



Małopolska Organizacja Turystyczna

Badania zrealizowane przez
Małopolską Organizację
Turystyczną
dla
Urzędu Marszałkowskiego
Województwa Małopolskiego



ISSN 2299-2863 Druk
ISSN 2299-2871 Online
RUCH TURYSTYCZNY W MAŁOPOLSCE
W 2018 ROKU

Podstawowe wyniki analizy danych ankietowych charakteryzujących ruch turystyczny
w MAŁOPOLSCE w roku 2018

TOM 2

SYNTEZA

Numer 8 /2018

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce 2018
Metoda badań i monografia opracowane przez ekspertów

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

AUTORZY

dr Krzysztof Borkowski PhDr. - red. nauk.

Kierownik projektu

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

dr hab. Lucyna Rotter

mgr Leszek Mazanek

dr Ewa Grabińska

dr Bożena Alejziak

Recenzja naukowa:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

dr hab. Krzysztof Kaganek

Koordynator MOT:

mgr Agnieszka Bratek

mgr Katarzyna Halz

MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
KRAKÓW – GRUDZIEŃ 2018

RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

Numer 8/2018

Małopolska Organizacja Turystyczna

Rynek Kleparski 4/13

31-150 Kraków

Kolegium Redakcyjne

Przewodniczący:

dr Krzysztof Borkowski PhDr. *red. nauk.*

Członkowie:

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

dr hab. Lucyna Rotter

mgr Leszek Mazanek

dr Ewa Grabińska

dr Bożena Alejziak

mgr Jan Wieczorkowski

mgr Leszek Zegzda

mgr Andrzej Gut – Mostowy

mgr Paweł Mierniczak

mgr Piotr Łężniak

Sekretarz:

mgr Katarzyna Halz

Konsultant graficzny:

mgr Jakub Borkowski

mgr Kinga Synowska

Recenzenci naukowci:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

dr hab. Krzysztof Kaganek

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

Spis treści

Spis treści	3
WPROWADZENIE	4
Rozdział 1. Podstawowe wyniki analizy danych charakteryzujących ruch turystyczny w Małopolsce w roku 2018.	7
1.1. Liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych w województwie Małopolskim w latach 2009 – 2018.....	7
1.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2009-2018	8
1.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2009-2018	9
1.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2009-2018	10
1.5. Struktura procentowa przyjeżdżających do Małopolski z zagranicy	11
1.6. Struktura procentowa województw, z których przyjechali do Małopolski odwiedzający krajowi w roku 2018.....	11
1.7. Długość pobytu osób odwiedzających w województwie małopolskim (struktura procentowa)	13
1.8. Cel główny wizyty w Małopolsce	14
1.9. Forma zakwaterowania i struktura wykorzystywanej bazy noclegowej w Małopolsce	15
1.10. Wykorzystywane przez turystów w 2018 roku źródła informacji o województwie małopolskim (struktura %).	17
1.11. Organizator przyjazdu do województwa małopolskiego w 2018 roku (struktura %)	18
1.12. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski	19
1.13. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce.....	19
1.14. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki	21
1.15. Elementy oferty turystycznej Małopolski w opinii odwiedzających województwo	22
1.16. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług.....	25
1.17. Struktura procentowa wykorzystanych przez turystów środków transportu w trakcie przyjazdu do Małopolski w 2018 roku.....	31
1.18. Odwiedzane przez respondentów miejsca w Małopolsce.....	32
1.19. Częstotliwość wizyt w Małopolsce osób odwiedzających województwo w 2018 roku	33
1.20. Deklaracja ponownych odwiedzin Małopolski	33
1.21. Rekomendacja Małopolski znajomym	34
1.22. Bezpieczeństwo w Małopolsce w ocenie turystów	35
Wnioski	37

WPROWADZENIE

W obecnych czasach ruch turystyczny jest nie tylko zjawiskiem przestrzennym, dynamicznym i bardzo zróżnicowanym pod względem zachowań konsumenckich jego uczestników, ale również stanowi jeden z ważniejszych elementów składających się na obraz funkcji danego obszaru. Identyfikacja tej funkcji wymaga zastosowania wielu mierników pokazujących m.in.: wielkość ruchu, jego strukturę, rozmieszczenie, charakter, sezonowość itp. To z kolei wiąże się z koniecznością posiadania stosownych informacji, których zebranie stwarza znaczne trudności, m.in. ze względu na wielość rodzajów i form turystyki, ich rozproszony charakter, nieregularne występowanie oraz dużą zmienność. Również różnorodność materiałów źródłowych, niespójnych w swojej istocie, uniemożliwia zarówno przeprowadzenie dokładniejszych analiz, a także precyzyjne całościowe przedstawienie tego zjawiska w skali badanego obszaru. Dlatego też ruch turystyczny ocenia się poprzez szacunki, na podstawie przeprowadzanych badań i pomiarów, dokonywanych w różnych okresach, do tego różnymi metodami i za każdym razem według różnej metodyki¹. Niezwykle istotnym z punktu widzenia wymagań współczesnej gospodarki turystycznej (tj. relacji podaży – popytu turystyczna/y) było więc opracowanie jednolitej (zintegrowanej, porównywalnej dla różnych obszarów) metody stałego monitoringu strumienia przepływu ruchu turystycznego².

Z perspektywy województwa, jako destynacji turystycznej³ przeanalizować należało dwa strumienie ruchu turystycznego docierającego do Małopolski, czyli wewnątrz krajowy i zagraniczny przyjazdowy. Wewnątrz obu tych strumieni należało wydzielić segment odwiedzających województwo bez noclegu i strumień odwiedzających pozostających w Małopolsce na przynajmniej jeden nocleg. Osoby te zgodnie z klasyfikacją UNWTO nazywane są turystami.

Wychowankowie Wydziału Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie absolwenci Wydziału Turystyki i Rekreacji istniejącego od 1975 roku po opuszczeniu murów uczelni wielokrotnie sygnalizowali potrzebę posiadania wiarygodnych danych dotyczących wymiaru tak ilościowego jak i jakościowego strumienia ruchu turystycznego docierającego rokrocznie do Małopolski.

1 Należy zwrócić uwagę na zjawiska i zmiany społeczno-polityczne zachodzące we współczesnym świecie i Europie, które są trudne do przewidzenia oraz oszacowania. Przykładowo w wyniku niekontrolowanego napływu na kontynent europejski imigrantów podjęto działania polegające na uszczelnianiu własnych granic państwowych przez coraz większą liczbę krajów funkcjonujących w ramach układu z Schengen. Zachodzące procesy wymuszają również zmianę metodologii badań ruchu turystycznego z rejestracji granicznej w kierunku badań reprezentacyjnych, uzupełnianych innymi badaniami, np. budżetów domowych, rejestracją w bazie noclegowej czy też statystykami transportu.

2 Borkowski K., Seweryn R. Doświadczenia wynikające z realizacji badań ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce w latach 2003-2009, In: Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, red. E. Dziedzic, Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna, 2010, ISBN 978-83-7336-313-7, s. 68-85; Borkowski K., Seweryn R. Metodologia zintegrowanych badań ruchu turystycznego w Polsce, In: Regionalne..., op. cit., s. 108-117.

3 Destynacja - autorzy uważają, że warto wyjaśnić znaczenie słowa destynacja, bo staje się ono coraz popularniejsze. Istnienie tego zapożyczenia odnotował już prof. Jan Miodek i uznał je za manieryczne. Należy podkreślić, że słowo „destynacja” nie jest jeszcze notowane w słownikach wyrazów obcych, w przeciwieństwie do rzeczownika „destynator” jako osoby, dla której coś przeznaczone, na przykład do odbioru (z fr. *destinateur*). Stąd też możliwa jest forma czasownikowa np. „predestynować”, czyli nadawać się do czegoś (konkretnego) na przykład do recepcji ruchu turystycznego. Dla potrzeb niniejszej pracy przyjęto operacyjnie, że: „Destynacja turystyczna oznacza obszar docelowy aktywności turystycznej nadający się (predestynujący) do recepcji ruchu turystycznego i który jest (powinien być) synonimem produktu turystycznego typu obszar (miejsce)”. ŻEMŁA, M. jak i SEWERYN, R. stosują w swoich pracach pojęcie Obszar Recepcji Turystycznej, jako synonim angielskiego słowa „DESTINATION”.

Po przeprowadzeniu kwerendy archiwalnej znaleziono w zasobach Zakładu Obsługi Ruchu Turystycznego Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie jeden z sześciu egzemplarzy „Badań diagnostycznych opinii turystów odwiedzających miasto Kraków LATO 1994” zrealizowanych na podstawie umowy I/1293/PO/53/94 przez Borkowskiego K. i Mazanka L. Tak, więc po opisanu metody w 2000 roku i jej istoty, kontynuowano w miarę możliwości i zleceń tego typu badania⁴. Jednak dopiero w 2003 roku dzięki powstaniu Małopolskiej Organizacji Turystycznej, powstały wówczas Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej⁵ opracował własną metodykę ilościowych i jakościowych badań ruchu turystycznego, która już od wielu lat (okres 2003-2006 i 2008-2018)⁶ stanowi podstawę analizy wielkości i struktury tego zjawiska w Krakowie i Małopolsce⁷. Ten stały, przez kilkanaście lat systematycznie prowadzony monitoring pozwolił na poznanie przyjazdowego ruchu turystycznego do konkretnej przestrzeni turystycznej. Tym bardziej jest to znamienne, iż Małopolska zalicza się obecnie do czołówki polskich regionów pod względem recepcji ruchu turystycznego.

W toku wieloletnich badań dostrzeżono braki, ale również i możliwości związane z zastosowaniem nowych metod pomiaru, które pozwoliłyby na uzyskanie bardziej wiarygodnego obrazu wielkości i jakości ruchu turystycznego w badanej destynacji.

Dlatego też zasadniczym celem poszerzenia dotychczasowych badań jest identyfikacja i charakterystyka profilowa jednorodnych grup odwiedzających destynację Małopolska i ukazanie ich głównych cech demograficzno-społecznych. Operacjonalizacja wyników tego badania powinna wytworzyć katalog zaleconych procedur kontaktu z tego typu klientem, konsumentem usług turystycznych oferowanych przez region pojmowanego jako PRODUKT TURYSTYCZNY typu OBSZAR składający się w sposób synergiczny z produktów turystycznych typu MIEJSCE.

Nasza technologia od lat jest ogólnie dostępna w ramach BIP. Jest ona również publikowana w wielu dokumentach dotyczących tych badań, jednak ciągle zauważamy, że autorzy opracowań nie tylko naukowych, ale również firmy zajmujące się komercyjnym badaniem min. zjawisk turystycznych, co prawda chętnie posługują się naszymi narzędziami i danymi pochodzącymi z naszych raportów, ale równie bardziej lub mniej skutecznie zacierają ślady naszego autorstwa i zapominają, że badania te urodziły się w Krakowie i żyją w nim do dzisiaj. *Badanie Ruchu Turystycznego w Krakowie i Małopolsce* to corocznie

4 Borkowski K. Untersuchung der Beurteilung touristischer Leistungen durch Touristen, die Polen Besuchen. Das Bild der Qualittat und Art Ihrer Übermittlung, Filozoficka fakulta Presowskiej unverzity Instytut turizmu a hotelowego manazmentu Uniwersytet w Presovie – Słowacja – Publikacja zwrta. In Urbánne a krajinné štúdie NR 3 Urbánny vývoj na rozhrani milénii. René Matlovič (eds) Prešov 2000, ISBN 80-88885-80-9, s. 355-365.

5 Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej stanowią/stanowili: K. Borkowski AWF KRAKÓW, T. Grabiński UE KRAKÓW, L. Mazanek AWF KRAKÓW, R. Seweryn UE KRAKÓW, A. Wilkońska AWF KRAKÓW (w latach 2003-2015), A. Mostowy Gut (w latach 2003-2006), M. Pocięcha AWF KRAKÓW i M. Grzywa AWF KRAKÓW (w roku 2003), E. Grabińska UJ KRAKÓW (w latach 2014-2017).

6 W latach 2016 - 2017 r. zespół w składzie: K. Borkowski, T. Grabiński, L. Mazanek, R. Seweryn, E. Grabińska, kontynuował rozpoczęte w 2003 roku eksperckie badania ruchu turystycznego w Krakowie w ramach Międzyuczelnianego Zespołu Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

7 Eksperci w składzie: K. Borkowski, T. Grabiński, L. Mazanek, R. Seweryn, A. Wilkońska-Międzyuczelnianego Zespołu Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej przekazali w ramach umowy partnerskiej pomiędzy Małopolską Organizacją Turystyczną a Regionalną Organizacją Turystyczną Województwa Łódzkiego swoje Know-how (termin określający konkretną wiedzę techniczną z danej dziedziny, umiejętność wykonania lub wyprodukowania czegoś, kompetencję, biegłość), jak również wykonali analizę w zebranych danych w opracowanym przez siebie raporcie na temat: *Badania ruchu turystycznego w Łodzi i województwie łódzkim w roku 2008*.

prowadzony monitoring umożliwiający prowadzenie analiz porównawczych tendencji zachodzących w branży turystycznej według jednolitej metody badawczej pomiaru strumieni przyjazdowego ruchu turystycznego.

Ten stały, systematyczny monitoring pozwala na coraz lepsze poznanie ruchu turystycznego przyjazdowego do stolicy Małopolski jak i całego województwa małopolskiego. Ponadto stanowi bazę danych i umożliwiającą prowadzenie pogłębionych analiz porównawczych tendencji zachodzących w branży turystycznej⁸.

8 Zob.: Borkowski K., Grabiński T., Seweryn R., Wilkońska A., Mazanek L., Grabińska E., Kozioł L. (rec. nauk.), Nowakowska A. (rec. nauk.), Kaganek K. (rec. nauk.), Mierniczak P. (koordynator MOT), Wieczorkowski J. (koordynator MOT) Ruch turystyczny w Krakowie – rok 2014. Monografia. Badania Triangulacyjne, Kraków: Małopolska Organizacja Turystyczna, 2014, s. 359 oraz Berbeka J., Borodako K., Klimek K., Niemczyk A., Seweryn R.: Turystyka MICE w Krakowie 2010, Kraków: Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, 2010, s. 115, Raport z badań na zlecenie Biura Marketingu Turystycznego Urzędu Miasta Krakowa, rec. Rudnicki L., publikacja w Internecie:
<http://archiwalny.krakow.pl/ccb/pliki/RaportTurystykaMICEKrakow2010.pdf>.

Rozdział 1. Podstawowe wyniki analizy danych charakteryzujących ruch turystyczny w Małopolsce w roku 2018.

1.1. Liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych w województwie Małopolskim w latach 2009 - 2018

Poniżej przedstawiono tabele zawierające podstawowe wyniki analizy danych. Zakres tematyczny tabel pokrywa się z opracowaniem zawierającym graficzną prezentację wyników analizy danych z roku 2018.

Typowy przekrój analizy odnosi się do populacji respondentów z Polski, z zagranicy oraz zbioru ogółem.

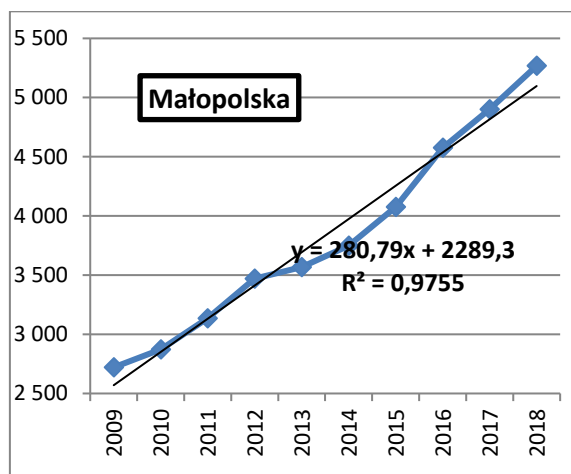
Tabela 1.1.1. Liczba turystów nocujących w obiektach noclegowych ogółem dla województwa mazowieckiego (W), małopolskiego (K), śląskiego (S), podkarpackiego (R), kieleckiego (T) w latach 2009 – 2018 według BDL i prognozy na lata 2019 – 2025 według MZEMOT (w tysiącach)

Cecha	turyści (korzystający) ogółem (w tysiącach)					
Obiekt	turystyczne obiekty noclegowe ogółem					
	PL	W	K	S	R	T
2009	19 353 712	2 786 608	2 720 627	1 693 286	654 908	383 918
2010	20 461 496	3 187 278	2 872 501	1 769 019	697 000	406 570
2011	21 476 616	3 311 910	3 135 371	1 805 020	718 911	435 020
2012	22 635 388	3 375 976	3 470 259	1 852 825	730 177	440 403
2013	23 401 138	3 648 184	3 567 494	1 861 147	782 127	448 675
2014	25 083 978	3 867 197	3 748 438	2 017 940	873 470	477 171
2015	26 942 056	4 106 961	4 075 024	2 147 365	957 687	518 058
2016	30 108 308	4 737 844	4 577 298	2 409 144	1 110 605	595 722
2017	31 989 344	5 091 968	4 901 378	2 596 643	1 226 038	580 281
2018	33 972 614	5 372 197	5 233 559	2 820 260	1 263 625	633 646
2019⁹	34 543 344	5 486 771	5 364 308	2 763 837	1 298 590	642 896
2020	36 179 867	5 766 437	5 643 238	2 885 032	1 370 797	670 342
2021	37 816 390	6 046 102	5 922 168	3 006 227	1 443 003	697 787
2022	39 452 914	6 325 767	6 201 097	3 127 422	1 515 209	725 233
2023	41 089 437	6 605 432	6 480 027	3 248 617	1 587 416	752 678
2024	42 725 960	6 885 098	6 758 957	3 369 812	1 659 622	780 124
2025	44 362 484	7 164 763	7 037 887	3 491 007	1 731 829	807 569

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji o ruchu turystycznym z Banku Danych Lokalnych GUS

Według danych pochodzących z Bazy Danych Lokalnych GUS liczba turystów nocujących w obiektach noclegowych na terenie Małopolski wykazuje tendencję rosnącą od 2009 roku. Lata 2012 (Euro 2012) i 2016 były szczególne, gdyż wówczas na terenie Krakowa/Małopolski miała miejsce recepcja mega wydarzeń, w której to małopolskie obiekty noclegowe w istotny sposób partycypowały. Trend rosnący zjawiska potwierdzają doszacowane dane również dla roku 2018 pozwalając wnioskować, że tendencja ta utrzyma się przez kolejne lata, jednak indeksy dynamiki wzrostu są w kolejnych latach mniejsze odpowiednio dla lat 2016-2015 = ogółem 1.123 a dla lat 2017-2016 = ogółem 1.079.

