

Projekt finansowany ze środków Województwa Małopolskiego,
oraz Małopolskiej Organizacji Turystycznej.
Realizowany pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej
z udziałem ekspertów
Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Akademii Wychowania Fizycznego
w Krakowie,
Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii
w Suchej Beskidzkiej.

BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE W ROKU 2005

RAPORT KOŃCOWY

**Kierownik projektu
dr Krzysztof Borkowski**

Zespół

**Prof. dr hab. Tadeusz Grabiński
dr Renata Seweryn
mgr Andrzej Gut - Mostowy
mgr Leszek Mazanek
mgr Anna Wilkońska**

**Koordynator MOT
mgr Jolanta Kobus**

**Konsultacja naukowa projektu
Prof. dr hab. Anna Nowakowska**

KRAKÓW 2005

MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Raport końcowy z uzyskanych wyników badań ilościowych i jakościowych ruchu turystycznego dla Małopolski w 2005 roku.

Spis treści:

| | |
|--|----------|
| BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE W ROKU 2005 | 1 |
| Metodologia i charakterystyka badań | 7 |
| Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w 2003, 2004 i 2005 roku według MOT | 9 |
| Strumień Krajowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2004 roku po korekcie. | 10 |
| Strumień Zagranicznego Przyjazdowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2004 roku po korekcie. | 11 |
| Strumień Krajowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2005 roku | 13 |
| Strumień Zagranicznego Przyjazdowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2005 roku. | 14 |
| - Odwiedzający ogółem, w tym: | 16 |
| - Odwiedzający krajowi | 16 |
| - Odwiedzający zagraniczni | 16 |
| Liczba turystów odwiedzających Małopolskę z podziałem na:..... | 16 |
| - Turyści ogółem, | 16 |
| w tym: | 16 |
| - Turyści krajowi | 16 |
| według województw z których pochodzą..... | 16 |
| - Turyści zagraniczni | 18 |
| według krajów pochodzenia | 18 |
| Formy pobytu turystów krajowych, w tym: | 20 |
| - Długość pobytu,..... | 20 |
| - Główny cel pobytu, | 21 |
| - Charakter pobytu (sposób spędzenia czasu w województwie małopolskim), .. | 23 |
| - Towarzystwo w podróży | 24 |
| - Region pochodzenia turysty (województwo, z którego pochodzi),..... | 24 |
| - Rodzaj bazy noclegowej wykorzystanej w czasie pobytu | 25 |
| - Środek transportu, | 25 |
| - Ogólna kwota jaką przeznacza turysta na pobyt w regionie, | 26 |
| - Organizacja pobytu (pobyt zorganizowany, indywidualny) | 27 |
| Charakterystyka turysty krajowego i jego preferencji,..... | 27 |
| w tym: | 27 |
| - Wiek turysty, | 27 |
| - Wykształcenie turysty, | 28 |
| - Wykonywany zawód, | 28 |
| - Płeć, | 31 |
| - Destynacje turysty (główne miejsca odwiedzin, wykaz miejscowości, wykaz atrakcji), | 31 |
| - Ocena pobytu w Małopolsce | 32 |
| Formy pobytu turystów zagranicznych – charakterystyka przyjazdów, w tym: | 34 |
| - Długość pobytu,..... | 34 |
| - Główny cel pobytu, | 35 |
| - Charakter pobytu (sposób spędzania czasu w województwie małopolskim), .. | 37 |

| | |
|---|----|
| - Towarzystwo w podróży, | 37 |
| - Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski..... | 38 |
| - Rodzaj bazy noclegowej wykorzystanej w czasie pobytu (hotel, motel, pensjonat, camping, dom wycieczkowy, schronisko młodzieżowe, schronisko, pole biwakowe, obiekt nieskategoryzowany), | 40 |
| - Środek transportu,..... | 40 |
| - Ogólna kwota jaką przeznacza turysta na pobyt w regionie,..... | 41 |
| - Organizacja pobytu (pobyt zorganizowany, indywidualny) | 41 |
| Charakterystyka turysty zagranicznego i jego preferencji:..... | 42 |
| - Wiek turysty,..... | 42 |
| - Wykształcenie turysty,..... | 43 |
| - Wykonywany zawód,..... | 44 |
| - Płeć, | 46 |
| - Destynacje turysty (główne miejsca odwiedzin – wykaz miejscowości, wykaz atrakcji),..... | 47 |
| Ocena pobytu w Małopolsce..... | 48 |
| Charakterystyka rynków priorytetowych dla Małopolski i aglomeracji krakowskiej, w tym: | 50 |
| • rynek niemiecki, | 51 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 51 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 51 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 52 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 52 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 52 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 53 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 53 |
| • rynek brytyjski, | 54 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 54 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 54 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 55 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 55 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 55 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 56 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 56 |
| • rynek francuski, | 57 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 57 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 57 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 58 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 58 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 58 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 59 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 59 |
| • rynek rosyjski, | 60 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 60 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 60 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 61 |

| | |
|---|----|
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 61 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 61 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 62 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 62 |
| • rynek skandynawski , (Dania, Finlandia, Norwegia, Szwecja), | 63 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 63 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 63 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 63 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 63 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 64 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 64 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 64 |
| • rynek hiszpański , | 65 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 65 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 65 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 66 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 66 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 66 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 67 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 67 |
| • rynek włoski , | 68 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 68 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 68 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 69 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 69 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 69 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 70 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 70 |
| • rynek węgierski , | 71 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 71 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 71 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 72 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 72 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 72 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 73 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 73 |
| • rynek czeski i słowacki , | 74 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 74 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 74 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 74 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 74 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 75 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 75 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 75 |
| • rynek austriacki | 76 |

| | |
|---|-----|
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? | 76 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? | 76 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | 77 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? | 77 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? | 77 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? | 78 |
| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? | 78 |
| Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy | 79 |
| Wiek, | 80 |
| Płeć, | 81 |
| Wykształcenie, | 82 |
| Środek transportu, | 83 |
| Forma zakwaterowania, | 84 |
| Długość pobytu, | 85 |
| Status materialny, | 86 |
| Organizacja pobytu – pobyt zorganizowany, indywidualny, | 87 |
| Docelowość pobytu – czy przyjechał bezpośrednio do Małopolski z miejsca stałego przebywania? (pobyt tylko w Małopolsce i aglomeracji krakowskiej, pobyt przy okazji odwiedzin innych regionów, państw), | 88 |
| Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce i aglomeracji krakowskiej, | 89 |
| Źródło informacji o Małopolsce i aglomeracji krakowskiej wykorzystane przez turystę, | 90 |
| Podstawowy cel wizyty, | 92 |
| W jaki sposób spędza czas w tej miejscowości? | 93 |
| Najczęściej odwiedzane miejscowości oraz atrakcje i produkty turystyczne w województwie małopolskim - ranking miejscowości, ranking atrakcji i produktów turystycznych | 96 |
| Miejsca odwiedzane podczas pobytu w Małopolsce | 96 |
| Atrakcje turystyczne regionu | 99 |
| Potencjalna lista atrakcji | 101 |
| Baza noclegowa w województwie małopolskim | 103 |
| Hotele w aglomeracji krakowskiej* | 103 |
| Hotele w Małopolsce* | 103 |
| Rejestrowana baza noclegowa i zbiorowego zakwaterowania w województwie małopolskim* - funkcjonująca | 103 |
| Rejestrowana baza noclegowa i zbiorowego zakwaterowania w aglomeracji krakowskiej* - funkcjonująca | 104 |
| Aneks | 105 |
| Zawiera informacje istotne z punktu widzenia zespołu badawczego a nie zawarte w załączniku do umowy | 105 |
| Analiza liczby korzystających z bazy noclegowej w Małopolsce w latach 2002- 2005 | 106 |
| Analiza danych miesięcznych | 106 |
| Ogółem | 107 |
| Analiza danych kwartalnych | 117 |
| Analiza danych rocznych | 121 |

| | |
|---|-----|
| Noclegi w Małopolsce | 123 |
| Odsetek nocujących w odwiedzanej lub innej miejscowości w Małopolsce w III kwartale 2005 roku | 123 |
| Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Małopolsce w III kwartale 2005 roku | 124 |
| Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Małopolsce w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku | 125 |
| Struktura gości krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski w III kwartale 2005 roku wg miejsca zakwaterowania | 127 |
| Struktura gości krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski w III kwartale 2005 roku wg rejestracji | 127 |
| Struktura strumienia ruchu odwiedzających Małopolskę III kwartale 2005 roku wg miejsca zakwaterowania | 128 |
| Kwoty wydatkowane podczas pobytu turystycznego w Małopolsce | 130 |
| Ewentualne możliwości zwiększenia wydatków przez odwiedzających Małopolskę | 134 |
| Organizator przyjazdu do Małopolski | 136 |
| Wykorzystane przez odwiedzających Małopolskę źródło informacji o regionie | 138 |
| Częstotliwość wizyt w Małopolsce osób odwiedzających | 140 |
| Pozytywne aspekty pobytu w Małopolsce | 141 |
| Negatywne aspekty pobytu w Małopolsce | 143 |
| Struktura procentowa przyjazdów do Małopolski według miejsc zamieszkania odwiedzających w 2003, 2004 i 2005 roku. | 145 |
| Struktura przyjazdów do Małopolski według statusu materialnego w 2005 roku. | 146 |
| Struktura przyjazdów z Polski według kierunków | 147 |
| Struktura przyjazdów z zagranicy według kierunków | 148 |
| Porównanie celów podróży do Małopolski Polaków i obcokrajowców w 2005 roku. | 149 |
| Udział % Polonii w zagranicznym rynku przyjazdowym do Małopolski w 2005 roku. | 150 |
| • rynek - Stany Zjednoczone Ameryki | 151 |
| • rynek – Skandynawia (synteza krajów) | 155 |

Metodologia i charakterystyka badań

Przyjęty w badaniach system zbierania danych ankietowych opierał się na informacjach uzyskiwanych bezpośrednio w obiektach zakwaterowania oraz miejscach najbardziej popularnych, będących atrakcją turystyczną w danej miejscowości. Listę tych miejsc ustalili eksperci.

Badanymi byli odwiedzający Małopolskę - turyści, (co najmniej z jednym noclegiem) oraz odwiedzający jednodniowi, którzy przybyli w celu poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym itp., a ich pobyt nie przekraczał 90 dni. W badaniach pominięto przyjazdy, które wiązały się ze stałą pracą lub nauką na terenie województwa małopolskiego.

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2003, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności $n=6844$ (w tym 2500 w Krakowie oraz 4344 poza Krakowem) osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 3%. Przyjęto schemat losowania warstwowego (33 warstwy), gdzie warstwę stanowił powiat oraz rodzaj obiektu w każdym powiecie (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne obiekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów.

Po wstępnej selekcji merytorycznej i formalnej wyeliminowano ankiety niespełniające założonych wymogów jakościowych. Ostatecznie do analizy przyjęto 6512 ankiet (w tym 2381 ankiet przeprowadzonych w Krakowie oraz 4131 ankiet poza Krakowem)

Tabela nr. 1. Zakładane, przeprowadzone i przyjęte do analizy liczebności ankiet

| | Małopolska | Kraków | Poza Krakowem |
|-------------------------|-------------|-------------|---------------|
| Założenia metod. | 6844 | 2500 | 4344 |
| Przeprowadzone | 6844 | 2500 | 4344 |
| Zakwalifikowane | 6512 | 2381 | 4131 |

Źródło: Opracowanie na podstawie danych MOT

Ankietowanie polegało na przeprowadzeniu wywiadu bezpośredniego przez przeszkolonych ankierów w okresie obejmującym miesiące lipiec do października roku 2005. Ankieta obok cech charakteryzujących respondentów składała się z 27 pytań. W wielu pytaniach można było wskazywać kilka odpowiedzi jednocześnie. Pytania te w trakcie analiz były przekodowywane na pytania cząstkowe (z wariantami „tak” - „nie”), wskutek czego ogólna liczba dostępnych pytań wynosiła 102.

W tych pytaniach mieści się 88 informacji z części merytorycznej oraz 10 informacji z tzw. metryczki (miejsce zamieszkania, wiek, wykształcenie, status zawodowy i materialny oraz informacja o polskim pochodzeniu ankietowanego). Ponadto podane są 4 informacje charakteryzujące daną ankietę (data i miejsce pobrania ankiety, nazwisko ankiera oraz ocena punktowa - w skali od 2 do 5 - jakości udzielanych odpowiedzi, dokonywana przez ankiera).

Część pytań ma charakter otwarty. Ich analiza jest szczególnie uciążliwa, gdyż wymaga kategoryzacji dla każdego pytania występujących w nim odpowiedzi opisowych. W aktualnej wersji systemu przetwarzania dane opisowe są dostępne tylko w zbiorze pytań pierwotnych (a nie kodowanych), co oznacza konieczność ich analizy odrębnymi narzędziami np. przy pomocy tabel przestawnych dostępnych w Excelu.

Wprowadzanie ankiet do bazy odbywało się poprzez formularz w postaci strony html oraz przy użyciu skryptu PHP.

W trakcie bieżącej edycji badań został opracowany sieciowy system przetwarzania danych ankietowych znajdujących się w założonej bazie. Wykonawcą systemu była firma Multimedia Kraków. Istotą tego systemu było udostępnienie narzędzi tabulacji poprzez

Internet dla osób upoważnionych, które mają możliwość wykonywania dowolnych obliczeń według indywidualnych potrzeb.

System zapewnia:

- podgląd ankiet źródłowych,
- eksport danych oraz słowników (nazwy wariantów pytań) do postaci tekstowej lub w formacie csv (Excel) w dwóch wersjach – zbiór danych pierwotnych (27 pytań) oraz zbiór danych kodowanych (102 pytania),
- parametryzację zakresu analizy (analiza całego zbioru ankiet lub dowolnie zdefiniowanych podzbiorów na podstawie wskazanych wariantów poszczególnych pytań ankiety, np. tylko dla kobiet, tylko dla cudzoziemców, tylko dla cudzoziemców w określonym wieku, itd.),
- automatyczną lub arbitralnie ustaloną kategoryzację pytań mających charakter ilościowy (wydatki, wiek, liczba dni pobytu),
- wyznaczanie tzw. marginesów (rozkładów brzegowych) dla wskazanych pytań kodowanych wraz z możliwością ich prezentacji graficznej w postaci wykresu kolumnowego lub słupkowego,
- wyznaczanie tablic kontyngencji dla dowolnych par pytań kodowanych, z szerokim zakresem analizy (liczebności absolutne, udziały względem ogólnej liczby ankiet, względem sum kolumn lub względem sum wierszy, liczebności teoretyczne, parametry charakteryzujące stopień zależności między rozpatrywanymi pytaniami - test i składowe statystyki chi kwadrat, statystyka U, współczynnik korelacji Pearsona).

System dostępny jest na witrynie ankiety.mot.krakow.pl/chi_mot a jego wersję demonstracyjną (dla 10% danych ankietowych) można uruchomić po podaniu hasła **MOT** oraz nazwy użytkownika **MOT**. Rejestracja użytkowników z pełnymi uprawnieniami do całego zbioru danych dokonywana jest przez MOT.

Przeprowadzenie badania ankietowego umożliwiło realizację następujących celów:

1. Oszacowanie wielkości i struktury przyjazdów do Małopolski w podziale na odwiedzających krajowych i odwiedzających zagranicznych. W opracowaniu nie uwzględniono zalecanej przez WTO dezagregacji ruchu przyjazdowego na turystów, (co najmniej z jednym noclegiem) i odwiedzających jednodniowych, gdyż zauważono, że w części ankiet zadeklarowano 2-3 dniowe pobyty w danej lub innej miejscowości, ale bez noclegu w tej miejscowości. Takiej sytuacji nie reguluje definicja turysty. Do oszacowania wielkości ruchu przyjazdowego wykorzystano kilka źródeł informacji; publikowane dane GUS za 9 miesięcy roku 2005, dane z obiektów noclegowych, w których przeprowadzono wywiady ankietowe, dane dotyczące przewozów pasażerskich z lotniska Kraków-Balice. Należy nadmienić, że metodologia w tym zakresie nie została dopracowana i wymaga rozszerzenia wiarygodnych źródeł chociażby o statystyki transportu oraz uwzględnienie wyjazdów w badaniach budżetów gospodarstw domowych mieszkańców Polski.
2. Charakterystykę odwiedzających Małopolskę ze względu na miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy, status materialny oraz pochodzenie (polskie, obce) dla odwiedzających zagranicznych. Cechy te zostały wykorzystane do wykazania powiązań i zależności w opracowaniu następujących celów badawczych.
3. Charakterystykę wizyt ze względu na ich cele, długość pobytu, towarzystwo w trakcie podróży, używane środki transportu, charakterystykę produktu turystycznego m.in. poziom wykorzystania usług turystycznych.
4. Określenie przeciętnego poziomu wydatków poniesionych w trakcie pobytu w przeliczeniu na 1 osobę.

5. Badanie zachowań odwiedzających, sposobów spędzania czasu, stopnia satysfakcji, co do jakości oferty turystycznej regionu, bezpieczeństwa, czystości itp., odniesienia jakości świadczonych usług do obowiązujących cen.
6. Ocenę atrakcji turystycznych Małopolski oraz poziom deklaracji chęci następnego przyjazdu.

Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w 2003, 2004 i 2005 roku według MOT

Tabela nr. 2.

| | Rok 2003 | Rok 2004* ¹ | Rok 2005 |
|---|----------------|------------------------|------------------|
| Kategoria podróżnych | Liczba | Liczba | Liczba |
| Odwiedzający Małopolskę | 7950836 | 9 100 000 | 9 300 000 |
| Turyści (ogółem) w Małopolsce | 6235802 | 8 200 000 | 7 350 000 |
| Turyści zagraniczni w Małopolsce | 964 357 | 1 900 000 | 2 250 000 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela nr. 3.

| | Rok 2003 | Rok 2004* | Rok 2005 |
|---|-----------------------|-------------------------|-----------------------|
| Kategoria podróżnych | % | % | |
| Odwiedzający Małopolskę | 100% (ogółem) | 100% (ogółem) | 100% (ogółem) |
| Turyści (ogółem) w Małopolsce | 78% (do ogółu) | 90,1% (do ogółu) | 79% (do ogółu) |
| Turyści zagraniczni w Małopolsce | 16,58% | 23,17% | 30,61% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

¹ * Po korekcie w 2005 roku.

Strumień Krajowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2004 roku po korekcie.

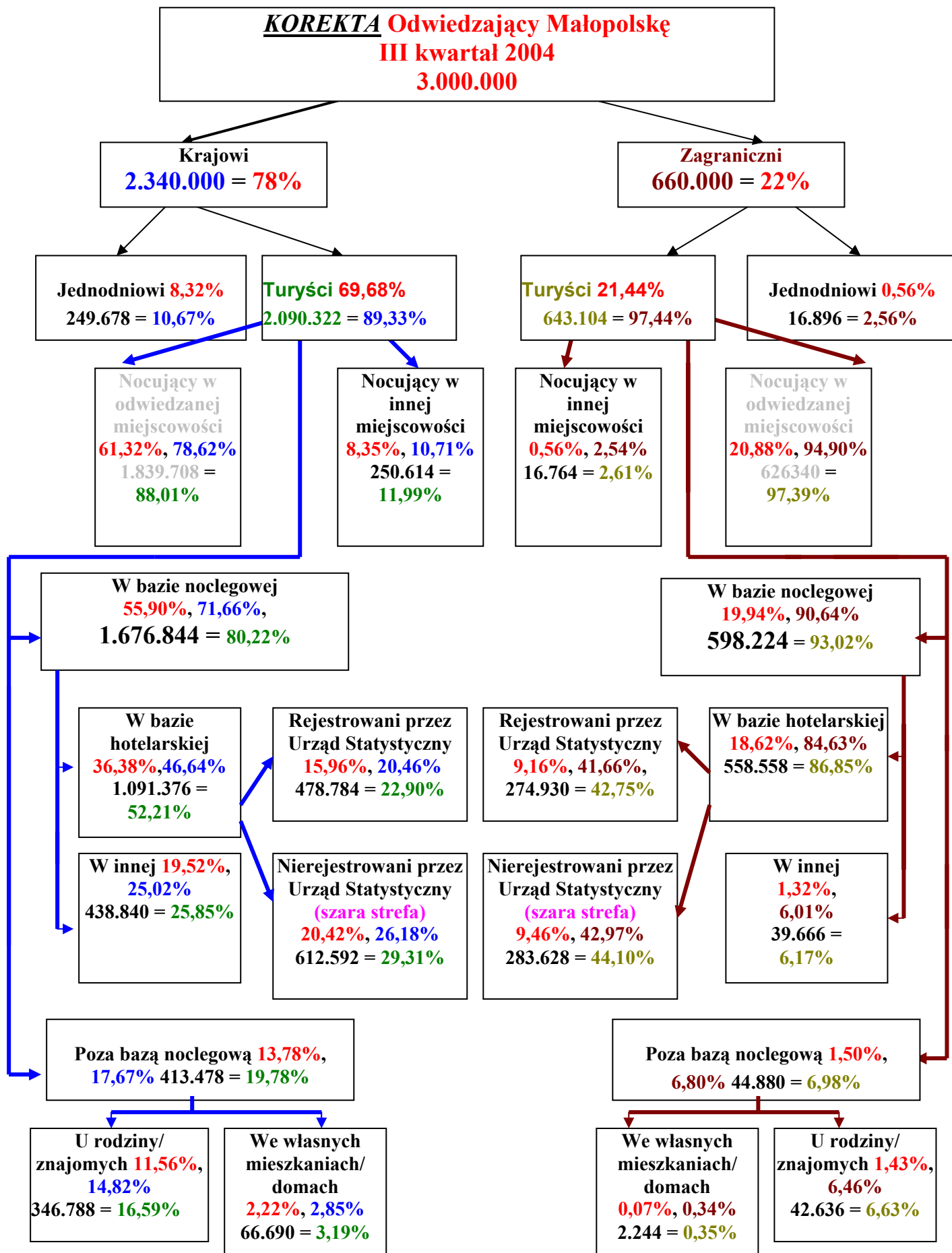
| Tabela nr. 4. | | 2004 | | |
|---|----------------|--------------|--------------|--------------|
| | krajowi | % ogółu | % kraj. | % turystów |
| ogółem | 2340000 | | | |
| jednodniowi | 249678 | 8,32 | 10,67 | |
| turyści | 2090322 | 69,68 | 89,33 | |
| nocujący w tej miejscowości | 1839708 | 61,32 | 78,62 | 88,01 |
| nocujący w innej miejscowości | 250614 | 8,35 | 10,71 | 11,99 |
| w bazie hotelarskiej, w tym: | 1091376 | 36,38 | 46,64 | 52,21 |
| hotele | 554112 | 18,47 | 23,68 | 26,51 |
| motele | 41184 | 1,37 | 1,76 | 1,97 |
| pensjonaty | 241956 | 8,07 | 10,34 | 11,58 |
| schroniska | 142272 | 4,74 | 6,08 | 6,81 |
| domy wycieczkowe | 55458 | 1,85 | 2,37 | 2,65 |
| kempingi/pola biwakowe | 56394 | 1,88 | 2,41 | 2,70 |
| w innych obiektach, w których świadczone są usługi hotelarskie, w tym: | 585468 | 19,52 | 25,02 | 28,01 |
| w kwaterach | 238680 | 7,96 | 10,20 | 11,42 |
| w ośrodkach wczas. | 112320 | 3,74 | 4,8 | 5,37 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 65052 | 2,17 | 2,78 | 3,11 |
| w tzw. "innych" obiektach | 169416 | 5,65 | 7,24 | 8,10 |
| w sumie w bazie noclegowej | 1676844 | 55,89 | 71,66 | 80,22 |
| u rodziny | 346788 | 11,56 | 14,82 | 16,59 |
| we włas. mieszk. | 66690 | 2,22 | 2,85 | 3,19 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| nocujący w tej miejscowości | 2090322 | 69,68 | 89,33 | 100,00 |
| minus | | | | |
| u rodziny | 346788 | 11,56 | 14,82 | 16,59 |
| we włas. mieszk. | 66690 | 2,22 | 2,85 | 3,19 |
| wykazywani | 478784 | 15,96 | 20,46 | 22,90 |
| pozostali | 1198060 | 39,94 | 51,20 | 57,31 |
| minus | | | | |
| w kwaterach prywatnych | 238680 | 7,96 | 10,20 | 11,42 |
| w ośrodkach wczas. | 112320 | 3,74 | 4,80 | 5,37 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 65052 | 2,17 | 2,78 | 3,11 |
| w innych obiektach | 169416 | 5,65 | 7,24 | 8,10 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| minus razem | 585468 | 19,52 | 25,02 | 28,01 |
| szara strefa??? | 612592 | 20,42 | 26,18 | 29,31 |
| | | 0,00 | | |
| w bazie hotelowej | 595296 | 19,84 | 25,44 | 28,48 |
| w bazie parahotelowej | 496080 | 16,54 | 21,20 | 23,73 |
| w bazie pozahotelarskiej | 585468 | 19,52 | 25,02 | 28,01 |
| w ob. zakw. zb., w tym: | 1438164 | 47,94 | 61,46 | 68,80 |
| w ob. zakw. ind. | 652158 | 21,74 | 27,87 | 31,20 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Strumień Zagranicznego Przyjazdowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2004 roku po korekcie.

| Tabela nr. 5. | | 2004 | | |
|---|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | zagraniczni | % ogółu | % zagr. | % turystów |
| ogółem | 660000 | | | |
| jednodniowi | 16896 | 0,56 | 2,56 | |
| turyści | 643104 | 21,44 | 97,44 | |
| nocujący w tej miejscowości | 626340 | 20,88 | 94,90 | 97,39 |
| nocujący w innej miejscowości | 16764 | 0,56 | 2,54 | 2,61 |
| w bazie hotelarskiej, w tym: | 558558 | 18,62 | 84,63 | 86,85 |
| hotele | 456456 | 15,22 | 69,16 | 70,98 |
| motele | 7854 | 0,26 | 1,19 | 1,22 |
| pensjonaty | 23166 | 0,77 | 3,51 | 3,60 |
| schroniska | 30690 | 1,02 | 4,65 | 4,77 |
| domy wycieczkowe | 23166 | 0,77 | 3,51 | 3,60 |
| kempingi/pola biwakowe | 17226 | 0,57 | 2,61 | 2,68 |
| w innych obiektach, w których świadczone są usługi hotelarskie, w tym: | 39666 | 1,32 | 6,01 | 6,17 |
| w kwaterach | 6732 | 0,22 | 1,02 | 1,05 |
| w ośrodkach wczas. | 7128 | 0,24 | 1,08 | 1,11 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| w tzw. "innych" obiektach | 25806 | 0,86 | 3,91 | 4,01 |
| w sumie w bazie noclegowej | 598224 | 19,94 | 90,64 | 93,02 |
| u rodziny | 42636 | 1,42 | 6,46 | 6,63 |
| we włas. mieszk. | 2244 | 0,07 | 0,34 | 0,35 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| nocujący w tej miejscowości | 643104 | 21,44 | 97,44 | 100,00 |
| minus | | | | |
| u rodziny | 42636 | 1,42 | 6,46 | 6,63 |
| we włas. mieszk. | 2244 | 0,07 | 0,34 | 0,35 |
| wykazywani | 274930 | 9,16 | 41,66 | 42,75 |
| pozostali | 323294 | 10,78 | 48,98 | 50,27 |
| minus | | | | |
| w kwaterach prywatnych | 6732 | 0,22 | 1,02 | 1,05 |
| w ośrodkach wczas. | 7128 | 0,24 | 1,08 | 1,11 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| w innych obiektach | 25806 | 0,86 | 3,91 | 4,01 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| minus razem | 39666 | 1,32 | 6,01 | 6,17 |
| szara strefa??? | 283628 | 9,45 | 42,97 | 44,10 |
| | | 0,00 | | |
| w bazie hotelowej | 464310 | 15,48 | 70,35 | 72,20 |
| w bazie parahotelowej | 94248 | 3,14 | 14,28 | 14,66 |
| w bazie pozahotelarskiej | 39666 | 1,32 | 6,01 | 6,17 |
| w ob. zakw. zb., w tym: | 591492 | 19,72 | 89,62 | 91,97 |
| w ob. zakw. ind. | 51612 | 1,72 | 7,82 | 8,03 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Strumień Krajowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2005 roku

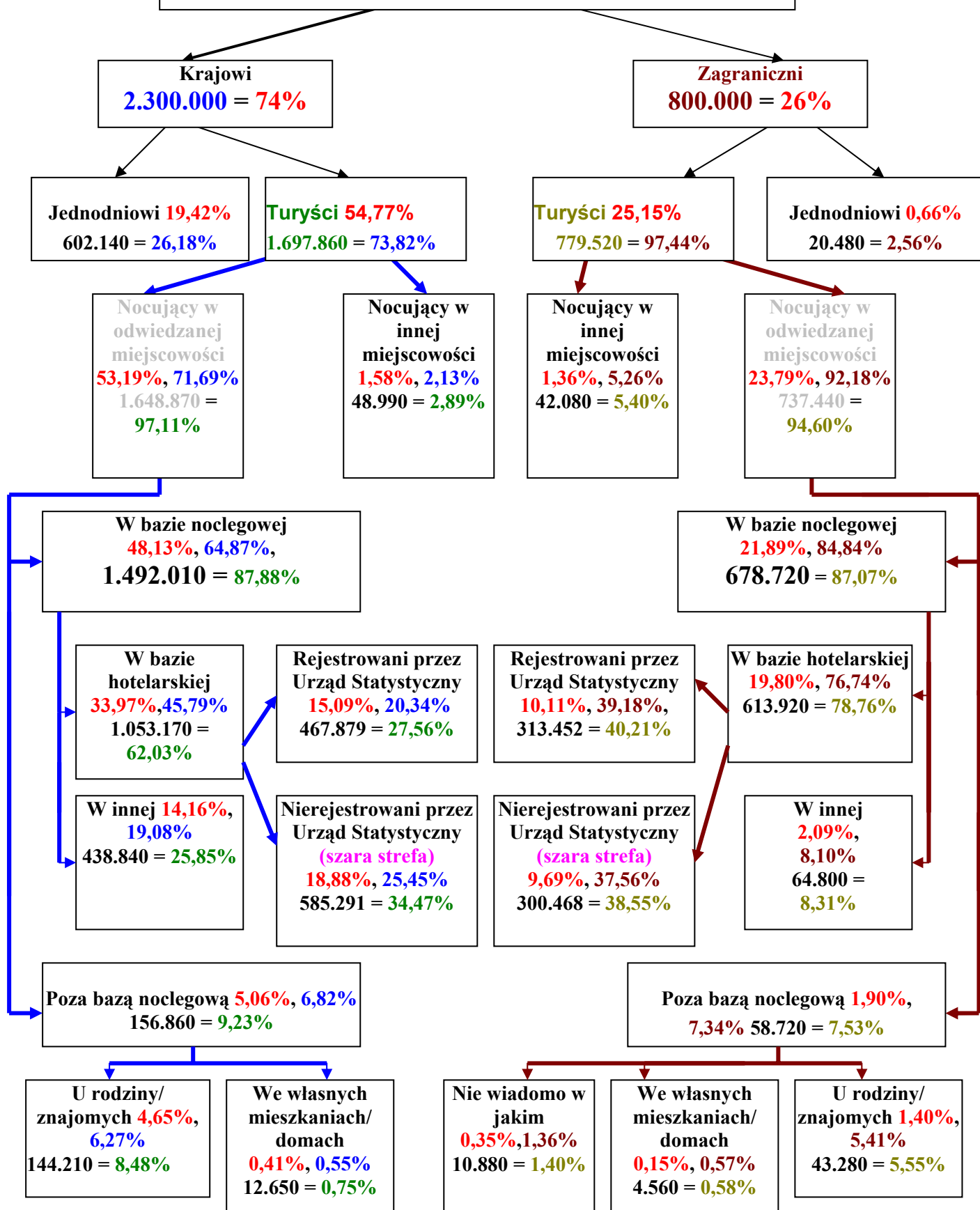
| Tabela nr. 6. | 2005 | | | |
|---|----------------|--------------|--------------|--------------|
| | krajowi | % ogółu | % kraj. | % turystów |
| ogółem | 2300000 | | | |
| jednodniowi | 602140 | 19,42 | 26,18 | |
| turyści | 1697860 | 54,77 | 73,82 | |
| nocujący w tej miejscowości | 1648870 | 53,19 | 71,69 | 97,11 |
| nocujący w innej miejscowości | 48990 | 1,58 | 2,13 | 2,89 |
| w bazie hotelarskiej, w tym: | 1053170 | 33,97 | 45,79 | 62,03 |
| hotele | 580290 | 18,72 | 25,23 | 34,18 |
| motele | 24150 | 0,78 | 1,05 | 1,42 |
| pensjonaty | 194350 | 6,27 | 8,45 | 11,45 |
| schroniska | 131560 | 4,24 | 5,72 | 7,75 |
| domy wycieczkowe | 79120 | 2,55 | 3,44 | 4,66 |
| kempingi/pola biwakowe | 43700 | 1,41 | 1,90 | 2,57 |
| w innych obiektach, w których świadczone są usługi hotelarskie, w tym: | 438840 | 14,16 | 19,08 | 25,85 |
| w kwaterach | 90620 | 2,92 | 3,94 | 5,34 |
| w ośrodkach wczas. | 92000 | 2,97 | 4 | 5,42 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 94070 | 3,03 | 4,09 | 5,54 |
| w tzw. "innych" obiektach | 162150 | 5,23 | 7,05 | 9,55 |
| w sumie w bazie noclegowej | 1492010 | 48,13 | 64,87 | 87,88 |
| u rodziny | 144210 | 4,65 | 6,27 | 8,49 |
| we włas. mieszk. | 12650 | 0,41 | 0,55 | 0,75 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| nocujący w tej miejscowości | 1648870 | 53,19 | 71,69 | 97,11 |
| minus | | | | |
| u rodziny | 144210 | 4,65 | 6,27 | 8,49 |
| we włas. mieszk. | 12650 | 0,41 | 0,55 | 0,75 |
| wykazywani | 467879 | 15,09 | 20,34 | 27,56 |
| pozostali | 1024131 | 33,04 | 44,53 | 60,32 |
| minus | | | | |
| w kwaterach prywatnych | 90620 | 2,92 | 3,94 | 5,34 |
| w ośrodkach wczas. | 92000 | 2,97 | 4,00 | 5,42 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 94070 | 3,03 | 4,09 | 5,54 |
| w innych obiektach | 162150 | 5,23 | 7,05 | 9,55 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| minus razem | 438840 | 14,16 | 19,08 | 25,85 |
| szara strefa??? | 585291 | 18,88 | 25,45 | 34,47 |
| | | | | |
| w bazie hotelowej | 604440 | 19,50 | 26,28 | 35,60 |
| w bazie parahotelowej | 448730 | 14,48 | 19,51 | 26,43 |
| | | | | |
| w bazie pozahotelarskiej | 438840 | 14,16 | 19,08 | 25,85 |
| w ob. zakw. zb., w tym: | 1401390 | 45,21 | 60,93 | 82,54 |
| w ob. zakw. ind. | 247480 | 7,98 | 10,76 | 14,58 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Strumień Zagranicznego Przyjazdowego Ruchu Turystycznego do Małopolski z Polski w III kwartale 2005 roku.

| Tabela nr. 7. | | 2005 | | |
|---|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | zagraniczni | % ogółu | % zagr. | % turystów |
| ogółem | 800000 | | | |
| jednodniowi | 20480 | 0,66 | 2,56 | |
| turyści | 779520 | 25,15 | 97,44 | |
| nocujący w tej miejscowości | 737440 | 23,79 | 92,18 | 94,60 |
| nocujący w innej miejscowości | 42080 | 1,36 | 5,26 | 5,40 |
| w bazie hotelarskiej, w tym: | 613920 | 19,80 | 76,74 | 78,76 |
| hotele | 518320 | 16,72 | 64,79 | 66,49 |
| motele | 5120 | 0,17 | 0,64 | 0,66 |
| pensjonaty | 31280 | 1,01 | 3,91 | 4,01 |
| schroniska | 23360 | 0,75 | 2,92 | 3,00 |
| domy wycieczkowe | 25600 | 0,83 | 3,20 | 3,28 |
| kempingi/pola biwakowe | 10240 | 0,33 | 1,28 | 1,31 |
| w innych obiektach, w których świadczone są usługi hotelarskie, w tym: | 64800 | 2,09 | 8,10 | 8,31 |
| w kwaterach | 6240 | 0,20 | 0,78 | 0,80 |
| w ośrodkach wczas. | 5120 | 0,17 | 0,64 | 0,66 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 1680 | 0,05 | 0,21 | 0,22 |
| w tzw. "innych" obiektach | 51760 | 1,67 | 6,47 | 6,64 |
| w sumie w bazie noclegowej | 678720 | 21,89 | 84,84 | 87,07 |
| u rodziny | 43280 | 1,40 | 5,41 | 5,55 |
| we włas. mieszk. | 4560 | 0,15 | 0,57 | 0,58 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 10880 | 0,35 | 1,36 | 1,40 |
| nocujący w tej miejscowości | 737440 | 23,79 | 92,18 | 94,60 |
| minus | | | | |
| u rodziny | 43280 | 1,40 | 5,41 | 5,55 |
| we włas. mieszk. | 4560 | 0,15 | 0,57 | 0,58 |
| wykazywani | 313452 | 10,11 | 39,18 | 40,21 |
| pozostali | 376148 | 12,13 | 47,02 | 48,25 |
| minus | | | | |
| w kwaterach prywatnych | 6240 | 0,20 | 0,78 | 0,80 |
| w ośrodkach wczas. | 5120 | 0,17 | 0,64 | 0,66 |
| w zakł. uzdrowiskow. | 1680 | 0,05 | 0,21 | 0,22 |
| w innych obiektach | 51760 | 1,67 | 6,47 | 6,64 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 10880 | 0,35 | 1,36 | 1,40 |
| minus razem | 75680 | 2,44 | 9,46 | 9,71 |
| szara strefa??? | 300468 | 9,69 | 37,56 | 38,55 |
| | | | | |
| w bazie hotelowej | 523440 | 16,89 | 65,43 | 67,15 |
| w bazie parahotelowej | 90480 | 2,92 | 11,31 | 11,61 |
| w bazie pozahotelarskiej | 75680 | 2,44 | 9,46 | 9,71 |
| w ob. zakw. zb., w tym: | 683360 | 22,04 | 85,42 | 87,66 |
| w ob. zakw. ind. | 54080 | 1,74 | 6,76 | 6,94 |

Odwiedzający Małopolskę III kwartał 2005
3.100.000



Oszacowanie liczby gości odwiedzających Małopolskę z podziałem na:

- Odwiedzający ogółem, w tym:

- 9 300 000

- Odwiedzający krajowi

- 7 000 000

- Odwiedzający zagraniczni

- 2 300 000

Liczba turystów odwiedzających Małopolskę z podziałem na:

- Turyści ogółem,

- 7 350 000 –

w tym:

- Turyści krajowi

- 5 100 000

według województw z których pochodzą

Struktura przyjazdów Polaków do Małopolski z miejsc zamieszkania według województw w 2003, 2004 i 2005 roku.

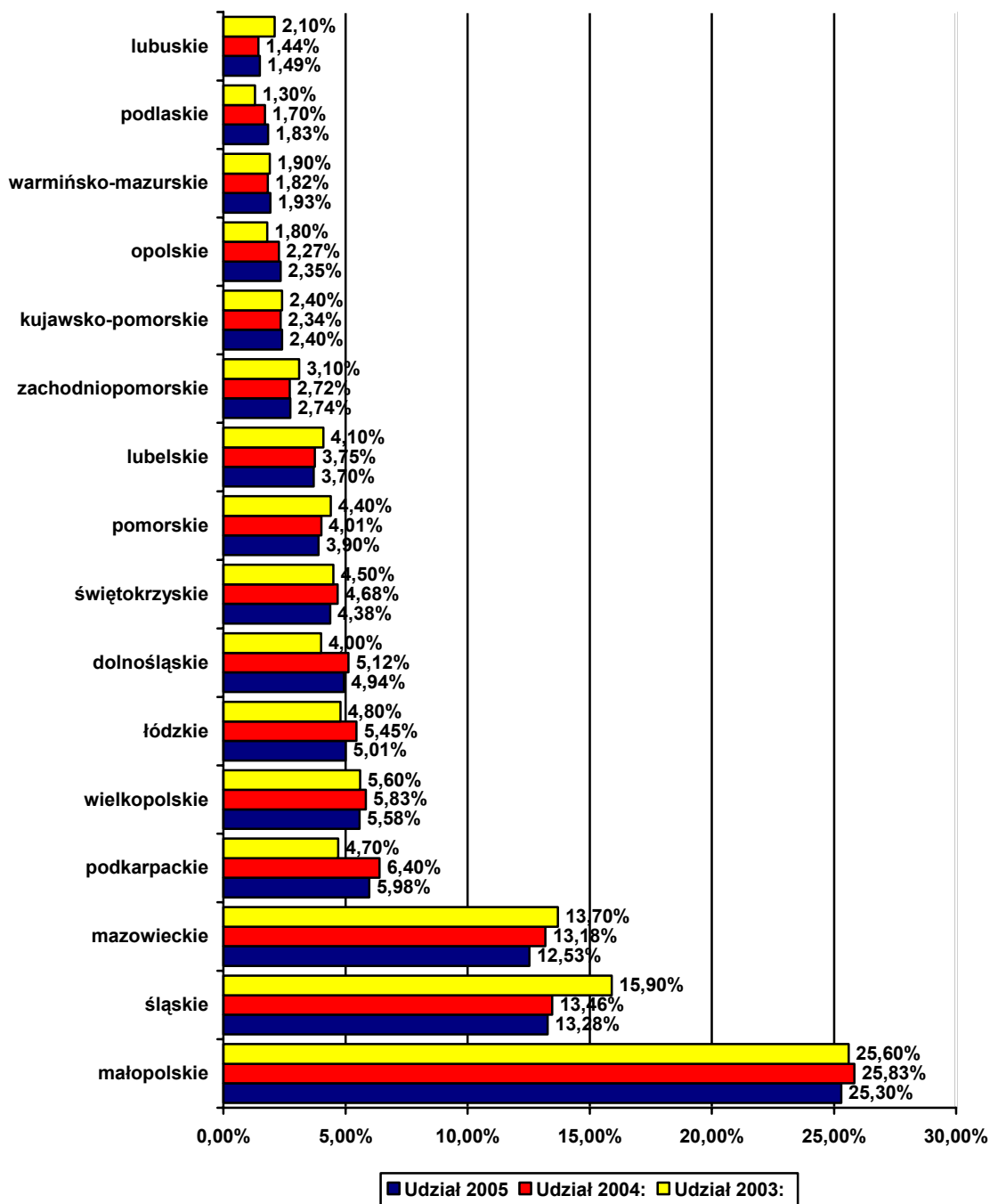
Tabela nr. 8.

| WOJEWÓDZTWO: | Udział 2003: | Udział 2004: | Udział 2005: |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|
| małopolskie | 25,6% | 25,83% | 25,30% |
| śląskie | 15,9% | 13,46% | 13,28% |
| mazowieckie | 13,7% | 13,18% | 12,53% |
| podkarpackie | 4,7% | 6,40% | 5,98% |
| wielkopolskie | 5,6% | 5,83% | 5,58% |
| łódzkie | 4,8% | 5,45% | 5,01% |
| dolnośląskie | 4,0% | 5,12% | 4,94% |
| świętokrzyskie | 4,5% | 4,68% | 4,38% |
| pomorskie | 4,4% | 4,01% | 3,90% |
| lubelskie | 4,1% | 3,75% | 3,70% |
| zachodniopomorskie | 3,1% | 2,72% | 2,74% |
| kujawsko-pomorskie | 2,4% | 2,34% | 2,40% |
| opolskie | 1,8% | 2,27% | 2,35% |
| warmińsko-mazurskie | 1,9% | 1,82% | 1,93% |
| podlaskie | 1,3% | 1,70% | 1,83% |
| lubuskie | 2,1% | 1,44% | 1,49% |
| brak informacji | 0,1% | 0,1% | 2,66% |
| razem | 100,00% | 100,10% | 100,00% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Struktura przyjazdów Polaków do Małopolski z miejsc zamieszkania według województw w 2003, 2004 i 2005 roku

.Rysunek 1.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Turyści zagraniczni
 – 2 250 000
 według krajów pochodzenia

Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski według wybranych państw w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku.

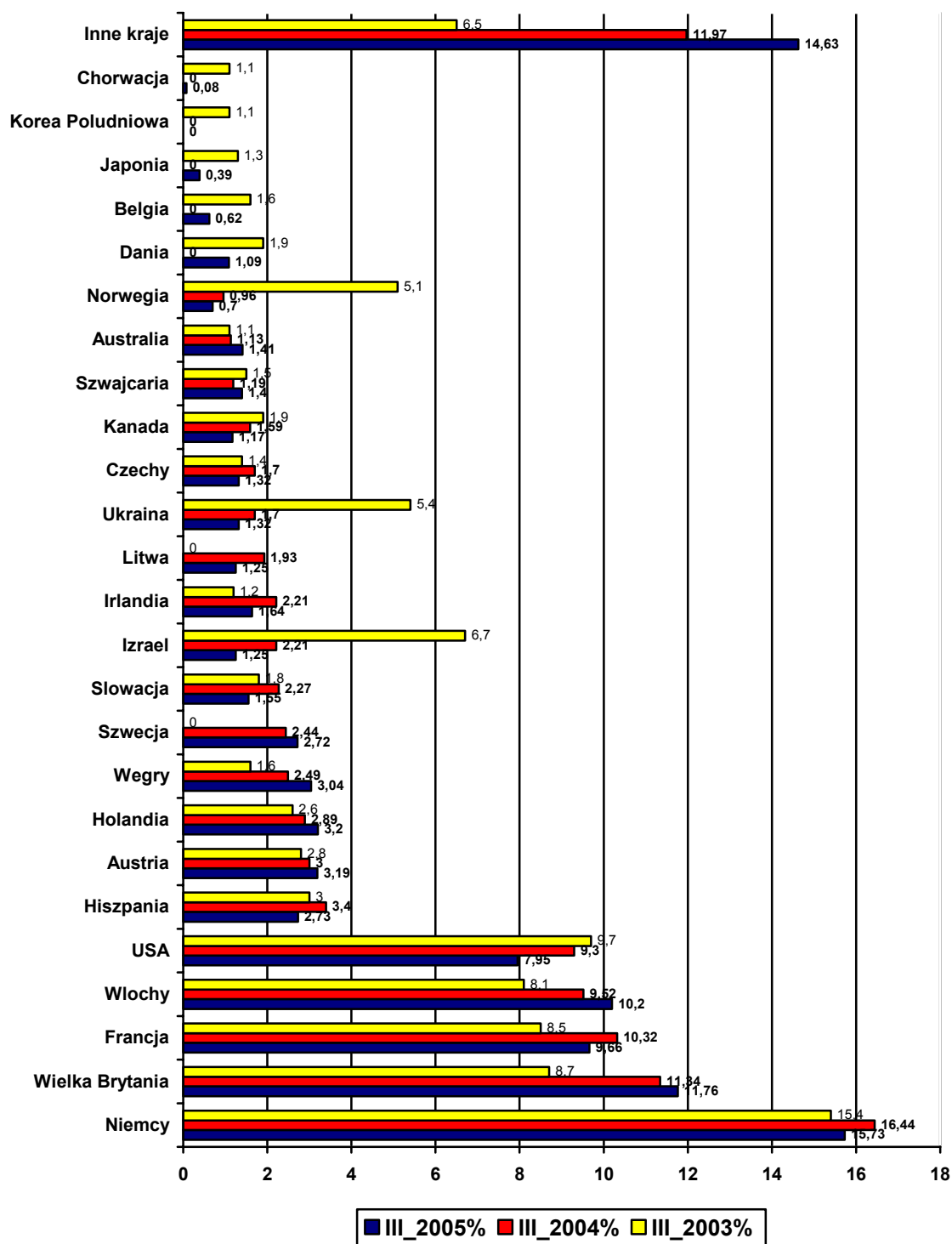
Tabela nr. 9.

| PAŃSTWO | III_2003% | III_2004% | III_2005% |
|------------------|-----------|-----------|-----------|
| Niemcy | 15,40 | 16,44 | 15,73 |
| Wielka Brytania | 8,7 | 11,34 | 11,76 |
| Francja | 8,5 | 10,32 | 9,66 |
| Włochy | 8,1 | 9,52 | 10,20 |
| USA | 9,70 | 9,30 | 7,95 |
| Hiszpania | 3,0 | 3,40 | 2,73 |
| Austria | 2,8 | 3,00 | 3,19 |
| Holandia | 2,6 | 2,89 | 3,20 |
| Węgry | 1,6 | 2,49 | 3,04 |
| Szwecja | 0,0 | 2,44 | 2,72 |
| Słowacja | 1,8 | 2,27 | 1,55 |
| Izrael | 6,7 | 2,21 | 1,25 |
| Irlandia | 1,2 | 2,21 | 1,64 |
| Litwa | 0,0 | 1,93 | 1,25 |
| Ukraina | 5,4 | 1,70 | 1,32 |
| Czechy | 1,4 | 1,70 | 1,32 |
| Kanada | 1,9 | 1,59 | 1,17 |
| Szwajcaria | 1,5 | 1,19 | 1,40 |
| Australia | 1,1 | 1,13 | 1,41 |
| Norwegia | 5,1 | 0,96 | 0,70 |
| Dania | 1,9 | 0,0 | 1,09 |
| Belgia | 1,6 | 0,0 | 0,62 |
| Japonia | 1,3 | 0,0 | 0,39 |
| Korea Południowa | 1,1 | 0,0 | 0,0 |
| Chorwacja | 1,1 | 0,0 | 0,08 |
| Inne kraje | 6,5 | 11,97 | 14,63 |
| RAZEM | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski według wybranych państw w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku

Rysunek 2.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Formy pobytu turystów krajowych, w tym:

- Długość pobytu,

od trzech lat utrzymuje się tendencja dłuższych 2 i więcej dniowych pobytów osiągając udział 60%.

