

**Badania zrealizowane
przez
Małopolską Organizację
Turystyczną
dla
Urzędu Miasta Krakowa**



AUTORZY

prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski PhD
- red. nauk., kierownik projektu

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński
prof. UEK dr hab. Renata Seweryn
dr Leszek Mazanek

Koordynatorzy MOT:
mgr Katarzyna Halz-Żurowska
mgr Aleksandra Gorczyca

RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE W 2024 ROKU

Numer 3/2025

Badanie ruchu turystycznego w Krakowie 2024

raport pełny

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

AUTORZY

prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski PhD

- red. nauk., kierownik projektu

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

dr Leszek Mazanek

Recenzja naukowa:

prof. AKF dr hab. Krzysztof Kaganek

prof. WSTiE dr hab. Zygmunt Kruczek

Koordynatorzy MOT:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

mgr Aleksandra Gorczyca

**MAŁOPOLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
KRAKÓW 2025**

RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE

ISSN 2299-2863 Druk

ISSN 2299-2871 Online

ISBN 978-83-68108-55-2

Numer 3/2025

Małopolska Organizacja Turystyczna

Rynek Kleparski 4/13

31-150 Kraków

Kolegium Redakcyjne:

Przewodniczący:

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

Członkowie:

prof. dr hab. Tadeusz Grabiński

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn

dr hab. Lucyna Rotter

dr Leszek Mazanek

dr Bożena Alejsiak

mgr Andrzej Gut-Mostowy

mgr Paweł Mierniczak

mgr Piotr Łęźniak

Sekretarz:

mgr Katarzyna Halz-Żurowska

Konsultant graficzny:

mgr Jakub Borkowski

mgr Kinga Sienkiewicz

Recenzenci naukowcy:

prof. AKF dr hab. Krzysztof Kaganek

prof. WSTiE dr hab. Zygmunt Kruczek

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

SPIS TREŚCI

Rozdział 1. Wprowadzenie	5
Rozdział 2. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie	6
2.1. Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej	6
2.2. System zbierania danych dotyczących ruchu turystycznego w Krakowie	10
Rozdział 3. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2024	14
Rozdział 4. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2024	20
4.1. Wprowadzenie	20
4.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków	20
4.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie	21
4.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie	23
4.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy	24
4.6. Odwiedzający krajowi w Krakowie	31
Rozdział 5. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków	34
5.1. Wprowadzenie	34
5.2. Wiek odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.3. Płeć odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.5. Status materialny odwiedzających Kraków – struktura procentowa	35
5.6. Charakter towarzyski podróży odwiedzających Kraków – struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	35
Rozdział 6. Cele przyjazdów do Krakowa	37
6.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa	37
6.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2024 roku	39
Rozdział 7. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście – zachowania turystyczne odwiedzających Kraków	40
7.1. Wprowadzenie	40
7.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście	40
7.3. Organizacja wizyty w Krakowie	43
7.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie	45
7.5. Długość pobytu w Krakowie	47
7.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków	49
7.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w latach 2022-2024	54
Rozdział 8. Oferta turystyczna Krakowa	55
8.1. Wprowadzenie	55
8.2. Oferta turystyczna Krakowa w opinii odwiedzających miasto	55
8.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez odwiedzających Kraków w 2024 roku	60
Rozdział 9. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski	64
9.1. Wprowadzenie	64
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście	64
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie	67
9.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki	71
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków	73
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa – NFS	73
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie – NPS	75
Rozdział 11. Atrakcje Krakowskiego Obszaru Recepcyjnego	77

Rozdział 12. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa 2024	79
Rozdział 13. Wnioski.....	80
Rozdział 14. Rekomendacje	87
ANEKS	90
Rozdział 15. WIELKOŚĆ ZAGRANICZNEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO W LATACH 2005-2024 NA PODSTAWIE DANYCH GUS	90
BIBLIOGRAFIA	141
NETOGRAFIA	142
Spis tabel	143
Spis rysunków	147

Rozdział 1. Wprowadzenie

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach statutowych zadań, do których należy m.in. „*podejmowanie działań mających wpływ na zwiększenie liczby turystów odwiedzających miasto Kraków*”, od 2003 roku prowadzi systematyczny monitoring ruchu turystycznego w Krakowie, mieście, w którym turystyka odgrywa istotną rolę w sferze społeczno-gospodarczej. Badania realizowane przez ekspertów Międzyuczelnianego Zespołu Naukowego Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w oparciu o autorską metodę, umożliwiają od 20 lat prowadzenie analizy porównawczej wielkości i struktury ruchu turystycznego w Krakowie. Poprzez integrację danych ilościowych i jakościowych oraz ciągłość w obserwacji zjawiska, wyniki prowadzonych analiz stanowią materiał wyjściowy do podejmowania działań stymulujących rozwój turystyki zrównoważonej w stolicy województwa małopolskiego i zarazem stolicy polskiej turystyki.

Głównym celem niniejszego opracowania jest zdiagnozowanie zmian spowodowanych, m.in. wojną na Ukrainie, które miały miejsce w przyjazdowym ruchu turystycznym do tego miasta w trzecim roku agresji rosyjskiej w Ukrainie, tj. 2024 – zmian zarówno w jego wielkości i strukturze, jak i w zachowaniach odwiedzających.

Jako cele szczegółowe wyspecyfikowano m.in.:

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

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

Rozdział 2. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie

2.1. Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej

Zdaniem prof. Kazimierza Zajęca, polskiego statystyka z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie: „Kraje, regiony, które nie potrafią się policzyć, na rynkach świata nie mogą się liczyć”. Istotą zintegrowanych badań Przyjazdowego Ruchu Turystycznego według wzoru Małopolskiej Organizacji Turystycznej jest identyczne, tak samo obliczane na każdym poziomie systemu akcji, pozyskiwanie danych od uczestników przyjazdowego ruchu turystycznego, w których wykorzystywane są w ten sam sposób zebrane informacje (dane) wejściowe (tak ilościowe jak i jakościowe).

Istotę zintegrowanego monitoringu ruchu turystycznego w Polsce wyjaśnić można popularnym sloganem „myśleć globalnie – działać/realizować lokalnie”, a syntetyzować CENTRALNIE. Z pomocą w rozwiązaniu problemu przychodzi ponadto formuła Bayesa: „na podstawie zajęć przeszłych, znając dystrybucję możliwości przyszłych, można obliczać prawdopodobieństwo tego, co nastąpi”. Równoległe z tą formułą obowiązuje zawsze zasada *ex nihilo nihil fit* oznaczająca, że *oprócz zera wiadomości niczego się z informacyjnego zera nie wydobędzie*.

Istnieje potencjalna możliwość transferu technologii badań naukowych z zakresu diagnozowania zjawisk towarzyszących strumieniom przyjazdowego ruchu turystycznego stosowanej w Krakowie i Małopolsce do konkretnego Obszaru Recepcji. Przeniesienie badań zjawisk generowanych przez przyjazdowy ruch turystyczny z jednego obszaru recepcji turystycznej¹ (destynacji – Żemła, M. jak i Seweryn, R. stosują w swoich pracach pojęcie Obszar Recepcji Turystycznej, jako synonim angielskiego słowa „DESTINATION”) – Kraków do drugiej destynacji [ORT]², generalizując zagadnienie tytułowe, polega na procesie przystosowywania istniejącej już metody badań naukowych Międzyuczelnianego Zespołu Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej w Krakowie [PL] do jej praktycznego zastosowania w innym regionie/miejscu. W wyniku transferu krakowskiej/małopolskiej technologii badań przyjazdowego ruchu turystycznego do danego miejsca możliwa jest analiza porównawcza zjawisk. Kontynuacja badań z zastosowaniem tej samej technologii w kolejnych okresach badawczych stwarza możliwość diagnozowania (aproksymacji) przyszłych zdarzeń z badanego zakresu.

¹ Dziedzic E., *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, „Monografie i Opracowania”, nr 442, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 1998.

² ORT – akronim Obszaru Recepcji Turystycznej = Destynacja – autorzy uważają, że warto wyjaśnić znaczenie słowa destynacja, bo staje się ono coraz popularniejsze. Istnienie tego zapożyczenia odnotował już prof. Jan Miodek i uznał je za manieryczne. Należy podkreślić, że słowo „destynacja” nie jest jeszcze notowane w polskich słownikach wyrazów obcych, w przeciwieństwie do rzeczownika „destynator” jako osoby, dla której coś przeznaczono, na przykład do odbioru (z fr. *destinateur*). Stąd też możliwa jest forma czasownikowa np. „predestynować”, czyli nadawać się do czegoś (konkretnego) na przykład do recepcji ruchu turystycznego. Dla potrzeb niniejszej pracy przyjęto operacyjnie, że: „Destynacja turystyczna oznacza obszar docelowy aktywności turystycznej nadający się (predestynujący) do recepcji ruchu turystycznego i który jest (powinien być) synonimem produktu turystycznego typu obszar (miejsce)”. Żemła, M. jak i Seweryn, R. stosują w swoich pracach pojęcie Obszar Recepcji Turystycznej, jako synonim angielskiego słowa „DESTINATION”. Patrz: K. BORKOWSKI, Hodnotenie prvkov turistického produktu typu „oblast’” návštevníkmi a obyvatelmi vybraných oblastí in K. BORKOWSKI, E. JANIGOVÁ, V. BEDNAROVÁ, M. ŁABAJ, J. SOBCZUK, M. KOVAČIC, P. JAŠKO, 2012 *Správa z pilotných výskumov turistického ruchu na poľsko-slovenskom pohraničí*. Raport z pilotażowych badań na pograniczu polsko-słowackim, praca zbiorowa, (red.) K. BORKOWSKI, WSTiE – Sucha Beskidzka – KU – Ružomberok 2012, ISBN 978-83-926999-9-6, s. 60-62.; M. ŻEMŁA, Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańtego, Katowice 2010, ISBN 978-83-60953-29-7.; R. SEWERYN, Kreowanie wartości dla klienta przez obszar recepcji turystycznej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012, ISSN 1899-0428, ISBN 978-83-7252-602-1.

Sytuacja „resetu” zjawisk turystycznych, związana z ogłoszeniem przez WHO pandemii wywołanej wirusem SARS-CoV-2 na całym świecie, w tym również w Polsce, pozwala na nowy etap badań porównawczych. Stwarza zarazem możliwość obserwacji dynamiki trendów sekularnych zjawisk turystycznych w badanych destynacjach, w porównaniu z danymi już zaglomerowanymi dla miasta Krakowa w latach „przedcovidowych” 2003-2019/2020-2022, w warunkach komunikowania zagrożenia zdrowia i życia tak mieszkańców jak i odwiedzających destynację. Wniosek: zastosowanie analogicznej technologii w miastach historycznych (niestołecznych) a frekwentowanych turystycznie, stwarza możliwość analizy porównawczej obszarowych produktów turystycznych typu „miasto”. Celem niniejszego wywodu jest ukazanie możliwości przystosowywania istniejącej już metody badań naukowych będącej własnością intelektualną naukowców z Krakowa [PL], narzędzi badawczych, algorytmów obliczeniowych i oryginalnych pomysłów zespołu krakowskiego³ do ich praktycznego zastosowania w innych regionach/miejscach.

Metody i uwarunkowania procesu transferu technologii badawczej

Proces transferu technologii badawczej zjawisk towarzyszących przyjazdowemu ruchowi turystycznemu składa się z kilku faz:

- adaptacji narzędzi badawczych,
- algorytmów obliczeniowych,
- oryginalnych prac badawczych według modeli i prototypów,
- sprawdzaniu przebiegu proponowanego procesu technologicznego,
- określeniu poziomu efektywności społecznej i ekonomicznej proponowanych procesów technologicznych (triangulacji metod badań ilościowych i badań jakościowych),
- analizy rynków emisyjnych turystów, wyboru najwłaściwszego segmentu odwiedzających destynację,
- ustalenia zasad finansowo-prawnych dla współpracy badawczej gestorów destynacji, branży przemysłu usług turystycznych współpracujących uczelni, uruchomienia badań.

Podobną procedurę transferu technologii badawczej przeprowadzono w 2008 roku, kiedy to eksperci Międzyuczelnianego Zespołu Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej w składzie: K. Borkowski, T. Grabiński, L. Mazanek, R. Seweryn, A. Wilkońska – przekazali w ramach umowy partnerskiej pomiędzy Małopolską Organizacją Turystyczną a Regionalną Organizacją Turystyczną Województwa łódzkiego swoje Know-how, jak również wykonali analizę w zebranych danych w opracowanym przez siebie raporcie na temat: Badania ruchu turystycznego w Łodzi i województwie łódzkim w roku 2008.⁴ Opracowania te były recenzowane przez profesora dr hab. Leszka Koziół i profesor dr hab. Annę Nowakowską, a prezentowane publicznie w mieście Łodzi w obecności profesora dr hab. Stanisława Liszewskiego, który w imieniu Łódzkiej Organizacji Turystycznej badania te oficjalnie odbierał. Małopolska Organizacja Turystyczna przekazała całą technologię badań wraz z narzędziem w ramach umowy partnerskiej Łódzkiej Organizacji Turystycznej, która współpracowała z Uniwersytetem Łódzkim, reprezentowanym przez profesora dr hab. Stanisława Liszewskiego, zapewniającego kontynuację badań tak w mieście Łodzi jak i województwie łódzkim. Badania te były

³ Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej stanowią/stanowili: od 2003 roku K. Borkowski (kierownik zespołu) WSTiE Sucha Beskidzka, T. Grabiński UE Kraków, L. Mazanek AWF Kraków, R. Seweryn UE Kraków – obecnie w dalszym ciągu pozostają w zespole badawczym, A. Wilkońska AWF Kraków (w latach 2003-2015), A. Gut-Mostowy (w latach 2003-2006), M. Pocięcha AWF Kraków i M. Grzywa AWF Kraków (w roku 2003), E. Grabińska UJ Kraków (w latach 2014-2018), aktualnie od roku 2016 w zespole pracuje Bożena Alejsiak AWF Kraków.

⁴ http://www.rotwl.pl/badania_ruchu_turystycznego_wojewodztwa_lodzkiego,26,0,0.html dostęp: 17.05.2021.

kontynuowane w następnych latach przez zespół pod kierunkiem profesora dr hab. Bogdana Włodarczyka, a wśród autorów był między innymi profesor dr hab. Jacek Kaczmarek. Pracę recenzował doktor Andrzej Stasiak. Podobnie przekazano nieodpłatnie technologię badań wraz z narzędziem badawczym do Polskiej Organizacji Turystycznej, jak również Mazowieckiej Organizacji Turystycznej i Urzędu Stołecznego Miasta Warszawy.

Warunkiem koniecznym transferu technologii badawczej, lecz nie wystarczającym, jest oświadczenie woli partnera badań będącego gestorem (administratorem) danej destynacji. Dopiero wówczas możliwa jest procedura prawidłowego transferu Know-how. W innych przypadkach można mówić o zastosowaniu techniki Benchmarking'u. **Jednak o tej technice możemy mówić jedynie wtedy, gdy posiadając już własne rozwiązania w ramach analizy porównawczej, konfrontujemy je ze stosowanymi (rozwiązaniami) przez innych, uważanych za najlepszych w analizowanej dziedzinie.** Wynik takiej analizy służy jako podstawa doskonalenia własnej technologii. Jest to praktyczna realizacja przysłowia: „lepiej z mądrym zgubić niż z głupim znaleźć”. Jednak gdy brak własnej technologii warto zastanowić się nad pozyskaniem w sposób całkowicie legalny technologii dotychczas stosowanej przez zespoły autorskie, których wyniki badań podlegały wielokrotnej recenzji naukowej i wieloletniej kontroli odbiorców badań, zamiast „wyłamywać otwarte drzwi” i dokonywać pozornych zmian w narzędziach badawczych, posługując się tak zwaną „parafrazą pytań badawczych”.⁵

Krakowska metoda badań ruchu turystycznego – istota technologii triangulacyjnych badań przyjazdowego ruchu turystycznego do destynacji turystycznej

Istota badań łącznych ilościowo-jakościowych polega na podejściu triangulacyjnym⁶, z jednoczesnym wykorzystaniem możliwości, jakie daje prawidłowe połączenie metod badań ilościowych z metodami badań jakościowych. Badania wykonywane są przy pomocy trzech podstawowych narzędzi: badań typu desk research, selekcji danych pochodzących z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) pod kątem osób (unikalnych podmiotów mobilnych) spełniających odpowiednie kryteria badania oraz wywiadów bezpośrednich. Podobnego zdania są Liszewski, St., Włodarczyk, B., sygnalizujący w zakresie badań zjawisk ruchu turystycznego dwie zasadnicze grupy metod tj.:

– metody bezpośrednie – polegające na osobistym kontakcie badacza z uczestnikami ruchu turystycznego. Do metod tych zaliczyć można badania kwestionariuszowe (wywiad, ankieta) oraz pomiar (rejestracja turystów na parkingach, szlakach turystycznych, w muzeach itp.). Należy podkreślić duże znaczenie tego rodzaju metod ze względu na możliwość pozyskania pełnej i szczegółowej informacji na temat ruchu turystycznego oraz możliwość ich szybkiego dostosowania do konkretnych potrzeb i sytuacji.

⁵ Nasza technologia od lat jest ogólnie dostępna w ramach Biuletynu Informacji Publicznej https://www.bip.krakow.pl/?sub_dok_id=58088. Jest ona również publikowana w wielu dokumentach dotyczących tych badań. <http://mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html> dostęp 17.05.2021.

⁶ „Najprościej mówiąc, koncepcja triangulacji oznacza, że badany temat ujmuje się z co najmniej dwóch różnych punktów widzenia. Zwykle tego rodzaju wielorakie ujęcie uzyskuje się dzięki zastosowaniu różnych perspektyw metodologicznych [to jest – różnych technik badawczych]” (Flick 2011, 79). Można wskazać kilka sposobów na przezwycięzenie ostrego podziału na badania jakościowe i ilościowe. Punktem wyjścia tych prób jest przyjmujące się powoli założenie, że „metody jakościowe i ilościowe powinno się postrzegać jako komplementarne, a nie konkurencyjne” (Jick 1983, 135). „Prowadzi to w prostej linii do łączenia badań jakościowych i ilościowych” (Flick 2011, 154). U. Flick, *Triangulation: Eine Einführung (Qualitative Sozialforschung)* (German Edition) (German) Paperback – April 18, 2011 ISBN 13: 978-3531181257 ISBN-10: 3531181254 Edition: 3.

– metody pośrednie – ich spektrum jest zdecydowanie szersze od badań bezpośrednich i nie wymagają one bezpośredniego kontaktu z uczestnikami ruchu turystycznego, ale jednocześnie posiadają dość wyraźne ograniczenia dotyczące zakresu i jakości uzyskiwanych materiałów. Do najpopularniejszych należą kwerenda czyli zbieranie materiałów w instytucjach bezpośrednio lub pośrednio związanych z obsługą ruchu turystycznego (np. rejestracja hotelowa, badania w biurach podróży obsługujących turystykę przyjazdową) oraz rejestracja bieżąca, będąca częścią sprawozdawczości statystycznej (np. frekwencja w obiektach bazy noclegowej, muzeach, atrakcjach turystycznych, wpływów z opłaty miejscowej (dawniej klimatycznej lub uzdrowiskowej), obrotów w handlu detalicznym, gastronomii i przedsiębiorstwach turystycznych (rzadziej ze względu na coraz mniejsze możliwości pozyskiwania takich danych)).⁷

Również Matczak A. sygnalizuje sześć podstawowych sposobów rejestrowania i analizowania wielkości i struktury ruchu turystycznego w miejscowościach recepcyjnych:

- bieżąca sprawozdawczość statystyczna (k-t1 i k-tur1)³⁴ i oparte na niej opracowania tabelaryczne wykonane przez państwowe instytucje statystyczne oraz sporządzane na tej podstawie opracowania i analizy naukowe;
- okresowe rejestracje ruchu turystycznego w kilku wybranych miejscowościach, prowadzone m.in. przez instytucje podległe resortowi turystyki;
- lokalne pomiary ruchu turystycznego prowadzone przez różne ośrodki naukowe;
- kwerendę prowadzoną w obiektach, które bezpośrednio lub pośrednio świadczą usługi turystyczne oraz w instytucjach zarządzających atrakcjami turystycznymi, a także instytucjach nadzorujących i kontrolujących ich działalność;
- badania ankietowe prowadzone w miejscowościach lub regionach turystycznych;
- oszacowania ruchu turystycznego za pomocą metod pośrednich.⁸

⁷ Liszewski, S. Włodarczyk, B. Badania regionalne ruchu turystycznego jako podstawa nowej regionalizacji turystycznej Polski w Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, Warszawa, POT 2010, s. 6-7

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi_3_y13oryAhXvyoKHUTMAfAQFjAlegQIChAD&url=http%3A%2F%2Fwww.pot.gov.pl%2Findex.php%3Foption%3Dcom_rubberdoc%26view%3Ddoc%26id%3D1614%26format%3Draw&usg=AOvVaw0n3KFB5IXGGUMMp99a4RI_

⁸ Matczak, A. Stan badań ruchu turystycznego w Polsce, [w:] turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego. Rocznika centralnego Programu Badań Podstawowych 08.06. Wyniki prac z roku 1988, Instytut Turystyki, Warszawa 1990, s. 172.

2.2. System zbierania danych dotyczących ruchu turystycznego w Krakowie

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

– **Pierwsza** to metoda przeprowadzania wywiadów bezpośrednich (gdzie ankiety badawcze były zbierane w wersji elektronicznej z wykorzystaniem tabletów, przy założeniu pozyskania minimum 3000 ankiet) oraz ich analiza. Zastosowana triangulacja metod badawczych podnosi jakość prowadzonych badań i w znacznym stopniu ogranicza błąd pomiaru.^{9,10}

Ankietowanymi były osoby odwiedzające Kraków, określane w zaleceniach statystycznych UN Tourism mianem turystów (korzystający przynajmniej z jednego noclegu) oraz odwiedzających jednodniowych, którzy przybyli w celach: poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym i innych.

W badaniach pominięto przyjezdnych, którzy deklarowali pobyt przekraczający 90 dni.

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane GUS z roku 2021, dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania.

Ustalono, że próba o liczebności w przedziale $n=2\ 400-3120$ osób gwarantuje dokładność oszacowania na poziomie 2%. Przyjęto schemat losowania warstwowego, gdzie warstwę stanowił rodzaj ustawowego obiektu noclegowego (hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, pokoje gościnne, campingi, pola biwakowe i inne obiekty), proporcjonalnie do liczby osób korzystających z noclegów. Dodatkowo do poboru próby wskazano miejsca koncentracji podróżnych, takie jak: terminale komunikacyjne typu dworce kolejowe i autobusowe, port lotniczy oraz obiekty i miejsca stanowiące atrakcje turystyczne. Listę tych miejsc ustalili eksperci na podstawie informacji pozyskanych od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego, służby celnej oraz Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach. Przy pobieraniu próby przyjęto następujące zasady: wszystkie osoby, z którymi przeprowadzano wywiady miały powyżej 16 lat; w przypadku ankietowania rodziny badaniem obejmowano tylko jednego jej przedstawiciela; w przypadku ankietowania grupy zorganizowanej badaniem obejmowano, co najwyżej dwie dorosłe osoby z tej grupy.

Badania przeprowadzono w okresie od lipca do grudnia 2024 r., według przyjętego rozkładu miejsc poboru próby w ciągu każdego miesiąca.

W 2024 roku pobrano 3245 ankiet, a po weryfikacji analizie poddano łącznie 3244 ankiety.

⁹ Borkowski K. P. (2019): Triangulacja subiektywnych odczuć osób wypoczywających w Krakowie w aspekcie poczucia bezpieczeństwa osobistego podczas rekreacyjnego pobytu w destynacji. Badania diagnostyczne 2008-2018, Monografia Ruch Turystyczny w Krakowie, nr 3/2019, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.

¹⁰ Mazurek-Łopacińska K., Sobocińska M. (2018): Triangulacja w badaniach jakościowych, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, no. 525, 2018, pp. 11-20, DOI: 10.15611/pn.2018.525.01.

Tabela 2.2.1. BRT KRAKÓW 2024 – ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje

Lp.	LOKALIZACJA	Ilość ankiet	
1.	Rynek Główny	21,66%	703
2.	Wawel	10,88%	353
3.	Balice – Lotnisko	16,12%	523
4.	Dworzec Główny/plac kolejowy	5,98%	194
5.	Łagiewniki – Sanktuarium Bożego Miłosierdzia i Sanktuarium św. Jana Pawła II	6,84%	222
6.	Kazimierz/ul. Szeroka	8,75%	284
7.	Brama Floriańska	5,85%	190
8.	Kładka Bernatka	8,97%	291
9.	Plac Centralny	2,93%	95
10.	Miejsca noclegowe	12,02%	390
Łącznie – suma		100,0%	3245

Źródło: Koordynator badań MOT.

– **Druga** to metoda pozyskiwania danych z hurtowni danych teleinformatycznych dla dwunastu miesięcy (styczeń-grudzień) 2024 roku w porównaniu do odczytów w miarę dostępności danych z ubiegłych lat (są to dane o charakterze obserwacyjnym, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów). Jest to grupa narzędzi zastosowana po raz pierwszy w okresie pandemii Covid-19, zbliżona do tych, o których sygnalizował w 2009 roku Alejsiak, W., w swojej ekspertyzie teoretycznej: *O wykorzystaniu Telefonicznego Systemu Komórkowej Analizy Ruchu Turystycznego jako nowej metodzie badania ruchu turystycznego opartej na wykorzystaniu technologii telefonii komórkowej drugiej i trzeciej generacji*.¹¹ Przy pomocy tych narzędzi dokonuje się selekcji danych pochodzących z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) pod kątem osób (unikalnych podmiotów mobilnych) spełniających odpowiednie kryteria badania.¹² Dane wykorzystane do analizy pochodzą właśnie z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) DMP¹³ Selectivv¹⁴, a pozyskane zostają w wyniku zapytań oraz wyświetleń reklam w kanale mobilnym, jak również od wydawców konkretnych aplikacji. W skład rozwiązań technologicznych Selectivv wykorzystywanych w badaniu wchodzi również platforma Selectivv DSP, służąca do zakupu powierzchni reklamowej w kanale mobilnym zgodnie z metodologią RTB.¹⁵ Selectivv gromadzi dane dotyczące wyświetlania reklam dla unikalnych użytkowników, dzięki czemu można m.in. określić miejsce zamieszkania, miejsce pracy, czy kierunki podróży. Dane mobilne pozwalają na oszacowanie

¹¹ Alejsiak W. TelSKART© – Nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego, Folia Turistica, Kraków 2009, nr 21 s. 97

[https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TelSKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20\(Folia%20Turistica%20Vol.%202021\).pdf](https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TelSKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20(Folia%20Turistica%20Vol.%202021).pdf)

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

¹³ Selectivv DMP Data Managment Platform (hurtownia danych).

¹⁴ <https://selectivv.com/portfolios/realizacja-badawcza-badanie-ruchu-turystycznego/> dostęp: 17.05.2021.

¹⁵ RTB to model zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym, w oparciu o licytację reklamodawców. System RTB automatycznie wybiera reklamodawcę, który oferuje najwyższą stawkę za wyświetlenie reklamy.

grupy wiekowej, płci, miejsca zamieszkania czy liczby dni pobytu użytkownika odwiedzającego określone miejsce. W tym celu firma Selectivv posługuje się informacjami o: języku telefonu, koordynatach GPS w jakich rejestrowane jest urządzenie, aplikacjach z jakich korzysta użytkownik telefonu i stronach mobilnych, jakie odwiedza.

Każda z charakterystyk jest szacowana na podstawie modelu uczenia maszynowego. Liczba dni pobytu została przeanalizowana na podstawie różnicy pomiędzy pierwszym, a ostatnim zarejestrowaniem użytkownika na obszarze Krakowa. Przedziały czasowe (1 dzień bez noclegu, 1 nocleg, 2-3 noclegi, 4-7 noclegów, 8-14 noclegów oraz 15-21 noclegów) uzyskano dzięki zastosowaniu klasyfikatora, który na podstawie danych mobilnych estymuje rzeczywisty czas pobytu. Liczebność turystów i odwiedzających jednodniowych została oszacowana na podstawie liczby użytkowników telefonów komórkowych zarejestrowanych w koordynatach GPS m. Krakowa. Podział turystów na krajowych i zagranicznych został wykonany na podstawie kraju, w którym najczęściej rejestrowane jest urządzenie mobilne odwiedzających Kraków. Województwo, z którego pochodzi turysta krajowy, zostało określone na podstawie koordynatów GPS miejsca, w którym przez 5 z 7 dni użytkownik przebywał między godziną 23:00, a 7:00. Płeć została oszacowana dzięki zastosowaniu klasyfikatora, który estymuje płeć użytkownika telefonu komórkowego na podstawie informacji o używanych przez niego aplikacjach. Podobne rozwiązanie, ale oparte o odmienną zasadę, zostało przedstawione w publikacji Borkowskiego K.¹⁶ „System Bezpieczeństwa Socjalnego Turystów (SBST) Tourist Social Security System (TSSS)”.

– **Trzecia** metoda to analiza danych istniejących (badania typu desk research), stosowana przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej od 2003 roku. Opiera się ona na powszechnie dostępnych danych, szczególnie z Głównego Urzędu Statystycznego. Przede wszystkim są to dane pochodzące z Banku Danych Regionalnych i Lokalnych oraz komunikatów, biuletynów, publikacji elektronicznych (w tym danych archiwalnych) dostępnych na witrynie GUS. Ponadto w badaniach wykorzystywano wszelkie inne możliwe do uzyskania informacje, pozyskane od pracowników szeroko rozumianego sektora turystycznego, przewodników, gestorów atrakcji turystycznych, organizatorów ruchu turystycznego – służby celnej, inspekcji transportu drogowego, Międzynarodowego Portu Lotniczego w Balicach, Małopolskiego Dworca Autobusowego w Krakowie. W analizach wykorzystuje się aktualne diagnozy eksperckie oraz opracowane wcześniej raporty z badań ruchu turystycznego w Krakowie, ze szczególnym uwzględnieniem ostatnich lat. Istotną rolę odgrywają w procesie triangulacji dane pochodzące z Głównego Urzędu Statystycznego a ukazujące liczebność odwiedzających daną destynację w okresach miesięcznych według rodzajów miejsc zakwaterowania. Obowiązek ustawowej sprawozdawczości nie jest nałożony na wszystkie podmioty oferujące usługi noclegowe. Przy badaniach czysto ilościowych ukazujący w takich statystykach wynik jest niepełny i nie potrafi ukazać rzeczywistego globalnego obrazu zjawiska. Jednak dane pochodzące

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

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

a) przed przyjazdem,

b) w trakcie pobytu w destynacji

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

ze zbioru GUS spełniają warunek wiarygodności w zakresie opisywanych przez nie kategorii (rodzajów) obiektów noclegowych.^{17,18}

Niezwykle istotnym z punktu widzenia wymagań współczesnej gospodarki turystycznej jest opracowanie metody STAŁEGO, ZINTEGROWANEGO MONITORINGU STRUMIENIA RUCHU TURYSTYCZNEGO w skali mezo- i makroekonomicznej. W związku z obecnością Polski w strefie Schengen zachodzi ponadto konieczność dostosowania metodologii badań do uwarunkowań i wytycznych UE odnośnie do tworzenia statystyki turystyki.

Przeprowadzenie badań reprezentatywnych ruchu turystycznego wymaga dużych prób, a zatem jest dość kosztowne, natomiast pieniądze na prowadzenie badań występują na poziomie struktur administracji samorządowej, dlatego też nie jest realne finansowanie badań poza lub na styku tych struktur, na przykład ościennych województw. Jeżeli sąsiadujące struktury administracyjne w ramach własnych środków finansowych dokonają tą samą metodą badania ruchu turystycznego, wówczas istnieje i możliwość dowolnego aglomerowania odczytów wykonanych na poziomie szczebla podstawowego i stworzenie KAŻDEJ POŻĄDANEJ KONFIGURACJI TRANSADMINISTRACYJNEJ – TRANSREGIONALNEJ obejmującej region turystyczny o wspólnej, wyraźnej i wyjątkowej ofercie/propozycji sprzedaży (USP). Dodatkowo zachodzi:

- możliwość syntezy zjawisk na poziomie regionalnym/krajowym/narodowym,
- możliwość analiz porównawczych polskich zjawisk ze zjawiskami innych krajów, w tym zwłaszcza krajów konkurujących na rynku turystycznym Europy, świata lub innej interesującej badacza destynacji turystycznej,
- możliwość zapobiegania zjawiskom społecznie niepożądanym, wiążących się z recepcją ruchu turystycznego na poziomie regionalnym/krajowym/narodowym,
- możliwość prezentacji kompleksowego wizerunku polskiej turystyki przyjazdowej, na poziomie regionalnym/krajowym/narodowym tak pod względem pomiaru jakościowego, jak i ilościowego.

¹⁷ Szczególnie po wprowadzonej przez GUS w 2016 roku tzw. imputacji danych: Dane od stycznia 2012 roku z badania KT-1 dotyczą wszystkich turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych (łącznie z pokojami gościnnymi i kwaterami agroturystycznymi). Za lata 2009-2011 dotyczą obiektów zbiorowego zakwaterowania. Począwszy od danych za 2016 rok w statystyce dotyczącej turystycznej bazy noclegowej wprowadzono metodologię imputacji danych dla jednostek zobowiązanych do złożenia sprawozdania na formularzu KT-1, które odmówiły udziału w badaniu. Liczba obiektów i miejsc noclegowych jest dostępna tylko za miesiąc lipiec (stan na dzień 31 lipca).

<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/metadane/podgrupy/478> dostęp: 18.05.2021.

¹⁸ Więcej na temat tej metody w materiałach szkoleniowych Akademii Liderów FROT „Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej” autorstwa: Krzysztof Borkowski, Tadeusz Grabiński, Renata Seweryn, Leszek Mazanek, publikacja elektroniczna.

Rozdział 3. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2024

Biorąc pod uwagę sytuację geopolityczną związaną z trwającą od 2022 r. agresją Rosji na Ukrainę, w 2024 r. (podobnie jak w roku poprzednim) posłużono się próbą badawczą na poziomie 2400-3120 ankiet. Wyniki analizy dla zaistniałej sytuacji przedstawiono w dwóch wariantach: tabelarycznej (tab. 3.2.1 i tab. 3.1.3) oraz w graficznej (tab. 3.1.2 i tab. 3.1.4). Również dwa warianty analizy wyróżniono w zależności od wielkości szacowanego parametru:

- dla frakcji $f=0,5$,
- dla frakcji $f=0,2$.

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

Najwięcej wariantów przyjęto w odniesieniu do poziomów ufności $[u]$ – 10 wariantów od 90% do 99% ze skokiem 1% oraz możliwych wielkości próby $[n]$ – 10 wariantów od 1000 do 5000 ze skokiem co 500.

Informacje w tab. 3.1.1 (dla $f=0,5$) oraz w tab. 3.1.3 (dla $f=0,2$) ujęte są w 4 modułach:

1. Liczba ankiet zapewniająca wielkość błędu szacunku w przedziale od 1% do 3% dla poziomów ufności od 90% do 99% przy założeniu wielkości populacji $N=10$ mln turystów.
2. Te same informacje jak w powyżej z tym, że dotyczące populacji $N=13$ mln turystów.
3. Informacje wybrane z poprzednich dwóch zestawień dla typowego w badaniach ankietowych poziomu ufności (95%).
4. Wielkości błędów szacunku parametrów dla 10 wariantów liczebności ankiet (od 1000 do 5000) oraz 3 przedziałów ufności (90%, 95%, 99%) a także dla populacji $N=10$ mln i $N=20$ mln turystów.

W tab. 3.1.2 oraz tab. 3.1.4 zamieszczono po 3 wykresy ilustrujące zależność pomiędzy:

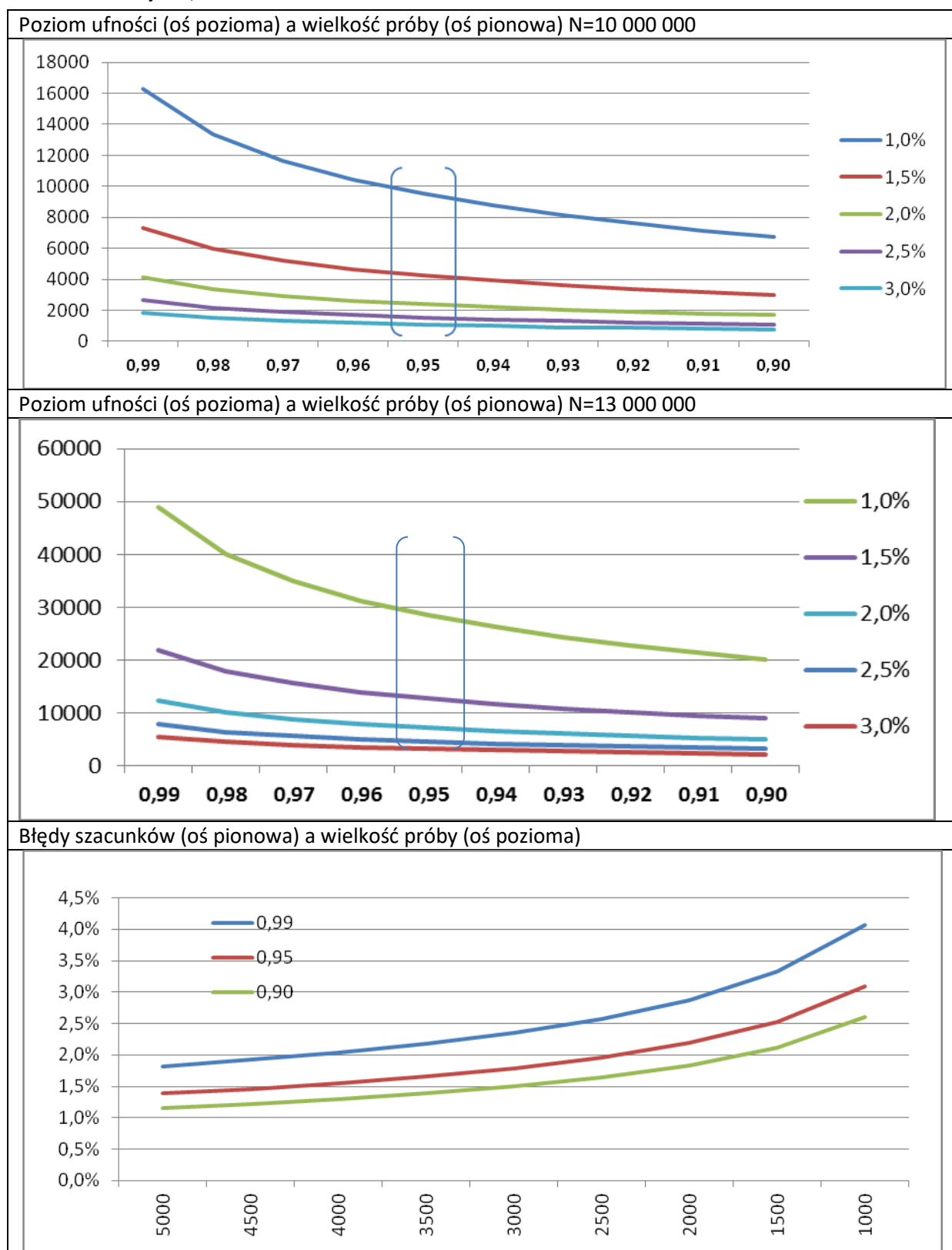
1. Poziomami ufności (od 90% do 99%) a liczbą ankiet, pozwalającą szacować wartości parametrów z zadaniem błędem w przedziale od 1% do 3%, dla populacji $N=10$ mln turystów.
2. Te same informacje jak w poprzednim diagramie, tylko odnoszące się do populacji $N=13$ mln turystów.
3. Wielkością próby (od 1000 do 5000) a błędami szacunku przy założeniu 3 poziomów ufności (90%, 95% oraz 99%). Diagram ten odnosi się do obydwóch wielkości populacji (10 mln i 13 mln turystów).

Tabela 3.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$

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

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

Tabela 3.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$



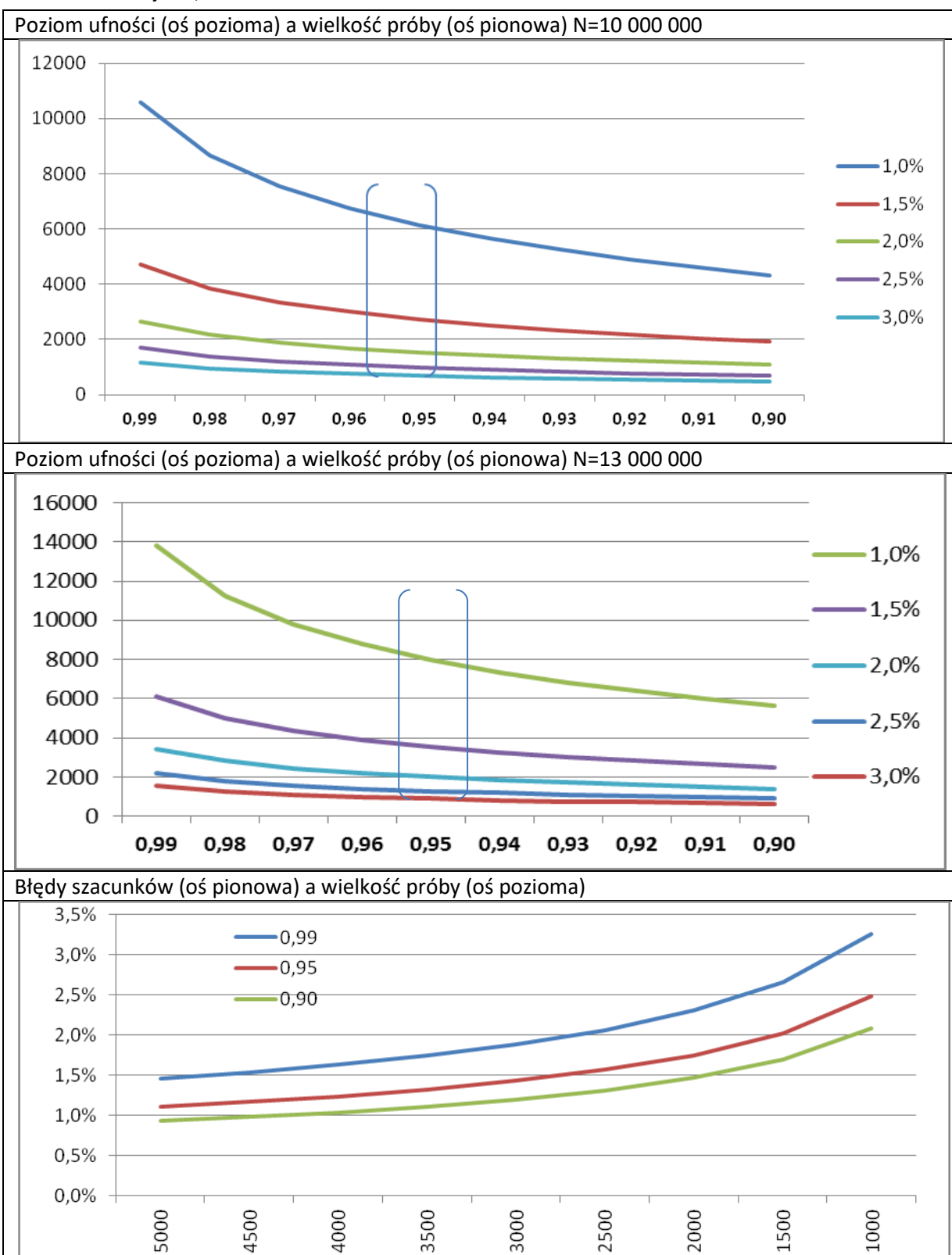
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Tabela 3.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$

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

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

Tabela 3.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$



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

Z przytoczonych informacji można wysnuć następujące wnioski:

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

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

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

2. Duże rozmiary populacji $N=10$ mln oraz $N=13$ mln niwelują różnicowanie wielkości błędów szacunków ze względu na ten parametr. Natomiast duże różnice błędów szacunków obserwuje się w przekroju wielkości próby n oraz poziomów ufności u .

3. Spośród wyróżnionych wariantów poziomów ufności u wybrano wariant 95%, który w badaniach społeczno-ekonomicznych jest przyjmowany jako standardowy.

4. Punktem wyjścia w procesie decyzyjnym ustalania liczebności ankiet w próbie jest wariant $f=0,5$ jako wariant prowadzący do największych błędów oszacowań, zgodnie z zasadą, że gorzej już być nie może.

5. Uwzględniając dwa poprzednie punkty, ustalenie rozmiarów ankietowania odbywa się na podstawie informacji zamieszczonych w tab. 3.1.1, w module 3:

Tabela 3.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych

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

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

6. Biorąc pod uwagę koszty finansowe ankietowania, odrzucono wariant z 1% błędów szacunków. Jako wyjściowy przyjęto wariant $e=2\%$, w którym liczba ankiet zawiera się w granicach od 2400 w populacjach $N=10$ mln do 3120 w populacjach $N=13$ mln, z dodatkową opcją zwiększania liczby ankiet w kierunku wariantu z błędami szacunku na poziomie 1,5%.

Faktyczna liczba poddanych analizie ankiet w 2024 roku wyniosła 3244. W przypadku populacji $N=10$ mln oraz szacowania frakcji $f=0,5$ oznacza to błąd na poziomie 2% z ufnością 95%. Jednocześnie wielkość próby osiągnęła również wartość graniczną dla populacji $N=13$ mln z identycznymi parametrami błędu i ufności.

Rozdział 4. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2024

4.1. Wprowadzenie

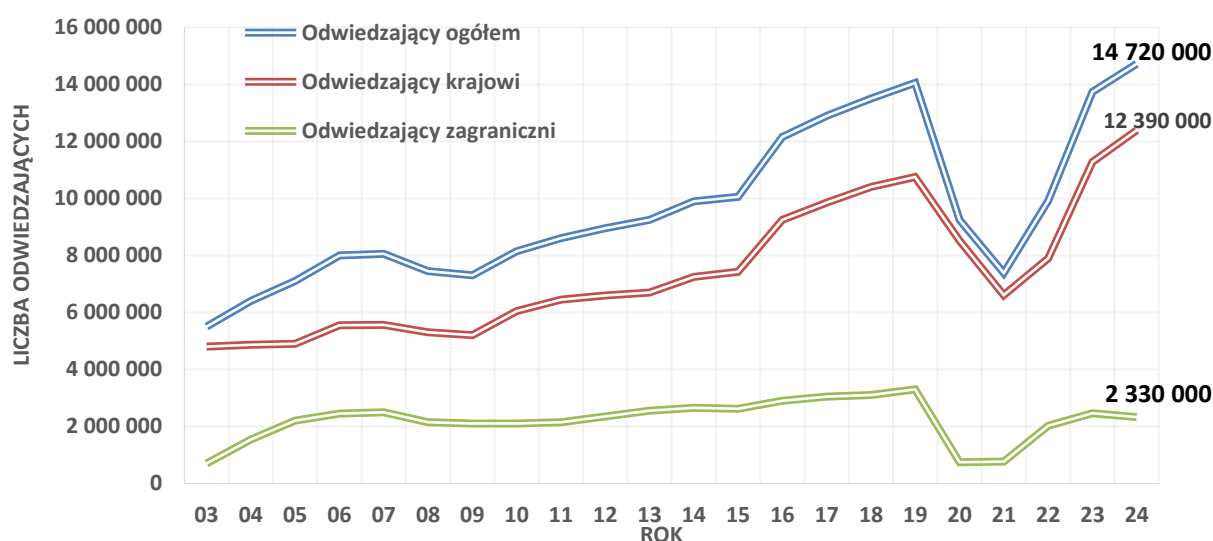
Do oszacowania rozmiarów ruchu przyjazdowego do Krakowa wykorzystano kilka źródeł informacji: publikowane dane GUS za 12 miesięcy 2024 roku z obiektów noclegowych, dane z urządzeń mobilnych uzyskane od firmy Selectivv, wyniki pozyskane z badań ankietowych przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania oraz informacje dotyczące przewozów pasażerskich z lotniska Kraków-Balice. Dane zaprezentowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w latach 2003-2023, z podziałem na odwiedzających krajowych i zagranicznych. W opracowaniu uwzględniono też zalecaną przez UN Tourism dezagregację odwiedzających na turystów (gości z co najmniej z jednym noclegiem) i odwiedzających jednodniowych (gości bez noclegu).

W rozdziale przedstawiono ponadto strukturę zagranicznych odwiedzających Kraków z podziałem na kraj pochodzenia oraz strukturę odwiedzających krajowych w układzie wojewódzkim, a wyniki za 2024 rok zestawiono z wynikami z lat poprzednich.

