



ISBN 978-83-67190-14-5

Badania zrealizowane przez
Małopolską Organizację
Turystyczną
dla
Urzędu Marszałkowskiego
Województwa Małopolskiego



ISSN 2299-2863 Druk
ISSN 2299-2871 Online

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCIE W 2021 ROKU

Numer 6/2021

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce 2021

WERSJA DŁUGA

Metoda badań i monografia opracowane przez ekspertów
Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchoj 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 Alejsiak

Recenzja naukowa:

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

Koordinator MOT:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
KRAKÓW - GRUDZIEŃ 2021

WYDAWNICTWO - RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

ISBN 978-83-67190-14-5

Numer 6/2021

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 Łęźniak

Sekretarz:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

Konsultant graficzny:

mgr Kinga Sienkiewicz

mgr Jakub Borkowski

Recenzenci naukowci:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

prof. AWF dr hab. Krzysztof Kaganek

Krzysztof Borkowski:	Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii - Sucha Beskidzka - Polska Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska
Tadeusz Grabiński:	Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska Krakowska Akademia - Kraków - Polska
Renata Seweryn:	Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska
Leszek Mazanek:	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska
Bożena Alejziak:	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	13
Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	14
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2021	17
Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce	23
3.1. Wprowadzenie	23
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	23
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	25
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	26
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	27
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	33
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	36
4.1. Wprowadzenie	36
4.2. Wiek	36
4.3. Płeć	36
4.4. Wykształcenie	37
4.5. Status materialny odwiedzających	37
4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	38
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie	40
5.1. Wprowadzenie	40
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	40
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	43
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	44
5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	46
5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	47
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	49
6.1. Wprowadzenie	49
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	49
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku	58
Rozdział 8. Najpopularniejsze miejscowości odwiedzane przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim 2021 roku.....	64
8.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim	64
8.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku	66
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	68
9.1. Wprowadzenie	68
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	68

9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	70
9.4. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	74
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	76
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS	76
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS	78
10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	79
Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH	81
11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	81
Główne cele przyjazdu odwiedzających z Wielkiej Brytanii	81
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Wielkiej Brytanii	82
Płeć odwiedzających z Wielkiej Brytanii	83
Wykształcenie odwiedzających z Wielkiej Brytanii	83
Status materialny odwiedzających z Wielkiej Brytanii	83
Charakter podróży odwiedzających z Wielkiej Brytanii.....	84
Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Wielkiej Brytanii	85
Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii	85
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii.....	86
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii	87
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w podróży do Małopolski	87
Wydatki odwiedzających z Wielkiej Brytanii	88
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w zł na osobę).....	88
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (w zł na osobę)	89
Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii (w zł) wg grup odwiedzających.....	90
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	91
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	92
Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	92

11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	94
Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Niemiec	94
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Niemiec.....	95
Wiek odwiedzających z Niemiec.....	95
Płeć odwiedzających z Niemiec	96
Wykształcenie odwiedzających z Niemiec	96
Status materialny odwiedzających z Niemiec	96
Charakter podróży odwiedzających z Niemiec (z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie).....	97
Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Niemiec	98
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec	99
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec	100
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski	101
Wydatki odwiedzających z Niemiec.....	102
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Niemiec (w zł na osobę)	102
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec (w zł na osobę)	103
Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec (w zł) wg grup odwiedzających.....	104
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec.....	105
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	106
Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	106
11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	108
Cele przyjazdu odwiedzających z Francji	108
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Francji	109
Wiek odwiedzających z Francji	109
Płeć odwiedzających z Francji.....	109

Wykształcenie odwiedzających z Francji.....	110
Status materialny odwiedzających z Francji	110
Charakter podróży odwiedzających z Francji (podróż z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)	111
Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Francji	111
Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Francji.....	112
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji	113
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji	114
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski	114
Wydatki odwiedzających z Francji	115
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Francji (w zł na osobę)	115
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji (w zł na osobę).....	116
Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji (w zł) wg grup odwiedzających.....	118
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski.....	118
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	119
Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	120
11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HOLANDII	121
Cele przyjazdu odwiedzających z Holandii	121
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Holandii	122
Wiek odwiedzających z Holandii	122
Płeć odwiedzających z Holandii	122
Wykształcenie odwiedzających z Holandii	123
Status materialny odwiedzających z Holandii.....	123
Charakter podróży odwiedzających z Holandii (podróż z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)	123
Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Holandii.....	124

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Holandii	124
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii	125
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Holandii	125
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Holandii w podróży do Małopolski	126
Wydatki odwiedzających z Holandii	127
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Holandii (w zł na osobę)	127
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii (w zł na osobę)	127
Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Holandii (w zł) wg grup odwiedzających	128
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Holandii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	128
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	129
Deklaracja odwiedzających z Holandii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	129
11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HISZPANII	131
Cele przyjazdu odwiedzających z Hiszpanii	131
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Hiszpanii	132
Wiek odwiedzających z Hiszpanii	132
Płeć odwiedzających z Hiszpanii	132
Wykształcenie odwiedzających z Hiszpanii	132
Status materialny odwiedzających z Hiszpanii	133
Charakter podróży odwiedzających z Hiszpanii (podróż z rodziną, grupowo, ze znajomymi, samotnie)	133
Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Hiszpanii	134
Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Hiszpanii	134
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii	134
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Hiszpanii	135
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Hiszpanii w podróży do Małopolski	136

Wydatki odwiedzających z Hiszpanii	136
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Hiszpanii (w zł na osobę).....	136
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii (w zł na osobę).....	137
Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Hiszpanii (w zł) wg grup odwiedzających.....	137
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Hiszpanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	138
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	139
Deklaracja odwiedzających z Hiszpanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	139
Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH	141
12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	141
Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających ze Śląska	141
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających ze Śląska	142
Wiek odwiedzających ze Śląska	142
Płeć odwiedzających ze Śląska	142
Wykształcenie odwiedzających ze Śląska	143
Status materialny odwiedzających ze Śląska	143
Charakter podróży odwiedzających ze Śląska (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	144
Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	144
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	145
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska	146
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska	146
Wydatki odwiedzających ze Śląska	147
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających ze Śląska (w zł na osobę)	147
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska (w zł na osobę)	148

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska.....	150
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	151
Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska	152
12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	153
Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Małopolski.....	153
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Małopolski	154
Wiek odwiedzających z Małopolski	154
Płeć odwiedzających z Małopolski.....	154
Wykształcenie odwiedzających z Małopolski.....	155
Status materialny odwiedzających z Małopolski	155
Charakter podróży odwiedzających z Małopolski (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	155
Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	156
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	157
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski	158
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce	158
Wydatki odwiedzających z Małopolski	159
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Małopolski (w zł na osobę)	159
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski (w zł na osobę).....	160
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski	162
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	163
Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski	164
12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	165
Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Mazowsza.....	165
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Mazowsza	166
Wiek odwiedzających z Mazowsza	167

Płeć odwiedzających z Mazowsza.....	167
Wykształcenie odwiedzających z Mazowsza.....	167
Status materialny odwiedzających z Mazowsza	168
Charakter podróży odwiedzających z Mazowsza (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	168
Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	169
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	169
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza	170
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski	171
Wydatki odwiedzających z Mazowsza	172
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Mazowsza (w zł na osobę)	172
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza (w zł na osobę).....	173
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza	175
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	176
Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza	177
12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACKIEGO	178
Cele podróży odwiedzających z Podkarpacia.....	178
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Podkarpacia	179
Wiek odwiedzających z Podkarpacia	180
Płeć odwiedzających z Podkarpacia.....	180
Wykształcenie odwiedzających z Podkarpacia.....	180
Status materialny odwiedzających z Podkarpacia.....	180
Charakter podróży odwiedzających z Podkarpacia (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	181
Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	181
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	182
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia.....	183
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia w podróży do Małopolski	184

Wydatki odwiedzających z Podkarpacia	184
Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Podkarpacia (w zł na osobę)	184
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia (w zł na osobę)	185
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia	187
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	188
Deklaracja odwiedzających z Podkarpacia dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	189
12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. POMORSKIEGO	190
Cele podróży odwiedzających z Pomorza	190
Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Pomorza.....	191
Wiek odwiedzających z Pomorza.....	191
Płeć odwiedzających z Pomorza	191
Wykształcenie odwiedzających z Pomorza	192
Status materialny odwiedzających z Pomorza	192
Charakter podróży odwiedzających z Pomorza (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	192
Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza	193
Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza.....	193
Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Pomorza	194
Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Pomorza w podróży do Małopolski	195
Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Pomorza	195
Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza.....	196
Deklaracja odwiedzających z Pomorza dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	197
Wydatki odwiedzających z Pomorza.....	198
Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza (w zł na osobę).....	198
Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Pomorza (w zł) wg grup odwiedzających.....	198

ANEKS	199
PODSUMOWANIE.....	209
WNIOSKI	211
REKOMENDACJE.....	215
Spis tabel	217
Spis rysunków	227
Pełny spis treści	229

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.

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce

Przyjęty w badaniach system zbierania danych oparto na trzech zasadniczych metodach: - **Pierwsza** to metoda przeprowadzania wywiadów bezpośrednich (gdzie ankiety badawcze były zbierane w wersji elektronicznej z wykorzystaniem tabletów, przy założeniu pozyskania minimum 5 000 ankiet) oraz analizie danych zastanych (*desk research*). Zastosowana triangulacja metod badawczych podnosi jakość prowadzonych badań i w znacznym stopniu ogranicza błąd pomiaru.

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

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

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2019, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności $n=5\ 400$ osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 1,5%. Przyjęto schemat losowania warstwowego, gdzie warstwę stanowił powiat oraz rodzaj obiektu w każdym powiecie (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne obiekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Wskazano dodatkowo do poboru próby miejsca koncentracji podróżnych takie jak: dworce kolejowe i autobusowe, port lotniczy oraz obiekty i miejsca stanowiące atrakcje turystyczne. Listę tych miejsc ustalili eksperci na podstawie informacji pozyskanych od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego, służby celnej oraz Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach. Przy pobieraniu próby przyjęto następujące zasady: wszystkie osoby, z którymi przeprowadzano wywiady miały powyżej 16 lat; w przypadku ankietowania rodziny badaniem obejmowano tylko jednego jej przedstawiciela; w przypadku ankietowania grupy zorganizowanej badaniem obejmowano, co najwyżej dwie dorosłe osoby z tej grupy.

Badania przeprowadzono w okresie od czerwca do października 2021 r. według przyjętego rozkładu miejsc poboru próby w ciągu każdego miesiąca.

W 2021 roku pobrano ponad 5 700 ankiet, ale po wstępnej weryfikacji analizie poddano łącznie 5 682 ankiet. Praca ankieterów w tych ciężkich pandemicznych warunkach była bardzo dobra, co wynika z tak dużej ilości pozyskanych ankiet.

Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2021 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje

Lp.	LOKALIZACJA	Ilość ankiet
1.	Białka Tatrzańska - baseny geotermalne	449
2.	Choczołów	13
3.	Choczołów - termy	195
4.	Choczołów - termy/wejście do Doliny Choczołowskiej	54
5.	Czorsztyn - zamek/przystań	63
6.	Energylandia - Zator	223
7.	Gródek nad Dunajcem - Jezioro Rożnowskie	226
8.	Gródek nad Dunajcem	41
9.	Inwałd Park	247
10.	Kraków - Lotnisko Balice	237
11.	Kraków - Rynek Główny	358
12.	Krynica-Zdrój - miasto/pijalnia wód	233
13.	Niedzica - zamek/przystań	159
14.	Niedzica/Czorsztyn	23
15.	Nowy Targ - wejście na szlaki Kowaniec-Turbacz	247
16.	Ojców - wejście do Ojcowskiego Parku Narodowego/na terenie miejscowości	257
17.	Oświęcim - Muzeum Auschwitz-Birkenau	202
18.	Pustynia Błędowska	505
19.	Rabka-Zdrój - park zdrojowy	287
20.	Rabka-Zdrój - pijalnia wód	59
21.	Rabka-Zdrój - szlaki turystyczne	2
22.	Rabka-Zdrój	25
23.	Szczawnica	30
24.	Szczawnica - koniec splotu Dunajcem	93
25.	Szczawnica - miasto/pijalnia wód	138
26.	Tarnów - miasto	229
27.	Wieliczka - Kopalnia Soli	263
28.	Zakopane - Krupówki	308
29.	Zakopane - przy szlaku i kolejce PKL na Kasprowy Wierch	296
30.	Zawoja - wejście na szlaki/Babiogórski Park Narodowy	220
31.	łącznie Suma	5 682

Źródło: Koordynator badań MOT.

- **Druga** to metoda pozyskiwania danych z hurtowni danych teleinformatycznych dla I i III kwartału 2021 roku w porównaniu do 2020 roku (są to dane o charakterze obserwacyjnym, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów). Grupa narzędzi zastosowana w okresie pandemii Covid-19, zbliżona do tych, o których sygnalizował w 2009 roku w swojej ekspertyzie teoretycznej Alejskiak, W., „O wykorzystaniu Telefonicznego Systemu Komórkowej Analizy Ruchu Turystycznego jako nowej metodzie badania ruchu turystycznego opartej na wykorzystaniu technologii telefonii komórkowej drugiej i trzeciej generacji”¹, a przy pomocy których dokonuje się selekcji danych pochodzących z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) pod kątem osób (unikalnych podmiotów mobilnych) spełniających odpowiednie kryteria

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\(Folia%20Turistica%20Vol.%202021\).pdf](https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TeISKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20(Folia%20Turistica%20Vol.%202021).pdf)

badania². Dane wykorzystane do analizy pochodzą z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) DMP³ Selectiv⁴, a pozyskane zostają w wyniku zapytań oraz wyświetleń reklam w kanale mobilnym, jak również od wydawców konkretnych aplikacji. W skład rozwiązań technologicznych Selectivv wykorzystywanych w badaniu wchodzi również platforma Selectivv DSP, służąca do zakupu powierzchni reklamowej w kanale mobilnym zgodnie z metodologią RTB⁵. Podobne rozwiązanie ale oparte o odmienną zasadę zostało przedstawione w publikacji Borkowskiego K.⁶

- **Trzecia** metoda to analiza danych istniejących (badania typu desk research) stosowana przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej od 2003 roku 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 aktualne diagnozy eksperckie oraz opracowane wcześniej raporty z badań ruchu turystycznego w Małopolsce ze szczególnym uwzględnieniem ostatnich lat 2018-2020. Istotną rolę odgrywają w procesie triangulacji dane pochodzące z Głównego Urzędu Statystycznego a ukazujące liczebność odwiedzających daną destynację w okresach miesięcznych według rodzajów miejsc zakwaterowania. Obowiązek ustawowej sprawozdawczości nie jest nałożony na wszystkich noclegodawców. Przy badaniach czysto ilościowych ukazywany w takich statystykach wynik jest niepełny i nie potrafi ukazać rzeczywistego globalnego obrazu zjawiska. Jednak dane pochodzące ze zbioru GUS spełniają warunek wiarygodności w zakresie opisywanych przez nie kategorii (rodzajów) obiektów noclegowych.^{7,8}

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 90 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 90 dni w okresie 12 miesięcy.

³ Selectivv DMP Data Management Platform (hurtownia danych).

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

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

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

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

a) przed przyjazdem,

b) w trakcie pobytu w destynacji

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

⁷ Szczególnie po wprowadzonej przez GUS w 2016 roku tzw. imputacji danych: Dane od stycznia 2012 roku z badania KT-1 dotyczą wszystkich turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych (łącznie z pokojami gościnnymi i kwaterami agroturystycznymi). Za lata 2009-2011 dotyczą obiektów zbiorowego zakwaterowania. 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/metadane/podgrupy/478> dostęp: 18.05.2021

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

Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2021

Biorąc pod uwagę specyfikę pandemicznego roku 2021 (podobnie jak w roku poprzednim), posłużono się próbą badawczą na poziomie 5 500 - 5 200 ankiet. Wyniki analizy dla zaistniałej sytuacji przedstawiono w dwóch wariantach: tabelarycznej (tab. 2.2.1 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. 1-2),
- dla frakcji $f=0,2$ (por. tab. 3-4).

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

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

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

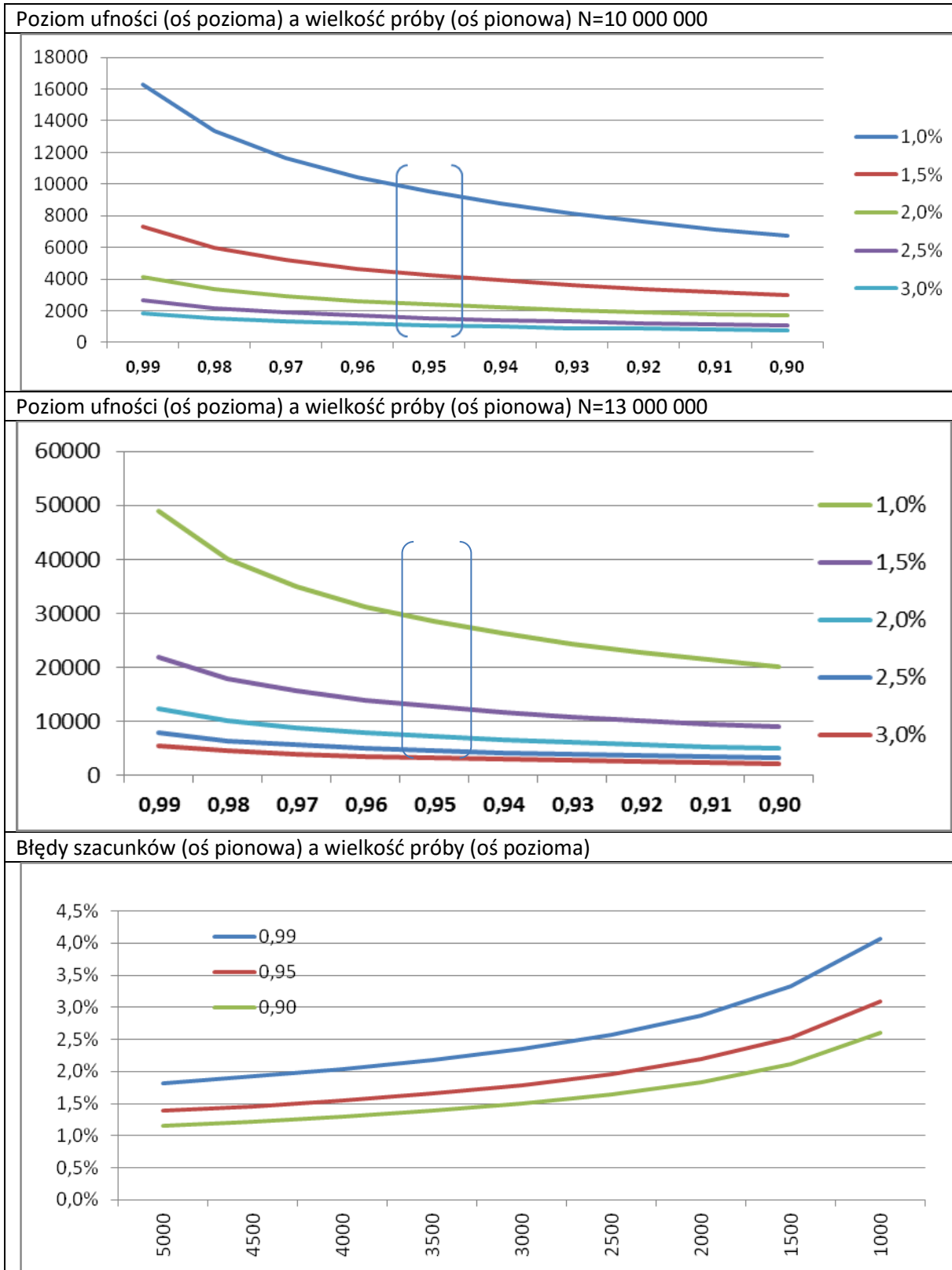
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	21528	9577	5389	3449	2395
2,33	0,98	17565	7812	4396	2814	1954
2,17	0,970	15287	6799	3825	2448	1700
2,05	0,960	13694	6090	3426	2193	1523
1,96	0,950	12473	5546	3120	1997	1387
1,88	0,940	11486	5108	2873	1839	1277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

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

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

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

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

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

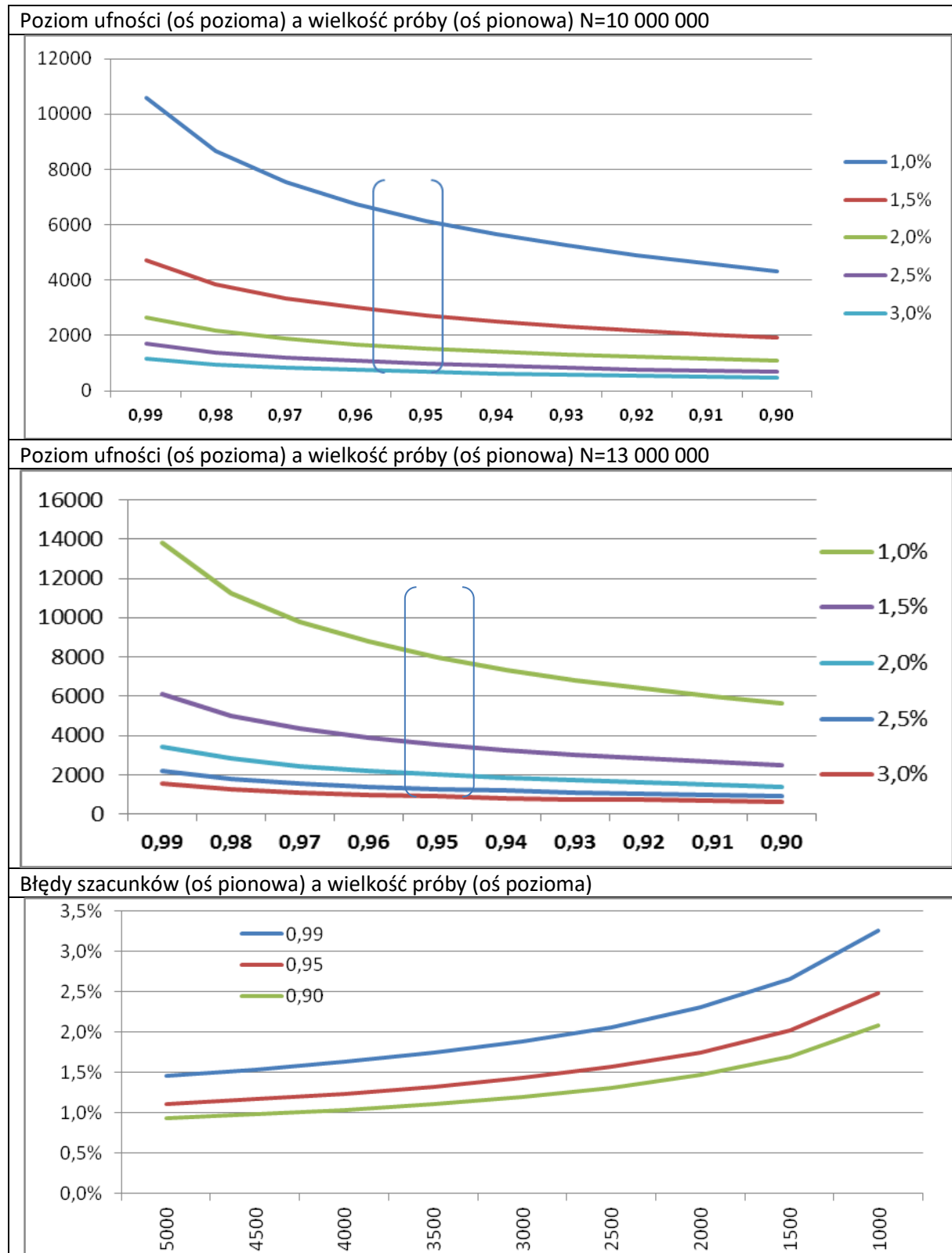
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	13786	6131	3449	2208	1533
2,33	0,98	11247	5001	2814	1801	1251
2,17	0,97	9788	4352	2448	1567	1088
2,05	0,96	8767	3898	2193	1404	975
1,96	0,95	7985	3550	1997	1278	888
1,88	0,94	7354	3269	1839	1177	817
1,81	0,93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

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

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

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

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



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

Z przytoczonych informacji można wysnuć następujące wnioski:

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

Oznacza to, że jeżeli mamy próbę dającą w przypadku frakcji 0,5 oszacowania z błędem np. 4% i szacujemy z tej próby parametr z wartością wskaźnika na poziomie 0,8, to błąd szacunku tego parametru nie wynosi 4%, tylko jest mniejszy o 25%, co oznacza błąd na poziomie 3%.

2. Duże rozmiary populacji $N=10$ mln oraz $N=13$ mln niwelują różnicowanie wielkości błędów szacunków ze względu na ten parametr. Natomiast duże różnice błędów szacunków obserwuje się w przekroju wielkości próby n oraz poziomów ufności u .
3. Spośród wyróżnionych wariantów poziomów ufności u wybrano wariant 95%, który w badaniach społeczno-ekonomicznych jest przyjmowany jako standardowy.
4. Punktem wyjścia w procesie decyzyjnym ustalania liczebności ankiet w próbie jest wariant $f=0,5$ jako wariant prowadzący do największych błędów oszacowań, zgodnie z zasadą, że gorzej już być nie może.
5. Uwzględniając dwa poprzednie punkty, ustalenie rozmiarów ankietowania odbywa się na podstawie informacji zamieszczonych w tab. 2.1.1, w module 3:

Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych

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

6. Biorąc pod uwagę koszty finansowe ankietowania, odrzucono wariant z 1% błędów szacunków. Jako wyjściowy przyjęto wariant $e=2\%$, w którym liczba ankiet zawiera się w granicach od 2 400 w populacjach $N=10$ mln do 3 120 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 2021 roku wynosi **5 682**. W przypadku populacji $N=13$ mln oraz szacowania frakcji $f=0,5$ oznacza to błąd na poziomie 1,5% z ufnością 95%.

Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce

3.1. Wprowadzenie

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

Do oszacowania rozmiarów ruchu przyjazdowego do regionu wykorzystano kilka źródeł informacji: publikowane dane GUS za 10 miesięcy 2021 roku z obiektów noclegowych, wyniki uzyskane w przeprowadzonych badaniach ankietowych oraz dane dotyczące przewozów pasażerskich z lotniska Kraków-Balice. Dane zaprezentowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w okresie od 2010 do 2020 roku.

W rozdziale przedstawiono również strukturę zagranicznych odwiedzających Małopolskę z uwzględnieniem kraju pochodzenia oraz strukturę odwiedzających krajowych w podziale wojewódzkim, a wyniki za 2021 rok zestawiono z wynikami z lat 2018-2020 roku.

3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę

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

Z początkiem 2021 roku zasady bezpieczeństwa zostały lekko złagodzone. Od 12 lutego otwarto hotele z limitem do 50% obłożenia miejsc noclegowych. Podobnie z kinami i teatrami - do 50% dostępnych miejsc. W reżimie sanitarnym można było też korzystać z basenów i stoków narciarskich. Jednak rosnąca ponownie od 9 lutego tygodniowa średnia zakażeń zmusiła rząd do zaostrzenia ograniczeń. Od 27 lutego wprowadzona została kwarantanna po przyjeździe z Czech i Słowacji (z wyłączeniem osób zaszczepionych dwoma dawkami szczepionki). Od 20 marca do 18 kwietnia obostrzenia, które dotychczas obowiązywały w czterech województwach (warmińsko-mazurskim, pomorskim, mazowieckim i lubuskim), zostały rozszerzone na całą Polskę. W tym czasie w całym kraju zamknięto hotele, muzea, kina, baseny i obiekty sportowe. Od 19 kwietnia dopuszczona została możliwość uprawiania sportu w obiektach na świeżym powietrzu (do 25 osób). Natomiast hotele i obiekty noclegowe pozostały zamknięte do 3 maja włącznie (wyjątkiem były m.in. hotele robotnicze, a także noclegi świadczone w ramach niektórych podróży służbowych). Ogródki w restauracjach otwarto dopiero 15 maja, a od 6 czerwca można było organizować targi, konferencje i wystawy z limitem 1 osoby na 15 m². Mogły też funkcjonować sale zabaw z limitem 1 osoba na 15 m², a limit imprez i zgromadzeń zwiększony został do 150 osób. Środki transportu zbiorowego mogły być wypełnione

w 75% z obowiązkiem zakrywania ust i nosa. Ponieważ dotychczasowa ścieżka luzowania obostrzeń nie zwiększyła liczby zakażeń, rząd przechodził od dalszej liberalizacji obostrzeń. Od 26 czerwca limity na targach, konferencjach, w klubach fitness, kasynach, wystawach i salach zabaw zwiększono do 1 osoby na 10 m². Otwarte zostały dyskoteki z limitem 150 osób (do limitu nie wliczano osób zaszczepionych). Na widowniach sportowych limit wynosił 50% obłożenia (bez osób zaszczepionych). W kinach i teatrach dostępnych mogło być 75% miejsc. Także w hotelach i pensjonatach limit został zwiększony do 75% zajętych pokoi (bez osób zaszczepionych). W restauracjach zwiększono limit z co drugiego zajętego stolika do 75%. W wesolych miasteczkach limit też złagodowano do poziomu 75% obłożenia obiektu.

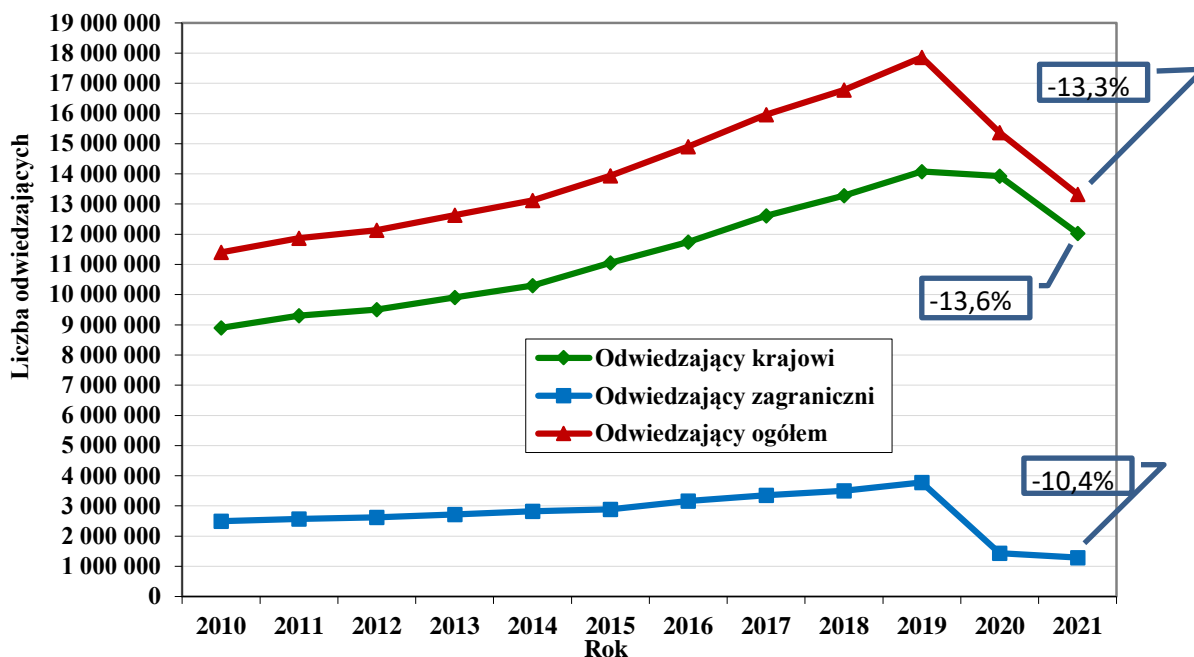
Pojawienie się nowego wariantu koronawirusa - Omikrona - sprawiło, że polski rząd zdecydował się na kolejne zwiększenie obostrzeń. Od 1 grudnia wprowadzono zakaz lotów z siedmiu krajów afrykańskich: Lesotho, Botswana, Zimbabwe, Mozambik, Namibia, Eswatini i RPA. Dodatkowo dla osób podróżujących do Polski spoza strefy Schengen wprowadzono 14-dniową kwarantannę, a zwalnia z niej jedynie negatywny wynik testu PCR wykonany po ósmym dniu od przekroczenia granicy. W wymiarze krajowym limit zgromadzeń w gastronomii, kulturze, obiektach sportowych został zredukowany do 50% (z 75%), z tym że osoby zaszczepione nie są uwzględniane w tych limitach. Limity do 100 osób wprowadzono dla wesel, komunii czy dyskotek, a w przypadku wydarzeń sportowych realizowanych poza obiektami sportowymi limit ustalono na maksymalnie 250 osób. W siłowniach, klubach i centrach fitness obowiązuje limit 1 osoby na 15 m². Dnia 7 grudnia, ze względu na niepokojącą sytuację pandemiczną, MZ zdecydowało się na podjęcie jeszcze bardziej stanowczych działań i od 15 grudnia wprowadziło dodatkowe zasady bezpieczeństwa. W restauracjach, barach i hotelach wprowadzony jest limit 30% obłożenia lokalu, a dyskoteki i kluby są zamknięte z wyjątkiem okresu z 31 grudnia na 1 stycznia, kiedy będzie obowiązywał limit maksymalnie 100 osób i przestrzeganie ścisłego reżimu sanitarnego. W kinach, teatrach i halach sportowych także obowiązuje limit 30% pojemności obiektu (zwiększenie limitu jest możliwe wyłącznie dla osób zaszczepionych zweryfikowanych przez przedsiębiorcę).

Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021

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

Źródło: Opracowanie 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 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021



Źródło: Opracowanie 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.

Wszystkie te zamknięcia i obostrzenia stały się przyczyną kolejnego spadku wielkości ruchu turystycznego w Małopolsce - w 2021 roku ogólna liczba odwiedzających region zmniejszyła się o ponad 13%, tj. do poziomu 13,32 mln osób (porównywalnie do wielkości z 2014 roku). Spadek odnotowano zarówno w przypadku gości z Polski (o prawie 14%, tj. do wielkości 12,03 mln osób), jak i z zagranicy (o ponad 10%, tj. do wielkości 1,29 mln osób).

3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce

Zmiany wywołane pandemią ujawniły się także w strukturze ruchu turystycznego w Małopolsce w 2021 roku. Mianowicie tylko niewiele ponad 2/3 ogółu odwiedzających region (9,2 mln osób) stanowili turyści (goście nocujący w regionie). Wprawdzie w ubiegłym roku odsetek ten był jeszcze mniejszy (ok. 50%), ale w latach wcześniejszych wynosił on ponad 75%. Większy udział nocujących charakteryzował ruch przyjazdowy z zagranicy - ponad 85% (choć w 2020 było to prawie 88%, ale w 2019 roku - 92%). Natomiast spośród ogółu krajowych odwiedzających Małopolskę zaledwie ok. 67% było turystami (w roku 2020 udział ten wynosił jeszcze mniej, bo 46%, ale w 2019 roku było to 74%).

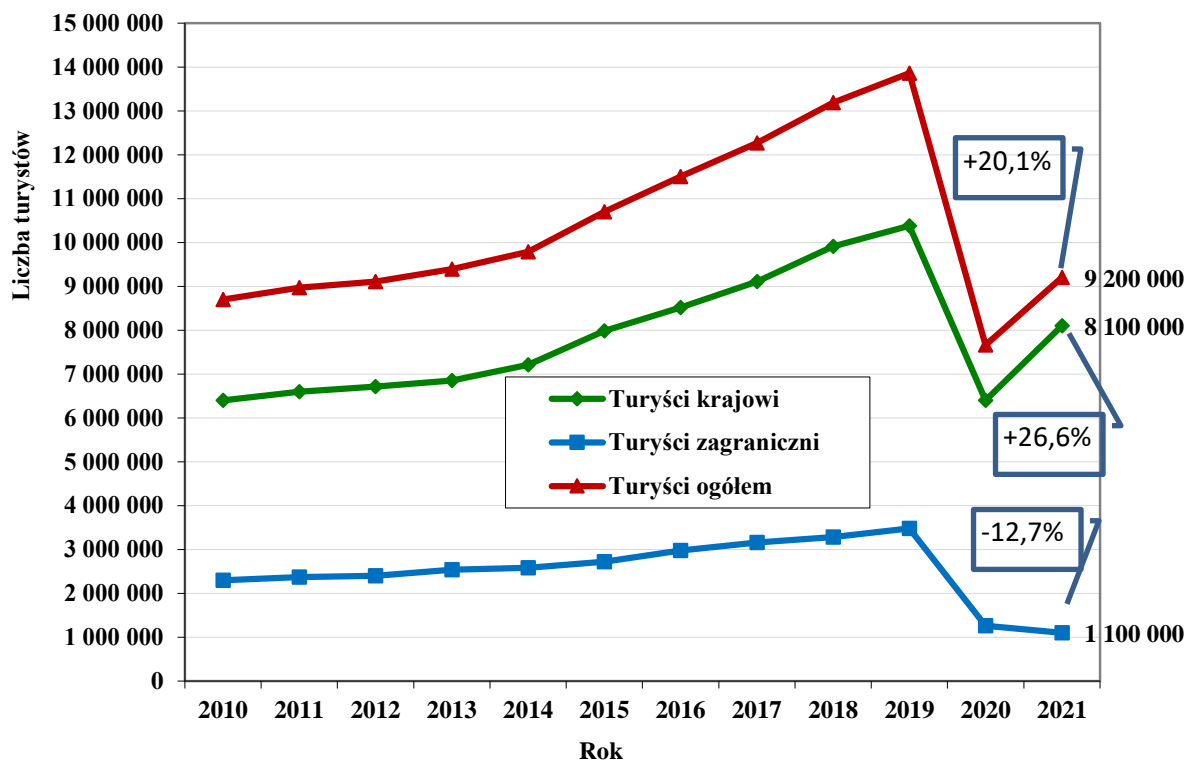
Należy uwypuklić, że w 2021 roku pandemia odcisnęła mniejsze piętno na liczbie turystów w Małopolsce niż na ogólnej liczbie odwiedzających region - spadek dotyczył tylko liczby turystów zagranicznych (o 12,7%, tj. do poziomu 1,1 mln - najmniejsza wielkość w całym badanym okresie). Liczba Polaków nocujących w Małopolsce zwiększyła się natomiast o 26,6% w relacji do roku poprzedniego i była porównywalna do wielkości z 2015 roku - wynosiła 8,1 mln osób. W sumie liczba turystów w Małopolsce osiągnęła w 2021 roku poziom 9,2 mln osób, czyli niewiele wyższy niż w 2012 roku, ale o 1/4 wyższy niż w roku poprzednim.

Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2021

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

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

Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2021



Źródło: Opracowanie 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.

3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce

Drugą grupą odwiedzających Małopolskę (poza turystami) są goście jednodniowi. Ich liczba (ok. 30% całego przyjazdowego ruchu turystycznego w 2021 roku, podczas gdy w latach wcześniejszych było to tylko w granicach 20-25%, ale w 2020 roku - aż 55%) znacznie, tj. niemal o połowę (o 46,6%) zmniejszyła się w b.r. w stosunku do roku ubiegłego i osiągnęła wielkość zbliżoną do roku poprzedzającego pandemię, czyli 2019, tj. 4,12 mln osób. Może to oznaczać, że uczestnicy ruchu turystycznego zdążyli już przynajmniej częściowo przyzwycząić się do pandemii i mniej niż rok wcześniej obawiali się

przebywać w obiektach noclegowych, w których w tym samym czasie lub wcześniej przebywali inni turyści.

Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2021

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

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

Zdecydowana większość jednodniowych odwiedzających w regionie (ponad 95%, czyli niemal analogicznie jak w latach wcześniejszych) to goście z Polski, których liczba w 2021 roku zmniejszyła się o 47,8% w relacji do roku poprzedniego (prawdopodobnie z powodów wcześniej wskazanych), tj. do wielkości 3,93 mln osób. Jednodniowi odwiedzający z zagranicy stanowili w 2021 roku zaledwie mniej niż 5% ogółu gości bez noclegu, ale było ich w Małopolsce o 5,6% więcej niż w roku poprzednim, tj. 190 tys. osób.

3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy

Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Małopolski w latach 2018-2021, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczynają dwa równorzędne rynki emisyjne, to znaczy Wielka Brytania i Niemcy. W 2021 roku 5% przewagę uzyskali turyści z Wielkiej Brytanii, którzy do Małopolski docierać mogli również samochodem osobowym na równi z samolotem. Charakterystyki turystów z obu krajów są inne, ale te segmenty stanowią suma summarum w 2021 roku 35,8% a za analizowane cztery lata ponad 30% (32,75%) udziału odwiedzających w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Na trzecim miejscu niezmiennie plasują się odwiedzający z Francji z wynikiem ponad 12% (12,1%) a turyści 11,3%. Przyjeżdżających z Włoch z wynikiem średnim za cztery lata $\approx 8,3\%$ (2021 8,8%) udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski prześcignęła niespodziewanie w tym roku Holandia (turyści 2021 = 10,8%) z wynikiem średnim za cztery lata $\approx 5,3\%$ udziału. W okresie pandemicznym już w 2020 roku wyraźnie wzrósł ruch turystyczny z krajów strefy BENELUX-u, w tym w szczególności z Holandii [4,3%], uzyskując w 2020 roku łącznie 6,8%. Tendencja ta jeszcze bardziej uwidoczniła się w 2021 roku.

Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2021 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0% i turyści zagraniczni w Małopolsce w 2021 roku

Kraj przyjazdu Odwiedzający	Odwiedzający 2018	Odwiedzający 2019	Odwiedzający 2020	Odwiedzający Sortowanie 2021	Kraj przyjazdu Turyści	Turyści Sortowanie 2021 Razem %
Wielka Brytania	16,8%	18,7%	16,4%	19,1%	Wielka Brytania	20,4%
Niemcy	13,5%	13,7%	17,9%	14,9%	Niemcy	15,4%
Francja	7,7%	7,4%	9,6%	12,1%	Francja	11,3%
Holandia	3,6%	2,5%	4,3%	10,7%	Holandia	10,8%
Hiszpania	6,4%	7,3%	5,6%	8,6%	Włochy	8,8%
1-Σ Pośrednia	48,00%	49,60%	53,80%	65,40%	1-Σ Pośrednia	66,70%
Włochy	8,6%	8,0%	8,3%	8,2%	Hiszpania	8,5%
Republika Czeska	3,1%	2,7%	2,2%	5,8%	Republika Czeska	5,0%
Irlandia	3,5%	2,4%	0,6%	3,9%	Ukraina	3,9%
Ukraina	7,4%	5,7%	1,5%	3,8%	Grecja	3,7%
Słowacja	1,6%	4,3%	6,5%	3,7%	Irlandia	3,7%
Grecja	0,9%	0,0%	0,0%	3,3%	Słowacja	3,0%
Dania	0,5%	0,9%	0,3%	2,5%	Dania	2,4%
2-Σ Pośrednia	73,60%	73,60%	73,20%	96,60%	2-Σ Pośrednia	30,20%
Słowenia	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	Słowenia	0,6%
Węgry	1,0%	2,7%	1,2%	0,6%	Portugalia	0,6%
Litwa	0,2%	0,1%	1,2%	0,5%	Litwa	0,5%
Szwecja	2,1%	1,7%	1,5%	0,5%	Szwecja	0,5%
Portugalia	0,4%	0,9%	0,6%	0,4%	Węgry	0,5%
Stany Zjednoczone Ameryki	5,8%	4,5%	4,6%	0,2%	Stany Zjednoczone Ameryki	0,3%
Chile	0,1%	0,0%	0,3%	0,1%	Chile	0,1%
Izrael	0,4%	0,3%	0,0%	0,1%	Izrael	0,1%
Kenia	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	Kenia	0,1%
Norwegia	1,9%	0,6%	0,6%	0,1%	Norwegia	0,1%
Turcja	0,4%	0,3%	0,0%	0,1%	Turcja	0,0%

Austria	0,6%	1,5%	6,5%	0,0%	Austria	0,0%
Belgia	1,6%	3,6%	2,5%	0,0%	Belgia	0,0%
Indie	0,0%	0,1%	1,2%	0,0%	Indie	0,0%
Malta	0,6%	0,1%	1,2%	0,0%	Malta	0,0%
Zjednoczone Emiraty Arabskie	0,0%	0,1%	0,6%	0,0%	Zjednoczone Emiraty Arabskie	0,0%
Kanada	1,1%	0,9%	0,6%	0,0%	Kanada	0,0%
Australia	1,4%	0,7%	0,6%	0,0%	Australia	0,0%
Szwajcaria	1,0%	1,4%	0,6%	0,0%	Szwajcaria	0,0%
Japonia	0,4%	0,3%	0,6%	0,0%	Japonia	0,0%
Kolumbia	0,1%	0,2%	0,6%	0,0%	Kolumbia	0,0%
Chorwacja	0,6%	0,2%	0,3%	0,0%	Chorwacja	0,0%
Jordania	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	Jordania	0,0%
Uzbekistan	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	Uzbekistan	0,0%
Filipiny	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	Filipiny	0,0%
Rosja	1,7%	1,5%	0,3%	0,0%	Rosja	0,0%
Bułgaria	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	Bułgaria	0,0%
Indonezja	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Indonezja	0,0%
Estonia	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	Estonia	0,0%
Republika Korei	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Republika Korei	0,0%
Fidżi Republika	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Fidżi Republika	0,0%
Kazachstan	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Kazachstan	0,0%
Wenezuela	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Wenezuela	0,0%
Republika Środkowoafrykańska	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Rep. Środkowoafrykańska	0,0%
Argentyna	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	Argentyna	0,0%
Rumunia	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Rumunia	0,0%
Koreańska Rep. Lud.-Demokrat.	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Koreańska Rep. Lud.-Demokrat.	0,0%
Iran	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Iran	0,0%
Liechtenstein	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Liechtenstein	0,0%
Tajlandia	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Tajlandia	0,0%
Albania	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Albania	0,0%
Islandia	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Islandia	0,0%
Łotwa	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Łotwa	0,0%
Ekwador	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	Ekwador	0,0%

Malezja	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Malezja	0,0%
Republika Południowej Afryki	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Republika Południowej Afryki	0,0%
Białoruś	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	Białoruś	0,0%
Brazylia	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	Brazylia	0,0%
Maroko	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Maroko	0,0%
Irak	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Irak	0,0%
Meksyk	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	Meksyk	0,0%
Serbia	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	Serbia	0,0%
Czarnogóra	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Czarnogóra	0,0%
St. Lucia	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	St. Lucia	0,0%
Azerbejdżan	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Azerbejdżan	0,0%
Syria	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Syria	0,0%
Luksemburg	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	Luksemburg	0,0%
Chiny	0,1%	0,5%	0,0%	0,0%	Chiny	0,0%
Armenia	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Armenia	0,0%
Tunezja	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Tunezja	0,0%
Nowa Zelandia	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	Nowa Zelandia	0,0%
Uganda	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	Uganda	0,0%
Pakistan	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Pakistan	0,0%
Peru	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Peru	0,0%
Cypr	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Cypr	0,0%
Pitcairn	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Pitcairn	0,0%
Polinezja Francuska	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	Polinezja Francuska	0,0%
Mołdawia	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Mołdawia	0,0%
Finlandia	0,6%	0,8%	0,0%	0,0%	Finlandia	0,0%
Mongolia	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Mongolia	0,0%
Dżibuti	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	Dżibuti	0,0%
Bośnia i Hercegowina	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	Bośnia i Hercegowina	0,0%
Suma końcowa	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	Suma końcowa	≈100,0%

* z uwagi na zaokrąglenie wynik nie sumuje się do 100%

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

Na piątym miejscu uplasowała się Hiszpania z wynikiem średnim za cztery lata $\approx 7\%$ (6,98%) udziału. Mimo sytuacji pandemicznej w roku 2021 struktura % strumienia ruchu turystycznego dla pierwszej piątki krajów okazała się stabilna, pozostając na podobnym jak w latach poprzednich poziomie, konsumując w roku 2021 [patrz tabela 3.5.1.] ponad 65% udziałów z wynikiem średnim za cztery lata $\approx 54\%$ (54,20%).

TOP 5	2018	2019	2020	2021	% Σ 18-21
1- Σ Pośrednia	48,00%	49,60%	53,80%	65,40%	54,20%

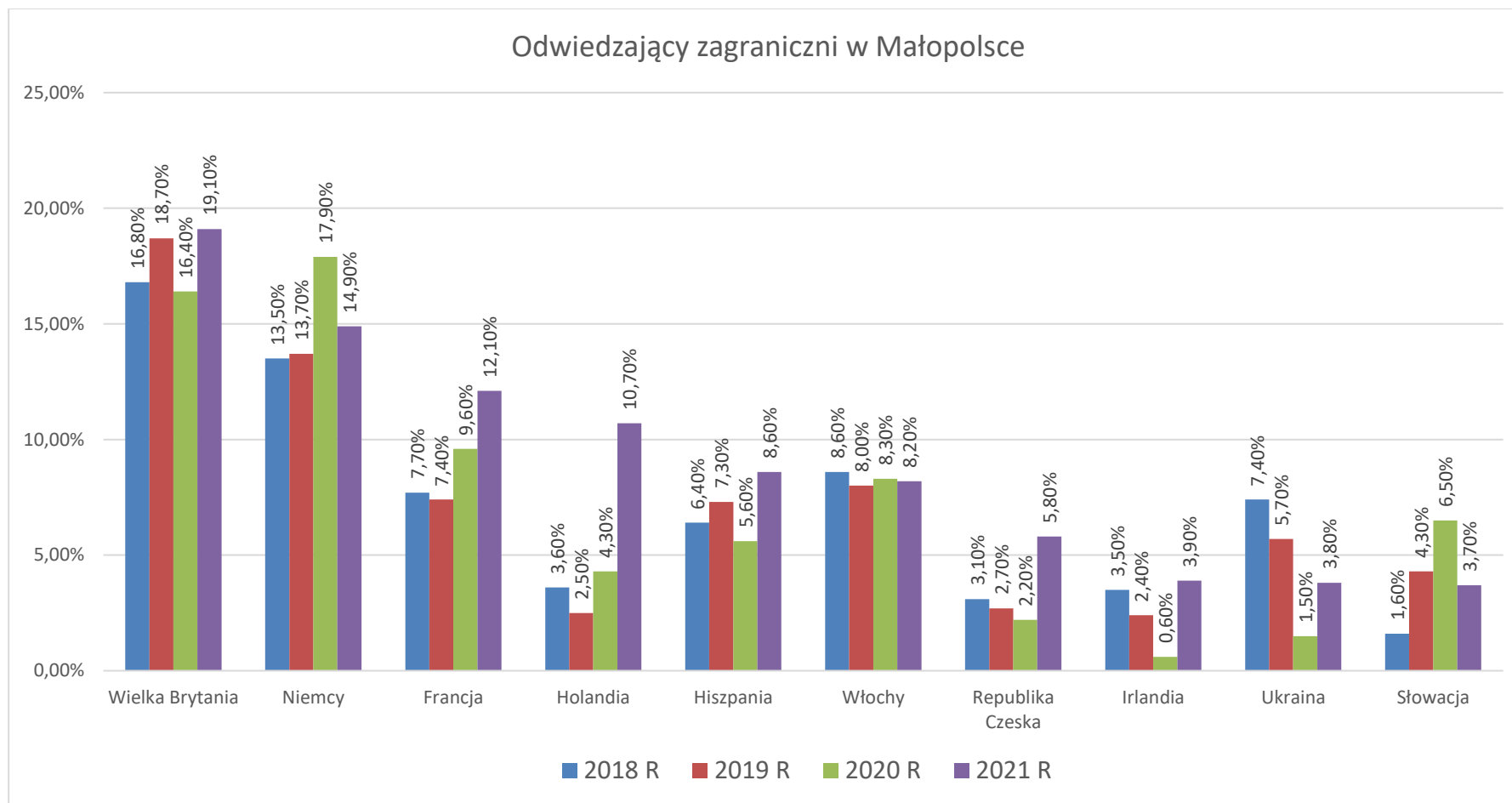
Na szóstym miejscu plasują się wspomniani powyżej odwiedzający z Włoch (zdeklasowani w 2021 roku przez Holendrów), tuż za Hiszpanią ze stabilnym wynikiem średnim za cztery lata $\approx 8,3\%$ (8,28%) udziału i z wynikiem średnim dla całej TOP szóstki za cztery lata [2018-2021] prawie 57%.

TOP 6	2018	2019	2020	2021	% Σ 18-21
Σ =1-6 - ranking	56,60%	57,60%	62,10%	73,60%	56,60%

Kraje, które w roku 2020 uzyskały wynik powyżej 2% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (11 rynków emisyjnych) skumulowały łącznie w roku 2021 $\approx 96\%$ strumienia, a średnio za cztery lata 2018-2021 prawie 80% całości zagranicznej turystyki przyjazdowej do Małopolski.

Powyżej 2% udziałów	2018	2019	2020	2021	% Σ 18-21
2- Σ Pośrednia	73,60%	73,60%	73,20%	96,60%	79,25

Krajem, z którego zauważono spektakularny spadek odwiedzających w 2020 roku, jest Ukraina, gdyż wynik w roku 2020 był bardzo niski [1,5%], jednak wpływ na to miało/mogło mieć zamknięcie granicy zewnętrznej Unii Europejskiej, obustronna kwarantanna, zamknięcie nauczania stacjonarnego w szkolnictwie wyższym i przejście na naukę wirtualną, co pozwoliło tym wszystkim, którzy w Małopolsce stracili pracę, będąc zatrudnionymi najczęściej w branży usługowej, w tym w gastronomii, hotelarstwie czy handlu, na kontynuację studiów pozostając w domu. Osoby z Ukrainy, które pozostały po stronie polskiej w 2020 roku automatycznie przeszły do grupy „rezydentów”, zwiększając wskaźnik udziałów strumienia turystyki krajowej, jednak w 2021 roku zauważono wzrost udziałów odwiedzających z Ukrainy do poziomu prawie 4% (3,8%).



Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2021- struktura procentowa

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

3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce

Specyficzna sytuacja, która zaistniała w 2021 roku, wyłączająca nie tylko pierwszy kwartał roku 2021, ale prawie w całości również kwartał drugi z „normalnej” obsługi ruchu turystycznego z „wakacyjnym” prawie „normalnym” w stosunku do roku 2020 z trzecim kwartałem i kolejnym „covidowym” IV kwartałem 2021 roku, wykazała niezbicie, że po zablokowaniu granic państwa i przestrzeni powietrznej kraju dla lotów pasażerskich, branża turystyczna Małopolski przeżyć mogła tylko dzięki turystyce wewnątrz krajowej. Małopolscy przedsiębiorcy turystyczni przetrwali rok 2020 w nadziei, że kolejny rok zrekompensuje dotychczasowe straty i z tą myślą chronili swoich pracowników i przygotowywali się do sezonu tak zimowego - I kwartał, letniego jak i zimowego - IV kwartał roku 2021. Rzeczywistość jednak ponownie okazała się inna. Dlatego też o kolejnym „Roku Covidowym A.D. 2021” i o jego 12-miesięcznym wpływie na funkcje turystyczne Małopolski i efekcie tak ekonomicznym jak i społecznym w branży turystycznej przeczytać można w oddzielnym raporcie MOT pod tytułem „Małopolska branża turystyczna w warunkach pandemii COVID-19 w 2021 roku”.⁹

Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 - 2021 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2021 roku

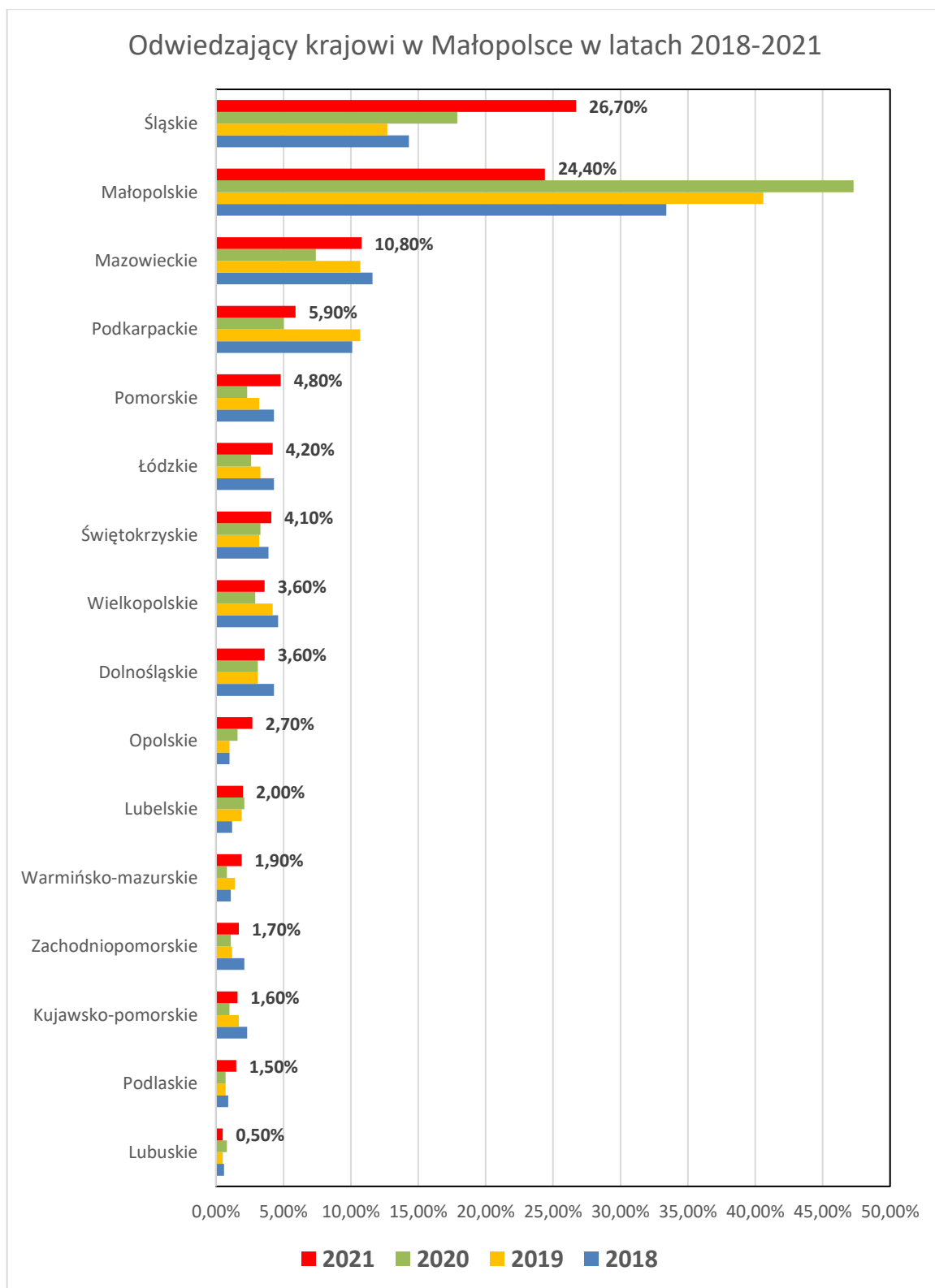
Odwiedzający Województwa	2018	2019	2020	Sortowanie 2021	Turyści 2021 Województwa	Sortowanie 2021
Śląskie	14,3%	12,7%	17,9%	26,7%	Śląskie	24,0%
Małopolskie	33,4%	40,6%	47,3%	24,4%	Małopolskie	18,7%
Mazowieckie	11,6%	10,7%	7,4%	10,8%	Mazowieckie	12,7%
Podkarpackie	10,1%	10,7%	5,0%	5,9%	Podkarpackie	6,2%
Pomorskie	4,3%	3,2%	2,3%	4,8%	Pomorskie	5,9%
Σ pośrednia	73,70%	77,90%	79,90%	72,60%	Σ pośrednia	67,50%
Łódzkie	4,3%	3,3%	2,6%	4,2%	Łódzkie	4,7%
Świętokrzyskie	3,9%	3,2%	3,3%	4,1%	Wielkopolskie	4,6%
Dolnośląskie	4,3%	3,1%	3,1%	3,6%	Świętokrzyskie	4,4%
Wielkopolskie	4,6%	4,2%	2,9%	3,6%	Dolnośląskie	4,0%
Opolskie	1,0%	1,0%	1,6%	2,7%	Opolskie	3,1%
Lubelskie	1,2%	1,9%	2,1%	2,0%	Lubelskie	2,7%
Warmińsko-mazurskie	1,1%	1,4%	0,8%	1,9%	Warmińsko-mazurskie	2,3%
Zachodniopomorskie	2,1%	1,2%	1,1%	1,7%	Zachodniopomorskie	2,2%
Kujawsko-pomorskie	2,3%	1,7%	1,0%	1,6%	Podlaskie	2,0%
Podlaskie	0,9%	0,7%	0,7%	1,5%	Kujawsko-pomorskie	1,9%
Lubuskie	0,6%	0,5%	0,8%	0,5%	Lubuskie	0,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%	Suma końcowa	100,00%

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

Prawie ¼ (26,7%) odwiedzających (turystów 24,0%) krajowych, którzy frekwentowali atrakcje turystyczne Małopolski, stanowili mieszkańcy Śląska. Ślązacy stanowią od lat bardzo mocny segment strumienia ruchu turystycznego do naszego województwa, który przez poprzednie trzy lata obserwacji osiągnął poziom

⁹ „Małopolska branża turystyczna w warunkach pandemii COVID-19 w 2021 roku” Wydawnictwo MOT 2021 Ruch Turystyczny w Krakowie autorzy: Zespół Ekspertów Turystycznych UEK pod kierunkiem prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK dr hab. Krzysztof Borodako, dr Michał Rudnicki.