⁹ Kursywą podano wyliczoną estymację na lata 2019 - 2025



Rysunek 1.1.1. Turyści ogółem w turystycznych obiektach noclegowych ogółem – woj. małopolskie – dane roczne (w tysiącach)

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji o ruchu turystycznym z Banku Danych Lokalnych GUS

1.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2009-2018

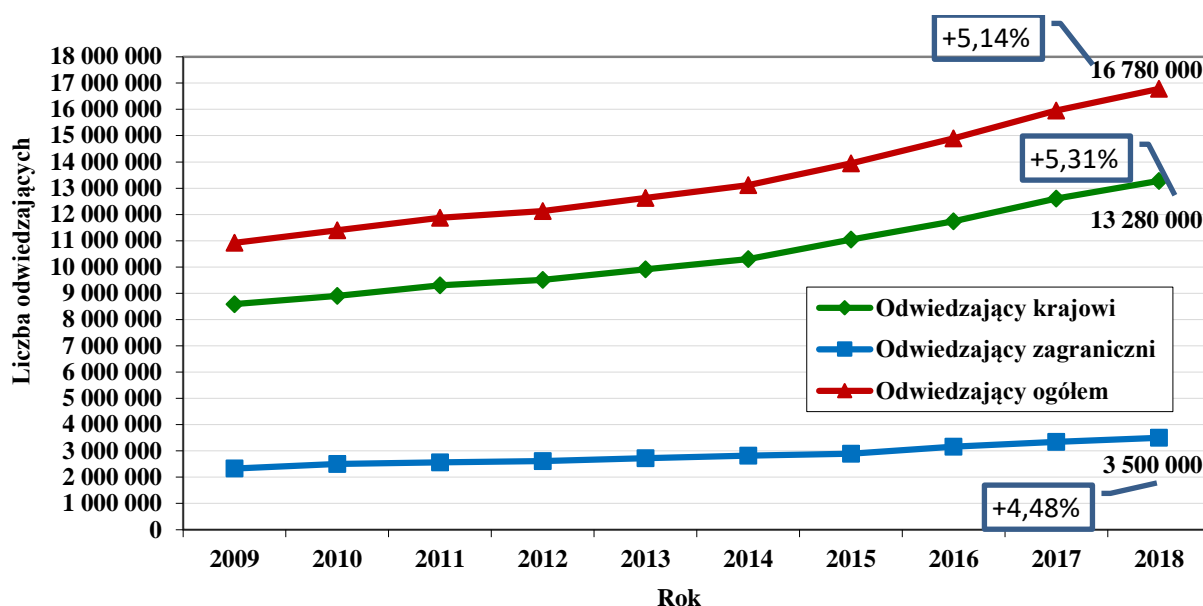
Tabela 1.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2009-2018 w tysiącach osób

Małopolska										
Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Odwiedzający krajowi	8 590	8 900	9 300	9 510	9 910	10 300	11 050	11 740	12 610	13 280
Odwiedzający zagraniczni	2 330	2 500	2 570	2 620	2 720	2 820	2 890	3 160	3 350	3 500
Odwiedzający ogółem	10 920	11 400	11 870	12 130	12 630	13 120	13 940	14 900	15 960	16 780
w tym Kraków										
Odwiedzający krajowi	5 200	6 050	6 450	6 600	6 700	7 250	7 430	9 250	9 850	10 400
Odwiedzający zagraniczni	2 100	2 100	2 150	2 350	2 550	2 650	2 620	2 900	3 050	3 100
Odwiedzający ogółem	7 300	8 150	8 600	8 950	9 250	9 900	10 050	12 150	12 900	13 500

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

Według szacunków wielkość ruchu turystycznego w Małopolsce w 2018 r. osiągnęła kolejny rekordowy poziom – **16,78 mln** osób (Tabela 1.2.1). Była ona o 5,14% wyższa w stosunku do roku poprzedniego – zob. (Rysunek 1.2.1). Wzrosła zarówno liczba odwiedzających z Polski (do wielkości **13,28 mln** osób), jak i z zagranicy (do **3,5 mln** osób), przy czym przyrost tej pierwszej był nieznacznie większy (o 5,31%) niż drugiej (o 4,48%).

Wskaźnik ogółu turystów zagranicznych wśród ogółu nocujących w oparciu o przeprowadzone badania w Małopolsce kształtuje się na poziomie 20%.



Rysunek 1.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Małopolskę w latach 2009-2018

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

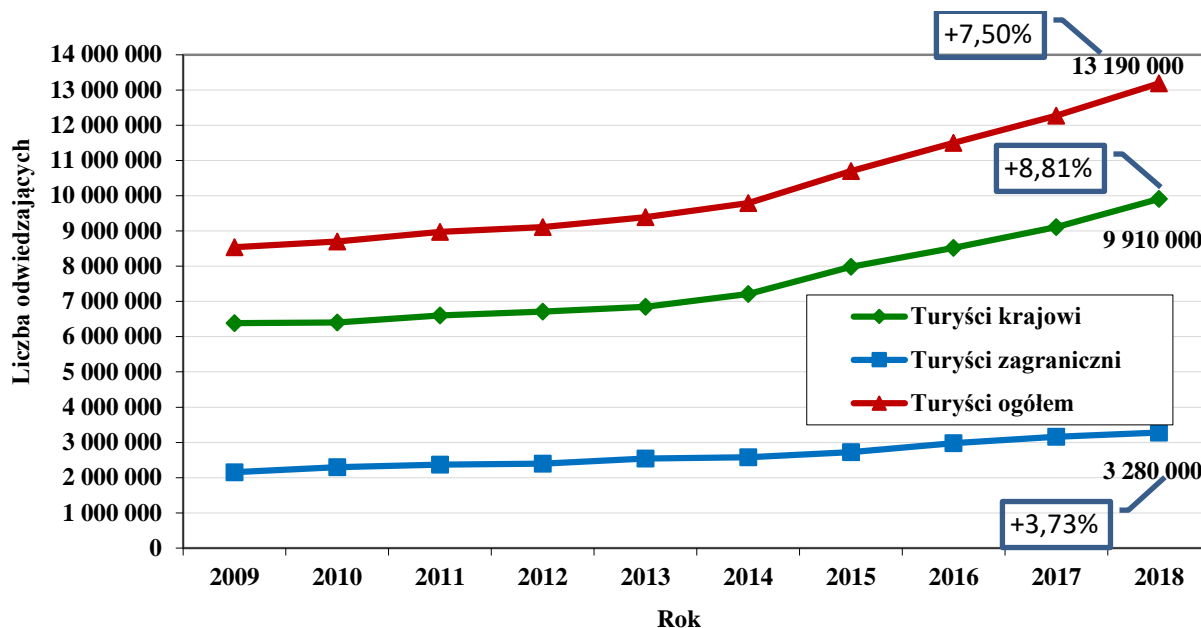
1.3. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2009-2018

W 2018 r. szczytowy poziom zaobserwowano również w przypadku liczby turystów, tj. gości nocujących w regionie – do wielkości ponad 13,19 mln osób Tabela 1.3.1. Liczba turystów krajowych w Małopolsce osiągnęła wielkość 9,91 mln osób, a zagranicznych – 3,28 mln osób. Obie te grupy zwiększyły się w relacji do roku ubiegłego, choć wzrost w przypadku tej pierwszej był ponad dwukrotnie wyższy (o 8,81%) niż drugiej (o 3,73%) – Rysunek 1.3.1.

Tabela 1.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2009-2018 w tysiącach osób

Małopolska										
Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Turyści krajowi	6 385	6 400	6 600	6 710	6 850	7 210	7 980	8 520	9 108	9 910
Turyści zagraniczni	2 155	2 300	2 370	2 400	2 540	2 580	2 720	2 980	3 162	3 280
Turyści ogółem	8 540	8 700	8 970	9 110	9 390	9 790	10 700	11 500	12 270	13 190
w tym Kraków										
Turyści krajowi	3 900	4 050	4 500	4 650	4 800	5 100	5 630	5 850	6 300	6 800
Turyści zagraniczni	1 950	2 000	2 050	2 250	2 450	2 500	2 520	2 650	2 800	2 850
Turyści ogółem	5 850	6 050	6 550	6 900	7 250	7 600	8 150	8 500	9 100	9 650

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



Rysunek 1.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2009-2018

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

1.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w latach 2009-2018

W 2018 r. wzrost objął ponadto liczbę jednodniowych odwiedzających z zagranicy – o 17,02%, tj. do wielkości 220 tys. osób. W grupie jednodniowych odwiedzających z Polski odnotowano natomiast zmniejszenie – o 3,77%, tj. do wielkości 3,37 mln osób – zob. Tabela 1.4.1.

Tabela 1.4.1. Szacunkowa liczba odwiedzających jednodniowych w Małopolsce w latach 2009-2018 w tysiącach osób

Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Odwiedzający jednodniowi krajowi	2 205	2 500	2 700	2 800	3 060	3 090	3 070	3 220	3 502	3 370
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	175	200	200	220	180	240	170	180	188	220
Odwiedzający jednodniowi ogółem	2 380	2 700	2 900	3 020	3 240	3 330	3 240	3 400	3 690	3 590

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

W sumie w 2018 r. przyjechało do Małopolski 3,59 mln gości, którzy nie spędzili noclegu w regionie – o 2,71% mniej niż w roku poprzednim.

1.5. Struktura procentowa przyjeżdżających do Małopolski z zagranicy

Tabela 1.5.1. Struktura procentowa przyjeżdżających do Małopolski z zagranicy – podział według wybranych państw.

ROK	2003	2004	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	ROK
Niemcy	15,4	16,0	15,9	16,6	18,0	11,9	11,5	17,3	13,8	16,4	14,1	16,2	16,4	13,3	18,9	Niemcy
Francja	8,5	9,5	9,5	8,1	5,7	7,8	4,6	5,8	5,6	3,0	5,5	6,1	6,6	6,8	11,2	Francja
Wielka Bryt.	8,7	10,0	11,0	16,1	25,0	24,5	24,8	21,8	29,1	28,8	23,7	20,2	17,4	17,1	8,2	Wielka Bryt.
Ukraina	5,4	3,6	2,8	2,1	1,5	3,0	3,9	2,5	1,3	2,5	2,7	3,0	3,2	4,0	8,2	Ukraina
Włochy	8,1	8,8	9,3	7,2	9,0	5,5	6,6	7,6	9,7	7,9	3,9	6,1	6,5	7,1	7,8	Włochy
Hiszpania	3,0	3,1	3,0	2,3	5,4	5,4	3,9	3,4	6,4	4,0	3,9	4,8	3,5	5,0	7,3	Hiszpania + Portugalia
USA	9,7	9,5	9,0	9,1	5,0	6,9	5,1	5,1	2,7	4,5	3,3	4,5	4,7	3,3	7,3	USA+ Kanada
Słowacja	1,8	2,0	1,9	2,1	4,0	3,2	7,6	6,8	0,2	2,6	6,5	3,8	3,9	3,6	5,2	Słowacja+ Czechy+ Węgry
Irlandia	1,2	1,7	1,7	3,7	4,0	2,8	5,4	4,8	2,2	2,3	2,7	3,0	2,6	3,9	3,3	Irlandia
Rosja	0,0	0,0	0,0	2,0	6,6	3,2	2,9	3,9	8,6	6,7	2,2	0,7	0,7	0,5	1,7	Rosja

W 2018 roku nastąpiło przetasowanie strumienia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego w Małopolsce. Palmę pierwszeństwa z udziałem prawie 19% struktury odwiedzających przejęli turyści z Niemiec, na drugiej pozycji odnotowano turystów z Francji z wynikiem ponad 11% a dopiero trzecie miejsce zajęli turyści z Wielkiej Brytanii. Kolejnym krajem w pierwszej dziesiątce była Ukraina z wynikiem ponad 8% całości strumienia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego do Małopolski. Mocną piątą pozycję z najwyższym od 2013 roku wynikiem prawie 8% zajęły Włochy. W 2018 roku dokonano aglomeracji krajów pochodzenia turystów by uzyskać wielkości statystyczne istotne nadające się do dalszej analizy. Dlatego połączono kraje półwyspu iberyjskiego Hiszpanię i Portugalię, które to w sumie zajęły szóste miejsce z wynikiem ponad 7% ex aequo z zaglomerowanymi na tej samej zasadzie Stanami Zjednoczonymi (USA) z Kanadą. Na ósmym miejscu uplasowała się Irlandia z wynikiem ponad 3%, Natomiast turyści z Rosji w 2018 osiągnęli poziom prawie 2% całości strumienia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego do Małopolski, co jest spektakularnym wzrostem udziałów w stosunku do wyników z lat 2015-2017.

1.6. Struktura procentowa województw, z których przyjechali do Małopolski odwiedzający krajowi w roku 2018

Spośród badanych w Małopolsce turystów krajowych w 2018 roku, ponownie, jak co roku, zdecydowanie przeważały osoby z województw małopolskiego 33%, śląskiego 14,3%, mazowieckiego 11,6%, i podkarpackiego 7,9%. Stanowiły one łącznie 66,9% całości strumienia przyjazdowego ruchu turystycznego w kategorii mieszkańców Polski odwiedzających województwo Małopolskie. Z badań prowadzonych dla Miasta Krakowa wynika, że są to tradycyjnie województwa pozostające w niezmiennym układzie rankingowym od lat, jednak dalsze porównania dla Małopolski możliwe będą po dokonaniu kolejnych pomiarów w 2019 i 2020 roku. Bardzo mocną piątą pozycję w strukturze przyjazdów do Małopolski zajmują również mieszkańcy województwa wielkopolskiego (4,7%). Podobnie stabilna pozycja województwa dolnośląskiego zajmującego z wynikiem 4,6% szóste miejsce w rankingu w 2018 roku dla przyjazdów do Małopolski, winna być zauważona, szczególnie biorąc pod uwagę fakt, że województwo to ma bardzo duży potencjał własnych atrakcji turystycznych. Kolejne miejsca w strukturze procentowej krajowego

przyjazdowego ruchu turystycznego zajęli ex aequo mieszkańcy Polski z województw łódzkiego i pomorskiego z wynikiem 4,4%, przy czym warto zauważyć bardzo dużą odległość, jaką mają do pokonania podróżni docierający z Pomorza do Małopolski w stosunku do innych turystów frekwentujących nasze województwo. Zauważyć warto również aktywność w przyjazdach do Małopolski mieszkańców ościennego województwa świętokrzyskiego z wynikiem 3,5%.

Tabela 1.6.1. Struktura procentowa województw, z których przyjechali do Małopolski odwiedzający krajowi w roku 2018

Województwo	%	N	cum%
Małopolskie	33,0%	1586	33,0%
Śląskie	14,3%	688	47,3%
Mazowieckie	11,6%	560	58,9%
Podkarpackie	7,9%	382	66,9%
Wielkopolskie	4,7%	224	71,5%
Dolnośląskie	4,6%	220	76,1%
Łódzkie	4,4%	212	80,5%
Pomorskie	4,4%	210	84,9%
Świętokrzyskie	3,8%	182	88,7%
Kujawsko-Pomorskie	2,5%	122	91,2%
Zachodniopomorskie	2,3%	110	93,5%
Lubelskie	2,2%	108	95,8%
Opolskie	1,3%	64	97,1%
Warmińsko-Mazurskie	1,2%	58	98,3%
Podlaskie	1,0%	50	99,3%
Lubuskie	0,7%	32	100,0%
Suma	100,0%	4808	

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

1.7. Długość pobytu osób odwiedzających w województwie małopolskim (struktura procentowa)

Tabela 1.7.1. Długość pobytu osób odwiedzających w województwie małopolskim (8 stopniowy aglomerat % czasu pobytu)

DŁUGOŚĆ POBYTU	Kraj 2018	Zagranica 2018	Ogółem 2018
do 3 godz.	16,0%	12,1%	15,2%
1 dzień bez noclegu	28,0%	24,7%	27,4%
1 noc	10,1%	9,0%	9,9%
2-3 nocy	14,2%	18,6%	15,1%
4-7 nocy	18,9%	24,0%	19,9%
8-14 nocy	6,6%	5,8%	6,4%
15-21nocy	3,6%	1,9%	3,2%
22 i więcej nocy	2,6%	3,9%	2,9%
Ogółem	100,00%	100,00%	100,00%

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

W 2018 roku w stosunku do roku 2017, zgodnie z uznaną statystyką UNWTO spośród odwiedzających wydzielono według przyjętej klasyfikacji osoby będące w tranzycie i zatrzymujące się w danym miejscu do 3 godzin, wydzielono również osoby, które w tym miejscu nie nocowały, czyli pobyt całodzienny bez noclegu i zgodnie z przyjętym kluczem z badań roku 2017 wydzielono osoby spędzające na danym terenie 1 noc, następnie zaglomerowany czas pobytu osób spędzających w odwiedzionym miejscu 2-3 noce, kolejno aglomerat 4-7 nocy, i zmieniono kategorię 7 i więcej nocy na 8-14 nocy. Konsekwentnie kierując się formułą tygodniową wydzielono kategorię 15-21 nocy. Dopiero aglomerat końcowy (22 noce i więcej nocy) zamknął strukturę czasu pobytu w Małopolsce. Nieznacznie, bo niespełna o 4% różni się czas pobytów tranzytowych turystów krajowych (16%) od turystów zagranicznych (12,1%). Również struktura turystów jednodniowych bez noclegu różni się w kategoriach kraj - zagranica też, o 4% lecz na korzyść turystów zagranicznych. Należy wnosić, że turyści zagraniczni wydłużają przerwę w podróży i pozostają w miejscu zatrzymania dłużej niż mieszkańcy Polski, łamiąc trzygodzinny okres czasu tranzytu przechodząc w ten sposób do kolejnej kategorii. Kategoria 1 nocleg jest prawie identyczna dla obu kategorii turystów. W segmencie pobytów z 2-3 noclegami o prawie 4,5% przeważają turyści zagraniczni. Również znacznie różni się segment z 4-7 noclegami o ok. 5% na korzyść turystów zagranicznych. Na poziomie 6-7% układają się udziały w segmencie 8-14 nocy w obu kategoriach turystów. Dopiero kompensacyjnie-krzyżowo zamieniają się turyści krajowi z zagranicznymi w segmencie 15-21 nocy (kraj 3,6%, zagranica 1,9%) a w segmencie 22 i więcej nocy odwrotnie (kraj 2,6%, zagranica 3,9%).

Wyraźnie zaznacza się zjawisko krótkich pobytów weekendowych w województwie, i turnusów wypoczynkowych głównie jednodniowych, ale rysuje się również udział turnusów dwutygodniowych tak w kategorii kraj jak i zagranica.

