

ZYGMUNT KRUCZEK\*, KRZYSZTOF BORKOWSKI\*\*,  
LESZEK MAZANEK\*\*\*

## Turystyka w regionie małopolskim w czasie pandemii COVID-19

**Streszczenie.** Małopolska jest w skali kraju liderem ruchu turystycznego w ujęciu ilościowym, a także pod względem potencjału turystycznego i jego wykorzystania. Prowadzone od 2003 r. w Małopolsce badania ruchu turystycznego pozwalają na monitorowanie zmian, poznanie nie tylko wielkości ruchu, ale także jego struktury, głównych ośrodków emisji, celów przyjazdu, wykorzystywanej bazy noclegowej i środków transportu. Dla działań strategicznych i promocyjnych istotne jest badanie poczucia bezpieczeństwa i satysfakcji z wizyty w regionie. Wyniki badań pozwoliły również na ocenę wpływu pandemii COVID-19 na turystykę w tym regionie, co było celem pracy. W artykule opisano zmiany wielkości i struktury ruchu turystycznego, długości pobytu gości, celów przyjazdu, wydatków turystów oraz wpływów z turystyki. W czasie pandemii zmniejszeniu uległa liczba odwiedzających i wpływ z turystyki, ale odnotowano wzrost poczucia bezpieczeństwa i satysfakcji z wizyty.

**Słowa kluczowe:** Małopolska, potencjał turystyczny, ruch turystyczny, pandemia COVID-19

**Kody JEL:** R1, Z32, L83

**Sugerowane cytowanie:** Kruczek, Z., Borkowski, K., i Mazanek, L. (2022). Turystyka w regionie małopolskim w czasie pandemii COVID-19. *Studia Periegetica*, 1(37), 107-129. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0015.9044>

---

\* Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie (Polska), Zakład Geografii Turystyki, e-mail: [zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl](mailto:zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl), [orcid.org/0000-0003-3015-2139](https://orcid.org/0000-0003-3015-2139).

\*\* Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii (Polska), Wydział Turystyki i Rekreacji, Sucha Beskidzka, e-mail: [krzysztof.borkowski@wstie.edu.pl](mailto:krzysztof.borkowski@wstie.edu.pl), [orcid.org/0000-0001-8122-525X](https://orcid.org/0000-0001-8122-525X).

\*\*\* Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie (Polska), Zakład Obsługi Ruchu Turystycznego, e-mail: [leszek.mazanek@awf.krakow.pl](mailto:leszek.mazanek@awf.krakow.pl), [orcid.org/0000-0003-2231-4089](https://orcid.org/0000-0003-2231-4089).

## 1. Wprowadzenie

Pandemia COVID-19 w znacznym stopniu wpłynęła na turystykę. Wiele regionów i miejsc od lat cieszących się niesłabnącą popularnością w 2020 r. odnotowało znaczny spadek liczby odwiedzających. Wprowadzenie ograniczeń w postaci zakazu przemieszczania się, zamknięcia hoteli i innych miejsc noclegowych oraz ograniczenia działalności restauracji, kawiarni czy pubów przyczyniło się do znacznego spadku przyjazdów turystów, również do Małopolski<sup>1</sup>.

W literaturze opisywane są zmiany, które COVID-19 spowodował w gospodarce turystycznej (Goodgrer i Kieran, 2020), formułowane są wielowariantowe prognozy rozwoju sytuacji, kreślone scenariusze wychodzenia z kryzysu oraz proponowane działania naprawcze. Ukazał się specjalny numer *Tourism Geographies* (vol. 22, no. 3), w którym zawarto aż 25 artykułów na tematy związane z COVID-19. Przedstawiono w nim np. wizję turystyki po zakończeniu epidemii (Haywood, 2020), proponowano niezbędne działania ekonomiczne ratujące gospodarkę turystyczną (Cave i Dredge, 2020), wskazywano na niezbędną transformację (Hall, Scott i Gössling, 2020). Pojawiają się tezy o konieczności socjalizowania i ekologizacji turystyki po COVID-19 (Higgins-Desbiolles, 2020; Crossley, 2020) z dużym naciskiem na zrównoważony rozwój i odpowiedzialną turystykę (Niewiadomski, 2020). Udowodniono, że w czasie wychodzenia z kryzysu epidemicznego większą popularnością będą się cieszyć podróże w obrębie własnego kraju, pobyty w gospodarstwach agroturystycznych i obiektach będących w stanie zapewnić bezpieczeństwo sanitarne (Borodako, 2021).

Podjęto próbę oszacowania strat spowodowanych COVID-19 (Grabiński i Borkowski, 2020) oraz przedstawiono prognozy rozwoju sytuacji w gospodarce turystycznej do 2021 r. w skali regionalnej w odniesieniu do Krakowa i Małopolski, dla której już w 2020 r. opracowano różne scenariusze (*Prognozy*, 2020).

W 2019 r. Małopolskę odwiedziło 18 mln osób. Ruch turystyczny koncentrował się w stolicy regionu – Krakowie (14,5 mln odwiedzających), ale także w Tatrach, Pieninach, Dolinie Popradu. Pojawiły się medialne doniesienia o nadmiernej liczbie turystów i negatywnych skutkach takiej koncentracji zwanej *overtourismem* w odniesieniu do Krakowa (Kruczek, 2019; Kowalczyk-Anioł, 2019; Szromek, Kruczek i Walas, 2020), Tatrzańskiego i Pienińskiego Parku Narodowego oraz Muzeum Pamięci Auschwitz-Birkenau. Ograniczony dostęp do miejsc czy oferowanych usług z powodu dużego natężenia ruchu turystycznego przyczynił się do

---

<sup>1</sup> Używana w artykule zamiennie nazwa Małopolska i region małopolski odnosi się do jednostki podziału administracyjnego oraz jednostki samorządu terytorialnego, jakim jest województwo małopolskie, oraz jest równoznaczne z poziomem NUTS 2 w klasyfikacji jednostek terytorialnych do celów statystycznych stosowanej na terenie krajów członkowskich Unii Europejskiej.

negatywnego nastawienia mieszkańców do wzrostu turystyki w danej destynacji (Mazanek, Borkowski i Kruczek, 2021).

Głównym celem artykułu jest pokazanie wpływu pandemii COVID-19 na turystykę w regionie Małopolski w odniesieniu do wielkości ruchu turystycznego, wpływów z turystyki, motywów przyjazdu i miejsc docelowych. Pracę oparto na badaniach prowadzonych przez Małopolską Organizację Turystyczną (MOT), ale znalazły się tu również zestawienia wyników badań, które nie były publikowane w raportach. Nakreślono też perspektywy rozwoju turystyki w regionie w okresie postcovidowym, z uwzględnieniem implikacji wynikających z wojny toczącej się w pobliskiej Ukrainie.

## 2. Potencjał turystyczny Małopolski

W literaturze przedmiotu mianem potencjału turystycznego określa się wszystkie elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystane do uprawiania turystyki bądź do zajmowania się turystyką (Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk, 2002, s. 31). Elementy te nazywa się zasobami, czyli nagromadzonymi w danej przestrzeni czynnikami wytwórczymi, które można wykorzystać w procesach świadczenia i wymiany usług turystycznych (Meyer, 2010, s. 24). Są one podstawą kreowania produktu turystycznego obszaru recepcji turystycznej. W literaturze geograficznej pojęcie potencjału zdefiniowano jako możliwości wykorzystania danego obszaru, jego krajobrazu, przestrzeni przyrodniczej do określonych celów (Zajadacz, 2004, s. 34).