≈15%. Natomiast Małopolanie ex aequo ze Ślązakami sanowili następną ćwiartkę (odwiedzających 24,4%, turystów 18,7%) krajowego strumienia przyjazdowego ruchu turystycznego destynacji w województwie małopolskim. W tym roku mieszkańcy Małopolski nie decydowali się tak często: „By być turystą u siebie - w swoim województwie”- jak było to w roku ubiegłym, osiągając w rankingu drugi wynik. Związane jest to między innymi z podróżami z poluzowaniem obostrzeń covidowych w okresie letnim na terytorium prawie całego kraju. Na trzecim miejscu znaleźli się turyści z Mazowsza, uzyskując wynik za trzy poprzednio analizowane lata odpowiednio ≈10%, ≈9%, ≈7,4% udziałów. Jednak w 2021 roku turyści z Mazowsza uzyskali prawie wynik 13% (12,7%), a średnia z czterech lat pomiaru wyniosła ≈10% (10,13%) udziałów odwiedzających w całym strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego wewnątrz krajowego do Małopolski. Mieszkańcy Mazowsza o prawie 7% (6,5%) wyprzedzili turystów przyjeżdżających z sąsiadującego z Małopolską województwa podkarpackiego. Wyjaśnić to można podobnie jak w roku poprzednim wzmożonymi podróżami turystycznymi mieszkańców Podkarpacia wewnątrz własnego województwa ze szczególnym uwzględnieniem obszaru Bieszczadzkiego Parku Narodowego, jednak należy brać również pod uwagę obawy mieszkańców Podkarpacia przed możliwością zainfekowania się koronawirusem w Małopolsce (mając na uwadze tło przekazów medialnych o podatności na zakażenia wirusowe osób niezaszczepionych, a województwo podkarpackie należy w tym względzie do czołówki krajowej). Zauważono w 2021 roku bardzo duży wzrost przyjazdów do Małopolski turystów z województwa pomorskiego; do poziomu prawie 6% (5,9%) udziałów. Z analizy ostatnich czterech lat: 2018 i 2020 wynika, że mieszkańcy województwa pomorskiego stanowią mocny, ponad 3,5% (średnia 3,65%) fragment strumienia ruchu turystycznego, charakteryzujący się między innymi długim okresem pobytu, a co za tym idzie również wyższymi wydatkami w odwiedzanej destynacji.



Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 - 2021 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 2021 roku zobrazowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w latach 2018-2020. 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 5 Ogółem	2018	2019	2020	2021
(1) do 19	6,623%	4,198%	4,586%	4,4%
(2) 20-29	29,479%	25,050%	31,779%	25,1%
(3) 30-44	32,020%	37,872%	39,448%	35,5%
(4) 45-60	21,712%	23,004%	17,716%	19,2%
(5) pow. 60	10,165%	9,876%	6,470%	15,9%
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.

Najliczniej reprezentowaną grupą wiekową w okresie badawczym 2018-2021 okazała się grupa osób w wieku 30-44 lat, która będąc w pełni aktywności zawodowej nawet w kolejnym roku „covidowym-2021” okazała się bardziej mobilna (mniej lękliwa) od pozostałych grup wiekowych. Należy uważnie obserwować właśnie tę grupę turystów jako naturalnych promotorów turystyki post-covidowej.

4.3. Płeć

Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa

Płeć Ogółem	2018	2019	2020	2021
Kobieta	60,407%	53,468%	43,921%	47,7%
Mężczyzna	39,593%	46,532%	56,079%	52,3%
Suma końcowa	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.

W analizowanym okresie 2020-2021 zauważono zwiększającą się aktywność turystyczną mężczyzn, która wyraźnie zarysowała się w warunkach zagrożenia epidemiologicznego tak w 2020 jak i 2021 roku, osiągając średni wskaźnik $\approx 6,5\%$ przewagi turystów płci męskiej. Można zakładać, że u mężczyzn ujawniła się wyraźnie w rzeczywistości pandemicznej skłonność do częstszego podejmowania działań ryzykownych, w tym podróży turystycznych o podwyższonym poziomie ryzyka.

4.4. Wykształcenie

Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa

Wykształcenie Ogółem	2018	2019	2020	2021
Wyższe	58,014%	53,103%	51,626%	47,0%
Średnie	38,843%	42,321%	44,848%	44,1%
Podstawowe	2,607%	3,177%	1,658%	5,9%
Inne	0,535%	1,399%	1,868%	3,0%
Suma końcowa	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 Alejziak.

Prawie 50% strumienia ruchu turystycznego frekwentującego Małopolskę stanowią osoby deklarujące posiadanie wyższego wykształcenia. Jest to bardzo dobry prognostyk dla przedsiębiorców turystycznych jak również i gospodarzy destynacji (samorządowców), którzy przygotowują turystyczną ofertę destynacji. Pozwala to z pewną ostrożnością wnioskować, że produkty turystyczne powyżej najniższego wspólnego mianownika oferty kulturalnej powinny zyskać uznanie istotnej części turystów podróżujących po Małopolsce. Niemniej jednak prawie 6% wynik odwiedzających sygnalizujący wykształcenie podstawowe zwraca uwagę na wzmogoną mobilność osób o tym poziomie wykształcenia. Ponieważ założenia metody pozyskiwania danych ankietowych wykluczały badanie osób w wieku do 15 roku życia, nie były to więc osoby z kategorii „uczeń szkoły podstawowej”. Udział respondentów w grupie odwiedzających krajowych w wieku 15-20 lat był na poziomie 5,5%, a zagranicznych jedynie na poziomie 2,2%, co oznacza zwiększoną mobilność osób starszych niż 20 lat, a legitymujących się wykształceniem podstawowym.

Poniższa tabela obrazuje rozkład wykształcenia w stosunku do wieku respondentów w 2021 roku.

Wykształcenie	KRAJ					ZAGRANICA				
	A - wyższe	B - średnie	C - podstawowe	D - inne	Σ	A - wyższe	B - średnie	C - podstawowe	D - inne	Σ
Wiek										
A <15;20>	1,3%	7,8%	30,2%	3,3%	5,5%	0,5%	4,8%	7,7%	0,0%	2,2%
B <21;30>	25,8%	35,9%	10,1%	15,9%	29,6%	49,7%	36,2%	23,1%	0,0%	42,9%
C <31;40>	38,0%	22,6%	15,6%	35,2%	29,9%	28,9%	32,4%	30,8%	71,4%	31,1%
D <41;50>	20,9%	15,8%	15,6%	36,3%	18,8%	11,2%	13,3%	15,4%	28,6%	12,5%
E <51;60>	7,3%	7,0%	6,5%	3,3%	7,0%	5,3%	5,7%	23,1%	0,0%	6,1%
F <61;70>	6,4%	9,1%	13,1%	4,4%	7,9%	4,3%	4,8%	0,0%	0,0%	4,2%
G <71;85>	0,4%	1,8%	9,0%	1,6%	1,4%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	1,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	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.

4.5. Status materialny odwiedzających

Status materialny turystów odwiedzających Małopolskę przez respondentów generalnie od czterech lat jest oceniany subiektywnie jako dobry. Zatrzymanie mieszkańców Polski w kraju z powodu zamknięcia granic w związku z ograniczeniami sanitarnymi prawdopodobnie spowodowało wzrost odsetka osób odwiedzających Małopolskę o bardzo dobrym statusie finansowym. Liczba odwiedzających Małopolskę w roku 2021 była większa o prawie 5% w stosunku do wyniku z roku 2020. Zauważony również został w 2021 roku spadek ilości osób o prawie 17% w grupie o dobrym statusie majątkowym i przesunięcie ich do grupy o statusie średniej zamożności. Związane jest to między innymi z postępującą inflacją i spadkiem

siły nabywczej polskiego złotego (wzrost cen), co wyraźnie prześledzić można w rozdziale omawiającym ocenę wysokości cen usług turystycznych w stosunku do ich jakości.

Tabela 4.5.1. Status materialny odwiedzających - struktura procentowa

Sytuacja finansowa Ogółem	2018	2019	2020	2021
Bardzo dobra	15,640%	18,398%	11,241%	16,1%
Dobra	55,751%	61,113%	72,868%	56,2%
Średnia	27,126%	19,283%	15,199%	25,7%
Zła i bardzo zła	1,48%	1,21%	0,69%	2,0%
Suma końcowa	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 Alejziak.

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

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

Charakter podróży Ogółem	2018	2019	2020	2021
Rodzina	37,485%	42,586%	38,562%	36,9%
Przyjaciele	25,666%	27,128%	32,521%	32,9%
Nikt (podróżuję sam)	21,050%	14,511%	12,217%	19,4%
Grupa zorganizowana	10,563%	9,744%	11,964%	10,8%
Rodzina i przyjaciele	5,236%	6,030%	4,735%	0,0%
Suma końcowa	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 Alejziak.

Podróże rodzinne do Małopolski (kolejny spadek w stosunku do roku 2020 o ok. 1,7%). Podróże w gronie przyjaciół pozostały na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym. Te dwie grupy stanowią istotny odsetek strumienia ruchu turystycznego, bo prawie 70% jego całości. Na trzecim miejscu z wynikiem w 2021 roku ponad 19% plasują się przyjazdy do województwa małopolskiego osób podróżujących indywidualnie, co oznacza wzrost w tej kategorii podróżnych o ponad 7% w stosunku do roku poprzedniego.

Tabela 4.6.2. Ilość dzieci podróżujących z rodziną - struktura procentowa

Ilość dzieci z rodziną w podróży Ogółem	2018	2019	2020	2021
Bez dzieci	4,299%	0,351%	0,114%	0,2%
1 - dziecko	42,682%	56,277%	47,895%	48,1%
2 - dwoje dzieci	44,217%	36,611%	41,524%	34,0%
3 - troje dzieci	6,551%	5,004%	9,101%	12,2%
4 - czworo dzieci	2,047%	1,141%	1,024%	4,2%
5 i więcej dzieci	0,205%	0,615%	0,341%	1,3%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Zauważalnie wzrósł odsetek osób podróżujących rodzinnie z 4 dzieci - w stosunku do średniej za lata 2018-2020 (1,4%) osiągnął wynik w 2021 = 4,2%. Wiązać to można/należy z bonem wakacyjnym dedykowanym w 2020 roku dzieciom w dużych rodzinach, jako że i w kategorii z 3 dzieci i kategorii z 5 dzieci widać również wzrost udziałów.

Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie

5.1. Wprowadzenie

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

5.2. Cele przyjazdów do Małopolski

Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura %

Główne cele podróży Ogółem	2018	2019	2020	2021
Wypoczynek	19,011%	26,613%	30,324%	32,3%
Zwiedzanie zabytków	18,571%	18,825%	10,034%	17,3%
Poznanie walorów przyrody	2,515%	0,595%	2,192%	10,3%
Σ POŚREDNIA	40,10%	46,03%	42,55%	59,90%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,273%	2,204%	3,077%	7,8%
Odwiedziny krewnych	4,945%	4,540%	4,343%	4,9%
Odwiedziny znajomych	3,922%	3,829%	3,057%	4,5%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	17,079%	17,796%	36,819%	3,7%
Cel zdrowotny	7,474%	5,540%	1,971%	3,6%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,524%	2,045%	1,046%	3,6%
Cel religijny	3,794%	3,901%	0,724%	3,5%
Sprawy służbowe (biznes)	2,245%	1,929%	1,830%	1,4%
Tranzyt	1,250%	1,639%	0,905%	1,4%
Edukacja	5,911%	2,451%	0,583%	1,1%
Inny cel	0,995%	0,696%	0,865%	0,9%
Udział w szkoleniu	1,378%	0,624%	0,322%	0,8%
Zakupy	1,137%	1,595%	0,382%	0,7%
Korzystanie z usług medycznych	0,355%	0,624%	0,302%	0,6%
Udział w konferencji, kongresie	1,137%	0,841%	0,141%	0,6%
Udział w wydarzeniu	0,497%	1,001%	0,282%	0,4%
Udział w imprezie kulturalnej	0,512%	1,392%	0,060%	0,4%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,426%	0,479%	0,261%	0,2%
Odnowa duchowa	0,824%	0,595%	0,402%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,227%	0,247%	0,080%	0,0%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

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. Poniżej została przedstawiona tabelarycznie i graficznie zaglomerowana dla potrzeb opracowania analiza grupy celów głównych w korelacji z celami cząstkowymi. Działanie to uzupełniono

graficznie, znacząc kolorem istotne zależności powyżej 10% żółtym i ukazując najwyższe wartości w każdej ze skorelowanych grup celów.

Wypoczynek mocno skorelowany ze zwiedzaniem i poznawaniem środowiska przyrodniczego wyraźnie zdystansował w 2021 roku pozostałe cele. Ta triada kumuluje prawie 60% strumienia turystów odwiedzających Małopolskę.

Głównymi celami podróży do Małopolski w 2021 roku (ogółem) dla największej grupy respondentów były przede wszystkim: wypoczynek (32,3%) i zwiedzanie zabytków (17,3%), a dla co dziesiątego respondenta było to także wejście (w celach poznawczych) w styczność osobistą ze środowiskiem przyrodniczym (10,3%).

Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura %

Główne cele podróży KRAJ	2018	2019	2020	2021
Wypoczynek	19,020%	27,191%	30,824%	36,6%
ZWIEDZANIE ZABYTKÓW	16,893%	14,855%	9,476%	15,4%
Poznanie walorów przyrody	2,306%	0,752%	2,118%	12,3%
Σ POŚREDNIA	38,22%	42,80%	42,42%	64,30%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,984%	1,749%	2,866%	5,3%
Odwiedziny krewnych	4,773%	4,588%	3,807%	4,5%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	19,324%	20,064%	38,888%	4,3%
Cel zdrowotny	8,205%	6,807%	2,096%	4,0%
Odwiedziny znajomych	3,843%	4,212%	2,995%	3,6%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,307%	1,880%	0,963%	3,4%
Cel religijny	3,736%	4,494%	0,770%	2,7%
Sprawy służbowe (biznes)	2,038%	1,429%	1,176%	1,3%
Tranzyt	1,180%	1,448%	0,556%	1,2%
Edukacja	5,738%	1,974%	0,492%	1,0%
Inny cel	1,037%	0,771%	0,813%	1,0%
Udział w szkoleniu	1,466%	0,639%	0,321%	0,8%
Zakupy	1,162%	1,674%	0,406%	0,6%
Korzystanie z usług medycznych	0,411%	0,771%	0,321%	0,6%
Udział w konferencji, kongresie	1,001%	0,583%	0,107%	0,5%
Udział w wydarzeniu	0,483%	1,053%	0,257%	0,4%
Udział w imprezie kulturalnej	0,572%	1,486%	0,064%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,358%	0,527%	0,214%	0,2%
Odnowa duchowa	0,876%	0,733%	0,406%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,286%	0,320%	0,064%	0,0%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Tabela 5.2.3. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura %

Główne cele podróży Zagranica	2018	2019	2020	2021
Zwiedzanie zabytków	25,069%	32,213%	18,792%	24,6%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	3,393%	3,741%	6,376%	17,2%
Wypoczynek	18,975%	24,667%	22,483%	15,9%
Σ POŚREDNIA	47,44%	60,62%	47,65%	57,70%
Odwiedziny znajomych	4,224%	2,536%	4,027%	8,0%
Cel religijny	4,017%	1,902%	0,000%	6,7%

Odwiedziny krewnych	5,609%	4,375%	12,752%	6,5%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,363%	2,600%	2,349%	4,6%
Poznanie walorów przyrody	3,324%	0,063%	3,356%	2,6%
Cel zdrowotny	4,640%	1,268%	0,000%	2,5%
Tranzyt	1,524%	2,283%	6,376%	2,1%
Sprawy służbowe (biznes)	3,047%	3,614%	12,081%	1,7%
Edukacja	6,579%	4,058%	2,013%	1,5%
Zakupy	1,039%	1,332%	0,000%	1,4%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	8,380%	10,146%	4,362%	1,2%
Udział w konferencji, kongresie	1,662%	1,712%	0,671%	0,9%
Udział w szkoleniu	1,039%	0,571%	0,336%	0,9%
Korzystanie z usług medycznych	0,139%	0,127%	0,000%	0,5%
Udział w imprezie kulturalnej	0,277%	1,078%	0,000%	0,4%
Inny cel	0,831%	0,444%	1,678%	0,4%
Udział w wydarzeniu	0,554%	0,824%	0,671%	0,2%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,693%	0,317%	1,007%	0,2%
Odnowa duchowa	0,623%	0,127%	0,336%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,000%	0,000%	0,336%	0,0%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Tabela 5.2.4. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski latami 2018-21

KRAJ 2018 R	KRAJ 2019 R	KRAJ 2020 R	KRAJ 2021 R	KRAJ Średnia 18-21	Główne cele podróży	ZAGR 2018 R	ZAGR 2019 R	ZAGR 2020 R	ZAGR 2021 R	ZAGR Średnia 18-21	Średnia Ogółem
19,02%	27,19%	30,82%	36,60%	28,41%	Wypoczynek	18,98%	24,67%	22,48%	15,90%	20,51%	24,46%
16,89%	14,86%	9,48%	15,40%	14,16%	Zwiedzanie zabytków	25,07%	32,21%	18,79%	24,60%	25,17%	19,66%
19,32%	20,06%	38,89%	4,30%	20,64%	Turystyka aktywna (kwalifikowana)	8,38%	10,15%	4,36%	1,20%	6,02%	13,33%
55,23%	62,11%	79,19%	56,30%	63,21%	POŚREDNIA	52,43%	67,03%	45,63%	41,70%	51,70%	57,45%
4,77%	4,59%	3,81%	4,50%	4,42%	Odwiedziny krewnych	5,61%	4,38%	12,75%	6,50%	7,31%	5,86%
1,98%	1,75%	2,87%	5,30%	2,97%	Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	3,39%	3,74%	6,38%	17,20%	7,68%	5,33%
3,84%	4,21%	3,00%	3,60%	3,66%	Odwiedziny znajomych	4,22%	2,54%	4,03%	8,00%	4,70%	4,18%
8,21%	6,81%	2,10%	4,00%	5,28%	Cel zdrowotny	4,64%	1,27%	0,00%	2,50%	2,10%	3,69%
2,31%	0,75%	2,12%	12,30%	4,37%	Poznanie walorów przyrody	3,32%	0,06%	3,36%	2,60%	2,34%	3,35%
2,04%	1,43%	1,18%	1,30%	1,49%	Sprawy służbowe (biznes)	3,05%	3,61%	12,08%	1,70%	5,11%	3,30%
3,74%	4,49%	0,77%	2,70%	2,93%	Cel religijny	4,02%	1,90%	0,00%	6,70%	3,15%	3,04%
3,31%	1,88%	0,96%	3,40%	2,39%	Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,36%	2,60%	2,35%	4,60%	3,48%	2,93%
5,74%	1,97%	0,49%	1,00%	2,30%	Edukacja	6,58%	4,06%	2,01%	1,50%	3,54%	2,92%
1,18%	1,45%	0,56%	1,20%	1,10%	Tranzyt	1,52%	2,28%	6,38%	2,10%	3,07%	2,08%
1,16%	1,67%	0,41%	0,60%	0,96%	Zakupy	1,04%	1,33%	0,00%	1,40%	0,94%	0,95%
1,00%	0,58%	0,11%	0,50%	0,55%	Udział w konferencji, kongresie	1,66%	1,71%	0,67%	0,90%	1,24%	0,89%
1,04%	0,77%	0,81%	1,00%	0,91%	Inny cel	0,83%	0,44%	1,68%	0,40%	0,84%	0,87%
1,47%	0,64%	0,32%	0,80%	0,81%	Udział w szkoleniu	1,04%	0,57%	0,34%	0,90%	0,71%	0,76%
0,48%	1,05%	0,26%	0,40%	0,55%	Udział w wydarzeniu	0,55%	0,82%	0,67%	0,20%	0,56%	0,56%

0,57%	1,49%	0,06%	0,30%	0,61%	Udział w imprezie kulturalnej	0,28%	1,08%	0,00%	0,40%	0,44%	0,52%
0,36%	0,53%	0,21%	0,20%	0,32%	Firmowy wyjazd integracyjny	0,69%	0,32%	1,01%	0,20%	0,55%	0,44%
0,88%	0,73%	0,41%	0,00%	0,50%	Odnowa duchowa	0,62%	0,13%	0,34%	0,00%	0,27%	0,39%
0,41%	0,77%	0,32%	0,60%	0,53%	Korzystanie z usług medycznych	0,14%	0,13%	0,00%	0,50%	0,19%	0,36%
0,29%	0,32%	0,06%	0,00%	0,17%	Udział w imprezie sportowej	0,00%	0,00%	0,34%	0,00%	0,08%	0,13%
100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabela 5.2.5. Formatowanie kolorem głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski (sortowanie OGÓŁEM)

Główne cele podróży	KRAJ 2018 R	KRAJ 2019 R	KRAJ 2020 R	KRAJ 2021 R	KRAJ Średnia 18-21	ZAGR 2019 R	ZAGR 2020 R	ZAGR 2021 R	ZAGR Średnia 18-21	Średnia Ogółem
Wypoczynek	19,02%	27,19%	30,82%	36,60%	28,41%	24,67%	22,48%	15,90%	20,51%	24,46%
Zwiedzanie zabytków	16,89%	14,86%	9,48%	15,40%	14,16%	32,21%	18,79%	24,60%	25,17%	19,66%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	19,32%	20,06%	38,89%	4,30%	20,64%	10,15%	4,36%	1,20%	6,02%	13,33%
Odwiedziny krewnych	4,77%	4,59%	3,81%	4,50%	4,42%	4,38%	12,75%	6,50%	7,31%	5,86%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,98%	1,75%	2,87%	5,30%	2,97%	3,74%	6,38%	17,20%	7,68%	5,33%
Odwiedziny znajomych	3,84%	4,21%	3,00%	3,60%	3,66%	2,54%	4,03%	8,00%	4,70%	4,18%
Cel zdrowotny	8,21%	6,81%	2,10%	4,00%	5,28%	1,27%	0,00%	2,50%	2,10%	3,69%
Poznanie walorów przyrody	2,31%	0,75%	2,12%	12,30%	4,37%	0,06%	3,36%	2,60%	2,34%	3,35%
Sprawy służbowe (biznes)	2,04%	1,43%	1,18%	1,30%	1,49%	3,61%	12,08%	1,70%	5,11%	3,30%
Cel religijny	3,74%	4,49%	0,77%	2,70%	2,93%	1,90%	0,00%	6,70%	3,15%	3,04%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,31%	1,88%	0,96%	3,40%	2,39%	2,60%	2,35%	4,60%	3,48%	2,93%
Edukacja	5,74%	1,97%	0,49%	1,00%	2,30%	4,06%	2,01%	1,50%	3,54%	2,92%
Tranzyt	1,18%	1,45%	0,56%	1,20%	1,10%	2,28%	6,38%	2,10%	3,07%	2,08%
Zakupy	1,16%	1,67%	0,41%	0,60%	0,96%	1,33%	0,00%	1,40%	0,94%	0,95%
Udział w konferencji, kongresie	1,00%	0,58%	0,11%	0,50%	0,55%	1,71%	0,67%	0,90%	1,24%	0,89%
Inny cel	1,04%	0,77%	0,81%	1,00%	0,91%	0,44%	1,68%	0,40%	0,84%	0,87%
Udział w szkoleniu	1,47%	0,64%	0,32%	0,80%	0,81%	0,57%	0,34%	0,90%	0,71%	0,76%
Udział w wydarzeniu	0,48%	1,05%	0,26%	0,40%	0,55%	0,82%	0,67%	0,20%	0,56%	0,56%
Udział w imprezie kulturalnej	0,57%	1,49%	0,06%	0,30%	0,61%	1,08%	0,00%	0,40%	0,44%	0,52%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,36%	0,53%	0,21%	0,20%	0,32%	0,32%	1,01%	0,20%	0,55%	0,44%
Odnowa duchowa	0,88%	0,73%	0,41%	0,00%	0,50%	0,13%	0,34%	0,00%	0,27%	0,39%
Korzystanie z usług medycznych	0,41%	0,77%	0,32%	0,60%	0,53%	0,13%	0,00%	0,50%	0,19%	0,36%
Udział w imprezie sportowej	0,29%	0,32%	0,06%	0,00%	0,17%	0,00%	0,34%	0,00%	0,08%	0,13%

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

5.3. Organizator wizyty w Małopolsce

Analizując **wyniki ogółem**, można zauważyć, iż zdecydowana większość osób, która przyjechała do Małopolski w 2021 roku, podobnie jak w roku 2020, zorganizowała przyjazd samodzielnie we własnym

zakresie (56,8%; 38,6%). Natomiast spektakularnie wzrósł wynik dla odwiedzających Małopolskę, którym przyjazd zorganizowała rodzina (14,8%; 20,0%) lub znajomi (14,1%; 15,2%).

W roku 2021 w stosunku do roku 2020 w organizacji przyjazdów do Małopolski turyści korzystali częściej z takich instytucji jak: biuro podróży (4,0%; 7,3%), zakład pracy (4,4%; 6,3%), a nawet szkoła (0,8%; 1,8%) lub inne instytucje (2,1%; 1,7%).

Bardzo zwiększył się odsetek badanych korzystających z usług parafii (kościół) (3,0%; 9,1%).

Natomiast z usług portalu (biura) internetowego w bieżącym roku (podobnie jak w roku 2020) nie korzystano.

Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura % sortowana według - Ogółem 2021

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

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

Tabela 5.3.2. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura % formatowana kolorem

Organizator podróży	2019 KRAJ	2020 KRAJ	2021 KRAJ	2019 ZAGR	2020 ZAGR	2021 ZAGR	2019 Ogółem	2020 Ogółem	2021 Ogółem
Sam we własnym zakresie	74,40%	82,90%	56,80%	66,60%	74,90%	38,60%	71,80%	82,40%	53,00%
Rodzina	6,80%	7,00%	14,80%	5,90%	9,00%	20,00%	7,00%	7,10%	15,90%
Znajomi	6,40%	6,60%	14,10%	6,60%	4,60%	15,20%	5,80%	6,50%	14,40%
Zakład pracy	2,30%	1,60%	4,40%	3,40%	5,90%	6,30%	3,00%	1,90%	4,80%
Biuro podróży	2,80%	0,40%	4,00%	8,30%	3,40%	7,30%	3,70%	0,60%	4,70%
Parafia (kościół)	1,40%	0,40%	3,00%	0,60%	0,00%	9,10%	1,20%	0,40%	4,30%
Inna instytucja	2,90%	0,80%	2,10%	0,80%	0,00%	1,70%	3,30%	0,70%	2,00%
Szkoła	2,00%	0,20%	0,80%	2,40%	2,20%	1,80%	3,00%	0,30%	1,00%
Portal (biuro) internetowy	1,00%	0,10%	0,00%	5,40%	0,00%	0,00%	1,20%	0,10%	0,00%

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.

5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających

Długość pobytu w Małopolsce w 2021 roku różniła się od lat wcześniejszych. W stosunku do roku 2020 ewidentnie wydłużył się czas wizyty w regionie. Najwięcej odwiedzających (prawie 1/3) spędziło w Małopolsce kilka dni (np. weekend), tj. 2 - 3 noclegi. Takich gości było w regionie niemal 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i o ponad połowę więcej niż w roku 2019. Zbliżone procentowo grupy odwiedzających (po ok. 22%) przybywały do województwa na jeden dzień (bez noclegu) oraz na dwa dni (z jednym

noclegiem). Tych pierwszych było w 2021 roku o ponad 1/2 mniej niż rok wcześniej (i niemal tyle samo, co w roku przed pandemią), natomiast drugich - niemal 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim i prawie 3-krotnie więcej niż w roku 2019. Na prawie takim samym poziomie jak rok wcześniej (niecałe 4%) utrzymał się udział pobytów z 8-14 noclegami. Najmniej osób (niecały 1%) - analogicznie jak w latach poprzednich - spędzało w Małopolsce dłużej niż dwa tygodnie, choć ich odsetek był ponownie o połowę mniejszy niż w roku ubiegłym (w 2020 roku również było ich o 1/2 mniej niż w roku 2019).

Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2021 - struktura %

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

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

W 2021 roku pobyt związany z 2-3 noclegami najczęściej deklarowali zarówno odwiedzający z Polski (ponad 28% wskazań), jak i z zagranicy (prawie 1/3 wskazań). Drugą co do wielkości grupą Polaków byli ci, którzy spędzili w Małopolsce 1 dzień bez noclegu (prawie 27% wskazań), a następnie ci, którzy przebywali w regionie 2 dni (1 noc - ponad 20%). Średnio co siódmy gość krajowy rezydował w Małopolsce 4-7 noclegów, a zaledwie 5% - dłużej niż tydzień. Niecałe 6% przyjechało do regionu tylko na kilka godzin. Z kolei cudzoziemcy w porównywalnym odsetku (średnio co czwarty) spędzali w regionie 1 noc i 4-7 nocy. Przeciętnie co dziesiąty przyjechał do Małopolski na 1 dzień bez noclegu, a co trzydziesty - na jeszcze krótszy okres. Gości zagranicznych przebywających w regionie dłużej niż tydzień było zaledwie 3,3%, tj. nawet mniej niż Polaków (o 1,7 p.p.).

W relacji do lat poprzednich w 2021 roku wydłużył się czas pobytu w Małopolsce odwiedzających z Polski - o ile w 2019 i 2020 roku najwięcej z nich spędzało w regionie 1 dzień bez noclegu, to w roku 2021 ich udział był mniejszy niż tych, którzy spali w województwie przez 2-3 noce. Zwiększył się też odsetek rezydujących przez 1 noc (o 6,8 p.p. w stosunku do roku ubiegłego i o 11,3 p.p. w odniesieniu do roku 2019). Stopniowemu ograniczaniu uległa natomiast grupa Polaków przebywających w regionie do 3 godzin (z 8,8% w 2019 roku na 5,8% w 2021 roku).

Odmienne wygląda sytuacja jeśli chodzi o gości zagranicznych - niestety skrócił się czas ich pobytu w regionie. O ile bowiem w latach ubiegłych najwięcej cudzoziemców spędzało w Małopolsce 4-7 noclegów, to w roku 2021 liczniejsze grupy stanowili ci, którzy przybywali do województwa na 1 noc, a zwłaszcza na 2-3 noclegi. Zdecydowanie mniejszą zbiorowość niż w latach wcześniejszych stanowili także ci, którzy przebywali w regionie dłużej niż tydzień (o 15,7 p.p. mniej niż w 2020 roku i o 7,1 p.p. mniej niż w 2019 roku).

5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski

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

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Autobus linii regularnej	8,095%	5,698%	2,717%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	2,225%	1,193%	0,881%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	10,32%	6,89%	3,60%	8,10%
Autokar turystyczny	9,215%	7,052%	1,012%	7,3%
Inny	1,679%	0,795%	1,293%	2,3%
Pociąg	8,540%	7,892%	3,767%	12,5%
Samochód	57,744%	63,428%	85,832%	55,4%
Samolot czarterowy	0,588%	0,309%	0,019%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	4,134%	5,492%	2,268%	8,3%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	7,780%	8,142%	2,211%	6,1%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

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

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

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Autobus linii regularnej	8,454%	6,400%	2,553%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	9,088%	7,238%	0,997%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	17,54%	13,64%	3,55%	7,6%
Autokar turystyczny	9,088%	7,238%	0,997%	7,1%
Inny	1,376%	0,800%	1,276%	2,6%
Pociąg	9,613%	8,952%	3,849%	12,1%
Samochód	66,293%	73,257%	89,649%	61,9%
Samolot czarterowy	0,380%	0,019%	0,020%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,670%	0,457%	0,279%	4,0%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	1,521%	1,486%	0,519%	4,7%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

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

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

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Autobus linii regularnej	6,850%	3,310%	4,984%	0,0%
Mikrobus linii regularnej	0,565%	0,519%	1,246%	0,0%
Autobus i Mikrobus linii regularnej	7,42%	3,83%	6,23%	10,1%
Autokar turystyczny	9,534%	6,424%	1,246%	7,9%
Inny	2,684%	0,779%	1,558%	1,2%
Pociąg	4,096%	4,283%	2,492%	14,1%
Samochód	24,788%	29,916%	26,480%	29,2%
Samolot czarterowy	1,412%	1,298%	0,000%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	17,726%	22,648%	33,333%	25,4%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	32,345%	30,824%	28,660%	12,1%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

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

5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce

Turyści nocujący w Małopolsce w 2021 roku najczęściej na miejsce zakwaterowania wybierali (analogicznie jak w 2019 roku, ale odmiennie niż w 2020 roku) hotele - ponad 43% wskazań. Na kolejnych miejscach uplasowały się noclegi u rodziny (26% wskazań) i u znajomych (ponad 24%). Relatywnie popularne w 2021 roku były też apartamenty (w których nocował niemal co piąty turysta) oraz pensjonaty (z których korzystał prawie co ósmy nocujący). Stosunkowo duży odsetek gości wybierał ponadto hostele (prawie 11%) i domy wycieczkowe (ponad 8%).

Należy zauważyć, że w związku ze zmianą charakteru tego pytania w ankiecie (z jednokrotnego na wielokrotnego wyboru) uzyskane wyniki są nieporównywalne z latami poprzednimi.

Tabela 5.6.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2021 (w %)

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

* W 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.

Noclegi w hotelach oraz u rodziny i znajomych były najbardziej preferowane zarówno wśród turystów krajowych jak i zagranicznych, aczkolwiek w tej drugiej grupie odsetek je wybierających był większy niż w pierwszej. Goście zagraniczni częściej też niż Polacy wskazywali apartamenty (ponad 2-krotnie), a także hostele (14% vs 9%) i domy wycieczkowe (11% vs 7%). Z kolei Polacy częściej niż obcokrajowcy nocowali w pensjonatach (ponad 2-krotnie), własnych domach/mieszkaniach (ponad 3-krotnie), zakładach uzdrowiskowych (prawie 3-krotnie) i obiektach agroturystycznych (5% vs 0,4%).

Spośród turystów nocujących w hotelach w 2021 roku najczęściej osób wybierało, analogicznie jak w roku ubiegłym, obiekty trzygwiazdkowe (ponad 34% wskazań), aczkolwiek nieco straciły one na znaczeniu (o 6,2 p.p. mniej niż w roku ubiegłym). Na drugiej pozycji uplasowały się hotele czterogwiazdkowe (1/3 wskazań, tj. mniej więcej tyle samo, co rok wcześniej), a na kolejnym - pięciogwiazdkowe (ok. 3% wskazań, czyli niemal analogicznie jak w roku poprzednim). Należy zauważyć, że tylko niecałe 2% turystów nocujących w małopolskich hotelach preferowało obiekty dwugwiazdkowe i nikt nie skorzystał z hoteli jednogwiazdkowych (analogicznie jak w dwóch poprzednich latach). Ponadto, w 2021 roku co czwarty badany nie podał kategorii obiektu (podobnie jak w roku 2019).

Tabela 5.6.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura %

Liczba gwiazdek hotelu	Polacy			Obcokrajowcy			Ogółem		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
*	-	-	-	-	-	-	-	-	-
**	1,9%	2,1%	1,6%	1,1%	0,0%	1,7%	1,5%	1,6%	1,6%
***	30,6%	40,7%	34,4%	33,0%	39,8%	34,2%	31,4%	40,5%	34,3%
****	22,9%	28,6%	28,9%	42,1%	48,7%	40,2%	32,5%	33,7%	33,3%
*****	8,1%	3,0%	2,4%	3,8%	3,5%	3,3%	5,9%	3,1%	2,7%
Brak danych o kategorii	36,5%	25,6%	32,8%	20,0%	8,0%	20,6%	28,7%	21,1%	28,1%

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

W 2021 roku, podobnie jak w roku ubiegłym, małopolskie hotele czterogwiazdkowe cieszyły się większym zainteresowaniem wśród obcokrajowców (ponad 40% wskazań, tj. o 8,5 p.p. mniej niż w roku poprzednim) niż wśród Polaków (prawie 29%, czyli tyle samo, co rok wcześniej). Odsetek nocujących w obiektach trzygwiazdkowych był analogiczny wśród obu grup gości - krajowych (ponad 34% wskazań, tj. o 6,3 p.p. mniej niż w roku ubiegłym) i zagranicznych (ponad 34%, czyli o 5,6 p.p. mniej niż rok wcześniej). Rola obiektów pięciogwiazdkowych była nieco większa wśród obcokrajowców niż wśród Polaków (3% vs 2%), choć w obu grupach odnotowano spadek ich znaczenia (odpowiednio o 0,2 p.p. i o 0,6 p.p.) Należy ponadto uwypuklić, że około 1/6 więcej turystów z Polski niż z zagranicy (33% vs 21%) nie podało w 2021 roku kategorii hotelu.

Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie

6.1. Wprowadzenie

Kluczowym elementem wzbudzającym zainteresowanie i decydującym podejmowanie decyzji o kierunku podróży jest oferta miejsca odwiedzanego. Na ofertę turystyczną Małopolski składają się zarówno wymierne usługi świadczone turystom, jak również niewymierne jakości, takie jak: życzliwość mieszkańców, gościnność, stan powietrza czy wrażenia wywołane podróżą i pobytem w konkretnym miejscu lub całym regionie. Poddanie ocenie odwiedzających wybranych elementów składowych oferty turystycznej odwiedzanego miejsca stwarza możliwość uzyskania kompleksowego obrazu produktu turystycznego, jaki stanowi Małopolska.

Odwiedzający region w 2021 roku, podobnie jak w badaniach prowadzonych w latach 2018-2020, mieli również możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.

6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego

Ofertę turystyczną Małopolski odwiedzający w 2021 r. oceniali korzystając z pięciostopniowej skali (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle). Ocenie poddano 28 wybranych elementów składowych produktu turystycznego województwa. Wyniki badań przedstawione zostały w zestawieniach tabelarycznych z wynikami uzyskanymi w latach 2018-2020, w podziale na odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz sumarycznie w obu badanych grupach, a także ogółem sumując wyniki z czterech lat.

Atrakcje turystyczne regionu oraz gościnność i życzliwość jego mieszkańców składają się na specyficzną cechę określaną jako atmosfera miejsca odwiedzanego. Ten unikatowy element oferty turystycznej niezmiennie budzi uznanie, co odzwierciedliło się przyznaniem przez gości krajowych oceny 4,24. Wyjątkowo w 2021 r. takiego pozytywnego odbioru, jak w poprzednich latach, nie mieli goście zagraniczni. Ocena 3,25 jest zdecydowanie niższa od średniej z czterech lat (4,04). Należy zwrócić uwagę, że stosunkowo niski poziom tej oceny nie wynikał z obniżonej oceny gościnności i życzliwości mieszkańców, która w tej grupie badawczej wynosiła 3,97. Nie wpłynęła też na ten wynik ocena atrakcji turystycznych regionu, która była wysoka i wynosiła 4,07. Można jedynie przypuszczać, czego nie można jeszcze zweryfikować, że ograniczenia w dostępie do usług i konieczność zachowania dystansu społecznego miały na ten odbiór znaczący wpływ. Wśród odwiedzających krajowych na wysokim poziomie utrzymały się oceny życzliwości i gościnności mieszkańców (4,21) oraz atrakcji turystycznych (4,2). Świadczy to, że przyjęta strategia promocji regionu koncentrująca się na wartościach atrakcji i poziomie bezpieczeństwa w regionie była uzasadniona.

Zaliczane do jednych z głównych atrakcji turystycznych odwiedzanych miejsc i miejscowości lokale i usługi gastronomiczne zostały ocenione na poziomie podobnym jak w 2020 r. przez obie badane grupy. Odwiedzający krajowi przyznali ocenę 3,8, a goście zagraniczni 3,45. Gastronomia, która zawsze stanowiła jedną z najlepiej ocenianych sfer usług w regionie, w kolejnym roku pandemii, poprzez ograniczenia zdecydowanie straciła swój walor. Należy jednak podkreślić, że w okresie restrykcji przygotowanie oferty gastronomicznej dla wymagającego i zróżnicowanego pod względem potrzeb oraz możliwości finansowych turysty jest dużym wyzwaniem dla usługodawców, z którym, w opinii badanych, przedsiębiorcy z Małopolski radzą sobie na poziomie ponad przeciętnym.

Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2018-2021 dokonana przez turystów

Ocena oferty turystycznej województwa	KRAJ	2018	2019	2020	2021	ZAGR	2018	2019	2020	2021	WAED-OGÓŁEM
Atmosfera miejsca (Genius Loci)	4,39	4,48	4,6	4,22	4,24	4,10	4,5	4,57	4,08	3,25	4,04
Gościnność	4,30	4,45	4,54	3,91	0	4,24	4,52	4,45	3,74	0	0
Życzliwość	4,22	4,36	4,51	3,78	0	4,14	4,48	4,37	3,56	0	0
Życzliwość mieszkańców + Gościnność	4,25	4,41	4,53	3,85	4,21	4,13	4,50	4,41	3,65	3,97	4,16
Atrakcje turystyczne	4,22	4,52	4,51	3,65	4,2	4,08	4,57	4,45	3,21	4,07	4,17
Bezpieczeństwo	4,13	4,21	4,44	3,92	3,96	3,88	4,35	4,43	3,57	3,15	3,8
Gastronomia	4,05	4,37	4,36	3,65	3,8	3,96	4,45	4,4	3,52	3,45	3,73
Oznakowanie turystyczne	4,07	4,13	4,35	3,75	4,03	4,00	4,17	4,25	3,54	4,04	4,03
Czystość w miejscu pobytu	3,97	3,92	4,25	3,93	3,78	3,78	4,16	4,34	3,46	3,14	3,66
Jakość obsługi turystycznej	4,08	4,34	4,52	3,38	0	3,63	4,4	4,37	2,13	0	0
Karta kredytowa - możliwość zapłaty	4,01	4,26	4,34	3,44	0	4,11	4,4	4,42	3,52	0	0
Dojazd do destynacji	3,96	3,8	4,19	3,9	0	4,08	4,2	4,34	3,7	0	0
Jakość - Powietrze atmosferyczne	3,96	0	4,06	3,87	3,94	3,8	0	4,19	3,83	3,38	3,83
Baza noclegowa	3,96	4,34	4,36	3,16	3,96	3,94	4,42	4,43	3,2	3,69	3,89
Informacja turystyczna	3,91	4,29	4,37	2,96	4,01	3,66	4,36	4,37	1,72	4,2	4,05
Internet dostęp (Wi-Fi)	3,50	3,98	4,03	3,3	2,68	3,43	4,07	4,17	3,17	2,3	2,59
Bankomaty - dostępność	3,68	3,99	4,19	2,86	0	3,61	4,21	4,31	2,3	0	0
Przewodnicy - usługi	3,85	4,24	4,3	2,81	4,04	3,76	4,37	4,39	1,81	4,47	4,12
Agroturystyka - oferta	3,93	4,25	4,39	2,83	4,25	3,62	4,37	4,15	1,67	4,29	4,25
Toalety publiczne	3,38	3,46	3,92	3,02	3,13	3,33	3,66	4	2,58	3,07	3,12
Rozrywka - (dyskoteki - kluby - puby)	3,58	4,13	4,02	2,42	3,73	3,64	4,28	4,23	1,94	4,09	3,83
Transport lokalny (autobusy, tramwaje, mikrobusy)	3,49	3,81	3,91	2,52	3,7	3,59	4,07	4,13	2,04	4,12	3,81
Imprezy masowe/muzyczne	3,41	4,17	3,75	2,32	0	3,19	4,26	4,18	1,14	0	0
Imprezy kulturalne	3,40	4,18	3,74	2,29	0	3,17	4,26	4,13	1,12	0	0
Imprezy kult. + Imprezy masowe	3,49	4,18	3,75	2,31	3,75	3,42	4,26	4,16	1,13	4,14	3,84
Atrakcje nocne miejscowości	3,36	0	3,88	2,51	3,7	3,37	0	4,16	2,07	3,88	3,75
Udogodnienia dla niepełnosprawnych	3,31	0	3,85	2,26	3,83	3,23	0	4,12	1,29	4,29	3,89
Taksówki	3,11	0	3,45	2,26	3,62	3,32	0	4,02	2,37	3,58	3,6
Dworzec kolejowy - terminal	3,07	0	3,21	1,92	4,07	3,35	0	3,78	1,43	4,83	4,29
Dworzec autobusowy - terminal	2,98	0	3,22	1,88	3,85	3,30	0	3,82	1,6	4,49	4,03
Lotnisko - terminal	2,83	0	2,47	1,87	4,16	3,70	0	4,03	2,64	4,44	4,28
Udogodnienia dla podróży z małymi dziećmi	3,93	0	0	0	3,93	4,31	0	0	0	4,31	3,97
Letnia oferta turystyczna	4,19	0	0	0	4,19	4,54	0	0	0	4,54	4,27
Zimowa oferta turystyczna	3,91	0	0	0	3,91	3,84	0	0	0	3,84	3,9
Parkingi	3,20	0	0	0	3,2	2,99	0	0	0	2,99	3,16
Bezpieczeństwo sanitarno-epidemiczne COVID-19	3,89	0	0	0	3,89	3,62	0	0	0	3,62	3,84
Zintegrowany WSKAŹNIK ATRAKCYJNOŚCI DESTYNACJI	3,74	4,17	4,06	3,06	3,85	3,72	4,3	4,24	2,62	3,84	3,85

Źródło: Opracowanie 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.

Również warunkująca pobyt turystów w regionie baza noclegowa Małopolski nie uzyskała tak wysokich ocen jak w latach 2018-2019. W 2021 r. turyści zagraniczni przyznali ocenę 3,69, a turyści krajowi 3,96. W obu badanych grupach odnotowano wzrost oceny w stosunku do 2020 r., ale poziomu z poprzednich

lat nie osiągnięto. Warto jednak zauważyć, że ocenie podlegała bardzo zróżnicowana pod względem rodzaju i kategorii baza noclegowa - od hoteli pięciogwiazdkowych do obiektów agroturystycznych. Zatem można stwierdzić, że baza noclegowa niezmiennie stanowi mocny punkt oferty turystycznej Małopolski, a jej różnorodność gwarantuje zaspokojenie potrzeb zakwaterowania każdemu segmentowi turystów. W badaniach wyróżniono ze względu na charakter oferty usługi agroturystyczne, które goście krajowi ocenili na 4,25, a zagraniczni przyznali ocenę 4,29. Po trudnym do wyjaśnienia spadku oceny usług noclegowych w agroturystyce w 2020 r., w 2021 r. oceny wróciły do poziomu z lat 2018 i 2019.

Informacja turystyczna bardzo wysoko oceniana w latach 2018-2019, po spadku tych ocen w 2020 r. do poziomu 2,96 wśród gości krajowych i 1,72 wśród gości zagranicznych, w roku 2021 uzyskuje odpowiednio 4,01 i 4,2. Świadczy to o zadowoleniu odwiedzających ze świadczonych przez punkty informacyjne usług. Elementem powiązanim z informacją turystyczną i ułatwiającym poruszanie się w danym obszarze jest oznakowanie turystyczne. Oceny gości w obu badanych grupach były zbliżone (krajowi - 4,03, zagraniczni - 4,04).

Budowaniu pozytywnego obrazu obszarów i miejscowości turystycznych odgrywa szeroko rozumiana rozrywka. W 2021 r. opinia na temat rozrywki, jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby odzwierciedla się w ocenie - 4,09 wystawionej przez gości zagranicznych i 3,73 przez gości krajowych. Poziom oceny świadczy, że usługi rozrywkowe są dostosowane do potrzeb turystów i wzrastających wymagań, co do ich poziomu.

Wydarzenia kulturalne, koncerty muzyczne oraz imprezy masowe w znaczący sposób wpływają na ocenę oferty turystycznej regionu i świadczą o poziomie kultury danego miejsca czy obszaru. Jednym z zasadniczych celów tego typu wydarzeń jest zapewnienie rozrywki mieszkańcom oraz przyciągnięcie turystów i zaoferowanie zróżnicowanych form rozrywki kulturalnej. Pomimo systemowego ograniczania z powodu pandemii organizacji wydarzeń kulturalnych, przyznane oceny przez gości zagranicznych i krajowych były wysokie - odpowiednio: 4,14 i 3,75. Do tej grupy usług zaliczamy również szeroko pojęte - atrakcje nocne, ocenione przez gości zagranicznych na 3,88 i krajowych na 3,70. Te stosunkowo wysokie oceny wskazują, że wydarzenia kulturalne w ofercie Małopolski są przygotowywane zgodnie z oczekiwaniami odbiorców.

Odwiedzający Małopolskę korzystali także z usług przewodników miejskich lub w określonych obszarach z przewodników górskich. Ocena tych usług przyznana przez gości zagranicznych w 2021 r. to 4,47 i jest jedną z najwyższych ocen wśród wszystkich ocenianych elementów oferty turystycznej regionu. Również wysokie uznanie dla pracy przewodników mieli odwiedzający krajowi, przyznając ocenę 4,04. Grupa zawodowa przewodników oceniana jest bardzo wysoko i tylko w 2020 r. poziom tej oceny był zdecydowanie poniżej przeciętnej z czterech lat badań.

Czystość otoczenia w odwiedzanym miejscu jest łatwo obserwowalna, zatem bardzo chętnie oceniana przez odwiedzających. W 2021 r. porządek i czystość otoczenia w Małopolsce budziły zastrzeżenia i zostały ocenione na przeciętnym poziomie. Goście zagraniczni przyznali ocenę 3,14, a goście krajowi 3,78. Należy jednak podkreślić, że bez względu na to, jaką ocenę przyznają odwiedzający, to zawsze aktualne pozostaje stwierdzenie, że poziom czystości miast i obszarów musi podlegać stałej poprawie, ponieważ w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie opinii o odwiedzanym regionie.

Jednym z istotnych mierników poziomu kultury jest organizacja i funkcjonowanie miejsc użyteczności publicznej, do których zaliczamy toalety publiczne. Usługi te w ocenianych miejscowościach, miejscach

i obszarach Małopolski zostały uznane za odpowiednie. Goście zagraniczni ocenili toalety na 3,07, a krajowi na 3,13 i w obu badanych grupach są to oceny przeciętne, ale świadczące o akceptacji poziomu tej usługi.

W 2021 r. ponownie uzyskano opinię, że jakość powietrza nie budzi zastrzeżeń. W obu badanych grupach oceny były zbliżone, goście krajowi przyznali ocenę 3,94, a zagraniczni 3,38. Problemy czystości środowiska naturalnego nie są zauważalne przez odwiedzających region. Wybór atrakcyjnych przyrodniczo miejsc i krótki czas pobytu wpływają na wysoki poziom ocen. Nie znaczy to, że dbałość o środowisko nie stanowi jednego z największych wyzwań każdej destynacji turystycznej.

Dostęp do Internetu w ocenie badanych nie stanowi większego problemu. W 2021 r. goście krajowi przyznali tej usłudze ocenę 2,68. Goście zagraniczni dostępność Internetu ocenili na 2,30. W obu badanych grupach oceny te odbiegają zdecydowanie od ocen przyznawanych w latach 2018-2019 i kolejny rok z rzędu uległy obniżeniu. Pomimo stałego rozwoju sieci internetowej ocena tych usług jest poniżej oceny przeciętnej. Można przyjąć, że dostępność sieci internetowej jest traktowana nie jako usługa, ale jako naturalny element infrastruktury odwiedzanego miejsca.

Dworce komunikacji zbiorowej: autobusowej, kolejowej, lotniczej stanowią element ocenianej oferty regionu, a także wizytówkę miejsca odwiedzanego chętnie oceniane przez podróżnych korzystających z transportu publicznego. W 2021 r. wszystkie te obiekty i urządzenia zyskały uznanie wśród odwiedzających. Dworce kolejowe goście krajowi ocenili na 4,07, a odwiedzający zagraniczni na 4,83 i jest to najwyższa ocena oferty turystycznej regionu. Dworcem autobusowym odwiedzający krajowi przyznali ocenę 3,85, a zagraniczni 4,49. Terminal lotniczy w obu grupach uzyskał bardzo wysoką ocenę; odpowiednio: 4,16 i 4,44. Poziom ocen dworców komunikacji zbiorowej świadczy, że stanowią ważny element oferty turystycznej regionu.

Ocenię poddano także ofertę przedsiębiorstw taksówkowych ułatwiającej przemieszczanie się w obrębie odwiedzanego miejsca czy obszaru. Usługi te uzyskały ocenę 3,62, którą wystawili odwiedzający krajowi i ocenę 3,58 przyznaną przez odwiedzających zagranicznych. Goście korzystający z własnego transportu oceniali natomiast dostęp i poziom usług parkingowych. Ten element oferty turystycznej poddany ocenie w 2021 r. po raz pierwszy, nie uzyskał dużego uznania wśród osób korzystających, a przyznane oceny to: 3,20 - goście krajowi i 2,99 - goście zagraniczni.

W 2021 r. odwiedzający Małopolskę mogli się również wypowiedzieć, jak odbierali letnią ofertę turystyczną regionu oraz zimową ofertę turystyczną. Letnia oferta turystyczna uzyskała bardzo wysokie oceny zarówno w grupie gości krajowych (4,19) jak i zagranicznych (4,54). Również doceniono zimową ofertę turystyczną, której przyznano odpowiednio - 3,91 i 3,84. Należy podkreślić, że oceniając ofertę letnią czy zimową regionu, badani poddają ocenie pakiet usług warunkujących korzystanie z takich ofert.

W ofercie regionu znaczne miejsce zajmuje turystyka rodzinna. O wyborze kierunku wyjazdu rodzinnego decydują ułatwienia dla podróżnych z małymi dziećmi. Poddany ocenie w 2021 r. ten element oferty został bardzo dobrze oceniony przez odwiedzających krajowych (3,93) oraz zagranicznych (4,31). Ważnym elementem oferty i postrzegania miejsca odwiedzanego są również udogodnienia dla osób niepełnosprawnych. W tym aspekcie oferta turystyczna Małopolski także jest dobrze odbierana i oceniona została przez gości krajowych na 3,83 i zagranicznych na 4,29.

Opinia gości na temat bezpieczeństwa w miejscu odwiedzanym, co w konsekwencji składa się na ocenę bezpieczeństwa w całej Małopolsce, jak w poprzednich badaniach wypadła dobrze. Można zauważyć, że region jest odbierany jako bezpieczne miejsce i w 2021 r. w ocenie gości krajowych zostało to uwidocznione w wartości 3,96. Goście zagraniczni, zawsze lepiej oceniający bezpieczeństwo niż krajowi, przyznali w tym roku tylko ocenę 3,15. Uzasadnione wydaje się, że to przekonanie i dobra opinia powinny być wykorzystywane w promocji turystycznej Małopolski. Oprócz generalnej oceny bezpieczeństwa uzyskano w 2021 r. również ocenę bezpieczeństwa sanitarno-epidemiologicznego. Odwiedzający obu badanych grup uznali działania zabezpieczające jako odpowiadające oczekiwaniom.

W 2021 r. ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski wypadła generalnie we wszystkich obszarach zdecydowanie lepiej niż w 2020 r. lecz nie uzyskała jeszcze poziomu z lat 2018-2019. Można jednak przyjąć, że w czasie zagrożenia epidemiologicznego, problemów i niepewności związanych z przygotowaniem i świadczeniem usług, branża turystyczna i władze regionu poczyniły starania, aby dostosować ofertę do aktualnych warunków i zapewnić odwiedzającym odpowiedni zakres usług.

Tabela 6.2.2. Pozycje średnich ocen elementów oferty turystycznej województwa małopolskiego w 2021 roku

Infrastruktura	OGÓŁEM	KRAJ	ZAGR
DWORZEC KOL.	1	6	1
LOTNISKO	2	5	5
OFERTA LETNIA	3	4	2
ATRAKcje TUR.	4	3	12
ŻYCZLIWOŚĆ	5	2	14
PRZEWODNICZY	6	7	4
INF. TURYST.	7	9	8
ATMOSFERA	8	1	21
OZNAKOWANIE TUR.	9	8	13
DWORZEC AUTOB.	10	15	3
DZIECI	11	13	6
NOCLEGI	12	11	16
NIEPEŁNOSPRAWNI	13	16	7
IMPREZY KULT.	14	19	9
BEZP. EPIDEMIOLOG.	15	14	17
POWIETRZE	16	12	20
ROZRYWKA	17	20	11
TRANSP. LOKALNY	18	22	10
BEZPIECZEŃSTWO	19	10	22
ATRAKcje NOCNE	20	21	15
GASTRONOMIA	21	17	19
CZYSTOŚĆ	22	18	23
TAXI	23	23	18
PARKINGI	24	24	25
TOALETY	25	25	24
INTERNET	26	26	26
Suma	3,85	3,85	3,84

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

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU

Tabela 6.2.3. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0

poziom 0	DWORZEC KOL.	OFERTA LETNIA	PRZEWODNICZY	LOTNISKO	DZIECI	ATRAKcje TUR.	NIEPEŁNOSPRAWNI	ŻYCZLIWOŚĆ	INF. TURYST.	OZNAKOWANIE TUR.	IMPREZY KULT.	ROZRYWKA	TRANSP. LOKALNY	NOCLEGI	ATMOSFERA	BEZP. EPIDEMIOLOG.	ATRAKcje NOCNE	DWORZEC AUTOB.	POWIETRZE	GASTRONOMIA	BEZPIECZEŃSTWO	TAXI	CZYSTOŚĆ	TOALETY	PARKINGI	INTERNET
	4,38	4,35	4,28	4,27	4,20	4,15	4,14	4,13	4,11	4,03	3,94	3,91	3,89	3,85	3,84	3,80	3,78	3,77	3,73	3,68	3,64	3,62	3,55	3,14	3,11	2,54
DWORZEC KOL.	4,38	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	1,2	1,3	1,8
OFERTA LETNIA	4,35	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	1,2	1,2	1,8
PRZEWODNICZY	4,28	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	1,1	1,2	1,7
LOTNISKO	4,27	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	1,1	1,2	1,7
DZIECI	4,20	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	1,1	1,1	1,7
ATRAKcje TUR.	4,15	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
NIEPEŁNOSPRAWNI	4,14	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
ŻYCZLIWOŚĆ	4,13	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
INF. TURYST.	4,11	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
OZNAKOWANIE TUR.	4,03	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,9	0,9	1,5
IMPREZY KULT.	3,94	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,8	0,8	1,4
ROZRYWKA	3,91	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,8	0,8	1,4
TRANSP. LOKALNY	3,89	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,8	0,8	1,4
NOCLEGI	3,85	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	0,7	1,3
ATMOSFERA	3,84	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	0,7	1,3
BEZP. EPIDEMIOLOG.	3,80	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,7	0,7	1,3
ATRAKcje NOCNE	3,78	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7	1,2
DWORZEC AUTOB.	3,77	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7	1,2
POWIETRZE	3,73	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,6	0,6	1,2
GASTRONOMIA	3,68	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,5	0,6	1,1
BEZPIECZEŃSTWO	3,64	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,5	0,5	1,1
TAXI	3,62	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0,1	0,5	0,5	1,1
CZYSTOŚĆ	3,55	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0,4	0,4	1
TOALETY	3,14	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1	1	1	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0	0	0,6
PARKINGI	3,11	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1	1	1	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0	0	0,6
INTERNET	2,54	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1	0,6	0,6	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 6.2.4. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0,1

poziom 0,1	DWORZEC KOL.	OFERTA LETNIA	PRZEWODNICZY	LOTNISKO	DZIECI	ATRAKcje TUR.	NIEPEŁNOSPRAWNI	ŻYCZLIWOŚĆ	INF. TURYST.	OZNAKOWANIE TUR.	IMPREZY KULT.	ROZRYWKA	TRANSP. LOKALNY	NOCLEGI	ATMOSFERA	BEZP. EPIDEMIOLOG.	ATRAKcje NOCNE	DWORZEC AUTOB.	POWIETRZE	GASTRONOMIA	BEZPIECZEŃSTWO	TAXI	CZYSTOŚĆ	TOALETY	PARKINGI	INTERNET	
	4,38	4,35	4,28	4,27	4,20	4,15	4,14	4,13	4,11	4,03	3,94	3,91	3,89	3,85	3,84	3,80	3,78	3,77	3,73	3,68	3,64	3,62	3,55	3,14	3,11	2,54	
DWORZEC KOL.	4,38	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	1,2	1,3	1,8	
OFERTA LETNIA	4,35	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	1,2	1,2	1,8	
PRZEWODNICZY	4,28	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	1,1	1,2	1,7	
LOTNISKO	4,27	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	1,1	1,2	1,7	
DZIECI	4,20	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	1,1	1,1	1,7	
ATRAKcje TUR.	4,15	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6	
NIEPEŁNOSPRAWNI	4,14	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6	
ŻYCZLIWOŚĆ	4,13	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6	
INF. TURYST.	4,11	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6	
OZNAKOWANIE TUR.	4,03	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,9	0,9	1,5	
IMPREZY KULT.	3,94	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,8	0,8	1,4	
ROZRYWKA	3,91	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,8	0,8	1,4
TRANSP. LOKALNY	3,89	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,8	0,8	1,4
NOCLEGI	3,85	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	0,7	1,3	
ATMOSFERA	3,84	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	0,7	1,3	
BEZP. EPIDEMIOLOG.	3,80	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,7	0,7	1,3	
ATRAKcje NOCNE	3,78	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7	1,2	
DWORZEC AUTOB.	3,77	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7	1,2	
POWIETRZE	3,73	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,6	0,6	1,2	
GASTRONOMIA	3,68	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,5	0,6	1,1	
BEZPIECZEŃSTWO	3,64	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0,1	0,5	0,5	1,1	
TAXI	3,62	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0,1	0,5	0,5	1,1	
CZYSTOŚĆ	3,55	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0,4	0,4	1	
TOALETY	3,14	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1	1	1	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0	0	0,6	
PARKINGI	3,11	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1	1	1	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0	0	0,6	
INTERNET	2,54	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1	0,6	0,6	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.