1.8. Cel główny wizyty w Małopolsce

Tabela 1.8.1. Zaglomerowane główne motywy przyjazdu do Małopolski osób odwiedzających województwo w 2018 roku (w %)

Cel główny krajowcy	% kol	Cel główny obcokrajowcy	% kol	Cel główny Ogółem	% kol
Wypoczynek (1)	31,8%	Wypoczynek (1)	28,2%	Wypoczynek (1)	31,1%
Zabytki (2)	17,3%	Zabytki (2)	26,1%	Zabytki (2)	19,0%
Turystyka aktywna (22)	12,50%	Turystyka aktywna (22)	3,70%	Turystyka aktywna (22)	10,80%
Edukacja (18)	5,9%	Edukacja (18)	5,4%	Edukacja (18)	5,8%
Krewni (13)	5,1%	Krewni (13)	8,3%	Krewni (13)	5,8%
Zdrowie (8)	6,20%	Zdrowie (8)	2,70%	Zdrowie (8)	5,60%
Znajomi (14)	4,0%	Znajomi (14)	2,4%	Znajomi (14)	3,7%
Sacrum Religia(5)	3,30%	Sacrum Religia(5)	3,20%	Sacrum Religia(5)	3,30%
Biznes (12)	2,3%	Biznes (12)	6,7%	Biznes (12)	3,2%
Inne cele (23)	2,6%	Inne cele (23)	1,9%	Inne cele (23)	2,5%
Rozrywka (4)	1,4%	Rozrywka (4)	2,4%	Rozrywka (4)	1,6%
Miejsca rodz.(3)	1,1%	Miejsca rodz.(3)	2,7%	Miejsca rodz.(3)	1,4%
Zakupy (19)	1,2%	Zakupy (19)	1,1%	Zakupy (19)	1,2%
Tranzyt (7)	0,9%	Tranzyt (7)	1,6%	Tranzyt (7)	1,0%
Integracja (21)	0,9%	Integracja (21)	0,8%	Integracja (21)	0,9%
Szkolenie (10)	0,8%	Szkolenie (10)	0,5%	Szkolenie (10)	0,8%
Konferencja (9)	0,5%	Konferencja (9)	1,6%	Konferencja (9)	0,8%
Impreza kult.(15)	0,8%	Impreza kult.(15)	0,3%	Impreza kult.(15)	0,7%
Wydarzenie (16)	0,4%	Wydarzenie (16)	0,3%	Wydarzenie (16)	0,4%
Sport (20)	0,4%	Sport (20)	0,0%	Sport (20)	0,3%
Usł. medyczne (17)	0,3%	Usł. medyczne (17)	0,0%	Usł. medyczne (17)	0,2%
Integracja (11)	0,1%	Integracja (11)	0,0%	Integracja (11)	0,1%
Suma	100,0%	Suma	100,0%	Suma	100,0%

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

Tab. 1.8.1. przedstawia wynik odpowiedzi na pytanie o cel główny przyjazdu do Małopolski. Ogółem respondenci na pierwszym miejscu umieścili z wynikiem ponad 31% „wypoczynek”. Na drugim miejscu z wynikiem ponad 19% „zwiedzanie zabytków”. W dalszym ciągu Polacy preferują taką kolejność celów z bardzo zbliżonym wynikiem (31,8%/17,3%). Również obcokrajowcy po raz kolejny bardzo wyraźnie opowiedzieli się za tą kolejnością celów przyjazdu (28,2%/26,1%). Ogółem na trzecim miejscu uplasowała się turystyka aktywna z wynikiem 10,8% jednak wynik ten spowodowany został aktywnością turystów krajowych na poziomie 12,5% i jedynie niespełna 4% udziałem turystów zagranicznych. Edukacja zajęła czwarte miejsce z wynikiem prawie 6% tak dla turystów krajowych jak i zagranicznych Na szóstym miejscu znalazł się zdrowotny cel przyjazdu z wynikiem ogólnym 5,6% (kraj 6,2%, zagranica 2,7%). Odwiedziny krewnych (ogółem 5,8%) i znajomych (3,7%) znalazły się blisko siebie na piątym i siódmym miejscu.

Z istotnych celów przyjazdu wymienić należy jeszcze cel religijny przyjazdu z wynikiem ogólnym dla obu kategorii turystów 3,3%. Utrzymuje się wyraźna przewaga udziału turystów zagranicznych w przyjazdach biznesowych do Małopolski, bo uzyskali oni wynik prawie 7% udziałów przy wyniku 2,3% odwiedzających krajowych. Kolejny cel przyjazdu z wynikiem ogólnym ponad 1,6% uzyskała „rozrywka”. W tej kategorii widoczna jest różnica pomiędzy turystami zagranicznymi i krajowymi rzędu 1% na korzyść obcokrajowców.

1.9. Forma zakwaterowania i struktura wykorzystywanej bazy noclegowej w Małopolsce

Tabela 1.9.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Małopolsce w 2018 roku (w %)

2018 rok %	Krajowcy	Obcokrajowcy	Ogółem
Hotel	14,8%	41,8%	20,6%
Pensjonat	16,9%	4,4%	14,2%
Własny domek/mieszkanie	15,0%	4,2%	12,7%
U rodziny	10,8%	8,9%	10,4%
Apartament	8,3%	14,5%	9,6%
Agroturystyka	8,9%	3,7%	7,8%
U znajomych	5,7%	4,7%	5,5%
Zakład uzdrowiskowy	5,1%	0,5%	4,1%
Kemping	2,3%	5,2%	2,9%
Inne	2,6%	2,3%	2,5%
Hostel	1,8%	3,3%	2,1%
Dom wycieczkowy	1,5%	2,3%	1,6%
Ośrodek wczasowy	1,8%	0,3%	1,5%
Schronisko młodzieżowe	1,5%	0,9%	1,4%
Motel	1,1%	1,9%	1,3%
Dom pielgrzyma	0,9%	0,9%	0,9%
Schronisko górskie	0,9%	0,0%	0,7%
Coutchsurfing	0,1%	0,2%	0,1%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Polacy przyjeżdżający do Małopolski, w odróżnieniu od lat ubiegłych, w roku 2018 najczęściej korzystali z noclegu w pensjonacie 16,9%, nocowali we własnym domku/mieszaniu 15% i korzystali z noclegów w hotelu prawie 15%. Popularnym wśród krajowców był nocleg u rodziny (prawie 11% i znajomych (prawie 6%). Dużą popularnością cieszyły się wśród mieszkańców Polski noclegi w obiektach agroturystycznych (prawie 9% udziałów). Następnym obiektem noclegowym frekwentowanym przez turystów krajowych okazał się apartament/kwarta prywatna z wynikiem na poziomie ponad 8% udziałów

w strukturze zakwaterowania turystów krajowych. Również zakłady uzdrowiskowe uzyskały znaczący odsetek bo ponad 5% całości struktury.

Goście krajowi korzystający z usług hoteli wybierali na nocleg w 2018 r., analogicznie jak w latach poprzednich, szczególnie obiekty trzygwiazdkowe – ponad 53%. Relatywnie dużo osób z Polski szukało zakwaterowania także w hotelach czterogwiazdkowych (ponad 35%). W sumie w 2018 r. przeważająca większość krajowych gości hotelowych (88,9%) zakupiła usługi obiektów trzy- i czterogwiazdkowych.

Trzeba podkreślić, że również hotele pięciogwiazdkowe uzyskały znaczący udział w recepcji krajowego ruchu turystycznego, bo 7,5%. Zmniejszył się odsetek turystów korzystających z zakwaterowania w hotelach dwugwiazdkowych do 3,6% całości struktury miejsc zakwaterowania turystów krajowych. W dobie kryzysu ekonomicznego – uczestnicy ruchu turystycznego w Małopolsce w poprzednich latach częściej wybierali tańsze hotele, ale nie rezygnowali z przyjazdu do regionu, z analizy roku 2018 wynika, że coraz więcej Polaków może sobie pozwolić na wyższą jakość zakwaterowania podczas podróży turystycznych.

Tabela 1.9.2. Struktura procentowa turystów nocujących w Małopolsce w 2018 roku w hotelach wg kategorii*

Hotel ilość gwiazdek	Krajowcy 2018	Obcokrajowcy 2018	Ogółem 2018
1*			
2*	3,6%	3,3%	3,5%
3*	53,6%	41,8%	48,6%
4*	35,3%	42,3%	38,2%
5*	7,5%	12,6%	9,7%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%

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

1.10. Wykorzystywane przez turystów w 2018 roku źródła informacji o województwie małopolskim (struktura %)

Tabela 1.10.1. Źródła informacji o Małopolsce wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do województwa małopolskiego w 2018 roku (w %)

Źródło informacji	Krajowcy	Obcokrajowcy	Ogółem
Prasa	11,5%	4,0%	10,0%
Radio	9,6%	2,0%	8,1%
TV	14,7%	7,1%	13,2%
Strony www	22,9%	23,4%	23,0%
Media społ.	10,4%	12,0%	10,7%
Film	2,4%	1,7%	2,3%
Targi	2,3%	2,2%	2,3%
Aplikacja mobilna	2,5%	1,3%	2,3%
Inne źródła	7,2%	5,6%	6,9%
Katalogi bp	7,0%	15,2%	8,6%
Przewodnicy	18,9%	16,4%	18,4%
Foldery	13,2%	12,0%	12,9%
Szkoła	33,5%	20,7%	30,9%
Rodzina	38,9%	33,4%	37,8%
Znajomi	35,8%	32,2%	35,1%
Nic nie wie	1,0%	5,2%	1,8%
Uczestnik ŚDM	1,9%	2,5%	2,0%

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

Najważniejszymi źródłami informacji na temat Małopolski oraz jej atrakcji dla turystów krajowych i zagranicznych jest rodzina (38,9%; 33,40%), znajomi (35,80%; 32,20%), szkoła (33,50%; 20,7%), strony www (22,90%; 23,40%) oraz przewodnicy (18,9%; 16,40%). Turyści krajowi korzystają także z takich źródeł, jak prasa (11,50%), radio (9,60%), tv (14,70%) oraz media społ. (10,40%). Z kolei turyści zagraniczni korzystają także dość często z katalogów biur podróży (15,2%) i folderów (12%) oraz z mediów społecznościowych (12%). Pozostałe źródła takie, jak filmy, targi, aplikacje mobilne, czy inne źródła są wykorzystywane sporadycznie. Dotyczy to zarówno turystów krajowych jak również zagranicznych.

1.11. Organizator przyjazdu do województwa małopolskiego w 2018 roku (struktura %)

Tabela 1.11.1. Organizator podróży osób odwiedzających Małopolskę w 2018 roku (w %)

Organizator przyjazdu	Krajowcy	Obcokrajowcy	Ogółem
Samodzielnie (1)	72,9%	66,7%	71,7%
Rodzina (6)	7,1%	7,9%	7,2%
Znajomi (5)	4,5%	6,2%	4,8%
Inne (9)	5,0%	1,9%	4,4%
Szkoła (4)	3,7%	4,5%	3,8%
Zakład pracy (3)	3,9%	1,7%	3,4%
Biuro podróży (2)	1,4%	10,1%	3,2%
Parafia (7)	1,3%	0,9%	1,2%
Portal (8)	0,2%	0,2%	0,2%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Cechą charakterystyczną turystyki XXI wieku jest m.in. to, że zdecydowana większość odwiedzających przygotowuje sobie wyjazd samodzielnie. Tak też było w Małopolsce, w 2018, kiedy to ten typ organizacji wizyty zadeklarowało ogółem ponad 70% gości, w tym prawie 73% krajowych i ponad 66% zagranicznych.

Warto w tym względzie podkreślić relatywnie dużą rolę rodziny i znajomych (ogółem łącznie obie kategorie 13% (7,2%/4,8%). Dotyczy to tak krajowców jak i obcokrajowców.

Jednak na drugim miejscu w hierarchii ważności organizatorów przyjazdów turystów zagranicznych z udziałem ponad 10% plasują się biura podróży. Znaczącym organizatorem przyjazdów do Małopolski tak krajowców (prawie 4%) jak i obcokrajowców (prawie 5%) jest szkoła. Pozostali organizatorzy mają już zdecydowanie mniejsze znaczenie (zob. Tabela 1.11.1.).

1.12. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski

Odwiedzający Małopolskę goście z Polski przed przyjazdem do regionu w 2018 r. wydatkowali średnio na osobę ok. 290 zł na zakup wycieczki/imprezy turystycznej, biletu do teatru, filharmonii, muzeum, na wydarzenie, na termy, basen, spływ Dunajcem itp., rezerwację/zakup noclegu, posiłków w miejscu zakwaterowania itd. W przypadku odwiedzających z zagranicy kwota ta była o 62,59% wyższa (zob. tab. 1.12.1.).

Tabela 1.12.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Małopolski na pobyt w regionie (bez kosztów dojazdu) w 2018 roku (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł
Odwiedzający krajowi	286
Odwiedzający zagraniczni	465
Turyści krajowi	314
Turyści zagraniczni	512
Odwiedzający jednodniowi krajowi	100
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	222

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

Sumy wydatkowane przed przyjazdem do Małopolski były także zróżnicowane pod względem tego, czy odwiedzający spędzali w regionie tylko kilka, kilkanaście godzin, czy również nocowali. Ci ostatni (tj. turyści) z Polski wydawali ok. 310 zł na osobę, a z zagranicy – o 63,06% więcej. Z kolei krajowi odwiedzający jednodniowi wydatkowali przed podróżą do regionu 100 zł na osobę, natomiast zagraniczni – ponad dwukrotnie więcej.

Rozpatrując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy należy stwierdzić, że najczęściej (ok. 1,2 tys. zł na osobę) wydawali goście z Australii i Holandii. Sumy w granicach 900 zł wydatkowali odwiedzający z krajów skandynawskich, tj. Norwegii i Szwecji, a ok. 800 zł – z Portugalii i USA. Ponad 500 zł wydawali Francuzi, Belgowie, Kanadyjczycy i Irlandczycy. Najniższe wydatki przed przyjazdem charakterystyczne były dla gości z Austrii, Ukrainy i Rosji – ok. 200 zł na osobę.

1.13. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce

Podczas pobytu w Małopolsce w 2018 r. goście krajowi wydawali średnio na osobę prawie 560 zł, natomiast odwiedzający z zagranicy o ponad 2/3 więcej – zob. tabela 1.13.1. Największa część tej kwoty (ok. 40%) przeznaczana była na noclegi (380 zł w przypadku Polaków i ok. 620 zł w odniesieniu do cudzoziemców). Na wyżywienie oraz na tzw. inne wydatki (głównie zakupy pamiątek, gadżetów, napojów, artykułów spożywczych, leków, paliwa, a także na parkingi, dyskoteki, imprezy, koncerty, dorożki, gokarty, rowery, skipassy, karnety itd.) wydatkowane były podobne sumy – po ok. 200 zł przez odwiedzających z Polski i po ok. 300 zł przez obcokrajowców. Najmniej odwiedzający Małopolskę w 2018 r.

wydawali na lokalny transport i bilety wstępu do atrakcji turystycznych – po ok. 100 zł Polacy i po ok. 120 zł goście zagraniczni.

Tabela 1.13.1. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę podczas pobytu w regionie w 2018 roku (w zł na osobę)*

Wyszczególnienie	Średnie wydatki na osobę w zł					
	Na noclegi	Na wyżywienie	Na lokalny transport	Na bilety wstępu do atrakcji	Inne	Całkowite
Odwiedzający krajowi	380	196	104	97	196	557
Odwiedzający zagraniczni	619	287	124	124	317	934
Turyści krajowi	348	215	93	96	151	648
Turyści zagraniczni	623	301	117	121	306	962
Odwiedzający jednodniowi krajowi	0	59	30	37	59	108
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	0	70	153	42	28	422

* 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, dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska,

Kwoty wydatków były zróżnicowane z uwagi na to, czy odwiedzający nocowali w Małopolsce, czy przebywali w regionie tylko kilka, kilkanaście godzin (bez noclegu). Jest kwestią oczywistą, że wydatki tych pierwszych były zdecydowanie wyższe – ponad sześciokrotnie w przypadku odwiedzających z Polski (ok. 650 zł vs ok. 110 zł) i ponad dwukrotnie w segmencie gości zagranicznych (ok. 960 zł vs ok. 420 zł), przy czym w obu grupach wydatki Polaków były niższe (o 48,46% w zbiorowości turystów i niemal trzykrotnie w grupie jednodniowych odwiedzających). Struktura wydatków turystów była bardzo zbliżona do struktury wydatków odwiedzających ogółem, – ok. 40% stanowiły wydatki na noclegi (ok. 350 zł w przypadku Polaków i ok. 620 zł – cudzoziemców), po ok. 20% – na wyżywienie oraz na tzw. inne wydatki (odpowiednio ok. 200 zł i ok. 300 zł oraz ok. 150 zł i ok. 310 zł), i po ok. 10% – na lokalny transport oraz bilety wstępu do atrakcji (odpowiednio ok. 90 zł i ok. 100 zł oraz po ok. 120 zł). Natomiast jednodniowi odwiedzający z Polski najwięcej przeznaczali na wyżywienie oraz tzw. inne wydatki – po ok. 30% (tj. ok. 60 zł), a po ok. 20% – na lokalny transport i bilety wstępu do atrakcji (odpowiednio ok. 30 zł i ok. 40 zł), podczas gdy jednodniowi odwiedzający z zagranicy najwyższe sumy (ok. 50%) ponosili na lokalny transport (ok. 150 zł), a najmniejsze (ok. 10%) – na tzw. inne wydatki (ok. 30 zł).

Wydatkowane sumy różniły się także ze względu na kraj pochodzenia odwiedzających z zagranicy. Mianowicie najwyższe kwoty przeznaczali na pobyt w Małopolsce goście z Turcji (prawie 2 tys. zł) i Malty (prawie 1,9 tys. zł). Relatywnie wysokie były też wydatki odwiedzających z Grecji (ponad 1,5 tys. zł), USA (ponad 1,4 tys. zł) i Luksemburga (ponad 1,3 tys. zł). Ponad 1 tys. zł wydatkowali również Norwegowie, Francuzi i Holendrzy. Najniższe sumy odnosiły się do Portugalczyków i Czechów (po ok. 200 zł), a także Białorusinów, Finów, Austriaków i Chorwatów (po ok. 300 zł na osobę).

Porównując kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2018 do lat wcześniejszych należy uwzględnić obie grupy wydatków badane w tymże roku, czyli zarówno te ponoszone przed, jak i podczas pobytu w regionie. W konsekwencji wydatki turystów krajowych okazały się o 7,37% wyższe niż rok wcześniej (wynosiły ok. 960 zł),

podczas gdy wydatki turystów zagranicznych zwiększyły się tylko nieznacznie, tj. o 1,59% (do poziomu ok. 1470 zł). Odwiedzający jednodniowi z Polski wydawali w 2018 r. w relacji do roku poprzedniego o 16,85% wyższe sumy (ok. 210 zł), a z zagranicy – aż o 36,73% (ok. 640 zł). Pomimo tych wzrostów wydawane kwoty nie osiągnęły poziomu z lat 2013 i 2015, a w przypadku turystów zagranicznych także 2016. Tylko wydatki turystów krajowych okazały się w 2018 r. najwyższe w badanym okresie 2013-2018.

W sumie średnio na osobę odwiedzający z Polski wydawał ok. 840 zł, a odwiedzający z zagranicy – ok. 1400 zł.

