



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

## **BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W KRAKOWIE W ROKU 2005**

### **RAPORT KOŃCOWY**

**Kierownik projektu  
dr Krzysztof Borkowski**

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

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

**KRAKÓW 2005**

**MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA**

## SPIS TREŚCI

Metodologia i charakterystyka badań .....	6
Analiza liczby korzystających z bazy noclegowej w mieście Krakowie w latach 2001 – 2005 .....	8
Analiza danych miesięcznych.....	8
Analiza danych kwartalnych.....	23
Analiza danych rocznych.....	28
Wielkość ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003, 2004, 2005.....	30
Rozkład strumienia ruchu turystycznego w III kwartale w Krakowie 2005 .....	31
Odwiedzający Kraków III kwartał 2004 – korekta .....	32
Odwiedzający Kraków II kwartał 2005 .....	32
Odwiedzający Kraków III kwartał 2005 .....	34
Charakterystyka osób przyjeżdżających do Krakowa.....	35
Kryterium geograficzne .....	35
Struktura udziałów przyjazdów cudzoziemców do Krakowa.....	35
Udział polonii w przyjazdach zagranicznych do Krakowa w 2005 roku.....	38
Struktura przyjazdów Polaków do Krakowa z miejsca zamieszkania według województw w 2003, 2004, 2005 roku. Tabela 20.....	38
Kryterium demograficzne .....	42
Struktura przyjazdów do Krakowa według płci w 2004, 2005 roku.....	42
Kryterium społeczne .....	44
Struktura przyjazdów do Krakowa według wykształcenia w 2004, 2005 roku.....	44
Struktura przyjazdów do Krakowa według statusu zawodowego w 2004, 2005 roku.....	45
Kryterium ekonomiczne.....	46
Struktura przyjazdów do Krakowa według statusu materialnego w 2004, 2005 roku.....	46
Analiza informacji: .....	47
Struktura odwiedzających z kraju według kierunków przyjazdów.....	47
Przyjazdy krajowe do Krakowa według miejsca, z którego nastąpił przyjazd w 2003, 2004, 2005 roku.....	47
Przyjazdy zagraniczne do Krakowa według miejsca, z którego nastąpił przyjazd w 2003, 2004, 2005 roku.....	48
Struktura odwiedzających według towarzystwa w trakcie podróży.....	49
Przyjazdy do Krakowa według towarzyszących osób w 2003,2004,2005 roku.....	49
Struktura czasowa pobytu osób odwiedzających Kraków.....	50
Struktura celów przyjazdu Polaków i obcokrajowców do Krakowa w latach 2003,4,5.....	52
Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości?.....	55
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający krajowi.....	62
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający krajowi.....	63
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni.....	64
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni.....	65
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Niemcy).....	66
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Niemcy).....	67
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Stany Zjednoczone Ameryki Północnej).....	69
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Wielka Brytania) .....	71
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Francja).....	73
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Włochy).....	75
Główny cel przyjazdu z uwzględnieniem statusu zawodowego:? Ogółem.....	76
Główny cel przyjazdu z uwzględnieniem statusu zawodowego:? Zagranica.....	77
Główny cel przyjazdu z uwzględnieniem statusu zawodowego:? Kraj.....	78
Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w 2003, 2004, 2005 roku - OGÓLEM.....	79
Struktura wykorzystanych przez Polaków i obcokrajowców środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w 2005 roku.....	79
Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w latach 2003, 2004, 2005.....	81
Noclegi w Krakowie.....	84
Odsetek odwiedzających nocujących w Krakowie w 2005 roku.....	84
Baza noclegowa wykorzystywana podczas pobytu odwiedzających w Krakowie.....	85

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Krakowie .....	85
Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w 2005 roku .....	87
Kwoty wydatkowane podczas pobytu turystycznego w Krakowie. ....	91
Kwoty wydatkowane podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2004 – 2005 (w %). ....	91
Kwoty wydatkowane przez odwiedzających Kraków w 2005 roku. ....	92
Średnia kwota wydatku turystycznego na osobę ponoszonego przez odwiedzających podczas pobytu w Krakowie w latach 2003 – 2005 według wybranych państw (w zł).....	94
Ewentualne możliwości zwiększenia wydatków przez odwiedzających Kraków.....	96
Organizator przyjazdu do Krakowa.....	98
Organizator podróży do Krakowa w 2005 roku.....	99
Wykorzystane przez odwiedzających Kraków źródło informacji o mieście. ....	100
Wykorzystane przez odwiedzających Kraków w latach 2003 – 2005 źródło informacji o mieście (w %).....	100
Częstotliwość wizyt w Krakowie osób odwiedzających.....	103
Częstość wizyt osób odwiedzających Kraków w 2005 roku.....	104
Sposób spędzania czasu w Krakowie deklarowany przez turystów krajowych i zagranicznych.....	105
Sposób spędzania czasu deklarowany przez turystów z krajów najliczniej odwiedzających Kraków w 2005 roku.....	108
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w latach 2003-2005 – podział według najliczniej reprezentowanych krajów(%).....	109
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem wieku turystów zagranicznych i krajowych.....	110
Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku – podział z uwzględnieniem wieku (%).....	111
Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku – podział z uwzględnieniem wieku.....	113
Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków z uwzględnieniem statusu materialnego.....	114
Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków z uwzględnieniem statusu zawodowego.....	117
Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu zawodowego (%).....	118
Zainteresowanie odwiedzających Kraków w 2005 roku usługami pilotów, przewodników i instruktorów.....	121
Preferencje odwiedzanych miejsc i tras turystycznych.....	122
Miejsca zaplanowane do odwiedzenia.....	124
Usługi turystyczne Krakowa w opinii odwiedzających miasto.....	125
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów zagranicznych w 2005 roku (%).....	127
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów krajowych w 2005 roku (%).....	128
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów zagranicznych i krajowych w 2004 r.....	129
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów krajowych i zagranicznych w 2005 r.....	130
Pozytywne aspekty pobytu.....	131
Negatywne aspekty pobytu.....	133
Największe atrakcje turystyczne.....	135
Atrakcje, które turyści odwiedziliby podczas następnego pobytu.....	138
Ocena wysokości cen do jakości usług.....	139
Ocena wysokości cen do jakości świadczonych usług odwiedzających Kraków w 2005 roku (w %).....	140
Mankamenty pobytu.....	141
Ranking negatywnych wskazań Respondentów w 2005 r.....	142
Kraków – godny polecenia znajomym.....	143
Deklaracja ponownych odwiedzin Krakowa przez gości przebywających w mieście w 2005 r.....	144
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez turystów najliczniej reprezentowanych krajów odwiedzających Kraków w 2005 roku.....	145
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby) ].....	146
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Gościnność ].....	146
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Jakość obsługi turystycznej ].....	146
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Toalety publiczne ].....	146

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Imprezy kulturalne ].....	146
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Bezpieczeństwo ].....	147
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Czystość na ulicach ] .....	147
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Dostępność bankomatów ].....	147
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Gastronomię ] .....	147
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Bazę noclegową ].....	147
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Informację turystyczną ] .....	148
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Życzliwość mieszkańców ].....	148
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Oznakowanie turystyczne ].....	148
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Atmosferę miejscowości ].....	148
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Usługi przewodnickie ].....	148
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Dojazd do miejscowości ].....	149
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Transport lokalny ].....	149
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Możliwość płatności kartą kredytową ] .....	149
Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Dostępność do Internetu ].....	149
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r. – podział z uwzględnieniem wieku turystów zagranicznych i krajowych.....	150
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r. z uwzględnieniem statusu materialnego turystów zagranicznych.....	150
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r. z uwzględnieniem statusu materialnego turystów krajowych.....	150
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r.z uwzględnieniem statusu zawodowego turystów zagranicznych.....	151
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r.z uwzględnieniem statusu zawodowego turystów krajowych.....	151
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków w 2004 turystów zagranicznych.....	152
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków w 2004 turystów krajowych.....	153
Ocena stosunku cen do jakości świadczonych usług odwiedzających Kraków w 2004 roku (w %) .....	154
Ocena jakości świadczonych usług w stosunku do ceny usług w opinii turystów z krajów najliczniej odwiedzających Kraków w 2005 r. ....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Noclegi ].....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Gastronomia ] .....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Teatr, kino ] .....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Usługi przewodnickie ] .....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Transport lokalny ] .....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Muzea ] .....	155
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Imprezy kulturalne ] .....	156
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Baza sportowo - rekreacyjna ].....	156
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Kluby, dyskoteki, puby ].....	156
Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Inne ].....	156
Charakterystyka najważniejszych zagranicznych rynków turystycznych w Krakowie w 2005 roku .....	157
Niemcy .....	158
Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? .....	159
Gdzie Pani/Pan nocuje? .....	159
Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? .....	159

Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? .....	159
. Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? .....	160
. Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? .....	160
. Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? .....	160
Wielka Brytania .....	161
Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? .....	162
Gdzie Pani/Pan nocuje? .....	162
Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? .....	162
Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? .....	162
. Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? .....	163
. Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? .....	163
. Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? .....	163
Francja .....	164
Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? .....	165
Gdzie Pani/Pan nocuje? .....	165
. Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? .....	165
. Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? .....	165
. Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? .....	166
Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? .....	166
. Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? .....	166
Włochy .....	167
Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? .....	168
Gdzie Pani/Pan nocuje? .....	168
Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? .....	168
Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? .....	168
Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? .....	169
Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? .....	169
Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? .....	169
Stany Zjednoczone .....	170
Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości? .....	171
Gdzie Pani/Pan nocuje? .....	171
. Ile pieniędzy (bez kosztów dojazdu) wydała/ł Pani/Pan podczas pobytu w tej miejscowości na jedną osobę? .....	171
Czy byłaby/łby Pani/Pan skłonna/y wydać więcej? .....	171
. Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości? .....	172
Skąd się Pani/Pan dowiedziała/ł o tej miejscowości? .....	172
Który raz przyjechała/ł Pani/Pan do tej miejscowości? .....	172
Terminologia użyta w raporcie .....	173
Analiza bazy noclegowej w Krakowie.....	174
Analiza zwiedzających w muzeach Krakowa.....	196
Ruch pasażerski na lotnisku Kraków - Balice.....	204

## Metodologia i charakterystyka badań

Przyjęty w badaniach system zbierania danych ankietowych opierał się na informacjach uzyskiwanych bezpośrednio w obiektach zakwaterowania oraz miejscach najbardziej popularnych, których odwiedzający Kraków nie powinien pominąć. Listę tych miejsc ustalili eksperci.

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

Minimalna liczebność próby (3200 badanych) wynikała z umowy na przeprowadzenie badań zawartej pomiędzy Gminą Miasto Kraków a Małopolską Organizacją Turystyczną. Wielkość próby oparta była na badaniach z roku 2003, do określenia, której przyjęto dane GUS dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności  $n=800$  osób powinna, z prawdopodobieństwem 95%, zapewnić dokładność oszacowania na poziomie co najmniej 3%. Przyjęto schemat losowania warstwowego (11 warstw), gdzie warstwę stanowił rodzaj obiektu (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe, ośrodki kolonijne, inne obiekty) proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów.

Badania przeprowadzono w czterech turach czasowych (II i III kwartał), co prowadziło do łącznej wielkości próby  $n=3200$ . Po wstępnej selekcji poprawności ankiet ostatecznie w raporcie uwzględniono 3351 ankiet.

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

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

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

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

Do edycji badań został wykorzystany (podobnie jak w roku 2004) sieciowy system przetwarzania danych ankietowych znajdujących się w założonej bazie, który wykonała firma Multimedia Communications z Krakowa. Istotą tego systemu jest udostępnienie narzędzi tabulacji poprzez Internet, dla osób upoważnionych, które mają możliwość wykonywania dowolnych obliczeń według indywidualnych potrzeb.

System zapewnia:

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

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

Przeprowadzenie badania ankietowego umożliwiło realizację następujących celów:

- oszacowanie wielkości i struktury przyjazdów do Krakowa w podziale na odwiedzających krajowych i odwiedzających zagranicznych. W opracowaniu nie uwzględniono zalecanej przez WTO dezagregacji ruchu przyjazdowego na turystów (z co najmniej jednym noclegiem) i odwiedzających jednodniowych, gdyż zauważono, że w części ankiet zadeklarowano 2-3 – dniowe zwiedzanie Krakowa, ale bez noclegu w Krakowie. Takiej sytuacji nie reguluje definicja turysty. Zdecydowanie jednodniowy charakter pobytu bez noclegu deklarowało w III kwartale 21,7% ankietowanych. W grupie odwiedzających krajowych 21,02% natomiast w grupie cudzoziemców było to 0,68 %. W poprzedniej edycji badań wynosiły one odpowiednio 16% (krajowi) i 3,6% (cudzoziemcy). Dlatego też do oszacowania wielkości ruchu przyjazdowego wykorzystano kilka źródeł informacji: publikowane dane GUS za siedem miesięcy 2005r. dane z obiektów noclegowych, w których przeprowadzono wywiady ankietowe, dane dotyczące przewozów pasażerskich z lotniska Kraków – Balice. Należy nadmienić, że metodologia w tym zakresie w dalszym ciągu jest udoskonalana
- charakterystykę odwiedzających Kraków ze względu na miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy, status materialny oraz pochodzenie (polskie, obce) dla odwiedzających zagranicznych. Cechy te zostały wykorzystane do wykazania powiązań i zależności w opracowaniu następnych celów badawczych.
- charakterystykę wizyt ze względu na ich cele, długość pobytu, towarzystwo w trakcie podróży, używane środki transportu, charakterystykę produktu turystycznego, m.in. poziom wykorzystania usług turystycznych.
- określenie przeciętnego poziomu wydatków poniesionych w trakcie pobytu w Krakowie w przeliczeniu na 1 osobę.
- badanie zachowań odwiedzających, sposobów spędzania czasu, stopnia satysfakcji, co do jakości oferty turystycznej miasta Krakowa, bezpieczeństwa, czystości itp., odniesienia jakości świadczonych usług do obowiązujących cen.
- ocenę atrakcji turystycznych w Krakowie oraz poziom deklaracji chęci następnego przyjazdu.

## Analiza liczby korzystających z bazy noclegowej w mieście Krakowie w latach 2001 – 2005

Punktem wyjścia analizy są informacje udostępnione przez Urząd Statystyczny w Krakowie o liczbie korzystających z noclegów w obiektach noclegowych turystyki w ujęciu miesięcy w latach 2003-2005 oraz w ujęciu kwartałów w latach 2001-2005. Uzyskane wyniki, w połączeniu z danymi otrzymanymi w drodze badań ankietowych przeprowadzonych w latach 2003-2005 przez MOT, zostały wykorzystane do szacowania wielkości ruchu turystycznego w roku 2005 w m. Krakowie w różnych układach.

### Analiza danych miesięcznych

W opracowaniu dotyczącym prognozy liczby turystów w Krakowie w roku 2004 (w podziale na turystów krajowych i zagranicznych) posłużono się danymi Urzędu Statystycznego w ujęciu miesięcznym za rok 2003 oraz za miesiące styczeń-sierpień 2004. Na podstawie tych danych oszacowano liczbę korzystających z noclegów w miesiącach wrzesień-grudzień 2004, przyjmując założenie, że w ostatnich miesiącach 2004 roku będzie miał miejsce taki sam przyrost liczby korzystających z noclegów jaki faktycznie występował przez pierwsze 8 miesięcy 2004 roku. Pozwoliło to na ustalenie prognozy **rocznej** liczby turystów.

Obecnie można zweryfikować poprawność tej prognozy i - w przypadku pozytywnej oceny przyjętej metody - wykorzystać przyjęty algorytm predykcji na rok 2005 jak również ocenić rząd dokładności założonego sposobu wnioskowania.

W tab. 1 podano przewidywane i faktyczne liczby korzystających z noclegów (w tys.) oraz błędy tych prognoz (absolutne i procentowe). Dokładność prognoz była wysoka. Błąd dla turystów ogółem wynosił tylko 1,8%, a w przypadku turystów zagranicznych tylko 0,5%. Generalnie prognozy były lekko niedoszacowane, co także można ocenić korzystnie.

Tabela 1

Prognozowana i faktyczna liczba korzystających z noclegów w m. Krakowie w roku 2004

<b>Turyści</b>	<b>Prognoza (tys.)</b>	<b>Faktycznie (tys.)</b>	<b>Błąd (tys.)</b>	<b>Błąd (%)</b>
<b>Ogółem</b>	<b>992</b>	<b>1.010</b>	<b>-18</b>	<b>-1,8</b>
<b>Krajowi</b>	<b>423</b>	<b>438</b>	<b>-15</b>	<b>-3,4</b>
<b>Zagraniczni</b>	<b>569</b>	<b>572</b>	<b>-3</b>	<b>-0,5</b>

W tab. 2 podano roczne indeksy dynamiki jakimi posługiwano się w prognozowaniu liczby turystów ogółem, krajowych i zagranicznych oraz faktyczne indeksy jakie odnotowano na podstawie danych Urzędu Statystycznego. Rząd dokładności jest tu podobny jak w przypadku danych z tab. 1. W roku 2004 miał miejsce wzrost liczby korzystających z noclegów ogółem nie o 18% ale o 20%, a w przypadku turystów zagranicznych nie 31% lecz 32 %.

Przytoczona ocena poprawności prognoz pozwala na wykorzystanie tej samej procedury prognozowania dla roku 2005 jaka była zastosowana w roku 2004.



Tabela 2.

Prognozowane i faktyczne roczne indeksy dynamiki (2004 w stosunku do 2003) w zakresie liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie

Turyści	Prognoza (%)	Faktycznie (%)	Błąd (%)
<b>Ogółem</b>	<b>117,9</b>	<b>120,1</b>	<b>-2,2</b>
<b>Krajowi</b>	<b>103,6</b>	<b>107,1</b>	<b>-3,5</b>
<b>Zagraniczni</b>	<b>131,4</b>	<b>132,3</b>	<b>-0,9</b>

Na dzień sporządzenia prognozy dostępne były informacje za miesiące styczeń-lipiec 2005 roku. Wyznaczone na podstawie pierwszych siedmiu miesięcy ruchome indeksy dynamiki w latach 2005/2004 oraz 2004/2003 zebrano w tab.3. Jak można zauważyć ma miejsce nieznaczny spadek tempa wzrostu liczby korzystających z noclegów – ogółem o 1,3%, przy czym ma on miejsce głównie w zakresie turystów zagranicznych (spadek o 5,6%) natomiast liczba turystów krajowych spada niewiele.

Tabela 3

Ruchome indeksy dynamiki (%) liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie w miesiącach styczeń-lipiec

Turyści	2004/03	2005/04	Różnica
<b>Ogółem</b>	<b>117,6</b>	<b>116,3</b>	<b>-1,3</b>
<b>Krajowi</b>	<b>103,0</b>	<b>102,6</b>	<b>-0,4</b>
<b>Zagraniczni</b>	<b>133,1</b>	<b>127,5</b>	<b>-5,6</b>

Ponieważ w roku 2004 okazało się, że faktyczne tempa przyrostu w końcowych miesiącach były większe niż w miesiącach początkowych, ostatecznie do prognoz na miesiące sierpień-grudzień 2005 przyjęto indeksy dynamiki powiększone o połowę różnicy błędu z roku 2004. Kształtują się one na poziomie:

Ogółem:  $116,3 + 2,2/2 = 117,4$  %                      wobec                      117,9 % w roku 2004  
 Krajowi:  $102,6 + 3,5/2 = 104,3$  %                      wobec                      103,6 % w roku 2004  
 Zagraniczni:  $127,5 + 0,9/2 = 127,9$  %                      wobec                      131,4 % w roku 2004

Różnice w założonych indeksach dynamiki są niewielkie i mają charakter korekcyjny. Przyjęte założenia doprowadziły do prognoz podanych w tab. 4 i przedstawionych w różnych przekrojach na rys. 1-6. Ostateczne indeksy dynamiki przyrostu liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie podano w tab. 5. Wynikają one z faktycznych informacji za miesiące styczeń-sierpień 2005 oraz prognozy dla miesięcy wrzesień-grudzień 2005. **Przyrost liczby korzystających z noclegów jest nadal wysoki i wynosi ogółem 17%, na co składa się 27% przyrost turystów zagranicznych oraz blisko 4% przyrost turystów krajowych. Tym niemniej warto zauważyć, że dynamika tego przyrostu w 2005 roku w stosunku do roku 2004 nieco zmalała (od 3 do 5 punktów procentowych).**

Warto tu zwrócić uwagę na odmienne kształtowanie się liczby korzystających z noclegów w grupie turystów krajowych i z zagranicy (rys 2 i 3). W pierwszym przypadku (por. rys. 2) różnice w kolejnych latach są niewielkie i różnokierunkowe, np. w maju najwięcej turystów

było w 2003 roku a najmniej w 2005 roku podczas gdy w listopadzie i grudniu kolejność jest odwrotna. Są też miesiące (marzec, październik, sierpień) gdzie liczba turystów krajowych w okresie 2003-2005 była praktycznie stała. W przypadku turystów zagranicznych (por. rys. 3) obserwuje się stały wzrost liczby korzystających z noclegów jakkolwiek tempo tego wzrostu było nieco większe w roku 2004 niż w roku 2005.

Inne ciekawe wnioski można wysnuć z rys. 4-6 na których porównano liczby turystów krajowych i z zagranicy w układzie miesięcznym w kolejnych latach. Jeszcze w 2003 roku (por. rys. 4) wyraźna przewaga liczby turystów zagranicy dotyczyła tylko trzech miesięcy: lipca, sierpnia i września. W miesiącach wiosenno-jesiennych obserwowano równowagę ruchu turystycznego, natomiast w miesiącach zimowych listopad-marzec przewagę turystów krajowych. W następnym 2004 roku (por. rys. 5) przewagę turystów zagranicznych obserwuje się już w okresie kwiecień-październik, natomiast w roku 2005 (por. rys. 6) okres ten jeszcze się powiększył o marzec. Obecnie tylko od listopada do lutego obserwuje się równowagę liczby turystów z kraju i z zagranicy.

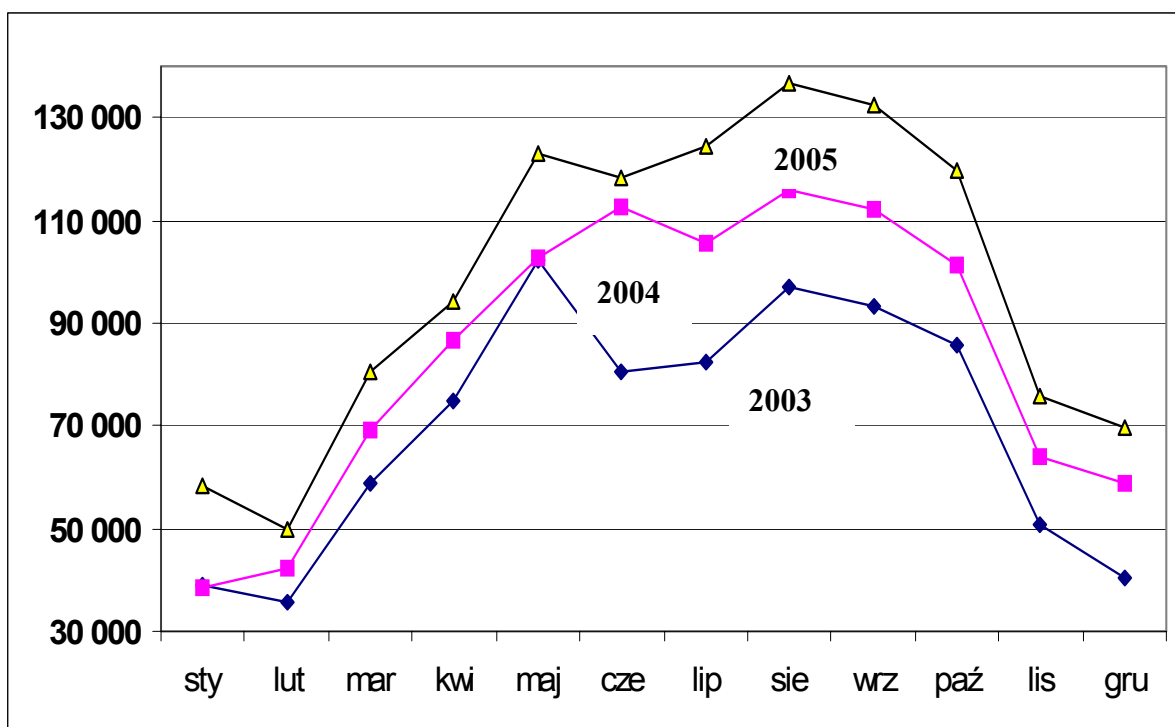
Tabela 4

Liczba korzystających z noclegów wg miesięcy w m. Krakowie w latach 2003-2005

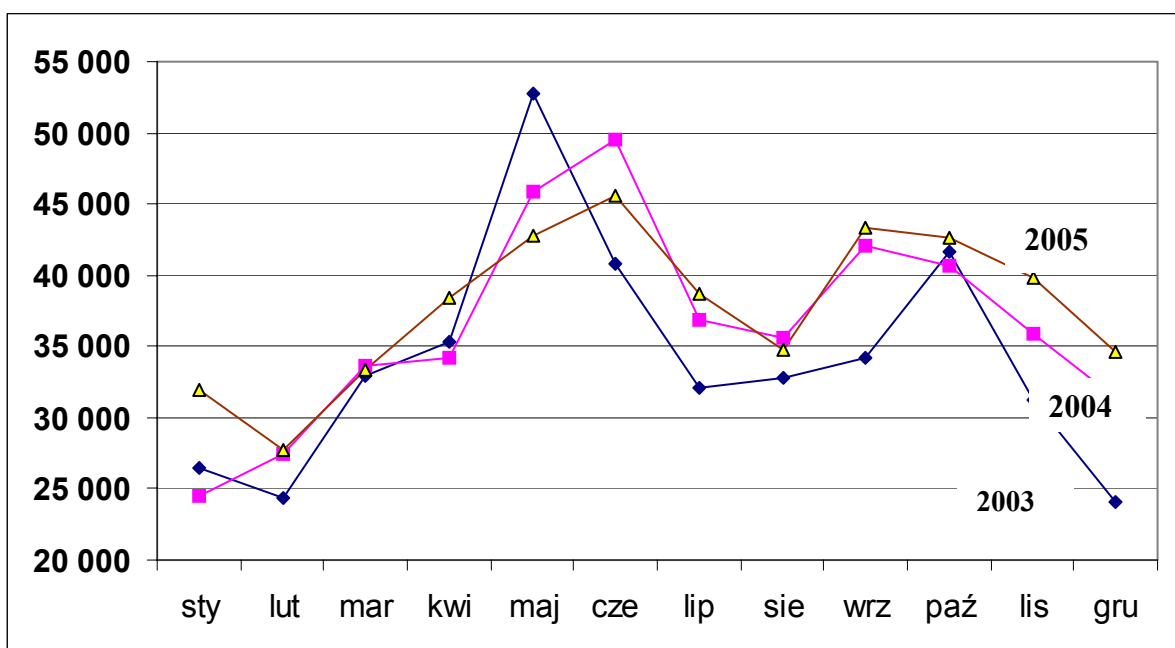
Rok	2003			2004			2005		
	Ogółem	Tur. kraj.	Tur. zagr.	Ogółem	Tur. kraj.	Tur. zagr.	Ogółem	Tur. kraj.	Tur. zagr.
sty	39 123	26 410	12 713	38 726	24 446	14 280	58 173	31 987	26 186
lut	35 894	24 304	11 590	42 355	27 449	14 906	49 683	27 797	21 886
mar	58 812	32 972	25 840	69 227	33 618	35 609	80 293	33 309	46 984
kwi	74 852	35 345	39 507	86 723	34 156	52 567	94 392	38 363	56 029
maj	102 219	52 750	49 469	102 521	45 860	56 661	123 046	42 825	80 221
cze	80 731	40 787	39 944	112 604	49 526	63 078	118 459	45 590	72 869
lip	82 546	32 090	50 456	105 322	36 867	68 455	124 219	38 710	85 509
sie	96 926	32 844	64 082	115 756	35 565	80 191	136 592	34 750	101 843
wrz	93 274	34 195	59 079	112 366	42 112	70 254	132 592	43 369	89 223
paź	85 756	41 683	44 073	101 299	40 710	60 589	119 533	42 585	76 948
lis	50 645	31 193	19 452	64 126	35 898	28 228	75 669	39 819	35 850
gru	40 436	24 039	16 397	59 020	31 448	27 572	69 644	34 627	35 016
<b>Razem</b>	<b>841 214</b>	<b>408 612</b>	<b>432 602</b>	<b>1 010 045</b>	<b>437 655</b>	<b>572 390</b>	<b>1 182 294</b>	<b>453 731</b>	<b>728 563</b>
<b>Indeks (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>120,1</b>	<b>107,1</b>	<b>132,3</b>	<b>117,1</b>	<b>103,7</b>	<b>127,3</b>

Źródło: Dane US w Krakowie

Rysunek 1.  
Liczba korzystających z noclegów ogółem w m. Krakowie w latach 2003-2005

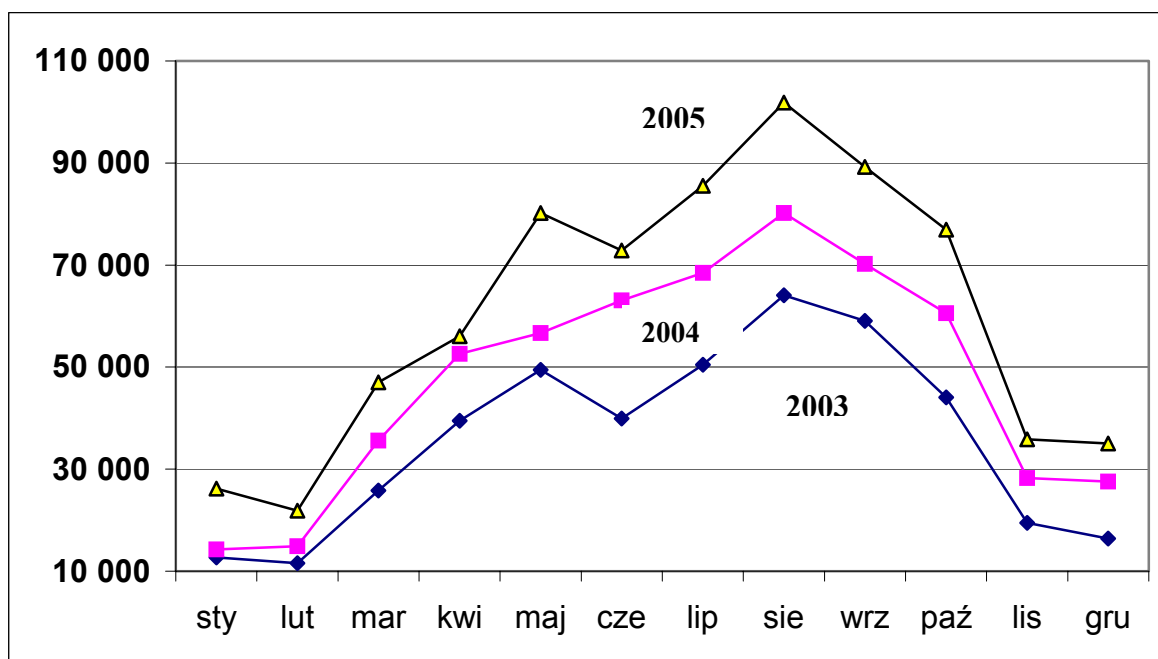


Rysunek 2.  
Liczba korzystających z noclegów (turyści krajowi) w m. Krakowie w latach 2003-2005



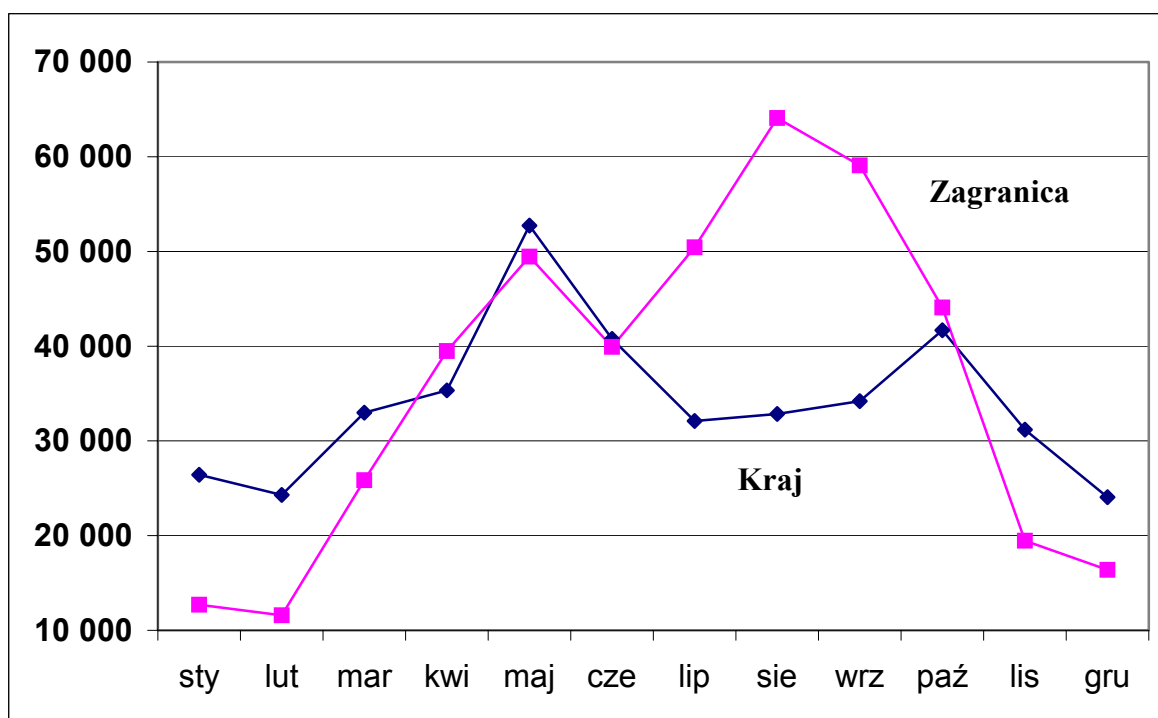
Rysunek 3.

Liczba korzystających z noclegów (turyści zagraniczni) w m. Krakowie w latach 2003-2005



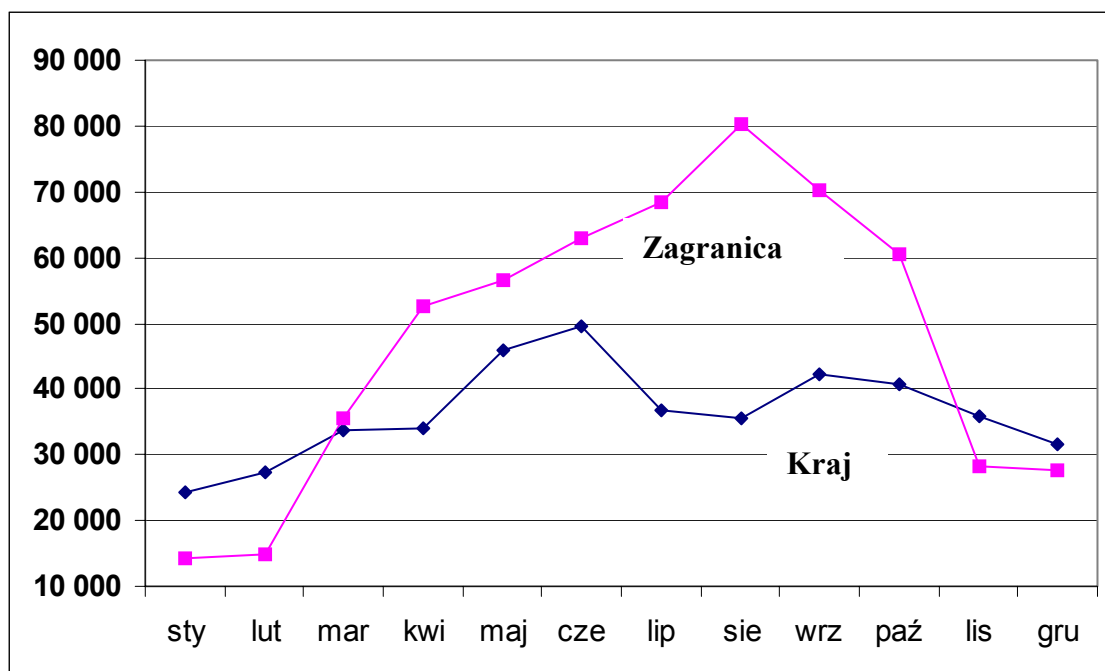
Rysunek 4

Liczba korzystających z noclegów (turyści zagraniczni i krajowi) w m. Krakowie w roku 2003



Rysunek 5

Liczba korzystających z noclegów (turyści zagraniczni i krajowi) w m. Krakowie w roku 2004



Rysunek 6

Liczba korzystających z noclegów (turyści zagraniczni i krajowi) w m. Krakowie w roku 2005

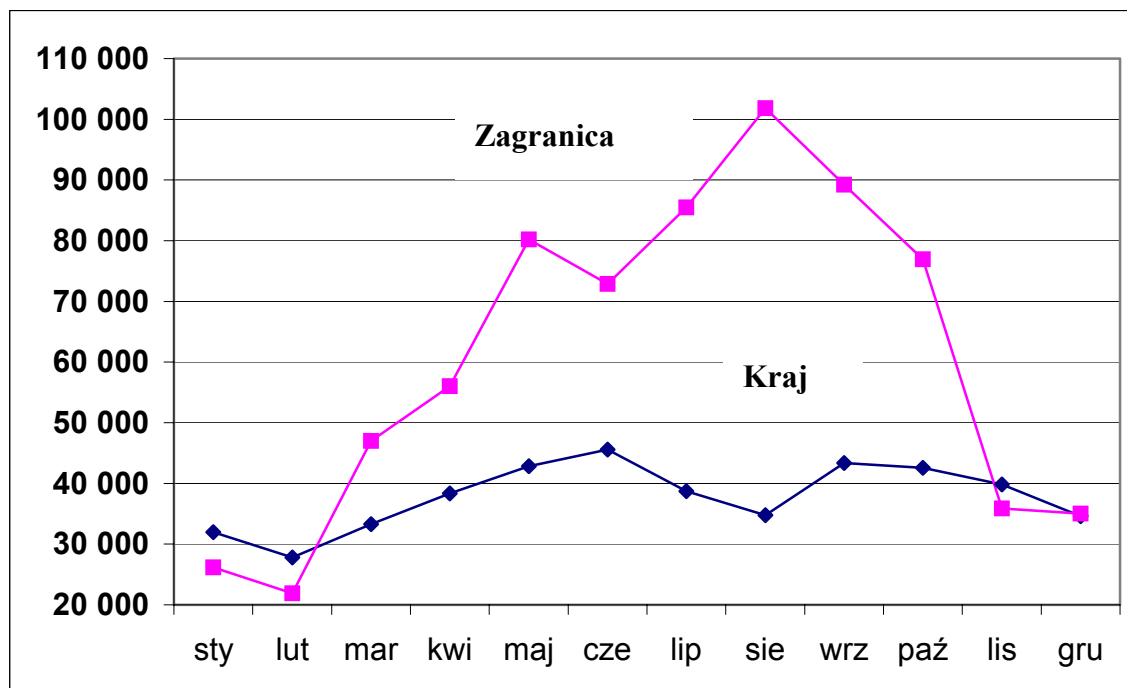


Tabela 5.

Ostateczne indeksy dynamiki liczby korzystających z noclegów (%) w m. Krakowie w latach 2003-2005

<b>Turyści</b>	<b>2004/03</b>	<b>2005/04</b>	<b>Różnica</b>
<b>Ogółem</b>	<b>120,1</b>	<b>117,1</b>	<b>-3</b>
<b>Krajowi</b>	<b>107,1</b>	<b>103,7</b>	<b>-3,4</b>
<b>Zagraniczni</b>	<b>132,3</b>	<b>127,3</b>	<b>-5</b>

W tab. 6 zamieszczono ruchome indeksy dynamiki liczby korzystających z noclegów w latach 2003-2005. Z uwagi na konieczność zbilansowania ogólnej liczby turystów jako sumy turystów krajowych i zagranicznych wskaźniki dynamiki dla turystów krajowych w okresie sierpień-grudzień 2005/04 (pochyła czcionka) różnią się średniomiesięcznego wskaźnika (104,3%) przyjętego w założeniach. Warto też zwrócić uwagę na duże różnice miesięcznych indeksów dynamiki w roku 2004/03 w porównaniu z rokiem 2005/04. Przewidywanie ruchu turystycznego w danym miesiącu może więc być obciążone sporymi błędami, które w skali roku mają tendencję do niwelowania się.

W tab. 7 zebrano wskaźniki udziału turystów krajowych i zagranicznych w ogólnej liczbie turystów w okresie 2003-2005. Struktura ta pokazana jest na rys. 7-9. Analiza dwóch pierwszych rysunków 7 i 8 prowadzi do wniosku, że w kolejnych latach następuje wyraźne przesuwanie środka ciężkości turystyki w m. Krakowie z turystów krajowych na turystów z zagranicy. Udział turystów krajowych stopniowo maleje z 49% w roku 2003, do 43% w roku 2004 oraz do 38% w roku 2005. Widać to także na rys. 9 gdzie na przykładzie roku 2005 pokazano iż wskaźniki udziału turystów z zagranicy w okresie marzec-październik są większe od wskaźników udziałów turystów krajowych. Największe różnice mają miejsce w sierpniu a także lipcu i wrześniu.. Lekka przewaga turystów krajowych widoczna jest tylko w początkowych miesiącach roku – styczniu i lutym.

Warto także przeanalizować wskaźniki sezonowości (por. tab. 8 oraz rys. 10-15) dla poszczególnych kategorii turystów. Wskaźniki te świadczą o dużej sezonowości liczby korzystających z noclegów, zwłaszcza turystów z zagranicy. Na przykład w miesiącach zimowych - styczeń, luty - liczba turystów z zagranicy kształtuje się na poziomie 30%-45% przeciętnej, niska jest także w listopadzie i grudniu (45%-75% przeciętnej) podczas gdy w lipcu, sierpniu i wrześniu kształtuje się na bardzo wysokim poziomie (140%-180% przeciętnej).

Wskaźniki sezonowości dla turystów krajowych mają podobny charakter, ale znacznie mniejszą amplitudę. Największe wskaźniki sezonowości dla turystów krajowych notuje się w maju, a także w czerwcu (120%-150% przeciętnej). Drugi, mniejszy szczyt turystyki krajowej występuje we wrześniu i październiku (110%-115% przeciętnej). W miesiącach letnich (lipiec, sierpień), wskaźniki sezonowości kształtują się na przeciętnym poziomie natężenia ruchu turystycznego.

Jeżeli chodzi o zmiany w czasie wskaźników sezonowości to obserwuje się lekki wzrost tego wskaźnika dla turystów z zagranicy (por. rys. 15), zwłaszcza w miesiącach letnich roku 2005, co nie jest zjawiskiem korzystnym. Natomiast w przypadku turystów krajowych wskaźniki sezonowości w analizowanym okresie nie ulegały zmianom (por. rys. 14).

Tabela 6.

Ruchome indeksy dynamiki (%) liczby korzystających z obiektów turystycznych w m. Krakowie dla turystów ogółem, krajowych i z zagranicy

Rok	2004/2003			2005/2004		
	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.
sty	99,0	92,6	112,3	140,2	120,8	163,4
lut	118,0	112,9	128,6	117,3	101,3	146,8
mar	117,7	102,0	137,8	116,0	99,1	131,9
kwi	115,9	96,6	133,1	108,8	112,3	106,6
maj	100,3	86,9	114,5	120,0	93,4	141,6
cze	139,5	121,4	157,9	105,2	92,1	115,5
lip	127,6	114,9	135,7	117,9	105,0	124,9
sie	119,4	108,3	125,1	117,0	97,7	128,0
wrz	120,5	123,2	118,9	117,0	103,0	128,0
paź	118,1	97,7	137,5	117,0	104,6	128,0
lis	126,6	115,1	145,1	117,0	110,9	128,0
gru	146,0	130,8	168,2	117,0	110,1	128,0
<b>Razem</b>	<b>120,1</b>	<b>107,1</b>	<b>132,3</b>	<b>117,1</b>	<b>103,7</b>	<b>127,3</b>

Tabela 7

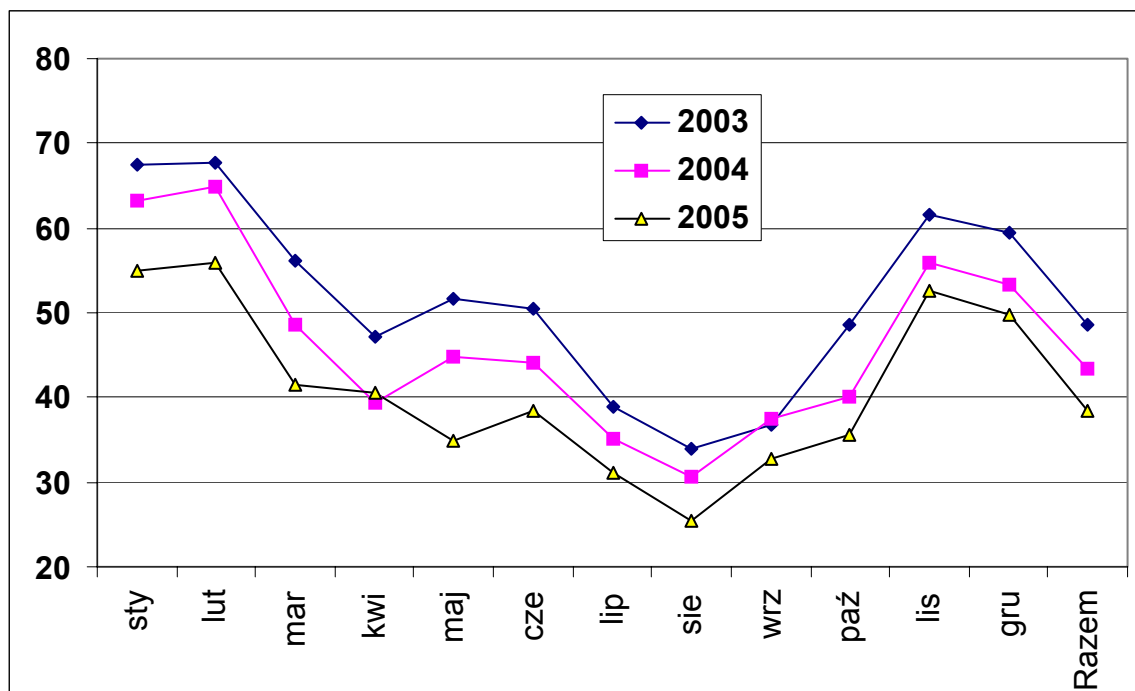
Wskaźniki udziału turystów krajowych i z zagranicy w liczbie korzystających z obiektów turystycznych (%) w m. Krakowie w latach 2003-2005

Rok/m-c	Udział turystów krajowych			Udział turystów z zagranicy		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
sty	67,5	63,1	55,0	32,5	36,9	45,0
lut	67,7	64,8	55,9	32,3	35,2	44,1
mar	56,1	48,6	41,5	43,9	51,4	58,5
kwi	47,2	39,4	40,6	52,8	60,6	59,4
maj	51,6	44,7	34,8	48,4	55,3	65,2
cze	50,5	44,0	38,5	49,5	56,0	61,5
lip	38,9	35,0	31,2	61,1	65,0	68,8
sie	33,9	30,7	25,4	66,1	69,3	74,6
wrz	36,7	37,5	32,7	63,3	62,5	67,3
paź	48,6	40,2	35,6	51,4	59,8	64,4
lis	61,6	56,0	52,6	38,4	44,0	47,4
gru	59,4	53,3	49,7	40,6	46,7	50,3
<b>Razem</b>	<b>48,6</b>	<b>43,3</b>	<b>38,4</b>	<b>51,4</b>	<b>56,7</b>	<b>61,6</b>



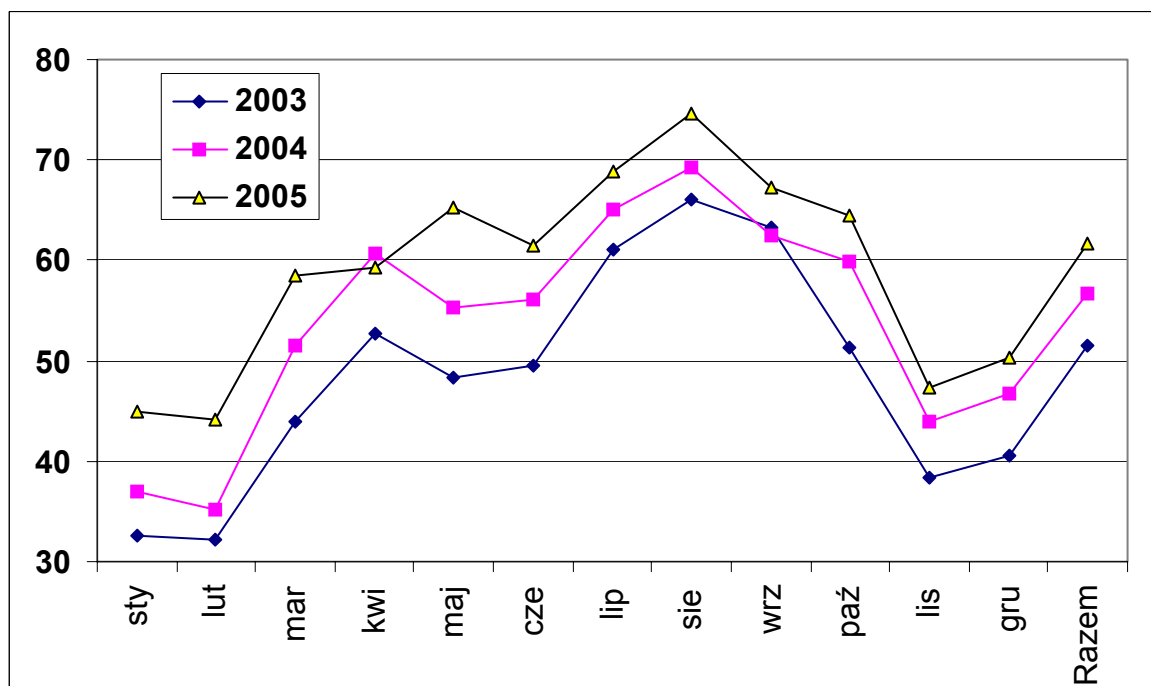
Rysunek 7

Wskaźniki udziału turystów krajowych wśród korzystających z noclegów ogółem (%) w m. Krakowie w latach 2003-2005



Rysunek 8.

Wskaźniki udziału turystów z zagranicy wśród korzystających z noclegów ogółem (%) w m. Krakowie w latach 2003-2005



Rysunek 9.  
Wskaźniki udziału turystów krajowych i z zagranicy wśród korzystających z noclegów ogółem (%) w m.  
Krakowie w 2005 roku

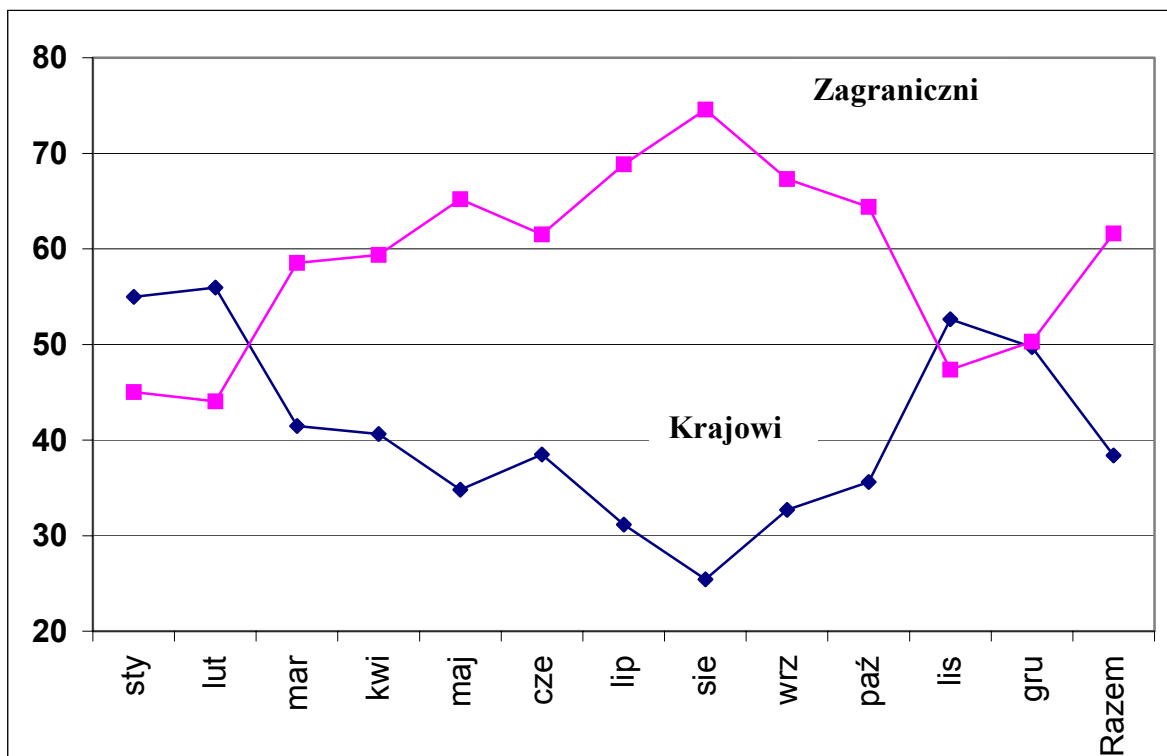
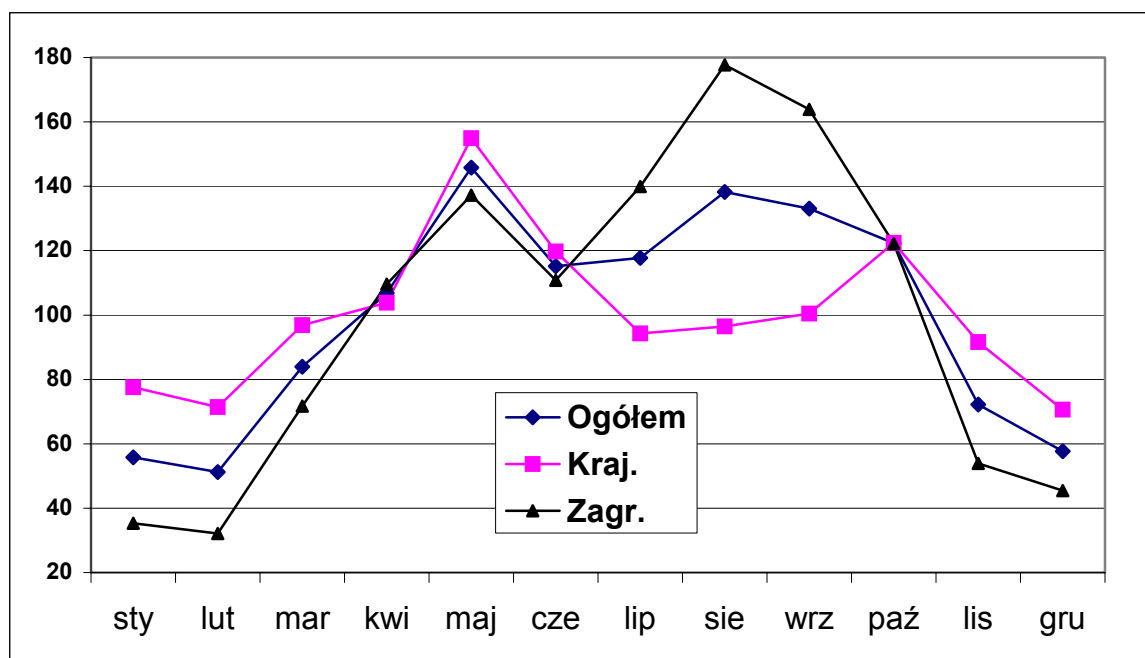


Tabela 8

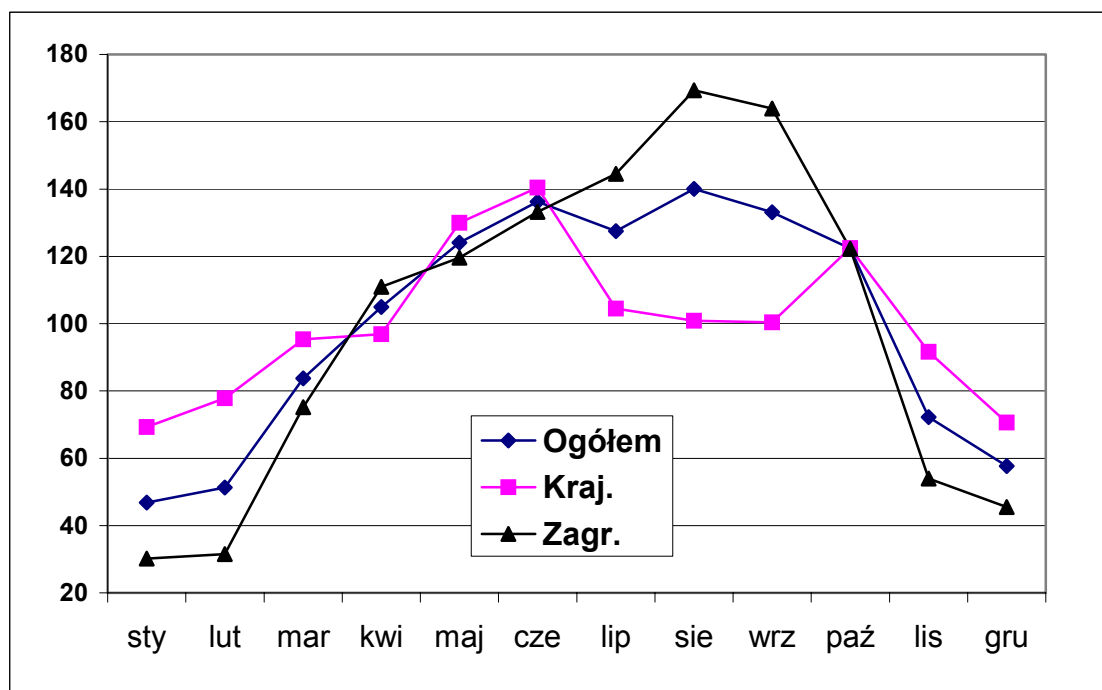
Wskaźniki sezonowości (%) liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie w latach 2003-2005 w podziale na turystów ogółem, krajowych i zagranicznych

Rok	2003			2004			2005		
	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.	Ogółem	Kraj.	Zagr.
sty	55,8	77,6	35,3	46,0	67,0	29,9	59,0	84,6	43,1
lut	51,2	71,4	32,1	50,3	75,3	31,3	59,0	76,2	45,9
mar	83,9	96,8	71,7	82,2	92,2	74,7	95,4	91,3	98,5
kwi	106,8	103,8	109,6	103,0	93,7	110,2	112,1	105,2	117,5
maj	145,8	154,9	137,2	121,8	125,7	118,8	146,2	117,4	168,2
cze	115,2	119,8	110,8	133,8	135,8	132,2	140,7	125,0	152,8
lip	117,8	94,2	140,0	125,1	101,1	143,5	147,6	106,1	179,3
sie	138,3	96,5	177,8	137,5	97,5	168,1	162,3	95,3	213,5
wrz	133,1	100,4	163,9	133,5	115,5	147,3	157,5	118,9	187,1
paź	122,3	122,4	122,3	120,3	111,6	127,0	142,0	116,8	161,3
lis	72,2	91,6	54,0	76,2	98,4	59,2	89,9	109,2	75,2
gru	57,7	70,6	45,5	70,1	86,2	57,8	82,7	94,9	73,4

Rysunek 10  
Wskaźniki sezonowości liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie w roku 2003

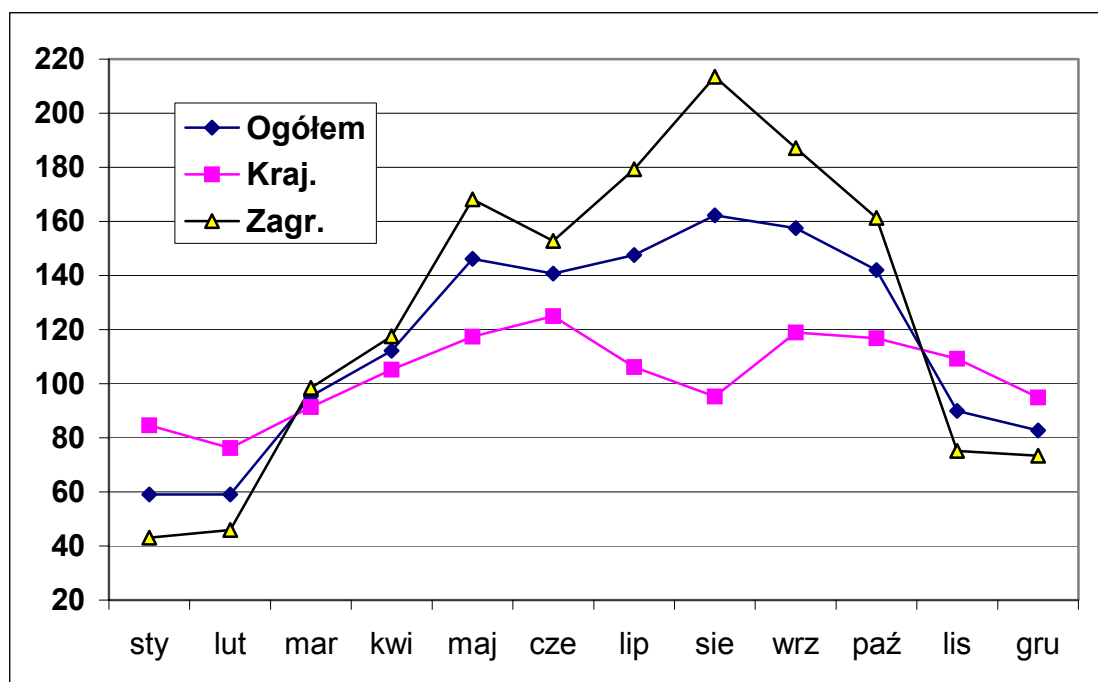


Rysunek 11  
Wskaźniki sezonowości liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie w roku 2004



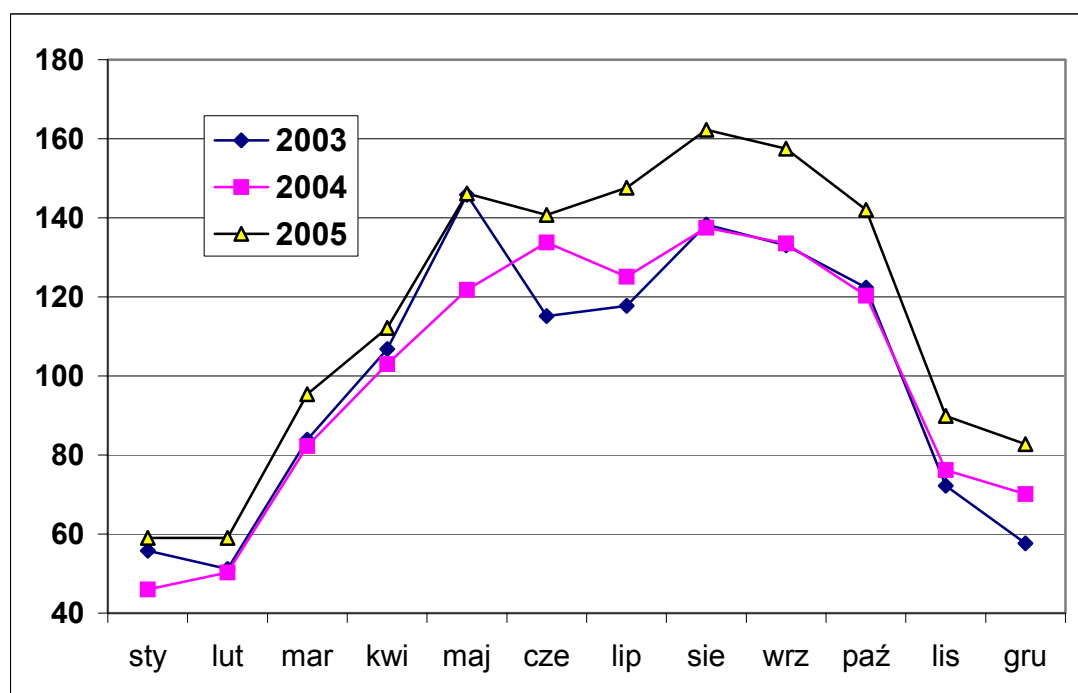
Rysunek 12

Wskaźniki sezonowości liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie w roku 2005



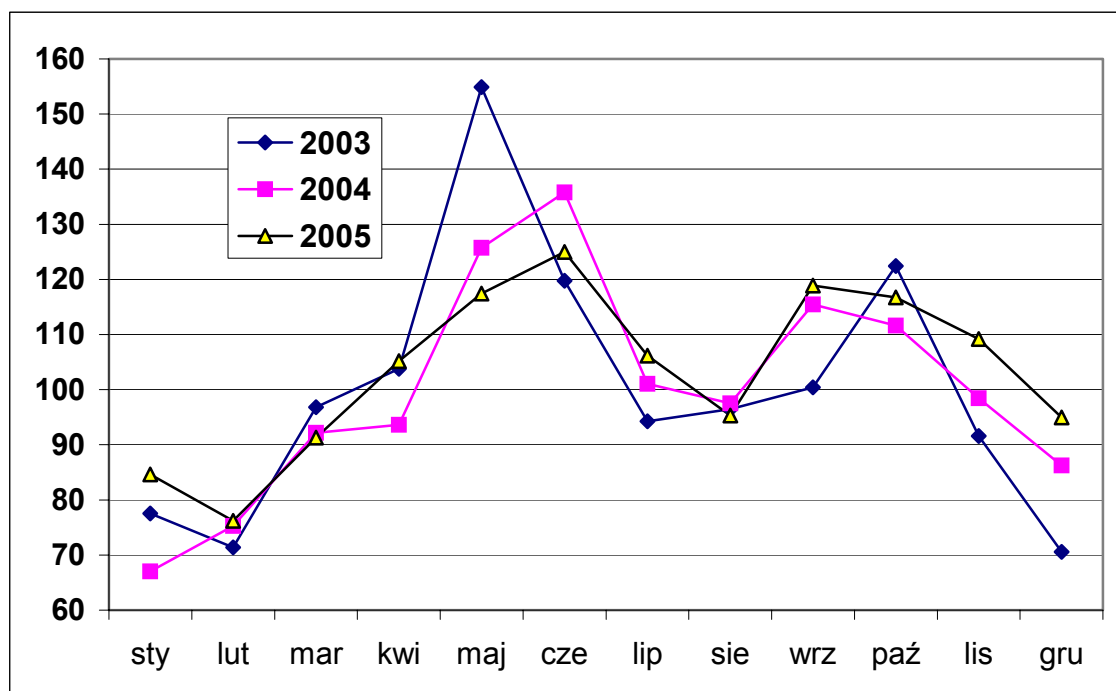
Rysunek 13.

