	504343	168974	33957	707274
Limanowski	73001	144209	3494	220704
m. Kraków	458911	5832282	759154	7050347
m. Nowy Sącz	53269	125501	25201	203971
m. Tarnów	150F833	92116	39705	282654
Miechowski	16631	51227	7656	75514
Myślenicki	57542	176031	4212	237785
Nowosądecki	105016	1318029	22928	1445973
Nowotarski	170160	802704	35109	1007973
Olkuski	28104	77965	6565	112634
Oświęcimski	19302	123079	39154	181535
Proszowicki	23608	48863	6376	78847
Suski	36917	101193	8990	147100
Tarnowski	87143	58863	15123	161129
Tatrzański	226674	3385143	99490	3711307
Wadowicki	21545	220563	29764	271872
Wielicki	29154	348379	44734	422267
Suma końcowa	2358213	13512225	1198885	17069323

Dane w tabeli sortowane są alfabetycznie według kolumny „Odwiedzane powiaty”.

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 Selectiv.

Tabela 8.3.1. Frekwentowane powiaty w Województwie Małopolskim przez odwiedzających jednodniowych OGÓŁEM z podziałem na odwiedzających jednodniowych zagranicznych i krajowych w 2023 roku - formatowanie kolorem

Powiaty jednodniowi	KRAJ %	KRAJ N	ZAGRANICA %	ZAGRANICA N	% OGÓŁEM	N OGÓŁEM
Bocheński	0,90%	69791	0,00%	130	0,90%	79495
Brzeski	0,60%	42727	0,20%	2596	0,60%	49329
Chrzanowski	0,70%	55395	0,00%	70	0,70%	63088
Dąbrowski	0,30%	21072	0,00%	38	0,30%	24001
Gorlicki	2,50%	184464	0,00%	89	2,40%	210045
Krakowski	1,30%	94423	1,70%	24118	1,30%	113841
Limanowski	0,40%	31294	0,00%	120	0,40%	35661
m. Kraków	37,10%	2760700	24,40%	341931	36,50%	3233026
m. Nowy Sącz	8,80%	657616	1,10%	15542	8,50%	752813
m. Tarnów	5,00%	369975	2,70%	38167	4,90%	431263
Miechowski	0,40%	33258	0,00%	0	0,40%	37866
Myślenicki	1,50%	108117	0,00%	0	1,40%	123096
Nowosądecki	8,20%	609692	4,90%	68954	8,00%	712280
Nowotarski	6,00%	443821	27,40%	384035	6,80%	606203
Olkuski	0,60%	46207	0,00%	154	0,60%	52649
Oświęcimski	4,40%	331478	0,10%	832	4,30%	377624
Proszowicki	0,30%	22094	0,00%	0	0,30%	25156
Suski	1,00%	76530	14,30%	199972	1,60%	139668
Tarnowski	0,80%	61937	1,50%	20503	0,90%	75905
Tatrzański	14,50%	1082149	20,80%	291630	14,80%	1308696
Wadowicki	2,30%	173581	0,00%	0	2,20%	197631
Wielicki	2,30%	173678	0,80%	11121	2,30%	200663
Suma końcowa	100,00%	7450000	100,00%	1400000	100,00%	8850000

Dane w tabeli sortowane są alfabetycznie według kolumny „Odwiedzane powiaty”.

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 Selectiv.

Dogłębna analiza tego zagadnienia znajduje się w **ANEKSIE** w rozdziale 13 raportu szczegółowego „Propozycje narzędzi wspomagających analizę danych dotyczących ruchu turystycznego”

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 2023 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 529 zł na osobę (o 14,8% więcej niż rok wcześniej), podczas gdy odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do regionu ponad 2-krotnie więcej niż Polacy, tj. średnio 1171 zł na osobę (o 7,3% więcej niż w roku ubiegłym). W sumie wydatki gości krajowych były ponad 2-krotnie, a zagranicznych – o 64,0% wyższe niż w przedpandemicznym roku 2019.

Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł				
	2019	2020	2021	2022	2023
Odwiedzający krajowi	249	442	449	461	529
Odwiedzający zagraniczni	714	797	560	1091	1171
Turyści krajowi	368	550	465	558	753
Turyści zagraniczni	750	839	566	1091	1177
Odwiedzający jednodniowi krajowi	32	125	304	138	137
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	170	228	526	0	120

Źródło: Opracowanie 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.

Polscy turyści, tj. nocujący w Małopolsce, wydatkowali przed przyjazdem do regionu w 2023 roku średnio 753 zł na osobę (czyli o ponad 1/3 więcej niż rok wcześniej i ponad 2-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), natomiast turyści zagraniczni – sumy ponad 1,5-krotnie wyższe niż Polacy, tj. 1177 zł na osobę (o 7,9% więcej niż w roku poprzednim i o ponad 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 prawie 5,5-krotnie niższe niż turyści (nocujący w regionie) – 137 zł na osobę (porównywalne jak rok wcześniej, ale ponad 4-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Jednodniowi odwiedzający z zagranicy przed przyjazdem wydawali na pobyt w regionie średnio 120 zł na osobę (w roku poprzednim w ogóle nie odnotowano takich wydatków, a w roku 2019 były one o 29,4% wyższe).

Analizując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w 2023 roku w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy, należy stwierdzić, że najwięcej (1750 zł na osobę) wydawali – analogicznie jak w roku 2022, choć o 41,7% mniej – goście z Włoch. Sumy powyżej 1000 zł na osobę ponosili:

- Amerykanie (1380 zł na osobę, czyli o 62,4% więcej niż w roku poprzednim),
- Czesi (1360 zł na osobę, czyli o 11,3% mniej niż w roku ubiegłym),
- Duńczycy (1206 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku poprzednim),
- Niemcy (1194 zł na osobę, czyli o 4,9% więcej niż w roku ubiegłym),
- Irlandczycy (1183 zł na osobę, czyli tyle samo, jak rok wcześniej),
- Hiszpanie (1128 zł na osobę, czyli o 27,0% więcej niż w roku poprzednim),
- Brytyjczycy (1106 zł na osobę, czyli o 15,4% więcej niż w roku ubiegłym).

W granicach 500-600 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem na pobyt w regionie mieszkańcy Francji (593 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku poprzednim), Belgii (550 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku ubiegłym) i Holandii (500 zł na osobę, tj. tyle samo, co rok wcześniej).

Warto zwrócić uwagę, że kwoty wydatkowane w 2023 roku przez Duńczyków i Irlandczyków oraz obywateli Beneluxu były zbliżone do tych sprzed pandemii (w przypadku dwóch pierwszych krajów – nieznacznie wyższe, a Holendrów i Belgów – nieznacznie niższe), natomiast sumy wydawane przez Amerykanów, Niemców i Włochów – ponad 2-krotnie wyższe niż te w roku 2019.

Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg wybranych krajów

Kraj	2019	2020	2021	2022	2023
Włochy	786	285	719	3000	1750
USA	687	b.d.	b.d.	850	1380
Republika Czeska	918	b.d.	669	1533	1360
Dania	1179	b.d.	279	1206	1206
Niemcy	568	717	601	1138	1194
Irlandia	1088	b.d.	726	1183	1183
Hiszpania	737	581	573	888	1128
Wielka Brytania	882	1114	544	958	1106
Francja	794	553	520	593	593
Belgia	607	600	b.d.	550	550
Holandia	530	800	630	500	500
Słowacja	490	b.d.	196	b.d.	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 Alejsiak.

Rozpatrując przeznaczenie kwot wydatkowanych przez odwiedzających Małopolskę w 2023 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 924 zł na osobę (o 24,0% więcej niż rok wcześniej), a cudzoziemcy o ponad 1/4 więcej, czyli 1166 zł na osobę (o 2,2% mniej niż w roku ubiegłym). Wyjątkiem w tym względzie były wydatki zagranicznych odwiedzających, w tym zagranicznych turystów, w przypadku których najwyższe kwoty dotyczyły zakupu biletów wstępu do obiektów/atrakcji – odpowiednio 1168 zł na osobę (o 30,8% więcej niż rok w wcześniej) i 1284 zł na osobę (o 43,8% więcej niż w roku poprzednim). Goście z Polski na bilety wstępu do atrakcji wydawali tylko 158 zł na osobę (prawie 7,5-krotnie mniej niż obcokrajowcy i mniej więcej tyle samo, co w roku 2022), a turyści krajowi – 273 zł na osobę (ponad 4,5-krotnie mniej niż zagraniczni turyści, ale o 42,2% 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 latach 2021-2023 roku* (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Rok	Na zakup produktu w biurze podróży (bez biletów na transport do Małopolski)	Na noclegi/ spanie	Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	Na wycieczki lokalne	Inne cele
Odwiedzający krajowi	2021	544	488	133	173	68
	2022	745	468	157	220	685
	2023	924	732	158	330	119
Odwiedzający zagraniczni	2021	779	504	92	225	98
	2022	1192	859	893	321	0
	2023	1166	976	1168	338	283
Turyści krajowi	2021	558	488	145	183	74
	2022	862	468	192	220	831
	2023	1201	732	273	330	112
Turyści zagraniczni	2021	777	504	86	225	118
	2022	1192	859	893	321	0
	2023	1166	976	1284	338	283
Odwiedzający jednodniowi krajowi	2021	484	-	66	50	24
	2022	264	-	120	0	150
	2023	258	-	134	0	124
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	2021	788	-	111	0	65
	2022	0	-	0	0	0
	2023	0	-	120	0	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.

Relatywnie wysokie były też wydatki na rezerwację/zakup noclegów – średnio 732 zł na osobę wydatkowali Polacy (o 56,4% więcej niż w roku poprzednim), a 976 zł na osobę (o 1/3 więcej) goście z zagranicy (o 13,6% więcej niż rok wcześniej). Wydatki przed podróżą do województwa na wycieczki wynosiły średnio 330 zł na osobę w przypadku odwiedzających z Polski (o 1/2 więcej niż w roku ubiegłym) i 338 zł na osobę (o 2,4% więcej) w odniesieniu do gości zagranicznych (o 5,3% więcej niż rok wcześniej). Najniższe były wydatki na tzw. inne cele – średnio 119 zł na osobę wydawali na nie goście krajowi (o 82,6% mniej niż w roku poprzednim), a 283 zł na osobę (ponad 2,5-krotnie więcej) odwiedzający z zagranicy (rok wcześniej w ogóle nie odnotowano takich wydatków cudzoziemców).

Sumy wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski przez turystów były wyższe niż kwoty wydawane przez odwiedzających jednodniowych, z wyjątkiem tzw. innych wydatków, które okazały się wyższe o 10,7% u jednodniowych odwiedzających krajowych (średnio 124 zł na osobę, o 17,3% mniej niż rok wcześniej) niż u krajowych turystów (112 zł na osobę, o 86,5% mniej niż w roku poprzednim).

Wydatki polskich turystów na zakup produktu w biurze podróży były ponad 4,5-krotnie wyższe niż krajowych odwiedzających jednodniowych (średnio 1201 zł na osobę vs 258 zł na osobę), a na bilety wstępu do atrakcji – ponad 2-krotnie wyższe (273 zł na osobę vs 134 zł na osobę). Co więcej, jednodniowi odwiedzający z Polski w ogóle nie deklarowali kwot przed przyjazdem na lokalne wycieczki, a polscy turyści wydawali przeciętnie 330 zł na osobę. Jednodniowi odwiedzający z zagranicy natomiast w ogóle nie ponosili żadnych wydatków przed przyjazdem, z wyjątkiem sum przeznaczanych na bilety wstępu do obiektów/atrakcji – średnio 120 zł na osobę.

Wydatki przed przyjazdem na zakup/rezerwację noclegów były wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych (o 1/3) – średnio 976 zł na osobę vs 732 zł na osobę. Podobną zależność odnotowano w przypadku pozostałych wydatków, z wyjątkiem zakupu produktu w biurze podróży – na ten cel turyści krajowi wydawali o 3,0% więcej niż zagraniczni, tj. średnio 1201 zł na osobę vs 1166 zł na osobę. Średnie kwoty przeznaczane przed przyjazdem na bilety wstępu do atrakcji były natomiast w przypadku turystów zagranicznych o prawie 7,5-krotnie wyższe niż krajowych turystów (1284 zł na osobę vs 273 zł na osobę), w przypadku tzw. innych wydatków – ponad 2,5-krotnie wyższe (283 zł na osobę vs 112 zł na osobę), a w przypadku lokalnych wycieczek – o 2,4% wyższe (338 zł na osobę vs 330 zł na osobę).

Uwagę zwraca ogólny przyrost sum wydatkowanych przed podróżą do Małopolski w 2023 roku w stosunku do roku poprzedniego, zarówno przez odwiedzających z Polski, jak i z zagranicy. Sytuacja ta nie odnosiła się tylko do:

- turystów i jednodniowych odwiedzających krajowych w przypadku tzw. innych wydatków (spadek odpowiednio o 86,5% i o 17,3%),
- turystów zagranicznych i jednodniowych odwiedzających krajowych w przypadku zakupu produktu w biurze podróży (spadek odpowiednio o 2,2% i o 2,3%).

Największe wzrosty odnotowano natomiast w przypadku sum wydatkowanych na noclegi oraz lokalne wycieczki w segmencie turystów krajowych (odpowiednio o 56,4% i o 50,0%).

9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce

Kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce w 2023 roku były również zdywersyfikowane pod wieloma względami. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali ponad 4,5-krotnie więcej (1468 zł na osobę, czyli o 20,9% więcej niż w roku poprzednim i o 72,5% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019) niż Polacy (318 zł na osobę, tj. o 23,6% mniej niż rok wcześniej i o 9,9% mniej niż w roku 2019).

Turyści przeznaczali na pobyt kwoty wyższe niż odwiedzający jednodniowi. Turyści krajowi wydatkowali średnio 709 zł na osobę (o 1,9% więcej niż w roku ubiegłym i o 45,0% więcej niż w roku przedpandemicznym), a zagraniczni – ponad 2-krotnie więcej, tj. 1543 zł na osobę (o 22,1% więcej

niż rok wcześniej i o 72,2% więcej niż w roku 2019). Z kolei, jednodniowi odwiedzający z Polski wydawali podczas pobytu w Małopolsce średnio 177 zł na osobę (o ponad 1/4 więcej niż w roku poprzednim i o 70,2% więcej niż w roku przedpandemicznym), a jednodniowi odwiedzający z zagranicy – o 14,1% więcej niż Polacy, tj. 202 zł na osobę (o 19,1% więcej niż rok wcześniej i o prawie 1/2 więcej niż w roku 2019).

Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł				
	2019	2020	2021	2022	2023
Odwiedzający krajowi	353	240	370	416	318
Odwiedzający zagraniczni	851	729	640	1214	1468
Turyści krajowi	489	439	462	696	709
Turyści zagraniczni	896	806	671	1264	1543
Odwiedzający jednodniowi krajowi	104	61	145	141	177
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	131	117	427	169	202

Źródło: Opracowanie 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.

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 odwiedzający krajowi, którzy podczas pobytu wydawali mniej niż rok wcześniej oraz jednodniowi gości z Polski, których wydatki przed podróżą były niższe niż w roku ubiegłym.

Analiza wysokości sum wydatkowanych podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z różnych krajów w 2023 roku pozwala stwierdzić, że – podobnie jak rok wcześniej – najwyższe wydatki charakteryzowały gości z USA (średnio 2397 zł na osobę, choć o 27,5% mniej niż w roku poprzednim, ale prawie 3-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019) i Włoch (2241 zł na osobę, choć o 3,4% mniej niż w roku 2022, ale ponad 3-krotnie więcej niż w roku 2019).

Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 wg wybranych krajów (w zł na osobę)

Kraj	2019	2020	2021	2022	2023
USA	806	b.d.	4000	3307	2397
Włochy	746	703	718	2320	2241
Wielka Brytania	1140	1031	725	1405	1624
Holandia	1067	141	594	333	1587
Hiszpania	766	646	757	1329	1542
Francja	878	461	751	999	1333
Niemcy	724	467	592	1388	1305
Irlandia	1189	b.d.	642	817	817
Dania	884	b.d.	375	725	725
Republika Czeska	758	270	578	548	628
Belgia	740	330	b.d.	653	615
Słowacja	652	361	328	253	492

Źródło: Opracowanie 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 granicach 1500-1600 zł na osobę wydawali przybysze z Wielkiej Brytanii (o 15,6% więcej niż w roku poprzednim i o 42,5% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), Holandii (prawie 5-krotnie

więcej niż w roku ubiegłym i o 48,7% więcej niż w roku 2019) i Hiszpanii (o 16,0 więcej niż w roku wcześniejszym i ponad 2-krotnie więcej niż w roku 2019). Średnio około 1300 zł na osobę wydatkowali Francuzi (o 1/3 więcej niż w roku poprzednim i o 51,8% więcej niż w roku przedpandemicznym) i Niemcy (o 6,0% mniej niż rok wcześniej, ale o 80,2% więcej niż w roku 2019). Wydatki w granicach 600-800 zł na osobę charakteryzowały Irlandczyków (analogiczna kwota jak w roku ubiegłym, ale o prawie 1/3 mniej niż w roku 2019), Duńczyków (analogiczna kwota jak rok wcześniej, ale o 18,0% mniej niż w roku przedpandemicznym), Czechów (o 14,6% więcej niż w roku poprzednim, ale o 17,2% mniej niż w roku 2019) i Belgów (o 5,8% mniej niż w roku 2022 i o 16,9% mniej niż w roku 2019). Najmniej wydawali ponownie Słowacy – średnio 492 zł na osobę (prawie 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym, ale o 24,5% mniej niż w roku 2019).

Średnia kwota wydatku ponoszonego podczas pobytu w Małopolsce w 2023 roku była zróżnicowana pod względem przeznaczenia tych wydatków. W obu grupach najwyższe sumy dotyczyły – analogicznie jak w poprzednich latach – opłat za noclegi. Polacy przeznaczali na ten cel średnio 578 zł na osobę (o 42,4% więcej niż w roku poprzednim i o 20,7% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Goście z zagranicy – podobnie jak w latach wcześniejszych (z wyjątkiem roku 2021) – wydatkowali na zakwaterowanie więcej niż odwiedzający krajowi (prawie 2,5-krotnie), czyli średnio 1319 zł na osobę (o 7,1% więcej niż w roku poprzednim i o 51,4% więcej niż w 2019 roku).

W segmencie Polaków na drugim miejscu uplasowały się wydatki na miejscowy transport (w tym komunikację, taxi, benzynę i parkingi – średnio 172 zł na osobę, tj. o ponad 1/2 więcej niż w roku poprzednim i ponad 2-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Trzecie co do wysokości były wydatki na lokalne wycieczki (162 zł na osobę, tj. o 29,6% więcej niż rok wcześniej), a następne – na wyżywienie (125 zł na osobę, czyli o 15,5% mniej niż w roku ubiegłym i o prawie 1/5 mniej niż w roku 2019) i na tzw. inne cele (wypożyczenie sprzętu, ubrania, imprezy, kluby, turnus sanatoryjny, przyjemności itp.) – 105 zł na osobę (o 44,7% mniej niż rok wcześniej i o ponad 1/2 mniej niż w 2019 roku). Najniższe kwoty Polacy przeznaczali na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (98 zł na osobę, czyli o 6,7% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 1,0% więcej niż w 2019 roku) oraz pamiątki, upominki i inne zakupy (56 zł na osobę, tj. o 40,4% mniej niż rok wcześniej).

Wśród cudzoziemców drugą pozycję zajęły o ponad 1/2 niższe od wydatków na noclegi sumy przeznaczane na wyżywienie (jedzenie, gastronomię) – średnio 612 zł na osobę (prawie 5-krotnie więcej niż Polacy), tj. o 17,0% więcej niż rok wcześniej i o 71,4% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Kolejne były kwoty wydatkowane na lokalne wycieczki – 325 zł na osobę (2-krotnie więcej niż Polacy), czyli o 15,8% mniej niż w roku ubiegłym). Na pamiątki, upominki i inne zakupy goście zagraniczni wydawali średnio 222 zł na osobę (prawie 4-krotnie więcej niż Polacy), na miejscowy transport – 217 zł na osobę (o ponad 1/4 więcej niż goście krajowi), tj. o 8,4% mniej niż w roku ubiegłym i o ponad 1/2 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), a na tzw. inne cele – 207 zł na osobę (prawie 2-krotnie więcej Polacy), tj. o prawie 1/4 mniej niż rok wcześniej i o 38,8% mniej niż w roku 2019). Najniższe sumy wydatkowane były przez obcokrajowców na bilety wstępu do obiektów/atrakcji – średnio 191 zł na osobę (prawie 2-krotnie więcej niż Polacy), tj. o 23,3% mniej niż w roku poprzednim, ale o 3,2% więcej niż w 2019 roku).

Należy odnotować, że wydatki podczas pobytu odwiedzających Małopolskę, tak krajowych, jak i zagranicznych, przekroczyły w 2023 roku poziom z przedpandemicznego roku 2019. Wyjątkiem

są tylko wydatki na tzw. inne cele oraz wydatki Polaków na wyżywienie. W stosunku do roku 2022 wzrosty zaobserwowano tylko w przypadku wydatków:

- gości krajowych i zagranicznych na noclegi,
- gości krajowych na miejscowy transport i lokalne wycieczki
- gości zagranicznych na wyżywienie.

Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Rok	Na noclegi/ spanie	Na wyżywienie (jedzenie/ gastrologia)	Na transport miejscowy (komunikacja lokalna, taxi, benzyna, parkingi)	Na bilety wstępu do obiektów/ atrakcji	Na lokalne wycieczki*	Na pamiątki, upominki i inne zakupy**	Inne cele
Odwiedzający krajowi	2019	479	156	84	97	b.d.	b.d.	213
	2020	274	96	60	61	b.d.	b.d.	151
	2021	359	136	62	120	169	b.d.	203
	2022	406	148	109	105	125	94	190
	2023	578	125	172	98	162	56	105
Odwiedzający zagraniczni	2019	871	357	137	185	b.d.	b.d.	338
	2020	590	292	97	163	b.d.	b.d.	259
	2021	307	300	76	172	220	b.d.	237
	2022	1231	523	237	249	386	295	274
	2023	1319	612	217	191	325	222	207
Turyści krajowi	2019	479	196	90	111	b.d.	b.d.	191
	2020	274	153	66	100	b.d.	b.d.	179
	2021	359	163	65	129	172	b.d.	232
	2022	406	238	126	137	136	113	215
	2023	578	243	353	113	164	59	134
Turyści zagraniczni	2019	871	362	138	185	b.d.	b.d.	345
	2020	590	323	101	171	b.d.	b.d.	287
	2021	307	310	77	175	217	b.d.	250
	2022	1231	551	281	256	395	208	274
	2023	1319	630	220	193	332	234	214
Odwiedzający jednodniowi krajowi	2019	-	72	53	68	b.d.	b.d.	283
	2020	-	41	42	28	b.d.	b.d.	75
	2021	-	67	49	94	136	b.d.	104
	2022	-	58	50	74	51	73	127
	2023	-	86	35	93	63	55	59
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	2019	-	184	89	172	b.d.	b.d.	146
	2020	-	69	30	65	b.d.	b.d.	64
	2021	-	227	69	149	254	b.d.	147
	2022	-	136	35	63	20	30	0
	2023	-	165	38	63	60	64	142

*W latach 2019-2020 pytanie takie nie było zadawane respondentom.

**W latach 2019-2021 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 Alejskiak.

Wydatki podczas pobytu turystów (nocujących w Małopolsce) były wyższe niż odwiedzających jednodniowych. Wśród turystów krajowych najwyższe sumy odnosiły się do opłat za noclegi (średnio 578 zł na osobę, tj. o 42,4% więcej niż rok wcześniej i ponad 1/5 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), a następnie: na miejscowy transport (353 zł na osobę, tj. prawie 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i prawie 4-krotnie więcej niż w roku 2019), na jedzenie/gastronomię (243 zł na osobę, tj. o 2,1% więcej niż w roku poprzednim i o prawie 1/4 więcej niż w roku 2019), na lokalne wycieczki (164 zł na osobę, tj. o ponad 1/5 mniej niż rok wcześniej) i tzw. inne cele (średnio 134 zł na osobę, czyli o 37,7% mniej niż w roku poprzednim i o 29,8% mniej niż w roku 2019). Najniższe były kwoty wydatkowane na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (średnio 113 zł na osobę, czyli o 17,5% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 1,8% więcej niż w 2019 roku) oraz na pamiątki, upominki i inne zakupy (59 zł na osobę, tj. o prawie 1/2 więcej niż rok wcześniej).

W segmencie turystów z zagranicy również najwyższe były wydatki na noclegi (średnio 1319 zł na osobę, tj. o 7,1% więcej niż w roku poprzednim i o ponad 1/2 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), a następnie kwoty przeznaczane: na wyżywienie (średnio 630 zł na osobę, tj. o 14,3% więcej niż w roku poprzednim i o prawie 3/4 więcej niż w 2019 roku), na lokalne wycieczki (średnio 332 zł na osobę, tj. o 15,9% mniej niż rok wcześniej), na pamiątki, upominki i inne zakupy (234 zł na osobę, czyli o 12,5% więcej niż w roku poprzednim), na miejscowy transport (220 zł na osobę, czyli o 21,7% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 59,4% więcej niż w 2019 roku), na tzw. inne cele (średnio 214 zł na osobę, czyli o 21,9% mniej niż w roku poprzednim i o 38,0% mniej niż w roku 2019) i najniższe – na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (średnio 193 zł na osobę, tj. o prawie 1/4 mniej niż rok wcześniej, ale o 4,3% więcej niż w 2019 roku).

W 2023 roku wzrosły zatem tylko wydatki:

- turystów (tak krajowych, jak i zagranicznych) na noclegi i na wyżywienie,
- turystów krajowych na miejscowy transport i lokalne wycieczki,
- turystów zagranicznych na upominki, pamiątki i inne zakupy.

W grupie krajowych jednodniowych odwiedzających najwyższe okazały się wydatki na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (93 zł na osobę, czyli o ponad 1/4 więcej niż w roku ubiegłym i o 36,8% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), dalej: na wyżywienie (86 zł na osobę, tj. o prawie 1/2 więcej niż w roku poprzednim i o prawie 1/5 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), na lokalne wycieczki (63 zł na osobę, czyli o 23,5% więcej niż rok wcześniej), na tzw. inne cele (59 zł na osobę, tj. o ponad 1/2 mniej niż rok wcześniej i o 79,2% mniej niż w 2019 roku), na pamiątki i upominki (55 zł na osobę, tj. o prawie 1/4 mniej niż w roku poprzednim) i najniższe – na miejscowy transport (35 zł na osobę, czyli o 30,0% mniej niż w roku wcześniejszym i o 34,0% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019).

Jednodniowi goście z zagranicy w 2023 roku najwyższe kwoty wydatkowali na wyżywienie (średnio 165 zł na osobę, tj. o ponad 1/5 więcej niż w roku ubiegłym, ale o 10,3% mniej niż w 2019 roku), a dalej: na tzw. inne cele (142 zł na osobę, czyli o 2,7% mniej niż w 2019 roku), na pamiątki, upominki i inne zakupy (64 zł na osobę, tj. ponad 2-krotnie więcej niż rok wcześniej), na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (63 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku poprzednim, ale o 63,4% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019), na lokalne wycieczki (średnio 60 zł na osobę, tj. o 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym), a najmniej – na miejscowy transport (38 zł na osobę, czyli o 8,6% więcej niż rok wcześniej, ale o 57,3% mniej niż w roku 2019).

Jak zatem łatwo zauważyć, wszystkie wydatki jednodniowych gości zagranicznych uległy w 2022 roku wzrostowi w relacji do roku ubiegłego, natomiast w grupie gości jednodniowych z Polski zwiększenia odnotowano tylko w przypadku wydatków na wyżywienie i na bilety wstępu do obiektów/atrakcji.

Podkreślenia wymaga fakt, że wydatki podczas pobytu w Małopolsce w 2023 roku turystów zagranicznych były wyższe niż turystów krajowych, z wyjątkiem wydatków na miejscowy transport. Analogiczna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do wydatków gości jednodniowych, z wyjątkiem sum wydatkowanych na bilety wstępu do obiektów/atrakcji i na lokalne wycieczki.