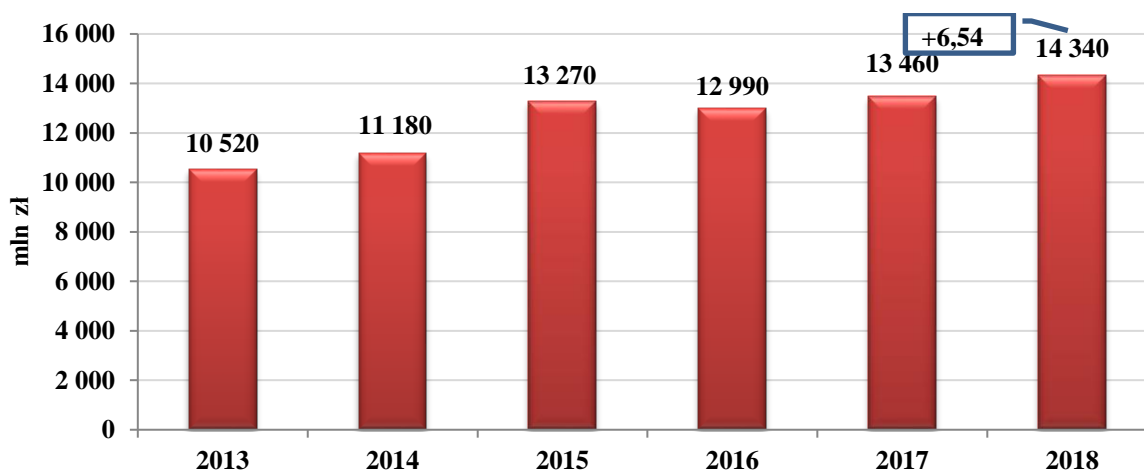
1.14. Szacunkowe wpływy Małopolski z turystyki

Szacunkowe wpływy Małopolski (w rozumieniu podmiotów funkcjonujących w regionie, które w ten czy inny sposób obsługiwały uczestników ruchu turystycznego) wyniosły w 2018 r. 14,34 mld zł. Kwota ta okazała się o 6,54% wyższa od tej z roku poprzedniego

Tabela 1.14.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2018 (w mld zł) wg grup odwiedzających

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

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



Rysunek 1.14.1. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2013-2018 (w mln zł)

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

1.15. Elementy oferty turystycznej Małopolski w opinii odwiedzających województwo

Tabela 1.15.1. Średnie oceny oferty turystycznej województwa w opinii krajowców i obcokrajowców odwiedzających Małopolskę w 2018 roku

PL / Zagr	23.22 Atrakcje	23.1 Atmosfera	23.9 Gościnność	23.8 Gastronomia	23.20 Życzliwość	23.13 Obsługa tur.	23.2 Noclegi	23.12 Info Tur	23.14 Karta kred.	23.21 Agroturystyka	23.19 Przewodnicy	23.3 Bezpieczeństwo	23.11 Imp. muzyczne	23.10 Imp. masowe	23.16 Rozrywka	23.15 Oznakowanie	23.6 Bankomaty	23.7 Internet	23.4 Czystość	23.5 Dojazd	23.18 Transport	23.17 Toalety
Zagr	4,55	4,47	4,48	4,43	4,47	4,37	4,39	4,32	4,37	4,34	4,32	4,32	4,21	4,17	4,20	4,12	4,17	4,01	4,12	4,17	4,01	3,58
PL	4,53	4,47	4,45	4,37	4,36	4,33	4,33	4,29	4,25	4,25	4,21	4,19	4,18	4,16	4,11	4,12	3,97	3,97	3,89	3,77	3,78	3,41
Suma	4,53	4,47	4,46	4,38	4,38	4,34	4,34	4,29	4,27	4,26	4,23	4,22	4,18	4,16	4,12	4,12	4,01	3,98	3,94	3,85	3,83	3,45

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

Ofertę turystyczną Małopolski odwiedzający region oceniali korzystając z pięciostopniowej skali (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle). Ocenie poddano 22 wybrane elementy składowe produktu turystycznego województwa. Wyniki przedstawione zostały w zestawieniach tabelarycznych w podziale na odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz w rozbięciu z uwzględnieniem kraju pochodzenia.

Opinię odwiedzających o Małopolsce, jako miejscu pobytu i realizacji celu przyjazdu, a także o jej kompleksowej ofercie turystycznej odzwierciedla ocena atrakcji turystycznych regionu, gościnności i życzliwości mieszkańców, co w konsekwencji składa się na specyficzną cechę określaną jako atmosfera miejsca odwiedzanego. W 2018 roku respondenci bardzo wysoko ocenili ten unikatowy element oferty regionu. Atmosfera miejsca odwiedzanego uzyskała ocenę 4,47 i co należy podkreślić, goście zagraniczni i krajowi w tej opinii byli jednomyślni.

Jednak głównym elementem zachęcającym gości do odwiedzania Małopolski są jej, w szerokim rozumieniu tego pojęcia, atrakcje turystyczne. Oceniając ich wartość goście krajowi przyznali ocenę 4,53, a goście zagraniczni 4,55 i w obu przypadkach były to najwyższe średnie oceny ze wszystkich uwzględnionych w badaniach elementów oferty turystycznej Małopolski. Można, zatem przyjąć, że w strategii promocji regionu koncentracja na wartościach atrakcji turystycznych jest uzasadniona.

Istotnym elementem wpływającym na pozytywny obraz destynacji turystycznej jest gościnność mieszkańców, która także została doceniona przez obie grupy odwiedzających (zagraniczni 4,48 - krajowi 4,45) i oceny te należą do jednych z najwyższych w badanym obszarze. Również bardzo wysoko oceniana została życzliwość mieszkańców Małopolski. W tej ocenie goście zagraniczni byli bardziej przychylni niż krajowi. Być może wynika to z wzajemnego pozytywnego nastawienia gospodarzy i gości zagranicznych, a już nie jest to tak jednoznaczne w relacjach z klientami krajowymi (zagraniczni - 4,47 i krajowych - 4,36).

Lokale i usługi gastronomiczne obecnie zalicza się do jednych z głównych atrakcji turystycznych odwiedzanych miejsc i miejscowości. Usługi gastronomiczne Małopolski w opinii gości zagranicznych są na bardzo wysokim poziomie, co odzwierciedliło się w ocenie 4,43. Usługi gastronomiczne spełniały także oczekiwania gości krajowych, którzy równie

wysoko, chociaż o kilka punktów procentowych niżej, ocenili ten element oferty regionu przyznając ocenę 4,37. Należy zwrócić uwagę, że przygotowanie oferty gastronomicznej dla wymagającego i zróżnicowanego pod względem potrzeb i możliwości finansowych turysty jest dużym wyzwaniem dla usługodawców.

Baza noclegowa Małopolski, która warunkuje pobyt turystów w regionie, budzi uznanie i satysfakcjonuje turystów, którzy dokonali jej oceny. W 2018 roku turyści zagraniczni przyznali ocenę 4,39, a turyści krajowi 4,33. Należy podkreślić, że ocenie podlegała bardzo zróżnicowana pod względem przeznaczenia i kategorii baza noclegowa - od hoteli 5-cio gwiazdkowych do obiektów agroturystycznych. Zdecydowanie można stwierdzić, baza noclegowa stanowi mocny punkt oferty turystycznej Małopolski, a jej różnorodność gwarantuje zaspokojenie potrzeb zakwaterowania każdemu segmentowi turystów. W badaniach wyróżniono, ze względu na charakter oferty turystycznej regionu, usługi agroturystyczne, które jak możemy zaobserwować zostały bardzo wysoko ocenione przez turystów nie tylko krajowych 4,25, ale co istotne, również przez turystów zagranicznych 4,34. Oferta agroturystyczna Małopolski spełnia oczekiwania gości.

Informacja turystyczna w Małopolsce zdaniem obu badanych grup odwiedzających dobrze wywiązuje się ze swoich zadań. Goście zagraniczni korzystający z usług punktów informacyjnych przyznali ocenę 4,32 i była to ocena bardzo zbliżona do oceny gości krajowych (4,29). Elementem powiązaniem z informacją turystyczną i ułatwiającym poruszanie się w danym obszarze jest oznakowanie turystyczne. W tej ocenie goście w obu badanych grupach byli jednomyślni i przyznali ocenę 4,12. Pomimo przekroczenia wartości 4 ocena oznakowania turystycznego znajduje się w grupie najniżej ocenianych elementów oferty turystycznej Małopolski.

We współczesnej turystyce ważną rolę w budowaniu pozytywnego obrazu obszarów i miejscowości turystycznych odgrywa szeroko rozumiana rozrywka. W 2018 roku opinia na temat tej formy rozrywki jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby odzwierciedla się w ocenie - 4,20 wystawionej przez gości zagranicznych i 4,11 przez gości krajowych. Poziom oceny, generalnie dobry, świadczy jednak o tym, że usługi rozrywkowe wymagają stałego dostosowywania się do rosnących potrzeb turystów i wrastających wymagań co do ich poziomu.

Wydarzenia kulturalne, koncerty muzyczne oraz imprezy masowe w znaczący sposób wpływają na ocenę oferty turystycznej regionu i poziom kultury danej destynacji. Jednym z zasadniczych celów tego typu wydarzeń jest zapewnienie rozrywki mieszkańcom oraz przyciągnięcie turystów i zapewnienie im zróżnicowanej rozrywki kulturalnej. Przyznana przez gości zagranicznych ocena 4,21- kultura, muzyka i 4,17 – imprezy masowe, a przez gości krajowych 4,18 - kultura, muzyka i 4,16 – imprezy masowe wskazuje, że wydarzenia kulturalne w ofercie Małopolski są przygotowywane i przeprowadzane z wyczuciem oczekiwań odbiorców zarówno krajowych jak i zagranicznych.

Odwiedzający Małopolskę korzystają z usług przewodnickich miejskich lub w określonych obszarach z przewodników górskich. Ocena tych usług przyznana przez gości zagranicznych w 2018 r. uzyskała wartości 4,32, co świadczy o zadowoleniu z pracy przewodników, z którymi poznawali miasto lub region. Nieco surowsze spojrzenie na pracę przewodników mieli odwiedzający krajowi, przyznając ocenę 4,21. Generalnie jednak grupa zawodowa przewodników jest oceniana bardzo wysoko i deregulacja zawodu przewodnika miejskiego nie uwidoczniła się w średniej ocenie pracy przewodników.

Dostępność komunikacyjna do miejsc docelowych w opinii gości zagranicznych nie stanowiła problemu i została dobrze oceniona (4,17). Odmienne jednak zdanie wyrazili goście krajowi, dla których dojazd do miejscowości stanowił pewien problem, co odzwierciedliło się

w stosunkowo niskiej ocenie jaką wystawiono tej usłudze 3,77. Różnica w ocenie obu grup może wynikać ze sposobu organizacji dojazdu, czyli zorganizowanego transportu lub samochodu prywatnego w przypadku odwiedzających z zagranicy i częściej wykorzystywanego transportu publicznego w przypadku przyjezdnych krajowych. Ocena transportu lokalnego, jaką dokonali odwiedzający krajowi jest zbliżona z oceną dojazdu (3,78). Goście zagraniczni, zdani na transport lokalny odwiedzanego obszaru, również zauważyli pewne niedogodności i przyznali ocenę 4,01 czyli niższą niż w przypadku oceny dojazdu. Należy zwrócić uwagę, że dojazd do miejscowości i transport lokalny należy do najgorzej ocenianych elementów oferty turystycznej Małopolski.

Czystość otoczenia w odwiedzanym miejscu jest łatwo obserwowalna, zatem bardzo chętnie oceniana przez odwiedzających. W 2017 roku porządek w Małopolsce obok toalet i transportu uzyskał najniższą wartość. I o ile goście zagraniczni, którzy generalnie przychylniej oceniają całą ofertę regionu, przyznali ocenę powyżej dobrej – 4,12, to goście krajowi już nie byli tak pobłażliwi i ocenili czystość otoczenia na poziomie 3,89. Bez względu na to, jaką ocenę przyznają odwiedzający, to zawsze aktualne pozostaje stwierdzenie, że poziom czystości miast i obszarów musi ulegać stałej poprawie, ponieważ w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie opinii o odwiedzanym regionie.

Istotnym miernikiem 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 najgorsze w zestawieniu z pozostałymi elementami oferty turystycznej regionu. Goście zagraniczni ocenili toalety na 3,58, a krajowi na 3,41 i pomimo, że w obu badanych grupach są to oceny powyżej przeciętnej (może być) nie stanowią wizytówki Małopolski.

Sieć punktów handlowo-usługowych akceptujących płatności przy użyciu kart płatniczych oraz ilość i lokalizacja bankomatów są oceniane bardzo dobrze. Ze względu na rządowy program „Polska bezgotówkowa” sieć punktów akceptujących płatności kartą rozwija się w dalszym ciągu bardzo dynamicznie i zostało to zauważone przez obie badane grupy. Goście zagraniczni przyznali ocenę 4,37, a goście krajowi 4,25. Zrozumiałe jest jednak, że dostępność bankomatów jest i będzie ograniczana i także zostało to odzwierciedlone w ocenie. Goście zagraniczni ocenili dostępność bankomatów na poziomie 4,17, a krajowi 3,97.

Dostęp do Internetu, w ocenie badanych, nie stanowi większego problemu, ale nie w pełni zaspokaja wzrastające potrzeby odwiedzających. W 2018 roku goście krajowi przyznali ocenę 3,97 i ocena ta należy do jednych z gorszych ocen. Goście zagraniczni dostępność Internetu również ocenili stosunkowo nisko przyznając ocenę 4,01. Zastanawiające jest to, że pomimo stałego rozwoju sieci internetowej, duży odsetek badanych określił ten dostęp jako najwyżej przyzwoity (może być). Może to wynikać z faktu, że dostępność sieci internetowej jest traktowana nie jako usługa, ale jako naturalny element infrastruktury odwiedzanego miejsca.

Jakość obsługi turystycznej, czyli poziom i zakres świadczeń, z jakich korzystają turyści jest pewnym odzwierciedleniem generalnej opinii o ofercie i sposobie jej udostępniania. W takim przypadku obraz obsługi turystycznej Małopolski wypada bardzo dobrze. Goście krajowi przyznali ocenę 4,33, a goście zagraniczni 4,37. Ocena jakości obsługi turystycznej w regionie jest w pewnym sensie weryfikatorem ocen takich cech jak atmosfera miejsca, życzliwość czy gościnność i obrazuje stosunek mieszkańców do turystów.

Opinia gości na temat bezpieczeństwa w miejscu odwiedzanym, co w konsekwencji składa się na ocenę bezpieczeństwa w całej Małopolsce, wypadła bardzo dobrze. Generalnie region jest odbierany jako bezpieczny i w tym roku w ocenie gości krajowych zostało to uwidocznione w wartości 4,19. Goście zagraniczni, zawsze lepiej oceniających

bezpieczeństwo, przyznali ocenę 4,32. Wydaje się, że to przeświadczenie bezpieczeństwa i tak dobrą opinię odwiedzających należy wykorzystać w promocji turystycznej Małopolski. W 2018 roku ocena wybranych elementów oferty turystycznej województwa wypadła bardzo dobrze, co świadczy o tym, że przyjęty kierunek rozwoju oferty turystycznej Małopolski jest prawidłowo realizowany.

1.16. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług

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

Tabela 1.16.1. Opinia odwiedzających Małopolskę w 2018 roku na temat wysokości cen w stosunku do jakości usług świadczonych w województwie (w %)

	Ogółem			
Kategoria	Wysoka	odpowiednia	niska	indykator
Noclegi	16,4%	69,0%	14,6%	-1,8%
Gastronomia	17,8%	63,6%	18,6%	0,9%
Teatr,kino	17,5%	65,5%	17,0%	-0,5%
Przewodnicy	13,6%	69,1%	17,3%	3,6%
Transport	10,3%	63,3%	26,3%	16,0%
Muzea	8,4%	70,9%	20,6%	12,2%
Imprezy	11,8%	71,5%	16,6%	4,8%
Sport	16,0%	63,3%	20,6%	4,6%
Dyskoteki	15,5%	57,2%	27,4%	11,9%
Inne	9,8%	60,8%	29,4%	19,6%
	Krajowi			
Kategoria	Wysoka	odpowiednia	niska	indykator
Noclegi	35,9%	58,7%	5,4%	-30,5%
Gastronomia	31,2%	62,9%	5,9%	-25,4%
Teatr,kino	25,8%	67,2%	7,0%	-18,8%
Przewodnicy	24,5%	69,9%	5,6%	-19,0%
Transport	17,0%	68,3%	14,7%	-2,2%
Muzea	12,4%	77,1%	10,5%	-1,8%
Imprezy	18,4%	72,3%	9,3%	-9,1%
Sport	25,0%	64,9%	10,1%	-14,9%
Dyskoteki	27,5%	58,8%	13,7%	-13,8%
Inne	18,5%	55,6%	25,9%	7,4%
	Zagraniczni			
Kategoria	Wysoka	odpowiednia	niska	indykator
Noclegi	6,8%	74,0%	19,2%	12,4%
Gastronomia	7,3%	64,1%	28,6%	21,3%
Teatr,kino	6,8%	63,2%	30,0%	23,2%
Przewodnicy	9,0%	68,7%	22,3%	13,3%
Transport	5,6%	59,8%	34,6%	29,1%
Muzea	6,0%	67,0%	27,0%	21,1%
Imprezy	5,9%	70,9%	23,2%	17,3%
Sport	7,1%	61,7%	31,1%	24,0%
Dyskoteki	7,2%	56,1%	36,8%	29,6%
Inne	6,7%	62,7%	30,7%	24,0%

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

Badania wykazały, 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 2018 roku 70,4% turystów krajowych (osób nocujących) i 71,2% zagranicznych zgodnie uznało relację cen w stosunku do oferowanych usług noclegowych w Małopolsce jako odpowiednią. Rozbieżność opinii badanych grup uzyskujemy przy wskazaniach uznających ceny za zbyt wysokie w stosunku do jakości usług. Takie zdanie miało 26,6% gości krajowych, ale tylko 11,4% gości zagranicznych. Również brak zgodności odnotowujemy w opinii, że ceny są niskie, ponieważ tak uważało jedynie 3,3% gości krajowych i aż 17,5% gości zagranicznych.

Tabela 1.16.2. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług noclegowych

			% kol		N	% kol
	PL	Zagr	PL	Zagr		
Noclegi						
drogo	936	108	26,6%	11,4%	1044	23,4%
OK.	2478	676	70,4%	71,2%	3154	70,6%
tanio	104	166	3,0%	17,5%	270	6,0%
Suma	3518	950	100,0%	100,0%	4468	100,0%

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

W zakresie cen usług gastronomicznych w stosunku do jakości świadczeń opinię wyraziło prawie 90% wszystkich badanych. W grupie gości krajowych 73,3% uznało relacje cen do jakości świadczonych usług gastronomicznych za odpowiednią, a w grupie gości zagranicznych opinię taką miało 66,7% badanych. Usługi gastronomiczne świadczone w Małopolsce były jednak zbyt drogie dla 23,4% gości krajowych. Goście zagraniczni natomiast tylko w nieznacznym odsetku (8,3%) wyrażali taki sam pogląd, a dla 25% tej grupy badanych ceny w stosunku do jakości usług gastronomicznych były niskie. Takiej opinii nie potwierdzili goście krajowi, co odzwierciedliło się w poziomie wskazań 3,3%. Można zatem odnotować, że oferta gastronomiczna Małopolski jest w znacznej mierze bardzo atrakcyjna dla gości zagranicznych i w znacznym stopniu dostosowana do możliwości finansowych gości krajowych.

Tabela 1.16.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług gastronomicznych

			% kol		N	% kol
	PL	Zagr	PL	Zagr		
Gastronomia						
drogo	1002	88	23,4%	8,3%	1090	20,4%
OK	3136	710	73,3%	66,7%	3846	72,0%
tanio	140	266	3,3%	25,0%	406	7,6%
Suma	4278	1064	100,0%	100,0%	5342	100,0%

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

Atrakcje turystyczne Małopolski, a w szczególności ich odpłatna dostępność jest zdaniem gości krajowych (74,5%) właściwie wyceniona przez gestorów tych atrakcji. Taką opinię wyraziło również 70% gości zagranicznych. Jednak, aż 18,2% badanych gości krajowych

uznało, że ceny za dostęp do atrakcji w stosunku do ich oferty są wysokie. Pogląd ten podzielało również 10,6% gości zagranicznych. Uznających, że dostęp do atrakcji był w 2018 roku tani było 7,3% gości krajowych i 19,5% gości zagranicznych.

