



**Badanie wykonane przez Małopolską Organizację Turystyczną
na zlecenie Województwa Małopolskiego,**

BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE W ROKU 2006

RAPORT KOŃCOWY

Kierownik projektu

dr Krzysztof Borkowski - Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

Zespół

**Prof. dr hab. Tadeusz Grabiński- Akademia Ekonomiczna w Krakowie
dr Renata Seweryn- Akademia Ekonomiczna w Krakowie
mgr Andrzej Gut-Mostowy - Wice Prezes MOT
mgr Leszek Mazanek- Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie
mgr Anna Wilkońska - Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej**

Koordinator MOT

**mgr inż. Jan Wieczorkowski- Prezes MOT
mgr Jolanta Kobus-MOT**

Konsultacja naukowa projektu

Prof. dr hab. Anna Nowakowska

KRAKÓW 2006

MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Spis treści

SPIS TREŚCI	1
I.CHARAKTERYSTYKA BADAŃ	4
WSTĘP.....	5
ZAŁOŻENIA BADAWCZE I METODOLOGIA BADAŃ.....	6
SPOSÓB USTALENIA MIEJSC BADAWCZYCH.....	6
ZASADY PROWADZENIA WYWIADÓW.....	6
ZASADY DOBORU RESPONDENTÓW.....	6
TEMATYKA PYTAŃ OTWARTYCH W PRÓBIE.....	6
ZASADY DOBORU PRÓBY.....	7
WIELKOŚĆ I STRUKTURA PRÓBY.....	8
II.WYNIKI BADAŃ, OGÓŁEM I WYNIKI PRZEKROJOWE	10
ANALIZA LICZBY KORZYSTAJĄCYCH Z BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE W LATACH 2002- 2006.....	11
1. SZACUNKOWA LICZBA GOŚCI ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKE	36
ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI WEDŁUG WOJEWÓDZTW Z KTÓRYCH POCHODZĄ.....	40
ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI WEDŁUG KRAJÓW Z KTÓRYCH POCHODZĄ.....	40
2. SZACUNKOWA LICZBA TURYSTÓW W MAŁOPOLSCE	42
3a.ANALIZA ROZKŁADU CECH GOŚCIA KRAJOWEGO	45
PROFIL SPOŁECZNY.....	46
PŁEĆ.....	46
WIEK.....	46
WYKSZTAŁCENIE.....	46
ŚRODEK TRANSPORTU.....	46
DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY KRAJOWEGO W MAŁOPOLSCE.....	47
PLANOWANA DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY KRAJOWEGO W MAŁOPOLSCE.....	47
CEL PRZYJAZDU TURYSTY KRAJOWEGO DO MAŁOPOLSKI.....	48
FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE.....	49
ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE.....	56
ŚREDNIE KWOTY WYDATKOWANE PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE.....	57
WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁA INFORMACJI O REGIONIE.....	58
ODWIEDZANE MIEJSCA PRZEZ RESPONDENTÓW W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM.....	66

3b. ANALIZA ROZKŁADU CECH GOŚCIA ZAGRANICZNEGO	68
PROFIL SPOŁECZNY	69
PŁEĆ	69
WIEK	69
WYKSZTAŁCENIE.....	69
ŚRODEK TRANSPORTU	69
DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY ZAGRANICZNEGO W MAŁOPOLSCE	70
PLANOWANA DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY ZAGRANICZNEGO W MAŁOPOLSCE	71
CEL PRZYJAZDU TURYSTY ZAGRANICZNEGO DO MAŁOPOLSKI	72
FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE	75
ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE.....	82
ŚREDNIE KWOTY WYDATKOWANE PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE.....	83
WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁA INFORMACJI O REGIONIE	84
ODWIEDZANE MIEJSCA PRZEZ RESPONDENTÓW W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM	92
4. CHARAKTERYSTYKA RYNKÓW ZAGRANICZNYCH	94
RYNEK NIEMIECKI	95
RYNEK BRYTYJSKI	97
RYNEK FRANCUSKI.....	99
RYNEK AMERYKAŃSKI.....	101
RYNEK ROSYJSKI.....	103
RYNEK WŁOSKI.....	105
RYNEK HISZPAŃSKI	107
RYNEK WĘGIERSKI	109
5. WNIOSKI I PODSUMOWANIE CAŁOŚCIOWE BADAŃ	113
ANEKS NR.1 ATRAKCYJNOŚĆ OFERTY MIEJSCOWOŚCI UZDROWISKOWEJ W MAŁOPOLSCE	
ANEKS NR.2 PODSTAWOWE PARAMETRY TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ	

I. CHARAKTERYSTYKA BADAŃ

WSTĘP

Badanie ruchu turystycznego w Małopolsce zostało przeprowadzone po raz czwarty. Jego celem było:

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 8 miesięcy roku 2006, 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. Cechy te zostały wykorzystane do wykazania powiązań i zależności w opracowaniu następnych 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.

Wyniki badań służyć mają wszystkim „aktorom” zaangażowanym w rozwój oferty turystycznej Małopolski, mogą być wykorzystane do uatrakcyjnienia oferty istniejącej, stworzenia ewentualnych nowych produktów turystycznych, tym samym, więc do zwiększenia zainteresowania regionem małopolskim i zwiększenia liczby osób odwiedzających Małopolskę.

ZAŁOŻENIA BADAWCZE I METODOLOGIA BADAŃ SPOSÓB USTALENIA MIEJSC BADAWCZYCH

Miejsca badawcze zostały dobrane do przeprowadzenia badań na bazie poprzednich doświadczeń Małopolskiej Organizacji Turystycznej przy przeprowadzaniu badań w latach 2003 – 2005. Obiekty i miejsca zostały dobrane losowo, tak, aby reprezentowane były wszystkie rodzaje obiektów noclegowych na terenie całej Małopolski oraz charakterystyczne atrakcje. 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.

W ramach przedstawionej powyżej próby wyodrębnione zostały atrakcje, szczególnie charakterystyczne dla Małopolski.

ZASADY PROWADZENIA WYWIADÓW

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.

Ankietowanie polegało na przeprowadzeniu wywiadu bezpośredniego przez przeszkolonych ankierów w okresie obejmującym miesiące lipiec do września roku 2006, w miejscach wskazanych przez zespół ekspertów, zgodnie z opracowaną instrukcją przeprowadzenia badań stanowiącą załącznik do umowy zawieranej z ankierem oraz szczegółowo omówioną podczas szkolenia ankierów. Podstawowe zasady prowadzenia wywiadów to:

- badanymi byli zarówno turyści krajowi jak i zagraniczni
- wszystkie osoby badane to osoby dorosłe
- w przypadku ankietowania rodziny badaniem obejmowano tylko 1 przedstawiciela rodziny
- w przypadku ankietowania grupy zorganizowanej badaniem obejmowano najwyżej 2 dorosłe osoby
- w przypadku ankietowania turysty obcojęzycznego po ustaleniu języka, którym posługiwał się turysta, ankier przekazywał mu szablon ankiety w danym języku a sam zaznaczał odpowiedzi na ankiecie w wersji polskiej.
- każda ankieta powinna być podpisana w lewym górnym rogu pełnym imieniem i nazwiskiem ankiera.

ZASADY DOBORU RESPONDENTÓW

Zasadą przeprowadzania badań ankietowych jest dobrowolność udzielania odpowiedzi przez osobę ankietowaną. Wybór osób był dokonywany przez ankierów w sposób intuicyjny oraz wynikał z jego doświadczenia opartego na obserwacji ludzi. Ankier pytał, czy dana osoba jest turystą i czy zechce udzielić informacji na temat pytań zawartych w ankiecie. Według informacji uzyskanych od ankierów rzadko zdarzała się sytuacja, w której pytana osoba odmawiała. Najczęściej odmawiającymi byli Polacy, natomiast obcokrajowcy dość chętnie udzielali informacji.

TEMATYKA PYTAŃ OTWARTYCH W PRÓBIE

Ankieta zawierała następujące elementy:

- metryczkę ankiety – numer ankiera, datę pobrania próby, numer kolejny ankiety, miejsce pobrania próby (miejscowość, ulica, obiekt)

- część merytoryczną – 12 pytań dot. celu przyjazdu do Małopolski, miejsca noclegu, organizatora przyjazdu, kwot wydanych podczas pobytu, źródła informacji o Małopolsce, odwiedzanych miejsc i atrakcji, środka transportu, długości pobytu

- charakterystykę respondenta – państwo, województwo, miejscowość, wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy oraz status materialny.

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.

Ankieta przygotowana została w języku polskim. Każdy ankieter otrzymał również kilka egzemplarzy ankiet w następujących językach: angielskim, niemieckim, francuskim, rosyjskim.

ZASADY DOBORU PRÓBY

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2005, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności $n=6951$ (w tym 3194 w Krakowie oraz 3757 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 objekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów.

Założony rozkład próby przedstawia poniższa tabela

Powiat	Założona liczba ankiet	% udział w próbie	Liczba założonych punktów do badania		
			Baza noclegowa	Atrakcje oraz na tzw. mieście	Punkty it
Bocheński	169	2,4	134	35	0
Brzeski	12	0,2	12	0	0
Chrzanowski	24	0,3	24	0	0
Gorlicki	192	2,8	120	50	22
Krakowski	69	0,9	69	0	0
Limanowski	152	2,2	81	71	0
Myślenicki	147	2,1	112	35	0
Nowosądecki	605	8,7	391	204	10
Nowy Sącz	144	2,1	60	64	20
Nowotarski	671	9,7	523	128	20
Olkuski	112	1,6	64	40	8
Oświęcimski	135	1,9	52	73	10
Proszowicki	12	0,2	12	0	0
Suski	142	2,0	111	31	0
Tarnowski	129	1,9	129	0	0
Tarnów	201	2,9	121	60	20
Tatrzański	565	8,1	375	175	15
Wadowicki	206	3,0	116	80	10
Wielicki	70	1,0	25	45	0
Kraków	3194	46,0	1518	625	100
Razem	6951	100	4049	1716	235

WIELKOŚĆ I STRUKTURA PRÓBY

Badania ruchu turystycznego w Małopolsce zostały przeprowadzone w okresie od miesiąca lipca do miesiąca września 2006r. Ze względu na fakt, że umowa na realizację badań została podpisana 22 lipca 2006r. w miesiącu lipcu badania były przeprowadzone pomiędzy 22 a 31 lipca. Natomiast, w miesiącu sierpniu i wrześniu przeprowadzono je pomiędzy 5 a 22 każdego miesiąca.

Badania zostały przeprowadzone przez przeszkolonych ankierów, w większości pracujących przy realizacji poprzednich edycji badań, tak, więc osoby z doświadczeniem.

Ankieterzy kwalifikowali respondentów do badań na podstawie własnej „intuicji”, pytając czy dana osoba jest turystą/odwiedzającym Małopolskę oraz pytając czy zechce udzielić odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie. W badaniach ankietowych panuje zasada dobrowolności udzielania odpowiedzi, zdarzyć się więc mogło, że osoba odmawiała odpowiedzi w ogóle lub też odmawiała odpowiedzi na niektóre pytania zawarte w ankiecie. W tym drugim przypadku ankier wpisywał brak odpowiedzi. Wśród ankietowanych byli zarówno turyści polscy jak i turyści zagraniczni.

Po wstępnej selekcji merytorycznej i formalnej wyeliminowano ankietę niespełniającą założonych wymogów jakościowych. Ostatecznie do analizy przyjęto 6325 ankiet (w tym 3212 ankiet przeprowadzonych w Krakowie oraz 3113 ankiet poza Krakowem)

Wielkość próby w poszczególnych powiatach przedstawia poniższa tabela.

Powiat	Założona wielkość próby	Wykonana wielkość próby	% wykonania	% udział w wykonanej próbie
Bocheński	169	169	100	2,6
Brzeski	12	12	100	0,2
Chrzanowski	24	24	100	0,4
Gorlicki	192	192	100	3,1
Krakowski	69	0	0	0
Limanowski	152	150	98,7	2,4
Myślenicki	147	131	89,1	2,1
Nowosądecki	605	605	100	9,6
Nowy Sącz	144	144	100	2,3
Nowotarski	671	651	97,0	10,3
Olkuski	112	86	76,8	1,4
Oświęcimski	135	117	86,7	1,8
Proszowicki	12	0	0	0
Suski	142	126	88,7	2,0
Tarnowski	129	129	100	2,0
Tarnów	201	201	100	3,1
Tatrzański	565	100	17,7	1,6
Wadowicki	206	206	100	3,2
Wielicki	70	70	100	1,1
Kraków	3194	3212	100,5	50,8
Razem	6951	5334	91,0	100

W ramach przedstawionej powyżej próby wyodrębnione zostały atrakcje, szczególnie charakterystyczne dla Małopolski.

Wielkość próby przeprowadzonej w atrakcjach przedstawia poniższa tabela.

Atrakcja	Założona wielkość próby	Wykonana wielkość próby	% wykonania
Kraków - Rynek	230	230	100
Kraków – Wawel	100	100	100
Kraków – Kazimierz	100	100	100
Kraków – Stare Miasto	75	75	100
Łagiewniki	120	120	120
Wieliczka – Kopalnia Soli	45	45	100
Bochnia – Kopalnia Soli	35	35	100
Nowy Sącz – Skansen	30	30	100
Jezioro Rożnowskie	30	30	100
Czorsztyn	45	45	100
Krościenko – sływ	45	45	100
Zakopane Krupówki	40	20	50
Dolina Kościeliska	45	15	30
Gubałówka	45	15	30
Morskie Oko	45	15	30
Oświęcim – Muzeum	45	45	100
Razem	1075	965	89,8

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 <http://pollster.hybrid.pl> 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.

II. WYNIKI BADAŃ WYNIKI OGÓŁEM I WYNIKI PRZEKROJOWE

ANALIZA LICZBY KORZYSTAJĄCYCH Z BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE W LATACH 2002- 2006

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 2002-2006. Uzyskane wyniki w połączeniu z danymi otrzymanymi w drodze badań ankietowych przeprowadzonych w latach 2003-2006 przez MOT zostały wykorzystane do szacowania ogólnej liczby turystów oraz liczby odwiedzających Małopolskę w roku 2006.

ANALIZA DANYCH MIESIĘCZNYCH

W tab. 1 podano¹ liczby korzystających z noclegów w podziale na turystów krajowych i z zagranicy dla kolejnych miesięcy w latach 2002-2006. W momencie analizy informacje dla roku 2006 dostępne były tylko do sierpnia. Pozostałe wartości (za miesiące IX-XII 2006) oszacowano wykorzystując analogiczną metodę jak w raporcie z ubiegłego roku. Przyjęto, więc założenie, że w ostatnich miesiącach 2006 roku będzie miał miejsce taki sam przyrost liczby udzielonych noclegów, jaki faktycznie występował przez pierwsze osiem miesięcy 2006 roku, z uwzględnieniem wskaźnika sezonowości w ujęciu miesięcznym, wyznaczonego na podstawie poprzednich lat 2002-2005.

Warto ocenić poprawność przyjętej metody predykcji na podstawie prognoz konstruowanych w poprzednich dwóch latach 2004 i 2005. W tab. 2 przytoczono prognozowane i faktyczne liczby korzystających z noclegów w Małopolsce w IV kwartale (w roku 2004 dla miesięcy X-XII natomiast w roku 2005 dla miesięcy IX-XII) wraz z odpowiadającymi im bezwzględnyymi oraz względnymi błędami predykcji *ex post*. Błędy te wyznaczono zarówno dla poszczególnych miesięcy jak i sumarycznie – dla całego IV kwartału oraz dla całego roku.

Jak można zauważyć poprawność prognoz dla noclegów ogółem jest wysoka. W skali całego roku maksymalny błąd prognoz wynosił 3,3% (dla turystów zagranicznych w 2005 roku). Dla turystów ogółem kształtował się w granicach 0,5%-1,1%. Prognozy liczby noclegów dla turystów krajowych były obciążone mniejszym błędem niż dla turystów zagranicznych.

Prognozy dla ostatniego kwartału oraz poszczególnych miesięcy tego kwartału były obciążone znacznie większym błędem, zwłaszcza dla turystów zagranicznych. W krańcowym przypadku (listopad 2005 roku dla turystów zagranicznych) błąd ten sięgał 27%. Prognozy dla turystów krajowych były (zwłaszcza w 2005 roku) na ogół poprawne – maksymalny błąd wynosił 3,4%.

W poprzednim raporcie, w którym ustalano prognozy dla 2005 roku podano, że:

W prognozie [na rok 2005] niedoszacowano liczby noclegów turystów z zagranicy (o 10-18%) 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.

Jak się okazało poprawka na poziomie 5% była niewystarczająca i należało przyjąć poprawkę co najmniej dwukrotnie większą. Biorąc to pod uwagę, w prognozach na rok 2006 zwiększono prognozy zagranicznego ruchu turystycznego w znacznie większym stopniu niż wynikałoby to z kształtowania się liczby turystów zagranicznych w pierwszych ośmiu miesiącach 2006 roku.

Warto podkreślić, że jakkolwiek błąd prognozy w dwóch ostatnich miesiącach był relatywnie wysoki (22-27%) to jednak wielkość ruchu w tych miesiącach była niewielka i dlatego też błędy te nie ważyły w sposób istotny na prognozę wielkości ruchu turystycznego w skali całego roku. Błędy te w 2005 roku wynosiły tylko -1,1% dla turystów ogółem, 0,1% dla turystów krajowych oraz -3,3% dla turystów zagranicznych.

¹ Numeracja tabel i rysunków oddzielna dla każdego z rozdziałów

Tabl. 1. Liczba korzystających z noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006 według miesięcy

Rok	2002			2003			2004			2005			2006		
	Ogółem	Kraj.	Zagr.	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	161 434	120 188	41 246
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	152 877	118 236	34 641
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	186 625	124 914	61 711
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	180 421	110 396	70 025
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	238 629	147 727	90 902
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	253 292	165 865	87 427
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	260 101	156 023	104 078
sie	225 946	149 108	76 838	247 917	164 728	83 189	264 793	165 335	99 458	262 523	157 017	105 506	296 402	172 134	124 268
wrz	199 244	135 583	63 661	211 252	138 328	72 924	233 529	149 002	84 527	254 247	153 581	100 666	290 000	170 000	120 000
paź	168 639	121 882	46 757	184 032	131 563	52 469	199 336	129 297	70 039	212 610	136 391	76 219	245 000	155 000	90 000
lis	110 341	85 791	24 550	112 603	89 605	22 998	126 638	93 327	33 311	150 869	102 841	48 028	175 000	115 000	60 000
gru	107 477	86 184	21 293	116 415	94 440	21 975	131 023	97 752	33 271	145 243	103 891	41 352	170 000	120 000	50 000
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	2 419 148	1 570 273	848 875	2 609 781	1 675 483	934 298
Ruchomy indeks dynamiki				1,057	1,061	1,049	1,118	1,051	1,299	1,057	1,001	1,181	1,079	1,067	1,101

Źródło: Na podstawie danych WUS w Krakowie²

² Wszystkie tabele i rysunki w tym punkcie raportu mają identyczne źródło i dlatego cytowanie źródła zostanie w dalszym ciągu tekstu pominięte.

Tabl. 2. Prognozowane i faktyczne liczby korzystających z noclegów w Małopolsce w latach 2004-2005 wraz z błędami predykcji *ex post*.

M-c	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.
	Prognozy 2004			Prognozy 2005		
wrz				250 088	151 466	98 622
paź.	207 787	144 796	62 991	215 000	141 000	74 000
lis.	128 026	98 165	29 860	136 000	101 000	35 000
gru.	131 785	104 505	27 280	138 000	106 000	32 000
IX-XII	467 598	347 466	120 131	739 088	499 466	239 622
I-XII	2 300 185	1 599 988	700 198	2 393 188	1 571 978	821 210
	Wart. faktyczne 2004			Wart. faktyczne 2005		
wrz				254 247	153 581	100 666
paź.	199 336	129 297	70 039	212 610	136 391	76 219
lis.	126 638	93 327	33 311	150 869	102 841	48 028
gru.	131 023	97 752	33 271	145 243	103 891	41 352
X-XII	456 997	320 376	136 621	762 969	496 704	266 265
I-XII	2 288 454	1 569 412	719 042	2 419 148	1 570 273	848 875
	Bezwzględne błędy prognoz					
wrz				-4 159	-2 115	-2 044
paź.	8 451	15 499	-7 048	2 390	4 609	-2 219
lis.	1 388	4 838	-3 451	-14 869	-1 841	-13 028
gru.	762	6 753	-5 991	-7 243	2 109	-9 352
X-XII	10 601	27 090	-16 490	-23 881	2 762	-26 643
I-XII	11 731	30 576	-18 844	-25 960	1 705	-27 665
	Względne błędy prognoz (%)					
wrz				-1,6	-1,4	-2,0
paź.	4,2	12,0	-10,1	1,1	3,4	-2,9
lis.	1,1	5,2	-10,4	-9,9	-1,8	-27,1
gru.	0,6	6,9	-18,0	-5,0	2,0	-22,6
X-XII	2,3	8,5	-12,1	-3,1	0,6	-10,0
I-XII	0,5	1,9	-2,6	-1,1	0,1	-3,3

W tab. 3 przedstawiono porównanie prognozowanych i faktycznych, ruchomych rocznych indeksów dynamiki ruchu turystycznego w Małopolsce w ostatnich dwóch latach. W skali roku indeksy te różniły się maksymalnie o 3,4%-3,8% w przypadku turystów zagranicznych – w obydwóch latach prognozy te były niedoszacowane. W przypadku turystów krajowych błędy indeksów były znacznie mniejsze – w roku 2004 błąd wyniósł 2%, a w roku 2005 roku prognoza była praktycznie bezbłędna. W odróżnieniu od ruchu zagranicznego szacunki ruchu krajowego były lekko przeszacowane. W zakresie ruchu turystycznego ogółem oceny indeksu dynamiki były obciążone błędem zaledwie na poziomie 0,5%-1,1%.

Tab. 3. Porównanie prognozowanych i faktycznych indeksów dynamiki krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego w Małopolsce w latach 2003-2005

Rok		Ogółem	Kraj.	Zagr.
2004/03	Prognoza	112,4	107,1	126,5
	Faktycznie	111,8	105,1	129,9
	Błąd <i>ex post</i>	0,6	2,0	-3,4
2005/04	Prognoza	104,6	100,2	114,2
	Faktycznie	105,7	100,1	118,1
	Błąd <i>ex post</i>	-1,1	0,1	-3,8

W tab. 4 podano wielkości ruchomych rocznych indeksów dynamiki ruchu turystycznego w Małopolsce dla pierwszych trzech kwartałów oraz dla IV kwartału. Jeżeli chodzi o pierwsze trzy kwartały to w roku 2006 ogólny ruch turystyczny wzrósł w stosunku do 2005 roku tylko o 1%, głównie za sprawą wyraźnego wzrostu krajowego ruchu turystycznego (wzrost o ponad 4%). Natomiast spadła dynamika wzrostu ruchu zagranicznego – z 16,8% do 6,5%.

W przypadku czwartego kwartału 2006 roku założono optymistyczny wariant prognozy, zgodnie, z którym indeks dynamiki ruchu turystycznego utrzyma się na poziomie z ubiegłego roku i będzie wynosił 20,8% oraz, że wzrośnie istotnie indeks dynamiki krajowego ruchu turystycznego o 13,7%. Wynikowy wzrost ruchu turystycznego w czwartym kwartale zakłada się na wysokim poziomie 16%.

Tab. 4. Ruchome indeksy dynamiki liczby korzystających z noclegów (turyści ogółem, krajowi i zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002-2006 w pierwszych trzech kwartałach oraz ostatnim kwartale roku

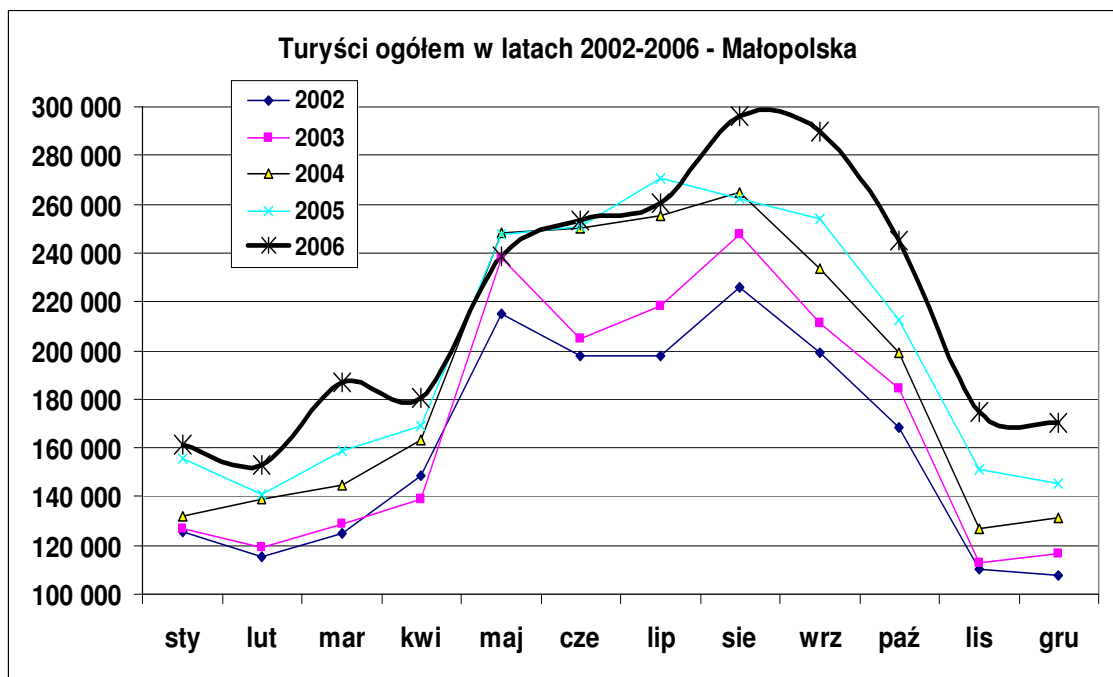
Rok	I-IX			X-XII		
	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.
2003/02	105,5	105,7	104,8	106,9	107,4	105,2
2004/03	112,1	106,0	127,7	110,6	101,5	140,2
2005/04	104,0	98,0	116,8	111,3	107,1	121,2
2006/05	105,0	104,2	106,5	116,0	113,7	120,8

Na rys. 1-6 przedstawiono kształtowanie się liczby korzystających z noclegów w latach 2002-2006 wg miesięcy. Jak można zauważyć z rys 1-2 w kolejnych latach następuje systematyczny wzrost liczby korzystających z noclegów. W roku 2006 w miesiącach IX-XII założono większy przyrost ruchu niż w poprzednich miesiącach tego roku. Sierpień 2006 (dane faktyczne) był okresem o wyjątkowo wysokim wzroście liczby turystów w porównaniu do analogicznego miesiąca 2005 roku, co częściowo uzasadnia optymistyczną prognozę na miesiące IX-XII 2006.

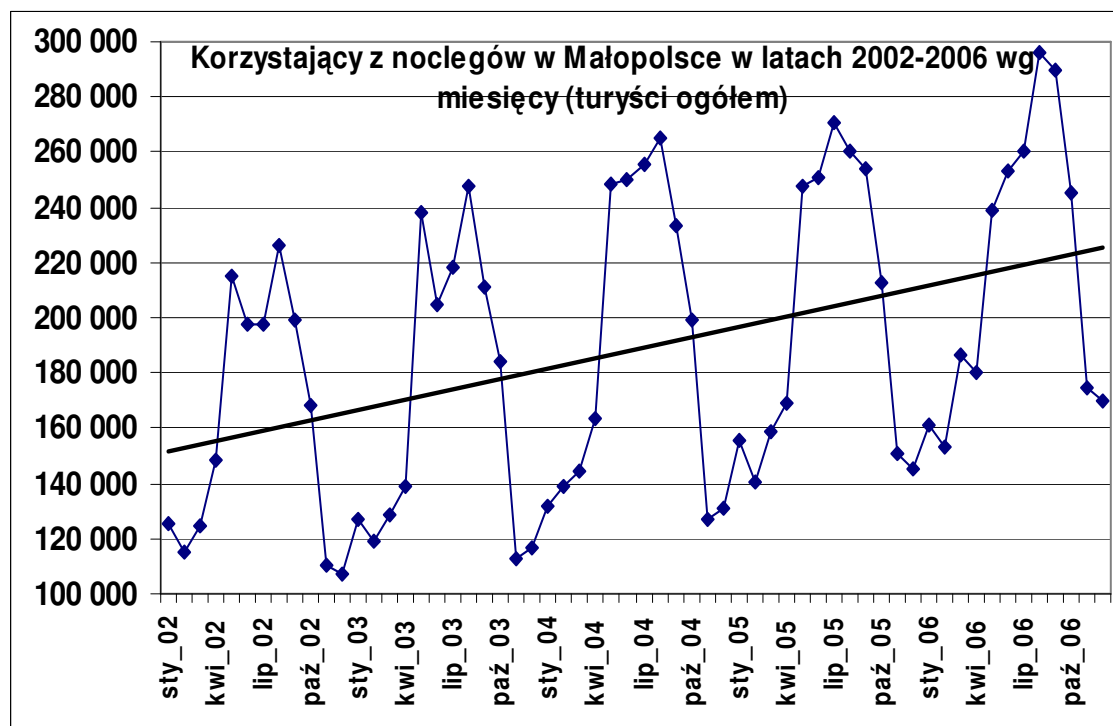
Z rys. 3-4 wynika, że - pomimo generalnego podobieństwa - krajowy ruch turystyczny w przekroju miesięcy nieco się różni od ruchu zagranicznego. W przypadku turystów krajowych szczyt przypada na okres maj-czerwiec a także sierpień-wrzesień natomiast minimum na listopad-grudzień oraz marzec-kwiecień. W przypadku ruchu zagranicznego największe nasilenie ruchu obserwuje się w miesiącach VII-IX, natomiast najmniejsze w miesiącach zimowych - od listopada do lutego.

Warto odnotować relatywnie dużą liczbę turystów krajowych w marcu 2006 roku oraz pewien regres w tym segmencie ruchu turystycznego w stosunku do 2005 roku w miesiącach V-VII. W przypadku turystów zagranicznych wyjątkowym miesiącem był sierpień 2006 roku, co jest tym bardziej interesujące, iż w pierwszych siedmiu miesiącach tego roku liczba turystów zagranicznych utrzymywała się na zbliżonym poziomie jak to było w 2005 roku.

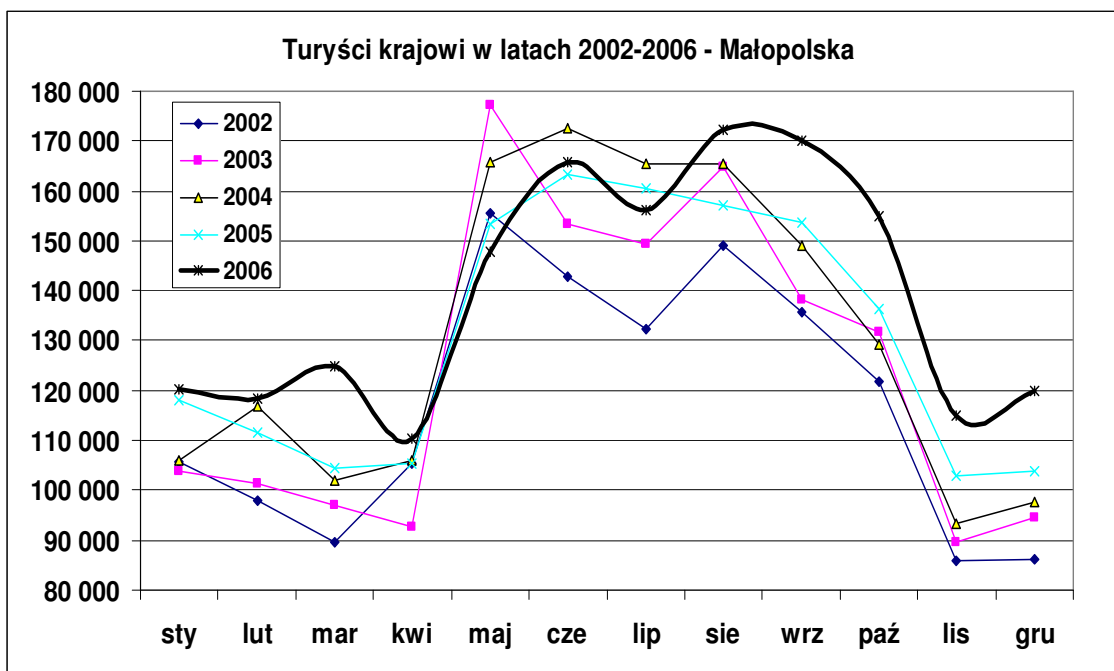
Rys. 1. Liczba korzystających z noclegów ogółem w latach 2002-2006 w Małopolsce według miesiący (ujęcie przekrojowe)



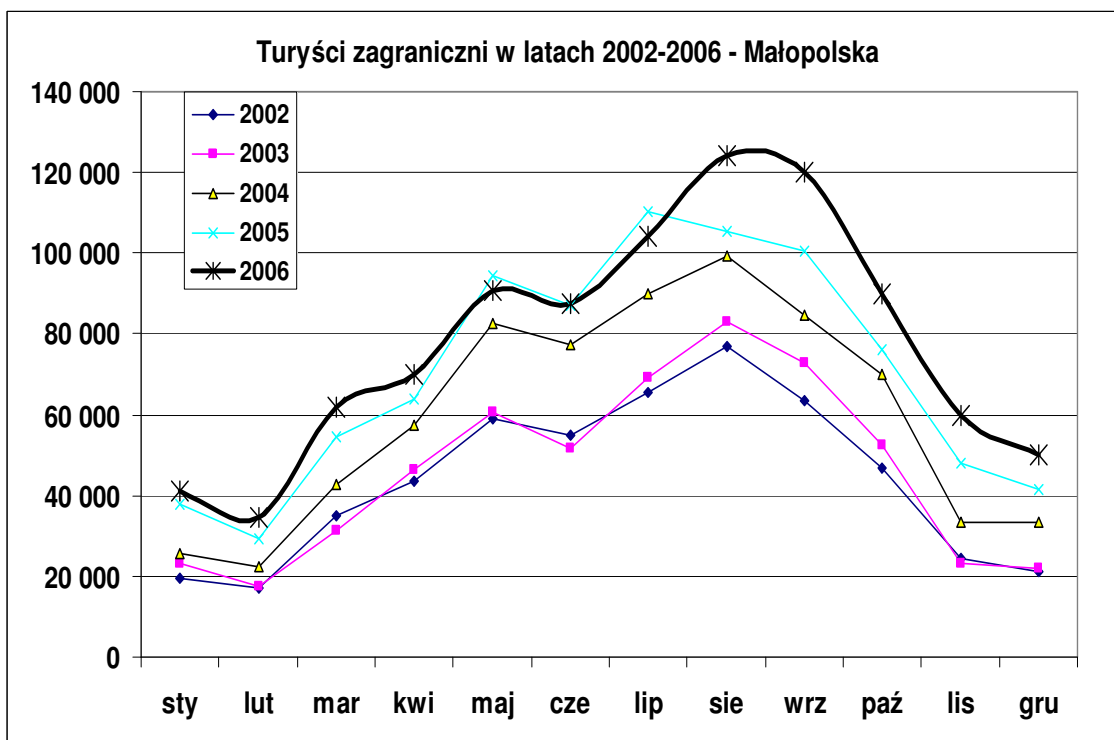
Rys. 2. Liczba korzystających z noclegów ogółem w latach 2002-2006 w Małopolsce według miesiący (ujęcie chronologiczne)



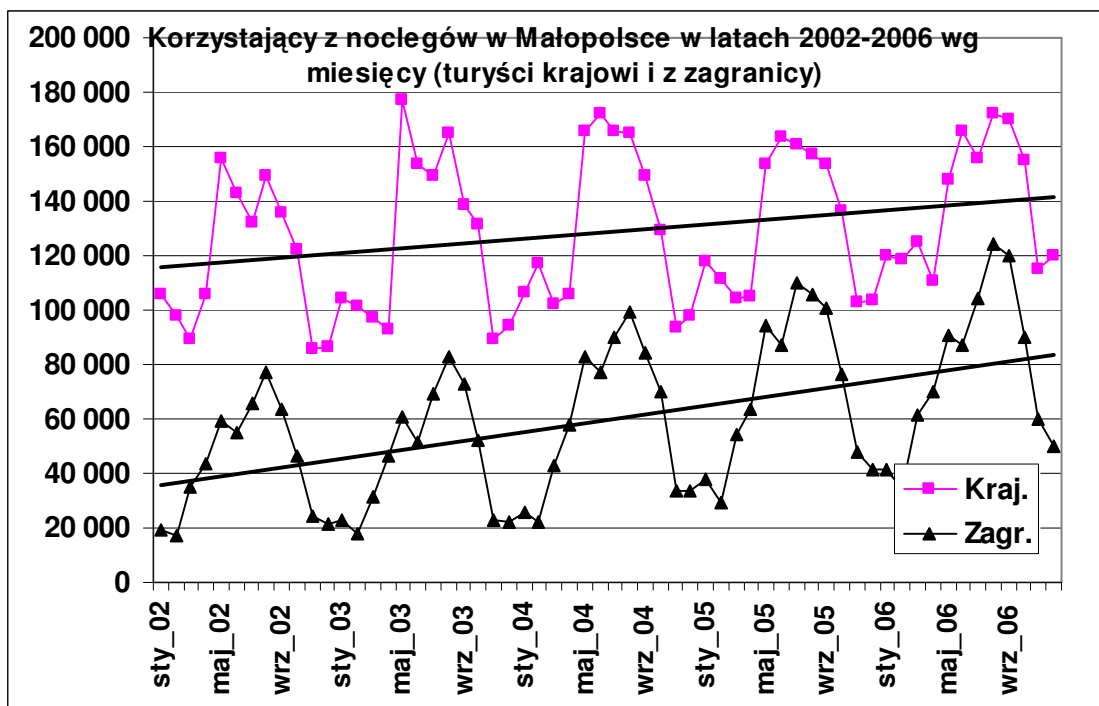
Rys. 3. Liczba korzystających z noclegów (turyści krajowi) w latach 2002-2006 w Małopolsce według miesięcy (ujęcie przekrojowe)



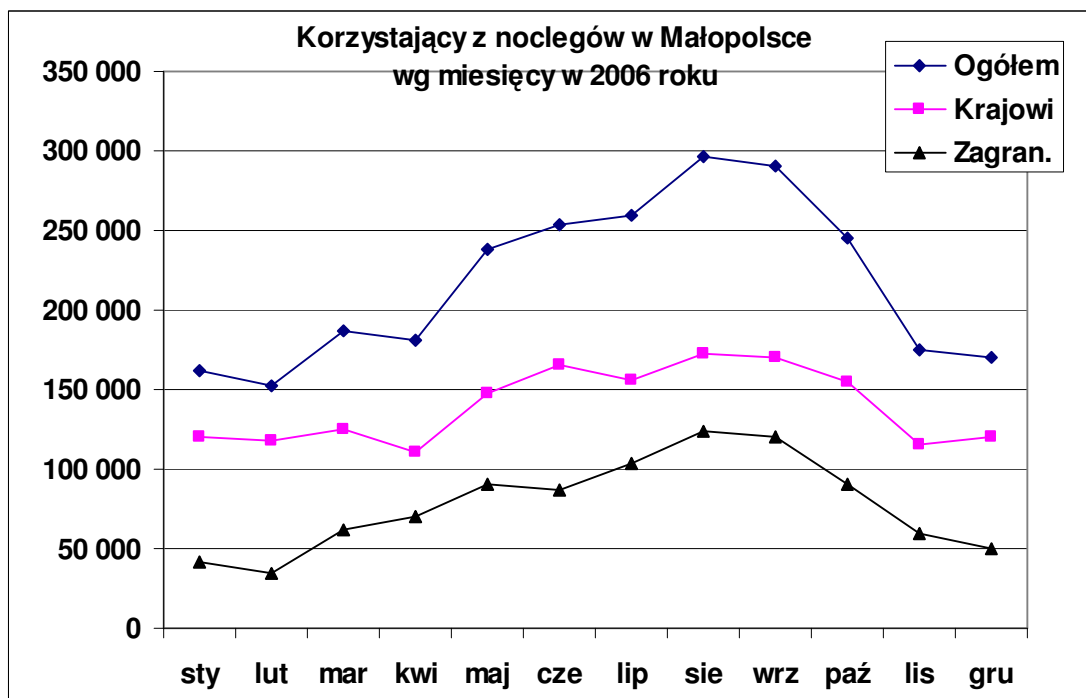
Rys. 4. Liczba korzystających z noclegów (turyści zagraniczni) w latach 2002-2006 w Małopolsce według miesięcy (ujęcie przekrojowe)



Rys. 5. Liczba korzystających z noclegów (turyści krajowi i zagraniczni) w latach 2002-2006 w Małopolsce według miesiący (ujęcie chronologiczne)



Rys. 6. Liczba korzystających z noclegów w 2006 roku (turyści ogółem, krajowi i zagraniczni) w Małopolsce według miesiący



W tab. 5 podano wskaźniki udziału turystów krajowych i turystów z zagranicy w liczbie udzielonych noclegów ogółem. Wskaźniki te były podstawą sporządzenia rys. 7-9, z których wynika, że obserwuje się wzrost udziału turystyki zagranicznej z 27% w latach 2002-2003 do 35% w latach 2005-2006. Szczególnie duże nasilenie zagranicznego ruchu turystycznego obserwuje się od lipca do września – w latach 2005-2006 było to ok. 40% ogólnego ruchu turystycznego. Natomiast najmniej turystów zagranicznych odwiedza Małopolskę na początku roku – ok. 20%-25% ogólnej liczby turystów.

Warto zauważyć, że w ostatnich latach nastąpiło wyraźne ożywienie zagranicznego ruchu turystycznego w IV kwartale, a szczególnie w miesiącach XI-XII, kiedy to notuje się większą liczbę turystów zagranicznych niż w miesiącach I-II. We wszystkich latach utrzymuje się natomiast lokalne obniżenie zagranicznego ruchu turystycznego w czerwcu, ale wynika to raczej ze szczególnie intensywnej turystyki krajowej w tym miesiącu.