Struktura czasowa pobytu osób odwiedzających Małopolskę w latach 2003,2004 i 2005

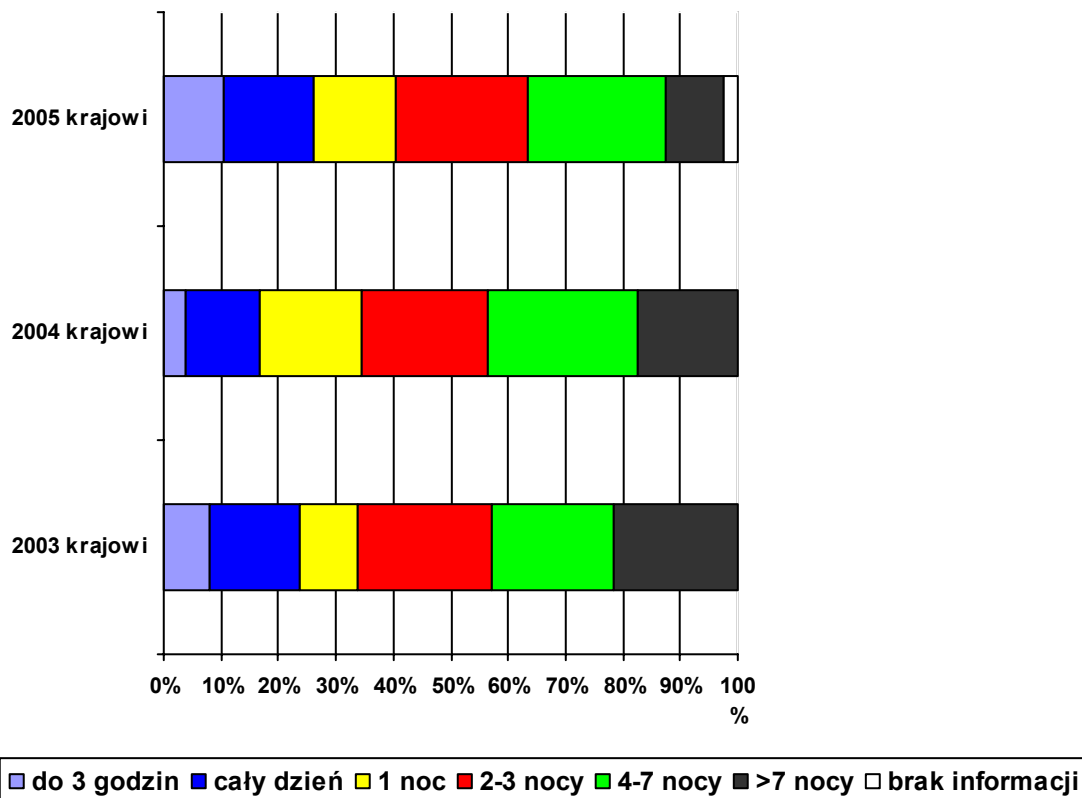
Tabela nr. 10.

| % | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------------|---------|---------|---------|
| długość pobytu | krajowi | krajowi | krajowi |
| do 3 godzin | 8,0% | 3,78% | 10,29 |
| cały dzień | 15,8% | 12,78% | 15,87 |
| 1 noc | 10,0% | 18,02% | 14,43 |
| 2-3 nocy | 23,3% | 21,92% | 22,84 |
| 4-7 nocy | 21,5% | 26,21% | 23,99 |
| >7 nocy | 21,5% | 17,27% | 10,28 |
| brak informacji | | | 2,30 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Długość pobytu odwiedzających w Małopolsce w 2003, 2004 i 2005 roku

Rysunek 3.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Główny cel pobytu,

Głównym celem pobytu Polaków w Małopolsce jak wyraźnie widać z tabeli jest wypoczynek osiągający wynik prawie 42% udziałów. Kolejnym celem o prawie 10% udziału jest zwiedzanie zabytków, konkurujące z 8 % udziałem związanym z odwiedzinami krewnych lub znajomych. Na czwartej, piątej i szóstej pozycji są interesujące cele przyjazdów, które winny zostać w kolejnym przygotowaniu do sezonu zaktywizowane poprzez prawidłowo ukierunkowaną akcję informacyjno-reklamową.

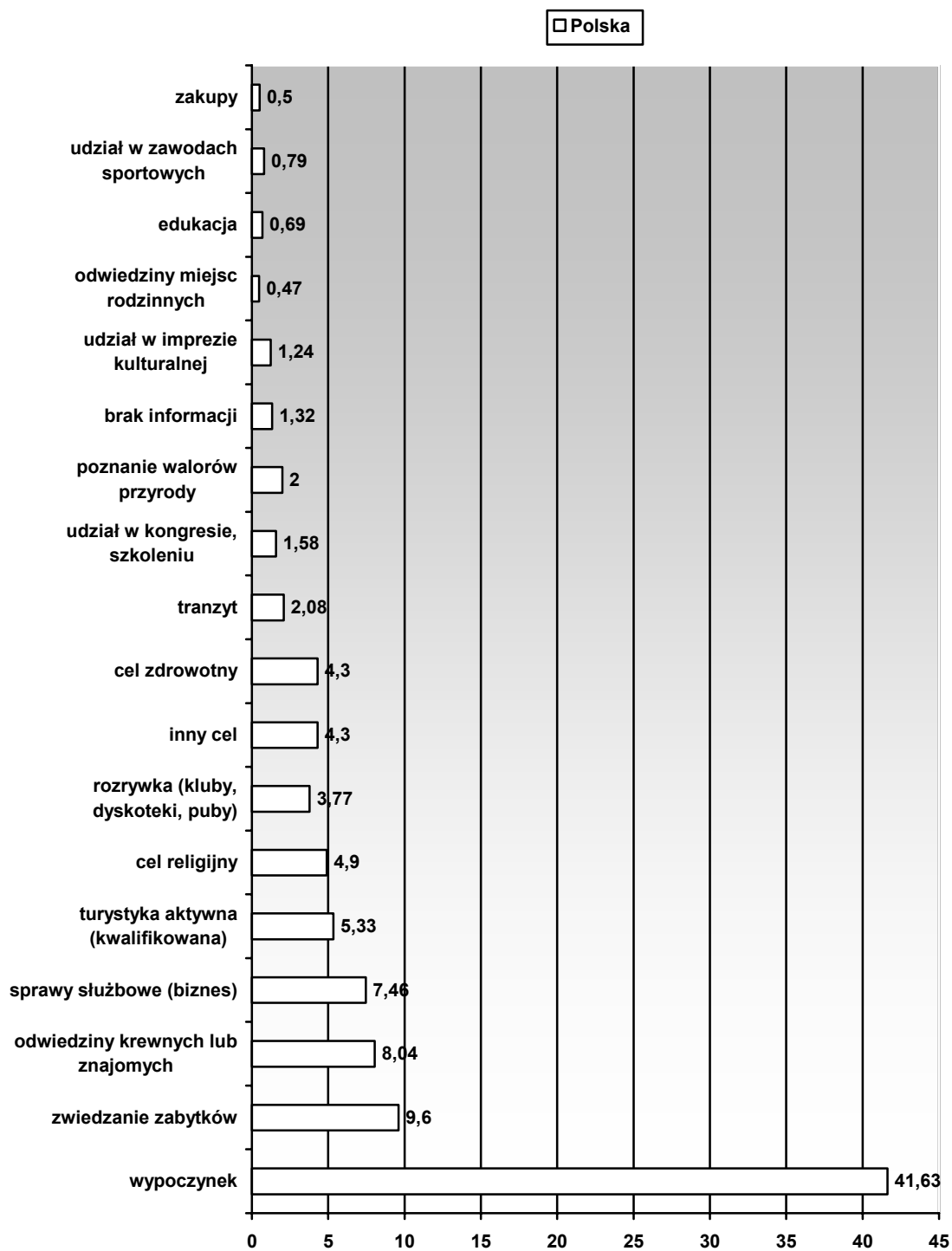
Struktura celów przyjazdu Polaków do Małopolski w 2005 roku
Tabela nr. 11.

| Główny cel przyjazdu do Małopolski w 2005 roku w % | Polska |
|--|--------|
| wypoczynek | 41,63 |
| zwiedzanie zabytków | 9,60 |
| odwiedziny krewnych lub znajomych | 8,04 |
| sprawy służbowe (biznes) | 7,46 |
| turystyka aktywna (kwalifikowana) | 5,33 |
| cel religijny | 4,90 |
| inny cel | 4,30 |
| cel zdrowotny | 4,30 |
| rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 3,77 |
| tranzyt | 2,08 |
| poznanie walorów przyrody | 2,00 |
| udział w kongresie, szkoleniu | 1,58 |
| brak informacji | 1,32 |
| udział w imprezie kulturalnej | 1,24 |
| udział w zawodach sportowych | 0,79 |
| edukacja | 0,69 |
| zakupy | 0,50 |
| odwiedziny miejsc rodzinnych | 0,47 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura celów przyjazdu Polaków do Małopolski w III kwartale 2005 roku

Rysunek 4.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Charakter pobytu (sposób spędzenia czasu w województwie małopolskim),

Sposób spędzania czasu deklarowany przez turystów krajowych przyjeżdżających do Małopolski w 2005 roku (%) to w ponad 51% wypoczynek czynny związany aktywnością ruchową, krajoznawstwem i korzystaniem z oferty gastronomicznej regionu. Jednocześnie turyści krajowi deklarują w prawie w 25% wypoczynek całkowicie bierny. Znaczący w sposobie spędzania czasu wolnego przez turystów krajowych jest ponad 17% udział muzeów i prawie 8% uczestnictwo w wydarzeniach. Należy zwrócić uwagę na ludyczną formę aktywności wolnoczasowej turystów krajowych osiągającą prawie 18% udziałów. W kolejnych badaniach należało by wyjaśnić co kryje w sobie prawie 32% udział „ W inny sposób” tworząc kafeterię otwartą „ W inny sposób jaki? – opis

Tabela nr. 12.

| Turyści krajowi | (%) |
|--|--------|
| Chodzę na spacer | 51,53% |
| Idę do restauracji, kawiarni | 40,53% |
| Poznaję okoliczne miejscowości | 33,56% |
| Wypoczywam biernie | 24,34% |
| Uprawiam turystykę aktywną | 18,62% |
| Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach | 17,81% |
| Idę do muzeum | 17,10% |
| Spotykam się ze znajomymi | 15,81% |
| Uczestniczę w wydarzeniach | 7,64% |
| Realizuję swoje zainteresowania | 4,44% |
| Idę do kina | 3,61% |
| Idę do teatru | 2,65% |
| Idę do filharmonii, opery | 0,38% |
| W inny sposób | 31,79% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Towarzystwo w podróży

Generalnie Polacy podróżują do Małopolski rodzinnie ponad 33% punktów procentowych, znaczącą (bo prawie 25%) grupę osób stanowią podróżujący w gronie przyjaciół, osoby podróżujące samotnie tzw. „single” – reprezentowane są w prawie 21% co stanowi przeciwwagę do zorganizowanych podróży grupowych (prawie 17%).

Mix rodzina + przyjaciele wyraźnie pozostaje w tle i jak daje się to zauważyć z pomiarów dokonanych w poprzednich latach połączenie to nie jest zbyt popularne i to nie tylko u turystów krajowych.

Tabela nr. 13.

| % | Polska |
|-----------------------|------------|
| rodzina | 33,31 |
| przyjaciele | 24,56 |
| nikt | 20,93 |
| grupa zorganizowana | 16,71 |
| rodzina i przyjaciele | 3,65 |
| brak informacji | 0,85 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Region pochodzenia turysty (województwo, z którego pochodzi),

Największy udział bo ponad 25% w ruchu turystycznym w województwie mają własni mieszkańcy co wydaje się być tendencją naturalną przy takim nasyceniu własnego regionu atrakcjami turystycznymi. Udział odwiedzin z województwa śląskiego w ponad 13% wykazuje bardzo wyraźną tendencję do poszukiwania miejsc wypoczynku w regionie uznawanym przez mieszkańców śląska za wartościowy cel podróży. Również bardzo ważnym miejscem generującym przyjazdowy ruch do Małopolski jest tradycyjnie województwo mazowieckie.

Tabela nr. 14.

| WOJEWÓDZTWO: | Udział 2005: |
|---------------------|--------------|
| małopolskie | 25,30% |
| śląskie | 13,28% |
| mazowieckie | 12,53% |
| podkarpackie | 5,98% |
| wielkopolskie | 5,58% |
| łódzkie | 5,01% |
| dolnośląskie | 4,94% |
| świętokrzyskie | 4,38% |
| pomorskie | 3,90% |
| lubelskie | 3,70% |
| zachodniopomorskie | 2,74% |
| kujawsko-pomorskie | 2,40% |
| opolskie | 2,35% |
| warmińsko-mazurskie | 1,93% |
| podlaskie | 1,83% |
| lubuskie | 1,49% |
| brak informacji | 2,66% |
| razem | 100,00% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Rodzaj bazy noclegowej wykorzystanej w czasie pobytu (hotel, motel, pensjonat, camping, dom wycieczkowy, schronisko młodzieżowe, schronisko, pole biwakowe, obiekt nieskategoryzowany),

Generalnie odwiedzający Małopolskę deklarują nocleg w hotelu (ponad 25%), na drugim miejscu (8,45%) znajduje się nocleg w pensjonacie osiągając zbliżony wynik do noclegów u znajomych lub rodziny (ponad 6%).

Tabela nr. 15.

| % | Polska |
|---|--------|
| w hotelu | 25,23 |
| w pensjonacie | 8,45 |
| w innym obiekcie | 7,05 |
| u znajomych lub rodziny | 6,27 |
| w schronisku | 5,72 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 4,09 |
| w ośrodku wczasowym | 4,00 |
| w kwaterze prywatnej | 3,94 |
| w domu wycieczkowym | 3,44 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 1,90 |
| w motelu | 1,05 |
| we własnym mieszkaniu | 0,55 |
| odwiedzający jednodniowi i nocujący poza odwiedzaną miejscowością | 28,31 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Środek transportu,

Do Małopolski turyści krajowi generalnie (ponad 55%) przyjeżdżają samochodem osobowym natomiast pozostałe (oprócz samolotu) środki transportu wykazują prawie identyczny udział w przewozach turystów z Polski (12,5%-14,5%)

Tabela nr. 16.

| % | Polska |
|----------------------------|--------|
| samochodem | 55,60 |
| autokarem | 14,40 |
| pociągiem | 13,08 |
| autobusem linii regularnej | 12,43 |
| innym | 3,39 |
| samolotem | 0,73 |
| brak informacji | 0,37 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Ogólna kwota jaką przeznaczają turyści na pobyt w regionie,

Prawie 68% turystów krajowych deklaruje wydatki w trakcie pobytu w Małopolsce (bez kosztów transportu) do pięciuset złotych. Drugą znaczącą grupę (ponad 14%) stanowią osoby deklarujące wydatki na osobę w przedziale pomiędzy pięćset a tysiąc złotych.

Tabela nr. 17.

| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł | Polska |
|--|--------------|
| PLN | % |
| < 6 | 11,24 |
| 6 - 504 | 67,93 |
| 505 - 1003 | 14,24 |
| 1004 - 1502 | 4,42 |
| 1503 - 2001 | 1,79 |
| 2002 - 2500 | 0,24 |
| > 2501 | 0,14 |
| SUMA | 100% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Organizacja pobytu (pobyt zorganizowany, indywidualny)

W organizacji wyjazdu i pobytu w Małopolsce bezwzględny prym wiedzie samodzielność polskich turystów (ponad 70%), na drugim miejscu plasują się wyjazdy organizowane przez zakłady pracy (ponad 11%), natomiast przyjazdy organizowane przez parafie wyprzedzają innych organizatorów turystyki takich jak biura podróży czy szkoły.

Tabela nr. 18.

| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? % | Polska |
|---|--------|
| we własnym zakresie | 70,73 |
| szkoła | 3,48 |
| biuro podróży | 4,61 |
| parafia (kościół) | 5,65 |
| zakład pracy | 11,16 |
| inna instytucja | 4,37 |
| SUMA | 100 % |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty krajowego i jego preferencji,

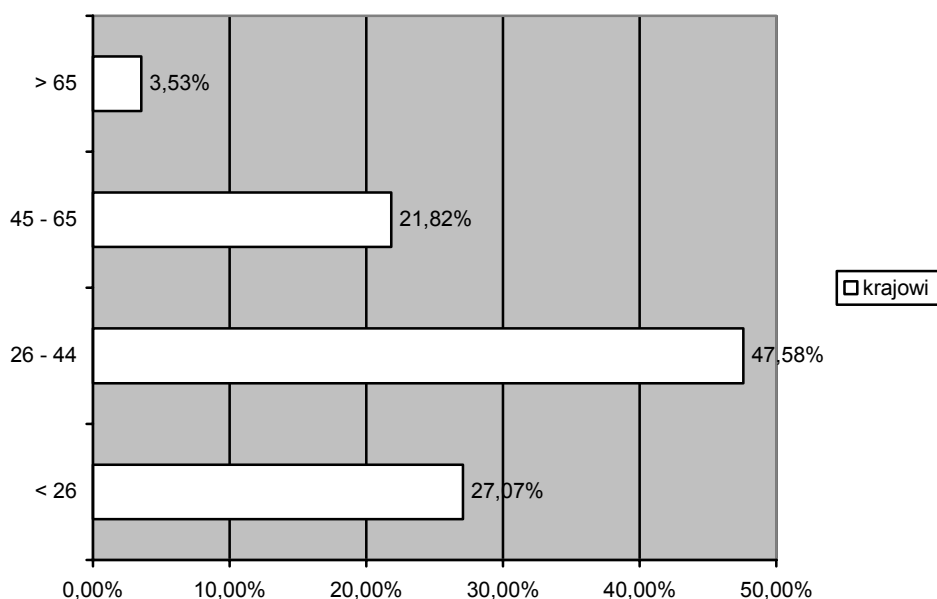
w tym:

- Wiek turysty,

Prawie 50% turystów przyjeżdżających do Małopolski to osoby w wieku 26-44 lat. Osoby do 26 roku życia uzyskują wynik nie przekraczający 28% a osoby powyżej 44 roku życia uzyskują prawie 22% udziałów. Seniorzy powyżej 65 roku życia reprezentowani są w niespełną 4%.

Struktura przyjazdów do Małopolski według wieku w 2005 roku.

Rysunek 5.

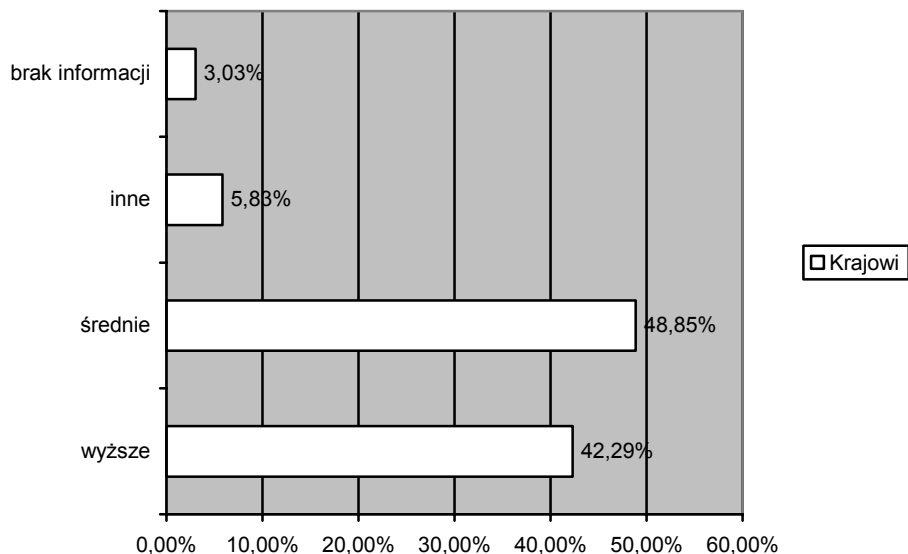


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

- Wykształcenie turysty,

Pod względem wykształcenia przyjezdnych z Polski do województwa małopolskiego w celach turystycznych zauważa się wyraźną równowagę pomiędzy osobami z wyższym a osobami z średnim wykształceniem. Proporcja ta winna budzić u gospodarzy regionu pozytywne konotacje biorąc pod uwagę, fakt występowania w turystyce możliwości zachowań społecznie niepożądanych (dysfunkcje).

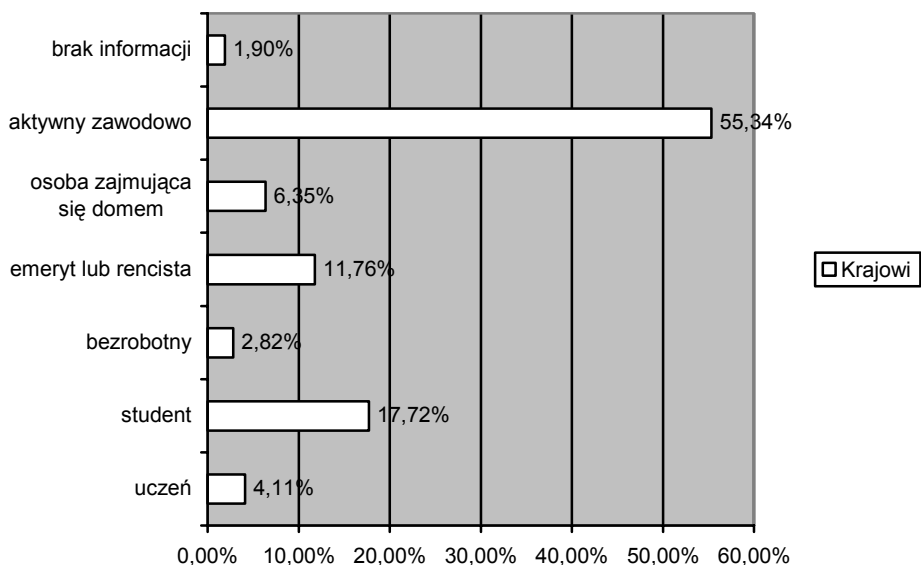
Struktura przyjazdów do Małopolski według wykształcenia w 2005 roku.
Rysunek 6.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT .

- Wykonywany zawód,

Struktura przyjazdów do Małopolski według statusu zawodowego w 2005 roku.
Rysunek 7.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Ponad 50% turystów przyjeżdżających do Małopolski z kraju to osoby aktywne zawodowo. Drugą pod względem liczebności grupą są studenci (prawie 18%) udziału w rynku przyjazdów. Również emeryci i renciści stanowią znaczącą grupę turystów (prawie 12%).

Zawody występujące wśród turystów krajowych odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2004 i 2005 roku.

Tabela nr. 19.

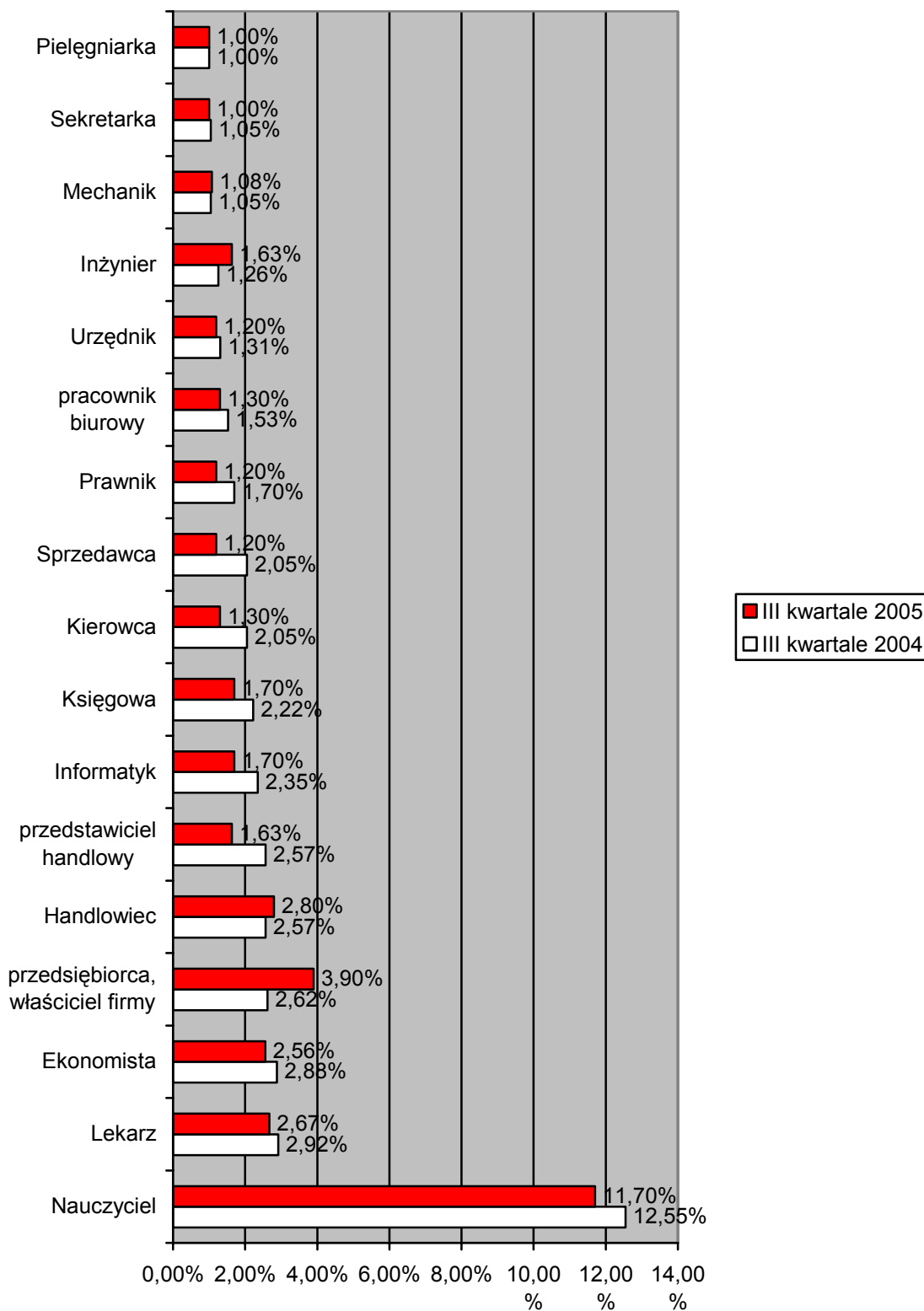
| Zawody występujące wśród turystów krajowych | III kwartale 2004 | III kwartale 2005 |
|---|-------------------|-------------------|
| Nauczyciel | 12,55% | 11,7% |
| Lekarz | 2,92% | 2,67% |
| Ekonomista | 2,88% | 2,56% |
| przedsiębiorca, właściciel firmy | 2,62% | 3,90% |
| Handlowiec | 2,57% | 2,80% |
| przedstawiciel handlowy | 2,57% | 1,63% |
| Informatyk | 2,35% | 1,70% |
| Księgowca | 2,22% | 1,70% |
| Kierowca | 2,05% | 1,30% |
| Sprzedawca | 2,05% | 1,20% |
| Prawnik | 1,70% | 1,20% |
| pracownik biurowy | 1,53% | 1,30% |
| Urzędnik | 1,31% | 1,20% |
| Inżynier | 1,26% | 1,63% |
| Mechanik | 1,05% | 1,08% |
| Sekretarka | 1,05% | 1,0% |
| Pielęgniarka | 1,00% | 1,0% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Wśród zawodów deklarowanych przez odwiedzających Małopolskę Polaków prym wiodą nauczyciele.

Zawody występujące wśród turystów krajowych odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2004 roku.

Rysunek 8.

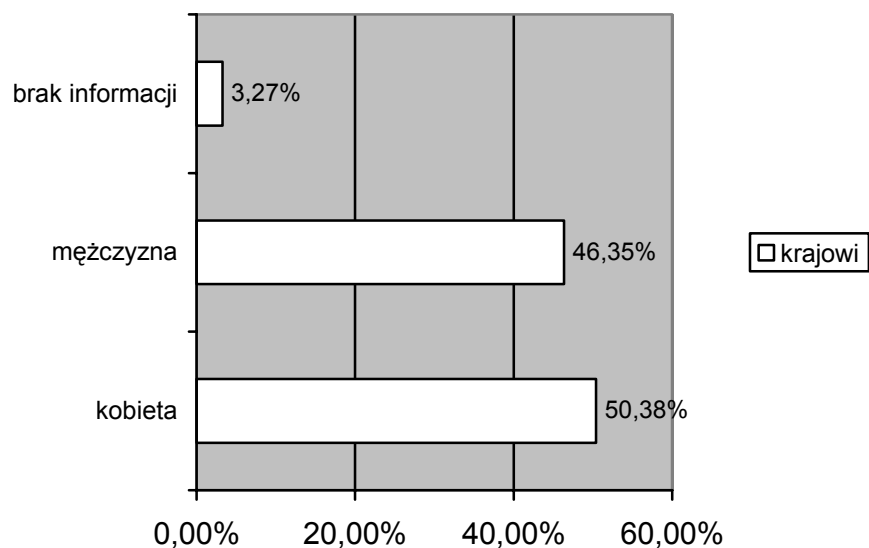


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Płeć,

Udział płci w przyjazdach jest podobny do ogólnopolskich statystyk demograficznych.

Struktura przyjazdów do Małopolski według płci w 2005 roku.
Rysunek 9.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

- Destynacje turysty (główne miejsca odwiedzin, wykaz miejscowości, wykaz atrakcji),
- **patrz oddzielnie w rankingu miejscowości i atrakcji/produktów turystycznych. Str. 93 - 104**

- Ocena pobytu w Małopolsce

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski w 2005 roku przez turystów krajowych

Tabela nr. 20.

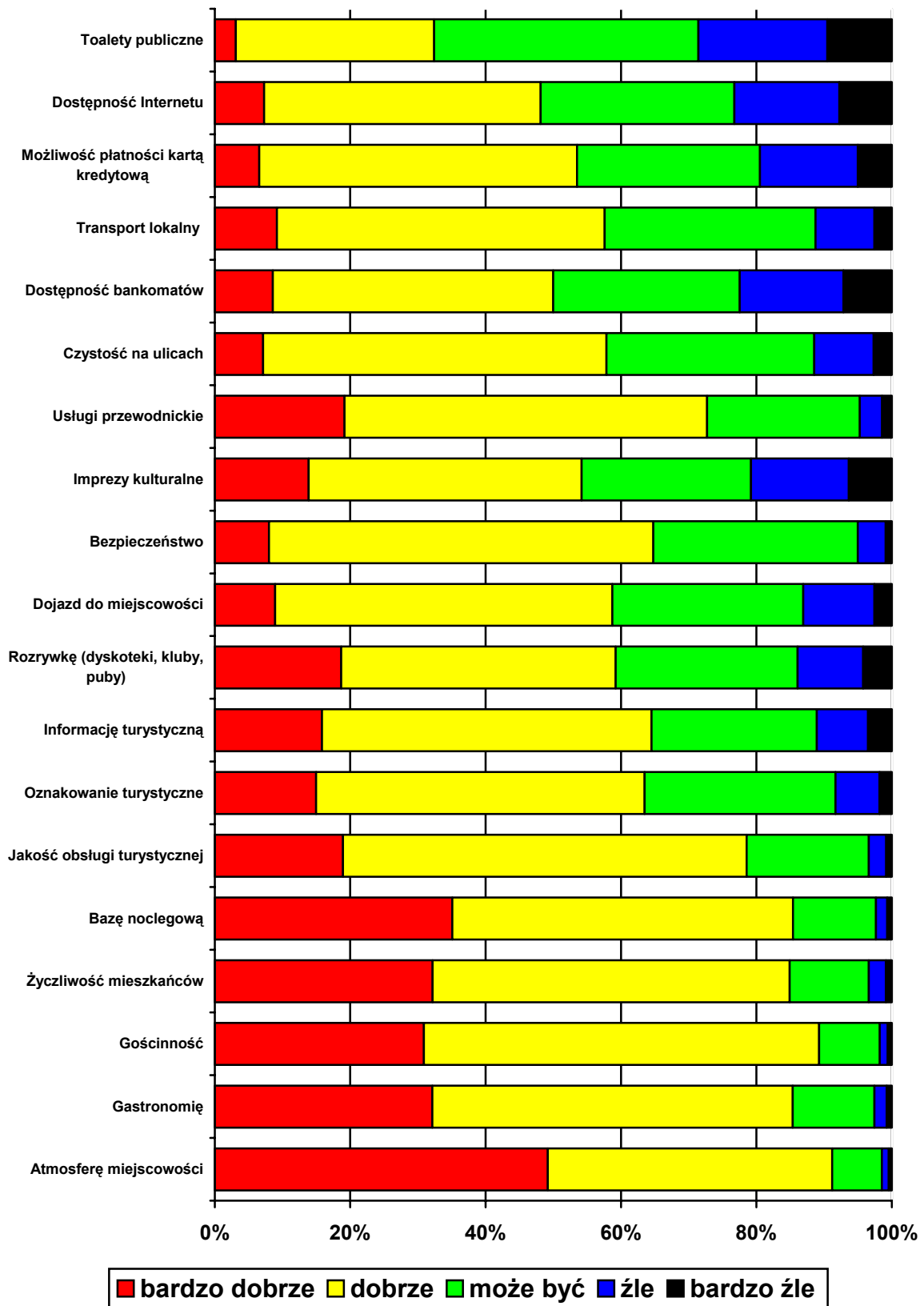
| % | bardzo dobrze | dobrze | może być | źle | bardzo źle | brak informacji |
|-------------------------------------|---------------|--------|----------|-------|------------|-----------------|
| Atmosferę miejscowości | 43,85 | 37,47 | 6,54 | 0,91 | 0,41 | 10,82 |
| Gastronomię | 28,31 | 46,85 | 10,62 | 1,62 | 0,65 | 11,94 |
| Gościnność | 28,23 | 53,37 | 8,19 | 1,07 | 0,55 | 8,59 |
| Życzliwość mieszkańców | 27,56 | 45,21 | 10,03 | 2,17 | 0,73 | 14,29 |
| Bazę noclegową | 24,66 | 35,36 | 8,61 | 1,16 | 0,49 | 29,71 |
| Jakość obsługi turystycznej | 14,87 | 46,79 | 14,16 | 2,03 | 0,65 | 21,50 |
| Oznakowanie turystyczne | 11,81 | 38,22 | 22,25 | 5,13 | 1,42 | 21,16 |
| Informację turystyczną | 11,06 | 34,00 | 17,06 | 5,29 | 2,45 | 30,15 |
| Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby) | 10,38 | 22,55 | 14,95 | 5,39 | 2,35 | 44,38 |
| Dojazd do miejscowości | 7,98 | 44,48 | 25,21 | 9,36 | 2,31 | 10,66 |
| Bezpieczeństwo | 6,75 | 47,68 | 25,37 | 3,49 | 0,75 | 15,95 |
| Imprezy kulturalne | 6,71 | 19,49 | 12,12 | 6,97 | 3,08 | 51,63 |
| Usługi przewodnickie | 6,50 | 18,16 | 7,66 | 1,11 | 0,49 | 66,08 |
| Czystość na ulicach | 6,34 | 44,90 | 27,21 | 7,78 | 2,37 | 11,41 |
| Dostępność bankomatów | 5,27 | 25,43 | 16,94 | 9,42 | 4,38 | 38,56 |
| Transport lokalny | 4,34 | 22,82 | 14,71 | 4,09 | 1,22 | 52,81 |
| Możliwość płatności kartą kredytową | 3,26 | 23,22 | 13,39 | 7,15 | 2,49 | 50,50 |
| Dostępność Internetu | 3,08 | 17,20 | 12,06 | 6,54 | 3,26 | 57,87 |
| Toalety publiczne | 1,95 | 18,54 | 24,66 | 12,06 | 6,02 | 36,76 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT 2005

Wyraźnie turyści krajowi bardzo pozytywnie punktuja atmosferę odwiedzanych w Małopolsce miejscowości jak również ich gastronomię, gościnność i życzliwość mieszkańców. Również baza noclegowa i jakość obsługi turystycznej osiągnęły w oczach turystów krajowych ponad 60% oceny pozytywnej, Oznakowanie turystyczne i informacja turystyczna ocenione zostały przez turystów dobrze jednak 20% wskaźnik oceny „może być” będącej oceną graniczną pomiędzy „pozytywem” a „negatem” winien skłaniać osoby odpowiedzialne za ten stan rzeczy do wzmożonej aktywności w kolejnym sezonie. Obraz ten zyskuje jeszcze bardziej na ostrości, po wyłączeniu z analizy, osób nie posiadających własnego zdania na ten temat co obrazuje rysunek zamieszczony na kolejnej stronie.

Rysunek 10.

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski w 2005 roku przez turystów krajowych w 2005 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Formy pobytu turystów zagranicznych – charakterystyka przyjazdów, w tym:

- Długość pobytu,

- od trzech lat utrzymuje się tendencja dłuższych 2 i więcej dniowych pobytów osiągając udział ponad 80%.

Widać wyraźnie proces wydłużania się czasu pobytu.

Struktura czasowa pobytu osób odwiedzających Małopolskę latach w 2003,2004,2005.

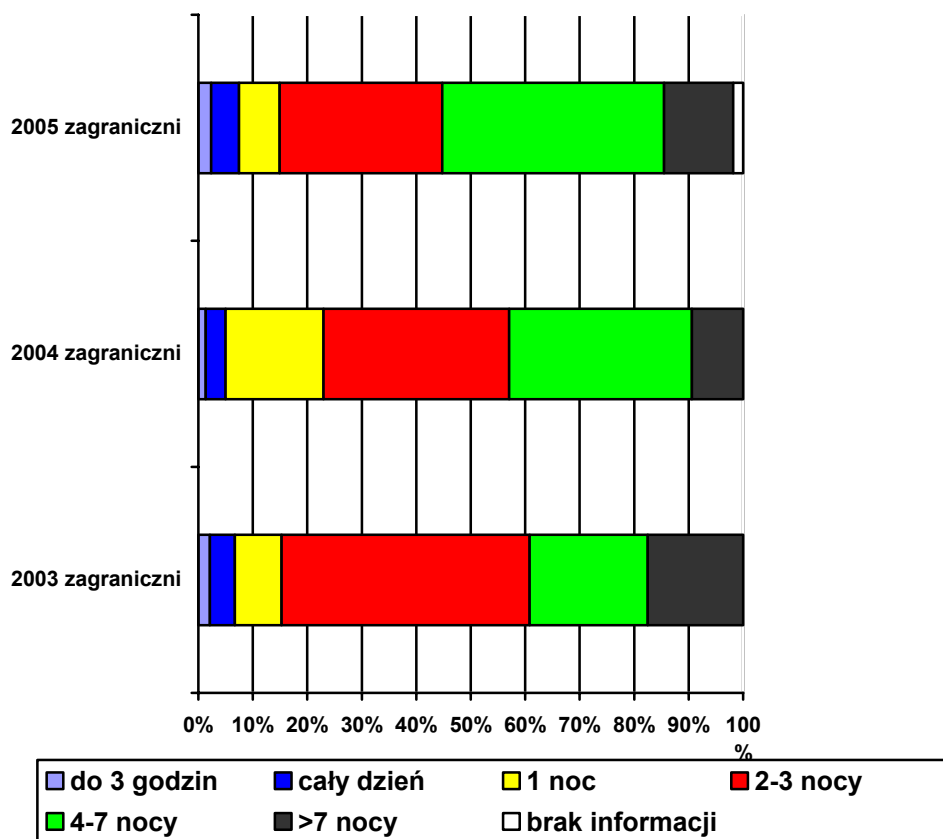
Tabela nr. 21.

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| długość pobytu | zagraniczni | zagraniczni | zagraniczni |
| do 3 godzin | 2,1% | 1,33% | 2,35 |
| cały dzień | 4,6% | 3,65% | 5,12 |
| 1 noc | 8,6% | 18,01% | 7,46 |
| 2-3 nocy | 45,5% | 34,05% | 29,85 |
| 4-7 nocy | 21,7% | 33,59% | 40,73 |
| >7 nocy | 17,5% | 9,38% | 12,66 |
| brak informacji | | | 1,83 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Długość pobytu odwiedzających Małopolskę w 2003, 2004 i 2005 roku

Rysunek 11.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

- Główny cel pobytu,

Głównym celem pobytu obcokrajowców w Małopolsce jak wyraźnie widać z tabeli jest zwiedzanie zabytków na poziomie prawie 36% udziałów w strukturze celów, i podobnie jak u Polaków wypoczynek osiągający wynik prawie 27% udziałów. Kolejny cel z prawie 8 % udziałem to odwiedziny krewnych lub znajomych. Na czwartej, piątej, szóstej i siódmej pozycji są interesujące cele przyjazdów, na które powinno zwrócić się uwagę przy kolejnym przygotowaniu regionu do sezonu turystycznego.

Struktura celów przyjazdu obcokrajowców do Małopolski w 2005 roku

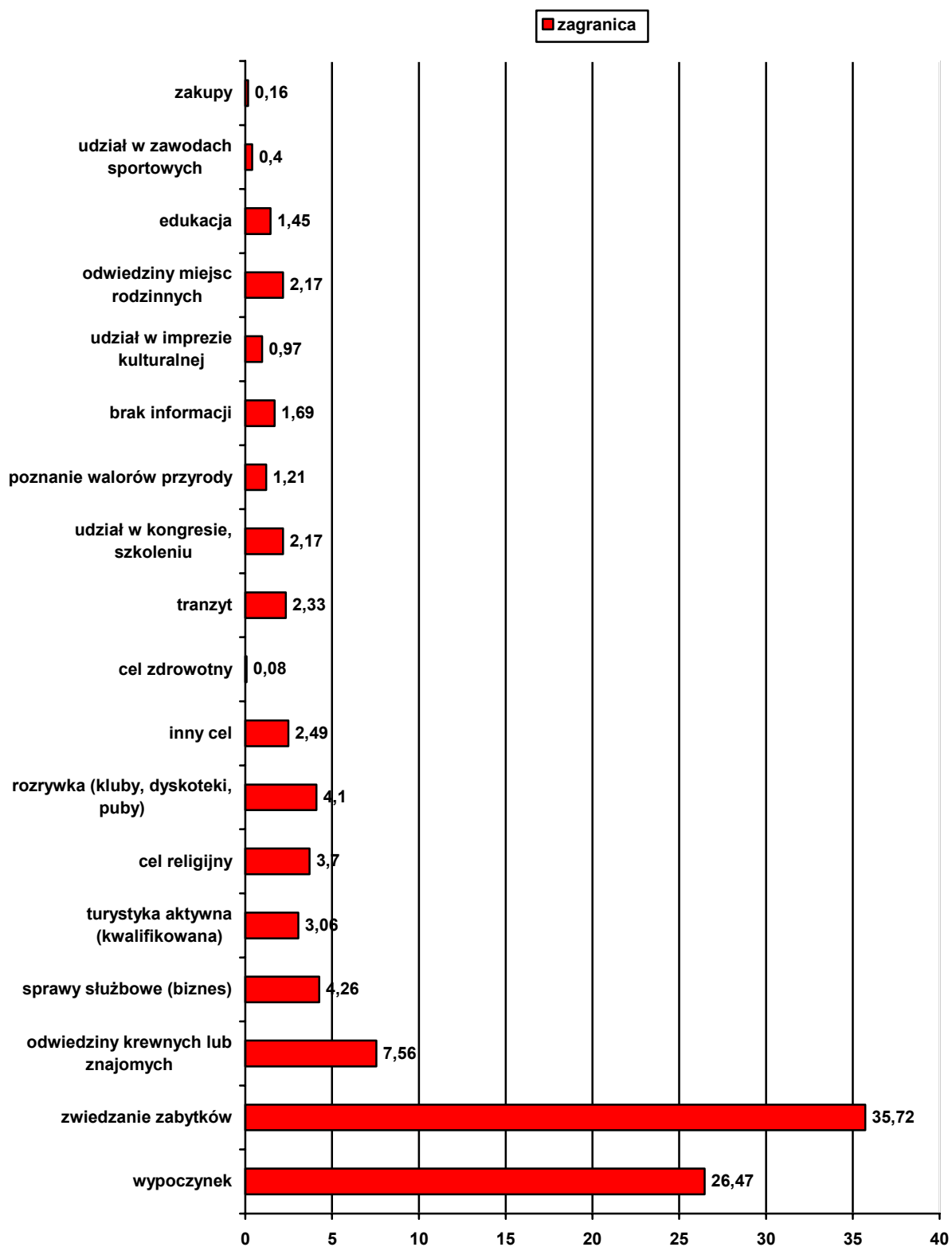
Tabela nr. 22.

| Główny cel przyjazdu do Małopolski w 2005 roku w % | zagranica |
|--|-----------|
| zwiedzanie zabytków | 35,72 |
| wypoczynek | 26,47 |
| odwiedziny krewnych lub znajomych | 7,56 |
| sprawy służbowe (biznes) | 4,26 |
| rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 4,10 |
| cel religijny | 3,70 |
| turystyka aktywna (kwalifikowana) | 3,06 |
| inny cel | 2,49 |
| tranzyt | 2,33 |
| udział w kongresie, szkoleniu | 2,17 |
| odwiedziny miejsc rodzinnych | 2,17 |
| brak informacji | 1,69 |
| edukacja | 1,45 |
| poznanie walorów przyrody | 1,21 |
| udział w imprezie kulturalnej | 0,97 |
| udział w zawodach sportowych | 0,40 |
| zakupy | 0,16 |
| cel zdrowotny | 0,08 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura celów przyjazdu obcokrajowców do Małopolski w III kwartale 2005 roku

Rysunek 12.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Charakter pobytu (sposób spędzania czasu w województwie małopolskim),

Sposób spędzania czasu deklarowany przez turystów zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski w 2005 roku (%) to w prawie 73% pobyt w restauracjach i kawiarniach związany z korzystaniem z oferty gastronomicznej regionu i wypoczynkiem czynnym związanym ze spacerami (70%), aktywnością ruchową (18%), krajoznawstwem (53%), zwiedzaniem muzeów (46%). Imponujący a zarazem zastanawiający jest w sposobie spędzania czasu wolnego przez turystów zagranicznych ponad 46% udział zwiedzania muzeów i tylko prawie 6% uczestnictwo w wydarzeniach. Turyści zagraniczni deklarują podobnie jak Polacy w 15% wypoczynek całkowicie bierny. Należy zwrócić uwagę na zabawową formę aktywności turystów zagranicznych osiągającą ponad 30% udziałów. Podobnie jak w tabeli opisującej zachowania Polaków w czasie wolnym sugerują by w kolejnych badaniach wyjaśnić co kryje w sobie prawie 32% udział „W inny sposób” tworząc kafeterię otwartą.

Tabela nr. 23.

| (%) - 2005 | Turyści zagraniczni |
|--|---------------------|
| Idę do restauracji, kawiarni | 72,57% |
| Chodzę na spacer | 69,51% |
| Poznaję okoliczne miejscowości | 53,30% |
| Idę do muzeum | 46,13% |
| W inny sposób | 31,20% |
| Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach | 30,21% |
| Uprawiam turystykę aktywną | 18,27% |
| Wypoczywam biernie | 14,85% |
| Spotykam się ze znajomymi | 10,87% |
| Uczestniczę w wydarzeniach | 5,47% |
| Realizuję swoje zainteresowania | 4,62% |
| Idę do kina | 1,71% |
| Idę do filharmonii, opery | 1,49% |
| Idę do teatru | 1,42% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

- Towarzystwo w podróży,

Generalnie obcokrajowcy podobnie jak Polacy podróżują do Małopolski rodzinnie ponad 32% punktów procentowych, znaczącą (bo prawie 31%) grupę osób stanowią turyści podróżujący w zorganizowanych grupach turystycznych. Natomiast forma podróży w gronie przyjaciół jest na poziomie 22% udziałów na co sugeruję zwrócić uwagę w planowaniu promocji regionu, osoby podróżujące samotnie reprezentowane są w prawie 10% co stanowi kolejne wyzwanie dla specjalistów od komunikacji społecznej i marketingu.

Łączenie wyjazdów typowo rodzinnych z obecnością przyjaciół wyraźnie pozostaje w tle (podobnie jak wśród turystów krajowych) i jest to zauważalne również w pomiarach z lat ubiegłych.

