



BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W 2014 ROKU

RAPORT KOŃCOWY ZA ROK 2014

Gdańsk 2014

Zamawiający:



Województwo Małopolskie
reprezentowane przez
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
ul. Basztowa 22
31-156 Kraków

Wykonawca:



EU-Consult Sp. z o.o.
ul. Wały Piastowskie 1
80-855 Gdańsk

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI.....	3
1. WPROWADZENIE.....	4
2. METODOLOGIA ORAZ OPIS TECHNICZNY BADANIA	5
2.1. INFORMACJE METODOLOGICZNE	5
2.2. NARZĘDZIE BADAWCZE	7
2.3. DOBÓR PRÓBY	8
2.4. REALIZACJA BADANIA	8
3. OSZACOWANIE POZIOMU RUCHU TURYSTYCZNEGO ORAZ WYDATKÓW PONOSZONYCH PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ	12
3.1. POZIOM RUCHU TURYSTYCZNEGO	12
3.2. WYDATKI GOŚCI I TURYSTÓW PONOSZONE W MAŁOPOLSCE	18
4. PROFIL SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE.....	22
4.1. PŁEĆ.....	22
4.2. WIEK.....	22
4.3. POZIOM WYKSZTAŁCENIA	23
4.4. STAN CYWILNY	25
4.5. STATUS FINANSOWY	26
4.6. RODZAJ I WIELKOŚĆ MIEJSCA ZAMIESZKANIA.....	26
4.7. STATUS ZAWODOWY	28
4.8. ZWIĄZEK ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH Z POLSKĄ.....	30
5. CHARAKTERYSTYKA TURYSTÓW I GOŚCI ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE.....	34
5.1. POCHODZENIE OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ.....	34
5.2. CEL PODRÓŻY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ.....	39
5.3. FORMA ZAKWATEROWANIA	47
5.4. DŁUGOŚĆ I CZĘSTOTLIWOŚĆ POBYTU W MAŁOPOLSCE	50
5.5. ORGANIZACJA WIZYTY W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM.....	54
5.6. ŚRODEK TRANSPORTU ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE	57
5.7. ŹRÓDŁA INFORMACJI O MAŁOPOLSCE	60
6. OCENA ATRAKCYJNOŚCI REGIONU I JAKOŚCI USŁUG TURYSTYCZNYCH W MAŁOPOLSCE.....	63
6.1. NAJCZĘŚCIEJ ODWIEDZANE MIEJSCOWOŚCI ORAZ ATRAKCJE TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO	63
6.2. OCENA JAKOŚCI OFERTY TURYSTYCZNEJ WOJ. MAŁOPOLSKIEGO	66
6.3. POZIOM ZADOWOLENIA Z POBYTU W MAŁOPOLSCE, ATUTY I MANKAMENTY REGIONU.....	71
7. CHARAKTERYSTYKA NAJWAŻNIEJSZYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH. PROFILE NARODOWE.....	79
8. PODSUMOWANIE.....	85
SPIS WYKRESÓW	90
SPIS TABEL	93

1. WPROWADZENIE

Badanie ruchu turystycznego w roku 2014 zostało przeprowadzone przez firmę EU-Consult Sp. z o.o. z Gdańska na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. Niniejszy raport zawiera prezentację wyników badania przeprowadzonego w dwóch etapach, tj. w sezonie zimowym (I kwartał) oraz w sezonie letnim (III kwartał) 2014 roku.

Monitoring ruchu turystycznego w województwie małopolskim prowadzony jest systematycznie od 2003 roku. Celami corocznych badań realizowanych wśród osób odwiedzających Małopolskę są:

- Oszacowanie liczby gości odwiedzających województwo małopolskie na przestrzeni lat objętych badaniem i określenie trendów w tym zakresie,
- Oszacowanie liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie na przestrzeni lat objętych badaniem i określenie trendów w tym zakresie,
- Określenie struktury i dynamiki ruchu turystycznego w województwie małopolskim na przestrzeni lat objętych badaniem,
- Określenie szacunkowych wydatków gości oraz turystów odwiedzających województwo małopolskie na przestrzeni lat objętych badaniem,
- Zidentyfikowanie charakterystyki turystów oraz gości (krajowych i zagranicznych) odwiedzających województwo małopolskie,
- Stworzenie rankingu najpopularniejszych i najczęściej odwiedzanych atrakcji oraz produktów turystycznych w województwie małopolskim,
- Ocena jakości oferty turystycznej województwa małopolskiego,
- Określenie charakterystyki rynków zagranicznych istotnych w ruchu turystycznym przyjazdowym do województwa małopolskiego.

2. METODOLOGIA ORAZ OPIS TECHNICZNY BADANIA

2.1. INFORMACJE METODOLOGICZNE

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce w 2014 roku zostało zaprojektowane oraz przeprowadzone zgodnie z zapisami zawartymi w „Szczegółowym opisie badania”. W zrealizowanym badaniu zastosowano dwie metody/techniki badawcze:

- analizę danych zastanych (desk research),
- kwestionariuszowe wywiady bezpośrednie.

Celem badania techniką desk research było pozyskanie informacji niezbędnych dla potrzeb oszacowania liczby gości i turystów odwiedzających województwo małopolskie oraz określenie struktury i dynamiki ruchu turystycznego na tym obszarze. W ramach prowadzonej analizy wykorzystano następujące źródła informacji:

- dane Głównego Urzędu Statystycznego,
- dane instytucji zajmujących się monitoringiem ruchu turystycznego w Polsce,
- raporty z badań ruchu turystycznego w województwie małopolskim w latach 2003-2013.

Główną metodą pozyskiwania danych w ramach badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim były wywiady bezpośrednie, polegające na rozmowie ankietera z respondentem w oparciu o narzędzie badawcze w postaci kwestionariusza wywiadu. Wywiady bezpośrednie prowadzone były z turystami oraz gośćmi z Polski.

W celu wyeliminowania błędów, mogących wynikać z barier językowych, w przypadku turystów oraz gości zagranicznych zastąpiono kwestionariusz wywiadu - kwestionariuszem ankiety, dostępnym w sześciu wersjach językowych. W takich przypadkach, ankieta była wypełniana przez respondentów osobiście, pod nadzorem ankietera.

Podczas badania ruchu turystycznego na obszarze Małopolski uwzględniano opinie zarówno osób odwiedzających województwo małopolskie przez okres krótszy niż jeden dzień (goście), jak i spędzających na jego terenie przynajmniej jedną noc (turyści). Dodatkowo, oprócz kryterium długości pobytu na terenie województwa małopolskiego zastosowano podział respondentów według kraju, którego są rezydentami, uzyskując dwie kategorie: osoby z Polski oraz osoby z zagranicy. Z połączenia obu kryteriów powstał podział na 4 kategorie respondentów: gości krajowych, gości zagranicznych, turystów krajowych i turystów zagranicznych.

Tabela 1 Kategorie respondentów i kryteria ich wyodrębnienia.

	Pobyt jednodniowy (bez noclegu)	Pobyt z przynajmniej jednym noclegiem
Osoby rezydujące w Polsce	GOŚĆ KRAJOWY	TURYSTA KRAJOWY
Osoby rezydujące za granicą	GOŚĆ ZAGRANICZNY	TURYSTA ZAGRANICZNY

Zródło: Opracowanie własne

Dla potrzeb badania przyjęto definicje pojęć, w oparciu o terminologię wypracowaną przez Światową Organizację Turystyczną – UNWTO:

- **Rezydent** – mieszkaniec kraju; daną osobę uważa się za rezydenta-mieszkańca jakiegoś kraju, jeśli osoba ta mieszkała w tym kraju przynajmniej przez większą część ostatnich 12 miesięcy.
- **Odwiedzający** – osoba czasowo przebywająca poza miejscem stałego zamieszkania lub pracy, nie dłużej niż 12 miesięcy;
 - Odwiedzający zagraniczny (osoba czasowo przebywająca poza krajem stałego zamieszkania lub pracy, nie dłużej niż 12 miesięcy):
 - Odwiedzający krajowy (osoba czasowo przybywająca na terenie kraju, którego jest rezydentem).
- **Turysta** – osoba czasowo przebywająca poza miejscem stałego zamieszkania lub pracy, nie dłużej niż 12 miesięcy, która zatrzymuje się co najmniej na jedną noc w danej lokalizacji podczas takiej podróży.
 - Turysta zagraniczny – osoba czasowo przybywająca na terenie kraju, którego nie jest rezydentem, spędzająca co najmniej jedną noc na terenie tego kraju.
 - Turysta krajowy – osoba czasowo przybywająca na terenie kraju/regionu kraju, którego jest rezydentem, spędzająca co najmniej jedną noc w lokalizacji poza miejscem swojego zamieszkania.
- **Goście zagraniczni** – osoby czasowo przybywające na terenie kraju, którego nie są rezydentami, spędzający na terenie tego kraj jeden dzień, bez noclegu (w wypadku gości Małopolski – spędzających na terenie regionu jeden dzień, bez noclegu).
- **Goście krajowi** – osoby czasowo przebywające na terenie kraju/regionu kraju, którego są rezydentami, spędzające w danej lokalizacji (nie będącej miejscem zamieszkania) jeden dzień, bez noclegu.

Dla badania prowadzonego w 2014 roku sformułowano osiem szczegółowych celów badawczych:

- 1) Określenie szacunkowej liczby gości odwiedzających województwo małopolskie.
- 2) Określenie szacunkowej liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie.
- 3) Określenie szacunkowych wydatków gości odwiedzających Małopolskę.
- 4) Określenie charakterystyki turysty krajowego i zagranicznego odwiedzającego województwo małopolskie, ze szczególnym uwzględnieniem:
 - profilu i struktury turystów odwiedzających województwo małopolskie,
 - celu przyjazdu turysty krajowego i zagranicznego,
 - formy zakwaterowania,
 - długości pobytu,
 - średnich kwot wydatkowanych przez turystę krajowego i zagranicznego,
 - źródła informacji o województwie małopolskim.
- 5) Stworzenie rankingu najczęściej odwiedzanych miejscowości i obiektów/atrakcji turystycznych w województwie małopolskim, w ujęciu turysty krajowego i zagranicznego.
- 6) Dokonanie wielowymiarowej oceny jakości oferty turystycznej województwa małopolskiego na podstawie opinii turystów krajowych i zagranicznych, odnoszonych do następujących elementów tej oferty:
 - atrakcje turystyczne,
 - baza noclegowa,
 - baza gastronomiczna,
 - jakość obsługi turystycznej, w tym usług przewodnickich,
 - bezpieczeństwo,
 - dojazd,
 - informacja turystyczna,
 - atmosfera, życzliwość, gościnność,
 - stosunek ceny do jakości świadczonych usług turystycznych.
- 7) Określenie charakterystyki rynków zagranicznych istotnych w ruchu turystycznym przyjazdowym do województwa małopolskiego.
- 8) Określenie stopnia zadowolenia gości/turystów z pobytu w Małopolsce.

2.2. NARZĘDZIE BADAWCZE

Dla potrzeb realizacji badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim, skonstruowano narzędzia badawcze, pozwalające uzyskać odpowiedzi na kluczowe pytania postawione na etapie konceptualizacji. Skonstruowane zostały trzy typy kwestionariuszy przeznaczonych dla czterech kategorii respondentów:

- Kwestionariusz nr 1 → przeznaczony dla turystów krajowych,
- Kwestionariusz nr 2 → przeznaczony dla turystów zagranicznych,
- Kwestionariusz nr 3 → przeznaczony dla gości krajowych oraz zagranicznych.

Narzędzie wykorzystywane było jako kwestionariusz wywiadu – w przypadku respondentów będących rezydentami krajowymi, natomiast w przypadku respondentów będących rezydentami zagranicznymi narzędzie stosowano jako kwestionariusz ankiety – dając respondentowi możliwość samodzielnego udzielania odpowiedzi w wybranym przez niego języku (kwestionariusz w wersji angielskiej, niemieckiej, francuskiej, rosyjskiej, hiszpańskiej i włoskiej).

Na końcu każdego kwestionariusza wywiadu/ankiety zamieszczono tzw. „metryczkę”, która pozwalała na uzyskanie informacji niezbędnych dla określenia profilu osób odwiedzających Małopolskę. Metryczka zawierała pytania dotyczące cech demograficznych respondentów, takich jak: płeć, wiek, status zawodowy, wykonywany zawód, miejsce zamieszkania, status finansowy, stan cywilny oraz wykształcenie. W przypadku obcokrajowców pytano także o posiadanie rodziny w Polsce oraz posiadanie polskich przodków.

2.3. DOBÓR PRÓBY

W realizowanym badaniu zastosowano dobór warstwowo-losowy. Warunkiem udziału w badaniu było zamieszkiwanie/praca/nauka w miejscowości innej niż miejsce poboru próby (dobór warstwowy). Z uwagi na ilościowy charakter badania, dążono do zapewnienia próbie badawczej reprezentatywności, dlatego respondenci dobierani byli według stałej częstotliwości; do udziału w badaniu zapraszano co dwudziestego odwiedzającego daną lokalizację, bez względu na jego narodowość (dobór losowy).

2.4. REALIZACJA BADANIA

Pomiary prowadzono w dwóch etapach:

- I etap – badanie w I kwartale 2014 roku realizowane w 16 lokalizacjach, będących atrakcjami turystycznymi województwa małopolskiego, które wskazał uprzednio Zamawiający. Pomiar ruchu turystycznego w I kwartale 2014 roku prowadzono w następujących terminach:
 - dni robocze: 14 lutego, 21 lutego, 28 lutego 2014 r.,
 - dni weekendowe: 16 lutego, 23 lutego, 1 marca 2014 r.
- II etap – badanie w III kwartale 2014 roku realizowane w 25 lokalizacjach będących atrakcjami turystycznymi województwa małopolskiego. Pomiar ruchu turystycznego w III kwartale 2014 roku prowadzono w następujących terminach:
 - dni robocze: 11 sierpnia, 14 sierpnia, 19 sierpnia 2014 r.,
 - dni weekendowe: 17 sierpnia 2014 r.

Czynności badawcze wykonywano w godzinach od 9:00 do 19:00 przez trzy dni robocze oraz trzy dni weekendowe w I kwartale oraz jeden dzień weekendowy w III kwartale.

Tabela 2 Lokalizacje, w których dokonano poboru próby w 2014 roku.

Badanie w I kwartale 2014 roku	
1.	Kraków – Rynek – Sukiennice
2.	Kraków – Wawel
3.	Oświęcim – Muzeum Pamięci Auschwitz Birkenau / rynek / zamek
4.	Wieliczka – Kopalnia soli
5.	Kalwaria Zebrzydowska – sanktuarium
6.	Wadowice – dom rodzinny Jana Pawła II / rynek
7.	Zakopane – Krupówki
8.	Zakopane – Kasprowy Wierch
9.	Bukowina Tatrzańska – baseny geotermalne / wyciągi narciarskie
10.	Białka Tatrzańska – ośrodek Bania / baseny geotermalne / wyciągi narciarskie
11.	Szczawnica – stacja narciarska Palenica/pijalnia wód
12.	Wierchomla
13.	Krynica Zdrój – stacja narciarska Jaworzyna Krynicka/deptak
14.	Zawoja – wyciągi narciarskie
15.	Rytro – Ośrodek Narciarski Ryterski Raj
16.	Kluszkowce – stacja narciarska Czorsztyn Ski
Badanie w III kwartale 2014 roku	
1.	Kraków – Rynek – Sukiennice/ punkt Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej (MSIT), ul. Powiśle 11
2.	Kraków – Sanktuarium w Łagiewnikach
3.	Ojców - wejście do Ojcowskiego Parku Narodowego/Pieskowa Skała
4.	Oświęcim – Muzeum Pamięci Auschwitz Birkenau/ rynek/zamek/ punkt MSIT, ul. St. Leszczyńskiej 1
5.	Wieliczka – Kopalnia Soli
6.	Bochnia – Kopalnia Soli
7.	Kalwaria Zebrzydowska – sanktuarium
8.	Wadowice – dom rodzinny Jana Pawła II/ rynek/punkt MSIT, ul. Kościelna 4
9.	Zakopane – Krupówki
10.	Zakopane – Wejście do TPN/punkt MSIT, ul. Kościeliska 7/Gubałówka

11.	Tarnów – rynek przy centrum Informacji turystycznej/punkt MSIT, Rynek 7
12.	Sucha Beskidzka – zamek/karczma Rzym
13.	Zawoja – wyjście na szlaki
14.	Rabka Zdrój – pijalnia wód/park zdrojowy/punkt MSIT, ul. Parkowa 2
15.	Sromowce – początek spływu po Dunajcu/Szczawnica koniec spływu
16.	Szczawnica – pijalnia wód/Palenica
17.	Bukowina Tatrzańska – baseny geotermalne/wyciągi narciarskie
18.	Białka Tatrzańska - ośrodek Bania/baseny geotermalne/wyciągi narciarskie/ punkt MSIT, ul. Środkowa 16
19.	Nowy Sącz – rynek/Sądecki Park Etnograficzny
20.	Krynica- Zdrój – pijalnia wód/deptak/punkt MSIT, ul. Zdrojowa 4/2
21.	Krynica- Zdrój – Jaworzyna Krynicka, kolej gondolowa
22.	Park Miniatur w Inwałdzie
23.	Dinozatorland w Zatorze
24.	Nowy Targ – Plac targowy/Rynek
25.	Muszyzna – Uzdrowisko/Rynek

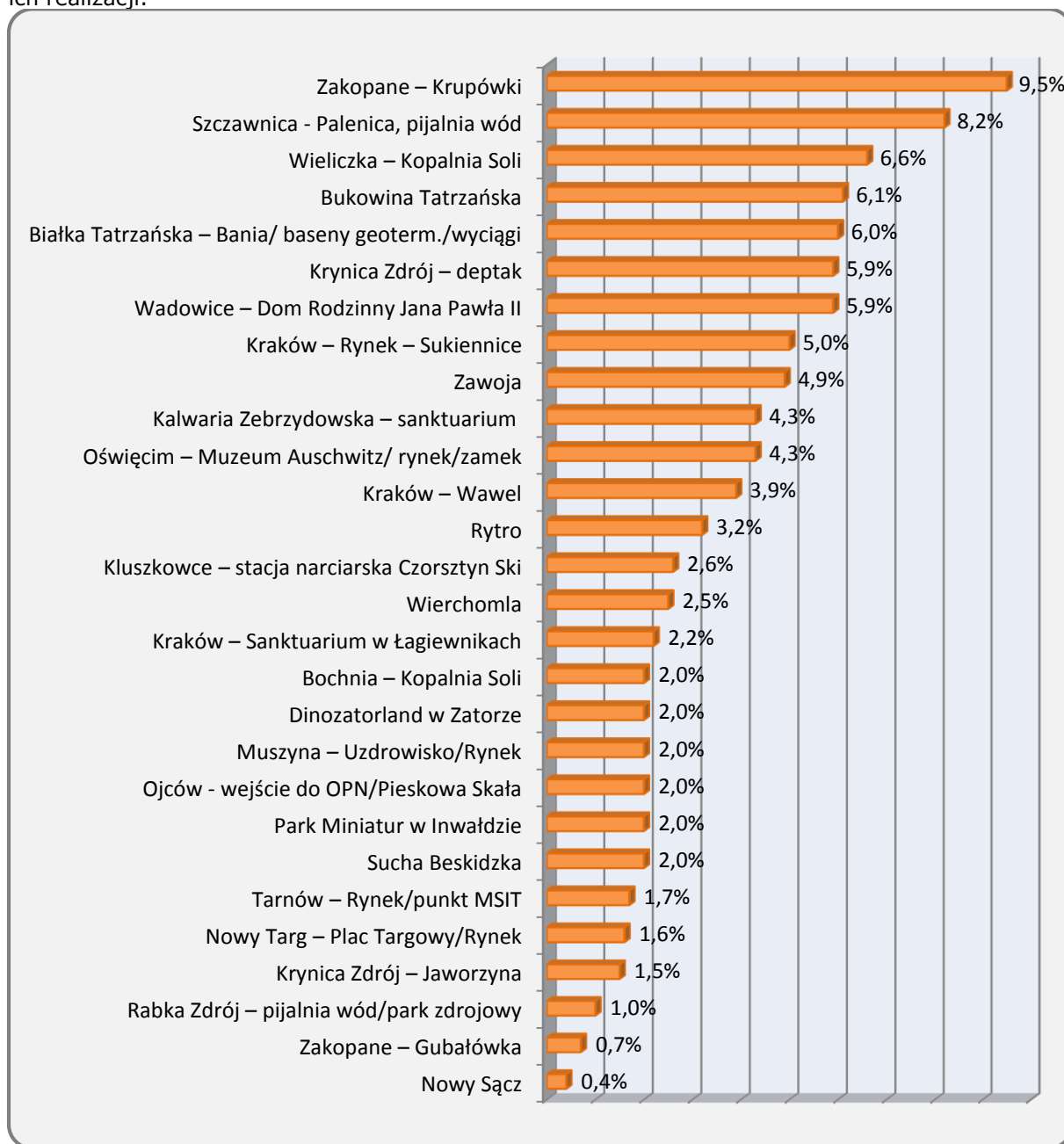
Źródło: Opracowanie własne

Największy odsetek ankiet został zrealizowany w stolicy województwa małopolskiego. Osoby odwiedzające krakowski Rynek, Sukiennice, Wawel oraz Sanktuarium w Łagiewnikach stanowiły łącznie 11,1% respondentów. Niewiele mniejszy odsetek respondentów ankietowany był w Zakopanym (10,2% Krupówki i Gubałówka). Licznie reprezentowani są także wypoczywający w Szczawnicy (8,2%), Bukowinie Tatrzańskiej (6,1%), Białce Tatrzańskiej (6,0%) i Krynicy (7,4% deptak i Jaworzyna Krynicka) a także odwiedzający Kopalnię Soli w Wieliczce (6,6%) oraz Dom Rodzinny Jana Pawła II w Wadowicach (5,9%). Szczegółowy rozkład lokalizacji ze względu na liczbę zrealizowanych ankiet prezentuje wykres nr 1.

Podczas realizacji badania ruchu turystycznego w 2014 roku zrealizowano łącznie 6006 wywiadów kwestionariuszowych, z czego 3007 wywiadów z osobami odwiedzającymi Małopolskę w I kwartale oraz 2999 wywiadów w III kwartale.

W ogólnej liczbie respondentów, rezydenci zagraniczni stanowią 8,2% ogółu respondentów. Reprezentacja rezydentów zagranicznych jest nieznacznie wyższa wśród turystów (8,6%) niż wśród gości (7,0%). Wśród ogółu uczestników badania 72% stanowili turyści, a pozostałe 28% to goście. Proporcje te są bardzo zbliżone wśród odwiedzających krajowych i zagranicznych, gdyż turyści stanowią 71,7% wśród odwiedzających krajowych, a 76,1 % wśród odwiedzających zagranicznych.

Wykres 1 Rozkład wywiadów kwestionariuszowych przeprowadzonych w 2014r., wg miejsca ich realizacji.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

3. OSZACOWANIE POZIOMU RUCHU TURYSTYCZNEGO ORAZ WYDATKÓW PONOSZONYCH PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

3.1. POZIOM RUCHU TURYSTYCZNEGO

Na potrzeby oszacowania poziomu ruchu turystycznego oraz poziomu wydatków ponoszonych przez odwiedzających województwo małopolskie w 2014 roku, przeprowadzono analizę desk research obejmującą dane instytucji zajmujących się zbieraniem danych statystycznych oraz wyniki badań poziomu ruchu turystycznego z lat 2003-2012.

Podczas szacowania poziomu ruchu turystycznego wykorzystano:

- dane Głównego Urzędu Statystycznego (Bank Danych Lokalnych),
- statystyki dotyczące liczby odwiedzających wybrane atrakcje turystyczne województwa małopolskiego pozyskane od podmiotów prowadzących,
- dane dotyczące poziomu ruchu turystycznego na lotnisku w Balicach,
- raport z badania ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2012 (Małopolska Organizacja Turystyczna),
- oszacowania liczby odwiedzających (krajowych, zagranicznych i ogółem) na podstawie wyników badań ruchu turystycznego zrealizowanych w latach 2009-2013 przez:
 - Małopolską Organizację Turystyczną (2009),
 - PBS (2010),
 - Instytut Turystyki (2011),
 - EU-Consult (2012, 2013).

Jednym z podstawowych źródeł informacji są bazy Banku Danych Lokalnych GUS zawierające dane dotyczące liczby turystów, którzy skorzystali z usług obiektów noclegowych w województwie małopolskim. Dla potrzeb szacowania uwzględniono dane za lata 2009-2014.¹ Dane szacowane dla roku 2013 okazały się dość adekwatne do rzeczywistości. Szacowano liczbę nocujących na poziomie 3,6 mln, a rzeczywista liczba wg danych GUS wyniosła 3,57 mln osób korzystających z bazy noclegowej. Dane te zostały zaktualizowane w poniższym zestawieniu.

W momencie opracowywania niniejszego raportu dostępne były sprawozdania GUS dotyczące turystów nocujących na terenie Małopolski za okres od początku stycznia do końca lipca 2014 roku. Pokazują one, iż z noclegów skorzystało łącznie 2 099 349 turystów, z czego 669 510 (31,9%) to turyści zagraniczni. W ostatnich latach (2009-2013) odsetek turystów korzystających z noclegów na terenie Małopolski w okresie od stycznia do końca lipca był bardzo stabilny i wynosił od 55,4% do 57,7% liczby turystów

¹ Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl

nocujących w ciągu całego roku. Przyjmując średnią wartość 56,5%, szacować można, iż w roku 2014 z noclegów na terenie Małopolski skorzystało ponad 3,7 mln turystów, w tym prawie 1,2 mln to turyści z zagranicy (32%).

Tabela 3 Liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych w województwie małopolskim.

Kategoria odwiedzających	Liczba turystów (w tys.)					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (szacunek)
TURYŚCI KRAJOWI	1911	1977	2192	2398	2387	2531
TURYŚCI ZAGRANICZNI	810	896	943	1072	1181	1184
TURYŚCI OGÓLEM	2 721	2 873	3 135	3 470	3 568	3715
ZMIANA W STOSUNKU DO ROKU POPRZEDZAJĄCEGO	-	+5,6%	+9,1%	+10,7%	+2,8%	+4,1%

Źródło: Dane Głównego Urzędu Statystycznego (Bank Danych Lokalnych)

Liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych na terenie Małopolski rośnie od 2009 roku, a największy wzrost odnotowano w tym zakresie w roku 2012. Szacowane dane dla roku 2014 pozwalają twierdzić, iż tendencja wzrostowa utrzymuje się nadal. Dynamika tego wzrostu jest mniejsza niż w latach 2011-2012, jednak przyrost liczby turystów nocujących w Małopolsce, szacowany dla bieżącego roku, jest wyższy niż w roku ubiegłym i wynosi 4,1%. Za zwiększenie tej liczby odpowiadają w znacznie większym stopniu turyści krajowi (+6% w stosunku do roku 2013) niż zagraniczni (+0,3% w stosunku do roku 2013).

Uwzględniając te dane podczas szacowania ogólnej liczby turystów należy wziąć pod uwagę fakt, iż w roku 2014 nie odnotowano spadku odsetka turystów, którzy korzystają z noclegów u znajomych i rodziny, a w przypadku turystów zagranicznych odsetek ten nawet wzrósł, co oznacza, iż przyrost liczby osób korzystających z bazy noclegowej nie jest efektem zmiany formy zakwaterowania wybieranej przez turystów (z noclegów u osób prywatnych na bazę noclegową), ale faktycznego zwiększenia liczby nocujących.

Również statystyki obrazujące ruch pasażerski na lotnisku w Balicach dają podstawy do twierdzeń o rosnącym ruchu turystycznym w Małopolsce. We wszystkich miesiącach, dla których w momencie opracowywania niniejszego raportu dostępne były dane obrazujące poziom ruchu pasażerskiego (tj. od stycznia do września 2014 roku włącznie) widoczny jest wzrost ruchu pasażerskiego w stosunku do roku 2013. Jest to szczególnie istotne, jeśli uwzględnimy fakt, iż również w roku 2013 odnotowano wzrost liczby pasażerów w stosunku do roku 2012, a rok 2012 był z kolei rekordowy w stosunku do lat ubiegłych.² Pamiętać jednak należy, iż lotnisko pełni także ważną funkcję w transporcie

² Statystyki miesięczne dla roku 2014, dostęp na www.krakowairport.pl

międzyregionalnym, będąc węzłem przesiadkowym w podróżach zagranicznych lub punktem docelowym dla podróżnych zmierzających do innych województw. Tym samym liczby dotyczące poziomu ruchu turystycznego nie przekładają się wprost na szacowaną liczbę odwiedzających region.

W oparciu o posiadane informacje szacować można, iż liczba turystów w województwie małopolskim wzrosła w roku 2014 o 4,2% w stosunku do roku poprzedniego, co daje 9 mln 790 tysięcy odwiedzających spędzających na obszarze Małopolski co najmniej jedną noc.

Liczba turystów odwiedzających Kraków również systematycznie wzrasta, jednak przyrost ten jest niższy niż w ujęciu ogólnowojejewódzkim. Jest to zapewne konsekwencja zwiększającego się potencjału atrakcji turystycznych leżących poza stolicą województwa, które z coraz większą siłą przyciągają odwiedzających, co przekłada się na większą dywersyfikację ruchu turystycznego w skali całego województwa. Przy zachowaniu stabilnego (i wysokiego) poziomu ruchu turystycznego w Krakowie, za wzrost liczby turystów w regionie odpowiadają w większym stopniu inne lokalizacje, przypuszczać można, iż szczególną rolę odgrywają tu tereny podgórskie i górskie. Szacuje się, iż przyrost liczby turystów w Krakowie wynosi 2,9%, co daje liczbę co najmniej 6,7 mln osób spędzających minimum jedną noc w stolicy regionu. Uwzględniając wyniki badań ruchu turystycznego koncentrujące się wyłącznie na stolicy regionu³, istnieją podstawy by sądzić, iż poziom ruchu turystycznego w Krakowie może być wyższy niż wskazywałyby na to wyniki badań ogólnowojejewódzkich i może przekraczać poziom 7,5 mln osób.

Tabela 4 Oszacowanie liczby turystów w województwie małopolskim w latach 2009-2014.

Kategoria odwiedzających	Liczba turystów (w tys.)						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	zmiana 2014/2013
MAŁOPOLSKA							
TURYŚCI KRAJOWI	6 385	6 400	6 600	6 710	6 850	7200	+5,1
TURYŚCI ZAGRANICZNI	2 155	2 300	2 370	2 400	2 540	2590	+2,0
TURYŚCI OGÓŁEM	8 540	8 700	8 970	9 110	9 390	9790	+4,2
KRAKÓW							
TURYŚCI KRAJOWI	3 900	4 000	4 130	4 150	4 170	4250	+1,9
TURYŚCI ZAGRANICZNI	1 950	2 200	2 220	2 250	2 340	2450	+4,7
TURYŚCI OGÓŁEM	5 850	6 200	6 350	6 400	6 510	6700	+2,9

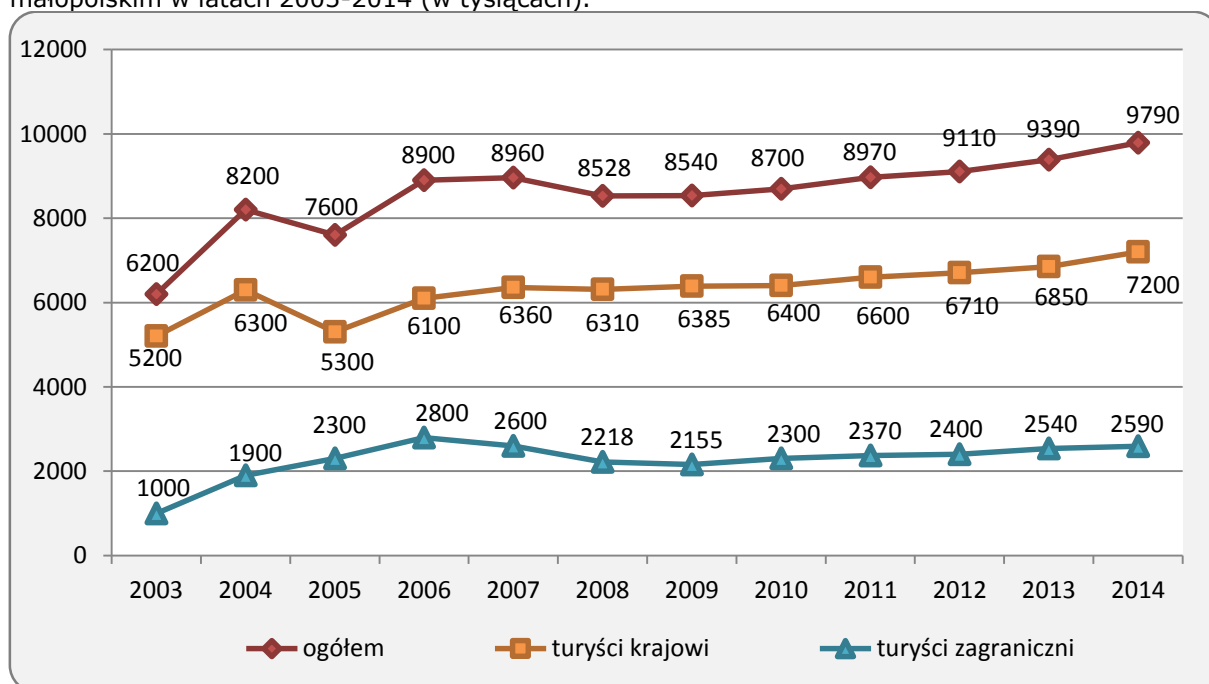
Źródło: Dane z badań ruchu turystycznego Małopolski z lat 2009-2013 oraz oszacowania na 2014 rok.

³ Badanie: „Ruch turystyczny w Krakowie w 2014 roku” realizowane przez Małopolską Organizację Turystyczną

Zauważyć należy, iż za przyrost liczby turystów w Małopolsce w stosunku do roku 2013 w większej mierze odpowiada wzrost liczby turystów krajowych (+5,1%) niż zagranicznych (+2,0%), a więc odwrotnie niż w poprzednim okresie badawczym. W przypadku turystów odwiedzających stolicę regionu, utrzymuje się natomiast tendencja do większego przyrostu liczby turystów zagranicznych niż krajowych.

Tendencje w zakresie zmiany poziomu ruchu turystycznego na przestrzeni wszystkich lat, w których realizowane były badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim, tj. w latach 2003-2014, obrazuje wykres nr 2. Widoczne są dwa okresy zniżkowe w dynamice ruchu turystycznego: rok 2005 (znaczący spadek) oraz rok 2008 (niewielki spadek). Od roku 2009 widoczny jest delikatny, ale systematyczny, wzrost liczby turystów odwiedzających Małopolskę, zarówno w kategorii turystów krajowych jak i turystów zagranicznych.

Wykres 2 Dynamika zmian ruchu turystów krajowych i zagranicznych w województwie małopolskim w latach 2003-2014 (w tysiącach).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego Małopolski z lat 2003-2009 (uwzględniających korektę MOT dokonaną w roku 2009), raportów z lat 2010-2013 oraz oszacowania Wykonawcy na 2014 rok.

W przypadku ogólnej liczby osób odwiedzających Małopolskę następuje delikatny wzrost w stosunku do roku ubiegłego na poziomie 3,9%. Jest on nieznacznie wyższy wśród odwiedzających krajowych, co jest konsekwencją znacznie większego udziału rezydentów krajowych wśród ogółu gości odwiedzających region. Podczas uwzględnienia obu kategorii odwiedzających (gości i turystów) dysproporcje w szacowanych zmianach poziomu ruchu turystycznego są znacznie mniejsze niż w przypadku samych turystów.

Dynamika zmian wśród ogółu odwiedzających (+3,9), jest nieznacznie niższa niż wśród turystów (+4,2%). Szacuje się dla roku 2014 ruch odwiedzających na poziomie ponad 13,1 mln odwiedzających, w tym co najmniej 8,7 mln to osoby, które podczas swojej wizyty odwiedzą Kraków.

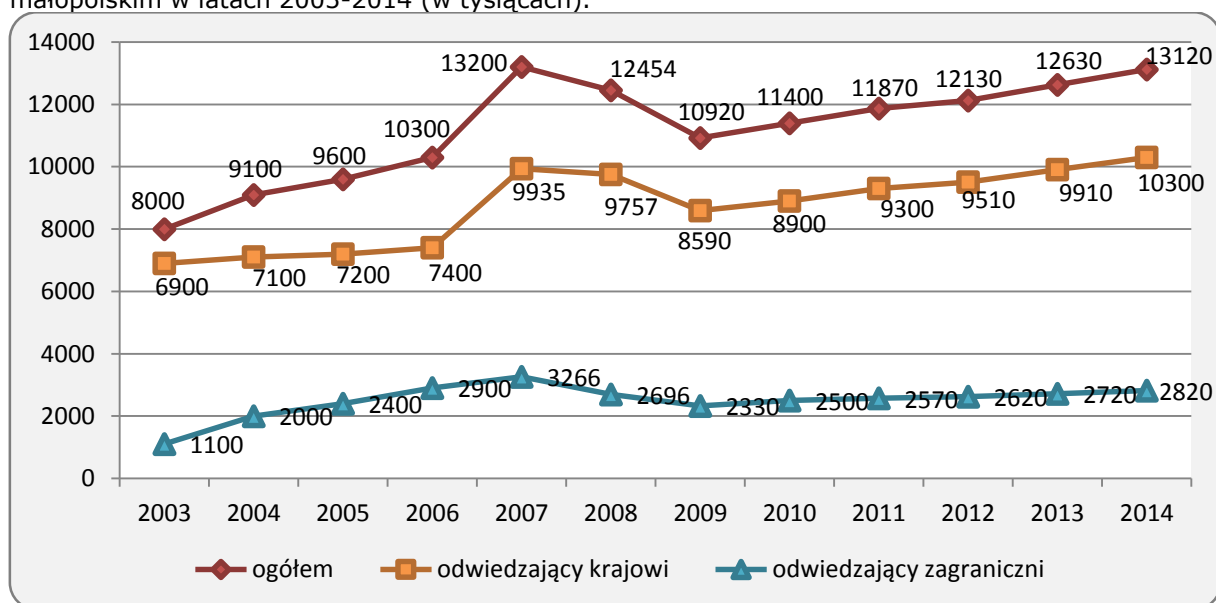
Tabela 5 Oszacowanie liczby odwiedzających województwo małopolskie w latach 2009-2014.

Kategoria odwiedzających	Liczba odwiedzających (w tys.)						zmiana 2014/2013
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
MAŁOPOLSKA							
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	8 590	8 900	9 300	9 510	9 910	10300	+3,9
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI	2 330	2 500	2 570	2 620	2 720	2820	+3,7
ODWIEDZAJĄCY OGÓŁEM	10 920	11 400	11 870	12 130	12 630	13120	+3,9
KRAKÓW							
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI	5 200	5 400	5 730	5 850	6 010	6220	+3,5
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI	2 100	2 200	2 320	2 375	2 425	2480	+2,3
ODWIEDZAJĄCY OGÓŁEM	7 300	7 700	8 050	8 225	8 435	8700	+3,2

Źródło: Dane z badań ruchu turystycznego Małopolski z lat 2007-2013 oraz oszacowania na 2014 rok.

Zmiany w dynamice ruchu odwiedzających województwo małopolskie na przestrzeni lat 2003 – 2014 obrazuje wykres nr 3. Uwidacznia on systematyczny i dość równomierny wzrost liczby odwiedzających od roku 2009, na który istotniejszy wpływ ma zwiększenie dynamiki ruchu odwiedzających krajowych niż zagranicznych.

Wykres 3 Dynamika zmian ruchu odwiedzających krajowych i zagranicznych w województwie małopolskim w latach 2003-2014 (w tysiącach).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z badań ruchu turystycznego Małopolski z lat 2002-2013 oraz oszacowania Wykonawcy na 2014 rok.

Aby lepiej ocenić skalę ruchu turystycznego w województwie małopolskim warto dokonać jej porównania z ruchem turystycznym w innych regionach Polski. Ze względu na fakt, iż większość województw nie prowadzi szeroko zakrojonych badań dotyczących ruchu turystycznego, najkorzystniejsze wydaje się posiłkowanie się danymi Głównego Urzędu Statystycznego odnoszącymi się do liczby osób nocujących w obiektach turystycznych na obszarze poszczególnych województw kraju. W momencie opracowywania niniejszego raportu dostępne były dane za okres od początku stycznia do końca lipca 2014 roku - dla celów porównawczych okres ten należy uznać za wystarczający. Analiza danych wykazała, iż województwo małopolskie plasuje się na drugiej pozycji w kraju pod względem liczby turystów korzystających z noclegów, jednak strata do województwa mazowieckiego jest bardzo niewielka (0,6%). Co więcej, w przypadku liczby nocujących turystów zagranicznych, Małopolska plasuje się na miejscu pierwszym. Charakterystyczne jest, iż województwo małopolskie wraz z województwem mazowieckim skupiają na swoim obszarze niemal 1/3 całego ruchu turystycznego Polski, a w przypadku turystów zagranicznych wskaźnik ten przekracza 43%. Dane dotyczące bazy noclegowej odnoszą się wyłącznie do turystów, jednak uwzględniając fakt, iż turyści stanowią stosunkowo stały odsetek ogółu odwiedzających, uzasadnione jest twierdzenie, iż Małopolska wraz z Mazowszem to najczęściej odwiedzane regiony Polski.

Tabela 6 Odsetek turystów korzystających z noclegów w obiektach turystycznych na terenie poszczególnych województw Polski w latach 2013-2014.

Lp.	Województwo	Odsetek turystów korzystających z noclegów			
		2013		2014	
		ogółem	turyści zagraniczni	ogółem	turyści zagraniczni
1.	MAZOWIECKIE	15,5%	21,6%	15,5%	21,4%
2.	MAŁOPOLSKIE	15,3%	22,6%	14,9%	21,9%
3.	DOLNOŚLĄSKIE	9,6%	9,1%	9,5%	9,4%
4.	ZACHODNIOPOMORSKIE	9,0%	9,5%	9,1%	9,5%
5.	POMORSKIE	8,5%	7,2%	8,9%	7,8%
6.	ŚLĄSKIE	7,8%	5,8%	7,9%	5,8%
7.	WIELKOPOLSKIE	6,8%	4,7%	7,0%	4,9%
8.	ŁÓDZKIE	4,8%	2,8%	4,7%	3,2%
9.	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	4,4%	3,3%	4,5%	3,4%
10.	KUJAWSKO-POMORSKIE	3,7%	1,7%	3,7%	1,6%
11.	PODKARPACKIE	3,2%	1,8%	3,4%	1,9%
12.	LUBELSKIE	3,0%	2,1%	3,1%	2,1%
13.	LUBUSKIE	2,7%	3,5%	2,4%	3,1%
14.	PODLASKIE	2,6%	3,1%	2,4%	2,9%
15.	ŚWIĘTOKRZYSKIE	2,0%	0,5%	1,9%	0,5%
16.	OPOLSKIE	1,1%	0,6%	1,2%	0,6%

Zródło: Wyczenia własne na podstawie Banku Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl

3.2. WYDATKI GOŚCI I TURYSTÓW PONOSZONE W MAŁOPOLSCE

Oszacowania wydatków gości oraz turystów przybywających na obszar województwa małopolskiego w 2014 roku dokonano na podstawie wyników badania realizowanego za pomocą wywiadów kwestionariuszowych. Dzięki informacjom udzielonym przez respondentów oszacowano średnie wydatki osób odwiedzających województwo małopolskie w podziale na 4 kategorie respondentów. Obliczono średnie kwoty, jakie wydatkują podczas pobytu w Małopolsce przedstawiciele poszczególnych kategorii respondentów. Wyniki dokonanych obliczeń przedstawiono w tabeli nr 7. Zaznaczyć należy, iż łączna kwota wydatków dla każdej z kategorii nie jest sumą kwot na poszczególne typy wydatków, ze względu na fakt, iż część respondentów nie podała kwot szczegółowych, a jedynie łączną sumę wydatków. W wyliczeniu łącznej kwoty wykorzystano więc większą liczbę danych niż przy wyliczeniach kwot szczegółowych, stąd rozbieżność w prezentowanych wartościach.

Tabela 7 Średnie wydatki przypadające na jednego odwiedzającego województwo małopolskie.