Podobne wnioski można wysnuć na podstawie analizy miesięcznych wskaźników sezonowości zebranych w tab. 6 i zilustrowanych na rys.10-13. Z rys. 10 (miesięczne wskaźniki sezonowości dla turystów ogółem) wynika, że w latach 2002-2006 nie ma wyraźnych zmian w kształtowaniu się tych wskaźników. Obserwuje się lekką tendencję do obniżania wskaźników sezonowości w miesiącach „szczytu” turystycznego V-VII oraz ich wzrost w miesiącach „martwego sezonu turystycznego” X-XII, co można uznać za zjawisko pozytywne, pozwalające bardziej efektywnie wykorzystać istniejącą bazę turystyczną. W 2006 roku okresem szczytu turystycznego były miesiące sierpień-wrzesień oraz lokalnie (na tle poprzednich lat) marzec tego roku.

Jeżeli chodzi o wskaźniki sezonowości dla turystów krajowych (rys. 11) i zagranicznych (rys. 12) to łatwo zauważyć, że kształtują się one nieco inaczej. W przypadku turystów krajowych przebieg wskaźników jest praktycznie analogiczny jak dla wskaźników dotyczących turystów ogółem. Natomiast dla turystów zagranicznych mamy do czynienia z rozkładem „normalnym” z lekką asymetrią lewostronną, z modalną w miesiącach sierpień-wrzesień.

Z rys. 13 można odczytać rozbieżności pomiędzy krajowym i zagranicznym ruchem turystycznym w roku 2006. Szczególnie wyraźne jest to widoczne w miesiącach lipiec-wrzesień (na korzyść turystyki zagranicznej) oraz w miesiącach grudzień-luty (na korzyść turystyki krajowej). W pozostałych miesiącach X-XI oraz III-VI praktycznie nie ma różnic we wskaźnikach sezonowości dla krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego.

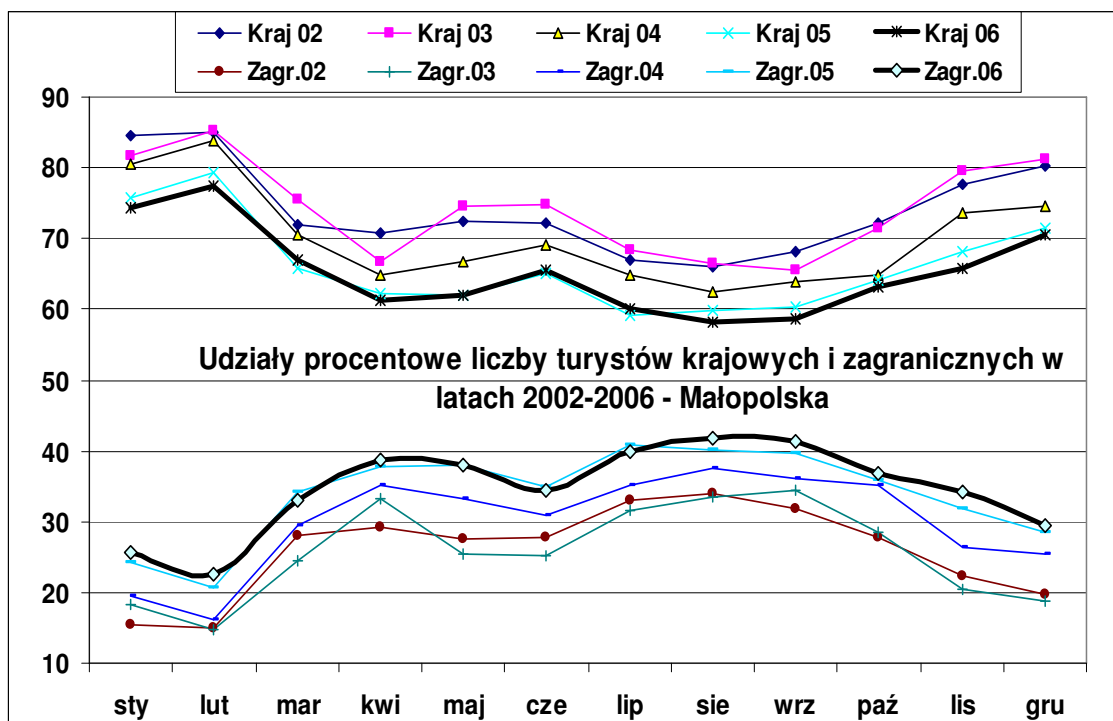
W kolejnej tab.7 przytoczono wskaźniki dynamiki liczby udzielonych noclegów w analizowanych układach. Jak wynika z rys. 14. indeksy te miały lekką tendencję rosnącą, przy czym w wielu okresach indeksy dla zagranicznego ruchu turystycznego znacznie przekraczały indeksy dla turystyki krajowej. Było tak zwłaszcza w latach 2004-2005 (w stosunku do poprzedniego roku). W wielu miesiącach zanotowano także wskaźniki, poniżej 100%, co oznaczało relatywny spadek ruchu turystycznego.

W roku 2006 (por. rys. 15) wyraźna przewaga indeksu dynamiki liczby turystów zagranicznych nad turystami krajowymi wystąpiła w miesiącach styczeń-luty oraz w sierpniu (indeksy dla miesięcy IX-XII są wielkościami prognozowanymi). Należy też zauważyć, że w miesiącach maj-lipiec miał miejsce spadek liczby turystów (zarówno krajowych jak i zagranicznych) w stosunku do wielkości z poprzedniego roku.

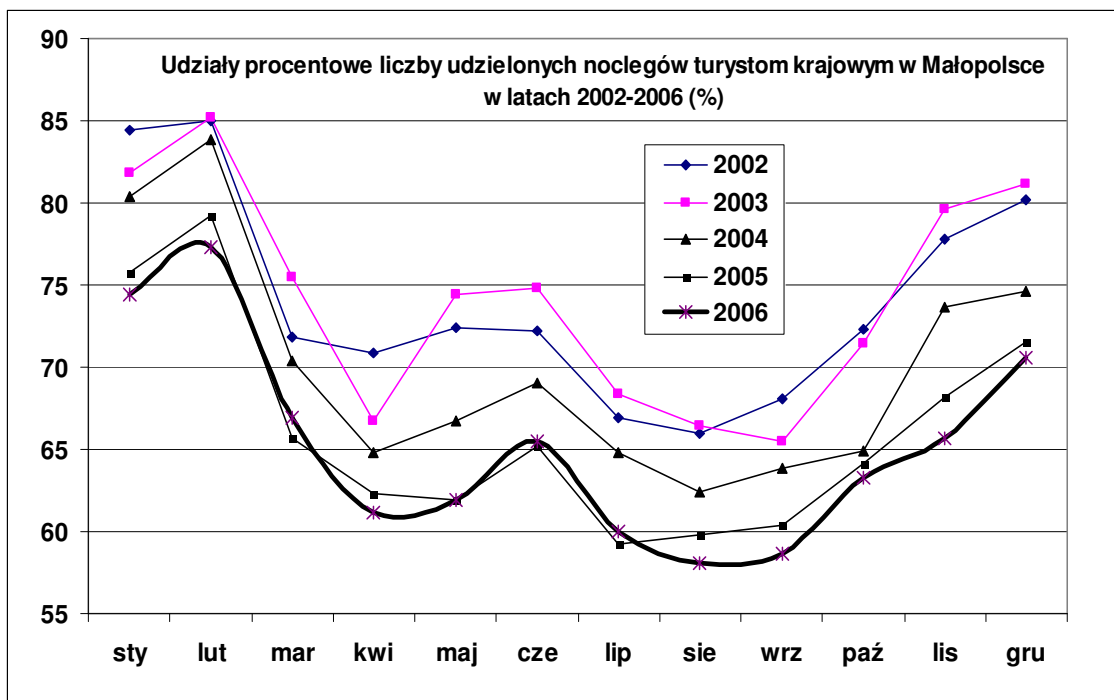
Tab.5. Wskaźniki udziału turystów krajowych i zagranicznych w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006 według miesięcy

Rok	Turyści krajowi					Turyści zagraniczni				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
sty	84,5	81,8	80,4	75,8	74,5	15,5	18,2	19,6	24,2	25,5
lut	85,0	85,1	83,9	79,3	77,3	15,0	14,9	16,1	20,7	22,7
mar	71,8	75,5	70,4	65,7	66,9	28,2	24,5	29,6	34,3	33,1
kwi	70,9	66,7	64,8	62,3	61,2	29,1	33,3	35,2	37,7	38,8
maj	72,4	74,5	66,8	61,9	61,9	27,6	25,5	33,2	38,1	38,1
cze	72,2	74,8	69,0	65,2	65,5	27,8	25,2	31,0	34,8	34,5
lip	66,9	68,3	64,8	59,3	60,0	33,1	31,7	35,2	40,7	40,0
sie	66,0	66,4	62,4	59,8	58,1	34,0	33,6	37,6	40,2	41,9
wrz	68,0	65,5	63,8	60,4	58,6	32,0	34,5	36,2	39,6	41,4
paź	72,3	71,5	64,9	64,2	63,3	27,7	28,5	35,1	35,8	36,7
lis	77,8	79,6	73,7	68,2	65,7	22,2	20,4	26,3	31,8	34,3
gru	80,2	81,1	74,6	71,5	70,6	19,8	18,9	25,4	28,5	29,4
Razem	72,7	73,0	68,6	64,9	64,2	27,3	27,0	31,4	35,1	35,8

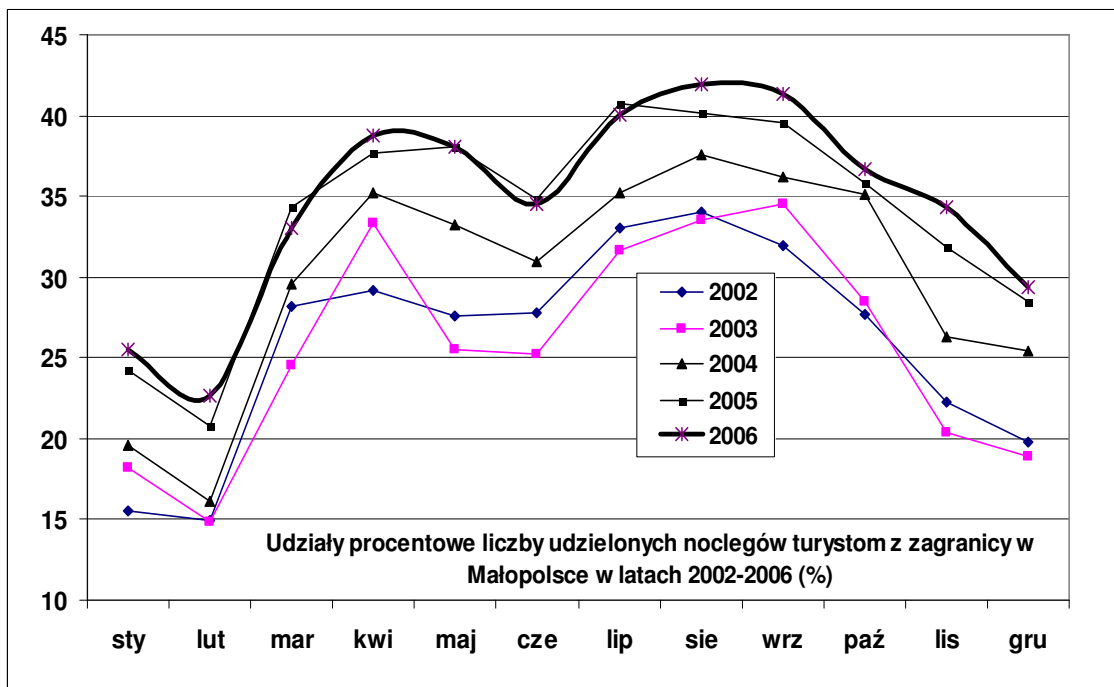
Rys. 7. Udziały procentowe liczby korzystających z noclegów (turyści krajowi i zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002- 2006 roku według miesięcy



Rys. 8. Udziały procentowe liczby korzystających z noclegów (turyści krajowi) w Małopolsce w latach 2002- 2006 roku według miesięcy



Rys. 9. Udziały procentowe liczby korzystających z noclegów (turyści zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002- 2006 roku według miesięcy



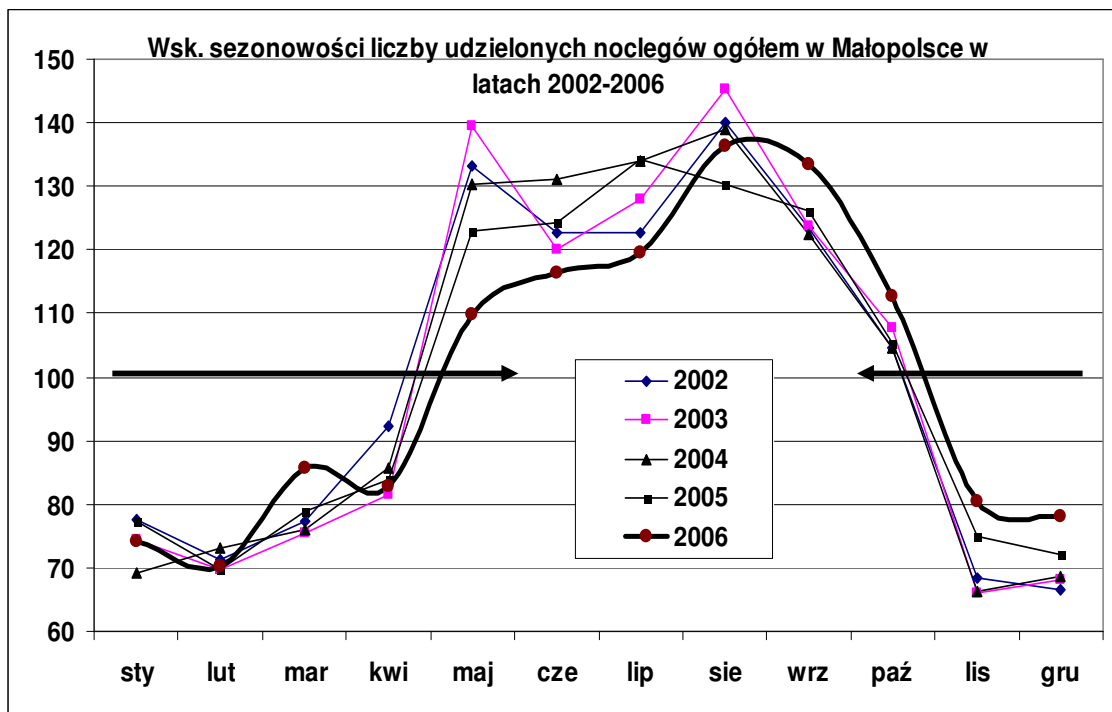
Tab. 6. Miesięczne wskaźniki sezonowości ruchu turystycznego w Małopolsce w latach 2002-2006

Rok	2002			2003			2004			2005			2006		
	Ogółem	Kraj.	Zagr.	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	77,2	90,2	53,3	74,2	86,1	53,0
lut	71,3	83,4	39,2	69,7	81,4	38,3	73,0	89,3	37,4	69,8	85,2	41,3	70,3	84,7	44,5
mar	77,3	76,4	79,8	75,4	78,0	68,3	75,9	77,9	71,5	78,9	79,9	77,1	85,8	89,5	79,3
kwi	92,2	89,8	98,5	81,4	74,4	100,3	85,7	81,0	96,0	83,9	80,5	90,1	83,0	79,1	89,9
maj	133,1	132,5	134,6	139,6	142,4	131,8	130,3	126,9	137,8	122,9	117,2	133,4	109,7	105,8	116,8
cze	122,7	121,9	125,0	120,1	123,2	111,8	131,0	131,8	129,3	124,3	124,8	123,4	116,5	118,8	112,3
lip	122,6	112,8	148,7	128,0	120,0	149,9	133,9	126,6	149,9	134,3	122,6	156,0	119,6	111,7	133,7
sie	140,1	127,1	174,7	145,3	132,4	180,3	138,8	126,4	166,0	130,2	120,0	149,1	136,3	123,3	159,6
wrz	123,5	115,6	144,7	123,8	111,1	158,0	122,5	113,9	141,1	126,1	117,4	142,3	133,3	121,8	154,1
paź	104,5	103,9	106,3	107,9	105,7	113,7	104,5	98,9	116,9	105,5	104,2	107,7	112,7	111,0	115,6
lis	68,4	73,1	55,8	66,0	72,0	49,8	66,4	71,4	55,6	74,8	78,6	67,9	80,5	82,4	77,1
gru	66,6	73,5	48,4	68,2	75,9	47,6	68,7	74,7	55,5	72,0	79,4	58,5	78,2	85,9	64,2

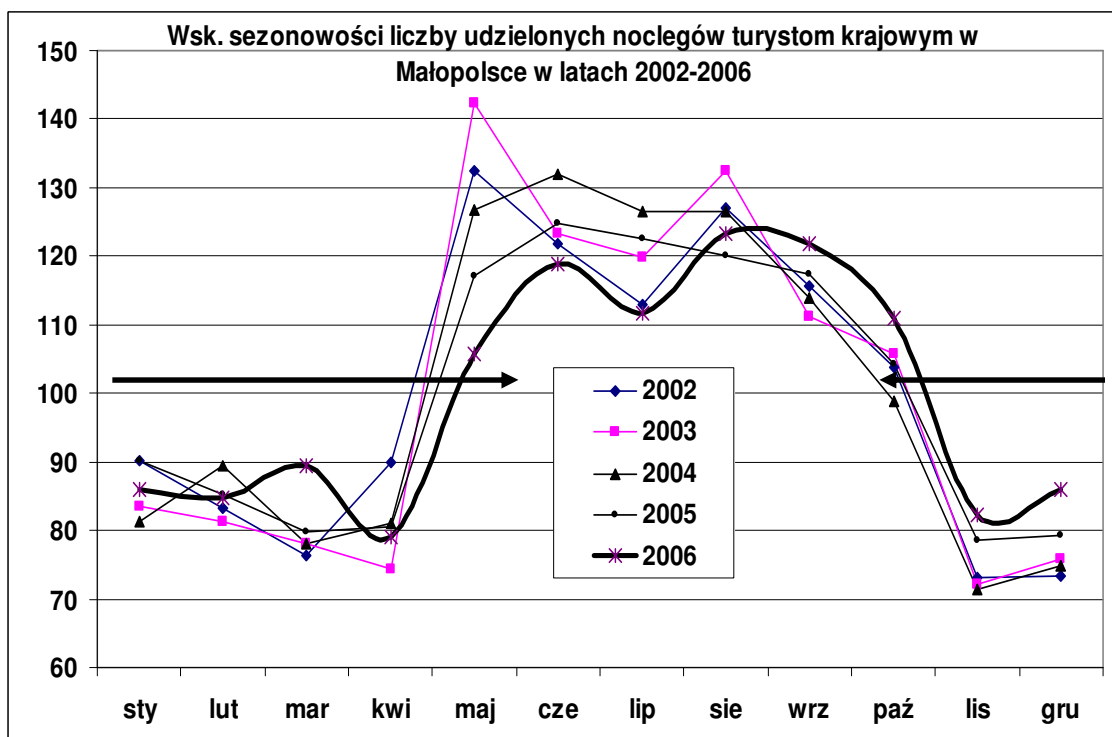
Tab. 7. Indeksy dynamiki w zakresie ruchu turystycznego w Małopolsce w latach 2002-2006 według miesięcy

Rok	2003/2002			2004/2003			2005/2004			2006/2005		
	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.
sty	101,5	98,2	118,9	103,8	102,1	111,6	118,0	111,2	145,8	103,7	101,8	109,5
lut	103,4	103,5	102,4	117,1	115,3	127,0	101,1	95,5	130,1	108,6	106,0	118,7
mar	103,1	108,3	89,7	112,6	105,0	135,8	109,9	102,5	127,3	117,3	119,5	113,2
kwi	93,4	87,9	106,7	117,7	114,4	124,4	103,5	99,5	110,8	106,7	104,8	109,9
maj	110,9	114,0	102,7	104,4	93,6	135,7	99,7	92,4	114,3	96,3	96,4	96,3
cze	103,5	107,2	93,8	122,0	112,5	150,2	100,3	94,7	112,7	101,1	101,6	100,2
lip	110,4	112,8	105,7	116,9	110,9	129,9	106,0	96,9	122,9	96,0	97,2	94,3
sie	109,7	110,5	108,3	106,8	100,4	119,6	99,1	95,0	106,1	112,9	109,6	117,8
wrz	106,0	102,0	114,6	110,5	107,7	115,9	108,9	103,1	119,1	114,1	110,7	119,2
paź	109,1	107,9	112,2	108,3	98,3	133,5	106,7	105,5	108,8	115,2	113,6	118,1
lis	102,1	104,4	93,7	112,5	104,2	144,8	119,1	110,2	144,2	116,0	111,8	124,9
gru	108,3	109,6	103,2	112,5	103,5	151,4	110,9	106,3	124,3	117,0	115,5	120,9
Razem	105,7	106,1	104,9	111,8	105,1	129,9	105,7	100,1	118,1	107,9	106,7	110,1

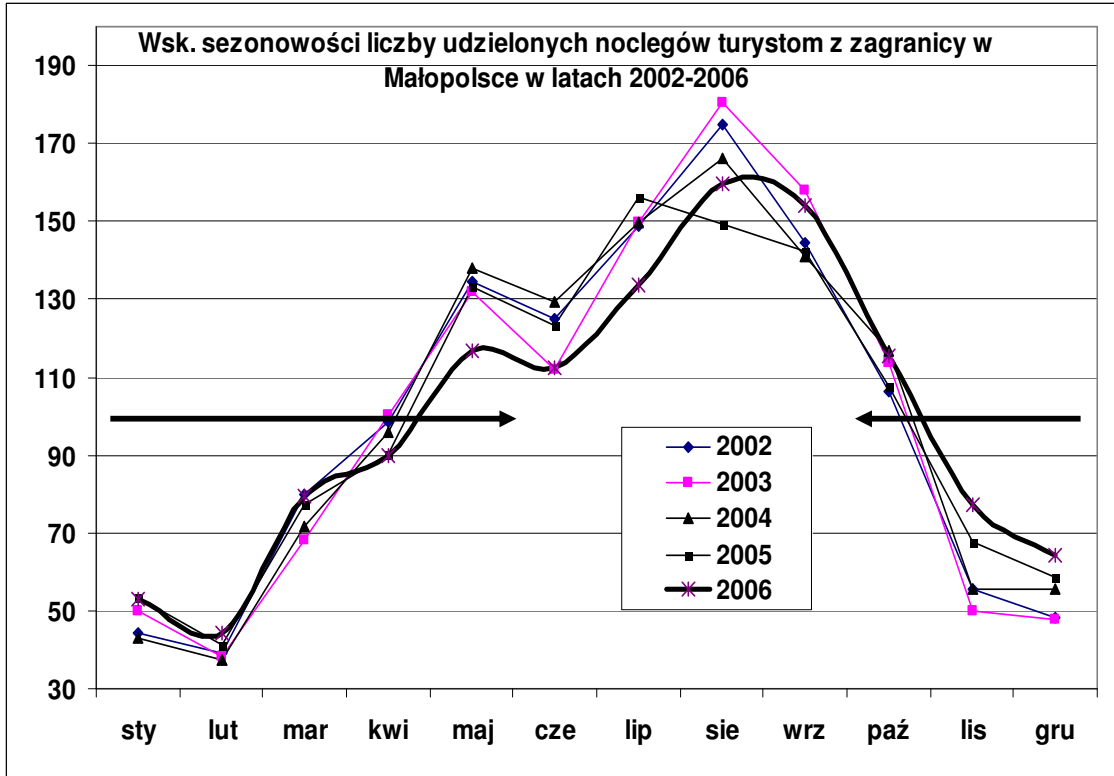
Rys. 10. Miesięczne wskaźniki sezonowości w zakresie liczby udzielonych noclegów ogółem w Małopolsce w latach 2002-2006



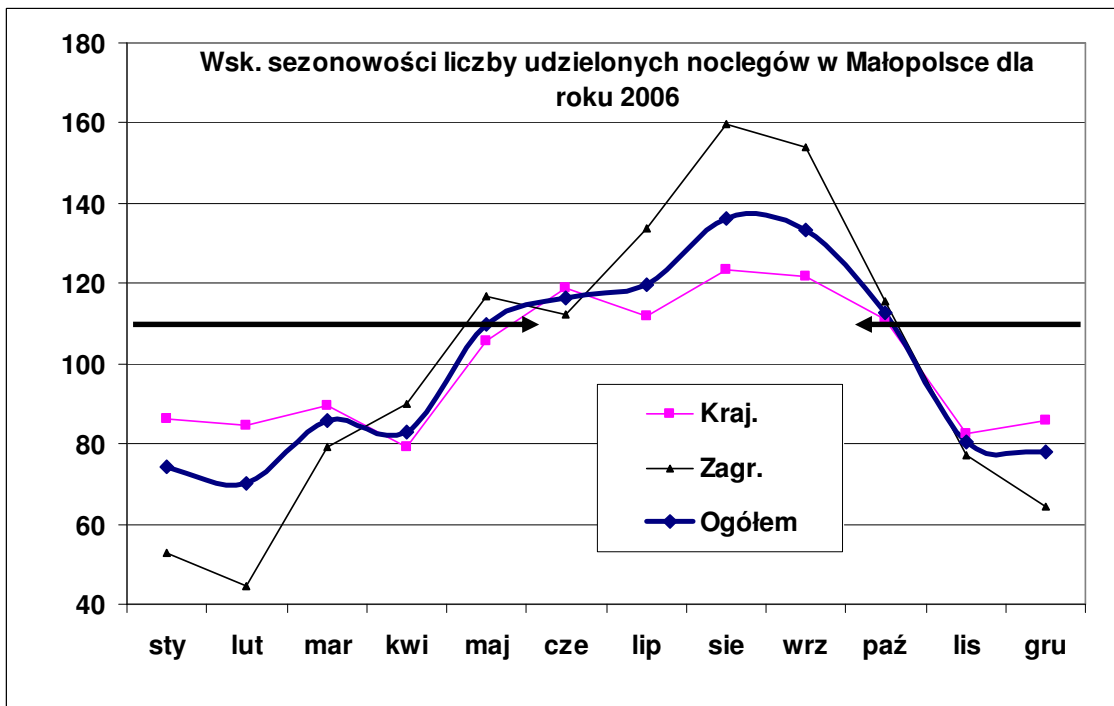
Rys. 11. Miesięczne wskaźniki sezonowości w zakresie liczby udzielonych noclegów (turyści krajowi) w Małopolsce w latach 2002-2006



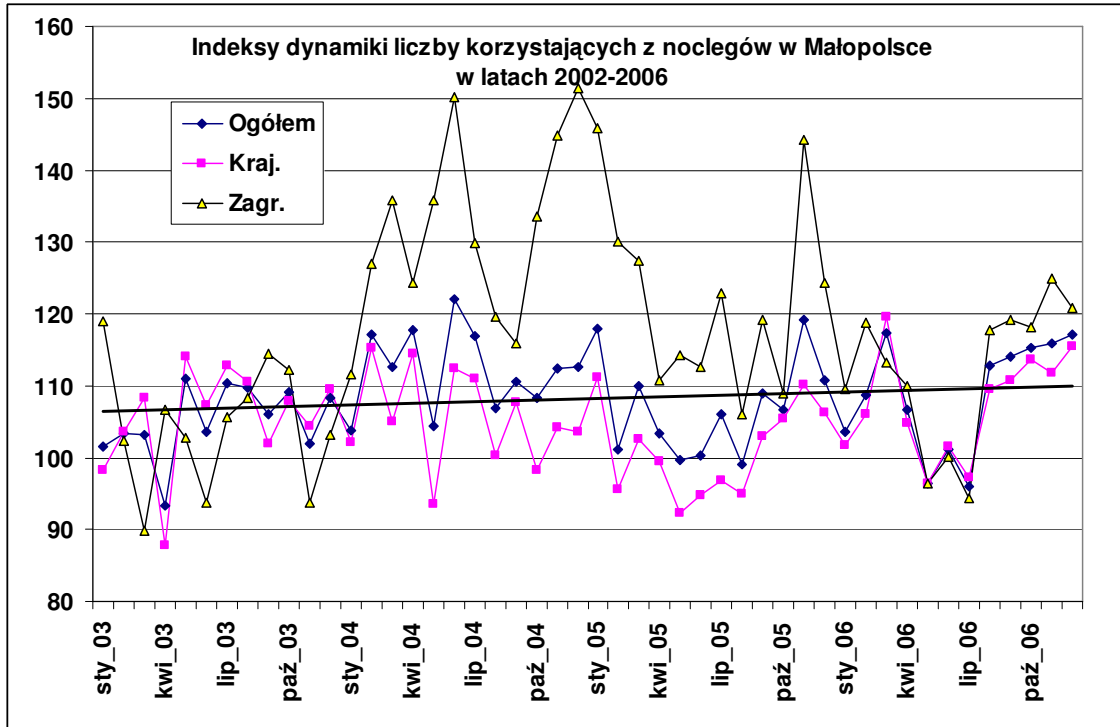
Rys. 12. Miesięczne wskaźniki sezonowości w zakresie liczby udzielonych noclegów (turyści zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002-2006



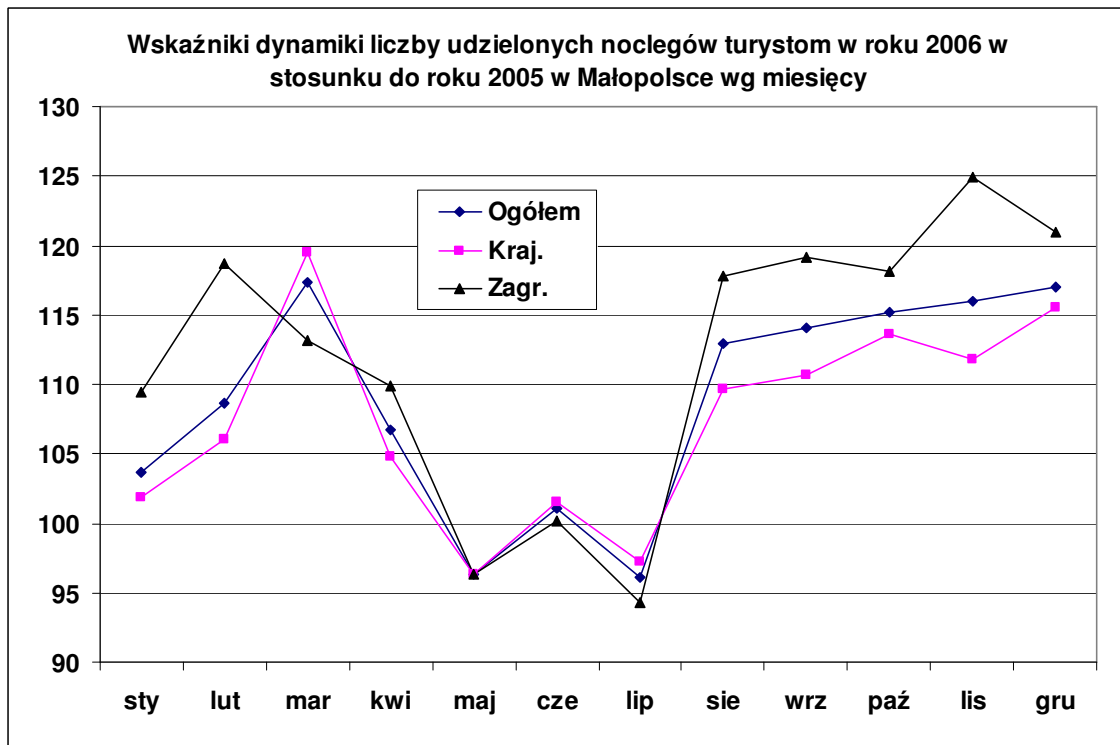
Rys. 13. Miesięczne wskaźniki sezonowości w zakresie liczby udzielonych noclegów w Małopolsce w roku 2006



Rys. 14. Ruchome indeksy dynamiki w latach 2003/2002-2006/2005 w zakresie liczby udzielonych noclegów w Małopolsce



Rys. 15. Ruchome indeksy dynamiki 2006/2005 w zakresie liczby udzielonych noclegów w Małopolsce



ANALIZA DANYCH KWARTALNYCH

Dane o liczbie noclegów ogółem oraz dla turystów krajowych i z zagranicy w ujęciu kwartalnym w latach 2002-2006 zebrano w tab. 8 oraz zilustrowano na rys. 16-19. Widoczne są tu trzy charakterystyczne zjawiska:

- 1) systematyczny wzrost liczby turystów, zarówno krajowych jak i zagranicznych,
- 2) znaczna przewaga turystyki krajowej nad zagraniczną,
- 3) sezonowość wyrażająca się w dużym ruchu turystycznym w III kwartale oraz niskim w IV i I kwartale każdego roku.

Bardziej szczegółowa analiza (rys. 18-19) wskazuje, że różnice pomiędzy kwartałami II i III oraz IV i I są znacznie większe dla turystyki krajowej niż turystyki zagranicznej. W całym okresie 2002-2006 następował wzrost liczby turystów zagranicznych a także turystów krajowych, jakkolwiek w tym ostatnim segmencie wyjątkowo w I i III kwartale 2005 roku zanotowano spadek liczby turystów (rys. 18). W przypadku turystyki krajowej warto też zauważyć wysoki (w porównaniu do poprzedniego roku) wzrost liczby udzielonych noclegów w I i IV kwartale 2006 roku.

Tab. 8. Liczba udzielonych noclegów (ogółem, turyści krajowi i zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów

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	787 569	471 051	316 518
	IV	508 722	343 123	165 599
2006	I	500 936	363 338	137 598
	II	672 342	423 988	248 354
	III	846 503	498 157	348 346
	IV	590 000	390 000	200 000

Na podstawie informacji dotyczących liczby udzielonych noclegów (tab. 8) wyznaczono udziały procentowe liczby udzielonych noclegów turystom krajowym i turystom zagranicznym oraz wskaźniki sezonowości dla wszystkich analizowanych segmentów turystyki (tab. 9).

W przypadku udziałów procentowych (rys. 20-22) widać wyraźne zmniejszanie różnicy pomiędzy udziałami turystyki krajowej i zagranicznej. W ostatnich 5 latach udział turystyki obniżył się o ok. 10% na rzecz turystyki zagranicznej. W roku 2002 różnice pomiędzy udziałami turystyki krajowej i zagranicznej kształtowały się na poziomie od 33% w III kwartale do 60% w I

kwartale. Natomiast w roku 2006 różnice kształtowały się na poziomie 17% (III kwartał) do 45% (I kwartał), a więc zmalały o 15%. (por. rys. 22).

W ujęciu kwartalnym widoczna jest (podobnie jak w przypadku danych miesięcznych) wyraźna sezonowość (rys. 23-26). Wyraża się to w większym nasileniu ruchu turystycznego w trzecich kwartałach każdego roku oraz odpowiednio niższym natężeniem ruchu w pierwszych i czwartych kwartałach. W drugich kwartałach notuje się niewielką sezonowość.

Dla noclegów ogółem w sezonie wiosenno-letnim (II-III kwartał) ruch turystyczny jest o 15%-30% większy od przeciętnego, natomiast w sezonie jesienno-zimowym (IV-I kwartał) odpowiednio mniejszy. Sezonowość kwartalna (podobnie jak miesięczna) widoczna jest bardziej dla turystów z zagranicy, a w mniejszym stopniu dla turystów krajowych (rys. 23).

Wskaźniki sezonowości charakteryzują się dużą stabilnością w czasie (rys. 24-25) jakkolwiek w roku 2006 notuje się niewielkie zmniejszenie wskaźników sezonowości zwłaszcza w czwartych i drugich kwartałach, co należy uznać za zjawisko korzystne, sprzyjające efektywniejszemu wykorzystaniu bazy turystycznej.

W drugich i czwartych kwartałach roku (rys. 26) natężenie krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego utrzymuje się na zbliżonym poziomie (różnice 5%-10%) natomiast w trzecich kwartałach ma miejsce wyraźna przewaga liczby turystów zagranicznych nad krajowymi (o ponad 30%) a w pierwszych kwartałach mamy do czynienia z sytuacją odwrotną – więcej jest turystów krajowych niż zagranicznych (o ok. 30%).

Tab. 9. Wskaźniki udziału noclegów turystów krajowych i zagranicznych w ogólnej liczbie udzielonych noclegów oraz kwartalne wskaźniki sezonowości w Małopolsce w latach 2002-2006

Rok	Kwart.	Udziały w noclegach		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	75,3	85,1	57,2
	II	63,2	36,8	110,3	107,5	115,6
	III	59,8	40,2	130,2	120,0	149,1
	IV	67,4	32,6	84,1	87,4	78,0
2006	I	72,5	27,5	76,8	86,7	58,9
	II	63,1	36,9	103,0	101,2	106,3
	III	58,8	41,2	129,7	118,9	149,1
	IV	66,1	33,9	90,4	93,1	85,6

Zbiorcze zestawienie uśrednionych w latach 2002-2006 udziałów procentowych krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego podano w tab. 10 natomiast uśrednionych kwartalnych wskaźników sezonowości w tab.11.

W przypadku wskaźników udziału największa przewaga krajowego ruchu turystycznego ma miejsce w pierwszych kwartałach (o 54%), natomiast najmniejsza w trzecich kwartałach każdego roku (o 26%).

Największa różnica wskaźników sezonowości na rzecz zagranicznego ruchu turystycznego występuje w trzecich kwartałach (34%) natomiast na rzecz krajowego ruchu turystycznego w pierwszych kwartałach (29%).