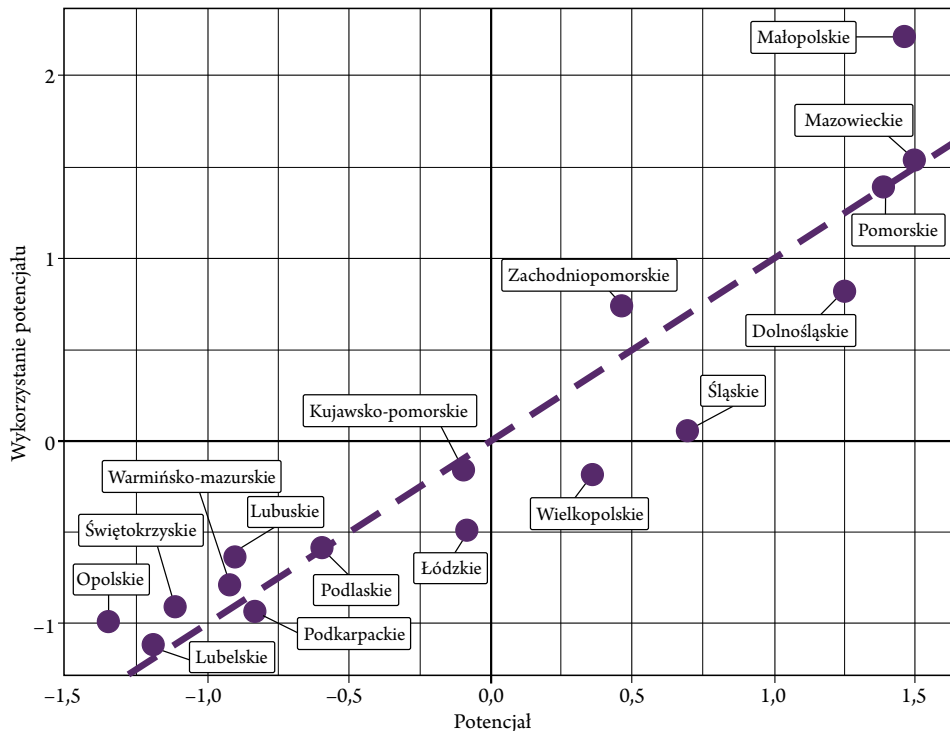
Województwo małopolskie wyróżnia się w skali kraju, zajmując czołowe miejsca wśród innych regionów, pod względem cech składających się na potencjał turystyczny. Bogate i cenne są walory naturalne i kulturowe. Na obszarze tego województwa, zajmującego zaledwie 5% powierzchni kraju, znajduje się 6 parków narodowych, 11 parków krajobrazowych, liczne rezerваты i pomniki przyrody. Ponad połowa obszaru województwa objęta jest ochroną przyrodniczą jako obszary parków narodowych, parków krajobrazowych, obszary chronionego krajobrazu oraz zespoły krajobrazowo-przyrodnicze (*Zasoby krajobrazowe*, 2021; Kruczek, 2011). Podobnie w odniesieniu do światowej rangi miejsc wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Kultury i Natury UNESCO – z 29 obiektów w Polsce 12 znajduje się w Małopolsce.

Województwo małopolskie pod względem potencjału turystyki i jego wykorzystania zajmuje czołowe miejsca w Polsce, dysponuje zarówno turystycznymi walorami naturalnymi i kulturowymi, jak i rozbudowaną bazą noclegową oraz dobrą dostępnością komunikacyjną. Pod względem liczby miejsc noclegowych w 2019 r. zajmowało trzecią pozycję w kraju, a pod względem liczby miejsc całorocznych

miejsce pierwsze. Ponadto baza ta była dobrze wykorzystywana, ponieważ województwo małopolskie było jednym z pięciu województw, w których odnotowano wyższy niż przeciętny stopień wykorzystania miejsc noclegowych w kraju, oraz jednym z czterech województw, gdzie wykorzystanie pokoi przewyższyło wartość wskaźnika obliczonego dla Polski (*Turystyka w województwie*, 2020).

W 2019 r. w województwie małopolskim na 100 km<sup>2</sup> przypadało 10,2 turystycznych obiektów noclegowych – o 6,6 więcej niż średnio w Polsce. Średnia gęstość bazy noclegowej mierzona liczbą miejsc noclegowych na 1 km<sup>2</sup> w województwie małopolskim w 2019 r. wyniosła 6,9, co lokowało Małopolskę na pierwszym miejscu w kraju pod względem wartości tego wskaźnika (44,8% miejsc noclegowych) w Polsce. Pod względem liczby obiektów hotelowych dominowały województwa małopolskie i dolnośląskie (23,9% bazy krajowej), a w przypadku znajdujących się w nich miejsc noclegowych – małopolskie i mazowieckie (28,2%). Województwo małopolskie zajmowało pierwsze miejsce w rankingu wojewódzkim zarówno pod względem liczby hoteli, jak i pensjonatów.

Wykres 1. Zależność potencjału turystycznego od jego wykorzystania



Źródło: *Potencjał turystyczny*, 2019, s. 109.

Wskaźnik funkcji turystycznych Baretje'a-Deferta, ilustrujący liczbę miejsc noclegowych na 100 mieszkańców, sytuuje województwo małopolskie ze wskaźnikiem 3,1 na trzecim miejscu po zachodniopomorskim (8,6) i pomorskim (5,1). Ale wskaźnik funkcji turystycznych obliczony na podstawie liczby korzystających z noclegów na 1 km<sup>2</sup> plasuje województwo małopolskie już na pierwszym miejscu w Polsce (przed śląskim i dolnośląskim)

Liczba korzystających z noclegów na 100 mieszkańców (wskaźnik intensywności ruchu turystycznego Schneidera) w 2019 r. lokował Małopolskę na drugim miejscu za województwem zachodniopomorskim, natomiast wskaźnik Charvata, obliczony na podstawie liczby udzielonych noclegów na 100 mieszkańców, dawał Małopolsce trzecie miejsce po województwie pomorskim i zachodniopomorskim. Charakterystyczny był, utrzymujący się w województwie małopolskim od lat, wysoki udział (w skali kraju) turystów zagranicznych i udzielonych im noclegów.

Pod względem nasycenia szlakami turystycznymi w przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup> Małopolska zajmuje pierwsze miejsce w Polsce. Wiąże się to ze specyfiką walorów turystycznych stanowiących podstawę rozwoju całorocznych form turystyki.

Małopolska jest w skali kraju liderem ruchu turystycznego w ujęciu ilościowym, odwiedza ją około 15% turystów (*Turystyka w województwie*, 2020), a także pod względem potencjału turystycznego i jego wykorzystania. Na wykresie 1 widoczna jest grupa województw (małopolskie, pomorskie, mazowieckie, zachodniopomorskie) mających ponadprzeciętny potencjał turystyczny (pierwsza ćwiartka) i efektywnie go wykorzystujących (*Potencjał turystyczny*, 2019).

### 3. Metody i narzędzia badań

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach zadań statutowych, do których należy „podejmowanie działań mających wpływ na zwiększenie liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie”, od 2003 r. prowadzi systematyczny monitoring ruchu turystycznego w Małopolsce, województwie, w którym turystyka odgrywa istotną rolę w sferze społeczno-gospodarczej. Badania realizowane przez ekspertów Międzyuczelnianego Zespołu Naukowego Małopolskiej Organizacji Turystycznej, według autorskiej metody, umożliwiają prowadzenie analizy porównawczej wielkości i struktury ruchu turystycznego w Małopolsce. Dzięki integracji danych ilościowych i jakościowych oraz ciągłości obserwacji zjawiska wyniki prowadzonych badań stanowią materiał wyjściowy do podejmowania działań stymulujących rozwój turystyki zrównoważonej w województwie małopolskim.

Przyjęty w badaniach system zbierania danych oparto na trzech metodach. Pierwsza polegała na przeprowadzeniu wywiadów bezpośrednich (gdzie odpo-

wiedzi były rejestrowane w wersji elektronicznej z wykorzystaniem tabletów), przy założeniu pozyskania rocznie minimum 5 tys. ankiet. Badaniami objęto osoby odwiedzające Małopolskę, określane w zaleceniach statystycznych UNWTO mianem turystów (korzystający przynajmniej z jednego noclegu) oraz odwiedzających jednodniowych, którzy przybyli w celach poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym i innych.