Tabela 1.16.4. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług atrakcji turystycznych

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Atrakcje								
drogo	672	86	18,2%	10,6%	758		16,8%	
OK	2746	568	74,5%	70,0%	3314		73,6%	
tanio	270	158	7,3%	19,5%	428		9,5%	
Suma	3688	812	100,0%	100,0%	4500		100,0%	

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

Tabela 1.16.5. Ocena jakości oferty obiektów muzealnych w Małopolsce w stosunku do cen biletów w grupie gości krajowych w 78,9% została uznana za odpowiednią. Dla 12,3% gości krajowych ceny były wysokie i zestawiając te wyniki z uznającymi ceny atrakcji turystycznych za zbyt wysokie, to może budzić pewne zaniepokojenie i wskazywać, że dostęp do obiektów kultury jest dla znacznej grupy gości krajowych ograniczony. W tej grupie badanych dla 8,8% ceny w stosunku do oferty muzeów są niskie. Zdaniem gości zagranicznych ceny biletów do muzeów są odpowiednie 65,6%, a dla znacznego odsetka tych gości niskie 26,2%. Tylko 8,2% badanych określiło je jako wysokie w stosunku do oferty.

Tabela 1.16.6. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług muzealnych

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Muzea								
drogo	404	64	12,3%	8,2%	468		11,5%	
OK	2598	512	78,9%	65,6%	3110		76,4%	
tanio	290	204	8,8%	26,2%	494		12,1%	
Suma	3292	780	100,0%	100,0%	4072		100,0%	

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

Goście, którzy skorzystali i ocenili usługi rozrywkowe (dyskoteki, puby, kluby) w 2018 roku stanowili nieco ponad 30% wszystkich badanych. W grupie gości krajowych 72,2% uznało, że ceny w stosunku do jakości świadczonych usług są odpowiednie. Również, dla znacznej grupy (61,4%) gości zagranicznych ceny usług rozrywkowych były ustalone na właściwym poziomie. W tej grupie jednak prawie 30% uznało, że dostęp do rozrywki w Małopolsce jest tani i ceny w stosunku do oferty są niskie, a odmiennego zdania było 9,5%. Wśród gości krajowych 20,9% uważało natomiast, że ceny są zbyt wysokie, a tylko dla 6,5% były one niskie.

Tabela 1.16.7. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług rozrywkowych

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Kluby, disco								
drogo	506	50	20,9%	9,5%	556		18,9%	
OK	1756	324	72,6%	61,4%	2080		70,6%	
tanio	156	154	6,5%	29,2%	310		10,5%	
Suma	2418	528	100,0%	100,0%	2946		100,0%	

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

Imprezy kulturalne, istotny element oferty turystycznej każdej destynacji, zdaniem gości krajowych, którzy chętnie w nich uczestniczyli, były właściwie wycenione w stosunku do jakości (78,1% wskazań). Tylko 6,5% uważało, że proponowane ceny były niskie w stosunku do oferty, a dla 15,4% relacja cen do jakości nie była dostosowana i uznali ceny za wysokie. W zestawieniu opinii gości krajowych i zagranicznych można zauważyć podobny rozkład wskazań dotyczących ofert szeroko rozumianej kultury i rozrywki. Goście zagraniczni w 68,9% określili ceny jako odpowiednie do oferty, a 22,8% z tej grupy uznało, że dostęp do imprez kulturalnych w Małopolsce jest tani. Niezadowolenie, wyrażone uznaniem cen za zbyt wysokie wyraziło 8,2% gości zagranicznych. Należy zwrócić uwagę, że w grupie gości zagranicznych zainteresowanie udziałem w tego typu wydarzeniach jest stosunkowo niewielkie.

Tabela 1.16.8. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług iwentowych

	N		% kol		N	% kol
	PL	Zagr	PL	Zagr		
Imprezy						
drogo	404	36	15,4%	8,2%	440	14,4%
OK	2050	302	78,1%	68,9%	2352	76,8%
tanio	172	100	6,5%	22,8%	272	8,9%
Suma	2626	438	100,0%	100,0%	3064	100,0%

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

Kino, teatr i imprezy masowe podobnie jak imprezy kulturalne w 2018 roku, nie stanowiły istotnej formy spędzania czasu w Małopolsce i były stosunkowo rzadko poddawane ocenie zarówno przez gości krajowych jak i zagranicznych. Wyrażający opinię dotyczącą cen w stosunku do jakości oferowanych przez te instytucje usług goście krajowi, w przeważającej większości, uznali za odpowiednie (78,3%). Również rozkład odpowiedzi uznających ceny za zbyt wysokie (15,9%) oraz określających je jako niskie (5,8%) był porównywalny z opinią na temat imprez i usług kulturalnych. W grupie gości zagranicznych pewne odstępstwo w ocenie stanowi 13,4% wielkość wskazań, że ceny biletów do kin i teatrów są wysokie. Pozostałe opinie, to znaczy uznających ceny za odpowiednie (69,3%) oraz określających je jako niskie (17,3%) były podobne jak w większości opisywanych elementów oferty turystycznej Małopolski.

Tabela 1.16.9. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług kinowych i teatralnych

	N		% kol		N	% kol
	PL	Zagr	PL	Zagr		
Teatr, kino						
Drogo	402	54	15,9%	13,4%	456	15,5%
OK	1982	280	78,3%	69,3%	2262	77,1%
Tanio	146	70	5,8%	17,3%	216	7,4%
Suma	2530	404	100,0%	100,0%	2934	100,0%

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

Baza sportowo-rekreacyjna Małopolski jest wykorzystywana i odwiedzana równie rzadko jak kina, teatry, kluby czy imprezy kulturalne. Również w tym przypadku gościom krajowym odpowiadają ceny jakie są oferowane i taką opinię wyraziło 76,4% badanych. Dla 17,6% ceny były wysokie, a dla 6% niskie. W grupie gości zagranicznych, przy 70,4% uznających ceny za odpowiednie proporcje pozostałych opinii były odwrócone w stosunku do opinii gości krajowych tj. dla 21% było tanio, a dla 8% drogo.

Tabela 1.16.10. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług bazy sportowej

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Baza sportowa	452	32	17,6%	8,0%	484		16,3%	
Drogo	1966	280	76,4%	70,4%	2246		75,6%	
Tanio	154	86	6,0%	21,6%	240		8,1%	
Suma	2572	398	100,0%	100,0%	2970		100,0%	

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

Ważnym elementem promocji regionu są usługi przewodników turystycznych. Opinię gości krajowych na temat cen za usługi przewodnickie w stosunku do ich jakości odzwierciedla 77,5% wskazań, że ceny tych usług są odpowiednio ustalone. Podobne zdanie ma 71,2% gości zagranicznych. Uznających ceny za wysokie w stosunku do usług jakie oferują przewodnicy było 14,8% gości krajowych i 10,3% gości zagranicznych. Znaczne rozbieżności w obu badanych grupach pojawiają się przy wskazaniach, że usługi te są tanie – 7,8% goście krajowi, - 17,3% goście zagraniczni.

Tabela 1.16.11. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług przewodnickich

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Przewodnik	392	62	14,8%	10,3%	454		13,9%	
Drogo	2054	430	77,5%	71,2%	2484		76,3%	
Tanio	206	112	7,8%	18,5%	318		9,8%	
Suma	2652	604	100,0%	100,0%	3256		100,0%	

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

Ceny usług transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski jak i umożliwiającego poruszanie się na jej obszarze były chętnie poddawane ocenie zarówno goście krajowych i zagranicznych. W opinii na temat relacja cen w stosunku do jakości oferowanych usług transportowych nie zauważamy jednak takich prawidłowości jak w opisywanych w raporcie elementach oferty turystycznej regionu. Goście krajowi w 75,3% uznali, że ceny były odpowiednie w stosunku do usług, a różnica pomiędzy respondentami uznającymi ceny za wysokie (14,8%) i uznającymi je za niskie (10,1%) nie była znacząca. Zdecydowanie odmienne zdanie mieli goście zagraniczni, dla których w 59,1% ceny były odpowiednie, ale aż dla 34,5% były niskie w stosunku do otrzymanej usługi i tylko dla 6,4% usługi te były zbyt wysoko wycenione przez firmy transportowe w stosunku do oferowanej jakości.

Tabela 1.16.12. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług transportowych

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Transport	474	52	14,6%	6,4%	526		13,0%	
Drogo	2440	480	75,3%	59,1%	2920		72,0%	
Tanio	328	280	10,1%	34,5%	608		15,0%	
Suma	3242	812	100,0%	100,0%	4054		100,0%	

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

Opinia gości krajowych na temat usług agroturystycznych oraz ich wyceny była w 82,8% zgodna i uznająca te relacje za odpowiednie. Jednak dla 11% gości krajowych szeroka i zróżnicowana cenowo oferta agroturystyczna uznawana jest za wysoką. Pozostała część

klientów (7,3%) uznała, że usługi są tanie. Goście zagraniczni, którzy poddali ocenie ten rodzaj usług i ich cenę, zważywszy na to, że dla tej grupy badanych pobyt w obiektach agroturystycznych nie jest określany jako istotny cel pobytu w Małopolsce, uznali stosunek cen do jakości usług jako odpowiedni (70,2%). Ceny dla 5,8% gości zagranicznych były zbyt wysokie, ale dla 24,1% z tej grupy gości były niskie w stosunku do zakresu oferty.

Tabela 1.16.13. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości usług agroturystycznych

	N		% kol		N		% kol	
	PL	Zagr	PL	Zagr				
Agroturystyka								
drogo	262	22	11,0%	5,8%	284		10,3%	
OK	1970	268	82,8%	70,2%	2238		81,1%	
tanio	146	92	6,1%	24,1%	238		8,6%	
Suma	2378	382	100,0%	100,0%	2760		100,0%	

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

Poddając analizie opinie na temat cen poszczególnych usług w stosunku do poziomu świadczeń, należy podkreślić, że w 2018 roku dominowała opinia, że ceny są odpowiednie do jakości świadczonych usług. Można zauważyć, że ceny usług, które są aprobowane przez gości zagranicznych nie uzyskują pełnej aprobaty wśród gości krajowych. W grupie gości krajowych porównywalny odsetek w każdym ocenianym elemencie oferty turystycznej Małopolski uważa, że ceny nie są dostosowane do poziomu oferty i są za wysokie. Wyniki wskazują jednoznacznie, że oferta turystyczna Małopolski jest ustabilizowana, a poszczególne usługi są właściwie wycenione.

1.17. Struktura procentowa wykorzystanych przez turystów środków transportu w trakcie przyjazdu do Małopolski w 2018 roku

Tabela 1.17.1. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski w 2018

Transport 2018	Krajowcy%	Obcokrajowcy %	Ogółem %
samochód (7)	66,8%	23,2%	58,2%
autokar tur.(5)	9,1%	9,3%	9,1%
pociąg (8)	9,9%	4,0%	8,7%
autobus reg (4)	8,6%	7,4%	8,4%
samolot trad (1)	1,0%	31,6%	7,1%
samolot TLL (2)	0,3%	18,5%	3,9%
mikrobus reg.(6)	2,5%	0,7%	2,2%
inny środek (9)	1,3%	3,5%	1,8%
samolot czart (3)	0,3%	1,7%	0,6%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

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

Dokonując analizy dostępności transportowej Małopolski zgodnie z przeprowadzonymi badaniami ruchu turystycznego w Małopolsce w 2018 r., należy zauważyć, iż przyjeżdżający do Małopolski w celach turystycznych korzystali w przeważającej większości z usług transportu drogowego. I tak, najczęściej wykorzystywanym przez turystów środkiem transportu drogowego był odpowiednio: samochód -58,2% oraz autokar turystyczny – 9,1%,co łącznie stanowiło wartość 67,3% z ogólnej liczby turystów odwiedzających Małopolskę w roku 2018. Do tego dodać należy jeszcze komunikację autobusową linii regularnych 8,4% i mikrobusy linii regularnych 2,2% co w sumie dało prawie 78% udziałów w strukturze środków transportu drogowego ogółem (77,9%) Z usług transportu lotniczego skorzystało blisko 12% (11,6%) wszystkich odwiedzających Małopolskę. Natomiast ze środka transportu, jakim jest kolej, skorzystało 8,7% z ogólnej liczby turystów odwiedzających Małopolskę.

W celu dokładniejszego odzwierciedlenia stopnia wykorzystania różnych środków transportu przez odwiedzających Małopolskę dokonano podziału odwiedzających na turystów krajowych i zagranicznych. I tak, w 2018 najczęściej wykorzystywanym rodzajem transportu przez turystów krajowych odwiedzających Małopolskę był transport drogowy, natomiast dla turystów zagranicznych dominujące znaczenie odgrywał transport lotniczy. Turyści krajowi preferowali jako główny środek transportu samochód - 66,8%, kolejnym istotnym środkiem transportu w przyjazdach do Krakowa był autobus - 20,0%. Natomiast równie ważnym środkiem transportu był pociąg - 9,9%, a z usług transportu lotniczego skorzystało zaledwie1,6% turystów krajowych.

Dokonując analizy wykorzystania środków transportu przez turystów zagranicznych, można stwierdzić, iż preferowanym środkiem transportu podobnie jak w poprzednich badanych okresach jest samolot. Charakteryzuje się on stałą tendencją wzrostową od wielu lat kształtuje się na poziomie ponad połowę całości udziałów w strukturze procentowej, wykorzystanych przez obcokrajowców środków transportu. W analizowanym okresie roku 2018 z usług transportu lotniczego skorzystało 51,9% badanych obcokrajowców, co wskazuje na niewielki,

ale stale rosnący trend w stosunku do lat poprzednich. Kolejnymi istotnymi środkami transportu były: samochód 23,2% i autobus, albowiem z tego typu przewozu skorzystało 20,2% cudzoziemców oraz pociąg – 4,0%.

Dokonując analizy wykorzystywanych środków transportu, należy podkreślić istotne znaczenie transportu lotniczego, zwłaszcza dla turystów zagranicznych w analizowanych okresach, natomiast dla turystów krajowych ważnym środkiem transportu pozostaje samochód.

1.18. Odwiedzane przez respondentów miejsca w Małopolsce

Tabela 1.18.1. Ranking zglomerowanych atrakcji turystycznych w Małopolsce typu miejsce według osób odwiedzających województwo w roku 2018 (struktura procentowa wskazań ogółem)

Odwiedzane atrakcje typu miejsce w Małopolsce	% PL	Zagr	% , Razem	Ranking
Kraków	22,8%	38,7%	26,3%	1.
Zakopane	11,2%	11,6%	11,3%	2.
Wieliczka Kopalnia Soli	7,3%	12,7%	8,4%	3.
Oświęcim Auschwitz-Birkenau	3,3%	19,5%	6,8%	4.
Niedzica/Czorsztyn	6,7%	2,7%	5,8%	5.
Szczawnica/Krościenko nad Dunajcem	6,50%	2,70%	5,70%	6.
Ojcowski Park Narodowy Pieskowa Skała	6,7%	1,7%	5,6%	7.
Krynica-Zdrój	5,0%	1,0%	4,1%	8.
Tatry	4,6%	1,7%	4,0%	9.
Wadowice	3,8%	2,7%	3,6%	10.
Pieniny	3,0%	1,4%	2,7%	11.
Muszyna	3,4%	0,0%	2,7%	12.
Nowy Sącz	2,5%	0,3%	2,0%	13.
Kalwaria Zebrzydowska	2,0%	1,4%	1,8%	14.
Kwiatoń	1,9%	0,0%	1,5%	15.
Tylicz	1,9%	0,0%	1,5%	16.
Bochnia Kopalnia Soli	1,6%	0,3%	1,3%	17.
Wysowa-Zdrój	1,6%	0,0%	1,3%	18.
Rabka-Zdrój	1,5%	0,3%	1,3%	19.
Nowy Targ	1,3%	0,7%	1,2%	20.
Sękowa	1,4%	0,3%	1,2%	21.
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	22.

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

Wybór miejsc podróży w obrębie Małopolski osób odwiedzających województwo w 2018 roku nie odbiega od wskazań lat ubiegłych; pierwsze miejsce zajmuje chęć wyjazdu na zwiedzanie Krakowa ponad ¼ wskazań (26,3%), Zakopanego ponad 11% wskazań ogółem, kolejno na trzecim miejscu plasuje się Trasa Turystyczna Kopalni Soli w Wieliczce a na czwartym wyjazd, by zwiedzić „Były Niemiecki Nazistowski Obóz Koncentracyjny i Zagłady Auschwitz Birkenau”. Następnymi stałymi punktami w województwie, które odwiedzają turyści docierający Małopolski to Niedzica/Czorsztyn (prawie 6%), Szczawnica/Krościenko

nad Dunajcem (5,7%), Ojcowski Park Narodowy (5,6%), Krynica Zdrój (4,1%). Do tego dochodzą Tatry 4,0%, Wadowice z wynikiem 3,6% i Pieniny 2,7%. Te atrakcje stanowią łącznie 84,30% struktury wskazań miejsc odwiedzanych przez turystów ogółem.

1.19. Częstotliwość wizyt w Małopolsce osób odwiedzających województwo w 2018 roku

Tabela 1.19.1. Częstotliwość wizyt w województwie małopolskim w ciągu całego życia według deklaracji osób odwiedzających Małopolskę w roku 2018 (w %)

ROK 2018					Mieszka w Małopolsce Razem	
Który raz w życiu był w Małopolsce	1 x	2 x	3 kilka x	4 często		
PL	10,3%	10,7%	21,2%	31,8%	26,0%	100,0%
Zagr	61,9%	14,2%	9,5%	12,8%	1,6%	100,0%
Razem	21,7%	11,2%	18,5%	27,9%	20,7%	100,0%

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

Jedna czwarta respondentów zadeklarowała, że mieszka w Małopolsce. Turyści krajowi jedynie w 10% zasygnalizowali, że byli po raz pierwszy w Małopolsce, podobnie 10% zasygnalizowała dwukrotny przyjazd do naszego województwa, częstych bywalców Małopolski oszacowano na ponad 31% całości strumienia krajowego ruchu turystycznego. Odwrotnie sytuacja ma się z turystami zagranicznymi. Ponad 60% (62%) pojawiło się w Małopolsce w 2018 roku po raz pierwszy. Natomiast zdublowało swój pobyt w województwie małopolskim 14% respondentów zagranicznych. Spośród obcokrajowców prawie 13% osób zadeklarowało, że wielokrotnie odwiedziło Małopolskę.

1.20. Deklaracja ponownych odwiedzin Małopolski

Tabela 1.20.1. Deklaracja odwiedzających Małopolskę w roku 2018 odnośnie ponownej wizyty w województwie (w %) Ogółem, krajowcy, obcokrajowcy.