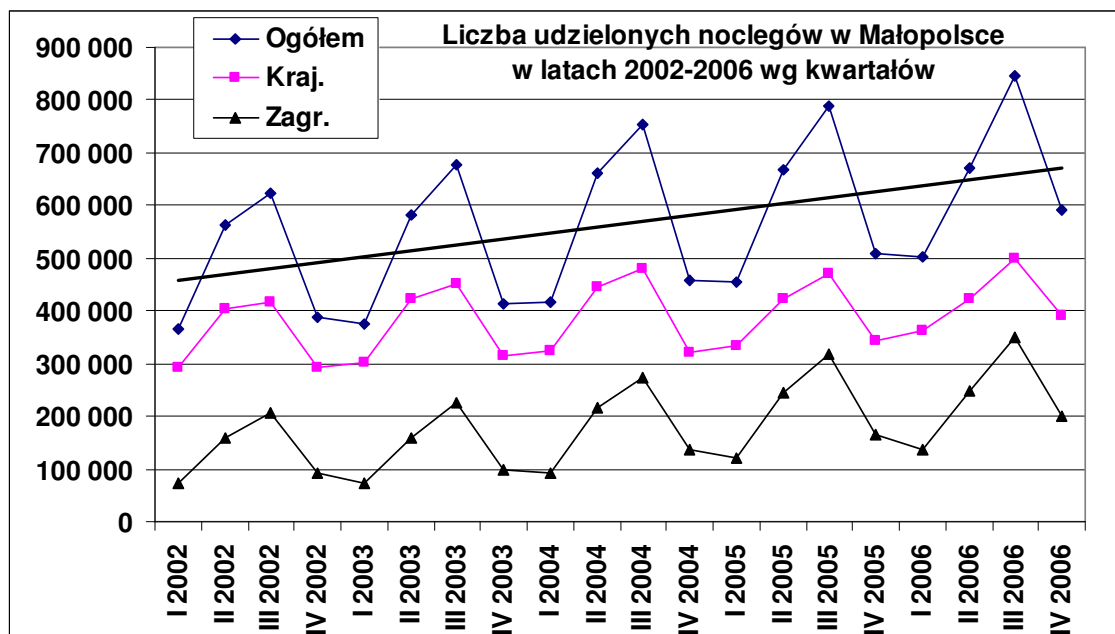
Tab. 10. Średnie wartości udziałów noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów na podstawie lat 2002-2006

Kw.	Kraj.	Zagr.	Różnica
I	77,0	23,0	54,0
II	67,6	32,4	35,2
III	63,2	36,8	26,4
IV	71,2	28,8	42,4

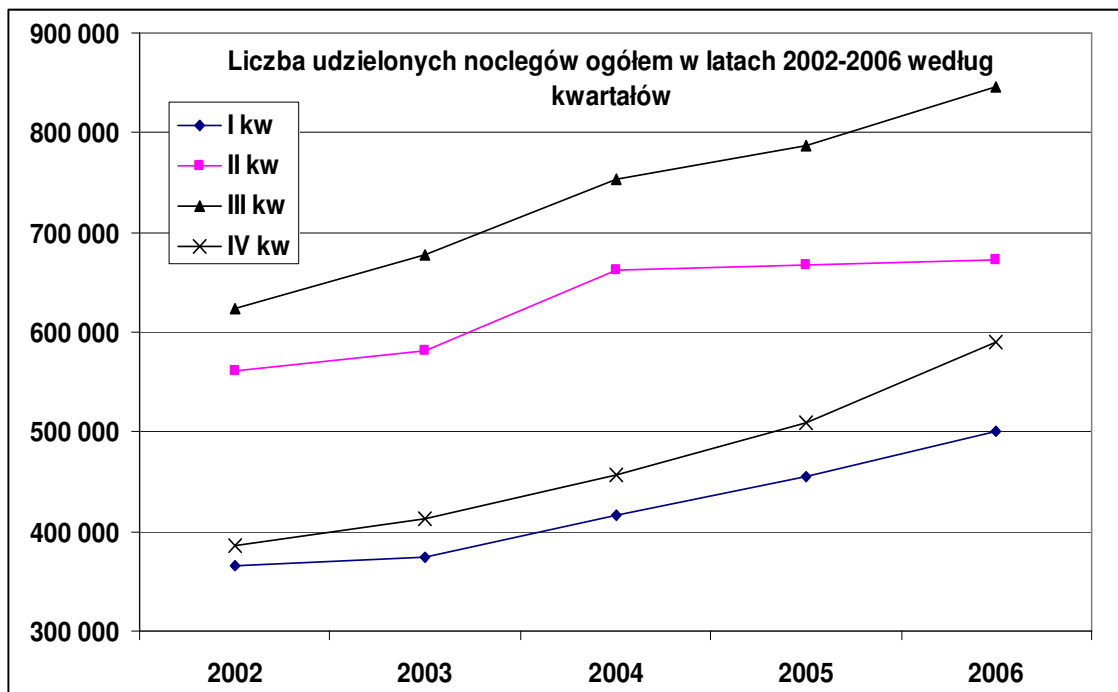
Tab. 11. Średnie wartości wskaźników sezonowości kwartalnej na podstawie lat 2002-2006

Kw.	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Różnica
I	74,7	83,8	54,7	29,1
II	111,7	110,0	115,4	-5,4
III	130,6	120,2	153,9	-33,7
IV	83,0	86,0	76,0	10,0

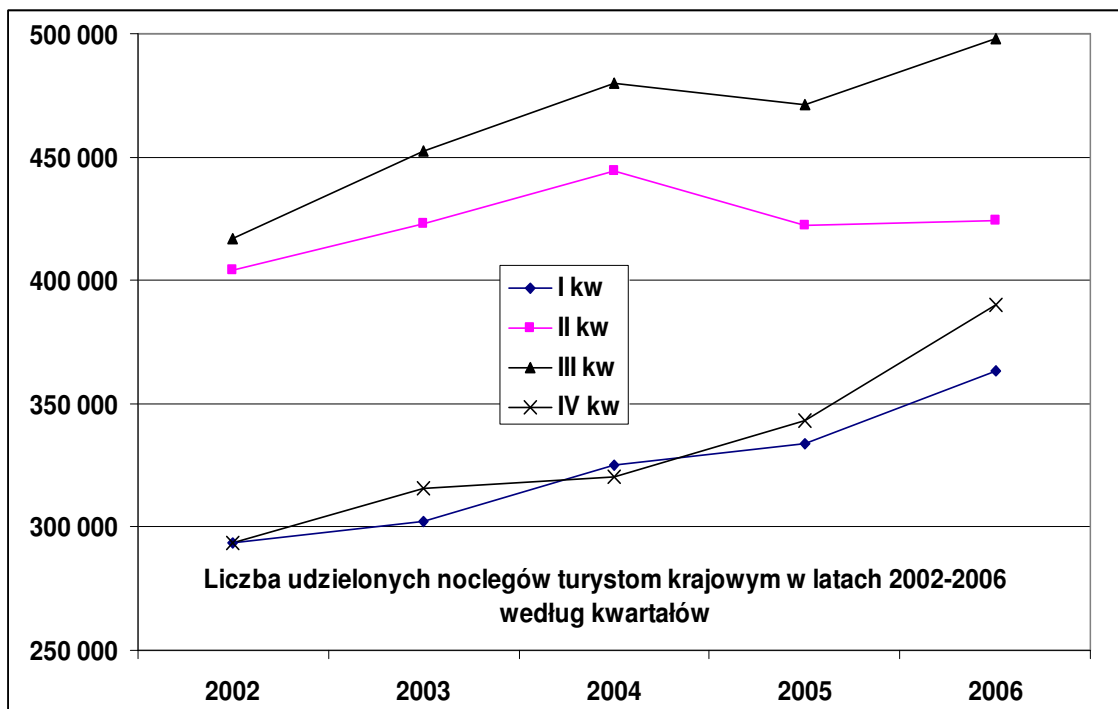
Rys. 16. Liczba udzielonych noclegów w Małopolsce (ogółem, krajowi i zagraniczni) w latach 2002-2006 według kwartałów



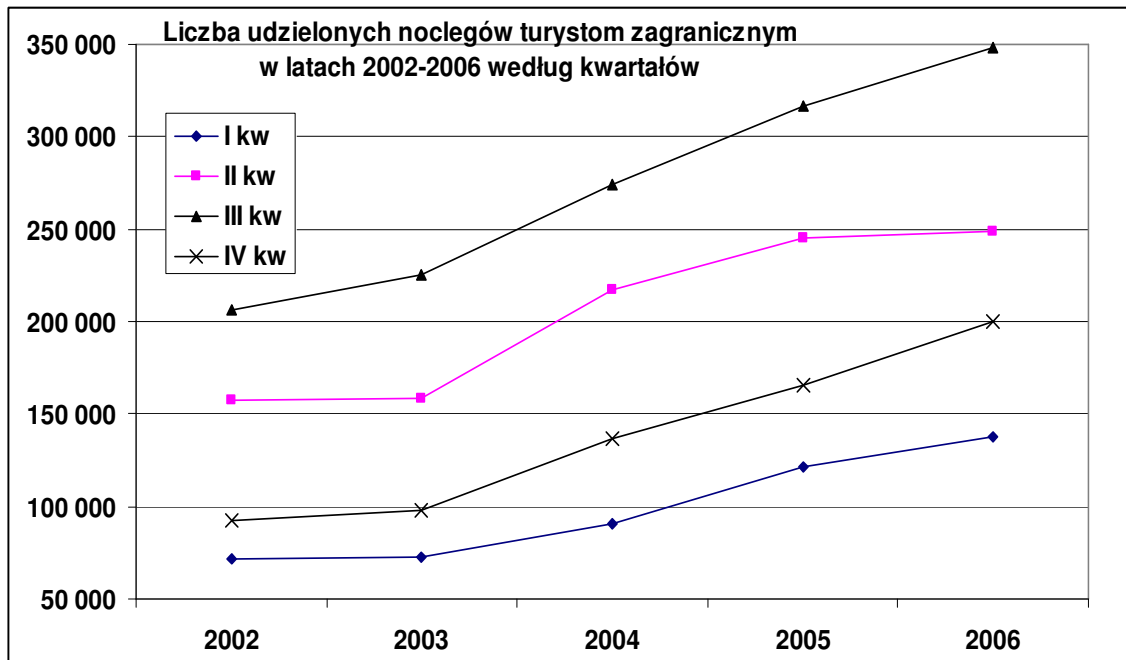
Rys. 17. Liczba udzielonych noclegów ogółem w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów



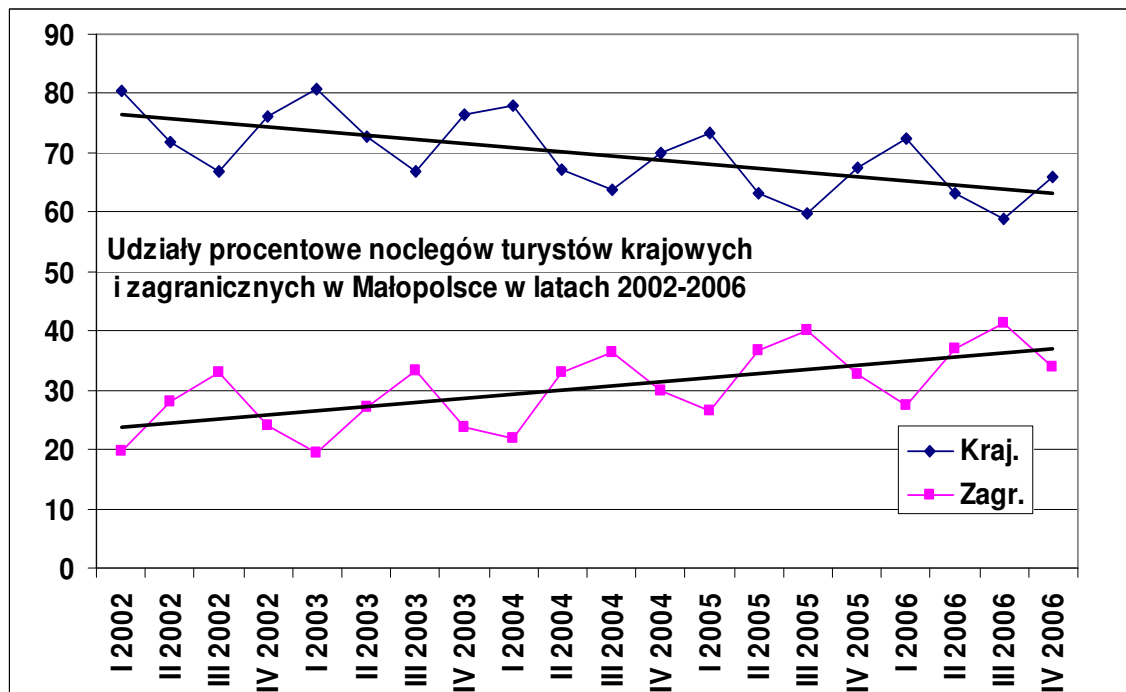
Rys. 18. Liczba udzielonych noclegów (turyści krajowi) w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów



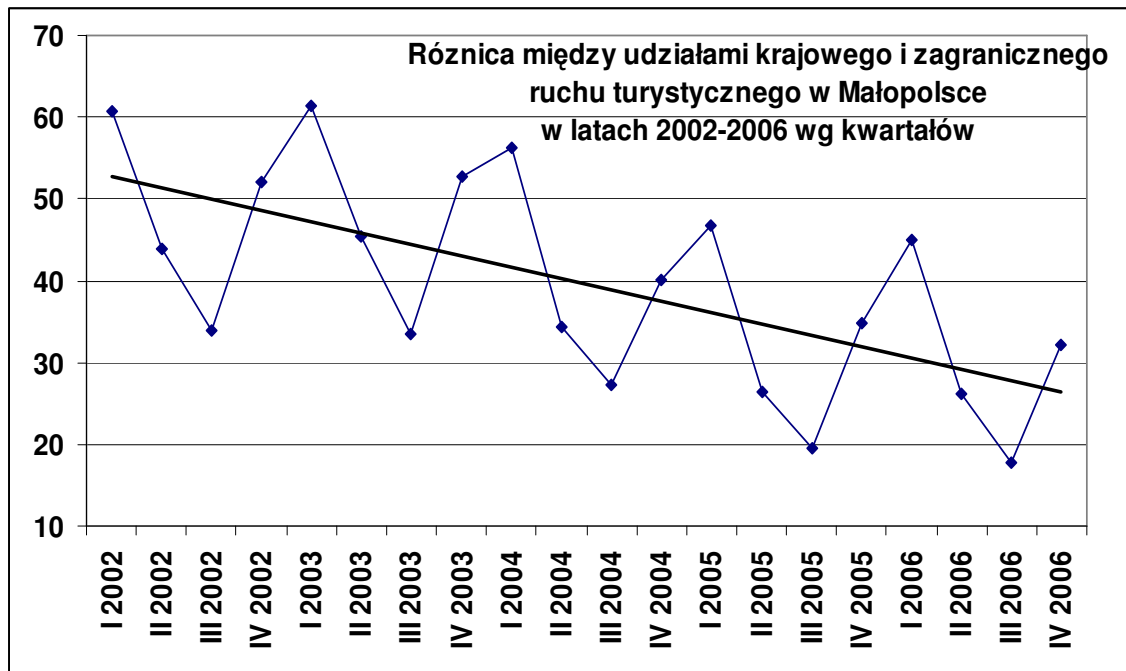
Rys. 19. Liczba udzielonych noclegów (turyści zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów



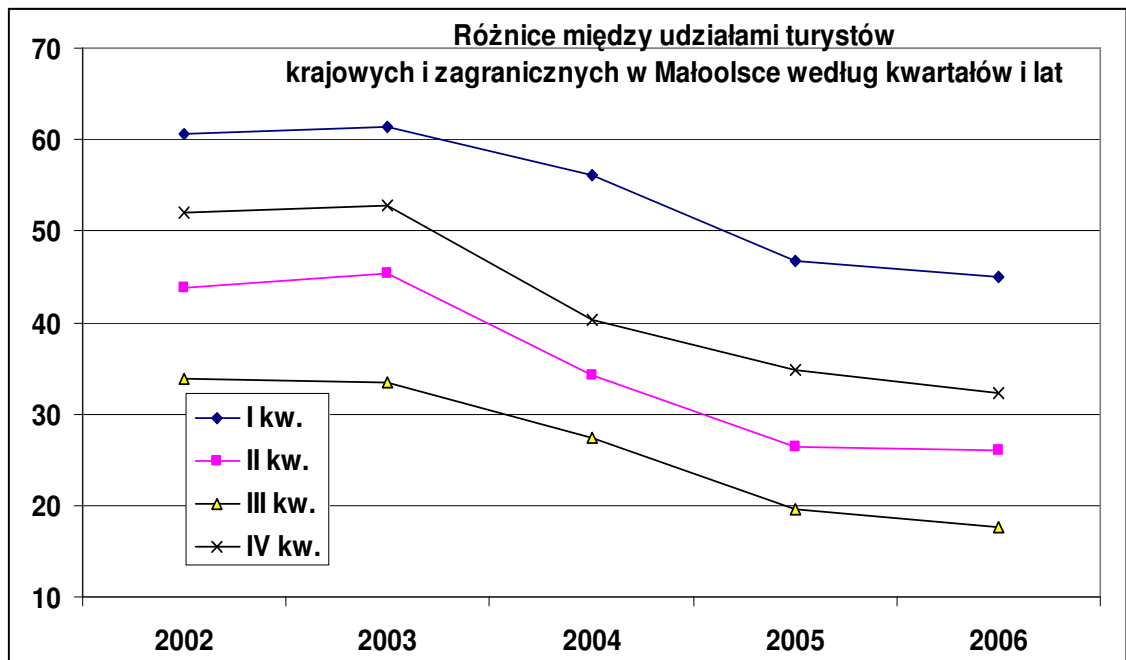
Rys. 20. Udziały noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów



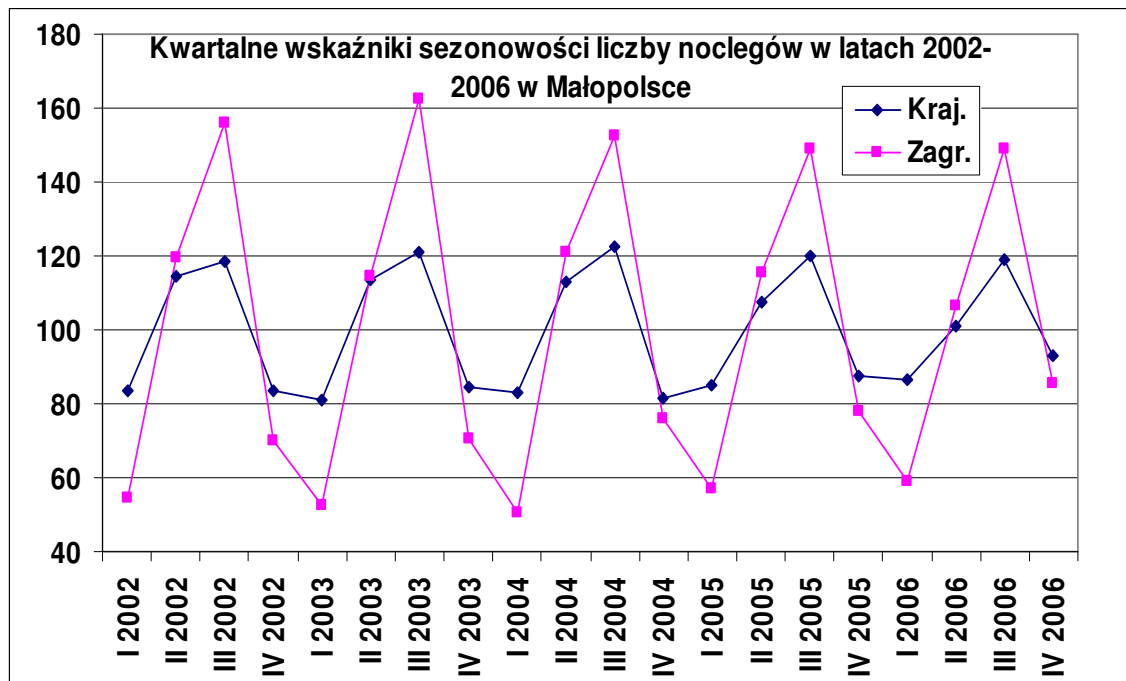
Rys. 21. Różnica między udziałami noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów



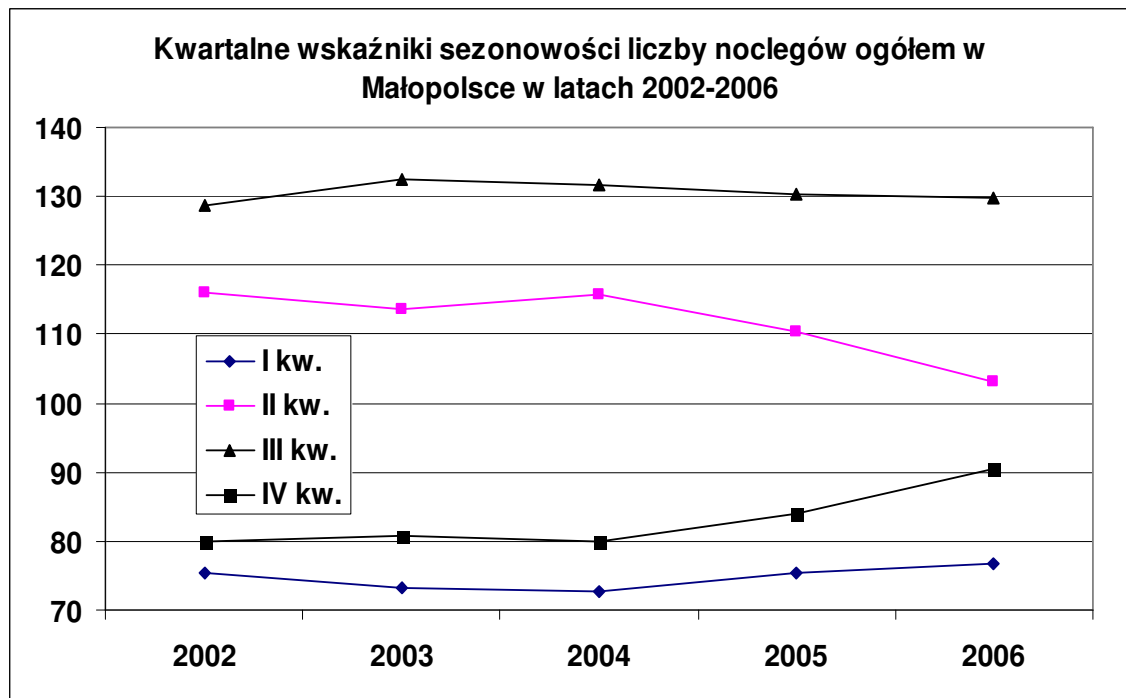
Rys. 22. Różnica między udziałami noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w Małopolsce w latach 2002-2006 według kwartałów i lat



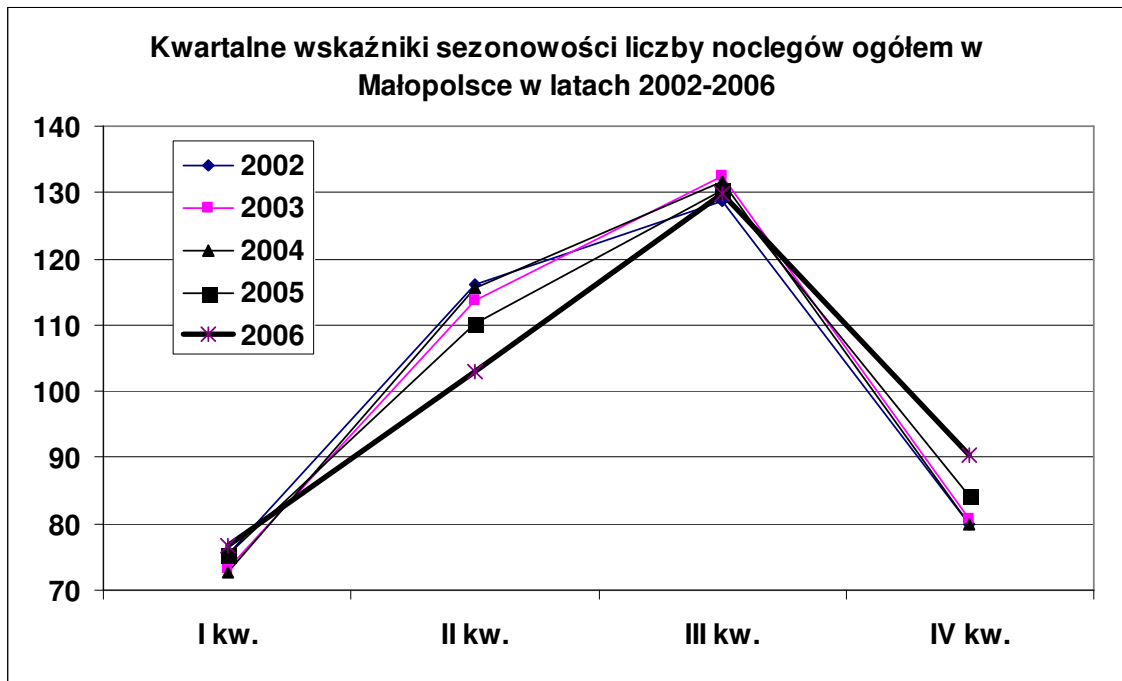
Rys. 23. Kwartalne wskaźniki sezonowości dla noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w Małopolsce w latach 2002-2006



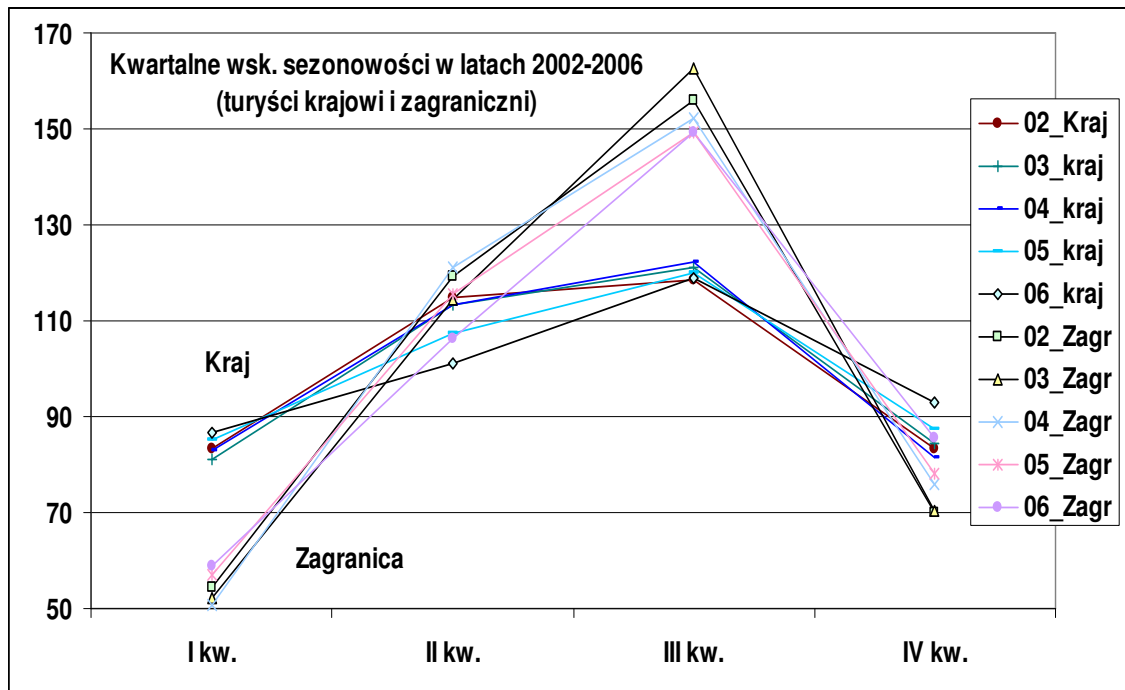
Rys. 24. Kwartalne wskaźniki sezonowości dla noclegów ogółem w Małopolsce w latach 2002-2006 według lat



Rys. 25. Kwartalne wskaźniki sezonowości dla noclegów ogółem w Małopolsce w latach 2002-2006



Rys. 26. Kwartalne wskaźniki sezonowości dla liczby noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w Małopolsce w latach 2002-2006



ANALIZA DANYCH ROCZNYCH

Najbardziej ogólna analiza dotyczy ujęć w okresach rocznych. Informacje o liczbie korzystających z noclegów w tym układzie zebrano w tab.12-16 oraz zilustrowano na rys. 27. W tab.12 podano liczbę noclegów w skali poszczególnych lat, w tab. 13 – przeciętną w skali jednego kwartału, natomiast w tab. 14 – przeciętną w skali jednego miesiąca.

Tab. 12. Liczba udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006

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	2 419 148	1 570 273	848 875
2006	2 609 781	1 675 483	934 298
Średnia 2002-06	2 260 098	1 543 327	716 770

Tab. 13. Przeciętna liczba udzielonych noclegów na jeden kwartał w Małopolsce w latach 2002-2006

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	604 787	392 568	212 219
2006	652 445	418 871	233 575
Średnia 2002-06	565 024	385 832	179 193

Tab. 14. Przeciętna liczba udzielonych noclegów na jeden miesiąc w Małopolsce w latach 2002-2006

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	201 596	130 856	70 740
2006	217 482	139 624	77 858
Średnia 2002-06	188 341	128 611	59 731

W tab. 15 przedstawiono wskaźniki udziałów liczby noclegów turystów krajowych i z zagranicy w ogólnej liczbie udzielonych noclegów, a w tab. 16 – ruchome indeksy dynamiki dla poszczególnych kategorii noclegów.

Tab. 15. Udziały liczby turystów krajowych i zagranicznych w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006

Rok	Ogółem	Kraj.	Zagr.
2002	100	72,7	27,3
2003	100	73,0	27,0
2004	100	68,6	31,4
2005	100	64,9	35,1
2006	100	64,2	35,8
02-06	100	68,3	31,7

W przypadku udziałów w noclegach ogółem to w latach 2004-05 zaobserwowano ok. 4-procentowy wzrost udziałów noclegów turystów z zagranicy (z 27% do 35%) kosztem turystyki krajowej. W latach 2002 i 2003 zmiany w tym zakresie były znikome. Także w 2006 roku nie zanotowano w tym względzie większych zmian w porównaniu z ubiegłym rokiem.

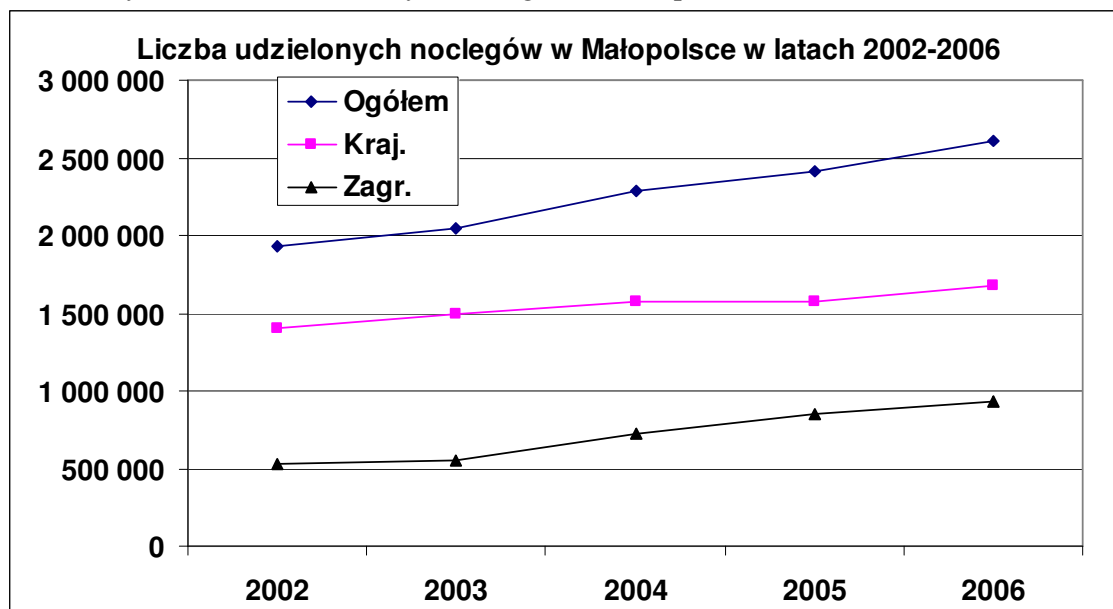
Tab. 16. Ruchome roczne indeksy dynamiki liczby korzystających z noclegów (turyści ogółem, krajowi i zagraniczni) w Małopolsce w latach 2002-2006

Rok	Ogółem	Kraj.	Zagr.
2003/02	105,7	106,1	104,9
2004/03	111,8	105,1	129,9
2005/04	105,7	100,1	118,1
2006/05	109,1	106,6	113,8

Jak można zauważyć z tab. 16 w stosunku do wyjściowego 2002 roku, w roku 2003 zanotowano wzrost na poziomie 5-6%. Był on jednakowy zarówno w kategorii turystów krajowych jak i zagranicznych. W roku 2004 widoczny był gwałtowny wzrost zagranicznego ruchu turystycznego (30%) i podobny jak w poprzednim roku (5%) przyrost krajowego ruchu turystycznego. W roku 2005 dał się zauważyć spadek tempa przyrostu liczby noclegów. W kategorii noclegów udzielonych turystom z zagranicy wzrost był mniejszy, ale nadal wysoki (18%), natomiast w przypadku turystów krajowych liczba noclegów kształtowała się na poziomie z poprzedniego roku.

W roku 2006 indeksy dynamiki ruchu turystycznego uległy poprawie. Przyrost liczby turystów ogółem był o 3,5% większy niż w roku 2005 i wynosił 9,1%. Ten indeks wynikał z relatywnie dużego przyrostu liczby turystów krajowych (6,6%) jak również utrzymującego się, dużego przyrostu liczby turystów zagranicznych (13,8%).

Rys. 27. Liczba udzielonych noclegów w Małopolsce w latach 2002-2006



**1. SZACUNKOWA
LICZBA GOŚCI
ODWIEDZAJĄCYCH
MAŁOPOLSKĘ**

Tabela 1.
Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)

	2003	2004	2005 ³	2006
Odwiedzający ogółem	8.000.000	9.100.000	9.600.000	10.300.000 + 600.000⁴
w tym Kraków	5.500.000	6.400.000	7.100.000	7.500.000 + 500.000⁵
Odwiedzający krajowi	6.900.000	7.100.000	7.200.000	7.400.000 + 500.000⁶
w tym Kraków	4.800.000	4.860.000	4.900.000	5.100.000 + 450.000⁷
Odwiedzający zagraniczni	1.100.000	2.000.000	2.400.000	2.900.000 + 100.000⁸
w tym Kraków	700.000	1.540.000	2.200.000	2.400.000 + 50.000⁹

Źródło: opracowanie własne

W zakresie ogólnej liczby odwiedzających Małopolskę daje się zauważyć stała tendencja wzrostowa (zob. rys. 1).

Trzeba zaznaczyć, iż w raporcie za rok poprzedni zostały podane inne, niż w obecnym, wielkości szacunkowe liczby odwiedzających Małopolskę w roku 2005. Jednak dane za ostatnie cztery miesiące roku 2005 (IX – XII), które w momencie sporządzania raportu nie były dostępne, upoważniają do dokonania korekty. Ogólna liczba odwiedzających w roku 2005 była więc o 300.000 osób większa niż początkowo zakładano, w tym odwiedzających krajowych było więcej o 200.000 osób, a zagranicznych – o 100.000 osób.

Rok 2006 charakteryzował się przyrostem ogólnej liczby odwiedzających w stosunku do roku poprzedniego aż o 7,29%%, nie licząc gości przybyłych w związku z wizytą Papieża w maju tego roku (całkowity wzrost wynosił 13,54%).

Istotnie rośnie liczba odwiedzających zagranicznych – w roku 2006 zwiększenie wynosiło aż 20,83% w stosunku do roku poprzedniego (biorąc pod uwagę również gości przybyłych w związku z wizytą Papieża całkowity wzrost wynosił 25,00%). Z kolei, liczba odwiedzających krajowych, po niewielkim przyroście w roku ubiegłym (o 1,41%), osiągnęła obecnie poziom o 2,78% wyższy niż rok wcześniej (wraz z gośćmi przybyłymi na spotkanie z Papieżem – 9,72%).

³ Po korekcie wynikającej z informacji o kształtowaniu się wielkości ruchu turystycznego w czterech ostatnich miesiącach roku (IX – XII 2005), które w momencie sporządzania raportu za 2005 rok nie były dostępne.

⁴ W związku z wizytą Papieża

⁵ W związku z wizytą Papieża

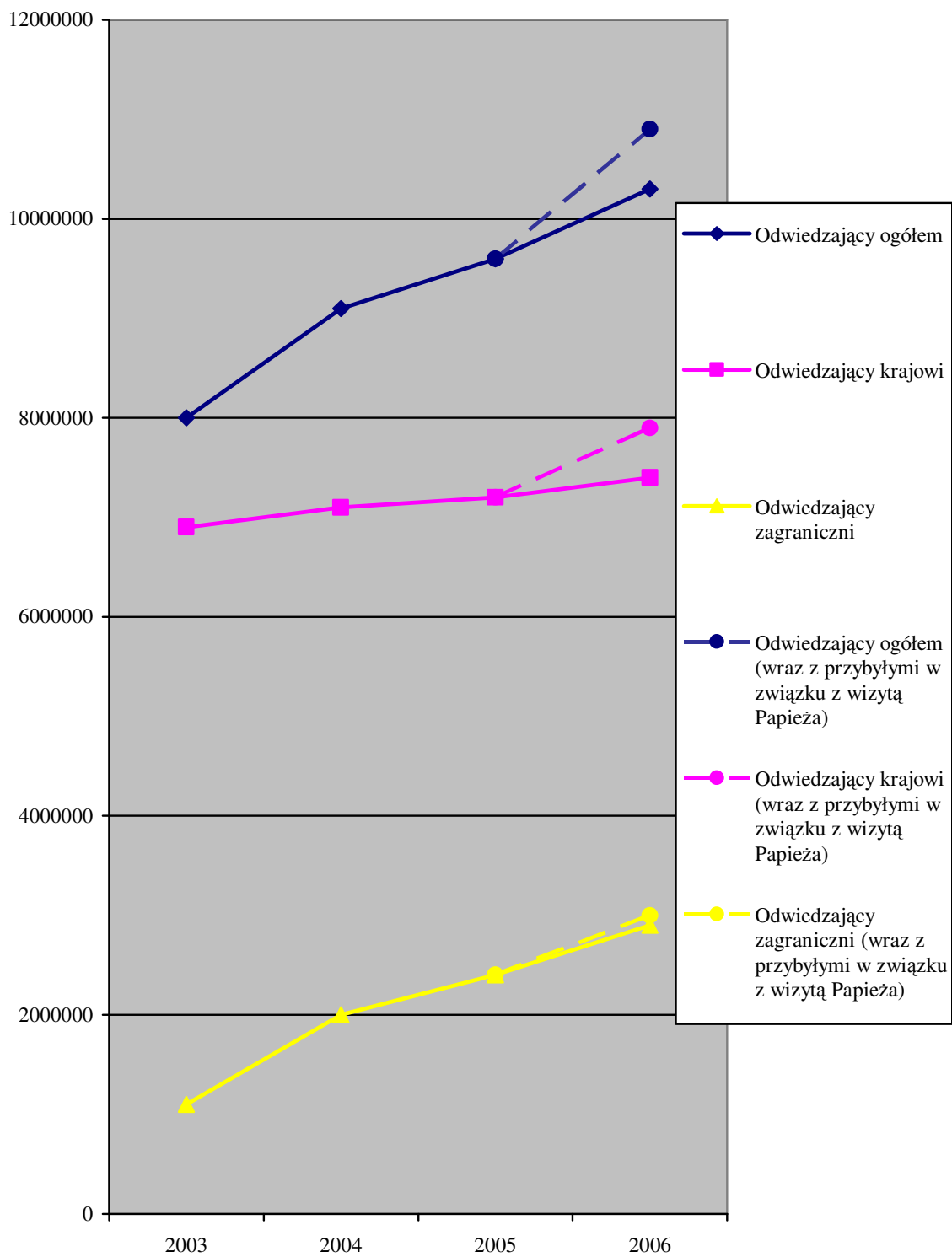
⁶ W związku z wizytą Papieża

⁷ W związku z wizytą Papieża

⁸ W związku z wizytą Papieża

⁹ W związku z wizytą Papieża

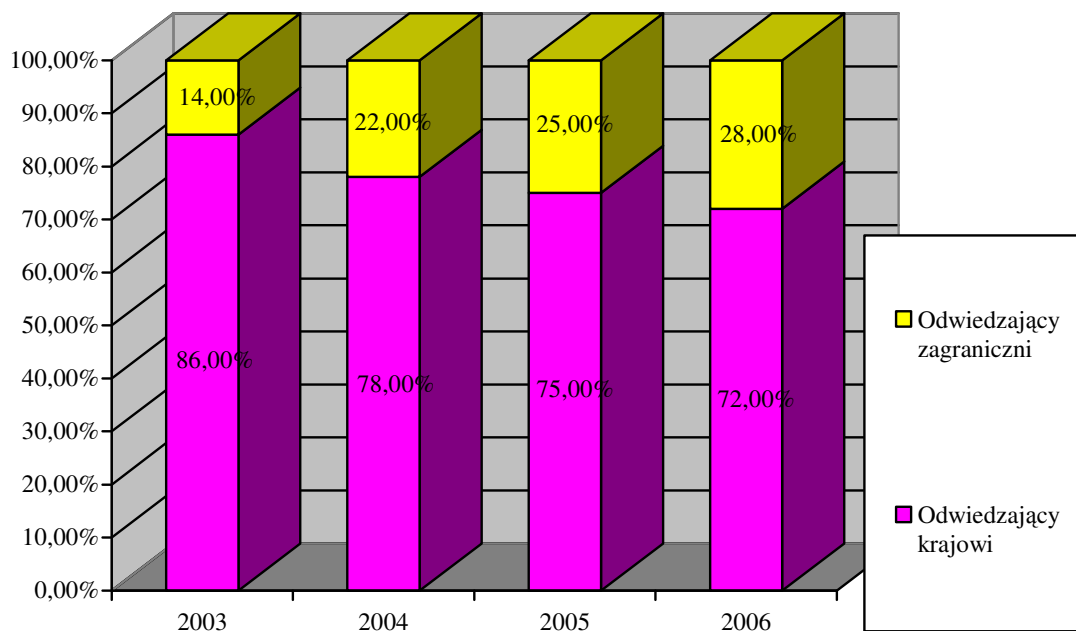
Rysunek 1.
Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)



Źródło: opracowanie własne

Jeśli chodzi o strukturę odwiedzających, to nadal zdecydowanie dominują goście z Polski (ok. 72% w 2006 roku), aczkolwiek ich odsetek stopniowo zmniejsza się na korzyść cudzoziemców (zob. rys. 2), których udział wrasta każdego roku o kilka punktów procentowych (w roku 2006 ok. 28,00%).

Rysunek 2.
Struktura odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006 (wg MOT)



Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Ogólna liczba odwiedzających Małopolskę sukcesywnie wzrasta.
2. Rokrocznie zwiększa się w Małopolsce udział przyjeżdżających z zagranicy.

ODWIEDZAJĄCY KRAJOWI WEDŁUG WOJEWÓDZTW Z KTÓRYCH POCHODZĄ

Województwa 2006 w Małopolsce udział %

Z jakiego województwa przyjechał?	2003	2004	2005	2006	Komentarz
Małopolskie	25,6	25,83	25,3	21,2	Spadek % odwiedzający
Śląskie	15,9	13,46	13,28	15,3	Wzrost % odwiedzający
Mazowieckie	13,7	13,18	12,53	13,0	Staly % odwiedzających
Podkarpackie	4,7	6,4	5,98	6,8	Staly % odwiedzających
Wielkopolskie	5,6	5,83	5,58	5,5	Staly % odwiedzających
Łódzkie	4,8	5,45	5,01	4,8	Staly % odwiedzających
Dolnośląskie	4,0	5,12	4,94	4,5	Staly % odwiedzających
Świętokrzyskie	4,5	4,68	4,38	4,4	Staly % odwiedzających
Pomorskie	4,4	4,01	3,9	4,2	Staly % odwiedzających
Lubelskie	4,1	3,75	3,7	3,9	Staly % odwiedzających
Kujawsko-Pomorskie	2,4	2,34	2,4	2,8	Staly % odwiedzających
Zachodnio-Pomorskie	3,1	2,72	2,74	2,4	Spadek % odwiedzający
Opolskie	1,8	2,27	2,35	2,2	Staly % odwiedzających
Warmińsko-Mazurskie	1,9	1,82	1,93	2,2	Staly % odwiedzających
Lubuskie	2,1	1,44	1,49	2,1	Staly % odwiedzających
Podlaskie	1,3	1,7	1,83	1,6	Staly % odwiedzających
Brak danych	0,1	0,1	2,66	3,1	
WOJEWÓDZTWA	100	100,1	100	100	

Zródło: opracowanie własne

ODWIEDZAJĄCY ZAGRANICZNI WEDŁUG KRAJÓW Z KTÓRYCH POCHODZĄ

Kraje w 2006 w Małopolsce udział %

Kraj	2003	2004	2005	2006	Komentarz
Niemcy	15,40	16,44	15,73	16,6	Stale utrzymujący się procent odwiedzających
W.Brytania	8,7	11,34	11,76	16,1	Spektakularny wzrost udziałów % odwiedzając
USA	9,70	9,30	7,95	9,1	Staly procent odwiedzających
Francja	8,5	10,32	9,66	8,1	Staly procent odwiedzających
Włochy	8,1	9,52	10,20	7,2	Spadek udziałów % odwiedzających
Irlandia	1,2	2,21	1,64	3,7	Wzrost udziałów % odwiedzając
Holandia	2,6	2,89	3,20	2,9	Staly procent odwiedzających
Hiszpania	3,0	3,40	2,73	2,3	Staly procent odwiedzających
Norwegia	5,1	0,96	0,70	2,3	Wzrost udziałów % odwiedzając
Węgry	1,6	2,49	3,04	2,2	Staly procent odwiedzających
Izrael	6,7	2,21	1,25	2,1	Wzrost udziałów % odwiedzając
Słowacja	1,8	2,27	1,55	2,1	Wzrost udziałów % odwiedzając
Ukraina	5,4	1,70	1,32	2,1	Wzrost udziałów % odwiedzając
Czechy	1,4	1,70	1,32	2,0	Wzrost udziałów % odwiedzając
Rosja				2,0	
Belgia	1,6	0,0	0,62	1,9	
Finlandia				1,8	

Japonia	1,3	0,0	0,39	1,8	
Austria	1,1	1,13	1,41	1,7	
Szwecja	0,0	2,44	2,72	1,5	
Kanada	1,9	1,59	1,17	1,5	
Australia	1,1	1,13	1,41	1,2	
Korea	1,1	0,0	0,0	0,7	
Litwa	0,0	1,93	1,25	0,7	
Szkocja				0,7	
Dania	1,9	0,0	1,09	0,6	
Szwajcaria	1,5	1,19	1,40	0,6	
Białoruś				0,5	
Grecja				0,5	
Chorwacja	1,1	0,0	0,08	0,1	
Inne kraje	6,5	11,97	14,63	3,4	
Razem	100	100	100	100	

Źródło: opracowanie własne

**2. SZACUNKOWA
LICZBA TURYSTÓW W
MAŁOPOLSCE**

Tabela 2.

Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2003-2006 (wg MOT)

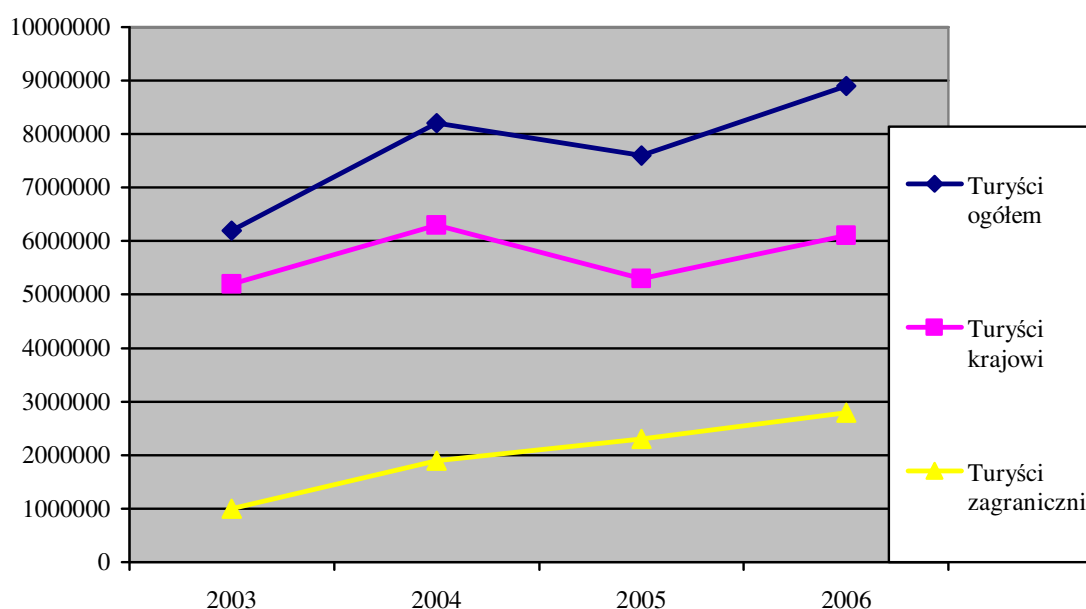
	2003	2004	2005 ¹⁰	2006
Turyści ogółem	6.200.000	8.200.000	7.600.000	8.900.000
w tym Kraków	3.500.000	5.500.000	5.500.000	6.200.000
Turyści krajowi	5.200.000	6.300.000	5.300.000	6.100.000
w tym Kraków	2.820.000	4.000.000	3.400.000	3.900.000
Turyści zagraniczni	1.000.000	1.900.000	2.300.000	2.800.000
w tym Kraków	680.000	1.500.000	2.100.000	2.300.000

Źródło: opracowanie własne

Liczba turystów przyjeżdżających do Małopolski, po niewielkim spadku w roku ubiegłym (o 7,32%), w roku 2006 znacznie wzrosła (o 17,11%) i osiągnęła poziom o 8,54% wyższy niż w roku 2004 (zob. rys. 3). Przyrost w roku 2006 dotyczył tak turystów zagranicznych (o 21,74%), jak i krajowych (o 15,09%). Ci ostatni, po istotnym zmniejszeniu w roku poprzednim (o 15,87%), nie osiągnęli jeszcze jednak poziomu z 2004 (o 3,17% mniej).

Rysunek 3.

Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce w latach 2003-2006 (wg MOT)



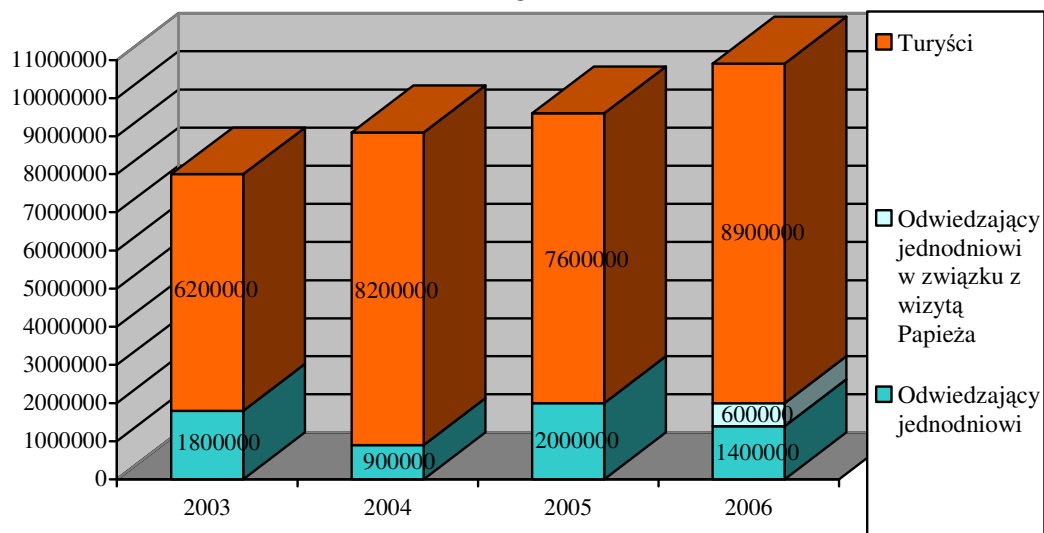
Źródło: opracowanie własne

Trzeba jednak wyraźnie zaznaczyć, iż zmniejszenie ogólnej liczby turystów, w tym turystów krajowych, w roku 2005, było zrekompensowane olbrzymim przyrostem liczby jednodniowych odwiedzających (o 122,22%), w wyniku czego ogólna liczba przybyszów nie spadła, lecz zwiększyła się o 5,50% (por. rys. 4).

¹⁰ Po korekcie wynikającej z informacji o kształtowaniu się wielkości ruchu turystycznego w czterech ostatnich miesiącach roku (IX – XII 2005), które w momencie sporządzania raportu za 2005 rok nie były dostępne.

Rysunek 4.

Liczba turystów a ogólna liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2003-2006
(wg MOT)

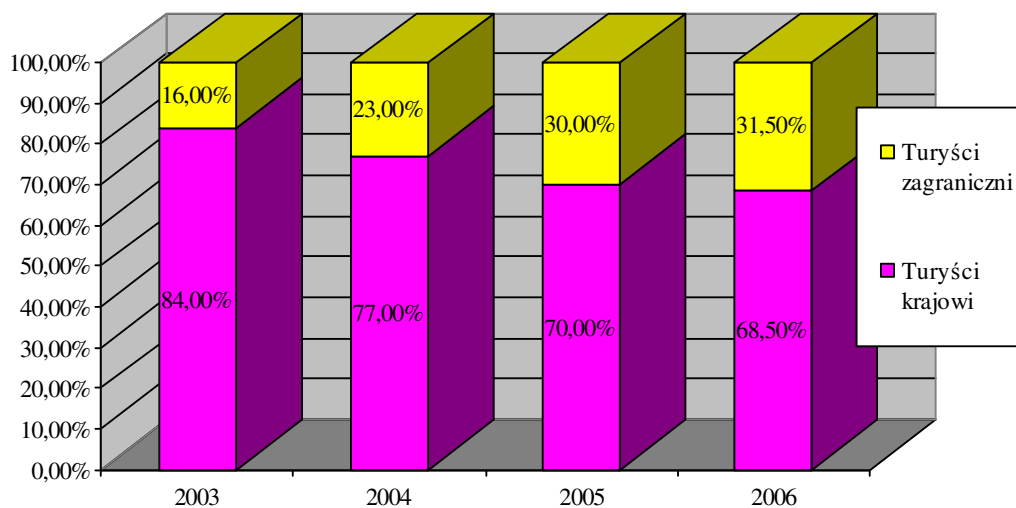


Źródło: opracowanie własne

Analiza struktury ogólnej liczby turystów przyjeżdżających do Małopolski wskazuje, iż, podobnie jak w przypadku ogólnej liczby odwiedzających, zmniejsza się udział turystów z Polski, na korzyść turystów z zagranicy (zob. rys. 5), choć nadal przeważają ci pierwsi (68,50% w 2006 roku).

Rysunek 5.

Struktura turystów w Małopolsce w latach 2003-2006 (wg MOT)



Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Ogólna liczba turystów w Małopolsce wzrosła w 2006 roku tak znacznie, że zrekompensowała z nadwyżką swój spadek z roku poprzedniego.
2. Systematycznie rośnie liczba i udział turystów z zagranicy przyjeżdżających do Małopolski.

**3a. ANALIZA ROZKŁADU
CECH
GOŚCIA KRAJOWEGO**

PROFIL SPOŁECZNY

PŁEĆ

POLSKA	L.ankiet	%
Kobieta	1975	50,1
Mężczyzna	1965	49,9
RAZEM	3940	100,0

Źródło: opracowanie własne

WIEK

POLSKA	L.ankiet	%
Do 24 lat	769	19,5
25-34 lat	1022	25,9
35-44 lat	1042	26,4
45-59 lat	812	20,6
Pow. 60 lat	295	7,5
RAZEM	3940	100,0

Źródło: opracowanie własne

WYKSZTAŁCENIE

POLSKA	L.ankiet	%
Wyższe	1738	44,1
Średnie	1816	46,1
Inne	386	9,8
RAZEM	3940	100,0

Źródło: opracowanie własne

ŚRODEK TRANSPORTU

POLSKA	L.ankiet	%
Samolot	58	1,5
Autokar	533	13,5
Samoch.	2415	61,3
Pociąg	505	12,8
Autobus	327	8,3
Inne	102	2,6
RAZEM	3940	100,0

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY KRAJOWEGO W MAŁOPOLSCE

Długość dni pobytu	ŚREDNIA ILOŚĆ DNI POBYTU
OGÓŁEM	4,9
Polska	5,0
Lubelskie	7,4
Łódzkie	7,3
Podlaskie	6,4
Wielkopolskie	6,2
Kujawsko-Pomorskie	6,0
Pomorskie	5,8
Warmińsko-Mazurskie	5,4
Mazowieckie	5,2
Podkarpackie	5,1
Lubuskie	5,1
Śląskie	4,8
Dolnośląskie	4,7
Zachodnio-Pomorskie	4,6
Świętokrzyskie	4,4
Opolskie	3,8
Małopolskie	3,6
Brak informacji	5,1

Źródło: opracowanie własne

PLANOWANA DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY KRAJOWEGO W MAŁOPOLSCE

OGÓŁEM	L.ankiet	%
Do 3 godz.	152	2,4
1 dzień	620	9,8
1 noc	761	12,0
Kilka nocy	4792	75,8
RAZEM	6325	100,0

POLSKA	L.ankiet	%
Do 3 godz.	148	3,8
1 dzień	551	14,0
1 noc	634	16,1
Kilka nocy	2607	66,2
RAZEM	3940	100,0

Źródło: opracowanie własne

CEL PRZYJAZDU TURYSTY KRAJOWEGO DO MAŁOPOLSKI

Główny cel przyjazdu – udziały procentowe

CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI	ILOŚĆ RESPONDENTÓW	PROCENT RESPONDENTÓW
Wypoczynek	1477	37,1
Biznes	424	10,6
Odwiedziny krewnych i/ lub znajomych	275	6,9
Zwiedzanie	456	11,5
Konferencje	117	2,9
Turystyka aktywna	142	3,6
Kultura	112	2,8
Sport	54	1,4
Zakupy	58	1,5
Odwiedziny miejsc rodzinnych	31	0,8
Rozrywka	68	1,7
Religia	227	5,7
Zdrowie	239	6,0
Edukacja	44	1,1
Przyroda	30	0,8
Tranzyt	71	1,8
Inne	157	3,9
Razem	3982	100,0

Źródło: opracowanie własne

Cele przyjazdu (kilka możliwości) – udziały procentowe

CEL PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI	PROCENT WSKAZAŃ
Wypoczynek	56,4
Biznes	12,2
Odwiedziny krewnych i/ lub znajomych	18,5
Zwiedzanie	38,1
Konferencje	4,0
Turystyka aktywna	11,6
Kultura	6,8
Sport	1,4
Zakupy	10,5
Odwiedziny miejsc rodzinnych	4,9
Rozrywka	10,1
Religia	9,6
Zdrowie	11,9
Edukacja	4,1
Przyroda	16,5
Tranzyt	4,3
Inne	0

Źródło: opracowanie własne

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Tabela 3.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu gości krajowych w Małopolsce
w latach 2003-2006 (w %)

Miejsce noclegu	2003	2004	2005	2006
Hotel	22,50	23,68	25,23	24,19
Motel	2,20	1,76	1,05	0,94
Pensjonat	15,00	10,34	8,45	9,09
Dom wycieczkowy	4,00	2,37	3,44	3,53
Schronisko	7,80	6,08	5,72	7,46
Kemping/pole namiotowe	4,00	2,41	1,90	1,57
Zakład uzdrowiskowy	3,30	2,78	4,09	6,34
Ośrodek wczasowy	8,50	4,80	4,00	3,10
Kwaterna prywatna	15,00	10,20	3,94	6,73
Znajomi lub rodzina	8,90	14,82	6,27	9,54
Własne mieszkanie	0,30	2,85	0,55	5,08
Inny obiekt, w tym:	8,50	7,24	7,05	4,69
- Hostel				1,39
- Dom pielgrzyma				1,65
Brak odpowiedzi¹¹	b.d.	10,67	28,31	17,74

Zródło: opracowanie własne

Polacy przyjeżdżający do Małopolski, analogicznie jak w latach ubiegłych, w roku 2006 najczęściej korzystali z hoteli (prawie ¼). Odsetek ten był wprawdzie nieco niższy niż rok wcześniej (1,04 punktu procentowego), ale prawdopodobnie spowodowane to zostało wprowadzeniem do ankiety „hostelu” jako jednego z rodzaju obiektów noclegowych – w latach poprzednich goście nocujących w tego typu obiektach przypuszczalnie wskazywali w kwestionariuszu na „hotele”.

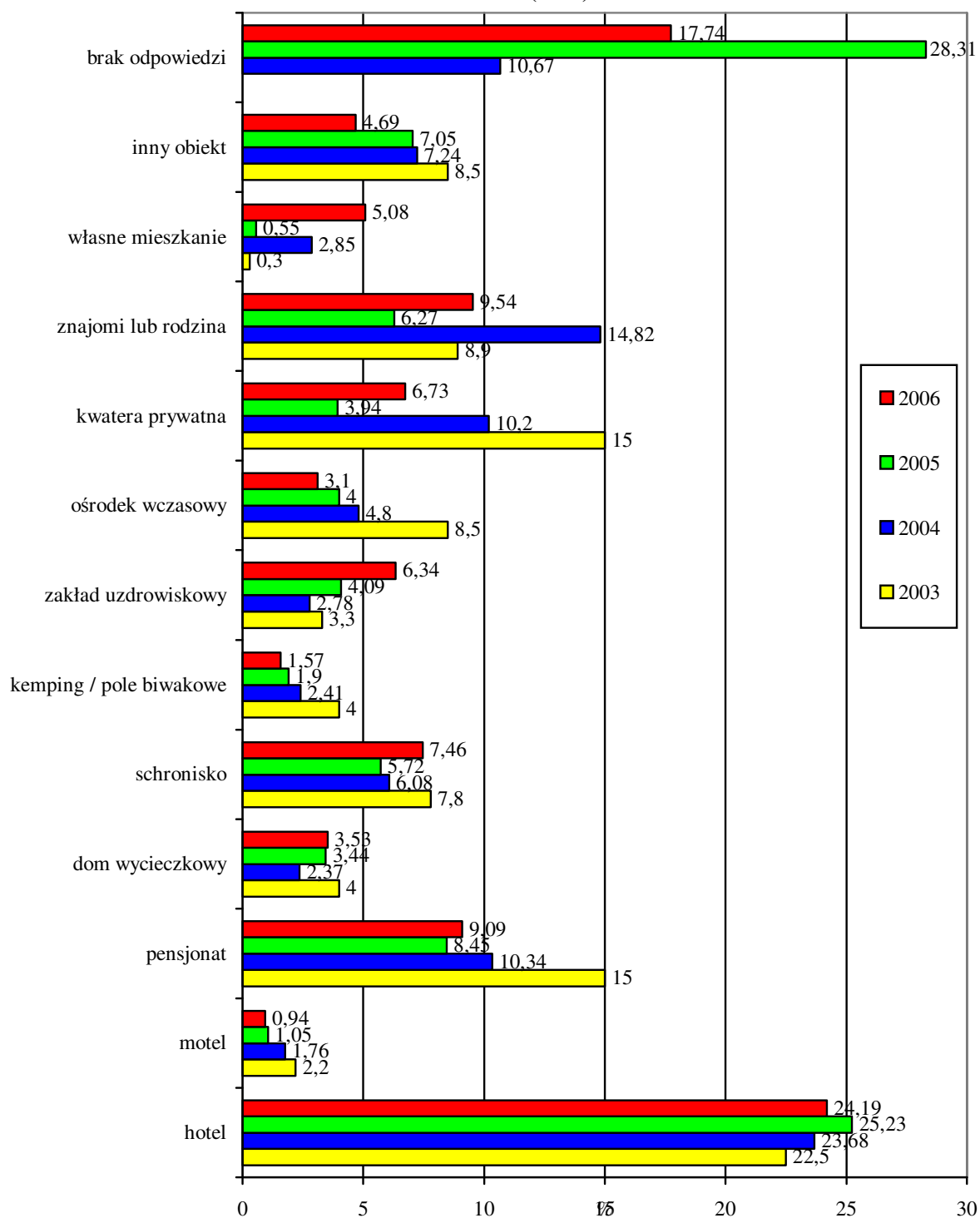
Na drugim miejscu w 2006 roku plasowały się już nie pensjonaty, czy kwatery prywatne, lecz, podobnie jak w roku 2004, rodzina i znajomi (9,54%). Pensjonaty były trzecie, co do ważności (9,09%), a kolejne: schroniska (7,46%), kwatery prywatne (6,73%) i zakłady uzdrowiskowe (6,34%). Na uwagę zasługuje zwłaszcza ten ostatni rodzaj bazy noclegowej, gdyż jego udział w roku 2006 wzrósł znacznie (o 2,25 punktów procentowych). Podobną tendencję zaobserwowano w przypadku wykorzystywania na nocleg własnych mieszkań (wzrost aż o 4,53 punktów procentowych). Najmniejszy udział posiadały motele (0,94%), kempingi / pola namiotowe (1,57%) i ośrodki wczasowe (3,10%) – odsetek Polaków nocujących w tych obiektach stopniowo maleje.

Tendencje te prezentuje rys. 6 i rys. 7.

¹¹ Odwiedzający jednodniowi, nocujący w innej, niż odwiedzana, miejscowości oraz nie wskazujący rodzaju obiektu noclegowego.

Rysunek 6.

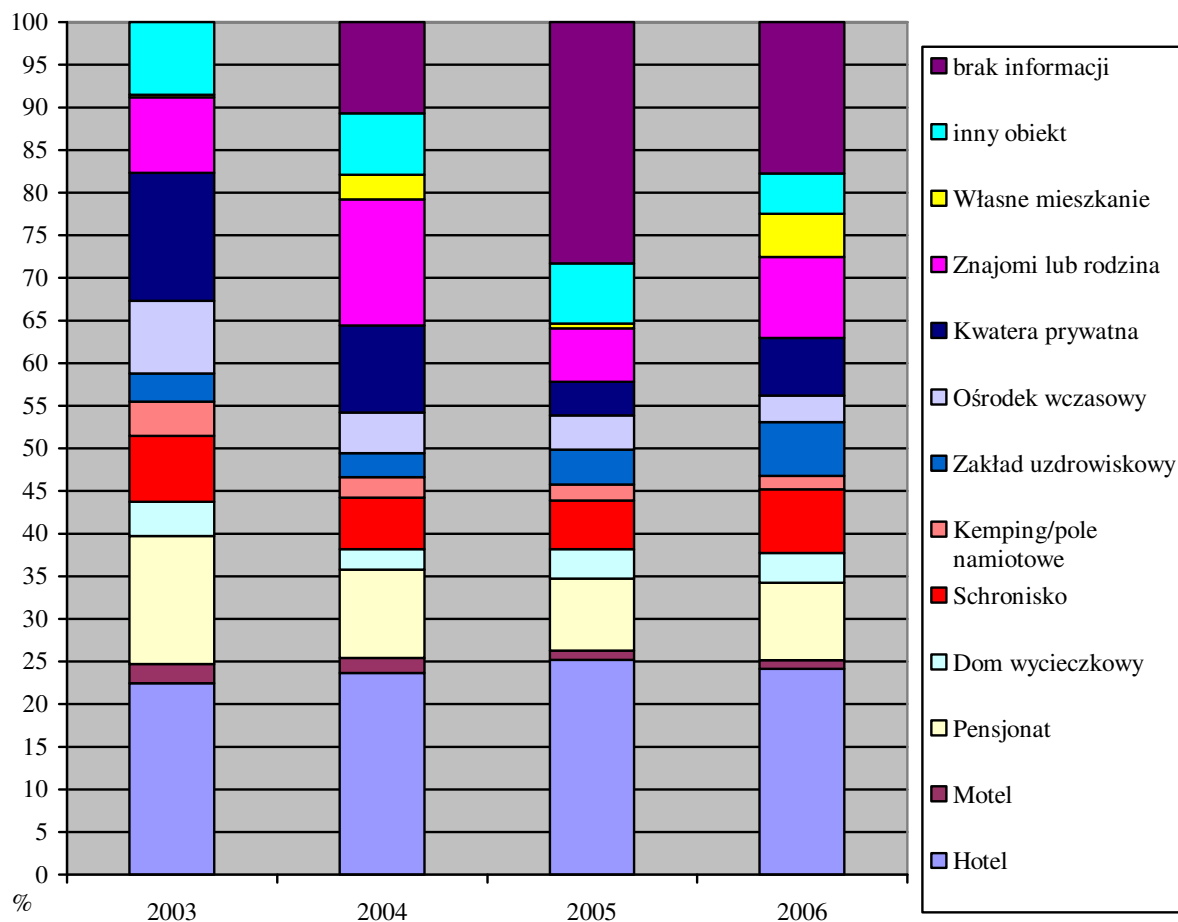
Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu gości krajowych w Małopolsce
w latach 2003-2006 (w %)



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 7.

STRUKTURA BAZY NOCLEGOWEJ WYKORZYSTANEJ PODCZAS POBYTU GOŚCI KRAJOWYCH W MAŁOPOLSCE W LATACH 2003-2006



Źródło: opracowanie własne

Analiza rys. 7 potwierdza wcześniejsze hipotezy o wzroście liczby i udziału jednodniowych odwiedzających w Małopolsce w 2005 roku.

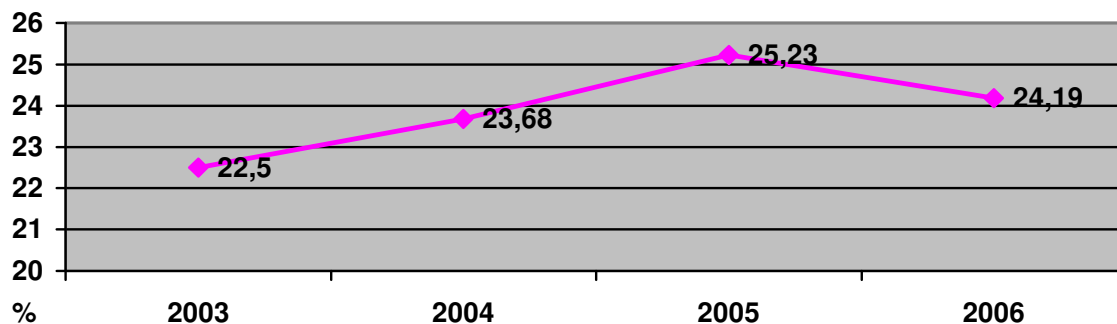
Wnioski:

1. Dominującym rodzajem obiektu, z którego korzystają Polscy podczas pobytu w Małopolsce, pozostają hotele.
2. Zmniejsza się rola moteli, obozowisk turystycznych i ośrodków wczasowych w obsłudze gości krajowych w Małopolsce.

Poniższe rys. 8 – 19 obrazują tendencje w zakresie odsetka odwiedzających Małopolskę, korzystających z poszczególnych rodzajów obiektów noclegowych.

Rysunek 8.

Tendencje w zakresie wykorzystania hoteli przez gości krajowych

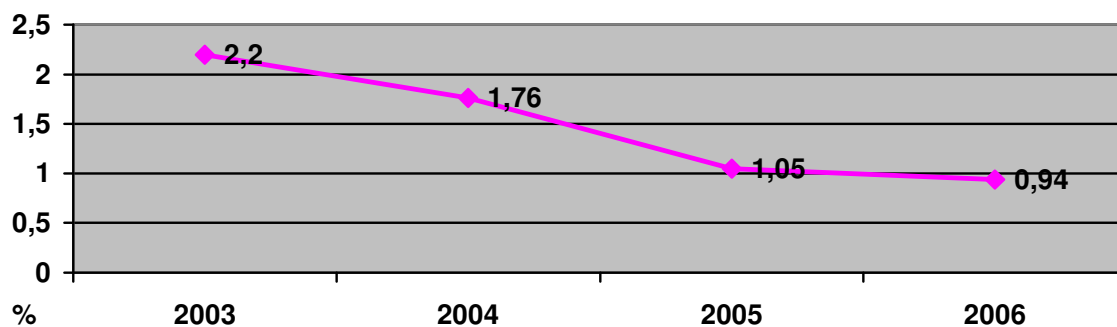


Źródło: opracowanie własne

Udział hoteli wykazywał tendencję wzrostową do roku ubiegłego. Rok 2006 to wprawdzie spadek odsetka nocujących w tego rodzaju obiektach gości krajowych, ale spowodowany, wspomnianym już, wprowadzeniem do ankiety nowej kategorii „hostele”, które w latach wcześniejszych zaliczane były przez przybyszów do grupy „hotele”.

Rysunek 9.

Tendencje w zakresie wykorzystania moteli przez gości krajowych

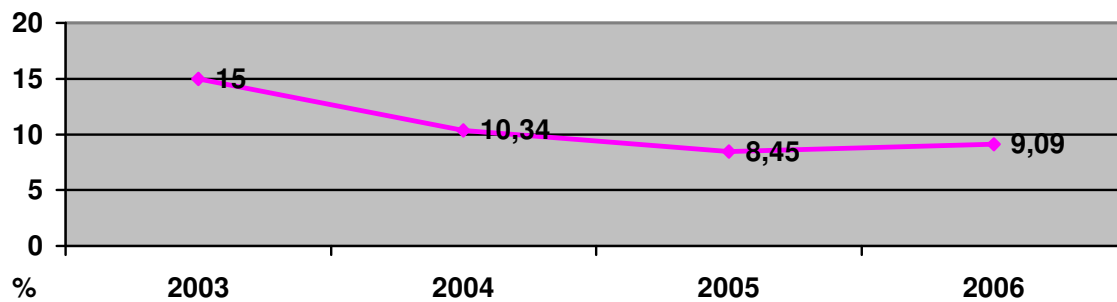


Źródło: opracowanie własne

Stopniowo maleje odsetek odwiedzających z Polski korzystających z moteli.

Rysunek 10.

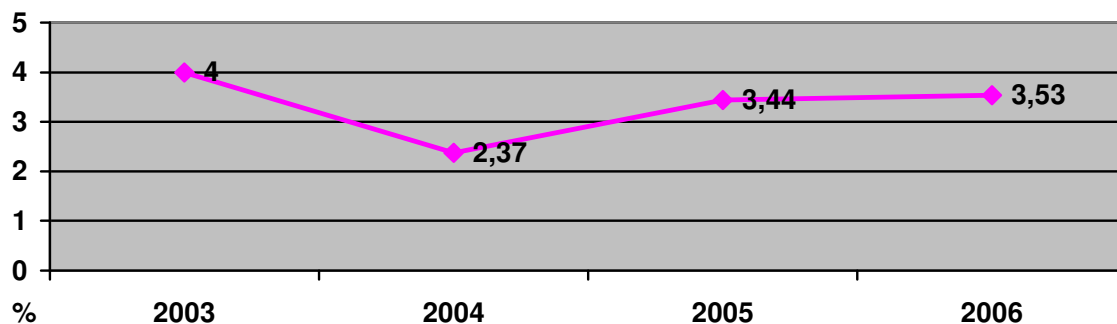
Tendencje w zakresie wykorzystania pensjonatów przez gości krajowych



Źródło: opracowanie własne

Procent Polaków nocujących w pensjonatach utrzymuje się od 2004 roku na zbliżonym poziomie.

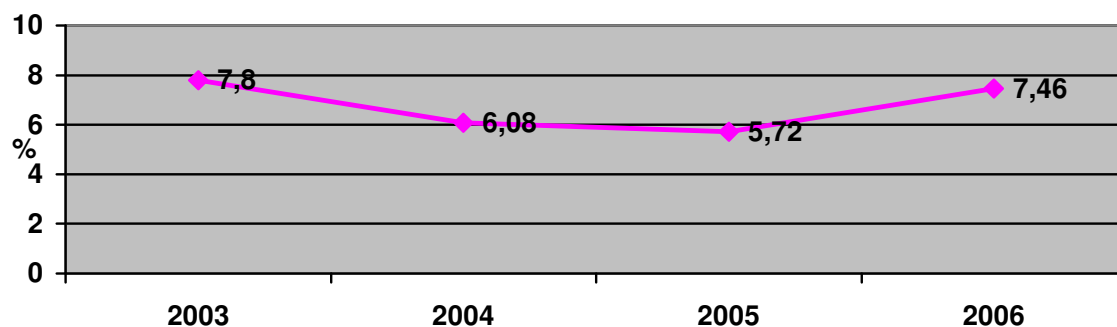
Rysunek 11.

Tendencje w zakresie wykorzystania domów wycieczkowych przez gości krajowych

Źródło: opracowanie własne

Udział domów wycieczkowych w obsłudze gości krajowych, po istotnym spadku w 2004 roku, stopniowo odzyskuje straty.

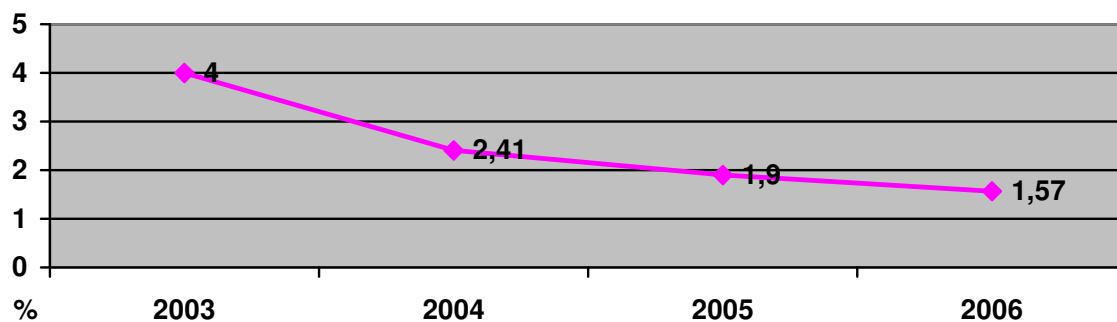
Rysunek 12.

Tendencje w zakresie wykorzystania schronisk przez gości krajowych

Źródło: opracowanie własne

Odsetek Polaków korzystających ze schronisk zmniejszał się do 2005 roku, ale w roku obecnym był już niewiele niższy niż w roku bazowym (2003).

Rysunek 13.

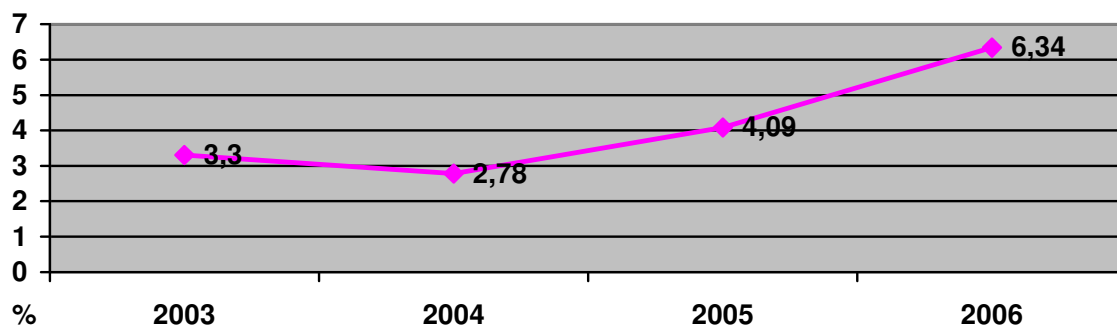
Tendencje w zakresie wykorzystania kempingów / pól namiotowych przez gości krajowych

Źródło: opracowanie własne

Maleje procent gości krajowych korzystających z kempingów / pól namiotowych.

Rysunek 14.

Tendencje w zakresie wykorzystania zakładów uzdrowiskowych przez gości krajowych



Źródło: opracowanie własne

Zakłady uzdrowiskowe od 2004 roku zyskują wśród Polaków coraz większą popularność.

Rysunek 15.

Tendencje w zakresie wykorzystania ośrodków wczasowych przez gości krajowych

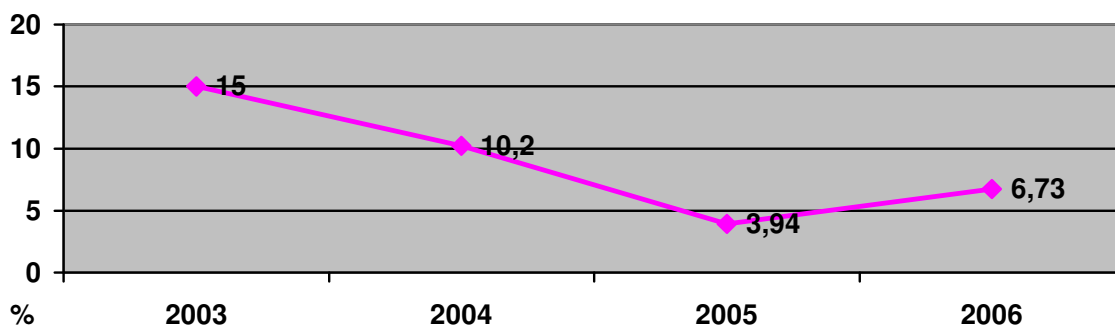


Źródło: opracowanie własne

Stopniowo spada udział ośrodków wczasowych w obsłudze gości krajowych przyjeżdżających do Małopolski.

Rysunek 16.

Tendencje w zakresie wykorzystania kwater prywatnych przez gości krajowych

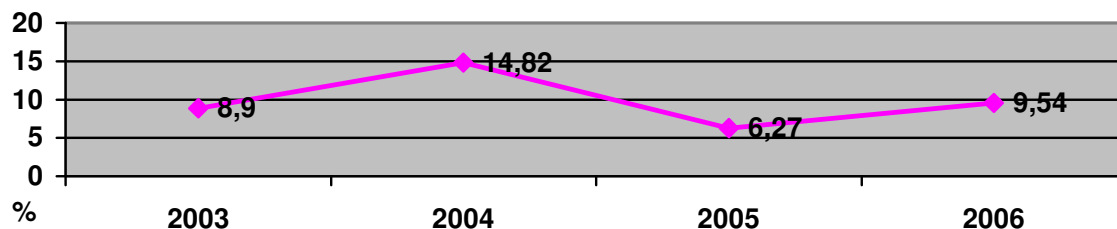


Źródło: opracowanie własne

Procent odwiedzających z Polski nocujących w kwaterach prywatnych zmniejszał się gwałtownie do roku ubiegłego, ale w roku 2006 znacznie wzrósł.

Rysunek 17.

Tendencje w zakresie wykorzystania mieszkań rodziny/znajomych przez gości krajowych

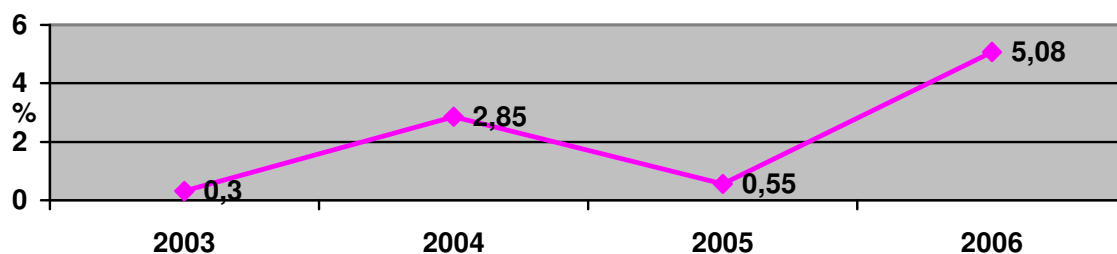


Źródło: opracowanie własne

Odsetek Polaków korzystających z gościnności rodziny / znajomych wykazuje istotne wahania.

Rysunek 18.

Tendencje w zakresie wykorzystania własnych mieszkań / domów przez gości krajowych

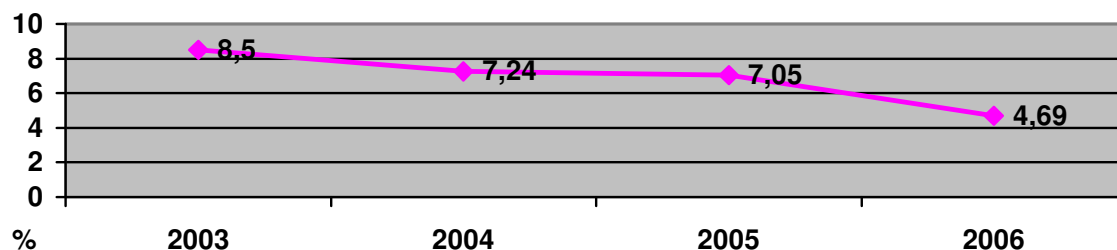


Źródło: opracowanie własne

Udział własnych mieszkań / domów jako miejsca noclegu w Małopolsce gwałtownie zwiększył się w ostatnim roku, co może świadczyć o nasilającej się wśród Polaków tendencji do posiadania tzw. „drugich domów”.

Rysunek 19.

Tendencje w zakresie wykorzystania „innych” obiektów przez gości krajowych



Źródło: opracowanie własne

Procent gości z Polski nocujących w tzw. „innych” obiektach (domach studenckich, akademikach, hotelach robotniczych itp.) wyraźnie zmniejszył się w roku 2006.

Wnioski:

1. Małopolskie zakłady uzdrowiskowe zyskują coraz większe znaczenie wśród gości krajowych.
2. Ujawnia się tendencja do posiadania przez Polaków tzw. „drugich domów” w Małopolsce.

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Tabela 4.

Organizator podróży gości krajowych do Małopolski w latach 2003-2006 (w %)

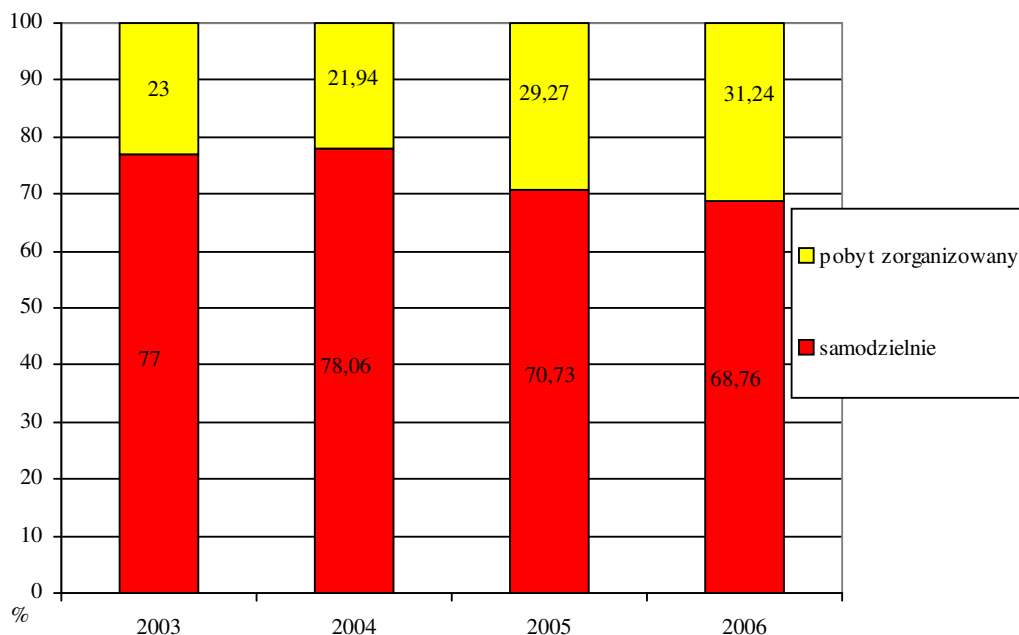
Organizator	2003	2004	2005	2006
Samodzielnie	77,00	78,06	70,73	68,76
Pobyt zorganizowany, w tym:	23,00	21,94	29,27	31,24
Biuro podróży	4,00	2,90	4,61	2,59
Zakład pracy	10,00	8,40	11,16	13,50
Szkoła	2,00	2,13	3,48	4,34
Parafia (kościół)	2,00	2,57	5,65	3,86
Inna instytucja	5,00	5,94	4,37	6,95

Źródło: opracowanie własne

Stopniowo zmniejsza się odsetek gości z Polski organizujących sobie przyjazd samodzielnie (zob. rys. 20), aczkolwiek ta forma przygotowania podróży nadal ma znaczenie dominujące (68,76% w 2006 roku). Na drugim miejscu pod względem ważności (analogicznie jak w latach ubiegłych) plasują się przyjazdy organizowane przez zakład pracy (13,50% w 2006 roku). Pozostali organizatorzy mają już zdecydowanie mniejsze znaczenie i tylko w przypadku szkoły można zauważyć stałą tendencję wzrostową (do 4,34% w 2006 roku).

Rysunek 20.