4.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków

Po dwóch latach spadków spowodowanych pandemią wirusa SARS-CoV-2, w 2022 roku odnotowano wzrost ruchu turystycznego w Krakowie. W związku ze zniesieniem 28 marca tegoż roku rządowych ograniczeń w zakresie podróżowania (m.in. obowiązku izolacji i kwarantanny, noszenia maseczek, legitymowania się certyfikatami szczepienia), pomimo wybuchu 24 lutego 2022 roku wojny w sąsiadującej z Polską Ukrainie, turystyka przyjazdowa do Krakowa zwiększyła się do wielkości 9,92 mln osób (w tym 1,52 mln odwiedzających z Ukrainy). Rok 2023 przyniósł kolejny przyrost – do rozmiarów 13,74 mln osób (w tym 1,56 mln odwiedzających z Ukrainy). Również w 2024 roku odnotowano wzrost rozmiarów ruchu turystycznego w Krakowie – tym razem nieco mniej spektakularny, tj. o 7,1%, czyli do wielkości 14,72 mln osób. Była to jednak wielkość o 4,8% większa niż w najlepszym dotychczas przedpandemicznym roku 2019.

Rysunek 4.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2024



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

Tabela 4.2.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2024

Rok	Odwiedzający ogółem	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
2003	5 500 000	4 800 000	700 000
2004	6 400 000	4 860 000	1 540 000
2005	7 100 000	4 900 000	2 200 000
2006	8 000 000	5 550 000	2 450 000
2007	8 060 000	5 560 000	2 500 000
2008	7 450 000	5 300 000	2 150 000
2009	7 300 000	5 200 000	2 100 000
2010	8 150 000	6 050 000	2 100 000
2011	8 600 000	6 450 000	2 150 000
2012	8 950 000	6 600 000	2 350 000
2013	9 250 000	6 700 000	2 550 000
2014	9 900 000	7 250 000	2 650 000
2015	10 050 000	7 430 000	2 620 000
2016	12 150 000	9 250 000	2 900 000
2017	12 900 000	9 850 000	3 050 000
2018	13 500 000	10 400 000	3 100 000
2019	14 050 000	10 750 000	3 300 000
2020	9 250 000	8 510 000	740 000
2021	7 380 000	6 610 000	770 000
*2022	9 920 000	7 900 000	2 020 000
*2023	13 740 000	11 280 000	2 460 000
*2024	14 720 000	12 390 000	2 330 000

* W tym odwiedzający z Ukrainy.

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

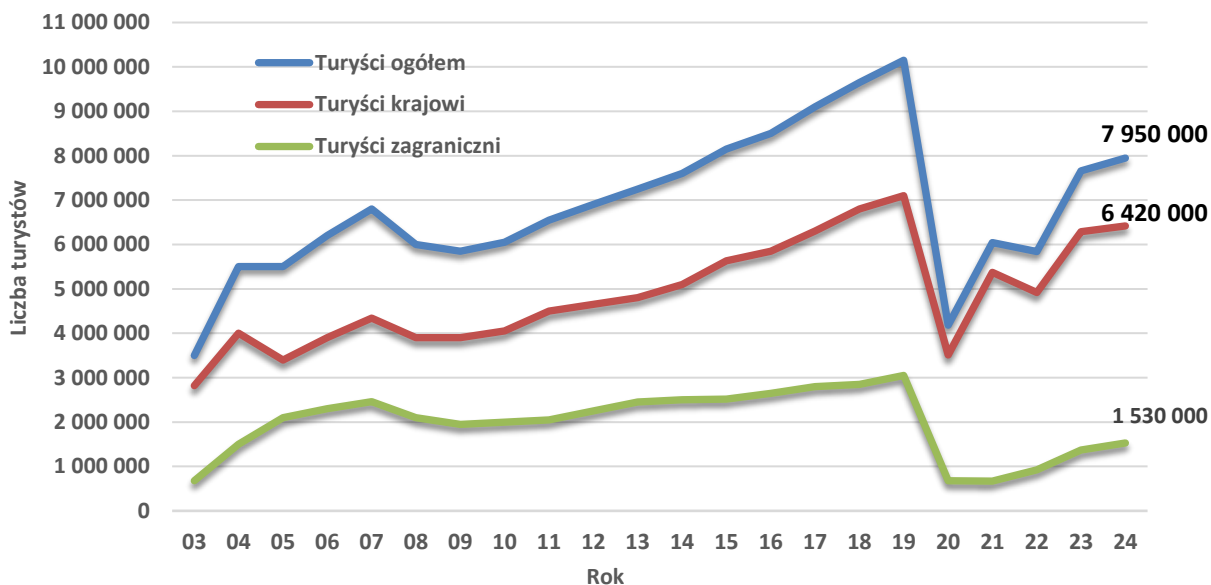
Wzrost w 2024 roku odnosił się do liczby odwiedzających krajowych, która zwiększyła się o 9,8%, czyli do poziomu 12,39 mln osób i była o 15,3% wyższa niż przed pandemią, czyli w roku 2019. Natomiast liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Krakowa w 2024 roku (2,33 mln osób) wprawdzie spadła o 5,3% w relacji do roku poprzedniego (i była nadal o 29,4% mniejsza niż w przedpandemicznym roku 2019), ale spadek ten wynikał z mniejszej niż rok wcześniej liczby odwiedzających z Ukrainy (o 23,1%, tj. do wielkości 1,20 mln osób). Ruch przyjazdowy z pozostałych krajów zwiększył się o 0,23 mln osób (do poziomu 1,13 mln osób), tj. o ponad 1/4 (25,6%).

4.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie

Wraz ze wzrostem ogólnych rozmiarów ruchu turystycznego w Krakowie, w 2024 roku zwiększyła się liczba turystów, tj. gości nocujących w mieście – o 3,8% w relacji do roku ubiegłego. Szacuje się, że wynosiła ona 7,95 mln osób, tj. niestety nadal o 21,7% mniej niż w przedpandemicznym roku 2019.

Wzrost odnotowano zarówno w odniesieniu do turystów krajowych – o 2,1%, tj. do wielkości 6,42 mln osób (nadal o 9,6% mniej niż w roku 2019), jak i nocujących w Krakowie gości zagranicznych – o 11,7%, czyli do poziomu 1,53 mln osób (nadal o prawie 50% mniej niż w 2019 roku). Należy dodać, że przyrost liczby zagranicznych turystów w Krakowie w 2024 roku wynikał zarówno ze zwiększenia się liczby nocujących w mieście gości z Ukrainy (o 3,3%, tj. do wielkości 0,63 mln osób), ale przede wszystkim ze wzrostu liczby turystów z pozostałych krajów (o 18,4%, tj. do poziomu 0,90 mln osób).

Rysunek 4.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2024



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

Tabela 4.3.2. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2024

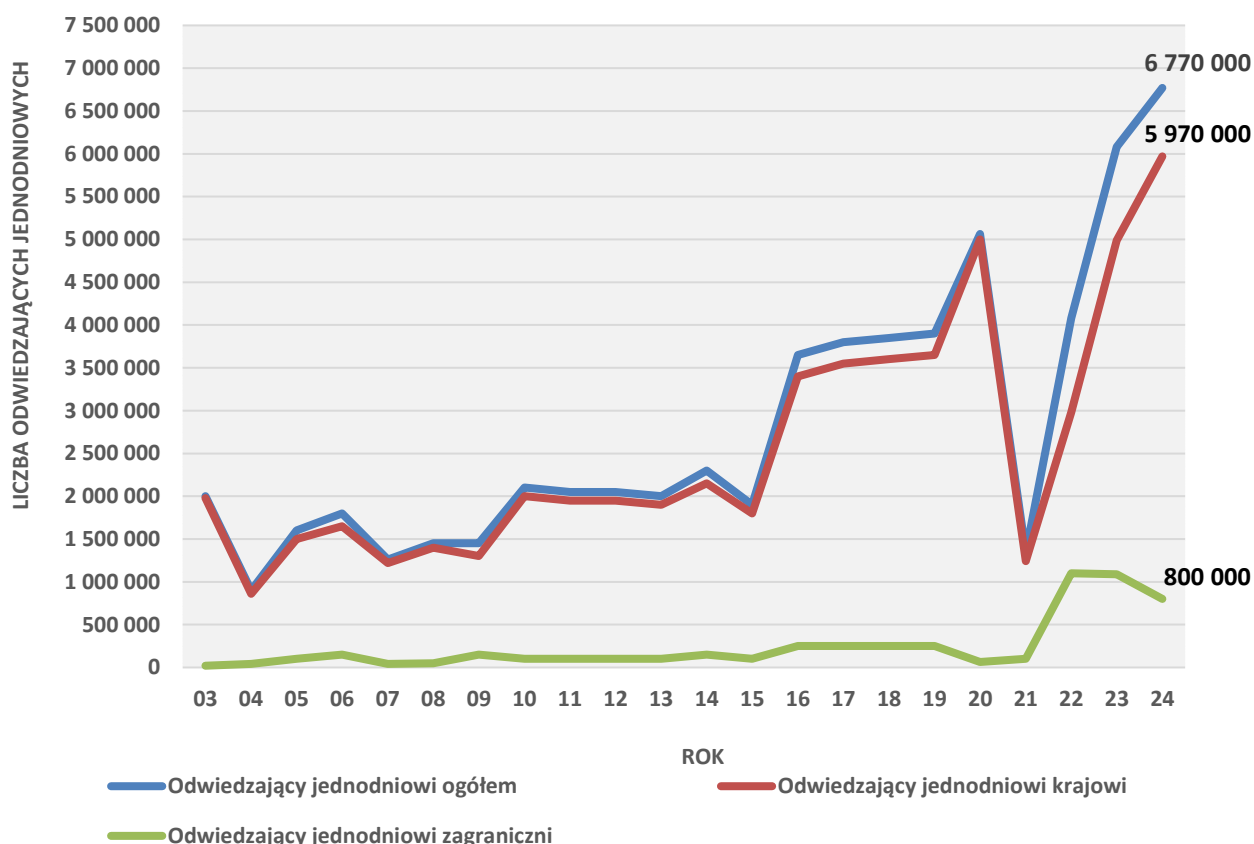
Rok	Turyści ogółem	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni
2003	3 500 000	2 820 000	680 000
2004	5 500 000	4 000 000	1 500 000
2005	5 500 000	3 400 000	2 100 000
2006	6 200 000	3 900 000	2 300 000
2007	6 800 000	4 340 000	2 460 000
2008	6 000 000	3 900 000	2 100 000
2009	5 850 000	3 900 000	1 950 000
2010	6 050 000	4 050 000	2 000 000
2011	6 550 000	4 500 000	2 050 000
2012	6 900 000	4 650 000	2 250 000
2013	7 250 000	4 800 000	2 450 000
2014	7 600 000	5 100 000	2 500 000
2015	8 150 000	5 630 000	2 520 000
2016	8 500 000	5 850 000	2 650 000
2017	9 100 000	6 300 000	2 800 000
2018	9 650 000	6 800 000	2 850 000
2019	10 150 000	7 100 000	3 050 000
2020	4 185 000	3 510 000	675 000
2021	6 040 000	5 370 000	670 000
*2022	5 840 000	4 920 000	920 000
*2023	7 660 000	6 290 000	1 370 000
*2024	7 950 000	6 420 000	1 530 000

* W tym turyści z Ukrainy.

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

4.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie

Rysunek 4.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie w latach 2003-2024



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

W 2024 roku miał miejsce w Krakowie nie tylko wzrost liczby turystów (gości nocujących), ale zwiększyła się także (o 11,3%) liczba jednodniowych odwiedzających, tj. gości niekorzystających z noclegu w mieście. W stolicy Małopolski było 6,77 mln takich osób – o 73,6% więcej niż przed pandemią i o 33,7% więcej niż w rekordowym jak dotychczas roku 2020.

Wzrost w 2024 roku dotyczył jednak tylko liczby jednodniowych odwiedzających z Polski, których przyjechało do Krakowa o 19,6% więcej niż w roku poprzednim, tj. 5,97 mln osób (o 63,6% więcej niż w 2019 roku i o 19,4% więcej niż w rekordowym jak dotychczas roku 2020). Z kolei liczba jednodniowych gości zagranicznych zmniejszyła się o 26,6% w stosunku do roku ubiegłego, czyli do wielkości 0,80 mln osób (ale była ona ponad 3-krotnie większa niż w 2019 roku). Ten spadek liczby nienocujących w Krakowie cudzoziemców wynikał ze spadku liczby jednodniowych odwiedzających z Ukrainy (do wielkości 0,58 mln osób, tj. o 38,9%), ponieważ liczba gości jednodniowych z pozostałych krajów wzrosła o 57,1%, tj. do poziomu 0,22 mln osób.

Tabela 4.4.2. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających Kraków w latach 2003-2024

Rok	Odwiedzający jednodniowi ogółem	Odwiedzający jednodniowi krajowi	Odwiedzający jednodniowi zagraniczni
2003	2 000 000	1 980 000	20 000
2004	900 000	860 000	40 000
2005	1 600 000	1 500 000	100 000
2006	1 800 000	1 650 000	150 000
2007	1 260 000	1 220 000	40 000
2008	1 450 000	1 400 000	50 000
2009	1 450 000	1 300 000	150 000
2010	2 100 000	2 000 000	100 000
2011	2 050 000	1 950 000	100 000
2012	2 050 000	1 950 000	100 000
2013	2 000 000	1 900 000	100 000
2014	2 300 000	2 150 000	150 000
2015	1 900 000	1 800 000	100 000
2016	3 650 000	3 400 000	250 000
2017	3 800 000	3 550 000	250 000
2018	3 850 000	3 600 000	250 000
2019	3 900 000	3 650 000	250 000
2020	5 065 000	5 000 000	65 000
2021	1 340 000	1 240 000	100 000
*2022	4 080 000	2 980 000	1 100 000
*2023	6 080 000	4 990 000	1 090 000
*2024	6 770 000	5 970 000	800 000

* W tym odwiedzający jednodniowi z Ukrainy.

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

4.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy

Analizując zagraniczne rynki turystyki przyjazdowej do Krakowa w latach 2016-2024, można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczynają dwa rynki emisyjne, to znaczy Wielka Brytania i Niemcy. Odwiedzający z Wielkiej Brytanii w 2024 roku ponownie potwierdzili swoją dominującą pozycję w strumieniu ruchu podróżniczego do Krakowa. Obliczona dla tego rynku średnia za lata 2016-2024 wyniosła 18,0%, a mediana 15,9%. Rynek ten okazał się niewrażliwy na zmiany wywołane ograniczeniami okresu covidowego, jak również sytuację Polski jako kraju przyfrontowego po agresji Rosji na Ukrainę. Na drugim miejscu tradycyjnie pojawiają się podróżni z Niemiec, którzy w 2024 roku uzyskali wynik zbliżony do 10% (9,7%) udziałów w strumieniu przyjazdowego ruchu zagranicznego do Krakowa. Średnia dla tej grupy podróżnych za lata 2016-2024 wyniosła 13,4%, a mediana 13,9%. Charakterystyki odwiedzających z obu krajów są inne, ale te segmenty stanowią w analizowanym 2024 roku ponad 30% (30,3%) udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Średnia łącznie dla obu rynków za lata 2016-2024 wyniosła 31,4%, a mediana 30,3%. Jest to mocny segment krakowskiej zagranicznej turystyki przyjazdowej (1/3 rynku). Na bazie tego stałego fragmentu strumienia ruchu turystycznego można rozwijać przyjazdy z kolejnych, innych, w tym również bardziej ryzykownych, destynacji.

Tabela 4.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2016-2024, – struktura procentowa – w zaokrągleniu do 0,0%

Kraj	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia 16-24	Mediana 16-24
Wielka Brytania	13,3	13,6	15,5	13,9	18,3	15,9	25,9	25,2	20,6	18,0	15,9
Niemcy	11,6	13,9	12,1	14,2	16,1	14,7	9,7	18,4	9,7	13,4	13,9
Włochy	10,3	11,3	9,7	11,5	12	8,9	7,9	9,1	7,6	9,8	9,7
USA	4,5	2,1	2,5	2,4	1,8	0,1	4,3	6,9	6,7	3,5	2,5
Francja	6,9	8,8	9,9	11,2	13,7	13,5	6,4	5,7	4,8	9,0	8,8
Σ I Pośrednia	46,6	49,7	49,7	53,2	61,9	53,1	54,2	65,3	49,4	53,7	53,1
Hiszpania	9,1	8,3	9	10,4	5,8	8,5	7,6	4,9	4,0	7,5	8,3
Ukraina	3,8	4,6	4,7	5,4	3,0	3,9	5,8	8,4	4,0	4,8	4,6
Słowacja	2,0	2,5	2,9	2,4	0,8	3,0	2,3	3,0	3,3	2,5	2,5
Norwegia	2,2	1,9	1,7	1,6	1,3	0,1	3,3	0,2	3,1	1,7	1,7
Republika Czeska	1,7	3,4	3,1	2,6	2,3	5,2	1,4	4,7	3,1	3,1	3,1
Σ II Pośrednia	18,8	20,7	21,4	22,4	13,2	20,7	20,4	21,2	17,5	19,6	20,7
Austria	1,6	1,0	1,8	1,9	4,6	1,1	2,1	2,2	2,9	2,1	1,9
Niderlandy	3,0	2,2	4,0	3,3	3,2	10,9	2,1	0,2	2,9	3,5	3,0
Szwecja	3,4	2,3	2,1	1,1	1,2	1,0	2,3	0	2,8	1,8	2,1
Portugalia	1,1	1,5	1,1	0,5	0,5	0,7	0,6	0,3	2,4	1,0	0,7
Dania	1,9	2,1	1,8	2,8	0,7	2,4	1,0	0,2	2,2	1,7	1,9
Irlandia	2,8	2,1	2,1	1,6	1,0	2,0	1,4	0,2	2,0	1,7	2,0
Belgia	1,9	2,2	2,3	2,9	3,5	1,0	0,8	0,3	1,9	1,9	1,9
Zjedn. Emiraty Arabskie	0	0,1	0,1	0,1	0,3	0	0,4	1,2	1,9	0,5	0,1
Kanada	1,1	0,4	0,5	0,6	0,7	0	0,8	0,2	1,1	0,6	0,6
Szwajcaria	1,1	1,4	1,3	0,9	2,3	1,0	1,2	0	1,1	1,1	1,1
Σ III Pośrednia	17,9	15,3	17,1	15,7	18	20,1	12,7	4,8	21,2	15,9	17,1
Słowenia	0,2	0,2	0,4	0	0	0,9	0,6	0,3	1,0	0,4	0,33
Rumunia	0,3	0,7	0,3	0,1	0,2	0	0,2	0,2	0,9	0,3	0,2
Węgry	1,8	1,4	1,5	2,1	1,0	0,4	1,9	1,5	0,9	1,4	1,5
Grecja	0,4	0,4	0,8	0,4	0,2	2,6	1,2	0	0,7	0,7	0,4
Finlandia	1,0	0,9	0,6	0,6	0,3	0	1,4	0,2	0,6	0,6	0,6
Litwa	0,5	0,4	0,9	0,2	0	0	0,6	0	0,6	0,4	0,4
Chorwacja	0,2	0,2	0,3	0,3	0,7	1,0	0,4	0,7	0,5	0,5	0,4
Indie	0	0,5	0,1	0,4	0,5	0	0	0	0,4	0,2	0,1
Argentyna	0,2	0,3	0,1	0	0	0	0	0,3	0,3	0,1	0,1
Australia	0,7	0,8	0,5	0,1	0,5	0	0	0	0,3	0,3	0,3
Izrael	0,6	0,8	0,4	0,1	0	0,1	0,4	0,2	0,3	0,3	0,3
Japonia	0,6	0,5	0,6	0,2	0,3	0	0,2	1,2	0,3	0,4	0,3
Malta	0,2	0	0,3	0,2	0,7	0	0	0,1	0,3	0,2	0,2
Turcja	0,4	0,4	0,1	0,4	0,7	1,0	1,0	0,3	0,3	0,5	0,4
Arabia Saudyjska	0,2	0	0	0	0	0	0	1,7	0,2	0,2	0
Bangladesz	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0,0	0
Brazylia	0,8	0,4	0,3	0,1	0	0	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2
Bułgaria	0,1	0,2	0,2	0,1	0	0	0	0	0,2	0,1	0,1
Chile	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Chiny	0,1	0,2	0,4	0,2	0	0	0	0,7	0,2	0,2	0,2
Estonia	0,1	0,3	0,2	0,2	0	0	0	0	0,2	0,1	0,1
Indonezja	0	0,1	0,1	0	0	0	0	0	0,2	0,0	0
Kolumbia	0,1	0,3	0	0	0,3	0	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Korea Południowa	0,2	0,3	0,1	0,2	0	0	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Luksemburg	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Łotwa	0,6	0,3	0,2	0,1	0,2	0	0	0	0,2	0,2	0,2

Tajwan	0	0	0	0,1	0	0	0	0,2	0,2	0,1	0
Wietnam	0	0,1	0	0	0	0	0	0,2	0,2	0,1	0
Albania	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Andora	0	0	0,2	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Angola	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Cypr	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Czarnogóra	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Egipt	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0,2	0,5	0,1	0,1	0,1
Ekwador	0,2	0	0,1	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Katar	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0,1	0,0	0
Kenia	0	0,2	0	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Malezja	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Meksyk	0,2	0,4	0,2	0,2	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1
Mozambik	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Nigeria	0	0	0	0,1	0	0	0,4	0,1	0,1	0,1	0
Nowa Zelandia	0,2	0,1	0,1	0	0	0	0	0	0,1	0,1	0
Peru	0	0,1	0	0,1	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Republika Serbii	0,1	0,1	0,	0,2	0	0	0	0,2	0,1	0,1	0,1
Singapur	0	0,2	0,1	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Somalia	0	0,2	0,1	0	0	0	0	0	0,1	0,0	0
Afganistan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Algieria	0	0	0	0	0	0	0,4	0,1	0	0,1	0
Armenia	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Azerbejdżan	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0	0,0	0
Białoruś	1,2	0,6	0,4	0,3	0	0	0,2	0,1	0	0,3	0,2
Boliwia	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Bośnia i Hercegowina	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Dominikana	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Etiopia	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Filipiny	0	0	0	0	0,2	0	0,2	0,7	0	0,1	0
Grenada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Gruzja	0,3	0,1	0	0,2	0,2	0	0,4	0,1	0	0,1	0,1
Gwatemala	0	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0,0	0
Gwinea	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Honduras	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Iran	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Islandia	0	0,4	0,1	0,3	0	0	0	0	0	0,1	0
Jordania	0	0	0	0	0,3	0	0	0	0	0,0	0
Kazachstan	0,2	0,3	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0
Kostaryka	0	0	0	0,1	0,3	0	0	0	0	0,0	0
Kuwejt	0	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0,0	0
Liban	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Liechtenstein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Makao	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Maroko	0,1	0,1	0,2	0,1	0	0	0,4	0,1	0	0,1	0,1
Mołdawia	0,1	0	0	0	0	0	0,2	0,1	0	0,0	0
Nikaragua	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Pakistan	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Panama	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Rosja	2,0	1,3	1,3	0,8	0,2	0	0	0	0	0,6	0,2
RPA	0	0,3	0,1	0	0	0	0	0	0	0,0	0
San Marino	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Syria	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0
Tunezja	0	0	0,1	0	0,2	0	0,2	0,1	0	0,1	0

Turkmenistan	0	0	0	0	0	0	0,2	0	0	0,0	0
Suma*	98,0	100,5	100,7	100,2	100,3	99,9	99,0	102,0	100,1	100,0	100,2

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

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

Na trzecim miejscu w 2024 uplasowali się ponownie odwiedzający z Włoch. Jest to kolejny rok z rzędu ich udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa na poziomie $\approx 8\%$. Średnia za lata 2016-2024 wyniosła 9,8%, a mediana 9,7%. Wynik za rok 2021 $\approx 9\%$, w 2022 $\approx 8\%$, 2023 roku 9,1% a w 2024 roku 7,6%.

Na czwartym miejscu w 2024 roku plasują się odwiedzający z USA z wynikiem 6,7%. Pozycję tego rynku potwierdza podobny odczyt z 2023 roku – 6,9%. Średnia dla rynku amerykańskiego za lata 2016-2024 wyniosła 3,5%, a mediana 2,5%. Wzmożony napływ odwiedzających z USA odnotowano od 2022 roku, co może być powiązane z wizytami oprócz tradycyjnej diaspory Polonii amerykańskiej odwiedzającej „Stary Kraj” również z zabezpieczaniem flanki wschodniej Unii Europejskiej personelem NATO narodowości amerykańskiej.

Na piątym miejscu plasuje się Francja z wynikiem w 2024 roku 4,8% (średnia za lata 2016-2024 – 9,0%, mediana 8,8%). Kraj ten zamyka pierwszych pięć pozycji w rankingu krajów, których mieszkańcy dotarli do Krakowa. Francuzi w roku 2021 stanowili 13,5% udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa, w 2022 było to 6,4%, a w roku 2023 uzyskali 5,7% udziałów. Wyraźnie zaznacza się w latach 2022-2024 spadek udziału w strumieniu przyjazdowym z zagranicy odwiedzających z Francji. Tych pięć pierwszych rynków konsumuje prawie 50% (49,4%) zagranicznego przyjazdowego strumienia ruchu turystycznego docierającego do Krakowa (średnia za lata 2016-2024 53,7%, mediana 53,1%).

Patrz tabela [4.5.1]	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia 16-24	Mediana 16-24
Σ I Pośrednia	46,6	49,7	49,7	53,2	61,9	53,1	54,2	65,3	49,4	53,7	53,1

Odwiedzający z Francji w 2024 roku ponownie znaleźli się przed Hiszpanami, którzy zajęli ex aequo z Ukrainą pozycję szóstą z wynikiem 4,0% udziału w strumieniu zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa.¹⁹

Kraje, które w roku 2024 uzyskały wynik powyżej 3% udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy (10 rynków emisyjnych) skumulowały łącznie w roku 2024 prawie 70% (66,9%) zagranicznej turystyki przyjazdowej do Krakowa. Średnia dla TOP 10 za lata 2016-2024 wyniosła 73,3% a mediana 74,2%.

Patrz tabela [4.5.1]	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia 16-24	Mediana 16-24
Σ I Pośrednia	46,6	49,7	49,7	53,2	61,9	53,1	54,2	65,3	49,4	53,7	53,1
Σ II Pośrednia	18,8	20,7	21,4	22,4	13,2	20,7	20,4	21,2	17,5	19,6	20,7
SUMA	65,4	70,4	71,1	75,6	75,1	73,8	74,6	86,5	66,9	73,3	74,2

¹⁹ Z uwagi na specyficzną sytuację ruchów migracyjnych z Ukrainy w obliczeniach uwzględniono jedynie odwiedzających z Ukrainy nie spełniających kryteriów tak pasantów jak i rezydentów.

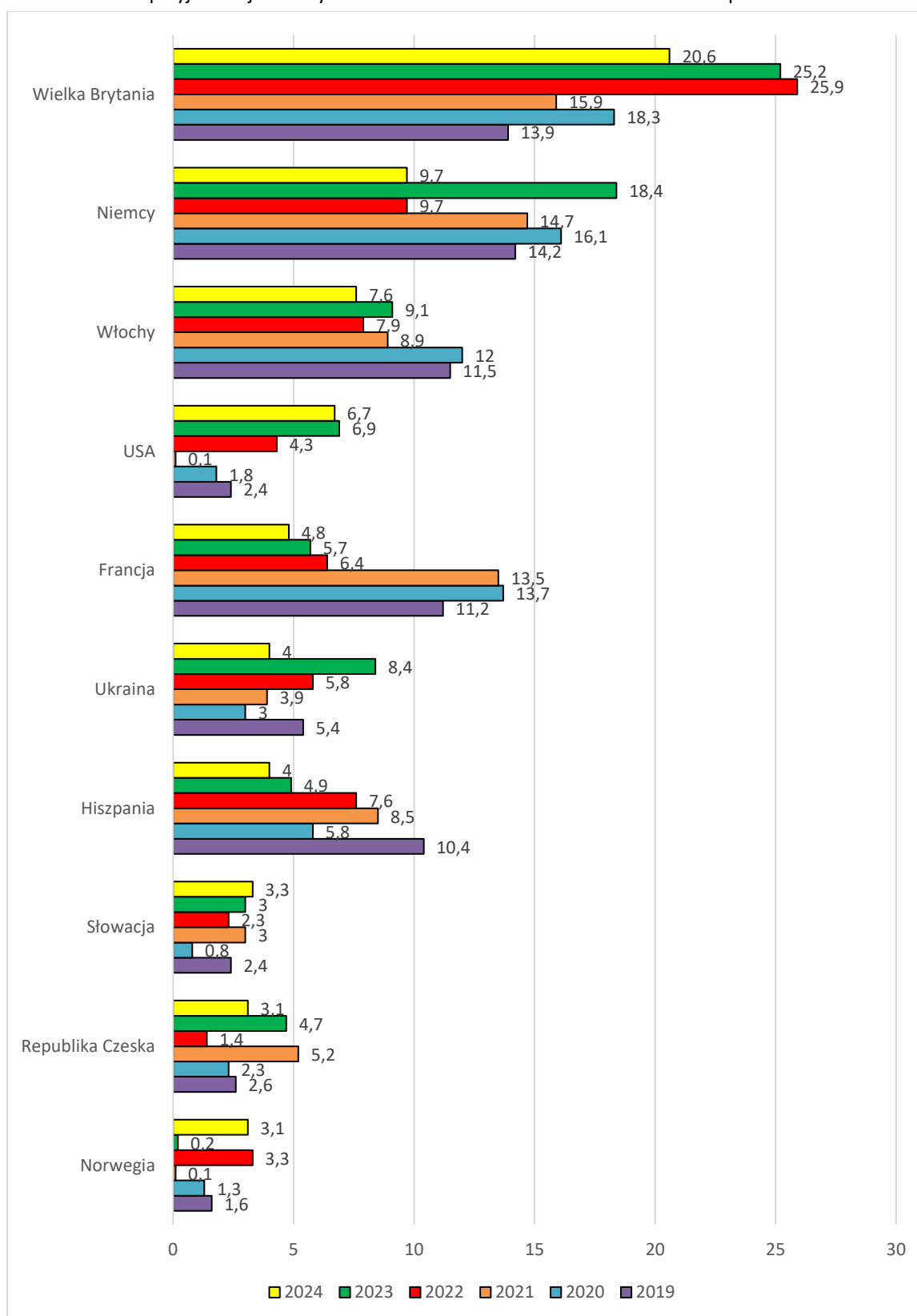
Na poziomie ponad 1% udziałów w strumieniu zagranicznego ruchu przyjazdowego do Krakowa (łącznie ponad 21% udziałów) odnotowano w 2024 roku ponowny wzrost przyjazdów (przylotów) odwiedzających ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Zauważalny jest również konsekwentny wzrost udziałów rynku austriackiego i powrót do stanu przedcovidowego rynków skandynawskich, Irlandii, Szwajcarii i krajów Beneluxu.

Kraj Patrz tabela [4.5.1]	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia 16-24	Mediana 16-24
Austria	1,6	1	1,8	1,9	4,6	1,1	2,1	2,2	2,9	2,1	1,9
Niderlandy	3	2,2	4	3,3	3,2	10,9	2,1	0,2	2,9	3,5	3
Szwecja	3,4	2,3	2,1	1,1	1,2	1	2,3	0	2,8	1,8	2,1
Portugalia	1,1	1,5	1,1	0,5	0,5	0,7	0,6	0,3	2,4	1	0,7
Dania	1,9	2,1	1,8	2,8	0,7	2,4	1	0,2	2,2	1,7	1,9
Irlandia	2,8	2,1	2,1	1,6	1	2	1,4	0,2	2	1,7	2
Belgia	1,9	2,2	2,3	2,9	3,5	1	0,8	0,3	1,9	1,9	1,9
Zjedn. Emiraty Arabskie	0	0,1	0,1	0,1	0,3	0	0,4	1,2	1,9	0,5	0,1
Kanada	1,1	0,4	0,5	0,6	0,7	0	0,8	0,2	1,1	0,6	0,6
Szwajcaria	1,1	1,4	1,3	0,9	2,3	1	1,2	0	1,1	1,1	1,1
Σ III Pośrednia	17,9	15,3	17,1	15,7	18	20,1	12,7	4,8	21,2	15,9	17,1

Te trzy grupy rynków (20 krajów emisyjnych) stanowią ponad 88% (88,1%) udziałów w strukturze strumienia zagranicznego ruchu przyjazdowego do Krakowa (średnia za lata 2016-2024 89,1%, mediana 89,75%).

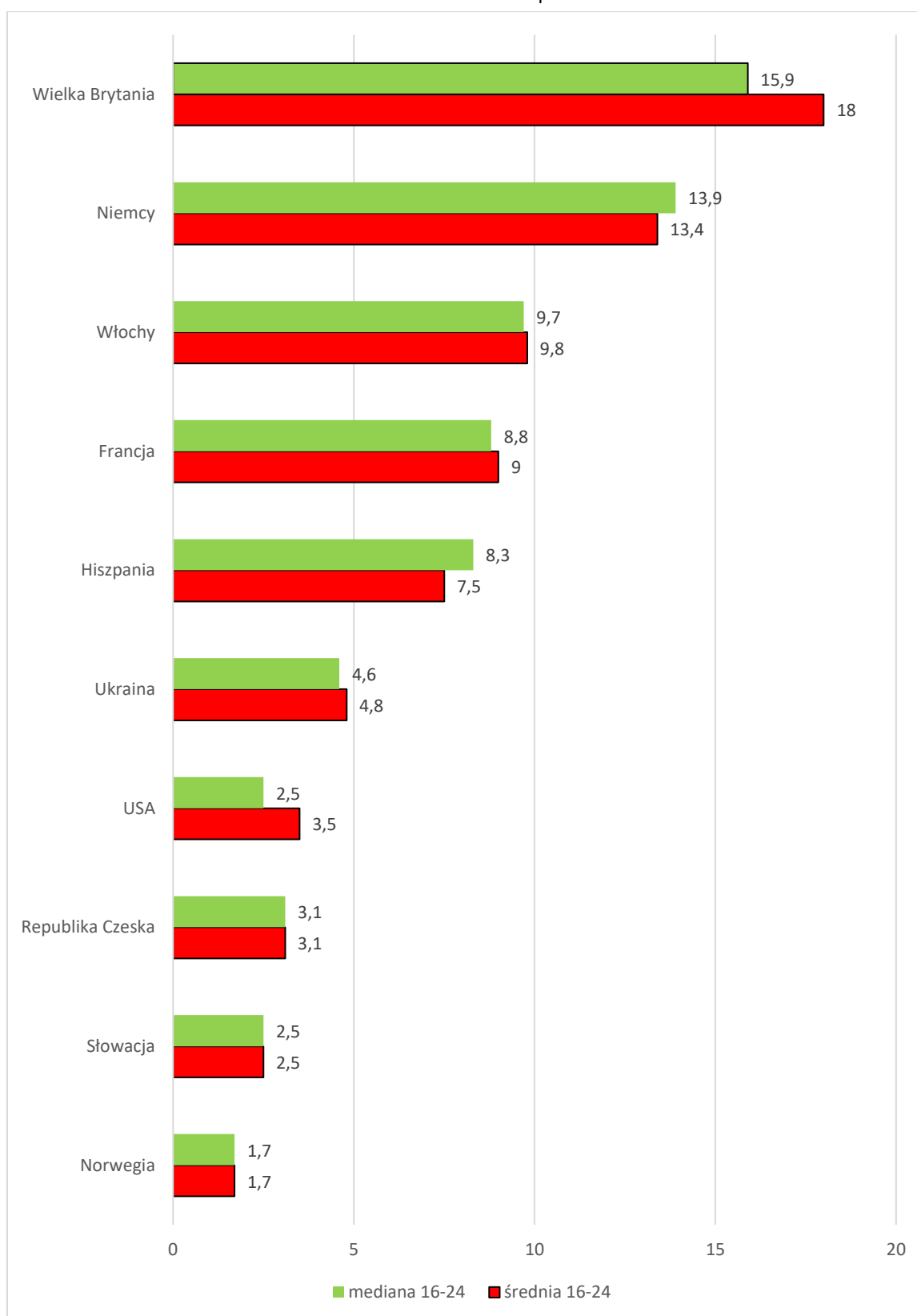
Σ I+II+III	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	średnia 16-24	Mediana 16-24
SUMA	83,3	85,7	88,2	91,3	93,1	93,9	87,3	91,3	88,1	89,1	89,75

Rysunek 4.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie – TOP 10 – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2019-2024 – struktura procentowa



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

Rysunek 4.5.2. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie – TOP 10 – średnia i mediana z wyników badania w latach 2019-2024 – struktura procentowa



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

4.6. Odwiedzający krajowi w Krakowie

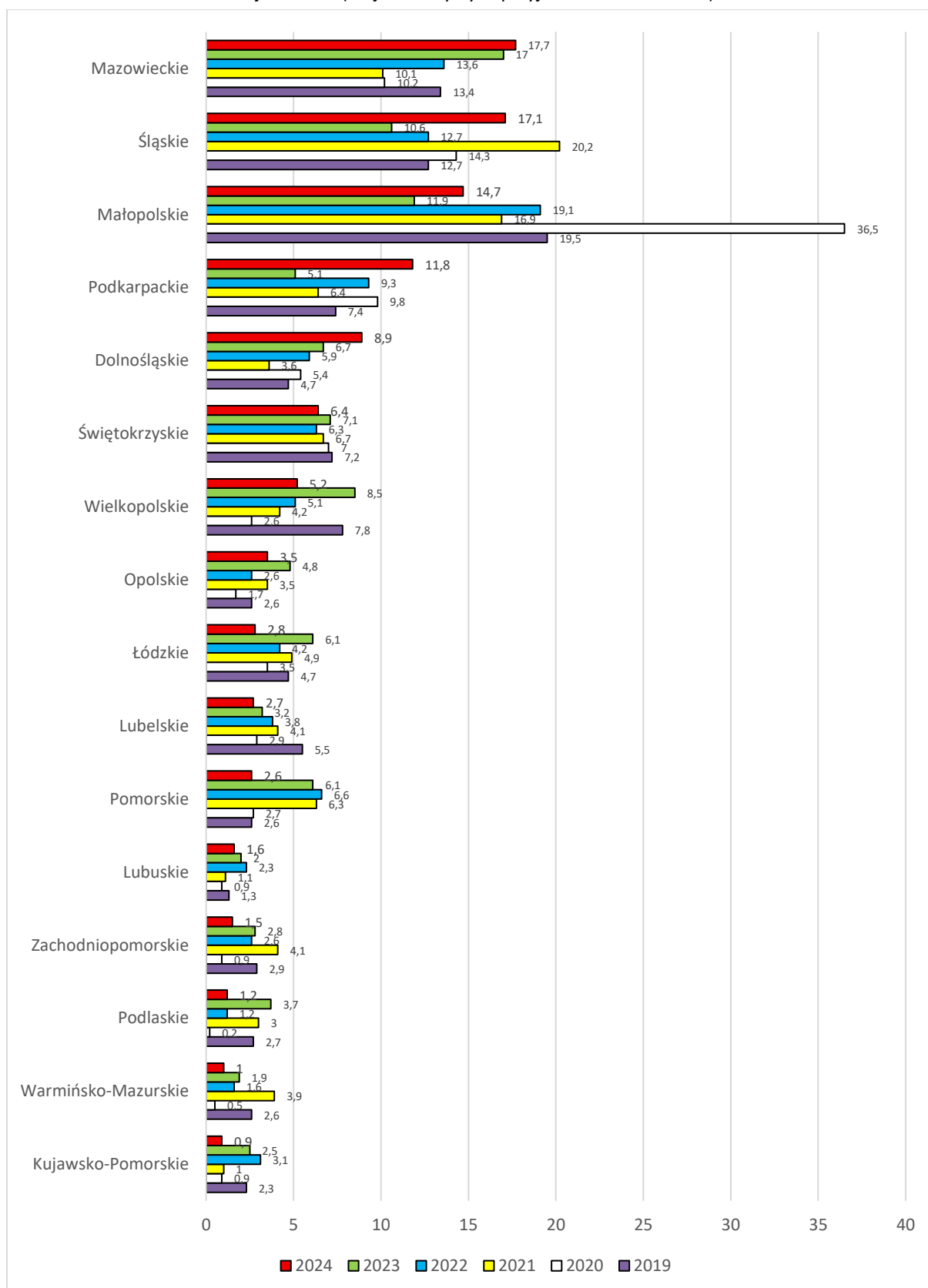
Tabela 4.6.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2016-2024 – struktura procentowa według województw po zaokrągleniu

Województwo	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia 16-24	Mediana 16-24
Mazowieckie	10,3	10,7	10,0	13,4	10,2	10,1	13,6	17,0	17,7	12,6	10,7
Śląskie	11,0	14,0	13,3	12,7	14,3	20,2	12,7	10,6	17,1	14,0	13,3
Małopolskie	16,9	21,4	25,7	19,5	36,5	16,9	19,1	11,9	14,7	20,3	19,1
Podkarpackie	9,5	9,2	9,0	7,4	9,8	6,4	9,3	5,1	11,8	8,6	9,2
Dolnośląskie	7,6	6,1	4,1	4,7	5,4	3,6	5,9	6,7	8,9	5,9	5,9
Świętokrzyskie	4,2	6,3	6,6	7,2	7,0	6,7	6,3	7,1	6,4	6,4	6,6
Wielkopolskie	6,8	6,0	6,9	7,8	2,6	4,2	5,1	8,5	5,2	5,9	6,0
Opolskie	2,7	3,0	2,1	2,6	1,7	3,5	2,6	4,8	3,5	2,9	2,7
Łódzkie	5,1	5,6	5,3	4,7	3,5	4,9	4,2	6,1	2,8	4,7	4,9
Lubelskie	3,7	4,2	4,1	5,5	2,9	4,1	3,8	3,2	2,7	3,8	3,8
Pomorskie	7,9	4,4	4,2	2,6	2,7	6,3	6,6	6,1	2,6	4,8	4,4
Lubuskie	2,9	1,2	1,2	1,3	0,9	1,1	2,3	2,0	1,6	1,6	1,3
Zachodniopomorskie	3,5	2,3	2,6	2,9	0,9	4,1	2,6	2,8	1,5	2,6	2,6
Podlaskie	1,6	1,6	1,2	2,7	0,2	3,0	1,2	3,7	1,2	1,8	1,6
Warmińsko-Mazurskie	2,6	1,5	1,5	2,6	0,5	3,9	1,6	1,9	1,0	1,9	1,6
Kujawsko-Pomorskie	3,9	2,7	2,2	2,3	0,9	1,0	3,1	2,5	0,9	2,2	2,3
Suma	100,2	100,2	100,0	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0	99,6	100,0	96,0

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

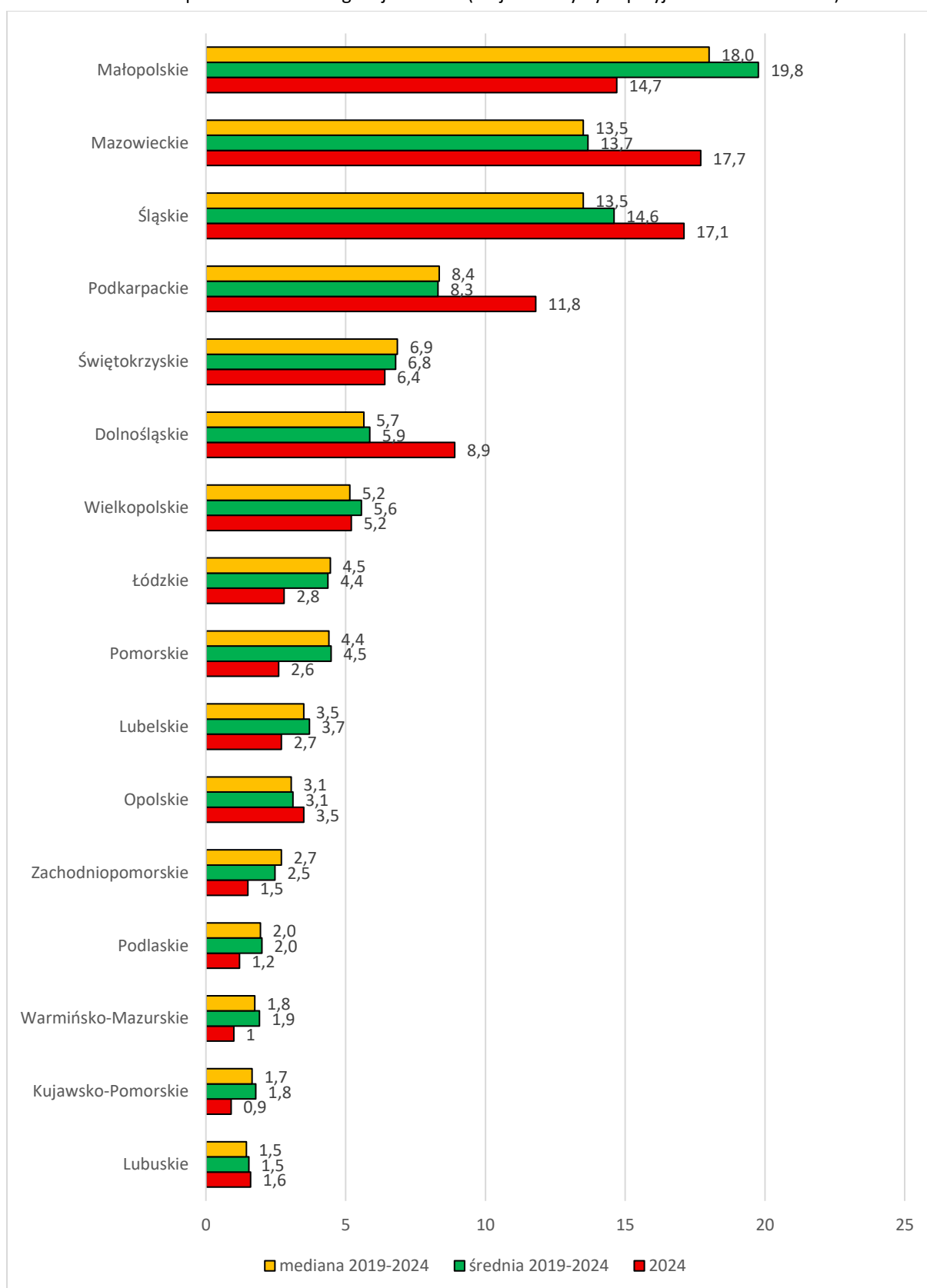
W 2024 roku, w którym w dalszym ciągu kontynuowana była agresja Rosji na Ukrainę, widać było wyraźnie jej wpływ na zwiększenie się strumienia przyjazdów wakacyjnych z województwa mazowieckiego do Krakowa. Może być to związane z niestabilną sytuacją w ich ulubionej tak wakacyjnej jak i weekendowej destynacji warmińsko-mazurskiej. Mieszkańcy województwa mazowieckiego uplasowali się na pierwszym miejscu wśród odwiedzających Kraków z wynikiem prawie 18% (17,7%) całości przyjezdnych. Na drugim miejscu znaleźli się mieszkańcy ościennego Śląska z wynikiem 17,1% ogółu odwiedzających. Trzecie miejsce zajęli mieszkańcy województwa małopolskiego odwiedzający stolicę swojego województwa, z wynikiem prawie 15% (14,7%). Czwarte miejsce przypadło z wynikiem prawie 12% (11,8%) mieszkańcom województwa podkarpackiego. Na piątym miejscu znaleźli się odwiedzający z Dolnego Śląska z rekordowym wynikiem dla tych mieszkańców województwa, bo prawie 9% (8,9%) udziałów. Na szóstym miejscu listę istotnych udziałowców zamykają odwiedzający z województwa świętokrzyskiego z wynikiem prawie 6,5% (6,4%) i siódmym z Wielkopolski z wynikiem ponad 5% (5,2%) udziałów. Warto jednak zwrócić uwagę na odwiedzających z niesąsiadujących z Małopolską województw, szczególnie na uwagę zasługują odwiedzający z północnych regionów kraju, głównie z województwa pomorskiego. Mediana za lata 2016-2024 dla mieszkańców Pomorza odwiedzających Kraków to ponad 4% (4,4%). Podróżni ci są odwiedzającymi Kraków w ramach długoterminowych pobytów w Małopolsce, co skutkuje multiplikacją wydatków okołonoclegowych. Zanotowano dalszy spadek udziałów w strukturze podróżnych przyjeżdżających do Krakowa z województwa warmińsko-mazurskiego i województwa lubuskiego.

Rysunek 4.6.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2019-2024 – struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Krakowa)



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

Rysunek 4.6.2. Odwiedzający krajowi w Krakowie w roku 2024 – średnia i mediana za lata 2019-2024 – struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Krakowa)



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

Rozdział 5. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków

5.1. Wprowadzenie

Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Małopolskę zobrazowano z uwzględnieniem wieku (w zalecanych przez UN Tourism pięciu grupach wiekowych), płci, wykształcenia, statusu zawodowego, statusu materialnego, charakteru podróży (z uwzględnieniem podróży odbywanej z rodziną, rodziną i przyjaciółmi, z przyjaciółmi, samotnie). Wyniki badań z 2024 roku zobrazowano w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w latach 2019-2023.