9.4. Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce

Zestawiając kwoty przeznaczane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2023 z wynikami badań z lat wcześniejszych należy uwzględnić obie grupy wydatków, czyli zarówno te ponoszone przed, jak i podczas pobytu w regionie. W konsekwencji, z uwagi wzrost sum wydatkowanych przez odwiedzających zagranicznych, ich średnie wydatki okazały się o 5,7% wyższe niż rok wcześniej – wynosiły średnio 1913 zł na osobę (o 22,2% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Odnosiło się to jednak tylko do turystów (2008 zł na osobę, czyli o 6,4% więcej niż w roku ubiegłym i o 22,0% więcej niż w roku 2019), ponieważ średnie wydatki zagranicznych gości jednodniowych nieznacznie się zmniejszyły – wynosiły 240 zł na osobę (o 1,2% mniej w stosunku do roku poprzedniego i o ponad 1/5 mniej w relacji do roku 2019). Zwiększeniu uległy też średnie wydatki odwiedzających krajowych – do poziomu 574 zł na osobę, tj. o 6,3% więcej niż w roku ubiegłym i tylko o 4,8% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019). Wzrosły zarówno sumy wydatkowane przez polskich turystów (o 1,4%, tj. do wysokości 924 zł na osobę), jak i jednodniowych odwiedzających (o 21,6%, czyli do wielkości 186 zł na osobę). W konsekwencji wydatki krajowych turystów były o 7,8%, a krajowych odwiedzających jednodniowych o 36,8% wyższe niż w przedpandemicznym roku 2019.

Tabela 9.4.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2023 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Odwiedzający krajowi	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	843	602	682	819	539	574
Odwiedzający zagraniczni	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1399	1565	1526	1200	1810	1913
Turyści krajowi	811	838	940	848	896	962	857	989	927	911	924
Turyści zagraniczni	1580	1470	1900	1484	1451	1474	1646	1645	1237	1888	2008
Odwiedzający jednodniowi krajowi	262	380	165	187	178	208	136	186	449	153	186
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	872	690	540	470	471	644	301	345	953	243	240

*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 Alejsiak.

Wydatki ogółem odwiedzających zagranicznych były zróżnicowane ze względu na kraj pochodzenia. Najwyższe ponosili odwiedzający ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich (średnio ponad 4532 zł

na osobę). O 42,5% niższe były drugie co do wysokości sumy wydatkowane przez gości ze Stanów Zjednoczonych AP (średnio ponad 2604 zł na osobę). Około 2500 zł na osobę wydawali Norwegowie i Włosi, a 2100-2200 – Brytyjczycy i Hiszpanie. W granicach 1500-2000 zł na osobę na pobyt w regionie przeznaczali: Irlandczycy (1965 zł), Niemcy (1773 zł), Holendrzy (1681 zł), Francuzi (1628 zł), Duńczycy (1555 zł) i Węgrzy (1550 zł). Około 1300 na osobę na wizytę w Małopolsce wydawali Czesi, a poniżej 1000 zł na osobę – Słowacy (928 zł), Austriacy (810 zł) i Belgowie (780 zł).

Tabela 9.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2023 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia

Kraj pochodzenia	Turyści	Jednodniowi odwiedzający	Odwiedzający ogółem
Zjednoczone Emiraty Arabskie	4532	b.d.	4532
USA	2604	b.d.	2604
Norwegia	2508	b.d.	2508
Włochy	2507	b.d.	2507
Wielka Brytania	2248	150	2232
Hiszpania	2139	b.d.	2139
Irlandia	1965	b.d.	1965
Niemcy	1867	350	1773
Holandia	1791	b.d.	1681
Francja	1628	b.d.	1628
Dania	1555	b.d.	1555
Węgry	1550	b.d.	1550
Czechy	1515	294	1304
Słowacja	1664	284	928
Austria	1233	175	810
Belgia	823	50	780

*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 Alejsiak.

W przypadku większości krajów wydatki turystów były analogiczne jak wydatki ogółu odwiedzających, ponieważ w badaniu wzięli udział nieliczni jednodniowi goście zagraniczni – tylko z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Słowacji, Czech, Austrii i Belgii. Sumy deklarowane przez jednodniowych odwiedzających z tych krajów były zdecydowanie niższe niż turystów – Belgów 16,5-krotnie (średnio 50 zł na osobę vs 823 zł na osobę), Brytyjczyków 15-krotnie (średnio 150 zł na osobę vs 2248 zł na osobę), Austriaków 7-krotnie (średnio 175 zł na osobę vs 1233 zł na osobę), Słowaków prawie 6-krotnie (średnio 284 zł na osobę vs 1664 zł na osobę), Niemców i Czechów ponad 5-krotnie (średnio odpowiednio 350 zł na osobę vs 1867 zł na osobę oraz 294 zł na osobę vs 1515 zł na osobę).

9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki

Z uwagi na fakt, że liczba odwiedzających Małopolskę była w 2023 roku wyższa niż rok wcześniej oraz że miał miejsce wzrost ich wydatków, szacuje się, że zwiększyły się również wpływy Małopolski

z turystyki w regionie. Wyniosły one 13,03 mld zł, tj. o 16,2% więcej niż w roku ubiegłym, ale o 14,3% mniej niż w rekordowym w tym względzie przedpandemicznym roku 2019.

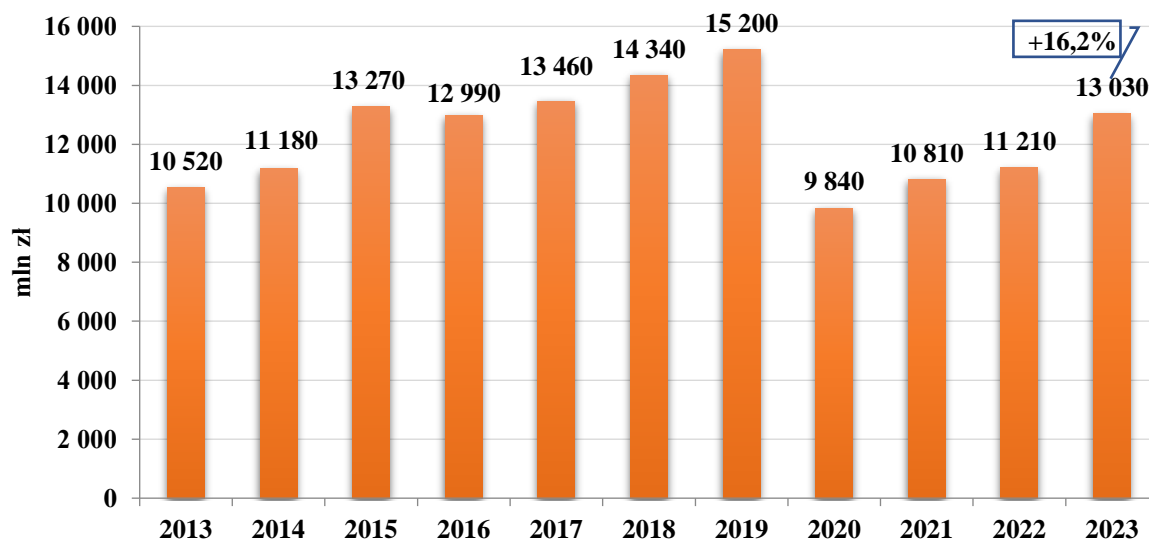
Tabela 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mld zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	Szacunkowe wpływy w mld zł										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Turyści krajowi	5,55	6,03	7,50	7,61	8,16	8,88	8,90	6,33	7,51	8,97	9,33
Turyści zagraniczni	4,01	3,81	5,17	4,66	4,59	4,76	5,70	2,05	1,36	1,24	2,21
Odwiedzający jednodniowi krajowi	0,80	1,18	0,51	0,63	0,62	0,60	0,50	1,40	1,76	0,97	1,38
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	0,16	0,16	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10	0,06	0,18	0,03	0,11
Łącznie	10,52	11,18	13,27	12,99	13,46	14,34	15,20	9,84	10,81	11,21	13,03

*W latach 2022-2023 bez wpływów od 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 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mln zł)



*W latach 2022-2023 bez wpływów od 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.

W relacji do roku poprzedniego zwiększyły się wpływy z wszystkich segmentów rynku przyjazdowego do regionu, przy czym wzrosty te były zdecydowanie większe w przypadku gości zagranicznych, ponieważ to ich przede wszystkim przybyło 2023 roku. Wpływy od zagranicznych turystów były zatem większe o ponad 3/4, a od zagranicznych odwiedzających jednodniowych – aż ponad 3,5-

krotnie. Wpływy od turystów krajowych wzrosły natomiast o 4%, a od odwiedzających jednodniowych krajowych o 42,3%.

Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę

10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski – NFS w roku 2023

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 NFS¹² (wskaźnik NFS ang. *Net Fear Score*¹³), dokonano agregacji poziomów. O obawach i lękach podróży 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.

¹² 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.

¹³ 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 Alejski, 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

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) PESYMIŚCI¹⁴. Osoby, które zaznaczyły na skali liczbowej stany 2-4 uznano za neutralne, gdyż wartości skali „2”, „3” i „4” pozostają na poziomie neutralnym i tak je należy traktować (osoby udające się w podróż starają się zabezpieczyć, przygotowując się do niej, a to oznacza analizę ewentualnych zagrożeń występujących poza miejscem stałego przebywania). W tabelach oznaczeni są **kolorem zielonym**. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) REALIŚCI¹⁵. 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) OPTYMIŚCI¹⁶. 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 19	ZG 19	PL 20	ZG 20	PL 21	ZG 21	PL 22	ZG 22	PL 23	ZG 23	OGÓŁEM 2023
0	73,7	44,7	59,8	64,7	54,6	52,3	79,3	78,0	79,7%	81,8%	80,0%
1	12,9	20,9	14,3	7,9	14,6	0,0	12,9	4,7	10,2%	4,5%	9,9%
Σ Optymiści	86,60	65,60	74,10	72,60	69,20	52,30	92,2	82,7	89,90%	86,30%	89,90%
2	4,3	10,3	12,9	5,9	10,0	27,3	4,0	7,4	3,5%	5,7%	3,4%
3	2,0	4,9	5,0	4,3	6,0	8,4	1,9	2,7	2,5%	2,1%	2,5%
4	1,1	2,3	1,6	3,3	2,2	3,0	0,7	1,5	1,8%	1,4%	1,7%
Σ Realisci	7,40	17,50	19,50	13,50	18,20	38,70	6,6	11,6	7,80%	9,20%	7,60%
5	1,7	4,5	2,3	4,6	3,2	1,0	0,4	0,3	0,9%	0,9%	1,0%
6	0,8	2,0	1,0	3,0	1,9	2,5	0,1	1,2	0,8%	0,9%	0,8%
7	0,9	1,8	1,1	2,0	1,6	2,3	0,2	1,5	0,3%	1,2%	0,4%
8	0,8	2,9	0,7	2,0	2,3	0,6	0,1	0,6	0,2%	0,3%	0,2%
9	0,9	3,5	0,5	0,3	0,8	0,7	0,1	0,9	0,1%	0,5%	0,1%
10	1,0	2,2	0,7	2,0	2,7	0,1	0,3	1,2	0,0%	0,9%	0,0%
Σ Pesymiści	-6,10	16,90	-6,30	13,90	12,50	7,20	1,2	5,7	2,30%	4,70%	2,50%
NFS	80,50	48,70	67,80	58,70	56,7	72,4	91,0	77,0	87,6	81,6	87,4

¹⁴ 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 polegający na dostrzeganiu w zlu 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.

¹⁵ 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 Husserłowskiego postulatu starannego opisu danych bezpośrednich, przeciwstawiając się idealistycznemu aspektowi fenomenologii transcendentnej; <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/Realistyczny.html> dostęp: 2019-04-05.

¹⁶ 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.

Źródło: Opracowanie 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.

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

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2022 i **2023** roku:

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2022 Ogółem **90,1%**

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2023 Ogółem 87,4%

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2022 Kraj **91,0%**

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2023 Kraj 87,6%

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2022 Zagranica **77,0%**

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2023 Zagranica 81,6%

Porównując wskaźnik NFS dotyczący poczucia bezpieczeństwa odwiedzających krajowych oraz gości z zagranicy w latach 2019-2023 można zauważyć, iż ma on tendencję wzrostową. Szczególnie widoczne jest to w przypadku odwiedzających zagranicznych, gdzie w roku 2019 wskaźnik NFS wynosił 80,5%, natomiast w roku 2023 już 81,6%. Sygnalizuje to wyrównanie odczuć poziomu bezpieczeństwa turystów zagranicznych do okresu przedcovidowego. Coraz większy poziom bezpieczeństwa pobytu w Małopolsce odczuwają również goście krajowi. W roku 2019 wskaźnik NFS wynosił 80,5% natomiast w roku 2023 osiągnął zbliżony do roku poprzedniego (91,9%) wynik 87,6%. Z powyższego wynika, że większość badanych osób jest w pełni przekonanych o pełnym bezpieczeństwie pobytu w Małopolsce, jest przekonanych w do Małopolski można przyjeżdżać bez lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie.

W analizowanym przypadku wskaźnik NFS dla Małopolski w roku 2023 OGÓŁEM wyniósł 87,4%.

10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS w 2023 roku

Jako drugi z wymiarów kontyngencji zastosowano wskaźnik poziomu satysfakcji i lojalności odwiedzających Małopolskę. Wskaźnik NPS (ang. *Net Promoter Score*)¹⁷. 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.

¹⁷ 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

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**. **XXXXXXX**

- **pasywnych¹⁸ vel neutralnych** (odpowiadających w przedziale 7-8), w tabelach oznaczeni **kolorem czerwonym**. **XXXXXXXX**

- **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 % w latach 2019-2023

Poziom lojalności	PL 19	ZG 19	PL 20	ZG 20	PL 21	ZG 21	PL 22	ZG 22	PL 23	ZG 23	OGÓŁEM 2023
0	0,9	1,8	0,3	0,3	2,0	0,7	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0
1	0,3	1,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	0,2	0,7	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
3	0,4	0,5	0,3	0,3	0,5	0,1	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1
4	0,7	0,7	0,4	0,0	0,4	0,1	0,1	0,0	0,5	0,2	0,5
5	2,1	3,2	1,6	1,0	2,1	0,8	0,7	1,2	1,4	1,4	1,4
6	2,7	3,9	2,0	2,9	3,1	4,2	1,2	2,7	2,0	3,5	2,1
Σ Krytycy	7,3	11,8	4,8	4,5	8,40	6,0	2,3	4,5	4,00	5,40	4,10
7	5,7	8,7	4,6	8,3	8,0	8,0	2,8	5,7	5,1	10,2	5,6
8	11,9	19,6	12,5	15,7	12,2	13,9	10,4	17,9	9,9	21,0	10,7
Σ Pasywni	17,6	28,3	17,1	24,0	20,2	21,9	13,2	23,6	15,00	31,20	16,30
9	26,6	26,8	26,1	27,5	15,6	29,2	18,4	23,8	16,2	23,7	16,6
10	48,5	33,2	52,0	44,1	55,9	43,1	66,1	48,2	64,8	39,7	63,1
Σ Promotorzy	75,1	60,0	78,1	71,6	71,5	72,3	84,5	72,0	81,00	63,40	79,70
NPS	67,8	48,2	73,3	67,1	63,1	66,3	82,2	67,5	77,0	58,0	75,6

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.

Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2022 i 2023 roku:

Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2022 roku: Ogółem	81,30%
Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2023 roku: Ogółem	75,60%
Różnica 2022-2023	-5,70%
Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2022 roku: Kraj	82,20%
Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2023 roku: Kraj	77,00%
Różnica 2022-2023	-5,20%
Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2022 roku: Zagranica	67,50%
Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2023 roku: Zagranica	58,00%
Różnica 2022-2023	-9,50%

¹⁸ 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 względu ewentualnego tłumaczenia na język obcy zastosować słowo łatwiej poddające się tłumaczeniu. ang. passive, franc. passif, niem. passiv.

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 2023 był wyższy niż 50% bo wyniósł 75,6%, co jednak w porównaniu z rokiem poprzednim 2022 jest spadkiem satysfakcji z pobytu (a co za tym idzie siły rekomendacji) OGÓŁEM o prawie 6% (5,7%). Wyraźniej widać to w grupie turystów zagranicznych w której poziom rekomendacji osiągnął wynik niższy w stosunku do roku 2022 o prawie 10% (9,5%).

10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski

Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM

Deklaracja ponownego przyjazdu	2019	2020	2021	2022	2023
Na pewno tak	51,0%	47,4%	59,0%	72,8%	56,1%
Raczej tak	32,4%	39,1%	22,9%	18,8%	28,3%
Σ POŚREDNIA TAK	83,4%	86,5%	81,9%	91,6%	84,4%
Nie wiem	14,3%	12,7%	11,4%	7,3%	12,8%
Raczej nie	1,9%	0,7%	5,4%	0,7%	2,3%
Na pewno nie	0,3%	0,1%	1,3%	0,4%	0,5%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ponowny przyjazd OGÓŁEM 2023	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	56,1%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	28,3%	A+B	84,4%
C NIE WIEM	12,8%	C+D+E	15,6%
D RACZEJ NIE	2,3%	Wskaźnik powrotu	68,8%
E NA PEWNO NIE	0,5%		
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	2019	2020	2021	2022	2023
Na pewno tak	58,0%	48,5%	62,0%	74,9%	64,7%
Raczej tak	30,7%	39,9%	22,9%	18,1%	22,2%
Σ POŚREDNIA TAK	88,7%	88,4%	84,9%	93,0%	86,9%
Nie wiem	10,3%	10,9%	10,6%	6,0%	11,8%
Raczej nie	0,8%	0,5%	3,6%	0,6%	1,3%
Na pewno nie	0,3%	0,1%	0,9%	0,4%	0,1%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ponowny przyjazd	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	64,7%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	22,2%	A+B	86,9%
C NIE WIEM	11,8%	C+D+E	13,2%
D RACZEJ NIE	1,3%	Wskaźnik powrotu	73,7%
E NA PEWNO NIE	0,1%		
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	2019	2020	2021	2022	2023
Na pewno tak	27,99%	31,35%	47,70%	42,50%	36,3%
Raczej tak	38,26%	26,65%	23,10%	28,90%	32,7%
Σ POŚREDNIA TAK	66,25%	57,99%	70,80%	71,40%	69,0%
Nie wiem	27,67%	37,93%	14,60%	24,50%	26,1%
Raczej nie	5,49%	4,08%	11,80%	3,20%	3,5%
Na pewno nie	0,59%	0,00%	2,90%	0,90%	1,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ponowny przyjazd	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	36,3%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	32,7%	A+B	69,0%
C NIE WIEM	26,1%	C+D+E	31,0%
D RACZEJ NIE	3,5%	Wskaźnik powrotu	38,1%
E NA PEWNO NIE	1,3%		
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 Alejski.

W analizowanym przypadku wskaźniki powrotu tak dla turystów krajowych prawie 87% (86,9%), jak i zagranicznych do Małopolski są bardzo satysfakcjonujące, jednak dla respondentów zagranicznych wynik obniżył się z wartości w 2022 roku 43% do 31,0%, przy ponownie wysokim wskazaniu niepewności decyzji, bo ponad ¼ (26,1%) odpowiedzi. Warto podjąć działania podnoszące poziom satysfakcji z pobytu w Małopolsce i równocześnie kontynuować 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 i chcieć przyjechać ponownie.

10.4. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski

Osoby pojawiające się w Małopolsce po raz pierwszy oznaczone zostały jako NOWICJUSZE, osoby które zadeklarowały, że są po raz drugi oznaczone zostały jako BUMERANG, osoby które zadeklarowały, że są 3 i więcej razy oznaczone zostały mianem KONESERÓW i ostatnia grupa deklarująca się jako osoby pojawiające w Małopolsce często nazwana została BYWALCAMI.

Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) Ogółem – Kraj - Zagranica

OGÓŁEM	%	KRAJ	%	ZAGRANICA	%
BUMERANG	20,7%	BUMERANG	20,9%	BUMERANG	15,1%
BYWALCY	7,7%	BYWALCY	7,7%	BYWALCY	7,2%
KONESERZY	35,5%	KONESERZY	36,5%	KONESERZY	12,2%
NOWICJUSZE	36,1%	NOWICJUSZE	34,9%	NOWICJUSZE	65,6%
Suma końcowa	100,0%	Suma końcowa	100,0%	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 Alejski.

Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 5 rynków zagranicznych

WIELKA BRYTANIA	%	NIEMCY	%	FRANCJA	%	USA	%	BENELUX	%
BUMERANG	14,30%	BUMERANG	11,10%	BUMERANG	14,30%	BUMERANG	13,80%	BUMERANG	10,80%
BYWALCY	10,30%	BYWALCY	3,70%	BYWALCY	11,90%	BYWALCY	8,80%	BYWALCY	5,40%
KONESERZY	10,30%	KONESERZY	16,00%	KONESERZY	11,90%	KONESERZY	16,30%	NOWICJUSZE	83,80%
NOWICJUSZE	65,10%	NOWICJUSZE	69,10%	NOWICJUSZE	61,90%	NOWICJUSZE	61,30%	Suma	100,00%
Suma	100,00%	Suma	100,00%	Suma	100,00%	Suma	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.

Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 6 rynków krajowych

MAŁOPOLSKA	%	MAZOWSZE	%	ŚLĄSK	%
BUMERANG	22,1%	BUMERANG	20,1%	BUMERANG	21,9%
BYWALCY	6,9%	BYWALCY	12,5%	BYWALCY	6,4%
KONESERZY	32,5%	KONESERZY	35,4%	KONESERZY	43,4%
NOWICJUSZE	38,5%	NOWICJUSZE	32,0%	NOWICJUSZE	28,3%

DOLNY ŚLĄSK	%	POMORZE	%	WIELKOPOLSKA	%
BUMERANG	19,3%	BUMERANG	13,9%	BUMERANG	18,8%
BYWALCY	5,2%	BYWALCY	4,0%	BYWALCY	4,7%
KONESERZY	39,1%	KONESERZY	38,7%	KONESERZY	36,2%
NOWICJUSZE	36,5%	NOWICJUSZE	43,4%	NOWICJUSZE	40,3%

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.

	1
Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2023 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	6
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
Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2023	17
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023	18
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2023	20
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 2023 roku - formatowanie kolorem	22
Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2023 roku	25
Tabela 4.2.1. Wiek - struktura procentowa	30
Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa	30
Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa	31
Tabela 4.4.2. Rozkład wykształcenia w stosunku do wieku respondentów w 2023 roku - formatowanie kolorem	31
Tabela 4.5.1. Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę	32
Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa 2019-2023	32
Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2023	33
Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – OGÓŁEM struktura procentowa	33
Tabela 4.6.4. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – KRAJ/ZAGRANICA struktura procentowa	33
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM – 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem	35
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem	36
Tabela 5.2.3. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2019-2023 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2019-2023	38
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2023 - struktura % formatowana kolorem	39
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2023 (w %)	40
Tabela 5.5.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	42
Tabela 5.5.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	43
Tabela 5.6.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	45
Tabela 5.6.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	45
Tabela 5.6.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	45

Tabela 6.2.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2023 (w %)	
	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 6.3.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	
	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 6.3.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	
	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 7.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2019-2023 dokonana przez turystów	49
Tabela 8.1.1. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 i 2023 roku - formatowanie kolorem	59
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA	61
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji OGÓŁEM – KRAJ – ZAGRANICA – LISTA top 18	62
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 18 w trzech grupach wiekowych	63
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 18 w trzech grupach wykształcenia respondenta	63
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 18 w trzech grupach statusu materialnego respondenta	64
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 18 w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta	64
Tabela 9.2.2. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA	65
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację,	66
Tabela 9.2.2. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach wykształcenia respondenta	67
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach statusu materialnego respondenta	68
Tabela 9.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta	70
Tabela 9.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem (wszystkie WOJEWODZTWA z kraju poza województwem małopolskim)	72
Tabela 9.3.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów z Małopolski w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	74
Tabela 9.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	76
Tabela 9.3.2. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych i krajowych z podziałem na turystów z małopolski i pozostałych województw w 2023 roku - formatowanie kolorem	79
Tabela 9.3.1. Frekwentowane powiaty w Województwie Małopolskim przez odwiedzających jednodniowych OGÓŁEM z podziałem na odwiedzających jednodniowych zagranicznych i krajowych w 2023 roku - formatowanie kolorem	80
Tabela 10.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	81
Tabela 10.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	82

Tabela 10.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w latach 2021-2023 roku* (w zł na osobę)	83
Tabela 10.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	85
Tabela 10.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	85
Tabela 10.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	87
Tabela 10.4.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2023 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających	89
Tabela 10.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2023 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia	90
Tabela 10.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mld zł) wg grup odwiedzających	91
Tabela 11.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski %	93
Tabela 11.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce w % w latach 2019-2023	95
Tabela 11.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM	97
Tabela 11.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ	97
Tabela 11.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA	98
Tabela 11.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) Ogółem – Kraj - Zagranica	98
Tabela 11.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 5 rynków zagranicznych	99
Tabela 11.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 6 rynków krajowych	99
Tabela 12.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2022 (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2019-2023 (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2023 roku (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2021-2023 * (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 roku (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tabela 12.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w latach 2021-2023 roku (w zł) wg grup odwiedzających **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.1.18. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.1.19. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2023 (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2019-2023 (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2023 (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2021-2023 roku* (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 roku (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021-2023 r. (w zł) wg grup odwiedzających **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 12.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.2.19. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2023 (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2019-2023 (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w latach 2021-2023 (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.3.19. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.
Tabela 12.4.5. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano załładki.

Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z USA (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.9. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z USA w podróży do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.10. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z USA (w %)*	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.11. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z USA przed przyjazdem do Małopolski (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z USA podczas pobytu w Małopolsce wg przeznaczenia (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z USA (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.4.17. Deklaracja odwiedzających z USA dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.5. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.6. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.7. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.8. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z krajów Beneluxu w podróży do Małopolski (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu (w %)*	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.10. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.11. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu przed przyjazdem do Małopolski w 2022 roku (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z krajów Beneluxu podczas pobytu w Małopolsce (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.13. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z krajów Beneluxu (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 12.5.14. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z krajów Beneluxu dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej (w %)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tabela 13.1.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2023	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2019-2023	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w latach 2021-2023* (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 roku (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w latach 2021- 2023 roku (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.1.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2023	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tabela 13.2.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2019-2023	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 roku (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 i 2022 roku (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.2.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.1. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.2. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.5. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2023	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2019-2023	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2019-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 i 2022 roku* (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2023 roku (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2019-2022 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Tabela 13.3.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w latach 2021-2023 (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tabela 13.3.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.3.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.3.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.1. Wiek odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.2. Płeć odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.3. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.4. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.5. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska.	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Dolnego Śląska w latach 2022-2023	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.9. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Dolnego Śląska.	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.10. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas podróży do Małopolski	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.11. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska*	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska przed przyjazdem do Małopolski (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2022-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.15. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Dolnego Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2022-2023 (w zł na osobę)	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Dolnego Śląska w latach 2022-2023 (w zł) wg grup odwiedzających	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.17. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.18. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.4.19. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Dolnego Śląska	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.5.1. Płeć odwiedzających Małopolskę z Pomorza	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.5.2. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Pomorza	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.5.3. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Pomorza	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.5.4. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Pomorza	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.
Tabela 13.5.5. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Pomorza	Błąd! Nie zdefiniowano załączki.

Tabela 13.5.6. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Pomorza **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.5.7. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza* **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.5.8. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Pomorza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2021 i 2023 (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.5.9. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Pomorza przed przyjazdem do Małopolski (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.5.10. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju, ponoszonego przez odwiedzających z Pomorza podczas pobytu w Małopolsce (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.5.11. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Pomorza **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.5.12. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.1. Wiek odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.2. Płeć odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.3. Wykształcenie odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.4. Status materialny odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.5. Cele poboczne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.6. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski* **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.7. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkopolski podczas pobytu w Małopolsce (w zł na osobę) **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.8. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkopolski w latach 2022-2023 roku (w zł) wg grup odwiedzających **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.9. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.10. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tabela 13.6.11. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Wielkopolski **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

Tab.1. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane niezaokrąglone Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.2. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone (tys.) Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.3. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w roku 2023 w przekroju powiatów Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.4. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone (tys.), macierzowe formatowanie graficzne Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.5. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone (tys.), wektorowe formatowanie graficzne poszczególnych kategorii danych TKM, TKW, TK, TZ oraz T. Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.6. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone (tys.), wektorowe formatowanie graficzne w ramach turystów krajowych (TKM i TKW) oraz turystów ogółem (TK i TZ) Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.7. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone (tys.), kolumnowe formatowanie graficzne danych z każdego kwartału i każdej kategorii..... Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.8. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w kolejnych kwartałach roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone (tys.), punktowe formatowanie graficzne wg reguły 3x3 – w każdej kolumnie 3 grupy powiatów (I, II i III liga) zawierających po 3 powiaty z największymi liczbami turystów Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.9. Udziały procentowe i liczby turystów przyjeżdżających do Małopolski w roku 2023 w przekroju powiatów (formatowanie macierzowe) Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.10. Udziały procentowe i liczby turystów przyjeżdżających do Małopolski w roku 2023 w przekroju powiatów (formatowanie kolumnowe) Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.11. Udziały procentowe liczby turystów przyjeżdżających do Małopolski w roku 2023 w przekroju powiatów (formatowanie punktowe i kolumnowe)..... Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.12. Udziały procentowe liczby turystów przyjeżdżających do Małopolski w roku 2023 w przekroju powiatów (formatowanie kolumnowe)..... Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.13. Turyści przyjeżdżający do Małopolski w roku 2023 w przekroju powiatów, dane zaokrąglone Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.14. Grafika do powyższych tabel Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tab.15 Grafika do powyższych tabel Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Tabela 14.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2023 roku ogółem **Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.**

11.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych

Tabela 11.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2023 roku ogółem

Źródło: Koordynator MOT.