Ponowny przyjazd	Ogółem % kol	Ogółem N	Krajowcy % kol	Krajowcy N	Obcokrajowcy % kol	Obcokrajowcy N
tak (1)	57,2%	3468	63,7%	2932	31,6%	362
raczej tak (2)	28,1%	1704	27,1%	1246	33,0%	378
	85,30%		90,80%		64,60%	
nie wie (3)	12,3%	744	7,9%	364	28,8%	330
raczej nie (4)	1,9%	114	0,8%	38	6,1%	70
nie (5)	0,5%	30	0,5%	22	0,5%	6
Suma	100,0%	6060	100,0%	4602	100,0%	1146

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

Ponad 85% odwiedzających Małopolskę w 2018 r. zamierza ponownie do niej przyjechać, z tego prawie połowa (57%) jest tego pewna. Tylko ok. 2,4% nie ma zamiaru przybyć tu ponownie (z tego tylko 0,5% respondentów jest tego pewien).

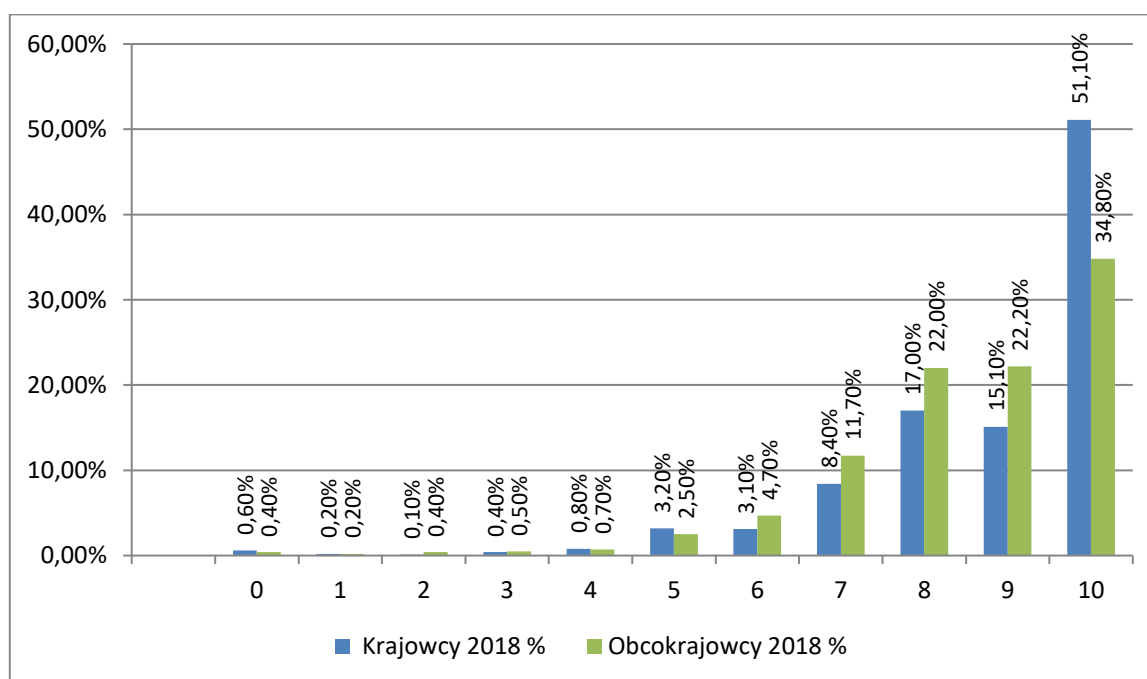
Wśród gości krajowych odsetek deklarujących zamiar rewizyty był w 2018 r. większy niż w grupie obcokrajowców (w sumie 91% vs 65%). Odwiedzający zagraniczni przeważali natomiast wśród tych, którzy nie byli pewni oraz wskazywali na nie (w sumie odpowiednio prawie 29% vs prawie 8% oraz niecałe 7% vs ponad 1%).

1.21. Rekomendacja Małopolski znajomym

Tabela 1.21.1. Deklaracja odwiedzających Małopolskę w 2018 roku odnośnie rekomendacji Małopolski znajomym (w %)

Rekomendacje	%	Krajowcy	%	Obcokrajowcy	%	ogółem
Prawdopodobieństwo polecenia	2018%	2018 N	2018%	2018 N	2018%	2018 N
0	0,6%	28	0,4%	4	0,6%	34
1	0,2%	8	0,2%	2	0,2%	14
2	0,1%	6	0,4%	4	0,2%	10
3	0,4%	18	0,5%	6	0,5%	28
4	0,8%	36	0,7%	8	0,8%	50
5	3,2%	144	2,5%	28	3,0%	178
6	3,1%	142	4,7%	52	3,5%	210
7	8,4%	382	11,7%	130	9,1%	538
8	17,0%	770	22,0%	244	17,8%	1056
9	15,1%	686	22,2%	246	16,4%	976
10	51,1%	2320	34,8%	386	47,9%	2848
Razem	100,0%	4540	100,0%	1110	100,0%	5942

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



Rysunek 1.21.1. Deklaracja odwiedzających Małopolskę w 2018 roku odnośnie rekomendacji województwa znajomym (w %)

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

Satysfakcję i lojalność odwiedzających Małopolskę w 2018 r. zbadano również w oparciu o wskaźnik NPS (*Net Promoter Score*). Respondentom zadano mianowicie pytanie o to, jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą oni Małopolskę swoim znajomym. Odpowiedzi goście udzielali za pomocą 11-stopniowej skali, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnej lojalności i zadowoleniu z pobytu w mieście.

Okazało się, że liczba wskazań rosła wraz ze skalą – nieliczni zaznaczyli brak chęci polecenia miasta znajomym, a najwyższą wartość w tym względzie zadeklarowało prawie 48% ankietowanych – (tab.1.22.1)

1.22. Bezpieczeństwo w Małopolsce w ocenie turystów

Nawet bardzo restrykcyjne zderzenie jedynie dwóch „bezlękowych” stanów (0-1) do ośmiu pozostałych stanów ukazujących odcienie lęku i obaw **pozwała wystawić Małopolsce najwyższą (Ogółem 70,4%, Kraj 74,8%, Zagranica 52,7%) markową ocenę bezpieczeństwa destynacji**, bo nadaną przez turystów w chwili planowania podróży i zweryfikowaną osobiście podczas pobytu w województwie oceną bezpieczeństwa w skali 1-5 na poziomie ogólnym bardzo wysoką oceną średnią 4,22, krajowców oceną 4,19 a obcokrajowców oceną **4,32**.

Tabela 1.22.1. Net Fear Score MAŁOPOLSKA 2018

Net Fear Score	krajowcy	obcokrajowcy	Ogółem
0	64,1%	39,5%	59,2%
1	10,7%	13,2%	11,2%
1 - BEZ OBAW	74,80%	52,70%	70,40%
2	6,2%	9,3%	6,8%
3	4,7%	6,4%	5,0%
4	2,1%	6,6%	3,0%
2 - NEUTRAL	13,00%	22,30%	14,80%
5	3,5%	7,9%	4,4%
6	1,9%	3,7%	2,2%
7	1,5%	4,1%	2,0%
8	2,1%	4,6%	2,6%
9	0,8%	2,3%	1,1%
10	2,4%	2,5%	2,4%
5 - SĄ OBAWY	12,20%	25,10%	14,70%
Suma	100%	100%	100%

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

Poziom obaw i strachu osób odwiedzających Małopolskę w 2018r. zbadano w oparciu o autorski (nowo opracowany) wskaźnik NFS (ang. *Fear Score*¹⁰).

¹⁰ *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

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. Jak widać w tabeli wartości 1.22.1. Wartości „0” i „1” (1 BEZ OBAW) przedstawiają stan całkowitego braku obaw i lęku przed przyjazdem. Oddają one subiektywne odczucia osób, które w pełni przekonane są, że ich wyjazdowi do Małopolski w żadnym momencie nie towarzyszyło uczucie lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie.

Wartości „2”, „3” i „4” (2 NEUTRAL) 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), O obawach i lękach podróży świadczy suma wskazań z wartości od „5” do „10” (5 SĄ OBAWY) gdzie wartość „5” stanowi punkt centralny skali.

Można dyskutować czy wartość „środkową” z „5” zaliczać po stronie lęków i obaw, czy jej nie aglomerować. Myśmy ją aglomerowali.

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 w 2018 roku na podstawie badań Ruchu Turystycznego w Krakowie a zastosowany pilotażowo w trakcie badań Uczestników Światowych Dni Młodzieży 2016 w Krakowie przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej w składzie: dr Krzysztof Borkowski, prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek, dr Ewa Grabińska

<http://www.mot.krakow.pl/media/badanie-ruchu-turystycznego/uczestnicy-swiatowych-dni-mlodziezy-2016.pdf>
dostęp: 2019-01-15

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

Wnioski

1. Według danych pochodzących z Bazy Danych Lokalnych GUS liczba turystów nocujących w obiektach noclegowych na terenie Małopolski wykazuje tendencję rosnącą od 2009 roku. Lata 2012 (Euro 2012) i 2016 były szczególne, gdyż wówczas na terenie Krakowa/Małopolski miała miejsce recepcja mega wydarzeń, w której to małopolskie obiekty noclegowe w istotny sposób partycypowały. Trend rosnący zjawiska potwierdzają doszacowane dane również dla roku 2018 pozwalając wnioskować, że tendencja ta utrzyma się przez kolejne lata, jednak indeksy dynamiki wzrostu są w kolejnych latach mniejsze odpowiednio dla lat 2016-2015 = ogółem 1.123 a dla lat 2017-2016 = ogółem 1.079.
2. Według szacunków wielkość ruchu turystycznego w Małopolsce w 2018 r. osiągnęła kolejny rekordowy poziom – **16,78 mln** osób (Tabela 1.2.1). Była ona o 5,14% wyższa w stosunku do roku poprzedniego – zob. (Rysunek 1.2.1). Wzrosła zarówno liczba odwiedzających z Polski (do wielkości **13,28 mln** osób), jak i z zagranicy (do **3,5 mln** osób), przy czym przyrost tej pierwszej był nieznacznie większy (o 5,31%) niż drugiej (o 4,48%).
3. Wskaźnik ogółu turystów zagranicznych wśród ogółu nocujących w oparciu o przeprowadzone badania w Małopolsce kształtuje się na poziomie 20%.
4. W 2018 r. szczytowy poziom zaobserwowano również w przypadku liczby turystów, tj. gości nocujących w regionie – do wielkości ponad 13,19 mln osób Tabela 1.3.1. Liczba turystów krajowych w Małopolsce osiągnęła wielkość 9,91 mln osób, a zagranicznych – 3,28 mln osób. Obie te grupy zwiększyły się w relacji do roku ubiegłego, choć wzrost w przypadku tej pierwszej był ponad dwukrotnie wyższy (o 8,81%) niż drugiej (o 3,73%).
5. W 2018 r. wzrost objął ponadto liczbę jednodniowych odwiedzających z zagranicy – o 17,02%, tj. do wielkości 220 tys. osób. W grupie jednodniowych odwiedzających z Polski odnotowano natomiast zmniejszenie – o 3,77%, tj. do wielkości 3,37 mln osób.
6. W sumie w 2018 r. przyjechało do Małopolski 3,59 mln gości, którzy nie spędzili noclegu w regionie – o 2,71% mniej niż w roku poprzednim.
7. W 2018 roku nastąpiło przetasowanie strumienia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego w Małopolsce. Palmę pierwszeństwa z udziałem prawie 19% struktury odwiedzających przejęli turyści z Niemiec, na drugiej pozycji odnotowano turystów z Francji z wynikiem ponad 11% a dopiero trzecie miejsce zajęli turyści z Wielkiej Brytanii. Kolejnym krajem w pierwszej dziesiątce była Ukraina z wynikiem ponad 8% całości strumienia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego do Małopolski. Mocną piątą pozycję z najwyższym od 2013 roku wynikiem prawie 8% zajęły Włochy. W 2018 roku dokonano aglomeracji krajów pochodzenia turystów by uzyskać wielkości statystyczne istotne nadające się do dalszej analizy. Dlatego połączono kraje półwyspu iberyjskiego Hiszpanię i Portugalię, które to w sumie zajęły szóste miejsce z wynikiem ponad 7 % ex aequo z zaglomerowanymi na tej samej zasadzie Stanami Zjednoczonymi (USA) z Kanadą . Na ósmym miejscu uplasowała się Irlandia z wynikiem ponad 3%. Natomiast turyści z Rosji w 2018 osiągnęli poziom prawie 2% całości strumienia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego do Małopolski co jest spektakularnym wzrostem udziałów w stosunku do wyników z lat 2015-2017.
8. Spośród badanych w Małopolsce turystów krajowych w 2018 roku, ponownie, jak co roku, zdecydowanie przeważały osoby z województw małopolskiego 33%, śląskiego

14,3%, mazowieckiego 11,6%, i podkarpackiego 7,9%. Stanowiły one łącznie 66,9% całości strumienia przyjazdowego ruchu turystycznego w kategorii mieszkańców Polski odwiedzających Województwo Małopolskie. Z badań prowadzonych od 2003 roku dla Miasta Krakowa wynika, że są to tradycyjnie województwa pozostające w niezmiennym układzie rankingowym od lat, jednak dalsze porównania dla Małopolski możliwe będą po dokonaniu kolejnych pomiarów w 2019 i 2020 roku. Bardzo mocną piątą pozycję w strukturze przyjazdów do Małopolski zajmują również mieszkańcy województwa wielkopolskiego (4,7%). Podobnie stabilna pozycja województwa dolnośląskiego zajmującego z wynikiem 4,6% szóstą miejsce w rankingu w 2018 roku dla przyjazdów do Małopolski, winna być zauważona, szczególnie biorąc pod uwagę fakt, że województwo to ma bardzo duży potencjał własnych atrakcji turystycznych. Kolejne miejsca w strukturze procentowej krajowego przyjazdowego ruchu turystycznego zajęli ex aequo mieszkańcy Polski z województw łódzkiego i pomorskiego z wynikiem 4,4%, przy czym warto zauważyć bardzo dużą odległość, jaką mają do pokonania podróży docierający z Pomorza do Małopolski w stosunku do innych turystów frekwentujących nasze województwo. Zauważyć warto również aktywność w przyjazdach do Małopolski mieszkańców ościennego województwa świętokrzyskiego z wynikiem 3,5%.

9. W 2018 roku w stosunku do roku 2017, zgodnie z uznaną statystyką UNWTO spośród odwiedzających wydzielono według przyjętej klasyfikacji osoby będące w tranzycie i zatrzymujące się w danym miejscu do 3 godzin, wydzielono również osoby, które w tym miejscu nie nocowały, czyli pobyt całodzienny bez noclegu i zgodnie z przyjętym kluczem z badań roku 2017 wydzielono osoby spędzające na danym terenie 1 noc następnie, zaglomerowany czas pobytu osób spędzających w odwiedzionym miejscu 2-3 noce, kolejno aglomerat 4-7 nocy, i zmieniono kategorię 7 i więcej nocy na 8-14 nocy. Konsekwentnie kierując się formułą tygodniową wydzielono kategorię 15-21 nocy. Dopiero aglomerat końcowy (22 noce i więcej nocy) zamknął strukturę czasu pobytu w Małopolsce. Nieznacznie, bo niespełna o 4% różni się czas pobytów tranzytowych turystów krajowych (16%) od turystów zagranicznych (12,1%). Również struktura turystów jednodniowych bez noclegu różni się w kategoriach kraj - zagranica też, o 4% lecz na korzyść turystów zagranicznych. Należy wnosić, że turyści zagraniczni wydłużają przerwę w podróży i pozostają w miejscu zatrzymania dłużej niż mieszkańcy Polski, łamiąc trzygodzinny okres czasu tranzytu przechodząc w ten sposób do kolejnej kategorii. Kategoria 1 nocleg jest prawie identyczna dla obu kategorii turystów. W segmencie pobytów z 2-3 noclegami o prawie 4,5% przeważają turyści zagraniczni. Również znacznie różni się segment z 4-7 noclegami o ok. 5% na korzyść turystów zagranicznych. Na poziomie 6-7% układają się udziały w segmencie 8-14 nocy w obu kategoriach turystów. Dopiero kompensacyjnie-krzyżowo zamieniają się turyści krajowi z zagranicznymi w segmencie 15-21 nocy (kraj 3,6%, zagranica 1,9%) a w segmencie 22 i więcej nocy odwrotnie (kraj 2,6%, zagranica 3,9%).
10. Wyraźnie zaznacza się zjawisko krótkich pobytów weekendowych w województwie, i turnusów wypoczynkowych głównie jednodniowych, ale rysuje się również udział turnusów dwutygodniowych tak w kategorii kraj jak i zagranica.
11. Cel główny przyjazdu do Małopolski. Ogółem respondenci na pierwszym miejscu umieścili z wynikiem ponad 31% „wypoczynek”. Na drugim miejscu z wynikiem ponad 19% „zwiedzanie zabytków”. W dalszym ciągu Polacy preferują taką kolejność celów z bardzo zbliżonym wynikiem (31,8%/17,3%). Również obcokrajowcy po raz kolejny bardzo wyraźnie opowiedzieli się za tą kolejnością celów przyjazdu (28,2%/26,1%)

Ogółem na trzecim miejscu uplasowała się turystyka aktywna z wynikiem 10,8% jednak wynik ten spowodowany został aktywnością turystów krajowych na poziomie 12,5% i jedynie niespełna 4% udziałem turystów zagranicznych. Edukacja zajęła czwarte miejsce z wynikiem prawie 6% tak dla turystów krajowych jak i zagranicznych. Na szóstym miejscu znalazł się zdrowotny cel przyjazdu z wynikiem ogólnym 5,6% (kraj 6,2%, zagranica 2,7%). Odwiedziny krewnych (ogółem 5,8%) i znajomych (3,7%) znalazły się blisko siebie na piątym i siódmym miejscu. Z istotnych celów przyjazdu wymienić należy jeszcze cel religijny przyjazdu z wynikiem ogólnym dla obu kategorii turystów 3,3%. Utrzymuje się wyraźna przewaga udziału turystów zagranicznych w przyjazdach biznesowych do Małopolski, bo uzyskali oni wynik prawie 7% udziałów przy wyniku 2,3% odwiedzających krajowych. Kolejny cel przyjazdu z wynikiem ogólnym ponad 1,6% uzyskała „rozrywka”. W tej kategorii widoczna jest różnica pomiędzy turystami zagranicznymi i krajowymi rzędu 1% na korzyść obcokrajowców.