Tabela nr. 24.

| Kto przyjechał z Panią/Panem do tej miejscowości? | Zagranica % |
|---|-------------|
| rodzina | 32,34 |
| grupa zorganizowana | 30,92 |
| przyjaciele | 21,89 |
| nikt | 9,17 |
| rodzina i przyjaciele | 4,90 |
| brak informacji | 0,78 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski

Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski według państw w III kwartale 2005 roku wykazuje, że największy udział (bo prawie 16%) w ruchu turystycznym w województwie mają mieszkańcy Niemiec, drugą grupą przyjeżdżających do województwa są obywatele Wielkiej Brytanii (prawie 12%). Udział odwiedzin z Włoch i Francji rzędu 10% wykazuje bardzo wyraźną wzrost. Ukazuje to tendencję do poszukiwania przez turystów z Unii Europejskiej nowych miejsc wypoczynku w regionie uznawanym przez mieszkańców Europy za atrakcyjny cel podróży. Również bardzo ważnym miejscem generującym przyjazdowy ruch do Małopolski są Stany Zjednoczone. Istotnym dla województwa jest tradycyjny rynek turysty amerykańskiego z polskim rodowodem na poziomie prawie 8% całości udziałów.

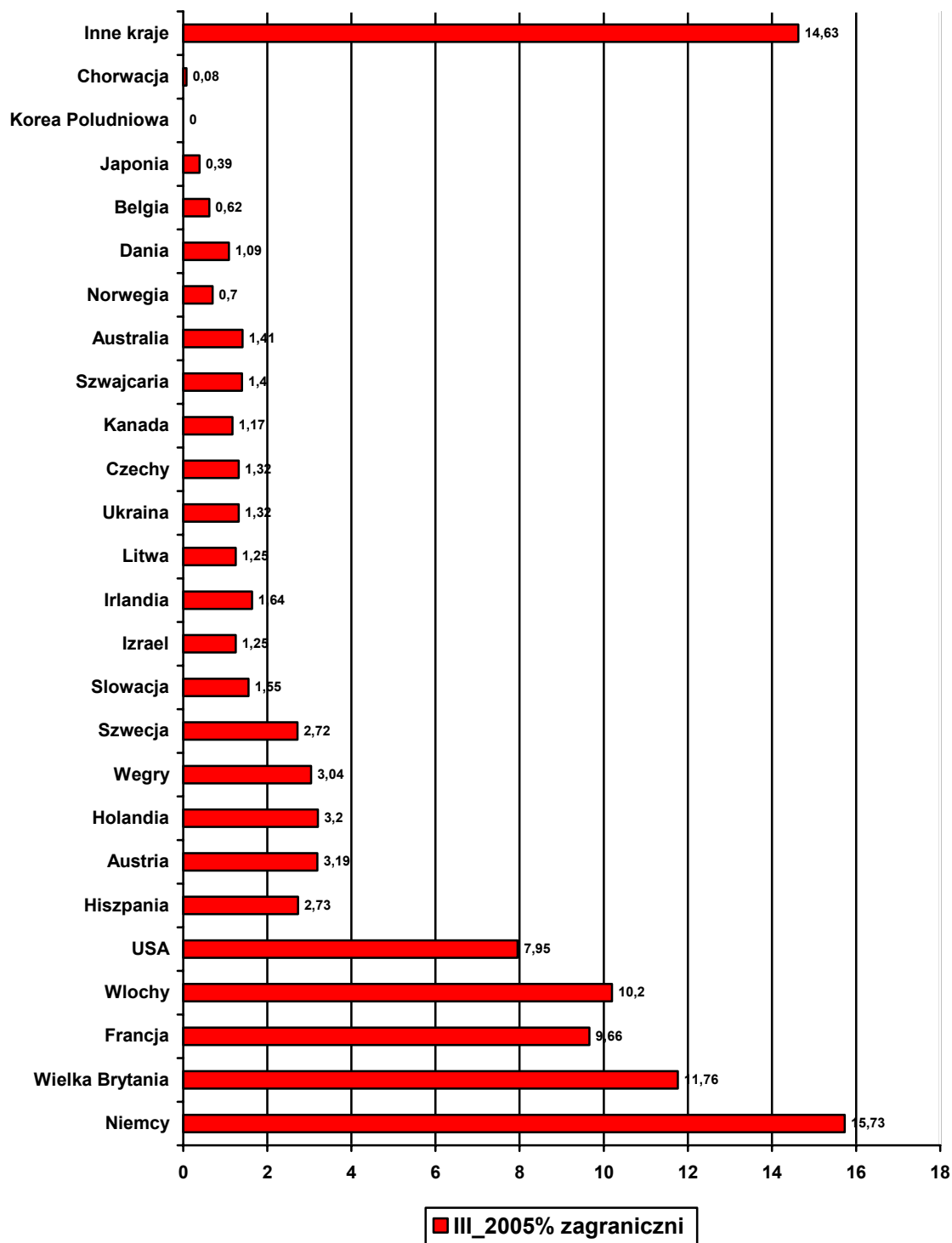
Tabela nr. 25.

| PAŃSTWO | III_2005% |
|------------------|-----------|
| Niemcy | 15,73 |
| Inne kraje | 14,63 |
| Wielka Brytania | 11,76 |
| Włochy | 10,20 |
| Francja | 9,66 |
| USA | 7,95 |
| Holandia | 3,20 |
| Austria | 3,19 |
| Węgry | 3,04 |
| Hiszpania | 2,73 |
| Szwecja | 2,72 |
| Irlandia | 1,64 |
| Słowacja | 1,55 |
| Australia | 1,41 |
| Szwajcaria | 1,40 |
| Ukraina | 1,32 |
| Czechy | 1,32 |
| Izrael | 1,25 |
| Litwa | 1,25 |
| Kanada | 1,17 |
| Dania | 1,09 |
| Norwegia | 0,70 |
| Belgia | 0,62 |
| Japonia | 0,39 |
| Chorwacja | 0,08 |
| Korea Południowa | 0,0 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura przyjazdów cudzoziemców do Małopolski według państw w III kwartale 2005 roku

Rysunek 13.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Rodzaj bazy noclegowej wykorzystanej w czasie pobytu (hotel, motel, pensjonat, camping, dom wycieczkowy, schronisko młodzieżowe, schronisko, pole biwakowe, obiekt nieskategoryzowany),

Generalnie (bo aż) 65% nocujących w Małopolsce obcokrajowców deklaruje pobyt w hotelu, na drugim (identyfikowalnym) miejscu (5,41%) znajduje się nocleg u znajomych lub rodziny osiągający zbliżony wynik porównywalny wynikiem uzyskanym w tej samej kategorii obiektów noclegowych przez turystów z Polski.

Tabela nr. 26.

| % | zagranica |
|---|-------------|
| w hotelu | 64,79 |
| jednodniowi odwiedzający i nocujący poza odwiedzaną miejscowością | 7,82 |
| w innym obiekcie | 6,47 |
| u znajomych lub rodziny | 5,41 |
| w pensjonacie | 3,91 |
| w domu wycieczkowym | 3,20 |
| w schronisku | 2,92 |
| nie wiadomo w jakim obiekcie | 1,36 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 1,28 |
| w kwaterze prywatnej | 0,78 |
| w motelu | 0,64 |
| w ośrodku wczasowym | 0,64 |
| we własnym mieszkaniu | 0,57 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,21 |
| SUMA | 100% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Środek transportu,

Do Małopolski turyści zagraniczni generalnie (prawie 38%) przyjeżdżają samolotem natomiast autokary turystyczne i samochody osobowe wykazują prawie identyczny udział - rzędu 23%. Pociągami podróżuje do Małopolski jedynie 11% turystów zagranicznych. Autobusy linii regularnych wyraźnie tracą udziały w rynku przewozów turystycznych.

Tabela nr. 27.

| % | zagranica |
|----------------------------|--------------|
| samolotem | 37,60 |
| autokarem | 23,38 |
| samochodem | 22,10 |
| pociągiem | 11,37 |
| autobusem linii regularnej | 3,55 |
| innym | 1,63 |
| brak informacji | 0,36 |
| SUMA | 100 % |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Ogólna kwota jaką przeznaczają turyści na pobyt w regionie,

Połowa (52%) turystów zagranicznych deklaruje wydatki w trakcie pobytu w odwiedzanej w Małopolsce miejscowości (bez kosztów transportu) do pięciuset złotych. Drugą znaczącą grupę (prawie 22%) stanowią osoby deklarujące wydatki na osobę w przedziale pomiędzy pięćset a tysiąc złotych. Prawie 11% brak wydatków sugeruje szybkie pobyty bez transferu pieniędzy, oparte prawdopodobnie na transferze dóbr. Zwrócić szczególną uwagę należy na osoby z grupy czwartej (1000 – 1500) i piątej (1500 – 2000).

Tabela nr. 28.

| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł | zagranica |
|--|-----------|
| PLN | % |
| < 6 | 10,59 |
| 6 - 504 | 52,17 |
| 505 - 1003 | 21,68 |
| 1004 - 1502 | 6,68 |
| 1503 - 2001 | 5,97 |
| 2002 - 2500 | 0,85 |
| > 2501 | 2,06 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Organizacja pobytu (pobyt zorganizowany, indywidualny)

W organizacji wyjazdu i pobytu w Małopolsce bezwzględny prym wiedzie wśród turystów zagranicznych podobnie jak u turystów polskich samodzielność (prawie 60%), na drugim miejscu plasują się wyjazdy organizowane przez biura podróży (prawie 28%), natomiast przyjazdy organizowane przez zakłady pracy, szkoły, parafie obejmują pozostałe 10% rynku.

Tabela nr. 29.

| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? % | zagranica |
|---|-----------|
| we własnym zakresie | 59,36 |
| biuro podróży | 27,65 |
| zakład pracy | 5,81 |
| szkoła | 2,97 |
| inna instytucja | 2,54 |
| parafia (kościół) | 1,67 |
| SUMA | 100% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

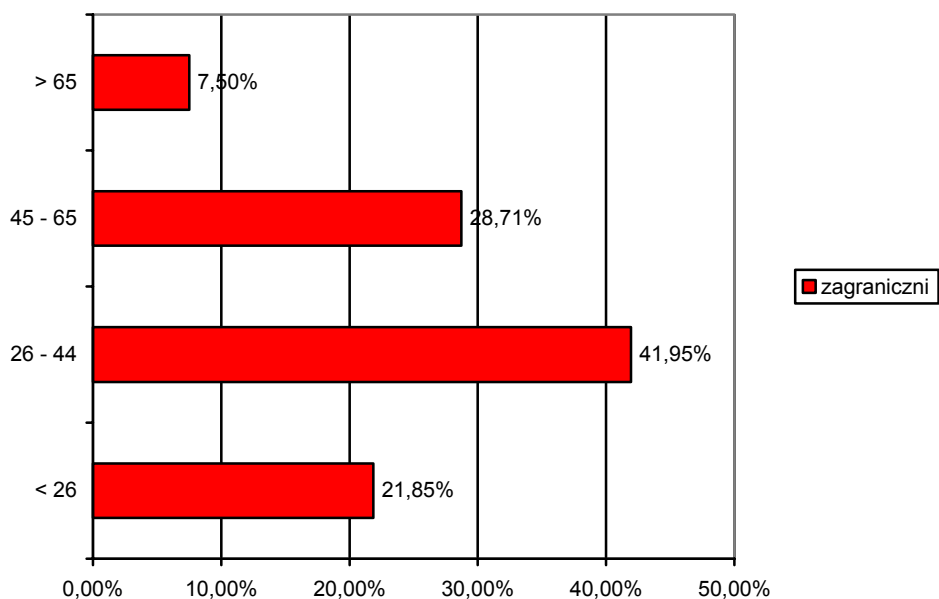
Charakterystyka turysty zagranicznego i jego preferencji:

- Wiek turysty,

Ponad 40% turystów zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski to osoby w wieku 26-44 lat. Osoby do 26 roku życia uzyskują wynik nie przekraczający 22% a osoby powyżej 44 roku życia uzyskują prawie 29% udziałów. Seniorzy powyżej 65 roku życia reprezentowani są w ponad 7%. W porównaniu z turystami krajowymi rosną w rynku przyjazdów do Małopolski udziały grup wiekowych powyżej 45 roku życia.

Struktura przyjazdów do Małopolski według wieku w 2005 roku.

Rysunek 14.



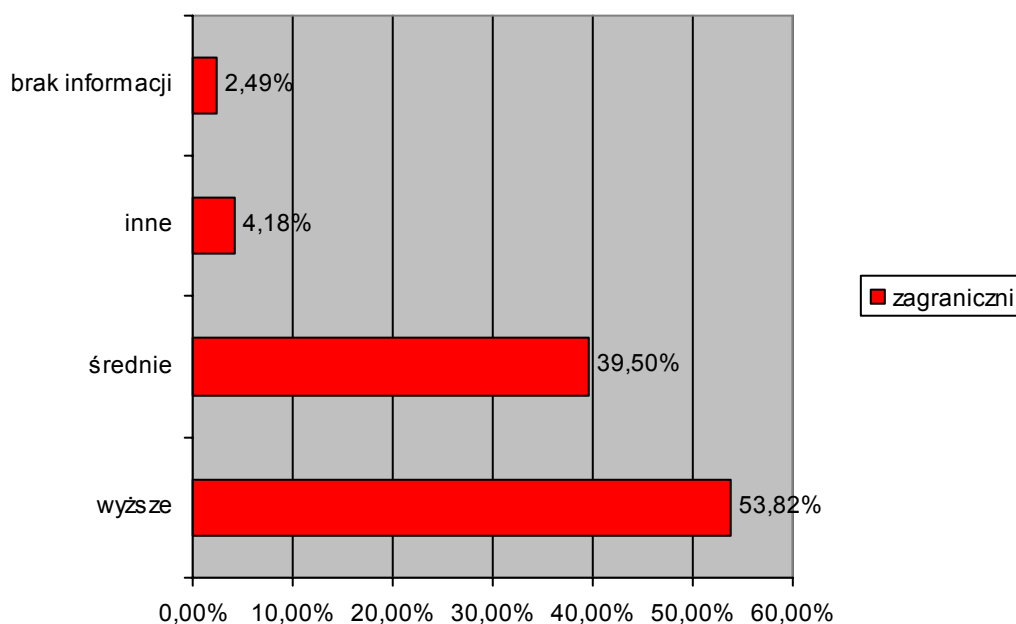
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

- Wykształcenie turysty,

Pod względem wykształcenia przyjeżdżających z zagranicy do województwa małopolskiego turystów zauważa się wyraźną przewagę osób z wykształceniem wyższym (prawie 54%) nad osobami z wykształceniem średnim (prawie 40%). Proporcja ta powinna satysfakcjonować gospodarzy regionu.

Struktura przyjazdów do Małopolski według wykształcenia w 2005 roku.

Rysunek 15.



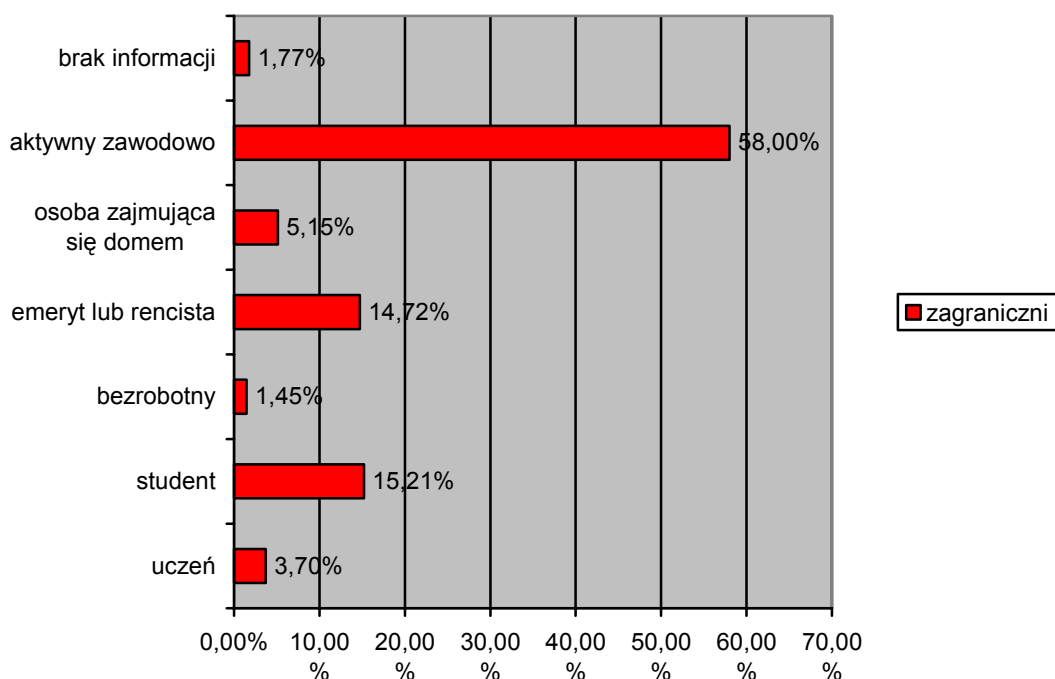
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT .

- Wykonywany zawód,

Prawie 60% turystów przyjeżdżających do Małopolski z zagranicy to osoby aktywne zawodowo. Pod względem liczebności identyczne udziały posiadają studenci (ponad 15%) udziału w rynku przyjazdów i emeryci i renciści (prawie 15%). Zauważalny jest 5% udział osób zajmujących się domem (podobnie jak wśród turystów z Polski) Pośród konkretnych zawodów prym wiodą nauczyciele i kolejno: przedsiębiorcy, lekarze, kadra inżynierska, handlowcy.

Struktura przyjazdów do Małopolski według statusu zawodowego w 2005 roku.

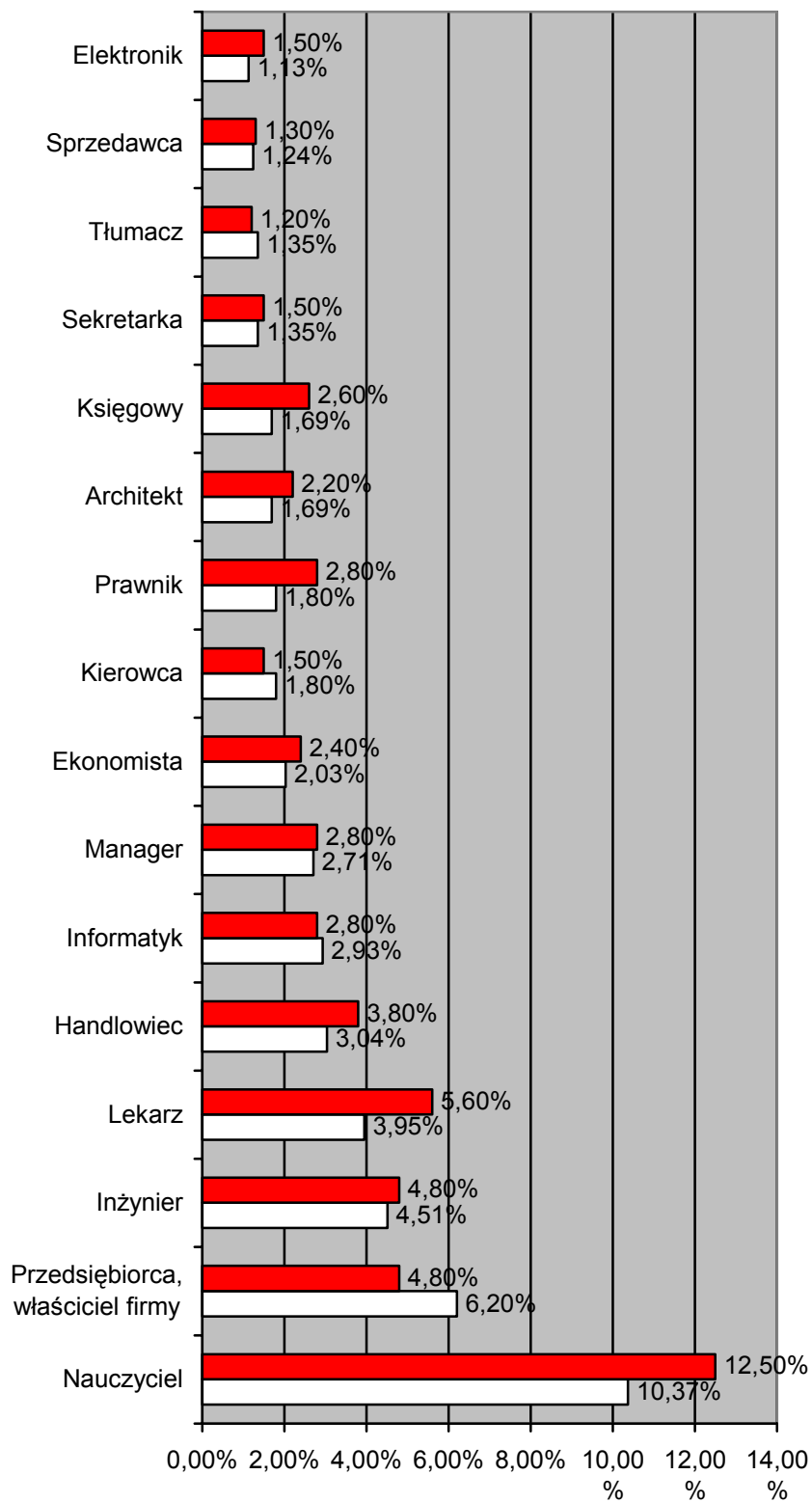
Rysunek 16.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Zawody występujące wśród obcokrajowców odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2004 i 2005 roku.

Rysunek 17.

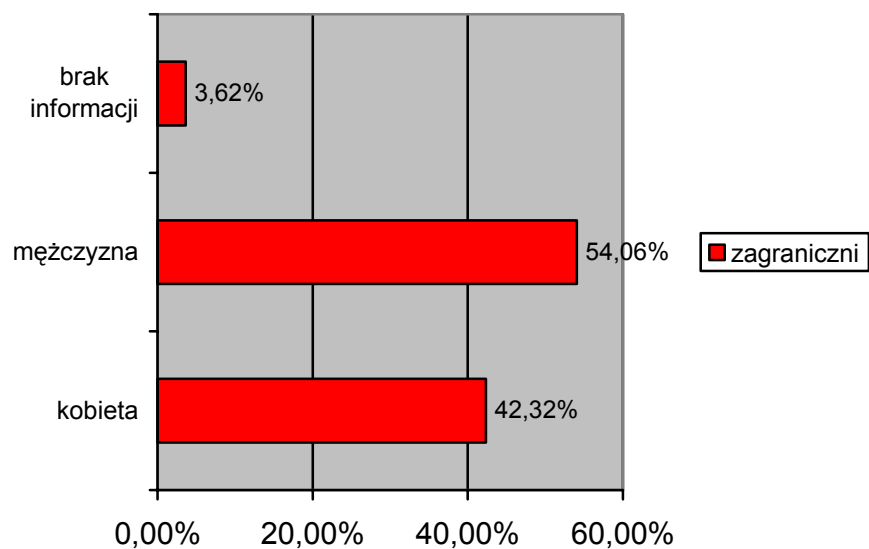


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- Płeć,

Udział płci w przyjazdach turystycznych z zagranicy do Małopolski wskazuje prawie 12% dominację mężczyzn.

Struktura przyjazdów do Małopolski według płci w 2005 roku.
Rysunek 18.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

- Destynacje turysty (główne miejsca odwiedzin – wykaz miejscowości, wykaz atrakcji),
- patrz oddzielnie w rankingu miejscowości i atrakcji/produktów turystycznych. **Str. 93 - 104**

Ocena pobytu w Małopolsce

Generalnie (bo prawie w 60%) turyści zagraniczni bardzo dobrze oceniają atmosferę odwiedzanych w Małopolsce miejscowości jak również ich gastronomię (ponad 42% oceny bardzo dobrej), gościnność i życzliwość mieszkańców (prawie 39% oceny bardzo dobrej). Również w oczach turystów zagranicznych tak baza noclegowa (ponad 82% łącznej oceny pozytywnej) i jakość obsługi turystycznej (ponad 65% łącznej oceny pozytywnej) uzyskały bardzo dobrą ocenę. Oznakowanie turystyczne i informacja turystyczna ocenione zostały przez turystów zagranicznych dobrze jednak przekroczenie 15% wskaźnika oceny „może być” będącej oceną graniczną pomiędzy „pozytywem” a „negatem” winien skłaniać osoby odpowiedzialne za ten stan rzeczy do wzmożonej aktywności. Obraz ten zyskuje jeszcze bardziej na ostrości, po wyłączeniu z analizy, osób nie posiadających własnego zdania na ten temat co obrazuje rysunek zamieszczony na kolejnej stronie

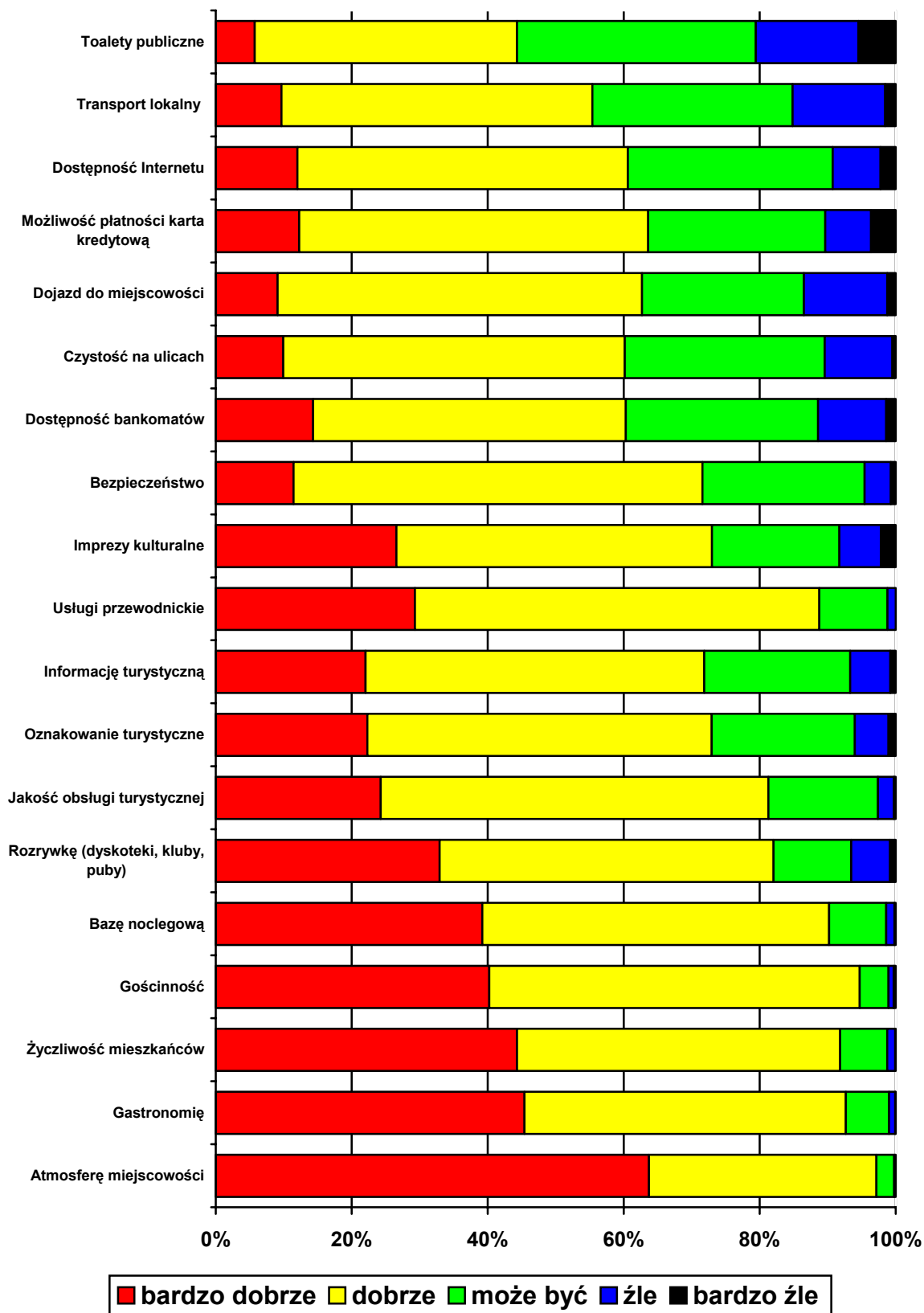
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski w 2005 roku przez turystów zagranicznych

Tabela nr. 30.

| % | bardzo dobrze | dobrze | może być | źle | bardzo źle | brak informacji |
|-------------------------------------|---------------|--------|----------|-------|------------|-----------------|
| Atmosferę miejscowości | 59,13 | 31,06 | 2,42 | 0,21 | 0,00 | 7,18 |
| Gastronomię | 42,22 | 43,92 | 5,90 | 0,85 | 0,07 | 7,04 |
| Życzliwość mieszkańców | 38,59 | 41,36 | 6,04 | 1,00 | 0,07 | 12,94 |
| Gościnność | 37,81 | 51,24 | 3,98 | 0,71 | 0,28 | 5,97 |
| Bazę noclegową | 31,56 | 41,01 | 6,75 | 1,00 | 0,14 | 19,55 |
| Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby) | 19,69 | 29,35 | 6,82 | 3,41 | 0,50 | 40,23 |
| Jakość obsługi turystycznej | 19,26 | 45,20 | 12,79 | 1,85 | 0,21 | 20,68 |
| Oznakowanie turystyczne | 17,63 | 40,01 | 16,63 | 3,91 | 0,85 | 20,97 |
| Informację turystyczną | 16,20 | 36,60 | 15,78 | 4,34 | 0,57 | 26,51 |
| Usługi przewodnickie | 15,57 | 31,63 | 5,33 | 0,64 | 0,00 | 46,84 |
| Imprezy kulturalne | 13,29 | 23,17 | 9,38 | 3,06 | 1,07 | 50,04 |
| Bezpieczeństwo | 10,16 | 53,30 | 21,18 | 3,41 | 0,64 | 11,30 |
| Dostępność bankomatów | 9,45 | 30,28 | 18,62 | 6,61 | 0,92 | 34,12 |
| Czystość na ulicach | 8,88 | 44,85 | 26,30 | 8,88 | 0,43 | 10,66 |
| Dojazd do miejscowości | 7,39 | 43,50 | 19,33 | 9,95 | 1,00 | 18,83 |
| Możliwość płatności karta kredytową | 6,75 | 28,14 | 14,29 | 3,70 | 1,99 | 45,13 |
| Dostępność Internetu | 6,18 | 24,95 | 15,49 | 3,62 | 1,14 | 48,61 |
| Transport lokalny | 5,76 | 27,22 | 17,56 | 8,10 | 0,92 | 40,44 |
| Toalety publiczne | 4,26 | 28,50 | 25,94 | 11,16 | 4,05 | 26,08 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 19.
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej Małopolski w 2005 roku przez turystów zagranicznych w 2005 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka rynków priorytetowych dla Małopolski i aglomeracji krakowskiej, w tym: ²

Tabela nr. 31.

Istotność statystyczna rynku uważanego za priorytetowy dla Małopolski.

| Poziom Istotności | Kraj |
|-------------------|-------------------|
| Istotny | Austria |
| | Czechy |
| | Słowacja |
| Istotny | Czechy i Słowacja |
| Istotny | Francja |
| | Hiszpania |
| Istotny | Niemcy |
| | Rosja |
| Istotny | Stany Zjednoczone |
| Istotny | Węgry |
| Istotny | Wielka Brytania |
| Istotny | Włochy |
| Istotny | Skandynawia |
| | Dania |
| | Finlandia |
| | Szwecja |
| | Norwegia |

-
- ² **uwaga:** jeśli, któryś z rynków nie osiągnie progu istotnego statystycznie, nadającego się do analizy nie będzie analizowany

- rynek niemiecki,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Niemcy |
|------------------------|--------|
| TAK | 94,75 |
| NIE | 4,92 |
| brak informacji | 0,33 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Niemcy |
|--|--------|
| w hotelu | 69,84 |
| w pensjonacie | 2,95 |
| w motelu | 0,33 |
| w domu wycieczkowym | 1,31 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,98 |
| w schronisku | 4,59 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,98 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 2,30 |
| w kwaterze prywatnej | 0,00 |
| w ośrodku wczasowym | 0,98 |
| w innym obiekcie | 7,87 |
| brak informacji | 7,87 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Niemcy |
|------------------------|--------|
| 0 – 50 ZŁ | 16,07 |
| 51 – 100 ZŁ | 5,25 |
| 101 - 200 ZŁ | 11,80 |
| 201 - 300 ZŁ | 13,44 |
| 301 - 400 ZŁ | 7,87 |
| 401 - 500 ZŁ | 11,48 |
| 501 - 1000 ZŁ | 23,93 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 4,92 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 3,28 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 1,64 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,33 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Niemcy |
|------------------------|--------|
| NIE | 52,46 |
| TAK | 38,36 |
| brak informacji | 9,18 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Niemcy |
|----------------------------|--------|
| we własnym zakresie | 52,79 |
| szkoła | 2,62 |
| biuro podróży | 34,43 |
| parafia (kościół) | 0,98 |
| zakład pracy | 6,23 |
| inna instytucja | 1,64 |
| brak informacji | 1,31 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Niemcy |
|--|--------|
| z targów turystycznych | 3,61 |
| z prasy | 12,46 |
| z radio | 10,82 |
| z telewizji | 23,93 |
| z katalogów biur podróży | 40,33 |
| z przewodników | 30,49 |
| z folderów/ulotek | 8,85 |
| od rodziny, znajomych | 35,41 |
| ze stron internetowych | 22,30 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,33 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 1,64 |
| ze szkoły | 15,41 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 0,98 |
| inne źródło informacji | 8,85 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Niemcy |
|-------------------------------|--------|
| po raz pierwszy | 60,33 |
| po raz drugi | 26,23 |
| byłem/am tu kilka razy | 10,82 |
| przyjeżdżam tu często | 1,64 |
| brak informacji | 0,98 |
| SUMA | 100 |

- rynek brytyjski,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Wielka Brytania |
|------------------------|-----------------|
| TAK | 96,21 |
| NIE | 3,79 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Wielka Brytania |
|--|-----------------|
| w hotelu | 70,14 |
| w pensjonacie | 6,64 |
| w motelu | 0,47 |
| w domu wycieczkowym | 0,47 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,95 |
| w schronisku | 3,32 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 1,90 |
| u znajomych lub rodziny | 2,37 |
| w kwaterze prywatnej | 1,42 |
| w ośrodku wczasowym | 0,00 |
| w innym obiekcie | 7,58 |
| brak informacji | 4,74 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Wielka Brytania |
|-----------------|-----------------|
| 0 – 50 ZŁ | 9,48 |
| 51 – 100 ZŁ | 4,27 |
| 101 - 200 ZŁ | 4,27 |
| 201 - 300 ZŁ | 6,64 |
| 301 - 400 ZŁ | 8,06 |
| 401 - 500 ZŁ | 9,48 |
| 501 - 1000 ZŁ | 29,86 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 12,32 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 10,90 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 4,27 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,47 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Wielka Brytania |
|------------------------|-----------------|
| NIE | 55,45 |
| TAK | 37,91 |
| brak informacji | 6,64 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Wielka Brytania |
|----------------------------|-----------------|
| we własnym zakresie | 75,83 |
| szkoła | 1,42 |
| biuro podróży | 13,27 |
| parafia (kościół) | 0,00 |
| zakład pracy | 7,58 |
| inna instytucja | 0,47 |
| brak informacji | 1,42 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Wielka Brytania |
|---|-----------------|
| z targów turystycznych | 0,00 |
| z prasy | 3,32 |
| z radio | 2,84 |
| z telewizji | 9,48 |
| z katalogów biur podróży | 24,64 |
| z przewodników | 35,07 |
| z folderów/ulotek | 9,00 |
| od rodziny, znajomych | 27,96 |
| ze stron internetowych | 28,44 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 0,47 |
| ze szkoły | 8,53 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 0,95 |
| inne źródło informacji | 7,11 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Wielka Brytania |
|------------------------|-----------------|
| po raz pierwszy | 72,99 |
| po raz drugi | 19,43 |
| byłem/am tu kilka razy | 6,16 |
| przyjeżdżam tu często | 0,95 |
| brak informacji | 0,47 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek francuski,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Francja |
|------------------------|---------|
| TAK | 94,52 |
| NIE | 4,79 |
| brak informacji | 0,68 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Francja |
|--|---------|
| w hotelu | 66,44 |
| w pensjonacie | 7,53 |
| w motelu | 0,00 |
| w domu wycieczkowym | 0,00 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,00 |
| w schronisku | 2,74 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 7,53 |
| w kwaterze prywatnej | 1,37 |
| w ośrodku wczasowym | 0,68 |
| w innym obiekcie | 8,22 |
| brak informacji | 5,48 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Francja |
|------------------------|---------|
| 0 – 50 ZŁ | 13,61 |
| 51 – 100 ZŁ | 3,40 |
| 101 - 200 ZŁ | 12,24 |
| 201 - 300 ZŁ | 14,97 |
| 301 - 400 ZŁ | 13,61 |
| 401 - 500 ZŁ | 8,16 |
| 501 - 1000 ZŁ | 21,09 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 4,76 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 6,12 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 0,68 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,68 |
| > 10000 ZŁ | 0,68 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Francja |
|------------------------|---------|
| NIE | 54,11 |
| TAK | 39,73 |
| brak informacji | 6,16 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Francja |
|----------------------------|---------|
| we własnym zakresie | 58,22 |
| szkoła | 4,79 |
| biuro podróży | 31,51 |
| parafia (kościół) | 0,00 |
| zakład pracy | 2,74 |
| inna instytucja | 2,05 |
| brak informacji | 0,68 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Francja |
|--|---------|
| z targów turystycznych | 1,37 |
| z prasy | 7,53 |
| z radio | 9,59 |
| z telewizji | 15,07 |
| z katalogów biur podróży | 36,99 |
| z przewodników | 36,30 |
| z folderów/ulotek | 6,16 |
| od rodziny, znajomych | 34,25 |
| ze stron internetowych | 17,81 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 0,00 |
| ze szkoły | 12,33 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 4,11 |
| inne źródło informacji | 5,48 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Francja |
|-------------------------------|---------|
| po raz pierwszy | 67,81 |
| po raz drugi | 13,01 |
| byłem/am tu kilka razy | 15,75 |
| przyjeżdżam tu często | 2,74 |
| brak informacji | 0,68 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek rosyjski,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Rosja |
|------------------------|--------|
| TAK | 100,00 |
| NIE | 0,00 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Rosja |
|--|-------|
| w hotelu | 70,59 |
| w pensjonacie | 0,00 |
| w motelu | 0,00 |
| w domu wycieczkowym | 17,65 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,00 |
| w schronisku | 0,00 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 0,00 |
| w kwaterze prywatnej | 0,00 |
| w ośrodku wczasowym | 0,00 |
| w innym obiekcie | 11,76 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Rosja |
|------------------------|-------|
| 0 – 50 ZŁ | 11,76 |
| 51 – 100 ZŁ | 0,00 |
| 101 - 200 ZŁ | 0,00 |
| 201 - 300 ZŁ | 17,65 |
| 301 - 400 ZŁ | 11,76 |
| 401 - 500 ZŁ | 0,00 |
| 501 - 1000 ZŁ | 47,06 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 11,76 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 0,00 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 0,00 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,00 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Rosja |
|------------------------|-------|
| NIE | 76,47 |
| TAK | 17,65 |
| brak informacji | 5,88 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Rosja |
|----------------------------|-------|
| we własnym zakresie | 35,29 |
| szkoła | 0,00 |
| biuro podróży | 17,65 |
| parafia (kościół) | 0,00 |
| zakład pracy | 29,41 |
| inna instytucja | 11,76 |
| brak informacji | 5,88 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Rosja |
|--|-------|
| z targów turystycznych | 0,00 |
| z prasy | 5,88 |
| z radio | 0,00 |
| z telewizji | 35,29 |
| z katalogów biur podróży | 23,53 |
| z przewodników | 41,18 |
| z folderów/ulotek | 0,00 |
| od rodziny, znajomych | 64,71 |
| ze stron internetowych | 23,53 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 0,00 |
| ze szkoły | 0,00 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 5,88 |
| inne źródło informacji | 0,00 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Rosja |
|-------------------------------|-------|
| po raz pierwszy | 41,18 |
| po raz drugi | 41,18 |
| byłem/am tu kilka razy | 17,65 |
| przyjeżdżam tu często | 0,00 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- **rynek skandynawski**, (Dania, Finlandia, Norwegia, Szwecja),

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|-------------|-------|-----------|----------|---------|-------|
| TAK | 26,87 | 14,93 | 14,93 | 40,30 | 97,03 |
| NIE | 1,49 | 0,00 | 1,49 | 0,00 | 2,98 |
| SUMA | 28,36 | 14,93 | 16,42 | 40,30 | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|--------------------------------|-------|-----------|----------|---------|-------|
| w hotelu | 19,40 | 13,43 | 11,94 | 26,87 | 71,64 |
| w pensjonacie | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 4,48 | 5,97 |
| u znajomych lub rodziny | 4,48 | 0,00 | 1,49 | 7,46 | 13,43 |
| w kwaterze prywatnej | 0,00 | 0,00 | 2,99 | 0,00 | 2,99 |
| w innym obiekcie | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,49 |
| brak informacji | 1,49 | 1,49 | 0,00 | 1,49 | 4,47 |
| SUMA | 28,35 | 14,92 | 16,42 | 40,30 | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|--------------------|-------|-----------|----------|---------|-------|
| 0 - 50 | 5,97 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 7,46 |
| 51 - 100 | 0,00 | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 1,49 |
| 101 - 200 | 2,99 | 7,46 | 1,49 | 2,99 | 14,93 |
| 201 - 300 | 7,46 | 0,00 | 2,99 | 7,46 | 17,91 |
| 301 - 400 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 5,97 | 7,46 |
| 401 - 500 | 1,49 | 0,00 | 1,49 | 11,94 | 14,92 |
| 501 - 1000 | 7,46 | 4,48 | 4,48 | 7,46 | 23,88 |
| 1001 - 1500 | 1,49 | 0,00 | 1,49 | 1,49 | 4,47 |
| 1501 - 2000 | 1,49 | 1,49 | 2,99 | 0,00 | 5,97 |
| 2001 - 3000 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| SUMA | 28,35 | 14,92 | 16,42 | 40,29 | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|------------------------|-------|-----------|----------|---------|-------|
| NIE | 17,91 | 7,46 | 10,45 | 17,91 | 53,73 |
| TAK | 4,48 | 7,46 | 1,49 | 20,90 | 34,33 |
| brak informacji | 5,97 | 0,00 | 4,48 | 1,49 | 11,94 |
| SUMA | 28,36 | 14,92 | 16,42 | 40,30 | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|----------------------------|-------|-----------|----------|---------|-------|
| we własnym zakresie | 22,39 | 7,46 | 8,96 | 16,42 | 55,23 |
| szkoła | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| biuro podróży | 4,48 | 1,49 | 4,48 | 16,42 | 26,87 |
| zakład pracy | 0,00 | 5,97 | 2,99 | 1,49 | 10,45 |
| inna instytucja | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4,48 | 4,48 |
| brak informacji | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,49 |
| SUMA | 28,36 | 14,92 | 16,43 | 40,30 | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|--|-------|-----------|----------|---------|-------|
| z targów turystycznych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| z prasy | 0,00 | 1,49 | 0,00 | 4,48 | 5,97 |
| z radio | 0,00 | 1,49 | 0,00 | 7,46 | 8,95 |
| z telewizji | 5,97 | 2,99 | 0,00 | 7,46 | 16,42 |
| z katalogów biur podróży | 7,46 | 5,97 | 2,99 | 19,40 | 35,82 |
| z przewodników | 2,99 | 4,48 | 1,49 | 8,96 | 17,92 |
| z folderów/ulotek | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 4,48 | 5,97 |
| od rodziny, znajomych | 10,45 | 5,97 | 4,48 | 22,39 | 43,29 |
| ze stron internetowych | 4,48 | 5,97 | 1,49 | 5,97 | 17,91 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,49 |
| ze szkoły | 5,97 | 2,99 | 0,00 | 2,99 | 11,95 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 2,98 |
| inne źródło informacji | 2,99 | 5,97 | 4,48 | 0,00 | 13,44 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Dania | Finlandia | Norwegia | Szwecja | SUMA |
|-------------------------------|-------|-----------|----------|---------|-------|
| po raz pierwszy | 17,91 | 10,45 | 7,46 | 32,84 | 68,66 |
| po raz drugi | 1,49 | 2,99 | 4,48 | 2,99 | 11,95 |
| byłem/am tu kilka razy | 5,97 | 1,49 | 2,99 | 2,99 | 13,44 |
| przyjeżdżam tu często | 1,49 | 0,00 | 1,49 | 0,00 | 2,98 |
| brak informacji | 1,49 | 0,00 | 0,00 | 1,49 | 2,98 |
| SUMA | 28,35 | 14,93 | 16,42 | 40,31 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek hiszpański,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Hiszpania |
|------------------------|-----------|
| TAK | 85,71 |
| NIE | 14,29 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Hiszpania |
|--|-----------|
| w hotelu | 60,00 |
| w pensjonacie | 8,57 |
| w motelu | 0,00 |
| w domu wycieczkowym | 0,00 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,00 |
| w schronisku | 0,00 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 2,86 |
| w kwaterze prywatnej | 2,86 |
| w ośrodku wczasowym | 5,71 |
| w innym obiekcie | 2,86 |
| brak informacji | 17,14 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Hiszpania |
|------------------------|-----------|
| 0 – 50 ZŁ | 11,43 |
| 51 – 100 ZŁ | 8,57 |
| 101 - 200 ZŁ | 17,14 |
| 201 - 300 ZŁ | 5,71 |
| 301 - 400 ZŁ | 2,86 |
| 401 - 500 ZŁ | 17,14 |
| 501 - 1000 ZŁ | 25,71 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 2,86 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 8,57 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 0,00 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,00 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Hiszpania |
|------------------------|-----------|
| NIE | 51,43 |
| TAK | 42,86 |
| brak informacji | 5,71 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Hiszpania |
|----------------------------|-----------|
| we własnym zakresie | 80,00 |
| szkoła | 0,00 |
| biuro podróży | 11,43 |
| parafia (kościół) | 0,00 |
| zakład pracy | 5,71 |
| inna instytucja | 0,00 |
| brak informacji | 2,86 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Hiszpania |
|--|-----------|
| z targów turystycznych | 2,86 |
| z prasy | 0,00 |
| z radio | 0,00 |
| z telewizji | 5,71 |
| z katalogów biur podróży | 31,43 |
| z przewodników | 60,00 |
| z folderów/ulotek | 8,57 |
| od rodziny, znajomych | 25,71 |
| ze stron internetowych | 40,00 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 2,86 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 2,86 |
| ze szkoły | 2,86 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 0,00 |
| inne źródło informacji | 0,00 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Hiszpania |
|-------------------------------|-----------|
| po raz pierwszy | 71,43 |
| po raz drugi | 22,86 |
| byłem/am tu kilka razy | 0,00 |
| przyjeżdżam tu często | 5,71 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek włoski,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Włochy |
|------------------------|--------|
| TAK | 86,78 |
| NIE | 13,22 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Włochy |
|--|--------|
| w hotelu | 66,94 |
| w pensjonacie | 0,83 |
| w motelu | 0,00 |
| w domu wycieczkowym | 4,96 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,00 |
| w schronisku | 2,48 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 5,79 |
| w kwaterze prywatnej | 0,00 |
| w ośrodku wczasowym | 0,00 |
| w innym obiekcie | 4,96 |
| brak informacji | 14,05 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Włochy |
|------------------------|--------|
| 0 – 50 ZŁ | 22,31 |
| 51 – 100 ZŁ | 9,92 |
| 101 - 200 ZŁ | 9,09 |
| 201 - 300 ZŁ | 12,40 |
| 301 - 400 ZŁ | 7,44 |
| 401 - 500 ZŁ | 8,26 |
| 501 - 1000 ZŁ | 18,18 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 4,96 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 4,96 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 1,65 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,83 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Włochy |
|------------------------|--------|
| NIE | 50,41 |
| TAK | 41,32 |
| brak informacji | 8,26 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Włochy |
|----------------------------|--------|
| we własnym zakresie | 44,63 |
| szkoła | 1,65 |
| biuro podróży | 28,93 |
| parafia (kościół) | 13,22 |
| zakład pracy | 4,96 |
| inna instytucja | 1,65 |
| brak informacji | 4,96 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Włochy |
|--|--------|
| z targów turystycznych | 4,96 |
| z prasy | 14,88 |
| z radio | 10,74 |
| z telewizji | 22,31 |
| z katalogów biur podróży | 33,06 |
| z przewodników | 33,06 |
| z folderów/ulotek | 6,61 |
| od rodziny, znajomych | 31,40 |
| ze stron internetowych | 30,58 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 0,00 |
| ze szkoły | 4,96 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 0,83 |
| inne źródło informacji | 14,05 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Włochy |
|-------------------------------|--------|
| po raz pierwszy | 66,94 |
| po raz drugi | 18,18 |
| byłem/am tu kilka razy | 8,26 |
| przyjeżdżam tu często | 4,13 |
| brak informacji | 2,48 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek węgierski,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Węgry |
|------------------------|-------|
| TAK | 97,92 |
| NIE | 2,08 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Węgry |
|--|-------|
| w hotelu | 47,92 |
| w pensjonacie | 2,08 |
| w motelu | 0,00 |
| w domu wycieczkowym | 31,25 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 4,17 |
| w schronisku | 2,08 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 2,08 |
| w kwaterze prywatnej | 0,00 |
| w ośrodku wczasowym | 4,17 |
| w innym obiekcie | 4,17 |
| brak informacji | 2,08 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Węgry |
|------------------------|-------|
| 0 – 50 ZŁ | 16,67 |
| 51 – 100 ZŁ | 0,00 |
| 101 - 200 ZŁ | 18,75 |
| 201 - 300 ZŁ | 6,25 |
| 301 - 400 ZŁ | 18,75 |
| 401 - 500 ZŁ | 12,50 |
| 501 - 1000 ZŁ | 22,92 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 2,08 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 2,08 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 0,00 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,00 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Węgry |
|------------------------|-------|
| NIE | 77,08 |
| TAK | 22,92 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Węgry |
|----------------------------|-------|
| we własnym zakresie | 41,67 |
| szkoła | 0,00 |
| biuro podróży | 47,92 |
| parafia (kościół) | 0,00 |
| zakład pracy | 4,17 |
| inna instytucja | 2,08 |
| brak informacji | 4,17 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Węgry |
|---|-------|
| z targów turystycznych | 0,00 |
| z prasy | 4,17 |
| z radio | 0,00 |
| z telewizji | 33,33 |
| z katalogów biur podróży | 54,17 |
| z przewodników | 64,58 |
| z folderów/ulotek | 29,17 |
| od rodziny, znajomych | 56,25 |
| ze stron internetowych | 29,17 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 0,00 |
| ze szkoły | 10,42 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 0,00 |
| inne źródło informacji | 4,17 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Węgry |
|------------------------|-------|
| po raz pierwszy | 62,50 |
| po raz drugi | 18,75 |
| byłem/am tu kilka razy | 14,58 |
| przyjeżdżam tu często | 0,00 |
| brak informacji | 4,17 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek czeski i słowacki,