WYBRANE OBIEKTY/MIEJSCA TURYSTYCZNE	FREKWENCJA W OS. W 2022 ROKU	FREKWENCJA W OS. W 2023 ROKU	UWAGI
Tatrzański Park Narodowy	4 574 131	4 336 613	
Park Rozrywki Energylandia w Zatorze	1 850 000	---	
Zamek Królewski na Wawelu w Krakowie	1 725 917	2 588 728	
Pieniński Park Narodowy	1 096 735	962 548	
Kopalnia Soli w Wieliczce	1 119 317	1 519 000	
Muzeum Narodowe w Krakowie	1 365 425	1 650 792	(bez Niepołomic)
Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu	1 184 000	1 670 000	
Ojcowski Park Narodowy	600 000	480 000	od V do IX.
Spyżak Dunajcem	298 131	274 560	
Babiogórski Park Narodowy	158 056	135 167	
Gorczański Park Narodowy	64 000	85 200	
Muzeum Dom Rodzinny Jana Pawła II w Wadowicach	118 217	150617	
Kopalnia Soli w Bochni	161 002	161 414	
Inwałd Park	96 000	---	
Magurski Park Narodowy	23 037	22 633	
Sanktuarium w Łagiewnikach w Krakowie	1 500 000	1 500 000	

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. Z uwagi na liczne 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.

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.

Od 28 marca 2022 roku zostały zniesione wszelkie ograniczenia w podróżowaniu. 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.

W 2023 roku tendencja wzrostowa była kontynuowana – rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce zwiększyły się do wielkości 20,8 mln osób, tj. o kolejne 22,9%. Przyrost dotyczył zarówno odwiedzających z Polski (o 8,3% więcej niż rok wcześniej, tj. do wielkości 17,55 mln osób), ale przede wszystkim wreszcie odwiedzających zagranicznych (aż prawie 5,5-krotnie więcej, tj. do wielkości 3,25 mln osób).

Zanotowane zmiany profilowe turystów w okresie 2018- 2023 z podziałem na okres przedpandemiczny 2018-2019, rok pandemiczny 2020 i ostatnie dwa lata 2021-2022 stosunku do 2023 roku.

					Przed covidem 2018_19	W roku covidowym 2020	Po covidzie 21_22	2023		
					Kto przyjeżdża ?					
Płeć	18_19	20_	21_22	Suma	2023					
						przeważają kobiety (14%)	sytuacja odwrotna - przewaga mężczyzn (14%)	równowaga płci (po 50%)	Ponowna przewaga mężczyzn (5,8%)	
K Kobieta	56,9%	43,9%	49,9%	52,0%	47,1%					
M Mężczyzna	43,1%	56,1%	50,1%	48,0%	52,9%					
Kraj Zagr.	18_19	20_	21_22	Suma	2023					
						zdecydowana przewaga turystów krajowych (79%)	przewaga turystów krajowych powiększa się (94%)	przewaga turystów krajowych (94%) utrzymuje się nadal	Malejąca przewaga turystów krajowych (84,4%)	
Kraj	78,9%	94,0%	94,1%	87,0%	84,4%					
Zagr.	21,1%	6,0%	5,9%	13,0%	15,6%					
Wiek	18_19	20_	21_22	Suma	2023					
						we wszystkich latach struktura turystów wg lat jest podobna - najczęściej jest turystów w średnim wieku (44%-47%), nieco mniej turystów młodych (35%-40%) a				

30<	36,0%	39,6%	35,1%	36,3%	41,4%	najmniej turystów w starszym wieku (13%-20%)
31-50	43,5%	47,1%	47,0%	45,4%	47,3%	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%
51>	20,5%	13,3%	18,0%	18,3%	11,3%	

Wiek	18_19	20_	21_22	Suma	2023	
Do 19 lat	5,3%	4,5%	4,0%	4,7%	5,7%	udział turystów powyżej 60 lat w latach pocovidowych wrócił do poziomu z lat przedcovidowych (10%) po spadku w roku covidowym do poziomu 6%
20-29 lat	27,6%	31,8%	27,4%	28,3%	32,3%	udziały turystów najmłodszych (poniżej 19 lat) ciągle spadają z 5% w latach przedcovidowych do 4,5% w roku 2020 oraz 4% w latach pocovidowych
30-44 lat	34,8%	39,5%	39,7%	37,4%	41,2%	Powrót do wyników przedcovidowych
45-60 lat	22,3%	17,7%	18,6%	20,1%	14,6%	
Pow. 60 lat	10,0%	6,5%	10,3%	9,4%	6,1%	Spadek udziałów osób po 45 roku życia

Wykształcenie	18_19	20_	21_22	Suma	2023	
A - wyższe	56,1%	52,6%	49,1%	52,7%	37,9%	spadek udziału turystów z wyższym wykształceniem z 56% w latach przedcovidowych do 53% w roku covidowym oraz do 49% w latach pocovidowych
B - średnie	41,0%	45,7%	42,7%	42,5%	57,9%	
C - pon.średniego	3,0%	1,7%	8,2%	4,8%	4,2%	

spadek
wzrost
norma

Prawie 58% odwiedzających region (11,95 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%, w 2021 roku – ponad 69% ogółu, a w 2022 roku – prawie 62%. Niemniej jednak liczba turystów w Małopolsce w 2023 roku była wyższa niż rok wcześniej – o 14,0% – choć nie osiągnęła ona jeszcze wielkości z roku przedpandemicznego (o 13,8% mniej), a nawet 2017 (o 2,6% mniej).

Odwrotnie niż w latach poprzednich, większy udział nocujących charakteryzował ruch przyjazdowy z kraju – 57,5% Polaków nocowało w województwie (rok wcześniej ok. 61%, w 2021 roku 67%, w roku 2020 46%, a w 2019 roku 74%). Natomiast spośród ogółu zagranicznych odwiedzających Małopolskę 56,9% było turystami (w latach 2021-2022 odsetek ten wynosił około 86%; w 2020 roku było to prawie 88%, a w 2019 roku i latach wcześniejszych – ponad 90%).

Wzrost liczby turystów w stosunku do roku poprzedniego dotyczył zarówno Polaków (o 2,5% więcej, tj. do poziomu 10,10 mln osób – wielkość mniejsza niż w 2019 roku o 2,7%), ale przede wszystkim cudzoziemców (aż prawie 3-krotnie więcej, tj. do wielkości 1,85 mln osób – o 14,0% mniej niż w 2019 roku).

Drugą grupą odwiedzających Małopolskę (poza turystami) są goście jednodniowi. Ich liczba znacznie się zwiększyła w 2023 roku (o 37,2% w stosunku do roku ubiegłego) i wyniosła 8,85 mln osób. Były to największe rozmiary ruchu jednodniowego od 2010 (o 37,2% większe niż w dotychczas dominującym w tym względzie roku 2020).

Zdecydowana większość jednodniowych odwiedzających w regionie (ponad 84%, a w latach wcześniejszych było to w granicach 90-98%) to goście z Polski, których liczba w 2023 roku wzrosła o 17,3% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości 7,45 mln osób.

Jednodniowi odwiedzający z zagranicy stanowili w 2023 roku około 12% ogółu gości bez noclegu, ale było ich w Małopolsce aż 14-krotnie więcej niż w roku poprzednim, tj. 1,4 mln osób (zdecydowanie najwięcej w badanym okresie). Ten duży wzrost liczby beznoclegowych cudzoziemców może być związanym z tym, że po zniesieniu covidowych obostrzeń, spragnieni wyjazdów turyści na dłuższe pobyty wybierali dalsze bardziej egzotyczne destynacje, natomiast Polskę (w tym Małopolskę) odwiedzali tylko na krótko (kilka, kilkanaście godzin).

Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Małopolski w latach 2019-2023, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczyna Wielka Brytania. W 2023 roku istotną przewagę uzyskali turyści z Wielkiej Brytanii, którzy do Małopolski docierali głównie samolotem oraz samochodem osobowym. Ex aequo kolejne miejsca zajęli turyści z USA i Niemiec. Charakterystyki turystów z tych krajów są inne, ale te segmenty stanowią suma summarum w 2023 roku prawie 54% (53,6%) a za analizowane pięć lat ponad 40% (40,82%) udziału odwiedzających w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Na czwartym miejscu plasują się w 2023 roku odwiedzający z Francji z wynikiem 8% a turyści 8,8%. Przyjeżdżający z Hiszpanii osiągnęli wynik ponad 5% (5,2%) a turyści z wynikiem w 2023 roku $\approx 6,0\%$ (5,8%) udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski prześcignęli ponownie w tym roku Belgię (turyści 2023 = 4,0%) pasując się na piątym miejscu. Jednak należy zauważyć, że w tak okresie pandemicznym już w 2020 roku, jak również w kolejnych latach 2021-22 wyraźnie wzrósł ruch turystyczny z krajów strefy BENELUX-u (Belgia+Holandia+Luksemburg). Tendencja ta uwidoczniła się również w roku 2023. Rynek BENELUX-u sumarycznie uzyskał 7,2% strumienia odwiedzających i 7,0% turystów.

Mimo sytuacji post pandemicznej i kontynuowanej agresji Rosji na sąsiadującą z Polską Ukrainę w roku 2023 struktura % strumienia ruchu turystycznego dla pierwszej piątki krajów okazała się stabilna, pozostając na podobnym jak w latach poprzednich poziomie, konsumując w roku 2023 [patrz tabela 3.5.1.] $\approx 65,0\%$ udziałów ruchu turystycznego z wynikiem średnim za pięć lat $\approx 57\%$ (56,6%) ukazując stałą tendencję wzrostową.

Na siódmym miejscu plasują się turyści z Republiki Czeskiej ze stabilnym wynikiem średnim dla odwiedzających za 2023 = 5,1% (turyści za 2023 rok 4,0%) udziału i z wynikiem średnim dla całej TOP siódemki za pięć lat [2019-2023] ponad 64% (64,3%). Dla Top 7 łącznie rok 2023 udziału turystów zamknął się wynikiem ponad 76% (76,2%) udziałów w strukturze strumienia ruchu turystycznego.

Kraje, które w roku 2023 uzyskały wynik powyżej 2% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (11 rynków emisyjnych), skumulowały łącznie w roku 2023 ponad 70% strumienia ruchu odwiedzających prawie 86% (85,8%) a średnio za pięć lat 2019-2023 ponad 80% (80,2%) z całości zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski. W roku 2023 grupa ta objęta ponad 89% (89,4%) udziałów strumienia turystów zagranicznych.

Specyficzna sytuacja, która zaistniała w 2022 i była kontynuowana w 2023 roku a mianowicie agresja Rosji na Ukrainę jak również działania militarne w Ziemi Świętej w ostatnim kwartale roku 2023, czyli atak Hamasu na Izrael i przeniesienie działań odwetowych na sąsiednią Gazę wytrąciła również kwartał czwarty 2023 roku z „normalnej” obsługi strumieni ruchu turystycznego w obszarze morza śródziemnego. Jednak sezon wakacyjny w Małopolsce wykazał niezbicie, że po odblokowaniu granic państwa i przestrzeni powietrznej kraju dla lotów pasażerskich, branża turystyczna Małopolski przeżyła powrót do stanu z roku 2019 czyli przedcovidowego.

W tym roku mieszkańcy Małopolski ponownie zdecydowali się częściej: „By być turystą u siebie – w swoim województwie” – jak było to w latach 2020 - 22, osiągając w rankingu pierwsze miejsce. Ponad 42% (42,5%) odwiedzających (turystów 24,5%) krajowych, którzy frekwentowali atrakcje turystyczne Małopolski, stanowili Małopolanie, natomiast Mazowszanie i Ślązacy stanowiący od lat bardzo mocny segment strumienia ruchu turystycznego do naszego województwa, który przez poprzednie trzy lata obserwacji zajmowali 2 i 3 miejsce zajęli w 2023 roku ex aequo drugie w rankingu miejsce z wynikiem dla turystów poziom $\approx 12\%$ (11,8%/ 11,6%). Na trzecim miejscu w 2023 roku znaleźli się turyści z ze Śląska, uzyskując wynik $\approx 12\%$, (11,6%) udziałów. Na czwartym miejscu uplasowali się turyści z Wielkopolski z wynikiem ponad 7% (7,3%). W 2023 roku turyści z Pomorza uzyskali prawie wynik ponad 5% (5,3%) i wyprzedzili turystów przyjeżdżających z sąsiadującego z Małopolską województwa podkarpackiego o jedynie 0,2% udziałów. Wyjaśnić to można wzmożonymi podróżami jednodniowymi mieszkańców Podkarpacia wewnątrz województwa małopolskiego z jednoczesnym utrzymaniem przyjazdów z województwa pomorskiego; na poziomie 3,6% udziałów. Pobyt w Małopolsce turystów z Pomorza jest wyraźnie dłuższy od pobytów turystów z Podkarpacia. Z analizy ostatnich czterech lat: 2019 i 2022 wynika, że odwiedzający województwa pomorskiego stanowią mocny, ponad 3,5% 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 jak w latach ubiegłych ($\approx 4,0\%$) kształtują się udziały turystów przyjeżdżających do Małopolski z województwa łódzkiego i świętokrzyskiego.