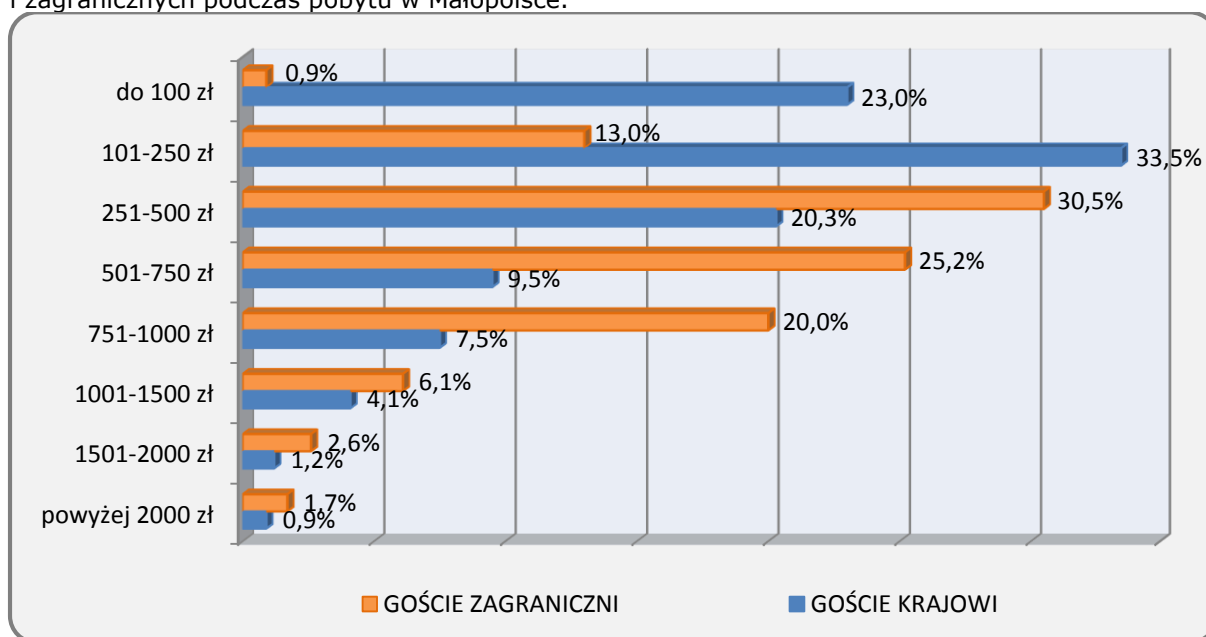
	WYDATKI W PLN (ZŁ)						ŁĄCZNIE
	NOCLEG	GASTRONOMIA	KOMUNIKACJA / TRANSPORT	BILETY WSTĘPU	DOJAZD	INNE WYDATKI	
TURYŚCI KRAJOWI	276	191	56	113	170	158	838
TURYŚCI ZAGRANICZNI	461	325	122	178	516	306	1470
GOŚCIE KRAJOWI	-	108	65	66	133	111	380
GOŚCIE ZAGRANICZNI	-	130	132	88	290	175	690

Źródło: Wyliczenia na podstawie badania kwestionariuszowego przeprowadzonego w I i III kwartale 2014 r.

Dane dotyczące poziomu wydatków osób odwiedzających województwo małopolskie w 2014 roku pokazują iż odwiedzający zagraniczni wydają podczas wizyt w Małopolsce kwoty niemal dwukrotnie wyższe niż odwiedzający z Polski (przeciętne wydatki odwiedzającego krajowego stanowią 56% wydatków odwiedzającego z zagranicy). W porównaniu do lat poprzednich widoczne jest jednak zmniejszenie różnicy pomiędzy wydatkami odwiedzających krajowych i zagranicznych: w porównaniu do roku 2013 poziom wydatków odwiedzających krajowych uległ zwiększeniu (+13,5%), a w przypadku odwiedzających zagranicznych - poziom wydatków spadł (-12%).

Ponad 3/4 gości krajowych deklaruje wydatki nie przekraczające 500 zł (trzy pierwsze przedziały na wykresie nr 4), jednocześnie 3/4 gości zagranicznych deklarowało wydatki mieszczące się między 251 a 1000 zł. We wszystkich przedziałach kwotowych przekraczających 250 zł wyższy jest udział gości zagranicznych.

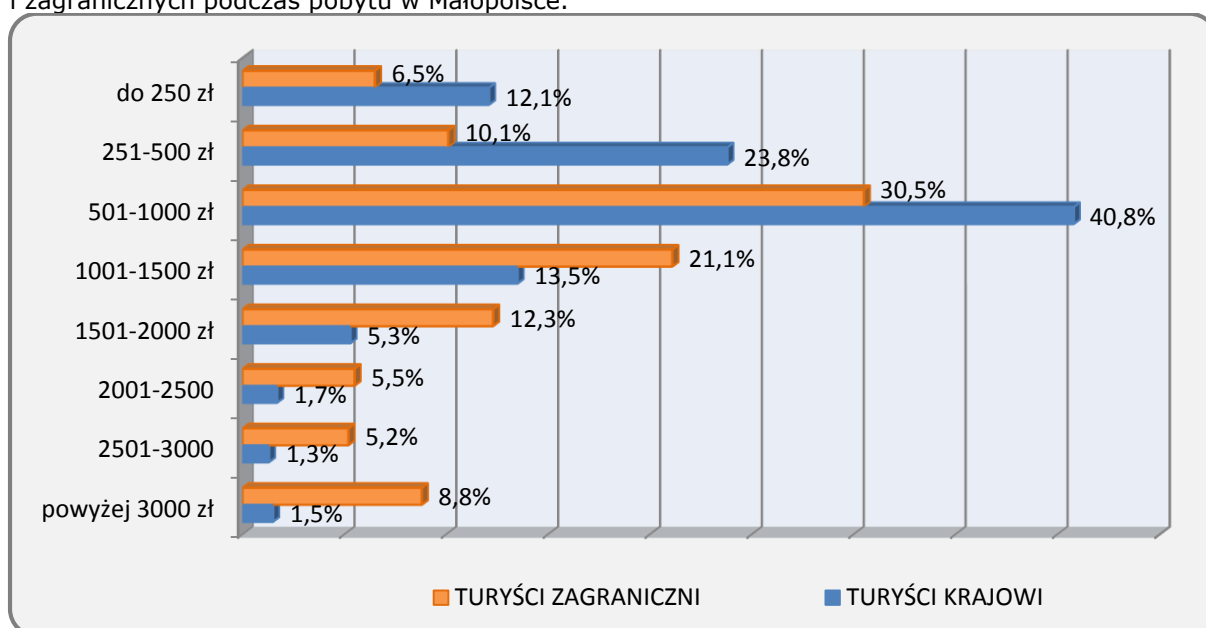
Wykres 4 Poziom deklarowanych wydatków ponoszonych przez gości krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Małopolsce.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Ponad $\frac{3}{4}$ turystów krajowych deklarowało wydatki mieszczące się w trzech pierwszych przedziałach kwotowych, tj. nie przekraczające 1000 zł, przy czym najczęściej wskazywany był przedział od 501 do 1000 zł. We wszystkich kolejnych przedziałach kwotowych wyższe odsetki odnoszą się do wydatków turystów zagranicznych, a różnice są tym większe im wyższy jest poziom wydatków (wydatki powyżej 3000 zł na osobę deklaruje 1,5% turystów krajowych i 8,8% turystów zagranicznych).

Wykres 5 Poziom deklarowanych wydatków ponoszonych przez turystów krajowych i zagranicznych podczas pobytu w Małopolsce.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

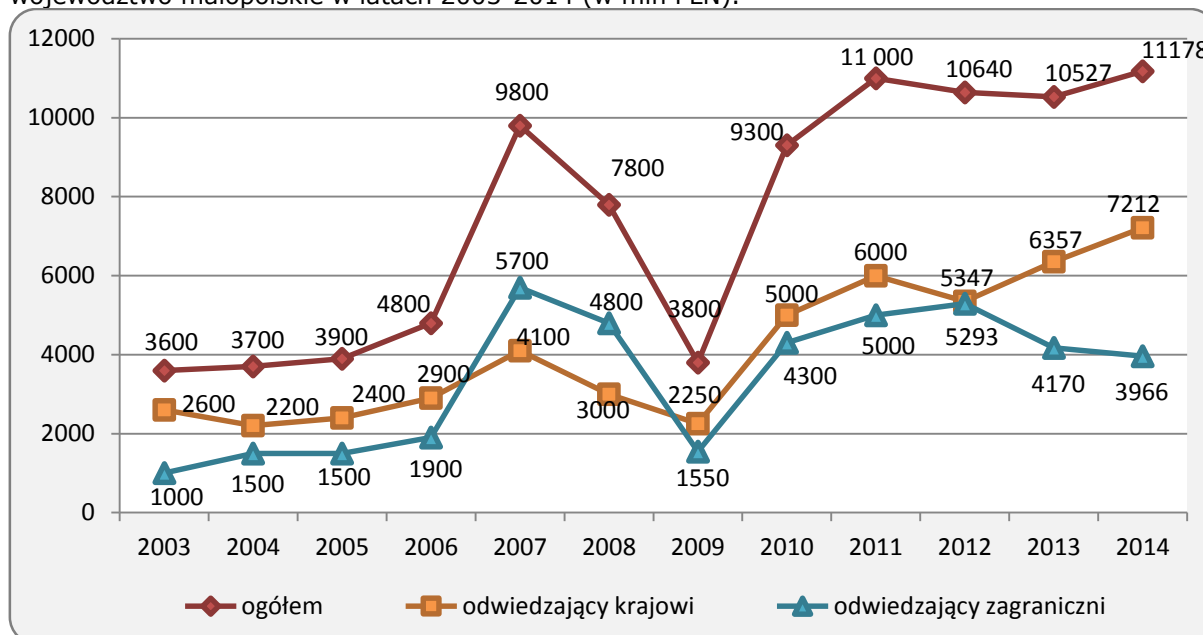
Na podstawie średnich kwot wydatkowanych przez poszczególne kategorie respondentów oraz proporcji ich udziału w ogólnej liczbie odwiedzających Małopolskę, dokonano oszacowania poziomu wydatków poniesionych przez gości i turystów przebywających w województwie małopolskim w 2014 roku. Zgodnie z szacunkami goście i turyści w roku 2014 wydali na obszarze województwa małopolskiego prawie 11,2 miliarda złotych, co jest kwotą o 6,2% wyższą niż kwota szacowana dla roku 2013. Wynika to z odnotowanego wzrostu średniego poziomu wydatków odwiedzających krajowych, którzy stanowią coraz większy odsetek ogółu odwiedzających Małopolskę. Uzyskane wyniki obliczeń i szacunków zaprezentowano w tabeli nr 8.

Tabela 8 Oszacowanie poziomu wydatków ponoszonych przez odwiedzających województwo małopolskie w 2014 roku.

	WYDATKI W MILIONACH PLN						ŁĄCZNIE
	NOCLEG	GASTRO-NOMIA	KOMUNIKACJA / TRANSPORT	BILETY WSTĘPU	DOJAZD	INNE WYDATKI	
TURYŚCI KRAJOWI	1 987,2	1 375,2	403,2	813,6	1224	1 137,6	6 033,6
TURYŚCI ZAGRANICZNI	1 194	841,8	316	461	1 336,4	792,5	3 807,3
GOŚCIE KRAJOWI	-	334,8	201,5	204,6	412,3	344,1	1 178
GOŚCIE ZAGRANICZNI	-	29,9	30,4	20,2	66,7	40,3	158,7
ŁĄCZNIE	3 181,2	2 581,7	951,1	1 499,4	3 039,4	2 314,5	11 177,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z badań ruchu turystycznego Małopolski z lat 2002-2013 oraz oszacowania Wykonawcy na 2014 rok.

Wykres 6 Dynamika zmian w zakresie wydatków ponoszonych przez osoby odwiedzające województwo małopolskie w latach 2003-2014 (w mln PLN).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z badań ruchu turystycznego Małopolski z lat 2002-2013 oraz oszacowania Wykonawcy na 2014 rok.

Raporty z lat 2010 i 2011 nie zawierają danych dotyczących poziomu wydatków z podziałem na odwiedzających krajowych i zagranicznych, stąd wartości te zostały przyjęte umownie, jako odsetek wartości ogólnej, zgodnie z proporcjami stwierdzonymi w roku 2009 i 2012.

W zakresie szacowanego poziomu wydatków osób odwiedzających Małopolskę, w perspektywie długofalowej widoczne są znacznie większe wahania w porównaniu ze zmianami liczby odwiedzających. Należy zwrócić uwagę na kilka kluczowych momentów:

- w roku 2006 rozpoczął się gwałtowny wzrost poziomu wydatków odwiedzających województwo małopolskie, niewspółmierny do przyrostu liczby odwiedzających (co oznacza, że wzrosła nie tylko liczba ponoszących wydatki, ale także średni poziom tych wydatków),
- wzrost poziomu wydatków w latach 2006-2007 spowodowany był głównie przez zwiększenie kwot wydawanych przez odwiedzających zagranicznych. Oznacza to, że goście i turyści spoza Polski - stanowiący mniejszość wśród ogółu odwiedzających - wydawali łącznie kwoty wyższe niż liczniejsi odwiedzający krajowi,
- w roku 2009 odnotowano znaczący spadek wydatków ponoszonych przez gości i turystów odwiedzających Małopolskę, co wiązać można z kryzysem gospodarczym. Jako, że kryzys dotknął silniej Stany Zjednoczone oraz kraje Europy Północnej i Zachodniej niż Polskę, spadek wydatków był znacznie większy wśród odwiedzających zagranicznych,
- w latach 2010 - 2011 wydatki rosły bardzo szybko, jednak trend ten został zatrzymany w roku 2012, kiedy to nastąpił niewielki spadek szacowanego poziomu wydatków ponoszonych w Małopolsce przez odwiedzających. Spadek ten spowodowany jest zmniejszeniem przeciętnego poziomu wydatków odwiedzających zagranicznych.
- Od 2012 roku rosną wydatki odwiedzających krajowych a maleją wydatki ponoszone przez odwiedzających zagranicznych, co oznacza, że dysproporcje w średnim poziomie wydatków odwiedzających z kraju i z zagranicy uległy zmniejszeniu.
- W 2014 roku, po dwóch latach tendencji spadkowej, szacuje się ponowny wzrost poziomu wydatków o 6,2% w stosunku do roku 2013, a więc do poziomu niemal 11,2 mld złotych.

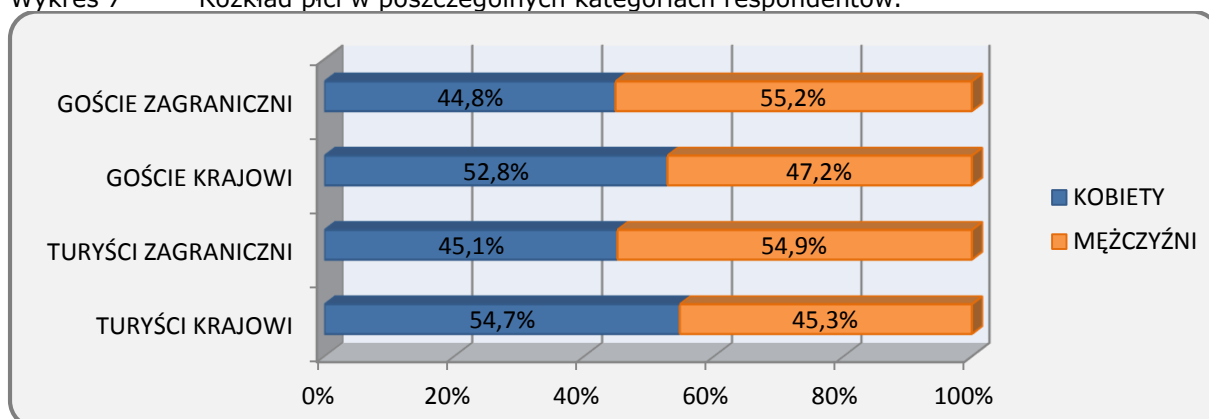
4. PROFIL SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Dane uzyskane w trakcie badania kwestionariuszowego, dzięki pytaniom o charakterze metryczkowym, pozwalają opisać profil osób odwiedzających Małopolskę w 2014 roku. Charakterystyki respondentów dokonano w oparciu o takie zmienne społeczno-demograficzne jak: płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy, wykonywany zawód, stan cywilny oraz sytuacja finansowa. Wszystkie dane zaprezentowano w podziale na 4 kategorie respondentów. W przypadku odwiedzających, będących rezydentami zagranicznymi, przedstawiono także informacje dotyczące ich związków z Polską: posiadania w Polsce rodziny lub posiadania polskiego pochodzenia. Dodatkowo, dane te zostały wykorzystane do stworzenia profilu rezydentów zagranicznych odwiedzających Małopolskę – ich charakterystyka zamieszczona została w rozdziale 7 niniejszego raportu.

4.1. PŁEĆ

Proporcja pomiędzy liczbą kobiet i liczbą mężczyzn odwiedzających województwo małopolskie jest stosunkowo wyrównana i oscyluje wokół 50%, jednak pewne zróżnicowanie uwidoczni się w przypadku uwzględnienia podziału na odwiedzających krajowych i zagranicznych. W przypadku gości oraz turystów polskich nieznacznie przeważają kobiety (52,8% i 54,7%), natomiast w przypadku odwiedzających zagranicznych dominują mężczyźni, stanowiąc 55,2% gości oraz 54,9% turystów.

Wykres 7 Rozkład płci w poszczególnych kategoriach respondentów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

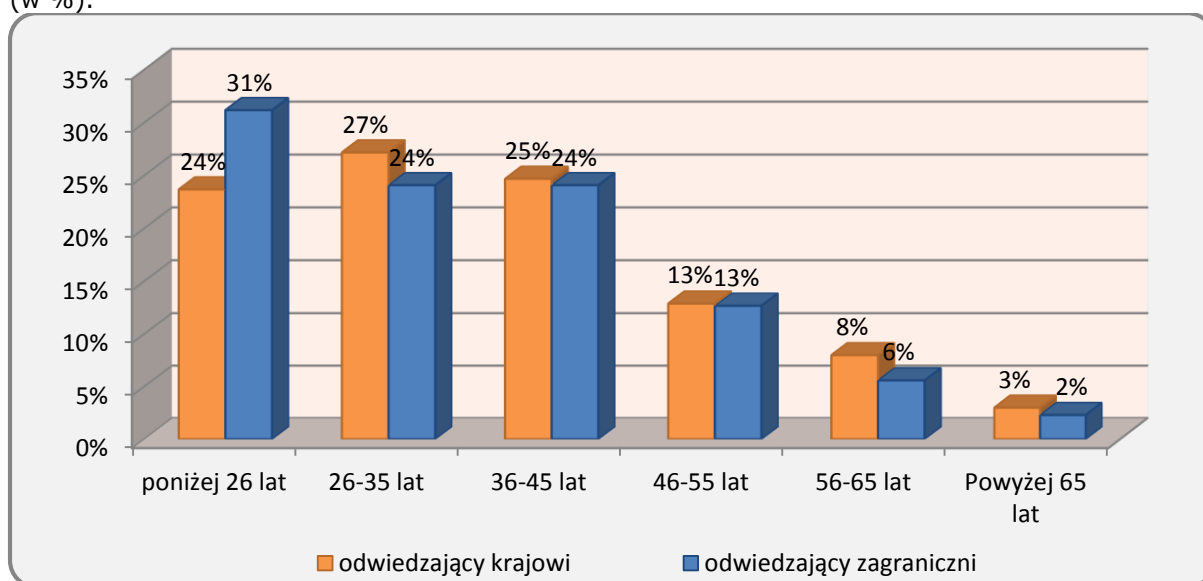
4.2. WIEK

Wiek jest zmienną, która istotnie determinuje preferencje konsumenckie związane z usługami turystycznymi, stąd warto dokładnie przeanalizować rozkład tej zmiennej wśród poszczególnych kategorii osób odwiedzających Małopolskę.

Analiza wieku osób odwiedzających województwo małopolskie pozwala stwierdzić, iż ponad połowa odwiedzających to osoby młode - do 35 roku życia. Osoby poniżej 36 roku życia stanowią 51% odwiedzających krajowych oraz 55% odwiedzających zagranicznych. Wśród przybywających spoza Polski najliczniejszą grupę stanowią osoby w wieku do 25 lat – stanowiące niemal 1/3 odwiedzających, jednak dodać należy, iż dominują one głównie wśród turystów zagranicznych, gdyż wśród gości zagranicznych więcej jest osób w wieku średnim, tj. pomiędzy 36 a 45 rokiem życia.

W przypadku osób powyżej 55 roku życia liczniej reprezentowani są odwiedzający krajowi (11%) niż zagraniczni (8%). Mała aktywność turystyczna osób po 55 roku życia spowodowana może być mniejszą mobilnością tych osób oraz ograniczeniami zdrowotnymi osób starszych. Dodatkowo istotnym czynnikiem ograniczającym aktywność turystyczną osób starszych mogą być względy finansowe, tj. niski poziom emerytur w Polsce i wielu innych krajach, których rezydenci przybywają do Małopolski w celach turystycznych.

Wykres 8 Wiek odwiedzających województwo małopolskie według kategorii respondentów (w %).



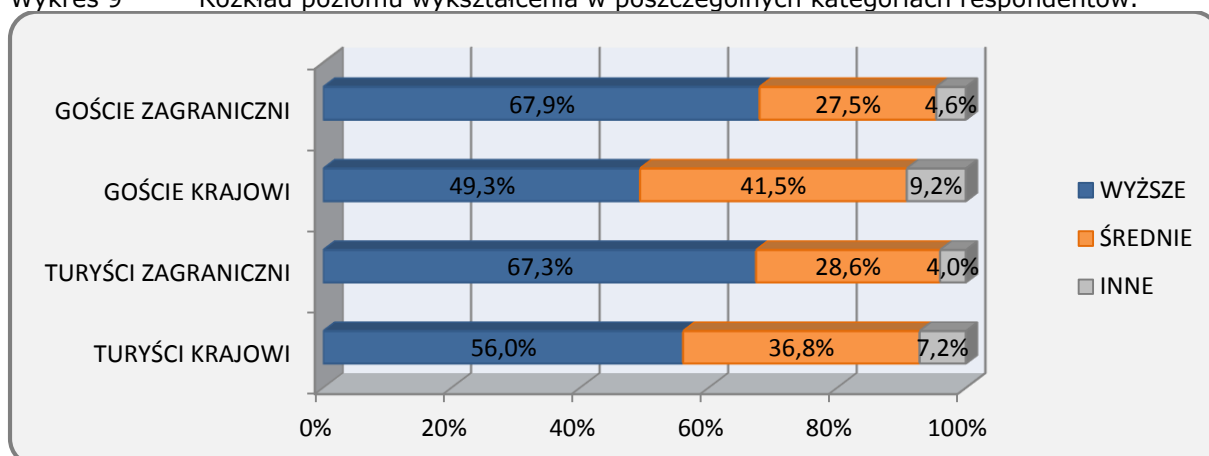
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

4.3. POZIOM WYKSZTAŁCENIA

Ze względu na zaobserwowaną we wcześniejszych badaniach tendencję, iż większość odwiedzających Małopolskę ma wykształcenie co najmniej średnie, w pytaniu o poziom wykształcenia wyróżniono tylko trzy typy możliwych odpowiedzi, łącząc wszystkie typy wykształcenia poniżej średniego w kategorię: „inne”. Wyniki badania pokazują, że osoby odwiedzające województwo małopolskie w 2014 roku, w ponad 90% przypadków legitymują się wykształceniem co najmniej średnim.

W przypadku odwiedzających zagranicznych rozkład ze względu na poziom wykształcenia jest niemal identyczny wśród gości i turystów – odsetek osób z wykształceniem wyższym przekracza 67% a z wykształceniem poniżej średniego – nie osiąga poziomu 5%. Wśród odwiedzających z Polski widoczne jest większe zróżnicowanie poziomu wykształcenia, przejawiające się w tym, iż spośród gości niespełna połowa posiada wykształcenie wyższe, a ponad 9% ma wykształcenie niższe od średniego, gdy wśród turystów odsetki te wynoszą odpowiednio 56% dla wykształcenia wyższego i 7,2% dla wykształcenia niższego niż średnie.

Wykres 9 Rozkład poziomu wykształcenia w poszczególnych kategoriach respondentów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

W tabeli nr 9 zestawiono odsetki osób odwiedzających Małopolskę według deklarowanego poziomu wykształcenia w poszczególnych okresach badawczych. Pozwala dostrzec, iż w roku 2014 odnotowano najwyższe w całej historii badania ruchu turystycznego Małopolski odsetki odwiedzających z wykształceniem wyższym – zarówno wśród gości i turystów krajowych jak i zagranicznych. Od roku 2012 obserwowany jest systematyczny wzrost tych wartości, co wpisuje się w ogólny trend (polski i europejski) przejawiający się w zaawansowanym upowszechnieniu wykształcenia wyższego. Ta ogólnospołeczna tendencja może mieć przełożenie na charakterystykę osób odwiedzających województwo małopolskie. Dodatkowo, niekorzystne trendy gospodarcze, powodować mogą, iż zwiększa się liczba osób z wykształceniem średnim i niższym, których nie stać na korzystanie z usług turystycznych – statystycznie bowiem, sytuacja finansowa osób z wykształceniem wyższym jest nadal korzystniejsza w porównaniu z osobami z niższym poziomem wykształcenia.

Tabela 9 Poziom wykształcenia osób odwiedzających Małopolskę na przestrzeni lat 2003-2014 (w %).

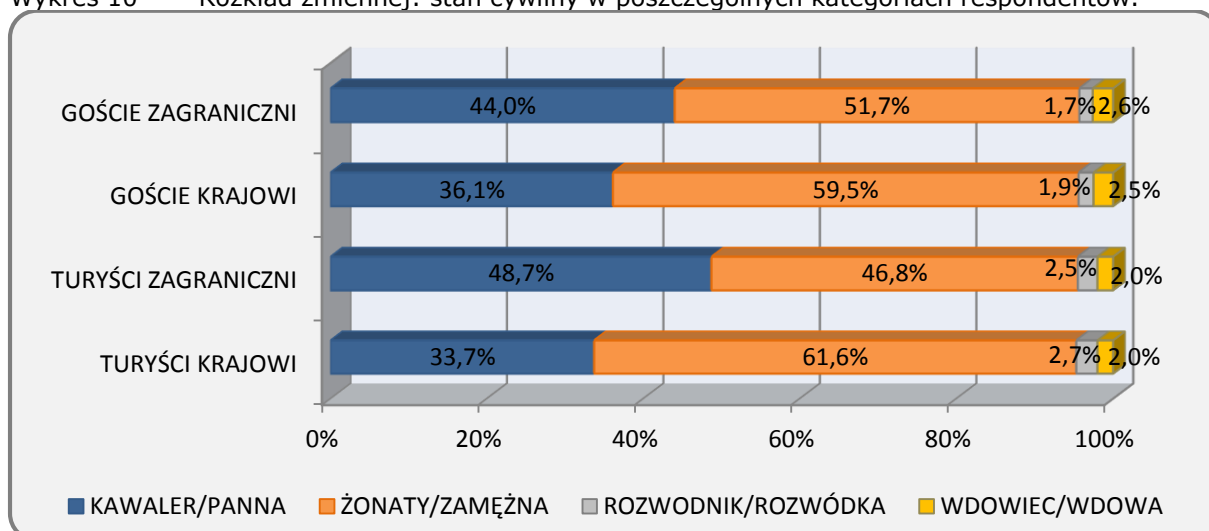
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI							
	2003	2004	2005	2006	2012	2013	2014
WYŻSZE	40,6	43,9	42,3	44,1	39,0	48,5	54,1
ŚREDNIE	48,0	49,7	48,9	46,1	51,5	43,9	38,1
INNE	11,4	6,4	8,8	9,8	9,5	7,7	7,8
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI							
	2003	2004	2005	2006	2012	2013	2014
WYŻSZE	52,9	51,4	53,8	50,9	59,5	65,8	67,5
ŚREDNIE	37,5	44,6	39,5	40,2	29,0	30,1	28,4
INNE	9,6	4,0	6,7	8,9	11,5	4,0	4,2

W latach 2007-2011 dla odwiedzających zagranicznych nie zbierano danych dotyczących wykształcenia, stąd tabela prezentuje wyniki jedynie dla siedmiu roczników.

4.4. STAN CYWILNY

Wśród odwiedzających z zagranicy, odsetek kawalerów i panien jest wyższy średnio o 10 punktów procentowych niż w przypadku odwiedzających krajowych. Szczególnie wysoki odsetek osób w tej kategorii odnotowano wśród turystów zagranicznych, co jest zapewne konsekwencją dużej reprezentacji osób do 25 roku życia wśród tej kategorii odwiedzających Małopolskę. W przypadku odwiedzających z Polski (zarówno gości jak i turystów), osoby pozostające w związku małżeńskim stanowią około 60% ankietowanych. Osoby po rozwodzie oraz osoby owdowiałe stanowią marginalne kategorie wśród odwiedzających województwo małopolskie (łącznie poniżej 5%), co jest efektem m.in. ich niskiej reprezentacji w całym społeczeństwie.

Wykres 10 Rozkład zmiennej: stan cywilny w poszczególnych kategoriach respondentów.



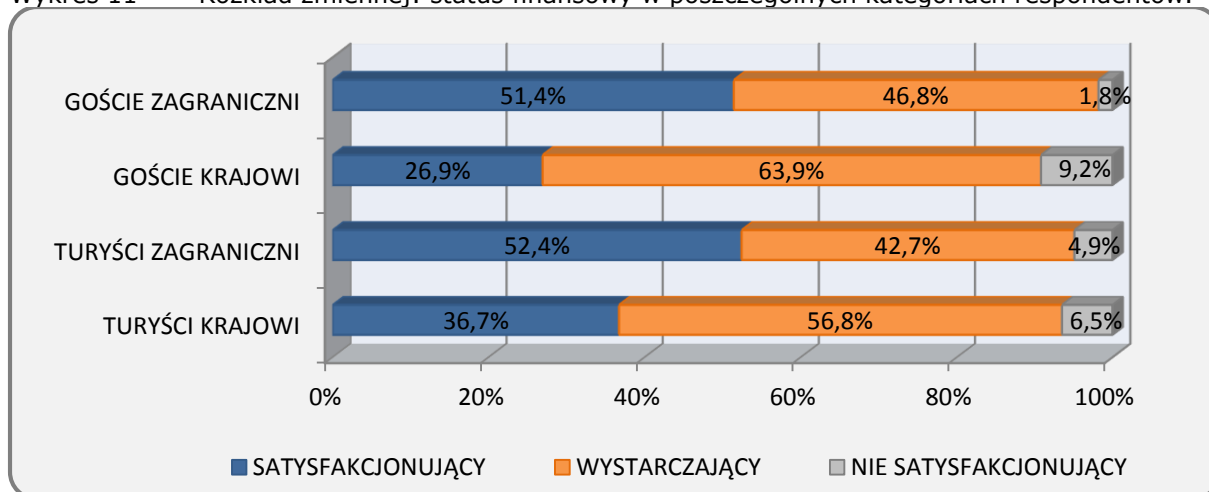
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

4.5. STATUS FINANSOWY

Sytuacja finansowa jest jednym z kluczowych czynników wpływających na decyzje o podejmowaniu bądź zaniechaniu aktywności turystycznej, stąd poproszono uczestników badania o ocenę własnego statusu finansowego. Zastosowana zmienna ma oczywiście charakter subiektywny, gdyż opiera się na samoocenie respondentów, a nie obiektywnym poziomie uzyskiwanych przez nich zarobków.

W przypadku gości i turystów zagranicznych oceny statusu finansowego były bardzo zbieżne: dominowały poglądy, iż jest on satysfakcjonujący (ok. 52% wskazań), a opinie o niesatysfakcjonującej sytuacji finansowej wyraziło tylko 1,8% gości zagranicznych i 4,9% turystów zagranicznych. Sytuacja ekonomiczna odwiedzających krajowych oceniana była mniej jednolicie – znacznie słabiej przez gości, niż przez turystów. Tylko 27% gości krajowych uznało swój status finansowy za satysfakcjonujący, a aż 9,2% za niesatysfakcjonujący. W przypadku turystów krajowych oceny dotyczące statusu finansowego były korzystniejsze, choć nie tak korzystne jak w przypadku rezydentów zagranicznych. Satysfakcjonującą sytuację finansową zadeklarowało 36,7% turystów z Polski, a niesatysfakcjonującą – 6,5%.

Wykres 11 Rozkład zmiennej: status finansowy w poszczególnych kategoriach respondentów.



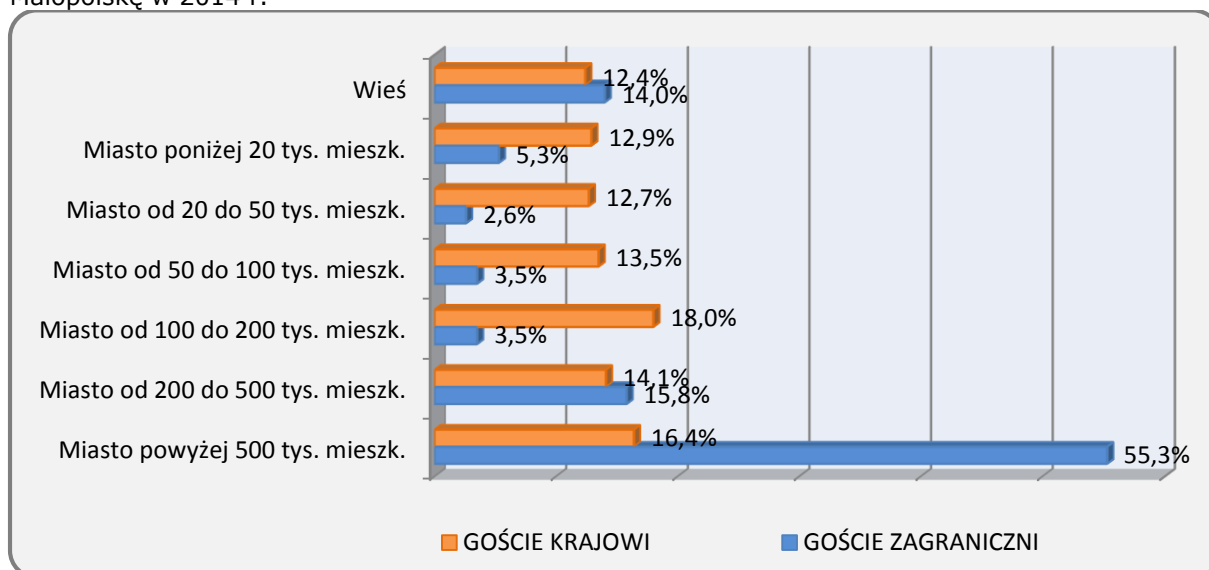
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

4.6. RODZAJ I WIELKOŚĆ MIEJSCA ZAMIESZKANIA

Wielkość miejsca zamieszkania osób odwiedzających Małopolskę jest mocno zróżnicowana wśród rezydentów krajowych i zagranicznych. W przypadku gości i turystów krajowych wszystkie typy miejsca zamieszkania są reprezentowane w porównywalnym stopniu, z przewagą miast liczących od 100 do 200 tys. mieszkańców w przypadku gości i powyżej 500 tysięcy mieszkańców w przypadku turystów.

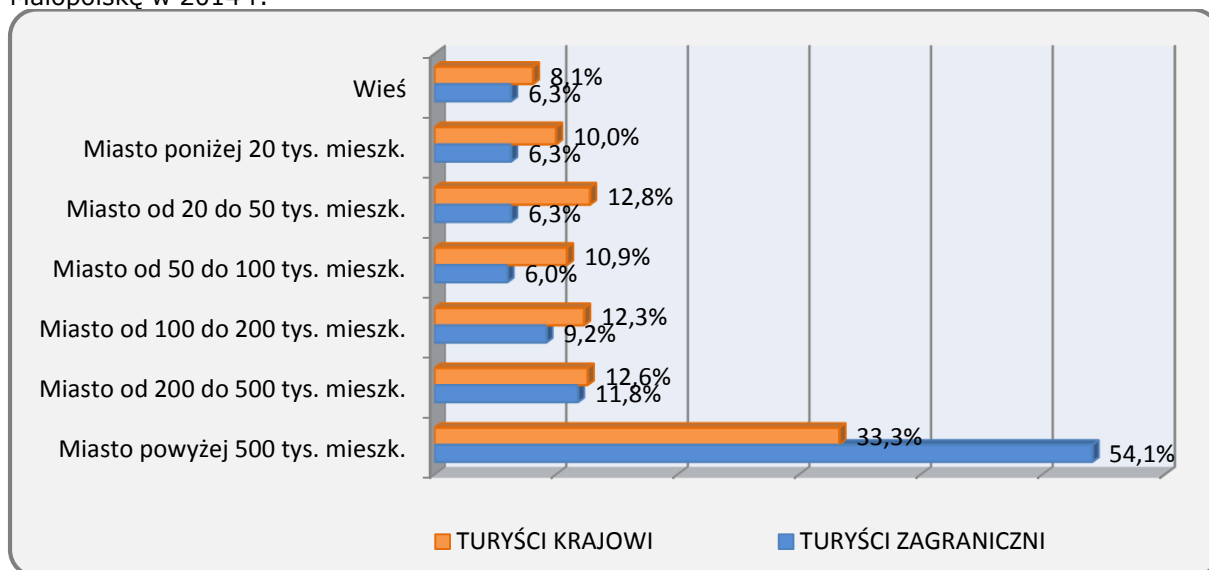
Ponad 55% gości zagranicznych jako miejsce zamieszkania (wyrażane wielkością zaludnienia) wskazało miasta powyżej 500 tysięcy mieszkańców. Choć znaczna ich część mieszka również w miastach od 200 do 500 tysięcy mieszkańców (15,8%) oraz na wsi (14%). Także w przypadku turystów zagranicznych widoczna jest zdecydowana dominacja osób mieszkających w największych miastach (powyżej 500 tysięcy mieszkańców) w stosunku do pozostałych typów miejsc zamieszkania.

Wykres 12 Wielkość miejsca zamieszkania gości krajowych i zagranicznych odwiedzających Małopolskę w 2014 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Wykres 13 Wielkość miejsca zamieszkania turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających Małopolskę w 2014 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

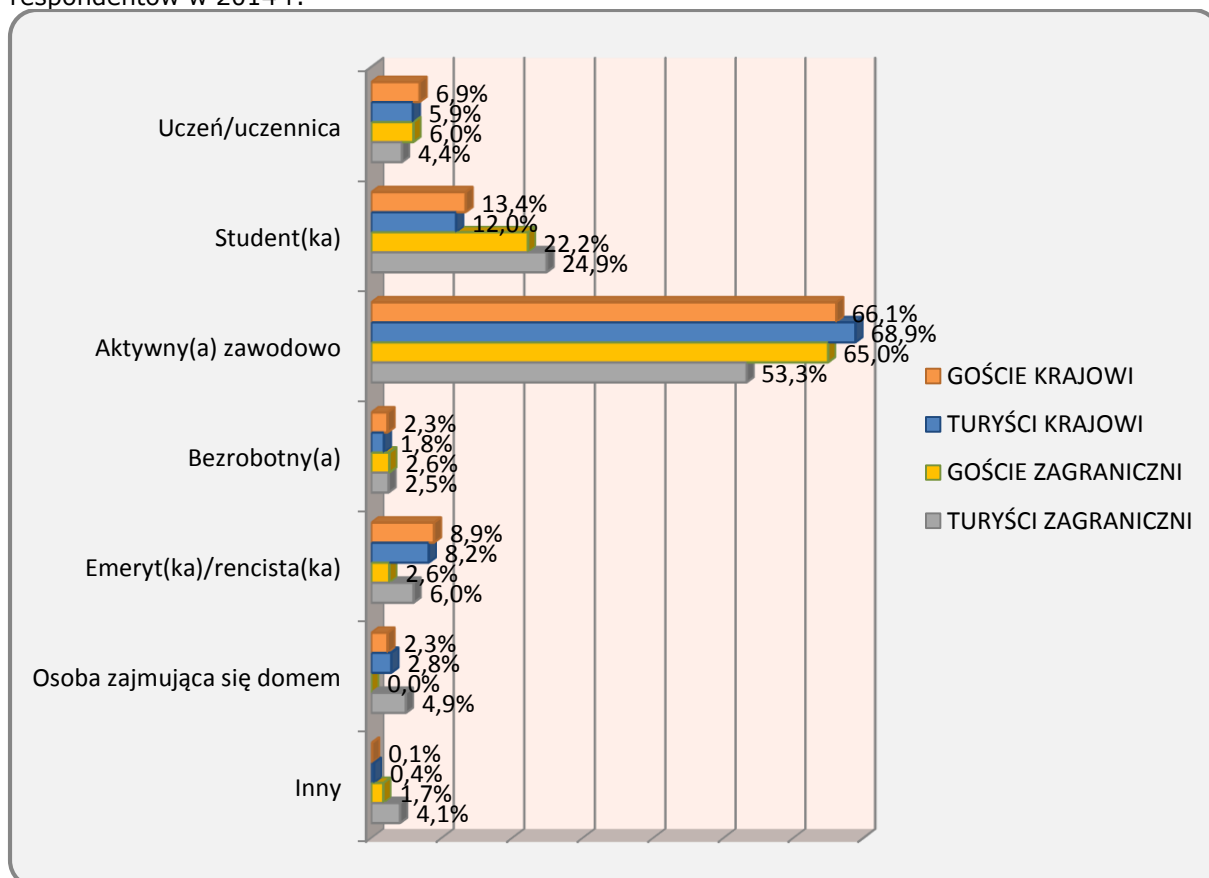
4.7. STATUS ZAWODOWY

Wśród osób, które w 2014 roku odwiedzały województwo małopolskie, dominują osoby aktywne zawodowo, stanowiąc od 53% w przypadku turystów zagranicznych do niemal 69% w przypadku turystów krajowych. Licznie reprezentowani są także studenci, szczególnie wśród odwiedzających nie będących rezydentami naszego kraju.

W przypadku statusu zawodowego, nie ma istotnych statystycznie różnic pomiędzy kategoriami. Można jednak zauważyć, iż w przypadku odwiedzających krajowych mniej jest studentów, co równoważy się większym niż w przypadku odwiedzających zagranicznych odsetkiem osób aktywnych zawodowo oraz emerytów i rencistów. Z kolei wśród turystów zagranicznych mniej jest osób aktywnych zawodowo, co równoważy się wyższym odsetkiem studentów, oraz znacznie wyższym niż wśród gości zagranicznych odsetkiem emerytów/rencistów i osób zajmujących się gospodarstwem domowym.

Osoby bezrobotne oraz zajmujące się domem to marginalna część odwiedzających województwo małopolskie, stanowiąca poniżej 3% wszystkich kategorii, za wyjątkiem turystów zagranicznych, wśród których niemal 5% stanowią osoby zajmują się domem.

Wykres 14 Status zawodowy odwiedzających województwo małopolskie według kategorii respondentów w 2014 r.

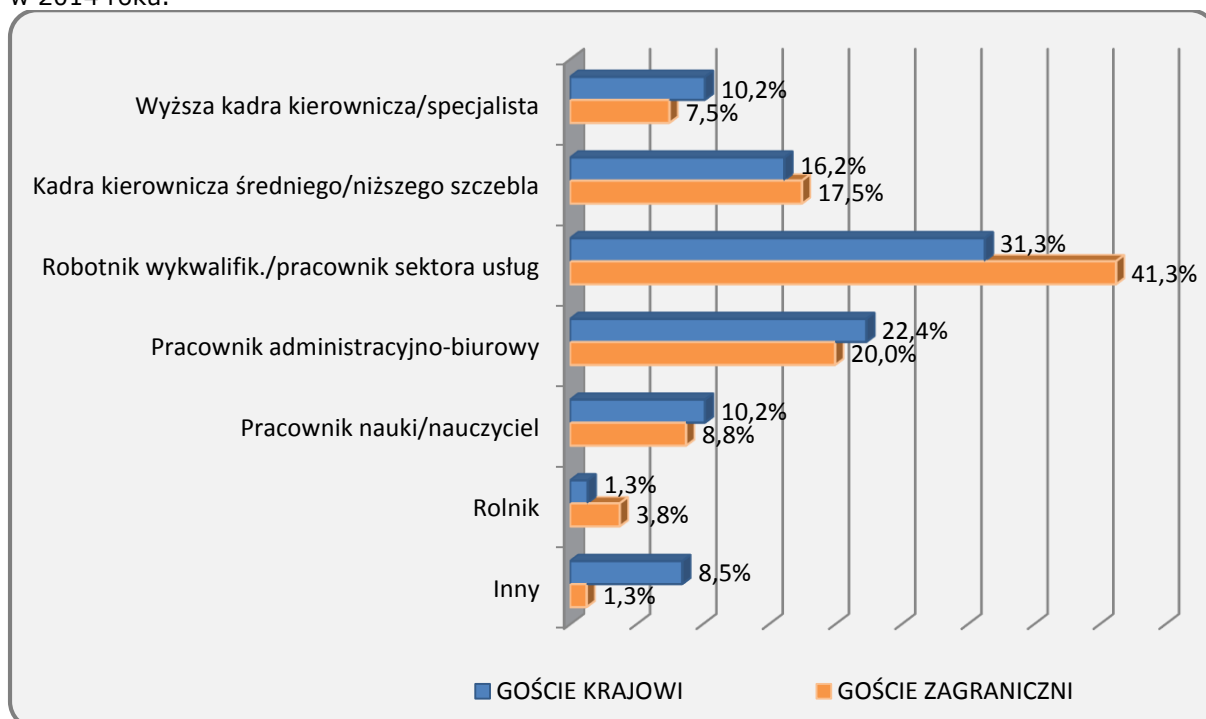


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Osoby aktywne zawodowo zostały poproszone o określenie charakteru wykonywanej przez nie pracy zawodowej. Najczęściej wskazywaną kategorią, zarówno przez gości krajowych, jak i zagranicznych było zatrudnienie w sektorze usług lub jako wykwalifikowany robotnik. Odpowiedź taką wybrała prawie 1/3 gości z Polski i ponad 41% gości z innych państw. W drugiej kolejności (średnio co piąty gość) deklarowano zatrudnienie w charakterze pracownika administracyjno-biurowego. W większości kategorii nie ma dużych dysproporcji pomiędzy kategorią zawodową gości krajowych i zagranicznych.