Struktura formy organizacji pobytu gości krajowych w Małopolsce w latach 2003-2006 (w %)



Źródło: opracowanie własne

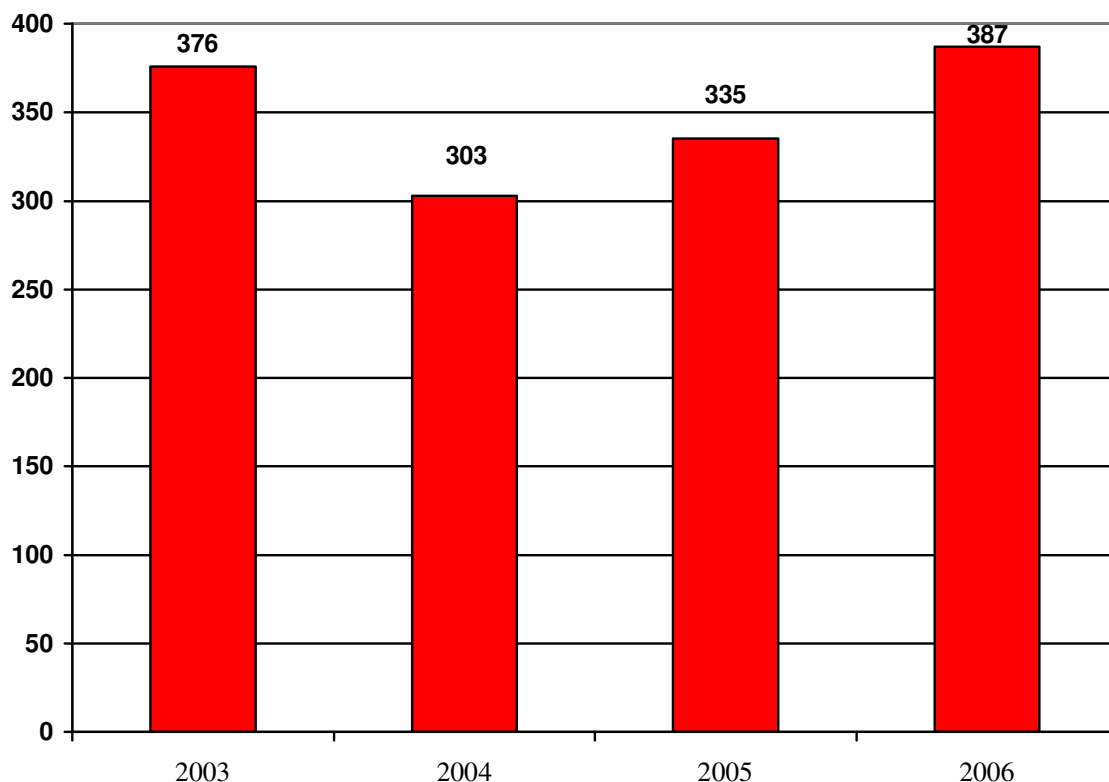
Wnioski:

- Zmniejsza się odsetek Polaków przygotowujących sobie podróż samodzielnie, a wzrasta znaczenie szkoły jako organizatora przyjazdów do Małopolski.**

ŚREDNIE KWOTY WYDATKOWANE PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

Rysunek 21.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu gości krajowych w Małopolsce w latach 2003-2006 (w zł na osobę)



Źródło: opracowanie własne

Średnia kwota wydatku gościa krajowego na osobę, po znacznym obniżeniu w 2004 roku stopniowo wzrasta i w 2006 roku była ona już o 2,93% wyższa niż w roku bazowym (2003). Przyrost w stosunku do roku ubiegłego wynosił aż 15,52%.

Wnioski:

1. Polacy wydają podczas pobytu w Małopolsce średnio na osobę coraz wyższe kwoty pieniężne.

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁA INFORMACJI O REGIONIE

Tabela 5.

Wykorzystane przez krajowych odwiedzających w latach 2003-2006 źródła informacji
o Małopolsce (w %)

Źródło informacji	2003	2004	2005	2006
Targi turystyczne	1,0	0,74	1,19	1,32
Prasa	5,9	5,31	4,49	7,41
Radio	8,0	5,31	5,07	7,44
Telewizja	8,9	10,92	9,83	10,66
Katalogi biur podróży	4,3	5,10	9,00	7,99
Przewodniki	14,5	20,92	18,34	19,95
Foldery/ulotki	7,8	12,11	8,82	14,59
Rodzina, znajomi	52,9	59,83	49,86	51,45
Strony internetowe	10,1	9,11	9,40	12,08
Polskie placówki dyplomatyczne	0,2	0,42	0,22	0,74
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	1,4	1,65	0,53	1,52
Szkoła	30,5	33,00	21,90	23,05
Brak wcześniejszej informacji	3,4	1,55	3,30	4,31
Inne źródło informacji	8,7	19,71	16,13	16,80

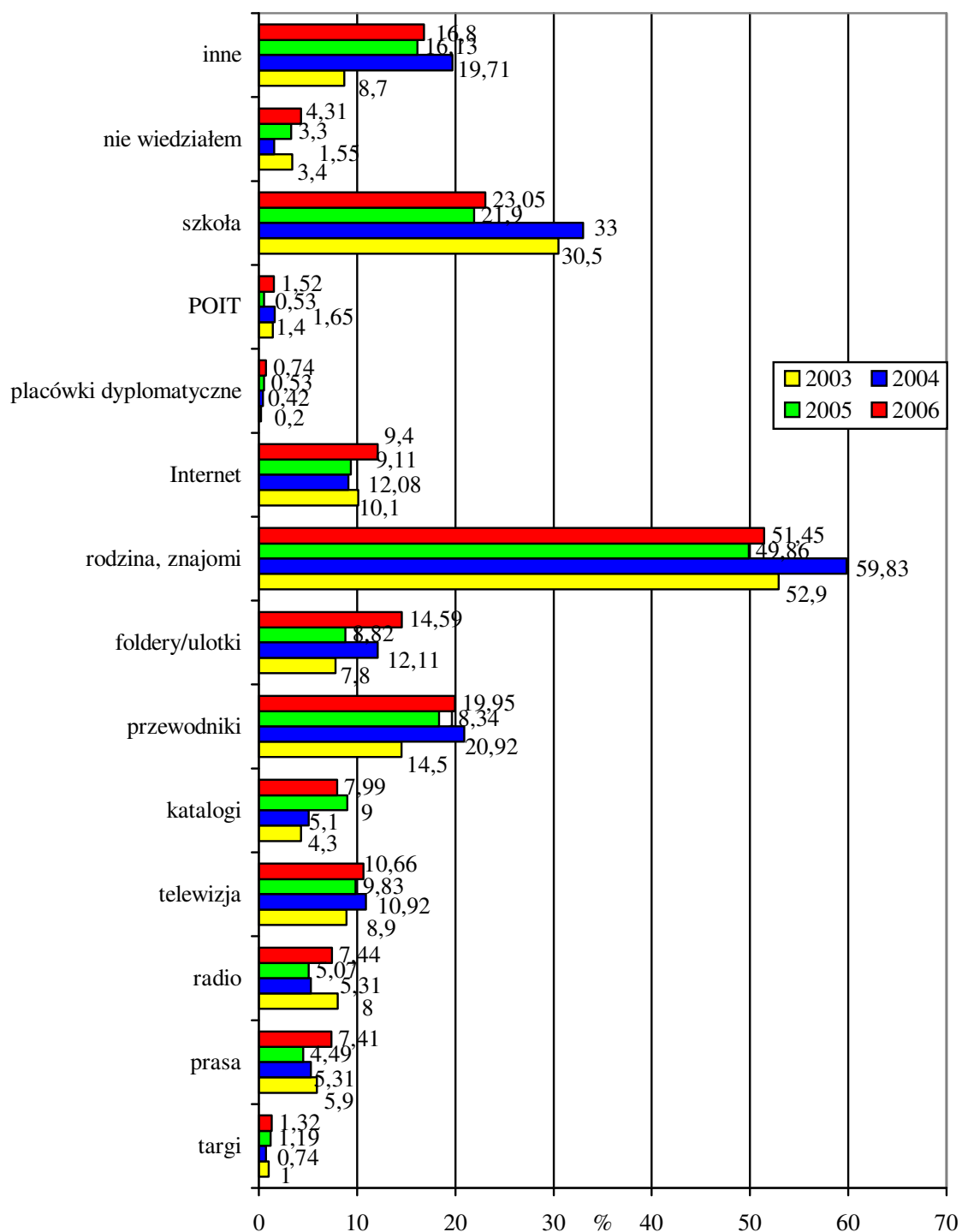
Źródło: opracowanie własne

Wśród Polaków podstawowym źródłem informacji o Małopolsce pozostaje nadal rodzina / znajomi (51,45% w 2006 roku). Ponad połowę mniejszy udział posiadają, podobnie jak w latach poprzednich, szkoła (23,05% w 2006 roku) oraz przewodniki (19,95%). Istotną rolę odgrywają również tzw. „inne” źródła (książki, „tu się urodziłem”, „tutaj mieszkałem”, „tutaj pracowałem, studiowałem...”, „nie sposób nie wiedzieć” itp.) – 16,80% oraz foldery / ulotki – 14,59%, Internet (www.malopolska, www.mit.malopolski, www.kraków itp.) – 12,08% i telewizja (TV1, TV2, TV Kraków, Polsat, TVN) – 10,66%. Należy podkreślić, iż źródło, jakim są foldery / ulotki, znacznie zyskało na znaczeniu w ostatnim roku – przesunęło się w hierarchii ważności z ósmego na piąte miejsce. Natomiast telewizja, mimo przyrostu udziału (o 0,83 punktu procentowego) spadła z miejsca piątego na siódme.

Tendencje te prezentuje rys. 22 i rys. 23.

Rysunek 22.

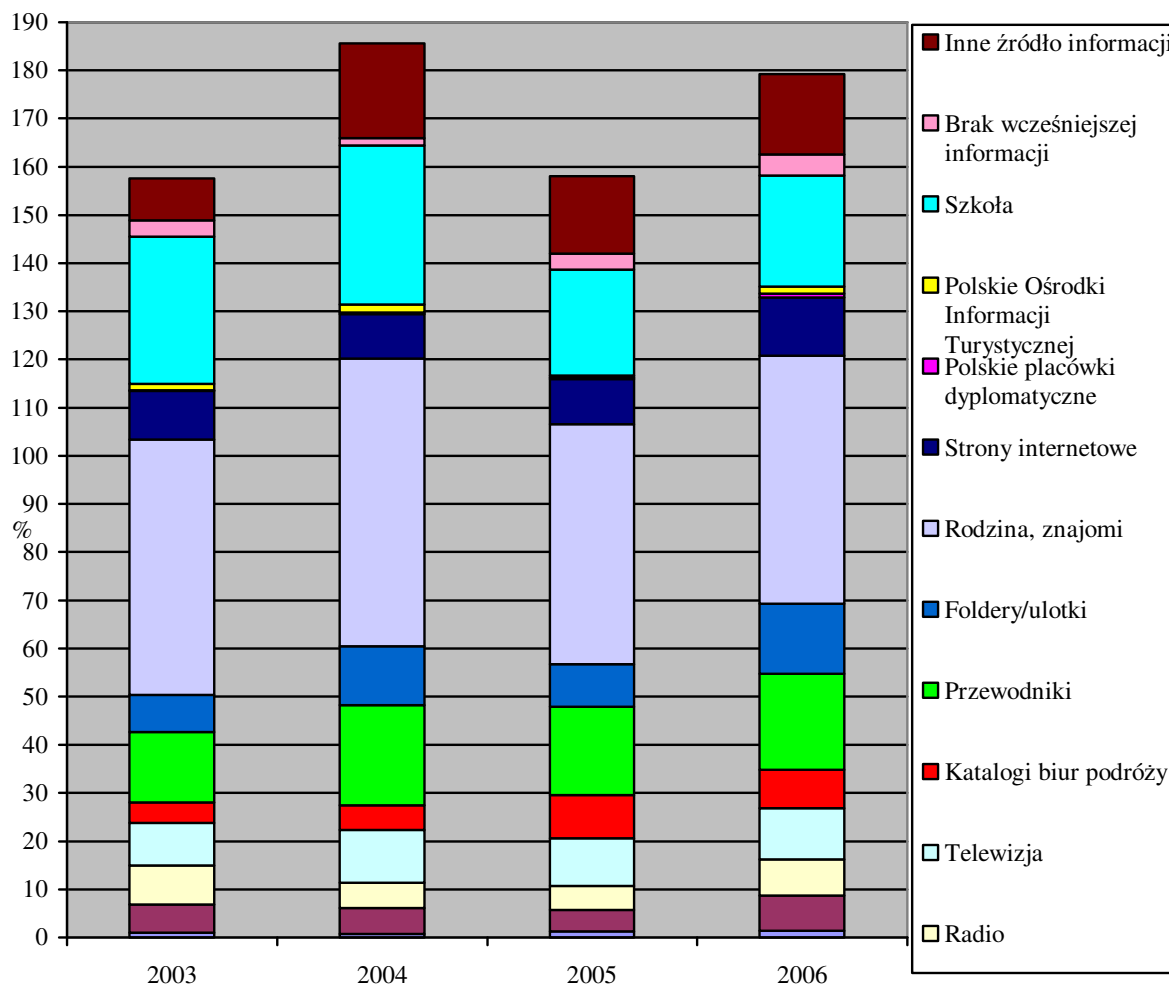
Wykorzystane przez krajowych odwiedzających w latach 2003-2006 źródła informacji o Małopolsce (w %)



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 23.

**STRUKTURA WYKORZYSTYWANYCH PRZEZ GOŚCI KRAJOWYCH
ŹRÓDEŁ INFORMACJI O MAŁOPOLSCE W LATACH 2003-2006**



Źródło: opracowanie własne

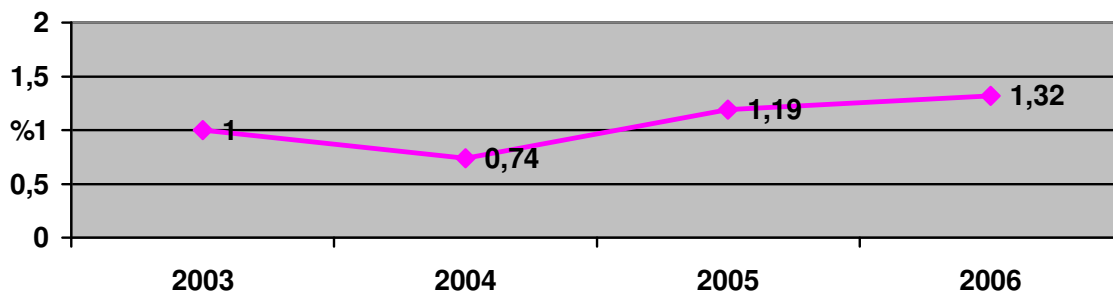
Wnioski:

1. Polacy wciąż najczęściej korzystają z opinii rodziny / przyjaciół / znajomych przy przyjeździe do Małopolski.
2. Większą niż dotychczas rolę w pozyskiwaniu wiedzy o Małopolsce odgrywają foldery/ulotki.

Poniższe rys. 24 – 37 ilustrują tendencje w zakresie odsetka gości krajowych wykorzystujących przy przejeździe do Małopolski poszczególne źródła informacji.

Rysunek 24.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych targów turystycznych jako źródła informacji o Małopolsce

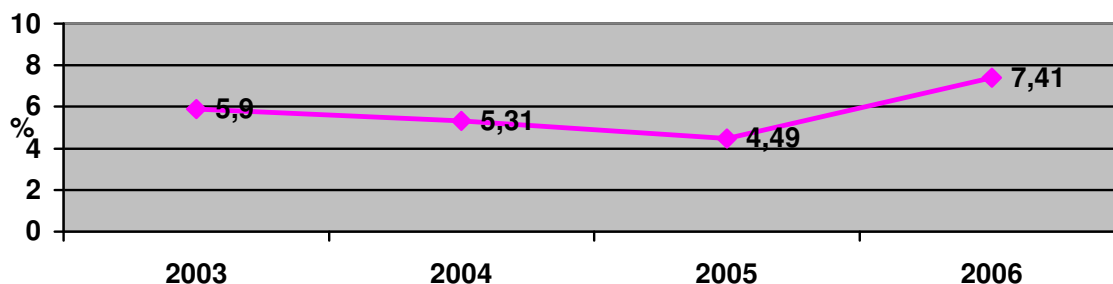


Źródło: opracowanie własne

Procent przyjeżdżających z Polski zdobywających informacje o Małopolsce z targów turystycznych jest znikomy i od lat utrzymuje się na zbliżonym poziomie.

Rysunek 25.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych prasy jako źródła informacji o Małopolsce

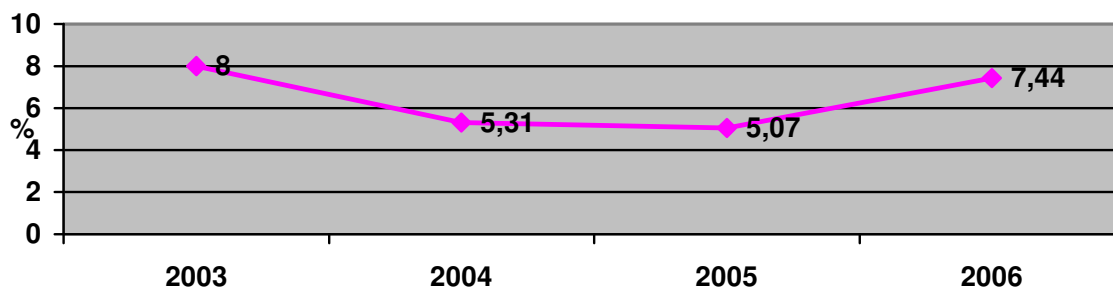


Źródło: opracowanie własne

Prasa, po stopniowym spadku w latach 2004 i 2005, w roku bieżącym zyskała istotnie na znaczeniu wśród gości krajowych.

Rysunek 26.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych radia jako źródła informacji o Małopolsce

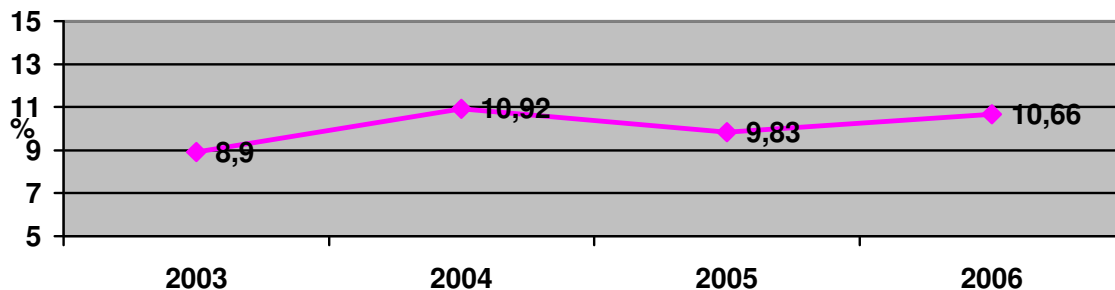


Źródło: opracowanie własne

Udział radia zmniejszał się w latach ubiegłych, ale rok 2006 zaznaczył się istotnym przyrostem roli tego medium wśród Polaków.

Rysunek 27.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych telewizji jako źródła informacji o Małopolsce

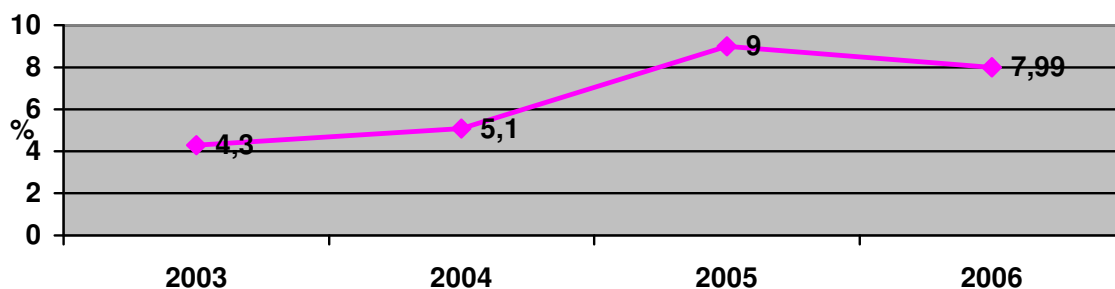


Źródło: opracowanie własne

Odsetek gości z Polski wykorzystujących telewizję, jako źródło informacji o Małopolsce, ulega nieznacznym wahaniom.

Rysunek 28.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych katalogów jako źródła informacji o Małopolsce

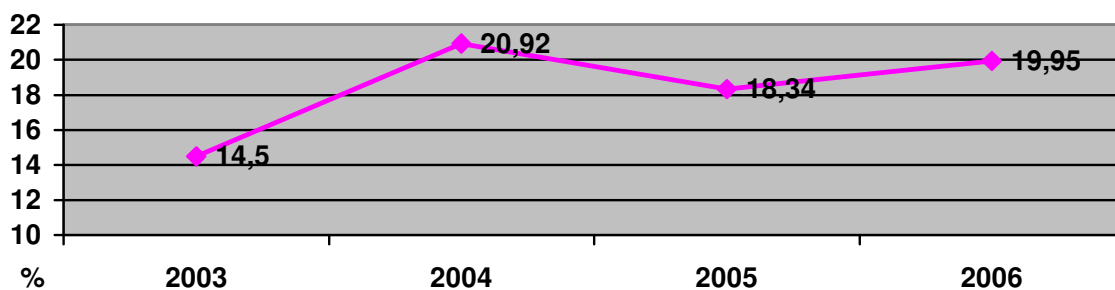


Źródło: opracowanie własne

Wyraźnie wzrasta znaczenie katalogów biur podróży przy czerpaniu informacji o Małopolsce przez Polaków, choć w ostatnim roku zaobserwowano nieco mniejszy udział tego źródła.

Rysunek 29.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych przewodników jako źródła informacji o Małopolsce

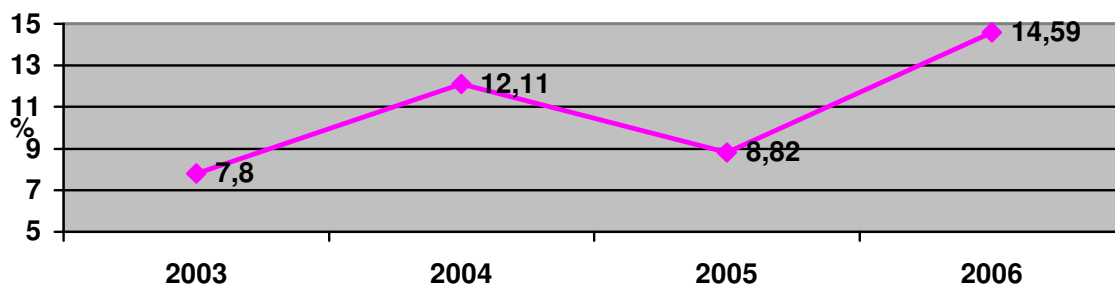


Źródło: opracowanie własne

Procent odwiedzających krajowych korzystających z przewodników, po znacznym wzroście w 2004 roku, utrzymuje się na zbliżonym poziomie.

Rysunek 30.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych folderów/ulotek jako źródła informacji o Małopolsce

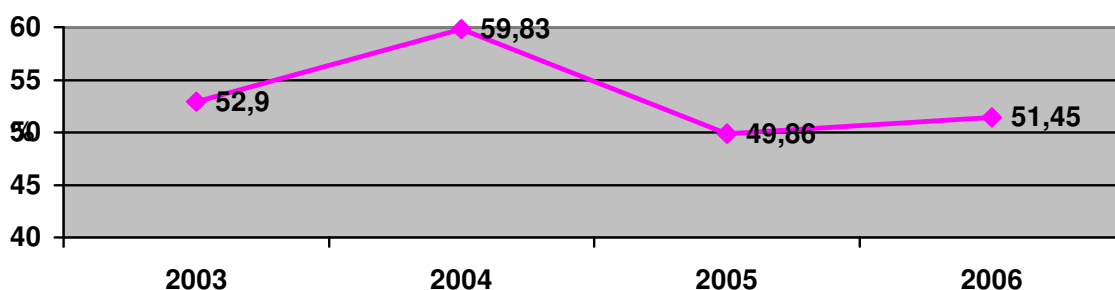


Źródło: opracowanie własne

Udział folderów / ulotek jako źródła informującego gości z Polski o Małopolsce, po istotnym spadku w 2005 roku, osiągnął obecnie swój najwyższy poziom.

Rysunek 31.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych rodziny/znajomych jako źródła informacji o Małopolsce

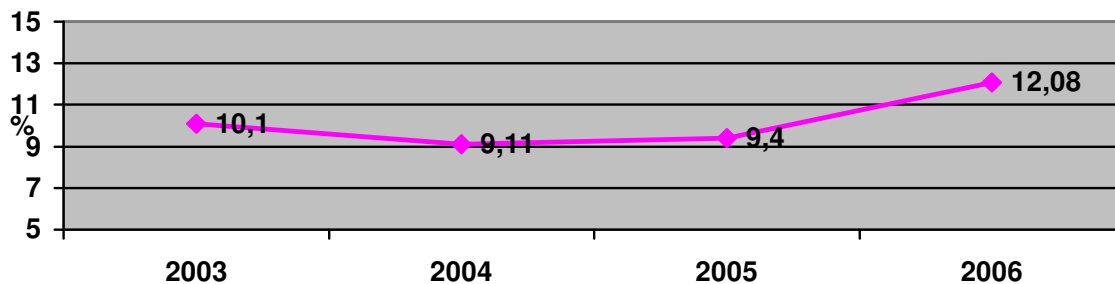


Źródło: opracowanie własne

Odsetek Polaków zasięgujących informacji o Małopolsce wśród rodziny, przyjaciół, znajomych wykazywał wahania i w ostatnim analizowanym roku zbliżył się do poziomu z roku wyjściowego (2003).

Rysunek 32.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych stron internetowych jako źródła informacji o Małopolsce

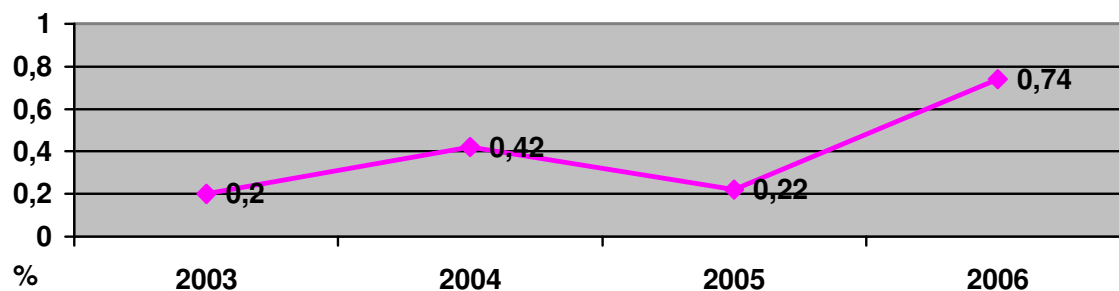


Źródło: opracowanie własne

Procent gości z Polski poszukujących informacji o Małopolsce w Internecie utrzymywał się na podobnym poziomie, ale w roku 2006 zwiększył się dość znacznie.

Rysunek 33.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych polskich placówek dyplomatycznych jako źródła informacji o Małopolsce

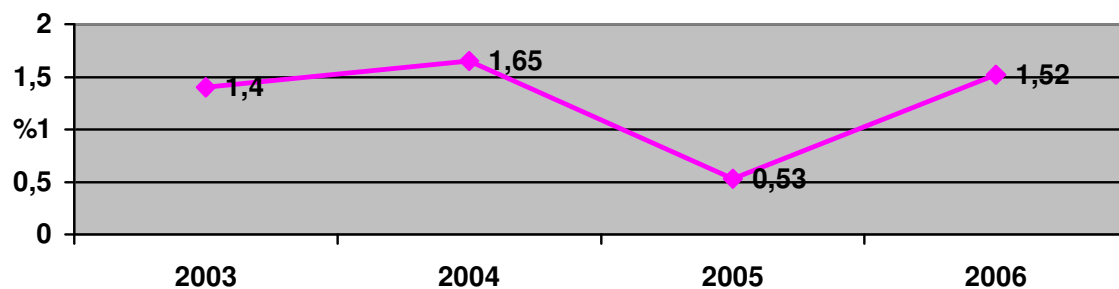


Źródło: opracowanie własne

Polskie placówki dyplomatyczne, z oczywistych względów, mają wśród odwiedzających krajowych niewielkie znaczenie, jako źródło informacji o Małopolsce, a ich udział podlega minimalnym wahaniom.

Rysunek 34.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych POIT jako źródła informacji o Małopolsce

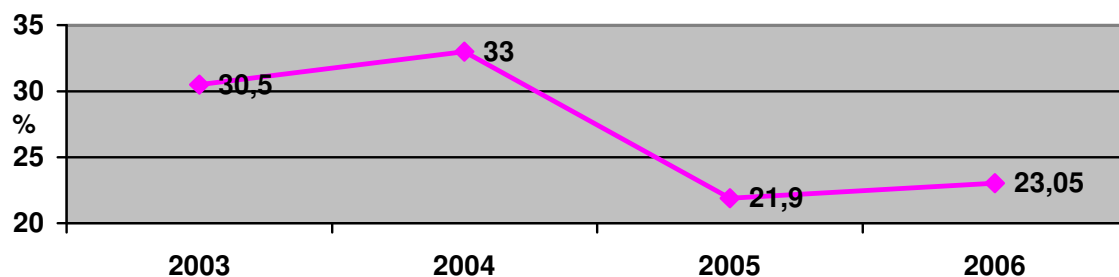


Źródło: opracowanie własne

Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej odgrywają mało istotną rolę wśród Polaków w pozyskiwaniu informacji o Małopolsce – ich udział waha się w granicach 1%.

Rysunek 35.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych szkoły jako źródła informacji o Małopolsce

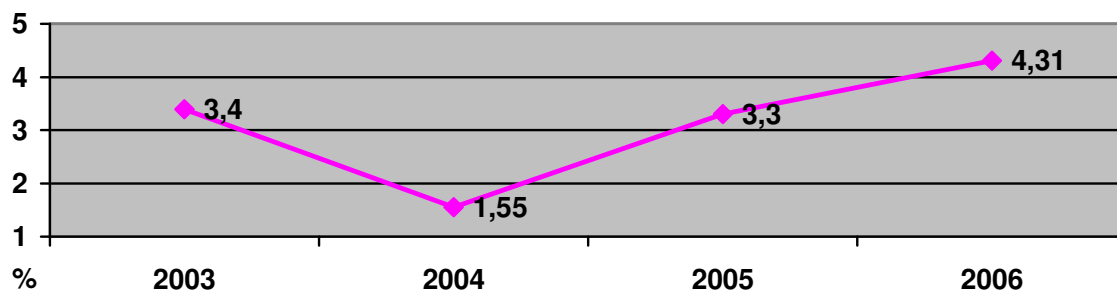


Źródło: opracowanie własne

Znaczenie szkoły w propagowaniu wiedzy o Małopolsce wśród gości krajowych uległo w 2005 roku istotnemu zmniejszeniu, a w ostatnim analizowanym roku tylko nieznacznie wzrosło.

Rysunek 36.

Tendencje w zakresie przyjazdu przez gości krajowych bez wcześniejszego zapoznania się z Małopolską

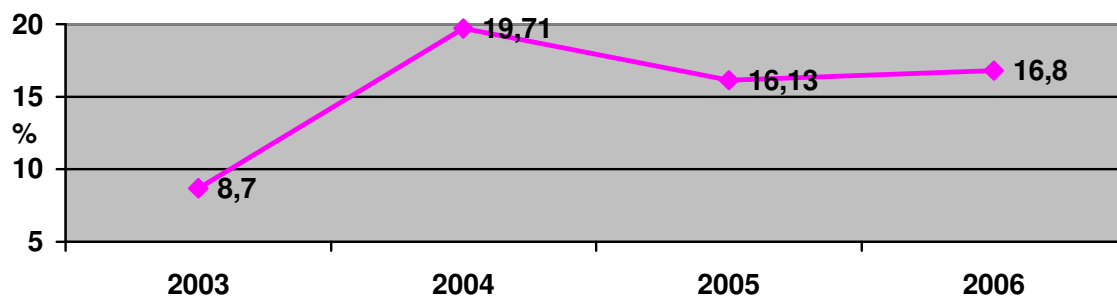


Źródło: opracowanie własne

Odsetek odwiedzających z Polski przyjeżdżających do Małopolski bez wcześniejszego zapoznania się z jej ofertą jest nieznaczny i po spadku w 2004 roku wykazuje tendencję wzrostową.

Rysunek 37.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości krajowych innych źródeł informacji o Małopolsce



Źródło: opracowanie własne

Udział tzw. „innych” źródeł informacji o Małopolsce, wykorzystywanych przez Polaków, wzrósł gwałtownie w 2004 roku, następnie zmniejszył się nieznacznie, a w 2006 roku utrzymał się na zbliżonym poziomie.

Wnioski:

1. Po spadkach w latach ubiegłych zyskują obecnie wśród gości krajowych na znaczeniu prasa, radio i Internet jako źródła informacji o Małopolsce.
2. Rola szkoły w przekazywaniu Polakom wiedzy o Małopolsce jest wprawdzie większa niż rok wcześniej, ale i tak zdecydowanie mniejsza niż w latach poprzednich.

ODWIEDZANE MIEJSCA PRZEZ RESPONDENTÓW W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Tabela 6.

Procentowy udział wskazań poszczególnych miejsc odwiedzanych lub z zamiarem odwiedzania poza miejscowością, w której przebywał respondent – ogółem*

MIEJSCA	udział %
Zakopane (Tatry)	17,6%
Nic, żadne	16,6%
Kraków (różne miejsca)	15,8%
Wieliczka	15,4%
Pieniny i spływ Dunajcem	12,5%
Oświęcim	11,2%
Krynica	6,9%
Wadowice	6,4%
Dolina Popradu (Muszyna, Piwniczna i in.)	4,4%
Gorlice-Wysowa i okolice	3,8%
Słowacja	3,6%
Kalwaria Zebrzydowska	3,2%
Nowy Sącz	3,1%
Stary Sącz	2,5%
Warszawa	2,5%
Częstochowa (Jasna Góra)	2,1%
Bochnia	1,9%
Limanowa i okolice	1,9%
Ojców (Ojcowski PN, Pieskowa Skała i in.)	1,9%
Ciężkowice i okolice	1,7%
Nowy Wiśnicz	1,6%
Nowy Targ	1,5%
Tarnów	1,4%
Olkusz-Wolbrom i okolice	1,4%
Wrocław	1,2%
Rabka	1,1%
Pasma babiogórskie (Zawoja, Zubrzyca, Sidzina)	1,0%

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 miejsca

Źródło: opracowanie własne

Powyższa tabela prezentuje wyniki uzyskane w pytaniu 10 ankiety. Zaprezentowano tu odpowiedzi, na które procentowy udział wskazań osiągnął minimalny próg 1%. Generalnie należy zauważyć, że wśród udzielonych odpowiedzi dominowały miejsca z terenu samego województwa małopolskiego, do tego pierwsze lokaty uzyskały kierunki najczęściej odwiedzane przez gości w Małopolsce. Odpowiedzi udzielone przez odwiedzających krajowych miały zdecydowanie bardziej zróżnicowany charakter od odwiedzających zagranicznych, stąd zapewne niższe niż u odwiedzających zagranicznych wskaźniki procentowe. Należy odnotować wysoką pozycję Słowacji (tutaj głównie różne miejsca w Tatrach Słowackich) w rankingu odpowiedzi.

Wnioski:

- 1. Odwiedzający krajowi znają stosunkowo szeroko ofertę turystyczną województwa małopolskiego.**
- 2. Zdecydowanie dominują znane, sztańdarowe szlaki, po których poruszają się odwiedzający krajowi w województwie małopolskim.**
- 3. Zauważalne są ścisłe powiązania oferty turystycznej (i migracji turystycznych) Małopolski z graniczną Słowacją.**
- 4. Wzrasta zainteresowanie Beskidem Sądeckim i miejscowościami położonymi na jego terenie.**

ATRAKCJE Z JAKICH SKORZYSTALI RESPONDENCI PODCZAS POBYTU W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Tabela 7.

Największe atrakcje województwa małopolskiego w 2006 roku w ocenie odwiedzających krajowych*

Największe atrakcje	Pozycja w rankingu
przyroda (góry, klimat, krajobraz, lasy i in.)	1
Kraków - Rynek Główny (Stare Miasto, Droga Królewska)	2
zbiorniki wodne (jeziora, rzeki i in.)	3
Kraków - Wawel (Komnaty, Katedra, Dzwon Zygmunta, smok)	4
Spływ Dunajcem (Czorsztyn, Niedzica i in.)	5
spotkanie z sacrum (sanktuaria, kościoły, nabożeństwa, cmentarze i in.)	6
zamki	7
inne kategorie (miejscowości i inne nie wymienione)	8
spa (piałnie, parki zdrojowe, wody mineralne i in.)	9
Zakopane - Tatry	10
obiekty kultury (teatry, galerie, muzea, skanseny i in.)	11
ośrodki rekreacji (baseny, sankostrada, korty tenisowe i in.)	12
Wieliczka	13
rynek (starówka, centrum miejscowości, ratusz i in.)	14
Pieniny (poszczególne szczyty i in.)	15
Kraków - dzielnica Kazimierz (atmosfera)	16
Kraków - Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach	17
Krynica Zdrój	18
zabytki (spichlerze, wille, dwory, pałace, dzwonnice, ogólnie architektura, szlak architektury drewnianej i in.)	19
Kraków - kultura i rozrywka (kino, teatr, wystawa, filharmonia, opera, klub, dyskoteka, koncert, impreza)	20

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 atrakcje

Źródło: opracowanie własne

Odwiedzający krajowi jako największe atrakcje turystyczne województwa małopolskiego najczęściej wskazywali miasto Kraków (w tym jego zróżnicowaną ofertę) oraz elementy środowiska naturalnego. Należy zwrócić uwagę na zainteresowanie w bieżącym roku gości z Polski ofertą związaną z turystyką zdrowotną (uzdrowiskową, odnową biologiczną) oraz turystyką religijną. Wysokie pozycje, wśród wymienionych przez respondentów atrakcji Małopolski, zajęły obiekty kulturalne oraz szeroka gama obiektów rekreacyjnych. Wśród produktów turystycznych najczęściej odwiedzający krajowi wskazywali (poza Krakowem) Pieniny, Zakopane z Tatrami, Wieliczkę i Krynice. Ta ostatnia miejscowość w bieżącym roku osiągnęła po raz pierwszy tak wysoką pozycję w rankingu.