Profil turystów odwiedzających Małopolskę w 2023 roku

	Turysta krajowy	Turysta zagraniczny
Kto przyjeżdża?	<ul style="list-style-type: none"> Minimalnie więcej mężczyzn (52,9%) niż kobiet (47,1%). Zdecydowana większość to osoby do 45 roku życia (79,20% badanych). Przede 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. 1447 zł/osobę, najwięcej na nocleg oraz wyżywienie i tzw. inne wydatki.	Ok. 2881 zł/osobę, najwięcej na wstępy do atrakcji; 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. W 2023 roku tendencja wzrostowa była kontynuowana – rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce zwiększyły się do wielkości 20,8 mln osób, tj. o kolejne 22,9%. Przyrost dotyczył zarówno odwiedzających z Polski (o 8,3% więcej niż rok wcześniej, tj. do wielkości 17,55 mln osób), ale przede wszystkim wreszcie odwiedzających zagranicznych (aż prawie 5,5-krotnie więcej, tj. do wielkości 3,25 mln osób).
3. W stosunku do najlepszego jak dotychczas roku 2019, liczba odwiedzających krajowych była w 2023 roku o 24,6% wyższa, a w segmencie gości zagranicznych – o 14,0% niższa. Ogółem rozmiary ruchu turystycznego okazały się w 2023 roku większe o 16,5% od wielkości z roku 2019.
4. Prawie 58% odwiedzających region (11,95 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%, w 2021 roku – ponad 69% ogółu, a w 2022 roku – prawie 62%. Niemniej jednak liczba turystów w Małopolsce w 2023 roku była wyższa niż rok wcześniej – o 14,0% – choć nie osiągnęła ona jeszcze wielkości z roku przedpandemicznego (o 13,8% mniej), a nawet 2017 (o 2,6% mniej).
5. Odwrotnie niż w latach poprzednich, większy udział nocujących charakteryzował ruch przyjazdowy z kraju – 57,5% Polaków nocowało w województwie (rok wcześniej ok. 61%, w 2021 roku 67%, w roku 2020 46%, a w 2019 roku 74%). Natomiast spośród ogółu zagranicznych odwiedzających Małopolskę 56,9% było turystami (w latach 2021-2022 odsetek ten wynosił około 86%; w 2020 roku było to prawie 88%, a w 2019 roku i latach wcześniejszych – ponad 90%).
6. Wzrost liczby turystów w stosunku do roku poprzedniego dotyczył zarówno Polaków (o 2,5% więcej, tj. do poziomu 10,10 mln osób – wielkość mniejsza niż w 2019 roku o 2,7%), ale przede wszystkim cudzoziemców (aż prawie 3-krotnie więcej, tj. do wielkości 1,85 mln osób – o 14,0% mniej niż w 2019 roku).
7. Drugą grupą odwiedzających Małopolskę (poza turystami) są goście jednodniowi. Ich liczba znacznie się zwiększyła w 2023 roku (o 37,2% w stosunku do roku ubiegłego) i wyniosła 8,85 mln osób. Były to największe rozmiary ruchu jednodniowego od 2010 (o 37,2% większe niż w dotychczas dominującym w tym względzie roku 2020).
8. Zdecydowana większość jednodniowych odwiedzających w regionie (ponad 84%, a w latach wcześniejszych było to w granicach 90-98%) to goście z Polski, których liczba w 2023 roku wzrosła o 17,3% w relacji do roku poprzedniego, tj. do wielkości 7,45 mln osób.
9. Jednodniowi odwiedzający z zagranicy stanowili w 2023 roku około 12% ogółu gości bez noclegu, ale było ich w Małopolsce aż 14-krotnie więcej niż w roku poprzednim, tj. 1,4 mln osób (zdecydowanie najwięcej w badanym okresie). Ten duży wzrost liczby beznoclegowych cudzoziemców może być związanym z tym, że po zniesieniu covidowych obostrzeń, spragnieni wyjazdów turyści na dłuższe pobyty wybierali dalsze bardziej egzotyczne

destynacje, natomiast Polskę (w tym Małopolskę) odwiedzali tylko na krótko (kilka, kilkanaście godzin).

10. Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Małopolski w latach 2019-2023, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczyna Wielka Brytania. W 2023 roku istotną przewagę uzyskali turyści z Wielkiej Brytanii, którzy do Małopolski docierali głównie samolotem oraz samochodem osobowym. Ex aequo kolejne miejsca zajęli turyści z USA i Niemiec. Charakterystyki turystów z tych krajów są inne, ale te segmenty stanowią suma summarum w 2023 roku prawie 54% (53,6%) a za analizowane pięć lat ponad 40% (40,82%) udziału odwiedzających w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Na czwartym miejscu plasują się w 2023 roku odwiedzający z Francji z wynikiem 8% a turyści 8,8%. Przyjeżdżający z Hiszpanii osiągnęli wynik ponad 5% (5,2%) a turyści z wynikiem w 2023 roku \approx 6,0% (5,8%) udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski prześcignęli ponownie w tym roku Belgię (turyści 2023 = 4,0%) pasując się na piątym miejscu. Jednak należy zauważyć, że w tak okresie pandemicznym już w 2020 roku, jak również w kolejnych latach 2021-22 wyraźnie wzrósł ruch turystyczny z krajów strefy BENELUX-u (Belgia+Holandia+Luksemburg). Tendencja ta uwidoczniła się również w roku 2023. Rynek BENELUX-u sumarycznie uzyskał 7,2% strumienia odwiedzających i 7,0% turystów.
11. Mimo sytuacji post pandemicznej i kontynuowanej agresji Rosji na sąsiadującą z Polską Ukrainę w roku 2023 struktura % strumienia ruchu turystycznego dla pierwszej piątki krajów okazała się stabilna, pozostając na podobnym jak w latach poprzednich poziomie, konsumując w roku 2023 [patrz tabela 3.5.1.] \approx 65,0% udziałów ruchu turystycznego z wynikiem średnim za pięć lat \approx 57% (56,6%) ukazując stałą tendencję wzrostową.
12. Na siódmym miejscu plasują się turyści z Republiki Czeskiej ze stabilnym wynikiem średnim dla odwiedzających za 2023 = 5,1% (turyści za 2023 rok 4,0%) udziału i z wynikiem średnim dla całej TOP siódemki za pięć lat [2019-2023] ponad 64% (64,3%). Dla Top 7 łącznie rok 2023 udziału turystów zamknął się wynikiem ponad 76% (76,2%) udziałów w strukturze strumienia ruchu turystycznego.
13. Kraje, które w roku 2023 uzyskały wynik powyżej 2% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (11 rynków emisyjnych), skumulowały łącznie w roku 2023 ponad 70% strumienia ruchu odwiedzających prawie 86% (85,8%) a średnio za pięć lat 2019-2023 ponad 80% (80,2%) z całości zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski. W roku 2023 grupa ta objęła ponad 89% (89,4%) udziałów strumienia turystów zagranicznych.
14. Specyficzna sytuacja, która zaistniała w 2022 i była kontynuowana w 2023 roku a mianowicie agresja Rosji na Ukrainę jak również działania militarne w Ziemi Świętej w ostatnim kwartale roku 2023, czyli atak Hamasu na Izrael i przeniesienie działań odwetowych na sąsiednią Gazę wytrąciła również kwartał czwarty 2023 roku z „normalnej” obsługi strumieni ruchu turystycznego w obszarze morza śródziemnego. Jednak sezon wakacyjny w Małopolsce wykazał niezbitcie, że po odblokowaniu granic państwa i przestrzeni powietrznej kraju dla lotów pasażerskich, branża turystyczna Małopolski przeżyła powrót do stanu z roku 2019 czyli przedcovidowego.
15. W tym roku mieszkańcy Małopolski ponownie zdecydowali się częściej: „By być turystą u siebie – w swoim województwie” – jak było to w latach 2020 - 22, osiągając w rankingu pierwsze miejsce. Ponad 42% (42,5%) odwiedzających (turystów 24,5%) krajowych, którzy frekwentowali atrakcje turystyczne Małopolski, stanowili Małopolanie, natomiast

Mazowszanie i Ślązacy stanowią od lat bardzo mocny segment strumienia ruchu turystycznego do naszego województwa, który przez poprzednie trzy lata obserwacji zajmowali 2 i 3 miejsce zajęli w 2023 roku ex aequo drugie w rankingu miejsce z wynikiem dla turystów poziom $\approx 12\%$ (11,8%/ 11,6%). Na trzecim miejscu w 2023 roku znaleźli się turyści z ze Śląska, uzyskując wynik $\approx 12\%$, (11,6%) udziałów. Na czwartym miejscu uplasowali się turyści z Wielkopolski z wynikiem ponad 7% (7,3%). W 2023 roku turyści z Pomorza uzyskali prawie wynik ponad 5% (5,3%) i wyprzedzili turystów przyjeżdżających z sąsiadującego z Małopolską województwa podkarpackiego o jedynie 0,2% udziałów. Wyjaśnić to można wzmożonymi podróżami jednodniowymi mieszkańców Podkarpacia wewnątrz województwa małopolskiego z jednoczesnym utrzymaniem przyjazdów z województwa pomorskiego; na poziomie 3,6% udziałów. Pobyt w Małopolsce turystów z Pomorza jest wyraźnie dłuższy od pobytów turystów z Podkarpacia. Z analizy ostatnich czterech lat: 2019 i 2022 wynika, że odwiedzający województwa pomorskiego stanowią mocny, ponad 3,5% 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 jak w latach ubiegłych ($\approx 4,0\%$) kształtują się udziały turystów przyjeżdżających do Małopolski z województwa łódzkiego i świętokrzyskiego.

16. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu w 2023 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.
17. Goście krajowi przeznaczali średnio na pobyt w Małopolsce 529 zł na osobę (o 14,8% więcej niż rok wcześniej), podczas gdy odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do regionu ponad 2-krotnie więcej niż Polacy, tj. średnio 1171 zł na osobę (o 7,3% więcej niż w roku ubiegłym). W sumie wydatki gości krajowych były ponad 2-krotnie, a zagranicznych – o 64,0% wyższe niż w przedpandemicznym roku 2019.
18. Polscy turyści, tj. nocujący w Małopolsce, wydatkowali przed przyjazdem do regionu w 2023 roku średnio 753 zł na osobę (czyli o ponad 1/3 więcej niż rok wcześniej i ponad 2-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), natomiast turyści zagraniczni – sumy ponad 1,5-krotnie wyższe niż Polacy, tj. 1177 zł na osobę (o 7,9% więcej niż w roku poprzednim i o ponad 1/2 więcej niż w roku 2019).
19. 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 prawie 5,5-krotnie niższe niż turyści (nocujący w regionie) – 137 zł na osobę (porównywalne jak rok wcześniej, ale ponad 4-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Jednodniowi odwiedzający z zagranicy przed przyjazdem wydawali na pobyt w regionie średnio 120 zł na osobę (w roku poprzednim w ogóle nie odnotowano takich wydatków, a w roku 2019 były one o 29,4% wyższe).
20. Analizując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w 2023 roku w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy, należy stwierdzić, że najwięcej (1750 zł na osobę) wydawali – analogicznie jak w roku 2022, choć o 41,7% mniej – goście z Włoch. Sumy powyżej 1000 zł na osobę ponosili:
 - Amerykanie (1380 zł na osobę, czyli o 62,4% więcej niż w roku poprzednim),
 - Czesi (1360 zł na osobę, czyli o 11,3% mniej niż w roku ubiegłym),

- Duńczycy (1206 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku poprzednim),
 - Niemcy (1194 zł na osobę, czyli o 4,9% więcej niż w roku ubiegłym),
 - Irlandczycy (1183 zł na osobę, czyli tyle samo, jak rok wcześniej),
 - Hiszpanie (1128 zł na osobę, czyli o 27,0% więcej niż w roku poprzednim),
 - Brytyjczycy (1106 zł na osobę, czyli o 15,4% więcej niż w roku ubiegłym).
21. W granicach 500-600 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem na pobyt w regionie mieszkańcy Francji (593 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku poprzednim), Belgii (550 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku ubiegłym) i Holandii (500 zł na osobę, tj. tyle samo, co rok wcześniej).
22. Warto zwrócić uwagę, że kwoty wydatkowane w 2023 roku przez Duńczyków i Irlandczyków oraz obywateli Beneluxu były zbliżone do tych sprzed pandemii (w przypadku dwóch pierwszych krajów – nieznacznie wyższe, a Holendrów i Belgów – nieznacznie niższe), natomiast sumy wydawane przez Amerykanów, Niemców i Włochów – ponad 2-krotnie wyższe niż te w roku 2019.
23. Rozpatrując przeznaczenie kwot wydatkowanych przez odwiedzających Małopolskę w 2023 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 924 zł na osobę (o 24,0% więcej niż rok wcześniej), a cudzoziemcy o ponad 1/4 więcej, czyli 1166 zł na osobę (o 2,2% mniej niż w roku ubiegłym). Wyjątkiem w tym względzie były wydatki zagranicznych odwiedzających, w tym zagranicznych turystów, w przypadku których najwyższe kwoty dotyczyły zakupu biletów wstępu do obiektów/atrakcji – odpowiednio 1168 zł na osobę (o 30,8% więcej niż rok w wcześniej) i 1284 zł na osobę (o 43,8% więcej niż w roku poprzednim). Goście z Polski na bilety wstępu do atrakcji wydawali tylko 158 zł na osobę (prawie 7,5-krotnie mniej niż obcokrajowcy i mniej więcej tyle samo, co w roku 2022), a turyści krajowi – 273 zł na osobę (ponad 4,5-krotnie mniej niż zagraniczni turyści, ale o 42,2% więcej niż rok wcześniej).
24. Relatywnie wysokie były też wydatki na rezerwację/zakup noclegów – średnio 732 zł na osobę wydatkowali Polacy (o 56,4% więcej niż w roku poprzednim), a 976 zł na osobę (o 1/3 więcej) goście z zagranicy (o 13,6% więcej niż rok wcześniej). Wydatki przed podróżą do województwa na wycieczki wynosiły średnio 330 zł na osobę w przypadku odwiedzających z Polski (o 1/2 więcej niż w roku ubiegłym) i 338 zł na osobę (o 2,4% więcej) w odniesieniu do gości zagranicznych (o 5,3% więcej niż rok wcześniej). Najniższe były wydatki na tzw. inne cele – średnio 119 zł na osobę wydawali na nie goście krajowi (o 82,6% mniej niż w roku poprzednim), a 283 zł na osobę (ponad 2,5-krotnie więcej) odwiedzający z zagranicy (rok wcześniej w ogóle nie odnotowano takich wydatków cudzoziemców).
25. Sumy wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski przez turystów były wyższe niż kwoty wydawane przez odwiedzających jednodniowych, z wyjątkiem tzw. innych wydatków, które okazały się wyższe o 10,7% u jednodniowych odwiedzających krajowych (średnio 124 zł na osobę, o 17,3% mniej niż rok wcześniej) niż u krajowych turystów (112 zł na osobę, o 86,5% mniej niż w roku poprzednim).
26. Wydatki polskich turystów na zakup produktu w biurze podróży były ponad 4,5-krotnie wyższe niż krajowych odwiedzających jednodniowych (średnio 1201 zł na osobę vs 258 zł na osobę), a na bilety wstępu do atrakcji – ponad 2-krotnie wyższe (273 zł na osobę vs 134 zł na

osobę). Co więcej, jednodniowi odwiedzający z Polski w ogóle nie deklarowali kwot przed przyjazdem na lokalne wycieczki, a polscy turyści wydawali przeciętnie 330 zł na osobę. Jednodniowi odwiedzający z zagranicy natomiast w ogóle nie ponosili żadnych wydatków przed przyjazdem, z wyjątkiem sum przeznaczanych na bilety wstępu do obiektów/atrakcji – średnio 120 zł na osobę.