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Czechy | Słowacja | SUMA |
|------------------------|--------|----------|-------|
| TAK | 20,90 | 28,36 | 49,26 |
| NIE | 10,45 | 38,81 | 49,26 |
| brak informacji | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| SUMA | 31,35 | 68,66 | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Czechy | Słowacja | SUMA |
|--|--------|----------|-------|
| w hotelu | 14,93 | 13,43 | 28,36 |
| w pensjonacie | 2,99 | 1,49 | 4,48 |
| w domu wycieczkowym | 0,00 | 2,99 | 2,99 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,00 | 8,96 | 8,96 |
| u znajomych lub rodziny | 1,49 | 0,00 | 1,49 |
| w innym obiekcie | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| brak informacji | 11,94 | 40,30 | 52,24 |
| SUMA | 31,35 | 68,66 | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Czechy | Słowacja | SUMA |
|--------------------|--------|----------|-------|
| 0 - 50 | 5,97 | 32,84 | 38,81 |
| 51 - 100 | 7,46 | 13,43 | 20,89 |
| 101 - 200 | 4,48 | 7,46 | 11,94 |
| 201 - 300 | 5,97 | 5,97 | 11,94 |
| 301 - 400 | 1,49 | 4,48 | 5,97 |
| 401 - 500 | 2,99 | 0,00 | 2,99 |
| 501 - 1000 | 1,49 | 2,99 | 4,48 |
| 1001 - 1500 | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| 2001 - 3000 | 1,49 | 0,00 | 1,49 |
| SUMA | 31,34 | 68,66 | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Czechy | Słowacja | SUMA |
|------------------------|--------|----------|-------|
| NIE | 16,42 | 47,76 | 64,18 |
| TAK | 13,43 | 17,91 | 31,34 |
| brak informacji | 1,49 | 2,99 | 4,48 |
| SUMA | 31,34 | 68,66 | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Czechy | Słowacja | SUMA |
|----------------------------|--------|----------|-------|
| we własnym zakresie | 22,39 | 55,22 | 77,61 |
| szkoła | 1,49 | 0,00 | 1,49 |
| biuro podróży | 2,99 | 1,49 | 4,48 |
| parafia (kościół) | 0,00 | 4,48 | 4,48 |
| zakład pracy | 0,00 | 1,49 | 1,49 |
| inna instytucja | 2,99 | 2,99 | 5,98 |
| brak informacji | 1,49 | 2,99 | 4,48 |
| SUMA | 31,35 | 68,66 | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Czechy | Słowacja | Suma |
|--|--------|----------|-------|
| z targów turystycznych | 1,49 | 0,00 | 1,49 |
| z prasy | 2,99 | 5,97 | 8,96 |
| z radio | 2,99 | 5,97 | 8,96 |
| z telewizji | 2,99 | 5,97 | 8,96 |
| z katalogów biur podróży | 8,96 | 1,49 | 10,45 |
| z przewodników | 4,48 | 7,46 | 11,94 |
| z folderów/ulotek | 1,49 | 1,49 | 2,98 |
| od rodziny, znajomych | 10,45 | 40,30 | 50,75 |
| ze stron internetowych | 4,48 | 13,43 | 17,91 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| ze szkoły | 4,48 | 7,46 | 11,94 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 1,49 | 2,99 | 4,48 |
| inne źródło informacji | 1,49 | 10,45 | 11,94 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Czechy | Słowacja | SUMA |
|-------------------------------|--------|----------|-------|
| po raz pierwszy | 7,46 | 20,90 | 28,36 |
| po raz drugi | 11,94 | 17,91 | 29,85 |
| byłem/am tu kilka razy | 8,96 | 17,91 | 26,87 |
| przyjeżdżam tu często | 1,49 | 8,96 | 10,45 |
| brak informacji | 1,49 | 2,99 | 4,48 |
| SUMA | 31,34 | 68,67 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

- rynek austriacki

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

| % | Austria |
|------------------------|---------|
| TAK | 98,53 |
| NIE | 1,47 |
| brak informacji | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Gdzie Pani/Pan nocuje?

| % | Austria |
|--|---------|
| w hotelu | 83,82 |
| w pensjonacie | 1,47 |
| w motelu | 2,94 |
| w domu wycieczkowym | 1,47 |
| na kempingi lub polu namiotowym | 0,00 |
| w schronisku | 0,00 |
| w zakładzie uzdrowiskowym | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,00 |
| u znajomych lub rodziny | 5,88 |
| w kwaterze prywatnej | 0,00 |
| w ośrodku wczasowym | 1,47 |
| w innym obiekcie | 1,47 |
| brak informacji | 1,47 |
| SUMA | 100 |

Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę?

| % | Austria |
|-----------------|---------|
| 0 – 50 ZŁ | 17,65 |
| 51 – 100 ZŁ | 1,47 |
| 101 - 200 ZŁ | 14,71 |
| 201 - 300 ZŁ | 13,24 |
| 301 - 400 ZŁ | 13,24 |
| 401 - 500 ZŁ | 4,41 |
| 501 - 1000 ZŁ | 25,00 |
| 1001 - 1500 ZŁ | 4,41 |
| 1501 - 2000 ZŁ | 5,88 |
| 2001 - 3000 ZŁ | 0,00 |
| 3001 - 10000 ZŁ | 0,00 |
| > 10000 ZŁ | 0,00 |
| SUMA | 100 |

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej?

| % | Austria |
|------------------------|---------|
| NIE | 44,12 |
| TAK | 54,41 |
| brak informacji | 1,47 |
| SUMA | 100 |

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

| % | Austria |
|----------------------------|---------|
| we własnym zakresie | 57,35 |
| szkoła | 0,00 |
| biuro podróży | 35,29 |
| parafia (kościół) | 0,00 |
| zakład pracy | 5,88 |
| inna instytucja | 0,00 |
| brak informacji | 1,47 |
| SUMA | 100 |

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

| % | Austria |
|--|---------|
| z targów turystycznych | 0,00 |
| z prasy | 19,12 |
| z radio | 23,53 |
| z telewizji | 30,88 |
| z katalogów biur podróży | 47,06 |
| z przewodników | 22,06 |
| z folderów/ulotek | 4,41 |
| od rodziny, znajomych | 42,65 |
| ze stron internetowych | 14,71 |
| z polskich placówek dyplomatycznych | 1,47 |
| z polskich ośrodków informacji turystycznej | 1,47 |
| ze szkoły | 4,41 |
| nic wcześniej nie wiedziałam/em | 0,00 |
| inne źródło informacji | 5,88 |

Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?

| % | Austria |
|-------------------------------|---------|
| po raz pierwszy | 60,29 |
| po raz drugi | 26,47 |
| byłem/am tu kilka razy | 8,82 |
| przyjeżdżam tu często | 2,94 |
| brak informacji | 1,47 |
| SUMA | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Wiek,

Tabela nr. 32.

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|-------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| < 16 | 3,14 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 2,17 | 0,00 | 4,17 | 1,90 | 0,00 |
| 16 - 26 | 26,19 | 7,35 | 19,05 | 5,26 | 50,00 | 21,23 | 31,43 | 23,93 | 27,27 | 0,00 | 21,74 | 44,44 | 14,58 | 27,96 | 14,05 |
| 27 - 37 | 30,85 | 27,94 | 28,57 | 21,05 | 30,00 | 29,45 | 48,57 | 16,39 | 27,27 | 58,82 | 26,09 | 3,70 | 35,42 | 20,85 | 22,31 |
| 38 - 48 | 21,26 | 13,24 | 42,86 | 21,05 | 20,00 | 21,23 | 11,43 | 15,41 | 36,36 | 23,53 | 36,96 | 11,11 | 18,75 | 21,33 | 30,58 |
| 49 - 59 | 9,84 | 26,47 | 4,76 | 31,58 | 0,00 | 13,01 | 2,86 | 19,34 | 0,00 | 17,65 | 13,04 | 25,93 | 16,67 | 15,64 | 19,83 |
| 60 - 70 | 8,11 | 25,00 | 4,76 | 21,05 | 0,00 | 13,01 | 5,71 | 23,93 | 9,09 | 0,00 | 0,00 | 11,11 | 10,42 | 10,43 | 13,22 |
| > 71 | 0,61 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,05 | 0,00 | 0,66 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 0,00 | 1,90 | 0,00 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Płeć,
Tabela nr. 33.

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| kobieta | 54,10 | 54,41 | 61,90 | 68,42 | 50,00 | 52,74 | 40,00 | 54,10 | 45,45 | 41,18 | 60,87 | 44,44 | 43,75 | 45,02 | 61,98 |
| mężczyzna | 42,92 | 45,59 | 38,10 | 31,58 | 50,00 | 45,89 | 54,29 | 44,59 | 45,45 | 58,82 | 32,61 | 55,56 | 56,25 | 54,98 | 38,02 |
| brak informacji | 2,98 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 5,71 | 1,31 | 9,09 | 0,00 | 6,52 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Wykształcenie,
Tabela nr. 34.

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| wyższe | 39,07 | 45,59 | 38,10 | 52,63 | 70,00 | 54,79 | 51,43 | 39,34 | 72,73 | 58,82 | 8,70 | 55,56 | 50,00 | 53,55 | 44,63 |
| średnie | 47,69 | 52,94 | 57,14 | 42,11 | 30,00 | 38,36 | 45,71 | 50,16 | 18,18 | 35,29 | 73,91 | 44,44 | 39,58 | 41,71 | 46,28 |
| inne | 9,19 | 0,00 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 2,05 | 2,86 | 6,89 | 0,00 | 5,88 | 10,87 | 0,00 | 4,17 | 2,84 | 7,44 |
| brak informacji | 4,04 | 1,47 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 4,79 | 0,00 | 3,61 | 9,09 | 0,00 | 6,52 | 0,00 | 6,25 | 1,90 | 1,65 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Środek transportu,
Tabela nr. 35.

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|----------------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| samolotem | 0,73 | 22,06 | 0,00 | 21,05 | 30,00 | 44,52 | 51,43 | 27,21 | 72,73 | 23,53 | 4,35 | 33,33 | 6,25 | 76,30 | 32,23 |
| autokarem | 14,40 | 33,82 | 19,05 | 10,53 | 40,00 | 23,97 | 8,57 | 31,80 | 0,00 | 11,76 | 8,70 | 22,22 | 52,08 | 4,74 | 41,32 |
| samochodem | 55,60 | 35,29 | 52,38 | 26,32 | 20,00 | 15,07 | 31,43 | 29,18 | 0,00 | 17,65 | 71,74 | 22,22 | 35,42 | 5,69 | 20,66 |
| pociągiem | 13,08 | 5,88 | 23,81 | 36,84 | 10,00 | 8,22 | 5,71 | 8,85 | 9,09 | 41,18 | 6,52 | 14,81 | 6,25 | 9,48 | 1,65 |
| autobusem lini regularnej | 12,43 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 6,85 | 0,00 | 1,64 | 18,18 | 5,88 | 2,17 | 7,41 | 0,00 | 3,79 | 1,65 |
| innym | 3,39 | 1,47 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 2,86 | 0,98 | 0,00 | 0,00 | 6,52 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,65 |
| brak informacji | 0,37 | 1,47 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 0,68 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,83 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Forma zakwaterowania,
Tabela nr. 36.

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|--|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| W hotelu | 25,27 | 83,82 | 47,62 | 68,42 | 90,00 | 66,44 | 60,00 | 69,84 | 72,73 | 70,59 | 19,57 | 66,67 | 47,92 | 70,14 | 66,94 |
| W pensjonacie | 8,44 | 1,47 | 9,52 | 5,26 | 0,00 | 7,53 | 8,57 | 2,95 | 0,00 | 0,00 | 2,17 | 11,11 | 2,08 | 6,64 | 0,83 |
| W motelu | 1,07 | 2,94 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 0,00 |
| W domu wycieczkowym na kempingi lub polu namiotowym | 3,45 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,31 | 0,00 | 17,65 | 4,35 | 0,00 | 31,25 | 0,47 | 4,96 |
| W schronisku | 5,70 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,74 | 0,00 | 4,59 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,08 | 3,32 | 2,48 |
| W zakładzie uzdrowiskowym | 4,08 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,98 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| we własnym mieszkaniu | 0,55 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,90 | 0,00 |
| U znajomych lub rodziny | 6,25 | 5,88 | 4,76 | 15,79 | 0,00 | 7,53 | 2,86 | 2,30 | 9,09 | 0,00 | 0,00 | 18,52 | 2,08 | 2,37 | 5,79 |
| W kwaterze prywatnej | 3,93 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 2,86 | 0,00 | 18,18 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,42 | 0,00 |
| W ośrodku wczasowym | 4,08 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 5,71 | 0,98 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4,17 | 0,00 | 0,00 |
| W innym obiekcie | 7,24 | 1,47 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 8,22 | 2,86 | 7,87 | 0,00 | 11,76 | 2,17 | 0,00 | 4,17 | 7,58 | 4,96 |
| brak informacji | 28,05 | 1,47 | 38,10 | 5,26 | 10,00 | 5,48 | 17,14 | 7,87 | 0,00 | 0,00 | 58,70 | 3,70 | 2,08 | 4,74 | 14,05 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Długość pobytu,

Tabela nr. 37

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|----------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| brak informacji | 2,31 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,05 | 2,86 | 0,98 | 9,09 | 5,88 | 8,70 | 3,70 | 2,08 | 1,42 | 1,65 |
| do 3 godzin | 10,28 | 1,47 | 9,52 | 5,26 | 0,00 | 1,37 | 2,86 | 1,31 | 0,00 | 0,00 | 21,74 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 3,31 |
| 1 dzień bez noclegu | 15,86 | 0,00 | 23,81 | 0,00 | 0,00 | 2,74 | 11,43 | 2,95 | 9,09 | 0,00 | 28,26 | 0,00 | 4,17 | 2,84 | 9,92 |
| 1 noc | 14,42 | 5,88 | 14,29 | 5,26 | 10,00 | 6,16 | 8,57 | 4,26 | 0,00 | 23,53 | 10,87 | 0,00 | 12,50 | 6,16 | 8,26 |
| 2 noce | 12,82 | 14,71 | 9,52 | 21,05 | 20,00 | 13,70 | 8,57 | 14,43 | 18,18 | 0,00 | 6,52 | 0,00 | 22,92 | 7,11 | 9,92 |
| 3 noce | 10,02 | 10,29 | 9,52 | 21,05 | 30,00 | 20,55 | 20,00 | 18,36 | 36,36 | 17,65 | 8,70 | 25,93 | 22,92 | 20,38 | 15,70 |
| 4 noce | 6,84 | 14,71 | 14,29 | 0,00 | 0,00 | 10,96 | 14,29 | 11,80 | 0,00 | 5,88 | 6,52 | 11,11 | 8,33 | 19,91 | 11,57 |
| 5 nocy | 6,67 | 7,35 | 14,29 | 10,53 | 0,00 | 8,90 | 11,43 | 13,77 | 18,18 | 11,76 | 6,52 | 7,41 | 18,75 | 13,74 | 7,44 |
| 6 nocy | 4,04 | 5,88 | 4,76 | 5,26 | 30,00 | 8,90 | 2,86 | 7,21 | 9,09 | 29,41 | 0,00 | 7,41 | 2,08 | 8,53 | 8,26 |
| 7 nocy | 6,49 | 13,24 | 0,00 | 21,05 | 10,00 | 8,22 | 14,29 | 10,16 | 0,00 | 0,00 | 2,17 | 29,63 | 2,08 | 13,27 | 13,22 |
| 8 nocy | 1,07 | 25,00 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 9,59 | 0,00 | 5,57 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 7,41 | 0,00 | 2,84 | 7,44 |
| 9 nocy | 0,51 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 5,25 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,48 |
| 10 nocy | 2,43 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,74 | 2,86 | 2,30 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 4,17 | 1,90 | 0,00 |
| 11 nocy | 0,20 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 12 nocy | 0,85 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 0,00 | 0,47 | 0,00 |
| 13 nocy | 1,20 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,66 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 14 nocy | 2,52 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,05 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 5,88 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,95 | 0,00 |
| 15 nocy | 0,10 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 16 nocy | 0,06 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 17 nocy | 0,04 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 20 nocy | 0,06 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 21 nocy | 0,81 | 0,00 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 23 noce | 0,02 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 24 noce | 0,04 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 25 nocy | 0,02 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 27 nocy | 0,34 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,66 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,83 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Status materialny,
Tabela nr. 38

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| bardzo dobry | 8,62 | 22,06 | 4,76 | 31,58 | 20,00 | 23,29 | 42,86 | 25,25 | 27,27 | 17,65 | 2,17 | 29,63 | 8,33 | 30,33 | 32,23 |
| dobry | 49,21 | 64,71 | 52,38 | 42,11 | 30,00 | 59,59 | 51,43 | 59,34 | 63,64 | 52,94 | 21,74 | 59,26 | 50,00 | 56,87 | 54,55 |
| średni | 35,76 | 13,24 | 42,86 | 26,32 | 50,00 | 15,75 | 2,86 | 14,43 | 0,00 | 29,41 | 60,87 | 11,11 | 39,58 | 11,85 | 13,22 |
| zły | 4,97 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 10,87 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 0,00 |
| bardzo zły | 0,16 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 0,00 |
| brak informacji | 1,28 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 2,86 | 0,98 | 9,09 | 0,00 | 4,35 | 0,00 | 2,08 | 0,00 | 0,00 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Organizacja pobytu – pobyt zorganizowany, indywidualny,
Tabela nr. 39

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|----------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| we własnym zakresie | 69,86 | 57,35 | 71,43 | 78,95 | 50,00 | 58,22 | 80,00 | 52,79 | 54,55 | 35,29 | 80,43 | 40,74 | 41,67 | 75,83 | 44,63 |
| szkoła | 3,45 | 0,00 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 4,79 | 0,00 | 2,62 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 0,00 | 1,42 | 1,65 |
| biuro podróży | 4,54 | 35,29 | 9,52 | 15,79 | 10,00 | 31,51 | 11,43 | 34,43 | 27,27 | 17,65 | 2,17 | 40,74 | 47,92 | 13,27 | 28,93 |
| parafia (kościół) | 5,56 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,98 | 0,00 | 0,00 | 6,52 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 13,22 |
| zakład pracy | 11,05 | 5,88 | 0,00 | 0,00 | 40,00 | 2,74 | 5,71 | 6,23 | 18,18 | 29,41 | 2,17 | 3,70 | 4,17 | 7,58 | 4,96 |
| inna instytucja | 4,30 | 0,00 | 9,52 | 0,00 | 0,00 | 2,05 | 0,00 | 1,64 | 0,00 | 11,76 | 4,35 | 11,11 | 2,08 | 0,47 | 1,65 |
| brak informacji | 1,24 | 1,47 | 4,76 | 5,26 | 0,00 | 0,68 | 2,86 | 1,31 | 0,00 | 5,88 | 4,35 | 0,00 | 4,17 | 1,42 | 4,96 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Docelowość pobytu – czy przyjechał bezpośrednio do Małopolski z miejsca stałego przebywania? (pobyt tylko w Małopolsce i aglomeracji krakowskiej, pobyt przy okazji odwiedzin innych regionów, państw),
Tabela nr. 40

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|------------------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| TAK | 83,14 | 82,35 | 80,95 | 36,84 | 40,00 | 63,70 | 54,29 | 71,15 | 81,82 | 35,29 | 86,96 | 62,96 | 75,00 | 72,99 | 61,98 |
| NIE | 16,37 | 17,65 | 19,05 | 63,16 | 60,00 | 35,62 | 42,86 | 28,52 | 18,18 | 64,71 | 10,87 | 37,04 | 22,92 | 27,01 | 36,36 |
| brak informacji | 0,49 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 2,86 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 2,17 | 0,00 | 2,08 | 0,00 | 1,65 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Małopolsce i aglomeracji krakowskiej,
Tabela nr. 41

| % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|-------------|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| < 6 | 11,24 | 14,71 | 4,76 | 10,53 | 0,00 | 10,96 | 8,57 | 12,79 | 0,00 | 11,76 | 10,87 | 3,70 | 10,42 | 8,06 | 14,88 |
| 6 - 504 | 67,93 | 50,00 | 85,71 | 52,63 | 60,00 | 55,48 | 54,29 | 53,11 | 45,45 | 29,41 | 82,61 | 70,37 | 62,50 | 34,12 | 54,55 |
| 505 - 1003 | 14,24 | 25,00 | 4,76 | 26,32 | 30,00 | 21,23 | 25,71 | 23,93 | 27,27 | 47,06 | 4,35 | 18,52 | 22,92 | 29,86 | 18,18 |
| 1004 - 1502 | 4,42 | 4,41 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 4,79 | 2,86 | 4,92 | 9,09 | 11,76 | 2,17 | 3,70 | 2,08 | 12,32 | 4,96 |
| 1503 - 2001 | 1,79 | 5,88 | 0,00 | 5,26 | 10,00 | 6,16 | 8,57 | 3,28 | 18,18 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,08 | 10,90 | 4,96 |
| 2002 - 2500 | 0,24 | 0,00 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,66 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,37 | 0,00 |
| > 2501 | 0,14 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 0,00 | 1,31 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 0,00 | 2,37 | 2,48 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Źródło informacji o Małopolsce i aglomeracji krakowskiej wykorzystane przez turystę,

Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości?

Tabela nr. 42

| [Z Targów Turystycznych] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|--------------------------------|--------|---------|--------|--------|-----------|---------|-----------|--------|----------|--------|----------|---------|--------|-----------------|--------|
| Tak | 1,18 | 0,00 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 2,86 | 3,61 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4,96 |
| Nie | 98,82 | 100,00 | 95,24 | 100,00 | 100,00 | 98,63 | 97,14 | 96,39 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 95,04 |
| [Z Prasy] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 4,50 | 19,12 | 9,52 | 0,00 | 10,00 | 7,53 | 0,00 | 12,46 | 0,00 | 5,88 | 8,70 | 11,11 | 4,17 | 3,32 | 14,88 |
| Nie | 95,50 | 80,88 | 90,48 | 100,00 | 90,00 | 92,47 | 100,00 | 87,54 | 100,00 | 94,12 | 91,30 | 88,89 | 95,83 | 96,68 | 85,12 |
| [Z Radio] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 5,05 | 23,53 | 9,52 | 0,00 | 10,00 | 9,59 | 0,00 | 10,82 | 0,00 | 0,00 | 8,70 | 18,52 | 0,00 | 2,84 | 10,74 |
| Nie | 94,95 | 76,47 | 90,48 | 100,00 | 90,00 | 90,41 | 100,00 | 89,18 | 100,00 | 100,00 | 91,30 | 81,48 | 100,00 | 97,16 | 89,26 |
| [Z Telewizji] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 9,86 | 30,88 | 9,52 | 21,05 | 20,00 | 15,07 | 5,71 | 23,93 | 0,00 | 35,29 | 8,70 | 18,52 | 33,33 | 9,48 | 22,31 |
| Nie | 90,14 | 69,12 | 90,48 | 78,95 | 80,00 | 84,93 | 94,29 | 76,07 | 100,00 | 64,71 | 91,30 | 81,48 | 66,67 | 90,52 | 77,69 |
| [Z Katalogów Biur Podróży] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 8,99 | 47,06 | 28,57 | 26,32 | 40,00 | 36,99 | 31,43 | 40,33 | 18,18 | 23,53 | 2,17 | 48,15 | 54,17 | 24,64 | 33,06 |
| Nie | 91,01 | 52,94 | 71,43 | 73,68 | 60,00 | 63,01 | 68,57 | 59,67 | 81,82 | 76,47 | 97,83 | 51,85 | 45,83 | 75,36 | 66,94 |
| [Z Przewodników] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 18,32 | 22,06 | 14,29 | 10,53 | 30,00 | 36,30 | 60,00 | 30,49 | 9,09 | 41,18 | 10,87 | 22,22 | 64,58 | 35,07 | 33,06 |
| Nie | 81,68 | 77,94 | 85,71 | 89,47 | 70,00 | 63,70 | 40,00 | 69,51 | 90,91 | 58,82 | 89,13 | 77,78 | 35,42 | 64,93 | 66,94 |
| [Z Folderów/Ulotek] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 8,82 | 4,41 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 6,16 | 8,57 | 8,85 | 9,09 | 0,00 | 2,17 | 11,11 | 29,17 | 9,00 | 6,61 |
| Nie | 91,18 | 95,59 | 95,24 | 100,00 | 100,00 | 93,84 | 91,43 | 91,15 | 90,91 | 100,00 | 97,83 | 88,89 | 70,83 | 91,00 | 93,39 |
| [Od Rodziny, Znajomych] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 49,86 | 42,65 | 33,33 | 36,84 | 40,00 | 34,25 | 25,71 | 35,41 | 27,27 | 64,71 | 58,70 | 55,56 | 56,25 | 27,96 | 31,40 |
| Nie | 50,14 | 57,35 | 66,67 | 63,16 | 60,00 | 65,75 | 74,29 | 64,59 | 72,73 | 35,29 | 41,30 | 44,44 | 43,75 | 72,04 | 68,60 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------|----------------|---------------|--------------|------------------|----------------|------------------|---------------|-----------------|--------------|-----------------|----------------|--------------|------------------------|---------------|
| [Ze stron Internet.] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 9,43 | 14,71 | 14,29 | 15,79 | 40,00 | 17,81 | 40,00 | 22,30 | 9,09 | 23,53 | 19,57 | 14,81 | 29,17 | 28,44 | 30,58 |
| Nie | 90,57 | 85,29 | 85,71 | 84,21 | 60,00 | 82,19 | 60,00 | 77,70 | 90,91 | 76,47 | 80,43 | 85,19 | 70,83 | 71,56 | 69,42 |
| [Z Polskich Placówek Dyplomatycznych] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 0,22 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,86 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Nie | 99,78 | 98,53 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 97,14 | 99,67 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 96,30 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| Z Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 0,53 | 1,47 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 0,00 | 2,86 | 1,64 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 0,00 |
| Nie | 99,47 | 98,53 | 100,00 | 94,74 | 100,00 | 100,00 | 97,14 | 98,36 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 99,53 | 100,00 |
| [Ze Szkoły] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 21,91 | 4,41 | 14,29 | 21,05 | 20,00 | 12,33 | 2,86 | 15,41 | 0,00 | 0,00 | 10,87 | 7,41 | 10,42 | 8,53 | 4,96 |
| Nie | 78,09 | 95,59 | 85,71 | 78,95 | 80,00 | 87,67 | 97,14 | 84,59 | 100,00 | 100,00 | 89,13 | 92,59 | 89,58 | 91,47 | 95,04 |
| [nic wcześniej nie wiedziałem/am o tej miejscowości] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 3,29 | 0,00 | 4,76 | 5,26 | 0,00 | 4,11 | 0,00 | 0,98 | 0,00 | 5,88 | 4,35 | 3,70 | 0,00 | 0,95 | 0,83 |
| Nie | 96,71 | 100,00 | 95,24 | 94,74 | 100,00 | 95,89 | 100,00 | 99,02 | 100,00 | 94,12 | 95,65 | 96,30 | 100,00 | 99,05 | 99,17 |
| ? [Inne Źródło Informacji] % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| Tak | 16,13 | 5,88 | 4,76 | 10,53 | 40,00 | 5,48 | 0,00 | 8,85 | 27,27 | 0,00 | 15,22 | 0,00 | 4,17 | 7,11 | 14,05 |
| Nie | 83,87 | 94,12 | 95,24 | 89,47 | 60,00 | 94,52 | 100,00 | 91,15 | 72,73 | 100,00 | 84,78 | 100,00 | 95,83 | 92,89 | 85,95 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Charakterystyka turysty z rynków: Polska, Austria, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Rosja, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

Podstawowy cel wizyty,

Tabela nr. 43

| Struktura celów przyjazdów do Małopolski w 2005 roku według krajów priorytetowych dla Małopolski % | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|------------|
| wypoczynek | 30,04 | 19,12 | 19,05 | 36,84 | 20,00 | 19,86 | 14,29 | 23,28 | 0,00 | 17,65 | 4,35 | 14,81 | 31,25 | 27,49 | 14,88 |
| sprawy służbowe (biznes) | 9,39 | 4,41 | 4,76 | 5,26 | 30,00 | 3,42 | 8,57 | 4,92 | 0,00 | 5,88 | 2,17 | 3,70 | 4,17 | 8,06 | 6,61 |
| odwiedziny krewnych lub znajomych | 7,18 | 5,88 | 9,52 | 15,79 | 10,00 | 5,48 | 2,86 | 0,66 | 18,18 | 0,00 | 2,17 | 18,52 | 2,08 | 7,58 | 5,79 |
| zwiedzanie zabytków | 14,32 | 52,94 | 42,86 | 36,84 | 30,00 | 39,04 | 60,00 | 49,84 | 45,45 | 29,41 | 28,26 | 48,15 | 33,33 | 39,34 | 37,19 |
| udział w kongresie, szkoleniu | 3,23 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 10,00 | 1,37 | 0,00 | 1,64 | 18,18 | 35,29 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,42 | 1,65 |
| turystyka aktywna (kwalifikowana) | 4,85 | 2,94 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,42 | 2,86 | 1,64 | 0,00 | 0,00 | 4,35 | 0,00 | 0,00 | 0,95 | 0,83 |
| udział w imprezie kulturalnej | 1,20 | 1,47 | 9,52 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 5,71 | 0,66 | 0,00 | 0,00 | 10,87 | 0,00 | 2,08 | 0,00 | 0,00 |
| udział w zawodach sportowych | 0,59 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4,35 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| zakupy | 1,76 | 0,00 | 4,76 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 10,87 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 0,00 |
| odwiedziny miejsc rodzinnych | 0,79 | 0,00 | 0,00 | 5,26 | 0,00 | 3,42 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4,17 | 0,95 | 0,00 |
| rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 1,89 | 4,41 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 6,85 | 5,71 | 5,25 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,70 | 14,58 | 4,27 | 3,31 |
| cel religijny | 8,30 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 0,00 | 2,30 | 0,00 | 0,00 | 15,22 | 0,00 | 0,00 | 0,95 | 23,14 |
| cel zdrowotny | 4,91 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 0,00 | 2,30 | 0,00 | 5,88 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| edukacja | 1,56 | 2,94 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,05 | 0,00 | 0,98 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,42 | 0,83 |
| poznanie walorów przyrody | 1,95 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,42 | 0,00 | 0,98 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,08 | 0,47 | 0,83 |
| tranzyt | 2,54 | 1,47 | 9,52 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 0,00 | 1,64 | 0,00 | 5,88 | 10,87 | 0,00 | 4,17 | 0,47 | 0,83 |
| inny cel | 4,87 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 5,48 | 0,00 | 1,97 | 9,09 | 0,00 | 6,52 | 11,11 | 2,08 | 5,69 | 2,48 |
| brak informacji | 0,61 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,37 | 0,00 | 1,31 | 9,09 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,47 | 1,65 |
| SUMA | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W jaki sposób spędza czas w tej miejscowości?

Tabela nr. 44

| % WYPOCZYWAM BIERNIE | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|--|--------|---------|--------|-------|-----------|---------|-----------|--------|----------|-------|----------|---------|-------|-----------------|--------|
| TAK | 24,38 | 26,47 | 9,52 | 15,79 | 0,00 | 15,07 | 8,57 | 15,08 | 9,09 | 5,88 | 13,04 | 22,22 | 12,50 | 9,48 | 17,36 |
| NIE | 75,62 | 73,53 | 90,48 | 84,21 | 100,00 | 84,93 | 91,43 | 84,92 | 90,91 | 94,12 | 86,96 | 77,78 | 87,50 | 90,52 | 82,64 |
| % CHODZĘ NA SPACERY | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 51,58 | 89,71 | 66,67 | 68,42 | 60,00 | 67,81 | 51,43 | 76,72 | 63,64 | 70,59 | 32,61 | 70,37 | 89,58 | 63,51 | 61,16 |
| NIE | 48,42 | 10,29 | 33,33 | 31,58 | 40,00 | 32,19 | 48,57 | 23,28 | 36,36 | 29,41 | 67,39 | 29,63 | 10,42 | 36,49 | 38,84 |
| % BAWIĘ SIĘ W KLUBACH, PUBACH, DYSKOTEKACH | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 17,87 | 20,59 | 23,81 | 5,26 | 40,00 | 32,88 | 51,43 | 33,77 | 27,27 | 35,29 | 2,17 | 55,56 | 31,25 | 39,34 | 20,66 |
| NIE | 82,13 | 79,41 | 76,19 | 94,74 | 60,00 | 67,12 | 48,57 | 66,23 | 72,73 | 64,71 | 97,83 | 44,44 | 68,75 | 60,66 | 79,34 |
| % IDEĘ DO RESTAURACJI, KAWIARNI | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 40,59 | 83,82 | 47,62 | 63,16 | 90,00 | 68,49 | 77,14 | 69,84 | 100,00 | 88,24 | 36,96 | 81,48 | 81,25 | 78,20 | 70,25 |
| NIE | 59,41 | 16,18 | 52,38 | 36,84 | 10,00 | 31,51 | 22,86 | 30,16 | 0,00 | 11,76 | 63,04 | 18,52 | 18,75 | 21,80 | 29,75 |
| % UPRAWIAM TURYSTYKĘ AKTYWNAŁ | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 18,70 | 11,76 | 14,29 | 26,32 | 30,00 | 23,97 | 28,57 | 18,36 | 36,36 | 29,41 | 13,04 | 29,63 | 25,00 | 17,54 | 6,61 |
| NIE | 81,30 | 88,24 | 85,71 | 73,68 | 70,00 | 76,03 | 71,43 | 81,64 | 63,64 | 70,59 | 86,96 | 70,37 | 75,00 | 82,46 | 93,39 |

| % POZNAJĘ OKOLICZNE MIEJSCOWOŚCI | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|-------------------------------------|--------|---------|--------|--------|-----------|---------|-----------|--------|----------|--------|----------|---------|--------|--------------------|--------|
| TAK | 33,63 | 41,18 | 33,33 | 52,63 | 50,00 | 58,22 | 60,00 | 54,43 | 45,45 | 52,94 | 19,57 | 51,85 | 79,17 | 63,98 | 50,41 |
| NIE | 66,37 | 58,82 | 66,67 | 47,37 | 50,00 | 41,78 | 40,00 | 45,57 | 54,55 | 47,06 | 80,43 | 48,15 | 20,83 | 36,02 | 49,59 |
| % SPOTYKAM SIĘ ZE ZNAJOMYMI | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 15,82 | 8,82 | 4,76 | 21,05 | 10,00 | 8,90 | 5,71 | 5,90 | 36,36 | 5,88 | 6,52 | 11,11 | 6,25 | 12,80 | 9,92 |
| NIE | 84,18 | 91,18 | 95,24 | 78,95 | 90,00 | 91,10 | 94,29 | 94,10 | 63,64 | 94,12 | 93,48 | 88,89 | 93,75 | 87,20 | 90,08 |
| % IDĘ DO FILCHARMONI, OPERY | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 0,37 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,31 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,90 | 1,65 |
| NIE | 99,63 | 98,53 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 98,69 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 98,10 | 98,35 |
| % IDĘ DO TEATRU | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 2,64 | 4,41 | 9,52 | 0,00 | 0,00 | 2,74 | 0,00 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,08 | 1,42 | 0,83 |
| NIE | 97,36 | 95,59 | 90,48 | 100,00 | 100,00 | 97,26 | 100,00 | 99,67 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 97,92 | 98,58 | 99,17 |
| % IDĘ DO MUZEUM | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 17,10 | 58,82 | 19,05 | 42,11 | 50,00 | 50,00 | 28,57 | 45,57 | 27,27 | 23,53 | 13,04 | 44,44 | 62,50 | 47,39 | 42,98 |
| NIE | 82,90 | 41,18 | 80,95 | 57,89 | 50,00 | 50,00 | 71,43 | 54,43 | 72,73 | 76,47 | 86,96 | 55,56 | 37,50 | 52,61 | 57,02 |

| % IDĘ DO KINA | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
|-----------------------------------|--------|---------|--------|--------|-----------|---------|-----------|--------|----------|--------|----------|---------|--------|-----------------|--------|
| TAK | 3,61 | 1,47 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 5,71 | 0,00 | 0,00 | 5,88 | 0,00 | 3,70 | 2,08 | 1,42 | 2,48 |
| NIE | 96,39 | 98,53 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 99,32 | 94,29 | 100,00 | 100,00 | 94,12 | 100,00 | 96,30 | 97,92 | 98,58 | 97,52 |
| % REALIZUJĘ SWOJE ZAINTERESOWANIA | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 4,44 | 2,94 | 4,76 | 5,26 | 0,00 | 9,59 | 0,00 | 2,30 | 0,00 | 0,00 | 4,35 | 7,41 | 0,00 | 0,95 | 7,44 |
| NIE | 95,56 | 97,06 | 95,24 | 94,74 | 100,00 | 90,41 | 100,00 | 97,70 | 100,00 | 100,00 | 95,65 | 92,59 | 100,00 | 99,05 | 92,56 |
| % UCZESTNICZĘ W WYDARZENIACH | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 7,63 | 10,29 | 4,76 | 0,00 | 10,00 | 3,42 | 5,71 | 2,62 | 0,00 | 0,00 | 17,39 | 7,41 | 4,17 | 5,21 | 8,26 |
| NIE | 92,37 | 89,71 | 95,24 | 100,00 | 90,00 | 96,58 | 94,29 | 97,38 | 100,00 | 100,00 | 82,61 | 92,59 | 95,83 | 94,79 | 91,74 |
| % W INNY SPOSÓB | Polska | Austria | Czechy | Dania | Finlandia | Francja | Hiszpania | Niemcy | Norwegia | Rosja | Słowacja | Szwecja | Węgry | Wielka Brytania | Włochy |
| TAK | 31,76 | 50,00 | 19,05 | 31,58 | 30,00 | 28,77 | 20,00 | 34,75 | 36,36 | 52,94 | 52,17 | 37,04 | 8,33 | 22,27 | 47,11 |
| NIE | 68,24 | 50,00 | 80,95 | 68,42 | 70,00 | 71,23 | 80,00 | 65,25 | 63,64 | 47,06 | 47,83 | 62,96 | 91,67 | 77,73 | 52,89 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Najczęściej odwiedzane miejscowości oraz atrakcje i produkty turystyczne w województwie małopolskim - ranking miejscowości, ranking atrakcji i produktów turystycznych

Miejsca odwiedzane podczas pobytu w Małopolsce

Zdecydowana większość ankietowanych gości odwiedzających Małopolskę zadeklarowało, że poza miejscem badania odwiedziło także inne miejscowości położone w regionie.

Najczęściej wymieniane były: Zakopane wraz z Tatrami, Wieliczka, Pieniny (poszczególne miejscowości, sływ Dunajcem i in.), Kraków oraz Oświęcim, czyli miejscowości o uznanej renomie wśród turystów. Jest to od kilku lat niezmienną się czołówka odwiedzanych miejsc w naszym Regionie.

Podobnie jak w roku poprzednim wysoką pozycję w rankingu odwiedzanych miejsc podczas pobytu w Małopolsce odnotowuje Słowacja (głównie poszczególne miejsca na obszarze słowackich Tatr). W bieżącym roku po raz pierwszy pojawiły się miejscowości z obszaru powiatu gorlickiego – m.in. Gorlice, Wysowa, Hańczowa, jak również np. Ciężkowice ze Skamieniałym Miastem, czy Lanckorona. Wzrosło zainteresowanie Wadowicami i Kalwarią Zebrzydowską, co jest związane ze wzmożonym ruchem turystyczno – religijnym, szczególnie w miejscach odnoszących się do osoby Ojca Świętego Jana Pawła II. Spoza województwa Małopolskiego do nowych miejsc wskazywanych przez Respondentów należą Wrocław, Katowice i Pszczyna. Oczywiście nie są to miejsca leżące na terenie Małopolski, jednakże bezpośrednio powiązane z pobytem gości w naszym regionie.

Szczegółowy rozkład preferencji odwiedzanych przez Respondentów miejsc podczas pobytu w Krakowie obrazuje Tabela 45.

Tabela nr. 45

Ranking miejsc odwiedzanych przez Respondentów podczas pobytu w Małopolsce w 2005 r.

| Miejsce | Pozycja w rankingu ³ |
|--|---------------------------------|
| ZAKOPANE (Tatry) | 1 |
| WIELICZKA | 2 |
| PIENINY (SZCZAWNICA, NIEDZICA, Spływ Dunajcem i in.) | 3 |
| KRAKÓW (różne) | 4 |
| OŚWIĘCIM | 5 |
| DOLINA POPRADU (MUSZYNA, PIWNICZNA, RYTRO, WIERCHOMLA i in.) | 6 |
| SŁOWACJA | 7 |
| WADOWICE | 8 |
| OJCÓW (Ojcowski PN, Pieskowa Skała, Skała) | 9 |
| KRYNICA | 10 |
| NOWY SĄCZ | 11 |
| WARSZAWA | 12 |
| NOWY TARG | 13 |
| STARY SĄCZ | 14 |
| DĘBNO | 15 |
| KALWARIA ZEBRZYDOWSKA | 16 |
| CZĘSTOCHOWA (Jasna Góra) | 17 |
| BOCHNIA | 18 |
| NIEPOŁOMICE | 19 |
| DOLINA ROPY (WYSOWA, HAŃCZOWA i in.) | 20 |
| BUKOWINA TATRZAŃSKA | 21 |
| LIMANOWA | 22 |
| WROCŁAW | 23 |
| DOBCZYCE i okolice | 24 |
| MYŚLENICE | 25 |
| GORLICE | 25 |
| TARNÓW | 25 |
| NOWY WIŚNICZ | 26 |
| KATOWICE | 27 |
| CIEŻKOWICE | 28 |
| RABKA | 29 |
| TYLICZ | 30 |
| PSZCZYNA | 31 |
| KAMIANNA | 32 |
| LANCKORONA | 33 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

³ Pozycja na liście rankingowej była związana z osiągnięciem odpowiedniej liczby wskazań w ankietach.

Potencjalne miejsca wizyty gości podczas pobytu w Małopolsce

Podobnie jak w poprzednim pytaniu i w poprzednich latach badań, Respondenci najczęściej wskazywali Wieliczkę, Oświęcim, Zakopane (wraz z Tatrami) oraz Kraków. Potwierdza to fakt, że wymienione miejsca są „żelaznymi” punktami programów turystycznych gości przyjeżdżających do Małopolski (Tabela 46).

Tabela nr. 46

Ranking miejsc, które Respondenci zamierzają odwiedzić podczas swego pobytu (dane z 2005 r.)

| Miejsce | Pozycja w rankingu |
|--|--------------------|
| ZAKOPANE (Tatry) | 1 |
| WIELICZKA | 2 |
| KRAKÓW (różne) | 3 |
| OŚWIĘCIM | 4 |
| OJCÓW (Ojcowski PN, Pieskowa Skała, Skała) | 5 |
| SŁOWACJA | 6 |
| PIENINY (SZCZAWNICA, NIEDZICA, Spływ Dunajcem i in.) | 7 |
| WADOWICE | 8 |
| ORAWA I PODHALE | 9 |
| GORLICE i okolice | 10 |
| DOLINA POPRADU (MUSZYNA, PIWNICZNA, RYTRO, WIERCHOMLA i in.) | 11 |
| KRYNICA | 12 |
| NOWY SĄCZ | 13 |
| CZĘSTOCHOWA (Jasna Góra) | 14 |
| STARY SĄCZ | 15 |
| NIEPOŁOMICE | 16 |
| WARSZAWA | 17 |
| KALWARIA ZEBRZYDOWSKA | 18 |
| WROCŁAW | 19 |
| BIESZCZADY | 20 |
| RABKA | 20 |
| TARNÓW | 21 |
| BOCHNIA | 22 |
| WĘGRY | 23 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Warto zauważyć, że spoza granic Polski, w kilkunastu przypadkach Ankietowani wskazywali, na Słowację i Węgry. W kilku przypadkach pojawiły się Czechy (co ze względu na małą liczbę nie zostało wskazane w tabeli), natomiast ani razu nie pojawiała się Austria z Wiedniem. Należy zwrócić uwagę na stałą, wysoką pozycją Słowacji w rankingu tych miejscowości.

Także Podhale i Pieniny potwierdzają swój wysoki poziom popularności (Szczawnica, Niedzica, Nowy Targ i in.). Podobnie jak w poprzednim pytaniu należy tutaj odnotować pojawienie się różnych miejscowości z ziemi gorlickiej.

Korzystnym dla województwa wskaźnikiem jest spadający udział zainteresowania innymi miejscowościami spoza Małopolski.

Atrakcje turystyczne regionu

Zidentyfikowanie głównych atrakcji turystycznych w Małopolsce jest jednym z podstawowych celów niniejszych badań, gdyż jest podstawą do podejmowania istotnych decyzji z punktu widzenia rozwoju turystyki przyjazdowej do regionu.

Do najczęściej wskazywanych przez Respondentów atrakcji turystycznych Małopolski należały (Tabela 47): krakowski Rynek i Wawel, Tatry, Wieliczka, różne atrakcje przyrodnicze i religijne Województwa oraz krakowskie Łagiewniki z Sanktuarium Bożego Miłosierdzia. Kraków ze swoimi atrakcjami (Wawelem, kościołami, Kazimierzem...) jest dominującą atrakcją w województwie, oddziaływującą na wizerunek całego regionu.

Jak widać z tabeli czołówkę, zapadających w pamięci gości grup atrakcji turystycznych, stanowią atrakcje związane ze środowiskiem przyrodniczym oraz *Sacrum* Małopolski. Nie powinna dziwić tegoroczna wysoka pozycja Łagiewnik. Do Sanktuarium średniorocznie w ostatnich dwóch latach przybywa ok. 2 mln osób i jest to stała tendencja rosnąca⁴.