5.2. Wiek odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Tabela 5.2.1. Wiek odwiedzających Kraków w latach 2019-2024 – struktura procentowa

Wiek Ogółem	2024	2023	2022	2021	2020	2019
do 19	8,00%	5,60%	6,50%	5,60%	8,60%	9,20%
20-29	34,40%	31,90%	29,50%	23,60%	31,30%	30,80%
30-44	31,30%	41,50%	39,80%	35,00%	35,80%	33,60%
45-60	19,30%	15,70%	19,10%	19,40%	18,80%	19,50%
pow. 60	7,00%	5,30%	5,10%	16,40%	5,50%	7,00%
Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

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

Wynik z 2024 roku jest prawie identyczny z wynikiem z przedpandemicznego 2019 roku. Różnica niespełna 4% jest pomiędzy odwiedzającymi w wieku 20-29 a dotychczas dominującą grupą respondentów w wieku 30-44 lat. Warto uważnie obserwować dalej strukturę wiekową odwiedzających w kolejnych latach.

5.3. Płeć odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Tabela 5.3.1. Płeć odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Płeć Ogółem	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Kobieta	48,9%	38,8%	49,0%	47,7%	48,3%	54,1%
Mężczyzna	51,1%	61,2%	51,0%	52,3%	51,7%	45,9%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

W 2024 roku doszło do ponownej kompensacji struktury płci. Ta swoista równowaga z niewielką jeszcze przewagą 2,2 punktu % mężczyzn, może sygnalizować powrót do stanu przedcovidowego, czyli przewagi kobiet o 8,2 punktu %.

5.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Ponad 50% strumienia ruchu turystycznego frekwentującego Kraków w 2024 roku stanowią osoby deklarujące posiadanie wyższego wykształcenia. Jest to w dalszym ciągu bardzo dobry prognostyk dla przedsiębiorców turystycznych jak również gospodarzy destynacji (samorządowców), którzy przygotowują turystyczną ofertę destynacji. Pozwala to z pewną ostrożnością wnioskować, że produkty turystyczne powyżej najniższego wspólnego mianownika oferty kulturalnej powinny zyskać uznanie istotnej części turystów podróżujących do Krakowa i po Małopolsce. Jednak grupa osób

o wykształceniu średnim jest w dalszym ciągu również bardzo mocnym (istotnym 45,0%) segmentem strumienia odwiedzających. Osoby odwiedzające Kraków a sygnalizujące posiadanie wykształcenia na poziomie poniżej średniego są segmentem statystycznie nieistotnym.

Tabela 5.4.1. Wykształcenie – odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Wykształcenie Ogółem	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Wyższe	51,8%	62,3%	70,1%	47,1%	55,2%	51,8%
Średnie	45,0%	35,4%	26,2%	44,1%	40,7%	44,6%
Podstawowe	2,7%	2,3%	3,6%	5,9%	2,7%	2,7%
Inne	0,5%	0,0%	0,1%	2,9%	1,4%	0,8%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

5.5. Status materialny odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Tabela 5.5.1. Status materialny odwiedzających Kraków – struktura procentowa

Sytuacja finansowa odwiedzających Ogółem	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Bardzo dobra	25,0%	29,0%	17,7%	16,1%	14,6%	14,5%
Dobra	61,0%	48,1%	56,7%	56,2%	66,7%	70,4%
Średnia	13,0%	19,4%	22,5%	25,7%	17,5%	14,5%
Zła (poniżej średniej)	1,0%	3,5%	3,1%	2,0%	1,2%	0,6%
Suma końcowa	100%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Status materialny turystów odwiedzających Kraków przez respondentów jest oceniany subiektywnie jako dobry i stanowi ponad 60% całości (61,0%). Utrzymał się udział na poziomie ¼ (25,0%) odwiedzających Kraków deklarujących bardzo dobry status materialny. Zanotowano spadek do 13,0% udziału w strukturze strumienia ruchu przyjezdnego do Krakowa osób deklarujących średni poziom swojej sytuacji finansowej. Osoby sygnalizujące złą (poniżej średniej) sytuację finansową stanowiły zaledwie 1,0% całości próby.

5.6. Charakter towarzyski podróży odwiedzających Kraków – struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)

Podróże indywidualne (bez osób towarzyszących) – w segmencie tym odnotowano ponowny spadek o ≈ 10 p.p., jednak w dalszym ciągu stanowią istotny odsetek strumienia ruchu turystycznego, konsumując prawie 20% (19,8%). Kompensacja widoczna jest w kategorii wyjazdów do Krakowa w gronie przyjaciół (wzrost o prawie 14 p.p.) (dokładnie 13,5 p.p.). Grupa ta uzyskała najwyższy udział w strukturze $\approx 40\%$ (38,1%). U osób podróżujących rodzinnie zanotowano spadek o ponad 6 p.p. w stosunku do roku 2023. Natomiast w kategorii podróży organizowanych grupowo zaobserwowano wzrost udziałów procentowych na poziomie ok. 2 p.p. (2.2 p.p.). Wynik z 2024 roku zdaje się sugerować powrót do sytuacji przedcovidowej z roku 2019 z uwzględnieniem efektu postpandemicznego, czyli zwiększonej samodzielności w podróżowaniu szczególnie osób z kategorii „singli”.

Tabela 5.6.1. Charakter towarzyski podróży odwiedzających Kraków – struktura procentowa (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)

Charakter towarzyski podróży Ogółem	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Nikt (podróżuję sam)	19,8%	29,3%	33,7%	19,3%	14,9%	8,8%
Grupa zorganizowana	9,0%	6,8%	8,6%	10,8%	10,3%	10,4%
Przyjaciele	38,1%	24,6%	25,2%	33,0%	35,4%	41,3%
Rodzina	33,1%	39,3%	32,5%	36,9%	36,0%	35,4%
Rodzina i przyjaciele					3,3%	4,0%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Rozdział 6. Cele przyjazdów do Krakowa

6.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa

Cele główne przyjazdu do Krakowa wskazywane były subiektywnie przez samych respondentów wybierających spośród celów częściowych jeden, który w ocenie ankietowanego turysty był jego głównym celem przyjazdu. Poniżej została przedstawiona tabelarycznie i graficznie formatowana kolorem dla potrzeb opracowania analiza grupy celów głównych. Sortowanie jest wykonane według kolumny Ogółem 2024.

Wypoczynek w 2024 roku jako cel główny utrzymał wywalczoną w 2023 roku pierwszą pozycję, pozostawiając ponownie na drugiej pozycji zwiedzanie zabytków. W dalszym ciągu jednak diada ta w 2024 roku kumuluje ogółem ponad 65% (65,8%) – w roku poprzednim – 2023 – prawie 60% (59,7%) całości celów głównych strumienia turystów odwiedzających Kraków.

Główne cele podróży do Krakowa w 2024 roku (ogółem) dla największej grupy respondentów to: przede wszystkim korzystanie z wypoczynku, uzyskujące ponad 45% wskazań (45,3%) i zwiedzanie zabytków z wynikiem ponad 20% wskazań (20,5%).

W 2024 roku odwiedziny Krakowa w celach religijnych uzyskały wysoki wynik ogółem, bo prawie 6% (5,9%). Wskazania dotyczyły jednak w dużym stopniu odwiedzających krajowych, bo aż prawie 8% (7,5%) i niespełna połowa z tego, bo 3,3% odwiedzających zagranicznych. W grupie respondentów zagranicznych, podobnie jak u odwiedzających krajowych, zauważono wzrost udziałów w stosunku do roku poprzedniego o 1,3 p.p. z 2% do 3,3%.

Na prawie identycznym poziomie (2-3%) respondenci krajowi i zagraniczni wskazywali rozrywkę. Przekładając te udziały w rozrywce na liczby, w dyskotekach, klubach i pubach krakowskich bawiło się w 2024 roku około 140 tysięcy turystów z kraju i blisko 50 tysięcy turystów z zagranicy. Odwiedziny znajomych w grupie respondentów krajowych oscylowały w przedziale 2,4% udziałów, a odwiedzających zagranicznych na poziomie 4,8%. Odnotowano zwiększenie udziałów w strukturze celów tak odwiedzających zagranicznych (4,5%) jak i krajowych (2,6%) w kategorii przyjazdów służbowych do Krakowa w 2024 roku.

Tabela 6.1.1. Cel przyjazdu do Krakowa w 2022, 2023 i 2024 roku. Kraj, Zagranica, Ogółem – struktura procentowa po zaokrągleniu

LATA	2022				2023				2024				
CEL PRZYJAZDU	Kraj	Zagr.	Ogółem 2022	Różnica Kraj-Zagr. 22	Kraj	Zagr.	Ogółem 2023	Różnica Kraj-Zagr. 23	Kraj	Zagr.	Ogółem 2024	Różnica Kraj-Zagr. 24	Średnia 22-24
A wypoczynek	30,6%	32,2%	30,9%	-1,6%	35,1%	37,7%	35,6%	-2,6%	53,3%	32,4%	45,3%	20,9%	37,3%
B zwiedzanie zabytków	23,1%	22,3%	22,9%	0,7%	23,5%	26,9%	24,1%	-3,4%	13,5%	31,8%	20,5%	-18,3%	22,5%
E cel religijny	6,0%	0,6%	5,1%	5,4%	3,1%	2,0%	2,9%	1,0%	7,5%	3,3%	5,9%	4,2%	4,6%
L odwiedziny krewnych	2,1%	3,8%	2,3%	-1,7%	3,4%	0,8%	2,9%	2,6%	3,8%	3,0%	3,5%	0,8%	2,9%
M odwiedziny znajomych	3,5%	4,4%	3,6%	-0,9%	3,9%	1,7%	3,5%	2,2%	2,4%	4,8%	3,3%	-2,4%	3,5%
K sprawy służbowe	1,2%	3,6%	1,6%	-2,4%	1,6%	0,2%	1,3%	1,4%	2,6%	4,5%	3,3%	-1,9%	2,1%
T tranzyt	2,1%	8,2%	3,0%	-6,1%	2,3%	0,2%	1,9%	2,1%	2,7%	3,4%	3,0%	-0,7%	2,6%
D rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	7,5%	4,4%	7,0%	3,0%	4,3%	7,4%	4,9%	-3,1%	2,0%	3,1%	2,4%	-1,1%	4,8%
V inny cel (jaki?)	1,0%	2,7%	1,3%	-1,7%	0,4%	0,2%	0,4%	0,2%	2,2%	1,9%	2,1%	0,3%	1,3%
N udział w wydarzeniu (jakim?)	0,8%	0,8%	0,8%	0,0%	0,2%	4,4%	1,0%	-4,2%	1,6%	2,3%	1,9%	-0,7%	1,2%
U edukacja	0,6%	4,0%	1,1%	-3,4%	0,9%	1,4%	1,0%	-0,4%	1,2%	2,5%	1,7%	-1,3%	1,3%
C odwiedziny miejsc rodzinnych	11,9%	3,8%	10,6%	8,1%	12,6%	6,1%	11,3%	6,5%	1,2%	1,1%	1,2%	0,1%	7,7%
I udział w szkoleniu	2,1%	2,1%	2,1%	0,0%	1,7%	0,2%	1,4%	1,5%	1,5%	0,5%	1,1%	1,0%	1,5%
H udział w konferencji, kongresie	0,4%	0,8%	0,5%	-0,4%	0,6%	0,0%	0,5%	0,6%	1,1%	1,0%	1,1%	0,1%	0,7%
J firmowy wyjazd integracyjny	2,6%	1,3%	2,4%	1,4%	1,5%	0,5%	1,3%	1,0%	0,5%	1,1%	0,8%	-0,6%	1,5%
S turystyka aktywna	0,5%	0,8%	0,5%	-0,4%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,5%	1,0%	0,7%	-0,5%	0,4%
P zakupy	0,8%	0,8%	0,8%	-0,1%	1,9%	0,0%	1,6%	1,9%	0,6%	0,7%	0,7%	-0,1%	1,0%
F cel zdrowotny	1,1%	1,1%	1,1%	0,0%	1,9%	1,5%	1,8%	0,4%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	1,1%
O udział w imprezie kulturalnej	1,1%	0,4%	1,0%	0,7%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,4%	0,1%	0,3%	0,3%	0,5%
W udział w imprezie sportowej	0,8%	0,6%	0,8%	0,2%	0,6%	9,0%	2,2%	-8,3%	0,2%	0,4%	0,3%	-0,2%	1,1%
R poznanie walorów przyrody	0,1%	0,8%	0,2%	-0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,6%	0,3%	-0,5%	0,2%
X udział w targach	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%	-0,2%	0,0%
G korzystanie z usług medycznych	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%					0,2%
Suma końcowa	100%	100%	100%	0%	100%	100%	100%	0%	100%	100%	100%	0%	100%

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

6.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2024 roku

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

Tabela 6.2.1. Krotność przyjazdu do Krakowa w latach 2022-2024 – udziały procentowe

ROK	2022				2023				2024				
Krotność przyjazdu do Krakowa	Kraj	Zagr.	Ogółem 2022	Różnica Kraj-Zagr. 2022	Kraj	Zagr.	Ogółem 2023	Różnica Kraj-Zagr. 2023	Kraj	Zagr.	Ogółem 2024	Różnica Kraj-Zagr. 2024	Średnia OGÓŁEM 22-24
1 RAZ – NOWICJUSZE	21,3	58,7	27,4	-37,4	17,0	53,4	24,1	-36,4	16,2	58,7	26,9	-42,5	26,13
2 RAZ – BUMERANGI	17,3	16,7	17,2	0,6	16,2	12,0	15,4	4,2	15,9	15,5	15,8	0,4	16,13
3 KILKA RAZY – KONESERZY	34,1	14,1	30,8	20,0	35,0	19,6	32,0	15,4	32,9	14,9	28,4	18,0	30,4
4 CZĘSTO – BYWALCY	27,3	10,6	24,5	16,7	31,8	15,0	28,5	16,8	35,0	10,9	28,9	24,1	27,3
Suma końcowa	100	100	100	0,0	100	100	100	0,0	100	100	100	0,0	100

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

W grupie „Nowicjuszy” odwiedzający zagraniczni zbliżyli się do wyniku prawie 60% (58,7%) udziałów – oznacza to, że w dalszym ciągu dla tej grupy przyjezdnych warto (należy) przygotować nie tylko „powitalną” bazową informację o mieście i jego atrakcjach, ale również „pożegnalny” pakiet informacyjny, co jeszcze można zobaczyć, przyjeżdżając ponownie do Krakowa.

Pojawili się ponownie odwiedzający z zagranicy w kategorii „bumerangi” (po raz drugi w Krakowie) uzyskując wynik w stosunku do roku 2023 lepszy o 3,5 p.p. (15,5% udziałów).

Rozdział 7. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście – zachowania turystyczne odwiedzających Kraków

7.1. Wprowadzenie

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

7.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście

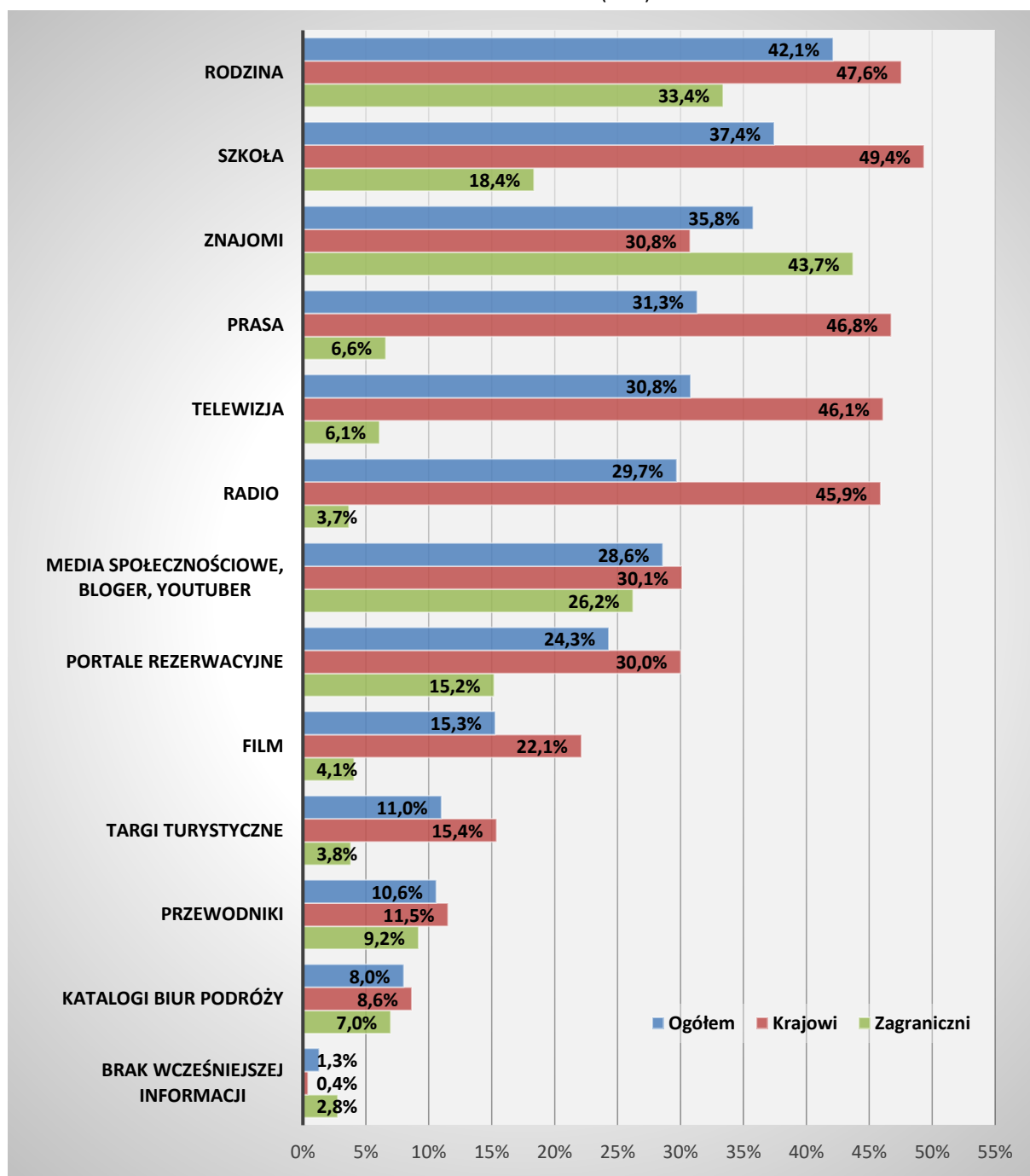
Od wielu lat głównym źródłem wiedzy o Krakowie była dla odwiedzających miasto rodzina i szkoła (wymienne na pierwszym i drugim miejscu). Nieco inny ranking odnotowano w 2023 roku, kiedy to wprawdzie najwięcej osób wskazało rodzinę (42,1%), ale drugą co do liczebności grupą byli ci, którzy pozyskiwali informację o stolicy Małopolski z mediów społecznościowych (31,4%). Szkoła znalazła się dopiero na miejscu trzecim (30,3%). W 2024 roku sytuacja powróciła do tej z lat wcześniejszych – najliczniej deklarowana była rodzina (42,1% wskazań), a na drugiej pozycji uplasowała się szkoła (37,4% wskazań), choć niewiele mniej osób wymieniło znajomych (35,8%), prasę (31,3%), telewizję (30,8%), radio (29,7%) oraz media społecznościowe, blogerów i youtuberów (28,6%). Przeciętnie co czwarty odwiedzający korzystał z informacji zamieszczonych na portalach rezerwacyjnych (24,3%), co szósty dowiedział się o Krakowie z filmu (15,3%), a co dziesiąty z targów turystycznych (11,0%), przewodników (10,6%) lub z oferty biur podróży (8,0%)

W porównaniu z rokiem ubiegłym na znaczeniu zyskały przede wszystkim takie źródła informacji o Krakowie jak: znajomi (wzrost o 21,4 p.p.), tradycyjne media, czyli prasa (o 19,8 p.p.), radio (o 17,1 p.p.), telewizja (o 14,3 p.p.) oraz film (o 10,3 p.p.). Spadek zaobserwowano natomiast tylko w odniesieniu do social mediów, blogerów i youtuberów (o 7,3 p.p.). Informacje od rodziny były w 2024 roku wykorzystywane przez taką samą grupę odwiedzających, jak rok wcześniej.

Warto podkreślić, że od 2015 roku rola tradycyjnych mediów (prasy, radia i telewizji) nie była tak wysoka, podobnie jak portali rezerwacyjnych, filmu i targów turystycznych. Należy też dodać, że siła oddziaływania targów turystycznych staje się coraz bardziej widoczna od 2019 roku.

W segmencie gości krajowych w 2024 roku najważniejszym źródłem wiedzy o stolicy Małopolski była szkoła (49,4% wskazań). Na drugim miejscu znalazła się rodzina (47,6%), następnie: prasa (46,8%), telewizja (46,1%), radio (45,9%), znajomi (30,8%), social media, blogerzy i youtuberzy (30,1%) oraz portale rezerwacyjne (30,0%). Najmniej Polaków skorzystało z informacji zawartych w ofertach biur podróży (8,6%), przewodnikach (11,5%) oraz zdobytych podczas targów turystycznych (15,4%) i filmu (22,1%).

Rysunek 7.2.1. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w 2024 roku (w %)*



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

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

Natomiast wśród cudzoziemców podstawowym źródłem wiedzy o Krakowie byli znajomi (43,7%) i rodzina (33,4%), a także media społecznościowe, blogerzy i youtuberzy (26,2%). Relatywnie dużo obcokrajowców czerpało też informacje ze szkoły (18,4%) i portali rezerwacyjnych (15,2%). Najrzadziej wykorzystywane w tej grupie były informacje z radia (3,7%), targów turystycznych (3,8%), filmu (4,1% wskazań), telewizji (6,1%), prasy (6,6%) i oferty biur podróży (7,0%). Wynika z tego, że obcokrajowcy częściej niż Polacy deklarowali korzystanie tylko z opinii znajomych (o 12,9 p.p.). W większym też odsetku nie wiedzieli nic o Krakowie przed przyjazdem do miasta (2,8% vs 0,4%).

Tabela 7.2.2. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w latach 2015-2024 (w %)*

Źródło informacji przed przyjazdem	OGÓŁEM									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Prasa	5,4%	7,0%	9,2%	7,2%	9,9%	17,1%	9,1%	8,9%	11,5%	31,3%
Radio	11,1%	4,2%	7,3%	5,3%	5,7%	14,6%	10,0%	21,5%	12,6%	29,7%
Telewizja	17,5%	11,1%	11,5%	7,8%	10,9%	19,5%	23,4%	36,0%	16,5%	30,8%
Media społecznościowe	8,1%	8,5%	10,7%	9,0%	18,7%	18,8%	29,8%	23,6%	31,4%	28,6%
Blogger, vlogger, influencer, youtuber	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	24,9%	10,1%	4,5%	
Portale rezerwacyjne	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	2,7%	18,7%	15,6%	24,3%
Katalogi/oferta biur podróży	8,1%	6,5%	7,9%	7,6%	10,7%	4,8%	1,4%	5,1%	3,4%	8,0%
Przewodniki	12,6%	8,9%	9,9%	10,1%	11,2%	6,2%	5,9%	3,8%	3,1%	10,6%
Foldery/ulotki	9,2%	3,0%	5,0%	6,8%	6,8%	6,3%	4,8%	3,8%	14,5%	–
Szkoła	41,7%	40,5%	40,6%	48,4%	53,7%	61,7%	45,2%	28,4%	30,3%	37,4%
Rodzina	42,0%	41,3%	41,0%	23,7%	57,3%	69,1%	38,2%	42,0%	42,1%	42,1%
Znajomi	37,2%	34,6%	39,3%	38,8%	38,7%	63,1%	35,6%	28,2%	14,4%	35,8%
Film	1,1%	3,4%	2,5%	2,6%	3,2%	3,1%	3,4%	11,2%	5,0%	15,3%
Targi turystyczne	1,5%	0,9%	1,5%	1,0%	1,2%	1,3%	1,8%	3,2%	4,4%	11,0%
Brak wcześniejszej informacji	1,1%	1,7%	1,6%	1,4%	1,1%	0,7%	3,7%	6,4%	4,1%	1,3%

Źródło informacji przed przyjazdem	KRAJOWI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Prasa	6,2%	7,1%	12,3%	10,3%	13,4%	20,3%	10,0%	9,6%	13,3%	46,8%
Radio	15,9%	6,4%	11,5%	7,7%	7,4%	18,2%	10,2%	23,4%	13,9%	45,9%
Telewizja	21,3%	11,4%	14,1%	9,0%	12,9%	23,4%	22,3%	39,8%	15,0%	46,1%
Media społecznościowe	5,9%	6,2%	8,2%	5,4%	16,4%	20,3%	29,5%	23,8%	33,3%	30,1%
Blogger, vlogger, influencer, youtuber	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	26,2%	9,6%	2,9%	
Portale rezerwacyjne	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	2,2%	19,0%	15,7%	30,0%
Katalogi/oferta biur podróży	5,2%	2,5%	5,5%	4,5%	9,1%	4,5%	1,1%	4,6%	3,2%	8,6%
Przewodniki	6,5%	6,5%	8,1%	8,0%	7,3%	6,3%	6,1%	2,8%	2,1%	11,5%
Foldery/ulotki	8,7%	4,3%	6,6%	7,8%	6,5%	7,6%	5,9%	3,2%	18,2%	–
Szkoła	54,7%	62,8%	58,7%	65,2%	64,1%	68,1%	45,2%	31,3%	35,7%	49,4%
Rodzina	48,8%	53,0%	50,4%	28,7%	66,4%	74,2%	38,1%	44,6%	46,1%	47,6%
Znajomi	33,7%	24,2%	35,8%	38,2%	40,1%	65,2%	36,7%	25,2%	8,4%	30,8%
Film	0,7%	4,0%	3,2%	2,4%	3,2%	2,2%	3,6%	11,0%	4,0%	22,1%
Targi turystyczne	0,4%	1,0%	1,6%	0,9%	1,1%	1,2%	1,5%	2,8%	3,6%	15,4%
Brak wcześniejszej informacji	0,1%	0,7%	0,9%	1,3%	0,7%	0,2%	3,9%	5,3%	2,9%	0,4%

Źródło informacji przed przyjazdem	ZAGRANICZNI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Prasa	4,8%	6,0%	6,4%	4,7%	6,5%	4,9%	8,3%	6,2%	7,4%	6,6%
Radio	7,2%	2,1%	3,7%	3,3%	4,0%	2,8%	9,9%	11,8%	9,6%	3,7%
Telewizja	14,3%	10,0%	9,3%	6,8%	9,1%	5,6%	24,3%	19,0%	20,0%	6,1%
Media społecznościowe	10,0%	9,7%	12,9%	11,9%	20,9%	13,5%	30,0%	25,1%	27,1%	26,2%
Blogger, vlogger, influencer, youtuber	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	23,8%	12,6%	8,1%	
Portale rezerwacyjne	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	3,2%	17,8%	15,2%	15,2%
Katalogi/oferta biur podróży	10,4%	9,4%	9,9%	10,1%	12,3%	5,6%	1,7%	5,4%	3,8%	7,0%
Przewodniki	17,7%	10,7%	11,5%	11,8%	14,8%	5,1%	5,7%	8,9%	5,5%	9,2%
Foldery/ulotki	9,7%	2,3%	3,7%	6,0%	7,1%	1,9%	3,8%	6,2%	5,9%	–
Szkoła	31,1%	27,1%	24,8%	34,6%	43,9%	42,8%	45,2%	15,5%	17,9%	18,4%
Rodzina	36,4%	34,5%	32,8%	19,5%	48,6%	54,4%	38,3%	31,5%	33,1%	33,4%
Znajomi	40,0%	41,8%	42,4%	39,2%	37,4%	57,0%	34,6%	43,5%	27,9%	43,7%
Film	1,4%	2,8%	1,8%	2,8%	3,2%	6,2%	3,3%	10,8%	7,4%	4,1%
Targi turystyczne	2,4%	0,8%	1,3%	1,1%	1,3%	1,5%	2,0%	4,8%	6,2%	3,8%
Brak wcześniejszej informacji	1,9%	2,3%	2,2%	1,6%	1,4%	2,4%	3,6%	9,3%	6,8%	2,8%

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

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

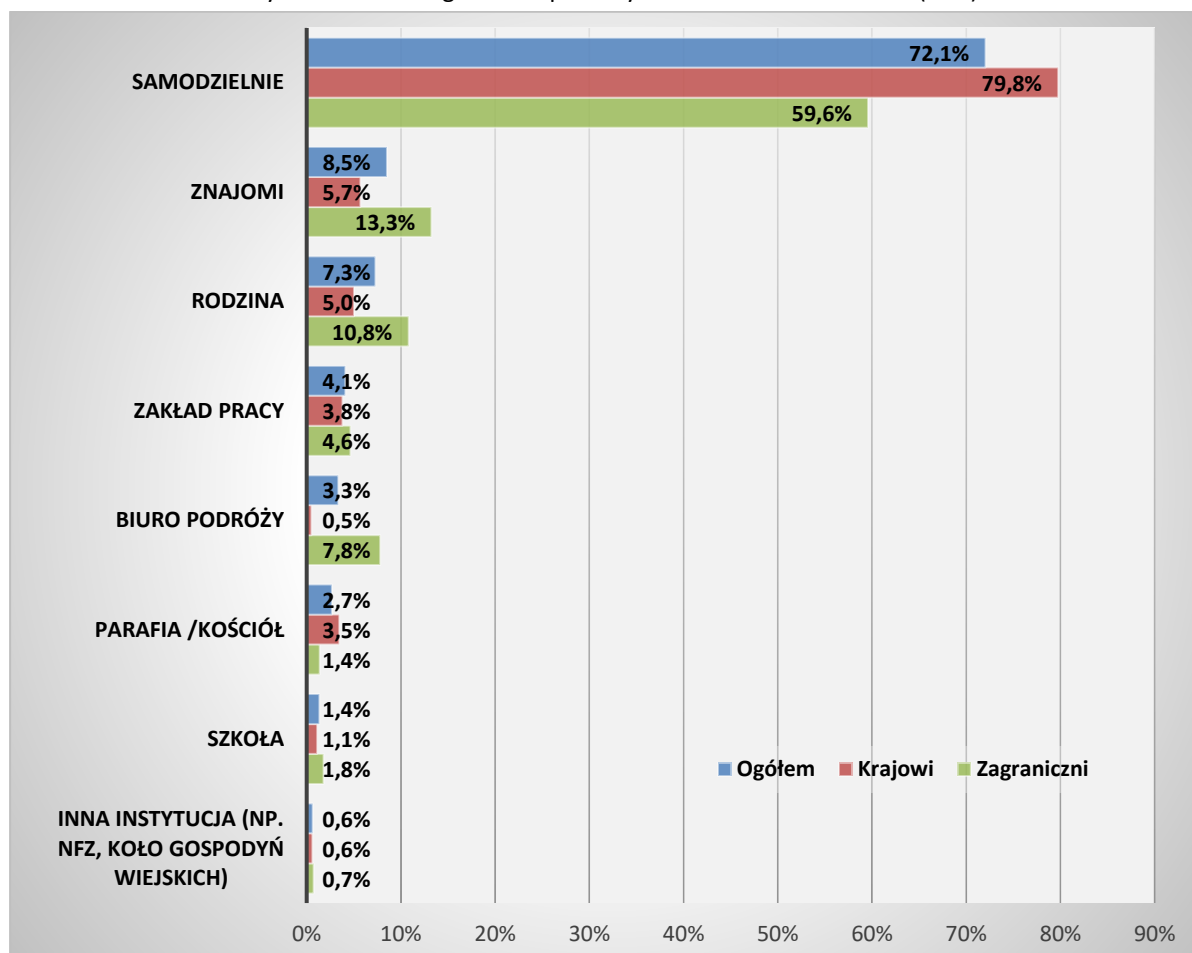
W relacji do roku ubiegłego, w segmencie odwiedzających krajowych, większą rolę odegrały przede wszystkim tradycyjne media, tj. prasa (przyrost o 33,5 p.p.), radio (o 32,0 p.p.) i telewizja (o 31,1 p.p.), a także informacje od znajomych (o 22,4 p.p.), z filmu (o 18,1 p.p.), portali rezerwacyjnych (o 14,3 p.p.), szkoły (o 13,7 p.p.) i targów turystycznych (o 11,8 p.p.). Zmniejszyło się natomiast znaczenie mediów społecznościowych, blogerów i youtuberów (spadek o 6,1 p.p.).

Z kolei wśród gości zagranicznych większy niż rok wcześniej odsetek wskazał znajomych (o 15,8 p.p.), przewodniki (o 3,7 p.p.) i ofertę biur podróży (o 3,2 p.p.). Mniejsze niż w roku ubiegłym było natomiast oddziaływanie szczególnie telewizji (spadek o 13,9 p.p.) oraz mediów społecznościowych, blogerów i youtuberów (o 9,0 p.p.), a także radia (o 5,9 p.p.), filmu (o 3,3 p.p.) i targów turystycznych (o 2,4 p.p.).

W dłuższej perspektywie w grupie Polaków powoli wzrasta siła wpływu targów turystycznych (od 2019 roku) i rodziny (od 2022 roku), a wśród cudzoziemców maleje oddziaływanie mediów społecznościowych, blogerów i youtuberów (od 2022 roku).

7.3. Organizacja wizyty w Krakowie

Rysunek 7.3.1. Organizator podróży do Krakowa w 2024 roku (w %)



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

Dominującą formą organizacji wizyty w Krakowie było w 2024 roku (analogicznie jak w ubiegłych latach) jej przygotowanie we własnym zakresie – wskazało ją 72,1% odwiedzających miasto. Wizytę w stolicy Małopolski 8,5% gości zorganizowali znajomi, a 7,3% – rodzina. Około 4,0% badanych

przyjechało z zakładem pracy. Zaledwie 3,3% przybyszów skorzystało z usług biur podróży, 2,7% – z parafii/kościół, a po ok. 1% – ze szkoły oraz z innej instytucji (m.in. NFZ, klubu sportowego, koła gospodyń wiejskich, wspólnoty, linii lotniczej, Ministerstwa Edukacji, urzędu, koła emerytów).

W stosunku do roku poprzedniego nie zaszły istotne zmiany – nieznacznie zwiększył się udział odwiedzających przygotowujących sobie podróż do Krakowa samodzielnie (o 1,1 p.p.) i tych których wizytę zorganizowała parafia/kościół (o 1,0 p.p.), a zmniejszył się odsetek gości, którzy przyjechali w ramach podróży zorganizowanej przez rodzinę (o 1,4 p.p.) i znajomych (o 1,3 p.p.). Na niemal analogicznym poziomie jak rok wcześniej, utrzymało się znaczenie pozostałych organizatorów. Procent korzystających z zakładu pracy zmniejsza się jednak nieznacznie, ale stopniowo od 2021 roku.

Tabela 7.3.2. Organizator wizyty w Krakowie w latach 2015-2024 (w %)

Organizator pobytu	OGÓŁEM									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Samodzielnie	65,8%	69,9%	62,0%	64,6%	63,6%	76,4%	40,3%	74,8%	71,0%	72,1%
Rodzina	4,2%	7,7%	9,1%	6,5%	6,2%	4,1%	18,7%	8,3%	8,7%	7,3%
Znajomi	4,2%	4,4%	9,9%	7,8%	7,7%	3,7%	15,0%	6,8%	9,8%	8,5%
Parafia/kościół	4,1%	3,9%	1,4%	1,2%	0,5%	0,6%	11,1%	1,2%	1,7%	2,7%
Biuro podróży	11,9%	7,9%	9,0%	8,6%	7,6%	3,4%	7,3%	2,2%	2,7%	3,3%
Zakład pracy	7,1%	3,7%	5,4%	5,2%	5,9%	7,2%	5,2%	5,0%	4,6%	4,1%
Szkoła	1,5%	0,9%	2,3%	4,8%	3,2%	2,2%	1,2%	1,1%	1,1%	1,4%
Inna instytucja (np. NFZ, koło gospodyń wiejskich)	0,9%	1,4%	0,8%	0,6%	1,1%	0,1%	1,1%	0,5%	0,5%	0,6%

Organizator pobytu	KRAJOWI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Samodzielnie	65,6%	74,7%	77,9%	74,5%	74,3%	82,8%	46,4%	76,5%	74,6%	79,8%
Rodzina	4,5%	7,8%	4,6%	6,7%	9,0%	6,2%	17,3%	8,4%	8,0%	5,0%
Znajomi	3,1%	4,3%	3,8%	4,5%	8,6%	5,6%	13,3%	6,3%	8,0%	5,7%
Parafia/kościół	8,1%	3,5%	2,6%	2,1%	0,3%	1,5%	11,5%	1,3%	2,3%	3,5%
Biuro podróży	5,3%	1,1%	1,5%	1,0%	0,9%	0,6%	6,3%	1,8%	1,1%	0,5%
Zakład pracy	10,3%	5,6%	7,1%	7,1%	4,5%	2,3%	3,8%	4,7%	5,0%	3,8%
Szkoła	2,1%	1,4%	0,9%	2,3%	0,1%	0,2%	0,8%	0,7%	0,8%	1,1%
Inna instytucja (np. NFZ, koło gospodyń wiejskich)	1,1%	1,7%	1,6%	1,7%	1,6%	0,3%	0,6%	0,4%	0,3%	0,6%

Organizator pobytu	ZAGRANICZNI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Samodzielnie	65,9%	66,7%	62,3%	64,7%	63,5%	76,6%	35,1%	66,6%	62,8%	59,6%
Rodzina	3,9%	7,2%	9,1%	6,5%	6,3%	4,1%	19,9%	8,3%	10,1%	10,8%
Znajomi	5,2%	4,5%	9,9%	7,7%	8,0%	3,7%	16,6%	9,3%	14,1%	13,3%
Parafia/kościół	0,9%	4,2%	1,4%	1,2%	0,5%	0,5%	10,7%	0,6%	0,6%	1,4%
Biuro podróży	17,4%	12,7%	8,9%	8,7%	7,7%	3,4%	8,2%	4,1%	6,5%	7,8%
Zakład pracy	4,5%	2,7%	5,3%	5,2%	5,8%	7,1%	6,5%	6,6%	3,6%	4,6%
Szkoła	1,0%	0,6%	2,2%	4,8%	3,1%	2,2%	1,5%	3,3%	1,7%	1,8%
Inna instytucja	0,8%	1,2%	0,9%	0,6%	1,1%	0,1%	1,5%	1,0%	0,7%	0,7%

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

Identycznie jak w latach ubiegłych, odwiedzający z Polski w 2024 roku częściej niż goście z zagranicy przygotowawali sobie podróż do Krakowa we własnym zakresie (79,8% vs 59,6%), a także

w nieznacznie większym odsetku przyjeżdżali do miasta z parafią/kościołem (3,5% vs 1,4%). Z kolei obcokrajowcy bardziej niż Polacy preferowali organizację wizyty przez znajomych (13,3% vs 5,7%) i rodzinę (10,8% vs 5,0%) oraz usługi biur podróży (7,8% vs 0,5%). W sumie hierarchia ważności organizatorów przyjazdu była nieco inna w obu segmentach gości, z wyjątkiem trzech pierwszych miejsc, które w obu grupach zajęły: samodzielna organizacja, znajomi i rodzina. Wśród odwiedzających z Polski na kolejnych pozycjach uplasowały się: zakład pracy, parafia/kościół, szkoła, biuro podróży i tzw. inna instytucja. Natomiast w grupie cudzoziemców były to kolejno: biuro podróży, zakład pracy, szkoła, parafia/kościół i tzw. inna instytucja.

Goście krajowi w 2024 roku częściej niż rok wcześniej samodzielnie organizowali sobie wizytę w Krakowie – wzrost udziału o 5,2 p.p. Częściej też przyjeżdżali w ramach wizyty przygotowanej przez parafię/kościół (o 1,2%). Rzadziej natomiast korzystali z pomocy rodziny (o 3,0 p.p.), znajomych (o 2,3 p.p.) i zakładu pracy (o 1,2 p.p.). Cudzoziemcy z kolei częściej niż w roku ubiegłym przyjeżdżali z biurem podróży (o 1,3 p.p.) i zakładem pracy (o 1,0 p.p.), a w mniejszym odsetku przygotowywali sobie podróż samodzielnie (o 3,2 p.p.) i ich wizytę w Krakowie organizowali znajomi (o 0,8 p.p.). Wśród Polaków nieznacznie wzrosła też rola szkoły i innej instytucji (o 0,3 p.p. więcej), natomiast wśród obcokrajowców – parafii/kościół (o 0,8 p.p.) i rodziny (o 0,7 p.p.).

Warto odnotować, że od 2022 roku w segmencie odwiedzających krajowych zmniejsza się popularność rodziny i biur podróży jako organizatorów podróży do Krakowa. Z kolei wśród cudzoziemców spada odsetek podróżujących z tzw. inną instytucją.

7.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie

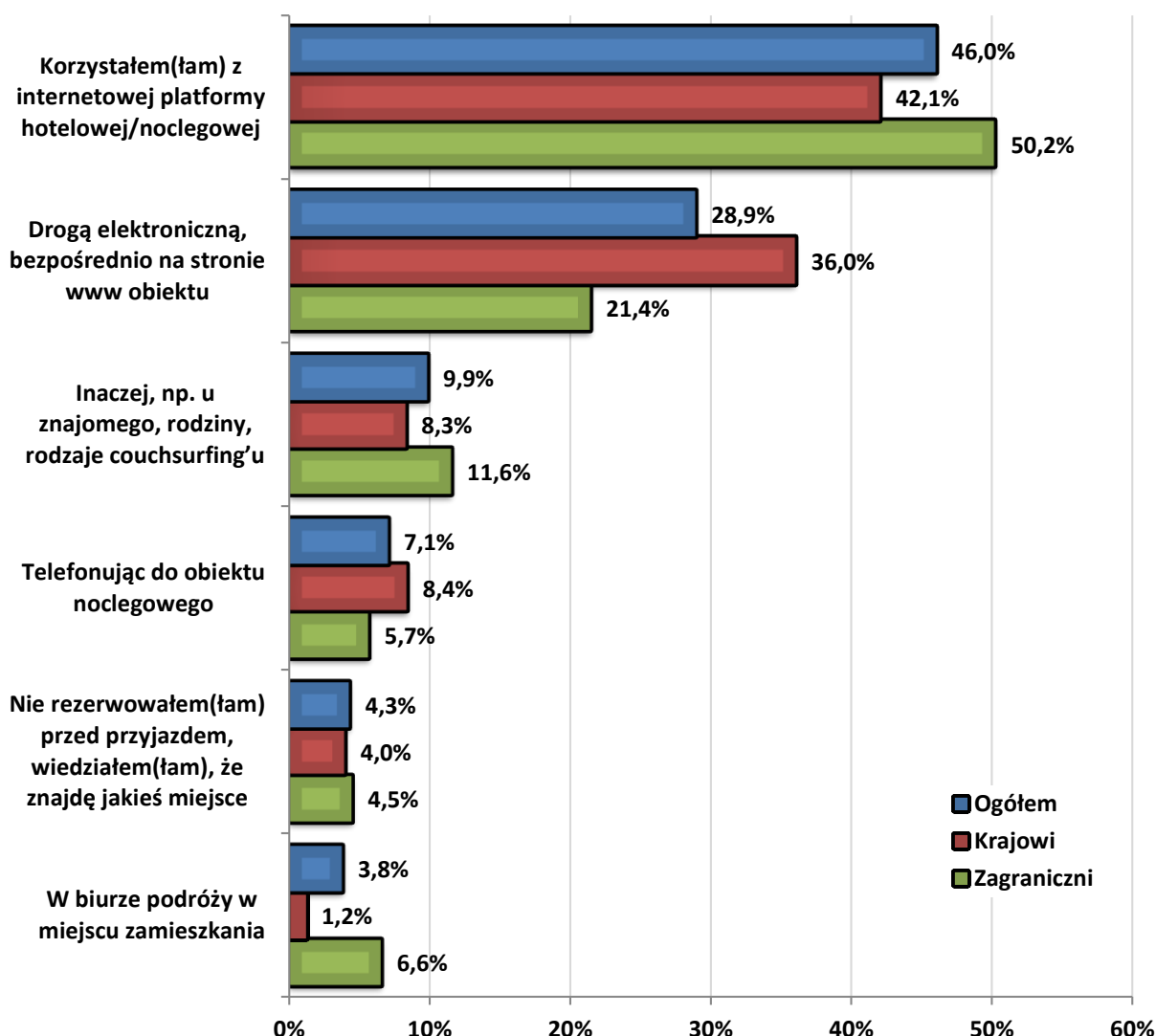
Najpopularniejszym sposobem samodzielnej rezerwacji noclegów w Krakowie w 2024 roku było korzystanie z internetowej platformy rezerwacyjnej (46,0% wskazań). Niemal połowa odwiedzających miasto zamawiała noclegi bezpośrednio na stronie www obiektu (28,9%). Co dziesiąty gość wybrał tzw. inne opcje (np. u znajomego, rodziny, rodzaje couchsurfing'u), 7,1% turystów wykonało bezpośredni telefon do obiektu noclegowego, a 4,3% nie nabywało/rezerwowało zakwaterowania przed przyjazdem, licząc, że będą wolne miejsca w obiektach noclegowych. Zakup noclegu przez biuro podróży wybrało najmniej badanych przyjeżdżających do Krakowa w 2024 roku, bo tylko 3,8%.

W stosunku do roku poprzedniego w 2024 odnotowano wzrost roli internetowych platform rezerwacyjnych (o 28,2 p.p.) oraz zakupu noclegów bezpośrednio na stronie obiektu (o 7,0 p.p.). Natomiast w przypadku pozostałych sposobów samodzielnej organizacji zakwaterowania miał miejsce spadek, zwłaszcza w odniesieniu do telefonu do obiektu noclegowego (o 16,1 p.p.) i braku wcześniejszej rezerwacji (o 10,2 p.p.), a także usług biur podróży (o 5,2 p.p.).

Zarówno w segmencie gości krajowych, jak i zagranicznych największym zainteresowaniem cieszyła się rezerwacja noclegu poprzez internetową platformę rezerwacyjną (odpowiednio 42,1% i 50,2%). Na drugim miejscu w obu grupach uplasowała się droga elektroniczna, tj. zakup bezpośredni na stronie www obiektu (odpowiednio 36,0% i 21,4%). Ranking pozostałych sposobów zakupu noclegów był wśród Polaków następujący: telefon do obiektu noclegowego (8,4%), tzw. inne sposoby (8,3%), brak wcześniejszej rezerwacji (4,0%) i na końcu – usługi biur podróży (1,2%). Natomiast w grupie cudzoziemców prezentował się on nieco inaczej. Mianowicie trzecie miejsce pod względem znaczenia zajęły tzw. inne sposoby (11,6%), a kolejne: biuro podróży (6,6%), telefon do obiektu noclegowego (5,7%) i na końcu – brak wcześniejszej rezerwacji (4,5%).

W 2024 roku w relacji do roku poprzedniego w obu grupach odwiedzających zauważalny jest istotny spadek znaczenia kontaktu telefonicznego (o 15,5 p.p. wśród Polaków i o 16,2 p.p. w segmencie gości zagranicznych), jak również braku wcześniejszej rezerwacji (odpowiednio o 11,1 p.p. i o 8,8 p.p.) i usług biur podróży (odpowiednio o 5,8 p.p. i o 6,1 p.p.). Wzrosło natomiast zainteresowanie internetowymi platformami rezerwacyjnymi (odpowiednio o 30,5 p.p. i o 20,9 p.p.) oraz bezpośrednią rezerwacją na stronie www obiektu (odpowiednio o 8,3 p.p. i o 9,9 p.p.). W segmencie turystów zagranicznych nieznacznie zwiększył się też udział tzw. innych sposobów zakupu zakwaterowania (o 0,3 p.p.), podczas gdy wśród gości krajowych rola tej formy nabycia noclegów znacznie się zmniejszyła (o 6,5 p.p.).

Rysunek 7.4.1. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie w 2024 roku (w %)



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

Uwagę zwraca, że od 2022 roku obserwuje się stopniowy wzrost odsetka gości w obu segmentach rynku korzystających podczas rezerwacji/zakupu zakwaterowania ze stron www obiektów noclegowych, a spadek braku wcześniejszej rezerwacji wśród turystów krajowych.