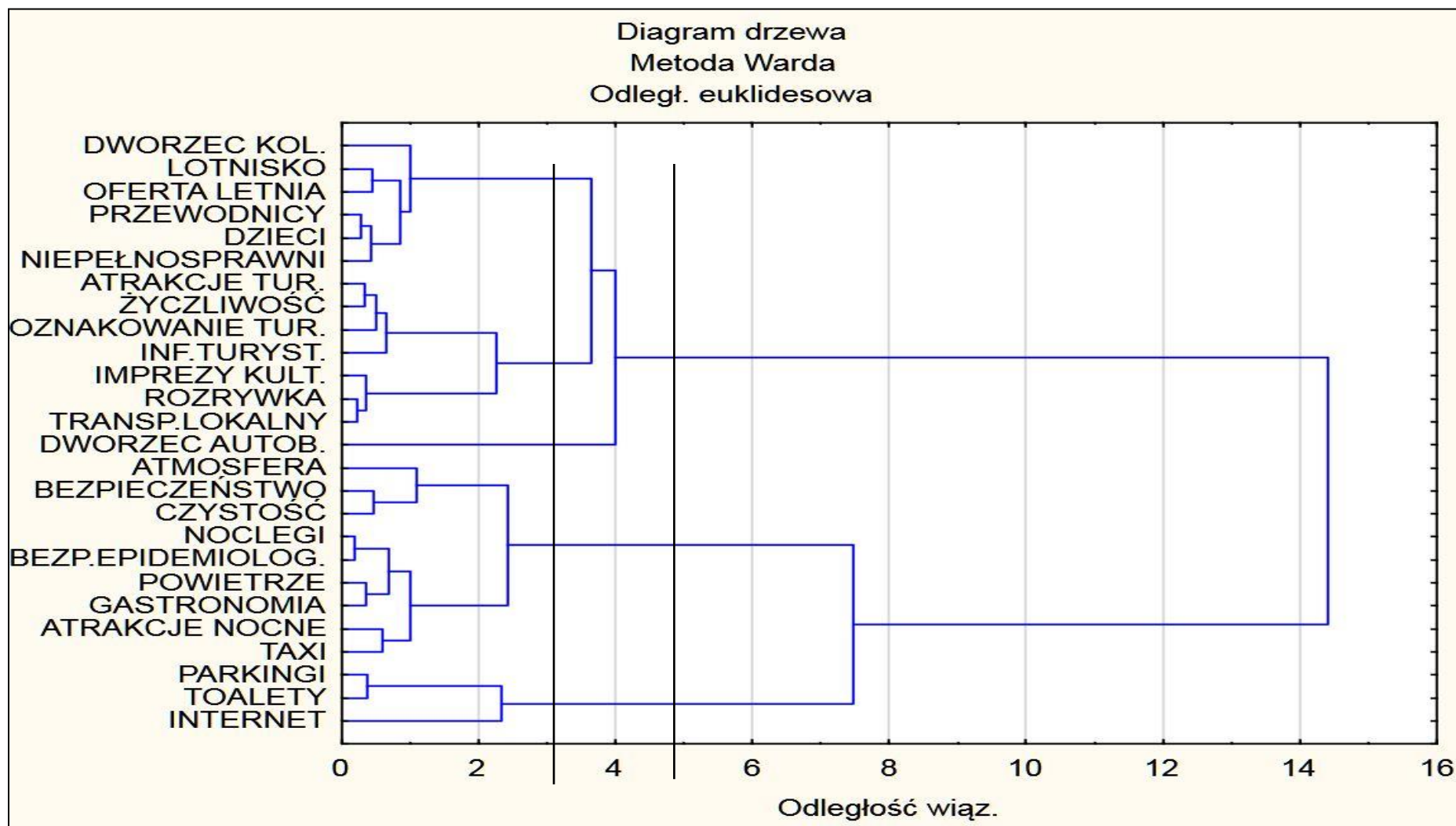
RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU

Tabela 6.2.5. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0,2

poziom 0,2	DWORZEC KOL.	OFERTA LETNIA	PRZEWODNICY	LOTNISKO	DZIECI	ATRAKCJE TUR.	NIEPEŁNOSPRAWNI	ŻYCZLIWOŚĆ	INF. TURYST.	OZNAKOWANIE TUR.	IMPREZY KULT.	ROZRYWKA	TRANSP. LOKALNY	NOCLEGI	ATMOSFERA	BEZP. EPIDEMIOLOG.	ATRAKCJE NOCNE	DWORZEC AUTOB.	POWIETRZE	GASTRONOMIA	BEZPIECZEŃSTWO	TAXI	CZYSTOŚĆ	TOALETY	PARKINGI	INTERNET
	4,38	4,35	4,28	4,27	4,20	4,15	4,14	4,13	4,11	4,03	3,94	3,91	3,89	3,85	3,84	3,80	3,78	3,77	3,73	3,68	3,64	3,62	3,55	3,14	3,11	2,54
DWORZEC KOL.	4,38	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	1,2	1,3	1,8
OFERTA LETNIA	4,35	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	1,2	1,2	1,8
PRZEWODNICY	4,28	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	1,1	1,2	1,7
LOTNISKO	4,27	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	1,1	1,2	1,7
DZIECI	4,20	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	1,1	1,1	1,7
ATRAKCJE TUR.	4,15	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
NIEPEŁNOSPRAWNI	4,14	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
ŻYCZLIWOŚĆ	4,13	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
INF. TURYST.	4,11	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	1	1	1,6
OZNAKOWANIE TUR.	4,03	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,9	0,9	1,5
IMPREZY KULT.	3,94	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,8	0,8	1,4
ROZRYWKA	3,91	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,8	0,8	1,4
TRANSP. LOKALNY	3,89	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,8	0,8	1,4
NOCLEGI	3,85	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	0,7	1,3
ATMOSFERA	3,84	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	0,7	1,3
BEZP. EPIDEMIOLOG.	3,80	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,7	0,7	1,3
ATRAKCJE NOCNE	3,78	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7	1,2
DWORZEC AUTOB.	3,77	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7	1,2
POWIETRZE	3,73	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,6	0,6	1,2
GASTRONOMIA	3,68	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,1	0,1	0,5	0,6	1,1
BEZPIECZEŃSTWO	3,64	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0,1	0,5	0,5	1,1
TAXI	3,62	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0	0,1	0,5	0,5	1,1
CZYSTOŚĆ	3,55	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0,4	0,4	1
TOALETY	3,14	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1	1	1	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0	0	0,6
PARKINGI	3,11	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1	1	1	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0	0	0,6
INTERNET	2,54	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1	0,6	0,6	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 6.2.6. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki metodą Warda



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

Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku

Odwiedzający Małopolskę w 2021 r., tak jak w badaniach w latach 2018-2020, mieli możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.

Uzyskane wyniki pokazały, że zarówno goście zagraniczni i krajowi najchętniej, co zostało odzwierciedlone w liczbie uzyskanych odpowiedzi, dzielili się swoją opinią na temat stosunku cen do jakości świadczeń w zakresie usług gastronomicznych, noclegowych oraz dostępności cenowej atrakcji turystycznych Małopolski. Można zauważyć, że bez względu na deklarowany cel przyjazdu, podstawowe w turystyce usługi i atrakcje podlegają ocenie gości zarówno z nich korzystających jak i tych, którzy je znają tylko z obserwacji lub z przekazu innych osób.

W 2021 r. 61,2% turystów krajowych (osób nocujących) i 65,9% zagranicznych uznało relację cen w stosunku do oferowanych usług noclegowych w Małopolsce jako odpowiednią. Na uwagę zasługuje fakt, że po raz pierwszy nie ma znacznej rozbieżności opinii badanych grup we wskazaniach uznających ceny za zbyt wysokie w stosunku do jakości usług. Odsetek wskazań, że ceny są wysokie jest najwyższy w czteroletnim cyklu badań. Również brak rozbieżności w opinii, że ceny w stosunku do jakości są niskie, ponieważ taką opinię wyraziło jedynie 0,8% gości krajowych i 2,1% gości zagranicznych. Należy zauważyć, że opinia turystów krajowych i zagranicznych dotycząca relacji cen do jakości usług uległa zrównaniu.

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

W zakresie cen usług gastronomicznych w stosunku do jakości świadczeń, w grupie gości krajowych 43,5% badanych uznało te relacje za odpowiednie. W grupie gości zagranicznych opinię taką wyraziło 45,6% badanych. Usługi gastronomiczne świadczone w Małopolsce w 2021 r. były jednak zbyt drogie dla 55,7% gości krajowych i 50,6% gości zagranicznych. Podobnie jak w przypadku usług noclegowych zdecydowanie wzrósł odsetek osób wskazujących, że ceny są wysokie i pogląd ten był zbliżony w obu badanych grupach. Tylko 0,8% respondentów krajowych i 3,8% zagranicznych uznało ceny usług gastronomicznych za ceny niskie w stosunku do świadczonych usług. Należy zatem odnotować, że oferta gastronomiczna Małopolski w 2021 r. jest w pełni akceptowana przez mniej niż 50% z niej korzystających i taką opinię uzyskano po raz pierwszy w prowadzonych od 2018 r. badaniach.

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

Atrakcje turystyczne Małopolski, a w szczególności ich odpłatna dostępność, jest tylko zdaniem 48,8% gości krajowych właściwie wyceniona przez gestorów tych atrakcji. Taką opinię wyraziło natomiast 80,1% gości zagranicznych. Wśród badanych gości krajowych znacznie wzrósł, w stosunku do poprzednich badań, odsetek osób wskazujących, że ceny za dostęp do atrakcji w stosunku do ich oferty są wysokie. Pogląd ten podzielało 18,9% gości zagranicznych, czyli o 100% więcej niż w 2020 r. Badanych uznających dostęp do atrakcji w 2021 r. jako tani w stosunku do oferty było 0,9% spośród gości krajowych i 1% gości zagranicznych. Opinie dotyczące cen udostępnianych atrakcji turystycznych w stosunku do ich oferty uległy istotnym zmianom, które zauważyli głównie goście krajowi.

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

Oferta dyskotek, pubów, klubów w 2021 r., jak większość oferty, z której chętnie korzystają odwiedzający, była podobnie jak w roku 2020 znacząco ograniczona. Spośród gości krajowych, którzy skorzystali i ocenili usługi rozrywkowe, 52% uznało, że ceny w stosunku do jakości świadczonych usług są odpowiednie. Również dla podobnej grupy udzielających odpowiedzi goście zagranicznych ceny usług rozrywkowych były ustalone na właściwym poziomie (55,5%). Bardzo wyraźnie wzrósł odsetek, w obu badanych grupach, uznających ceny za wysokie w stosunku do jakości usług. Takie zdanie wyraziło 44,8% gości krajowych i 39,7% gości zagranicznych. Nieliczni tylko uznali ceny za niskie w stosunku do oferty.

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

Imprezy kulturalne, wydarzenia, to istotny element oferty turystycznej każdej destynacji. Zdaniem gości krajowych usługi te były właściwie wycenione w stosunku do ich jakości (68,6% wskazań). Dla 3,5% badanych tej grupy proponowane ceny były niskie w stosunku do oferty, ale aż dla 27,9% relacja cen do jakości nie była dostosowana i uznano, że ceny są wysokie. Jest to kolejny element kompleksowej oferty kulturalno-rozrywkowej, gdzie odnotowujemy wzrost odsetka badanych turystów krajowych uznających, że ceny są wysokie. Wśród gości zagranicznych zmniejszył się o 20% odsetek respondentów uznających ceny za odpowiednie. Zwiększył się natomiast o ponad 13% poziom wskazań cen jako wysokie. Jednak interesujące jest to, że o prawie 8% więcej badanych w stosunku do poprzedniego roku, uznało ceny za niskie w stosunku do oferty. Należy jednak zauważyć, że w 2021 r. imprezy kulturalne w dalszym ciągu były tylko sporadycznie organizowane i dostęp do oferty był ograniczony.

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

W 2021 r. ocena jakości oferty obiektów muzealnych, kin i teatrów w Małopolsce w stosunku do cen biletów w grupie gości krajowych została uznana za odpowiednią (61,40%). Jednak dla 34,20% w tej grupie badanych ceny były wysokie i poziom takich opinii wzrósł w porównaniu do badań z 2018-2020 o prawie 10%. Tylko 4,40% uznało, że ceny w stosunku do oferty są niskie. Zdaniem gości zagranicznych ceny biletów w tych instytucjach kultury są odpowiednie i takie zdanie wyraziło 46,30% badanych. Dla 16,60% dostęp jest tani, ale aż 37,10% wskazało, że ceny są wysokie. Po raz pierwszy goście zagraniczni w większym odsetku niż krajowi uznali ceny dostępu do muzeów, kin i teatrów za ceny wysokie. Podobnie jak w 2020 r. obiekty te mogły stanowić istotny element w sposobie spędzania czasu ze względu na ograniczenia w innych elementach oferty turystycznej.

Muzeum Teatr Kino	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21
1 ceny wysokie	15,20%	11,35%	24,50%	34,20%	9,85%	5,05%	4,50%	37,10%
2 odpowiednie	76,70%	71,05%	69,85%	61,40%	66,35%	65,00%	73,80%	46,30%
3 ceny niskie	8,10%	17,60%	5,70%	4,40%	23,80%	29,95%	21,70%	16,60%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Baza sportowo-rekreacyjna Małopolski, podobnie jak kina, teatry, kluby czy imprezy kulturalne, nie stanowi istotnego celu przyjazdów. Pomimo ograniczonego dostępu do obiektów sportowo-rekreacyjnych w 2021 r. pozyskano opinie na temat cen do jakości oferty. W tej ocenie, podobnie jak we wszystkich elementach oferty, odnotowano znaczne różnice w odbiorze cen i jakości. Dotyczy to przede wszystkim wzrostu opinii, że ceny w stosunku do jakości oferty są wysokie i opinię tę podzielają zarówno goście krajowi (48%), jak i zagraniczni (45,1%). Chociaż w dalszym ciągu prawie 20% gości zagranicznych uznało ceny są niskie.

Baza sportowa	PL 18	PL 19	PL 20	PL 21	ZG 18	ZG 19	ZG 20	ZG 21
1 ceny wysokie	18,6%	17,4%	21,7%	48,0%	8,9%	5,3%	6,2%	45,1%
2 odpowiednie	74,8%	67,4%	71,8%	50,1%	67,4%	64,3%	76,3%	35,4%
3 ceny niskie	6,6%	15,1%	6,6%	1,9%	23,8%	30,5%	17,5%	19,5%
Ogółem	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. Opinię gości krajowych na temat cen za usługi przewodnickie w stosunku do ich jakości odzwierciedla 54% poziom wskazań, że ceny tych usług są odpowiednio ustalone. Podobne zdanie miało 62,4% gości zagranicznych. Uznających ceny za wysokie w stosunku do usług, jakie oferują przewodnicy, było 44,3% gości krajowych. Takich opinii, w stosunku do badań w 2020 r. było o 20% więcej i odsetek ten systematycznie wzrasta. W tej grupie odwiedzających zmniejszył się do 1,75 odsetek wskazań, że ceny tych usług są niskie. W grupie gości zagranicznych również obserwujemy znaczące zmiany dotyczące relacji cen do jakości usług świadczonych przez przewodników. Prawie o 25% uzyskano więcej opinii mówiących, że ceny usług przewodników w Małopolsce są wysokie i obniżył się do 8,5% uznających ceny za niskie. Warto jednak podkreślić, że w 2021 r. podobnie jak w 2020 r. tylko nieliczna grupa odwiedzających korzystała z usług przewodników miejskich, górskich czy oprowadzających po obiektach.

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

Ceny usług transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski jak i umożliwiającego poruszanie się na jej obszarze są zawsze chętnie poddawane ocenie zarówno przez gości krajowych jak i zagranicznych. Goście krajowi w 62% uznali, że ceny są odpowiednie w stosunku do świadczonych usług. Taką opinię wyraziło jednak o 12% badanych mniej niż w 2020 r. W kolejnym roku obserwujemy, że relacja cen wysokich w stosunku do cen niskich w obu badanych grupach podlega znacznemu zróżnicowaniu. O 25% wzrósł poziom opinii wśród gości zagranicznych, że ceny usług transportowych są wysokie w stosunku do jakości świadczeń.

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

Przedsiębiorstwa taksówkowe stanowią element transportu lokalnego. Zdaniem gości krajowych, którzy korzystali z taxi, ceny w stosunku do jakości usług są wysokie (50,5%). Dla 44,1% relacja ta została ustalona odpowiednio, a tylko 5,4% uznało, że ceny są niskie. W grupie badanych gości zagranicznych 56,3% uznało ceny za odpowiednie i poziom tych opinii utrzymuje się od trzech lat. Wzrósł jednak odsetek uznających ceny za wysokie (25%), a zmniejszył się do 18,7% poziom wskazań na ceny niskie w stosunku do oferty.

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

W 2021 r. po raz pierwszy poddano ocenie relację cen do oferowanych usług parkingowych i postojowych. Goście krajowi w 60,9% uznali, że ceny w stosunku do oferty w odwiedzanych miejscach Małopolski są wysokie. Przez 37,3% uznane były za odpowiednie i tylko marginalnie za ceny niskie (1,8%). Wśród gości zagranicznych dominowała opinia, że relacje cen do jakości są odpowiednie (64,9%), ale jednak dla 34,4% badanych były cenami wysokimi. Jeszcze mniej osób w tej grupie uznało, że ceny są niskie (0,7%).

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

Poddając analizie opinie na temat cen poszczególnych usług w stosunku do poziomu świadczeń, należy podkreślić, że w 2021 r. skokowo wzrósł odsetek w obu badanych grupach uznających, że w stosunku do jakości świadczeń ceny prawie wszystkich usług są wysokie. Kolejny rok pandemii zachwiał dotychczasową stabilizację w relacjach ceny i jakości.

KRAJ			OCENA USŁUG OGÓŁEM	ZAGRANICA		
1 ceny wysokie	2 ceny odpowiednie	3 ceny niskie		1 ceny wysokie	2 ceny odpowiednie	3 ceny niskie
44,7%	53,0%	2,3%	ŚREDNIA OGÓŁEM	32,8%	57,9%	9,3%

Tabela 7.1.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku

KRAJ			OCENA USŁUG	ZAGRANICA		
1 ceny wysokie	2 ceny odpowiednie	3 ceny niskie		1 ceny wysokie	2 ceny odpowiednie	3 ceny niskie
38,0%	61,2%	0,8%	NOCLEGI	32,0%	65,9%	2,1%
55,7%	43,5%	0,8%	GASTRONOMIA	50,6%	45,6%	3,8%
34,2%	61,4%	4,4%	TEATR, KINO	37,1%	46,2%	16,6%
44,3%	54,0%	1,7%	PRZEWODNICY	29,1%	62,4%	8,5%
36,9%	62,0%	1,1%	TRANSP. LOKALNY	31,7%	67,3%	1,0%
50,5%	44,1%	5,4%	TAXI	25,0%	56,3%	18,7%
27,9%	68,6%	3,5%	IMPREZA KULT.	17,4%	57,0%	25,6%
48,0%	50,1%	1,9%	BAZA SPORT.-REKR	45,1%	35,4%	19,5%
44,8%	52,0%	3,2%	KLUBY DISCO	39,7%	55,5%	4,8%
50,3%	48,8%	0,9%	ATRAKC. TUR.	18,9%	80,1%	1,0%
60,9%	37,3%	1,8%	PARKINGI	34,4%	64,9%	0,7%
44,7%	53,0%	2,3%	ŚREDNIA OGÓŁEM	32,8%	57,9%	9,3%

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

Tabela 7.1.2. Kategoryzacja ocen wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług na poziomie 0,1

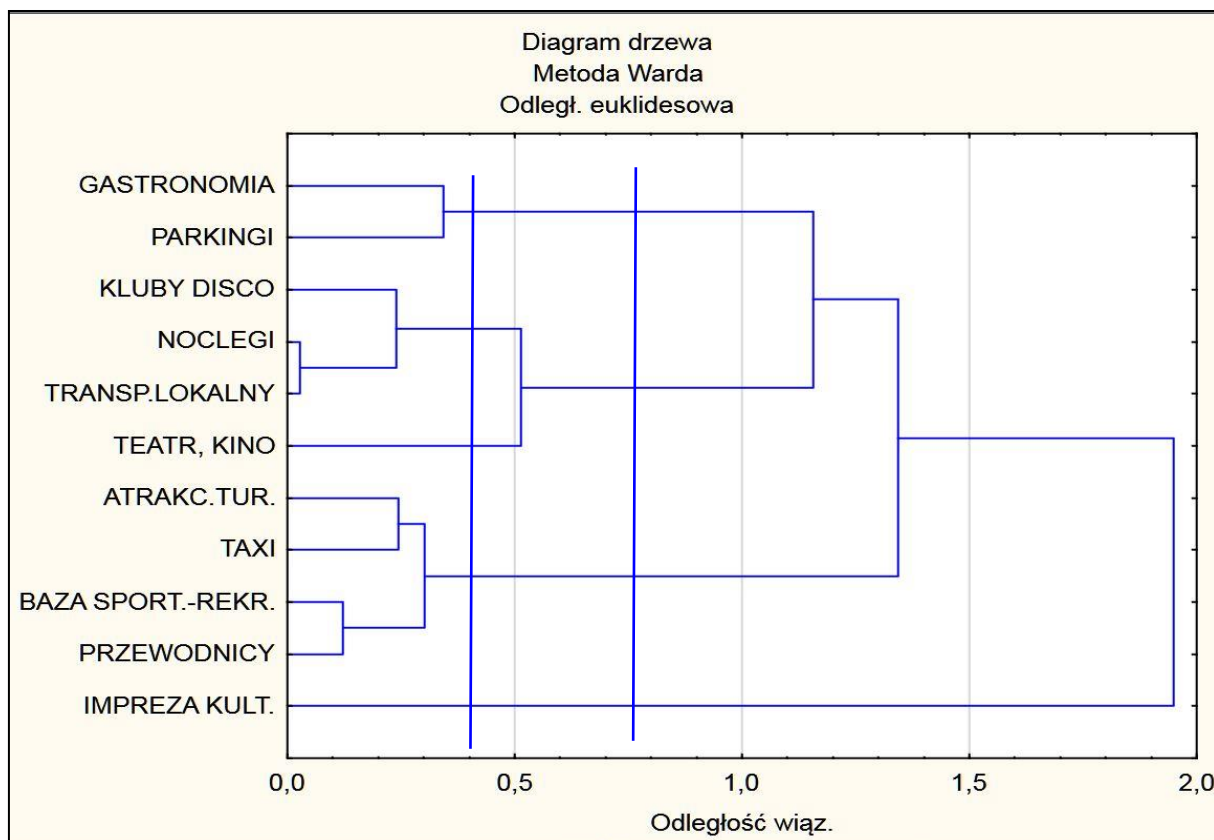
poziom 0,1	PARKINGI	GASTRONOMIA	BAZA SPORT.-REKR.	ATRAKC. TUR.	KLUBY DISCO	PRZEWODNICY	NOCLEGI	TRANSP. LOKALNY	TAXI	TEATR, KINO	IMPREZA KULT.
	0,54	0,53	0,44	0,43	0,40	0,39	0,35	0,34	0,32	0,29	0,21
PARKINGI	0,54	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
GASTRONOMIA	0,53	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3
BAZA SPORT.- REKR.	0,44	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
ATRAKC. TUR.	0,43	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
KLUBY DISCO	0,40	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2
PRZEWODNICY	0,39	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
NOCLEGI	0,35	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
TRANSP. LOKALNY	0,34	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
TAXI	0,32	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
TEATR, KINO	0,29	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
IMPREZA KULT.	0,21	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0

RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU

poziom 0,1		PARKINGI	GASTRONOMIA	BAZA SPORT.-REKR.	ATRAKC. TUR.	KLUBY DISCO	PRZEWODNICZY	NOCLEGI	TRANSP. LOKALNY	TAXI	TEATR, KINO	IMPREZA KULT.
		0,54	0,53	0,44	0,43	0,40	0,39	0,35	0,34	0,32	0,29	0,21
PARKINGI	0,54	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
GASTRONOMIA	0,53	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
BAZA SPORT.- REKR.	0,44	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
ATRAKC. TUR.	0,43	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
KLUBY DISCO	0,40	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2
PRZEWODNICZY	0,39	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
NOCLEGI	0,35	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
TRANSP. LOKALNY	0,34	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
TAXI	0,32	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
TEATR, KINO	0,29	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
IMPREZA KULT.	0,21	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0

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

Tabela 7.1.3. Kategoryzacja ocen wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług metodą Warda



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

Rozdział 8. Najpopularniejsze miejscowości odwiedzane przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim 2021 roku

8.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim

Tabela 8.1.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim z podziałem na ZAGRANICA, KRAJ, OGÓŁEM - Imputacja całoroczna na podstawie danych firmy Selectiv (sortowanie kolumną Ogółem)*

LP.	Miejscowość	ZAGRANICA	KRAJ	OGÓŁEM
1	Kraków	834504	4838998	5673502
2	Zakopane	400710	1767343	2168053
3	Wieliczka	478810	537335	1016145
4	Bukowina Tatrzańska	96586	742342	838928
5	Tarnów	71601	745169	816770
6	Nowy Targ	167610	606768	774378
7	Chrzanów	19173	683140	702313
8	Andrychów	16399	539881	556280
9	Brzesko	71566	446595	518161
10	Trzebinia	7312	488544	495856
11	Zator	6246	477764	484010
12	Olkusz	6477	475078	481555
13	Nowy Sącz	38013	429011	467024
14	Zawoja	13338	434851	448189
15	Niepołomice	119806	323448	443254
16	Rabka-Zdrój	37050	389525	426575
17	Gorlice	3628	403862	407490
18	Szaflary	26368	376121	402489
19	Kościelisko	27116	374888	402004
20	Piwniczna-Zdrój	35799	359174	394973
21	Myślenice	4991	361273	366264
22	Skawina	2360	362943	365303
23	Wadowice	28790	321686	350476
24	Oświęcim	225398	124766	350164
25	Bochnia	15880	329305	345185
26	Krynica-Zdrój	24094	318113	342207
27	Muszyna	6621	289284	295905
28	Czorsztyn	11707	252558	264265
29	Szczawnica	43787	208981	252768
30	Kalwaria Zebrzydowska	7983	236703	244686
31	Biały Dunajec	15548	171370	186918
32	Siepraw	5327	163901	169228
33	Maków Podhalański	21782	146676	168458
34	Limanowa	16713	142334	159047
35	Wysowa-Zdrój	7533	148392	155925
36	Niedzica	30054	125654	155708
37	Stary Sącz	23312	123413	146725
38	Wygieźzów	5411	108665	114076
39	Biecz	4491	102597	107088

40	Gdów	5853	88643	94496
41	Babice	3230	89873	93103
42	Iwkowa	4745	54834	59579
43	Mszana Dolna	2432	50558	52990
44	Krzeszowice	6414	42780	49194
45	Lisia Góra	4769	43075	47844
46	Grybów	3631	35803	39434
47	Dobczyce	6144	14779	20923
48	Sucha Beskidzka	3151	12662	15813
49	Tuchów	1716	12837	14553
50	Kęty	1499	12166	13665

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

* Dane w tabeli ukazują wielkość frekwentowania miejscowości przez osoby nocujące w Małopolsce (turyści) tak z kraju jak i z zagranicy (bez uwzględnienia mieszkańców Małopolski jako turystów wewnątrzregionalnych).

Tabela 8.1.2. WZMT - wskaźnik zmiany miejsca zamieszkania turystów w Małopolsce w 2021 roku

TURYŚCI	LICZBA	WZMT - wskaźnik zmiany miejsca zamieszkania turysty	TURYŚCI	WSKAZANIA
Zagranica	1100000	Zagranica WZMT = 2,7	Zagranica	3 023 478
Kraj	8100000	Kraj WZMT = 2,5	Kraj	19 936 461
Ogółem	9200000	Ogółem WZMT = 2,5	Ogółem	22 959 939

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

Osoby nocujące w Małopolsce będąc mobilne zmieniają swoje miejsce zamieszkania podczas pobytu w regionie objętym monitoringiem, stąd wynik wskazań nie jest tożsamy z wynikiem ilości turystów przebywających na terenie Małopolski. Mobilność turystów w Małopolsce obrazuje wskaźnik zmiany miejsca zamieszkania turysty WZMT.

Zagranica WZMT = 2,7, Kraj WZMT = 2,5, Ogółem WZMT = 2,5

Wskaźnik zmiany miejsca zamieszkania turysty WZMT ukazuje minimalnie mniejszą skłonność turystów krajowych do zmiany miejsca zamieszkania w trakcie pobytu turystycznego w Małopolsce (różnica Zagranica WZMT 2,7 - Kraj WZMT 2,5 WZMT = 0,2) w stosunku do aktywności noclegowej turystów zagranicznych.

8.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku

Tabela 8.2.1. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę w 2021 roku

Co się Panu/Pani najbardziej podobało w Małopolsce	Kraj %	Zagr. %	Razem %
Górskie szlaki turystyczne, bogate w piękne widoki i przyroda	15,2%	10,2%	14,8%
Kraków	25,70%	14,70%	13,80%
Przyroda, naturalna cisza i spokój	9,90%	6,30%	9,70%
Baseny geotermalne	7,4%	3,8%	7,2%
Krajobrazy atrakcyjne przyrodniczo i antropogenicznie	7,0%	6,1%	6,9%
Atmosfera miejsca (Genius Loci)	6,8%	7,9%	6,9%
Pustynia Błędowska	6,4%	3,8%	6,2%
Atrakcyjna i duża oferta turystyczna regionu	5,1%	5,4%	5,1%
Ojcowski Park Narodowy	4,9%	3,2%	4,8%
Atrakcje Energylandii	3,9%	0,2%	3,6%
Architektura Zabytki	3,2%	2,9%	3,2%
Atrakcje w Inwałd Parku	2,9%	1,6%	2,8%
Gościnność - życzliwość - otwartość mieszkańców	1,8%	0,7%	1,7%
Pijalnia wód mineralnych	1,4%	0,2%	1,3%
Park i założenia ogrodowe	1,4%	0,5%	1,3%
Klimat, życzliwość ludzi, widoki, natura w otoczeniu człowieka	1,2%	1,1%	1,2%
Auschwitz-Birkenau	1,1%	2,3%	1,2%
Uzdrowisko	1,1%	0,5%	1,0%
Kopalnia soli w Wieliczce	1,0%	1,1%	1,0%
Gastronomia regionu	1,0%	1,1%	1,0%
Czyste, rześkie powietrze	1,0%	0,9%	1,0%
Babiogórski Park Narodowy	0,8%	0,9%	0,8%
Kluby Puby Bary	0,5%	3,6%	0,7%
Zamki w Małopolsce	0,7%	0,0%	0,6%
Tężnia solankowa w pięknym przestronnym parku	0,6%	0,0%	0,6%
Wieża widokowa	0,5%	0,5%	0,5%
Nie wie jeszcze	0,5%	0,5%	0,5%
Moja rodzina i znajomi	0,4%	1,6%	0,5%
Atrakcje nocne miasta	0,1%	6,1%	0,5%
Tarnów Stare miasto	0,3%	0,7%	0,4%
Jezioro Czorszyńskie	0,5%	0,2%	0,4%
Infrastruktura turystyczna	0,4%	0,7%	0,4%
Rabkoland, park, plac zabaw	0,2%	0,0%	0,2%
Szlaki rowerowe z pięknymi krajobrazami	0,1%	0,0%	0,1%
Gorczański Park Narodowy	0,1%	0,0%	0,1%
Czystość lotniska	0,1%	0,9%	0,1%
SUMA	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabela 8.2.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku

Co się najbardziej podobało w Małopolsce udziały % atrakcji Krakowa	Kraj %	Zagr. %	Razem %
Kraków Rynek Główny	32,2%	19,6%	30,4%
Kraków Wzgórze Wawelskie	25,4%	32,7%	26,5%
Kraków Stare Miasto	18,8%	36,4%	21,4%
Kraków Sanktuarium Bożego Miłosierdzia Łagiewniki	9,5%	0,9%	8,2%
Kraków Kazimierz	8,1%	9,3%	8,2%
Kraków Bulwary Wiślane	3,4%	0,9%	3,0%
Kraków Podziemia Rynku Głównego	1,1%	0,0%	1,0%
Kraków Kładka ojca Bernatka	0,8%	0,0%	0,7%
Kraków Podgórze	0,6%	0,0%	0,5%
SUMA	100,0%	100,0%	100,0%

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

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 wydatków, 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 2021 roku (np. na zakup wycieczki/impresji turystycznej, rezerwację/zakup noclegu, biletu do muzeum, teatru, filharmonii, na wydarzenie, na termy, baseny, spływ Dunajcem itp. itd.) były zróżnicowane w zależności od tego, czy gość był Polakiem, czy obcokrajowcem oraz czy spędzał w odwiedzanej miejscowości dzień, czy dłużej. I tak goście krajowi przeznaczali średnio na pobyt w Małopolsce 449 zł na osobę (o 1,6% więcej niż rok wcześniej), podczas gdy odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do regionu o prawie 1/4 więcej niż Polacy, tj. średnio 560 zł na osobę (niestety o 29,7% mniej niż w roku ubiegłym).

Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

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

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

Polscy turyści, tj. nocujący w Małopolsce, wydatkowali przed przyjazdem do regionu średnio 465 zł na osobę (czyli o 15,5% mniej niż rok wcześniej), natomiast turyści zagraniczni - sumy o ponad 1/5 wyższe niż Polacy, tj. 566 zł na osobę (niestety o prawie 1/3 niższe niż w roku poprzednim). Z kolei odwiedzający jednodniowi (spędzający w regionie tylko kilka, kilkanaście godzin lub jeden dzień bez noclegu) przed podróżą przeznaczali na pobyt w Małopolsce kwoty o ponad 1/3 niższe niż turyści (nocujący w regionie) z Polski - 304 zł na osobę (prawie 2,5-krotnie więcej niż rok wcześniej), a z zagranicy 526 zł na osobę (ponad 2-krotnie więcej niż w roku ubiegłym). Ewidentnie wzrosły zatem, w relacji do lat wcześniejszych, wydatki jednodniowych odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu. W pandemicznych warunkach więcej osób preferowało wcześniejsze nabycie produktu, tj. jeszcze przed wizytą w Małopolsce.

Analizując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy, należy stwierdzić, że najwięcej (prawie 730 zł na osobę) wydawali goście z Irlandii. Sumy w granicach 700 zł na osobę wydatkowali Włosi i Czesi, a ok. 600 zł na osobę - Holendrzy i Niemcy. Ok. 600 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem na pobyt w regionie mieszkańcy Hiszpanii, a ok. 500 zł na osobę - Wielkiej Brytanii i Francji. Najniższe wydatki przed podróżą charakterystyczne były dla gości ze Słowacji - mniej niż 200 zł na osobę. W analizowanym okresie stopniowo zmniejszały się sumy przed podróżą do Małopolski wydatkowane przez gości z Hiszpanii (w sumie o 22,3%) i Francji (w sumie o 34,5%).

Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg wybranych krajów

Kraj	2019	2020	2021
Irlandia	1088	b.d.	726
Włochy	786	285	719
Republika Czeska	918	b.d.	669
Holandia	530	800	630
Niemcy	568	717	601
Hiszpania	737	581	573
Wielka Brytania	882	1114	544
Francja	794	553	520
Ukraina	431	b.d.	359
Dania	1179	b.d.	279
Słowacja	490	b.d.	196

Źródło: Opracowanie 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 2021 roku przed przyjazdem do regionu, należy stwierdzić, że najwyższe dotyczyły zakupu produktu w biurze podróży - na ten cel Polacy wydawali średnio 544 zł na osobę, a cudzoziemcy o ponad 43,2% więcej, czyli 779 zł na osobę. Relatywnie wysokie były też wydatki na rezerwację/zakup noclegów - średnio 488 zł na osobę wydatkowali Polacy, a 504 zł na osobę (czyli ok. 3,3% więcej) goście z zagranicy. Wydatki przed podróżą do województwa na wycieczki wynosiły średnio 173 zł na osobę w przypadku odwiedzających z Polski i 225 zł na osobę (o 30,1% więcej) w odniesieniu do gości zagranicznych. Kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski na bilety wstępu do atrakcji były - w odróżnieniu od innych rodzajów wydatków - wyższe wśród Polaków niż wśród obcokrajowców (o 44,6%) i wynosiły odpowiednio średnio 133 zł na osobę i 92 zł na osobę. Co więcej, wydatki cudzoziemców na ten cel były najniższe spośród wszystkich innych wydatków rodzajowych. Natomiast Polacy najmniej wydatkowali przed przyjazdem do województwa na lokalny transport (tylko 68 zł na osobę) - wydatki gości zagranicznych na ten cel były o 44,1% wyższe i wynosiły średnio 98 zł na osobę.

W grupie Polaków sumy wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski przez turystów były wyższe niż kwoty wydawane przez odwiedzających jednodniowych - na zakup produktu w biurze podróży o 15,3% (558 zł na osobę vs 484 zł na osobę), na wycieczki ponad 3,5-krotnie (183 zł na osobę vs 50 zł na osobę), na bilety wstępu do atrakcji ponad 2-krotnie (145 zł na osobę vs 66 zł na osobę), a na lokalny transport ponad 3-krotnie (74 zł na osobę vs 24 zł na osobę). Wśród odwiedzających z zagranicy sytuacja taka miała miejsce tylko w odniesieniu do sum wydatkowanych na wycieczki (225 zł na osobę vs 0 zł na

osobę) i na lokalny transport (118 zł na osobę vs 65 zł na osobę, tj. o 81,5% więcej). W pozostałych kategoriach kwoty wydawane przez jednodniowych odwiedzających zagranicznych były wyższe niż sumy wydatkowane przez zagranicznych turystów - na zakup produktu w biurze podróży o 1,4% (788 zł na osobę vs 777 zł na osobę), a na bilety wstępu do atrakcji o ponad 22,5% (111 zł na osobę vs 86 zł na osobę).

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

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający krajowi	544	488	68	133	173
Odwiedzający zagraniczni	779	504	98	92	225
Turyści krajowi	558	488	74	145	183
Turyści zagraniczni	777	504	118	86	225
Odwiedzający jednodniowi krajowi	484	-	24	66	50
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	788	-	65	111	0

* W poprzednich latach pytanie takie nie było zadawane respondentom.

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

Kwoty wydatkowane przed przyjazdem na zakup/rezerwację noclegów były wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych, choć tylko o 3,3% - 504 zł na osobę vs 488 zł na osobę. Podobną zależność odnotowano w przypadku innych wydatków, z wyjątkiem tych przeznaczanych na bilety wstępu do atrakcji - turyści krajowi wydawali na ten cel o 68,6% więcej niż zagraniczni (145 zł na osobę vs 86 zł na osobę). Również jednodniowi odwiedzający z zagranicy przeznaczali przed przyjazdem do Małopolski wyższe kwoty niż nienocujący w regionie Polacy - z wyjątkiem wydatków na wycieczki, których jednodniowi odwiedzający zagraniczni w ogóle nie wskazali, a jednodniowi goście krajowi zadeklarowali średnio 50 zł na osobę.

9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce

Kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku były również zdyswersyfikowane pod wieloma względami. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali bowiem prawie 2-krotnie więcej (640 zł na osobę, czyli o 12,2% mniej niż w roku poprzednim) niż Polacy (370 zł na osobę, tj. o 54,2% więcej niż rok wcześniej). Turyści przeznaczali na pobyt kwoty większe niż odwiedzający jednodniowi - turyści krajowi wydatkowali średnio 462 zł na osobę (o 5,2% więcej niż w roku ubiegłym), a zagraniczni - o prawie połowę więcej, tj. 671 zł na osobę (o 16,7% mniej niż rok wcześniej). Z kolei, jednodniowi odwiedzający z Polski wydawali podczas pobytu w Małopolsce średnio 145 zł na osobę (ponad 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim), a jednodniowi odwiedzający z zagranicy - prawie 3-krotnie więcej niż Polacy, tj. 427 zł na osobę (ponad 3,5 więcej niż rok wcześniej). Zatem w relacji do roku poprzedniego odnotowano wzrost wydatków jednodniowych odwiedzających Małopolskę nie tylko przed przyjazdem do regionu, ale i podczas pobytu na jego terenie.

Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

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

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

Analiza wysokości sum wydatkowanych podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z różnych krajów w 2021 roku pozwala stwierdzić, że najwyższe wydatki charakteryzowały gości z Hiszpanii i Francji (ponad 750 zł na osobę).

Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 wg wybranych krajów (w zł na osobę)

Kraj	2019	2020	2021
Hiszpania	766	646	757
Francja	878	461	751
Wielka Brytania	1140	1031	725
Włochy	746	703	718
Irlandia	1189	b.d.	642
Grecja	b.d.	b.d.	635
Holandia	1067	141	594
Niemcy	724	467	592
Republika Czeska	758	270	578
Ukraina	555	140	495
Dania	884	b.d.	375
Słowacja	652	361	328

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

Ok. 700 zł na osobę wydawali przybysze z Wielkiej Brytanii i Włoch. Irlandczycy, Grecy, Holendrzy Niemcy i Czesi przeznaczali na pobyt w regionie ok. 600 zł na osobę, mieszkańcy Ukrainy - ok. 500 zł na osobę. Najmniej wydatkowali Słowacy - ok. 300 zł na osobę.

Średnia kwota wydatku ponoszonego podczas pobytu w Małopolsce była zróżnicowana pod względem przeznaczenia. W grupie Polaków najwyższe wydatki dotyczyły opłat za noclegi - średnio 359 zł na osobę (o 31,0% więcej niż w roku ubiegłym, ale o 1/4 mniej niż w roku 2019). Goście z zagranicy – w odróżnieniu od lat wcześniejszych - wydatkowali na zakwaterowanie mniej niż odwiedzający krajowi (o 14,5%), czyli średnio 307 zł na osobę (o 48,0% mniej niż rok wcześniej i o 64,8% mniej niż w 2019 roku). Cudzoziemcy bardziej preferowali bowiem zakup produktu w biurze podróży - średnio aż 734 zł na osobę (Polacy tylko 116 zł na osobę, czyli ponad 6-krotnie mniej). Drugie co do wysokości wśród gości krajowych były wydatki na tzw. inne cele (zakup pamiątek, upominków, prezentów, wypożyczenie sprzętu, ubrania, imprezy, kluby, przyjemności itp. - średnio 203 zł na osobę, czyli

o 34,4% więcej niż w roku poprzednim, ale o 4,7% mniej niż w 2019 roku), a kolejne - na lokalne wycieczki (średnio 169 zł na osobę) i dalej - na wyżywienie (średnio 136 zł na osobę, czyli o 41,7% więcej niż w roku ubiegłym, ale 12,8% mniej niż w 2019 roku) oraz bilety wstępu do atrakcji (średnio 120 zł na osobę, tj. prawie 2-krotnie więcej niż rok wcześniej i o prawie 1/4 więcej niż w roku 2019). W grupie obcokrajowców niemal takie same jak wydatki na noclegi były sumy przeznaczane na wyżywienie (średnio 300 zł na osobę, czyli o 2,7% więcej niż w roku poprzednim, ale o 16,0% mniej niż w 2019 roku). Następne co do wysokości były wydatki na tzw. inne cele (średnio 237 zł na osobę, tj. 8,5% mniej niż w roku ubiegłym i o 29,9% mniej niż w 2019 roku), lokalne wycieczki (średnio 220 zł na osobę) oraz bilety wstępu do atrakcji (średnio 172 zł na osobę, czyli o 5,5% więcej niż rok wcześniej, ale o 7,0% mniej niż w 2019 roku). Najniższe sumy oba segmenty odwiedzających wydatkowały na lokalny transport - średnio 62 zł na osobę w grupie Polaków (mniej więcej tyle samo co rok wcześniej, ale o 26,2% mniej niż w 2019 roku) i 76 zł na osobę wśród obcokrajowców (o 21,6% mniej niż w roku ubiegłym i o 44,5% mniej niż w roku 2019).

Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Rok	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni
Na zakup produktu w biurze podróży	2021*	116	734	82	1000	193	70
Na noclegi	2019	479	871	479	871	-	-
	2020	274	590	274	590	-	-
	2021	359	307	359	307	-	-
Na wyżywienie	2019	156	357	196	362	72	184
	2020	96	292	153	323	41	69
	2021	136	300	163	310	67	227
Na lokalny transport	2019	84	137	90	138	53	89
	2020	60	97	66	101	42	30
	2021	62	76	65	77	49	69
Na bilety wstępu do atrakcji	2019	97	185	111	185	68	172
	2020	61	163	100	171	28	65
	2021	120	172	129	175	94	149
Na lokalne wycieczki	2021*	169	220	172	217	136	254
Inne	2019	213	338	191	345	283	146
	2020	151	259	179	287	75	64
	2021	203	237	232	250	104	147

* W latach poprzednich pytanie takie nie było zadawane respondentom.

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

Należy ponadto odnotować, że wydatki turystów (nocujących w Małopolsce) były z reguły wyższe niż odwiedzających jednodniowych, aczkolwiek w grupie Polaków wyjątek stanowiły wydatki na zakup produktu w biurze podróży (średnio 82 zł na osobę vs 193 zł na osobę), a w grupie obcokrajowców - wydatki na lokalne wycieczki (217 zł na osobę vs 254 zł na osobę).

Wśród turystów krajowych najwyższe wydatki odnosiły się do opłat za noclegi (średnio 359 zł na osobę), następne były tzw. inne wydatki (średnio 232 zł na osobę, czyli o 29,6% więcej niż rok wcześniej i o 21,5% więcej niż w 2019 roku), na lokalne wycieczki (172 zł na osobę), na wyżywienie (163 zł na osobę, tj. o 6,5% więcej niż w roku poprzednim, ale o 16,8% mniej niż w roku 2019), bilety wstępu do atrakcji (129 zł na osobę, czyli o 29,0% więcej niż w roku ubiegłym i o 16,2% więcej niż w 2019 roku). Najmniej turyści krajowi wydatkowali na lokalny transport (65 zł na osobę, tj. mniej więcej tyle samo, co rok wcześniej, ale o 27,8% mniej niż w 2019 roku) oraz na zakup produktu w biurze podróży (średnio 82 zł na osobę).

Z kolei w grupie krajowych jednodniowych odwiedzających najwyższe okazały się wydatki na zakup produktu w biurze podróży (średnio 193 zł na osobę), dalej: wydatki na lokalne wycieczki (136 zł na osobę), na tzw. inne wydatki (104 zł na osobę, tj. o 38,7% więcej niż rok wcześniej, ale o 63,3% mniej niż w 2019 roku), na bilety wstępu do atrakcji (94 zł na osobę, czyli ponad 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i o 38,2% więcej niż w 2019 roku), na wyżywienie (67 zł na osobę, tj. o 63,4% więcej niż w roku poprzednim, ale o 6,9% mniej niż w 2019 roku) i na lokalny transport (49 zł na osobę, czyli o 16,7% więcej niż rok wcześniej, ale o 7,5% mniej niż w 2019 roku).

W segmencie turystów z zagranicy również najwyższe były wydatki na zakup produktu w biurze podróży (średnio 1 000 zł na osobę), a następnie kwoty przeznaczane: na wyżywienie (średnio 310 zł na osobę, tj. o 4,0% mniej niż w roku poprzednim i o 14,4% mniej niż w 2019 roku), na noclegi (307 zł na osobę), na tzw. inne cele (średnio 250 zł na osobę, czyli o 12,9% mniej niż w roku ubiegłym i o 27,5% mniej niż w 2019 roku), na lokalne wycieczki (średnio 217 zł na osobę), na bilety wstępu do atrakcji (średnio 175 zł na osobę, tj. o 2,3% więcej niż rok wcześniej, ale o 5,4% mniej niż w 2019 roku) i najniższe - na lokalny transport (77 zł na osobę, czyli o 23,8% mniej niż w roku ubiegłym i o 44,2% mniej niż w 2019 roku).

Jednodniowi goście z zagranicy w 2021 roku najwyższe kwoty wydatkowali na lokalne wycieczki (średnio 254 zł na osobę), a dalej: na wyżywienie (227 zł na osobę, tj. ponad 3-krotnie więcej niż w roku ubiegłym i o 23,4% więcej niż w 2019 roku), na bilety wstępu do atrakcji (149 zł na osobę, czyli ponad 2-krotnie więcej niż w roku poprzednim, ale o 13,4% mniej niż w 2019 roku), na tzw. inne cele (147 zł na osobę, tj. ponad 2-krotnie więcej niż rok wcześniej i mniej więcej tyle samo, co w 2019 roku), na zakup produktu w biurze podróży (70 zł na osobę) oraz niemal tyle samo na lokalny transport (69 zł na osobę, czyli o 30,0% więcej niż w roku poprzednim, ale o 22,5% mniej niż w roku 2019).

W sumie wydatki podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku turystów zagranicznych były wyższe niż turystów krajowych (z wyjątkiem opłat za noclegi - 307 zł na osobę vs 359 zł na osobę, tj. o 14,5% mniej). Analogiczna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do wydatków jednodniowych gości zagranicznych, które były wyższe od wydatków jednodniowych odwiedzających z Polski (z wyjątkiem zakupu produktu w biurze podróży - 70 zł na osobę vs 193 zł na osobę, czyli o 63,7% mniej). Co więcej, w relacji do roku poprzedniego wzrosły sumy wydatkowane na poszczególne cele przez odwiedzających krajowych (tak turystów, jak i gości jednodniowych, z wyjątkiem wydatków na lokalny transport ponoszonych przez turystów krajowych, które były minimalnie mniejsze niż rok wcześniej), natomiast w segmencie odwiedzających z zagranicy odnotowano spadek sum wydawanych na noclegi, wyżywienie (tylko turyści), lokalny transport i tzw. inne cele, ale sytuacja ta nie dotyczyła jednodniowych odwiedzających z zagranicy, których wydatki również uległy zwiększeniu (nawet kilkukrotnemu) w stosunku do roku poprzedniego.

Zestawiając kwoty przeznaczane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2021 do lat wcześniejszych należy uwzględnić obie grupy wydatków, czyli zarówno te ponoszone przed jak i podczas pobytu w regionie. W konsekwencji, z uwagi na dość znaczny wzrost wydatków jednodniowych odwiedzających, średnie wydatki Polaków okazały się o 1/5 wyższe niż rok wcześniej - wynosiły średnio 819 zł na osobę. Odnosiło się to jednak tylko do krajowych gości jednodniowych (449 zł na osobę, czyli prawie 2,5-krotnie więcej niż w roku ubiegłym), ponieważ średnie wydatki krajowych turystów zmniejszyły się o 6,3%, tj. do poziomu 927 zł na osobę.

Tabela 9.3.4. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających

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

Źródło: Opracowanie 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.

Również w segmencie odwiedzających zagranicznych wydatki turystów zmniejszyły się (na dodatek znacznie, bo aż o prawie 1/4, tj. do poziomu 1 237 zł na osobę), ale wydatki gości jednodniowych istotnie wzrosły - prawie 3-krotnie, tj. do wielkości 953 zł na osobę. Niemniej jednak kwoty wydatkowane przez cudzoziemców w 2021 roku na pobyt w regionie (łącznie przed i podczas wizyty) spadły o ponad 1/5, tj. do poziomu średnio 1 200 zł na osobę.

9.4. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki

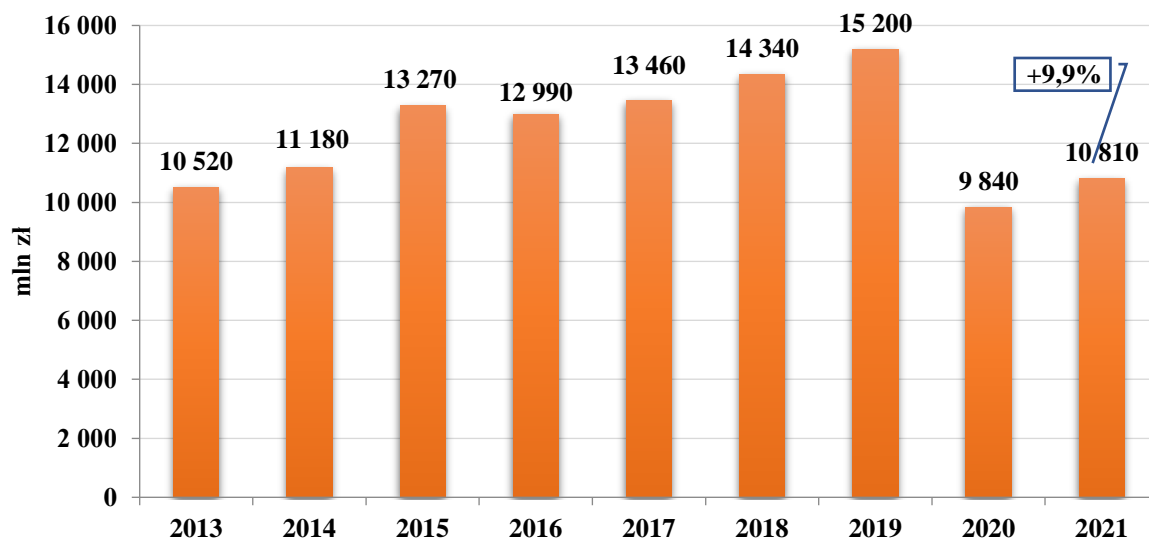
Wprawdzie liczba odwiedzających Małopolskę była w 2021 roku niższa niż rok wcześniej, ale zwiększyła się liczba turystów (nocujących w regionie), a wydatki gości jednodniowych wyraźnie wzrosły - tak z Polski, jak i z zagranicy (choć ich liczba uległa ograniczeniu). Stąd też szacuje się, że wpływy Małopolski z turystyki w regionie były w 2021 roku o 9,9% wyższe niż rok wcześniej (10,81 mld zł vs 9,84 mld zł). W relacji do roku 2020 zwiększyły się wpływy od turystów krajowych (o 18,6%) oraz od jednodniowych odwiedzających krajowych (o 25,7%), a przede wszystkim zagranicznych (3-krotnie).

Gdyby nie wywołany pandemią spadek liczby turystów zagranicznych w Małopolsce, a także ograniczenie ich wydatków zarówno przed podróżą do regionu, jak i podczas wizyty, które w konsekwencji spowodowało zmniejszenie wpływów z tytułu ich odwiedzin w 2021 roku o ponad 1/3, przyrost wpływów mógłby być wyższy.

Tabela 9.4.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2021 (w mld zł) wg grup odwiedzających

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

Źródło: Opracowanie 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 9.4.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2021 (w mln zł)

Źródło: Opracowanie 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.

Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę

10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS

Dla potrzeb niniejszej monografii, jako jeden z wymiarów kontyngencji zastosowano autorski wskaźnik poziomu lęku. Jest to odczucie, które towarzyszy każdemu odwiedzającemu daną destynację podczas podejmowania decyzji o przyszłej podróży, a generalnie każdej podejmowanej samodzielnie decyzji. Dopiero wówczas, gdy próg lęku zostanie przekroczony, dobrowolnie decydujemy się na podróż, opuszczając swoje bezpieczne miejsce stałego przebywania. Dla pomiaru subiektywnych odczuć tego stanu zastosowano 11 stopniową skalę liczbową. Ponieważ badane były osoby odwiedzające Małopolskę w trakcie faktycznego pobytu z założenia przekroczyły one osobistą barierę lęku przed podróżą i fizycznie pojawiły się w Małopolsce. Z założenia, stan 10 na skali oznaczał najwyższy akceptowalny przez podróżnego poziom lęku. Oznacza to, że osoby z pozaskalowym wskazaniem 11 i więcej pozostały w domu. Badane były więc osoby, które poradziły sobie, same lub za namową organizatora podróży, ewentualnie gestora bazy recepcyjnej, z towarzyszącym każdemu z nas na co dzień odczuciem lęku i pojawiły się w danej destynacji. Reszta skali od kolejnych poziomów przez 9 do zera oddaje subiektywne deklaracje respondentów, na jakim poziomie musieli się zmierzyć ze swoimi obawami i lękami, podejmując decyzję o swojej podróży. Dla wyliczenia wskaźnika NFS¹⁰, wskaźnik NFS (ang. *Net Fear Score*¹¹), 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. 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) PESYMIŚCI¹². Osoby, które zaznaczyły na skali liczbowej stany 2-4 uznano za neutralne,

¹⁰ 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.

¹¹ 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 Bilska-Wodecka, Izabela Soljan, 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

¹² 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 złu jedynej, bądź najważniejszej zasady świata widzialnego. „Zło pełni funkcję arché: jest czymś absolutnie

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) REALIŚCI¹³. 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) OPTYMIŚCI¹⁴. 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”.

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.

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

Poziom lęku	PL 18	ZG 18	PL 19	ZG 19	PL 20	ZG 20	PL 21	ZG 21	OGÓŁEM 21
0	62,8%	38,1%	73,7%	44,7%	59,8%	64,7%	54,6%	52,3%	54,1%
1	11,0%	12,6%	12,9%	20,9%	14,3%	7,9%	14,6%	0,0%	17,1%
Σ Optymiści	73,80%	50,70%	86,60%	65,60%	74,10%	72,60%	69,20%	52,30%	71,20%
2	6,5%	10,6%	4,3%	10,3%	12,9%	5,9%	10,0%	27,3%	9,7%
3	4,7%	6,7%	2,0%	4,9%	5,0%	4,3%	6,0%	8,4%	5,4%
4	2,3%	6,3%	1,1%	2,3%	1,6%	3,3%	2,2%	3,0%	2,0%
Σ Realisci	13,50%	23,60%	7,40%	17,50%	19,50%	13,50%	18,20%	38,70%	17,10%
5	3,6%	8,1%	1,7%	4,5%	2,3%	4,6%	3,2%	1,0%	3,1%
6	1,8%	3,7%	0,8%	2,0%	1,0%	3,0%	1,9%	2,5%	1,9%
7	1,6%	4,0%	0,9%	1,8%	1,1%	2,0%	1,6%	2,3%	1,4%
8	2,2%	4,1%	0,8%	2,9%	0,7%	2,0%	2,3%	0,6%	1,9%
9	0,9%	2,9%	0,9%	3,5%	0,5%	0,3%	0,8%	0,7%	0,7%
10	2,7%	2,9%	1,0%	2,2%	0,7%	2,0%	2,7%	0,1%	2,5%
Σ Pesymiści	-12,80%	-25,70%	-6,10%	-16,90%	-6,30%	-13,90%	12,50%	7,20%	11,50%
NFS	61,00%	25,00%	80,50%	48,70%	67,80%	58,70%	56,7%	45,1%	59,7%

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.

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.

¹³ Realista: człowiek bezstronnie oceniający rzeczywistość i fakty w oparciu o doświadczenie i rozumowanie, trzeźwo patrzący na świat; <https://sjp.p.l/realista> dostęp: 2019-04-05, patrz również: fenomenologia realistyczna, nurt fenomenologiczny zorientowany na przedmiot (a nie na przeżycie czystej świadomości), zapoczątkowany przez grupę studentów Th. Lippsa w Monachium; fenomenologia realistyczna nawiązywała do Husserlowskiego postulatu starannego opisu danych bezpośrednich, przeciwstawiając się idealistycznemu aspektowi fenomenologii transcendentalnej; <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/Realistyczny.html> dostęp: 2019-04-05.

¹⁴ 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.

Wskaźnik NFS dla Małopolski w 2021 roku:

Ogółem **59,7%**

Kraj **56,7%**

Zagranica **45,1%**

10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS

Jako drugi z wymiarów kontyngencji zastosowano wskaźnik poziomu satysfakcji i lojalności odwiedzających Małopolskę. Wskaźnik NPS (ang. *Net Promoter Score*)¹⁵. Respondentom zadano mianowicie zapytanie o to: „*jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą oni Małopolskę swoim znajomym*”. Odpowiedzi goście udzielali również za pomocą 11-stopniowej skali, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnej lojalności i całkowitym zadowoleniu z pobytu w destynacji.

Obliczając NPS respondentów dzieli się na trzy grupy:

- **krytyków vel oponentów** (tych, którzy udzielili odpowiedzi w przedziale od 0 do 6), W tabelach oznaczeni **kolorem żółtym**. xxxxxxx

- **pasywnych¹⁶ vel neutralnych** (odpowiadających w przedziale 7-8), W tabelach oznaczeni **kolorem czerwonym**. xxxxxxx

- **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**. xxxxxxx

Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce

Poziom lojalności	PL 18	ZG 18	PL 19	ZG 19	PL 20	ZG 20	PL 21	ZG 21	OGÓŁEM 21
0	0,6%	0,5%	0,9%	1,8%	0,3%	0,3%	2,0%	0,7%	1,7%
1	0,3%	0,3%	0,3%	1,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
2	0,2%	0,3%	0,2%	0,7%	0,1%	0,0%	0,2%	0,1%	0,1%
3	0,4%	0,5%	0,4%	0,5%	0,3%	0,3%	0,5%	0,1%	0,4%
4	0,8%	0,9%	0,7%	0,7%	0,4%	0,0%	0,4%	0,1%	0,3%
5	3,1%	2,6%	2,1%	3,2%	1,6%	1,0%	2,1%	0,8%	1,8%
6	3,2%	5,2%	2,7%	3,9%	2,0%	2,9%	3,1%	4,2%	3,3%
Σ Krytycy	8,6%	10,3%	7,3%	11,8%	4,8%	4,5%	8,40%	6,00%	7,70%
7	8,5%	11,7%	5,7%	8,7%	4,6%	8,3%	8,0%	8,0%	8,0%

¹⁵ 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

¹⁶ 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.