Wskaźniki sezonowości liczby korzystających z noclegów – turyści ogółem - w m. Krakowie w latach 2003-2005



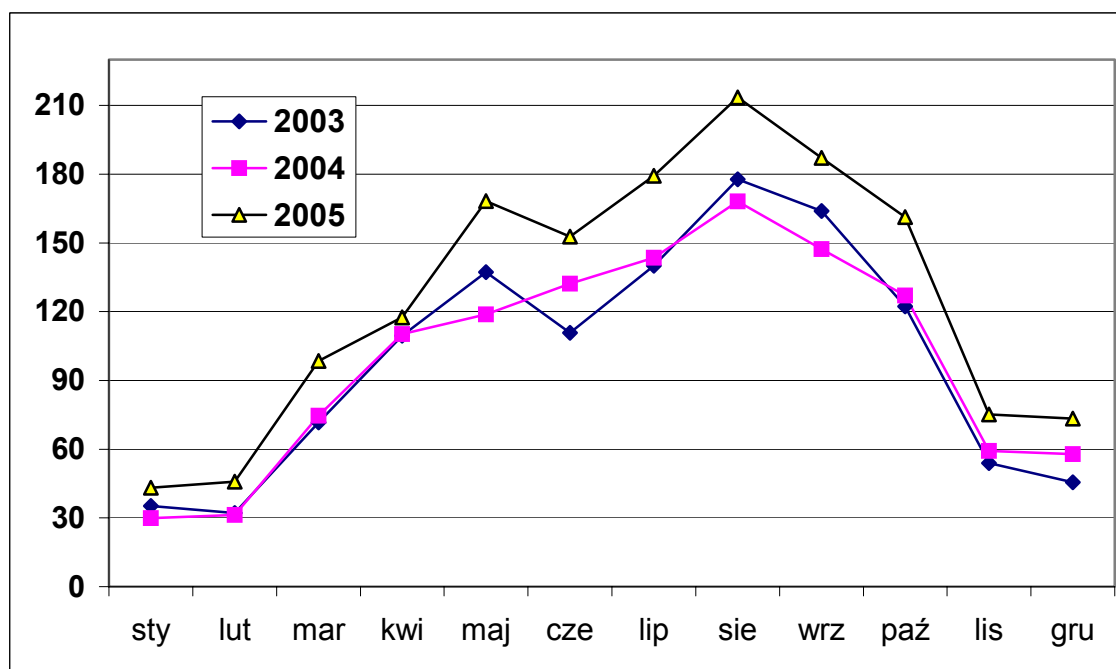
Rysunek 14

Wskaźniki sezonowości liczby korzystających z noclegów – turyści krajowi - w m. Krakowie w latach 2003-2005



Rysunek 15

Wskaźniki sezonowości liczby korzystających z noclegów – turyści z zagranicy - w m. Krakowie w latach 2003-2005



## Analiza danych kwartalnych

Dane o liczbie korzystających z noclegów ogółem oraz dla turystów krajowych i z zagranicy w ujęciu kwartalnym w latach **2001-2005**, a więc obejmujących dłuższy horyzont czasowy niż w przypadku analizy danych miesięcznych, zebrano w tab. 9 oraz zilustrowano na rys. 16.

Tabela 9

Liczba korzystających z noclegów w m. Krakowie w kolejnych kwartałach 2001-2005

Rok	Kwartał	Ogółem	Turyści krajowi	Turyści z zagranicy
2001	I	133 014	80 233	52 781
2001	II	238 164	112 006	126 158
2001	III	261 767	107 787	153 980
2001	IV	159 285	91 997	67 288
2002	I	137 027	83 154	53 873
2002	II	257 216	126 351	130 865
2002	III	266 829	108 182	158 647
2002	IV	169 777	94 670	75 107
2003	I	133 829	83 686	50 143
2003	II	257 802	128 882	128 920
2003	III	272 746	99 129	173 617
2003	IV	176 837	96 915	79 922
2004	I	150 308	85 513	64 795
2004	II	301 848	129 542	172 306
2004	III	333 444	114 544	218 900
2004	IV	224 445	108 056	116 389
2005	I	188 149	93 093	95 056
2005	II	335 897	126 778	209 119
2005	III	393 403	116 829	276 574
2005	IV	264 845	117 031	147 814

Źródło: Dane US w Krakowie

Na podstawie powyższych danych wyznaczono udziały procentowe turystów krajowych i z zagranicy w ogólnej liczbie turystów oraz wskaźniki sezonowości dla poszczególnych kwartałów w latach 2001-2005. Otrzymane wartości wskaźników zebrano w tab. 10 i przedstawiono na rys. 17 – 18.

Widoczna jest tu wyraźna sezonowość wyrażająca się w większym ruchu turystycznym w drugich i trzecich kwartałach każdego roku oraz odpowiednio niższym natężeniem ruchu w pierwszych i czwartych kwartałach. Dla turystów ogółem w sezonie wiosenno-letnim ruch turystyczny jest o 20%-30%, a w roku 2005 nawet o 30%-50% większy od przeciętnego, natomiast w sezonie jesienno-zimowym odpowiednio mniejszy. Sezonowość kwartalna (podobnie jak miesięczna) jest bardziej widoczna dla turystów z zagranicy aniżeli dla turystów krajowych.

Tabela 10

Udziały w liczbie korzystających z noclegów: turystów krajowych i turystów z zagranicy oraz kwartalne wskaźniki sezonowości w latach 2001-2005 w m. Krakowie

Rok	Kwartał	Udziały w noclegach ogółem		Kwartalne wskaźniki sezonowości		
		Turyści krajowi	Turyści z zagranicy	Ogółem	Turyści krajowi	Turyści z zagranicy
2001	I	60,3	39,7	67,2	81,9	52,8
2001	II	47,0	53,0	120,2	114,3	126,1
2001	III	41,2	58,8	132,2	110,0	153,9
2001	IV	57,8	42,2	80,4	93,9	67,3
2002	I	60,7	39,3	66,0	80,7	51,5
2002	II	49,1	50,9	123,8	122,6	125,1
2002	III	40,5	59,5	128,5	104,9	151,6
2002	IV	55,8	44,2	81,7	91,8	71,8
2003	I	62,5	37,5	63,6	81,9	46,4
2003	II	50,0	50,0	122,6	126,2	119,2
2003	III	36,3	63,7	129,7	97,0	160,5
2003	IV	54,8	45,2	84,1	94,9	73,9
2004	I	56,9	43,1	59,5	78,2	45,3
2004	II	42,9	57,1	119,5	118,4	120,4
2004	III	34,4	65,6	132,1	104,7	153,0
2004	IV	48,1	51,9	88,9	98,8	81,3
2005	I	49,5	50,5	74,5	85,1	66,4
2005	II	37,7	62,3	133,0	115,9	146,1
2005	III	29,7	70,3	155,8	106,8	193,3
2005	IV	44,2	55,8	104,9	107,0	103,3



Uśrednione w latach 2001-2005 kwartalne wskaźników sezonowości dla poszczególnych kategorii turystów podano w tab. 11.

Tabela 11

Średnie kwartalne wskaźniki sezonowości ruchu turystycznego w m. Krakowie

<b>Kwartał</b>	<b>Ogółem</b>	<b>Turyści krajowi</b>	<b>Turyści z zagranicy</b>
<b>I</b>	<b>66,2</b>	<b>81,5</b>	<b>52,5</b>
<b>II</b>	<b>123,8</b>	<b>119,5</b>	<b>127,4</b>
<b>III</b>	<b>135,6</b>	<b>104,7</b>	<b>162,5</b>
<b>IV</b>	<b>88,0</b>	<b>97,3</b>	<b>79,5</b>

W trakcie analizy wyznaczono także udziały w liczbie korzystających z noclegów ogółem - turystów krajowych i turystów z zagranicy (por. tab. 10 i rys. 17). Relacje te są w latach 2001-2003 praktycznie stałe i wyrażają się w większych udziałach turystów z zagranicy w II i III kwartałach oraz w większych udziałach turystów krajowych w I i IV kwartałach. Natomiast w latach 2004-2005 obserwuje się stopniowy wzrost udziału turystów z zagranicy i w rezultacie przewagę turystów z zagranicy we wszystkich kwartałach z wyjątkiem kwartału pierwszego, gdzie w roku 2005 udziały są jednakowe. Uśrednione wskaźniki udziałów za cały okres 2001-2005 zebrano w tab. 12.

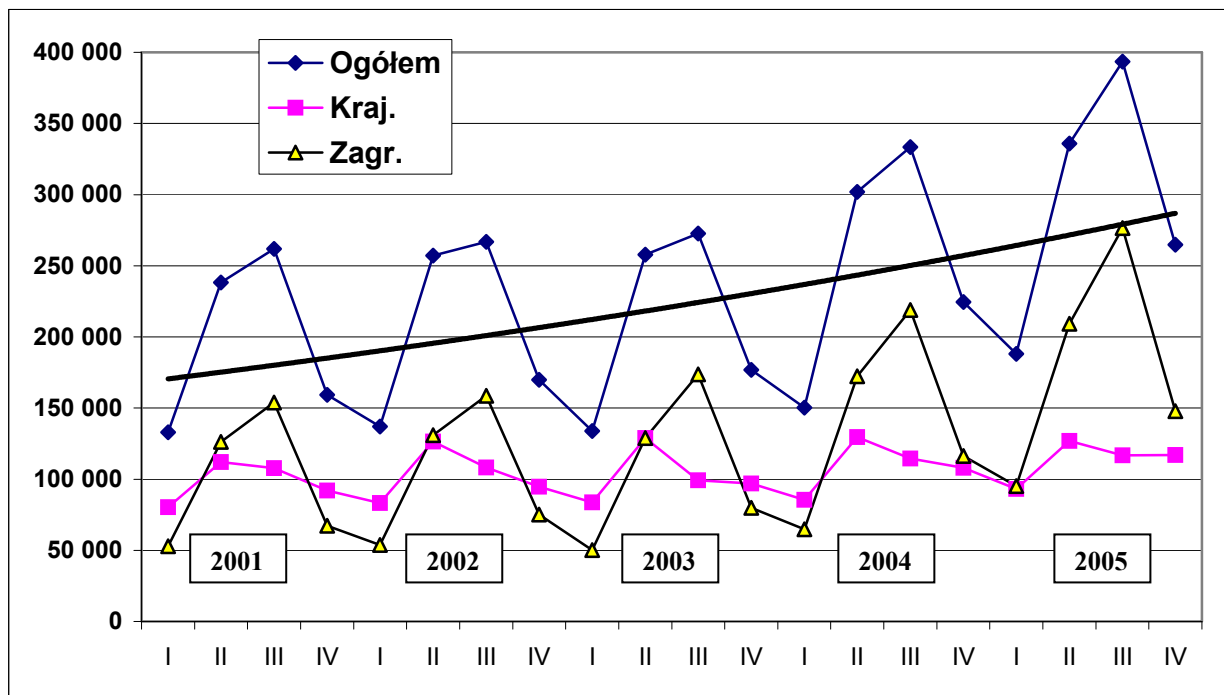
Tabela 12.

Średnie wskaźniki udziału w liczbie korzystających z noclegów w m. Krakowie turystów krajowych i turystów z zagranicy

<b>Kwartał</b>	<b>Turyści krajowi</b>	<b>Turyści z zagranicy</b>
<b>I</b>	<b>58,0</b>	<b>42,0</b>
<b>II</b>	<b>45,4</b>	<b>54,6</b>
<b>III</b>	<b>36,4</b>	<b>63,6</b>
<b>IV</b>	<b>52,1</b>	<b>47,9</b>

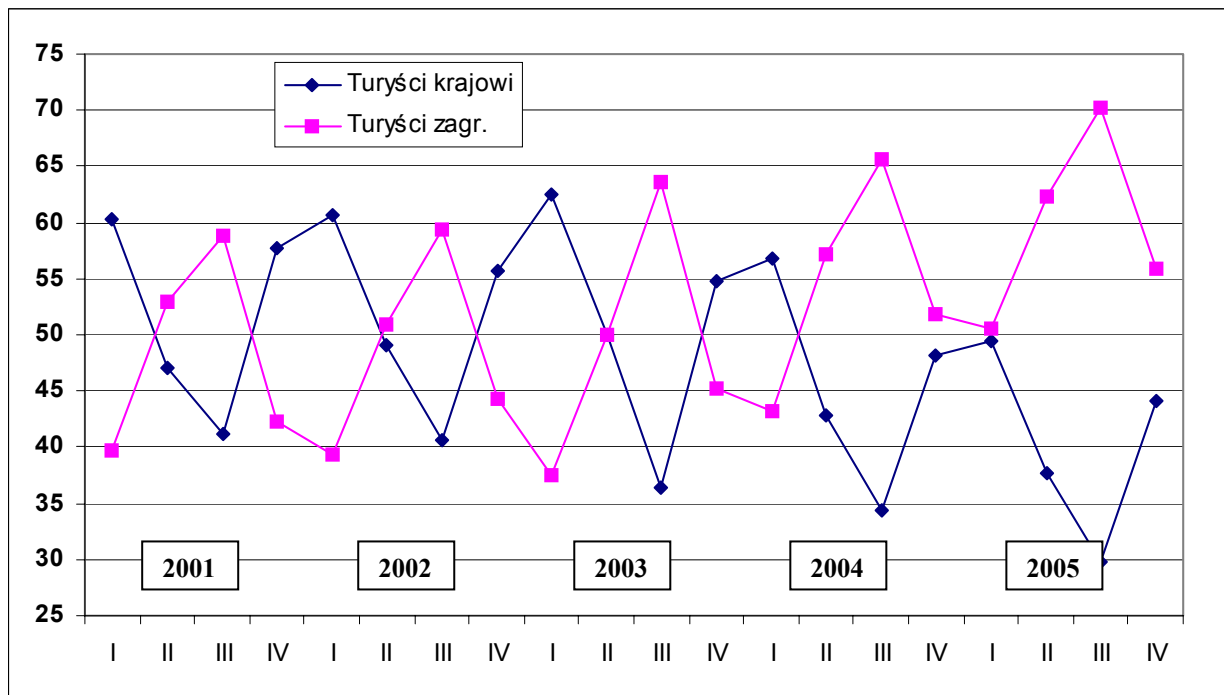
Rysunek 16.

Liczba korzystających z noclegów w m. Krakowie w kolejnych kwartałach 2001-2005 (turyści ogółem, krajowi i z zagranicy)



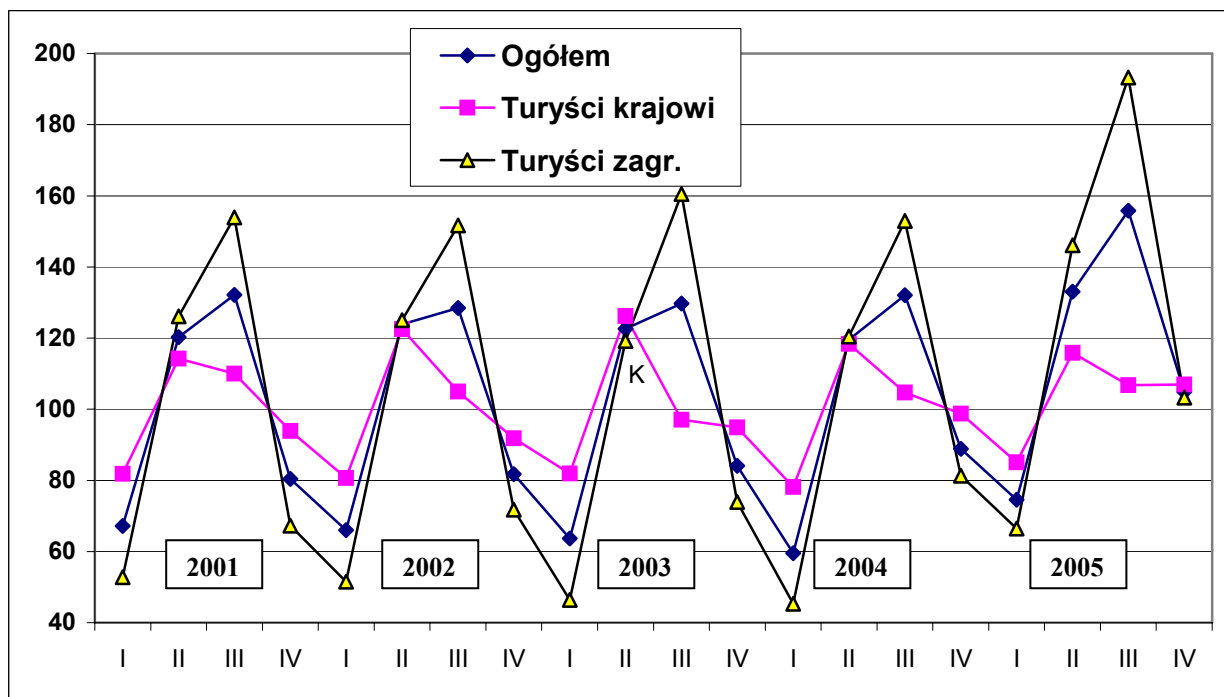
Rysunek 17

Udziały procentowe turystów krajowych i turystów z zagranicy w ogólnej liczbie korzystających z noclegów w m. Krakowie w latach 2001-2005 w ujęciu kwartalnym



Rysunek 18.

Wskaźniki sezonowości ruchu turystycznego w m. Krakowie w latach 2001-2005 w ujęciu kwartalnym



## Analiza danych rocznych

Najbardziej ogólne dane dotyczą ujęcia w okresach rocznych. Informacje o liczbie korzystających z noclegów w tym układzie zebrano w tab. 13 oraz zilustrowano na rys. 19. W tab. 14 przedstawiono ruchome indeksy dynamiki dla poszczególnych kategorii turystów, natomiast w tab. 15 – wskaźniki udziałów turystów krajowych i turystów z zagranicy w ogólnej liczbie korzystających z noclegów.

Tabela 13.

Liczba korzystających z noclegów w m. Krakowie w latach 2001-2005

Rok	Ogółem	Turyści krajowi	Turyści z zagranicy
2001	792 230	392 023	400 207
2002	830 849	412 357	418 492
2003	841 214	408 612	432 602
2004	1 010 045	437 655	572 390
2005	1 182 294	453 731	728 563

Tabela 14

Ruchome indeksy dynamiki liczby korzystających z noclegów w m. Krakowie w latach 2001-2005

Rok	Ogółem	Turyści krajowi	Turyści z zagranicy
02/01	104,9	105,2	104,6
03/02	101,2	99,1	103,4
04/03	120,1	107,1	132,3
05/04	117,1	103,7	127,3

Tabela 15. Udziały turystów krajowych i turystów z zagranicy w ogólnej liczbie korzystających z noclegów w m. Krakowie w latach 2001-2005

Rok	Ogółem	Turyści krajowi	Turyści z zagranicy
2001	100	49,5	50,5
2002	100	49,6	50,4
2003	100	48,6	51,4
2004	100	43,3	56,7
2005	100	38,4	61,6
2001-05	100	45,2	54,8

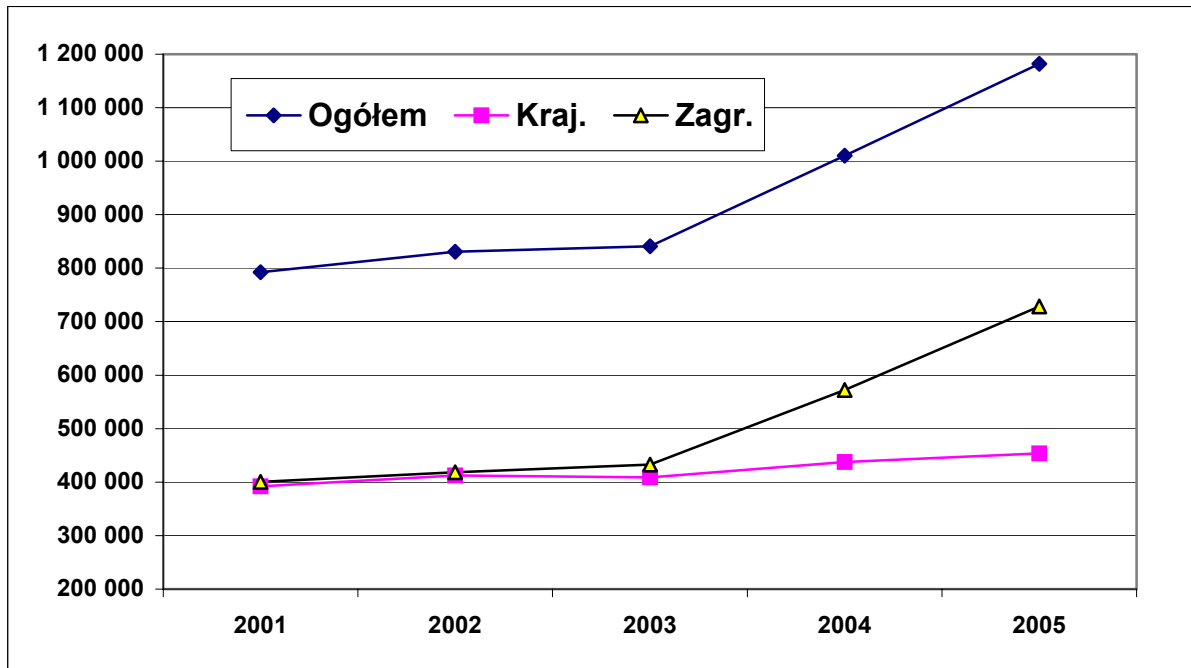
Jak można zauważyć z przytoczonych danych i wskaźników w latach 2001-2005 w m. Krakowie notuje się systematyczny wzrost liczby korzystających z noclegów. Stosunkowo niewielki przyrost miał miejsce w roku 2003 natomiast bardzo wyraźny w roku 2004 oraz równie wysoki w roku 2005.

W latach 2002-2003 odnotowano jednakowy (o ok. 5%) przyrost liczby korzystających z noclegów w stosunku do lat poprzednich zarówno dla turystów krajowych jak i turystów z zagranicy. Natomiast w ostatnich dwóch latach 2004-2005 większą dynamikę daje się zauważyć dla turystów z zagranicy.

Jeżeli chodzi o udziały w liczbie korzystających z noclegów ogółem (tab. 15) to obserwuje się systematyczny wzrost udziałów turystów z zagranicy. W latach 2001-2003 udziały te były prawie jednakowe, natomiast w latach 2004-2005 zaznaczyła się coraz wyraźniejsza przewaga turystów z zagranicy (57%-62%).

Rysunek 19

Liczba korzystających z noclegów w m. Krakowie w latach 2001-2005





## Rozkład strumienia ruchu turystycznego w III kwartale w Krakowie 2005

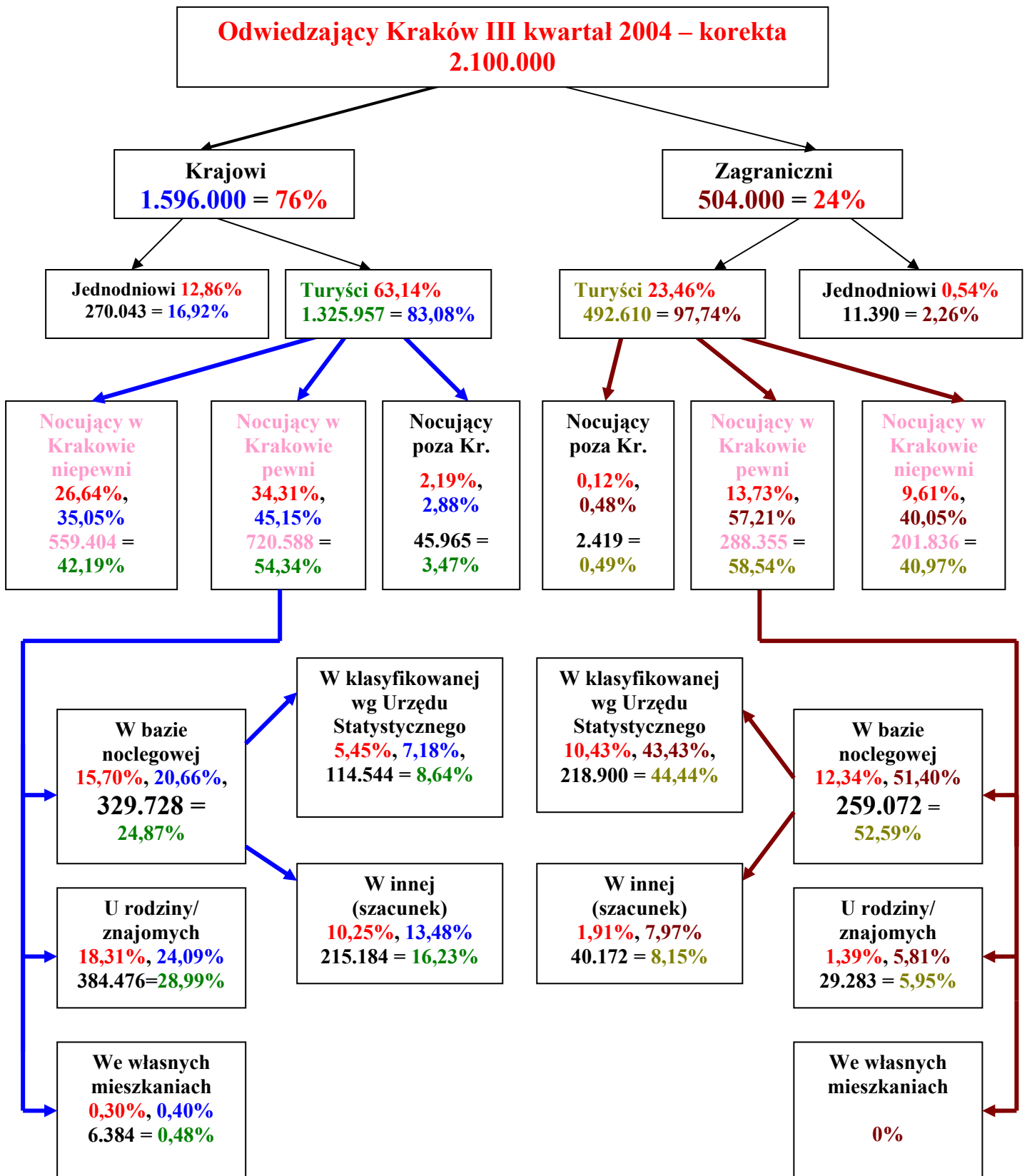
Tabela 17.

Rozkład strumienia ruchu turystycznego w III kwartale w Krakowie 2005

III - kwartał	III kwartał 2005				
		krajowi	zagraniczni	razem	% ogółu
ogółem		1610000	740000	2350000	100,00
jednodniowi		494109	15762	509871	21,70
<b>turyści</b>		<b>1115891</b>	<b>724238</b>	<b>1840129</b>	<b>78,30</b>
nocujący poza Krak.		40894	2960	43854	1,87
nocujący w Krakowie pewni, w tym:		616814	419370	1036184	44,09
w bazie noclegowej, w tym:		356960	379040	736000	31,32
w klasyfikowanej wg US		116829	276574	393403	16,74
w innej		240131	102466	342597	14,58
poza bazą noclegową		259854	40330	300184	12,77
u rodziny		247940	36408	284348	12,10
we włas. mieszk.		11914	3922	15836	0,67
nocujący w Krakowie niepewni		458183	301908	760091	32,34
			<b>2005</b>		
Ogółem rok		4800000	2300000	7100000	
Turyści rok		3250000	2250000	5500000	77,5%
Nocujący pewni rok		1850000	1250000	3100000	43,7%
Nocujący niepewni rok		1300000	900000	2200000	31,0%

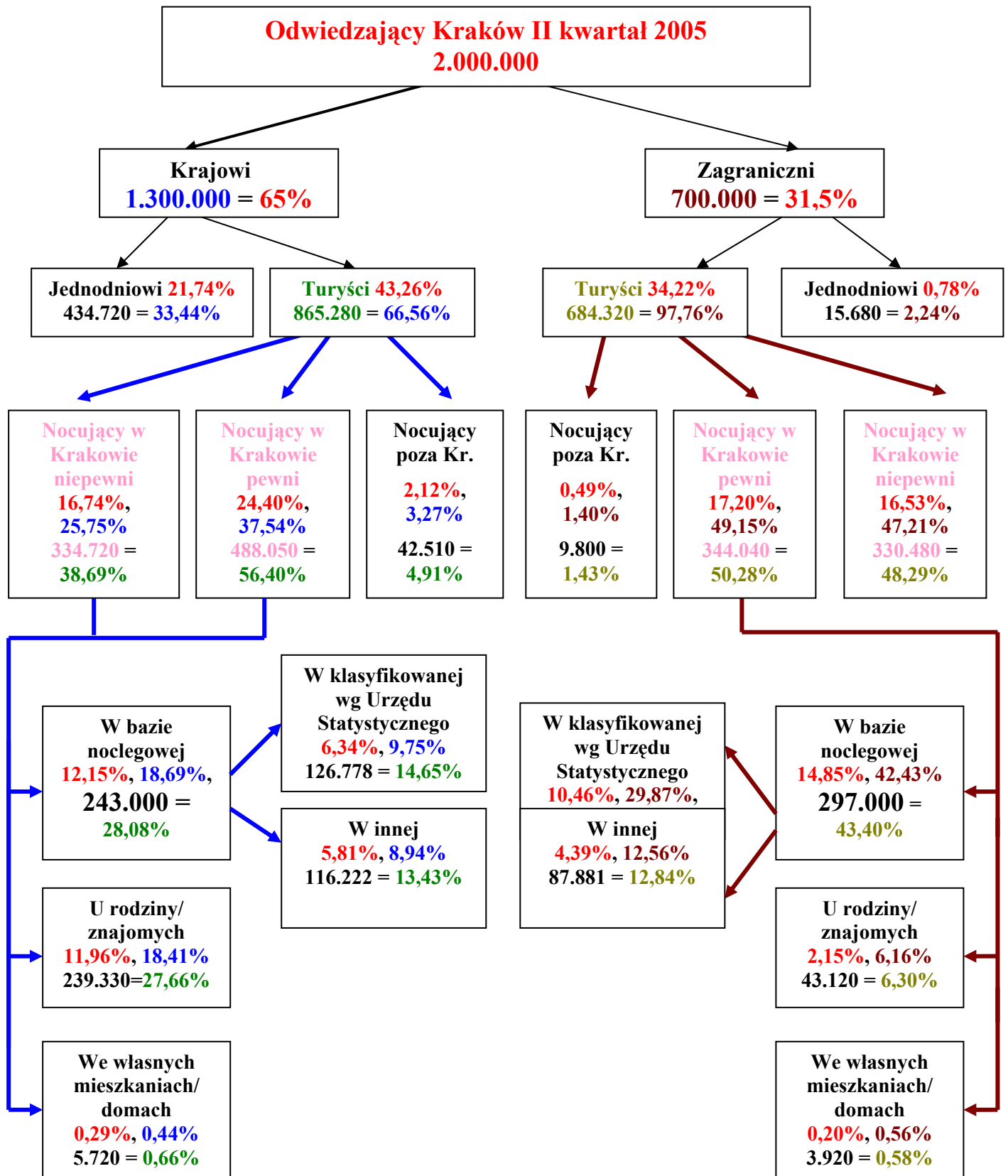
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Odwiedzający Kraków III kwartał 2004 – korekta

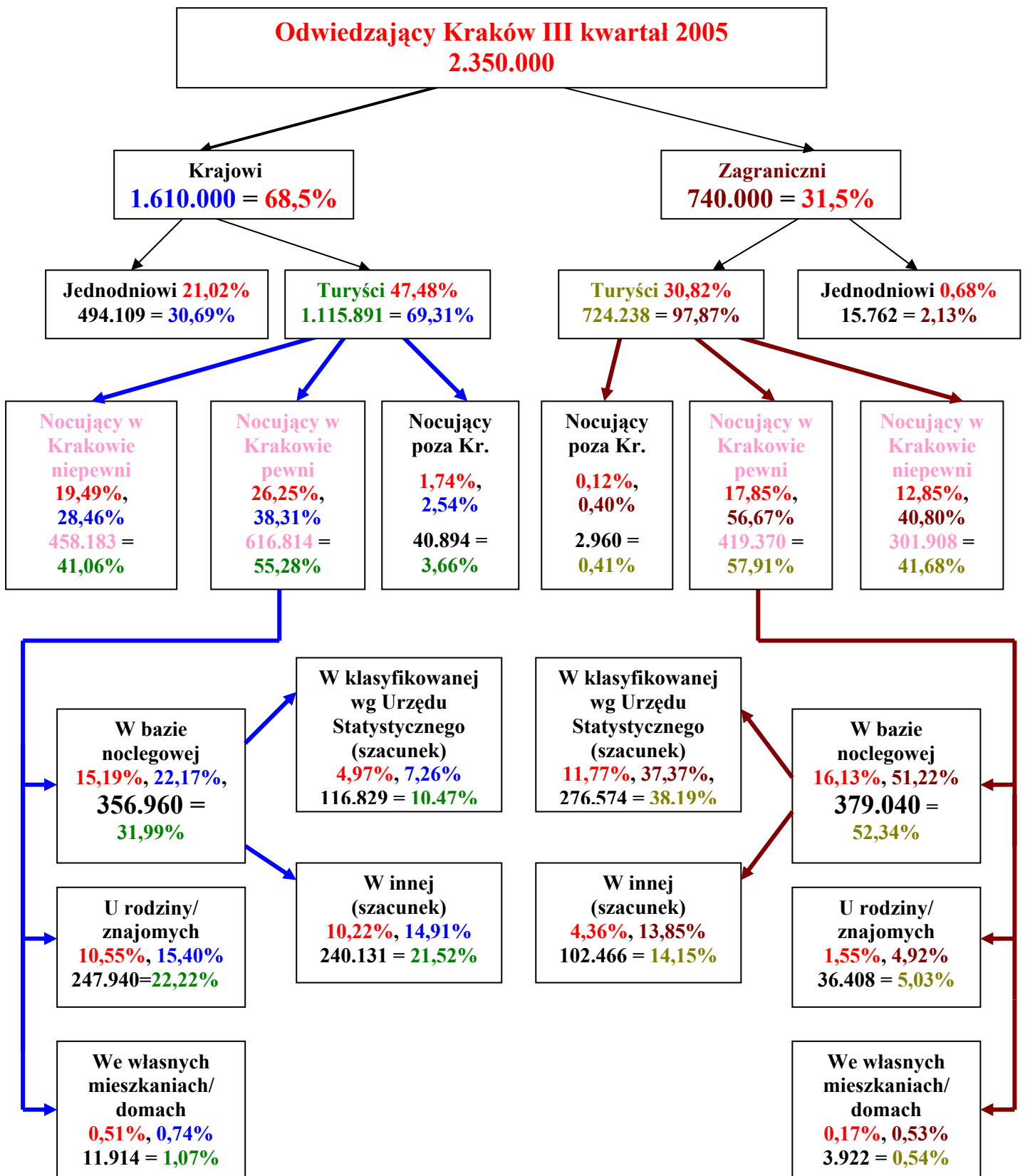




## Odwiedzający Kraków II kwartał 2005



Odwiedzający Kraków III kwartał 2005



## Charakterystyka osób przyjeżdżających do Krakowa

### Kryterium geograficzne

Analiza przestrzenna przeprowadzona wśród obcokrajowców odwiedzających Kraków w 2005 roku, wykazuje, że największy udział procentowy w strumieniu przyjazdów z zagranicy odnotowano w przyjazdach z Niemiec (prawie 21% co oznacza ponad 5 punktowy wzrost w stosunku do roku poprzedniego). Odnotowano również 7 % wzrost udziałów przyjazdów z Wielkiej Brytanii. Jednocześnie zanotowano niewielki 2% spadek udziałów przyjazdów z Francji, Włoch i Stanów Zjednoczonych. Odwiedzający z tych 5 krajów tworzą zdecydowanie dominującą grupę stanowiąc 61 % wszystkich gości w Krakowie. W porównaniu do 2003 roku znaczącą zmianę wykazał kierunek przyjazdów z Wielkiej Brytanii, których odsetek udziałów w strumieniu wzrósł z 9,7 % w 2003 roku do 18,12 % w 2005 roku.

Z pozostałych krajów istotny, ponad 2 procentowy wzrost udziałów przyjazdów w porównaniu do roku 2004 zanotowano w przyjazdach z Austrii.

Tabela 18

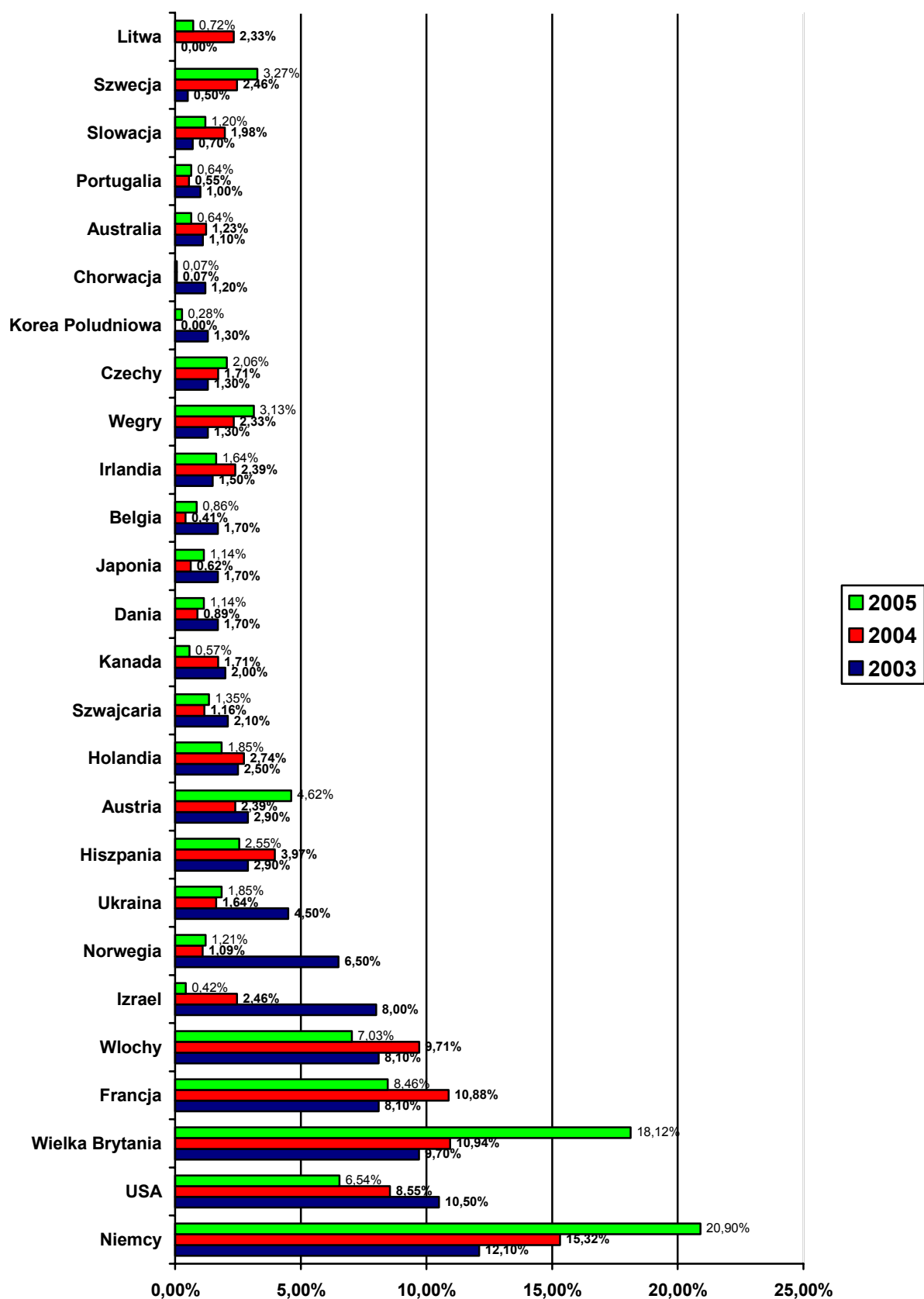
Struktura udziałów przyjazdów cudzoziemców do Krakowa według wybranych państw w 2003, 2004, 2005 roku.

PAŃSTWO	2003	2004	2005
Niemcy	12,1%	15,32%	20,90%
USA	10,5%	8,55%	6,54%
Wielka Brytania	9,7%	10,94%	18,12%
Francja	8,1%	10,88%	8,46%
Włochy	8,1%	9,71%	7,03%
Izrael	8,0%	2,46%	0,42%
Norwegia	6,5%	1,09%	1,21%
Ukraina	4,5%	1,64%	1,85%
Hiszpania	2,9%	3,97%	2,55%
Austria	2,9%	2,39%	4,62%
Holandia	2,5%	2,74%	1,85%
Szwajcaria	2,1%	1,16%	1,35%
Kanada	2,0%	1,71%	0,57%
Dania	1,7%	0,89%	1,14%
Japonia	1,7%	0,62%	1,14%
Belgia	1,7%	0,41%	0,86%
Irlandia	1,5%	2,39%	1,64%
Węgry	1,3%	2,33%	3,13%
Czechy	1,3%	1,71%	2,06%
Korea Południowa	1,3%	0,00%	0,28%
Chorwacja	1,2%	0,07%	0,07%
Australia	1,1%	1,23%	0,64%
Portugalia	1,0%	0,55%	0,64%
Słowacja	0,7%	1,98%	1,20%
Szwecja	0,5%	2,46%	3,27%
Litwa	0,00 %	2,33%	0,72%
RAZEM	94,90%	89,53%	92,26%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 21.

Struktura przyjazdów cudzoziemców do Krakowa według wybranych państw w 2003, 2004, 2005 roku



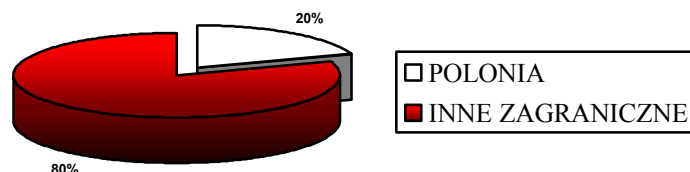
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 19.  
Reszta państw, z których zanotowano przyjazdy do Krakowa.

PAŃSTWO	2003	2004	2005
Rosja	0,5%	0,68%	1,14%
Białoruś	0,4%	0,48%	1,07%
Afganistan	0%	0,62%	0,57%
Finlandia	0,4%	0,55%	0,57%
Grecja	0,4%	0,55%	0,57%
Rumunia	0,4%	0,00%	0,50%
Łotwa	0%	0,27%	0,36%
Malta	0%	0,21%	0,28%
Turcja	0%	0,14%	0,28%
Chiny	0,5%	0,21%	0,21%
Nowa Zelandia	0%	0,14%	0,21%
Brazylia	0,4%	0,68%	0,14%
Bułgaria	0%	0,21%	0,14%
Estonia	0,1%	0,21%	0,14%
Słowenia	0%	0,27%	0,14%
Wenezuela	0%	0,07%	0,14%
Egipt	0%	0%	0,07%
Filipiny	0%	0%	0,07%
Irak	0%	0%	0,07%
Jamajka	0%	0%	0,07%
Kazachstan	0%	0,07%	0,07%
Korea Północna	0%	0%	0,07%
Luksemburg	0%	0,14%	0,07%
Macedonia	0%	0,07%	0,07%
Meksyk	0,2%	0,00%	0,07%
Serbia	0,1%	0,07%	0,07%
Syria	0%	0,07%	0,07%
Tajlandia	0%	0,14%	0,07%
Wietnam	0%	0,34%	0,07%
Arabia Saudyjska	0,2%	0,00%	0%
Argentyna	0,2%	0,14%	0%
Belsiawe	0,1%	0,00%	0%
Cypr	0%	0,34%	0%
Czad	0%	0,07%	0%
Dominika	0%	0,41%	0%
Gambia	0%	0,55%	0%
Gehtenburg	0,1%	0,00%	0%
Honduras	0%	0,07%	0%
Indie	0%	0,21%	0%
Iran	0%	0,07%	0%
Kamerun	0%	0,07%	0%
Kolumbia	0%	0,07%	0%
Liechtenstein	0,2%	0,00%	0%
Nepal	0%	0,14%	0%
Nigeria	0%	0,68%	0%
Singapur	0,1%	0,00%	0%
Somalia	0%	0,07%	0%
Sudan	0%	0,34%	0%
Szkocja	0,2%	0,00%	0%
Tadżykistan	0%	0,07%	0%
Turcja	0,2%	0,14%	0%
Uzbekistan	0%	0,34%	0%
Wyspy Marshalla	0%	0,62%	0%
Zimbabwe	0%	0,07%	0%
<b>RAZEM</b>	<b>4,70%</b>	<b>10,66%</b>	<b>7,37%</b>

Rysunek 22.

Udział polonii w przyjazdach zagranicznych do Krakowa w 2005 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Polonia stanowiła (podobnie jak w 2004 roku 18%) **20 %** z ogółu zagranicznych osób odwiedzających Kraków.

W porównaniu do roku poprzedniego nastąpił nieznaczny, 2 procentowy wzrost przyjazdów turystów pochodzenia polskiego.

Spośród badanych w Krakowie turystów krajowych, zdecydowanie przeważały osoby z województwa małopolskiego, mazowieckiego, i śląskiego, które stanowiły ponad 42 % Polaków odwiedzających miasto.

W porównaniu do 2003 i 2004 roku nastąpił znaczny wzrost odwiedzających z małopolski, z poziomu 13,8 % w 2004 roku do 19,32%.

Tabela 20

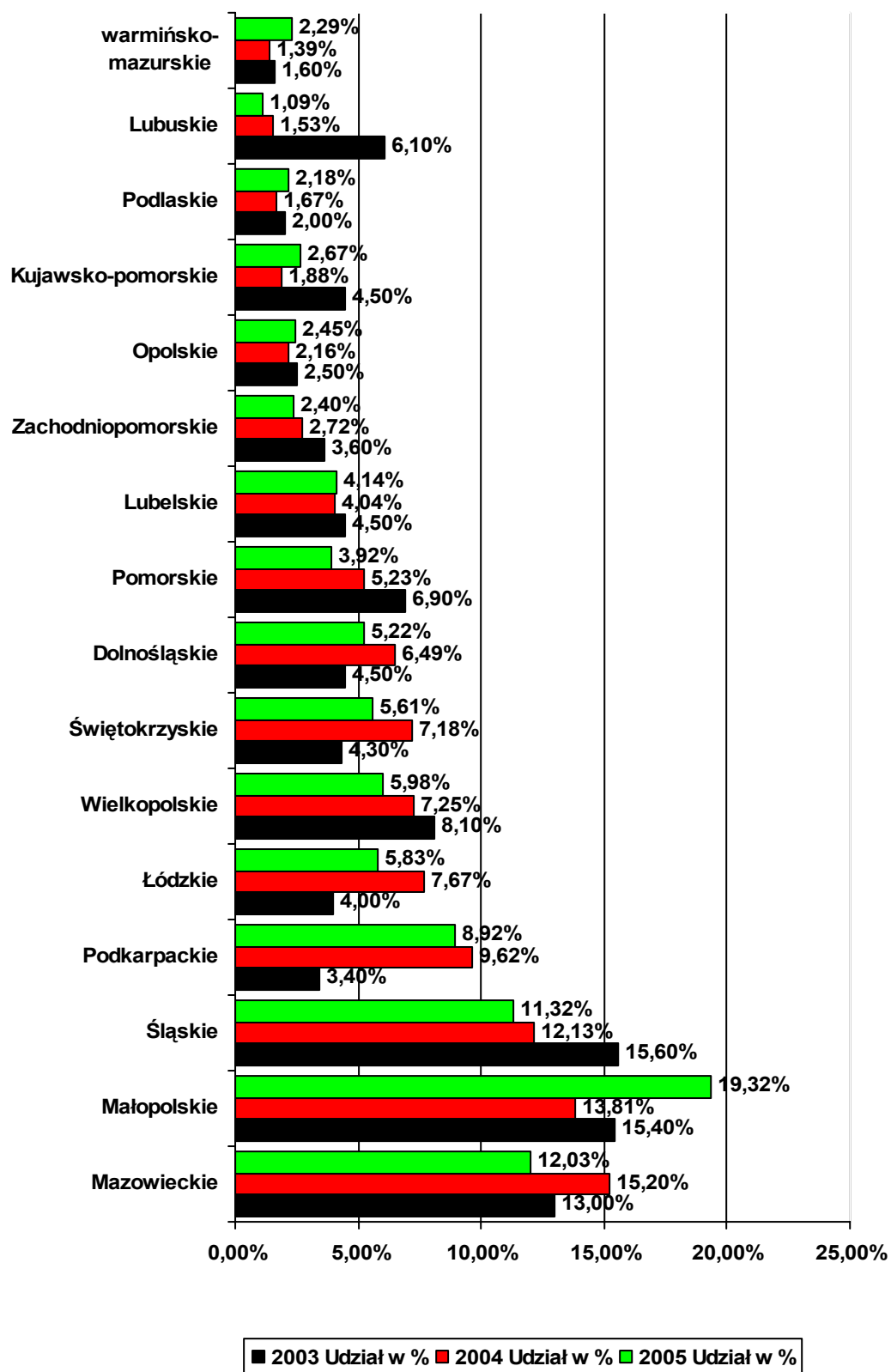
Struktura przyjazdów Polaków do Krakowa z miejsca zamieszkania według województw w 2003, 2004, 2005 roku.

Województwo	2003 Udział w %	2004 Udział w %	2005 Udział w %
Mazowieckie	13,0%	15,20%	12,03%
Małopolskie	15,4%	13,81%	19,32%
Śląskie	15,6%	12,13%	11,32%
Podkarpackie	3,4%	9,62%	8,92%
Łódzkie	4,0%	7,67%	5,83%
Wielkopolskie	8,1%	7,25%	5,98%
Świętokrzyskie	4,3%	7,18%	5,61%
Dolnośląskie	4,5%	6,49%	5,22%
Pomorskie	6,9%	5,23%	3,92%
Lubelskie	4,5%	4,04%	4,14%
Zachodniopomorskie	3,6%	2,72%	2,40%
Opolskie	2,5%	2,16%	2,45%
Kujawsko-pomorskie	4,5%	1,88%	2,67%
Podlaskie	2,0%	1,67%	2,18%
Lubuskie	6,1%	1,53%	1,09%
Warmińsko-mazurskie	1,6%	1,39%	2,29%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 23.

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



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 21.

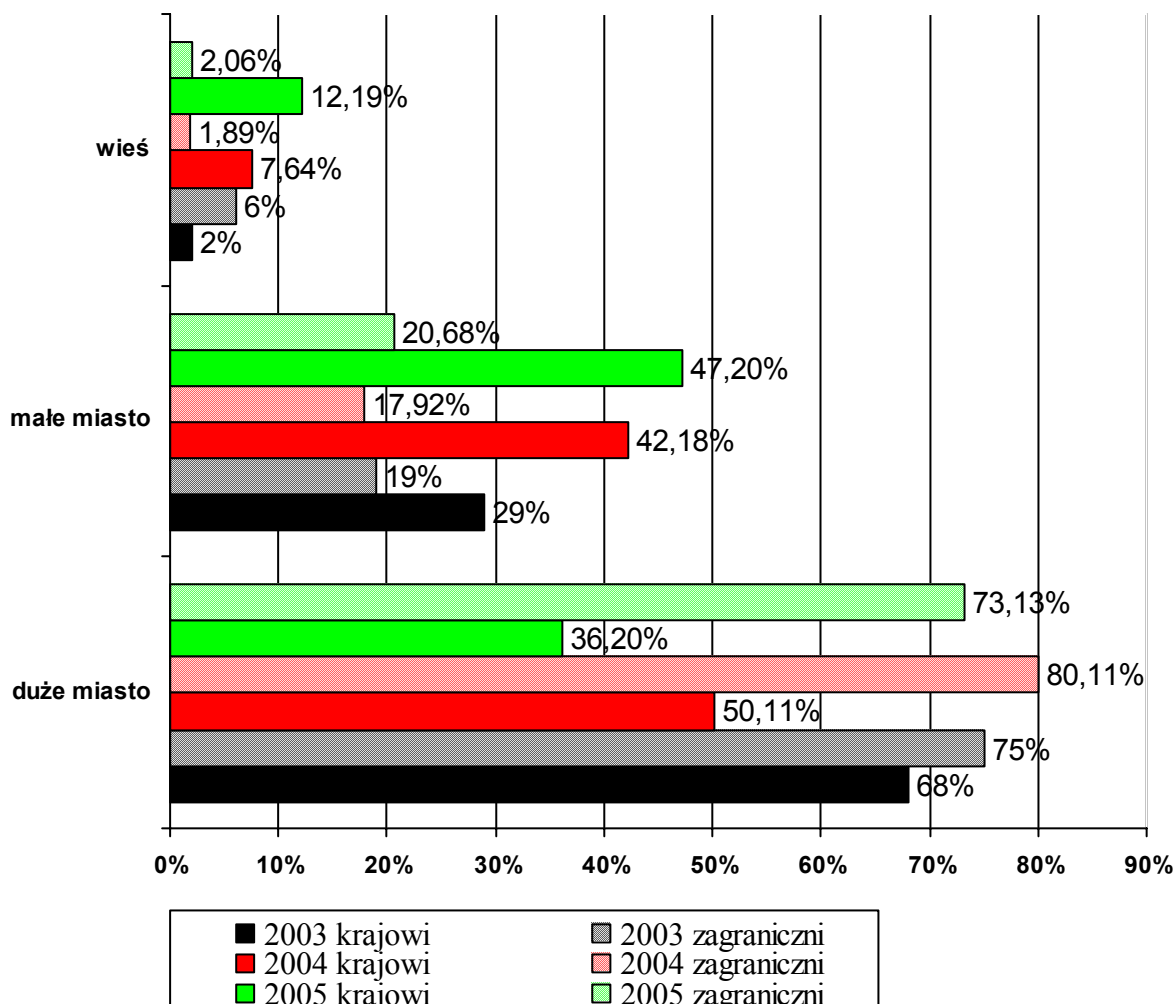
Struktura przyjazdów do Krakowa według miejsc zamieszkania odwiedzających w 2003, 2004, 2005 roku.

	2003	2003	2003	2004	2004	2004	2005	2005	2005
	krajowi	zagraniczni	OGÓLEM	krajowi	zagraniczni	OGÓLEM	krajowi	zagraniczni	OGÓLEM
<b>duże miasto</b>	68%	75%	71,50%	50,11%	80,11%	64,86%	36,20%	73,13%	54,66%
<b>małe miasto</b>	29%	19%	24,00%	42,18%	17,92%	30,36%	47,20%	20,68%	33,94%
<b>Wieś</b>	2%	6%	4,00%	7,64%	1,89%	4,79%	12,19%	2,06%	7,12%
<b>Brak odpowiedzi</b>							4,41%	4,13%	4,28%
<b>Razem</b>	99,00%	100,00%	99,50%	99,93%	99,92%	100,01%	100,00%	100,00%	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 24.

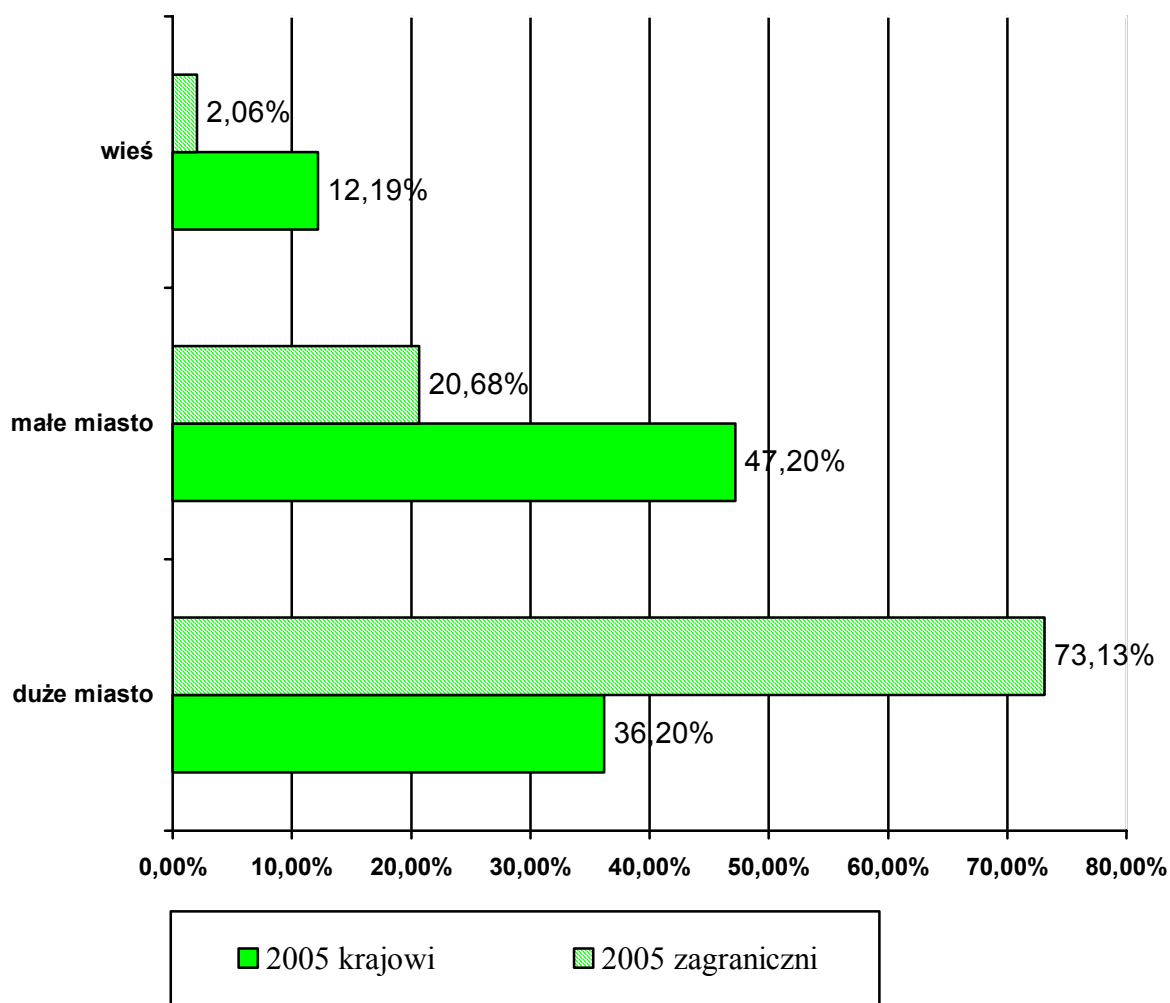
Struktura przyjazdów do Krakowa według miejsc zamieszkania odwiedzających w 2003, 2004, 2005 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Rysunek 25  
 Struktura przyjazdów do Krakowa według miejsc zamieszkania odwiedzających zagranicznych i krajowych w 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że do Krakowa podróżują przede wszystkim mieszkańcy dużych miast, którzy stanowią o ponad 70 % odsetek w przypadku odwiedzających zagranicznych.

W badaniach z 2005 roku różnica ta jest jeszcze bardziej widoczna (73% odwiedzający zagraniczni, 36 % odwiedzający krajowi).

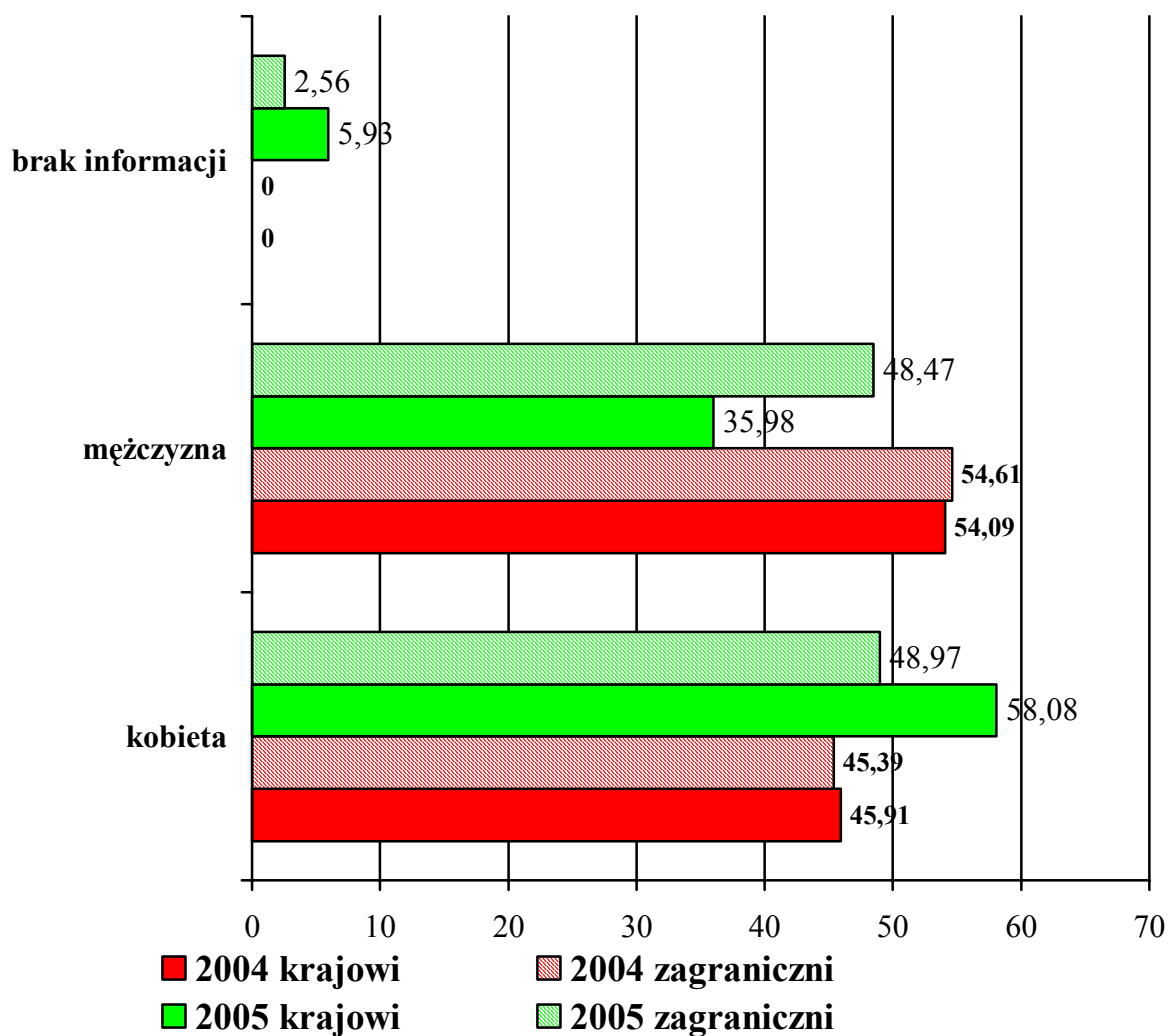
W porównaniu z latami 2003 i 2004 wyraźnie widać tendencję rosnącą przyjazdów do Krakowa Polaków z małych miast i wiosek kosztem udziałów turystów przyjeżdżających do Krakowa z dużych aglomeracji.

Proporcje struktury przyjazdów według miejsc zamieszkania dla turystów zagranicznych w okresie badanych trzech lat nie wykazują istotnych różnic.

## Kryterium demograficzne.

Wśród turystów krajowych przybywających do Krakowa, wyraźną przewagę uzyskały kobiety, natomiast w przypadku turystów zagranicznych struktura płci pozostaje w idealnej równowadze.

Rysunek 26.  
Struktura przyjazdów do Krakowa według płci w 2004, 2005 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Należy zwrócić uwagę na ponad 8% niezidentyfikowaną płęć i przy kolejnych badaniach bliżej przeanalizować ten przypadek.

Podobnie jak w latach poprzednich roku, w roku bieżącym podstawową grupę (prawie 47%) odwiedzających Kraków stanowiły osoby młode, w przedziale wieku od 18 do 31 lat. W przypadku Polaków stanowią one jednak wyższy o ponad 10 % odsetek wszystkich turystów. Zauważa się wzrost przyjazdów zagranicznych turystów w przedziale 46-59 o prawie 4 punkty procentowe.

Rysunek 27.  
Struktura przyjazdów do Krakowa według wieku w 2004, 2005 roku.

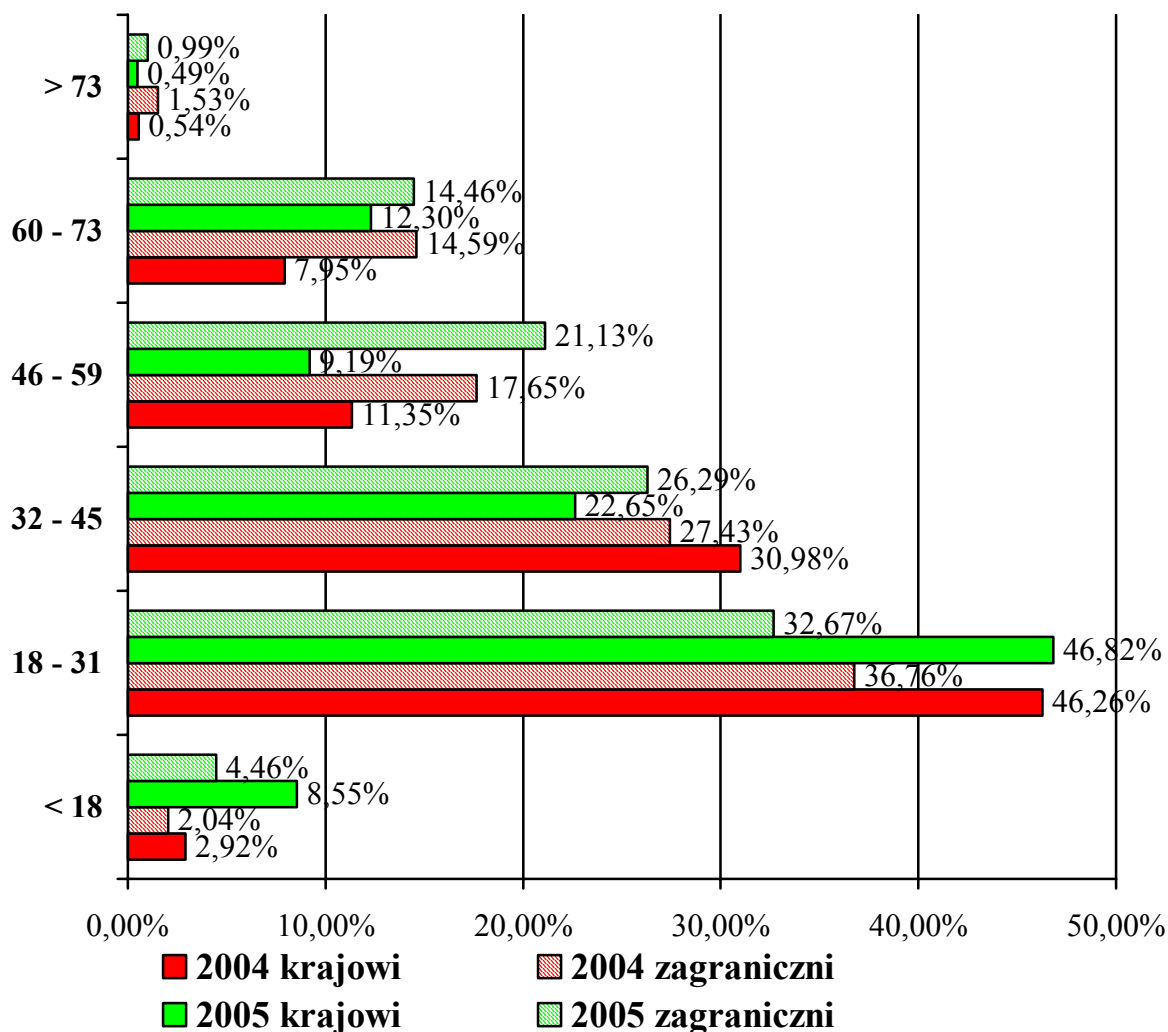


Tabela 22

Wiek	2004 krajowi	2004 zagraniczni	2005 krajowi	2005 zagraniczni
< 18	2,92%	2,04%	8,55%	4,46%
18 - 31	46,26%	36,76%	46,82%	32,67%
32 - 45	30,98%	27,43%	22,65%	26,29%
46 - 59	11,35%	17,65%	9,19%	21,13%
60 - 73	7,95%	14,59%	12,30%	14,46%
> 73	0,54%	1,53%	0,49%	0,99%
<b>SUMA</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

## Kryterium społeczne

Z przeprowadzonych badań wynika, że w dalszym ciągu jak w latach ubiegłych osoby z wykształceniem wyższym i średnim dominowały wśród turystów w Krakowie, stanowiąc 91,33 % w przypadku gości z zagranicy i 81,66% w odniesieniu do Polaków.