Pełny ranking odpowiedzi udzielonych w bieżącym roku przez Respondentów przedstawia Tabela 47

Tabela nr. 47

Procentowy udział atrakcji wskazywanych przez Respondentów w związku z pobytem w Małopolsce w 2005 r.

| Atrakcja turystyczna | Udział % wskazań |
|---|---------------------|
| CIEŻKOWICE (Skamieniałe Miasto) | 0,4% |
| CZĘSTOCHOWA (Jasna Góra) | 0,3% |
| GUBAŁÓWKA I BUTOROWY WIERCH | 2,4% |
| INNE KATEGORIE (miejscowości i inne niewymienione w pozostałych grupach) | 1,5% |
| KALWARIA ZEBRZYDOWSKA (dróżki) | 1,0% |
| KRAKÓW - BARBAKAN (w tym Brama Floriańska, ul. Floriańska) | 0,5% |
| KRAKÓW - BAZYLIKA MARIACKA (w tym Ołtarz Wita Stwosza) | 2,8% |
| KRAKÓW - CENTRA REKREACJI (aquapark, oceanarium, zoo, ogród botaniczny) | 0,9% |
| KRAKÓW - DZIELNICA KAZIMIERZ (atmosfera) | 2,3% |
| KRAKÓW - GASTRONOMIA (obiekty i potrawy) | 1,5% |
| KRAKÓW - KAZIMIERZ RELIGIJNY (synagogi, cmentarze, Stara Synagoga) | 0,6% |
| KRAKÓW - KOPCE (J. Piłsudskiego, T. Kościuszki, Kraka, Wandy) | 0,6% |
| KRAKÓW - KOŚCIOŁY (Kuria, miejsca, Ojciec Święty, cmentarze, klasztory) | 1,4% |
| KRAKÓW - KULTURA I ROZRYWKA (kino, teatr, wystawa, filharmonia, opera, klub, dyskoteka, koncert, impreza) | 2,4% |
| KRAKÓW - ŁAGIEWNIKI | 3,1% |
| KRAKÓW - MUZEA (obrazy, obiekty z wyjątkiem Sukiennic, UJ i Starej Synagogi) | 0,9% |
| KRAKÓW - POZOSTAŁE ATRAKCJE | 2,4% |
| KRAKÓW - RATUSZ | 0,4% |
| KRAKÓW - RYNEK (Stare Miasto) | 10,7% |
| KRAKÓW - SUKIENNICE (w tym Galeria - muzeum, kramy) | 2,8% |
| KRAKÓW - TERENY ZIELONE (Błonia, Planty, wały wiślane, bulwary i in.) | 1,3% |
| KRAKÓW - WAWEL (komnaty, Katedra, dzwon Zygmunta, smocza jama i in.) | 10,6% |
| KRAKÓW - WIEŻA MARIACKA (w tym hejnał) | 0,3% |
| KRAKÓW - ZAKUPY (centra handlowe, zakupy, pamiątki, ceny) | 0,6% |
| KRYNICA ZDRÓJ | 1,4% |

⁴ Dane na podstawie badań IGiGP UJ, w tym p. Prof. A. Jackowskiego oraz mgr A. Wilkońskiej (rozprawa doktorska w przygotowaniu).

| | |
|---|---------------|
| NOWY SĄCZ (skansen, muzeum Nikifora i in.) | 0,3% |
| OJCÓW (Pieskowa Skała, Szlak Orlich Gniazd, Jurajski Park Krajobrazowy) | 0,7% |
| OŚWIĘCIM (obóz koncentracyjny) | 2,5% |
| PIENINY (poszczególne szczyty i in.) | 0,5% |
| PRZEŁOM DUNAJCA - ZAMKI | 0,9% |
| PRZEŁOM DUNAJCA (ogólnie) | 1,6% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - GASTRONOMIA (restauracje, karczmy, winoteki i in.) | 1,1% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - IMPREZY KULTURALNE (koncerty, festyny, występy zespołów, warsztaty i in.) | 0,6% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - nie wiem (nie znam, nie zwiedzam) | 2,9% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - OBIEKTY KULTURY (teatry, galerie, muzea, skanseny i in.) | 1,4% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - OŚRODKI REKREACJI (baseny, sankostrada, korty tenisowe, lodowiska i in.) | 0,4% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - PRZYRODA (góry, klimat, krajobraz, lasy i in.) | 4,4% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - RYNEK (starówka, centrum miejscowości, ratusz i in.) | 1,6% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - SPA (pjalnie, parki zdrojowe, wody mineralne i in.) | 1,5% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - SPOTKANIE Z SACRUM (Sanktuaria, kościoły, nabożeństwa, cmentarze i in.) | 3,7% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - ZABYTKI (spichlerze, wille, dwory, pałace, dzwonnice, ogólnie architektura, szlak architektury drewnianej i in.) | 1,2% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - ZAMKI | 1,4% |
| RÓŻNE MIEJSCOWOŚCI - ZBIORNIKI WODNE (jeziora, rzeki, zapory i in.) | 1,9% |
| SŁOWACJA | 0,5% |
| TATRY (poszczególne szczyty, doliny, polany, hale, jaskinie i in.) | 5,7% |
| WADOWICE (dom Jana Pawła II, Bazylika) | 1,2% |
| WIELICZKA | 5,5% |
| ZAKOPANE - INNE ATRAKCJE | 0,8% |
| ZAKOPANE - KRUPÓWKI | 2,3% |
| ZAKOPANE - MUZEUM TATRZAŃSKIE | 0,4% |
| ZAKOPANE - SKOCZNIE NARCIARSKIE | 0,7% |
| ZAKOPANE - SPOTKANIE Z SACRUM (Sanktuaria, kościoły, cmentarze i in.) | 1,2% |
| RAZEM | 100,0% |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Zdecydowanie z roku na rok Respondenci wykazują znajomość coraz szerszej i różnicowanej oferty turystycznej Małopolski. Po raz pierwszy w bieżącym roku pojawiły się jako atrakcje dwie miejscowości – Ciężkowice ze Skamieniałym Miastem oraz Nowy Sącz ze skansenem i muzeum Nikifora.

Należy zauważyć, że w bieżącym roku, znaczący odsetek stanowiły wskazania związane z: Kalwarią Zebrzydowską (Sanktuarium Matki Bożej, dróżki), Wadowicami (dom rodzinny Jana Pawła II) oraz Częstochową, w tym Jasną Górą. Niewątpliwie jest to związane ze śmiercią Ojca Świętego Jana Pawła II i wzrostem zainteresowania Jego Osobą i w związku z tym naszym regionem.

Rozkład przestrzenny wymienianych atrakcji nie budzi zaskoczenia – są to stałe szlaki turystyczne, a same atrakcje często łączy się razem w ofertach turystycznych proponowanych turystom.

Potencjalna lista atrakcji

Pytanie 22 ankiety jest bardzo istotne dla instytucji promujących region z punktu widzenia przygotowania oferty turystycznej w przyszłości. Pozwala zwrócić uwagę na trendy w zakresie wyboru przez Gości atrakcji turystycznych Małopolski podczas kolejnej wizyty (Tabela 48).

Tabela nr. 48

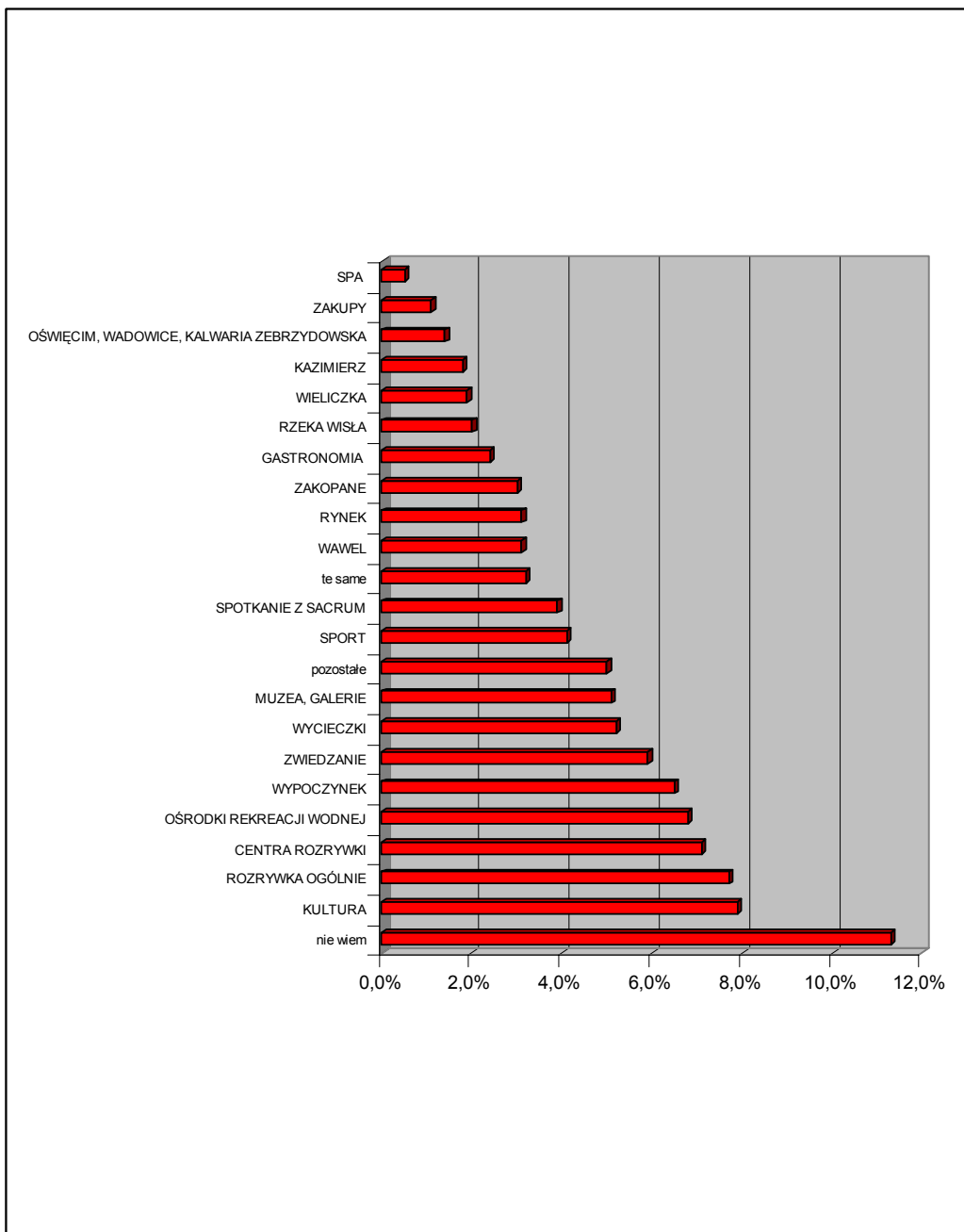
Ranking wskazań dotyczących przyszłych preferencji w zakresie wyboru atrakcji turystycznych regionu (dane z 2005 r.)

| Parametr | Pozycja w rankingu |
|--|--------------------|
| nie wiem | 1 |
| KULTURA | 2 |
| ROZRYWKA OGÓLNIE | 3 |
| CENTRA ROZRYWKI | 4 |
| OŚRODKI REKREACJI WODNEJ | 5 |
| WYPOCZYNEK | 6 |
| ZWIEDZANIE | 7 |
| WYCIECZKI | 8 |
| MUZEA, GALERIE | 9 |
| pozostałe | 10 |
| SPORT | 11 |
| SPOTKANIE Z SACRUM | 12 |
| te same | 13 |
| WAWEL | 14 |
| RYNEK | 15 |
| ZAKOPANE | 16 |
| GASTRONOMIA | 17 |
| RZEKA WISŁA | 18 |
| WIELICZKA | 19 |
| KAZIMIERZ | 20 |
| OŚWIĘCIM, WADOWICE, KALWARIA ZEBRZYDOWSKA | 21 |
| ZAKUPY | 22 |
| SPA | 23 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT 2005.

Zauważalny jest bardzo wysoki wskaźnik "niewiedzy", czyli braku informacji o ofertach turystycznych regionu. Następną w kolejności najwyższą liczbę wskazań uzyskała grupa nazwana umownie „kulturą”. Kryją się tutaj odpowiedzi dotyczące preferencji w zakresie konkretnych obiektów i spektakli (teatr, opera) czy np. koncertów. Region wraz ze swoją stolicą – Krakowem – jest postrzegany przez Respondentów jako obszar wielkich (choć także tych mniejszych) wydarzeń kulturalnych i tego turyści oczekują. Chcą również dobrze się zabawić – czyli skorzystać z oferty rozrywkowej. Co ciekawe w bieżącym roku, w stosunku do poprzednich lat, zmieniły się wskazania na pierwszych lokatach rankingu. W 2003 r. dominowało zwiedzanie (w 2005 r. 7 miejsce), później rozrywka (w 2005 r. 3 miejsce), a dopiero później szeroko pojęta kultura (w 2005 r. 2 miejsce). W przypadku samego Krakowa także, co ciekawe, zauważalny jest spadek zainteresowania samym zwiedzaniem na korzyść oferty rozrywkowej miasta. Po raz pierwszy także w tym pytaniu, pojawiła się znacznie większa liczba wskazań zakupów czy wycieczek (Rysunek 20).

■
 Rysunek 20.
 Procentowy rozkład odpowiedzi dotyczących przyszłych preferencji Respondentów (dane z 2005 r.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Baza noclegowa w województwie małopolskim

Według danych Urzędu Statystycznego w Krakowie na dzień 20 września 2005r. w Małopolsce zarejestrowanych w systemie regon jest 2.683 obiekty noclegowe, w tym:
 hotele, motele, zajazdy – 164,
 ośrodki wypoczynkowe, pensjonaty, gospodarstwa wiejskie, pokoje gościnne – 2.436,
 schroniska turystyczne – 48,
 kempingi – 35

Hotele w aglomeracji krakowskiej* Tabela nr. 49

| m. Kraków | Hotele ogółem | Kategoria hoteli | | | | | w trakcie kategoryzacji |
|-------------------|---------------|------------------|------|------|------|-----|-------------------------|
| | | ***** | **** | *** | ** | * | |
| liczba obiektów | 82 | 4 | 6 | 45 | 16 | 5 | 6 |
| miejsca noclegowe | 10028 | 1176 | 1148 | 5321 | 1606 | 469 | 308 |
| pokoje | 4980 | 647 | 541 | 2642 | 765 | 235 | 150 |

Źródło: * dane Urzędu Statystycznego w Krakowie wg stanu na dzień 30.09.2005r.

Hotele w Małopolsce* Tabela nr. 50

| m. Kraków | Hotele ogółem | Kategoria hoteli | | | | | w trakcie kategoryzacji |
|-------------------|---------------|------------------|------|------|------|-----|-------------------------|
| | | ***** | **** | *** | ** | * | |
| liczba obiektów | 152 | 4 | 11 | 71 | 44 | 12 | 10 |
| miejsca noclegowe | 15609 | 1176 | 1794 | 8145 | 3153 | 840 | 501 |
| pokoje | 7687 | 647 | 863 | 4085 | 1453 | 404 | 235 |

Źródło: * dane Urzędu Statystycznego w Krakowie wg stanu na dzień 30.09.2005r.

Rejestrowana baza noclegowa i zbiorowego zakwaterowania w województwie małopolskim* - funkcjonująca

Tabela nr. 51

| Rodzaj obiektu | Miejsca noclegowe | Liczba obiektów |
|--|-------------------|-----------------|
| hotele | 15609 | 152 |
| motele | 497 | 12 |
| pensjonaty | 3725 | 62 |
| kempingi | 1737 | 14 |
| domy wycieczkowe | 1366 | 20 |
| schroniska młodzieżowe | 652 | 26 |
| schroniska | 1178 | 48 |
| poła biwakowe | 1497 | 16 |
| inne obiekty hotelowe | 902 | 29 |
| ośrodki wczasowe | 10067 | 165 |
| ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe | 5591 | 68 |
| ośrodki kolonijne | 652 | 14 |
| domy pracy twórczej | 473 | 15 |
| zespół ogólnodostępnych domków turystycznych | 905 | 16 |
| obiekty do wypoczynku świątecznego | 500 | 6 |
| zakłady uzdrowiskowe | 5006 | 41 |
| pozostałe niesklasyfikowane | 9036 | 167 |
| Ogółem | 59393 | 719 |

Źródło: * dane Urzędu Statystycznego w Krakowie wg stanu na dzień 30.09.2005r.

Rejestrowana baza noclegowa i zbiorowego zakwaterowania w aglomeracji krakowskiej* -
funkcjonująca
Tabela nr. 52

| Rodzaj obiektu | Miejsca noclegowe | Liczba obiektów |
|--|-------------------|-----------------|
| hotele | 10028 | 82 |
| motele | 198 | 2 |
| pensjonaty | 316 | 10 |
| kempingi | 455 | 3 |
| domy wycieczkowe | 359 | 8 |
| schroniska młodzieżowe | 847 | 6 |
| schroniska | | |
| poła biwakowe | | |
| inne obiekty hotelowe | | |
| ośrodki wczasowe | | |
| ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe | | |
| ośrodki kolonijne | | |
| domy pracy twórczej | | |
| zespół ogólnodostępnych domków turystycznych | | |
| obiekty do wypoczynku świątecznego | | |
| zakłady uzdrowiskowe | 59 | 1 |
| pozostałe niesklasyfikowane | 3039 | 98 |
| Ogółem | 15301 | 210 |

Źródło: * dane Urzędu Statystycznego w Krakowie wg stanu na dzień 30.09.2005r.

Aneks.

Zawiera informacje istotne z punktu widzenia zespołu badawczego a nie zawarte w załączniku do umowy.

(informacje te przekazane są przez zespół badawczy w składzie

dr Krzysztof Borkowski
Prof. dr hab. Tadeusz Grabiński
dr Renata Seweryn
mgr Leszek Mazanek
mgr Anna Wilkońska
mgr Andrzej Gut - Mostowy
nieodpłatnie).

Analiza liczby korzystających z bazy noclegowej w Małopolsce w latach 2002- 2005

Punktem wyjścia analizy są informacje udostępnione przez Urząd Statystyczny w Krakowie o liczbie korzystających z noclegów w obiektach noclegowych zbiorowego zakwaterowania w ujęciu miesięcy oraz kwartałów w latach 2002-2005. Uzyskane wyniki w połączeniu z danymi otrzymanymi w drodze badań ankietowych przeprowadzonych w latach 2003-2005 przez MOT zostały wykorzystane do szacowania ogólnej liczby turystów oraz liczby odwiedzających Małopolskę w roku 2005.

Analiza danych miesięcznych

W tab. 53 podano liczby korzystających z noclegów w podziale na turystów krajowych i z zagranicy dla kolejnych miesięcy w latach 2002-2005. Dla roku 2005 dostępne są informacje tylko do września. Pozostałe wartości (za miesiące X-XII 2005) oszacowano wykorzystując analogiczną metodę jak w raporcie z ubiegłego roku. Przyjęto więc założenie, że w ostatnich miesiącach 2005 roku będzie miał miejsce taki sam przyrost liczby udzielonych noclegów jaki faktycznie występował przez pierwsze 9 miesięcy 2005 roku, z uwzględnieniem wskaźnika sezonowości w ujęciu miesięcznym wyznaczonego na podstawie lat 2002-2004.

Warto ocenić poprawność przyjętej metody predykcji na przykładzie roku 2004. W tab. 53 przytoczono prognozowane i faktyczne liczby korzystających z noclegów w Małopolsce w IV kwartale 2004 roku wraz z odpowiadającymi im bezwzględными oraz względnymi błędami predykcji *ex post*. Jak można zauważyć poprawność prognoz dla noclegów ogółem jest wysoka – względny błąd kształtuje się w granicach 0,6-4,2%. Nieco gorzej udało się przewidzieć liczbę korzystających z noclegów turystów krajowych i z zagranicy, gdzie błędy sięgają 12%. W prognozie niedoszacowano liczbę noclegów turystów z zagranicy (o 10-12%) natomiast przeszacowano liczbę noclegów turystów krajowych (o 5-12%). Dlatego też w roku 2005 uwzględniono poprawkę polegającą na zwiększeniu liczby turystów z zagranicy o 5% w stosunku do pierwotnej prognozy i odjęciu tej wielkości od liczby turystów krajowych.⁵

Tabl. 53 Prognozowane i faktyczne liczby korzystających z noclegów w Małopolsce w IV kwartale 2004 wraz z błędami predykcji *ex post*.

| M-c | Ogółem | Kraj. | Zagr. | | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
|------|----------------------|---------|--------|--|-------------------|--------|--------|
| | Prognozy 2004 | | | | Błędy prognoz | | |
| paż. | 207 787 | 144 796 | 62 991 | | 8 451 | 15 499 | -7 048 |
| lis. | 128 026 | 98 166 | 29 860 | | 1 388 | 4 839 | -3 451 |
| gru. | 131 785 | 102 505 | 29 280 | | 762 | 4 753 | -3 991 |
| | Wart. faktyczne 2004 | | | | Błędy prognoz (%) | | |
| paż. | 199 336 | 129 297 | 70 039 | | 4,2 | 12,0 | -10,1 |
| lis. | 126 638 | 93 327 | 33 311 | | 1,1 | 5,2 | -10,4 |
| gru. | 131 023 | 97 752 | 33 271 | | 0,6 | 4,9 | -12,0 |

Na rys. 21-26 przedstawiono kształtowanie się liczby korzystających z noclegów w latach 2002-2005 wg miesięcy. Jak wynika z rys. 21-23 krajowy i zagraniczny ruch turystyczny w przekroju miesięcy pomimo generalnego podobieństwa nieco się różni. W przypadku ruchu krajowego szczyt przypada na maj-czerwiec natomiast minimum na listopad-grudzień oraz marzec-kwiecień. W przypadku ruchu z zagranicy największe nasilenie ruchu obserwuje się w miesiącach lipiec-sierpień, natomiast najmniejsze w miesiącach zimowych listopad-luty. W 2005 roku praktycznie w każdym miesiącu odnotowano największą (w całym analizowanym okresie

⁵ W praktyce wyznaczano tylko prognozy ogólnej liczby noclegów oraz liczby noclegów udzielonych turystom z zagranicy. Prognoza liczby noclegów udzielonych turystom krajowym była ustalana jako różnica tych wielkości.

2002-2005) liczbę turystów z zagranicy. Inaczej jest z turystami krajowymi – tutaj w miesiącach kwiecień-sierpień 2005 daje się zauważyć spadek liczby udzielonych noclegów. W kolejnych latach (por. rys. 24-25) widoczny jest systematyczny wzrost liczby udzielonych noclegów, z tym, że jest on większy dla zagranicznego ruchu turystycznego aniżeli dla ruchu krajowego.

W tab. 56 podano wskaźniki udziału turystów krajowych i turystów z zagranicy w liczbie udzielonych noclegów ogółem. Wskaźniki te były podstawą sporządzenia rys. 27, z którego wynika, że obserwuje się wzrost udziału turystyki zagranicznej z 27% w latach 2002-2003 do ponad 30% w latach 2004-2005. W miesiącach lipiec-wrzesień 2005 roku liczba noclegów udzielonych turystom z zagranicy stanowiła ok. 40% ogólnej liczby udzielonych noclegów w Małopolsce.

W kolejnej tab.54 przytoczono wskaźniki dynamiki liczby udzielonych noclegów w analizowanych układach. Wskaźniki te warto porównać w ujęciu globalnym – tab.58. W roku 2005 w stosunku do roku 2004 w zakresie noclegów ogółem widoczny jest przyrost tylko o 4,6% (a więc mniejszy niż w poprzednich dwóch latach), na co składa się brak zmian w liczbie noclegów turystów krajowych (0,2%) oraz wzrost liczby noclegów turystów z zagranicy o 14,2%. Tempo wzrostu zagranicznego ruchu turystycznego jest więc dalej znaczne – większe o 10% od wskaźnika sprzed dwóch lat, ale mniejsze o 15% w stosunku do roku ubiegłego.

Tabela nr. 54 Indeksy dynamiki liczby udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2005

| Lata | 2003//02 | 2004/03 <i>progn.</i> | 2004/03 <i>fakt.</i> | 2005/04 | Błąd |
|---------------|----------|--------------------------|-------------------------|---------|------|
| Ogółem | 105,7 | 112,4 | 111,8 | 104,6 | -0,6 |
| Kraj. | 106,1 | 107,1 | 105,1 | 100,2 | -2,0 |
| Zagr. | 104,9 | 126,5 | 129,9 | 114,2 | 3,4 |

Na rys. 28 zilustrowano wskaźniki dynamiki liczby noclegów w roku 2005 w stosunku do roku 2004 wg miesięcy. Wskaźniki te we wszystkich miesiącach z wyjątkiem października, listopada i grudnia kształtują się na wyższym poziomie dla turystów z zagranicy aniżeli dla turystów krajowych.

W tab. 56 przedstawiono kształtowanie się wskaźników sezonowości w ujęciu miesięcznym. Na podstawie tych danych sporządzono rys. 29-31, na których zilustrowano kształtowanie się wskaźników sezonowości odrębnie dla liczby noclegów ogółem oraz odrębnie dla noclegów udzielonych turystom krajowym oraz z zagranicy. Jak można zauważyć w każdym z analizowanych okresów prawidłowości były identyczne.

W przypadku turystów krajowych „szczyt” przypada na miesiące maj-sierpień. Powyżej przeciętnej (100%) kształtuje się także liczba noclegów w wrześniu i październiku. Natomiast w pozostałych miesiącach od listopada do kwietnia liczba turystów krajowych kształtuje się znacznie poniżej przeciętnego poziomu.

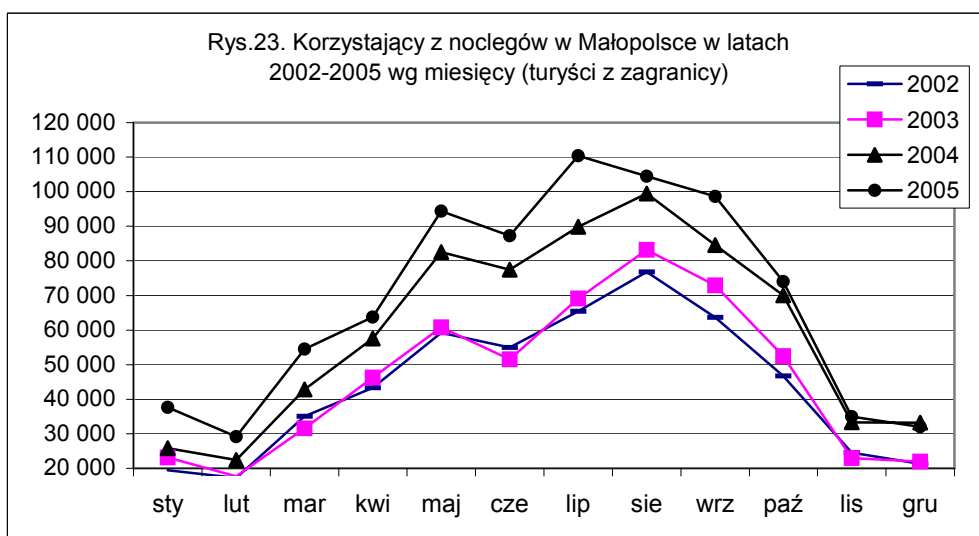
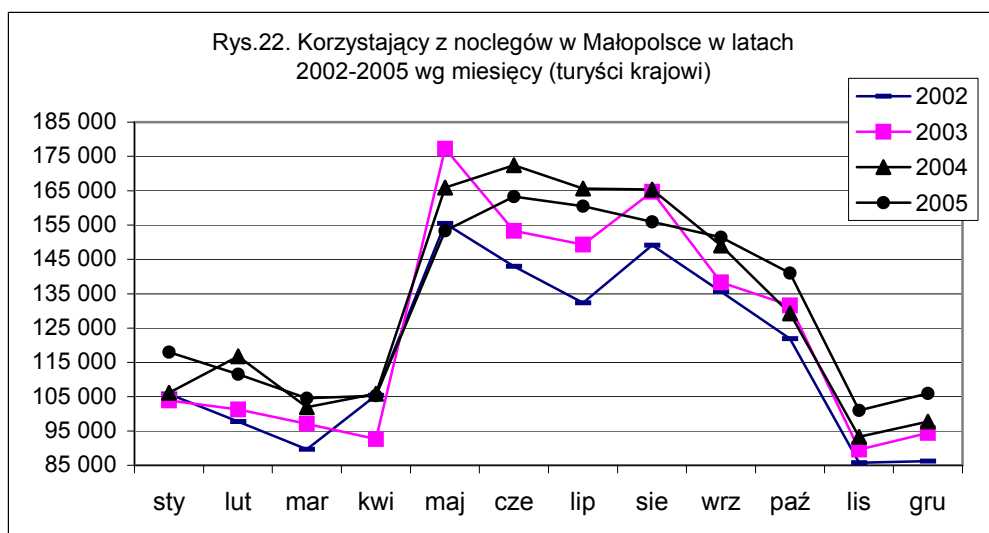
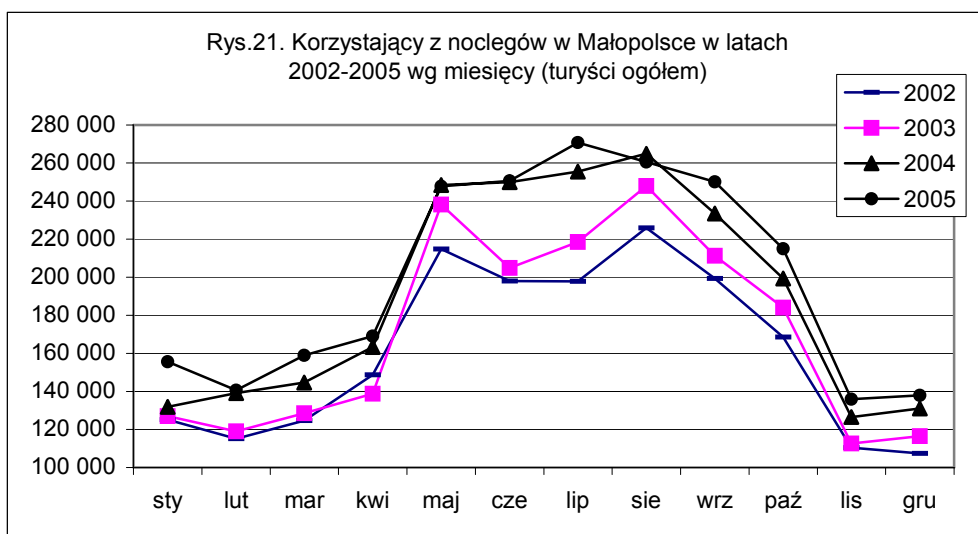
Nieco inaczej kształtuje się liczba noclegów dla turystów z zagranicy. Wprawdzie wskaźnikami powyżej i poniżej 100% charakteryzują się prawie te same miesiące co poprzednio, a więc od kwietnia do października liczba noclegów jest wyższa od 100% a od listopada do marca – niższa od 100%, lecz przebieg krzywych jest odmienny. Obserwuje się tu stopniowe narastanie ruchu turystycznego od lutego (najniższe wskaźniki sezonowości na poziomie 40%) aż do sierpnia gdzie wskaźniki sezonowości są najwyższe i dochodzą do 180%, a następnie stopniowe zmniejszanie liczby noclegów. Interesujący jest regularny, lokalny spadek liczby noclegów turystów z zagranicy w czerwcu.

Na rys. 32-35 zilustrowano wskaźniki sezonowości dla kolejnych lat. Widoczne tu są różnice tych wskaźników w przekroju: turyści krajowi – z zagranicy. Wyrażają się one w znacznej przewadze wskaźników sezonowości dla noclegów udzielonych turystom z zagranicy w miesiącach letnich: lipiec – wrzesień oraz odwrotnej relacji w miesiącach zimowych: listopad – luty.

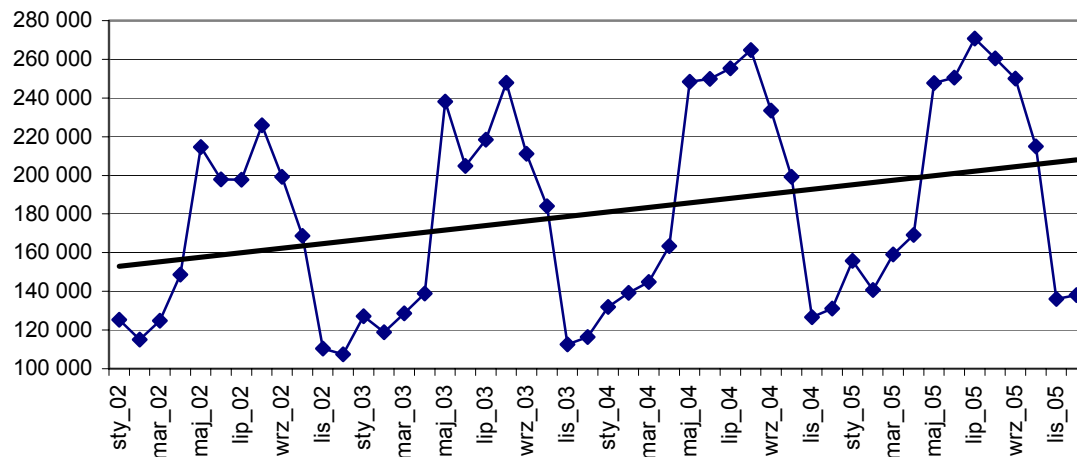
| Tabela nr. 55 | Liczba korzystających z noclegów | | | | | | | | | | | |
|------------------|----------------------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|
| | Rok | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | |
| | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| sty | 125 279 | 105 813 | 19 466 | 127 104 | 103 960 | 23 144 | 131 988 | 106 152 | 25 836 | 155 707 | 118 033 | 37 674 |
| lut | 115 053 | 97 808 | 17 245 | 118 941 | 101 276 | 17 665 | 139 230 | 116 796 | 22 434 | 140 738 | 111 550 | 29 188 |
| mar | 124 741 | 89 618 | 35 123 | 128 615 | 97 094 | 31 521 | 144 758 | 101 942 | 42 816 | 159 049 | 104 525 | 54 524 |
| kwi | 148 721 | 105 371 | 43 350 | 138 862 | 92 602 | 46 260 | 163 426 | 105 900 | 57 526 | 169 072 | 105 353 | 63 719 |
| maj | 214 715 | 155 501 | 59 214 | 238 072 | 177 252 | 60 820 | 248 462 | 165 908 | 82 554 | 247 690 | 153 309 | 94 381 |
| cze | 197 980 | 142 974 | 55 006 | 204 892 | 153 305 | 51 587 | 249 879 | 172 421 | 77 458 | 250 601 | 163 329 | 87 272 |
| lip | 197 823 | 132 389 | 65 434 | 218 441 | 149 293 | 69 148 | 255 392 | 165 580 | 89 812 | 270 799 | 160 453 | 110 346 |
| sie | 225 946 | 149 108 | 76 838 | 247 917 | 164 728 | 83 189 | 264 793 | 165 335 | 99 458 | 260 444 | 155 960 | 104 484 |
| wrz | 199 244 | 135 583 | 63 661 | 211 252 | 138 328 | 72 924 | 233 529 | 149 002 | 84 527 | 250 088 | 151 466 | 98 622 |
| paź | 168 639 | 121 882 | 46 757 | 184 032 | 131 563 | 52 469 | 199 336 | 129 297 | 70 039 | 215 000 | 141 000 | 74 000 |
| lis | 110 341 | 85 791 | 24 550 | 112 603 | 89 605 | 22 998 | 126 638 | 93 327 | 33 311 | 136 000 | 101 000 | 35 000 |
| gru | 107 477 | 86 184 | 21 293 | 116 415 | 94 440 | 21 975 | 131 023 | 97 752 | 33 271 | 138 000 | 106 000 | 32 000 |
| Razem | 1 935 959 | 1 408 022 | 527 937 | 2 047 146 | 1 493 446 | 553 700 | 2 288 454 | 1 569 412 | 719 042 | 2 393 188 | 1 571 978 | 821 210 |

Źródło: Na podstawie danych US w Krakowie⁶

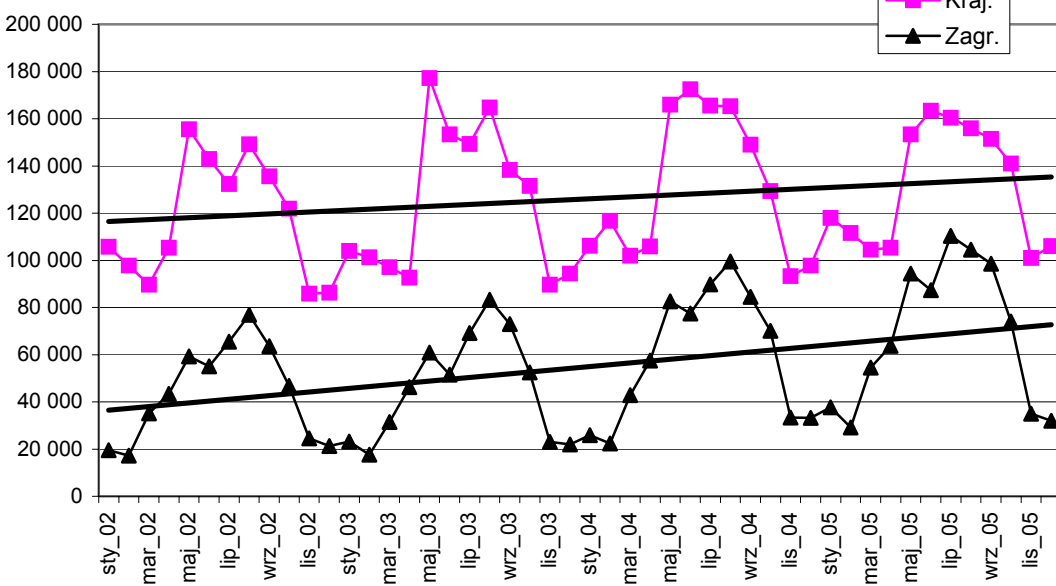
⁶ Wszystkie tabele i rysunki w tym punkcie raportu mają identyczne źródło i dlatego cytowanie źródła zostanie w dalszym ciągu tekstu pominięte.

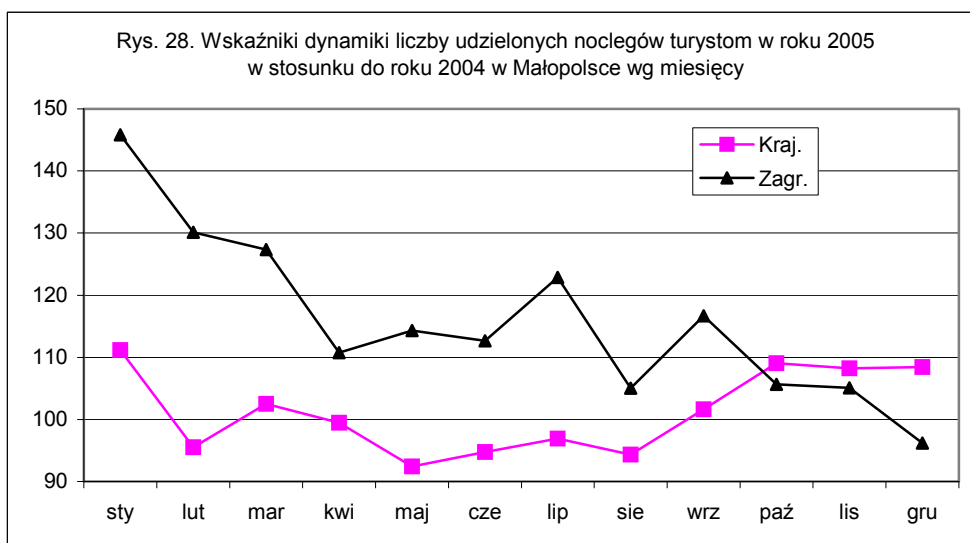
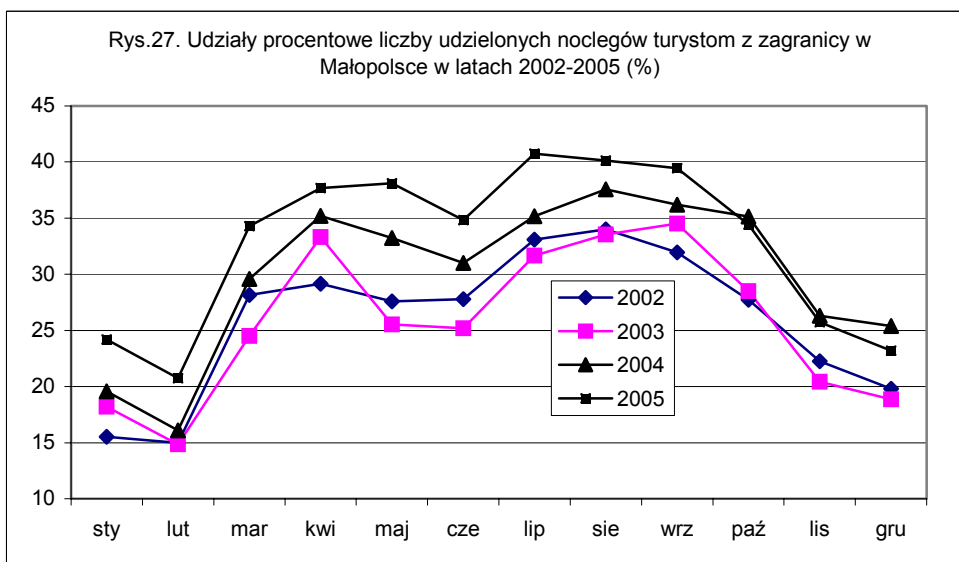
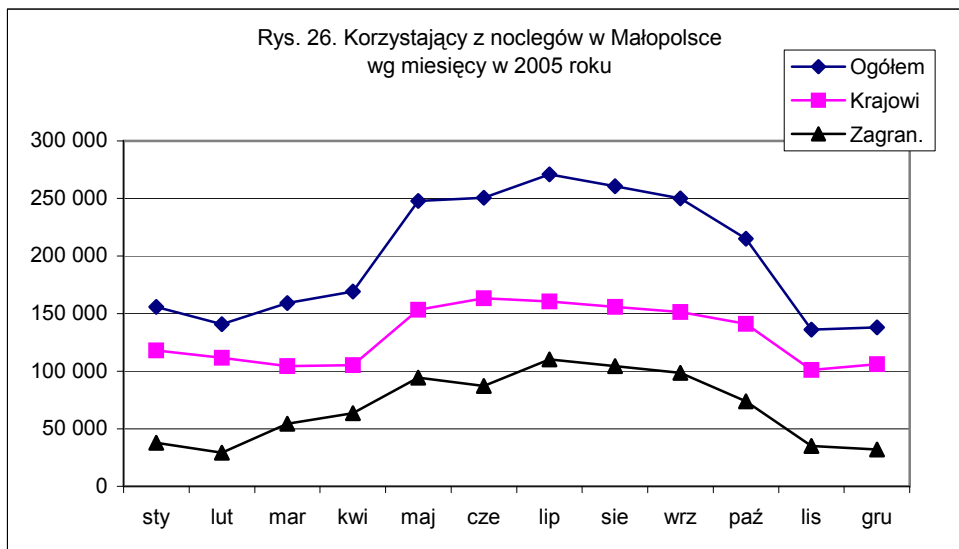


Rys.24. Korzystający z noclegów w Małopolsce w latach 2002-2005 wg miesiący (turyści ogółem)



Rys.25. Korzystający z noclegów w Małopolsce w latach 2002-2005 wg miesiący (turyści krajowi i z zagranicy)



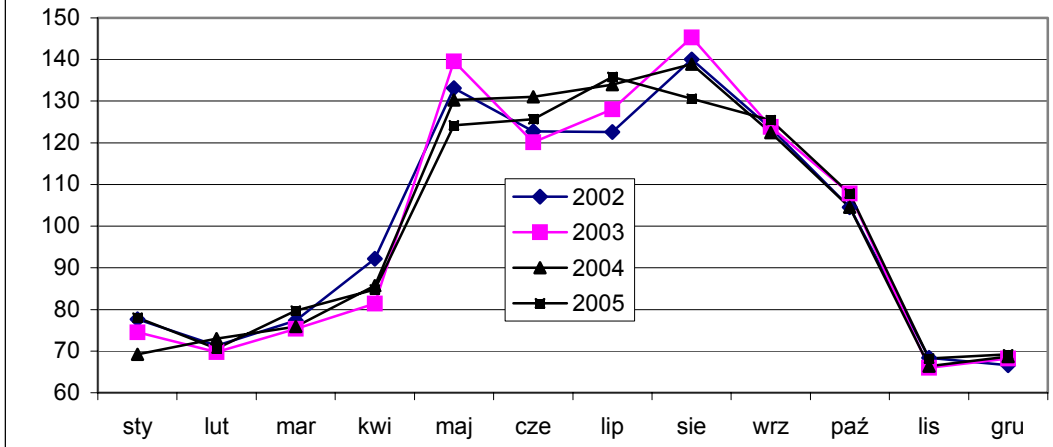


| Tabela nr. 56 | Wsk. udziału w liczbie noclegów ogółem | | | | | | | |
|------------------|--|-------------|-------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|
| | Turyści krajowi | | | | Turyści z zagranicy | | | |
| | Rok | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2002 | 2003 | 2004 |
| sty | 84,5 | 81,8 | 80,4 | 75,8 | 15,5 | 18,2 | 19,6 | 24,2 |
| lut | 85,0 | 85,1 | 83,9 | 79,3 | 15,0 | 14,9 | 16,1 | 20,7 |
| mar | 71,8 | 75,5 | 70,4 | 65,7 | 28,2 | 24,5 | 29,6 | 34,3 |
| kwi | 70,9 | 66,7 | 64,8 | 62,3 | 29,1 | 33,3 | 35,2 | 37,7 |
| maj | 72,4 | 74,5 | 66,8 | 61,9 | 27,6 | 25,5 | 33,2 | 38,1 |
| cze | 72,2 | 74,8 | 69,0 | 65,2 | 27,8 | 25,2 | 31,0 | 34,8 |
| lip | 66,9 | 68,3 | 64,8 | 59,3 | 33,1 | 31,7 | 35,2 | 40,7 |
| sie | 66,0 | 66,4 | 62,4 | 59,9 | 34,0 | 33,6 | 37,6 | 40,1 |
| wrz | 68,0 | 65,5 | 63,8 | 60,6 | 32,0 | 34,5 | 36,2 | 39,4 |
| paź | 72,3 | 71,5 | 64,9 | 65,6 | 27,7 | 28,5 | 35,1 | 34,4 |
| lis | 77,8 | 79,6 | 73,7 | 74,3 | 22,2 | 20,4 | 26,3 | 25,7 |
| gru | 80,2 | 81,1 | 74,6 | 76,8 | 19,8 | 18,9 | 25,4 | 23,2 |
| Razem | 72,7 | 73,0 | 68,6 | 65,7 | 27,3 | 27,0 | 31,4 | 34,3 |

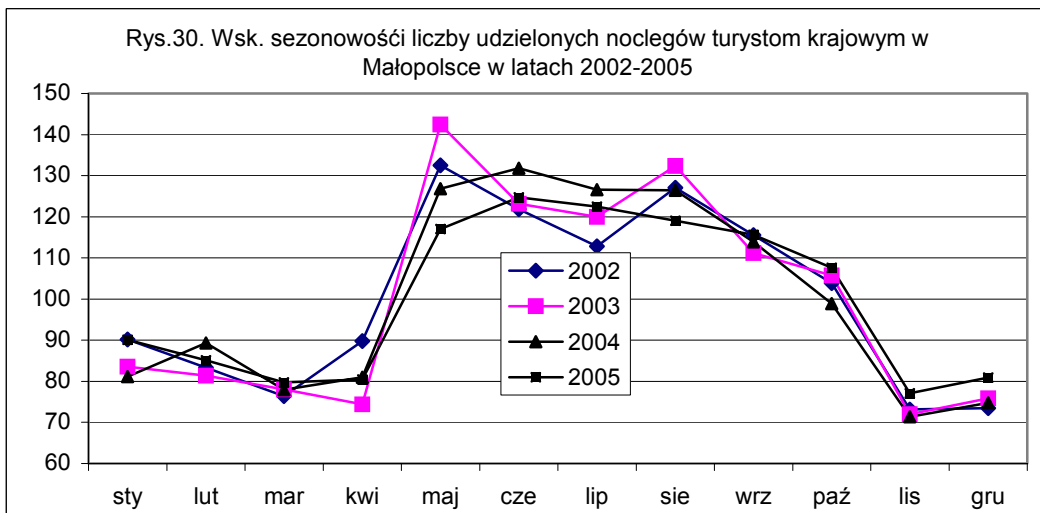
| Tabela nr. 57 | Wsk. dynamiki | | | | | | | | |
|------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2003/2002 | | | 2004/2003 | | | 2005/2004 | | |
| | M-c | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. |
| sty | 101,5 | 98,2 | 118,9 | 103,8 | 102,1 | 111,6 | 118,0 | 111,2 | 145,8 |
| lut | 103,4 | 103,5 | 102,4 | 117,1 | 115,3 | 127,0 | 101,1 | 95,5 | 130,1 |
| mar | 103,1 | 108,3 | 89,7 | 112,6 | 105,0 | 135,8 | 109,9 | 102,5 | 127,3 |
| kwi | 93,4 | 87,9 | 106,7 | 117,7 | 114,4 | 124,4 | 103,5 | 99,5 | 110,8 |
| maj | 110,9 | 114,0 | 102,7 | 104,4 | 93,6 | 135,7 | 99,7 | 92,4 | 114,3 |
| cze | 103,5 | 107,2 | 93,8 | 122,0 | 112,5 | 150,2 | 100,3 | 94,7 | 112,7 |
| lip | 110,4 | 112,8 | 105,7 | 116,9 | 110,9 | 129,9 | 106,0 | 96,9 | 122,9 |
| sie | 109,7 | 110,5 | 108,3 | 106,8 | 100,4 | 119,6 | 98,4 | 94,3 | 105,1 |
| wrz | 106,0 | 102,0 | 114,6 | 110,5 | 107,7 | 115,9 | 107,1 | 101,7 | 116,7 |
| paź | 109,1 | 107,9 | 112,2 | 108,3 | 98,3 | 133,5 | 107,9 | 109,1 | 105,7 |
| lis | 102,1 | 104,4 | 93,7 | 112,5 | 104,2 | 144,8 | 107,4 | 108,2 | 105,1 |
| gru | 108,3 | 109,6 | 103,2 | 112,5 | 103,5 | 151,4 | 105,3 | 108,4 | 96,2 |
| Razem | 105,7 | 106,1 | 104,9 | 111,8 | 105,1 | 129,9 | 104,6 | 100,2 | 114,2 |

| Tabela nr. 58 | Wskaźniki sezonowości | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------------------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|
| | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | |
| M-c | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| sty | 77,7 | 90,2 | 44,2 | 74,5 | 83,5 | 50,2 | 69,2 | 81,2 | 43,1 | 78,1 | 90,1 | 55,1 |
| lut | 71,3 | 83,4 | 39,2 | 69,7 | 81,4 | 38,3 | 73,0 | 89,3 | 37,4 | 70,6 | 85,2 | 42,7 |
| mar | 77,3 | 76,4 | 79,8 | 75,4 | 78,0 | 68,3 | 75,9 | 77,9 | 71,5 | 79,8 | 79,8 | 79,7 |
| kwi | 92,2 | 89,8 | 98,5 | 81,4 | 74,4 | 100,3 | 85,7 | 81,0 | 96,0 | 84,8 | 80,4 | 93,1 |
| maj | 133,1 | 132,5 | 134,6 | 139,6 | 142,4 | 131,8 | 130,3 | 126,9 | 137,8 | 124,2 | 117,0 | 137,9 |
| cze | 122,7 | 121,9 | 125,0 | 120,1 | 123,2 | 111,8 | 131,0 | 131,8 | 129,3 | 125,7 | 124,7 | 127,5 |
| lip | 122,6 | 112,8 | 148,7 | 128,0 | 120,0 | 149,9 | 133,9 | 126,6 | 149,9 | 135,8 | 122,5 | 161,2 |
| sie | 140,1 | 127,1 | 174,7 | 145,3 | 132,4 | 180,3 | 138,8 | 126,4 | 166,0 | 130,6 | 119,1 | 152,7 |
| wrz | 123,5 | 115,6 | 144,7 | 123,8 | 111,1 | 158,0 | 122,5 | 113,9 | 141,1 | 125,4 | 115,6 | 144,1 |
| paź | 104,5 | 103,9 | 106,3 | 107,9 | 105,7 | 113,7 | 104,5 | 98,9 | 116,9 | 107,8 | 107,6 | 108,1 |
| lis | 68,4 | 73,1 | 55,8 | 66,0 | 72,0 | 49,8 | 66,4 | 71,4 | 55,6 | 68,2 | 77,1 | 51,1 |
| gru | 66,6 | 73,5 | 48,4 | 68,2 | 75,9 | 47,6 | 68,7 | 74,7 | 55,5 | 69,2 | 80,9 | 46,8 |

