



Małopolska Organizacja Turystyczna

Badania zrealizowane przez
Małopolską Organizację
Turystyczną
dla
Urzędu Miasta Krakowa



ISSN 2299-2863 Druk
ISSN 2299-2871 Online
ISBN 978-83-67190-13-8

RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE W 2021 ROKU

Numer 2/2022

Badanie ruchu turystycznego w Krakowie 2021

raport pełny

Metoda badań i monografia opracowane przez ekspertów
Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchoj Beskidzkiej
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
Akademii Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie
Krakowskiej Akademii im. A. Frycza Modrzewskiego w Krakowie

AUTORZY

prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski PhDr.

- red. nauk., kierownik projektu

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

mgr Leszek Mazanek

Recenzja naukowa:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

prof. AWF dr hab. Krzysztof Kaganek

Koordinator MOT:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

**MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
KRAKÓW - GRUDZIEŃ 2021 - KWIECIEŃ 2022**

RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

ISBN 978-83-67190-13-8

Numer 2/2022

Małopolska Organizacja Turystyczna

Rynek Kleparski 4/13

31-150 Kraków

Kolegium Redakcyjne

Przewodniczący:

prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski PhDr. red. nauk.

Członkowie:

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

dr hab. Lucyna Rotter

mgr Leszek Mazanek

dr Bożena Alejsiak

mgr Andrzej Gut - Mostowy

mgr Paweł Mierniczak

mgr Piotr Łęźniak

Sekretarz:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

Konsultant graficzny:

mgr Jakub Borkowski

mgr Kinga Sienkiewicz

Recenzenci naukowci:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

prof. AWF dr hab. Krzysztof Kaganek

Krzysztof Borkowski:	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii - Sucha Beskidzka - Polska
Tadeusz Grabiński:	Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska Krakowska Akademia - Kraków - Polska
Renata Seweryn:	Uniwersytet Ekonomiczny - Kraków - Polska
Leszek Mazanek:	Akademia Wychowania Fizycznego - Kraków - Polska

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	5
Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie	7
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2021	10
Rozdział 3. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2021	16
3.1. Wprowadzenie	16
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków	16
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie	17
3.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie	19
3.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy	20
3.6. Struktura procentowa strumienia zagranicznego ruchu turystycznego - Odwiedzający zagraniczni / Odwiedzający jednodniowi zagraniczni / Turyści zagraniczni w Krakowie w 2021 roku	25
3.7. Odwiedzający krajowi w Krakowie	26
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków	28
4.1. Wprowadzenie	28
4.2. Wiek odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
4.3. Płeć odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
4.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
4.5. Status materialny odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
4.6. Charakter podróży odwiedzających Kraków - struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	30
Rozdział 5. Cele przyjazdów do Krakowa	31
5.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa	31
5.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	34
5.3. Wykorzystanie oferty usług turystycznych przez odwiedzających podczas przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	35
Rozdział 6. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście - zachowania turystyczne odwiedzających Kraków	36
6.1. Wprowadzenie	36
6.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście	36
6.3. Organizacja wizyty w Krakowie	39
6.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie	42
6.5. Długość pobytu w Krakowie	43
6.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków	45
6.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w 2021 roku	50
Rozdział 7. Oferta turystyczna Krakowa	51
7.1. Wprowadzenie	51
7.2. Ocena oferty turystycznej Krakowa w opinii odwiedzających miasto	51
7.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez podróżnych odwiedzających Kraków w 2021 roku	62
7.4. Zaufanie do usługi posiadającej widoczny certyfikat „QualityKrakow” (wskazujący, że przestrzegane są w lokalu zasady bezpieczeństwa sanitarnego, normy ekologiczne, standardy obsługi, lokalność itd.)	68
Rozdział 8. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski	69
8.1. Wprowadzenie	69
8.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście	69
8.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie	72
8.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki	75
Rozdział 9. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków	77

9.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa - NFS	77
9.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie - NPS	79
Rozdział 10. Atrakcje krakowskiego obszaru recepcyjnego	80
Rozdział 11. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	83
Wnioski i podsumowanie	84
Rekomendacje	88
Bibliografia	90
Spis tabel	92
Spis rysunków	95

Wprowadzenie

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach statutowych zadań, do których należy m.in. „podejmowanie działań mających wpływ na zwiększenie liczby turystów odwiedzających miasto Kraków”, od 2003 roku prowadzi systematyczny monitoring ruchu turystycznego w Krakowie, mieście, w którym turystyka odgrywa istotną rolę w sferze społeczno-gospodarczej. Badania realizowane przez ekspertów Międzyuczelnianego Zespołu Naukowego Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w oparciu o autorską metodę, umożliwiają od 18 lat prowadzenie analizy porównawczej wielkości i struktury ruchu turystycznego w Krakowie. Poprzez integrację danych ilościowych i jakościowych oraz ciągłość w obserwacji zjawiska, wyniki prowadzonych analiz stanowią materiał wyjściowy do podejmowania działań stymulujących rozwój turystyki zrównoważonej w stolicy województwa małopolskiego i zarazem stolicy polskiej turystyki.

Turystyka uznawana była za stabilny sektor gospodarki. Od 20 lat obserwowano w nim tendencję wzrostową. Pomimo pewnych negatywnych wydarzeń globalnych, takich, jak np.: epidemia SARS w 2003 r. czy globalny kryzys w latach 2008-2009, liczba turystów ciągle rosła, co spowodowane było (Skrypko, 2019):

- powszechną potrzebą podróżowania – niezależnie od narodowości, wieku, wykształcenia, statusu zawodowego, przynależności religijnej, pochodzenia społecznego itd.;
- wzrostem liczby podróży w celach służbowych;
- kompleksowymi korzyściami, jakie niesie wraz z sobą podróżowanie – dla samego turysty, lokalnej gospodarki, całego społeczeństwa, jak również dla gospodarki.

Trwająca na świecie od marca 2020 roku pandemia odcisnęła swoje piętno w wielu sferach aktywności, szczególnie w turystyce (OECD, 2020; Stojczew, 2021, s. 161). Według Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) w 2020 roku liczba podróży międzynarodowych zmniejszyła się o 79% w stosunku do roku 2019 (dla porównania, epidemia SARS z 2003 roku spowodowała ich spadek tylko o 0,4% w porównaniu z rokiem 2002). Oznacza to o 900 mln mniej wyjazdów turystycznych w skali świata, co przekłada się na stratę 935 mld USD w dochodach z eksportu z turystyki międzynarodowej. W przypadku Europy w okresie styczeń-listopad 2020 roku odnotowano spadek liczby przyjazdów o 68% w porównaniu z tym samym okresem roku 2019 (UNWTO, 2020).

Wzmógłony ruch turystyczny w okresie pandemii stwarza niebezpieczeństwo zarówno dla podróżujących i obsługi środków transportu, obiektów noclegowych, gastronomicznych, miejsc kultury, rozrywki itd., jak i dla samych mieszkańców terenów odwiedzanych. W obawie przed rozprzestrzenianiem się pandemii koronawirusa poszczególne kraje okresowo zamykały więc swoje granice dla podróżnych, wprowadzano zakaz działalności obiektów noclegowych, zakładów lecznictwa uzdrowiskowego (GUS, 2020), placówek gastronomicznych, kulturalnych i rozrywkowych, atrakcji turystycznych, odwoływano loty. Poza okresami lockdownów przed i po powrocie z zagranicy trzeba było z kolei liczyć się z koniecznością odbycia kilkunastodniowej kwarantanny, zrobienia testu czy posiadania zaświadczenia o szczepieniu. W konsekwencji pandemia COVID-19 poskutkowałą zmianą myślenia i zachowań uczestników ruchu turystycznego (McCartney, Pinto & Liu, 2021; Sztuk, 2021) – znaczna część turystów musiała zmienić lub anulować swoje plany wyjazdowe (Kowalska i Niezgoda, 2020). W 2021 roku wielu Polaków, zamiast wyjeżdżać za granicę, uprawiało turystykę krajową, a do Polski przyjechało zdecydowanie mniej gości z zagranicy w porównaniu do roku 2019 i lat wcześniejszych. Co więcej, przedsiębiorstwa ograniczyły do niezbędnego minimum podróże służbowe swoich pracowników, co wiązało się bezpośrednio ze zmniejszonym wykorzystaniem

turystycznej bazy noclegowej i konferencyjnej. Podobna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do wyjazdów motywacyjnych i targów – ich zdalna substytucja była lepszym rozwiązaniem, zarówno dla bezpieczeństwa pracowników, jak i dla optymalizacji kosztów przedsiębiorstw. W takich okolicznościach organizatorzy wycieczek, biura podróży, przewoźnicy i inni uczestnicy strony podażowej rynku turystycznego ponieśli poważne straty.

Na poziomie lokalnym gospodarcze skutki pandemii koronawirusa szczególnie szybko uwidoczniły się w miastach o rozwiniętej funkcji turystycznej, często z silnie zinternacjonalizowaną ofertą turystyczną. Paradoksalnie to, co w okresie przedpandemicznym było ich dodatkowym (obok walorów) atutem turystycznym (m.in. gęstość i różnorodność kontaktów międzyludzkich, skupienie przestrzenne zabudowy, bliskość sąsiedztwa), w okresie pandemii zaczęło być postrzegane w kategoriach zagrożenia dla zdrowia, a nawet życia (Kowalczyk-Anioł&Pawlusiński, 2021). Stąd też w pierwszym roku pandemii to właśnie miasta zanotowały najbardziej gwałtowny i największy spadek liczby przyjazdów, nie tylko gości zagranicznych, lecz także krajowych (UNWTO, 2020). Rok kolejny niestety nie przyniósł lepszych rezultatów. Wprawdzie początkowo oczekiwania ekspertów co do długości trwania obostrzeń pandemicznych były dość optymistyczne, ale szybko okazało się, że powrót do „normalności” potrwał o wiele dłużej niż zakładano.

Niewątpliwie jednym z miast w Polsce, które dotkliwie odczuło skutki rozprzestrzeniania się koronawirusa jest Kraków. Głównym celem niniejszego opracowania jest zdiagnozowanie zmian, które miały miejsce w przyjazdowym ruchu turystycznym do tego miasta w drugim roku pandemii, tj. 2021– zmian zarówno w jego wielkości i strukturze, jak i w zachowania odwiedzających.

Jako cele szczegółowe wyspecyfikowano m.in.:

1. określenia szacunkowej liczby gości odwiedzających miasto, z podziałem na turystów i odwiedzających jednodniowych,
2. określenia struktury i dynamiki ruchu turystycznego w mieście,
3. określenia szacunkowych wpływów z bezpośrednich wydatków odwiedzających, z rozbiciem na odwiedzającego krajowego i zagranicznego,
4. określenia cech społeczno-demograficznych odwiedzającego krajowego i zagranicznego (m.in. wiek, płeć, pochodzenie, wykształcenie, status materialny, wykorzystywane źródła informacji o mieście, częstotliwość podróży do miasta, cele podróży, charakter podróży, sposób organizacji podróży, środek transportu, długość pobytu, miejsce nocowania, upodobania itp.),
5. określenia rankingu najczęściej odwiedzanych atrakcji i produktów turystycznych,
6. ocena oferty turystycznej miasta,
7. ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług,
8. ocena stopnia zadowolenia z pobytu w mieście.

Ponadto, w oparciu o informacje pochodzące z Głównego Urzędu Statystycznego (GUS), Banku Danych Lokalnych, danych z hurtowni danych Selectivv oraz innych, przeprowadzono analizę wielkości ruchu turystycznego ogółem według wszystkich województw w kraju oraz analizy porównawcze wielkości i struktury ruchu turystycznego, scharakteryzowanego liczbą odwiedzających oraz liczbą udzielonych noclegów.

Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie

Przyjęty w badaniach system zbierania danych oparto na trzech zasadniczych metodach:

- **Pierwsza** to metoda przeprowadzania wywiadów bezpośrednich (gdzie ankiety badawcze były zbierane w wersji elektronicznej z wykorzystaniem tabletów, przy założeniu pozyskania minimum 2 600 ankiet) oraz analizie danych zastanych (*desk research*). Zastosowana triangulacja metod badawczych podnosi jakość prowadzonych badań i w znacznym stopniu ogranicza błąd pomiaru.

Badanymi ankietowymi były osoby odwiedzające Kraków określane w zaleceniach statystycznych UNWTO mianem turystów (korzystający przynajmniej z jednego noclegu) oraz odwiedzających jednodniowych, które przybyły 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 ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2020, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności w przedziale $n = 2\,400 - 3\,120$ osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 2%. Przyjęto schemat losowania warstwowego, gdzie warstwę stanowił rodzaj ustawowego obiektu noclegowego (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe i inne obiekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Wskazano dodatkowo do poboru próby miejsca koncentracji podróżnych takie jak: terminale komunikacyjne typu dworce kolejowe i autobusowe, port lotniczy oraz obiekty 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 pobieraniu próby przyjęto następujące zasady: wszystkie osoby, z którymi przeprowadzono 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 przeprowadzono w okresie od lipca do listopada 2021 roku według przyjętego rozkładu miejsc poboru próby w ciągu każdego miesiąca.

W 2021 roku pobrano ponad 2 700 ankiet, ale po wstępnej weryfikacji analizie poddano łącznie 2 669 ankiet.

Tabela 1.1.1. BRT KRAKÓW 2021 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje

I.p.	LOKALIZACJA	Ilość ankiet	
1.	Rynek Główny	19,6%	522
2.	Wawel	10,4%	278
3.	Balice - Lotnisko	9,0%	241
4.	Dworzec Główny - plac kolejowy	10,3%	274
5.	Łagiewniki	10,1%	269
6.	Kazimierz/ul. Szeroka	10,3%	275
7.	Brama Floriańska	10,3%	275
8.	Plac Centralny/kładka Bernatka	7,3%	194
9.	Miejsca noclegowe	12,8%	341
	łącznie Suma	100,0%	2 669

Źródło: Koordynator badań MOT.

- **Druga** to metoda pozyskiwania danych z hurtowni danych teleinformatycznych dla siedmiu miesięcy (czerwiec-grudzień) 2021 roku w porównaniu do 2020 roku (są to dane o charakterze obserwacyjnym, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów). Grupa narzędzi zastosowana w okresie pandemii Covid-19, zbliżona do tych, o których sygnalizował w 2009 roku w swojej ekspertyzie teoretycznej Alejskiak, W., „O wykorzystaniu Telefonicznego Systemu Komórkowej Analizy Ruchu Turystycznego jako nowej metodzie badania ruchu turystycznego opartej na wykorzystaniu technologii telefonii komórkowej drugiej i trzeciej generacji”¹, a przy pomocy których dokonuje się selekcji danych pochodzących z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) pod kątem osób (unikalnych podmiotów mobilnych) spełniających odpowiednie kryteria badania². Dane wykorzystane do analizy pochodzą z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) DMP³ Selectivv⁴, a pozyskane zostają w wyniku zapytań oraz wyświetleń reklam w kanale mobilnym, jak również od wydawców konkretnych aplikacji. W skład rozwiązań technologicznych Selectivv wykorzystywanych w badaniu wchodzi również platforma Selectivv DSP, służąca do zakupu powierzchni reklamowej w kanale mobilnym zgodnie z metodologią RTB⁵. Podobne rozwiązanie, ale oparte o odmienną zasadę, zostało przedstawione w publikacji Borkowskiego K.⁶

¹ Alejskiak W. TeISKART© - Nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego Folia Turistica Kraków 2009 nr 21 s. 97 [https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TeISKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20\(Folia%20Turistica%20Vol.%202021\).pdf](https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TeISKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20(Folia%20Turistica%20Vol.%202021).pdf)

² TURYSTA KRAJOWY = Użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum dwa dni (w tym nocleg) w Krakowie i nie jest jego mieszkańcem. Jego strefą zamieszkania jest inna geolokalizacja w Polsce. Użytkownik spędził nocleg w Krakowie, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23.00-7.00. Pobyt w Krakowie nie przekraczał 90 dni w okresie 12 miesięcy. Analogicznie TURYSTA ZAGRANICZNY = Użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum dwa dni (w tym nocleg) w Krakowie i nie jest jego mieszkańcem. Jego strefą zamieszkania jest inna geolokalizacja niż Polska. Użytkownik spędził nocleg w Krakowie, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23.00-7.00. Pobyt w Krakowie nie przekraczał 90 dni w okresie 12 miesięcy.

³ Selectivv DMP Data Management Platform (hurtownia danych).

⁴ <https://selectivv.com/portfolios/realizacja-badawcza-badanie-ruchu-turystycznego/> dostęp: 17.05.2021

⁵ RTB to model zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym, w oparciu o licytację reklamodawców. System RTB automatycznie wybiera reklamodawcę, który oferuje najwyższą stawkę za wyświetlenie reklamy.

⁶ Borkowski K. Subiektywne poczucie bezpieczeństwa osobistego podczas rekreacyjnego pobytu w destynacji - Case Study: Kraków Zeszyty Naukowe WSTiE Sucha Beskidzka tom 16 rocznik VIII numer 2/2019 s.20 patrz: System Bezpieczeństwa Socjalnego Turystów (SBST) Tourist Social Security System (TSSS) w oparciu o **technologie internetowe, które są jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin współczesnej informatyki stosowanej** umożliwia:

- w ramach CRM rejestracji elektronicznej turysty w destynacji w wariantach:

a) przed przyjazdem,
b) w trakcie pobytu w destynacji

- w ramach GSM połączeń awaryjnych z osobami przyjezdnymi a osobami miejscowymi (stałymi mieszkańcami) gotowymi udzielić turyście pomocy (np. językowej) w sytuacji wezwania.

- **Trzecia** metoda to analiza danych istniejących (badania typu desk research) stosowana przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej od 2003 roku – opiera się na powszechnie dostępnych danych, szczególnie z Głównego Urzędu Statystycznego. Przede wszystkim są to dane pochodzące z Banku Danych Regionalnych i Lokalnych oraz komunikatów, biuletynów, publikacji elektronicznych (w tym danych archiwalnych) dostępnych na witrynie GUS.

Ponadto w badaniach wykorzystywano wszelkie inne możliwe do uzyskania 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 wykorzystuje się aktualne diagnozy eksperckie oraz opracowane wcześniej raporty z badań ruchu turystycznego w Krakowie ze szczególnym uwzględnieniem ostatnich lat 2018-2020. Istotną rolę odgrywają w procesie triangulacji dane pochodzące z Głównego Urzędu Statystycznego a ukazujące liczebność odwiedzających daną destynację w okresach miesięcznych według rodzajów miejsc zakwaterowania. Obowiązek ustawowej sprawozdawczości nie jest nałożony na wszystkich noclegodawców. Przy badaniach czysto ilościowych ukazywany w takich statystykach wynik jest niepełny i nie potrafi ukazać rzeczywistego globalnego obrazu zjawiska. Jednak dane pochodzące ze zbioru GUS spełniają warunek wiarygodności w zakresie opisywanych przez nie kategorii (rodzajów) obiektów noclegowych.⁷⁸

⁷ Szczególnie po wprowadzonej przez GUS w 2016 roku tzw. imputacji danych: Dane od stycznia 2012 roku z badania KT-1 dotyczą wszystkich turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych (łącznie z pokojami gościnnymi i kwaterami agroturystycznymi). Za lata 2009-2011 dotyczą obiektów zbiorowego zakwaterowania. Począwszy od danych za 2016 rok w statystyce dotyczącej turystycznej bazy noclegowej wprowadzono metodologię imputacji danych dla jednostek zobowiązanych do złożenia sprawozdania na formularzu KT-1, które odmówiły udziału w badaniu. Liczba obiektów i miejsc noclegowych jest dostępna tylko za miesiąc lipiec (stan na dzień 31 lipca). <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/metadane/podgrupy/478> dostęp: 18.05.2021

⁸ Więcej na temat metody w materiałach szkoleniowych Akademii Liderów FROT „Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej” autorstwa: Krzysztof Borkowski, Tadeusz Grabiński, Renata Seweryn, Leszek Mazanek, publikacja w druku.

Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2021

Biorąc pod uwagę specyfikę pandemicznego roku 2021 (podobnie jak w roku poprzednim), posłużono się próbą badawczą na poziomie 2 400 – 3 120 ankiet. Wyniki analizy dla zaistniałej sytuacji przedstawiono w dwóch wariantach: tabelarycznej (tab. 2.2.1 i tab. 2.1.3) oraz w graficznej (tab. 2.1.2 i tab. 2.1.4). Również dwa warianty analizy wyróżniono w zależności od wielkości szacowanego parametru:

- dla frakcji $f=0,5$ (por. tab. 1-2),
- dla frakcji $f=0,2$ (por. tab. 3-4).

Kolejne dwa warianty analizy wynikały z przyjętej w obliczeniach wielkości populacji $N=10$ mln oraz $N=13$ mln turystów. Większą liczbę wariantów uwzględniono przy błędach szacunku $[e]$, gdzie założono 5 poziomów od 1% do 3% ze skokiem 0,5%.

Najwięcej wariantów przyjęto w odniesieniu do poziomów ufności $[u]$ - 10 wariantów od 90% do 99% ze skokiem 1% oraz możliwych wielkości próby $[n]$ - 10 wariantów od 1 000 do 5 000 ze skokiem co 500.

Informacje w tab. 2.1.1 (dla $f=0,5$) oraz w tab. 2.1.3 (dla $f=0,2$) ujęte są w 4 modułach

1. Liczba ankiet zapewniająca wielkość błędu szacunku w przedziale od 1% do 3% dla poziomów ufności od 90% do 99% przy założeniu wielkości populacji $N=10$ mln turystów.
2. Te same informacje jak w powyżej z tym, że dotyczące populacji $N=13$ mln turystów.
3. Informacje wybrane z poprzednich dwóch zestawień dla typowego w badaniach ankietowych poziomu ufności (95%).
4. Wielkości błędów szacunku parametrów dla 10 wariantów liczebności ankiet (od 1 000 do 5 000) oraz 3 przedziałów ufności (90%, 95%, 99%) a także dla populacji $N=10$ mln i $N=20$ mln turystów.

W tab. 2.1.2 oraz tab. 2.1.4 zamieszczono po 3 wykresy ilustrujące zależność pomiędzy:

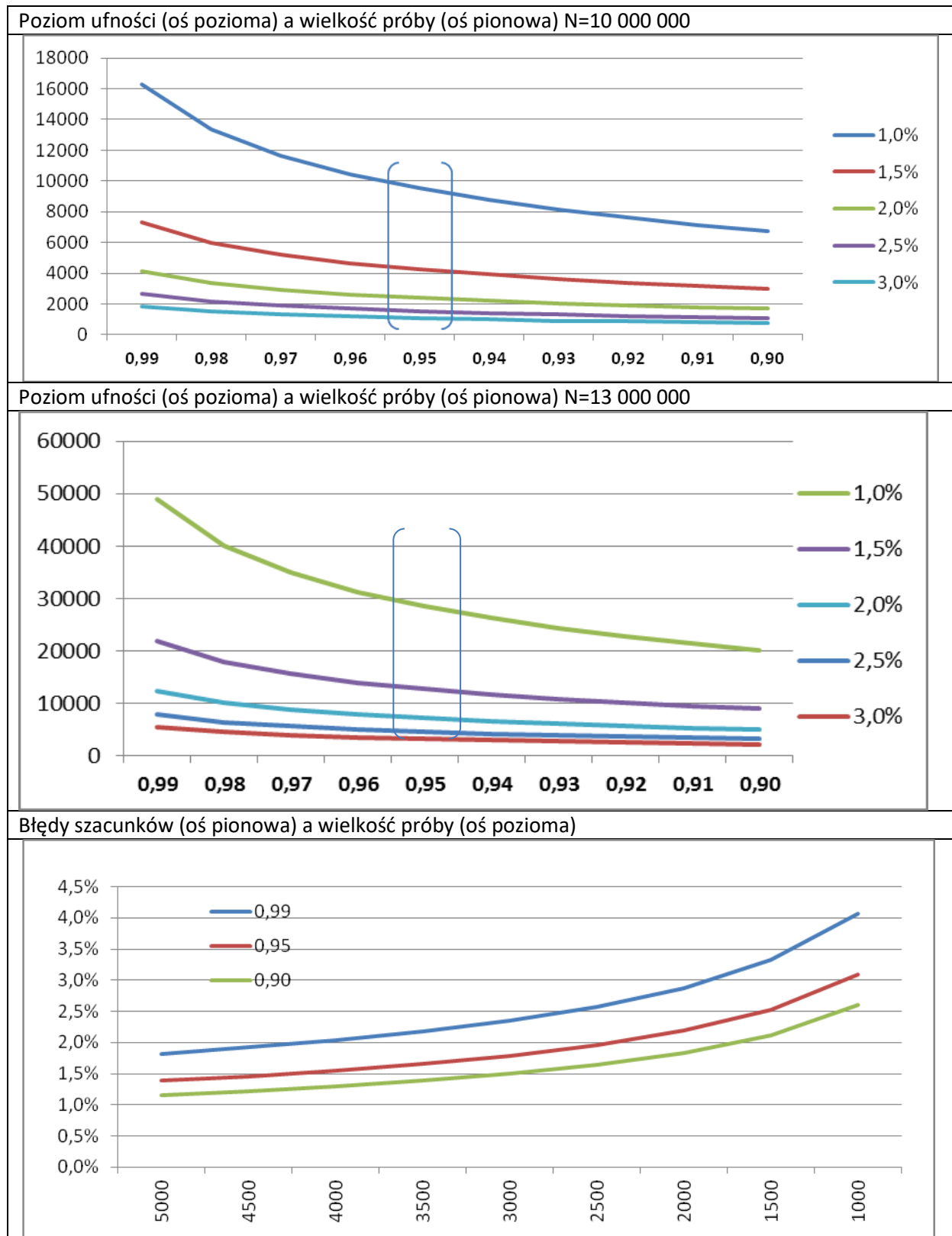
1. Poziomami ufności (od 90% do 99%) a liczbą ankiet pozwalającą szacować wartości parametrów z zadany błędem w przedziale od 1% do 3%, dla populacji $N=10$ mln turystów.
2. Te same informacje jak w poprzednim diagramie tylko odnoszące się do populacji $N=13$ mln turystów.
3. Wielkością próby (od 1 000 do 5 000) a błędami szacunku przy założeniu 3 poziomów ufności (90%, 95% oraz 99%). Diagram ten odnosi się do obydwóch wielkości populacji (10 mln i 13 mln turystów).

Tabela 2.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$

N ==>	10 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,990	16560	7367	4145	2653	1843
2,33	0,980	13511	6010	3381	2164	1503
2,17	0,970	11759	5230	2942	1883	1308
2,05	0,960	10534	4684	2635	1687	1171
1,96	0,950	9594	4266	2400	1536	1067
1,88	0,940	8836	3929	2210	1415	983
1,81	0,930	8201	3646	2051	1313	912
1,75	0,920	7656	3404	1915	1226	851
1,70	0,910	7181	3193	1796	1150	798
1,64	0,900	6759	3005	1691	1082	751
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	21528	9577	5389	3449	2395
2,33	0,98	17565	7812	4396	2814	1954
2,17	0,970	15287	6799	3825	2448	1700
2,05	0,960	13694	6090	3426	2193	1523
1,96	0,950	12473	5546	3120	1997	1387
1,88	0,940	11486	5108	2873	1839	1277
1,81	0,930	10661	4740	2667	1707	1185
1,75	0,92	9953	4426	2490	1594	1107
1,70	0,91	9335	4151	2335	1495	1038
1,64	0,90	8787	3907	2198	1407	977
		Liczy ankiet w przekroju N, u, e				
N	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
10 000 000	0,95	9594	4266	2400	1536	1067
13 000 000	0,95	12473	5546	3120	1997	1387
		Błędy oszacowania parametrów w przekroju parametrów N, u, n				
N	10 000 000	10 000 000	10 000 000	13 000 000	13 000 000	13 000 000
u	2,58	1,96	1,64	2,58	1,96	1,64
ufność	0,99	0,95	0,90	0,99	0,95	0,90
5000	1,82%	1,39%	1,16%	1,82%	1,39%	1,16%
4500	1,92%	1,46%	1,23%	1,92%	1,46%	1,23%
4000	2,04%	1,55%	1,30%	2,04%	1,55%	1,30%
3500	2,18%	1,66%	1,39%	2,18%	1,66%	1,39%
3000	2,35%	1,79%	1,50%	2,35%	1,79%	1,50%
2500	2,58%	1,96%	1,64%	2,58%	1,96%	1,64%
2000	2,88%	2,19%	1,84%	2,88%	2,19%	1,84%
1500	3,33%	2,53%	2,12%	3,33%	2,53%	2,12%
1000	4,07%	3,10%	2,60%	4,07%	3,10%	2,60%

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

Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$



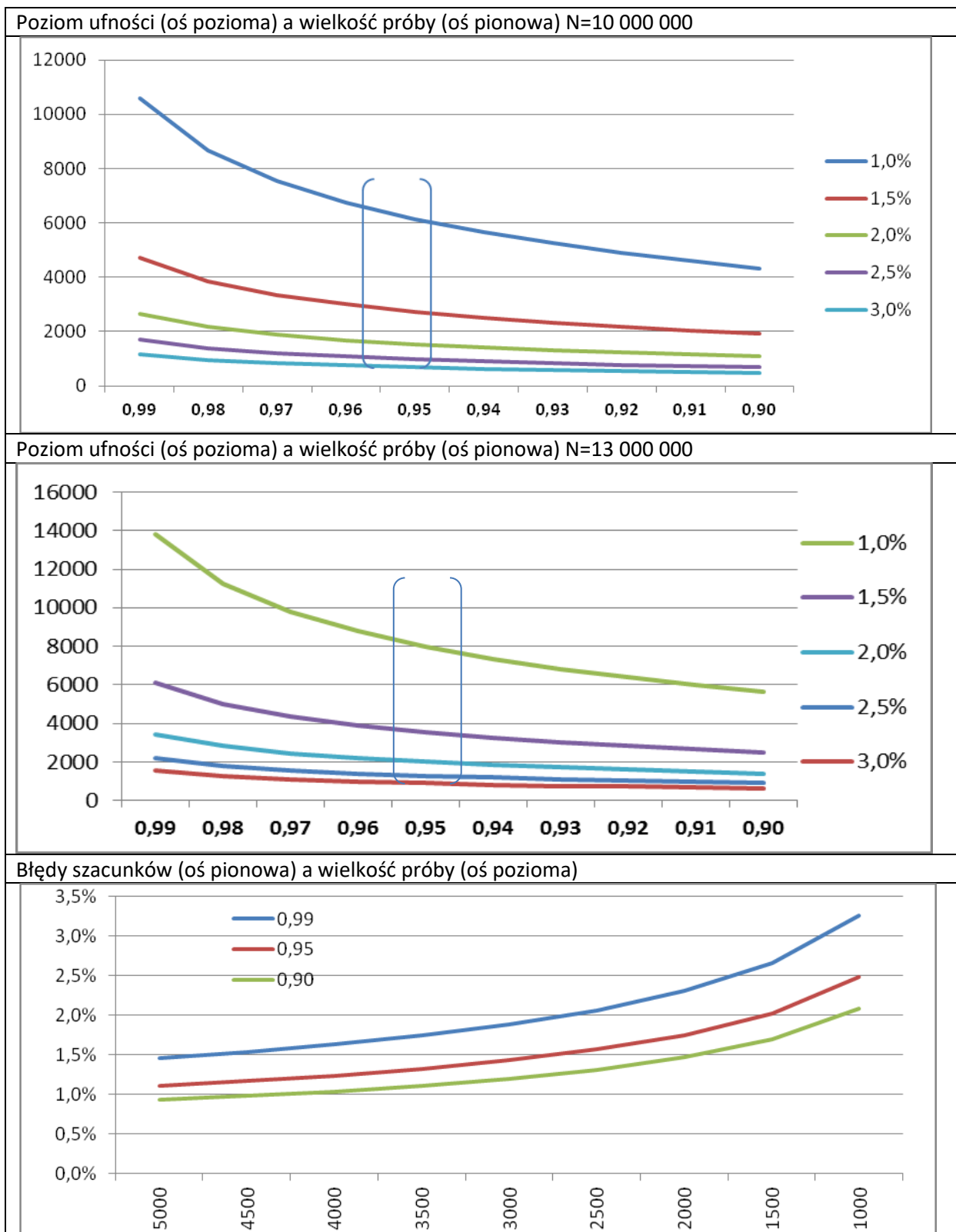
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek.

Tabela 2.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$

N ==>	10 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	10605	4716	2653	1698	1179
2,33	0,98	8652	3847	2164	1385	962
2,17	0,97	7529	3348	1883	1205	837
2,05	0,96	6744	2998	1687	1080	750
1,96	0,95	6143	2731	1536	983	683
1,88	0,94	5657	2515	1415	905	629
1,81	0,93	5250	2334	1313	840	584
1,75	0,92	4901	2179	1226	785	545
1,70	0,91	4597	2044	1150	736	511
1,64	0,90	4327	1924	1082	693	481
N ==>	13 000 000	Błąd oszacowania parametrów e				
u	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
2,58	0,99	13786	6131	3449	2208	1533
2,33	0,98	11247	5001	2814	1801	1251
2,17	0,97	9788	4352	2448	1567	1088
2,05	0,96	8767	3898	2193	1404	975
1,96	0,95	7985	3550	1997	1278	888
1,88	0,94	7354	3269	1839	1177	817
1,81	0,93	6825	3034	1707	1092	759
1,75	0,92	6372	2833	1594	1020	708
1,70	0,91	5976	2657	1495	957	664
1,64	0,90	5625	2501	1407	900	625
Liczby ankiet w przekroju N, u, e						
N	ufność	1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
10 000 000	0,95	6143	2731	1536	983	683
13 000 000	0,95	7985	3550	1997	1278	888
Błędy oszacowania parametrów w przekroju parametrów N, u, n						
N	10 000 000	10 000 000	10 000 000	13 000 000	13 000 000	13 000 000
u	2,58	1,96	1,64	2,58	1,96	1,64
ufność	0,99	0,95	0,90	0,99	0,95	0,90
5000	1,46%	1,11%	0,93%	1,46%	1,11%	0,93%
4500	1,54%	1,17%	0,98%	1,54%	1,17%	0,98%
4000	1,63%	1,24%	1,04%	1,63%	1,24%	1,04%
3500	1,74%	1,32%	1,11%	1,74%	1,32%	1,11%
3000	1,88%	1,43%	1,20%	1,88%	1,43%	1,20%
2500	2,06%	1,57%	1,32%	2,06%	1,57%	1,32%
2000	2,30%	1,75%	1,47%	2,30%	1,75%	1,47%
1500	2,66%	2,02%	1,70%	2,66%	2,02%	1,70%
1000	3,26%	2,48%	2,08%	3,26%	2,48%	2,08%

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

Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$



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

Z przytoczonych informacji można wysnuć następujące wnioski:

1. Wielkości błędów szacunku w wariancie szacowania frakcji $f=0,5$ są największe w porównaniu do innych wartości frakcji. Różnice na korzyść mniejszych frakcji wynoszą odpowiednio:

- 2% dla frakcji 0,6 i 0,4
- 9% dla frakcji 0,7 i 0,3
- 25% dla frakcji 0,8 i 0,2
- 66% dla frakcji 0,9 i 0,1

Oznacza to, że jeżeli mamy próbę dającą w przypadku frakcji 0,5 oszacowania z błędem np. 4% i szacujemy z tej próby parametr z wartością wskaźnika na poziomie 0,8, to błąd szacunku tego parametru nie wynosi 4%, tylko jest mniejszy o 25%, co oznacza błąd na poziomie 3%.

2. Duże rozmiary populacji $N=10$ mln oraz $N=13$ mln niwelują różnicowanie wielkości błędów szacunków ze względu na ten parametr. Natomiast duże różnice błędów szacunków obserwuje się w przekroju wielkości próby n oraz poziomów ufności u .
3. Spośród wyróżnionych wariantów poziomów ufności u wybrano wariant 95%, który w badaniach społeczno-ekonomicznych jest przyjmowany jako standardowy.
4. Punktem wyjścia w procesie decyzyjnym ustalania liczebności ankiet w próbie jest wariant $f=0,5$ jako wariant prowadzący do największych błędów oszacowań, zgodnie z zasadą, że gorzej już być nie może.
5. Uwzględniając dwa poprzednie punkty, ustalenie rozmiarów ankietowania odbywa się na podstawie informacji zamieszczonych w tab. 2.1.1, w module 3:

Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych

N	ufność	Liczby ankiet w przekroju N, u, e				
		1,0%	1,5%	2,0%	2,5%	3,0%
10 000 000	0,95	9594	4266	2400	1536	1067
13 000 000	0,95	12473	5546	3120	1997	1387

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

6. Biorąc pod uwagę koszty finansowe ankietowania, odrzucono wariant z 1% błędów szacunków. Jako wyjściowy przyjęto wariant $e=2\%$, w którym liczba ankiet zawiera się w granicach od 2 400 w populacjach $N=10$ mln do 3 120 w populacjach $N=13$ mln, z dodatkową opcją zwiększania liczby ankiet w kierunku wariantu z błędami szacunku na poziomie 1,5%.

Faktyczna liczba poddanych analizie ankiet w 2021 roku wynosi **2 669**. W przypadku populacji $N=10$ mln oraz szacowania frakcji $f=0,5$ oznacza to błąd na poziomie 2% z ufnością 95%.

Rozdział 3. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2021

3.1. Wprowadzenie

Oszacowania wielkości i struktury ruchu turystycznego w Krakowie dokonano z uwzględnieniem podziału na odwiedzających krajowych i zagranicznych. W opracowaniu uwzględniono też zalecaną przez UNWTO dezagregację odwiedzających na turystów (gości z co najmniej z jednym noclegiem) i odwiedzających jednodniowych (gości bez noclegu).