Zwraca uwagę fakt bardzo małej reprezentacji wśród gości osób zajmujących się rolnictwem (0,5-3,8%) oraz wysoki odsetek pracowników nauki i nauczycieli. Wśród innych kategorii zawodowych wymieniano przede wszystkim prowadzenie własnej działalności gospodarczej a także przedstawicieli wolnych zawodów (psycholog, prawnik, artysta, kierowca, dziennikarz).

Wykres 15 Wykonywany zawód gości krajowych i zagranicznych odwiedzających Małopolskę w 2014 roku.



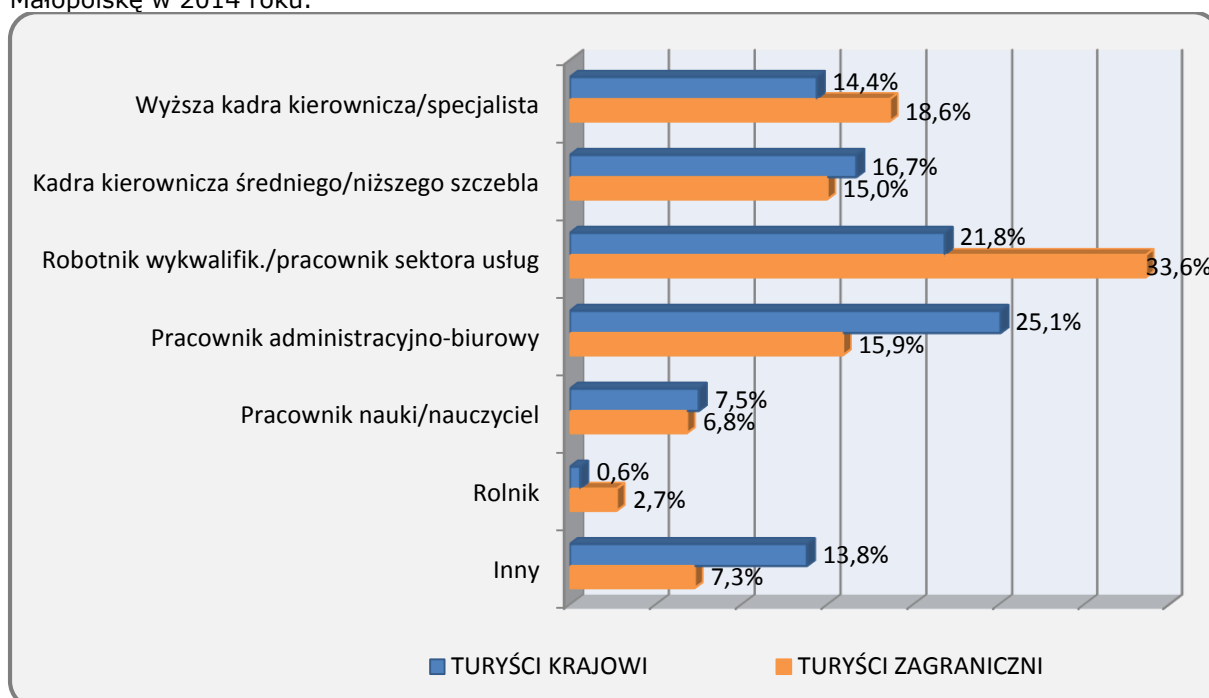
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Znaczny odsetek turystów (głównie krajowych) nie potrafił zaliczyć się do żadnej z zaproponowanych kategorii zawodowych, stąd wysoki odsetek wskazań na kategorię „inne” – odpowiednio 13,8% wśród turystów krajowych i 7,2% wśród turystów zagranicznych. Tylko nieliczni turyści zagraniczni doprecyzowali jaki „inny” zawód wykonują, natomiast turyści krajowi wymieniali najczęściej fakt prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Inne wskazywane przez nich zawody to najczęściej: zawód

kierowcy, zawody związane z gastronomią (kucharz, kelner) oraz ze zdrowiem i urodą (kosmetolog, fryzjer, masażysta, itp.).

Wśród osób, które dokonały wyboru w ramach propozycji zamieszczonych w kwestionariuszu, najliczniejszą kategorię stanowili robotnicy wykwalifikowani i pracownicy usług oraz pracownicy administracyjno-biurowi. Turyści zagraniczni częściej zaliczali się do kategorii robotników wykwalifikowanych i pracowników sektora usług (33,6%) a krajowi do kategorii pracowników administracyjno-biurowych (25,1%). Najmniej liczną kategorią zawodową wśród turystów są rolnicy. Widoczny jest też wśród turystów znacznie wyższy odsetek osób należących do wyższej kadry kierowniczej w porównaniu z kategorią gości.

Wykres 16 Wykonywany zawód turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających Małopolskę w 2014 roku.

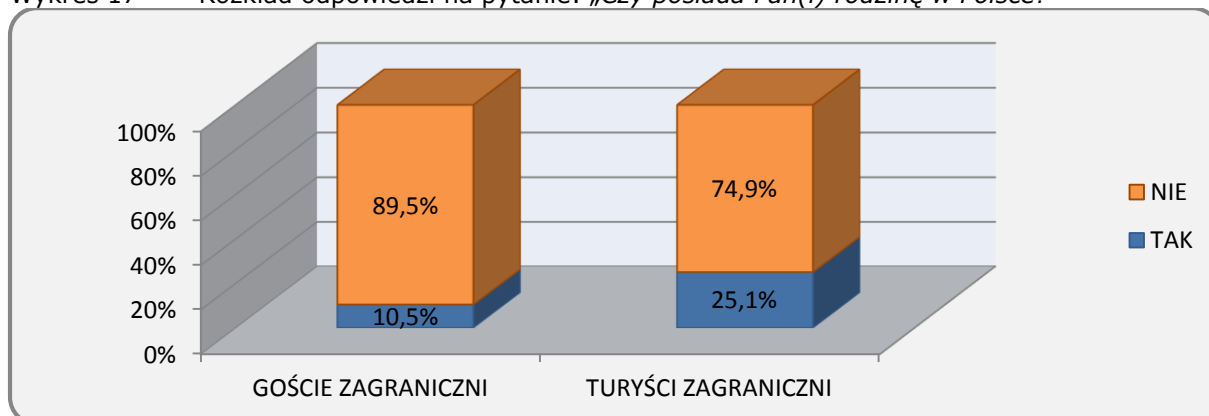


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

4.8. ZWIĄZEK ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH Z POLSKĄ

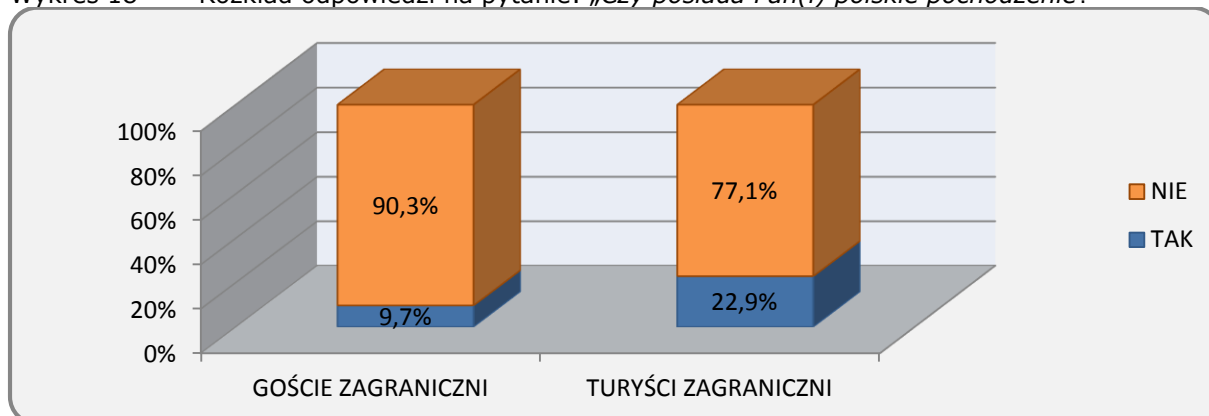
Odwiedzających, będących rezydentami państw innych niż Polska, poproszono o odpowiedź na pytanie o posiadanie rodziny w Polsce oraz posiadanie polskiego pochodzenia. Średnio 90% gości z zagranicy nie ma w Polsce rodziny ani polskiego pochodzenia. Jest to ważna informacja, potwierdzająca, iż Małopolska jest atrakcyjnym celem wizyt dla odwiedzających zagranicznych, którzy nie są związani z krajem czy Małopolską jakąkolwiek sentymentalną więzią. W przypadku turystów odsetek osób deklarujących polskie korzenie oraz posiadanie rodziny w Polsce jest znacznie wyższy. Co czwarty turysta przybywający spoza Polski deklaruje posiadanie rodziny w naszym kraju, a niewiele mniej, bo 22,9% ma polskie pochodzenie.

Wykres 17 Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Czy posiada Pan(i) rodzinę w Polsce?”



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 r.

Wykres 18 Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Czy posiada Pan(i) polskie pochodzenie?”

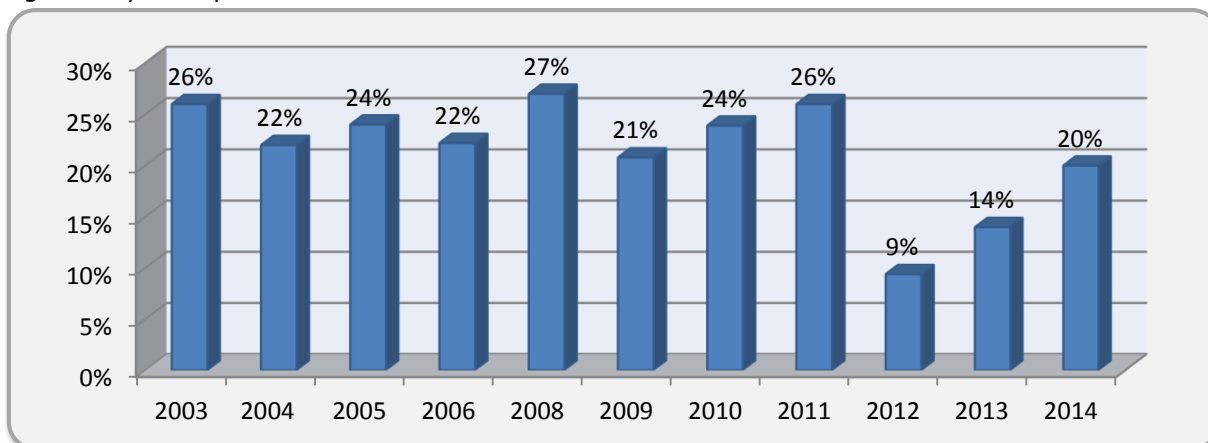


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 r.

W przypadku polskiego pochodzenia deklarowanego przez gości i turystów zagranicznych, warto przyjrzeć się wynikom uzyskiwanym podczas badań w ostatnim dziesięcioleciu. Zainteresowanie tą kwestią wynika głównie z faktu zaobserwowania w roku 2012 silnego spadku liczby turystów i gości przyjeżdżających do Małopolski z zagranicy. W latach 2003 – 2011 trend był bardzo stabilny, a odsetek deklarujących polskie korzenie kształtował się na średnim poziomie 24%. Spadek o piętnaście punktów procentowych w roku 2012 nie dał się wytłumaczyć w kontekście posiadanych informacji o innych cechach odwiedzających zagranicznych. Dane dla roku 2014 pokazują, iż reprezentacja osób z polskimi korzeniami w grupie badawczej wzrosła o 6% w stosunku do roku 2013 i osiągnęła poziom 20%, co potwierdza przyjętą w roku ubiegłym hipotezę, iż wskaźnik ten po 2012 wracać będzie stopniowo do poziomu obserwowanego w latach wcześniejszych. Wzrost liczby turystów powiązanych z Polską, w stosunku do lat 2012-2013 związany może być między innymi z ustabilizowaniem się sytuacji w zakresie emigracji zagranicznej Polaków, po kryzysie ekonomicznym z lat 2009-2012, który zachwiał wcześniejszymi trendami w tym zakresie. Wśród

odwiedzających zaliczanych do kategorii turystów zagranicznych znaczną część stanowią więc zapewne Polacy, którzy w ostatnich latach wyemigrowali na stałe do innych państw i są ich rezydentami, tym samym, pomimo polskiego pochodzenia zaliczani są do turystów zagranicznych.

Wykres 19 Udział osób deklarujących polskie pochodzenie w ogólnej liczbie odwiedzających zagranicznych na przestrzeni lat 2003-2013.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2003-2013.

Tabela 10 Profil społeczno-demograficzny osób odwiedzających Małopolskę w 2014 roku.

PODSUMOWANIE KLUCZOWYCH CECH	
GOŚCIE KRAJOWI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nieznaczna przewaga liczebna kobiet, ▪ Niewielka przewaga osób z wykształceniem wyższym nad średnim, najwyższy wśród badanych kategorii odsetek osób bez wykształcenia średniego (9,2%), ▪ Dominacja osób przebywających w związku małżeńskim (60%), ▪ Zrównoważona reprezentacja osób pomiędzy 15 a 45 rokiem życia, ▪ 27% uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a co 9% za niesatysfakcjonującą, ▪ Brak specyficznego typu miejsca zamieszkania, ▪ Dominacja osób aktywnych zawodowo, następnie studiujący oraz emeryci i renciści.
GOŚCIE ZAGRANICZNI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nieznaczna przewaga liczebna mężczyzn, ▪ Znaczna przewaga osób z wykształceniem wyższym (68%), ▪ Ponad połowa to osoby trwające w związku małżeńskim (52%), ▪ Aż 30% to osoby między 36 a 45 r.ż, kolejne 50% należy do kategorii młodszych, ▪ Ponad połowa uznaje swoją sytuację finansową za

	<p>satysfakcjonującą, a niespełna 2% za niesatysfakcjonującą,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ponad 55% to mieszkańcy miast liczących powyżej 500 tys. mieszkańców, ▪ Dominacja osób aktywnych zawodowo z bardzo wysoką reprezentacją studentów, ▪ Co dziesiąty ma rodzinę w Polsce lub polskie pochodzenie.
TURYŚCI KRAJOWI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przewaga liczebna kobiet (10% więcej niż mężczyzn), ▪ Przewaga osób z wykształceniem wyższym, ▪ Dominacja osób przebywających w związku małżeńskim (62%), ▪ Zrównoważona reprezentacja osób pomiędzy 15 a 45 r.ż., ▪ Ponad 1/3 uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, a 6,5% za niesatysfakcjonującą, ▪ Wyrównany rozkład ze względu na miejsce zamieszkania, ze znaczną przewagą miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców, ▪ Dominacja osób aktywnych zawodowo, następnie studiujący, oraz emeryci i renciści.
TURYŚCI ZAGRANICZNI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przewaga liczebna mężczyzn (10% więcej niż kobiet), ▪ Znaczna przewaga osób z wykształceniem wyższym (67%), ▪ Bardzo zbliżony odsetek osób w związku małżeńskim oraz panien i kawalerów, z niewielką przewagą panien i kawalerów. ▪ 1/3 to osoby do 25 r.ż., a 46% to osoby od 26 do 45 roku życia. ▪ Ponad połowa uznaje swoją sytuację finansową za satysfakcjonującą, ▪ 54% to mieszkańcy miast liczących powyżej 500 tys. mieszkańców, w pozostałych kategoriach rozkład dość równomierny, ▪ Połowa to osoby aktywne zawodowo, a 1/4 to studenci, ▪ Co czwarty ma rodzinę w Polsce lub polskie pochodzenie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 r.

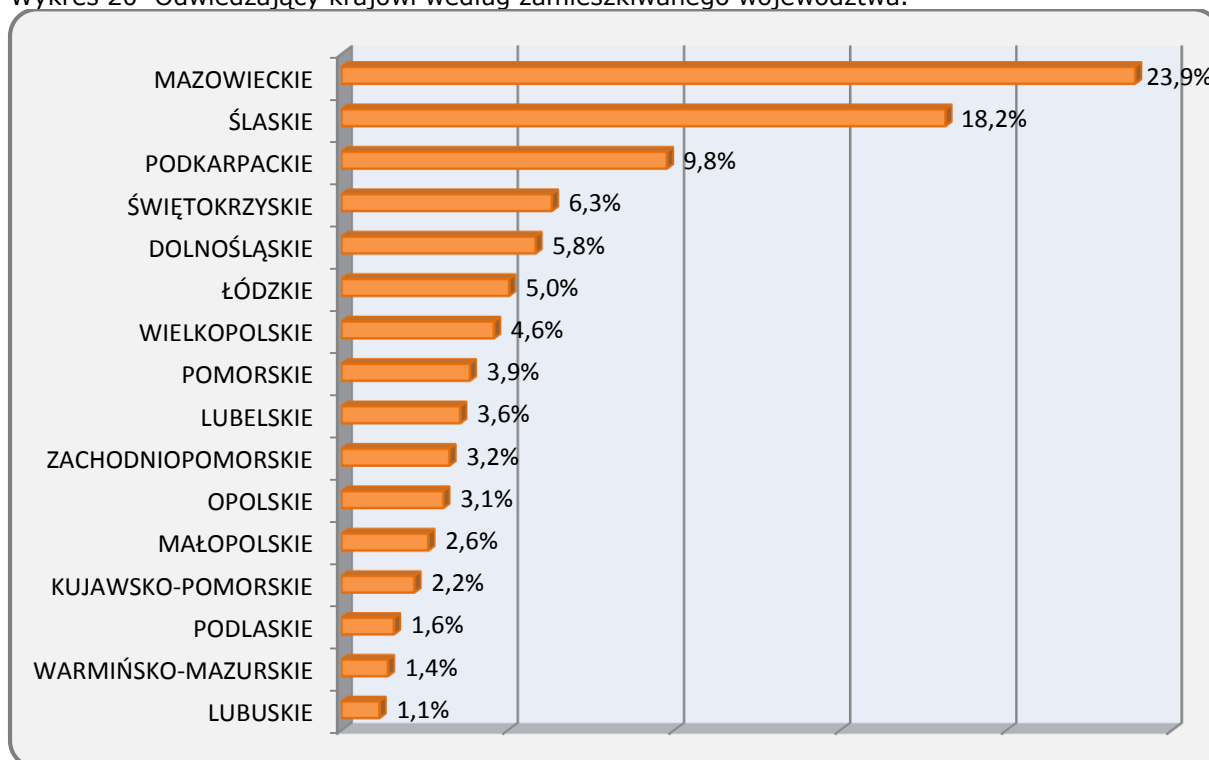
5. CHARAKTERYSTYKA TURYSTÓW I GOŚCI ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Niniejszy rozdział raportu z badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim realizowanego w I i III kwartale 2014 roku poświęcony jest prezentacji i analizie danych z bieżącego okresu badawczego. Wszystkie zamieszczone wykresy i tabele zostały opracowane przez Wykonawcę na podstawie danych uzyskanych podczas wywiadów kwestionariuszowych. Dodatkowo, w każdym z analizowanych aspektów dokonano porównania aktualnych wyników badania z danymi pochodzącymi z lat poprzedzających (za okres 2003-2012 lub 2009-2013 – zależnie od dostępnych danych). Tabele i wykresy zawierające porównania z poprzednimi latami opracowane zostały na podstawie danych z bieżącego badania oraz danych pochodzących z raportów za lata wcześniejsze, dostępnych na stronie internetowej: www.małopolskie.pl.

5.1. POCHODZENIE OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Analizując pochodzenie osób odwiedzających województwo małopolskie w 2014 roku, zastosowano podział na województwa w odniesieniu do rezydentów polskich oraz podział na państwa w odniesieniu do rezydentów zagranicznych. Informacje dotyczące dominujących kierunków ruchu turystycznego do Małopolski są istotne w kontekście podejmowanych akcji promocyjnych, zachęcających do odwiedzania regionu.

Wykres 20 Odwiedzający krajowi według zamieszkiwanego województwa.

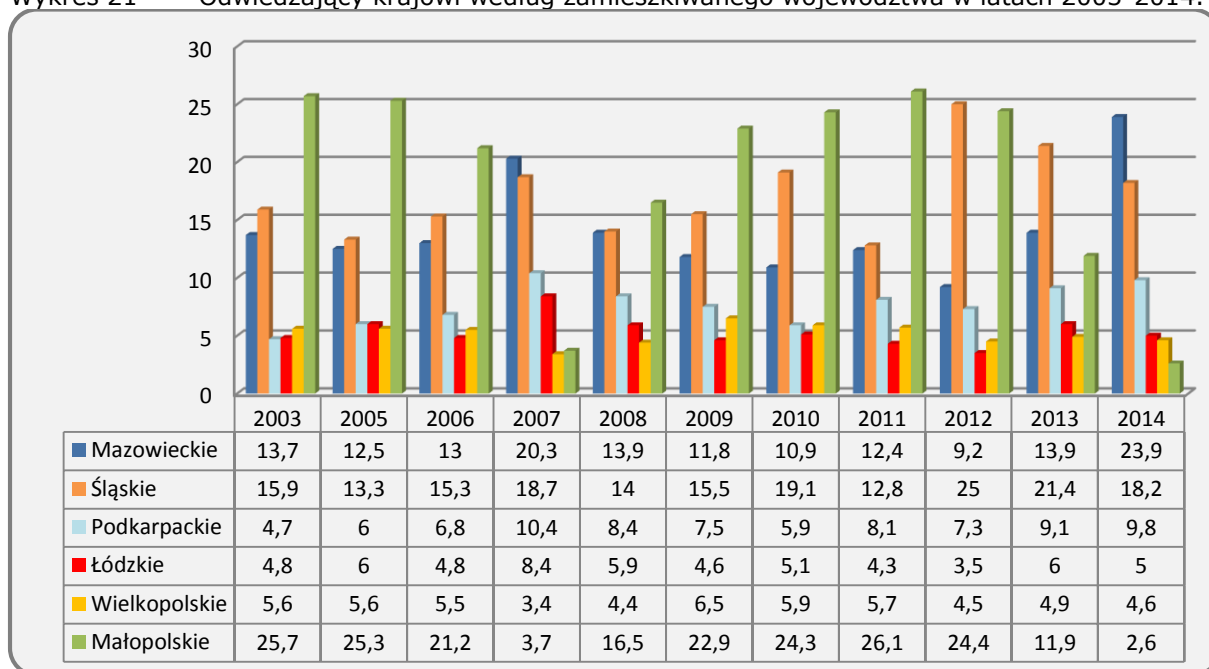


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Uzyskane wyniki pokazują wyraźną dominację mieszkańców województwa mazowieckiego oraz śląskiego wśród ogółu odwiedzających krajowych. Mieszkańcy tych dwóch województw stanowią łącznie 42% ogółu odwiedzających z Polski. Niemal co dziesiąty odwiedzający to mieszkaniec Podkarpacia.

Porównując zagregowane wyniki dotyczące pochodzenia odwiedzających krajowych (gości i turystów łącznie) uzyskane w 2014 roku z latami poprzednimi, widać bardzo istotne zmiany w intensywności ruchu turystycznego mieszkańców trzech dominujących województw. Mieszkańcy województwa śląskiego, po bardzo wysokim poziomie reprezentacji wśród odwiedzających Małopolskę w roku 2012 i 2013, uplasowali się obecnie na pozycji drugiej, wracając do poziomu bardziej zbliżonego do odnotowanego w latach 2007-2010. Bardzo wysoki wzrost udziału wśród odwiedzających Małopolskę zanotowali w roku bieżącym mieszkańcy Mazowsza, uzyskując wynik o 10 punktów procentowych wyższy niż w roku ubiegłym. Jest to najwyższy wynik odnotowany dla województwa mazowieckiego od początku realizacji badania ruchu turystycznego w Małopolsce.

Wykres 21 Odwiedzający krajowi według zamieszkiwanego województwa w latach 2003-2014.



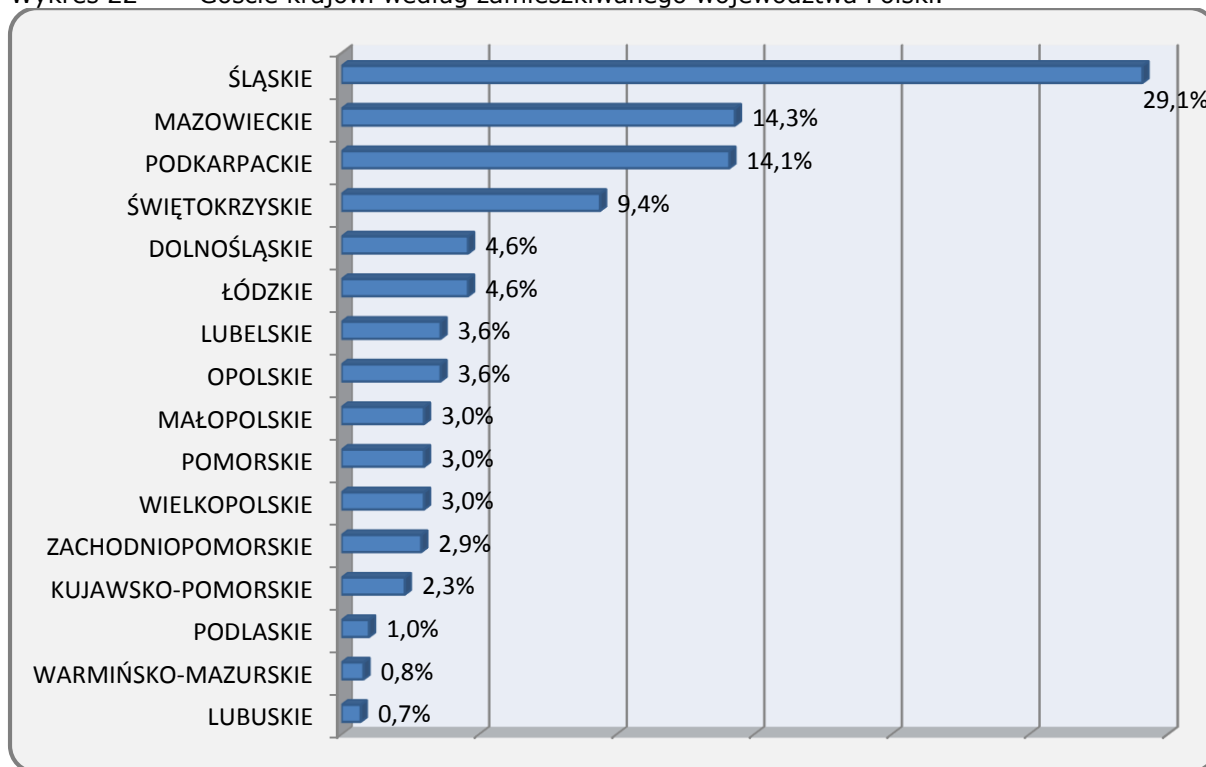
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2003-2013. Rok 2004 został pominięty ze względu na cząstkowe dane dla tego okresu.

W dalszej części pokazane zostaną informacje o pochodzeniu odwiedzających krajowych z uwzględnieniem podziału na osoby nocujące oraz gości jednodniowych.

W przypadku pochodzenia gości krajowych mówić można o silnej polaryzacji, o której świadczy fakt, iż 67% wszystkich gości stanowią mieszkańcy czterech

województw, tj. śląskiego, mazowieckiego, podkarpackiego i świętokrzyskiego. Jednocześnie, mieszkańcy aż 8 województw (małopolskie⁴, wielkopolskie, zachodniopomorskie, kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie, lubuskie, podlaskie i pomorskie) stanowią nie więcej niż po 3% ogółu gości krajowych.

Wykres 22 Goście krajowi według zamieszkiwanego województwa Polski.

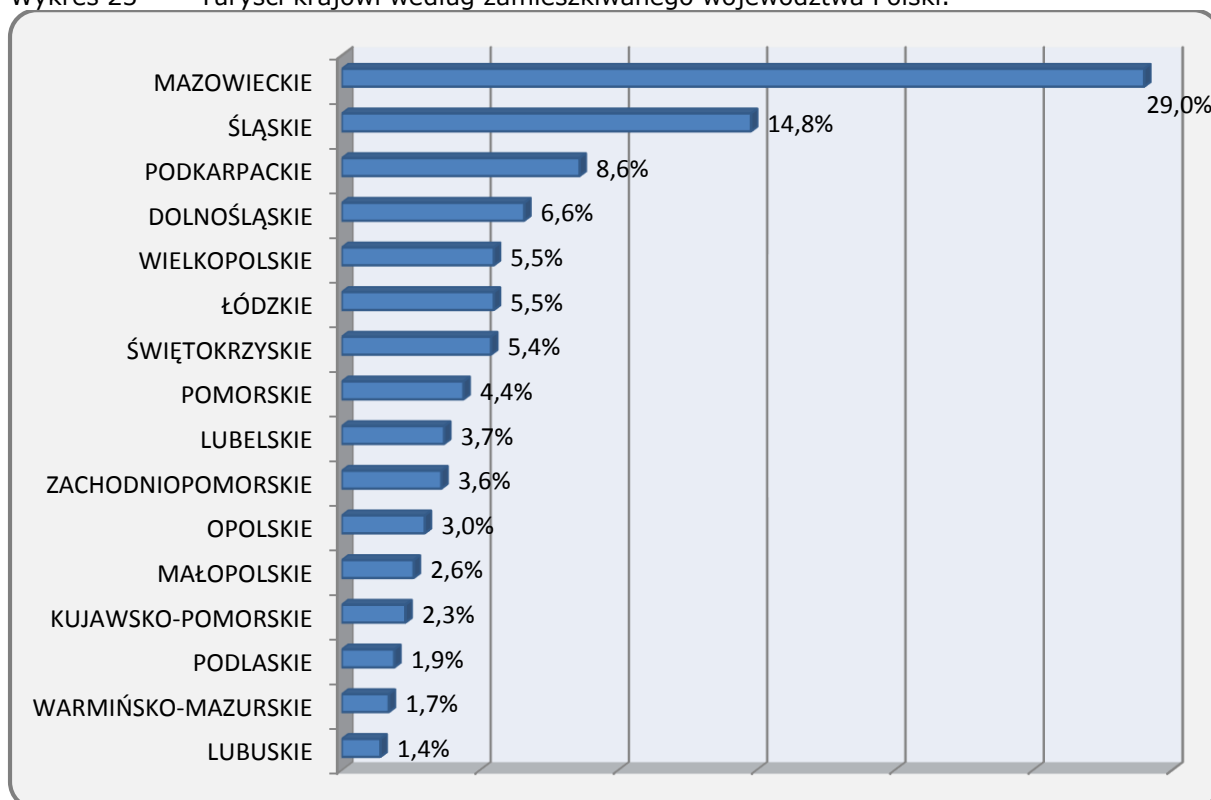


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

W przypadku osób przyjeżdżających z innych regionów kraju na pobyt dłuższy niż jednodniowy, zdecydowanie dominują mieszkańcy województwa mazowieckiego (29%). W drugiej kolejności wymienić można mieszkańców województwa śląskiego (14,8%). Na trzecim miejscu w rankingu województw, z których przybywają turyści, znajduje się Podkarpacie, jednak dysproporcja pomiędzy skalą przyjazdów z województwa podkarpackiego a województwem śląskim i mazowieckim jest bardzo duża. Mała odległość geograficzna nie we wszystkich przypadkach decyduje o dużej liczbie odwiedzających, gdyż mieszkańcy województwa świętokrzyskiego (5,4%) czy opolskiego (3%) stanowią niewielką grupę wśród ogółu turystów krajowych. Województwo mazowieckie, plasujące się w ubiegłym roku na pozycji drugiej, z wynikiem nieznacznie niższym od województwa śląskiego, znacznie umocniło swoją pozycję.

⁴ Niski wynik odnotowany w przypadku odwiedzających z Małopolski nie jest wytłumaczalny w kontekście obserwowanych trendów w ruchu turystycznym ostatnich lat, stąd założyć można, iż jest on konsekwencją błędu badawczego i wymaga szczegółowej analizy i weryfikacji w przyszłym okresie badawczym, dzięki czemu możliwe będzie stwierdzenie, czy faktycznie doszło do zmiany trendu, czy też do błędów w procedurze badawczej.

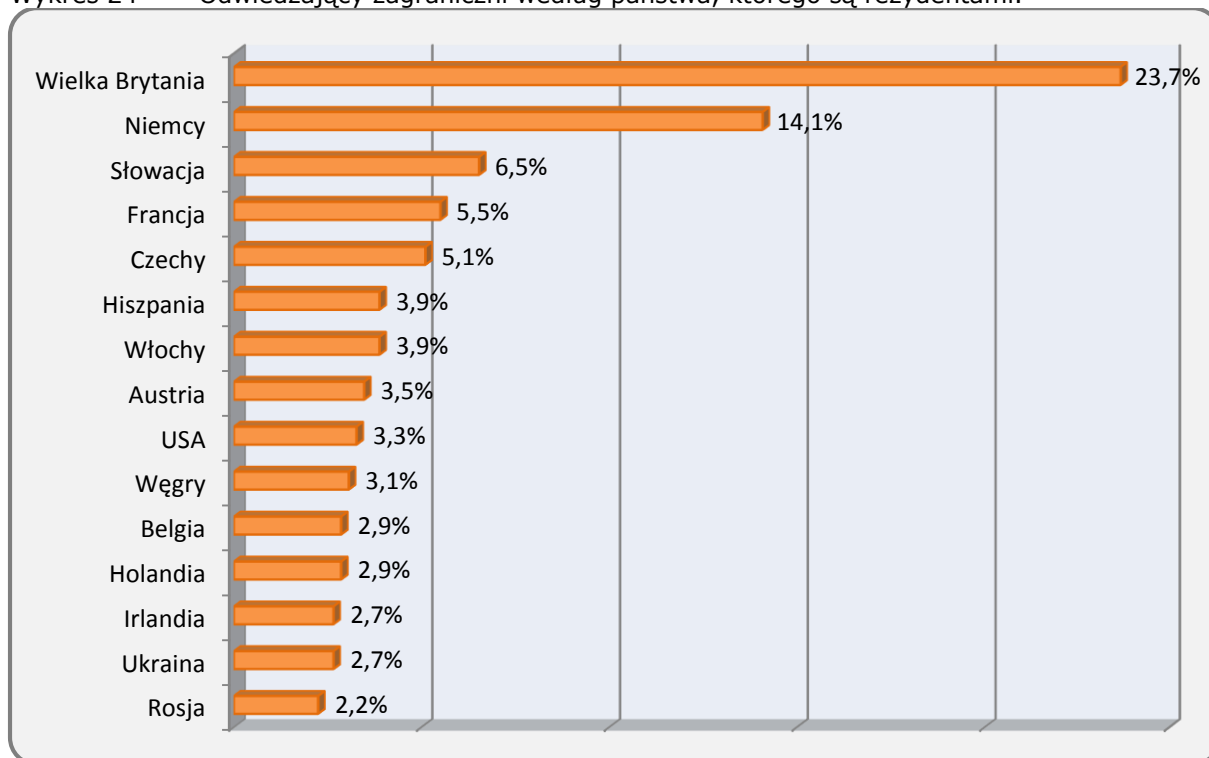
Wykres 23 Turyści krajowi według zamieszkiwanego województwa Polski.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Dane dotyczące kraju, którego rezydentami są odwiedzający przybywający do Małopolski w roku 2014, pokazują, iż niemal ¼ wszystkich rezydentów zagranicznych to mieszkańcy Wielkiej Brytanii, a 14% to mieszkańcy Niemiec. Liczniej reprezentowani są także obywatele Słowacji (6,5%), Francji (5,5%) oraz Czech (5,1%). Łącznie odnotowano wśród odwiedzających spoza Polski przedstawicieli 33 państw, jednak na wykresie nr 23 zaprezentowano tylko te kraje, których reprezentacja stanowiła co najmniej 1% ogółu odwiedzających zagranicznych. Pozostałe kraje to: Białoruś, Słowenia, Dania, Japonia, Litwa, Norwegia, Portugalia, Tajlandia, Brazylia, Bułgaria, Grecja, Izrael, Malta, Meksyk, Rumunia i Szwecja. Mieszkańcy tych państw stanowili łącznie 5,5% odwiedzających z zagranicy.

Wykres 24 Odwiedzający zagraniczni według państwa, którego są rezydentami.



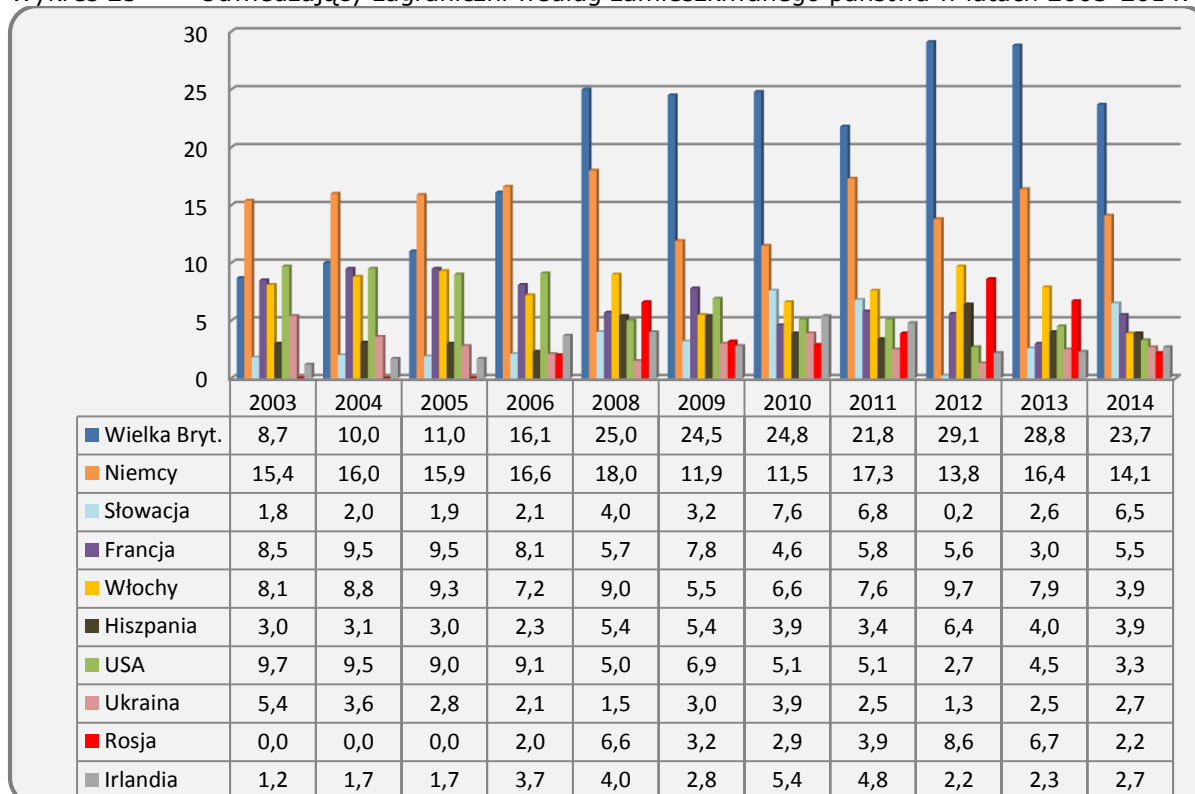
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014. Procenty nie sumują się do 100, ze względu na pominięcie państw, reprezentowanych przez mniej niż 1% respondentów.

Porównując udział rezydentów poszczególnych państw w ogólnej liczbie rezydentów zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie w ostatnich latach, nie widać szczególnie dużych zmian.

W przypadku dziesięciu analizowanych państw zachowano dość stabilny poziom reprezentacji w ogólnej liczbie osób przybywających do Małopolski z zagranicy. Wskazać można na niewielkie spadki reprezentacji dwóch dominujących państw a więc Wielkiej Brytanii i Niemiec, a także bardziej znaczące spadki odnoszące się do rezydentów Włoch i Rosji. Wzrost zauważalny jest w przypadku mieszkańców Słowacji (do poziomu z 2011 roku) oraz Francji (do poziomu z lat 2011-2012).

Wzrost reprezentacji odwiedzających zza południowej granicy Polski, tj. odsetka rezydentów ze Słowacji i Czech, daje podstawę do przypuszczeń, iż wzmagają się transgraniczny ruch turystyczny. Zmiana ta będzie poddawana weryfikacji w kolejnym okresie badawczym, by móc stwierdzić, czy jest to początek pozytywnego trendu w zakresie przyciągania do regionu mieszkańców państw położonych najbliżej Małopolski.

Wykres 25 Odwiedzający zagraniczni według zamieszkiwanego państwa w latach 2003-2014.



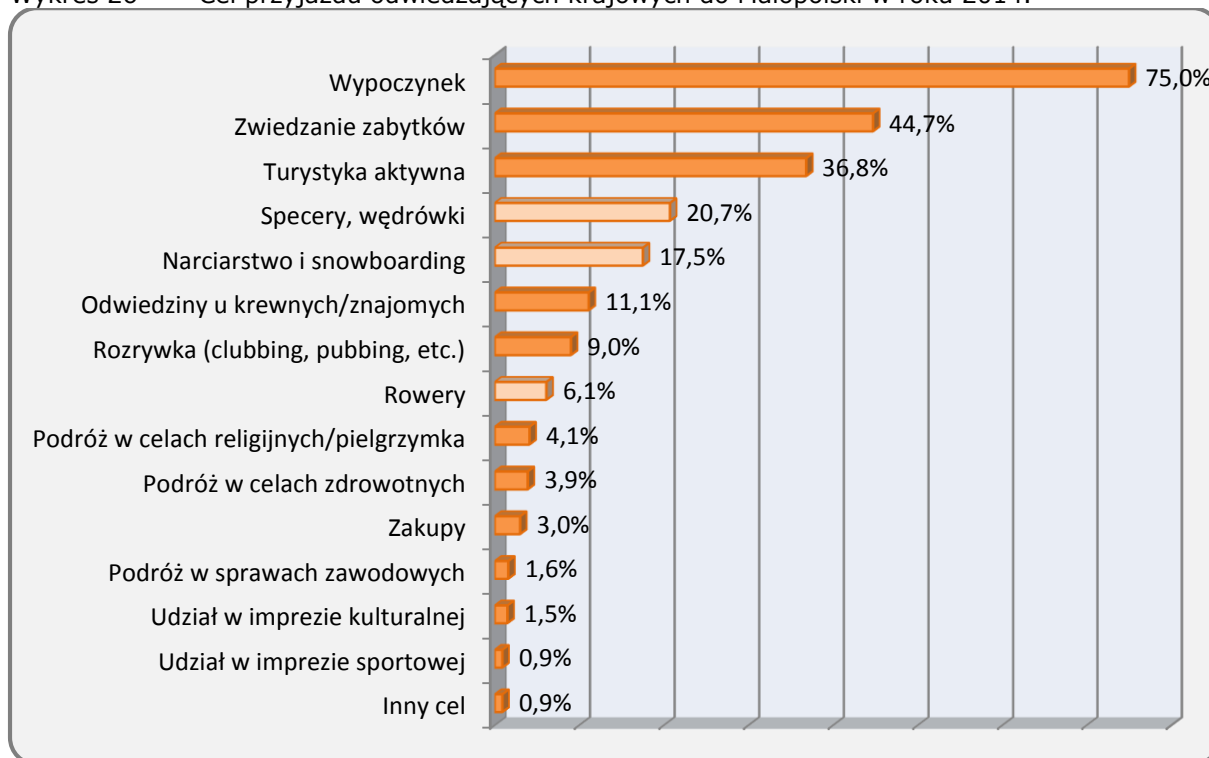
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2003-2013.

5.2. CEL PODRÓŻY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ

Zrealizowane badanie pokazało, iż we wszystkich kategoriach respondentów zdecydowanie dominującym celem przyjazdu do Małopolski jest chęć wypoczynku oraz zwiedzania zabytków. Na wstępie należy podkreślić, iż odsetki prezentowane poniżej dla poszczególnych typów odpowiedzi nie sumują się do stu, ze względu na możliwość wskazania kilku celów przyjazdu przez każdego z respondentów. W celu uchwycenia ewentualnych trendów w zakresie zmiany przyczyn przyjazdu do regionu, dokonano porównania celów wizyty osób odwiedzających Małopolskę deklarowanych na przestrzeni ostatnich lat (2009-2014).