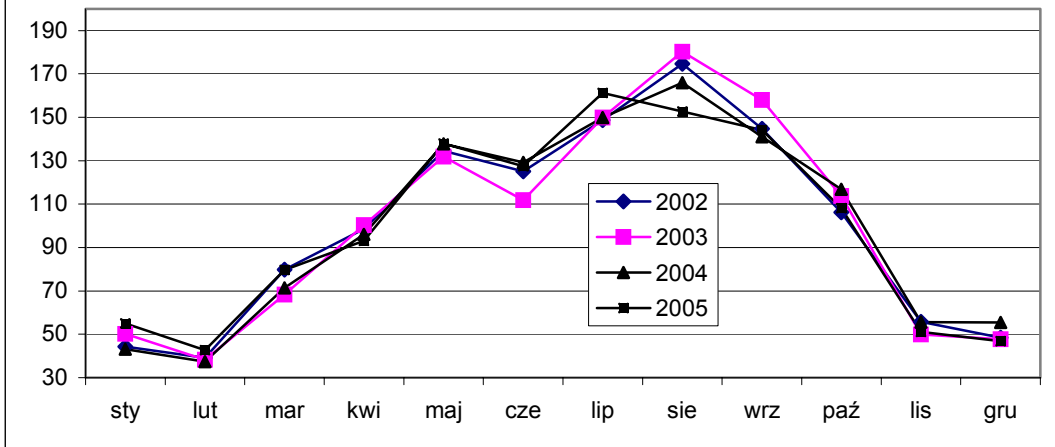
Rys.29. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów ogółem w Małopolsce w latach 2002-2005



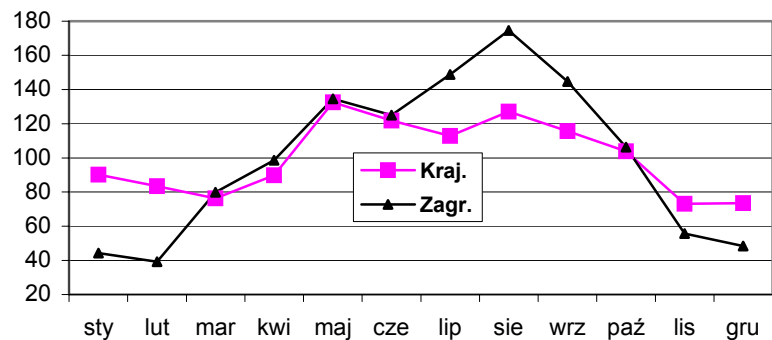
Rys.30. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów turystom krajowym w Małopolsce w latach 2002-2005



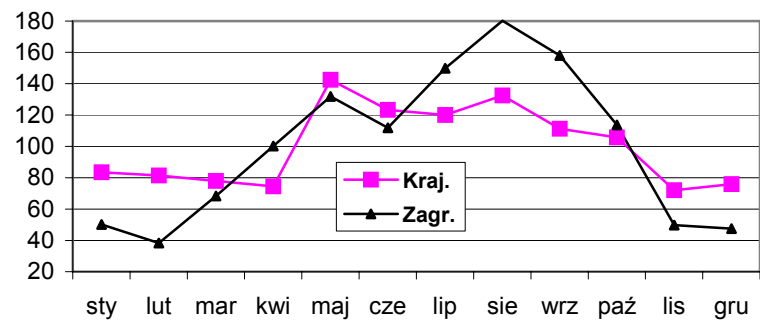
Rys.31. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów turystom z zagranicy w Małopolsce w latach 2002-2005



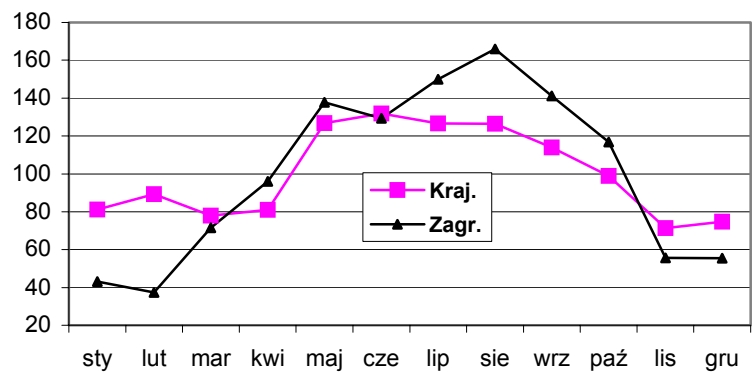
Rys.32. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów w Małopolsce dla roku 2002



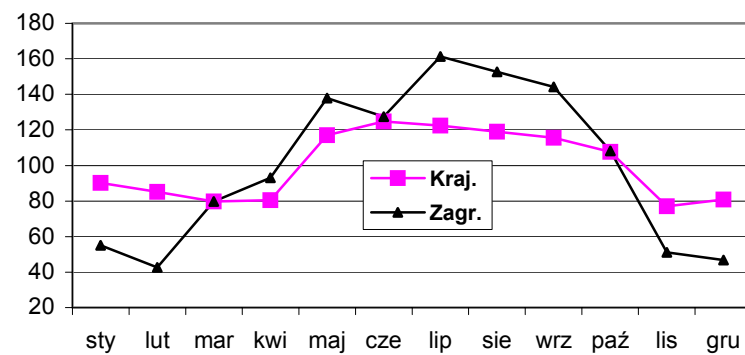
Rys. 33. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów w Małopolsce dla roku 2003



Rys.34. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów w Małopolsce dla roku 2004



Rys.35. Wsk. sezonowości liczby udzielonych noclegów w Małopolsce dla roku 2005



Analiza danych kwartalnych

Dane o liczbie noclegów ogółem oraz dla turystów krajowych i z zagranicy w ujęciu kwartalnym w latach 2002-2005 zebrano w tab. 61 oraz zilustrowano na rys. 36a. Na podstawie tych informacji wyznaczono udziały procentowe liczby udzielonych noclegów turystom krajowym i turystom z zagranicy oraz wskaźniki sezonowości (tab. 62).

W przypadku udziałów procentowych (rys. 36b) relatywnie duże udziały zagranicznego ruchu turystycznego obserwuje się w III kwartałach (33-40%), natomiast najniższe w pierwszych kwartałach (19-26%). Daje się tu zauważyć lekką tendencję do wzrostu udziałów zagranicznego ruchu turystycznego.

Widoczna jest wyraźna sezonowość (rys. 37-39) wyrażająca się w większym ruchu turystycznym w drugich, a zwłaszcza trzecich kwartałach każdego roku oraz odpowiednio niższym natężeniu ruchu w pierwszych i czwartych kwartałach. Dla noclegów ogółem w sezonie wiosenno-letnim ruch turystyczny jest o 15%-30% większy od przeciętnego, natomiast w sezonie jesienno-zimowym odpowiednio mniejszy. Sezonowość kwartalna (podobnie jak miesięczna) widoczna jest bardziej dla turystów z zagranicy, a w mniejszym stopniu dla turystów krajowych. Relacje te charakteryzują się dużą stabilnością w czasie (rys. 37-38).

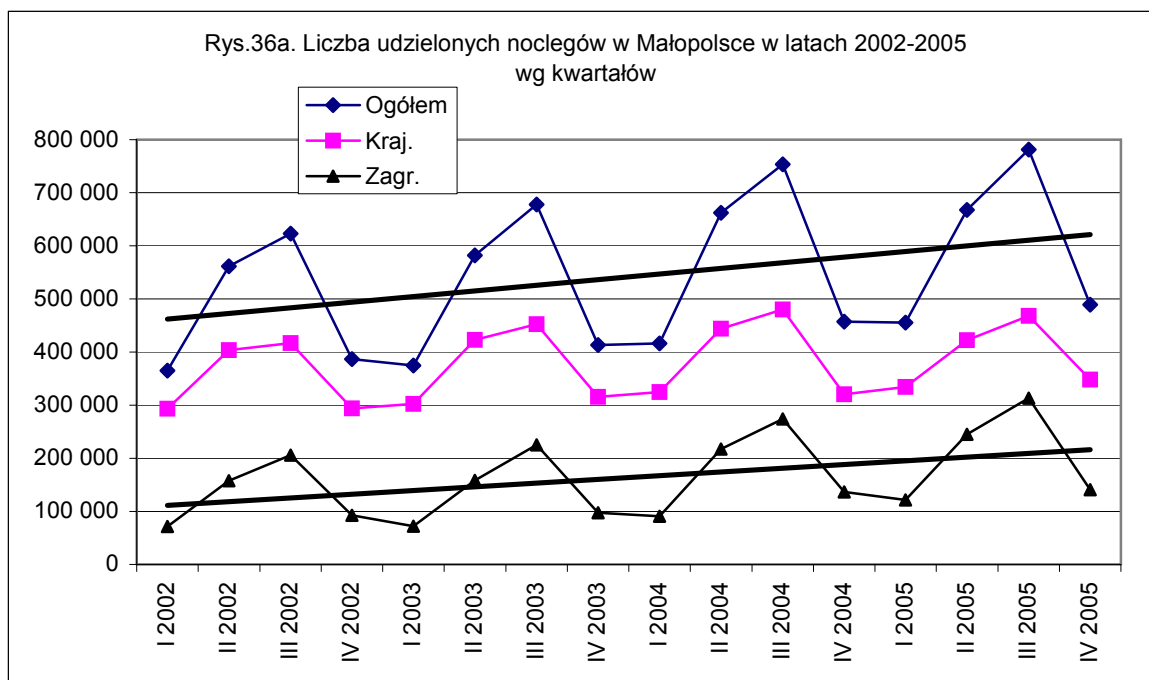
Zbiorcze zestawienie uśrednionych w latach 2002-2005 kwartalnych wskaźników sezonowości podano w tab. 59 natomiast udziałów procentowych krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego w tab.60.

| Tabela nr.59 | Średnie wsk. sezonowości | | | |
|--------------|--------------------------|--------|-------|-------|
| | Kw. | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| I | 74,4 | 83,0 | 54,1 | 28,9 |
| II | 114,2 | 112,2 | 118,6 | -6,5 |
| III | 130,9 | 120,3 | 155,9 | -35,7 |
| IV | 80,5 | 84,6 | 71,3 | 13,2 |

Największa różnica wskaźników sezonowości na rzecz zagranicznego ruchu turystycznego występuje w trzecich kwartałach (35%) natomiast na rzecz krajowego ruchu turystycznego w pierwszych kwartałach (29%). W przypadku wskaźników udziału największa przewaga krajowego ruchu turystycznego ma miejsce w pierwszych kwartałach (o 56%) natomiast najmniejsza w trzecich kwartałach (o 28%).

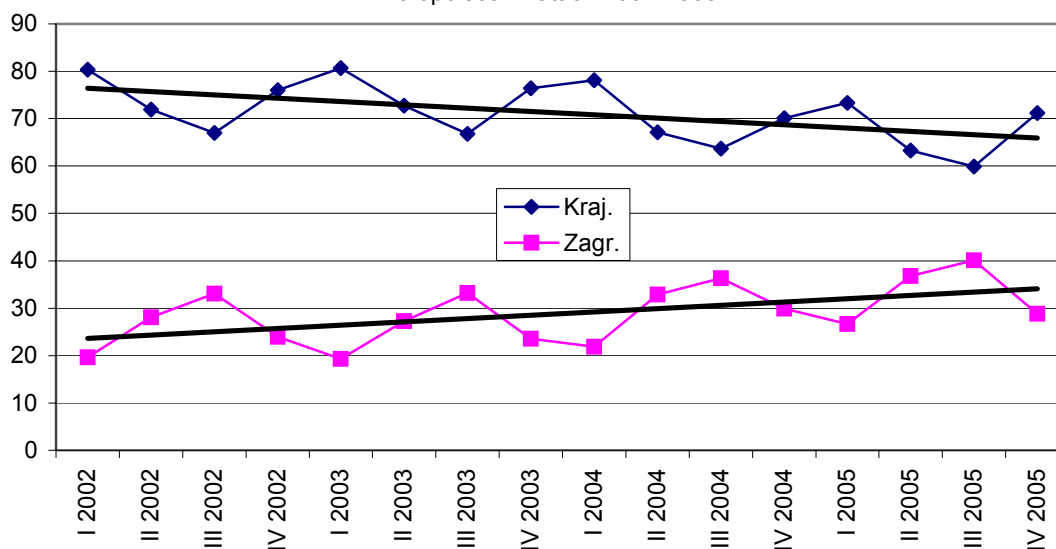
| Tabela nr.60 | Udziały w noclegach ogółem | | |
|--------------|----------------------------|-------|-------|
| | Kw. | Kraj. | Zagr. |
| I | 78,1 | 21,9 | 56,2 |
| II | 68,8 | 31,2 | 37,5 |
| III | 64,3 | 35,7 | 28,6 |
| IV | 73,4 | 26,6 | 46,9 |

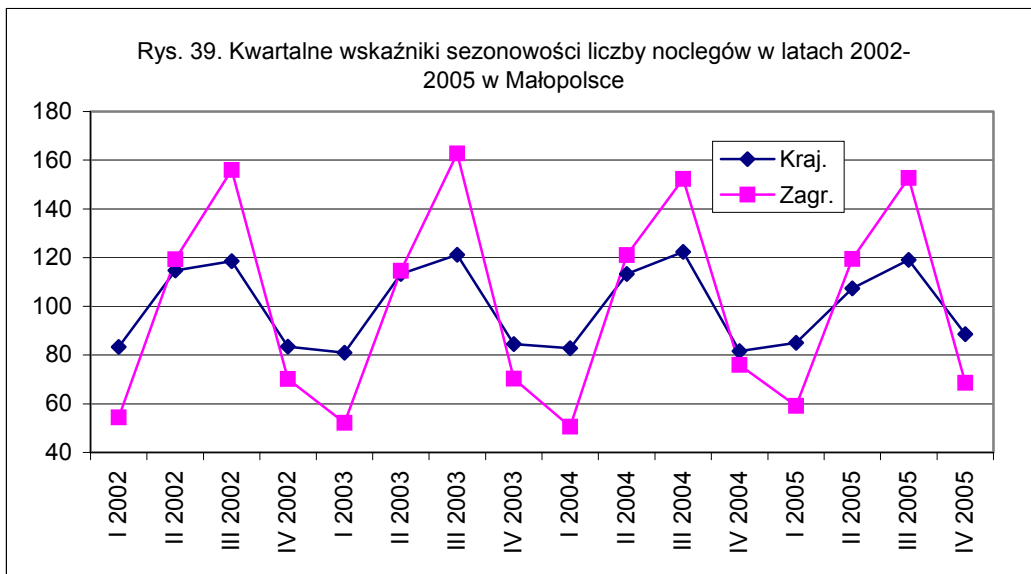
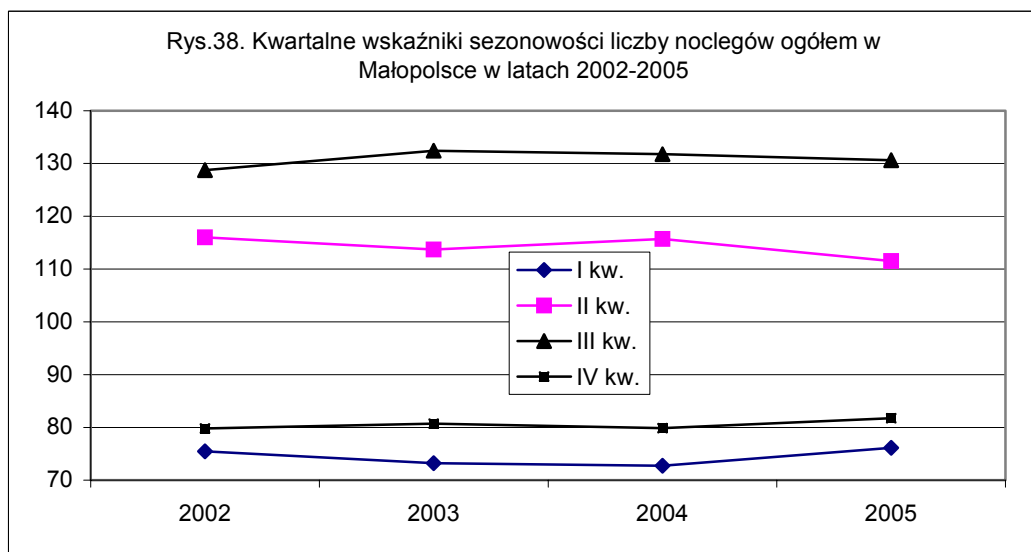
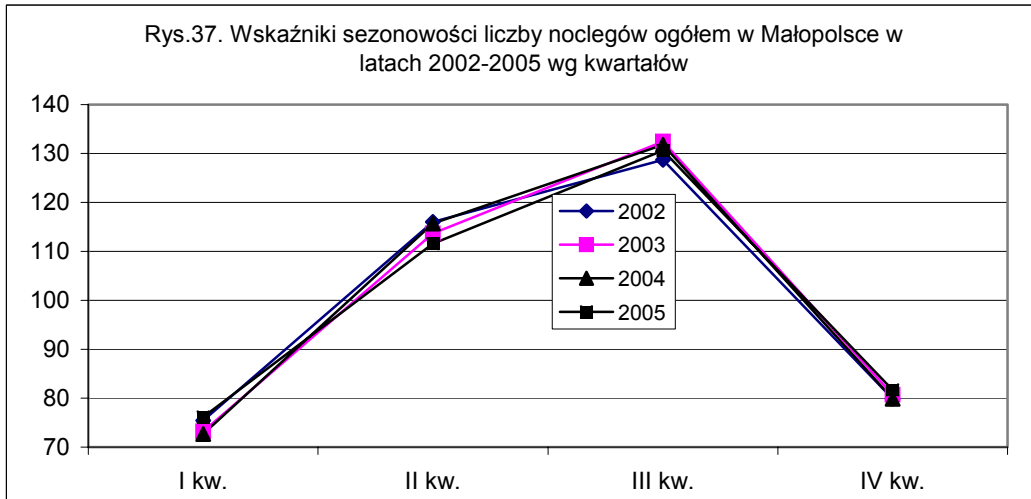
| Tabela nr.61 | | Liczba korzystających z noclegów w Małopolsce | | |
|--------------|--------|---|---------|---------|
| Rok | Kwart. | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 2002 | I | 365 073 | 293 239 | 71 834 |
| | II | 561 416 | 403 846 | 157 570 |
| | III | 623 013 | 417 080 | 205 933 |
| | IV | 386 457 | 293 857 | 92 600 |
| 2003 | I | 374 660 | 302 330 | 72 330 |
| | II | 581 826 | 423 159 | 158 667 |
| | III | 677 610 | 452 349 | 225 261 |
| | IV | 413 050 | 315 608 | 97 442 |
| 2004 | I | 415 976 | 324 890 | 91 086 |
| | II | 661 767 | 444 229 | 217 538 |
| | III | 753 714 | 479 917 | 273 797 |
| | IV | 456 997 | 320 376 | 136 621 |
| 2005 | I | 455 494 | 334 108 | 121 386 |
| | II | 667 363 | 421 991 | 245 372 |
| | III | 781 331 | 467 879 | 313 452 |
| | IV | 489 000 | 348 000 | 141 000 |



| Tabela nr.62 | Rok | Kwart. | Udziały w noclegach ogółem | | Wsk. sezonowości | | |
|--------------|-----|--------|----------------------------|-------|------------------|-------|-------|
| | | | Kraj. | Zagr. | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 2002 | I | | 80,3 | 19,7 | 75,4 | 83,3 | 54,4 |
| | II | | 71,9 | 28,1 | 116,0 | 114,7 | 119,4 |
| | III | | 66,9 | 33,1 | 128,7 | 118,5 | 156,0 |
| | IV | | 76,0 | 24,0 | 79,8 | 83,5 | 70,2 |
| 2003 | I | | 80,7 | 19,3 | 73,2 | 81,0 | 52,3 |
| | II | | 72,7 | 27,3 | 113,7 | 113,3 | 114,6 |
| | III | | 66,8 | 33,2 | 132,4 | 121,2 | 162,7 |
| | IV | | 76,4 | 23,6 | 80,7 | 84,5 | 70,4 |
| 2004 | I | | 78,1 | 21,9 | 72,7 | 82,8 | 50,7 |
| | II | | 67,1 | 32,9 | 115,7 | 113,2 | 121,0 |
| | III | | 63,7 | 36,3 | 131,7 | 122,3 | 152,3 |
| | IV | | 70,1 | 29,9 | 79,9 | 81,7 | 76,0 |
| 2005 | I | | 73,4 | 26,6 | 76,1 | 85,0 | 59,1 |
| | II | | 63,2 | 36,8 | 111,5 | 107,4 | 119,5 |
| | III | | 59,9 | 40,1 | 130,6 | 119,1 | 152,7 |
| | IV | | 71,2 | 28,8 | 81,7 | 88,6 | 68,7 |

Rys. 36b. Udziały procentowe noclegów turystów krajowych i z zagranicy w Małopolsce w latach 2002-2005





Analiza danych rocznych

Najbardziej ogólne dane dotyczą ujęcia w okresach rocznych. Informacje o liczbie korzystających z noclegów w tym układzie zebrano w tab. 63-65 oraz zilustrowano na rys. 1. W tab.63 podano liczbę noclegów w skali poszczególnych lat, w tab. 64 – przeciętną w skali jednego kwartału, natomiast w tab. 65 – przeciętną w skali jednego miesiąca.

W tab. 66. przedstawiono wskaźniki udziałów w noclegach ogółem noclegów turystów krajowych i z zagranicy, a w tab. 67 – ruchome indeksy dynamiki dla poszczególnych kategorii noclegów.

| Tabela nr.63 Liczba noclegów w roku | | | |
|--|------------------|------------------|----------------|
| Rok | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 2002 | 1 935 959 | 1 408 022 | 527 937 |
| 2003 | 2 047 146 | 1 493 446 | 553 700 |
| 2004 | 2 288 454 | 1 569 412 | 719 042 |
| 2005 | 2 393 188 | 1 571 978 | 821 210 |
| Średnia | 2 166 187 | 1 510 714 | 655 472 |

| Tab.64 Liczba noclegów w kwartale | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|
| Rok | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 2002 | 483 990 | 352 006 | 131 984 |
| 2003 | 511 787 | 373 362 | 138 425 |
| 2004 | 572 114 | 392 353 | 179 761 |
| 2005 | 598 297 | 392 994 | 205 303 |
| Średnia | 541 547 | 377 679 | 163 868 |

| Tabela nr.65 Liczba noclegów w miesiącu | | | |
|--|----------------|----------------|---------------|
| Rok | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 2002 | 161 330 | 117 335 | 43 995 |
| 2003 | 170 596 | 124 454 | 46 142 |
| 2004 | 190 705 | 130 784 | 59 920 |
| 2005 | 199 432 | 130 998 | 68 434 |
| Średnia | 180 516 | 125 893 | 54 623 |

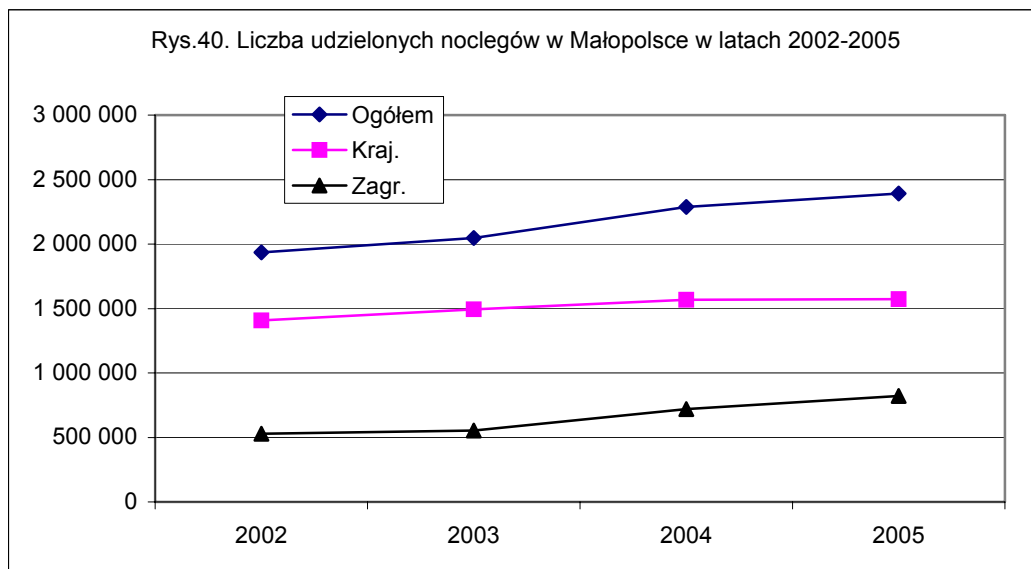
Jak można zauważyć z przytoczonych danych i wskaźników w latach 2002-2005 notuje się systematyczny wzrost liczby udzielonych noclegów. W stosunku do wyjściowego 2002 roku, w roku 2003 wzrost był niewielki (5-6%) i jednakowy w kategorii turystów krajowych i turystów z zagranicy. W roku 2004 widoczny był gwałtowny wzrost zagranicznego ruchu turystycznego (30%) i podobny jak poprzednio (5%) przyrost krajowego ruchu turystycznego. Natomiast w roku 2005 daje się zauważyć spadek tempa przyrostu liczby noclegów – jest on mniejszy w kategorii noclegów udzielonych turystom z zagranicy gdzie wzrost wynosi 14% natomiast w przypadku turystów krajowych liczba noclegów stabilizuje się.

Jeżeli chodzi o udziały w noclegach ogółem to w latach 2004-05 obserwuje się systematyczny 3 procentowy wzrost udziałów noclegów turystów z zagranicy (z 27% do 34%). W latach 2002 i 2003 zmiany w tym zakresie były znikome.

| Tabela nr.66 Udziały w noclegach ogółem | | | |
|---|--------|-------|-------|
| Rok | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 2002 | 100 | 72,7 | 27,3 |
| 2003 | 100 | 73,0 | 27,0 |
| 2004 | 100 | 68,6 | 31,4 |
| 2005 | 100 | 65,7 | 34,3 |
| 2002-05 | 100 | 69,7 | 30,3 |

| Tabela nr.67 Indeksy dynamiki | | | |
|-------------------------------|--------|-------|-------|
| Rok | Ogółem | Kraj. | Zagr. |
| 03/02 | 105,7 | 106,1 | 104,9 |
| 04/03 | 111,8 | 105,1 | 129,9 |
| 05/04 | 104,6 | 100,2 | 114,2 |

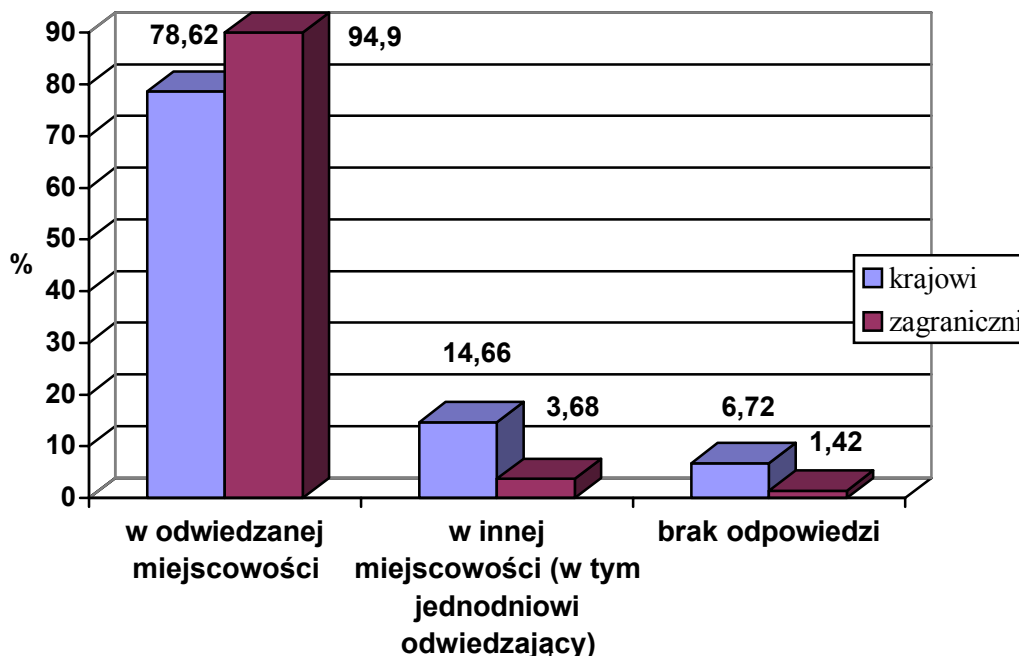
1



Noclegi w Małopolsce

Spośród przybyłych do Małopolski w III kwartale 2005 roku ponad 76% (76,14%) znalazło zakwaterowanie w miejscowości, w której napotkano ich podczas badań ankietowych, przy czym odsetek deklarujących tak gości zagranicznych był o 20,49 punktów procentowych większy niż Polaków (zob. rys. 41.). Tylko niewiele ponad ¼ gości z Polski (25,72%) i 7,54% – z zagranicy to osoby, które spędziły noc w innej małopolskiej miejscowości lub były jednodniowymi odwiedzającymi – w sumie 21,76% przybyłych do regionu w analizowanym okresie. Należy zauważyć, że jedynie nie całe 3% ogółu przyjeżdżających (2,59% krajowych i 0,28% zagranicznych) nie udzieliło jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie, co może sugerować, iż z jakiejś przyczyny obawiali się to uczynić.

Rysunek 41.
Odsetek nocujących w odwiedzanej lub innej miejscowości w Małopolsce w III kwartale 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W porównaniu do roku poprzedniego zmniejszył się procent odwiedzających nocujących w odwiedzanej miejscowości o 6,93 punktów procentowych wśród gości krajowych i o 2,72 punktów procentowych w przypadku gości zagranicznych – w sumie o 7,30 punktów procentowych. Zmniejszeniu uległ także odsetek przybyszów, którzy nie udzielili odpowiedzi na to pytanie – o 4,13 punktów procentowych wśród Polaków i o 1,14 punktów procentowych w odniesieniu do cudzoziemców (w sumie o 3,08 punktów procentowych). Zwiększył się natomiast udział takich odwiedzających, którzy spędzili noc poza odwiedzaną w danej chwili miejscowością lub byli jednodniowymi odwiedzającymi – o 10,37 punktów procentowych (o 11,06 punktów procentowych, jeśli chodzi o gości z Polski i o 3,86 punktów procentowych wśród obcokrajowców).

W tym miejscu należy zaznaczyć, iż dwa lata temu pytanie to nie było zadawane ankietowanym, a w raporcie z roku poprzedniego nie uwzględniono go przy obliczaniu strumienia ruchu odwiedzających, z powodu, jak się wydawało, niejednoznacznego sprecyzowania odpowiedzi. Okazało się jednak, że wyniki z roku bieżącego, przy

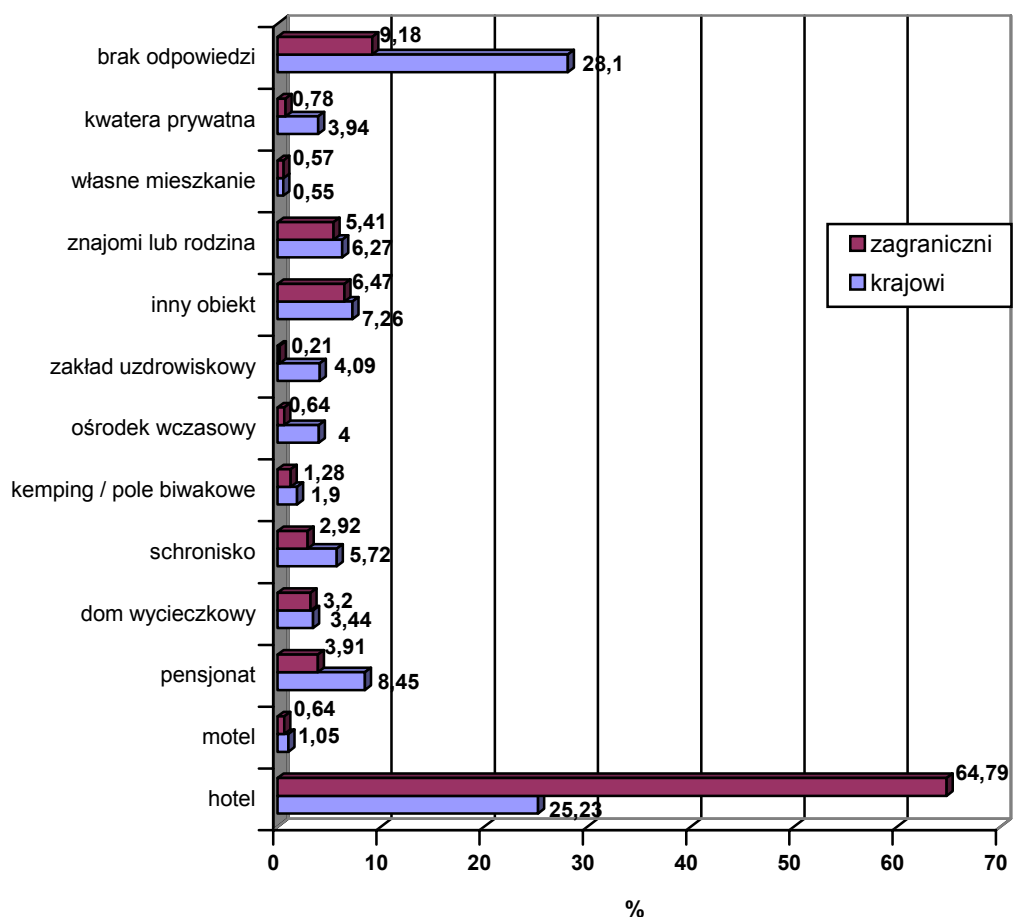
dopracowanym pytaniu, potwierdziły rezultaty ubiegłoroczne. Pozwoliło to wykorzystać uzyskane informacje i dokonać w raporcie tegorocznym korekty rozkładu strumienia ruchu turystycznego w 2004 roku. Nasuwa się też jeszcze jedna uwaga – jednorazowe badania rzadko dają zadowalające rezultaty, a dopiero badania cykliczne umożliwiają pokazanie rzeczywistej sytuacji.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Małopolsce

Nocujący w Małopolsce, zarówno krajowi, jak i zagraniczni, preferowali w III kwartale 2005 roku, jako miejsce zakwaterowania hotele – odpowiednio 25,23% i 64,79% (zob. rys.42.). W porównaniu do lat poprzednich dał się zauważyć wzrost odsetka wybierających tego rodzaju obiekty hotelarskie turystów z Polski – w sumie o 2,73 punktów procentowych (zob. tabl. 68.). Natomiast wśród cudzoziemców udział hoteli zmniejszył się w odniesieniu do roku ubiegłego o 4,37 punktów procentowych i był najniższy spośród badanych lat (o 0,91 punktu procentowego mniej niż w roku 2003).

Rysunek ■ 42.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Małopolsce w III kwartale 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Małopolsce
w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku

| Miejsce noclegu | Krajowi (w %) | | | Zagraniczni (w %) | | |
|----------------------------------|---------------|-------|--------------|-------------------|-------|--------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Hotel | 22,50 | 23,68 | 25,23 | 65,70 | 69,16 | 64,79 |
| Motel | 2,20 | 1,76 | 1,05 | 3,30 | 1,19 | 0,64 |
| Pensjonat | 15,00 | 10,34 | 8,45 | 4,60 | 3,51 | 3,91 |
| Dom wycieczkowy | 4,00 | 2,37 | 3,44 | 2,90 | 3,51 | 3,20 |
| Schronisko | 7,80 | 6,08 | 5,72 | 3,50 | 4,65 | 2,92 |
| Kemping/pole namiotowe | 4,00 | 2,41 | 1,90 | 3,50 | 2,61 | 1,28 |
| Zak ^o ad uzdrowskiowy | 3,30 | 2,78 | 4,09 | 0,50 | 0 | 0,21 |
| Ośrodek wczasowy | 8,50 | 4,80 | 4,00 | 0,50 | 1,08 | 0,64 |
| Kwaterna prywatna | 15,00 | 10,20 | 3,94 | 2,20 | 1,02 | 0,78 |
| Znajomi lub rodzina | 8,90 | 14,82 | 6,27 | 9,00 | 6,46 | 5,41 |
| Własne mieszkanie | 0,30 | 2,85 | 0,55 | 0,60 | 0,34 | 0,57 |
| Inny obiekt | 8,50 | 7,24 | 7,26 | 3,70 | 3,91 | 6,47 |
| Brak odpowiedzi | b.d. | 10,67 | 28,10 | b.d. | 2,56 | 9,18 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Drugim, co do częstotliwości korzystania w przypadku odwiedzających krajowych był pensjonat (8,45%), choć zakwaterowanie znalazło tam o 1,89 punktów procentowych mniej osób, niż w roku poprzednim i o 6,55% - niż w roku 2003. Polacy relatywnie często nocowali również w tzw. innych obiektach, tj. m.in. w hostelach, akademikach, domach i hotelach studenckich, internatach, bursach, szkołach, klasztorach, domach pielgrzyma, domach parafialnych, u sióstr zakonnych, w stanicach, ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych i konferencyjno-wypoczynkowych (7,26%, czyli prawie analogicznie, jak w roku ubiegłym) oraz u rodziny i znajomych (6,27%, czyli o ponad połowę mniej niż rok wcześniej – o 8,55 punktów procentowych). Stosunkowo dużą popularnością wśród gości z Polski, choć mniejszą niż w latach poprzednich, cieszyły się ponadto schroniska (5,72%, tj. o 0,36 punktów procentowych mniej niż w roku ubiegłym i o 2,08 punktów procentowych mniej niż w 2003 roku). Zwiększenie odsetka korzystających zanotowano natomiast w przypadku domów wycieczkowych (o 1,07 punktów procentowych, ale i tak było to mniej niż w roku 2003 – o 0,56 punktu procentowego) i zakładów uzdrowskiowych (o 1,31 punktów procentowych w porównaniu do roku 2004 i o 0,79 punktu procentowego w odniesieniu do roku 2003). Stała tendencję spadkową dotyczyła z kolei kwater prywatnych (w sumie spadek o 11,06 punktów procentowych), ośrodków wczasowych (w sumie o 4,50 punktów procentowych), kempingów/pól namiotowych (w sumie o 2,10 punktów procentowych) i moteli (w sumie o 1,15 punktów procentowych).

Natomiast turyści zagraniczni w większym stopniu, w stosunku do lat ubiegłych, wykorzystywali jako miejsca noclegowe tzw. inne obiekty (w sumie o 2,77 punktów procentowych więcej), a w odniesieniu do roku 2004 – pensjonaty (o 0,40 punktu procentowego więcej, choć o 0,69 punktu procentowego mniej niż w roku 2003), własne mieszkania (o 0,23 punktu procentowego więcej, choć o 0,03 punktu procentowego mniej niż w 2003 roku) i zakłady uzdrowskiowe (o 0,21 punktu procentowego więcej, choć o 0,29 punktu procentowego mniej niż w roku 2003). W pozostałych obiektach odnotowano spadek udziału cudzoziemców. Stała tendencja spadkowa dotyczyła noclegów u rodziny i znajomych (w sumie spadek o 3,59 punktów procentowych), moteli (w sumie spadek o 2,66 punktów procentowych), kempingów i pól namiotowych (w sumie o 2,22 punktów procentowych) i kwater prywatnych (w sumie o 1,42 punktów procentowych). W relacji do roku poprzedniego zmniejszyła się ponadto rola schronisk (o 1,73 punktów procentowych), ośrodków wczasowych i domów wycieczkowych (odpowiednio o 0,44 i 0,31 punktów procentowych).

Warto również podkreślić, iż cudzoziemcy mieli procentową przewagę jedynie w hotelach (o 39,56 punktów procentowych), podczas gdy w roku ubiegłym dotyczyła ona hoteli, domów wycieczkowych i kempingów / pól namiotowych.

Na uwagę zasługuje ponadto fakt, iż procent odwiedzających, którzy nie udzielili odpowiedzi, z jakiego obiektu skorzystali był wyższy niż przy poprzednim pytaniu – dla turystów krajowych o 0,21, a dla zagranicznych o 1,36 punktów procentowych. Można zatem przypuszczać, iż część z tych, którzy wcześniej sygnalizowali noc w Małopolsce, w kolejnym pytaniu już nie chcieli konkretyzować, gdzie ją spędzili.

Miejsce noclegu odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 roku było zróżnicowane w zależności od ich statusu materialnego (statystyka $U > 2 = 38,37$). I tak:

0. osoby o bardzo dobrym i dobrym statusie korzystały przede wszystkim z hoteli (57,79% i 41,59%),
1. turyści o statusie dobrym nocowali, najczęściej spośród wszystkich badanych grup, także we własnych mieszkaniach (71,43%), w pensjonatach (60,25%), w tzw. innych obiektach (56,24%), ośrodkach wczasowych (50,23%), kwaterach prywatnych (46,38) oraz w motelach (45,16%),
2. goście o średnim statusie noc spędzali zwłaszcza na kempingach/polach namiotowych oraz u rodziny i znajomych (65,49% i 41,79%),
3. przyjeżdżający o złym statusie na miejsce noclegu wybierali szczególnie zakłady uzdrowiskowe (21,26%), co może być związane z turystyką socjalną,
4. odwiedzający o statusie bardzo złym najczęściej podawali, że znaleźli zakwaterowanie w domach wycieczkowych i schroniskach (po 22,22%).

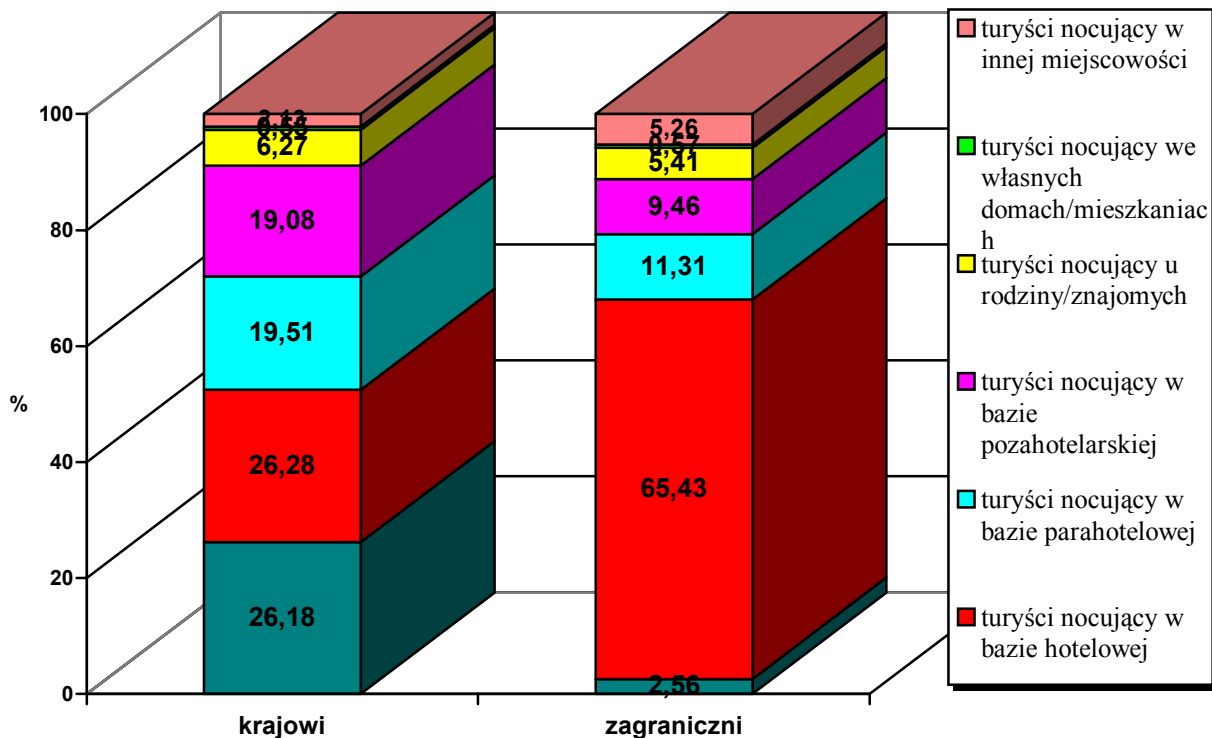
Biorąc pod uwagę oszacowaną liczbę odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 r. należy przypuszczać, iż ze sklasyfikowanej ustawą bazy hotelarskiej (hotele, moteli, pensjonatów, domów wycieczkowych, schronisk, kempingów i pól biwakowych) skorzystało w badanym okresie 1.053.170 turystów krajowych (tj. 62,03% Polaków nocujących w województwie i 45,79% wszystkich odwiedzających z Polski) oraz 613.920 turystów zagranicznych (tj. 78,76% cudzoziemców nocujących w Małopolsce i 76,74% wszystkich przybyłych gości z zagranicy). W jej ramach w obiektach hotelowych (hotelach i motelach) noclegi wykupiło 604.440 Polaków (tj. 35,60% nocujących w województwie turystów krajowych i 26,28% ogółu odwiedzających z Polski) oraz 523.440 cudzoziemców (tj. odpowiednio 67,15% i 65,43%). Natomiast w bazie parahotelowej (pensjonatach, domach wycieczkowych, schroniskach, na kempingach i polach biwakowych) co najmniej jeden nocleg spędziło 448.730 turystów krajowych (tj. 26,43% nocujących w Małopolsce Polaków i 19,51% ogółu przybywających z Polski) oraz 904.480 turystów zagranicznych (tj. 11,61% nocujących w województwie cudzoziemców i 11,31% ogółu przyjeżdżających z zagranicy). Z kolei, w bazie pozahotelarskiej (w zakładach uzdrowiskowych, ośrodkach wczasowych, kwaterach prywatnych i tzw. „innych” obiektach noclegowych) nocowało 438.840 turystów polskich (tj. 25,85% nocujących w Małopolsce Polaków i 19,08% wszystkich odwiedzających z Polski) oraz 75.680 turystów zagranicznych (tj. odpowiednio 9,71% i 9,46%). U rodziny i znajomych zakwaterowanie znalazło 144.210 Polaków (tj. 8,49% polskich turystów nocujących w województwie i 6,27% ogółu przybyłych z Polski) oraz 43.280 obcokrajowców (tj. odpowiednio 5,55% i 5,41%). Własne mieszkanie/dom domach na nocleg wykorzystało 12.650 odwiedzających z Polski (tj. 0,75% gości krajowych nocujących w Małopolsce i 0,55% wszystkich przybyłych Rodaków) oraz 4.560 cudzoziemców (tj. odpowiednio 0,58% i 0,57%). Dane te prezentuje rys. nr. 43.