Do oszacowania rozmiarów ruchu przyjazdowego do miasta wykorzystano kilka źródeł informacji: publikowane dane GUS za 12 miesięcy 2021 roku z obiektów noclegowych, wyniki uzyskane z badań ankietowych przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania oraz informacje dotyczące przewozów pasażerskich z lotniska Kraków-Balice. Dane zaprezentowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w okresie od 2003 do 2020 roku.

W rozdziale przedstawiono również strukturę zagranicznych odwiedzających Kraków z uwzględnieniem kraju pochodzenia oraz strukturę odwiedzających krajowych w układzie wojewódzkim, a wyniki za 2021 rok zestawiono z wynikami z lat poprzednich.

3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków

W związku z pandemią wirusa SARS-CoV-2 i towarzyszącymi jej licznymi (choć mniejszymi niż w 2020 roku) rządowymi ograniczeniami przemieszczania się oraz z okresowym zamknięciem wielu obiektów (noclegowych, gastronomicznych, rozrywkowych itd.), w których gromadzić mogłaby się zbyt duża (dla zachowania właściwego dystansu społecznego) liczba osób, ruch turystyczny w Krakowie w 2021 roku ponownie został ograniczony.

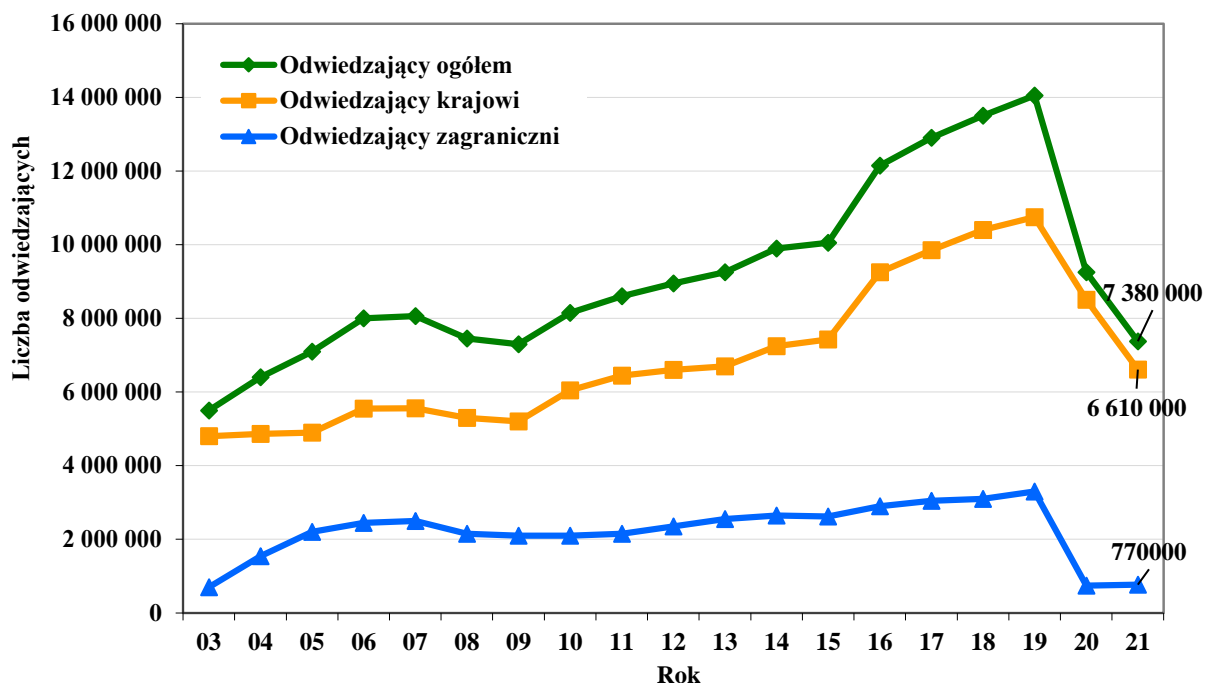
Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2021

Wyszczególnienie	Odwiedzający ogółem	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
2003	5 500 000	4 800 000	700 000
2004	6 400 000	4 860 000	1 540 000
2005	7 100 000	4 900 000	2 200 000
2006	8 000 000	5 550 000	2 450 000
2007	8 060 000	5 560 000	2 500 000
2008	7 450 000	5 300 000	2 150 000
2009	7 300 000	5 200 000	2 100 000
2010	8 150 000	6 050 000	2 100 000
2011	8 600 000	6 450 000	2 150 000
2012	8 950 000	6 600 000	2 350 000
2013	9 250 000	6 700 000	2 550 000
2014	9 900 000	7 250 000	2 650 000
2015	10 050 000	7 430 000	2 620 000
2016	12 150 000	9 250 000	2 900 000
2017	12 900 000	9 850 000	3 050 000
2018	13 500 000	10 400 000	3 100 000
2019	14 050 000	10 750 000	3 300 000
2020	9 250 000	8 510 000	740 000
2021	7 380 000	6 610 000	770 000

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

Wg szacunków ogólna liczba odwiedzających osiągnęła rozmiary 7,38 mln osób, tj. o 20,2% mniej niż rok wcześniej i o 47,5% mniej niż w ostatnim roku przed pandemią, tj. w 2019 r. Była to wielkość porównywalna do tej z lat pierwszej fali kryzysu gospodarczego XXI w., czyli 2008-2009.

Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2021



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

Spadek w 2021 roku odnosił się tylko do liczby odwiedzających krajowych (o 22,3%, czyli do poziomu 6,61 mln osób, tj. wielkości podobnej do roku 2010). Liczba gości zagranicznych (0,77 mln osób) nieznacznie natomiast wzrosła – o 4,1% w relacji do roku poprzedniego, choć i tak była o 76,7% mniejsza niż przed pandemią, czyli w roku 2019.

3.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie

Pomimo spadku ogólnych rozmiarów ruchu turystycznego w Krakowie w 2021 roku liczba turystów, tj. gości nocujących w mieście, zwiększyła się i to znacznie, bo o 44,3% w relacji do roku ubiegłego (choć i tak była o 40,5% mniejsza niż przed pandemią, czyli w roku 2019). Szacuje się, że wynosiła ona 6,04 mln osób (porównywalnie jak w 2010 roku).

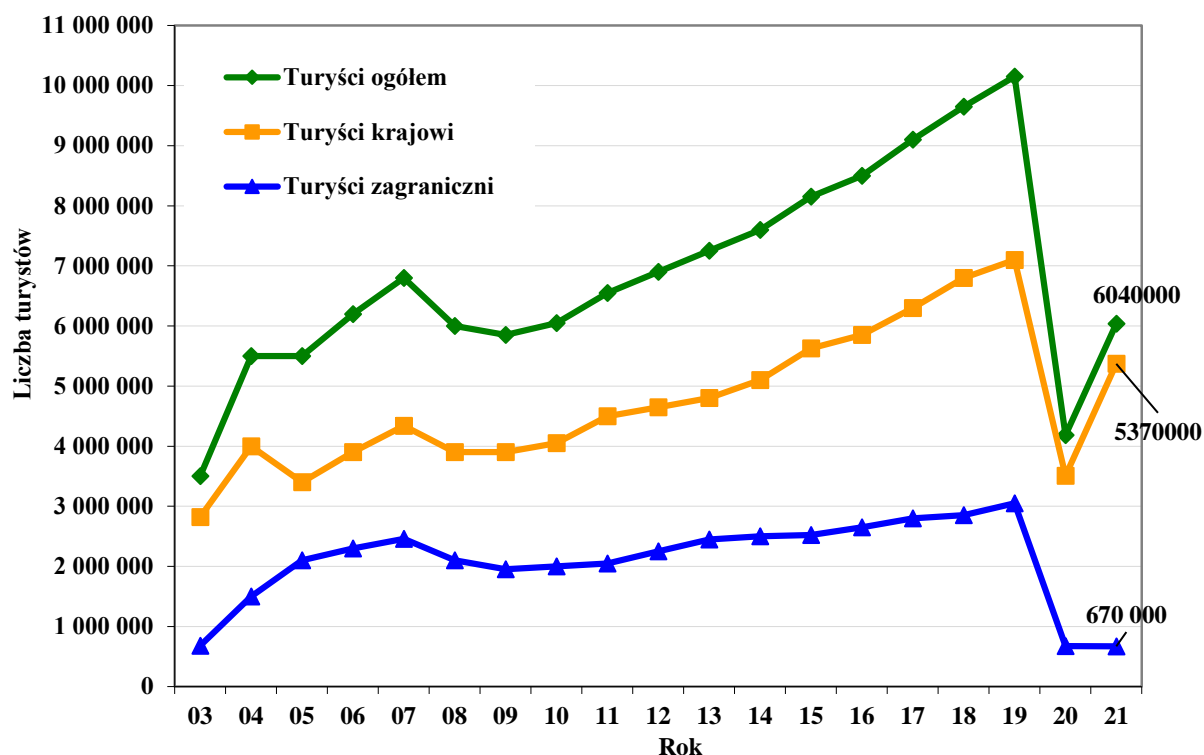
Wzrost odnotowano jednak tylko w odniesieniu do turystów krajowych – o 53,0%, tj. do wielkości 5,37mln osób (o 24,4% mniej niż w roku 2019, ale porównywalnie jak w 2018 roku). Liczba nocujących w Krakowie gości zagranicznych nieznacznie się bowiem zmniejszyła – o 0,7%, czyli do poziomu 0,67 mln osób (o 78,0% mniej niż w 2019 roku). Ze względu na okresowe zamknięcia granic oraz obawę przed kolejnymi lockdownami i koniecznością odbycia kwarantanny, turystów zagranicznych było w Krakowie w 2021 roku mniej niż w pierwszym roku monitoringu ruchu turystycznego w mieście, czyli 2003.

Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2021

Wyszczególnienie	Turyści ogółem	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni
2003	3 500 000	2 820 000	680 000
2004	5 500 000	4 000 000	1 500 000
2005	5 500 000	3 400 000	2 100 000
2006	6 200 000	3 900 000	2 300 000
2007	6 800 000	4 340 000	2 460 000
2008	6 000 000	3 900 000	2 100 000
2009	5 850 000	3 900 000	1 950 000
2010	6 050 000	4 050 000	2 000 000
2011	6 550 000	4 500 000	2 050 000
2012	6 900 000	4 650 000	2 250 000
2013	7 250 000	4 800 000	2 450 000
2014	7 600 000	5 100 000	2 500 000
2015	8 150 000	5 630 000	2 520 000
2016	8 500 000	5 850 000	2 650 000
2017	9 100 000	6 300 000	2 800 000
2018	9 650 000	6 800 000	2 850 000
2019	10 150 000	7 100 000	3 050 000
2020	4 185 000	3 510 000	675 000
2021	6 040 000	5 370 000	670 000

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

Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2021



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

3.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie

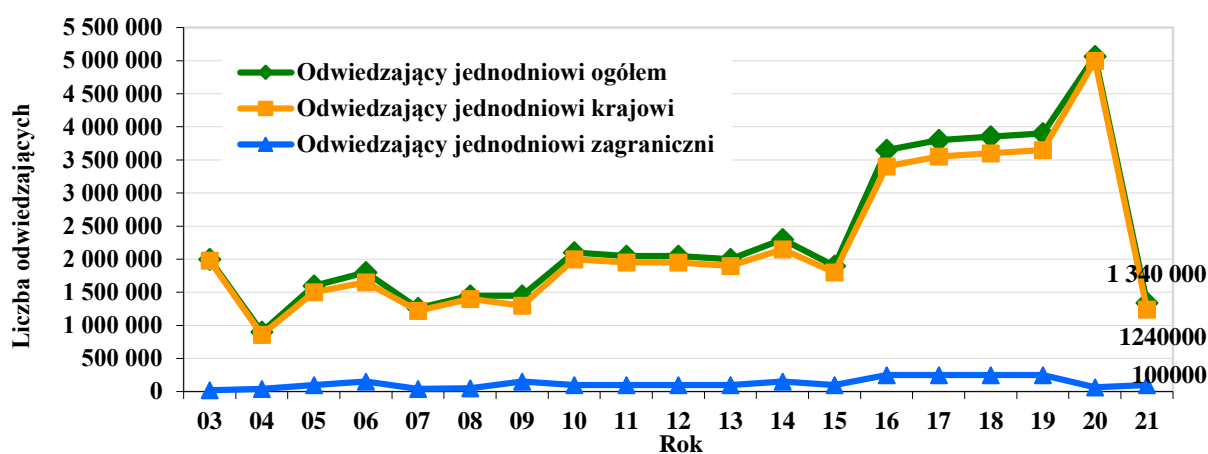
Pandemia spowodowała, że w Krakowie w 2021 roku odnotowano wprawdzie stosunkowo duży wzrost liczby turystów (gości nocujących w mieście), ale zmniejszyła się znacznie (o 73,5%) liczba jednodniowych odwiedzających, tj. gości nienocujących w Krakowie. Jeśli bowiem już ktoś odważył się przyjechać, to zostawał na co najmniej jedną noc. Stąd też w 2021 roku w stolicy Małopolski było tylko 1,34 mln jednodniowych odwiedzających (o 65,6% mniej niż przed pandemią, tj. w 2019 roku, a porównywalnie do lat 2007-2009).

Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających Kraków w latach 2003-2021

Wyszczególnienie	Odwiedzający jednodniowi ogółem	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni
2003	2 000 000	1 980 000	20 000
2004	900 000	860 000	40 000
2005	1 600 000	1 500 000	100 000
2006	1 800 000	1 650 000	150 000
2007	1 260 000	1 220 000	40 000
2008	1 450 000	1 400 000	50 000
2009	1 450 000	1 300 000	150 000
2010	2 100 000	2 000 000	100 000
2011	2 050 000	1 950 000	100 000
2012	2 050 000	1 950 000	100 000
2013	2 000 000	1 900 000	100 000
2014	2 300 000	2 150 000	150 000
2015	1 900 000	1 800 000	100 000
2016	3 650 000	3 400 000	250 000
2017	3 800 000	3 550 000	250 000
2018	3 850 000	3 600 000	250 000
2019	3 900 000	3 650 000	250 000
2020	5 065 000	5 000 000	65 000
2021	1 340 000	1 240 000	100 000

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

Rysunek 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie w latach 2003-2021



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

Spadek odnosił się jednak tylko do liczby jednodniowych odwiedzających z Polski – przyjechało ich do Krakowa w 2021 roku 1,24 mln osób, tj. o 75,2% mniej w relacji do roku poprzedniego i o 66,0% mniej niż w 2019 roku (porównywalnie do roku 2007). Z kolei, liczba jednodniowych gości zagranicznych zwiększyła się o 53,8% w stosunku do roku ubiegłego, czyli do wielkości 100 tys. osób (o 60,0% mniej niż w 2019 roku i analogicznie jak w latach 2010-13 i 2015).

3.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy

Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2016-2021 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0%

KRAJ	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
WIELKA BRYTANIA	13,3%	13,6%	15,5%	13,9%	18,3%	15,9%
NIEMCY	11,6%	13,9%	12,1%	14,2%	16,1%	14,7%
FRANCJA	6,9%	8,8%	9,9%	11,2%	13,7%	13,5%
NIDERLANDY	3,0%	2,2%	4,0%	3,3%	3,2%	10,9%
Σ I POŚREDNIA	34,80%	38,50%	41,50%	42,60%	51,30%	55,00%
WŁOCHY	10,3%	11,3%	9,7%	11,5%	12,0%	8,9%
HISZPANIA	9,1%	8,3%	9,0%	10,4%	5,8%	8,5%
Σ II POŚREDNIA	54,20%	58,10%	60,20%	64,50%	69,10%	72,40%
REPUBLIKA CZESKA	1,7%	3,4%	3,1%	2,6%	2,3%	5,2%
GRECJA	0,4%	0,4%	0,8%	0,4%	0,2%	4,6%
IRLANDIA	2,8%	2,1%	2,1%	1,6%	1,0%	4,0%
UKRAINA	3,8%	4,6%	4,7%	5,4%	3,0%	3,9%
DANIA	1,9%	2,1%	1,8%	2,8%	0,7%	3,4%
SŁOWACJA	2,0%	2,5%	2,9%	2,4%	0,8%	3,0%
Σ III POŚREDNIA	66,80%	73,20%	75,60%	79,70%	77,10%	96,50%
AUSTRIA	1,6%	1,0%	1,8%	1,9%	4,6%	1,1%
BELGIA	1,9%	2,2%	2,3%	2,9%	3,5%	1,0%
SZWAJCARIA	1,1%	1,4%	1,3%	0,9%	2,3%	1,0%
SZWECJA	3,4%	2,3%	2,1%	1,1%	1,2%	1,0%
CHORWACJA	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,7%	1,0%
TURCJA	0,4%	0,4%	0,1%	0,4%	0,7%	1,0%
SŁOWENIA	0,2%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,9%
PORTUGALIA	1,1%	1,5%	1,1%	0,5%	0,5%	0,7%
WĘGRY	1,8%	1,4%	1,5%	2,1%	1,0%	0,4%
USA	4,5%	2,1%	2,5%	2,4%	1,8%	0,1%
NORWEGIA	2,2%	1,9%	1,7%	1,6%	1,3%	0,1%
IZRAEL	0,6%	0,8%	0,4%	0,1%	0,0%	0,1%
MALTA	0,2%	0,0%	0,3%	0,2%	0,7%	0,0%
KANADA	1,1%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%	0,0%
AUSTRALIA	0,7%	0,8%	0,5%	0,1%	0,5%	0,0%
INDIE	0,0%	0,5%	0,1%	0,4%	0,5%	0,0%
JAPONIA	0,6%	0,5%	0,6%	0,2%	0,3%	0,0%
ZJEDN. EMIRATY ARABSKIE	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,3%	0,0%
JORDANIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
FINLANDIA	1,0%	0,9%	0,6%	0,6%	0,3%	0,0%
KOLUMBIA	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%

KRAJ	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
KOSTARYKA	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,3%	0,0%
URUGWAJ	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
RUMUNIA	0,3%	0,7%	0,3%	0,1%	0,2%	0,0%
UZBEKISTAN	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
GRUZJA	0,3%	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%
TUNEZJA	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%
AZERBEJDŻAN	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
FILIPINY	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
ŁOTWA	0,6%	0,3%	0,2%	0,1%	0,2%	0,0%
ROSJA	2,0%	1,3%	1,3%	0,8%	0,2%	0,0%
ISLANDIA	0,0%	0,4%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%
EKWADOR	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
SAN MARINO	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
INDONEZJA	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
BOLIWIA	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
ARGENTYNA	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
BOŚNIA I HERCEGOWINA	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
BRAZYLIA	0,8%	0,4%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%
HONDURAS	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
KATAR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ALBANIA	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
KAZACHSTAN	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PERU	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
KENIA	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RPA	0,0%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
BUŁGARIA	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%
SINGAPUR	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
KOREA	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
SZKOCJA	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
KOREA POŁUDNIOWA	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%
TAJWAN	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
AFGANISTAN	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ETIOPIA	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
KUWEJT	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
WENEZUELA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
LIBAN	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
BIAŁORUŚ	1,2%	0,6%	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%
LIECHTENSTEIN	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PANAMA	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
LITWA	0,5%	0,4%	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%
CYPR-MALTA	0,2%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
LUKSEMBURG	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
ALGERIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GWINEA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GWATEMALA	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%

KRAJ	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
MACAO	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SERBIA	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%
MACEDONIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
DOMINIKANA	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
MALEZJA	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
SYRIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CHILE	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
EGIPT	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
MAROKO	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%
TAJLANDIA	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
MEKSYK	0,2%	0,4%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%
TRINIDAD	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
MOŁDAWIA	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ESTONIA	0,1%	0,3%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%
ZIMBABWE	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
ANDORA	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
GRENADA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
IRAN	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NIGERIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
ARMENIA	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NIKARAGUA	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
WIETNAM	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ARABIA SAUDYJSKA	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
WYSPI OWOCZE	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NOWA ZELANDIA	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
PAKISTAN	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
GRENLANDIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CHINY	0,1%	0,2%	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%
*	99,10%	100,60%	100,90%	100,30%	100,70%	99,90%
SUMA*	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%

* Z uwagi na zaokrąglenie wynik nie sumuje się do 100%.

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

Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Krakowa w latach 2016-2021, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczynają dwa równorzędne rynki emisyjne, to znaczy Wielka Brytania i Niemcy. W 2021 roku nieznaczną przewagę uzyskali odwiedzający z Wielkiej Brytanii, którzy do Krakowa docierali generalnie samolotem. Charakterystyki odwiedzających z obu krajów są inne, ale te segmenty stanowią w analizowanym 2021 roku prawie 30% (28,70%) udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Na trzecim miejscu w 2021 roku uplasowali się niezmiennie od lat odwiedzający z Francji – rok 2021≈14% udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa (13,5%) i w 2021 roku z Niderlandów 10,9%, które zepchnęły w rankingu odwiedzających z Włoch dopiero na pozycję piątą z wynikiem 8,9% udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa. Mimo sytuacji pandemicznej w roku 2021 struktura % strumienia ruchu turystycznego dla pierwszej czwórki krajów okazała się rozwojowa

w stosunku do lat poprzednich, konsumując w roku 2021 [patrz tabela 3.5.1] podobnie jak w 2020 roku ponad 50% udziałów.

Patrz tabela [3.5.1]	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
Σ I POŚREDNIA	34,80%	38,50%	41,50%	42,60%	51,30%	55,0%

Na piątym miejscu plasują się ex aequo odwiedzający z Hiszpanii i Włoch z wynikiem za 2021 rok odpowiednio [8,5%, 8,9%].

Patrz tabela [3.5.1]	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
WŁOCHY	10,3%	11,3%	9,7%	11,5%	12,0%	8,9%
HISZPANIA	9,1%	8,3%	9,0%	10,4%	5,8%	8,5%
Σ II POŚREDNIA	54,20%	58,10%	60,20%	64,50%	69,10%	72,40%

W okresie pandemicznym wyraźnie wzrósł ruch turystyczny z krajów strefy BENELUX'u, w szczególności z Niderlandów [10,9%] i Belgii [1,0%] uzyskując w 2021 roku łącznie 11,9%.

W grupie z wynikiem ≈5%-4% zauważono, że stabilną pozycję zajmują odwiedzający z Ukrainy natomiast w przyjazdach z Republiki Czeskiej i Irlandii zanotowano w 2021 roku spektakularny wzrost.

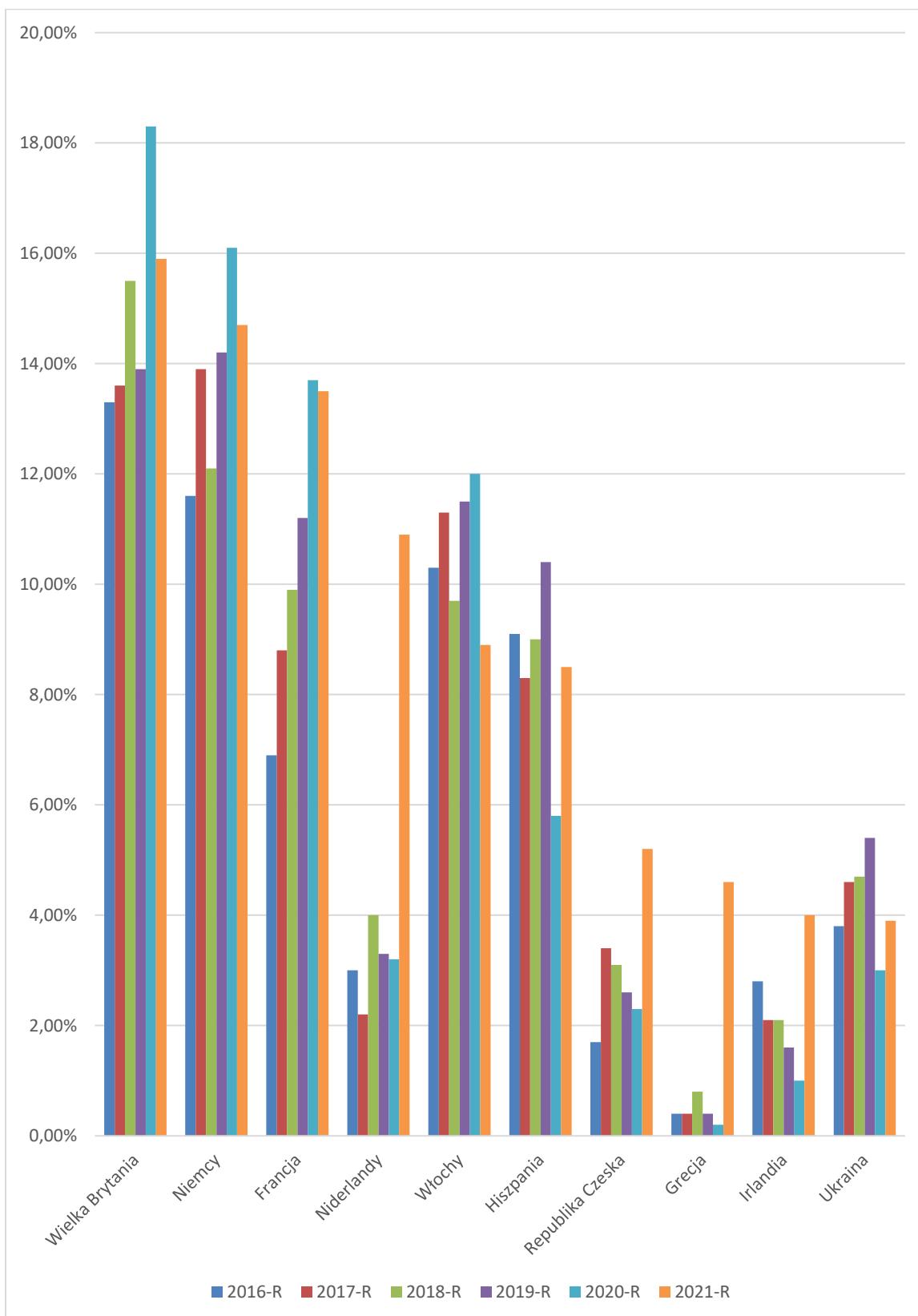
Patrz tabela [3.5.1]	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
REPUBLIKA CZESKA	1,7%	3,4%	3,1%	2,6%	2,3%	5,2%
IRLANDIA	2,8%	2,1%	2,1%	1,6%	1,0%	4,0%
UKRAINA	3,8%	4,6%	4,7%	5,4%	3,0%	3,9%

Kraje, które w roku 2021 uzyskały wynik powyżej 2% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (12 rynków emisyjnych) skumulowały łącznie w roku 2021 ≈97% strumienia a średnio za lata 2016-2020 ponad 74% całości zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa.

Patrz tabela [3.5.1]	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
Σ III POWYŻEJ 2% UDZIAŁÓW	66,80%	73,20%	75,60%	79,70%	77,10%	96,50%

Krajem, z którego zauważono spektakularny spadek odwiedzających w 2020 roku, jest Ukraina. Również w 2021 roku wynik dla tego kraju jest niski (3,9%), jednak wpływ na to miało/mogło mieć pandemiczne zamknięcie granicy zewnętrznej Unii Europejskiej, obustronna kwarantanna, zamknięcie nauczania w szkolnictwie wyższym w „realu” i przejście na naukę wirtualną, co pozwoliło tym wszystkim, którzy w Krakowie stracili pracę, będąc zatrudnionymi najczęściej w turystycznej branży usługowej, w tym w gastronomii, hotelarstwie czy handlu, na kontynuację studiów pozostając w domu. Osoby z Ukrainy, które w 2020 roku pozostały po stronie polskiej w 2021 roku automatycznie przeszły do grupy „rezydentów”, zwiększając wskaźnik udziałów strumienia turystyki krajowej.


Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2016-2021 - struktura procentowa



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

3.6. Struktura procentowa strumienia zagranicznego ruchu turystycznego - Odwiedzający zagraniczni / Odwiedzający jednodniowi zagraniczni / Turyści zagraniczni w Krakowie w 2021 roku

Tabela 3.6.1. Struktura procentowa strumienia zagranicznego ruchu turystycznego w Krakowie w 2021 roku w podziale na: odwiedzający zagraniczni Ogółem, odwiedzający zagraniczni jednodniowi (bez noclegu w Krakowie), turyści zagraniczni (osoby nocujące w Krakowie) - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2021 roku - struktura - w zaokrągleniu do 0,0%

KRAJ	ODWIEDZAJĄCY 2021-R	 TURYSŃCI 2021-R	ODWIEDZAJĄCY JEDNODNIOWI 2021-R
Wielka Brytania	15,9%	17,6%	12,2%
Niemcy	14,7%	15,3%	13,5%
Francja	13,5%	12,6%	15,5%
Niderlandy	10,9%	10,9%	11,0%
Σ I POŚREDNIA	55,00%	56,40%	52,20%
Hiszpania	8,5%	9,2%	8,3%
Włochy	8,9%	9,2%	7,2%
Σ II POŚREDNIA	17,40%	18,40%	15,50%
Republika Czeska	5,2%	4,6%	6,5%
Grecja	4,6%	4,2%	3,2%
Irlandia	4,0%	4,1%	5,6%
Ukraina	3,9%	3,8%	4,5%
Dania	3,4%	2,7%	3,6%
Σ III POŚREDNIA	21,10%	19,4%	23,40%
Słowacja	3,0%	2,6%	5,0%
Austria	1,1%	0,9%	1,4%
Słowenia	0,9%	0,7%	1,4%
Portugalia	0,7%	0,6%	0,0%
Węgry	0,4%	0,5%	1,1%
Izrael	0,1%	0,1%	0,0%
Norwegia	0,1%	0,1%	0,0%
USA	0,1%	0,1%	0,0%
Σ IV POŚREDNIA	6,40%	5,60%	8,90%
* ΣΣ	99,90%	99,80%	100,00%
SUMA*	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%

* Z uwagi na zaokrąglenie wynik nie sumuje się do 100%.

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

3.7. Odwiedzający krajowi w Krakowie

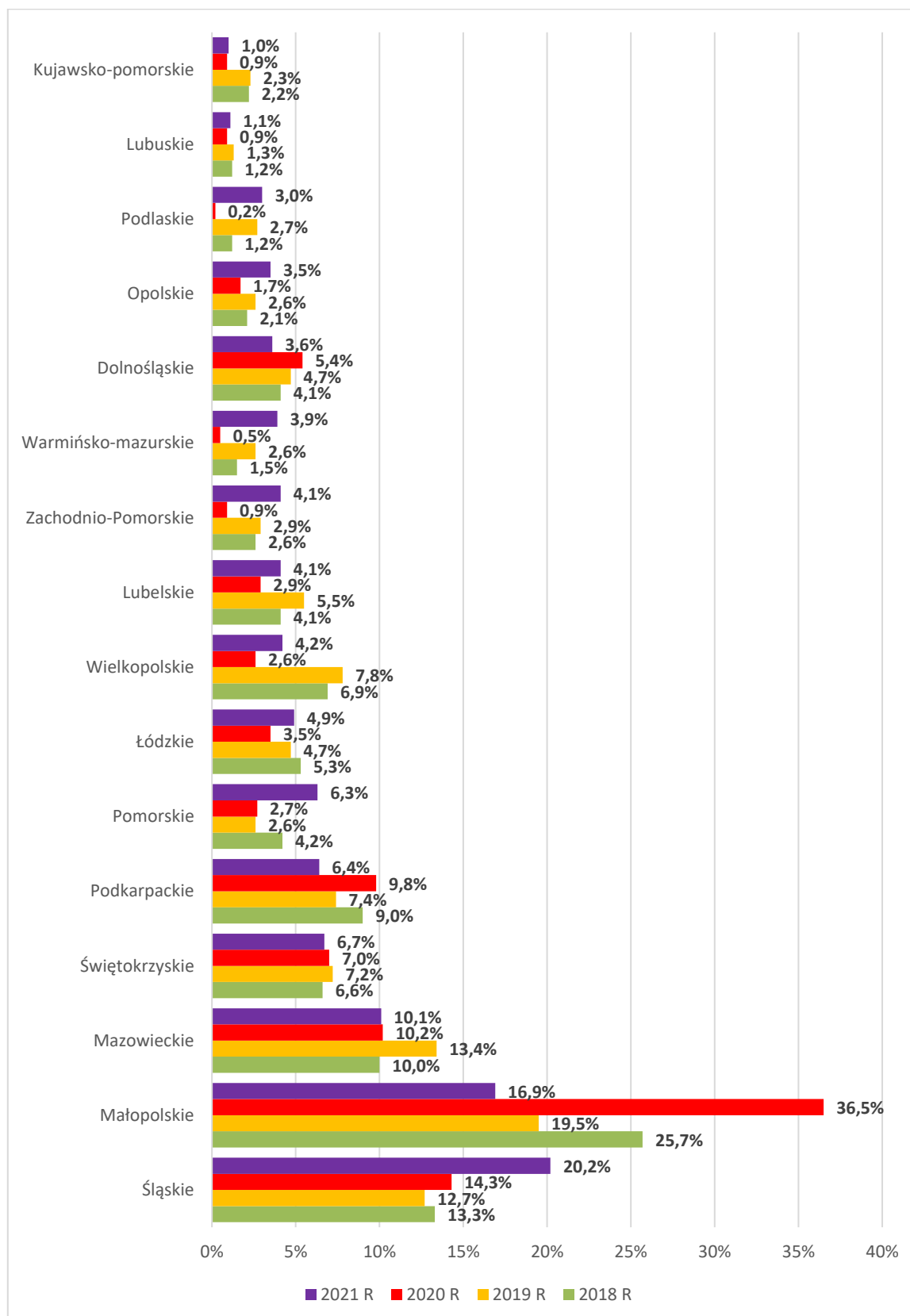
Tabela 3.7.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2016-2021 - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu

Województwo	2016-R	2017-R	2018-R	2019-R	2020-R	2021-R
Śląskie	11,00%	14,00%	13,30%	12,70%	14,30%	20,20%
Małopolskie	16,90%	21,40%	25,70%	19,50%	36,50%	16,90%
Mazowieckie	10,30%	10,70%	10,00%	13,40%	10,20%	10,10%
Świętokrzyskie	4,20%	6,30%	6,60%	7,20%	7,00%	6,70%
Podkarpackie	9,50%	9,20%	9,00%	7,40%	9,80%	6,40%
Pomorskie	7,90%	4,40%	4,20%	2,60%	2,70%	6,30%
Łódzkie	5,10%	5,60%	5,30%	4,70%	3,50%	4,90%
Wielkopolskie	6,80%	6,00%	6,90%	7,80%	2,60%	4,20%
Lubelskie	3,70%	4,20%	4,10%	5,50%	2,90%	4,10%
Zachodnio-Pomorskie	3,50%	2,30%	2,60%	2,90%	0,90%	4,10%
Warmińsko-Mazurskie	2,60%	1,50%	1,50%	2,60%	0,50%	3,90%
Dolnośląskie	7,60%	6,10%	4,10%	4,70%	5,40%	3,60%
Opolskie	2,70%	3,00%	2,10%	2,60%	1,70%	3,50%
Podlaskie	1,60%	1,60%	1,20%	2,70%	0,20%	3,00%
Lubuskie	2,90%	1,20%	1,20%	1,30%	0,90%	1,10%
Kujawsko-Pomorskie	3,90%	2,70%	2,20%	2,30%	0,90%	1,00%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

W 2021 roku jako „Roku w pełni Covidowym” i jego 12-miesięcznym wpływie na funkcje turystyczne Krakowa świadczyć może zwiększona frekwencja przyjazdowa do Krakowa mieszkańców z województwa śląskiego, pomorskiego, zachodnio-pomorskiego i warmińsko-mazurskiego. Jedynie województwo lubuskie i kujawsko-pomorskie jako obszary generujące strumień krajowego ruchu turystycznego pozostały na prawie niezmiennym poziomie w stosunku do roku 2020.

Rysunek 3.7.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2018-2021 - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Krakowa)



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

Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków

4.1. Wprowadzenie

Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków zobrazowano z uwzględnieniem wieku (w zalecanych przez UNWTO pięciu grupach wiekowych), płci, wykształcenia, statusu zawodowego, statusu materialnego, charakteru podróży (z uwzględnieniem podróży odbywanej z rodziną, rodziną i przyjaciółmi, z przyjaciółmi, samotnie). Wyniki badań z 2021 roku zobrazowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w latach 2017- 2020 roku.

4.2. Wiek odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Tabela 4.2.1. Wiek odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Wiek 5 Ogółem	2021 R	2020 R	2019 R	2018 R	2017 R
(1) do 19	5,6%	8,6%	9,2%	9,5%	11,9%
(2) 20-29	23,6%	31,3%	30,8%	31,6%	30,7%
(3) 30-44	35,0%	35,8%	33,6%	33,0%	34,5%
(4) 45-60	19,4%	18,8%	19,5%	18,1%	16,1%
(5) pow. 60 lat	16,4%	5,5%	7,0%	7,8%	6,7%
Suma końcowa	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Najliczniej reprezentowaną grupą wiekową w okresie badawczym 2017-2021 stanowiła grupa osób w wieku 30-44 lat, która w kolejnym pełnym roku „covidowym_2021” okazała się bardziej mobilna (mniej lękliwa) od pozostałych grup wiekowych. Należy jednak uważnie obserwować grupę turystów w wieku powyżej 60 roku życia, gdyż w 2021 roku jej udział wzrósł w stosunku do roku 2020 o prawie 11 p.p. Zmalały udziały procentowe w młodszych grupach wiekowych, tak i w pierwszej 16-19 lat o 3 p.p. jak i drugiej 20-29 lat prawie o 8 p.p. Przy zmianie warunków podróżowania (poluzowanie obostrzeń mobilności) istnieje duże prawdopodobieństwo, że młodzież wyruszyła w dalsze podróże (w tym zagraniczne) decydując się (mimo zwiększonego ryzyka) na realizację potrzeb (podróży) odłożonych a niezrealizowanych w roku 2020.