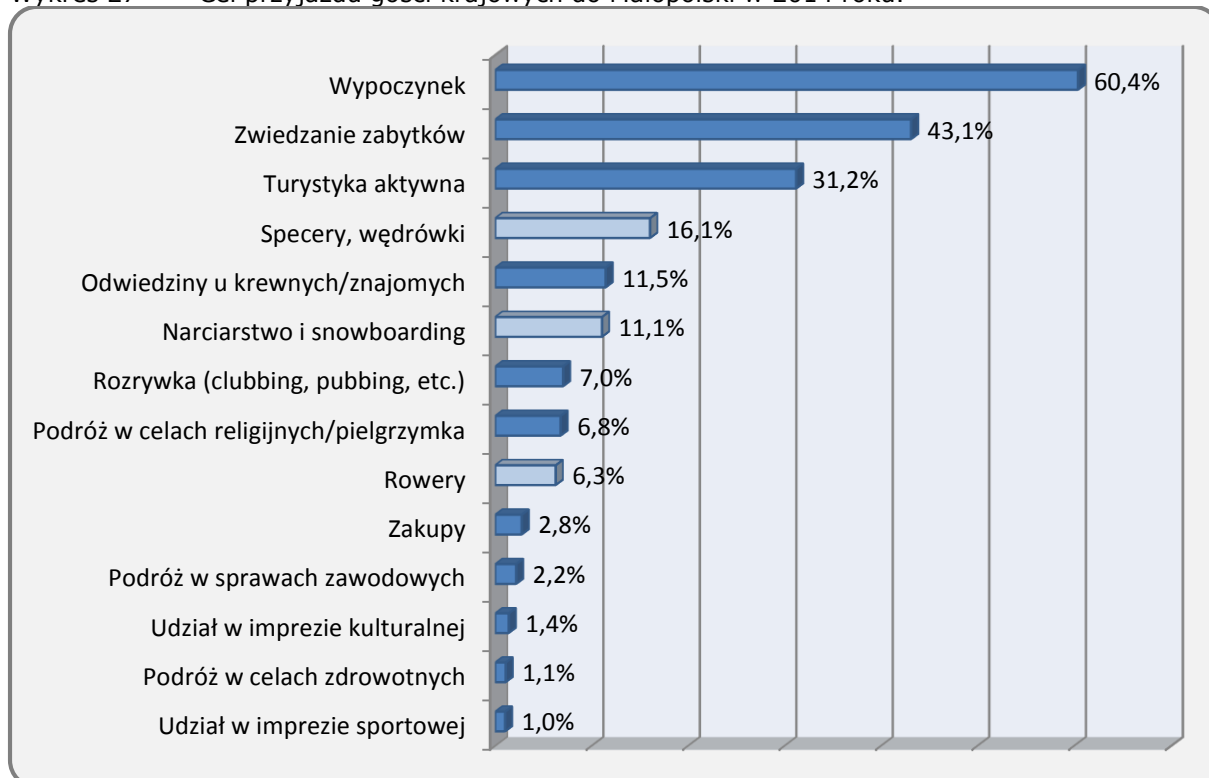
Trzech na czterech odwiedzających krajowych swój pobyt w Małopolsce uzasadnia chęcią wypoczynku, a niemal 45% deklaruje chęć zwiedzania zabytków. Trzecimi, bardzo popularnym celem wizyty w regionie jest turystyka aktywna, rozumiana najczęściej jako spacer i wędrowki po szlakach (20,7%) oraz narciarstwo i snowboarding (17,5%). Częściej niż co dziesiąty odwiedzający z Polski przybywa do regionu w celu wizyty u rodziny lub znajomych. Informacje na temat częstotliwości wyboru poszczególnych celów przyjazdu przez rezydentów Polski zawiera wykres nr 26.

Wykres 26 Cel przyjazdu odwiedzających krajowych do Małopolski w roku 2014.



W dalszej części rozdziału omówione zostaną cele wizyty w podziale na odwiedzających jednodniowych (goście) oraz osoby nocujące w regionie (turyści).

Wykres 27 Cel przyjazdu gości krajowych do Małopolski w 2014 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014. Procenty nie sumują się do stu ze względu na możliwość wskazania kilku celów przyjazdu.

Wśród rezydentów krajowych przyjeżdżających do Małopolski tylko na jeden dzień, ponad 60% swój przyjazd uzasadniało chęcią wypoczynku, a 43% chęcią zwiedzania zabytków. Do bardzo popularnych celów wizyty zaliczyć można także turystykę aktywną, wskazywaną niemal przez co trzeciego gościa krajowego. W ramach kategorii „turystyka aktywna” najczęściej wskazywano na spacer i wędrówki górskie (16,1% gości) a następnie na narciarstwo i snowboarding (11,1%).

W III kwartale 2013 roku uszczegółowiono pytanie dotyczące celu przyjazdów do Małopolski, tak by móc lepiej zbadać preferencje związane z turystyką aktywną, co przełożyło się na lepsze wyodrębnienie turystyki aktywnej z ogólnego celu, jakim jest wypoczynek. Dowodem jest rosnący odsetek gości krajowych deklarujących ten właśnie cel pobytu w Małopolsce. Po odnotowanym w roku 2012 gwałtownym spadku liczby gości krajowych uzasadniających swój pobyt w Małopolsce uprawianiem aktywnych form turystyki, nastąpił ponowny wzrost tego odsetka – sześciokrotnie w stosunku do roku 2012 i dwukrotnie w stosunku do roku 2013. Umacnia się dominująca pozycja wypoczynku jako głównego celu przyjazdu gości krajowych.

Tabela 11 Cele podróży deklarowane przez gości krajowych w latach 2009-2014.

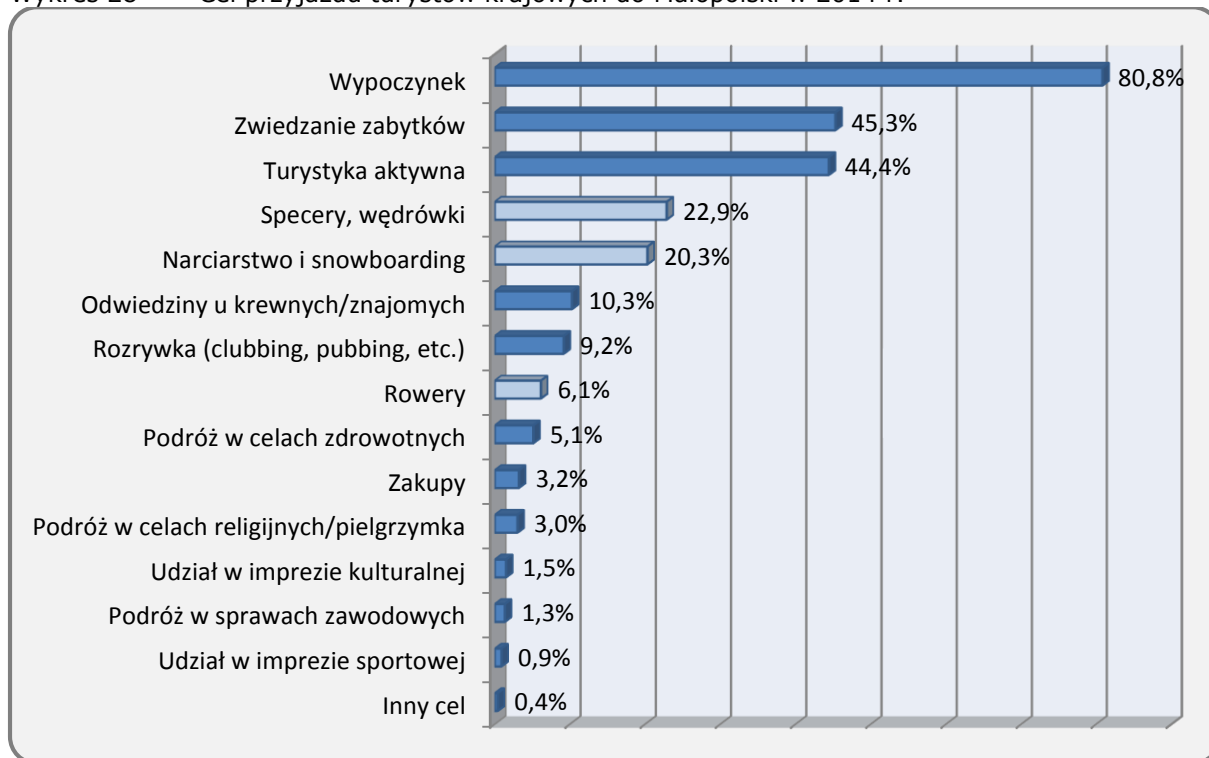
Lp.	Cel przyjazdu	Odsetek gości krajowych wybierających dany cel pobytu w Małopolsce					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Wypoczynek	62,1	31,2	42,7	41,0	51,3	60,4
2.	Zwiedzanie zabytków	34,8	58,7	32,0	48,8	45,0	43,1
3.	Turystyka aktywna (w tym narciarstwo i wędrówki piesze)	b.d.	30,2	55,8	5,5	15,7	31,2
4.	Odwiedziny u przyjaciół lub rodziny	10,0	3,6	18,6	7,9	11,1	11,5
5.	Rozrywka, pobyt w restauracjach	12,1	4,7	7,2	2,6	4,5	7,0
6.	Cel religijny	9,8	7,7	9,2	19,6	8,8	6,8
7.	Zakupy	12,3	5,4	8,0	4,0	3,9	2,8
8.	Sprawy służbowe/interesy	3,5	5,2	8,6	7,1	6,2	2,2
9.	Cel zdrowotny	7,3	1,1	7,7	5,6	3,3	1,1
10.	Inne cele	4,1	2,3	4,5	2,8	1,1	1,1

Zródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2009-2013.

Turyści przyjeżdżający do Małopolski z innych rejonów Polski, jako cel swojej podróży deklarowali chęć wypoczynku – cel ten wskazało ponad 80% przedstawicieli tej kategorii. Około 45% turystów krajowych jest zainteresowanych zwiedzaniem zabytków zlokalizowanych na obszarze województwa małopolskiego oraz turystyką aktywną, którą 22,9% turystów realizuje poprzez spacer i wędrówki po szlakach, 20,3% w formie

narciarstwa i snowboardingu, a 6,1% w formie wycieczek rowerowych. Popularnym celem podróży do Małopolski, wskazywanym średnio przez co dziesiątego turystę krajowego, jest także wizyta u rodziny lub znajomych oraz rozrywka.

Wykres 28 Cel przyjazdu turystów krajowych do Małopolski w 2014 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014. Procenty nie sumują się do stu ze względu na możliwość wskazania kilku celów przyjazdu.

Porównanie głównych motywów przyjazdu do Małopolski w latach 2009-2014 pozwala stwierdzić, iż utrzymuje się wysoki poziom zainteresowania turystów krajowych wypoczynkiem oraz małopolskimi zabytkami. Wzrósł odsetek turystów deklarujących chęć rozrywki oraz przyjazd w celach zdrowotnych.

Podobnie jak w przypadku gości, także wśród turystów krajowych nastąpił znaczący wzrost odsetka osób uzasadniających wizytę w Małopolsce uprawianiem turystyki aktywnej (o 20% w stosunku do 2013 roku), szczególnie spacerów i wędrówek oraz narciarstwa.

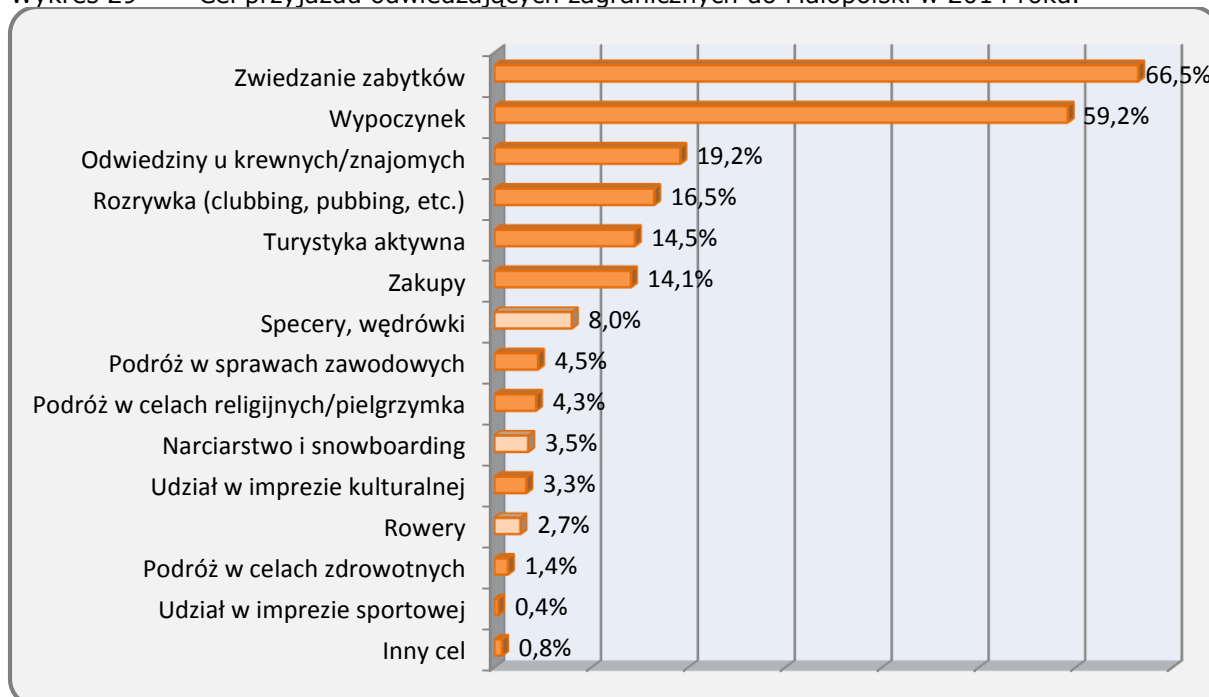
Tabela 12 Cele podróży deklarowane przez turystów krajowych w latach 2009-2013.

Lp.	Cel przyjazdu	Odsetek turystów krajowych wybierających dany cel pobytu w Małopolsce					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Wypoczynek	62,1	76	74,6	63,6	76,9	80,8
2.	Zwiedzanie zabytków	34,8	41	41,2	47,6	41,8	45,3
3.	Turystyka aktywna (w tym narciarstwo i wędrówki piesze)	b.d.	53,5	60,9	7,9	24,6	44,4
4.	Odwiedziny u przyjaciół lub rodziny	10,0	5,9	20,9	14,6	14,3	10,3
5.	Rozrywka, pobyt w restauracjach	12,1	6,9	15,8	5,8	7,3	9,2
6.	Cel zdrowotny	7,3	7,2	12,5	8,3	3,0	5,1
7.	Zakupy	12,3	3,0	4,9	5,1	3,7	3,2
8.	Cel religijny	9,8	2,8	6,0	7,8	3,0	3,0
9.	Sprawy służbowe/interesy	3,5	2,0	6,5	3,7	5,5	1,3
10.	Inne cele	4,1	2,0	4,9	1,7	0,4	0,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2009-2013.

Osoby przybywające do Małopolski z innych państw najczęściej uzasadniają swoją wizytę chęcią zwiedzania zabytków (66,5%) oraz wypoczynkiem (59,2%). Niemal co piąty rezydent innego kraju przyjeżdża do Małopolski by odwiedzić rodzinę lub znajomych a co siódmy deklaruje cele rozrywkowe, chęć uprawiania turystyki aktywnej lub robienia zakupów.

Wykres 29 Cel przyjazdu odwiedzających zagranicznych do Małopolski w 2014 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014. Procenty nie sumują się do stu ze względu na możliwość wskazania kilku celów przyjazdu.

Na przestrzeni lat 2009-2014 widoczna jest ciągła dominacja wypoczynku oraz zwiedzania zabytków jako głównych celów wizyt obcokrajowców w Małopolsce, co więcej, odsetek osób deklarujących w 2014 roku chęć zwiedzania zabytków znacząco wzrósł w stosunku do poprzedniego okresu badawczego. Na wysokim poziomie utrzymuje się zainteresowanie zakupami, rozrywką oraz odwiedzinami u znajomych i krewnych (wzrost o 5%). Spadł natomiast odsetek odwiedzających zagranicznych przyjeżdżających w celach zdrowotnych – osiągając poziom najniższy od 2009 roku.

Tabela 13 Cel przyjazdu odwiedzających zagranicznych (turystów i gości) do Małopolski w latach 2009-2014 (w %).

Lp.	Cel przyjazdu	Odsetek odwiedzających zagranicznych wybierających dany cel pobytu w Małopolsce					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Zwiedzanie zabytków	56,4	63,5	51,7	58,2	58,9	66,5
2.	Wypoczynek	68,2	66	81,5	53,6	60,5	59,2
3.	Owiedziny u przyjaciół lub rodziny	7,0	13,3	30,9	10,3	13,1	19,2
4.	Rozrywka, pobyt w restauracjach	27,0	10,4	20,3	16,4	15,4	16,5
5.	Zakupy	15,6	10,8	11,9	12,3	16,0	14,1
6.	Turystyka aktywna (w tym narciarstwo i wędrówki piesze)	b.d.	31,6	35,7	4,1	4,3	13,5
7.	Sprawy służbowe/interesy	4,1	3,6	6,2	5,5	3,5	4,5
8.	Cel religijny	10,8	2,3	6,2	9,1	3,5	4,3
9.	Cel zdrowotny	1,9	3,2	8,3	3,7	2,8	1,4
10.	Inne cele	4,4	2,9	2,9	2,1	0,1	3,5

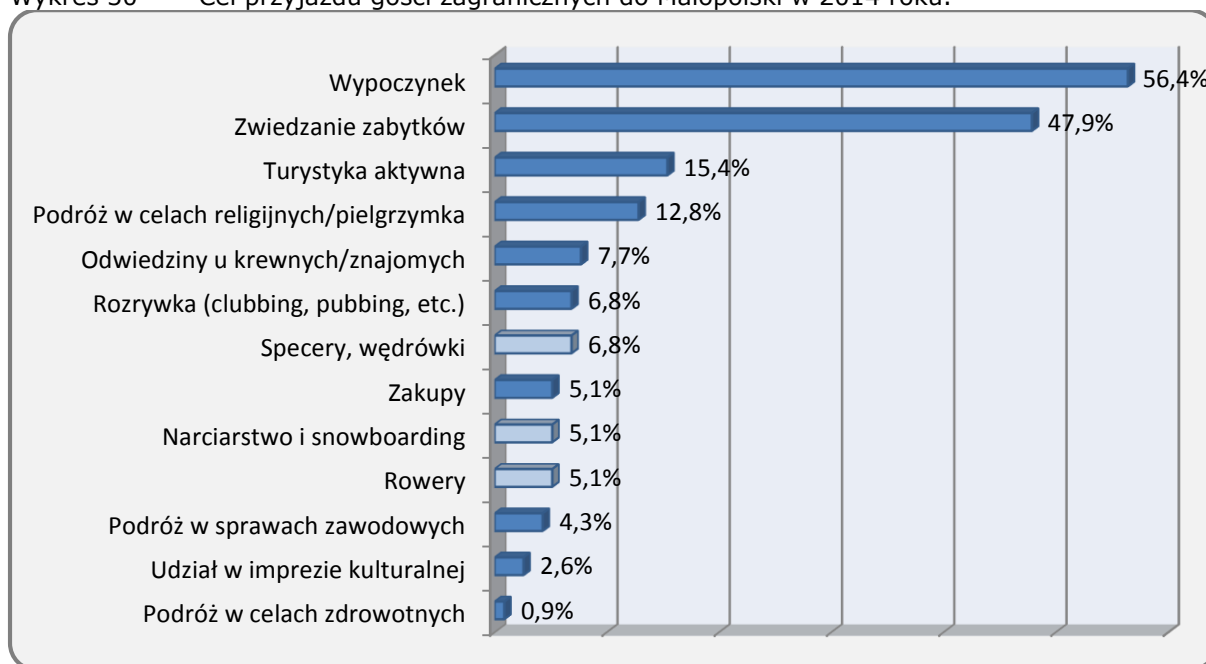
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2009-2013.

Analizując motywy wizyty w Małopolsce rezydentów zagranicznych warto przyjrzeć się celom deklarowanym przez odwiedzających jednodniowych oraz przez turystów, gdyż widać w tym zakresie istotne różnice.

Wśród gości zagranicznych dominują osoby poszukujące na terenie Małopolski możliwości wypoczynku (56,4%) oraz chcące zwiedzać zabytki (47,9%). Trzecim pod względem popularności celem jest turystyka aktywna (15,4%) realizowana w porównywalnym stopniu w formie spacerów, wędrówek, narciarstwa i jazdy na rowerze.

Niemal 13% gości z zagranicy przyjechało do Małopolski w celach religijnych, co jest wynikiem dwukrotnie wyższym niż w przypadku gości krajowych. Wizyty o charakterze religijnym, pielgrzymkowym są zdecydowanie bardziej popularne wśród gości zagranicznych niż wśród pozostałych trzech kategorii odwiedzających.

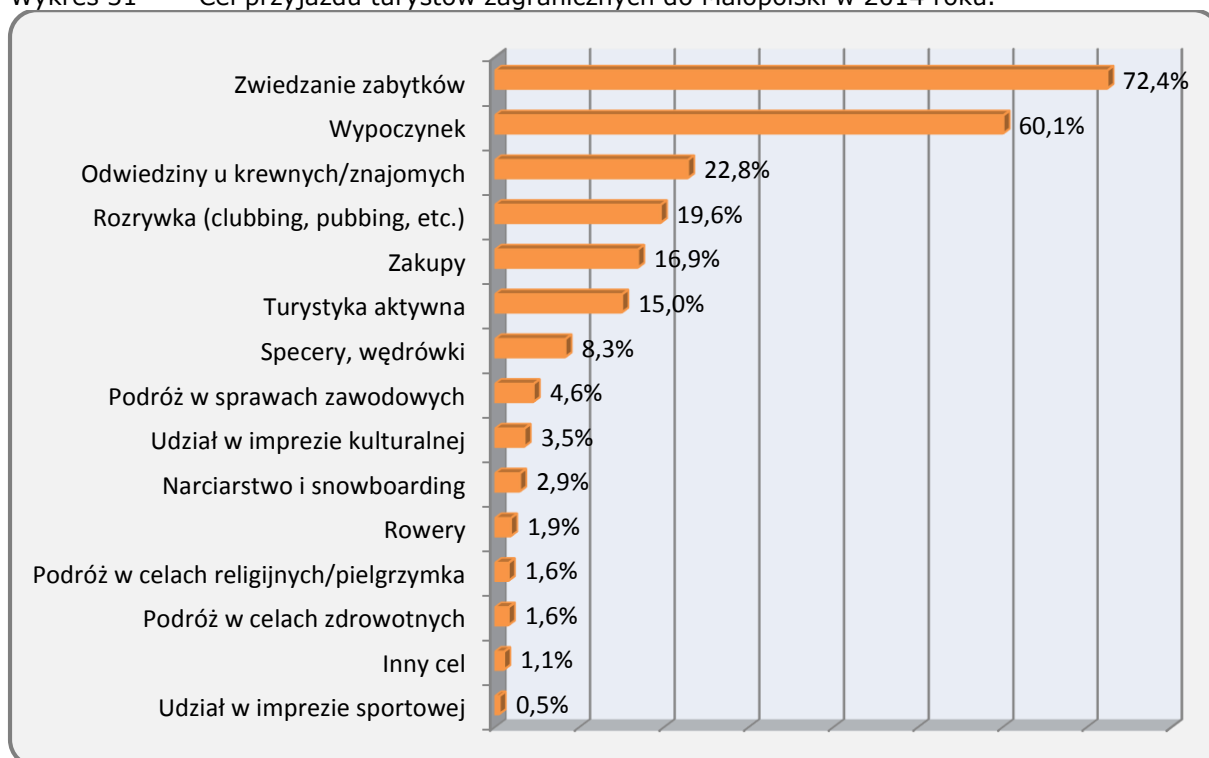
Wykres 30 Cel przyjazdu gości zagranicznych do Małopolski w 2014 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014. Procenty nie sumują się do stu ze względu na możliwość wskazania kilku celów przyjazdu.

Turyści zagraniczni deklarują najczęściej przyjazd uzasadniony zwiedzaniem zabytków oraz wypoczynkiem. Jest to jedyna kategoria odwiedzających Małopolskę, której przedstawiciele wymienili rozrywkę i zakupy wśród najważniejszych celów podróży – cel rozrywkowy deklarował co piąty turysta zagraniczny, a co szósty planował w Małopolsce zakupy. Wśród turystów spoza Polski znacznie częściej (niż wśród innych kategorii odwiedzających) powodem wizyty w województwie małopolskim są odwiedziny u krewnych i znajomych (22,8%), a znacznie mniej popularnym – turystyka aktywna, na którą wskazało 15% turystów z innych państw (w tym największa grupa na spacer i wędrowki po szlakach). Pozostałe cele wizyty w województwie małopolskim wskazywane były przez mniej niż 5% turystów z zagranicy, a więc miały charakter marginalny.

Wykres 31 Cel przyjazdu turystów zagranicznych do Małopolski w 2014 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014. Procenty nie sumują się do stu ze względu na możliwość wskazania kilku celów przyjazdu.

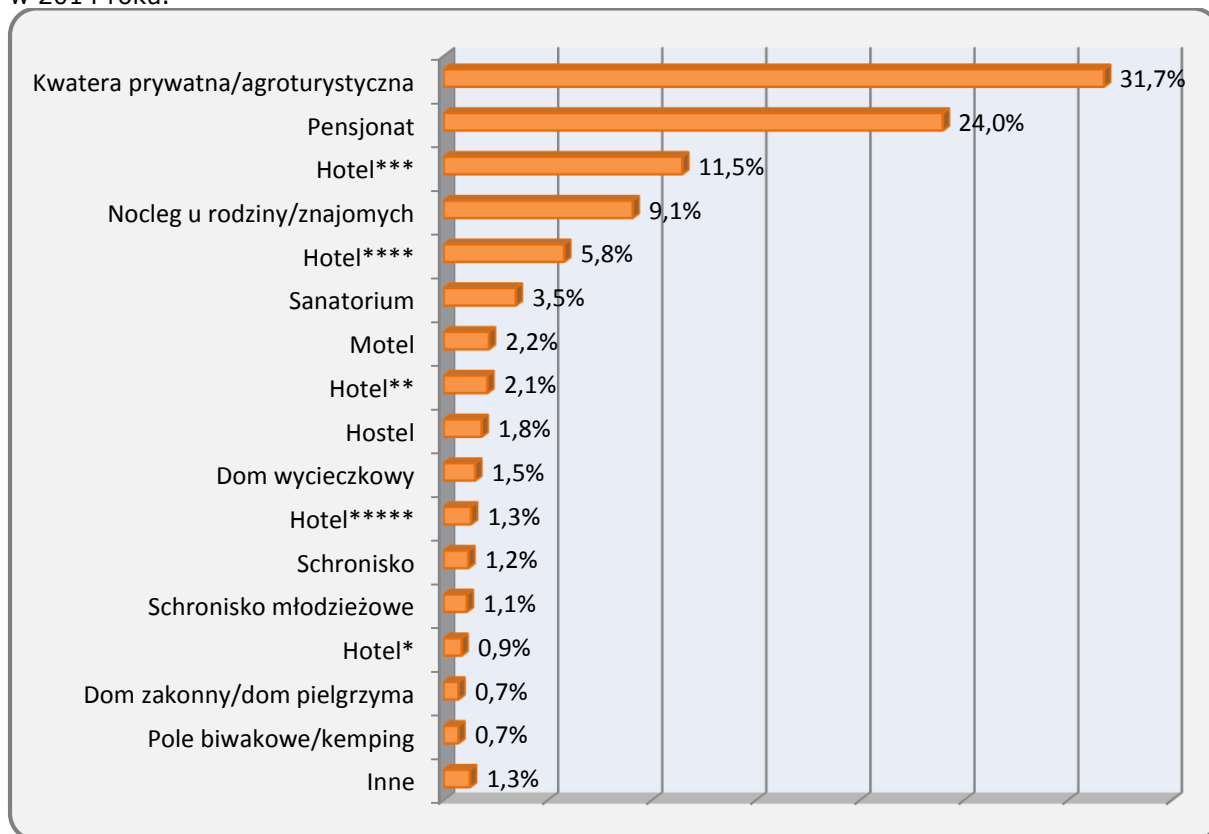
Ze względu na fakt, iż we wszystkich kategoriach odwiedzających wzrósł w bieżącym okresie badawczym odsetek osób deklarujących uprawianie aktywnych form turystyki warto przyrzeć się bardziej szczegółowo informacjom na temat zainteresowanie odwiedzających sportami zimowymi. Odsetki odnoszące się do narciarstwa zawarte na powyższych wykresach ujmowane są w skali całego roku, a więc są znacznie zaniżone ze względu na sezonowy charakter tego typu aktywności. Korzystając z danych dla I kwartału 2014 roku, stwierdzić można, iż narciarstwo i snowboarding to forma aktywności, która przyciągnęła do Małopolski w sezonie zimowym: 23,6% gości krajowych, 38,5% turystów krajowych, 7,8% gości zagranicznych, 6,1% turystów zagranicznych.

Widać więc, że szczególnie wśród rezydentów Polski, Małopolska jest atrakcyjnym miejscem do uprawiania sportów zimowych, a prowadzone inwestycje w infrastrukturę narciarską sprzyjać mogą zwiększeniu zainteresowania korzystaniem ze stoków i tras narciarskich także w grupie odwiedzających z zagranicy.

5.3. FORMA ZAKWATEROWANIA

Mając na uwadze potrzebę dostosowywania bazy noclegowej do oczekiwań turystów, w ramach wywiadu kwestionariuszowego zapytano odwiedzających o formę zakwaterowania wybraną w trakcie pobytu na obszarze województwa małopolskiego.

Wykres 32 Forma zakwaterowania turystów polskich podczas pobytu na terenie Małopolski w 2014 roku.



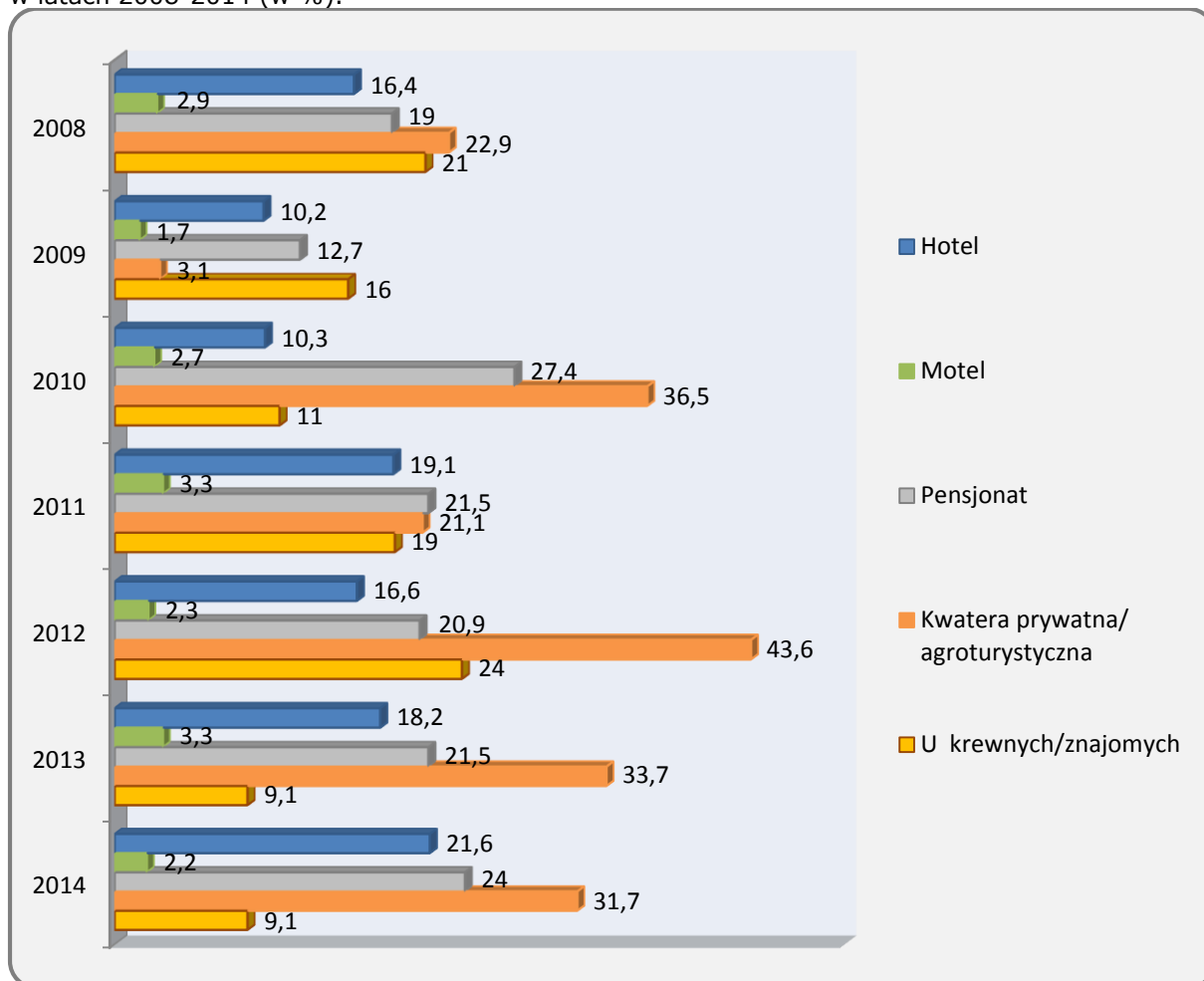
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Największą popularnością wśród turystów polskich cieszą się kwatery prywatne (w tym agroturystyczne) wybierane przez niemal 1/3 odwiedzających Małopolskę oraz pensjonaty, wybierane przez co czwartego odwiedzającego region. Popularnością cieszą się także hotele - głównie trzygwiazdkowe oraz czterogwiazdkowe. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż niemal co dziesiąty turysta nie korzysta z bazy noclegowej podczas pobytu w Małopolsce, decydując się na nocleg u rodziny lub znajomych. Pozostałe formy zakwaterowania wybierane są przez bardzo niewielki odsetek turystów krajowych.

Zestawienie odsetków turystów krajowych korzystających z poszczególnych form zakwaterowania na przestrzeni lat 2008-2014 nie uwidacznia żadnych istotnych zmian dokonujących się w ostatnich latach. Pomimo niewielkiego spadku odsetka nocujących w kwaterach prywatnych i agroturystycznych, ta forma noclegu dominuje niezmiennie od 2012 roku. Nieznacznie wzrósł odsetek korzystających z noclegów w pensjonatach

i hotelach, natomiast skala korzystania z noclegów u rodziny i znajomych jest identyczna jak w roku 2013, a więc niska w porównaniu z latami wcześniejszymi.

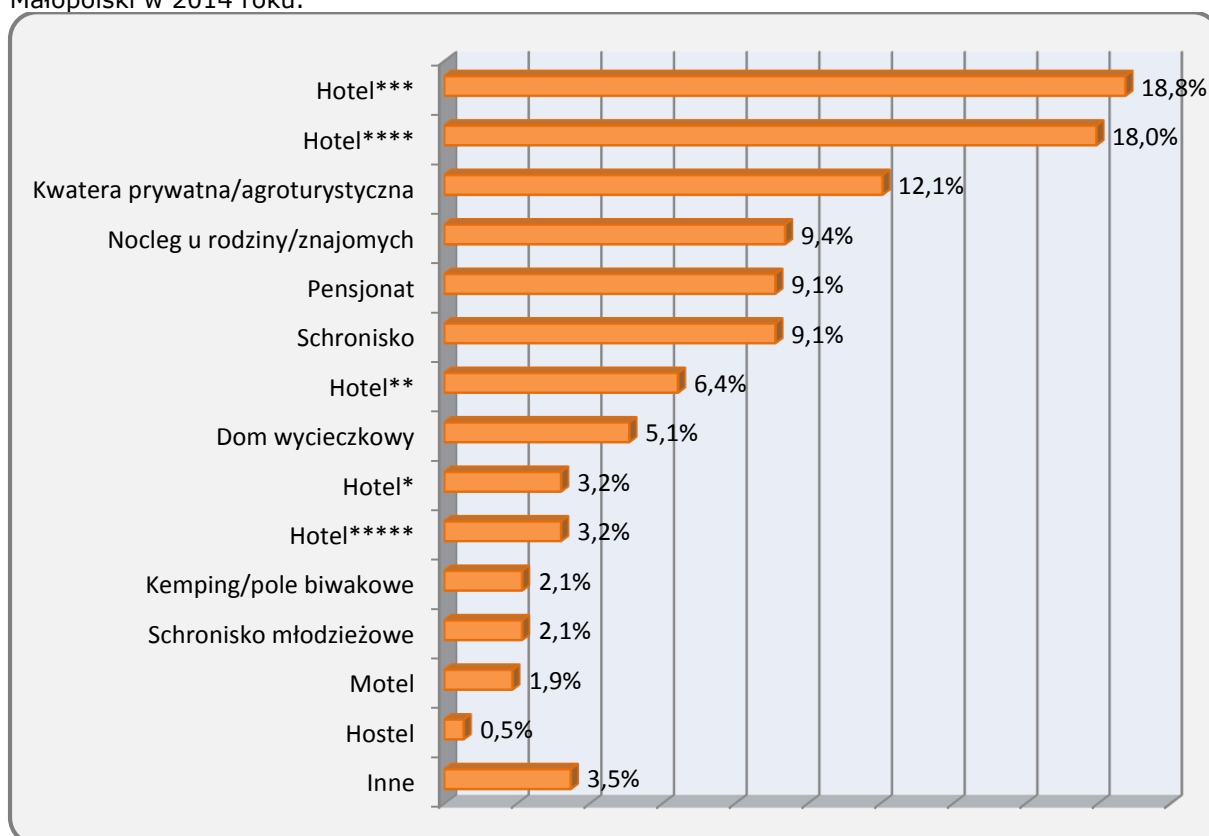
Wykres 33 Forma zakwaterowania turystów krajowych podczas podróży na terenie Małopolski w latach 2008-2014 (w %).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2008-2013.

Wyniki badań przeprowadzonych w 2014 roku pokazują, iż niemal połowa turystów zagranicznych zdecydowała się korzystać w Małopolsce z noclegów w hotelach (gdy w przypadku turystów krajowych odsetek ten wynosił 21,6%). Porównywalna grupa turystów zagranicznych wybrała hotele trzygwiazdkowe (18,8%) jak i czterogwiazdkowe (18%). Średnio co ósmy turysta spoza Polski zatrzymał się w kwaterach prywatnych/agroturystycznych. Porównywalna jest też skala korzystania z noclegów w pensjonatach, schroniskach oraz z noclegów prywatnych (u rodziny/znajomych), kształtująca się na poziomie nieznacznie przewyższającym 9 punktów procentowych. Pozostałe formy zakwaterowania nie cieszą się szczególnie dużym zainteresowaniem odwiedzających zagranicznych.

Wykres 34 Forma zakwaterowania turystów zagranicznych podczas podróży na terenie Małopolski w 2014 roku.

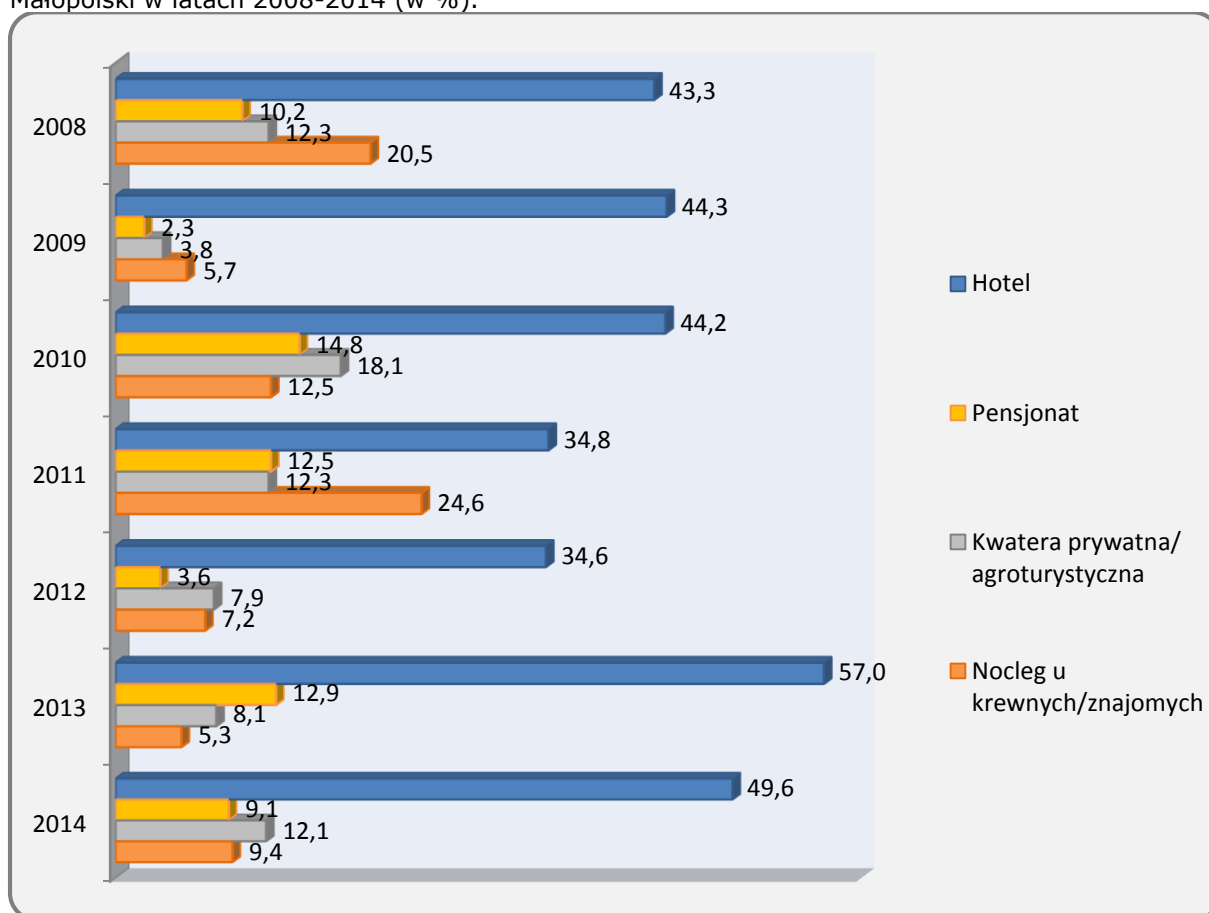


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014. Procenty nie sumują się do stu, ze względu na możliwość korzystania podczas pobytu z więcej niż jednej formy zakwaterowania.

Na wykresie nr 35 zaprezentowano zmiany w zakresie form zakwaterowania preferowanych przez turystów zagranicznych na przestrzeni lat 2008-2014, jednak pominięto formy zakwaterowania o marginalnym znaczeniu dla odwiedzających spoza Polski.

Zestawienie danych pokazuje, iż pomimo odnotowanego spadku odsetka korzystających z hoteli, ta forma zakwaterowania jest wśród turystów zagranicznych zdecydowanie dominująca. Widoczny jest kilkuprocentowy spadek zainteresowania noclegami w pensjonatach, na rzecz kwater prywatnych. Po bardzo niskim poziomie wykorzystania noclegów u rodziny i znajomych w roku 2013, odnotowano obecnie wzrost tej wartości o 4 punkty procentowe.

Wykres 35 Forma zakwaterowania turystów zagranicznych podczas podróży na terenie Małopolski w latach 2008-2014 (w %).

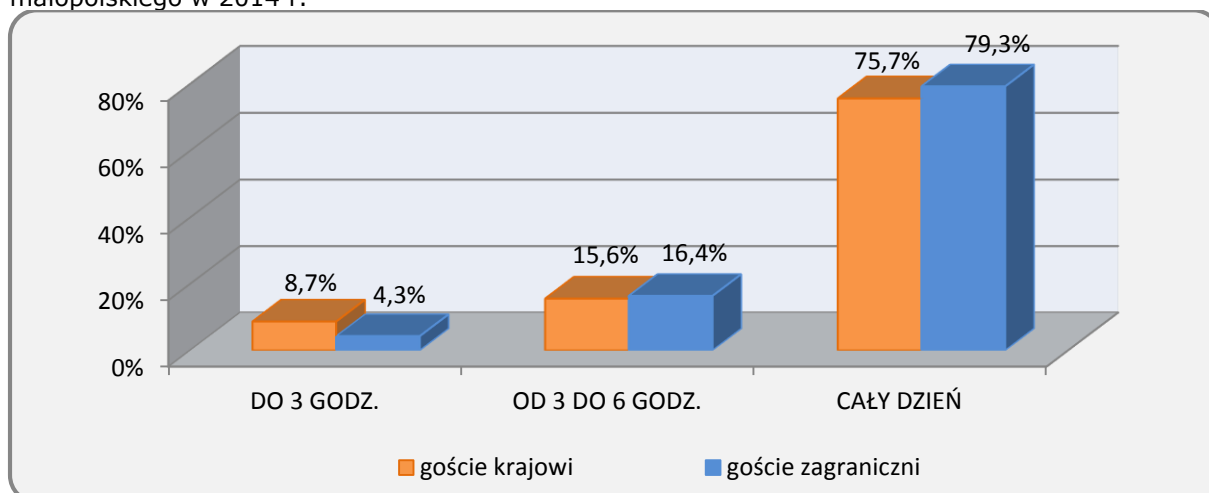


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz raportów z badania ruchu turystycznego z lat 2008-2013.