8	16,6%	20,8%	11,9%	19,6%	12,5%	15,7%	12,2%	13,9%	12,6%
Σ Pasywni	25,1%	32,5%	17,6%	28,3%	17,1%	24,0%	20,20%	21,90%	20,60%
9	15,3%	23,2%	26,6%	26,8%	26,1%	27,5%	15,6%	29,2%	22,40%
10	51,0%	34,0%	48,5%	33,2%	52,0%	44,1%	55,9%	43,1%	49,5%
Σ Promotorzy	66,3%	57,2%	75,1%	60,0%	78,1%	71,6%	71,50%	72,30%	71,90%
NPS	57,7%	46,9%	67,8%	48,2%	73,3%	67,1%	63,1%	66,3%	64,2%

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

Wskaźnik NPS dla Małopolski w 2021 roku:

Ogółem **64,2%**

Kraj **63,1%**

Zagranica **66,3%**

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 2021 wyniósł **64,2%**

10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski

Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	56,073%	51,019%	47,393%	59,0%
Raczej tak	28,349%	32,421%	39,089%	22,9%
Σ POŚREDNIA TAK	84,42%	83,44%	86,48%	81,90%
Nie wiem	12,771%	14,325%	12,675%	11,4%
Raczej nie	2,273%	1,901%	0,722%	5,4%
Na pewno nie	0,534%	0,335%	0,120%	1,3%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,0%

Ponowny przyjazd OGÓŁEM 2021	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	59,0%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	22,9%	A+B	81,9%
C NIE WIEM	11,4%	C+D+E	18,1%
D RACZEJ NIE	5,4%	Wskaźnik powrotu	63,8%
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 Alejsiak.

Tabela 10.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	63,040%	57,995%	48,489%	62,0%
Raczej tak	26,968%	30,652%	39,940%	22,9%
Σ POŚREDNIA TAK	90,01%	88,65%	88,43%	84,90%
Nie wiem	8,623%	10,283%	10,949%	10,6%
Raczej nie	0,907%	0,812%	0,493%	3,6%
Na pewno nie	0,463%	0,258%	0,129%	0,9%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,0%

Ponowny przyjazd	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	62,0%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	22,9%	A+B	84,9%
C NIE WIEM	10,6%	C+D+E	15,1%
D RACZEJ NIE	3,6%	Wskaźnik powrotu	69,8%
E NA PEWNO NIE	0,9%		
SUMA	100,0%		

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

Tabela 10.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	29,787%	27,992%	31,348%	47,7%
Raczej tak	33,456%	38,260%	26,646%	23,1%
Σ POŚREDNIA TAK	63,24%	66,25%	57,99%	70,80%
Nie wiem	28,467%	27,665%	37,931%	14,6%
Raczej nie	7,483%	5,494%	4,075%	11,8%
Na pewno nie	0,807%	0,589%	0,000%	2,9%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Ponowny przyjazd	%		WP= (A+B)-(C+D+E)
A NA PEWNO TAK	47,7%		Wskaźnik powrotu
B RACZEJ TAK	23,1%	A+B	70,8%
C NIE WIEM	14,6%	C+D+E	29,3%
D RACZEJ NIE	11,8%	Wskaźnik powrotu	41,5%
E NA PEWNO NIE	2,9%		
SUMA	100,0%		

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

Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH

11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z WIELKIEJ BRYTANII W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU: 209 600 OSÓB, W TYM 173 600 TURYSTÓW

Główne cele przyjazdu odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Tabela 11.1.1. Cele głównych przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa

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

Odwiedzający Małopolskę w 2021 r. goście z Wielkiej Brytanii najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków (24,00%), rozrywkę (16,30%) oraz wypoczynek (15,50%). Uzyskana hierarchia celów jest nieco odmienna niż w latach ubiegłych (2018-2020), kiedy dominowało zwiedzanie zabytków oraz wypoczynek. Uległy zmianie również wskaźniki procentowe tych kategorii. Otóż grupa turystów, która preferowała powyższe cele przyjazdów do Małopolski, zmniejszyła się na rzecz „nowego turysty” jakim jest turysta rozrywkowy, który znacznie częściej w roku 2021 odwiedzał

omawiany region niż w latach poprzednich (prawie trzykrotnie), dla którego celem przyjazdu była rozrywka, która łączyła się z odwiedzaniem klubów, dyskotek, pubów.

Turystyka aktywna i kwalifikowana, która w latach 2018-2020 była celem przyjazdu dla prawie co dziesiątego respondenta (8,2%-8,7%), w roku 2021 cieszyła się bardzo znikomym zainteresowaniem (2,2%), co wydaje się zjawiskiem niepokojącym. Natomiast częściej (5,8%) niż w latach poprzednich (2019: 0,3%; -2020: 0,0%) celem przyjazdu było poznanie walorów przyrody.

W roku 2021 także częściej niż w latach poprzednich odwiedzano krewnych (7,7%) i znajomych (7,1%) oraz realizowano cel religijny (4,5%), który w latach 2019-2020 praktycznie nie był zauważalny w podróżach po Małopolsce.

Ważną informacją jest fakt, iż w roku 2021 pobyt w Małopolsce jako etap w podróży (tranzyt) (2,6%) dotyczył znikomej grupy respondentów, a wskaźnik procentowy podobny jest do lat sprzed pandemii.

Można stwierdzić, że deklarowane główne cele przyjazdów zasadniczo nie uległy zmianie, mimo zagrożenia, jakie niesie pandemia. Znaczna różnica, jaką zauważono, dotyczy głównie rozrywki, która w roku 2021 była głównym celem przyjazdu kilkakrotnie większej grupy odwiedzających z Wielkiej Brytanii niż w latach poprzednich.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Analizując strukturę wiekową odwiedzających z Wielkiej Brytanii w roku 2021 w poszczególnych kategoriach, można zauważyć, iż są to zwykle osoby dorosłe powyżej 19 roku życia. Jednak w większości, co dotyczy ponad połowy respondentów (53,10%), były to osoby młode; wiek prawie co trzeciego respondenta (28,30%) mieścił się w przedziale 30-44 lata, natomiast prawie co czwartego (24,80%) w przedziale 20-29 lat. Jednak porównanie tych wyników z latami poprzednimi wskazuje na spadek wskaźników procentowych w obydwu charakteryzowanych grupach.

Pozostałą grupę respondentów (44%) stanowią osoby dojrzałe, w tym w wieku 45-60 lat (18,60%) oraz seniorzy (25,40%). Warto zaznaczyć, iż osób powyżej 60 r.ż. do Małopolski przyjechało znacznie więcej niż w latach poprzednich, czyli 2018-2020. Można więc ostrożnie wnioskować, iż w analizowanym roku, oprócz turystyki rodzinnej dominującej w grupie wiekowej 30-60 r.ż., na drugiej pozycji uplasowała się turystyka seniorów, co, jak warto zauważyć, stanowi odmienną tendencję ruchu turystycznego w stosunku do roku 2018 do 2020.

Tabela 11.1.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa

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

Można także zauważyć zmianę tendencji w turystyce dzieci i młodzieży oraz turystyce szkolnej. O ile w roku 2020 ta grupa wiekowa w ogóle nie odwiedziła Małopolski, to w roku 2021 jest to 2,9% badanych osób. Powyższa forma turystyki widoczna była także w roku 2018 (5,5%), kiedy ta grupa odwiedzających była prawie o połowę większa.

Płeć odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Dokonując podziału badanych ze względu na płeć, można zauważyć, że odwiedzających z Wielkiej Brytanii reprezentowało w 2021 r. więcej mężczyzn (53,6%) niż kobiet (46,4%). W stosunku do badań prowadzonych w latach 2018 i 2019 zauważalne są pewne, ale nieistotne wahania wskaźników procentowych. Można jednak szacować, iż Małopolska w równym stopniu jest atrakcyjna dla odwiedzających obu płci.

Tabela 11.1.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	58,6%	45,1%	48,0%	46,4%
Mężczyzna	41,4%	54,9%	52,0%	53,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Wykształcenie odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Odwiedzający z Wielkiej Brytanii deklarowali swoje wykształcenie, podobnie jak wszyscy badani zagraniczni bez względu na kraj pochodzenia, w przeważającej większości, jako wyższe (50,8%). Pozostali respondenci deklarowali posiadanie wykształcenia średniego (40,7%). Analizując powyższe kryterium w latach 2018-2020, można zauważyć pewną tendencję, z której wynika, iż zmniejsza się grupa odwiedzających, która posiada wykształcenie wyższe, a zwiększa się grupa posiadająca wykształcenie średnie. Dodatkowo zanotowano prawie siedmiokrotny wzrost osób prezentujących wykształcenie podstawowe. W roku 2021 było ich 6,9%, natomiast w latach poprzednich bardzo znikomy odsetek lub w ogóle, co może sugerować postępujące zmiany w profilu odwiedzającego z Wielkiej Brytanii Małopolskę a tym samym jego potrzeb.

Tabela 11.1.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa

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

Status materialny odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Można przyjąć, że poziom wykształcenia odwiedzających z Wielkiej Brytanii pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. W 2021 roku, podobnie jak i w latach 2018-2020, ponad połowa (53,1%) badanych oceniła swój status majątkowy jako dobry, a 23,8% wskazało jako

bardzo dobry. Z tego wynika, że goście odwiedzający Małopolskę należą do grupy osób dobrze zarabiających i reprezentują tak zwaną klasę średnią, łącznie stanowiąc 76,9% respondentów.

Dość istotną różnicą jaką zauważono w roku 2021 jest fakt, iż w porównaniu do lat poprzednich (2018-2020), znacznie więcej odwiedzających, bo co piąty (20,3%), zadeklarował, iż jego sytuacja finansowa prezentuje poziom średni.

Warto również zauważyć, że w roku 2021 (2,9%) w porównaniu do lat poprzednich (2018-2020) wzrosła także grupa, której status finansowy respondenci określili jako zły, co z kolei może mieć związek z deklarowanym wykształceniem, gdzie zanotowano więcej osób z wykształceniem średnim oraz zauważono osoby z wykształceniem podstawowym. Biorąc pod uwagę status finansowy tej grupy odwiedzających, można sądzić, iż korzystają oni raczej z taniej turystyki, tanich noclegów, tanich środków transportu i być może turystyka rozrywkowa spełnia te kryteria, bowiem w pubach, barach, na dyskotekach niekoniecznie wydaje się duże kwoty, szczególnie jeśli pobyt jest krótki.

Tabela 11.1.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa

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

Charakter podróży odwiedzających z Wielkiej Brytanii

W 2021 r. badania wykazały, że najliczniejszą grupą odwiedzających z Wielkiej Brytanii były osoby, które przyjechały do Małopolski z przyjaciółmi (35,7%) oraz z rodziną (27,3%), co zbliżone jest z wynikami uzyskanymi w latach poprzednich (2019-2020), chociaż w odwrotnej kolejności.

Ciekawostką stanowi fakt, iż w roku 2021 co piąty respondent (20,6%) podróżował sam/samotnie, co znacznie różni się od wskaźnika procentowego uzyskanego w roku poprzednim 2020 (11,5%), bowiem grupa respondentów była tutaj prawie o połowę mniejsza, co może wynikać z faktu, iż w pierwszym roku pandemii znaczna część osób do podróży podchodziła bardzo ostrożnie. Wyniki z roku 2021 są zbliżone z wynikami uzyskanymi w latach przed pandemią.

Tabela 11.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii

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

W roku 2021 znacznie większa grupa odwiedzających przyjechała zwiedzać Małopolskę ze zorganizowaną grupą (16,4%), co także znacznie różni się od wskaźników procentowych uzyskanych w latach poprzednich, kiedy powyższą formę wybierał mniej niż co dziesiąty odwiedzający Małopolskę.

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Wielkiej Brytanii

W podróżach rodzinnych turystów z Wielkiej Brytanii przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Uzyskane informacje pozwalają na stwierdzenie, że atrakcje regionu spełniają oczekiwania związane z wypoczynkiem rodzinnym. Okazuje się, że w roku 2021 aż 92,60% respondentów to osoby (rodziny) podróżujące z dziećmi. Podobnie jak w roku 2019 i 2020.

Tabela 11.1.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
0	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1	33,3%	81,5%	88,9%	55,6%
2	41,7%	14,8%	11,1%	37,0%
4	0,0%	3,7%	0,0%	3,7%
5	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Dominującą formą organizacji podróży wskazaną przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii jest samodzielne wyszukiwanie oferty i rezerwacja świadczeń. Taką deklarację złożyło 47,8% badanych osób. Powyższa forma we wszystkich analizowanych latach plasuje się zawsze na pierwszym miejscu. Jednak porównanie wskaźników procentowych z lat 2021 i 2020 (81,1%) wskazuje, iż jest on prawie o połowę mniejszy, jak również znacznie niższy niż w roku 2018 (67,2%) i 2019 (62,1%).

Tabela 11.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	67,2%	62,1%	81,1%	47,8%
Biuro podróży	10,2%	16,8%	3,8%	5,8%
Znajomi	7,7%	7,7%	5,7%	15,1%
Rodzina	5,5%	3,9%	7,5%	14,1%
Portal (biuro) internetowy(e)	1,3%	6,7%	0,0%	0,0%
Szkoła	3,8%	1,1%	0,0%	3,5%
Zakład pracy	2,6%	1,1%	1,9%	6,4%
Inna instytucja	1,3%	0,7%	0,0%	0,6%
Parafia (kościół)	0,4%	0,0%	0,0%	6,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Z kolei w roku 2021 ponad dwukrotnie częściej organizowano podróż ze znajomymi (15,1%) oraz z rodziną (14,1%), a także kilkakrotnie częściej korzystano z propozycji oferowanej przez zakład pracy

(6,4%) oraz kościoł (6,7%) niż miało to miejsce w latach ubiegłych (z tych opcji nie korzystano prawie w ogóle).

W roku 2021 goście z Wielkiej Brytanii rzadko korzystali także z oferty biur podróży (5,8%) ale w porównaniu do roku 2020 (3,8%) zauważalny jest niewielki wzrost w tej kategorii. Podobna sytuacja dotyczy turystyki szkolnej (3,5%), która w roku 2020 w ogóle nie była realizowana.

Pozostałe formy organizacji podróży praktycznie nie mają większego znaczenia ze względu na znikomą wielkość uzyskanych wskaźników procentowych.

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

Preferencje odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotyczące wyboru obiektów noclegowych nie ulegają zmianie. Najchętniej w 2021 r. korzystali oni z hoteli (51,5%) i z noclegów w apartamentach (33,1%). W związku z głównym celem przyjazdu często korzystano z noclegu u znajomych (28,7%) oraz rodziny (24,5%). Ponadto co dziesiąta badana osoba (11,70%) korzystała z noclegu w hostelu lub w domu wycieczkowym (8,40%), co bardzo istotnie różni się od wskaźników procentowych w latach 2018-2020. Widoczny jest tutaj znaczny wzrost zainteresowania analizowanymi kategoriami. Powyższa sytuacja wydaje się być uzasadniona zasobami finansowymi odwiedzających z Wielkiej Brytanii; co piąty respondent zadeklarował średni poziom własnych dochodów.

Tabela 11.1.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	52,2%	51,4%	54,0%	51,5%
Motel	1,8%	1,8%	0,0%	1,6%
Pensjonat	3,5%	6,2%	4,0%	5,8%
Dom wycieczkowy	3,5%	0,7%	0,0%	8,4%
Schronisko młodzieżowe	2,7%	0,0%	0,0%	3,3%
Obiekt agroturystyczny	0,9%	1,1%	2,0%	0,7%
Kemping lub pole namiotowe	1,8%	0,4%	0,0%	5,6%
Hostel	3,5%	5,4%	0,0%	11,7%
Apartament	11,5%	20,7%	14,0%	33,1%
Kwarta prywatna				1,2%
Zakład uzdrowiskowy	0,9%	0,0%	0,0%	2,3%
Ośrodek wczasowy	0,0%	0,7%	0,0%	2,8%
Schronisko górskie	-	-	-	0,7%
Dom Pielgrzyma	0,0%	0,4%	0,0%	3,5%
U rodziny	12,8%	5,4%	24,0%	24,5%
U znajomych	1,3%	3,6%	2,0%	28,7%
Własny dom/mieszkanie	1,8%	0,7%	0,0%	0,5%
Inny obiekt	1,8%	1,4%	0,0%	2,1%

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

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana w 2021 r. przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii nie odbiega od długości pobytu wskazywanej w ostatnich latach. Dominują pobyty w przedziale czasowym od 4-7 nocy (36,70%) oraz pobyty z 2-3 noclegami, z których skorzystało 27,00% badanych. Pomimo iż w omawianych kategoriach odwiedzających jest najwięcej (63,70%), to jednak w porównaniu do lat poprzednich uzyskane wskaźniki procentowe są nieco niższe.

Wynika to z faktu, iż odwiedzający z Wielkiej Brytanii, w przeciwieństwie do lat poprzednich realizowali w Małopolsce także pobyty krótkie z jednym noclegiem (20,50%) oraz jeden dzień bez noclegu (10,20%), co stanowi bardzo istotną różnicę w porównaniu do lat 2018-2020. W sumie jest to 30,7% badanych osób.

Pobyty bardzo krótkie do 3 godzin jak też pobyty długie (powyżej siedmiu noclegów) w roku 2021 nie były preferowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii, co może mieć związek z głównym celem podróży, którym często były odwiedziny rodziny i znajomych oraz większą liczbą respondentów prezentującą średnią sytuację finansową.

Tabela 11.1.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	8,4%	4,9%	0,0%	3,5%
1 dzień bez noclegu	6,2%	1,5%	6,3%	10,2%
1 noc	6,2%	4,5%	2,1%	20,5%
2-3 noce	30,2%	19,1%	20,8%	27,0%
4-7 nocy	34,7%	59,9%	45,8%	36,7%
8-14 nocy	10,7%	7,9%	16,7%	1,5%
15 i więcej nocy	3,6%	2,2%	8,3%	0,6%

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

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

O ile w roku 2020 podstawowym środkiem transportu, którym odwiedzający z Wielkiej Brytanii docierali do Małopolski był transport lotniczy (87%), to w roku 2021 dotyczyło to ponad co trzeciego odwiedzającego (33,90%). Uzupełnieniem powyższego środka transportu był samochód osobowy (32,90%), który w latach poprzednich wykorzystywano znacznie rzadziej, szczególnie w roku 2020, kiedy wskaźnik procentowy jest prawie trzykrotnie niższy.

Ciekawym zjawiskiem, które pojawiło się w bardzo dużym nasileniu w roku 2021, jest przyjazd do Małopolski pociągiem (14,20%) lub autobusem/mikrobusem linii regularnej (10,00%). W latach poprzednich analizowane środki transportu nie były prawie w ogóle wykorzystywane. Próbując wyjaśnić powyższą sytuację, można nawiązać tutaj do sytuacji finansowej odwiedzających z Wielkiej Brytanii; prawie co piąty respondent ocenił ją jako średnią, a omawiane środki transportu zaliczyć należy do raczej tanich.

W roku 2021 odwiedzający z Wielkiej Brytanii na podobnym poziomie jak w latach przed pandemią skorzystali z podróży autokarem turystycznym (7,70%), z wyjątkiem roku 2020 (0,0%), kiedy nie skorzystała z niego żadna osoba.

Tabela 11.1.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	35,2%	41,2%	35,8%	9,7%
Samolot tanich linii lotniczych	22,3%	32,4%	50,9%	24,2%
Samochód	24,5%	11,6%	9,4%	32,9%
Autokar turystyczny	7,7%	5,3%	0,0%	7,7%
Samolot czarterowy	3,4%	3,2%	0,0%	0,0%
Pociąg	0,9%	3,2%	1,9%	14,2%
Inny	1,7%	0,7%	0,0%	1,3%
Autobus/mikrobus linii regularnej	4,30%	2,50%	1,90%	10,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Wydatki odwiedzających z Wielkiej Brytanii

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

Odwiedzający z Wielkiej Brytanii (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 544 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Ale w porównaniu do roku 2020 ta kwota jest prawie o połowę mniejsza.

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

Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzającego jednodniowego z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w roku 2021 jest wyższa niż w roku 2020 i 2019 średnio o 114 zł.

Tabela 11.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	350	882	1114	544
Turyści	333	913	1233	573
Odwiedzający jednodniowi	500	267	245	370

Źródło: Opracowanie 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 11.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	683	663	52	75	360
Turyści	667	663	75	100	360
Odwiedzający jednodniowi	800	-	5	49	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

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

Tabela 11.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		427	258	76	143		443	923
Turyści		427	241	76	145		360	933
Odwiedzający jednodniowi		-	500	-	100		650	800
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		1136	588	144	231		499	1140
Turyści		1136	589	145	231		499	1183
Odwiedzający jednodniowi		-	515	20	-		-	175
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		788	334	162	200		301	1031
Turyści		788	344	162	200		301	1060
Odwiedzający jednodniowi		-	100	-	-		-	100
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	1035	392	361	67	175	214	225	725
Turyści	2000	392	367	70	181	212	211	759
Odwiedzający jednodniowi	70	-	310	53	131	250	310	505

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zadawane ankietowanym.

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

Sumy wydatkowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii (ogółem) podczas pobytu w regionie (1031 zł na osobę), w odróżnieniu od kwot wydatkowanych przed przyjazdem, były w 2020 roku niższe niż rok wcześniej (o 9,6%), choć wyższe niż w roku 2018 (o 11,7%), a ponadto wyższe niż średnia w 2020 roku dla wszystkich odwiedzających zagranicznych (o 41,4%). Turyści (1060 zł na osobę) wydatkowali o 10,4% mniej niż w 2019 roku, ale o 13,6% więcej niż w roku 2018 i o 31,5% więcej niż wyniosła średnia dla wszystkich turystów zagranicznych w 2020 roku. Z kolei odwiedzający jednodniowi (100 zł na osobę) przeznaczali na pobyt kwoty o 42,9% mniejsze niż w roku 2019 i aż 8-krotnie mniejsze niż w 2018 roku, a także o 14,5% mniejsze niż średnia dla wszystkich jednodniowych odwiedzających z zagranicy w 2020 roku.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2020 roku przez gości z Wielkiej Brytanii, trzeba stwierdzić, że analogicznie jak w roku poprzednim, najwyższe dotyczyły opłat za noclegi (788 zł na osobę), aczkolwiek były one mniejsze o 30,6% w stosunku do roku 2019 (choć okazały się o 84,5% wyższe niż w roku 2018). Drugie co do wysokości były kwoty przeznaczane na wyżywienie - średnio 334 zł na osobę, czyli o 43,2% mniej niż w roku ubiegłym, ale o 29,5% więcej niż w roku 2018. Na trzeciej pozycji uplasowały się tzw. inne wydatki (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - średnio 301 zł na osobę (o 39,7% mniej niż w roku poprzednim i o 32,1% mniej niż w 2018 roku). Kolejne były sumy wydatkowane na bilety wstępu do atrakcji - 200 zł na osobę, tj. o 13,4% mniej niż rok wcześniej, ale o 39,9% więcej niż w 2018 roku. Najmniej goście z Wielkiej Brytanii przeznaczali na lokalny transport (średnio 162 zł na osobę), aczkolwiek odnotowuje się systematyczny wzrost tego rodzaju wydatków - w 2020 roku wyniósł on 12,5% w stosunku do roku 2019 i o 113,2% w relacji do 2018 roku.

Należy zauważyć, że w 2020 roku jednodniowi odwiedzający z Wielkiej Brytanii ponosili wydatki tylko na wyżywienie (100 zł na osobę). Na dodatek ich wysokość była 5-krotnie niższa niż w latach ubiegłych. Jeśli natomiast chodzi o sumy wydatkowane przez turystów z Wielkiej Brytanii, to w roku 2020 w relacji do roku ubiegłego okazały się one niższe we wszystkich kategoriach (w stosunku do 2018 roku zmniejszyły się tylko kwoty przeznaczane na tzw. inne wydatki - o 16,4%).

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Wielkiej Brytanii w 2021 roku krążyło w Małopolsce ok. 231 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 31 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Wielkiej Brytanii w 2020 roku wyniosły więc ok. 263 mln zł.

Tabela 11.1.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021 (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Wielkiej Brytanii	231 400 000
Odwiedzający jednodniowi z Wielkiej Brytanii	31 500 000
Łącznie odwiedzający z Wielkiej Brytanii	262 900 000

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

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

W wynikach badań przeprowadzonych w 2021 roku na uwagę zasługuje fakt, że ponad 50% badanych nie miało żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski. Jest to poziom bardzo zbliżony do wyniku z roku ubiegłego. Można przyjąć, że osoby z Wielkiej Brytanii podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie globalnego zagrożenia epidemicznego generalnie nie odczuwają obaw związanych z podróżami do Polski (Małopolski). Wskaźnik NFS dla Brytyjczyków w 2021 roku wyniósł 69,3% co jest bardzo satysfakcjonującym wynikiem. Odbęto się to kosztem grupy osób bardzo lękliwych (pesymiści), która uzyskała w obecnym roku niespełna 8% udziałów. Oznacza to, że w podróż turystyczną do Małopolski wyruszyły osoby o niskim poziomie lęku i obaw o swoje życie, zdrowie i mienie. Można to wiązać z rekomendacją destynacji małopolskiej Brytyjczykom przez Polaków mieszkających i pracujących w Wielkiej Brytanii jako bezpiecznej i im przyjaznej. Zachodzi również możliwość, że część z respondentów z tego kierunku stanowi najnowsza Polonia, która wystąpiła w Wielkiej Brytanii o podwójne obywatelstwo.

Tabela 11.1.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

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

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 Alejskiak.

NFS 2021 Wielka Brytania OGÓŁEM = 69,3%.

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

Tabela 11.1.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

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

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

NPS 2021 Wielka Brytania OGÓŁEM = 64,6%.

Istotnym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytem w Małopolsce. W 2021 roku prawie 48% badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano prawie 45% deklaracji polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu Brytyjczyków zostały przez nich zrealizowane. Przy wskaźniku NPS równym prawie 65% można mówić na tym rynku o wyraźnym sukcesie destynacji małopolskiej.

Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Satysfakcja z pobytu w Małopolsce została wyrażona w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2021 roku aż 61,7% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze złożoną deklaracją, że - raczej tak - stanowi ≈90% odsetek (88,3%). Oznacza to, że Małopolska jako region turystyczny jest bardzo interesująca, więc dla respondentów kolejne wizyty mogą być równie atrakcyjne.

Tabela 11.1.18. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	35,4%	30,4%	44,2%	61,7%
Raczej tak	39,8%	36,8%	21,2%	26,6%
Nie wiem	19,5%	26,8%	28,8%	6,4%
Raczej nie	4,0%	5,4%	5,8%	3,2%
Na pewno nie	1,3%	0,7%	0,0%	2,1%
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.

11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z NIEMIEC W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU:
181 300 OSÓB, W TYM 162 300 TURYSTÓW**

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Niemiec

Odwiedzający Małopolskę w 2021 r. goście z Niemiec najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków (21,00%), rozrywkę (21,00%) oraz wypoczynek (15,30%). Uzyskana hierarchia celów jest nieco odmienna niż w roku 2020, kiedy dominowały cele biznesowe i wypoczynek. O ile w roku 2020 prawie co dziesiąty odwiedzający z Niemiec wypoczynek łączył z turystyką aktywną/kwalifikowaną, to w analizowanym roku nie zanotowano żadnej osoby w tej kategorii.

W roku 2021 (podobnie jak w grupie odwiedzających z Wielkiej Brytanii) uwidocznił się nowy profil odwiedzającego z Niemiec, tzw. „turysta rozrywkowy”, którego pobyt łączył się z odwiedzaniem klubów, dyskotek, pubów. W latach poprzednich (2018-2020) powyższy cel przyjazdu dotyczył niewielkiego odsetka odwiedzających.

Tabela 11.2.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021
Zwiedzanie zabytków	25,9%	27,5%	7,3%	21,0%
Wypoczynek	11,6%	18,4%	23,6%	15,3%
Sprawy służbowe (biznes)	9,5%	10,1%	29,1%	3,7%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	4,2%	8,7%	9,1%	0,0%
Edukacja	5,3%	6,8%	0,0%	2,9%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	7,4%	3,4%	5,5%	4,5%
Odwiedziny krewnych	3,2%	6,8%	10,9%	7,0%
Cel zdrowotny	4,2%	3,9%	0,0%	1,2%
Udział w konferencji, kongresie	4,8%	2,4%	0,0%	1,6%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,1%	4,3%	1,8%	21,0%
Firmowy wyjazd integracyjny	4,2%	1,4%	0,0%	0,8%
Udział w szkoleniu	3,2%	1,4%	0,0%	0,8%
Odwiedziny znajomych	3,2%	1,4%	1,8%	6,6%
Udział w wydarzeniu	2,1%	1,4%	0,0%	0,0%
Poznanie walorów przyrody	3,2%	0,0%	0,0%	2,9%
Cel religijny	2,1%	1,0%	0,0%	7,0%
Tranzyt	1,1%	0,5%	9,1%	1,2%
Udział w imprezie kulturalnej	1,1%	0,5%	0,0%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Zakupy	0,5%	0,0%	0,0%	2,1%
Inny cel	0,0%	0,0%	1,8%	0,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Dla niezbyt dużej grupy odwiedzających głównym celem przyjazdu do Małopolski były odwiedziny krewnych (7%) i znajomych (6,60%) oraz cel religijny (7%). Odnosząc otrzymane wskaźniki procentowe do lat poprzednich, warto zauważyć znaczny wzrost zainteresowania celami religijnymi, bowiem w roku 2020 nie realizował ich żaden odwiedzający, a w latach 2018-2019 odsetek takich osób był znikomy (2,1%-1%). Podobna sytuacja dotyczy odwiedzin znajomych.

O ile w roku 2020 dla co dziesiątego respondenta, celem przyjazdu do Małopolski był tranzyt, to w roku 2021 odsetek takich osób jest znikomy (1,2%), czyli porównywalny do lat sprzed pandemii (2018-2019). Z powyższego wynikałoby, iż dla większości odwiedzających Małopolska była jednak destynacją docelową, a nie chwilowym przystankiem w podróży, co z punktu widzenia obsługi ruchu turystycznego jest ważną informacją.

Pozostałe cele podróży (przedstawione w tabeli), w roku 2021 zadeklarowała znikoma grupa respondentów lub wręcz nikt tych celów nie realizował. Należą do nich sprawy służbowe (biznes), edukacja, poznanie walorów przyrody, zakupy, udział w konferencji, kongresie, cel zdrowotny, tranzyt, firmowy wyjazd integracyjny, udział w szkoleniu, turystyka aktywna (kwalifikowana), udział w wydarzeniu, udział w imprezie kulturalnej, korzystanie z usług medycznych.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Niemiec

Wiek odwiedzających z Niemiec

Z analiz wynika, iż większość odwiedzających z Niemiec (48,10%), którzy przyjechali do Małopolski w roku 2021 to osoby dorosłe, w tym co czwarty respondent mieści się w przedziale 30-44 lata (25,7%), a prawie co piąty w przedziale 45-60 r.ż. (22,4%). Następną liczną grupę, która w roku 2021 przyjechała do Małopolski, stanowią osoby pow. 60 r.ż. W tej grupie wiekowej znajduje się co trzeci respondent (29,5%). Powyższy wskaźnik procentowy znacznie odbiega od lat poprzednich, bowiem w żadnym analizowanym roku nie przyjechało aż tak dużo seniorów z Niemiec.

Jak można zauważyć, wiek respondentów jest bardzo zróżnicowany, z czego wynika, że praktycznie każda grupa wiekowa w roku 2021 dość licznie odwiedziła Małopolskę. Wyjątek stanowią osoby do 19 roku życia, czyli młodzież w wieku szkolnym, którzy w całej strukturze odwiedzających stanowili zaledwie 5%.

Tabela 11.2.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec

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

Płeć odwiedzających z Niemiec

Podobnie jak w latach poprzednich w roku 2021 Małopolskę odwiedziła mniejsza liczba kobiet (42,7%) niż mężczyzn (57,3%). Uzyskany rozkład wskaźników procentowych jest podobny jak w latach poprzednich.

Tabela 11.2.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	44,0%	41,7%	44,6%	42,7%
Mężczyzna	56,0%	58,3%	55,4%	57,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Wykształcenie odwiedzających z Niemiec

Istotny związek z rozwojem turystyki ma wykształcenie odwiedzających. Powszechnie wiadomo, iż wraz ze wzrostem wykształcenia wzrasta świadomość społeczna i turystyczna, a tym samym częstotliwość wyjazdów oraz suma pieniędzy przeznaczonych na wypoczynek. Z przeprowadzonych badań wynika, iż zarówno w roku 2021, jak również w latach poprzednich większość odwiedzających z Niemiec posiadała wykształcenie wyższe (50,0%) oraz średnie (39,6%). Porównując jednak ten czynnik w analizowanym roku do lat poprzednich (2018-2020), można zauważyć, iż do Małopolski przyjechało znacznie więcej osób z wykształceniem średnim, a znacznie mniej z wykształceniem wyższym. Znaczną różnicą w stosunku do roku 2019-2020 jest także fakt, iż prawie co dziesiąty respondent zadeklarował, iż posiada wykształcenie na poziomie podstawowym. W latach poprzednich takich osób w ogóle nie było, co dotyczy roku 2020, albo stanowiły bardzo niewielki odsetek, tak jak w roku 2019 (3,9%). Otrzymany wskaźnik procentowy w roku 2021 jest porównywalny z rokiem 2018. Może to sugerować postępujące zmiany w profilu odwiedzającego Małopolskę, którzy przyjeżdżają z Niemiec, a tym samym jego potrzeby.

Tabela 11.2.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec

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

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

Status materialny odwiedzających z Niemiec

Poziom wykształcenia odwiedzających z Niemiec ma związek z sytuacją finansową respondentów. Porównując sytuację majątkową w roku 2021 do lat poprzednich, okazuje się, że w dalszym ciągu co czwarty odwiedzający Małopolskę Niemiec deklaruje, iż posiada bardzo dobry (24,2%) albo dobry (44,6%) status majątkowy, co stanowi łącznie 68,80% respondentów. Jednak w stosunku do lat poprzednich grupa ta jest znacznie mniejsza.

Dość istotną różnicą, jaką zauważono w roku 2021, jest fakt, iż w porównaniu do lat poprzednich (2018-2020) znacznie więcej odwiedzających, bo prawie co trzeci (28,3%), zadeklarowało, iż sytuacja finansowa prezentuje poziom średni.

Ponadto nieznacznie zwiększyła się grupa, która uznała swój status materialny jako zły.

Z powyższych analiz wynika, że jeśli chodzi o zasobność portfela, to w roku 2021 w porównaniu do lat poprzednich, Małopolskę odwiedziło więcej osób z Niemiec (ale także z Wielkiej Brytanii), których status finansowy jest niższy niż w latach poprzednich, co może sugerować, iż korzystają oni raczej z taniej turystyki (tanich noclegów, środków transportu itp.).

Jednak w dalszym ciągu większość odwiedzających to osoby wykształcone, których status materialny jest dobry.

Tabela 11.2.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec

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

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

Porównując zmiany zachodzące w kategorii „towarzysze podróży”, można zauważyć, iż najwięcej odwiedzających z Niemiec przyjechało do Małopolski w roku 2021 z przyjaciółmi (35,4%) i jest to grupa znacznie większa niż w latach poprzednich. Podobnie jak w latach 2018-2020 prawie co czwarty respondent (23,3%) podróżował z rodziną, ale w roku 2021 liczba tych osób jest prawie o połowę mniejsza, z czego wynika, że w analizowanym roku turystyka rodzinna cieszyła się znacznie mniejszą popularnością.

Podobna liczebnie grupa przyjechała do Małopolski wraz ze zorganizowaną grupą (22,1%). W analizowanej kategorii widoczne są w latach 2018-2021 niewielkie wahania wskaźników procentowych. Jednakże z punktu widzenia analiz statystycznych niezbyt istotne.

Wyjątkowo liczna grupa Niemców w 2021 roku przyjechała do Małopolski samotnie i dotyczy to co piątego respondenta (19,2%). Porównanie uzyskanego wskaźnika procentowego z latami poprzednimi wskazuje, że jest on prawie dwukrotnie większy.

Biorąc pod uwagę wiek respondentów, dochody, wykształcenie, można zauważyć, iż w roku 2021 odwiedzający z Niemiec to osoby z wykształceniem wyższym i średnim, których status materialny jest dość dobry, są to osoby w większości w średnim wieku lub seniorzy. Jednakże pojawiła się także grupa (prawie co dziesiąty respondent) z mniej zasobnym portfelem oraz wykształceniem podstawowym.

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

Tabela 11.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021
Rodzina	38,8%	47,8%	44,8%	23,3%
Grupa zorganizowana	27,3%	20,2%	19,0%	22,1%
Przyjaciele	19,1%	19,7%	25,9%	35,4%
Nikt (podróżuję sam)	10,4%	7,4%	8,6%	19,2%
Rodzina i przyjaciele	4,4%	4,9%	1,7%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

W kontekście turystyki rodzinnej należy uwzględnić także **liczbę dzieci**, które podróżują z dorosłymi członkami rodziny. Jak wynika z badań, rodziny najczęściej podróżowały z jednym (52,6%) lub dwójką (36,8%) dzieci, co stanowi odwrotny trend niż w roku 2020. Podobnie jak w latach poprzednich nieliczni przyjechali do Małopolski z trójką (5,3%) lub z czwórką dzieci (5,3%).

Tabela 11.2.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
0	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%
1	28,6%	66,7%	20,0%	52,6%
2	42,9%	23,3%	60,0%	36,8%
3	28,6%	3,3%	0,0%	5,3%
4	0,0%	3,3%	20,0%	5,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Dla kreowania oferty i promocji regionu wiedza na temat podróżowania rodzin z dziećmi lub rodzin bez dzieci stanowi bardzo ważną informację, gdyż o miejscu i sposobie wypoczynku decydują zupełnie inne kryteria. Dla rodzin z dziećmi oprócz walorów przyrodniczych, ciszy i spokoju, istotne znaczenie ma bogata i ciekawa infrastruktura rekreacyjna regionu. Najczęściej wyjazd organizuje się w ten sposób, aby dostosować się do potrzeb dziecka i zrealizować je. Powszechnie bowiem wiadomo, że ich zadowolenie wynikające z różnorodnych możliwości organizacji czasu podczas wypoczynku jest często czynnikiem decydującym o tym, czy rodzina po raz kolejny wybiera to samo miejsce na swój wypoczynek oraz czy poleci region/miejsce (najczęściej w mediach społecznościowych) innym rodzinom z dziećmi.

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Niemiec

Podobnie jak w latach poprzednich zdecydowana większość turystów z Niemiec w roku 2021 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (38,70%). Jednakże analiza otrzymanego wskaźnika procentowego wskazuje, że jest on prawie o połowę mniejszy niż w latach poprzednich. Badania ukazują, że w roku 2021 Niemcy wykorzystywali bardzo różnorodne możliwości przyjazdu do Małopolski. Tak więc prawie co piątemu wyjazd zorganizowała rodzina (19,80%), mniej

więcej co dziesiątemu znajomi (11,90%) lub parafia (9,50%). W porównaniu do lat poprzednich różnice w otrzymanych wskaźnikach procentowych są bardzo znaczące, co szczególnie dotyczy trzech ostatnich kategorii, takich jak rodzina, znajomi, kościół, które w latach 2018-2020 prezentowały znikomy udział procentowy w organizacji wyjazdów do Małopolski.

Dla niezbyt dużej grupy osób organizatorem podróży do Małopolski w roku 2021 było biuro podróży (7,00%), z którego co roku korzysta podobna grupa osób oraz zakład pracy (7,40%), z którego najwięcej osób skorzystało w roku 2020.

Z pozostałych instytucji, takich jak szkoła, portal (biuro) internetowy(e) lub jeszcze inna instytucja korzystano sporadycznie lub w ogóle.

Tabela 11.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Niemiec

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	65,6%	64,7%	72,4%	38,7%
Szkoła	9,0%	8,7%	0,0%	2,5%
Biuro podróży	11,1%	6,3%	6,9%	7,0%
Zakład pracy	4,8%	7,2%	15,5%	7,4%
Rodzina	5,8%	5,8%	3,4%	19,8%
Znajomi	0,0%	3,9%	1,7%	11,9%
Portal (biuro) internetowy(e)	2,1%	1,4%	0,0%	0,0%
Parafia (kościół)	0,5%	1,4%	0,0%	9,5%
Inna instytucja	1,1%	0,5%	0,0%	3,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

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

Preferencje odwiedzających z Niemiec dotyczące wyboru obiektów noclegowych nie ulegają zmianie ponieważ w roku 2021 podobnie jak w latach poprzednich najchętniej korzystali oni z noclegów w hotelach (51,90%), a prawie co trzeci nocował w apartamentach (27,70%) podobnie jak w roku 2020, jednak prawie trzykrotnie częściej niż w roku 2018 i 2019.

Co czwarty respondent korzystał z noclegu u znajomych (25,70%) oraz u rodziny (24,20%) co ma istotny związek z głównym celem podróży omówionym powyżej.

Ze względu na zmniejszającą się zasobność portfela mniej więcej co dziesiąty odwiedzający z Niemiec skorzystał także z noclegów oferowanych przez hostel (14,20%) oraz dom wycieczkowy (9,00%). W latach poprzednich z tej formy noclegów Niemcy korzystali bardzo sporadycznie albo w ogóle.

Niezbyt liczna grupa nocowała w pensjonacie (7,70%) lub na kempingu lub polu namiotowym (6,00%) z czego w latach poprzednich nie korzystano prawie w ogóle.

W roku 2021 sporadycznie korzystano z noclegu oferowanego przez ośrodek wczasowy, dom pielgrzyma, couchsurfing, motel, schronisko młodzieżowe, zakład uzdrowiskowy, inny obiekt, obiekt agroturystyczny, schronisko górskie.

Tabela 11.2.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	54,1%	57,8%	31,4%	51,9%
Motel	1,1%	7,4%	2,0%	1,7%
Pensjonat	6,6%	2,5%	9,8%	7,7%
Dom wycieczkowy	0,0%	1,0%	0,0%	9,0%
Schronisko młodzieżowe	0,5%	2,5%	0,0%	1,7%
Obiekt agroturystyczny	2,2%	1,0%	2,0%	0,2%
Kemping lub pole namiotowe	7,1%	0,5%	0,0%	6,0%
Hostel	4,4%	5,4%	0,0%	14,2%
Apartament	7,1%	9,3%	25,5%	27,7%
Kwarta prywatna				2,2%
Korzystam z couchsurfing'u	0,0%	0,5%	2,0%	
Zakład uzdrowiskowy	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Ośrodek wczasowy	0,0%	0,0%	0,0%	3,5%
Schronisko górskie	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Dom Pielgrzyma	0,5%	0,0%	0,0%	2,5%
U rodziny	9,8%	9,3%	17,6%	24,2%
U znajomych	3,8%	2,5%	3,9%	25,7%
Własny dom/mieszkanie	2,2%	0,0%	0,0%	0,5%
Inny obiekt	0,5%	0,5%	5,9%	0,5%

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

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec

Analizując długość pobytu odwiedzających z Niemiec, można dostrzec, że w roku 2021 ponad połowa (54,30%) przyjechała do Małopolski na kilka dni. W tym, ponad co trzeci respondent (35%) przyjechał tutaj na dłuższy pobyt liczący 4-7 nocy, podobnie zresztą jak w latach poprzednich. Wyjątek stanowi rok 2019, w którym wskaźnik procentowy jest znacznie wyższy. Natomiast mniej niż co piąty (18,70%) skorzystał z 2-3 noclegów, jednakże analizując wyniki z lat 2018-2020, widać wyraźną tendencję spadkową w tej kategorii.

Równocześnie ponad co trzeci respondent skorzystał tylko z jednego noclegu (34,40%), podczas gdy w latach poprzednich takich osób było niewiele. Natomiast podobnie jak w latach poprzednich 7,20% badanych przyjechało do Małopolski na jeden dzień bez noclegu. Powyższa grupa stanowi 41,2% odwiedzających z Niemiec.

Pobyty dłuższe powyżej 7 dni oraz bardzo krótkie do 3 godzin realizowane były przez znikomą liczbę respondentów.

Tabela 11.2.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	2,2%	1,5%	1,8%	2,1%
1 dzień bez noclegu	5,5%	4,4%	10,5%	7,2%
1 noc	10,4%	4,9%	1,8%	34,4%
2-3 noce	30,2%	25,5%	22,8%	18,7%
4-7 nocy	40,7%	54,9%	40,4%	35,6%
8-14 nocy	7,7%	5,9%	19,3%	1,5%
15 i więcej nocy	3,3%	2,9%	3,5%	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 Alejsiak.

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski

Analizując środki transportu, z których najczęściej korzystali turyści z Niemiec, widać, że w 2021 roku 43,80% przyleciało do Małopolski samolotem, w tym mniej niż co trzeci tanimi liniami (27,00%) a 16,80% liniami tradycyjnymi. Wyniki zbieżne są ze wskaźnikami procentowymi z roku 2020 (52,70%) oraz 2018 (41,80%). W roku 2019 były znacznie niższe (26,90%).

Kolejnym istotnym środkiem transportu dla odwiedzających z Niemiec, podobnie jak w latach poprzednich, okazał się samochód (25,40%), z którego skorzystał co czwarty odwiedzający. Wyjątkiem jest rok 2019, kiedy to samochód cieszył się bardzo dużą popularnością i ponad połowa respondentów właśnie nim przyjechała do Małopolski.

Tabela 11.2.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski

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

Co dziesiąty odwiedzający z Niemiec (podobnie jak z Wielkiej Brytanii) przyjechał do Małopolski pociągiem (11,50%) oraz autobusem/mikrobusiem linii regularnej (10,70%). Wyniki znacznie różnią się od wskaźników procentowych w latach poprzednich, kiedy to korzystało z nich niewiele osób. Odnosząc się jednak do sytuacji finansowej odwiedzających Małopolskę Niemców, kiedy to znacznie większa grupa niż w latach poprzednich zadeklarowała średni poziom sytuacji finansowej oraz wykształcenie podstawowe, powyższy fakt wydaje się uzasadniony.

W roku 2021 niewielu odwiedzających z Niemiec przyjechało do Małopolski autokarem turystycznym (7,40%). W porównaniu do lat 2018-2019 wskaźnik procentowy jest prawie dwa razy mniejszy. Nie dotyczy to roku 2020 (0,00%), kiedy to nikt z tej możliwości nie skorzystał.

Wydatki odwiedzających z Niemiec

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

Odwiedzający z Niemiec (ogółem) średnio wydatkowali na pobyt w Małopolsce przed przyjazdem do regionu w 2021 roku średnie kwoty na poziomie 601 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to suma niższa o 116 zł (o 16,2%) w porównaniu do roku 2020 oraz wyższa o 33 zł (o 5,8%) niż w roku 2019 i o 224 zł (o 59,4%) niż w roku 2018.

Turyści z Niemiec w roku 2021 wydali przed wyjazdem kwotę niższą niż w latach 2019-2020, tj. 576 zł na osobę, ale w stosunku do roku 2018 wyższą o 193 zł (o ponad połowę).

W porównaniu do turystów, odwiedzający jednodniowi z Niemiec wydali w stosunku do nich znacznie wyższą średnią kwotę (950 zł na osobę) - o 374 zł. Ponadto średnia kwota wydatkowana przez nich była w roku 2021 znacznie wyższa w porównaniu do lat poprzednich: prawie 48-krotnie niż w roku 2020, 19-krotnie niż w roku 2019 oraz prawie 10-krotnie niż w roku 2018.

Tabela 11.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	377	568	717	601
Turyści	383	602	748	576
Odwiedzający jednodniowi	100	50	20	950

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę) okazuje się, że najwyższe kwoty wydawano na zakup produktu w biurze podróży (819 zł) oraz na noclegi (461 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup produktu w biurze podróży (średnio 950 zł na osobę).

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

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	819	461	-	85	-
Turyści	796	461	-	85	-
Odwiedzający jednodniowi	950	-	-	-	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

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

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Niemiec (ogółem) podczas pobytu w regionie (592 zł na osobę), w odróżnieniu od kwot wydatkowanych w poprzednich latach były wyższe niż w roku 2020 o 125zł, tj. 26,8%, natomiast niższe w roku 2019 (o 18,2%) oraz niż w roku 2018 (o 31,1%). Turyści wydatkowali 611 zł na osobę, czyli o 23,4% więcej niż w 2020 roku, ale o 19,9% mniej niż w roku 2019 oraz o 30,2% mniej niż w 2018. Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwoty większe (436 zł na osobę) niż we wszystkich analizowanych latach: w stosunku do roku 2020 prawie 10-krotnie, w relacji do roku 2019 ponad 3-krotnie oraz w odniesieniu do roku 2018 o 5,6%.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2021 roku przez gości z Niemiec trzeba stwierdzić, że analogicznie jak w roku poprzednim, najwyższe dotyczyły opłat za **noclegi** (311 zł na osobę), aczkolwiek były one o 1/2 niższe niż w roku 2020 czy 2018 oraz o niemal 2/3 niższe niż w roku 2019.

Drugie co do wysokości były kwoty przeznaczane na **wyżywienie** - średnio 277 zł na osobę. Były one wyższe w roku 2020 (o ponad 1/5) oraz w 2019 (o 6,5%), aczkolwiek nieznacznie niższe niż w roku 2018 (o 3,1%).

Na trzeciej pozycji znalazły się tzw. **inne wydatki** (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - średnio 226 zł na osobę i w porównaniu do wszystkich analizowanych lat była to kwota wyższa - o ponad 2/3 niż w roku 2020, o prawie 1/3 niż w 2019 roku oraz o 45,8% niż w 2018 roku.

Na kolejnej pozycji uplasowały się **wycieczki**, na które Niemcy wydali 189 zł. W roku 2021 uwzględniono je w badaniach po raz pierwszy.

Niewiele mniejsze kwoty wydatkowano na **bilety wstępu do atrakcji** - 164 zł na osobę. Porównując średnie wydatki na ten cel do lat poprzednich, można zauważyć, iż w stosunku do roku 2020 była to kwota niższa o 4,1%, ale wyższa w stosunku do roku 2019 o 1,2% oraz do roku 2018 o 39,0%. Tak więc w ostatnich trzech latach odwiedzający z Niemiec przeznaczali na małopolskie atrakcje podobne kwoty.

Najmniej goście z Niemiec wydawali w 2021 roku na **lokalny transport** (średnio 79 zł na osobę) i była to mniejsza kwota niż w każdym analizowanym roku: w stosunku do roku 2020 o 1/4, w relacji do roku 2019 o ponad 1/3 oraz w odniesieniu do roku 2018 o 46,3%.

Podobna struktura wydatków dotyczyła niemieckich turystów. Natomiast **odwiedzający jednodniowi** - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali w Małopolsce na wyżywienie (254 zł na osobę), wycieczki (238 zł na osobę), bilety wstępu do atrakcji (145 zł na osobę). Najmniejsze średnie kwoty przeznaczono na tzw. inne wydatki (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp. - 72 zł na osobę) oraz na lokalny transport (86 zł na osobę). Odwiedzający jednodniowi z Niemiec w roku 2021 w odróżnieniu od lat poprzednich korzystali z wszystkich możliwych opcji do wyboru, tj. wyżywienia, wycieczek, atrakcji turystycznych, lokalnego transportu, rozrywki, wyciągów, wypożyczalni sprzętu, kuligów itp., czego nie zauważono w latach poprzednich - w każdym analizowanym roku wydatkowali oni na wyżywienie, a w roku 2020 dodatkowo jeszcze na transport, natomiast w 2018 i 2019 roku - na bilety wstępu do atrakcji.

Tabela 11.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		635	286	147	118		155	859
Turyści		635	287	147	118		155	875
Odwiedzający jednodniowi		-	250	-	120		-	413
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		829	260	122	162		172	724
Turyści		829	264	122	149		172	763
Odwiedzający jednodniowi		-	63	-	1000		-	133
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		624	230	105	171		136	467
Turyści		624	244	109	171		136	495
Odwiedzający jednodniowi		-	35	30	-		-	45
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	-	311	277	79	164	189	226	592
Turyści	-	311	280	78	167	184	264	611
Odwiedzający jednodniowi	-		254	86	145	238	72	436

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Niemiec w 2021 roku w Małopolsce krążyło ok. 193 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu narodowego - ok. 26 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdem gości z Niemiec w 2021 roku wyniosły więc ok. 219 mln zł.

Tabela 11.2.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Niemiec	192 600 000
Odwiedzający jednodniowi z Niemiec	26 300 000
Łącznie odwiedzający z Niemiec	218 900 000

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

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

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

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-20 = ≈50%; a w kolejnym roku pandemicznym 2021 obarczonym ryzykiem zdrowotnym ≈50%), czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Tabela 11.2.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec

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

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

NFS 2021 Niemcy OGÓŁEM = 73,6%.

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

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

Jak można zauważyć, 43,2% odwiedzających z Niemiec w roku 2021, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. A grupa „promotorów” uzyskała bardzo satysfakcjonujący wynik: ≈75% (74,3%).

Tabela 11.2.17. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

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

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.

NPS 2021 Niemcy OGÓŁEM = 71,0%.

Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Odwiedzających z Niemiec zapytano o deklarację ponownego przyjazdu do Małopolski, pomimo że ich pobyt odbywał się w trudnej sytuacji epidemicznej. Z opinii większości respondentów (80%) wynika, że: przyjadą na pewno (40%) lub raczej tak (40%). Warto zauważyć, iż powyższe wyniki są lepsze w 2021 roku, jednak zbliżone są do wyników z lat poprzednich: na pewno - 23,2%, 27,2% i 25,6% oraz raczej tak - 30,4%, 41,7% i 36,1%. Porównując jednak rok 2021 w powyższych kategoriach do średniej z lat poprzednich, widoczny jest wzrost zainteresowania ponownym przyjazdem do Małopolski.

Tabela 11.2.18. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

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

O wiele niższa liczebnie grupa (12,5%) niż w 2020 (41,1%) roku, zadeklarowała, że nie wie, czy ponownie przyjedzie do Małopolski.

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

11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z FRANCJI W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU:
167 500 OSÓB, W TYM 144 100 TURYSTÓW**

Cele przyjazdu odwiedzających z Francji

Odwiedzający Małopolskę goście z Francji objęci badaniami w 2021 roku najczęściej jako główny cel przyjazdu (podobnie jak odwiedzający z Wielkiej Brytanii oraz Niemiec) wskazywali zwiedzanie zabytków (31,30%), rozrywkę (kluby, dyskoteki, puby) (17,20%), wypoczynek (16,30%), co w analizowanym roku ma znacznie większe znaczenie niż w roku 2020.

W roku 2021 (podobnie jak w grupie odwiedzających z Wielkiej Brytanii i Niemiec) uwidocznił się nowy profil odwiedzającego z Francji tzw. „turysta rozrywkowy”, którego pobyt łączył się z odwiedzaniem klubów, dyskotek, pubów. W latach poprzednich (2018-2020) powyższy cel przyjazdu do Małopolski dotyczył niewielkiego odsetka odwiedzających.

Tabela 11.3.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021
Zwiedzanie zabytków	25,9%	45,2%	25,0%	31,3%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	7,4%	3,5%	0,0%	17,2%
Wypoczynek	13,0%	19,1%	10,7%	16,3%
Cel religijny	1,9%	0,9%	0,0%	9,1%
Owiedziny znajomych	9,3%	2,6%	14,3%	7,1%
Owiedziny krewnych	10,2%	3,5%	28,6%	4,0%
Owiedziny miejsc rodzinnych	9,3%	2,6%	3,6%	3,0%
Cel zdrowotny	4,6%	0,0%	0,0%	2,0%
Tranzyt	0,0%	0,0%	10,7%	2,0%
Edukacja	3,7%	3,5%	0,0%	1,5%
Sprawy służbowe (biznes)	0,0%	7,0%	3,6%	1,5%
Zakupy	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Poznanie walorów przyrody	5,6%	0,0%	0,0%	1,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Udział w konferencji, kongresie	0,0%	2,6%	0,0%	0,5%
Udział w imprezie kulturalnej	0,0%	1,7%	0,0%	0,5%
Udział w szkoleniu	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	7,4%	7,8%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%
Inny cel	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Ciekawym zjawiskiem w grupie odwiedzających z Francji jest fakt, iż prawie co dziesiąta badana osoba (9,10%) zadeklarowała cel religijny. W przypadku tej właśnie grupy respondentów jest to zjawisko nowe, bowiem do chwili obecnej dotyczyło ono znikomego odsetka badanych osób.

Dla nielicznych (7,10%) w 2021 roku głównym celem przyjazdu do Małopolski były odwiedziny znajomych. W porównaniu do roku 2020 i 2018 cel ten był znacznie częściej preferowany.

Znikome znaczenie miały takie cele jak odwiedziny krewnych, odwiedziny miejsc rodzinnych, cel zdrowotny, tranzyt, edukacja, sprawy służbowe (biznes), zakupy, poznanie walorów przyrody, korzystanie z usług medycznych, udział w konferencji, kongresie, udział w imprezie kulturalnej, udział w szkoleniu. Nikt nie był zainteresowany turystyką aktywną (kwalifikowaną), udziałem w imprezie sportowej, czy jeszcze innym celem przyjazdu.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Francji

Wiek odwiedzających z Francji

Z analiz wynika, iż większość odwiedzających z Francji (49,60%), którzy przyjechali do Małopolski w roku 2021, to osoby dorosłe, w tym co czwarty respondent mieści się w przedziale 30-44 lata (26,80%), a więcej niż co piąty w przedziale 45-60 r.ż. (22,80%).

Następną liczną grupą, która w roku 2021 przyjechała do Małopolski, są osoby pow. 60 r.ż. W tej grupie wiekowej znajduje się co trzeci respondent (31,80%). Powyższy wynik znacznie odbiega od lat poprzednich, bowiem w żadnym analizowanym roku nie przyjechało do Małopolski tak dużo seniorów z Francji.

Jak można zauważyć, wiek respondentów jest bardzo zróżnicowany, z czego wynika, że praktycznie każda grupa wiekowa w roku 2021 dość licznie odwiedziła Małopolskę. Nie dotyczy to osób do 19 roku życia, czyli młodzieży w wieku szkolnym, których do Małopolski przyjechało tylko 4%. Jednakże analizując lata 2018-2021, turystyka dzieci i młodzieży jest niszową formą turystyki Francuzów do Małopolski.

Tabela 11.3.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Do 19 lat	0,0%	5,2%	0,0%	4,0%
20-29 lat	25,0%	27,6%	51,6%	14,6%
30-44 lat	20,2%	34,5%	19,4%	26,8%
45-60 lat	29,8%	24,1%	16,1%	22,8%
Powyżej 60 lat	25,0%	8,6%	12,9%	31,8%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Płeć odwiedzających z Francji

Analizując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z uwzględnieniem płci respondentów, można zauważyć, że Francuzów reprezentowało w 2021 r. więcej mężczyzn (51,80%) niż kobiet (48,2%), co stanowi odzwierciedlenie całościowych wyników dotyczących odwiedzających Małopolskę gości zagranicznych. Odchylenia w proporcji przyjazdów kobiet i mężczyzn w kolejnych latach badań wskazują, że region jest równie atrakcyjny dla obu płci. Jedynie w 2018 r. te proporcje zostały zachwiane, co mogło być wynikiem błędu statystycznego.

Tabela 11.3.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	70,2%	48,7%	54,8%	48,2%
Mężczyzna	29,8%	51,3%	45,2%	51,8%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Wykształcenie odwiedzających z Francji

Z przeprowadzonych badań wynika, iż zarówno w roku 2021, jak również w latach poprzednich większość odwiedzających z Francji posiadała wykształcenie wyższe (47,2%) oraz średnie (34,9%). Porównując jednak ten czynnik w analizowanym roku do lat poprzednich (2018-2020) można zauważyć, iż do Małopolski przyjechało znacznie więcej osób z wykształceniem średnim a znacznie mniej z wykształceniem wyższym.

Ponadto, co jest nowym zjawiskiem, 15,9% badanych osób prezentowało wykształcenie podstawowe, czego praktycznie nie odnotowano w latach poprzednich.

Tabela 11.3.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji

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

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

Status materialny odwiedzających z Francji

Poziom wykształcenia odwiedzających z Francji pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. Wśród badanych w 2021 r. większość, bo 66,20% uznała, że ich status majątkowy jest dobry (45,5%) lub bardzo dobry (20,7%). Dość istotną różnicą, jaką zauważono w roku 2021 jest fakt, iż w porównaniu do lat poprzednich (2018-2020) znacznie więcej odwiedzających, bo prawie co trzeci (29,8%), zadeklarowało, iż sytuacja finansowa prezentuje poziom średni.

Ponadto nieznacznie zwiększyła się grupa, która oceniła swój status materialny jako zły.