4.3. Płeć odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Tabela 4.3.1. Płeć odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Płeć Ogółem	2021 R	2020 R	2019 R	2018 R	2017 R
Kobieta	47,7%	48,3%	54,1%	52,0%	53,3%
Mężczyzna	52,3%	51,7%	45,9%	48,0%	46,7%
Suma końcowa	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W analizowanym okresie lat 2017-2019 zauważono zmniejszającą się aktywność turystyczną mężczyzn, która jednak wyraźnie zwiększyła się w warunkach zagrożenia epidemicznego w latach 2020 – 2021, osiągając wskaźnik powyżej 4,5 p.p. przewagi turystów płci męskiej. Można zakładać, że u mężczyzn ujawniła się wyraźnie w latach 2020-2021 skłonność do częstszego podejmowania działań

ryzykownych, w tym podróży turystycznych o podwyższonym poziomie ryzyka. Można to jednak interpretować również jako zwiększoną ostrożność (lęklivość) kobiet przed możliwymi zagrożeniami infekcyjnymi.

4.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Tabela 4.4.1. Wykształcenie - odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Wykształcenie Ogółem	2021 R	2020 R	2019 R	2018 R	2017 R
Wyższe	47,1%	55,2%	51,8%	58,2%	56,3%
Średnie	44,1%	40,7%	44,6%	37,1%	38,0%
Podstawowe	5,9%	2,7%	2,7%	3,2%	4,5%
Inne	2,9%	1,4%	0,8%	1,4%	1,2%
Suma końcowa	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Niespełna 50% strumienia ruchu turystycznego frekwentującego Kraków stanowią osoby deklarujące posiadanie wyższego wykształcenia. Jest to bardzo dobry prognostyk dla przedsiębiorców turystycznych jak również i gospodarzy destynacji (samorządowców), którzy przygotowują turystyczną ofertę destynacji. Pozwala to z pewną ostrożnością wnioskować, że produkty turystyczne powyżej najniższego wspólnego mianownika oferty kulturalnej powinny zyskać uznanie istotnej części turystów podróżujących po Małopolsce. Jednak grupa osób o wykształceniu średnim jest również bardzo mocnym (istotnym) segmentem strumienia odwiedzających.

4.5. Status materialny odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Tabela 4.5.1. Status materialny odwiedzających Kraków - struktura procentowa

Sytuacja finansowa turystów Ogółem	2021 R	2020 R	2019 R	2018 R	2017 R
Bardzo dobra	16,1%	14,6%	14,5%	20,5%	19,7%
Dobra	56,2%	66,7%	70,4%	61,1%	62,2%
Średnia	25,7%	17,5%	14,5%	17,1%	16,8%
Zła	2,0%	1,2%	0,6%	1,3%	1,3%
Suma końcowa	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny turystów odwiedzających Kraków przez respondentów jest oceniany subiektywnie jako dobry. Zatrzymanie mieszkańców Polski w kraju z powodu zamknięcia granic w związku z ograniczeniami sanitarnymi jak również niepewnością terminowego powrotu do kraju z zagranicznego wyjazdu urlopowego, prawdopodobnie spowodowało wzrost odsetka osób o bardzo dobrym statusie finansowym, które odwiedziły Kraków w roku 2021 o ponad 2 p.p. w stosunku do wartości z roku 2021. Podobne zjawisko obserwować można w grupie osób o średniej zamożności o ponad 8 p.p. w stosunku do wartości z roku 2021. Zauważalny jest w 2021 roku kompensacyjny spadek ilości osób o ponad 10 p.p. w grupie o dobrym statusie majątkowym.

4.6. Charakter podróży odwiedzających Kraków - struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)

Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających Kraków - struktura procentowa (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Charakter podróży Ogółem	2021 R	2020 R	2019 R	2018 R	2017 R
Nikt (podróżując sam)	19,3%	14,9%	8,8%	14,9%	15,6%
Grupa zorganizowana	10,8%	10,3%	10,4%	12,1%	11,9%
Przyjaciele	33,0%	35,4%	41,3%	37,0%	30,0%
Rodzina	36,9%	36,0%	35,4%	31,9%	38,1%
Rodzina i przyjaciele		3,3%	4,0%	4,1%	4,4%
Suma końcowa	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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


Podróże indywidualne (bez osób towarzyszących) (wzrost o prawie 4,5 p.p.) i wyjazdy rodzinne do Krakowa (wzrost o prawie 1 p.p.) stanowią istotny odsetek strumienia ruchu turystycznego, stanowiąc ponad 55% całości. Na drugim miejscu w 2021 roku z wynikiem 33% plasują się przyjazdy do Krakowa osób podróżujących w gronie przyjaciół, co oznacza spadek w tej kategorii podróży o prawie 2,5 p.p. (2,4) w stosunku do roku 2020. W kategorii podróży organizowanych grupowo zaobserwowano stabilizację udziałów procentowych na poziomie ok 11%.

Rozdział 5. Cele przyjazdów do Krakowa

5.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa

Cele główne przyjazdu do Krakowa wskazywane były subiektywnie przez samych respondentów wybierających spośród celów cząstkowych jeden, który w ocenie ankietowanego turysty był jego głównym celem przyjazdu. Poniżej została przedstawiona tabelarycznie i graficznie zaglomerowana dla potrzeb opracowania analiza grupy celów głównych. Działanie to uzupełniono graficznie, znacząc kolorem istotne zmiany w roku 2021 w stosunku do lat 2019-2020 i zaznaczono zmieniającym intensywność kolorem bordowym wartości zmiany powyżej 0 p.p. dla każdej z grup celów oraz kolorem zielonym poniżej 0 p.p.

Tabela 5.1.1. Cel przyjazdu do Krakowa w 2021 roku - Kraj, Zagranica, Ogółem - struktura procentowa po zaokrągleniu

Cel główny	Kraj %	Zagranica %	Ogółem % 
B zwiedzanie zabytków	30,10%	26,40%	28,40%
A wypoczynek	17,50%	13,30%	15,70%
D rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	11,60%	20,60%	15,60%
E cel religijny	7,90%	7,60%	7,80%
M odwiedziny znajomych	6,00%	8,50%	7,10%
C odwiedziny miejsc rodzinnych	6,50%	4,60%	5,70%
L odwiedziny krewnych	5,70%	5,70%	5,70%
T tranzyt	2,60%	2,40%	2,50%
K sprawy służbowe (biznes)	2,10%	1,80%	1,90%
R poznanie walorów przyrody	2,80%	0,40%	1,80%
F cel zdrowotny	1,40%	2,10%	1,70%
P zakupy	1,60%	1,50%	1,60%
I udział w szkoleniu	1,00%	1,00%	1,00%
U edukacja	0,40%	1,40%	0,80%
V inny cel	0,70%	0,40%	0,60%
G korzystanie z usług medycznych	0,50%	0,60%	0,50%
H udział w konferencji, kongresie	0,30%	0,90%	0,50%
N udział w wydarzeniu	0,70%	0,30%	0,50%
J firmowy wyjazd integracyjny	0,40%	0,20%	0,30%
S turystyka aktywna	0,10%	0,30%	0,20%
O udział w imprezie kulturalnej	0,10%	0,10%	0,10%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%

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


Wypoczynek mocno skorelowany ze zwiedzaniem, który wyraźnie zdystansował w 2020 roku zwiedzanie zabytków w 2021 roku powrócił na zajmowaną w poprzednich (przed covidowych) latach drugą pozycję, oddając ponownie pierwszeństwo zwiedzaniu zabytków, w tym obiektów muzealnych. W dalszym ciągu diada ta kumuluje ponad 44% (44,3%) całości strumienia turystów odwiedzających Kraków.

Głównymi celami podróży do Krakowa w 2021 roku (ogółem) dla największej grupy respondentów było przede wszystkim zwiedzanie zabytków (ponad 28% wskazań) i korzystanie z wypoczynku (prawie 16% wskazań). Na identycznym co wypoczynek poziomie (16%) respondenci wskazywali rozrywkę. Ex aequo turyści na poziomie powyżej ≈15-16% udziałów wskazywali cel religijny i odwiedziny znajomych. Podobnie odwiedziny krewnych i miejsc rodzinnych (ojcowizny) uzyskały identyczny wynik (5,7%).

Porównując główne cele przyjazdów do Krakowa w latach 2017-2020 do roku 2021, można zauważyć, że ich struktura powróciła do sytuacji sprzed pandemicznej blokady mobilności społeczeństwa.

Wskazuje to niezmiennie nawet w warunkach pandemicznych na istotną rolę oferty relaksu i aktywnego wypoczynku w przestrzeniach miejskich.


Tabela 5.1.2. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura % w latach 2017 - 2021

Cel główny OGÓŁEM	2017 R	2018 R	2019 R	2020 R	2021 R 
Zabytki	29,10%	27,90%	30,50%	14,32%	28,40%
Wypoczynek	17,90%	17,80%	18,60%	20,88%	15,70%
Σ POŚREDNIA	47,00%	45,70%	49,10%	35,20%	44,20%
Rozrywka	5,40%	4,60%	8,80%	2,92%	15,60%
Religia	3,40%	4,10%	0,70%	3,33%	7,80%
Znajomi	5,80%	4,80%	4,90%	9,38%	7,10%
Krewni	5,10%	6,00%	6,80%	15,73%	5,70%
Ojcowizna	2,40%	0,90%	1,30%	1,01%	5,70%
Tranzyt	5,60%	7,30%	6,70%	4,34%	2,50%
Biznes	4,50%	7,10%	6,10%	9,58%	1,90%
Przyroda	0,90%	0,40%	0,00%	0,00%	1,80%
Zdrowie	1,10%	2,20%	0,60%	1,92%	1,70%
Zakupy	1,80%	1,90%	1,80%	6,81%	1,60%
Szkolenie	1,50%	2,00%	1,50%	1,87%	1,00%
Edukacja	2,30%	3,30%	2,20%	2,42%	0,80%
Inne	5,60%	1,90%	3,10%	1,51%	0,60%
Konferencje	1,80%	1,70%	2,30%	0,45%	0,50%
Wydarzenia	0,00%	2,50%	1,60%	1,21%	0,50%
Usługa med.	0,00%	0,00%	0,00%	0,86%	0,50%
Integracja z firmą	1,00%	0,80%	0,60%	0,00%	0,30%
Turystyka aktywna	1,60%	1,00%	0,40%	0,30%	0,20%
Impreza	2,00%	1,00%	0,50%	0,35%	0,10%
Odnowa duchowa	0,50%	0,40%	0,50%	0,66%	0,00%
Sport	0,70%	0,40%	0,10%	0,15%	0,00%
Erasmus	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Głównymi celami podróży do Krakowa w 2021 roku dla największej grupy turystów krajowych były przede wszystkim: zwiedzanie zabytków (28,4%) jak również korzystanie z różnorodnych form wypoczynku - prawie 16% wskazań (15,7%).


Tabela 5.1.3. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura % w latach 2017 - 2021

Cel główny KRAJ	2017 R	2018 R	2019 R	2020 R	2021 R 
Zabytki	21,80%	16,60%	23,30%	12,27%	30,10%
Wypoczynek	16,50%	12,70%	16,60%	19,65%	17,50%
Rozrywka	2,90%	3,40%	7,60%	3,20%	11,60%
Religia	4,60%	7,00%	1,20%	4,05%	7,90%
Ojcowizna	1,40%	0,90%	1,10%	0,78%	6,50%
Znajomi	7,70%	6,50%	7,60%	10,12%	6,00%
Krewni	7,00%	8,40%	10,10%	16,90%	5,70%
Przyroda	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	2,80%
Tranzyt	7,40%	10,40%	8,30%	3,98%	2,60%
Biznes	4,10%	7,60%	4,50%	8,94%	2,10%
Zakupy	3,40%	3,30%	3,40%	8,81%	1,60%
Zdrowie	1,30%	4,50%	1,10%	2,22%	1,40%
Szkolenie	2,00%	3,00%	1,90%	1,83%	1,00%
Inne	8,80%	2,80%	4,70%	1,24%	0,70%
Wydarzenia	0,00%	3,20%	2,50%	1,04%	0,70%
Usługa med.	0,00%	0,00%	0,10%	1,11%	0,50%
Edukacja	3,40%	3,70%	1,80%	1,89%	0,40%
Integracja z firmą	1,50%	1,30%	0,60%	0,00%	0,40%
Konferencje	0,70%	1,80%	2,00%	0,52%	0,30%
Impreza	2,60%	1,20%	0,70%	0,46%	0,10%
Turystyka aktywna	0,90%	0,80%	0,30%	0,26%	0,10%
Sport	1,30%	0,60%	0,10%	0,20%	0,00%
Odnowa duchowa	0,30%	0,30%	0,60%	0,52%	0,00%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Struktura celów odwiedzających zagranicznych różni się wyraźnie od celów odwiedzających krajowych. Głównymi celami podróży do Krakowa w 2021 roku dla największej grupy turystów zagranicznych (podobnie jak krajowych) były przede wszystkim: zwiedzanie zabytków (26,3%) i rozrywka (20,6%), a wypoczynek uplasował się dopiero na miejscu trzecim z wynikiem 13,3%. Motyw przyjazdu w celu odwiedzenia znajomych (8,5%) lub krewnych (5,7%) u turystów zagranicznych oscylował sumarycznie dla tych kategorii w przedziale 14-15%. Odwiedziny w celach religijnych również dla zagranicznych odwiedzających uzyskały w 2021 roku wynik rekordowy (7,6%) udziału w strukturze przyjazdów.

Tabela 5.1.4. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura % w latach 2017 - 2021

Cel główny ZAGRANICA	2017 R	2018 R	2019 R	2020 R	2021 R 
Zabytki	34,80%	36,40%	37,20%	21,29%	26,30%
Rozrywka	7,30%	5,60%	10,00%	2%	20,60%
Wypoczynek	19,00%	21,50%	20,40%	25,06%	13,30%
Znajomi	4,30%	3,60%	2,40%	6,87%	8,50%
Religia	2,50%	2,00%	0,30%	0,89%	7,60%
Krewni	3,50%	4,20%	3,70%	11,75%	5,70%
Ojcowizna	3,20%	0,90%	1,40%	1,77%	4,60%
Tranzyt	4,30%	5,00%	5,10%	5,54%	2,40%
Zdrowie	0,90%	0,40%	0,10%	0,89%	2,10%
Biznes	4,90%	6,70%	7,70%	11,75%	1,80%
Zakupy	0,50%	0,90%	0,20%	0,00%	1,50%
Edukacja	1,50%	3,00%	2,50%	4,21%	1,40%
Szkolenie	1,10%	1,30%	1,20%	2%	1,00%
Konferencje	2,70%	1,60%	2,70%	0,22%	0,90%
Usługa med.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%
Inne	3,00%	1,20%	1,70%	2,44%	0,40%
Przyroda	1,40%	0,50%	0,10%	0,00%	0,40%
Turystyka aktywna	2,00%	1,10%	0,50%	0,44%	0,30%
Wydarzenia	0,00%	2,00%	0,80%	1,77%	0,30%
Integracja z firmą	0,60%	0,50%	0,70%	0,00%	0,20%
Impreza	1,60%	0,90%	0,40%	0,00%	0,10%
Sport	0,30%	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%
Erasmus	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%
Odnowa duchowa	0,70%	0,40%	0,30%	1,11%	0,00%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

5.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2021 roku

Tabela 5.2.1. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2021 roku - udziały procentowe

Krotność przyjazdu do Krakowa	Kraj	Zagranica	Ogółem
1 RAZ - NOWICJUSZE	20,5%	24,1%	22,4%
2 RAZ - BUMERANGI	19,8%	20,8%	20,3%
3 KILKA RAZY - KONESERZY	50,1%	54,8%	52,6%
4 CZĘSTO - BYWALCY	9,6%	0,3%	4,7%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%

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

Respondenci podali, który raz przyjechali do Krakowa. Osoby pojawiające się w Krakowie po raz pierwszy oznaczone zostały jako NOWICJUSZE, osoby które zadeklarowały, że są po raz drugi oznaczone zostały jako BUMERANG, osoby które zadeklarowały, że są 3 i więcej razy oznaczone zostały mianem KONESERÓW, a ostatnia grupa deklarująca jako osoby pojawiające się w Krakowie często nazwana została BYWALCAMI.

5.3. Wykorzystanie oferty usług turystycznych przez odwiedzających podczas przyjazdu do Krakowa w 2021 roku

Tabela 5.3.1. Struktura korzystania przez odwiedzających z miejscowych usług*

Wskazania – wielokrotny wybór	N Kraj	N Zagr.	N Suma wskazań	Kraj	Zagranica	Ogółem
Korzystanie z miejscowych usług	1638	2 424	4 062			
Czy korzysta z aplikacji mobilnych	746	885	1631	28,9%	34,2%	63,1%
Czy korzysta z hulajnóg	309	531	840	12,0%	12,0%	32,5%
Czy korzysta z informacji tur.	124	211	335	4,8%	8,2%	13,0%
Czy korzysta z usługi przewodników miejskich	115	181	296	4,5%	7,0%	11,5%
Czy korzysta z rowerów	85	147	232	3,3%	5,7%	9,0%
Czy korzysta z płatnych posiłków u mieszkańca	53	117	170	2,1%	4,5%	6,6%
Czy korzysta z usług przewodników obiektowych	61	101	162	2,4%	3,9%	6,3%
Czy korzysta z usług pilotów	29	59	88	1,1%	2,3%	3,4%
Czy korzysta z pojazdów elektrycznych	28	56	84	1,1%	2,2%	3,3%
Czy korzysta z INNYCH usług	29	49	78	1,1%	1,9%	3,0%
Czy korzysta z lokalnej wycieczki	33	42	75	1,3%	1,6%	2,9%
Czy korzysta z powozów konnych	26	45	71	1,0%	1,7%	2,7%
				63,4%	85,2%	157,2%*
N respondenci	1244	1340	2584			
% respondenci	48,1%	51,9%	100,0%			

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

* Wielokrotność wskazań jest powodem, że tabela nie sumuje się do 100%.

Odwiedzający Kraków, tak zagraniczni jak i krajowi, wykorzystują aplikacje mobilne w trakcie pobytu w Krakowie na poziomie powyżej 60% wskazań. Na drugim miejscu plasuje się korzystanie z hulajnóg elektrycznych. W korzystaniu z usług informacji turystycznej i przewodników miejskich wyraźną przewagę zauważa się u obcokrajowców. Również z posiłków płatnych u mieszkańców dwa razy częściej korzystają turyści zagraniczni niż krajowi.

Rozdział 6. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście - zachowania turystyczne odwiedzających Kraków

6.1. Wprowadzenie

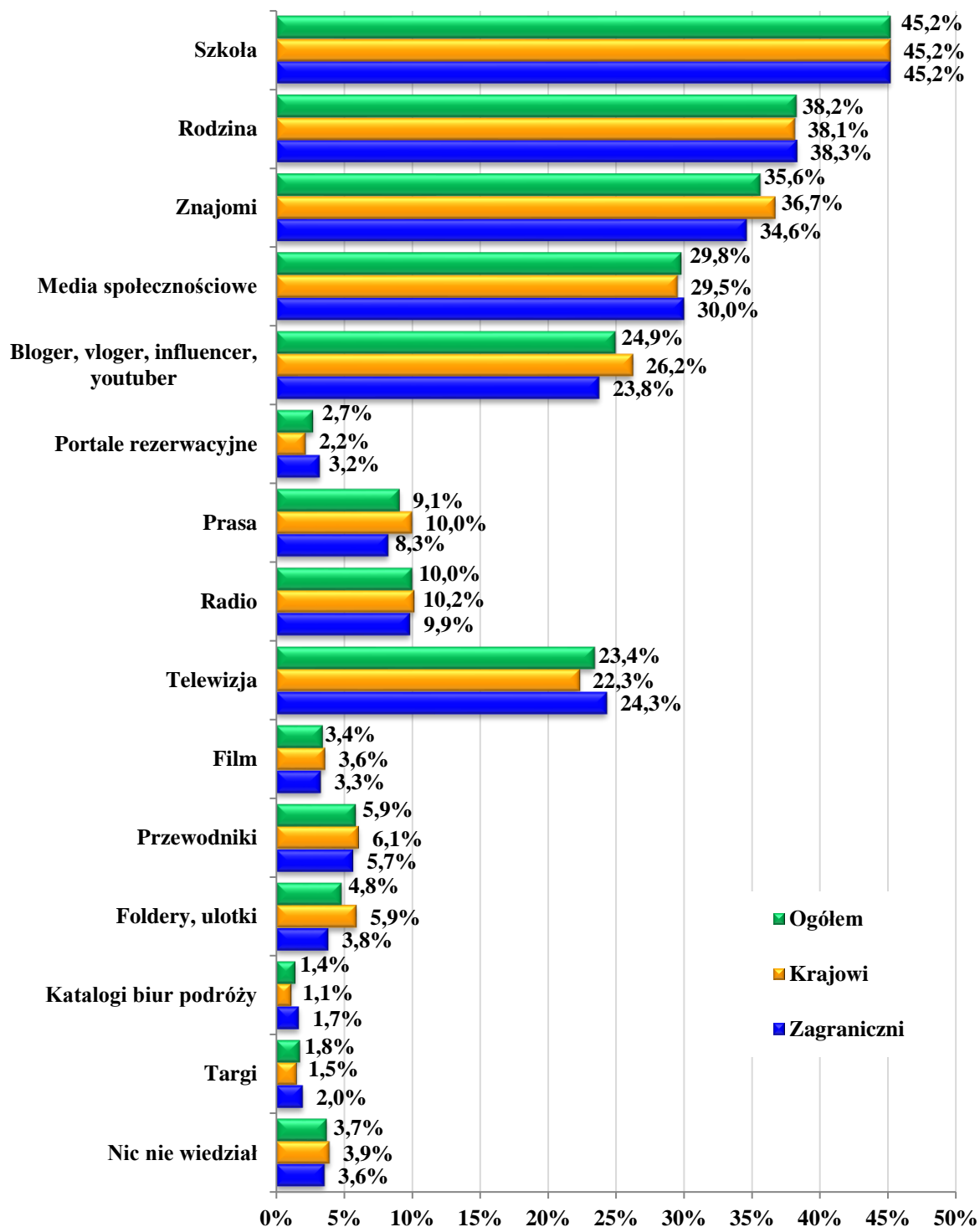
W rozdziale tym zaprezentowano wyniki badań dotyczących zachowań turystycznych odwiedzających Kraków. Decyzje o przyjeździe podejmowane są w oparciu o rozmaite źródła informacji o miejscu odwiedzanym - tak tradycyjne, jak i nowoczesne mass media oraz tzw. promocję szeptaną (opinie, polecenia innych). Rola ich wszystkich została pokazana w niniejszej części opracowania. Przedstawiono sposób organizacji wizyty w Krakowie z uwzględnieniem samodzielnego łączenia usług, korzystania ze świadczeń biura podróży oraz szkoły, zakładu pracy czy kościoła (parafii). Ukazano ponadto deklarowaną długość pobytu w Krakowie, zarówno odwiedzających krajowych, jak i zagranicznych, pozwalającą wydzielić gości jednodniowych i turystów. Następnie zestawiono preferowane przez turystów miejsca noclegu (w przypadku hoteli podano ich kategorię). Na koniec wyszczególniono środki transportu wykorzystywane przez krajowych i zagranicznych odwiedzających miasto.

6.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście

Niezmiennie od wielu lat odwiedzający Kraków wiedzę o dawnej stolicy Polski posiadają głównie ze szkoły oraz od rodziny i znajomych. Tak również deklarowano w 2021 roku – odpowiednio 45,2%, 38,2% i 35,6% wskazań. Niemniej jednak coraz istotniejszą rolę zaczynają odgrywać nowoczesne narzędzia komunikacji – media społecznościowe (z których skorzystało 29,8% uczestników ruchu turystycznego w mieście w 2021 roku) oraz blogerzy, vlogerzy, influencerzy, youtuberzy (popularni wśród 24,9% odwiedzających). Znaczenie tradycyjnych mediów w 2021 roku było natomiast mniejsze niż w latach poprzednich – jedynie telewizja nadal cieszyła się zainteresowaniem podobnym do najnowszych sposobów przekazu informacji (23,4% wskazań; radio tylko 10,0%, a prasa – 9,1%). Również odsetek czerpiących informacje z przewodników oraz folderów/ulotek był niewielki – odpowiednio 5,9% i 4,8% wskazań. Jeszcze mniejszy udział posiadał film (zaledwie 3,4% wskazań), targi turystyczne (1,8%, choć w dobie pandemii nie wywołuje to zdziwienia) i katalogi biur podróży (1,4%). Mało osób wskazało także portale rezerwacyjne – jako ze źródła informacji o Krakowie skorzystało z nich tylko 2,7% odwiedzających Kraków w 2021 roku.

W porównaniu z rokiem ubiegłym na znaczeniu zyskały tylko media społecznościowe (przyrost udziału o 11 p.p.) oraz telewizja (o 3,9 p.p.). Siła oddziaływania social mediów wykazuje tendencję rosnącą od momentu, kiedy zostały one uwzględnione w badaniach, natomiast rola telewizji staje się coraz bardziej widoczna od 2019 roku. Pozostałe źródła informacji były w 2021 roku rzadziej wykorzystywane niż rok wcześniej. Na popularności straciły przede wszystkim opinie rodziny (spadek odsetka wskazań o 30,9 p.p.) i znajomych (o 27,5 p.p.), a także szkoła (o 16,5 p.p.), prasa (o 8,0 p.p.) i radio (o 4,6 p.p.) oraz drukowane wydawnictwa turystyczne, tj. katalogi biur podróży (o 3,4 p.p.) i foldery/ulotki (o 1,5 p.p.).

Rysunek 6.2.1. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w 2021 roku (w %)*



*Udziały nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli zaznaczyć więcej niż odpowiedź.

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

W obu segmentach odwiedzających Kraków w 2021 roku (krajowych i zagranicznych) szkoła, rodzina i znajomi oraz media społecznościowe były najważniejszymi źródłami wiedzy o stolicy Małopolski (odpowiednio 45,2%, 38,1%, 36,7% i 29,5% wśród gości krajowych oraz 45,2%, 38,3%,

34,6% i 30,0% wśród cudzoziemców). Na piątej pozycji w grupie Polaków uplasowali się blogerzy, vlogerzy, influencerzy i youtuberzy (26,2% wskazań), a na szóstej – telewizja (22,3%). Natomiast wśród gości zagranicznych kolejność tych dwóch źródeł informacji o Krakowie była odwrotna – odpowiednio 24,3% wskazań na telewizję i 23,8% na blogerów, vlogerów, influencerów i youtuberów. Ponadto, Polacy nieznacznie częściej niż obcokrajowcy deklarowali korzystanie z prasy (10,0% vs 8,3%) oraz folderów/ulotek (5,9% vs 3,8%).

Tabela 6.2.2. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w latach 2012-2021 (w %)*

Źródło informacji przed przyjazdem	OGÓŁEM									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Prasa	20,0%	19,8%	3,7%	5,4%	7,0%	9,2%	7,2%	9,9%	17,1%	9,1%
Radio	19,6%	13,9%	5,5%	11,1%	4,2%	7,3%	5,3%	5,7%	14,6%	10,0%
Telewizja	32,6%	24,4%	12,7%	17,5%	11,1%	11,5%	7,8%	10,9%	19,5%	23,4%
Media społecznościowe	b.d.	b.d.	5,4%	8,1%	8,5%	10,7%	9,0%	18,7%	18,8%	29,8%
Strony internetowe	29,4%	26,2%	14,2%	22,3%	18,5%	19,5%	14,4%	23,3%	8,7%	-
Portale rezerwacyjne	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	2,7%
Bloger, vloger, influencer, youtuber	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	24,9%
Katalogi biur podróży	17,4%	11,3%	6,5%	8,1%	6,5%	7,9%	7,6%	10,7%	4,8%	1,4%
Przewodniki	20,6%	19,3%	11,9%	12,6%	8,9%	9,9%	10,1%	11,2%	6,2%	5,9%
Foldery/ulotki	7,8%	9,7%	6,7%	9,2%	3,0%	5,0%	6,8%	6,8%	6,3%	4,8%
Szkoła	52,5%	60,5%	54,2%	41,7%	40,5%	40,6%	48,4%	53,7%	61,7%	45,2%
Rodzina	56,9%	57,1%	48,2%	42,0%	41,3%	41,0%	23,7%	57,3%	69,1%	38,2%
Znajomi			38,0%	37,2%	34,6%	39,3%	38,8%	38,7%	63,1%	35,6%
Film	b.d.	b.d.	1,3%	1,1%	3,4%	2,5%	2,6%	3,2%	3,1%	3,4%
Targi turystyczne	2,4%	3,5%	0,8%	1,5%	0,9%	1,5%	1,0%	1,2%	1,3%	1,8%
Inne źródło informacji	3,8%	1,2%	5,4%	6,7%	10,5%	6,2%	4,5%	2,7%	7,6%	-
Brak wcześniejszej informacji	3,1%	0,6%	0,6%	1,1%	1,7%	1,6%	1,4%	1,1%	0,7%	3,7%

Źródło informacji przed przyjazdem	KRAJOWI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Prasa	18,4%	16,2%	4,3%	6,2%	7,1%	12,3%	10,3%	13,4%	20,3%	10,0%
Radio	18,4%	12,3%	6,3%	15,9%	6,4%	11,5%	7,7%	7,4%	18,2%	10,2%
Telewizja	30,9%	22,3%	12,2%	21,3%	11,4%	14,1%	9,0%	12,9%	23,4%	22,3%
Media społecznościowe	b.d.	b.d.	4,1%	5,9%	6,2%	8,2%	5,4%	16,4%	20,3%	29,5%
Strony internetowe	19,2%	17,3%	7,7%	12,1%	10,4%	13,2%	10,4%	20,4%	8,2%	-
Portale rezerwacyjne	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	2,2%
Bloger, vloger, influencer, youtuber	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	26,2%
Katalogi biur podróży	6,1%	4,7%	1,7%	5,2%	2,5%	5,5%	4,5%	9,1%	4,5%	1,1%
Przewodniki	10,3%	11,8%	7,6%	6,5%	6,5%	8,1%	8,0%	7,3%	6,3%	6,1%
Foldery/ulotki	7,3%	5,7%	5,5%	8,7%	4,3%	6,6%	7,8%	6,5%	7,6%	5,9%
Szkoła	65,3%	72,4%	73,6%	54,7%	62,8%	58,7%	65,2%	64,1%	68,1%	45,2%
Rodzina	61,2%	60,7%	57,7%	48,8%	53,0%	50,4%	28,7%	66,4%	74,2%	38,1%
Znajomi			28,6%	33,7%	24,2%	35,8%	38,2%	40,1%	65,2%	36,7%
Film	b.d.	b.d.	0,6%	0,7%	4,0%	3,2%	2,4%	3,2%	2,2%	3,6%
Targi turystyczne	0,5%	2,1%	0,3%	0,4%	1,0%	1,6%	0,9%	1,1%	1,2%	1,5%
Inne źródło informacji	4,9%	2,3%	6,9%	9,5%	10,3%	8,3%	5,4%	2,6%	8,0%	-
Brak wcześniejszej informacji	4,6%	0,1%	0,0%	0,1%	0,7%	0,9%	1,3%	0,7%	0,2%	3,9%

Tabela 6.2.2. cd. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w latach 2012-2021 (w %)*

Źródło informacji przed przyjazdem	ZAGRANICZNI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Prasa	21,8%	23,2%	2,9%	4,8%	6,0%	6,4%	4,7%	6,5%	4,9%	8,3%
Radio	20,6%	15,4%	4,5%	7,2%	2,1%	3,7%	3,3%	4,0%	2,8%	9,9%
Telewizja	34,2%	26,4%	13,3%	14,3%	10,0%	9,3%	6,8%	9,1%	5,6%	24,3%
Media społecznościowe	b.d.	b.d.	7,2%	10,0%	9,7%	12,9%	11,9%	20,9%	13,5%	30,0%
Strony internetowe	38,8%	33,3%	22,2%	30,7%	22,6%	24,9%	17,6%	26,1%	10,5%	-
Portale rezerwacyjne	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	3,2%
Bloger, vloger, influencer, youtuber	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	23,8%
Katalogi biur podróży	28,1%	17,3%	12,3%	10,4%	9,4%	9,9%	10,1%	12,3%	5,6%	1,7%
Przewodniki	30,4%	26,2%	17,2%	17,7%	10,7%	11,5%	11,8%	14,8%	5,1%	5,7%
Foldery/ulotki	8,3%	13,5%	8,2%	9,7%	2,3%	3,7%	6,0%	7,1%	1,9%	3,8%
Szkoła	41,2%	49,7%	30,6%	31,1%	27,1%	24,8%	34,6%	43,9%	42,8%	45,2%
Rodzina	53,0%	53,3%	36,8%	36,4%	34,5%	32,8%	19,5%	48,6%	54,4%	38,3%
Znajomi			49,4%	40,0%	41,8%	42,4%	39,2%	37,4%	57,0%	34,6%
Film	b.d.	b.d.	2,0%	1,4%	2,8%	1,8%	2,8%	3,2%	6,2%	3,3%
Targi turystyczne	4,2%	4,8%	1,4%	2,4%	0,8%	1,3%	1,1%	1,3%	1,5%	2,0%
Inne źródło informacji	2,5%	0,2%	3,5%	4,3%	9,3%	4,4%	3,9%	2,8%	6,2%	-
Brak wcześniejszej informacji	1,7%	1,1%	1,2%	1,9%	2,3%	2,2%	1,6%	1,4%	2,4%	3,6%

*Udziały nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

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

W relacji do roku ubiegłego, w segmencie odwiedzających krajowych większą rolę odegrały tylko media społecznościowe (przyrost odsetka wskazań o 9,2 p.p.) oraz nieznacznie film (o 1,4 p.p.). Pozostałe źródła wiedzy o Krakowie straciły na znaczeniu – szczególnie opinie rodziny (o 36,1 p.p.), znajomych (o 28,5 p.p.) oraz szkoła (o 22,9%), prasa (o 10,3 p.p.) i radio (o 8,0 p.p.).

Z kolei, spośród gości zagranicznych większy niż rok wcześniej odsetek osób wskazał telewizję (o 18,7 p.p.), również media społecznościowe (o 16,5 p.p.), radio (o 7,1 p.p.), prasę (o 3,4 p.p.), szkołę (o 2,4 p.p.) i foldery/ulotki (o 1,9 p.p.). Mniejsze niż w roku ubiegłym było natomiast oddziaływanie opinii znajomych (o 22,4 p.p.) i rodziny (o 16,1 p.p.), a także katalogów biur podróży (o 3,9 p.p.) i filmu (o 2,9 p.p.).

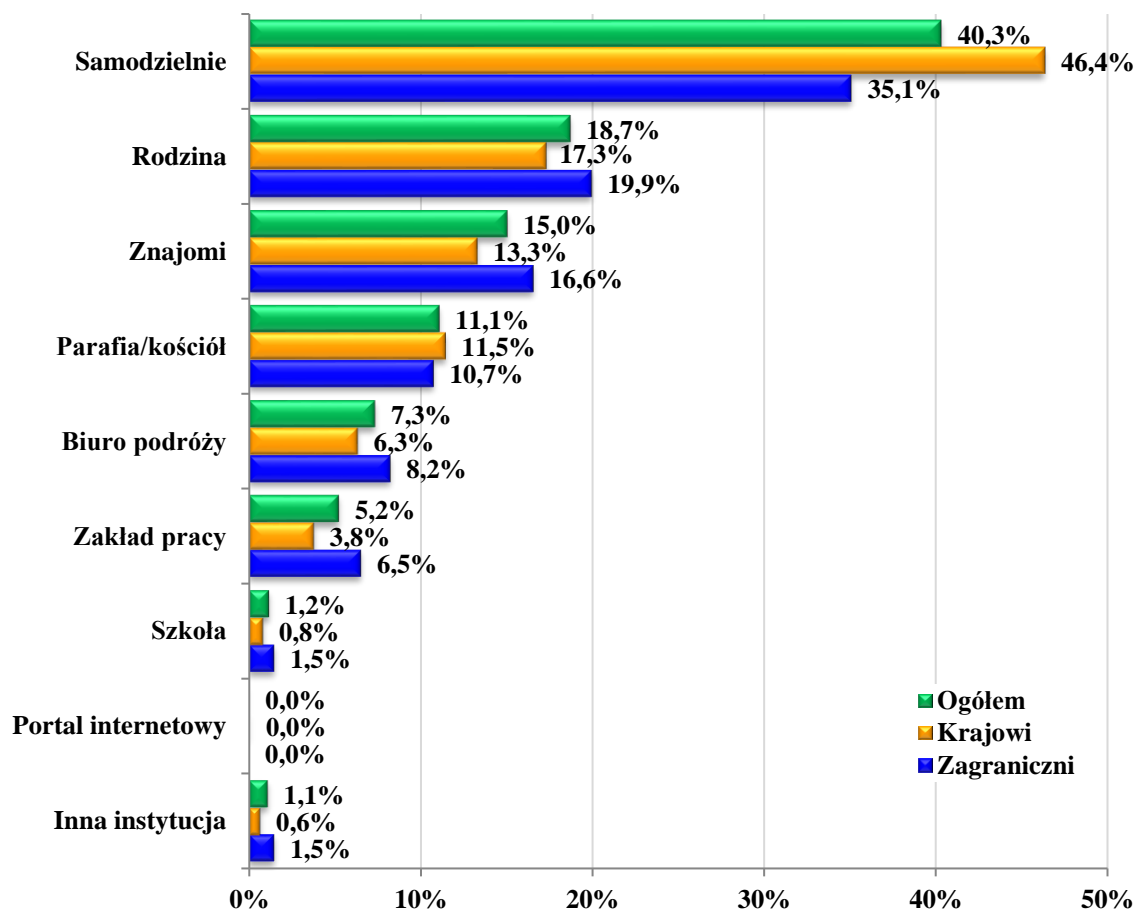
W dłuższej perspektywie w grupie Polaków od 2018 roku powoli spada popularność przewodników, a od 2019 roku wzrasta siła wpływu mediów społecznościowych. Wśród odwiedzających z zagranicy istotne jest natomiast, że od 2019 roku maleje ranga katalogów biur podróży.