5.4. DŁUGOŚĆ I CZĘSTOTLIWOŚĆ POBYTU W MAŁOPOLSCIE

Zgodnie z przyjętą w realizowanym badaniu definicją, terminem „gość” określa się osobę, która nie korzysta na terenie województwa małopolskiego z noclegu, a więc przyjeżdża na czas nie dłuższy niż 1 dzień. Na podstawie danych pochodzących z wywiadów kwestionariuszowych można stwierdzić, iż w 2014 roku ponad ¾ gości przebywało na obszarze Małopolski przez cały dzień - dotyczy to 75,7% krajowych i 79,3% gości zagranicznych. Średnio co szósty gość pozostaje na terenie Małopolski od 3 do 6 godzin – nieznacznie większy jest odsetek tego typu odwiedzających wśród gości zagranicznych. Osoby przyjeżdżające na czas krótszy niż 3 godziny to prawie 9% gości z Polski i ponad 4% z zagranicy. Przypuszczać można, że w ich przypadku pobyt w Małopolsce jest punktem w podróży do innych regionów kraju.

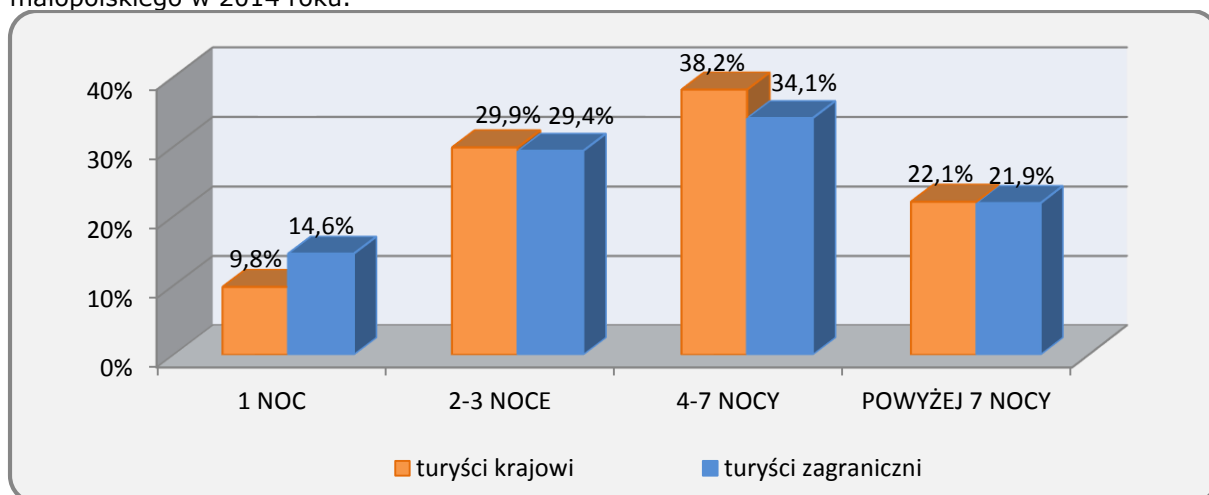
Wykres 36 Długość pobytu gości krajowych i zagranicznych na terenie województwa małopolskiego w 2014 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Informacje na temat długości pobytu na obszarze województwa małopolskiego pozyskiwane od turystów, opierały się na kryterium liczby nocy spędzonych w regionie. Różnice procentowe odnoszące się do długości pobytu turystów krajowych i zagranicznych są niewielkie i wyrażają się w przesunięciu pomiędzy pobytem z jednym noclegiem – częstszym wśród turystów zagranicznych, a pobytem trwającym od 4 do 7 noclegów – częstszym wśród turystów krajowych. Oznacza to iż pobyty turystów zagranicznych są nieznacznie krótsze od pobytów turystów krajowych. Wśród obu kategorii turystów dominują pobyty obejmujące od 4 do 7 noclegów (częściej niż co trzeci turysta), a następnie od 2 do 3 noclegów (niemal co trzeci turysta). Pobyty dwudniowe (1 nocleg) są najrzadsze i deklaruje je co dziesiąty turysta krajowy i co siódmy turysta zagraniczny.

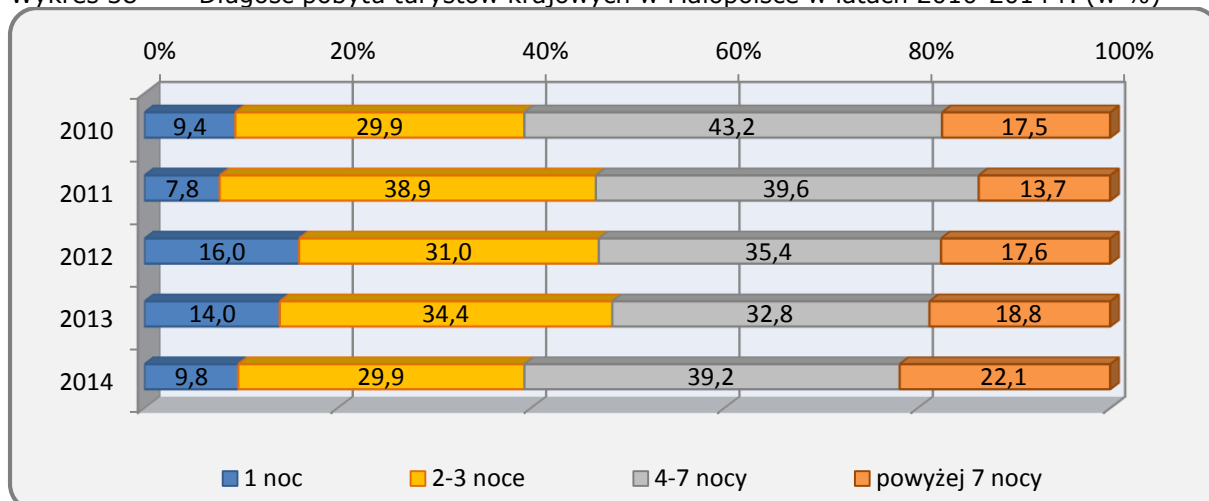
Wykres 37 Długość pobytu turystów krajowych i zagranicznych na terenie województwa małopolskiego w 2014 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Porównanie danych z roku 2014 z poprzednimi okresami badawczymi pokazuje, iż czas trwania pobytu turystów krajowych w Małopolsce ulega od roku 2011 stopniowemu wydłużaniu. Przejawia się to w malejącym odsetku pobytów dwudniowych i rosnącym odsetku pobytów wymagających więcej niż 7 noclegów. W badaniach ruchu turystycznego prowadzonych w Małopolsce do 2010 roku uwzględniano podział jedynie na „1 nocleg” i „więcej niż 1 nocleg”, stąd porównanie obejmuje wyłącznie dane zebrane w późniejszym okresie.

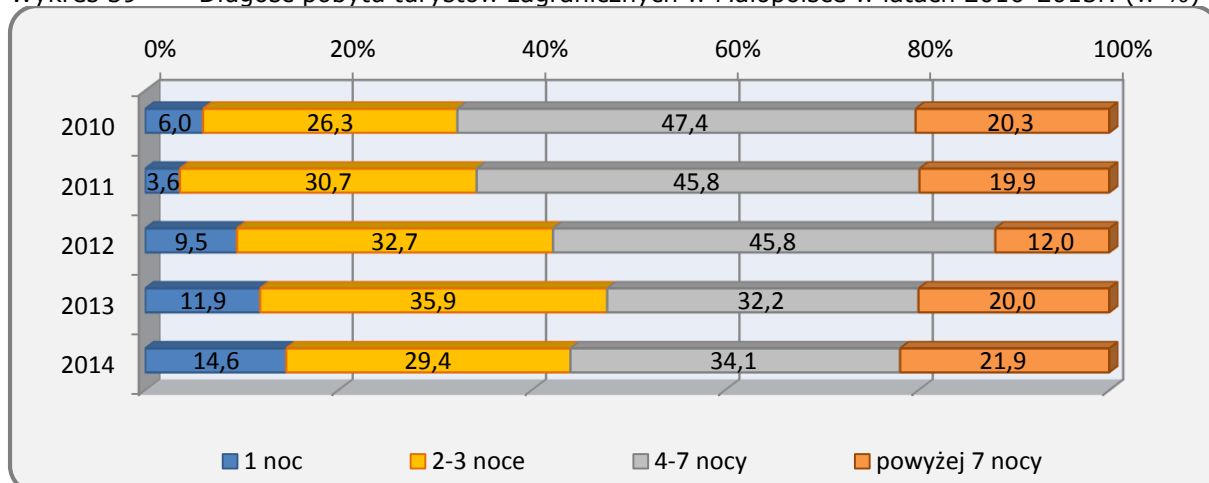
Wykres 38 Długość pobytu turystów krajowych w Małopolsce w latach 2010-2014 r. (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w roku 2014 raportów z badań za lata 2010-2013.

Długość pobytu turystów zagranicznych w Małopolsce ulega zmianom o charakterze polaryzacyjnym – z jednej strony wzrasta liczba turystów zagranicznych spędzających w Małopolsce tylko jedną noc, z drugiej - rośnie liczba turystów korzystających z co najmniej ośmiu noclegów.

Wykres 39 Długość pobytu turystów zagranicznych w Małopolsce w latach 2010-2013r. (w %)



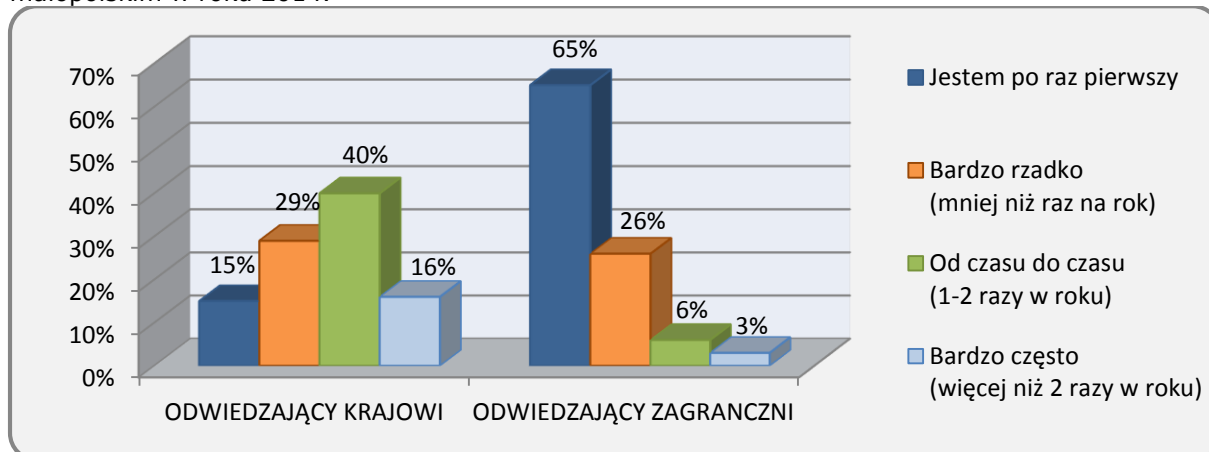
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w roku 2014 raportów z badań za lata 2010-2013.

Utrzymuje się tendencja zaobserwowana w poprzednim okresie badawczym. Informacje zebrane w roku bieżącym pozwalają wnioskować o powrocie do trendów z lat wcześniejszych w zakresie odsetka turystów korzystających z co najmniej siedmiu noclegów (około 1/5 turystów zagranicznych), który został zachwiany w roku 2012.

Turyści i goście odwiedzający Małopolskę w I i III kwartale 2014 roku zostali poproszeni o określenie częstotliwości swoich przyjazdów na obszar województwa małopolskiego oraz do konkretnej miejscowości/obiektu turystycznego, w którym realizowany był wywiad kwestionariuszowy. Uzyskane wyniki silnie różnicują rezydentów krajowych i zagranicznych.

Analiza rozkładu odpowiedzi udzielonych na pytanie o częstotliwość przyjazdów do Małopolski ukazuje odmienne trendy wśród odwiedzających krajowych i zagranicznych. W przypadku pierwszej kategorii, odsetki stopniowo rosną wraz ze zwiększaniem się częstotliwości pobytu, w przypadku odwiedzających zagranicznych odsetki te maleją. Pobyt w Małopolsce po raz pierwszy w życiu deklarowało 15% odwiedzających krajowych i aż 65% gości zagranicznych. Jednocześnie 56% odwiedzających krajowych deklaruje wizyty w Małopolsce co najmniej raz w roku, gdy wśród rezydentów innych państw odsetek ten nie sięga 10 punktów procentowych.

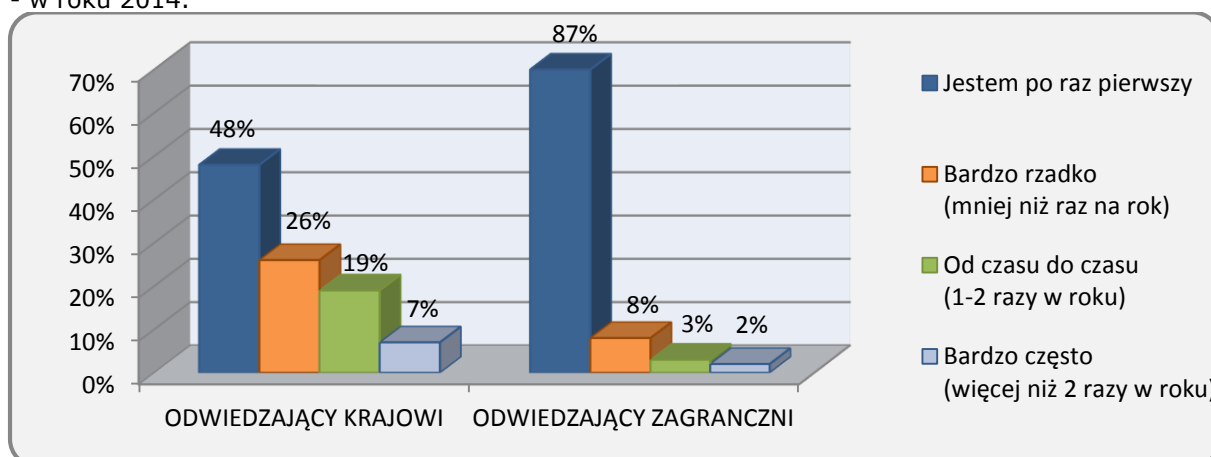
Wykres 40 Częstotliwość pobytu odwiedzających krajowych i zagranicznych w województwie małopolskim w roku 2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

W odniesieniu do wizyt w konkretnej miejscowości (konkretnym obiekcie turystycznym) rzadkością jest by przyjezdni z zagranicy odwiedzali dane miejsce ponownie. Aż 87% odwiedzających zagranicznych zadeklarowało, iż jest w danym miejscu po raz pierwszy w życiu. Odwiedzający krajowi częściej wracają do tych samych lokalizacji na terenie Małopolski. Ponad połowa z nich deklarowała, iż ich pobyt w miejscu realizacji badania ankietowego nie jest pobylem pierwszym: 26% odwiedza to miejsce rzadziej niż raz w roku, 19% odwiedza raz lub dwa razy w roku, a 7% kilka razy w roku.

Wykres 41 Częstotliwość pobytu odwiedzających krajowych i zagranicznych w miejscu realizacji wywiadu kwestionariuszowego, położonym na terenie województwa małopolskiego - w roku 2014.

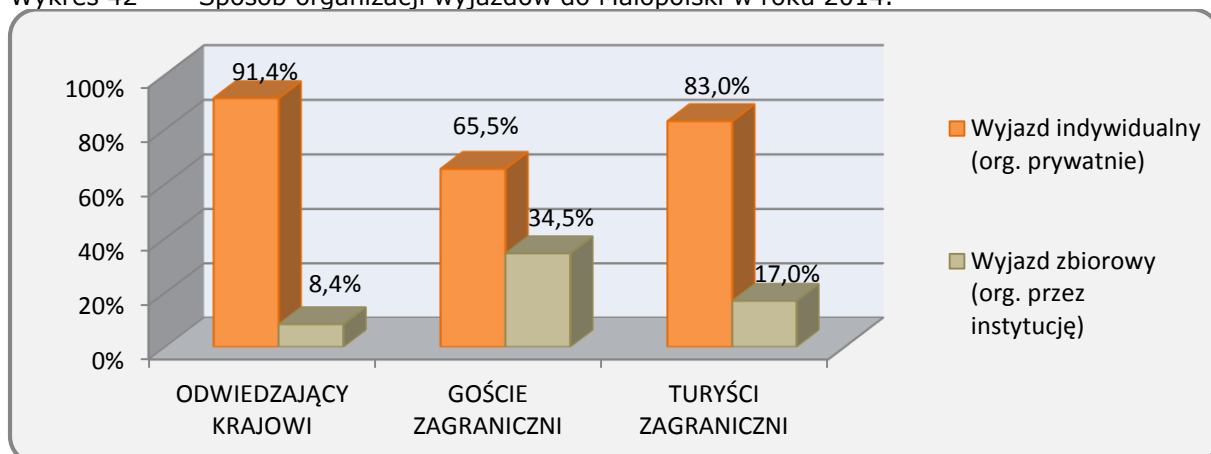


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w roku 2014.

5.5. ORGANIZACJA WIZYTY W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Dane, dotyczące sposobu organizacji wyjazdów do Małopolski pozwalają stwierdzić, iż rezydenci zagraniczni znacznie częściej korzystają z wyjazdów zorganizowanych przez podmioty instytucjonalne. Szczególnie dotyczy to gości zagranicznych, wśród których ponad 1/3 decyduje się na zorganizowaną formę wizyty w regionie. Także turyści zagraniczni decydują się na wyjazdy zorganizowane (zbiorowe) dwukrotnie częściej niż odwiedzający krajowi. Sposób organizacji wyjazdów nie różnicuje gości i turystów krajowych, stąd kategorie te analizowane są łącznie.

Wykres 42 Sposób organizacji wyjazdów do Małopolski w roku 2014.

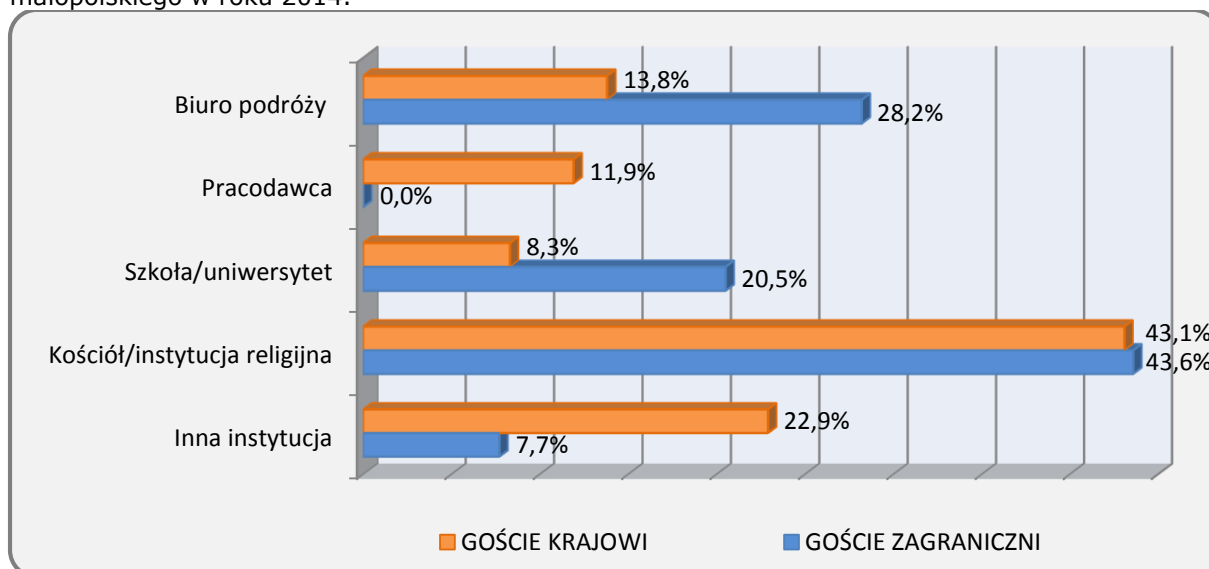


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Osoby deklarujące korzystanie ze zorganizowanych wyjazdów zbiorowych zostały poproszone o określenie rodzaju podmiotu, z którego usług korzystały. W przypadku obu kategorii odwiedzających dominowały pobyty organizowane przez instytucje kościelne/

religijne, stanowiąc 43% wskazań. Pozostałe kategorie były wymieniane przez gości krajowych i zagranicznych z bardzo zróżnicowaną częstotliwością. O ile wśród gości zagranicznych 28% korzystało z usług biur podróży, o tyle wśród gości krajowych odsetek ten był o połowę niższy. Podobna sytuacja odnosi się do pobytów organizowanych przez placówki edukacyjne (szkoły/uczelnie), z których korzystało 20,5% gości zagranicznych i 8,3% gości krajowych. Goście krajowi często przyjeżdżali na pobyt organizowany przez pracodawców, co nie zdarzało się wśród gości spoza Polski. Znaczący odsetek gości wskazał na inne niż wymienione podmioty organizujące ich pobyt w Małopolsce, jednak w większości przypadków nie sprecyzowano o jakim podmiocie mowa. Wśród innych podmiotów, wymienianych przez gości krajowych pojawiły się takie jak: urząd gminy, kluby sportowe, grupy taneczne, Narodowy Fundusz Zdrowia i ośrodki wychowawcze.

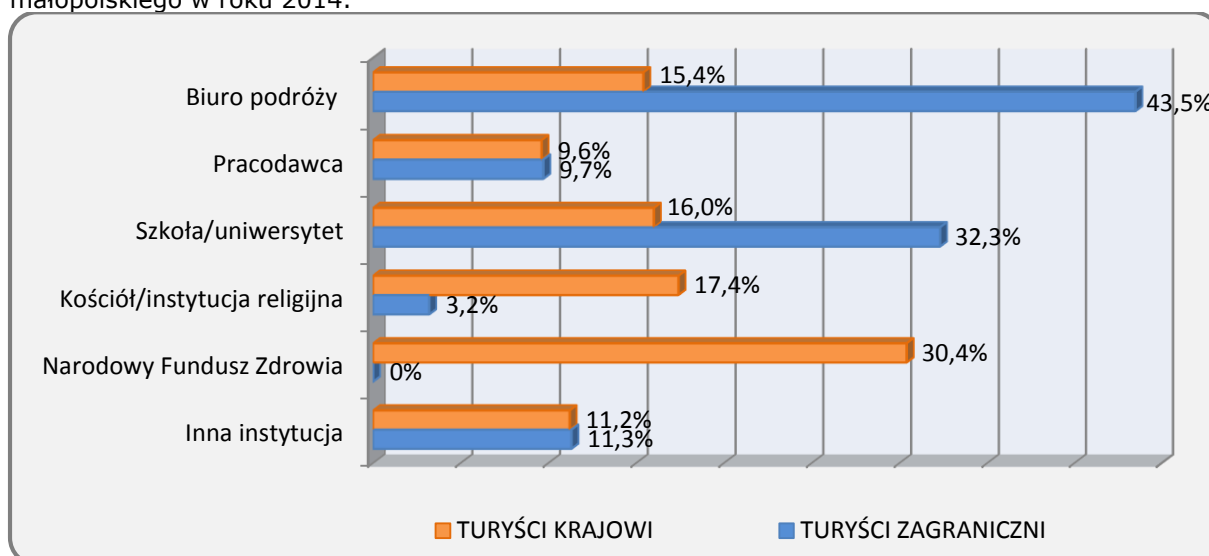
Wykres 43 Rodzaj organizatora przyjazdu gości krajowych i zagranicznych do województwa małopolskiego w roku 2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Turyści zagraniczni najchętniej korzystają z usług biur podróży (43,5%) oraz z wyjazdów organizowanych przez szkoły/uczelnie (32,3%). Wynik ten jest niemal identyczny jak wynik ubiegłoroczny. Turyści krajowi najczęściej korzystali z wyjazdów organizowanych przez Narodowy Fundusz Zdrowia (30,4% korzystających z wyjazdów zorganizowanych). Popularnym organizatorem przyjazdów turystów krajowych są także instytucje religijne, szkoły i uczelnie oraz biura podróży (porównywalne odsetki wskazań na poziomie 15,4-17,4%). Co dziesiąty turysta krajowy i zagraniczny przyjechał na pobyt organizowany przez swojego pracodawcę.

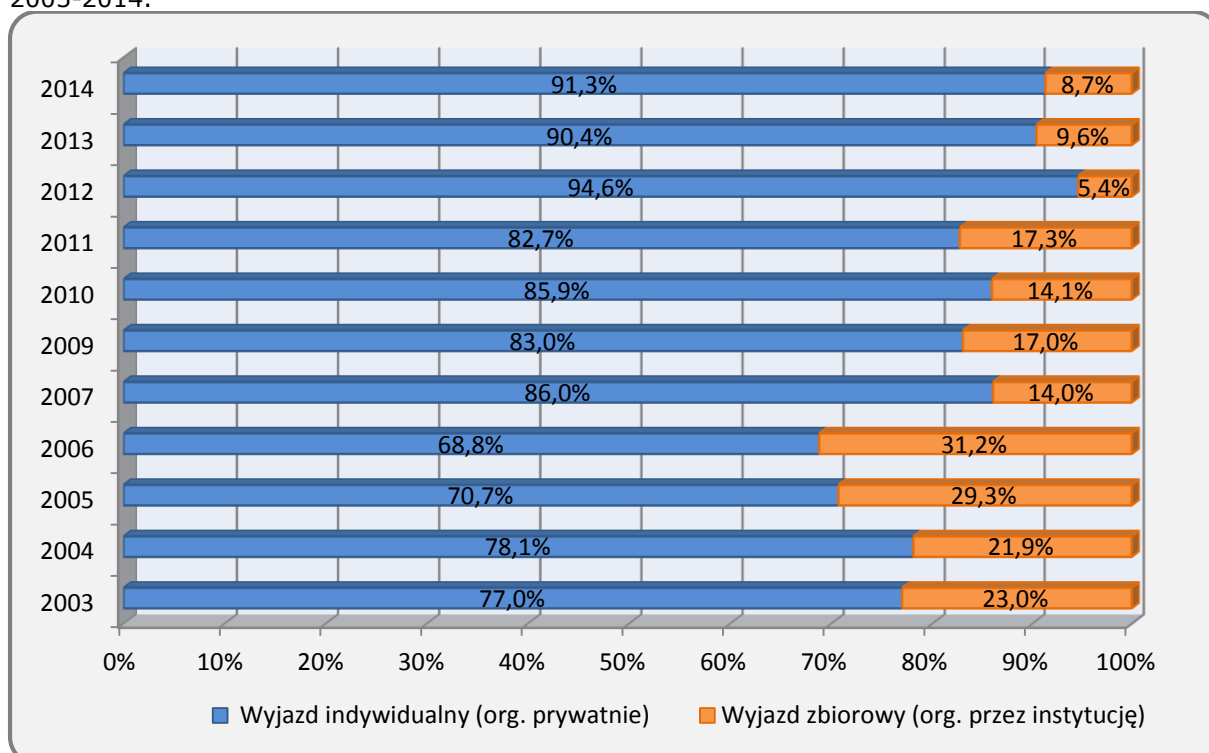
Wykres 44 Rodzaj organizatora przyjazdu turystów krajowych i zagranicznych do województwa małopolskiego w roku 2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Zestawienie informacji na temat sposobu organizacji wyjazdu do Małopolski pochodzących ze wcześniejszych okresów badawczych (lata 2003-2013) pozwala stwierdzić, iż wśród odwiedzających krajowych (pomimo okresowych wahań) widoczna jest tendencja do spadku zainteresowania wyjazdami organizowanymi przez podmioty instytucjonalne.

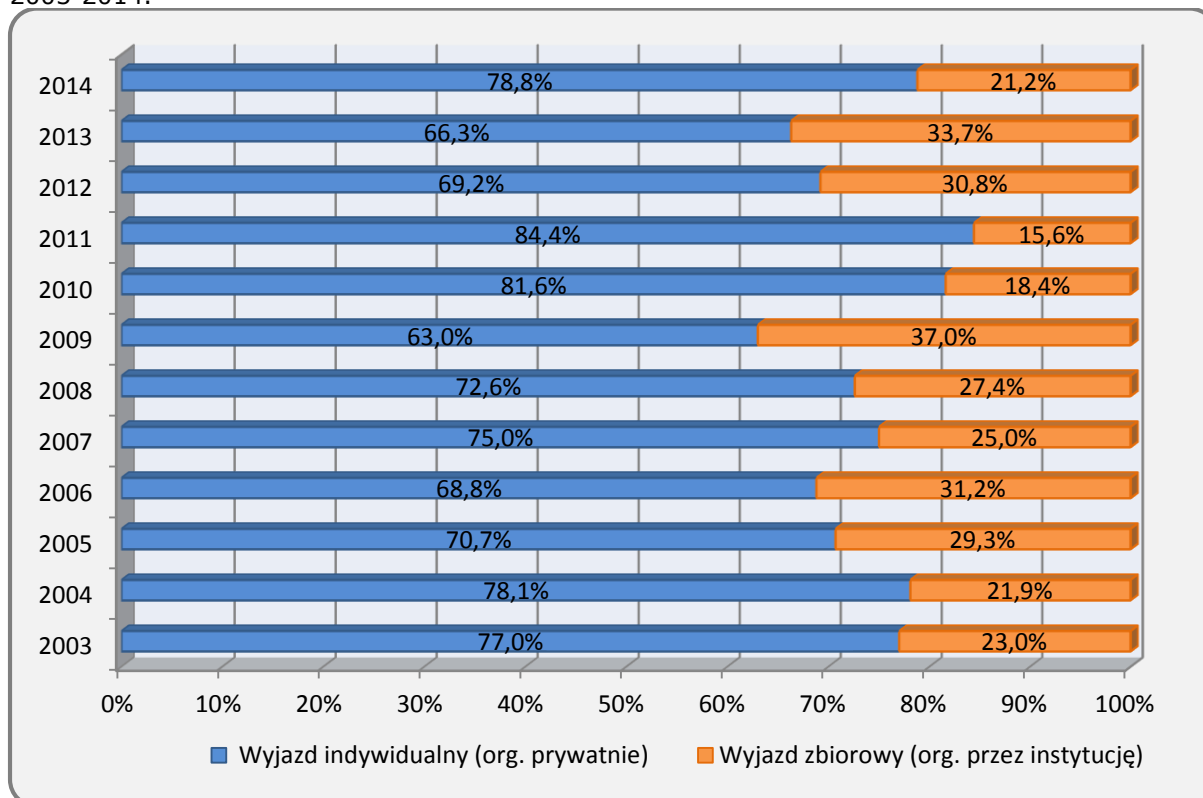
Wykres 45 Sposób organizacji wyjazdów odwiedzających krajowych do Małopolski w latach 2003-2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz dane umieszczone w raportach z badań w latach 2003-2013.

Wśród odwiedzających będących rezydentami innych państw, zmiany mają charakter skokowy. Po niskich odsetkach wyjazdów zbiorowych w latach 2010 i 2011 nastąpił wzrost zainteresowania taką formą wyjazdów w latach 2012 i 2013, by w bieżącym okresie badawczym ponownie spaść o kilkanaście punktów procentowych.

Wykres 46 Sposób organizacji wyjazdów odwiedzających zagranicznych do Małopolski w latach 2003-2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz dane umieszczone w raportach z badań w latach 2003-2013.

5.6. ŚRODEK TRANSPORTU ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Środek transportu wykorzystywany w drodze do Małopolski silnie różnicuje odwiedzających krajowych i zagranicznych. W przypadku odwiedzających krajowych rozkład udzielonych odpowiedzi jest niemal identyczny dla gości i turystów, natomiast w przypadku odwiedzających zagranicznych, można wskazać na znaczące różnice odnoszące się do skali wykorzystania samolotów i busów wycieczkowych.

Aż 80% odwiedzających krajowych wskazało samochód, jako środek transportu wykorzystywany w drodze do województwa małopolskiego. Pozostałe środki transportu są wybierane stosunkowo rzadko: najczęściej wymieniano busy/autobusy kursowe (8%-9,3%) oraz pociągi (6,1%-7,7%). Z samolotu odwiedzający krajowi korzystali tylko w pojedynczych przypadkach.

Środki transportu wykorzystywane przez rezydentów zagranicznych są bardziej zróżnicowane. Podobnie jak w przypadku odwiedzających krajowych, wśród turystów i gości zagranicznych najpopularniejsze są podróże samochodem (46,1-53,8%). Na drugiej pozycji w rankingu wybieranych środków transportu plasują się samoloty (33,5%) – wśród turystów, natomiast wśród gości: busy i autokary wycieczkowe (29,9%). Trzecią pod względem popularności metodą podróżowania w obu kategoriach odwiedzających zagranicznych są pociągi.

Tabela 14 Środek transportu wybierany przez poszczególne kategorie odwiedzających podczas podróży do Małopolski w roku 2014.

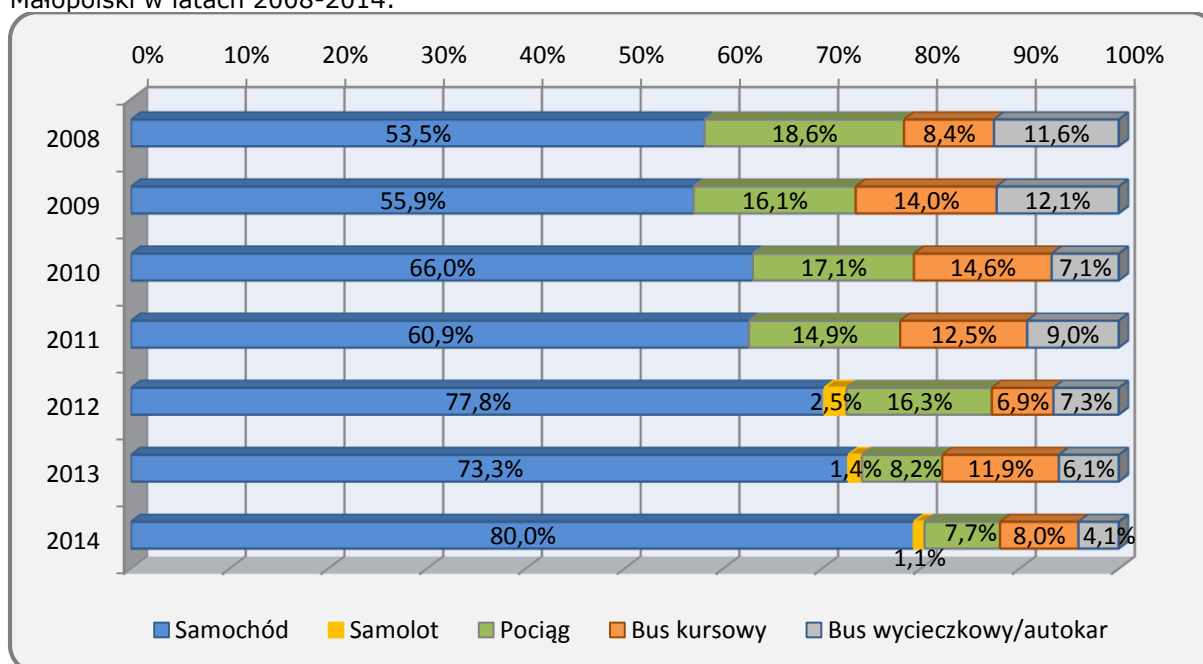
Lp.	Środek transportu	Odwiedzający krajowi (%)		Odwiedzający zagraniczni (%)	
		TURYŚCI	GOŚCIE	TURYŚCI	GOŚCIE
1.	Samochód	80,0	80,6	46,1	53,8
4.	Bus kursowy (regularnej linii)	8,0	9,3	5,2	4,3
3.	Pociąg	7,7	6,1	12,6	13,7
5.	Bus wycieczkowy, autokar	4,1	4,7	10,5	29,9
2.	Samolot	1,1	0,4	33,5	12,0
6.	Inny środek transportu	0,4	0,2	0,7	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku. Procenty nie zawsze sumują się do 100, ze względu na możliwość korzystania z więcej niż jednego środka transportu.

Analiza długookresowych tendencji (2008-2014) w zakresie środków transportu wybieranych przez turystów krajowych w drodze do Małopolski pokazuje postępujący wzrost częstotliwości podróży samochodowych – od 56% w roku 2010 do 80% w bieżącym okresie badawczym. Towarzyszy temu spadek zainteresowania podróżowaniem pociągami oraz busami i autokarami wycieczkowymi. Małe zainteresowanie podróżowaniem pociągami w ostatnich dwóch latach może być związane z remontami infrastruktury kolejowej, trwającymi w tym czasie na wielu trasach dojazdowych do Małopolski. Skala wykorzystania busów i autobusów kursowych zmienia się w sposób skokowy, jednak w całym analizowanym okresie mieści się w przedziale od 7 do 15 punktów procentowych.

Ze względu na możliwość wskazania więcej niż jednego środka transportu wykorzystywanego przez jednego turystę, suma niektórych wartości przedstawionych na wykresie nr 47 nieznacznie przekracza 100%.

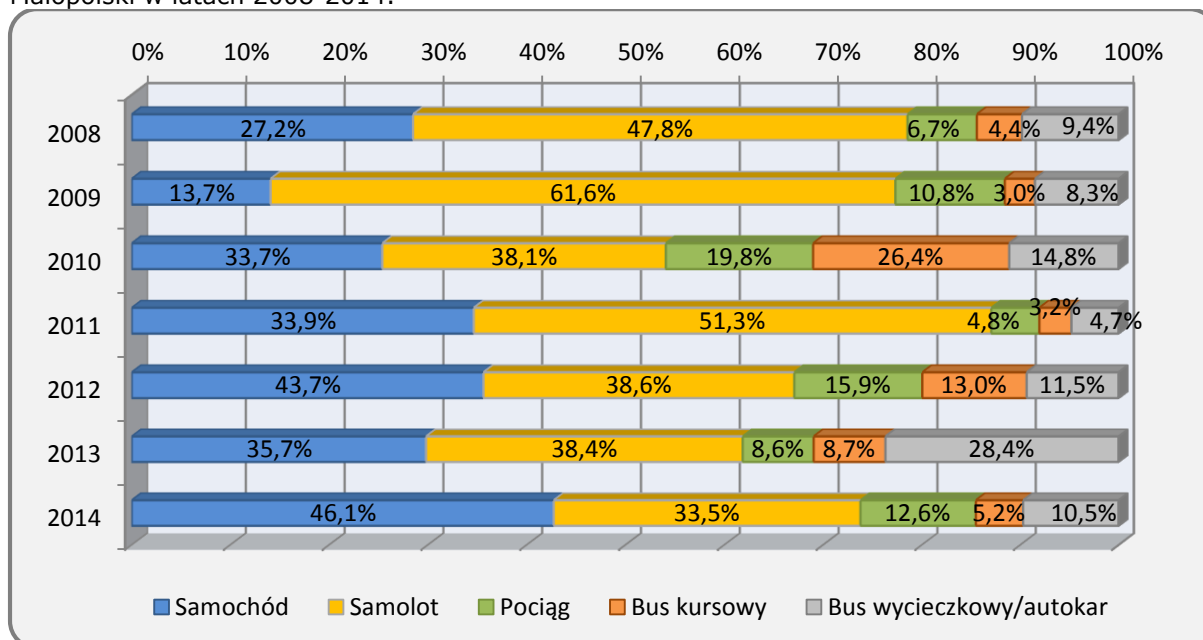
Wykres 47 Środek transportu wybierany przez turystów krajowych podczas podróży do Małopolski w latach 2008-2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz danych umieszczonych w raportach z badań w latach 2008-2013.

W przypadku turystów zagranicznych widoczny jest wzrost popularności podróży samochodami – do poziomu najwyższego w analizowanych latach, tj. od 2008 do 2014 roku.

Wykres 48 Środek transportu wybierany przez turystów zagranicznych podczas podróży do Małopolski w latach 2008-2014.



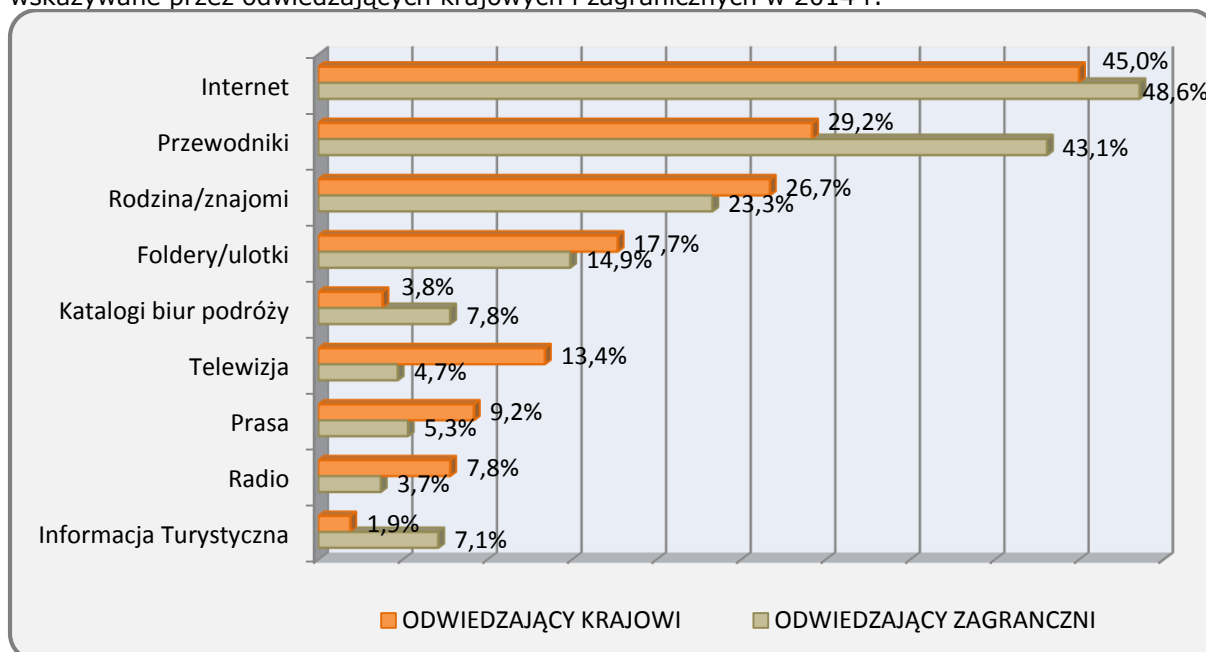
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014 oraz danych umieszczonych w raportach z badań w latach 2008-2013.

W 2014 roku odnotowano najniższy od 2008 roku poziom wykorzystania samolotów jako środka transportu turystów zagranicznych w drodze do Małopolski, co potwierdza już wcześniej obserwowany trend spadkowy (od 2011 roku). Jednym z potencjalnych powodów takiej sytuacji jest znacząca poprawa infrastruktury drogowej, szczególnie jakości dojazdu do Małopolski od zachodniej granicy kraju, co może zachęcać do rezygnacji z linii lotniczych na rzecz tańszego (szczególnie w przypadku wyjazdów rodzinnych) transportu samochodowego. Dodatkowo, mniejszy odsetek turystów zagranicznych decydujących się na podróż drogą lotniczą związany jest z rosnącym udziałem w grupie turystów zagranicznych osób przybywających z państw sąsiedzkich, takich jak Słowacja i Czechy i Niemcy. Bliskość geograficzna tych krajów wpływa na wybór środków transportu innych niż samolot. W przypadku państw odleglejszych samolot pozostaje nadal głównym środkiem transportu do Małopolski, co potwierdza chociażby fakt, iż 50% odwiedzających z Wielkiej Brytanii wybrało ten sposób podróżowania.

5.7. ŹRÓDŁA INFORMACJI O MAŁOPOLSCE

Dane uzyskane w trakcie badań kwestionariuszowych realizowanych w 2014 roku pokazują, iż najważniejszymi źródłami wiedzy odwiedzających na temat województwa małopolskiego oraz atrakcji/zabytków zlokalizowanych na jego obszarze są: Internet, przewodniki turystyczne oraz znajomi i członkowie rodziny.