W badaniach pominięto przyjezdnych, którzy deklarowali pobyt przekraczający 90 dni. Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustala się rokrocznie na podstawie danych GUS z roku poprzedniego, a dotyczących wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania. Ustalono, że próba o liczebności  $n = 5400$  osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 1,5%. Przyjęto schemat losowania warstwowego, gdzie warstwę stanowił powiat oraz rodzaj obiektu w każdym powiecie (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, kempingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne objekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Wskazano dodatkowo do poboru próby miejsca koncentracji podróżnych, takie jak: dworce kolejowe i autobusowe, port lotniczy oraz objekty i miejsca stanowiące atrakcje turystyczne. Listę tych miejsc ustalili eksperci na podstawie informacji pozyskanych od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego, służby celnej oraz Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach. Przy dobieraniu próby przyjęto następujące zasady: wszystkie osoby, z którymi przeprowadzano wywiady, miały powyżej 16 lat; w przypadku ankietowania rodziny badaniem obejmowano tylko jednego jej przedstawiciela; w przypadku ankietowania grupy zorganizowanej badaniem obejmowano co najwyżej dwie dorosłe osoby z tej grupy. Badania prowadzone są rokrocznie, w okresie od czerwca do października, według przyjętego rozkładu miejsc doboru próby w ciągu każdego miesiąca.

Od 2020 r. pozyskiwano dodatkowo dane teleinformatyczne o charakterze obserwacyjnym – rejestrują one rzeczywiste zachowania odwiedzających Małopolskę – przez aplikacje i strony mobilne użytkowników smartfonów (Alejziak, 2009). Jest to grupa narzędzi zastosowana w okresie pandemii COVID-19, za pomocą których dokonuje się selekcji danych pochodzących z hurtowni danych (*big data*) pod kątem osób (unikalnych podmiotów mobilnych) spełniających odpowiednie kryteria badania. Dane wykorzystane do analizy pozyskane zostały z DMP<sup>2</sup> Selectivv (Selectivv, 2020) w wyniku zapytań oraz wyświetleń reklam w kanale mobilnym, jak również od wydawców konkretnych aplikacji. W skład rozwiązań technologicznych Selectivv wykorzystywanych w badaniu wchodzi także platforma Selectivv DSP, służąca do zakupu powierzchni reklamowej w ka-

---

<sup>2</sup> Selectivv DMP Data Management Platform (hurtownia danych).

nale mobilnym zgodnie z metodologią RTB<sup>3</sup>. Podobne rozwiązanie, ale oparte na odmiennej zasadzie, zostało opisane przez Krzysztofa Borkowskiego (2019).

Wykorzystano też analizę danych istniejących (badania typu *desk research*) opartą na powszechnie dostępnych danych, szczególnie z GUS, a przede wszystkim z Banku Danych Regionalnych i Lokalnych oraz komunikatów, biuletynów, publikacji elektronicznych. Ponadto w badaniach wykorzystano wszelkie inne informacje pozyskane od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego – służby celnej, inspekcji transportu drogowego, Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach, Małopolskiego Dworca Autobusowego w Krakowie. W analizach wykorzystano także diagnozy eksperckie oraz dane pochodzące z GUS ukazujące liczbę odwiedzających w okresach miesięcznych według rodzajów miejsc zakwaterowania. Obowiązek ustawowej sprawozdawczości nie jest jednak nałożony na wszystkie obiekty noclegowe, przez co ukazanie rzeczywistego obrazu jest ograniczone.

W artykule wykorzystano wyniki badań prowadzonych przez MOT, zarówno tych publikowanych w corocznych raportach (MOT, 2021), jak i zestawionych specjalnie danych ilustrujących wpływ pandemii na turystykę w województwie małopolskim. W tym celu porównano uzyskane wyniki z lat 2018-2019 do odnotowanych w okresie pandemii, czyli latach 2020-2021.

Liczba zebranych i poddanych analizie ankiet w każdym objętym badaniem roku wynosiła około 2400, co w przypadku populacji  $N = 13$  mln oraz szacowania frakcji  $f = 0,5$  oznacza błąd na poziomie 1,5% z ufnością 95%.

## 4. Wpływ pandemii COVID-19 na turystykę w regionie Małopolski

Z wyników wieloletnich badań ruchu turystycznego w Małopolsce wyselekcjonowano dane za lata 2018-2019, tj. okres przed pandemią COVID-19, oraz lata 2020-2021, czyli okres pandemii. Dane te dotyczą wielkości i struktury ruchu turystycznego, długości pobytu, średnich wydatków, wpływów regionu z turystyki oraz celów przyjazdu. Podano również zmiany wskaźnika subiektywnego bezpieczeństwa (NFS) oraz satysfakcji z odwiedzenia regionu (NPS). Analiza tych zmian pozwala na ocenę wpływu pandemii COVID-19 na turystykę w regionie Małopolski.

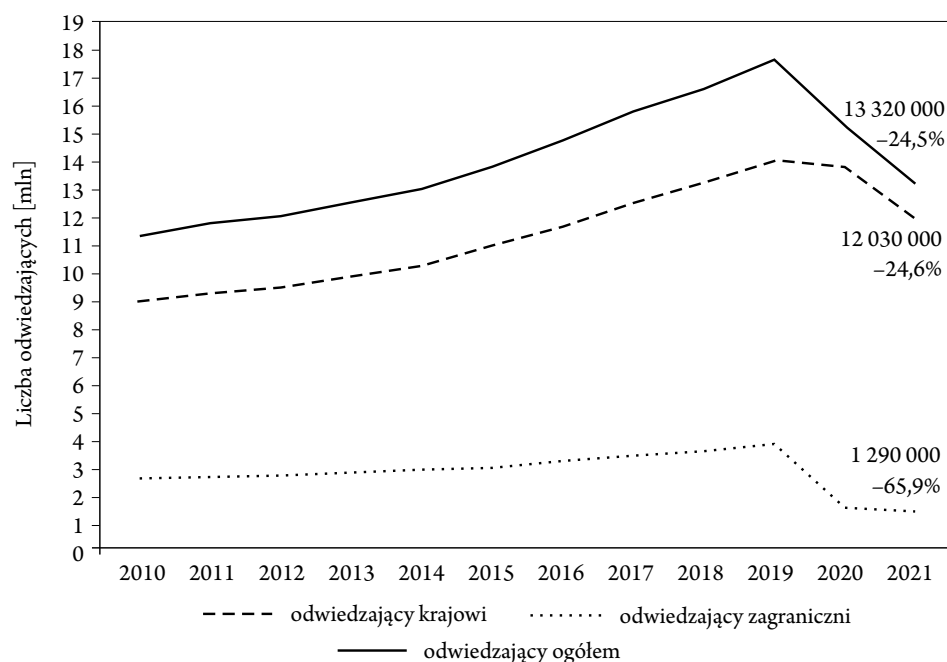
---

<sup>3</sup> RTB to model zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym w formie licytacji reklamodawców. System RTB automatycznie wybiera reklamodawcę, który oferuje najwyższą stawkę za wyświetlenie reklamy.

## 4.1. Wielkość i struktura ruchu turystycznego

Pandemia COVID-19, a w konsekwencji wprowadzane okresowo restrykcje dotyczące podróżowania oraz zamknięcie hoteli i atrakcji miały w latach 2020 i 2021 wpływ na spadek przyjazdów do Małopolski we wszystkich kategoriach odwiedzających (turyści i odwiedzający jednodniowi, z kraju i zagranicy) (wykres 2). Choć w okresie luzowania restrykcji, tj. od maja do października 2020 r., i w 2021 r. obserwowano nasilenie przyjazdów, to liczba odwiedzających spadła o 1/4, a najbardziej odczuwalny spadek dotyczył gości zagranicznych (65%).