Wnioski:

- 1. Największym atutem województwa dla gości krajowych w bieżącym roku był Kraków i przyroda Małopolski.**
- 2. W działaniach promocyjnych na rynku krajowym należy wziąć pod uwagę następujące walory Małopolski: góry, lasy, jeziora, rzeki, obiekty sakralne, zamki, uzdrowiska, obiekty kulturalne oraz infrastrukturę rekreacyjno – sportową.**
- 3. Do potencjalnych, nie w pełni jeszcze wykorzystanych walorów turystycznych województwa małopolskiego należy zaliczyć: ośrodki rekreacji, kuchnię regionalną, kulturę ludową, czyste środowisko (żywność ekologiczna) itd.**

**3b. ANALIZA ROZKŁADU
CECH
GOŚCIA
ZAGRANICZNEGO**

PROFIL SPOŁECZNY

PŁEĆ

ZAGRANICA	L.ankiet	%
Kobieta	1242	52,1
Mężczyzna	1143	47,9
RAZEM	2385	100,0

Źródło: opracowanie własne

WIEK

ZAGRANICA	L.ankiet	%
Do 24 lat	260	10,9
25-34 lat	529	22,2
35-44 lat	469	19,7
45-59 lat	673	28,2
Pow. 60 lat	454	19,0
RAZEM	2385	100,0

Źródło: opracowanie własne

WYKSZTAŁCENIE

ZAGRANICA	L.ankiet	%
Wyższe	1215	50,9
Średnie	958	40,2
Inne	212	8,9
RAZEM	2385	100,0

Źródło: opracowanie własne

ŚRODEK TRANSPORTU

ZAGRANICA	L.ankiet	%
Samolot	1265	53,0
Autokar	418	17,5
Samoch.	436	18,3
Pociąg	207	8,7
Autobus	30	1,3
Inne	29	1,2
RAZEM	2385	100,0

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY ZAGRANICZNEGO W MAŁOPOLSCE

	KRAJ	ŚREDNIA ILOŚĆ DNI POBYTU
1.	OGÓLEM	4,9
2.	ZAGRANICA	4,6
3.	USA	6,0
4.	Niemcy	4,8
5.	Francja	4,8
6.	Holandia	4,8
7.	Izrael	4,7
8.	Irlandia	4,6
9.	Wielka Brytania	4,5
10.	Włochy	4,4
11.	Hiszpania	4,2
12.	Norwegia	4,1
13.	Węgry	4,1
14.	Ekwador	21,0
15.	Egipt	15,0
16.	Liban	9,0
17.	Białoruś	6,5
18.	Kanada	6,1
19.	Argentyna	6,0
20.	Bułgaria	6,0
21.	Dania	5,7
22.	Finlandia	5,4
23.	Belgia	5,0
24.	Chiny	5,0
25.	Urugwaj	5,0
26.	Wenezuela	5,0
27.	Szwecja	4,9
28.	Australia	4,9
29.	Cypr	4,7
30.	Ukraina	4,0
31.	Rosja	4,0
32.	Japonia	4,0
33.	Austria	4,0
34.	Szkocja	4,0
35.	Brazylia	4,0
36.	Słowenia	4,0
37.	Chorwacja	4,0
38.	Islandia	4,0
39.	Pakistan	4,0
40.	Szwajcaria	3,8
41.	Portugalia	3,8
42.	Turcja	3,8
43.	Korea	3,7
44.	Czechy	3,6
45.	Chile	3,5
46.	Grecja	3,0
47.	Łotwa	3,0
48.	Rumunia	3,0

49.	Meksyk	3,0
50.	Słowacja	2,8
51.	RPA	2,8
52.	Indie	2,5
53.	Serbia i Czarnogóra	2,5
54.	Litwa	2,4
55.	Estonia	2,2
56.	Nowa Zelandia	2,1
57.	Skandynawia	2,0
58.	Emiraty Arabskie	2,0
59.	Brak informacji	7,0

Źródło: opracowanie własne

PLANOWANA DŁUGOŚĆ POBYTU TURYSTY ZAGRANICZNEGO W MAŁOPOLSCE

OGÓLEM	L.ankiet	%
Do 3 godz.	152	2,4
1 dzień	620	9,8
1 noc	761	12,0
Kilka nocy	4792	75,8
RAZEM	6325	100,0
OGÓLEM - ZAGRANICA	Liczba ankiet	%
Do 3 godz.	4	0,2
1 dzień	69	2,9
1 noc	127	5,3
Kilka nocy	2185	91,6
RAZEM	2385	100,0
WŁOCHY	L.ankiet	%
1 dzień	6	3,6
1 noc	7	4,2
Kilka nocy	155	92,3
RAZEM	168	100,0
IRLANDIA	L.ankiet	%
1 dzień	1	1,2
1 noc	3	3,5
Kilka nocy	82	95,3
RAZEM	86	100,0
HOLANDIA	L.ankiet	%
1 dzień	1	1,4
1 noc	3	4,3
Kilka nocy	65	94,2
RAZEM	69	100,0
NIEMCY	L.ankiet	%
1 dzień	13	3,4
1 noc	18	4,6
Kilka nocy	357	92,0
RAZEM	388	100,0
W.BRYT.	L.ankiet	%
1 noc	6	1,6

Kilka nocy	371	98,4
RAZEM	377	100,0
USA	L.ankiet	%
1 dzień	9	4,2
1 noc	15	7,0
Kilka nocy	190	88,8
RAZEM	214	100,0
FRANCJA	L.ankiet	%
1 dzień	3	1,6
1 noc	9	4,7
Kilka nocy	178	93,7
RAZEM	190	100,0
WĘGRY	L.ankiet	%
1 dzień	1	1,9
1 noc	3	5,8
Kilka nocy	48	92,3
RAZEM	52	100,0
IZRAEL	L.ankiet	%
1 noc	3	6,0
Kilka nocy	47	94,0
RAZEM	50	100,0
HISZPANIA	L.ankiet	%
Do 3 godz.	1	1,9
1 dzień	2	3,8
Kilka nocy	50	94,3
RAZEM	53	100,0
ROSJA	L.ankiet	%
1 dzień	3	6,4
1 noc	4	8,5
Kilka nocy	40	85,1
RAZEM	47	100,0

Źródło: opracowanie własne

CEL PRZYJAZDU TURYSTY ZAGRANICZNEGO DO MAŁOPOLSKI

CEL GŁÓWNY PRZYJAZDU DO MAŁOPOLSKI	ILOŚĆ RESPONDENTÓW	PROCENT RESPONDENTÓW
Wypoczynek	762	32,5
Biznes	111	4,7
Odwiedziny krewnych i/ lub znajomych	159	6,8
Zwiedzanie	899	38,4
Konferencje	31	1,3
Turystyka aktywna	19	0,8
Kultura	27	1,2
Sport	13	0,6
Zakupy	5	0,2
Odwiedziny miejsc rodzinnych	28	1,2
Rozrywka	80	3,4
Religia	102	4,4
Zdrowie	20	0,9
Edukacja	26	1,1
Przyroda	3	0,1
Tranzyt	27	1,2

Inne	31	1,3
Razem	2343	100,0

Źródło: opracowanie własne

GŁÓWNY CEL PRZYJAZDU UDZIAŁY PROCENTOWE WEDŁUG NARODOWOŚCI

Cel przyjazdu	Niemcy	W.Brytania	USA	Francja	Irlandia	Holandia
Wypoczynek	27,6	44,3	29,4	35,8	43,0	40,6
Zwiedzanie	49,2	29,2	29,9	42,6	26,7	34,8
Biznes	4,6	2,9	3,7	2,6	5,8	10,1
Krewni/znajomi	3,9	4,5	15,0	8,9	7,0	5,8
Religia	5,9	1,6	4,2			
Zdrowie	1,8		1,9			
Inne	1,3	0,8	1,9	1,1		
Tur.aktywna		0,8		2,6		
Konferencje	1,5	0,5	0,9	2,6		
Rozrywka		11,7		1,6	17,4	2,9
Kultura	0,8	1,3	1,4			
Tranzyt			4,7			
Edukacja	2,6	0,5	1,4	1,1		
Sport		0,5				
Zakupy						
Miejsca rodzinne		1,1	4,2			
Przyroda	0,5					
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cel przyjazdu	Hiszpania	Norwegia	Węgry	Izrael		
Wypoczynek	37,7	30,2	28,8	36,0		
Zwiedzanie	47,2	52,8	30,8	30,0		
Biznes	5,7		7,7			
Krewni/znajomi		7,5				
Religia			11,5	4,0		
Zdrowie						
Inne		5,7		6,0		
Tur.aktywna						
Konferencje						
Rozrywka			5,8			
Kultura			5,8			
Tranzyt						
Edukacja						
Sport						
Zakupy						
Miejsca rodzinne				16,0		
Przyroda						
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0		

Źródło: opracowanie własne

CELE PRZYJAZDU (KILKA MOŻLIWOŚCI) UDZIAŁY PROCENTOWE WEDŁUG NARODOWOŚCI

Cel przyjazdu	Niemcy	W.Brytania	USA	Francja	Irlandia	Holandia
Wypoczynek	71,1	83,3	77,6	73,2	83,7	79,7
Zwiedzanie	86,9	78,8	72,4	80,5	69,8	89,9
Krewni / znajomi	10,3	9,0	33,2	16,8	9,3	7,2
Przyroda	10,3	10,9	5,1	9,5	11,6	8,7
Rozrywka	15,7	28,9	17,3	18,4	33,7	15,9
Zakupy	14,4	18,0	27,1	12,6	16,3	11,6
Religia	8,5	3,7	15,4	8,4	7,0	
Biznes	5,9	3,7	4,7	3,7	5,8	11,6
Turystyka aktywna	2,1	3,4	2,3	4,2	3,5	4,3
Zdrowie	3,4		5,1	1,1		
Miejsca rodzinne	3,1	4,5	22,0	10,0	3,5	
Kultura	4,6	4,8	6,5	2,6		5,8
Edukacja	8,2	4,2	3,7	3,2	4,7	5,8
Tranzyt	4,6	0,8	9,8	3,7	2,3	5,8
Konferencje	3,1	0,5	1,4	3,7		
Sport		0,8				
Ogółem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cel przyjazdu	Hiszpania	Norwegia	Węgry	Izrael		
Wypoczynek	84,9	79,2	76,9	74,0		
Zwiedzanie	96,2	84,9	78,8	84,0		
Krewni / znajomi	3,8	5,7	7,7	8,0		
Przyroda	18,9	17,0	11,5	18,0		
Rozrywka	22,6	20,8	32,7	4,0		
Zakupy	13,2	24,5	19,2	12,0		
Religia	11,3	3,8	21,2	14,0		
Biznes	5,7		11,5	6,0		
Turystyka aktywna	3,8	3,8				
Zdrowie		3,8				
Miejsca rodzinne		5,7		52,0		
Kultura		5,7	9,6	8,0		
Edukacja		13,2	3,8	4,0		
Tranzyt	5,7	5,7	7,7	16,0		
Konferencje						
Sport						
Ogółem	100,0	100,0	100,0	100,0		

Źródło: opracowanie własne

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu gości zagranicznych w Małopolsce
w latach 2003-2006 (w %)

Miejsce noclegu	2003	2004	2005	2006
Hotel	65,70	69,16	64,79	66,00
Motel	3,30	1,19	0,64	1,11
Pensjonat	4,60	3,51	3,91	2,56
Dom wycieczkowy	2,90	3,51	3,20	1,49
Schronisko	3,50	4,65	2,92	2,64
Kemping/pole namiotowe	3,50	2,61	1,28	2,43
Zakład uzdrowiskowy	0,50	0	0,21	0,13
Ośrodek wczasowy	0,50	1,08	0,64	0,26
Kwaterna prywatna	2,20	1,02	0,78	1,28
Znajomi lub rodzina	9,00	6,46	5,41	5,55
Własne mieszkanie	0,60	0,34	0,57	0,38
Inny obiekt, w tym:	3,70	3,91	6,47	10,58
- Hostel				6,83
- Dom pielgrzyma				1,15
Brak odpowiedzi¹²	b.d.	2,56	9,18	5,59

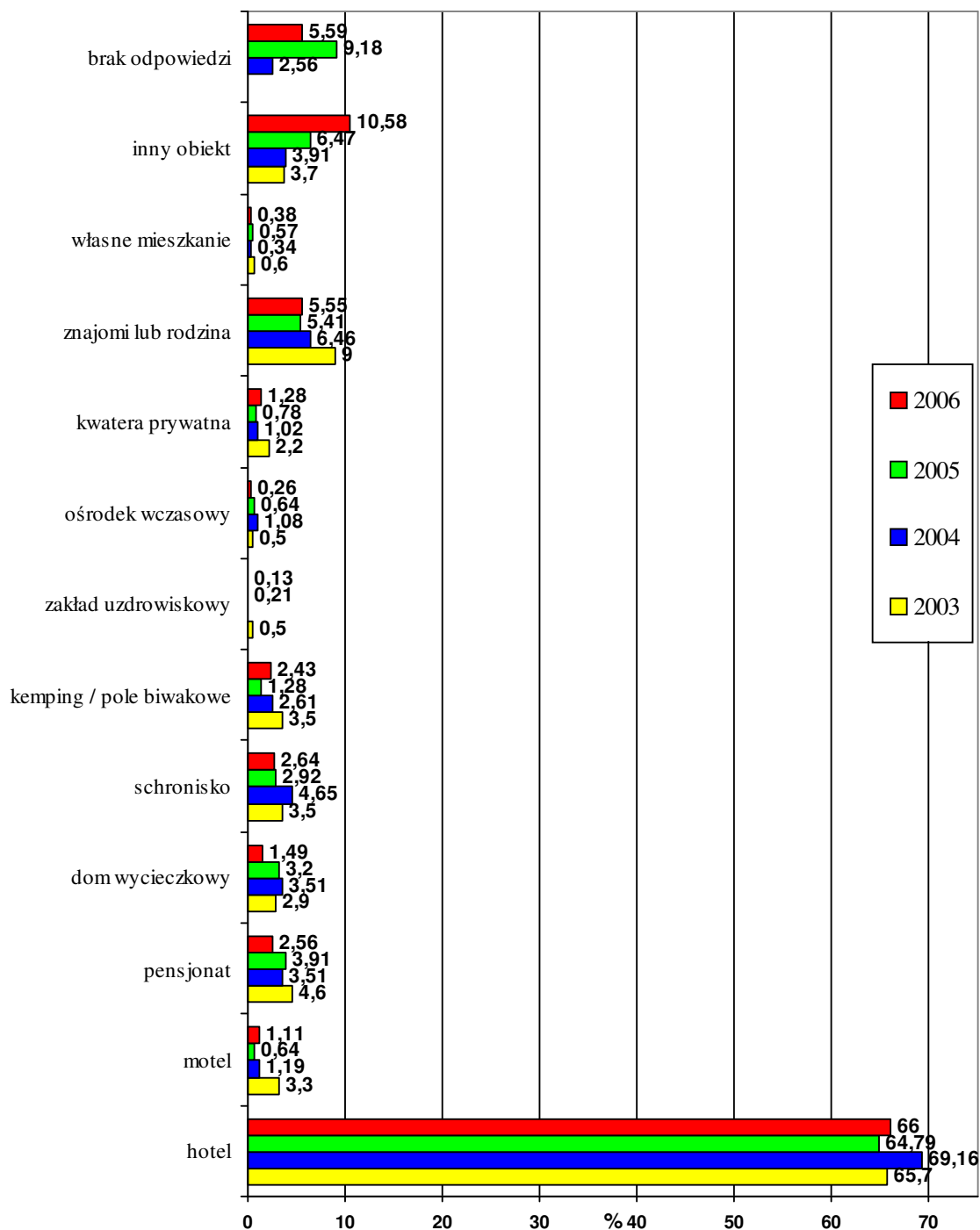
Źródło: opracowanie własne

Goście z zagranicy, podobnie jak krajowi, podczas pobytu w Małopolsce, w największym procencie korzystają z zakwaterowania w hotelach (66,00% w 2006 roku). Pozostałe rodzaje obiektów są przez nich rzadko wybierane (zob. rys. 38). Większą popularnością cieszą się jedynie tzw. „inne” obiekty (10,58% w 2006 roku, w tym przede wszystkim hostele – 6,83%). Należy podkreślić, iż ich udział okazał się tak wysoki dopiero w 2006 roku (w latach 2003 i 2004 plasowały się one dopiero na czwartym miejscu w hierarchii ważności), przypuszczalnie z powodu, wspomnianego już, wprowadzenia do ankiety „hosteli”. Również gościnność rodziny / znajomych odrywa istotniejszą rolę (5,55% w 2006 roku). Na zdecydowanie niższym poziomie utrzymuje się udział schronisk (2,64% w 2006 roku i przesunięcie z szóstego na czwarte miejsce w hierarchii ważności), pensjonatów (2,56%) oraz kempingów / pól namiotowych (2,43%). Jeszcze rzadziej wykorzystywane są domy wycieczkowe (1,49% w 2006 roku i spadek z piątego na siódme miejsce w hierarchii ważności), kwatery prywatne (1,28%) i motele (1,11%). Minimalny odsetek cudzoziemców nocuje w zakładach uzdrowiskowych (0,13% w 2006 roku) i ośrodkach wczasowych (0,26%). Niewiele także zagranicznych odwiedzających posiada w Małopolsce własne mieszkania / domy (0,38% w 2006 roku). Tendencje te prezentuje rys. 39.

¹² Odwiedzający jednodniowi, nocujący w innej niż odwiedzana miejscowości i nie określający rodzaju obiektu noclegowego.

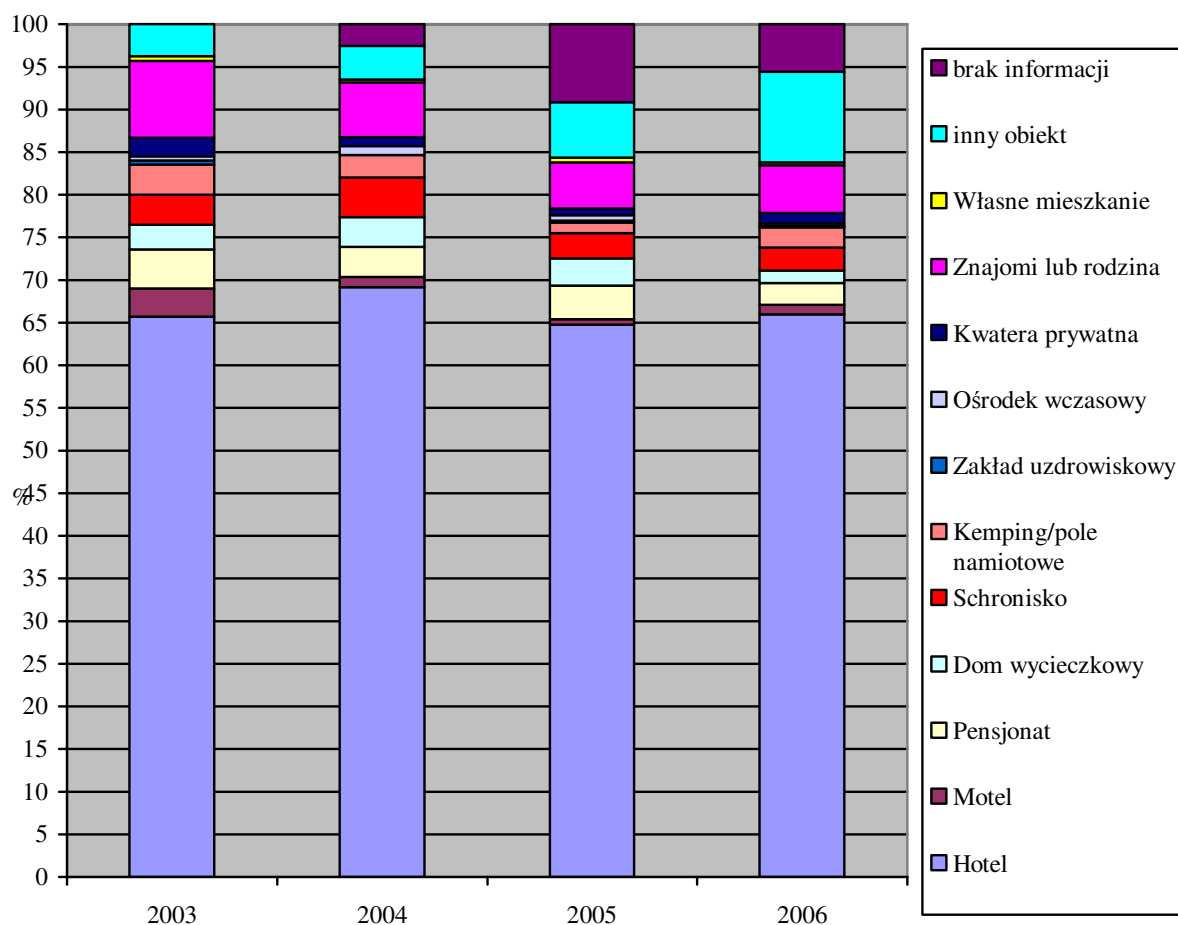
Rysunek 38.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu gości zagranicznych w Małopolsce
w latach 2003-2006 (w %)



Źródło: opracowanie własne

**STRUKTURA BAZY NOCLEGOWEJ WYKORZYSTANEJ PODCZAS POBYTU
GOŚCI ZAGRANICZNYCH W MAŁOPOLSCE W LATACH 2003-2006**



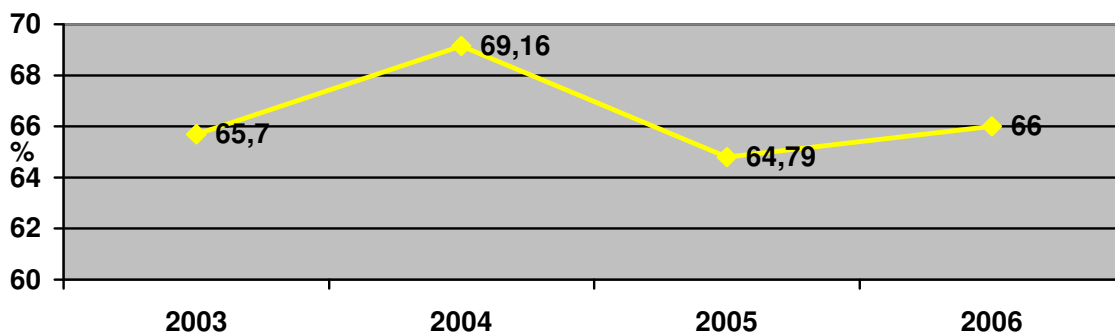
Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

1. Cudzoziemcy przyjeżdżający do Małopolski wykorzystują na nocleg przede wszystkim obiekty o wyższym standardzie świadczonych usług, tj. hotele, których udział utrzymuje się od lat na zbliżonym wysokim poziomie.
2. Małą popularnością wśród gości z zagranicy cieszą się małopolskie ośrodki wczasowe i zakłady uzdrowskiowe.

Poniższe rys. 40 – 51 obrazują tendencje w odsetku gości zagranicznych korzystających w Małopolsce z zakwaterowania w poszczególnych rodzajach bazy noclegowej.

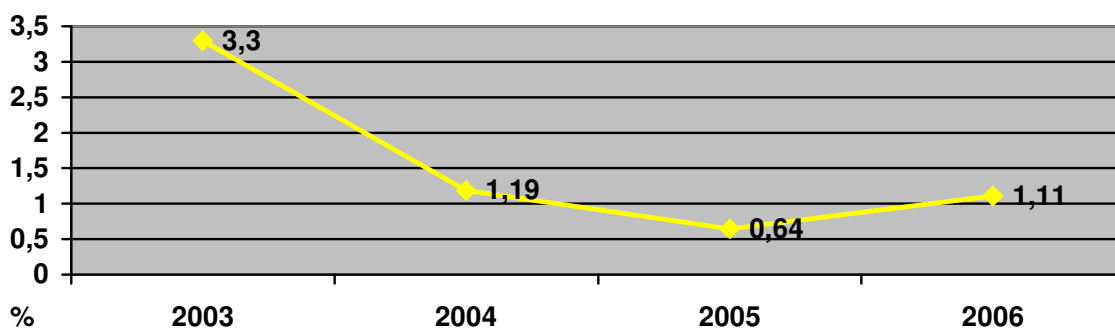
Rysunek 40.

Tendencje w zakresie wykorzystania hoteli przez gości zagranicznych

Źródło: opracowanie własne

Udział hoteli w zapewnianiu zakwaterowania cudzoziemcom przyjeżdżającym do Małopolski utrzymuje się na wysokim poziomie i wykazuje niewielkie wahania – w granicach 5%.

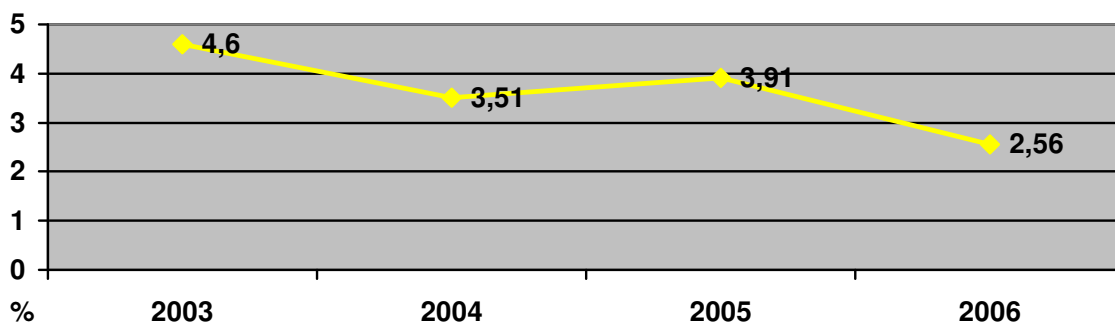
Rysunek 41.

Tendencje w zakresie wykorzystania moteli przez gości zagranicznych

Źródło: opracowanie własne

Odsetek cudzoziemców nocujących w motelach, po istotnych spadkach w latach ubiegłych, w roku 2006 wzrósł o prawie 100%.

Rysunek 42.

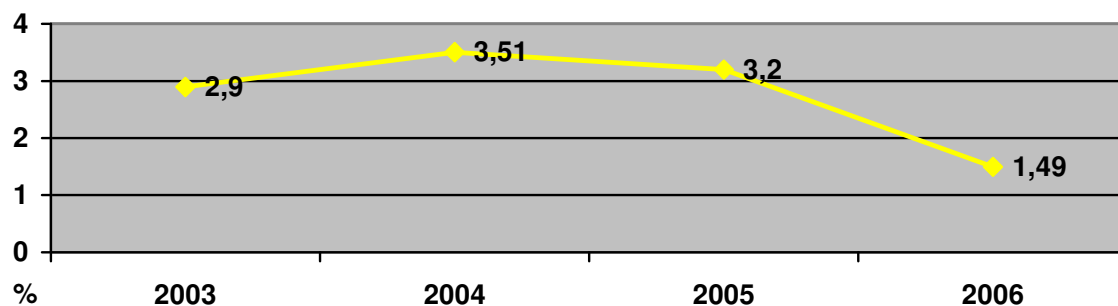
Tendencje w zakresie wykorzystania pensjonatów przez gości zagranicznych

Źródło: opracowanie własne

Popularność pensjonatów wśród obcokrajowców przybywających do Małopolski stopniowo maleje.

Rysunek 43.

Tendencje w zakresie wykorzystania domów wycieczkowych przez gości zagranicznych

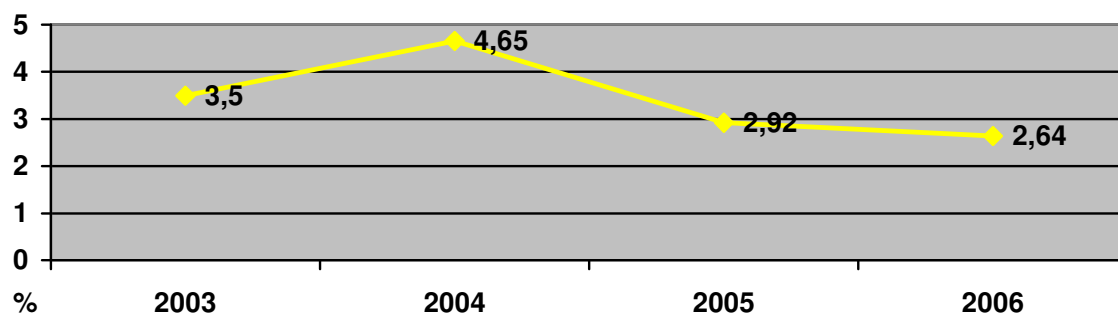


Źródło: opracowanie własne

Procent cudzoziemców korzystających z zakwaterowania w domach wycieczkowych zmniejszał się sukcesywnie od roku 2004, aczkolwiek największy spadek miał miejsce w roku bieżącym – o ponad połowę.

Rysunek 44.

Tendencje w zakresie wykorzystania schronisk przez gości zagranicznych

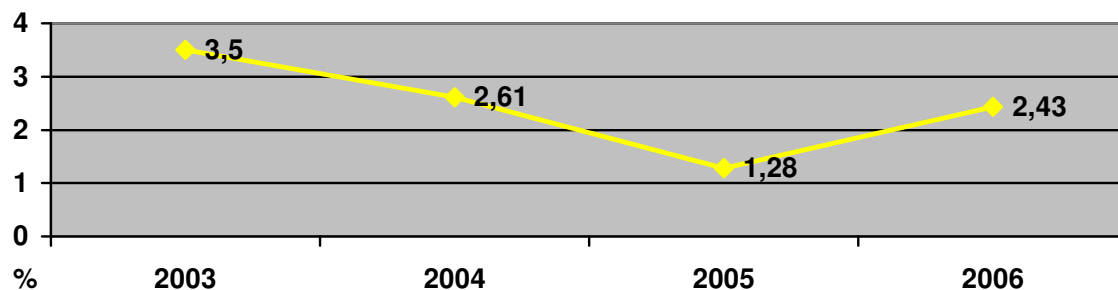


Źródło: opracowanie własne

Schroniska, po nieznacznym wzroście w roku 2004, stopniowo tracą na znaczeniu w obsłudze gości zagranicznych przyjeżdżających do Małopolski.

Rysunek 45.

Tendencje w zakresie wykorzystania kempingów / pól namiotowych przez gości zagranicznych

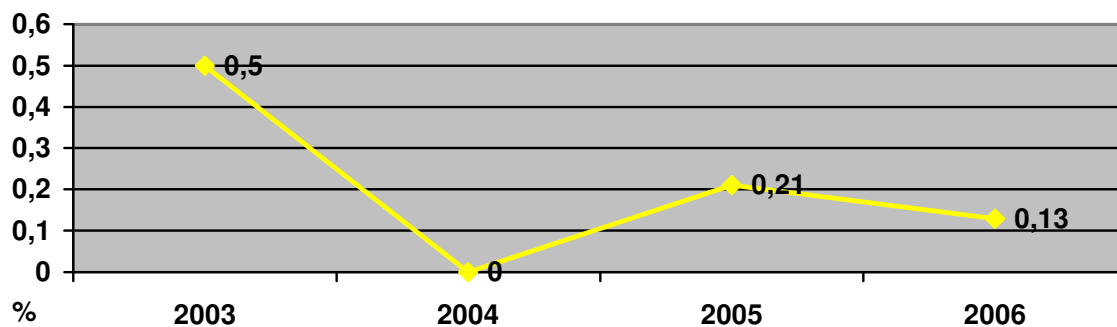


Źródło: opracowanie własne

Rola obozowisk turystycznych, tj. kempingów / pól namiotowych zmniejszała się wyraźnie w latach ubiegłych wśród zagranicznych odwiedzających, ale w roku 2006 nieznacznie wzrosła.

Rysunek 46.

Tendencje w zakresie wykorzystania zakładów uzdrowiskowych przez gości zagranicznych

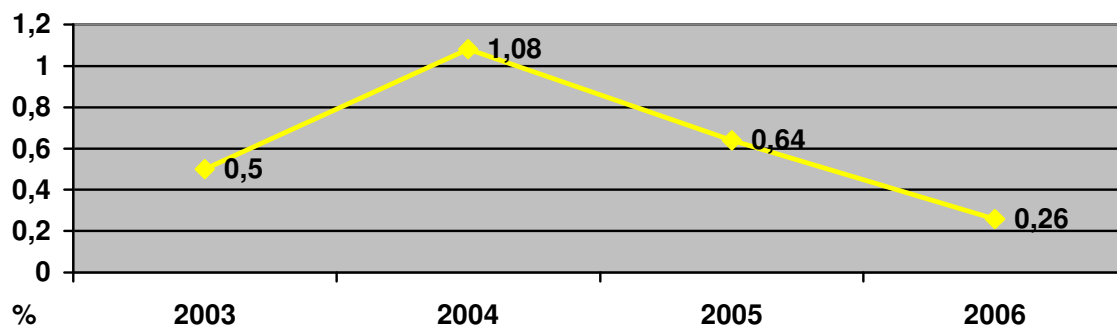


Źródło: opracowanie własne

Utrzymuje się minimalny, z niewielkimi wahaniami, odsetek cudzoziemców korzystających z zakładów uzdrowiskowych

Rysunek 47.

Tendencje w zakresie wykorzystania ośrodków wczasowych przez gości zagranicznych

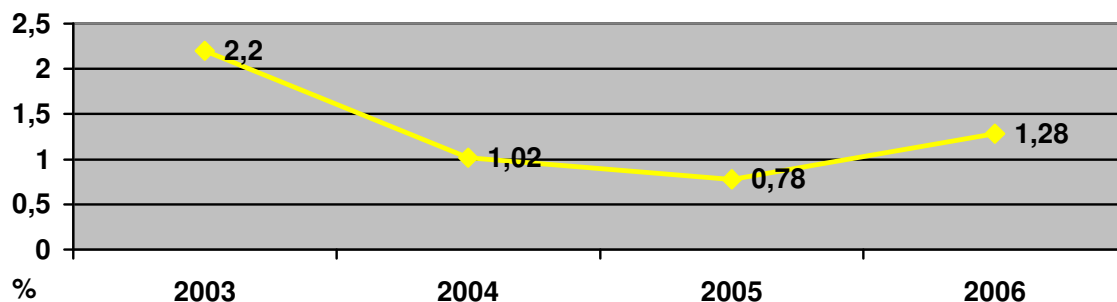


Źródło: opracowanie własne

I tak nieduży udział ośrodków wczasowych w obsłudze gości zagranicznych przybywających do Małopolski jeszcze stopniowo maleje od 2004 roku.

Rysunek 48.

Tendencje w zakresie wykorzystania kwater prywatnych przez gości zagranicznych

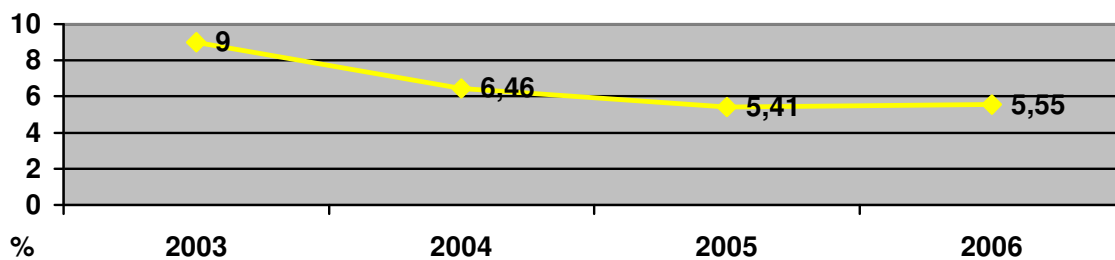


Źródło: opracowanie własne

Znaczenie kwater prywatnych, jako miejsca noclegu cudzoziemców przebywających w celach turystycznych w Małopolsce, pozostaje niewielkie (w granicach 1% w trzech ostatnich latach).

Rysunek 49.

Tendencje w zakresie wykorzystania mieszkań rodziny / znajomych przez gości zagranicznych

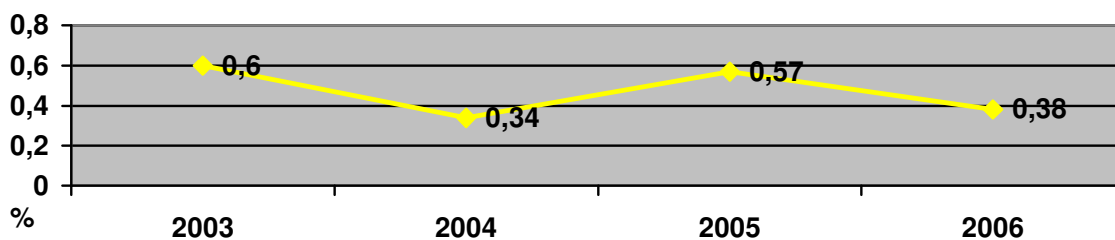


Źródło: opracowanie własne

Odsetek obcokrajowców korzystających w Małopolsce z gościnności rodziny, przyjaciół, znajomych zmniejszał się sukcesywnie do roku ubiegłego, a w roku bieżącym utrzymał się na zbliżonym poziomie.

Rysunek 50.

Tendencje w zakresie wykorzystania własnych mieszkań przez gości zagranicznych

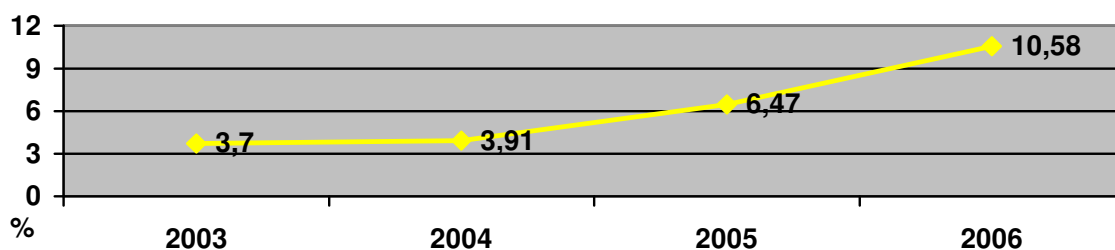


Źródło: opracowanie własne

Niewielu cudzoziemców posiada w Małopolsce własne domy / mieszkania, do których przyjeżdża na wakacje.

Rysunek 51.

Tendencje w zakresie wykorzystania innych obiektów przez gości zagranicznych



Źródło: opracowanie własne

Stopniowo wzrasta udział tzw. „innych” obiektów, z których korzystają goście zagraniczni podczas turystycznego pobytu w Małopolsce.

Wnioski:

1. Coraz mniejszym zainteresowaniem wśród zagranicznych gości w Małopolsce cieszą się pensjonaty, domy wycieczkowe i schroniska.
2. Z roku na rok wzrasta znaczenie tzw. „innych” obiektów w obsłudze cudzoziemców przybywających do Małopolski.

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator podróży gości zagranicznych do Małopolski w latach 2003-2006 (w %)

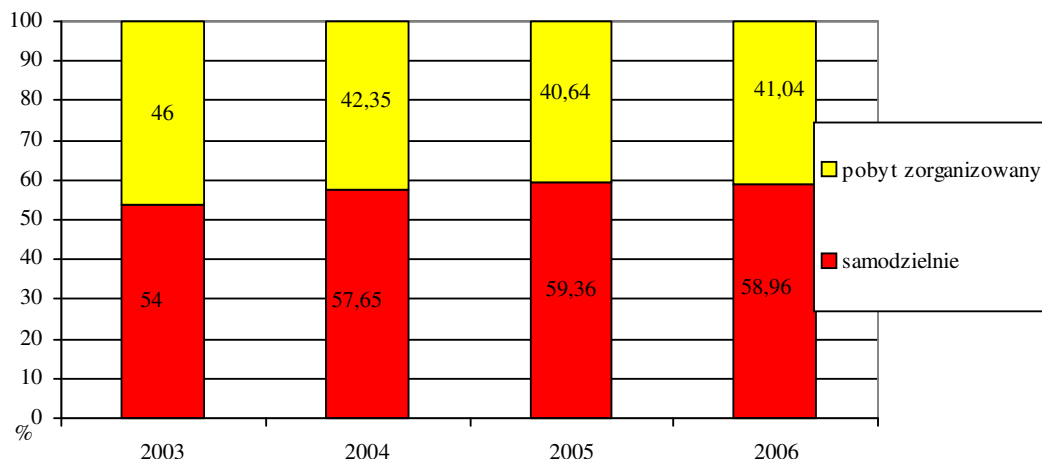
Organizator	2003	2004	2005	2006
Samodzielnie	54,00	57,65	59,36	58,96
Pobyt zorganizowany, w tym:	46,00	42,35	40,64	41,04
Biuro podróży	26,00	27,15	27,65	29,48
Zakład pracy	4,00	3,97	5,81	3,88
Szkoła	8,00	5,33	2,97	2,47
Parafia (kościół)	2,00	1,42	1,67	2,52
Inna instytucja	6,00	4,48	2,54	2,69

Źródło: opracowanie własne

Odwiedzający z zagranicy wciąż najczęściej przygotowują sobie podróż do Małopolski we własnym zakresie. Udział tego typu gości był w 2006 roku prawie analogiczny, jak rok wcześniej – 58,96% (zob. rys. 52). Spośród organizatorów przyjazdu zdecydowanie dominują biura podróży (29,48% w 2006 roku), których rola nieznacznie, ale systematycznie, rośnie z roku na rok. Na trzecim miejscu plasują się zakłady pracy, aczkolwiek ich znaczenie zmniejszyło się w ostatnim roku o 1,93 punktu procentowego. Kolejne w hierarchii ważności okazały się w 2006 roku tzw. „inne” instytucje (rodzina, przyjaciele, kluby, związki, stowarzyszenia itp.) – 2,69%. Na piątą (z ostatniej) pozycję przesunęły się parafie (kościóły) – 2,52%. Natomiast najmniej cudzoziemców (2,47%) przyjechało w 2006 roku ze szkołą, której udział był w latach 2003 – 2004 znacznie wyższy.

Rysunek 52.

Struktura formy organizacji pobytu gości zagranicznych w Małopolsce w latach 2003-2006 (w %)



Źródło: opracowanie własne

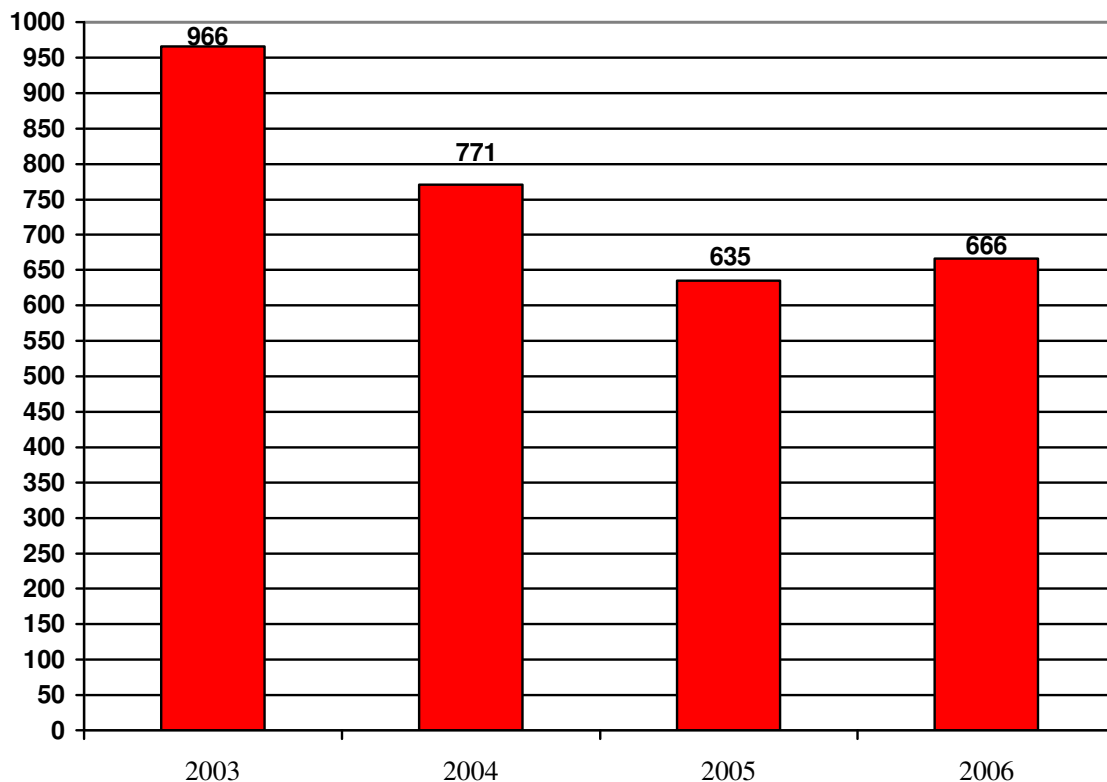
Wnioski:

1. Goście zagraniczni wciąż najczęściej przygotowują sobie przyjazd do Małopolski we własnym zakresie.
2. Zmniejsza się rola szkoły w organizacji podróży cudzoziemców do Małopolski.

ŚREDNIE KWOTY WYDATKOWANE PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

Rysunek 53.

Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu gości zagranicznych w Małopolsce w latach 2003-2006 (w zł na osobę)



Źródło: opracowanie własne

Średnia kwota wydatku (na osobę) gości zagranicznych w Małopolsce, po wyraźnych spadkach w latach ubiegłych, w 2006 roku zwiększyła się o 4,88%, w stosunku do roku poprzedniego, choć nie osiągnęła jeszcze poziomu z roku 2004 (była o 13,62% niższa). Wielkości tej nie należy odnosić do roku 2003, ponieważ dopiero w 2004 roku zostało dodane w ankiecie zastrzeżenie: „bez kosztów dojazdu”.

Wnioski:

1. Kwota średniego wydatku na osobę, przeznaczana przez gości zagranicznych na pobyt w Małopolsce, w 2006 roku zaczęła rosnąć.