Z powyższych analiz wynika, że jeśli chodzi o zasobność portfela, to w roku 2021 w porównaniu do lat poprzednich, Małopolskę odwiedziło więcej osób z Francji (ale także z Niemiec i Wielkiej Brytanii), których status finansowy jest niższy niż w latach poprzednich. Jednak w dalszym ciągu większość to osoby wykształcone, których status materialny jest w większości dobry.

Tabela 11.3.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji

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

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

Analizując kategorię „towarzysze podróży”, można zauważyć, iż najwięcej odwiedzających z Francji przyjechało do Małopolski w roku 2021 z przyjaciółmi (36,40%), ale jest to grupa znacznie mniejsza niż w latach poprzednich prawie o 10 p.p.

Mniej niż co czwarty Francuz (23,70%) przyjechał do Małopolski ze zorganizowaną grupą, jednak tutaj również uzyskany wskaźnik procentowy w roku 2021 jest niższy niż w latach poprzednich, z czego wynika, że liczba osób korzystająca z tej formy organizacji turystyki jest mniejsza niż w latach poprzednich.

Znacznie większe znaczenie w organizacji przyjazdów w roku 2021 ma rodzina (20,70%) oraz samotne podróżowanie (19,20%), co preferował co piąty badany Francuz. W porównaniu do lat poprzednich jest to zmiana bardzo wyraźna, gdyż w latach 2018-2020 była preferowana przez niewielki odsetek respondentów.

Tabela 11.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021
Przyjaciele	54,0%	38,4%	45,2%	36,4%
Grupa zorganizowana	24,0%	32,1%	35,5%	23,7%
Rodzina i przyjaciele	12,0%	17,0%	12,9%	0,0%
Nikt (podróżuję sam)	6,0%	8,0%	3,2%	19,2%
Rodzina	4,0%	4,5%	3,2%	20,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Francji

W podróżach rodzinnych turystów przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Uzyskane informacje pozwalają na stwierdzenie, że atrakcje regionu spełniają oczekiwania związane z wypoczynkiem rodzinnym gości z Francji. Zdecydowanie dominowały rodziny z jednym dzieckiem (70%), rzadziej z dwójką (20%), bardzo rzadko z trójką dzieci (10%). Turystyka rodzinna to ważny segment rozwoju ruchu turystycznego w Małopolsce. Konieczne jest jednak dostosowanie odpowiedniej infrastruktury rekreacyjnej dla omawianej grupy odwiedzających.

Tabela 11.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
0	38,1%	0,0%	0,0%	0,0%
1	28,6%	42,9%	75,0%	70,0%
2	33,3%	50,0%	25,0%	20,0%
3	0,0%	7,1%	0,0%	10,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Francji

Podobnie jak w latach poprzednich większość turystów z Francji w roku 2021 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (31,30%). Jednakże analizując otrzymany wskaźnik procentowany, okazuje się, że jest on prawie o połowę mniejszy niż w latach poprzednich. Badania ukazują, że w roku 2021 Francuzi wykorzystywali bardzo różnorodne możliwości przyjazdu do Małopolski. Tak więc prawie co piątemu wyjazd zorganizowali znajomi (19,70%), albo rodzina (18,70%), a czasami nawet parafia (13,60%).

W porównaniu do lat poprzednich różnice w otrzymanych wskaźnikach procentowych są bardzo znaczące, co szczególnie dotyczy trzech ostatnich kategorii, takich jak rodzina, znajomi, kościół, które praktycznie w latach poprzednich prezentowały znikomy udział procentowy w organizacji wyjazdów do Małopolski.

Dla niezbyt dużej grupy osób organizatorem podróży do Małopolski w roku 2021 było biuro podróży (7,60%) oraz zakład pracy (5,60%). Uzyskane wskaźniki procentowe są zbliżone do lat poprzednich.

Z pozostałych instytucji, takich jak szkoła, portal (biuro) internetowy(e) lub jeszcze inna instytucja korzystano sporadycznie lub nie korzystano w ogóle.

Tabela 11.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	75,0%	67,6%	80,6%	31,3%
Rodzina	5,6%	7,2%	9,7%	18,7%
Biuro podróży	4,6%	6,3%	3,2%	7,6%
Znajomi	7,4%	2,7%	0,0%	19,7%
Portal (biuro) internetowy(e)	3,7%	4,5%	0,0%	0,0%
Zakład pracy	0,0%	8,1%	6,5%	5,6%
Szkoła	0,0%	3,6%	0,0%	2,5%
Parafia (kościół)	1,9%	0,0%	0,0%	13,6%
Inna instytucja	1,9%	0,0%	0,0%	1,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

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

Decyzje odwiedzających z Francji dotyczące wyboru obiektów noclegowych nie ulegają zmianie. W roku 2021 podobnie jak w roku poprzednim najchętniej korzystano z hoteli (43,30%) oraz z noclegu u rodziny (39,30%). Mniej więcej co trzeci respondent skorzystał z apartamentu (32,60%) lub z noclegu u znajomych (28,40%).

Analizując uzyskane wskaźniki procentowe, można zauważyć, iż coraz większe znaczenie dla przyjeżdżających do Małopolski Francuzów mają noclegi u znajomych, które praktycznie w latach poprzednich prawie w ogóle nie były preferowane. Natomiast od roku 2020 powyższa tendencja dotyczy także korzystania z noclegu u rodziny.

W poprzednich badanych latach nie korzystano także z noclegów w hostelach, w domach wycieczkowych oraz pensjonatach, natomiast, jak można zauważyć, w roku 2021 z tej formy noclegu skorzystał więcej niż co dziesiąty Francuz (13,50%; 12,40%; 10,70%). Średni status materialny, wykształcenie podstawowe, które prezentuje znaczna część przyjeżdżających do Małopolski Francuzów zmusza ich do zmian w sposobie organizacji wyjazdu turystycznego oraz pobytu w Małopolsce.

Tabela 11.3.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	48,1%	51,3%	50,0%	43,3%
Motel	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Pensjonat	5,7%	1,8%	0,0%	10,7%
Dom wycieczkowy	0,0%	0,0%	0,0%	12,4%
Schronisko młodzieżowe	1,9%	5,3%	0,0%	1,7%
Obiekt agroturystyczny	5,7%	2,7%	0,0%	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	3,8%	0,0%	0,0%	3,4%
Hostel	1,9%	0,9%	0,0%	13,5%
Apartament,	9,4%	30,1%	19,2%	32,6%
Kwatera prywatna				3,1%
Korzystam z couchsurfing'u	0,0%	0,9%	0,0%	
Zakład uzdrowiskowy	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
Ośrodek wczasowy	0,0%	0,9%	0,0%	1,1%
Schronisko górskie	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Dom Pielgrzyma	1,9%	0,0%	0,0%	5,1%
U rodziny	8,5%	5,3%	26,9%	39,3%
U znajomych	3,8%	0,9%	0,0%	28,4%
Własny dom/mieszkanie	3,8%	0,0%	3,8%	0,6%
Inny obiekt	5,7%	0,0%	0,0%	4,5%

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

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

Znikomy odsetek odwiedzających z Francji korzystał z noclegu w takich obiektach jak dom pielgrzyma, własny dom/mieszkanie, inny obiekt, kemping lub pole namiotowe, zakład uzdrowiskowy, schronisko

młodzieżowe, ośrodek wczasowy, motel, schronisko górskie. Nikt nie korzystał z obiektu agroturystycznego oraz z couchsurfing'u.

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji

Analizując długość pobytu odwiedzających z Francji, okazuje się, że w roku 2021 ponad połowa odwiedzających (62,10%) przyjechała do Małopolski na kilka dni. W tym 40,60% realizuje 2-3 noce, a co czwarty (21,50%) przyjechał na nieco dłużej, korzystając z 4-7 noclegów. Odwrotnie jak w latach poprzednich, gdzie z dłuższych pobytów korzystało więcej osób, a z krótszych mniej.

Nową tendencją jest fakt, iż mniej niż co piąty odwiedzający z Francji (21,50%) skorzystał tylko z jednej nocy odwiedzając Małopolskę, czego prawie nie zanotowano w latach poprzednich, kiedy znikoma grupa osób przebywała tutaj na tak krótko. Jednak o połowę mniejsza grupa w ogóle nie korzystała z noclegu (9,50%) i przyjechała do Małopolski tylko na jeden dzień.

Wyjazdy długie powyżej 7 dni oraz bardzo krótkie w prawie wszystkich analizowanych latach nie są istotne statystycznie. Wyjątek stanowią długie pobyty w latach 2019-2020, w których respondenci realizowali 8-14 nocy (14,40%; 14,30%).

Tabela 11.3.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	5,8%	2,7%	0,0%	2,7%
1 dzień bez noclegu	3,9%	3,6%	10,7%	9,5%
1 noc	5,8%	2,7%	0,0%	23,2%
2-3 noce	29,1%	18,0%	32,1%	40,6%
4-7 nocy	40,8%	56,8%	42,9%	21,5%
8-14 nocy	8,7%	14,4%	14,3%	2,5%
15 i więcej nocy	5,8%	1,8%	0,0%	0,0%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski

Analizując środki transportu, z których najczęściej korzystali turyści z Francji, okazuje się, że w 2021 roku 43,00% przyleciało do Małopolski samolotem, w tym mniej niż co trzeci tradycyjnymi liniami (27,30%) a 15,70% tanimi liniami. Wyniki nie są zupełnie zbieżne ze wskaźnikami procentowymi z roku: 2020 (83,90%), 2019 (79,20%) oraz 2018 (47,10%).

Kolejnym istotnym środkiem transportu dla odwiedzających z Francji, podobnie jak w latach poprzednich, okazał się samochód (21,70%), z którego skorzystał co czwarty odwiedzający. Wyjątkiem jest rok 2020, kiedy tylko 6,50% respondentów skorzystało z omawianego środka transportu.

Aż 17,70% odwiedzających z Francji (podobnie jak z Niemiec i Wielkiej Brytanii) przyjechało do Małopolski pociągiem (17,70%) oraz autobusem/mikrobusem linii regularnej (10,10%). Wyniki znacznie różnią się od wskaźników procentowych w latach poprzednich, kiedy z omawianych środków transportu korzystało bardzo niewiele osób. Wyjątek stanowi rok 2020, w którym podobnie jak w roku 2021, co dziesiąta osoba przybyła do Małopolski autobusem/mikrobusem linii regularnej.

Odnosząc powyższe wyniki do oceny własnej sytuacji finansowej respondentów deklarowanej jako średnia oraz znacznej grupy osób prezentującej podstawowy poziom wykształcenia, powyższy fakt wydaje się uzasadniony.

W roku 2021 bardzo niewielu odwiedzających z Francji przyjechało do Małopolski autokarem turystycznym (7,60%), ale w porównaniu do lat poprzednich, szczególnie 2019-2020 widoczny jest zdecydowany wzrost zainteresowania powyższym środkiem transportu. Nie dotyczy to roku 2020 (0,00%), kiedy z tej możliwości nie skorzystał nikt.

Tabela 11.3.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Samolot tanich linii lotniczych	31,1%	36,9%	71,0%	15,7%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	16,0%	42,3%	12,9%	27,3%
Samochód	28,3%	15,3%	6,5%	21,7%
Autokar turystyczny	9,4%	0,9%	0,0%	7,6%
Inny	9,4%	0,9%	0,0%	0,0%
Pociąg	3,8%	1,8%	0,0%	17,7%
Autobus/mikrobus linii regularnej	1,9%	1,8%	9,7%	10,1%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Wydatki odwiedzających z Francji

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

Odwiedzający z Francji (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie średnią kwotę w wysokości 520 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to suma niższa niż we wszystkich analizowanych latach: o 33 zł (6%) niż w roku 2020, o 274 zł (34,55%) niż w roku 2019 oraz o 145 zł (21,8%) niż w roku 2018.

Powyższa sytuacja dotyczy także turystów z Francji, którzy w roku 2021 wydali znacznie niższe średnie kwoty przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) niż w latach poprzednich: o 31 zł (5,4%) niż w 2020 roku, o 28 zł (33,9%) niż w 2019 roku oraz o 24 zł (4,2%) niż w 2018 roku. Jak można zauważyć różnice nie są zbyt wysokie, z czego wynikałoby, iż wysokość średnich kwot wydatkowanych przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Francji (w zł na osobę) utrzymuje się mniej więcej na zbliżonym poziomie.

W porównaniu do turystów odwiedzający jednodniowi z Francji w roku 2021 wydali na osobę średnio 321 zł (czyli mniej o 227 zł). W odniesieniu do roku 2020 jest to kwota wyższa o 51 zł (18,9%), ale niższa niż w roku 2018 aż o 1129 zł (77,9%).

Tabela 11.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	665	794	553	520
Turyści	572	829	579	548
Odwiedzający jednodniowi	1450	-	270	321

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku, okazuje się, że najwyższe kwoty wydawano na noclegi (610 zł na osobę) i na zakup produktu w biurze podróży (526 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup produktu w biurze podróży (447 zł na osobę). Na dodatek, były to jedyne wydatki francuskich odwiedzających jednodniowych ponoszone przed przyjazdem do regionu.

Tabela 11.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	526	610	200	100	-
Turyści	549	610	200	100	-
Odwiedzający jednodniowi	447	-	-	-	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

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

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Francji (ogółem) podczas pobytu w regionie - 751 zł na osobę - były znacznie wyższe niż w roku poprzednim o prawie 2/3, ale niższe niż w roku 2019 (o 14,5%) oraz niż w roku 2018 (o ponad 1/3).

Francuscy turyści w roku 2021 - 782 zł na osobę - wydatkowali o ponad 1/2 więcej niż w roku 2020, ale w stosunku do pozostałych lat przeznaczali podczas pobytu mniej - o 13,0% w stosunku do roku 2019 i o 30,7% w relacji do roku 2018.

Z kolei odwiedzający jednodniowi wydawali w Małopolsce w 2021 roku średnio 454 zł na osobę. Wydatek ten był o prawie 9,5-krotnie wyższy niż w roku 2020, ale niższy niż w roku 2019 (o prawie 1/3) oraz niż w roku 2018 (ponad 3-krotnie).

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2021 roku przez gości z Francji trzeba stwierdzić, że największe kwoty odwiedzający ogółem wydali na **wyżywienie** - średnio 358 zł na osobę. Była to kwota prawie 3-krotnie wyższa niż w poprzednim roku oraz o ponad 1/10 wyższa niż w 2019 roku, ale niższa niż w roku 2018 - o 15,4%.

Drugie co do wysokości kwoty były przeznaczane na opłatę za **noclegi** (310 zł na osobę), ale w roku 2021 były one najniższe z wszystkich analizowanych lat: w stosunku do roku poprzedniego o 16,2%, oraz o ponad połowę w relacji do lat 2019 i 2018.

Kolejne miejsce zajęły wydatki przeznaczone na **zakup produktu w biurze podróży** (300 zł na osobę) oraz **wycieczki**, na które turyści wydali 269 zł. Powyższe kategorie zostały w analizowanym roku przebadane po raz pierwszy, trudno więc odnieść się do lat poprzednich.

Tabela 11.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		736	423	117	118		195	1154
Turyści		736	413	117	122		213	1129
Odwiedzający jednodniowi			550	-	20		25	1436
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		734	323	93	199		203	878
Turyści		734	310	95	192		203	899
Odwiedzający jednodniowi		-	750	15	500		-	672
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		370	122	57	108		100	461
Turyści		370	133	57	108		100	513
Odwiedzający jednodniowi		-	48	-	-		-	48
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	300	310	358	89	210	269	220	751
Turyści	300	310	377	89	212	268	228	782
Odwiedzający jednodniowi	-	-	132	89	183	290	100	454

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Na kolejnej pozycji znalazły się tzw. **inne wydatki** (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kuligi itp.) - średnio 220 zł na osobę. Porównując te wydatki do lat poprzednich, okazuje się, że jest to kwota najwyższa - w stosunku do roku poprzedniego ponad 2-krotnie, w relacji do 2019 roku o 8,4, a w odniesieniu do 2018 roku o 12,8%.

Nieco mniejsze sumy wydatkowane były na **bilety wstępu do atrakcji** - 210 zł na osobę. Była to kwota prawie 2-krotnie wyższa niż w roku poprzednim oraz roku 2018 oraz o 5,5% wyższa niż w roku 2019.

Najmniej goście z Francji przeznaczali na **lokalny transport** (średnio 89 zł na osobę) i była to wyższa kwota niż w roku 2020 o 56,1%, ale niższa niż w 2019 roku (o 4,3%) i niż w 2018 roku (o 23,9%). Jak można zauważyć wykorzystanie lokalnego transportu na przestrzeni analizowanych lat jest bardzo zróżnicowane.

Podobna struktura wydatków, którą omówiono powyżej, dotyczy także **turystów**. Natomiast **odwiedzający jednodniowi** - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali na wycieczki (290 zł na osobę), a następnie na: bilety wstępu do atrakcji (183 zł na osobę), wyżywienie (132 zł na osobę) i najniższe na lokalny transport (89 zł na osobę). Należy zauważyć, że w 2021 roku jednodniowi odwiedzający z Francji, w przeciwieństwie do lat poprzednich ponieśli w Małopolsce znacznie wyższe wydatki. W analizowanych latach głównym wydatkiem odwiedzających jednodniowych było zwykłe wyżywienie, a w latach 2018-2019 także kupno biletów wstępu do atrakcji. Wydatki związane z transportem zanotowano jedynie w roku 2019 i 2021.

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Francji w 2021 roku krążyło w Małopolsce ok. 192 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 18 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Francji w 2021 roku wyniosły więc ok. 210 mln zł.

Tabela 11.3.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Francji	191 700 000
Odwiedzający jednodniowi z Francji	18 100 000
łącznie odwiedzający z Francji	209 800 000

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

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

Wyniki badań przeprowadzonych w 2021 roku wykazują, że zerowy poziom obaw (0), tak wysoki w zeszłym roku 78,6% u osób udzielających odpowiedzi, że nie miało żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski, opadł do poziomu z wcześniejszych lat i wyniósł prawie 50% całości próby. Można przyjąć, że osoby podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie globalnego zagrożenia epidemiologicznego ponownie normalizują swoje odczucia związane z obawami ryzyka, jakie niosą podróże. Ponadto, goście z Francji, jeśli nie nocowali w hotelach i apartamentach, to najczęściej przyjeżdżali do swoich rodzin lub znajomych, co zapewne ogranicza obawy i lęki przed podróżą.

Tabela 11.3.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021
0	51,1%	45,2%	78,6%	49,2%
1	15,2%	24,0%	0,0%	30,2%
Σ OPTYMIŚCI	66,30%	69,20%	78,60%	79,40%
2	6,5%	7,7%	10,7%	9,5%
3	6,5%	5,8%	3,6%	2,0%
4	3,3%	1,0%	3,6%	0,5%
Σ REALIŚCI	16,30%	6,80%	17,90%	12,00%
5	6,5%	4,8%	0,0%	3,0%
6	2,2%	2,9%	0,0%	3,0%
7	0,0%	1,9%	3,6%	0,0%
8	4,3%	1,9%	0,0%	0,50%
9	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
10	4,3%	0,0%	0,0%	2,0%
Σ PESYMIŚCI	17,30%	16,30%	3,60%	8,50%
NFS	49,00%	52,90%	75,00%	70,90%

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

NFS 2021 Francja OGÓŁEM = 70,90%.

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

Tabela 11.3.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021
10	33,7%	26,5%	36,7%	41,4%
9	26,5%	35,4%	36,7%	31,3%
Σ PROMOTORZY	60,20%	61,90%	73,40%	72,70%
8	17,3%	18,6%	16,7%	15,7%
7	14,3%	8,8%	10,0%	6,6%
Σ PASYWNI	31,60%	27,40%	26,70%	22,30%
6	4,1%	3,5%	0,0%	4,5%
5	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%
4	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%
3	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%
0	0,0%	3,5%	0,0%	0,5%
Σ KRYTYCY	8,10%	10,60%	0,00%	5,00%
NPS	52,0%	51,3%	73,3%	67,7%

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.

NPS 2021 Francja OGÓŁEM = 67,7%.

Bardzo znaczącym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytem w Małopolsce. W 2021 r. podniósł się wynik z 36,7% na 41,4% dla grupy badanych osób, które nie miały żadnych wątpliwości, by stanowczo stwierdzić, że będą polecały przyjazdy do Małopolski. W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano ponad 53% (53,6%) deklarujących polecenie regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane.

Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Swoją satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Francji wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. Również w 2021 roku podobnie jak w 2020 roku (30%) ponad 33% (33,3%) respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze stwierdzeniem - raczej tak - stanowi prawie 70% (66,6%) badanych. Oznacza to, że region jest na tyle interesujący turystycznie, że kolejne wizyty także mogą być atrakcyjne dla odwiedzających. Pośród respondentów 20% badanych stwierdziło, że raczej nie przyjedzie ponownie, a 6,7% deklarowało, że na pewno nie wróci z wizytą. Najważniejszą grupę, na którą należy zwrócić uwagę, stanowią te osoby, które udzieliły odpowiedzi, że raczej nie przyjadą ponownie. Przedmiotem zainteresowania powinno być ustalenie, co zachęciłoby te osoby do ponownych odwiedzin Małopolski.

Tabela 11.3.18. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	28,4%	31,6%	30,0%	33,3%
Raczej tak	25,5%	31,6%	13,3%	33,3%
Nie wiem	39,2%	28,1%	50,0%	6,7%
Raczej nie	4,9%	7,0%	6,7%	20,0%
Na pewno nie	2,0%	1,8%	0,0%	6,7%
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.

11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HOLANDII

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z HOLANDII W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU: 129 900 OSÓB, W TYM 114 500 TURYSTÓW

Cele przyjazdu odwiedzających z Holandii

Odwiedzający Małopolskę goście z Holandii objęci badaniami w 2021 r. najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków (30,1%) i dotyczyło to co trzeciego badanego. Dla grupy o połowę mniejszej celem przyjazdu była z kolei rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) (15,3%) oraz wypoczynek (15,3%). Mniej niż co dziesiąty respondent (8%) przyjechał do Małopolski odwiedzić krewnych.

Bardzo niewielu przyjechało do Małopolski w celach religijnych (5,7%), aby odwiedzić znajomych (5,7%), lub miejsca rodzinne (5,1%), czy jako etap podróży do innej destynacji (tranzyt) (4%).

Sporadycznie realizowano takie cele przyjazdu jak edukacja, zakupy, poznanie walorów przyrody, turystyka aktywna (kwalifikowana), cel zdrowotny, udział w szkoleniu, sprawy służbowe (biznes), udział w imprezie kulturalnej, udział w wydarzeniu. A niektórzy odwiedzający z Holandii w ogóle nie byli zainteresowani, dotyczy to korzystania przez nich z usług medycznych, udziału w konferencji, kongresie, udziału w imprezie sportowej lub jeszcze inny cel.

Tabela 11.4.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Holandii

Główne cele podróży	2021
Zwiedzanie zabytków	30,1%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	15,3%
Wypoczynek	15,3%
Odwiedziny krewnych	8,0%
Cel religijny	5,7%
Odwiedziny znajomych	5,7%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	5,1%
Tranzyt	4,0%
Edukacja	1,7%
Zakupy	1,7%
Poznanie walorów przyrody	1,7%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	1,7%
Cel zdrowotny	1,1%
Udział w szkoleniu	1,1%
Sprawy służbowe (biznes)	0,6%
Udział w imprezie kulturalnej	0,6%
Udział w wydarzeniu	0,6%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%

Inny cel	0,0%
Suma końcowa	100,00%

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

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Holandii

Wiek odwiedzających z Holandii

Z analiz wynika, iż większość odwiedzających z Holandii, którzy przyjechali do Małopolski w roku 2021, to przede wszystkim seniorzy, czyli osoby powyżej 60 r.ż. i dotyczyło to co trzeciego respondenta (31,3%).

W pozostałych kategoriach wiekowych rozkład wskaźników procentowych jest podobny. Tak więc mniej więcej wiek co piątego respondenta mieści się w przedziale: 20-29 r.ż. (20,5%), 30-44 r.ż. (22,2%) oraz 45-60 r.ż. (22,2%).

Turystyka dzieci i młodzieży, czy turystyka szkolna nie cieszy się popularnością, gdyż odwiedzających w wieku poniżej 19 r.ż. zanotowano zaledwie 4%.

Tabela 11.4.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Holandii

Wiek odwiedzających	2021
Do 19 lat	4,0%
20-29 lat	20,5%
30-44 lat	22,2%
45-60 lat	22,2%
Powyżej 60 lat	31,3%
Suma końcowa	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Holandii

Analizując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z uwzględnieniem płci respondentów, można zauważyć, że Holendrów reprezentowało w 2021 r. więcej mężczyzn (56,5%) niż kobiet (43,5%), co stanowi odbicie całościowych wyników dotyczących odwiedzających Małopolskę gości zagranicznych.

Tabela 11.4.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Holandii

Płeć odwiedzających	2021
Kobieta	43,5%
Mężczyzna	56,5%
Suma końcowa	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Holandii

Z przeprowadzonych badań wynika, iż większość odwiedzających z Holandii w roku 2021 posiadała wykształcenie wyższe (51,2%) oraz średnie (38,2%). Co ciekawe, co dziesiąty respondent (10,6%) zadeklarował podstawowy poziom wykształcenia.

Tabela 11.4.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Holandii

Wykształcenie	2021
Wyższe	51,2%
Średnie	38,2%
Podstawowe	10,6%
Inne	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Holandii

Poziom wykształcenia odwiedzających z Holandii pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. Wśród badanych w 2021 r. aż 58,4% oceniło własną sytuację materialną na poziomie dobrym, co piąty (19,1%) na poziomie bardzo dobrym, co stanowi dwie trzecie (77,5%) odwiedzających z Holandii. Pozostali respondenci, czyli 22,0% uznało, że posiada średni status materialny. Bardzo znikoma grupa osób oceniła swój status materialny jako zły.

Tabela 11.4.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Holandii

Sytuacja finansowa odwiedzających	2021
Bardzo dobry	19,1%
Dobry	58,4%
Średni	22,0%
Zły	0,6%
Suma końcowa	100,0%

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

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

Tabela 11.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Holandii

Towarzystwo w podróży	2021
Przyjaciele	29,7%
Grupa zorganizowana	30,3%
Rodzina i przyjaciele	0,0%
Nikt (podróżuję sam)	11,4%
Rodzina	28,6%
Suma końcowa	100,0%

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

Analizując sposób organizacji przyjazdu Holendrów do Małopolski, można zauważyć, iż korzystają oni z różnorodnych możliwości. Tak więc mniej więcej co trzeci odwiedzający przyjechał tutaj ze zorganizowaną grupą (30,30%), z przyjaciółmi (29,70%), z rodziną (28,60%). Co dziesiąty (11,40%) podróż organizował i realizował samotnie.

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Holandii

W podróżach rodzinnych turystów przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Z uzyskanych danych wynika, że zdecydowana większość (80%) podróżowała z jednym dzieckiem, a więcej niż co dziesiąty z dwójką dzieci (13,3%). Uzyskane informacje pozwalają na stwierdzenie, że atrakcje regionu spełniają oczekiwania związane z wypoczynkiem rodzinnym gości z Holandii.

Tabela 11.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Holandii

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2021
1	80,0%
2	13,3%
3	6,7%
Suma końcowa	100,0%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Holandii

Preferowaną formą organizacji podróży wskazaną przez odwiedzających z Holandii było samodzielne przygotowanie wyjazdu i pobytu w Małopolsce. Taką deklarację złożyło 38,10%. Jeżeli korzystali ze wsparcia, to głównie była to rodzina (17,00%). Co ciekawe, mniej więcej co dziesiąty odwiedzający z Holandii, organizując podróż do Małopolski, korzystał z oferty parafii (kościół) (13,10%), ale także znajomych (11,40%) oraz biura podróży (10,20%).

Dla nielicznych organizatorem podróży do Małopolski był zakład pracy (5,70%) oraz inna instytucja (2,80%) albo szkoła (1,70%).

Tabela 11.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Holandii

Organizator pobytu	2021
Sam we własnym zakresie	38,1%
Rodzina	17,0%
Biuro podróży	10,2%
Znajomi	11,4%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%
Zakład pracy	5,7%
Szkoła	1,7%
Parafia (kościół)	13,1%
Inna instytucja	2,8%
Suma końcowa	100,0%

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

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

Najwięcej odwiedzających z Holandii w roku 2021 korzystało z hoteli (54,80%), co dotyczyło ponad połowy respondentów. Mniej więcej co trzeci nocował u znajomych (30,40%), u rodziny (29,30%) lub w apartamencie (28,60%).

Znacznie mniej osób, co dotyczyło mniej więcej co dziesiątego respondenta, skorzystało z noclegu w hostelu (14,80%) lub domu wycieczkowym (9,90%), co mogło mieć związek z sytuacją materialną badanych osób, bowiem co piąty respondet ocenił ją jako średnią.

Nieliczni nocowali w pensjonacie (4,20%), schronisku młodzieżowym (3,50%), zakładzie uzdrowiskowym (3,20%), ośrodku wczasowym (3,20%), domu pielgrzyma (2,80%) lub w innym obiekcie (2,80%). Sporadycznie korzystano także z kwatery prywatnej/z couchsurfing'u (1,10%), motelu (0,70%), schroniska górskiego (0,70%), obiektu agroturystycznego (0,40%). Nikt nie korzystał z kempingu, pola namiotowego lub noclegu we własnym domu/mieszkanie (0,00%)

Tabela 11.4.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii w 2021 roku*

Miejsce noclegu	2021
Hotel	54,8%
Motel	0,7%
Pensjonat	4,2%
Dom wycieczkowy	9,9%
Schronisko młodzieżowe	3,5%
Obiekt agroturystyczny	0,4%
Kemping lub pole namiotowe	0,0%
Hostel	14,8%
Apartament	28,6%
Kwatera prywatna/korzystam z couchsurfing'u	1,1%
Zakład uzdrowiskowy	3,2%
Ośrodek wczasowy	3,2%
Schronisko górskie	0,7%
Dom Pielgrzyma	2,8%
U rodziny	29,3%
U znajomych	30,4%
Własny dom/mieszkanie	0,0%
Inny obiekt	2,8%

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

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Holandii

Odwiedzający z Holandii najczęściej przyjeżdżali do Małopolski na niezbyt długo, w związku z tym ponad co trzecia osoba skorzystała tutaj z 2-3 noclegów (35,80%). Pobyt co czwartego respondenta (26,50%) był nieco dłuższy, podczas którego zrealizował 4-7 nocy. W sumie powyższa grupa turystów stanowi ponad połowę odwiedzających z Holandii (62,30%), którzy podróżowali po Małopolsce.

Znaczna grupa, którą stanowi co czwarty odwiedzający z Holandii, przyjechała tutaj na krótko, korzystając tylko z jednego noclegu (24,40%) lub pobyt trwał jeden dzień bez noclegu (9,30%). W sumie powyższa grupa stanowi 33,70% odwiedzających Małopolskę.

Wyjazdy bardzo krótkie - do 3 godzin (1,80%) lub długie: 8-14 nocy (1,10%) oraz 15 i więcej nocy (1,10%) cieszyły się znikomym zainteresowaniem.

Tabela 11.4.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Holandii w 2021 roku

Długość pobytu	2021
Do 3 godzin	1,8%
1 dzień bez noclegu	9,3%
1 noc	24,4%
2-3 noce	35,8%
4-7 nocy	26,5%
8-14 nocy	1,1%
15 i więcej nocy	1,1%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Holandii w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, z którego korzystali odwiedzający Małopolskę Holendrzy w 2021 r. był samolot, tę formę wybrał ponad co trzeci respondent (33,50%), w tym; tanie linie lotnicze (27,80%) oraz tradycyjne linie lotnicze (5,70%). Uzupełnieniem transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski był samochód osobowy, którego wybór zadeklarował także ponad co trzeci badany (31,80%).

Pozostali respondenci, czyli mniej więcej co dziesiąty przyjechał do Małopolski pociągiem (13,60%), autobusem/mikrobusiem linii regularnej (10,20%) lub autokarem turystycznym (9,10%). Bardzo rzadko korzystano z jeszcze innej możliwości - 1,70%.

Tabela 11.4.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Holandii w podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2021
Samochód	31,8%
Samolot tanich linii lotniczych	27,8%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	5,7%
Inny	1,7%
Pociąg	13,6%
Autobus/mikrobus linii regularnej	10,2%
Autokar turystyczny	9,1%
Suma końcowa	100,0%

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

Wydatki odwiedzających z Holandii

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

Odwiedzający z Holandii (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwotę w granicach aż 630 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Turyści wydali kwotę 689 zł, odwiedzający jednodniowi 300 zł.

Tabela 11.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Holandii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	630
Turyści	687
Odwiedzający jednodniowi	300

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

Turyści z Holandii w roku 2021 wydawali przed wyjazdem kwoty 2-krotnie wyższe (687 zł na osobę) od odwiedzających jednodniowych z tego segmentu narodowego (300 zł).

Tabela 11.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponieszonego przez odwiedzających z Holandii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	1135	530	-	67	-
Turyści	1210	530	-	60	-
Odwiedzający jednodniowi	575	-	-	100	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

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

Tabela 11.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Holandii podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki	Inne	Całkowite
Odwiedzający OGÓŁEM	-	230	245	81	124	201	164	594
Turyści	-	230	252	82	125	201	169	592
Odwiedzający jednodniowi	-	-	138	76	114	200	67	607

* Całkowita kwota wydatku nie jest sumą kwot przeznaczanych na poszczególne cele, 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.

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Holandii w 2021 roku krążyło w Małopolsce ok. 145 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 14 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Holandii w 2021 roku wyniosły więc ok. 160 mln zł.

Tabela 11.4.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Holandii w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Holandii	146 500 000
Odwiedzający jednodniowi z Holandii	14 000 000
Łącznie odwiedzający z Holandii	160 500 000

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

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

Tabela 11.4.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Holandii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2021
0	53,4%
1	25,0%
Σ OPTYMIŚCI	78,40%
2	8,5%
3	4,0%
4	1,7%
Σ REALIŚCI	14,20%
5	0,6%
6	2,8%
7	0,6%
8	1,70%
9	0,0%
10	1,7%
Σ PESYMIŚCI	7,40%
NFS	71,0%

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.

NFS 2021 Holandia OGÓŁEM = 71,0%.

Interesujące jest, że wyniki badań przeprowadzonych w 2021 r. wykazują, że ponad połowa (53,4%) osób udzielających odpowiedzi nie miała żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski. Grupa „optymistów” uzyskała wynik prawie 80% (78,4%). Można więc przyjąć, że osoby podejmujące decyzję

o wyjazdach turystycznych w okresie globalnego zagrożenia epidemiologicznego generalnie nie odczuwają obaw związanych z podróżami. Ponadto, goście z Holandii najczęściej przyjeżdżali do swoich rodzin, co zapewne również ograniczało ich obawy.

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

Bardzo znaczącym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytom w Małopolsce. W 2021 r. ponad 40% (40,9%) badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano 52,8% deklarujących polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane.

Tabela 11.4.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2021
10	40,9%
9	27,8%
Σ PROMOTORZY	68,70%
8	14,8%
7	10,2%
Σ PASYWNI	25,00%
6	5,1%
5	1,1%
4	0,0%
3	0,0%
2	0,0%
1	0,0%
0	0,0%
Σ KRYTYCY	6,20%
NPS	62,5%

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

NPS 2021 Holandia OGÓŁEM = 62,5%.

Deklaracja odwiedzających z Holandii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Swoją satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Holandii wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2021 roku 30% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze stwierdzeniem - raczej tak - stanowi ponad połowę badanych (54,8%). Oznacza to, że region jest na tyle interesujący turystycznie, że kolejne wizyty także mogą być atrakcyjne dla odwiedzających. Wśród badanych 3,2% stwierdziło, że raczej nie przyjedzie ponownie, identycznie deklarowało 3,2%, że na pewno nie wróci z wizytą. Najważniejszą grupę, na którą należy zwrócić uwagę stanowią jednak te osoby, które są niezdecydowane i udzieliły odpowiedzi - nie wiem na poziomie

prawie 13% (12,9%). Przedmiotem zainteresowania powinno być ustalenie, co zachęciłoby te osoby do ponownych odwiedzin Małopolski.

Tabela 11.4.18. Deklaracja odwiedzających z Holandii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2021
Na pewno tak	54,8%
Raczej tak	25,8%
Nie wiem	12,9%
Raczej nie	3,2%
Na pewno nie	3,2%
Suma końcowa	100,0%

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

11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HISPANII

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z HISPANII W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU: 110 100 OSÓB, W TYM 91 000 TURYSTÓW

Cele przyjazdu odwiedzających z Hiszpanii

Odwiedzający Małopolskę goście z Hiszpanii objęci badaniami w 2021 r. najczęściej jako główny cel przyjazdu wskazywali zwiedzanie zabytków (21,60%), rozrywkę (kluby, dyskoteki, puby) (16,50%), wypoczynek (14,40%), odwiedziny znajomych (11,50%).

Niezbyt liczna grupa odwiedzających przyjechała do Małopolski w celach religijnych (7,90%), odwiedzin krewnych (7,20%) i odwiedzin miejsc rodzinnych (5,00%). Sporadycznie był to także cel zdrowotny (3,60%), udział w konferencji, kongresie (3,60%), edukacja (2,20%), udział w szkoleniu (2,20%), poznanie walorów przyrody (1,40%), tranzyt (0,70%), zakupy (0,70%), turystyka aktywna (kwalifikowana) (0,70%), udział w imprezie kulturalnej (0,70%). Nikt z respondentów nie przyjechał do Małopolski w celach służbowych (biznes), udziału w wydarzeniu, w celu korzystania z usług medycznych, udziału w imprezie sportowej lub w jeszcze innym celu.

Tabela 11.5.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Hiszpanii

Główne cele podróży	2021
Zwiedzanie zabytków	21,6%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	16,5%
Wypoczynek	14,4%
Odwiedziny krewnych	7,2%
Cel religijny	7,9%
Odwiedziny znajomych	11,5%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	5,0%
Tranzyt	0,7%
Edukacja	2,2%
Zakupy	0,7%
Poznanie walorów przyrody	1,4%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	0,7%
Cel zdrowotny	3,6%
Udział w szkoleniu	2,2%
Sprawy służbowe (biznes)	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,7%
Udział w wydarzeniu	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%
Udział w konferencji, kongresie	3,6%
Udział w imprezie sportowej	0,0%
Inny cel	0,0%
Suma końcowa	100,00%

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

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Hiszpanii

Wiek odwiedzających z Hiszpanii

Analizując strukturę wiekową odwiedzających Małopolskę gości z Hiszpanii można zauważyć, iż w 2021 r. rozkład dorosłych respondentów jest bardzo zbliżony, czego wyrazem są bardzo podobne wskaźniki procentowe w każdej grupie wiekowej: 20-29 lat (23,5%), 30-44 lat (22,1%), 45-60 lat (25,7%), powyżej 60 lat (22,8%).

Małym zainteresowaniem cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna, czego wyrazem jest uzyskany wskaźnik procentowy w grupie respondentów do 19 lat (5,9%).

Tabela 11.5.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii

Wiek odwiedzających	2021
Do 19 lat	5,9%
20-29 lat	23,5%
30-44 lat	22,1%
45-60 lat	25,7%
Powyżej 60 lat	22,8%
Suma końcowa	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Hiszpanii

Analizując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z uwzględnieniem płci respondentów, można zauważyć, że Hiszpanów reprezentowało w 2021 r. więcej kobiet (50,4%) niż mężczyzn (49,6%), co stanowi odbicie całościowych wyników dotyczących odwiedzających Małopolskę gości zagranicznych.

Tabela 11.5.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii

Płeć odwiedzających	2021
Kobieta	50,4%
Mężczyzna	49,6%
Suma końcowa	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Hiszpanii

Ważnym wskaźnikiem uczestnictwa w turystyce jest wykształcenie społeczeństwa. Osoby lepiej wyedukowane częściej podejmują decyzje wyjazdu zagranicznego. Otrzymane wyniki ukazują, iż Małopolskę odwiedzali respondenci, którzy posiadali wykształcenie wyższe (48,5%) oraz średnie (41,8%). Jak można zauważyć liczebność osób w grupach jest bardzo zbliżona.

Co ciekawe, mniej niż co dziesiąty (8,2%) odwiedzający Małopolskę Hiszpan prezentował wykształcenie podstawowe.

Tabela 11.5.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii

Wykształcenie	2021
Wyższe	48,5%
Średnie	41,8%
Podstawowe	8,2%
Inne	1,5%
Suma końcowa	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Hiszpanii

Poziom wykształcenia odwiedzających z Hiszpanii pozostaje w związku z deklarowaną sytuacją finansową respondentów. Wśród badanych w 2021 roku połowa osób (50,5%) deklarowała, iż posiada dobry status materialny, co piąty bardzo dobry (21,5%). W sumie grupa ta stanowi aż dwie trzecie odwiedzających Małopolskę (71,90%). Pozostali respondenci, stanowiący także znacznie mniejszą grupę, bo 23,7%, ocenili swój stan posiadania jako średni. Niewielki odsetek uznał go jako zły (4,4%).

Tabela 11.5.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii

Sytuacja finansowa odwiedzających	2021
Bardzo dobry	21,5%
Dobry	50,4%
Średni	23,7%
Zły	4,4%
Suma końcowa	100,0%

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

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

Dominującym charakterem podróży do Małopolski odwiedzających z Hiszpanii w 2021 r. były podróże z przyjaciółmi (33,3%). Co czwarta osoba przyjechała tutaj z grupą zorganizowaną (24,6%), nieco mniej z rodziną (22,5%). Co piąty podróżował samotnie (19,6%).

Tabela 11.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii

Towarzystwo w podróży	2021
Przyjaciele	33,3%
Grupa zorganizowana	24,6%
Nikt (podróżuję sam)	19,6%
Rodzina	22,5%
Suma końcowa	100,0%

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

Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających z Hiszpanii

W podróżach rodzinnych turystów przyjeżdżających do Małopolski w badaniach uwzględniono liczbę dzieci zabieranych w podróż. Uzyskane informacje pozwalają na stwierdzenie, że atrakcje regionu spełniają oczekiwania związane z wypoczynkiem rodzinnym gości z Hiszpanii.

Tabela 11.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2021
1	50,0%
2	33,3%
3	8,3%
4	0,0%
5	8,3%
Suma końcowa	100,0%

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

Organizacja podróży do Małopolski preferowana przez odwiedzających z Hiszpanii

Preferowaną formą organizacji podróży wskazaną przez odwiedzających z Hiszpanii było samodzielne przygotowanie wyjazdu i pobytu w Małopolsce. Taką deklarację złożyło 34,50% badanych. Jeżeli korzystali ze wsparcia, to była to rodzina (24,50%), rzadziej znajomi (15,80%).

Niezbyt duża grupa osób skorzystała z oferty biura podróży (7,90%), zakładu pracy (7,20%) czy parafii (kościół) (5,80%). Natomiast sporadycznie organizatorem wyjazdu była szkoła (1,40%) lub inna instytucja (2,9%).

Tabela 11.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Hiszpanii

Organizator pobytu	2021
Sam we własnym zakresie	34,5%
Rodzina	24,5%
Biuro podróży	7,9%
Znajomi	15,8%
Zakład pracy	7,2%
Szkoła	1,4%
Parafia (kościół)	5,8%
Inna instytucja	2,9
Suma końcowa	100,0%

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

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

Ponad połowa odwiedzających z Hiszpanii najchętniej w 2021 roku korzystała z hoteli (50,20%). Mniej więcej co trzeci nocował u rodziny (36,40%), u znajomych (35,60%) lub w apartamencie (32,00%). Z kolei mniej więcej co dziesiąty skorzystał z hostelu (14,20%), domu wycieczkowego (11,60%), pensjonatu (9,80%).

Bardzo nieliczni nocowali w schronisku młodzieżowym (4,40%), na kempingu lub polu namiotowym (4,00%), na kwaterze prywatnej/korzystali z couchsurfing'u (2,70%), w innym obiekcie (2,20%), w zakładzie uzdrowiskowym (1,80%), w ośrodku wczasowym (1,80%), sporadycznie w motelu (0,90%) lub we własnym domu/mieszkanie (0,4%). Nikt nie korzystał z obiektu agroturystycznego, schroniska górskiego, domu pielgrzyma.

Tabela 11.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii w 2021 roku*

Miejsce noclegu	2021
Hotel	50,2%
Motel	0,9%
Pensjonat	9,8%
Dom wycieczkowy	11,6%
Schronisko młodzieżowe	4,4%
Obiekt agroturystyczny	0,0%
Kemping lub pole namiotowe	4,0%
Hostel	14,2%
Apartament	32,0%
Kwatera prywatna/ korzystam z couchsurfing'u	2,7%
Zakład uzdrowiskowy	1,8%
Ośrodek wczasowy	1,8%
Schronisko górskie	0,0%
Dom Pielgrzyma	0,0%
U rodziny	36,4%
U znajomych	35,6%
Własny dom/mieszkanie	0,4%
Inny obiekt	2,2%

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

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Hiszpanii

Turyści przyjeżdżający z Hiszpanii do Małopolski najczęściej realizowali tutaj pobyty krótkie, w ramach których korzystali z 2-3 noclegów (32,60%) lub jednego noclegu (31,40%). Grupa ta stanowi 65% respondentów.

Ponad co dziesiąty odwiedzający przyjeżdżał do Małopolski na dłużej; w ramach pobytu korzystał z 4-7 noclegów (14,90%). Jednakże z drugiej strony mniej więcej podobna liczebnie grupa przyjechała tutaj tylko na jeden dzień bez noclegu (12,00%). Krótsze pobyty, czyli do 3 godzin (2,90%) nie były preferowane.

Nieliczni przyjechali do Małopolski na dłużej, czyli 8-14 nocy (6,20%) jednakże z jeszcze dłuższych pobytów czyli 15 i więcej nocy (0,00%) nie skorzystał żaden respondent.

Tabela 11.5.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Hiszpanii w 2021 roku

Długość pobytu	2021
Do 3 godzin	2,9%
1 dzień bez noclegu	12,0%
1 noc	31,4%
2-3 noce	32,6%
4-7 nocy	14,9%
8-14 nocy	6,2%
15 i więcej nocy	0,0%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Hiszpanii w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, z którego korzystali odwiedzający Małopolskę Hiszpanie w 2021 r. był samolot, z którego łącznie skorzystało 39,60% respondentów, w tym z tanich linii lotniczych (20,90%) oraz z tradycyjnych linii (18,70%). Uzupełnieniem transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski był samochód osobowy, którego wybór zadeklarował co trzeci badany (30,20%).

Co ciekawe, mniej więcej co dziesiąty odwiedzający przybył do Małopolski pociągiem (14,40%) lub autokarem turystycznym (8,60%). Sporadycznie korzystano z autobusu/mikrobusu linii regularnej (5,80%). Prawie w ogóle z innych środków transportu (1,40%).

Tabela 11.5.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Hiszpanii w podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2021
Samochód	30,2%
Samolot tanich linii lotniczych	20,9%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	18,7%
Pociąg	14,4%
Autokar turystyczny	8,6%
Autobus/mikrobus linii regularnej	5,8%
Inny	1,4%
Suma końcowa	100,0%

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

Wydatki odwiedzających z Hiszpanii

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

Odwiedzający z Hiszpanii (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 573 zł na osobę (bez kosztów dojazdu).

Tabela 11.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	573
Turyści	519
Odwiedzający jednodniowi	829

Źródło: Opracowanie 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.

Turyści z Hiszpanii w roku 2021 wydawali przed wyjazdem kwoty prawie 2-krotnie niższe (519 zł na osobę) od odwiedzających jednodniowych z tego segmentu narodowego (829 zł).

Tabela 11.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	865	329	100	100	200
Turyści	800	329	100	100	200
Odwiedzający jednodniowi	1075	-	-	-	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

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

Tabela 11.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki	Inne	Całkowite
Odwiedzający OGÓŁEM	-	314	474	78	174	264	176	757
Turyści	-	314	509	79	176	259	184	810
Odwiedzający jednodniowi	-	-	240	70	151	325	50	370

* Całkowita kwota wydatku nie jest sumą kwot przeznaczanych na poszczególne cele, 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 Alejziak.

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Hiszpanii w 2021 roku krążyło w Małopolsce ok. 121 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających

jednodniowych z tego segmentu - ok. 23 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Hiszpanii w 2020 roku wyniosły więc ok. 144 mln zł.

Tabela 11.5.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Hiszpanii w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Hiszpanii	121 000 000
Odwiedzający jednodniowi z Hiszpanii	22 900 000
Łącznie odwiedzający z Hiszpanii	143 900 000

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

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

Interesujące jest, że wyniki badań przeprowadzonych w 2021 r. wykazują, że prawie 60% (59,9%) osób udzielających odpowiedzi nie miało żadnych obaw przed przyjazdem do Małopolski. Można przyjąć, że osoby podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie globalnego zagrożenia epidemiologicznego generalnie nie odczuwają obaw związanych z podróżami. Grupa respondentów w kategorii „optymiści” przekroczyła poziom 80% (83,3%). Ponadto, goście z Hiszpanii najczęściej przyjeżdżali do swoich rodzin, co zapewne również ograniczało ich obawy.

Tabela 11.5.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Hiszpanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2021
0	59,9%
1	23,4%
Σ OPTYMIŚCI	83,30%
2	3,6%
3	4,4%
4	0,7%
Σ REALIŚCI	8,70%
5	2,9%
6	3,6%
7	0,0%
8	0,0%
9	0,0%
10	1,5%
Σ PESYMIŚCI	8,00%
NFS	75,30%

Źródło: Opracowanie 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.

NFS 2021 Hiszpania OGÓŁEM = 75,30%.

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

Bardzo znaczącym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości usatysfakcjonowanych pobytem w Małopolsce. W 2021 r. 46,7% badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. W jedenastostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano prawie 50% (49%) deklarujących polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane.

Tabela 11.5.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2021
10	46,7%
9	30,7%
Σ PROMOTORZY	77,40%
8	13,9%
7	4,4%
Σ PASYWNI	18,30%
6	3,6%
5	0,0%
4	0,0%
3	0,0%
2	0,0%
1	0,0%
0	0,7%
Σ KRYTYCY	4,30%
NPS	73,10%

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

NPS 2021 Hiszpania OGÓŁEM = 73,10%.

Deklaracja odwiedzających z Hiszpanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Swoją satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Hiszpanii wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2021 roku prawie 80% (78,6%) respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze stwierdzeniem - raczej tak - stanowi ponad 90% (92,9%) badanych. Oznacza to, że region jest dla nich interesujący turystycznie, że kolejne wizyty także mogą być możliwe i atrakcyjne. Zero badanych stwierdziło, że raczej nie przyjedzie ponownie, podobnie też nikt nie deklarował, że na pewno nie wróci z wizytą. Grupę, na którą należy zwrócić uwagę stanowią osoby, które są niezdecydowane i udzieliły odpowiedzi - nie wiem (poziom 7%). Przedmiotem zainteresowania powinno być ustalenie, co zachęciłoby te osoby do ponownych odwiedzin Małopolski.

Tabela 11.5.18. Deklaracja odwiedzających z Hiszpanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2021
Na pewno tak	78,6%
Raczej tak	14,3%
Σ pośrednia	92,90%
Nie wiem	7,1%
Raczej nie	0,0%
Na pewno nie	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH

12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH ZE ŚLĄSKA W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU:
2 248 900 OSÓB, W TYM 1 237 300 TURYSTÓW**

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających ze Śląska

Tabela 12.1.1. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021
Wypoczynek	17,4%	28,6%	30,4%	40,0%
Poznanie walorów przyrody	2,1%	0,3%	2,0%	16,1%
Zwiedzanie zabytków	17,2%	15,4%	6,9%	12,2%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	22,5%	20,6%	48,2%	6,0%
Cel zdrowotny	7,3%	7,1%	2,8%	4,5%
Odwiedziny krewnych	4,6%	5,0%	2,0%	3,8%
Odwiedziny znajomych	3,7%	4,3%	1,6%	3,3%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	0,7%	1,0%	2,6%	3,1%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,5%	2,1%	0,7%	2,9%
Edukacja	4,6%	2,5%	0,1%	1,3%
Inny cel	0,0%	0,9%	0,6%	1,2%
Cel religijny	4,5%	3,4%	0,0%	1,1%
Tranzyt	1,7%	2,5%	0,6%	0,8%
Sprawy służbowe (biznes)	2,1%	1,3%	0,2%	0,6%
Korzystanie z usług medycznych	0,5%	0,0%	0,4%	0,6%
Udział w wydarzeniu	0,0%	0,0%	0,1%	0,6%
Udział w szkoleniu	2,1%	1,0%	0,0%	0,5%
Udział w konferencji, kongresie	1,2%	1,0%	0,1%	0,4%
Udział w imprezie kulturalnej	1,9%	0,1%	0,0%	0,4%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,7%	0,6%	0,1%	0,3%
Zakupy	0,5%	0,1%	0,2%	0,3%
Odnowa duchowa	0,9%	0,7%	0,2%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%
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.

Analiza celów przyjazdu turystów ze Śląska wskazuje, że najwięcej osób przybyło do Małopolski w celach wypoczynkowych (40,00%). W latach 2018-2020 widoczna jest tutaj systematyczna tendencja wzrostowa. Znaczna grupa osób (ponad co dziesiąty respondent) z wypoczynkiem łączyła poznanie walorów przyrody (16,10%), co stanowi zasadniczą różnicę (ośmiokrotny wzrost) w porównaniu do 2018-2020, kiedy czynili to bardzo nieliczni odwiedzający. Omawiając powyższą kategorię, warto zwrócić także uwagę na turystykę aktywną/kwalifikowaną; w roku 2021 zrealizowało ją tylko 6% respondentów i jest to ośmiokrotnie mniejsza grupa niż w roku 2020, co wydaje się dość zaskakujące. W kontekście lat 2018-2019 różnice są nieco mniejsze.

Dla ponad co dziesiątego odwiedzającego głównym celem przyjazdu do Małopolski było zwiedzanie zabytków (12,20%), w roku 2021 takich osób jest dwukrotnie więcej niż w roku 2020, ale mniej niż w roku 2018 i 2019.

Nieliczni do Małopolski przyjechali w celach zdrowotnych (4,50%), odwiedzin krewnych (3,80%) i znajomych (3,30%), rozrywki (kluby, dyskoteki, puby) (3,10%), podobnie jak w latach poprzednich.

Pozostałe cele takie jak: odwiedziny miejsc rodzinnych, edukacja, cel religijny, tranzyt, sprawy służbowe (biznes), korzystanie z usług medycznych, udział w wydarzeniu, udział w szkoleniu, udział w konferencji, kongresie, udział w imprezie kulturalnej, firmowy wyjazd integracyjny, zakupy, odnowa duchowa, udział w imprezie sportowej, inny cel - nie miały większego znaczenia i były one realizowane przez znikomą grupę respondentów.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających ze Śląska

Wiek odwiedzających ze Śląska

W roku 2021 najczęściej odwiedzających Małopolskę ze Śląska znajdowało się w przedziale wiekowym: 30-44 r.ż. (38,40%) ale w porównaniu do roku 2020 widoczny jest niewielki spadek liczebności w tej kategorii, podobnie jak w grupie osób w wieku 45-60 lat (16,90%) o kilka punktów procentowych.

Z kolei wzrost odwiedzających w stosunku do wszystkich analizowanych lat można zauważyć w grupie wiekowej 20-29 lat (31,30%), która pod względem liczebności przybyłych do Małopolski zajmuje drugie miejsce.

Co dziesiąty odwiedzający Małopolskę to osoba pow. 60 r.ż. (10,7%). Powyższa tendencja utrzymuje się mniej więcej na podobnym poziomie w latach 2018-2021.

Bardzo małym zainteresowaniem w roku 2021 cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna (2,7%) i poziom ten jest podobny mniej więcej do lat poprzednich. Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży ze Śląska są tutaj rzadko organizowane.

Tabela 12.1.2. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Do 19 lat	3,1%	3,1%	1,9%	2,7%
20-29 lat	23,1%	25,3%	24,9%	31,3%
30-44 lat	39,9%	37,1%	44,1%	38,4%
45-60 lat	23,3%	22,9%	21,1%	16,9%
Powyżej 60 lat	10,6%	11,6%	7,9%	10,7%
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.

Płeć odwiedzających ze Śląska

Na podstawie przeprowadzonych badań ustalono, iż w roku 2021 Małopolskę odwiedziło więcej kobiet (50,3%) niż mężczyzn (49,7%), co różni się od roku 2020, kiedy sytuacja była odwrotna. Wyniki są jednak zbieżne z latami 2018-2019.

Tabela 12.1.3. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	56,1%	50,1%	36,7%	50,3%
Mężczyzna	43,9%	49,9%	63,3%	49,7%
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.

Wykształcenie odwiedzających ze Śląska

W roku 2021 w grupie badanych respondentów ze Śląska, którzy przyjechali turystycznie do Małopolski dominuje wykształcenie średnie (48,10%) i wyższe (44,90%), podobnie jak w roku 2020. Jednakże w latach 2018-2019 sytuacja była odwrotna.

W roku 2021 odwiedziła Małopolskę bardzo mała grupa osób, która prezentowała wykształcenie podstawowe (4,00%) oraz „inne” (3,00%). Jednakże w porównaniu do lat poprzednich widoczny jest kilkukrotny wzrost takich osób.

Tabela 12.1.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021
Wyższe	55,5%	55,4%	44,7%	44,9%
Średnie	41,8%	41,0%	52,2%	48,1%
Podstawowe	2,2%	2,5%	0,9%	4,0%
Inne	0,4%	1,1%	2,2%	3,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny odwiedzających ze Śląska

W opinii zdecydowanej większości badanych ze Śląska ich sytuacja finansowa jest dobra (55,40%). O ile w latach 2018-2020 widoczny był wzrost respondentów mieszczących się w powyższej kategorii, to w roku 2021 można zauważyć kilkunastoprocentowy spadek. Jeśli uwzględnimy tutaj dodatkowo osoby, które posiadają bardzo dobrą sytuację finansową, to pomimo tendencji spadkowej osoby te stanowią dwie trzecie (68,90%) odwiedzających ze Śląska. Nieco mniej, bo co trzecia badana osoba oceniła swoją sytuację finansową jako średnią (29,50%).

Podobnie jak w latach poprzednich znikoma grupa respondentów uznała swoją sytuację finansową jako złą (1,60%).

Tabela 12.1.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Bardzo dobra	12,0%	14,6%	7,7%	13,5%
Dobra	62,0%	63,4%	78,1%	55,4%
Średnia	25,7%	21,0%	13,2%	29,5%
Zła, bardzo zła	0,3%	1,0%	1,0%	1,6%
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.

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

Podobnie jak w latach poprzednich odwiedzający ze Śląska przyjeżdżali do Małopolski najczęściej z rodziną (42,00%). Kolejnymi ważnymi towarzyszami podróży byli przyjaciele (35,00%); w analizowanych latach widoczny jest systematyczny wzrost zainteresowania tego typu towarzystwem.

Odwiedzający ze Śląska w roku 2021 przyjeżdżali do Małopolski także samotnie i jest to znacznie mniej niż co piąta badana osoba (17,80%). Uzyskany wskaźnik procentowy jest podobny jak w latach 2018-2019. Bardzo rzadko podróżowano ze zorganizowaną grupą (5,20%), co stanowi trzy razy mniejszą grupę niż w roku 2020 i dwa razy mniejszą niż w roku 2018.

Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021
Rodzina	43,5%	42,9%	38,0%	42,0%
Przyjaciele	21,2%	27,4%	31,9%	35,0%
Nikt (podróżując sam)	19,0%	16,9%	9,4%	17,8%
Grupa zorganizowana	10,9%	7,0%	15,7%	5,2%
Rodzina i przyjaciele	5,5%	5,9%	5,0%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

W kontekście podróży rodzinnych warto przeanalizować liczbę dzieci wspólnie podróżujących z dorosłymi członkami rodziny. W badaniach zdiagnozowano więc, z jak liczną rodziną podróżują turyści ze Śląska. Jak się okazuje respondenci zwykle, jak co roku, najliczniej przyjeżdżają do Małopolski z jednym (44,00%), z dwójką (36,60%) rzadziej z trójką (13,10%) dzieci. Rodziny wielodzietne ze Śląska przyjeżdżają do Małopolski sporadycznie.

Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
1	44,2%	42,9%	46,7%	44,0%
2	51,7%	48,7%	45,5%	36,6%
3	4,2%	6,7%	5,5%	13,1%
4	0,0%	0,8%	1,8%	6,0%
5	0,0%	0,8%	0,6%	0,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Zdecydowana większość odwiedzających ze Śląska w roku 2021 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (58,80%). O ile w latach 2018-2020 widoczna była tutaj wyraźna tendencja wzrostowa, to w analizowanym roku zanotowano znaczny spadek wskaźnika procentowego.

Rzadziej towarzyszami podróży byli znajomi (15,00%) i rodzina (14,20%). Jednak w powyższych kategoriach zauważono nieznaczny wzrost wskaźników procentowych.

Z pozostałych instytucji korzystano bardzo sporadycznie albo w ogóle. Są to: zakład pracy, biuro podróży, parafia (kościół), szkoła oraz jeszcze inna instytucja.