Ponieważ Urząd Statystyczny zarejestrował III kwartale 2005 roku tylko 467.879 turystów polskich i 313.452 turystów zagranicznych, to odejmując tych, którzy skorzystali z gościnności rodziny i tych, którzy posiadają własne domy/mieszkania, a także tych, którzy nocują w kwaterach prywatnych, ośrodkach wczasowych, zakładach uzdrowiskowych, i tzw. innych obiektach, nie mających obowiązku sporządzenia KT1, w tzw. „szarej strefie”, tj. nierejestrowanych miejscach zakwaterowania noc spędziło 585.291 Polaków (34,47% nocujących w Małopolsce gości z Polski i 25,45% ogółu przyjeżdżających krajowych) oraz 300.468 cudzoziemców (38,55% nocujących w regionie turystów z zagranicy i 37,56% wszystkich gości zagranicznych). Dane te prezentuje wykres nr. 44.

Z szacunków wynika więc, iż zdecydowana większość gości, tak krajowych, jak i zagranicznych, to turyści korzystający w Małopolsce z usług noclegowych (73,82% Polaków i 97,44% cudzoziemców przyjeżdżających do województwa). Odwiedzający jednodniowi stanowią tylko ok. ¼ przyjeżdżających krajowych i niewiele ponad 2% cudzoziemców).

Rysunek 43.

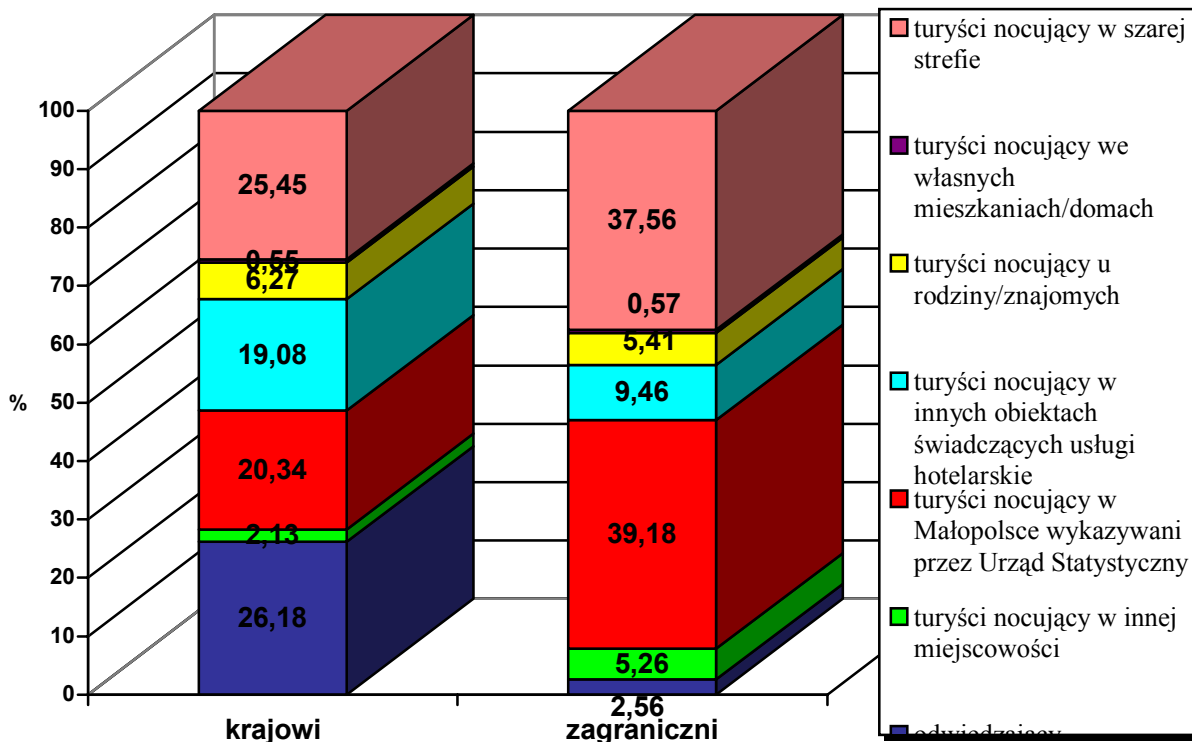
Struktura gości krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski w III kwartale 2005 roku wg miejsca zakwaterowania



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 44.

Struktura gości krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski w III kwartale 2005 roku wg rejestracji



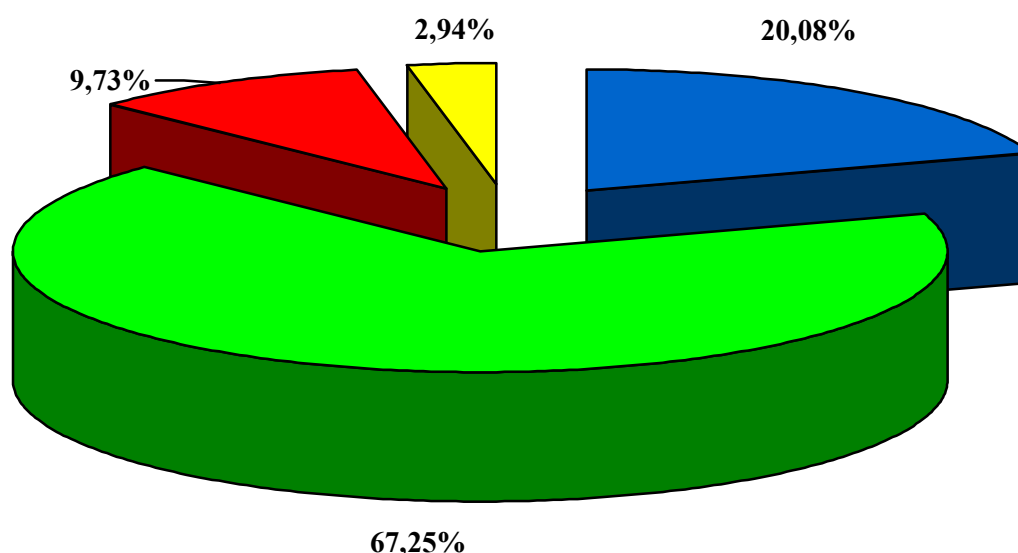
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT

Inaczej rzecz ujmując, w III kwartale 2005 roku z obiektów zakwaterowania zbiorowego (czyli sklasyfikowanej bazy hotelarskiej, zakładów uzdrowiskowych, ośrodków wczasowych oraz tzw. „innych” obiektów noclegowych) skorzystało 1.401.390 gości krajowych (tj. 82,54% nocujących w Małopolsce Polaków i 60,93% wszystkich odwiedzających z Polski) oraz 683.360 gości zagranicznych (tj. 87,66% nocujących w województwie cudzoziemców i 85,42% wszystkich przyjeżdżających z zagranicy). Natomiast w obiektach zakwaterowania indywidualnego (prywatnych kwaterach, u rodziny i znajomych oraz we własnych domach / mieszkaniach) nocleg spędziło 247.480 turystów krajowych (tj. 14,58% nocujących w Małopolsce Polaków i 10,76% wszystkich rodzimych gości) oraz 54.080 turystów zagranicznych (6,94% nocujących w województwie cudzoziemców i 6,76% wszystkich gości z zagranicy).

W sumie w Małopolsce w III kwartale 2005 roku nocowało 2.477.380 osób, tj. 79,92% wszystkich odwiedzających województwo w badanym okresie (zob. rys. 45.). Oznacza to, że ponad 3/4 ruchu turystycznego w województwie korzysta z małopolskiej bazy noclegowej.

Rysunek 45.

Struktura strumienia ruchu odwiedzających Małopolskę III kwartale 2005 roku wg miejsca zakwaterowania



| | |
|-------------------------------------|---|
| ■ odwiedzający jednodniowi | ■ turyści nocujący w ob. zakw. zb. |
| ■ turyści nocujący w ob. zakw. ind. | ■ turyści nocujący w innej miejscowości |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W porównaniu do danych MOT z roku 2003 i 2004 należy zwrócić uwagę na:

1. **wzrost ogólnej liczby przyjeżdżających do Małopolski (w sumie o 20,34%),**
2. **w stosunku do roku poprzedniego wzrost liczby i udziału jednodniowych odwiedzających w województwie (o 133,56% i o 11,19 punktów procentowych), choć ich odsetek był i tak mniejszy niż w roku 2003 (o 1,49 punktów procentowych),**
3. **wzrost liczby i udziału gości nocujących w Małopolsce (w sumie o 22,62% i o 1,49 punktów procentowych), choć w roku ubiegłym było ich jeszcze więcej (o 10,34% i o 11,19 punktów procentowych),**
4. **znaczne zwiększenie liczby spędzających noc w województwie cudzoziemców (w sumie o 148,76%),**
5. **stopniowy wzrost liczby korzystających z obiektów bazy hotelarskiej (w sumie o 196,27%),**

6. **zwiększenie liczby nocujących poza małopolską bazą noclegową (w sumie o 161,06%), choć rok wcześniej było ich jeszcze więcej (o 47,03%),**
7. **ograniczenie roli „szarej strefy” (o 1,17% i o 1,30 punktów procentowych).**

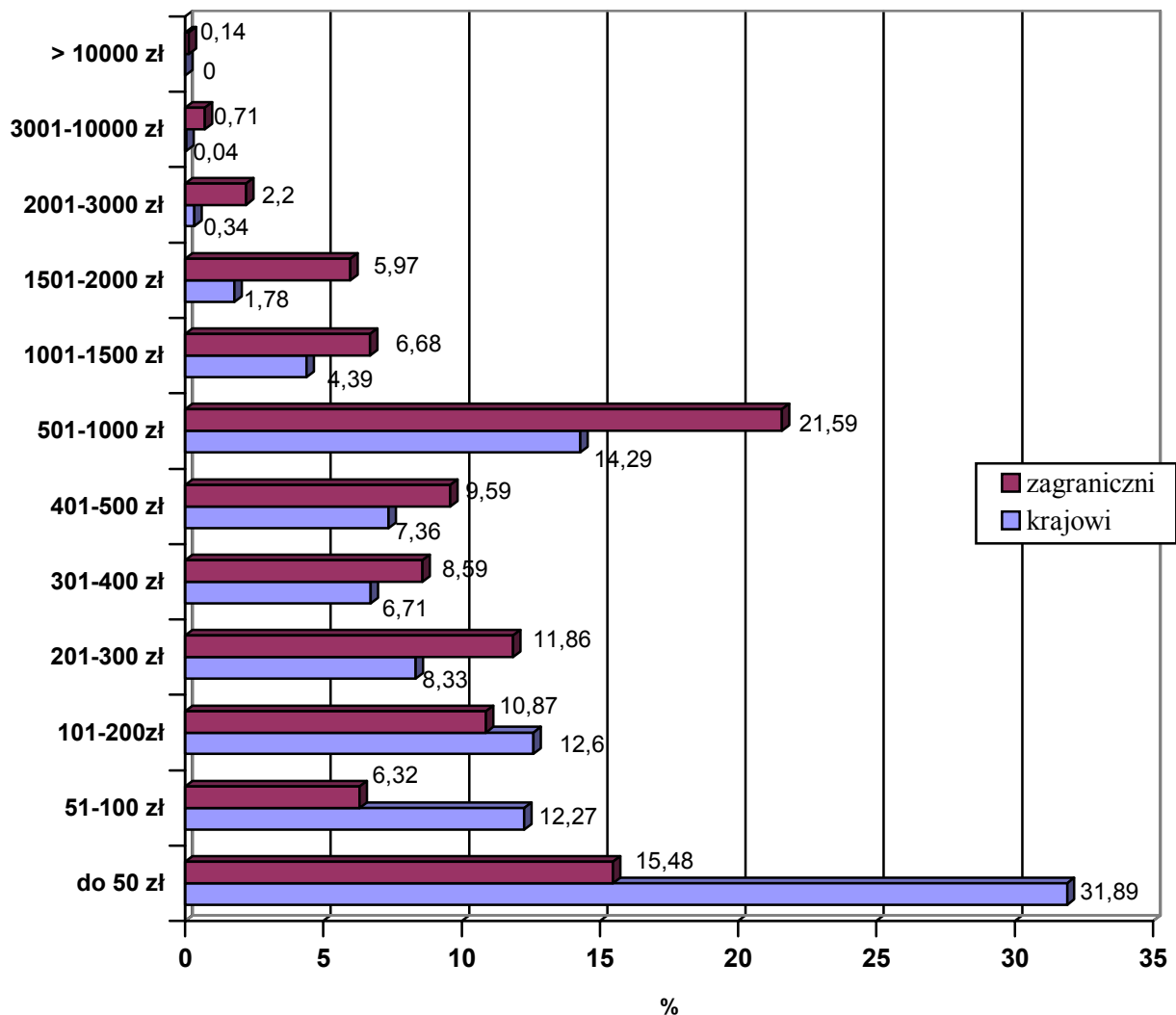
Jednocześnie na kanwie tych rozważań i wspomnianych wcześniej danych za lata ubiegłe można pokusić się o prognozę liczby odwiedzających Małopolskę (zarówno jednodniowych, jak i turystów) w całym roku 2005. Biorąc pod uwagę udział III kwartału wynosić ona będzie prawdopodobnie prawie 9.300.000 osób (tj. o ok. 2% więcej niż rok wcześniej), w tym ok. 79,00% nocujących w województwie, tj. ok. 7.350.000 osób (dla porównania szacunek IT w Warszawie w 2002 roku wynosił 6.100.000 osób, w tym 40,4% korzystających z noclegów, a MOT w 2003 roku – 8.000.000 osób, w tym 33,8% nocujących, MOT w 2004 roku – 9.100.000, w tym 90,1% nocujących).

Kwoty wydatkowane podczas pobytu turystycznego w Małopolsce

Największa liczba odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 roku gości krajowych wydała na osobę, analogicznie jak rok wcześniej, w granicach do 50 zł (31,89%), przy czym udział tej grupy zwiększył się o 2,46 punktów procentowych. Prawie 1/7 przybyszów z Polski (14,29%) zadeklarowało sumy od 501 do 1000 zł (zob. rys. 46.) i tutaj też zaobserwowano przyrost odsetka – o 2,07 punktów procentowych. Powyżej 10% przyjeżdżających wskazało też kwoty od 51 do 100 zł (12,27% i spadek udziału o 1,83 punktów procentowych) i od 101 do 200 zł (12,60% i spadek udziału o 4,75 punktów procentowych). Relatywnie dużo Polaków określiło ponadto swoje wydatki w granicach 201-300 zł, 401-500 zł, 301-400 zł i 1001-1500 zł (odpowiednio 8,33%, 7,36%, 6,71% i 4,39%), choć tylko w przypadku tych ostatnich zanotowano wzrost (o 3,19 punktów procentowych). Jedynie 2,16% przybyszów krajowych podało kwoty powyżej 1500 zł (wzrost w odniesieniu do roku ubiegłego o 1,25 punktów procentowych), przy czym najwięcej wśród nich było takich, którzy wydatkowali od 1501 do 2000 zł (1,78%). Nikt z odwiedzających z Polski, podobnie jak w roku ubiegłym, nie wydał więcej niż 10000 zł (por. tabl. 69.). Optymizmem napawa natomiast tendencja do wzrostu odsetka wydatkujących większe kwoty (za wyjątkiem oczywiście sum najniższych).

Rysunek 45.

Kwoty wydatkowane przez odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 roku (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Kwoty wydatkowane podczas pobytu odwiedzających w Małopolsce w III kwartale 2004 i 2005 roku

| Przedział wydatków | Krajowi (w %) | | Zagraniczni (w %) | |
|--------------------|---------------|--------------|-------------------|--------------|
| | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
| do 50 zł | 29,43 | 31,89 | 19,84 | 15,48 |
| 51-100 zł | 14,10 | 12,27 | 7,80 | 6,32 |
| 101-200zł | 17,35 | 12,60 | 13,23 | 10,87 |
| 201-300 zł | 9,86 | 8,33 | 11,25 | 11,86 |
| 301-400 zł | 7,19 | 6,71 | 8,65 | 8,59 |
| 401-500 zł | 7,74 | 7,36 | 7,57 | 9,59 |
| 501-1000 zł | 12,22 | 14,29 | 16,68 | 21,59 |
| 1001-1500 zł | 1,20 | 4,39 | 6,39 | 6,68 |
| 1501-2000 zł | 0,58 | 1,78 | 3,90 | 5,97 |
| 2001-3000 zł | 0,21 | 0,34 | 1,98 | 2,20 |
| 3001-10000 zł | 0,12 | 0,04 | 2,26 | 0,71 |
| > 10000 zł | 0,00 | 0,00 | 0,45 | 0,14 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Natomiast cudzoziemcy najczęściej asygnowali przedział 501-1000 zł (21,59%), ale stosunkowo duży odsetek z nich przyznał się również do wydatków w granicach do 50 zł (15,48%), 201-300 zł (11,86%) i 101-200 zł (10,87%). Aż 9,02% z nich przeznaczyło na pobyt w Małopolsce powyżej 1500 zł, w tym 0,14% kwoty powyżej 10000 zł. Ponadto, także i w tej grupie obserwowalny jest trend do spadku udziału wydatkujących sumy niższe (do 50 zł – o 4,36 punktów procentowych, 51-100 zł – o 1,48 punktów procentowych, 101-200 zł – o 2,36 punktów procentowych), a wzrostu odsetka deklarujących kwoty wyższe (401-500 zł – o 2,02 punktów procentowych, 501-1000 zł – o 4,91 punktów procentowych, 1001-1500 zł – o 0,29 punktu procentowego, 1501-2000 zł – o 2,07 punktów procentowych, 2001-3000 zł – o 0,22 punktu procentowego).

Jeśli chodzi o wydatki średnie na osobę to goście krajowi przeznaczili na pobyt w Małopolsce w III kwartale 2005 roku ok. 335 zł (tj. o 10,56% więcej niż rok wcześniej), natomiast zagraniczni – 635 zł (czyli o 17,64% mniej niż w roku ubiegłym). Daje to województwu kwotę prawie 1,3 mld zł w III kwartale 2005 roku (o 16% więcej niż w roku ubiegłym), a rocznie ponad 3,8 mld zł.

Kwota średniego wydatku była także różna, jeśli chodzi o kraj pochodzenia gości z zagranicy. Najwięcej wydatkowali przyjeżdżający z USA (1037 zł na osobę, tj. o 40,68% mniej niż w roku poprzednim i o 34,90% mniej niż w 2003 roku), a także Norwegii (912 zł na osobę, czyli o 12,45% więcej niż w roku ubiegłym, ale i tak o 12,05% mniej niż w roku 2003), Wielkiej Brytanii (898 zł na osobę, tj. o 31,03% mniej niż rok wcześniej i o 5,57% mniej niż w roku 2003) i Szwajcarii (858 zł na osobę, tj. 56,00% więcej niż w roku poprzednim i 17,37% więcej niż w 2003 roku). Relatywnie wysokie były również wydatki Kanadyjczyków – 725 zł na osobę, tj. 22,05% więcej niż rok wcześniej, ale o 28,43% mniej niż w roku 2003. Dane te prezentuje rys. 47.

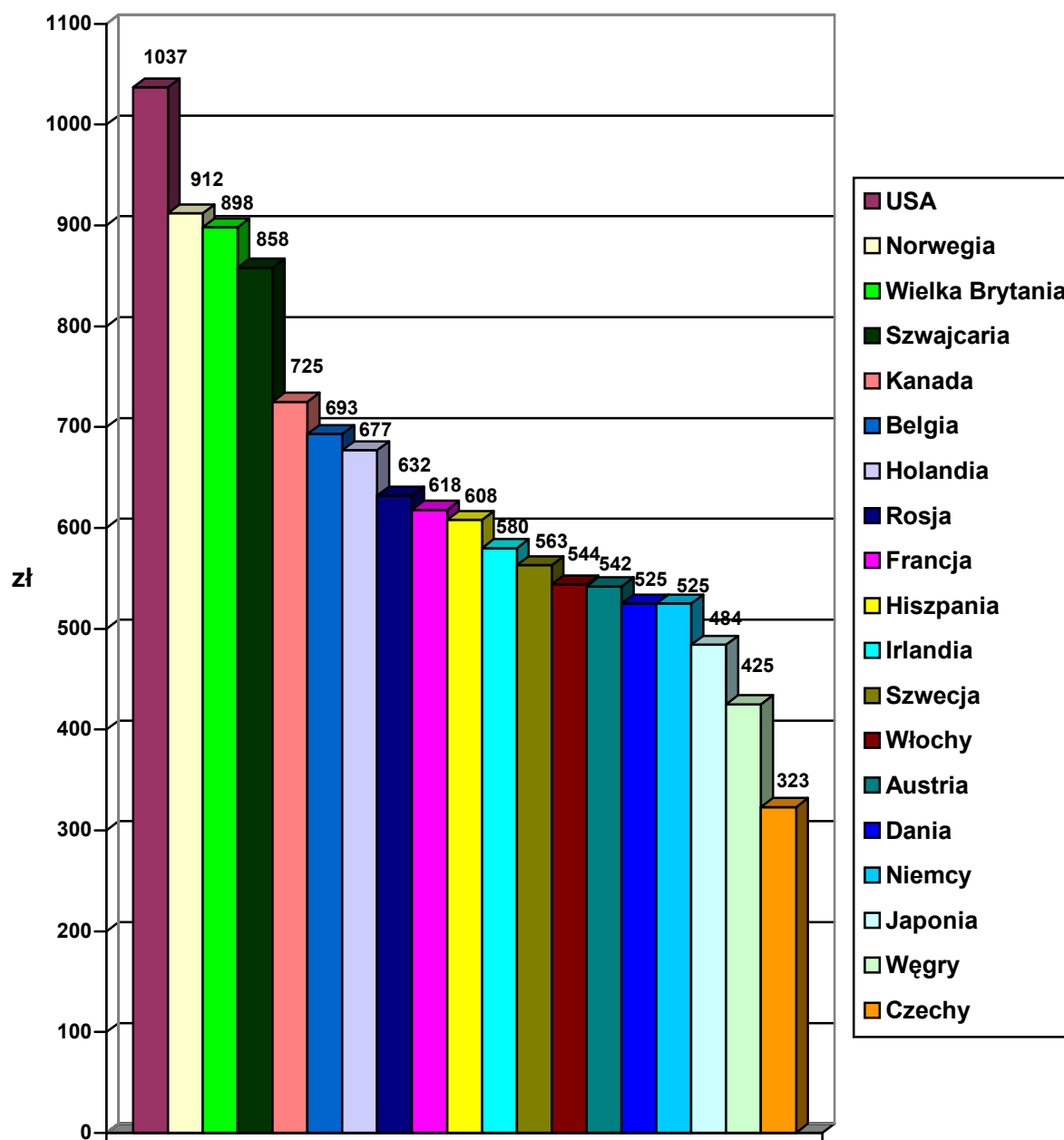
Najniższe wydatki dotyczyły odwiedzających ze Słowacji (162 zł na osobę, tj. o 29,57% mniej niż rok wcześniej i o 49,85% mniej niż w roku 2003), Izraela (311 zł na osobę, czyli o 25,40% więcej niż w roku ubiegłym, ale o 39,26% mniej niż w 2003 roku), Ukrainy (316 zł na osobę, czyli aż o 165,55% więcej niż w roku poprzednim, ale o 56,71% mniej niż w roku 2003) i Czech (323 zł na osobę, czyli o 32,43% więcej niż w roku ubiegłym i o 13,87% mniej niż w 2003 roku). Po części potwierdza to wcześniejsze stwierdzenie o zależności wysokości wydatkowanych sum pieniężnych od długości pobytu (Ukraina, Słowacja, Czechy). Natomiast niskie wydatki turystów z Izraela prawdopodobnie związane są z tym, iż są to z reguły ludzie młodzi, a ich pobyt (najczęściej szkolny) opłacany jest jeszcze w miejscu zamieszkania przez rodziców.

Porównując średnią kwotę wydatku na osobę z danymi MOT z roku ubiegłego, trzeba stwierdzić, iż zwiększenia dotyczyły goście z dziesięciu krajów (zob. tabl. 70.), tj. wspomnianych wcześniej Polski, Norwegii, Szwajcarii, Kanady, Ukrainy, Izraela, a także Belgii (o 1,02%, ale o 61,07% mniej niż w roku 2003), Rosji (o 64,16%), Hiszpanii (o 32,17%, ale o 57,92% mniej niż w roku 2003) i Węgier (o 5,45%, ale o 75,00% mniej niż w roku 2003). W pozostałych przypadkach miały miejsce spadki – największe dotyczyły wspomnianych wcześniej obywateli USA, Czech, Wielkiej Brytanii i Słowacji, a także Japonii (aż o 63,66% i o 56,51% w stosunku do roku 2003), Holandii (o

31,89% i o 26,89% w odniesieniu do roku 2003), Danii (o 27,57% i o 66,56% w relacji do roku 2003) i Niemiec (o 24,35% i o 32,69% w stosunku do roku 2003).

Rysunek 46.

Średnia kwota wydatku turystycznego na osobę ponoszonego przez cudzoziemców podczas pobytu w Małopolsce w III kwartale 2005 roku według wybranych państw



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W sumie nie można zauważyć w przypadku żadnego z krajów, za wyjątkiem Polski (w sumie przyrost o 48,23%) stałej tendencji wzrostowej. Należy jednak zaznaczyć, iż dopiero w tym roku do tego pytania w ankiecie zostało dodane sformułowanie „bez kosztów dojazdu”, a zatem biorąc pod uwagę, iż odwiedzający częściej wydatkowali kwoty wyższe (jak to wcześniej stwierdzono), należy przypuszczać, że w poprzednich latach koszty podróży były przez gości uwzględniane.

Średnia kwota wydatku turystycznego na osobę ponoszonego przez odwiedzających podczas pobytu w Małopolsce w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku według wybranych państw (w zł)

Tabela nr. 70

| Kraj pochodzenia | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------|------|------|------|
| Polska | 226 | 303 | 335 |
| USA | 1593 | 1748 | 1037 |
| Norwegia | 1037 | 811 | 912 |
| Wielka Brytania | 951 | 1302 | 898 |
| Szwajcaria | 731 | 550 | 858 |
| Kanada | 1013 | 594 | 725 |
| Belgia | 1780 | 686 | 693 |
| Holandia | 926 | 994 | 677 |
| Rosja | b.d. | 385 | 632 |
| Francja | 965 | 636 | 618 |
| Hiszpania | 1445 | 460 | 608 |
| Irlandia | 1180 | 701 | 580 |
| Szwecja | b.d. | 699 | 563 |
| Włochy | 1011 | 658 | 544 |
| Austria | 679 | 575 | 542 |
| Dania | 1570 | 725 | 525 |
| Niemcy | 780 | 694 | 525 |
| Japonia | 1113 | 1332 | 484 |
| Węgry | 1700 | 403 | 425 |
| Czechy | 375 | 478 | 323 |
| Ukraina | 730 | 119 | 316 |
| Izrael | 512 | 248 | 311 |
| Słowacja | 323 | 230 | 162 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Ewentualne możliwości zwiększenia wydatków przez odwiedzających Małopolskę

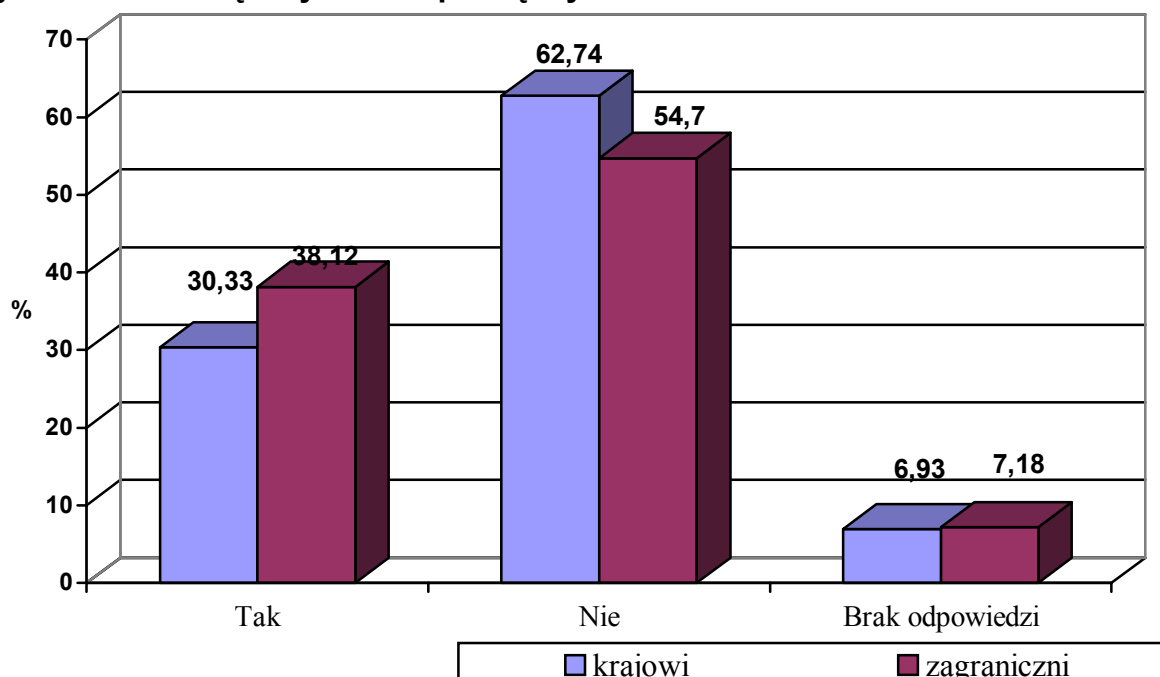
Ok. 1/3, tak gości krajowych, jak i zagranicznych (tj. odpowiednio 30,33% i 38,12%) byłaby skłonna przeznaczyć na pobyt w Małopolsce więcej, niż rzeczywiście wydała (zob. rys. 48. i tabl. 71.). W tym miejscu trzeba podkreślić, iż turysta podczas podróży i pobytu turystycznego zachowuje się bardziej spontanicznie, niż w miejscu stałego zamieszkania (przestaje działać wiele ograniczeń oraz gość ma mniejsze rozeznanie, z uwagi na krótki czas pobytu, co do cen dóbr i usług w miejscu przeznaczenia). Stąd pojawia się często konsumpcja subiektywnie satysfakcjonująca, choć obiektywnie nieracjonalna, tym bardziej, że podróżujący zabiera ze sobą pewną sumę pieniędzy „na wszelki wypadek”. Środki te Małopolska mogłaby pozyskać, gdyby zaproponowała odwiedzającym dobra i usługi turystyczne zgodne z ich potrzebami, gustami, upodobaniami, przyzwyczajeniami itp. Co więcej, takie potrzeby i nawyki, dzięki odpowiedniej ofercie, mogłoby województwo nawet wykreować. W tym roku sugerowanymi przez gości, tak krajowych, jak i zagranicznych, celami tych dodatkowych wydatków okazały się:

- ☞ zakupy (głównie pamiątek, prezentów),
- ☞ konsumpcja (kuchnia regionalna, oscypki, gastronomia),
- ☞ rozrywka (np. imprezy kulturalne, dyskoteki, spotkania w pubach, restauracjach).

Pozwala to sądzić, iż małopolska oferta w tych zakresach jest nadal niewystarczająca lub niedostatecznie dostępna dla odwiedzających (zbyt mało jest informacji o możliwościach interesującego spędzenia czasu).

Rysunek 48.

Deklaracje odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 roku o możliwości wydatkowania większych sum pieniędzy



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela nr. 71

Deklaracje odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku o możliwości wydatkowania większych sum pieniędzy

| Rodzaj deklaracji | Krajowi (w %) | | | Zagraniczni (w %) | | |
|-------------------|---------------|-------|--------------|-------------------|-------|--------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Tak | 36 | 38,03 | 30,33 | 47 | 57,26 | 38,12 |
| Nie | 64 | 54,87 | 62,74 | 53 | 35,49 | 54,70 |
| Brak odpowiedzi | 0 | 7,10 | 6,93 | 0 | 7,26 | 7,18 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Jeśli chodzi o odpowiedź na to pytanie: „NIE”, to zdecydowanie większy odsetek (odpowiednio o 32,41 i 16,58 punktów procentowych) przyjeżdżających do Małopolski w III kwartale 2005 roku tak zadeklarował. Korzystną sytuacją wydaje się być fakt, iż udział Polaków, którzy wydaliby więcej środków finansowych uległ w porównaniu z latami poprzednimi zmniejszeniu (o 7,70 punktów procentowych w odniesieniu do roku 2004 i o 5,67 punktów procentowych w stosunku do roku 2003). Ta sama tendencja dotyczyła cudzoziemców (o 19,14 punktów procentowych mniej w porównaniu z rokiem poprzednim i o 8,88 punktów procentowych w odniesieniu do roku 2003). Oznaczać to może lepsze dostosowanie małopolskiej oferty do potrzeb, gustów i preferencji odwiedzających lub/i bardziej dostępną informację o propozycjach zakupu stosownych produktów. I tak, znacznie rzadziej, niż rok wcześniej, wskazywane były:

- ☞ zwiedzanie zabytków (m.in. bilety wstępu do muzeów, atrakcji turystycznych),
- ☞ aktywny sposób spędzania czasu (basen, siłownia, jazda konna itp.),

co sugeruje, że pod tymi względami nastąpiła znaczna poprawa.

Na uwagę zasługuje również zmniejszający się procent odwiedzających, którzy nie udzielili w tym względzie odpowiedzi (wśród krajowych spadek o 0,17 punktu procentowego, a wśród zagranicznych – o 0,08 punktu procentowego), aczkolwiek nadal tworzą oni swoistą rezerwę, gdyż prawdopodobnie, gdyby mieli na co, również wydatkowałiby większe sumy.

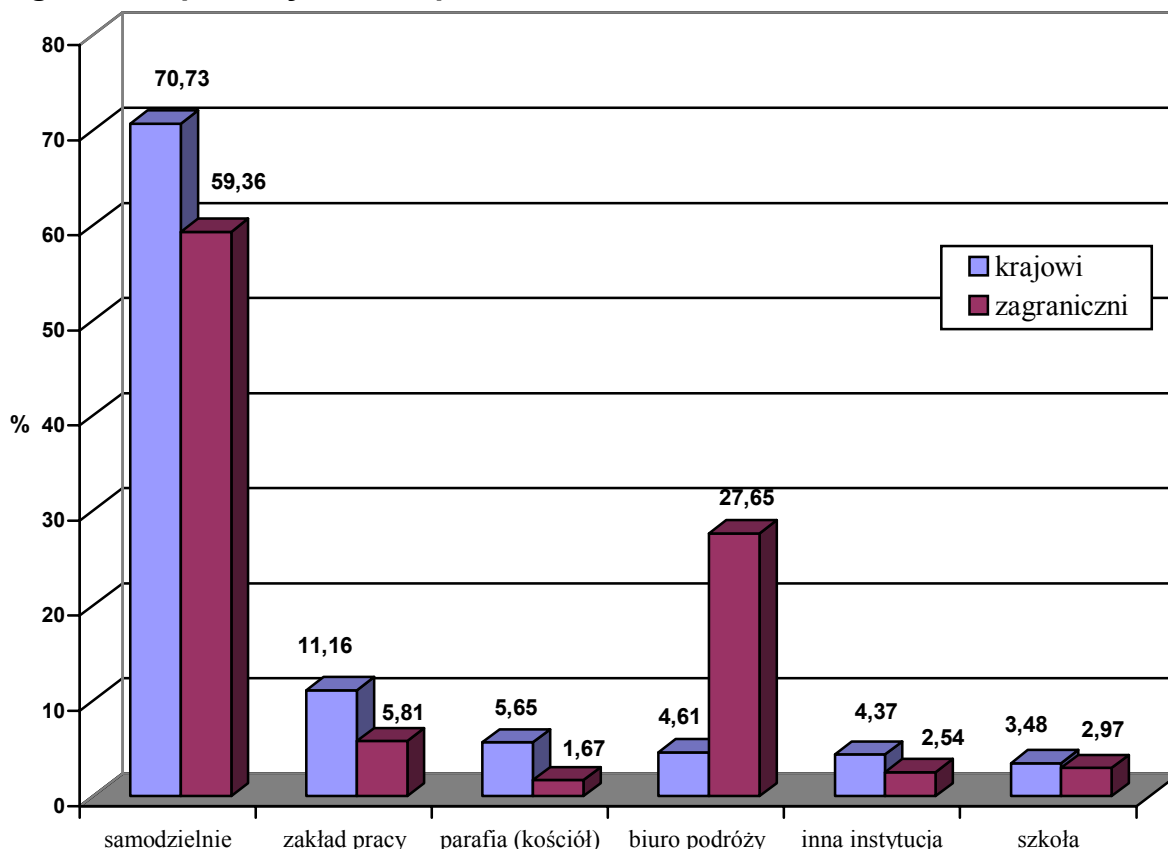
Reasumując, jeszcze wiele pozostaje do zrobienia, aby w przyszłości pozyskać od gości znacznie wyższe sumy pieniędzy. Zakładając na przykład, że tylko każdy z deklarujących „tak” byłby skłonny wydać tylko o 1/10 więcej, to w skali roku (uwzględniając udział III kwartału) Małopolska mogłaby zyskać ok. 130 mln zł.

Organizator przyjazdu do Małopolski

Odwiedzający Małopolskę w większości przypadków (70,73% krajowych i 59,36% zagranicznych), nie korzystali w III kwartale 2005 roku z pośrednictwa lub pomocy biur turystycznych, przedsiębiorstw czy innych instytucji, lecz organizowali sobie podróż samodzielnie (por. rys. 49.). W porównaniu z latami poprzednimi zauważyć można sukcesywny wzrost odsetka gości zagranicznych (o 1,71 punktów procentowych więcej niż rok wcześniej i o 5,36 punktów procentowych niż w 2003 roku) przyjeżdżających w ten sposób (zob. tabl. 72.). Jeśli natomiast chodzi o przybyszów z Polski, to nastąpiło w tym zakresie istotne zmniejszenie (o 7,33 punktów procentowych w odniesieniu do roku 2004 i o 6,27 punktów procentowych w stosunku do roku 2003).

Rysunek 49.

Organizator podróży do Małopolski w III kwartale 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela nr. 72

Organizator podróży do Małopolski w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku

| Organizator | Krajowi (w %) | | | Zagraniczni (w %) | | |
|-----------------|---------------|-------|--------------|-------------------|-------|--------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Samodzielnie | 77,00 | 78,06 | 70,73 | 54,00 | 57,65 | 59,36 |
| Biuro podróży | 4,00 | 2,90 | 4,61 | 26,00 | 27,15 | 27,65 |
| Zakład pracy | 10,00 | 8,40 | 11,16 | 4,00 | 3,97 | 5,81 |
| Szkoła | 2,00 | 2,13 | 3,48 | 8,00 | 5,33 | 2,97 |
| Parafia kościół | 2,00 | 2,57 | 5,65 | 2,00 | 1,42 | 1,67 |
| Inna instytucja | 5,00 | 5,94 | 4,37 | 6,00 | 4,48 | 2,54 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Niewielki odsetek, bo 27,65% przyjeżdżających z zagranicy i tylko 4,61% odwiedzających krajowych, zakupiło gotowy produkt w biurze podróży. W tym jednak przypadku miała miejsce inna

tendencja w stosunku do roku poprzedniego, tj. wzrost procent tak organizujących sobie przyjazd zarówno gości z zagranicy (o 0,50 punktu procentowego), jak i z Polski (o 1,71 punktów procentowych). Również w porównaniu do wyników badań z 2003 roku odnotowano wzrost udział tego typu podmiotów w organizacji przyjazdów do Małopolski przez turystów krajowych – o 0,61 punktu procentowego i przez cudzoziemców – o 1,65 punktów procentowych.

Relatywnie wysoki, najwyższy z pośród wszystkich badanych lat, odsetek odwiedzających z Polski (o 2,76 punktów procentowych więcej w stosunku do roku poprzedniego i o 1,16 punktów procentowych w porównaniu z rokiem 2003) przybył do regionu dzięki organizacji imprezy przez zakład pracy. Także w przypadku gości z zagranicy stosunkowo duży udział w organizacji podróży do Małopolski mieli pracodawcy (o 1,84 punktów procentowych więcej niż w roku ubiegłym i o 1,81 punktów procentowych – niż w 2003 roku). Oznacza to jednocześnie wzrost znaczenia tego typu podmiotów w ogólnej liczbie przyjazdów do województwa.

Wśród przybyszów krajowych na uwagę zasługuje ponadto stały wzrost roli parafii (kościół) w organizacji przyjazdów (o 3,08 punktów procentowych więcej niż w roku poprzednim i o 3,65 punktów procentowych niż w roku 2003). Natomiast dla przyjeżdżających z zagranicy ważniejsza była szkoła (5,33%), choć odnotowano tutaj tendencję malejącą (w odniesieniu do roku ubiegłego o 2,36 punktów procentowych, a w porównaniu z rokiem 2003 – o 5,03 punktów procentowych). Tego rodzaju podróże dotyczyły zwłaszcza dzieci i młodzieży z Izraela, gdyż mają one szkolny obowiązek zobaczyć krakowski Kazimierz i Oświęcim.

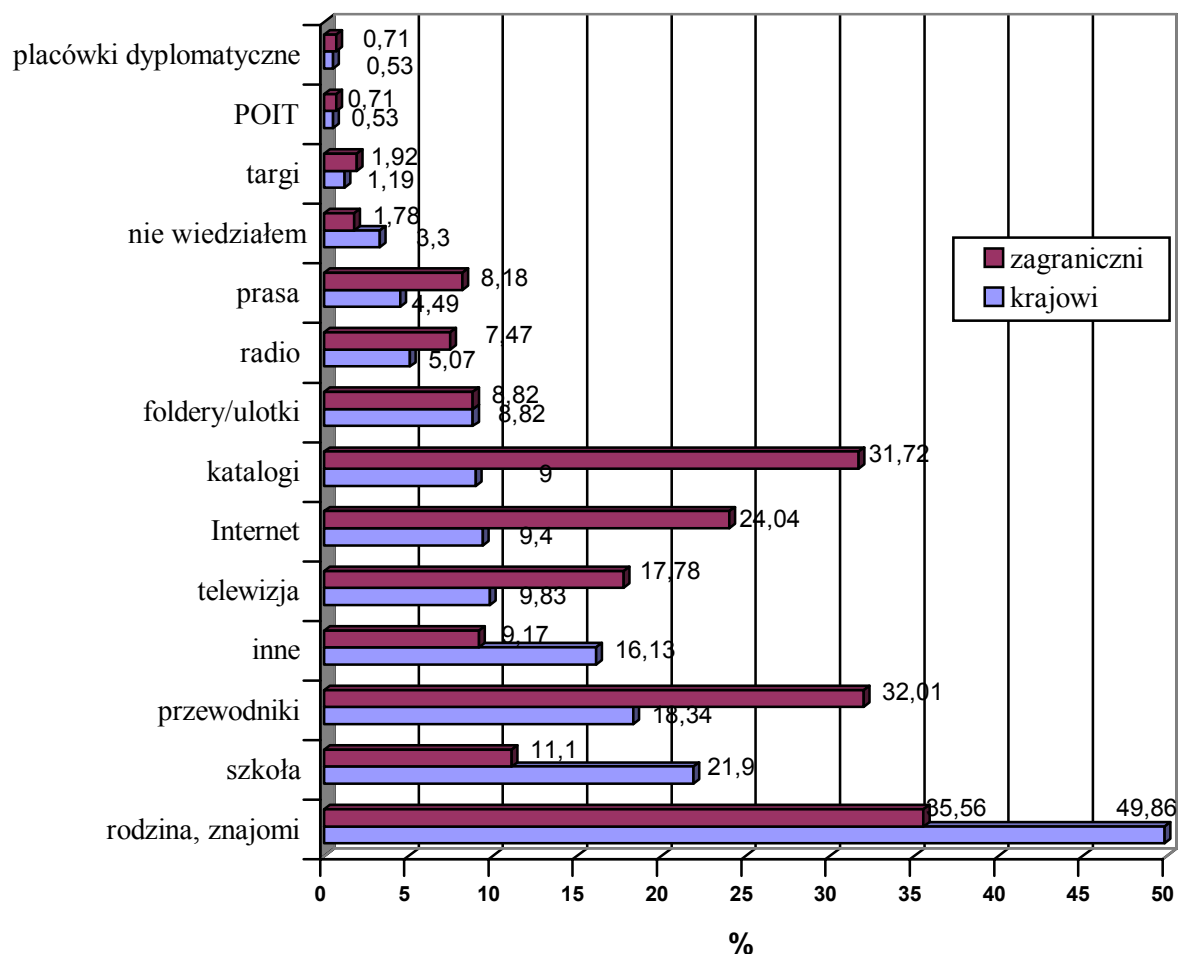
W obu grupach turystów najmniejszy procent respondentów wskazał tzw. inną instytucję (m.in. biuro organizacji konferencji, kongresów, seminariów, stowarzyszenie polonijne, organizacja specjalistyczna, rodzina/przyjaciele), jako organizatora przyjazdu do województwa (wśród Polaków spadek udziału o 1,57 punktów procentowych w stosunku do roku 2004 i o 0,63 punktu procentowego w odniesieniu do roku 2003, a wśród cudzoziemców – odpowiednio o 1,94 i 3,46 punktów procentowych).

Wykorzystane przez odwiedzających Małopolskę źródło informacji o regionie

Goście krajowi, którzy przyjechali do Małopolski w III kwartale 2005 roku dowiedzieli się niej przede wszystkim od rodziny i znajomych (prawie połowa) i ze szkoły (ponad 1/5). Stosunkowo dużo osób wykorzystało także do tego celu przewodniki (prawie 1/5) i tzw. inne źródła (ponad 1/6). Prawie 10% wskazało także na telewizję, strony internetowe, katalogi biur podróży oraz foldery/ulotki (zob. rys. 50.). Najmniejsze znaczenie miały w tym względzie polskie placówki dyplomatyczne (0,22%), Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej (0,53%) oraz targi turystyczne (1,19%), co wydaje się być oczywiste. Zrozumiałe jest również, że tylko 3,30% odwiedzających z Polski nic wcześniej nie wiedziało o Małopolsce.

Rysunek 50.

Wykorzystane przez odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 roku źródło informacji o regionie



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W porównaniu z latami poprzednimi (zob. tabl. 73) obserwuje się stopniowe zmniejszanie roli prasy (o 0,82 punktu procentowego w odniesieniu do roku 2004 i o 1,41 punktów procentowych w stosunku do roku 2003) oraz radia (odpowiednio o 0,24 i o 2,93 punktów procentowych). Sukcesywnie wzrasta natomiast znaczenie katalogów (o 3,90 punktów procentowych w relacji do roku ubiegłego i o 4,70 punktów procentowych – do roku 2003). Zestawienie lat 2005 i 2004 pozwala ponadto zauważyć, zwiększenie oddziaływania stron internetowych (o 0,29 punktu procentowego, choć i tak o 0,70 punktu procentowego mniej niż w 2003 roku) i targów turystycznych (o 0,45 punktu procentowego i o 0,19

punktu procentowego więcej niż w roku 2003). Na uwagę zasługuje również istotny wzrost udziału gości, którzy nic nie wiedzieli przed przyjazdem o walorach Małopolski (o 1,75 punktów procentowych, choć nadal mniej o 0,70 punktu procentowego niż w roku 2003). W pozostałych źródłach odnotowano spadki – największe dotyczyły szkoły (o 11,10 punktów procentowych w porównaniu z rokiem poprzednim i o 8,60 punktów procentowych w stosunku do 2003 roku), rodziny i znajomych (odpowiednio o 9,97 i 3,04 punktów procentowych), tzw. innych źródeł (odpowiednio o 3,58 punktów procentowych, choć o 7,43 punktów procentowych więcej niż w roku 2003), folderów/ulotek (o 3,29 punktów procentowych mniej niż rok wcześniej, ale o 1,02 punktów procentowych więcej niż w 2003 roku) oraz przewodników (odpowiednio o 2,58 punktów procentowych mniej w porównaniu do roku 2004, ale o 3,84 punktów procentowych więcej niż w roku 2003).