Wykres 49 Źródła informacji o województwie małopolskim lub odwiedzanych miejscach wskazywane przez odwiedzających krajowych i zagranicznych w 2014 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

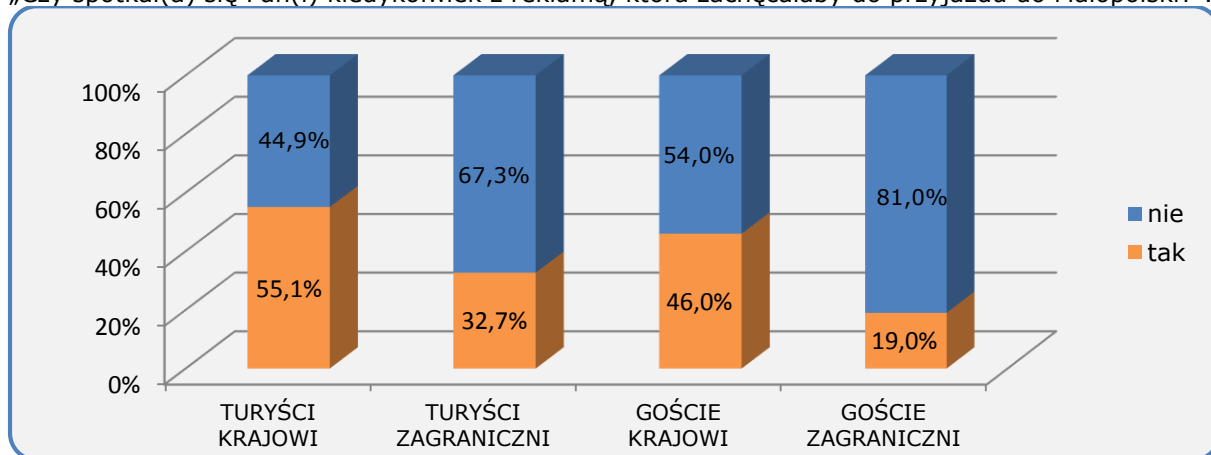
Internet jest źródłem informacji o Małopolsce dla 45% odwiedzających krajowych i niemal 49% odwiedzających zagranicznych. Z przewodników turystycznych, których popularność wśród obu kategorii odwiedzających jest duża, korzystają znacznie częściej rezydenci zagraniczni (43,1%) niż krajowi (29,2%). Średnio co czwarta osoba przybywający do Małopolski korzysta z wiedzy i opinii znajomych oraz członków rodziny (23-27%). Foldery i ulotki są źródłem wiedzy o Małopolsce, z którego nieznacznie częściej korzystają odwiedzający krajowi. Media masowe, takie jak telewizja, prasa i radio są źródłem wiedzy o województwie małopolskim i jego atrakcjach docierającym raczej do rezydentów krajowych, natomiast Informacja Turystyczna i katalogi biur podróży wykorzystywane są znacznie częściej przez odwiedzających spoza Polski.

Ze względu na popularność Internetu, jako głównego źródła wiedzy turystów o województwie małopolskim, poproszono respondentów o sprecyzowanie, z jakich stron internetowych korzystali w celu pozyskania interesującej ich wiedzy. Pytanie miało charakter otwarty. Znaczna część respondentów nie wskazała żadnej strony, pomimo deklaracji korzystania z Internetu, co więcej, część respondentów udzielała bardzo ogólnikowych odpowiedzi, wskazując, iż były to strony turystyczne, podróżnicze, informacyjne, itp. Odwiedzający krajowi poszukując informacji o Małopolsce korzystali najczęściej z wyszukiwarki Google (co również jest odpowiedzią bardzo ogólnikową) oraz z oficjalnych stron województwa, miast, gmin, miejscowości, czy też konkretnych zabytków i atrakcji turystycznych. W mniej licznych przypadkach wspomniano także o portalach społecznościowych, stronach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej oraz stronach internetowych hoteli i pensjonatów.

W przypadku odwiedzających zagranicznych (licznie korzystających ze źródeł internetowych) niewielu podało konkretne nazwy odwiedzanych stron www. Pojawiły się ogólnikowe sformułowania typu: strony polskie, informatory; wskazywano też na wyszukiwarkę Google oraz w pojedynczych przypadkach na strony miasta Krakowa, Facebook, poland.travel.pl czy tripadvisor.pl.

Aby sprawdzić zasięg oddziaływania kampanii promocyjnych i informacyjnych, prowadzonych przez samorząd województwa małopolskiego, jak i przez poszczególne gminy czy obiekty turystyczne, zapytano ankietowanych gości i turystów, czy spotkali się kiedykolwiek z reklamą zachęcającą do wizyty w Małopolsce lub w jej konkretnych atrakcjach. Rozkład odpowiedzi pokazuje, iż z reklamą Małopolski spotykali się znacznie częściej rezydenci Polski niż innych państw, a jednocześnie: częściej turyści niż goście. W przypadku odwiedzających krajowych kontakt z reklamą Małopolski zadeklarowało 55% turystów i 46% gości, w przypadku odwiedzających zagranicznych: prawie 1/3 turystów i 1/5 gości.

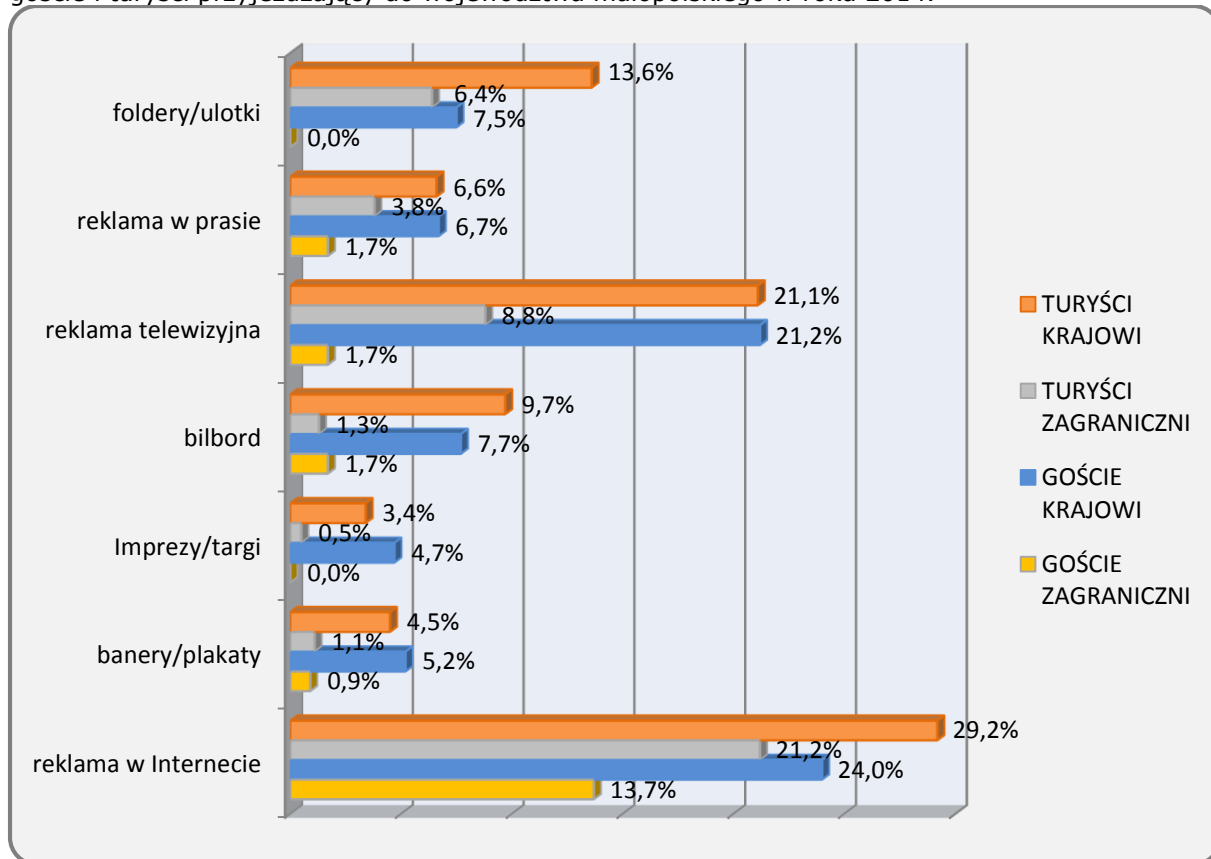
Wykres 50 Rozkład odpowiedzi udzielonych przez odwiedzających Małopolskę na pytanie: „Czy spotkał(a) się Pan(i) kiedykolwiek z reklamą, która zachęcałaby do przyjazdu do Małopolski?”.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w I i III kwartale 2014.

Najpopularniejszym typem reklamy, jaki zapamiętali odwiedzający Małopolskę w roku 2014 były reklamy internetowe (od 13,7% do 29,2% odwiedzających z poszczególnych kategorii), a w drugiej kolejności: reklamy telewizyjne. Zaznaczyć jednak trzeba, że z reklamą telewizyjną spotykali się głównie mieszkańcy Polski. Liczni turyści zagraniczni mieli kontakt z reklamą w formie ulotek lub folderów.

Wykres 51 Formy reklamy zachęcającej do odwiedzenia Małopolski, z którymi spotkali się goście i turyści przyjeżdżający do województwa małopolskiego w roku 2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

6. OCENA ATRAKCYJNOŚCI REGIONU I JAKOŚCI USŁUG TURYSTYCZNYCH W MAŁOPOLSCE

6.1. NAJCZĘŚCIEJ ODWIEDZANE MIEJSCOWOŚCI ORAZ ATRAKCJE TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

Goście i turyści krajowi pytani o najbardziej atrakcyjne miejsca w województwie małopolskim zgodnie wskazywali na Kraków. Niektórzy respondenci precyzowali, iż za najbardziej atrakcyjny uważają Wawel, Rynek, czy Sukiennice, pozostali wymieniali Kraków bez wskazywania jego konkretnych atrakcji. Łącznie, niemal 70% rezydentów krajowych wymieniło Kraków jako największą atrakcję Małopolski, co świadczy o stabilnej pozycji Krakowa jako „perły regionu”. Każdy z ankietowanych miał możliwość wskazania maksymalnie trzech najważniejszych atrakcji. Zestawienie kluczowych atrakcji województwa Małopolskiego wskazywanych przez gości i turystów z Polski zaprezentowano w tabeli nr 17. Zestawienie zawiera atrakcje wymienione przez co najmniej 3% odwiedzających krajowych.

Tabela 15 Lokalizacje na terenie Małopolski odwiedzane przez rezydentów krajowych, oceniane jako najbardziej atrakcyjne.

Lp.	Lokalizacja	Liczba wskazań	Procent odwiedzających*
1.	Kraków	3603	69,1%
w tym:	Kraków - Wawel	462	8,9%
	Kraków - Rynek	166	3,2%
	Kraków - Sukiennice	80	1,5%
2.	Zakopane (Krupówki, Gubałówka)	2234	42,9%
3.	Kopalnia Soli w Wieliczce	984	18,9%
4.	Krynica	666	12,8%
5.	Szczawnica	589	11,3%
6.	Wadowice	559	10,7%
7.	Góry (Tatry, Pieniny, Beskidy)	538	10,3%
8.	Białka Tatrzańska	413	7,9%
9.	Oświęcim/Muzeum Auschwitz	409	7,8%
10.	Bukowina Tatrzańska	268	5,1%
11.	Nowy Targ	210	4,0%
12.	Bochnia/Kopalnia Soli	165	3,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

*odsetki liczone są w stosunku do liczby odwiedzających krajowych, a nie ogółu wskazanych lokalizacji – jest to więc procent osób, które wybrały daną odpowiedź a nie procent udzielonych odpowiedzi, stąd suma przewyższa 100%.

W drugiej kolejności odwiedzający krajowi wymieniali Zakopane (42,9% ankietowanych), a następnie Kopalnię Soli w Wieliczce (18,9%%). Co najmniej 1 na dziesięciu ankietowanych wymienił też: Krynica Zdrój (12,8%), Szczawnicę (11,3%),

Wadowice (10,7%) oraz góry (10,3%). W tej ostatniej kategorii królowały Tatry, choć wymieniano także Beskidy i Pieniny - część respondentów używała ogólnego sformułowania „góry”, dlatego jednoznaczne rozróżnienie nie jest możliwe.

W celu porównania uzyskanych wyników z wynikami uzyskiwanymi w latach poprzednich zdecydowano się zastosować rangowanie pozycji, a nie zestawienie wielkości procentowych. Wynika to z faktu odmiennych metodologii wyliczania wartości w poszczególnych latach (odsetek wskazań, odsetek respondentów, oceny punktowe), których porównywanie nie byłoby uzasadnione. Dane zawarte w tabeli nr 18 obrazują jednoznacznie, iż Kraków utrzymuje stałą pozycję lidera, a kolejne miejsca dzielone są niemal zawsze pomiędzy Zakopane i Wieliczkę. Hierarchia trzech najważniejszych atrakcji nie uległa zmianie w stosunku do roku ubiegłego, natomiast zarówno Wadowice (z Domem Jana Pawła II) jak i Oświęcim (Muzeum Auschwitz Birkenau) uzyskały mniejsze odsetki wskazań i przesunęły się w dół hierarchii atrakcji. W przypadku Oświęcimia jest to najniższa pozycja w analizowanym okresie i widać, iż od 2010 roku pozycja ta stale spada.

Tabela 16 Porównanie najbardziej atrakcyjnych lokalizacji regionu wskazywanych przez odwiedzających krajowych na przestrzeni lat 2010-2013.

Lp.	Lokalizacja	Miejsce w rankingu atrakcji regionu				
		2010	2011	2012	2013	2014
1.	Kraków	1	1	1	1	1
3.	Zakopane	2	2	3	2	2
2.	Kopalnia Soli w Wieliczce	4	4	2	3	3
4.	Wadowice	4	7	4	5	6
5.	Oświęcim (Muzeum Auschwitz Birkenau)	3	5	6	7	9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku oraz badania ruchu turystycznego Małopolski w latach 2010-2013.

Kraków jest kluczową atrakcją regionu także dla rezydentów zagranicznych odwiedzających Małopolskę. Charakterystyczne jest, iż na Kraków wskazali niemal wszyscy odwiedzający spoza Polski (95,6%), w tym znaczny odsetek na konkretną atrakcję Krakowa, a mianowicie: niemal co dziesiąty ankietowany wskazał konkretnie na Wawel jako tę część Krakowa, która jest najbardziej atrakcyjna. W drugiej kolejności wymieniano Zakopane, a następnie Wieliczkę (Kopalnię Soli), Oświęcim (Muzeum Auschwitz Birkenau) oraz Wadowice (Dom Jana Pawła II). W przypadku Wieliczki trudno jest jednoznacznie wyliczyć odsetek odwiedzających, którzy wskazywali tę lokalizację jako najbardziej atrakcyjną, gdyż część ankietowanych wpisała ogólne sformułowanie „kopalnia soli” bez doprecyzowania czy dotyczy to Bochni czy Wieliczki. W przypadku uwzględniania tylko jednoznacznych wskazań na Wieliczkę odsetek wynosi 14,7%, jednak

uwzględnienie nieprecyzyjnych sformułowań może zwiększyć go nawet do poziomu 20 punktów procentowych. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż odwiedzający z zagranicy wymieniali łącznie znacznie mniejszą liczbę atrakcji niż odwiedzający krajowi – odpowiedzi były bardziej ujednoczone.

Tabela 17 Lokalizacje na terenie Małopolski odwiedzane przez rezydentów zagranicznych oceniane jako najbardziej atrakcyjne.

Lp.	Lokalizacja	Liczba wskazań	Procent odwiedzających*
1.	Kraków	371	95,6%
w tym:	Kraków - Wawel	55	14,2%
2.	Zakopane	66	17,0%
3.	Kopalnia Soli w Wieliczce**	57	min. 14,7% - max. 20,4%
4.	Oświęcim	47	12,1%
5.	Wadowice	42	10,8%
7.	Góry	23	5,9%
8.	Zator	22	5,7%
9.	Krynica	11	2,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

*odsetki liczone są w stosunku do liczby odwiedzających zagranicznych, a nie ogółu wskazanych lokalizacji – jest to więc procent osób, które wybrały daną odpowiedź a nie procent udzielonych odpowiedzi, stąd suma przewyższa 100%.

**oprócz wskazań na Kopalnię Soli w Wieliczce odnotowano 22 wskazania „kopalnia soli”, bez określenia czy odnosi się to do Wieliczki czy też do Bochni, stąd rzeczywisty odsetek odwiedzających zagranicznych uznających Wieliczkę za istotną atrakcję jest prawdopodobnie znacznie wyższy.

Patrząc na wyniki uzyskane w ostatnich latach widać, iż podobnie jak w przypadku wskazań dokonanych przez odwiedzających krajowych, także odwiedzający spoza Polski pierwszeństwo wśród atrakcji przyznają niezmiennie stolicy regionu. Drugie miejsce utrzymuje Zakopane, a trzecie – Wieliczka. W czołówce najatrakcyjniejszych, zdaniem obcokrajowców, miejsc w Małopolsce utrzymuje się także Oświęcim. Hierarchia tych czterech lokalizacji nie zmieniła się w stosunku do roku ubiegłego.

Tabela 18 Porównanie najbardziej atrakcyjnych lokalizacji regionu wskazywanych przez odwiedzających zagranicznych na przestrzeni lat 2010-2014.

Lp.	Lokalizacja	Miejsce w rankingu atrakcji regionu				
		2010	2011	2012	2013	2014
1.	Kraków	1	1	1	1	1
3.	Zakopane	2	2	4	2	2
2.	Kopalnia Soli w Wieliczce	3	4	2	3	3
4.	Oświęcim (Museum Auschwitz Birkenau)	-	6	3	5	4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku oraz badania ruchu turystycznego Małopolski w latach 2010-2013.

6.2. OCENA JAKOŚCI OFERTY TURYSTYCZNEJ WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

Ocena jakości oferty turystycznej województwa małopolskiego dokonana została przez wszystkie kategorie odwiedzających w następujących aspektach:

- jakość atrakcji turystycznych,
- jakość bazy noclegowej (dotyczy wyłącznie turystów),
- jakość bazy gastronomicznej,
- jakość obsługi turystycznej/usług przewodnickich,
- poziom bezpieczeństwa,
- jakość dojazdów,
- jakość obsługi w informacji turystycznej,
- atmosfera/życzliwość/gościnność,
- jakość transportu/poziom skomunikowania,
- czystość w miejscach publicznych.

Uzyskane oceny zaprezentowano w formie pełnego rozkładu procentowego dla odwiedzających krajowych (tabela 21) oraz zagranicznych (tabela 22) oraz w formie uproszczonej, tj. poprzez wskazanie średniej przyznanych ocen (tabela 23). Dodatkowo poproszono o skomentowanie adekwatności cen wybranych usług do ich jakości.

Odwiedzający krajowi największą liczbę ocen bardzo słabych i słabych przyznali dojazdom do atrakcji województwa małopolskiego (6,1% ocen słabych + 2,0% bardzo słabych) oraz transportowi i skomunikowaniu regionu (3,0% ocen słabych + 0,7% bardzo słabych). Największą liczbę ocen bardzo dobrych przyznano: atmosferze, gościnności i życzliwości mieszkańców (56,9%) oraz atrakcjom turystycznym regionu (49,4%). Oceny bardzo dobre dominowały także w odniesieniu do poziomu bezpieczeństwa w regionie, natomiast w pozostałych aspektach najliczniejsze były oceny dobre.

Tabela 19 Ocena oferty turystycznej woj. małopolskiego przez odwiedzających krajowych.

Lp.	Aspekt oferty turystycznej	Ocena jakości oferty turystycznej				
		Bardzo słaba (1 pkt.)	Słaba (2 pkt.)	Średnia (3 pkt.)	Dobra (4 pkt.)	Bardzo dobra (5 pkt.)
1.	Atrakcje turystyczne	0,4%	1,3%	7,7%	41,2%	49,4%
2.	Baza noclegowa	0,1%	1,3%	8,0%	46,8%	43,8%
3.	Baza gastronomiczna	0,2%	1,3%	9,5%	45,7%	43,3%
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	0,2%	1,2%	12,6%	45,9%	40,1%
5.	Bezpieczeństwo	0,3%	1,3%	10,2%	43,6%	44,6%
6.	Dojazd	2,0%	6,1%	20,2%	40,3%	31,4%
7.	Informacja turystyczna	0,4%	1,4%	12,7%	45,1%	40,4%
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	0,1%	1,0%	7,1%	34,9%	56,9%
9.	Transport/skomunikowanie	0,7%	3,0%	17,2%	45,4%	33,7%
10.	Czystość w miejscach publicznych	0,6%	2,3%	13,7%	43,7%	39,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

W przypadku odwiedzających zagranicznych, aspektem oferty turystycznej najczęściej ocenianym bardzo dobrze jest atmosfera, życzliwość i gościnność (51,6% ocen bardzo dobrych), a następnie atrakcje turystyczne (44,2%). W przypadku pozostałych aspektów dominują oceny dobre. Opinie o słabej lub bardzo słabej jakości oferty turystycznej osiągają poziom 3% tylko w odniesieniu do czystości w miejscach publicznych oraz jakości transportu, skomunikowania oraz dojazdów.

Tabela 20 Ocena wybranych aspektów oferty turystycznej województwa małopolskiego przez odwiedzających zagranicznych.

Lp.	Aspekt oferty turystycznej	Ocena jakości oferty turystycznej				
		Bardzo słaba (1 pkt.)	Słaba (2 pkt.)	Średnia (3 pkt.)	Dobra (4 pkt.)	Bardzo dobra (5 pkt.)
1.	Atrakcje turystyczne	0,6%	1,5%	8,0%	45,7%	44,2%
2.	Baza noclegowa (oceniana wyłącznie przez osoby nocujące)	0,6%	2,0%	9,8%	45,3%	42,3%
3.	Baza gastronomiczna	0,4%	0,8%	13,8%	44,1%	40,9%
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	0,2%	1,7%	14,2%	45,9%	38,0%
5.	Bezpieczeństwo	0,2%	2,3%	12,9%	44,3%	40,3%
6.	Dojazd	0,6%	2,5%	20,8%	40,9%	35,2%
7.	Informacja turystyczna	0,4%	2,1%	13,9%	42,2%	41,4%
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	0,6%	1,3%	8,9%	37,6%	51,6%
9.	Transport/skomunikowanie	0,4%	2,6%	17,7%	42,5%	36,8%
10.	Czystość w miejscach publicznych	0,8%	2,7%	15,7%	45,3%	35,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

Zestawienie średnich ocen pozwala stwierdzić, iż jakość wszystkich aspektów małopolskiej oferty turystycznej została oceniona bardzo pozytywnie, na poziomie przekraczającym 4 punkty w pięciopunktowej skali ocen. Wyjątek stanowi jedynie ocena jakości dojazdów dokonana przez odwiedzających krajowych - średnia ta kształtuje się na poziomie nieznacznie niższym od 4,00. Najwyższe średnie ocen uzyskała atmosfera i życzliwość mieszkańców oraz atrakcje turystyczne - zarówno wśród odwiedzających z Polski, jak i z zagranicy. Hierarchia ocen jest podobna w przypadku obu kategorii odwiedzających.

Zestawienie średnich pozwala również dokonać bardziej szczegółowego porównania wyników uzyskanych w przypadku obu kategorii respondentów. Uwidacznia się fakt, iż bardziej krytyczne oceny względem jakości oferty turystycznej formułowali odwiedzający zagraniczni - we wszystkich aspektach, poza dojazdami i skomunikowaniem, ich oceny są niższe niż w przypadku odwiedzających krajowych.

Tabela 21 Średnie ocen przyznanych poszczególnym aspektom oferty turystycznej Małopolski przez wszystkie kategorie odwiedzających – w pięciopunktowej skali ocen.

Lp.	Aspekt oferty turystycznej	Ocena jakości oferty turystycznej	
		odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
1.	Atrakcje turystyczne	4,38	4,31
2.	Baza noclegowa	4,33	4,27
3.	Baza gastronomiczna	4,31	4,24
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	4,24	4,20
5.	Bezpieczeństwo	4,31	4,22
6.	Dojazd	3,93	4,07
7.	Informacja turystyczna	4,24	4,22
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	4,47	4,38
9.	Transport/skomunikowanie	4,09	4,13
10.	Czystość w miejscach publicznych	4,20	4,12

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

Ze względu na stosowanie w latach wcześniejszych odmiennych skal oceny, porównanie zmian w zakresie postrzegania poszczególnych aspektów oferty turystycznej możliwe jest dopiero od roku 2012. Pierwsza obserwacja wynikająca z dokonanego zestawienia danych, dotyczy faktu, iż we wszystkich aspektach i we wszystkich kategoriach odwiedzających średnie ocen uzyskane w roku 2014 są wyższe od średnich z roku ubiegłego (wyjątek stanowi spadek o 0,01 pkt. średniej oceny atmosfery i życzliwości w regionie dokonanej przez gości krajowych).

Tabela 22 Średnie ocen przyznanych poszczególnym aspektom oferty turystycznej Małopolski w roku 2014 przez wszystkie kategorie odwiedzających - w pięciopunktowej skali ocen.

Lp.	Aspekt oferty	Ocena jakości oferty turystycznej					
		turyści krajowi			goście krajowi		
		2012	2013	2014	2012	2013	2014
1.	Atrakcje turystyczne	4,39	4,33	4,39	3,70	4,32	4,35
2.	Baza noclegowa	4,15	4,20	4,33	-	-	-
3.	Baza gastronomiczna	4,24	4,20	4,31	4,36	4,16	4,29
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	4,16	4,14	4,26	4,35	4,18	4,21
5.	Bezpieczeństwo	4,26	4,19	4,31	4,34	4,24	4,29
6.	Dojazd	3,94	3,87	3,90	4,26	3,92	4,00
7.	Informacja turystyczna	4,09	4,09	4,23	4,22	4,11	4,24
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	4,40	4,40	4,48	4,27	4,45	4,44
9.	Transport/skomunikowanie	4,00	4,04	4,08	4,30	4,03	4,10
10.	Czystość w miejscach publicznych	4,00	3,98	4,20	4,20	4,05	4,18

		Rezydenci zagraniczni		
		2012	2013	2014
1.	Atrakcje turystyczne	4,10	4,19	4,31
2.	Baza noclegowa (dot. turystów)	3,71	4,13	4,27
3.	Baza gastronomiczna	3,84	4,09	4,24
4.	Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	3,84	4,10	4,20
5.	Bezpieczeństwo	3,92	4,04	4,22
6.	Dojazd	3,90	4,00	4,07
7.	Informacja turystyczna	3,90	4,09	4,22
8.	Atmosfera/życzliwość/gościnność	4,10	4,22	4,38
9.	Transport/skomunikowanie	3,90	4,02	4,13
10.	Czystość w miejscach publicznych	3,90	3,96	4,12

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku oraz badania ruchu turystycznego Małopolski w roku 2013.

W przypadku odwiedzających zagranicznych wszystkie wyniki z roku 2013 były korzystniejsze od tych z roku 2012, co oznacza, że przez te trzy lata widoczna jest stała poprawa w zakresie oceny oferty turystycznej w Małopolsce przez rezydentów zagranicznych. W przypadku odwiedzających krajowych wiele aspektów zostało ocenionych w 2013 roku słabiej niż w roku 2012, stąd korzystniejsze wyniki z bieżącego okresu badawczego zaprzeczają tezie o spadkowym trendzie w zakresie ocen jakości oferty turystycznej w regionie.

Chcąc uzyskać możliwie pełną wiedzę dotyczącą postrzegania oferty turystycznej województwa małopolskiego przez osoby odwiedzające, zwrócono się do uczestników badania z prośbą o wyrażenie opinii na temat adekwatności poziomu cen do jakości usług turystycznych, w takich wymiarach oferty jak:

- atrakcje turystyczne,
- noclegi/zakwaterowanie (dotyczy turystów),
- usługi gastronomiczne,
- obsługa turystyczna i usługi przewodnickie,
- komunikacja i transport.

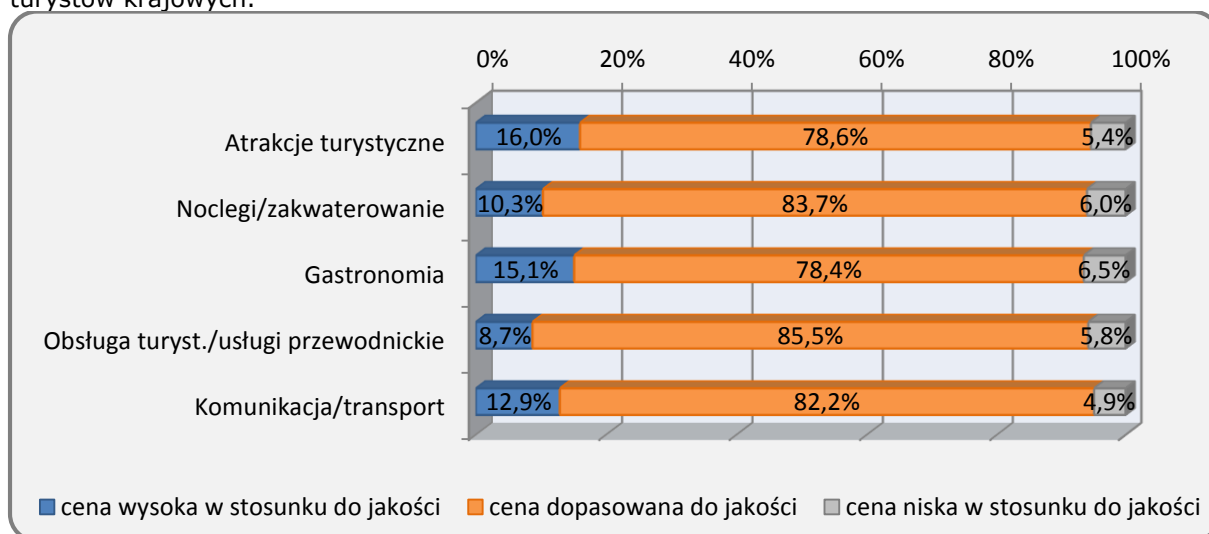
Jest to zagadnienie o tyle istotne, że nawet najwyżej oceniana jakość usług i infrastruktury turystycznej nie przełoży się na zwiększenie poziomu ruchu turystycznego, jeśli ceny tych usług będą nadmiernie wygórowane dla przeciętnego gościa czy turysty.

Zarówno wśród odwiedzających krajowych, jak i zagranicznych zdecydowana większość respondentów uznawała ceny za dostosowane do jakości oferowanych usług turystycznych (od 67,2% do 85,5%). Na podstawie rozkładów ocen stwierdzić można, iż odwiedzający krajowi poglądy o zbyt wygórowanych cenach wyrażali najczęściej

w kontekście atrakcji turystycznych (zbyt drogie bilety wstępu) oraz usług gastronomicznych, jednak wyrażała je mniej niż 1/5 odwiedzających z Polski. Odwiedzający zagraniczni znacznie częściej niż krajowi uznawali ceny za niskie w stosunku do jakości. Wśród odwiedzających krajowych opinie takie stanowią od 4,9% do 7,4%, natomiast wśród zagranicznych od 16,4% do 25%. Wśród rezydentów zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski rzadsze były również poglądy o zbyt wygórowanych cenach – wyrażało je maksymalnie 12,1% ankietowanych.

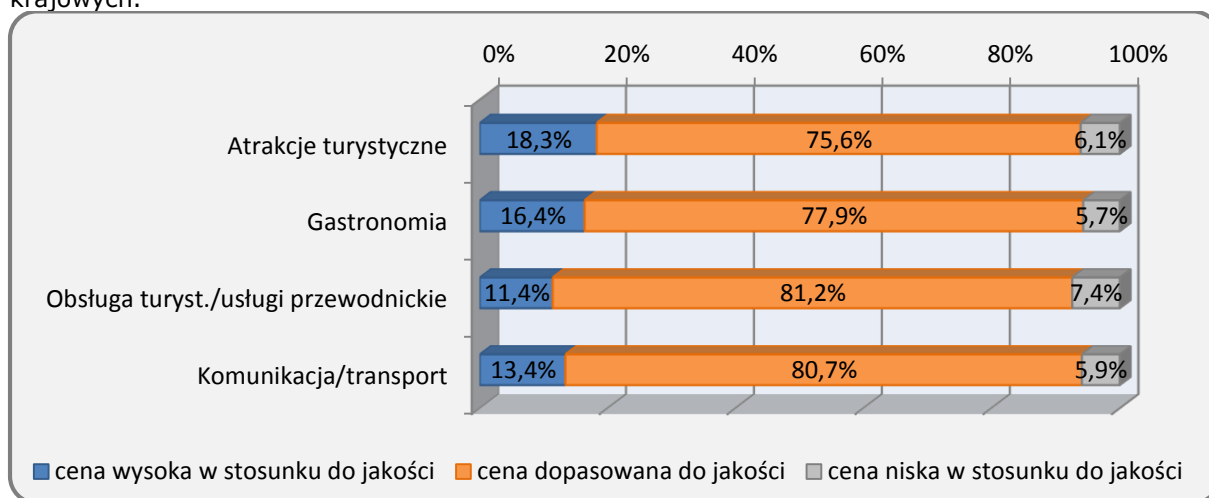
Szczegółowy rozkład ocen sformułowanych przez poszczególne kategorie respondentów prezentują wykresy od 52 do 55.

Wykres 52 Ocena poziomu cen wybranych aspektów oferty turystycznej dokonana przez turystów krajowych.



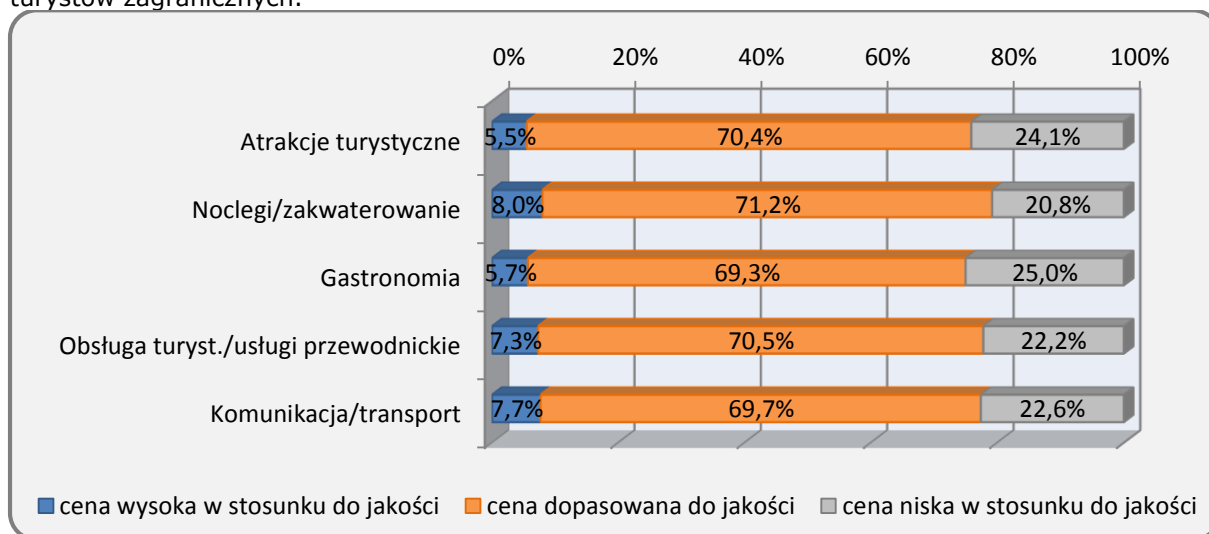
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ruchu turystycznego w 2014 roku.

Wykres 53 Ocena poziomu cen wybranych aspektów oferty turystycznej dokonana przez gości krajowych.



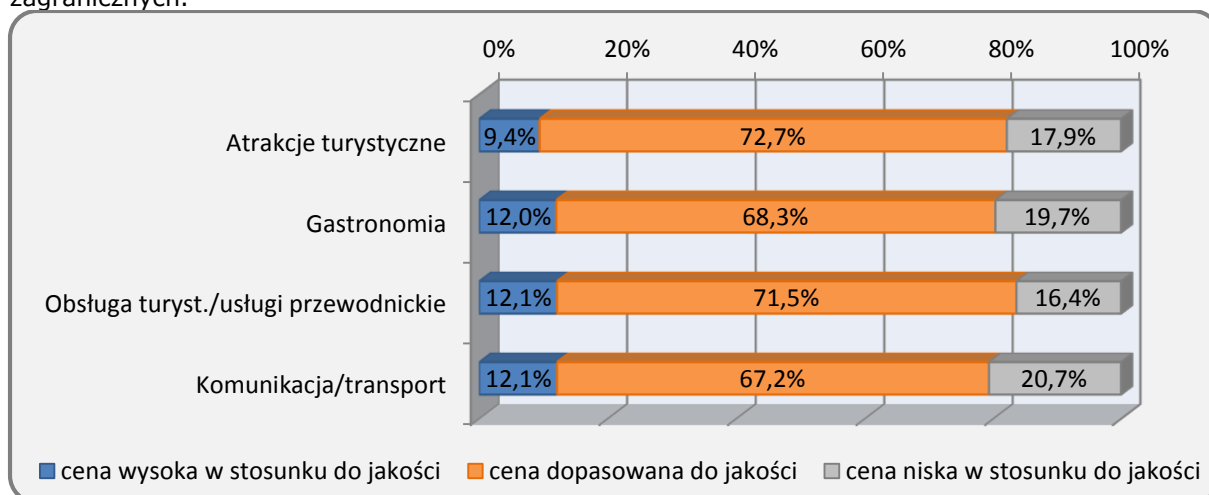
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ruchu turystycznego w 2014 roku.

Wykres 54 Ocena poziomu cen wybranych aspektów oferty turystycznej dokonana przez turystów zagranicznych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ruchu turystycznego w 2014 roku.

Wykres 55 Ocena poziomu cen wybranych aspektów oferty turystycznej dokonana przez gości zagranicznych.

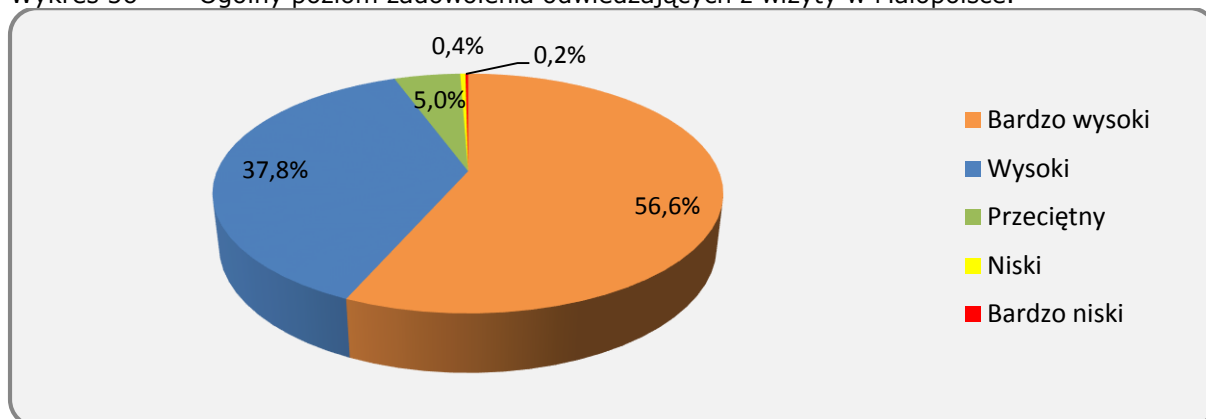


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ruchu turystycznego w 2014 roku.

6.3. POZIOM ZADOWOLENIA Z POBYTU W MAŁOPOLSCE. ATUTY I MANKAMENTY REGIONU.

Dane uzyskane w wyniku realizacji wywiadów kwestionariuszowych wśród osób odwiedzających Małopolskę w roku 2014 ukazują bardzo wysoki poziom zadowolenia respondentów z pobytu w regionie. Dokonując analizy wyników bez podziału na poszczególne kategorie respondentów można stwierdzić, iż ponad połowa odwiedzających swój poziom zadowolenia z pobytu w Małopolsce oceniła jako bardzo wysoki (56,6%), a kolejne 37,8% jako wysoki. Niski i bardzo niski poziom zadowolenia zadeklarowało zaledwie 0,6% odwiedzających.

Wykres 56 Ogólny poziom zadowolenia odwiedzających z wizyty w Małopolsce.

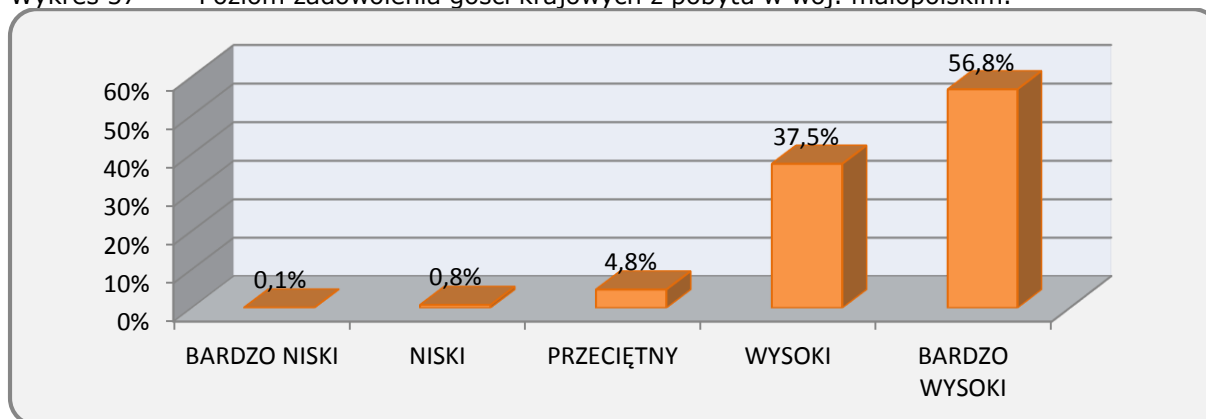


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Analiza poziomu zadowolenia z pobytu z uwzględnieniem podziału na 4 kategorie respondentów pozwala stwierdzić, iż we wszystkich kategoriach odwiedzających oceny pozytywne (wysoki i bardzo wysoki poziom zadowolenia) stanowiły ponad 93% ogółu ocen. Turyści krajowi, turyści zagraniczni oraz goście krajowi deklarowali w większości bardzo wysoki poziom zadowolenia z pobytu na porównywalnym poziomie ok. 56%. Mniejsza satysfakcję z pobytu zadeklarowali goście zagraniczni, co nie oznacza jednak braku zadowolenia, a jedynie wyższy odsetek osób oceniających swoją satysfakcję wysoko (56,9%) niż bardzo wysoko (36,2%).

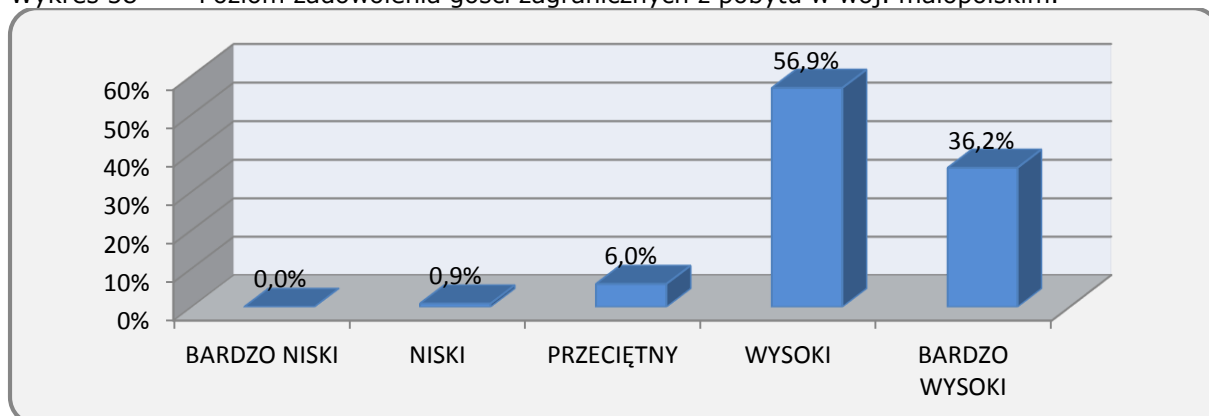
Szczegółowy rozkład odpowiedzi poszczególnych kategorii respondentów na pytanie o poziom satysfakcji z pobytu zaprezentowano na wykresach 57-60.

Wykres 57 Poziom zadowolenia gości krajowych z pobytu w woj. małopolskim.



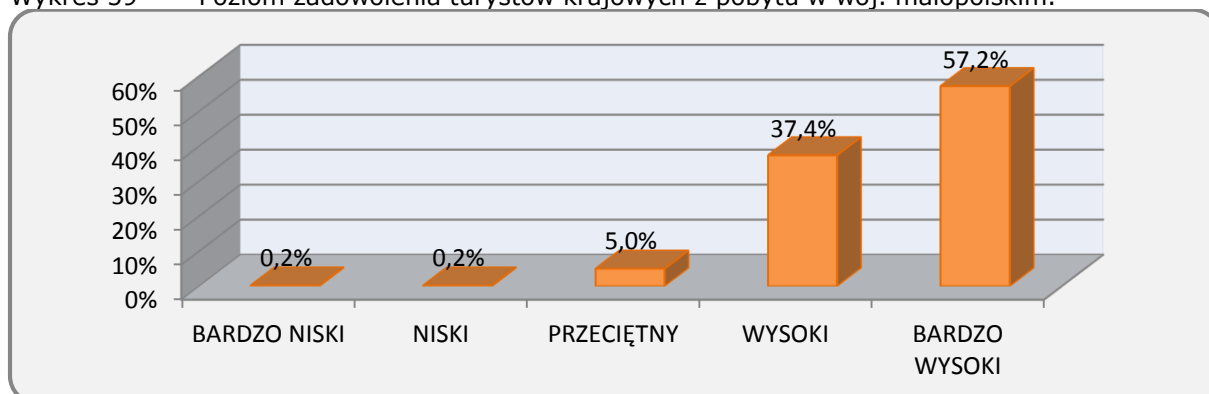
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Wykres 58 Poziom zadowolenia gości zagranicznych z pobytu w woj. małopolskim.