Tabela 12.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	74,0%	77,9%	83,2%	58,8%
Znajomi	6,0%	5,3%	7,9%	15,0%
Rodzina	4,2%	5,4%	5,5%	14,2%
Zakład pracy	4,7%	3,2%	1,6%	4,4%
Szkoła	4,5%	1,5%	0,0%	0,5%
Inna instytucja	3,8%	1,5%	0,3%	2,3%
Biuro podróży	1,7%	1,8%	1,3%	3,4%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,3%	2,6%	0,0%	0,0%
Parafia (kościół)	0,9%	0,9%	0,1%	1,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Tabela 12.1.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	17,6%	26,8%	12,5%	36,4%
Motel	2,9%	1,6%	1,3%	5,9%
Pensjonat	21,3%	13,7%	23,4%	19,5%
Dom wycieczkowy	1,1%	0,4%	5,2%	6,5%
Schronisko młodzieżowe	0,6%	0,8%	0,5%	1,4%
Obiekt agroturystyczny	9,2%	6,0%	7,0%	8,9%
Kemping lub pole namiotowe	1,3%	2,0%	4,7%	4,7%
Hostel	1,7%	1,6%	2,6%	6,8%
Apartament	6,5%	6,0%	14,8%	11,3%
Kwatera prywatna				4,8%
Korzystam z couchsurfing'u	0,0%	0,6%	0,0%	
Zakład uzdrowiskowy	5,9%	3,6%	5,2%	8,4%
Ośrodek wczasowy	1,9%	2,4%	8,1%	4,6%
Schronisko górskie	0,5%	1,2%	0,3%	5,2%
Dom Pielgrzyma	0,5%	0,2%	0,0%	1,8%
U rodziny	11,3%	10,5%	6,8%	23,6%
U znajomych	7,6%	9,1%	6,2%	21,3%
Własny dom/mieszkanie	7,3%	12,1%	0,8%	3,5%
Inny obiekt	2,9%	1,2%	0,8%	3,2%

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

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

Odwiedzający w roku 2021 Małopolskę goście ze Śląska najczęściej nocowali w hotelu (36,40%), mniej niż co czwarty skorzystał z noclegu u rodziny (23,60%), a mniej więcej co piąty nocował u znajomych (21,30%) lub w pensjonacie (19,50%). Porównując wyniki z roku 2021 z latami poprzednimi, można

zauważyć duży wzrost popularności noclegu w hotelu, u znajomych, czy u rodziny, co potwierdzają trzykrotnie większe wskaźniki procentowe. Może to wynikać z faktu, iż w dobie pandemii uznano, że nocleg u rodziny czy znajomych jest bardziej bezpieczny, a w przypadku hoteli są one zobligowane do przestrzegania w skrupulatny sposób reżimu sanitarnego. Mniej więcej co dziesiąty respondent korzystał z apartamentu (11,30%), z obiektu agroturystycznego (8,90%) lub zakładu uzdrowiskowego (8,40%).

Niezbyt często miejscem noclegu był hostel (6,80%), dom wycieczkowy (6,50%), motel (5,90%) lub schronisko górskie (5,20%). Bardzo rzadko korzystano z kwatery prywatnej, couchsurfing'u, noclegu na kempingu lub polu namiotowym, w ośrodku wczasowym, własnym domu/mieszkańiu, innym obiekcie, domu pielgrzyma, schronisku młodzieżowym.

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana w 2021 r. przez odwiedzających ze Śląska nie odbiega od długości pobytu wskazywanej w ostatnich latach. Dominują pobyty jednodniowe bez noclegu (41,60%), z których co roku korzysta najwięcej odwiedzających. W następnej kolejności plasują się pobyty krótkie 2-3 noce (24,60%) oraz z jednym noclegiem (19,60%). Znacznie rzadziej dłuższe 4-7 nocy (8,10%), z których w perspektywie czasowej zaczęło korzystać coraz mniej osób, głównie w latach 2020-2021, w których panuje pandemia.

Pobyty bardzo krótkie do 3 godzin oraz pobyty długie powyżej siedmiu nocy (8-14 nocy oraz 15 i więcej nocy) choć były preferowane sporadycznie, to w perspektywie czasowej skorzystało z nich jeszcze mniej osób, co szczególnie widoczne jest w latach pandemicznych (2020-2021).

Struktura pobytu odwiedzających ze Śląska jest identyczna jak w latach poprzednich 2018-2020.

Tabela 12.1.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	4,3%	6,2%	1,7%	4,4%
1 dzień bez noclegu	29,4%	31,3%	55,4%	41,6%
1 noc	6,9%	11,7%	19,2%	19,6%
2-3 noce	20,2%	19,7%	14,0%	24,4%
4-7 nocy	25,3%	19,1%	6,7%	8,1%
8-14 nocy	9,4%	9,1%	2,7%	1,2%
15 i więcej nocy	4,5%	2,9%	0,3%	0,7%

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.

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska

Zdecydowana większość mieszkańców Śląska podróżowała po Małopolsce samochodem (70,0%), jednak znacznie rzadziej niż w latach 2018-2020. Ciekawym zjawiskiem jest fakt, iż ponad co dziesiąty respondent (11,0%) skorzystał z podróży pociągiem, co w stosunku do lat poprzednich stanowi znaczącą zmianę, bowiem w roku 2020 osób takich było prawie czterokrotnie mniej, a w latach 2018-2019 dwukrotnie mniej. Podobna sytuacja dotyczy podróży autokarem turystycznym czy autobusem/mikrobusem linii regularnej. Generalnie podróże wymienionymi środkami transportu nie cieszyły się zbyt dużą popularnością.

Z pozostałych środków transportu korzystano sporadycznie lub nie korzystano w ogóle. Należy wymienić tutaj: samolot tradycyjnych linii lotniczych, samolot tanich linii lotniczych, samolot czarterowy lub jeszcze inne, podobnie jak w latach poprzednich.

Tabela 12.1.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Samochód	73,3%	78,7%	93,7%	70,0%
Autokar turystyczny	11,4%	4,4%	1,5%	6,5%
Pociąg	6,7%	6,0%	0,9%	11,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,4%	1,4%	0,0%	1,1%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	0,5%	1,1%	0,7%	2,7%
Samolot czarterowy	0,0%	0,6%	0,1%	0,0%
Autobus/mikrobus linii regularnej	7,70%	7,80%	3,10%	5,7%
Inny	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Wydatki odwiedzających ze Śląska

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

Odwiedzający ze Śląska (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 394 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to suma o 15,6% mniejsza niż w roku poprzednim, ale większa ponad 2-krotnie niż w roku 2019 oraz o 79,1% niż w roku 2018.

Turyści ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w roku 2021 wydali 451 zł na osobę. Była to suma mniejsza o 27,7% w stosunku do roku poprzedniego, ale większa o 54,5% odnośnie roku 2019 oraz o 76,9% w relacji do roku 2018.

Odwiedzający jednodniowi w roku 2021 wydali większe średnie kwoty przed przyjazdem (140 zł na osobę) niż w latach poprzednich - w porównaniu do roku 2020 o 6,01% zł, ale w relacji do 2019 roku aż 5-krotnie, a w stosunku do 2018 roku prawie 2,5-krotnie.

Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	220	194	467	394
Turyści	255	292	624	451
Odwiedzający jednodniowi	59	28	132	140

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

Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	289	487	35	99	225
Turyści	320	487	56	123	225
Odwiedzający jednodniowi	200	-	14	70	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę), okazuje się, że najwyższe kwoty były wydawane na noclegi (487 zł), na zakup produktu w biurze podróży (289 zł) oraz na wycieczki (225 zł). Najniższe średnie wydawane kwoty dotyczą biletów wstępu do atrakcji (99 zł) oraz lokalny transport (35 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup produktu w biurze podróży.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska (w zł na osobę)

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających ze Śląska (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2021 roku (217 zł na osobę), w odróżnieniu od kwot wydatkowanych w latach poprzednich, były znacznie wyższe w stosunku do roku 2020 - o 28,4%, ale niższe w relacji do roku 2019 o 27,7%, oraz w odniesieniu do roku 2018 o 39,8%.

Turyści wydatkowali 312 zł na osobę. W porównaniu do wszystkich analizowanych lat poprzednich poniesiona kwota wydatku w roku 2021 jest niższa: o 2,5% mniej niż w roku 2020, o 28,6% mniej niż w roku 2019 i o 32,6% mniej niż w roku 2018.

Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwoty 98 zł na osobę, i było to więcej niż w każdym poprzednim analizowanym roku: o 58,1% w stosunku do roku 2020, o 44,1% odnośnie roku 2019, o 11,4% w relacji roku 2018.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2021 roku przez gości ze Śląska trzeba stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (352 zł na osobę). W porównaniu do lat poprzednich były to kwoty wyższe niż w roku 2020 o 76,9% oraz w roku 2018 o 17,7%, ale niższe niż w roku 2019 o 14,4%.

Drugim co do wielkości wydatkiem był **zakup produktu w biurze podróży** - 300 zł na osobę. Powyższa kategoria została w analizowanym roku przebadana po raz pierwszy, trudno więc odnieść się do lat poprzednich.

Prawie trzykrotnie niższe kwoty odwiedzający ze Śląska wydali na tzw. inne wydatki, wyżywienie, bilety wstępu do atrakcji, wycieczki oraz lokalny transport. Tak więc na tzw. **inne wydatki** (na pamiątki,

prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - wydano średnio 99 zł na osobę. Porównując powyższą wysokość do lat poprzednich, to okazuje się, że jest to kwota niższa niż w latach poprzednich: o 5,7% w stosunku do 2020 roku, o 55,2% w relacji 2019 roku oraz o 7,5% mniej niż w 2018 roku.

Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		299	128	56	62		107	361
Turyści		299	154	60	73		151	463
Odwiedzający jednodniowi		-	58	25	34		47	88
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		411	146	77	97		221	300
Turyści		411	184	82	110		267	437
Odwiedzający jednodniowi		-	69	48	67		67	68
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		199	74	42	39		105	169
Turyści		199	118	52	62		131	320
Odwiedzający jednodniowi		-	42	29	26		75	62
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	300	352	94	44	92	68	99	217
Turyści	-	352	127	52	92	74	153	312
Odwiedzający jednodniowi	300	-	50	27	91	34	45	98

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Z kolei na **wyżywienie** wydano średnio 94 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich było to więcej o 27,0% niż w roku 2020, ale mniej niż w roku: 2019 o 35,6% oraz w stosunku do roku 2018 o 26,6%.

Kolejne, niezbyt wysokie sumy były wydatkowane na **bilety wstępu do atrakcji** - 92 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich można zauważyć, iż była to kwota większa w stosunku do roku 2020 2,5-krotnie, natomiast w relacji do roku 2018 o 48,4%, jednak mniejsza o 5,2% odnośnie roku 2019.

Na następnym miejscu uplasowały się **wycieczki**, na które odwiedzający ze Śląska wydali 68 zł na osobę i które w roku 2021 uwzględniono w badaniach po raz pierwszy.

Najmniej goście ze Śląska przeznaczali **na lokalny transport** (średnio 44 zł na osobę) i była to kwota większa w stosunku do roku 2020 o 4,8%, ale mniejsza o 42,9% w relacji do 2019 roku oraz o 21,4% w odniesieniu do roku 2018.

Podobna struktura wydatków, którą omówiono powyżej, dotyczy także turystów. Natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali na zakup produktu w biurze podróży (300 zł). Znacznie niższe kwoty przeznaczono na zakup biletów wstępu do atrakcji (91 zł), na wyżywienie (50 zł), inne (45 zł), na wycieczki (34 zł), na lokalny transport (27 zł). Należy zauważyć, że w 2021 roku jednodniowi odwiedzający ze Śląska ponieśli w Małopolsce znacznie wyższe wydatki w przeciwieństwie do lat poprzednich.

Tabela 12.1.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści ze Śląska	942 900 000
Odwiedzający jednodniowi ze Śląska	240 200 000
Łącznie odwiedzający ze Śląska	1 183 100 000

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów ze Śląska w 2021 roku krążyło w Małopolsce ponad 942 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 240 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości ze Śląska w 2021 roku wyniosły więc ok. 1,2 mld zł.

Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska

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

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-20 = ≈65%; a w roku 2021 obarczonym ryzykiem pandemicznym 53,5%), czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Tabela 12.1.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021
0	68,5%	71,6%	55,5%	53,5%
1	12,3%	15,4%	17,2%	12,4%
Σ OPTYMIŚCI	80,80%	87,00%	72,70%	66,0%
2	5,3%	5,7%	16,4%	10,0%
3	2,3%	1,4%	5,0%	6,6%
4	1,2%	0,2%	1,4%	2,3%
Σ REALIŚCI	8,80%	7,30%	22,80%	8,9%
5	1,8%	1,2%	2,0%	3,9%
6	1,8%	1,5%	0,6%	2,0%
7	0,6%	1,2%	0,8%	1,9%
8	2,9%	0,3%	0,5%	2,9%
9	0,9%	0,7%	0,0%	0,9%
10	2,3%	0,8%	0,8%	3,6%
Σ PESYMIŚCI	10,30%	5,70%	4,70%	15,2%
NFS	70,5%	81,3%	68,1%	50,8%

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

NFS 2021 mieszkańcy Śląska OGÓŁEM = 50,8%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

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

Jak można zauważyć, 56,5% odwiedzających ze Śląska w roku 2021, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Jest to najwyższy wynik zanotowany w ostatnich czterech latach badań. Również grupa PROMOTORÓW to ponad dwie trzecie respondentów (69,6%), co stanowi kilkuprocentowy spadek w stosunku do roku 2020 ale wskaźnik jest porównywalny z rokiem 2018 i 2019. Znamienne jest, że dzieje się to w warunkach zagrożenia epidemicznego „Covid-19”.

Tabela 12.1.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021
10	46,0%	43,7%	48,5%	56,5%
9	21,0%	25,5%	28,9%	13,1%
Σ PROMOTORZY	67,00%	69,20%	77,40%	69,6%
8	17,3%	13,7%	13,5%	12,4%
7	9,4%	8,3%	3,9%	8,4%
Σ PASYWNİ	26,70%	22,00%	17,40%	20,8%
6	3,1%	3,4%	1,9%	3,4%
5	1,1%	2,2%	1,7%	2,4%
4	0,4%	0,8%	0,7%	0,8%
3	0,3%	0,6%	0,2%	0,4%
2	0,3%	0,5%	0,1%	0,3%
1	0,3%	0,6%	0,1%	0,1%
0	0,8%	0,8%	0,5%	2,3%
Σ KRYTYCY	6,30%	8,90%	5,20%	9,6%
NPS	60,7%	60,5%	72,2%	60,0%

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.

NPS 2021 mieszkańcy Śląska OGÓŁEM = 60,0%.

Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska

Analizując opinie respondentów na temat deklaracji ponownej podróży do Małopolski, można zauważyć, iż zdecydowana większość respondentów odpowiedziała: „na pewno tak” (62,6%) oraz „raczej tak” (24,8%), co stanowi 87,40% badanych osób (nieco mniej niż w roku 2020: 89,2%).

Osoby, które zadeklarowały, iż nie będą ponownie podróżować po Małopolsce, stanowią bardzo znikomy odsetek respondentów.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli czy powrócą do Małopolski było 10,0% i do tej grupy powinien trafić przekaz promocyjny regionu.

Tabela 12.1.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	63,0%	57,2%	45,8%	62,6%
Raczej tak	29,9%	32,9%	43,4%	24,8%
Nie wiem	6,4%	8,4%	10,3%	10,0%
Raczej nie	0,3%	1,1%	0,2%	2,0%
Na pewno nie	0,4%	0,5%	0,2%	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.

12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO

**LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z REGIONU W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU:
2 152 700 OSÓB, W TYM 956 700 TURYSTÓW**

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Małopolski

Tabela 12.2.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021
Wypoczynek	15,8%	28,4%	22,3%	42,9%
Poznanie walorów przyrody	2,4%	1,0%	2,6%	15,1%
Zwiedzanie zabytków	15,2%	11,7%	7,4%	10,1%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	21,6%	22,1%	52,0%	5,2%
Cel zdrowotny	5,5%	3,1%	1,0%	3,6%
Odwiedziny krewnych	3,5%	4,4%	3,8%	3,6%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,7%	1,9%	3,0%	3,3%
Odwiedziny znajomych	3,8%	3,8%	2,6%	2,6%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,0%	1,4%	0,9%	2,6%
Cel religijny	3,0%	7,8%	0,7%	2,4%
Inny cel	2,4%	0,6%	0,9%	1,4%
Tranzyt	1,4%	1,1%	0,3%	1,4%
Sprawy służbowe (biznes)	1,8%	0,8%	0,5%	1,4%
Edukacja	11,2%	2,6%	0,7%	0,9%
Zakupy	1,8%	2,8%	0,4%	0,8%
Udział w konferencji, kongresie	0,8%	0,3%	0,0%	0,8%
Korzystanie z usług medycznych	0,6%	1,0%	0,1%	0,7%
Udział w szkoleniu	1,4%	0,5%	0,2%	0,5%
Udział w imprezie kulturalnej	0,1%	2,8%	0,0%	0,4%
Udział w wydarzeniu	0,8%	0,9%	0,1%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,2%	0,3%	0,0%	0,1%
Odnowa duchowa	0,8%	0,7%	0,3%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,4%	0,0%	0,1%	0,0%
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.

Głównym celem podróży turystycznych po Małopolsce dla osób mieszkających w powyższym województwie był wypoczynek (42,90%), którym w latach 2018-2021 zaczęto interesować się coraz więcej osób. Warto jednak zwrócić uwagę, że o ile w latach poprzednich był on połączony z turystyką aktywną/kwalifikowaną (2020: 52,00%; 2019: 22,10%; 2018: 21,60%), która była jednym z ważniejszych celów przyjazdu do Małopolski, o tyle w roku 2021 grupa, która zadeklarowała powyższy cel, to zaledwie 5,20%. W roku 2021 wypoczynek w przypadku ponad co dziesiątego respondenta (15,10%) jest połączony z poznawaniem walorów przyrody. Wypoczynkowi towarzyszyły także zwiedzanie zabytków (10,10%). Można więc wnioskować ostrożnie, że profil mieszkańców Małopolski, którzy podróżują po własnym regionie w roku 2021 uległ nieco zmianie.

Pozostałe cele były realizowane przez bardzo niewielkie grupy respondentów (co niewiele różni się od wskaźników uzyskanych w roku 2018-2020). Można do nich zaliczyć: cel zdrowotny, odwiedzić krewnych, rozrywka (kluby, dyskoteki, puby), odwiedzić znajomych, odwiedzić miejsc rodzinnych, cel religijny, tranzyt, sprawy służbowe (biznes), edukacja, zakupy, udział w konferencji, kongresie, korzystanie z usług medycznych, udział w szkoleniu, udział w imprezie kulturalnej, udział w wydarzeniu, firmowy wyjazd integracyjny, inny cel. Nikt nie był zainteresowany odnową duchową, czy udziałem w imprezie sportowej.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Małopolski

Wiek odwiedzających z Małopolski

W roku 2021 najwięcej osób, które przyjechały do Małopolski znajdowało się w przedziale wiekowym: 30-44 lat (38,60%) oraz 20-29 lat (26,40%). Można więc uznać, że są to osoby młode lub bardzo młode, które w sumie stanowią 65% odwiedzających. Co piąty respondent (19,90%) znajduje się w grupie wiekowej 45-60 lat, a co dziesiąty (9,20%) w wieku powyżej 60 r.ż.

Turystyka dzieci i młodzieży, turystyka szkolna w roku 2021 była organizowana niezbyt często (5,9%), podobnie zresztą jak w latach 2019-2020. Z powyższego wynika, iż Małopolskie szkoły sporadycznie organizują wycieczki po własnym regionie, co jest dość zaskakującym wynikiem.

Można zauważyć, iż powyższa struktura wiekowa wpisuje się w zalecenia pandemiczne. Czyli zarówno najmłodszy jak też najstarsi znacznie rzadziej podróżowali po Małopolsce niż osoby w średnim wieku, w przypadku młodzieży szkolnej prawie nie organizowano wycieczek szkolnych, a większość seniorów zgodnie z zaleceniem pozostała w domu.

Tabela 12.2.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Do 19 lat	13,9%	4,8%	6,3%	5,9%
20-29 lat	44,7%	26,0%	35,2%	26,4%
30-44 lat	20,9%	39,7%	40,1%	38,6%
45-60 lat	14,5%	22,8%	13,5%	19,9%
Powyżej 60 lat	5,9%	6,7%	4,9%	9,2%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Małopolski

W roku 2021 po Małopolsce w celach turystycznych podróżowało mniej kobiet (46,0%) niż mężczyzn (54,0%), podobnie jak w roku 2020, jednak odwrotnie niż w 2019 i 2018.

Tabela 12.2.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	65,2%	56,6%	40,3%	46,0%
Mężczyzna	34,8%	43,4%	59,7%	54,0%
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.

Wykształcenie odwiedzających z Małopolski

Ponad połowa mieszkańców Małopolski podróżujących po regionie posiadała wykształcenie średnie (53,30%) lub wyższe (37,00%), podobnie jak w latach poprzednich. Grupa ta stanowi 90,30% respondentów.

W roku 2021 zanotowano niezbyt wysoki wskaźnik procentowy osób, które zadeklarowały, iż posiadają wykształcenie podstawowe (6,30%) lub inne (3,40%), co w latach poprzednich stanowiło znacznie mniejszy odsetek turystów.

Tabela 12.2.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021
Wyższe	40,1%	41,5%	45,2%	37,0%
Średnie	56,2%	53,4%	52,1%	53,3%
Podstawowe	3,3%	3,2%	1,2%	6,3%
Inne	0,4%	1,8%	1,5%	3,4%
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.

Status materialny odwiedzających z Małopolski

Większość mieszkańców Małopolski podróżujących w celach turystycznych po regionie zadeklarowała, iż posiada dobrą sytuację finansową (56,10%). W porównaniu do lat poprzednich grupa dobrze zarabiających osób znacznie się zmniejszyła. Jeśli uwzględnimy tutaj osoby posiadające bardzo dobrą sytuację materialną (14,70%), to okazuje się, że dwie trzecie (70,80%) mieszkańców podróżujących po swoim regionie to osoby dobrze sytuowane. Jednakże w stosunku do roku 2020 jest to grupa mniejsza. Co trzeci respondent (27,10%) ocenił swoją sytuację finansową jako średnią.

W roku 2021 znikoma grupa respondentów uznała, iż jej sytuacja finansowa jest zła (2,10%), podobnie jak w latach poprzednich.

Tabela 12.2.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Bardzo dobra	8,9%	17,0%	8,4%	14,7%
Dobra	54,3%	64,5%	77,9%	56,1%
Średnia	34,3%	17,2%	12,9%	27,1%
Zła, bardzo zła	2,50%	1,30%	0,80%	2,1%
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.

Charakter podróży odwiedzających z Małopolski (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Podobnie jak w latach poprzednich odwiedzający z Małopolski podróżowali po Małopolsce najczęściej z rodziną (42,70%). Kolejnymi ważnymi towarzyszami podróży byli przyjaciele (31,30%); w analizowanych latach widoczny jest systematyczny wzrost zainteresowania tego typu towarzystwem.

Mieszkańcy Małopolski podróżowali po Małopolsce także samotnie i czyniła to co piąta badana osoba (21,30%), ale uzyskany wskaźnik procentowy jest niższy niż w latach 2019-2020. Bardzo rzadko podróżowano ze zorganizowaną grupą (4,70%) i jest to trzy razy mniej osób niż w roku 2020 i 2018.

Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski

Towarzystwo w podróży	2018	2019	2020	2021
Rodzina	26,4%	45,7%	34,8%	42,7%
Przyjaciele	28,5%	26,6%	34,0%	31,3%
Nikt (podróżuję sam)	26,3%	13,6%	14,2%	21,3%
Grupa zorganizowana	12,0%	6,1%	13,1%	4,7%
Rodzina i przyjaciele	6,8%	8,0%	3,9%	0,0%
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.

W kontekście podróży rodzinnych warto także zwrócić uwagę na liczbę dzieci podróżujących wspólnie z dorosłymi członkami rodziny. Największa grupa respondentów z Małopolski podróżowała turystycznie po regionie z jednym (42,8%), z dwójką (35,9%), a niekiedy z trójką dzieci (14,7%). Rodziny wielodzietne podróżowały turystycznie rzadko, a rozkład wskaźników procentowych jest podobny jak w latach poprzednich.

Tabela 12.2.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
0	1,1%	0,2%	0,0%	0,0%
1	44,9%	59,2%	47,4%	42,8%
2	43,3%	33,4%	39,8%	35,9%
3	8,6%	6,2%	11,7%	14,7%
4	2,1%	0,9%	1,1%	6,2%
5	0,0%	0,0%	0,0%	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.

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

Zdecydowana większość odwiedzających Małopolskę w roku 2021 organizowała podróż po własnym regionie samodzielnie we własnym zakresie (64,10%). O ile w latach 2019-2020 widoczna była tutaj wyraźna tendencja wzrostowa, to w analizowanym roku zanotowano znaczny spadek wskaźnika procentowego, który osiągnął poziom z 2018 roku. Rzadziej towarzyszymi podróży była rodzina (13,20%) i znajomi (12,00%). Jednak w powyższych kategoriach zauważono dość znaczny wzrost zainteresowania tego rodzaju towarzystwem, czego odzwierciedleniem są uzyskane wskaźniki procentowe.

Z pozostałych instytucji korzystano sporadycznie albo nie korzystano w ogóle. Są to: zakład pracy, biuro podróży, parafia (kościół), szkoła oraz jeszcze inna instytucja. W ogóle nie korzystano z portalu (biura) internetowego.

Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	69,1%	79,1%	88,8%	64,1%
Rodzina	10,0%	7,2%	5,2%	13,2%
Znajomi	4,6%	6,9%	4,8%	12,0%
Szkoła	6,5%	1,9%	0,2%	0,8%
Inna instytucja	3,4%	1,6%	0,1%	2,2%
Zakład pracy	3,5%	0,8%	0,3%	4,0%
Parafia (kościół)	1,8%	1,1%	0,2%	0,9%
Biuro podróży	1,0%	0,6%	0,1%	2,8%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,1%	0,7%	0,2%	0,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

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

Tabela 12.2.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	10,8%	17,7%	8,2%	42,3%
Motel	1,1%	1,2%	1,1%	5,9%
Pensjonat	11,6%	10,6%	16,8%	23,2%
Dom wycieczkowy	1,3%	1,6%	4,5%	5,7%
Schronisko młodzieżowe	2,4%	1,7%	1,1%	1,4%
Obiekt agroturystyczny	4,4%	3,2%	7,4%	8,9%
Kemping lub pole namiotowe	2,7%	3,1%	6,0%	5,6%
Hostel	1,2%	1,0%	1,1%	7,3%
Apartament				7,6%
Kwatera prywatna	7,9%	6,0%	10,5%	
Korzystam z couchsurfing'u	0,1%	0,1%	0,0%	6,4%
Zakład uzdrowiskowy	2,7%	2,5%	2,3%	9,5%
Ośrodek wczasowy	1,7%	0,7%	4,5%	5,4%
Schronisko górskie	1,0%	0,8%	2,3%	7,5%
Dom Pielgrzyma	1,1%	0,3%	0,0%	3,2%
U rodziny	10,4%	11,2%	14,2%	29,3%
U znajomych	4,4%	7,2%	13,4%	21,5%
Własny dom/mieszkanie	32,8%	29,9%	4,0%	5,4%
Inny obiekt	2,4%	1,2%	2,6%	5,6%

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

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

Odwiedzający Małopolskę w roku 2021 goście z Małopolski najczęściej nocowali w hotelu (42,30%), co trzeci u rodziny (29,30%), mniej niż co czwarty w pensjonacie (23,20%), ponad co piąty u znajomych (21,50%). Mniej więcej co dziesiąty przebywał w zakładzie uzdrowiskowym (9,50%) lub nocował w obiekcie agroturystycznym (8,90%). Porównując otrzymane w roku 2021 wskaźniki procentowe do lat poprzednich, można zauważyć, iż decyzje odwiedzających z Małopolski dotyczące wyboru obiektów

noclegowych uległy zmianie, bowiem z wymienionych powyżej obiektów noclegowych korzystało znacznie więcej osób w analizowanym roku niż w latach poprzednich. Wskaźniki są dwukrotnie a nawet niekiedy trzykrotnie wyższe.

Znacznie mniejsza grupa odwiedzających z Małopolski nocowała w schronisku górskim (7,50%), hostelu (7,30%), na kwaterze prywatnej/korzystali z couchsurfing'u (6,4%), w motelu (5,90%), domu wycieczkowym (5,70%), na kempingu lub polu namiotowym (5,60%), w innym obiekcie (5,60%), ośrodku wczasowym (5,40%), własnym domu/mieszkanu (5,40%). Również w tej grupie w porównaniu do lat poprzednich można zauważyć zmiany, które ukazują, iż odwiedzający kilkakrotnie częściej korzystali z tanich noclegów niż w latach poprzednich. Wyjątek stanowi korzystanie z noclegu we własnym domu/mieszkanu; w latach, w których dominuje pandemia, korzystanie z nich jest sześciokrotnie mniejsze niż przed pandemią (2018-2019).

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski

Najwięcej odwiedzających z Małopolski w roku 2021 zwiedzało własny region 1 dzień bez noclegu (43,80%). Jest to mniejsza grupa respondentów niż miało to miejsce w roku 2020 (co prawdopodobnie ma związek z pandemią), ale porównywalna do lat 2018-2019.

Mniej niż co piąty respondent przyjechał tutaj na krótko korzystając z 2-3 noclegów (18,30%). W porównaniu do roku 2020 widoczny jest sześciokrotny wzrost wskaźnika procentowego i kilkakrotny w porównaniu do lat 2018-2019, co oznaczałoby, iż niezbyt długie wyjazdy mają coraz większe znaczenie w zwiedzaniu regionu przez mieszkańców Małopolski. Nieco mniejsza grupa przyjechała na krócej, korzystając z 1 noclegu (16,40%), ale na przestrzeni analizowanych lat również widoczny jest systematyczny wzrost wskaźników procentowych, w przeciwieństwie do pobytów bardzo krótkich do 3 godzin (13,30%), tu z kolei widoczny jest spadek zainteresowania.

Małopolanie, podróżując po swoim regionie, niezbyt często korzystali z dłuższych pobytów 4-7 nocy (6,90%), a sporadycznie z pobytów trwających 8-14 nocy (0,40%) oraz 15 i więcej nocy (0,90%).

Tabela 12.2.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	10,5%	16,5%	10,6%	13,3%
1 dzień bez noclegu	37,4%	48,3%	76,8%	43,8%
1 noc	12,0%	7,9%	6,4%	16,4%
2-3 noce	13,0%	11,6%	3,8%	18,3%
4-7 nocy	17,2%	10,5%	1,9%	6,9%
8-14 nocy	5,7%	4,0%	0,3%	0,4%
15 i więcej nocy	4,2%	1,1%	0,2%	0,9%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce

Zdecydowana większość mieszkańców Małopolski podróżowała po Małopolsce samochodem (66,20%) i, jak można zauważyć, znacznie rzadziej niż w latach 2018-2020. Ciekawym zjawiskiem jest fakt, iż ponad co dziesiąty respondent (10,90%) skorzystał z podróży pociągiem, co w stosunku do lat

poprzednich stanowi znaczącą zmianę, bowiem w roku 2020 osób takich było prawie dziesięciokrotnie mniej, a w latach 2018-2019 dwukrotnie mniej. Podobna sytuacja dotyczy podróży autobusem/mikrobusem linii regularnej (8,80%), czy autokarem turystycznym (5,50%). Generalnie podróże wymienionymi środkami transportu nie cieszyły się zbyt dużą popularnością, szczególnie w latach 2019-2020.

Z pozostałych środków transportu korzystano sporadycznie lub nie korzystano z nich w ogóle. Należy wymienić tutaj: samolot tradycyjnych linii lotniczych, samolot tanich linii lotniczych, samolot czarterowy lub jeszcze inne, podobnie jak w latach poprzednich.

Tabela 12.2.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Samochód	64,3%	81,8%	93,2%	66,2%
Autokar turystyczny	11,0%	3,1%	0,5%	5,5%
Pociąg	4,2%	5,2%	1,1%	10,9%
Autobus/mikrobus linii regularnej	16,0%	7,4%	3,1%	8,8%
Inny	2,2%	1,1%	1,5%	3,4%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	0,9%	1,2%	0,5%	3,7%
Samolot czarterowy	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,5%	0,2%	0,1%	1,5%
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.

Wydatki odwiedzających z Małopolski

Odwiedzający z Małopolski (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 335 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to kwota o 32,4% większa: w stosunku do roku poprzedniego, o ponad 2,5-krotnie w relacji do roku 2019 oraz o 60,3% odnośnie roku 2018.

Turyści z Małopolski przed podróżą po własnym regionie w roku 2021 wydali 389 zł na osobę. Była to suma mniejsza o 15,6% niż w roku poprzednim, ale większa o 40,9% niż w roku 2019 oraz o 70,6% niż w roku 2018.

Odwiedzający jednodniowi w roku 2021 wydali większe średnie kwoty przez przyjazdem (158 zł na osobę) niż w latach poprzednich - w porównaniu do roku 2020 o 33,9% zł, ale w relacji do 2019 roku aż 9-krotnie, a w stosunku do 2018 roku prawie 2-krotnie.

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed podróżą po regionie w 2021 roku (w zł na osobę), można zauważyć, że najwyższe kwoty były wydawane na noclegi (280 zł) oraz zakup produktu w biurze podróży (264 zł). Nieco mniej na zakup biletów wstępu do atrakcji (145 zł) oraz wycieczki (100 zł). Najniższe średnie wydawane kwoty dotyczą lokalnego transportu (9 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast

odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup produktu w biurze podróży.

Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	209	123	253	335
Turyści	228	276	461	389
Odwiedzający jednodniowi	76	17	118	158

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

Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	264	280	9	145	100
Turyści	317	280	8	161	100
Odwiedzający jednodniowi	200	-	10	63	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

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

Całkowita suma wydatkowana przez odwiedzających z Małopolski (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2021 roku - 141 zł na osobę - była większa o 62,1% w stosunku do roku poprzedniego, ale mniejsza o 42,9% niż w roku 2019 oraz 3-krotnie niż w roku 2018.

Turyści wydatkowali 199 zł na osobę, czyli o 23,8% mniej niż w roku 2020, o ponad 2-krotnie mniej niż w roku 2019 i o ponad 2,5-krotnie mniej niż w roku 2018 o 32,6%.

Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwotę 93 zł na osobę, i było to więcej niż w poprzednim analizowanym roku: o 72,2% w stosunku do roku 2020, ale mniej o 4,1% w stosunku do roku 2019, oraz 2-krotnie mniej w relacji do roku 2018.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2021 roku przez gości z Małopolski, trzeba stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (257 zł na osobę). W porównaniu do roku poprzedniego była to kwota wyższa o 54,8%, ale niższa odnośnie roku 2019 prawie 2-krotnie, a w relacji do roku 2018 o 33,1%.

Kolejnymi co do wielkości wydatkami były: **zakup produktu w biurze podróży** - 145 zł na osobę oraz **wycieczki**, na które odwiedzający z Małopolski wydali 108 zł na osobę. Powyższe kategorie zostały w analizowanym roku przebadane po raz pierwszy, trudno więc odnieść się do lat poprzednich.

Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		384	185	154	84		197	511
Turyści		384	198	162	88		194	554
Odwiedzający jednodniowi		-	75	48	47		219	201
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		476	130	91	80		303	247
Turyści		476	208	108	100		228	465
Odwiedzający jednodniowi		-	69	48	65		375	97
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		166	48	41	30		96	87
Turyści		166	100	62	65		159	261
Odwiedzający jednodniowi		-	38	32	25		63	54
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	145	257	55	32	85	108	96	141
Turyści	68	257	72	37	84	116	103	199
Odwiedzający jednodniowi	221	-	41	22	86	77	88	93

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Nieco mniej odwiedzający Małopolskę z Małopolski przeznaczali na tzw. **inne wydatki** (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - wydano średnio 96 zł na osobę, czyli tyle samo, ile w roku poprzednim, ale odnośnie roku 2019 była to kwota prawie 3-krotnie mniejsza, a w stosunku do roku 2018 prawie 2-krotnie.

Niezbyt wysokie sumy były wydatkowane na **bilety wstępu do atrakcji** - 85 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich można zauważyć, iż była to kwota większa w stosunku do każdego analizowanego roku: prawie 3-krotnie odnośnie roku 2020, natomiast w relacji do roku 2019 o 6,3%, oraz o 1,2% w stosunku do roku 2018.

Jeszcze niższe kwoty przeznaczono na **wyżywienie** - wydano średnio 55 zł na osobę. W porównaniu do roku poprzedniego było to mniej o 14,6%, ale więcej prawie 2,5-krotnie odnośnie do roku 2019 oraz 3,5-krotnie w stosunku do roku 2018.

Najmniej goście z Małopolski przeznaczali **na lokalny transport** (średnio 32 zł na osobę) i była to kwota niższa w każdym poprzednio analizowanym roku, tak więc w stosunku do roku 2020 o 22%, prawie 3-krotnie odnośnie do roku 2019 oraz prawie 5-krotnie w stosunku do roku 2018.

Podobna struktura wydatków, którą omówiono powyżej, dotyczy także turystów. Natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali na zakup produktu w biurze podróży (211 zł), na wyżywienie (41 zł), na lokalny transport (22 zł), na bilety wstępu do atrakcji (86 zł), na wycieczki (77 zł), inne (88 zł).

Należy zauważyć, że w 2021 roku jednodniowi odwiedzający z Małopolski ponieśli w Małopolsce znacznie wyższe wydatki jedynie w stosunku do roku 2018 (prawie 2-krotnie). W stosunku do pozostałych lat różnice nie były już tak znaczące.

Tabela 12.2.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Małopolski	563 000 000
Odwiedzający jednodniowi z Małopolski	299 900 000
Łącznie odwiedzający z Małopolski	862 900 000

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Małopolski w 2021 roku krążyło w Małopolsce ponad 560 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 300 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Małopolski w 2021 roku wyniosły więc ok. 860 mln zł.

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

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

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-21 = ≈65%; a w roku 2021 obarczonym ryzykiem pandemicznym 59,1%), czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Tabela 12.2.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021
0	62,3%	76,7%	60,1%	59,1%
1	9,4%	13,3%	16,1%	9,8%
Σ OPTYMIŚCI	71,7%	90,0%	76,2%	68,9%
2	5,8%	3,3%	15,0%	8,9%
3	4,4%	1,2%	5,1%	6,3%
4	2,7%	0,7%	0,6%	2,8%
Σ REALIŚCI	12,9%	5,2%	20,7%	18,0%
5	4,2%	0,8%	0,9%	3,3%
6	1,6%	0,4%	0,4%	1,6%
7	2,4%	0,8%	0,4%	2,0%
8	2,6%	0,9%	0,1%	2,8%
9	1,0%	0,9%	0,5%	0,8%
10	3,6%	1,0%	0,8%	2,6%
Σ PESYMIŚCI	15,4%	4,8%	3,1%	13,1
NFS	56,4%	85,2%	73,1%	55,9%

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

NFS 2021 mieszkańcy Małopolski OGÓŁEM = 55,9%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

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

Jak można zauważyć, $\approx 60\%$ odwiedzających z Małopolski w roku 2021, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Wskaźnik PROMOTORÓW w 2021 roku zmniejszył się ze względu zagrożenia pandemiczne o $\approx 3\%$ w stosunku do średniej z lat 2018-2019.

Tabela 12.2.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021
10	52,3%	52,3%	57,6%	60,8%
9	12,1%	28,7%	27,0%	13,1%
Σ PROMOTORZY	64,40%	81,00%	84,60%	73,90%
8	17,7%	10,0%	9,6%	10,0%
7	7,5%	3,9%	3,1%	7,7%
Σ PASYWNI	25,20%	13,90%	12,70%	17,70%
6	3,6%	1,8%	1,0%	3,4%
5	4,3%	1,5%	0,9%	2,3%
4	1,0%	0,4%	0,3%	0,3%
3	0,5%	0,1%	0,2%	0,5%
2	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%
1	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%
0	0,5%	1,0%	0,2%	1,7%
Σ KRYTYCY	10,40%	5,10%	2,60%	8,40%
NPS	54,0%	75,9%	82,0%	65,5%

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

NPS 2021 mieszkańcy Małopolski OGÓŁEM = 65,5%.

Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski

Analizując opinie respondentów na temat deklaracji ponownej podróży po Małopolsce, należy stwierdzić, że zdecydowana ich większość odpowiedziała: „na pewno tak” (62,8%) i „raczej tak” (24,2%), co stanowi 87% badanych osób. Jest to jednak grupa mniejsza o 5,90% niż w roku 2020.

Osób, które zadeklarowały, iż nie będą ponownie podróżować po Małopolsce w roku 2021 była znikoma liczebność (raczej nie: 2,0%, na pewno nie: 0,9%), podobnie jak w latach poprzednich.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli czy powrócą do Małopolski było 10,1% i do tej grupy powinien trafić przekaz promocyjny regionu.

Tabela 12.2.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	72,7%	64,3%	51,2%	62,8%
Raczej tak	18,3%	29,7%	41,7%	24,2%
Nie wiem	7,4%	5,1%	7,0%	10,1%
Raczej nie	1,0%	0,7%	0,0%	2,0%
Na pewno nie	0,6%	0,2%	0,0%	0,9%
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.

12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z MAZOWSZA W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU: 953 600 OSÓB, W TYM 750 600 TURYSTÓW

Główne cele przyjazdu do Małopolski odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.3.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021
Wypoczynek	22,0%	25,7%	43,5%	36,9%
Poznanie walorów przyrody	2,2%	0,4%	1,8%	14,9%
Zwiedzanie zabytków	17,6%	16,9%	9,6%	11,9%
Odwiedziny krewnych	3,4%	3,7%	3,3%	6,8%
Cel zdrowotny	12,6%	10,6%	5,1%	6,3%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	0,3%	2,6%	3,3%	4,1%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	19,1%	17,5%	15,9%	3,4%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,4%	2,1%	0,6%	2,7%
Sprawy służbowe (biznes)	2,8%	3,4%	5,4%	2,2%
Odwiedziny znajomych	3,9%	3,5%	2,4%	2,0%
Udział w szkoleniu	0,8%	0,5%	2,1%	1,7%
Edukacja	1,2%	1,4%	0,0%	1,4%
Tranzyt	0,6%	1,8%	1,2%	1,4%
Cel religijny	3,5%	1,9%	0,6%	1,0%
Inny cel	0,9%	0,9%	0,9%	1,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,9%	0,5%	0,3%	0,8%
Udział w wydarzeniu	0,0%	1,2%	1,8%	0,5%
Udział w imprezie kulturalnej	0,3%	0,5%	0,0%	0,5%
Udział w konferencji, kongresie	1,5%	1,6%	0,0%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,6%	1,4%	1,8%	0,2%
Zakupy	0,9%	1,1%	0,0%	0,0%
Odnowa duchowa	1,1%	0,4%	0,3%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%
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.

Analizując cele przyjazdu turystów z Mazowsza, można zauważyć, że najczęściej osób przybyło do Małopolski w celach wypoczynkowych (36,90%). Jednak w latach 2018-2020 widoczna była systematyczna tendencja wzrostowa, czego nie zanotowano w roku 2021.

Znaczna grupa osób (ponad co dziesiąty respondent) z wypoczynkiem łączył poznanie walorów przyrody (14,90%), co stanowi zasadniczą różnicę w porównaniu do 2018-2020, kiedy czynili to bardzo nieliczni odwiedzający. Omawiając powyższą kategorię, warto zwrócić także uwagę na turystykę aktywną/kwalifikowaną; w roku 2021 zrealizowało ją zaledwie 3,40% respondentów i jest to ponad 5-krotny spadek powyższego celu podróży w kontekście lat 2018-2020, kiedy była jednym z ważniejszych

celów przyjazdu do Małopolski, co wydaje się dość zaskakujące. Dla ponad co dziesiątego odwiedzającego głównym celem przyjazdu do Małopolski było zwiedzanie zabytków (11,90%) i w roku 2021 takich osób jest więcej niż w roku 2020, ale nieco mniej niż w latach 2018-2019.

Nieliczni do Małopolski przyjechali w celach zdrowotnych (6,30%), odwiedzin krewnych (6,80%) oraz w celach rozrywki (kluby, dyskoteki, puby) (4,10%), podobnie zresztą jak w latach poprzednich. Analizując wskaźniki procentowe, można zauważyć, iż w roku 2021 nieco częściej odwiedzano krewnych niż w latach poprzednich oraz korzystano z rozrywki. Natomiast cel zdrowotny był znacznie rzadziej realizowany w roku 2021 i 2020 niż w roku 2018 i 2019.

Pozostałe cele takie jak: turystyka aktywna (kwalifikowana), odwiedziny miejsc rodzinnych, sprawy służbowe (biznes), odwiedziny znajomych, udział w szkoleniu, edukacja, tranzyt, cel religijny, korzystanie z usług medycznych, udział w wydarzeniu, udział w imprezie kulturalnej, udział w konferencji, kongresie, firmowy wyjazd integracyjny lub inny cel realizowane były bardzo sporadycznie. A niektórych nie realizowano w ogóle: zakupy, odnowa duchowa, udział w imprezie sportowej.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Mazowsza

Charakteryzując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Mazowsza, można jednoznacznie stwierdzić, że w kolejnych latach badań profil ten nie uległ zmianom. W roku 2021 najczęściej odwiedzających Małopolskę z Mazowsza znajdowało się w przedziale wiekowym: 30-44 r.ż. (37,20%) ale w porównaniu do roku 2020 widoczny jest niewielki spadek w tej kategorii. Podobnie jak w grupie osób w wieku 45-60 lat (21,60%) o kilka punktów procentowych.

Z kolei wzrost odwiedzających w stosunku do wszystkich analizowanych lat można zauważyć w młodszej grupie wiekowej 20-29 lat (26,50%), która pod względem liczebności przybyłych do Małopolski zajmuje drugie miejsce. Z przeprowadzonych badań wynika, że najczęściej do Małopolski z Mazowsza przyjeżdżają ludzie młodzi (30-44) oraz bardzo młodzi (20-29), którzy łącznie stanowią 63,7%.

Co dziesiąty odwiedzający Małopolskę to osoba powyżej 60 r.ż. (12,30%). Powyższa tendencja utrzymuje się mniej więcej na podobnym poziomie w latach 2018-2019, ale w roku 2020 grupa ta była o połowę mniejsza.

Bardzo małym zainteresowaniem w roku 2021 cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna (2,40%) i poziom ten jest podobny mniej więcej do lat poprzednich. Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży z Mazowsza są tutaj rzadko organizowane.

Podobnie jak w poprzednich latach badań, Małopolskę odwiedziło więcej kobiet (52,2%) niż mężczyzn (47,8%). Potwierdza to, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla podróżnych bez względu na ich płeć.

Deklarowany przez odwiedzających z Mazowsza poziom wykształcenia w 2021 r. jak w całym okresie badań, wyróżnia tę grupę podróżnych na tle odwiedzających z innych regionów. Odsetek osób z wykształceniem wyższym deklarowało 58,20% osób, a wykształcenie średnie 37,80%. Łącznie stanowią oni 96% odwiedzających z Mazowsza. Jednak w kontekście lat 2018-2020 widoczny jest spadek osób z wykształceniem wyższym, a wzrost z wykształceniem średnim. Zanotowano także

bardzo małą grupę posiadającą wykształcenie podstawowe (3,20%), która w stosunku do roku poprzedniego wzrosła trzykrotnie.

Również poziom zamożności deklarowany przez podróżnych z Mazowsza wyróżnia tę grupę na tle odwiedzających z innych regionów. Dominują odpowiedzi wskazujące na dobry status materialny (58,60%), lub bardzo dobry status materialny (19,30%). Powyższe dwie grupy stanowią dwie trzecie respondentów (77,30%) i jest to wskaźnik zdecydowanie wyższy niż osób z innych regionów. Na średni poziom zamożności wskazało 19,60% badanych.

Wiek odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.3.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Do 19 lat	5,1%	2,7%	2,5%	2,4%
20-29 lat	18,2%	24,3%	24,0%	26,5%
30-44 lat	38,4%	36,7%	42,1%	37,2%
45-60 lat	27,6%	22,8%	24,8%	21,6%
Powyżej 60 lat	10,7%	13,6%	6,6%	12,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.3.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	62,1%	53,3%	52,5%	52,2%
Mężczyzna	37,9%	46,7%	47,5%	47,8%
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.

Wykształcenie odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.3.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021
Wyższe	71,5%	65,1%	71,2%	58,2%
Średnie	26,2%	29,7%	27,1%	37,8%
Podstawowe	1,6%	4,6%	0,9%	3,2%
Inne	0,7%	0,6%	0,9%	0,8%
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.

Status materialny odwiedzających z Mazowsza

Tabela 12.3.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Bardzo dobra	23,6%	22,5%	23,2%	19,3%
Dobra	52,5%	57,2%	56,7%	58,6%
Średnia	23,1%	19,3%	19,8%	19,6%
Zła/Bardzo zła	0,80%	1,00%	0,30%	2,5%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

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

Charakter podróży odwiedzających z Mazowsza (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

W roku 2021 odwiedzający z Mazowsza najchętniej podróżowali w towarzystwie członków rodziny (41,0%) oraz przyjaciół (30,5%) i ten charakter podróżowania nie ulega zmianom. W porównaniu do roku poprzedniego w roku 2021 zwiększył się odsetek osób podróżujących samotnie (22,0%). Atrakcyjność przyjazdów w grupach zorganizowanych (6,5%) w porównaniu do lat poprzednich straciła na znaczeniu, bowiem wskaźnik procentowy jest prawie o połowę niższy.

Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Charakter podróży	2018	2019	2020	2021
Rodzina	41,1%	36,6%	43,1%	41,0%
Przyjaciele	22,2%	30,8%	28,3%	30,5%
Nikt (podróżuję sam)	21,7%	13,4%	9,1%	22,0%
Grupa zorganizowana	10,5%	15,9%	12,9%	6,5%
Rodzina i przyjaciele	4,5%	3,3%	6,6%	0,0%
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 12.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza

Ilość dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
0	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%
1	50,9%	45,8%	56,3%	52,6%
2	41,5%	47,2%	35,9%	27,0%
3	1,9%	6,9%	7,8%	13,9%
4	1,9%	0,0%	0,0%	3,3%
5	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
6	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
7	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
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.

Odwiedzający z Mazowsza odbywający podróże rodzinne wskazali, że najczęściej towarzyszy im jedno (52,6%) lub dwójka dzieci (27,0%). Wzrósł znacznie poziom odpowiedzi wskazujących na podróż

z trojgiem dzieci (13,9%), rzadziej z czworgiem (3,3%). Turystyka rodzin wielodzietnych nie jest popularna, co oddają bardzo niskie wskaźniki procentowe. Dotyczy to praktycznie odwiedzających z wszystkich analizowanych województw.

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Zdecydowana większość odwiedzających z Mazowsza w roku 2021 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (56,00%). O ile w latach 2018-2020 widoczna była tutaj wyraźna tendencja wzrostowa, to w analizowanym roku zanotowano znaczny spadek wskaźnika procentowego. Rzadziej podróżowano z rodziną (16,60%) lub znajomymi (13,50%). W powyższych kategoriach zauważono nieznaczny wzrost wskaźników procentowych.

Z pozostałych instytucji korzystano bardzo sporadycznie albo nie korzystano w ogóle. Są to: zakład pracy, biuro podróży, parafia (kościół), szkoła oraz jeszcze inna instytucja.

Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza

Organizacja pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	74,6%	67,5%	71,7%	56,0%
Rodzina	6,0%	5,3%	6,7%	16,6%
Inna instytucja	6,2%	4,9%	2,4%	2,9%
Zakład pracy	5,5%	5,4%	7,8%	5,8%
Znajomi	3,3%	7,2%	8,9%	13,5%
Szkoła	2,7%	2,3%	1,1%	1,2%
Biuro podróży	1,0%	3,2%	0,3%	3,7%
Parafia (kościół)	0,6%	3,3%	0,8%	0,3%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%	0,9%	0,3%	0,0%
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.

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

Analizując preferencje odwiedzających z Mazowsza odnośnie korzystania z miejsc noclegowych w roku 2021, można stwierdzić, że najwięcej osób nocowało w hotelu (39,80%), co piąty u rodziny (21,30%), ponad co dziesiąty w pensjonacie (16,90%) lub u znajomych (12,80%). Porównując wskaźniki procentowe z roku 2021 do lat poprzednich, można zauważyć znaczny wzrost popularności omawianych miejsc, co szczególnie dotyczy noclegu u rodziny i znajomych; wskaźniki wzrosły prawie trzykrotnie. Widoczna jest także systematycznie rosnąca popularność hotelu; wskaźnik procentowy uzyskany w roku 2021 jest znacząco wyższy niż w latach poprzednich. Natomiast zainteresowanie noclegami w pensjonacie utrzymuje się w analizowanych latach na podobnym poziomie, z niewielkimi wahaniami na plus albo na minus.

Niezbyt dużym zainteresowaniem cieszyły się noclegi w zakładach uzdrowiskowych (7,30%), apartamentach (6,70%), domach wycieczkowych (5,30%). Jednakże w stosunku do lat poprzednich można zauważyć w tych kategoriach niewielki wzrost wskaźników procentowych.

Znacznie rzadziej odwiedzający z Mazowsza korzystali z noclegów w motelu (4,50%), obiekcie agroturystycznym (4,50%), schronisku górskim (4,50%), czy hostelu (4,30%). Również w tych

kategoriach na przestrzeni analizowanych lat wskaźniki procentowe (choć są niskie) systematycznie rosną, co oznacza, że coraz więcej turystów z Mazowsza korzysta właśnie z tych obiektów, przyjeżdżając do Małopolski.

Sporadycznie nocowano na kempingu lub polu namiotowym, w ośrodku wczasowym, własnym domu/mieszkanie, domu pielgrzyma, innym obiekcie, schronisku młodzieżowym, kwaterze prywatnej lub korzystano z couchsurfing'u. Otrzymane wskaźniki procentowe są nieistotne z punktu widzenia kreowania ruchu turystycznego w Małopolsce w kontekście turystów z Mazowsza.

Tabela 12.3.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	21,7%	36,4%	22,0%	39,8%
Motel	1,3%	1,2%	0,3%	4,5%
Pensjonat	17,2%	14,6%	19,7%	16,9%
Dom wycieczkowy	2,3%	1,0%	3,2%	5,3%
Schronisko młodzieżowe	1,5%	0,8%	0,6%	0,2%
Obiekt agroturystyczny	12,0%	6,0%	11,0%	4,5%
Kemping lub pole namiotowe	1,0%	0,8%	4,3%	3,7%
Hostel	2,3%	2,1%	1,2%	4,3%
Apartament	8,6%	7,7%	15,4%	6,7%
Kwatera prywatna				2,4%
Korzystam z couchsurfing'u	0,0%	0,0%	0,0%	
Zakład uzdrowiskowy	6,3%	6,9%	5,5%	7,3%
Ośrodek wczasowy	0,3%	2,1%	1,2%	3,0%
Schronisko górskie	3,2%	3,3%	3,8%	4,5%
Dom Pielgrzyma	1,6%	1,5%	0,0%	1,0%
U rodziny	7,8%	8,3%	5,5%	21,3%
U znajomych	6,0%	4,4%	4,3%	12,8%
Własny dom/mieszkanie	4,7%	1,0%	0,9%	2,8%
Inny obiekt	2,3%	1,9%	1,2%	1,0%

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

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2021 r. przez odwiedzających z Mazowsza, można zauważyć, iż co trzeci turysta organizuje tutaj niezbyt długi wypoczynek, w ramach którego realizuje 2-3 noce (33,40%). Analizując tendencje odnośnie długości odpoczynku w Małopolsce przez Mazowszan, można zauważyć, iż jest to zdecydowanie tendencja rosnąca.

Mniej więcej co piąty, z jednej strony organizuje w Małopolsce bardzo krótki pobyt, podczas którego korzysta tylko z jednej nocy (20,00%), ale z drugiej strony podobna grupa przyjeżdża na dłużej; korzystają oni z 4-7 noclegów podczas pobytu (18,70%). O ile w pierwszym przypadku na przestrzeni analizowanych lat (2018-2020) możemy zauważyć tendencję rosnącą, to w drugim niestety zauważalny jest bardzo wyraźny spadek (niekiedy prawie dwukrotny). O połowę mniejsza grupa, bo ponad co dziesiąty odwiedzający z Mazowsza przyjeżdża tutaj na jeden dzień bez noclegu (17,80%); tu z kolei zauważyć można kilkukrotny wzrost wskaźników procentowych.

Pobyty bardzo krótkie do 3 godzin (4,20%) lub długie 8-14 nocy (4,00%) oraz 15 i więcej nocy (1,80%) realizują nieliczni i z roku na rok tego typu odwiedzających jest coraz mniej.

Tabela 12.3.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	4,6%	2,2%	1,4%	4,2%
1 dzień bez noclegu	7,5%	7,2%	4,0%	17,8%
1 noc	5,2%	12,0%	15,3%	20,0%
2-3 noce	22,3%	21,8%	36,3%	33,4%
4-7 nocy	32,8%	39,3%	29,5%	18,7%
8-14 nocy	16,1%	13,5%	8,5%	4,0%
15 i więcej nocy	11,5%	4,1%	5,1%	1,8%

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

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski

Zdecydowana większość mieszkańców Mazowsza podróżowała po Małopolsce samochodem (65,80%) i, jak można zauważyć, znacznie rzadziej niż w roku 2020, ale porównywalnie do 2018 i 2019 r. Ponad co dziesiąty respondent (12,0%) skorzystał z podróży pociągiem, podobnie jak w latach 2018-2020.

Ciekawy jest fakt, iż w roku 2021 znacznie częściej podróżowano autokarem turystycznym (7,50%) czy autobusem/mikrobusiem linii regularnej (8%) - w latach poprzednich podróże wymienionymi środkami transportu nie cieszyły się zbyt dużą popularnością.

Z pozostałych środków transportu korzystano sporadycznie lub nie korzystano z nich w ogóle. Należy wymienić tutaj: samolot tradycyjnych linii lotniczych, samolot tanich linii lotniczych, samolot czarterowy lub jeszcze inne (0,7%; 1,1%; 0,5%), podobnie jak w latach poprzednich.

Tabela 12.3.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Samochód	63,8%	64,4%	81,2%	65,8%
Pociąg	16,7%	13,9%	12,3%	12,0%
Autokar turystyczny	4,6%	10,4%	2,2%	7,5%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	2,7%	2,4%	0,8%	1,6%
Samolot tanich linii lotniczych	1,3%	1,3%	0,3%	1,8%
Inny	1,1%	0,5%	0,8%	3,3%
Autobus/mikrobus linii regularnej	9,60%	7,10%	2,20%	8,0%
Samolot czarterowy	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%
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.

Wydatki odwiedzających z Mazowsza

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

Odwiedzający z Mazowsza (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach aż 363 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). Była to suma mniejsza o 33,4% niż w roku poprzednim oraz w stosunku do 2019 o 23,6%, natomiast większa o 1,4% w relacji do roku 2018.

Turyści z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w roku 2021 wydali 380 zł na osobę. Była to suma mniejsza o 31,5% niż w roku poprzednim oraz o 22,8% w relacji do roku 2019, ale wyższa o 1,6% w stosunku do roku 2018.

Odwiedzający jednodniowi w roku 2021 wydali średnie kwoty przed przyjazdem w wysokości 139 zł na osobę, jednak w porównaniu do lat poprzednich były to kwoty niższe: w stosunku do roku 2020 o 19,7%, w relacji do roku 2019 o 34,7%, odnośnie roku 2018 o 6,7%.

Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	358	475	545	363
Turyści	374	492	555	380
Odwiedzający jednodniowi	149	213	173	139

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

Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	488	382	91	93	-
Turyści	505	382	92	108	-
Odwiedzający jednodniowi	400	-	78	30	-

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę), można stwierdzić, że najwyższe kwoty były wydawane na zakup produktu w biurze podróży (488 zł), na noclegi (382 zł). Najniższe średnie wydawane kwoty dotyczą biletów wstępu do atrakcji (93 zł) oraz lokalnego transportu (91 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup produktu w biurze podróży.

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

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Mazowsza (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2021 roku (534 zł na osobę), w odróżnieniu od kwot wydatkowanych w latach poprzednich, były nieco niższe w stosunku do roku 2020 o 6,8% oraz niższe w relacji do roku 2019 o 2,6%, a także w odniesieniu do roku 2018 o 29,7%.

Turyści wydatkowali 599 zł na osobę, czyli o 0,7% więcej niż w roku 2020, o 4,5 więcej niż w roku 2019 i o 28,6% mniej niż w roku 2018.

Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwotę 205 zł na osobę i było to więcej niż w każdym poprzednim analizowanym roku: o 50,7% w stosunku do roku 2020, o 25,0% do roku 2019, o 4,1% do roku 2018.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2021 roku przez gości z Mazowsza, trzeba stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (461 zł na osobę). W porównaniu do lat poprzednich były to kwoty wyższe niż w roku 2020 o 21,6% oraz w roku 2018 o 21,3%, ale niższe niż w roku 2019 o 4,6%.

Drugim co do wielkości wydatkiem były tzw. **inne wydatki** (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - wydano średnio 289 zł na osobę. Porównując ich wysokość do lat poprzednich, można stwierdzić, że jest to kwota niższa w relacji do roku 2020 o 3,7%, ale wyższa 2-krotnie w stosunku do 2019 oraz o 3,2% odnośnie 2018 roku.