Tabela 7.4.2. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie w latach 2019-2024 (w %)

Sposób samodzielnej organizacji przyjazdu do Krakowa OGÓŁEM	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nie rezerwowałem(łam) przed przyjazdem, wiedziałem(łam), że znajdę jakieś miejsce	10,0%	14,0%	32,6%	15,2%	14,5%	4,3%
W biurze podróży w miejscu zamieszkania	3,4%	2,8%	17,9%	1,8%	9,0%	3,8%
Telefonując do obiektu noclegowego	11,3%	16,4%	16,6%	19,4%	23,2%	7,1%
Drogą elektroniczną bezpośrednio na stronie www obiektu	13,6%	19,2%	3,9%	6,9%	21,9%	28,9%
Korzystałem(łam) z internetowej platformy hotelowej/noclegowej	61,7%	47,6%	18,6%	43,0%	17,8%	46,0%
Inaczej (np. u znajomego, rodziny, rodzaje couchsurfing'u)	0,0%	0,0%	10,4%	13,8%	13,6%	9,9%
Sposób samodzielnej organizacji przyjazdu do Krakowa KRAJOWI	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nie rezerwowałem(łam) przed przyjazdem, wiedziałem(łam), że znajdę jakieś miejsce	10,8%	14,4%	31,2%	15,7%	15,1%	4,0%
W biurze podróży w miejscu zamieszkania	4,0%	2,8%	18,5%	0,7%	7,0%	1,2%
Telefonując do obiektu noclegowego	13,0%	17,7%	17,3%	24,3%	23,9%	8,4%
Drogą elektroniczną bezpośrednio na stronie www obiektu	15,5%	19,3%	4,0%	7,2%	27,7%	36,0%
Korzystałem(łam) z internetowej platformy hotelowej/noclegowej	56,7%	45,9%	19,1%	38,9%	11,6%	42,1%
Inaczej (np. u znajomego, rodziny, rodzaje couchsurfing'u)	0,0%	0,0%	10,0%	13,2%	14,8%	8,3%
Sposób samodzielnej organizacji przyjazdu do Krakowa ZAGRANICZNI	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nie rezerwowałem(łam) przed przyjazdem, wiedziałem(łam), że znajdę jakieś miejsce	9,3%	13,3%	33,7%	13,0%	13,3%	4,5%
W biurze podróży w miejscu zamieszkania	2,8%	2,9%	17,4%	4,6%	12,7%	6,6%
Telefonując do obiektu noclegowego	9,8%	14,3%	15,9%	5,3%	21,9%	5,7%
Drogą elektroniczną bezpośrednio na stronie www obiektu	12,1%	19,0%	3,9%	6,0%	11,5%	21,4%
Korzystałem(łam) z internetowej platformy hotelowej/noclegowej	66,0%	50,5%	18,3%	56,5%	29,3%	50,2%
Inaczej (np. u znajomego, rodziny, rodzaje couchsurfing'u)	0,0%	0,0%	10,9%	14,7%	11,3%	11,6%

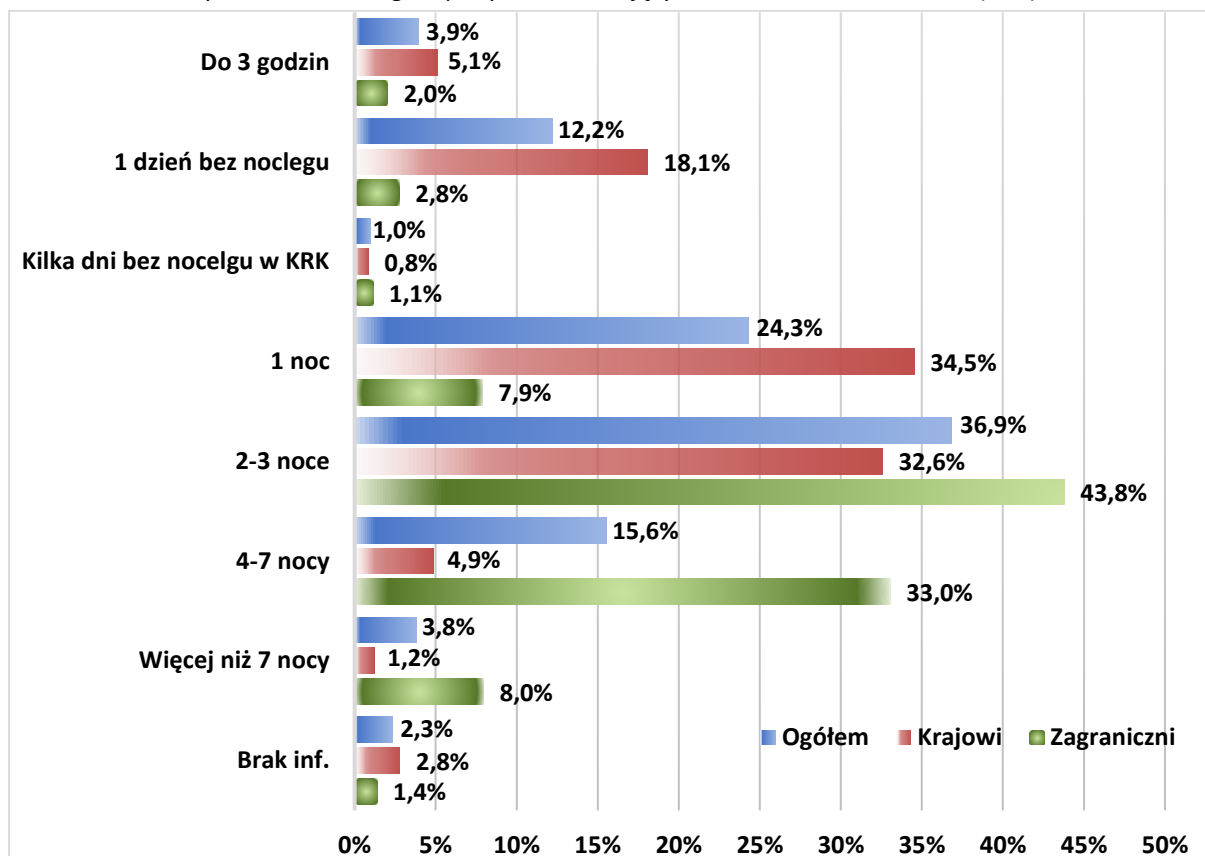
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

7.5. Długość pobytu w Krakowie

W 2024 roku najczęściej wskazywaną długością pobytu w Krakowie przez odwiedzających miasto w celach turystycznych były, analogicznie jak w 2022 i 2023 roku, 2-3 noce – tyle trwała wizyta średnio co trzeciego przybysza (36,9%). Co czwarty z gości (24,3%) przebywał w mieście jedną noc, a co szósty (15,6%) – 4-7 nocy. Zaledwie 3,8% odwiedzających przybyło do miasta na więcej niż 7 nocy. Co ósmy z gości (12,2%) przyjechał do stolicy Małopolski i spędził w niej tylko jeden dzień (bez noclegu), a 3,9% – kilka (do trzech) godzin. 1,0% uczestników przyjazdowego ruchu turystycznego wprawdzie przebywało w Krakowie kilka dni, ale nie nocowało w mieście (tylko w okolicznych miejscowościach, jak np. Dobczyce, Krzeszowice, Niepołomice, Skawina, Olkusz, Ojców, Zalesie, Zielonki, Zagórzany).

W stosunku do roku poprzedniego wzrósł odsetek spędzających w mieście 1 noc (o 7,4 p.p.) oraz 2-3 noce (o 7,0 p.p.). Zmniejszył się natomiast udział wizyt najdłuższych, tj. trwających 4-7 nocy i więcej (w sumie o 12,5 p.p.), ale także nieznacznie najkrótszych, tj. do 3 godzin (o 2,2 p.p.) i jeden dzień bez noclegu (o 0,6 p.p.).

Rysunek 7.5.1. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w 2024 roku (w %)



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

Goście krajowi częściej niż zagraniczni przebywali w Krakowie w 2024 roku krótko, tj. do 3 godzin (ponad 2,5-krotnie, tj. 5,1% vs 2,0%), 1 dzień bez noclegu (prawie 6,5-krotnie, tj. 18,1% vs 2,8%) oraz jedną noc (prawie 4,5-krotnie, tj. 34,5% vs 7,9%). Z kolei wizyty cudzoziemców częściej niż Polaków były dłuższe, tj. trwały 2-3 noce (43,8% vs 32,6%), 4-7 nocy (ponad 6,5-krotnie, tj. 33,0% vs 4,9%) oraz dłużej niż tydzień (również ponad 6,5-krotnie, tj. 8,0% vs 1,2%). W sumie ranking długości pobytu był inny w segmencie odwiedzających krajowych niż zagranicznych. Ci pierwsi preferowali przede wszystkim 1 noc i 2-3 noce oraz dalej w kolejności: 1 dzień bez noclegu, do 3 godzin i w najmniejszym odsetku pobytu najdłuższe (4-7 nocy oraz powyżej 7 nocy). Natomiast w grupie obcokrajowców na pierwszym miejscu uplasowały się pobyty o długości 2-3 noce, na drugim – 4-7nocy, a następnie: więcej niż tydzień, 1 noc, 1 dzień, a najmniejszy udział miały wizyty do 3 godzin.

W segmencie Polaków o 15,2 p.p. więcej niż rok wcześniej odnotowano wizyt dwudniowych (1 noc), o 3,9 p.p. – trwających 2-3 noce i o 2,7 p.p. – jednodniowych (bez noclegu), a o 21,6 p.p. mniej – o długości 4-7 i więcej nocy i o 2,2 p.p. – najkrótszych (do 3 godzin).

Wśród cudzoziemców największe zmiany zaobserwowano w odniesieniu do pobytów trwających 2-3 noce, których udział zwiększył się aż o 11,1 p.p. O 4,1 p.p. rzadziej niż w roku poprzednim goście zagraniczni spędzali natomiast w Krakowie 1 dzień, o 3,6 p.p. – jedną noc, o 2,2 p.p. – 4-7 nocy i o 1,4 p.p. – do 3 godzin. Udział pobytów najdłuższych, tj. ponad tygodniowych pozostał na zbliżonym poziomie (wzrost o 0,3 p.p.).

Tabela 7.5.2. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2015-2024 (w %)

OGÓŁEM										
Długość pobytu	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Do 3 godzin	2,8%	6,2%	8,2%	8,1%	7,4%	14,2%	3,3%	5,3%	6,1%	3,9%
1 dzień (bez noclegu)	8,2%	13,8%	11,4%	12,3%	10,6%	31,4%	9,7%	12,1%	12,8%	12,2%
Kilka dni bez noclegu w KRK	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1,0%
1 noc	14,0%	9,1%	12,3%	9,8%	6,2%	14,2%	23,0%	20,2%	16,9%	24,3%
2-3 noce	29,0%	29,7%	29,3%	29,2%	27,0%	10,3%	31,6%	30,1%	29,9%	36,9%
4-7 nocy	35,0%	28,1%	29,9%	32,0%	41,0%	8,5%	17,3%	21,9%	28,1%	15,6%
Więcej niż 7 nocy	7,0%	10,1%	5,1%	6,2%	6,1%	3,5%	5,4%	5,2%	4,2%	3,8%
Brak informacji	4,0%	3,0%	3,8%	2,4%	1,7%	17,9%	9,8%	5,3%	1,9%	2,3%

KRAJOWI										
Długość pobytu	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Do 3 godzin	5,3%	11,7%	13,6%	15,2%	14,1%	17,5%	4,5%	5,0%	7,3%	5,1%
1 dzień (bez noclegu)	16,3%	25,1%	20,5%	23,6%	19,2%	40,4%	11,3%	12,2%	15,4%	18,1%
Kilka dni bez noclegu w KRK	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	0,8%
1 noc	20,8%	12,4%	17,8%	13,5%	9,3%	17,5%	22,4%	22,0%	19,3%	34,5%
2-3 noce	28,5%	24,8%	29,6%	24,5%	30,6%	8,4%	33,3%	29,8%	28,7%	32,6%
4-7 nocy	23,4%	17,0%	13,6%	16,4%	21,6%	4,3%	10,8%	21,4%	25,0%	4,9%
Więcej niż 7 nocy	4,9%	7,4%	2,9%	4,9%	4,0%	1,2%	8,8%	4,2%	2,7%	1,2%
Brak informacji	0,8%	1,6%	2,0%	1,9%	1,2%	10,7%	8,8%	5,4%	1,6%	2,8%

ZAGRANICZNI										
Długość pobytu	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Do 3 godzin	0,9%	2,4%	3,5%	2,4%	1,7%	4,1%	2,2%	6,0%	3,4%	2,0%
1 dzień (bez noclegu)	1,5%	6,0%	3,5%	3,2%	2,8%	3,0%	8,2%	8,9%	6,9%	2,8%
Kilka dni bez noclegu w KRK	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1,1%
1 noc	9,4%	6,3%	7,5%	6,8%	3,7%	3,0%	23,5%	10,8%	11,5%	7,9%
2-3 noce	33,0%	33,5%	29,0%	33,0%	24,6%	15,8%	30,1%	33,1%	32,7%	43,8%
4-7 nocy	44,6%	36,4%	44,0%	45,0%	57,6%	22,3%	23,0%	26,7%	35,2%	33,0%
Więcej niż 7 nocy	8,3%	12,2%	6,9%	7,1%	7,4%	10,9%	2,3%	10,4%	7,7%	8,0%
Brak informacji	2,3%	3,2%	5,6%	2,5%	2,2%	40,9%	10,7%	4,1%	2,6%	1,4%

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

Ogólnie można skonstatować, że w relacji do roku ubiegłego, w 2024 roku skrócił się czas pobytu w Krakowie – zmniejszył się udział spędzających w mieście 4-7 nocy, a wzrósł odsetek przebywających w stolicy Małopolski 1 noc oraz 2-3 noce.

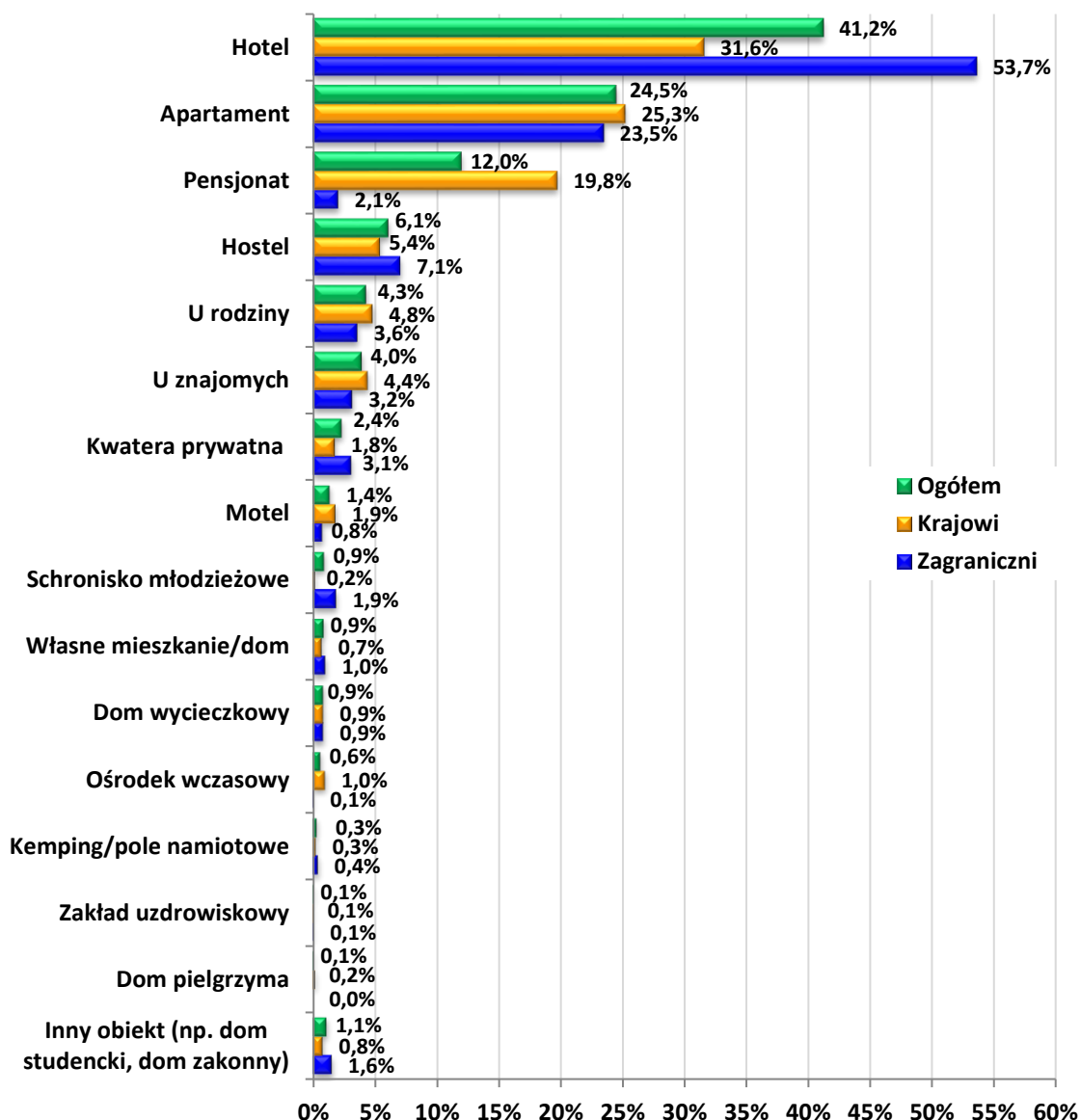
7.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków

Niezmiennie od wielu lat turyści odwiedzający Kraków w największym odsetku korzystają z zakwaterowania w hotelach. Analogiczna sytuacja miała miejsce w 2024 roku – niemal co drugi z gości (41,2%) nocował w tego rodzaju obiektach.

Przez długi czas na drugiej pozycji wśród miejsc zakwaterowania w mieście plasowały się hostele, ale od 2018 roku większą od nich popularnością zaczęły cieszyć się apartamenty. Tak też było w 2024 roku – skorzystał z nich co czwarty turysta w Krakowie (24,5%). Na trzecim miejscu znalazły się pensjonaty, w których nocował co ósmy z gości (12,0%), a dopiero na czwartym – hostele (6,1%). Na noclegi u rodziny zdecydowało się 4,3% turystów, a u znajomych – 4,0%. W kwaterach prywatnych

nocowało 2,4% gości, w motelach – 1,4%, a pozostałymi rodzajami zakwaterowania zainteresowanych było mniej niż 1% turystów, z wyjątkiem tzw. innych obiektów (akademików, Airbnb itp.), z których skorzystało 1,1% gości.

Rysunek 7.6.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w 2024 roku*



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

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

W odniesieniu do roku ubiegłego więcej osób wskazało noclegi w apartamentach (aż o 20,4 p.p.), pensjonatach (o 10,7 p.p.) i hostelach (o 4,4 p.p.). Istotnie zmniejszył się natomiast udział hoteli (aż o 21,0 p.p.), a także noclegów u rodziny (o 4,8 p.p.), w motelach (o 4,2 p.p.) i kwaterach prywatnych (o 3,1 p.p.). Odsetek korzystających z pozostałych miejsc zakwaterowania pozostał na zbliżonym poziomie.

W 2024 roku hotele wybierało najwięcej zarówno turystów krajowych jak i zagranicznych, przy czym obiekty te cieszyły się większym zainteresowaniem – odwrotnie niż w roku poprzednim,

ale analogicznie jak jeszcze we wcześniejszym okresie – wśród cudzoziemców niż wśród Polaków (53,7% vs 31,6%). Również większy odsetek nocujących w hostelach (7,1% vs 5,4%), kwaterach prywatnych (3,1% vs 1,8%), schroniskach młodzieżowych (1,9% vs 0,2%) i tzw. innych obiektach (1,6% vs 0,8%) charakterystyczny był dla turystów z zagranicy niż z Polski. Polacy częściej niż obcokrajowcy korzystali natomiast z apartamentów (25,3% vs 23,5%), pensjonatów (19,8% vs 2,1%), noclegów u rodziny (4,8% vs 3,6%) i u znajomych (4,4% vs 3,2%) oraz z moteli (1,9% vs 0,8%) i ośrodków wczasowych (1,0% vs 0,1%).

Tabela 7.6.2. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2015-2024

Wyszczególnienie	OGÓŁEM									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*
Hotel	40,9%	39,5%	41,5%	48,6%	51,6%	32,9%	46,1%	47,3%	62,2%	41,2%
Motel	4,9%	2,2%	4,9%	4,6%	3,6%	2,2%	1,8%	4,9%	5,6%	1,4%
Pensjonat	1,9%	2,3%	5,4%	2,4%	3,3%	2,5%	6,8%	2,2%	1,3%	12,0%
Dom wycieczkowy	2,4%	1,8%	2,4%	1,1%	0,8%	0,3%	11,0%	0,4%	0,2%	0,9%
Schronisko młodzieżowe	2,4%	1,0%	1,8%	0,7%	0,7%	0,4%	2,0%	0,3%	0,5%	0,9%
Kemping/pole namiotowe	1,0%	0,5%	0,3%	0,1%	0,2%	0,0%	2,5%	0,2%	0,0%	0,3%
Hostel	16,0%	18,7%	15,4%	8,9%	3,3%	9,2%	13,9%	5,0%	1,7%	6,1%
Zakład uzdrowiskowy	0,6%	0,1%	0,3%	1,5%	0,6%	0,1%	1,8%	1,5%	1,4%	0,1%
Ośrodek wczasowy	0,4%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	2,4%	0,2%	0,2%	0,6%
Dom pielgrzyma	3,1%	2,7%	0,8%	1,3%	0,1%	0,2%	2,2%	1,0%	1,7%	0,1%
Apartament	9,2%	11,4%	11,5%	12,8%	20,3%	23,4%	29,5%	8,5%	4,1%	24,5%
Kwarta prywatna							1,9%	6,2%	5,5%	2,4%
Couchsurfing	-	0,7%	0,8%	1,2%	6,3%	0,5%	28,2%	8,8%	9,1%	4,3%
U rodziny	5,6%	7,1%	6,0%	7,5%	0,4%	14,0%				
U znajomych	5,1%	6,2%	6,6%	6,4%	6,6%	10,9%	28,1%	5,4%	3,5%	4,0%
Własne mieszkanie/dom	2,0%	1,4%	0,8%	0,9%	0,9%	2,3%	0,8%	1,5%	2,5%	0,9%
Inny obiekt (np. dom studencki, dom zakonny)	3,2%	3,9%	0,7%	1,2%	0,7%	0,9%	1,8%	2,8%	0,6%	1,1%
Brak informacji	1,3%	0,2%	0,7%	0,7%	0,6%	0,1%	-	-	-	-

Wyszczególnienie	KRAJOWI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*
Hotel	27,6%	20,1%	27,0%	31,5%	38,5%	25,1%	41,2%	47,0%	62,6%	31,6%
Motel	4,2%	3,3%	6,3%	6,7%	4,2%	3,2%	1,8%	5,0%	5,3%	1,9%
Pensjonat	3,0%	5,0%	8,2%	3,8%	3,2%	3,8%	6,8%	2,0%	0,6%	19,8%
Dom wycieczkowy	4,0%	1,8%	3,2%	1,5%	0,7%	0,2%	10,1%	0,4%	0,2%	0,9%
Schronisko młodzieżowe	2,7%	1,1%	2,8%	1,3%	0,4%	0,2%	1,4%	0,1%	0,5%	0,2%
Kemping/pole namiotowe	1,8%	0,1%	0,5%	0,3%	0,1%	0,0%	1,7%	0,2%	0,0%	0,3%
Hostel	16,0%	16,7%	13,1%	6,8%	2,9%	8,9%	12,5%	4,5%	1,1%	5,4%
Zakład uzdrowiskowy	0,9%	0,4%	0,2%	3,9%	1,0%	0,2%	1,7%	1,7%	1,7%	0,1%
Ośrodek wczasowy	0,8%	0,9%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%	1,8%	0,1%	0,3%	1,0%
Dom pielgrzyma	7,7%	2,6%	1,4%	1,7%	0,4%	0,2%	1,1%	1,1%	1,6%	0,2%
Apartament	8,0%	12,2%	8,8%	10,1%	19,0%	22,5%	24,5%	6,9%	1,6%	25,3%
Kwarta prywatna							2,1%	6,9%	7,0%	1,8%
Couchsurfing	-	0,1%	0,0%	1,1%	0,7%	0,5%	24,7%	9,3%	10,2%	4,8%
U rodziny	8,9%	15,5%	11,8%	14,8%	12,2%	15,8%				
U znajomych	7,7%	12,4%	12,9%	12,4%	12,6%	16,8%	25,0%	5,2%	3,9%	4,4%
Własne mieszkanie/dom	2,4%	2,6%	0,8%	1,6%	1,9%	2,2%	1,3%	1,4%	2,7%	0,7%
Inny obiekt (np. dom studencki, dom zakonny)	2,1%	4,8%	1,6%	1,3%	1,1%	0,1%	1,5%	2,8%	0,3%	0,8%
Brak informacji	2,2%	0,4%	1,3%	1,1%	1,1%	0,1%	-	-	-	-

Tabela 7.6.3. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2015-2024 c.d.

Wyszczególnienie	ZAGRANICZNI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*
Hotel	49,5%	48,0%	50,2%	57,3%	59,4%	44,8%	50,2%	50,1%	61,4%	53,7%
Motel	5,1%	1,5%	4,0%	3,4%	3,3%	0,2%	1,8%	3,7%	6,2%	0,8%
Pensjonat	1,2%	1,1%	3,8%	1,7%	3,5%	0,5%	6,8%	2,7%	2,6%	2,1%
Dom wycieczkowy	1,3%	1,6%	1,8%	0,9%	0,9%	0,5%	11,8%	0,2%	0,2%	0,9%
Schronisko młodzieżowe	2,4%	1,0%	1,2%	0,4%	0,9%	0,7%	2,6%	1,2%	0,5%	1,9%
Kemping/pole namiotowe	0,3%	0,6%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	3,2%	0,2%	0,1%	0,4%
Hostel	16,0%	20,1%	16,8%	9,8%	3,8%	8,3%	15,0%	6,7%	2,7%	7,1%
Zakład uzdrowiskowy	0,1%	0,1%	0,3%	0,2%	0,3%	0,0%	1,9%	0,5%	0,7%	0,1%
Ośrodek wczasowy	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	2,9%	0,2%	0,1%	0,1%
Dom pielgrzyma	0,1%	2,9%	0,5%	1,1%	0,0%	0,2%	3,1%	0,7%	2,0%	0,0%
Apartament	10,2%	10,9%	13,2%	14,6%	21,2%	25,3%	33,6%	16,5%	8,9%	23,5%
Kwarta prywatna							1,8%	2,2%	2,4%	3,1%
Couchsurfing	-	0,9%	1,3%	1,2%	0,2%	0,5%				
U rodziny	3,6%	3,4%	2,5%	3,8%	2,9%	12,1%	31,1%	6,7%	7,1%	3,6%
U znajomych	3,5%	3,1%	2,8%	3,3%	2,1%	2,3%	30,6%	5,7%	2,6%	3,2%
Własne mieszkanie/dom	1,7%	0,6%	0,9%	0,6%	0,4%	2,5%	0,4%	2,0%	2,1%	1,0%
Inny obiekt (np. dom studencki, dom zakonny)	4,1%	3,5%	0,1%	1,1%	0,5%	2,1%	2,0%	3,2%	1,4%	1,6%
Brak informacji	0,7%	0,6%	0,4%	0,5%	0,3%	0,0%	-	-	-	-

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

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

W relacji do roku ubiegłego w segmencie turystów krajowych mniej osób wskazało noclegi w hotelach (o 31,0 p.p.), u rodziny (o 5,4 p.p.), w kwaterach prywatnych (o 5,2 p.p.), w motelach (o 3,4 p.p.), zakładach uzdrowiskowych (o 1,6 p.p.) i domach pielgrzyma (o 1,4 p.p.). Wzrósł natomiast odsetek korzystających zwłaszcza z apartamentów (o 23,7 p.p.), pensjonatów (o 19,2 p.p.) i hosteli (o 4,3 p.p.).

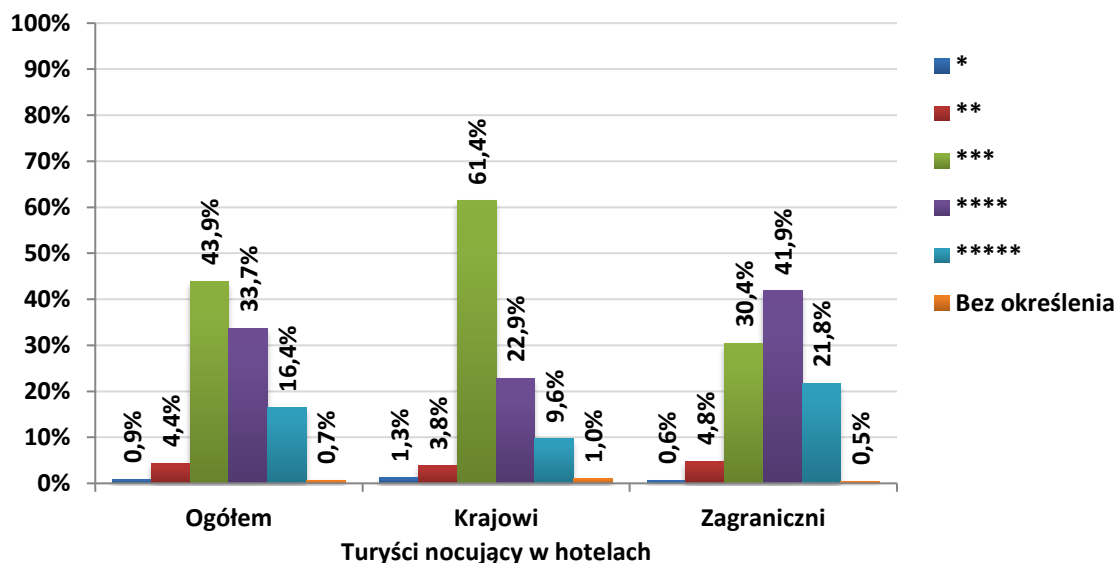
W grupie cudzoziemców spadki odnotowano głównie w przypadku zakwaterowania w hotelach (o 7,7 p.p.), motelach (o 5,4 p.p.), u rodziny (o 3,5 p.p.) i w domach pielgrzyma (o 2,0 p.p. – żaden obcokrajowiec z nich nie skorzystał w 2024 roku). Z kolei przyrost miał miejsce w odniesieniu przede wszystkim do noclegów w apartamentach (o 14,6 p.p.), hostelach (o 4,4 p.p.) i schroniskach młodzieżowych (o 1,4 p.p.).

W dłuższej perspektywie (od 2022 roku) zauważa się stopniowy spadek znaczenia zakładów uzdrowiskowych, a w segmencie turystów zagranicznych – pensjonatów i ośrodków wczasowych, a wzrost roli kwater prywatnych.

Średnio co drugi turysta nocujący w 2024 roku w krakowskich hotelach preferował obiekty trzygwiazdkowe (43,9%), a co trzeci – czterogwiazdkowe (33,7%). Co szósty (16,4%) wybierał hotele najwyższej kategorii (pięciogwiazdkowe). Z usług obiektów dwugwiazdkowych skorzystało tylko 4,4% klientów hoteli, a jednogwiazdkowych – 0,9%.

Analizując zmiany w 2024 roku w stosunku do roku poprzedniego, należy zauważyć, że zwiększyło się zainteresowanie obiektami kategorii pięciogwiazdkowej (o 9,1 p.p.) i trzygwiazdkowej (o 5,6 p.p.), a spadła popularność hoteli dwugwiazdkowych (o 6,0 p.p.) i czterogwiazdkowych (o 4,5 p.p.). Mniej jednak turystów nie określiło kategorii obiektu, w którym nocowało (o 5,1 p.p.).

Rysunek 7.6.2. Struktura procentowa turystów nocujących w Krakowie w 2024 roku w hotelach wg kategorii



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

Tabela 7.6.4. Turyści nocujący w Krakowie w latach 2015-2024 w hotelach wg kategorii (w %)

Liczba gwiazdek	OGÓŁEM									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
*	0,7%	0,0%	0,2%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%	0,9%
**	7,2%	3,9%	1,8%	2,1%	1,6%	0,9%	1,8%	1,4%	10,4%	4,4%
***	42,4%	37,5%	33,9%	39,5%	38,8%	32,6%	42,1%	23,9%	38,3%	43,9%
****	13,9%	20,9%	30,4%	39,2%	42,2%	49,0%	42,7%	53,1%	38,2%	33,7%
*****	8,8%	3,5%	3,9%	7,6%	8,7%	11,3%	3,6%	5,7%	7,3%	16,4%
Bez określenia	27,0%	34,2%	29,8%	11,5%	8,5%	6,2%	9,7%	15,6%	5,8%	0,7%

Liczba gwiazdek	KRAJOWI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
*	1,8%	0,0%	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,3%
**	15,7%	10,6%	4,3%	3,6%	1,6%	1,9%	1,8%	1,7%	12,5%	3,8%
***	43,8%	41,8%	52,3%	39,1%	34,8%	31,2%	51,2%	24,0%	43,2%	61,4%
****	8,8%	17,0%	21,9%	38,0%	40,2%	42,7%	43,2%	58,4%	36,8%	22,9%
*****	8,8%	1,2%	0,7%	6,4%	10,1%	15,3%	3,8%	6,2%	6,9%	9,6%
Bez określenia	21,1%	29,4%	20,4%	12,7%	13,3%	8,9%	0,0%	9,4%	0,5%	1,0%

Liczba gwiazdek	ZAGRANICZNI									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
*	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%	0,6%
**	4,2%	2,3%	1,0%	1,6%	1,7%	0,0%	1,8%	0,0%	6,2%	4,8%
***	41,9%	36,8%	27,9%	40,3%	42,1%	33,7%	36,0%	22,9%	28,4%	30,4%
****	15,7%	22,0%	33,2%	39,6%	43,2%	53,9%	42,3%	28,4%	40,9%	41,9%
*****	8,9%	4,0%	4,9%	7,8%	6,9%	8,3%	3,5%	3,5%	7,9%	21,8%
Bez określenia	29,1%	34,9%	32,9%	10,6%	5,8%	4,1%	16,3%	44,3%	16,3%	0,5%

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

Hotelowi turyści krajowi częściej niż zagraniczni deklarowali nocleg w obiektach trzygwiazdkowych (61,4% vs 30,4%) i jednogwiazdkowych (1,3% vs 0,6%). Z kolei cudzoziemcy częściej preferowali hotele wyższej kategorii, tj. cztero- (41,9% vs 22,9%) i pięciogwiazdkowe (21,8% vs 9,6%), a także nieznacznie dwugwiazdkowe (4,8% vs 3,8%). W sumie goście krajowi najliczniej nocowali w obiektach trzygwiazdkowych, a następnie cztero-, pięcio-, dwu- i jednogwiazdkowych. Obcokrajowcy natomiast

szukali zakwaterowania szczególnie w hotelach czterogwiazdkowych, a w dalszej kolejności: trzy-, pięcio-, dwu- i jednogwiazdkowych.

W segmencie Polaków zdecydowanemu ograniczeniu uległ odsetek nocujących w obiektach czterogwiazdkowych (o 13,9 p.p.) i dwugwiazdkowych (o 8,7 p.p.), a wzrosło znaczenie hoteli trzygwiazdkowych (o 18,2 p.p.), pięciogwiazdkowych (o 2,7 p.p.) i jednogwiazdkowych (o 1,3 p.p.).

Z kolei wśród hotelowych turystów zagranicznych w 2024 roku w odniesieniu do roku ubiegłego widoczny był spadek popularności tylko obiektów dwugwiazdkowych (o 1,4 p.p.). Istotnie wzrósł natomiast odsetek nocujących w hotelach najwyższej pięciogwiazdkowej kategorii (o 13,9 p.p.), a także trzy- i czterogwiazdkowych (odpowiednio o 2,0 p.p. i o 1,0 p.p.) Na zbliżonym poziomie utrzymał się udział obiektów jednogwiazdkowych (o 0,3 p.p. więcej), a znacznie zmniejszył się (aż o 15,8 p.p.) udział cudzoziemców niepodających kategorii hotelu lub nocujących w obiektach nieskategoryzowanych.

W dłuższej perspektywie uwagę zwraca wzrost od 2022 roku odsetka gości hotelowych korzystających z obiektów pięciogwiazdkowych – tak ogółem, jak i w obu segmentach.

7.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w latach 2022-2024

W 2024 roku zauważono kolejny wzrost udziałów transportu lotniczego w udziałach odwiedzających zagranicznych o 12,25 p.p. w stosunku do roku 2023, a w udziałach odwiedzających krajowych wręcz spektakularny spadek o 8,28 p.p.

Tabela 7.7.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu – KRAJ, ZAGRANICA, struktura %

Główny środek transportu do Krakowa	Kraj				Zagranica			
	2022	2023	2024	Kraj średnia	2022	2023	2024	Zagr. średnia
Samolot (do 2023 r. samolot tradycyjnych linii lotniczych)	0,4%	9,7%	1,42%	3,84%	29,6%	56,3%	68,55%	51,48%
Samolot tanich linii lotniczych	0,6%	1,5%	*	1,05%	27,7%	13,3%	*	20,5%
Autobus/mikrobus linii regularnej	2,7%	1,9%	3,56%	2,72%	7,5%	1,2%	2,02%	3,57%
Autokar turystyczny	7,4%	8,3%	6,66%	7,45%	5,7%	1,0%	5,34%	4,01%
Samochód	64,6%	56,1%	49,36%	56,69%	14,9%	11,1%	8,97%	11,66%
Pociąg	23,9%	22,2%	38,79%	28,3%	14,3%	17,1%	14,23%	15,21%
Inny	0,4%	0,3%	0,2%	0,3%	0,4%	0,0%	0,89%	0,43%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

* W 2024 roku zrezygnowano z pomiaru oddzielnego dla kategorii "samolot tanich linii lotniczych"!

Rozdział 8. Oferta turystyczna Krakowa

8.1. Wprowadzenie

W rozdziale zaprezentowano opinię odwiedzających Kraków dotyczącą oferty turystycznej miasta. Ocenie poddano 28 wybranych elementów produktu turystycznego, jaki stanowi miasto. Badani, korzystając z pięciostopniowej skali (bardzo dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, bardzo źle), mieli możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wymiernych składników oferty, jakie stanowią usługi oraz osobistych odczuć związanych z pobytem w Krakowie.

8.2. Oferta turystyczna Krakowa w opinii odwiedzających miasto

Postrzeganie miejsca pobytu i realizacji celu podróży odzwierciedla trudna do zdefiniowania, specyficzna cecha określana jako atmosfera odwiedzanego miejsca. To swoiste *Genius Loci* Krakowa niezmiennie pozytywnie oddziałuje na odwiedzających, co w 2024 r. zostało odzwierciedlone w ocenie 4,79. Goście krajowi ten element kompleksowej oferty miasta ocenili na 4,81, a goście zagraniczni przyznali ocenę 4,75. W obu przypadkach poziom ocen był wyższy niż w ostatnich latach badań. Na pozytywny odbiór odwiedzanego miejsca w znacznym stopniu wpływa stosunek jego mieszkańców do odwiedzających. Relacja ta, wyrażająca się w życzliwości mieszkańców, uzyskała ocenę 4,60. Warto jednak zauważyć, że w 2024 r., odmiennie niż w latach ubiegłych, odwiedzający krajowi pozytywniej niż zagraniczni ocenili ten aspekt gościnności. Należy podkreślić, że bogata oferta turystyczna Krakowa, na którą składają się atrakcje, świadczone usługi, gościnność i życzliwość mieszkańców, zapada pozytywnie w pamięci odwiedzających, co przekłada się, poprzez przekazywanie informacji innym, na promocję miasta.

Baza noclegowa, warunkująca pobyt turystów w mieście, należy do głównych składników oferty turystycznej. W 2024 r. usługom noclegowym w Krakowie turyści przyznali ocenę 4,36. Opinia gości na temat bazy noclegowej, wyrażona w ocenie, utrzymuje się na niezmiennym poziomie w ostatnich latach badań. Pozytywne jest również to, że kolejny rok z rzędu ocena turystów krajowych jest zbliżona do oceny gości zagranicznych, dla których oferta hotelowa miasta w całym okresie badań była satysfakcjonująca. Kolejny raz podkreślić należy, że baza noclegowa niezmiennie stanowi mocny punkt oferty turystycznej miasta, a jej różnorodność i poziom świadczonych usług gwarantuje zaspokojenie potrzeb zakwaterowania zróżnicowanym gustom i wymaganiom turystów.

Niepodważalnym atutem oferty turystycznej Krakowa są lokale i usługi gastronomiczne. We współczesnym modelu życia i podróżowania oferta gastronomiczna w znacznym stopniu decyduje o atrakcyjności miasta. W 2024 r. dostępność i zakres usług gastronomicznych w odbiorze odwiedzających zasługiwały na uznanie, co wyraziło się w ocenie 4,55. Podkreślić należy, że w ostatnich latach zadowolenie gości z tej sfery usług systematycznie wzrasta. Również istotna wydaje się obserwacja, że goście krajowi (4,61) po raz pierwszy przyznali wyższe oceny niż goście zagraniczni (4,48). Wyrażone opinie wskazują, że zarówno zakres jak i poziom świadczonych usług gastronomicznych w Krakowie jest dostosowany do oczekiwań zróżnicowanego rynku odbiorców. Niepodważalny jest fakt, że utrzymywanie dobrego poziomu usług gastronomicznych ma istotne znaczenie w budowaniu turystycznej marki miasta. W turystyce miejskiej pobyty w lokalach gastronomicznych są preferowanym sposobem spędzania czasu, a niekiedy stanowią główny cel przyjazdu w ramach turystyki kulinarnej.

Tabela 8.2.1. Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa w latach 2022-2024

Formatowanie kolorem

Sortowanie według kolumny Ogółem 2024



Elementy oferty miasta Krakowa WAED*	Ogółem 2022	Kraj 2022	Zagr. 2022	Ogółem 2023	Kraj 2023	Zagr. 2023	Ogółem 2024	Kraj 2024	Zagr. 2024
Atmosfera miasta (Genius Loci)	4,49	4,47	4,55	4,49	4,48	4,53	4,79	4,81	4,75
Możliwość płatności kartą kredytową	4,76	4,79	4,63	4,84	4,86	4,79	4,70	4,63	4,80
Atrakcje turystyczne	4,48	4,49	4,45	4,26	4,32	4,08	4,65	4,65	4,65
Życzliwość mieszkańców, gościnność	4,34	4,35	4,24	4,35	4,32	4,46	4,60	4,65	4,53
Jakość obsługi turystycznej	4,30	4,32	4,18	4,21	4,30	4,05	4,57	4,59	4,52
Życie nocne miasta	4,52	4,55	4,43	4,28	4,34	4,14	4,56	4,59	4,53
Gastronomia	4,32	4,32	4,31	4,37	4,35	4,48	4,55	4,61	4,48
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	4,40	4,44	4,28	4,51	4,54	4,40	4,53	4,57	4,49
Transport lokalny (autobusy, tramwaje)	4,21	4,23	4,16	3,87	3,95	3,67	4,50	4,49	4,5
Usługi przewodnickie	4,43	4,47	4,55	4,45	4,44	4,50	4,49	4,53	4,46
Imprezy kulturalne (imprezy masowe / wydarzenia muzyczne)	4,33	4,34	4,30	4,40	4,28	4,52	4,47	4,58	4,30
Informacja turystyczna	4,25	4,28	4,17	4,40	4,40	4,40	4,42	4,58	4,24
Oznakowanie turystyczne	4,32	4,40	4,03	4,23	4,23	4,26	4,42	4,54	4,30
Dojazd do Krakowa	4,5	4,54	4,25	4,10	4,14	3,93	4,40	4,30	4,58
Otwarty dostęp do Internetu	4,39	4,47	4,08	4,30	4,27	4,43	4,40	4,52	4,26
Terminal kolejowy – Dworzec kolejowy	4,42	4,48	4,22	4,47	4,44	4,59	4,40	4,49	4,31
Terminal lotniczy – Lotnisko	4,34	4,27	4,40	4,69	4,81	4,57	4,40	4,45	4,39
OGÓŁEM - ZWAD**	4,30	4,33	4,18	4,24	4,26	4,19	4,39	4,41	4,38
Bezpieczeństwo	4,56	4,60	4,37	4,36	4,40	4,20	4,37	4,27	4,53
Taksówki	4,40	4,49	4,14	4,26	4,43	4,00	4,37	4,31	4,41
Czystość w mieście	4,17	4,16	4,22	3,92	3,89	4,04	4,36	4,31	4,43
Bazę noclegową	4,36	4,36	4,34	4,30	4,28	4,34	4,36	4,32	4,42
Dostępność bankomatów	4,55	4,59	4,31	4,59	4,60	4,54	4,32	4,24	4,50
Terminal autobusowy – Dworzec autobusowy	4,36	4,45	4,08	4,08	4,15	3,87	4,26	4,33	4,21
Czystość powietrza atmosferycznego	3,33	3,28	3,62	3,53	3,59	3,26	4,23	4,18	4,31
Udogodnienia dla osób podróżujących z małymi dziećmi	4,28	4,35	4,00	4,32	4,37	4,08	4,15	4,14	4,16
Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami	3,83	3,81	3,88	4,08	4,13	4,00	4,10	4,17	3,98
Toalety publiczne	3,72	3,75	3,54	3,55	3,61	3,28	3,79	3,92	3,65
Parkingi	3,95	3,99	3,63	3,50	3,51	3,46	3,78	3,76	3,84
Bezpieczeństwo sanitarne	4,18	4,23	3,97	4,16	4,17	4,12			
Jakość kuchni krakowskiej	4,45	4,45	4,41	4,30	4,28	4,39			
Oferta letnia	4,32	4,39	4,03	4,12	4,09	4,24			
Wystrój lokali gastronomicznych	4,38	4,40	4,29	4,37	4,34	4,49			

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

* Wskaźnik Atrakcyjności Elementu Destynacji = WAED

** Zintegrowany Wskaźnik Atrakcyjności Destynacji = ZWAD

Jednym z głównych elementów oferty turystycznej Krakowa jest oferta kulturalna miasta, na którą składają się wydarzenia kulturalne, muzea, teatry, filharmonia, opera, koncerty muzyczne, czy imprezy masowe. Pomimo tego, że zasadniczym celem instytucji kultury i wydarzeń kulturalnych jest zapewnienie rozrywki mieszkańcom, to oferta tych instytucji jest również składową produktu turystycznego, jakim jest Kraków i elementem przyciągającym turystów. Oferta instytucji kulturalnych i proponowanych wydarzeń uzyskała w 2024 r. ocenę 4,47. Jak można zaobserwować, poziom

pozytywnych opinii jest wysoki i nie ulega zasadniczym zmianom. Utrzymanie dobrego poziomu oferty kulturalnej Krakowa wpisuje się w strategię promocji miasta skierowaną na pozyskiwanie turystów zainteresowanych wysoką kulturą.

Jednym ze składowych oferty kulturalnej miasta jest również oferta szeroko rozumianej branży rozrywkowej, która stanowi ważny element turystyki miejskiej. Ta forma rozrywki, jaką zapewniają dyskoteki, puby, kluby, w 2024 r. odzwierciedlona została w ocenie 4,53 i utrzymała się na poziomie z ubiegłego roku (4,51). W kolejnym roku badań rozrywka masowa była wyżej oceniona niż oferta kultury wysokiej, która wymaga większego przygotowania i zaangażowania uczestników. Niezmiennie w kolejnym roku badań ofertę rozrywkową w Krakowie wyżej oceniają goście krajowi (4,57) niż goście zagraniczni (4,49), ale warto zauważyć, że różnica ta uległa zmniejszeniu. Krótkie pobyty turystów w mieście charakteryzuje intensywność w poszukiwaniu raczej łatwej rozrywki i atrakcji, które proponowane są także w porze nocnej.

Cechą miast turystycznych, w odpowiedzi na potrzeby odwiedzających, jest przedłużanie dostępności oferty rozrywkowej na porę nocną. Atrakcje życia nocnego w Krakowie uzyskały w 2024 r. ocenę 4,56 i ta bardzo wysoka ocena nie ulega w ostatnich latach zmianom. Biorąc pod uwagę oczekiwania odwiedzających turystyczne miasto, jakim jest Kraków, oraz potrzeby jego mieszkańców, wydaje się, że realizowana polityka miasta skierowana na prowadzenie zrównoważonej gospodarki nocnej opartej na budowaniu relacji pomiędzy mieszkańcami, turystami i przedsiębiorcami branży turystycznej może przynieść zadowalające rozwiązania dla wszystkich zainteresowanych.

Opinia odwiedzających na temat atrakcji turystycznych Krakowa, niejednoznacznego elementu oferty, bardzo zróżnicowanego i przez to zindywidualizowanego w odbiorze, w 2024 r. odzwierciedlona została w ocenie 4,65. Poziom tej oceny należał do jednego z najwyższych wśród wszystkich ocenianych składowych oferty turystycznej miasta, a obie badane grupy były co do oceny bardzo zgodne. Zasoby Krakowa określane mianem atrakcji turystycznych niezmiennie wzbudzają uznanie i spełniają oczekiwania różnych grup turystów i wycieczkowiczów. Uwzględniając cel przyjazdu, jakim jest szeroko rozumiany wypoczynek, należy zadbać o rozszerzanie i utrzymywanie poziomu tej sfery usług.