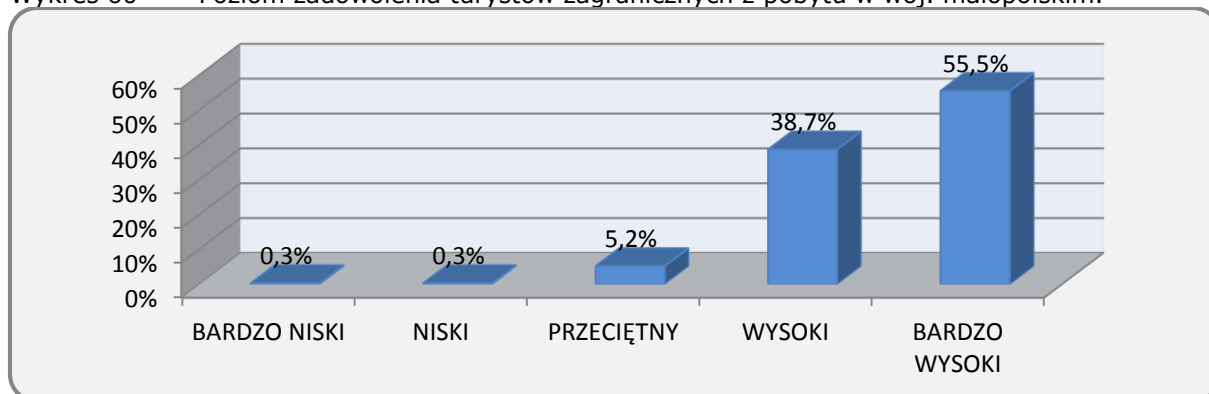
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Wykres 59 Poziom zadowolenia turystów krajowych z pobytu w woj. małopolskim.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Wykres 60 Poziom zadowolenia turystów zagranicznych z pobytu w woj. małopolskim.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

W celu ułatwienia porównania poziomu satysfakcji poszczególnych kategorii osób odwiedzających Małopolskę oraz ewentualnych zmian w tym zakresie na przestrzeni ostatnich lat, dokonano wyliczenia średniej ocen. Analiza uzyskanych wartości potwierdza, że poziom satysfakcji z pobytu w Małopolsce jest w bieżącym okresie badawczym porównywalny wśród turystów krajowych, turystów zagranicznych i gości krajowych, a odmienna (niższa) w przypadku gości zagranicznych. Zmiany na przestrzeni ostatnich trzech lat nie są jednolite: w przypadku turystów krajowych i gości zagranicznych widoczny jest spadek średniego poziomu satysfakcji z pobytu

w Małopolsce, jednak zmiana ta jest niewielka. W przypadku turystów zagranicznych i gości krajowych średni poziom satysfakcji nieznacznie wzrósł.

Tabela 23 Średni poziom satysfakcji osób odwiedzających Małopolskę w latach 2012 -2014.

Lp.	Kategoria odwiedzających	Średni poziom satysfakcji		
		2012	2013	2014
1.	Turyści krajowi	4,56	4,54	4,51
2.	Turyści zagraniczni	4,20	4,41	4,49
3.	Goście krajowi	3,55	4,49	4,50
4.	Goście zagraniczni	4,40	4,30	4,28

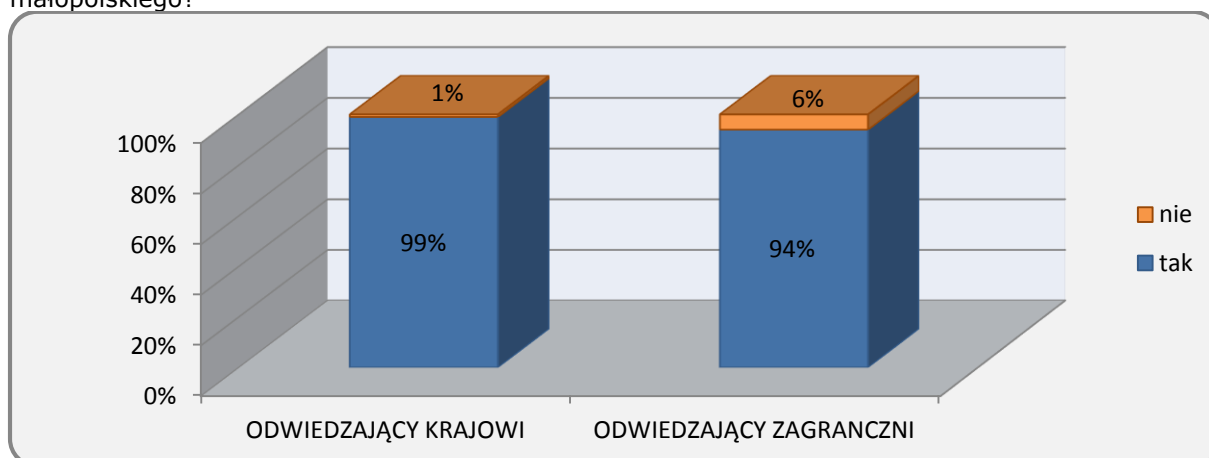
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku oraz danych z raportu za rok 2012 i 2013.

Cennym źródłem wiedzy o poziomie zadowolenia osób odwiedzających Małopolskę mogą być również odpowiedzi ankietowanych na pytania:

- Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie województwa małopolskiego?
- Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie tego miejsca? (tj. miejsca, w którym realizowano wywiad).

Uzyskany rozkład odpowiedzi na powyższe pytania pokazuje bardzo dużą zbieżność opinii pomiędzy turystami i gośćmi krajowymi oraz pomiędzy turystami i gośćmi zagranicznymi, tak więc: nie długość pobytu lecz pochodzenie odwiedzających ma wpływ na chęć polecenia wizyty w Małopolsce znajomym i członkom rodziny. Średnio 99% odwiedzających krajowych poleciłoby wizytę w regionie swoim znajomym oraz członkom rodziny, natomiast wśród odwiedzających z zagranicy wartość ta wynosi 94%. Tak powszechne deklaracje chęci polecenia Małopolski, jako regionu wartego odwiedzenia, uznać można za istotny wskaźnik zadowolenia odwiedzających z wizyty.

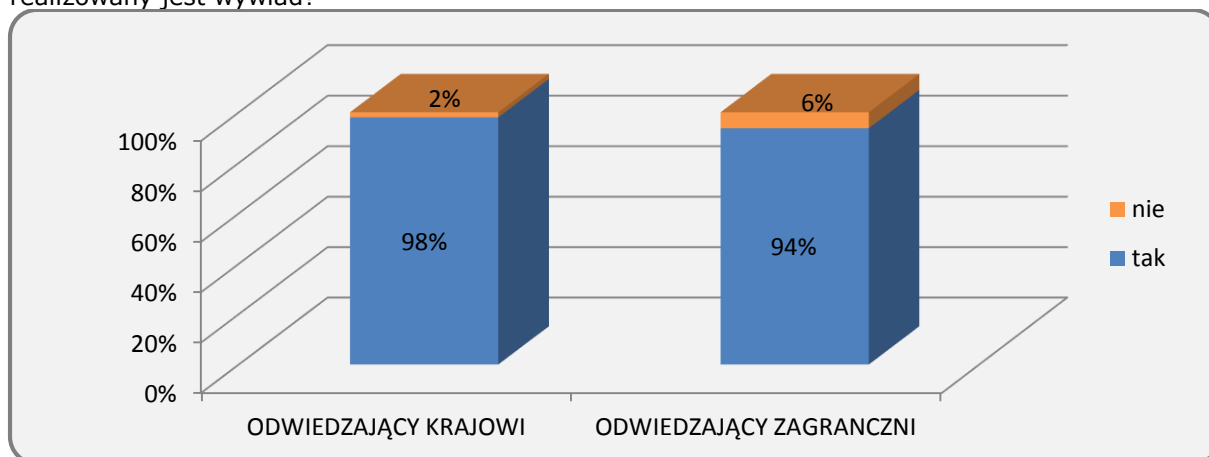
Wykres 61 Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie województwa małopolskiego?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Podobna zgodność opinii wystąpiła w przypadku pytania o chęć polecenia rodzinie/znajomym wizyty w konkretnym miejscu (miejscowości/ośrodku/atrakcji turystycznej) na terenie Małopolski. Wśród odwiedzających krajowych 98% ankietowanych deklaruowało, że poleciliby wizytę w miejscu, które sami odwiedzili i w którym zrealizowano z nimi wywiad kwestionariuszowy, natomiast wśród odwiedzających spoza Polski wynik ten kształtuje się na poziomie 94%.

Wykres 62 Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie miejsca, w którym realizowany jest wywiad?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego ruchu turystycznego Małopolski w 2014 roku.

Osoby odwiedzającym Małopolskę w I i III kwartale 2014 roku zostały poproszone w ramach badania ankietowego o wskazanie mocnych stron (atutów) i słabych stron (mankamentów) województwa małopolskiego, jako regionu turystycznego. Pytania te zostały zadane w formie otwartej, tak by nie sugerować żadnych odpowiedzi i uzyskać możliwie pełne i zróżnicowane wyniki. Analiza danych pokazuje jednak, że wśród odwiedzających Małopolskę poglądy na temat atutów i mankamentów regionu są stosunkowo zbieżne. W wyniku analizy i grupowania udzielonych wypowiedzi wyróżniono kilka głównych kategorii, które zaprezentowano i opisano w tabelach nr 26 i 27.

Mocne strony Małopolski z punktu widzenia gości i turystów to przede wszystkim bogactwo przyrodnicze (na które wskazało aż 63,5% odwiedzających) duża liczba i unikatowy charakter zabytków (wymieniana przez co trzeciego odwiedzającego) oraz zróżnicowana oferta atrakcji adekwatnych do wszystkich kategorii odwiedzających (chwalona przez 20% respondentów).

Tabela 24 Atuty województwa małopolskiego jako regionu turystycznego wskazywane przez turystów i gości odwiedzających Małopolskę w roku 2014.

Lp.	Atuty Małopolski	% udzielonych odpowiedzi	% respondentów
1.	<p>Piękno przyrody</p> <p>Uczestnicy badania zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - malownicze krajobrazy, - zróżnicowane ukształtowanie terenu, - czyste, świeże powietrze, - klimat sprzyjający zdrowiu, - piękne góry, - liczne szlaki umożliwiające piesze wędrówki. 	43,1%	63,5%
2.	<p>Piękna architektura, liczne zabytki</p> <p>Uczestnicy badania zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bezcenne, unikatowe zabytki, - dużą liczbę zabytków, - dobry stan i dużą dostępność zabytków, - bogactwo historyczne regionu. 	22,6%	33,2%
3.	<p>Duża liczba atrakcji</p> <p>Uczestnicy badania zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - możliwość zróżnicowanego spędzania wolnego czasu („każdy znajdzie coś dla siebie”) - liczne muzea, parki, miejsca zapewniające rozrywkę dla dzieci i dorosłych - możliwość aktywnego spędzania czasu, dobra infrastruktura narciarska, - liczne restauracje, puby, koncerty 	13,8%	20,4%
4.	<p>Mili ludzie i miła atmosfera</p> <p>Uczestnicy zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gościnność mieszkańców regionu, - życzliwość ludzi, - przyjazne nastawienie do turystów, - miłą obsługę w obiektach turystycznych, - ogólną „miłą atmosferę” podczas pobytu. <p>Odwiedzający zagraniczni chwalili też piękno polskich kobiet.</p>	7,4%	10,8%
5.	<p>Inne istotne atuty:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dobra infrastruktura noclegowa i turystyczna, - czystość i porządek - oryginalna i smaczna kuchnia - cisza i spokój, - ciekawe zwyczaje i obrzędy (kultura), - możliwość zrobienia atrakcyjnych zakupów (bogata oferta i korzystne ceny), - dobre skomunikowanie (port lotniczy i drogi). 	12,3%	18,1%
6.	<p>Trudno powiedzieć, nie wiem</p>	0,8%	1,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

Przeważająca liczba słabych stron województwa małopolskiego sprowadza się do kwestii infrastruktury drogowej. Kluczowe pola krytyki, które wyróżniono na podstawie udzielonych odpowiedzi dotyczą złego stanu dróg, złych połączeń z innymi regionami oraz korków na drogach. Mankamenty odnoszące się do infrastruktury drogowej stanowią łącznie niemal połowę wszystkich wskazanych słabych stron Małopolski. W przypadku słabych stron widoczna jest znacznie jednak większa dywersyfikacja udzielanych odpowiedzi niż w przypadku mocnych stron. Konsekwencją dywersyfikacji jest fakt, iż niemal 1/3 odpowiedzi zaliczono do kategorii „inne”, gdyż trudno znaleźć dla nich wspólną kategorię. Na uwagę zasługuje również to, że częściej niż co piąty ankietowany zadeklarował, iż nie dostrzega żadnych słabych stron Małopolski jako regionu turystycznego.

Tabela 25 Słabe strony województwa małopolskiego jako regionu turystycznego wskazywane przez turystów i gości odwiedzających Małopolskę w roku 2014.

Lp.	Słabe strony Małopolski	% udzielonych odpowiedzi	% respondentów
1.	<p>Zły stan dróg</p> <p>Uczestnicy badania zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - liczne, niezabezpieczone dziury, - ogólny zły stan nawierzchni, - remonty dróg w szczycie sezonu wakacyjnego. 	16,6%	19,2%
2.	<p>Złe połączenia komunikacyjne z innymi regionami, krajami</p> <p>Uczestnicy badania zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - trudny dojazd, szczególnie do mniejszych miejscowości oraz do Zakopanego, - słabą infrastrukturę kolejową, - nieliczne drogi szybkiego ruchu, - niedostatecznie rozbudowaną komunikację miejską, - zbyt małą liczbę kursujących w sezonie busów. 	13,6%	15,8%
3.	<p>Zakorkowane drogi</p> <p>Uczestnicy zwracali uwagę na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - duże natężenie ruchu w Krakowie i na trasach dojazdowych do atrakcji turystycznych, - wąskie drogi nieadekwatne do liczby pojazdów (szczególnie krytykowano „Zakopiankę”), - brak kultury jazdy wśród kierowców. 	11,1%	12,8%

4.	Wysokie ceny Uczestnicy badania zwracali uwagę na: - zawyżone ceny usług gastronomicznych oraz pamiątek, zakwaterowania, przewodników, - wysokie ceny biletów wstępu do atrakcji turystycznych, - wysokie ceny komunikacji miejskiej i podmiejskiej w Krakowie, - płatne toalety, - brak korzystnych karnetów i zniżek na stokach i w innych miejscach.	8,8%	10,2%
5.	Inne istotne mankamenty: - zanieczyszczenie powietrza, brud w miejscach publicznych, rozrzucone śmieci, mało koszy na śmieci, - drogie, zatłoczone, kiepsko oznaczone parkingi, - słaba infrastruktura informacyjna (strzałki, mapki, tablice), - tłok, kolejki w atrakcjach turystycznych, - niskie przygotowanie do obsługi turystów obcojęzycznych (brak znajomości języka obcego), - zrujnowane kamienice, - brak dostępu do wi-fi w miejscach publicznych, - za dużo punktów z fast-foodami, - tandetne pamiątki, - dużo reklam komercyjnych, ale za małą promocją regionu, - mało placów zabaw, zakazy wprowadzania psów do parków - pijani turyści, - remonty obiektów w sezonie, - nieprzystosowanie atrakcji, lokali do potrzeb osób niepełnosprawnych, - zbyt mały nadzór policji, - brak dostatecznej ilości bankomatów i toalet.	28,9%	33,5%
6.	Nie ma wad, wszystko się podobało	18,7%	21,6%
7.	Trudno powiedzieć	2,2%	2,6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2014 roku.

7. CHARAKTERYSTYKA NAJWAŻNIEJSZYCH RYNKÓW ZAGRANICZNYCH. PROFILE NARODOWE

I. Kraj stałego miejsca zamieszkania: **WIELKA BRYTANIA**

Liczba respondentów: **114**

Udział w ogólnej liczbie rezydentów zagranicznych: **23,7%**

W kolumnie zawierającej listę możliwych odpowiedzi pominięto kategorię „inne” oraz odpowiedzi, które wybierane były przez marginalną liczbę ankietowanych.

Tabela 26 Rezydenci Wielkiej Brytanii – profil osób odwiedzających i profil pobytu w Małopolsce.

Lp.	Pytanie	Możliwe odpowiedzi	Rozkład odpowiedzi
CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCEGO			
1.	Płeć	kobieta mężczyzna	43,9% 56,1%
2.	Wiek	15-25 lat 26-35 lat 36-45 lat 46-55 lat 56 – 65 lat powyżej 65 lat	46,3% 19,4% 21,2% 5,6% 1,9% 5,6%
3.	Wykształcenie	wyższe średnie niższe niż średnie	62,4% 35,6% 2,0%
4.	Status finansowy	satysfakcjonujący wystarczający niesatysfakcjonujący	57,1% 38,5% 4,4%
5.	Czy posiada Pan/Pani rodzinę w Polsce?	tak nie	22,5% 77,5%
6.	Czy posiada Pan/Pani polskie pochodzenie?	tak nie	21,8% 78,2%
CHARAKTERYSTYKA POBYTU			
1.	Cel wizyty w Małopolsce	wypoczynek zwiedzanie zabytków rozrywka, clubbing, pubbing odwiedziny u przyjaciół lub rodziny zakupy turystyka aktywna sprawy służbowe/interesy udział w imprezie kulturalnej cel zdrowotny cel religijny	78,1% 73,7% 21,9% 17,5% 15,8% 14,0% 4,4% 4,4% 1,8% 1,8%
2.	Długość pobytu	1 noc 2-3 noce 4-7 nocy powyżej 7 nocy Od 3 do 6 godzin Cały dzień	10,2% 26,5% 44,9% 18,4% 23,5% 76,5%
3.	Częstotliwość pobytu w Małopolsce	Jestem po raz pierwszy Bardzo rzadko (mniej niż raz w roku)	66,4% 24,8%

		Od czasu do czasu (1-2 razy w roku)	4,4%
		Bardzo często (więcej niż 2 razy w roku)	4,4%
4.	Środek transportu w podróży do Małopolski	samochód	28,1%
		samolot	49,1%
		pociąg	12,3%
		bus kursowy/regularnej linii	2,6%
		bus wycieczkowy/autokar	17,5%
5.	Forma zakwaterowania	hotel **	4,4%
		hotel ***	19,2%
		hotel ****	19,2%
		hotel *****	5,1%
		pensjonat	11,1%
		schronisko młodzieżowe	4,0%
		schronisko	14,1%
		kwatery prywatna/agroturystyczna	6,1%
		nocleg u rodziny/znajomych	10,5%
6.	Średnie wydatki podczas pobytu		1384 zł
7.	Satysfakcja z pobytu	ani niska, ani wysoka	3,7%
		wysoka	30,6%
		bardzo wysoka	65,7%
			średnia: 4,63/5,00
8.	Czy spotkał(a) się Pan(i) z reklamą zachęcającą do odwiedzenia Małopolski?	tak	42,6%
		nie	57,4%
9.	Źródła wiedzy o województwie małopolskim i jego atrakcjach. (odsetki osób korzystających z danego źródła)	Internet	48,3%
		Przewodniki	41,4%
		Rodzina/znajomi	31,0%
		Foldery/ulotki	17,2%
		Prasa	12,9%
		Katalogi biur podróży	8,6%
		Radio	6,9%
		Informacja Turystyczna	6,9%
		Telewizja	5,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z badania ruchu turystycznego w 2014 roku.

II. Kraj stałego miejsca zamieszkania: NIEMCY

Liczba respondentów: **66**

Udział w ogólnej liczbie rezydentów zagranicznych: **14,1%**

W kolumnie zawierającej listę możliwych odpowiedzi pominięto kategorię „inne” oraz odpowiedzi, które wybierane były przez marginalną liczbę ankietowanych.

Tabela 27 Rezydenci Niemiec – profil osób odwiedzających i profil pobytu w Małopolsce.

Lp.	Pytanie	Możliwe odpowiedzi	Rozkład odpowiedzi
CHARAKTERYSTYKA ODWIEDZAJĄCEGO			
1.	Płeć	kobieta mężczyzna	37,9% 62,1%
2.	Wiek	15-25 lat 26-35 lat 36-45 lat 46-55 lat	23,1% 23,1% 30,7% 23,1%
3.	Wykształcenie	wyższe średnie niższe niż średnie	75,0% 23,4% 1,6%
4.	Status finansowy	satysfakcjonujący wystarczający niesatysfakcjonujący	67,2% 29,5% 3,3%
5.	Czy posiada Pan/Pani rodzinę w Polsce?	tak nie	26,3% 73,7%
6.	Czy posiada Pan/Pani polskie pochodzenie?	tak nie	21,8% 78,2%
CHARAKTERYSTYKA POBYTU			
1.	Cel wizyty w Małopolsce	zwiedzanie zabytków wypoczynek odwiedziny u przyjaciół lub rodziny turystyka aktywna rozrywka, clubbing, pubbing zakupy sprawy służbowe/interesy	55,2% 43,3% 25,4% 17,9% 11,9% 9,0% 6,0%
2.	Długość pobytu	1 noc 2-3 noce 4-7 nocy powyżej 7 nocy Do 3 godzin Od 3 do 6 godzin Cały dzień	12,2% 48,8% 24,4% 14,6% 14,3% 14,3% 71,4%
3.	Częstotliwość pobytu w Małopolsce	Jestem po raz pierwszy Bardzo rzadko (mniej niż raz w roku) Od czasu do czasu (1-2 razy w roku) Bardzo często (więcej niż 2 razy w roku)	66,7% 21,2% 6,1% 6,1%
4.	Środek transportu w podróży do Małopolski	samochód pociąg samolot bus wycieczkowy/autokar bus kursowy/regularnej linii	64,2% 13,4% 10,4% 10,4% 1,5%

5.	Forma zakwaterowania	hotel *****	26,8%
		kwatery prywatna/agroturystyczna	22,0%
		hotel ***	17,1%
		dom wycieczkowy	12,2%
		hotel *****	7,3%
6.	Średnie wydatki podczas pobytu	1073 zł	
7.	Satysfakcja z pobytu	bardzo niska	1,5%
		niska	1,5%
		ani niska, ani wysoka	3,1%
		wysoka	52,3%
		bardzo wysoka	41,5%
		średnia:	4,30/5,00
8.	Czy spotkał(a) się Pan(i) z reklamą zachęcającą do odwiedzenia Małopolski?	tak	19,0%
		nie	81,0%
9.	Źródła wiedzy o województwie małopolskim i jego atrakcjach (odsetki osób korzystających z danego źródła)	Przewodniki	46,4%
		Internet	43,5%
		Rodzina/znajomi	23,2%
		Katalogi biur podróży	7,2%
		Informacja Turystyczna	7,2%
		Radio	4,3%
		Telewizja	4,3%
Foldery/ulotki	4,3%		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z badania ruchu turystycznego w 2014 roku.

Podsumowanie informacji na temat dominujących profili narodowych osób odwiedzających Małopolskę:

- Wśród odwiedzających zagranicznych z analizowanych państw **dominują mężczyźni**.
- Widoczne jest **zróźnicowanie wiekowe** wśród odwiedzających z obu państw. W przypadku Wielkiej Brytanii niemal połowa odwiedzających należy do najmłodszej kategorii wiekowej (poniżej 26 lat), w przypadku Niemiec – są to najczęściej osoby w wieku 36-45 lat. Jednocześnie wśród odwiedzających z Niemiec nie ma osób po 55 roku życia, a wśród przyjezdnych Brytyjczyków stanowią one 7,5%.
- Wśród odwiedzających z omawianych państw zdecydowanie dominują osoby z **wykształceniem** wyższym (w przypadku Niemiec $\frac{3}{4}$ osób), a osoby bez wykształcenia średniego stanowią do 2% rezydentów przyjeżdżających do Małopolski z obu tych państw.
- Ponad 20% odwiedzających z Wielkiej Brytanii i Niemiec deklaruje **posiadanie rodziny w Polsce lub posiadanie polskich korzeni**. Wnioskować można, iż znaczna część tej grupy to obywatele polscy, którzy wyemigrowali do tych państw i są obecnie ich rezydentami.
- **Głównym celem podróży** rezydentów Wielkiej Brytanii jest wypoczynek a następnie zwiedzanie zabytków. W przypadku Niemiec najczęściej deklarowano chęć zwiedzania zabytków, a w drugiej kolejności – wypoczynek. Rezydenci Wielkiej Brytanii znacznie częściej nastawieni są na rozrywkę oraz zakupy.
- Rezydenci Wielkiej Brytanii deklarują najczęściej pobyt trwający od 4 do 7 nocy, a rezydenci Niemiec preferują pobyty krótsze, obejmujące 2-3 noclegi.
- Rezydenci Wielkiej Brytanii jako **środek transportu w drodze do Małopolski** wybierają najchętniej samoloty (co drugi odwiedzający), natomiast rezydenci Niemiec preferują podróż samochodami (ponad 64%).
- Odwiedzający zagraniczni korzystają najchętniej z **noclegów** w hotelach, w przypadku Niemców są to hotele czterogwiazdkowe, a rezydenci Wielkiej Brytanii wybierają hotele trzy- i czterogwiazdkowe. Popularne wśród odwiedzających z Wysp Brytyjskich są noclegi w schroniskach, wśród odwiedzających z Niemiec – kwatery prywatne.
- Wyższe **wydatki podczas pobytu w Małopolsce** deklarują rezydenci Wielkiej Brytanii niż Niemiec, jest to jednak zapewne konsekwencja dłuższego pobytu w Małopolsce odwiedzających z Wielkiej Brytanii.
- Wyższy poziom **zadowolenia z pobytu w województwie małopolskim** deklarują rezydenci Wielkiej Brytanii (brak ocen negatywnych), choć w przypadku obu państw satysfakcja jest wysoka (4,3-4,6 w pięciopunktowej skali ocen).
- Reklamę zachęcającą do przyjazdu na obszar Małopolski spotkał dwukrotnie większy odsetek odwiedzających z Wielkiej Brytanii niż z Niemiec.

Wspominając o profilach narodowych osób odwiedzających Małopolskę warto poświęcić więcej uwagi także odwiedzającym ze Słowacji i Czech, których reprezentacja wśród odwiedzających z zagranicy wzrosła istotnie w bieżącym okresie badawczym. Nasi południowi sąsiedzi odwiedzający Małopolskę są znacznie rzadziej niż rezydenci Niemiec i Wielkiej Brytanii związani z Polską pochodzeniem (6,4%) lub posiadaniem rodziny i znajomych (9,1%), stąd przypuszczać można, iż silniejszym czynnikiem przyciągającym jest w ich przypadku atrakcyjność i bliskość geograficzna Małopolski.

Jako cel przyjazdu do Małopolski rezydenci Czech i Słowacji deklarują najczęściej chęć zwiedzania zabytków (68,4%) a w drugiej kolejności chęć wypoczynku (52,6%). Ponad 17% w Małopolsce widzi także doskonałe miejsce do uprawiania aktywnych form turystyki, choć raczej są to spacery i wędrówki po szlakach a rzadko narciarstwo. Zwraca uwagę fakt bardzo dużego zainteresowania odwiedzających z Czech i Słowacji obiektami o charakterze religijnym, gdyż aż 15,8% deklaruje wizytę w celach religijnych, które niemal nie występowały w przypadku rezydentów Niemiec i Wielkiej Brytanii.

Średnie wydatki odwiedzających zza południowej granicy wynoszą 708 zł, jednak spowodowane jest to w dużej mierze krótszym pobytem w Małopolsce w porównaniu z rezydentami Niemiec czy Wielkiej Brytanii. Wśród odwiedzających z tych Czech i Słowacji aż 37% stanowią odwiedzający jednodniowi, a co czwarty turysta spędza w Małopolsce tylko 1 noc.

Warto zwrócić uwagę, iż w przypadku odwiedzających ze Słowacji oraz Czech zdecydowana większość ocenia swoją satysfakcję z pobytu w regionie na poziomie dobrym (70%), kolejne 25% na poziomie bardzo dobrym, a 5% na poziomie przeciętnym. Średnia ocena poziomu satysfakcji jest bardzo pozytywna (4,19 pkt. w pięciopunktowej skali ocen) jednak niższa niż w przypadku rezydentów Niemiec czy Wielkiej Brytanii.

8. PODSUMOWANIE

Podczas badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2014 roku zastosowano dwie metody/techniki badawcze: analizę danych zastanych oraz kwestionariuszowe wywiady bezpośrednie. Wywiady prowadzono w I i III kwartale 2014 roku. W pierwszym kwartale badania prowadzono sześciokrotnie - w lutym i na początku marca 2014 roku w 16 lokalizacjach będących atrakcjami turystycznymi województwa małopolskiego. W kwartale trzecim badania realizowano czterokrotnie - w sierpniu, łącznie w 25 lokalizacjach. Badaniem objęto 6006 osób odwiedzających Małopolskę, wśród których 8,6% stanowili rezydenci zagraniczni.

Przeprowadzone na podstawie analizy danych zastanych oszacowania pokazują, iż liczba odwiedzających województwo małopolskie wzrosła w roku 2014 o 3,9% w stosunku do roku 2013. Za przyrost liczby odwiedzających Małopolskę w większej mierze odpowiada wzrost liczby odwiedzających krajowych niż zagranicznych, szczególnie wśród turystów. Zgodnie z szacunkami, w roku 2014 województwo małopolskie odwiedziło 13,1 miliona osób, w tym 2,8 miliona spoza Polski (tj. 21%).

Szacowane wydatki osób odwiedzających region w 2014 roku wyniosły niemal 11,2 miliarda PLN, co oznacza wzrost o 6,2% w stosunku do roku 2013. Wzrost ten spowodowany jest przede wszystkim zwiększeniem średniego poziomu wydatków gości i turystów krajowych, którzy stanowią większość wśród ogółu odwiedzających region. Dane pokazują, iż odwiedzający zagraniczni wydają podczas pobytu w Małopolsce kwoty niemal dwukrotnie wyższe niż odwiedzający będący rezydentami Polski, jednak w ciągu ostatnich dwóch lat dysproporcja ta zmniejszyła się istotnie.

Na podstawie analizy materiału, uzyskanego dzięki badaniom kwestionariuszowym, można stwierdzić, iż wśród odwiedzających krajowych nieznacznie przeważają kobiety, natomiast w przypadku odwiedzających zagranicznych dominują mężczyźni, choć przewaga ta nie jest duża. Ponad połowa gości i turystów to osoby do 35 roku życia, a w przypadku turystów zagranicznych aż 1/3 to osoby poniżej 26 roku życia. Odwiedzający to w większości osoby aktywne zawodowo (53-69%), choć licznie reprezentowani są także studenci, szczególnie wśród turystów zagranicznych. Średnio co dziesiąty gość zagraniczny ma w Polsce rodzinę lub polskie pochodzenie. Dotyczy to niemal co czwartego turysty zagranicznego, co jest wynikiem znacznie wyższym niż odnotowywane w latach 2012-2013.

Wśród odwiedzających krajowych dominują mieszkańcy województwa mazowieckiego (24%) oraz śląskiego (18%), przy czym hierarchia tych województw jest odmienna w obu kategoriach odwiedzających. Wśród gości krajowych zdecydowanie przeważają mieszkańcy Śląska, a wśród turystów - mieszkańcy Mazowsza. Na trzeciej pozycji w obu kategoriach plasuje się Podkarpacie, ze średnim wynikiem niemal 10%.

Rezydenci zagraniczni odwiedzający Małopolskę to głównie mieszkańcy Wielkiej Brytanii (24%) oraz Niemiec (14%), choć wśród gości zagranicznych to rezydenci

Niemiec są kategorią bardziej liczną. Zauważalny jest istotny wzrost liczby odwiedzających z południowej granicy Polski – tj. z Czech i Słowacji, zmniejszyła się natomiast reprezentacja odwiedzających z Włoch i z Rosji. Turyści zagraniczni stanowią kategorię bardziej zróżnicowaną pod względem kraju pochodzenia niż goście zagraniczni: odnotowano przyjazd turystów z 33 państw, a gości z 17 państw.

Najważniejsze cele wizyty w województwie małopolskim to wypoczynek oraz zwiedzanie zabytków. W przypadku odwiedzających krajowych bardzo popularnym celem jest także turystyka aktywna (narciarstwo, snowboarding, wędrówki górskie, spacer), a w przypadku odwiedzających zagranicznych – rozrywka i zakupy. Celem wskazywanym przez kilkunastoprocentowy odsetek odwiedzających są także odwiedziny u rodziny lub znajomych. Pozostałe cele pobytu w Małopolsce wskazywane są rzadko.

W zakresie formy zakwaterowania, największą popularnością wśród turystów polskich cieszą się od kilku lat kwatery prywatne (w tym agroturystyczne) oraz pensjonaty (łącznie 56%). Niemal co dziesiąty turysta krajowy zrezygnował w roku 2014 z obiektów noclegowych na rzecz pobytu u rodziny lub znajomych. Co drugi turysta zagraniczny korzysta z noclegów w hotelach – szczególnie często w trzygwiazdkowych i czterogwiazdkowych, choć warto wspomnieć, że wzrosło w stosunku do lat ubiegłych zainteresowanie kwaterami prywatnymi.

Zebrane w toku badania informacje pokazują, iż większość gości przebywa na terenie Małopolski przez cały dzień, a pobyty krótsze niż trzygodzinne są rzadkością. Turyści najczęściej decydują się na pobyty z 4-7 noclegami (34% zagranicznych i 38% krajowych), a w drugiej kolejności z 2-3 noclegami (niemal 30%). Czas przebywania na terenie województwa małopolskiego jest porównywalny w przypadku turystów krajowych i zagranicznych, za wyjątkiem większej skłonności turystów zagranicznych do pobytów dwudniowych. Od trzech lat widać jednak tendencję do zmniejszania się odsetka odwiedzających spędzających w Małopolsce tylko jedną noc, a zwiększania odsetka osób spędzających powyżej 7 nocy, co dowodzi wydłużenia średniego czasu pobytu - zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych.

Warto zauważyć, iż zdecydowana większość gości i turystów zagranicznych deklarowała podczas badań w 2014 roku, iż po raz pierwszy odwiedza Małopolskę oraz konkretną lokalizację/atrakcję, w której realizowane było badanie kwestionariuszowe. Wśród odwiedzających krajowych odsetek ten był znacznie niższy – Małopolskę odwiedzało po raz pierwszy 14% gości i turystów krajowych, a połowa odwiedzających krajowych po raz pierwszy odwiedza daną miejscowość/atrakcję na terenie Małopolski.

Zarówno odwiedzający krajowi jak i zagraniczni preferują indywidualnie (prywatnie) zorganizowane wyjazdy do Małopolski, choć w przypadku rezydentów zagranicznych skłonność do wyjazdów zorganizowanych przez firmę/instytucję jest znacznie wyższa (34% gości i 17% turystów). Organizatorem wyjazdów zbiorowych rezydentów zagranicznych są zwykle biura podróży i szkoły/uczelnie (w przypadku turystów) oraz kościoły i instytucje religijne (w przypadku gości). Wyjazdy

odwiedzających krajowych organizują najczęściej instytucje religijne oraz Narodowy Fundusz Zdrowia.

Najpopularniejszym środkiem transportu wykorzystywanym przez odwiedzających w drodze do Małopolski jest samochód. W przypadku turystów zagranicznych istotne znaczenie mają także samoloty (33%), a w przypadku gości zagranicznych – busy/autokary wycieczkowe (30%). Dominacja samochodu, jako kluczowego środka transportu, umacnia się w ostatnich latach wśród wszystkich kategorii odwiedzających.

Osoby odwiedzające Małopolskę czerpią wiedzę o regionie i jego atrakcjach głównie z Internetu oraz z przewodników turystycznych. Duże znaczenie mają także informacje przekazywane przez osoby znajome i członków rodziny. Radio, prasa i telewizja mają umiarkowany wpływ na kształtowanie wiedzy turystów i gości o województwie małopolskim i oddziałują głównie na rezydentów Polski. Z reklamą zachęcającą do wizyty w Małopolsce spotkało się 46% gości i 55% turystów krajowych oraz 19% gości i 33% turystów zagranicznych. Najczęściej wspomniano o reklamach internetowych i telewizyjnych. Wśród odwiedzających krajowych znaczna część zetknęła się też z folderami, ulotkami oraz billboardami.

Osoby odwiedzające Małopolskę za największą jej atrakcję uznają niezmiennie Kraków, a w drugiej kolejności: Zakopane oraz Wieliczkę (kopalnia soli). W czołówce znajdują się też Wadowice (Dom Jana Pawła II) oraz Oświęcim (Muzeum Auschwitz Birkenau), jednak ich pozycja w hierarchii atrakcji nieznacznie się osłabiła. Za kluczowe atuty regionu odwiedzający uznają przyrodę (piękne widoki, klimat, świeże powietrze, góry), bogatą i unikatową architekturę, zabytki a także różnorodność atrakcji oferowanych odwiedzającym. W opinii gości i turystów, zdecydowana większość wskazywanych wad regionu związana jest z infrastrukturą drogową. Krytykowano: zły stan nawierzchni, zbyt małą przepustowość dróg (korki) oraz złe skomunikowanie z innymi regionami kraju i sąsiednimi państwami. Warto zauważyć, iż co piąty odwiedzający uznał, że nie widzi żadnych wad Małopolski, jako regionu turystycznego.

Uzyskane wyniki badania obrazują bardzo wysoki poziom zadowolenia gości i turystów z pobytu w województwie małopolskim. Deklaracje wysokiego i bardzo wysokiego poziomu zadowolenia (satysfakcji) złożyło łącznie 94,4% odwiedzających, a goście zagraniczni to jedyna kategoria respondentów, w której wysoki poziom zadowolenia był deklarowany częściej niż poziom bardzo wysoki. O zadowoleniu z oferty turystycznej województwa małopolskiego świadczy również fakt, iż ponad 93% odwiedzających wyraża chęć polecenia wizyty w Małopolsce swojej rodzinie i znajomym. Pozytywnie oceniono również ceny usług turystycznych na terenie Małopolski - od 67% do 85% odwiedzających z poszczególnych kategorii uznała, że ceny biletów wstępu, noclegów, komunikacji oraz usług gastronomicznych i przewodnickich są dopasowane do ich jakości. Wśród odwiedzających zagranicznych pojawiały się też liczne opinie, iż ceny są niskie w stosunku do jakości oferowanych usług.

Lp.	Wnioski	Rekomendacje
1.	Obszarami, z których przybywa najwięcej odwiedzających są województwa: śląskie, mazowieckie i podkarpackie. Tendencja ta utrzymuje się od dłuższego czasu.	Warto rozważyć skierowanie intensywniejszych działań promocyjnych na obszar innych województw, tak by zróżnicować bardziej grupę odwiedzających krajowych pod względem regionu, z którego pochodzą.
2.	Wśród odwiedzających zagranicznych zdecydowaną większość stanowią od dłuższego czasu rezydenci Wielkiej Brytanii oraz Niemiec.	Popularność Małopolski jako celu podróży wśród rezydentów Niemiec i Wielkiej Brytanii utrzymuje się na wysokim poziomie, stąd należy rozważyć rozwinięcie szerszych działań promujących region w innych krajach.
3.	Zwiększa się liczba odwiedzających z państw leżących za południową granicą Polski, tj. z Czech i Słowacji.	Warto zasilić działania promujące Małopolskę, w tych krajach, gdyż ich bliskość geograficzna ułatwia przyciągnięcie odwiedzających, szczególnie tych weekendowych (jedno- i dwudniowych).
4.	Wśród odwiedzających Małopolskę dominują osoby młode – do 35 roku życia, w tym duży odsetek stanowią studenci.	Warto wzbogacać ofertę turystyczną o elementy atrakcyjne dla młodych odwiedzających, szczególnie w zakresie miejsc rozrywki, gier grupowych oraz rozwijać tanią bazę noclegową, adekwatną do potrzeb i możliwości uczniów oraz studentów, stanowiących znaczący odsetek odwiedzających.
5.	Obsługa w punktach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej oceniana jest pozytywnie na poziomie co najmniej 4 punktów w pięciopunktowej skali ocen, jednak zróżnicowanie ocen pomiędzy punktami jest znaczne.	Warto przyrzeć się wyposażeniu i oznakowaniu poszczególnych punktów MSIT oraz kwalifikacjom ich pracowników, w celu wyeliminowania słabych stron, które generują niezadowolenie turystów; w tym problemów z komunikacją w językach obcych.
6.	Zwiedzanie zabytków pozostaje najważniejszym (po wypoczynku) celem podróży do Małopolski.	Promując region warto podkreślać istnienie licznych zabytków dostępnych dla zwiedzających, szczególnie tych mniej znanych, zlokalizowanych poza Krakowem, w mniejszych miejscowościach.
7.	Internet jest kluczowym źródłem wiedzy odwiedzających na temat województwa małopolskiego i jego atrakcji.	Należy wspierać rozwój stron internetowych miejscowości i obiektów będących atrakcjami turystycznymi, dbać o ich czytelność,

		aktualność, wyczerpujący zakres zamieszczanych informacji oraz dostępność w różnych wersjach językowych.
8.	Największe zastrzeżenia odwiedzający Małopolskę zgłaszają w zakresie sieci drogowej, zarówno jej stanu jak i przepustowości.	Należy utrzymać i rozwijać działania nakierowane na rozbudowę wysokiej jakości sieci dróg w regionie, nie tylko pomiędzy największymi miastami, ale także łączących popularne atrakcje turystyczne.
9.	Część odwiedzających dostrzega problem niedostatecznego dostosowania obiektów turystycznych (zabytków, muzeów, obiektów noclegowych, obiektów rekreacyjnych) do potrzeb osób niepełnosprawnych.	Należy zweryfikować poziom dostosowania obiektów publicznych do wymogów związanych z obsługą osób niepełnosprawnych, a w przypadku obiektów prywatnych wspierać wiedzą merytoryczną oraz pomagać w ubieganiu się o środki na poprawę tej dostępności.
10.	Wśród odwiedzających z zagranicy utrzymuje się silna preferencja w wyborze hoteli jako miejsc noclegowych.	Warto rozważyć promocję innych typów miejsc noclegowych, szczególnie pensjonatów i kwater prywatnych, których jakość w wielu przypadkach jest bardzo wysoka, a które w mniejszych miejscowościach turystycznych stanowią ciekawą alternatywę dla hoteli. Przypuszczać można, iż obiekty tego typu nie budzą zaufania odwiedzających zagranicznych, co wydaje się bezzasadne.