Podobnie jak w badaniach z 2003 i 2004 roku, wśród turystów zagranicznych dominują osoby z wykształceniem wyższym, a wśród Polaków osoby z wykształceniem średnim.

Rysunek 28

Struktura przyjazdów do Krakowa według wykształcenia w 2004, 2005 roku.

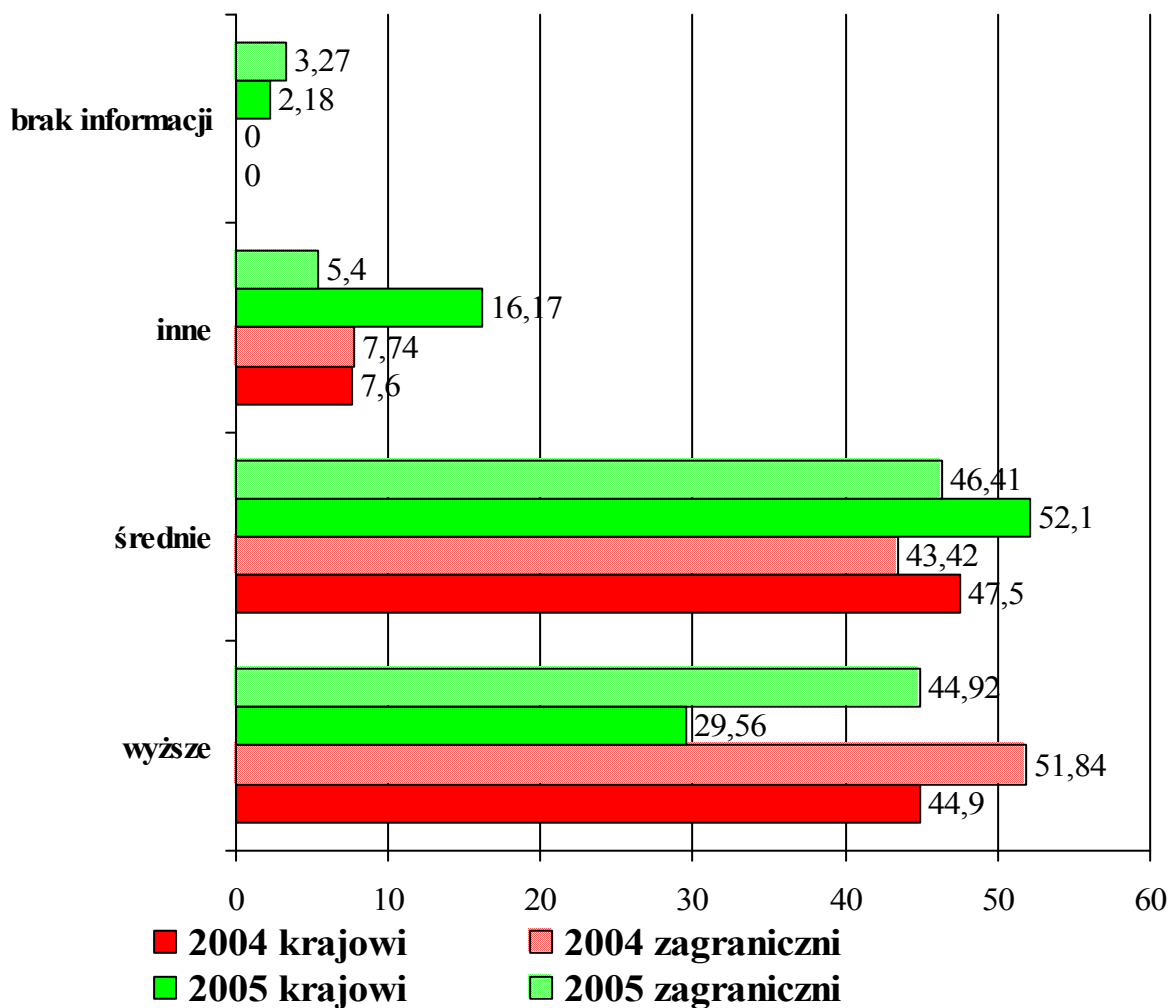


Tabela 23.

Wykształcenie	2004 krajowi	2004 zagraniczni	2005 krajowi	2005 zagraniczni
wyższe	44,9	51,84	29,56	44,92
średnie	47,5	43,42	52,10	46,41
inne	7,6	7,74	16,17	5,40
brak informacji	0	0	2,18	3,27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Osoby aktywne zawodowo stanowiły prawie połowę ankietowanych turystów. Zarówno wśród turystów krajowych jak i zagranicznych ich udział był o znacząco niższy w porównaniu do badań z roku 2004. Odnotowano znaczny wzrost przyjazdów osób będących na rencie lub emeryturze jak również młodzieży studiującej i uczącej się.

Rysunek 29  
Struktura przyjazdów do Krakowa według statusu zawodowego w 2004, 2005 roku.

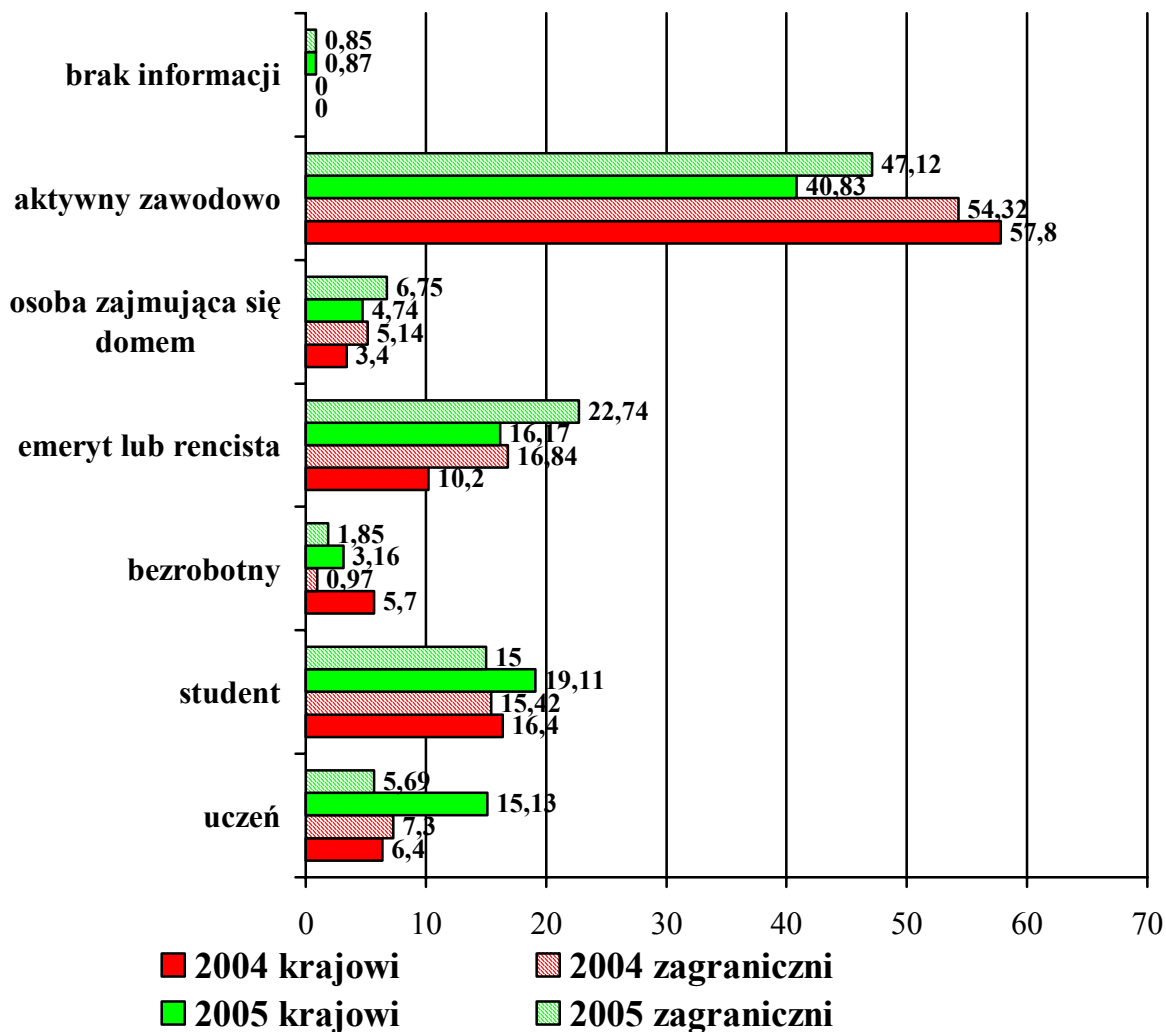


Tabela 24.

Status zawodowy	2004 krajowi	2004 zagraniczni	2005 krajowi	2005 zagraniczni
uczeń	6,4	7,3	15,13	5,69
student	16,4	15,42	19,11	15,00
bezrobotny	5,7	0,97	3,16	1,85
emeryt lub rencista	10,2	16,84	16,17	22,74
osoba zajmująca się domem	3,4	5,14	4,74	6,75
aktywny zawodowo	57,8	54,32	40,83	47,12
brak informacji	0,0	0,0	0,87	0,85

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

## Kryterium ekonomiczne.

Tradycyjnie zdecydowana większość odwiedzających Kraków określała swój status jako dobry lub średni. Osoby te stanowiły 77,54 % turystów zagranicznych i 89,82 % Polaków.

Rysunek 30

Struktura przyjazdów do Krakowa według statusu materialnego w 2004, 2005 roku.

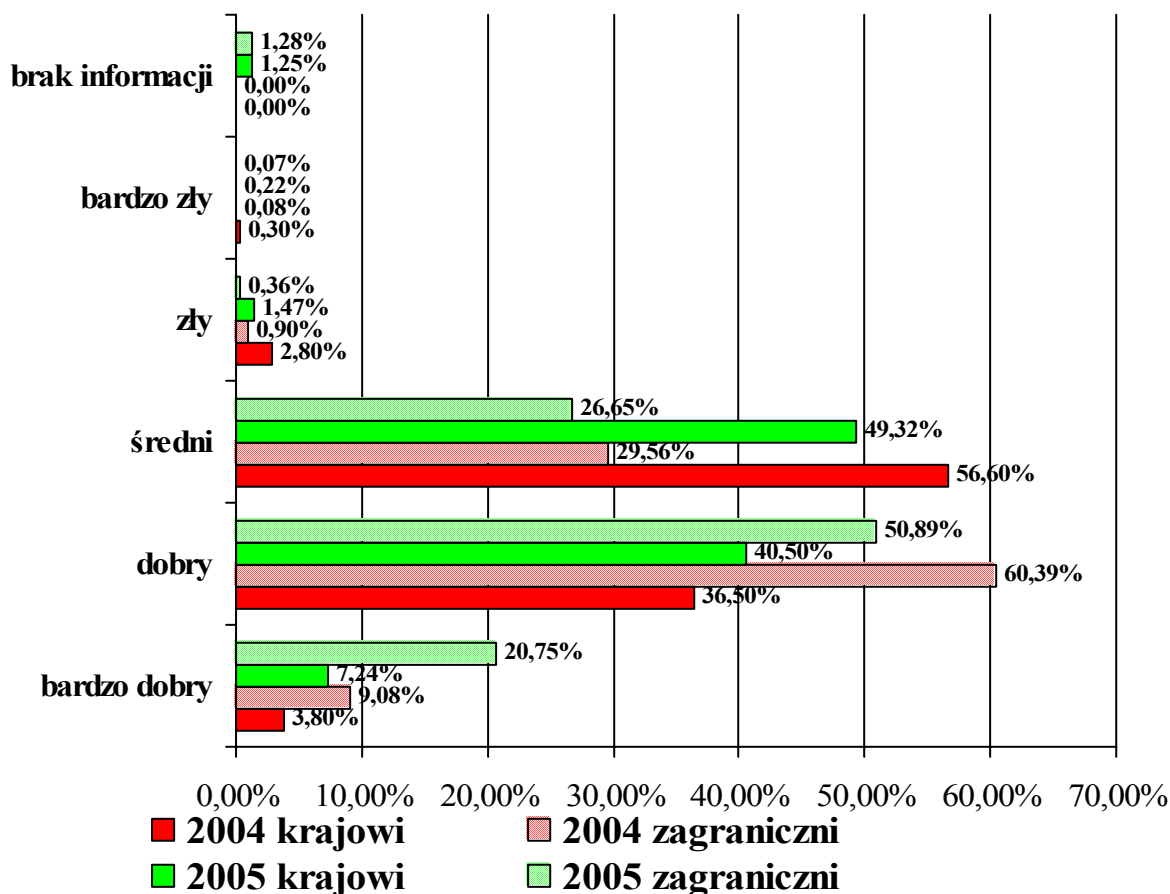


Tabela 25.

Status materialny	2004 krajowi	2004 zagraniczni	2005 krajowi	2005 zagraniczni
bardzo dobry	3,8%	9,08%	7,24%	20,75%
dobry	36,5%	60,39%	40,50%	50,89%
średni	56,6%	29,56%	49,32%	26,65%
zły	2,8%	0,9%	1,47%	0,36%
bardzo zły	0,3%	0,08%	0,22%	0,07%
brak informacji	0,0%	0,0%	1,25%	1,28%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Na podstawie powyższej analizy można stwierdzić jednoznacznie, że dominująca grupa osób odwiedzających Kraków to:

- mieszkańcy dużych miast.
- osoby z wyższym i średnim wykształceniem.
- osoby określające swój status materialny jako dobry i średni.

## Analiza informacji:

Tabela 26.

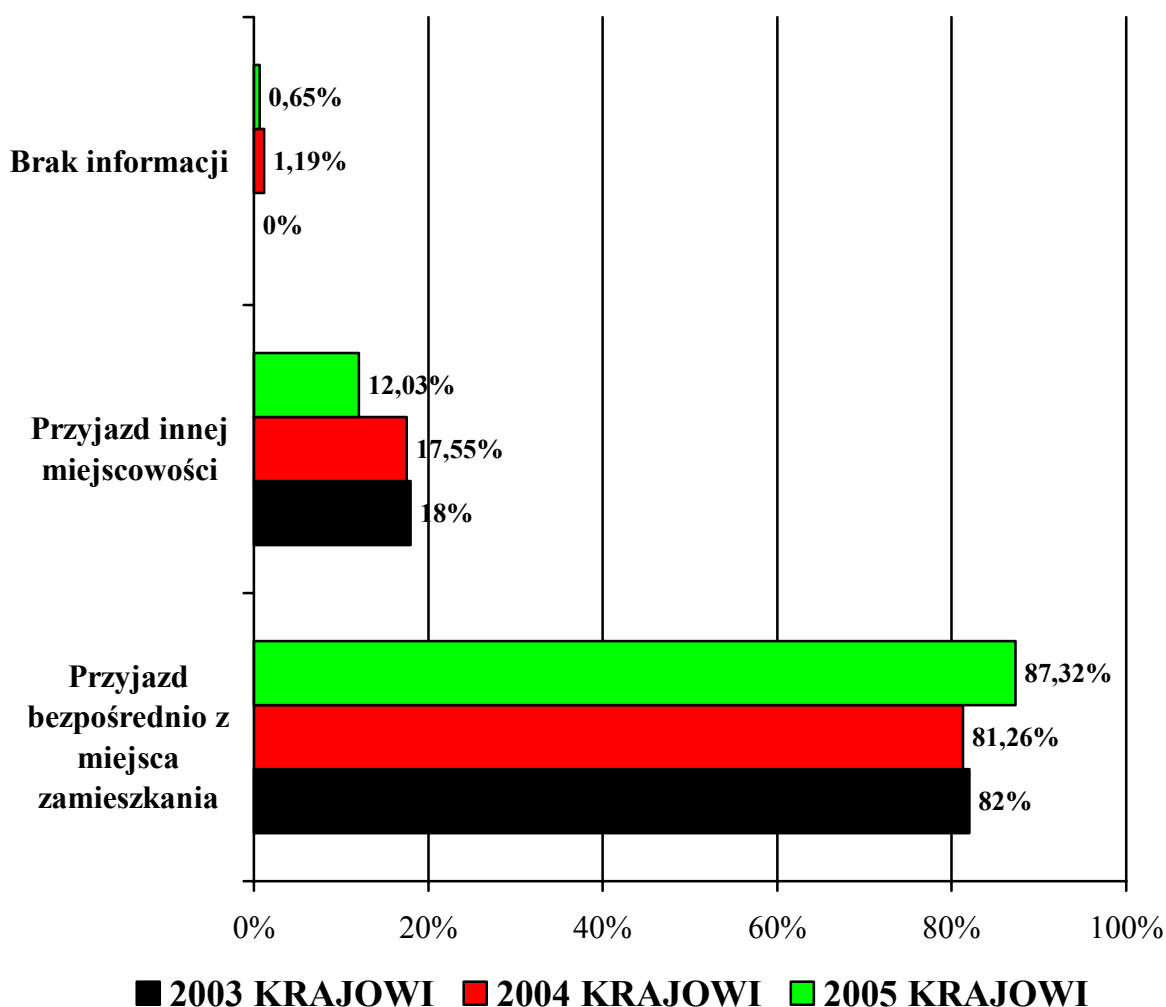
Struktura odwiedzających z kraju według kierunków przyjazdów.

Struktura odwiedzających z kraju według kierunków przyjazdów	2003	2004	2005
Czy przyjechał bezpośrednio z miejsca zamieszkania?	Udział %	Udział %	Udział %
Przyjazd bezpośrednio z miejsca zamieszkania	82%	81,26%	87,32%
Przyjazd innej miejscowości	18%	17,55%	12,03%
Brak informacji	0%	1,19%	0,65%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 31.

Przyjazdy krajowe do Krakowa według miejsca, z którego nastąpił przyjazd w 2003, 2004, 2005 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Ponad 80% strumienia krajowego ruchu turystycznego trafia bezpośrednio do Krakowa. Oznacza to, że miasto posiada wielką siłę grawitacyjną. Z każdym rokiem odsetek docierających do Krakowa bezpośrednio z miejsca zamieszkania zwiększa się, co oznacza, że Kraków jest dla turystów destynacją docelową.

Tabela 27.

Przyjazdy zagraniczne do Krakowa według miejsca, z którego nastąpił przyjazd w 2003, 2004, 2005 roku.

Przyjazd	2003 Ogółem %	2004 Ogółem %	2005 Ogółem %
Przyjazd bezpośrednio z miejsca zamieszkania	52%	59,71 %	<b>70,79 %</b>
Przyjazd z innego kraju niż miejsce zamieszkania	48%	40,29 %	<b>28,71 %</b>
brak informacji	0%	0%	<b>0,50 %</b>

Kto?- Kraj?	2003 Udział %	2004 Udział %	2005 Udział %
Polska	50,1%	41,74%	<b>35,36%</b>
Niemcy	9,2%	4,75%	<b>8,48%</b>
W. Brytania	1,5%	3,82%	<b>7,68%</b>
USA	3,1%	2,58%	<b>6,08%</b>
Francja	0,8%	2,72%	<b>5,76%</b>
Włochy	2,3%	2,75%	<b>3,52%</b>
Irlandia	0%	0%	<b>2,72%</b>
Szwecja	8,4%	0,59%	<b>2,56%</b>
Hiszpania	0%	0%	<b>2,08%</b>
Norwegia	0%	0%	<b>1,92%</b>
Holandia	0%	0%	<b>1,76%</b>
Austria	2,8%	0,93%	<b>1,44%</b>
Australia	0%	0%	<b>1,44%</b>
Japonia	0,3%	0,28%	<b>1,28%</b>
Węgry	3,1%	1,00%	<b>1,12%</b>
Finlandia	0%	0%	<b>1,12%</b>
Kanada	0%	0%	<b>1,12%</b>
Belgia	0,3%	0,14%	<b>0,96%</b>
Czechy	11,0%	0,62%	<b>0,96%</b>
Białoruś	0%	0%	<b>0,96%</b>
Rumunia	0%	0%	<b>0,96%</b>
Dania	0,3%	0,17%	<b>0,80%</b>
Litwa	0,8%	0,65%	<b>0,80%</b>
Ukraina	0,3%	0,69%	<b>0,80%</b>
Grecja	0%	0%	<b>0,80%</b>
Portugalia	0%	0%	<b>0,80%</b>
Szwajcaria	1,0%	0,38%	<b>0,64%</b>
Izrael	1,0%	0,24%	<b>0,48%</b>
Słowacja	3,8%	0,76%	<b>0,48%</b>
Inne	0%	35,19%	<b>5,12%</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Ponad 70% wskaźnik przyjazdów turystów zagranicznych docierających do Krakowa bezpośrednio z miejsca zamieszkania jest bardzo dobrym prognostykiem dla tego segmentu strumienia ruchu turystycznego. W stosunku do 2004 roku odnotowano 10% wzrost wskaźnika. Jest dowodem na to, że Kraków jest rzeczywistym Centrum Recepcji Zagranicznego Ruchu Turystycznego w Polsce.



Tabela 28.

Struktura odwiedzających według towarzystwa w trakcie podróży

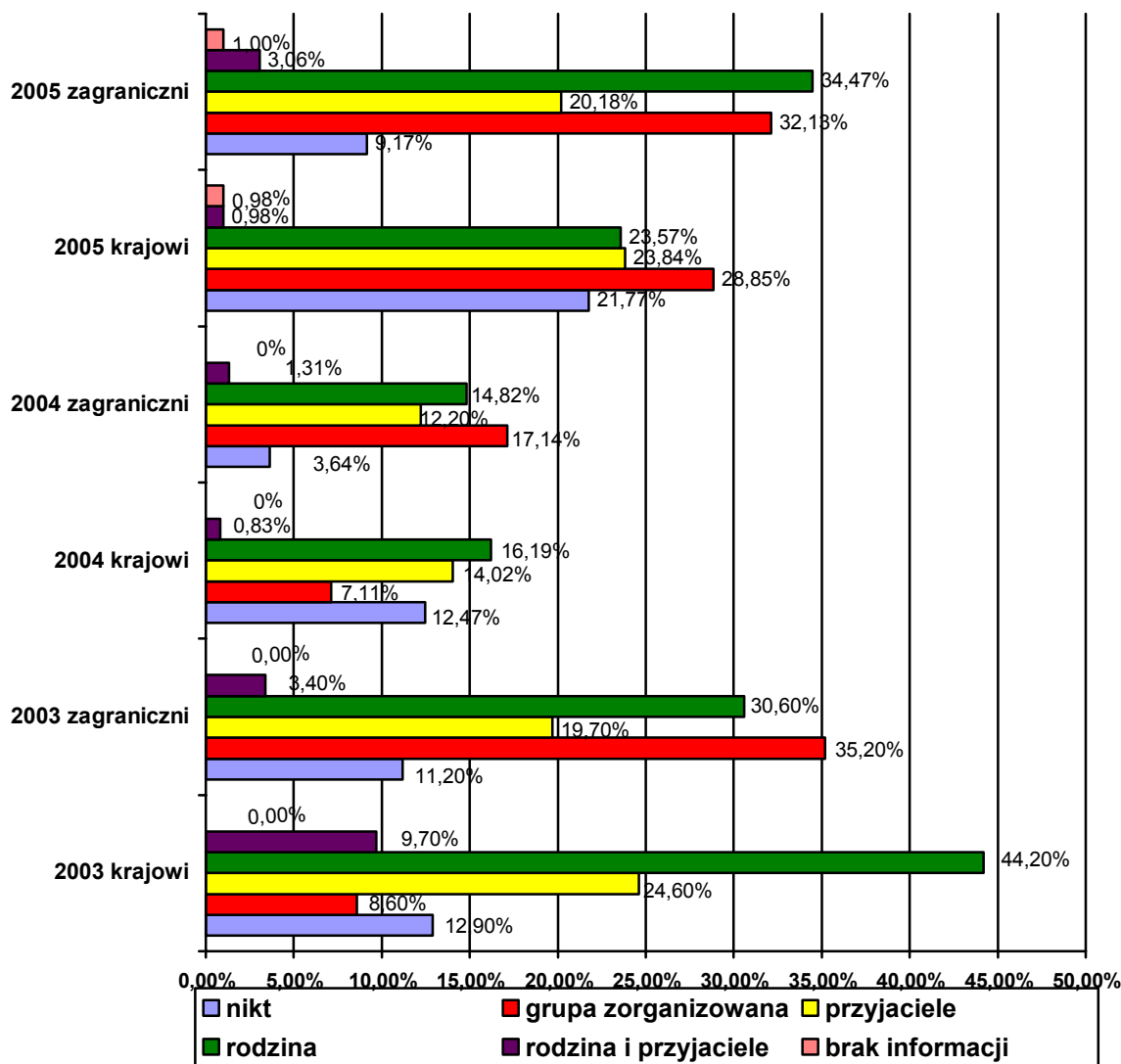
Przyjazdy do Krakowa według towarzyszących osób w 2003,2004,2005 roku

Kto Panu/i towarzyszy w podróży?	2003 krajowi	2003 zagraniczni	2004 krajowi	2004 zagraniczni	2005 krajowi	2005 zagraniczni
Nikt	12,9	11,2	12,47%	3,64%	21,77%	9,17%
grupa zorganizowana	8,6	35,2	7,11%	17,14%	28,85%	32,13%
Przyjaciele	24,6	19,7	14,02%	12,20%	23,84%	20,18%
Rodzina	44,2	30,6	16,19%	14,82%	23,57%	34,47%
rodzina i przyjaciele	9,7	3,4	0,83%	1,31%	0,98%	3,06%
brak informacji	0,0%	0,0%	0%	0%	0,98%	1,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 32

Struktura osób towarzyszących



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Dla turystów krajowych Kraków w 2005 roku był destynacją docelową zarówno dla osób podróżujących samotnie, w grupie zorganizowanej jak również jest istotnym celem podróży towarzysko-familijnych w towarzystwie dzieci.

W strumieniu zagranicznego ruchu turystycznego dzieci pojawiają się sporadycznie i jedynie wyłącznie w towarzystwie rodziców. Również dla turystów zagranicznych wyrównały się różnice w strukturze odwiedzających notowane w latach poprzednich i wyraźnie Kraków w 2005 roku był destynacją docelową zarówno dla osób podróżujących w grupie zorganizowanej, z przyjaciółmi jak i wyjazdów typowo rodzinnych.

### Struktura czasowa pobytu osób odwiedzających Kraków

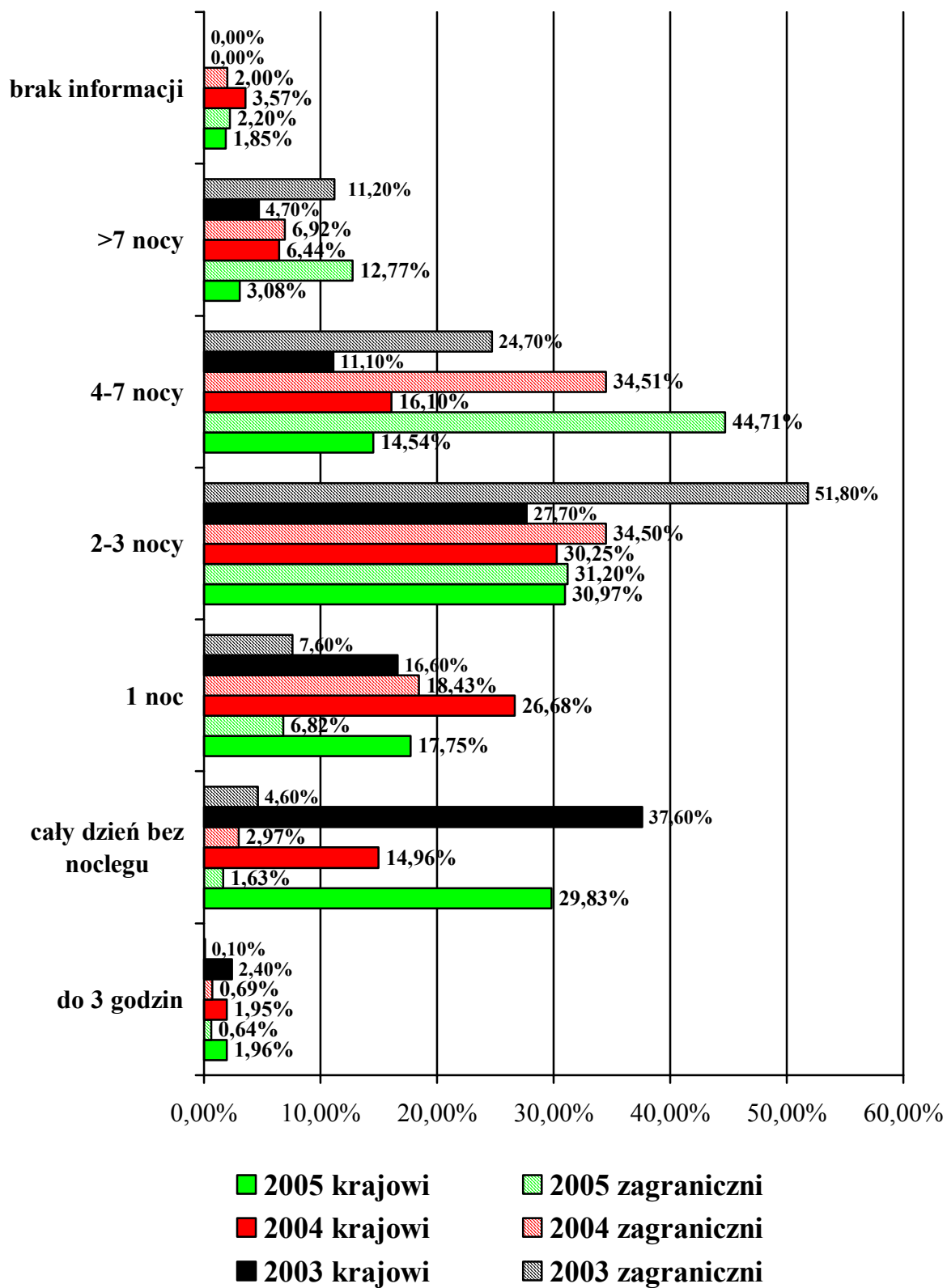
Tabela 29.

Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w 2003, 2004, 2005 roku

<b>Długość pobytu odwiedzających w Krakowie</b>	<b>2005 krajowi</b>	<b>2005 zagraniczni</b>	<b>2004 krajowi</b>	<b>2004 zagraniczni</b>	<b>2003 krajowi</b>	<b>2003 zagraniczni</b>
do 3 godzin	1,96%	0,64%	1,95%	0,69%	2,4%	0,1%
cały dzień bez noclegu	29,83%	1,63%	14,96%	2,97%	37,6%	4,6%
1 noc	17,75%	6,82%	26,68%	18,43%	16,6%	7,6%
2-3 nocy	30,97%	31,2%	30,25%	34,5%	27,7%	51,8%
4-7 nocy	14,54%	44,71%	16,1%	34,51%	11,1%	24,7%
>7 nocy	3,08%	12,77%	6,44%	6,92%	4,7%	11,2%
brak informacji	1,85%	2,20%	3,57%	2,00%	0,0%	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 33  
Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w 2003, 2004, 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Wyraźnie widać odwrotną tendencję w długości pobytów w Krakowie Polaków (pobyty krótkie) i obcokrajowców (pobyty dłuższe), Odnotowano wyraźne wydłużenie w 2005 roku pobytów obcokrajowców w kategorii 4-7 noclegów.

Tabela 30

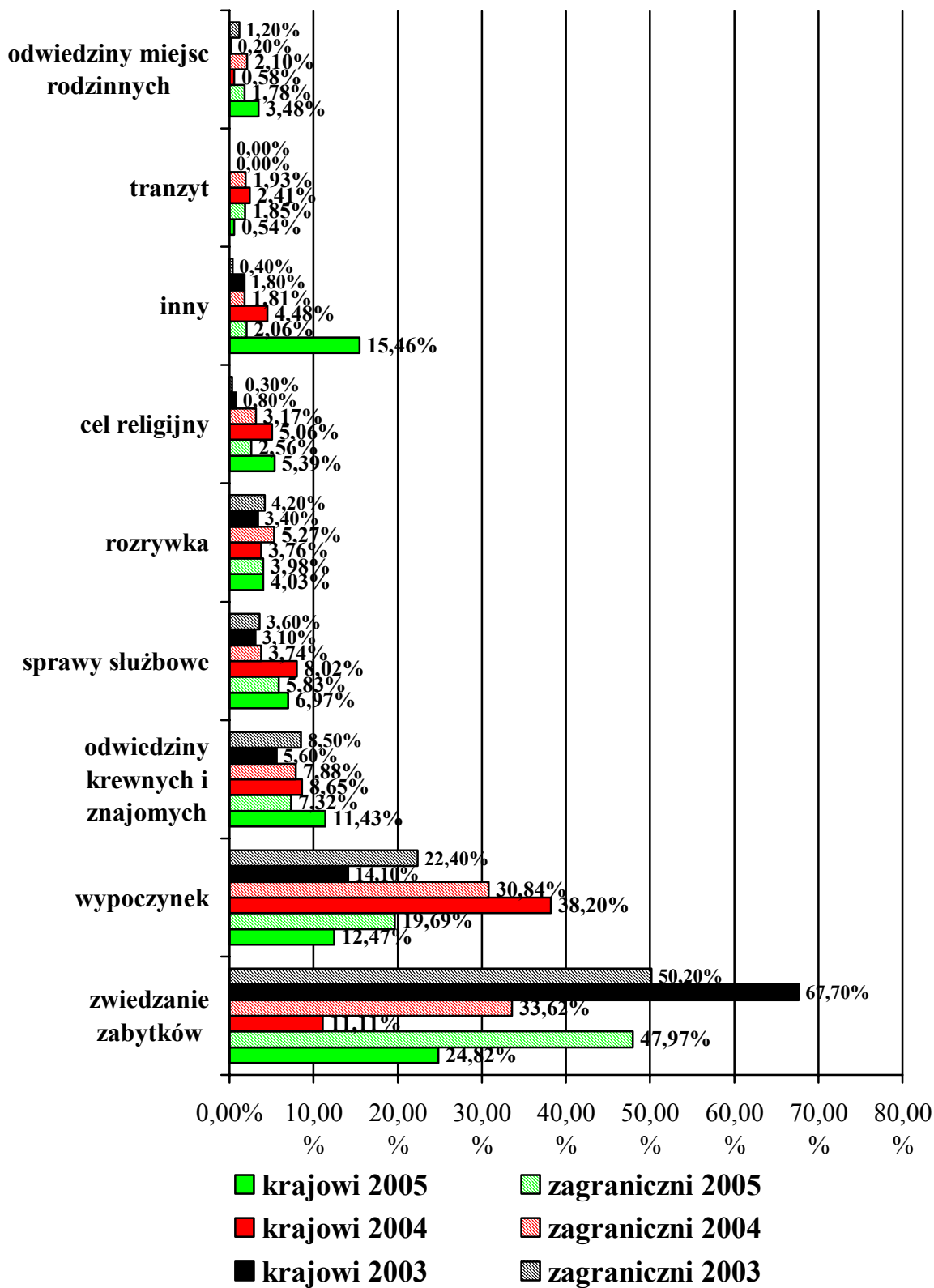
Struktura celów przyjazdu Polaków i obcokrajowców do Krakowa w latach 2003,4,5

Struktura celów przyjazdu	2005	2005	20004	20004	2003	2003
	krajowi	zagraniczni	krajowi	zagraniczni	krajowi	zagraniczni
zwiedzanie zabytków	24,82%	47,97%	11,11%	33,62%	67,7%	50,2%
Wypoczynek	12,47%	19,69%	38,20%	30,84%	14,1%	22,4%
odwiedziny krewnych i znajomych	11,43%	7,32%	8,65%	7,88%	5,6%	8,5%
sprawy służbowe	6,97%	5,83%	8,02%	3,74%	3,1%	3,6%
Rozrywka	4,03%	3,98%	3,76%	5,27%	3,4%	4,2%
cel religijny	5,39%	2,56%	5,06%	3,17%	0,8%	0,3%
Inny	15,46%	2,06%	4,48%	1,81%	1,8%	0,4%
Tranzyt	0,54%	1,85%	2,41%	1,93%	0,0%	0,0%
odwiedziny miejsc rodzinnych	3,48%	1,78%	0,58%	2,10%	0,2%	1,2%
udział w szkoleniu, konferencji lub kongresie	3,27%	1,78%	2,13%	2,10%	0,6%	1,0%
udział w imprezie kulturalnej	3,32%	1,56%	1,32%	0,79%	0,5%	2,2%
Edukacja	1,63%	1,07%	1,25%	1,64%	0,5%	4,3%
turystyka aktywna	2,07%	0,85%	4,68%	2,27%	0,5%	1,0%
brak informacji	0,33%	0,71%	1,51%	1,36%	0,1%	0,2%
Zakupy	0,76%	0,50%	0,49%	0,23%	0,9%	0,1%
udział w zawodach sportowych	2,83%	0,36%	0,72%	0,28%	0,0%	0,0%
cel zdrowotny	1,14%	0,07%	3,80%	0,06%	0,1%	0,0%
poznanie walorów przyrody	0,05%	0,07%	1,83%	0,91%	0,1%	0,4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

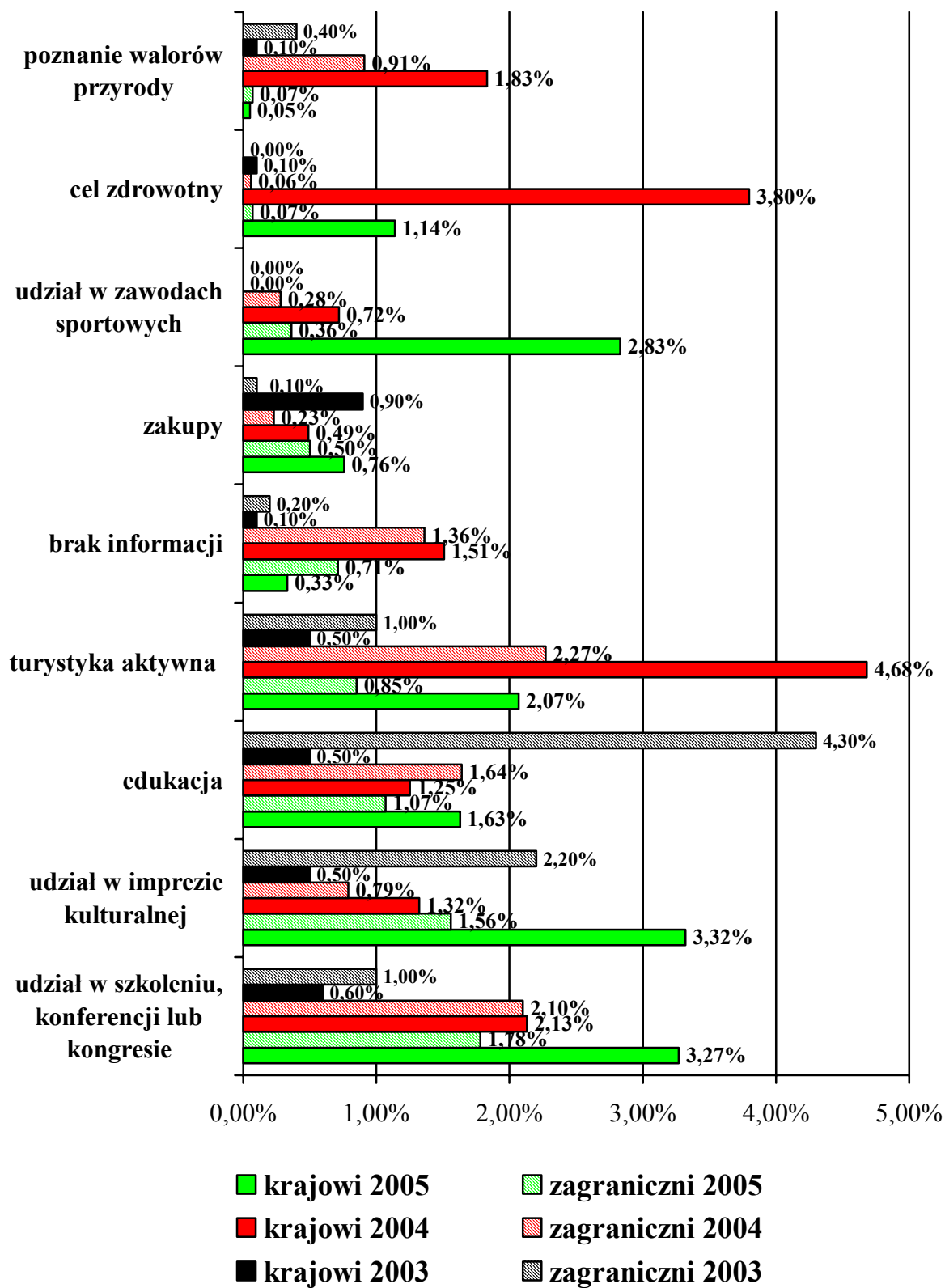
Rysunek 34

Struktura celów przyjazdu Polaków i obcokrajowców do Krakowa w 2003, 2004 i 2005 roku



Rysunek 35

Struktura celów przyjazdu Polaków i obcokrajowców do Krakowa w 2003, 2004 i 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 31

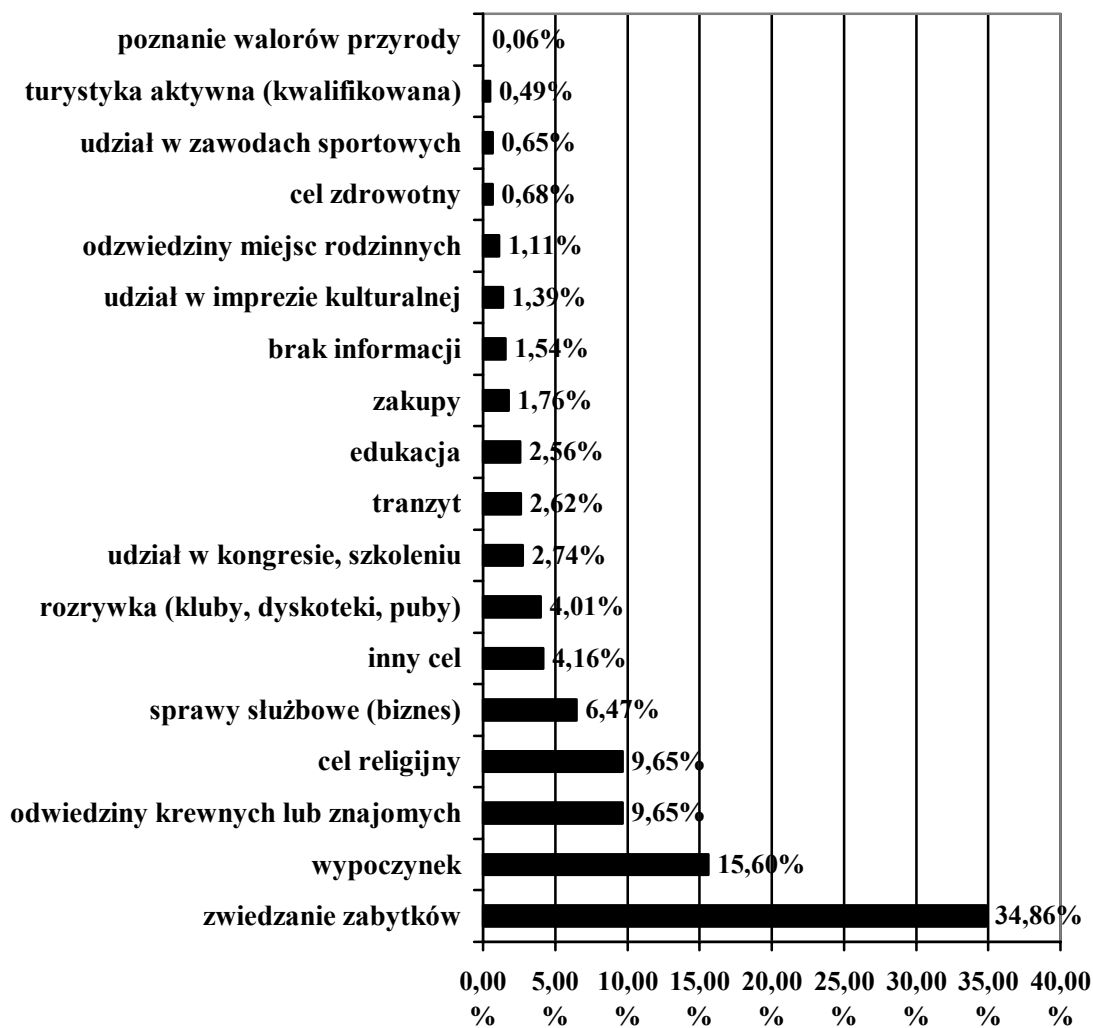
Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? OGÓLEM \_2005

zwiedzanie zabytków	<b>34,86 %</b>
wypoczynek	<b>15,60 %</b>
odwiedziny krewnych lub znajomych	<b>9,65 %</b>
cel religijny	<b>9,65 %</b>
sprawy służbowe (biznes)	<b>6,47 %</b>
inny cel	<b>4,16 %</b>
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	<b>4,01 %</b>
udział w kongresie, szkoleniu	<b>2,74 %</b>
Tranzyt	<b>2,62 %</b>
Edukacja	<b>2,56 %</b>
Zakupy	<b>1,76 %</b>
brak informacji	<b>1,54 %</b>
udział w imprezie kulturalnej	<b>1,39 %</b>
odwiedziny miejsc rodzinnych	<b>1,11 %</b>
cel zdrowotny	<b>0,68 %</b>
udział w zawodach sportowych	<b>0,65 %</b>
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	<b>0,49 %</b>
Poznanie walorów przyrody	<b>0,06 %</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 36

Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? OGÓLEM \_2005 %



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Tabela 32.

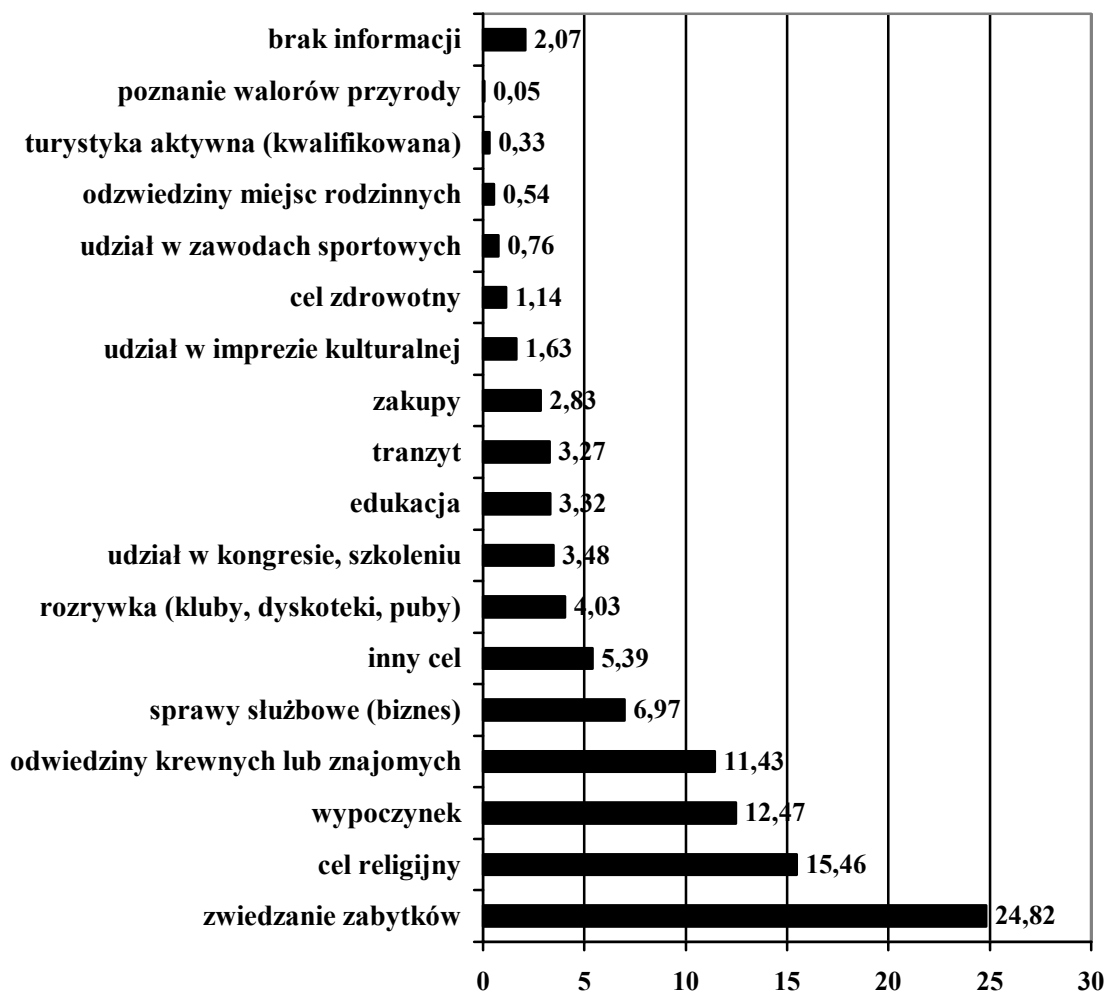
Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? POLACY\_2005

zwiedzanie zabytków	<b>24,82</b>
cel religijny	<b>15,46</b>
wypoczynek	<b>12,47</b>
odwiedziny krewnych lub znajomych	<b>11,43</b>
sprawy służbowe (biznes)	<b>6,97</b>
inny cel	<b>5,39</b>
rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	<b>4,03</b>
udział w kongresie, szkoleniu	<b>3,48</b>
edukacja	<b>3,32</b>
tranzyt	<b>3,27</b>
zakupy	<b>2,83</b>
udział w imprezie kulturalnej	<b>1,63</b>
cel zdrowotny	<b>1,14</b>
udział w zawodach sportowych	<b>0,76</b>
odwiedziny miejsc rodzinnych	<b>0,54</b>
turystyka aktywna (kwalifikowana)	<b>0,33</b>
poznanie walorów przyrody	<b>0,05</b>
brak informacji	<b>2,07</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 33

Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? POLACY\_2005\_%



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 34

Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? OBCOKRAJOWCY\_2005

zwiedzanie zabytków	<b>47,97</b>
wypoczynek	<b>19,69</b>
odwiedziny krewnych lub znajomych	<b>7,32</b>
sprawy służbowe (biznes)	<b>5,83</b>
rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	<b>3,98</b>
inny cel	<b>2,56</b>
cel religijny	<b>2,06</b>
odwiedziny miejsc rodzinnych	<b>1,85</b>
udział w kongresie, szkoleniu	<b>1,78</b>
tranzyt	<b>1,78</b>
edukacja	<b>1,56</b>
udział w imprezie kulturalnej	<b>1,07</b>
turystyka aktywna (kwalifikowana)	<b>0,71</b>
udział w zawodach sportowych	<b>0,50</b>
zakupy	<b>0,36</b>
cel zdrowotny	<b>0,07</b>
poznanie walorów przyrody	<b>0,07</b>
brak informacji	<b>0,85</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 37

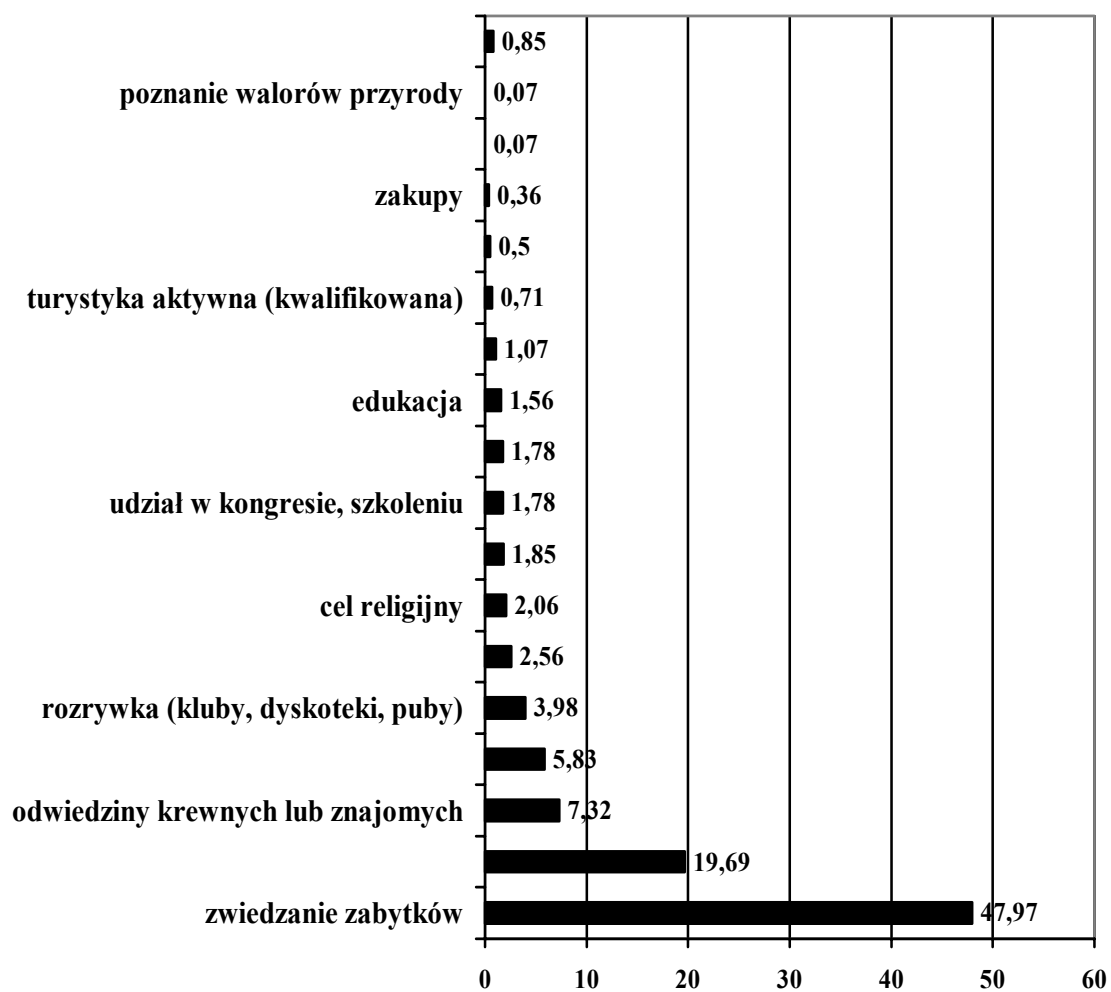


Tabela 35

Struktura celów przyjazdów obcokrajowców do Krakowa w 2003, 2004, 2005 roku według krajów ( dla krajów z listy najliczniejszych przyjazdów)

Cele przyjazdu	Niemcy 2003	Niemcy 2004	Niemcy 2005	USA 2003	USA 2004	USA 2005	W. Bryt. 2003	W. Bryt. 2004	W. Bryt. 2005	Francja 2003	Francja 2004	Francja 2005	Włochy 2003	Włochy 2004	Włochy 2005
zwiedzanie zabytków	85,0%	44,58%	57,14	93%	20,13%	26,09 %	73,0%	32,62%	40,39%	82,0%	41,18%	51,26%	91,0%	40,48%	55,56 %
wypoczynek	69%	24,10%	19,39	84%	31,82%	16,30 %	63%	38,50%	29,41%	64%	33,16%	15,97%	82%	24,40%	11,11 %
rozrywka	14%	7,23%	5,10	16%	7,79%	2,17 %	23%	5,88%	2,35%	21%	4,81%	5,04%	29%	8,93%	4,04 %
sprawy służbowe	1%	5,22%	3,40	1%	3,90%	2,17 %	4%	2,67%	4,31%	2%	2,14%	6,72%	3%	1,79%	4,04 %
odwiedziny krewnych i znajomych	12%	5,62%	3,06	28%	16,23%	31,52 %	14%	6,42%	9,80%	15%	3,74%	6,72%	3%	2,38%	3,03 %
Inny cel	1%	1,61%	2,72	2%	1,95%	5,43 %	1%	3,74%	5,10%	3%	2,14%	1,68%	2%	0,60%	2,02 %
edukacja	15%	0,40%	2,04	7%	1,30%	4,35 %	10%	0,00%	1,18%	6%	0,53%	4,20%	2%	1,19%	0,00 %
udział w szkoleniu, konferencji lub kongresie	3%	2,81%	1,36	0%	4,55%	1,09 %	1%	4,28%	0,78%	3%	4,28%	1,68%	0%	4,17%	4,04 %
cel religijny	2%	1,20%	1,36	5%	3,90%	0,00 %	0%	0,53%	1,96%	0%	1,07%	0,00%	8%	5,95%	12,12 %
udział w imprezie kulturalnej	2%	0,80%	1,02	2%	0,65%	1,09 %	15%	0,53%	1,57%	8%	0,00%	0,00%	3%	0,60%	0,00 %
tranzyt	0%	1,20%	1,02	0%	1,30%	0,00 %	0%	1,07%	0,39%	0%	1,07%	0,00%	0%	2,38%	0,00 %
odwiedziny miejsc rodzinnych	5%	2,41%	1,02	6%	3,90%	6,52 %	4%	1,60%	1,18%	0%	0,53%	2,52%	0%	1,79%	1,01 %
zakupy	17%	1,20%	0,34	38%	1,95%	2,17 %	18%	1,07%	0,39%	39%	1,60%	0,00%	26%	1,19%	0,00 %
turystyka aktywna (kwalifikowana)	4%	1,61%	0,34	5%	0,65%	1,09 %	10%	1,07%	0,39%	5%	3,74%	2,52%	11%	4,17%	1,01 %
udział w zawodach sportowych	0%	0,00%	0,0%	0%	0,00%	0,00 %	0%	0,00%	0,78%	0%	0,00%	0,00%	0%	0,00%	0,00 %
poznanie walorów przyrody	4%	0,00%	0,0%	13%	0,00%	0,00 %	0%	0,00%	0,00%	6%	0,00%	0,84%	3%	0,00%	0,00 %
cel zdrowotny	0%	0,00%	0,0%	0%	0,00%	0,00 %	1%	0,00%	0,00%	2%	0,00%	0,00%	0%	0,00%	0,00 %
<b>brak informacji</b>	0,00%	0,00 %	0,68	0,00%	0,00 %	0,00 %	0,00%	0,00 %	0,00%	0,00%	0,00 %	0,84%	0,00 %	0,00 %	2,02 %

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Głównym deklarowanym celem przyjazdu do Krakowa, tak przez Polaków jak i obcokrajowców jest zwiedzanie zabytków. Kolejnym wskazywanym celem jest wypoczynek. Z analizy sposobów spędzania czasu w Krakowie wynika, że cele te w dużej mierze są realizowane.

Tabela 36.  
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający krajowi

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 18	15,92	0,00	7,01	47,13	1,91	0,00	1,91	0,64	8,28	0,00	1,27	5,10	0,64	1,91	0,00	1,27	7,01	0,00
18 - 31	15,47	6,05	14,30	23,60	3,02	0,47	2,21	1,16	3,26	0,12	7,67	3,02	0,70	6,63	0,12	3,37	7,56	1,28
32 - 45	10,82	15,63	9,86	30,29	6,97	0,24	0,96	0,72	2,40	0,72	1,20	7,21	1,92	0,00	0,00	5,29	3,61	2,16
46 - 59	8,28	5,92	9,47	22,49	2,96	0,59	1,78	0,00	0,59	0,59	0,59	34,91	2,37	0,59	0,00	3,55	2,37	2,96
60 - 73	5,31	0,44	8,41	6,64	0,44	0,00	0,44	0,00	0,00	1,77	0,00	69,47	0,88	0,00	0,00	0,44	1,33	4,42
> 73	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,11	0,00	44,44	0,00	0,00	0,00	0,00	11,11	33,33

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 37.  
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający krajowi

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	tranzyt	inny cel	brak informacji
< 26	16,51	2,53	11,98	27,56	1,07	0,53	2,40	1,33	4,53	0,00	7,99	3,46	0,13	7,72	0,13	3,06	7,99	1,07
26 - 44	10,62	14,42	12,29	29,14	7,59	0,15	1,21	0,61	2,58	0,30	1,97	5,77	2,12	0,30	0,00	4,40	4,70	1,82
45 - 65	9,42	3,95	10,33	15,50	1,52	0,30	1,22	0,00	0,30	1,82	0,30	44,98	1,82	0,30	0,00	2,43	2,13	3,65
> 65	5,13	0,85	5,98	5,13	0,85	0,00	0,00	0,00	0,00	2,56	0,00	71,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,85	6,84

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 38.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 18	9,52	1,59	14,29	42,86	0,00	0,00	6,35	0,00	1,59	0,00	7,94	1,59	0,00	7,94	0,00	4,76	0,00	1,59
18 - 31	20,82	4,56	5,86	43,60	2,39	0,43	1,74	1,52	0,43	1,30	9,98	0,22	0,00	1,95	0,00	1,74	3,25	0,22
32 - 45	21,02	12,13	10,24	41,24	2,70	0,81	0,54	0,00	0,27	1,89	1,08	0,81	0,00	0,54	0,27	2,96	2,16	1,35
46 - 59	20,13	4,36	6,38	52,35	0,67	1,34	0,34	0,00	0,00	2,01	0,34	4,36	0,00	2,01	0,00	1,01	3,02	1,68
60 - 73	17,16	0,98	3,43	66,18	0,98	0,49	0,00	0,00	0,49	2,94	0,00	5,39	0,49	0,00	0,00	0,00	1,47	0,00
> 73	21,43	0,00	21,43	35,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14,29	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,14	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Tabela 39.  
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 26	17,95	0,64	7,05	46,79	0,64	0,64	2,88	1,28	0,96	0,32	12,82	0,32	0,00	3,53	0,00	2,24	1,60	0,32
26 - 44	21,04	10,79	9,17	40,65	3,24	0,54	0,72	0,54	0,00	2,16	2,70	0,72	0,00	0,90	0,18	2,52	3,24	0,90
45 - 65	17,48	4,05	5,12	58,00	1,07	1,07	0,43	0,00	0,43	1,71	0,21	4,26	0,21	1,28	0,00	0,85	2,56	1,28
> 65	28,74	1,15	6,90	49,43	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,75	0,00	6,90	0,00	0,00	0,00	0,00	1,15	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 40.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Niemcy)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transzyt	inny cel	brak informacji
< 18	16,67	0,00	5,56	44,44	0,00	0,00	11,11	0,0%	0,00	0,00	11,11	0,00	0,0%	11,11	0,0%	0,00	0,00	0,00
18 - 31	18,18	2,27	3,41	50,00	3,41	1,14	0,00	0,0%	1,14	2,27	13,64	0,00	0,0%	1,14	0,0%	1,14	2,27	0,00
32 - 45	26,56	9,38	4,69	50,00	0,00	0,00	1,56	0,0%	0,00	0,00	1,56	0,00	0,0%	0,00	0,0%	1,56	3,13	1,56
46 - 59	15,00	3,33	0,00	61,67	1,67	0,00	0,00	0,0%	0,00	1,67	0,00	3,33	0,0%	5,00	0,0%	1,67	5,00	1,67
60 - 73	19,05	0,00	3,17	73,02	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,00	3,17	0,0%	0,00	0,0%	0,00	1,59	0,00
> 73	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 41.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Niemcy)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 26	17,72	0,00	2,53	48,10	2,53	1,27	2,53	0,0%	1,27	0,00	16,46	0,00	0,0%	3,80	0,0%	1,27	2,53	0,00
26 - 44	24,42	9,30	5,81	50,00	1,16	0,00	1,16	0,0%	0,00	2,33	2,33	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	2,33	1,16
45 - 65	12,61	1,80	0,00	71,17	0,90	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,90	0,00	3,60	0,0%	2,70	0,0%	1,80	3,60	0,90
> 65	39,13	0,00	8,70	52,17	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 42.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Stany Zjednoczone Ameryki Północnej))

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transzyt	inny cel	brak informacji
< 18	0,00	0,00	80,00	20,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%
18 - 31	28,57	0,00	9,52	19,05	4,76	0,00	0,00	0,0%	0,00	4,76	9,52	0,0%	0,0%	19,05	0,0%	0,0%	4,76	0,0%
32 - 45	9,68	0,00	35,48	35,48	0,00	3,23	0,00	0,0%	3,23	6,45	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	6,45	0,0%
46 - 59	25,00	8,33	33,33	16,67	0,00	0,00	4,17	0,0%	0,00	4,17	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	8,33	0,0%
60 - 73	0,00	0,00	36,36	36,36	0,00	0,00	0,00	0,0%	9,09	18,18	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%
> 73	0,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	50,00	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 43.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Stany Zjednoczone Ameryki Północnej))

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	tranzyt	inny cel	brak informacji
< 26	17,65	0,00	23,53	23,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,88	11,76	0,00	0,00	17,65	0,00	0,00	0,00	0,00
26 - 44	13,16	0,00	34,21	31,58	2,63	2,63	0,00	0,00	0,00	5,26	0,00	0,00	0,00	2,63	0,00	0,00	7,89	0,00
45 - 65	21,21	6,06	33,33	18,18	0,00	0,00	3,03	0,00	6,06	6,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,06	0,00
> 65	0,00	0,00	20,00	60,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 44.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Wielka Brytania)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 18	16,67	0,00	33,33	25,00	0,00	0,00	8,33	0,00	0,00	0,00	0,00	8,33	0,0%	8,33	0,0%	0,00	0,00	0,0%
18 - 31	30,86	1,23	9,88	38,27	1,23	0,00	2,47	2,47	1,23	0,00	3,70	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	8,64	0,0%
32 - 45	32,79	8,20	8,20	31,15	1,64	0,00	1,64	0,00	0,00	1,64	4,92	1,64	0,0%	1,64	0,0%	1,64	4,92	0,0%
46 - 59	32,20	8,47	11,86	38,98	0,00	1,69	0,00	0,00	0,00	1,69	0,00	0,00	0,0%	1,69	0,0%	0,00	3,39	0,0%
60 - 73	21,05	0,00	0,00	65,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,63	0,00	7,89	0,0%	0,00	0,0%	0,00	2,63	0,0%
> 73	40,00	0,00	20,00	40,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,00	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 45.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Wielka Brytania)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 26	29,09	0,00	12,73	36,36	0,00	0,00	5,45	3,64	1,82	0,00	3,64	1,82	0,00	1,82	0,00	0,00	3,64	0,00
26 - 44	27,96	6,45	10,75	35,48	2,15	0,00	0,00	0,00	0,00	1,08	4,30	1,08	0,00	1,08	0,00	1,08	8,60	0,00
45 - 65	32,56	5,81	8,14	43,02	0,00	1,16	1,16	0,00	0,00	1,16	0,00	2,33	0,00	1,16	0,00	0,00	3,49	0,00
> 65	20,00	0,00	4,00	64,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,00	0,00	8,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 46.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Francja)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 18	0,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,0%	0,0%	50,00	0,00	0,0%	0,00	0,00
18 - 31	18,18	6,82	4,55	47,73	0,00	2,27	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	13,64	0,0%	0,0%	4,55	0,00	0,0%	2,27	0,00
32 - 45	20,00	11,43	17,14	40,00	2,86	2,86	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,00	2,86	0,0%	0,00	2,86
46 - 59	11,11	5,56	0,00	72,22	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	5,56	0,00	0,0%	0,0%	5,56	0,00	0,0%	0,00	0,00
60 - 73	6,67	0,00	0,00	73,33	6,67	6,67	0,0%	0,0%	0,0%	6,67	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,0%	0,00	0,00
> 73	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	33,33	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,0%	33,33	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Tabela 47.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Francja)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 26	13,79	0,00	6,90	51,72	0,00	3,45	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	13,79	0,0%	0,0%	10,34	0,00	0,0%	0,00	0,00
26 - 44	21,15	11,54	11,54	42,31	0,00	1,92	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	3,85	0,0%	0,0%	1,92	1,92	0,0%	1,92	1,92
45 - 65	6,45	6,45	0,00	70,97	6,45	3,23	0,0%	0,0%	0,0%	3,23	0,00	0,0%	0,0%	3,23	0,00	0,0%	0,00	0,00
> 65	22,22	0,00	0,00	44,44	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	22,22	0,00	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,0%	11,11	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 48.

Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Włochy)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
< 18	0,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	50,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00
18 - 31	13,64	9,09	4,55	54,55	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	4,55	9,09	4,55	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00
32 - 45	20,00	6,67	3,33	46,67	10,00	3,33	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	6,67	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	3,33
46 - 59	3,33	0,00	3,33	63,33	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	23,33	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,33	3,33
60 - 73	7,69	0,00	0,00	61,54	7,69	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	15,38	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,69	0,00
> 73	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 49.  
Główny cel przyjazdu do Krakowa wg wieku – Odwiedzający zagraniczni z wybranych krajów (Włochy)

%	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transzyt	inny cel	brak informacji
< 26	16,67	0,00	0,00	58,33	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	25,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00
26 - 44	16,28	9,30	4,65	46,51	6,98	2,33	0,0%	0,0%	0,0%	2,33	2,33	6,98	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	2,33
45 - 65	4,88	0,00	2,44	60,98	2,44	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	21,95	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,88	2,44
> 65	20,00	0,00	0,00	80,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 50.  
Główny cel przyjazdu z uwzględnieniem statusu zawodowego: ? Ogółem

Status zawodowy	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	trauzyt	inny cel	brak informacji
uczeń	14,80	0,84	7,54	41,90	0,84	0,00	2,23	2,23	5,31	0,00	4,47	3,07	0,00	7,54	0,00	2,51	6,42	0,28
student	19,22	1,25	10,32	30,96	1,42	0,89	3,20	0,53	2,49	0,36	12,10	1,42	0,00	6,94	0,18	2,67	5,34	0,71
bezrobotny	11,90	9,52	19,05	16,67	0,00	2,38	1,19	1,19	3,57	1,19	4,76	3,57	0,00	2,38	0,00	4,76	15,48	2,38
emeryt lub rencista	10,21	0,32	5,67	41,00	0,16	0,00	0,32	0,00	0,49	1,78	0,00	35,82	0,97	0,00	0,00	0,16	1,30	1,78
osoba zajmująca się domem	18,13	0,00	14,84	41,76	0,00	0,55	0,55	0,00	1,10	3,30	0,00	10,44	3,85	0,55	0,00	1,65	1,10	2,20
aktywny zawodowo	16,56	13,16	10,40	32,41	5,38	0,57	0,99	0,64	1,06	1,13	2,97	3,40	0,64	0,92	0,07	3,75	4,10	1,84
brak informacji	17,86	14,29	10,71	21,43	3,57	0,00	3,57	0,00	3,57	0,00	0,00	10,71	0,00	3,57	0,00	0,00	3,57	7,14

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 51.

Główny cel przyjazdu z uwzględnieniem statusu zawodowego: ? Zagranica

Status zawodowy	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transyt	inny cel	brak informacji
uczeń	10,0	0,00	10,00	52,50	0,00	0,00	5,00	2,50	1,25	0,00	5,00	1,25	0,00	5,00	0,00	5,00	1,25	1,25
student	21,80	0,47	5,69	43,13	2,37	0,95	2,37	0,95	0,47	0,95	15,64	0,00	0,00	2,84	0,00	0,95	1,42	0,00
bezrobotny	11,54	19,23	11,54	34,62	0,00	0,00	0,00	0,00	3,85	3,85	3,85	0,00	0,00	0,00	0,00	7,69	3,85	0,00
emeryt lub rencista	14,69	0,00	4,06	70,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,31	1,88	0,00	5,63	0,31	0,00	0,00	0,31	1,56	0,31
osoba zajmująca się domem	27,37	0,00	11,58	48,42	0,00	1,05	0,00	0,00	0,00	4,21	0,00	3,16	0,00	1,05	0,00	1,05	0,00	2,11
aktywny zawodowo	22,02	11,31	8,30	38,46	3,02	1,06	0,75	0,45	0,15	1,96	2,71	0,90	0,00	1,51	0,15	2,26	3,92	1,06
brak informacji	8,33	8,33	8,33	41,67	0,00	0,00	8,33	0,00	0,00	0,00	0,00	8,33	0,00	8,33	0,00	0,00	0,00	8,33

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 52.

Główny cel przyjazdu z uwzględnieniem statusu zawodowego: Kraj

Status zawodowy	wypoczynek	sprawy służbowe (biznes)	odwiedziny krewnych lub znajomych	zwiedzanie zabytków	udział w kongresie, szkoleniu	turystyka aktywna (kwalifikowana)	udział w imprezie kulturalnej	udział w zawodach sportowych	zakupy	odwiedziny miejsc rodzinnych	rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	cel religijny	cel zdrowotny	edukacja	poznanie walorów przyrody	transzyt	inny cel	brak informacji
uczeń	16,19	1,08	6,83	38,85	1,08	0,00	1,44	2,16	6,47	0,00	4,32	3,60	0,00	8,27	0,00	1,80	7,91	0,00
student	17,66	1,71	13,11	23,65	0,85	0,85	3,70	0,28	3,70	0,00	9,97	2,28	0,00	9,40	0,28	3,70	7,69	1,14
bezrobotny	12,07	5,17	22,41	8,62	0,00	3,45	1,72	1,72	3,45	0,00	5,17	5,17	0,00	3,45	0,00	3,45	20,69	3,45
emeryt lub rencista	5,39	0,67	7,41	8,75	0,34	0,00	0,67	0,00	0,67	1,68	0,00	68,35	1,68	0,00	0,00	0,00	1,01	3,37
osoba zajmująca się domem	8,05	0,00	18,39	34,48	0,00	0,00	1,15	0,00	2,30	2,30	0,00	18,39	8,05	0,00	0,00	2,30	2,30	2,30
aktywny zawodowo	11,73	14,80	12,27	27,07	7,47	0,13	1,20	0,80	1,87	0,40	3,20	5,60	1,20	0,40	0,00	5,07	4,27	2,53
brak informacji	25,00	18,75	12,50	6,25	6,25	0,00	0,00	0,00	6,25	0,00	0,00	12,50	0,00	0,00	0,00	0,00	6,25	6,25

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 53.

Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w 2003, 2004, 2005 roku - OGÓLEM

Struktura środków transportu	2003	2004	2005
samolotem	10,00%	16,16%	21,39%
autokarem	20,50%	22,52%	25,86%
samochodem	43,50%	34,23%	26,23%
pociągiem	21,00%	20,23%	16,92%
autobusem linii regularnej	3,50%	5,89%	7,92%
Innym	1,50%	0,98%	1,33%
brak informacji	0,0%	0,0%	0,34%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 54.

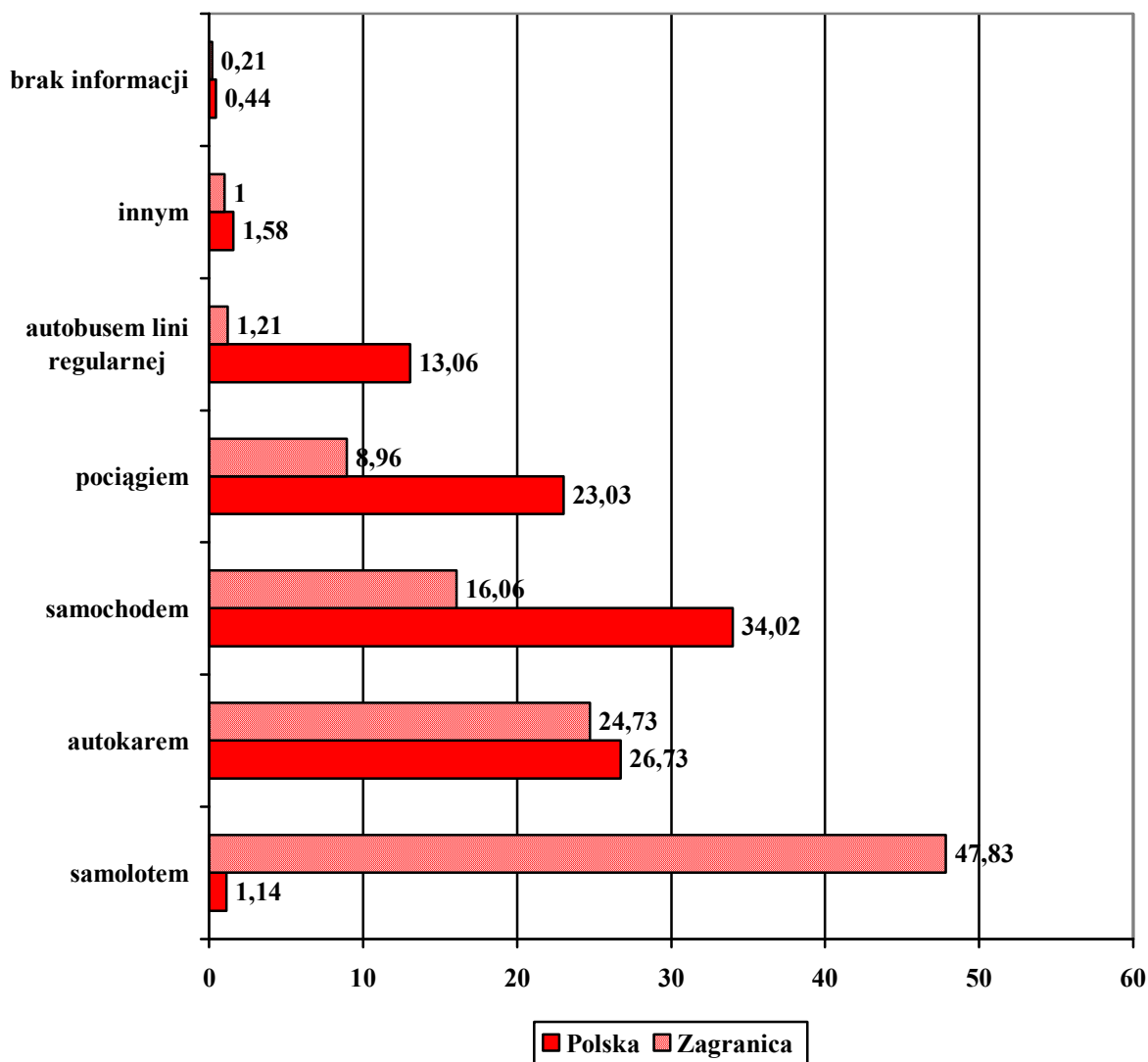
Struktura wykorzystanych przez Polaków i obcokrajowców środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w 2005 roku

Struktura środków transportu	Polska	zagranica
samolotem	1,14	47,83
autokarem	26,73	24,73
samochodem	34,02	16,06
pociągiem	23,03	8,96
autobusem linii regularnej	13,06	1,21
Innym	1,58	1,00
brak informacji	0,44	0,21
SUMA	100	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 38

Środki transportu wykorzystane w trakcie przyjazdu do Krakowa w 2005 roku (Struktura procentowa udziałów podróży krajowych i zagranicznych)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 55.

Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa 2005

Jakim środkiem transportu przyjechał/a Pan/i do tej miejscowości?	OGÓLEM	KRAJO WI	ZAGRANIC ZNI
Samolotem	21,39%	1,14%	47,83%
Autokarem	25,86%	26,73%	24,73%
samochodem	26,23%	34,02%	16,06%
Pociągiem	16,92%	23,03%	8,96%
autobusem linii regularnej	7,92%	13,06%	1,21%
Innym	1,33%	1,58%	1,00%
brak informacji	0,34%	0,44%	0,21%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Tabela 56.

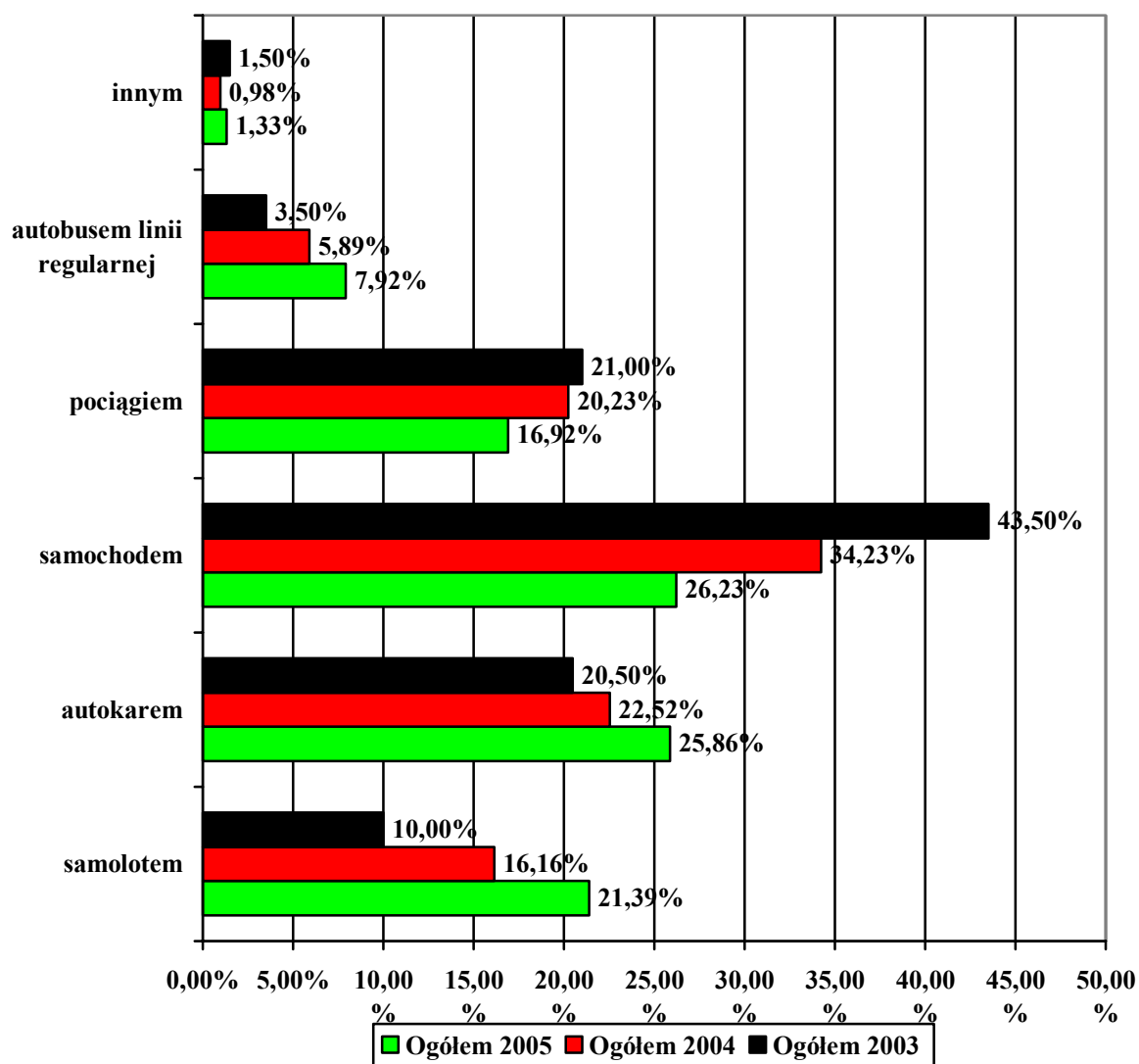
Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w latach 2003, 2004, 2005

Jakim środkiem transportu przyjechał/a Pan/i do tej miejscowości?	Ogółem 2005	Krajowi	Zagraniczni	Ogółem 2004	Krajowi	Zagraniczni	Ogółem 2003	Krajowi	Zagraniczni
Samolotem	21,39%	1,14%	47,83%	16,16%	2,70%	30,34%	10,00%	1%	19%
autokarem	25,86%	26,73%	24,73%	22,52%	12,77%	32,70%	20,50%	8%	33%
samochodem	26,23%	34,02%	16,06%	34,23%	47,14%	20,36%	43,50%	63%	24%
Pociągiem	16,92%	23,03%	8,96%	20,23%	27,06%	13,22%	21,00%	21%	21%
autobusem linii regularnej	7,92%	13,06%	1,21%	5,89%	9,28%	2,43%	3,50%	6%	1%
Innym	1,33%	1,58%	1,00%	0,98%	1,05%	0,94%	1,50%	1%	2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 39

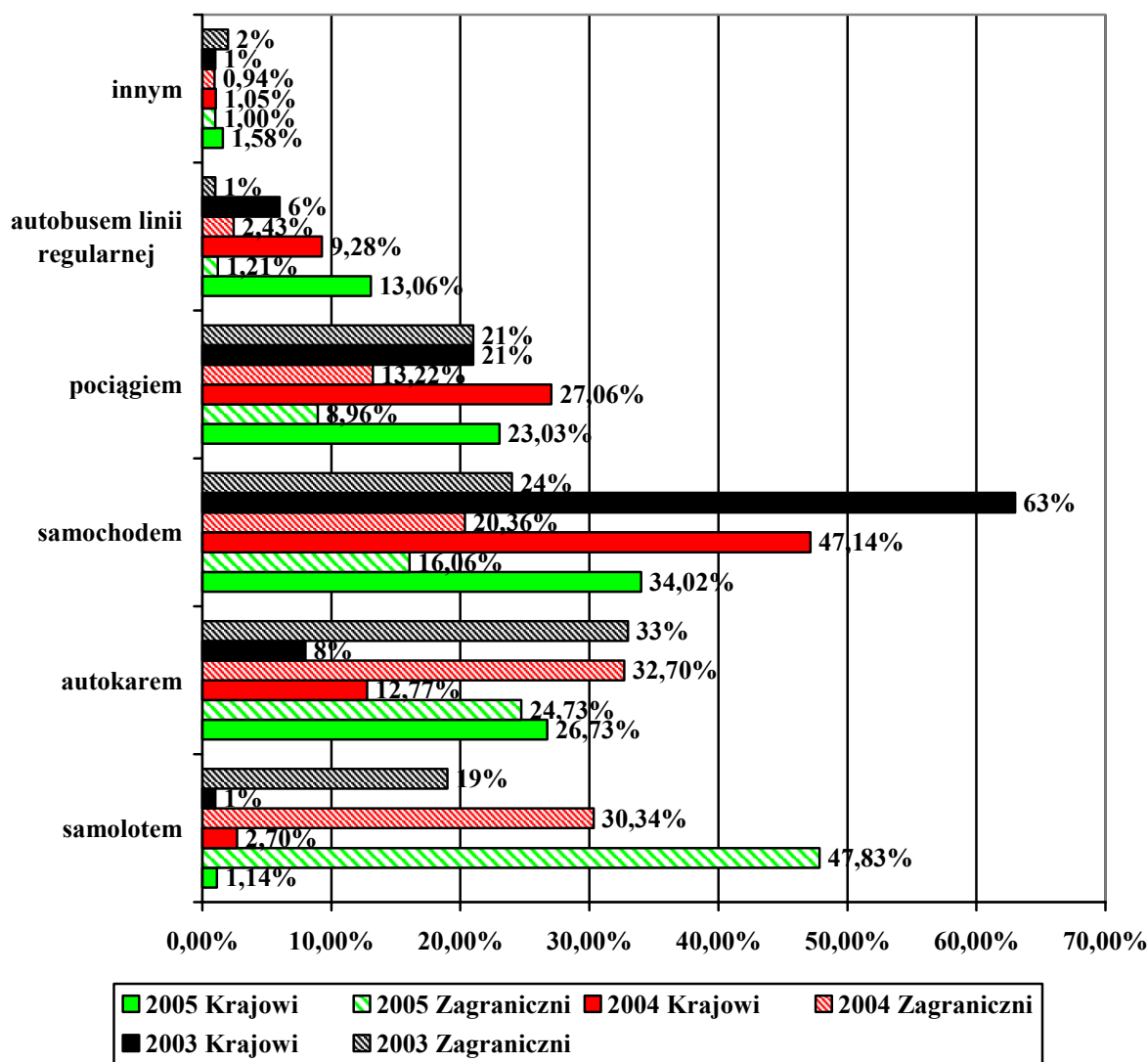
Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w latach 2003, 2004, 2005 - Ogółem



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 40

Struktura wykorzystanych środków transportu w trakcie przyjazdu do Krakowa w latach 2003, 2004, 2005 – krajowi i zagraniczni



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

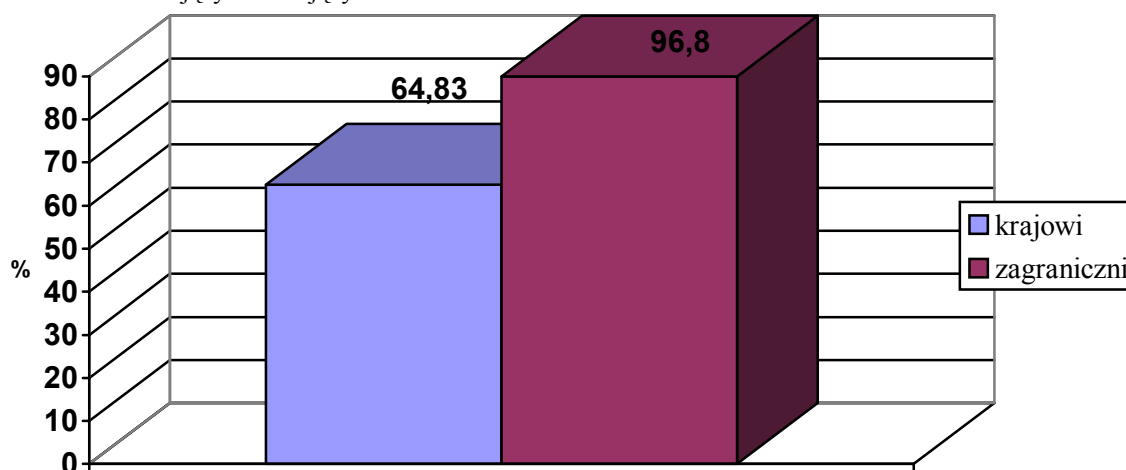
Wyraźnie rysuje się tendencja wzrostowa przylotów turystów zagranicznych do Krakowa z 19% w 2003 roku przez 30,34% w 2004 roku do 47,83% w roku bieżącym. Tendencję spadkową notuje się w wykorzystaniu samochodów osobowych i autokarów turystycznych tak w przyjazdowym ruchu krajowym jak i zagranicznym. W turystyce krajowej zaznacza się powolny, lecz stały wzrost znaczenia komunikacji autobusami liniowymi.

## Noclegi w Krakowie.

Spośród odwiedzających Kraków w 2005 roku ok. 3/4 nocowało w mieście. Odsetek ten był nieco inny, jeśli chodzi o gości krajowych i zagranicznych (zob. rys. 41.). Mianowicie, wśród tych pierwszych tylko niecałe 2/3 nocowało w Krakowie, a wśród tych drugich – aż ponad 96%. W porównaniu do roku poprzedniego dał się zauważyć spadek odsetka spędzających noc w mieście o 9,39 punktów procentowych, przy czym zmniejszenie to dotyczyło w szczególności naszych rodaków (o 15,37 punktów procentowych), a w przypadku cudzoziemców było ono tylko nieznaczne (o 0,46 punktu procentowego).

Rysunek 41.

Odsetek odwiedzających nocujących w Krakowie w 2005 roku



Źródło: badania MOT

Pozostali goście przybywający do Krakowa w 2005 roku to odwiedzający jednodniowy i zatrzymujący się na zakwaterowanie w innych okolicznych miejscowościach. Warto podkreślić, iż 5,86% ankietowanych (9,96% Polaków i 0,50% cudzoziemców) nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Było ich jednak o 2,01 punktów procentowych mniej niż rok wcześniej (o 4,40 punktów procentowych wśród gości z Polski i o 0,94 punktu procentowego – z zagranicy).

W tym miejscu należy zaznaczyć, iż dwa lata temu pytanie to nie było zadawane ankietowanym, a w raporcie z roku poprzedniego nie uwzględniono go przy obliczaniu strumienia ruchu odwiedzających, z powodu, jak się wydawało, niejednoznacznego sprecyzowania odpowiedzi. Okazało się jednak, że wyniki z roku bieżącego, przy dopracowanym pytaniu, potwierdziły rezultaty ubiegłoroczne. Pozwoliło to wykorzystać uzyskane informacje i dokonać w raporcie tegorocznym korekty rozkładu strumienia ruchu turystycznego w III kwartale 2004 roku. Nasuwa się też jeszcze jedna uwaga – jednorazowe badania rzadko dają zadowalające rezultaty, a dopiero badania cykliczne umożliwiają pokazanie rzeczywistej sytuacji.

## Baza noclegowa wykorzystywana podczas pobytu odwiedzających w Krakowie.

Najczęściej wykorzystywanymi przez turystów w Krakowie obiektami noclegowymi były, podobnie jak w latach ubiegłych, hotele – nocowało w nich ponad 45% gości (por. tabl. 57). Relatywnie dużym zainteresowaniem cieszyły się też noclegi u rodziny i znajomych (ponad 1/10), schroniska (ponad 1/20) oraz domy wycieczkowe (ponad 4%).

Tabela 57.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2003 – 2005 (w %)

Miejsce noclegu	Krajowi			Zagraniczni			Ogółem		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Hotel	25,2	30,54	<b>25,20</b>	70,2	73,60	<b>71,36</b>	31,15	51,96	<b>45,22</b>
Motel	3,0	2,15	<b>0,98</b>	3,3	1,03	<b>0,64</b>	3,04	1,57	<b>0,83</b>
Pensjonat	5,5	4,83	<b>3,76</b>	3,3	2,26	<b>2,63</b>	5,21	3,52	<b>3,27</b>
Dom wycieczkowy	10,0	3,02	<b>4,57</b>	2,9	3,83	<b>3,98</b>	9,06	3,46	<b>4,32</b>
Schronisko	15,9	9,06	<b>7,02</b>	3,3	4,72	<b>4,34</b>	14,24	7,01	<b>5,86</b>
Kemping/pole namiotowe	3,9	0,47	<b>2,40</b>	3,3	2,26	<b>2,84</b>	3,82	1,37	<b>2,59</b>
Zakład uzdrowiskowy	b.d.	0,20	<b>0</b>	b.d.	0	<b>0</b>	b.d.	0,10	<b>0</b>
Ośrodek wczasowy	b.d.	0,20	<b>0</b>	b.d.	0	<b>0</b>	b.d.	0,10	<b>0</b>
Kwatera prywatna	11,3	2,95	<b>1,03</b>	1,5	0,48	<b>0,71</b>	10,00	1,74	<b>0,89</b>
Znajomi lub rodzina	19,6	24,09	<b>16,77</b>	8,6	5,81	<b>5,26</b>	18,15	14,91	<b>11,77</b>
Własne mieszkanie	0,4	0,40	<b>0,60</b>	0,3	0	<b>0,57</b>	0,38	0,20	<b>0,59</b>
Inny obiekt	5,2	6,51	<b>2,72</b>	3,3	3,76	<b>3,48</b>	4,95	5,09	<b>3,05</b>
Brak odpowiedzi	b.d.	15,58	<b>34,95*</b>	b.d.	2,25	<b>4,19</b>	b.d.	8,96	<b>21,61</b>

\* odsetek ten obejmuje zarówno tych, którzy nie udzielili odpowiedzi, w jakim rodzaju obiekcie nocowali, jak i tych, którzy nie nocowali w Krakowie (jednodniowi odwiedzający i nocujący poza Krakowem)

Źródło: badania MOT

W porównaniu z wynikami z lat poprzednich zwraca uwagę stopniowy spadek udziału kwater prywatnych (w sumie o 9,11 punktów procentowych), schronisk (o 8,38 punktów procentowych), noclegów u rodziny i znajomych (o 6,38 punktów procentowych), moteli (o 2,21 punktów procentowych) oraz pensjonatów (o 1,94 punktów procentowych). Wyraźnej tendencji wzrostowej nie zaobserwowano w żadnym rodzaju bazy. Zwiększenie, ale tylko w stosunku do roku poprzedniego, dotyczyło kempingów/pól namiotowych i domów wycieczkowych (odpowiednio o 1,22 i 0,86 punktu procentowego), ale ich udział był i tak mniejszy niż w roku 2003 (odpowiednio o 1,23 i 4,74 punktów procentowych). Wzrost objął ponadto odsetek nocujących we własnych mieszkaniach (o 0,39 punktu procentowego) i w tym przypadku był o 0,21 punktu procentowego wyższy niż w roku 2003. Spadek odnotowano w odniesieniu do hoteli i tzw. innych obiektów, takich jak akademiki, hotele studenckie, internaty, bursy, domy pielgrzyma, domy parafialne, ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (odpowiednio o 6,74 i 2,04 punktów procentowych), ale udział tych pierwszych był i tak wyższy niż w roku 2003 (o 14,07 punktów procentowych), a drugich – niższy (o 1,90 punktów procentowych). Zmniejszył się też do 0% odsetek nocujących w ośrodkach wczasowych i zakładach uzdrowiskowych, ale w przypadku Krakowa wydaje się to być oczywiste.

Zestawiając z kolei uzyskane dane z informacjami za lata ubiegłe publikowanymi przez Urząd Statystyczny w Krakowie<sup>1</sup> oraz wynikami badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki w Krakowie<sup>2</sup> i Zakład Zarządzania w Turystyce Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie<sup>3</sup> trzeba zwrócić uwagę na mniejszy udział hoteli (IT 2000 r. – 60%, US 2001 r. – 68,92%, UJ 2002 r. – 74,87%), noclegów u rodziny/znajomych (IT 2000 r. – 15%), kwater prywatnych (IT 2000 r. – 11%) i pensjonatów (IT 2000 – 6%), a większy – tzw. innych obiektów (IT 2000 r. – 1%).

Goście krajowi, mimo że w największym procencie (ponad ¼) wybierali hotele, częściej niż cudzoziemcy korzystali z możliwości przenocowania u rodziny/znajomych (o 11,51 punktów procentowych więcej), w schroniskach (odpowiednio o 2,68 punktów procentowych), pensjonatach (odpowiednio o 1,13 punktów procentowych), domach wycieczkowych (o 0,59 punktu procentowego), motelach (o 0,34 punktu procentowego) i kwaterach prywatnych (o 0,32 punktu procentowego). Z kolei cudzoziemcy chętniej (aż o 46,16 punktów procentowych więcej) noc spędzali w hotelach, (które były dla nich głównym miejscem zakwaterowania – ponad 70% obcokrajowców je wybrało), w tzw. innych obiektach (o 0,76 punktu procentowego więcej) oraz na kempingach/pólach biwakowych (o 0,44 punktu procentowego więcej). Dane te prezentuje rys. 42.

W odniesieniu do lat ubiegłych, zmniejszenie odsetka korzystających z noclegów w Krakowie turystów polskich zaobserwowano w przypadku kwater prywatnych (w sumie o 10,27 punktów procentowych), schronisk (o 8,88 punktów procentowych), moteli (o 2,02 punktów procentowych) i pensjonatów (o 1,74 punktów procentowych). Wzrosło natomiast znaczenie kempingów/pól namiotowych i domów wycieczkowych, ale tylko w stosunku do roku poprzedniego (odpowiednio o 1,93 i 1,55 punktów procentowych), przy czym nie osiągnęły one poziomu z 2003 roku (odpowiednio o 1,50 i 5,43 punktów procentowych mniej). W porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszyła się też rola noclegów u rodziny/znajomych, hoteli i tzw. innych obiektów (odpowiednio o 7,32, 5,34 i 3,79 punktów procentowych), co spowodowało, iż w przypadku pierwszych i trzecich ich udział był mniejszy niż w 2003 roku (odpowiednio o 2,83 i 2,48 punktów procentowych), a hoteli – powrócił do stanu z 2003 roku. Z kolei wśród gości z zagranicy coraz większą popularnością cieszą się domy wycieczkowe (w sumie o 1,08 punktów procentowych), a spada udział noclegów u rodziny i znajomych (w sumie o 3,34 punktów procentowych) i moteli (o 2,66 punktów procentowych). Odsetki nocujących w hotelach, schroniskach i tzw. innych obiektach, po niewielkim wzroście w 2004 roku, zmniejszyły się do poziomu odpowiednio o 1,16, 1,04 i 0,18 punktów procentowych większego niż w roku wyjściowym. W 2005 roku wzrósł także procent obcokrajowców korzystających z kempingów/pól biwakowych, pensjonatów i kwater prywatnych (odpowiednio o 0,58, 0,37 i 0,23 punktu procentowego), ale i tak był mniejszy niż w roku 2003 (odpowiednio o 0,46, 0,67 i 0,79 punktu procentowego).

---

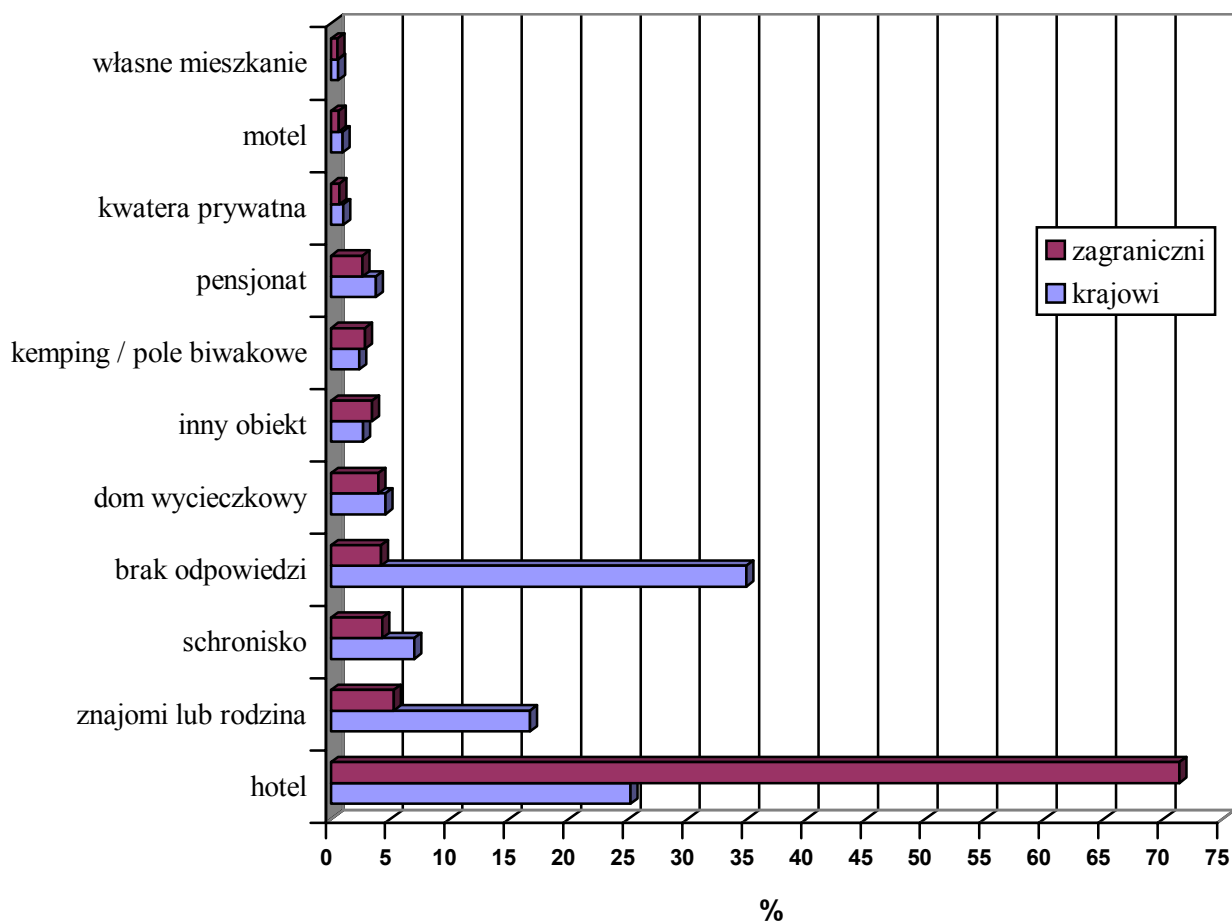
<sup>1</sup> Wybrane dane o powiatach i gminach województwa małopolskiego w 2001 r. , Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2002.

<sup>2</sup> T. Burzyński, S. Sacha, B. Prażanowski, R. Kozłowski: Ruch turystyczny w Krakowie 2000, Instytut Turystyki Oddział w Krakowie, Kraków 2000.

<sup>3</sup> Przyjazdowy ruch turystyczny w Krakowie w okresie 1.XI.2001 – 31. XII.2001 oraz 1.I.2002 – 31.X.2002, pr. zb. pod kierunkiem M. Bednarczyk, Zakład Zarządzania w Turystyce Instytutu Spraw Publicznych, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Kraków 2002.

Rysunek 42.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w 2005 roku



Źródło: badania MOT

Na uwagę zasługuje ponadto fakt, iż cudzoziemców, którzy nie udzielili odpowiedzi, w jakim obiekcie nocują był więcej niż tych, którzy przy poprzednim pytaniu stwierdzili „nie” lub go nie wypełnili – o 0,99 punktu procentowego. Można, zatem przypuszczać, iż część z tych, którzy wcześniej sygnalizowali noc w Krakowie, w kolejnym pytaniu już nie chcieli konkretyzować, gdzie ją spędzili.

Miejsce noclegu zróżnicowane było w zależności od statusu materialnego odwiedzających (statystyka  $U > 2 = 24,21$ ). I tak:

- ⇒ osoby o bardzo dobrym i dobrym statusie korzystały przede wszystkim z hoteli (70,59% i 54,70%),
- ⇒ turyści o statusie dobrym nocowali, najczęściej spośród wszystkich badanych grup, także we własnych mieszkaniach (0,96%),
- ⇒ goście o średnim statusie noc spędzali zwłaszcza u rodziny i znajomych, w domach wycieczkowych, kwaterach prywatnych i motelach (15,19%, 8,07%, 1,10% i 1,02%),

- ⇒ przyjeżdżający o złym statusie na miejsce noclegu wybierali szczególnie tzw. inne obiekty i kempingi/pola namiotowe (12,50% i 9,38%),
- ⇒ odwiedzający o statusie bardzo złym najczęściej podawali, że znaleźli zakwaterowanie w pensjonacie (20,00%).

Biorąc pod uwagę oszacowaną liczbę odwiedzających Kraków tylko w III kwartale 2005 roku oraz możliwości noclegowe miasta należy przypuszczać, iż z pewnością ze sklasyfikowanych ustawą i zarejestrowanych w Urzędzie Miasta rodzajów obiektów hotelarskich (hoteli, moteli, pensjonatów, domów wycieczkowych, schronisk, kempingów i pól biwakowych) skorzystało w badanym okresie 116.829 turystów krajowych (tj. 18,94% Polaków nocujących w Krakowie i 7,26% wszystkich odwiedzających z Polski) oraz 276.574 turystów zagranicznych (tj. 65,95% cudzoziemców nocujących w Krakowie i 37,37% wszystkich przybyłych gości z zagranicy). Z kolei, w innych obiektach (kwaterach prywatnych, akademikach, hotelach studenckich, internatach, bursach, hotelach letnich, domach pielgrzyma, domach parafialnych, ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych) nocowało 240.131 turystów polskich (tj. 38,93% śpiących w Krakowie Polaków i 14,91% wszystkich odwiedzających z Polski) oraz 102.466 turystów zagranicznych (tj. 24,43% spędzających noc w mieście cudzoziemców i 13,85% wszystkich gości z zagranicy).<sup>4</sup> U rodziny/znajomych znalazło zakwaterowanie 247.940 turystów polskich (40,20% nocujących w Krakowie Polaków i 15,40% wszystkich przyjeżdżających krajowych) oraz 36.408 turystów zagranicznych (8,68% nocujących w Krakowie obcokrajowców i 4,92% wszystkich przybyłych cudzoziemców). Własne mieszkania / domy na nocleg wykorzystało 11.914 gości z Polski (1,93% śpiących w Krakowie Polaków i 0,74% ogółu przybyszów krajowych) oraz 3.922 cudzoziemców (0,94% spędzających noc w Krakowie gości zagranicznych i 0,53% ogółu odwiedzających z zagranicy). Należy dodać, iż, podobnie jak w roku poprzednim, pojawiła się relatywnie duża grupa odwiedzających Kraków (28,46% przyjeżdżających z Polski i 40,80% przybyszów z zagranicy), którzy przypuszczalnie w mieście nocują, aczkolwiek nie ma to, jak na razie, przełożenia na wielkość krakowskiej bazy noclegowej. Stąd zostali oni ujęci jako „niepewni”. Jeżeli badania przyszłoroczne potwierdzą to zjawisko po raz trzeci, to nie będzie już wątpliwości, co do miejsca ich zakwaterowania. Szacunkową strukturę gości krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Krakowa w III kwartale 2005 roku prezentuje rys. 8b.

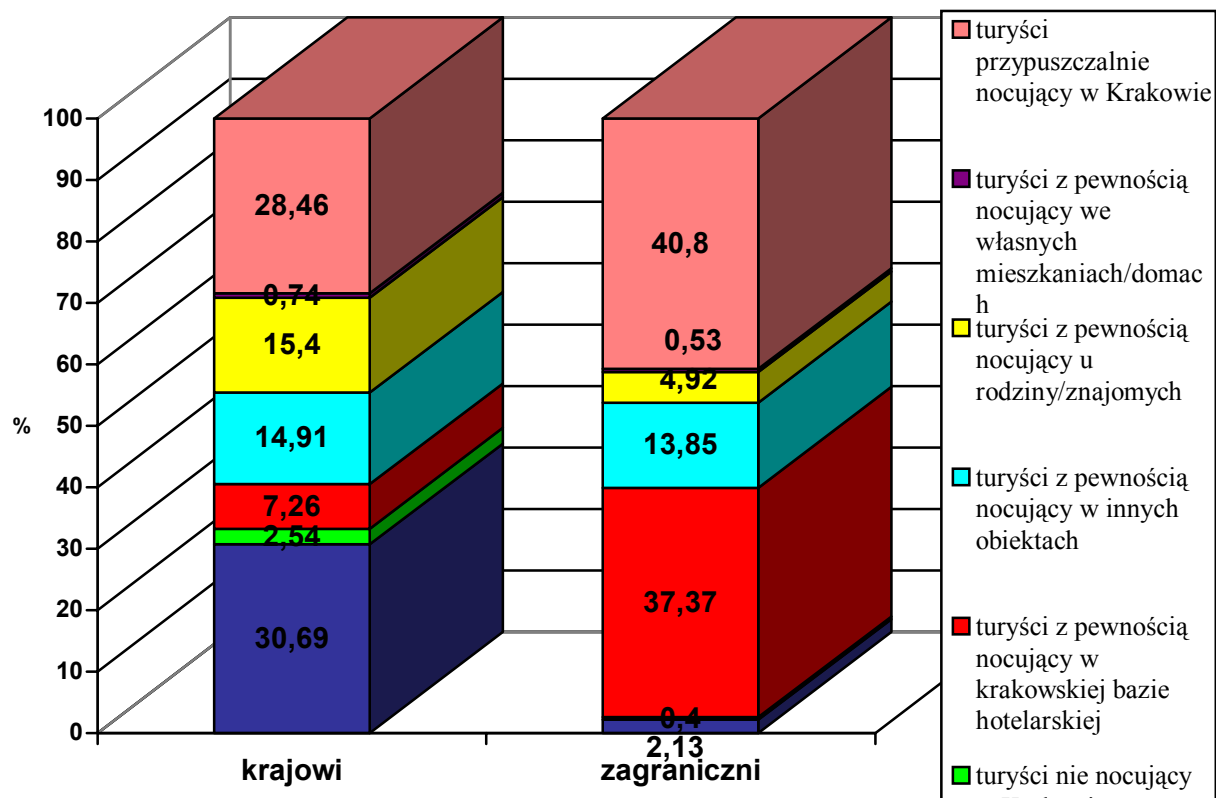
---

<sup>4</sup> Trzeba zaznaczyć, iż nie zawsze odwiedzający poprawnie (świadomie lub nieświadomie) zaliczali obiekt noclegowy do określonego rodzaju (np. ci, co spali w hotelach studenckich czy hostelach twierdzili, że są to hotele). Dlatego też proporcje są nieco odmienne, niż to wynika z wcześniejszych analiz.



Rysunek 8b.

Struktura gości krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Krakowa w III kwartale 2005 roku wg miejsca zakwaterowania (dane szacunkowe)

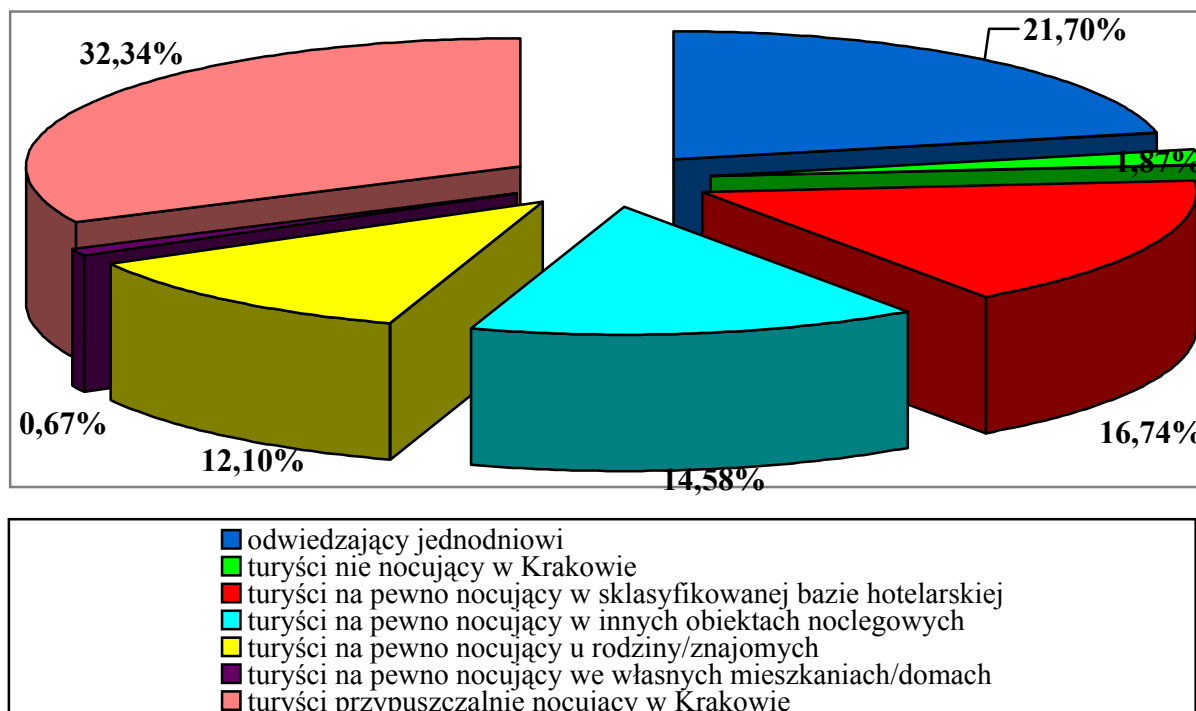


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT

Z szacunków wynika więc, iż ponad 1/3 gości krajowych to na pewno turyści korzystający w Krakowie z usług noclegowych (38,31% Polaków przyjeżdżających do miasta). Wśród gości zagranicznych natomiast dominują turyści zatrzymujący się na pewno w krakowskiej bazie noclegowej (56,67% cudzoziemców).

W sumie w III kwartale 2005 roku z pewnością nocowało w Krakowie 1.036.184 osób, tj. 44,09% wszystkich odwiedzających miasto w badanym okresie (zob. rys. 8c.). Wymaga przyszłoroczne potwierdzenia nocleg w mieście ponad 760.000 osób (prawie 1/3 odwiedzających). W tym miejscu należy przypomnieć, iż część gości kilkudniowych (2,54% krajowych i 0,40% zagranicznych), czyli wg WTO turystów, nie spała w Krakowie, tylko w innych mniej lub bardziej oddalonych od niego miejscach. Oznacza to, że prawie 1/4 ruchu turystycznego w mieście nie korzysta z krakowskiej bazy noclegowej (nocują gdzieś indziej lub są jednodniowymi odwiedzającymi).

Rysunek 8c.  
Struktura strumienia ruchu odwiedzających Kraków III kwartale 2005 roku  
wg miejsca zakwaterowania (dane szacunkowe)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

W porównaniu do danych za III kwartał z lat 2003 i 2004 (po korekcie) należy zwrócić uwagę na:

- ✓ wzrost w odniesieniu do roku 2004 liczby i udziału jednodniowych odwiedzających w Krakowie (odpowiednio o 81,17% i o 8,30 punktów procentowych), przy czym było ich i tak mniej niż w roku 2003 (o 20,84% i o 13,66 punktów procentowych),
- ✓ stopniowy wzrost liczby turystów w mieście (w sumie o 56,27% ),
- ✓ znaczne zmniejszenie ogólnej liczby i udziału turystów nocujących poza dawną stolicą Polski, tj. w innych miejscowościach (o 94,26% i o 40,06 punktów procentowych),
- ✓ istotny wzrost liczby gości nocujących w Krakowie (w sumie ponad 2,5-krotny),
- ✓ stopniowy wzrost liczby nocujących w krakowskiej bazie hotelarskiej (w sumie ponad 2-krotny),
- ✓ zwiększenie liczby znajdujących zakwaterowanie w innych obiektach świadczących usługi hotelarskie (w sumie ponad 2-krotny),
- ✓ spadek w stosunku do roku poprzedniego liczby śpiących u rodziny/znajomych (o 31,28%).

Jednocześnie na kanwie tych rozważań i wspomnianych wcześniej danych za lata ubiegłe można pokusić się o prognozę liczby odwiedzających Kraków (zarówno jednodniowych, jak i turystów) w całym roku 2005. Biorąc pod uwagę udział III kwartału wynosić ona będzie prawdopodobnie ok. 7.100.000 osób.

## Kwoty wydatkowane podczas pobytu turystycznego w Krakowie.

Największa część gości przybyłych do Krakowa w 2005 roku (prawie 1/4) wydała podczas wizyty w mieście do 50 zł na osobę (zob. tabl. 58.). Relatywnie dużo osób (prawie 18%) przeznaczyło też na pobyt od 100 do 200 zł. Po ponad 10% odwiedzających wydatkowało 50-100 zł, 200-300 zł oraz 500-1000 zł. Najmniejsza grupa przyjeżdżających wydała ponad 1500 zł (w sumie 4,03%).

Tabela 58.

Kwoty wydatkowane podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2004 – 2005 (w %)

Przedział wydatków	Krajowi		Zagraniczni		Ogółem	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
do 50 zł	26,98	<b>33,24</b>	19,19	<b>11,29</b>	23,19	<b>23,72</b>
51-100 zł	20,20	<b>17,19</b>	7,24	<b>7,24</b>	13,65	<b>12,87</b>
101-200zł	23,63	<b>20,02</b>	14,14	<b>14,76</b>	18,84	<b>17,74</b>
201-300 zł	11,88	<b>9,79</b>	11,82	<b>13,48</b>	11,88	<b>11,40</b>
301-400 zł	6,38	<b>8,22</b>	9,02	<b>9,37</b>	7,70	<b>8,72</b>
401-500 zł	4,56	<b>6,37</b>	7,92	<b>10,08</b>	6,23	<b>7,97</b>
501-1000 zł	5,77	<b>4,03</b>	17,35	<b>19,94</b>	11,48	<b>10,93</b>
1001-1500 zł	0,40	<b>0,54</b>	6,15	<b>5,32</b>	3,34	<b>2,62</b>
1501-2000 zł	0,13	<b>0,16</b>	3,96	<b>4,12</b>	2,08	<b>1,88</b>
2001-3000 zł	0,07	<b>0,22</b>	1,98	<b>2,77</b>	1,00	<b>1,32</b>
3001-10000 zł	0,00	<b>0,16</b>	1,09	<b>1,42</b>	0,54	<b>0,71</b>
> 10000 zł	0,00	<b>0,06</b>	0,14	<b>0,21</b>	0,07	<b>0,12</b>

Źródło: badania MOT

W porównaniu z rokiem ubiegłym w połowie przedziałów kwotowych odnotowano wzrosty udziałów, a w drugiej połowie – spadki. Zwiększenia dotyczyły:

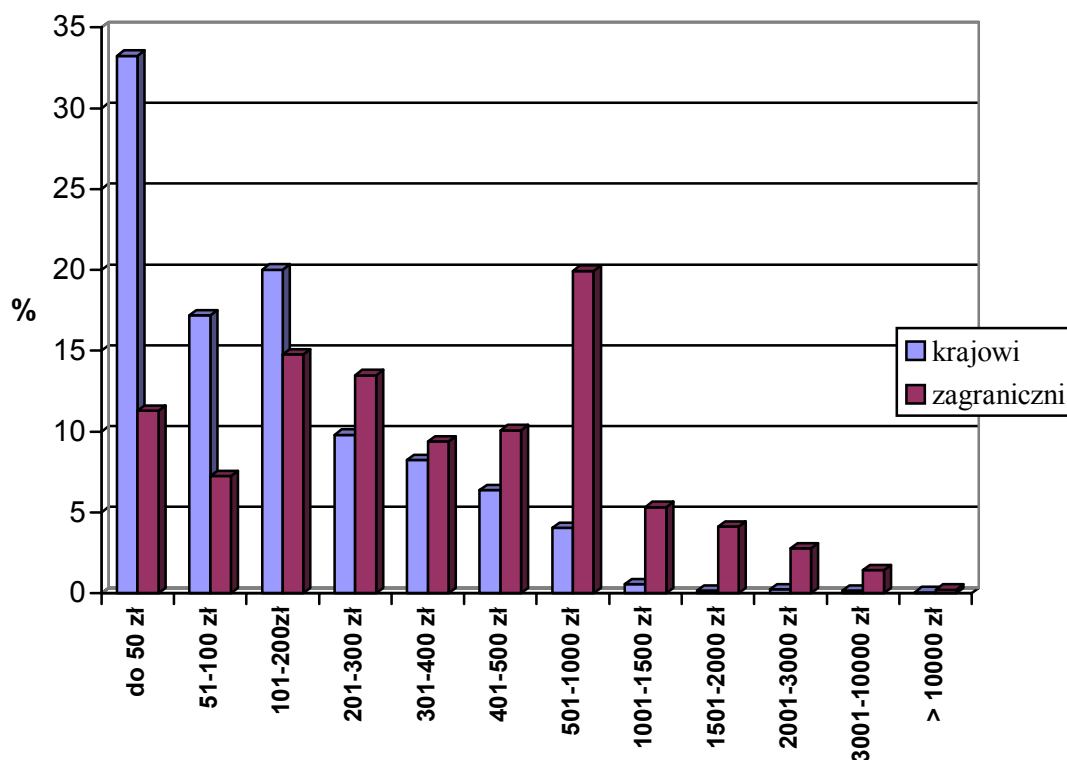
- wydatków najniższych – o 0,53 punktu procentowego,
- wydatków średnich, czyli 301-400 zł i 401-500 zł – odpowiednio o 1,02 i 1,74 punktów procentowych,
- wydatków najwyższych, tj. 2001-3000 zł, 3001-10000 zł i powyżej 10000 zł – odpowiednio o 0,32, 0,17 i 0,05 punktu procentowego.

W pozostałych przypadkach miał miejsce spadek – największy w przedziałach 101-200 zł i 51-100 zł – odpowiednio o 1,10 i 0,78 punktu procentowego.

W sumie należy stwierdzić, iż goście wydatkowali w Krakowie w 2005 roku kwoty wyższe niż rok wcześniej.

Jeśli chodzi o wydatki Polaków, to najwięcej z nich (prawie 1/3) przeznaczyło na pobyt kwoty do 50 zł (por. rys. 9a.). Znacznie mniejszy odsetek wydatkował 101-200 zł (o 13,22 punktów procentowych) oraz 51-100 zł (o 16,05 punktów procentowych). Mała grupa gości z kraju pozostawiła w mieście powyżej 1000 zł (w sumie 1,14%). Natomiast odwiedzający z zagranicy najczęściej (prawie 1/5) wydawali od 501 do 1000 zł, ale stosunkowo duże grupy (powyżej 10%) pobyt kosztował 101-200 zł, 201-300 zł, do 50 zł i 401-500 zł.

Rysunek 45  
Kwoty wydatkowane przez odwiedzających Kraków w 2005 roku



Źródło: badania MOT

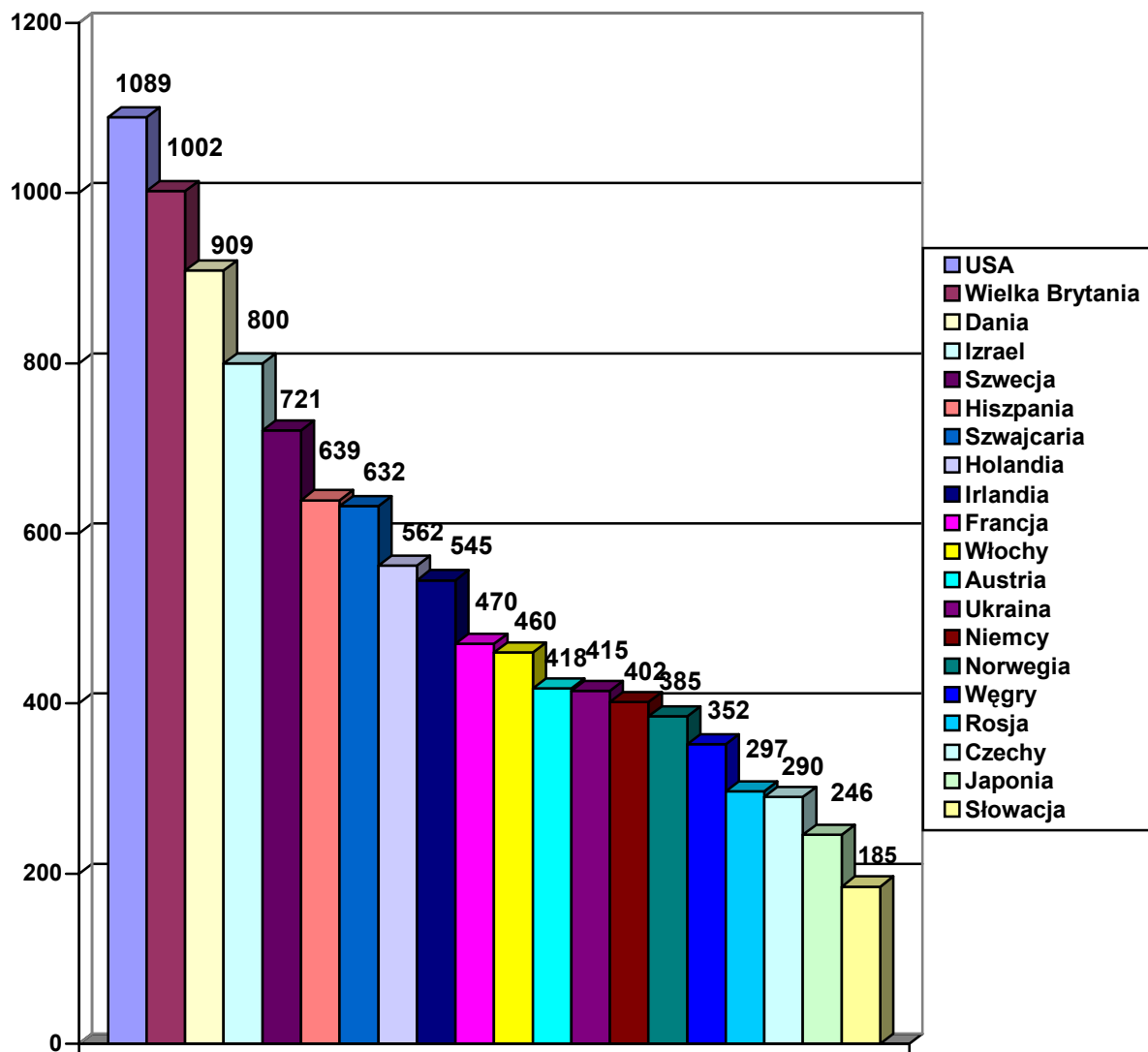
W odniesieniu do roku 2004 większy (w sumie prawie dwukrotnie) odsetek naszych rodaków wydał kwoty wyższe (powyżej 1000 zł), ale zwiększył się również odsetek przeznaczających na pobyt tylko do 50 zł (o prawie ¼) oraz 300-400 zł i 400-500 zł (odpowiednio o 1,84 i 1,81 punktów procentowych). Z kolei cudzoziemcy rzadziej wydatkowali sumy do 50 zł i 1001-1500 zł (odpowiednio o 7,90 i 0,83 punktów procentowych mniej), a procent takich, którzy wydatkowali 50-100 zł utrzymał się na takim samym poziomie. W pozostałych przedziałach odnotowano wzrost udziału.

Jeśli chodzi o wydatki średnie na osobę to goście krajowi przeznaczyci na pobyt w Krakowie w 2005 roku średnio 201 zł, (tj. o 33,66% mniej niż rok wcześniej i o 11,06 % mniej niż w 2003 roku), natomiast zagraniczni – 629 zł, (czyli o 17,89% mniej niż w roku ubiegłym i o 38,45% mniej niż w 2003 roku). Daje to miastu kwotę prawie 790 mln zł w III kwartale 2005 roku, a rocznie prawie 2.400 mln zł.

Kwota średniego wydatku była także różna, jeśli chodzi o kraj pochodzenia gości z zagranicy. Najwyższe wydatki dotyczyły Belgów, Amerykanów i Brytyjczyków, a nieco niższe Duńczyków i Izraelitów (zob. rys. 9b). W granicach 500-600 zł przeznaczali na osobę obywatele Hiszpanii, Szwajcarii, Irlandii i Holandii, natomiast poniżej 400 zł – Norwedzy, Węgrzy, Czesi i Japończycy.

Rysunek 46

Średnia kwota wydatku turystycznego na osobę ponoszonego przez cudzoziemców podczas pobytu w Krakowie w 2005 roku według wybranych państw (w złotych)



Źródło: badania MOT

Porównując średnią kwotę wydatku na osobę z danymi z lat ubiegłych (zob. tabl. 59.) nie można zauważyć w przypadku żadnego z krajów stałej tendencji wzrostowej. Należy jednak zaznaczyć, iż dopiero w tym roku do tego pytania w ankiecie zostało dodane sformułowanie „bez kosztów dojazdu”, a zatem biorąc pod uwagę, iż odwiedzający częściej wydatkowali kwoty wyższe (jak to wcześniej stwierdzono), należy przypuszczać, że w poprzednich latach koszty podróży były przez gości uwzględniane. Mimo to zwiększenie, choć tylko w stosunku do roku poprzedniego, zaobserwowano wśród gości z Izraela i Belgii, a było ono tak duże (odpowiednio o 222,58% i 101,60%), że ich wydatki okazały się nawet większe (mimo spadku w 2004 roku) niż w roku wyjściowym (odpowiednio o 47,06% i 45,58%). Wzrost dotyczył także średnich kwot wydatkowanych przez Ukraińców, Hiszpanów, Duńczyków i Szwajcarów (odpowiednio o

248,74%, 38,91%, 25,38% i 14,91%) w odniesieniu do roku 2004, ale okazało się to za mało, aby osiągnąć poziomy z roku bazowego (odpowiednio o 55,95%, 62,68%, 35,07% i 14,13% mniej). Tendencja spadkowa w całym analizowanym okresie objęła średnie wydatki odwiedzających z Irlandii, Kanady, Norwegii, Francji, Włoch, Niemiec, Holandii, Węgier i Austrii (odpowiednio w sumie o 71,27%, 64,75%, 62,87%, 56,88%, 56,27%, 52,87%, 48,16%, 43,13% i 30,68%). Spadki w stosunku do roku poprzedniego zanotowano także w grupie gości z Japonii, USA, Czech i Wielkiej Brytanii (odpowiednio o 98,15%, 37,70%, 32,24% i 23,01%), ale jedynie w przypadku tego ostatniego kraju były one nadal wyższe niż w roku 2003 (o 5,92%), a w pozostałych okazały się niższe (odpowiednio o 77,90%, 33,60% i 23,28%).

Tabela 59.