27. Wydatki przed przyjazdem na zakup/rezerwację noclegów były wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych (o 1/3) – średnio 976 zł na osobę vs 732 zł na osobę. Podobną zależność odnotowano w przypadku pozostałych wydatków, z wyjątkiem zakupu produktu w biurze podróży – na ten cel turyści krajowi wydawali o 3,0% więcej niż zagraniczni, tj. średnio 1201 zł na osobę vs 1166 zł na osobę. Średnie kwoty przeznaczane przed przyjazdem na bilety wstępu do atrakcji były natomiast w przypadku turystów zagranicznych o prawie 7,5-krotnie wyższe niż krajowych turystów (1284 zł na osobę vs 273 zł na osobę), w przypadku tzw. innych wydatków – ponad 2,5-krotnie wyższe (283 zł na osobę vs 112 zł na osobę), a w przypadku lokalnych wycieczek – o 2,4% wyższe (338 zł na osobę vs 330 zł na osobę).
28. Uwagę zwraca ogólny przyrost sum wydatkowanych przed podróżą do Małopolski w 2023 roku w stosunku do roku poprzedniego, zarówno przez odwiedzających z Polski, jak i z zagranicy. Sytuacja ta nie odnosiła się tylko do:
- turystów i jednodniowych odwiedzających krajowych w przypadku tzw. innych wydatków (spadek odpowiednio o 86,5% i o 17,3%),
 - turystów zagranicznych i jednodniowych odwiedzających krajowych w przypadku zakupu produktu w biurze podróży (spadek odpowiednio o 2,2% i o 2,3%).

Największe wzrosty odnotowano natomiast w przypadku sum wydatkowanych na noclegi oraz lokalne wycieczki w segmencie turystów krajowych (odpowiednio o 56,4% i o 50,0%).

29. Kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce w 2023 roku były również zdwersyfikowane pod wieloma względami. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali ponad 4,5-krotnie więcej (1468 zł na osobę, czyli o 20,9% więcej niż w roku poprzednim i o 72,5% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019) niż Polacy (318 zł na osobę, tj. o 23,6% mniej niż rok wcześniej i o 9,9% mniej niż w roku 2019).
30. Turyści przeznaczali na pobyt kwoty wyższe niż odwiedzający jednodniowi. Turyści krajowi wydatkowali średnio 709 zł na osobę (o 1,9% więcej niż w roku ubiegłym i o 45,0% więcej niż w roku przedpandemicznym), a zagraniczni – ponad 2-krotnie więcej, tj. 1543 zł na osobę (o 22,1% więcej niż rok wcześniej i o 72,2% więcej niż w roku 2019). Z kolei, jednodniowi odwiedzający z Polski wydawali podczas pobytu w Małopolsce średnio 177 zł na osobę (o ponad 1/4 więcej niż w roku poprzednim i o 70,2% więcej niż w roku przedpandemicznym), a jednodniowi odwiedzający z zagranicy – o 14,1% więcej niż Polacy, tj. 202 zł na osobę (o 19,1% więcej niż rok wcześniej i o prawie 1/2 więcej niż w roku 2019).
31. 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 odwiedzający krajowi, którzy podczas pobytu wydawali mniej niż rok wcześniej oraz jednodniowi gości z Polski, których wydatki przed podróżą były niższe niż w roku ubiegłym.

32. Analiza wysokości sum wydatkowanych podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z różnych krajów w 2023 roku pozwala stwierdzić, że – podobnie jak rok wcześniej – najwyższe wydatki charakteryzowały goście z USA (średnio 2397 zł na osobę, choć o 27,5% mniej niż w roku poprzednim, ale prawie 3-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019) i Włoch (2241 zł na osobę, choć o 3,4% mniej niż w roku 2022, ale ponad 3-krotnie więcej niż w roku 2019).
33. W granicach 1500-1600 zł na osobę wydawali przybysze z Wielkiej Brytanii (o 15,6% więcej niż w roku poprzednim i o 42,5% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), Holandii (prawie 5-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i o 48,7% więcej niż w roku 2019) i Hiszpanii (o 16,0 więcej niż w roku wcześniejszym i ponad 2-krotnie więcej niż w roku 2019). Średnio około 1300 zł na osobę wydatkowali Francuzi (o 1/3 więcej niż w roku poprzednim i o 51,8% więcej niż w roku przedpandemicznym) i Niemcy (o 6,0% mniej niż rok wcześniej, ale o 80,2% więcej niż w roku 2019). Wydatki w granicach 600-800 zł na osobę charakteryzowały Irlandczyków (analogiczna kwota jak w roku ubiegłym, ale o prawie 1/3 mniej niż w roku 2019), Duńczyków (analogiczna kwota jak rok wcześniej, ale o 18,0% mniej niż w roku przedpandemicznym), Czechów (o 14,6% więcej niż w roku poprzednim, ale o 17,2% mniej niż w roku 2019) i Belgów (o 5,8% mniej niż w roku 2022 i o 16,9% mniej niż w roku 2019). Najmniej wydawali ponownie Słowacy – średnio 492 zł na osobę (prawie 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym, ale o 24,5% mniej niż w roku 2019).
34. Średnia kwota wydatku ponoszonego podczas pobytu w Małopolsce w 2023 roku była zróżnicowana pod względem przeznaczenia tych wydatków. W obu grupach najwyższe sumy dotyczyły – analogicznie jak w poprzednich latach – opłat za noclegi. Polacy przeznaczali na ten cel średnio 578 zł na osobę (o 42,4% więcej niż w roku poprzednim i o 20,7% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Goście z zagranicy – podobnie jak w latach wcześniejszych (z wyjątkiem roku 2021) – wydatkowali na zakwaterowanie więcej niż odwiedzający krajowi (prawie 2,5-krotnie), czyli średnio 1319 zł na osobę (o 7,1% więcej niż w roku poprzednim i o 51,4% więcej niż w 2019 roku).
35. W segmencie Polaków na drugim miejscu uplasowały się wydatki na miejscowy transport (w tym komunikację, taxi, benzynę i parkingi – średnio 172 zł na osobę, tj. o ponad 1/2 więcej niż w roku poprzednim i ponad 2-krotnie więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Trzecie co do wysokości były wydatki na lokalne wycieczki (162 zł na osobę, tj. o 29,6% więcej niż rok wcześniej), a następne – na wyżywienie (125 zł na osobę, czyli o 15,5% mniej niż w roku ubiegłym i o prawie 1/5 mniej niż w roku 2019) i na tzw. inne cele (wypożyczenie sprzętu, ubrania, imprezy, kluby, turnus sanatoryjny, przyjemności itp.) – 105 zł na osobę (o 44,7% mniej niż rok wcześniej i o ponad 1/2 mniej niż w 2019 roku). Najniższe kwoty Polacy przeznaczali na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (98 zł na osobę, czyli o 6,7% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 1,0% więcej niż w 2019 roku) oraz pamiątki, upominki i inne zakupy (56 zł na osobę, tj. o 40,4% mniej niż rok wcześniej).
36. Wśród cudzoziemców drugą pozycję zajęły o ponad 1/2 niższe od wydatków na noclegi sumy przeznaczane na wyżywienie (jedzenie, gastronomię) – średnio 612 zł na osobę (prawie 5-krotnie więcej niż Polacy), tj. o 17,0% więcej niż rok wcześniej i o 71,4% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Kolejne były kwoty wydatkowane na lokalne wycieczki – 325 zł na osobę (2-krotnie więcej niż Polacy), czyli o 15,8% mniej niż w roku ubiegłym). Na

pamiątki, upominki i inne zakupy goście zagraniczni wydawali średnio 222 zł na osobę (prawie 4-krotnie więcej niż Polacy), na miejscowy transport – 217 zł na osobę (o ponad 1/4 więcej niż goście krajowi), tj. o 8,4% mniej niż w roku ubiegłym i o ponad 1/2 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), a na tzw. inne cele – 207 zł na osobę (prawie 2-krotnie więcej Polacy), tj. o prawie 1/4 mniej niż rok wcześniej i o 38,8% mniej niż w roku 2019). Najniższe sumy wydatkowane były przez obcokrajowców na bilety wstępu do obiektów/atrakcji – średnio 191 zł na osobę (prawie 2-krotnie więcej niż Polacy), tj. o 23,3% mniej niż w roku poprzednim, ale o 3,2% więcej niż w 2019 roku).

- Należy odnotować, że wydatki podczas pobytu odwiedzających Małopolskę, tak krajowych, jak i zagranicznych, przekroczyły w 2023 roku poziom z przedpandemicznego roku 2019. Wyjątkiem są tylko wydatki na tzw. inne cele oraz wydatki Polaków na wyżywienie. W stosunku do roku 2022 wzrosty zaobserwowano tylko w przypadku wydatków:
 - gości krajowych i zagranicznych na noclegi,
 - gości krajowych na miejscowy transport i lokalne wycieczki
 - gości zagranicznych na wyżywienie.
 - Wydatki podczas pobytu turystów (nocujących w Małopolsce) były wyższe niż odwiedzających jednodniowych. Wśród turystów krajowych najwyższe sumy odnosiły się do opłat za noclegi (średnio 578 zł na osobę, tj. o 42,4% więcej niż rok wcześniej i ponad 1/5 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), a następnie: na miejscowy transport (353 zł na osobę, tj. prawie 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i prawie 4-krotnie więcej niż w roku 2019), na jedzenie/gastronomię (243 zł na osobę, tj. o 2,1% więcej niż w roku poprzednim i o prawie 1/4 więcej niż w roku 2019), na lokalne wycieczki (164 zł na osobę, tj. o ponad 1/5 mniej niż rok wcześniej) i tzw. inne cele (średnio 134 zł na osobę, czyli o 37,7% mniej niż w roku poprzednim i o 29,8% mniej niż w roku 2019). Najniższe były kwoty wydatkowane na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (średnio 113 zł na osobę, czyli o 17,5% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 1,8% więcej niż w 2019 roku) oraz na pamiątki, upominki i inne zakupy (59 zł na osobę, tj. o prawie 1/2 więcej niż rok wcześniej).
 - W segmencie turystów z zagranicy również najwyższe były wydatki na noclegi (średnio 1319 zł na osobę, tj. o 7,1% więcej niż w roku poprzednim i o ponad 1/2 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), a następnie kwoty przeznaczane: na wyżywienie (średnio 630 zł na osobę, tj. o 14,3% więcej niż w roku poprzednim i o prawie 3/4 więcej niż w 2019 roku), na lokalne wycieczki (średnio 332 zł na osobę, tj. o 15,9% mniej niż rok wcześniej), na pamiątki, upominki i inne zakupy (234 zł na osobę, czyli o 12,5% więcej niż w roku poprzednim), na miejscowy transport (220 zł na osobę, czyli o 21,7% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 59,4% więcej niż w 2019 roku), na tzw. inne cele (średnio 214 zł na osobę, czyli o 21,9% mniej niż w roku poprzednim i o 38,0% mniej niż w roku 2019) i najniższe – na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (średnio 193 zł na osobę, tj. o prawie 1/4 mniej niż rok wcześniej, ale o 4,3% więcej niż w 2019 roku).
37. W 2023 roku wzrosły zatem tylko wydatki:
turystów (tak krajowych, jak i zagranicznych) na noclegi i na wyżywienie,
turystów krajowych na miejscowy transport i lokalne wycieczki,
turystów zagranicznych na upominki, pamiątki i inne zakupy.
38. W grupie krajowych jednodniowych odwiedzających najwyższe okazały się wydatki na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (93 zł na osobę, czyli o ponad 1/4 więcej niż w roku ubiegłym i o 36,8% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), dalej: na wyżywienie (86 zł na osobę, tj.

o prawie 1/2 więcej niż w roku poprzednim i o prawie 1/5 więcej niż w przedpandemicznym roku 2019), na lokalne wycieczki (63 zł na osobę, czyli o 23,5% więcej niż rok wcześniej), na tzw. inne cele (59 zł na osobę, tj. o ponad 1/2 mniej niż rok wcześniej i o 79,2% mniej niż w 2019 roku), na pamiątki i upominki (55 zł na osobę, tj. o prawie 1/4 mniej niż w roku poprzednim) i najniższe – na miejscowy transport (35 zł na osobę, czyli o 30,0% mniej niż w roku wcześniejszym i o 34,0% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019).

39. Jednodniowi goście z zagranicy w 2023 roku najwyższe kwoty wydatkowali na wyżywienie (średnio 165 zł na osobę, tj. o ponad 1/5 więcej niż w roku ubiegłym, ale o 10,3% mniej niż w 2019 roku), a dalej: na tzw. inne cele (142 zł na osobę, czyli o 2,7% mniej niż w 2019 roku), na pamiątki, upominki i inne zakupy (64 zł na osobę, tj. ponad 2-krotnie więcej niż rok wcześniej), na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (63 zł na osobę, czyli tyle samo, co w roku poprzednim, ale o 63,4% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019), na lokalne wycieczki (średnio 60 zł na osobę, tj. o 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym), a najmniej – na miejscowy transport (38 zł na osobę, czyli o 8,6% więcej niż rok wcześniej, ale o 57,3% mniej niż w roku 2019).
40. Jak zatem łatwo zauważyć, wszystkie wydatki jednodniowych gości zagranicznych uległy w 2022 roku wzrostowi w relacji do roku ubiegłego, natomiast w grupie gości jednodniowych z Polski zwiększenia odnotowano tylko w przypadku wydatków na wyżywienie i na bilety wstępu do obiektów/atrakcji.
41. Podkreślenia wymaga fakt, że wydatki podczas pobytu w Małopolsce w 2023 roku turystów zagranicznych były wyższe niż turystów krajowych, z wyjątkiem wydatków na miejscowy transport. Analogiczna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do wydatków gości jednodniowych, z wyjątkiem sum wydatkowanych na bilety wstępu do obiektów/atrakcji i na lokalne wycieczki.
42. Zestawiając kwoty przeznaczane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2023 z wynikami badań z lat wcześniejszych należy uwzględnić obie grupy wydatków, czyli zarówno te ponoszone przed, jak i podczas pobytu w regionie. W konsekwencji, z uwagi wzrost sum wydatkowanych przez odwiedzających zagranicznych, ich średnie wydatki okazały się o 5,7% wyższe niż rok wcześniej – wynosiły średnio 1913 zł na osobę (o 22,2% więcej niż w przedpandemicznym roku 2019). Odnosiło się to jednak tylko do turystów (2008 zł na osobę, czyli o 6,4% więcej niż w roku ubiegłym i o 22,0% więcej niż w roku 2019), ponieważ średnie wydatki zagranicznych gości jednodniowych nieznacznie się zmniejszyły – wynosiły 240 zł na osobę (o 1,2% mniej w stosunku do roku poprzedniego i o ponad 1/5 mniej w relacji do roku 2019). Zwiększeniu uległy też średnie wydatki odwiedzających krajowych – do poziomu 574 zł na osobę, tj. o 6,3% więcej niż w roku ubiegłym i tylko o 4,8% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019). Wzrosły zarówno sumy wydatkowane przez polskich turystów (o 1,4%, tj. do wysokości 924 zł na osobę), jak i jednodniowych odwiedzających (o 21,6%, czyli do wielkości 186 zł na osobę). W konsekwencji wydatki krajowych turystów były o 7,8%, a krajowych odwiedzających jednodniowych o 36,8% wyższe niż w przedpandemicznym roku 2019.
43. Wydatki ogółem odwiedzających zagranicznych były zróżnicowane ze względu na kraj pochodzenia. Najwyższe ponosili odwiedzający ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich (średnio ponad 4532 zł na osobę). O 42,5% niższe były drugie co do wysokości sumy wydatkowane przez gości ze Stanów Zjednoczonych AP (średnio ponad 2604 zł na osobę). Około 2500 zł na osobę wydawali Norwegowie i Włosi, a 2100-2200 – Brytyjczycy i Hiszpanie.