Poziom informacji turystycznej i oznakowania turystycznego ułatwiającego dotarcie do atrakcji w znacznej mierze decydują o możliwości korzystania z zasobów turystycznych miasta. Zdaniem odwiedzających w 2024 r. dostęp do informacji oraz poziom uzyskiwanych informacji spełniał oczekiwania i został wyrażony w ocenie 4,42. Ta bardzo wysoka ocena utrzymała poziom ubiegłoroczny (4,40). Oznakowanie turystyczne również budziło uznanie i było czytelne dla obu badanych grup (ocena – 4,42). Zarówno odwiedzający krajowi (4,54) jak i zagraniczni (4,30) w aktualnych badaniach przyznali wyższe oceny niż w latach ubiegłych. W pozyskiwaniu informacji kluczową rolę pełni Internet, a dostęp do otwartego Internetu podnosi skuteczność tego kanału informacji. Usługa ta w opinii odwiedzających krajowych i zagranicznych jest świadczona na właściwym poziomie. W 2024 r. zyskała wysoką ocenę 4,40 i była to ocena wyższa niż w 2023 r. Goście krajowi usługę ocenili na 4,52, a zagraniczni na 4,26. Należy mieć na uwadze, że podróżni są przyzwyczajeni do korzystania z dostępu do bezpłatnego Internetu w większości miejsc i instytucji publicznych w popularnych destynacjach turystycznych i takie też oczekiwania mają podczas pobytu w Krakowie.

Praca przewodników turystycznych ma znaczący wpływ na kształtowanie wizerunku Krakowa i promocję oferty turystycznej miasta. W opinii gości odwiedzających Kraków, którzy korzystali z usług przewodników, praca tej grupy zawodowej zasłużyła na uznanie, co odzwierciedla ocena 4,49.

Ten bardzo pozytywny odbiór pracy przewodników utrzymuje się w kolejnym roku badań i świadczy o tym, że przekazywane informacje i relacja z turystami jest na właściwym poziomie i spełnia oczekiwania zainteresowanych.

Dostępność komunikacyjna Krakowa w 2024 r. w opinii odwiedzających nie sprawiała kłopotów i uzyskała ocenę 4,40. Odwiedzający zagraniczni, pierwszy raz od kilku lat badań, przyznali ocenę wyższą (4,58) niż goście krajowi (4,30). Zważywszy na wzrost liczby połączeń lotniczych, modernizowaną sieć połączeń kolejowych czy dobrą sieć drogową (autostrada A4, droga S7), ocena ta wydaje się uzasadniona. Dostępność turystyczna miasta w znaczący sposób łączy się z funkcjonowaniem dworców komunikacji zbiorowej i poziomem obsługi pasażerów. Usługi portu lotniczego oceniono na 4,40, taką samą ocenę uzyskał dworzec kolejowy, dworzec autobusowy oceniono na 4,26. Zbliżone zdanie na temat terminali komunikacyjnych mieli zarówno odwiedzający krajowi, jak i zagraniczni, co jest na tyle istotne, że obiekty te stanowią wizytówkę miasta.

Usługi transportu lokalnego ułatwiające przemieszczanie się w obrębie miasta uzyskały w 2024 r. bardzo wysoką ocenę 4,50. Obie badane grupy miały takie samo zdanie na temat tych usług. Jest to ocena zdecydowanie wyższa niż w 2023 r., w którym wynosiła 3,87. Wydaje się, że ocena uzyskana w aktualnych badaniach jest bardziej miarodajna niż z roku ubiegłego i zbliżona, a nawet przewyższająca średnią ocenę usług transportu lokalnego z ostatnich lat. Częścią transportu lokalnego są usługi taksówkarskie, które odgrywają w tym transporcie znaczącą rolę. Opinia na temat usług taksówkarskich nie ulega w ostatnich latach zasadniczym zmianom. Utrzymuje się na wysokim poziomie i w 2024 r. ocena ta wynosiła 4,37. Odmienne niż w roku poprzednim, goście zagraniczni (4,41) przyznali wyższe oceny niż goście krajowi (4,31). Można stwierdzić, że usługi sieci taxi są dobrze rozwinięte w mieście i utrzymują zadowalający poziom.

Jednym ze wskaźników poziomu kultury i życia w mieście jest organizacja i funkcjonowanie miejsc i obiektów użyteczności publicznej. Czystość otoczenia w odwiedzanym miejscu jest łatwo obserwowalna i chętnie oceniana przez odwiedzających. W 2024 r. opinia dotycząca ładu i czystości miasta wyrażona została w ocenie 4,36. Ocena ta, podobnie jak w przypadku oceny transportu lokalnego, uzyskała poziom wyższy niż średnia z ostatnich lat i była zdecydowanie wyższa od uzyskanej w 2023 r. (3,92). Goście zagraniczni, mający szerszą perspektywę obrazu porządku w metropoliach, w aktualnych badaniach przyznali ocenę 4,43, a bardziej krytyczni goście krajowi 4,31. Różnice w postrzeganiu czystości w mieście mogą wynikać z nie zawsze pokrywających się obszarów penetracji turystycznej obu badanych grup. Nie ulega jednak wątpliwości, że obraz odwiedzanego miejsca w znacznej mierze kształtowany jest poprzez wrażenia estetyczne, na które oddziałuje ład i panujący porządek. Kolejnym wskaźnikiem kultury jest dostępność i czystość toalet publicznych. W stosunku do roku ubiegłego nieznacznie wzrosła ocena tych usług (z 3,55 do 3,79) uzyskując zbliżony poziom do 2022 r. W ocenie tej usługi goście zagraniczni (3,65) są bardziej krytyczni niż krajowi (3,92). W kolejnym roku badań, pomimo oceny generalnie pozytywnej, to w stosunku do innych ocenianych elementów oferty turystycznej miasta pozycja w rankingu jest niezmiennie niska.

Kolejnym, ważnym wyznacznikiem poziomu życia w mieście jest dostępność przestrzeni wspólnych i miejsc użyteczności publicznej dla osób z niepełnosprawnościami. Dostosowanie infrastruktury ułatwiającej funkcjonowanie osobom z niepełnosprawnościami zostało w 2024 r. ocenione na 4,10. Goście zagraniczni przyznali ocenę 3,98, a goście krajowi 4,17. Ocena ta nie odbiega poziomem od oceny wystawionej przez obie grupy w ubiegłym roku. Pomimo pozytywnego odbioru nie można

zapominać, że dbałość o podnoszenie standardów w tym zakresie musi być uwzględniana w strategiach rozwoju turystycznego miasta.

W kształcie oferty miasta dla różnych grup odbiorców istotną pozycję zajmuje turystyka rodzinna. Oferta w tym zakresie jest całoroczna i skierowana do odwiedzających weekendowych oraz do podróżujących w okresie wakacji zimowych i letnich. Propozycja dla rodzin podróżujących z małymi dziećmi w sferze atrakcji i udogodnień w 2024 r. została oceniona na 4,15. W ocenie tej zgodni byli tak goście krajowi, jak i zagraniczni. Pomimo nieznacznego spadku oceny poziomu tej oferty, można zaobserwować, że rozwój tego segmentu rynku przebiega właściwie, co wpływa na wyrównanie sezonowości ruchu turystycznego i wzbogaca o kolejny element ofertę turystyczną miasta.

Bezpieczeństwo w miejscu odwiedzanym, to aktualnie jeden z najistotniejszych elementów składowych oferty turystycznej. Doświadczenia związane z zagrożeniami epidemicznymi, terroryzm, konflikty zbrojne, a także obawy przed bezpośrednimi zagrożeniami fizycznymi, kradzieżami, rozbojem mają znaczący wpływ na wybór kierunku wyjazdu. Pod względem bezpieczeństwa, Kraków odbierany jest przez odwiedzających jako miasto, w którym nie czuje się zagrożenia. W 2024 r. poczucie bezpieczeństwa zdaniem badanych zasługiwało na ocenę 4,37. Co istotne, goście zagraniczni przyznali ocenę 4,53, a goście krajowi 4,27. Ocena poziomu poczucia bezpieczeństwa w mieście utrzymuje się na poziomie średniej ocen wszystkich ocenianych elementów oferty. Tak dobrą opinię odwiedzających na temat bezpieczeństwa należy uwypuklać w przekazach promocyjnych Krakowa.

Poczucie szeroko rozumianego bezpieczeństwa odbierane jest również przez postrzeganie stanu czystości powietrza atmosferycznego w miejscu odwiedzanym. Bezpośrednie odczucia lub świadomość o stanie czystości powietrza w Krakowie wyrażone zostały w 2024 r. w ocenie 4,23. Goście zagraniczni przyznali ocenę 4,31, a goście krajowi 4,18. W obu przypadkach oceny są wyższe niż w ubiegłym roku. Należy wziąć pod uwagę, że ocena czystości powietrza może być wynikiem wiedzy na temat zanieczyszczeń środowiska, smogu, a niekoniecznie bezpośrednich odczuć, zwłaszcza, że średni czas spędzany w Krakowie to 2-3 dni. Bez względu na ocenę aktualne jest twierdzenie, że wszystkie działania dotyczące poprawy stanu powietrza w mieście nie tylko należy w dalszym ciągu rozwijać, ale również wzmocnić przekaz informacyjny o takich przedsięwzięciach i ich wpływie na poprawę środowiska.

Poziom bezpieczeństwa w podróży zapewniają również bezgotówkowe instrumenty płatnicze. Wykorzystanie kart płatniczych i instrumentów pochodnych w sieci usługowo-handlowej wymaga stworzenia odpowiedniej infrastruktury technicznej. Nasycenie punktów akceptujących płatności bezgotówkowe niezmiennie budzi uznanie odwiedzających. W 2024 r. tej sferze usług wystawiona została ocena 4,70. Była to druga co do wielkości ocena wśród wszystkich ocenianych składowych oferty miasta. Program Polska Bezgotówkowa promujący i wspomagający rozwój płatności bezgotówkowych bardzo pozytywnie wpływa na sieć usługodawców. Równie pozytywne opinie wyrazili badani na temat dostępności bankomatów, wystawiając ocenę 4,32. Goście krajowi przyznali ocenę 4,24, a zagraniczni 4,50. Można zauważyć, że Kraków jest postrzegany jako miasto nowoczesne o bardzo wysokim nasyceniu urządzeń gwarantujących bezpieczne rozliczenia bezgotówkowe.

Na odbiór oferty miasta w znaczny sposób oddziałuje poziom obsługi turystycznej, z jakim zetknęli się odwiedzający podczas pobytu w Krakowie. W 2024 r. odbiór ten był bardzo pozytywny, co odzwierciedla ocena 4,57. Ocena w obu grupach była bardzo zbliżona i należy do jednych z najwyższych ocen kompleksowej oferty miasta. Warto przy tym zaznaczyć, że pomimo trudności na rynku pracy

w branży turystycznej wynikających z sezonowości i braku wykwalifikowanej kadry, ocena poziomu obsługi turystycznej jest bardzo wysoka.

W ocenie jakości oferty turystycznej Krakowa, która dotyczy zakresu i poziomu świadczeń, z jakich korzystali odwiedzający oraz pozytywnych odczuć i zadowolenia z pobytu, wykorzystano Zintegrowany Wskaźnik Atrakcji Destynacji. W 2024 r. kompleksowa ocena oferty miasta uzyskała poziom 4,39. W grupie odwiedzających zagranicznych wskaźnik ZWAD wyniósł 4,38, a w grupie odwiedzających krajowych 4,41. Wysoki poziom wskaźnika ZWAD świadczy o tym, że miasto jest dobrze przygotowane do obsługi ruchu turystycznego, a oferta Krakowa niezmiennie dobrze odbierana przez odwiedzających.

8.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez odwiedzających Kraków w 2024 roku

Podróżni odwiedzający Kraków mają możliwość wyrażenia swojej opinii na temat wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług, korzystając z trzystopniowej skali ocen: ceny wysokie, odpowiednie, niskie.

W przypadku analizowania opinii odwiedzających w zakresie cen szczególnego znaczenia nabiera podział podróżnych na krajowych i zagranicznych. Rozbieżności w ocenie relacji ceny i jakości wynikają z zasobności finansowej badanych. Goście zagraniczni odnoszą się do cen w relacji do ich poziomu w kraju pochodzenia, a dominującą grupę respondentów zagranicznych stanowią podróżni z gospodarczo rozwiniętych państw.

W 2024 r. relacje cen w stosunku do jakości świadczonych usług noclegowych 79,3% turystów krajowych i 72,9% zagranicznych uznało jako odpowiednie. Należy zwrócić uwagę, że w 2023 r. takie zdanie miało 63,7% gości krajowych i tylko 54,9% zagranicznych. Większe rozbieżności odnotowujemy natomiast w opiniach uznających ceny usług noclegowych jako wysokie, gdzie przeważali turyści krajowi (18,8%), a tylko 6,5% gości zagranicznych podzielało takie zdanie. Znikomy odsetek, bo jedynie 1,9% turystów krajowych wskazało, że ceny usług noclegowych są niskie. Natomiast dla gości zagranicznych w dalszym ciągu ceny w stosunku do jakości usług noclegowych są niskie. Takie zdanie wyraziło 20,6% badanych. Należy zauważyć bardzo wysoki odsetek turystów krajowych akceptujących stosunek cen do jakości usług oraz stosunkowo nieznaczne różnice występujące w postrzeganiu tych relacji przez gości zagranicznych.

Jakość świadczonych usług gastronomicznych w Krakowie zdaniem 71,3% gości krajowych jest właściwie wyceniona przez usługodawców. Podobną opinię wyraziło 66,0% gości zagranicznych. Również w tej sferze usług odnotowano wyraźny skok akceptacji cen do jakości w stosunku do ubiegłego roku, gdy w grupie gości krajowych takich deklaracji odnotowano 60,7%, a wśród zagranicznych 54,7%. Badanych uznających, że ceny są wysokie w stosunku do oferty było 27,7% wśród gości krajowych i jedynie 8,7% wśród zagranicznych. Jeszcze większą różnicę możemy zauważyć w opiniach wskazujących, że ceny usług gastronomicznych w Krakowie są niskie. Takie zdanie miało tylko 1,0% gości krajowych i aż 25,3% gości zagranicznych. W 2024 r. na uwagę zasługuje obserwacja, że wysoki odsetek gości krajowych akceptujących relacje cen do jakości usług gastronomicznych, a w dalszym ciągu dla znacznego odsetka gości zagranicznych, oferta ta jest bardzo atrakcyjna pod względem cenowym.

Zainteresowanie ofertą kin i teatrów w 2024 r., podobnie jak w poprzednich latach badań, nie stanowiło istotnego punktu w sposobie spędzania czasu. Goście krajowi, którzy wyrazili opinię dotyczącą relacji cen do jakości usług oferowanych przez instytucje kultury, w 88,4% uznali te relacje za odpowiednie. W 2023 r. takich opinii było 71,6%, a rok wcześniej 65,97%. Przy tak wysokim odsetku uznających, że ceny są odpowiednio skorelowane, wskazania na ceny wysokie (7,5%) lub niskie (4,1%) nie wpływają na ogólny odbiór relacji cen do jakości oferty. Wśród gości zagranicznych 66,5% uznało, że ceny są odpowiednie, a 25,0% określiło poziom cen jako niski. Dla 8,5% tej grupy badanych ceny biletów do kin i teatrów były wysokie. Utrwała się opinia, zwłaszcza wśród gości krajowych, że oferta instytucji kultury, jakimi są kina i teatry, nie jest już ofertą taną.

Usługi przewodników turystycznych stanowią ważny element promocji Krakowa będący wynikiem przekazywania wiadomości o mieszkańcach, historii i współczesności. Dostępność i poziom usług przewodnickich, wyrażona w ocenie badanych, ma istotne znaczenie w kształtowaniu opinii o Krakowie. W 2024 r. 85,7% gości krajowych ceny za usługi przewodnickie w stosunku do jakości przekazu uznało za odpowiednie. Odsetek takich opinii w kolejnym roku badań wzrósł o kilkanaście punktów procentowych. Podobne zdanie miało 69,5% gości zagranicznych, jednak w tej grupie badanych 24,3% gości wskazało, że ceny usług przewodnickich są niskie. Takie zdanie wyraziło jedynie 6,5% gości krajowych. Zbieżność opinii można odnotować jedynie w deklaracjach uznających ceny oferty za ceny wysokie; było to 7,8% gości krajowych i 6,2% gości zagranicznych. Należy zaznaczyć, że w 2024 r., podobnie jak w latach ubiegłych, tylko nieliczna grupa odwiedzających korzystała z usług przewodników miejskich i przewodników oprowadzających po obiektach.

Ceny usług transportu lokalnego w stosunku do ich jakości zdaniem 72,2% odwiedzających krajowych są ustalone na odpowiednim poziomie. Tylko dla 6,5% badanych w tej grupie gości ceny usług transportu lokalnego są wysokie. Warto podkreślić, że 21,3% odwiedzających krajowych wskazało, że ceny tych usług są niskie. Na niski poziom cen w stosunku do oferty usług transportowych niezmiennie wskazuje znaczny odsetek gości zagranicznych i takich opinii w 2024 r. odnotowano 49,6%. Wśród gości zagranicznych 47,2% uznało relację cen w stosunku do jakości oferty za odpowiednią. W kolejnym roku opinie gości wskazują, że transport lokalny w Krakowie jest mocną stroną oferty miasta i dobrze postrzegany przez korzystających zarówno goście krajowych oraz zagranicznych. Elementem transportu lokalnego są także usługi taksówkarskie. Dla 60,1% odwiedzających krajowych ceny taksówek są odpowiednie w relacji do jakości usług. W stosunku do ubiegłego roku o ponad 20 punktów procentowych zmniejszył się odsetek wskazań przez gości krajowych, że ceny tych usług są wysokie. Taką opinię wyraziło w aktualnych badaniach 31,7% osób. Uznających ceny jako niskie było tylko 8,2%. Goście zagranicznych wskazujących, że ceny są odpowiednie było 53,0%, a 33,8% z nich określiło ceny jako niskie w stosunku do oferty. Na uwagę zasługuje stosunkowo wysoki odsetek wskazań (13,2%), twierdzących, że ceny usług taksówkarskich są wysokie. W kolejnym roku badań uzyskano opinię, że oferta usług taksówkarskich jest w Krakowie rozbudowana i dostosowana do zróżnicowanych grup odbiorców.

Wysokość cen biletów do obiektów muzealnych w relacji do jakości oferty w odbiorze gości krajowych jest odpowiednio skorelowana. Takich opinii udzieliło 82,0% badanych. Mniej pozytywne zdanie na temat cen miało 11,1% odwiedzających, którzy wskazali, że ceny biletów są wysokie. Dla 6,9% gości ceny były niskie. Również goście zagraniczni odwiedzający muzea w znacznym odsetku (67,8%) uznali relację cen do jakości oferty za odpowiednią. W tej grupie badanych jednak 28,1% uznało, że ceny biletów są tanie. Odnotowano tylko 4,1% wskazań określających ceny jako wysokie. Warto również

zaznaczyć, że w kolejnym roku badań ponad 30% odwiedzających korzystało z oferty muzeów, co odpowiadało deklarowanym celom przyjazdu.

W tworzeniu oferty turystycznej znaczącą rolę odgrywają imprezy kulturalne. W znacznym stopniu na bazie wydarzeń kulturalnych budowane są programy turystyczne. Opinia o jakości oferowanych wydarzeń i dostosowaniu ceny do możliwości nabywczych odwiedzających ma zatem szczególne znaczenie. Zdaniem 85,1% gości krajowych i 73,1% zagranicznych, oferta kulturalna była odpowiednio wyceniana i dostosowana do możliwości odbiorców. Goście zagraniczni niezmiennie w wysokim odsetku (21,7%) wskazywali, że ceny wstępów na wydarzenia kulturalne w Krakowie są niskie. Taką opinię podzieliła tylko 3,2% gości krajowych, a 11,7% spośród nich wskazuje, że ceny oferty są wysokie. Należy jednak zauważyć, że z wydarzeń kulturalnych korzysta nieznaczny odsetek odwiedzających miasto.

Imprezy sportowe oraz baza sportowo-rekreacyjna, podobnie jak kina i teatry, nie stanowią istotnego celu przyjazdów do Krakowa. Dla 89,6% gości krajowych ceny biletów na imprezy sportowe są odpowiednio ustalone. Opinię taką wyraża natomiast 71,3% gości zagranicznych. Uznających ceny jako wysokie był podobny odsetek gości krajowych (7,9%) i zagranicznych (6,1%). Takiej zgodności nie odnotowano w przypadku uznających ceny biletów na imprezy sportowe jako niskie. Tylko 2,4% gości krajowych wyraziło takie zdanie, a wśród gości zagranicznych było to 22,6%. Baza sportowo-rekreacyjna, a w szczególności cena oferowanych usług była odpowiednia dla 84,0% gości krajowych i 68,8% gości zagranicznych. Podobnie jak w przypadku cen biletów na imprezy sportowe znaczny odsetek gości zagranicznych (23,3%) określił ceny tych usług jako niskie. Takich opinii wśród gości krajowych było 5,7%. W przypadku wskazań, że ceny są wysokie w stosunku do oferty, była większa zbieżność, co odzwierciedla 10,3% opinii gości krajowych i 8,0% gości zagranicznych. Należy zaznaczyć, że liczba korzystających i udzielających odpowiedzi dotyczących cen w stosunku do jakości usług bazy sportowo-rekreacyjnej i imprez sportowych nie przekroczyła 10%.

Oferta dyskotek, pubów, klubów, z której chętnie korzystają odwiedzający, była zdaniem 74,9% odwiedzających krajowych i 66,5% zagranicznych odpowiednio wyceniona. Jednak przez 22,4% gości krajowych ceny tych usług zostały uznane jako wysokie. Opinię taką podzieliło tylko 7,0% gości zagranicznych. Niezmiennie dla znacznego odsetka gości zagranicznych (26,5%) cena tej oferty jest niska, co zdecydowanie różni obie badane grupy, gdyż tylko 2,7% gości krajowych ma takie samo zdanie. W kolejnym roku badań utrzymuje się znaczne zróżnicowanie w ocenie dostępu do rozrywki w Krakowie wyrażane przez gości krajowych i zagranicznych.

Ceny wstępów do szeroko rozumianych atrakcji turystycznych oferowanych w Krakowie zdaniem 86,6% gości krajowych są właściwie ustalone. Taką opinię wyraziło również 73,7% gości zagranicznych. Odsetek osób uznających ceny dostępu do atrakcji jako niskie zdecydowanie różnił się w badanych grupach. O ile dla 20,9% gości zagranicznych ceny ofert były niskie, to tylko 4,4% gości krajowych podzielało tę opinię. Na ceny jako wysokie w stosunku do poziomu oferty wskazało 9,0% gości krajowych i 5,4% zagranicznych.

Dla korzystających z wycieczek lokalnych po Krakowie oferta była odpowiednio dostosowana do jakości usług. Takie zdanie wyraziło 86,0% gości krajowych i 71,3% gości zagranicznych. Również w przypadku tej usługi wystąpiła znaczna różnica wśród obu grup badanych. Dla 21,0% gości zagranicznych usługi te były nisko wycenione. Opinię taką podzielało jedynie 1,8% gości krajowych, a dla 12,2% z nich ceny były wysokie w stosunku do oferty.

Korzystający z własnego transportu samochodowego odnosili się również do opłat parkingowych w mieście. Opinia na temat cen za miejsca parkingowe w kolejnym roku badań była negatywna, chociaż uległa nieznacznej poprawie. Zmotoryzowani goście krajowi w 49,8%, w stosunku do 67,8% wskazań z roku ubiegłego, stwierdzili, że ceny są wysokie. Takie zdanie podzielało również 23,3% gości zagranicznych. Uznających ceny w stosunku do oferty jako odpowiednie było 47,4% gości krajowych i 54,4% zagranicznych. W grupie odwiedzających zagranicznych wzrósł jednak do 22,3% poziom wskazań na ceny niskie w relacji do świadczonych usług. W przypadku cen za usługi parkingowe aktualne pozostaje stwierdzenie, że istotne jest właściwe ich wyważenie. Z jednej strony miasto musi realizować politykę ograniczonego dostępu samochodów do centrum, a jednocześnie nie może zablokować korzystania z tego najpopularniejszego środka transportu, jakim chętnie odwiedzający docierają do Krakowa.

Poddając analizie uzyskane opinie na temat cen poszczególnych usług w stosunku do poziomu świadczeń, w kolejnym roku badań odnotowujemy znaczne różnice w opiniach wyrażanych przez odwiedzających krajowych i zagranicznych. Uśredniając jednak wszystkie uzyskane wyniki, należy odnotować, że w 2024 r. odsetek badanych uznających ceny usług w stosunku do ich jakości jako odpowiednie jest bardzo wysoki zarówno wśród gości krajowych (77,9%) jak i zagranicznych (65,7%). Można stwierdzić, że w 2024 r. oferta turystyczna w Krakowie była właściwie wyceniana przez usługodawców i akceptowalna przez odwiedzających.

Tabela 8.3.1. Ceny do jakości oferowanych usług w Krakowie OGÓŁEM w 2024 roku

KRAJ			2024	ZAGRANICA		
% wys.	% odp.	% nis.	USŁUGI	% wys.	% odp.	% nis.
18,8%	79,3%	1,9%	Noclegi	6,5%	72,9%	20,6%
27,7%	71,3%	1,0%	Gastronomia	8,7%	66,0%	25,3%
7,5%	88,4%	4,1%	Kino, Teatr	8,5%	66,5%	25,0%
7,8%	85,7%	6,5%	Przewodnicy	6,2%	69,5%	24,3%
6,5%	72,2%	21,3%	Transport lokalny	3,2%	47,2%	49,6%
31,7%	60,1%	8,2%	Taksówki	13,2%	53,0%	33,8%
11,7%	85,1%	3,2%	Imprezy kulturalne	5,2%	73,1%	21,7%
10,3%	84,0%	5,7%	Baza sportowo-rekreacyjna	8,0%	68,8%	23,2%
22,4%	74,9%	2,7%	Kluby, dyskoteki	7,0%	66,5%	26,5%
9,0%	86,6%	4,4%	Wstępy do atrakcji	5,4%	73,7%	20,9%
49,8%	47,4%	2,8%	Parkingi	23,3%	54,4%	22,3%
11,8%	76,5%	11,8%	Inne	9,6%	63,5%	26,9%
12,2%	86,0%	1,8%	Wycieczki lokalne	7,7%	71,3%	21,0%
7,9%	89,6%	2,5%	Imprezy sportowe	6,1%	71,3%	22,6%
11,1%	82,0%	6,9%	Muzea	4,1%	67,8%	28,1%
16,4%	77,9%	5,7%	OGÓŁEM	8,2%	65,7%	26,1%

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

Rozdział 9. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski

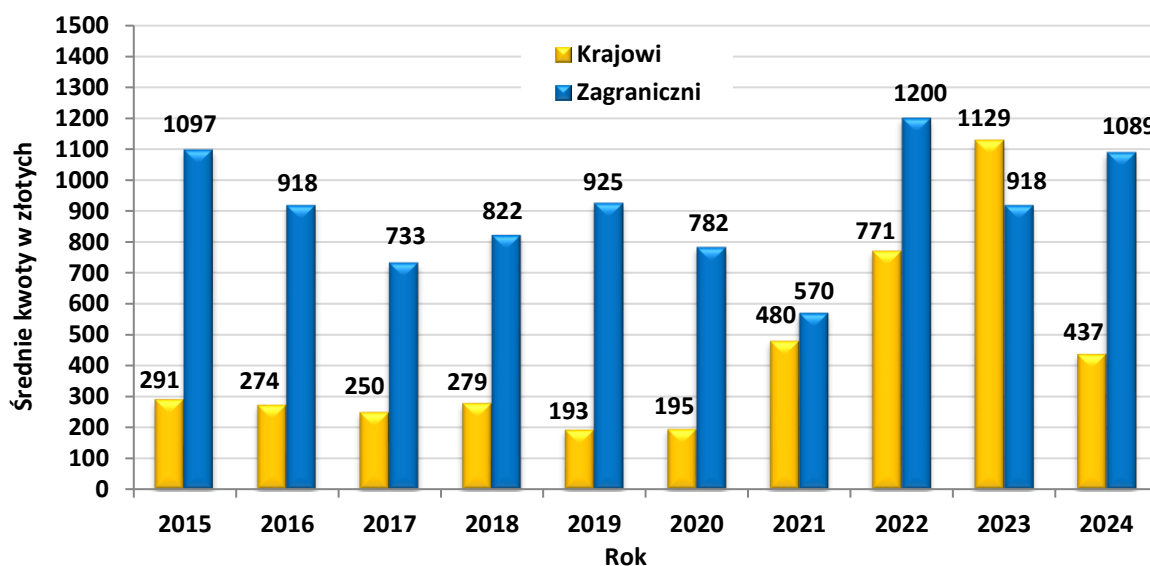
9.1. Wprowadzenie

W niniejszym rozdziale przedstawiono wyniki badań dotyczących wydatków odwiedzających i szacunkowych wpływów z turystyki w Krakowie w 2024 roku. Zaprezentowano średnie kwoty ponoszone przed przyjazdem oraz średnie sumy wydatkowane podczas pobytu w mieście – przez odwiedzających z Polski i z zagranicy. Podsumowaniem rozdziału jest prezentacja szacowanych wpływów z przyjazdowego ruchu turystycznego dla stolicy Małopolski.

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

W 2024 roku odnotowano spadek średniej kwoty na osobę wydatkowanej przed przyjazdem do Krakowa (bez kosztów dojazdu) przez odwiedzających z Polski aż o 61,3%, tj. do wysokości 437 zł na osobę (o 9,0% mniej niż w 2021 roku). Wzrosła z kolei wysokość średniego wydatku odwiedzających z zagranicy – o prawie 1/5, tj. do wielkości 1 089 zł na osobę. Kwota ta była zbliżona do kwoty z roku 2015 i tylko o prawie 1/10 mniejsza od tej zanotowanej dwa lata wcześniej (tj. w 2022 roku). W konsekwencji sumy wydawane przed przyjazdem przez obcokrajowców były około 2,5-krotnie wyższe od przeznaczanych na pobyt w Krakowie przez Polaków.

Rysunek 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2015-2024 (w zł na osobę)



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

Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa w 2024 roku przez turystów, tak krajowych, jak i zagranicznych, były około 3,5-krotnie wyższe niż odwiedzających jednodniowych – wynosiły one odpowiednio 449 zł na osobę i 1 091 zł na osobę vs 135 zł na osobę i 310 zł na osobę. Co więcej, wydatki przed przyjazdem turystów i jednodniowych odwiedzających zagranicznych były około 2,5-krotnie wyższe niż turystów i jednodniowych gości z Polski.

W porównaniu z rokiem ubiegłym w segmencie gości krajowych zauważa się spadek średnich wydatków turystów (o ponad 60%) i niewielki wzrost średnich wydatków jednodniowych

odwiedzających (o 8%). Natomiast kwoty wydatkowane przez cudzoziemców wzrosły – tak w przypadku turystów (o 17,7%), jak i odwiedzających jednodniowych (aż prawie 2,5-krotnie).

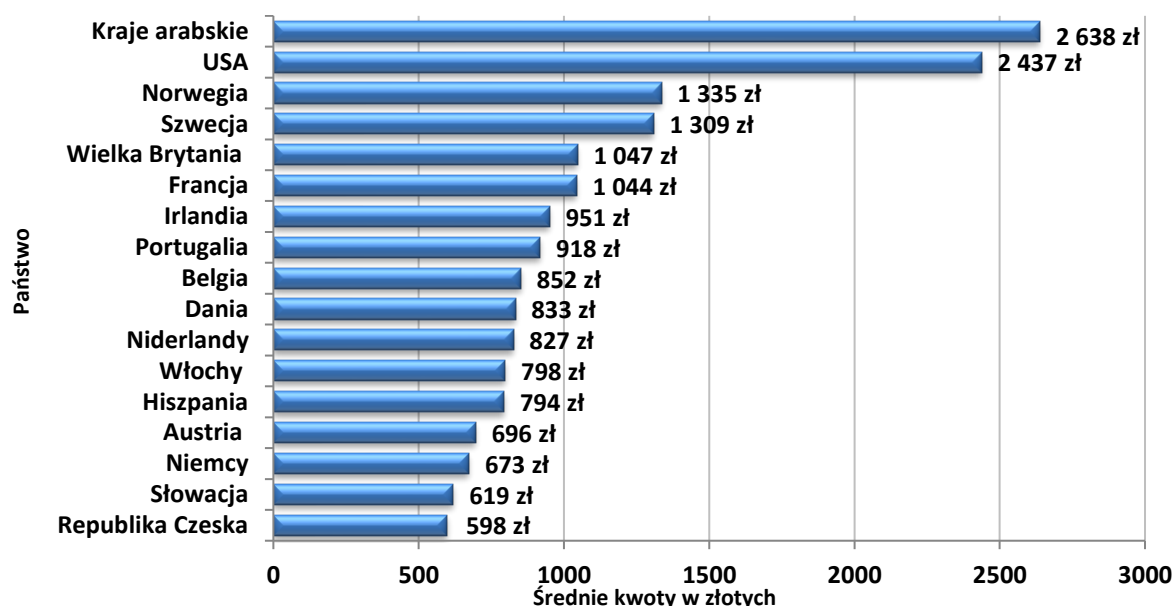
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem turystów i odwiedzających jednodniowych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2021-2024 (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Krajowi				Zagraniczni			
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Turysta	481	789	1140	449	574	1221	927	1091
Odwiedzający jednodniowy	465	109	125	135	552	128	128	310
Ogółem	480	771	1129	437	570	1200	918	1089

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

W segmencie cudzoziemców najwyższe średnie kwoty przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście w 2024 roku wydatkowali odwiedzający z krajów arabskich, tj. Arabii Saudyjskiej i Zjednoczonych Emiratów Arabskich (2 638 zł na osobę). Niewiele niższe były wydatki gości ze Stanów Zjednoczonych (2 437 zł na osobę). O połowę niższe kwoty wydatkowali Norwedzy (1 335 zł na osobę), Szwedzi (1 309 zł na osobę), Brytyjczycy (1 047 zł na osobę) i Francuzi (1 044 zł na osobę).

Rysunek 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających zagranicznych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w 2024 roku według wybranych państw (w zł na osobę)



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

W granicach 900 zł na osobę przeznaczali przed przyjazdem do Krakowa obywatele Irlandii (951) i Portugalii (918). Około 800 zł na osobę wydawali przed podróżą do miasta mieszkańcy Belgii (852), Danii (833), Niderlandów (827), Włoch (798) i Hiszpanii (794), a około 600-700 zł na osobę – Austrii (696), Niemiec (673), Słowacji (619) i Republiki Czeskiej (598).

W stosunku do roku ubiegłego wzrosły średnie kwoty wydatków przed przyjazdem do Krakowa gości z większości krajów, a zwłaszcza z Danii (ponad 2,5-krotnie), Izraela (ponad 2,5-krotnie), Ukrainy (ponad 2-krotnie), USA (prawie 2-krotnie) i Niderlandów (prawie 2-krotnie), ale także Słowacji (o 80,5%), Norwegii (o 74,7%), Węgier (o 42,1%), Francji (o 39,4%), Belgii (o 26,2%), Szwajcarii

(o 25,2%), Hiszpanii (o 21,0%), Kanady (o 6,4%) i Włoch (o 3,6%). W przypadku pozostałych krajów kwoty wydatkowane przed podróżą do miasta uległy spadkowi – Czechów o 32,9%, Irlandczyków o 27,4%, Niemców o 14,2%, Brytyjczyków o 6,1%, Austriaków o 5,4% i Szwedów o 0,6%. Warto dodać, że od 2022 roku obserwuje się sukcesywny wzrost sum wydatkowanych przed przyjazdem do Krakowa przez odwiedzających z Ukrainy.

Tabela 9.2.3. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2015-2024 według wybranych państw (w zł na osobę)

Kraj pochodzenia	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Polska	291 zł	274 zł	250 zł	279 zł	193 zł	195 zł	480 zł	771 zł	1129 zł	437 zł
Austria	713 zł	952 zł	799 zł	921 zł	662 zł	b.d.	210 zł	736 zł	736 zł	696 zł
Belgia	834 zł	702 zł	534 zł	1394 zł	916 zł	374 zł	b.d.	800 zł	675 zł	852 zł
Dania	600 zł	1234 zł	760 zł	851 zł	1197 zł	b.d.	279 zł	b.d.	300 zł	833 zł
Finlandia	b.d.	b.d.	903 zł	356 zł	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	924 zł
Francja	1345 zł	943 zł	849 zł	799 zł	1035 zł	863 zł	520 zł	906 zł	749 zł	1044 zł
Grecja	b.d.	b.d.	567 zł	521 zł	b.d.	b.d.	314 zł	b.d.	b.d.	813 zł
Hiszpania	941 zł	1068 zł	686 zł	1050 zł	1229 zł	396 zł	573 zł	2544 zł	656 zł	794 zł
Irlandia	433 zł	1323 zł	1094 zł	1088 zł	1166 zł	b.d.	733 zł	1432 zł	1310 zł	951 zł
Izrael	350 zł	1334 zł	483 zł	b.d.	250 zł	b.d.	b.d.	b.d.	560 zł	1483 zł
Japonia	1770 zł	1435 zł	1005 zł	2249 zł	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1200 zł
Kanada	1960 zł	1117 zł	875 zł	933 zł	1260 zł	1500 zł	b.d.	3305 zł	3305 zł	3516 zł
Litwa	b.d.	b.d.	1750 zł	496 zł	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1175 zł
Niderlandy	736 zł	681 zł	755 zł	648 zł	901 zł	600 zł	630 zł	1258 zł	423 zł	827 zł
Niemcy	1153 zł	741 zł	590 zł	616 zł	842 zł	441 zł	601 zł	783 zł	784 zł	673 zł
Norwegia	1646 zł	960 zł	798 zł	740 zł	838 zł	b.d.	b.d.	844 zł	764 zł	1335 zł
Portugalia	b.d.	b.d.	624 zł	258 zł	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	918 zł
Republika Czeska	131 zł	384 zł	145 zł	495 zł	515 zł	218 zł	677 zł	863 zł	891 zł	598 zł
Rumunia	b.d.	b.d.	1193 zł	990 zł	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	548 zł
Słowacja	724 zł	412 zł	216 zł	288 zł	937 zł	b.d.	161 zł	1843 zł	343 zł	619 zł
Szwajcaria	b.d.	557 zł	798 zł	250 zł	569 zł	225 zł	b.d.	1484 zł	1484 zł	1858 zł
Szwecja	1422 zł	763 zł	1176 zł	689 zł	719 zł	970 zł	b.d.	1317 zł	1317 zł	1309 zł
Turcja	b.d.	b.d.	500 zł	115 zł	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1218 zł
Ukraina	381 zł	499 zł	271 zł	402 zł	320 zł	582 zł	368 zł	398 zł	498 zł	1088 zł
USA	1688 zł	1476 zł	2001 zł	705 zł	1276 zł	b.d.	b.d.	2188 zł	1221 zł	2437 zł
Węgry	583 zł	369 zł	289 zł	511 zł	1463 zł	462 zł	b.d.	335 zł	335 zł	476 zł
Wielka Brytania	909 zł	885 zł	734 zł	857 zł	855 zł	1306 zł	565 zł	1081 zł	1115 zł	1047 zł
Włochy	1726 zł	1024 zł	598 zł	860 zł	967 zł	691 zł	745 zł	948 zł	770 zł	798 zł
Kraje arabskie	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	2638 zł

Uwaga! Dla zachowania porównywalności z latami poprzednimi, w tabeli uwzględniono również te kraje, w przypadku których liczba wskazań na wysokość wydatków przed przyjazdem w 2024 roku była mniejsza niż 5.

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

Rozpatrując przeznaczenie wydatków przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście w 2024 roku, należy zwrócić uwagę na – ze względu na swoją wysokość – średnie wydatki na zakup produktu w biurze podróży (1 358 zł na osobę) i na tzw. inne cele (np. bilety na koncerty, festiwale, wydarzenia, konsultacje medyczne – 1 025 zł na osobę) wśród gości zagranicznych. Nieco niższe w tym segmencie były średnie wydatki na noclegi (892 zł na osobę) oraz o 50% od nich niższe – średnie wydatki na lokalne wycieczki (444 zł na osobę). Najmniej cudzoziemcy wydatkowali w 2024 roku na bilety wstępu do obiektów/atrakcji – średnio 307 zł na osobę.

W segmencie odwiedzających krajowych najwyższe były sumy przeznaczane przed przyjazdem na noclegi – średnio 457 zł na osobę (o prawie 50% mniej niż wśród obcokrajowców). Kolejne

co do wysokości okazały się średnie kwoty wydatkowane na zakup produktu w biurze podróży (372 zł na osobę, tj. o prawie 3/4 mniej niż w grupie gości zagranicznych), na tzw. inne cele (280 zł na osobę, czyli również prawie o 3/4 mniej niż w segmencie cudzoziemców) i na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (148 zł na osobę, czyli o 1/2 mniej niż wśród zagranicznych odwiedzających). Najmniej Polacy wydatkowali w 2024 roku na lokalne wycieczki – średnio 124 zł na osobę (tj. o prawie 3/4 mniej niż w grupie obcokrajowców). Podkreślenia wymaga więc fakt, że odwiedzający zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do Krakowa sumy zdecydowanie wyższe niż goście krajowi.

Tabela 9.2.4. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście w latach 2021-2024 według przeznaczenia (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Krajowi				Zagraniczni			
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Zakup produktu w biurze podróży	598	1047	601	372	781	1221	879	1358
Noclegi	538	498	1196	457	512	1066	892	892
Wstęp do obiektów/atrakcji	78	107	104	148	96	203	553	307
Lokalne wycieczki	-	191	338	124	225	281	282	444
Inne cele	100	1513	229	280	104	261	286	1025

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

W odniesieniu do roku ubiegłego odwiedzający krajowi wydatkowali wyższe kwoty tylko na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (o prawie 1/2) i na tzw. inne cele (o ponad 1/5). Niższe były natomiast wydatki na zakup produktu w biurze podróży (o ponad 1/3), a przede wszystkim na noclegi i na lokalne wycieczki (w obu przypadkach o prawie 2/3). Z kolei goście zagraniczni wydatkowali przed przyjazdem do Krakowa więcej niż rok wcześniej na tzw. inne cele (ponad 3,5-krotnie) i na zakup produktu w biurze podróży (o ponad 1/2). Nie zmieniły się w tym segmencie rynku wydatki na noclegi, a sumy wydawane na bilety wstępu do obiektów/atrakcji zmniejszyły się o prawie 1/2.

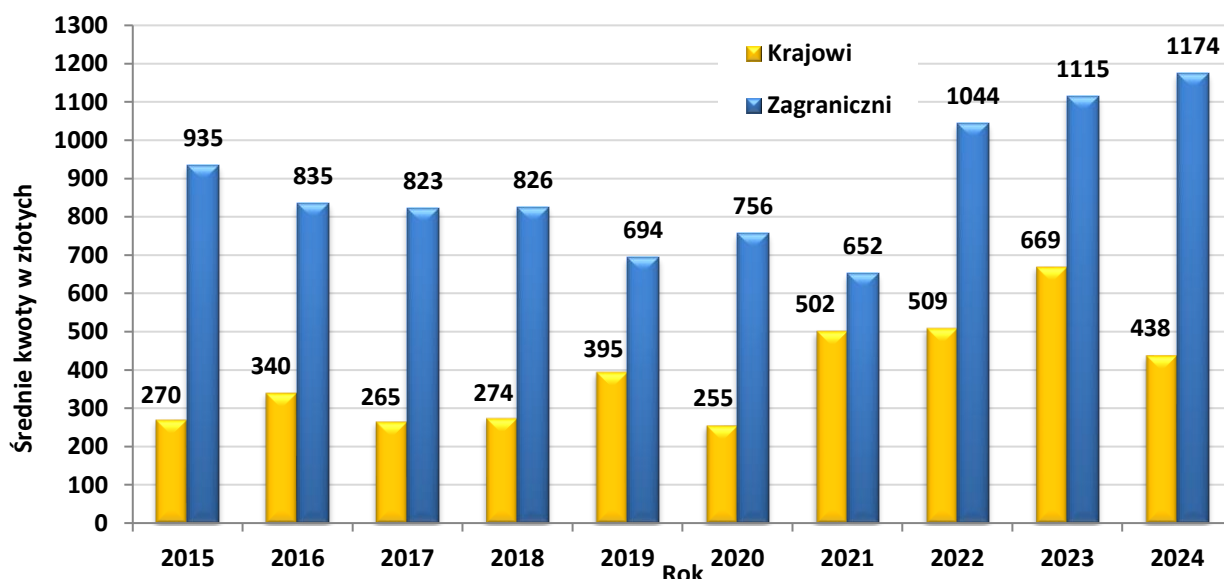
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie

Średnia kwota wydatkowana podczas pobytu w Krakowie przez odwiedzających zagranicznych, analogicznie jak suma wydawana przez gości z tego segmentu przed przyjazdem do miasta, była w 2024 roku większa niż rok wcześniej – o 5,3%, tj. wynosiła średnio 1 174 zł na osobę, tj. najwięcej w analizowanym okresie, czyli od 2015 roku. Natomiast średnie wydatki gości krajowych zmniejszyły się o ponad 1/3, tj. do wielkości 438 zł na osobę. W konsekwencji w 2024 roku średnia suma wydawana podczas wizyty w Krakowie przez cudzoziemców była ponad 2,5-krotnie większa niż kwota wydatkowana przez Polaków. Podobną różnicę zaobserwowano w 2016 roku, a bardziej znaczące w niemal wszystkich latach badanego okresu, w tym w 2015 roku (ponad 3,5-krotną) oraz w roku 2017 i 2018 (ponad 3-krotną), a także w roku 2020 (prawie 3-krotną). Wyjątkiem był rok 2021 (kiedy różnica wynosiła 29,9%), rok 2019 (75,7%), rok 2023 (ponad 1,5-krotnie) oraz rok 2022 (ponad 2-krotnie).

Turyści (nocujący w stolicy Małopolski) wydatkowali w 2024 roku podczas pobytu w Krakowie wyższe średnie sumy pieniężne na osobę niż odwiedzający jednodniowi – ponad 2,5-krotnie Polacy i prawie 3,5-krotnie cudzoziemcy. Również średnie wydatki zagranicznych turystów (1 206 zł na osobę) były wyższe niż turystów krajowych (517 zł na osobę) – prawie 2,5-krotnie. Identyczną sytuację zaobserwowano w przypadku sum przeznaczanych podczas pobytu w mieście przez odwiedzających jednodniowych – cudzoziemcy wydawali o ponad 3/4 więcej (średnio 349 zł na osobę) niż Polacy (średnio 204 zł na osobę). W relacji do roku poprzedniego zaobserwowano spadek wydatków gości z Polski – tak turystów (o ponad 1/3), jak i jednodniowych odwiedzających (o ponad 1/4). Z kolei kwoty

wydatkowane przez zagranicznych turystów pozostały na zbliżonym poziomie (o 0,7% mniej), a zagranicznych odwiedzających jednodniowych – wzrosły o ponad 1/2.

Rysunek 9.3.1. Średnie kwoty wydatkowane przez gości odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2015-2024 (w zł na osobę)



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

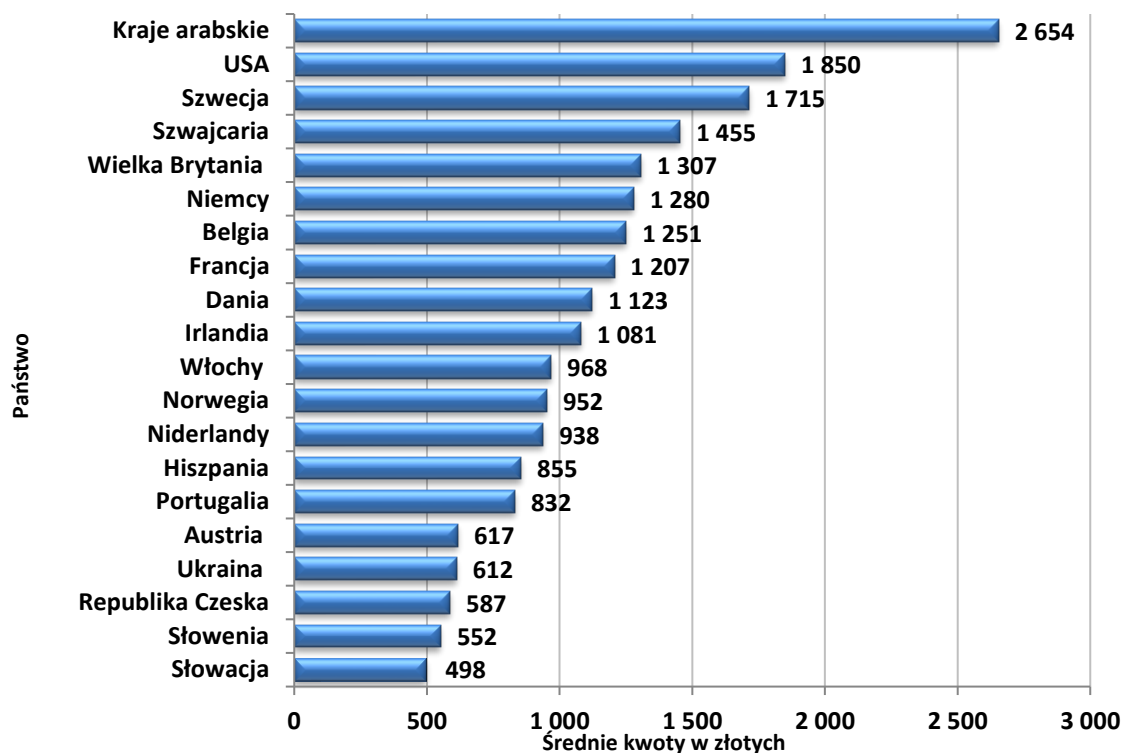
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie przez turystów i odwiedzających jednodniowych przyjeżdżających do miasta w latach 2021-2024 (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Krajowi				Zagraniczni			
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Turysta	538	580	797	517	678	1 193	1 214	1 206
Odwiedzający jednodniowy	278	146	287	204	449	120	227	349
Ogółem	502	509	669	438	652	1 044	1 115	1 174

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

Analizując średnie wydatki odwiedzających zagranicznych, trzeba stwierdzić, że najwięcej podczas pobytu w Krakowie, podobnie jak przed przyjazdem do miasta, wydawali obywatele krajów arabskich (2 654 zł na osobę), tj. Arabii Saudyjskiej (1 870 zł na osobę), Kataru (8 500 zł na osobę) i Zjednoczonych Emiratów Arabskich (2 811 zł na osobę), a także – o prawie 1/2 mniej – goście ze Stanów Zjednoczonych (1 850 zł na osobę) i Szwecji (1 715 zł na osobę). Kolejne co do wysokości były wydatki gości ze Szwajcarii (średnio 1 445 zł na osobę), Wielkiej Brytanii (średnio 1 307 zł na osobę), Niemiec (średnio 1 280 zł na osobę), Belgii (średnio 1 251 zł na osobę), Francji (średnio 1 207 zł na osobę), Danii (średnio 1 123 zł na osobę) i Irlandii (średnio 1 081 zł na osobę). Średnio w granicach 800-1 000 zł na osobę wydawali podczas wizyty w mieście przybysze z: Włoch (968 zł), Norwegii (952 zł), Niderlandów (938 zł), Hiszpanii (855 zł) i Portugalii (832 zł). Sumy najniższe odnotowano w przypadku Słowaków (średnio 498 zł na osobę), Słoweńców (średnio 552 zł na osobę), Czechów (średnio 587 zł na osobę), Ukraińców (średnio 612 zł na osobę) i Austriaków (średnio 617 zł na osobę).