Wykres 2. Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2010-2021

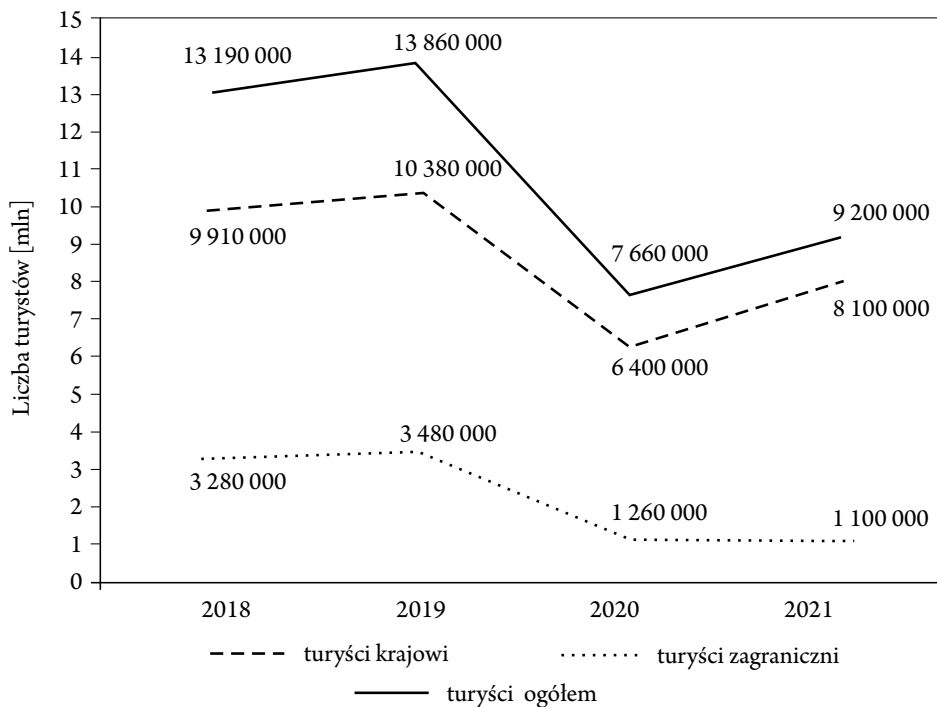


Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3 przedstawia natomiast zmiany liczby turystów (osób korzystających z noclegów) odwiedzających Małopolskę w latach 2019-2021. Największy spadek przyjazdów turystów w porównaniu z 2019 r. miał miejsce w 2020 r. Liczba turystów zmniejszyła się aż o 44,8% (w tym 63% spadek dotyczył turystów zagranicznych i 39% turystów krajowych). Jednak już w 2021 r., w związku z okresowym luzowaniem restrykcji covidowych, odnotowano 26% wzrost liczby turystów krajowych odwiedzających region. W dalszym ciągu jednak spadała liczba turystów zagranicznych (mniej o 12,7%).



Wykres 3. Szacunkowa liczba turystów odwiedzających Małopolskę w latach 2018-2021

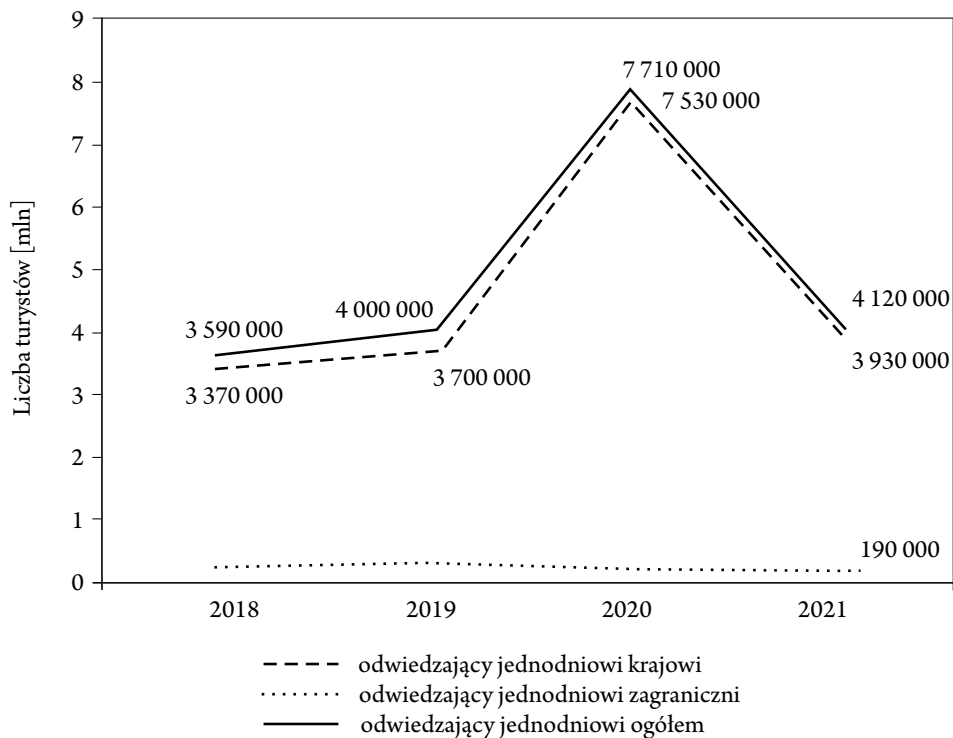


Źródło: opracowanie własne.

W 2020 r., po długim zamknięciu w domach, ograniczeniach w dostępie do miejsc publicznych i hoteli w czasie pandemii, odnotowano zdecydowany wzrost odwiedzających jednodniowych – przede wszystkim gości krajowych poszukujących krótkiego wypoczynku w przyrodzie, parkach narodowych, szlakach turystycznych poza ośrodkami zurbanizowanymi, których liczba osiągnęła rekordową wartość 7,7 mln osób, tj. dwa razy więcej niż w 2019 r. Spadła natomiast liczba odwiedzających jednodniowych zagranicznych (wykres 4).

W tabeli 1 przedstawiono strukturę ruchu turystycznego według państw pochodzenia turystów odwiedzających region w latach 2018-2021. W badanym okresie najwięcej turystów przyjechało z Wielkiej Brytanii (od 15% do 20%). Jedynie w 2020 r. dominowali turyści z Niemiec, na co wpływ miała dostępność komunikacyjna drogowa i kolejowa, w czasie ograniczeń w komunikacji lotniczej. Oprócz turystów z Wielkiej Brytanii i Niemiec najczęściej Małopolskę odwiedzali turyści z Francji, Holandii, Włoch i Hiszpanii. Goście z tych sześciu krajów stanowią 2/3 wszystkich turystów odwiedzających region.

Wykres 4. Szacunkowa liczba odwiedzających Małopolskę w latach 2018-2021



Źródło: opracowanie własne.

Tabela 1. Turyści zagraniczni w Małopolsce w latach 2018-2021 według państw przyjazdu (w %)

Kraj przyjazdu	2018	2019	2020	Sortowanie 2021
Wielka Brytania	15,7	17,8	17,4	20,4
Niemcy	13,6	14,6	18,6	15,4
Francja	7,8	7,4	10,8	11,1
Holandia	4,1	1,9	3,6	10,8
Włochy	8,5	7,6	12,0	8,8
Hiszpania	4,9	7,8	3,6	8,5
<b>1-Σ pośrednia</b>	<b>54,60</b>	<b>57,10</b>	<b>66,00</b>	<b>75,00</b>
Republika Czeska	3,2	2,5	0,0	5,0
Ukraina	7,6	7,4	1,8	3,9
Irlandia	4,4	1,8	0,6	3,7
Grecja	0,8	0,0	0,0	3,7
Słowacja	1,5	3,8	3,6	3,0

Źródło: opracowanie własne.

W analizowanym okresie w Małopolsce zmieniała się struktura krajowego ruchu turystycznego. W 2018 i 2019 r. najliczniejszą grupę turystów krajowych stanowili mieszkańcy województwa małopolskiego, a dalszej kolejności turyści z województw mazowieckiego i śląskiego. Natomiast w 2020 r. można było zaobserwować wzrost turystów z województwa śląskiego, którzy w 2021 r. już zdecydowanie najliczniej odwiedzali region (tab. 2). W latach pandemii spadła liczba turystów z sąsiedniego województwa podkarpackiego, co można tłumaczyć wyborem podróży po własnym regionie, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru Bieszczadzkiego Parku Narodowego i Beskidu Niskiego. W 2021 r. miał też miejsce istotny wzrost przyjazdów do Małopolski turystów z województwa pomorskiego. Turyści z tych pięciu województw stanowią 2/3 krajowego ruchu turystycznego w Małopolsce.