6.3. Organizacja wizyty w Krakowie

Najlichnieszta grupa odwiedzających Kraków w 2021 roku (40,3%) samodzielnie zorganizowała sobie przyjazd do stolicy Małopolski, analogicznie jak w latach poprzednich. Niemniej jednak odsetek tego rodzaju odwiedzających wyraźnie zmniejszył się w stosunku do roku ubiegłego (o 36,1 p.p.) na korzyść takich organizatorów podróży do miasta, jak rodzina (wzrost o 14,8 p.p., tj. do poziomu 18,7%), znajomi (wzrost o 11,3 p.p., tj. do poziomu 15,0%) oraz parafia/kościół (wzrost o 10,5 p.p., tj. do poziomu 11,1%). Znaczenie biur podróży wróciło do poziomu z roku sprzed pandemii, czyli 7,3% (wzrost odsetka wskazań o 3,9 p.p.). Rzadziej niż rok wcześniej odwiedzający w 2021 roku przyjeżdżali

z zakładem pracy (5,2%, tj. spadek o 2,0 p.p.) oraz ze szkołą (1,2%, tj. spadek o 1,0 p.p.), co w obliczu zdalnej pracy i nauki oraz okresowych zakazów organizowania wycieczek zakładowych i szkolnych nie budzi zdziwienia.

Rysunek 6.3.1. Organizator podróży do Krakowa w 2021 roku (w %)



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

Odwiedzający z Polski w 2021 roku częściej niż goście z zagranicy przygotowywali sobie podróż do Krakowa we własnym zakresie (46,4% vs 35,1%) oraz w nieznacznie większym odsetku przyjeżdżali do miasta z parafią/kościółem (11,5% vs 10,7%). Z kolei, obcokrajowcy bardziej preferowali usługi biur podróży (8,2% vs 6,3%), organizację podróży przez zakład pracy (6,5% vs 3,8%) oraz przez rodzinę (19,9% vs 17,3%) i znajomych (16,6% vs 13,3%). Niemniej jednak hierarchia ważności wszystkich organizatorów przyjazdu do stolicy Małopolski w 2021 roku była taka sama w obu segmentach odwiedzających.

Zarówno goście krajowi, jak i zagraniczni w 2021 roku rzadziej niż w poprzednich latach samodzielnie organizowali sobie wizytę w Krakowie. W stosunku do roku ubiegłego był to spadek w wysokości odpowiednio o 36,4 p.p. i o 41,5 p.p., a w odniesieniu do roku sprzed pandemii – odpowiednio o 27,9 p.p. i o 27,4 p.p. Częściej natomiast przedstawiciele jednej i drugiej grupy liczyli na pomoc rodziny (wzrost odpowiednio o 11,1 p.p. i o 15,8 p.p.), znajomych (wzrost odpowiednio o 7,7 p.p. i o 12,9 p.p.), jak też przyjeżdżali z parafią/kościółem (wzrost odpowiednio o 10,0 p.p. i o 10,2 p.p.). Zwiększyła się również rola biur podróży – wśród Polaków okazała się ona najwyższa w całym badanym okresie (wzrost o 5,7 p.p. w relacji do roku poprzedniego i o 5,4 p.p. w stosunku

do roku 2019), natomiast wśród obcokrajowców wróciła do poziomu sprzed pandemii (wzrost o 4,8 p.p. w odniesieniu do roku 2020 i tylko o 0,5 p.p. w relacji do roku 2019).

Tabela 6.3.2. Organizator wizyty w Krakowie w latach 2012-2021 (w %)

Organizator pobytu	OGÓŁEM									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Samodzielnie	51,6%	55,9%	69,2%	65,8%	69,9%	62,0%	64,6%	63,6%	76,4%	40,3%
Rodzina	9,6%	7,9%	5,2%	4,2%	7,7%	9,1%	6,5%	6,2%	4,1%	18,7%
Znajomi	6,7%	6,6%	4,9%	4,2%	4,4%	9,9%	7,8%	7,7%	3,7%	15,0%
Parafia/kościół	4,5%	5,3%	4,0%	4,1%	3,9%	1,4%	1,2%	0,5%	0,6%	11,1%
Biuro podróży	15,0%	12,8%	7,5%	11,9%	7,9%	9,0%	8,6%	7,6%	3,4%	7,3%
Zakład pracy	5,3%	4,3%	5,3%	7,1%	3,7%	5,4%	5,2%	5,9%	7,2%	5,2%
Szkoła	2,5%	2,7%	2,1%	1,5%	0,9%	2,3%	4,8%	3,2%	2,2%	1,2%
Portal internetowy	1,4%	1,6%	0,4%	0,3%	0,2%	0,1%	0,6%	4,3%	2,2%	0,0%
Inna instytucja	3,3%	3,1%	1,4%	0,9%	1,4%	0,8%	0,6%	1,1%	0,1%	1,1%

Organizator pobytu	KRAJOWI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Samodzielnie	64,3%	66,9%	74,2%	65,6%	74,7%	77,9%	74,5%	74,3%	82,8%	46,4%
Rodzina	10,4%	10,0%	5,1%	4,5%	7,8%	4,6%	6,7%	9,0%	6,2%	17,3%
Znajomi	4,6%	5,9%	3,9%	3,1%	4,3%	3,8%	4,5%	8,6%	5,6%	13,3%
Parafia/kościół	5,2%	5,6%	4,6%	8,1%	3,5%	2,6%	2,1%	0,3%	1,5%	11,5%
Biuro podróży	2,5%	1,8%	1,6%	5,3%	1,1%	1,5%	1,0%	0,9%	0,6%	6,3%
Zakład pracy	6,5%	4,4%	6,3%	10,3%	5,6%	7,1%	7,1%	4,5%	2,3%	3,8%
Szkoła	3,2%	3,2%	1,8%	2,1%	1,4%	0,9%	2,3%	0,1%	0,2%	0,8%
Portal internetowy	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,7%	0,6%	0,0%
Inna instytucja	3,1%	2,2%	2,6%	1,1%	1,7%	1,6%	1,7%	1,6%	0,3%	0,6%

Organizator pobytu	ZAGRANICZNI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Samodzielnie	39,5%	45,8%	63,2%	65,9%	66,7%	62,3%	64,7%	63,5%	76,6%	35,1%
Rodzina	8,7%	6,2%	4,7%	3,9%	7,2%	9,1%	6,5%	6,3%	4,1%	19,9%
Znajomi	8,7%	7,1%	6,8%	5,2%	4,5%	9,9%	7,7%	8,0%	3,7%	16,6%
Parafia/kościół	4,0%	5,0%	3,2%	0,9%	4,2%	1,4%	1,2%	0,5%	0,5%	10,7%
Biuro podróży	27,1%	22,6%	14,4%	17,4%	12,7%	8,9%	8,7%	7,7%	3,4%	8,2%
Zakład pracy	4,1%	4,3%	4,2%	4,5%	2,7%	5,3%	5,2%	5,8%	7,1%	6,5%
Szkoła	1,9%	2,2%	2,6%	1,0%	0,6%	2,2%	4,8%	3,1%	2,2%	1,5%
Portal internetowy	2,6%	2,9%	0,8%	0,5%	0,3%	0,1%	0,6%	4,2%	2,2%	0,0%
Inna instytucja	3,5%	3,8%	0,1%	0,8%	1,2%	0,9%	0,6%	1,1%	0,1%	1,5%

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

W roku 2021 odwiedzający Kraków, tak krajowi, jak i zagraniczni, w ogóle nie korzystali z usług portalu (biura) internetowego, a udział innych instytucji (sponsorów, NFZ itp.) był, podobnie jak w latach poprzednich, minimalny (około 1% wskazań).

6.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie

Niemal co trzeci odwiedzający Kraków w 2021 roku (32,6%) podczas organizacji podróży do miasta we własnym zakresie nie nabywał/rezerwował zakwaterowania przed przyjazdem, licząc, że będą wolne miejsca w obiektach noclegowych, a jednocześnie będąc niepewnym, czy ze względu na nowe obostrzenia w ogóle przyjedzie. Odsetek takich uczestników ruchu turystycznego w Krakowie zwiększył się w relacji do lat ubiegłych – o 18,6 p.p. w stosunku do 2020 roku i o 22,6 p.p. w odniesieniu do 2019 roku. W poprzednich latach najczęściej gości korzystało w tej kwestii z internetowej platformy noclegowej. W 2021 roku za jej pośrednictwem zakupów/rezerwacji dokonywał tylko rzadziej niż co piąty przyjeżdżający (18,6%, tj. o 29,0 p.p. mniej niż w 2020 roku i o 42,1 p.p. mniej niż w 2019 roku). Zbliżony odsetek odwiedzających (17,9%) korzystał też z usług biur podróży, których rola istotnie wzrosła w relacji do dwóch poprzednich lat – odpowiednio o 15,1 p.p. w stosunku do roku 2020 i o 14,5 p.p. w odniesieniu do roku 2019. Zmniejszyła się natomiast popularność bezpośrednich systemów rezerwacyjnych obiektów noclegowych. Tylko 3,9% osób przyjeżdżających do Krakowa w 2021 roku tym sposobem kupowało lub bookowało sobie usługi zakwaterowania, podczas gdy w 2020 roku odsetek ten był 5-krotnie, a w 2019 roku – 3,5-krotnie wyższy. Na podobnym poziomie, co rok wcześniej (16,6%), utrzymał się w 2021 roku udział tych gości, którzy telefonicznie kontaktowali się z obiektem w Krakowie, aby zarezerwować nocleg/noclegi.

Tabela 6.4.1. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie w latach 2019-2021 roku (w %)

Sposób samodzielnej organizacji przyjazdu do Krakowa OGÓŁEM	2019	2020	2021
Nie rezerwowałem(łam) przed przyjazdem, wiedziałem(łam), że znajdę jakieś miejsce	10,0%	14,0%	32,6%
W biurze podróży w miejscu zamieszkania	3,4%	2,8%	17,9%
Telefonując do obiektu noclegowego	11,3%	16,4%	16,6%
Drogą elektroniczną bezpośrednio w obiekcie noclegowym w Krakowie	13,6%	19,2%	3,9%
Korzystałem(łam) z internetowej platformy hotelowej/noclegowej	61,7%	47,6%	18,6%
Inaczej (np. u znajomego)	0,0%	0,0%	10,4%

Sposób samodzielnej organizacji przyjazdu do Krakowa KRAJOWI	2019	2020	2021
Nie rezerwowałem(łam) przed przyjazdem, wiedziałem(łam), że znajdę jakieś miejsce	10,8%	14,4%	31,2%
W biurze podróży w miejscu zamieszkania	4,0%	2,8%	18,5%
Telefonując do obiektu noclegowego	13,0%	17,7%	17,3%
Drogą elektroniczną bezpośrednio w obiekcie noclegowym w Krakowie	15,5%	19,3%	4,0%
Korzystałem(łam) z internetowej platformy hotelowej/noclegowej	56,7%	45,9%	19,1%
Inaczej (np. u znajomego)	0,0%	0,0%	10,0%

Sposób samodzielnej organizacji przyjazdu do Krakowa ZAGRANICZNI	2019	2020	2021
Nie rezerwowałem(łam) przed przyjazdem, wiedziałem(łam), że znajdę jakieś miejsce	9,3%	13,3%	33,7%
W biurze podróży w miejscu zamieszkania	2,8%	2,9%	17,4%
Telefonując do obiektu noclegowego	9,8%	14,3%	15,9%
Drogą elektroniczną bezpośrednio w obiekcie noclegowym w Krakowie	12,1%	19,0%	3,9%
Korzystałem(łam) z internetowej platformy hotelowej/noclegowej	66,0%	50,5%	18,3%
Inaczej (np. u znajomego)	0,0%	0,0%	10,9%

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

Brak wcześniejszego rezerwowania/zakupu noclegów charakterystyczny był w 2021 roku tak dla krajowych, jak i zagranicznych odwiedzających Kraków, aczkolwiek ten sposób organizacji

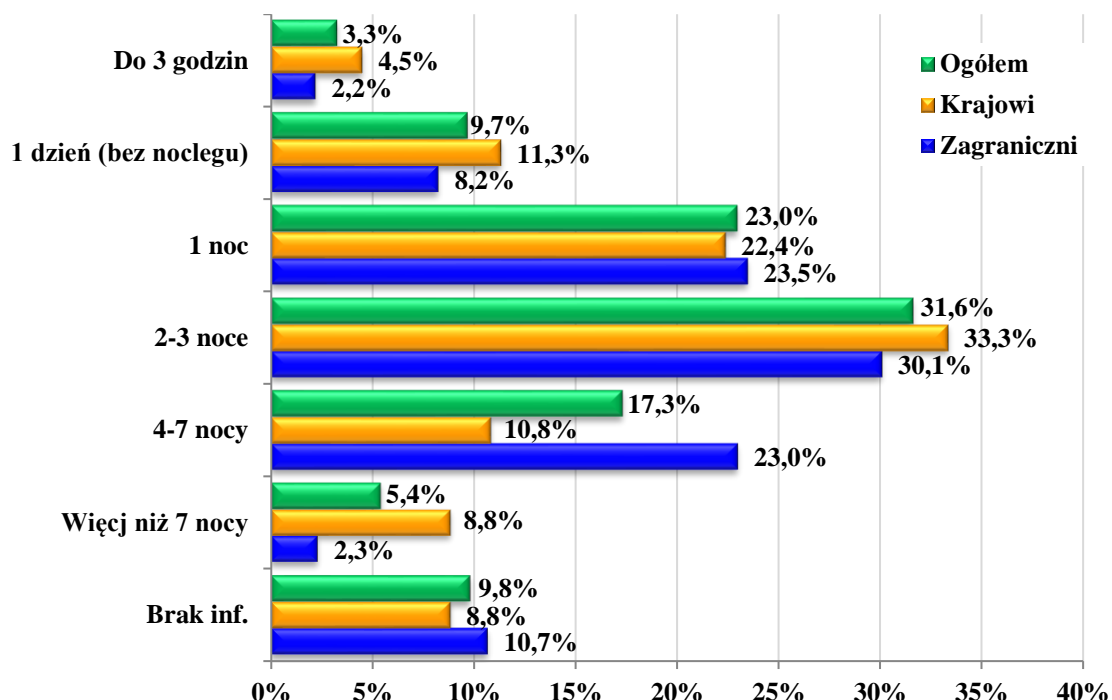
zakwaterowania zadeklarowało nieco więcej gości z drugiego niż z pierwszego segmentu (33,7% vs 31,2%). Z kolei, korzystanie z internetowej platformy hotelowej, jak i usług biur podróży, a także telefonowanie do obiektu noclegowego wskazywało więcej Polaków niż cudzoziemców (odpowiednio 19,1% vs 18,3%, 18,5% vs 17,4% i 17,3% vs 15,9%). Odsetek kontaktujących się bezpośrednio drogą elektroniczną z obiektem noclegowym był najniższy i podobny w obu grupach odwiedzających (odpowiednio 4,0% i 3,9%).

W obu badanych zbiorowościach obserwuje się od 2019 roku spadek popularności internetowych platform rezerwacyjnych (w sumie wśród gości krajowych o 37,6 p.p., a wśród gości zagranicznych o 47,7 p.p.), a wzrost udziału osób niedokonujących wcześniejszych zakupów/rezerwacji (odpowiednio w sumie o 20,4 p.p. i o 24,4 p.p.). W segmencie obcokrajowców zwiększa się ponadto procent korzystających z usług biur podróży (w sumie o 14,6 p.p.) oraz kontaktujących się z obiektem telefonicznie (w sumie o 6,1 p.p.).

6.5. Długość pobytu w Krakowie

W 2021 roku najczęściej wskazywaną długością pobytu w Krakowie przez odwiedzających miasto w celach turystycznych było 2-3 nocy – tyle trwała wizyta średnio co trzeciego przybysza (32%). Około 1/4 gości (23%) przebywała w mieście dwa dni (jedną noc), a ponad 17% przyjechało do stolicy Małopolski spędzając w niej 4-7 nocy. Średnio co dziesiąty odwiedzający przybył tylko na jeden dzień (bez noclegu), a co trzydziesty – na kilka (do trzech) godzin. Nocujących w Krakowie dłużej niż tydzień było niewiele ponad 5%.

Rysunek 6.5.1. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w 2021 roku (w %)



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

Goście krajowi i zagraniczni w porównywalnym odsetku przebywali w Krakowie w 2021 roku 2-4 dni, choć nieznacznie częściej pobyt tych pierwszych trwał 2-3 noce (33,3% vs 30,1%), a drugich – 1 noc (23,5% vs 22,4%). Największe różnice pomiędzy turystami z Polski i z zagranicy zaobserwowano

jednak w przypadku pobytów dłuższych – 4-7 nocy ponad 2-krotnie częściej wskazywali cudzoziemcy (23,0% vs 10,8%), natomiast więcej niż 7 nocy – niemal 4-krotnie częściej deklarowali Polacy (8,8% vs 2,3%). Również wizyty bez noclegu preferowali w większym odsetku odwiedzający z Polski niż z zagranicy – do 3 godzin ponad 2-krotnie (4,5% vs 2,2%), a jeden dzień bez noclegu o ponad 1/3 (11,3% vs 8,2%).

Tabela 6.5.2. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2012-2021 (w %)

Długość pobytu	OGÓŁEM									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	3,2%	2,2%	3,1%	2,8%	6,2%	8,2%	8,1%	7,4%	14,2%	3,3%
1 dzień (bez noclegu)	10,9%	10,2%	17,1%	8,2%	13,8%	11,4%	12,3%	10,6%	31,4%	9,7%
1 noc	10,5%	10,8%	11,0%	14,0%	9,1%	12,3%	9,8%	6,2%	14,2%	23,0%
2-3 noce	20,1%	20,7%	24,1%	29,0%	29,7%	29,3%	29,2%	27,0%	10,3%	31,6%
4-7 nocy	44,3%	41,1%	33,0%	35,0%	28,1%	29,9%	32,0%	41,0%	8,5%	17,3%
Więcej niż 7 nocy	8,8%	12,7%	8,0%	7,0%	10,1%	5,1%	6,2%	6,1%	3,5%	5,4%
Brak informacji	2,2%	2,3%	3,7%	4,0%	3,0%	3,8%	2,4%	1,7%	17,9%	9,8%

Długość pobytu	KRAJOWI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	4,4%	3,6%	3,2%	5,3%	11,7%	13,6%	15,2%	14,1%	17,5%	4,5%
1 dzień (bez noclegu)	20,6%	21,8%	26,0%	16,3%	25,1%	20,5%	23,6%	19,2%	40,4%	11,3%
1 noc	13,9%	16,4%	13,8%	20,8%	12,4%	17,8%	13,5%	9,3%	17,5%	22,4%
2-3 noce	24,7%	20,9%	28,9%	28,5%	24,8%	29,6%	24,5%	30,6%	8,4%	33,3%
4-7 nocy	27,8%	30,6%	21,9%	23,4%	17,0%	13,6%	16,4%	21,6%	4,3%	10,8%
Więcej niż 7 nocy	5,4%	6,7%	4,5%	4,9%	7,4%	2,9%	4,9%	4,0%	1,2%	8,8%
Brak informacji	3,2%	0,0%	1,7%	0,8%	1,6%	2,0%	1,9%	1,2%	10,7%	8,8%

Długość pobytu	ZAGRANICZNI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Do 3 godzin	2,2%	0,9%	2,9%	0,9%	2,4%	3,5%	2,4%	1,7%	4,1%	2,2%
1 dzień (bez noclegu)	1,9%	1,6%	6,5%	1,5%	6,0%	3,5%	3,2%	2,8%	3,0%	8,2%
1 noc	7,3%	4,8%	7,5%	9,4%	6,3%	7,5%	6,8%	3,7%	3,0%	23,5%
2-3 noce	15,8%	22,2%	18,5%	33,0%	33,5%	29,0%	33,0%	24,6%	15,8%	30,1%
4-7 nocy	59,5%	52,7%	46,4%	44,6%	36,4%	44,0%	45,0%	57,6%	22,3%	23,0%
Więcej niż 7 nocy	12,0%	17,8%	12,5%	8,3%	12,2%	6,9%	7,1%	7,4%	10,9%	2,3%
Brak informacji	1,3%	0,0%	5,7%	2,3%	3,2%	5,6%	2,5%	2,2%	40,9%	10,7%

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

W odniesieniu do roku ubiegłego istotnie zmniejszył się odsetek odwiedzających przyjeżdżających do Krakowa na krótko (w tym ponad 4-krotnie przybywających na okres do 3 godzin oraz ponad 3-krotnie – na jeden dzień bez noclegu). Zwiększył się z kolei udział turystów nocujących w mieście, tj.: 1 noc o ponad 60% (z 14,2% na 23,0%), 2-3 noce ponad 3-krotnie (z 10,3% na 31,6%), 4-7 nocy około 2-krotnie (z 8,5% na 17,3%) i więcej niż 7 nocy o ponad 1/2 (z 3,5% na 5,4%). Nadal jednak rola pobytów 4-7 nocy nie wróciła do wielkości sprzed pandemii.

W segmencie Polaków prawie 4-krotnie więcej niż rok wcześniej odnotowano wizyt na 2-3 noce (z 8,4% na 33,3%), ponad 2,5-krotnie – pobytów na 4-7 nocy (z 4,3% na 10,8%) oraz ponad 7-krotnie – wizyt jeszcze dłuższych (z 1,2% na 8,8%). Prawie 4-krotnie zmniejszył się natomiast odsetek gości przybywających do Krakowa na krótko – do 3 godzin z 17,5% na 4,5% oraz jeden dzień bez noclegu z 40,4% na 11,3%.

Wśród cudzoziemców największe zmiany zaobserwowano w odniesieniu do pobytów dwudniowych (1 noc), których udział wzrósł prawie 8-krotnie (z 3,0% na 23,5%). Ponad 2-krotnie częściej niż w roku poprzednim goście zagraniczni spędzali też w Krakowie 2-3 noce (z 15,8% na 30,1%) oraz jeden dzień bez noclegu (z 3,0% na 8,2%). Mniej w 2021 roku było natomiast takich obcokrajowców, którzy przyjechali na okres do 3 godzin (prawie o 1/2, tj. z 4,1% na 2,2%) oraz dłuższy niż 7 nocy (prawie 5-krotnie, tj. z 10,9% na 2,3%).

Ogólnie można więc skonstatować, że w relacji do pierwszego roku pandemii, w 2021 roku wydłużył się czas pobytu w Krakowie goście krajowych, natomiast odwiedzający zagraniczni wprawdzie rzadziej przyjeżdżali do miasta na okres do 3 godzin, ale rzadziej też spędzali w stolicy Małopolski więcej niż 7 nocy.

6.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków

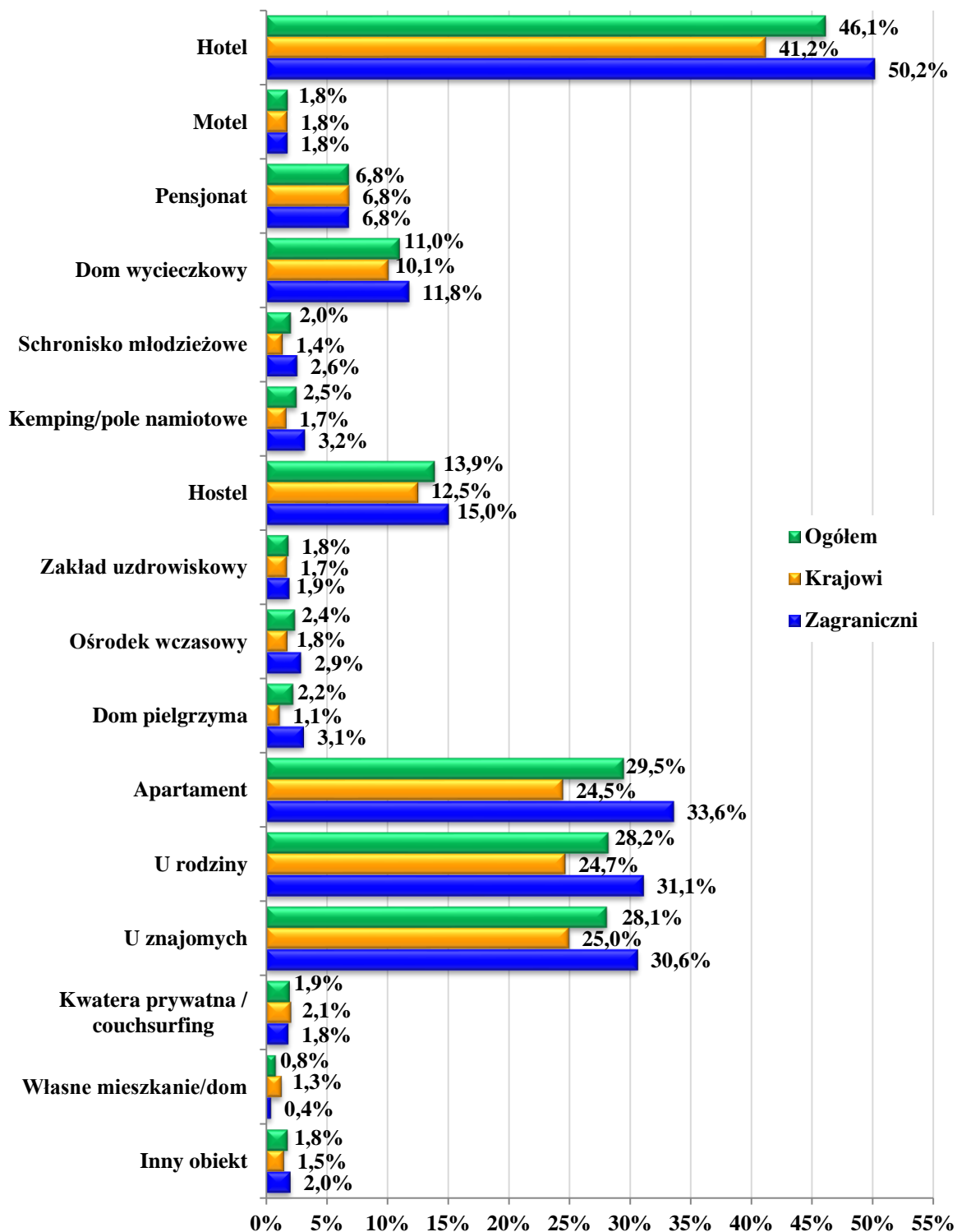
Niezmiennie od wielu lat turyści odwiedzający Kraków w największym odsetku korzystają z zakwaterowania w hotelach. Analogiczna sytuacja miała miejsce w 2021 roku – średnio co drugi nocujący (46,1%) szukał noclegu w tego rodzaju obiektach.

Przez długi okres czasu na drugiej pozycji wśród miejsc zakwaterowania w mieście plasowały się hostele, ale od 2018 roku większą od nich popularnością zaczęły cieszyć się apartamenty – w 2021 roku na ten typ noclegu zdecydował się niemal co trzeci turysta (29,5%), natomiast na hostel tylko co siódmy (13,9%). W 2021 roku większy niż z hosteli odsetek nocujących korzystał też z gościnności rodziny i znajomych (po 28%). Uwagę zwraca ponadto relatywnie duża rola domów wycieczkowych oraz pensjonatów w świadczeniu usług dla odwiedzających Kraków. W 2021 roku – nocował w nich odpowiednio średnio co dziesiąty (11,0%) i co piętnasty turysta (6,8%).

W 2021 roku hotele i apartamenty wybierało najwięcej zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych, przy czym i jedno, i drugie obiekty cieszyły się większym zainteresowaniem wśród cudzoziemców niż wśród Polaków (odpowiednio 50,2% vs 41,2% i 33,6% vs 24,7%). Również większy odsetek nocujących u znajomych i rodziny oraz w hostelach i w domach wycieczkowych charakterystyczny był dla turystów z zagranicy niż z Polski (odpowiednio 31,1% vs 24,7% i 30,6% vs 25,0% oraz 15,0% vs 12,5% i 11,8% vs 10,1%). Polacy nieznacznie częściej niż obcokrajowcy korzystali natomiast z kwater prywatnych (2,1% vs 1,8%) oraz z własnych mieszkań/domów w Krakowie (1,3% vs 0,4%).

Z uwagi na fakt, że w roku 2021 po raz pierwszy wskazując miejsce zakwaterowania w Krakowie respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź, nie jest możliwe porównanie wielkości procentowych z tego roku z danymi z lat poprzednich. Niemniej jednak należy wspomnieć, że nigdy wcześniej odsetek deklarujących noclegi w domach wycieczkowych nie był tak wysoki, jak w roku 2021 – zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych (i w konsekwencji wśród turystów ogółem). Także udział noclegów u rodziny i znajomych okazał się najwyższy w całym badanym 10-letnim okresie – w segmencie Polaków, ale przede wszystkim obcokrajowców (i w efekcie wśród całego ruchu turystycznego w Krakowie).

Rysunek 6.6.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w 2021 roku*



* Udziały nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

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

Tabela 6.6.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2012-2021

Wyszczególnienie	OGÓŁEM									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
Hotel	38,4%	31,2%	41,1%	40,9%	39,5%	41,5%	48,6%	51,6%	32,9%	46,1%
Motel	2,7%	3,6%	2,4%	4,9%	2,2%	4,9%	4,6%	3,6%	2,2%	1,8%
Pensjonat	4,1%	4,2%	2,0%	1,9%	2,3%	5,4%	2,4%	3,3%	2,5%	6,8%
Dom wycieczkowy	3,6%	2,7%	3,6%	2,4%	1,8%	2,4%	1,1%	0,8%	0,3%	11,0%
Schronisko młodzieżowe	3,1%	2,0%	3,0%	2,4%	1,0%	1,8%	0,7%	0,7%	0,4%	2,0%
Kemping/pole namiotowe	1,1%	1,7%	0,4%	1,0%	0,5%	0,3%	0,1%	0,2%	0,0%	2,5%
Hostel	24,9%	29,4%	17,0%	16,0%	18,7%	15,4%	8,9%	3,3%	9,2%	13,9%
Zakład uzdrowiskowy	1,2%	0,2%	1,2%	0,6%	0,1%	0,3%	1,5%	0,6%	0,1%	1,8%
Ośrodek wczasowy	0,4%	0,2%	0,2%	0,4%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	2,4%
Dom pielgrzyma	2,1%	3,0%	4,2%	3,1%	2,7%	0,8%	1,3%	0,1%	0,2%	2,2%
Apartament	2,4%	5,0%	5,7%	9,2%	11,4%	11,5%	12,8%	20,3%	23,4%	29,5%
Kwatera prywatna										1,9%
Couchsurfing	-	-	-	-	0,7%	0,8%	1,2%	6,3%	0,5%	
U rodziny	6,6%	6,9%	7,8%	5,6%	7,1%	6,0%	7,5%	0,4%	14,0%	28,2%
U znajomych	7,1%	6,8%	6,6%	5,1%	6,2%	6,6%	6,4%	6,6%	10,9%	28,1%
Własne mieszkanie/dom	1,3%	0,7%	1,8%	2,0%	1,4%	0,8%	0,9%	0,9%	2,3%	0,8%
Inny obiekt	0,9%	1,3%	2,5%	3,2%	3,9%	0,7%	1,2%	0,7%	0,9%	1,8%
Brak informacji	0,1%	1,1%	0,5%	1,3%	0,2%	0,7%	0,7%	0,6%	0,1%	-

Wyszczególnienie	KRAJOWI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
Hotel	20,9%	15,2%	29,5%	27,6%	20,1%	27,0%	31,5%	38,5%	25,1%	41,2%
Motel	2,4%	6,3%	1,9%	4,2%	3,3%	6,3%	6,7%	4,2%	3,2%	1,8%
Pensjonat	7,9%	7,6%	3,1%	3,0%	5,0%	8,2%	3,8%	3,2%	3,8%	6,8%
Dom wycieczkowy	5,9%	3,6%	2,3%	4,0%	1,8%	3,2%	1,5%	0,7%	0,2%	10,1%
Schronisko młodzieżowe	5,6%	2,5%	3,0%	2,7%	1,1%	2,8%	1,3%	0,4%	0,2%	1,4%
Kemping/pole namiotowe	0,7%	1,5%	0,4%	1,8%	0,1%	0,5%	0,3%	0,1%	0,0%	1,7%
Hostel	20,3%	25,7%	18,2%	16,0%	16,7%	13,1%	6,8%	2,9%	8,9%	12,5%
Zakład uzdrowiskowy	2,7%	3,5%	2,4%	0,9%	0,4%	0,2%	3,9%	1,0%	0,2%	1,7%
Ośrodek wczasowy	0,6%	0,4%	0,4%	0,8%	0,9%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%	1,8%
Dom pielgrzyma	2,4%	3,0%	5,7%	7,7%	2,6%	1,4%	1,7%	0,4%	0,2%	1,1%
Apartament	3,3%	14,2%	5,9%	8,0%	12,2%	8,8%	10,1%	19,0%	22,5%	24,5%
Kwatera prywatna										2,1%
Couchsurfing	-	-	-	-	0,1%	0,0%	1,1%	0,7%	0,5%	
U rodziny	12,9%	0,5%	12,0%	8,9%	15,5%	11,8%	14,8%	12,2%	15,8%	24,7%
U znajomych	12,0%	12,5%	9,6%	7,7%	12,4%	12,9%	12,4%	12,6%	16,8%	25,0%
Własne mieszkanie/dom	0,9%	0,9%	1,7%	2,4%	2,6%	0,8%	1,6%	1,9%	2,2%	1,3%
Inny obiekt	1,5%	1,3%	3,5%	2,1%	4,8%	1,6%	1,3%	1,1%	0,1%	1,5%
Brak informacji	0,0%	1,3%	0,4%	2,2%	0,4%	1,3%	1,1%	1,1%	0,1%	-

Tabela 6.6.1. cd. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2012-2021

Wyszczególnienie	ZAGRANICZNI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
Hotel	50,1%	41,6%	51,9%	49,5%	48,0%	50,2%	57,3%	59,4%	44,8%	50,2%
Motel	2,9%	4,3%	2,8%	5,1%	1,5%	4,0%	3,4%	3,3%	0,2%	1,8%
Pensjonat	1,7%	2,3%	1,0%	1,2%	1,1%	3,8%	1,7%	3,5%	0,5%	6,8%
Dom wycieczkowy	2,1%	2,1%	4,8%	1,3%	1,6%	1,8%	0,9%	0,9%	0,5%	11,8%
Schronisko młodzieżowe	1,4%	1,2%	2,9%	2,4%	1,0%	1,2%	0,4%	0,9%	0,7%	2,6%
Kemping/pole namiotowe	1,4%	1,9%	0,2%	0,3%	0,6%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	3,2%
Hostel	27,6%	30,7%	16,2%	16,0%	20,1%	16,8%	9,8%	3,8%	8,3%	15,0%
Zakład uzdrowiskowy	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,3%	0,2%	0,3%	0,0%	1,9%
Ośrodek wczasowy	0,3%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	2,9%
Dom pielgrzyma	1,9%	3,0%	2,9%	0,1%	2,9%	0,5%	1,1%	0,0%	0,2%	3,1%
Apartament	1,8%	4,3%	5,5%	10,2%	10,9%	13,2%	14,6%	21,2%	25,3%	33,6%
Kwaterna prywatna										1,8%
Couchsurfing	-	-	-	-	0,9%	1,3%	1,2%	0,2%	0,5%	
U rodziny	2,5%	2,5%	3,9%	3,6%	3,4%	2,5%	3,8%	2,9%	12,1%	31,1%
U znajomych	3,9%	3,4%	3,7%	3,5%	3,1%	2,8%	3,3%	2,1%	2,3%	30,6%
Własne mieszkanie/dom	1,6%	0,5%	1,8%	1,7%	0,6%	0,9%	0,6%	0,4%	2,5%	0,4%
Inny obiekt	0,5%	1,3%	1,6%	4,1%	3,5%	0,1%	1,1%	0,5%	2,1%	2,0%
Brak informacji	0,1%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,4%	0,5%	0,3%	0,0%	-

* Udziały nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

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

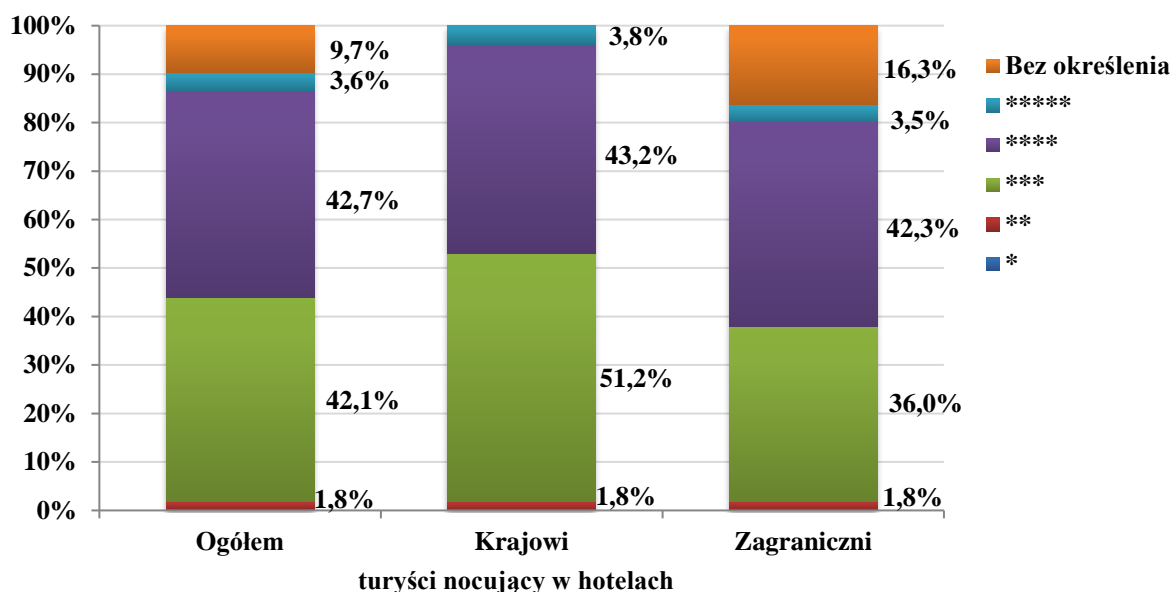
Prawie 85% turystów nocujących w 2021 roku w krakowskich hotelach preferowało obiekty trzy- lub czterogwiazdkowe (odpowiednio 42,1% i 42,7%). Zaledwie 3,6% gości hotelowych wybierało obiekty najwyższej kategorii (pięciogwiazdkowej). Nikt nie skorzystał z usług obiektów jednogwiazdkowych, a dwugwiazdkowymi zainteresowanych było tylko niecałe 2% klientów hoteli.