12. Polacy przyjeżdżający do Małopolski, w odróżnieniu od lat ubiegłych, w roku 2018 najczęściej korzystali z noclegu w pensjonacie 16,9%, nocowali we własnym domku/mieszaniu 15% i korzystali z noclegów w hotelu prawie 15%. Popularnym wśród krajowców był nocleg u rodziny (prawie 11%) i znajomych (prawie 6%). Dużą popularnością cieszyły się wśród mieszkańców Polski noclegi w obiektach agroturystycznych (prawie 9% udziałów). Następnym obiektem noclegowym frekwentowanym przez turystów krajowych okazał się apartament/kwarta prywatna z wynikiem na poziomie ponad 8% udziałów w strukturze zakwaterowania turystów krajowych. Również zakłady uzdrowiskowe uzyskały znaczący odsetek, bo ponad 5% całości struktury.
13. Goście krajowi korzystający z usług hoteli wybierali na nocleg w 2018 r., analogicznie jak w latach poprzednich, szczególnie obiekty trzygwiazdkowe – ponad 53%. Relatywnie dużo osób z Polski szukało zakwaterowania także w hotelach czterogwiazdkowych (ponad 35%). W sumie w 2018 r. przeważająca większość gości hotelowych (88,9%) zakupiła usługi obiektów trzy- i czterogwiazdkowych.
14. Trzeba podkreślić, że również hotele pięciogwiazdkowe uzyskały znaczący udział w recepcji krajowego ruchu turystycznego bo 7,5%. Zmniejszył się odsetek turystów korzystających z zakwaterowania w hotelach dwugwiazdkowych do 3,6% całości struktury miejsc zakwaterowania turystów krajowych. W dobie kryzysu ekonomicznego – uczestnicy ruchu turystycznego w Małopolsce w poprzednich latach częściej wybierali tańsze hotele, ale nie rezygnowali z przyjazdu do regionu, z analizy roku 2018 wynika, że coraz więcej Polaków może sobie pozwolić na wyższą jakość zakwaterowania podczas podróży turystycznych.
15. Najważniejszymi źródłami informacji na temat Małopolski oraz jej atrakcji dla turystów krajowych i zagranicznych jest rodzina (38,9%; 33,40%), znajomi (35,80%; 32,20%), szkoła (33,50%; 20,7%), strony www (22,90%; 23,40%) oraz przewodnicy (18,9%; 16,40%). Turyści krajowi korzystają także z takich źródeł, jak prasa (11,50%), radio (9,60%), tv (14,70%) oraz media społ. (10,40%). Z kolei turyści zagraniczni korzystają także dość często z katalogów biur podróży (15,2%) i folderów (12%) oraz z mediów społecznościowych (12%). Pozostałe źródła takie, jak filmy, targi, aplikacje mobilne, czy inne źródła są wykorzystywane sporadycznie. Dotyczy to zarówno turystów krajowych jak również zagranicznych.
16. Cechą charakterystyczną turystyki XXI wieku jest m.in. to, że zdecydowana większość odwiedzających przygotowuje sobie wyjazd samodzielnie. Tak też było w Małopolsce,

- w 2018, kiedy to ten typ organizacji wizyty zadeklarowało ogółem ponad 70% gości, w tym prawie 73% krajowych i ponad 66% zagranicznych.
17. Warto w tym względzie podkreślić relatywnie dużą rolę rodziny i znajomych (ogółem łącznie obie kategorie 13% (7,2%/4,8%). Dotyczy to tak krajowców jak i obcokrajowców.
 18. Jednak na drugim miejscu w hierarchii ważności organizatorów przyjazdów turystów zagranicznych z udziałem ponad 10% plasują się biura podróży. Znaczącym organizatorem przyjazdów do Małopolski tak krajowców (prawie 4%) jak i obcokrajowców (prawie 5%) jest szkoła. Pozostali organizatorzy mają już zdecydowanie mniejsze znaczenie
 19. Odwiedzający Małopolskę goście z Polski przed przyjazdem do regionu w 2018 r. wydawali średnio na osobę ok. 290 zł na zakup wycieczki/imprezy turystycznej, biletu do teatru, filharmonii, muzeum, na wydarzenie, na termy, basen, spływ Dunajcem itp., rezerwację/zakup noclegu, posiłków w miejscu zakwaterowania itd. W przypadku odwiedzających z zagranicy kwota ta była o 62,59% wyższa.
 20. Sumy wydankowane przed przyjazdem do Małopolski były także zróżnicowane pod względem tego, czy odwiedzający spędzali w regionie tylko kilka, kilkanaście godzin, czy również nocowali. Ci ostatni (tj. turyści) z Polski wydawali ok. 310 zł na osobę, a z zagranicy – o 63,06% więcej. Z kolei krajowi odwiedzający jednodniowi wydawali przed podróżą do regionu 100 zł na osobę, natomiast zagraniczni – ponad dwukrotnie więcej.
 21. Rozpatrując wysokość wydatków przed przyjazdem do Małopolski w zależności od kraju pochodzenia odwiedzających z zagranicy należy stwierdzić, że najczęściej (ok. 1,2 tys. zł na osobę) wydawali goście z Australii i Holandii. Sumy w granicach 900 zł wydankowali odwiedzający z krajów skandynawskich, tj. Norwegii i Szwecji, a ok. 800 zł – z Portugalii i USA. Ponad 500 zł wydawali Francuzi, Belgowie, Kanadyjczycy i Irlandczycy. Najniższe wydatki przed przyjazdem charakterystyczne były dla gości z Austrii, Ukrainy i Rosji – ok. 200 zł na osobę.
 22. Podczas pobytu w Małopolsce w 2018 r. goście krajowi wydawali średnio na osobę prawie 560 zł, natomiast odwiedzający z zagranicy o ponad 2/3 więcej. Największa część tej kwoty (ok. 40%) przeznaczana była na noclegi (380 zł w przypadku Polaków i ok. 620 zł w odniesieniu do cudzoziemców). Na wyżywienie oraz na tzw. inne wydatki (głównie zakupy pamiątek, gadżetów, napojów, artykułów spożywczych, leków, paliwa, a także na parkingi, dyskoteki, imprezy, koncerty, dorożki, gokarty, rowery, skipassy, karnety itd.) wydatkowane były podobne sumy – po ok. 200 zł przez odwiedzających z Polski i po ok. 300 zł przez obcokrajowców. Najmniej odwiedzający Małopolskę w 2018 r. wydawali na lokalny transport i bilety wstępu do atrakcji turystycznych – po ok. 100 zł Polacy i po ok. 120 zł goście zagraniczni.
 23. Kwoty wydatków były zróżnicowane z uwagi na to, czy odwiedzający nocowali w Małopolsce, czy przebywali w regionie tylko kilka, kilkanaście godzin (bez noclegu). Jest kwestią oczywistą, że wydatki tych pierwszych były zdecydowanie wyższe – ponad sześciokrotnie w przypadku odwiedzających z Polski (ok. 650 zł vs ok. 110 zł) i ponad dwukrotnie w segmencie gości zagranicznych (ok. 960 zł vs ok. 420 zł), przy czym w obu grupach wydatki Polaków były niższe (o 48,46% w zbiorowości turystów i niemal trzykrotnie w grupie jednodniowych odwiedzających). Struktura wydatków turystów była bardzo zbliżona do struktury odwiedzających ogółem, – ok. 40% stanowiły wydatki na noclegi (ok. 350 zł w przypadku Polaków i ok. 620 zł – cudzoziemców), po ok. 20% – na wyżywienie oraz na tzw. inne wydatki (odpowiednio ok. 200 zł i ok. 300 zł oraz ok. 150

- zł i ok. 310 zł), i po ok. 10% – na lokalny transport oraz bilety wstępu do atrakcji (odpowiednio ok. 90 zł i ok. 100 zł oraz po ok. 120 zł). Natomiast jednodniowi odwiedzający z Polski najczęściej przeznaczali na wyżywienie oraz tzw. inne wydatki – po ok. 30% (tj. ok. 60 zł), a po ok. 20% – na lokalny transport i bilety wstępu do atrakcji (odpowiednio ok. 30 zł i ok. 40 zł), podczas gdy jednodniowi odwiedzający z zagranicy najwyższe sumy (ok. 50%) ponosili na lokalny transport (ok. 150 zł), a najmniejsze (ok. 10%) – na tzw. inne wydatki (ok. 30 zł).
24. Wydatkowane sumy różniły się także ze względu na kraj pochodzenia odwiedzających z zagranicy. Mianowicie najwyższe kwoty przeznaczali na pobyt w Małopolsce goście z Turcji (prawie 2 tys. zł) i Malty (prawie 1,9 tys. zł). Relatywnie wysokie były też wydatki odwiedzających z Grecji (ponad 1,5 tys. zł), USA (ponad 1,4 tys. zł) i Luksemburga (ponad 1,3 tys. zł). Ponad 1 tys. zł wydatkowali również Norwegowie, Francuzi i Holendrzy. Najniższe sumy odnosiły się do Portugalczyków i Czechów (po ok. 200 zł), a także Białorusinów, Finów, Austriaków i Chorwatów (po ok. 300 zł na osobę).
 25. Porównując kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę w roku 2018 do lat wcześniejszych należy uwzględnić obie grupy wydatków badane w tymże roku, czyli zarówno te ponoszone przed, jak i podczas pobytu w regionie. W konsekwencji wydatki turystów krajowych okazały się o 7,37% wyższe niż rok wcześniej (wynosiły ok. 960 zł), podczas gdy wydatki turystów zagranicznych zwiększyły się tylko nieznacznie, tj. o 1,59% (do poziomu ok. 1470 zł). Odwiedzający jednodniowi z Polski wydatkowali w 2018 r. w relacji do roku poprzedniego o 16,85% wyższe sumy (ok. 210 zł), a z zagranicy – aż o 36,73% (ok. 640 zł). Pomimo tych wzrostów wydawane kwoty nie osiągnęły poziomu z lat 2013 i 2015, a w przypadku turystów zagranicznych także 2016. Tylko wydatki turystów krajowych okazały się w 2018 r. najwyższe w badanym okresie 2013-2018.
 26. W sumie średnio na osobę odwiedzający z Polski wydawał ok. 840 zł, a odwiedzający z zagranicy – ok. 1400 zł.
 27. Szacunkowe wpływy Małopolski (w rozumieniu podmiotów funkcjonujących w regionie, które w ten czy inny sposób obsługiwały uczestników ruchu turystycznego) wyniosły w 2018 r. 14,34 mld zł. Kwota ta okazała się o 6,54% wyższa od tej z roku poprzedniego
 28. Ofertę turystyczną Małopolski odwiedzający region oceniali korzystając z pięciostopniowej skali (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle). Ocenie poddano 22 wybrane elementy składowe produktu turystycznego województwa. Wyniki przedstawione zostały w zestawieniach tabelarycznych w podziale na odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz w rozbiciu z uwzględnieniem kraju pochodzenia.
 29. Opinię odwiedzających o Małopolsce, jako miejscu pobytu i realizacji celu przyjazdu, a także o jej kompleksowej ofercie turystycznej odzwierciedla ocena atrakcji turystycznych regionu, gościnności i życzliwości mieszkańców, co w konsekwencji składa się na specyficzną cechę określaną jako atmosfera miejsca odwiedzanego. W 2018 roku respondenci bardzo wysoko ocenili ten unikatowy element oferty regionu. Atmosfera miejsca odwiedzanego uzyskała ocenę 4,47 i co należy podkreślić, goście zagraniczni i krajowi w tej opinii byli jednomyślni.
 30. Jednak głównym elementem zachęcającym gości do odwiedzania Małopolski są jej, w szerokim rozumieniu tego pojęcia, atrakcje turystyczne. Oceniając ich wartość goście krajowi przyznali ocenę 4,53, a goście zagraniczni 4,55 i w obu przypadkach były to najwyższe średnie oceny ze wszystkich uwzględnionych w badaniach elementów

- oferty turystycznej Małopolski. Można zatem przyjąć, że w strategii promocji regionu koncentracja na wartościach atrakcji turystycznych jest uzasadniona.
31. Istotnym elementem wpływającym na pozytywny obraz destynacji turystycznej jest gościnność mieszkańców, która także została doceniona przez obie grupy odwiedzających (zagraniczni 4,48 - krajowi 4,45) i oceny te należą do jednych z najwyższych w badanym obszarze. Również bardzo wysoko oceniana została życzliwość mieszkańców Małopolski. W tej ocenie goście zagraniczni byli bardziej przychylni niż krajowi. Być może wynika to z wzajemnego pozytywnego nastawienia gospodarzy i gości zagranicznych, a już nie jest to tak jednoznaczne w relacjach z klientami krajowymi (zagraniczni - 4,47 i krajowych - 4,36).
 32. Lokale i usługi gastronomiczne obecnie zalicza się do jednych z głównych atrakcji turystycznych odwiedzanych miejsc i miejscowości. Usługi gastronomiczne Małopolski w opinii gości zagranicznych są na bardzo wysokim poziomie, co odzwierciedliło się w ocenie 4,43. Usługi gastronomiczne spełniały także oczekiwania gości krajowych, którzy równie wysoko, chociaż o kilka punktów procentowych niżej, ocenili ten element oferty regionu przyznając ocenę 4,37. Należy zwrócić uwagę, że przygotowanie oferty gastronomicznej dla wymagającego i zróżnicowanego pod względem potrzeb i możliwości finansowych turysty jest dużym wyzwaniem dla usługodawców.
 33. Baza noclegowa Małopolski, która warunkuje pobyt turystów w regionie, budzi uznanie i satysfakcjonuje turystów, którzy dokonali jej oceny. W 2018 roku turyści zagraniczni przyznali ocenę 4,39, a turyści krajowi 4,33. Należy podkreślić, że ocenie podlegała bardzo zróżnicowana pod względem przeznaczenia i kategorii baza noclegowa - od hoteli 5 gwiazdkowych do obiektów agroturystycznych. Zdecydowanie można stwierdzić, baza noclegowa stanowi mocny punkt oferty turystycznej Małopolski, a jej różnorodność gwarantuje zaspokojenie potrzeb zakwaterowania każdemu segmentowi turystów. W badaniach wyróżniono, że względu na charakter oferty turystycznej regionu, usługi agroturystyczne, które jak możemy zaobserwować zostały bardzo wysoko ocenione przez turystów nie tylko krajowych 4,25, ale co istotne, również przez turystów zagranicznych 4,34. Oferta agroturystyczna Małopolski spełnia oczekiwania gości.
 34. Informacja turystyczna w Małopolsce zdaniem obu badanych grup odwiedzających dobrze wywiązuje się ze swoich zadań. Goście zagraniczni korzystający z usług punktów informacyjnych przyznali ocenę 4,32 i była to ocena bardzo zbliżona do oceny gości krajowych (4,29). Elementem powiązany z informacją turystyczną i ułatwiającym poruszanie się w danym obszarze jest oznakowanie turystyczne. W tej ocenie goście w obu badanych grupach byli jednomyślni i przyznali ocenę 4,12. Pomimo przekroczenia wartości 4 ocena oznakowania turystycznego znajduje się w grupie najniżej ocenianych elementów oferty turystycznej Małopolski.
 35. We współczesnej turystyce ważną rolę w budowaniu pozytywnego obrazu obszarów i miejscowości turystycznych odgrywa szeroko rozumiana rozrywka. W 2018 roku opinia na temat tej formy rozrywki jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby odzwierciedla się w ocenie -4,20 wystawionej przez gości zagranicznych i 4,11 przez gości krajowych. Poziom oceny, generalnie dobry, świadczy jednak o tym, że usługi rozrywkowe wymagają stałego dostosowywania się do rosnących potrzeb turystów i wzrastających wymagań, co do ich poziomu.
 36. Wydarzenia kulturalne, koncerty muzyczne oraz imprezy masowe w znaczący sposób wpływają na ocenę oferty turystycznej regionu i poziom kultury danej destynacji. Jednym z zasadniczych celów tego typu wydarzeń jest zapewnienie rozrywki mieszkańcom oraz przyciągnięcie turystów i zapewnienie im zróżnicowanej rozrywki kulturalnej. Przyznana

- przez gości zagranicznych ocena 4,21- kultura, muzyka i 4,17 – imprezy masowe, a przez gości krajowych 4,18 - kultura, muzyka i 4,16 – imprezy masowe wskazuje, że wydarzenia kulturalne w ofercie Małopolski są przygotowywane i przeprowadzane z wyczuciem oczekiwań odbiorców zarówno krajowych jak i zagranicznych.
37. Odwiedzający Małopolskę korzystają z usług przewodnickich miejskich lub w określonych obszarach z przewodników górskich. Ocena tych usług przyznana przez gości zagranicznych w 2018 r. uzyskała wartości 4,32, co świadczy o zadowoleniu z pracy przewodników, z którymi poznawali miasto lub region. Nieco surowsze spojrzenie na pracę przewodników mieli odwiedzający krajowi przyznając ocenę 4,21. Generalnie jednak grupa zawodowa przewodników jest oceniana bardzo wysoko i deregulacja zawodu przewodnika miejskiego nie uwidoczniła się w średniej ocenie pracy przewodników.
38. Dostępność komunikacyjna do miejsc docelowych w opinii gości zagranicznych nie stanowiła problemu i została dobrze oceniona (4,17). Odmienne jednak zdanie wyrazili goście krajowi, dla których dojazd do miejscowości stanowił pewien problem, co odzwierciedliło się w stosunkowo niskiej ocenie jaką wystawiono tej usłudze 3,77. Różnica w ocenie obu grup może wynikać ze sposobu organizacji dojazdu, czyli zorganizowanego transportu lub samochodu prywatnego w przypadku odwiedzających z zagranicy i częściej wykorzystywanego transportu publicznego w przypadku przyjezdnych krajowych. Ocena transportu lokalnego jaką dokonali odwiedzający krajowi jest zbieżna z oceną dojazdu (3,78). Goście zagraniczni, zdani na transport lokalny odwiedzanego obszaru, również zauważyli pewne niedogodności i przyznali ocenę 4,01 czyli niższą niż w przypadku oceny dojazdu. Należy zwrócić uwagę, że dojazd do miejscowości i transport lokalny należy do najgorzej ocenianych elementów oferty turystycznej Małopolski.
39. Czystość otoczenia w odwiedzanym miejscu jest łatwo obserwowalna, zatem bardzo chętnie oceniana przez odwiedzających. W 2017 roku porządek w Małopolsce obok toalet i transportu uzyskał najniższą wartość. I o ile goście zagraniczni, którzy generalnie przychylniej oceniają całą ofertę regionu, przyznali ocenę powyżej dobrej – 4, 12, to goście krajowi już nie byli tak pobłażliwi i ocenili czystość otoczenia na poziomie 3,89. Bez względu na to jaką ocenę przyznają odwiedzający, to zawsze aktualne pozostaje stwierdzenie, że poziom czystości miast i obszarów musi ulegać stałej poprawie, ponieważ w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie opinii o odwiedzanym regionie.
40. Istotnym miernikiem 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 najgorsze w zestawieniu z pozostałymi elementami oferty turystycznej regionu. Goście zagraniczni ocenili toalety na 3,58, a krajowi na 3,41 i pomimo, że w obu badanych grupach są to oceny powyżej przeciętnej (może być) nie stanowią wizytówki Małopolski.
41. Sieć punktów handlowo-usługowych akceptujących płatności przy użyciu kart płatniczych oraz ilość i lokalizacja bankomatów są oceniane bardzo dobrze. Ze względu na rządowy program „Polska bezgotówkowa” sieć punktów akceptujących płatności kartą rozwija się w dalszym ciągu bardzo dynamicznie i zostało to zauważone przez obie badane grupy. Goście zagraniczni przyznali ocenę 4,37, a goście krajowi 4,25. Zrozumiałe jest jednak, że dostępność bankomatów jest i będzie ograniczana i także zostało to odzwierciedlone w ocenie. Goście zagraniczni ocenili dostępność bankomatów na poziomie 4,17, a krajowi 3,97.