Tabela 2. Turyści krajowi w Małopolsce w latach 2018-2021 według województw (w %)

Województwa	2018	2019	2020	Sortowanie 2021
Śląskie	12,5	13,3	17,2	24,0
Małopolskie	32,2	28,4	19,0	18,7
Mazowieckie	12,5	13,6	14,0	12,7
Podkarpackie	9,5	12,1	8,0	6,2
Pomorskie	5,4	4,0	3,2	5,9
<b>Σ pośrednia</b>	<b>72,10</b>	<b>71,40</b>	<b>61,40</b>	<b>67,50</b>
Łódzkie	4,1	4,7	5,0	4,7
Wielkopolskie	5,2	3,9	6,2	4,6
Świętokrzyskie	3,8	4,3	6,2	4,4
Dolnośląskie	4,7	3,5	5,6	4,0
Opolskie	1,1	1,3	2,3	3,1
Lubelskie	1,4	2,7	4,2	2,7
Warmińsko-mazurskie	1,2	2,4	1,6	2,3
Zachodniopomorskie	2,2	1,5	3,0	2,2
Podlaskie	0,9	0,7	1,0	2,0
Kujawsko-pomorskie	2,6	2,8	2,3	1,9
Lubuskie	0,7	0,8	1,2	0,6
Suma końcowa	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: opracowanie własne.

## 4.2. Cele przyjazdu do Małopolski

Interesująco przedstawia się mozaika celów przyjazdów turystycznych do Małopolski (tab. 3). Badani turyści mieli możliwość wskazania łącznie, ale również

Tabela 3. Główne cele przyjazdu turystów do Małopolski (%)

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

Źródło: opracowanie własne.

wskazania jednego, głównego celu, który w ich subiektywnym odczuciu był motywem podróży i pobytu. Ujęte tabelarycznie wskazania dotyczące głównych ce-

łów przyjazdów wzmocniono graficznie skalą kolorów. Istotne zależności powyżej 10% oznaczono kolorem żółtym i ukazują one najwyższe wartości w każdej ze skorelowanych grup celów.

Można zaobserwować, że w latach 2018-2019 dominujące cele przyjazdu to wypoczynek, turystyka aktywna/kwalifikowana oraz zwiedzanie, w 2020 r. znacznie wzrosło zainteresowanie turystyką aktywną/kwalifikowaną, a w 2021 r. zainteresowanie wypoczynkiem i zwiedzaniem zostało uzupełnione potrzebą poznania środowiska naturalnego.

### 4.3. Długość pobytu w Małopolsce

Pandemia COVID-19 miała również wpływ na długość pobytu gości odwiedzających Małopolskę (tab. 4). W 2020 r. o 20% wzrosła liczba odwiedzających jednodniowych stosunku do 2018 i 2019 r. W 2021 r. liczba takich deklaracji spadła, ale wydłużył się znacznie czas wizyty w regionie, zwłaszcza turystów krajowych korzystających z 2-3 noclegów. W latach pandemii znacznie mniej turystów deklaroowało pobyty z 4-7 noclegami czy dłuższe.

Tabela 4. Długość pobytu w Małopolsce deklarowana przez odwiedzających w latach 2018-2021 (w %)

Długość pobytu	Kraj				Zagranica				Ogółem			
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Do 3 godz.	6,0	8,8	6,1	5,8	4,6	3,1	0,7	2,9	5,7	7,4	5,8	5,0
1 dzień bez noclegu	22,7	27,7	48,1	26,7	8,9	5,5	10,9	10,6	19,9	22,4	45,9	22,0
1 noc	9,2	9,0	13,5	20,3	7,3	4,4	2,7	25,4	8,8	7,9	12,8	21,8
2-3 noclegi	16,8	17,9	16,0	28,3	23,0	22,2	24,8	32,5	18,1	18,9	16,5	29,5
4-7 noclegów	28,8	25,1	11,8	13,9	38,8	53,4	41,9	25,3	30,9	31,9	13,6	17,2
8-14 noclegów	10,1	8,3	3,2	4,0	11,7	9,0	12,9	2,8	10,5	8,5	3,8	3,7
>15 noclegów	6,4	3,2	1,3	1,0	5,7	2,4	6,1	0,5	6,2	3,0	1,6	0,8

Źródło: opracowanie własne.

### 4.4. Wpływy Małopolski z turystyki

Ciekawie przedstawia się analiza kwot wydatkowanych podczas pobytu w Małopolsce w latach 2018-2021 z uwzględnieniem problemów wywołanych pandemią. W tabeli 5 zawarto średnie kwoty wydatkowane przez odwiedzających z kraju i zagranicy, z uwzględnieniem formy podróży. Niezmiennie we wszystkich badanych latach największe kwoty, a przez trzy pierwsze lata na stosunkowo

równym poziomie, wydawali turyści zagraniczni. Dopiero w 2021 r. wydatki tej grupy gości uległy obniżeniu. W tym okresie wydatki deklarowane przez turystów krajowych nie uległy zasadniczym zmianom. W przypadku odwiedzających jednodniowych krajowych i zagranicznych wydatkowane kwoty uległy istotnemu wzrostowi w 2021 r. Odwiedzający jednodniowi zagraniczni wydawali trzy razy więcej niż w poprzednich latach, a krajowi podwoili kwoty wydatków.

Tabela 5. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Małopolskę na pobyt w regionie w latach 2018-2021 (w zł na osobę)

Odwiedzający	2018	2019	2020	2021
Odwiedzający krajowi	843	602	682	819
Odwiedzający zagraniczni	1399	1565	1526	1200
Turyści krajowi	962	857	989	927
Turyści zagraniczni	1474	1646	1645	1237
Odwiedzający jednodniowi krajowi	208	136	186	449
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	644	301	345	953

Źródło: opracowanie własne.

Wysoki poziom wydatków deklarowany przez odwiedzających nie przełożył się jednak na wpływy Małopolski z turystyki, które przez zmniejszony ruch turystyczny w latach pandemii obniżyły się o 1/3, bowiem w 2020 r. spadek osiągnął wartość 35,3%, a w 2021 r. – 29,9% (tab. 6).

Tabela 6. Szacunkowe wpływy Małopolski z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2018-2021 (w mld zł)

Odwiedzający	2018	2019	2020	2021
Turyści krajowi	8,88	8,90	6,33	7,51
Turyści zagraniczni	4,76	5,70	2,05	1,36
Odwiedzający jednodniowi krajowi	0,60	0,50	1,40	1,76
Odwiedzający jednodniowi zagraniczni	0,10	0,10	0,06	0,18
Łącznie	14,34	15,20	9,84	10,81

Źródło: opracowanie własne.

Jednak w związku z tym, że zwiększyła się liczba turystów (nocujących w regionie) i wzrosły wydatki gości jednodniowych, szacuje się, że wpływy Małopolski z turystyki w regionie były w 2021 r. o 9,9% wyższe niż w 2020 r. W relacji 2021 r. do 2020 r. zwiększyły się wpływy od turystów krajowych (o 18,6%) oraz odwiedzających jednodniowych krajowych (o 25,7%) i zagranicznych (trzykrotnie).

## 4.5. Wskaźnik poziomu bezpieczeństwa (NFS)

Jednym z istotnych czynników wpływających na decyzje wyboru kierunku i miejsca podróży jest odbiór poziomu bezpieczeństwa danej destynacji. W celu wyliczenia wskaźnika poziomu bezpieczeństwa NFS<sup>4</sup> (ang. *Net Fear Score*<sup>5</sup>) w Małopolsce wykorzystano pytanie: „Proszę określić na skali od 0 do 10 swoje obawy przed przyjazdem do Małopolski”.

Tabela 7. Subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa NFS w destynacji przed przyjazdem do Małopolski w 2018-2021 (w %)

Poziom lęku	2018		2019		2020		2021	
	kraj	zagranica	kraj	zagranica	kraj	zagranica	kraj	zagranica
0	62,8	38,1	73,7	44,7	59,8	64,7	54,6	52,3
1	11,0	12,6	12,9	20,9	14,3	7,9	14,6	0,0
Σ Optymiści	73,80	50,70	86,60	65,60	74,10	72,60	69,20	52,30
2	6,5	10,6	4,3	10,3	12,9	5,9	10,0	27,3
3	4,7	6,7	2,0	4,9	5,0	4,3	6,0	8,4
4	2,3	6,3	1,1	2,3	1,6	3,3	2,2	3,0
Σ Realści	13,50	23,60	7,40	17,50	19,50	13,50	18,20	38,70
5	3,6	8,1	1,7	4,5	2,3	4,6	3,2	1,0
6	1,8	3,7	0,8	2,0	1,0	3,0	1,9	2,5
7	1,6	4,0	0,9	1,8	1,1	2,0	1,6	2,3
8	2,2	4,1	0,8	2,9	0,7	2,0	2,3	0,6
9	0,9	2,9	0,9	3,5	0,5	0,3	0,8	0,7
10	2,7	2,9	1,0	2,2	0,7	2,0	2,7	0,1
Σ Pesymiści	-12,80	-25,70	-6,10	-16,90	-6,30	-13,90	12,50	7,20
NFS	61,00	25,00	80,50	48,70	67,80	58,70	56,70	72,40

Źródło: opracowanie własne.