W granicach 1500-2000 zł na osobę na pobyt w regionie przeznaczali: Irlandczycy (1965 zł), Niemcy (1773 zł), Holendrzy (1681 zł), Francuzi (1628 zł), Duńczycy (1555 zł) i Węgrzy (1550 zł). Około 1300 zł na osobę na wizytę w Małopolsce wydawali Czesi, a poniżej 1000 zł na osobę – Słowacy (928 zł), Austriacy (810 zł) i Belgowie (780 zł).

44. W przypadku większości krajów wydatki turystów były analogiczne jak wydatki ogółu odwiedzających, ponieważ w badaniu wzięli udział nieliczni jednodniowi goście zagraniczni – tylko z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Słowacji, Czech, Austrii i Belgii. Sumy deklarowane przez jednodniowych odwiedzających z tych krajów były zdecydowanie niższe niż turystów – Belgów 16,5-krotnie (średnio 50 zł na osobę vs 823 zł na osobę), Brytyjczyków 15-krotnie (średnio 150 zł na osobę vs 2248 zł na osobę), Austriaków 7-krotnie (średnio 175 zł na osobę vs 1233 zł na osobę), Słowaków prawie 6-krotnie (średnio 284 zł na osobę vs 1664 zł na osobę), Niemców i Czechów ponad 5-krotnie (średnio odpowiednio 350 zł na osobę vs 1867 zł na osobę oraz 294 zł na osobę vs 1515 zł na osobę).
45. Z uwagi na fakt, że liczba odwiedzających Małopolskę była w 2023 roku wyższa niż rok wcześniej oraz że miał miejsce wzrost ich wydatków, szacuje się, że zwiększyły się również wpływy Małopolski z turystyki w regionie. Wyniosły one **13,03 mld zł**, tj. o 16,2% więcej niż w roku ubiegłym, ale o 14,3% mniej niż w rekordowym w tym względzie przedpandemicznym roku 2019.
46. W relacji do roku poprzedniego zwiększyły się wpływy z wszystkich segmentów rynku przyjazdowego do regionu, przy czym wzrosty te były zdecydowanie większe w przypadku gości zagranicznych, ponieważ to ich przede wszystkim przybyło 2023 roku. Wpływy od zagranicznych turystów były zatem większe o ponad 3/4, a od zagranicznych odwiedzających jednodniowych – aż ponad 3,5-krotnie. Wpływy od turystów krajowych wzrosły natomiast o 4%, a od odwiedzających jednodniowych krajowych o 42,3%.

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 2023 roku wskaźniki powrotu tak dla turystów krajowych (**86,9%**) jak i zagranicznych (**69,0%**) do Małopolski są bardzo satysfakcjonujące. Warto kontynuować 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	5
Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2023 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	6
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2023	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 2010-2023	17
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	18
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023	18
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	19
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2023	20
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	20
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 2023 roku - formatowanie kolorem	22
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	25
Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2023 roku	25
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 2023 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 2019-2023	32
Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2023	33
Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – OGÓŁEM struktura procentowa	33
Tabela 4.6.4. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – KRAJ/ZAGRANICA struktura procentowa	33
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie.....	35
5.1. Wprowadzenie	35
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	35
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM – 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem	35
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem	36
Tabela 5.2.3. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2019-2023 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2019-2023	38
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	39
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2023 - struktura % formatowana kolorem	39
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	40
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2023 (w %)	40
5.5. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	41
Tabela 5.5.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	42
Tabela 5.5.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	43
5.6. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	44
Tabela 5.6.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	45
Tabela 5.6.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	45
Tabela 5.6.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	45
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	47
6.1. Wprowadzenie	47
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	47
Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2019-2023 dokonana przez turystów	49
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2023 roku	54
Tabela 7.1.1. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 i 2023 roku - formatowanie kolorem	59
Rozdział 8. Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2023 roku	60
8.1. Uwagi wstępne	60
8.2. Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	61
Tabela 8.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA	61
Tabela 8.2.2. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji OGÓŁEM – KRAJ – ZAGRANICA – LISTA top 17	62

Tabela 8.2.3. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach wiekowych	63
Tabela 8.2.4. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach wykształcenia respondenta	63
Tabela 8.2.5. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach statusu materialnego respondenta	64
Tabela 8.2.6. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorię atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta	64
Tabela 8.2.7. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA	65
Tabela 8.2.8. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację,	66
Tabela 8.2.9. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach wykształcenia respondenta	67
Tabela 8.2.10. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach statusu materialnego respondenta	68
Tabela 8.2.11. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta	70
8.3. Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	72
Tabela 8.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem (wszystkie WOJEWODZTWA z kraju poza województwem małopolskim)	72
Tabela 8.3.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów z Małopolski w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	74
Tabela 8.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	76
Tabela 8.3.2. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych i krajowych z podziałem na turystów z małopolski i pozostałych województw w 2023 roku - formatowanie kolorem	79
Tabela 8.3.1. Frekwentowane powiaty w Województwie Małopolskim przez odwiedzających jednodniowych OGÓŁEM z podziałem na odwiedzających jednodniowych zagranicznych i krajowych w 2023 roku - formatowanie kolorem	80
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	81
9.1. Wprowadzenie	81
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	81
Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	81
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	82
Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w latach 2021-2023 roku* (w zł na osobę)	83
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	84
Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	85
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	85

Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (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 2013-2023 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających	89
Tabela 9.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2023 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia	90
9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	90
Tabela 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mld zł) wg grup odwiedzających	91
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	92
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski – NFS w roku 2023	92
Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski %	93
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS w 2023 roku	94
Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce w % w latach 2019-2023	95
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
10.4. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski	98
Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) Ogółem – Kraj - Zagranica	98
Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 5 rynków zagranicznych	99
Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 6 rynków krajowych	99
11.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	109
Tabela 11.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2023 roku ogółem	109
PODSUMOWANIE	111
WNIOSKI 116	
REKOMENDACJE.....	124

Spis rysunków

Rozdział 1.	Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	5
Rozdział 2.	Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2023	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 2010-2023	17
3.3.	Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	18
	Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023	19
3.4.	Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	19
3.5.	Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	20
	Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa TOP 7	23
	Rysunek 3.5.2. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa poniżej 4% udziałów	24
3.6.	Odwiedzający krajowi w Małopolsce	25
	Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw (krajowe podróże do Małopolski)	27
	Rysunek 3.6.2. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2023 roku - struktura procentowa według województw (krajowe podróże do Małopolski)	28
	Rysunek 3.6.3. Turyści krajowi w Małopolsce w 2023 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	35
5.1.	Wprowadzenie	35
5.2.	Cele przyjazdów do Małopolski	35
5.3.	Organizator wizyty w Małopolsce	39
5.4.	Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	40
5.5.	Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	41
5.6.	Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	44
Rozdział 6.	Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	47
6.1.	Wprowadzenie	47
6.2.	Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	47
Rozdział 7.	Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2023 roku	54

Rozdział 8.	Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2023 roku	60
8.1.	Uwagi wstępne	60
8.2.	Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	61
8.3.	Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	72
Rozdział 9.	Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	81
9.1.	Wprowadzenie	81
9.2.	Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	81
9.3.	Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	84
9.4.	Średnie kwoty wydatkowane ogółem na pobyt w Małopolsce	89
9.5.	Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	90
	Rysunek 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mln zł)	91
Rozdział 10.	Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	92
10.1.	Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski – NFS w roku 2023	92
10.2.	Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS w 2023 roku	94
10.3.	Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	97
10.4.	Częstotliwość przyjazdów do Małopolski	98
11.1.	Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	109
PODSUMOWANIE		111
WNIOSKI	116	
REKOMENDACJE.....		124

Pełny spis treści

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	5
Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2023 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	6
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2023	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 2010-2023	17
Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2023	17
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	18
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023	18
Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2023	19
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	19
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2023	20
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	20
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 2023 roku - formatowanie kolorem	22
Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa TOP 7	23
Rysunek 3.5.2. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w latach 2019-2022- struktura procentowa poniżej 4% udziałów	24
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	25
Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2023 roku	25
Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2019-2023 roku - struktura procentowa według województw (krajowe podróże do Małopolski)	27
Rysunek 3.6.2. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2023 roku - struktura procentowa według województw (krajowe podróże do Małopolski)	28

Rysunek 3.6.3. Turyści krajowi w Małopolsce w 2023 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 2023 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 2019-2023	32
Tabela 4.6.2. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa w podziale według kryterium KRAJ / ZAGRANICA w roku 2023	33
Tabela 4.6.3. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – OGÓŁEM struktura procentowa	33
Tabela 4.6.4. Ilość dzieci podróżujących z rodziną – KRAJ/ZAGRANICA struktura procentowa	33
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie.....	35
5.1. Wprowadzenie	35
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	35
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM – 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem	35
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - 2019 – 2023 struktura % - formatowanie kolorem	36
Tabela 5.2.3. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2019-2023 - formatowanie kolorem średnia % z lat 2019-2023	38
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	39
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2023 - struktura % formatowana kolorem	39
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	40
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2023 (w %)	40
5.5. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	41
Tabela 5.5.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	42
Tabela 5.5.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2023 (w %)	43
5.6. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	44
Tabela 5.6.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	45
Tabela 5.6.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	45
Tabela 5.6.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	45

Rozdział 6.	Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	47
6.1.	Wprowadzenie	47
6.2.	Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	47
	Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2019-2023 dokonana przez turystów	49
Rozdział 7.	Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2023 roku	54
	Tabela 7.1.1. Ocena ogółem wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w 2022 i 2023 roku - formatowanie kolorem	59
Rozdział 8.	Największe atrakcje turystyczne w Województwie Małopolskim w 2023 roku	60
8.1.	Uwagi wstępne	60
8.2.	Prezentacja danych ankietowych dotyczących największych atrakcji turystycznych w Małopolsce	61
	Tabela 8.2.1. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA	61
	Tabela 8.2.2. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji OGÓŁEM – KRAJ – ZAGRANICA – LISTA top 17	62
	Tabela 8.2.3. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach wiekowych	63
	Tabela 8.2.4. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach wykształcenia respondenta	63
	Tabela 8.2.5. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach statusu materialnego respondenta	64
	Tabela 8.2.6. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych MIEJSCOWOŚCI turystycznych bez względu na kategorie atrakcji LISTA top 17 w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta	64
	Tabela 8.2.7. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, OGÓŁEM – KRAJ - ZAGRANICA	65
	Tabela 8.2.8. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację,	66
	Tabela 8.2.9. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach wykształcenia respondenta	67
	Tabela 8.2.10. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach statusu materialnego respondenta	68
	Tabela 8.2.11. Dane dotyczące najbardziej atrakcyjnych OBIEKTÓW turystycznych bez względu na ich lokalizację, w trzech grupach aktywności społeczno-zawodowej respondenta	70
8.3.	Ranking powiatów odwiedzanych przez turystów nocujących w województwie małopolskim	72
	Tabela 8.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów krajowych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem (wszystkie WOJEWODZTWA z kraju poza województwem małopolskim)	72
	Tabela 8.3.2. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów z Małopolski w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	74
	Tabela 8.3.1. Odwiedzane powiaty w województwie małopolskim przez turystów zagranicznych w 2023 roku w podziale kwartalnym - formatowanie kolorem	76

Tabela 8.3.2. Odwiedzane powiaty w Województwie Małopolskim przez turystów zagranicznych i krajowych z podziałem na turystów z małopolski i pozostałych województw w 2023 roku - formatowanie kolorem	79
Tabela 8.3.1. Frekwentowane powiaty w Województwie Małopolskim przez odwiedzających jednodniowych OGÓŁEM z podziałem na odwiedzających jednodniowych zagranicznych i krajowych w 2023 roku - formatowanie kolorem	80
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	81
9.1. Wprowadzenie	81
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	81
Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	81
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	82
Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w latach 2021-2023 roku* (w zł na osobę)	83
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	84
Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	85
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	85
Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2023 (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 2013-2023 (w zł na osobę)* wg grup odwiedzających	89
Tabela 9.4.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ogółem ponoszonego przez zagranicznych odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w 2023 roku (w zł na osobę)* wg kraju pochodzenia	90
9.5. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	90
Tabela 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mld zł) wg grup odwiedzających	91
Rysunek 9.5.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2023* (w mln zł)	91
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	92
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski – NFS w roku 2023	92
Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski %	93
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce – NPS w 2023 roku	94
Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce w % w latach 2019-2023	95
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
10.4. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski	98
Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) Ogółem – Kraj - Zagranica	98
Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 5 rynków zagranicznych	99
Tabela 10.4.1. Częstotliwość przyjazdów do Małopolski (w %) z 6 rynków krajowych	99
11.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych	109
Tabela 11.1.1. Frekwencja w wybranych obiektach/miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2023 roku ogółem	109
PODSUMOWANIE	111
WNIOSKI 116	
REKOMENDACJE.....	124