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁA INFORMACJI O REGIONIE

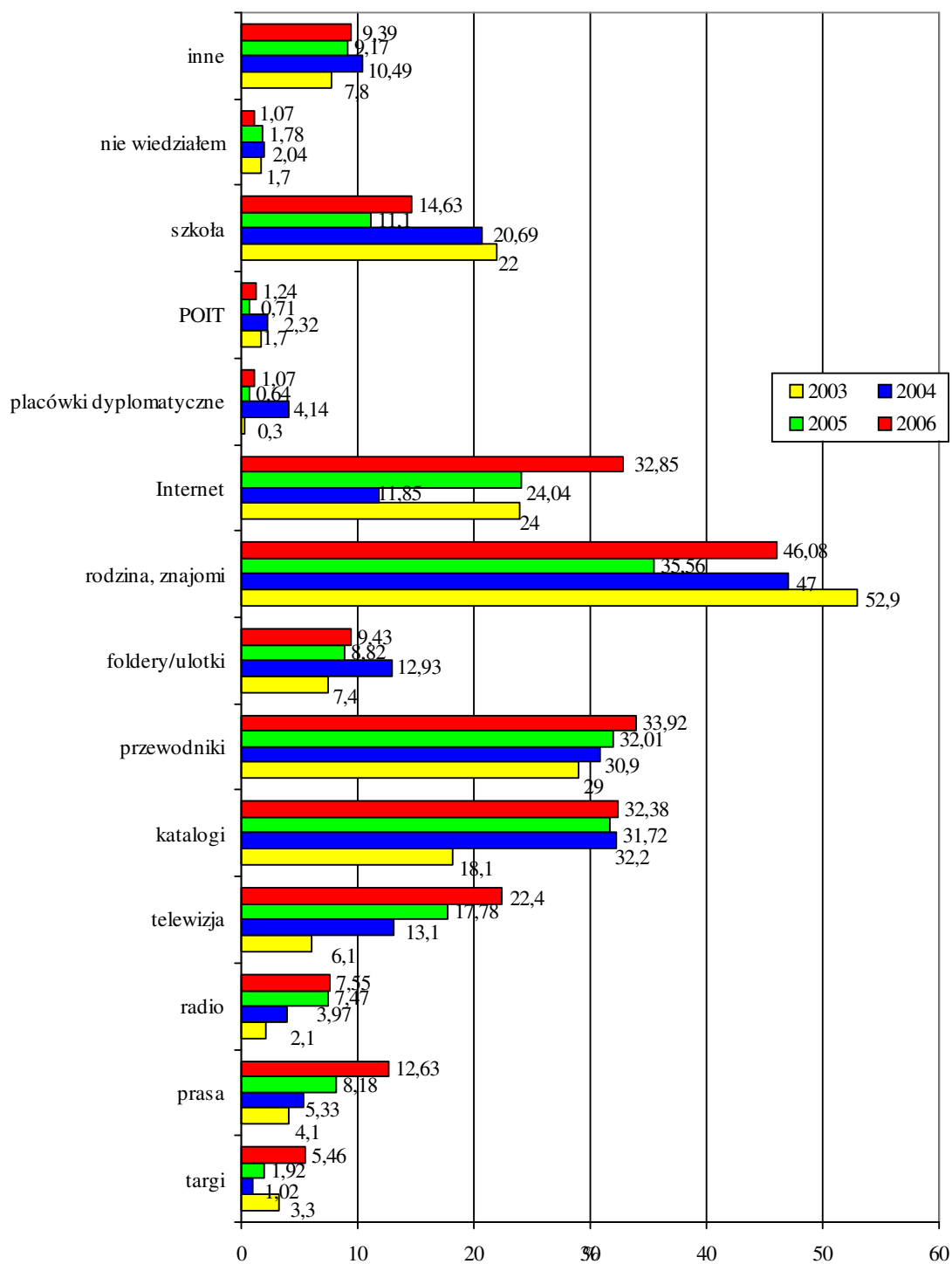
Wykorzystane przez zagranicznych odwiedzających w latach 2003-2006 źródła informacji
o Małopolsce (w %)

Źródło informacji	2003	2004	2005	2006
Targi turystyczne	3,3	1,02	1,92	5,46
Prasa	4,1	5,33	8,18	12,63
Radio	2,1	3,97	7,47	7,55
Telewizja	6,1	13,10	17,78	22,40
Katalogi biur podróży	18,1	32,20	31,72	32,38
Przewodniki	29,0	30,90	32,01	33,92
Foldery/ulotki	7,4	12,93	8,82	9,43
Rodzina, znajomi	52,9	47,00	35,56	46,08
Strony internetowe	24,0	11,85	24,04	32,85
Polskie placówki dyplomatyczne	0,3	4,14	0,64	1,07
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	1,7	2,32	0,71	1,24
Szkoła	22,0	20,69	11,10	14,63
Brak wcześniejszej informacji	1,7	2,04	1,78	1,07
Inne źródło informacji	7,8	10,49	9,17	9,39

Źródło: opracowanie własne

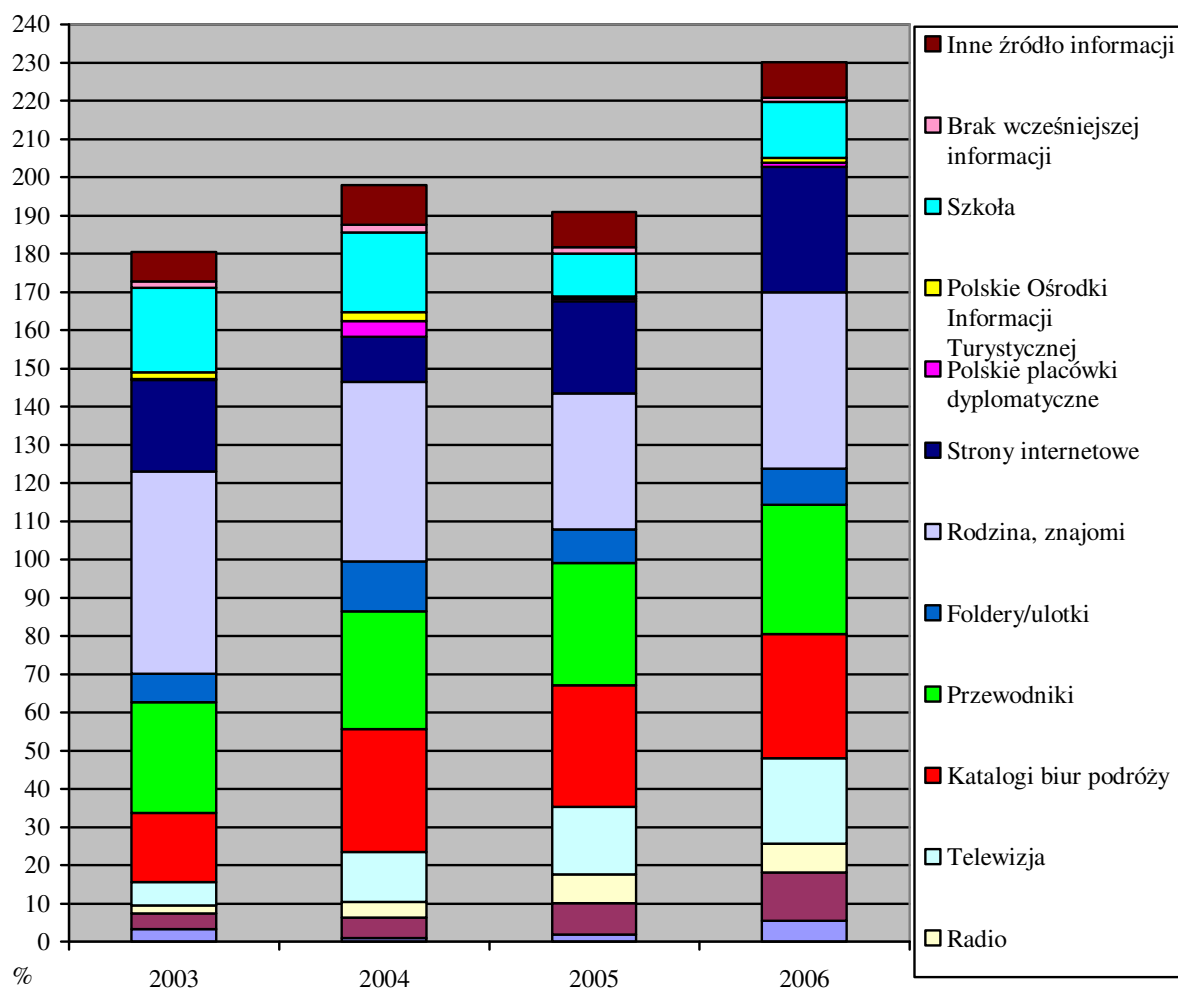
Rozpoczynając analizę źródeł informacji o Małopolsce wykorzystywanych przez odwiedzających z zagranicy, trzeba wyraźnie podkreślić, iż wszystkie ich rodzaje odnotowały w 2006 roku, w relacji do roku poprzedniego, przyrosty udziałów (zob. rys. 54). Mimo to wciąż najpopularniejsza jest rodzina, przyjaciele, znajomi (46,08% w 2006 roku), a w drugiej kolejności – przewodniki (33,92%). Na następnych miejscach plasują się strony internetowe i katalogi biur podróży (odpowiednio 32,85% i 32,38% w 2006 roku). Należy jednak zaznaczyć, iż udział Internetu znacznie wzrósł w ostatnim badanym roku (o 8,81 punktów procentowych), co spowodowało, że przesunął się on z czwartego na trzecie miejsce w hierarchii ważności. Z kolei, katalogi sukcesywnie tracą na znaczeniu (co roku ich lokata jest niższa). Relatywnie duży odsetek gości z zagranicy pozyskuje informacje o Małopolsce także z telewizji (22,40% w 2006 roku). Niemalą rolę odgrywa szkoła (14,63% w 2006 roku) i prasa (12,63%) – udział tej ostatniej zwiększył się tak znacznie, że przesunęła się ona z dziewiątej na siódmą pozycję w hierarchii ważności. Ok. 10% udziały posiadają jeszcze foldery/ulotki (9,43%) i tzw. „inne” źródła informacji (9,39%) oraz radio (7,55%). Na uwagę zasługują targi turystyczne, których ważność utrzymała się na tym samym poziomie, co w latach ubiegłych (jedenaste miejsce), pomimo istotnego przyrostu ich udziału (o 3,54 punktów procentowych). Nadal znikomy procent obcokrajowców wykorzystuje polskie placówki dyplomatyczne i Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej (odpowiednio 1,07% i 1,24% w 2006 roku). Tendencje te ilustruje rys. 55.

Rysunek 54.
Wykorzystane przez zagranicznych odwiedzających w latach 2003-2006 źródła informacji o Małopolsce (w %)



Źródło: opracowanie własne

**STRUKTURA WYKORZYSTYWANYCH PRZEZ GOŚCI ZAGRANICZNYCH
ŹRÓDEŁ INFORMACJI O MAŁOPOLSCE W LATACH 2003-2006**



Źródło: opracowanie własne

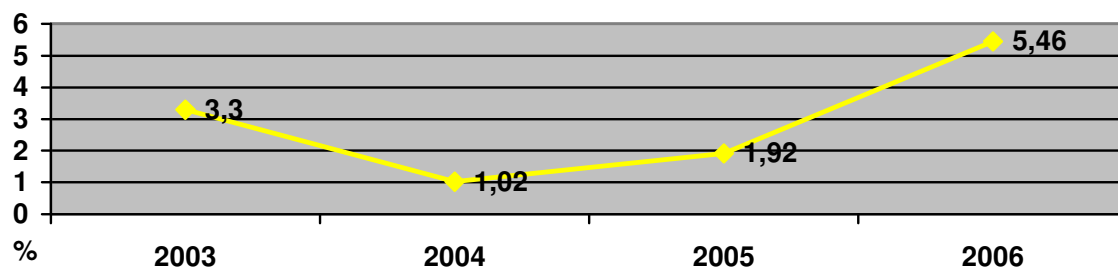
Wnioski:

1. Podstawowym źródłem informacji o Małopolsce, wykorzystywanym przez gości zagranicznych, pozostaje rodzina, znajomi, przyjaciele.
2. Rośnie wśród cudzoziemców rola Internetu i prasy w pozyskiwaniu wiedzy o Małopolsce.

Poniższe rys. 56 – 69 ilustrują tendencje w odsetku obcokrajowców wykorzystujących poszczególne źródła informacji o Małopolsce.

Rysunek 56.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych targów turystycznych jako źródła informacji o Małopolsce

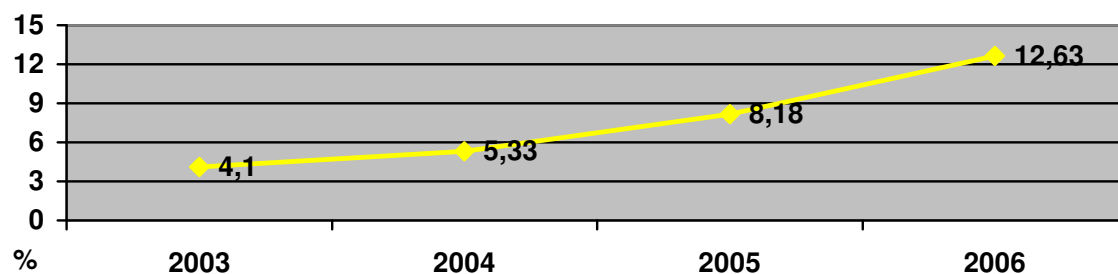


Źródło: opracowanie własne

Procent gości zagranicznych poszukujących małopolskiej oferty na targach turystycznych rośnie od roku 2004, aczkolwiek dopiero w ostatnim roku przyrost ten był bardziej znaczący.

Rysunek 57.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych prasy jako źródła informacji o Małopolsce

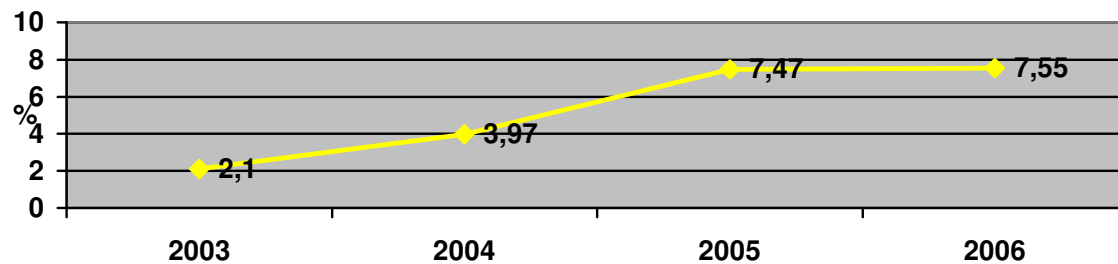


Źródło: opracowanie własne

Z roku na rok zwiększa się wśród cudzoziemców znaczenie prasy, jako źródła informacji o Małopolsce.

Rysunek 58.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych radia jako źródła informacji o Małopolsce

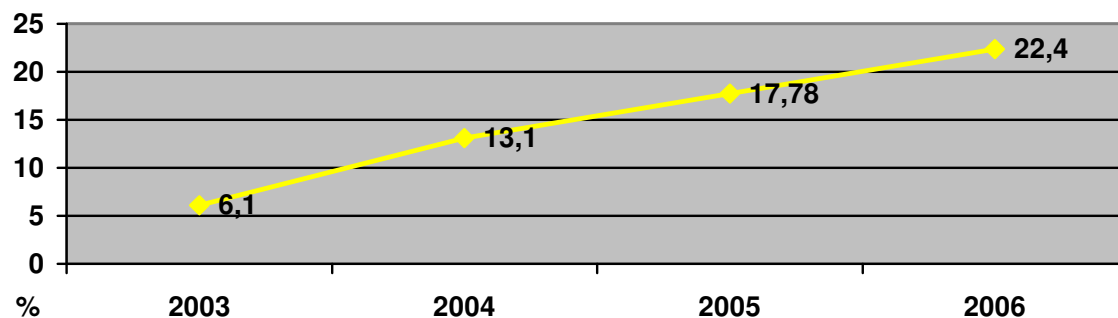


Źródło: opracowanie własne

Udział radia, jako źródła pozyskiwania przez obcokrajowców informacji o Małopolsce, systematycznie wzrasta, aczkolwiek rok 2006 zapisał się tylko minimalnąwyżką.

Rysunek 59.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych telewizji jako źródła informacji o Małopolsce

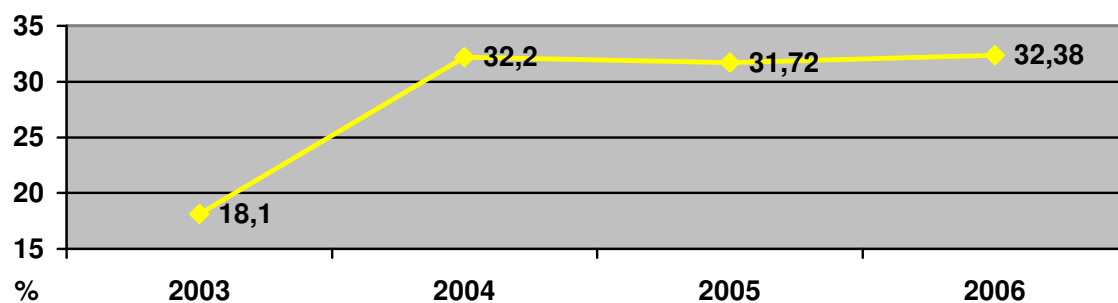


Źródło: opracowanie własne

Odsetek cudzoziemców czerpiących informacje o Małopolsce z telewizji cały czas wykazuje tendencję wzrostową.

Rysunek 60.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych katalogów jako źródła informacji o Małopolsce

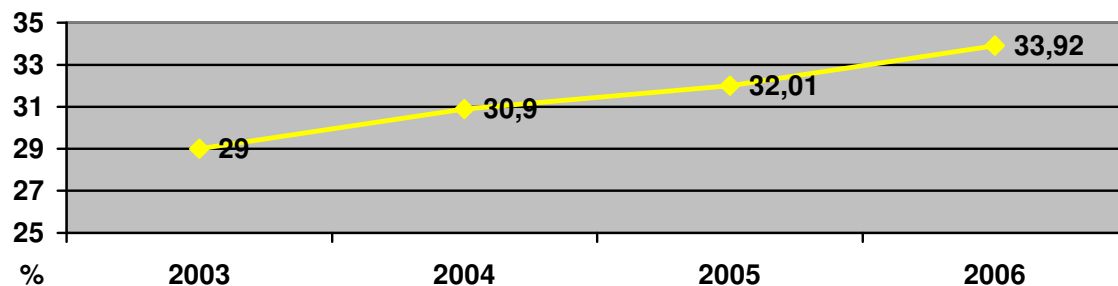


Źródło: opracowanie własne

Procent zagranicznych odwiedzających korzystających z katalogów biur podróży utrzymuje się od 2004 roku na bardzo zbliżonym poziomie.

Rysunek 61.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych przewodników jako źródła informacji o Małopolsce

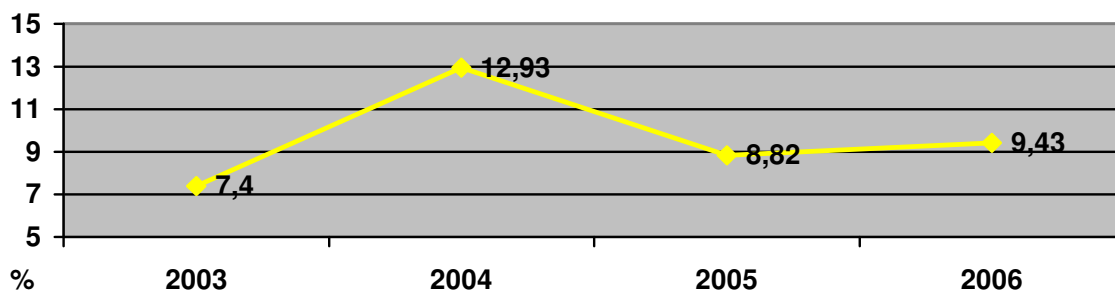


Źródło: opracowanie własne

W zakresie znaczenia przewodników wśród obcokrajowców obserwuje się trend dodatni.

Rysunek 62.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych folderów/ulotek jako źródła informacji o Małopolsce

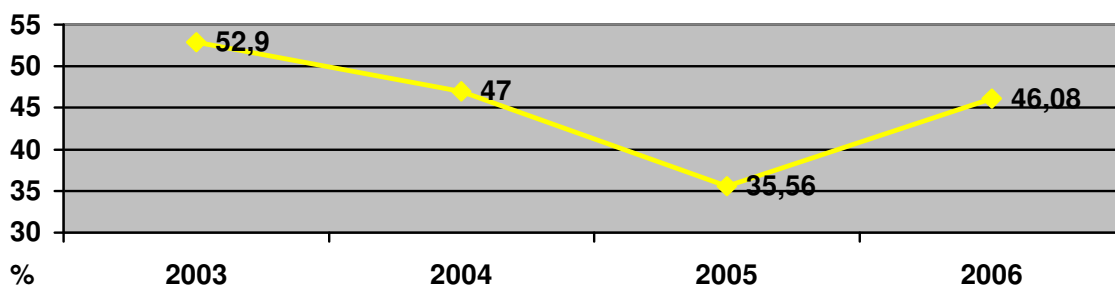


Źródło: opracowanie własne

Udział folderów/ulotek w pozyskiwaniu przez gości zagranicznych informacji o Małopolsce wykazuje istotne wahania.

Rysunek 63.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych rodziny/znajomych jako źródła informacji o Małopolsce

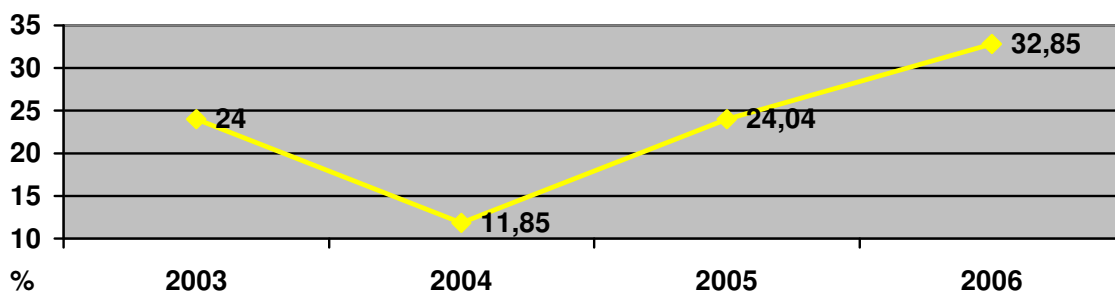


Źródło: opracowanie własne

Odsetek przyjeżdżających z zagranicy, pytających o Małopolskę rodzinę, przyjaciół, znajomych, po istotnych spadkach w latach ubiegłych, w roku 2006 znacznie się zwiększył.

Rysunek 64.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych stron internetowych jako źródła informacji o Małopolsce

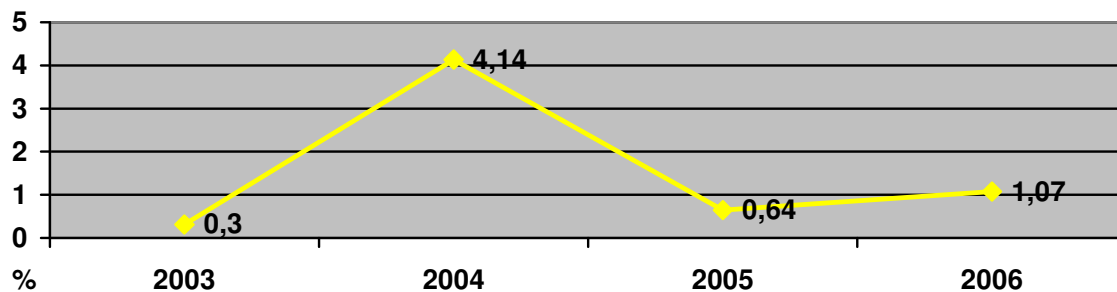


Źródło: opracowanie własne

Rola Internetu w pozyskiwaniu przez gości zagranicznych informacji o Małopolsce gwałtownie rośnie od 2004 roku.

Rysunek 65.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych polskich placówek dyplomatycznych jako źródła informacji o Małopolsce

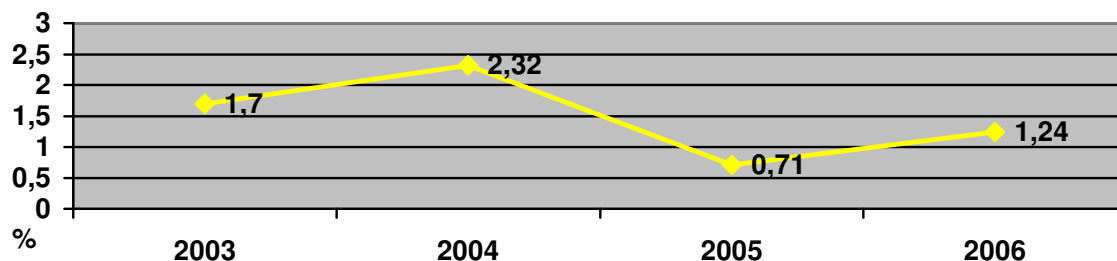


Źródło: opracowanie własne

Niewielki procent odwiedzających z zagranicy korzysta z informacji o Małopolsce udostępnianych przez polskie placówki dyplomatyczne, a udział tego źródła podlega ciągłym wahaniom.

Rysunek 66.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych POIT jako źródła informacji o Małopolsce

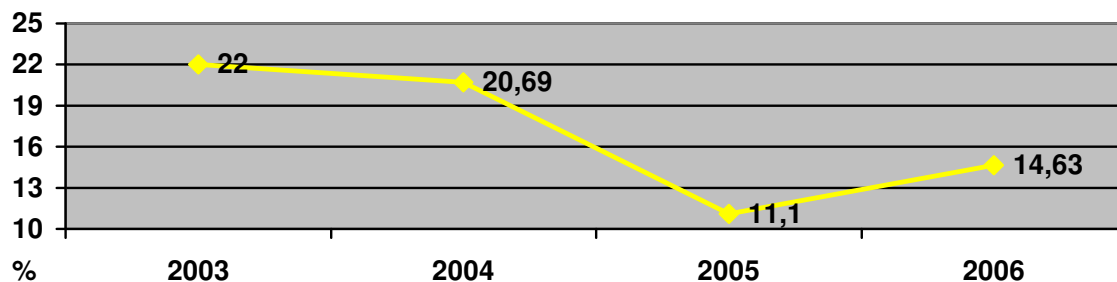


Źródło: opracowanie własne

Zmienny, ale zawsze znikomy odsetek obcokrajowców uzyskuje informacje o Małopolsce w Polskich Ośrodkach Informacji Turystycznej.

Rysunek 67.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych szkoły jako źródła informacji o Małopolsce

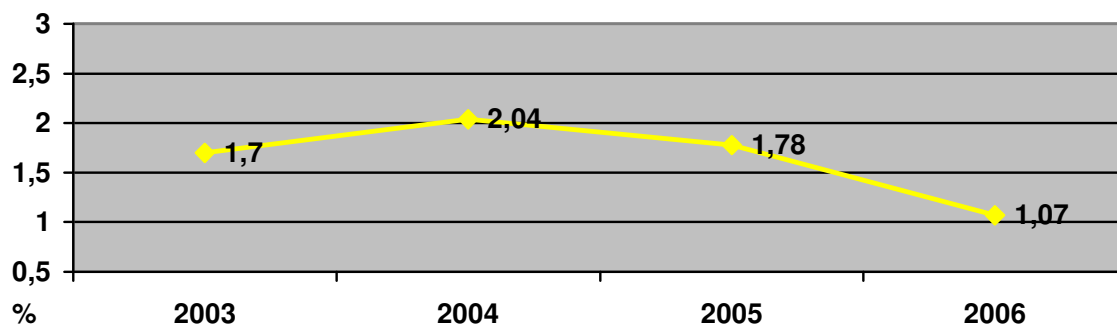


Źródło: opracowanie własne

Rola szkoły w dostarczaniu gościom zagranicznym informacji o Małopolsce zmniejszała się sukcesywnie do roku 2005, ale ostatni badany rok charakteryzował się nieznacznym jej przyrostem.

Rysunek 68.

Tendencje w zakresie przyjazdu przez gości zagranicznych bez wcześniejszego zapoznania się z Małopolską

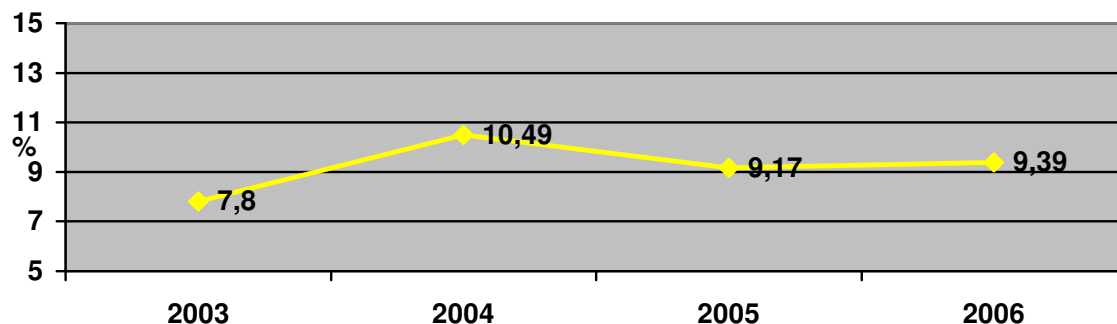


Źródło: opracowanie własne

Odsetek obcokrajowców przyjeżdżających do Małopolski bez wcześniejszego zapoznania się z jej ofertą stopniowo maleje od roku 2004.

Rysunek 69.

Tendencje w zakresie wykorzystania przez gości zagranicznych innych źródeł informacji o Małopolsce



Źródło: opracowanie własne

Udział tzw. „innych” źródeł pozyskiwania przez cudzoziemców informacji o Małopolsce utrzymuje się od 2004 roku na zbliżonym poziomie.

Wnioski:

1. Rok 2006 to znaczny przyrost znaczenia targów turystycznych w promowaniu turystycznej oferty Małopolski wśród obcokrajowców.
2. Systematycznie wzrasta udział trzech podstawowych mediów (prasy, radio i telewizji) oraz przewodników w pozyskiwaniu przez gości zagranicznych informacji o Małopolsce.

ODWIEDZANE MIEJSCA PRZEZ RESPONDENTÓW W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Procentowy udział wskazań poszczególnych miejsc odwiedzanych lub z zamiarem odwiedzenia poza miejscowością, w której przebywał respondent –ogółem*

MIEJSCA	udział %
Nic, żadnych	58,5%
Wieliczka	39,4%
Oświęcim	29,4%
Zakopane (Tatry)	26,4%
Kraków (różne miejsca)	10,7%
Wadowice	9,0%
Warszawa	7,0%
Kalwaria Zebrzydowska	5,3%
Częstochowa (Jasna Góra)	5,0%
Ojców (Ojcowski PN, Pieskowa Skała i in.)	3,0%
Pieniny i spływ Dunajcem	3,0%
Trójmiasto (Gdańsk, Gdynia, Sopot)	2,5%
Wrocław	2,3%
Niepołomice	2,1%
Czechy (Praga)	2,1%
Krynica	1,8%
Słowacja	1,7%
Bochnia	1,1%
Poznań	1,1%
Orawa i Podhale	1,0%

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 miejsca

Źródło: opracowanie własne

Powyższa tabela odnosi się do odwiedzających zagranicznych w województwie małopolskim i prezentuje wyniki uzyskane w pytaniu 10 ankiety. Zaprezentowano tu odpowiedzi, na które procentowy udział wskazań osiągnął minimalny próg 1%. Niski udział procentowy Krakowa związany jest z tym, że pytanie dotyczyło miejsc poza miejscowością, w której badany był respondent.

Wyniki badań w omawianej próbie badawczej jednoznacznie pokazują, że goście zagraniczni jeżdżą znanymi, utartymi trasami turystycznymi po Polsce i po Małopolsce. Ponad połowa respondentów spoza granic Polski odpowiedziała, że nie udaje się nigdzie poza miejsce, do którego przyjechała. Jeszcze wskaźnik ten prezentuje się w sytuacji, gdy weźmiemy pod uwagę tylko próbę badawczą gości zagranicznych z Krakowa. Tutaj aż 64% odwiedzających międzynarodowych w ogóle nie wyjeżdża poza miasto!

Wnioski:

- 1. Turyści zagraniczni odwiedzają w województwie małopolskim najbardziej znane miejsca recepcji turystycznej.**
- 2. Kraków jest najważniejszym centrum obsługi ruchu turystycznego przyjazdowego spoza granic kraju. Zdecydowana większość turystów nie opuszcza w ogóle miasta. Należy położyć zdecydowany nacisk na działania promocyjne i informacyjne dotyczące oferty województwa na terenie miasta.**
- 3. Trzeba zwrócić uwagę na nowe propozycje tras turystycznych po województwie małopolskim (programy pobytu) w katalogach zagranicznych touroperatorów.**

ATRAKCJE Z JAKICH SKORZYSTALI RESPONDENCI PODCZAS POBYTU W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Największe atrakcje województwa małopolskiego w 2006 roku w ocenie odwiedzających zagranicznych*

Największe atrakcje	Pozycja w rankingu
Kraków - Rynek Główny (Stare Miasto, Droga Królewska)	1
Kraków - Wawel (Komnaty, Katedra, Dzwon Zygmunta, smok)	2
Wieliczka	3
Oświęcim (obóz koncentracyjny)	4
Kraków - Bazylika Mariacka (w tym Ołtarz Wita Stwosza)	5
Kraków - dzielnica Kazimierz (atmosfera)	6
Kraków - Kazimierz religijny (synagogi, cmentarze)	7
Zakopane - Tatry	8
Kraków - gastronomia (obiekty i potrawy)	9
Kraków - Sukiennice (w tym galeria - muzeum, kramy)	10
Kraków - Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach	11
Kraków - muzea (obrazy, obiekty z wyjątkiem Sukiennic, UJ)	12
Kraków - pozostałe atrakcje	13
Kraków - kultura i rozrywka (kino, teatr, wystawa, filharmonia, opera, klub, dyskoteka, koncert, impreza)	14
Kraków - kościoły (Kuria, miejsca, Jan Paweł II, cmentarz i in.)	15
Wadowice (dom Jana Pawła II)	16
Kraków - pozostałe katolickie obiekty sakralne	17
Kalwaria Zebrzydowska (dróżki)	18
Warszawa	19
Kraków - Barbakan (w tym Brama Floriańska, ul. Floriańska)	20

* Respondent mógł wskazać maksymalnie 3 atrakcje

Źródło: opracowanie własne

W opinii odwiedzających zagranicznych do największych atrakcji województwa małopolskiego należy zaliczyć Kraków (różne obiekty), Wieliczkę, Oświęcim, Zakopane, Wadowice i Kalwarię Zebrzydowską. W samym Krakowie najatrakcyjniejszy dla gości spoza granic naszego kraju jest Rynek Główny i Wawel. Taki rozkład pokrywa się z wcześniej wspomnianymi preferencjami odwiedzających zagranicznych w zakresie miejsc odwiedzanych podczas pobytu w Małopolsce.

Wnioski:

- 1. Kraków oraz Wieliczka, Oświęcim i Zakopane są największymi atrakcjami województwa małopolskiego z punktu widzenia rynków zagranicznych.**
- 2. Wśród walorów wskazywanych przez respondentów należy zdecydowanie wymienić kulturę, a w tym zabytki, tradycję, religię, muzea oraz kuchnię regionalną.**
- 3. Do ważnych, z punktu widzenia rynków międzynarodowych, elementów przyszłych kampanii promocyjnych województwa należałoby zaliczyć: ośrodki sportu i rekreacji, środowisko przyrodnicze, kulturę ludową, uzdrowiska i in.**

4. CHARAKTERYSTYKA RYNKÓW ZAGRANICZNYCH

RYNEK NIEMIECKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	69,84	70,36
Motel	0,33	1,03
Pensjonat	2,95	2,32
Dom wycieczkowy	1,31	0,52
Schronisko	4,59	2,32
Kemping/pole namiotowe	0,98	1,80
Zakład uzdrowiskowy	0,98	0,77
Ośrodek wczasowy	0,98	0,26
Kwatera prywatna	0,00	2,58
Znajomi lub rodzina	2,30	3,61
Własne mieszkanie	0,00	0,26
Inny obiekt, w tym:	7,87	7,73
- Hostel		5,15
- Dom pielgrzyma		1,03
Brak odpowiedzi	7,87	6,44

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	52,79	51,03
Pobyt zorganizowany, w tym:	45,90	48,97
Biurow podróży	34,43	34,79
Zakład pracy	6,23	4,90
Szkoła	2,62	2,58
Parafia (kościół)	0,98	2,32
Inna instytucja	1,64	4,38
Brak odpowiedzi	1,31	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Niemcy	780	694	525	683

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	3,61	5,41
Prasa	12,46	10,57
Radio	10,82	7,99
Telewizja	23,93	22,94
Katalogi biur podróży	40,33	29,90
Przewodniki	30,49	38,92
Foldery/ulotki	8,85	13,14
Rodzina, znajomi	35,41	44,85
Strony internetowe	22,30	30,41
Polskie placówki dyplomatyczne	0,33	0,77
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	1,64	1,29
Szkoła	15,41	12,37
Brak wcześniejszej informacji	0,98	1,03
Inne źródło informacji	8,85	7,73

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Ilość noclegów	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	3,37	Wypoczynek	27,6	Samolot	36,3
1 noc	4,92	Zwiedzanie	49,2	Autokar	30,2
2 noce	8,81	Biznes	4,6	Samochód	23,5
3 noce	19,43	Krewni/znajomi	3,9	Pociąg	6,2
4 noce	17,88	Religia	5,9	Autobus	2,6
5 nocy	17,36	Zdrowie	1,8	Inne	1,3
6 nocy	7,77	Inne	1,3	Razem	100,0
7 nocy	10,10	Konferencje	1,5		
8 nocy	5,44	Rozrywka			
powyżej 9 nocy	4,92	Kultura	0,8		
Razem	100,00	Tranzyt			
		Edukacja	2,6		
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne			
		Przyroda	0,5		
		Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	53,9	Do 24 lat	8,0	Wyższe	47,4	Uczeń	2,8	Bardzo dobry	33,8
Mężczyzna	46,1	25-34 lat	12,4	Średnie	42,0	Student	8,0	Dobry	52,8
Razem	100,0	35-44 lat	17,0	Inne	10,6	Dom	6,2	Średni	12,9
		45-59 lat	33,2	Razem	100,0	Bezrobotny	0,5	Zły	0,5
		Pow. 60 lat	29,4			Emeryt/rencista	35,1	Razem	100,0
		Razem	100,0			Aktywny	47,4		
						Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Jak wynika z powyższych zestawień turyści z Niemiec preferują pobyt w hotelach (ponad 70% gości korzystało z tej formy zakwaterowania), pozostałe rodzaje obiektów noclegowych cieszą się niewielkim ich zainteresowaniem. Podobne tendencje występowały w roku 2005. Mniej więcej tyle samo turystów pochodzenia niemieckiego organizuje pobyt w Małopolsce samodzielnie, co korzysta z pobytu zorganizowanego. W tym drugim przypadku dominują biura podróży – 34,79%. Wielkości te są zbliżone z wielkościami z roku 2005. Dominujące źródła informacji to: rodzina/znajomi (44,85%, przewodniki (38,92%), strony internetowe (30,41%) i katalogi biur podróży (29,90). Wzrasta też znaczenie targów jako źródła informacji. W stosunku do 2005r. znacząco wzrosła rola przewodników, rodziny i znajomych, stron internetowych, a spadła katalogów biur podróży oraz masmediów. Dominujący cel przyjazdu to zwiedzanie zabytków (49,25) oraz wypoczynek (27,6%). Najpopularniejszy środek transportu to samolot, samochód i autokar turystyczny. Największa grupa turystów niemieckich przebywa w Małopolsce od 3 do 5 nocy (54,67%). Jeśli chodzi o kwoty wydatkowane podczas pobytu to średnio wydają oni 683 zł, jest to więcej niż w roku 2005, ale w dalszym ciągu mniej niż w 2004 i 2003r. Wiekowo dominują turyści powyżej 45-go roku życia, głównie z wykształceniem wyższym i średnim, z przewagą osób aktywnych zawodowo (47,4%) o statusie materialnym dobrym (52,8%) oraz bardzo dobrym (33,8%).

RYNEK BRYTYJSKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	70,14	73,02
Motel	0,47	0,53
Pensjonat	6,64	2,65
Dom wycieczkowy	0,47	0,26
Schronisko	3,32	1,85
Kemping/pole namiotowe	0,95	0,00
Zakład uzdrowiskowy	0,00	0,00
Ośrodek wczasowy	0,00	0,53
Kwaterna prywatna	1,42	1,59
Znajomi lub rodzina	2,37	2,65
Własne mieszkanie	1,90	0,26
Inny obiekt, w tym:	7,58	11,37
- Hostel		9,26
- Dom pielgrzyma		0,26
Brak odpowiedzi	4,74	5,29

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	75,83	65,34
Pobyt zorganizowany, w tym:	22,74	34,66
Biuro podróży	13,27	28,84
Zakład pracy	7,58	2,65
Szkoła	1,42	1,59
Parafia (kościół)	0,00	0,00
Inna instytucja	0,47	1,58
Brak odpowiedzi	1,43	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Wielka Brytania	951	1302	898	759

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	0,00	9,79
Prasa	3,32	15,87
Radio	2,84	8,20
Telewizja	9,48	24,60
Katalogi biur podróży	24,64	34,66
Przewodniki	35,07	29,63
Foldery/ulotki	9,00	13,76
Rodzina, znajomi	27,96	46,30
Strony internetowe	28,44	29,89
Polskie placówki dyplomatyczne	0,00	0,26
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,47	0,53
Szkoła	8,53	11,11
Brak wcześniejszej informacji	0,95	0,26
Inne źródło informacji	7,11	7,14

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Ilość noclegów	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	0,0	Wypoczynek	44,3	Samolot	83,8
1 noc	1,9	Zwiedzanie	29,2	Autokar	4,0
2 noce	8,8	Biznes	2,9	Samochód	5,0
3 noce	23,6	Krewni/znajomi	1,5	Pociąg	5,0
4 noce	29,8	Religia	1,6	Autobus	1,3
5 nocy	15,8	Zdrowie		Inne	0,8
6 nocy	4,6	Inne	0,8	RAZEM	100,0
7 nocy	10,2	Turystyka aktywna	0,8		
8 nocy	1,1	Konferencje	0,5		
powyżej 9 nocy	4,3	Rozrywka	11,7		
Razem	100,0	Kultura	1,3		
		Tranzyt			
		Edukacja	0,5		
		Sport	0,5		
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne	1,1		
		Przyroda			
		Razem	100		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	46,2	Do 24 lat	7,7	Wyższe	55,7	Uczeń	0,5	Bardzo dobry	28,9
Mężczyzna	53,8	25-34 lat	34,0	Średnie	38,2	Student	7,7	Dobry	56,0
Razem	100,0	35-44 lat	12,5	Inne	6,1	Dom	4,8	Średni	13,8
		45-59 lat	23,9	Razem	100,0	Bezrobotny	1,3	Zły	0,8
		Pow. 60 lat	22,0			Emeryt/rencista	22,3	Bardzo zły	0,5
		Razem	100,0			Aktywny	63,4	Razem	100,0
						Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Turyści brytyjscy, podobnie jak turyści niemieccy, nocują w hotelach (ponad 70%), drugi rodzaj obiektów noclegowych, z których korzystają to hostele (9,26%). Tendencje te są zbliżone do tendencji z 2005r. W porównaniu do 2005r. spada udział wyjazdów organizowanych samodzielnie na rzecz wyjazdów zorganizowanych. Znacznie wzrósł udział biur podróży w organizacji wyjazdów z 13,27% w roku 2005 do 28,84% w roku 2006. Informacje na temat Małopolski pozyskiwano od rodziny i znajomych, z katalogów biur podróży, przewodników i stron internetowych. Znacząco wzrosło, w stosunku do 2005r., znaczenie masmediów oraz targów jako źródła informacji o Małopolsce. Dominującym celem przyjazdu jest wypoczynek (44,3%) oraz zwiedzanie zabytków (29,2%). Ponad 80% turystów brytyjskich przybywa do Małopolski samolotem. Największa grupa Brytyjczyków przebywa w regionie małopolskim od 3 do 5 nocy. Maleje, w stosunku do lat poprzednich, średnia kwota wydatków gości z Wielkiej Brytanii, która w 2006r. wyniosła 759 zł. Wśród turystów brytyjskich największą grupę stanowią osoby w grupie wiekowej 25 – 34 lata (34%) oraz 45 – 59 lat (23,9%) i powyżej 60 roku życia (22%), z wykształceniem wyższym i średnim, aktywni zawodowo (63,4%), o statusie materialnym dobrym.