Hotelowi turyści krajowi częściej niż zagraniczni deklarowali nocleg w obiektach dwugwiazdkowych (51,2% vs 36,0%). Z kolei, hotelowi goście zagraniczni w większym odsetku niż krajowi (16,3% vs 0%) nie wskazywali kategorii obiektu lub nocowali w obiektach niekategoryzowanych, czyli takich, które zgodnie z obowiązującymi przepisami nie powinny używać nazwy hotel.

Analizując zmiany w 2021 roku w odniesieniu do kategorii hoteli, z których korzystali turyści przyjeżdżający do Krakowa, należy zauważyć, że w stosunku do roku poprzedniego zdecydowanie (ponad 3-krotnie) zmniejszyło się zainteresowanie obiektami najwyższej pięciogwiazdkowej kategorii (z 11,3% na 3,6%), a wzrosła popularność hoteli trzygwiazdkowych (o 9,5 p.p., czyli z 32,6% na 42,1%). Rola obiektów dwu- i czterogwiazdkowych powróciła natomiast do poziomu sprzed pandemii, czyli z roku 2019 (odpowiednio około 2% i około 42,5%).

W segmencie hotelowych turystów krajowych – analogicznie jak w przypadku gości hotelowych ogółem – w 2021 roku odnotowano istotny wzrost odsetka korzystających z obiektów trzygwiazdkowych (o 20 p.p. w stosunku do roku poprzedniego, tj. z 31,2% na 51,2%) oraz duży spadek nocujących w hotelach pięciogwiazdkowych (o 11,5 p.p., tj. z 15,3% na 3,8%). Znaczenie obiektów dwugwiazdkowych utrzymuje się od 2019 roku na zbliżonym poziomie (niecałe 2%), a – co należy uwypuklić – systematycznie od 2016 roku rośnie zainteresowanie hotelami czterogwiazdkowymi (w sumie z 17,0% na 43,2% wskazań).

Rysunek 6.6.2. Struktura procentowa turystów nocujących w Krakowie w 2021 roku w hotelach wg kategorii



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

Tabela 6.6.2. Turystyci nocujący w Krakowie w latach 2012-2021 w hotelach wg kategorii (w %)

Liczba gwiazdek	OGÓŁEM									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
*	0,8%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%
**	3,2%	2,9%	1,5%	7,2%	3,9%	1,8%	2,1%	1,6%	0,9%	1,8%
***	47,3%	53,2%	35,4%	42,4%	37,5%	33,9%	39,5%	38,8%	32,6%	42,1%
****	20,4%	22,1%	24,9%	13,9%	20,9%	30,4%	39,2%	42,2%	49,0%	42,7%
*****	8,2%	4,0%	3,0%	8,8%	3,5%	3,9%	7,6%	8,7%	11,3%	3,6%
Bez określenia	20,1%	17,8%	35,2%	27,0%	34,2%	29,8%	11,5%	8,5%	6,2%	9,7%

Liczba gwiazdek	KRAJOWI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
*	3,7%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
**	5,1%	6,0%	3,9%	15,7%	10,6%	4,3%	3,6%	1,6%	1,9%	1,8%
***	40,9%	59,1%	48,2%	43,8%	41,8%	52,3%	39,1%	34,8%	31,2%	51,2%
****	14,4%	8,4%	14,6%	8,8%	17,0%	21,9%	38,0%	40,2%	42,7%	43,2%
*****	13,5%	4,8%	3,9%	8,8%	1,2%	0,7%	6,4%	10,1%	15,3%	3,8%
Bez określenia	22,4%	21,7%	29,4%	21,1%	29,4%	20,4%	12,7%	13,3%	8,9%	0,0%

Liczba gwiazdek	ZAGRANICZNI									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
*	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%
**	2,7%	2,2%	0,3%	4,2%	2,3%	1,0%	1,6%	1,7%	0,0%	1,8%
***	49,5%	52,0%	29,0%	41,9%	36,8%	27,9%	40,3%	42,1%	33,7%	36,0%
****	22,0%	25,1%	30,1%	15,7%	22,0%	33,2%	39,6%	43,2%	53,9%	42,3%
*****	6,8%	3,8%	2,5%	8,9%	4,0%	4,9%	7,8%	6,9%	8,3%	3,5%
Bez określenia	19,0%	16,9%	38,1%	29,1%	34,9%	32,9%	10,6%	5,8%	4,1%	16,3%

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

Z kolei, wśród hotelowych turystów zagranicznych w 2021 roku w odniesieniu do roku ubiegłego (a nawet 2019 roku) widoczny był istotny spadek popularności obiektów pięciogwiazdkowych (o 4,8 p.p., tj. z 8,3% na 3,5%). Odsetek nocujących w hotelach dwu- i czterogwiazdkowych (odpowiednio 1,8% i 42,3%) powrócił do wielkości porównywalnej do tej sprzed pandemii, tj. z 2019 roku, natomiast udział korzystających z hoteli trzygwiazdkowych wprawdzie zwiększył się w relacji do roku ubiegłego (o 2,3 p.p., tj. z 33,7% na 36,0%), ale i tak nie osiągnął poziomu z roku 2019 – był o 6,1 p.p. mniejszy.

6.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w 2021 roku

Tabela 6.7.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ, ZAGRANICA, OGÓŁEM - struktura %

Główny środek transportu do Krakowa w 2021 roku	Kraj	Zagranica	Ogółem 2021
E samochód	45,70%	25,30%	36,70%
B samolot tanich linii lotniczych	11,80%	28,40%	19,10%
F pociąg	16,30%	14,70%	15,60%
A samolot tradycyjnych linii lotniczych	8,80%	13,20%	10,80%
C autobus/mikrobus linii regularnej	9,10%	9,60%	9,30%
D autokar turystyczny	7,70%	7,80%	7,70%
G inny	0,50%	1,00%	0,70%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%

Główny środek transportu do Krakowa w 2021 roku (aglomerat)	Kraj	Zagranica	Ogółem 2021
samochód	45,70%	25,30%	36,70%
samolot	20,60%	41,60%	29,90%
autobus/autokar	16,80%	17,40%	17,00%
pociąg	16,30%	14,70%	15,60%
inny	0,50%	1,00%	0,70%
Suma	100,00%	100,00%	100,00%

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

Rozdział 7. Oferta turystyczna Krakowa

7.1. Wprowadzenie

Ofertę turystyczną Krakowa odwiedzający miasto w 2021 roku oceniali korzystając z pięciostopniowej skali (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle). Ocenie poddano 26 wybranych elementów składowych produktu turystycznego, jaki stanowi miasto Kraków. Należy jednak zwrócić uwagę, że 2021 rok był kolejnym rokiem ograniczeń w zakresie dostępności usług spowodowanych pandemią COVID-19, co miało wpływ na odwiedzających i ich opinie dotyczące oferty.

7.2. Ocena oferty turystycznej Krakowa w opinii odwiedzających miasto

Postrzeganie Krakowa jako miejsca pobytu i realizacji celu przyjazdu odzwierciedla, trudna do zdefiniowania, specyficzna cecha określana jako atmosfera miasta. W 2021 roku cecha ta w opinii odwiedzających krajowych i zagranicznych uzyskała ocenę 3,91. Jednak, pomimo wysokiego poziomu oceny w pięciostopniowej skali, wartość ta jest najniższa, jaką ten element oferty miasta uzyskiwał w dotychczasowych badaniach. Na uwagę zasługuje również, że goście krajowi w porównywalnym odsetku wystawiali ocenę przeciętną (32%) i bardzo dobrą (37%), a goście zagraniczni byli bardziej zgodni, wystawiając w ocenę dobrą (64%). Trudno poszukiwać jednoznacznych przyczyn obniżenia poziomu oceny w 2021 roku. W poprzednim roku badań, pomimo podobnych ograniczeń spowodowanych pandemią, wynosiła 4,24. Nie miał również wpływu na obniżenie oceny stosunek mieszkańców do odwiedzających, ponieważ ta relacja nie uległa zmianie, co zostało potwierdzone przez gości krajowych oceniających życzliwość mieszkańców na 4,29 oraz zagranicznych przyznających ocenę 3,94.

Ofertę Krakowa, na którą składają się atrakcje, świadczone usługi, gościnność i życzliwość mieszkańców, tworzące łącznie charakterystyczną atmosferę miejsca, zamyka się najczęściej w pojęciu *genius loci*. Niezmiernie istotne jest zatem, aby w odbiorze odwiedzających ten obraz i odczucia zapadały bardzo pozytywnie w pamięci i zostały przekazywane innym, stanowiąc istotny element promocji miasta.

Tabela 7.2.1. Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa

Ocena oferty turystycznej Krakowa	∑ 2019	∑ 2020	∑ 2021	PL 2019	PL 2020	PL 2021	ZG 2019	ZG 2020	ZG 2021
Liczba odpowiedzi	3592	3885	3140	1743	2574	1757	1849	612	1383
E28. Dworzec kolejowy	4,42	3,84	4,85	4,43	3,74	4,79	4,42	4,21	4,91
E20. Przewodnicy	4,55	4,11	4,63	4,57	4,12	4,59	4,54	4,08	4,67
E32. Oferta letnia	B.D	B.D	4,59	B.D	B.D	4,54	B.D	B.D	4,64
E31. Małe dzieci - udogodnienia	B.D	B.D	4,57	B.D	B.D	4,54	B.D	B.D	4,62
E29. Dworzec autobusowy	4,39	3,76	4,56	4,34	3,65	4,53	4,44	4,17	4,60
E27. Lotnisko	4,31	3,84	4,48	4,31	3,85	4,50	4,30	3,76	4,47
E26. Niepełnosprawni - udogodnienia	4,43	3,94	4,43	4,30	3,75	4,32	4,48	4,26	4,55
E12. Informacje	4,57	4,14	4,27	4,62	4,14	4,24	4,52	4,21	4,30
E19. Transport	4,44	3,98	4,24	4,46	3,95	4,29	4,43	4,11	4,19
E17. Rozrywka Dyskoteki	4,44	4,01	4,23	4,47	3,99	4,33	4,42	4,07	4,15
E11. Kultura	4,46	4,09	4,21	4,49	4,08	4,21	4,44	4,09	4,21

E30. S. Atrakcje turystyczne			4,18			4,27			4,07
E9. Gościnność	4,50	4,19	4,13	4,54	4,24	4,29	4,46	4,14	3,94
E22. Życzliwość	4,45	4,13	4,13	4,50	4,18	4,29	4,41	4,05	3,94
E16. Oznakowanie turystyczne	4,45	4,02	4,12	4,51	4,04	4,18	4,40	3,93	4,07
E34. Bezpieczeństwo epidemiczne			3,97			4,05			3,88
E23. Atrakcje nocy	4,38	3,94	3,93	4,38	3,96	3,97	4,38	3,84	3,90
E1. Atmosfera	4,54	4,24	3,91	4,62	4,30	3,90	4,46	4,21	3,92
E4 Czystość	4,26	3,85	3,90	4,24	3,87	3,87	4,27	3,77	3,94
E3. Bezpieczeństwo	4,31	4,03	3,89	4,32	4,08	3,82	4,31	3,86	3,97
E2. Noclegi	4,47	4,16	3,81	4,49	4,19	3,97	4,45	4,06	3,66
E8. Gastronomia	4,38	4,08	3,75	4,44	4,12	4,02	4,32	3,93	3,43
E24. Taxi	4,27	3,85	3,65	4,18	4,05	3,76	4,37	4,09	3,57
E25. Powietrze	4,46	3,83	3,65	4,46	3,79	3,90	4,46	4,00	3,32
E18. Toalety	4,13	3,62	3,39	4,09	3,59	3,65	4,17	3,63	3,12
E33. Parkingi	B.D	B.D	3,11	B.D	B.D	3,20	B.D	B.D	3,00
E7. Internet	4,34	3,89	2,63	4,34	3,92	3,00	4,34	3,80	2,28
E13. Obsługa	4,54	4,19	B.D	4,59	4,20	B.D	4,50	4,19	B.D
E6. Bankomaty	4,49	3,82	B.D	4,52	3,82	B.D	4,46	3,72	B.D
E15. e-Płatności	4,52	4,14	B.D	4,52	4,15	B.D	4,52	4,13	B.D
E10. Imprezy	4,48	4,10	B.D	4,50	4,10	B.D	4,47	4,09	B.D
E21. Kuchnia	4,45	4,10	B.D	4,48	4,09	B.D	4,43	4,04	B.D
E14. Wystrój lokali	4,44	4,18	B.D	4,46	4,18	B.D	4,42	4,16	B.D
E5. Dojazd	4,44	3,93	B.D	4,44	3,93	B.D	4,44	4,03	B.D
Zintegrowany WSKAŹNIK DESTYNACJI	4,41	3,97	3,97	4,43	4,00	4,05	4,38	3,97	3,88

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

Tabela 7.2.2. Ocena Elementów Oferty Turystycznej Miasta Krakowa 2021 - WAED = Wskaźnik Atrakcyjności Elementu Destynacji - ZWAD = Zintegrowany Wskaźnik Atrakcyjności Destynacji

P11								
KRAKÓW								x
WAED	3,90	3,92				3,91		
A. Atmosfera	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%		KR-ZA
	2	125	117	7,1%	8,5%	242	7,7%	-1,3%
	3	570	92	32,4%	6,7%	662	21,1%	25,8%
	4	413	958	23,5%	69,3%	1371	43,7%	-45,8%
	5	649	216	36,9%	15,6%	865	27,5%	21,3%
Suma	1757	1383	100,0%	100,0%	3140	100,0%		
P11								
KRAKÓW								x
WAED	3,97	3,66				3,81		
B. Baza nocleg.	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%		KR-ZA
	1	57	16	4,4%	1,2%	73	2,8%	3,2%
	2	1	1	0,1%	0,1%	2	0,1%	0,0%

	3	293	584	22,7%	43,7%	877	33,4%	-21,0%
	4	513	559	39,8%	41,8%	1072	40,8%	-2,1%
	5	426	176	33,0%	13,2%	602	22,9%	19,8%
Suma		1290	1336	100,0%	100,0%	2626	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		3,82	3,97			3,89		
C. Bezpieczeństwo	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	1	13	1	0,8%	0,1%	14	0,5%	0,7%
	2	221	162	13,1%	11,7%	383	12,5%	1,4%
	3	432	124	25,6%	9,0%	556	18,1%	16,6%
	4	404	679	23,9%	49,2%	1083	35,3%	-25,3%
	5	617	413	36,6%	29,9%	1030	33,6%	6,6%
Suma		1687	1379	100,0%	100,0%	3066	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		3,87	3,94			3,90		
D. Czystość	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	2	209	117	12,0%	8,5%	326	10,4%	3,5%
	3	401	252	23,0%	18,2%	653	20,9%	4,8%
	4	537	602	30,8%	43,6%	1139	36,5%	-12,8%
	5	596	410	34,2%	29,7%	1006	32,2%	4,5%
Suma		1743	1381	100,0%	100,0%	3124	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		3,00	2,28			2,63		
	N		%		Razem: N	Razem: %		
E. Internet	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	1	248	462	20,3%	35,6%	710	28,2%	-15,3%
	2	185	272	15,2%	21,0%	457	18,1%	-5,8%
	3	365	402	29,9%	31,0%	767	30,5%	-1,1%
	4	164	69	13,4%	5,3%	233	9,3%	8,1%
	5	258	93	21,1%	7,2%	351	13,9%	14,0%
Suma		1220	1298	100,0%	100,0%	2518	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,02	3,43			3,75		
F. Gastronomia	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	1	1		0,1%	0,0%	1	0,0%	0,1%

2	84	158	5,2%	11,5%	242	8,1%	-6,3%
3	352	615	21,9%	44,8%	967	32,4%	-22,8%
4	608	447	37,9%	32,5%	1055	35,4%	5,3%
5	561	154	34,9%	11,2%	715	24,0%	23,7%
Suma	1606	1374	100,0%	100,0%	2980	100,0%	
P11							
KRAKÓW							x
WAED	4,21	4,21			4,21		
G. Impr. kulturalne	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
1	2		0,3%	0,0%	2	0,1%	0,3%
2	2	3	0,3%	0,3%	5	0,3%	-0,1%
3	121	179	16,5%	20,1%	300	18,5%	-3,6%
4	325	332	44,3%	37,3%	657	40,5%	6,9%
5	284	375	38,7%	42,2%	659	40,6%	-3,5%
Suma	734	889	100,0%	100,0%	1623	100,0%	
P11							
KRAKÓW							x
WAED	4,24	4,30			4,27		
H. Inf. turystyczna	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
1		1	0,0%	0,1%	1	0,1%	-0,1%
2	14	3	1,6%	0,3%	17	0,9%	1,2%
3	167	181	18,7%	19,8%	348	19,3%	-1,1%
4	304	269	34,0%	29,4%	573	31,7%	4,6%
5	408	460	45,7%	50,3%	868	48,0%	-4,6%
Suma	893	914	100,0%	100,0%	1807	100,0%	
P11							
KRAKÓW							x
WAED	4,18	4,07			4,12		
I. Oznakowanie tur.	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
2	8	2	0,8%	0,2%	10	0,5%	0,6%
3	202	321	19,1%	29,4%	523	24,3%	-10,3%
4	439	371	41,5%	34,0%	810	37,7%	7,5%
5	408	397	38,6%	36,4%	805	37,5%	2,2%
Suma	1057	1091	100,0%	100,0%	2148	100,0%	0,0%
P11							
KRAKÓW							x
WAED	3,97	3,90			3,93		
J. Atrakcje nocne	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
1	1		0,1%	0,0%	1	0,0%	0,1%

	2	50	69	5,9%	5,8%	119	5,8%	0,2%
	3	159	276	18,9%	23,1%	435	21,4%	-4,3%
	4	394	550	46,8%	46,1%	944	46,4%	0,7%
	5	238	298	28,3%	25,0%	536	26,3%	3,3%
Suma		842	1193	100,0%	100,0%	2035	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,33	4,15			4,23		
K. Rozrywka	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA	
	2	2	4	0,2%	0,3%	6	0,3%	-0,1%
	3	166	249	14,7%	19,6%	415	17,3%	-4,9%
	4	418	573	37,1%	45,2%	991	41,4%	-8,1%
	5	541	443	48,0%	34,9%	984	41,1%	13,1%
Suma		1127	1269	100,0%	100,0%	2396	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		3,65	3,12			3,39		
L. Toalety	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA	
	1	97	134	7,5%	10,6%	231	9,0%	-3,1%
	2	194	376	14,9%	29,6%	570	22,2%	-14,7%
	3	201	240	15,5%	18,9%	441	17,2%	-3,4%
	4	383	243	29,5%	19,1%	626	24,4%	10,3%
	5	424	276	32,6%	21,7%	700	27,3%	10,9%
Suma		1299	1269	100,0%	100,0%	2568	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,29	4,19			4,24		
M. Transport lok.	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA	
	2	9	2	0,7%	0,2%	11	0,5%	0,6%
	3	263	337	21,5%	27,9%	600	24,7%	-6,4%
	4	318	297	25,9%	24,6%	615	25,3%	1,4%
	5	636	572	51,9%	47,4%	1208	49,6%	4,5%
Suma		1226	1208	100,0%	100,0%	2434	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		3,76	3,57			3,65		
N. Taksówki	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA	
	2	94	179	11,7%	15,1%	273	13,8%	-3,4%
	3	177	342	22,1%	28,9%	519	26,2%	-6,8%

	4	356	470	44,4%	39,7%	826	41,6%	4,7%
	5	174	192	21,7%	16,2%	366	18,4%	5,5%
Suma		801	1183	100,0%	100,0%	1984	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,59	4,67			4,63		
O. Przewodnicy		Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
	3	4	1	0,9%	0,2%	5	0,5%	0,7%
	4	169	168	39,5%	33,0%	337	36,0%	6,5%
	5	255	340	59,6%	66,8%	595	63,5%	-7,2%
Suma		428	509	100,0%	100,0%	937	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,29	3,94			4,13		
P. Życzliwość		Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
	2	1		0,1%	0,0%	1	0,0%	0,1%
	3	201	324	12,2%	24,3%	525	17,6%	-12,2%
	4	767	762	46,5%	57,3%	1529	51,3%	-10,8%
	5	682	245	41,3%	18,4%	927	31,1%	22,9%
Suma		1651	1331	100,0%	100,0%	2982	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,27	4,07			4,18		
S. Atrakcje tur.		Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
	1	58	17	3,8%	1,3%	75	2,7%	2,5%
	2	2	1	0,1%	0,1%	3	0,1%	0,1%
	3	218	398	14,4%	30,5%	616	21,9%	-16,1%
	4	426	352	28,2%	27,0%	778	27,6%	1,2%
	5	807	536	53,4%	41,1%	1343	47,7%	12,3%
Suma		1511	1304	100,0%	100,0%	2815	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		3,90	3,32			3,65		
		N		%		Razem: N	Razem: %	
T. Czyste powietrze		Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑%	KR-ZA
	1	21	1	1,2%	0,1%	22	0,7%	1,1%
	2	148	156	8,5%	11,3%	304	9,7%	-2,8%
	3	434	733	24,8%	53,1%	1167	37,3%	-28,3%
	4	526	378	30,1%	27,4%	904	28,9%	2,7%

	5	619	112	35,4%	8,1%	731	23,4%	27,3%
Suma		1748	1380	100,0%	100,0%	3128	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,32	4,55			4,43		
U. Niepełnosprawni - oferta	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	3	61	18	22,2%	6,9%	79	14,8%	15,3%
	4	65	80	23,6%	30,8%	145	27,1%	-7,1%
	5	149	162	54,2%	62,3%	311	58,1%	-8,1%
Suma		275	260	100,0%	100,0%	535	100,0%	
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,54	4,62			4,57		
V. Małe dzieci - oferta	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	3	3		0,9%	0,0%	3	0,5%	0,9%
	4	143	97	44,5%	38,5%	240	41,9%	6,1%
	5	175	155	54,5%	61,5%	330	57,6%	-7,0%
Suma		321	252	100,0%	100,0%	573	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,50	4,47			4,48		
W. Lotnisko	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	3	2	2	0,2%	0,2%	4	0,2%	0,1%
	4	411	693	49,2%	53,1%	1104	51,5%	-3,9%
	5	423	611	50,6%	46,8%	1034	48,3%	3,8%
Suma		836	1306	100,0%	100,0%	2142	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,79	4,91			4,85		
X. Dworzec kolej.	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA	
	3	31	1	2,8%	0,1%	32	1,5%	2,8%
	4	167	89	15,3%	8,5%	256	12,0%	6,9%
	5	891	959	81,8%	91,4%	1850	86,5%	-9,6%
Suma		1089	1049	100,0%	100,0%	2138	100,0%	0,0%
P11								
KRAKÓW								x
WAED		4,53	4,60			4,56		

	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ N	Σ%	KR-ZA
Y. Dworzec autobus.							
1	1		0,1%	0,0%	1	0,0%	0,1%
2	11	1	1,0%	0,1%	12	0,5%	0,9%
3	97	79	8,8%	6,9%	176	7,8%	1,9%
4	292	296	26,4%	25,8%	588	26,1%	0,6%
5	704	771	63,7%	67,2%	1475	65,5%	-3,5%
Suma	1105	1147	100,0%	100,0%	2252	100,0%	
P11							
KRAKÓW							x
WAED	4,54	4,64			4,59		
Z. Oferta letnia							
2		1	0,0%	0,1%	1	0,0%	-0,1%
3	110	139	8,5%	11,6%	249	10,0%	-3,0%
4	371	155	28,8%	12,9%	526	21,1%	15,9%
5	809	908	62,7%	75,5%	1717	68,9%	-12,8%
Suma	1290	1203	100,0%	100,0%	2493	100,0%	0,0%
P11							
KRAKÓW							x
WAED	3,20	3,00			3,11		
AB. Parkingi							
1	85	73	6,8%	6,5%	158	6,6%	0,3%
2	136	82	10,9%	7,3%	218	9,2%	3,6%
3	712	831	56,8%	74,0%	1543	64,9%	-17,2%
4	84	41	6,7%	3,7%	125	5,3%	3,1%
5	236	96	18,8%	8,5%	332	14,0%	10,3%
Suma	1253	1123	100,0%	100,0%	2376	100,0%	
P11							
KRAKÓW							x
WAED	4,01	3,60			3,82		
AC. Bezp. epidem.							
2	90	88	5,3%	6,4%	178	5,8%	-1,1%
3	371	489	21,7%	35,6%	860	27,9%	-13,9%
4	689	684	40,3%	49,7%	1373	44,5%	-9,5%
5	561	114	32,8%	8,3%	675	21,9%	24,5%
Suma	1711	1375	100,0%	100,0%	3086	100,0%	0,0%
P11							
KRAKÓW							x
ZWAD	4,05	3,88			3,97		

	N		%		Razem: N	Razem: %	
1	584	705	1,90%	2,40%	1289	2,14%	-0,5%
2	1586	1794	5,15%	6,10%	3380	5,61%	-1,0%
3	6113	7209	19,85%	24,52%	13322	22,13%	-4,7%
4	9978	10214	32,40%	34,73%	20192	33,54%	-2,3%
5	12531	9484	40,70%	32,25%	22015	36,57%	8,4%
Suma	30792	29406	100,00%	100,00%	60198	100,00%	

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

Elementem oferty turystycznej warunkującym pobyt turystów w mieście jest baza noclegowa. W 2021 r. turyści zagraniczni, którzy zawsze byli usatysfakcjonowani usługami noclegowymi przyznali ocenę 3,66 i była to ocena niższa niż w badaniach prowadzonych w poprzednich latach. Wyżej usługi noclegowe ocenili goście krajowi (3,97) i w tej grupie 33% badanych przyznało oceny maksymalne potwierdzające pełne zadowolenie z otrzymanych usług. Jednak przez 4% turystów krajowych baza noclegowa została oceniona negatywnie, co odzwierciedla ocena 1,0. Mniejsze różnice w skali ocen możemy zauważyć w opiniach turystów zagranicznych i jest to wynikiem korzystania z mniej zróżnicowanej, co do zakresu oferty bazy noclegowej. Można przyjąć, że baza noclegowa niezmiennie stanowi mocny punkt oferty turystycznej miasta, a jej różnorodność gwarantuje zaspokojenie potrzeb zakwaterowania każdemu segmentowi turystów.

Atutem oferty turystycznej Krakowa decydującym w znacznym stopniu o atrakcyjności miasta są lokale i usługi gastronomiczne. W 2021 r. była to sfera usług objęta największymi restrykcjami, a pomimo tego usługi gastronomiczne uzyskały ocenę 3,75. Również w tym przypadku goście zagraniczni (3,43) byli bardziej krytyczni niż krajowi (4,02). Wśród gości krajowych dominowały oceny dobre i bardzo dobre (ponad 70% wskazań). Mając na uwadze zakres ograniczeń, jaki dotknął branżę gastronomiczną, ofertę należy uznać za zadawalającą. Utrzymywanie dobrego poziomu usług gastronomicznych ma istotne znaczenie w budowaniu turystycznej marki miasta. W turystyce miejskiej pobyty w lokalach gastronomicznych są preferowanym sposobem spędzania czasu, a niekiedy stanowią główny cel przyjazdu w ramach turystyki kulinarnej.

Wydarzenia kulturalne, muzea, teatry, filharmonia, opera, koncerty muzyczne, czy imprezy masowe są składnikiem oferty kulturalnej Krakowa oraz istotnym elementem oferty turystycznej miasta. Jednym z zasadniczych celów instytucji kultury i wydarzeń kulturalnych jest zapewnienie rozrywki mieszkańcom, a także przyciągnięcie turystów i zapewnienie im zróżnicowanych form rozrywki. Oferta instytucji kulturalnych oraz imprezy masowe budziły uznanie i zostały wysoko ocenione (4,21) zarówno przez gości zagranicznych i krajowych. Przy identycznej średniej ocenie, odwiedzający z zagranicy częściej przyznawali ocenę 5,0, co wpisuje się w strategię promocji miasta skierowaną na pozyskiwanie turystów zainteresowanych wysoką kulturą.

Również oferta szeroko rozumianej branży rozrywkowej stanowi ważny element w turystyce miejskiej. W 2021 r. opinia na temat tej formy rozrywki, jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby odzwierciedla się w ocenie – 4,23, i w tym przypadku oceny obydwu badanych grup były do siebie zbliżone. Krótkie pobyty turystów w mieście charakteryzuje intensywność w poszukiwaniu rozrywki i atrakcji, które proponowane są także w porze nocnej. Atrakcje nocne uzyskały ocenę 3,94, czyli na poziomie średniej wartości wszystkich ocenianych elementów produktu turystycznego Krakowa w 2021

r. Warto zwrócić uwagę, że z rozrywki oraz z atrakcji nocnych częściej korzystali odwiedzający zagraniczni, co odzwierciedla się w ilości pozyskanych opinii, ale w ocenie, w obu przypadkach byli bardziej krytyczni niż goście krajowi.

Atrakcje turystyczne Krakowa, element oferty niejednoznaczny, a przez to bardzo zróżnicowany i zindywidualizowany w odbiorze, badani ocenili na 4,18. Wśród odwiedzających krajowych dominowały oceny bardzo dobre, ale 4% z nich nie znalazło w mieście odpowiednich dla siebie atrakcji. Goście zagraniczni w swoich opiniach byli bardziej zróżnicowani, przyznając oceny pozytywne, dobre i bardzo dobre w porównywalnym procencie. Można przyjąć, że atrakcje turystyczne Krakowa zaspokajają oczekiwania turystów. Istotnym elementem atrakcyjności miasta jest jego turystyczna oferta w sezonie letnim. Zważywszy na wzmożony ruch turystyczny w tym okresie bardzo wysoka ocena 5,59 wyraża satysfakcję odwiedzających i wskazuje na właściwe rozpoznanie potrzeb przez usługodawców.

Szczególnym elementem oferty miasta jest propozycja dla rodzin podróżujących z małymi dziećmi oraz dla krajowej turystyki szkolnej. Oferta skierowana jest dla odwiedzających weekendowych oraz podróżujących w okresie wakacji zimowych i letnich. Odwiedzający krajowi (4,54) jak i zagranicznych (4,62) docenili te usług przyznając odpowiednio oceny 4,54 i 4,62. Poziom ocen w obu badanych grup należy do jednych z najwyższych i wynosi 4,57. Wydaje się, że rozwój tego segmentu rynku przebiega właściwie, co wpływa na wyrównanie sezonowości ruchu turystycznego i wzbogaca o kolejny element ofertę turystyczną miasta.

Możliwość skorzystania z oferty turystycznej w znacznej mierze zależy od poziomu informacji turystycznej i oznakowania turystycznego. Zdaniem odwiedzających w obu badanych grupach odwiedzających dostęp do informacji i poziom informacji spełniają swoje role i ocenione zostały bardzo wysoko (4,27), a co istotne, goście zagraniczni w kolejnym roku badań przyznali wyższą ocenę (4,30) niż krajowi (4,24) oraz częściej korzystali z tych usług. Oznakowanie turystyczne również spełnia oczekiwania badanych, ale było bardziej czytelne dla gości krajowych (4,18) niż zagranicznych (4,07). Udogodnienie w pozyskiwaniu informacji zapewnia również dostęp do Internetu. Usługa ta jednak w opinii odwiedzających krajowych i zagranicznych nie spełniała w należyty sposób ich oczekiwań. W 2021 r. została oceniona bardzo negatywnie uzyskując odpowiednio ocenę 3,0 i 2,28. Przyczyny tak niskiej oceny można szukać w przyzwyczajeniach podróżnych do korzystania z dostępu do bezpłatnego Internetu w większości miejsc i instytucji publicznych w popularnych destynacjach turystycznych.

Znaczący wpływ na pozytywny przekaz informacji o Krakowie i promocję oferty turystycznej miasta mają przewodnicy turystyczni. Wśród odwiedzających Kraków gości krajowych opinia na temat pracy przewodników wyrażona została w ocenie 4,59, a przez gości zagranicznych w ocenie 4,67. Usługi przewodników w 2021 r. uzyskały najwyższy poziom ocen ze wszystkich składowych oferty turystycznej miasta. Taka opinia świadczy o tym, że zakres oraz poziom przekazu jest właściwie dostosowany do potrzeb turystów.

Dworce komunikacji zbiorowej: autobusowej, kolejowej, lotniczej stanowiące element ocenianej oferty turystycznej Krakowa zostały w 2021 r. bardzo wysoko ocenione. Dworzec autobusowy oceniono na 4,56, kolejowy 4,85, lotniczy na 4,48. Opinie na temat funkcjonowania dworców wyrażone w ocenie należały do najlepszych spośród wszystkich ocenianych elementów oferty. Podobne zdanie wyrażali zarówno odwiedzający krajowi jak i zagraniczni.

Również nie sprawiało problemów obydwu badanych grupom przemieszczanie się w obrębie miasta i korzystanie z usług transportu lokalnego, który został bardzo wysoko oceniony (4,24). Odwiedzający krajowi przyznali ocenę 4,29, a goście zagraniczni wystawili ocenę 4,19. W transporcie lokalnym znacząca rolę odgrywają również usługi taksówkowe. Opinia o tej formie transportu była jednak zdecydowanie gorsza i wyraziła się w ocenie 3,65. Goście zagraniczni ofertę usług taksówkowych uznali za jedną z najgorszych w mieście.

W miejscach użyteczności publicznej zwraca się również większą uwagę na udogodnienia dla osób niepełnosprawnych. Podróżni zagraniczni bardzo dobrze odbierali dostosowanie infrastruktury miasta dla osób niepełnosprawnych, przyznając ocenę 4,55. Może mieć na to wpływ przygotowanie obiektów hotelarskich do obsługi osób niepełnosprawnych, z których noclegów najczęściej korzystają turyści zagraniczni. Goście krajowi również bardzo pozytywnie odbierali poziom tych udogodnień i ocenili je na 4,32.

Wskaźnikiem poziomu kultury i życia w mieście jest organizacja i funkcjonowanie miejsc i obiektów użyteczności publicznej. Czystość otoczenia w odwiedzanym miejscu jest łatwo obserwowalna i chętnie oceniana przez odwiedzających, co potwierdza liczba uzyskanych opinii w obu badanych grupach. W 2021 roku opinia dotycząca ładu i porządku nie uległa zmianie w stosunku do roku ubiegłego. Przyznana ocena 3,90 jest na poziomie średniej ocen wszystkich elementów oferty, co generalnie daje pozytywny obraz czystości miasta. Gorzej jednak zostały ocenione w mieście toalety publiczne (3,39) i jest to, obok parkingów oraz dostępu do Internetu, jedna z najniżej ocenianych usług. Biorąc pod uwagę zagrożenia epidemicznego poziom czystości i higieny w mieście urasta do pierwszoplanowego czynnika decydującego o wyborze kierunku wyjazdu. Zatem, istotny jest również odbiór bezpieczeństwa epidemiologicznego. Ten element składowy oferty turystycznej Krakowa odwiedzający ocenili na 3,82. W tym przypadku zdecydowanie więcej obaw mieli goście zagraniczni, co wyraziło się w ocenie 3,60, niż goście krajowi, którzy ocenili poziom bezpieczeństwa na 4,01. Należy zauważyć, że turyści krajowi podchodzili do restrykcji wprowadzonych w wyniku pandemii zdecydowanie mniej rygorystycznie niż turyści zagraniczni, przez co mogli potęgować poczucie zagrożenia. Pomimo tego, że poziom czystości i higieny miejsc publicznych jest postrzegany pozytywnie, to aktualne pozostaje stwierdzenie, że poziom czystości miasta musi ulegać stałej poprawie, ponieważ w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie opinii o miejscu odwiedzanym.

Poczucie bezpieczeństwa jest też zależne od postrzegania stanu czystości powietrza w miejscu odwiedzanym, a w miastach zjawiska smogu. Ten bezpośredni odbiór lub świadomość stanu czystości powietrza atmosferycznego w Krakowie przez gości zagranicznych został wyrażony w ocenie 3,32. Goście krajowi przyznali ocenę 3,90. Może to być wynikiem wiedzy na temat czystości powietrza, a niekoniecznie bezpośrednich odczuć. Niemniej jednak, wszystkie działania dotyczące poprawy stanu powietrza w mieście nie tylko należy w dalszym ciągu rozwijać, ale również wzmocnić przekaz informacyjny o tych przedsięwzięciach i ich wpływie na poprawę środowiska.

Bezpieczeństwo w miejscu odwiedzanym dotyczy również zagrożeń fizycznych, kradzieży, rozboju. Pod tym względem Kraków odbierany jest przez odwiedzających jako miasto, w którym czują się bezpiecznie. Goście zagraniczni przyznali ocenę 3,97, a goście krajowi 3,82. Biorąc pod uwagę skalę ruchu turystycznego jest to wynik zadawalający.