Dokonano podziału respondentów na trzy grupy:

– optymiści – osoby, które zaznaczyły wartości „0” i „1” na skali liczbowej, tj. w pełni przekonane, że ich wyjazdowi do Małopolski w żadnym momencie nie towarzyszyło uczucie lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie;

<sup>4</sup> Respondentom zadano pytanie o to, jak bardzo obawiali się przyjechać do Małopolski. Odpowiedzi udzielali, wskazując wartości na 11-stopniowej skali liczbowej, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało całkowity brak obaw i strachu, by przyjechać do Małopolski, a „10” świadczyło o lęku przed podróżą do Małopolski.

<sup>5</sup> *Net Fear Score, Wskaźnik Lęku, Obaw, Strachu przed przyjazdem do danej destynacji* (Borkowski, 2017).

– realiści – osoby, które zaznaczyły wartości „2”, „3” i „4” na skali liczbowej (uznane za neutralne);

– pesymiści – osoby, które zaznaczyły wartości z przedziału od „5” do „10” na skali liczbowej, świadczące o obawach i lękach podróży.

Wskaźnik NFS jest wynikiem prostego równania i otrzymuje się go po odjęciu „pesymistów” od „optymistów”. Wynik może być ujemny lub dodatni – w przedziale od –100% (gdy wszyscy respondenci należą do grupy osób pełnych obaw) do 100% (gdy wszyscy respondenci są przekonani o swoim bezpieczeństwie). Zakłada się, że wskaźnik dodatni świadczy o dobrych standardach, a przy wyniku wyższym niż 50% można mówić o sukcesie.

Porównując wskaźniki dla 2018 r. i lat pandemii, zauważymy spadek wskaźnika NFS w przypadku turystów krajowych, a jego wzrost – dla turystów zagranicznych.

#### 4.6. Wskaźnik poziomu satysfakcji (NPS)

Drugi z obliczonych na podstawie deklaracji respondentów wskaźnik dotyczy oceny poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce, NPS (ang. *Net Promoter Score*<sup>6</sup>). Respondentom zadano pytanie: „Jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą Państwo Małopolskę swoim znajomym?”. Poziom prawdopodobieństwa określała skala od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnym zadowoleniu z pobytu i gotowości, by polecić innym pobyt w regionie. W celu obliczenia NPS respondentów podzielono na trzy grupy:

- krytyków vel oponentów – którzy udzielili odpowiedzi w przedziale 0-6,
- pasywnych vel neutralnych – którzy udzielili odpowiedzi w przedziale 7-8,
- promotorów – którzy udzielili odpowiedzi w przedziale 9-10, deklarując chęć wyrażenia pozytywnej opinii i zarekomendowania firmy/produktu swoim znajomym.

Wskaźnik NPS jest wynikiem odejmowania wartości procentowych „czynnych krytyków” od „promotorów”. Wynik może być ujemny lub dodatni – w przedziale od –100% (gdy wszyscy respondenci należą do grupy krytyków) do 100% (gdy wszyscy respondenci są chętni do polecenia firmy/produktu). Zakłada się, że wskaźnik o wartości dodatniej świadczy o dobrych standardach oferty, a przy wyniku wyższym niż 50% można mówić o sukcesie. W czasie pandemii wskaźnik satysfakcji był wyższy niż w latach wcześniejszych (tab. 8).

<sup>6</sup> *Net Promoter Score* (Wskaźnik Orędownictwa Netto) – wskaźnik stworzony przez F. Reichhelda. Służy do pomiaru lojalności konsumentów oraz jakości budowanych z nimi relacji. Bada skłonność klienta do rekomendacji produktu lub usługi danej marki. Regularne monitorowanie poziomu NPS pozwala ocenić jakość prowadzonych działań i dostarcza niezbędnych informacji, które ułatwiają planowanie strategii skierowanych na budowanie satysfakcji u klientów. Optymalnie wykorzystany może być narzędziem do zwiększania zysków przedsiębiorstwa (Gajewska i Szewczyk, 2012).



Tabela 8. Subiektywna ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Małopolsce (NPS) w latach 2018-2021 (w %)

Poziom lojalności	2018		2019		2020		2021	
	kraj	zagranica	kraj	zagranica	kraj	zagranica	kraj	zagranica
0	0,6	0,5	0,9	1,8	0,3	0,3	2,0	0,7
1	0,3	0,3	0,3	1,0	0,1	0,0	0,1	0,0
2	0,2	0,3	0,2	0,7	0,1	0,0	0,2	0,1
3	0,4	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	0,5	0,1
4	0,8	0,9	0,7	0,7	0,4	0,0	0,4	0,1
5	3,1	2,6	2,1	3,2	1,6	1,0	2,1	0,8
6	3,2	5,2	2,7	3,9	2,0	2,9	3,1	4,2
Σ Krytycy	8,6	10,3	7,3	11,8	4,8	4,5	8,40	6,00
7	8,5	11,7	5,7	8,7	4,6	8,3	8,0	8,0
8	16,6	20,8	11,9	19,6	12,5	15,7	12,2	13,9
Σ Pasywni	25,1	32,5	17,6	28,3	17,1	24,0	20,20	21,90
9	15,3	23,2	26,6	26,8	26,1	27,5	15,6	29,2
10	51,0	34,0	48,5	33,2	52,0	44,1	55,9	43,1
Σ Promotorzy	66,3	57,2	75,1	60,0	78,1	71,6	71,50	72,30
NPS	57,7	46,9	67,8	48,2	73,3	67,1	63,1	66,3

Źródło: opracowanie własne.

## 5. Dyskusja

Województwo małopolskie jest w skali kraju liderem ruchu turystycznego w ujęciu ilościowym, odwiedza je około 15% turystów, a także pod względem potencjału turystycznego i jego wykorzystania. Z inicjatywy samorządu województwa od 2003 r. w Małopolsce prowadzone są badania ruchu turystycznego, które pozwalają na monitorowanie nie tylko wielkości ruchu, ale także jego struktury, głównych ośrodków emisji, celów przyjazdu, wykorzystywanej bazy noclegowej i środków transportu. Dla działań strategicznych i promocyjnych istotne jest badanie poczucia bezpieczeństwa i satysfakcji z wizyty w regionie. Wyniki badań pozwoliły także na ocenę wpływu pandemii COVID-19 na turystykę w tym regionie.

W pozostałych województwach nie prowadzi się systematycznych wieloletnich badań według jednolitej metodologii. W niektórych województwach inicjowane są doraźne badania ruchu turystycznego. W marcu 2020 r. upowszechniono wyniki badań zrealizowane przez Kantar dla województwa śląskiego, nie odnoszą się one jednak do okresu pandemii (Kantar, 2020). W 2020 r. badania wykonano

w województwie podkarpackim (Student.news, 2020) – w regionie tym pandemia COVID-19 mocno wpłynęła na wielkość i strukturę ruchu turystycznego. Oszacowano, że podkarpackie odwiedziło wówczas poniżej 1 mln osób, w tym 67 931 odwiedzających zagranicznych. Warunki pandemiczne i wprowadzone ograniczenia dla branży turystycznej wpłynęły głównie, podobnie jak w województwie małopolskim, na ruch międzynarodowy, czego skutkiem był niemal zupełny brak turystów zagranicznych i tranzytowych. Wyniki badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w sierpniu w powiatach bieszczadzkim, leskim oraz w Rzeszowie wskazują, że znaczenia nabrały jednodniowe wyjazdy bez noclegu (głównie mieszkańców regionu). Rekordy popularności osiągnął Bieszczadzki Park Narodowy, podobnie zresztą jak Tatrzański i Pieniński Park Narodowy w Małopolsce. Odzwierciedla to potrzebę kontaktu z przyrodą w czasie luzowania obostrzeń. Podobnie jak w Małopolsce turyści pochodzili z województwa macierzystego, województwa podkarpackiego (16,1%), mazowieckiego (14,2%) i małopolskiego (12,1%). Głównym celem pobytu była turystyka aktywna (87,9%), w tym wycieczki piesze (67,3%). Wśród turystów dominował model podróży z jednym miejscem noclegu – bazą do jednodniowych wycieczek (68%).