Średnia kwota wydatku turystycznego na osobę ponoszonego przez odwiedzających podczas pobytu w Krakowie w latach 2003 – 2005 według wybranych państw (w zł)

Kraj pochodzenia	2003	2004	2005
Polska	226	303	<b>201</b>
Belgia	950	686	<b>1383</b>
USA	1640	1748	<b>1089</b>
Wielka Brytania	946	1302	<b>1002</b>
Dania	1400	725	<b>909</b>
Izrael	544	248	<b>800</b>
Hiszpania	1712	460	<b>639</b>
Szwajcaria	736	550	<b>632</b>
Holandia	1084	995	<b>562</b>
Irlandia	1897	701	<b>545</b>
Francja	1090	636	<b>470</b>
Włochy	1052	658	<b>460</b>
Austria	603	575	<b>418</b>
Kanada	1180	594	<b>416</b>
Ukraina	942	119	<b>415</b>
Niemcy	853	694	<b>402</b>
Norwegia	1037	811	<b>385</b>
Węgry	619	403	<b>352</b>
Czechy	378	428	<b>290</b>
Japonia	1113	1332	<b>246</b>

Źródło: badania MOT

Wysokość średniego wydatku na osobę była zróżnicowana w zależności od wykształcenia odwiedzających. Mianowicie zachodziła tu relacja wprost proporcjonalna – wyższe wykształcenie – wyższe wydatki (odpowiednio: wykształcenie wyższe – 520 zł, średnie – 334 zł i inne – 204 zł). I tak Polacy po studiach przeciętnie na dzień pobytu wydatkowali ok. 250 zł, po szkole średniej – 198 zł, a z wykształceniem innym – tylko 125 zł (odpowiednio Francuzi – 554 zł, 374 zł i 200 zł, a Włosi – 529 zł, 442 zł i 140 zł). Wśród Niemców wprawdzie najwyższy poziom wydatków dotyczył osób z wykształceniem wyższym (522 zł), ale więcej niż ci po szkole średniej (323 zł) wydawali ci z wykształceniem innym (512 zł). Wyjątek w tym względzie

stanowili obywatele USA, wśród których najwyższe kwoty przeznaczaly osoby z wykształceniem średnim – 1157 zł (inne – 1075 zł, wyższe – 1023 zł) oraz Brytyjczycy, w przypadku, których najczęściej kosztowała wizyta w Krakowie osoby z wykształceniem innym – 1089 zł, następnie wyższym – 1053 zł i na końcu średnim – 904 zł.

Jeśli chodzi o płeć, to wyższe kwoty wydatkowali mężczyźni (438 zł), niż kobiety (352 zł). Tak też było wśród Polaków, Włochów i Niemców (odpowiednio 258 zł, 429 zł i 444 zł do 167 zł, 409 zł i 444 zł). Inaczej zachowywali się w tym zakresie Amerykanie, Brytyjczycy i Francuzi – wyższe kwoty przeznaczaly kobiety (odpowiednio 1217 zł, 1164 zł i 505 zł do 832 zł, 878 zł i 448 zł).

Poziom średniego wydatku różnił się także, jeśli chodzi o status zawodowy odwiedzających – najczęściej wydawali aktywni zawodowo – 462 zł, potem osoby zajmujące się domem – 409 zł, studenci – 395 zł, emeryci/renciści – 321 zł, uczniowie – 229 zł i na końcu bezrobotni – 185 zł. I tak wśród Polaków najwyższe kwoty wydatkowały osoby aktywne zawodowo – 268 zł, potem studenci – 211 zł, uczniowie – 171 zł, bezrobotni – 163 zł, osoby zajmujące się domem – 138 zł, a najniższe – emeryci/renciści - 78 zł. Podobnie zachowywali się Francuzi, tj. również w tej grupie najczęściej przeznaczaly na pobyt osoby aktywne zawodowo – 644 zł, ale dalej byli już uczniowie – 508 zł, osoby zajmujące się domem – 467 zł, studenci – 322 zł i znów na końcu – emeryci/renciści – 236 zł. Całkiem inaczej wyglądała sytuacja wśród Niemców i Amerykanów – najczęściej wydawali właśnie emeryci/renciści (odpowiednio 454 zł i 1780 zł), potem wśród Niemców: osoby aktywne zawodowo – 432 zł, studenci i uczniowie – 380 zł i 279 zł, dalej osoby zajmujące się domem – 253 zł i wreszcie bezrobotni – 178 zł, a wśród Amerykanów: uczniowie i studenci – 1150 zł i 1140 zł, osoby aktywne zawodowo – 1000 zł i osoby zajmujące się domem – 842 zł. Jeszcze inaczej wyglądała hierarchia w grupie Brytyjczyków i Włochów - najwyższe wydatki ponosili studenci – odpowiednio 1148 zł i 966 zł, potem osoby zajmujące się domem oraz aktywne zawodowo – odpowiednio 1026 zł i 632 zł oraz 988 zł i 508 zł, dalej emeryci/renciści – 968 zł i 275 zł, a na końcu uczniowie – 846 zł i 198 zł.

Ponadto wysokość średniego wydatku zdeterminowana była statusem materialnym odwiedzających: lepsza sytuacja – wyższe wydatki i odwrotnie. I tak osoby o statusie bardzo dobrym przeciętnie wydatkowały 587 zł, o dobrym – 477 zł, o średnim – 225 zł, a o złym – 110 zł. Znów wśród Polaków i Francuzów najczęściej wydawały osoby o bardzo dobrej sytuacji majątkowej – odpowiednio 359 zł i 575 zł, a wysokość wydatku malała wraz z pogarszaniem się tego statusu – dobry – 243 zł i 488 zł oraz średni – 142 zł i 372 zł. Wśród Brytyjczyków i Włochów korelacja nie była już tak typowa – najwyższe kwoty przeznaczaly na pobyt osoby o statusie dobrym – odpowiednio 1051 zł i 640 zł, potem o sytuacji średniej – 997 zł i 304 zł, a na końcu bardzo dobrym – 909 zł i 237 zł. Z kolei u Amerykanów i Niemców najwyższe średnie wydatki dotyczyły również osób o dobrym statusie materialnym – odpowiednio 1332 zł i 448 zł, nieco mniej wydatkowali ci o statusie bardzo dobrym – 704 zł i 369 zł, a najmniej – o sytuacji średniej – 612 zł i 344 zł.

## Ewentualne możliwości zwiększenia wydatków przez odwiedzających Kraków.

Odwiedzający Kraków zostali zapytani o możliwość zwiększenia swoich wydatków w mieście. Najwięcej z nich udzieliło odpowiedzi twierdzącej, choć niewiele mniej (3,00 punktów procentowych) odpowiedziało „nie” (zob. tabl. 60.). Niezdecydowanych było tylko niecałe 6% i w porównaniu z latami poprzednimi ich odsetek zmniejszył się (w sumie o 11,61 punktów procentowych). W odniesieniu do roku poprzedniego spadł wprawdzie udział odpowiadających „tak” (o 4,06 punktów procentowych), a wzrósł – deklarujących „nie” (o 6,92 punktów procentowych), ale procent tych pierwszych był i tak większy (o 13,30 punktów procentowych), a drugich mniejszy (o 1,69 punktów procentowych) niż w 2003 roku.

Tabela 60.

Deklaracje odwiedzających Kraków w latach 2003 – 2005 o możliwości wydatkowania większych sum pieniężnych

Rodzaj deklaracji	Krajowi			Zagraniczni			Ogółem		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Tak	34	46,24	<b>48,61</b>	45	59,44	<b>48,90</b>	35,44	52,80	<b>48,74</b>
Nie	54	45,03	<b>44,97</b>	4	32,63	<b>46,77</b>	47,43	38,82	<b>45,74</b>
Brak odpowiedzi	12	8,72	<b>6,42</b>	51	7,93	<b>4,33</b>	17,13	8,38	<b>5,52</b>

Źródło: badania MOT

Jeśli chodzi o deklaracje gości polskich i zagranicznych, to w obu grupach dominowała odpowiedź twierdząca (zob. rys. 47.). Minimalnie większy jednak odsetek obcokrajowców niż odwiedzających z Polski (o 0,29 punktu procentowego) zadeklarował w tym względzie „tak”. Aczkolwiek również wśród Polaków obserwowalna jest z roku na rok tendencja wzrostowa w tym zakresie (w sumie o 14,61 punktów procentowych). Odwrotna sytuacja ma miejsce w przypadku cudzoziemców – rośnie odsetek odpowiedzi „nie” (w sumie aż o 42,77 punktów procentowych). W obydwu zbiorowościach maleje procent nieopowiadających się za żadną z opcji (odpowiednio w sumie o 5,58 i 46,67 punktów procentowych). Może to oznaczać, iż odwiedzający Kraków są coraz bardziej konkretni, przy czym o ile przybysze z Polski jeszcze nie znajdują w mieście stosownych produktów, to przyjeżdżający z zagranicy przeciwnie – częściej krakowskie dobra i usługi im odpowiadają.

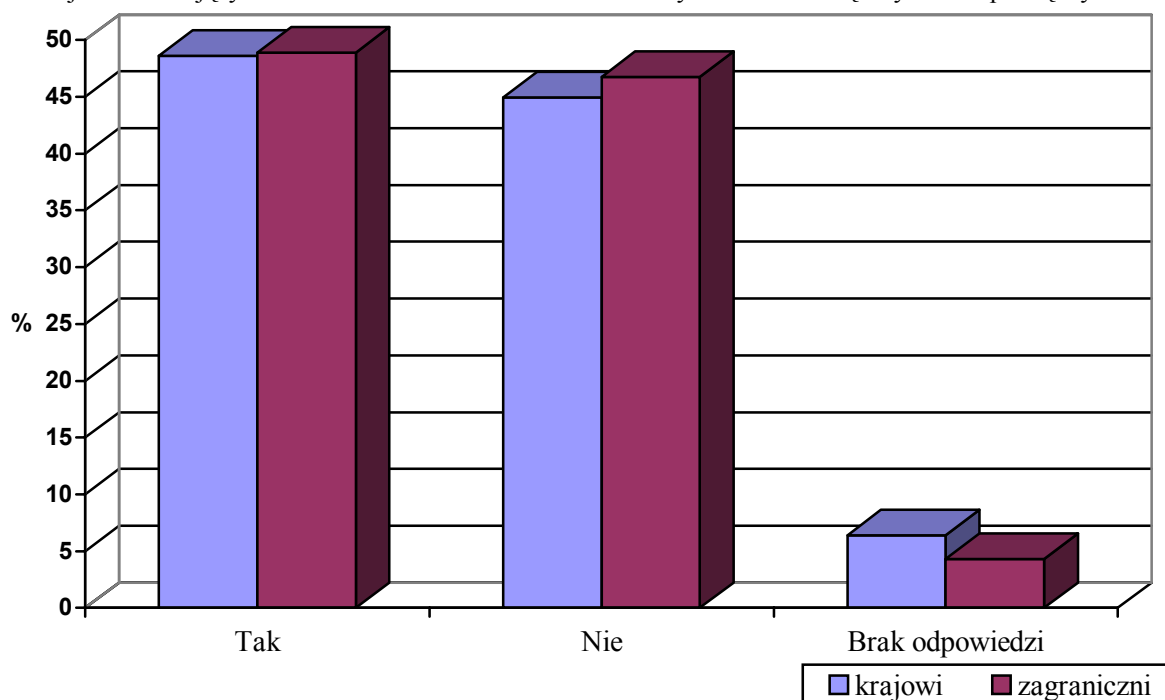
Sugerowanymi przez gości, tak krajowych, jak i zagranicznych, celami tych dodatkowych wydatków okazały się:

- ☞ zakupy (głównie pamiątek, m.in. regionalnych i po Ojcu Świętym, biżuterii, upominków, prezentów),
- ☞ rozrywka (np. imprezy, przyjemności),
- ☞ konsumpcja (kuchnia regionalna, jedzenie, gastronomia).



Rysunek 47.

Deklaracje odwiedzających Kraków w 2005 roku o możliwości wydatkowania większych sum pieniędzy



Źródło: badania MOT

Pozwala to sądzić, iż krakowska oferta, zwłaszcza w tych zakresach, jest jeszcze niewystarczająca lub niedostatecznie dostępna dla odwiedzających. Na podkreślenie zasługuje jednak fakt, iż w odróżnieniu do roku poprzedniego prawie nie wskazywane były zwiedzanie zabytków i aktywny sposób spędzania wolnego czasu, co może oznaczać, iż sytuacja pod tymi względami uległa w mieście poprawie – więcej zabytków jest atrakcyjnych i bardziej interesująca jest oferta uprawiania turystyki aktywnej. Wydaje się natomiast, że wciąż tradycje i wyroby regionalne są mało ciekawe lub słabo wyeksponowane. Stąd też nadal jest dużo do zrobienia, aby w przyszłości ściągnąć od gości znacznie wyższe sumy pieniędzy. Zakładając na przykład, że tylko każdy z deklarujących „tak” byłby skłonny wydać tylko o 1/10 więcej, to w skali roku (uwzględniając udział III kwartału) Kraków mógłby zyskać ok. 116 mln zł.

## Organizator przyjazdu do Krakowa.

Nadal większość odwiedzających Kraków przyjeżdża tutaj we własnym zakresie (zob. tabela 61.), choć odsetek ten z roku na rok ulega zmniejszeniu (w sumie o 23,90 punktów procentowych). Wciąż jest jednak większy, niż wynikało to z badań przeprowadzonych w 2000 roku przez IT w Krakowie (57%).<sup>5</sup> Stosunkowo duży udział w organizacji przyjazdów do miasta mają również biura podróży, mimo iż ich znacznie w odniesieniu do roku ubiegłego spadło o 2,44 punktów procentowych (w stosunku do badań IT z 2000 roku – aż o 5,84 punktów procentowych mniej). Stopniowo wzrasta natomiast w tym względzie rola parafii/kościół (w sumie o 7,00 punktów procentowych), szkół (w sumie o 4,17 punktów procentowych) i zakładów pracy (w sumie o 2,20 punktów procentowych) – tych dwóch pierwszych również w stosunku do badań z IT z 2000 roku, kiedy ich udział wynosił tylko po 1%.

Tabela 61.

Organizator podróży do Krakowa w latach 2003 – 2005

Organizator	Krajowi			Zagraniczni			Ogółem		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Samodzielnie	88,7	77,58	<b>62,55</b>	50,6	56,02	<b>56,22</b>	83,70	66,78	<b>59,80</b>
Biuro podróży	0,4	2,21	<b>1,42</b>	29,7	28,66	<b>28,50</b>	4,25	15,60	<b>13,16</b>
Zakład pracy	6,4	9,13	<b>9,69</b>	2,2	3,69	<b>5,90</b>	5,85	6,37	<b>8,05</b>
Szkoła	1,4	3,49	<b>9,15</b>	10,8	6,02	<b>3,77</b>	2,64	4,69	<b>6,81</b>
Parafia (kościół)	1,3	3,42	<b>13,72</b>	1,4	1,16	<b>1,21</b>	1,29	2,28	<b>8,29</b>
Inna instytucja	1,8	2,28	<b>1,74</b>	5,4	2,26	<b>2,63</b>	2,27	2,25	<b>2,13</b>

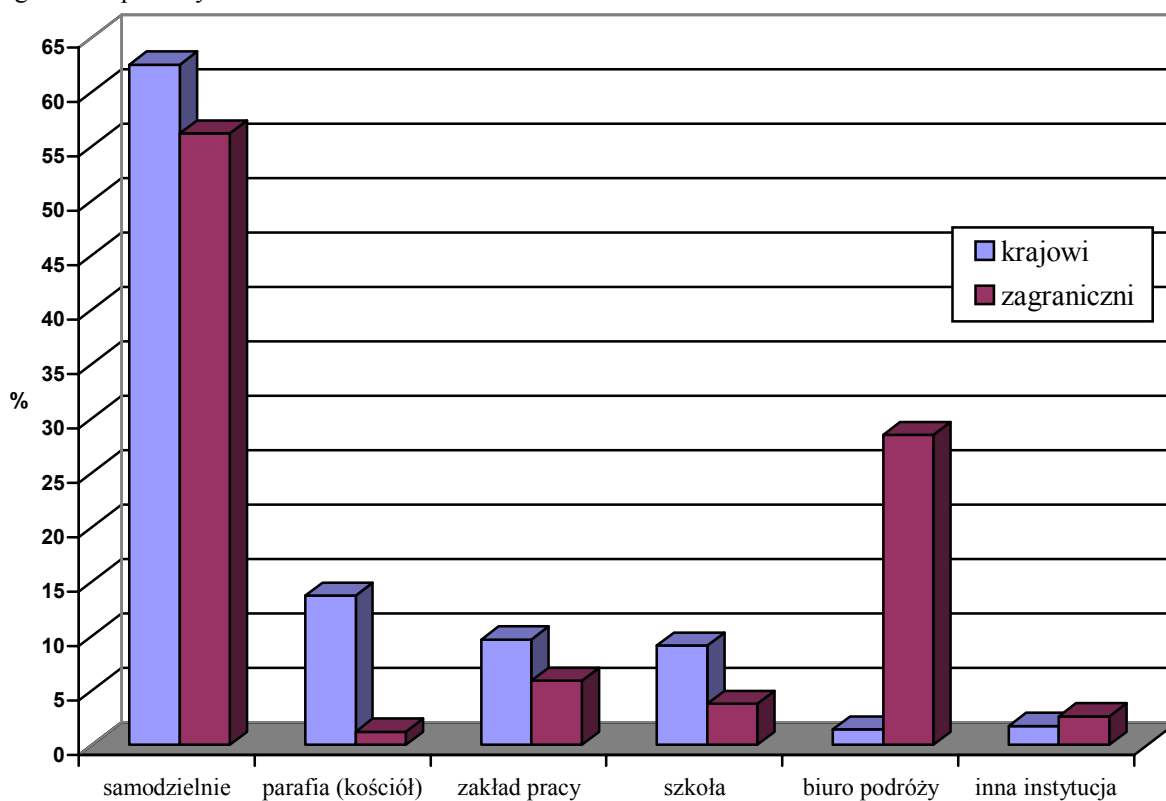
Źródło: badania MOT

Ranga poszczególnych organizatorów była w 2005 roku nieco odmienna, jeśli chodzi o gości z Polski i z zagranicy (por. rys. 11.). Otóż w obu grupach wprawdzie przeważały przyjazdy indywidualne, ale już na drugim miejscu wśród odwiedzających zagranicznych, z ponad ¼ udziału były biura podróży, a wśród Polaków – z ponad 1/8 udziału – parafie (kościół). Biura podróży wśród przybyszów krajowych były dopiero ostatnim miejscem (z niewiele ponad 1% udziałem), po zakładach pracy i szkołach. Natomiast w grupie obcokrajowców na końcu uplasowały się właśnie parafie/kościół (z niewiele ponad 1% udziałem).

W porównaniu z latami poprzednimi zauważyć można spadek odsetka gości krajowych, a wzrost zagranicznych przyjeżdżających we własnym zakresie (odpowiednio w sumie o 26,15 i 5,62 punktów procentowych). Odwrotna tendencja ma miejsce w przypadku szkół, tj. wśród odwiedzających z Polski ich rola stopniowo wzrasta (w sumie o 7,75 punktów procentowych), a cudzoziemców – spada (w sumie o 7,03 punktów procentowych). Z kolei znaczenie zakładów pracy wyraźnie zwiększa się w obu zbiorowościach (w sumie odpowiednio o 3,29 i 3,70 punktów procentowych). Również w obu grupach zmniejszyła się rola biur podróży, przy czym wśród przyjeżdżających z kraju tylko w stosunku do roku poprzedniego (o 0,79 punktu procentowego), a wśród przybyszów z zagranicy jest to tendencja (w sumie spadek o 1,20 punktów procentowych). Jeszcze inny trend obserwuje się w odniesieniu do parafii (kościół) – gwałtownie wzrasta ich udział wśród Polaków (w sumie aż o 12,42 punktów procentowych), a u obcokrajowców utrzymuje się na zbliżonym poziomie (spadek w sumie tylko o 0,19 punktów procentowych).

<sup>5</sup> UJ w Krakowie w 2002 roku nie prowadził analiz w tym zakresie.

Rysunek 48.  
Organizator podróży do Krakowa w 2005 roku



Źródło: badania MOT

Wśród innych instytucji organizujących przyjazd gościom do Krakowa, których notabene udział jest znikomy, najczęściej wymieniane były: rodzina (rodzice, dziadkowie, rodzeństwo), przyjaciele, znajomi oraz kluby, domy kultury, towarzystwa, związki, stowarzyszenia i inne organizacje.

## Wykorzystane przez odwiedzających Kraków źródło informacji o mieście.

Odwiedzający Kraków w 2005 roku dowiedzieli się o nim przede wszystkim z trzech głównych źródeł (zob. tabl. 62.) – od rodziny i znajomych (prawie połowa), ze szkoły i z przewodników (po ponad ¼). Relatywnie duży odsetek wykorzystał w tym celu również telewizję, katalogi biur podróży, Internet i tzw. inne źródła informacji („znam Kraków od urodzenia”, „mieszkałem tu”, „studiowałem”, „pracowałem”, „robię tu interesy”, „mieszkam w pobliżu”, „mam tu rodzinę”, „byłem już tutaj”, „dowiedziałem się przypadkiem”). Najmniej gości zdobyło natomiast dane z polskich placówek dyplomatycznych, Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej i z targów turystycznych. Niewiele było też takich, którzy nic wcześniej o Krakowie nie wiedzieli.

Tabela 62.

Wykorzystane przez odwiedzających Kraków w latach 2003 – 2005 źródło informacji o mieście (w %)

Źródło informacji	Krajowi			Zagraniczni			Ogółem		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Targi turystyczne	0,7	0,40	<b>0,16</b>	3,0	1,03	<b>2,27</b>	1,0	0,80	<b>1,08</b>
Prasa	4,5	5,70	<b>11,70</b>	4,0	5,75	<b>10,87</b>	4,4	5,77	<b>11,35</b>
Radio	3,7	3,49	<b>10,94</b>	1,0	4,17	<b>10,09</b>	3,3	3,85	<b>10,58</b>
Telewizja	4,8	17,99	<b>19,76</b>	6,0	11,97	<b>22,10</b>	5,2	14,98	<b>20,78</b>
Katalogi biur podróży	2,0	3,96	<b>5,28</b>	19,0	31,60	<b>33,12</b>	4,2	17,60	<b>17,35</b>
Przewodniki	17,2	18,52	<b>19,05</b>	32,0	30,03	<b>33,19</b>	19,2	24,17	<b>25,19</b>
Foldery/ulotki	4,0	4,77	<b>3,48</b>	7,0	11,83	<b>9,67</b>	4,4	8,31	<b>6,16</b>
Rodzina, znajomi	28,3	48,26	<b>50,84</b>	53,0	47,74	<b>41,22</b>	31,6	47,90	<b>46,67</b>
Strony internetowe	11,8	4,63	<b>8,44</b>	26,0	10,19	<b>28,00</b>	13,7	7,40	<b>16,93</b>
Polskie placówki dyplomatyczne	0,2	0,07	<b>0,27</b>	0	3,08	<b>0,50</b>	0,2	1,61	<b>0,37</b>
Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej	0,4	0,07	<b>0,33</b>	2,0	1,71	<b>0,92</b>	0,6	0,90	<b>0,58</b>
Szkoła	51,2	49,40	<b>34,51</b>	25,0	21,41	<b>16,63</b>	47,8	35,43	<b>26,75</b>
Brak wcześniejszej informacji	0	0,20	<b>0,16</b>	1,0	1,64	<b>0,85</b>	0,1	0,97	<b>0,46</b>
Inne źródło informacji	5,2	31,61	<b>21,34</b>	6,0	10,67	<b>8,17</b>	5,3	21,22	<b>15,63</b>

Źródło: badania MOT

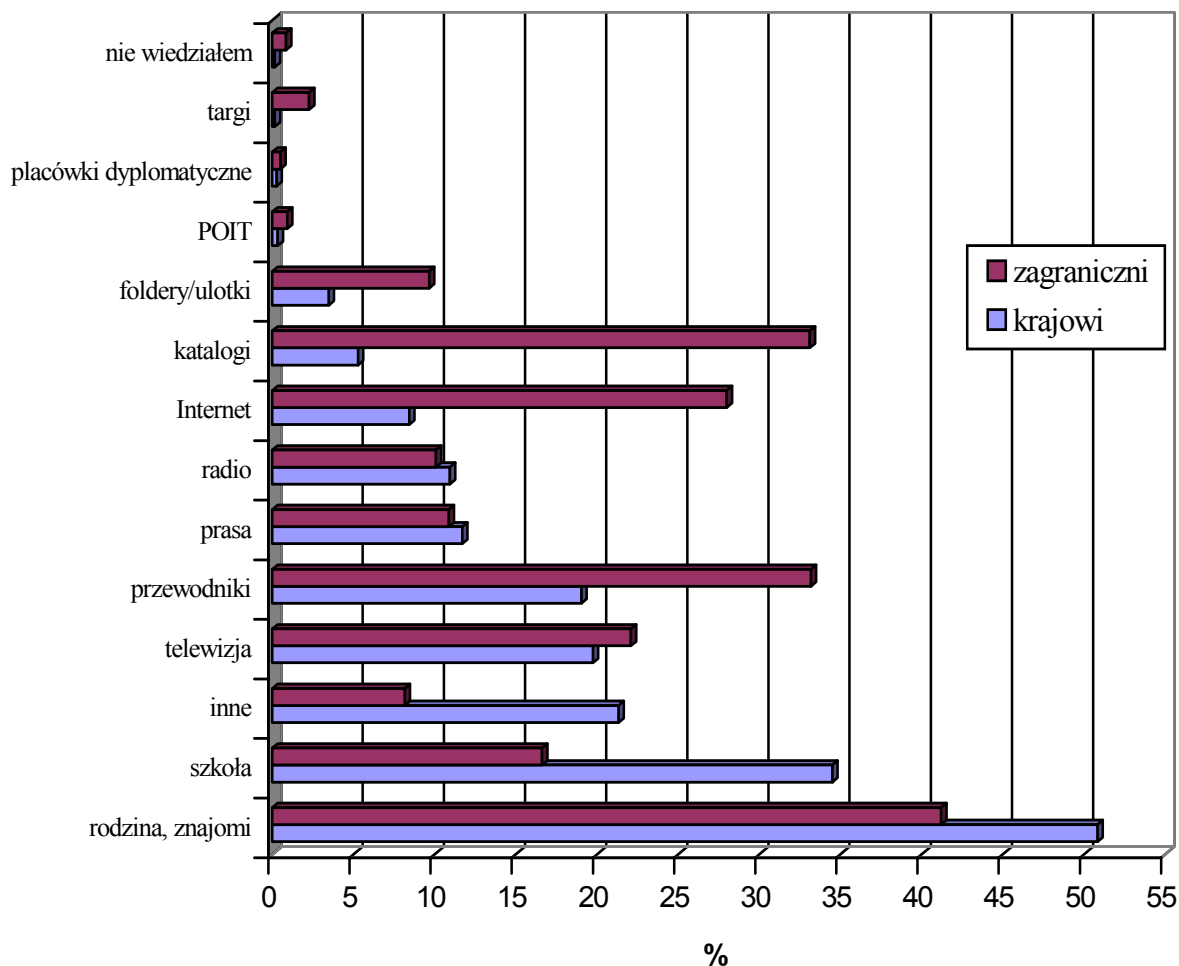
W odniesieniu do badań z lat ubiegłych na uwagę zasługuje wzrost znaczenia środków masowego przekazu – prasy, radio i telewizji (w sumie odpowiednio o 6,95, 7,28 i 15,58 punktów procentowych), a także przewodników (w sumie o 5,99 punktów procentowych) –

również w stosunku do badań IT z 2000 roku – odpowiednio 9%, 3%, 10% i 17% (wraz z folderami/ulotkami) oraz UJ z 2002 roku – środki masowego przekazu – 29,3%. Stopniowo zmniejsza się natomiast rola szkoły (w sumie od 2003 roku o 21,05 punktów procentowych). W porównaniu z wynikami badań IT i UJ mniejszy jest też udział targów (IT – 3%, UJ – 5,2%) i POIT (odpowiednio 4% i 1,9%), a większy – katalogów biur podróży (odpowiednio 8% i 10,8%).

Ponad połowa gości krajowych, którzy przyjechali do Krakowa w 2005 roku dowiedziała się o nim od rodziny i znajomych (por. rys. 49). Ważnymi skarbnicami danych, także analogicznie jak w roku ubiegłym, okazały się ponadto: szkoła (ponad 1/3), tzw. inne źródła, telewizja i przewodniki (po ok. 1/5). Podobnie jak w latach poprzednich najmniejsze znaczenie miały w tym względzie polskie placówki dyplomatyczne i Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej oraz targi turystyczne, co wydaje się być oczywiste.

Rysunek 49.

Wykorzystane przez odwiedzających Kraków w 2005 roku źródło informacji o mieście



Źródło: badania MOT

W porównaniu z latami wcześniejszymi zaobserwowano znacznie zmniejszenie roli szkoły (w sumie o 16,69 punktów procentowych) i targów turystycznych (o 0,54 punktu procentowego). Udział Internetu wprawdzie zwiększył się o prawie drugie tyle w stosunku do roku poprzedniego, ale i tak nie osiągnął poziomu z 2003 roku (o 3,36 punktów procentowych mniej). Z kolei odwrotna sytuacja miała miejsce w przypadku tzw. innych źródeł – w odniesieniu do roku ubiegłego nastąpił o zmniejszenie (o 10,27 punktów procentowych), ale było to nadal więcej niż w roku 2003 (o 16,14 punktów procentowych). Stopniowe przyrosty odnotowano natomiast w zakresie znaczenia rodziny i znajomych (w sumie 22,54 punktów procentowych), telewizji (o 14,96 punktów procentowych), prasy (o 7,20 punktów procentowych), katalogów biur podróży (o 3,28 punktów procentowych) i przewodników (o 1,85 punktów procentowych).

Również odwiedzający zagraniczni zasięgnęli informacji głównie u rodziny i znajomych (ponad 40%), ale ważnym źródłem (ok. 1/3) okazały się także przewodniki i katalogi biur podróży (analogicznie jak rok wcześniej). Relatywnie wysoki odsetek cudzoziemców skorzystał również z informacji zdobytych ze stron internetowych (ponad 1/4), telewizji (ponad 1/5) oraz w szkole (prawie 1/6). Istotnym źródłem wiedzy okazały się ponadto prasa, radio, foldery/ulotki oraz tzw. inne (po ok. 1/10). Jako negatywne aspekty należy podkreślić niewielkie znaczenie Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej oraz polskich placówek dyplomatycznych za granicą w szerzeniu wiedzy o Krakowie wśród cudzoziemców. Mało osób zaczerpnęło również informacje z targów turystycznych.

W odniesieniu do lat poprzednich zauważalny jest istotny wzrost roli wśród odwiedzających z zagranicy telewizji (w sumie o 16,10 punktów procentowych), katalogów biur podróży (o 14,12 punktów procentowych), radio (o 9,09 punktów procentowych) oraz prasy (o 6,87 punktów procentowych). Znacznie obniża się natomiast procent cudzoziemców wykorzystujących, jako źródło informacji o Krakowie, rodzinę i znajomych (w sumie o 11,78 punktów procentowych), szkołę (o 8,37 punktów procentowych) oraz POIT (o 1,08 punktów procentowych, tj. o ponad połowę). Z kolei polskie placówki dyplomatyczne, tzw. inne źródła oraz foldery/ulotki, po wzroście w roku ubiegłym, w 2005 odnotowały spadek udziału (odpowiednio o 2,58, 2,50 i 2,16 punktów procentowych).

## Częstotliwość wizyt w Krakowie osób odwiedzających.

Analogicznie jak w roku ubiegłym, najwięcej odwiedzających Kraków w 2005 roku przybyło do miasta po raz pierwszy (zob. tabl. 63.), choć odsetek tych, którzy byli tutaj już kilka razy był niewiele mniejszy (o 8,20 punktów procentowych). Wyraźna tendencja spadkowa rysuje się tylko w odniesieniu do częstych odwiedzin (w sumie o 6,99 punktów procentowych) i takich osób było w 2005 roku w Krakowie najmniej, co wydaje się być niepokojące. Również w zestawieniu z wynikami badań prowadzonych wcześniej przez inne instytucje można zauważyć zmniejszenie odsetka wielokrotnie odwiedzających Kraków (IT 2000 r. – 25%, UJ 2002 r. – 48%). Pozwala to stwierdzić, iż działania miasta w zakresie zachęcenia gości do powrotu odnoszą niewielki skutek. Pociuszającym jest wprawdzie fakt, iż w 2005 roku nastąpił wzrost odsetka tych, którzy byli tu już kilka razy (o 2,86 punktów procentowych), ale i tak nie osiągnął on poziomu z roku 2003 (o 14,39 punktów procentowych mniej), aczkolwiek był większy niż wykazały badania IT w 2000 roku i UJ w 2002 roku (odpowiednio 21% i 8%). Mniejszy niż rok wcześniej był natomiast procent przyjazdów ogółem po raz pierwszy (o 4,29 punktów procentowych), ale i tak większy niż w 2003 roku (o 20,41 punktów procentowych) i w 2002 roku (UJ – 34%), choć nie osiągnął poziomu z roku 2000 (IT – 43%). Jeszcze inaczej wyglądała sytuacja, jeśli chodzi o przyjeżdżających do Krakowa po raz drugi – w 2005 roku nastąpił wzrost ich odsetka w stosunku do roku 2004 (o 4,65 punktów procentowych), ale nie osiągnęli oni poziomu z roku 2003 (mniej o 0,53 punktu procentowego). Było ich mimo to i tak więcej niż to wynikało z badań innych ośrodków (IT 2000 – 11%, UJ 2002 – 10%).

Tabela 63.

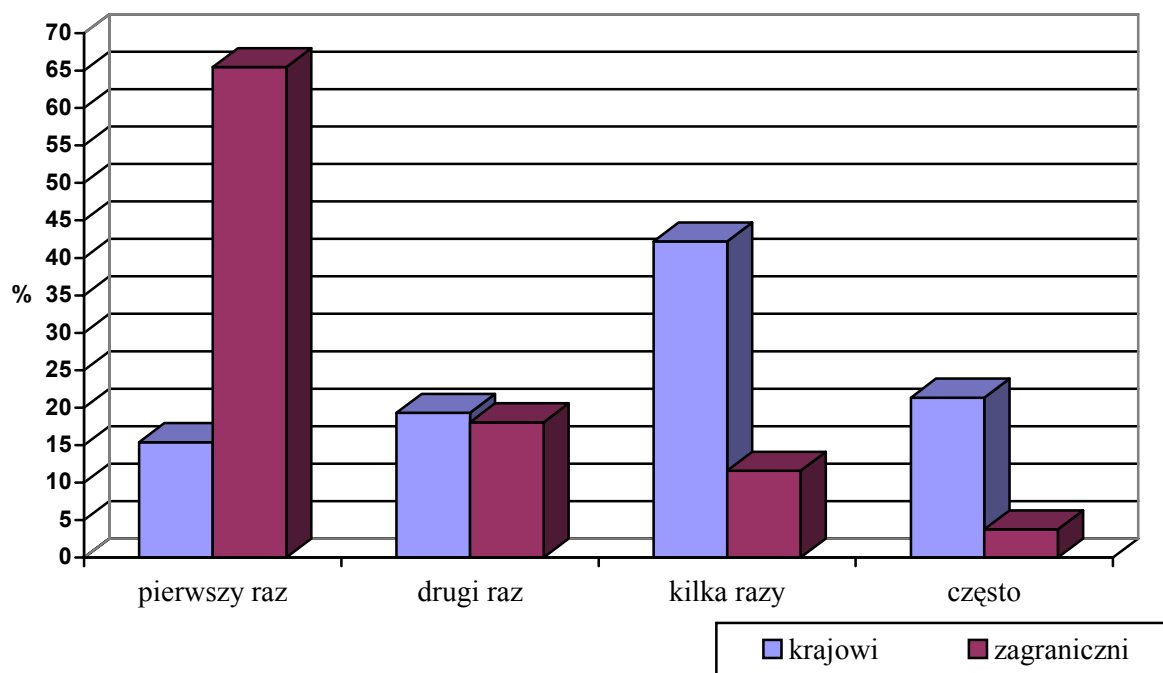
Częstość wizyt osób odwiedzających Kraków w latach 2003 – 2005

Częstość	Krajowi			Zagraniczni			Ogółem		
	2003	2004	<b>2005</b>	2003	2004	<b>2005</b>	2003	2004	<b>2005</b>
Pierwszy raz	9,0	13,36	<b>15,41</b>	67,0	69,56	<b>65,46</b>	16,7	41,40	<b>37,11</b>
Drugi raz	20,0	15,44	<b>19,32</b>	15,0	12,93	<b>18,05</b>	19,3	14,12	<b>18,77</b>
Kilka razy	48,0	39,73	<b>42,19</b>	12,0	12,24	<b>11,58</b>	43,3	26,05	<b>28,91</b>
Często	13,0	28,86	<b>21,34</b>	5,0	3,76	<b>3,77</b>	20,7	16,36	<b>13,71</b>

Źródło: badania MOT

Podobnie jak w latach poprzednich, najwięcej odwiedzających Kraków gości z kraju było tutaj już kilka razy (zob. rys. 50.). Prawie połowa mniej przyjeżdża tutaj często oraz przybyła w 2005 roku po raz drugi. Najmniej było takich, którzy gościli w Krakowie w 2005 roku po raz pierwszy, choć ich odsetek sukcesywnie wzrasta z roku na rok (w sumie o 6,41 punktów procentowych). W pewnym sensie jest to fakt napawający optymizmem, gdyż im więcej osób zobaczy miasto, tym większe są szanse na wzrost ruchu turystycznego. W przypadku odwiedzin drugich i kilkukrotnych w 2005 zanotowano zwiększenia odsetka gości z Polski (odpowiednio o 3,88 i 2,46 punktów procentowych), ale nie osiągnęły one i tak poziomu z roku 2003 (odpowiednio o 0,68 i 5,81 punktów procentowych mniej). Odwrotna sytuacja miała miejsce przy odwiedzinach częstych – w 2005 roku zaobserwowano spadek (o 7,52 punktów procentowych), ale było to i tak więcej niż w roku 2003 (o 8,34 punktów procentowych).

Rysunek 50.  
Częstość wizyt osób odwiedzających Kraków w 2005 roku



Źródło: badania MOT

Jeśli chodzi o gości zagranicznych, to prawie 2/3 z nich odwiedziło w 2005 roku Kraków po raz pierwszy (podobnie jak rok wcześniej). Takich, którzy przyjechali tutaj po raz drugi było prawie 1/5, a po raz kolejny – ponad 1/10. Jedynie niecałe 4% odpowiedziało, że przyjeżdża tutaj często. Nie można w tej grupie przybyszów zauważyć jakiejś jednolitej tendencji. W porównaniu z rokiem ubiegłym tak znacznie zmniejszył się odsetek odwiedzających po raz pierwszy i kilka razy (odpowiednio o 4,10 i 0,66 punktów procentowych), że okazał się mniejszy niż w 2003 roku (odpowiednio o 1,54 i 0,42 punktów procentowych). Z kolei udział przyjazdów powtórnych tak się zwiększył (o 5,12 punktów procentowych), że był wyższy od poziomu roku 2003 (o 3,05 punktów procentowych). Jeszcze inaczej wyglądały odwiedziny częste – utrzymały wielkość z roku poprzedniego i były niższe od stanu z roku 2003 o 1,23 punktu procentowego.



## Sposób spędzania czasu w Krakowie deklarowany przez turystów krajowych i zagranicznych

Po raz kolejny badania potwierdziły, że preferowany przez turystów sposób spędzania czasu w Krakowie odpowiada deklarowanemu głównym celom przyjazdu, jakimi są zwiedzanie zabytków i szeroko ujęty wypoczynek. Poznawanie miasta, zwiedzanie poprzez spacery oraz pobyty w muzeach to podstawowy sposób spędzania czasu w Krakowie, zadeklarowany zarówno przez turystów zagranicznych (spacery - 31%, muzea 20%) jak i krajowych (spacery - 33%, muzea 14%). Można przyjąć, że w określeniu wypoczynek bierny wskazanym przez turystów zagranicznych (6%) i krajowych (4%) również ujęto spacery po mieście.

W stosunku do 2004 r. zmalało jednak zainteresowanie krakowskimi muzeami (zagraniczni o 3%, krajowi o 7%) do poziomu deklarowanego w 2003 roku to jest do 20% wśród turystów zagranicznych i 14% wśród krajowych.

Pobyty w restauracjach i kawiarniach jako sposób spędzania czasu, podobnie jak w 2004 roku, wskazało ponad 60% badanych turystów. Usługi gastronomiczne turyści uznają jako jeden z podstawowych elementów w realizacji pobytu w Krakowie (zagraniczni 33% - krajowi - 26%). Przyjmując zabawę w klubach, pubach i dyskotekach (odpowiednio 13% i 16%) jako uzupełnienie tej formy spędzania czasu, -otrzymujemy wyraźny obraz usług, jakie decydują o atrakcyjności pobytu w mieście zarówno dla turystów określających jako cel podstawowy swojego przyjazdu: wypoczynek, zwiedzanie, odwiedziny krewnych jak i dla podróżujących w celach służbowych, religijnych czy edukacyjnych.

Podobnie jak w 2004 r. uzupełnieniem pobytu w Krakowie - dla turystów zagranicznych (20% wskazań) i wyższym o 7% dla turystów krajowych (15% wskazań) - jest odwiedzanie atrakcji w miastach i miejscowościach satelitarnych dla Krakowa - Oświęcim, Wieliczka, Ojców, Wadowice, Zakopane, a także spływ Dunajcem

Stałe, ważne miejsce w czasie pobytu w Krakowie, zwłaszcza wśród turystów krajowych, zajmują spotkania ze znajomymi (zagraniczni - 6%, krajowi - 16%). W kolejnym roku można zauważyć spadek wskazań - spotkania ze znajomymi - wśród turystów zagranicznych, świadczyć to może o systematycznie zmieniającej się strukturze odwiedzających Kraków, to znaczy, przyjazdach turystów dotychczas w żaden sposób niezwiązanych z Polską.

W dalszym ciągu w sposobie spędzania czasu nie znajdują należytego miejsca instytucje kulturalne jak kina, teatry, ale również filharmonia i opera, dla których bariery językowe nie mają praktycznie znaczenia. Odnotować można jedynie wzrost (o 3%) zainteresowania turystów krajowych krakowskimi kinami. Udział w wydarzeniach kulturalnych, tylko w niewielkim stopniu wypełnia czas pobytu w Krakowie zarówno turystom zagranicznym (3%) jak i krajowym (6%). Więcej turystów wskazuje na realizację swoich własnych zainteresowań i na spędzanie czasu według indywidualnie określonego programu - łącznie turyści zagraniczni 15% wskazań i turyści krajowi 23% wskazań. Interesujące jest, że w 2005 r. znacznie wzrosła liczba wskazań na „inny sposób” spędzania czasu niż sposoby określone w ankiecie, ale niestety pomimo próby ustalenia tych preferencji nie otrzymano w badaniach odpowiedzi.

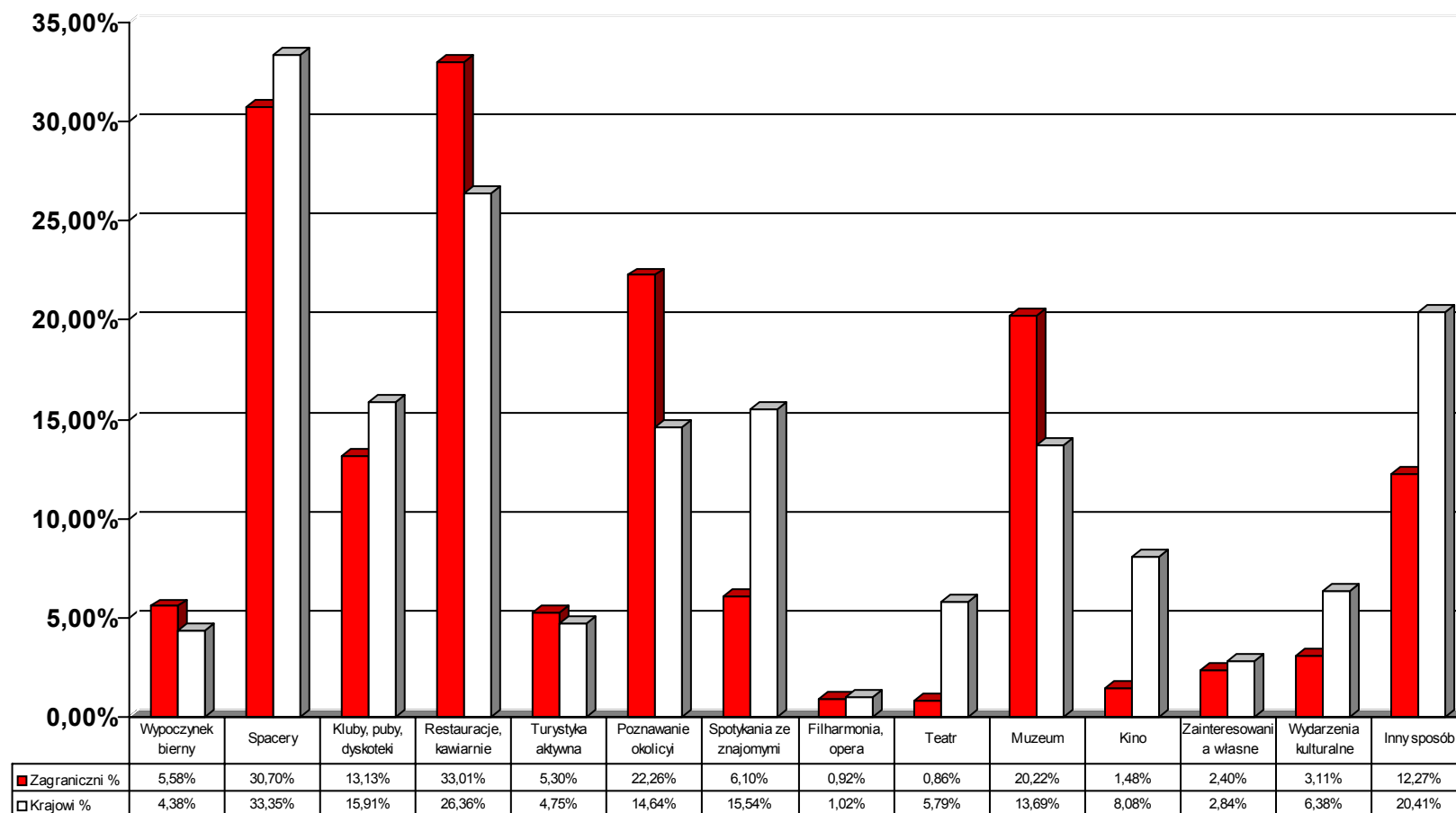
Tabela 64

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w latach 2003 –2005 deklarowany przez turystów zagranicznych i krajowych (%)

W jaki sposób spędza Pani/Pan czas w tej miejscowości?	Turyści zagraniczni (%)	Turyści krajowi (%)	Turyści zagraniczni (%)	Turyści krajowi (%)	Turyści zagraniczni (%)	Turyści krajowi (%)
	2003	2003	2004	2004	2005	2005
Wypoczywam biernie	5,0	5,0	6,91	5,36	5,58	4,38
Chodzę na spacer	23,0	21,0	26,83	29,27	30,70	33,35
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	14,0	10,0	15,65	16,97	13,13	15,91
Idę do restauracji, kawiarni	26,0	19,0	32,52	28,86	33,01	26,36
Uprawiam turystykę aktywną	10,0	4,0	7,05	5,08	5,30	4,75
Poznaję okoliczne miejscowości	27,0	19,0	20,97	8,30	22,26	14,64
Spotykam się ze znajomymi	10,0	9,0	7,15	16,80	6,10	15,54
Idę do filharmonii, opery	3,0	1,0	0,91	1,08	0,92	1,02
Idę do teatru	2,0	2,0	1,52	4,23	0,86	5,79
Idę do muzeum	19,0	12,0	23,14	20,16	20,22	13,69
Idę do kina	3,0	5,0	1,52	5,59	1,48	8,08
Realizuję swoje zainteresowania	9,0	6,0	3,56	3,52	2,40	2,84
Uczestniczę w wydarzeniach	3,0	4,0	2,24	5,59	3,11	6,38
W inny sposób	7,0	10,0	8,10	13,48	12,27	20,41

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Rysunek 51  
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2005 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

## **Sposób spędzania czasu deklarowany przez turystów z krajów najliczniej odwiedzających Kraków w 2005 roku**

Przytaczając z poprzednich zestawień dane obrazujące sposób spędzania czasu określony przez wszystkich badanych turystów zagranicznych wyraźnie dominują wyjścia do restauracji (33%) oraz spacer po mieście (30%). Formy te, analizując sposób spędzania czasu deklarowany przez turystów z krajów najliczniej reprezentowanych w Krakowie - Niemcy, Amerykanie, Brytyjczycy, Włosi, Francuzi - zajmują jeszcze ważniejsze miejsce w realizacji pobytu i dotyczy to w równym stopniu wszystkich wybranych krajów. W przekroju lat 2003 – 2005, w ostatnim roku wskazania wyraźnie się wyrównały, bez względu na kraj pochodzenia, i stanowią średnio ponad 70% zarówno, jeżeli chodzi o spacer i pobyt w restauracjach.. Utrzymuje się w stosunku do 2003 i 2004 roku porównywalny poziom zainteresowania zabawą w klubach i dyskotekach (od 25%-35%) i jest to dla omawianych narodowości, podobnie jak w 2004 r., ponad 50% wskazań więcej, niż średnia liczba zaznaczona przez wszystkich turystów zagranicznych łącznie (15%).

Dla wszystkich omawianych nacji w 2005 r. zwiedzanie muzeów jest trzecią, co do liczby wskazań, formą spędzania czasu i utrzymuje się na stałym, wysokim poziomie. Spędzanie czasu według własnego programu oraz turystyka aktywna to istotne formy zachowań dla wszystkich badanych i również niewykazujące znaczących różnic wśród turystów z omawianych krajów. Spotkania ze znajomymi i rodzina zdecydowane znaczenie mają dla turystów ze Stanów Zjednoczonych i wiąże się to zarówno z polskim pochodzeniem znacznej części turystów amerykańskich, celem przyjazdów i długościom pobytu. Dane dotyczące pozostałych nacji, w kontaktach z rodziną i znajomymi, wykazują raczej tendencje spadkowe lub utrzymują się na stałym poziomie.

W kolejnym roku badań marginalne znaczenie w sposobie spędzania czasu zajmują instytucje i wydarzenia kulturalne, w dalszym ciągu trudno uchwycić jakiegokolwiek tendencje. Wyraźnie natomiast wzrosła, i to wśród turystów z każdego badanego kraju, liczba odpowiedzi wskazujących na inny sposób spędzania czasu niż określony w pytaniach ankietowych, turyści jednak, mimo możliwości określenia form nie sprecyzowali ich w odpowiedziach.

Tabela 52

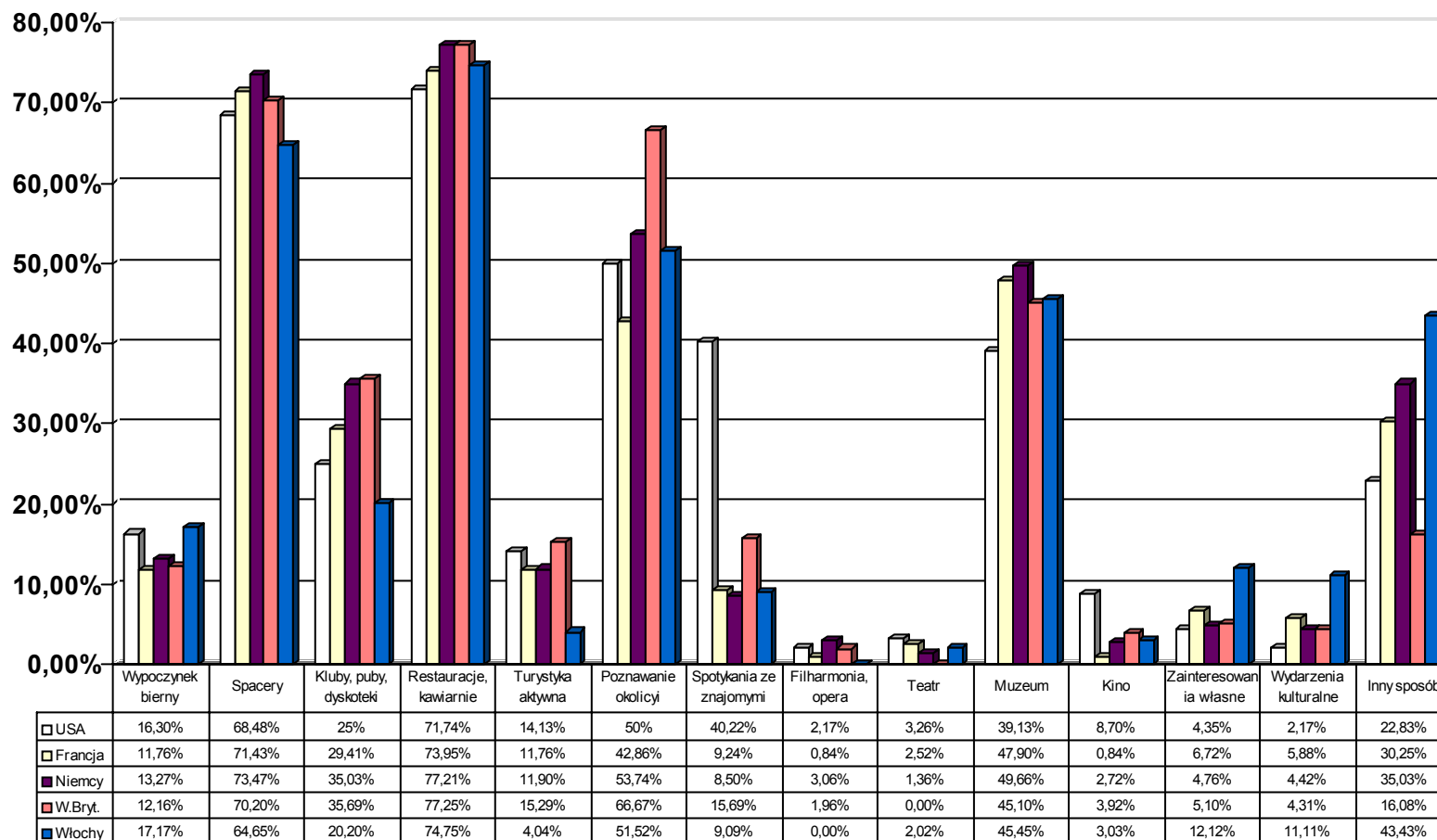
Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w latach 2003-2005 – podział według najliczniej reprezentowanych krajów (%)

W jaki sposób spędza Pani/Pan czas w tej miejscowości?	USA			Francja			Niemcy			Wielka Brytania			Włochy		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Wypoczywam biernie	4,0	25,60	16,30	3,0	15,72	11,76	10,0	15,18	13,27	12	16,25	12,16	8,0	11,27	17,17
Chodzę na spacer	60,0	54,40	68,48	72,0	55,35	71,43	59,0	54,91	73,47	44	46,88	70,20	58,0	46,48	64,65
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	28,0	29,60	25,00	33,0	35,85	29,41	28,0	33,48	35,03	37	32,50	35,69	36,0	35,21	20,20
Idę do restauracji, kawiarni	70,0	68,00	71,74	67,0	69,81	73,95	62,0	74,11	77,21	60	65,52	77,25	75,0	57,75	74,75
Uprawiam turystykę aktywną	28,0	3,20	14,13	28,0	11,95	11,76	19,0	13,39	11,90	26	23,75	15,29	25,0	16,20	4,04
Poznaję okoliczne miejscowości	66,0	36,80	50,00	59,0	50,31	42,86	69,0	46,88	53,74	70	44,38	66,67	69,0	45,77	51,52
Spotykam się ze znajomymi	21,0	25,60	40,22	21,0	10,06	9,24	21,0	12,95	8,50	12	17,50	15,69	8,0	7,75	9,09
Idę do filharmonii, opery	2,0	0,00	2,17	0,0	0,63	0,84	16,0	2,68	3,06	14	1,25	1,96	0,0	2,11	0,00
Idę do teatru	6,0	3,20	3,26	0,0	1,89	2,52	3,0	1,34	1,36	4	3,12	0,00	6,0	3,52	2,02
Idę do muzeum	57,0	38,40	39,13	51,0	52,83	47,90	33,0	54,02	49,66	33	46,25	45,10	53,0	43,66	45,45
Idę do kina	13,0	5,60	8,70	8,0	3,14	0,84	5,0	3,13	2,72	0	1,25	3,92	11,0	0,00	3,03
Realizuję swoje zainteresowania	19,0	4,00	4,35	18,0	5,66	6,72	12,0	6,70	4,76	14	4,38	5,10	17,0	7,04	12,12
Uczestniczę w wydarzeniach	4,0	6,40	2,17	8,0	2,52	5,88	7,0	3,13	4,42	14	3,75	4,31	0,0	4,93	11,11
W inny sposób	15,0	18,40	22,83	10,0	13,84	30,25	10,0	20,98	35,03	7	16,25	16,08	8,0	15,49	43,43

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Rysunek 53

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2005 roku - według najliczniej reprezentowanych krajów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOTSposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem wieku turystów zagranicznych i krajowych

Młodzi i w średnim wieku odwiedzający Kraków, bez względu na to czy są turystami zagranicznymi czy krajowymi preferują podobny sposób spędzania czasu. Uczestniczą w zabawach w klubach, pubach, dyskotekach, chodzą do restauracji i kawiarni. Poznają miasto podczas spacerów i odwiedzają muzea. W 2005 roku, praktycznie w każdym przedziale wiekowym, zarówno turystów zagranicznych i krajowych, wzrosła liczba wskazań na spacer jako jednej z głównych form spędzania czasu. Bez względu na wiek wzrosło również zainteresowanie poznawaniem okolicznych miejscowości. Może to być wynikiem przedłużającego się pobytu w Krakowie, większej wiedzy turystów na temat Krakowa i regionu, ale także skuteczniejszej promocji regionalnych atrakcji.

Odnotowano jeszcze istotny, i co ważne systematyczny, w przeciągu 3 lat, wzrost zainteresowania turystów zagranicznych, we wszystkich przedziałach wiekowych restauracjami i kawiarniami w Krakowie. Można byłoby budować twierdzenie, że gastronomia stanowi samodzielny walor turystyczny Krakowa gdyby nie odnotowano spadku wskazań o kilka punktów procentowych wśród turystów krajowych z dwóch najmłodszych przedziałów wiekowych.

Turyści w grupie 26-45 lat wyraźnie, na tle innych grup, preferują restauracje, ale też spacer po mieście i zwiedzanie muzeów. Chętnie również, zarówno zagraniczni jak i krajowi częściej odwiedza dyskoteki i puby. Młodzi turyści do 25 lat coraz częściej odwiedzają okoliczne miejscowości, a największy wzrost obserwujemy wśród młodych turystów krajowych. Turyści krajowi tylko nieco częściej spotykają się ze znajomymi i rodziną, chodzą do kina i teatru niż turyści zagraniczni, którzy natomiast chętniej zwiedzają okoliczne miejscowości i atrakcje.

W przedziałach wiekowych 45-65 lat oraz powyżej 65 lat różnice w sposobie spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych są w dalszym ciągu znaczące. Nawet najprostszą formie aktywności, jaką jest zwiedzanie poprzez spacer, turyści zagraniczni zdecydowanie częściej wskazywali niż turyści krajowi. W innych sposobach spędzania czasu takich jak pobyty w restauracji, zabawa w dyskotecce czy zwiedzanie muzeów i okolicznych miejscowości różnice pomiędzy turystami zagranicznymi i krajowymi są jeszcze większe.

Tabela 65

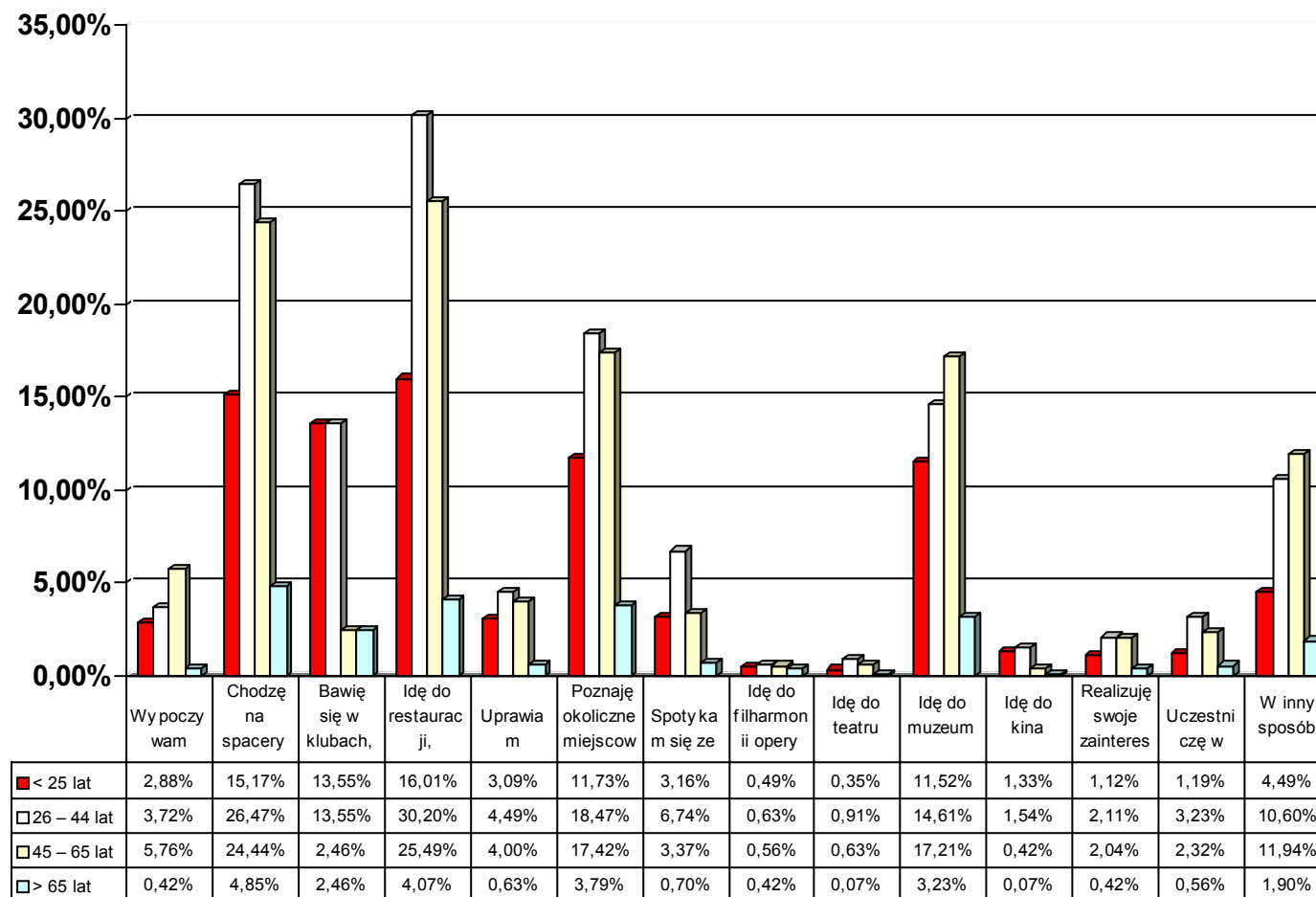
Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku – podział z uwzględnieniem wieku (%)

W jaki sposób spędza Pani/Pan czas w tej miejscowości?								
Wiek	< 26 lat		26 – 44 lat		45 – 65 lat		> 65 lat	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
<b>Turyści</b>								
Wypoczywam biernie	2,88	4,17	3,72	7,01	5,76	3,69	0,42	0,62
Chodzę na spacer	15,17	15,95	26,47	22,34	24,44	15,33	4,85	3,99
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	13,55	13,41	13,55	8,38	2,46	1,01	0,35	0,12
Idę do restauracji, kawiarni	16,01	12,89	30,20	21,77	25,49	12,35	4,07	2,38
Uprawiam turystykę aktywną	3,09	5,10	4,49	4,73	4,00	2,52	0,63	0,36
Poznają okoliczne miejscowości	11,73	19,47	18,47	14,16	17,42	8,66	3,79	1,61
Spotykam się ze znajomymi	3,16	6,53	6,74	7,69	3,37	3,38	0,70	0,73
Idę do filharmonii opery	0,49	0,34	0,63	0,36	0,56	0,44	0,42	0,20
Idę do teatru	0,35	1,65	0,91	1,71	0,63	0,93	0,07	0,32
Idę do muzeum	11,52	7,92	14,61	10,41	17,21	7,69	3,23	1,93
Idę do kina	1,33	3,89	1,54	2,32	0,42	0,46	0,07	0,02
Realizuję swoje zainteresowania	1,12	1,67	2,11	2,24	2,04	1,33	0,42	0,26
Uczestniczę w wydarzeniach	1,19	1,61	3,23	3,34	2,32	2,94	0,56	1,03
W inny sposób	4,49	6,69	10,60	12,89	11,94	9,45	1,9	2,05

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 54

Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych odwiedzających Kraków w 2005 roku – podział z uwzględnieniem wieku

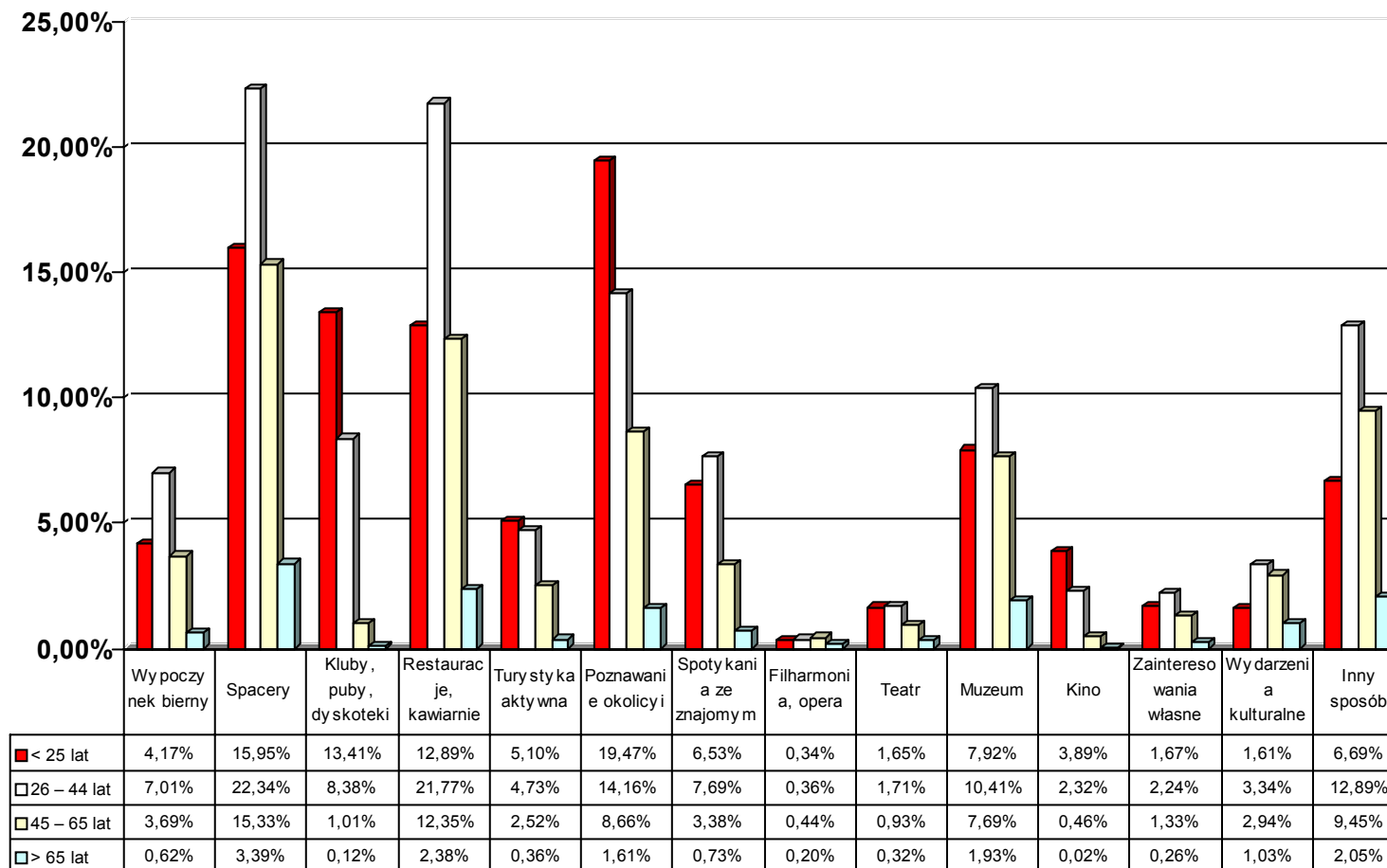


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Rysunek 55

Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku – podział z uwzględnieniem wieku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT 200

## Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków z uwzględnieniem statusu materialnego

W kolejnym roku badań otrzymano podobne informacje dotyczące wpływu statusu materialnego turystów na sposób spędzania czasu. Status materialny (przy samoocenie statusu przez turystów w kategoriach bardzo dobry, dobry, średni, zły), nie wykazuje wpływu na preferowane zachowania. Turyści zagraniczni jak i krajowi przede wszystkim określali swój status materialny jako dobry lub średni jednak bez względu na określony status materialny uznają za istotne te same formy zachowań związane z pobytem w Krakowie. Turyści zagraniczni, którzy określili swój status jako dobry częściej w sposobach spędzania czasu wskazywali na formy wymagające większych nakładów finansowych zwiedzenie muzeów, poznawanie okolic, pobyty w restauracjach niż turyści zagraniczni określający swój status jako średni. Natomiast turyści krajowi określający swój status jako średni w preferowanych sposobach spędzania czasu częściej wskazywali na formy wymagające nakładów finansowych niż turyści określający swój status materialny jako dobry.