Rysunek 9.3.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2024 roku według wybranych państw (w zł na osobę)



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

W stosunku do roku ubiegłego wysokość sum wydatkowanych podczas pobytu w Krakowie w przypadku obywateli dziesięciu analizowanych państw zwiększyła się – najbardziej Belgii (aż ponad 4,5-krotnie), Kanady (prawie 2,5-krotnie) i Portugalii (ponad 2-krotnie), ale także USA (o 76,5%), Danii (o 70,2%), Szwecji (o 55,5%), Izraela (o 22,2%), Wielkiej Brytanii (o 18,2%), Francji (o 13,0%) i Irlandii (o 8,1%). Zmniejszyły się natomiast wydatki odwiedzających z pozostałych analizowanych krajów, tj. Niderlandów (o 43,8%), Arabii Saudyjskiej (o 41,9%), Norwegii (o 39,1%), Szwajcarii (o 38,4%), Austrii (o 31,5%), Hiszpanii (o 22,8%), Słowacji (o 22,7%), Ukrainy (o 22,1%), Niemiec (o 18,1%), Japonii (o 17,4%), Republiki Czeskiej (o 17,3%), Węgier (o 10,0%), Zjednoczonych Emiratów Arabskich (o 3,3%) i nieznacznie z Włoch (o 0,8%).

Analiza przeznaczenia sum wydatkowanych podczas pobytu w Krakowie przez odwiedzających miasto w 2024 roku pozwala zauważyć, że ich wysokość w przypadku wszystkich kategorii była wyższa w grupie odwiedzających zagranicznych niż krajowych. W odniesieniu do wydatków na noclegi różnica ta była prawie 3-krotna (średnio 752 zł na osobę vs 252 zł na osobę), w przypadku wydatków na miejscowy transport (komunikacja miejska, parkingi, taxi, paliwo) – również prawie 3-krotna (średnio 118 zł na osobę vs 40 zł na osobę), w odniesieniu do wydatków na gastronomię/jedzenie – prawie 2,5-krotna (średnio 494 zł na osobę vs 202 zł na osobę), w przypadku wydatków na pamiątki, upominki i inne zakupy – także prawie 2,5-krotna (średnio 286 zł na osobę vs 119 zł na osobę), w odniesieniu do wydatków na lokalne wycieczki – prawie 2-krotna (średnio 244 zł na osobę vs 124 zł na osobę), w przypadku wydatków na bilety wstępu do obiektów/atrakcji różnica wynosiła 69,0% (średnio 191 zł na osobę vs 113 zł na osobę), a w odniesieniu do wydatków na tzw. inne cele (np. nocne kluby, puby, bilety na koncert, mecz, usługi medyczne, fryzjerskie, dentystyczne, szkolenia i kursy) – była aż ponad 3,5-krotna (średnio 528 zł na osobę vs 142 zł na osobę).

Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2015-2024 według wybranych państw (w zł na osobę)

Kraj pochodzenia	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Polska	270 zł	340 zł	265 zł	274 zł	395 zł	255 zł	502 zł	509 zł	669 zł	438 zł
Arabia Saudyjska	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	3216 zł	1870 zł
Austria	626 zł	782 zł	642 zł	549 zł	356 zł	411 zł	500 zł	450 zł	901 zł	617 zł
Belgia	613 zł	996 zł	537 zł	690 zł	757 zł	348 zł	b.d.	339 zł	272 zł	1251 zł
Dania	793 zł	1272 zł	1070 zł	1722 zł	551 zł	900 zł	375 zł	b.d.	660 zł	1123 zł
Francja	851 zł	931 zł	874 zł	891 zł	627 zł	1332 zł	749 zł	744 zł	1068 zł	1207 zł
Hiszpania	1038 zł	706 zł	615 zł	597 zł	643 zł	376 zł	735 zł	882 zł	1107 zł	855 zł
Irlandia	964 zł	1040 zł	964 zł	1241 zł	1875 zł	b.d.	646 zł	1075 zł	1000 zł	1081 zł
Izrael	800 zł	546 zł	2282 zł	393 zł	700 zł	b.d.	b.d.	600 zł	600 zł	733 zł
Japonia	1112 zł	1407 zł	588 zł	1336 zł	267 zł	b.d.	b.d.	390 zł	1972 zł	1628 zł
Kanada	1358 zł	1754 zł	626 zł	800 zł	1032 zł	b.d.	b.d.	631 zł	631 zł	1439 zł
Niderlandy	1082 zł	912 zł	1047 zł	1244 zł	987 zł	1994 zł	570 zł	2260 zł	1669 zł	938 zł
Niemcy	812 zł	640 zł	760 zł	611 zł	533 zł	588 zł	601 zł	754 zł	1562 zł	1280 zł
Norwegia	1358 zł	1924 zł	1486 zł	1104 zł	757 zł	833 zł	b.d.	1814 zł	1562 zł	952 zł
Portugalia	b.d.	b.d.	682 zł	1533 zł	b.d.	b.d.	b.d.	355 zł	408 zł	832 zł
Republika Czeska	444 zł	354 zł	159 zł	253 zł	342 zł	312 zł	645 zł	405 zł	710 zł	587 zł
Słowacja	525 zł	490 zł	233 zł	317 zł	827 zł	b.d.	357 zł	635 zł	644 zł	498 zł
Słowenia	b.d.	b.d.	750 zł	332 zł	b.d.	b.d.	867 zł	b.d.	b.d.	552 zł
Szwajcaria	1350 zł	393 zł	1516 zł	388 zł	378 zł	321 zł	b.d.	2363 zł	2363 zł	1455 zł
Szwecja	852 zł	1104 zł	814 zł	974 zł	930 zł	620 zł	b.d.	1103 zł	1103 zł	1715 zł
Ukraina	427 zł	642 zł	326 zł	402 zł	280 zł	828 zł	513 zł	492 zł	786 zł	612 zł
USA	1354 zł	990 zł	985 zł	699 zł	703 zł	b.d.	b.d.	1865 zł	1048 zł	1850 zł
Węgry	436 zł	327 zł	530 zł	436 zł	579 zł	525 zł	806 zł	907 zł	713 zł	642 zł
Wielka Brytania	1017 zł	977 zł	774 zł	931 zł	880 zł	630 zł	770 zł	1130 zł	1106 zł	1307 zł
Włochy	1081 zł	754 zł	703 zł	991 zł	643 zł	505 zł	727 zł	724 zł	976 zł	968 zł
ZEA	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1000 zł	2907 zł	2811 zł

Uwaga! Dla zachowania porównywalności z latami poprzednimi, w tabeli uwzględniono również te kraje, w przypadku których liczba wskazań na wysokość wydatków podczas pobytu w 2024 roku była mniejsza niż 5.

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

Tabela 9.3.4. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2021-2024 według przeznaczenia (w zł na osobę)

Wyszczególnienie	Krajowi				Zagraniczni			
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Noclegi	289	581	925	252	292	1129	804	752
Gastronomia/jedzenie	180	222	369	202	313	438	490	494
Miejscowy transport (komunikacja lokalna, parkingi, taxi, benzyna)	77	39	115	40	78	171	222	118
Wstęp do obiektów/atrakcji	165	93	123	113	175	202	188	191
Lokalne wycieczki	247	91	91	124	221	199	159	244
Pamiątki, upominki i inne zakupy	276	79	85	119	242	234	153	286
Inne cele		236	1001	142		534	527	528

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

W grupie Polaków najwyższe były średnie kwoty wydatkowane na noclegi, a następnie na: gastronomię/jedzenie, tzw. inne cele, lokalne wycieczki, pamiątki, upominki i inne zakupy, bilety wstępu do obiektów/atrakcji i najniższe – na miejscowy transport. Również goście zagraniczni najczęściej przeznaczali na noclegi. Drugie co do wysokości w tym segmencie były wydatki na tzw. inne cele, a kolejne: na gastronomię/jedzenie, na pamiątki, upominki i inne zakupy, na lokalne wycieczki, na bilety wstępu do obiektów/atrakcji, a najniższe także okazały się kwoty przeznaczane na krakowski transport.

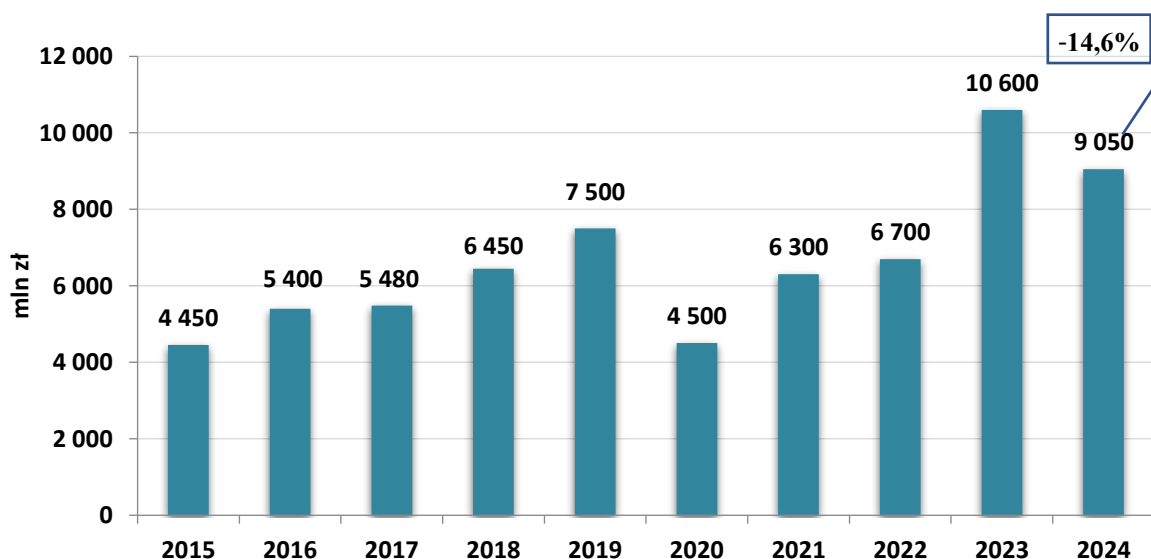
W stosunku do roku ubiegłego w grupie gości zagranicznych wyższe okazały się wydatki na pamiątki, upominki i inne zakupy (o 86,9%) i na lokalne wycieczki (o 53,5%), a także minimalnie – na bilety wstępu do obiektów/atrakcji (o 1,6%), na gastronomię/jedzenie (o 0,8%) i tzw. inne cele (o 0,2%). Zmniejszyły się natomiast sumy wydatkowane na miejscowy transport (o 46,8%) i na noclegi (o 6,5%). W segmencie odwiedzających z Polski w niemal wszystkich kategoriach zaobserwowano duże spadki – na tzw. inne cele o 85,8%, na noclegi o 72,8%, na miejscowy transport o 65,2%, na gastronomię/jedzenie o 45,3% i na bilety wstępu do obiektów/atrakcji o 8,1%. Wzrosły tylko sumy przeznaczane na pamiątki, upominki i inne zakupy (o 40,0%) oraz na lokalne wycieczki (o 36,3%).

W dłuższej perspektywie obserwuje się stopniowy wzrost wydatków zagranicznych odwiedzających na gastronomię/jedzenie (w sumie o 57,8%).

9.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki

Szacunkowe wpływy Krakowa (w rozumieniu podmiotów funkcjonujących w mieście, które w ten czy inny sposób bezpośrednio obsługiwały uczestników ruchu turystycznego) wyniosły w 2024 roku 9,05 mld zł. W związku ze spadkiem liczby zagranicznych odwiedzających (o 5,3%), których wydatki przed przyjazdem, jak i podczas pobytu były w 2024 roku około 2,5-krotnie wyższe niż gości krajowych oraz z uwagi na istotne ograniczenie średnich wydatków przed przyjazdem (o prawie 2/3) i podczas pobytu (o ponad 1/3) odwiedzających krajowych (których liczba wprawdzie zwiększyła się w 2024 roku o 9,8%) kwota wpływów okazała się aż o 14,6% niższa od tej z roku poprzedniego.

Rysunek 9.4.1. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2015-2024 (w mln zł)



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

Tabela 9.4.2. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2015-2024 (w zł)

Rok	Kwota (w zł)
2015	4 450 000 000
2016	5 400 000 000
2017	5 480 000 000
2018	6 450 000 000
2019	7 500 000 000
2020	4 500 000 000
2021	6 300 000 000
2022	6 700 000 000
2023	10 600 000 000
2024	9 050 000 000

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

Była to jednocześnie wielkość o 1/5 większa niż w przedpandemicznym roku 2019, kiedy to rozmiary ruchu turystycznego w mieście były o 4,8% mniejsze niż w roku 2024.

Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków

10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa – NFS

Dla potrzeb niniejszego opracowania jako jeden z wymiarów kontyngencji zastosowano autorski wskaźnik poziomu lęku. Jest to odczucie, które towarzyszy każdemu odwiedzającemu daną destynację podczas podejmowania decyzji o przyszłej podróży, a generalnie każdej podejmowanej samodzielnie decyzji. Dopiero wówczas, gdy próg lęku zostanie przekroczony, dobrowolnie decydujemy się na podróż, opuszczając swoje bezpieczne miejsce stałego przebywania. Dla pomiaru subiektywnych odczuć tego stanu zastosowano 11-stopniową skalę liczbową. Ponieważ badane były osoby odwiedzające Kraków w trakcie faktycznego pobytu, z założenia przekroczyły one osobistą barierę lęku przed podróżą i fizycznie pojawiły się w Krakowie. Z założenia, stan 10 na skali oznaczał najwyższy akceptowalny przez podróżnego poziom lęku. Oznacza to, że osoby z pozaskalowym wskazaniem 11 i więcej pozostały w domu. Badane były więc osoby, które poradziły sobie, same lub za namową organizatora podróży, ewentualnie gestora bazy recepcyjnej, z towarzyszącym każdemu z nas na co dzień odczuciem lęku i pojawiły się w danej destynacji. Reszta skali od kolejnych poziomów przez 9 do zera, oddaje subiektywne deklaracje respondentów, na jakim poziomie musieli się zmierzyć ze swoimi obawami i lękami podejmując decyzję o swojej podróży. Dla wyliczenia wskaźnika NFS²⁰ (wskaźnik NFS – ang. *Net Fear Score*²¹), dokonano agregacji poziomów. O obawach i lękach podróżynych świadczy suma wskazań z wartości od „5” do „10”. Osoby, które zaznaczyły na skali stany 10 do 5 uznano za pełne lęku i obaw. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla filozofii i psychologii) PESYMIŚCI²². Osoby, które zaznaczyły na skali liczbowej stany 2-3-4 uznano za neutralne, gdyż wartości skali „2”, „3” i „4” pozostają na poziomie neutralnym i tak je należy traktować (osoby udające się w podróż starają się zabezpieczyć, przygotowując się do niej, a to oznacza analizę ewentualnych zagrożeń występujących poza miejscem stałego przebywania). Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) REALIŚCI²³. Wartości skali

²⁰ Respondentom zadano mianowicie pytanie o to, jak bardzo obawiali się przyjechać do Krakowa. Odpowiedzi goście udzielali za pomocą 11-stopniowej skali liczbowej, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało całkowity brak obaw i strachu by przyjechać do Krakowa, a „10” świadczyło o pełnej bojaźni respondenta przed podróżą do Krakowa.

²¹ **Net Fear Score** Wskaźnik Lęku, Obaw, Strachu przed przyjazdem do danej destynacji.

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

http://www.mot.krakow.pl/media/badanie-ruchu-turystycznego/16-08-2017-sdm_-isbn_-do-tlumaczenia-z-bibliografia.pdf

²² Pesymizm psychologiczny to nastrój lub emocjonalna skłonność do dopatrywania się wszędzie przejawów lub zapowiedzi zła, z którymi wiąże się stosunek do świata nacechowany lękiem i poczuciem bezsilności. Natomiast J. Garewicz, objaśnia pesymizm metafizyczny polegający na dostrzeganiu w zlu jedynej bądź najważniejszej zasady świata widzialnego. „*Zło pełni funkcję arché: jest czymś absolutnie pierwszym, rządzi światem, a wszelka wiedza opiera się na wskazaniu, leżącego u podstaw całej rzeczywistości zła*” w O pojęciu pesymizmu, "Archiwum Historii Filozofii i Myśli Społecznej", 1989, t. 34, s. 89-92.

²³ Realista: człowiek bezstronnie oceniający rzeczywistość i fakty w oparciu o doświadczenie i rozumowanie, trzeźwo patrzący na świat; <https://sjp.p.l/realista> dostęp: 2019-04-05, patrz również: fenomenologia realistyczna, nurt fenomenologiczny zorientowany na przedmiot (a nie na przeżycie czystej świadomości), zapoczątkowany przez grupę studentów Th. Lippsa w Monachium; fenomenologia realistyczna nawiązywała do Husserlowskiego postulatu starannego opisu danych bezpośrednich, przeciwstawiając się idealistycznemu aspektowi fenomenologii transcendentalnej; <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/Realistyczny.html> dostęp: 2019-04-05.

liczbowej „0” i „1” przedstawiają stan całkowitego braku obaw i lęku przed przyjazdem. Oddają one subiektywne odczucia osób, które są w pełni przekonane, że ich wyjazdowi do Krakowa w żadnym momencie nie towarzyszyło uczucie lęku, strachu czy obawy o swoje mienie, zdrowie i życie. Możemy osoby te określać umownie mianem (zarezerwowanym jednak dla psychologii) OPTYMIŚCI²⁴. Warto w tym miejscu przypomnieć pojęcie bezpieczeństwa abstrakcyjnego, jako wewnętrznego przekonania turysty o własnej „nietykalności”, „nieśmiertelności” czy „szczęśliwej gwiazdzie i dacie urodzenia” i towarzyszące mu przekonanie, że „każdemu może się coś przytrafić, ale nie jemu”.

Tabela 10.1.1. NFS – Wskaźnik lęku (obawa przed przyjazdem do Krakowa) w 2024 roku

OBAWA PRZED PRYJAZDEM NFS	KRAJ %	ZAGRANICA %	Razem %
0	83,2%	49,9%	70,4%
1	7,0%	12,7%	9,2%
Σ OPTYMIŚCI	90,2%	62,6%	79,6%
2	5,5%	16,7%	9,8%
3	1,9%	10,1%	5,1%
4	0,9%	4,0%	2,1%
Σ REALIŚCI	8,3%	30,8%	17,0%
5	0,5%	1,7%	0,9%
6	0,2%	0,7%	0,4%
7	0,2%	1,0%	0,5%
8	0,1%	0,7%	0,3%
9	0,3%	0,7%	0,4%
10	0,4%	1,7%	0,9%
Σ PESYMIŚCI	1,7%	6,5%	3,4%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%

OBAWA PRZED PRYJAZDEM NFS	KRAJ %	ZAGRANICA %	Razem %
Σ OPTYMIŚCI	90,2%	62,6%	79,6%
Σ REALIŚCI	8,3%	30,8%	17,0%
Σ PESYMIŚCI	1,7%	6,5%	3,4%
* Suma końcowa	≈100,0%	≈100,0%	≈100,0%
NFS 2024	88,5%	56,1%	76,2%

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

*** Z uwagi na zaokrąglenia do 0,1 wartości nie sumują się do 100%.**

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

²⁴ Optymiści postrzegają ludzi i zdarzenia jako dobre. Mają pozytywny stosunek do życia, wierząc w to, iż rzeczy z czasem ułożą się pomyślnie. Encyklopedia PWN; U chrześcijan ten „pozytywny” stosunek do życia jest konsekwencją ich wiary, a nie ludzkiego temperamentu czy okoliczności Francisco F. Carvajal, Dotrzeć do portu - znaczenie kierownictwa duchowego, Wydawnictwo Apostolicum, Ząbki - 2013, s. 133, ISBN 978-83-7031-851-2.

10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie – NPS

Jako drugi z wymiarów kontyngencji zastosowano wskaźnik poziomu satysfakcji i lojalności odwiedzających Kraków. Wskaźnik NPS (ang. *Net Promoter Score*)²⁵. Respondentom zadano mianowicie zapytanie o to: „*jak bardzo prawdopodobne jest, że polecą oni Kraków swoim znajomym*”. Odpowiedzi goście udzielali również za pomocą 11-stopniowej skali, tj. od 0 do 10, gdzie „0” oznaczało brak chęci polecenia, a „10” świadczyło o pełnej lojalności i całkowitym zadowoleniu z pobytu w destynacji.

Obliczając NPS, respondentów dzieli się na trzy grupy:

- **krytyków vel oponentów** (tych, którzy udzielili odpowiedzi w przedziale od 0 do 6),
- **pasywnych**²⁶ **vel neutralnych** (odpowiadających w przedziale 7-8),
- **promotorów vel orędowników** (osób, które zadeklarowały chęć do wyrażenia swojej pozytywnej opinii oraz rekomendowania firmy/produktu itd. swoim znajomym w przedziale 9-10).

Tabela 10.2.1. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie w 2024 roku

POLECENIE NPS	KRAJ %	ZAGRANICA %	Razem %
10	78,8%	58,6%	71,1%
9	11,1%	16,0%	13,0%
PROMOTORZY	89,9%	74,6%	84,1%
8	6,5%	15,3%	9,9%
7	1,9%	5,8%	3,4%
PASYWNI	8,4%	21,1%	13,3%
6	0,6%	1,9%	1,1%
5	0,5%	1,4%	0,8%
4	0,3%	0,1%	0,2%
3	0,1%	0,4%	0,2%
2	0,1%	0,3%	0,2%
1	0,0%	0,1%	0,0%
0	0,1%	0,2%	0,1%
OPONĘCI	1,7%	4,4%	2,6%
*Suma końcowa	≈100,00%	≈100,00%	≈100,00%
NPS 2024	88,2%	70,2%	81,5%

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

*** Z uwagi na zaokrąglenia do 0,1 wartości nie sumują się do 100%.**

Sam wskaźnik NPS jest wynikiem prostego równania i otrzymuje się go po odjęciu procenta [OPONENTÓW] od procenta [PROMOTORÓW]. Wynik może być ujemny lub dodatni – w przedziale od -100% (kiedy wszyscy respondenci znajdują się w grupie osób krytycznych) do 100% (gdy wszyscy

²⁵ Net Promoter Score (Wskaźnik Orędownictwa Netto), jest wskaźnikiem, którego twórcą jest F. Reichheld. Służy do pomiaru lojalności konsumentów oraz jakości budowanych z nimi relacji. Istota wskaźnika sprowadza się do badania skłonności klienta do rekomendacji produktu lub usługi danej marki. Regularność w monitorowaniu poziomu NPS pozwala ocenić jakość prowadzonych działań i dostarcza niezbędnych informacji, które ułatwiają planowanie strategii skierowanych na budowanie satysfakcji u klientów. Optymalnie wykorzystany może być narzędziem do powiększania zysków przedsiębiorstwa (Gajewska P., 2012, s. 410) https://mfiles.pl/pl/index.php/Net_Promoter_Score dostęp: 2018-08-19.

²⁶ Pojęcie PASYWNY bardziej odpowiada sytuacji, gdyż tak PROMOTORZY jak i OPONENCI są AKTYWNI a jedynie kierunek ich aktywności jest odmienny, natomiast pasywność jest stanem braku aktywności, nazywanym BIERNOŚCIĄ. Dla tego opracowania zdecydowano się jednak ze względów ewentualnego tłumaczenia na język obcy zastosować słowo łatwiej poddające się tłumaczeniu. ang. passive, franc. passif, niem. passiv.

respondenci są promotorami). Zakłada się, że wskaźnik dodatni świadczy już o dobrych standardach, a przy wyniku wyższym niż 50% można mówić o sukcesie.

Tabela 10.2.2. Wskaźnik Net Promoter Score (NPS) dla pobytu w Krakowie w 2024 roku

POLECENIE NPS	KRAJ %	ZAGRANICA %	Razem %
PROMOTORZY	89,9%	74,6%	84,1%
PASYWNI	8,4%	21,1%	13,3%
OPONĘCI	1,7%	4,4%	2,6%
*Suma końcowa	100,00%	100,00%	100,00%
NPS 2024	88,2%	70,2%	81,5%

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

*** Z uwagi na zaokrąglenia do 0,1 wartości nie sumują się do 100%.**

Analizując zestawienie wyników wskaźnika Net Promoter Score w latach 2019-2024, należy zauważyć, że w każdym wskazanym roku jego wartość zdecydowanie przekraczała 50%, co można uznać za bardzo dobrą ocenę i reklamę dla Krakowa. Respondenci wykazują zadowolenie z wizyty w Królewskim Mieście i wyrażają chęć podzielenia się tą opinią oraz promowania Krakowa jako destynacji, którą warto obrać jako cel swojej podróży.

Wartości przyjmowane przez NPS kształtują się nieco inaczej, jeśli weźmiemy pod uwagę podział na turystów z Polski i zagranicy. Istotny jest fakt, że w każdym przypadku wynik przekracza (w mniejszym lub większym stopniu) granicę 50%, a więc finalnie i tak świadczy to o sukcesie destynacji.

Porównując poziom SATYSFAKCJI z pobytu w Krakowie w roku 2024 versus rok 2023, można zauważyć, że nastąpił wzrost NPS o 8,6 p.p. u turystów zagranicznych z 61,60% do 70,20% i wzrost NPS o 24,6 p.p. u turystów krajowych z 63,60% do 88,20%.

Wskaźnik NPS powyżej 50% oznacza sukces destynacji. Ogółem wskaźnik NPS w Krakowie w 2024 roku wyniósł 81,50%.

POLECENIE DESTYNACJI NPS	KRAJ %	ZAGRANICA %	Razem %
NPS 2024	88,20%	70,20%	81,50%
NPS 2023	63,60%	61,60%	63,20%
Różnica NPS 2024-NPS 2023	24,60%	8,60%	18,30%

Rozdział 11. Atrakcje Krakowskiego Obszaru Recepcyjnego

Respondent mógł wskazać trzykrotnie w pytaniu otwartym, co uważa, podczas obecnego pobytu za największą atrakcję krakowskiego obszaru recepcyjnego. Tabela 11.1.1. ukazuje decyzje respondentów.

Tabela 11.1.1. Atrakcje uznane przez turystów za najciekawsze (największe) podczas pobytu w 2024 roku

Atrakcje Krakowa	Kraj	Zagr.	Ogółem	Ranking
Rynek Główny	32,60%	19,50%	27,70%	1
Wawel	19,40%	16,40%	18,30%	2
Stare Miasto	13,50%	16,70%	14,70%	3
Dzielnica żydowska Kazimierz	8,00%	7,10%	7,70%	4
Muzea Miasta Krakowa	2,20%	5,30%	3,40%	5
Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach	3,80%	2,40%	3,20%	6
Sukiennice	2,00%	1,80%	1,90%	7
Bulwary Wiślane	1,60%	1,50%	1,50%	8
Kościół Mariacki	1,20%	1,90%	1,50%	9
Jarmark Bożonarodzeniowy	1,30%	1,70%	1,40%	10
Galerie handlowe	1,00%	2,00%	1,40%	
Puby/Kluby	0,50%	2,50%	1,20%	
Podgórze	1,80%	0,20%	1,20%	
Kopalnia/e soli	0,10%	2,70%	1,00%	
Nowa Huta	1,50%	0,10%	1,00%	
Auschwitz-Birkenau	0,00%	2,40%	0,90%	
Planty	0,70%	0,40%	0,60%	
Zakrzówek	0,70%	0,40%	0,60%	
Zoo	0,60%	0,20%	0,50%	

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

Respondenci w trakcie ankietowania mieli określić się, co już widzieli lub gdzie byli lub zamierzają być i co chcą zobaczyć, mając do dyspozycji listę (kafeterię) wielokrotnego wyboru. Poniżej tabela 11.1.2. ukazuje preferencje turystów wraz z rankingiem.

Tabela 11.1.2. Atrakcje/miejsca, w których osoba był(a) lub zamierzał(a) być podczas tego pobytu w Krakowie – Atrakcje Krakowa 2024 – Wielokrotne wskazania respondentów wszystkich wskazań atrakcji KOR²⁷ dotyczące całego zbioru ankietowanych (N=3244) – sortowanie według OGÓŁEM

Etykiety wierszy	Kraj	Zagr.	Ogółem
Ogółem % wiersz	61,7%	38,3%	100,0%
Ogółem N wiersz	2002	1242	3244
Rynek Główny	16,9%	9,7%	13,1%
Galerie handlowe	11,0%	5,6%	8,2%
Zamek Królewski – Wawel	7,0%	7,7%	7,3%
Uliczki i zaułki Kazimierza / dzielnica żydowska	6,9%	5,9%	6,4%
Uliczki i zaułki Starego Miasta	5,2%	7,3%	6,3%
Restauracje	5,3%	6,9%	6,1%
Parki	5,1%	5,6%	5,4%
Sukiennice	6,1%	4,7%	5,3%
Kościoty	3,8%	5,4%	4,7%
Bulwary nad Wisłą	4,8%	3,8%	4,3%
Kluby nocne, puby	2,0%	3,6%	2,9%
Dzielnica Podgórze	3,9%	1,4%	2,6%
Kopalnia soli – Wieliczka	1,3%	3,7%	2,6%
Synagogi, cmentarze żydowskie	2,0%	2,7%	2,4%
Muzeum – Podziemia Rynku Głównego	1,3%	2,7%	2,1%
Muzeum Auschwitz-Birkenau	0,6%	3,4%	2,0%
Place handlowe/targi	0,9%	2,8%	1,9%
Sanktuarium Jana Pawła II w Łagiewnikach	2,5%	1,4%	1,9%
Fabryka Emalia Oskara Schindlera	1,0%	2,4%	1,7%
Muzeum Czartoryskich z obrazem Leonarda da Vinci	1,1%	1,8%	1,5%
Dzielnica Nowa Huta	1,6%	1,1%	1,3%
Inne muzeum (niż wymienione) w Krakowie	1,1%	1,1%	1,1%
Kopiec Kościuszki	1,1%	1,0%	1,0%
Galeria Sztuki Polskiej XIX wieku w Sukiennicach	0,8%	1,1%	1,0%
Collegium Maius Uniwersytetu Jagiellońskiego	0,7%	1,1%	0,9%
Rejs statkiem po Wiśle	0,9%	0,8%	0,8%
Muzeum sztuki współczesnej MOCAK	0,6%	1,0%	0,8%
Energylandia	0,4%	0,8%	0,6%
Zakrzówek	0,6%	0,6%	0,6%
Wadowice Dom Św. Jana Pawła II	0,4%	0,6%	0,5%
Tyniec – Klasztor	0,5%	0,5%	0,5%
Tauron Arena Kraków	0,6%	0,3%	0,5%
Filharmonia/teatr/opera	0,5%	0,3%	0,4%
Park Narodowy/Ojców-Pieskowa Skała	0,3%	0,5%	0,4%
Inne atrakcje	0,5%	0,2%	0,4%
Inne wystawy/galerie sztuki	0,2%	0,3%	0,2%
Centrum Kongresowe ICE	0,3%	0,2%	0,2%
EXPO Kraków	0,2%	0,1%	0,1%
Suma wskazań % kolumnowo	100,0%	100,0%	100,0%
Suma wskazań N kolumnowo	10374	11269	21643

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

²⁷ KOR = atrakcje Krakowskiego Obszaru Recepcyjnego.

Rozdział 12. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa 2024

Tabela 12.1.1. Deklaracja turystów dotycząca ponownego przyjazdu do Krakowa – Aglomerat decyzyjny

Etykiety wierszy	Kraj	Zagr.	Suma końcowa
NA PEWNO TAK	89,6%	61,5%	78,8%
RACZEJ TAK	8,8%	23,7%	14,5%
NIE WIE	1,3%	10,2%	4,7%
RACZEJ NIE	0,3%	3,2%	1,4%
NA PEWNO NIE	0,1%	1,3%	0,6%
Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%

Etykiety wierszy	Kraj	Zagr.	Suma końcowa
NA PEWNO TAK	89,6%	61,5%	78,8%
RACZEJ TAK	8,8%	23,7%	14,5%
	98,40%	85,20%	93,30%
NIE WIE	1,3%	10,2%	4,7%
RACZEJ NIE	0,3%	3,2%	1,4%
NA PEWNO NIE	0,1%	1,3%	0,6%
	1,70%	14,70%	6,70%
* Suma końcowa	100,0%	100,0%	100,0%

WSKAŹNIK POWROTU DO DESTYNACJI = WPD	KRAJ %	ZAGRANICA %	Razem %
TAK	98,40%	85,20%	93,30%
NIE	1,70%	14,70%	6,70%
	KRAJ	ZAGRANICA	SUMA
WPD-1	96,70%	70,50%	86,60%

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

*** Z uwagi na zaokrąglenia do 0,1 wartości nie sumują się do 100%.**

Wskaźnik powrotu do destynacji Kraków w 2024 roku jest satysfakcjonująco bardzo wysoki tak dla turystów „Ogółem” jak i w kategorii „Zagranica” i kategoria „Kraj”.

Tabela 12.1.2. Usługi, z których zadeklarował się skorzystać turysta w 2024 roku będąc w Krakowie

Usługi miasta Krakowa wybierane przez turystów	Kraj	Zagr.	Suma końcowa
Udział w liczbie N	54,7%	45,3%	100,0%
Z usług przewodnickich	23,3%	25,0%	24,1%
Z hulajnóg	16,8%	14,7%	15,8%
Z lokalnych aplikacji mobilnych	15,6%	12,6%	14,2%
Z informacji turystycznej	14,5%	13,6%	14,1%
Z lokalnej autokarowej wycieczki poza Kraków	6,9%	10,8%	8,6%
Z rowerów	8,9%	7,6%	8,3%
Z pozostałych turystycznych pojazdów elektrycznych (np. meleksy)	4,0%	4,7%	4,3%
Z pilota (coacha)	3,4%	3,9%	3,6%
Z powozów konnych	3,1%	3,5%	3,3%
Z innych USŁUG (np. rejs statkiem po Wiśle, wynajem samochodów, taxi (np. Bolt, Uber))	1,7%	2,1%	1,9%
Z segwayów	1,8%	1,7%	1,7%
*Razem	100,0%	100,0%	100,0%

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

*** Z uwagi na zaokrąglenia do 0,1 wartości nie sumują się do 100%.**

Rozdział 13. Wnioski

1. Dynamiczna odbudowa ruchu turystycznego po pandemii.

Po dwóch latach spadków związanych z pandemią COVID-19, Kraków odnotowuje systematyczny wzrost przyjazdowego ruchu turystycznego. W 2024 roku liczba gości osiągnęła wielkość 14,72 mln osób, co oznacza wzrost o 7,1% w stosunku do roku 2023 oraz przekroczenie wartości sprzed pandemii o 4,8%.

2. Zdecydowana (prawie 5,5-krotna) dominacja turystyki krajowej.

Wzrost przyjazdów w 2024 roku wynikał głównie z intensyfikacji ruchu krajowego, który zwiększył się do poziomu 12,39 mln osób, tj. o 9,8% w stosunku do roku poprzedniego i był o 15,3% wyższy niż w 2019 roku. Natomiast liczba odwiedzających z zagranicy (2,33 mln osób) spadła o 5,3%, co było efektem zmniejszonego ruchu przyjazdowego z Ukrainy (liczba odwiedzających z pozostałych krajów wzrosła o ponad 1/4).

3. Utrzymująca się luka w przyjazdach z noclegiem.

Pomimo wzrostu ogólnego liczby odwiedzających, liczba osób nocujących w Krakowie w 2024 roku była nadal o 21,7% niższa niż przed pandemią (7,95 mln osób vs 10,15 mln osób).

4. Nadal mniejsza niż przed pandemią liczba turystów zagranicznych.

Mimo że w 2024 roku liczba zagranicznych gości nocujących w Krakowie wzrosła o 11,7% (co wynikało w głównej mierze ze wzrostu liczby turystów z krajów innych niż Ukraina – o 18,4%), to była ona nadal o 50% niższa niż w 2019 roku (1,53 mln osób vs 3,05 mln osób), co świadczy o utrzymującym się deficycie w zakresie przyjazdów do stolicy Małopolski turystów międzynarodowych.

5. Kolejny skok liczby jednodniowych odwiedzających z Polski.

Liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie wzrosła w 2024 roku o 11,3%, przy czym wzrost ten dotyczył wyłącznie gości krajowych (+19,6%), ponieważ liczba jednodniowych odwiedzających z zagranicy zmniejszyła się o 26,6%, co wynikało z ograniczenia beznoclegowych przyjazdów z Ukrainy (liczba gości jednodniowych z pozostałych krajów wzrosła o 57,1%).

6. Mocny stabilny segment dwóch rynków emisyjnych.

Można wykazać, że podstawową listę krajów rozpoczynają dwa rynki emisyjne, to znaczy Wielka Brytania i Niemcy. Odwiedzający z Wielkiej Brytanii w 2024 roku ponownie potwierdzili swoją dominującą pozycję w strumieniu ruchu podróżniczego do Krakowa. Obliczona dla tego rynku średnia za lata 2016-2024 wyniosła 18,0%, a mediana 15,9%. Rynek ten okazał się niewrażliwy na zmiany wywołane ograniczeniami okresu covidowego, jak również sytuacją Polski jako kraju przyfrontowego po agresji Rosji na Ukrainę. Na drugim miejscu tradycyjnie pojawiają się podróżni z Niemiec, którzy w 2024 roku uzyskali wynik zbliżony do 10% (9,7%) udziałów w strumieniu przyjazdowego ruchu zagranicznego do Krakowa. Średnia dla tej grupy podróżnych za lata 2016-2024 wyniosła 13,4%, a mediana 13,9%. Charakterystyki odwiedzających z obu krajów są inne, ale te segmenty stanowią w analizowanym 2024 roku ponad 30% (30,3%) udziału w strumieniu przyjazdowego ruchu turystycznego z zagranicy. Średnia łącznie dla obu rynków za lata 2016-2024 wyniosła 31,4%, a mediana 30,3%. Jest to mocny segment krakowskiej zagranicznej turystyki przyjazdowej (1/3 rynku). Na bazie tego stałego fragmentu strumienia ruchu turystycznego można rozwijać przyjazdy z kolejnych, innych, w tym również bardziej ryzykownych destynacji.

7. Wyraźne zwiększenie się strumienia przyjazdów wakacyjnych turystów z centrum i południowego zachodu Polski.

W 2024 roku, w którym w dalszym ciągu kontynuowana była agresja Rosji na Ukrainę, widać było wyraźnie jej wpływ na zwiększenie się strumienia przyjazdów wakacyjnych z województwa mazowieckiego do Krakowa. Może być to związane z niestabilną sytuacją w ich ulubionej tak wakacyjnej, jak i weekendowej destynacji warmińsko-mazurskiej. Mieszkańcy województwa mazowieckiego uplasowali się na pierwszym miejscu wśród odwiedzających Kraków z wynikiem prawie 18% (17,7%) całości przyjezdnych. Na piątym miejscu znaleźli się odwiedzający z Dolnego Śląska z rekordowym wynikiem, bo prawie 9% (8,9%) udziałów. Warto jednak zwrócić uwagę na odwiedzających z niesąsiadujących z Małopolską województw, szczególnie na uwagę zasługują odwiedzający z północnych regionów krajów, głównie z województwa pomorskiego. Mediana za lata 2016-2024 dla mieszkańców Pomorza odwiedzających Kraków to ponad 4% (4,4%). Podróżni ci są odwiedzającymi Kraków w ramach długoterminowych pobytów w Małopolsce, co skutkuje multiplikacją wydatków okołonoclegowych. Zanotowano dalszy spadek udziałów w strukturze podróżnych przyjeżdżających do Krakowa z województwa warmińsko-mazurskiego i lubuskiego.

8. Wzrost roli tradycyjnych mediów jako źródeł informacji o Krakowie.

W 2024 roku odwiedzający najczęściej czerpali wiedzę o Krakowie od rodziny (42,1%) oraz ze szkoły (37,4%), co stanowi powrót do struktury informacyjnej sprzed 2023 roku. Na popularności zyskały natomiast tradycyjne media, takie jak prasa (+19,8 p.p.), radio (+17,1 p.p.) i telewizja (+14,3 p.p.), co może wskazywać na odwracanie się części turystów od cyfrowych źródeł informacji na rzecz bardziej wiarygodnych lub kontekstowo bogatszych mediów.

9. Spadek znaczenia informacji pozyskanych z mediów społecznościowych.

W 2024 roku odnotowano istotny spadek udziału mediów społecznościowych, blogerów i youtuberów jako źródła informacji o Krakowie (-7,3 p.p.), co odwraca wcześniejszy trend wzrostowy tej kategorii. Spadek ten był szczególnie wyraźny wśród odwiedzających zagranicznych (-9,0 p.p.), w którym to segmencie utrzymuje się on od 2022 roku. Może to sugerować zmianę w sposobie postrzegania tego kanału komunikacji przez cudzoziemców, którzy coraz częściej polegają na rekomendacjach znajomych (+15,8 p.p.).

10. Coraz silniejszy wpływ targów turystycznych.

Od 2019 roku siła oddziaływania targów turystycznych systematycznie wzrasta, zwłaszcza wśród gości krajowych. W 2024 roku 15,4% Polaków wskazało te wydarzenia jako źródło wiedzy o mieście, co stanowi wzrost o 11,8 p.p. względem roku poprzedniego. Może to wynikać z rosnącej popularności bezpośrednich kontaktów z przedstawicielami branży turystycznej oraz zwiększonego zainteresowania ofertami prezentowanymi na tego typu eventach.

11. Samodzielna organizacja wizyty nadal dominującą formą podróży do Krakowa.

W 2024 roku zdecydowana większość odwiedzających Kraków (72,1%) przygotowała wizytę w mieście we własnym zakresie. Jest to kontynuacja wieloletniego trendu, z nieznacznym wzrostem w porównaniu z rokiem 2023 (+1,1 p.p.).

12. Niewielkie zmiany w organizacji podróży.

Mimo pewnych przesunięć w preferencjach odwiedzających, hierarchia organizatorów podróży pozostała w dużej mierze stabilna. W obu analizowanych grupach najczęściej wybieraną formą była samodzielna organizacja, a na kolejnych miejscach uplasowali się znajomi i rodzina. Pozostali

organizatorzy, tj. zakłady pracy, szkoły czy parafie, utrzymały się na zbliżonym poziomie z lat poprzednich.

13. Zróżnicowanie w sposobie organizacji wizyty między odwiedzającymi krajowymi i zagranicznymi.

Podczas gdy Polacy znacznie częściej niż goście zagraniczni planowali podróż do Krakowa we własnym zakresie (79,8% vs 59,6%), obcokrajowcy w większym stopniu niż odwiedzający krajowi korzystali z pomocy znajomych (13,3% vs 5,7%), rodziny (10,8% vs 5,0%) oraz biur podróży (7,8% vs 0,5%). Wskazuje to na istotne różnice w modelu organizacji podróży, co może mieć znaczenie przy opracowywaniu kampanii promocyjnych skierowanych do poszczególnych grup odbiorców.

14. Wzrost znaczenia biur podróży wśród cudzoziemców.

W 2024 roku odsetek zagranicznych gości korzystających z usług biur podróży nieznacznie wzrósł względem roku poprzedniego (o 1,3 p.p.), co wskazuje na częściowy powrót zainteresowania zorganizowanymi formami turystyki w tej grupie. Może to być efektem rosnącej liczby turystów poszukujących kompleksowych pakietów turystycznych obejmujących transport, zakwaterowanie i zwiedzanie, co jest impulsem do intensyfikacji współpracy Krakowa z touroperatorami.

15. Stopniowy spadek roli organizatorów podróży zbiorowych.

Od 2022 roku obserwuje się stopniowy spadek udziału rodziny i biur podróży jako organizatorów podróży do Krakowa wśród turystów krajowych, a także zmniejszenie liczby zagranicznych turystów korzystających z usług tzw. innych instytucji. Zmiana ta może wynikać z rosnącej dostępności narzędzi internetowych umożliwiających samodzielne planowanie podróży oraz zmieniających się preferencji turystów po pandemii, podczas której wielu nabyło umiejętności korzystania z nowych technologii.

16. Dominacja internetowych platform rezerwacyjnych.

W 2024 roku najpopularniejszą metodą rezerwacji noclegów w Krakowie było korzystanie z internetowych platform rezerwacyjnych (46,0% wskazań), co oznacza wzrost o 28,2 p.p. względem roku poprzedniego. Trend ten jest widoczny zarówno wśród turystów krajowych (+30,5 p.p.), jak i zagranicznych (+20,9 p.p.). Świadczy to o rosnącym znaczeniu cyfrowych narzędzi w planowaniu podróży i podkreśla konieczność dostosowania strategii marketingowych obiektów noclegowych do wymagań użytkowników platform rezerwacyjnych.

17. Bezpośrednia rezerwacja online na stronie obiektu – druga najczęściej wybierana opcja samodzielnej organizacji noclegów.

Drugim najpopularniejszym sposobem rezerwacji noclegów był bezpośredni booking na stronie www obiektu (28,9%), który również wykazał wzrost względem poprzedniego roku (o 7,0 p.p.). Sugeruje to rosnącą świadomość i zaufanie do bezpośrednich kanałów rezerwacji.

18. Znaczny spadek popularności kontaktów telefonicznych i braku wcześniejszej rezerwacji/zakupu noclegów.

W 2024 roku nastąpił istotny spadek rezerwacji telefonicznych (o 16,1 p.p.), co jest zgodne z ogólnym trendem przechodzenia na cyfrowe formy komunikacji. Spadek zanotowano zarówno wśród Polaków (o 15,5 p.p.), jak i gości zagranicznych (o 16,2 p.p.). Ponadto, znacząco zmniejszyła się liczba odwiedzających, którzy nie rezerwowali noclegu przed przyjazdem (o 10,2 p.p.), co wskazuje na coraz mniejszą skłonność do spontanicznego poszukiwania zakwaterowania na miejscu. Zmniejszenie to dotyczyło tak gości krajowych (o 11,1 p.p.), jak i zagranicznych (o 8,8 p.p.).

19. Kontynuacja trendów w zakresie samodzielnej organizacji noclegów od 2022 roku.

Od 2022 roku nieprzerwanie rośnie liczba rezerwacji dokonywanych przez strony internetowe obiektów noclegowych oraz maleje odsetek turystów krajowych, którzy nie rezerwują noclegu z wyprzedzeniem. Świadczy to o coraz większej skłonności odwiedzających do planowania pobytu przed przyjazdem, co ma istotne implikacje dla branży turystycznej – zwłaszcza w kontekście dystrybucji i promocji ofert noclegowych.

20. Prymat krótkoterminowych wizyt turystycznych.

W 2024 roku najczęściej deklarowaną długością pobytu w Krakowie były wizyty trwające 2-3 noce, które stanowiły 36,9% wszystkich podróży. Znaczący odsetek odwiedzających (24,3%) pozostawał w mieście tylko jedną noc, a 15,6% przebywało od 4 do 7 nocy. Dłuższe pobyty, przekraczające tydzień, były marginalne i dotyczyły jedynie 3,8% gości.