Jakość oferty turystycznej Krakowa, czyli zakres i poziom świadczeń, z jakich korzystali odwiedzający, oraz niewymiernych odczuć z pobytu odzwierciedla kompleksowa ocena określana jako Zintegrowany Wskaźnik Atrakcji Destynacji, który w 2021 r. wyraził się w ocenie 3,97. Przy czym bardziej krytyczni byli goście zagraniczni (3,88), niż krajowi (4,05). Mając na uwadze zawirowania społeczno-gospodarcze wywołane pandemią, oferta turystyczna Krakowa jest niezmiennie dobrze odbierana przez odwiedzających miasto.

7.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez podróżnych odwiedzających Kraków w 2021 roku

Podróżni odwiedzający Kraków w 2021 r. wyrażali swoją opinię na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny wysokie, odpowiednie, niskie.

Dokonując analizy zebranych informacji, należy zaznaczyć, że 2021 r. był kolejnym rokiem ograniczeń spowodowanych wirusem COVID-19 i w sposób szczególny odczuła to branża turystyczna. Skutki wprowadzanych obostrzeń były zauważalne w decyzjach biznesowych (wzrost cen, zakres ofert) i reakcjach podróżnych (zachowania, opinie). W przypadku analizowania opinii odwiedzających na temat relacji cen do jakości świadczonych usług szczególnie istotny jest podział podróżnych na krajowych i zagranicznych. Znaczne rozbieżności w ocenie relacji ceny i jakości wynikają z zasobności finansowej badanych osób. Goście zagraniczni odnoszą się do cen w kraju pochodzenia, a dominującą grupą respondentów stanowią podróżni z gospodarczo rozwiniętych państw.

W 2021 r. 78,0% turystów krajowych (osób nocujących) i 67,9% zagranicznych uznało relację cen w stosunku do oferowanych usług noclegowych w Krakowie jako odpowiednią. Kolejny rok z rzędu odnotowujemy wzrost odsetka turystów krajowych uznających poziom tych cen za odpowiedni. Coraz mniejsze rozbieżności występują w opiniach odwiedzających krajowych i zagranicznych. Zdanie, że ceny są wysokie w stosunku do jakości świadczonych usług wyraziło 20,9% gości krajowych i aż 29,7% gości zagranicznych. Również zbieżność stanowisk możemy zaobserwować przy wskazaniach uznających ceny usług noclegowych jako niskie (1,1% – goście krajowi i 2,4% goście zagraniczni). Można zatem przyjąć, że poziom zamożności odwiedzających krajowych i zagranicznych jest do siebie zbliżony.

Relacje cen do jakości świadczonych usług gastronomicznych w Krakowie 63,9% gości krajowych uznało za odpowiednie. W grupie gości zagranicznych opinię taką wyraziło 48,4%. Jednak dla 34,1% badanych gości krajowych ceny usług gastronomicznych świadczonych w Krakowie były wysokie i odsetek takich odpowiedzi wzrósł w stosunku do ubiegłego roku o 7%. Taką opinię potwierdziło również 47,2% gości zagranicznych, co w sposób zdecydowany zmienia dotychczasowy odbiór cen przez tę grupę odwiedzających. We wskazaniach uznających ceny jako niskie w stosunku do jakości oferty gastronomicznej odsetek ten wynosił wśród gości krajowych 2,0%, a zagranicznych 4,4%. Można zatem stwierdzić, że oferta gastronomiczna Krakowa jest akceptowalna zarówno dla gości zagranicznych i krajowych, ale wyniki wskazują, że w obu badanych grupach jest duży odsetek osób uznający ceny usług gastronomicznych za ceny wysokie w stosunku do jakości oferty.

Oferta kin i teatrów w 2021 r., podobnie jak w poprzednich latach badań, nie stanowiła istotnego punktu w sposobie spędzania czasu. Goście krajowi, którzy wyrazili opinię dotyczącą relacji cen do jakości oferowanych przez instytucje kultury usług, uznali te relacje za odpowiednie (50,3%).

Podobne zdanie miało jedynie 32,7% gości zagranicznych. Po raz pierwszy można natomiast odnotować, że dla 40,5% gości zagranicznych ceny tych usług były wysokie. Mniej, bo 31,3% gości krajowych podzielało tę opinię. W dalszym ciągu jednak znaczny odsetek gości zagranicznych (26,8%) wyraził opinię, że ceny biletów do kin i teatrów są niskie, a takie zdanie miało 18,4% gości krajowych.

Usługi przewodników turystycznych stanowiące ważny elementem w promocji miasta. W 2021 r. opinię gości krajowych na temat cen za usługi przewodnickie w stosunku do ich jakości odzwierciedla 59,1% wskazań, że ceny tych usług są odpowiednio ustalone. Podobne zdanie miało 66,3% gości zagranicznych. Uznających ceny usług przewodnickich jako wysokie w stosunku do jakości świadczeń było 31,4% gości krajowych i 22,0% zagranicznych. Na niski poziom cen w stosunku do świadczeń wskazało 11,7% badanych zagranicznych i 9,5% krajowych. Należy zaznaczyć, że w 2021 r. tylko nieliczna grupa odwiedzających korzystała z usług przewodników miejskich i przewodników oprowadzających po obiektach.

Stosunek cen do jakości usług transportowych umożliwiających dotarcie do Krakowa 73,9% podróżnych krajowych i 67,8% zagranicznych uznało za odpowiednie. Odsetek ten, w obu badanych grupach, nie uległ zasadniczej zmianie w stosunku do badań z ubiegłego roku. Znaczną różnicę natomiast można zauważyć w opiniach turystów zagranicznych, dla których ceny środków transportu, którymi dotarli do Krakowa w 2021 r. były wysokie. Takich wskazań odnotowano 31,4% i odsetek tych opinii był o 6% wyższy niż wśród odwiedzających krajowych. Bardziej zróżnicowane opinie goście wyrażali na temat cen lokalnych usług transportowych. Dla 50,6% podróżnych krajowych i dla 57,5% zagranicznych ceny były odpowiednie. Znaczny odsetek uznał ceny transportu lokalnego jako wysokie (32,2% gości krajowych i 22,0% gości zagranicznych). Jednocześnie odnotowano znaczny poziom wskazań, że ceny są niskie. Takie zróżnicowanie opinii może być wynikiem korzystania z różnych rodzajów transportu oraz zmian struktury odwiedzających Kraków, a szczególnie ich możliwości finansowych.

Ocena jakości oferty obiektów muzealnych w Krakowie w stosunku do cen biletów została uznana za odpowiednią (97,9%). Obie badane grupy były w tym względzie zgodne. Takie wyważenie cen odnotowujemy po raz pierwszy w badaniach ruchu turystycznego. Warto również zaznaczyć, że liczba osób udzielających odpowiedzi była wysoka i odpowiadała deklaracjom celów przyjazdu.

Imprezy kulturalne, istotny element oferty turystycznej Krakowa, zdaniem gości krajowych były właściwie wycenione w stosunku do ich jakości (75,4% wskazań). W tej grupie wzrósł natomiast odsetek opinii, że ceny są niskie (17,2%), a tylko dla 8% były one wysokie. Wśród gości zagranicznych 53,4% badanych uznało relacje cen do jakości oferowanych usług jako odpowiednie, ale duży odsetek (46,1%) określił je jako niskie. Warto jednak podkreślić, że w 2021 r. organizacja imprez kulturalnych i dostęp do oferty był ograniczony i w zmieniających się okolicznościach opinia może ulec istotnym zmianom.

Imprezy sportowe i baza sportowo-rekreacyjna, podobnie jak kina, teatry nie stanowią istotnego celu przyjazdów do Krakowa. Pomimo ograniczeń w organizacji imprez sportowych w 2021 r. pozyskano opinie na temat cen do jakości oferty. Obie badane grupy uznały ceny biletów na imprezy sportowe w stosunku do ich jakości jako odpowiednie (krajowi – 94,4%, zagraniczni – 98,8%). Zdecydowane różnice odnotowujemy natomiast w opiniach dotyczących opłat za korzystanie z bazy sportowo-rekreacyjnej. Zdaniem 46,9% odwiedzających krajowych ceny usług były wysokie w stosunku do oferty. Podobnego zdania byli również korzystający z zagranicy (40,4%). Interesujące

jest jednak to, że również znaczny odsetek gości, zarówno krajowych (13,3%) i zagranicznych (32,3%), uznało, że ceny są niskie w stosunku do świadczonych usług. Takiej rozbieżności opinii nie odnotowujemy w ocenie innych elementów oferty turystycznej. Należy jednak zaznaczyć, że liczba udzielających była stosunkowo mała.

W 2021 r. oferta dyskotek, pubów, klubów, jak większość oferty rozrywkowej, z której chętnie korzystają odwiedzający, była ponownie znacząco ograniczona. Goście krajowi, którzy wyrazili opinie, uznali ceny w stosunku do jakości świadczonych usług za odpowiednie (64,4%). Również dla udzielających odpowiedzi goście zagranicznych ceny usług rozrywkowych były ustalone na właściwym poziomie (57,7%). W obu grupach badanych należy odnotować znaczny odsetek opinii, że ceny są wysokie w stosunku do oferty (krajowi – 33,4%, zagraniczni – 37,8%). Obniżył się natomiast odsetek uznających, że dostęp do rozrywki w Krakowie jest tani.

Szeroko rozumiane atrakcje turystyczne Krakowa, a w szczególności ich odpłatna dostępność, jest zdaniem gości krajowych (86,8%) właściwie wyceniona. Taką opinię wyraziło również 89,8% gości zagranicznych. Oznacza to, że relacja cen do jakości oferty jest prawidłowo skalkulowana i akceptowana przez korzystających. Jednak 12,6% badanych gości krajowych i 9,3% gości zagranicznych uznało, że ceny dostępu do tych usług są wysokie.

Wycieczki lokalne po Krakowie i okolicy w opinii badanych są dostępne cenowo, a cena jest adekwatna do oferty. Spośród korzystających z tej formy zwiedzania 67,8% gości krajowych i 74,7% gości zagranicznych akceptowało cenę i ofertę. Warto zwrócić uwagę, że znaczny odsetek, w obu badanych grupach, uznał ceny tych usług jako niskie (odpowiednio 32,2% i 24,9%).

Korzystający z własnego transportu samochodowego odnosili się również do opłat parkingowych w mieście. Biorąc pod uwagę, że opinia na temat miejsc parkingowych była generalnie negatywna, to odsetek odpowiedzi wskazujących na właściwą relację cen do jakości usług (odwiedzający krajowi – 55,6%, zagraniczni – 73,4%) można uważać za zadawalający. Należy jednak zaznaczyć, że dla 43,6% gości krajowych i 25,9% zagranicznych, ceny były wysokie. W przypadku cen za usługi parkingowe istotnym jest właściwe ich wyważenie. Z jednej strony miasto musi realizować politykę ograniczonego dostępu samochodów do centrum, a jednocześnie nie zablokować tego najpopularniejszego środka transportu, jaki wybierają odwiedzający Kraków.

Poddając analizie uzyskane opinie na temat cen poszczególnych usług w stosunku do poziomu świadczeń, należy wyraźnie podkreślić, że w 2021 r. dominowało stwierdzenie, że ceny usług, z których korzystają turyści, są odpowiednie do jakości świadczonych usług (98,7%). Można zauważyć, że ceny te są aprobowane zarówno przez gości zagranicznych i krajowych. Generalnie, wyniki badań wskazują, że w 2021 r., że oferta turystyczna Krakowa była właściwie wyceniona przez usługodawców.

Tabela 7.3.1. Ceny do jakości oferowanych usług w Krakowie w 2021 roku. Na żółto wskaźnik ceny

P13							
Kraków							x
Cena do Jakości	1,80	1,73			1,76		
	N		%		∑ : N	∑ : %	
A. Noclegi	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	260	398	20,9%	29,7%	658	25,5%	-8,8%

	Ceny średnie	970	910	78,0%	67,9%	1880	72,8%	10,1%
	Ceny niskie	14	32	1,1%	2,4%	46	1,8%	-1,3%
Suma		1244	1340	100,0%	100,0%	2584	100,0%	0,0%
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości		1,68	1,57			1,63		
		N		%		Σ : N	Σ : %	
B. Gastronomia		Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
	Ceny wysokie	559	650	34,1%	47,2%	1209	40,1%	-13,1%
	Ceny średnie	1047	667	63,9%	48,4%	1714	56,8%	15,4%
	Ceny niskie	33	60	2,0%	4,4%	93	3,1%	-2,3%
Suma		1639	1377	100,0%	100,0%	3016	100,0%	0,0%
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości		1,87	1,86			1,87		
		N		%		Σ : N	Σ : %	
C. Teatr Kino		Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
	Ceny wysokie	92	89	31,3%	40,5%	181	35,2%	-9,2%
	Ceny średnie	148	72	50,3%	32,7%	220	42,8%	17,6%
	Ceny niskie	54	59	18,4%	26,8%	113	22,0%	-8,5%
Suma		294	220	100,0%	100,0%	514	100,0%	0,0%
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości		1,78	1,90			1,84		
		N		%		Σ : N	Σ : %	
D. Przewodnicy		Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
	Ceny wysokie	122	96	31,4%	22,0%	218	26,4%	9,3%
	Ceny średnie	230	289	59,1%	66,3%	519	62,9%	-7,2%
	Ceny niskie	37	51	9,5%	11,7%	88	10,7%	-2,2%
Suma		389	436	100,0%	100,0%	825	100,0%	0,0%
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości		1,75	1,69			1,72		
		N		%		Σ : N	Σ : %	
E. Transport lokalny		Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
	Ceny wysokie	309	379	25,3%	31,4%	688	28,4%	-6,1%
	Ceny średnie	901	818	73,9%	67,8%	1719	70,9%	6,1%
	Ceny niskie	9	10	0,7%	0,8%	19	0,8%	-0,1%
Suma		1219	1207	100,0%	100,0%	2426	100,0%	0,0%

P13								
Kraków								x
Cena do Jakości	1,85	1,98			1,93			
	N		%		Σ : N	Σ : %		
F. Taxi	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.				KR-ZA
Ceny wysokie	231	247	32,2%	22,0%	478	26,0%	10,2%	
Ceny średnie	363	645	50,6%	57,5%	1008	54,8%	-6,9%	
Ceny niskie	123	229	17,2%	20,4%	352	19,2%	-3,3%	
Suma	717	1121	100,0%	100,0%	1838	100,0%	0,0%	
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości	2,09	2,46			2,23			
	N		%		Σ : N	Σ : %		
G. Imprezy kulturalne	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.				KR-ZA
Ceny wysokie	22	1	8,0%	0,6%	23	5,1%	7,4%	
Ceny średnie	207	95	75,0%	53,4%	302	66,5%	21,6%	
Ceny niskie	47	82	17,0%	46,1%	129	28,4%	-29,0%	
Suma	276	178	100,0%	100,0%	454	100,0%	0,0%	
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości	1,66	1,92			1,79			
	N		%		Σ : N	Σ : %		
H. Baza sportowa	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.				KR-ZA
Ceny wysokie	120	95	46,9%	40,4%	215	43,8%	6,4%	
Ceny średnie	102	64	39,8%	27,2%	166	33,8%	12,6%	
Ceny niskie	34	76	13,3%	32,3%	110	22,4%	-19,1%	
Suma	256	235	100,0%	100,0%	491	100,0%	0,0%	
P13								
Kraków								x
Cena do Jakości	1,69	1,67			1,68			
	N		%		Σ : N	Σ : %		
I. Kluby Dyskoteki	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.				KR-ZA
Ceny wysokie	351	473	33,4%	37,8%	824	35,8%	-4,4%	
Ceny średnie	677	719	64,4%	57,4%	1396	60,6%	6,9%	
Ceny niskie	24	60	2,3%	4,8%	84	3,6%	-2,5%	
Suma	1052	1252	100,0%	100,0%	2304	100,0%	0,0%	
P13								
Kraków								x

Cena do Jakości	1,88	1,92			1,90		
	N		%		Σ : N	Σ : %	
J. Atrakcje turystyczne	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	169	114	12,6%	9,3%	283	11,0%	3,3%
Ceny średnie	1165	1098	86,8%	89,8%	2263	88,2%	-3,0%
Ceny niskie	8	11	0,6%	0,9%	19	0,7%	-0,3%
Suma	1342	1223	100,0%	100,0%	2565	100,0%	0,0%
P13							
Kraków							x
Cena do Jakości	1,57	1,75			1,66		
	N		%		Σ : N	Σ : %	
K. Parkingi	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	544	298	43,6%	25,9%	842	35,1%	17,7%
Ceny średnie	694	845	55,6%	73,4%	1539	64,2%	-17,8%
Ceny niskie	10	8	0,8%	0,7%	18	0,8%	0,1%
Suma	1248	1151	100,0%	100,0%	2399	100,0%	0,0%
P13							
Kraków							x
Cena do Jakości	1,99	2,02			2,01		
	N		%		Σ : N	Σ : %	
L. Inne	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	1	0	0,7%	0,0%	1	0,3%	0,7%
Ceny średnie	135	168	99,3%	98,2%	303	98,7%	1,0%
Ceny niskie	0	3	0,0%	1,8%	3	1,0%	-1,8%
Suma	136	171	100,0%	100,0%	307	100,0%	0,0%
P13							
Kraków							x
Cena do Jakości	2,32	2,24			2,27		
	N		%		Σ : N	Σ : %	
M. Wycieczki lokalne	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	0	1	0,0%	0,4%	1	0,3%	-0,4%
Ceny średnie	80	168	67,8%	74,7%	248	72,3%	-6,9%
Ceny niskie	38	56	32,2%	24,9%	94	27,4%	7,3%
Suma	118	225	100,0%	100,0%	343	100,0%	0,0%
P13							
Kraków							x
Cena do Jakości	2,94	2,99			2,97		
	N		%		Σ : N	Σ : %	

N. Imprezy sportowe	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	0	0	0%	0%	0	0%	
Ceny średnie	3	1	6,0%	1,2%	4	3,0%	4,8%
Ceny niskie	47	84	94,0%	98,8%	131	97,0%	-4,8%
Suma	50	85	100,0%	100,0%	135	100,0%	0,0%
P13							
Kraków							x
Cena do Jakości	2,02	2,01			2,02		
	N		%		Σ : N	Σ : %	
O. Muzea	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-ZA
Ceny wysokie	2	2	0,4%	0,2%	4	0,3%	0,2%
Ceny średnie	516	937	97,5%	98,1%	1453	97,9%	-0,6%
Ceny niskie	11	16	2,1%	1,7%	27	1,8%	0,4%
Suma	529	955	100,0%	100,0%	1484	100,0%	0,0%

Cena do Jakości	1,78	1,81			1,79		
Ogółem							
	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.	Σ : N	Σ : %	KR-ZA
Ceny wysokie	2782	2843	26,60%	25,63%	5625	26,10%	1,0%
Ceny średnie	7235	7495	69,17%	67,58%	14730	68,35%	1,6%
Ceny niskie	442	753	4,23%	6,79%	1195	5,55%	-2,6%
Suma	10459	11091	100,00%	100,00%	21550	100,00%	

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

7.4. Zaufanie do usługi posiadającej widoczny certyfikat „QualityKraKow” (wskazujący, że przestrzegane są w lokalu zasady bezpieczeństwa sanitarnego, normy ekologiczne, standardy obsługi, lokalność itd.)

Propozycja wprowadzenia znakowania w mieście usługi posiadającej widoczny certyfikat „QualityKraKow” (wskazujący, że przestrzegane są w lokalu zasady bezpieczeństwa sanitarnego, normy ekologiczne, standardy obsługi, lokalność itd.) spotkało się z bardzo pozytywną oceną „tak” odwiedzających zagranicznych jak również krajowych.

Tabela 7.4.1. Certyfikat „QualityKraKow”

Certyfikat „QualityKraKow”	Kraj		Zagranica		Razem: N	Razem: %
Poziom zaufania	N	%	N	%		
A TAK, jak najbardziej	306	24,7%	449	33,6%	755	29,3%
B Raczej TAK	496	40,0%	457	34,2%	953	37,0%
C Nie mam zdania	392	31,6%	367	27,4%	759	29,4%
D Raczej NIE	33	2,7%	39	2,9%	72	2,8%
E Na pewno NIE	14	1,1%	26	1,9%	40	1,6%
Suma końcowa wskazań	1241	100%	1338	100%	2579	100%

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

Rozdział 8. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski

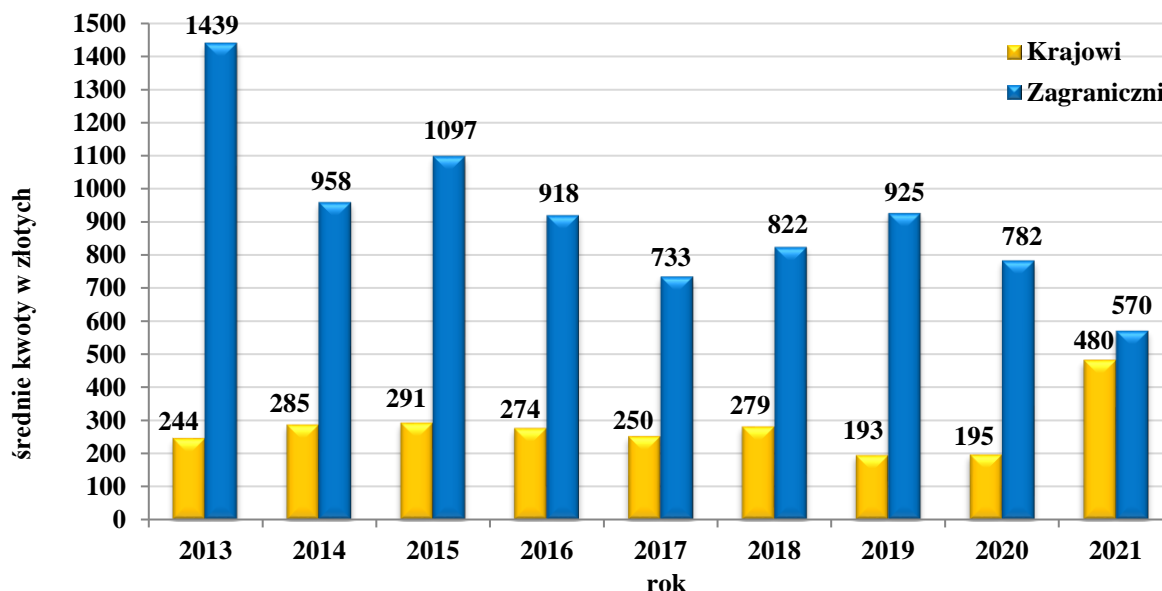
8.1. Wprowadzenie

W niniejszym rozdziale przedstawiono wyniki badań dotyczące wydatków odwiedzających i szacunkowych wpływów z turystyki w Krakowie w 2021 roku. Zaprezentowano średnie kwoty ponoszone przed przyjazdem oraz średnie sumy wydatkowane podczas pobytu w mieście – przez odwiedzających z Polski i z zagranicy. Podsumowaniem rozdziału jest prezentacja szacowanych wpływów z przyjazdowego ruchu turystycznego dla stolicy Małopolski.

8.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście

W 2021 roku odnotowano istotny (prawie 2,5-krotny) wzrost średniej kwoty na osobę wydatkowanej przed przyjazdem do Krakowa (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Polski. Okazała się ona najwyższa w całym badanym okresie, tj. od 2013 roku – ponad 480 zł na osobę. Z kolei, wysokość średniego wydatku odwiedzających z zagranicy była najniższa w analizowanym okresie – tylko 570 zł na osobę, tj. o 27,1% mniej niż rok wcześniej i o 38,4% mniej niż w roku przed pandemią, tj. 2019. Nadal jednak sumy wydawane przez obcokrajowców były wyższe niż te przeznaczane na pobyt w Krakowie przez Polaków (o 18,8%). Taka relacja obserwowalna jest od początku badań wysokości wydatków przed przyjazdem do miasta, tj. od 2013 roku, niemniej jednak różnica w latach poprzednich była zdecydowanie większa (przykładowo w 2013 roku średnie kwoty wydatkowane przez cudzoziemców były prawie 6-krotnie, w 2019 roku – prawie 5-krotnie, a w roku ubiegłym – 4-krotnie wyższe niż te wydawane przez Polaków).

Rysunek 8.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2013-2021 (w zł na osobę)*



* Badanie wysokości sum wydatkowanych przed przyjazdem do Krakowa prowadzone jest od 2013 roku.

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

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa w 2021 roku przez turystów (tak krajowych, jak i zagranicznych) były nieznacznie wyższe niż odwiedzających jednodniowych

(o 3,6% i o 4,0%) – wynosiły odpowiednio 481 zł na osobę i 574 zł na osobę vs 465 zł na osobę i 552 zł na osobę. Warto też uwypuklić, że w 2021 roku wydatki przed przyjazdem zarówno zagranicznych turystów, jak i zagranicznych odwiedzających jednodniowych były tylko niewiele wyższe niż polskich turystów i polskich odwiedzających jednodniowych – odpowiednio o 19,2% i o 18,7%.

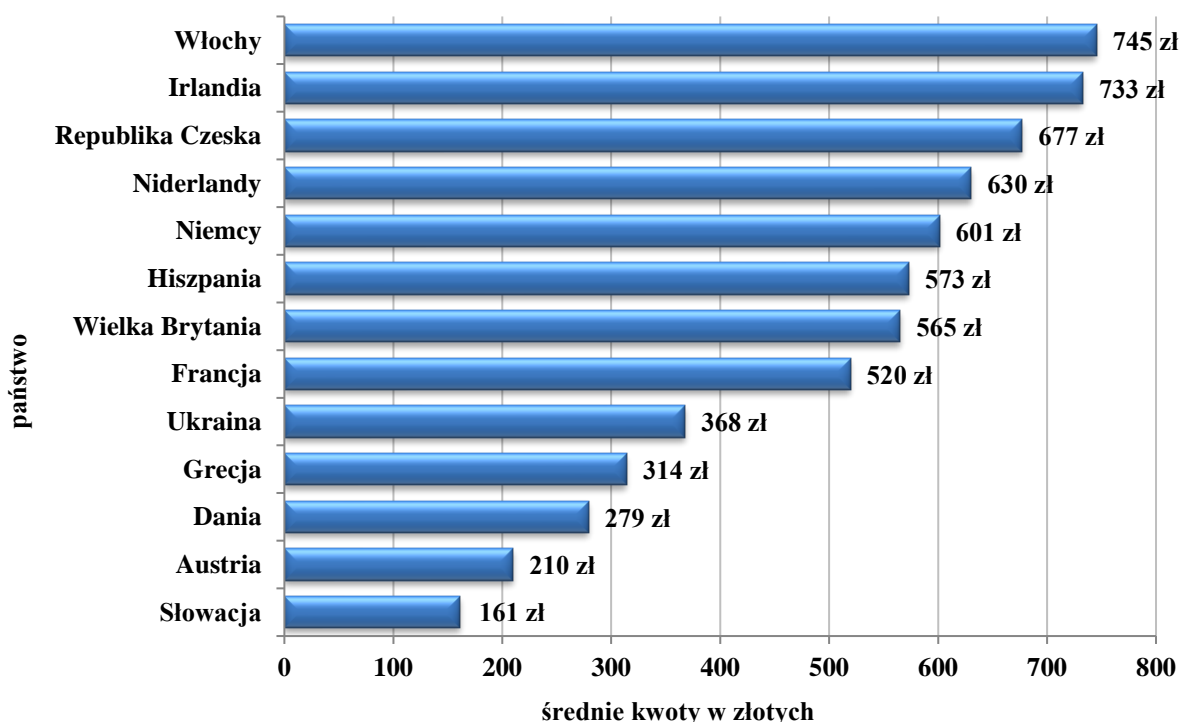
Tabela 8.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem turystów i odwiedzających jednodniowych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w 2021 roku

Wyszczególnienie	Krajowi	Zagraniczni
Turysta	481	574
Jednodniowy	465	552
Ogółem	480	570

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

W segmencie cudzoziemców najwyższe średnie kwoty przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 roku wydatkowali odwiedzający z Włoch (prawie 750 zł na osobę) i Irlandii (ponad 730 zł na osobę). Prawie 700 zł na osobę wydawali przybysze z Republiki Czeskiej, a ponad 600 zł na osobę – goście z Niderlandów i Niemiec. W granicach 550 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem do Krakowa obywatele Hiszpanii i Wielkiej Brytanii, a około 500 zł na osobę – mieszkańcy Francji. Najmniej na pobyt w Krakowie wydawali przed podróżą do miasta Słowacy – około 160 zł na osobę.

Rysunek 8.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających zagranicznych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w 2021 roku według wybranych państw (w zł na osobę)



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

W stosunku do roku ubiegłego w przypadku trzech badanych krajów (Wielkiej Brytanii, Francji i Ukrainy) miał miejsce spadek średnich wydatków przed przyjazdem do Krakowa – odpowiednio o 56,7%, o 39,7% i o 36,8%. Wzrosły natomiast średnie sumy wydatkowane przez gości z: Republiki

Czeskiej (aż ponad 3-krotnie), Hiszpanii (o 44,7%), Niemiec (o 36,3%), Włoch (o 7,8%) i Niderlandów (o 5%). Niemniej jednak w relacji do roku sprzed pandemii (2019), średnie wydatki odwiedzających z niemal wszystkich państw uległy obniżeniu – najbardziej Słowaków (o 82,8%), Duńczyków (o 76,7%), Austriaków (o 68,3%), Hiszpanów (o 53,4%) i Francuzów (o 49,8%). Tylko średnie wydatki przybyszów z Republiki Czeskiej i Ukrainy okazały się wyższe w 2021 roku niż w roku 2019 – odpowiednio o 31,5% i o 15,0%.

Tabela 8.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2013-2021 według wybranych państw (w zł na osobę)

Kraj pochodzenia	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Polska	244 zł	285 zł	291 zł	274 zł	250 zł	279 zł	193 zł	195 zł	480 zł
Austria	1 463 zł	517 zł	713 zł	952 zł	799 zł	921 zł	662 zł	b.d.	210 zł
Belgia	779 zł	1 327 zł	834 zł	702 zł	534 zł	1 394 zł	916 zł	374 zł	b.d.
Dania	1 456 zł	250 zł	600 zł	1 234 zł	760 zł	851 zł	1 197 zł	b.d.	279 zł
Francja	1 627 zł	1 187 zł	1 345 zł	943 zł	849 zł	799 zł	1 035 zł	863 zł	520 zł
Hiszpania	1 590 zł	892 zł	941 zł	1 068 zł	686 zł	1 050 zł	1 229 zł	396 zł	573 zł
Niderlandy	386 zł	893 zł	736 zł	681 zł	755 zł	648 zł	901 zł	600 zł	630 zł
Irlandia	1 590 zł	782 zł	433 zł	1 323 zł	1 094 zł	1 088 zł	1 166 zł	b.d.	733 zł
Izrael	3 717 zł	2 150 zł	350 zł	1 334 zł	483 zł	b.d.	250 zł	b.d.	b.d.
Japonia	2 762 zł	b.d.	1 770 zł	1 435 zł	1 005 zł	2 249 zł	b.d.	b.d.	b.d.
Kanada	591 zł	1 500 zł	1 960 zł	1 117 zł	875 zł	933 zł	1 260 zł	1 500 zł	b.d.
Niemcy	993 zł	769 zł	1 153 zł	741 zł	590 zł	616 zł	842 zł	441 zł	601 zł
Norwegia	2 007 zł	1 650 zł	1 646 zł	960 zł	798 zł	740 zł	838 zł	b.d.	b.d.
Republika Czeska	308 zł	47 zł	131 zł	384 zł	145 zł	495 zł	515 zł	218 zł	677 zł
Rosja	1 625 zł	667 zł	452 zł	881 zł	550 zł	838 zł	1 050 zł	b.d.	b.d.
Słowacja	316 zł	48 zł	724 zł	412 zł	216 zł	288 zł	937 zł	b.d.	161 zł
Szwajcaria	467 zł	1 000 zł	b.d.	557 zł	798 zł	250 zł	569 zł	225 zł	b.d.
Szwecja	706 zł	363 zł	1 422 zł	763 zł	1 176 zł	689 zł	719 zł	970 zł	b.d.
Ukraina	1 825 zł	725 zł	381 zł	499 zł	271 zł	402 zł	320 zł	582 zł	368 zł
USA	2 360 zł	2 572 zł	1 688 zł	1 476 zł	2 001 zł	705 zł	1 276 zł	b.d.	b.d.
Węgry	492 zł	389 zł	583 zł	369 zł	289 zł	511 zł	1 463 zł	462 zł	b.d.
Wielka Brytania	1 232 zł	688 zł	909 zł	885 zł	734 zł	857 zł	855 zł	1 306 zł	565 zł
Włochy	2 129 zł	877 zł	1 726 zł	1 024 zł	598 zł	860 zł	967 zł	691 zł	745 zł

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 roku, uwagę zwracają – ze względu na swoją wysokość – wydatki na zakup produktu w biurze podróży oraz kwoty przeznaczane na noclegi. Wynosiły one odpowiednio średnio 598 zł na osobę i 538 zł na osobę w grupie odwiedzających z Polski oraz 781 zł na osobę i 512 zł na osobę w segmencie cudzoziemców. Zdecydowanie niższe były kwoty wydatkowane na miejscowy transport – średnio 100 zł na osobę wśród gości krajowych i 104 zł na osobę wśród gości zagranicznych. Jeszcze mniej obie grupy wydatkowały przed przyjazdem na bilety wstępu do obiektów/atrakcji turystycznych – średnio Polacy 78 zł na osobę, a obcokrajowcy 96 zł na osobę. Z zakupu/rezerwacji przed przyjazdem do Krakowa lokalnych wycieczek (m.in. do Wieliczki, Wadowic, Oświęcimia-Brzezinki czy Zakopanego) korzystali tylko goście zagraniczni. Ich wydatki na ten cel wynosiły średnio 225 zł na osobę.

Tabela 8.2.3. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 według przeznaczenia (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Krajowi	Zagraniczni
Zakup produktu w biurze podróży	598	781
Noclegi	538	512
Miejscowy transport (komunikacja lokalna, parkingi)	100	104
Wstęp do obiektów/atrakcji	78	96
Lokalne wycieczki	-	225

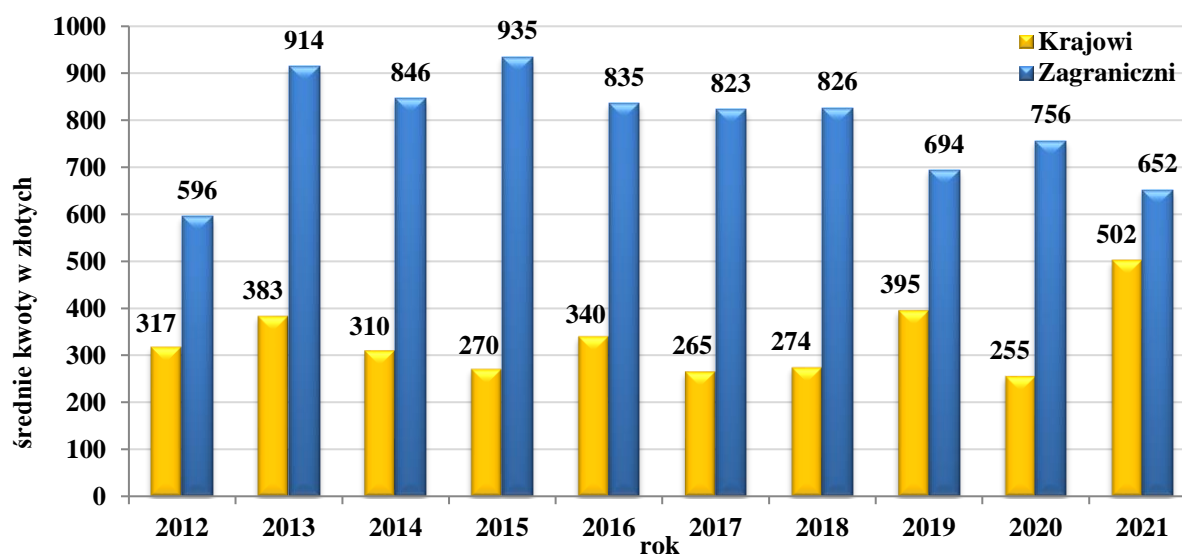
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek.

Reasumując, odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do Krakowa sumy wyższe niż goście krajowi – o 30,7% na zakup produktu w biurze podróży i o 22,9% na bilety wstępu do obiektów/atrakcji. Nieco więcej (o 4,1%) wydawali też na lokalny transport. Z kolei, dla odwiedzających z Polski charakterystyczne były wyższe wydatki na noclegi (o 5,0%).

8.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie

Średnia kwota wydatkowana podczas pobytu w Krakowie przez odwiedzających zagranicznych, analogicznie jak suma wydawana przez gości z tego segmentu przed przyjazdem do miasta, była w 2021 roku mniejsza niż rok wcześniej – o 13,8%, tj. wynosiła 652 zł na osobę. Niższą wysokość średnich wydatków cudzoziemców w Krakowie odnotowano tylko w 2012 roku.

Rysunek 8.3.1. Średnie kwoty wydatkowane przez gości odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2012-2021 (w zł na osobę)



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

W przypadku Polaków średnia kwota wydatkowana podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku (502 zł na osobę), podobnie jak średnia suma wydatkowana przed przyjazdem do miasta, okazała się wyższa niż w roku poprzednim – aż o 96,9%. Były to najwyższe wydatki odwiedzających z Polski w analizowanym okresie. W konsekwencji w 2021 roku średnia suma wydawana przez cudzoziemców była tylko o 29,9% wyższa niż kwota wydatkowana przez Polaków.

Turyści (nocujący w stolicy Małopolski) wydatkowali w 2021 roku podczas pobytu w Krakowie wyższe średnie sumy pieniężne na osobę niż odwiedzający jednodniowi – o 93,5% Polacy i o 51,0%

cudzoziemcy. Również średnie wydatki zagranicznych turystów (678 zł na osobę) i zagranicznych odwiedzających jednodniowych (449 zł na osobę) były wyższe niż krajowych turystów (538 zł na osobę) i krajowych odwiedzających jednodniowych (278 zł na osobę) – odpowiednio o 26,0% i o 61,5%.