Na uwagę zasługuje Poznański Barometr Turystyczny jako narzędzie informatyczne umożliwiające bieżące monitorowanie zjawisk turystycznych na terenie metropolii Poznań. Bazuje on na dobrowolnym udziale podmiotów zaangażowanych w tworzenie lokalnego produktu turystycznego, od których systematycznie zbierane są różnego rodzaju dane. Ostatnia edycja przyniosła informacje o turystyce w 2020 r. w aglomeracji poznańskiej, pokazujące znaczny spadek liczby odwiedzających w atrakcjach turystycznych, załamanie się rynku hotelarskiego i spotkań (*Stan i perspektywy*, 2021). Są to jednak informacje niepełne, nie obejmują także całego województwa wielkopolskiego.

W odniesieniu do Warszawy sporządzony został w 2021 r. raport na temat wpływu pandemii na turystykę w stolicy. W porównaniu z 2019 r. ruch turystyczny w Warszawie skurczył się o 2/3, a wpływ turystyki na gospodarkę Warszawy zmalał o 1/3 (*Turystyka w Warszawie*, 2021). Spadek ten jest znacznie większy niż w wypadku Krakowa, gdzie odnotowano zmniejszenie liczby odwiedzających w 2021 r. o 1/5, a wpływów o 1/3 (Borkowski, 2021a).

Przeprowadzona na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej analiza ruchu turystycznego w okresie pandemii obejmuje tylko regiony górskie, tj. województwa dolnośląskie, opolskie, śląskie, małopolskie, podkarpackie i świętokrzyskie. W sezonie 2021/2022 zaobserwowano znaczący wzrost wielkości ruchu turystycznego w porównaniu do specyficznego z powodu pandemii COVID-19 sezonu 2020/2021. W porównaniu do sezonu 2019/2020 odnotowano zbliżone wartości ruchu turystycznego w sezonie 2021/2022 – zmniejszony o 7,8% (POT, 2022).

Pandemia COVID-19 wpłynęła na funkcjonowanie branży turystycznej w Małopolsce. Z badań zespołu pod kierunkiem Renaty Seweryn wśród małopolskich

przedsiębiorców turystycznych wynika, że ograniczenia w podróżowaniu spowodowały, „że w 2021 r.: aż 84% małopolskich firm turystycznych odnotowało spadki liczby klientów, 17% zamknęło/zawiesiło działalność turystyczną, a 2% przestawiło się w całości na inną działalność, 36% przestało oferować niektóre produkty, 36% całkowicie zrezygnowało z przewidzianych na ten rok inwestycji, a 32% przełożyło je na bliżej nieokreślony czas w przyszłości” (Seweryn i in., 2021). Istotnym problemem małopolskiej branży turystycznej jest redukcja zatrudnienia wywołana ogłaszaniem zamknięć gospodarki – niemal 40% przedsiębiorstw dysponuje mniejszym personelem niż przed pandemią, a prawie 1/3 poszukuje pracowników. Przedsiębiorcy turystyczni w Małopolsce niepokoją się o przyszłość branży, ale dostrzegają też pewne pozytywne strony pandemii, np. wprowadzenie nowych produktów do oferty, zwiększone zainteresowanie wypoczynkiem w Polsce oraz możliwość przeprowadzenia prac remontowych i napraw sprzętu, a w rezultacie podniesienia jakości świadczonych usług turystycznych. Czas pandemii pozwolił małopolskim przedsiębiorcom turystycznym na wprowadzenie nowych rozwiązań w zakresie organizacji pracy oraz innowacji technologicznych, zwłaszcza aplikacji mobilnych i sprzedaży online (Seweryn i in., 2021).

Zamrożenie turystyki jest więc szansą na zmianę podejścia do rozwoju turystyki z ilościowego na jakościowy, nie wytrącając mieszkańców i przestrzeni (zwłaszcza dziedzictwa kulturowego) ze stanu względnej równowagi (Kruczek i in., 2022).

## 6. Podsumowanie

Z przeprowadzonych badań wynika, że liczba odwiedzających Małopolskę w latach pandemii spadła o 1/4, a najbardziej odczuwalny spadek dotyczył odwiedzających z zagranicy. W odniesieniu do kategorii „turyści” maksymalny spadek miał miejsce w 2020 r. – wyniósł prawie 45%, a w przypadku turystów zagranicznych – aż 63%. W 2021 r. natomiast w miarę luzowania obostrzeń powoli rosła liczba turystów, zwłaszcza krajowych. Ze względu na niedostępność obiektów noclegowych w 2020 r. nastąpił dynamiczny wzrost liczby krajowych odwiedzających jednodniowych (bez noclegu), a spadła liczba odwiedzających z zagranicy. Wśród turystów zagranicznych w 2020 r. ze względu na ograniczenia w komunikacji samolotowej na pierwszym miejscu uplasowali się obywatele Niemiec, ale w 2022 r. pozycję tę odzyskali turyści z Wielkiej Brytanii. Natomiast wśród turystów krajowych dominowali turyści z trzech województw: śląskiego, małopolskiego i mazowieckiego, a ponadto z podkarpackiego i pomorskiego. Z tych regionów pochodzi 2/3 turystów krajowych.

Wśród celów przyjazdu do Małopolski dominował wypoczynek skorelowany ze zwiedzaniem i poznawaniem środowiska przyrodniczego, co dekarowało 60% przybywających do tego regionu turystów.

Zmianie uległa długość pobytu gości w Małopolsce – w 2020 r. przybyło jednodniowych gości bez noclegu, co było spowodowane brakiem możliwości nocowania w związku z wprowadzonymi ograniczeniami. Poza tym w okresie pandemii nieznacznie zmniejszyły się średnie kwoty wydatków zarówno odwiedzających, jak i turystów, co w połączeniu ze spadkiem liczby przyjazdów skutkowało zmniejszeniem o 1/3 wpływów regionu z turystyki. W 2021 r. stwierdzono ożywienie gospodarki turystycznej i niewielki wzrost wpływów.

Należy podkreślić, że ankietowani turyści, tak krajowi, jak i zagraniczni, czuli się w Małopolsce w tym czasie bezpiecznie. Świadczy o tym wysoki wskaźnik bezpieczeństwa NFS, zwłaszcza u turystów zagranicznych. Również wskaźnik poziomu satysfakcji z wizyty w Małopolsce utrzymuje się na wysokim poziomie, a w czasie pandemii był nawet wyższy niż w 2019 r., zwłaszcza u turystów zagranicznych.

Wydawało się, że rok 2022, po zniesieniu ograniczeń covidowych, przyniesie ożywienie turystyki i powrót turystów zagranicznych. Niestety rozpoczęta 26 lutego 2022 r. wojna w Ukrainie ponownie zdestabilizowała rynek turystyczny w tej części Europy. Poczynione wcześniej rezerwacje zagranicznych touroperatorów zostały odwołane, nie ma nowych zamówień. Turyści zagraniczni obawiają się przyjazdu do kraju sąsiadującego z obszarem objętym wojną. Dla turystów zagranicznych, zwłaszcza z USA, Kanady, ale i Hiszpanii czy Francji, Polska jako kraj frontowy nie wydaje się miejscem bezpiecznym do podróżowania. Przyjęcie milionów uchodźców z Ukrainy i zakwaterowanie ich w hotelach, domach wczasowych i sanatoriach uszczupliło bazę noclegową Małopolski, o czym świadczą doniesienia medialne (Kursa, 2022). Nadchodzący sezon turystyczny 2022 r. nie wskazuje na ożywienie i powrót do poziomu turystyki przed pandemią.