Z kolei na **wyżywienie** wydano średnio 172 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich było to mniej niż w każdym poprzednim roku, tak więc o 6,0% w stosunku do roku 2020, o 9,5% do roku 2019 oraz o 34,4% do roku 2018.

Kolejne, niezbyt wysokie sumy były wydatkowane na **bilety wstępu do atrakcji** - 113 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich można zauważyć, iż była to kwota mniejsza w stosunku do roku 2020 o 6,6% oraz odnośnie do roku 2019 o 4,2%, ale większa o 1,8% w odniesieniu do roku 2018.

Na następnym miejscu uplasowały się **wycieczki**, na które odwiedzający z Mazowsza wydali 81 zł na osobę i które w roku 2021 uwzględniono w badaniach po raz pierwszy.

Najmniej goście z Mazowsza przeznaczali **na lokalny transport** (średnio 52 zł na osobę) i była to kwota mniejsza odnośnie do wszystkich poprzednich badanych lat, czyli w stosunku do roku 2020 o 40,2%, w relacji do 2019 roku o 48,0% oraz w odniesieniu do roku 2018 o 27,8%.

Najniższą kwotę przeznaczono na **zakup produktu w biurze podróży** - 28 zł na osobę. Powyższa kategoria została w analizowanym roku przebadana po raz pierwszy, trudno więc odnieść się do lat poprzednich.

Podobna struktura wydatków, którą omówiono powyżej, dotyczy także **turystów**. Natomiast **odwiedzający jednodniowi** - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali na na wycieczki (125 zł), inne (115 zł), wyżywienie (111 zł), na bilety wstępu do atrakcji (91 zł). Znacznie niższe kwoty przeznaczono na transport (55 zł) oraz zakup produktu w biurze podróży 28 zł. Należy

zauważyć, że w 2021 roku jednodniowi odwiedzający z Mazowsza wydatkowali w Małopolsce znaczne wyższe kwoty w przeciwieństwie do dwóch lat poprzednich.

Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		380	262	72	111		280	760
Turyści		380	278	73	114		286	809
Odwiedzający jednodniowi		-	86	25	48		135	197
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		483	190	100	118		142	548
Turyści		483	198	105	119		139	573
Odwiedzający jednodniowi		-	52	18	70		190	164
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		379	183	87	121		300	573
Turyści		379	187	87	122		305	595
Odwiedzający jednodniowi		-	81	-	80		166	136
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	28	461	172	52	113	81	289	534
Turyści	28	461	184	51	117	76	322	599
Odwiedzający jednodniowi	28	-	111	55	91	125	115	205

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Tabela 12.3.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Mazowsza	734 500 000
Odwiedzający jednodniowi z Mazowsza	69 900 000
Łącznie odwiedzający z Mazowsza	804 400 000

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.

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Mazowsza w 2021 roku krążyło w Małopolsce ponad 735 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających

jednodniowych z tego segmentu - ok. 69 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Mazowsza w 2021 roku wyniosły więc ok. 804 mld zł.

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

Tabela 12.3.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021
0	62,8%	71,0%	66,2%	50,7%
1	10,9%	10,8%	10,2%	12,9%
Σ OPTYMIŚCI	73,68%	81,82%	76,38%	63,60%
2	4,9%	4,8%	5,5%	12,0%
3	6,4%	2,5%	5,0%	7,6%
4	1,6%	1,2%	2,3%	2,9%
Σ REALIŚCI	12,9%	8,5%	12,8%	22,50%
5	4,4%	2,9%	5,2%	4,4%
6	1,3%	1,7%	2,0%	2,9%
7	1,8%	1,5%	1,5%	0,7%
8	2,2%	0,6%	0,3%	2,0%
9	0,5%	1,0%	1,5%	1,2%
10	3,3%	1,9%	0,3%	2,7%
Σ PESYMIŚCI	13,43%	9,67%	10,79%	13,90%
NFS	60,25%	72,15%	65,60%	49,7%

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 Alejskiak.

NFS 2021 mieszkańcy Mazowsza OGÓŁEM = 49,7%.

W 2021 r., pomimo zagrożenia epidemiologicznego $\approx 50\%$ badanych stwierdziło, że nie mieli obaw przed przyjazdem do Małopolski. Poziom tych stwierdzeń nie odbiegał od wyników uzyskanych w badaniach w latach 2018-2020. W skali 10-punktowej minimalne odczucie zagrożenia przed przyjazdem odczuwało 13,9% badanych w zakresie punktowym 2-3, co obrazuje standardowy niepokój związany z wyjazdem. Wyniki badań jednoznacznie wykazały, że osoby podejmujące decyzję o wyjazdach turystycznych w okresie globalnego zagrożenia epidemiologicznego generalnie nie odczuwają większych obaw związanych z podróżami.

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-20 $\approx 67\%$; a w roku 2021 obarczonym ryzykiem pandemicznym 50,7%), czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Istotnym elementem w promocji regionu jest bezpośredni przekaz gości zadowolonych z pobytu w Małopolsce. W 2020 r. 50,2% badanych nie miało żadnych wątpliwości, że będzie polecało przyjazdy do Małopolski. W dziesięciostopniowej skali, w przedziale punktowym 7-9 odnotowano kolejnych 45% deklarujących polecenia regionu innym, co potwierdza, że cele przyjazdu zostały zrealizowane i przekaz będzie zachęcający.

Tabela 12.3.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021
10	52,2%	46,5%	50,0%	53,9%
9	14,5%	25,1%	21,3%	14,4%
Σ PROMOTORZY	66,7%	71,6%	71,3%	68,30%
8	12,8%	12,4%	16,3%	13,1%
7	10,7%	7,6%	6,4%	9,3%
Σ PASYWNI	23,5%	19,9%	22,7%	22,40%
6	3,8%	3,0%	2,5%	3,6%
5	3,8%	2,6%	2,2%	2,7%
4	0,7%	0,7%	0,0%	0,2%
3	0,5%	0,7%	0,6%	0,3%
2	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
1	0,3%	0,4%	0,3%	0,2%
0	0,7%	1,1%	0,6%	2,0%
Σ KRYTYCY	9,8%	8,5%	6,1%	9,30%
NPS	56,8%	63,1%	65,2%	59,0%

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.

NPS 2021 mieszkańcy Mazowsza OGÓŁEM = 59,0%.

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

Jak można zauważyć 50% odwiedzających z Mazowsza w roku 2021 odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Jest to najwyższy wynik zanotowany w ostatnich trzech latach badań. Grupa PROMOTORÓW zmniejszyła się o niecałe 2 p.p. w stosunku do średniej z lat poprzednich.

Wskaźnik NPS osiągnął dla tej grupy respondentów w 2021 roku najwyższy wynik 59,0% w stosunku do lat poprzednich. Znamienne jest, że dzieje się to warunkach zagrożenia epidemicznego „Covid-19”.

Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza

Satysfakcję z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Mazowsza wyrazili w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2021 roku 57,9% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (23,6 %) łącznie stanowi 81,50% badanych. Jednak w porównaniu do roku 2020 stanowią oni grupę mniejszą o 3,50%, co nie wykluczone może mieć związek z pandemią. Małopolska jest regionem chętnie odwiedzanym przez gości z Mazowsza i na tyle atrakcyjnym, że deklaracje powrotu złożył tak znaczny odsetek badanych.

Ponad co dziesiąty respondent (14,7%) nie wie, czy ponownie przyjedzie do Małopolski, ale wartym podkreślenia jest fakt, że osób które ponownie tutaj nie przyjadą, jest znikoma ilość.

Tabela 12.3.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	60,3 %	57,1 %	55,4 %	57,9%
Raczej tak	26,9 %	28,0 %	29,1 %	23,6%
Nie wiem	10,4 %	13,7 %	15,2 %	14,7%
Raczej nie	1,7 %	0,7 %	0,3 %	3,1%
Na pewno nie	0,6 %	0,4 %	0,0 %	0,7%
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.

12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACIEGO

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z PODKARPACIA W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU: 550 800 OSÓB, W TYM 378 400 TURYSTÓW

Cele podróży odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Podkarpacia

Główne cele podróży	2018	2019	2020	2021
Wypoczynek	19,5%	24,1%	39,6%	38,2%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	16,2%	20,2%	20,4%	4,1%
Zwiedzanie zabytków	18,8%	12,2%	14,5%	14,7%
Odwiedziny krewnych	9,7%	5,6%	6,0%	4,4%
Odwiedziny znajomych	4,2%	6,8%	5,5%	4,7%
Cel zdrowotny	4,9%	5,9%	1,3%	2,2%
Cel religijny	5,1%	4,0%	3,0%	4,4%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,2%	2,8%	1,3%	2,5%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,5%	1,4%	3,8%	4,1%
Poznanie walorów przyrody	2,1%	1,6%	1,3%	13,2%
Edukacja	3,2%	0,3%	0,0%	0,0%
Sprawy służbowe (biznes)	1,9%	1,6%	0,4%	1,3%
Udział w szkoleniu	2,3%	0,7%	0,0%	0,9%
Zakupy	0,2%	2,8%	1,3%	1,3%
Udział w imprezie kulturalnej	0,4%	2,4%	0,0%	0,3%
Odnowa duchowa	1,6%	1,0%	0,0%	0,0%
Korzystanie z usług medycznych	0,0%	2,3%	0,4%	1,3%
Tranzyt	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%
Udział w wydarzeniu	0,5%	1,0%	0,0%	0,6%
Inny cel	0,7%	0,9%	0,4%	0,6%
Udział w konferencji, kongresie	0,9%	0,2%	0,0%	0,3%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
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.

Główny cel odwiedzających Małopolskę gości z Podkarpacia, który deklarowano w badaniach w 2021 r., to szeroko rozumiany wypoczynek (38,20%). Warto zauważyć, iż w kontekście lat 2018-2020 widoczna jest tutaj systematyczna tendencja wzrostowa. Znaczna grupa osób (ponad co dziesiąty respondent) z wypoczynkiem łączył poznanie walorów przyrody (13,20%), co stanowi zasadniczą różnicę w porównaniu do lat 2018-2020, kiedy czynili to bardzo nieliczni odwiedzający. Omawiając powyższą kategorię, warto zwrócić także uwagę na turystykę aktywną/kwalifikowaną, którą w roku 2021 zrealizowało zaledwie 4,10% respondentów i jest to pięciokrotnie mniejsza grupa niż w roku 2019-2020, i czterokrotnie mniejsza niż w roku 2018, co wydaje się dość zaskakujące. Dla ponad co dziesiątego odwiedzającego głównym celem przyjazdu do Małopolski było zwiedzanie zabytków

(14,70%) i w roku 2021 grupa ta jest porównywalna do lat 2019 i 2020, ale nieco mniejsza niż w roku 2018.

Dla niezbyt licznej grupy osób głównym celem przyjazdu były: odwiedziny znajomych (4,70%), odwiedziny krewnych (4,40%), cel religijny (4,40%), turystyka aktywna (kwalifikowana) (4,10%), rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) (4,10%). Uzyskane tutaj wskaźniki procentowe są zbliżone do lat poprzednich z wyjątkiem turystyki aktywnej, o czym wspomniano powyżej.

Znikoma grupa odwiedzających realizowała takie cele jak: odwiedziny miejsc rodzinnych, cel zdrowotny, sprawy służbowe (biznes), zakupy, korzystanie z usług medycznych, udział w szkoleniu, tranzyt, udział w wydarzeniu, udział w imprezie kulturalnej, udział w konferencji, kongresie oraz jeszcze inny cel. Żaden respondent nie przyjechał z Podkarpacia do Małopolski w celach edukacji, odnowy duchowej, realizacji firmowego wyjazdu integracyjnego oraz udziału w imprezie sportowej.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Podkarpacia

Charakteryzując profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Podkarpacia, można zaobserwować, że w kolejnych latach badań profil ten nie uległ zmianom. W strukturze wiekowej odwiedzających możemy jedynie odnotować wzrost odwiedzających w przedziale wiekowym 30-44 lat (53,50%). Łącznie z grupą wiekową 45-60 lat (19,00%), osoby w nieco starszym wieku stanowią dwie trzecie (72,30%) odwiedzających z Podkarpacia. Zauważono także niewielki wzrost odwiedzających w grupie osób pow. 60 r.ż. (8,70%).

Z kolei spadek odwiedzających w stosunku do wszystkich analizowanych lat zanotowano w grupie osób młodych, czyli 20-29 lat (16,20%).

Bardzo małym zainteresowaniem w roku 2021 cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna (2,80%). Poziom ten jest niższy o połowę niż w roku 2020 i porównywalny do roku 2018 i 2019. Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży z Podkarpacia są tutaj bardzo rzadko organizowane. Podobnie z resztą jak we wszystkich powyżej omawianych grupach odwiedzających z różnych województw.

W 2021 r. Małopolskę odwiedziło z Podkarpacia prawie tyle samo kobiet (49,50%), co mężczyzn (50,50%), podobnie jak w całym okresie badań. To znaczy, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla obu płci.

Ponad połowa uczestniczących w badaniach osób deklaruje posiadanie wykształcenia wyższego (49,50%), a 44,50% wskazało, że posiada wykształcenie średnie. Rozkład ten nie ulega zmianie.

Interesujący jest rozkład deklarowanego poziomu zamożności podróżnych z regionu Podkarpacia. W 2021 r. 67,60% badanych określiło swój status finansowy jako dobry i takich deklaracji było mniej niż w roku 2020, ale więcej niż w latach 2018 i 2019. Co czwarta badana osoba (25,90%) zadeklarowała średni status finansowy. Niewielki odsetek respondentów określił swoją sytuację finansową jako bardzo dobrą, a znikomy odsetek jako złą, lub bardzo złą.

Wiek odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Wiek odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Do 19 lat	2,6%	3,7%	5,2%	2,8%
20-29 lat	26,1%	21,1%	31,7%	16,2%
30-44 lat	45,9%	47,1%	36,1%	53,3%
45-60 lat	17,8%	18,8%	20,2%	19,0%
Powyżej 60 lat	7,7%	9,2%	6,7%	8,7%
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.

Płeć odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Płeć odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Kobieta	50,0%	48,4%	49,4%	49,5%
Mężczyzna	50,0%	51,6%	50,6%	50,5%
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.

Wykształcenie odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Wykształcenie	2018	2019	2020	2021
Wyższe	68,5%	53,1%	54,1%	49,5%
Średnie	31,0%	40,6%	39,0%	44,5%
Podstawowe	0,4%	3,1%	3,5%	1,6%
Inne	0,0%	3,3%	3,5%	4,4%
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.

Status materialny odwiedzających z Podkarpacia

Tabela 12.4.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Sytuacja finansowa odwiedzających	2018	2019	2020	2021
Bardzo dobra	10,9%	9,5%	7,1%	5,6%
Dobra	52,3%	61,4%	74,2%	67,6%
Średnia	35,6%	27,6%	18,8%	25,9%
Zła/Bardzo zła	1,20%	1,50%	0,00%	0,9%
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.

Charakter podróży odwiedzających z Podkarpacia (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Niezmiennie we wszystkich kolejnych badaniach odwiedzający z Podkarpacia deklaruowali, że podróżują w towarzystwie członków rodziny (46,5%) lub przyjaciół (29,0%). Jednak w 2021 roku w porównaniu do 2020 można zauważyć dwukrotny wzrost osób podróżujących samotnie. Przyjazdy w grupach zorganizowanych utrzymują się na zbliżonym poziomie.

Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Charakter podróży	2018	2019	2020	2021
Grupa zorganizowana	10,4%	9,7%	8,8%	6,1%
Nikt (podróżuję sam)	21,2%	16,5%	9,2%	18,4%
Przyjaciele	21,6%	25,2%	35,8%	29,0%
Rodzina	41,9%	42,4%	43,8%	46,5%
Rodzina i przyjaciele	4,9%	6,2%	2,5%	0,0%
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.

Odwiedzający, którzy odbywali podróże rodzinne wskazali, że najczęściej towarzyszy im jedno dziecko (45,2%), dwójka (32,9%), rzadziej trójka dzieci (16,4%). Wskaźniki procentowe dotyczące rodzin wielodzietnych są na bardzo niskim poziomie, co wskazuje, że nie korzystają one z wyjazdów turystycznych prawie w ogóle i dotyczy to wszystkich odwiedzających z omówionych do chwili obecnej województw.

Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2018	2019	2020	2021
1	53,7%	58,8%	44,8%	45,2%
2	39,0%	39,4%	50,0%	32,9%
3	7,3%	1,8%	2,6%	16,4%
4	0,0%	0,0%	2,6%	2,7%
5	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
6	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
SUMA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

Sposób organizacji podróży wskazany przez odwiedzających Małopolskę gości z sąsiedniego województwa nie ulega zmianom. Zwykle organizują przyjazd we własnym zakresie i takich odpowiedzi odnotowano w 2021 r. prawie 56,70%, co ukazuje znaczny spadek w stosunku do lat 2018-2020. Uwzględniając deklarowany charakter podróży w gronie rodzinnym lub znajomych, również korzystają przy organizacji wyjazdu z ich pomocy (odpowiednio 15,90% i 13,40%).

Jeśli chodzi o pozostałe formy organizacji podróży, takie jak: zakład pracy, biuro podróży, parafia, szkoła, inna instytucja, to korzysta z nich niewielu albo bardzo niewielu respondentów, to jednak w porównaniu do lat 2018-2020 widoczny jest niewielki wzrost wskaźników procentowych.

Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Podkarpacia

Organizator pobytu	2018	2019	2020	2021
Sam we własnym zakresie	76,1%	75,0%	79,0%	56,7%
Znajomi	5,7%	6,4%	8,1%	13,4%
Rodzina	4,6%	6,6%	9,7%	15,9%
Zakład pracy	4,6%	2,5%	0,8%	4,4%
Inna instytucja	3,6%	2,9%	0,0%	1,9%
Parafia (kościół)	1,6%	3,0%	1,2%	3,1%
Szkoła	1,8%	2,1%	0,0%	1,2%
Biuro podróży	2,0%	0,5%	0,0%	3,4%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%	0,9%	1,2%	0,0%
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.

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

Tabela 12.4.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2018-2021

Miejsce noclegu	2018	2019	2020	2021*
Hotel	17,9%	15,5%	8,4%	34,7%
Motel	2,3%	3,5%	1,3%	4,0%
Pensjonat	11,6%	19,7%	18,7%	19,8%
Dom wycieczkowy	1,9%	2,3%	7,7%	2,4%
Schronisko młodzieżowe	0,6%	1,4%	0,0%	0,8%
Obiekt agroturystyczny	6,9%	5,4%	7,1%	6,9%
Kemping lub pole namiotowe	1,3%	0,9%	3,9%	4,0%
Hostel	2,1%	1,2%	1,9%	10,5%
Apartament	8,4%	4,4%	14,8%	3,6%
Kwarta prywatna				3,6%
Korzystam z couchsurfing'u	0,0%	0,5%	0,6%	
Zakład uzdrowiskowy	2,5%	3,0%	2,6%	6,5%
Ośrodek wczasowy	2,3%	0,5%	4,5%	2,8%
Schronisko górskie	0,4%	0,7%	0,0%	4,8%
Dom Pielgrzyma	1,9%	0,9%	0,6%	1,6%
U rodziny	17,2%	13,6%	9,7%	25,4%
U znajomych	8,6%	11,9%	12,3%	18,5%
Własny dom/mieszkanie	11,6%	14,3%	3,2%	0,4%
Inny obiekt	2,5%	0,2%	2,6%	4,0%

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

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

Analizując preferencje odwiedzających z Podkarpacia dotyczące wyboru obiektów noclegowych, można zauważyć, iż najwięcej osób korzystało z hotelu (34,70%), co czwarty nocował u rodziny (25,40%), mniej więcej co piąty w pensjonacie (19,80%) lub u znajomych (18,50%) a co dziesiąty w hostelu (10,50%). Porównując uzyskane wskaźniki procentowe w roku 2021 do lat poprzednich, można zauważyć zmiany. Szczególnie dotyczą one wzrostu liczby osób korzystających z noclegu

w hotelu prawie dwukrotnie w porównaniu do lat 2018 i 2019 oraz czterokrotnie w porównaniu do roku 2020. Podobne zmiany dotyczą kategorii „u rodziny” oraz „u znajomych”: w analizowanych latach zauważalna jest wyraźna tendencja wzrostowa zainteresowaniem tego rodzaju noclegiem. Jednak w porównaniu do omówionych powyżej kategorii najbardziej wyraźny wzrost dotyczy korzystania z noclegu w hostelu. Wskaźnik procentowy w roku 2021 jest prawie dziesięciokrotnie wyższy niż w latach 2018-2020.

Odwiedzający z Podkarpacia niebył często korzystali z obiektu agroturystycznego (6,90%), zakładu uzdrowiskowego (6,50%), schroniska górskiego (4,80%), motelu (4,00%), kempingu lub pola namiotowego (4,00%), czy jeszcze innego obiektu (4,00%). Porównując uzyskane wyniki z roku 2021 do lat poprzednich, można zauważyć, iż korzystanie z agroturystyki, choć czyni to niewiele osób, utrzymuje się na tym samym poziomie. Natomiast w pozostałych kategoriach zauważalna jest (choć niewielka) tendencja wzrostowa.

Sporadycznie korzystano z noclegów na kwaterach prywatnych, sporadycznie korzystano z couchsurfing'u, z noclegu w ośrodku wczasowym, domu wycieczkowym, domu pielgrzyma, schronisku młodzieżowym, własnym domu/mieszkanu. Wskaźniki procentowe są jednak tak niskie, iż nie mają większego znaczenia z punktu widzenia kreowania ruchu turystycznego w kontekście odwiedzających z Podkarpacia.

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2021 r. przez odwiedzających z Podkarpacia można zauważyć, iż dominują pobyty w przedziale czasowym 2-3 noce (32,20%), które zrealizował co trzeci respondent. Porównując wskaźnik procentowy uzyskany w 2021 roku do lat poprzednich, można zauważyć w tej kategorii tendencję wzrostową, z czego wynika, że odwiedzający z Podkarpacia powoli wydłużają pobyt w Małopolsce.

Niestety co czwarty respondent przyjechał tutaj na bardzo krótko, czyli na jeden dzień bez noclegu (24,80%) lub spędził tutaj tylko jedną noc (18,90%), co w sumie daje 43,70% odwiedzających. W obydwu kategoriach wskaźniki prezentują tendencję malejącą.

Ponad co dziesiąty respondent z Podkarpacia przyjechał do Małopolski na dłużej realizując 4-7 nocy (13,00%), jednak podobnie jak powyżej odpoczywających tak długo z roku na rok jest coraz mniej.

Tabela 12.4.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2018-2021

Długość pobytu	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	4,5%	6,8%	9,7%	7,2%
1 dzień bez noclegu	30,2%	32,1%	28,7%	24,8%
1 noc	14,0%	11,1%	24,9%	18,9%
2-3 noce	20,5%	21,3%	20,3%	32,2%
4-7 nocy	21,4%	23,2%	14,3%	13,0%
8-14 nocy	4,8%	3,8%	1,3%	2,6%
15 i więcej nocy	4,7%	1,8%	0,8%	1,3%

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

Pobyty bardzo krótkie, czyli do 3 godzin (7,20%) realizują nieliczni odwiedzający, podobnie pobyty długie 8-14 nocy (2,60%) lub 15 i więcej nocy (1,30%) - realizowane są sporadycznie i nie mają one

większego znaczenia z punktu widzenia organizacji ruchu turystycznego dla odwiedzających z Podkarpacia.

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, z jakiego korzystali odwiedzający z Podkarpacia, docierając do Małopolski, był dla większości respondentów samochód osobowy (67,30%), co w czasach konieczności stosowania dystansu społecznego wydaje się wyborem uzasadnionym. Jednakże w porównaniu do lat 2018-2020 widoczny jest spadek korzystania z powyższego środka transportu.

Zanotowano natomiast znaczny wzrost zainteresowania transportem kolejowym w 2021 r. (12,90%) i uzyskany wskaźnik procentowy jest wyższy niż w latach 2018-2020. Niezbyt duża grupa przybyła do Małopolski autobusem/mikrobusiem linii regularnej (7,50%) lub autokarem turystycznym (4,80%). Pozostałe środki transportu wykorzystywane były sporadycznie.

Tabela 12.4.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2018	2019	2020	2021
Samochód	70,4%	74,6%	88,3%	67,3%
Pociąg	7,0%	9,3%	1,6%	12,9%
Autokar turystyczny	8,7%	7,6%	1,6%	4,8%
Autobus/mikrobus linii regularnej	11,40%	7,30%	6,90%	7,5%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	1,1%	0,4%	0,4%	2,7%
Inny	0,7%	0,5%	0,8%	3,1%
Samolot tanich linii lotniczych	0,5%	0,4%	0,4%	1,7%
Samolot czarterowy	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
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.

Wydatki odwiedzających z Podkarpacia

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

Odwiedzający z Podkarpacia (ogółem) w 2021 roku średnio wydatkowali przed przyjazdem do Małopolski na pobyt w regionie kwoty w granicach 315 zł na osobę (bez kosztów dojazdu). W porównaniu do badanych lat poprzednich była to kwota wyższa: o 4,7% w stosunku do roku poprzedniego, 45,8% w relacji do 2019 oraz o 55,9% w stosunku do roku 2018.

Turyści z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w roku 2021 wydali 324 zł na osobę. Była to suma mniejsza o 5,3% niż w roku poprzednim, ale większa o 35,0% odnośnie roku 2019 oraz o 41,5% w stosunku do roku 2018.

Odwiedzający jednodniowi w roku 2021 wydali średnie kwoty przed przyjazdem w wysokości 100 zł na osobę. W porównaniu do roku 2020 było to więcej o 47,1% zł, 2-krotnie więcej w relacji do 2019, oraz prawie 2-krotnie w stosunku do 2018 roku.

Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający OGÓŁEM	202	216	301	315
Turyści	229	313	342	324
Odwiedzający jednodniowi	54	47	68	100

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

Tabela 12.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki
Odwiedzający OGÓŁEM	117	393	25	54	50
Turyści	100	393	25	54	50
Odwiedzający jednodniowi	150	-	-	-	50

* W poprzednich latach pytanie to nie było zadawane respondentom.

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

Rozpatrując średnią kwotę wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę), można stwierdzić, że najwyższe kwoty były wydawane na noclegi (393 zł). Prawie 1/3 mniej wydano na zakup produktu w biurze podróży. Najniższe średnie kwoty wydawano na: bilety wstępu do atrakcji (54 zł), wycieczki (50 zł) oraz lokalny transport (25 zł). Podobna struktura wydatków dotyczy turystów, natomiast odwiedzający jednodniowi - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali tylko na zakup produktu w biurze podróży.

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

Całkowite sumy wydatkowane przez odwiedzających z Podkarpacia (ogółem) podczas pobytu w regionie w 2021 roku (339 zł na osobę), w porównaniu do kwot wydatkowanych w latach poprzednich były wyższe w stosunku do roku 2020 o 18,5% oraz w relacji do roku 2019 o 11,5%, ale niższe w odniesieniu do roku 2018 o 2,6%.

Turyści wydatkowali 396 zł na osobę, czyli o 7,9% więcej niż w roku 2020, ale mniej o 5,7% w stosunku do roku 2019 i o 5,0% mniej w relacji do roku 2018.

Z kolei odwiedzający jednodniowi przeznaczali na pobyt kwoty 161 zł na osobę i było to 2-krotnie więcej niż w roku 2020, o 57,8% więcej w stosunku do roku 2019, o 1,3% mniej w relacji do roku 2018.

Rozpatrując przeznaczenie wydatków ponoszonych w regionie w 2021 roku przez gości z Podkarpacia, trzeba stwierdzić, że największe kwoty wydali oni **na noclegi** (278 zł na osobę). W porównaniu do lat poprzednich była to kwota wyższa niż w roku 2020 o 24,1%, ale niższa w stosunku do roku 2019 o 43,4%, oraz w relacji do roku 2018 o 3,5%.

Drugim co do wielkości wydatkiem były tzw. **inne wydatki** (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) - średnio 238 zł na osobę. Porównując ich wysokość do lat poprzednich, można zauważyć, że jest to kwota wyższa we wszystkich badanych wcześniej latach: o 96,7% w stosunku do 2020 roku, o 19,0% w relacji do 2019 roku oraz o 54,5% odnośnie 2018 roku.

Z kolei na **wyżywienie** wydano średnio 120 zł na osobę. W porównaniu do roku poprzedniego było to więcej o 10,1%, ale mniej odnośnie roku: 2019 o 9,8% oraz mniej w relacji do roku 2018 o 13,0%.

Kolejne, niezbyt wysokie sumy, były wydatkowane na **bilety wstępu do atrakcji** - 94 zł na osobę. W porównaniu do lat poprzednich można zauważyć, iż była to kwota większa w stosunku do wszystkich badanych wcześniej lat: w stosunku do roku 2020 o 8,0%, w relacji do roku 2019 o 2,2%, odnośnie roku 2018 aż o 51,6%.

Tabela 12.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży**	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki**	Inne	Całkowite
2018								
Odwiedzający OGÓŁEM		288	138	56	62		154	348
Turyści		288	157	53	66		187	417
Odwiedzający jednodniowi		-	81	72	52		25	159
2019								
Odwiedzający OGÓŁEM		490	133	70	92		200	304
Turyści		490	173	77	109		195	420
Odwiedzający jednodniowi		-	66	50	58		207	102
2020								
Odwiedzający OGÓŁEM		224	109	96	87		121	286
Turyści		224	129	106	103		131	367
Odwiedzający jednodniowi		-	49	12	39		96	77
2021								
Odwiedzający OGÓŁEM	70	278	120	50	94	67	238	339
Turyści	70	278	132	51	93	68	253	396
Odwiedzający jednodniowi		-	78	47	98	61	132	161

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

** W latach 2018-2020 pytanie to nie było zdawane ankietowanym.

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

Na **zakup produktu w biurze podróży** przeznaczono kwotę 70 zł na osobę. Na następnym miejscu uplasowały się **wycieczki**, na które odwiedzający z Podkarpacia wydali 67 zł na osobę. Powyższe dwie kategorie w roku 2021 uwzględniono w badaniach po raz pierwszy.

Najmniej goście z Podkarpacia przeznaczali na **lokalny transport** (średnio 50 zł na osobę) i była to kwota najniższa we wszystkich analizowanych latach: w stosunku do roku 2020 o 47,9% niższa, w relacji do 2019 roku o 28,6% oraz w odniesieniu do roku 2018 o 10,7%.

Podobna struktura wydatków, którą omówiono powyżej, dotyczy także **turystów**. Natomiast **odwiedzający jednodniowi** - z uwagi, że nie nabywali noclegów - najwyższe średnie kwoty wydali na inne wydatki (na pamiątki, prezenty, rozrywkę, wyciągi, sprzęt, kulig itp.) (132 zł), na bilety wstępu do atrakcji (98 zł), na wyżywienie (78 zł), na zakup produktu w biurze podróży (70 zł), na wycieczki (61 zł). Najniższą kwotę wydali na lokalny transport (47 zł). Należy zauważyć, że w 2021 roku jednodniowi odwiedzający z Podkarpacia wydatkowali w Małopolsce znacznie wyższe kwoty w przeciwieństwie do lat poprzednich.

Tabela 12.4.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Podkarpacia	272 400 000
Odwiedzający jednodniowi z Podkarpacia	45 000 000
Łącznie odwiedzający z Podkarpacia	317 400 000

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

Szacuje się, że z tytułu bezpośrednich wydatków turystów z Podkarpacia w 2021 roku krążyło w Małopolsce ponad 272 mln zł, natomiast z tytułu bezpośrednich wydatków odwiedzających jednodniowych z tego segmentu - ok. 45 mln zł. Łączne wpływy z turystyki w Małopolsce związane z przyjazdami gości z Podkarpacia w 2021 roku wyniosły więc ok. 317 mld zł.

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

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

Analizując otrzymane wyniki ogółem w latach 2018-2020, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała sumarycznie na poziomie „0” (średnia 18-20 = 66%; a w roku 2021 obarczonym ryzykiem pandemicznym 52,7%), czyli zupełny brak obaw przed przyjazdem do Małopolski.

Tabela 12.4.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2018	2019	2020	2021
0	60,8%	73,8%	63,5%	48,6%
1	13,8%	11,4%	11,2%	17,6%
Σ OPTYMIŚCI	74,6%	85,2%	74,7%	66,20%
2	8,2%	3,6%	8,7%	10,0%
3	3,6%	2,3%	5,0%	7,2%
4	2,2%	2,1%	1,7%	3,1%
Σ REALIŚCI	14,0%	8,0%	15,4%	20,30%
5	3,3%	3,0%	3,7%	5,0%
6	2,2%	1,1%	1,2%	1,6%
7	1,3%	0,4%	1,7%	1,3%
8	1,1%	0,9%	2,5%	2,2%
9	1,3%	0,6%	0,4%	0,6%
10	2,0%	0,8%	0,4%	2,8%
Σ PESYMIŚCI	11,4%	6,8%	10,0%	13,50%
NFS	63,3%	78,4%	64,7%	52,7%

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.

NFS 2021 mieszkańcy Podkarpacia OGÓŁEM = 52,7%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

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

Jak można zauważyć, 49,5% odwiedzających z Podkarpacia w roku 2021, odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Grupa PROMOTORÓW zmniejszyła się do 63,60% co w stosunku do średniej z lat 2018-2020 daje spadek o 6,4 p.p. Godnym uwagi jest, że wynik ten został osiągnięty w okresie zagrożenia pandemicznego koronawirusem Covid-19.

Tabela 12.4.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2018	2019	2020	2021
10	49,8%	45,4%	43,1%	49,5%
9	17,8%	24,6%	29,3%	14,1%
Σ PROMOTORZY	67,6%	70,1%	72,4%	63,60%
8	13,9%	12,4%	17,1%	16,6%
7	10,0%	7,8%	5,7%	11,9%
Σ PASYWNI	23,8%	20,3%	22,8%	28,50%
6	3,1%	3,3%	3,7%	1,9%
5	2,5%	3,1%	0,8%	4,1%
4	1,4%	2,0%	0,4%	0,3%
3	0,4%	0,4%	0,0%	0,6%
2	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%
1	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%
0	0,8%	0,5%	0,0%	0,9%
Σ KRYTYCY	8,6%	9,7%	4,9%	7,80%
NPS	59,0%	60,4%	67,5%	55,8%

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

NPS 2021 mieszkańcy Podkarpacia OGÓŁEM = 55,8%.

Deklaracja odwiedzających z Podkarpacia dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Zadowolenie z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Podkarpacia wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2021 roku 57,4% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (30,0%) sprawia, iż powyższa grupa stanowi 87,40%. W porównaniu do roku 2020 widoczny jest spadek zadowolonych odwiedzających o 1,70%. Pomimo tego w dalszym ciągu Małopolska oceniana jest przez zdecydowaną większość respondentów z Podkarpacia za region atrakcyjny, do którego chętnie się powraca.

Bardzo niewielki odsetek badanych osób stwierdził, że raczej nie przyjedzie ponownie (3,1%), a sporadycznie deklarował, że na pewno nie wróci z wizytą.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli czy powrócą do Małopolski było 9,2% i do tej grupy powinien trafić przekaz promocyjny regionu.

Tabela 12.4.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Podkarpacia

Deklaracja ponownego przyjazdu	2018	2019	2020	2021
Na pewno tak	66,9%	53,0%	46,0%	57,4%
Raczej tak	26,2%	38,8%	43,1%	30,0%
Nie wiem	6,9%	7,7%	10,5%	9,2%
Raczej nie	0,0%	0,4%	0,4%	3,1%
Na pewno nie	0,0%	0,2%	0,0%	0,3%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. POMORSKIEGO

LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH Z POMORZA W MAŁOPOLSCE W 2021 ROKU: 413 500 OSÓB, W TYM 320 400 TURYSTÓW

Cele podróży odwiedzających z Pomorza

Tabela 12.5.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Pomorza

Główne cele podróży	2021
Wypoczynek	35,9%
Poznanie walorów przyrody	12,7%
Zwiedzanie zabytków	11,8%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	8,0%
Odwiedziny krewnych	5,3%
Cel zdrowotny	4,6%
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	4,2%
Odwiedziny znajomych	3,8%
Odwiedziny miejsc rodzinnych	3,4%
Udział w szkoleniu	2,3%
Sprawy służbowe (biznes)	1,9%
Cel religijny	1,1%
Tranzyt	1,1%
Udział w konferencji, kongresie	1,1%
Edukacja	0,8%
Korzystanie z usług medycznych	0,8%
Udział w wydarzeniu	0,4%
Inny cel	0,4%
Firmowy wyjazd integracyjny	0,4%
Zakupy	0,0%
Udział w imprezie kulturalnej	0,0%
Odnowa duchowa	0,0%
Udział w imprezie sportowej	0,0%
Suma końcowa	100,00

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

Głównym celem odwiedzających Małopolskę gości z Pomorza, który deklarowano w badaniach w 2021 r., dla ponad co trzeciego respondenta był szeroko rozumiany wypoczynek (35,90%). Mniej więcej co dziesiąty łączył go z poznaniem walorów przyrody (12,70%) oraz zwiedzaniem zabytków (11,80%) lub z rozrywką (kluby, dyskoteki, puby) (8,00%).

Dla niezbyt licznej grupy celem przyjazdu były odwiedziny krewnych (5,30%), cel zdrowotny (4,60%) lub turystyka aktywna (kwalifikowana) (4,20%).

Sporadycznie realizowano takie cele jak odwiedziny znajomych, odwiedziny miejsc rodzinnych, udział w szkoleniu, sprawy służbowe (biznes), cel religijny, tranzyt, udział w konferencji, kongresie, edukacja,

korzystanie z usług medycznych, udział w wydarzeniu, firmowy wyjazd integracyjny lub jeszcze inny cel. Żaden z respondentów nie przyjechał do Małopolski w celu zakupów, udziału w imprezie kulturalnej, odnowy duchowej, udziału w imprezie sportowej.

Profil społeczno-demograficzny odwiedzających z Pomorza

W roku 2021 najczęściej, bo ponad połowa odwiedzających Małopolskę z Pomorza znajdowała się w przedziale wiekowym: 30-44 r.ż. (51,10%). Rozkład wyników w pozostałych grupach wiekowych był zbliżony i dotyczył więcej niż co dziesiątego respondenta.

Najmniejszym zainteresowaniem w roku 2021 cieszyła się turystyka dzieci i młodzieży oraz turystyka szkolna, podobnie zresztą jak we wszystkich grupach odwiedzających z omawianych wcześniej województw. Z tego wynika, iż wycieczki szkolne, obozy i kolonie dla młodzieży z Pomorza są tutaj rzadko organizowane.

W 2021 r. Małopolskę odwiedziło z Pomorza mniej kobiet (45,30%), niż mężczyzn (54,70%) ale dysproporcje nie są znaczące, co znaczy, że oferta regionu jest zróżnicowana i może być interesująca dla obu płci.

Większość uczestniczących w badaniach osób deklaruowała posiadanie wykształcenia wyższego (64,50%), a 30,20% wskazało, że posiada wykształcenie średnie. Grupa ta stanowi większość respondentów, czyli 94,70%.

Interesujący jest rozkład deklarowanego poziomu zamożności podróżnych z regionu Pomorza. W 2021 r. 57,80% badanych określiło swój status finansowy jako dobry. Mniej więcej co piąty określił go jako bardzo dobry (22,50%). Co piąty badany uznał, iż jest on średni (19,40%). Znikomy odsetek respondentów ocenił swój status finansowy jako zły lub bardzo zły.

Wiek odwiedzających z Pomorza

Tabela 12.5.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Pomorza

Wiek odwiedzających	2021
Do 19 lat	4,2%
20-29 lat	17,6%
30-44 lat	51,1%
45-60 lat	14,1%
Powyżej 60 lat	13,0%
Suma końcowa	100,0%

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

Płeć odwiedzających z Pomorza

Tabela 12.5.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Pomorza

Płeć odwiedzających	2021
Kobieta	45,3%
Mężczyzna	54,7%
Suma końcowa	100,0%

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

Wykształcenie odwiedzających z Pomorza

Tabela 12.5.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Pomorza

Wykształcenie	2021
Wyższe	64,5%
Średnie	30,2%
Podstawowe	4,6%
Inne	0,8%
Suma końcowa	100,0%

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

Status materialny odwiedzających z Pomorza

Tabela 12.5.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Pomorza

Sytuacja finansowa odwiedzających	2021
Bardzo dobra	22,5%
Dobra	57,8%
Średnia	19,4%
Zła/Bardzo zła	0,4%
Suma końcowa	100,0%

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

Charakter podróży odwiedzających z Pomorza (z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Podobnie jak w województwach wymienionych powyżej odwiedzający z Pomorza deklarowali, że podróżują najczęściej w towarzystwie członków rodziny (39,90%) lub przyjaciół (30,40%). Grupa ta stanowi dwie trzecie (70,30%) przyjeżdżających z Pomorza do Małopolski.

Co piąty respondent przyjechał do Małopolski samotnie, a co dziesiąty ze zorganizowaną grupą.

Tabela 12.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Pomorza

Charakter podróży	2021
Grupa zorganizowana	9,9%
Nikt (podróżuję sam)	19,8%
Przyjaciele	30,4%
Rodzina	39,9%
Suma końcowa	100,0%

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

Odwiedzający, którzy odbywali podróże rodzinne, wskazali, że najczęściej towarzyszy im jedno (52,0%) lub dwoje dzieci (32,0%), rzadziej troje (8,0%). Rodziny wielodzietne z Pomorza przyjeżdżają do Małopolski bardzo nielicznie.

Tabela 12.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Pomorza

Liczba dzieci z rodziną w podróży	2021
1	52,0%
2	32,0%
3	8,0%
4	4,0%
5	4,0%
SUMA	100,0%

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

Organizacja pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza

Ponad połowa odwiedzających z Pomorza w roku 2021 organizowała przyjazd do Małopolski samodzielnie we własnym zakresie (51,0%). Rzadziej towarzyszymi podróży były rodzina (14,90%) lub znajomi (14,70%). Niezbyt często korzystano z oferty zakładu pracy (6,10%) lub biura podróży (5,70%).

Z pozostałych instytucji korzystano bardzo sporadycznie albo nie korzystano z nich w ogóle. Są to: parafia (kościół), szkoła oraz jeszcze inna instytucja. Nikt nie korzystał z portalu (biura) internetowego.

Tabela 12.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Pomorza

Organizator pobytu	2021
Sam we własnym zakresie	51,0%
Znajomi	14,7%
Rodzina	14,9%
Zakład pracy	6,1%
Inna instytucja	3,4%
Parafia (kościół)	2,7%
Szkoła	1,5%
Biuro podróży	5,7%
Portal (biuro) internetowy(e)	0,0%
Suma końcowa	100,0%

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

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

Analizując preferencje odwiedzających z Pomorza dotyczące wyboru obiektów noclegowych, można zauważyć, iż najwięcej osób korzystało z hotelu (34,80%), co piąty nocował u rodziny (21,40%) lub w apartamencie (21,00%). Mniej więcej co dziesiąty nocował u znajomych (13,80%), w pensjonacie (11,40%), w hostelu (9,50%) lub przebywał w zakładzie uzdrowiskowym (8,60%) i tam korzystał z noclegu.

Bardzo niewielka grupa odwiedzających z Pomorza korzystała z noclegu na kempingu lub polu namiotowym (4,30%), w ośrodku wczasowym (3,80%), schronisku górskim (3,80%), motelu (3,30%), domu wycieczkowym (3,30%), w obiekcie agroturystycznym (3,30%)

Sporadycznie nocowano na kwaterze prywatnej, w innym obiekcie, własnym domu/mieszkanie, w schronisku młodzieżowym, czy w domu pielgrzyma. Powyższe obiekty praktycznie nie mają

większego znaczenia w kreowaniu ruchu turystycznego w Małopolsce w kontekście turystów z Pomorza.

Tabela 12.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza w 2021 roku*

Miejsce noclegu	2021*
Hotel	34,8%
Motel	3,3%
Pensjonat	11,4%
Dom wycieczkowy	3,3%
Schronisko młodzieżowe	0,5%
Obiekt agroturystyczny	3,3%
Kemping lub pole namiotowe	4,3%
Hostel	9,5%
Apartament	21,0%
Kwatera prywatna	1,9%
Zakład uzdrowiskowy	8,6%
Ośrodek wczasowy	3,8%
Schronisko górskie	3,8%
Dom Pielgrzyma	0,0%
U rodziny	21,4%
U znajomych	13,8%
Własny dom/mieszkanie	1,4%
Inny obiekt	1,9%

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

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

Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Pomorza

Analizując długość pobytu w Małopolsce deklarowaną w 2021 r. przez odwiedzających z Pomorza, można zauważyć, iż dominują pobyty w przedziale czasowym 2-3 noce (27,00%), które zrealizował mniej niż co trzeci respondent. Ale, co warto zauważyć, co czwarty badany przyjechał do Małopolski na dłużej, korzystając z 4-7 nocy (25,80%). Dotychczas analizowane grupy odwiedzających ze Śląska, Małopolski, Mazowsza, Podkarpacia w tej kategorii były znacznie mniejsze. Odwiedzający z Pomorza, co dotyczy prawie co dziesiątego respondenta, przyjeżdżali tutaj także na dłużej, korzystając z 8-14 nocy (9,40%). Traktując łącznie te trzy kategorie można zauważyć, iż stanowią one ponad połowę (62,20%) odwiedzających z Pomorza.

Niestety znaczna grupa przyjechała do Małopolski na 1 dzień bez noclegu (18,90%) lub na trochę dłużej korzystając tylko z jednego noclegu (15,50%). Obydwie grupy stanowią w sumie 34,40% badanych osób.

Sporadycznie organizowano pobyty bardzo krótkie do 3 godzin (1,70%) lub bardzo długie czyli 15 i więcej nocy (1,70%), które nie mają większego znaczenia dla kreowania ruchu turystycznego dla odwiedzających z Pomorza.

Tabela 12.5.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Pomorza w 2021 roku

Długość pobytu	2021
Do 3 godzin	1,7%
1 dzień bez noclegu	18,9%
1 noc	15,5%
2-3 noce	27,0%
4-7 nocy	25,8%
8-14 nocy	9,4%
15 i więcej nocy	1,7%

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.

Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Pomorza w podróży do Małopolski

Podstawowym środkiem transportu, z jakiego korzystali odwiedzający z Pomorza docierając do Małopolski, był samochód osobowy (59,70%), co w czasach konieczności stosowania dystansu społecznego wydaje się wyborem uzasadnionym. Mniej więcej co dziesiąty respondent przyjechał tutaj pociągiem (13,30%), autokarem turystycznym (8,60%) lub autobusem/mikrobusiem linii regularnej (8,60%). Sporadycznie korzystano z samolotu tradycyjnych linii lotniczych (6,40%).

Tabela 12.5.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Pomorza podczas podróży do Małopolski

Wykorzystywane środki transportu	2021
Samochód	59,7%
Pociąg	13,3%
Autokar turystyczny	8,6%
Autobus/mikrobus linii regularnej	8,6%
Samolot tradycyjnych linii lotniczych	6,4%
Inny	3,0%
Samolot tanich linii lotniczych	0,4%
Suma końcowa	100,0%

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

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

Analizując otrzymane wyniki z roku 2021, można zauważyć, iż największa grupa odwiedzających zadeklarowała odpowiedź „0” czyli żadnych obaw przed przyjazdem na poziomie 50% (49,4%).

Tabela 12.5.12. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Pomorza

Obawy przed przyjazdem do Małopolski NFS	2021
0	49,4%
1	14,6%
Σ OPTYMIŚCI	64,00%
2	14,6%
3	7,7%
4	2,7%
Σ REALIŚCI	25,00%
5	2,7%
6	1,9%
7	1,9%
8	1,9%
9	1,1%
10	1,5%
Σ PESYMIŚCI	11,00%
NFS	53,0%

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.

NFS 2021 mieszkańcy Pomorza OGÓŁEM = 53,0%.

Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza

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

Jak można zauważyć 55,0% odwiedzających z Pomorza w roku 2021 odczuwało najwyższą satysfakcję z pobytu na obszarze Małopolski, czego wyrazem jest chęć polecenia przyjazdu tutaj swoim znajomym, rodzinie czy jeszcze innym sobie znanym osobom w sposób bezpośredni twarzą w twarz w „realu” czy pośredni w „wirtualu”, wykorzystując dostępne media społecznościowe. Grupa PROMOTORÓW osiągnęła wynik prawie 70% (69,0%), co jest bardzo satysfakcjonującą wartością dla Małopolski. Godnym uwagi jest, że wynik ten został osiągnięty w okresie zagrożenia pandemicznego koronawirusem Covid-19.

Tabela 12.5.13. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza

Deklaracja polecenia Małopolski NPS	2021
10	55,0%
9	14,0%
Σ PROMOTORZY	69,00%
8	12,4%
7	10,1%
Σ PASYWNI	22,50%
6	1,9%
5	1,9%
4	1,6%
3	0,0%
2	0,0%
1	0,0%
0	3,1%
Σ KRYTYCY	8,50%
NPS	60,5%

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

NPS 2021 mieszkańcy Pomorza OGÓŁEM = 60,5%.

Deklaracja odwiedzających z Pomorza dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski

Zadowolenie z pobytu w Małopolsce odwiedzający z Pomorza wyrażali w deklaracji dotyczącej chęci ponownej wizyty w tym regionie. W 2021 roku 61,5% respondentów odpowiedziało, że na pewno wróci, co ze wskazaniem - raczej tak (25,0%) stanowi prawie 86,50% badanych. Oznacza to, że region jest atrakcyjny i chętnie do niego wracają badani podróżni. Jedynie 2,1% badanych stwierdziło, że raczej nie przyjedzie ponownie, a 0,8% zadeklarowało, że na pewno nie wróci z wizytą.

Niezdecydowanych, którzy nie wiedzieli, czy powrócą do Małopolski, było 10,6% i do tej grupy powinien trafić przekaz promocyjny regionu.

Tabela 12.5.14. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Pomorza

Deklaracja ponownego przyjazdu	2021
Na pewno tak	61,5%
Raczej tak	25,0%
Nie wiem	10,6%
Raczej nie	2,1%
Na pewno nie	0,8%
Suma końcowa	100,0%

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

Wydatki odwiedzających z Pomorza

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

Tabela 12.5.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Pomorza podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*

Średnie wydatki na osobę w zł	Na zakup produktu w biurze podróży	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Na wycieczki	Inne	Całkowite
Odwiedzający OGÓŁEM		577	203	58	146	107	191	519
Turyści		577	216	59	154	111	203	578
Odwiedzający jednodniowi		-	111	43	91	50	107	171

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

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

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

Tabela 12.5.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Pomorza w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających

Wyszczególnienie	2021
Turyści z Pomorza	335 400 000
Odwiedzający jednodniowi z Pomorza	18 100 000
łącznie odwiedzający z Pomorza	353 500 000

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.

ANEKS

Tabela 12.5.17. Frekwencja w wybranych miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku

WYBRANE MIEJSCA TURYSTYCZNE	FREKWENCJA W OS. W 2021 ROKU	UWAGI
Tatrzański Park Narodowy	4284466	
Park Rozrywki Energylandia	1800000	
Zamek Królewski na Wawelu	1106625	
Pieniński Park Narodowy	1077692	
Kopalnia Soli w Wieliczce	693597	
Muzeum Narodowe w Krakowie	679729	(bez Niepołomic)
Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu	563000	
Ojcowski Park Narodowy	440000	
Spyw Dunajcem	340215	
Babiogórski Park Narodowy	182244	
Gorczański Park Narodowy	176143	
Muzeum Dom Rodzinny Jana Pawła II w Wadowicach	118217	
Kopalnia Soli w Bochni	107260	
Inwałd Park	83000	
Magurski Park Narodowy	75000	
Sanktuarium w Łagiewnikach	21746	(dane VI-XII)

Źródło: Opracowanie własne – koordynator MOT na podstawie danych sprawozdawczych od gestorów miejsc turystycznych.

Tabela 12.5.18. Ranking wybranych miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku

WYBRANE MIEJSCA TURYSTYCZNE	Ranking miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku	Uwagi
Tatrzański Park Narodowy	1	
Park Rozrywki Energylandia	2	
Zamek Królewski na Wawelu	3	
Pieniński Park Narodowy	4	
Kopalnia Soli w Wieliczce	5	
Muzeum Narodowe w Krakowie	6	(bez Niepołomic)
Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu	7	
Ojcowski Park Narodowy	8	
Spyw Dunajcem	9	
Babiogórski Park Narodowy	10	
Gorczański Park Narodowy	11	
Muzeum Dom Rodzinny Jana Pawła II w Wadowicach	12	
Kopalnia Soli w Bochni	13	
Inwałd Park	14	
Magurski Park Narodowy	15	
Sanktuarium w Łagiewnikach	16	(dane VI-XII)

Źródło: Opracowanie własne – koordynator MOT na podstawie danych sprawozdawczych od gestorów miejsc turystycznych.

Tabela 12.5.19. Ranking wybranych miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim KRAJ, ZAGRANICA w 2021 roku (DWA SEZONY)

KRAJ	V—X - 2021	WSKAZANIA	RANKING
MIASTO ATRAKCJA TURYSTYCZNA	ATRAKCJA TURYSTYCZNA	WARTOŚĆ	
KRAKÓW	Kopiec Kościuszki	1136394	1.
KRAKÓW	Pomnik Grunwaldzki	1040548	2.
KRAKÓW	Brama Floriańska	912274	3.
KRAKÓW	Park Jordana	895820	4.
KRAKÓW	Sukiennice	873426	5.
KRAKÓW	Ulica Floriańska	870964	6.
KRAKÓW	Ulica Grodzka	828802	7.
ZATOR	Energylandia	816496	8.
KRAKÓW	Rynek	794182	9.
KRAKÓW	Smocza Jama	789688	10.
TATRY	Giewont	647796	11.
KRAKÓW	Planty	645490	12.
ZAKOPANE	Krupówki	639816	13.
KRAKÓW	Stare Miasto	617146	14.
KRAKÓW	Bazylika Mariacka	610138	15.
ZAKOPANE	Gubałówka	585290	16.
KRAKÓW	Barbakan	556342	17.
KRAKÓW	Kazimierz	551578	18.
TATRY	Kolej Kasprowy Wierch	527168	19.
KRAKÓW	Kościół Franciszkanów	506952	20.
ZAKOPANE	Wielka Krokiew	498224	21.
TATRY	Morskie Oko	485446	22.
KRAKÓW	Kościół św. Wojciecha	470776	23.
TATRY	Dolina Chochołowska	371280	24.
KRAKÓW	Fabryka Schindlera	346996	25.
TARNÓW	Rynek	330642	26.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Termy	326402	27.
KRAKÓW	Park im. Marka Grechuty	325698	28.
NOWY TARG	Rynek	276520	29.
ZAKOPANE	Harenda	253366	30.
KRAKÓW	Zamek Królewski	248558	31.
TYNIEC	Opactwo Benedyktynów	226658	32.
KRAKÓW	Kościół św. Anny	219248	33.
KRYNICA-ZDRÓJ	Deptak	197882	34.
ZAKOPANE	Nosal	182534	35.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Rusiń-Ski	162832	36.
WADOWICE	Muzeum Jana Pawła II	153712	37.
KRAKÓW	Katedra Wawelska	138252	38.

KRYNICA-ZDRÓJ	Słotwiny Arena	129490	39.
MUSZYNA	Park Zdrojowy	117796	40.
KRAKÓW	Muzeum Lotnictwa Polskiego	82042	41.
BOCHNIA	Kopalnia Soli	51380	42.
OJCÓW	Zamek	30160	43.
WIELICZKA	Kopalnia Soli	28748	44.
NIEPOŁOMICE	Zamek	24656	45.
KRAKÓW	Collegium Maius	16938	46.
KRAKÓW	Muzeum Narodowe	9346	47.
OŚWIĘCIM	Muzeum Auschwitz-Birkenau	7028	48.
KRAKÓW	Synagoga Remuh	934	49.
SUMA WSKAZAŃ		20559854	
KRAJ	I-IV + XI-XII 2021	WSKAZANIA	
MIASTO ATRAKCJA TURYSTYCZNA	ATRAKCJA TURYSTYCZNA	WARTOŚĆ	
KRAKÓW	Sukiennice	135970	1.
KRAKÓW	Rynek	130048	2.
KRAKÓW	Kopiec Kościuszki	129114	3.
KRAKÓW	Ulica Floriańska	127722	4.
KRAKÓW	Park Jordana	124246	5.
KRAKÓW	Smocza Jama	123812	6.
KRAKÓW	Ulica Grodzka	123162	7.
KRAKÓW	Brama Floriańska	123092	8.
KRAKÓW	Planty	105622	9.
KRAKÓW	Pomnik Grunwaldzki	103994	10.
KRAKÓW	Stare Miasto	102354	11.
KRAKÓW	Bazylika Mariacka	100478	12.
KRAKÓW	Barbakan	97818	13.
KRAKÓW	Kazimierz	89400	14.
ZAKOPANE	Krupówki	82504	15.
ZAKOPANE	Gubałówka	79064	16.
TATRY	Giewont	73178	17.
KRAKÓW	Park im. Marka Grechuty	70180	18.
ZAKOPANE	Wielka Krokiew	67228	19.
TATRY	Kolej Kasprowy Wierch	59872	20.
KRAKÓW	Kościół Franciszkanów	56244	21.
KRAKÓW	Kościół św. Wojciecha	52220	22.
TATRY	Morskie Oko	43070	23.
KRAKÓW	Fabryka Schindlera	36328	24.
ZAKOPANE	Harenda	34890	25.
NOWY TARG	Rynek	33122	26.
TARNÓW	Rynek	30732	27.
ZAKOPANE	Nosal	28036	28.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Termy	27508	29.
TYNIC	Opactwo Benedyktynów	23290	30.

KRAKÓW	Zamek Królewski	22174	31.
KRYNICA-ZDRÓJ	Deptak	19168	32.
WADOWICE	Muzeum Jana Pawła II	18670	33.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Rusiń-Ski	13532	34.
KRAKÓW	Katedra Wawelska	13332	35.
KRYNICA-ZDRÓJ	Słotwiny Arena	10524	36.
MUSZYNA	Park Zdrojowy	10032	37.
NIEPOŁOMICE	Zamek	3774	38.
KRAKÓW	Collegium Maius	2648	39.
WIELICZKA	Kopalnia Soli	2584	40.
OJCÓW	Zamek	2202	41.
ZATOR	Energylandia	2082	42.
BOCHNIA	Kopalnia Soli	1870	43.
OŚWIĘCIM	Muzeum Auschwitz-Birkenau	1380	44.
KRAKÓW	Synagoga Remuh	1114	45.
KRAKÓW	Muzeum Narodowe	1080	46.
TATRY	Dolina Chochołowska	1024	47.
SUMA WSKAZAŃ		2541488	

ZAGRANICA	V—X – 2021	WSKAZANIA	
MIASTO ATRAKCJA TURYSTYCZNA	ATRAKCJA TURYSTYCZNA	WARTOŚĆ	RANKING
KRAKÓW	Rynek	837418	1.
KRAKÓW	Sukiennice	782120	2.
KRAKÓW	Ulica Floriańska	745066	3.
KRAKÓW	Stare Miasto	719456	4.
KRAKÓW	Bazylika Mariacka	694520	5.
KRAKÓW	Brama Floriańska	678552	6.
KRAKÓW	Kazimierz	626614	7.
KRAKÓW	Ulica Grodzka	625116	8.
KRAKÓW	Smocza Jama	619036	9.
KRAKÓW	Barbakan	592584	10.
KRAKÓW	Planty	560396	11.
KRAKÓW	Park Jordana	461674	12.
KRAKÓW	Park im. Marka Grechuty	448292	13.
TATRY	Morskie Oko	360428	14.
ZAKOPANE	Krupówki	333432	15.
KRAKÓW	Kopiec Kościuszki	326024	16.
ZAKOPANE	Gubałówka	315446	17.
ZAKOPANE	Wielka Krokiew	300736	18.
TATRY	Giewont	282584	19.
TATRY	Kolej Kasprowy Wierch	260310	20.
ZAKOPANE	Nosal	190684	21.
TATRY	Dolina Chochołowska	172322	22.
KRAKÓW	Pomnik Grunwaldzki	161914	23.

ZAKOPANE	Harenda	153632	24.
WIELICZKA	Kopalnia Soli	148764	25.
KRAKÓW	Fabryka Schindlera	138576	26.
ZATOR	Energylandia	133338	27.
KRAKÓW	Kościół Franciszkanów	127450	28.
KRAKÓW	Kościół św. Wojciecha	119956	29.
NOWY TARG	Rynek	113140	30.
KRAKÓW	Kościół św. Anny	85262	31.
TARNÓW	Rynek	83640	32.
KRYNICA-ZDRÓJ	Deptak	55314	33.
KRAKÓW	Zamek Królewski	39816	34.
TYNIEC	Opactwo Benedyktynów	34626	35.
KRAKÓW	Muzeum Lotnictwa Polskiego	31906	36.
OŚWIĘCIM	Muzeum Auschwitz-Birkenau	30666	37.
NIEPOŁOMICE	Zamek	22996	38.
KRAKÓW	Katedra Wawelska	17566	39.
KRAKÓW	Collegium Maius	17424	40.
KRAKÓW	Synagoga Remuh	16966	41.
KRAKÓW	Stara Synagoga	14964	42.
KRAKÓW	Muzeum Narodowe	12272	43.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Rusiń-Ski	10590	44.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Termy	10512	45.
BOCHNIA	Kopalnia Soli	4670	46.
WADOWICE	Muzeum Jana Pawła II	3902	47.
OJCÓW	Zamek	3150	48.
KRYNICA-ZDRÓJ	Słotwiny Arena	2952	49.
MUSZYNA	Park Zdrojowy	2912	50.
SUMA WSKAZAŃ		12531686	
ZAGRANICA	I-IV + XI-XII 2021	WSKAZANIA	
MIASTO ATRAKCJA TURYSTYCZNA	ATRAKCJA TURYSTYCZNA	WARTOŚĆ	RANKING
KRAKÓW	Rynek	137128	1.
KRAKÓW	Sukiennice	121756	2.
KRAKÓW	Stare Miasto	119322	3.
KRAKÓW	Bazylika Mariacka	114374	4.
KRAKÓW	Ulica Floriańska	109260	5.
KRAKÓW	Barbakan	104190	6.
KRAKÓW	Kazimierz	101562	7.
KRAKÓW	Smocza Jama	97056	8.
KRAKÓW	Park im. Marka Grechuty	96596	9.
KRAKÓW	Ulica Grodzka	92894	10.
KRAKÓW	Planty	91698	11.
KRAKÓW	Brama Floriańska	91556	12.
KRAKÓW	Park Jordana	64032	13.