SPIS WYKRESÓW

WYKRES 1 ROZKŁAD WYWIADÓW KWESTIONARIUSZOWYCH PRZEPROWADZONYCH W 2014R., WG MIEJSCA ICH REALIZACJI.....	11
WYKRES 2 DYNAMIKA ZMIAN RUCHU TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W LATACH 2003-2014 (W TYSIĄCACH).....	15
WYKRES 3 DYNAMIKA ZMIAN RUCHU ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W LATACH 2003-2014 (W TYSIĄCACH).	16
WYKRES 4 POZIOM DEKLAROWANYCH WYDATKÓW PONOSZONYCH PRZEZ GOŚCI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH PODCZAS POBYTU W MAŁOPOLSCE.	19
WYKRES 5 POZIOM DEKLAROWANYCH WYDATKÓW PONOSZONYCH PRZEZ TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH PODCZAS POBYTU W MAŁOPOLSCE.	19
WYKRES 6 DYNAMIKA ZMIAN W ZAKRESIE WYDATKÓW PONOSZONYCH PRZEZ OSOBY ODWIEDZAJĄCE WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE W LATACH 2003-2014 (W MLN PLN).....	20
WYKRES 7 ROZKŁAD PŁCI W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH RESPONDENTÓW.	22
WYKRES 8 WIEK ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE WEDŁUG KATEGORII RESPONDENTÓW (W %).23	
WYKRES 9 ROZKŁAD POZIOMU WYKSZTAŁCENIA W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH RESPONDENTÓW. 24	
WYKRES 10 ROZKŁAD ZMIENNEJ: STAN CYWILNY W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH RESPONDENTÓW. 25	
WYKRES 11 ROZKŁAD ZMIENNEJ: STATUS FINANSOWY W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH RESPONDENTÓW.	26
WYKRES 12 WIELKOŚĆ MIEJSCA ZAMIESZKANIA GOŚCI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W 2014 R.	27
WYKRES 13 WIELKOŚĆ MIEJSCA ZAMIESZKANIA TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W 2014 R.	27
WYKRES 14 STATUS ZAWODOWY ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE WEDŁUG KATEGORII RESPONDENTÓW W 2014 R.	28
WYKRES 15 WYKONYWANY ZAWÓD GOŚCI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W 2014 ROKU.	29
WYKRES 16 WYKONYWANY ZAWÓD TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W 2014 ROKU.....	30
WYKRES 17 ROZKŁAD ODPOWIEDZI NA PYTANIE: „CZY POSIADA PAN(I) RODZINĘ W POLSCE?”31	
WYKRES 18 ROZKŁAD ODPOWIEDZI NA PYTANIE: „CZY POSIADA PAN(I) POLSKIE POCHODZENIE?”31	
WYKRES 19 UDZIAŁ OSÓB DEKLARUJĄCYCH POLSKIE POCHODZENIE W OGÓLNEJ LICZBIE ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH NA PRZESTRZENI LAT 2003-2013.	32
WYKRES 20 ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI WEDŁUG ZAMIESZKIWANEGO WOJEWÓDZTWA.	34
WYKRES 21 ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI WEDŁUG ZAMIESZKIWANEGO WOJEWÓDZTWA W LATACH 2003-2014.	35
WYKRES 22 GOŚCIE KRAJOWI WEDŁUG ZAMIESZKIWANEGO WOJEWÓDZTWA POLSKI.....	36
WYKRES 23 TURYSŃCI KRAJOWI WEDŁUG ZAMIESZKIWANEGO WOJEWÓDZTWA POLSKI.....	37
WYKRES 24 ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI WEDŁUG PAŃSTWA, KTÓREGO SĄ REZYDENTAMI.....	38
WYKRES 25 ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI WEDŁUG ZAMIESZKIWANEGO PAŃSTWA W LATACH 2003-2014.	39
WYKRES 26 CEL PRZYJAZDU ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH DO MAŁOPOLSKI W ROKU 2014.....	40
WYKRES 27 CEL PRZYJAZDU GOŚCI KRAJOWYCH DO MAŁOPOLSKI W 2014 ROKU.....	40
WYKRES 28 CEL PRZYJAZDU TURYSTÓW KRAJOWYCH DO MAŁOPOLSKI W 2014 R.	42

WYKRES 29 CEL PRZYJAZDU ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH DO MAŁOPOLSKI W 2014 ROKU.	43
WYKRES 30 CEL PRZYJAZDU GOŚCI ZAGRANICZNYCH DO MAŁOPOLSKI W 2014 ROKU.	45
WYKRES 31 CEL PRZYJAZDU TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH DO MAŁOPOLSKI W 2014 ROKU.	46
WYKRES 32 FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW POLSKICH PODCZAS POBYTU NA TERENIE MAŁOPOLSKI W 2014 ROKU.	47
WYKRES 33 FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW KRAJOWYCH PODCZAS PODRÓŻY NA TERENIE MAŁOPOLSKI W LATACH 2008-2014 (w %).	48
WYKRES 34 FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH PODCZAS PODRÓŻY NA TERENIE MAŁOPOLSKI W 2014 ROKU.	49
WYKRES 35 FORMA ZAKWATEROWANIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH PODCZAS PODRÓŻY NA TERENIE MAŁOPOLSKI W LATACH 2008-2014 (w %).	50
WYKRES 36 DŁUGOŚĆ POBYTU GOŚCI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH NA TERENIE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO W 2014 R.	51
WYKRES 37 DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH NA TERENIE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO W 2014 ROKU.	51
WYKRES 38 DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTÓW KRAJOWYCH W MAŁOPOLSCE W LATACH 2010-2014 R. (w %)	52
WYKRES 39 DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH W MAŁOPOLSCE W LATACH 2010-2013R. (w %)	52
WYKRES 40 CZĘSTOTLIWOŚĆ POBYTU ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM W ROKU 2014.	53
WYKRES 41 CZĘSTOTLIWOŚĆ POBYTU ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH W MIEJSCU REALIZACJI WYWIADU KWESTIONARIUSZOWEGO, POŁOŻONYM NA TERENIE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO - W ROKU 2014.	54
WYKRES 42 SPOSÓB ORGANIZACJI WYJAZDÓW DO MAŁOPOLSKI W ROKU 2014.	54
WYKRES 43 RODZAJ ORGANIZATORA PRZYJAZDU GOŚCI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH DO WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO W ROKU 2014.	55
WYKRES 44 RODZAJ ORGANIZATORA PRZYJAZDU TURYSTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH DO WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO W ROKU 2014.	56
WYKRES 45 SPOSÓB ORGANIZACJI WYJAZDÓW ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2003-2014.	56
WYKRES 46 SPOSÓB ORGANIZACJI WYJAZDÓW ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2003-2014.	57
WYKRES 47 ŚRODEK TRANSPORTU WYBIERANY PRZEZ TURYSTÓW KRAJOWYCH PODCZAS PODRÓŻY DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2008-2014.	59
WYKRES 48 ŚRODEK TRANSPORTU WYBIERANY PRZEZ TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH PODCZAS PODRÓŻY DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2008-2014.	59
WYKRES 49 ŹRÓDŁA INFORMACJI O WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM LUB ODWIEDZANYCH MIEJSCACH WSKAZYWANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH W 2014 R.	60
WYKRES 50 ROZKŁAD ODPOWIEDZI UDZIELONYCH PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ NA PYTANIE: „CZY SPOTKAŁ(A) SIĘ PAN(I) KIEDYKOLWIEK Z REKLAMĄ, KTÓRA ZACHĘCAŁABY DO PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI?”.	62
WYKRES 51 FORMY REKLAMY ZACHĘCAJĄCEJ DO ODWIEDZENIA MAŁOPOLSKI, Z KTÓRYMI SPOTKALI SIĘ GOŚCIE I TURYSŃCI PRZYJEŹDZAJĄCY DO WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO W ROKU 2014.	62
WYKRES 52 OCENA POZIOMU CEN WYBRANYCH ASPEKTÓW OFERTY TURYSTYCZNEJ DOKONANA PRZEZ TURYSTÓW KRAJOWYCH.	70
WYKRES 53 OCENA POZIOMU CEN WYBRANYCH ASPEKTÓW OFERTY TURYSTYCZNEJ DOKONANA PRZEZ GOŚCI KRAJOWYCH.	70

WYKRES 54 OCENA POZIOMU CEN WYBRANYCH ASPEKTÓW OFERTY TURYSTYCZNEJ DOKONANA PRZEZ TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH.	71
WYKRES 55 OCENA POZIOMU CEN WYBRANYCH ASPEKTÓW OFERTY TURYSTYCZNEJ DOKONANA PRZEZ GOŚCI ZAGRANICZNYCH.	71
WYKRES 56 OGÓLNY POZIOM ZADOWOLENIA ODWIEDZAJĄCYCH Z WIZYTY W MAŁOPOLSCE.	72
WYKRES 57 POZIOM ZADOWOLENIA GOŚCI KRAJOWYCH Z POBYTU W WOJ. MAŁOPOLSKIM.....	72
WYKRES 58 POZIOM ZADOWOLENIA GOŚCI ZAGRANICZNYCH Z POBYTU W WOJ. MAŁOPOLSKIM.	73
WYKRES 59 POZIOM ZADOWOLENIA TURYSTÓW KRAJOWYCH Z POBYTU W WOJ. MAŁOPOLSKIM.	73
WYKRES 60 POZIOM ZADOWOLENIA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH Z POBYTU W WOJ. MAŁOPOLSKIM.	73
WYKRES 61 CZY POLECİŁ(A)BY PAN(I) SWOIM ZNAJOMYM/RODZINIE ODWIEDZENIE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO?	74
WYKRES 62 CZY POLECİŁ(A)BY PAN(I) SWOIM ZNAJOMYM/RODZINIE ODWIEDZENIE MIEJSCA, W KTÓRYM REALIZOWANY JEST WYWIAD?	75

SPIS TABEL

TABELA 1	KATEGORIE RESPONDENTÓW I KRYTERIA ICH WYODRĘBNIENIA.	6
TABELA 2	LOKALIZACJE, W KTÓRYCH DOKONANO POBORU PRÓBY W 2014 ROKU.....	9
TABELA 3	LICZBA TURYSTÓW KORZYSTAJĄCYCH Z OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM.....	13
TABELA 4	OSZACOWANIE LICZBY TURYSTÓW W WOJ. MAŁOPOLSKIM W LATACH 2009-2014.	14
TABELA 5	OSZACOWANIE LICZBY ODWIEDZAJĄCYCH WOJ. MAŁOPOLSKIE W LATACH 2009-2014.	16
TABELA 6	ODSETEK TURYSTÓW KORZYSTAJĄCYCH Z NOCLEGÓW W OBIEKTACH TURYSTYCZNYCH NA TERENIE POSZCZEGÓLNYCH WOJEWÓDZTW POLSKI W LATACH 2013-2014.	17
TABELA 7	ŚREDNIE WYDATKI PRZYPADAJĄCE NA JEDNEGO ODWIEDZAJĄCEGO WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE.	18
TABELA 8	OSZACOWANIE POZIOMU WYDATKÓW PONOSZONYCH PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE W 2014 ROKU.	20
TABELA 9	POZIOM WYKSZTAŁCENIA OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ NA PRZESTRZENI LAT 2003- 2014 (w %).	25
TABELA 10	PROFIL SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W 2014 ROKU..	32
TABELA 11	CELE PODRÓŻY DEKLAROWANE PRZEZ GOŚCI KRAJOWYCH W LATACH 2009-2014.	41
TABELA 12	CELE PODRÓŻY DEKLAROWANE PRZEZ TURYSTÓW KRAJOWYCH W LATACH 2009-2013.	43
TABELA 13	CEL PRZYJAZDU ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH (TURYSTÓW I GOŚCI) DO MAŁOPOLSKI W LATACH 2009-2014 (w %).	44
TABELA 14	ŚRODEK TRANSPORTU WYBIERANY PRZEZ POSZCZEGÓLNE KATEGORIE ODWIEDZAJĄCYCH PODCZAS PODRÓŻY DO MAŁOPOLSKI W ROKU 2014.	58
TABELA 15	LOKALIZACJE NA TERENIE MAŁOPOLSKI ODWIEDZANE PRZEZ REZYDENTÓW KRAJOWYCH, OCENIANE JAKO NAJBARDZIEJ ATRAKCYJNE.	63
TABELA 16	PORÓWNANIE NAJBARDZIEJ ATRAKCYJNYCH LOKALIZACJI REGIONU WSKAZYWANYCH PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH NA PRZESTRZENI LAT 2010-2013.	64
TABELA 17	LOKALIZACJE NA TERENIE MAŁOPOLSKI ODWIEDZANE PRZEZ REZYDENTÓW ZAGRANICZNYCH OCENIANE JAKO NAJBARDZIEJ ATRAKCYJNE.	65
TABELA 18	PORÓWNANIE NAJBARDZIEJ ATRAKCYJNYCH LOKALIZACJI REGIONU WSKAZYWANYCH PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH NA PRZESTRZENI LAT 2010-2014.....	65
TABELA 19	OCENA OFERTY TURYSTYCZNEJ WOJ. MAŁOPOLSKIEGO PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH KRAJOWYCH.	66
TABELA 20	OCENA WYBRANYCH ASPEKTÓW OFERTY TURYSTYCZNEJ WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH ZAGRANICZNYCH.	67
TABELA 21	ŚREDNIE OCEN PRZYZNANYCH POSZCZEGÓLNYM ASPEKTEM OFERTY TURYSTYCZNEJ MAŁOPOLSKI PRZEZ WSZYSTKIE KATEGORIE ODWIEDZAJĄCYCH – W PIĘCIOPUNKTOWEJ SKALI OCEN.	68
TABELA 22	ŚREDNIE OCEN PRZYZNANYCH POSZCZEGÓLNYM ASPEKTEM OFERTY TURYSTYCZNEJ MAŁOPOLSKI W ROKU 2014 PRZEZ WSZYSTKIE KATEGORIE ODWIEDZAJĄCYCH - W PIĘCIOPUNKTOWEJ SKALI OCEN.	68
TABELA 23	ŚREDNI POZIOM SATYSFAKCJI OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W LATACH 2012 - 2014.	74
TABELA 24	ATUTY WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO JAKO REGIONU TURYSTYCZNEGO WSKAZYWANE PRZEZ TURYSTÓW I GOŚCI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W ROKU 2014.....	76
TABELA 25	SŁABE STRONY WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO JAKO REGIONU TURYSTYCZNEGO WSKAZYWANE PRZEZ TURYSTÓW I GOŚCI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ W ROKU 2014.....	77
TABELA 26	REZYDENCI WIELKIEJ BRYTANII – PROFIL OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH I PROFIL POBYTU W MAŁOPOLSCE.	79
TABELA 27	REZYDENCI NIEMIEC – PROFIL OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH I PROFIL POBYTU W MAŁOPOLSCE. 81	

ANEKS – WZORY KWESTIONARIUSZY ANKIET

ANKIETA DLA TURYSTÓW

Szanowni Państwo,

Obecnie na zlecenie Województwa Małopolskiego prowadzone jest badanie ruchu turystycznego w Małopolsce. Dlatego też chcielibyśmy poznać Państwa opinie na temat województwa małopolskiego oraz jego oferty turystycznej. Państwa zdanie przysłuży się podniesieniu jakości usług turystycznych w regionie, dlatego też prosimy o szczerą i wyczerpującą odpowiedź. Pragniemy zarazem zapewnić, że ankieta jest anonimowa.

PYTANIA	
1. Ile będzie trwał Pana/Pani pobyt w Małopolsce?	2. Jaki charakter ma Pana/Pani wyjazd?
1. 1 noc 2. 2-3 nocy 3. 4-7 nocy 4. Powyżej 7 nocy	1. Indywidualny (zorganizowany prywatnie) -> przejdź do pyt. 4 2. Zbiorowy
3. Kto zorganizował Pana/Pani wyjazd?	
1. Biuro podróży 2. Pracodawca 3. Szkoła/universytet 4. Kościół/institucja religijna 5. Inna instytucja (jakiego rodzaju?	
4. Proszę wskazać cele Pana/Pani podróży? Proszę zaznaczyć wszystkie kategorie, które Pana(i) dotyczą.	
1. Wypoczynek 2. Zwiedzanie zabytków 3. Rozrywka (clubbing, pubbing, etc.) 4. Udział w imprezie kulturalnej 5. Udział w imprezie sportowej 6. Odwiedziny u krewnych/znajomych 7. Podróż w sprawach zawodowych 8. Podróż w celach religijnych/pielgrzymka 9. Podróż w celach zdrowotnych (leczenie, rehabilitacja, zabiegi medyczne, odnowa biologiczna)	10. Turystyka aktywna, w tym: 10.1. Rowery 10.2. Spacery, wędrówki po szlakach pieszych 10.3. Narciarstwo i snowboarding 10.4. Inny rodzaj turystyki aktywnej, (jaki?) 11. Zakupy 12. Inny cel podróży (jaki?)
5. Proszę określić główny cel Pana/Pani podróży.	
.....	
6. Jak często odwiedza Pan/Pani województwo małopolskie?	
1. Jestem po raz pierwszy 2. Bardzo rzadko (mniej niż raz na rok)	3. Od czasu do czasu (1-2 razy w roku) 4. Bardzo często (więcej niż 2 razy w roku)
7. Jak często odwiedza Pan/Pani miejsce, w którym obecnie się znajduje?	8. Za pomocą jakiego/jakich środków transportu przybył(-a) Pan/Pani do tego miejsca? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.
1. Jestem po raz pierwszy 2. Bardzo rzadko (mniej niż raz na rok) 3. Od czasu do czasu (1-2 razy w roku) 4. Bardzo często (więcej niż 2 razy w roku)	1. Samochód 2. Samolot 3. Pociąg 4. Bus kursowy/regularnej linii 5. Bus wycieczkowy/autokar 6. Inny środek transportu (jaki?) Jeśli respondent nie zaznaczył odpowiedzi „samolot” proszę przejść do pyt. 12

9. Port początkowy (skąd respondent rozpoczął swoją podróż):	9.1. Nazwa portu lotniczego
	9.2. Państwo, z którego podróżowano
	9.3. Region, z którego podróżowano
10. Port przesiadkowy	10.1. Nazwa portu lotniczego 10.2. Nie dotyczy
11. Port docelowy (nazwa portu lotniczego)	
1. Kraków-Balice 2. Warszawa-Okęcie 3. Katowice-Pyrzowice 4. Rzeszów-Jasionka 5. Wrocław 6. Warszawa-Modlin 7. Łódź	8. Zielona Góra-Babimost 9. Poznań-Ławica 10. Bydgoszcz 11. Szczecin-Goleniów 12. Gdańsk-Rębiechowo 13. Inny port lotniczy 13.1. Nazwa portu: 13.2. Państwo:
12. Czy podczas Pana/Pani obecnego pobytu w Małopolsce uczestniczył(-a) (lub będzie uczestniczył(-a)) Pan/Pani w: Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.	
1. Wydarzeniu sportowym (jakim?) 2. Wydarzeniu kulturalnym (jakim?) 3. Wydarzeniu religijnym (jakim?) 4. Wydarzeniu biznesowym (jakim?) 5. Innym (jakim?) 6. Nie brałem udziału w żadnym wydarzeniu	
13. Czy podczas Pana/Pani przeszłego pobytu/przeszłych pobytów w Małopolsce uczestniczył(-a) Pan/Pani w: Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.	
1. Wydarzeniu sportowym (jakim?) 2. Wydarzeniu kulturalnym (jakim?) 3. Wydarzeniu religijnym (jakim?) 4. Wydarzeniu biznesowym (jakim?) 5. Innym (jakim?) 6. Nie brałem udziału w żadnym wydarzeniu 7. Nie dotyczy	
14. Z jakiej formy zakwaterowania korzysta Pan/Pani podczas obecnej podróży w Małopolsce? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.	
1. Hotel * 2. Hotel ** 3. Hotel *** 4. Hotel **** 5. Hotel ***** 6. Motel 7. Pensjonat	8. Kemping (camping) 9. Pole biwakowe 10. Dom wycieczkowy 11. Schronisko młodzieżowe 12. Schronisko 13. Kwatera prywatna/agroturystyczna 14. Inna (jaka?)

15. Jakie są Pana/Pani główne źródła informacji o województwie małopolskim/miejsu, w którym obecnie Pan/Pani jest? Można zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi.					
1. Przewodniki 2. Foldery/ulotki 3. Katalogi biur podróży 4. Prasa 5. Radio 6. Telewizja	7. Internet (jakiego rodzaju strony?) 8. Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej 9. Rodzina/znajomi 10. Inne (jakie?)				
16. Proszę określić swoje wydatki, które poniósł/poniosła Pan/Pani podczas pobytu w województwie małopolskim (kwoty na liczone na jedną osobę)?					
1. Na noclegi .zł 2. Usługi gastronomiczne .zł 3. Usługi komunikacyjne .zł 4. Bilety wstępu .zł	5. Dojazd zł 6. Inne wydatki zł 7. Łącznie zł				
17. Wydatki poniesione podczas pobytu w województwie małopolskim w odniesieniu do wydatków ponoszonych przez Pana/Panią podczas podróży do innych destynacji w Polsce są:	18. Wydatki poniesione podczas pobytu w województwie małopolskim w odniesieniu do wydatków ponoszonych przez Pana/Panią podczas podróży do innych destynacji za granicą są:				
1. Bardzo niskie 2. Niskie 3. Ani niskie, ani wysokie 4. Wysokie 5. Bardzo wysokie 6. Trudno powiedzieć	1. Bardzo niskie 2. Niskie 3. Ani niskie, ani wysokie 4. Wysokie 5. Bardzo wysokie 6. Trudno powiedzieć				
19. Proszę ocenić na skali 5 stopniowej jakość poszczególnych aspektów oferty turystycznej województwa małopolskiego, gdzie 1 – bardzo słaba jakość, 2 – słaba jakość, 3 – średnia jakość, 4 – dobra jakość, 5 – bardzo dobra jakość.					
1. Atrakcje turystyczne	1	2	3	4	5
2. Baza noclegowa	1	2	3	4	5
3. Baza gastronomiczna	1	2	3	4	5
4. Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie	1	2	3	4	5
5. Bezpieczeństwo	1	2	3	4	5
6. Dojazd	1	2	3	4	5
7. Informacja turystyczna	1	2	3	4	5
8. Atmosfera/życzliwość/gościnność	1	2	3	4	5
9. Transport/skomunikowanie	1	2	3	4	5
10. Czystość w miejscach publicznych	1	2	3	4	5
20. Proszę ocenić ceny w kontekście jakości świadczonych usług w poszczególnych obszarach oferty turystycznej województwa małopolskiego, gdzie 1 – cena jest wysoka w stosunku do jakości, 2 – cena jest dopasowana do jakości, racjonalna, 3 – cena jest niska w stosunku do jakości.					
1. Atrakcje turystyczne (bilety wstępu)		1	2	3	
2. Noclegi/zakwaterowanie		1	2	3	
3. Gastronomia		1	2	3	
4. Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie		1	2	3	
5. Komunikacja/transport		1	2	3	
21. Proszę ocenić na skali od 1 do 5 swoją satysfakcję z pobytu w województwie małopolskim, gdzie 1 – bardzo niska, 2 – niska, 3 – ani niska, ani wysoka, 4 – wysoka, 5 – bardzo wysoka.	22. Czy poleciłby/poleciłaby Pan/Pani swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie tego miejsca?				
1	2	3	4	5	1. Tak 2. Nie
23. Czy poleciłby/poleciłaby Pan/Pani swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie województwa małopolskiego?			24. Czy w przyszłości ponownie odwiedziłby/odwiedziłaby Pan/Pani to miejsce w celach turystyczno-wypoczynkowych?		

1. Tak 2. Nie	1. Tak 2. Nie
25. Proszę ocenić na skali od 1 do 5 atrakcyjność miejsca/miejscowości, w którym obecnie się Pan/Pani znajduje.	1 2 3 4 5
26. Czy w przyszłości ponownie odwiedziłby/odwiedziłaby Pan/Pani województwo małopolskie w celach turystyczno-wypoczynkowych?	27. Proszę wymienić trzy najbardziej atrakcyjne Pana/Pani zdaniem miejsca w województwie małopolskim, które Pan/Pani odwiedziła.
1. Tak 2. Nie
28. Czy zamierza Pan/Pani w przyszłości odwiedzić ponownie któreś z nich?	29. Proszę wymienić trzy najbardziej atrakcyjne Pana/Pani zdaniem miejsca w województwie małopolskim, których jeszcze Pan/Pani nie odwiedził(-a) ale chętnie zrobił(-a)by to w przyszłości:
1. Tak (które?) 2. Nie	
30. Czy w przyszłości odwiedził(-a)by Pan/Pani ponownie miejsce, w którym teraz się znajduje?	31. Czy podczas pobytu w Małopolsce towarzyszyły Panu/Pani dzieci?
1. Tak 2. Nie	1. Tak (ile?) 2. Nie -> przejdź do pyt. 33
32. Dzieci w jakim przedziale wiekowym towarzyszyły Panu/Pani podczas pobytu w Małopolsce?	
1. 0-6 lat (ile?) 2. 7-14 lat (ile?)	3. Powyżej 14 lat (ile?)
33. Poniżej znajdują się zdania wyrażające możliwe opinie na temat pobytu w województwie małopolskim oraz oferty turystycznej tego regionu. Na skali 5-stopniowej proszę zaznaczyć w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poszczególnymi zdaniami, gdzie: 1-zupełnie się nie zgadzam, 2 – nie zgadzam się, 3 – ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, 4 – zgadzam się, 5 – całkowicie się zgadzam.	
1. Myślę, że baza noclegowa województwa małopolskiego jest wystarczająca i zaspokaja potrzeby turystów	1 2 3 4 5
2. Baza gastronomiczna regionu jest satysfakcjonująca, a oferta lokali gastronomicznych atrakcyjna	1 2 3 4 5
3. Podczas pobytu w województwie małopolskim nie miałem problemów ze znalezieniem punktów informacji turystycznej	1 2 3 4 5
4. Uważam, że obsługa w punktach informacji turystycznej kształtuje się na wysokim poziomie	1 2 3 4 5
5. Jestem zadowolony(-a) z mojej podróży/pobytu w województwie małopolskim	1 2 3 4 5
6. Podczas pobytu na terenie województwa małopolskiego czułem/czułam się bezpiecznie	1 2 3 4 5
7. Moim zdaniem gospodarze/mieszkańcy województwa małopolskiego są gościnni i przyjaźni w stosunku do przyjezdnych	1 2 3 4 5
8. Według mnie transport lokalny spełnia oczekiwania podróżnych	1 2 3 4 5
9. Skomunikowanie w województwie małopolskim jest bardzo dobre z punktu widzenia logistycznego	1 2 3 4 5
10. Usługi przewodnickie, oferowane na terenie województwa małopolskiego, są dobrej jakości	1 2 3 4 5

11. Atrakcje turystyczne województwa małopolskiego, które miały(-a)m okazję odwiedzić, usatysfakcjonowały mnie	1	2	3	4	5
12. Cieszę się, że zdecydowałam(-a)m się właśnie na to miejsce jako cel podróży	1	2	3	4	5
34. Proszę wymienić i opisać atuty województwa małopolskiego jako regionu turystycznego:					
35. Proszę wymienić i opisać słabe strony województwa małopolskiego jako regionu turystycznego:					
36. Czy spotkał(-a) się Pan/Pani kiedykolwiek z reklamą, która zachęcałaby do przyjazdu do Małopolski?	37. W jakiego rodzaju mediach/jaką formę przybierała ta reklama?				
1. Tak 2. Nie (proszę pominąć pyt. 38)	1. Foldery/ulotki 2. Prasa 3. Billboardy 4. TV 5. Banery/plakaty 6. Imprezy (np. turystyczne, sportowe, kulturalne, targi) 7. Internet 8. Inne media/formy (jakie?)				
38. Czy korzystał(-a) Pan/Pani z Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej? (pytanie filtrowe; w razie niewiedzy respondenta ankietę definiuje MSIT)	1. Tak 2. Nie (proszę przejść do metryczki)				

39. Proszę ocenić poszczególne aspekty Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej na skali 1-5, gdzie 1 – bardzo niska jakość, 3 – średnia, 5 bardzo wysoka jakość.

Aspekt	1	2	3	4	5
1. Dostępność punktu informacji					
2. Kompetencja, wiedza i przygotowanie pracowników punktu					
3. Uprzejmość pracowników punktu, nastawienie do klienta					
4. Jakość wyposażenia punktu w materiały informacyjne					
5. Ogólna ocena funkcjonowania jednostki informacji turystycznej					

40. (Wypełnia ankietę) Punkt informacji turystycznej, której dotyczy ocena:

1. Kraków – punkt MSIT, ul. Powiśle 11	5. Tarnów – punkt MSIT
2. Oświęcim – punkt MSIT	6. Rabka Zdrój – punkt MSIT
3. Wadowice – punkt MSIT	7. Białka Tatrzańska – punkt MSIT
4. Zakopane – punkt MSIT, ul. Kościeliska	8. Krynica Zdrój – punkt MSIT

METRYCZKA

M 1: Płeć <input type="checkbox"/> Kobieta <input type="checkbox"/> Mężczyzna	M2: Wiek 1. poniżej 26 lat 2. 26-35 lat 3. 36-45 lat 4. 46-55 lat 5. 56-65 lat 6. Powyżej 65 lat
M 3: W jakiej miejscowości Pan/Pani nocuje podczas obecnego pobytu?

<p>M 4: Status zawodowy</p> <p><input type="checkbox"/> Uczeń/uczenica</p> <p><input type="checkbox"/> Student(-ka)</p> <p><input type="checkbox"/> Aktywny(-a) zawodowo</p> <p><input type="checkbox"/> Bezrobotny(-a)</p> <p><input type="checkbox"/> Emeryt(-ka)/rencista(-ka)</p> <p><input type="checkbox"/> Osoba zajmująca się domem</p> <p><input type="checkbox"/> Inny</p>	<p>M 5: Wykonywany zawód</p> <p><input type="checkbox"/> Wyższa kadra kierownicza/specjalista</p> <p><input type="checkbox"/> Kadra kierownicza średniego /niższego szczebla</p> <p><input type="checkbox"/> Robotnik wykwalifikowany/pracownik sektora usług</p> <p><input type="checkbox"/> Pracownik administracyjno-biurowy</p> <p><input type="checkbox"/> Pracownik nauki/nauczyciel</p> <p><input type="checkbox"/> Rolnik</p> <p><input type="checkbox"/> Inny (jaki?</p>
<p>M 6: Miejsce zamieszkania</p> <p>Województwo</p> <p>Miejscowość</p> <p>Wielkość ośrodka zamieszkania</p> <p><input type="checkbox"/> Wieś</p> <p><input type="checkbox"/> Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców</p> <p><input type="checkbox"/> Miasto od 20 do 50 tys. mieszkańców</p> <p><input type="checkbox"/> Miasto od 50 do 100 tys. mieszkańców</p> <p><input type="checkbox"/> Miasto od 100 do 200 tys. mieszkańców</p> <p><input type="checkbox"/> Miasto od 200 do 500 tys. mieszkańców</p> <p><input type="checkbox"/> Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców</p>	<p>M 7: Status finansowy</p> <p><input type="checkbox"/> Satysfakcjonujący</p> <p><input type="checkbox"/> Wystarczający</p> <p><input type="checkbox"/> Nie satysfakcjonujący</p>
<p>M 8: Stan cywilny</p> <p><input type="checkbox"/> Kawaler/panna</p> <p><input type="checkbox"/> Żonaty/zamężna</p> <p><input type="checkbox"/> Rozwodnik/rozwódka</p> <p>Wdowiec/wdowa</p>	<p>M 9: Wykształcenie</p> <p><input type="checkbox"/> Wyższe</p> <p><input type="checkbox"/> Średnie</p> <p><input type="checkbox"/> Inne</p>

ANKIETA DLA GOŚCI

Szanowni Państwo,

Obecnie na zlecenie Województwa Małopolskiego prowadzone jest badanie ruchu turystycznego w Małopolsce. Dlatego też chcielibyśmy poznać Państwa opinie na temat województwa małopolskiego oraz jego oferty turystycznej. Państwa zdanie przysłuży się podniesieniu jakości usług turystycznych w regionie, dlatego też prosimy o szczerę i wyczerpującą odpowiedź. Pragniemy zarazem zapewnić, że ankieta jest anonimowa.

PYTANIA	
1. Ile będzie trwał Pana/Pani pobyt w Małopolsce?	2. Jaki charakter ma Pana/Pani wyjazd?
1. Do 3 godzin 2. Od 3 do 6 godzin 3. Cały dzień	1. Indywidualny (zorganizowany prywatnie) -> przejdź do pyt. 4 2. Zbiorowy
3. Kto zorganizował Pana/Pani wyjazd?	
1. Biuro podróży 2. Pracodawca 3. Szkoła/universytet 4. Kościół/instytucja religijna 5. Inna instytucja (jakiego rodzaju?	
4. Proszę wskazać cele Pana/Pani podróży? Proszę zaznaczyć wszystkie kategorie, które Pana(i) dotyczą.	
1. Wypoczynek 2. Zwiedzanie zabytków 3. Rozrywka (clubbing, pubbing, etc.) 4. Udział w imprezie kulturalnej 5. Udział w imprezie sportowej 6. Odwiedziny u krewnych/znajomych 7. Podróż w sprawach zawodowych 8. Podróż w celach religijnych/pielgrzymka 9. Podróż w celach zdrowotnych (leczenie, rehabilitacja, zabiegi medyczne, odnowa biologiczna)	10. Turystyka aktywna, w tym: 10.1. Rowery 10.2. Spacer, wędrowki po szlakach pieszych 10.3. Narciarstwo i snowboarding 10.4. Inny rodzaj turystyki aktywnej, (jaki?) 11. Zakupy 12. Inny cel podróży (jaki?)
5. Proszę określić główny cel Pana/Pani podróży.	
6. Jak często odwiedza Pan/Pani województwo małopolskie?	
1. Jestem po raz pierwszy 2. Bardzo rzadko (mniej niż raz na rok)	3. Od czasu do czasu (1-2 razy w roku) 4. Bardzo często (więcej niż 2 razy w roku)
7. Jak często odwiedza Pan/Pani miejsce, w którym obecnie się znajduje?	8. Za pomocą jakiego/jakich środków transportu przybył(-a) Pan/Pani do tego miejsca? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.
1. Jestem po raz pierwszy 2. Bardzo rzadko (mniej niż raz na rok) 3. Od czasu do czasu (1-2 razy w roku) 4. Bardzo często (więcej niż 2 razy w roku)	1. Samochód 2. Samolot 3. Pociąg 4. Bus kursowy/regularnej linii 5. Bus wycieczkowy/autokar 6. Inny środek transportu (jaki?) Jeśli respondent nie zaznaczył odpowiedzi „samolot” proszę przejść do pyt. 12
9. Port początkowy (skąd respondent rozpoczął swoją podróż):	9.1. Nazwa portu lotniczego
	9.2. Państwo, z którego podróżowano
	9.3. Region, z którego podróżowano
10. Port przesiadkowy	10.1. Nazwa portu lotniczego 10.2. Nie dotyczy

11. Port docelowy (nazwa portu lotniczego)	
1. Kraków-Balice 2. Warszawa-Okecie 3. Katowice-Pyrzowice 4. Rzeszów-Jasionka 5. Wrocław 6. Warszawa-Modlin 7. Łódź	8. Zielona Góra-Babimost 9. Poznań-Ławica 10. Bydgoszcz 11. Szczecin-Goleniów 12. Gdańsk-Rębiechowo 13. Inny port lotniczy 13.1. Nazwa portu: 13.2. Państwo:
12. Czy podczas Pana/Pani obecnej wizyty w Małopolsce uczestniczył(-a) (lub będzie uczestniczył(-a)) Pan/Pani w: Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.	
1. Wydarzeniu sportowym (jakim?)	
2. Wydarzeniu kulturalnym (jakim?)	
3. Wydarzeniu religijnym (jakim?)	
4. Wydarzeniu biznesowym (jakim?)	
5. Innym (jakim?)	
6. Nie brałem udziału w żadnym wydarzeniu	
13. Czy podczas Pana/Pani przeszłego pobytu/przeszłych pobytów w Małopolsce uczestniczył(-a) Pan/Pani w: Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.	
1. Wydarzeniu sportowym (jakim?)	
2. Wydarzeniu kulturalnym (jakim?)	
3. Wydarzeniu religijnym (jakim?)	
4. Wydarzeniu biznesowym (jakim?)	
5. Innym (jakim?)	
6. Nie brałem udziału w żadnym wydarzeniu	
7. Nie dotyczy	
14. Jakie są Pana/Pani główne źródła informacji o województwie małopolskim/miejscu, w którym obecnie Pan/Pani jest? Można zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi.	
1. Przewodniki 2. Foldery/ulotki 3. Katalogi biur podróży 4. Prasa 5. Radio 6. Telewizja	7. Internet (jakiego rodzaju strony?) 8. Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej 9. Rodzina/znajomi 10. Inne (jakie?)
15. Proszę określić swoje wydatki, które poniósł/poniosła Pan/Pani podczas pobytu w województwie małopolskim (kwoty na liczone na jedną osobę)?	
1. Usługi gastronomiczne zł	4. Dojazdzł
2. Usługi komunikacyjnezł	5. Inne wydatki zł
3. Bilety wstępu zł	6. Łączniezł

16. Wydatki poniesione podczas pobytu w województwie małopolskim w odniesieniu do wydatków ponoszonych przez Pana/Panią podczas podróży do innych destynacji w Polsce są:	17. Wydatki poniesione podczas pobytu w województwie małopolskim w odniesieniu do wydatków ponoszonych przez Pana/Panią podczas podróży do innych destynacji za granicą są:				
1. Bardzo niskie 2. Niskie 3. Ani niskie, ani wysokie 4. Wysokie 5. Bardzo wysokie 6. Trudno powiedzieć	1. Bardzo niskie 2. Niskie 3. Ani niskie, ani wysokie 4. Wysokie 5. Bardzo wysokie 6. Trudno powiedzieć				
18. Proszę ocenić na skali 5 stopniowej jakość poszczególnych aspektów oferty turystycznej województwa małopolskiego, gdzie 1 – bardzo słaba jakość, 2 – słaba jakość, 3 – średnia jakość, 4 – dobra jakość, 5 – bardzo dobra jakość.					
1. Atrakcje turystyczne 2. Baza gastronomiczna 3. Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie 4. Bezpieczeństwo 5. Dojazd 6. Informacja turystyczna 7. Atmosfera/życzliwość/gościnność 8. Transport/skomunikowanie 9. Czystość w miejscach publicznych	1	2	3	4	5
19. Proszę ocenić ceny w kontekście jakości świadczonych usług w poszczególnych obszarach oferty turystycznej województwa małopolskiego, gdzie 1 – cena jest wysoka w stosunku do jakości, 2 – cena jest dopasowana do jakości, racjonalna, 3 – cena jest niska w stosunku do jakości.					
1. Atrakcje turystyczne (bilety wstępu) 2. Gastronomia 3. Obsługa turystyczna/usługi przewodnickie 4. Komunikacja/transport	1	2	3	3	3
20. Proszę ocenić na skali od 1 do 5 swoją satysfakcję z pobytu w województwie małopolskim, gdzie 1 – bardzo niska, 2 – niska, 3 – ani niska, ani wysoka, 4 – wysoka, 5 – bardzo wysoka.	21. Czy poleciliby/poleciliby Pan/Pani swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie tego miejsca?				
1 2 3 4 5	1. Tak 2. Nie				
22. Czy poleciliby/poleciliby Pan/Pani swoim znajomym/rodzinie odwiedzenie województwa małopolskiego?	23. Czy w przyszłości ponownie odwiedziłby/odwiedziłaby Pan/Pani to miejsce w celach turystyczno-wypoczynkowych?				
1. Tak 2. Nie	1. Tak 2. Nie				
24. Proszę ocenić na skali od 1 do 5 atrakcyjność miejsca/miejscowości, w którym obecnie się Pan/Pani znajduje.	1	2	3	4	5
25. Czy w przyszłości ponownie odwiedziłby/odwiedziłaby Pan/Pani województwo małopolskie w celach turystyczno-wypoczynkowych?	26. Proszę wymienić trzy najbardziej atrakcyjne Pana/Pani zdaniem miejsca w województwie małopolskim, które Pan/Pani odwiedziła.				
1. Tak 2. Nie				

27. Czy zamierza Pan/Pani w przyszłości odwiedzić ponownie któreś z nich?	28. Proszę wymienić trzy najbardziej atrakcyjne Pana/Pani zdaniem miejsca w województwie małopolskim, których jeszcze Pan/Pani nie odwiedził(-a) ale chętnie zrobił(-a)by to w przyszłości:				
1. Tak (które?) 2. Nie				
29. Czy w przyszłości odwiedził(-a)by Pan/Pani ponownie miejsce, w którym teraz się znajduje?	30. Czy podczas pobytu w Małopolsce towarzyszyły Panu/Pani dzieci?				
1. Tak 2. Nie	1. Tak (ile?) 2. Nie -> przejdź do pyt. 32				
31. Dzieci w jakim przedziale wiekowym towarzyszyły Panu/Pani podczas pobytu w Małopolsce?					
1. 0-6 lat (ile?) 2. 7-14 lat (ile?)	3. Powyżej 14 lat (ile?)				
32. Poniżej znajdują się zdania wyrażające możliwe opinie na temat pobytu w województwie małopolskim oraz oferty turystycznej tego regionu. Na skali 5-stopniowej proszę zaznaczyć w jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poszczególnymi zdaniami, gdzie: 1-zupełnie się nie zgadzam, 2 – nie zgadzam się, 3 – ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, 4 – zgadzam się, 5 – całkowicie się zgadzam.					
1. Baza gastronomiczna regionu jest satysfakcjonująca, a oferta lokali gastronomicznych atrakcyjna	1	2	3	4	5
2. Podczas pobytu w województwie małopolskim nie miałem problemów ze znalezieniem punktów informacji turystycznej	1	2	3	4	5
3. Uważam, że obsługa w punktach informacji turystycznej kształtuje się na wysokim poziomie	1	2	3	4	5
4. Jestem zadowolony(-a) z mojej podróży/pobytu w województwie małopolskim	1	2	3	4	5
5. Podczas pobytu na terenie województwa małopolskiego czułem/czułam się bezpiecznie	1	2	3	4	5
6. Moim zdaniem gospodarze/mieszkańcy województwa małopolskiego są gościnni i przyjaźni w stosunku do przyjezdnych	1	2	3	4	5
7. Według mnie transport lokalny spełnia oczekiwania podróżnych	1	2	3	4	5
8. Skomunikowanie w województwie małopolskim jest bardzo dobre z punktu widzenia logistycznego	1	2	3	4	5
9. Usługi przewodnickie, oferowane na terenie województwa małopolskiego, są dobrej jakości	1	2	3	4	5
10. Atrakcje turystyczne województwa małopolskiego, które miałe(-a)m okazję odwiedzić, usatysfakcjonowały mnie	1	2	3	4	5
11. Cieszę się, że zdecydowałam(-a)m się właśnie na to miejsce jako cel podróży	1	2	3	4	5

33. Proszę wymienić i opisać atuty województwa małopolskiego jako regionu turystycznego:	
34. Proszę wymienić i opisać słabe strony województwa małopolskiego jako regionu turystycznego:	
35. Czy spotkał(-a) się Pan/Pani kiedykolwiek z reklamą, która zachęcałaby do przyjazdu do Małopolski?	36. W jakiego rodzaju mediach/jaką formę przybierała ta reklama?
1. Tak 2. Nie (proszę pominąć pyt. 37)	1. Foldery/ulotki 2. Prasa 3. Billboardy 4. TV 5. Banery/plakaty 6. Imprezy (np. turystyczne, sportowe, kulturalne, targi) 7. Internet 8. Inne media/formy (jakie?)
37. Czy korzystał(-a) Pan/Pani z Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej? (pytanie filtrowe; w razie niewiedzy respondenta ankietę definiuje MSIT)	1. Tak 2. Nie (proszę przejść do metryczki)

38. Proszę ocenić poszczególne aspekty Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej na skali 1-5, gdzie 1 – bardzo niska jakość, 3 – średnia, 5 bardzo wysoka jakość.

Aspekt	1	2	3	4	5
1. Dostępność punktu informacji					
2. Kompetencja, wiedza i przygotowanie pracowników punktu					
3. Uprzejmość pracowników punktu, nastawienie do klienta					
4. Jakość wyposażenia punktu w materiały informacyjne					
5. Ogólna ocena funkcjonowania jednostki informacji turystycznej					

39. (Wypełnia ankietę) Punkt informacji turystycznej, której dotyczy ocena:

1. Kraków – punkt MSIT, ul. Powiśle 11	5. Tarnów – punkt MSIT
2. Oświęcim – punkt MSIT	6. Rabka Zdrój – punkt MSIT
3. Wadowice – punkt MSIT	7. Białka Tatrzańska – punkt MSIT
4. Zakopane – punkt MSIT, ul. Kościeliska	8. Krynica Zdrój – punkt MSIT

METRYCZKA	
M 1: Płeć <input type="checkbox"/> Kobieta <input type="checkbox"/> Mężczyzna	M2: Wiek 7. poniżej 26 lat 8. 26-35 lat 9. 36-45 lat 10. 46-55 lat 11. 56-65 lat 12. Powyżej 65 lat
M 3: Status zawodowy <input type="checkbox"/> Uczeń/uczennica <input type="checkbox"/> Student(-ka) <input type="checkbox"/> Aktywny(-a) zawodowo <input type="checkbox"/> Bezrobotny(-a) <input type="checkbox"/> Emeryt(-ka)/rencista(-ka) <input type="checkbox"/> Osoba zajmująca się domem <input type="checkbox"/> Inny	M 4: Wykonywany zawód <input type="checkbox"/> Wyższa kadra kierownicza/specjalista <input type="checkbox"/> Kadra kierownicza średniego /niższego szczebla <input type="checkbox"/> Robotnik wykwalifikowany/pracownik sektora usług <input type="checkbox"/> Pracownik administracyjno-biurowy <input type="checkbox"/> Pracownik nauki/nauczyciel <input type="checkbox"/> Rolnik <input type="checkbox"/> Inny (jaki?)
M 5: Miejsce zamieszkania Kraj Województwo Miejscowość Wielkość ośrodka zamieszkania <input type="checkbox"/> Wieś <input type="checkbox"/> Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> Miasto od 20 do 50 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> Miasto od 50 do 100 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> Miasto od 100 do 200 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> Miasto od 200 do 500 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	M 6: Status finansowy <input type="checkbox"/> Satysfakcjonujący <input type="checkbox"/> Wystarczający <input type="checkbox"/> Nie satysfakcjonujący
M 7: Stan cywilny <input type="checkbox"/> Kawaler/panna <input type="checkbox"/> Żonaty/zamężna <input type="checkbox"/> Rozwodnik/rozwódka <input type="checkbox"/> Wdowiec/wdowa	M 8: Wykształcenie <input type="checkbox"/> Wyższe <input type="checkbox"/> Średnie <input type="checkbox"/> Inne
M 9: Czy posiada Pan/Pani rodzinę w Polsce? (opcja dla obcokrajowców) 1. Tak 2. Nie	M 10: Czy posiada Pan/Pani polskie pochodzenie? (opcja dla obcokrajowców) 1. Tak 2. Nie