## Bibliografia

- Alejsiak, W. (2009). TeLSKART© – Nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego. *Folia Turistica*, 21, 97-146
- Borkowski, K. (red.) (2017). *Ruch turystyczny w Krakowie 2016. Uczestnicy światowych dni młodzieży w Krakowie w 2016 roku*. MOT. <http://www.mot.krakow.pl/media/badanie-ruchu-turystycznego/uczestnicy-swiatowych-dni-mlodziezy-2016.pdf>
- Borkowski, K. (2019). *Triangulacja subiektywnych odczuć osób wypoczywających w Krakowie w aspekcie poczucia bezpieczeństwa osobistego podczas rekreacyjnego pobytu w destynacji*. MOT. <http://www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego>
- Borkowski, K. (red.) (2021a). *Ruch turystyczny w Krakowie w 2020*. MOT. [www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html](http://www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html)
- Borkowski, K. (red.) (2021b). *Ruch turystyczny w Małopolsce w 2021*. MOT. [www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html](http://www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html)

- Borodako, K. (red.) (2021). *Turystyka w okresie pandemii*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe. <https://doi.org/10.12657/9788379863501-1>
- Cave, J., i Dredge, D. (2020). Regenerative tourism needs diverse economic practices. *Tourism Geographies*, 22(3), 503-513. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1768434>
- Crossley, E. (2020). Ecological grief generates desire for environmental healing in tourism after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 536-546. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759133>
- Gajewska, P., i Szewczyk, I. (2012). Wskaźnik NPS w ocenie lojalności i satysfakcji konsumenckiej usług wybranych punktów gastronomicznych na terenie Żywca. *Ekonomiczne Problemy Usług. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 84(699), 409-420
- Goodgrer, D., i Kieran, F. (2020). *City Tourism Outlook and Ranking: Coronavirus Impacts and Recovery*. Tourism Economics
- Hall, M., Scott, D., i Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Haywood, M. (2020). A post COVID-19 future – tourism re-imagined and re-enabled. *Tourism Geographies*, 22(3), 599-609, DOI: 10.1080/14616688.2020.1762120
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Kaczmarek, J., Stasiak, A., i Włodarczyk, B. (2002). *Produkt turystyczny, albo jak organizować poznawanie świata*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
- Kantar (2020). *Badanie ruchu turystycznego w województwie śląskim w 2019 roku*. [www.silesia-sot.pl/wp-content/uploads/2020/05/Raport-Badanie-Ruchu-Turystycznego-za-2019-29.04.20sm.pdf](http://www.silesia-sot.pl/wp-content/uploads/2020/05/Raport-Badanie-Ruchu-Turystycznego-za-2019-29.04.20sm.pdf)
- Kowalczyk-Anioł, J. (2019). Urban tourism hypertrophy – the origin and essence of the phenomenon. *Konwersatorium Wiedzy o Mieście*, 32(4), 7-18. <https://doi.org/10.18778/2543-9421.04.0>
- Kruczek, Z. (2011). *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*. Kraków: Proksenia
- Kruczek, Z. (2019). Ways to counteract the negative effects of overtourism at tourist attractions and destinations. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Seria B*, 74, 45-57, DOI: 10.17951/b.2019.74.45-57
- Kruczek, Z., i Mazanek, L. (2019). Krakow as a Tourist Metropolitan Area. Impact of Tourism on the Economy of the City. *Studia Periegetica*, 2(26), 25-41. DOI: 10.26349/st.per.0026.02
- Kruczek, Z., Szromek, A.R., Walas, B., i Mazanek, L. (2022). Sources of conflict among tourism stakeholders in historical cities. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, DOI: 10.1080/19407963.2022.2027953
- Kruczek, Z., i Zmyślony, P. (2014). *Regiony turystyczne. Podstawy teoretyczne. Studia przypadków*. Proksenia
- Kursa, M. (2022). Zagraniczni turyści omijają Kraków z powodu wojny w Ukrainie. 100 proc. rezygnacji. *Gazeta Wyborcza*. 23.03.2022. [wyborcza.pl](http://wyborcza.pl)

- Mazanek, L., Borkowski, K., i Kruczek, Z. (2021). Ocena usług turystycznych w Krakowie w świetle badań sondażowych prowadzonych w latach 2010-2020. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(4).
- Meyer, B. (2010). Aktywność samorządu lokalnego jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 590, *Ekonomiczne Problemy Usług*, 52, 23-32
- MOT (2021). *Badania ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce*. [www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html](http://www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html)
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a rediscovery of tourism?, *Tourism Geographies*, 22(3), 651-656. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>
- POT (2022). *Analiza ruchu turystycznego w regionach górskich w Polsce*. [www.pot.gov.pl/attachments/article/9346/Ruch%20turystyczny%20w%20regionach%20g%C3%B3rskich\\_sezon%20zimowy2022.pdf](http://www.pot.gov.pl/attachments/article/9346/Ruch%20turystyczny%20w%20regionach%20g%C3%B3rskich_sezon%20zimowy2022.pdf)
- Potencjał turystyczny i jego wykorzystanie w latach 2014-2018 – ujęcie regionalne* (2019). Urząd Statystyczny w Rzeszowie i Uniwersytet Rzeszowski
- Prognozy dotyczące scenariuszy rozwoju sytuacji w gospodarce turystycznej w Małopolsce do końca 2021 roku wraz z rekomendacjami dla regionalnej polityki turystycznej* (2020). Instytut Best Place i Małopolska Organizacja Turystyczna
- Selectivv (2020). *Badanie ruchu turystycznego*. <https://selectivv.com/oferta/badania-dla-firm/badanie-ruchu-turystycznego/>
- Seweryn, R., Niemczyk, A., Borodako, K., i Rudnicki, K. (2021). *Małopolska branża turystyczna w warunkach pandemii Covid-19 w 2021 roku. Raport*. MOT
- Stan i perspektywy turystyki w Poznaniu w latach 2019-2020* (2021). Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna. <https://poznan.travel/pl/r/plot/raporty-i-badania>
- Student.news (2020). *Ruch turystyczny w Podkarpackiem w 2020 r.* <https://turystyka.studentnews.pl/s/54/6347-NEWSY-turystyka-i-rekreacja/5051224-Ruch-turystyczny-w-Podkarpackiem-w-2020-r.htm>
- Szromek, A., Kruczek, Z., i Walas, B. (2020). The Attitude of Tourist Destination Residents towards the Effects of Overtourism – Kraków Case Study. *Sustainability*, 12(1), 228. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12010228>
- Turystyka w Warszawie. Raport 2020* (2021). Stołeczne Biuro Turystyki
- Turystyka w województwie małopolskim w latach 2018 i 2019* (2020). Urząd Statystyczny w Krakowie
- Zajadacz, A. (2004). *Potencjał turystyczny miast na przykładzie wybranych miast Sudetów zachodnich*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe
- Zasoby krajobrazowe Małopolski* (2021). Urząd Marszałkowski Woj. Małopolskiego

## Tourism in the region of Małopolska during the COVID-19 pandemic

**Abstract.** Małopolska is the leading region in Poland not only in terms of the volume of tourist traffic but also with respect to tourism resources and their use. Research on tourist traffic in Małopolska conducted by the Regional Tourism Organisation since 2003 provides data used for monitoring changes regarding the volume of tourism traffic, its structure, the main regions of origin for inbound tourism, major destinations and the use of accommodation facilities and means of transport. To support strategic and promotional activities, it is important to assess tourists' sense of security and satisfaction with their visits to the region. The goal of the study described in the article was to compare available data from the period before and during the pandemic in order to assess its impact on tourism in the region. The article describes changes in the volume and structure of tourist traffic, the length of average stay, tourist destinations, tourist expenditures and revenue from tourism. While visitor numbers and tourism revenues declined during the pandemic, assessments of the sense of security (among foreign tourists) and the level of satisfaction were found to be higher than before the pandemic.

**Keywords:** Małopolska, tourism potential, tourist traffic, COVID-19 pandemic



**Copyright and license:** This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivatives 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>