Tabela 66

Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu materialnego (%)

Zagraniczni	Bardzo dobry	Dobry	Średni	Zły	Bardzo zły	Brak informacji
Wypoczywam biernie	1,70	6,66	4,25	0,00	0,07	0,21
Chodzę na spacer	13,54	34,44	21,55	0,28	0,07	0,92
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	5,17	15,95	8,50	0,21	0,07	0,28
Idę do restauracji, kawiarni	16,02	37,28	21,62	0,21	0,07	0,92
Uprawiam turystykę aktywną	2,91	6,95	2,13	0,07	0,00	0,21
Poznaję okoliczne miejscowości	9,21	28,35	13,32	0,14	0,07	0,28
Spotykam się ze znajomymi	3,05	6,38	4,25	0,07	0,00	0,28
Idę do filharmonii, opery	0,43	0,99	0,57	0,07	0,00	0,07
Idę do teatru	0,14	1,13	0,64	0,00	0,00	0,07
Idę do muzeum	4,32	25,30	16,37	0,07	0,07	0,43
Idę do kina	0,85	1,91	0,57	0,00	0,00	0,07
Realizuję swoje zainteresowania	1,49	2,27	1,49	0,00	0,00	0,28
Uczestniczę w wydarzeniach	2,34	2,83	1,91	0,07	0,00	0,00
W inny sposób	6,87	12,26	8,86	0,07	0,00	0,21

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 67

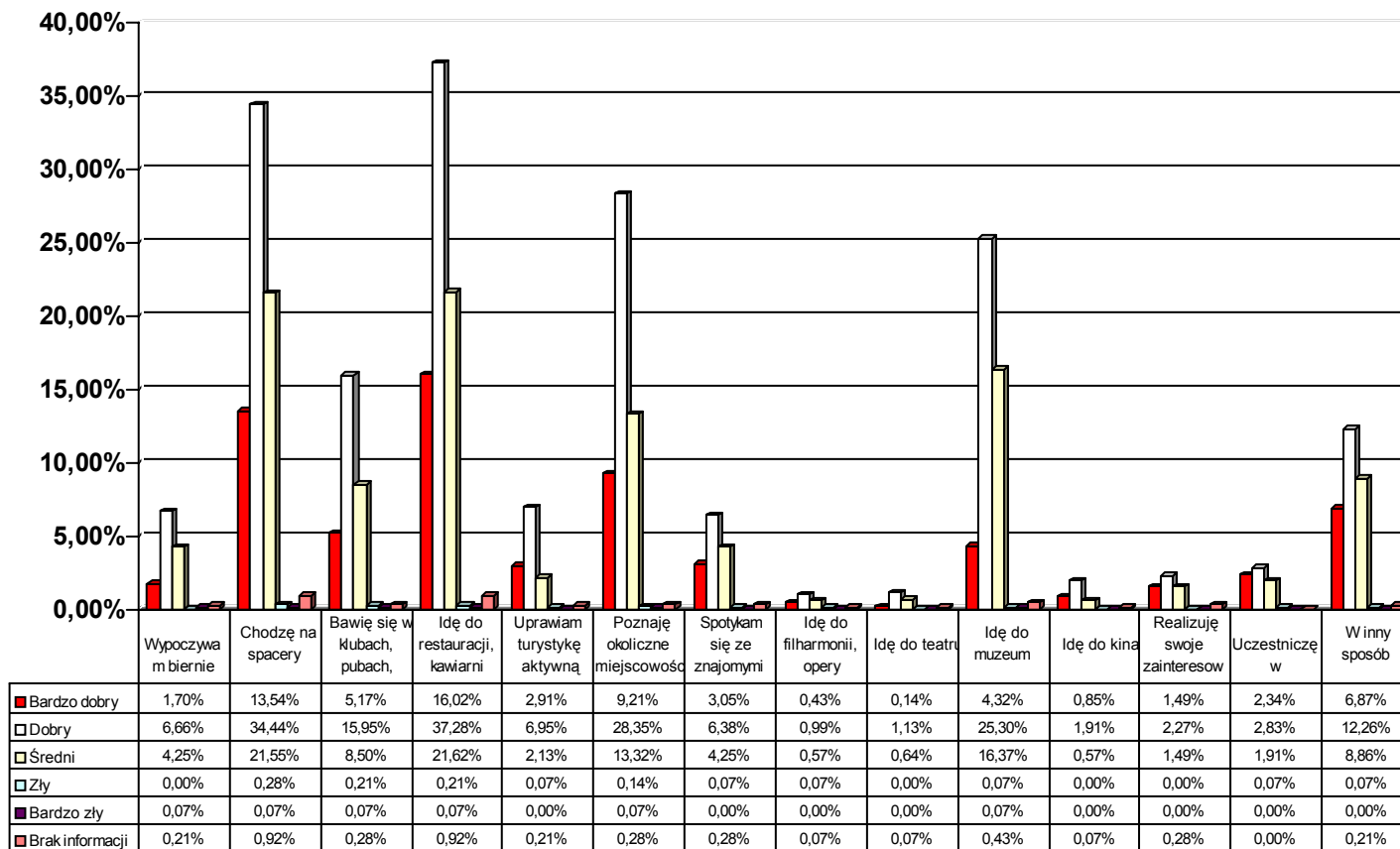
Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu materialnego (%)

Krajowi	Bardzo dobry	Dobry	Średni	Zły	Bardzo zły	Brak informacji
Wypoczywam biernie	0,53	3,04	5,13	0,11	0,05	0,11
Chodzę na spacer	4,38	21,73	31,77	1,01	0,00	0,64
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	1,66	12,76	13,19	0,27	0,11	0,21
Idę do restauracji, kawiarni	3,90	20,45	21,62	0,48	0,11	0,69
Uprawiam turystykę aktywną	0,43	4,91	4,06	0,00	0,05	0,00
Poznaję okoliczne miejscowości	1,71	13,35	11,75	0,05	0,05	0,11
Spotykam się ze znajomymi	1,92	10,73	13,61	0,48	0,05	0,37
Idę do filharmonii, opery	0,16	0,69	0,91	0,00	0,00	0,00
Idę do teatru	0,75	4,43	4,70	0,05	0,00	0,21
Idę do muzeum	1,01	8,28	14,47	0,16	0,00	0,21
Idę do kina	1,55	5,71	6,41	0,21	0,05	0,11
Realizuję swoje zainteresowania	0,16	2,19	2,62	0,00	0,00	0,11
Uczestniczę w wydarzeniach	0,53	2,62	7,42	0,48	0,00	0,05
W inny sposób	2,24	12,87	19,17	0,64	0,05	0,43

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 56

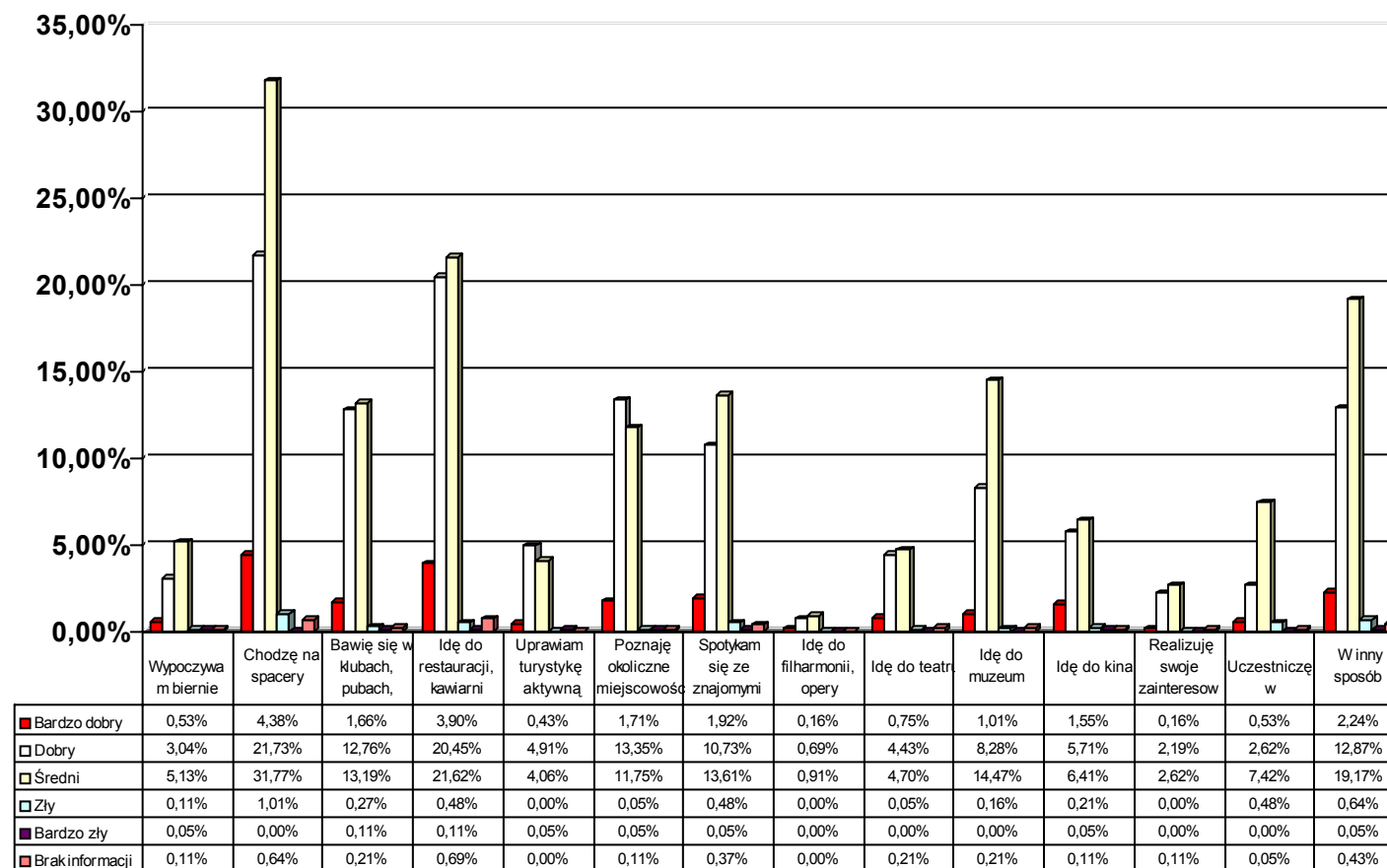
Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu materialnego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Rysunek 57

Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu materialnego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

## Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków z uwzględnieniem statusu zawodowego

Status zawodowy generalnie nie różnicuje turystów zagranicznych i krajowych w preferencji wyboru formy spędzania czasu. Zarówno wśród turystów zagranicznych i krajowych rozrywka, jaką jest zabawa w klubach i dyskotekach - wskazywana najczęściej przez studentów i aktywnych zawodowo - wyraźnie odbiega od średniego poziomu preferencji wykazywanych przez pozostałe grupy zawodowe. Pobyty w restauracjach, zwiedzanie muzeów, spacery i poznawanie okolic ma podobne znaczenie dla wszystkich turystów bez względu na status zawodowy. Oczywiście, możliwości finansowe, jakie gwarantuje status zawodowy wpływają na poziom realizacji. Największe różnice pomiędzy turystami zagranicznymi i krajowymi możemy wychwycić w grupie emerytów i rencistów. Wpływ na sposób zachowań mają zarówno środki finansowe jak i kulturowe, mentalne zdecydowanie różnicujące przede wszystkim te grupy turystów.

Tabela 68

Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu zawodowego (%)

Zagraniczni	uczeń	Student	bezrobotny	emeryt lub rencista	osoba zajmująca się domem	aktywny zawodowo	brak informacji
Wypoczywam biernie	0,57	2,27	0,21	4,54	1,42	3,83	0,07
Chodzę na spacer	3,83	10,28	1,06	18,43	5,67	30,90	0,64
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	2,27	10,91	0,99	0,85	0,99	13,82	0,35
Idę do restauracji, kawiarni	3,90	10,99	1,13	17,15	5,46	36,92	0,57
Uprawiam turystykę aktywną	0,92	2,06	0,14	1,77	1,28	5,95	0,14
Poznaję okoliczne miejscowości	3,33	7,58	0,85	12,26	3,54	23,46	0,35
Spotykam się ze znajomymi	0,71	1,98	0,57	1,63	1,13	7,87	0,14
Idę do filharmonii, opery	0,00	0,28	0,07	0,35	0,14	1,28	0,00
Idę do teatru	0,00	0,28	0,00	0,28	0,07	1,28	0,07
Idę do muzeum	3,26	7,73	0,64	12,54	2,91	19,14	0,35
Idę do kina	0,21	0,92	0,07	0,21	0,00	1,98	0,00
Realizuję swoje zainteresowania	0,35	0,64	0,00	1,49	0,50	2,48	0,07
Uczestniczę w wydarzeniach	0,21	0,78	0,07	1,91	0,21	3,83	0,14
W inny sposób	1,42	2,98	0,64	9,85	1,77	11,48	0,14

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Tabela 69

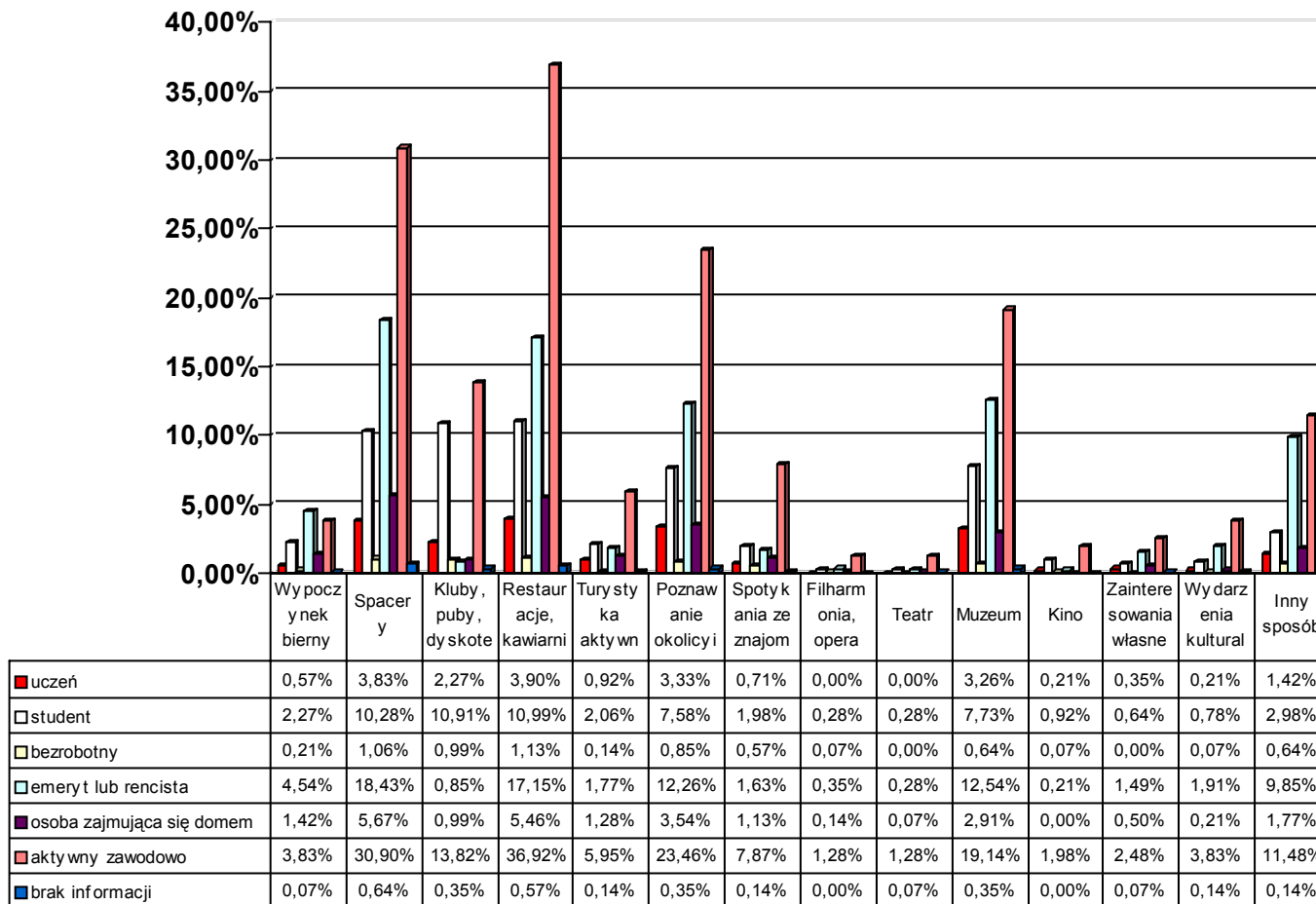
Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu zawodowego (%)

Krajowi	uczeń	Student	bezrobotny	emeryt lub rencista	osoba zajmująca się domem	aktywny zawodowo	brak informacji
Wypoczywam biernie	1,28	2,24	0,21	1,60	0,21	3,26	0,16
Chodzę na spacer	7,85	11,05	1,66	12,44	2,62	23,22	0,69
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	5,87	11,43	1,60	0,05	0,48	8,60	0,16
Idę do restauracji, kawiarni	4,32	8,22	1,33	6,67	2,08	24,19	0,43
Uprawiam turystykę aktywną	2,78	2,62	0,32	0,27	0,32	3,10	0,05
Poznaję okoliczne miejscowości	5,50	5,77	0,59	2,24	1,17	11,64	0,11
Spotykam się ze znajomymi	3,04	5,82	1,66	2,24	1,23	13,03	0,16
Idę do filharmonii, opery	0,05	0,37	0,00	0,32	0,00	0,91	0,11
Idę do teatru	1,33	2,03	0,16	1,49	0,32	4,75	0,05
Idę do muzeum	3,52	3,31	1,12	4,06	1,07	10,78	0,27
Idę do kina	2,62	4,81	0,53	0,48	0,43	5,13	0,05
Realizuję swoje zainteresowania	1,07	1,44	0,21	0,64	0,21	1,44	0,05
Uczestniczę w wydarzeniach	0,69	1,07	0,32	5,50	0,32	3,10	0,11
W inny sposób	4,59	3,42	0,96	9,29	2,14	14,74	0,27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Rysunek 58

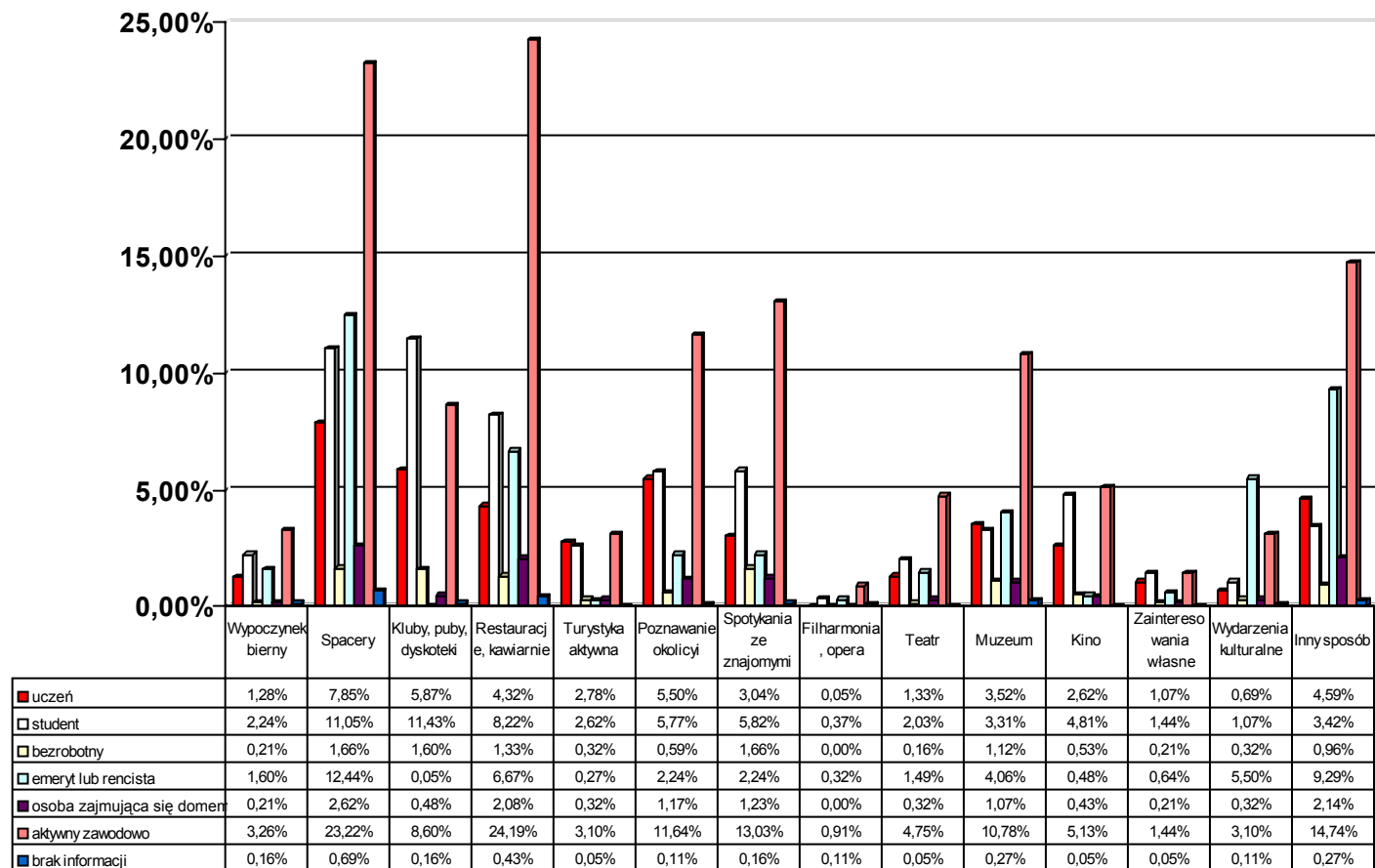
Sposób spędzania czasu przez turystów zagranicznych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu zawodowego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Rysunek 59

Sposób spędzania czasu przez turystów krajowych odwiedzających Kraków w 2005 roku z uwzględnieniem statusu zawodowego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.



## Zainteresowanie odwiedzających Kraków w 2005 roku usługami pilotów, przewodników i instruktorów

Uzyskane w 2005 roku wyniki badań potwierdzają tezę, że popyt na usługi świadczone przez pilotów i przewodników turystycznych jest powiązany z formą organizacji przyjazdu i pobytu w Krakowie. Pozostaje na jednakowym poziomie różnica w wykorzystaniu kadr bezpośredniej obsługi ruchu turystycznego przez turystów zagranicznych (64%) i krajowych (18%). Zagraniczni turyści poszukują pomocy i objaśnień, co może im zapewnić przewodnik, a przy wyjazdach grupowych pilot wycieczek turystycznych. Najczęściej z usług przewodników i pilotów korzystają turyści zagraniczni podróżujący w zorganizowanych grupach turystycznych, a z samych przewodników również osoby podróżujące z rodzina lub z przyjaciółmi. Turyści krajowi w 2005 roku podróżujący w zorganizowanych grupach lub z rodzina już tylko korzystają z usług przewodników, a rezygnują z usług pilotów jak to miało miejsce jeszcze w 2004 r. Należy zauważyć, że, w 2005 r. wzrosło zainteresowanie usługami przewodnickimi, nawet o 7% wśród turystów zagranicznych, a zmalało zapotrzebowanie na usługi pilotów wśród turystów zagranicznych i krajowych. Usługi instruktorów sportowych i rekreacyjnych, uwzględniając marginalne znaczenie turystyki kwalifikowanej w turystyce miejskiej, nie mają jeszcze istotnego znaczenia w obsłudze turystów w Krakowie.

Tabela 70

Zainteresowanie odwiedzających Kraków w latach 2004 - 2005 usługami pilotów, przewodników i instruktorów (%)

	Przewodników		Pilotów		Instruktorów	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Zagraniczni	47,96	54,73	16,34	8,32	1,14	0,71
Krajowi	15,78	16,60	3,35	0,87	0,53	0,22

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 71

Zainteresowanie turystów zagranicznych i krajowych odwiedzających Kraków w latach 2004 - 2005 roku, podróżujących samotnie lub w grupie usługami przewodników, pilotów, instruktorów (%)

<b>Zagraniczni 2005</b>	<b>Kto Panu/i towarzyszy w podróży</b>	<b>Nikt</b>	<b>grupa zorganizowana</b>	<b>przyjaciele</b>	<b>rodzina</b>	<b>rodzina i przyjaciele</b>	<b>brak informacji</b>
USŁUGI	SUMA	%	%	%	%	%	%
PRZEWODNIKÓW	54,73	2,27	26,51	7,82	16,06	1,71	0,36
PILOTÓW	8,30	0,28	6,82	0,14	0,92	0,00	0,14
INSTRUKTORÓW	0,70	0,28	0,14	0,21	0,07	0,00	0,00
<b>Zagraniczni 2004</b>	<b>Kto Panu/i towarzyszy w podróży</b>	<b>Nikt</b>	<b>grupa zorganizowana</b>	<b>przyjaciele</b>	<b>rodzina</b>	<b>rodzina i przyjaciele</b>	<b>brak informacji</b>
USŁUGI	SUMA	%	%	%	%	%	%
PRZEWODNIKÓW	47,96	1,67	24,05	7,30	13,13	1,14	0,67
PILOTÓW	16,32	0,13	14,33	0,80	0,33	0,13	0,60
INSTRUKTORÓW	1,14	0,07	0,87	0,07	0,13	0,00	0,00
<b>Krajowi 2005</b>	<b>Kto Panu/i towarzyszy w podróży</b>	<b>nikt</b>	<b>grupa zorganizowana</b>	<b>przyjaciele</b>	<b>rodzina</b>	<b>rodzina i przyjaciele</b>	<b>brak informacji</b>
USŁUGI	SUMA	%	%	%	%	%	%
PRZEWODNIKÓW	16,61	2,07	9,20	1,80	3,27	0,11	0,16
PILOTÓW	0,87	0,00	0,82	0,00	0,05	0,00	0,00
INSTRUKTORÓW	0,20	0,05	0,05	0,05	0,05	0,00	0,00
<b>Krajowi 2004</b>	<b>Kto Panu/i towarzyszy w podróży</b>	<b>nikt</b>	<b>grupa zorganizowana</b>	<b>przyjaciele</b>	<b>rodzina</b>	<b>rodzina i przyjaciele</b>	<b>brak informacji</b>
USŁUGI	SUMA	%	%	%	%	%	%
PRZEWODNIKÓW	15,78	1,64	7,50	1,97	4,47	0,13	0,07
PILOTÓW	3,36	0,20	2,96	0,07	0,13	0,00	0,00
INSTRUKTORÓW	0,53	0,07	0,13	0,26	0,07	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

## Preferencje odwiedzanych miejsc i tras turystycznych

Od początku prowadzenia niniejszych badań ruchu turystycznego w Krakowie – nie zmieniają się preferencje, co do miejsc i tras turystycznych. Tak jak w poprzednich latach dominują tutaj: Wieliczka, Oświęcim i Zakopane wraz z Tatrami – zmienia się jedynie kolejność w rankingu dwóch ostatnich wymienionych (Tab. 72.).

Tabela 72

Główne miejsca podróży turystycznych Respondentów podczas pobytu w Krakowie w latach 2003-2005.

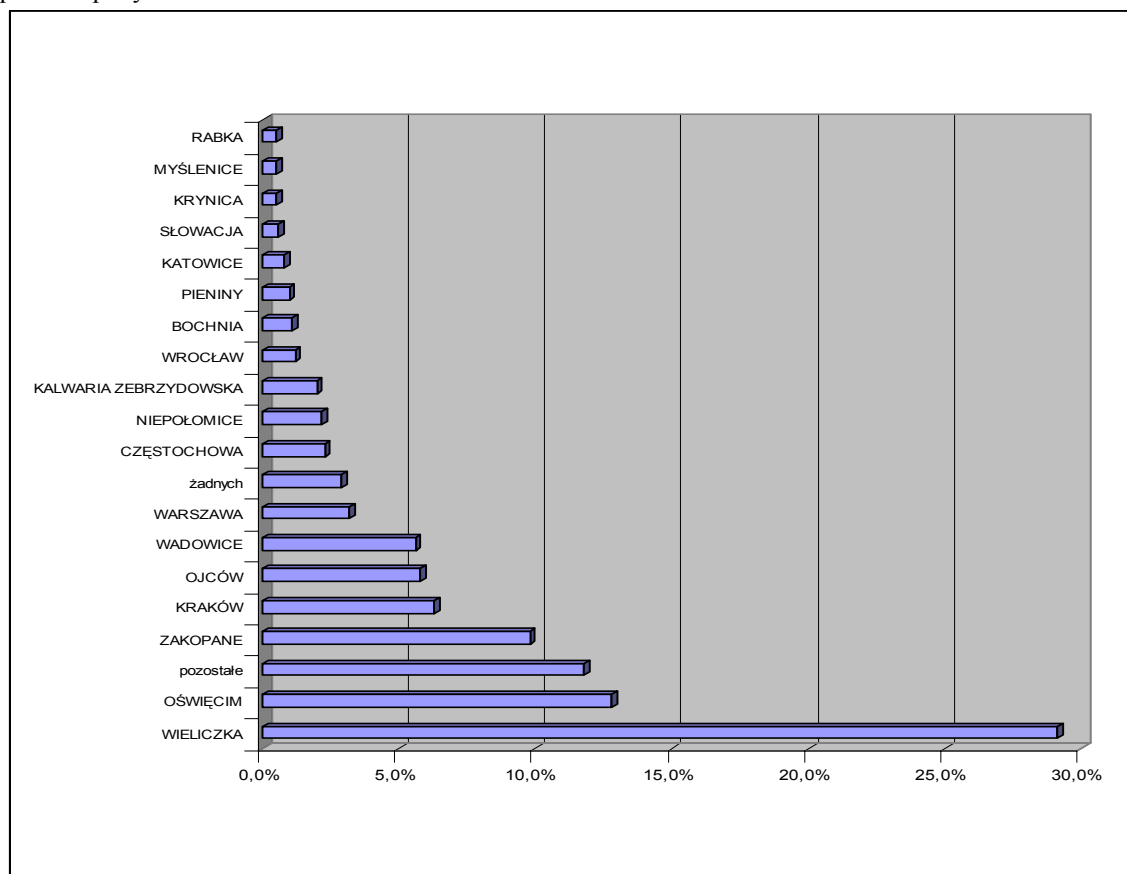
Miejsce destynacji	Pozycja w rankingu		
	2003	2004	2005
Oświęcim	3	2	2
Wieliczka	1	1	1
Zakopane	2	3	3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

W bieżącym roku trzy wymienione miejsca były wskazywane przez ponad 50% Respondentów (Rys.60). Jest to nieznacznie wyższy wynik niż w roku ubiegłym.

Rysunek 60

Procentowy rozkład odpowiedzi Respondentów na pytanie dotyczące miejsc odwiedzanych poza Krakowem podczas pobytu w mieście w 2005 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Szczegółowy rozkład preferencji odwiedzanych przez Respondentów miejsc podczas pobytu w Krakowie obrazuje Tab.73.

Tabela 73

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

Miejsce	Pozycja w rankingu	Udział %
WIELICZKA	1	29,1%
OŚWIĘCIM	2	12,8%
ZAKOPANE (Tatry)	3	11,8%
KRAKÓW (różne miejsca)	4	9,8%
OJCÓW (Ojcowski PN, Pieskowa Skała, Skała)	5	6,3%
WADOWICE	6	5,8%
WARSZAWA	7	5,6%
nic, żadnych	8	3,2%
CZĘSTOCHOWA (Jasna Góra)	9	2,9%
NIEPOŁOMICE	10	2,3%
KALWARIA ZEBRZYDOWSKA	11	2,2%
WROCLAW	12	2,0%
BOCHNIA	13	1,2%
PIENINY (SZCZAWNICA, NIEDZICA, CZORSZTYN, KROŚCIENKO, Spływ Dunajcem)	14	1,1%
KATOWICE	15	1,0%
SŁOWACJA	16	0,8%
KRYNICA	17	0,6%
MYŚLENICE	18	0,5%
RABKA	18	0,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Stosunkowo wysoko, bo w sumie na czwartym miejscu znalazły się różne miejsca znajdujące się na terenie administracyjnym Krakowa. Chodzi tutaj przede wszystkim o: Tyniec, Bielany oraz Łagiewniki. W rzeczywistości są to miejsca położone na obrzeżach Krakowa (zwłaszcza w stosunku do Centrum miasta). To zapewne było przyczyną wskazywania tych miejsc w tym pytaniu przez Ankietowanych.

W porównaniu z ubiegłymi latami, w 2005 r. pojawiły się dwa ciekawe miejsca na szlakach turystycznych – Słowacja i Katowice. W przypadku Słowacji wskazywano przede wszystkim miejsca położone na terenie słowackiej części Tatr. Jest to ciekawa wskazówka dla przygotowujących ofertę turystyczną przyjazdową do Krakowa.

## Miejsca zaplanowane do odwiedzenia

Analizując zamiary podjęcia podróży przez gości podczas pobytu w Krakowie, można zauważyć, że w stosunku do poprzedniego pytania, niewiele jest zauważalnych różnic (Tab.74).

Tabela 74

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

Miejsce	Pozycja w rankingu	Udział %
WIELICZKA	1	20,2%
ZAKOPANE	2	14,7%
OŚWIĘCIM	3	13,8%
żadnych	4	10,6%
WADOWICE	5	10,0%
OJCÓW (Ojcowski PN, Pieskowa Skała, Skała)	6	6,6%
KRAKÓW (różne miejsca)	7	6,2%
NIEPOŁOMICE	8	4,6%
CZĘSTOCHOWA (Jasna Góra)	9	2,5%
WARSZAWA	10	2,3%
KALWARIA ZEBRZYDOWSKA	11	1,8%
WROCLAW	12	1,6%
PIENINY (SZCZAWNICA, NIEDZICA, CZORSZTYN, KROŚCIENKO, Splyw Dunajcem)	13	1,1%
KRYNICA	13	0,6%
BIESZCZADY	14	0,6%
już wyjeżdżam	14	0,5%
BOCHNIA	15	0,5%
JURA KRAKOWSKO - CZĘSTOCHOWSKA	15	0,4%
WŁOCHY	16	0,4%
KRYSPINÓW	17	0,4%
WIELKA BRYTANIA	18	0,3%

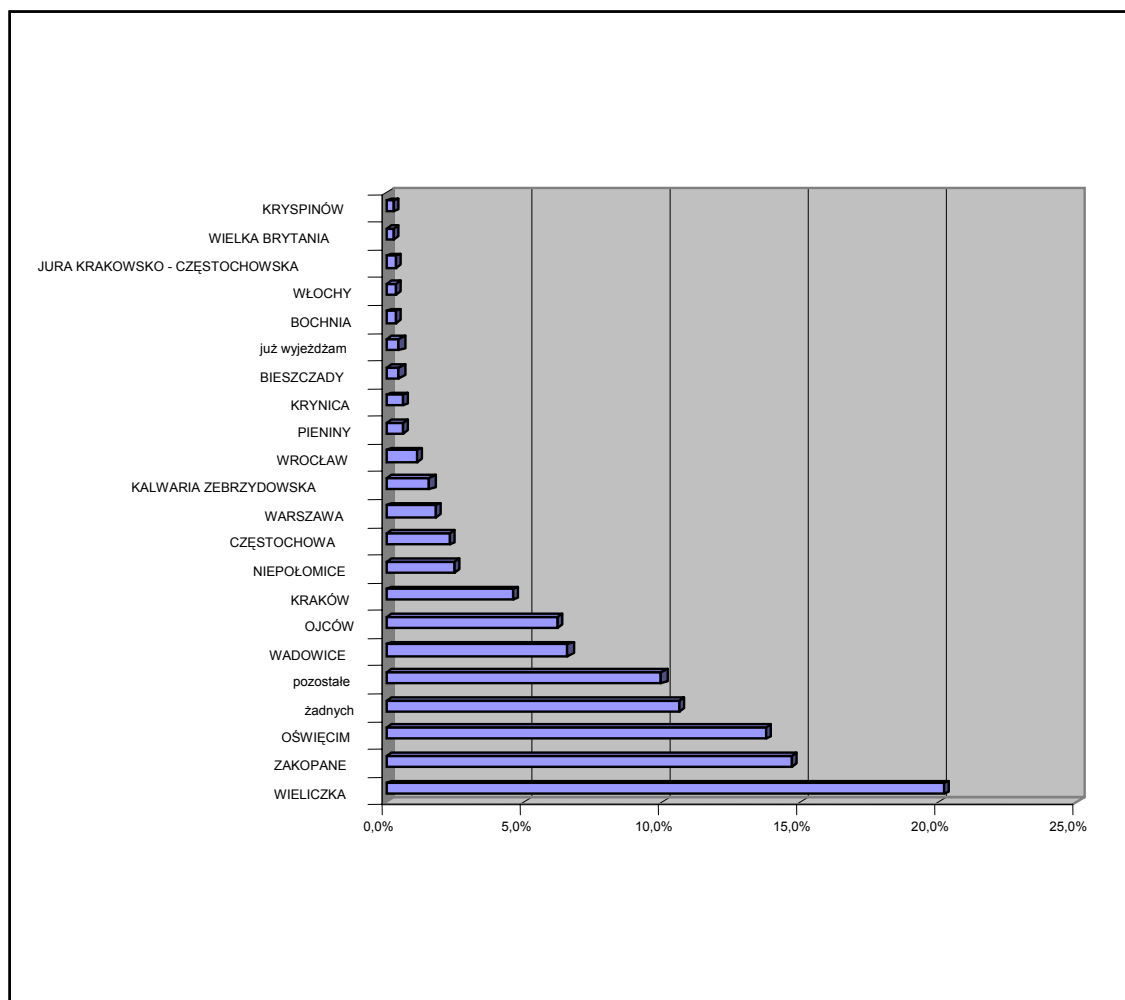
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Warto zauważyć, że w kilkunastu przypadkach Ankietowani wskazywali, co nie występowało w poprzednich latach, poszczególne miejsca we Włoszech i w Wielkiej Brytanii.

Podobnie jak w poprzednim pytaniu i w poprzednich latach badań, Respondenci w ponad 48% przypadków wskazywali Wieliczkę, Oświęcim lub Zakopane. Potwierdza to fakt, że Wieliczka, Oświęcim i Zakopane z Tatrami są „żelaznymi” punktami programów turystycznych gości przyjeżdżających do Krakowa (Rys. 61).

Rysunek 61

Procentowy rozkład odpowiedzi Ankietowanych na pytanie dotyczące zamiaru zobaczenia miejsc poza Krakowem podczas swego pobytu (dane za 2005 r.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Podobnie jak w poprzednim pytaniu wśród odpowiedzi Respondentów pojawiły się miejsca leżące w granicach administracyjnych samego Krakowa. Tutaj te poszczególne miejsca zostały, podobnie jak w poprzednim pytaniu, zgrupowane w kategorii „Kraków”.

### Usługi turystyczne Krakowa w opinii odwiedzających miasto

Turyści odwiedzający Kraków w 2005 roku oceniali, podobnie jak w poprzednich latach, pobyt i usługi w mieście w pięciostopniowej skali - bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle. Dodatkowo w aktualnych badaniach wprowadzono dwa pytania dotyczące możliwości płacenia kartą kredytową i dostępności Internetu. Ponownie w 2005 roku najwyżej turyści zagraniczni i krajowi ocenili atmosferę miasta, klimat miejsca odwiedzanego. Łącznie ocenę bardzo dobrą i dobrą przyznało 94% turystów zagranicznych i 93% turystów krajowych. W kolejnym roku wzrosła liczba ocen bardzo dobrych i dobrych, przy malejącej liczbie braków odpowiedzi. Zdecydowanie dobrze i bardzo dobrze jest oceniana przez turystów gościnność mieszkańców Krakowa i również zachowuje tendencję wzrostową w ocenach dobrych i bardzo dobrych. Powtarza się sytuacja, że częściej, oceniając gościnność i życzliwość ocenę bardzo dobrą wystawiali turyści zagraniczni niż krajowi. Krajowi natomiast wystawiają więcej ocen przeciętnych. Podobnie jak w 2003 r. i

2004 r. turyści bardzo wysoko oceniają specyficzną ofertę Krakowa, jaką jest atmosfera miasta, gościnność i życzliwość mieszkańców.

Imprezami kulturalnymi w Krakowie są dobrze oceniane zarówno przez turystów zagranicznych i krajowych. Liczba ocen bardzo dobrych i przeciętnych w obu badanych grupach jest na podobnym poziomie. Należy również zaznaczyć, że znaczny odsetek badanych (odpowiednio 41% i 33%) w ogóle nie udzieliło odpowiedzi i nie uczestniczyło w takich wydarzeniach.

Kolejną dobrze ocenianą przez turystów zagranicznych i krajowych sferą usług w Krakowie to szeroko rozumiana rozrywka. Jednak i w tym przypadku należy odnotować wysoki odsetek braku odpowiedzi (odpowiednio 36% i 33%). Bezwzględnie badania wykazują, że atutem turystycznym Krakowa są lokale gastronomiczne chętnie odwiedzane i bardzo wysoko oceniane przez turystów zagranicznych i krajowych (bardzo dobrze i dobrze ocenia odpowiednio 90% i 78% turystów). Zważywszy na preferowane sposoby spędzania czasu ocena ta nabiera istotnego znaczenia.

Informacja turystyczna i oznakowania turystyczne zostały przez turystów zagranicznych i krajowych oceniona, podobnie jak w 2003 i 2004 r. na poziomie dobrym i przeciętnym. Jednak w dalszym ciągu, w tych przypadkach, w obu badanych grupach około 28% turystów nie wyraziło swojej opinii. Ponownie w 2005 r. ocenę bardzo dobrą częściej stawiali turyści zagraniczni niż krajowi. Lepiej niż informacja turystyczna oceniane jest oznakowanie turystyczne miasta, które oceniane jest 2004 r. roku jako dobre.

Dostępność komunikacyjna nie sprawiała większych problemów turystom zagranicznym ani krajowym i oceniona została jako dobra i jest to lepsza ocena niż w 2003 r. i 2004 r. Brak odpowiedzi wśród turystów zagranicznych (36%) może wynikać ze zorganizowanego charakteru ich przyjazdu i pobytu w mieście. Na temat transportu lokalnego turyści rzadko wyrażali swoją opinię lub, jeżeli oceniali to przeciętnie.

Baza noclegowa w Krakowie nie budzi zastrzeżeń a turyści wystawiają jej głównie dobrą i bardzo dobrą ocenę. W dalszym ciągu turyści krajowi rzadziej korzystają z bazy noclegowej, ale 28% z pośród nich nie wyraziło swojej opinii na temat usług noclegowych przy 12% braku opinii turystów zagranicznych.

Na podobnym poziomie jak w poprzednich latach w 2005 r. zostały ocenione usługi przewodnickie, i już podobne uznanie wzbudzają wśród turystów krajowych i zagranicznych. Zaznaczmy jednak, że 40% turystów zagranicznych 45% turystów krajowych i nie zajęło stanowiska w ocenie tych świadczeń nie mając z nimi kontaktu.

Czystość ulic nie budzi większych zastrzeżeń i jest dobrze i przeciętnie oceniana przez turystów zagranicznych oraz przeciętnie i źle przez turystów krajowych, którzy jednak w 2005 r. stali się mniej krytyczni. Toalety publiczne podobnie oceniają turyści obu badanych grup i określają te usługi jako dobre i przeciętne. W 2005 r. toalety publiczne ponownie zostały lepiej ocenione przez turystów, ale w dalszym ciągu wśród wszystkich ocenianych elementów są najgorzej odbierane.

Jakość obsługi, jak co roku wysoko oceniona (oceny dobre i bardzo dobre odpowiednio wystawiło 71% turystów zagranicznych 65% turystów krajowych). Nie budzi zastrzeżeń dostęp do bankomatów, w które to miasto zdaniem turystów krajowych jest bardzo dobrze nasycone i zdaniem turystów zagranicznych dobrze. Również pozytywnie został oceniony dostęp do Internetu i punktów akceptujących karty kredytowe.

Kraków w 2005 r. jest odbierany jako miasto bezpieczne przez turystów zagranicznych i krajowych.

Tabela 75

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów zagranicznych w 2005 roku (%)

	<b>bardzo dobrze</b>	<b>dobrze</b>	<b>może być</b>	<b>źle</b>	<b>bardzo źle</b>	<b>Brak informacji</b>
Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby)	20,69%	30,97%	8,58%	3,76%	0,07%	35,93%
Gościnność	40,26%	51,10%	3,19%	0,78%	0,21%	4,46%
Jakość obsługi turystycznej	15,24%	55,92%	11,69%	1,98%	0,21%	14,95%
Toalety publiczne	4,18%	30,19%	24,03%	12,62%	4,68%	24,31%
Imprezy kulturalne	15,24%	27,43%	13,89%	2,13%	0,21%	41,11%
Bezpieczeństwo	10,91%	55,07%	16,87%	4,82%	0,64%	11,69%
Czystość na ulicach	11,06%	44,15%	21,33%	12,40%	0,99%	10,06%
Dostępność bankomatów	14,67%	30,76%	16,44%	7,51%	0,92%	29,70%
Gastronomię	47,63%	42,03%	3,97%	0,43%	0,00%	5,95%
Bazę noclegową	31,54%	46,56%	7,65%	2,06%	0,14%	12,05%
Informację turystyczną	10,70%	43,80%	15,10%	5,32%	0,28%	24,81%
Życzliwość mieszkańców	34,09%	45,29%	4,46%	1,77%	0,35%	14,03%
Oznakowanie turystyczne	17,29%	46,56%	15,10%	3,40%	1,06%	16,58%
Atmosferę miejscowości	68,25%	25,80%	1,28%	0,07%	0,14%	4,46%
Usługi przewodnickie	12,40%	37,21%	10,13%	0,71%	0,00%	39,55%
Dojazd do miejscowości	8,08%	46,70%	15,59%	12,33%	1,06%	16,23%
Transport lokalny	5,81%	27,71%	19,91%	9,85%	0,78%	35,93%
Możliwość płatności kartą kredytową	7,87%	25,09%	17,22%	4,75%	2,83%	42,24%
Dostępność do internetu	8,50%	28,07%	14,39%	4,25%	0,85%	43,94%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Tabela 76

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów krajowych w 2005 roku (%)

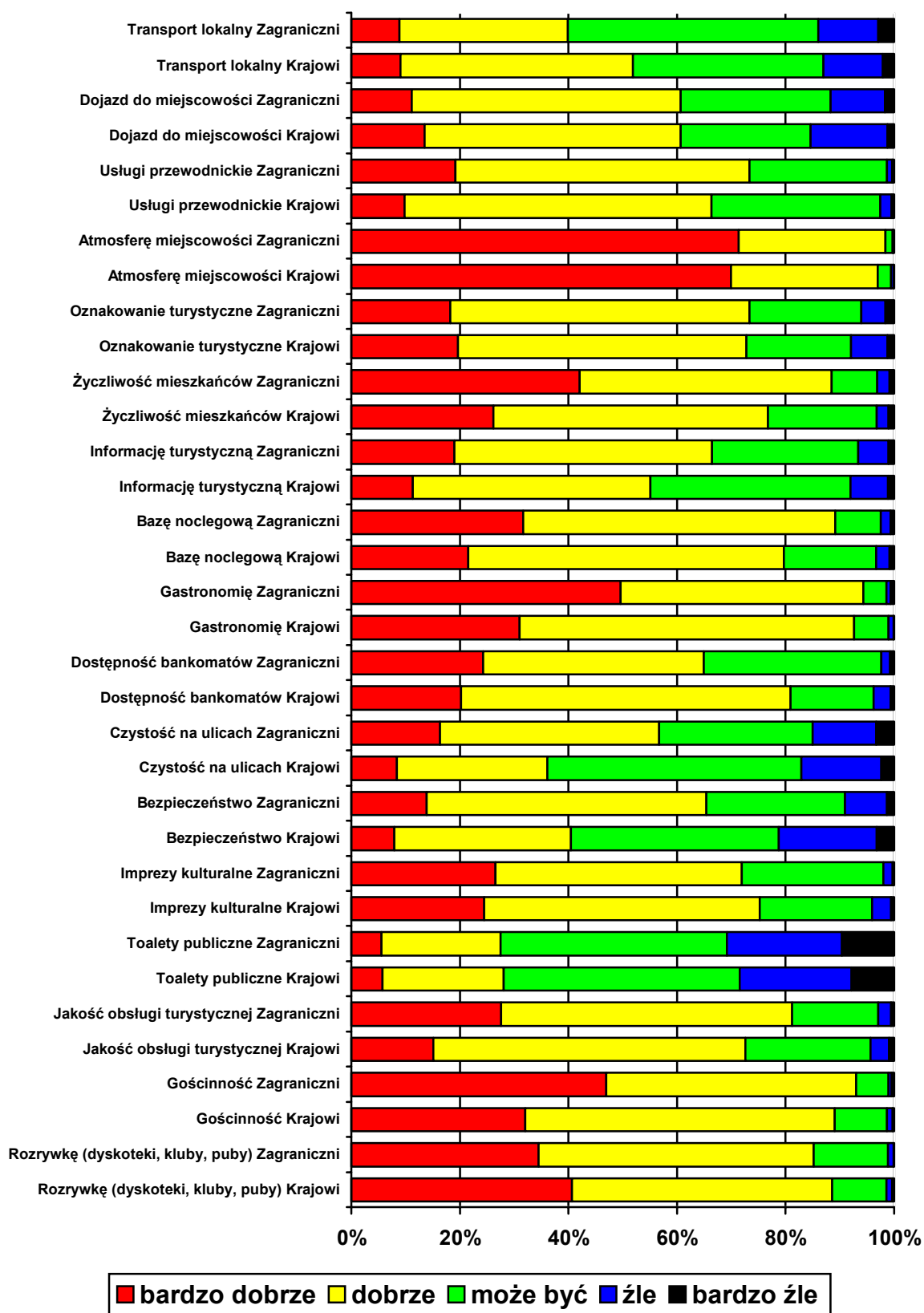
	<b>bardzo dobrze</b>	<b>Dobrze</b>	<b>może być</b>	<b>Źle</b>	<b>bardzo źle</b>	<b>Brak informacji</b>
Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby)	26,70%	26,27%	10,89%	2,08%	1,49%	32,57%
Gościnność	33,90%	53,82%	5,13%	2,30%	1,01%	3,84%
Jakość obsługi turystycznej	9,34%	55,31%	10,36%	1,55%	1,23%	22,21%
Toalety publiczne	3,47%	33,00%	26,64%	14,42%	3,95%	18,53%
Imprezy kulturalne	18,53%	31,93%	13,40%	1,71%	0,59%	33,85%
Bezpieczeństwo	6,62%	44,26%	26,00%	11,27%	1,23%	10,62%
Czystość na ulicach	6,51%	47,20%	19,86%	15,27%	1,76%	9,40%
Dostępność bankomatów	10,73%	44,53%	11,80%	4,48%	1,17%	27,28%
Gastronomię	33,05%	45,22%	9,18%	1,55%	0,91%	10,09%
Bazę noclegową	21,14%	38,23%	9,08%	2,72%	0,59%	28,24%
Informację turystyczną	6,46%	44,05%	16,12%	3,63%	0,96%	28,78%
Życzliwość mieszkańców	26,96%	46,93%	8,17%	4,97%	0,59%	12,39%
Oznakowanie turystyczne	17,73%	47,46%	14,90%	3,52%	1,12%	15,27%
Atmosferę miejscowości	72,24%	21,04%	1,87%	0,48%	0,64%	3,74%
Usługi przewodnickie	5,82%	32,14%	14,79%	0,85%	0,69%	45,70%
Dojazd do miejscowości	11,59%	53,71%	12,71%	10,25%	1,23%	10,52%
Transport lokalny	7,74%	38,07%	14,68%	8,17%	1,76%	29,58%
Możliwość płatności kartą kredytową	6,35%	25,89%	17,73%	5,87%	1,44%	42,71%
Dostępność do Internetu	8,12%	28,03%	19,59%	3,36%	1,01%	39,88%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.



Rysunek 62

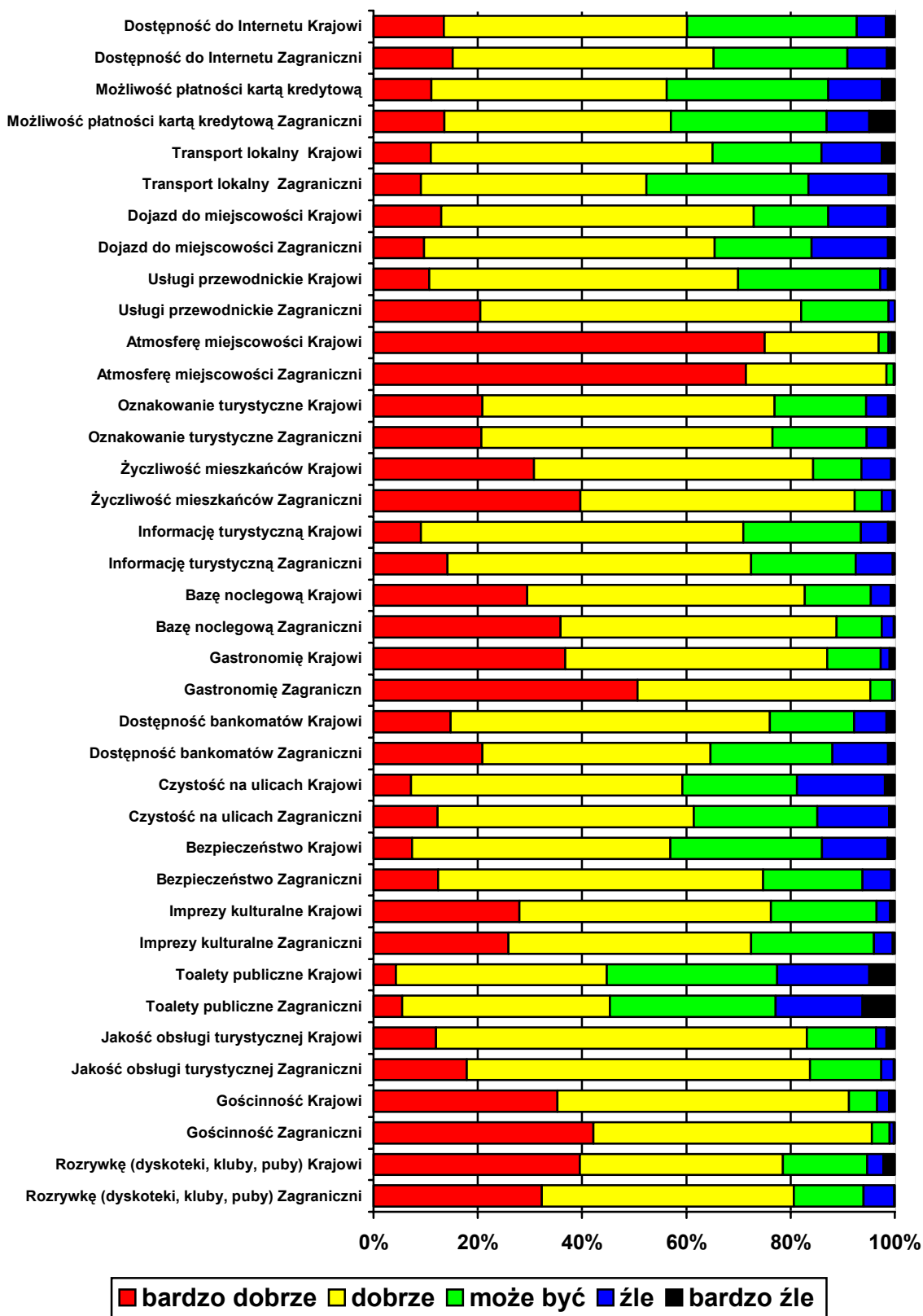
Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów zagranicznych i krajowych w 2004 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Rysunek 63

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków turystów krajowych i zagranicznych w 2005 r.



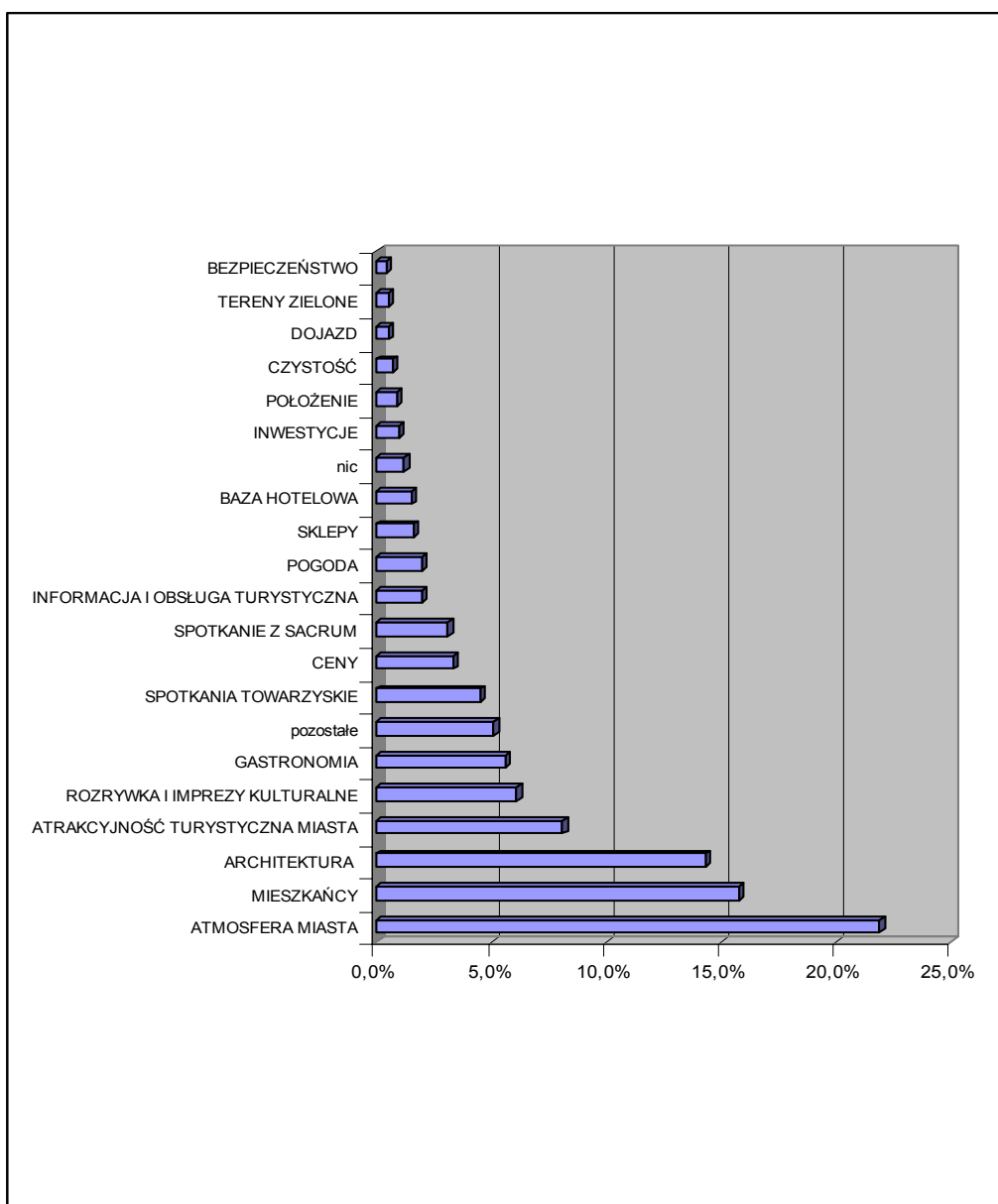
## Pozytywne aspekty pobytu

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

Jak pokazuje Rys.64 trzy pierwsze aspekty tj. atmosfera miasta, mieszkańcy (życzliwość, gościnność, uprzejmość itd.) oraz architektura miasta (zabytki, tradycja, historia itp.) stanowią ponad 50% odpowiedzi Respondentów.

Rysunek 64

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



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Tabela 77

Ranking pozytywnych aspektów pobytu w Krakowie w 2005 r.

Pozytywne aspekty	Pozycja w rankingu	Udział %
ATMOSFERA MIASTA (klimat miasta)	1	21,9%
MIESZKAŃCY (gościnność, życzliwość, uprzejmość, otwartość)	2	15,8%
ARCHITEKTURA (zabytki, historia, obiekty kultury)	3	14,3%
ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA MIASTA (oferta ogólnie)	4	8,1%
ROZRYWKA I IMPREZY KULTURALNE	5	6,1%
GASTRONOMIA (potrawy i obiekty)	6	5,6%
SPOTKANIA TOWARZYSKIE (rodzina, znajomi i in.)	7	5,1%
CENY	8	4,5%
SPOTKANIE Z SACRUM	9	3,3%
INFORMACJA I OBSŁUGA TURYSTYCZNA (oznakowanie)	10	3,1%
POGODA	11	2,0%
SKLEPY (zakupy)	12	2,0%
BAZA HOTELOWA	13	1,6%
nic	14	1,5%
INWESTYCJE	15	1,2%
POŁOŻENIE (baza wypadowa w inne miejsca, bliskość)	16	1,0%
CZYSTOŚĆ	17	0,9%
DOJAZD	18	0,7%
TERENY ZIELONE	19	0,5%
BEZPIECZEŃSTWO	20	0,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

W porównaniu z latami poprzednimi odpowiedzi Respondentów nieco się zmieniły. W bieżącym roku zostało wyszczególnionych więcej kategorii, które pozwalają na bliższe przyglądnięcie się opiniom turystów. Do nowych kategorii, które pojawiły się w tym pytaniu dopiero w bieżącym roku należy zaliczyć: rozrywkę i imprezy kulturalne, spotkanie z Sacrum (chodzi tutaj m.in. o możliwość modlitwy, kościoły, synagogi, osobę Ojca Świętego Jana Pawła II i in.), sklepy, czy inwestycje. W przypadku ostatniej wymienionej grupy odpowiedzi – zwracano uwagę na zmiany, jakie nastąpiły w Krakowie w ostatnich 15 latach. Paradoksalnie remonty i przebudowy w mieście, zresztą niestety odbywające się w głównym sezonie turystycznym, spowodowały, poza utyskiwaniem na niedogodności, że Goście dostrzegli zmiany, jakie nastąpiły w infrastrukturze Krakowa. Jeden z Respondentów pisze: „*Kraków jest rozgrzebany - ale to dobrze - wreszcie drgnęły miejskie inwestycje*”.