RYNEK FRANCUSKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	66,44	60,32
Motel	0,00	3,17
Pensjonat	7,53	2,65
Dom wycieczkowy	0,00	1,06
Schronisko	2,74	2,12
Kemping/pole namiotowe	0,00	6,88
Zakład uzdrowiskowy	0,00	0,00
Ośrodek wczasowy	0,68	0,00
Kwaterna prywatna	1,37	1,59
Znajomi lub rodzina	7,53	8,47
Własne mieszkanie	0,00	0,00
Inny obiekt, w tym:	8,22	10,05
- Hostel		4,23
- Dom pielgrzyma		0,53
Brak odpowiedzi	5,48	3,70

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	58,22	72,49
Pobyt zorganizowany, w tym:	41,09	27,51
Biuro podróży	31,51	21,69
Zakład pracy	2,74	2,65
Szkoła	4,79	0,53
Parafia (kościół)	0,00	0,00
Inna instytucja	2,05	2,64
Brak odpowiedzi	0,69	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Francja	965	636	618	620

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	1,37	5,29
Prasa	7,53	8,47
Radio	9,59	6,35
Telewizja	15,07	15,87
Katalogi biur podróży	36,99	33,33
Przewodniki	36,30	40,21
Foldery/ulotki	6,16	13,23
Rodzina, znajomi	34,25	41,27
Strony internetowe	17,81	38,10
Polskie placówki dyplomatyczne	0,00	0,00
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,00	3,17
Szkoła	12,33	13,76
Brak wcześniejszej informacji	4,11	0,53
Inne źródło informacji	5,48	8,47

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Ilość noclegów	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	1,6	Wypoczynek	35,8	Samolot	53,2
1noc	4,8	Zwiedzanie	42,6	Autokar	10,0
2 noce	10,8	Biznes	2,6	Samochód	23,2
3 noce	19,4	Krewni/znajomi	8,9	Pociąg	11,1
4 noce	23,1	Religia		Autobus	1,6
5 nocy	14,0	Zdrowie		Inne	1,1
6 nocy	9,7	Inne	1,1	Razem	100,0
7 nocy	6,5	Turystyka aktywna	2,6		
8 nocy	3,2	Konferencje	2,6		
powyżej 9 nocy	7,0	Rozrywka	1,6		
Razem	100,0	Kultura			
		Tranzyt			
		Edukacja	1,1		
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne			
		Przyroda			
		Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	53,7	do 24 lat	14,2	Wyższe	61,1	Uczeń	0,5	Bardzo dobry	29,5
Mężczyzna	46,3	25-34 lat	22,6	Średnie	35,3	Student	13,2	Dobry	61,6
Razem	100,0	35-44 lat	27,4	Inne	3,7	Dom	7,9	Średni	8,4
		45-59 lat	18,9	Razem	100,0	Bezrobotny	0,5	Zły	0,5
		pow. 60 lat	16,8			Emeryt/rencista	18,4	Razem	100,0
		Razem	100,0			Aktywny	59,5		
						Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Powyższe zestawienia pokazują, że dominującym miejscem zakwaterowania dla gości z Francji jest hotel (60,32%), ale jego znaczenie nieznacznie spadło w stosunku do 2005r. Zmniejszył się również udział pensjonatów jako bazy noclegowej z 7,53% w 2005r. do 2,65% w 2006r. Turyści francuscy głównie organizują pobyt w Małopolsce samodzielnie (72,49%), ponad 20% z nich korzysta z usług biur podróży. Największa grupa przybyszów z Francji korzysta z przewodników, stron internetowych oraz rodziny i znajomych jako źródeł informacji o Małopolsce. Wzrasta również rola targów turystycznych z 1,37% w 2005r. do 5,29% w 2006r. Za główny cel pobytu Francuzi podają zwiedzanie zabytków oraz wypoczynek. Najczęściej wykorzystywany środek transportu to samolot (53,2%). Prawie 68% turystów francuskich przebywa w Małopolsce od 2 do 5 nocy. Średnia kwota wydatkowana podczas pobytu, po spadku w 2004r., utrzymuje się na podobnej wysokości i wyniosła w 2006r. 620 zł. 50% gości z Francji to osoby pomiędzy 25 a 44 rokiem życia, z wykształceniem wyższym (61,1%), aktywni zawodowo (59,5%), o statusie materialnym dobrym (61,6%) oraz bardzo dobrym (29,5%).

RYNEK AMERYKAŃSKI¹³

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2006
Hotel	67,44
Motel	0,00
Pensjonat	0,47
Dom wycieczkowy	0,47
Schronisko	1,40
Kemping/pole namiotowe	0,00
Zakład uzdrowiskowy	0,00
Ośrodek wczasowy	0,47
Kwatera prywatna	2,33
Znajomi lub rodzina	14,42
Własne mieszkanie	1,40
Inny obiekt, w tym:	5,59
- Hostel	3,26
- Dom pielgrzyma	0,00
Brak odpowiedzi	6,05

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2006
Samodzielnie	73,95
Pobyt zorganizowany, w tym:	26,05
Biuro podróży	22,33
Zakład pracy	0,46
Szkoła	1,40
Parafia (kościół)	0,46
Inna instytucja	1,40
Brak odpowiedzi	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
USA	1593	1748	1037	869

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI

Źródło informacji (w %)	2006
Targi turystyczne	0,93
Prasa	7,44
Radio	6,05
Telewizja	12,09
Katalogi biur podróży	20,47
Przewodniki	26,51
Foldery/ulotki	7,44
Rodzina, znajomi	57,21
Strony internetowe	19,53
Polskie placówki dyplomatyczne	0,47
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,47
Szkoła	18,14
Brak wcześniejszej informacji	0,00
Inne źródło informacji	20,93

Źródło: opracowanie własne

¹³ Mała istotność statystyczna w 2005 roku.

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Ilość noclegów	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	4,2	Wypoczynek	29,4	Samolot	65,0
1 noc	7,5	Zwiedzanie	29,9	Autokar	6,1
2 noce	10,3	Biznes	3,7	Samochód	19,2
3 noce	17,8	Krewni/znajomi	15,0	Pociąg	9,3
4 noce	9,4	Religia	4,2	Autobus	0,5
5 nocy	13,6	Zdrowie	1,9	Razem	100,0
6 nocy	4,2	Inne	1,9		
7 nocy	14,1	Turystyka aktywna			
8 nocy	0,5	Konferencje	0,9		
powyżej 9 nocy	18,3	Rozrywka			
Razem	100,0	Kultura	1,4		
		Tranzyt	4,7		
		Edukacja	1,4		
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne	4,2		
		Przyroda			
		Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	51,4	Do 24 lat	8,9	Wyższe	49,1	Uczeń	1,9	Bardzo dobry	44,4
Mężczyzna	48,6	25-34 lat	14,0	Średnie	40,2	Student	7,9	Dobry	47,7
Razem	100,0	35-44 lat	15,0	Inne	10,7	Dom	7,0	Średni	7,0
		45-59 lat	33,6	Razem	100,0	Bezrobotny	0,9	Zły	0,5
		Pow. 60 lat	28,5			Emeryt/rencista	22,0	Bardzo zły	0,5
		Razem	100,0			Aktywny	60,3	Razem	100,0
						Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Wśród bazy noclegowej wykorzystywanej przez turystów amerykańskich dominują hotele (67,44%), drugie miejsca zajmuje rodzina i znajomi (14,42%). Prawie 74% Amerykanów organizuje pobyt w Małopolsce samodzielnie, ponad 22% korzysta z biur podróży. Dominującym środkiem transportu jest samolot (65%). Ponad 57% gości z USA dowiedziało się o Małopolsce od rodziny i znajomych, inne źródła informacji to: przewodniki, katalogi biur podróży, strony internetowe i szkoła. Amerykanie jako cel przyjazdu deklarują wypoczynek i zwiedzanie (odpowiednio 29,4%, 29,9%) oraz odwiedziny krewnych i znajomych – 15%. 18,3% turystów przebywa w Małopolsce ponad 9 nocy, 17,8%- 3 noce, 14,1% - 7 nocy. Zmniejszeniu ulega średnia kwota wydatkowana przez gości z USA podczas pobytu, w 2006r. wyniosła ona 869 zł. Dominująca grupa wiekowa to osoby powyżej 45 roku życia (62,1%), z wykształceniem wyższym i średnim, aktywni zawodowo, o statusie materialnym dobrym i bardzo dobrym.

RYNEK ROSYJSKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	70,59	61,70
Motel	0,00	0,00
Pensjonat	0,00	6,38
Dom wycieczkowy	17,65	8,51
Schronisko	0,00	0,00
Kemping/pole namiotowe	0,00	0,00
Zakład uzdrowiskowy	0,00	0,00
Ośrodek wczasowy	0,00	0,00
Kwatera prywatna	0,00	0,00
Znajomi lub rodzina	0,00	4,26
Własne mieszkanie	0,00	0,00
Inny obiekt, w tym:	11,76	14,90
- Hostel		10,64
- Dom pielgrzyma		2,13
Brak odpowiedzi	0,00	4,26

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	35,29	23,41
Pobyt zorganizowany, w tym:	58,82	76,59
Biuro podróży	17,65	70,21
Zakład pracy	29,41	6,38
Szkoła	0,00	0,00
Parafia (kościół)	0,00	0,00
Inna instytucja	11,76	0,00
Brak odpowiedzi	5,89	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Rosja	b.d.	385	632	414

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	0,00	10,64
Prasa	5,88	17,02
Radio	0,00	14,89
Telewizja	35,29	29,79
Katalogi biur podróży	23,53	57,45
Przewodniki	41,18	57,45
Foldery/ulotki	0,00	8,51
Rodzina, znajomi	64,71	48,94
Strony internetowe	23,53	55,32
Polskie placówki dyplomatyczne	0,00	0,00
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,00	0,00
Szkoła	0,00	12,77
Brak wcześniejszej informacji	5,88	0,00
Inne źródło informacji	0,00	0,00

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Długość pobytu	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	6,4	Wypoczynek	18,2	Samolot	14,9
1 noc	8,5	Zwiedzanie	66,0	Autokar	63,8
2 noce	14,9	Biznes	9,0	Samochód	2,1
3 noce	29,8	Krewni/znajomi	4,5	Pociąg	17,0
4 noce	8,5	Religia		Autobus	2,1
5 nocy	12,8	Zdrowie		Razem	100,0
6 nocy	6,4	Inne			
7 nocy	4,3	Turystyka aktywna			
8 nocy	0,0	Konferencje			
powyżej 9 nocy	8,5	Rozrywka			
Razem	100,0	Kultura			
		Tranzyt	2,3		
		Edukacja			
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne			
		Przyroda			
		Razem			

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	66,0	Do 24 lat	4,3	Wyższe	38,3	Student	4,3	Bardzo dobry	40,4
Mężczyzna	34,0	25-34 lat	8,5	Średnie	29,8	Dom	21,3	Dobry	34,0
Razem	100,0	35-44 lat	42,6	Inne	31,9	Bezrobotny	2,1	Średni	25,5
		45-59 lat	36,2	Razem	100,0	Emeryt/rencista	12,8	Razem	100,0
		Pow. 60 lat	8,5			Aktywny	59,6		
		Razem	100,0			Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Goście z Rosji nocują głównie w hotelach (61,70%), chociaż udział tego rodzaju bazy noclegowej spadł o kilka procent w porównaniu do roku 2005, natomiast pojawiły się inne obiekty noclegowe – hostele z udziałem ponad 10%. Jako organizator pobytu dominują biura podróży (ponad 70%). Katalogi biur podróży i przewodniki to najczęstsze źródła informacji dla Rosjan, ponadto wymieniają oni: rodzinę i znajomych, strony internetowe, masmedia oraz targi turystyczne (udział tych ostatnich wyniósł 10,64%). Większość turystów rosyjskich przybywa do Małopolski autokarem turystycznym (63,8%) w celu zwiedzania zabytków (66%). Pozostają oni w Małopolsce najczęściej 2 -3 nocy. Średnia wydatkowa podczas pobytu kwota (414 zł) jest niższa niż w 2005r., ale wyższa niż w 2004r. Ponad 40% turystów to osoby pomiędzy 35 a 44 rokiem życia, z wykształceniem wyższym i innym, aktywni zawodowo, o statusie materialnym bardzo dobrym i dobrym

RYNEK WŁOSKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	66,94	64,67
Motel	0,00	1,80
Pensjonat	0,83	2,99
Dom wycieczkowy	4,96	0,60
Schronisko	2,48	0,60
Kemping/pole namiotowe	0,00	4,79
Zakład uzdrowiskowy	0,00	0,00
Ośrodek wczasowy	0,00	0,00
Kwaterna prywatna	0,00	0,00
Znajomi lub rodzina	5,79	2,40
Własne mieszkanie	0,00	0,00
Inny obiekt, w tym:	4,96	17,96
- Hostel		9,58
- Dom pielgrzyma		7,78
Brak odpowiedzi	14,05	4,19

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	44,63	43,71
Pobyt zorganizowany, w tym:	50,41	56,29
Biurow podróży	28,93	31,13
Zakład pracy	4,96	1,80
Szkoła	1,65	2,40
Parafia (kościół)	13,22	19,16
Inna instytucja	1,65	1,80
Brak odpowiedzi	4,96	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Włochy	1011	658	544	757

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	4,96	2,40
Prasa	14,88	16,17
Radio	10,74	9,58
Telewizja	22,31	30,54
Katalogi biur podróży	33,06	37,72
Przewodniki	33,06	39,52
Foldery/ulotki	6,61	4,79
Rodzina, znajomi	31,40	46,71
Strony internetowe	30,58	40,12
Polskie placówki dyplomatyczne	0,00	1,80
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,00	0,60
Szkoła	4,96	16,77
Brak wcześniejszej informacji	0,83	1,20
Inne źródło informacji	14,05	10,78

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Ilość noclegów	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	3,6	Wypoczynek	32,1	Samolot	46,4
1 noc	4,2	Zwiedzanie	33,3	Autokar	29,8
2 noce	10,8	Biznes	3,0	Samochód	16,7
3 noce	15,6	Krewni/znajomi	2,4	Pociąg	4,8
4 noce	23,4	Religia	22,0	Inne	2,4
5 nocy	17,4	Zdrowie		Razem	100,0
6 nocy	7,2	Inne			
7 nocy	12,6	Turystyka aktywna	1,2		
8 nocy	0,6	Konferencje			
powyżej 9 nocy	4,8	Rozrywka	3,0		
Razem	100,0	Kultura			
		Tranzyt			
		Edukacja			
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne			
		Przyroda			
		Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	51,8	Do 24 lat	6,5	Wyższe	42,3	Uczeń	1,2	Bardzo dobry	36,3
Mężczyzna	48,2	25-34 lat	17,9	Średnie	45,8	Student	6,5	Dobry	51,2
Razem	100,0	35-44 lat	20,2	Inne	11,9	Dom	8,3	Średni	12,5
		45-59 lat	41,1	Razem	100,0	Bezrobotny	1,2	Razem	100,0
		Pow. 60 lat	14,3			Emeryt/rencista	19,6		
		Razem	100,0			Aktywny	63,1		
						Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Goście z Włoch korzystają z hoteli (prawie 65%) oraz z innych obiektów noclegowych (ponad 17%), w tym hosteli i domów pielgrzyma. Ponad połowa z nich korzysta z pobytu zorganizowanego z 31% udziałem biur podróży i prawie 20% udziałem kościoła jako organizatorów przyjazdu. Włosi przybywają do Małopolski samolotem (46,4%), autokarem (29,8%) w celu zwiedzania zabytków, wypoczynku oraz religijnym. W porównaniu do roku 2005 wzrósł udział rodziny i znajomych, katalogów biur podróży, przewodników, stron internetowych, telewizji i prasy oraz szkoły jako źródeł informacji o Małopolsce a zmalał targów turystycznych. Najczęściej przebywają w regionie od 2 do 7 nocy. Wzrosła w porównaniu do lat ubiegłych średnia kwota wydatkowana podczas pobytu do 757 zł. Najszerzej reprezentowana jest grupa wiekowa pomiędzy 45 a 59 rokiem życia (41,1%), z wykształceniem wyższym i średnim, aktywna zawodowo, o statusie materialnym dobrym i bardzo dobrym.

RYNEK HISZPAŃSKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	60,00	75,47
Motel	0,00	5,66
Pensjonat	8,57	0,00
Dom wycieczkowy	0,00	1,89
Schronisko	0,00	3,77
Kemping/pole namiotowe	0,00	0,00
Zakład uzdrowiskowy	0,00	0,00
Ośrodek wczasowy	5,71	0,00
Kwaterna prywatna	2,86	1,89
Znajomi lub rodzina	2,86	0,00
Własne mieszkanie	0,00	0,00
Inny obiekt, w tym:	2,86	5,66
- Hostel		5,66
- Dom pielgrzyma		0,00
Brak odpowiedzi	17,14	5,66

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	80,00	56,60
Pobyt zorganizowany, w tym:	17,14	43,40
Biuro podróży	11,43	39,62
Zakład pracy	5,71	1,89
Szkoła	0,00	0,00
Parafia (kościół)	0,00	0,00
Inna instytucja	0,00	1,89
Brak odpowiedzi	2,86	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Hiszpania	1445	460	608	676

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	2,86	15,09
Prasa	0,00	13,21
Radio	0,00	5,66
Telewizja	5,71	28,30
Katalogi biur podróży	31,43	52,83
Przewodniki	60,00	45,28
Foldery/ulotki	8,57	15,09
Rodzina, znajomi	25,71	41,51
Strony internetowe	40,00	54,72
Polskie placówki dyplomatyczne	2,86	1,89
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	2,86	1,89
Szkoła	2,86	9,43
Brak wcześniejszej informacji	0,00	0,00
Inne źródło informacji	0,00	3,77

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Długość pobytu	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	5,7	Wypoczynek	37,7	Samolot	66,0
1 noc	0,0	Zwiedzanie	47,2	Autokar	22,6
2 noce	7,5	Biznes	5,7	Samochód	3,8
3 noce	20,8	Krewni/znajomi		Pociąg	7,5
4 noce	26,4	Religia		Razem	100,0
5 nocy	24,5	Zdrowie			
6 nocy	3,8	Inne			
7 nocy	7,5	Turystyka aktywna			
8 nocy	1,9	Konferencje			
powyżej 9 nocy	1,9	Rozrywka			
Razem	100,0	Kultura			
		Tranzyt			
		Edukacja			
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne			
		Przyroda			
		Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	52,8	Do 24 lat	7,5	Wyższe	56,6	Student	9,4	Bardzo dobry	39,6
Mężczyzna	47,2	25-34 lat	39,6	Średnie	41,5	Dom	3,8	Dobry	41,5
Razem	100,0	35-44 lat	30,2	Inne	1,9	Bezrobotny	1,9	Średni	18,9
		45-59 lat	15,1	Razem	100,0	Emeryt/rencista	7,5	Razem	100,0
		Pow. 60 lat	7,5			Aktywny	77,4		
		Razem	100,0			Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Ponad 70% Hiszpanów korzysta z hotelu jako miejsca zakwaterowania i jest to tendencja podobna do tej z 2005r. Spadł udział pobytów organizowanych samodzielnie (z 80% na 56,6%) na rzecz pobytów organizowanych przez biura podróży (z 11,43% w 2005r. na 39,42% w 2006r.) i inne instytucje. Wzrosła rola targów turystycznych masmediów, rodziny i znajomych, stron internetowych, szkoły, katalogów biur podróży jako źródeł informacji o regionie, a zmniejszyła się przewodników, ośrodków informacji turystycznej. Najczęściej wykorzystywany środek transportu to samolot (66%). Cele przyjazdu deklarowane przez turystów hiszpańskich to zwiedzanie zabytków (47,2%), wypoczynek (37,7%) oraz biznes (5,7%). Ponad 70% gości z Hiszpanii przebywa w Małopolsce od 3 do 5 nocy. Dominująca grupa wiekowa (prawie 70%) to osoby pomiędzy 25 a 44 rokiem życia, z wykształceniem wyższym i średnim, aktywni zawodowo (77,4%), o statusie materialnym dobrym i bardzo dobrym.

RYNEK WĘGIERSKI

FORMA ZAKWATEROWANIA I STRUKTURA WYKORZYSTYWANEJ BAZY NOCLEGOWEJ W MAŁOPOLSCE

Miejsce noclegu (w %)	2005	2006
Hotel	47,92	48,08
Motel	0,00	3,85
Pensjonat	2,08	3,85
Dom wycieczkowy	31,25	7,69
Schronisko	2,08	5,77
Kemping/pole namiotowe	4,17	1,92
Zakład uzdrowiskowy	0,00	0,00
Ośrodek wczasowy	4,17	0,00
Kwaterna prywatna	0,00	1,92
Znajomi lub rodzina	2,08	5,77
Własne mieszkanie	0,00	1,92
Inny obiekt, w tym:	4,17	15,39
- Hostel		11,54
- Dom pielgrzyma		0,00
Brak odpowiedzi	2,08	3,85

Źródło: opracowanie własne

ORGANIZACJA POBYTU W MAŁOPOLSCE

Organizator (w %)	2005	2006
Samodzielnie	41,67	50,00
Pobyt zorganizowany, w tym:	54,17	50,00
Biurow podróży	47,92	23,08
Zakład pracy	4,17	7,69
Szkoła	0,00	1,92
Parafia (kościół)	0,00	9,62
Inna instytucja	2,08	7,69
Brak odpowiedzi	4,16	0,00

Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA KWOTA WYDATKOWANA PODCZAS POBYTU TURYSTYCZNEGO W MAŁOPOLSCE

(w zł na osobę)	2003	2004	2005	2006
Węgry	1700	403	425	502

Źródło: opracowanie własne

WYKORZYSTANE PRZEZ ODWIEDZAJĄCYCH MAŁOPOLSKĘ ŹRÓDŁO INFORMACJI O REGIONIE

Źródło informacji (w %)	2005	2006
Targi turystyczne	0,00	3,85
Prasa	4,17	7,69
Radio	0,00	1,92
Telewizja	33,33	30,77
Katalogi biur podróży	54,17	46,15
Przewodniki	64,58	38,46
Foldery/ulotki	29,17	5,77
Rodzina, znajomi	56,25	46,15
Strony internetowe	29,17	25,00
Polskie placówki dyplomatyczne	0,00	1,92
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,00	0,00
Szkoła	10,42	38,46
Brak wcześniejszej informacji	0,00	1,92
Inne źródło informacji	4,17	7,69

Źródło: opracowanie własne

DŁUGOŚĆ POBYTU CEL PRZYJAZDU ŚRODEK TRANSPORTU

Ilość noclegów	%	Cel przyjazdu	%	Środek transportu	%
1 dzień	1,9	Wypoczynek	28,8	Samolot	23,1
1 noc	5,8	Zwiedzanie	30,8	Autokar	44,2
2 noce	19,2	Biznes	7,7	Samochód	28,8
3 noce	25,0	Krewni/znajomi		Pociąg	1,9
4 noce	25,0	Religia	11,5	Inne	1,9
5 nocy	3,8	Zdrowie		Razem	100,0
6 nocy	3,8	Inne			
7 nocy	5,8	Turystyka aktywna			
8 nocy	3,8	Konferencje			
powyżej 9 nocy	5,8	Rozrywka	5,8		
Razem	100,0	Kultura	5,8		
		Tranzyt			
		Edukacja			
		Sport			
		Zakupy			
		Miejsca rodzinne			
		Przyroda			
		Razem	100		

Źródło: opracowanie własne

PROFIL SPOŁECZNY

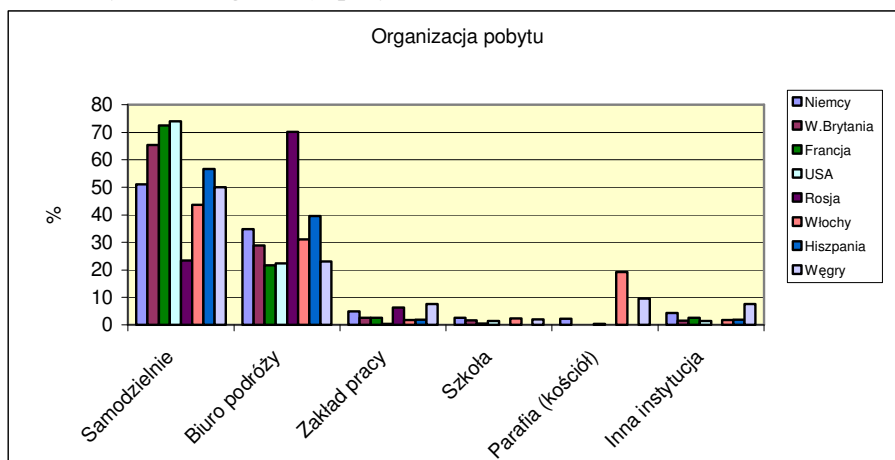
Płeć	%	Wiek	%	Wykształcenie	%	Status zawodowy	%	Status materialny	%
Kobieta	61,5	Do 24 lat	17,3	Wyższe	42,3	Uczeń	7,7	Bardzo dobry	13,5
Mężczyzna	38,5	25-34 lat	13,5	Średnie	42,3	Student	7,7	Dobry	57,7
Razem	100,0	35-44 lat	30,8	Inne	15,4	Dom	7,7	Średni	28,8
		45-59 lat	30,8	Razem	100,0	Emeryt/rencista	17,3	Razem	100,0
		Pow. 60 lat	7,7			Aktywny	59,6		
		Razem	100,0			Razem	100,0		

Źródło: opracowanie własne

Wśród turystów węgierskich zauważyć można różnorodność form zakwaterowania, w tym: hotele (48,08%), inne obiekty (15,39%), domy wycieczkowe (7,69%) oraz schroniska i znajomi i rodzina po 5,77%. W porównaniu do 2005r. daje się zauważyć spadek udziału domów wycieczkowych jako miejsc noclegu. Jeśli chodzi o organizację pobytu to korzystają oni zarówno z pobytów zorganizowanych (50%) jak też organizują je samodzielnie (50%). Zaznacz się spadek instrumentów promocji turystycznej jako źródeł informacji o regionie, natomiast zwiększa się, w tym zakresie, udział szkoły (z 10,42% w 2005r. do 38,46% w 2006r.). Węgrzy przyjeżdżają do Małopolski autokarem (44,2%), samochodem (28,8%) oraz samolotem (23,1%). Jako cel przyjazdu deklarują zwiedzanie, wypoczynek i cel religijny. Prawie 70% z turystów węgierskich przebywa w Małopolsce od 2 do 4 nocy. Ponad 60% to osoby w wieku pomiędzy 35 a 59 rokiem życia, z wykształceniem wyższym i średnim, aktywni zawodowo, o statusie materialnym dobrym i średnim.

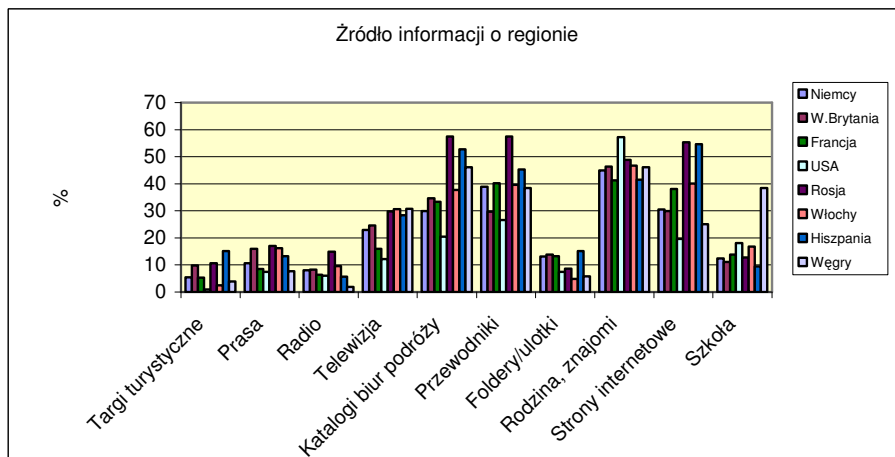
WYKRESY PORÓWNAWCZE

Wykres 1. Organizacja pobytu



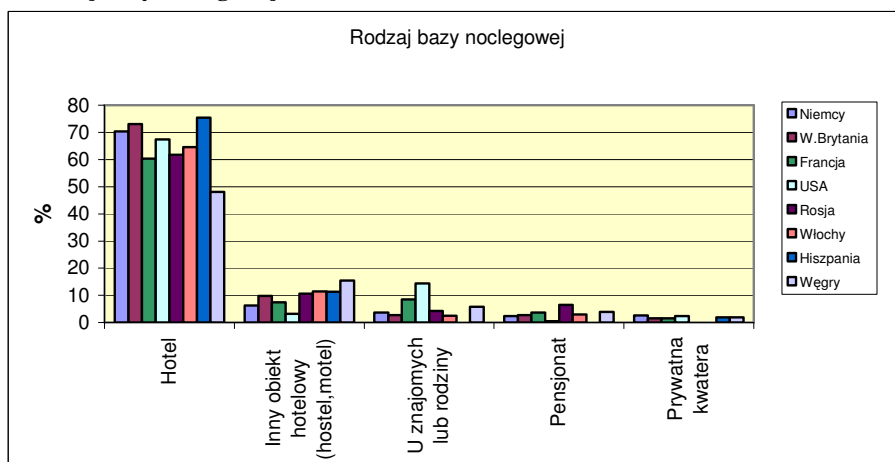
Źródło: opracowanie własne

Wykres 2. Źródło informacji o regionie



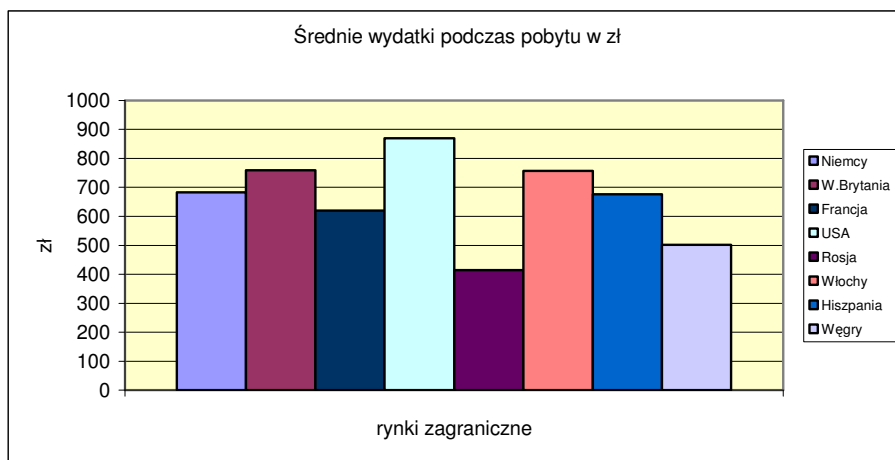
Źródło: opracowanie własne

Wykres 3. Rodzaj bazy noclegowej



Źródło: opracowanie własne

Wykres 4. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu



Źródło: opracowanie własne

Z przedstawionych wykresów wynika, że wśród dominujących w Małopolsce rynków zagranicznych przede wszystkim samodzielnie organizują pobyt turyści z USA, Francji, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii. Turyści rosyjscy korzystają głównie z usług biur podróży, natomiast turyści włoscy i węgierscy również z usług kościoła jako organizatora pobytu.

Dla turystów z prezentowanych rynków zagranicznych ważnym źródłem informacji jest rodzina i znajomi. Katalogi biur podróży i przewodniki to ważne źródło informacji dla turystów z Rosji, Hiszpanii i Francji. Widać też, że na wszystkich przedstawionych rynkach rośnie popularność stron internetowych oraz masmediów. Z wyjątkiem rynku USA i Włoch, gdzie udział tego źródła jest niewielki, zaznacza się też rola targów turystycznych w promocji oferty regionu.

Poza turystami z Węgier, którzy korzystają z różnorodnej bazy noclegowej, turyści z pozostałych rynków preferują hotel jako miejsce noclegu. Widać też wzrost udziału innych obiektów noclegowych (hostel, motel), zwłaszcza wśród turystów z rynku Węgier, Rosji, Włoch i Hiszpanii.

Najwięcej pieniędzy wśród prezentowanych rynków wydają turyści z USA, Wielkiej Brytanii i Włoch. Najmniejsze kwoty wydatkują Rosjanie i Węgrzy.

**5. WNIOSKI I
PODSUMOWANIE
CAŁOŚCIOWE BADAŃ**

Wnioski ogólne:

1. Zauważono wyraźne ożywienie zagranicznego ruchu turystycznego w IV kwartale, a szczególnie w miesiącach XI-XII, kiedy to notuje się większą liczbę turystów zagranicznych niż w miesiącach I-II. We wszystkich latach utrzymuje się natomiast lokalne obniżenie zagranicznego ruchu turystycznego w czerwcu, ale wynika to raczej ze szczególnie intensywnej turystyki krajowej w tym miesiącu.
2. Na podstawie analizy miesięcznych wskaźników sezonowości dla turystów ogółem stwierdzono, że w latach 2002-2006 nie ma wyraźnych zmian w kształtowaniu się tych wskaźników.
3. Obserwuje się lekką tendencję do obniżania wskaźników sezonowości w miesiącach „szczytu” turystycznego V-VII oraz ich wzrost w miesiącach „martwego sezonu turystycznego” X-XII, co można uznać za zjawisko pozytywne, pozwalające bardziej efektywnie wykorzystać istniejącą bazę turystyczną. W 2006 roku okresem szczytu turystycznego były miesiące sierpień-wrzesień oraz lokalnie (na tle poprzednich lat) marzec tego roku.
4. Jeżeli chodzi o wskaźniki sezonowości dla turystów krajowych i zagranicznych to łatwo zauważyć, że kształtują się one nieco inaczej. W przypadku turystów krajowych przebieg wskaźników jest praktycznie analogiczny jak dla wskaźników dotyczących turystów ogółem. Natomiast dla turystów zagranicznych mamy do czynienia z rozkładem „normalnym” z lekką asymetrią lewostronną, z modalną w miesiącach sierpień-wrzesień.
5. Zauważono również rozbieżności pomiędzy krajowym i zagranicznym ruchem turystycznym w roku 2006. Szczególnie wyraźnie jest to widoczne w miesiącach lipiec-wrzesień (na korzyść turystyki zagranicznej) oraz w miesiącach grudzień-luty (na korzyść turystyki krajowej). W pozostałych miesiącach X-XI oraz III-VI praktycznie nie ma różnic we wskaźnikach sezonowości dla krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego.

Wnioski synteza:

1. Ogólna liczba odwiedzających Małopolskę sukcesywnie wzrasta.
2. Rokrocznie zwiększa się w Małopolsce udział przyjeżdżających z zagranicy.
3. Ogólna liczba turystów w Małopolsce wzrosła w 2006 roku tak znacznie, że zrekompensowała z nadwyżką swój spadek z roku poprzedniego.
4. Systematycznie rośnie liczba i udział turystów z zagranicy przyjeżdżających do Małopolski.

Wnioski – turyści krajowi:

1. Wiodącym środkiem transportu dla turystyki krajowej jest samochód osobowy – ponad 60% wskazań.
2. Turyści krajowi średnio pozostają w Małopolsce przez pięć dni.
3. Głównym celem przyjazdu Polaków jest wypoczynek, kolejno: zwiedzanie – krajoznawstwo, interesy (biznes) i cele religijne.
4. Dominującym rodzajem obiektu, z którego korzystają Polscy podczas pobytu w Małopolsce, pozostają hotele.

5. Zmniejsza się rola moteli, obozowisk turystycznych i ośrodków wczasowych w obsłudze gości krajowych w Małopolsce.
6. Małopolskie zakłady uzdrowiskowe zyskują coraz większe znaczenie wśród gości krajowych
7. Ujawnia się tendencja do posiadania przez Polaków tzw. „drugich domów” w Małopolsce.
8. Zmniejsza się odsetek Polaków przygotowujących sobie podróż samodzielnie, a wzrasta znaczenie szkoły jako organizatora przyjazdów do Małopolski.
9. Polacy wydają podczas pobytu w Małopolsce średnio na osobę coraz wyższe kwoty pieniężne.
10. Polacy wciąż najczęściej korzystają z opinii rodziny / przyjaciół / znajomych przy przyjeździe do Małopolski.
11. Większą niż dotychczas rolę w pozyskiwaniu wiedzy o Małopolsce odgrywają foldery/ulotki.
12. Po spadkach w latach ubiegłych zyskują obecnie wśród gości krajowych na znaczeniu prasa, radio i Internet jako źródła informacji o Małopolsce.
13. Rola szkoły w przekazywaniu Polakom wiedzy o Małopolsce jest wprawdzie większa niż rok wcześniej, ale i tak zdecydowanie mniejsza niż w latach poprzednich.
14. Odwiedzający krajowi znają stosunkowo szeroko ofertę turystyczną województwa małopolskiego.
15. Zdecydowanie dominują znane, sztafardowe szlaki, po których poruszają się odwiedzający krajowi w województwie małopolskim.
16. Zauważalne są ścisłe powiązania oferty turystycznej (i migracji turystycznych) Małopolski z graniczną Słowacją.
17. Wzrasta zainteresowanie Beskidem Sądeckim i miejscowościami położonymi na jego terenie.
18. Największym atutem województwa dla gości krajowych w bieżącym roku był Kraków i przyroda Małopolski.
19. W działaniach promocyjnych na rynku krajowym należy wziąć pod uwagę następujące walory Małopolski: góry, lasy, jeziora, rzeki, obiekty sakralne, zamki, uzdrowiska, obiekty kulturalne oraz infrastrukturę rekreacyjno – sportową.
20. Do potencjalnych, nie w pełni jeszcze wykorzystanych walorów turystycznych województwa małopolskiego, należy zaliczyć: ośrodki rekreacji, kuchnię regionalną, kulturę ludową, czyste środowisko (żywność ekologiczna) itd.

Wnioski – turyści zagraniczni:

1. Wiodącym środkiem transportu dla turystów zagranicznych jest samolot (ponad 50% wskazań), natomiast samochód osobowy i autokar turystyczny konkurują ze sobą na podobnym poziomie ok. 20%.
2. Turyści krajowi średnio pozostają w Małopolsce przez prawie pięć dni. (4,6)
3. Głównym celem przyjazdu cudzoziemców jest wypoczynek (szczególnie dla Brytyjczyków, Irlandczyków, Holendrów, zwiedzanie preferują Niemcy i Francuzi, natomiast Amerykanie idealnie łączą jedno z drugim – krajoznawstwo z zabawą, interesy (biznes) i cele religijne (może mieć na to wpływ ok. 20% wsadu polonijnego w tej grupie narodowej).
4. Cudzoziemcy przyjeżdżający do Małopolski wykorzystują na nocleg przede wszystkim obiekty o wyższym standardzie świadczonych usług, tj. hotele, których udział utrzymuje się od lat na zbliżonym wysokim poziomie.

5. Małą popularnością wśród gości z zagranicy cieszą się małopolskie ośrodki czasowe i zakłady uzdrowiskowe.
6. Coraz mniejszym zainteresowaniem wśród zagranicznych gości w Małopolsce cieszą się pensjonaty, domy wycieczkowe i schroniska.
7. Z roku na rok wzrasta znaczenie tzw. „innych” obiektów w obsłudze cudzoziemców przybywających do Małopolski.
8. Goście zagraniczni wciąż najczęściej przygotowują sobie przyjazd do Małopolski we własnym zakresie.
9. Zmniejsza się rola szkoły w organizacji podróży cudzoziemców do Małopolski.
10. Kwota średniego wydatku na osobę, przeznaczana przez gości zagranicznych na pobyt w Małopolsce, w 2006 roku zaczęła rosnąć.
11. Podstawowym źródłem informacji o Małopolsce, wykorzystywanym przez gości zagranicznych, pozostaje rodzina, znajomi, przyjaciele.
12. Rośnie wśród cudzoziemców rola Internetu i prasy w pozyskiwaniu wiedzy o Małopolsce.
13. Rok 2006 to znaczny przyrost znaczenia targów turystycznych w promowaniu turystycznej oferty Małopolski wśród obcokrajowców.
14. Systematycznie wzrasta udział trzech podstawowych mediów (prasy, radio i telewizji) oraz przewodników w pozyskiwaniu przez gości zagranicznych informacji o Małopolsce.
15. Turyści zagraniczni odwiedzają w województwie małopolskim najbardziej znane miejsca recepcji turystycznej.
16. Kraków jest najważniejszym centrum obsługi ruchu turystycznego przyjazdowego spoza granic kraju. Zdecydowana większość turystów nie opuszcza w ogóle miasta. Należy położyć zdecydowany nacisk na działania promocyjne i informacyjne dotyczące oferty województwa na terenie miasta.
17. Trzeba zwrócić uwagę na nowe propozycje tras turystycznych po województwie małopolskim (programy pobytu) w katalogach zagranicznych touroperatorów.
18. Kraków oraz Wieliczka, Oświęcim i Zakopane są największymi atrakcjami województwa małopolskiego z punktu widzenia rynków zagranicznych.
19. Wśród walorów wskazywanych przez respondentów należy zdecydowanie wymienić kulturę, a w tym zabytki, tradycję, religię, muzea oraz kuchnię regionalną.
20. Do ważnych, z punktu widzenia rynków międzynarodowych, elementów przyszłych kampanii promocyjnych województwa należałoby zaliczyć: ośrodki sportu i rekreacji, środowisko przyrodnicze, kulturę ludową, uzdrowiska i in.

PODSUMOWANIE CAŁOŚCIOWE BADAŃ:

Badania ruchu turystycznego w regionie pomyślane zostały jako stały pomiar tego samego zjawiska przy pomocy tej samej metody i narzędzi badawczych. Badanie to wymaga stałego monitorowania zjawiska we wszystkich miesiącach roku kalendarzowego, gdyż tylko tak prowadzony pomiar gwarantuje wiarygodne dane analityczne.

Głównym wnioskiem płynącym z badań dla władz samorządowych Małopolski jest zwiększenie dostępności komunikacyjnej regionu (drogi i infrastruktura komunikacyjna), aby strumień ruchu turystycznego docierający do Krakowa mógł swobodnie wypływać na zewnątrz stolicy województwa małopolskiego (zjawisko dyspersji).