42. Dostęp do Internetu, w ocenie badanych, nie stanowi większego problemu, ale nie w pełni zaspokaja wzrastające potrzeby odwiedzających. W 2018 roku goście krajowi przyznali ocenę 3,97 i ocena ta należy do jednych z gorszych ocen. Goście zagraniczni dostępność Internetu również ocenili stosunkowo nisko przyznając ocenę 4,01. Zastanawiające jest to, że pomimo stałego rozwoju sieci internetowej, duży odsetek badanych określił ten dostęp jako najwyżej przyzwoity (może być). Może to wynikać z faktu, że dostępność sieci internetowej jest traktowana nie jako usługa, ale jako naturalny element infrastruktury odwiedzanego miejsca.
43. Jakość obsługi turystycznej, czyli poziom i zakres świadczeń z jakich korzystają turyści jest pewnym odzwierciedleniem generalnej opinii o ofercie i sposobie jej udostępniania. W takim przypadku obraz obsługi turystycznej Małopolski wypadła bardzo dobrze. Goście krajowi przyznali ocenę 4,33, a goście zagraniczni 4,37. Ocena jakości obsługi turystycznej w regionie jest w pewnym sensie weryfikatorem ocen takich cech jak atmosfera miejsca, życzliwość czy gościnność i obrazuje stosunek mieszkańców do turystów.
44. Opinia gości na temat bezpieczeństwa w miejscu odwiedzanym, co w konsekwencji składa się na ocenę bezpieczeństwa w całej Małopolsce, wypadła bardzo dobrze. Generalnie region jest odbierany jako bezpieczny i w tym roku w ocenie gości krajowych zostało to uwidocznione w wartości 4,19. Goście zagraniczni, zawsze lepiej oceniający bezpieczeństwo, przyznali ocenę 4,32. Wydaje się, że to przeświadczenie i tak dobrą opinię należy wykorzystać w promocji turystycznej Małopolski.
45. W 2018 roku ocena wybranych elementów oferty turystycznej województwa wypadła bardzo dobrze, co świadczy o tym, że przyjęty kierunek rozwoju oferty turystycznej Małopolski jest prawidłowo realizowany.
46. Odwiedzający Małopolskę w 2018 roku mieli możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny niskie, odpowiednie, wysokie.
47. Badania wykazały, 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.
48. W 2018 roku 70,4% turystów krajowych (osób nocujących) i 71,2% zagranicznych zgodnie uznało relację cen w stosunku do oferowanych usług noclegowych w Małopolsce jako odpowiednią. Rozbieżność opinii badanych grup uzyskujemy przy wskazaniach uznających ceny za zbyt wysokie w stosunku do jakości usług. Takie zdanie miało 26,6% gości krajowych, ale tylko 11,4% gości zagranicznych. Również brak zgodności odnotowujemy w opinii, że ceny są niskie, ponieważ tak uważało jedynie 3,3% gości krajowych i aż 17,5% gości zagranicznych.
49. W zakresie cen usług gastronomicznych w stosunku do jakości świadczeń opinię wyraziło prawie 90% wszystkich badanych. W grupie gości krajowych 73,3% uznało relacje cen do jakości świadczonych usług gastronomicznych za odpowiednią, a w grupie gości zagranicznych opinię taką miało 66,7% badanych. Usługi gastronomiczne świadczone w Małopolsce były jednak zbyt drogie dla 23,4% gości krajowych. Goście zagraniczni natomiast tylko w nieznacznym odsetku (8,3%) wyrażali taki sam pogląd, a dla 25% tej grupy badanych ceny w stosunku do jakości usług gastronomicznych były

- niskie. Takiej opinii nie potwierdzili goście krajowi, co odzwierciedliło się w poziomie wskazań - 3,3%. Można zatem odnotować, że oferta gastronomiczna Małopolski jest w znacznej mierze bardzo atrakcyjna dla gości zagranicznych i w znacznym stopniu dostosowana do możliwości finansowych gości krajowych.
50. Atrakcje turystyczne Małopolski, a w szczególności ich odpłatna dostępność jest zdaniem gości krajowych (74,5%) właściwie wyceniona przez gestorów tych atrakcji. Taką opinię wyraziło również 70% gości zagranicznych. Jednak, aż 18,2% badanych gości krajowych uznało, że ceny za dostęp do atrakcji w stosunku do ich oferty są wysokie. Pogląd ten podzielało również 10,6% gości zagranicznych. Uznających, że dostęp do atrakcji był w 2018 roku tani było 7,3% gości krajowych i 19,5% gości zagranicznych.
51. Ocena jakości oferty obiektów muzealnych w Małopolsce w stosunku do cen biletów w grupie gości krajowych w 78,9% została uznana za odpowiednią. Dla 12,3% gości krajowych ceny były wysokie i zestawiając te wyniki z uznającymi ceny atrakcji turystycznych za zbyt wysokie, to może budzić pewne zaniepokojenie i wskazywać, że dostęp do obiektów kultury jest dla znacznej grupy gości krajowych ograniczony. W tej grupie badanych dla 8,8% ceny w stosunku do oferty muzeów są niskie. Zdaniem gości zagranicznych ceny biletów do muzeów są odpowiednie 65,6%, a dla znacznego odsetka tych gości niskie 26,2%. Tylko 8,2% badanych określiło je jako wysokie w stosunku do oferty.
52. Goście, którzy skorzystali i ocenili usługi rozrywkowe (dyskoteki, puby, kluby) w 2018 roku stanowili nieco ponad 30% wszystkich badanych. W grupie gości krajowych 72,2% uznało, że ceny w stosunku do jakości świadczonych usług są odpowiednie. Również, dla znacznej grupy (61,4%) gości zagranicznych ceny usług rozrywkowych były ustalone na właściwym poziomie. W tej grupie jednak prawie 30% uznało, że dostęp do rozrywki w Małopolsce jest tani i ceny w stosunku do oferty są niskie, a odmiennego zdania było 9,5%. Wśród gości krajowych 20,9% uważało natomiast, że ceny są zbyt wysokie, a tylko dla 6,5% były one niskie.
53. Imprezy kulturalne, istotny element oferty turystycznej każdej destynacji, zdaniem gości krajowych, którzy chętnie w nich uczestniczyli, były właściwie wycenione w stosunku do jakości (78,1% wskazań). Tylko 6,5% uważało, że proponowane ceny były niskie w stosunku do oferty, a dla 15,4% relacja cen do jakości nie była dostosowana i uznali ceny za wysokie. W zestawieniu opinii gości krajowych i zagranicznych można zauważyć podobny rozkład wskazań dotyczących ofert szeroko rozumianej kultury i rozrywki. Goście zagraniczni w 68,9% określili ceny jako odpowiednie do oferty, a 22,8% z tej grupy uznało, że dostęp do imprez kulturalnych w Małopolsce jest tani. Niezadowolone, wyrażone uznaniem cen za zbyt wysokie wyraziło 8,2% gości zagranicznych. Należy zwrócić uwagę, że w grupie gości zagranicznych zainteresowanie udziałem w tego typu wydarzeniach jest stosunkowo niewielkie.
54. Kino, teatr i imprezy masowe podobnie jak imprezy kulturalne w 2018 roku, nie stanowiły istotnej formy spędzania czasu w Małopolsce i były stosunkowo rzadko poddawane ocenie zarówno przez gości krajowych jak i zagranicznych. Wyrażający opinię dotyczącą cen w stosunku do jakości oferowanych przez te instytucje usług goście krajowi, w przeważającej większości, uznali za odpowiednie (78,3%). Również rozkład odpowiedzi uznających ceny za zbyt wysokie (15,9%) oraz określających je jako niskie (5,8%) był porównywalny z opinią na temat imprez i usług kulturalnych. W grupie gości zagranicznych pewne odstępstwo w ocenie stanowi 13,4% wielkość wskazań, że ceny biletów do kin i teatrów są wysokie. Pozostałe opinie, to znaczy uznających ceny za

- odpowiednie (69,3%) oraz określających je jako niskie (17,3%) były podobne jak w większości opisywanych elementów oferty turystycznej Małopolski.
55. Baza sportowo-rekreacyjna Małopolski jest wykorzystywana i odwiedzana równie rzadko jak kina, teatry, kluby czy imprezy kulturalne. Również w tym przypadku gościom krajowym odpowiadają ceny jakie są oferowane i taką opinię wyraziło 76,4% badanych. Dla 17,6% ceny były wysokie, a dla 6% niskie. W grupie gości zagranicznych, przy 70,4% uznających ceny za odpowiednie proporcje pozostałych opinii były odwrócone w stosunku do opinii gości krajowych tj. dla 21% było tanio, a dla 8% drogo.
 56. Ważnym elementem promocji regionu są usługi przewodników turystycznych. Opinię gości krajowych na temat cen za usługi przewodnickie w stosunku do ich jakości odzwierciedla 77,5% wskazań, że ceny tych usług są odpowiednio ustalone. Podobne zdanie ma 71,2% gości zagranicznych. Uznających ceny za wysokie w stosunku do usług jakie oferują przewodnicy było 14,8% gości krajowych i 10,3% gości zagranicznych. Znaczne rozbieżności w obu badanych grupach pojawiają się przy wskazaniach, że usługi te są tanie – 7,8% goście krajowi, - 17,3% goście zagraniczni.
 57. Ceny usług transportu umożliwiającego dotarcie do Małopolski jak i umożliwiającego poruszanie się na jej obszarze były chętnie poddawane ocenie zarówno goście krajowych i zagranicznych. W opinii na temat relacja cen w stosunku do jakości oferowanych usług transportowych nie zauważamy jednak takich prawidłowości jak w opisywanych w raporcie elementach oferty turystycznej regionu. Goście krajowi w 75,3% uznali, że ceny były odpowiednie w stosunku do usług, a różnica pomiędzy respondentami uznającymi ceny za wysokie (14,8%) i uznającymi je za niskie (10,1%) nie była znacząca. Zdecydowanie odmienne zdanie mieli goście zagraniczni, dla których w 59,1% ceny były odpowiednie, ale aż dla 34,5% były niskie w stosunku do otrzymanej usługi i tylko dla 6,4% usługi te były zbyt wysoko wycenione przez firmy transportowe w stosunku do oferowanej jakości.
 58. Opinia gości krajowych na temat usług agroturystycznych oraz ich wyceny była w 82,8% zgodna i uznająca te relacje za odpowiednie. Jednak dla 11% gości krajowych szeroka i zróżnicowana cenowo oferta agroturystyczna uznawana jest za wysoką. Pozostała część klientów (7,3%) uznała, że usługi są tanie. Goście zagraniczni, którzy poddali ocenie ten rodzaj usług i ich cenę, zważywszy na to, że dla tej grupy badanych pobyt w obiektach agroturystycznych nie jest określany jako istotny cel pobytu w Małopolsce, uznali stosunek cen do jakości usług jako odpowiedni (70,2%). Ceny dla 5,8% gości zagranicznych były zbyt wysokie, ale dla 24,1% z tej grupy gości były niskie w stosunku do zakresu oferty.
 59. Poddając analizie opinie na temat cen poszczególnych usług w stosunku do poziomu świadczeń, należy podkreślić, że w 2018 roku dominowała opinia, że ceny są odpowiednie do jakości świadczonych usług. Można zauważyć, że ceny usług, które są aprobowane przez gości zagranicznych nie uzyskują pełnej aprobaty wśród gości krajowych. W grupie gości krajowych porównywalny odsetek w każdym ocenianym elemencie oferty turystycznej Małopolski uważa, że ceny nie są dostosowane do poziomu oferty i są za wysokie. Wyniki wskazują jednoznacznie, że oferta turystyczna Małopolski jest ustabilizowana, a poszczególne usługi są właściwie wycenione.
 60. Dokonując analizy dostępności transportowej Małopolski zgodnie z przeprowadzonymi badaniami ruchu turystycznego w Małopolsce w 2018 r., należy zauważyć, iż przyjeżdżający do Małopolski w celach turystycznych korzystali w przeważającej większości z usług transportu drogowego. I tak, najczęściej wykorzystywanym przez turystów środkiem transportu drogowego był odpowiednio: samochód -58,2% oraz

autokar turystyczny – 9,1%, co łącznie stanowiło wartość 67,3% z ogólnej liczby turystów odwiedzających Małopolskę w roku 2018. Do tego dodać należy jeszcze komunikację autobusową linii regularnych 8,4% i mikrobusy linii regularnych 2,2% co w sumie dało prawie 78% udziałów w strukturze środków transportu drogowego ogółem (77,9%) Z usług transportu lotniczego skorzystało blisko 12% (11,6%) wszystkich odwiedzających Małopolskę. Natomiast ze środka transportu, jakim jest kolej, skorzystało 8,7% z ogólnej liczby turystów odwiedzających Małopolskę.

61. W celu dokładniejszego odzwierciedlenia stopnia wykorzystania różnych środków transportu przez odwiedzających Małopolskę dokonano podziału odwiedzających na turystów krajowych i zagranicznych. I tak, w 2018 najczęściej wykorzystywanym rodzajem transportu przez turystów krajowych odwiedzających Małopolskę był transport drogowy, natomiast dla turystów zagranicznych dominujące znaczenie odgrywał transport lotniczy. Turyści krajowi preferowali jako główny środek transportu samochód – 66,8%, kolejnym istotnym środkiem transportu w przyjazdach do Krakowa był autobus - 20,0%. natomiast równie ważnym środkiem transportu był pociąg - 9,9%. Natomiast z usług transportu lotniczego skorzystało zaledwie 1,6% turystów krajowych.
62. Dokonując analizy wykorzystania środków transportu przez turystów zagranicznych, można stwierdzić, iż preferowanym środkiem transportu podobnie jak w poprzednich badanych okresach jest samolot. Charakteryzuje się on stałą tendencją wzrostową od wielu lat kształtuje się na poziomie ponad połowę całości udziałów w strukturze procentowej, wykorzystanych przez obcokrajowców środków transportu. W analizowanym okresie roku 2018 z usług transportu lotniczego skorzystało 51,9% badanych obcokrajowców, co wskazuje na niewielki, ale stale rosnący trend w stosunku do lat poprzednich. Kolejnymi istotnymi środkami transportu były: samochód 23,2% i autobus, albowiem z tego typu przewozu skorzystało 20,2% cudzoziemców oraz pociąg 4,0%.
63. Dokonując analizy wykorzystywanych środków transportu, należy podkreślić istotne znaczenie transportu lotniczego, zwłaszcza dla turystów zagranicznych w analizowanych okresach, natomiast dla turystów krajowych ważnym środkiem transportu pozostaje samochód.
64. Wybór miejsc podróży w obrębie Małopolski osób odwiedzających województwo w 2018 roku nie odbiega od wskazań lat ubiegłych; pierwsze miejsce zajmuje chęć wyjazdu na zwiedzanie Krakowa ponad ¼ wskazań (26,3%), Zakopanego ponad 11% wskazań ogółem, kolejno na trzecim miejscu plasuje się Trasa Turystyczna Kopalni Soli w Wieliczce a na czwartym wyjazd, by zwiedzić „Były Niemiecki Nazistowski Obóz Koncentracyjny i Zagłady Auschwitz Birkenau”. Następnymi stałymi punktami w województwie, które odwiedzają turyści docierający Małopolski to Niedzica/Czorsztyn (prawie 6%), Szczawnica/Krościenko nad Dunajcem (5,7%), Ojcowski Park Narodowy (5,6%), Krynica Zdrój (4,1%). Do tego dochodzą Tatry 4,0%, Wadowice z wynikiem 3,6% i Pieniny 2,7%. Atrakcje te stanowią łącznie 84,30% struktury wskazań miejsc odwiedzanych przez turystów ogółem.
65. Jedna czwarta respondentów zadeklarowała, że mieszka w Małopolsce. Turyści krajowi jedynie w 10% zasygnalizowali, że byli po raz pierwszy w Małopolsce, podobnie 10% badanych zasygnalizowało dwukrotny przyjazd do naszego województwa, częstych bywańców Małopolski oszacowano na ponad 31% całości strumienia krajowego ruchu turystycznego.
66. Odwrotnie sytuacja ma się z turystami zagranicznymi. Ponad 60% (62%) pojawiło się w Małopolsce w 2018 roku po raz pierwszy. Natomiast zdublowało swój pobyt

- w województwie małopolskim 14% respondentów zagranicznych. Spośród obcokrajowców prawie 13% osób zadeklarowało, że wielokrotnie odwiedziło Małopolskę.
67. Ponad 85% odwiedzających Małopolskę w 2018 r. zamierza ponownie do niej przyjechać, z tego prawie połowa (57%) jest tego pewna. Tylko ok. 2,4% nie ma zamiaru przybyć tu ponownie (z tego tylko 0,5% respondentów jest tego pewien)
68. Wśród gości krajowych odsetek deklarujących zamiar rewizyty był w 2018 r. większy niż w grupie obcokrajowców (w sumie 91% vs 65%). Odwiedzający zagraniczni przeważali natomiast wśród tych, którzy nie byli pewni oraz wskazywali na nie (w sumie odpowiednio prawie 29% vs prawie 8% oraz niecałe 7% vs ponad 1%).
69. Satysfakcję i lojalność odwiedzających Małopolskę w 2018 r. zbadano również w oparciu o wskaźnik NPS (*Net Promoter Score*). Respondentom zadano mianowicie pytanie o to, jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą oni Małopolskę swoim znajomym. Odpowiedzi goście udzielali za pomocą 11-stopniowej skali, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnej lojalności i zadowoleniu z pobytu w mieście. Okazało się, że liczba wskazań rosła wraz ze skalą – nieliczni zaznaczyli brak chęci polecenia miasta znajomym, a najwyższą wartość w tym względzie zadeklarowało prawie 48% ankietowanych.
70. Poziom obaw i strachu osób odwiedzających Małopolskę w 2018r. zbadano w oparciu o autorski (nowo opracowany) wskaźnik NFS (ang. *Net Fear Score*). 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.
71. Nawet bardzo restrykcyjne zderzenie jedynie dwóch „bezlękowych” stanów (0-1) do ośmiu pozostałych stanów ukazujących odcienie lęku i obaw **pozwała wystawić Małopolsce najwyższą (Ogółem 70,4%, Kraj 74,8%, Zagranica 52,7%) markową ocenę bezpieczeństwa destynacji**, bo nadaną przez turystów w chwili planowania podróży i zweryfikowaną osobiście podczas pobytu w województwie oceną bezpieczeństwa w skali 1-5 na poziomie ogólnym bardzo wysoką oceną średnią **4,22**, krajowców oceną **4,19** a obcokrajowców oceną **4,32**.

RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

Numer 8/2018

Małopolska Organizacja Turystyczna

Rynek Kleparski 4/13

31-150 Kraków

Kolegium Redakcyjne

Przewodniczący:

dr Krzysztof Borkowski PhDr. *red. nauk.*

Członkowie:

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

dr hab. Lucyna Rotter

mgr Leszek Mazanek

dr Ewa Grabińska

dr Bożena Alejziak

mgr Jan Wieczorkowski

mgr Leszek Zegzda

mgr Andrzej Gut – Mostowy

mgr Paweł Mierniczak

mgr Piotr Łężniak

Sekretarz:

mgr Katarzyna Halz

Konsultant graficzny:

mgr Jakub Borkowski

mgr Kinga Synowska

Recenzenci naukowci:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

dr hab. Krzysztof Kaganek

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