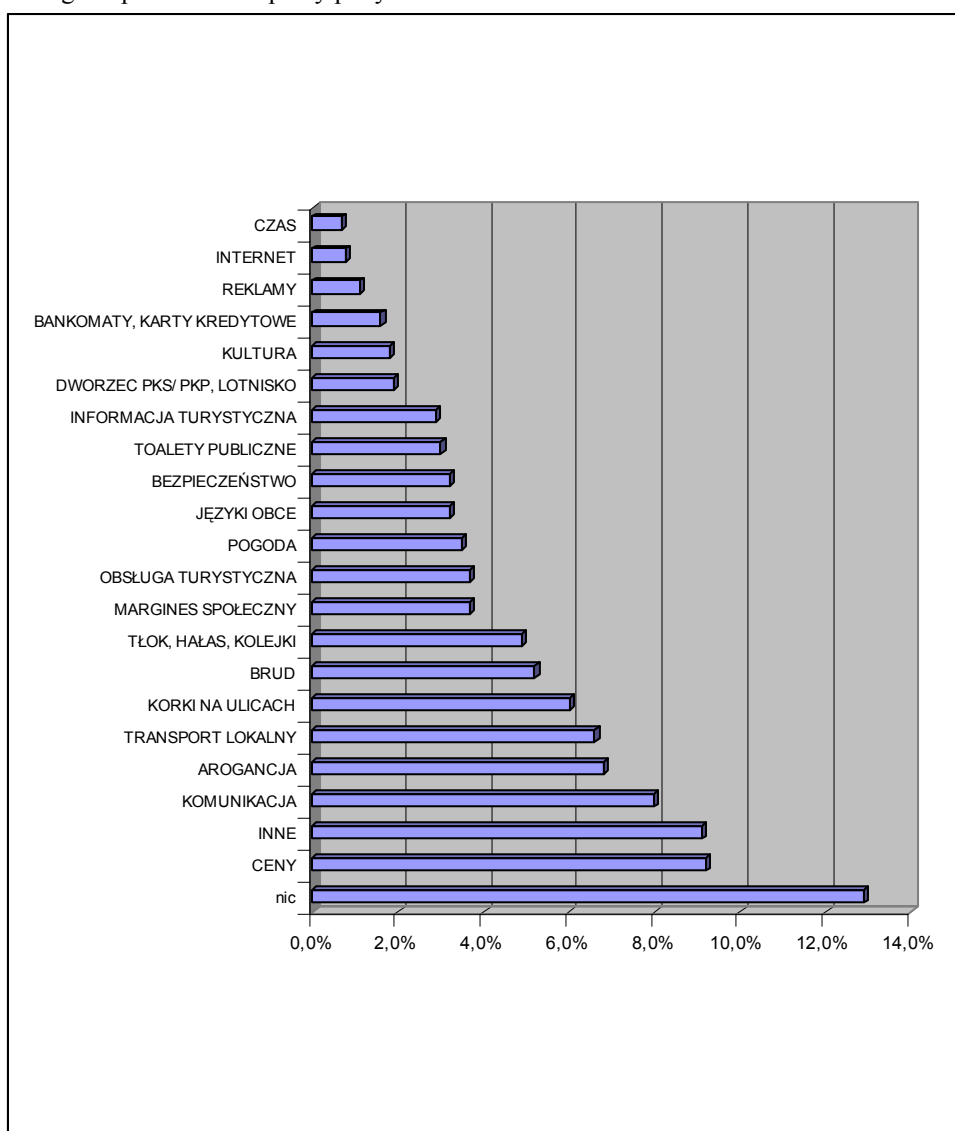
W wielu wypowiedziach przewijało się stwierdzenie wskazujące na „*uropejskość Krakowa*”. Jeden z Respondentów pisze: „*obawiałem się trochę post komunistycznej egzotyki*”. W ogóle lektura opinii turystów w tym punkcie jest niezwykle interesująca – pokazuje ona jak postrzegane jest miasto, a jest to bardzo ważne z punktu widzenia kształtowania wizerunku Krakowa. Do ciekawszych stwierdzeń, właśnie z punktu widzenia postrzegania miasta przez Gości, oddających całokształt tegorocznych opinii Respondentów – można zaliczyć następujące: „*Dominujące wrażenia to Kraków - miasto zabytków, restauracji, ulicznych imprez i zabaw*”, czy inną: „*Mimo, że tyle kościołów można tu solidnie nagrzeszyć*” – na to można dodać z humorem, że będzie się gdzie później wypowiadać.

## Negatywne aspekty pobytu

Uzyskanie opinii gości odwiedzających Kraków na temat negatywnych aspektów pobytu, stanowi bardzo ważną informację dla Władz Miasta czy osób/instytucji przygotowujących ofertę turystyczną Krakowa. Uzyskane wyniki, co potwierdza najwyższy procent odpowiedzi „nic”, wskazują na stosunkowo niski odbiór negatywnych wrażeń z pobytu w mieście (Rys. 65).

Rysunek 65

Negatywne wg Respondentów aspekty pobytu w Krakowie w 2005 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Szczególnie negatywnie, w bieżącym roku, osoby odwiedzające miasto postrzegały wysokość cen oraz szeroko rozumianą komunikację. W tym drugim przypadku szczególnie narzekano na dojazd do Centrum Krakowa (w tym oznakowanie), na „zakopiankę”, stan dróg oraz niedogodności związane z remontami w środku sezonu turystycznego. Do grupy tej można by jeszcze włączyć zestawienie odpowiedzi związanych z korkami na ulicach (6,0% wskazań), ale ze względu na duży odsetek negatywnych odpowiedzi, grupa ta została osobno wyodrębniona. Podobnie z resztą jak „transport miejski”, co, do którego było stosunkowo dużo zastrzeżeń. Przede wszystkim dotyczących komunikacji nocnej, przeładowania taboru czy nieuprzejmego zachowania kontrolerów.

Bardzo negatywnie odbierane przez turystów jest zachowanie niektórych osób – w tym szczególnie – nachalność żebraków, bezdomnych czy złodziejstwo i chuligaństwo. Szczegółowy ranking udzielonych odpowiedzi przedstawia Tab.78.

Tabela 78

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

Negatywny aspekt	Pozycja w rankingu	Udział %
nic	1	12,9%
CENY	2	9,2%
KOMUNIKACJA (dojazd, parkingi, remonty dróg, nawierzchnie itp.)	3	9,1%
AROGANCJA (chamstwo, chuligaństwo, kradzieże, blockersi, dresiarze, antysemityzm itp.)	4	8,0%
TRANSPORT LOKALNY	5	6,8%
KORKI NA ULICACH	6	6,6%
BRUD	7	6,0%
TŁOK, HAŁAS, KOLEJKI	8	5,2%
OBSŁUGA TURYSTYCZNA (hotele, gastronomia, biura turystyczne, taksówki i in.)	9	4,9%
MARGINES SPOŁECZNY (biedacy, żebracy, bezdomni, pijacy, narkomani, prostytutki)	10	3,7%
POGODA	11	3,7%
BEZPIECZEŃSTWO	12	3,5%
JĘZYKI OBCE (nieznajomość, napisy obcojęzyczne i in.)	12	3,2%
TOALETY PUBLICZNE	13	3,2%
DWORZEC PKS/ PKP, LOTNISKO	14	3,0%
INFORMACJA TURYSTYCZNA (oznakowanie)	14	2,9%
KULTURA (wydarzenia, instytucje, obiekty)	15	1,9%
BANKOMATY, KARTY KREDYTOWE	16	1,8%
REKLAMY (graffiti)	17	1,6%
INTERNET (dostęp)	18	1,1%
CZAS	19	0,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Stosunkowo spora liczba Ankieterowanych zwracała uwagę na nieznajomość języków obcych przez mieszkańców miasta, szczególnie innych niż język angielski. Wydaje się, że po wstąpieniu Polski do UE te wymagania wzrosły w opinii turystów.

W porównaniu z ubiegłymi latami w bieżącym roku należy odnotować mniejszą liczbę negatywnych wskazań dla „toalet” i „brudu na ulicach”. Natomiast częściej niż w poprzednich latach, goście wskazywali jako czynnik negatywny: „ceny” i „arogancję (chamstwo)”.

## Największe atrakcje turystyczne

a) w tej miejscowości

Pośród trzech atrakcji turystycznych Krakowa Respondenci najczęściej wskazywali Rynek Główny wraz z Drogą Królewską, Wawel oraz Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach. Interesująco przedstawia się ranking 10 najczęściej wskazywanych przez Respondentów głównych atrakcji turystycznych miasta wg lat badań (Tab.79).

Tabela 79

Atrakcje turystyczne miasta wskazywane przez Respondentów w latach 2003 i 2005.

Atrakcje	Pozycja w rankingu	
	2003	2005
RYNEK GŁÓWNY (w tym Stare Miasto, Droga Królewska)	2	1
WAWEL (w tym Katedra, Dzwon Zygmunta, komnaty i in.)	1	2
SANKTUARIUM BOŻEGO MIŁOSIERDZIA W ŁAGIEWNIKACH	9	3
SUKIENNICE (wraz z muzeum)	5	4
BAZYLIKA MARIACKA (w tym Ołtarz Wita Stwosza)	3	5
KULTURA I ROZRYWKA (teatr, filharmonia, opera, wystawa, koncert, kino, klub, dyskoteka, impreza)	-	6
KAZIMIERZ (jako całość)	4	7
GASTRONOMIA (obiekty i potrawy)	-	8
POZOSTAŁE KATOLICKIE OBIEKTY SAKRALNE (kościół, klasztor, cmentarze, „okno papieskie” i in.)	6	9
TERENY SPACEROWE (Błonia, Planty, wały wiślane, bulwary i in.)	-	9
BARBAKAN (w tym Brama i ulica Floriańska)	7	-
KOPCE (T. Kościuszki, J. Piłsudskiego, Kraka, Wandy)	8	-
PARK WODNY	10	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Jak widać z tabeli czołówkę, zapadających w pamięci gości atrakcji turystycznych, stanowią m.in. obiekty sakralne, w tym: Katedra wawelska, Bazylika Mariacka czy Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach<sup>6</sup>. Co do tego ostatniego obiektu należy zauważyć, że jego rola w opinii gości z roku na rok jest coraz większa.

<sup>6</sup> Wśród innych obiektów sakralnych ankietowani wymieniali następujące kościoły: św. Franciszka z Asyżu ojców franciszkanów, św. Trójcy ojców dominikanów, św. Michała Archanioła i św. Stanisława na Skałce, śś. Piotra i Pawła, św. Anny, Bożego Ciała (w tym roku odbyły się uroczystości podniesienia kościoła do godności Bazyliki Mniejszej), św. Wojciecha, św. Andrzeja, św. Krzyża, św. Bernardyna ze Sieny ojców bernardynów, św. Barbary, czy Nawiedzenia NMP ojców karmelitów na Piasku.

Pełny ranking odpowiedzi udzielonych w bieżącym roku przez Respondentów, uwzględniający powyżej 30 odpowiedzi przedstawia Tab.80.

Tabela80

Ranking atrakcji wskazywanych przez Respondentów w związku z pobytem w Krakowie w 2005 r.

Atrakcje	Pozycja w rankingu	Udział %
RYNEK GŁÓWNY (Stare Miasto, Droga Królewska)	1	24,0%
WAWEL (komnaty, Katedra, dzwon Zygmunta, smocza jama i in.)	2	21,6%
SANKTUARIUM BOŻEGO MIŁOSIĘDZIA W ŁAGIEWNIKACH	3	6,4%
SUKIENNICE (w tym Galeria - muzeum, kramy)	4	6,1%
BAZYLIKA MARIACKA (w tym Ołtarz Wita Stwosza)	5	5,8%
KULTURA I ROZRYWKA (kino, teatr, wystawa, filharmonia, opera, klub, dyskoteka, koncert, impreza)	6	5,5%
GASTRONOMIA (obiekty i potrawy)	8	3,5%
DZIELNICA KAZIMIERZ (atmosfera)	8	5,3%
POZOSTAŁE KATOLICKIE OBIEKTY SAKRALNE (kościół, klasztor, cmentarze, „okno papieskie”, miejsca związane z Janem Pawłem II i in.)	9	3,0%
TERENY SPACEROWE (Błonia, Planty, wały wiślane, bulwary i in.)	9	3,0%
CENTRA REKREACJI (Aquapark, Oceanarium, Zoo, Ogród Botaniczny)	10	2,1%
MUZEA (obrazy, obiekty z wyjątkiem Sukiennic, UJ i Starej Synagogi)	11	2,0%
ZAKUPY (centra handlowe, zakupy, pamiątki, ceny)	12	1,4%
KOPCE (J. Piłsudskiego, T. Kościuszki, Kraka, Wandy)	13	1,4%
BARBAKAN (w tym Brama Floriańska, ul. Floriańska)	14	1,2%
RATUSZ	15	1,0%
KAZIMIERZ RELIGIJNY (synagogi, cmentarze żydowskie, Stara Synagoga)	16	0,9%
WIEŻA MARIACKA (w tym hejnał)	17	0,8%
OBRZEŻA KRAKOWA (Tynec, Bielany, Bronowice, Mogiła, Nowa Huta, Zakrzówek)	18	0,7%
UJ (budynki, muzeum, wydarzenia)	19	0,5%
INNE (nie mieszczące się w poprzednich grupach)		3,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Podobnie jak w poprzednich latach Rynek Główny i Wawel są głównymi atrakcjami turystycznymi miasta i oba te miejsca były wskazywane przez blisko połowę Respondentów. Należy zauważyć, że spoza obrębu ścisłego Centrum (rozumianego jako Stare Miasto i Kazimierz), w bieżącym roku pojawiło się sporo nowych atrakcji. I tak ankietowani kilkakrotnie wskazali np.: Bronowice (Rydłówka), Mogiłę (Sanktuarium Pana Jezusa Mogińskiego), Nową Hutę (choć częściej występuje ona w kolejnym pytaniu), Zakrzówek, Galerię Kazimierz oraz podobnie jak w poprzednich latach, ale znacznie częściej – Zoo, Ogród Botaniczny, kopce – zwłaszcza Wandy i Kraka. Po raz pierwszy w bieżącym roku wśród szeroko rozumianych przez Gości atrakcji, pojawiły się centra handlowe, pamiątki i in. – zgrupowane pod wspólnym szyldem „zakupów”. Jest to nowy aspekt w wypowiedziach Respondentów dotyczących Krakowa.

Zdecydowanie z roku na rok Respondenci wykazują znajomość coraz szerszej i różnicowanej oferty turystycznej Krakowa.



b) poza tą miejscowością

Odwiedzający Kraków, poza miastem, najczęściej, jak z resztą co roku, wymieniali: Wieliczkę (kopania soli), Oświęcim (obóz koncentracyjny Auschwitz – Birkenau) oraz Zakopane z Tatrami. Wymienione trzy wskazania zgromadziły ponad 68% odpowiedzi.

W bieżącym roku, znacznie częściej niż dotychczas, pojawiły się wskazania: Kalwaria Zebrzydowska (Sanktuarium Matki Bożej, dróżki), Wadowice (dom rodzinny Jana Pawła II) oraz Częstochowy, w tym Jasnej Góry. Niewątpliwie jest to związane ze śmiercią Ojca Świętego Jana Pawła II i wzrostem zainteresowania Jego Osobą. Szczegółowy ranking odpowiedzi Respondentów przedstawia Tab.81.

Tabela 81  
Ranking atrakcji wskazywanych przez Respondentów spoza Krakowa w 2005 r.

Atrakcje	Pozycja w rankingu	Udział %
WIELICZKA	1	41,1%
OŚWIĘCIM (obóz koncentracyjny)	2	14,7%
ZAKOPANE - TATRY	3	12,8%
OJCÓW (Pieskowa Skała, Szlak Orlich Gniazd, Jurajski Park Krajobrazowy)	4	6,5%
WADOWICE (dom Jana Pawła II, Bazylika)	5	5,4%
CZĘSTOCHOWA	6	2,7%
NIEPOŁOMICE	7	1,8%
WARSZAWA	8	1,7%
WROCLAW	9	1,1%
KALWARIA ZEBRZYDOWSKA (dróżki)	10	1,0%
SPLYW DUNAJCEM (Czorsztyn, Niedzica, Szczawnica)	11	0,9%
SŁOWACJA	12	0,7%
GDAŃSK	13	0,6%
KRYNICA ZDRÓJ	14	0,6%
BOCHNIA	15	0,4%
WIŚNICZ	16	0,4%
KRYSPINÓW	17	0,3%
CZERNA	17	0,3%
INNE (nie mieszczące się w poprzednich grupach)		7,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

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

## Atrakcje, które turyści odwiedziliby podczas następnego pobytu

Pytanie 22 ankiety jest bardzo istotne dla instytucji promujących miasto z punktu widzenia przygotowania oferty turystycznej w przyszłości. Pozwala zwrócić uwagę na trendy w zakresie wyboru przez Gości atrakcji turystycznych miasta podczas kolejnej wizyty (Tab.82).

Tabela 82

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

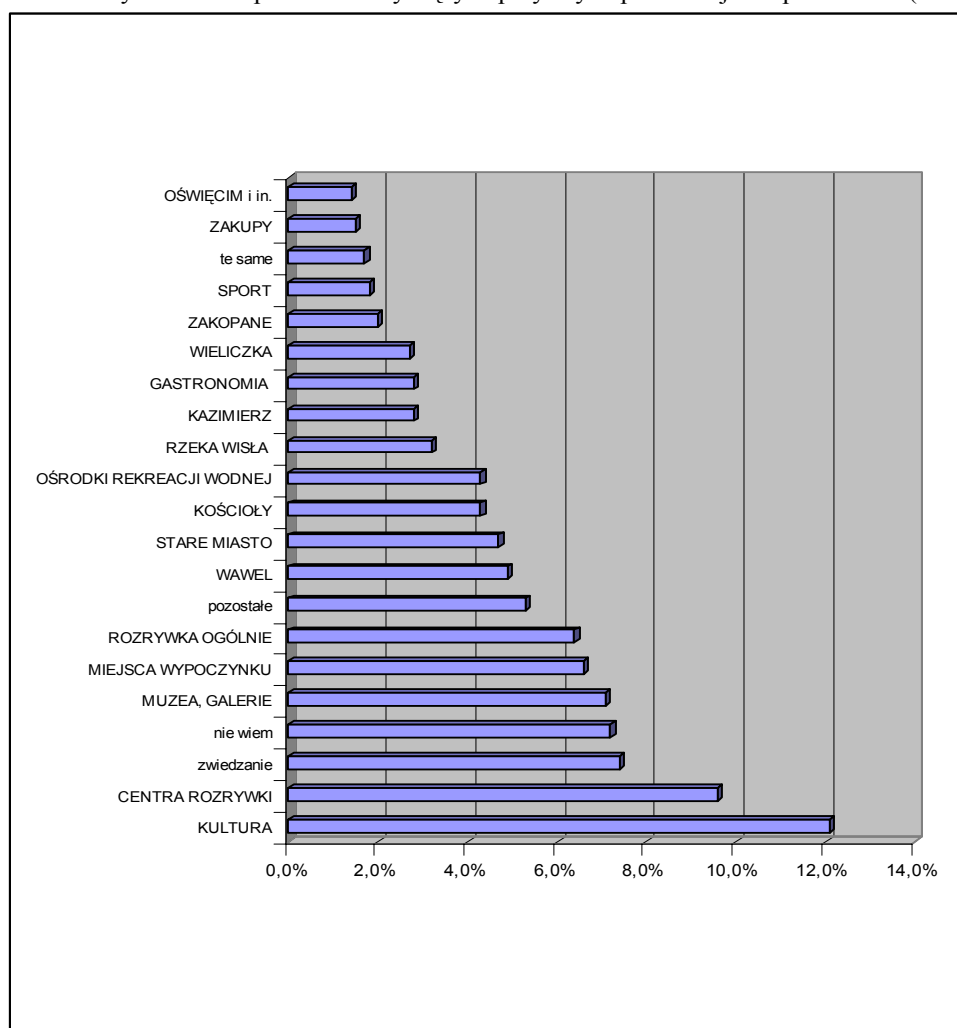
Atrakcje	Pozycja w rankingu	Udział %
KULTURA (spektakle, instytucje - teatr, filharmonia, opera, amfiteatr i in.)	1	12,1%
CENTRA ROZRYWKI (kluby, puby, dyskoteki, kino)	2	9,6%
zwiedzanie (ogólnie, zabytki)	3	7,4%
nie wiem	4	7,2%
MUZEA, GALERIE (ekspozycje)	5	7,1%
MIEJSCA WYPOCZYNKU (zoo, ogród botaniczny, kopiec Kościuszki, Błonia, park Jordana i in.)	6	6,6%
ROZRYWKA OGÓLNIIE (imprezy, koncerty)	7	6,4%
WAWEL	8	5,3%
STARE MIASTO (Rynek Główny, Barbakan, Sukiennice, zabytkowe budynki UJ, Dom Długosza, Pałac Potockich i inne w obrębie Plant)	9	4,9%
KOŚCIOŁY (Kościół Mariacki, Sanktuarium Bożego Miłosierdzia, cmentarze i in.)	10	4,7%
OŚRODKI REKREACJI WODNEJ	11	4,3%
WISŁA (rejs statkiem)	12	4,3%
KAZIMIERZ (cmentarze żydowskie, synagogi)	13	3,2%
GASTRONOMIA	13	2,8%
WIELICZKA (kopalnia soli)	14	2,8%
ZAKOPANE (Tatry)	15	2,7%
SPORT (baza, imprezy)	16	2,0%
te same	17	1,8%
ZAKUPY (Galeria Kazimierz i in.)	18	1,7%
OŚWIĘCIM, WADOWICE, KALWARIA ZEBRZYDOWSKA	19	1,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Najwyższą liczbę wskazań uzyskała grupa nazwana umownie „kultura”. Kryją się tutaj odpowiedzi dotyczące preferencji w zakresie konkretnych spektakli (teatr, opera) czy np. koncertów (filharmonia – np. koncert Nigela Kennedy’ego). Szczególnie często wskazywano tutaj teatry: Stary i Słowackiego. Kraków jest postrzegany przez Respondentów jako miasto wielkich (choć także tych mniejszych) wydarzeń kulturalnych i tego turyści oczekują. Chcą również dobrze się zabawić – czyli skorzystać z oferty rozrywkowej. Co ciekawe w bieżącym roku, w stosunku do poprzednich lat, zmieniła się na trzech pierwszych miejscach kolejność odpowiedzi. W 2003 r. dominowało zwiedzanie (w 2005 r. 3 miejsce), później rozrywka (w 2005 r. tak samo 2 miejsce), a dopiero później szeroko pojęta kultura (w 2005 r. 1 miejsce). Po raz pierwszy także w tym pytaniu, pojawiła się znacznie większa liczba wskazań zakupów (1,5% odpowiedzi). Trzeba tutaj zwrócić uwagę na stosunkowo wysoki wskaźnik odpowiedzi „nie wiem” – 7,2% (Rys.66).

Rysunek 66

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



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Dla wielu Ankietowanych, nawet „stałych bywalców”, w bieżącym roku odkryciem i zaskoczeniem pozytywnym szczególnie były: Muzeum Inżynierii Miejskiej, Oceanarium czy Galeria Kazimierz.

### Ocena wysokości cen do jakości usług

Turyści podczas pobytu w Krakowie w 2005 r. ocenili stosunek cen do jakości świadczonych usług w trzystopniowej skali – niski, odpowiedni, wysoki – z możliwością nie wyrażania opinii.

Podobnie jak w latach 2003 i 2004 noclegi i gastronomia uzyskały najwyższe wskaźniki cen odpowiednich do jakości świadczonych usług. Przy czym w ocenie gastronomii podobny procent turystów zagranicznych i krajowych uznał ceny za odpowiednie, ale wyraźnie różnice w opinii możemy usłyszeć przy określeniu cen jako niskie czy jako wysokie.

Poddając analizie poszczególne kategorie odpowiedzi udzielanych przez badanych turystów, pomijając wysoki procent braku odpowiedzi, można przyjąć, że większość cen usług jest uważanych za odpowiednie w stosunku do jakości. Świadczyć to może o zróżnicowaniu oferty, która odpowiada popytowi i sytuacji materialnej osób odwiedzających Kraków. Wysoki i na stosunkowo równym poziomie wskaźniki cen odpowiednich uznali turyści zagraniczni i krajowi w usługach takich jak gastronomia, muzea, kluby i dyskoteki, przewodnicy i transport lokalny. Najwyższe wskaźniki cen uznanych zbyt wysokie wśród turystów krajowych to noclegi (39%), transport lokalny (23%) i gastronomia (38%).

Tabela 83

Ocena wysokości cen do jakości świadczonych usług odwiedzających Kraków w 2005 roku (w %)

		transport lokalny	teatr, kino	przewodnik	noclegi	muzea	imprezy	gastronomia	kluby, dyskoteki, puby	baza sportowo rekreacyjna.	inne
<b>brak oceny</b>	Zagraniczni	47,12	84,58	48,26	7,96	35,54	70,58	4,12	55,15	86,14	97,37
	Krajowi	36,09	52,80	58,90	32,12	40,39	52,86	8,76	48,56	63,26	97,77
<b>ceny niskie:</b>	Zagraniczni	19,40	5,33	11,51	12,79	21,32	10,09	26,37	14,36	4,19	1,00
	Krajowi	1,74	1,09	0,65	1,69	3,21	3,54	0,93	1,80	1,36	0,16
<b>Ceny odpowiednie:</b>	Zagraniczni	27,72	9,45	36,32	66,81	39,16	18,12	60,91	27,86	8,96	1,35
	Krajowi	38,49	33,86	30,10	26,29	44,53	37,89	51,77	32,23	25,04	1,31
<b>Ceny wysokie:</b>	Zagraniczni	5,76	0,64	3,91	12,44	3,98	1,21	8,60	2,63	0,71	0,28
	Krajowi	23,68	12,25	10,34	39,90	11,87	5,72	38,54	17,42	10,34	0,76

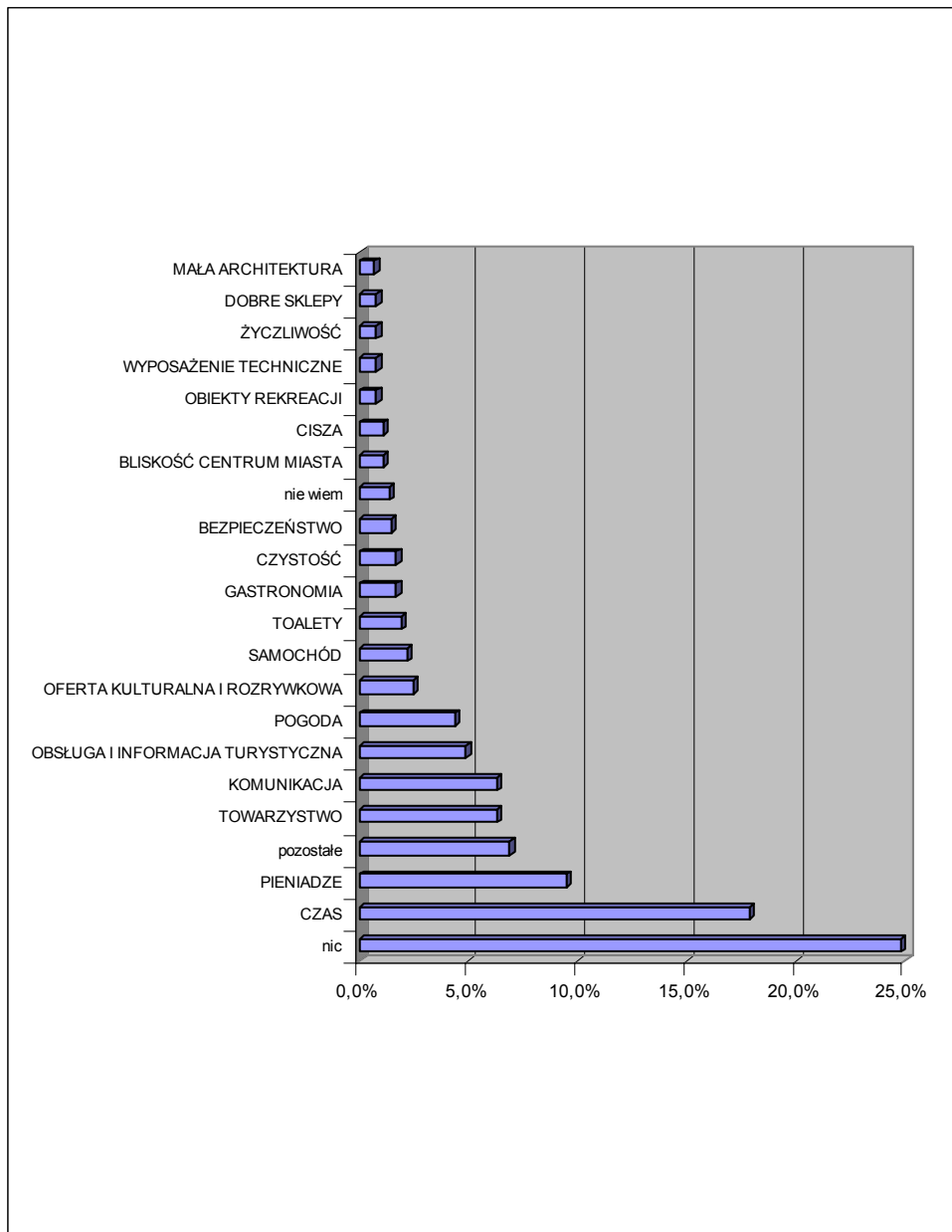
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

## Mankamenty pobytu

Jako podstawowy mankament swojego pobytu w Krakowie, Respondenci, ogółem w ponad 50% przypadków wskazali, że niczego im nie brakowało, ewentualnie czasu albo pieniędzy (Rys.67).

Rysunek 67

Mankamenty pobytu w Krakowie wskazane przez Respondentów w 2005 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące braków przedstawia poniższa Tab.84.

Tabela 84  
Ranking negatywnych wskazań Respondentów w 2005 r.

Wady pobytu	Pozycja w rankingu	Udział %
nic	1	24,8%
CZAS	2	17,9%
PIENIĄDZE	3	9,5%
TOWARZYSTWO (rodzina, znajomi)	4	6,9%
KOMUNIKACJA (drogi, nawierzchnia, dojazdy itp.)	4	6,3%
OBŚLUGA I INFORMACJA TURYSTYCZNA (w tym znajomości języków obcych)	5	6,3%
POGODA	6	4,9%
OFERTA KULTURALNA I ROZRYWKOWA	7	4,4%
SAMOCHÓD (wypożyczalnie, skutery itp.)	8	2,5%
TOALETY (czystość, nieodpłatność za korzystanie itp.)	9	2,2%
GASTRONOMIA (rodzime potrawy, jakość potraw itp.)	10	1,9%
CZYSTOŚĆ	11	1,7%
BEZPIECZENSTWO	12	1,7%
nie wiem – zbyt krótki pobyt	13	1,5%
BLISKOŚĆ CENTRUM MIASTA (dobry dojazd, lokalizacja hoteli itp.)	14	1,4%
CISZA	15	1,1%
OBIEKTY REKREACJI	16	1,1%
WYPOSAŻENIE TECHNICZNE (bankomaty, Internet, komputer, możliwość płacenia kartami kredytowymi)	16	0,8%
DOBRE SKLEPY	17	0,8%
ŻYCZLIWOŚĆ	18	0,8%
MAŁA ARCHITEKTURA (kosze, ławki itp.)	19	0,8%

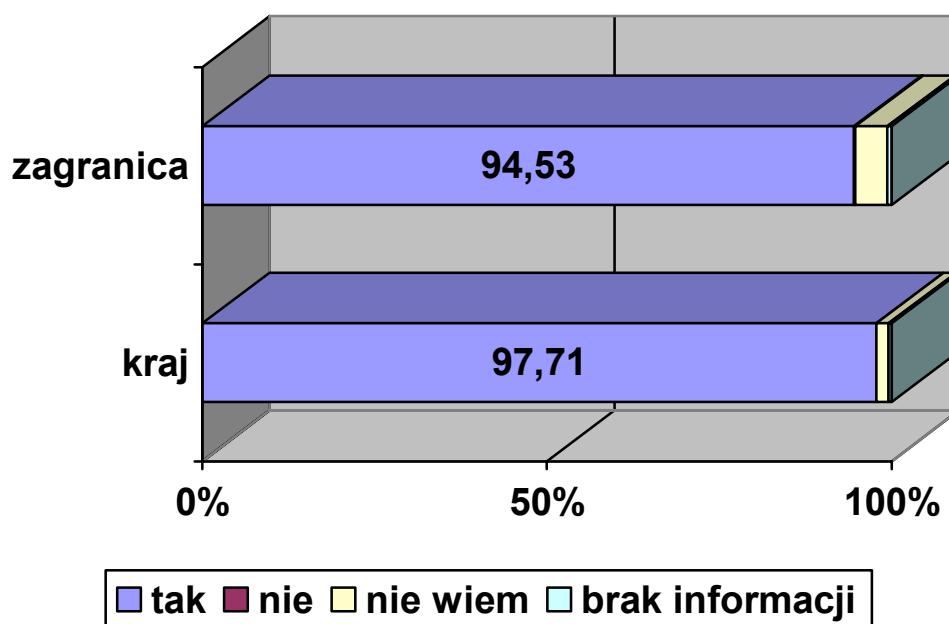
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

W bieżącym roku, w porównaniu z poprzednimi latami zmniejszył się odsetek wskazań dot. m.in. braków w infrastrukturze komunikacyjnej czy potrzeby ciszy i spokoju. Natomiast nie zmieniły się opinie na temat informacji i obsługi ruchu turystycznego. Każdego roku stanowią one po kilka procent odpowiedzi. Niestety każdego roku wysoką pozycję w rankingach odpowiedzi stanowi „brak pogody”, ale na to w naszej strefie klimatycznej nikt nic nie poradzi.

## Kraków – godny polecenia znajomym

Rysunek 68

Czy odwiedzający Kraków w 2005 r. poleci odwiedzone miasto swoim znajomym?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Tabela 85

%	Polska	zagranica
<b>Tak</b>	97,71	94,53
<b>Nie</b>	0,05	0,21
<b>nie wiem</b>	1,80	4,62
<b>brak informacji</b>	0,44	0,64

Podobnie jak w roku ubiegłym ogólna ocena pobytu w Krakowie zarówno przez odwiedzających krajowych jak i zagranicznych jest bardzo wysoka. Bez pięciu procent osób niezdecydowanych, wszyscy goście zagraniczni polecą Kraków swoim znajomym. Jeszcze bardziej pozytywną odpowiedź udzielili w roku 2005 turyści krajowi – 97,71%. Jak widać różnice są nieznaczne i na korzyść, w stosunku wyników z lat poprzednich.

Tak wysoka gotowość przekazywania pozytywnej informacji o mieście jest kluczem do sukcesu tak promocji jak i recepcji miasta i jest jednym z przyczynków do ugruntowywania opinii o jej niepowtarzalnej atmosferze.

## Deklaracja ponownych odwiedzin Krakowa przez gości przebywających w mieście w 2005 r.

Rysunek 69

Deklaracja ponownych odwiedzin Krakowa przez gości przebywających w mieście w 2005 r.

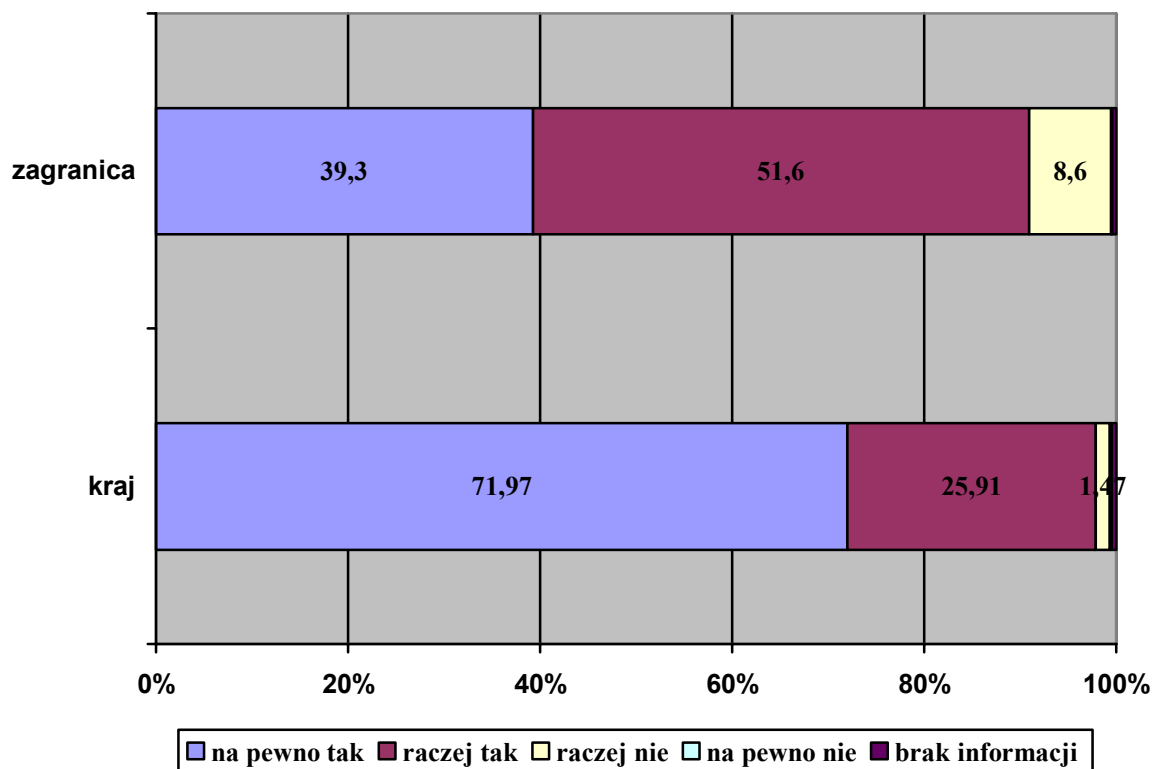


Tabela 86.

%	kraj	zagranica
<b>na pewno tak</b>	71,97	39,30
<b>raczej tak</b>	25,91	51,60
	97,88	90,9
<b>raczej nie</b>	1,47	8,60
<b>na pewno nie</b>	0,16	0,07
<b>brak informacji</b>	0,49	0,43

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Podobnie jak w roku ubiegłym korzystnie dla miasta przedstawia się struktura chęci ponownych odwiedzin Krakowa. Jak widać na powyższym wykresie aż 97,88% (podobnie roku ubiegłym) odwiedzających krajowych zamierza ponownie przyjechać do Krakowa, przy czym zdecydowanie zadeklarowanych jest 72%. Ponad 90% gości spoza Polski wyraziło wolę ponownego przyjazdu do Krakowa, co w stosunku do lat poprzednich jest znaczącym wzrostem (2003 r. – 83%, 2004 r. – 84%). Również bieżącym roku utrzymuje się wysoki wskaźnik osób z zagranicy (39,3%) jednoznacznie zdecydowanych (2003 r. – 34%, 2004 r. – 40%) ponownie przyjechać do Krakowa.

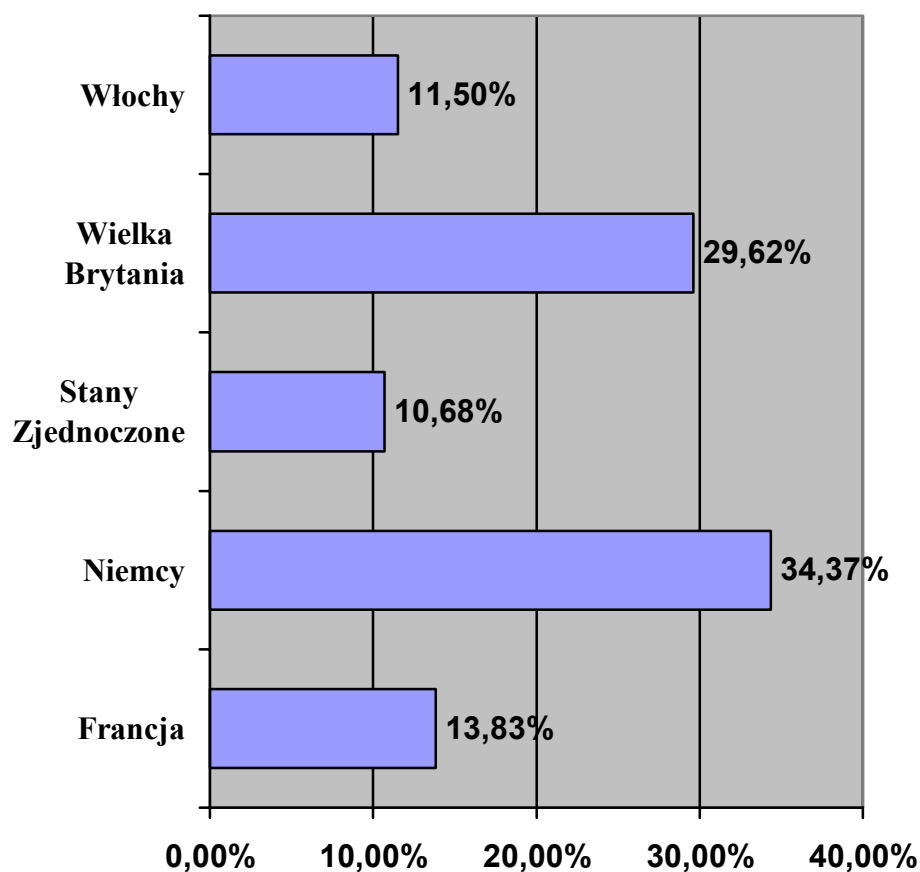
Ogólnie mówiąc są to bardzo dobre wyniki, zwłaszcza z punktu widzenia utrzymania stałych klientów, jednocześnie należy szykować ofertę dla turystów ponownie odwiedzających Kraków. Podobnie jak w roku ubiegłym ponad 60%, a dokładnie 63,27%, osób polskiego pochodzenia zadeklarowało chęć ponownego przyjazdu do Krakowa. Raczej tak – odpowiedziało 32,36% osób z polskimi korzeniami. Łącznie daje to wysoką wartość 95,63%, co wskazuje na korzystny wizerunek Krakowa w tej grupie respondentów.



## Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez turystów najliczniej reprezentowanych krajów odwiedzających Kraków w 2005 roku

Udział procentowy w ocenie według narodowości liczonej w grupie pięciu największych udziałowców na rynku turystyki przyjazdowej do Krakowa

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>SUMA*</b>	13,83	34,37	10,68	29,62	11,50	100%



Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby) ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	5,34	12,54	4,18	7,90	5,81	35,77
<b>bardzo dobrze</b>	2,56	8,01	2,79	8,59	2,21	24,16
<b>dobrze</b>	4,65	10,22	3,02	8,36	2,67	28,92
<b>może być</b>	0,93	2,90	0,12	3,72	0,23	7,9
<b>źle</b>	0,35	0,70	0,58	1,05	0,58	3,26
<b>SUMA*</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

\* SUMY w poszczególnych kolumnach oznaczają % udział w ocenie według narodowości liczonej w grupie pięciu największych udziałowców na rynku turystyki przyjazdowej do Krakowa.

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Gościnność ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	0,81	1,51	0,70	1,16	0,46	4,64
<b>bardzo dobrze</b>	4,65	14,87	4,88	13,12	4,99	42,51
<b>dobrze</b>	7,67	17,31	4,76	13,82	5,69	49,25
<b>może być</b>	0,70	0,46	0,23	1,16	0,35	2,9
<b>źle</b>	0,00	0,12	0,12	0,23	0,00	0,47
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,12	0,00	0,24
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Jakość obsługi turystycznej ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	2,56	4,30	1,74	3,72	1,39	13,71
<b>bardzo dobrze</b>	1,74	5,46	1,74	5,57	2,32	16,83
<b>dobrze</b>	8,01	19,74	5,11	15,21	6,74	54,81
<b>może być</b>	1,16	4,41	1,74	4,30	0,93	12,54
<b>źle</b>	0,35	0,35	0,35	0,70	0,12	1,87
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,12	0,00	0,24
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Toalety publiczne ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	4,76	7,78	2,44	5,34	3,83	24,15
<b>bardzo dobrze</b>	0,23	1,39	0,46	1,86	0,23	4,17
<b>dobrze</b>	4,65	8,36	2,32	7,78	3,83	26,94
<b>może być</b>	1,63	9,52	3,72	8,25	2,44	25,56
<b>źle</b>	1,86	5,92	1,05	3,48	0,70	13,01
<b>bardzo źle</b>	0,70	1,39	0,70	2,90	0,46	6,15
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Imprezy kulturalne ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	7,55	14,40	4,65	8,25	6,62	41,47
<b>bardzo dobrze</b>	1,16	5,23	2,21	3,48	1,63	13,71
<b>dobrze</b>	3,37	9,06	2,56	11,38	1,97	28,34
<b>może być</b>	1,39	5,11	1,28	5,92	0,81	14,51
<b>źle</b>	0,35	0,46	0,00	0,58	0,35	1,74
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,00	0,12	0,24
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Bezpieczeństwo ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	1,97	3,60	1,39	3,02	1,51	11,49
<b>bardzo dobrze</b>	1,28	3,83	1,74	3,48	1,05	11,38
<b>dobrze</b>	8,01	16,72	5,57	16,96	6,16	53,42
<b>może być</b>	2,21	7,67	1,16	5,23	2,44	18,71
<b>źle</b>	0,35	2,32	0,70	0,81	0,35	4,53
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,23	0,12	0,12	0,00	0,47
<b>SUMA</b>	13,82	34,37	10,68	29,62	11,51	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Czystość na ulicach ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	2,21	3,02	1,16	1,97	1,51	9,87
<b>Bardzo dobrze</b>	1,51	3,60	1,63	4,30	0,46	11,5
<b>dobrze</b>	6,74	13,94	4,30	14,63	5,92	45,53
<b>może być</b>	2,67	9,29	2,56	5,81	2,44	22,77
<b>źle</b>	0,70	4,41	1,05	2,67	0,93	9,76
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,23	0,23	0,58
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Dostępność bankomatów ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	5,11	11,15	2,44	6,04	4,65	29,39
<b>Bardzo dobrze</b>	2,21	4,76	1,97	5,23	1,28	15,45
<b>dobrze</b>	3,72	10,10	3,14	11,50	3,25	31,71
<b>może być</b>	1,86	4,88	1,97	4,07	1,51	14,29
<b>źle</b>	0,93	3,25	1,05	1,97	0,70	7,9
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,23	0,12	0,81	0,12	1,28
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Gastronomię ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	1,51	1,97	0,58	0,93	0,81	5,8
<b>Bardzo dobrze</b>	4,99	17,89	5,69	15,10	5,57	49,24
<b>Dobrze</b>	6,50	13,70	3,95	11,96	4,76	40,87
<b>może być</b>	0,70	0,70	0,46	1,39	0,35	3,6
<b>Źle</b>	0,12	0,12	0,00	0,23	0,00	0,47
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Bazę noclegową ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	1,86	4,53	1,86	3,02	0,93	12,2
<b>Bardzo dobrze</b>	3,83	11,73	3,25	12,43	3,72	34,96
<b>dobrze</b>	6,74	14,63	4,99	11,38	5,46	43,2
<b>może być</b>	0,93	2,90	0,35	2,44	1,28	7,9
<b>źle</b>	0,46	0,58	0,12	0,35	0,12	1,63
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,00	0,12	0,00	0,00	0,12
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Informację turystyczną ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	4,07	7,90	2,56	6,16	3,14	23,83
<b>bardzo dobrze</b>	1,39	4,53	1,39	3,83	0,93	12,07
<b>dobrze</b>	6,50	15,68	4,65	13,01	6,39	46,23
<b>może być</b>	1,28	4,65	1,86	4,76	0,70	13,25
<b>źle</b>	0,58	1,63	0,23	1,63	0,35	4,42
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,00	0,00	0,23	0,00	0,23
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Życzliwość mieszkańców ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	2,56	6,85	0,93	1,39	2,21	13,94
<b>bardzo dobrze</b>	3,83	10,45	4,99	13,94	3,95	37,16
<b>dobrze</b>	6,62	14,87	3,60	11,73	4,99	41,81
<b>może być</b>	0,70	1,39	0,81	1,63	0,35	4,88
<b>źle</b>	0,12	0,81	0,23	0,46	0,00	1,62
<b>bardzo źle</b>	0,00	0,00	0,12	0,46	0,00	0,58
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Oznakowanie turystyczne ]

	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	3,60	5,69	1,86	3,72	1,86	16,73
<b>bardzo dobrze</b>	3,14	7,08	1,39	3,83	2,67	18,11
<b>dobrze</b>	5,69	15,10	4,76	14,87	5,81	46,23
<b>może być</b>	1,16	5,34	1,86	5,92	0,93	15,21
<b>źle</b>	0,12	0,70	0,58	0,70	0,23	2,33
<b>bardzo źle</b>	0,12	0,46	0,23	0,58	0,00	1,39
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Atmosferę miejscowości ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	1,16	1,51	0,35	0,81	0,93	4,76
<b>bardzo dobrze</b>	8,59	24,51	7,55	18,93	8,13	67,71
<b>dobrze</b>	3,83	8,13	2,79	9,06	2,44	26,25
<b>Może być</b>	0,23	0,00	0,00	0,81	0,00	1,04
<b>źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,00	0,00	0,12
<b>Bardzo źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,00	0,00	0,12
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Usługi przewodnickie ]

	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	5,92	12,54	4,76	11,15	2,90	37,27
<b>bardzo dobrze</b>	1,39	4,53	1,86	4,76	1,39	13,93
<b>dobrze</b>	5,57	14,52	2,44	9,52	5,81	37,86
<b>Może być</b>	0,93	2,67	1,63	3,83	1,28	10,34
<b>źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,35	0,12	0,59
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Dojazd do miejscowości ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	3,14	5,69	1,97	3,48	2,44	16,72
<b>bardzo dobrze</b>	1,28	2,09	1,86	3,14	0,35	8,72
<b>dobrze</b>	6,97	14,52	4,18	15,10	5,11	45,88
<b>Może być</b>	1,86	5,92	1,63	5,46	1,74	16,61
<b>źle</b>	0,46	5,69	1,05	1,86	1,74	10,8
<b>Bardzo źle</b>	0,12	0,46	0,00	0,58	0,12	1,28
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Transport lokalny ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	5,69	13,36	2,79	7,67	6,74	36,25
<b>bardzo dobrze</b>	0,58	1,63	1,63	2,67	0,23	6,74
<b>dobrze</b>	3,95	9,18	3,02	9,64	1,28	27,07
<b>może być</b>	2,44	7,20	2,79	7,55	2,09	22,07
<b>źle</b>	1,16	2,90	0,46	1,51	1,05	7,08
<b>Bardzo źle</b>	0,00	0,12	0,00	0,58	0,12	0,82
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Możliwość płatności kartą kredytową ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	7,08	16,84	3,14	8,13	6,74	41,93
<b>bardzo dobrze</b>	0,81	1,86	1,63	2,32	0,58	7,2
<b>dobrze</b>	3,14	8,48	3,02	10,92	2,56	28,12
<b>może być</b>	1,51	4,30	2,44	5,92	0,70	14,87
<b>źle</b>	0,58	2,09	0,00	1,39	0,46	4,52
<b>Bardzo źle</b>	0,70	0,81	0,46	0,93	0,46	3,36
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Jak ocenia Pani/Pan w tej miejscowości? [ Dostępność do Internetu ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	Razem
<b>brak informacji</b>	6,27	16,96	3,95	10,69	5,81	43,68
<b>bardzo dobrze</b>	0,93	3,14	2,09	2,21	0,81	9,18
<b>dobrze</b>	3,95	9,99	2,44	9,76	3,02	29,16
<b>może być</b>	1,63	2,90	1,63	4,65	1,28	12,09
<b>źle</b>	1,05	1,39	0,58	1,63	0,58	5,23
<b>Bardzo źle</b>	0,00	0,00	0,00	0,70	0,00	0,7
<b>SUMA</b>	13,83	34,38	10,68	29,61	11,50	100%

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r.  
– podział z uwzględnieniem wieku turystów zagranicznych i krajowych

W jaki sposób spędza Pani/Pan czas w tej miejscowości?								
Wiek	< 25 lat		26 – 44 lat		45 – 65 lat		> 65 lat	
Turyści	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
Wypoczywam biernie	3,99%	3,52%	4,92%	5,48%	2,52%	1,24%	2,59%	0,39%
Chodzę na spacer	9,37%	15,92%	21,40%	27,72%	17,41%	11,29%	6,31%	3,33%
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	13,29%	18,33%	14,75%	14,29%	2,79%	0,52%	0,40%	0,00%
Idę do restauracji, kawiarni	11,43%	15,46%	27,84%	30,53%	19,00%	8,22%	7,11%	3,00%
Uprawiam turystykę aktywną	2,46%	2,74%	7,31%	4,57%	3,72%	2,67%	0,66%	0,13%
Poznaję okoliczne miejscowości	8,97%	6,07%	16,74%	6,65%	13,36%	3,65%	3,72%	0,85%
Spotykam się ze znajomymi	2,79%	10,37%	6,58%	16,96%	3,72%	3,72%	1,13%	1,70%
Idę do filharmonii opery	0,20%	0,20%	0,80%	1,11%	0,73%	0,65%	0,07%	0,26%
Idę do teatru	0,47%	1,96%	1,40%	4,44%	0,93%	1,44%	0,20%	0,59%
Idę do muzeum	9,44%	11,42%	17,34%	18,53%	15,28%	7,31%	4,58%	2,80%
Idę do kina	1,20%	5,41%	1,40%	4,44%	0,47%	0,85%	0,07%	0,13%
Realizuję swoje zainteresowania	1,99%	2,28%	2,59%	3,00%	1,93%	1,44%	0,73%	0,20%
Uczestniczę w wydarzeniach	0,47%	2,15%	2,46%	4,96%	1,53%	3,13%	0,27%	1,04%
W inny sposób	2,39%	7,76%	6,45%	13,11%	6,31%	4,37%	1,13%	1,11%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r. z uwzględnieniem statusu materialnego turystów zagranicznych

Zagraniczni	Bardzo dobry	Dobry	Średni	Zły	Bardzo zły	Brak informacji
Wypoczywam biernie	1,81%	9,24%	2,41%	0,07%	0,07%	0,33%
Chodzę na spacer	5,36%	30,81%	16,21%	0,47%	0,07%	1,41%
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	2,28%	20,29%	7,43%	0,27%	0,07%	1,07%
Idę do restauracji, kawiarni	3,01%	18,96%	10,65%	0,47%	0,07%	1,41%
Uprawiam turystykę aktywną	1,07%	6,56%	5,43%	0,13%	0,00%	1,00%
Poznaję okoliczne miejscowości	3,28%	25,45%	12,46%	0,40%	0,07%	0,94%
Spotykam się ze znajomymi	1,07%	8,64%	4,35%	0,07%	0,00%	0,20%
Idę do filharmonii, opery	0,40%	0,54%	0,87%	0,00%	0,00%	0,00%
Idę do teatru	0,33%	1,47%	1,21%	0,00%	0,00%	0,00%
Idę do muzeum	3,22%	27,73%	14,67%	0,13%	0,00%	0,80%
Idę do kina	0,47%	1,74%	0,74%	0,00%	0,00%	0,13%
Realizuję swoje zainteresowania	0,33%	4,22%	2,41%	0,07%	0,00%	0,13%
Uczestniczę w wydarzeniach	0,67%	2,55%	1,47%	0,07%	0,00%	0,00%
W inny sposób	1,41%	10,72%	3,62%	0,13%	0,00%	0,47%

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r. z uwzględnieniem statusu materialnego turystów krajowych

Krajowi	Bardzo dobry	Dobry	Średni	Zły	Bardzo zły	Brak informacji
Wypoczywam biernie	0,26%	3,75%	6,18%	0,26%	0,00%	0,20%
Chodzę na spacer	1,05%	20,32%	33,07%	1,64%	0,07%	1,91%
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	0,99%	12,23%	17,95%	0,92%	0,07%	1,25%
Idę do restauracji, kawiarni	2,10%	21,50%	30,44%	1,05%	0,07%	1,97%
Uprawiam turystykę aktywną	0,72%	4,27%	4,60%	0,26%	0,00%	0,26%
Poznaję okoliczne miejscowości	0,92%	6,38%	9,20%	0,33%	0,07%	0,33%
Spotykam się ze znajomymi	0,99%	12,23%	17,69%	0,92%	0,07%	0,92%
Idę do filharmonii, opery	0,13%	0,79%	0,99%	0,00%	0,00%	0,20%
Idę do teatru	0,39%	3,68%	3,35%	0,20%	0,00%	0,59%
Idę do muzeum	1,12%	13,61%	22,49%	0,92%	0,13%	1,64%
Idę do kina	0,33%	4,08%	5,79%	0,20%	0,00%	0,53%
Realizuję swoje zainteresowania	0,46%	2,17%	4,14%	0,07%	0,00%	0,13%
Uczestniczę w wydarzeniach	0,66%	3,42%	6,44%	0,39%	0,00%	0,26%
W inny sposób	0,92%	9,40%	14,20%	0,85%	0,07%	1,05%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r.z uwzględnieniem statusu zawodowego turystów zagranicznych

Zagraniczni	uczeń	student	bezrobotny	emeryt lub rencista	osoba zajmująca się domem	aktywny zawodowo	brak informacji
Wypoczywam biernie	2,21%	2,14%	0,13%	2,61%	0,87%	5,76%	0,20%
Chodzę na spacer	2,01%	7,23%	0,80%	11,59%	2,88%	28,53%	1,27%
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	4,49%	9,58%	0,47%	0,80%	0,87%	14,47%	0,74%
Idę do restauracji, kawiarni	2,68%	9,24%	0,60%	12,26%	3,68%	35,63%	1,34%
Uprawiam turystykę aktywną	0,54%	1,61%	0,00%	1,00%	0,54%	9,85%	0,67%
Poznaję okoliczne miejscowości	2,41%	6,76%	0,47%	8,24%	2,41%	21,43%	0,87%
Spotykam się ze znajomymi	0,74%	2,21%	0,27%	2,14%	0,67%	7,90%	0,40%
Idę do filharmonii, opery	0,07%	0,07%	0,00%	0,07%	0,20%	1,21%	0,20%
Idę do teatru	0,20%	0,27%	0,00%	0,60%	0,00%	1,88%	0,07%
Idę do muzeum	2,14%	7,97%	0,47%	9,85%	2,41%	22,91%	0,80%
Idę do kina	0,20%	0,94%	0,00%	0,07%	0,13%	1,67%	0,07%
Realizuję swoje zainteresowania	0,74%	1,41%	0,07%	1,27%	0,20%	3,35%	0,13%
Uczestniczę w wydarzeniach	0,00%	0,33%	0,07%	0,54%	0,07%	3,68%	0,07%
W inny sposób	0,74%	1,34%	0,27%	4,76%	0,94%	7,90%	0,40%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Sposób spędzania czasu przez odwiedzających Kraków w 2004 r.z uwzględnieniem statusu zawodowego turystów krajowych

Krajowi	uczeń	student	bezrobotny	emeryt lub rencista	osoba zajmująca się domem	aktywny zawodowo	brak informacji
Wypoczywam biernie	0,72%	2,56%	0,13%	0,72%	0,33%	5,98%	0,20%
Chodzę na spacer	3,22%	7,82%	3,88%	6,57%	2,50%	31,95%	2,10%
Bawię się w klubach, pubach, dyskotekach	2,56%	10,72%	3,48%	0,13%	0,33%	14,79%	1,38%
Idę do restauracji, kawiarni	2,24%	8,28%	3,81%	6,05%	1,78%	32,87%	2,10%
Uprawiam turystykę aktywną	0,72%	1,64%	0,26%	0,79%	0,39%	6,18%	0,13%
Poznaję okoliczne miejscowości	1,51%	3,81%	0,85%	1,78%	0,72%	8,15%	0,39%
Spotykam się ze znajomymi	1,05%	5,65%	2,89%	2,37%	0,99%	18,80%	1,05%
Idę do filharmonii, opery	0,00%	0,20%	0,00%	0,20%	0,07%	1,45%	0,20%
Idę do teatru	0,26%	1,12%	0,26%	0,92%	0,13%	5,19%	0,33%
Idę do muzeum	2,83%	5,00%	2,63%	4,73%	1,51%	21,63%	1,58%
Idę do kina	0,99%	3,02%	1,18%	0,20%	0,20%	4,80%	0,53%
Realizuję swoje zainteresowania	0,53%	1,38%	0,13%	0,85%	0,20%	3,68%	0,20%
Uczestniczę w wydarzeniach	0,20%	1,38%	0,39%	1,78%	0,33%	6,77%	0,33%
W inny sposób	2,37%	2,96%	1,51%	2,63%	0,92%	15,32%	0,79%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków w 2004 turystów zagranicznych

	<b>bardzo dobrze</b>	<b>dobrze</b>	<b>może być</b>	<b>źle</b>	<b>bardzo źle</b>	<b>Brak informacji</b>
Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby)	<b>21,50%</b>	<b>31,61%</b>	<b>8,51%</b>	<b>0,66%</b>	<b>0,07%</b>	<b>36,24%</b>
Gościnność	<b>43,87%</b>	<b>42,87%</b>	<b>5,56%</b>	<b>0,60%</b>	<b>0,40%</b>	<b>4,62%</b>
Jakość obsługi turystycznej	<b>21,63%</b>	<b>42,06%</b>	<b>12,46%</b>	<b>1,81%</b>	<b>0,47%</b>	<b>19,49%</b>
Toalety publiczne	<b>3,55%</b>	<b>13,93%</b>	<b>26,46%</b>	<b>13,46%</b>	<b>6,10%</b>	<b>34,43%</b>
Imprezy kulturalne	<b>12,59%</b>	<b>21,50%</b>	<b>12,39%</b>	<b>0,80%</b>	<b>0,13%</b>	<b>50,50%</b>
Bezpieczeństwo	<b>10,92%</b>	<b>40,66%</b>	<b>20,09%</b>	<b>6,10%</b>	<b>1,07%</b>	<b>19,09%</b>
Czystość na ulicach	<b>14,13%</b>	<b>34,83%</b>	<b>24,45%</b>	<b>10,11%</b>	<b>2,88%</b>	<b>11,52%</b>
Dostępność bankomatów	<b>16,28%</b>	<b>27,26%</b>	<b>21,90%</b>	<b>1,07%</b>	<b>0,53 %</b>	<b>31,41%</b>
Gastronomię	<b>45,01%</b>	<b>40,46%</b>	<b>3,88%</b>	<b>0,67%</b>	<b>0,60%</b>	<b>7,30%</b>
Bazę noclegową	<b>26,93%</b>	<b>48,76%</b>	<b>7,17%</b>	<b>1,47%</b>	<b>0,60%</b>	<b>12,99%</b>
Informację turystyczną	<b>12,99%</b>	<b>32,42%</b>	<b>18,42%</b>	<b>3,75%</b>	<b>0,74%</b>	<b>29,60%</b>
Życzliwość mieszkańców	<b>36,30%</b>	<b>40,05%</b>	<b>7,23%</b>	<b>1,94%</b>	<b>0,74%</b>	<b>11,65%</b>
Oznakowanie turystyczne	<b>13,60%</b>	<b>41,06%</b>	<b>15,41%</b>	<b>3,28%</b>	<b>1,21%</b>	<b>23,38%</b>
Atmosferę miejscowości	<b>64,30%</b>	<b>24,31%</b>	<b>1,21%</b>	<b>0,20%</b>	<b>0,07%</b>	<b>7,90%</b>
Usługi przewodnickie	<b>10,78%</b>	<b>30,41%</b>	<b>14,20%</b>	<b>0,54%</b>	<b>0,20%</b>	<b>42,00%</b>
Dojazd do miejscowości	<b>8,04%</b>	<b>35,57%</b>	<b>19,83%</b>	<b>7,23%</b>	<b>1,21%</b>	<b>26,05%</b>
Transport lokalny	<b>4,29%</b>	<b>14,87%</b>	<b>22,17%</b>	<b>5,29%</b>	<b>1,41%</b>	<b>49,90%</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT



Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa przez odwiedzających Kraków w 2004 turystów krajowych

	<b>bardzo dobrze</b>	<b>dobrze</b>	<b>może być</b>	<b>źle</b>	<b>bardzo źle</b>	<b>brak informacji</b>
Rozrywkę (dyskoteki, kluby, puby)	<b>26,36%</b>	<b>31,10%</b>	<b>6,51%</b>	<b>0,66%</b>	<b>0,26%</b>	<b>35,11%</b>
Gościnność	<b>29,39%</b>	<b>52,14%</b>	<b>8,88%</b>	<b>0,92%</b>	<b>0,26%</b>	<b>8,42%</b>
Jakość obsługi turystycznej	<b>10,98%</b>	<b>41,68%</b>	<b>16,77%</b>	<b>2,50%</b>	<b>0,66%</b>	<b>27,42%</b>
Toalety publiczne	<b>4,14%</b>	<b>16,04%</b>	<b>31,30%</b>	<b>14,79%</b>	<b>5,65%</b>	<b>28,07%</b>
Imprezy kulturalne	<b>14,33%</b>	<b>29,78%</b>	<b>12,16%</b>	<b>2,04%</b>	<b>0,33%</b>	<b>41,35%</b>
Bezpieczeństwo	<b>6,71%</b>	<b>27,35%</b>	<b>32,15%</b>	<b>15,19%</b>	<b>2,70%</b>	<b>15,91%</b>
Czystość na ulicach	<b>7,43%</b>	<b>24,52%</b>	<b>41,42%</b>	<b>13,08%</b>	<b>2,10%</b>	<b>11,44%</b>
Dostępność bankomatów	<b>15,45%</b>	<b>46,29%</b>	<b>11,64%</b>	<b>2,37%</b>	<b>0,53%</b>	<b>23,73%</b>
Gastronomię	<b>28,07%</b>	<b>55,82%</b>	<b>5,79%</b>	<b>0,85%</b>	<b>0,07%</b>	<b>9,40%</b>
Bazę noclegową	<b>16,90%</b>	<b>45,63%</b>	<b>13,35%</b>	<b>1,91%</b>	<b>0,66%</b>	<b>21,56%</b>
Informację turystyczną	<b>6,97%</b>	<b>26,82%</b>	<b>22,62%</b>	<b>4,21%</b>	<b>0,72%</b>	<b>38,66%</b>
Życzliwość mieszkańców	<b>22,22%</b>	<b>43,00%</b>	<b>17,09%</b>	<b>1,78%</b>	<b>0,92%</b>	<b>14,99%</b>
Oznakowanie turystyczne	<b>14,79%</b>	<b>40,04%</b>	<b>14,53%</b>	<b>5,06%</b>	<b>0,92%</b>	<b>24,65%</b>
Atmosferę miejscowości	<b>65,48%</b>	<b>25,25%</b>	<b>2,30%</b>	<b>0,46%</b>	<b>0,07%</b>	<b>6,44%</b>
Usługi przewodnickie	<b>3,88%</b>	<b>22,35%</b>	<b>12,29%</b>	<b>0,79%</b>	<b>0,20%</b>	<b>60,49%</b>
Dojazd do miejscowości	<b>11,97%</b>	<b>41,88%</b>	<b>21,17%</b>	<b>12,62%</b>	<b>1,05%</b>	<b>11,31%</b>
Transport lokalny	<b>5,72%</b>	<b>27,02%</b>	<b>22,09%</b>	<b>6,90%</b>	<b>1,31%</b>	<b>36,95%</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Ocena stosunku cen do jakości świadczonych usług odwiedzających Kraków w 2004 roku (w %)

	transport	teatr, kino	przewodnik	noclegi	muzea	imprezy	gastronomia	Kluby, dyskoteki, puby	baza sport- recreac.
brak oceny	51,12	71,87	62,66	13,14	35,60	67,35	5,40	46,06	78,95
ceny niskie:	8,41	3,39	6,27	8,98	16,69	5,40	21,82	11,97	1,88
ceny odpowiednie:	23,94	18,04	23,06	44,55	37,98	22,56	51,22	30,61	13,41
ceny wysokie:	16,53	6,70	8,01	33,32	9,72	4,69	21,56	11,36	5,77

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań MOT

## Ocena jakości świadczonych usług w stosunku do ceny usług w opinii turystów z krajów najliczniej odwiedzających Kraków w 2005 r.