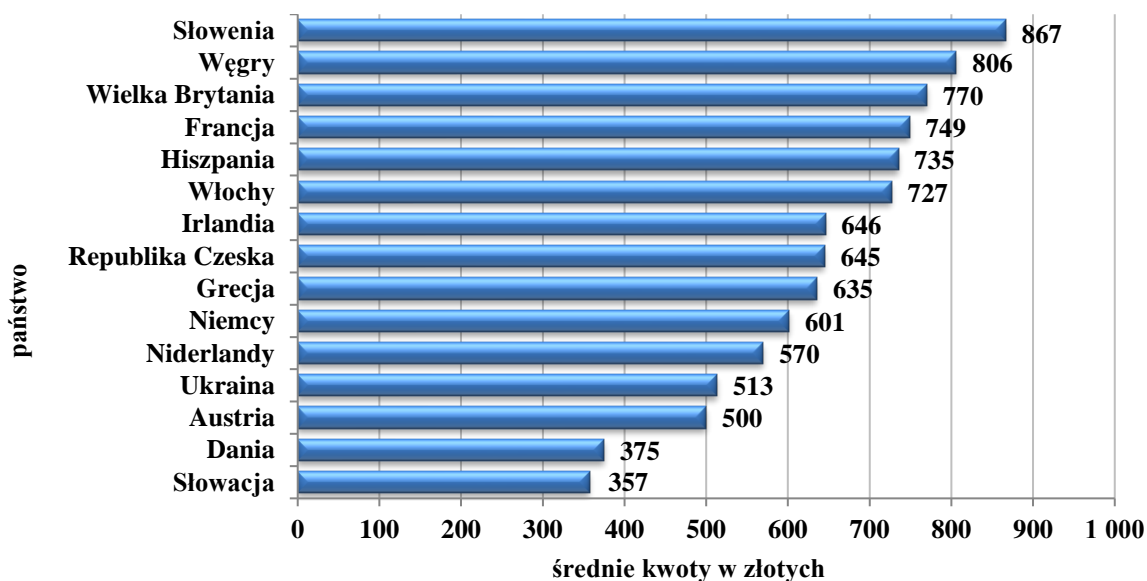
Tabela 8.3.1. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie przez turystów i odwiedzających jednodniowych przyjeżdżających do miasta w 2021 roku

Wyszczególnienie	Krajowi	Zagraniczni
Turysta	538	678
Jednodniowy	278	449
Ogółem	502	652

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

Analizując średnie wydatki odwiedzających zagranicznych, trzeba stwierdzić, że najwięcej podczas pobytu w Krakowie wydatkowali obywatele Słowenii (blisko 870 zł na osobę). W granicach 700-800 zł na osobę wydawali podczas wizyty w mieście goście z Węgier, Wielkiej Brytanii, Francji, Hiszpanii i Włoch, a około 600 zł na osobę – Irlandii, Republiki Czeskiej, Grecji, Niemiec i Niderlandów. Średnio około 500 zł na osobę na pobyt w Krakowie przeznaczali przybysze z Ukrainy i Austrii. Sumy najniższe charakterystyczne były dla mieszkańców Słowacji i Danii (niewiele ponad 350 zł na osobę).

Rysunek 8.3.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku według wybranych państw (w zł na osobę)



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

W odniesieniu do roku ubiegłego wysokość sum wydatkowanych podczas pobytu w Krakowie w przypadku obywateli czterech państw uległa ograniczeniu – Niderlandów (o 71,4%), Danii (o 58,3%), Francji (o 43,8%) i Ukrainy (o 38,0%). Duży wzrost dotyczył natomiast odwiedzających z Republiki Czeskiej (ponad 2-krotny) i Hiszpanii (o 95,5%), a także Węgier (o 53,5%), Włoch (o 44,0%), Wielkiej Brytanii (o 22,2%) i Austrii (o 21,7%). Średnie kwoty wydatkowane przez gości z Niemiec podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku były zbliżone do tych, wydawanych rok wcześniej – wzrost tylko o 2,2%.

W relacji do roku sprzed pandemii (2019) w 2021 roku niższe okazały się średnie sumy wydawane podczas pobytu w Krakowie przez przybyszów z: Irlandii (o 65,5%), Słowacji (o 56,8%), Niderlandów (o 42,2%), Danii (o 31,9%) i Wielkiej Brytanii (o 12,5%). Wyższe były z kolei średnie wydatki mieszkańców: Republiki Czeskiej (o 88,6%), Ukrainy (o 83,2%), Austrii (o 40,4%), Węgier (o 39,2%), Francji (o 19,5%), Hiszpanii (o 14,3%), Włoch (o 13,1%) i Niemiec (o 12,8%).

Tabela 8.3.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2012-2021 według wybranych państw (w zł na osobę)

Kraj pochodzenia	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Polska	317 zł	383 zł	310 zł	270 zł	340 zł	265 zł	274 zł	395 zł	255 zł	502 zł
Austria	511 zł	1 013 zł	867 zł	626 zł	782 zł	642 zł	549 zł	356 zł	411 zł	500 zł
Belgia	564 zł	1 050 zł	1 022 zł	613 zł	996 zł	537 zł	690 zł	757 zł	348 zł	b.d.
Dania	226 zł	1 065 zł	1 338 zł	793 zł	1 272 zł	1 070 zł	1 722 zł	551 zł	900 zł	375 zł
Francja	600 zł	1 030 zł	1 011 zł	851 zł	931 zł	874 zł	891 zł	627 zł	1 332 zł	749 zł
Hiszpania	565 zł	843 zł	1 087 zł	1 038 zł	706 zł	615 zł	597 zł	643 zł	376 zł	735 zł
Niderlandy	903 zł	1 446 zł	525 zł	1 082 zł	912 zł	1 047 zł	1 244 zł	987 zł	1 994 zł	570 zł
Irlandia	629 zł	866 zł	756 zł	964 zł	1 040 zł	964 zł	1 241 zł	1 875 zł	b.d.	646 zł
Izrael	761 zł	716 zł	593 zł	800 zł	546 zł	2 282 zł	393 zł	700 zł	b.d.	b.d.
Japonia	800 zł	1 500 zł	527 zł	1 112 zł	1 407 zł	588 zł	1 336 zł	267 zł	b.d.	b.d.
Kanada	821 zł	1 137 zł	920 zł	1 358 zł	1 754 zł	626 zł	800 zł	1 032 zł	b.d.	b.d.
Niemcy	562 zł	758 zł	732 zł	812 zł	640 zł	760 zł	611 zł	533 zł	588 zł	601 zł
Norwegia	535 zł	898 zł	1 422 zł	1 358 zł	1 924 zł	1 486 zł	1 104 zł	757 zł	833 zł	b.d.
Republika Czeska	420 zł	658 zł	303 zł	444 zł	354 zł	159 zł	253 zł	342 zł	312 zł	645 zł
Rosja	676 zł	1 178 zł	369 zł	867 zł	773 zł	1 467 zł	872 zł	459 zł	b.d.	b.d.
Słowacja	304 zł	508 zł	316 zł	525 zł	490 zł	233 zł	317 zł	827 zł	b.d.	357 zł
Szwajcaria	312 zł	700 zł	391 zł	1 350 zł	393 zł	1 516 zł	388 zł	378 zł	321 zł	b.d.
Szwecja	411 zł	957 zł	656 zł	852 zł	1 104 zł	814 zł	974 zł	930 zł	620 zł	b.d.
Ukraina	393 zł	530 zł	280 zł	427 zł	642 zł	326 zł	402 zł	280 zł	828 zł	513 zł
USA	838 zł	924 zł	1 007 zł	1 354 zł	990 zł	985 zł	699 zł	703 zł	b.d.	b.d.
Węgry	454 zł	558 zł	537 zł	436 zł	327 zł	530 zł	436 zł	579 zł	525 zł	806 zł
Wielka Brytania	612 zł	837 zł	896 zł	1 017 zł	977 zł	774 zł	931 zł	880 zł	630 zł	770 zł
Włochy	611 zł	948 zł	876 zł	1 081 zł	754 zł	703 zł	991 zł	643 zł	505 zł	727 zł

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

W dłuższej perspektywie sukcesywnie od 2019 roku wzrastają sumy wydatkowane podczas wizyty w mieście przez gości z Austrii (w sumie o 40,4%), a wydatki odwiedzających z Niemiec utrzymują się od 2018 roku na zbliżonym poziomie – w granicach 600 zł na osobę.

Analiza przeznaczenia sum wydatkowanych podczas pobytu w Krakowie przez odwiedzających miasto w 2021 roku pozwala skonstatować, że ich wysokość była zróżnicowana w zależności od tego, czy gość był Polakiem czy obcokrajowcem. Mianowicie odwiedzający krajowi najwyższe średnie kwoty wydatkowali na noclegi (289 zł). Niewiele niższe były ich wydatki na tzw. inne cele (pamiątki, upominki, prezenty, nocne kluby, masaże i różnego rodzaju zakupy – 276 zł na osobę) oraz na lokalne wycieczki (247 zł na osobę). Na gastronomię/jedzenie Polacy przeznaczali średnio 180 zł na osobę, a na bilety wstępu do obiektów/atrakcji – 165 zł na osobę. Najniższe były wydatki na zakup produktu w biurze podróży (44 zł na osobę) oraz na krakowski transport (komunikacja miejska, parkingi – 77 zł

na osobę). Z kolei, goście z zagranicy najwyższe średnie wydatki ponosili na zakup produktu w biurze podróży – średnio 807 zł na osobę. Ponad 2,5-krotnie niższe były ich wydatki na gastronomię/jedzenie (313 zł na osobę) i noclegi (292 zł na osobę). Następne w kolejności pod względem wysokości były wydatki na: tzw. inne cele (242 zł na osobę), lokalne wycieczki (221 zł na osobę) i bilety wstępu do atrakcji (175 zł na osobę). Najniższe okazały się kwoty przeznaczane na lokalny transport – 78 zł na osobę.

Tabela 8.3.3. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 roku według przeznaczenia (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Krajowi	Zagraniczni
Zakup produktu w biurze podróży	41	807
Noclegi	289	292
Gastronomia/jedzenie	180	313
Miejskowy transport (komunikacja lokalna, parkingi)	77	78
Wstęp do obiektów/atrakcji	165	175
Lokalne wycieczki	247	221
Inne cele	276	242

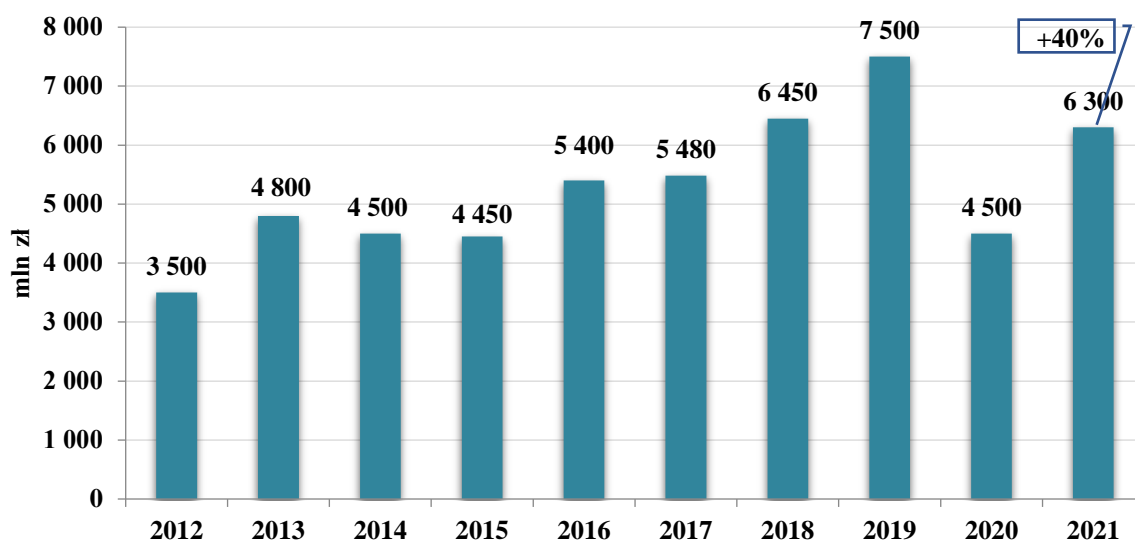
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, mgr Leszek Mazanek.

Podsumowując, odwiedzający zagraniczni wydatkowali na zakup produktu w biurze podróży podczas pobytu w mieście sumy prawie 20-krotnie wyższe niż goście krajowi. Było to dla nich wygodniejsze i bezpieczniejsze rozwiązanie, szczególnie w dobie pandemii. Duże dysproporcje pomiędzy Polakami i cudzoziemcami zaobserwowano także w odniesieniu do wydatków na gastronomię/jedzenie – goście z zagranicy wydawali na ten cel o 74,2% wyższe kwoty niż Polacy. Również na bilety wstępu do obiektów/atrakcji więcej wydawali obcokrajowcy niż goście z Polski (o 6,1%). Z kolei, średnie wydatki na lokalne wycieczki i tzw. inne cele były wyższe wśród odwiedzających krajowych – odpowiednio o 11,7% i o 13,6%. Podobny kwotowo poziom w obu grupach miały wydatki na noclegi i transport.

8.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki

Szacunkowe wpływy Krakowa (w rozumieniu podmiotów funkcjonujących w mieście, które w ten czy inny sposób obsługiwały uczestników ruchu turystycznego) wyniosły w 2021 roku 6,3 mld zł. Kwota ta okazała się więc o 40% wyższa od tej z pierwszego roku pandemii. Mniej liczne i krótsze rządowe lockdowny, a także wprowadzenie szczepionki spowodowały, że do Krakowa przyjechało wprawdzie mniej (o 1/5) odwiedzających, ale – co istotne – o ponad 50% więcej turystów krajowych niż rok wcześniej. Fakt ten z punktu widzenia wpływów jest tym bardziej znaczący, że wydatki gości z Polski, m.in. poprzez kilkudniowe (2-3 noce) wizyty w mieście (a nie jak rok wcześniej beznoclegowe), okazały się – w porównaniu do roku 2020 – ponad 2,5-krotnie wyższe przed przyjazdem i prawie 2-krotnie wyższe podczas pobytu.

Rysunek 8.4.1. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2012-2021 (w mln zł)



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

Tabela 8.4.2. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2012-2021 (w zł)

Rok	Kwota (w zł)
2012	3 500 000 000
2013	4 800 000 000
2014	4 500 000 000
2015	4 450 000 000
2016	5 400 000 000
2017	5 480 000 000
2018	6 450 000 000
2019	7 500 000 000
2020	4 500 000 000
2021	6 300 000 000

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

W konsekwencji w drugim roku pandemii wirusa SARS-CoV-2 wpływy krakowskich podmiotów z obszaru ruchu turystycznego były zbliżone do tych z roku 2018.

Rozdział 9. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków

9.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa - NFS

Dla potrzeb niniejszego opracowania jako jeden z wymiarów kontyngencji zastosowano autorski wskaźnik poziomu lęku. Jest to odczucie, które towarzyszy każdemu odwiedzającemu daną destynację podczas podejmowania decyzji o przyszłej podróży, a generalnie każdej podejmowanej samodzielnie decyzji. Dopiero wówczas, gdy próg lęku zostanie przekroczony, dobrowolnie decydujemy się na podróż, opuszczając swoje bezpieczne miejsce stałego przebywania. Dla pomiaru subiektywnych odczuć tego stanu zastosowano 11-stopniową skalę liczbową. Ponieważ badane były osoby odwiedzające Kraków w trakcie faktycznego pobytu, z założenia przekroczyły one osobistą barierę lęku przed podróżą i fizycznie pojawiły się w Krakowie. Stan 10 na skali oznaczał najwyższy akceptowalny przez podróżnego poziom lęku. Wskazuje to, że osoby z pozaskalowym wskazaniem 11 i więcej pozostały w domu. Badane były więc osoby, które poradziły sobie, same lub za namową organizatora podróży, ewentualnie gestora bazy recepcyjnej, z towarzyszącym każdemu z nas na co dzień odczuciem lęku i pojawiły się w danej destynacji. Reszta skali od kolejnych poziomów przez 9 do zera oddaje subiektywne deklaracje respondentów, na jakim poziomie musieli się zmierzyć ze swoimi obawami i lękami, podejmując decyzję o swojej podróży. Dla wyliczenia wskaźnika NFS⁹ (wskaźnik NFS - ang. *Net Fear Score*¹⁰), dokonano agregacji poziomów. O obawach i lękach podróżnych świadczy suma wskazań z wartości od „5” do „10” [3 Z OBAWAMI]. W tabelach oznaczeni są kolorem niebieskim, gdzie wartość „5” stanowi punkt centralny skali. Można dyskutować czy wartość „środkową” z „5” zaliczać po stronie lęków i obaw, czy jej nie aglomerować. W pracy tej wartość „5” została dołączona do aglomeratu po stronie obaw. Osoby, które zaznaczyły na skali stany 10 do 5 uznano za pełne lęku i obaw. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla filozofii i psychologii) PESYMIŚCI¹¹. Osoby, które zaznaczyły na skali liczbowej stany 6-8 uznano za neutralne, gdyż wartości skali „2”, „3” i „4” pozostają na poziomie neutralnym i tak je należy traktować (osoby udające się w podróż starają się zabezpieczyć przygotowując się do niej, a to oznacza analizę ewentualnych zagrożeń występujących poza miejscem stałego przebywania). W tabelach oznaczeni są kolorem zielonym. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) REALIŚCI¹². Wartości skali liczbowej „0” i

⁹ Respondentom zadano mianowicie pytanie o to, jak bardzo obawiali się przyjechać do Krakowa. Odpowiedzi goście udzielali za pomocą 11-stopniowej skali liczbowej, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało całkowity brak obaw i strachu by przyjechać do Krakowa, a „10” świadczyło o pełnej bojaźni respondenta przed podróżą do Krakowa.

¹⁰ **Net Fear Score** Wskaźnik Lęku, Obaw, Strachu przed przyjazdem do danej destynacji.

fear = rzeczownik; strach=**fear**, fright, dread, awe, alarm, funk; lęk=anxiety, **fear**, dread, apprehension; bojaźń=**fear**, anxiety, fright trwoga=**fear**, awe, terror, alarm, anxiety, panic; przestraszyć=**fear**; obawianie się=**fear**, misgiving; **fear** =czasownik; obawiać się=**fear**, be afraid, dread, suspect, stand in awe of, apprehend; bać się=**fear**, be afraid, be scared, dread, be apprehensive; lękać się=**fear**, be afraid, quail, dread, shy, be apprehensive = <https://translate.google.pl/?hl=pl#pl/en/strach> ; Wskaźnik opracowany przez K. Borkowskiego w 2016 roku opublikowany w 2017 roku: Uczestnicy Światowych Dni Młodzieży w Krakowie w 2016 roku : Ruch Turystyczny w Krakowie 2016 Numer 2/2017: monografia Kraków: Małopolska Organizacja Turystyczna, 2017 191 s. ISBN 978-83-65249-94-4, ISSN 2299-2863 Druk, e-ISSN 2299-2871 Online http://www.mot.krakow.pl/media/badanie-ruchu-turystycznego/16-08-2017-sdm_-isbn_-do-tlumaczenia-z-bibliografia.pdf

¹¹ Pesymizm psychologiczny to nastrój lub emocjonalna skłonność do dopatrywania się wszędzie przejawów lub zapowiedzi zła, z którymi wiąże się stosunek do świata nacechowany lękiem i poczuciem bezsilności. Natomiast J. Garewicz, objaśnia pesymizm metafizyczny polegający na dostrzeganiu w złu jedynej, bądź najważniejszej zasady świata widzialnego. „Zło pełni funkcję arché: jest czymś absolutnie pierwszym, rządzi światem, a wszelka wiedza opiera się na wskazaniu, leżącego u podstaw całej rzeczywistości zła” w O pojęciu pesymizmu, "Archiwum Historii Filozofii i Myśli Społecznej", 1989, t. 34, s. 89-92

¹² Realista: człowiek bezstronnie oceniający rzeczywistość i fakty w oparciu o doświadczenie i rozumowanie, trzeźwo patrzący na świat; <https://sjp.p.l/realista> dostęp: 2019-04-05, patrz również: fenomenologia realistyczna, nurt fenomenologiczny zorientowany na przedmiot (a nie na przeżycie czystej świadomości), zapoczątkowany przez grupę studentów Th. Lippsa w Monachium; fenomenologia realistyczna

„1” przedstawiają stan całkowitego braku obaw i lęku przed przyjazdem. Oddają one subiektywne odczucia osób, które są w pełni przekonane, że ich wyjazdowi do Krakowa w żadnym momencie nie towarzyszyło uczucie lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie. W tabelach oznaczeni są kolorem żółtym. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) OPTYMIŚCI¹³. Warto w tym miejscu przypomnieć pojęcie bezpieczeństwa abstrakcyjnego, jako wewnętrznego przekonania turysty o własnej „nietykalności”, „nieśmiertelności” czy „szczęśliwej gwiazdzie i dacie urodzenia” i towarzyszące mu przekonanie, że „każdemu może się coś przytrafić, ale nie jemu”.

Tabela 9.1.1. NFS – Wskaźnik lęku (obawa przed przyjazdem do Krakowa)

KRAKÓW 2021	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ: N	Σ: %	KR-MP
P4 NFS średnia	0,94	1,01			0,97		x
Obawy o bezp.	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Σ: N	Σ: %	KR-MP
0	1034	738	58,2%	52,9%	1772	55,8%	5,3%
1	449	421	25,3%	30,2%	870	27,4%	-4,9%
Σ0-1	1483	1159	83,50%	83,10%	2642	83,20%	
2	158	103	8,9%	7,4%	261	8,2%	1,5%
3	32	36	1,8%	2,6%	68	2,1%	-0,8%
4	5	1	0,3%	0,1%	6	0,2%	0,2%
Σ2-4	195	140	11,00%	10,10%	335	10,50%	
5	12	30	0,7%	2,2%	42	1,3%	-1,5%
6	19	32	1,1%	2,3%	51	1,6%	-1,2%
7	3	0	0,2%	0,0%	3	0,1%	0,2%
8	31	6	1,7%	0,4%	37	1,2%	1,3%
9	6	0	0,3%	0,0%	6	0,2%	0,3%
10	29	28	1,6%	2,0%	57	1,8%	-0,4%
Σ5-10	100	96	5,60%	6,90%	196	6,20%	
Suma	1778	1395	100,0%	100,0%	3173	100,0%	
NFS Kraj		NFS Zagr.		NFS Ogółem			
77,90%		76,20%		77,00%			

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

Sam wskaźnik NFS jest wynikiem prostego równania i otrzymuje się go po odjęciu procenta [3 Z OBAWAMI] od procenta [1 BEZ OBAW]. Wynik może być ujemny lub dodatni - w przedziale od -100% (kiedy wszyscy respondenci znajdują się w grupie osób pełnych obaw) do 100% (gdy wszyscy respondenci są święcie przekonani o swoim bezpieczeństwie). Zakłada się, że wskaźnik dodatni świadczy już o dobrych standardach, a przy wyniku wyższym niż 50% można mówić o sukcesie.

nawiązywała do Husserlowskiego postulatów starannego opisu danych bezpośrednich, przeciwstawiając się idealistycznemu aspektowi fenomenologii transcendentalnej; <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/Realistyczny.html> dostęp: 2019-04-05

¹³ Optymiści postrzegają ludzi i zdarzenia jako dobre. Mają pozytywny stosunek do życia, wierząc w to, iż rzeczy z czasem ułożą się pomyślnie. Encyklopedia PWN; U chrześcijan ten „pozytywny” stosunek do życia jest konsekwencją ich wiary, a nie ludzkiego temperamentu czy okoliczności Francisco F. Carvajal, Dotrzeć do portu - znaczenie kierownictwa duchowego, Wydawnictwo Apostolicum, Żabki - 2013, s. 133, ISBN 978-83-7031-851-2.

9.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie - NPS

Jako drugi z wymiarów kontyngencji zastosowano wskaźnik poziomu satysfakcji i lojalności odwiedzających Kraków. Wskaźnik NPS (ang. *Net Promoter Score*)¹⁴. Respondentom zadano mianowicie zapytanie o to: „*jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą oni Kraków swoim znajomym*”. Odpowiedzi goście udzielali również za pomocą 11-stopniowej skali, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnej lojalności i całkowitym zadowoleniu z pobytu w destynacji.

Obliczając NPS respondentów dzieli się na trzy grupy:

- **krytyków vel oponentów** (tych, którzy udzielili odpowiedzi w przedziale od 0 do 6), W tabelach oznaczeni **kolorem żółtym**. xxxxxxx
- **pasywnych¹⁵ vel neutralnych** (odpowiadających w przedziale 7-8), W tabelach oznaczeni **kolorem czerwonym**. xxxxxxx
- **promotorów vel orędowników** (osób, które zadeklarowały chęć do wyrażenia swojej pozytywnej opinii oraz rekomendowania firmy/produktu itd. swoim znajomym w przedziale 9-10). W tabelach oznaczeni **kolorem niebieskim**. xxxxxxx

Tabela 9.2.1. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie w 2021 roku

KRAKÓW	Kraj	Zagr.	Kraj	Zagr.			KR-MP
NPS średnia	9,36	9,00			9,20		x
Czy poleci miejsce	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	∑ N	∑ %	KR-MP
10	1054	591	59,3%	42,5%	1645	51,9%	16,9%
9	433	439	24,4%	31,5%	872	27,5%	-7,2%
∑10-9	1487	1030	83,70%	74,00%	2517	79,40%	
8	196	207	11,0%	14,9%	403	12,7%	-3,8%
7	65	99	3,7%	7,1%	164	5,2%	-3,5%
∑8-7	261	306	14,70%	22,00%	567	17,90%	
6	27	53	1,5%	3,8%	80	2,5%	-2,3%
3	0	1	0,0%	0,1%	1	0,0%	-0,1%
2	0	1	0,0%	0,1%	1	0,0%	-0,1%
0	1	1	0,1%	0,1%	2	0,1%	0,0%
∑6-0	28	56	1,60%	4,10%	84	2,60%	
Suma	1776	1392	100,0%	100,0%	3168	100,0%	
NPS Kraj	NPS Zagr.		NPS Ogółem				
82,10%	69,90%		76,80%				

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

¹⁴ Net Promoter Score (Wskaźnik Orędownictwa Netto), jest wskaźnikiem, którego twórcą jest F. Reichheld. Służy do pomiaru lojalności konsumentów oraz jakości budowanych z nimi relacji. Istota wskaźnika sprowadza się do badania skłonności klienta do rekomendacji produktu lub usługi danej marki. Regularność w monitorowaniu 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 powiększania zysków przedsiębiorstwa. (Gajewska P., 2012, s. 410) https://mfiles.pl/pl/index.php/Net_Promoter_Score dostęp: 2018-08-19

¹⁵ Pojęcie PASYWNY bardziej odpowiada sytuacji, gdyż tak PROMOTORZY jak i OPONENCI są AKTYWNI a jedynie kierunek ich aktywności jest odmienny, natomiast pasywność jest stanem braku aktywności, nazywanym BIERNOSCIĄ. Dla tego opracowania zdecydowano się jednak ze względów ewentualnego tłumaczenia na język obcy zastosować słowo łatwiej poddające się tłumaczeniu. ang. passive, franc. passif, niem. passiv.

Rozdział 10. Atrakcje krakowskiego obszaru recepcyjnego

Tabela 10.1.1. Atrakcje Krakowa w 2021 r. - wolne wskazania respondentów - sortowanie według OGÓŁEM

ATRAKcje OGÓŁEM SORTOWANIE	Kraj	Zagranica	Ogółem
Ogółem SORTOWANIE	4840	3867	8707
A Rynek Główny	9,6%	7,2%	8,6%
F Wawel	7,3%	5,8%	6,6%
X Sukiennice	6,2%	5,2%	5,8%
O Parki	5,7%	4,8%	5,3%
V Bulwary Wiślane	5,4%	4,6%	5,1%
B Galerie handlowe	5,0%	4,9%	5,0%
R Stare Miasto	5,2%	4,4%	4,9%
Y Restauracje	5,5%	4,0%	4,8%
AJ Dzielnica żydowska	5,1%	3,9%	4,6%
N Kluby nocne	4,0%	4,9%	4,4%
L Podziemia Rynku	3,6%	3,1%	3,4%
U Kopiec Kościuszki	3,2%	3,3%	3,3%
W Łągiewniki	3,4%	2,5%	3,0%
AK Rejs po Wiśle	2,8%	3,2%	3,0%
C Sanktuarium JP	2,6%	2,7%	2,6%
AH Podgórze Kładka	2,0%	3,3%	2,6%
AI Dom mieszkańca	2,6%	2,4%	2,5%
AL Podgórze	1,7%	3,2%	2,4%
P Kościoły	1,7%	3,1%	2,3%
D Synagogi żydowskie	1,5%	2,5%	2,0%
E Kopalnia soli	1,8%	1,8%	1,8%
AM Pieskowa Skała	1,5%	1,5%	1,5%
T Targi	0,6%	2,2%	1,3%
H Fabryka Schindlera	0,9%	1,8%	1,3%
Z Energylandia	1,2%	1,4%	1,3%
AE Collegium Maius	1,2%	1,3%	1,2%
AG Centrum Kongresowe	1,2%	1,2%	1,2%
K Auschwitz-Birkenau	0,9%	1,4%	1,1%
M Muzeum Malarstwa Sukiennice	1,0%	1,3%	1,1%
S Nowa Huta	0,7%	1,0%	0,8%
I Obraz Leonardo da Vinci	0,8%	0,9%	0,8%
J Wadowice Dom JP II	0,7%	0,9%	0,8%
AB Inne muzea	0,8%	0,8%	0,8%
AC Filharmonia, teatr	0,6%	0,7%	0,6%
AD Galerie sztuki	0,5%	0,8%	0,6%
AN Inne	0,4%	0,8%	0,6%
AF Tauron Arena	0,4%	0,6%	0,5%
G Muzeum MOC AK	0,2%	0,5%	0,4%
AA Tynec	0,2%	0,1%	0,2%
	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabela 10.1.2. Atrakcje Krakowa w 2021 r. - wolne wskazania respondentów - sortowanie według KRAJ

ATRAKCJE KRAJ SORTOWANIE	Kraj	Zagranica	Ogółem
Kraj SORTOWANIE	4840	3867	8707
A Rynek Główny	9,6%	7,2%	8,6%
F Wawel	7,3%	5,8%	6,6%
X Sukiennice	6,2%	5,2%	5,8%
O Parki	5,7%	4,8%	5,3%
Y Restauracje	5,5%	4,0%	4,8%
V Bulwary Wiślane	5,4%	4,6%	5,1%
R Stare Miasto	5,2%	4,4%	4,9%
AJ Dzielnica żydowska	5,1%	3,9%	4,6%
B Galerie handlowe	5,0%	4,9%	5,0%
N Kluby nocne	4,0%	4,9%	4,4%
L Podziemia Rynku	3,6%	3,1%	3,4%
W Łagiewniki	3,4%	2,5%	3,0%
U Kopiec Kościuszki	3,2%	3,3%	3,3%
AK Rejs po Wiśle	2,8%	3,2%	3,0%
AI Dom mieszkańca	2,6%	2,4%	2,5%
C Sanktuarium JP	2,6%	2,7%	2,6%
AH Podgórze Kładka	2,0%	3,3%	2,6%
E Kopalnia Soli	1,8%	1,8%	1,8%
P Kościoły	1,7%	3,1%	2,3%
AL Podgórze	1,7%	3,2%	2,4%
AM Pieskowa Skała	1,5%	1,5%	1,5%
D Synagogi żydowskie	1,5%	2,5%	2,0%
Z Energylandia	1,2%	1,4%	1,3%
AE Collegium Maius	1,2%	1,3%	1,2%
AG Centrum Kongresowe	1,2%	1,2%	1,2%
M Muzeum Malarstwa Sukiennice	1,0%	1,3%	1,1%
K Auschwitz-Birkenau	0,9%	1,4%	1,1%
H Fabryka Schindlera	0,9%	1,8%	1,3%
I Obraz Leonardo da Vinci	0,8%	0,9%	0,8%
AB Inne muzea	0,8%	0,8%	0,8%
S Nowa Huta	0,7%	1,0%	0,8%
J Wadowice Dom JP II	0,7%	0,9%	0,8%
T Targi	0,6%	2,2%	1,3%
AC Filharmonia, teatr	0,6%	0,7%	0,6%
AD Galerie sztuki	0,5%	0,8%	0,6%
AN Inne	0,4%	0,8%	0,6%
AF Tauron Arena	0,4%	0,6%	0,5%
G Muzeum MOCAR	0,2%	0,5%	0,4%
AA Tynec	0,2%	0,1%	0,2%
	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabela 10.1.3. Atrakcje Krakowa w 2021 r. - wolne wskazania respondentów - sortowanie według ZAGRANICA

ATRAKCJE ZAGRANICA SORTOWANIE	Kraj	Zagranica	Ogółem
Zagranica SORTOWANIE	4840	3867	8707
A Rynek Główny	9,6%	7,2%	8,6%
F Wawel	7,3%	5,8%	6,6%
X Sukiennice	6,2%	5,2%	5,8%
B Galerie handlowe	5,0%	4,9%	5,0%
N Kluby nocne	4,0%	4,9%	4,4%
O Parki	5,7%	4,8%	5,3%
V Bulwary Wiślane	5,4%	4,6%	5,1%
R Stare Miasto	5,2%	4,4%	4,9%
Y Restauracje	5,5%	4,0%	4,8%
AJ Dzielnica żydowska	5,1%	3,9%	4,6%
AH Podgórze Kładka	2,0%	3,3%	2,6%
U Kopiec Kościuszki	3,2%	3,3%	3,3%
AK Rejs po Wiśle	2,8%	3,2%	3,0%
AL Podgórze	1,7%	3,2%	2,4%
L Podziemia Rynku	3,6%	3,1%	3,4%
P Kościoły	1,7%	3,1%	2,3%
C Sanktuarium JP	2,6%	2,7%	2,6%
D Synagogi żydowskie	1,5%	2,5%	2,0%
W Łagiewniki	3,4%	2,5%	3,0%
AI Dom mieszkańca	2,6%	2,4%	2,5%
T Targi	0,6%	2,2%	1,3%
E Kopalnia Soli	1,8%	1,8%	1,8%
H Fabryka Schindlera	0,9%	1,8%	1,3%
AM Pieskowa Skała	1,5%	1,5%	1,5%
K Auschwitz-Birkenau	0,9%	1,4%	1,1%
Z Energylandia	1,2%	1,4%	1,3%
AE Collegium Maius	1,2%	1,3%	1,2%
M Muzeum Malarstwa Sukiennice	1,0%	1,3%	1,1%
AG Centrum Kongresowe	1,2%	1,2%	1,2%
S Nowa Huta	0,7%	1,0%	0,8%
I Obraz Leonardo da Vinci	0,8%	0,9%	0,8%
J Wadowice Dom JP II	0,7%	0,9%	0,8%
AD Galerie sztuki	0,5%	0,8%	0,6%
AN Inne	0,4%	0,8%	0,6%
AB Inne muzea	0,8%	0,8%	0,8%
AC Filharmonia, teatr	0,6%	0,7%	0,6%
AF Tauron Arena	0,4%	0,6%	0,5%
G Muzeum MOCAR	0,2%	0,5%	0,4%
AA Tynec	0,2%	0,1%	0,2%
	100,0%	100,0%	100,0%

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

Rozdział 11. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa w 2021 roku

Tabela 11.1.1. Deklaracja turystów dotycząca ponownego przyjazdu do Krakowa - SKALA O - 10

Ponowny powrót	Kraj N	Zagr. N	Kraj %	Zagr. %	Ogółem: N	Ogółem: %
0	3	0	0,2%	0,0%	3	0,1%
1	0	0	0,0%	0,0%	0	0,0%
						0,10%
2	0	1	0,0%	0,1%	1	0,0%
3	0	1	0,0%	0,1%	1	0,0%
5	16	37	1,3%	2,8%	53	2,1%
6	28	48	2,2%	3,6%	76	2,9%
7	79	133	6,3%	9,9%	212	8,2%
8	137	207	11,0%	15,5%	344	13,3%
9	174	295	14,0%	22,0%	469	18,2%
10	808	616	64,9%	46,0%	1424	55,1%
						73,30%
Suma wskazań	1245	1338	100,0%	100,0%	2583	100,0%

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

Tabela 11.1.2. Deklaracja turystów dotycząca ponownego przyjazdu do Krakowa - Aglomerat decyzyjny

Ponowny powrót	OGÓŁEM	KRAJ	ZAGRANICA
Na pewno TAK (10-9)	73,30%	78,90%	68,00%
Raczej TAK (8-7)	21,50%	17,30%	25,40%
Nie wie (6-5)	5,00%	3,50%	6,40%
Raczej NIE (4-2)	0,10%	0,10%	0,20%
Na pewno NIE (1-0)	0,10%	0,20%	0,00%
SUMA	100,00%	100,00%	100,00%

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

Wnioski i podsumowanie

Pandemia wirusa SARS-CoV-2 i towarzyszące jej liczne (choć mniejsze niż w 2020 roku) rządowe ograniczenia przemieszczania się oraz okresowe zamknięcie wielu obiektów (noclegowych, gastronomicznych, rozrywkowych itd.), w których gromadzić mogłaby się zbyt duża (dla zachowania właściwego dystansu społecznego) liczba osób spowodowały duże zmiany w krakowskiej turystyce w 2021 roku. Po stronie popytu należy wyartykułować, że:

1. Wg szacunków ruch turystyczny w Krakowie ponownie został ograniczony – o 20,2% w stosunku do roku 2020, tj. do poziomu 7,38 mln osób (o 47,5% mniej niż w ostatnim roku przed pandemią).
2. Liczba odwiedzających krajowych zmniejszyła się o 22,3%, czyli do poziomu 6,61 mln osób, ale liczba gości zagranicznych (0,77 mln osób) nieznacznie natomiast wzrosła – o 4,1% w relacji do roku poprzedniego (nadal było to o 76,7% mniej niż w roku 2019).
3. Zwiększyła się liczba turystów (gości nocujących w mieście) do poziomu 6,04 mln osób. Było to o 44,3% w relacji do roku ubiegłego, choć i tak o 40,5% mniej niż w roku 2019.
4. Wzrost odnotowano tylko w odniesieniu do turystów krajowych – o 53,0%, tj. do wielkości 5,37 mln osób (o 24,4% mniej niż w roku 2019).
5. Ze względu na okresowe zamknięcia granic oraz obawę przed kolejnymi lockdownami i koniecznością odbycia kwarantanny, turystów zagranicznych było w Krakowie w 2021 roku mniej o 0,7% w stosunku do 2020 roku (o 78,0% niż w 2019 roku) – 0,67 mln osób.
6. W 2021 roku znacznie zmniejszyła się (o 73,5%) liczba jednodniowych odwiedzających Kraków (gości nienocujących w mieście) – do poziomu 1,34 mln osób (o 65,6% mniej niż w 2019 roku).
7. Jednodniowych odwiedzających z Polski przyjechało do Krakowa w 2021 roku 1,24 mln osób, tj. o 75,2% mniej w relacji do roku poprzedniego i o 66,0% mniej niż w 2019 roku. Z kolei, liczba jednodniowych gości zagranicznych zwiększyła się w 2021 roku o 53,8% w stosunku do roku ubiegłego, czyli do wielkości 100 tys. osób (o 60,0% mniej niż w 2019 roku).
8. Odwiedzający Kraków wiedzę o dawnej stolicy Polski posiadają głównie ze szkoły oraz od rodziny i znajomych – w 2021 roku było to odpowiednio 45,2%, 38,2% i 35,6% wskazań.
9. Coraz istotniejszą rolę jako źródła informacji o Krakowie zaczynają odgrywać nowoczesne kanały komunikacji – media społecznościowe (z których w 2021 roku skorzystało 29,8% uczestników ruchu turystycznego w mieście) oraz blogerzy, vlogerzy, influencerzy, youtuberzy (popularni wśród 24,9% odwiedzających).
10. Znaczenie tradycyjnych mediów w 2021 roku było mniejsze niż w latach poprzednich – jedynie telewizja nadal cieszyła się zainteresowaniem podobnym do najnowszych sposobów przekazu informacji (23,4% wskazań; radio tylko 10,0%, a prasa – 9,1%).
11. Odsetek czerpiących informacje materiałów drukowanych, tj. z przewodników oraz folderów/ulotek był niewielki – odpowiednio 5,9% i 4,8% wskazań. Jeszcze mniejszy udział posiadały katalogi biur podróży.
12. Najlichniesza grupa odwiedzających Kraków w 2021 roku (40,3%) samodzielnie zorganizowała sobie przyjazd do stolicy Małopolski. Niemniej jednak odsetek tego rodzaju odwiedzających wyraźnie zmniejszył się w stosunku do roku ubiegłego na korzyść takich organizatorów podróży do miasta, jak rodzina (18,7%), znajomi (15,0%) oraz parafia/kościół (11,1%). Znaczenie biur podróży wróciło do poziomu z roku sprzed pandemii, czyli do 7,3% (wśród Polaków okazało się

- nawet najwyższe w całym badanym okresie). Rzadziej niż rok wcześniej odwiedzający w 2021 roku przyjeżdżali z zakładem pracy (5,2%) oraz ze szkołą (1,2%).
13. Odwiedzający z Polski w 2021 roku częściej niż goście z zagranicy przygotowywali sobie podróż do Krakowa we własnym zakresie (46,4% vs 35,1%) oraz w nieznacznie większym odsetku przyjeżdżali do miasta z parafią/kościółem (11,5% vs 10,7%). Z kolei, obcokrajowcy bardziej preferowali usługi biur podróży (8,2% vs 6,3%), organizację podróży przez zakład pracy (6,5% vs 3,8%) oraz przez rodzinę (19,9% vs 17,3%) i znajomych (16,6% vs 13,3%).
 14. Niemal co trzeci odwiedzający Kraków w 2021 roku (32,6%) podczas organizacji podróży do miasta we własnym zakresie nie nabywał/rezerwował zakwaterowania przed przyjazdem, licząc, że będą wolne miejsca w obiektach noclegowych, a jednocześnie będąc niepewnym, czy ze względu na nowe obostrzenia w ogóle będzie mógł przyjechać. Odsetek takich uczestników ruchu turystycznego w Krakowie zwiększył się w relacji do lat ubiegłych. W poprzednich latach najczęściej gości korzystało w tej kwestii z internetowej platformy noclegowej. W 2021 roku za jej pośrednictwem zakupów/rezerwacji dokonywał tylko średnio co drugi przyjeżdżający (18,6%). Zbliżony odsetek odwiedzających (17,9%) korzystał też z usług biur podróży, których rola istotnie wzrosła w relacji do dwóch poprzednich lat. Zmniejszyła się natomiast popularność bezpośrednich systemów rezerwacyjnych obiektów noclegowych. Tylko 3,9% osób przyjeżdżających do Krakowa w 2021 roku tym sposobem kupowało lub bookowało sobie usługi zakwaterowania, podczas gdy w 2020 roku odsetek ten był 5-krotnie, a w 2019 roku – 3,5-krotnie wyższy. Na podobnym poziomie, co rok wcześniej (16,6%) utrzymał się w 2021 roku udział tych gości, którzy telefonicznie kontaktowali się z obiektem w Krakowie, aby zarezerwować nocleg/noclegi.
 15. Brak wcześniejszego rezerwowania/zakupu noclegów charakterystyczny był w 2021 roku tak dla krajowych, jak i zagranicznych odwiedzających Kraków, aczkolwiek ten sposób organizacji zakwaterowania zadeklarowało nieco więcej gości z drugiego niż z pierwszego segmentu (33,7% vs 31,2%). Z kolei, korzystanie z internetowej platformy hotelowej, jak i usług biur podróży, a także telefonowanie do obiektu noclegowego wskazywało więcej Polaków niż cudzoziemców (odpowiednio 19,1% vs 18,3%, 18,5% vs 17,4% i 17,3% vs 15,9%). Odsetek kontaktujących się bezpośrednio drogą elektroniczną z obiektem noclegowym był najniższy i podobny w obu grupach odwiedzających (odpowiednio 4,0% i 3,9%).
 16. W 2021 roku najczęściej wskazywaną długością pobytu w Krakowie przez odwiedzających miasto w celach turystycznych były 2-3 noce – tyle trwała wizyta średnio co trzeciego przybysza (32%). Około 1/4 gości (23%) przebywała w mieście dwa dni (jedną noc), a ponad 17% przyjechało do stolicy Małopolski spędzając w niej 4-7 nocy. Średnio co dziesiąty odwiedzający przybył tylko na jeden dzień (bez noclegu), a co trzydziesty – na kilka godzin (do trzech). Nocujących w Krakowie dłużej niż tydzień było niewiele ponad 5%.
 17. Goście krajowi i zagraniczni w porównywalnym odsetku przebywali w Krakowie 2-4 dni, choć nieznacznie częściej pobyt tych pierwszych trwał 2-3 noce (33,3% vs 30,1%), a drugich – 1 noc (23,5% vs 22,4%). Największe różnice pomiędzy turystami z Polski i z zagranicy zaobserwowano jednak w przypadku pobytów dłuższych – 4-7 nocy ponad 2-krotnie częściej wskazywali cudzoziemcy (23,0% vs 10,8%), natomiast więcej niż 7 nocy niemal 4-krotnie częściej deklarowali Polacy (8,8% vs 2,3%). Również wizyty bez noclegu preferowali w większym odsetku odwiedzający z Polski niż z zagranicy – do 3 godzin ponad 2-krotnie (4,5% vs 2,2%), a jeden dzień bez noclegu o ponad 1/3 (11,3% vs 8,2%).

18. W odniesieniu do roku ubiegłego istotnie zmniejszył się odsetek odwiedzających przyjeżdżających do Krakowa na krótko. Zwiększył się z kolei udział turystów nocujących w mieście. Nadal jednak rola pobytów 4-7 nocy nie wróciła do wielkości sprzed pandemii.
19. W relacji do pierwszego roku pandemii, w 2021 roku wydłużył się czas pobytu w Krakowie gości krajowych, natomiast odwiedzający zagraniczni wprawdzie rzadziej przyjeżdżali do miasta na okres do 3 godzin, ale rzadziej też spędzali w stolicy Małopolski dłużej niż 7 nocy.
20. W 2021 roku średnio co drugi nocujący (46,1%) szukał zakwaterowania w hotelach, niemal co trzeci (29,5%) – w apartamentach, częściej niż co czwarty (po 28%) – u rodziny lub u znajomych, a tylko co siódmy (13,9%) – w hostelach.
21. W 2021 roku hotele i apartamenty wybierało najwięcej zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych, przy czym i jedne, i drugie obiekty cieszyły się większym zainteresowaniem wśród cudzoziemców niż wśród Polaków (odpowiednio 50,2% vs 41,2% i 33,6% vs 24,7%). Również większy odsetek nocujących u znajomych i rodziny oraz w hostelach i w domach wycieczkowych charakterystyczny był dla turystów z zagranicy niż z Polski (odpowiednio 31,1% vs 24,7% i 30,6% vs 25,0% oraz 15,0% vs 12,5% i 11,8% vs 10,1%). Polacy nieznacznie częściej niż obcokrajowcy korzystali natomiast z kwater prywatnych (2,1% vs 1,8%) oraz z własnych mieszkań/domów w Krakowie (1,3% vs 0,4%).
22. Nigdy wcześniej odsetek deklarujących noclegi w domach wycieczkowych nie był tak wysoki, jak w roku 2021 (11,0%) – zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych. Także udział noclegów u rodziny i znajomych okazał się najwyższy w całym badanym 10-letnim okresie.
23. Prawie 85% turystów nocujących w 2021 roku w krakowskich hotelach preferowało obiekty trzy- lub czterogwiazdkowe (odpowiednio 42,1% i 42,7%). Zaledwie 3,6% gości hotelowych wybierało obiekty najwyższej kategorii (pięciogwiazdkowej). Nikt nie skorzystał z usług obiektów jednogwiazdkowych, a dwugwiazdkowymi zainteresowanych było tylko niecałe 2% klientów hoteli.
24. W segmencie hotelowych turystów krajowych w 2021 roku odnotowano istotny wzrost odsetka korzystających z obiektów trzygwiazdkowych oraz duży spadek nocujących w hotelach pięciogwiazdkowych. Znaczenie obiektów dwugwiazdkowych utrzymuje się od 2019 roku na zbliżonym poziomie (niecałe 2%), a systematycznie od 2016 roku rośnie zainteresowanie hotelami czterogwiazdkowymi.
25. Wśród hotelowych turystów zagranicznych w 2021 roku w odniesieniu do roku ubiegłego (a nawet 2019 roku) widoczny był istotny spadek popularności obiektów pięciogwiazdkowych. Odsetek nocujących w hotelach dwu- i czterogwiazdkowych powrócił do wielkości porównywalnej do tej sprzed pandemii (tj. z 2019 roku), natomiast udział korzystających z hoteli trzygwiazdkowych wprawdzie zwiększył się w relacji do roku ubiegłego, ale i tak nie osiągnął poziomu z roku 2019.
26. W 2021 roku odnotowano istotny (prawie 2,5-krotny) wzrost średniej kwoty na osobę wydatkowanej przed przyjazdem do Krakowa (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Polski. Okazała się ona najwyższa w całym badanym okresie, tj. od 2013 roku – ponad 480 zł na osobę. Z kolei, wysokość średniego wydatku odwiedzających z zagranicy była najniższa w analizowanym okresie – tylko 570 zł na osobę, tj. o 27,1% mniej niż rok wcześniej i o 38,4% mniej niż w roku przed pandemią, tj. w 2019.
27. Średnia kwota wydatkowana podczas pobytu w Krakowie przez odwiedzających zagranicznych była w 2021 roku mniejsza niż rok wcześniej – o 13,8%, tj. wynosiła 652 zł na osobę. Jeszcze

- niższą wysokość średnich wydatków cudzoziemców w Krakowie odnotowano tylko w 2012 roku. W przypadku Polaków średnia kwota wydatkowana podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku (502 zł na osobę) okazała się natomiast wyższa niż w roku poprzednim – aż o 96,9%. Były to najwyższe wydatki odwiedzających z Polski w analizowanym okresie.
28. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa w 2021 roku przez turystów (tak krajowych, jak i zagranicznych) były nieznacznie wyższe niż odwiedzających jednodniowych (tj. o 3,6% i o 4,0%) – wynosiły odpowiednio 481 zł na osobę i 574 zł na osobę vs 465 zł na osobę i 552 zł na osobę.
 29. Podczas pobytu w Krakowie turyści (nocujący) także wydatkowali w 2021 roku wyższe średnie sumy pieniężne na osobę niż odwiedzający jednodniowi – o 93,5% Polacy i o 51,0% cudzoziemcy. Również średnie wydatki zagranicznych turystów (678 zł na osobę) i zagranicznych odwiedzających jednodniowych (449 zł na osobę) były wyższe niż krajowych turystów (538 zł na osobę) i krajowych odwiedzających jednodniowych (278 zł na osobę) – odpowiednio o 26,0% i o 61,5%.
 30. W segmencie cudzoziemców najwyższe średnie kwoty przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 roku wydatkowali odwiedzający z Włoch (prawie 750 zł na osobę) i Irlandii (ponad 730 zł na osobę). Najmniej na pobyt w Krakowie wydawali przed podróżą do miasta Słowacy – około 160 zł na osobę.
 31. Podczas pobytu w Krakowie najwięcej wydatkowali obywatele Słowenii (blisko 870 zł na osobę). Sumy najniższe charakterystyczne były natomiast dla mieszkańców Słowacji i Danii (niewiele ponad 350 zł na osobę).
 32. W stosunku do roku ubiegłego w przypadku trzech badanych krajów (Wielkiej Brytanii, Francji i Ukrainy) miał miejsce spadek średnich wydatków przed przyjazdem do Krakowa. Wzrosły natomiast średnie sumy wydatkowane przez gości z: Republiki Czeskiej, Hiszpanii, Niemiec, Włoch i Niderlandów. Niemniej jednak w relacji do roku sprzed pandemii (2019) średnie wydatki odwiedzających z niemal wszystkich państw uległy obniżeniu.
 33. W odniesieniu do roku ubiegłego wysokość sum wydatkowanych podczas pobytu w Krakowie w przypadku obywateli czterech państw uległa ograniczeniu – Niderlandów, Danii, Francji i Ukrainy. Duży wzrost dotyczył natomiast odwiedzających z Republiki Czeskiej i Hiszpanii. Średnie kwoty wydatkowane przez gości z Niemiec podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku były zbliżone do tych, wydawanych rok wcześniej.
 34. Przed przyjazdem do Krakowa wydatki na zakup produktu w biurze podróży wynosiły średnio 598 zł na osobę, a na noclegi 538 zł na osobę w grupie odwiedzających z Polski oraz odpowiednio 781 zł na osobę i 512 zł na osobę w segmencie cudzoziemców. Zdecydowanie niższe były kwoty wydatkowane na miejscowy transport – średnio 100 zł na osobę wśród gości krajowych i 104 zł na osobę wśród gości zagranicznych. Jeszcze mniej obie grupy wydatkowały przed przyjazdem na bilety wstępu do obiektów/atrakcji turystycznych – średnio Polacy 78 zł na osobę i obcokrajowcy 96 zł na osobę. Z zakupu/rezerwacji przed przyjazdem do Krakowa lokalnych wycieczek korzystali tylko goście zagraniczni. Ich wydatki na ten cel wynosiły średnio 225 zł na osobę.
 35. Podczas pobytu odwiedzający krajowi najwyższe średnie kwoty wydatkowali na noclegi (289 zł) oraz na tzw. inne cele (276 zł na osobę) i lokalne wycieczki (247 zł na osobę). Na gastronomię/jedzenie Polacy przeznaczali średnio 180 zł na osobę, a na bilety wstępu do obiektów atrakcji – 165 zł na osobę. Najniższe były wydatki na zakup produktu w biurze podróży (44 zł na osobę) oraz na krakowski transport (komunikacja miejska, parkingi – 77 zł

- na osobę). Z kolei, goście z zagranicy najwyższe średnie wydatki ponosili na zakup produktu w biurze podróży – średnio 807 zł na osobę. Ponad 2,5-krotnie niższe były ich wydatki na gastronomię/jedzenie (313 zł na osobę) i noclegi (292 zł na osobę). Następne w kolejności pod względem wysokości były wydatki na: tzw. inne cele (242 zł na osobę), lokalne wycieczki (221 zł na osobę) i bilety wstępu do atrakcji (175 zł na osobę). Najniższe okazały się kwoty przeznaczane na lokalny transport – 78 zł na osobę.
36. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do Krakowa sumy wyższe niż goście krajowi – o 30,7% na zakup produktu w biurze podróży i o 22,9% na bilety wstępu do obiektów/atrakcji. Nieco więcej (o 4,1%) wydawali też na lokalny transport. Z kolei, dla odwiedzających z Polski charakterystyczne były wyższe wydatki na noclegi (o 5,0%).
 37. Odwiedzający zagraniczni wydatkowali podczas pobytu w mieście na zakup produktu w biurze podróży sumy prawie 20-krotnie wyższe niż goście krajowi. Duże dysproporcje pomiędzy Polakami i cudzoziemcami zaobserwowano także w odniesieniu do wydatków na gastronomię/jedzenie – goście z zagranicy wydawali na ten cel o 74,2% wyższe kwoty niż Polacy. Również na bilety wstępu do obiektów/atrakcji więcej wydawali obcokrajowcy niż goście z Polski (o 6,1%). Z kolei, średnie wydatki na lokalne wycieczki i tzw. inne cele były wyższe wśród odwiedzających krajowych – odpowiednio o 11,7% i o 13,6%. Podobny kwotowo poziom w obu grupach miały wydatki na noclegi i transport.
 38. Szacunkowe wpływy Krakowa (w rozumieniu podmiotów funkcjonujących w mieście, które w ten czy inny sposób obsługiwały uczestników ruchu turystycznego) wyniosły w 2021 roku 6,3 mld zł. Kwota ta okazała się więc o 40% wyższa od tej z pierwszego roku pandemii. W konsekwencji w drugim roku pandemii wirusa SARS-CoV-2 wpływy krakowskich podmiotów z obsługi ruchu turystycznego były zbliżone do tych z roku 2018.

Wprawdzie w 2022 roku sytuacja postpandemiczna zaczęła się stabilizować, ale powrót do struktury popytu turystycznego sprzed pandemii będzie stosunkowo długotrwały, co pokazują publikacje dotyczące różnych państw zarówno europejskich, jak i azjatyckich (Panasiuk, 2020). Odrodzenie sektora podróży będzie znacznie bardziej spowolnione i towarzyszyć mu będą ciągle zmieniające się ograniczenia w podróżowaniu (Tourism Economics 2020). Turystyka nie wyjdzie z kryzysu COVID-19 bez tak zwanych wstrząsów wtórnych. Z badań przeprowadzonych przez Jaipuria (2020) wynika, że w Indiach proces ten może trwać nawet dwa lata. Świadczy to o złożoności problemów, z jakimi będzie musiała się zderzyć zarówno światowa, jak i polska turystyka. Kryzys wywołany przez pandemię koronawirusa SARS-CoV-2 wymaga więc dalszych badań, żeby można było lepiej rozpoznać zjawisko celem zarówno przeciwdziałania mu, jak i ograniczenia jego negatywnych skutków. Już teraz należy przemyśleć, jak przeorientować turystykę, aby bardziej spójnie oddziaływała ona na zrównoważony rozwój, zarówno ekologiczny, jak i społeczny (Higgins-Desbiolles, 2020; Sigala 2020; Persson-Fischer & Liu 2021; Sharma, Thomas & Paul, 2021).

Rekomendacje

1. Pozycjonować markę Kraków w umysłach odwiedzających jako miasta bezpiecznego i odpowiedzialnego, budując jego przewagę na wysokich standardach sanitarnych oraz skuteczności postępowania i zarządzania. Powinno to zachęcać uczestników ruchu turystycznego do przyjazdu i tym samym zwiększyć możliwość odbudowy krakowskiego przemysłu turystycznego (Fan, Govers & Florek, 2020).

2. Skupić się na budowaniu przewagi konkurencyjnej opartej na oryginalności, rozumianej jako pozycjonowanie miasta w oparciu o informacje nie o tym, co aktualnie dzieje się w mieście, ale że działania te są wykonywane w sposób wyjątkowy, inny niż u konkurencji, oferując jednocześnie wyjątkowość i wartość (Fan, Govers & Florek, 2020).
3. Wzmocnić kampanię promocyjną Krakowa w nowoczesnych kanałach komunikacji – mediach społecznościowych oraz za pośrednictwem blogerów, vlogerów, influencerów, youtuberów, ponieważ rola tych źródeł wiedzy o mieście rośnie wśród odwiedzających. Należy także kontynuować działania promocyjne w telewizji (nadal cieszy się ona zainteresowaniem podobnym do najnowszych sposobów przekazu informacji), natomiast ograniczyć publikację materiałów drukowanych – katalogów, przewodników oraz folderów i ulotek (ich znaczenie spada wśród odwiedzających, m.in. w związku ze zmianami pokoleniowymi).
4. Zapewnić odpowiednią liczbę szkoleń dotyczących możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii przez mieszkańców czerpiących profity z przemysłu turystycznego, co podwyższyłyby ekonomiczne korzyści lokalnej społeczności w tym zakresie, a także ułatwiłyby bezpośrednią współpracę i kontakt między odwiedzającymi a mieszkańcami (Streimikiene & Korneeva, 2020).
5. Przygotować ofertę, która zachęcałaby odwiedzających do wydłużania pobytu w Krakowie (w 2021 roku najczęściej wskazywaną długością pobytu w mieście było 2-3 nocy; tylko około 17% gości przyjechało do stolicy Małopolski spędzając w niej 4-7 nocy, a nocujących dłużej niż tydzień było zaledwie niewiele ponad 5%).
6. Rozwijać bazę apartamentów jako propozycję noclegu w Krakowie, zarówno dla gości krajowych, jak i zagranicznych.
7. Wzmocnić kampanię promocyjną Krakowa na rynku francuskim, ponieważ rysuje się załamanie w zakresie przyjazdów z tego rynku, a przede wszystkim wydatki odwiedzających z tego kraju (tak przed przyjazdem, jak i w trakcie pobytu w mieście) były w 2021 roku zdecydowanie niższe, nie tylko w porównaniu z rokiem przed pandemią, ale nawet niż w roku ubiegłym.
8. Kontynuować działania na rzecz zrównoważonego rozwoju – w pandemii zauważana jest szansa określona jako „bezprecedensowa możliwość” odrodzenia zgodnie z postulatami tej koncepcji, czyniąc branżę turystyczną przyjazną dla środowiska naturalnego z poszanowaniem lokalnej tożsamości, kultury, tradycji i stylu życia mieszkańców (Niewiadomski, 2020). W literaturze przedmiotu podkreśla się, że w okresie pandemii następuje wzrost zainteresowanie tą koncepcją wśród decydentów miast (Streimikiene & Korneeva, 2020).
9. Budować pozytywne relacje z mieszkańcami, wzmacniać ich przywiązania do Krakowa – w dłuższej postpandemicznej perspektywie tworzy to niepowtarzalny charakter miejsca i wyzwala w lokalnej społeczności postawy swoistych ambasadorów, co wpływa na postrzeganie miasta przez odwiedzających, komfort ich pobytu i jest ważnym elementem kreowania jego pozytywnego wizerunku. Pozytywny wizerunek miasta wpływa też na poziom poparcia mieszkańców dla rozwoju turystyki (Stylidis, 2019).

Bibliografia

1. Fan, H. Govers, R., & Florek. M. (2020). *Rethinking city brand in times of COVID-19: Roadmaps to economic and social recovery*. Barcelona: Webinarium 21 July.
2. GUS (2020). *Wpływ pandemii COVID-19 na koniunkturę gospodarczą*. Pobrano 19.12.2021 z lokalizacji: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/wplyw-pandemii-covid-19-na-koniunkturę-gospodarczą-oceny-i-oczekiwania-dane-szczegolowe-oraz-szeregi-czasowe-aneks-do-publicacji-grudzien-2021,6,15.html>
3. Higgins-Desbiolles, F. (2020). The “war over tourism”: Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(3), 551-569.
4. Jaipuria, S. (2020). The impact of COVID-19 on tourism sector in India. Pobrano 21.12.2021 z lokalizacji <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2020.1846971>
5. Kowalczyk-Anioł, J., & Pawlusiński, R. (2021). Miasto turystyczne wobec pandemii COVID-19: pierwsze doświadczenia w świetle literatury przedmiotu. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio B, Geographia, Geologia, Mineralogia et Petrographia*, 76, 203-222.
6. Kowalska, K., & Niezgoda, A. (2020). COVID-19 as a tourist activity inhibitor as evidenced by Poles’ holiday plans. *Studia Peregrinica*, 4(32), 9-24.
7. McCartney, G., Pinto, J., & Liu, M. (2021). City resilience and recovery from COVID-19: The case of Macao. *Cities*, 112, 103130.
8. Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *An International Journal of Tourism Space. Place and Environment*, 22, 651–656.
9. OECD (2020). *Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors*. Pobrane 21.12.2021 z lokalizacji <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e>
10. Panasiuk, A. (2020). Przyczynek do badań nad wpływem pandemii na stan gospodarki turystycznej. *Turystyka w Naukach Społecznych. Ekonomia i Finanse*, 3, 55-70.
11. Persson-Fischer, U., & Liu, S. (2021). The impact of a global crisis on areas and topics of tourism research. *Sustainability*, 13(2), 906.
12. Sharma, G.D., Thomas, A., & Paul, J. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100786.
13. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
14. Skrypko, T. (2019). Szkody i korzyści wynikające z pandemii koronawirusa dla wybranych podmiotów gospodarki ze szczególnym uwzględnieniem branży turystycznej. *Przestrzeń, Ekonomia, Społeczeństwo*, 16(2), 163-177.
15. Stojczew, K. (2021). Ocena wpływu pandemii koronawirusa na branżę turystyczną w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 65(1), 157-172.
16. Streimikiene, D. & Korneeva, E. (2020). Economic impacts of innovations in tourism marketing. *Terra Economicus*, 18(3), 182-193.
17. Styliadis, D. (2019). Residents’ destination image: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 228–231.
18. Sztuk, A. (2021). Zmiany w wyborach destynacji turystycznych w okresie pandemii COVID-19. Szansa dla małych miast. W: Szalonka, K. (red.), *Zdrowie i style życia: ekonomiczne, społeczne*

- i zdrowotne skutki pandemii* (ss. 155-174). Wrocław: E-Wydawnictwo, Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego.
19. Tourism Economics (2020). *City tourism outlook and ranking: Coronavirus impacts and recovery*. Pobrane 21.12.2021 z lokalizacji <https://resources.oxfordeconomics.com/hubfs/City-Tourism-Outlook-and-Ranking.pdf>
 20. UNWTO (2020). *2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals*. Pobrane 21.12.2021 z lokalizacji <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>
 21. UNWTO (2020). *International Tourism Highlights 2020 Edition*. Pobrano 19.12.2021 z lokalizacji <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456>

Spis tabel

Wprowadzenie	5
Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie	7
Tabela 1.1.1. BRT KRAKÓW 2021 - ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	8
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2021	10
Tabela 2.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	11
Tabela 2.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	12
Tabela 2.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	13
Tabela 2.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	14
Tabela 2.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych	15
Rozdział 3. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2021	16
3.1. Wprowadzenie	16
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków	16
Tabela 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2021	16
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie	17
Tabela 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2021	18
3.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie	19
Tabela 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających Kraków w latach 2003-2021	19
3.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy	20
Tabela 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2016-2021 - struktura procentowa - w zaokrągleniu do 0,0%	20
3.6. Struktura procentowa strumienia zagranicznego ruchu turystycznego - Odwiedzający zagraniczni / Odwiedzający jednodniowi zagraniczni / Turyści zagraniczni w Krakowie w 2021 roku	25
Tabela 3.6.1. Struktura procentowa strumienia zagranicznego ruchu turystycznego w Krakowie w 2021 roku w podziale na: odwiedzający zagraniczni Ogółem, odwiedzający zagraniczni jednodniowi (bez noclegu w Krakowie), turyści zagraniczni (osoby nocujące w Krakowie) - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2021 roku - struktura - w zaokrągleniu do 0,0%	25
3.7. Odwiedzający krajowi w Krakowie	26
Tabela 3.7.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2016-2021 - struktura procentowa według województw po zaokrągleniu	26
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków	28
4.1. Wprowadzenie	28
4.2. Wiek odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
Tabela 4.2.1. Wiek odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
4.3. Płeć odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
Tabela 4.3.1. Płeć odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
4.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
Tabela 4.4.1. Wykształcenie - odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
4.5. Status materialny odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
Tabela 4.5.1. Status materialny odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29

4.6. Charakter podróży odwiedzających Kraków - struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	30
Tabela 4.6.1. Charakter podróży odwiedzających Kraków - struktura procentowa (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	30
Rozdział 5. Cele przyjazdów do Krakowa	31
5.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa	31
Tabela 5.1.1. Cel przyjazdu do Krakowa w 2021 roku - Kraj, Zagranica, Ogółem - struktura procentowa po zaokrągleniu	31
Tabela 5.1.2. Główny cel przyjazdu OGÓŁEM - struktura % w latach 2017 - 2021	32
Tabela 5.1.3. Główny cel przyjazdu KRAJ - struktura % w latach 2017 - 2021	33
Tabela 5.1.4. Główny cel przyjazdu ZAGRANICA - struktura % w latach 2017 - 2021	34
5.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	34
Tabela 5.2.1. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2021 roku - udziały procentowe	34
5.3. Wykorzystanie oferty usług turystycznych przez odwiedzających podczas przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	35
Tabela 5.3.1. Struktura korzystania przez odwiedzających z miejscowych usług*	35
Rozdział 6. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście - zachowania turystyczne odwiedzających Kraków	36
6.1. Wprowadzenie	36
6.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście	36
Tabela 6.2.2. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w latach 2012-2021 (w %)*	38
6.3. Organizacja wizyty w Krakowie	39
Tabela 6.3.2. Organizator wizyty w Krakowie w latach 2012-2021 (w %)	41
6.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie	42
Tabela 6.4.1. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie w latach 2019-2021 roku (w %)	42
6.5. Długość pobytu w Krakowie	43
Tabela 6.5.2. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2012-2021 (w %)	44
6.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków	45
Tabela 6.6.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2012-2021	47
Tabela 2.6.1. cd. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2012-2021	48
Tabela 6.6.2. Turyści nocujący w Krakowie w latach 2012-2021 w hotelach wg kategorii (w %)	49
6.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w 2021 roku	50
Tabela 6.7.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu - KRAJ, ZAGRANICA, OGÓŁEM - struktura %	50
Rozdział 7. Oferta turystyczna Krakowa	51
7.1. Wprowadzenie	51
7.2. Ocena oferty turystycznej Krakowa w opinii odwiedzających miasto	51
Tabela 7.2.1. Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa	51
Tabela 7.2.2. Ocena Elementów Oferty Turystycznej Miasta Krakowa 2021 - WAED = Wskaźnik Atrakcyjności Elementu Destynacji - ZWAD = Zintegrowany Wskaźnik Atrakcyjności Destynacji	52
7.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez podróżnych odwiedzających Kraków w 2021 roku	62
Tabela 7.3.1. Ceny do jakości oferowanych usług w Krakowie w 2021 roku. Na żółto wskaźnik ceny	64
7.4. Zaufanie do usługi posiadającej widoczny certyfikat „QualityKrakow” (wskazujący, że przestrzegane są w lokalu zasady bezpieczeństwa sanitarnego, normy ekologiczne, standardy obsługi, lokalność itd.)	68
Tabela 7.4.1. Certyfikat „QualityKrakow”	68

Rozdział 8. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski	69
8.1. Wprowadzenie	69
8.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście	69
Tabela 8.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem turystów i odwiedzających jednodniowych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w 2021 roku	70
Tabela 8.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2013-2021 według wybranych państw (w zł na osobę)	71
Tabela 8.2.3. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 według przeznaczenia (w zł na osobę)	72
8.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie	72
Tabela 8.3.1. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie przez turystów i odwiedzających jednodniowych przyjeżdżających do miasta w 2021 roku	73
Tabela 8.3.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ponieszonego przez odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2012-2021 według wybranych państw (w zł na osobę)	74
Tabela 8.3.3. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście w 2021 roku według przeznaczenia (w zł na osobę)	75
8.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki	75
Tabela 8.4.2. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2012-2021 (w zł)	76
Rozdział 9. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków	77
9.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa - NFS	77
Tabela 9.1.1. NFS – Wskaźnik lęku (obawa przed przyjazdem do Krakowa)	78
9.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie - NPS	79
Tabela 9.2.1. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie w 2021 roku	79
Rozdział 10. Atrakcje krakowskiego obszaru recepcyjnego	80
Tabela 10.1.1. Atrakcje Krakowa w 2021 r. - wolne wskazania respondentów - sortowanie według OGÓŁEM	80
Tabela 10.1.2. Atrakcje Krakowa w 2021 r. - wolne wskazania respondentów - sortowanie według KRAJ	81
Tabela 10.1.3. Atrakcje Krakowa w 2021 r. - wolne wskazania respondentów - sortowanie według ZAGRANICA	82
Rozdział 11. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	83
Tabela 11.1.1. Deklaracja turystów dotycząca ponownego przyjazdu do Krakowa - SKALA O - 10	83
Tabela 11.1.2. Deklaracja turystów dotycząca ponownego przyjazdu do Krakowa - Aglomerat decyzyjny	83
Wnioski i podsumowanie	84
Rekomendacje	88
Bibliografia	90
Spis tabel	92
Spis rysunków	95

Spis rysunków

Wprowadzenie	5
Rozdział 1. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie	7
Rozdział 2. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2021	10
Rozdział 3. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2021	16
3.1. Wprowadzenie	16
3.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków	16
Rysunek 3.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2021	17
3.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie	17
Rysunek 3.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2021	18
3.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie	19
Rysunek 3.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie w latach 2003-2021	19
3.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy	20
Rysunek 3.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie - podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2016-2021 - struktura procentowa	24
3.6. Struktura procentowa strumienia zagranicznego ruchu turystycznego - Odwiedzający zagraniczni / Odwiedzający jednodniowi zagraniczni / Turyści zagraniczni w Krakowie w 2021 roku	25
3.7. Odwiedzający krajowi w Krakowie	26
Rysunek 3.7.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2018-2021 - struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Krakowa)	27
Rozdział 4. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków	28
4.1. Wprowadzenie	28
4.2. Wiek odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
4.3. Płeć odwiedzających Kraków - struktura procentowa	28
4.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
4.5. Status materialny odwiedzających Kraków - struktura procentowa	29
4.6. Charakter podróży odwiedzających Kraków - struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	30
Rozdział 5. Cele przyjazdów do Krakowa	31
5.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa	31
5.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	34
5.3. Wykorzystanie oferty usług turystycznych przez odwiedzających podczas przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	35
Rozdział 6. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście - zachowania turystyczne odwiedzających Kraków	36
6.1. Wprowadzenie	36
6.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście	36
Rysunek 6.2.1. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w 2021 roku (w %)*	37
6.3. Organizacja wizyty w Krakowie	39
Rysunek 6.3.1. Organizator podróży do Krakowa w 2021 roku (w %)	40
6.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie	42
6.5. Długość pobytu w Krakowie	43
Rysunek 6.5.1. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w 2021 roku (w %)	43
6.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków	45
Rysunek 6.6.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w 2021 roku*	46
Rysunek 6.6.2. Struktura procentowa turystów nocujących w Krakowie w 2021 roku w hotelach wg kategorii	49

6.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w 2021 roku	50
Rozdział 7. Oferta turystyczna Krakowa	51
7.1. Wprowadzenie	51
7.2. Ocena oferty turystycznej Krakowa w opinii odwiedzających miasto	51
7.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez podróżnych odwiedzających Kraków w 2021 roku	62
7.4. Zaufanie do usługi posiadającej widoczny certyfikat „QualityKrakow” (wskazujący, że przestrzegane są w lokalu zasady bezpieczeństwa sanitarnego, normy ekologiczne, standardy obsługi, lokalność itd.)	68
Rozdział 8. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski	69
8.1. Wprowadzenie	69
8.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście	69
Rysunek 8.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2013-2021 (w zł na osobę)*	69
Rysunek 8.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających zagranicznych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w 2021 roku według wybranych państw (w zł na osobę)	70
8.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie	72
Rysunek 8.3.1. Średnie kwoty wydatkowane przez gości odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2012-2021 (w zł na osobę)	72
Rysunek 8.3.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2021 roku według wybranych państw (w zł na osobę)	73
8.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki	75
Rysunek 8.4.1. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2012-2021 (w mln zł)	76
Rozdział 9. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków	77
9.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa - NFS	77
9.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie - NPS	79
Rozdział 10. Atrakcje krakowskiego obszaru recepcyjnego	80
Rozdział 11. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa w 2021 roku	83
Wnioski i podsumowanie	84
Rekomendacje	88
Bibliografia	90
Spis tabel	92
Spis rysunków	95