21. Tendencja w zakresie skracania długości pobytu.

W porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano wyraźny wzrost liczby wizyt trwających jedną noc i 2-3 noce (w sumie o 14,4 p.p.). Jednocześnie zmniejszył się odsetek pobytów długoterminowych (4-7 nocy i ponad tydzień) – łącznie o 12,5 p.p., co wskazuje na tendencję do skracania czasu spędzanego w Krakowie. Widoczny jest długoterminowy trend w tym zakresie, szczególnie wśród turystów krajowych, w przypadku których od 2022 roku stopniowo zmniejsza się udział wizyt trwających dłużej niż tydzień, natomiast wzrasta liczba pobytów jednodniowych, co może mieć istotne implikacje dla strategii rozwoju turystyki w mieście.

22. Zróżnicowanie długości pobytu gości krajowych i zagranicznych.

Odwiedzający krajowi bardziej niż zagraniczni preferowali krótsze wizyty, tj. pobyt do 3 godzin (5,1% vs 2,0%), jednodniowy bez noclegu (18,1% vs 2,8%) oraz jednodniowy z noclegiem (34,5% vs 7,9%). Natomiast obcokrajowcy częściej decydowali się na pobyty trwające 2-3 noce (43,8% vs 32,6%) oraz 4-7 nocy (33,0% vs 4,9%), a także dłuższe niż tygodniowe (8,0% vs 1,2%).

23. Różne zmiany w długości pobytu w segmentach krajowych i zagranicznych odwiedzających.

Wśród gości krajowych odnotowano wzrost udziału wizyt jednodniowych bez noclegu oraz trwających 1 noc i 2-3 noce, przy jednoczesnym spadku udziału dłuższych pobytów (o 21,6 p.p.). W przypadku cudzoziemców największy wzrost dotyczył pobytów o długości 2-3 noce (+11,1 p.p.), natomiast zmniejszył się udział wizyt jednodniowych, pobytów z jednym noclegiem oraz trwających 4-7 nocy (łącznie o 9,9 p.p.).

24. Istotna rola hoteli w strukturze zakwaterowania w mieście.

Pomimo istotnego spadku (o 21,0 p.p.) roli hoteli jako miejsca zakwaterowania turystów odwiedzających Kraków, obiekty te wciąż dominowały w strukturze noclegowej (skorzystało z nich 41,2% gości), zarówno wśród turystów krajowych (31,6%), jak i zagranicznych (53,7%).

25. Spadek znaczenia hosteli na rzecz alternatywnych form noclegów – apartamentów i pensjonatów.

Hostele, które do 2018 roku zajmowały drugą pozycję w strukturze zakwaterowania, w 2024 roku uplasowały się dopiero na czwartym miejscu, z udziałem 6,1%. Drugie miejsce w rankingu zajęły bowiem apartamenty, przyciągając 24,5% turystów. Ich popularność wzrosła o 20,4 p.p. w porównaniu z rokiem 2023. Podobny trend dotyczył pensjonatów, z których skorzystało 12,0% odwiedzających (wzrost o 10,7 p.p.). Wszystko to wskazuje na rosnące zainteresowanie bardziej kameralnymi formami zakwaterowania, zapewniającymi większy komfort i prywatność.

26. Zróżnicowanie preferencji noclegowych w zależności od pochodzenia turystów.

Turyści zagraniczni częściej niż krajowi wybierali hotele (53,7% vs 31,6%), hostele (7,1% vs 5,4%) oraz kwatery prywatne (3,1% vs 1,8%). Polacy natomiast chętniej korzystali z apartamentów (25,3% vs 23,5%), pensjonatów (19,8% vs 2,1%) oraz noclegów u rodziny (4,8% vs 3,6%) i znajomych (4,4% vs 3,2%). Różnice te mogą wynikać z różnych oczekiwań wobec standardu noclegów oraz długości pobytu.

27. Długoterminowe zmiany w strukturze zakwaterowania.

W perspektywie od 2022 roku obserwuje się stopniowy spadek znaczenia zakładów uzdrowiskowych oraz w segmencie turystów zagranicznych – pensjonatów i ośrodków wczasowych. Jednocześnie wzrasta popularność kwater prywatnych i apartamentów, co może świadczyć o ewolucji preferencji turystów w kierunku bardziej elastycznych i samodzielnych form zakwaterowania.

28. Duża popularność hoteli trzy- i czterogwiazdkowych.

W 2024 roku największą popularnością wśród turystów hotelowych w Krakowie cieszyły się obiekty trzygwiazdkowe, na które zdecydowało się 43,9% gości, oraz czterogwiazdkowe, które wybrało 33,7% turystów. Obiekty pięciogwiazdkowe były preferowane przez 16,4% gości. Mniejszy odsetek turystów wybierał hotele o niższej kategorii – dwugwiazdkowe (4,4%) i jednogwiazdkowe (0,9%).

29. Zmiany w preferencjach hotelowych.

W stosunku do roku 2023, w 2024 roku odnotowano wzrost zainteresowania obiektami pięciogwiazdkowymi (o 9,1 p.p.) oraz trzygwiazdkowymi (o 5,6 p.p.), podczas gdy spadł odsetek gości korzystających z hoteli czterogwiazdkowych o 4,5 p.p., a dwugwiazdkowych – o 6,0 p.p. Ponadto, zauważalny był wzrost liczby turystów, którzy nie określili kategorii hotelu, w którym nocowali (o 5,1 p.p.).

30. Różnice w preferencjach między turystami krajowymi a zagranicznymi.

Goście krajowi częściej niż zagraniczni wybierali hotele trzygwiazdkowe (61,4% vs 30,4%) oraz jednogwiazdkowe (1,3% vs 0,6%). Z kolei cudzoziemcy bardziej preferowali obiekty wyższej kategorii: czterogwiazdkowe (41,9% vs 22,9%) i pięciogwiazdkowe (21,8% vs 9,6%), a także częściej nocowali w hotelach dwugwiazdkowych (4,8% vs 3,8%).

31. Podobne reorientacje odnośnie do kategorii hoteli wśród gości z Polski i zagranicy.

W grupie turystów krajowych nastąpiło znaczące zmniejszenie udziału osób nocujących w obiektach czterogwiazdkowych (spadek o 13,9 p.p.), podczas gdy udział tego rodzaju hoteli nieznacznie wzrósł wśród cudzoziemców (o 1,0 p.p.). Z kolei hotele trzygwiazdkowe i pięciogwiazdkowe stały się w obu segmentach bardziej popularne (wzrost odpowiednio o 18,2 p.p. i o 2,7 p.p. wśród Polaków i o 2,0 p.p. i o 13,9 p.p. w grupie obcokrajowców), a na znaczeniu straciły obiekty dwugwiazdkowe (spadek o 8,7 p.p. wśród hotelowych gości krajowych i o 1,4 p.p. w segmencie cudzoziemców).

32. Znaczący spadek wydatków przed przyjazdem krajowych odwiedzających.

W 2024 roku odnotowano istotne zmniejszenie średniej kwoty wydatkowanej przez turystów krajowych przed podróżą do Krakowa (o 61,3%). Niewielki wzrost (o 8,0%) zanotowano jedynie w segmencie jednodniowych odwiedzających, co wskazuje na zmianę struktury popytu wśród Polaków przyjeżdżających do Krakowa.

33. Wzrost wydatków przed przyjazdem gości zagranicznych.

Średnie wydatki odwiedzających z zagranicy przed przyjazdem do Krakowa wzrosły o 18,6%, co sugeruje rosnącą atrakcyjność miasta wśród cudzoziemców, szczególnie tych z krajów arabskich oraz Stanów Zjednoczonych, którzy wydatkowali najwięcej (odpowiednio 2 638 zł na osobę i 2 437 zł na osobę). Duży wzrost wydatków był również widoczny wśród odwiedzających z Danii (ponad 2,5-krotny), Izraela (ponad 2,5-krotny), Ukrainy (ponad 2-krotny) i Niemiec (prawie 2-krotny).

34. Wyraźne różnice w strukturze wydatków przed przyjazdem krajowych i zagranicznych odwiedzających.

Obcokrajowcy przed przyjazdem do Krakowa w 2024 roku wydatkowali średnio 2,5 razy więcej niż krajowi odwiedzający. Zagraniczni goście przeznaczali najwyższe sumy na zakup produktu w biurze podróży oraz na tzw. inne cele – ponad 3,5-krotnie więcej niż Polacy. Wydatki krajowych odwiedzających dotyczyły głównie noclegów, choć i tak w porównaniu z wydatkami cudzoziemców były one niemal o 1/2 niższe. Różnice pomiędzy oboma segmentami są szczególnie widoczne również w przypadku wydatków na wycieczki lokalne – goście z Polski przeznaczają na nie o prawie 3/4 mniejsze środki niż cudzoziemcy.

35. Istotna rola wydatków podczas pobytu zagranicznych odwiedzających.

W 2024 roku średnia kwota wydatkowana podczas pobytu przez zagranicznych odwiedzających w Krakowie osiągnęła najwyższy poziom w analizowanym okresie. Wydatki te były ponad 2,5-krotnie wyższe niż kwoty wydawane przez gości krajowych, co potwierdza ich istotny wkład w lokalną gospodarkę turystyczną.

36. Zróżnicowanie poziomu wydatków podczas pobytu w zależności od kraju pochodzenia.

Najwyższe średnie wydatki podczas pobytu w Krakowie odnotowano wśród gości z krajów arabskich (2 654 zł na osobę), a także ze Stanów Zjednoczonych (1 850 zł na osobę) i Szwecji (1 715 zł na osobę). W porównaniu z rokiem poprzednim największy wzrost zaobserwowano wśród odwiedzających z Belgii (aż ponad 4,5-krotny), Kanady (prawie 2,5-krotny) i Portugalii (ponad 2-krotny), natomiast istotny spadek odnotowano wśród przybyszów z Niemiec (o 43,8%), Arabii Saudyjskiej (o 41,9%), Norwegii (o 39,1%) i Szwajcarii (o 38,4%).

37. Spadek wydatków podczas pobytu krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych.

W porównaniu z rokiem poprzednim w 2024 roku zaobserwowano znaczące zmniejszenie wydatków odwiedzających z Polski, zarówno wśród turystów (o ponad 1/3), jak i gości jednodniowych (o ponad 1/4). Spadek ten może wynikać z czynników ekonomicznych, w tym wzrostu kosztów utrzymania i podróży, co negatywnie wpływa na krajowy popyt na krakowskie usługi turystyczne.

38. Zbliżona struktura wydatków podczas pobytu odwiedzających krajowych i zagranicznych.

Zarówno goście krajowi, jak i zagraniczni najczęściej środków przeznaczali na noclegi (odpowiednio 252 zł na osobę i 752 zł na osobę), gastronomię (odpowiednio 202 zł na osobę i 494 zł na osobę) oraz na tzw. inne cele (odpowiednio 142 zł na osobę i 528 zł na osobę). Różnice w strukturze wydatków wskazują natomiast na większą skłonność zagranicznych odwiedzających do przeznaczania środków na pamiątki, upominki i inne zakupy (średnio 286 zł na osobę vs 119 zł na osobę w grupie Polaków).

39. Długoterminowy wzrost wydatków zagranicznych turystów na gastronomię podczas pobytu.

W analizowanym okresie odnotowano stopniowy wzrost środków przeznaczanych przez

zagranicznych gości na gastronomię, co może świadczyć o rosnącym znaczeniu oferty kulinarnej Krakowa jako istotnego elementu doświadczenia turystycznego.

40. Spadek całkowitych wpływów z turystyki pomimo wzrostu liczby krajowych odwiedzających.

W 2024 roku szacunkowe wpływy podmiotów obsługujących ruch turystyczny w Krakowie wyniosły 9,05 mld zł, co stanowiło spadek o 14,6% w porównaniu do roku poprzedniego. Główne czynniki tego zjawiska to zmniejszenie liczby gości zagranicznych (o 5,3%) oraz istotne ograniczenie średnich wydatków krajowych odwiedzających (o prawie 2/3 przed podróżą i o ponad 1/3 podczas pobytu). Mimo tego spadku, wpływy w 2024 roku były o 20% wyższe niż w przedpandemicznym roku 2019.

Rozdział 14. Rekomendacje

1. Intensyfikacja działań promocyjnych na rynkach zagranicznych.

W celu odbudowy międzynarodowego ruchu turystycznego konieczne jest wdrożenie kompleksowej strategii promocyjnej skierowanej do turystów zagranicznych, szczególnie z rynków europejskich. Należy uwzględnić kampanie marketingowe zachęcające do pobytów w Krakowie. Niezbędna jest też kontynuacja działań zmierzających do pozycjonowania marki Kraków w umysłach odwiedzających jako miasta odpowiedzialnego, stawiającego na zrównoważony rozwój, a szczególnie bezpiecznego, co jest konieczne w sytuacji przedłużającej się wojny na Ukrainie.

2. Optymalizacja oferty turystycznej pod kątem wydłużenia pobytów odwiedzających miasto.

Mając na uwadze wzrost liczby jednodniowych odwiedzających przy jednoczesnym deficycie liczby gości nocujących w Krakowie, warto rozważyć wprowadzenie działań zachęcających do dłuższego pobytu. Może to obejmować specjalne pakiety promocyjne, rozwój oferty kulturalno-rekreacyjnej oraz lepsze dostosowanie infrastruktury turystycznej do potrzeb odwiedzających.

3. Zróżnicowanie strategii promocyjnych w zależności od grupy docelowej.

Wobec odmiennych źródeł informacji wykorzystywanych przez gości krajowych i zagranicznych, konieczne jest zróżnicowanie działań promocyjnych. W przypadku cudzoziemców kluczowe będą działania oparte na marketingu rekomendacji, angażujące ambasadorów marki oraz sieci kontaktów osobistych. Kampanie promocyjne powinny uwzględniać storytelling, oparty na kulturze i dziedzictwie Krakowa, co może skutecznie wzmocnić wizerunek miasta jako atrakcyjnej destynacji turystycznej. W przypadku Polaków miasto powinno natomiast zwiększyć swoje zaangażowanie w wydarzenia branżowe oraz intensyfikować współpracę z prasą, radiem i telewizją.

4. Rewitalizacja działań promocyjnych w mediach społecznościowych.

W obliczu malejącego znaczenia mediów społecznościowych jako źródła informacji o Krakowie, warto opracować nową strategię komunikacji w tym kanale, szczególnie w kontekście międzynarodowym. Efektywne mogą być kampanie z udziałem influencerów o globalnym zasięgu oraz interaktywne treści promujące pobyty w Krakowie.

5. Wzmocnienie narzędzi wspierających samodzielne planowanie podróży.

Biorąc pod uwagę rosnącą liczbę odwiedzających samodzielnie organizujących sobie wizyty w Krakowie, Urząd Miasta powinien rozwijać dedykowane platformy cyfrowe ułatwiające planowanie pobytu, w tym interaktywne przewodniki, aplikacje mobilne i narzędzia rezerwacyjne. Może to zwiększyć komfort turystów oraz zoptymalizować ich doświadczenia w mieście.

6. Rozszerzenie współpracy z touroperatorami.

Wzrost znaczenia biur podróży wśród zagranicznych odwiedzających wskazuje na potrzebę intensyfikacji działań promocyjnych skierowanych do organizatorów turystyki grupowej. Urząd Miasta Krakowa powinien rozwijać współpracę z biurami podróży, oferując specjalne pakiety i dedykowane materiały promocyjne, aby zwiększyć liczbę przyjazdów zorganizowanych, szczególnie wśród gości z rynków zagranicznych.

7. Wsparcie dla promocji Krakowa na internetowych platformach rezerwacyjnych.

W związku z dominującą rolą internetowych platform rezerwacyjnych do samodzielnej organizacji noclegów, w celu promowania Krakowa jako atrakcyjnej destynacji, niezbędna jest współpraca

z globalnymi platformami rezerwacyjnymi (np. Booking.com, Airbnb), w tym negocjowanie preferencyjnych warunków dla krakowskich obiektów noclegowych (np. obniżone prowizje lub dedykowane kampanie marketingowe zachęcające turystów do wyboru Krakowa jako miejsca pobytu).

8. Rozwój oficjalnego miejskiego systemu rezerwacyjnego i zwiększenie dostępności informacji turystycznej w Internecie.

Ze względu na rosnące znaczenie rezerwacji bezpośrednio na stronach obiektów, konieczna staje się rozbudowa miejskiego portalu turystycznego, rozwój oficjalnych stron internetowych i aplikacji turystycznych Krakowa (które umożliwiłyby bezpośrednie rezerwacje noclegów w obiektach) oraz ich integracja z systemami miejskiej informacji turystycznej, umożliwiającą odwiedzającym kompleksową organizację pobytu (noclegi, atrakcje, transport). Potrzebne jest również wsparcie dla mniejszych obiektów noclegowych, które nie mają zasobów na efektywną promocję online. Wskazane byłoby także wsparcie wielojęzycznych treści i integracja z popularnymi platformami turystycznymi.

9. Edukacja i wsparcie dla właścicieli i gestorów obiektów noclegowych.

Biorąc pod uwagę trendy w samodzielnej organizacji noclegów, potrzebna jest organizacja szkoleń dla właścicieli i gestorów obiektów noclegowych dotyczących skutecznej obecności na internetowych platformach rezerwacyjnych. Konieczne staje się także ułatwienie dostępu do nowoczesnych technologii rezerwacyjnych dla mniejszych podmiotów, np. poprzez miejskie granty na digitalizację usług.

10. Rozwój oferty dostosowanej do turystów krótkoterminowych.

W związku z rosnącą popularnością krótkoterminowych wizyt konieczne jest dostosowanie oferty turystycznej do oczekiwań gości przebywających w Krakowie do trzech nocy. Warto promować gotowe pakiety obejmujące intensywne zwiedzanie, w tym bilety łączone do kilku atrakcji, dedykowane trasy turystyczne oraz rozwiązania usprawniające mobilność, takie jak krótkoterminowe karnety na transport publiczny.

11. Intensyfikacja działań na rzecz wydłużenia pobytu odwiedzających.

Aby przeciwdziałać tendencji skracania wizyt, zaleca się wdrożenie strategii zachęcających do dłuższego pobytu. Można rozważyć rozwój oferty turystyki tematycznej (np. turystyka kulturowa, gastronomiczna, rekreacyjna), organizację dłuższych wydarzeń kulturalnych oraz promowanie wycieczek regionalnych do okolicznych miejscowości (np. Wieliczka, Ojcowski Park Narodowy), co może skłonić turystów do przedłużenia pobytu w Krakowie.

12. Wsparcie rozwoju alternatywnych form zakwaterowania.

W związku z rosnącym zainteresowaniem apartamentami i pensjonatami należy rozważyć stworzenie systemu certyfikacji lub rekomendacji dla tego typu obiektów, co zwiększyłoby ich wiarygodność i zapewniło turystom odpowiedni standard usług. Warto również promować rozwój zrównoważonych form zakwaterowania, minimalizujących negatywny wpływ turystyki na lokalną społeczność.

13. Dostosowanie strategii promocji do segmentów rynku.

Ze względu na odmienne preferencje noclegowe turystów krajowych i zagranicznych zaleca się prowadzenie zróżnicowanych działań promocyjnych w tych segmentach. W kampaniach skierowanych do gości zagranicznych należy podkreślać wysoką jakość hoteli oraz ich dogodną lokalizację. Natomiast w przypadku turystów krajowych warto promować apartamenty i pensjonaty jako atrakcyjne opcje dla krótkich pobytów w Krakowie.

14. Rozwój oferty hotelowej klasy premium.

Biorąc pod uwagę wzrost popularności obiektów pięciogwiazdkowych, szczególnie wśród turystów zagranicznych, zaleca się dalszy rozwój oferty hoteli klasy premium w Krakowie. Warto skoncentrować się na inwestycjach w ten rodzaj bazy hotelowej, szczególnie w kontekście rosnącego zainteresowania luksusową turystyką. Może to przyczynić się do zwiększenia prestiżu miasta jako destynacji turystycznej o wysokiej jakości usług.

15. Dostosowanie oferty turystycznej do struktury wydatków przed przyjazdem zagranicznych odwiedzających.

Mając na względzie wzrost wydatków przed przyjazdem gości zagranicznych, szczególnie z krajów arabskich i USA, należy wzmocnić działania promocyjne skierowane do tych rynków, uwzględniając ich preferencje, np. ekskluzywne usługi turystyczne, wydarzenia kulturalne, usługi medyczne.

16. Inicjowanie działań na rzecz zwiększenia wydatków gości krajowych.

W celu przeciwdziałania spadkowi wydatków przed przyjazdem i podczas pobytu gości z Polski, konieczne jest wdrożenie programów wspierających lokalne usługi turystyczne, np. wprowadzenie pakietów zniżkowych na bilety wstępu do atrakcji, lokalne wycieczki i noclegi, co mogłoby zachęcić krajowych odwiedzających do większych wydatków. Należałoby też wdrożyć i rozwijać oferty pakietowe obejmujące noclegi, gastronomię i atrakcje turystyczne.

17. Dalsza dywersyfikacja oferty turystycznej w celu zwiększenia wydatków podczas pobytu zagranicznych odwiedzających.

W obliczu wzrastających wydatków zagranicznych gości na gastronomię i rozrywkę zasadne jest intensyfikowanie działań wspierających rozwój wysokiej jakości oferty kulinarnej oraz organizację wydarzeń kulturalnych i rekreacyjnych. Może to przyczynić się do wydłużenia pobytu turystów oraz wzrostu ich całkowitych wydatków w mieście.

18. Zrównoważona strategia zwiększania wpływów z turystyki.

W obliczu spadku całkowitych przychodów z turystyki w mieście w 2024 roku, pomimo wzrostu liczby krajowych odwiedzających, wskazane jest podjęcie działań ukierunkowanych na zwiększenie średnich wydatków poprzez rozwój ofert premium, promowanie usług o wysokiej wartości dodanej oraz wdrażanie strategii mających na celu przyciągnięcie większej liczby zagranicznych gości o wysokiej sile nabywczej.

19. Mieszkańcy ambasadorami Krakowa.

Należy budować pozytywne relacje z mieszkańcami, które stworzą niepowtarzalny charakter miejsca i wyzwolą w lokalnej społeczności postawy swoistych ambasadorów, co pozytywnie wpłynie na postrzeganiu miasta przez odwiedzających i komfort ich pobytu.

20. Gościnność w równowadze – szacunek łączy gości i gospodarzy.

Wskazane jest kontynuowanie polityki gościnności opartej na zasadach szacunku gości dla gospodarzy.

21. Konieczność systematycznego – całorocznego – monitorowania ruchu turystycznego w destynacji KRAKÓW.

Niezwykle istotnym z punktu widzenia wymagań współczesnej gospodarki turystycznej w mieście jest opracowanie metody STAŁEGO, ZINTEGROWANEGO MONITORINGU STRUMIENIA RUCHU TURYSTYCZNEGO w skali mezo- i makroekonomicznej.

ANEKS

Rozdział 15. WIELKOŚĆ ZAGRANICZNEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO W LATACH 2005-2024 NA PODSTAWIE DANYCH GUS

Poniżej przedstawiono tabele zawierające parametry przydatne do analizy zagranicznego ruchu turystycznego na przykładzie danych dostępnych w Banku Danych Lokalnych GUS (bdl.stat.gov.pl). W rozważaniach uwzględniono cechę z podgrupy P2759 *Turyści zagraniczni w turystycznych obiektach noclegowych* wg wybranych krajów należących do grupy G240 *Turystyczne obiekty noclegowe i ich wykorzystanie*. Według stanu na dzień 30.IV.2025 r. podgrupa P2759 zawiera dwie cechy:

- liczba turystów zagranicznych (TurZagr)
- liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym (NocZagr) w przekroju 34 krajów: ogółem, Austria, Belgia, Białoruś, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Japonia, Kanada, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niderlandy (Holandia), Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rosja, Słowacja, Słowenia, Stany Zjednoczone Ameryki, Szwajcaria, Szwecja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy oraz pozostałe kraje.

Zakres czasowy danych dotyczących liczby turystów zagranicznych TurZagr obejmuje 26 lat (od roku 1999 do roku 2024) natomiast zakres czasowy liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym NocZagr jest krótszy i obejmuje 20 lat, od roku 2005 do roku 2024.

Przekroje terytorialne danych dostępne są na trzech poziomach:

- województwa i Polska (17)
- Powiaty (398)
- Gminy (4438)

W Bazie zamieszczone są dwie cechy: liczba turystów zagranicznych (TurZagr) oraz liczba udzielonych im noclegów (NocZagr). Na podstawie tych danych można wyznaczyć trzecią cechę, zdefiniowaną jako przeciętna liczba noclegów przypadająca na 1 turystę zagranicznego: $NTZ = \text{NocZagr} / \text{TurZagr}$. Należy tu pamiętać, że wartości cechy NTZ są dostępne od roku 2005, a ponadto, że jest to cecha wskaźnikowa, dla której nie da się wyznaczyć wartości w przypadku braku liczby turystów zagranicznych (dla $\text{TurZagr} = 0$). W takich sytuacjach można pozostawić komórkę niewypełnioną lub zawierającą informację o braku turystów zagranicznych. Informacje takie należy uwzględniać w trakcie analiz, z czym łączy się konieczność modyfikacji wykorzystywanych procedur analitycznych.

W trakcie logowania na stronę bdl.stat.gov.pl wskazuje się następujące parametry.

Kategoria TURYSTYKA (K18)

Grupa TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE I ICH WYKORZYSTANIE (G240)

Podgrupa Turyści zagraniczni w turystycznych obiektach noclegowych według wybranych krajów (P2759)

Wybrane lata z przedziału: 1999-2024

Poziom udostępniania danych Polska, województwa, powiaty, gminy

Ostatnia aktualizacja 30.04.2025

- Opis kategorii

Dane z zakresu turystycznej bazy noclegowej i jej wykorzystania opracowano na podstawie sprawozdań: a) KT-1 – gdzie dane do 2015 r. włącznie dotyczą tylko tych jednostek, które złożyły formularze statystyczne. Począwszy od danych za styczeń 2016 r. wprowadzono metodę imputacji danych. Dane od stycznia 2012 roku z badania KT-1 dotyczą wszystkich turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych (łącznie z pokojami gościnnymi i kwaterami agroturystycznymi), b) KT-2 – które dotyczy turystycznych obiektów noclegowych posiadających mniej niż 10 miejsc noclegowych. W przypadku danych odnoszących się do wykorzystania turystycznych obiektów noclegowych, gdy na danym obszarze znajdują się mniej niż 3 jednostki, dane zostały utajnione (tajemnica statystyczna). Liczba obiektów (oraz pokoi i miejsc noclegowych) dotyczy obiektów, które działały w dniu 31 lipca. Dane dotyczące wykorzystania obiektów (udzielone noclegi, wynajęte pokoje, turyści) wykazywane są dla całego roku sprawozdawczego.

- **Opis grupy**

Do obiektów noclegowych zaliczono hotele, motele, pensjonaty, inne obiekty hotelowe, domy wycieczkowe, schroniska, schroniska młodzieżowe, szkolne schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, ośrodki kolonijne, ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe, domy pracy twórczej, zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych, pola biwakowe, kempingi, obiekty do wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego, zakłady uzdrowiskowe, (kwatery prywatne do 1999 r.) i inne. Począwszy od danych za rok 2012 badanie KT-1 dotyczy wszystkich turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 i więcej miejsc noclegowych. Również od danych za 2012 r. do turystycznych obiektów noclegowych ogółem doliczono kwatery agroturystyczne i pokoje gościnne (kwatery prywatne), natomiast dane szczegółowe dla tych obiektów dostępne są od poziomu województwa. Dane o wynajętych pokojach dotyczą tylko hoteli, moteli, pensjonatów i innych obiektów hotelowych. W roku 1999 ze względu na zmianę systemu sprawozdawczości KT-1 – zbiory zawierają dane tylko za okres styczeń-wrzesień.

- **Opis podgrupy**

Począwszy od danych za 2016 rok w statystyce dotyczącej turystycznej bazy noclegowej wprowadzono metodologię imputacji danych dla jednostek zobowiązanych do złożenia sprawozdania na formularzu KT-1, które odmówiły udziału w badaniu.

Pobierając dane z podgrupy P2759 wskazuje się:

- lata z przedziału 1999-2024,
- cechy: turyści zagraniczni (nierezydenci) lub noclegi udzielone turystom zagranicznym (nierezydentom),
- kraje pochodzenia turystów zagranicznych,
- poziom udostępnienia danych: Polska, województwa, powiaty, gminy. W tym przypadku wskazuje się na jedną z opcji: **Zaznaczyć**: wszystkie, województwa, powiaty, gminy lub **odznaczyć** wszystkie).

Przed zakończeniem generowania zbioru danych niezbędne jest porównanie liczby wybranych elementów (N) z ich maksymalną, dopuszczalną liczbą $N_{\max}$. Jeżeli $N > N_{\max}$ to należy odpowiednio

zmniejszyć zakres pobieranych danych, np. zmniejszyć liczbę krajów, zakres lat, wybrać tylko jedną cechę zamiast dwóch (liczbę turystów lub liczbę noclegów) tak aby generowany zbiór spełniał warunek $N < N_{\max}$. Następnie należy wygenerować drugi zbiór danych zawierający dane pominięte w poprzednim kroku. Procedurę generowania kończy pracochłonna agregacja zbiorów danych utworzonych w kolejnych krokach. Opisana procedura jest niezbędna w przypadku dużej liczby wariantów analizowanej cechy, np. liczby turystów zagranicznych lub liczby udzielonych im noclegów w odniesieniu do gmin, w których zlokalizowane są obiekty noclegowe.

Poniżej podano 5 przykładowych rekordów zawierających informacje o liczbie noclegów X udzielonych turystom z Niemiec (NocZagr) w województwie zachodnio-pomorskim w latach 2016-2024.

1. Kod	2. TurZagr NocZagr	3. Woj Pow	4. Wojew Powiat	5. Kraje	6. Rok	7. X
3200000	NocZagr	Woj	ZACH-POMORSKIE	Niemcy	2019	3530824
3200000	NocZagr	Woj	ZACH-POMORSKIE	Niemcy	2018	3401391
3200000	NocZagr	Woj	ZACH-POMORSKIE	Niemcy	2017	3028858
3200000	NocZagr	Woj	ZACH-POMORSKIE	Niemcy	2024	2960809
3200000	NocZagr	Woj	ZACH-POMORSKIE	Niemcy	2016	2900665
...	...	...	...	...	...	...

Ogólna liczba rekordów w wygenerowanej bazie danych wynosi 107317. W poszczególnych kolumnach znajdują się następujące informacje:

1. Kod identyfikujący jednostkę terytorialną (województwa, powiaty lub gminy).
2. Identyfikator danych – turyści zagraniczni (TurZagr) lub udzielone im noclegi (NocZagr).
3. Identyfikator jednostki terytorialnej – województwo (Woj) lub powiat (Pow).
4. Nazwa jednostki terytorialnej – województwa (Woj) lub powiatu (Pow).
5. Nazwa kraju pochodzenia turystów zagranicznych.
6. Numer roku.
7. Parametr X – liczba turystów zagranicznych lub liczba udzielonych im noclegów w zależności od podanych identyfikatorów.

Powyższe parametry pozwalają wygenerować różne zbiory danych o turystach zagranicznych (TurZagr) i udzielonych im noclegów (NocZagr), w przekroju województw (W) powiatów (P) oraz krajów pochodzenia turystów.

Generowane zbiory danych można ujmować w formie macierzy 2-wymiarowych lub 3-wymiarowych. Przyjęto, że pierwszym wymiarem danych są okresy czasu (L-lata) obejmujące 20 lat (od roku 2005 do roku 2024) przy czym parametr **6.Rok** pozwala wybierać do analizy dowolne podzbiory lat.

Drugim wymiarem danych są województwa (W) i powiaty (P) wybierane przez turystów zagranicznych oraz kraje z których turyści zagraniczni przybywają (K). Liczba województw wynosi 16, liczba krajów – 33, natomiast liczba powiatów ograniczona jest do 40 miast na prawach powiatu.

W kolumnach wygenerowanych macierzy danych zawsze zamieszczane są lata (pierwszy wymiar), natomiast w wierszach macierzy zamieszcza się dane dla województw, powiatów, krajów. Jeżeli jest to tylko jeden przekrój (W, P lub K) to otrzymuje się macierze dwuwymiarowe (WL lub PL lub KL). Jeżeli w wierszach macierzy uwzględnia się 2 przekroje (WP, PW, WK, KW, PK lub KP) to generowane są macierze 3-wymiarowe – WPL, PWL, WKL, KWL, PKL, KPL. Dla uproszczenia w dalszych rozważaniach pominięto symbol L (lata) przy czym należy pamiętać, że dane w przekroju lat znajdują się w kolumnach każdej generowanej macierzy danych.

W ramach każdego wymiaru wyznaczono po 7 tabel zawierających:

1. liczby turystów zagranicznych (TurZagr)
2. liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym (NocZagr)
3. kolumnowe udziały % liczby turystów zagranicznych (TZ%k)
4. kolumnowe udziały % liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym (NZ%k)
5. wierszowe udziały % liczby turystów zagranicznych (TZ%w)
6. wierszowe udziały % liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym (NZ%w)
7. liczby noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego (NocZagr/TurZagr)

Łączna liczba tabel wynosi $3 \times 7 = 21$, po 7 dla województw, miast na prawach powiatu oraz krajów.

Tabele są ponumerowane i oznaczone symbolami W, P, K:

- województwa od W1 do W7
- powiaty od P1 do P7
- kraje od K1 do K7

Dla poszczególnych tabel sporządzono wykresy pokazujące parametry z tych tabel. Ponadto parametry w tabelach oznaczono kolorami wskazującymi na ich wielkość, przyjmując skalę kolorystyczną z map wysokościowych. Czerwonym kolorem oznacza się parametry o największych wartościach, kolory pomarańczowe wskazują na parametry o przeciętnych wielkościach, a kolory zielone przypisywane są niskim wartościom parametrów. Do nadawania kolorów wykorzystuje się dostępną w Excelu funkcję formatowania warunkowego. Dla tabel 1, 2 i 7 stosuje się formatowanie całościowe (jednorazowe dla wszystkich parametrów zawartych w tabeli) natomiast w tabelach 3 i 4 formatuje się odrębnie każdą kolumnę, a w tabelach 5 i 6 parametry formatowane są wierszami.

Na podstawie danych z poszczególnych tabel wyznaczono 21 wykresów ilustrujących zmiany parametrów w latach 2005-2024 dla 16 województw, 20 krajów i 20 miast na prawach powiatu. Ograniczenie liczby krajów (z 33 do 20) i liczby miast (z 40 do 20) na wykresach wynika z małej czytelności wykresów zawierających dużą liczbę obiektów.

Omówione powyżej tabele i wykresy mają charakter dwuwymiarowy. Pierwszym wymiarem są lata z przedziału 2005-2024. Drugim wymiarem są województwa (16), miasta na prawach powiatu (40) lub kraje pochodzenia turystów (33).

Analizę zagranicznego ruchu turystycznego można poszerzyć, korzystając z tabel i wykresów trójwymiarowych. W tym przypadku pierwszym wymiarem nadal są lata, natomiast drugi i trzeci wymiar powstaje jako koniunkcja dwóch wymiarów bazowych (województwa, powiaty, kraje – WPK).

Mamy tu 6 możliwych struktur:

1. KW – liczba turystów zagranicznych z **wybranych** krajów w przekroju województw.
2. WK – liczba turystów zagranicznych z **wybranych** województw w przekroju krajów ich pochodzenia.
3. KP – liczba turystów zagranicznych z **wybranych** krajów w przekroju powiatów.
4. PK – liczba turystów zagranicznych z **wybranych** powiatów w przekroju krajów ich pochodzenia.
5. PW – liczba turystów zagranicznych z **wybranych** powiatów w przekroju województw.
6. WP – liczba turystów zagranicznych z **wybranych** województw w przekroju powiatów.

W ramach każdej z podanych powyżej struktur można wyznaczyć poza liczbami turystów zagranicznych także liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym oraz przeciętne liczby udzielonych noclegów przypadające na 1 turystę zagranicznego.

W przypadku generowania tabel 3-wymiarowych należy pamiętać o słowie **wybranych**. Zamieszczanie w tekście raportu tabel z wszystkimi obiektami jest praktycznie niemożliwe. Przykładowo tabele typu KP lub PK z wszystkimi miastami na prawach powiatu ($P=40$) **oraz** wszystkimi krajami pochodzenia turystów zagranicznych ($K=33$) dla 20 lat zajmują prawie 100 stron $(40 \cdot 33 \cdot 3)/40$. Dlatego też analizie należy poddawać parę (4-6) największych krajów i powiatów a tabela z danymi nie przekracza 2 stron $(5 \cdot 5 \cdot 3)/40$. Ogólny obraz wielkości parametrów dają wykresy dołączane do poszczególnych tabel.

I jeszcze uwaga dotycząca **kolejności** wierszy i kolumn generowanych macierzy danych. Kolumny macierzy, gdzie znajdują się dane dla poszczególnych lat ułożone są w kolejności chronologicznej, od roku 2005 do roku 2024. Natomiast kolejność wierszy, w których zamieszczone są parametry dla województw, powiatów, krajów jest zgodna z malejącymi wielkościami sum z poszczególnych lat, które znajdują się w ostatniej kolumnie macierzy danych.

Szczegółowe omówienie problematyki generowania zbiorów danych lokalnych GUS omówione jest w 40-stronicowym podręczniku Banku Danych Lokalnych, dostępnym na stronie bdl.stat.gov.pl. Znajomość tego opisu oraz programów obsługujących arkusze kalkulacyjne, edytory tekstu i treści tekstowo-graficzne pozwala na prowadzenie obszernych analiz na podstawie giga- danych, gdzie przedstawione dane dotyczące turystów zagranicznych (w podgrupie P2759) są skromnym i niewielkim przykładem.

Reasumując, wygenerowane zbiory danych można ująć w 9 aneksach zawierających tabele i wykresy o liczbach turystów zagranicznych i wykorzystywanych przez nich noclegów w przekroju województw, miast na prawach powiatu i krajów ich pochodzenia, w latach 2005-2024.

Tabela 15.1.1. W1-Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia
MAŁOPOLSKIE	889479	935019	979429	828956	810496	896116	943315	1071793	1180897	1191163	1218093	1376883	1460023	1504318	1684226	367052	409735	1178390	1689048	2038071	22652502
MAZOWIECKIE	795325	782014	798636	809563	803579	894554	976793	1076866	1152284	1164775	1258234	1476815	1547305	1588719	1570605	390626	527542	1461969	1633101	1863813	22573118
ZACH-POMORSKIE	476269	424594	412063	380196	400717	377939	401654	462608	501830	543009	577099	637962	711527	821571	862896	435940	434337	728102	810870	868594	11269777
DOLNOŚLĄSKIE	471005	487118	507871	448136	365218	414800	430745	483946	465911	510072	500637	593482	654991	696726	796133	278009	271750	534049	727421	792886	10430906
POMORSKIE	293811	286622	281967	245551	254713	259906	282373	360994	384098	430308	451860	504565	559741	572393	615704	176690	201325	424329	581529	681991	7850470
ŚLĄSKIE	263149	273693	272672	259506	236482	252591	274151	286849	303823	321719	328606	366956	374751	422025	430674	130420	158809	364825	403764	372920	6098385
WIELKOPOLSKIE	267092	264982	247572	257369	243469	253245	242343	269669	241157	267002	281094	303291	307628	310980	307003	106428	121382	229574	261045	284604	5066929
LUBUSKIE	153693	167441	178981	196296	151568	160148	176501	179902	169533	168840	153841	154096	171966	177639	190339	73169	73262	124797	145149	156868	3124029
WARM-MAZURSKIE	219186	186476	180856	155346	149429	144700	152382	159432	173511	173891	157602	160199	167641	162345	164721	45487	38246	60688	86458	102652	2841248
ŁÓDZKIE	96366	109336	121933	115359	115503	113670	126630	155397	148488	169951	199712	175063	189561	194876	192899	64235	63596	125426	139980	155043	2773024
PODLASKIE	85981	88998	90984	68737	68892	72141	90293	135898	163893	161574	157816	168807	162872	145137	151779	42843	47141	111609	103854	86423	2205672
LUBELSKIE	92042	99702	97468	81481	79121	89940	97835	105015	115101	113213	112055	120767	129533	126390	129875	33364	38979	160785	145891	146177	2114734
PODKARPACKIE	62178	64106	66232	62798	62996	68030	69946	76515	95395	105311	120427	138552	162691	151037	144118	44754	44048	208509	186118	153428	2087189
KUJ-POMORSKIE	86691	85347	83828	77398	65307	79489	84170	90060	86998	89856	105118	120510	120711	116637	121250	37860	42830	76288	95031	99380	1764759
OPOLSKIE	33043	33231	36601	34931	30984	31155	32346	35222	32624	33043	39378	48097	48010	54454	65224	22632	19671	32169	34177	37289	734281
ŚWIĘTOKRZYSKIE	25091	24899	30311	24689	23469	26546	28073	29128	27429	26608	27998	32748	34716	36984	43100	14252	17179	25102	31119	35379	564820
Suma	4310401	4313578	4387404	4046312	3861943	4134970	4409550	4979294	5242972	5470335	5689570	6378793	6803667	7082231	7470546	2263761	2509832	5846611	7074555	7875518	104151843

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

Tabela 15.1.2. W2-Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia
ZACH-POMORSKIE	2260381	2116787	2105861	2047523	2013915	2008067	2234941	2523621	2703072	2825641	2961636	3263912	3461521	3834298	4039683	2035648	1973017	3081036	3321992	3460945	54273497
MAŁOPOLSKIE	2021651	2118677	2268918	1985679	1944533	2135297	2175036	2485970	2732546	2842639	2940536	3328387	3553368	3652754	4105050	928398	1000954	2869954	4002730	4772706	53865783
MAZOWIECKIE	1547367	1477136	1534034	1506428	1459444	1623229	1740860	1963925	2103384	2115202	2357348	2777517	3016383	3143832	3132967	872358	1108739	2881838	2918847	3219559	42500397
DOLNOŚLĄSKIE	1249360	1254153	1309828	1129023	926058	1016644	1028065	1128799	1107198	1128234	1156714	1347103	1442076	1483890	1640522	603808	667813	1241051	1617103	1815670	24293112
POMORSKIE	720078	739647	738578	631019	620566	640116	720170	890260	955086	1069581	1122055	1269566	1450879	1542129	1659767	552397	578894	1118638	1461571	1607244	20088241
ŚLĄSKIE	629051	693387	664909	665492	601100	597579	585390	564598	593887	620363	662287	800131	829962	967481	966060	359956	423584	884175	904081	799448	13812921
WIELKOPOLSKIE	476123	483948	449271	528607	487122	478999	485049	516434	473405	507581	541468	613057	639231	663667	651161	307774	341629	574628	617452	660191	10496797
WARM-MAZURSKIE	503384	478069	457944	384139	380775	361077	362095	388252	399967	422218	380250	401127	400048	395204	395351	119984	104882	151114	208487	238280	6932647
ŁÓDZKIE	196572	212654	258765	262595	291293	271843	267350	323135	301942	329377	367598	344725	364930	531483	507950	251707	251506	434610	378909	300580	6449524
LUBUSKIE	240663	256062	262151	286358	215197	225893	246862	258259	243281	249056	270801	300484	331764	327190	322623	156980	207054	285778	333930	335947	5356333
PODKARPACKIE	130093	133145	191696	147033	142469	153762	153253	147661	159789	174499	213379	259276	303657	291635	279053	97433	118573	411951	425952	369215	4303524
KUJ-POMORSKIE	159052	171437	212685	189740	154221	176867	193288	200945	176873	190082	239561	282924	290642	279631	306042	106456	131418	215158	237861	235033	4149916
LUBELSKIE	147110	154630	158604	139002	124202	128884	145998	152806	173503	166557	171369	188477	211183	215750	220551	65110	81837	294153	233784	220970	3394480
PODLASKIE	131948	132295	135917	106185	106571	108038	136448	186111	209579	213756	216646	218494	220602	199203	207112	62805	70907	157986	164573	140175	3125351
OPOLSKIE	72884	76057	95972	100200	80718	71472	79949	81787	74948	75781	90800	109592	107086	108909	128480	55186	48489	82209	83704	90349	1714572
ŚWIĘTOKRZYSKIE	56651	57035	72967	64214	61263	66861	65510	64036	62808	61674	65209	74453	81883	105595	121204	46952	55717	74967	99929	125717	1484645
Suma	10542368	10555119	10918100	10173237	9609447	10064628	10620264	11876599	12471268	12992241	13757657	15579225	16705215	17742651	18683576	6622952	7165013	14759246	17010905	18392029	256241740