ZAKOPANE	Krupówki	42996	14.
ZAKOPANE	Gubałówka	42612	15.
ZAKOPANE	Wielka Krokiew	40580	16.
KRAKÓW	Kopiec Kościuszki	37042	17.
TATRY	Morskie Oko	31978	18.
TATRY	Giewont	31922	19.
TATRY	Kolej Kasprowy Wierch	29564	20.
ZAKOPANE	Nosal	29288	21.
ZAKOPANE	Harenda	21156	22.
KRAKÓW	Synagoga Remuh	20238	23.
TATRY	Dolina Chochołowska	16682	24.
KRAKÓW	Pomnik Grunwaldzki	16182	25.
KRAKÓW	Stara Synagoga	16082	26.
KRAKÓW	Fabryka Schindlera	14508	27.
KRAKÓW	Kościół Franciszkanów	14140	28.
NOWY TARG	Rynek	13552	29.
WIELICZKA	Kopalnia Soli	13372	30.
KRAKÓW	Kościół św. Wojciecha	13306	31.
TARNÓW	Rynek	7774	32.
OŚWIĘCIM	Muzeum Auschwitz-Birkenau	6022	33.
KRYNICA-ZDRÓJ	Deptak	5358	34.
TYNIEC	Opactwo Benedyktynów	3558	35.
KRAKÓW	Zamek Królewski	3552	36.
NIEPOŁOMICE	Zamek	3520	37.
KRAKÓW	Collegium Maius	2724	38.
KRAKÓW	Katedra Wawelska	1694	39.
KRAKÓW	Muzeum Narodowe	1418	40.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Termy	886	41.
BUKOWINA TATRZAŃSKA	Rusiń-Ski	880	42.
WADOWICE	Muzeum Jana Pawła II	474	43.
ZATOR	Energylandia	340	44.
MUSZYNA	Park Zdrojowy	248	45.
KRYNICA-ZDRÓJ	Słotwiny Arena	240	46.
OJCÓW	Zamek	230	47.
		1825542	

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

Tabela 12.5.20. Turyści w latach 2018-2021 ogółem z rozbiem na powiaty według statystyki KT1

Powiat	2018	2019	2020	2021	Suma 18-21
Kraków	2 513 799	2 727 247	936 448	1 238 843	7 416 337
tatrzański	1 029 721	1 159 599	782 220	839 900	3 811 440
nowosądecki	439 760	436 495	257 901	286 953	1 421 109
nowotarski	288 858	305 695	189 839	224 438	1 008 830
krakowski	142 607	144 482	62 822	84 418	434 329
wadowicki	121 609	122 751	59 015	80 453	383 828
wielicki	125 261	134 014	53 808	59 234	372 317
oświęcimski	89 932	92 367	48 355	72 224	302 878
suski	64 258	67 659	37 068	42 344	211 329
bocheński	62 145	76 653	30 776	36 451	206 025
Tarnów	49 423	50 064	29 771	33 089	162 347
limanowski	41 884	44 726	23 159	26 821	136 590
tarnowski	36 953	38 604	22 860	27 802	126 219
myślenicki	38 633	38 671	20 713	27 216	125 233
gorlicki	36 945	38 446	22 213	25 505	123 109
Nowy Sącz	39 230	35 344	18 065	20 444	113 083
miechowski	34 257	34 108	17 638	21 484	107 487
brzeski	20 746	19 448	11 236	10 611	62 041
olkuski	14 541	13 735	8 671	11 285	48 232
proszowicki	7 316	8 532	3 464	6 066	25 378
chrzanowski	6 231	6 101	2 486	3 630	18 448
dąbrowski	2 538	2 744	996	2 279	8 557
Suma	5 206 647	5 597 485	2 639 524	3 181 490	16 625 146

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

Tabela 12.5.21. Turyści w latach 2018-2021 ogółem, krajowi i zagraniczni - udziały procentowe kolumn z rozbiem na powiaty według statystyki KT1

Powiat	Turyści ogółem					Turyści krajowi					Turyści zagraniczni				
	Rok				Suma	Rok				Suma	Rok				Suma
	2018	2019	2020	2021		2018	2019	2020	2021		2018	2019	2020	2021	
Kraków	48,3%	48,7%	35,5%	38,9%	44,6%	35,3%	35,4%	28,7%	34,1%	33,9%	80,3%	79,6%	71,4%	72,3%	78,2%
tatrzański	19,8%	20,7%	29,6%	26,4%	22,9%	24,8%	25,6%	32,3%	28,5%	27,2%	7,5%	9,3%	15,3%	12,2%	9,6%
nowosądecki	8,4%	7,8%	9,8%	9,0%	8,5%	11,3%	10,7%	11,3%	10,2%	10,9%	1,3%	1,0%	2,9%	1,0%	1,2%
nowotarski	5,5%	5,5%	7,2%	7,1%	6,1%	7,4%	7,4%	8,3%	7,9%	7,7%	0,9%	1,0%	2,4%	1,1%	1,0%
krakowski	2,7%	2,6%	2,4%	2,7%	2,6%	2,7%	2,5%	2,3%	2,4%	2,5%	2,9%	2,7%	1,1%	4,6%	3,0%
wadowicki	2,3%	2,2%	2,2%	2,5%	2,3%	3,2%	3,0%	2,6%	2,8%	2,9%	0,3%	0,3%	1,6%	0,5%	0,3%
wielicki	2,4%	2,4%	2,0%	1,9%	2,2%	2,7%	2,7%	2,2%	1,9%	2,4%	1,8%	1,6%	1,4%	1,4%	1,6%
oświęcimski	1,7%	1,7%	1,8%	2,3%	1,8%	1,7%	1,7%	1,7%	2,2%	1,8%	1,9%	1,6%	0,6%	2,9%	1,9%
suski	1,2%	1,2%	1,4%	1,3%	1,3%	1,7%	1,7%	1,7%	1,5%	1,6%	0,1%	0,1%	0,5%	0,1%	0,1%
bocheński	1,2%	1,4%	1,2%	1,1%	1,2%	1,6%	1,8%	1,3%	1,3%	1,5%	0,2%	0,4%	0,5%	0,4%	0,3%
Tarnów	0,9%	0,9%	1,1%	1,0%	1,0%	1,1%	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%	0,6%	0,5%	0,4%	0,6%	0,5%
limanowski	0,8%	0,8%	0,9%	0,8%	0,8%	1,1%	1,1%	1,0%	0,9%	1,0%	0,1%	0,1%	0,4%	0,2%	0,2%
tarnowski	0,7%	0,7%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	0,9%	0,4%	0,3%	0,4%	0,5%	0,4%
myślenicki	0,7%	0,7%	0,8%	0,9%	0,8%	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,2%
gorlicki	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%	0,7%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%
Nowy Sącz	0,8%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,9%	0,7%	0,7%	0,7%	0,8%	0,4%	0,4%	0,2%	0,5%	0,4%
miechowski	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,5%	0,5%	0,1%	0,5%	0,5%
brzeski	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
olkuski	0,3%	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
proszowicki	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
chrzanowski	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
dąbrowski	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	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 Alejski.

Tabela 12.5.22. Odwiedzający, Turyści, Odwiedzający jednodniowi w Małopolsce w roku 2021: Ogółem, Zagranica, Kraj, z rozbiem na powiaty. Imputacja roczna

Powiat	Odwiedzający - Liczba Ogółem	Odwiedzający - Liczba Kraj	Odwiedzający - Liczba Zagranica	Turyści – Liczba Ogółem	Turyści - Liczba Kraj	Turyści – Liczba Zagranica	Odwiedzający jednodniowi - Liczba Ogółem	Odwiedzający jednodniowi - Liczba Kraj	Odwiedzający jednodniowi - Liczba Zagranica
Kraków	7380000	6610000	770000	6040000	5370000	670000	1340000	1240000	100000
tatrzański	2624543	2386321	238222	1241376	1050072	191304	1383167	1336249	46918
nowosądecki	886779	817331	69448	501213	436072	65141	385566	381259	4307
nowotarski	707818	639268	68550	392019	341070	50949	315799	298199	17600
krakowski	260879	240448	20431	145709	128287	17422	115170	112161	3009
wadowicki	248626	229155	19471	138864	122261	16603	109762	106894	2868
wielicki	183052	168716	14336	102240	90016	12224	80812	78701	2111
oświęcimski	223196	205716	17480	124661	109756	14905	98535	95960	2575
suski	130856	120608	10248	73087	64348	8739	57769	56260	1509
bocheński	91091	82269	8822	62916	55393	7523	28175	26876	1299
Tarnów	102256	94248	8008	57112	50284	6828	45144	43964	1180
limanowski	67025	60534	6491	46294	40758	5536	20731	19775	956
tarnowski	85917	79188	6729	47987	42249	5738	37930	36939	991
myślenicki	68013	61426	6587	46976	41359	5617	21037	20067	970
gorlicki	63737	57564	6173	44023	38759	5264	19714	18805	909
Nowy Sącz	51090	46142	4948	35287	31068	4219	15803	15074	729
miechowski	53690	48490	5200	37083	32649	4434	16607	15841	766
brzeski	26516	23948	2568	18315	16125	2190	8201	7823	378
olkuski	28201	25470	2731	19478	17149	2329	8723	8321	402
proszowicki	21948	19822	2126	15159	13346	1813	6789	6476	313
chrzanowski	9072	8193	879	6267	5516	751	2805	2676	129
dąbrowski	5695	5143	552	3934	3463	471	1761	1680	81
SUMA	13320000	12030000	1290000	9200000	8100000	1100000	4120000	3930000	190000

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

Tabela 12.5.23. Turyści, Odwiedzający jednodniowi wewnątrzregionalni w Małopolsce w roku 2021: Imputacja według miejsca stałego przebywania

Turyści	V—X - 2021	Odwiedzający jednodniowi	V—X - 2021
POWIAT	WARTOŚĆ	POWIAT	WARTOŚĆ
m. Kraków	281108	m. Kraków	258198
krakowski	224548	krakowski	253036
m. Tarnów	75406	nowosądecki	175308
gorlicki	57680	m. Tarnów	168986
bocheński	56048	m. Nowy Sącz	130282
limanowski	52224	dąbrowski	124742
myślenicki	43680	gorlicki	102124
tarnowski	39010	tarnowski	98404
chrzanowski	37292	bocheński	96966
brzeski	33254	miechowski	96062
dąbrowski	30504	proszowicki	84542
m. Nowy Sącz	25274	myślenicki	79850
suski	22776	chrzanowski	68712
nowotarski	22472	limanowski	61952
proszowicki	21722	oświęcimski	49720
olkuski	19566	brzeski	44786
nowosądecki	18044	suski	39606
wielicki	16934	wielicki	29316
oświęcimski	16104	wadowicki	28746
miechowski	13884	tatrzański	10268
tatrzański	12618	olkuski	10092
wadowicki	7168	nowotarski	8238

Źródło: Opracowanie 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.

PODSUMOWANIE

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

Z początkiem 2021 roku zasady bezpieczeństwa etapu odpowiedzialności zostały lekko złagodzone. Od 12 lutego zostały otwarte hotele z limitem do 50% obłożenia miejsc noclegowych. Podobnie z kinami i teatrami - do 50% dostępnych miejsc. W reżimie sanitarnym można było też korzystać z basenów i stoków narciarskich. Jednak rosnąca ponownie od 9 lutego tygodniowa średnia zakażeń zmusiła rząd do zaostrzenia ograniczeń. Od 27 lutego wprowadzona została kwarantanna po przyjeździe z Czech i Słowacji (z wyłączeniem osób zaszczepionych dwoma dawkami szczepionki). Od 20 marca do 18 kwietnia obostrzenia, które dotychczas obowiązywały w czterech województwach (warmińsko-mazurskim, pomorskim, mazowieckim i lubuskim), zostały rozszerzone na całą Polskę. W tym czasie w całym kraju zamknięte zostały hotele, muzea, kina, baseny i obiekty sportowe. Od 19 kwietnia dopuszczona została możliwość uprawiania sportu w obiektach sportowych na świeżym powietrzu (do 25 osób). Natomiast hotele i obiekty noclegowe pozostały zamknięte do 3 maja włącznie (wyjątkiem były m.in. hotele robotnicze, a także noclegi świadczone w ramach niektórych podróży służbowych). Ogródki w restauracjach otwarto dopiero od 15 maja, a od 6 czerwca można było organizować targi, konferencje i wystawy z limitem 1 osoby na 15 m². Otwarte zostały też sale zabaw z limitem 1 osoba na 15 m², a limit imprez i zgromadzeń zwiększony został do 150 osób. Środki transportu zbiorowego mogły być wypełnione w 75% z obowiązkiem zakrywania ust i nosa. Ponieważ dotychczasowa ścieżka luzowania obostrzeń nie zwiększyła liczby zakażeń, rząd przechodził od dalszej liberalizacji obostrzeń. Od 26 czerwca limity na targach, konferencjach, w klubach fitness, kasynach, wystawach i salach zabaw zostały zwiększone do 1 osoby na 10 m². Otwarte zostały dyskoteki z limitem 150 osób (do limitu nie wliczano osób zaszczepionych). Na widowniach sportowych limit wynosił 50% obłożenia (bez osób zaszczepionych). W kinach i teatrach dostępnych mogło być 75% zajętych miejsc. Także w hotelach i pensjonatach limit został zwiększony do 75% zajętych pokoi (bez osób zaszczepionych).

W restauracjach zwiększono limit z co drugiego zajętego stolika do 75%. W wesołych miasteczkach limit też złagodzono do poziomu 75% obłożenia obiektu.

Pojawienie się nowego wariantu koronawirusa - Omikrona - sprawiło, że polski rząd zdecydował się na kolejne zwiększenie obostrzeń. Od 1 grudnia wprowadzono zakaz lotów z siedmiu krajów afrykańskich: Lesotho, Botswana, Zimbabwe, Mozambik, Namibia, Eswatini i RPA. Dodatkowo dla osób podróżujących do Polski spoza strefy Schengen wprowadzono 14-dniową kwarantannę, a zwalnia z niej jedynie negatywny wynik testu PCR wykonany po ósmym dniu od przekroczenia granicy. W wymiarze krajowym limit zgromadzeń w gastronomii, kulturze, obiektach sportowych został zredukowany do 50% (z 75%), z tym że osoby zaszczepione nie są uwzględniane w tych limitach. Limity do 100 osób wprowadzono dla wesel, komunii czy dyskotek, a w przypadku wydarzeń sportowych realizowanych poza obiektami sportowymi limit ustalono na maksymalnie 250 osób. W siłowniach, klubach i centrach fitness obowiązuje limit 1 osoby na 15 m². Dnia 7 grudnia, ze względu na niepokojącą sytuację pandemiczną, MZ zdecydowało się na podjęcie jeszcze bardziej stanowczych działań i od 15 grudnia wprowadziło dodatkowe zasady bezpieczeństwa. W restauracjach, barach i hotelach wprowadzony jest limit 30% obłożenia lokalu, a dyskoteki i kluby zostały zamknięte z wyjątkiem okresu z 31 grudnia na 1 stycznia, kiedy będzie w nich obowiązywał limit maksymalnie 100 osób i przestrzeganie ścisłego reżimu sanitarnego. W kinach, teatrach i halach sportowych także obowiązuje limit 30% pojemności obiektu (zwiększenie limitu jest możliwe wyłącznie dla osób zaszczepionych zweryfikowanych przez przedsiębiorcę).

Wszystkie te zamknięcia i obostrzenia stały się przyczyną kolejnego spadku wielkości ruchu turystycznego w Małopolsce - w 2021 roku ogólna liczba odwiedzających region zmniejszyła się o ponad 13%, tj. do poziomu 13,32 mln osób (porównywalnie do 2014 roku). Zmniejszenie odnotowano zarówno w przypadku gości z kraju (o prawie 14%, tj. do wielkości 12,03 mln osób), jak i z zagranicy (o ponad 10%, tj. do wielkości 1,29 mln osób).

WNIOSKI

1. W związku z licznymi rządowymi ograniczeniami funkcjonowania polskiej branży turystycznej w 2021 roku (zamknięcia, limity, reżim sanitarny) ogólne rozmiary ruchu turystycznego w Małopolsce w 2021 roku zmniejszyły się (o 13,3%, czyli mniej więcej o tyle samo, co w 2020 roku w stosunku do 2019 roku).
2. W 2021 roku zmniejszyła się liczba odwiedzających krajowych (o 13,6%), która rok wcześniej utrzymała się na zbliżonym poziomie w stosunku do roku sprzed pandemii (2019).
3. W 2021 roku spadek liczby odwiedzających z zagranicy (o 10,4%) był zdecydowanie mniejszy niż rok wcześniej (o 61,9%).
4. Udział turystów w ogólnych rozmiarach ruchu turystycznego (2/3) powoli wraca do okresu sprzed pandemii (3/4) - rok wcześniej tylko 50% ogółu odwiedzających nocowało w regionie.
5. W odróżnieniu od 2020 roku, w 2021 roku zwiększyła się liczba turystów w Małopolsce (o 20,1%) - uczestnicy ruchu turystycznego zdążyli już przynajmniej częściowo przyzwyczać się do pandemii i mniej niż rok wcześniej obawiali się przebywać w obiektach noclegowych.
6. Wzrosła liczba turystów krajowych (o 26,6%), która rok wcześniej była o 38,3% mniejsza niż w roku 2019.
7. Niestety ponownie zmniejszyła się liczba turystów zagranicznych, ale spadek ten był prawie 3-krotnie mniejszy niż w roku poprzednim (o 12,7% vs 63,8%).
8. Spadek ruchu turystycznego w Małopolsce w 2021 roku był spowodowany zmniejszeniem się liczby jednodniowych odwiedzających (aż o 46,6%), która osiągnęła wielkość zbliżoną do tej sprzed pandemii (tj. z 2019 roku).
9. Zmniejszyła się jednak tylko liczba jednodniowych odwiedzających z Polski (o 47,8%), ponieważ liczba nienocujących w Małopolsce gości zagranicznych wzrosła (o 5,6%).
10. Wiodącymi rynkami zagranicznymi dla Małopolski pozostały w 2021 roku Wielka Brytania, Niemcy, Francja i Hiszpania. Do Top-5 w 2021 roku dołączyła Holandia (na miejsce Włoch).
11. Po raz pierwszy od wielu lat na czoło wśród ważnych dla Małopolski krajowych rynków emisyjnych wysunęło się województwo śląskie (w miejsce małopolskiego). Kolejne pozycje zajęły istotne od lat: małopolskie, mazowieckie i podkarpackie. Zamiast wielkopolskiego (czy świętokrzyskiego z ubiegłego roku) do Top-5 w 2021 roku dołączyło pomorskie.
12. Największą grupą odwiedzających pozostają w Małopolsce osoby w wieku 30-44 lat, choć w 2021 roku znacząco (ponad 2-krotnie) wzrósł udział seniorów (powyżej 60 lat - 15,9%).
13. W okresie pandemii wśród odwiedzających Małopolskę dominują mężczyźni.

14. Nadal osoby z wyższym wykształceniem mają największy udział w przyjazdach do regionu, choć w 2021 roku istotnie zwiększył się odsetek odwiedzających po szkole podstawowej.
15. W 2021 roku wyraźnie zwiększył się odsetek podróżujących do Małopolski z dziećmi, co może być efektem wprowadzenia w 2020 roku bonu turystycznego.
16. Ponad 2-krotnie zwiększył się w 2021 roku w stosunku do roku poprzedniego udział pobytów w Małopolsce zorganizowanych przez rodzinę (15,9% vs 7,1%) i przyjaciół (14,4% vs 6,5%). Również rola zakładów pracy i biur podróży jako organizatorów przyjazdów była wyższa niż rok wcześniej - porównywalna do roku sprzed pandemii. Istotnie zwiększyło się ponadto znaczenie parafii/kościół (z 1,2% w 2019 do 4,3% w 2021 roku), szczególnie wśród odwiedzających z zagranicy (z 0,6% na 9,1%).
17. W stosunku do 2020 roku, w 2021 roku wydłużył się czas pobytu w Małopolsce - najwięcej odwiedzających (prawie 1/3) spędziło w województwie kilka dni, tj. 2-3 noclegi. Także na pobyty dwudniowe (z jednym noclegiem) przyjechało do regionu niemal 2-krotnie więcej osób niż w roku poprzednim i prawie 3-krotnie więcej niż w roku 2019. Niestety ponownie o ok. połowę zmniejszył się udział pobytów najdłuższych (15 i więcej nocy).
18. W 2021 roku więcej osób przyjechało do Małopolski celem poznania walorów przyrody (10,3%; w poprzednich latach ok. 2%) oraz dla rozrywki (7,8%; w poprzednich latach ok. 2%). Rola motywu edukacyjnego uległa natomiast istotnemu ograniczeniu (1,1% vs 6% w 2018 roku).
19. W przyjazdach do regionu na znaczeniu zyskał pociąg (12,5% vs ok. 8% w okresie przed pandemią) oraz samolot (6,1% vs ok. 5% w okresie przed pandemią) - ten ostatni szczególnie wśród gości krajowych.
20. Ponownie (analogicznie jak w 2019 roku) największą popularnością wśród odwiedzających Małopolskę cieszyły się hotele (w 2020 roku były to pensjonaty). Rokrocznie coraz więcej osób korzysta z wynajmu apartamentów w regionie.
21. Ze względu na lockdowny oraz limity i obostrzenia sanitarne gorzej niż w latach poprzednich zostały ocenione przez odwiedzających małopolskie obiekty noclegowe i placówki gastronomiczne, a także dostęp do rozrywki i atmosfera miejsca (zwłaszcza przez zagranicznych gości).
22. Zarówno goście krajowi, jak i zagraniczni zauważyli wzrost cen usług noclegowych i gastronomicznych oraz biletów wstępu do atrakcji, klubów, muzeów, teatrów, kin, bazy sportowej, transportowej, a także usług przewodnickich - zdecydowanie większe niż w latach poprzednich grupy odwiedzających uznały ich stosunek do jakości jako wysoki.
23. W 2021 roku po raz kolejny zaobserwowano wzrost średnich sum wydatkowanych przed podróżą do Małopolski przez odwiedzających z Polski (choć tym razem tylko o niecałe 2%). Średnia kwota

- wydatku przed przyjazdem gości zagranicznych uległa jednak ograniczeniu (o 30% w relacji do roku ubiegłego).
24. Zmniejszyły się średnie sumy wydatkowane przed przyjazdem przez turystów - tak krajowych (choć były one o 26,4% wyższe niż w 2019 roku), jak i zagranicznych.
 25. W obu segmentach wzrosły natomiast ponad 2-krotnie średnie kwoty wydawane przed podróżą ponoszone przez odwiedzających jednodniowych.
 26. Kwoty wydatkowane przed przyjazdem były z reguły wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych (z wyjątkiem biletów wstępu do atrakcji). Również jednodniowi odwiedzający z zagranicy przeznaczali przed przyjazdem do Małopolski wyższe kwoty niż nienocujący w regionie Polacy (z wyjątkiem wydatków na wycieczki).
 27. Kwota średniego wydatku ponoszonego podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku była wśród gości krajowych wyższa niż w latach poprzednich. W grupie obcokrajowców odnotowano natomiast kolejny spadek jej wysokości.
 28. W stosunku do roku poprzedniego zwiększyła się kwota średniego wydatku ponoszonego podczas pobytu w Małopolsce przez turystów krajowych, ale w segmencie turystów zagranicznych miało miejsce kolejne ograniczenie jej wysokości.
 29. Ponad 3-krotnie wzrosły średnie wydatki podczas pobytu gości jednodniowych - tak krajowych, jak i zagranicznych. Niemniej jednak wydatki te były z reguły niższe niż turystów (nocujących w Małopolsce).
 30. W segmencie Polaków wyższe niż rok wcześniej były wszystkie wydatki rodzajowe ponoszone podczas pobytu, natomiast w grupie cudzoziemców sytuacja ta dotyczyła tylko sum przeznaczanych na bilety wstępu do atrakcji.
 31. O ile turyści zagraniczni ponosili podczas pobytu w regionie w 2021 roku niższe średnie wydatki na poszczególne cele (z wyjątkiem biletów wstępu do atrakcji), to wśród jednodniowych gości z zagranicy zaobserwowano odwrotną sytuację - wszystkie wydatki rodzajowe wzrosły.
 32. Z uwagi na dość znaczny wzrost wydatków jednodniowych odwiedzających, średnie łączne wydatki Polaków okazały się w 2021 roku o 1/5 wyższe niż rok wcześniej. Odnosiło się to jednak tylko do krajowych gości jednodniowych, ponieważ średnie wydatki krajowych turystów zmniejszyły się o 6,3%.
 33. W segmencie odwiedzających zagranicznych zmniejszyły się średnie łączne wydatki turystów, ale wydatki gości jednodniowych istotnie wzrosły - prawie 3-krotnie.
 34. Wpływy Małopolski z turystyki były w 2021 roku o 9,9% wyższe niż rok wcześniej. W relacji do roku 2020 zwiększyły się wpływy od turystów krajowych (o ok. 1/5) oraz od jednodniowych

odwiedzających krajowych (o ponad 1/4), a przede wszystkim jednodniowych odwiedzających zagranicznych (3-krotnie).

35. Wywołany pandemią spadek liczby turystów zagranicznych w Małopolsce, a także ograniczenie ich wydatków zarówno przed podróżą do regionu, jak i podczas wizyty, spowodowały zmniejszenie wpływów z tytułu ich odwiedzin w 2021 roku o ponad 1/3 w stosunku do roku poprzedniego.

REKOMENDACJE

1. Z uwagi na zdecydowany wzrost odsetka odwiedzających z Holandii (z 3,6% całego ruchu turystycznego z zagranicy w 2018 roku na 10,7% w roku 2021) oraz Hiszpanii (odpowiednio z 6,4% na 8,6%) rekomenduje się rozważenie wprowadzenia działań promocyjnych na tych rynkach, przy jednoczesnym utrzymaniu kampanii w Wielkiej Brytanii i Niemczech (dwóch najbardziej emisyjnych rynkach dla Małopolski).
2. Kampanie informacyjne powinny zostać skierowane do reprezentantów pokolenia Z oraz X i Baby Boomers, czyli grupy młodych (20-29 lat - 1/4 ruchu) i seniorów (16%); w stosunku do osób w wieku 30-44 lat należy zastosować kampanie przypominające.
3. W kampaniach położyć duży akcent na bezpieczeństwo pobytu w Małopolsce - szczególnie w akcjach skierowanych do kobiet.
4. Dwoma najważniejszymi celami przyjazdów turystów do Małopolski są: wypoczynek (32,3% wskazań w 2021 roku) oraz zwiedzanie zabytków (17,3%), dlatego rekomenduje się wykorzystanie tych produktów w działaniach promocyjnych. W 2021 roku istotnie wzrosło zainteresowanie poznaniem walorów przyrodniczych województwa (z 2,5% w 2018 roku na 10,3%), stąd rekomenduje się rozważenie popularyzacji tych dóbr w kampaniach promocyjnych. Mniej odwiedzających niż w latach wcześniejszych przyjechało do regionu w 2021 roku celem uprawiania turystyki aktywnej (spadek z 17,1% w 2018 roku na 3,7%) oraz poratowania zdrowia (odpowiednio spadek z 7,5% na 3,6%). Może należałoby rozpatrzyć przygotowanie kampanii promującej tego rodzaju produkty, tym bardziej że Małopolska ma wiele do zaoferowania w tym zakresie.
5. Zachęcać zagranicznych odwiedzających (turystów i jednodniowych) do wydłużania pobytu w Małopolsce, np. poprzez promocyjne ceny: pakietów trzy-, czterodniowych w obiektach noclegowych, kilkudniowych karnetów na stokach, wynajęcia samochodu na kilka dni, biletów na powrót za kilka dni.
6. W ostatnich latach obserwuje się wzrost zainteresowania turystów wynajmem apartamentów w Małopolsce (z 9,8% w 2018 roku na 20,3% w 2021 roku). Aby sprostać oczekiwaniom odwiedzających, wskazanym byłoby więc wspieranie małopolskich przedsiębiorców w rozwoju tego rodzaju bazy noclegowej, np. poprzez różnego rodzaju ulgi podatkowe, dofinansowania, pomoc ze strony IOB (Instytucji Otoczenia Biznesu) w pozyskaniu dotacji unijnych czy preferencyjnych kredytów.
7. Istotnie poprawić dostęp do Internetu w poszczególnych miejscowościach i na szlakach.
8. Nadal dążyć do poprawy czystości powietrza.

9. Proponuje się wprowadzać innowacje, rozwijać produkt, zwłaszcza pod kątem oczekiwań przedstawicieli pokolenia Z oraz seniorów, aby zachęcać ich do przyjazdów i zwiększenia wydatków. Światowe i krajowe badania prowadzone wśród reprezentantów najmłodszej generacji (Zetów) pozwalają wnioskować, że wyjeżdżają oni głównie w celach wypoczynkowych, poznawczych i rozrywkowych, są przywiązani do nowych technologii, oczekują dostępności produktów on-line, są wrażliwi na cenę oraz szukają zindywidualizowanych ofert. Z obserwacji rynku seniorów wynika z kolei, że ze względu na wiek i pogarszający się stan zdrowia, ich uczestnictwo w turystyce wiąże się z wyjazdem o charakterze zdrowotnym czy profilaktycznym - pobyt w uzdrowisku lub w centrum Spa i wellness. Największym zainteresowaniem cieszą się wśród nich takie świadczenia, jak: masaże, zabiegi rehabilitacyjne, kąpiele lecznicze, terapie odchudzające, terapie dietetyczne oraz uczestnictwo w zajęciach rekreacji ruchowej. Spośród form spędzania czasu wolnego podczas wyjazdów turystycznych najpopularniejsze wśród seniorów są: spacerowanie, nordic walking i zwiedzanie, a także robienie zakupów (w tym pamiątek), wizyty w kinie lub teatrze, leżakowanie i atrakcje w basenie. Uwzględnienie tych potrzeb, motywacji i zachowań obu coraz istotniejszych dla Małopolski segmentów rynku wydaje się mieć kluczowe znaczenie dla przyszłości rozwoju branży turystycznej w regionie oraz planowania działań strategicznych przez usługodawców działających w szeroko pojętej gospodarce turystycznej.

Spis tabel

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	14
Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2021 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	15
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2021	17
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 $f=0,5$	18
Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	19
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 $f=0,2$	20
Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	21
Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych	22
Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce	23
3.1. Wprowadzenie	23
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	23
Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021	24
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	25
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2021	26
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	26
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2021	27
3.5. Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	27
Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2021 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0% i turyści zagraniczni w Małopolsce w 2021 roku	28
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	33
Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 - 2021 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2021 roku	33
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	36
4.1. Wprowadzenie	36
4.2. Wiek	36
Tabela 4.2.1. Wiek - struktura procentowa	36
4.3. Płeć	36
Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa	36
4.4. Wykształcenie	37
Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa	37
4.5. Status materialny odwiedzających	37
Tabela 4.5.1. Status materialny odwiedzających - struktura procentowa	38
4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	38
Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa	38

Tabela 4.6.2. Ilość dzieci podróżujących z rodziną - struktura procentowa 38

Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie	40
5.1. Wprowadzenie	40
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	40
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura %	40
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura %	41
Tabela 5.2.3. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura %	41
Tabela 5.2.4. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2018-21	42
Tabela 5.2.5. Formatowanie kolorem głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski (sortowanie OGÓŁEM)	43
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	43
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura % sortowana według - Ogółem 2021	44
Tabela 5.3.2. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura % formatowana kolorem	44
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	44
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2021 - struktura %	45
5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	46
Tabela 5.5.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	46
Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	46
Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	46
5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	47
Tabela 5.6.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2021 (w %) 47	47
Tabela 5.6.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura %	48
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	49
6.1. Wprowadzenie	49
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	49
Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2018-2021 dokonana przez turystów	50
Tabela 6.2.2. Pozycje średnich ocen elementów oferty turystycznej województwa małopolskiego w 2021 roku	53
Tabela 6.2.3. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0	54
Tabela 6.2.4. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0,1	55
Tabela 6.2.5. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0,2	56
Tabela 6.2.6. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki metodą Warda	57
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku	58
Tabela 7.1.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku	62
Tabela 7.1.2. Kategoryzacja ocen wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług na poziomie 0,1	62
Tabela 7.1.3. Kategoryzacja ocen wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług metodą Warda	63

Rozdział 8. Najpopularniejsze miejscowości odwiedzane przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim 2021 roku 64

8.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim	64
Tabela 8.1.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim z podziałem na ZAGRANICA, KRAJ, OGÓŁEM - Imputacja całoroczna na podstawie danych firmy Selectiv (sortowanie kolumną Ogółem)*	64
Tabela 8.1.2. WZMT - wskaźnik zmiany miejsca zamieszkania turystów w Małopolsce w 2021 roku	65
8.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku	66
Tabela 8.2.1. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę w 2021 roku	66
Tabela 8.2.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku	67

Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie 68

9.1. Wprowadzenie	68
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	68
Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	68
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	69
Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w 2021 roku (w zł na osobę)*	70
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	70
Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	71
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	71
Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 (w zł na osobę)	72
Tabela 9.3.4. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	74
9.4. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	74
Tabela 9.4.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2021 (w mld zł) wg grup odwiedzających	75

Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę 76

10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS	76
Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski	77
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS	78
Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce	78
10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	79
Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM	79
Tabela 10.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ	80
Tabela 10.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA	80

Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH 81

11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	81
Tabela 11.1.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa	81
Tabela 11.1.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa	82
Tabela 11.1.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa	83
Tabela 11.1.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa	83
Tabela 11.1.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa	84
Tabela 11.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii	84
Tabela 11.1.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii	85
Tabela 11.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii	85
Tabela 11.1.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2018-2021	86
Tabela 11.1.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2018-2021	87
Tabela 11.1.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski	88
Tabela 11.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	88
Tabela 11.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	89
Tabela 11.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	89
Tabela 11.1.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021 (w zł) wg grup odwiedzających	90
Tabela 11.1.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	91
Tabela 11.1.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	92
Tabela 11.1.18. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	93
11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	94
Tabela 11.2.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec	94
Tabela 11.2.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec	95
Tabela 11.2.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec	96
Tabela 11.2.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec	96
Tabela 11.2.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec	97
Tabela 11.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec	98
Tabela 11.2.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec	98
Tabela 11.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Niemiec	99
Tabela 11.2.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2018-2021	100
Tabela 11.2.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2018-2021	101

Tabela 11.2.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski	101
Tabela 11.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 roku (w zł na osobę)	102
Tabela 11.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponieszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	102
Tabela 11.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	104
Tabela 11.2.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	105
Tabela 11.2.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec	105
Tabela 11.2.17. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	106
Tabela 11.2.18. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	107
11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	108
Tabela 11.3.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji	108
Tabela 11.3.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji	109
Tabela 11.3.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji	110
Tabela 11.3.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji	110
Tabela 11.3.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji	111
Tabela 11.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji	111
Tabela 11.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji	112
Tabela 11.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji	112
Tabela 11.3.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2018-2021	113
Tabela 11.3.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2018-2021	114
Tabela 11.3.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski	115
Tabela 11.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	116
Tabela 11.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponieszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	116
Tabela 11.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	117
Tabela 11.3.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	118
Tabela 11.3.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	119
Tabela 11.3.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	119
Tabela 11.3.18. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	120
11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HOLANDII	121
Tabela 11.4.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Holandii	121

Tabela 11.4.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Holandii	122
Tabela 11.4.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Holandii	122
Tabela 11.4.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Holandii	123
Tabela 11.4.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Holandii	123
Tabela 11.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Holandii	123
Tabela 11.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Holandii	124
Tabela 11.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Holandii	124
Tabela 11.4.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii w 2021 roku*	125
Tabela 11.4.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Holandii w 2021 roku	126
Tabela 11.4.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Holandii w podróży do Małopolski	126
Tabela 11.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Holandii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę)	127
Tabela 11.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Holandii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	127
Tabela 11.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Holandii podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*	127
Tabela 11.4.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Holandii w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	128
Tabela 11.4.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Holandii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	128
Tabela 11.4.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	129
Tabela 11.4.18. Deklaracja odwiedzających z Holandii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	130
11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HISZPANII	131
Tabela 11.5.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Hiszpanii	131
Tabela 11.5.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	132
Tabela 11.5.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	132
Tabela 11.5.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	133
Tabela 11.5.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	133
Tabela 11.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	133
Tabela 11.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	134
Tabela 11.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Hiszpanii	134
Tabela 11.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii w 2021 roku*	135
Tabela 11.5.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Hiszpanii w 2021 roku	136
Tabela 11.5.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Hiszpanii w podróży do Małopolski	136
Tabela 11.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę)	137
Tabela 11.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	137

Tabela 11.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*	137
Tabela 11.5.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Hiszpanii w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	138
Tabela 11.5.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Hiszpanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	138
Tabela 11.5.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	139
Tabela 11.5.18. Deklaracja odwiedzających z Hiszpanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	140

Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH141

12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	141
Tabela 12.1.1. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska	141
Tabela 12.1.2. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska	142
Tabela 12.1.3. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska	143
Tabela 12.1.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska	143
Tabela 12.1.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska	143
Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska	144
Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska	144
Tabela 12.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska	145
Tabela 12.1.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2018-2021	145
Tabela 12.1.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2018-2021	146
Tabela 12.1.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski	147
Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	147
Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	148
Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	149
Tabela 12.1.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	150
Tabela 12.1.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska	151
Tabela 12.1.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	152
Tabela 12.1.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska	152
12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	153
Tabela 12.2.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski	153
Tabela 12.2.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski	154
Tabela 12.2.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski	154
Tabela 12.2.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski	155
Tabela 12.2.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski	155

Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski	156
Tabela 12.2.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski	156
Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski	157
Tabela 12.2.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2018-2021	157
Tabela 12.2.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2018-2021	158
Tabela 12.2.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce	159
Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	160
Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w 2021 roku* (w zł na osobę)	160
Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	161
Tabela 12.2.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	162
Tabela 12.2.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski	163
Tabela 12.2.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	164
Tabela 12.2.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski	164
12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	165
Tabela 12.3.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza	165
Tabela 12.3.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	167
Tabela 12.3.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	167
Tabela 12.3.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	167
Tabela 12.3.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	168
Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	168
Tabela 12.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	168
Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza	169
Tabela 12.3.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2018-2021	170
Tabela 12.3.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2018-2021	171
Tabela 12.3.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski	171
Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	172
Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	172
Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	174
Tabela 12.3.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	174
Tabela 12.3.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza	175

Tabela 12.3.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	176
Tabela 12.3.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza	177
12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACIEGO	178
Tabela 12.4.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Podkarpacia	178
Tabela 12.4.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	181
Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	181
Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Podkarpacia	182
Tabela 12.4.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2018-2021	182
Tabela 12.4.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2018-2021	183
Tabela 12.4.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia podczas podróży do Małopolski	184
Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	185
Tabela 12.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	185
Tabela 12.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	186
Tabela 12.4.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	187
Tabela 12.4.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia	188
Tabela 12.4.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	189
Tabela 12.4.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Podkarpacia	189
12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. POMORSKIEGO	190
Tabela 12.5.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Pomorza	190
Tabela 12.5.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Pomorza	191
Tabela 12.5.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Pomorza	191
Tabela 12.5.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Pomorza	192
Tabela 12.5.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Pomorza	192
Tabela 12.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Pomorza	192
Tabela 12.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Pomorza	193
Tabela 12.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Pomorza	193
Tabela 12.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza w 2021 roku*	194
Tabela 12.5.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Pomorza w 2021 roku	195
Tabela 12.5.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Pomorza podczas podróży do Małopolski	195

Tabela 12.5.12. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Pomorza	196
Tabela 12.5.13. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza	197
Tabela 12.5.14. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Pomorza	197
Tabela 12.5.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających z Pomorza podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*	198
Tabela 12.5.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Pomorza w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	198
ANEKS	199
Tabela 12.5.17. Frekwencja w wybranych miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku	199
Tabela 12.5.18. Ranking wybranych miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku	199
Tabela 12.5.19. Ranking wybranych miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim KRAJ, ZAGRANICA w 2021 roku (DWA SEZONY)	200
Tabela 12.5.20. Turyści w latach 2018-2021 ogółem z rozbiem na powiaty według statystyki KT1	205
Tabela 12.5.21. Turyści w latach 2018-2021 ogółem, krajowi i zagraniczni - udziały procentowe kolumn z rozbiem na powiaty według statystyki KT1	206
Tabela 12.5.22. Odwiedzający, Turyści, Odwiedzający jednodniowi w Małopolsce w roku 2021: Ogółem, Zagranica, Kraj, z rozbiem na powiaty. Imputacja roczna	207
Tabela 12.5.23. Turyści, Odwiedzający jednodniowi wewnątrzregionalni w Małopolsce w roku 2021: Imputacja według miejsca stałego przebywania	208
PODSUMOWANIE	209
WNIOSKI	211
REKOMENDACJE	215

Spis rysunków

Rozdział 1.	Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	14
Rozdział 2.	Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2021	17
Rozdział 3.	Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce	23
3.1.	Wprowadzenie	23
3.2.	Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	23
	Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021	25
3.3.	Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	25
	Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2021	26
3.4.	Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	26
3.5.	Odwiedzający Małopolskę goście z zagranicy	27
	Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2021- struktura procentowa	32
3.6.	Odwiedzający krajowi w Małopolsce	33
	Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 - 2021 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)	35
Rozdział 4.	Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	36
4.1.	Wprowadzenie	36
4.2.	Wiek	36
4.3.	Płeć	36
4.4.	Wykształcenie	37
4.5.	Status materialny odwiedzających	37
4.6.	Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	38
Rozdział 5.	Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie	40
5.1.	Wprowadzenie	40
5.2.	Cele przyjazdów do Małopolski	40
5.3.	Organizator wizyty w Małopolsce	43
5.4.	Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	44
5.5.	Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	46
5.6.	Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	47
Rozdział 6.	Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	49
6.1.	Wprowadzenie	49
6.2.	Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	49
Rozdział 7.	Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku	58
Rozdział 8.	Najpopularniejsze miejscowości odwiedzane przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim 2021 roku	64
8.1.	Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim	64
8.2.	Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku	66

Rozdział 9.	Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	68
9.1.	Wprowadzenie	68
9.2.	Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	68
9.3.	Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	70
9.4.	Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	74
	Rysunek 9.4.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2021 (w mln zł)	75
Rozdział 10.	Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę	76
10.1.	Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS	76
10.2.	Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS	78
10.3.	Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski	79
Rozdział 11.	CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH	81
11.1.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII	81
11.2.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	94
11.3.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	108
11.4.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HOLANDII	121
11.5.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HISZPANII	131
Rozdział 12.	CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH	141
12.1.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	141
12.2.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	153
12.3.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	165
12.4.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACKIEGO	178
12.5.	Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. POMORSKIEGO	190
ANEKS	199	
PODSUMOWANIE	209	
WNIOSKI	211	
REKOMENDACJE	215	

Pełny spis treści

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Małopolsce	14
Tabela 1.1.1. BRT Małopolska 2021 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	15
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Małopolsce w roku 2021	17
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 $f=0,5$	18
Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	19
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 $f=0,2$	20
Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	21
Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych	22
Rozdział 3. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Małopolsce	23
3.1. Wprowadzenie	23
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę	23
Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021	24
Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021	25
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce	25
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2021	26
Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2010-2021	26
3.4. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce	26
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2010-2021	27
3.5. Odwiedzający Małopolską goście z zagranicy	27
Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2021 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0% i turyści zagraniczni w Małopolsce w 2021 roku	28
Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Małopolsce - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2018-2021- struktura procentowa	32
3.6. Odwiedzający krajowi w Małopolsce	33
Tabela 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 - 2021 roku - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu do 0,0% i turyści krajowi w Małopolsce w 2021 roku	33
Rysunek 3.6.1. Odwiedzający krajowi w Małopolsce w 2018 - 2021 roku - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Małopolski)	35
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę	36
4.1. Wprowadzenie	36
4.2. Wiek	36
Tabela 4.2.1. Wiek - struktura procentowa	36

4.3. Płeć	36
Tabela 4.3.1. Płeć - struktura procentowa	36
4.4. Wykształcenie	37
Tabela 4.4.1. Wykształcenie - struktura procentowa	37
4.5. Status materialny odwiedzających	37
Tabela 4.5.1. Status materialny odwiedzających - struktura procentowa	38
4.6. Charakter podróży (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	38
Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie) - struktura procentowa	38
Tabela 4.6.2. Ilość dzieci podróżujących z rodziną - struktura procentowa	38
Rozdział 5. Organizacja przyjazdu do Małopolski i pobytu w regionie	40
5.1. Wprowadzenie	40
5.2. Cele przyjazdów do Małopolski	40
Tabela 5.2.1. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura %	40
Tabela 5.2.2. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura %	41
Tabela 5.2.3. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura %	41
Tabela 5.2.4. Udziały % głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski w latach 2018-21	42
Tabela 5.2.5. Formatowanie kolorem głównych celów przyjazdu turystów do Małopolski (sortowanie OGÓŁEM)	43
5.3. Organizator wizyty w Małopolsce	43
Tabela 5.3.1. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura % sortowana według - Ogółem 2021	44
Tabela 5.3.2. Organizator wizyty w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura % formatowana kolorem	44
5.4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających	44
Tabela 5.4.1. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2019-2021 - struktura %	45
5.5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski	46
Tabela 5.5.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - OGÓŁEM struktura %	46
Tabela 5.5.2. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ struktura %	46
Tabela 5.5.3. Wykorzystywane w podróży środki transportu - ZAGRANICA struktura %	46
5.6. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce	47
Tabela 5.6.1. Miejsca noclegu wybierane przez turystów w Małopolsce w latach 2019-2021 (w %) 47	47
Tabela 5.6.2. Kategoria hoteli preferowana przez gości hotelowych w Małopolsce w latach 2019-2021 - struktura %	48
Rozdział 6. Ocena małopolskiej oferty turystycznej i pobytu w regionie	49
6.1. Wprowadzenie	49
6.2. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego	49
Tabela 6.2.1. Ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego w latach 2018-2021 dokonana przez turystów	50
Tabela 6.2.2. Pozycje średnich ocen elementów oferty turystycznej województwa małopolskiego w 2021 roku	53
Tabela 6.2.3. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0	54

Tabela 6.2.4. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0,1	55
Tabela 6.2.5. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki na poziomie 0,2	56
Tabela 6.2.6. Kategoryzacja elementów infrastruktury turystyki metodą Warda	57
Rozdział 7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku	58
Tabela 7.1.1. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez turystów odwiedzających województwo małopolskie w 2021 roku	62
Tabela 7.1.2. Kategoryzacja ocen wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług na poziomie 0,1	62
Tabela 7.1.3. Kategoryzacja ocen wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług metodą Warda	63
Rozdział 8. Najpopularniejsze miejscowości odwiedzane przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim 2021 roku	64
8.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim	64
Tabela 8.1.1. Ranking miejscowości odwiedzanych przez turystów nocujących w Województwie Małopolskim z podziałem na ZAGRANICA, KRAJ, OGÓŁEM - Imputacja całoroczna na podstawie danych firmy Selectivv (sortowanie kolumną Ogółem)*	64
Tabela 8.1.2. WZMT - wskaźnik zmiany miejsca zamieszkania turystów w Małopolsce w 2021 roku	65
8.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę turystów i wywołujące u nich pozytywne emocje podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku	66
Tabela 8.2.1. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę w 2021 roku	66
Tabela 8.2.2. Elementy (miejsca) destynacji najbardziej przyciągające uwagę odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku	67
Rozdział 9. Wydatki odwiedzających Małopolskę i szacunkowe wpływy z turystyki w regionie	68
9.1. Wprowadzenie	68
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	68
Tabela 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	68
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg wybranych krajów	69
Tabela 9.2.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę przed przyjazdem do regionu (bez kosztów dojazdu) w 2021 roku (w zł na osobę)*	70
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce	70
Tabela 9.3.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	71
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 wg wybranych krajów (w zł na osobę)	71
Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w latach 2019-2021 (w zł na osobę)	72
Tabela 9.3.4. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2013-2021 (w zł na osobę) wg grup odwiedzających	74
9.4. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	74

Tabela 9.4.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2021 (w mld zł) wg grup odwiedzających 75

Rysunek 9.4.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2021 (w mln zł) 75

Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Małopolskę 76

10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Małopolski - NFS 76

Tabela 10.1.1. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed przyjazdem do Małopolski 77

10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce - NPS 78

Tabela 10.2.1. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce 78

10.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski 79

Tabela 10.3.1. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski OGÓŁEM 79

Tabela 10.3.2. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski KRAJ 80

Tabela 10.3.3. Deklaracja ponownego przyjazdu do Małopolski ZAGRANICA 80

Rozdział 11. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH 81

11.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z WIELKIEJ BRYTANII 81

Tabela 11.1.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa 81

Tabela 11.1.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa 82

Tabela 11.1.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa 83

Tabela 11.1.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa 83

Tabela 11.1.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii - struktura procentowa 84

Tabela 11.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii 84

Tabela 11.1.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Wielkiej Brytanii 85

Tabela 11.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii 85

Tabela 11.1.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2018-2021 86

Tabela 11.1.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii w latach 2018-2021 87

Tabela 11.1.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas podróży do Małopolski 88

Tabela 11.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę) 88

Tabela 11.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę) 89

Tabela 11.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)* 89

Tabela 11.1.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Wielkiej Brytanii w 2021 (w zł) wg grup odwiedzających 90

Tabela 11.1.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski 91

Tabela 11.1.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	92
Tabela 11.1.18. Deklaracja odwiedzających z Wielkiej Brytanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	93
11.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z NIEMIEC	94
Tabela 11.2.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Niemiec	94
Tabela 11.2.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Niemiec	95
Tabela 11.2.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Niemiec	96
Tabela 11.2.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Niemiec	96
Tabela 11.2.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Niemiec	97
Tabela 11.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Niemiec	98
Tabela 11.2.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Niemiec	98
Tabela 11.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Niemiec	99
Tabela 11.2.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec w latach 2018-2021	100
Tabela 11.2.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Niemiec w latach 2018-2021	101
Tabela 11.2.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Niemiec podczas podróży do Małopolski	101
Tabela 11.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 roku (w zł na osobę)	102
Tabela 11.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	102
Tabela 11.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Niemiec podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	104
Tabela 11.2.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Niemiec w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	105
Tabela 11.2.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Niemiec	105
Tabela 11.2.17. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Niemiec dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	106
Tabela 11.2.18. Deklaracja odwiedzających z Niemiec dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	107
11.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z FRANCJI	108
Tabela 11.3.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Francji	108
Tabela 11.3.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Francji	109
Tabela 11.3.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Francji	110
Tabela 11.3.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Francji	110
Tabela 11.3.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Francji	111
Tabela 11.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Francji	111
Tabela 11.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Francji	112
Tabela 11.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Francji	112
Tabela 11.3.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Francji w latach 2018-2021	113
Tabela 11.3.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Francji w latach 2018-2021	114

Tabela 11.3.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Francji w podróży do Małopolski	115
Tabela 11.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	116
Tabela 11.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Francji przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	116
Tabela 11.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Francji podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	117
Tabela 11.3.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Francji w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	118
Tabela 11.3.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Francji odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	119
Tabela 11.3.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Francji dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	119
Tabela 11.3.18. Deklaracja odwiedzających z Francji dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	120
11.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HOLANDII	121
Tabela 11.4.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Holandii	121
Tabela 11.4.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Holandii	122
Tabela 11.4.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Holandii	122
Tabela 11.4.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Holandii	123
Tabela 11.4.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Holandii	123
Tabela 11.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Holandii	123
Tabela 11.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Holandii	124
Tabela 11.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Holandii	124
Tabela 11.4.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii w 2021 roku*	125
Tabela 11.4.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Holandii w 2021 roku	126
Tabela 11.4.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Holandii w podróży do Małopolski	126
Tabela 11.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Holandii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę)	127
Tabela 11.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Holandii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	127
Tabela 11.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Holandii podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*	127
Tabela 11.4.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Holandii w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	128
Tabela 11.4.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Holandii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	128
Tabela 11.4.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Holandii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	129
Tabela 11.4.18. Deklaracja odwiedzających z Holandii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	130
11.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z HISZPANII	131

Tabela 11.5.1. Główne cele przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Hiszpanii	131
Tabela 11.5.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	132
Tabela 11.5.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	132
Tabela 11.5.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	133
Tabela 11.5.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	133
Tabela 11.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	133
Tabela 11.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Hiszpanii	134
Tabela 11.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Hiszpanii	134
Tabela 11.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii w 2021 roku*	135
Tabela 11.5.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Hiszpanii w 2021 roku	136
Tabela 11.5.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Hiszpanii w podróży do Małopolski	136
Tabela 11.5.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku (w zł na osobę)	137
Tabela 11.5.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	137
Tabela 11.5.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Hiszpanii podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*	137
Tabela 11.5.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Hiszpanii w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	138
Tabela 11.5.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w Małopolsce przed podjęciem decyzji o podróży wyrażona przez odwiedzających z Hiszpanii odczuwana przed przyjazdem do Małopolski	138
Tabela 11.5.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Hiszpanii dotycząca polecenia Małopolski jako destynacji turystycznej	139
Tabela 11.5.18. Deklaracja odwiedzających z Hiszpanii dotycząca ponownego przyjazdu do Małopolski	140

Rozdział 12. CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE Z GŁÓWNYCH RYNKÓW KRAJOWYCH 141

12.1. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. ŚLĄSKIEGO	141
Tabela 12.1.1. Główny cel przyjazdu odwiedzających Małopolskę ze Śląska	141
Tabela 12.1.2. Wiek odwiedzających Małopolskę ze Śląska	142
Tabela 12.1.3. Płeć odwiedzających Małopolskę ze Śląska	143
Tabela 12.1.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę ze Śląska	143
Tabela 12.1.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę ze Śląska	143
Tabela 12.1.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę ze Śląska	144
Tabela 12.1.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających ze Śląska	144
Tabela 12.1.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających ze Śląska	145
Tabela 12.1.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska w latach 2018-2021	145
Tabela 12.1.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających ze Śląska w latach 2018-2021	146
Tabela 12.1.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających ze Śląska podczas podróży do Małopolski	147

Tabela 12.1.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	147
Tabela 12.1.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	148
Tabela 12.1.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających ze Śląska podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	149
Tabela 12.1.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego ze Śląska w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	150
Tabela 12.1.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających ze Śląska	151
Tabela 12.1.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających ze Śląska	152
Tabela 12.1.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających ze Śląska	152
12.2. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAŁOPOLSKIEGO	153
Tabela 12.2.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Małopolski	153
Tabela 12.2.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Małopolski	154
Tabela 12.2.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Małopolski	154
Tabela 12.2.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Małopolski	155
Tabela 12.2.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Małopolski	155
Tabela 12.2.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Małopolski	156
Tabela 12.2.7. Liczba dzieci w trakcie podróży odwiedzających z Małopolski	156
Tabela 12.2.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Małopolski	157
Tabela 12.2.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski w latach 2018-2021	157
Tabela 12.2.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Małopolski w latach 2018-2021	158
Tabela 12.2.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z regionu podczas podróży po Małopolsce	159
Tabela 12.2.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do destynacji w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	160
Tabela 12.2.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski przed przyjazdem do regionu w 2021 roku* (w zł na osobę)	160
Tabela 12.2.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Małopolski podczas pobytu w regionie w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	161
Tabela 12.2.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Małopolski w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	162
Tabela 12.2.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Małopolski	163
Tabela 12.2.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Małopolski	164
Tabela 12.2.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Małopolski	164
12.3. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. MAZOWIECKIEGO	165
Tabela 12.3.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Mazowsza	165
Tabela 12.3.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	167
Tabela 12.3.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	167
Tabela 12.3.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	167

Tabela 12.3.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	168
Tabela 12.3.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	168
Tabela 12.3.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Mazowsza	168
Tabela 12.3.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Mazowsza	169
Tabela 12.3.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2018-2021	170
Tabela 12.3.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Mazowsza w latach 2018-2021	171
Tabela 12.3.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Mazowsza w podróży do Małopolski	171
Tabela 12.3.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	172
Tabela 12.3.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	172
Tabela 12.3.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Mazowsza podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	174
Tabela 12.3.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Mazowsza w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	174
Tabela 12.3.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Mazowsza	175
Tabela 12.3.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Mazowsza	176
Tabela 12.3.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Mazowsza	177
12.4. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. PODKARPACKIEGO	178
Tabela 12.4.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Podkarpacia	178
Tabela 12.4.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	180
Tabela 12.4.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	181
Tabela 12.4.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Podkarpacia	181
Tabela 12.4.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Podkarpacia	182
Tabela 12.4.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2018-2021	182
Tabela 12.4.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Podkarpacia w latach 2018-2021	183
Tabela 12.4.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Podkarpacia podczas podróży do Małopolski	184
Tabela 12.4.12. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w latach 2018-2021 (w zł na osobę)	185
Tabela 12.4.13. Średnia kwota wydatku turystycznego wg rodzaju ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia przed przyjazdem do Małopolski w 2021 roku* (w zł na osobę)	185
Tabela 12.4.14. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Podkarpacia podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 (w zł na osobę)*	186
Tabela 12.4.15. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Podkarpacia w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	187
Tabela 12.4.16. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Podkarpacia	188

Tabela 12.4.17. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Podkarpacia	189
Tabela 12.4.18. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Podkarpacia	189
12.5. Charakterystyka odwiedzających Małopolskę z woj. POMORSKIEGO	190
Tabela 12.5.1. Cele główne przyjazdów do Małopolski deklarowane przez odwiedzających z Pomorza	190
Tabela 12.5.2. Wiek odwiedzających Małopolskę z Pomorza	191
Tabela 12.5.3. Płeć odwiedzających Małopolskę z Pomorza	191
Tabela 12.5.4. Wykształcenie odwiedzających Małopolskę z Pomorza	192
Tabela 12.5.5. Status materialny odwiedzających Małopolskę z Pomorza	192
Tabela 12.5.6. Towarzystwo w podróży odwiedzających Małopolskę z Pomorza	192
Tabela 12.5.7. Podróże rodzinne z dziećmi odwiedzających Małopolskę z Pomorza	193
Tabela 12.5.8. Organizator pobytu w Małopolsce odwiedzających z Pomorza	193
Tabela 12.5.9. Miejsce noclegu [obiekt] wybierane w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza w 2021 roku*	194
Tabela 12.5.10. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających z Pomorza w 2021 roku	195
Tabela 12.5.11. Wykorzystywane środki transportu przez odwiedzających z Pomorza podczas podróży do Małopolski	195
Tabela 12.5.12. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji przed podjęciem decyzji o podróży do Małopolski przez odwiedzających z Pomorza	196
Tabela 12.5.13. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce przez odwiedzających z Pomorza	197
Tabela 12.5.14. Deklaracja ponownego przyjazdu odwiedzających z Pomorza	197
Tabela 12.5.15. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających z Pomorza podczas pobytu w Małopolsce w 2021 roku (w zł na osobę)*	198
Tabela 12.5.16. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego z Pomorza w 2021 roku (w zł) wg grup odwiedzających	198
ANEKS	199
Tabela 12.5.17. Frekwencja w wybranych miejscach turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku	199
Tabela 12.5.18. Ranking wybranych miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim w 2021 roku	199
Tabela 12.5.19. Ranking wybranych miejsc turystycznych w Województwie Małopolskim KRAJ, ZAGRANICA w 2021 roku (DWA SEZONY)	200
Tabela 12.5.20. Turyści w latach 2018-2021 ogółem z rozbiem na powiaty według statystyki KT1	205
Tabela 12.5.21. Turyści w latach 2018-2021 ogółem, krajowi i zagraniczni - udziały procentowe kolumn z rozbiem na powiaty według statystyki KT1	206
Tabela 12.5.22. Odwiedzający, Turyści, Odwiedzający jednodniowi w Małopolsce w roku 2021: Ogółem, Zagranica, Kraj, z rozbiem na powiaty. Imputacja roczna	207
Tabela 12.5.23. Turyści, Odwiedzający jednodniowi wewnątrzregionalni w Małopolsce w roku 2021: Imputacja według miejsca stałego przebywania	208
PODSUMOWANIE	209
WNIOSKI	211

REKOMENDACJE 215