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług?  
[ Noclegi ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	1,28	1,98	1,86	2,10	0,81	8,03
<b>ceny wysokie</b>	2,21	2,21	0,93	1,63	1,40	8,38
<b>ceny odpowiednie</b>	8,38	24,91	7,10	19,91	8,38	68,68
<b>ceny niskie</b>	1,98	5,12	0,81	6,05	0,93	14,89
<b>SUMA</b>	13,85	34,22	10,70	29,69	11,52	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług?  
[ Gastronomia ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	0,93	1,16	0,47	0,93	0,70	4,19
<b>ceny wysokie</b>	0,70	0,58	0,58	0,47	0,47	2,80
<b>ceny odpowiednie</b>	8,61	22,12	7,33	17,11	8,15	63,32
<b>ceny niskie</b>	3,61	10,36	2,33	11,18	2,21	29,69
<b>SUMA</b>	13,85	34,22	10,71	29,69	11,53	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Teatr, kino ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	12,46	29,10	7,68	24,33	10,71	84,28
<b>ceny wysokie</b>	0,00	0,23	0,12	0,00	0,00	0,35
<b>ceny odpowiednie</b>	0,70	3,03	1,98	3,14	0,81	9,66
<b>ceny niskie</b>	0,70	1,86	0,93	2,21	0,00	5,70
<b>SUMA</b>	13,86	34,22	10,71	29,68	11,52	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług?  
[ Usługi przewodnickie ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	5,94	15,60	5,70	13,74	4,19	45,17
<b>ceny wysokie</b>	0,81	1,05	0,81	0,70	0,23	3,60
<b>ceny odpowiednie</b>	6,17	12,57	3,49	10,48	6,05	38,76
<b>ceny niskie</b>	0,93	5,01	0,70	4,77	1,05	12,46
<b>SUMA</b>	13,85	34,23	10,70	29,69	11,52	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Transport lokalny ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	6,98	19,56	4,19	8,96	8,15	47,84
<b>ceny wysokie</b>	0,00	0,35	0,47	0,58	0,12	1,52
<b>ceny odpowiednie</b>	3,84	8,27	4,07	9,43	2,91	28,52
<b>ceny niskie</b>	3,03	6,05	1,98	10,71	0,35	22,12
<b>SUMA</b>	13,85	34,23	10,71	29,68	11,53	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Muzea ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	5,70	11,76	3,84	9,66	4,54	35,50
<b>ceny wysokie</b>	0,12	0,12	0,35	0,70	0,35	1,64
<b>ceny odpowiednie</b>	5,47	13,27	5,01	10,71	5,47	39,93
<b>ceny niskie</b>	2,56	9,08	1,51	8,61	1,16	22,92
<b>SUMA</b>	13,85	34,23	10,71	29,68	11,52	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Imprezy kulturalne ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	11,29	25,38	7,10	17,23	9,90	70,90
<b>ceny wysokie</b>	0,12	0,23	0,12	0,35	0,35	1,17
<b>ceny odpowiednie</b>	1,86	5,36	2,44	6,98	1,05	17,69
<b>ceny niskie</b>	0,58	3,26	1,05	5,12	0,23	10,24
<b>SUMA</b>	13,85	34,23	10,71	29,68	11,53	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług? [ Baza sportowo - rekreacyjna ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	12,69	30,15	8,50	23,63	10,36	85,33
<b>ceny wysokie</b>	0,12	0,00	0,00	0,35	0,00	0,47
<b>ceny odpowiednie</b>	0,58	2,56	1,75	3,38	1,05	9,32
<b>ceny niskie</b>	0,47	1,51	0,47	2,33	0,12	4,90
<b>SUMA</b>	13,86	34,22	10,72	29,69	11,53	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług?  
[ Kluby, dyskoteki, puby ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	8,38	18,63	5,70	14,20	8,15	55,06
<b>ceny wysokie</b>	0,23	0,47	0,12	0,47	0,00	1,29
<b>ceny odpowiednie</b>	3,49	9,08	3,26	8,03	2,56	26,42
<b>ceny niskie</b>	1,75	6,05	1,63	6,98	0,81	17,22
<b>SUMA</b>	13,85	34,23	10,71	29,68	11,52	100

Jak ocenia Pani/Pan wysokość cen do jakości świadczonych w tej miejscowości usług?  
[ Inne ]

%	Francja	Niemcy	Stany Zjednoczone	Wielka Brytania	Włochy	SUMA
<b>brak informacji</b>	13,27	33,53	10,36	28,52	11,29	96,97
<b>ceny wysokie</b>	0,12	0,00	0,00	0,23	0,00	0,35
<b>ceny odpowiednie</b>	0,23	0,47	0,23	0,47	0,12	1,52
<b>ceny niskie</b>	0,23	0,23	0,12	0,47	0,12	1,17
<b>SUMA</b>	13,85	34,23	10,71	29,69	11,53	100

**Charakterystyka  
najważniejszych zagranicznych  
rynków turystycznych  
w Krakowie  
w 2005 roku**

# Niemcy

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

%	Niemcy
TAK	97,28
NIE	2,04
brak informacji	0,68
SUMA	100

Gdzie Pani/Pan nocuje?

%	Niemcy
w hotelu	74,83
W pensjonacie	0,00
w motelu	0,68
w domu wycieczkowym	1,36
na kempingi lub polu namiotowym	4,76
W schronisku	6,80
we własnym mieszkaniu	0,00
u znajomych lub rodziny	4,08
w kwaterze prywatnej	0,00
w innym obiekcie	4,08
brak informacji	3,40
SUMA	100

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

%	Niemcy
0 - 50	11,56
51 - 100	6,46
101 - 200	18,37
201 - 300	15,65
301 - 400	12,24
401 - 500	13,61
501 - 1000	19,05
1001 - 1500	1,02
1501 - 2000	1,02
2001 - 3000	0,34
3001 - 10000	0,68
> 10000	0,00
SUMA	100

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

%	Niemcy
NIE	44,90
TAK	52,38
brak informacji	2,72
SUMA	100

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

%	Niemcy
<b>We własnym zakresie</b>	52,38
szkoła	5,78
biuro podróży	32,31
parafia (kościół)	0,34
Zakład pracy	4,76
inna instytucja	2,72
brak informacji	1,70
SUMA	100

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

%	Niemcy
Z targów turystycznych	4,08
Z prasy	14,97
Z radio	14,63
Z telewizji	25,51
Z katalogów biur podróży	42,18
Z przewodników	32,31
Z folderów/ulotek	8,50
Od rodziny, znajomych	46,26
Ze stron internetowych	28,91
Z polskich placówek dyplomatycznych	0,00
Z Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej	0,68
Ze szkoły	23,13
Nic wcześniej nie wiedziałam/em	0,34
Inne źródło informacji	6,46

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

%	Niemcy
po raz pierwszy	62,24
po raz drugi	22,45
Bylem/am tu kilka razy	12,59
przyjeżdżam tu często	2,04
Brak informacji	0,68
SUMA	100



# **Wielka Brytania**

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

%	Wielka Brytania
TAK	97,65
NIE	2,35
brak informacji	0,00
SUMA	100

Gdzie Pani/Pan nocuje?

%	Wielka Brytania
w hotelu	73,73
w pensjonacie	6,27
w motelu	0,78
w domu wycieczkowym	0,00
na kempingi lub polu namiotowym	0,78
w schronisku	1,96
we własnym mieszkaniu	1,18
u znajomych lub rodziny	5,49
w kwaterze prywatnej	1,57
w innym obiekcie	4,71
brak informacji	3,53
SUMA	100

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

%	Wielka Brytania
0 - 50	5,10
51 - 100	4,71
101 - 200	7,84
201 - 300	9,80
301 - 400	5,88
401 - 500	9,02
501 - 1000	27,06
1001 - 1500	10,20
1501 - 2000	9,41
2001 - 3000	9,02
3001 - 10000	1,96
> 10000	0,00
SUMA	100

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

%	Wielka Brytania
NIE	46,67
TAK	48,63
brak informacji	4,71
SUMA	100

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

%	Wielka Brytania
<b>We własnym zakresie</b>	77,65
szkoła	2,35
biuro podróży	13,33
parafia (kościół)	1,96
Zakład pracy	2,75
inna instytucja	1,18
brak informacji	0,78
SUMA	100

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

%	Wielka Brytania
Z targów turystycznych	0,00
Z prasy	3,92
Z radio	2,75
Z telewizji	9,80
Z katalogów biur podróży	21,18
Z przewodników	32,55
Z folderów/ulotek	5,49
Od rodziny, znajomych	30,98
Ze stron internetowych	30,98
Z polskich placówek dyplomatycznych	0,78
Z Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej	2,35
Ze szkoły	14,12
Nic wcześniej nie wiedziałam/em	0,00
Inne źródło informacji	6,27

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

%	Wielka Brytania
po raz pierwszy	71,76
po raz drugi	16,08
bylem/am tu kilka razy	9,02
przyjeżdżam tu często	2,35
Brak informacji	0,78
SUMA	100

# Francja

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

%	Francja
TAK	98,32
NIE	0,00
brak informacji	1,68
SUMA	100

Gdzie Pani/Pan nocuje?

%	Francja
w hotelu	79,83
w pensjonacie	2,52
w motelu	0,84
w domu wycieczkowym	3,36
na kempingi lub polu namiotowym	0,00
w schronisku	4,20
we własnym mieszkaniu	0,84
u znajomych lub rodziny	4,20
W kwaterze prywatnej	1,68
w innym obiekcie	1,68
brak informacji	0,84
SUMA	100

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

%	Francja
0 - 50	11,76
51 - 100	9,24
101 - 200	17,65
201 - 300	15,97
301 - 400	11,76
401 - 500	7,56
501 - 1000	17,65
1001 - 1500	5,88
1501 - 2000	1,68
2001 - 3000	0,00
3001 - 10000	0,84
> 10000	0,00
SUMA	100

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

%	Francja
NIE	47,06
TAK	50,42
brak informacji	2,52
SUMA	100

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

%	Francja
<b>We własnym zakresie</b>	46,22
szkoła	5,04
biuro podróży	40,34
parafia (kościół)	0,00
Zakład pracy	5,04
inna instytucja	2,52
brak informacji	0,84
SUMA	100

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

%	Francja
Z targów turystycznych	2,52
Z prasy	10,08
Z radio	13,45
Z telewizji	23,53
Z katalogów biur podróży	41,18
Z przewodników	31,93
Z folderów/ulotek	10,92
Od rodziny, znajomych	43,70
Ze stron internetowych	21,85
Z polskich placówek dyplomatycznych	0,00
Z Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej	0,00
Ze szkoły	13,45
Nic wcześniej nie wiedziałam/em	0,84
Inne źródło informacji	5,88

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

%	Francja
po raz pierwszy	63,87
po raz drugi	13,45
bylem/am tu kilka razy	19,33
przyjeżdżam tu często	1,68
Brak informacji	1,68
SUMA	100

# Włochy

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

%	Włochy
TAK	97,98
NIE	2,02
brak informacji	0,00
SUMA	100

Gdzie Pani/Pan nocuje?

%	Włochy
w hotelu	79,80
w pensjonacie	1,01
w motelu	0,00
w domu wycieczkowym	7,07
na kempingi lub polu namiotowym	0,00
w schronisku	9,09
we własnym mieszkaniu	0,00
u znajomych lub rodziny	0,00
w kwaterze prywatnej	0,00
w innym obiekcie	0,00
brak informacji	3,03
SUMA	100

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

%	Włochy
0 - 50	16,16
51 - 100	8,08
101 - 200	17,17
201 - 300	20,20
301 - 400	12,12
401 - 500	8,08
501 - 1000	9,09
1001 - 1500	3,03
1501 - 2000	4,04
2001 - 3000	0,00
3001 - 10000	2,02
> 10000	0,00
SUMA	100

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

%	Włochy
NIE	51,52
TAK	44,44
brak informacji	4,04
SUMA	100



Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

%	Włochy
<b>We własnym zakresie</b>	36,36
szkoła	2,02
biuro podróży	42,42
parafia (kościół)	8,08
Zakład pracy	5,05
inna instytucja	2,02
brak informacji	4,04
SUMA	100

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

%	Włochy
Z targów turystycznych	10,10
Z prasy	25,25
Z radio	22,22
Z telewizji	35,35
Z katalogów biur podróży	42,42
Z przewodników	35,35
Z folderów/ulotek	11,11
Od rodziny, znajomych	40,40
Ze stron internetowych	29,29
Z polskich placówek dyplomatycznych	0,00
Z Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej	1,01
Ze szkoły	12,12
Nic wcześniej nie wiedziałam/em	1,01
Inne źródło informacji	5,05

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

%	Włochy
po raz pierwszy	63,64
po raz drugi	26,26
bylem/am tu kilka razy	5,05
przyjeżdżam tu często	3,03
Brak informacji	2,02
SUMA	100

# **Stany Zjednoczone**

Czy nocuje Pani/Pan w tej miejscowości?

%	Stany Zjednoczone
<b>TAK</b>	94,57
<b>NIE</b>	5,43
<b>brak informacji</b>	0,00
<b>SUMA</b>	100

Gdzie Pani/Pan nocuje?

%	Stany Zjednoczone
<b>w hotelu</b>	59,78
<b>w pensjonacie</b>	0,00
<b>w motelu</b>	1,09
<b>w domu wycieczkowym</b>	1,09
<b>na kempingi lub polu namiotowym</b>	0,00
<b>w schronisku</b>	1,09
<b>we własnym mieszkaniu</b>	3,26
<b>u znajomych lub rodziny</b>	22,83
<b>w kwaterze prywatnej</b>	1,09
<b>w innym obiekcie</b>	3,26
<b>brak informacji</b>	6,52
<b>SUMA</b>	100

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

%	Stany Zjednoczone
<b>0 - 50</b>	11,96
<b>51 - 100</b>	7,61
<b>101 - 200</b>	7,61
<b>201 - 300</b>	8,70
<b>301 - 400</b>	7,61
<b>401 - 500</b>	6,52
<b>501 - 1000</b>	20,65
<b>1001 - 1500</b>	7,61
<b>1501 - 2000</b>	6,52
<b>2001 - 3000</b>	10,87
<b>3001 - 10000</b>	3,26
<b>&gt; 10000</b>	1,09
<b>SUMA</b>	100

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

%	Stany Zjednoczone
<b>NIE</b>	40,22
<b>TAK</b>	56,52
<b>brak informacji</b>	3,26
<b>SUMA</b>	100

Kto zorganizował Pani/u przyjazd do tej miejscowości?

%	Stany Zjednoczone
<b>We własnym zakresie</b>	75,00
szkoła	3,26
biuro podróży	10,87
parafia (kościół)	0,00
zakład pracy	4,35
inna instytucja	3,26
brak informacji	3,26
SUMA	100

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

%	Stany Zjednoczone
Z targów turystycznych	0,00
Z prasy	0,00
Z radio	0,00
Z telewizji	4,35
Z katalogów biur podróży	10,87
Z przewodników	16,30
Z folderów/ulotek	3,26
Od rodziny, znajomych	33,70
Ze stron internetowych	20,65
Z polskich placówek dyplomatycznych	0,00
Z Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej	0,00
Ze szkoły	11,96
Nie wcześniej nie wiedziałam/em	0,00
Inne źródło informacji	25,00

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

%	Stany Zjednoczone
po raz pierwszy	55,43
po raz drugi	9,78
byłem/am tu kilka razy	15,22
przyjeżdżam tu często	17,39
Brak informacji	2,17
SUMA	100

## **Terminologia użyta w raporcie**

**Turystyka** – obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem. Termin „turystyka” obejmuje zarówno odwiedzających, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc, jak i odwiedzających jednodniowych. („Terminologia Turystyczna. Zalecenia WTO”, ONZ-WTO, UKFiT, W-wa 1995, s.5)

**Odwiedzający** – ogólna liczba osób, które w badanym okresie przyjechały do Krakowa w celach j/w.

**Turyści** – odwiedzający, którzy przebywali w Krakowie dłużej niż jeden dzień, to jest spędzili przynajmniej 1 noc poza miejscem swojego zamieszkania, ale niekoniecznie nocowali w Krakowie

**Turyści nocujący w Krakowie** – odwiedzający, którzy w trakcie trwania podróży spędzili przynajmniej jedną noc w Krakowie

Zagraniczni turyści nocujący w Krakowie – obcokrajowcy, którzy w trakcie trwania podróży spędzili przynajmniej jedną noc w Krakowie

**Monitoring** - systematyczna obserwacja zestawu wyselekcjonowanych wskaźników obrazujących dynamikę i strukturę zjawisk objętych poszczególnymi celami programu, mająca na celu zapewnienie informacji zwrotnych na temat zgodności przebiegu realizacji programu z jego harmonogramem.

**Popyt turystyczny** – do popytu na usługi i produkty zalicza się podróże indywidualne, podróże służbowe, wydatki z budżetu państwa na turystykę, nakłady inwestycyjne, wpływy dewizowe z turystyki przyjazdowej oraz inne wpływy z eksportu związanego z turystyką.

**Produkt turystyczny** – dostępny na rynku pakiet materialnych i niematerialnych składników, umożliwiających realizację celu wyjazdu turystycznego. Produkt ten stanowią naturalne i stworzone przez człowieka dobra turystyczne, towary i usługi umożliwiające przybycie, pobyt i korzystanie z walorów turystycznych oraz atrakcyjne spędzanie czasu.

## Analiza bazy noclegowej w Krakowie

Baza noclegowa (wług danych Urzędu Statystycznego) w Krakowie przedstawia się następująco: hotele – 101, motele – 2, pensjonaty – 10, domy wycieczkowe – 8, schroniska młodzieżowe – 6, kempingi – 3 oraz pozahotelowa baza noclegowa, której liczba jest trudna do ustalenia. Ogółem hotele dysponują 11.521łożkami w 5.609 pokojach, pensjonaty 316 łożkami w 127 pokojach, motele 198 łożkami w 88 pokojach, pozostałe obiekty posiadają 2.354 miejsca noclegowe oraz 441 pokojami (domy wycieczkowe i schroniska młodzieżowe).

Analizując ofertę hotelową miasta Krakowa można stwierdzić, że jest ona bogata i róznorodna:

- w 83% obiektów znajduję się restauracja – w 2002r. było to 76%<sup>1</sup>,
- w sale konferencyjne wyposażonych jest 82%,
- 73% posiada obiekty rekreacyjne – w 2002r. było to około 20%<sup>1</sup>, w zależności od rodzaju obiektu
- 89% dysponuje parkingiem, w tym 48 obiektów posiada parking dla autokarów.

Zwłaszcza oferta dot. obiektów rekreacyjnych jest zróznicowana. Saunę oferuję 26 hoteli, fitness – 12, basen – 11, siłownię – 9, solarium – 7, jacuzzi – 5. Jednak odnosząc te dane do ogólnej liczby hoteli wydaję się ona niewystarczającą.

W zdecydowanej większości obiektów akceptowane są karty płatnicze – 93% oraz zwierzęta domowe – 84%. Pozytywnym zjawiskiem, chociaż w niedostatecznym stopniu, jest dbałość o komfort pobytu osób niepełnosprawnych – 67% bazy hotelowej przystosowana jest dla osób niepełnosprawnych, w 2002r. było to tylko od 20,8% (drzwi automatyczne), 27% (pochylnia wjazdowa), 33,3% (windą), 47,9%<sup>17</sup> (pokoje lub łazienki przystosowane sła niepełnosparwnych).

Oprócz wymienionych pozytywnych aspektów rozwoju bazy hotelowej w Krakowie zauważa się jednak również pewne braki. W dobie rozwoju społeczęstwa informacyjnego tylko 29% obiektów oferuję gościom dostęp do Internetu jako ofertę w ramach ceny pokoju hotelowego (bezpłatny).

Oprócz hoteli, pensjonatów i moteli bazę noclegową oferują również domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe oraz kempingi. Jednakże, ich oferta skierowana jest do innego rodzaju klienta, stąd nie jest ona tak bogata i róznorodna. Żaden z obiektów nie zapewnia swoim gościom dostępu do Internetu, chociaż w 6 obiektach organizowane są zielone szkoły. Skromna jest też oferta spędzania wolnego czasu, szczególnie przy niesprzyjającej aurze.

Analizując stopień wykorzystania bazy hotelowej w mieście Krakowie na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Krakowie widać wyraźnie, że liczba oferowanych miejsc noclegowych przewyższa popyt na nie. Najwyższy stopień wykorzystania miejsc występuję w hotelach czterogwiazdkowych (78,9%)<sup>1</sup>, najniższy w hotelach jednogwiazdkowych (38,9%)<sup>1</sup>. Podobnie ksztąłtował się on w pozostałych miesiącach 2005r. W prawie 80% goście hotelowi to turyści zagraniczni, oni też dominują w liczbie udzielonych noclegów (prawie 84%).

Wydaję się więc, że baza noclegowa miasta jest wystarczającą, jeśli chodzi o ilość oferowanych miejsc, natomiast trzeba dążyć do podnoszenia standardu.

<sup>1</sup> Dane z Raportu „Przyjazdowy ruch turystyczny w Krakowie w okresie 1.XI.2001 – 31.XII.2001 oraz 1.I.-31.X.2002r. opracowanego pod kierunkiem prof. dr hab. Małgorzaty Bednarczyk

## Hotele

L.p.	Nazwa	Kategoria	Ulica	Telefon E-mail	Ilość miejsc	Ilość pokoi	restauracja	Dodatkowe wyposażenie pokoi	konferencje	obiekt przystosowany dla niepełnosprawnych	akceptacja zwierząt domowych	inne	Obiekty rekreacyjne	karty płatnicze	Parking	Parking dla autokarów
1.	Grand	Hotel**** **	Sławkowska 5/7	012/4217255, hotel@grand.pl	104	56	TAK	internet	TAK	TAK	TAK	galeria, sklep z biżuterią, butik	sauna, siłownia, fitness	TAK	TAK	NIE
2.	Radisson Sas	Hotel**** **	Straszewskiego 17	012/6188888, reservations.krkzh@radissonsas.com	289	140	TAK	internet	TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna, kantor	sala rekreacyjna, sauna	TAK	parking strzeżony	NIE
<b>Razem</b>		<b>2</b>			<b>393</b>	<b>196</b>	<b>2</b>	<b>internet -2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>informacja turystyczna - 1</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
3.	Holiday Inn	hotel****	Wielopole 4	012/ 299 00 00 rsvn@hik.krakow.pl	308	154	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
4.	Elektor	hotel****	Szpitalna 28	012/ 4232317 elektor@hotelelektor.com.pl	36	21	TAK		TAK	NIE	TAK	sejf, klimatyzacja w restauracji i salach konferencyjnych	galeria sztuki	TAK	strzeżony płatny	NIE

5.	Demel	hotel****	Głowackiego 22	012/ 6361600, hotel@demel.com.pl	124	62	TAK	klimatyzacja, internet	TAK	TAK	TAK		sauna, siłownia, basen, bilard	TAK	strzeżony płatny	TAK
6.	Copernicus	hotel****	Kanonicza 16	012/ 4243400 copernicus@hotel.com.pl	46	29	TAK	klimatyzacja	TAK	NIE	TAK		sauna, basen, fitness club	TAK	strzeżony płatny	NIE
7.	Amadeus	hotel****	Mikołajska 20	012/ 4296070 amadeus@janpol.com.pl	44	22	TAK		TAK	TAK	TAK		sauna, fitness club	TAK	brak	NIE
8.	Orient	hotel****	Sołtysowska 25a	012/ 6469100 sekretariat@hotelorient.pl	120	58	TAK		TAK	TAK	TAK		basen, jacuzzi, fitness club, masaże, sauna, solarium	TAK	strzeżony płatny	NIE
9.	Novotel Kraków Centrum	hotel****	Kościuszki 5	012/ 299 29 00,h3372@accor.com	396	198	TAK	internet	TAK	TAK	TAK	8 sal konferencyjnych	fitness club, basen, jacuzzi, sauna, siłownia	TAK	strzeżony płatny	NIE
10.	Symposium	Hotel*****	Kobierzyńska 47	012/2618600, hotel@symposium.com.pl	170	80	TAK		TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna,sklep, kantor, kasyno	solarium, sauna,sala rekreacyjna, basen	TAK	parking strzeżony	TAK



11.	Sheraton	hotel****	Powiśle 7	6621000 reservations.k rakow@shera ton.com	340	232	TAK	klimatyzacja, 2 telefony z liniami IDD, zestawem głośnomów iącym i pocztą głosową, szybkie łącze internetow e	TAK		NIE				strzeżo ny bezpłat ny	TAK
12.	Ostoya Palace Hotel	hotel****	Piłsudskiego 24		50	24	TAK	internet	TAK	TAK	TAK	sklep, drink bar, sejf	sauna, masaż, jacuzzi	TAK	strzeżo ny	NIE
13.	Gródek	hotel****	Na Gródku 4		45	23	TAK	klimatyzacja, internet	TAK	TAK	TAK		sauna	TAK	strzeżo ny	NIE
<b>Razem</b>		<b>11</b>			<b>1679</b>	<b>903</b>	<b>11</b>	<b>internet-5</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>informacja turystyczna - 1</b>	<b>27</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
14.	Pod Różą	hotel***	Floriańska 14	(12) 4243300, pod- roza@hotel.c om.pl	106	54	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE
15.	Kontrast	hotel***	Forteczna 22	012/ 2623050 rezerwacje@h otelkontrast.p l	75	32	TAK		TAK	TAK	NIE		boiska do koszykówki	TAK	strzeżo ny bezpłatny	TAK

16.	Kazimierz	hotel***	Miodowa 16	012/ 4216629 hotel@hk.com.pl	85	35	NIE	dostęp do internetu	TAK	TAK	TAK	dogodna lokalizacja w centrum miasta, rabaty w weekendy i dla grup		TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE
17.	Justyna	hotel***	Al. Jana Pawła II 70	012/ 6498000 rezerwacja@hoteljustyna.pl	123	60	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
18.	Jan	hotel***	Grodzka 11	012/ 4301969 recepca@hoteljan.com.pl	38	15	NIE	telefon, modem	NIE	TAK	NIE			TAK	brak	NIE
19.	Galicja	hotel***	Rzemieślnicza 4	012/ 2690772 info@rthotels.com.pl	161	63	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	TAK
20.	Fortuna Bis	hotel***	Piłsudskiego 25	012/ 4131025 infobis@hotel-fortuna.com			TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
21.	Floryan	hotel***	Floriańska 38	012/ 4311418 floryan@floryan.com.pl	40	15	TAK	klimatyzacja	TAK	NIE	TAK	informacja turystyczna, wypożyczalnia rowerów, samochodów		TAK	niestrzeżony bezpłatny strzeżony płatny	TAK
22.	Ester	hotel***	Szeroka 20	012/ 648 48 67 biuro@hoteles-ster.krakow.pl	68	32	NIE	klimatyzacja	TAK	NIE	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE

23.	Eden	hotel***	Ciemna 14	012/ 429 11 88 eden@hoteden.pl	70	27	TAK		TAK	TAK	TAK		sauna, łaźnia żydowska	TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
24.	Cracovia	hotel***	F.Focha 1	012/ 4245600 cracovia@orbis.pl	509	314	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	TAK
25.	Classic	hotel***	Św. Tomasza 32	012/ 4240303 hotel@hotel-classic.pl	73	32	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
26.	City SM	hotel***	Gajowa 16	012/ 2666021 hotelcity@hotelcity.pl	80	35	TAK	internet	TAK	TAK	TAK	ogród/park	sauna, solarium, fitness	TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
27.	Batory	Hotel***	Sołtyka 19	012/ 2943030 batory@hotelbatory.pl	80	29	TAK	internet	TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
28.	Wit Stwosz	hotel***	Mikolajska 28	012/ 4296026 hotel@witstwosz.com.pl	39	17	TAK		TAK	NIE	NIE			TAK	NIE	NIE
29.	"Secesja"	hotel***	Paulińska 24	(012) 4307464 hotel@hotelsecesja.krakow.pl	50	28	TAK	klimatyzacja	TAK	TAK	TAK		sauna, fitness	TAK	strzeżony bezpłatny	NIE
30.	"Ruczaj"	hotel***	Ruczaj 44	(012) 2691000 ruczaj@ruczajhotel.com.pl	99	44	TAK		TAK	TAK	TAK		solarium, sauna	TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
31.	"Rezydent"	hotel***	Grodzka 9	(012) 4295410 info@rthotels.pl	121	59	TAK		TAK	TAK	TAK		jaccuzi	TAK	brak	NIE

32.	"Regent"	hotel***	Bożego Ciała 19	(012) 4306234 info@rthotels.pl	78	37	TAK		NIE	TAK	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
33.	"Hotel Polski Pod Białym Orłem"	hotel***	Pijarska 17	(012) 4221144 hotel.polsk@podorlem.com.pl	83	53	NIE		TAK	TAK	TAK		solarium	TAK	brak	NIE
34.	Pod kopcem	hotel***	Al. Waszyngtona	(012) 4270355 hotel@hotel.fm.pl	22	11	TAK		TAK	NIE	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
35.	Crown Piast Hotel&Park	hotel***	Radzikowskiego 109	012/ 6364668 info@hotelpiast.pl	324	162	TAK		TAK	TAK	TAK	grill bar	korty tenisowe, ogród, ścieżka zdrowia, zielone szkoły	TAK	strzeżony bezpłatny płatny	TAK
36.	Petrus	hotel***	Pietrusińskiego 12	012/ 2692946 hotel@petrus.net.pl	54	21	TAK	internet	TAK	TAK	TAK		sauna, siłownia	TAK	strzeżony bezpłatny	NIE
37.	Niebieski	hotel***	Flisacka 3	012/ 4312711 biuro@niebieski.com.pl	26	13	TAK		TAK	NIE	TAK		kantor, informacja turystyczna	TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE
38.	Maltański	hotel***	Straszewskiego 14	012/ 430 61 00 hotel@maltański.com	31	17	NIE	internet	TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE

39.	"Atrium"	Hotel***	Krzywa 7	(012) 430 02 03 hotelatrium@ hotelatrium.p l	111	52	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżo ny płatny	NIE
40.	Logos	hotel***	Szujskiego 5	012/ 6323333 logos- kr@hotel_log os.pl	100	49	TAK		TAK	TAK	TAK		sauna, masaże	TAK	strzeżo ny płatny	NIE
41.	Polonia	Hotel***	Basztowa 25	012/ 422 12 33 polonia@hot el- polonia.com. pl	128	66	TAK		NIE	NIE	TAK			TAK	strzeżo ny płatny	NIE
42.	Polonez	hotel***	Reymonta 15	012/ 292 82 94 recepcja@hot el- polonez.krak us.net	54	27	TAK	klimatyzacj a	TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżo ny płatny	TAK
43.	Wanda	hotel***	Armii Krajowej 15	012/ 637 16 77 rez.wanda@o rbis.pl	155	80	TAK		TAK	TAK	TAK	promocy jne oferty weekend owe, oferta specjalna dla studentó w		TAK	strzeżo ny płatny	TAK

44.	Warszawski	hotel***	Pawia 4-6	012/ 42 42 100 (rezerwacja), 424 22 50 recepcja@hotelwarszawski.pl	100	44	NIE	dostęp do internetu	TAK	TAK	NIE	sejf, przechovalnia bagażu		TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
45.	Witek	hotel***	Modlniczka 124A	012/ 6623500, hotel@hotelwitek.pl	140	71	TAK		TAK	TAK	TAK		jacuzzi, sauna,	TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
46.	Francuski	Hotel***	Pijarska 13	012/ 4225122 francuski@orbis.pl	77	42	TAK	internet	TAK	NIE	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE
47.	PTTK Wyspiański	hotel***	Westerplatte 15	012/ 422 95 66 wypianski@janpol.com.pl	394	158	TAK		TAK	TAK	TAK			NIE	strzeżony płatny	TAK
48.	Aleksander	hotel***	Grabrarska 18	012/4229660, biuro@alexhotel.pl	95	40	TAK		TAK	TAK	TAK	kantor, sklep, informacja turystyczna	sauna	TAK	parking strzeżony	TAK
49.	Astoria	hotel***	Józefa 24	012/4325010	65	28	TAK		TAK	TAK	TAK	sklep, kantor, informacja turystyczna	sala rekreacyjna, sauna	TAK	parking strzeżony	TAK
50.	Chopin	hotel***	Przy Rondzie 2	012/2990000, info@chopinhotel.pl	330	219	TAK	klimatyzacja, bezaprzewodowy Internet	TAK-5	TAK	TAK	fryzjer, salon piękności	fitness	TAK	parking strzeżony płatny	TAK

51.	Express by Holiday Inn	hotel***	Opolska 14	012/6145700, smm@krakowexpress.pl	364	150	TAK		TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna, sklep		TAK	strzeżony, garaż	TAK
52.	JB	hotel***	Ujastek Mogilski 7	012/6807154	46	20	TAK		TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna, sklep, kantor		TAK	parking strzeżony	NIE
53.	Matejko	hotel***	Plac Matejki 8	012/4224737	110	45	TAK		TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna, kantor	sauna	TAK	parking strzeżony	NIE
54.	Novotel Kraków Bronowice	hotel***	Armii Krajowej 11	012.6375044, nov.bronowice@orbis.pl	608	300	TAK		TAK	TAK	TAK	kantor, informacja turystyczna, kasyno	sauna, basen	TAK	parking strzeżony	TAK
55.	Pegaz	hotel***	Bratysławska 2	012/6176400, info@hotel-pegaz.pl	109	48	TAK		TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna, kantor		TAK	parking strzeżony	TAK
56.	RT Monopol	hotel***	Św. Gertrudy 6	012/4227666, monopol@rthotels.com.pl	163	80	TAK		TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna, kantor, sklep		TAK	parking strzeżony	NIE
57.	Wilga	hotel***	Przedwiośnie 16	012/2944429, hotel@wilga.krakow.pl	83	36	TAK	internet	TAK	TAK	TAK		kregielnia, bilard	TAK	parking strzeżony płatny	TAK

58.	Campanile	Hotel***	Św. Tomasza 34	012/ 4242600 rezerwacjakrakow@campanile.com.pl	212	106	TAK	klimatyzacja	TAK	TAK	TAK	informacja turystyczna		TAK	strzeżony płatny	NIE
59.	Wawel-Tourist	hotel***	Poselska 22	(012) 430 26 64	97	40	TAK	internet	NIE	TAK	TAK	wypożyczalnia rowerów, samochodów	łaźnia parowa, jacuzzi	TAK	brak	NIE
60.	"Senacki"	hotel***	Grodzka 51	(012) 4211161 recepcja@senacki.krakow.pl	37	20	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
61.	Fortuna	hotel***	Czapskich 5	012/ 4110806 info@hotel-fortuna.pl	54	25	TAK	internet	TAK	TAK	TAK	wypożyczalnia samochodów		TAK	strzeżony płatny	NIE
62.	Erazm	hotel***	28-lipca 17A	012/ 625 41 42 hotel@erazm.pl	24	12	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
63.	W.M. Hotel System	hotel***	Aleja 29 Listopada 189		340	166	TAK	internet	TAK	TAK	TAK		sauna, siłownia, kryty basen	TAK	strzeżony	TAK
64.	Awiv Hotel	hotel***	Dietla 91		32	15	TAK	internet	NIE	NIE	NIE	sejf	siłownia	TAK	strzeżony	NIE
65.	Irbis	hotel***	Księcia Józefa 24A		48	22	TAK		NIE	NIE	NIE	ogród/park, grill	kajakarstwo	TAK	strzeżony	NIE
66.	Alef	hotel***	Szeroka 17	012/ 42138701 alef@alef.pl	12	4	TAK		TAK	NIE	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE



67.	Wentzl	hotel***	Rynek Główny 19	012/ 4302664 hotel@wentzl.pl	24	12	TAK	klimatyzacja, Internet	NIE	NIE	TAK			TAK	brak	NIE
68.	Apis	hotel***	Aleja 29 Listopada 137	012/6176500	93	40	TAK	klimatyzacja, internet	TAK	TAK	TAK		fitness club	TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
69.	Karmel	hotel***	Kupa 15		20	10	TAK	internet	NIE	TAK	TAK			TAK	NIE	NIE
<b>Razem</b>		<b>56</b>			<b>6660</b>	<b>3232</b>	<b>50</b>	<b>16</b>	<b>48</b>	<b>45</b>	<b>50</b>	wypożyczalnia samochodów i rowerów -3, informacja turystyczna - 10	<b>27</b>	<b>55</b>	<b>49</b>	<b>24</b>
70.	Ibis	hotel**	Syrokomli 2	012/ 2993300 H3710@accor.com	350	188	TAK		TAK	TAK	TAK		siłownia, solarium, masaże, fitness club	TAK	niestrzeżony płatny	NIE
71.	Felix	hotel**	os. Złota Jesień 15b	012/ 6491331 puhit@puhit.com.pl	270	120	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	niestrzeżony płatny	TAK
72.	Bona	hotel**	Tyniecka 167b	012/ 2675987 repcja@hotelbona.com.pl	47	22	TAK		TAK	NIE	NIE	grill	bilard	TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK

73.	Wisła	hotel**	Reymonta 22	012/6151535	75	26	TAK		TAK	NIE	TAK		sauna, siłownia, basen, boisko do piłki nożnej, odnowa biologicz na	NIE	strzeżo ny płatny	TAK
74.	"Saski"	hotel**	Sławkowska 3	(012) 4214222 info@hotelsa ski.com.pl	122	60	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	brak	NIE
75.	"Royal"	hotel**	Św. Gertrudy 28029	(012) 4215849 hotel@royal. com	74	47	TAK		TAK	TAK	NIE			TAK	niestrz eżony płatny	TAK
76.	"Rokk"	hotel**	Rzemieślnicza 5	(012) 2691566 hotel@pro.on et.pl	57	31	TAK	Internet	TAK	TAK	TAK		zielone szkoły	TAK	strzeżo ny bezpłat ny	NIE
77.	"Pollera"	hotel**	Szpitalna 30	(012) 422 10 44 rezerwacja@ pollera.com.p l	86	34	TAK		TAK	NIE	TAK			TAK	brak	NIE
78.	Perła	hotel**	Zakopiańska 180	012/ 2674027, reze rwacja@hotel perla.com.pl	80	38	TAK		TAK	TAK	TAK		zielone szkoły	TAK	strzeżo ny bezpłat ny	TAK
79.	Twierdza	hotel**	Do Fortu 8	012/ 285 08 08 hotel @twierdza.co m.pl	50	24	NIE		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżo ny bezpłat ny	TAK
80.	Monika	hotel**	Langiewicza 6	012/4138480	34	17	NIE	internet	NIE	NIE	NIE	ogród/pa rk		TAK	STRZ EŻON Y	NIE

81.	Panorama	hotel**	Lipińskiego 3/1	012/4222570	48	20	NIE		TAK	TAK	TAK	sklep, wypożyc zalnia samocho dów	pokoje do gier, jazda konna	TAK	strzeżo ny	NIE
82.	Sport Hotel	hotel**	Zarzecze 124 A	012/6264363	97	32	TAK	internet, klimatyzacj a	TAK	NIE	TAK		2 hale sportowe , boisko, basen, siłownia, sauna, solarium, gabinet masażu	TAK	parkin g strzeżo ny płatny, niestrz eżony bezpłat ny	TAK
83.	Zajazd Szlachecki	hotel**	Zakładowa 3A	012/6842281, info@zajazd- szlachecki.pl	21	10	TAK	internet	NIE	TAK	NIE			TAK	parkin g bezpłat ny monito rowan y	TAK
84.	Krystyna	Hotel**	Lusińska 9a-9b	012/6547165	74	33	TAK		TAK	NIE	TAK			TAK	strzeżo ny płatny	TAK
85.	Krakus	Hotel**	Nowohucka 35	012/ 6520202 biuro@hotel- krakus.com.p l	213	111	TAK		TAK	NIE	TAK	kantor, sklep	siłownia, bilard	TAK	strzeżo ny płatny	NIE
86.	Europejski	hotel**	Lubicz 5	012/ 4232510 he@he.pl	104	54	TAK		TAK	NIE	TAK		Centrum Zdrowia Urody	TAK	strzeżo ny płatny	NIE
87.	"Start"	hotel**	Kapelanka 60	(012) 2692210, rezerwacja@ hotelstart.co m.pl	164	66	TAK		TAK	NIE	TAK		boisko do siatkówk i, zielone szkoły	TAK	niestrz eżony bezpłat ny	TAK

88.	Daisy	hotel**	Szczepańska 3/3a		35	16	TAK	internet	NIE	NIE	NIE	grii, wypożyczałnia rowerów, samochodów		TAK	strzeżony	NIE
89.	Florian	hotel**	Czerwonego Prądnika 19	012/4133737	38	19	TAK		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony	NIE
<b>Razem</b>		<b>20</b>			<b>2039</b>	<b>968</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>Centrum Zdrowia i Urody-1, wypożyczałnia samochodów i rowerów-2</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>9</b>
90.	Korona	hotel*	Kalwaryjska 9/15	012/ 6561780 korona@korona.krakow.pl	63	25	TAK		NIE	NIE	TAK		basen sauna, fitness club	TAK	strzeżony płatny	TAK
91.	Alf	hotel*	Klimeckiego 24	012/ 6562277 hotel@chemobudowa.pl	200	97	TAK		TAK	NIE	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
92.	Mistia	hotel*	Szlak 73a	012/ 6335154 hotel@mistia.org.pl	46	23	NIE		TAK	NIE	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
93.	Prokocim	hotel*	Szara 20	012/6585783	45	24	NIE		NIE	TAK	NIE			NIE	parking niestrzeżony bezpłatny	TAK

94.	Klezmer - Hois	hotel	Szeroka 6	012/ 4113245	26	10	TAK		TAK	NIE	TAK			TAK	brak	NIE
95.	Hotel Letni Studio	hotel	Kamionka 11a	012/6486969 grabowski@hotelstudio.krakow.pl	130	48	TAK		TAK	TAK	TAK	zielone szkoły	bilard, ping-pong	TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
96.	TP Edukacja i Wypoczynek	hotel	Aleksandry 10	(012)6574444 ceed@tpsa.com.pl	45	15	NIE		TAK	NIE	NIE			TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
97.	"Retro"	hotel	Barska 59	(012) 2660708 retrohotell@kiki.net.pl	50	21	TAK		TAK	TAK	TAK			NIE	strzeżony płatny	NIE
98.	Max	hotel	Kosocicka 93	012/ 657 95 58	20	8	NIE		NIE	NIE	TAK			NIE	niestrzeżony bezpłatny	NIE
99.	Bydgoska	hotel	Bydgoska 19	012/ 637 44 33 hotel@bydgoska.krakow.pl	81	21	TAK	ceny pokoi zależą od tego czy pokoje posiadają samodzielne łazienki	NIE	NIE	TAK		boisko, dyskoteka	TAK	strzeżony płatny	TAK
100.	Franciszek	hotel	Miodowa 15	012/ 430 65 06 hotel@franciszekihotel.com.pl	34	15	NIE		TAK	TAK	TAK			TAK	brak	NIE

101.	Alacarte	hotel	Izaaka 7	012/ 430,65501 rezerwacja@ alacarte.pl	10	3	TAK	telefon w pokojach możliwe zakwatero wanie 1 lub 2 osób, ceny odpowiedn io: 300 i 400 zł.	TAK	NIE	TAK		TAK	niestrz eżony bezpłat ny	NIE	
<b>Razem</b>		<b>12</b>			<b>750</b>	<b>310</b>	<b>7</b>		<b>8</b>	<b>4</b>	<b>10</b>		<b>3</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>6</b>
<b>Ogółem</b>		<b>101</b>			<b>11521</b>	<b>5609</b>	<b>87</b>	<b>internet - 28</b>	<b>86</b>	<b>70</b>	<b>87</b>	<b>informa cja turystyc zna - 12</b>	<b>77</b>	<b>96</b>	<b>90</b>	<b>42</b>

## Pensjonaty

Nazwa	Kategoria	Ulica	Telefon	Ilość miejsc	Ilość pokoi	restauracja	Dodatki wyposażenie pokoi	konferencje	obiekt przystosowany dla niepełnosprawnych	akceptacja zwierząt domowych	inne	Obiekty rekreacyjne	karty płatnicze	Parking	Parking dla autokarów
"U Pana Cogito"	pensjonat**	Bałuckiego 6	( 012 )2697200; 2697202	34	14	TAK	internet, mini bar	TAK	TAK	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny	NIE
<b>Razem</b>	<b>1</b>			<b>34</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>internet -1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
"Relax"	pensjonat**	Wyczołkowskiego 14	(012) 422 01 60, 4271264, relax@pensjonatrelaxcom.pl	15	6	TAK	telefon	TAK	NIE	TAK			TAK	niestrzeżony bezpłatny niestrzeżony płatny	NIE
Oko	pensjonat**	Śnieżna 18	012/ 658 32 10, biuro@pensjonat-oko.pl	17	7	NIE		TAK	TAK	TAK			TAK	strzeżony płatny	NIE
Leopolis	pensjonat**	Lea 253	012/ 637 70 05, 6365195, leopolis@leopolis.com.pl	76	30	tak	internet	TAK	TAK	NIE	grill	siłownia, bilard,saluna, jaccuzi	TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
<b>Razem</b>	<b>3</b>			<b>108</b>	<b>43</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
Apartamenty w Krakowie	pensjonat	Cicha 8	012/ 638 32 10, 6382606, eurokrak@poczta.onet.pl	20	7	NIE		NIE	TAK	TAK			NIE	strzeżony bezpłatny	NIE

"Trans Expres"	pensjonat	Montwiła - Mireckiego 7B	(012) 266 35 20, 2672926,transexp res@pensjonat.bis .pl	27	11	TAK	internet	NIE	TAK	TAK		sala rekreacyj na	TAK	strzeżo ny płatny	TAK
Rycerski	pensjonat	Plac na Groblach 22	012/ 422 60 82, 4223399	34	17	TAK		NIE	NIE	TAK			TAK	brak	NIE
Akacja	Pensjonat	Siemaszki 44	012/ 416 27 97, 4162539, cusik@tutto.com. pl	32	10	NIE	internet	NIE	NIE	TAK		ogródek	NIE	strzeżo ny bezpłat ny	TAK
Daisy	pensjonat	Morelowa 26a	012/ 425 27 97, 4253169, pensjonat@irp.pl	39	16	NIE		TAK	NIE	NIE	grill, miej sce na ogni sko		TAK	niestrz eżony bezpłat ny	NIE
Elegant	pensjonat	Dietla 81	012/ 421 18 94, 4292650, elegant@smartnet .pl	22	9	TAK	internet	NIE	NIE	NIE			NIE	strzeżo ny płatny	TAK
<b>Razem</b>	<b>6</b>			<b>174</b>	<b>70</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>Ogółem</b>	<b>10</b>			<b>316</b>	<b>127</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>4</b>



## Motele

Nazwa	Kategoria	Ulica	Telefon	Ilość miejsc	Ilość pokoi	restauracja	konferencje	obiekt przystosowany dla niepełnosprawnych	akceptacja zwierząt domowych	karty płatnicze	Parking	Parking dla autokarów
Junior	motel**	Skotnicka	012/26242 19, 012/2624204,motel@ junior.krakow.pl	70	24	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
Krak	motel**	Radzikowskiego 99	12/6372122	128	64	NIE	NIE	NIE	TAK	TAK	TAK	TAK
<b>Ogółem</b>	<b>2</b>			<b>198</b>	<b>88</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

## Camping

Nazwa	Kategoria	Ulica	Telefon	Ilość miejsc	restauracja	obiekt przystosowany dla niepełnosprawnych	akceptacja zwierząt domowych	inne	Obiekty rekreacyjne dostępne przy obiekcie	karty płatnicze	Parking	Parking dla autokarów
"Smok"	camping***	Kamedulska 18	( 012 )4297266	60	NIE	TAK	TAK		plac zabaw, boisko	NIE	TAK	NIE
Clepardia	camping*	Pachońskiego 28A	( 012 )4159672	120	NIE	TAK	TAK				TAK	TAK
Krakowianka	camping*	Żywiecka - Boczna 2	( 012 )2681417	200	NIE	TAK	TAK	bar	plac zabaw	TAK	TAK	TAK
<b>Ogółem</b>	<b>3</b>			<b>380</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

## Schroniska

nazwa	Kategoria	Ulica	Telefon	Ilość miejsc	Ilość pokoi	restauracja	konferencje	inne	obiekt przystosowany dla niepełnosprawnych	akceptacja zwierząt domowych	Obiekty rekreacyjne dostępne przy obiekcie	Akceptacja kart płatniczych	Parking	Parking dla autokarów
Schronisko Młodzieżowe-Kraków	schronisko+kemping	Aleja Kasztanowa	(012) 425 23 12	26	5	NIE	NIE		NIE	TAK	ogród	NIE	strzeżony płatny	NIE
Schronisko Młodzieżowe	schronisko	Oleandry	(012)6338822,6338920, sm.krakow@poczta.onet.pl	380		NIE	TAK	zielone szkoły	NIE	TAK		NIE	strzeżony bezpłatny	TAK
Schronisko Młodzieżowe	schronisko młodzieżowe	Szablowskięo	(012) 6372441, 6384915	50	9	NIE	NIE	zielone szkoły	NIE	NIE	boiska	NIE	strzeżony bezpłatny	TAK
Szkolne Schronisko Młodzieżowe	schronisko	Grochowa 21	012/ 6532432, 6532432,	250	67	NIE	TAK	szkolenia	NIE	NIE	ping-pong, bilard, siłownia	NIE	niestrzeżony bezpłatny	TAK
"Skaut"	schr. młodzieżowe	Bieżanowska	012/6573745, 6590121	41	12	NIE	NIE	ognisko, plac zabaw	TAK	TAK	ping pong, koszykówka	NIE	strzeżony bezpłatny	NIE
Schronisko turystyczne "EXPRESS"	schronisko młodzieżowe - III kat.	Wrocławska 91	012/6338862	100	45	NIE	NIE		TAK	TAK		TAK	strzeżony płatny	NIE
<b>Ogółem</b>				<b>847</b>	<b>138</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>zielone szkoły -2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>3</b>

## Domy wycieczkowe

Nazwa	Kategoria	Ulica	Telefon	Inne	Ilość miejsc	Ilość pokoi	restauracja	konferencje	obiekt przystosowany dla niepełnosprawnych	akceptacja zwierząt domowych	Obiekty rekreacyjne dostępne przy obiekcie	karty płatnicze	Parking	Parking dla autokarów
Krakowianka	Dom wycieczkowy	Żywiecka Boczna 2	012/ 2681135, 2681417	bar	71	25	NIE	NIE	TAK	TAK		NIE	strzeżony płatny	TAK
Czyżyny	Dom turystyczny	Centralna 32	012/ 6449824, 6436566	zielone szkoły	300	131	NIE	TAK	NIE	TAK		TAK	niestrzeżony bezpłatny	TAK
Optima	osrodek hotelowo-szkoleniowy	Malborska 65	012/ 6551749, 6550684	szkolenia	100	40	NIE	TAK	NIE	TAK		TAK	strzeżony bezpłatny	TAK
Lipsk	Dom turystyczny	Os. Albertyńskie 01	012/ 6483789, 6482004	zielone szkoły	59	27	TAK	TAK	NIE	TAK	sauna, solarium, siłownia	TAK	strzeżony płatny	TAK
Dom Turystyczny Junior Krakus	Dom Wycieczkowy	Nowohucka 33	012/ 6520208, 6565478, info@turystyka-krakus.com.pl	zielone szkoły	317		NIE	TAK	NIE	TAK	sala rekreacyjna	TAK	strzeżony płatny	TAK
"Patria"	dom wycieczkowy	Limanowski ego 1	( 012 )6562260;6561960	zielone szkoły, szkolenia	80	17	TAK	NIE	NIE	TAK		TAK	strzeżony	NIE
Express	schronisko turystyczne III.kat.	Wrocławska 91	(012) 633 88 62		100	33	NIE	NIE	NIE	NIE		TAK	strzeżony	TAK
Kamrat	dom turystyczny	Koszykarska 33	(012) 6520209		100	30	NIE	NIE	NIE	TAK		TAK	strzeżony	TAK
<b>Ogółem</b>	<b>8</b>			<b>zielone szkoły-4</b>	<b>1127</b>	<b>303</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>7</b>

## Analiza zwiedzających w muzeach Krakowa

Obiekt	Zwiedzający	
	2004	2005 – do miesiąca IX
Muzeum Narodowe	349 074	273 496
MHMK	224 867	206 004
Zamek Królewski na Wawelu	842 078	883 822

### MUZEUM NARODOWE

Miesiąc	Zwiedzający	
	2004	2005 do miesiąca IX
<b>GMACH GŁÓWNY</b>		
Styczeń	4 163	368
Luty	3 921	1 304
Marzec	2 438	1 070
Kwiecień	2 695	1 940
Maj	11 391	13 694
Czerwiec	6 699	1 817
Lipiec	3 137	1308
Sierpień	732	254
Wrzesień	3 008	remont
Październik	5 732	
Listopad	2 239	
Grudzień	2 695	
<b>SUKIENNICE</b>		
Styczeń	1 580	1 715
Luty	2 923	2 081
Marzec	3 028	2 453
Kwiecień	4 193	2 851
Maj	7 403	11 319
Czerwiec	4 868	5 188
Lipiec	4 263	2 361
Sierpień	4 261	5 503
Wrzesień	3 573	5 346
Październik	5 690	
Listopad	4 459	
Grudzień	2 378	
<b>DOM JANA MATEJKI</b>		
Styczeń	1 211	1 153
Luty	1 271	1 103
Marzec	1 389	823
Kwiecień	1 205	1 456
Maj	4 432	4 698
Czerwiec	1 072	2 080
Lipiec	2 677	1 854
Sierpień	2 548	2 194
Wrzesień	1 605	1 163
Październik	2 686	
Listopad	2 013	
Grudzień	1 172	
<b>KAMIENICA SZOŁAJSKICH</b>		
Styczeń	2 099	2 583
Luty	2 058	2 531
Marzec	6 646	1 768
Kwiecień	6 580	2 864
Maj	9 017	8 531

Czerwiec	8 037	3 933
Lipiec	13 225	2 126
Sierpień	14 244	1 203
Wrzesień	10 317	0
Październik	7 601	
Listopad	4 482	
Grudzień	2 173	
MUZEM KSIĄŻĄT CZARTORYSKICH		
Styczeń	2 977	4 465
Luty	2 310	2 292
Marzec	2 473	3 644
Kwiecień	6 617	5 564
Maj	11 139	15 332
Czerwiec	9 231	9 747
Lipiec	13 147	12 618
Sierpień	11 625	23 317
Wrzesień	7 694	15 348
Październik	9 267	
Listopad	6 097	
Grudzień	3 702	
WILLA ATMA		
Styczeń	230	277
Luty	532	391
Marzec	286	305
Kwiecień	350	312
Maj	545	566
Czerwiec	1 169	779
Lipiec	1 708	1 789
Sierpień	2 143	1 756
Wrzesień	945	843
Październik	572	
Listopad	118	
Grudzień	92	
DOM JÓZEFA MEHOFFERA		
Styczeń	334	461
Luty	397	36
Marzec	444	832
Kwiecień	663	492
Maj	6 482	8 096
Czerwiec	1 201	949
Lipiec	1 333	765
Sierpień	1 225	821
Wrzesień	1 573	1 848
Październik	2 059	
Listopad	666	
Grudzień	270	
SZTUKA CENNIEJSZA NIŻ ZŁOTO		
Styczeń	0	1 399
Luty	0	2 065
Marzec	0	3 564
Kwiecień	0	3 169
Maj	0	5 055
Czerwiec	0	5 975
Lipiec	0	9 281
Sierpień	0	9 241
Wrzesień	0	7 600
Ogółem		

Styczeń	13 469	12 421
Luty	16 383	11 803
Marzec	18 185	14 459
Kwiecień	24 062	18 648
Maj	54 409	67 291
Czerwiec	34 716	30 468
Lipiec	41 225	34 102
Sierpień	38 671	44 289
Wrzesień	30 209	32 148
Październik	41 785	
Listopad	22 729	
Grudzień	13 231	
<b>Ogółem</b>	<b>349 074</b>	<b>273 496</b>

#### MUZEUM HISTORYCZNE MIASTA KRAKOWA

Miesiąc	Zwiedzający	
	2004	2005 do miesiąca września
<b>PAŁAC KRZSZTOFORY</b>		
Styczeń	9 224	10 946
Luty	4 733	3 620
Marzec	1 628	1 933
Kwiecień	1 555	2 304
Maj	5 192	5 353
Czerwiec	2 590	2 112
Lipiec	1 832	1 581
Sierpień	2 267	1 513
Wrzesień	1 787	1 518
Październik	3 000	
Listopad	2 480	
Grudzień	14 103	
<b>STARA SYNAGOGA</b>		
Styczeń	961	3 687
Luty	1 415	2 240
Marzec	7 055	5 923
Kwiecień	8 669	8 478
Maj	10 032	20 167
Czerwiec	7 767	8 419
Lipiec	9 530	10 690
Sierpień	9 613	9 826
Wrzesień	6 755	9 586
Październik	8 507	
Listopad	4 448	
Grudzień	1 294	
<b>DOM POD KRZYŻEM</b>		
Styczeń	193	280
Luty	111	148
Marzec	431	356
Kwiecień	72	243
Maj	270	1 334
Czerwiec	420	342
Lipiec	367	268
Sierpień	341	364
Wrzesień	573	239
Październik	678	
Listopad	147	

Grudzień	134	
KAMIENICA HIPOLITÓW		
Styczeń	648	378
Luty	1 175	661
Marzec	629	534
Kwiecień	1 137	558
Maj	1 425	4 018
Czerwiec	627	445
Lipiec	582	672
Sierpień	894	747
Wrzesień	425	478
Październik	1 102	
Listopad	554	
Grudzień	514	
CELESTAT		
Styczeń	419	727
Luty	326	426
Marzec	376	298
Kwiecień	405	270
Maj	338	655
Czerwiec	388	461
Lipiec	134	166
Sierpień	72	260
Wrzesień	72	135
Październik	594	
Listopad	410	
Grudzień	315	
POMORSKA		
Styczeń	143	727
Luty	75	87
Marzec	81	202
Kwiecień	229	149
Maj	471	158
Czerwiec	202	227
Lipiec	284	236
Sierpień	199	259
Wrzesień	428	213
Październik	576	
Listopad	232	
Grudzień	105	
APTEKA POD ORŁEM		
Styczeń	172	306
Luty	819	978
Marzec	6 656	2 048
Kwiecień	4 676	3 743
Maj	Nieczynne – remont	7 051
Czerwiec	Nieczynne – remont	1 896
Lipiec	1 879	2 325
Sierpień	3 393	3 754
Wrzesień	3 210	5 571
Październik	5 957	
Listopad	1 222	
Grudzień	787	
ZWIERZYŃIECKI SALON ARTYSTYCZNY		
Styczeń	762	529
Luty	253	353
Marzec	1 284	286

Kwiecień	168	383
Maj	450	326
Czerwiec	309	205
Lipiec	149	400
Sierpień	117	148
Wrzesień	236	531
Październik	515	
Listopad	381	
Grudzień	121	
<b>WIEŻA RATUSZOWA</b>		
Styczeń	0	0
Luty	0	0
Marzec	0	0
Kwiecień	361	372
Maj	3 190	3 346
Czerwiec	3 561	3 033
Lipiec	5 493	7 137
Sierpień	6 486	7 663
Wrzesień	1 712	4 932
Październik	522	
Listopad	0	
Grudzień	0	
<b>BARBAKAN</b>		
Styczeń	0	0
Luty	0	0
Marzec	0	0
Kwiecień	375	168
Maj	1 901	2 952
Czerwiec	1 999	3 092
Lipiec	7 669	3 778
Sierpień	8 127	4 189
Wrzesień	2 245	2 046
Październik	950	
Listopad	0	
Grudzień		
<b>Ogółem</b>		
Styczeń	12 522	16 941
Luty	8 907	8 513
Marzec	18 140	11 580
Kwiecień	17 647	16 668
Maj	23 269	46 838
Czerwiec	17 863	21 068
Lipiec	27 919	27 620
Sierpień	31 509	30 369
Wrzesień	17 443	26 407
Październik	22 401	
Listopad	9 874	
Grudzień	17 373	
<b>Ogółem</b>	<b>224 867</b>	<b>206 004</b>



## ZAMEK KRÓLEWSKI NA WAWELU

Miesiąc	Zwiedzający	
	2004	2005 do miesiąca września
<b>KOMNATY</b>		
Styczeń	9 594	14 194
Luty	13 824	8 970
Marzec	1 133	3 589
Kwiecień	26 938	28 156
Maj	43 360	46 827
Czerwiec	44 399	48 068
Lipiec	47 726	49 690
Sierpień	49 103	49 500
Wrzesień	37 240	42 619
Październik	32 340	
Listopad	17 492	
Grudzień	15 360	
<b>APARTAMENTY</b>		
Styczeń	1 316	1 399
Luty	911	2 065
Marzec	3 513	3 564
Kwiecień	3 088	3 169
Maj	4 978	5 055
Czerwiec	5 410	5 972
Lipiec	8 833	9 281
Sierpień	8 938	9 241
Wrzesień	6 448	7 600
Październik	3 476	
Listopad	1 628	
Grudzień	533	
<b>SKARBIEC I ZBROJOWNIA</b>		
Styczeń	1 841	1 548
Luty	5 483	7 113
Marzec	9 933	10 309
Kwiecień	10 537	9 836
Maj	19 206	20 046
Czerwiec	19 765	21 100
Lipiec	24 191	24 776
Sierpień	25 119	24 977
Wrzesień	12 690	14 575
Październik	11 963	
Listopad	5 429	
Grudzień	5184	
<b>WAWEL ZAGINIONY</b>		
Styczeń	4 136	5 622
Luty	5 426	5 137
Marzec	5 474	5 241
Kwiecień	3 835	3 708
Maj	5 415	6 603
Czerwiec	5 304	5 897
Lipiec	5 771	6 528
Sierpień	8 645	8 177
Wrzesień	4 048	4 438
Październik	4 396	
Listopad	5 132	
Grudzień	0	
<b>SMOCZA JAMA</b>		

Styczeń	0	0
Luty	0	0
Marzec	0	0
Kwiecień	13 590	15 431
Maj	32 629	34 931
Czerwiec	35 790	33 034
Lipiec	50 006	50 279
Sierpień	58 712	65 563
Wrzesień	21 296	21 534
Październik	13 643	
Listopad	2 254	
Grudzień	0	
<b>SZTUKA WSCHODU</b>		
Styczeń	387	0
Luty	671	0
Marzec	1 122	0
Kwiecień	941	0
Maj	1 506	0
Czerwiec	1 598	0
Lipiec	2 032	0
Sierpień	2 987	0
Wrzesień	1 248	0
Październik	1 428	
Listopad	929	
Grudzień	2 805	
<b>WYSTAWA CZASOWA</b>		
Styczeń		0
Luty		0
Marzec		4 423
Kwiecień		17 261
Maj		27 791
Czerwiec		3 842
Lipiec		24 341
Sierpień		37 299
Wrzesień		23 233
<b>OGÓLEM</b>		
Styczeń	17 274	22 763
Luty	26 315	23 285
Marzec	21 175	27 396
Kwiecień	58 929	77 561
Maj	107 094	141 253
Czerwiec	112 266	117 913
Lipiec	138 559	164 895
Sierpień	153 504	194 757
Wrzesień	82 970	113 999
Październik	67 246	
Listopad	32 864	
Grudzień	23 882	
<b>Ogółem</b>	<b>842 078</b>	<b>883 822</b>

Analizie poddano 3 najważniejsze muzea działające w Krakowie: Muzeum Narodowe, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa oraz Zamek Królewski na Wawelu. Są to muzea, które odwiedza największa liczba turystów, zgodnie z informacjami jakie MOT otrzymała z poszczególnych muzeów. W zasadzie można stwierdzić, że liczba zwiedzających w poszczególnych miesiącach lat 2004 i 2005 jest porównywalna (różnice nie są znaczące). Znaczny jej wzrost notowany jest w miesiącach wiosennych, letnich oraz wczesnej jesieni. Wynika to z następujących faktów:

- kwiecień, maj, wrzesień oraz październik to okres organizowania wycieczek szkolnych, które w swoich planach zawsze mają zwiedzanie muzeów,
- miesiące letnie to sezon wzmożonego ruchu turystycznego, który również pozytywnie wpływa na ruch w muzeach
- organizowania w muzeach lekcji muzealnych dla dzieci i młodzieży szkolnej.

Zauważalny znaczny wzrost liczby zwiedzających w miesiącu maju wynika z organizowanej Nocy Muzeów, która przyciąga znaczne rzesze zainteresowanych. Kolejnym elementem pozytywnie wpływającym na zainteresowanie ekspozycjami muzealnymi są wystawy czasowe np. wystawa „Michał Anioł” zorganizowana w tym roku w Muzeum Książąt Czartoryskich przyciągnęła ponad 2-krotnie więcej turystów niż w porównywanym okresie 2004r. (sierpień), podobnie w przypadku wystawy „Sto Lat Samotności” zorganizowanej w miesiącach letnich ubiegłego roku w Barbakanie.

Niezmiernie ogromne rzesze turystów przyciąga Zamek Królewski na Wawelu, w którym także urządzone są wystawy czasowe i gdzie również widać zwiększony ruch od wczesnej wiosny do wczesnej jesieni.

Według informacji otrzymanych z muzeów w okresie letnim – pełni sezonu turystycznego – dominują turyści zagraniczni, którzy stanowią około 70% wszystkich zwiedzających.

Oferta muzealna miasta Krakowa jest bogata i atrakcyjna, należy przede wszystkim dbać o te jej elementy, które wzbudzają większe zainteresowanie i przyciągają zwiedzających do obiektów muzealnych.

## Ruch pasażerski na lotnisku Kraków - Balice

Miesiąc	2004					2005					
	Krajowe	Zagraniczne regularne	Czartery	Tranzyt	Razem	Krajowe	Zagraniczne regularne	Czartery	Tranzyt	Razem	% wzrostu
Styczeń	12699	19321	3730	762	36512	14285	63429	5464	435	83613	229
Luty	12488	19556	3504	741	36289	13100	58258	4727	475	76560	210
Marzec	13808	22868	6599	1088	44363	14918	77875	8154	786	101733	229
Kwiecień	16281	34503	6734	1831	59349	14918	77875	8154	786	116916	196
Maj	17061	39410	4248	2876	63595	18921	111409	8582	1172	140084	220
Czerwiec	16920	47929	10016	3066	77931	18504	123126	12419	1428	155477	199
Lipiec	16372	51700	18449	4044	90565	16540	130479	23728	3082	173829	191
Sierpień	17030	53134	19339	4372	93875	16891	132267	23605	2819	175582	187
Wrzesień	19164	50939	14088	4624	88815	19620	123102	18066	2874	163662	184
Październik	16585	57942	7062	3301	84890						
Listopad	13628	58614	5483	475	78200						
Grudzień	14797	68338	3122	482	86739						
<b>Razem</b>	<b>186833</b>	<b>524254</b>	<b>102374</b>	<b>27662</b>	<b>841123</b>	<b>149744</b>	<b>913484</b>	<b>110307</b>	<b>13921</b>	<b>1187456</b>	

Analiza ruchu pasażerskiego na lotnisku Kraków – Balice pokazuje na wyraźny wzrost lotów na liniach zagranicznych – prawie 2,5 -krotny. Wskazuje to na znaczny wzrost zainteresowania obcokrajowców miastem Kraków, zwłaszcza, że zwiększony ruch występuje w miesiącach letnich – od czerwca do września. Dotyczy to zarówno lotów regularnych jak i czarterów, przy czym znacząco wzrasta liczba pasażerów na liniach czarterowych w okresie od czerwca do sierpnia, co wskazuje na korzystanie w tych lotów przez turystów odwiedzających Kraków i Małopolskę.

Ruch na liniach krajowych wykazuje tendencję stabilną, liczba pasażerów na liniach krajowych w roku 2004 jest porównywalna z liczbą pasażerów na tych liniach w roku

2005.