Tabela nr. 73

Wykorzystane przez odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku źródło informacji o regionie

| Źródło informacji | Krajowi (w %) | | | Zagraniczni (w %) | | |
|---|---------------|-------|--------------|-------------------|-------|--------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Targi turystyczne | 1,0 | 0,74 | 1,19 | 3,3 | 1,02 | 1,92 |
| Prasa | 5,9 | 5,31 | 4,49 | 4,1 | 5,33 | 8,18 |
| Radio | 8,0 | 5,31 | 5,07 | 2,1 | 3,97 | 7,47 |
| Telewizja | 8,9 | 10,92 | 9,83 | 6,1 | 13,10 | 17,78 |
| Katalogi biur podróży | 4,3 | 5,10 | 9,00 | 18,1 | 32,20 | 31,72 |
| Przewodniki | 14,5 | 20,92 | 18,34 | 29,0 | 30,90 | 32,01 |
| Foldery/ulotki | 7,8 | 12,11 | 8,82 | 7,4 | 12,93 | 8,82 |
| Rodzina, znajomi | 52,9 | 59,83 | 49,86 | 52,9 | 47,00 | 35,56 |
| Strony internetowe | 10,1 | 9,11 | 9,40 | 24,0 | 11,85 | 24,04 |
| Polskie placówki dyplomatyczne | 0,2 | 0,42 | 0,22 | 0,3 | 4,14 | 0,64 |
| Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej | 1,4 | 1,65 | 0,53 | 1,7 | 2,32 | 0,71 |
| Szkoła | 30,5 | 33,00 | 21,90 | 22,0 | 20,69 | 11,10 |
| Brak wcześniejszej informacji | 3,4 | 1,55 | 3,30 | 1,7 | 2,04 | 1,78 |
| Inne Źródło informacji | 8,7 | 19,71 | 16,13 | 7,8 | 10,49 | 9,17 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Również odwiedzający zagraniczni zasięgnęli informacji głównie u rodziny i znajomych (ponad 1/3), ale ważnym źródłem okazały się także przewodniki i katalogi biur podróży (po prawie 1/3). Relatywnie wysoki odsetek cudzoziemców skorzystał również z informacji zdobytych w Internecie (prawie ¼) i telewizji (ponad 1/6). Stosunkowo istotnym zasobem wiadomości okazała się także szkoła (ponad 1/10), foldery/ulotki, prasa i radio (po mniej niż 10%). Niewiele zagranicznych gości zaczerpnęło natomiast informacje z targów turystycznych (niecałe 2%), co może oznaczać, iż Małopolska jest na tego typu imprezach słabo widoczna. Jako negatywne aspekty należy ponadto podkreślić mniejsze znaczenie polskich placówek dyplomatycznych za granicą oraz Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej w szerzeniu wiedzy o Małopolsce wśród cudzoziemców (odpowiednio o 3,50 i 1,61 punktów procentowych w stosunku do roku ubiegłego, choć odpowiednio więcej o 0,34 punktu procentowego i mniej o 0,99 punktu procentowego w relacji do roku 2003).

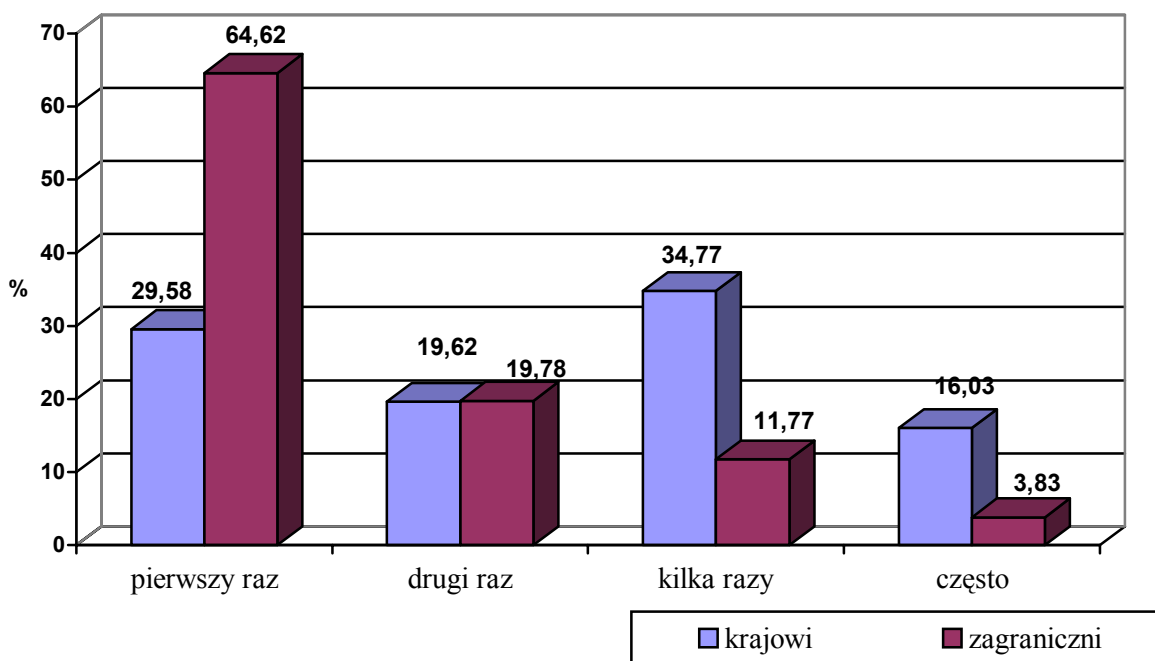
W odniesieniu do lat poprzednich zauważalny jest stopniowy wzrost wśród odwiedzających z zagranicy roli prasy (o 2,85 punktów procentowych w stosunku do roku ubiegłego i o 4,08 punktów procentowych w porównaniu z rokiem 2003), radio (odpowiednio o 3,50 i o 5,37 punktów procentowych), telewizji (odpowiednio o 4,68 i o 11,68 punktów procentowych) oraz przewodników (odpowiednio o 1,11 i o 3,01 punktów procentowych). W relacji do roku 2004 wzrosło ponadto znaczenie Internetu (o 12,19 punktów procentowych i osiągnęło poziom z roku 2003). Stała tendencja spadkowa objęła informacje od rodziny i znajomych (o 11,44 punktów procentowych mniej niż w roku poprzednim i o 17,34 punktów procentowych – niż w roku 2003) oraz ze szkoły (odpowiednio o 9,59 i 10,90 punktów procentowych). W pozostałych przypadkach nastąpił spadek w porównaniu z rokiem 2004 – największy, jeśli chodzi o foldery/ulotki (o 4,11 punktów procentowych, choć było to i tak o 1,42 punktów procentowych więcej niż w roku 2003) i polskie placówki dyplomatyczne (o 3,50 punktów procentowych i też było to więcej niż w roku 2003 o 0,34 punktu procentowego). Na uwagę zasługuje ponadto spadek odsetka odwiedzających z zagranicy, którzy nie wiedzieli wcześniej nic o regionie (o 0,26 punktu procentowego i poziom z roku 2003).

Częstotliwość wizyt w Małopolsce osób odwiedzających

Najwięcej, bo ponad 1/3 (o 1,48 punktów procentowych mniej niż rok wcześniej i prawie analogiczny odsetek, jak w roku 2003) odwiedzających Małopolskę gości z kraju było tutaj już kilka razy (zob. rys. 51). 29,58% (tj. o 5,05 punktów procentowych więcej niż w roku ubiegłym i prawie tyle samo, co w roku 2003), Polaków przyjechało do województwa po raz pierwszy, co może oznaczać, iż zahamowana została tendencja do kolejnych odwiedzin. Tezę tę potwierdza fakt, iż niewiele ponad 1/6 przybyszów krajowych, czyli o 5,84 punktów procentowych mniej niż w roku poprzednim i o 3,27 punktów procentowych niż w roku 2003, przyjeżdża do województwa często. Wzrasta jedynie z roku na rok udział takich, którzy przyjechali do Małopolski po raz drugi – o 2,27 punktów procentowych więcej niż rok wcześniej i o 2,92 punktów procentowych w odniesieniu do roku 2003 (por. tabl. 74.).

Rysunek 51.

Częstość wizyt osób odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela nr. 74

Częstość wizyt osób odwiedzających Małopolskę w III kwartale 2003, 2004 i 2005 roku

| Częstość | Krajowi (w %) | | | Zagraniczni (w %) | | |
|--------------|---------------|-------|--------------|-------------------|-------|--------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Pierwszy raz | 29,2 | 24,53 | 29,58 | 65,5 | 69,10 | 64,62 |
| Drugi raz | 16,7 | 17,35 | 19,62 | 16,3 | 14,06 | 19,78 |
| Kilka razy | 34,8 | 36,25 | 34,77 | 11,2 | 12,76 | 11,77 |
| Często | 19,3 | 21,87 | 16,03 | 7,0 | 4,08 | 3,83 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Jeśli chodzi o gości zagranicznych, to prawie 2/3 z nich odwiedziło Małopolskę w III kwartale 2005 roku po raz pierwszy (o 4,48 punktów procentowych mniej niż rok wcześniej i o 0,88 punktu procentowego – niż w roku 2003). Powtórny przyjazd dotyczył prawie 1/5, a więc o 5,72 punktów procentowych więcej niż w roku ubiegłym i o 3,48 punktów procentowych – niż w roku 2003, co wydaje się być tendencją korzystną. Niepokojem napawa natomiast fakt, iż kolejny raz był wymieniany rzadziej niż w roku poprzednim (o 0,99 punktów procentowych, choć o 0,57 punktów procentowych więcej niż w roku 2003). Ponadto jedynie niecałe 4% cudzoziemców, tj. o 0,25 punktów procentowych mniej niż w roku poprzednim i o 3,17 punktów procentowych mniej niż w roku 2003, odpowiadało, że przyjeżdża tutaj często. Tak więc, jak łatwo zauważyć Małopolska musi bardziej usilnie zachęcać gości do ponownych odwiedzin.

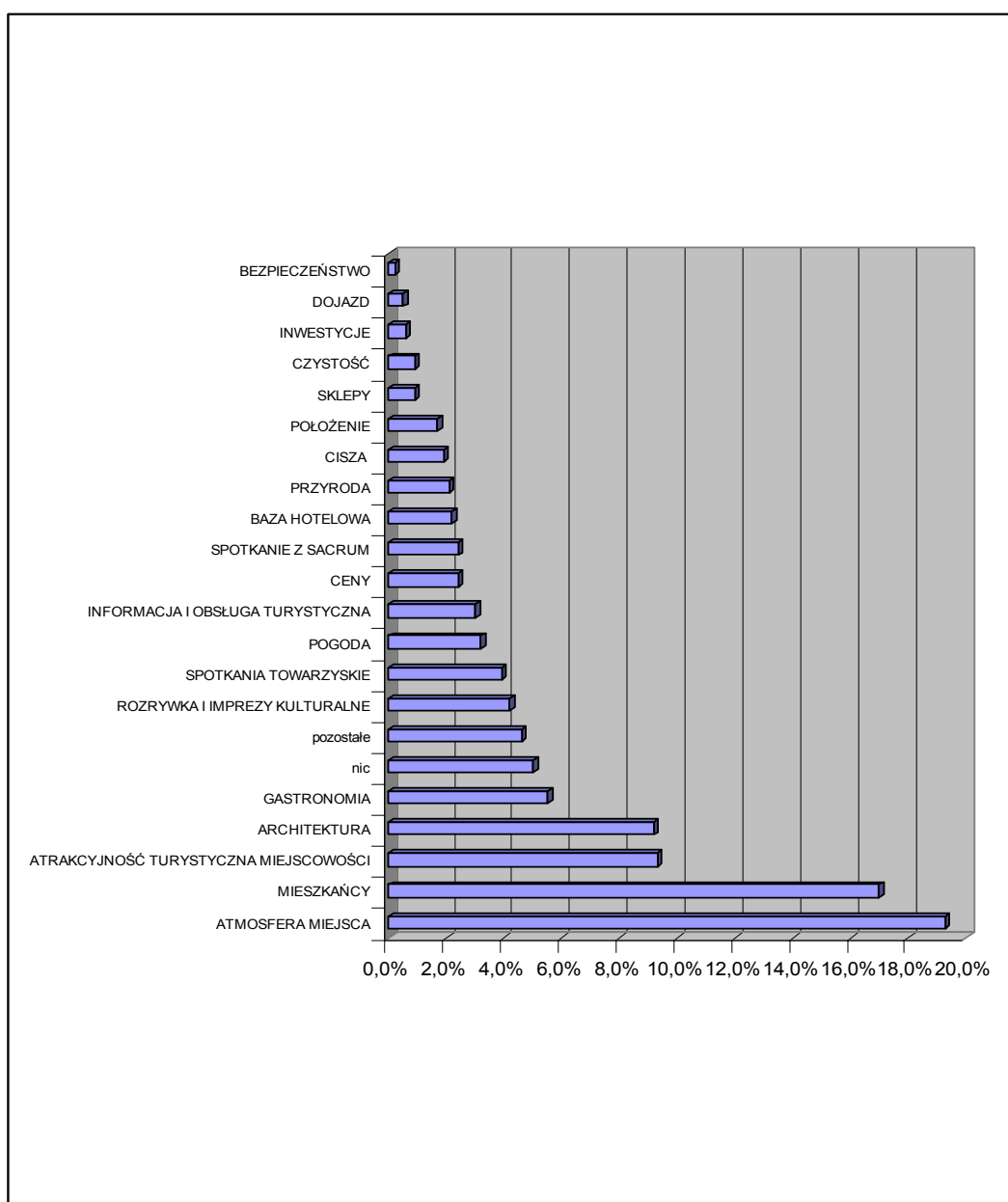
Pozytywne aspekty pobytu w Małopolsce

Określając powody szczególnego zadowolenia turyści koncentrują swoją uwagę na wrażeniach estetycznych i emocjonalnych jakie wynoszą z całego pobytu w Małopolsce. Poszczególne wydarzenia, obiekty czy usługi są postrzegane raczej jako dodatkowe wartości związane z pobytem w regionie wpływając jedynie na ogólny poziom zadowolenia.

Jak pokazuje poniższy Rysunek nr 52 cztery pierwsze aspekty tj. atmosfera miasta, mieszkańcy (życzliwość, gościnność, uprzejmość itd.), ogólnie rozpatrywana atrakcyjność turystyczna danego miejsca oraz architektura (zabytki, tradycja, historia itp.) stanowią blisko 55% odpowiedzi Respondentów.

Rysunek 52.

Procentowy udział odpowiedzi Respondentów na pytanie dotyczące pozytywnych aspektów pobytu w Małopolsce w 2005 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W porównaniu z latami poprzednimi odpowiedzi Respondentów nieco się zmieniły. W bieżącym roku zostało wyszczególnionych więcej kategorii, które pozwalają na bliższe przyglądnięcie się opiniom turystów. Do nowych kategorii odpowiedzi, które pojawiły się w tym pytaniu w bieżącym roku należy zaliczyć: infrastrukturę hotelową, sklepy (zakupy) oraz, co należy podkreślić, bezpieczeństwo. Gastronomia (ogółem 5,5%) jest nadal mocną stroną oferty turystycznej Małopolski. Ranking udzielonych odpowiedzi przedstawia poniższa Tabela nr. 75

Tabela nr. 75

Ranking pozytywnych aspektów pobytu w Małopolsce w 2005 r.

| Aspekt | Pozycja w rankingu |
|--|---------------------------|
| ATMOSFERA MIEJSCA (klimat miejsca) | 1 |
| MIESZKAŃCY (gościnność, życzliwość, uprzejmość, otwartość) | 2 |
| ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA MIEJSCOWOŚCI (oferta ogólnie) | 3 |
| ARCHITEKTURA (zabytki, historia, obiekty kultury) | 4 |
| GASTRONOMIA (potrawy i obiekty) | 5 |
| nic | 6 |
| pozostałe | 7 |
| ROZRYWKA I IMPREZY KULTURALNE | 8 |
| SPOTKANIA TOWARZYSKIE (rodzina, znajomi i in.) | 9 |
| POGODA | 10 |
| INFORMACJA I OBSŁUGA TURYSTYCZNA (oznakowanie) | 11 |
| CENY | 12 |
| SPOTKANIE Z SACRUM | 13 |
| BAZA HOTELOWA | 14 |
| PRZYRODA, TERENY ZIELONE | 15 |
| CISZA | 16 |
| POŁOŻENIE (baza wypadowa w inne miejsca, bliskość) | 17 |
| SKLEPY (zakupy) | 18 |
| CZYSTOŚĆ | 19 |
| INWESTYCJE | 20 |
| DOJAZD | 21 |
| BEZPIECZEŃSTWO | 22 |

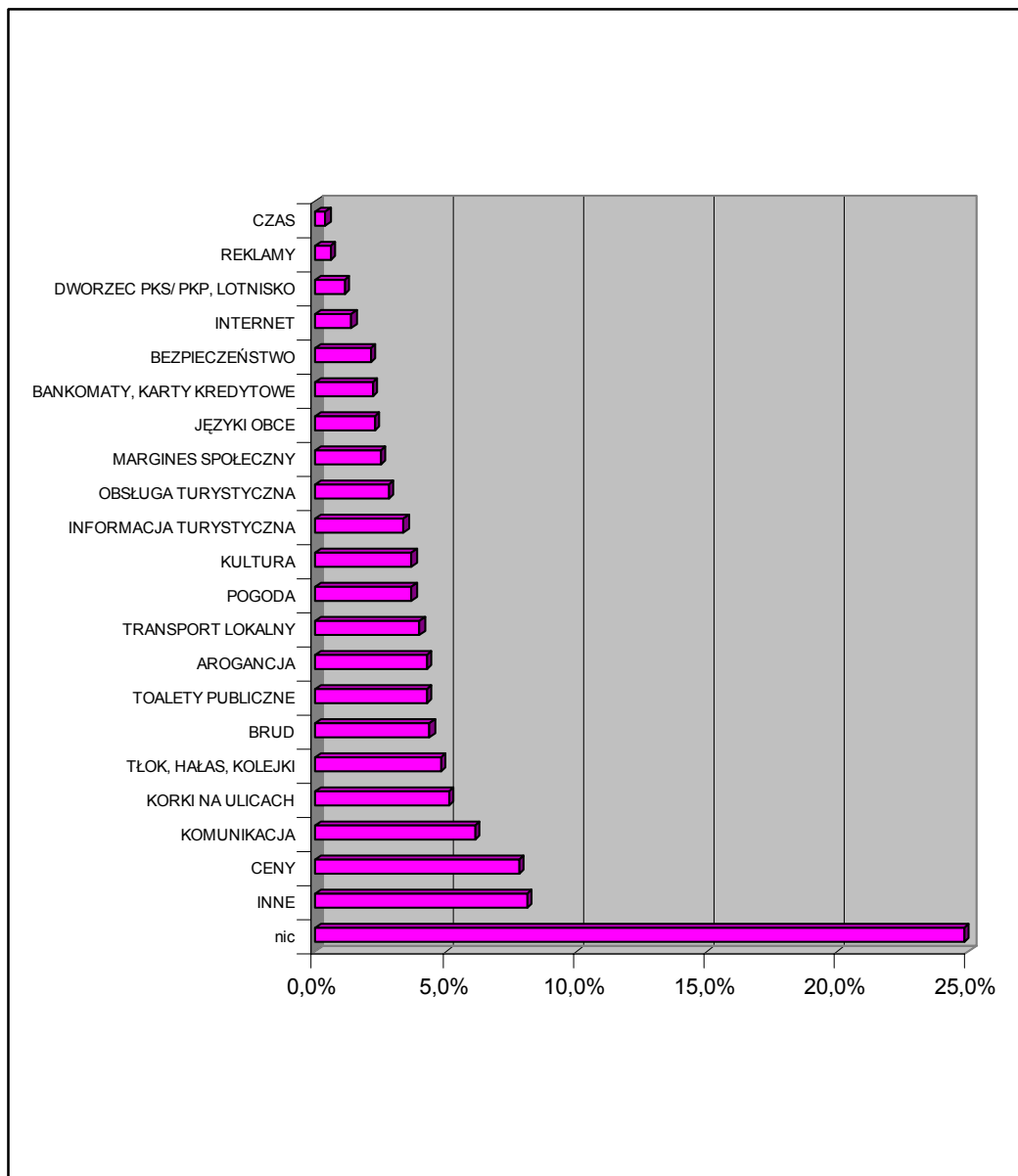
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Negatywne aspekty pobytu w Małopolsce

Uzyskanie opinii gości odwiedzających Kraków na temat negatywnych aspektów pobytu, stanowi bardzo ważną informację dla Władz regionu czy osób/instytucji przygotowujących ofertę turystyczną Małopolski. Uzyskane wyniki, co potwierdza najwyższy procent odpowiedzi „nic” (25%), wskazują na stosunkowo niski odbiór negatywnych wrażeń z pobytu w regionie (Rysunek nr 53).

Rysunek 53.

Negatywne wg Respondentów aspekty pobytu w Małopolsce w 2005 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Szczególnie negatywnie, w bieżącym roku, osoby odwiedzające region (podobne wyniki uzyskano dla samego Krakowa) postrzegały wysokość cen oraz szeroko rozumianą komunikację. W tym drugim przypadku szczególnie narzekano na „zakopiankę”, czy stan dróg. Do grupy tej można by jeszcze włączyć zestawienie odpowiedzi związanych z korkami na ulicach (ponad 5,0% wskazań), ale ze względu na stosunkowo duży odsetek negatywnych odpowiedzi, grupa ta została osobno wyodrębniona.

Bardzo negatywnie odbierane przez turystów było zachowanie niektórych osób – w tym szczególnie – nachalność żebraków, bezdomnych czy złodziejstwo i chuligaństwo. Szczegółowy ranking udzielonych odpowiedzi przedstawia Tabela nr. 76

Tabela nr. 76

Ranking negatywnych wskazań Respondentów w związku z pobytem w regionie w 2005 r.

| Parametr | Pozycja w rankingu |
|----------------------------|---------------------------|
| nic | 1 |
| INNE | 2 |
| CENY | 3 |
| KOMUNIKACJA | 4 |
| KORKI NA ULICACH | 5 |
| TŁOK, HAŁAS, KOLEJKI | 6 |
| BRUD | 7 |
| TOALETY PUBLICZNE | 8 |
| AROGANCJA | 9 |
| TRANSPORT LOKALNY | 10 |
| POGODA | 11 |
| KULTURA | 12 |
| INFORMACJA TURYSTYCZNA | 13 |
| OBSŁUGA TURYSTYCZNA | 14 |
| MARGINES SPOŁECZNY | 15 |
| JĘZYKI OBCE | 16 |
| BANKOMATY, KARTY KREDYTOWE | 17 |
| BEZPIECZEŃSTWO | 18 |
| INTERNET | 19 |
| DWORZEC PKS/ PKP, LOTNISKO | 20 |
| REKLAMY | 21 |
| CZAS | 22 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Odpowiedzi udzielone w bieżącym roku przez Ankietowanych różniły się od ubiegłorocznych. Zdecydowanie rzadko pojawiało się stwierdzenie o braku rozrywek. Podobnie jak w ubiegłych latach wysoki pozycje w rankingu mankamentu zajmują toalety publiczne i brud.

Struktura procentowa przyjazdów do Małopolski według miejsc zamieszkania odwiedzających w 2003, 2004 i 2005 roku.

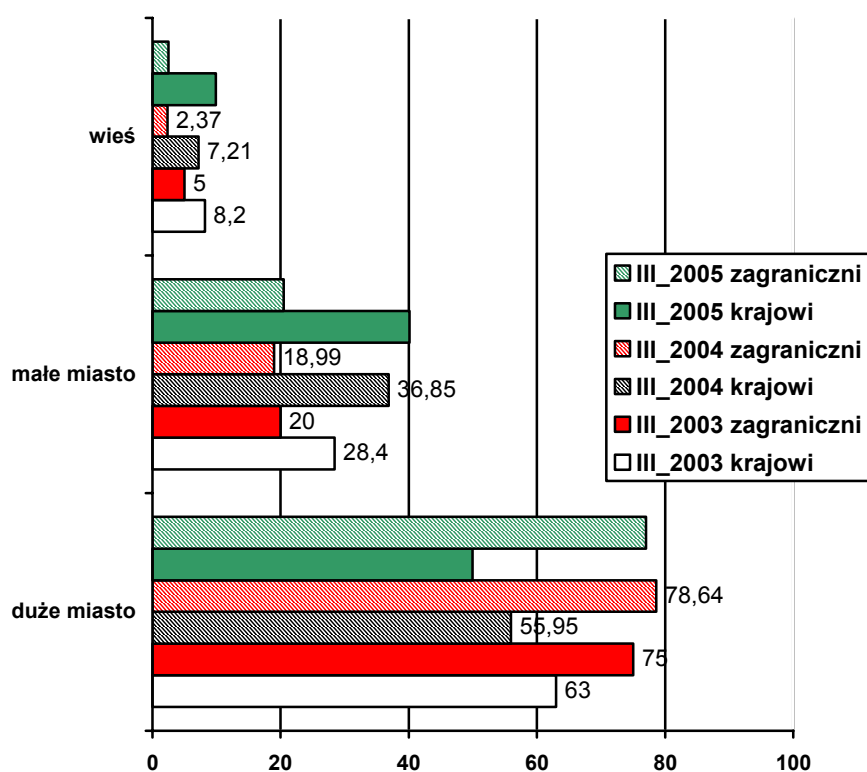
Tabela nr. 77

| Struktura % | III_2003 | III_2003 | III_2004 | III_2004 | III_2005 | III_2005 |
|--------------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| | krajowi | zagraniczni | krajowi | zagraniczni | krajowi | zagraniczni |
| duże miasto | 63,0 | 75,0 | 55,95 | 78,64 | 49,97 | 77,00 |
| małe miasto | 28,4 | 20,0 | 36,85 | 18,99 | 40,13 | 20,50 |
| wieś | 8,2 | 5,0 | 7,21 | 2,37 | 9,90 | 2,50 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura przyjazdów do Małopolski według miejsc zamieszkania odwiedzających w 2003, 2004 i 2005 roku

Rysunek 54.

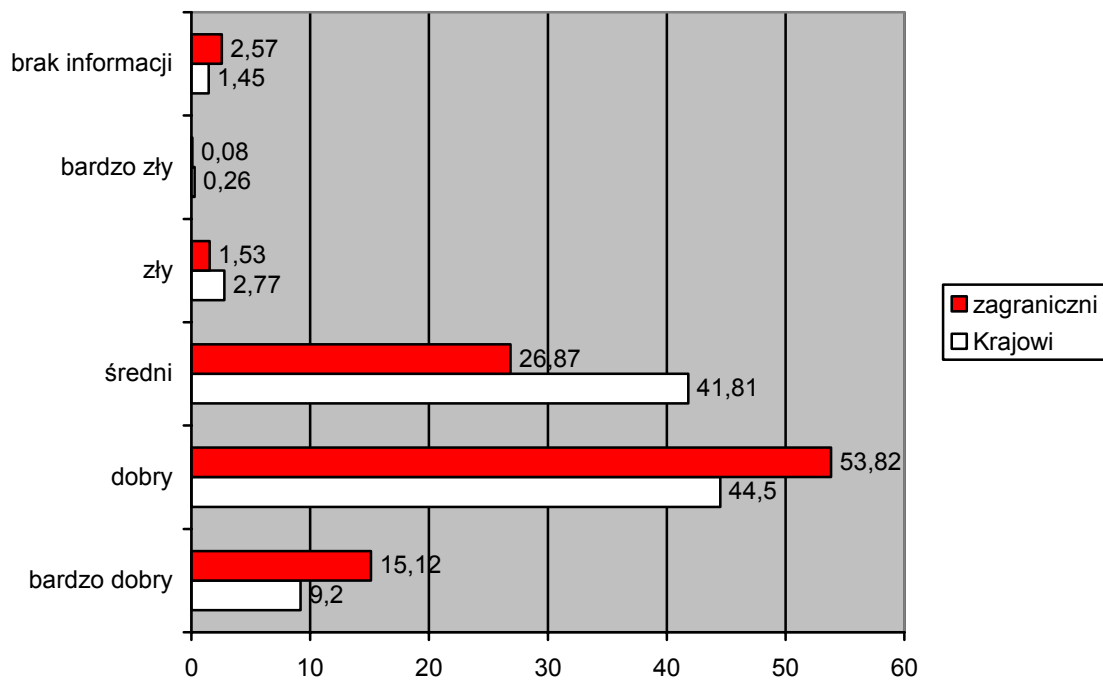


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że zdecydowana większość turystów pochodziła z dużych miast, przy czym ich odsetek w przypadku turystów zagranicznych był zdecydowanie wyższy.

Struktura przyjazdów do Małopolski według statusu materialnego w 2005 roku.

Rysunek 55.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura przyjazdów z Polski według kierunków.

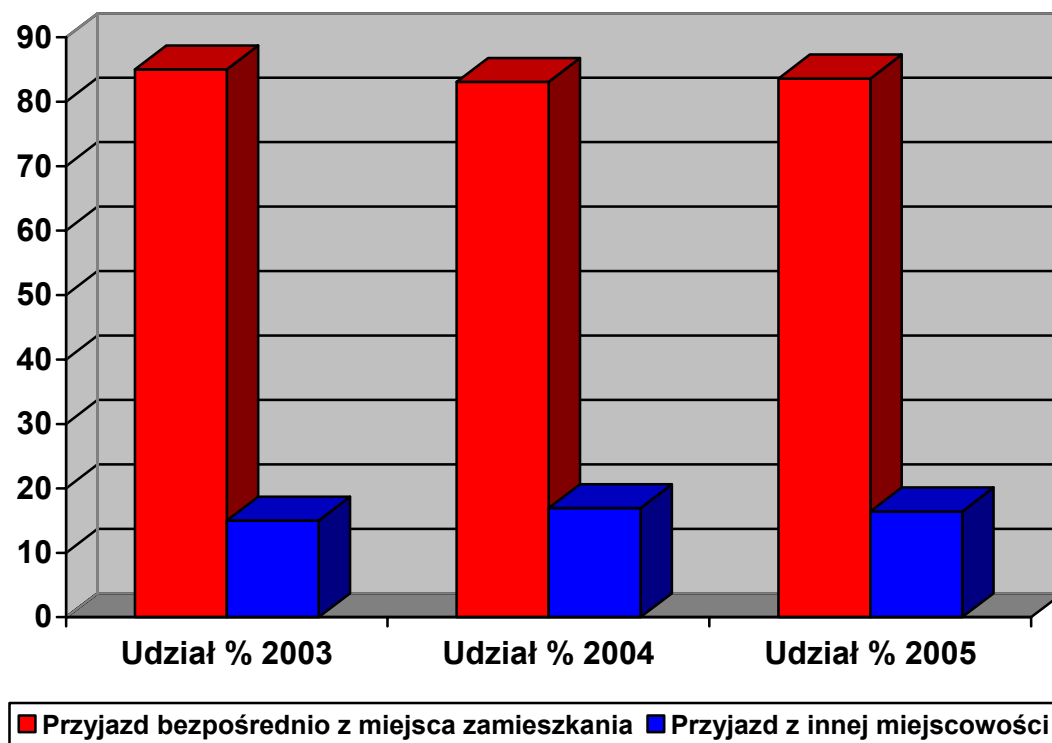
Tabela nr.78

| | III_2003 | III_2004 | III_2005 |
|--|----------|----------|----------|
| Czy przyjechał bezpośrednio z miejsca zamieszkania ? | Udział % | Udział % | Udział % |
| Przyjazd bezpośrednio z miejsca zamieszkania | 85,0 | 83,08 | 83,59 |
| Przyjazd z innej miejscowości | 15,0 | 16,92 | 16,41 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Przyjazdy krajowe do Małopolski według miejsca z którego nastąpił przyjazd w 2003, 2004 i 2005 roku_III_kw.

Rysunek 56.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Struktura przyjazdów z zagranicy według kierunków.

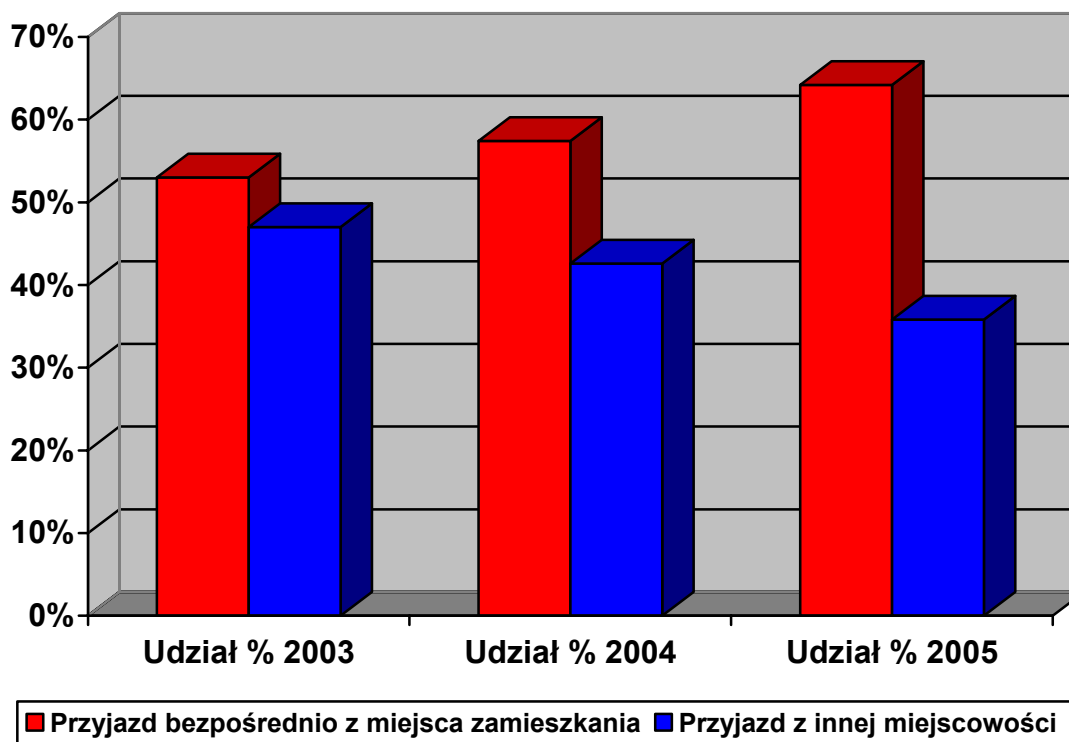
Tabela nr. 79

| | III_2003 | III_2004 | III_2005 |
|--|----------|----------|----------|
| Czy przyjechał bezpośrednio z miejsca zamieszkania ? | Udział % | Udział % | Udział % |
| Przyjazd bezpośrednio z miejsca zamieszkania | 53% | 57,41% | 64,18 |
| Przyjazd z innej miejscowości | 47% | 42,59% | 35,82 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Przyjazdy zagraniczne do Małopolski według miejsca z którego nastąpił przyjazd w 2003, 2004 i 2005 roku_III_kw.

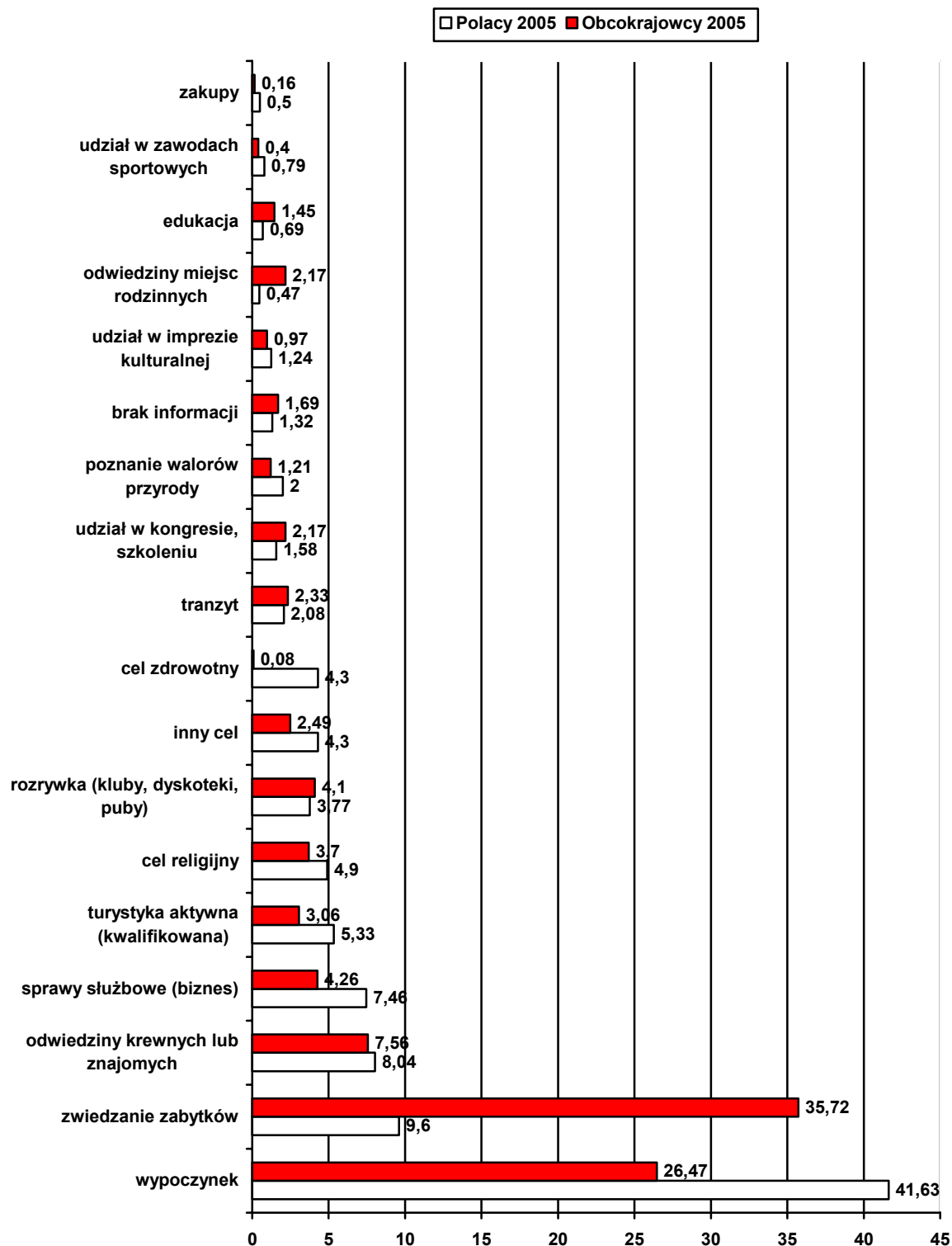
Rysunek 57.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Porównanie celów podróży do Małopolski Polaków i obcokrajowców w 2005 roku.

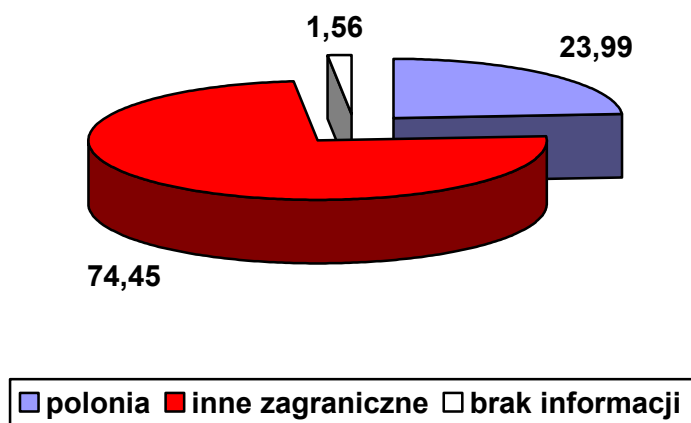
Rysunek 58.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Udział % Polonii w zagranicznym rynku przyjazdowym do Małopolski w 2005 roku.

Rysunek 59.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT .

• rynek - Stany Zjednoczone Ameryki

| | |
|---|--------------------------|
| Czy przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości bezpośrednio z miejsca swego zamieszkania? % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 45,78 |
| NIE | 54,22 |
| Kto Pani/u towarzyszy w podróży? % | Stany Zjednoczone |
| nikt | 21,95 |
| grupa zorganizowana | 17,07 |
| przyjaciele | 15,85 |
| rodzina | 36,59 |
| rodzina i przyjaciele | 8,54 |
| Proszę podać planowaną długość pobytu w tej miejscowości? [Czas pobytu %] | Stany Zjednoczone |
| do 3 godzin | 1,23 |
| 1 dzień bez noclegu | 3,70 |
| 1 noc | 13,58 |
| 2 noce | 11,11 |
| 3 noce | 11,11 |
| 4 noce | 9,88 |
| 5 nocy | 1,23 |
| 6 nocy | 7,41 |
| 7 nocy | 2,47 |
| 8 nocy | 2,47 |
| 9 nocy | 4,94 |
| 10 nocy | 3,70 |
| 12 nocy | 2,47 |
| 14 nocy | 12,35 |
| 15 nocy | 1,23 |
| 18 nocy | 2,47 |
| 21 nocy | 3,70 |
| 25 nocy | 1,23 |
| 26 nocy | 1,23 |
| 27 nocy | 2,47 |
| Jakim środkiem transportu przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? % | Stany Zjednoczone |
| samolotem | 46,99 |
| autokarem | 9,64 |
| samochodem | 14,46 |
| pociągiem | 16,87 |
| autobusem linii regularnej | 10,84 |
| innym | 1,20 |
| Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości. % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 95,18 |
| NIE | 4,82 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje? % | Stany Zjednoczone |
| w hotelu | 57,89 |
| w pensjonacie | 1,32 |
| w motelu | 1,32 |
| w schronisku | 1,32 |
| we własnym mieszkaniu | 5,26 |
| u znajomych lub rodziny | 27,63 |
| w ośrodku wczasowym | 1,32 |
| w innym obiekcie | 3,95 |

| | |
|--|--------------------------|
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę % | Stany Zjednoczone |
| < 6 | 12,05 |
| 6 - 504 | 40,96 |
| 505 - 1003 | 13,25 |
| 1004 - 1502 | 12,05 |
| 1503 - 2001 | 6,02 |
| 2002 - 2500 | 2,41 |
| > 2501 | 13,25 |
| Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? % | Stany Zjednoczone |
| NIE | 46,15 |
| TAK | 53,85 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? % | Stany Zjednoczone |
| we własnym zakresie | 69,51 |
| szkoła | 2,44 |
| biuro podróży | 18,29 |
| parafia (kościół) | 1,22 |
| zakład pracy | 6,10 |
| inna instytucja | 2,44 |
| Wiek: % | Stany Zjednoczone |
| < 16 | 1,20 |
| 16 - 26 | 13,25 |
| 27 - 37 | 12,05 |
| 38 - 48 | 24,10 |
| 49 - 59 | 21,69 |
| 60 - 70 | 19,28 |
| > 71 | 8,43 |
| Płeć: % | Stany Zjednoczone |
| kobieta | 54,88 |
| mężczyzna | 45,12 |
| Wykształcenie: % | Stany Zjednoczone |
| wyższe | 67,95 |
| średnie | 28,21 |
| inne | 3,85 |
| Status zawodowy: % | Stany Zjednoczone |
| uczeń | 2,47 |
| student | 9,88 |
| emeryt lub rencista | 32,10 |
| osoba zajmująca się domem | 9,88 |
| aktywny zawodowo | 45,68 |
| Status materialny % | Stany Zjednoczone |
| bardzo dobry | 44,58 |
| dobry | 49,40 |
| średni | 6,02 |
| Czy Rodzina Pan/i ma pochodzenie polskie? % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 57,83 |
| NIE | 42,17 |

| | |
|---|------------------------------|
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z TARGÓW TURYSTYCZNYCH] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 1,20 |
| NIE | 98,80 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z PRASY] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 1,20 |
| NIE | 98,80 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z RADIO] % | Stany Zjednoczone |
| NIE | 100,00 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z TELEWIZJI] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 4,82 |
| NIE | 95,18 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z KATALOGÓW BIUR PODRÓŻY] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 12,05 |
| NIE | 87,95 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z PRZEWODNIKÓW] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 24,10 |
| NIE | 75,90 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z FOLDERÓW/ULOTEK] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 7,23 |
| NIE | 92,77 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [OD RODZINY, ZNAJOMYCH] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 27,71 |
| NIE | 72,29 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [ZE STON INTERNETOWYCH] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 16,87 |
| NIE | 83,13 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z POLSKICH PLACÓWEK DYPLMATYCZNYCH] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 1,20 |
| NIE | 98,80 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z POLSKICH OŚRODKÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 0,00 |
| NIE | 100,00 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [ZE SZKOŁY] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 6,02 |
| NIE | 93,98 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [NIC WCZEŚNIEJ NIE WIEDZIAŁEM/AM O TEJ MIEJSCOWOŚCI] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 2,41 |
| NIE | 97,59 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [INNE ŹRÓDŁO INFORMACJI] % | Stany Zjednoczone |
| TAK | 26,51 |
| NIE | 73,49 |

| Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? % | Stany Zjednoczone |
|---|--------------------------|
| po raz pierwszy | 54,32 |
| po raz drugi | 7,41 |
| byłem/am tu kilka razy | 17,28 |
| przyjeżdżam tu często | 20,99 |

- rynek – Skandynawia (synteza krajów)

| | |
|---|--------------------|
| Kto Pani/u towarzyszy w podróży?% | SKANDYNAWIA |
| nikt | 5,97 |
| grupa zorganizowana | 28,36 |
| przyjaciele | 17,91 |
| rodzina | 44,78 |
| rodzina i przyjaciele | 2,99 |
| Proszę podać planowaną długość pobytu w tej miejscowości? [Czas pobytu]% | SKANDYNAWIA |
| brak informacji | 2,99 |
| do 3 godzin | 1,49 |
| 1 dzień bez noclegu | 1,49 |
| 1 noc | 2,99 |
| 2 noce | 11,94 |
| 3 noce | 26,87 |
| 4 noce | 4,48 |
| 5 nocy | 8,96 |
| 6 nocy | 10,45 |
| 7 nocy | 19,40 |
| 8 nocy | 4,48 |
| 10 nocy | 1,49 |
| 12 nocy | 1,49 |
| 21 nocy | 1,49 |
| Jakim środkiem transportu przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości?% | SKANDYNAWIA |
| samolotem | 35,82 |
| autokarem | 17,91 |
| samochodem | 19,40 |
| pociągiem | 19,40 |
| autobusem lini regularnej | 5,97 |
| brak informacji | 1,49 |
| SUMA | 100 |
| Gdzie Pani/Pan nocuje?% | SKANDYNAWIA |
| w hotelu | 71,64 |
| w pensjonacie | 5,97 |
| u znajomych lub rodziny | 13,43 |
| w kwaterze prywatnej | 2,99 |
| w innym obiekcie | 1,49 |
| brak informacji | 4,48 |
| SUMA | 100 |
| Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? | SKANDYNAWIA |
| < 6 | 4,48 |
| 6 – 504 | 59,70 |
| 505 – 1003 | 23,88 |
| 1004 – 1502 | 4,48 |
| 1503 – 2001 | 5,97 |
| > 2501 | 1,49 |
| Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?% | SKANDYNAWIA |
| we własnym zakresie | 55,22 |
| szkoła | 1,49 |
| biuro podróży | 26,87 |
| zakład pracy | 10,45 |
| inna instytucja | 4,48 |
| brak informacji | 1,49 |

| | |
|--|--------------------|
| Wiek:% | SKANDYNAWIA |
| 16 - 26 | 31,34 |
| 27 - 37 | 16,42 |
| 38 - 48 | 19,40 |
| 49 - 59 | 19,40 |
| 60 - 70 | 11,94 |
| > 71 | 1,49 |
| Płeć:% | SKANDYNAWIA |
| kobieta | 52,24 |
| mężczyzna | 46,27 |
| brak informacji | 1,49 |
| Wykształcenie:% | SKANDYNAWIA |
| wyższe | 59,70 |
| średnie | 37,31 |
| inne | 1,49 |
| brak informacji | 1,49 |
| Status zawodowy:% | SKANDYNAWIA |
| uczeń | 4,48 |
| student | 19,40 |
| emeryt lub rencista | 22,39 |
| osoba zajmująca się domem | 5,97 |
| aktywny zawodowo | 46,27 |
| brak informacji | 1,49 |
| Status materialny: % | SKANDYNAWIA |
| bardzo dobry | 28,36 |
| dobry | 50,75 |
| średni | 19,40 |
| brak informacji | 1,49 |
| Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? % | SKANDYNAWIA |
| wypoczynek | 19,70 |
| sprawy służbowe (biznes) | 7,58 |
| odwiedziny krewnych lub znajomych | 16,67 |
| zwiedzanie zabytków | 42,42 |
| udział w kongresie, szkoleniu | 4,55 |
| odwiedziny miejsc rodzinnych | 1,52 |
| rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 1,52 |
| inny cel | 6,06 |

| | |
|---|--------------------|
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z TARGÓW TURYSTYCZNYCH] % | SKANDYNAWIA |
| NIE | 100,00 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z PRASY] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 5,97 |
| NIE | 94,03 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z RADIO] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 8,96 |
| NIE | 91,04 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z TELEWIZJI] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 16,42 |
| NIE | 83,58 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z KATALOGÓW BIUR PODRÓŻY | SKANDYNAWIA |
| TAK | 35,82 |
| NIE | 64,18 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z PRZEWODNIKÓW] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 17,91 |
| NIE | 82,09 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z FOLDERÓW/ULOTEK] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 5,97 |
| NIE | 94,03 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [OD RODZINY, ZNAJOMYCH] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 43,28 |
| NIE | 56,72 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [ZE STRON INTERNETOWYCH] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 17,91 |
| NIE | 82,09 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z POLSKICH PLACÓWEK DYPLOMATYCZNYCH] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 1,49 |
| NIE | 98,51 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [Z POLSKICH OŚRODKÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ] | SKANDYNAWIA |
| TAK | 1,49 |
| NIE | 98,51 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [ZE SZKOŁY] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 11,94 |
| NIE | 88,06 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [NIC WCZEŚNIEJ NIE WIEDZIAŁEM/AM O TEJ MIEJSCOWOŚCI] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 2,99 |
| NIE | 97,01 |
| Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? [INNE ŹRÓDŁO INFORMACJI] % | SKANDYNAWIA |
| TAK | 13,43 |
| NIE | 86,57 |