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

Tabela 15.1.3. W3-Kolumnowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia
MAŁOPOLSKIE	20,6%	21,7%	22,3%	20,5%	21,0%	21,7%	21,4%	21,5%	22,5%	21,8%	21,4%	21,6%	21,5%	21,2%	22,5%	16,2%	16,3%	20,2%	23,9%	25,9%	22652502
MAZOWIECKIE	18,5%	18,1%	18,2%	20,0%	20,8%	21,6%	22,2%	21,6%	22,0%	21,3%	22,1%	23,2%	22,7%	22,4%	21,0%	17,3%	21,0%	25,0%	23,1%	23,7%	21,7%
ZACH-POMORSKIE	11,0%	9,8%	9,4%	9,4%	10,4%	9,1%	9,1%	9,3%	9,6%	9,9%	10,1%	10,0%	10,5%	11,6%	11,6%	19,3%	17,3%	12,5%	11,5%	11,0%	10,8%
DOLNOŚLĄSKIE	10,9%	11,3%	11,6%	11,1%	9,5%	10,0%	9,8%	9,7%	8,9%	9,3%	8,8%	9,3%	9,6%	9,8%	10,7%	12,3%	10,8%	9,1%	10,3%	10,1%	10,0%
POMORSKIE	6,8%	6,6%	6,4%	6,1%	6,6%	6,3%	6,4%	7,2%	7,3%	7,9%	7,9%	7,9%	8,2%	8,1%	8,2%	7,8%	8,0%	7,3%	8,2%	8,7%	7,5%
ŚLĄSKIE	6,1%	6,3%	6,2%	6,4%	6,1%	6,1%	6,2%	5,8%	5,8%	5,9%	5,8%	5,8%	5,5%	6,0%	5,8%	5,8%	6,3%	6,2%	5,7%	4,7%	5,9%
WIELKOPOLSKIE	6,2%	6,1%	5,6%	6,4%	6,3%	6,1%	5,5%	5,4%	4,6%	4,9%	4,9%	4,8%	4,5%	4,4%	4,1%	4,7%	4,8%	3,9%	3,7%	3,6%	4,9%
LUBUSKIE	3,6%	3,9%	4,1%	4,9%	3,9%	3,9%	4,0%	3,6%	3,2%	3,1%	2,7%	2,4%	2,5%	2,5%	2,5%	3,2%	2,9%	2,1%	2,1%	2,0%	3,0%
WARM-MAZURSKIE	5,1%	4,3%	4,1%	3,8%	3,9%	3,5%	3,5%	3,2%	3,3%	3,2%	2,8%	2,5%	2,5%	2,3%	2,2%	2,0%	1,5%	1,0%	1,2%	1,3%	2,7%
ŁÓDZKIE	2,2%	2,5%	2,8%	2,9%	3,0%	2,7%	2,9%	3,1%	2,8%	3,1%	3,5%	2,7%	2,8%	2,8%	2,6%	2,8%	2,5%	2,1%	2,0%	2,0%	2,7%
PODLASKIE	2,0%	2,1%	2,1%	1,7%	1,8%	1,7%	2,0%	2,7%	3,1%	3,0%	2,8%	2,6%	2,4%	2,0%	2,0%	1,9%	1,9%	1,9%	1,5%	1,1%	2,1%
LUBELSKIE	2,1%	2,3%	2,2%	2,0%	2,0%	2,2%	2,2%	2,1%	2,2%	2,1%	2,0%	1,9%	1,9%	1,8%	1,7%	1,5%	1,6%	2,8%	2,1%	1,9%	2,0%
PODKARPACKIE	1,4%	1,5%	1,5%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,5%	1,8%	1,9%	2,1%	2,2%	2,4%	2,1%	1,9%	2,0%	1,8%	3,6%	2,6%	1,9%	2,0%
KUJ-POMORSKIE	2,0%	2,0%	1,9%	1,9%	1,7%	1,9%	1,9%	1,8%	1,7%	1,6%	1,8%	1,9%	1,8%	1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,3%	1,3%	1,3%	1,7%
OPOLSKIE	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,8%	0,9%	1,0%	0,8%	0,6%	0,5%	0,5%	0,7%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,6%	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabela 15.1.4. W4-Kolumnowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia
ZACH-POMORSKIE	21,4%	20,1%	19,3%	20,1%	21,0%	20,0%	21,0%	21,2%	21,7%	21,7%	21,5%	21,0%	20,7%	21,6%	21,6%	30,7%	27,5%	20,9%	19,5%	18,8%	22652502
MAŁOPOLSKIE	19,2%	20,1%	20,8%	19,5%	20,2%	21,2%	20,5%	20,9%	21,9%	21,9%	21,4%	21,4%	21,3%	20,6%	22,0%	14,0%	14,0%	19,4%	23,5%	25,9%	21,0%
MAZOWIECKIE	14,7%	14,0%	14,1%	14,8%	15,2%	16,1%	16,4%	16,5%	16,9%	16,3%	17,1%	17,8%	18,1%	17,7%	16,8%	13,2%	15,5%	19,5%	17,2%	17,5%	16,6%
DOLNOŚLĄSKIE	11,9%	11,9%	12,0%	11,1%	9,6%	10,1%	9,7%	9,5%	8,9%	8,7%	8,4%	8,6%	8,6%	8,4%	8,8%	9,1%	9,3%	8,4%	9,5%	9,9%	9,5%
POMORSKIE	6,8%	7,0%	6,8%	6,2%	6,5%	6,4%	6,8%	7,5%	7,7%	8,2%	8,2%	8,1%	8,7%	8,7%	8,9%	8,3%	8,1%	7,6%	8,6%	8,7%	7,8%
ŚLĄSKIE	6,0%	6,6%	6,1%	6,5%	6,3%	5,9%	5,5%	4,8%	4,8%	4,8%	4,8%	5,1%	5,0%	5,5%	5,2%	5,4%	5,9%	6,0%	5,3%	4,3%	5,4%
WIELKOPOLSKIE	4,5%	4,6%	4,1%	5,2%	5,1%	4,8%	4,6%	4,3%	3,8%	3,9%	3,9%	3,9%	3,8%	3,7%	3,5%	4,6%	4,8%	3,9%	3,6%	3,6%	4,1%
WARM-MAZURSKIE	4,8%	4,5%	4,2%	3,8%	4,0%	3,6%	3,4%	3,3%	3,2%	3,2%	2,8%	2,6%	2,4%	2,2%	2,1%	1,8%	1,5%	1,0%	1,2%	1,3%	2,7%
ŁÓDZKIE	1,9%	2,0%	2,4%	2,6%	3,0%	2,7%	2,5%	2,7%	2,4%	2,5%	2,7%	2,2%	2,2%	3,0%	2,7%	3,8%	3,5%	2,9%	2,2%	1,6%	2,5%
LUBUSKIE	2,3%	2,4%	2,4%	2,8%	2,2%	2,2%	2,3%	2,2%	2,0%	1,9%	2,0%	1,9%	2,0%	1,8%	1,7%	2,4%	2,9%	1,9%	2,0%	1,8%	2,1%
PODKARPACKIE	1,2%	1,3%	1,8%	1,4%	1,5%	1,5%	1,4%	1,2%	1,3%	1,3%	1,6%	1,7%	1,8%	1,6%	1,5%	1,5%	1,7%	2,8%	2,5%	2,0%	1,7%
KUJ-POMORSKIE	1,5%	1,6%	1,9%	1,9%	1,6%	1,8%	1,8%	1,7%	1,4%	1,5%	1,7%	1,8%	1,7%	1,6%	1,6%	1,6%	1,8%	1,5%	1,4%	1,3%	1,6%
LUBELSKIE	1,4%	1,5%	1,5%	1,4%	1,3%	1,3%	1,4%	1,3%	1,4%	1,3%	1,2%	1,2%	1,3%	1,2%	1,2%	1,0%	1,1%	2,0%	1,4%	1,2%	1,3%
PODLASKIE	1,3%	1,3%	1,2%	1,0%	1,1%	1,1%	1,3%	1,6%	1,7%	1,6%	1,6%	1,4%	1,3%	1,1%	1,1%	0,9%	1,0%	1,1%	1,0%	0,8%	1,2%
OPOLSKIE	0,7%	0,7%	0,9%	1,0%	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,7%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,5%	0,5%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,8%	0,5%	0,6%	0,7%	0,6%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabela 15.1.5. W5-Wierszowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAŁOPOLSKIE	3,9%	4,1%	4,3%	3,7%	3,6%	4,0%	4,2%	4,7%	5,2%	5,3%	5,4%	6,1%	6,4%	6,6%	7,4%	1,6%	1,8%	5,2%	7,5%	9,0%	100,0%
MAZOWIECKIE	3,5%	3,5%	3,5%	3,6%	3,6%	4,0%	4,3%	4,8%	5,1%	5,2%	5,6%	6,5%	6,9%	7,0%	7,0%	1,7%	2,3%	6,5%	7,2%	8,3%	100,0%
ZACH-POMORSKIE	4,2%	3,8%	3,7%	3,4%	3,6%	3,4%	3,6%	4,1%	4,5%	4,8%	5,1%	5,7%	6,3%	7,3%	7,7%	3,9%	3,9%	6,5%	7,2%	7,7%	100,0%
DOLNOŚLĄSKIE	4,5%	4,7%	4,9%	4,3%	3,5%	4,0%	4,1%	4,6%	4,5%	4,9%	4,8%	5,7%	6,3%	6,7%	7,6%	2,7%	2,6%	5,1%	7,0%	7,6%	100,0%
POMORSKIE	3,7%	3,7%	3,6%	3,1%	3,2%	3,3%	3,6%	4,6%	4,9%	5,5%	5,8%	6,4%	7,1%	7,3%	7,8%	2,3%	2,6%	5,4%	7,4%	8,7%	100,0%
ŚLĄSKIE	4,3%	4,5%	4,5%	4,3%	3,9%	4,1%	4,5%	4,7%	5,0%	5,3%	5,4%	6,0%	6,1%	6,9%	7,1%	2,1%	2,6%	6,0%	6,6%	6,1%	100,0%
WIELKOPOLSKIE	5,3%	5,2%	4,9%	5,1%	4,8%	5,0%	4,8%	5,3%	4,8%	5,3%	5,5%	6,0%	6,1%	6,1%	6,1%	2,1%	2,4%	4,5%	5,2%	5,6%	100,0%
LUBUSKIE	4,9%	5,4%	5,7%	6,3%	4,9%	5,1%	5,6%	5,8%	5,4%	5,4%	4,9%	4,9%	5,5%	5,7%	6,1%	2,3%	2,3%	4,0%	4,6%	5,0%	100,0%
WARM-MAZURSKIE	7,7%	6,6%	6,4%	5,5%	5,3%	5,1%	5,4%	5,6%	6,1%	6,1%	5,5%	5,6%	5,9%	5,7%	5,8%	1,6%	1,3%	2,1%	3,0%	3,6%	100,0%
ŁÓDZKIE	3,5%	3,9%	4,4%	4,2%	4,2%	4,1%	4,6%	5,6%	5,4%	6,1%	7,2%	6,3%	6,8%	7,0%	7,0%	2,3%	2,3%	4,5%	5,0%	5,6%	100,0%
PODLASKIE	3,9%	4,0%	4,1%	3,1%	3,1%	3,3%	4,1%	6,2%	7,4%	7,3%	7,2%	7,7%	7,4%	6,6%	6,9%	1,9%	2,1%	5,1%	4,7%	3,9%	100,0%
LUBELSKIE	4,4%	4,7%	4,6%	3,9%	3,7%	4,3%	4,6%	5,0%	5,4%	5,4%	5,3%	5,7%	6,1%	6,0%	6,1%	1,6%	1,8%	7,6%	6,9%	6,9%	100,0%
PODKARPACKIE	3,0%	3,1%	3,2%	3,0%	3,0%	3,3%	3,4%	3,7%	4,6%	5,0%	5,8%	6,6%	7,8%	7,2%	6,9%	2,1%	2,1%	10,0%	8,9%	7,4%	100,0%
KUJ-POMORSKIE	4,9%	4,8%	4,8%	4,4%	3,7%	4,5%	4,8%	5,1%	4,9%	5,1%	6,0%	6,8%	6,8%	6,6%	6,9%	2,1%	2,4%	4,3%	5,4%	5,6%	100,0%
OPOLSKIE	4,5%	4,5%	5,0%	4,8%	4,2%	4,2%	4,4%	4,8%	4,4%	4,5%	5,4%	6,6%	6,5%	7,4%	8,9%	3,1%	2,7%	4,4%	4,7%	5,1%	100,0%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	4,4%	4,4%	5,4%	4,4%	4,2%	4,7%	5,0%	5,2%	4,9%	4,7%	5,0%	5,8%	6,1%	6,5%	7,6%	2,5%	3,0%	4,4%	5,5%	6,3%	100,0%
Suma	4,1%	4,1%	4,2%	3,9%	3,7%	4,0%	4,2%	4,8%	5,0%	5,3%	5,5%	6,1%	6,5%	6,8%	7,2%	2,2%	2,4%	5,6%	6,8%	7,6%	100,0%

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

Tabela 15.1.6. W6-Wierszowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
ZACH-POMORSKIE	4,2%	3,9%	3,9%	3,8%	3,7%	3,7%	4,1%	4,6%	5,0%	5,2%	5,5%	6,0%	6,4%	7,1%	7,4%	3,8%	3,6%	5,7%	6,1%	6,4%	100,0%
MAŁOPOLSKIE	3,8%	3,9%	4,2%	3,7%	3,6%	4,0%	4,0%	4,6%	5,1%	5,3%	5,5%	6,2%	6,6%	6,8%	7,6%	1,7%	1,9%	5,3%	7,4%	8,9%	100,0%
MAZOWIECKIE	3,6%	3,5%	3,6%	3,5%	3,4%	3,8%	4,1%	4,6%	4,9%	5,0%	5,5%	6,5%	7,1%	7,4%	7,4%	2,1%	2,6%	6,8%	6,9%	7,6%	100,0%
DOLNOŚLĄSKIE	5,1%	5,2%	5,4%	4,6%	3,8%	4,2%	4,2%	4,6%	4,6%	4,6%	4,8%	5,5%	5,9%	6,1%	6,8%	2,5%	2,7%	5,1%	6,7%	7,5%	100,0%
POMORSKIE	3,6%	3,7%	3,7%	3,1%	3,1%	3,2%	3,6%	4,4%	4,8%	5,3%	5,6%	6,3%	7,2%	7,7%	8,3%	2,7%	2,9%	5,6%	7,3%	8,0%	100,0%
ŚLĄSKIE	4,6%	5,0%	4,8%	4,8%	4,4%	4,3%	4,2%	4,1%	4,3%	4,5%	4,8%	5,8%	6,0%	7,0%	7,0%	2,6%	3,1%	6,4%	6,5%	5,8%	100,0%
WIELKOPOLSKIE	4,5%	4,6%	4,3%	5,0%	4,6%	4,6%	4,6%	4,9%	4,5%	4,8%	5,2%	5,8%	6,1%	6,3%	6,2%	2,9%	3,3%	5,5%	5,9%	6,3%	100,0%
WARM-MAZURSKIE	7,3%	6,9%	6,6%	5,5%	5,5%	5,2%	5,2%	5,6%	5,8%	6,1%	5,5%	5,8%	5,8%	5,7%	5,7%	1,7%	1,5%	2,2%	3,0%	3,4%	100,0%
ŁÓDZKIE	3,0%	3,3%	4,0%	4,1%	4,5%	4,2%	4,1%	5,0%	4,7%	5,1%	5,7%	5,3%	5,7%	8,2%	7,9%	3,9%	3,9%	6,7%	5,9%	4,7%	100,0%
LUBUSKIE	4,5%	4,8%	4,9%	5,3%	4,0%	4,2%	4,6%	4,8%	4,5%	4,6%	5,1%	5,6%	6,2%	6,1%	6,0%	2,9%	3,9%	5,3%	6,2%	6,3%	100,0%
PODKARPACKIE	3,0%	3,1%	4,5%	3,4%	3,3%	3,6%	3,6%	3,4%	3,7%	4,1%	5,0%	6,0%	7,1%	6,8%	6,5%	2,3%	2,8%	9,6%	9,9%	8,6%	100,0%
KUJ-POMORSKIE	3,8%	4,1%	5,1%	4,6%	3,7%	4,3%	4,7%	4,8%	4,3%	4,6%	5,8%	6,8%	7,0%	6,7%	7,4%	2,6%	3,2%	5,2%	5,7%	5,7%	100,0%
LUBELSKIE	4,3%	4,6%	4,7%	4,1%	3,7%	3,8%	4,3%	4,5%	5,1%	4,9%	5,0%	5,6%	6,2%	6,4%	6,5%	1,9%	2,4%	8,7%	6,9%	6,5%	100,0%
PODLASKIE	4,2%	4,2%	4,3%	3,4%	3,4%	3,5%	4,4%	6,0%	6,7%	6,8%	6,9%	7,0%	7,1%	6,4%	6,6%	2,0%	2,3%	5,1%	5,3%	4,5%	100,0%
OPOLSKIE	4,3%	4,4%	5,6%	5,8%	4,7%	4,2%	4,7%	4,8%	4,4%	4,4%	5,3%	6,4%	6,2%	6,4%	7,5%	3,2%	2,8%	4,8%	4,9%	5,3%	100,0%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	3,8%	3,8%	4,9%	4,3%	4,1%	4,5%	4,4%	4,3%	4,2%	4,2%	4,4%	5,0%	5,5%	7,1%	8,2%	3,2%	3,8%	5,0%	6,7%	8,5%	100,0%
Suma	4,1%	4,1%	4,3%	4,0%	3,8%	3,9%	4,1%	4,6%	4,9%	5,1%	5,4%	6,1%	6,5%	6,9%	7,3%	2,6%	2,8%	5,8%	6,6%	7,2%	100,0%

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

Tabela 15.1.7. W7-Liczba noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia
ZACH-POMORSKIE	4,75	4,99	5,11	5,39	5,03	5,31	5,56	5,46	5,39	5,20	5,13	5,12	4,86	4,67	4,68	4,67	4,54	4,23	4,10	3,98	4,82
ŚWIĘTOKRZYSKIE	2,26	2,29	2,41	2,60	2,61	2,52	2,33	2,20	2,29	2,32	2,33	2,27	2,36	2,86	2,81	3,29	3,24	2,99	3,21	3,55	2,63
POMORSKIE	2,45	2,58	2,62	2,57	2,44	2,46	2,55	2,47	2,49	2,49	2,48	2,52	2,59	2,69	2,70	3,13	2,88	2,64	2,51	2,36	2,56
WARM-MAZURSKIE	2,30	2,56	2,53	2,47	2,55	2,50	2,38	2,44	2,31	2,43	2,41	2,50	2,39	2,43	2,40	2,64	2,74	2,49	2,41	2,32	2,44
MAŁOPOLSKIE	2,27	2,27	2,32	2,40	2,40	2,38	2,31	2,32	2,31	2,39	2,41	2,42	2,43	2,43	2,44	2,53	2,44	2,44	2,37	2,34	2,38
KUJ-POMORSKIE	1,83	2,01	2,54	2,45	2,36	2,23	2,30	2,23	2,03	2,12	2,28	2,35	2,41	2,40	2,52	2,81	3,07	2,82	2,50	2,36	2,35
OPOLSKIE	2,21	2,29	2,62	2,87	2,61	2,29	2,47	2,32	2,30	2,29	2,31	2,28	2,23	2,00	1,97	2,44	2,46	2,56	2,45	2,42	2,34
DOLNOŚLĄSKIE	2,65	2,57	2,58	2,52	2,54	2,45	2,39	2,33	2,38	2,21	2,31	2,27	2,20	2,13	2,06	2,17	2,46	2,32	2,22	2,29	2,33
ŁÓDZKIE	2,04	1,94	2,12	2,28	2,52	2,39	2,11	2,08	2,03	1,94	1,84	1,97	1,93	2,73	2,63	3,92	3,95	3,47	2,71	1,94	2,33
ŚLĄSKIE	2,39	2,53	2,44	2,56	2,54	2,37	2,14	1,97	1,95	1,93	2,02	2,18	2,21	2,29	2,24	2,76	2,67	2,42	2,24	2,14	2,27
WIELKOPOLSKIE	1,78	1,83	1,81	2,05	2,00	1,89	2,00	1,92	1,96	1,90	1,93	2,02	2,08	2,13	2,12	2,89	2,81	2,50	2,37	2,32	2,07
PODKARPACKIE	2,09	2,08	2,89	2,34	2,26	2,26	2,19	1,93	1,68	1,66	1,77	1,87	1,87	1,93	1,94	2,18	2,69	1,98	2,29	2,41	2,06
MAZOWIECKIE	1,95	1,89	1,92	1,86	1,82	1,81	1,78	1,82	1,83	1,82	1,87	1,88	1,95	1,98	1,99	2,23	2,10	1,97	1,79	1,73	1,88
LUBUSKIE	1,57	1,53	1,46	1,46	1,42	1,41	1,40	1,44	1,44	1,48	1,76	1,95	1,93	1,84	1,69	2,15	2,83	2,29	2,30	2,14	1,71
LUBELSKIE	1,60	1,55	1,63	1,71	1,57	1,43	1,49	1,46	1,51	1,47	1,53	1,56	1,63	1,71	1,70	1,95	2,10	1,83	1,60	1,51	1,61
PODLASKIE	1,53	1,49	1,49	1,54	1,55	1,50	1,51	1,37	1,28	1,32	1,37	1,29	1,35	1,37	1,36	1,47	1,50	1,42	1,58	1,62	1,42
Suma	2,45	2,45	2,49	2,51	2,49	2,43	2,41	2,39	2,38	2,38	2,42	2,44	2,46	2,51	2,50	2,93	2,85	2,52	2,40	2,34	2,46

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

Tabela 15.1.8. KW1-Liczba turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
ZACH-POMORSKIE	349716	294909	286998	269210	296058	280159	293419	352584	390767	425267	459070	517024	578088	688893	725252	381215	365918	608446	672536	718002	8953531
DOLNOŚLĄSKIE	238148	222669	229323	190419	164381	177390	176593	184500	184430	217707	223233	274986	268953	271215	287218	99138	109024	187332	242814	252904	4202377
MAŁOPOLSKIE	137367	123926	108706	95448	97713	110474	109119	121932	140074	140089	141993	156904	154274	155524	165437	44658	54266	102631	141168	187514	2489217
MAZOWIECKIE	95925	88612	84596	88582	85276	92880	99068	105122	113965	108339	113025	135851	138279	149347	146771	48303	65933	132910	142361	174663	2209808
POMORSKIE	147110	126686	119145	98772	105367	97140	95692	105560	109880	111996	116421	123072	125278	122940	136232	52572	60140	83124	106097	118473	2161697
WIELKOPOLSKIE	126008	107540	96215	97385	92465	94525	87411	81099	80697	88611	102716	107895	101159	102230	96910	36111	37534	58990	69566	77432	1742499
WARM-MAZURSKIE	156434	107909	98556	90809	90449	84200	82803	78055	81511	80913	82220	78696	75452	72188	76156	21740	19602	26170	37249	46013	1487125
ŚLĄSKIE	84061	91311	75267	70487	62515	61216	64278	62160	65402	70878	78228	86140	92705	98682	97778	34579	42888	69463	80327	70332	1458697
LUBUSKIE	45509	40836	43242	44621	39237	36155	36819	35288	33226	39947	44874	51383	52050	54910	60576	32407	31916	51871	58758	62499	896124
KUJ-POMORSKIE	37999	32959	30050	28887	24993	27120	26336	29072	31122	32289	30529	34875	34930	34645	33630	13534	13556	20025	26585	26444	569580
ŁÓDZKIE	19691	20420	20891	21147	21804	21334	22126	24040	20712	21898	26149	24210	26176	26682	25098	8892	8672	14610	22228	22227	419007
OPOLSKIE	19192	17858	19911	17956	15951	15209	15962	14366	14603	14540	18186	22242	21500	18927	21208	8579	8591	12710	14307	15005	326803
PODKARPACKIE	8048	8329	11326	8594	10966	11120	10800	10944	12440	15434	18948	24912	24355	18843	17829	5743	6162	14360	13530	11210	263893
PODLASKIE	8795	8748	8502	7162	7733	7903	10249	9909	9351	8242	7069	9056	11095	8236	9263	4092	5150	6585	7024	7533	161697
LUBELSKIE	8513	8710	8325	7237	6591	6359	6638	6149	6391	5717	5915	6827	7048	7533	7680	3186	3804	8727	7780	9435	138565
ŚWIĘTOKRZYSKIE	4647	4376	5079	5621	5074	5194	4319	4072	4131	4055	4434	4514	4137	5297	5340	1798	2143	2790	3603	4232	84856
Suma	1487163	1305798	1246132	1142337	1126573	1128378	1141632	1224852	1298702	1385922	1473010	1658587	1715479	1836092	1912378	796547	835299	1400744	1645933	1803918	27565476

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

Tabela 15.1.9. KW2-Kolumnowe udziały % turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
ZACH-POMORSKIE	23,5%	22,6%	23,0%	23,6%	26,3%	24,8%	25,7%	28,8%	30,1%	30,7%	31,2%	31,2%	33,7%	37,5%	37,9%	47,9%	43,8%	43,4%	40,9%	39,8%	32,5%
DOLNOŚLĄSKIE	16,0%	17,1%	18,4%	16,7%	14,6%	15,7%	15,5%	15,1%	14,2%	15,7%	15,2%	16,6%	15,7%	14,8%	15,0%	12,4%	13,1%	13,4%	14,8%	14,0%	15,2%
MAŁOPOLSKIE	9,2%	9,5%	8,7%	8,4%	8,7%	9,8%	9,6%	10,0%	10,8%	10,1%	9,6%	9,5%	9,0%	8,5%	8,7%	5,6%	6,5%	7,3%	8,6%	10,4%	9,0%
MAZOWIECKIE	6,5%	6,8%	6,8%	7,8%	7,6%	8,2%	8,7%	8,6%	8,8%	7,8%	7,7%	8,2%	8,1%	8,1%	7,7%	6,1%	7,9%	9,5%	8,6%	9,7%	8,0%
POMORSKIE	9,9%	9,7%	9,6%	8,6%	9,4%	8,6%	8,4%	8,6%	8,5%	8,1%	7,9%	7,4%	7,3%	6,7%	7,1%	6,6%	7,2%	5,9%	6,4%	6,6%	7,8%
WIELKOPOLSKIE	8,5%	8,2%	7,7%	8,5%	8,2%	8,4%	7,7%	6,6%	6,2%	6,4%	7,0%	6,5%	5,9%	5,6%	5,1%	4,5%	4,5%	4,2%	4,2%	4,3%	6,3%
WARM-MAZURSKIE	10,5%	8,3%	7,9%	7,9%	8,0%	7,5%	7,3%	6,4%	6,3%	5,8%	5,6%	4,7%	4,4%	3,9%	4,0%	2,7%	2,3%	1,9%	2,3%	2,6%	5,4%
ŚLĄSKIE	5,7%	7,0%	6,0%	6,2%	5,5%	5,4%	5,6%	5,1%	5,0%	5,1%	5,3%	5,2%	5,4%	5,4%	5,1%	4,3%	5,1%	5,0%	4,9%	3,9%	5,3%
LUBUSKIE	3,1%	3,1%	3,5%	3,9%	3,5%	3,2%	3,2%	2,9%	2,6%	2,9%	3,0%	3,1%	3,0%	3,0%	3,2%	4,1%	3,8%	3,7%	3,6%	3,5%	3,3%
KUJ-POMORSKIE	2,6%	2,5%	2,4%	2,5%	2,2%	2,4%	2,3%	2,4%	2,4%	2,3%	2,1%	2,1%	2,0%	1,9%	1,8%	1,7%	1,6%	1,4%	1,6%	1,5%	2,1%
ŁÓDZKIE	1,3%	1,6%	1,7%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	2,0%	1,6%	1,6%	1,8%	1,5%	1,5%	1,5%	1,3%	1,1%	1,0%	1,0%	1,4%	1,2%	1,5%
OPOLSKIE	1,3%	1,4%	1,6%	1,6%	1,4%	1,3%	1,4%	1,2%	1,1%	1,0%	1,2%	1,3%	1,3%	1,0%	1,1%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%	1,2%
PODKARPACKIE	0,5%	0,6%	0,9%	0,8%	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	1,1%	1,3%	1,5%	1,4%	1,0%	0,9%	0,7%	0,7%	1,0%	0,8%	0,6%	1,0%
PODLASKIE	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,9%	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,4%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,6%
LUBELSKIE	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,3%	0,3%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.10. KW3-Liczba turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAŁOPOLSKIE	106400	140599	167658	147347	127637	131035	126449	140698	154854	139008	159762	190644	217222	221694	272717	84243	44897	169090	294791	349126	3385871
MAZOWIECKIE	94257	94470	106819	130542	119035	121588	118374	123642	120089	109586	117995	134848	153843	160168	143115	40033	35250	111095	140134	147447	2322330
POMORSKIE	11765	16763	20035	19327	17601	17892	18622	20184	21727	25759	30927	35185	40005	39179	47565	15211	13250	33570	53792	57741	556100
DOLNOŚLĄSKIE	12969	22776	22858	27753	19300	25175	21601	21993	23119	26421	27546	33779	37604	41528	42051	12209	10667	32399	49536	40186	551470
WIELKOPOLSKIE	10100	13057	16813	17538	16239	16555	16854	20317	15971	16825	18105	19049	19943	20271	22719	7344	7059	18136	24180	26810	343885
ŚLĄSKIE	9181	9751	12353	11128	10283	12330	10882	11208	11442	11767	14684	15913	16866	20924	24140	6582	5623	15852	22973	17041	270923
ŁÓDZKIE	6132	10057	8632	8976	7974	7011	7588	8496	8471	9538	11148	10096	10510	11232	11955	4723	3475	8349	9984	8867	173214
KUJ-POMORSKIE	4005	4992	4379	4673	4018	5599	4718	4599	4825	4934	7656	9252	8447	8693	10075	3171	2269	6382	9354	9000	121041
ZACH-POMORSKIE	4832	6694	5735	5091	4414	4357	4321	4436	5211	6755	7026	6761	6618	6532	6508	2402	2383	5943	8322	8056	112397
PODKARPACKIE	2213	2706	3314	3679	3328	4094	3766	3850	3828	4879	5417	6557	7292	6539	6490	1981	1420	13099	9689	6816	100957
LUBELSKIE	2748	3013	2821	2809	2839	2851	2659	3088	2640	2844	3485	3905	3672	3748	2820	1551	1899	4936	5851	9359	69538
WARM-MAZURSKIE	2052	2133	2208	2094	2186	1602	1577	1922	2439	3135	2567	2740	3906	4399	5405	2579	1741	3222	4583	3983	56473
LUBUSKIE	3296	2641	2206	2819	1878	1977	2060	1457	1565	2290	2980	2751	2798	4510	3282	1310	1103	2862	3505	2605	49895
PODLASKIE	2149	2209	2233	2123	1756	1601	1649	1671	2310	1632	2071	2685	2701	2567	2965	798	934	2239	3064	2717	42074
ŚWIĘTOKRZYSKIE	1420	1432	1715	1333	1151	1121	1495	1497	1256	1203	1772	1426	1876	1844	1742	1087	707	1129	1250	1696	28152
OPOLSKIE	956	1005	1093	1068	910	1191	936	983	1170	770	947	1239	1392	1270	1401	476	236	675	1047	916	19681
Suma	274475	334298	380872	388300	340549	355979	343551	370041	380917	367346	414088	476830	534695	555098	604950	185700	132913	428978	642055	692366	8204001

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

Tabela 15.1.11. KW4-Kolumnowe udziały % turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAŁOPOLSKIE	38,8%	42,1%	44,0%	37,9%	37,5%	36,8%	36,8%	38,0%	40,7%	37,8%	38,6%	40,0%	40,6%	39,9%	45,1%	45,4%	33,8%	39,4%	45,9%	50,4%	41,3%
MAZOWIECKIE	34,3%	28,3%	28,0%	33,6%	35,0%	34,2%	34,5%	33,4%	31,5%	29,8%	28,5%	28,3%	28,8%	28,9%	23,7%	21,6%	26,5%	25,9%	21,8%	21,3%	28,3%
POMORSKIE	4,3%	5,0%	5,3%	5,0%	5,2%	5,0%	5,4%	5,5%	5,7%	7,0%	7,5%	7,4%	7,5%	7,1%	7,9%	8,2%	10,0%	7,8%	8,4%	8,3%	6,8%
DOLNOŚLĄSKIE	4,7%	6,8%	6,0%	7,1%	5,7%	7,1%	6,3%	5,9%	6,1%	7,2%	6,7%	7,1%	7,0%	7,5%	7,0%	6,6%	8,0%	7,6%	7,7%	5,8%	6,7%
WIELKOPOLSKIE	3,7%	3,9%	4,4%	4,5%	4,8%	4,7%	4,9%	5,5%	4,2%	4,6%	4,4%	4,0%	3,7%	3,7%	3,8%	4,0%	5,3%	4,2%	3,8%	3,9%	4,2%
ŚLĄSKIE	3,3%	2,9%	3,2%	2,9%	3,0%	3,5%	3,2%	3,0%	3,0%	3,2%	3,5%	3,3%	3,2%	3,8%	4,0%	3,5%	4,2%	3,7%	3,6%	2,5%	3,3%
ŁÓDZKIE	2,2%	3,0%	2,3%	2,3%	2,3%	2,0%	2,2%	2,3%	2,2%	2,6%	2,7%	2,1%	2,0%	2,0%	2,0%	2,5%	2,6%	1,9%	1,6%	1,3%	2,1%
KUJ-POMORSKIE	1,5%	1,5%	1,1%	1,2%	1,2%	1,6%	1,4%	1,2%	1,3%	1,3%	1,8%	1,9%	1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,7%	1,5%	1,5%	1,3%	1,5%
ZACH-POMORSKIE	1,8%	2,0%	1,5%	1,3%	1,3%	1,2%	1,3%	1,2%	1,4%	1,8%	1,7%	1,4%	1,2%	1,2%	1,1%	1,3%	1,8%	1,4%	1,3%	1,2%	1,4%
PODKARPACKIE	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	1,0%	1,2%	1,1%	1,0%	1,0%	1,3%	1,3%	1,4%	1,4%	1,2%	1,1%	1,1%	1,1%	3,1%	1,5%	1,0%	1,2%
LUBELSKIE	1,0%	0,9%	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	0,5%	0,8%	1,4%	1,2%	0,9%	1,4%	0,8%
WARM-MAZURSKIE	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,9%	0,6%	0,6%	0,7%	0,8%	0,9%	1,4%	1,3%	0,8%	0,7%	0,6%	0,7%
LUBUSKIE	1,2%	0,8%	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,4%	0,4%	0,6%	0,7%	0,6%	0,5%	0,8%	0,5%	0,7%	0,8%	0,7%	0,5%	0,4%	0,6%
PODLASKIE	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	0,6%	0,4%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,7%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,5%	0,4%	0,5%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,6%	0,5%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%
OPOLSKIE	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.12. KW5-Liczba turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	21620	22091	23910	17578	18912	21968	27450	32296	41531	50462	55633	78119	84243	96873	100070	38077	44218	299467	311700	308839	1695057
MAŁOPOLSKIE	30792	40990	50312	35237	31204	33242	41031	57539	76058	67915	58339	62381	71992	83859	101294	26628	23829	185126	197798	185402	1460968
PODKARPACKIE	23487	22935	21113	19894	17229	17845	16772	22205	34223	36208	40246	47502	58156	57781	56555	20564	15956	84798	84395	72698	770562
DOLNOŚLĄSKIE	9852	12434	12460	11131	9104	9430	13639	18933	23280	22074	23559	30841	45908	56715	63650	18890	19926	62944	70490	72149	607409
ŚLĄSKIE	9169	9228	8498	6569	7109	8835	14305	22120	28593	23930	24385	29284	35304	42390	47121	19157	19965	82919	62020	57419	558320
LUBELSKIE	17088	16027	16009	10867	9937	11700	14151	16435	20793	23072	23197	26788	29351	29518	34347	9649	10102	84734	63527	58407	525699
LUBUSKIE	10621	14167	13271	12961	10512	9401	14258	16077	13065	12523	11518	14012	17811	18311	21326	11301	13474	21032	20725	20279	296645
ŁÓDZKIE	6398	7224	7957	5469	5735	6172	6346	9891	9760	9608	10989	14685	17132	24478	27723	10865	11306	23803	19518	14993	250052
WIELKOPOLSKIE	5495	5656	5723	5044	3948	4273	4558	5371	6001	6634	9112	12010	17493	18901	22285	12487	13175	34876	29632	24559	247233
POMORSKIE	3858	4151	4351	3268	2554	2050	2616	3677	3651	4364	5853	9523	13251	14882	19637	10280	9368	26864	26871	26134	197203
ZACH-POMORSKIE	4025	4810	3214	2599	1689	1833	2709	2831	3368	2217	4296	7282	11538	13694	17773	11430	11624	20925	16249	16777	160883
OPOLSKIE	1250	1606	1827	1398	1133	1525	2421	5956	5169	5357	4865	6947	10016	17016	18726	5318	3563	5870	5100	7049	112112
KUJ-POMORSKIE	2031	2066	2098	1560	1520	1352	1653	2040	1805	2400	3570	6285	7688	8366	8657	4041	3857	10797	9311	8306	89403
ŚWIĘTOKRZYSKIE	1395	1946	2372	1878	2188	2344	2616	3432	2705	2713	2874	3925	5061	5896	8364	4084	3735	6293	5820	7056	76697
PODLASKIE	1544	1683	1778	1047	1341	1248	1924	2366	2929	2844	3619	4374	4994	5503	5422	2133	2807	9075	5605	4769	67005
WARM-MAZURSKIE	2339	2370	2685	1933	1592	1712	2289	2302	2260	2155	2991	3620	3900	3581	3432	1354	1862	2898	2664	2716	50655
Suma	150964	169384	177578	138433	125707	134930	168738	223471	275191	274476	285046	357578	433838	497764	556382	206258	208767	962421	931425	887552	7165903

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

Tabela 15.1.13. KW6-Kolumnowe udziały % turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	14,3%	13,0%	13,5%	12,7%	15,0%	16,3%	16,3%	14,5%	15,1%	18,4%	19,5%	21,8%	19,4%	19,5%	18,0%	18,5%	21,2%	31,1%	33,5%	34,8%	23,7%
MAŁOPOLSKIE	20,4%	24,2%	28,3%	25,5%	24,8%	24,6%	24,3%	25,7%	27,6%	24,7%	20,5%	17,4%	16,6%	16,8%	18,2%	12,9%	11,4%	19,2%	21,2%	20,9%	20,4%
PODKARPACKIE	15,6%	13,5%	11,9%	14,4%	13,7%	13,2%	9,9%	9,9%	12,4%	13,2%	14,1%	13,3%	13,4%	11,6%	10,2%	10,0%	7,6%	8,8%	9,1%	8,2%	10,8%
DOLNOŚLĄSKIE	6,5%	7,3%	7,0%	8,0%	7,2%	7,0%	8,1%	8,5%	8,5%	8,0%	8,3%	8,6%	10,6%	11,4%	11,4%	9,2%	9,5%	6,5%	7,6%	8,1%	8,5%
ŚLĄSKIE	6,1%	5,4%	4,8%	4,7%	5,7%	6,5%	8,5%	9,9%	10,4%	8,7%	8,6%	8,2%	8,1%	8,5%	8,5%	9,3%	9,6%	8,6%	6,7%	6,5%	7,8%
LUBELSKIE	11,3%	9,5%	9,0%	7,9%	7,9%	8,7%	8,4%	7,4%	7,6%	8,4%	8,1%	7,5%	6,8%	5,9%	6,2%	4,7%	4,8%	8,8%	6,8%	6,6%	7,3%
LUBUSKIE	7,0%	8,4%	7,5%	9,4%	8,4%	7,0%	8,4%	7,2%	4,7%	4,6%	4,0%	3,9%	4,1%	3,7%	3,8%	5,5%	6,5%	2,2%	2,2%	2,3%	4,1%
ŁÓDZKIE	4,2%	4,3%	4,5%	4,0%	4,6%	4,6%	3,8%	4,4%	3,5%	3,5%	3,9%	4,1%	3,9%	4,9%	5,0%	5,3%	5,4%	2,5%	2,1%	1,7%	3,5%
WIELKOPOLSKIE	3,6%	3,3%	3,2%	3,6%	3,1%	3,2%	2,7%	2,4%	2,2%	2,4%	3,2%	3,4%	4,0%	3,8%	4,0%	6,1%	6,3%	3,6%	3,2%	2,8%	3,5%
POMORSKIE	2,6%	2,5%	2,5%	2,4%	2,0%	1,5%	1,6%	1,6%	1,3%	1,6%	2,1%	2,7%	3,1%	3,0%	3,5%	5,0%	4,5%	2,8%	2,9%	2,9%	2,8%
ZACH-POMORSKIE	2,7%	2,8%	1,8%	1,9%	1,3%	1,4%	1,6%	1,3%	1,2%	0,8%	1,5%	2,0%	2,7%	2,8%	3,2%	5,5%	5,6%	2,2%	1,7%	1,9%	2,2%
OPOLSKIE	0,8%	0,9%	1,0%	1,0%	0,9%	1,1%	1,4%	2,7%	1,9%	2,0%	1,7%	1,9%	2,3%	3,4%	3,4%	2,6%	1,7%	0,6%	0,5%	0,8%	1,6%
KUJ-POMORSKIE	1,3%	1,2%	1,2%	1,1%	1,2%	1,0%	1,0%	0,9%	0,7%	0,9%	1,3%	1,8%	1,8%	1,7%	1,6%	2,0%	1,8%	1,1%	1,0%	0,9%	1,2%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,9%	1,1%	1,3%	1,4%	1,7%	1,7%	1,6%	1,5%	1,0%	1,0%	1,0%	1,1%	1,2%	1,2%	1,5%	2,0%	1,8%	0,7%	0,6%	0,8%	1,1%
PODLASKIE	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	1,1%	0,9%	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%	1,3%	1,2%	1,2%	1,1%	1,0%	1,0%	1,3%	0,9%	0,6%	0,5%	0,9%
WARM-MAZURSKIE	1,5%	1,4%	1,5%	1,4%	1,3%	1,3%	1,4%	1,0%	0,8%	0,8%	1,0%	1,0%	0,9%	0,7%	0,6%	0,7%	0,9%	0,3%	0,3%	0,3%	0,7%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.14. KW7-Liczba turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	74397	72036	72148	61270	54155	66019	71732	76737	89502	94614	100888	124708	126931	142405	161661	27717	51170	172663	197151	233269	2071173
MAŁOPOLSKIE	77145	80237	68834	50021	45583	54418	49559	64141	71022	69970	69055	89193	82542	84344	98123	11722	22197	75314	115903	149805	1429128
POMORSKIE	7754	8171	8316	6234	6108	6335	7759	11946	12873	16517	18140	20461	25232	25000	22275	4559	9617	30133	39869	41860	329159
DOLNOŚLĄSKIE	10977	12365	11789	9557	7135	8711	9273	9015	9414	10274	11837	14358	20765	26059	31040	7098	7907	20384	25631	26315	289904
WIELKOPOLSKIE	5241	7659	5558	5727	6403	5207	5574	4497	5116	5607	7145	8836	10685	12332	13365	4560	9233	18344	19589	21959	182637
PODKARPACKIE	3035	2432	3259	3425	4035	4647	4566	4345	5016	4967	5670	8565	11243	10180	7093	1231	2196	40558	28295	18369	173127
ŚLĄSKIE	6823	9040	7073	6054	4977	6660	6157	6082	6503	6652	7157	10059	8798	12412	11887	3612	3822	10116	12971	13246	160101
ŁÓDZKIE	2679	3925	3549	2565	2617	2473	2864	3432	4287	14087	21059	6745	6117	6708	6224	2027	2398	8022	6251	23060	131089
KUJ-POMORSKIE	2725	3135	2735	2481	1799	2355	2852	2941	2995	2904	4377	5867	4927	5227	5671	1493	1677	3816	4925	6445	71347
ZACH-POMORSKIE	2372	2143	2485	1655	1475	1630	1375	1890	2206	2851	2801	3436	3167	4085	3648	1348	1688	5856	9038	9981	65130
LUBELSKIE	3032	3252	2336	2073	2150	2302	2470	2460	1829	2152	1907	2584	2550	3747	2529	566	1169	4297	3915	4723	52043
PODLASKIE	1264	1214	1192	1127	1160	1107	1039	1195	1771	1707	2057	2533	2703	2247	3272	629	1907	3412	3436	2629	37601
WARM-MAZURSKIE	4565	2725	1843	1219	1120	1950	1051	949	1205	1362	1604	1624	2176	2699	3319	661	1163	1678	2302	2136	37351
LUBUSKIE	680	811	1070	764	739	680	510	763	629	695	859	957	2104	1993	2120	1216	983	1815	1256	1192	21836
ŚWIĘTOKRZYSKIE	580	706	814	667	559	707	849	838	887	922	677	1154	853	946	966	111	388	742	1206	1775	16347
OPOLSKIE	427	301	394	336	408	395	368	307	322	424	599	806	535	622	678	79	144	423	422	477	8467
Suma	203696	210152	193395	155175	140423	165596	167998	191538	215577	235705	255832	301886	311328	341006	373871	68629	117659	397573	472160	557241	5076440

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

Tabela 15.1.15. KW8-Kolumnowe udziały % turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	36,5%	34,3%	37,3%	39,5%	38,6%	39,9%	42,7%	40,1%	41,5%	40,1%	39,4%	41,3%	40,8%	41,8%	43,2%	40,4%	43,5%	43,4%	41,8%	41,9%	40,8%
MAŁOPOLSKIE	37,9%	38,2%	35,6%	32,2%	32,5%	32,9%	29,5%	33,5%	32,9%	29,7%	27,0%	29,5%	26,5%	24,7%	26,2%	17,1%	18,9%	18,9%	24,5%	26,9%	28,2%
POMORSKIE	3,8%	3,9%	4,3%	4,0%	4,3%	3,8%	4,6%	6,2%	6,0%	7,0%	7,1%	6,8%	8,1%	7,3%	6,0%	6,6%	8,2%	7,6%	8,4%	7,5%	6,5%
DOLNOŚLĄSKIE	5,4%	5,9%	6,1%	6,2%	5,1%	5,3%	5,5%	4,7%	4,4%	4,4%	4,6%	4,8%	6,7%	7,6%	8,3%	10,3%	6,7%	5,1%	5,4%	4,7%	5,7%
WIELKOPOLSKIE	2,6%	3,6%	2,9%	3,7%	4,6%	3,1%	3,3%	2,3%	2,4%	2,4%	2,8%	2,9%	3,4%	3,6%	3,6%	6,6%	7,8%	4,6%	4,1%	3,9%	3,6%
PODKARPACKIE	1,5%	1,2%	1,7%	2,2%	2,9%	2,8%	2,7%	2,3%	2,3%	2,1%	2,2%	2,8%	3,6%	3,0%	1,9%	1,8%	1,9%	10,2%	6,0%	3,3%	3,4%
ŚLĄSKIE	3,3%	4,3%	3,7%	3,9%	3,5%	4,0%	3,7%	3,2%	3,0%	2,8%	2,8%	3,3%	2,8%	3,6%	3,2%	5,3%	3,2%	2,5%	2,7%	2,4%	3,2%
ŁÓDZKIE	1,3%	1,9%	1,8%	1,7%	1,9%	1,5%	1,7%	1,8%	2,0%	6,0%	8,2%	2,2%	2,0%	2,0%	1,7%	3,0%	2,0%	2,0%	1,3%	4,1%	2,6%
KUJ-POMORSKIE	1,3%	1,5%	1,4%	1,6%	1,3%	1,4%	1,7%	1,5%	1,4%	1,2%	1,7%	1,9%	1,6%	1,5%	1,5%	2,2%	1,4%	1,0%	1,0%	1,2%	1,4%
ZACH-POMORSKIE	1,2%	1,0%	1,3%	1,1%	1,1%	1,0%	0,8%	1,0%	1,0%	1,2%	1,1%	1,1%	1,0%	1,2%	1,0%	2,0%	1,4%	1,5%	1,9%	1,8%	1,3%
LUBELSKIE	1,5%	1,5%	1,2%	1,3%	1,5%	1,4%	1,5%	1,3%	0,8%	0,9%	0,7%	0,9%	0,8%	1,1%	0,7%	0,8%	1,0%	1,1%	0,8%	0,8%	1,0%
PODLASKIE	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%	0,8%	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%	0,7%	0,9%	0,9%	1,6%	0,9%	0,7%	0,5%	0,7%
WARM-MAZURSKIE	2,2%	1,3%	1,0%	0,8%	0,8%	1,2%	0,6%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,7%	0,8%	0,9%	1,0%	1,0%	0,4%	0,5%	0,4%	0,7%
LUBUSKIE	0,3%	0,4%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,7%	0,6%	0,6%	1,8%	0,8%	0,5%	0,3%	0,2%	0,4%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
OPOLSKIE	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.16. KW9-Liczba noclegów turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
ZACH-POMORSKIE	1948471	1796137	1792817	1753761	1750828	1765154	1979060	2224451	2388409	2527658	2634958	2900665	3028858	3401391	3530824	1730991	1629261	2596835	2838351	2960809	47179689
DOLNOŚLĄSKIE	801909	751045	766055	665528	548812	569095	555187	583271	572797	574917	608607	721648	687442	682595	701234	273553	303537	486548	623813	645340	12122933
MAŁOPOLSKIE	326424	289654	263254	236074	248292	268138	261458	285979	325551	351787	356280	390430	383684	392881	403498	111368	133100	242076	341907	424567	6036402
POMORSKIE	361040	333732	293889	249351	246111	244791	243193	274636	280303	292245	303816	320605	334409	327694	363125	153276	180956	235981	296646	311351	5647150
WARM-MAZURSKIE	368001	308876	285341	242558	248528	233265	214694	213992	207670	209062	212912	212031	203481	196300	204725	65241	58728	72730	105091	125701	3988927
MAZOWIECKIE	177681	163196	153164	152602	146119	166831	170697	184949	197942	187983	205358	241458	240603	254018	255555	89728	121016	227015	238605	289177	3863697
ŚLĄSKIE	265475	313864	229596	198866	165683	151740	154590	145805	151334	162474	180618	195334	200411	211243	205633	76555	102202	153422	171579	146945	3583369
WIELKOPOLSKIE	187922	169860	155055	165347	157294	154370	150022	140603	132880	147569	171612	182374	171419	171532	161894	68473	73904	114793	132186	146213	2955322
LUBUSKIE	77731	75432	81677	83158	72210	68955	67717	70452	69087	76397	81594	96978	94240	99995	105561	54909	55882	87567	102980	112016	1634538
KUJ-POMORSKIE	63324	59739	63015	57965	50172	50411	50150	56281	53875	59641	59996	73412	70656	68209	68246	27573	31202	44750	58706	54776	1122099
ŁÓDZKIE	41564	41784	53465	45358	56133	55323	48811	56313	44841	49796	58824	51475	52788	52265	52087	20195	19608	28461	39374	38101	906566
OPOLSKIE	45343	43933	48324	49437	38800	38067	41844	39148	38562	36068	44628	54946	52948	47729	52025	19809	22063	32283	34857	37325	818139
PODKARPACKIE	16831	17530	46282	17693	26292	24865	23706	22280	22492	30718	53107	71527	55925	40551	30873	10770	11067	27716	26061	22755	599041
PODLASKIE	17213	16555	16380	13769	16005	13568	19537	17709	13757	13586	11855	14876	17500	14471	14740	6777	8169	9451	11024	11727	278669
LUBELSKIE	15970	14508	14297	14687	12933	11368	11650	11700	11476	12291	11862	13580	14090	15915	15285	5455	7638	16204	14163	17992	263064
ŚWIĘTOKRZYSKIE	9872	10259	13709	14116	13164	12601	10634	10074	10525	9894	10705	11248	10586	12937	13696	4755	5774	7304	9311	9981	211145
Suma	4724771	4406104	4276320	3960270	3797376	3828542	4002950	4337643	4521501	4742086	5006732	5552587	5619040	5989726	6179001	2719428	2764107	4383136	5044654	5354776	91210750

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

Tabela 15.1.17. KW10-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
ZACH-POMORSKIE	41,2%	40,8%	41,9%	44,3%	46,1%	46,1%	49,4%	51,3%	52,8%	53,3%	52,6%	52,2%	53,9%	56,8%	57,1%	63,7%	58,9%	59,2%	56,3%	55,3%	51,7%
DOLNOŚLĄSKIE	17,0%	17,0%	17,9%	16,8%	14,5%	14,9%	13,9%	13,4%	12,7%	12,1%	12,2%	13,0%	12,2%	11,4%	11,3%	10,1%	11,0%	11,1%	12,4%	12,1%	13,3%
MAŁOPOLSKIE	6,9%	6,6%	6,2%	6,0%	6,5%	7,0%	6,5%	6,6%	7,2%	7,4%	7,1%	7,0%	6,8%	6,6%	6,5%	4,1%	4,8%	5,5%	6,8%	7,9%	6,6%
POMORSKIE	7,6%	7,6%	6,9%	6,3%	6,5%	6,4%	6,1%	6,3%	6,2%	6,2%	6,1%	5,8%	6,0%	5,5%	5,9%	5,6%	6,5%	5,4%	5,9%	5,8%	6,2%
WARM-MAZURSKIE	7,8%	7,0%	6,7%	6,1%	6,5%	6,1%	5,4%	4,9%	4,6%	4,4%	4,3%	3,8%	3,6%	3,3%	3,3%	2,4%	2,1%	1,7%	2,1%	2,3%	4,4%
MAZOWIECKIE	3,8%	3,7%	3,6%	3,9%	3,8%	4,4%	4,3%	4,3%	4,4%	4,0%	4,1%	4,3%	4,3%	4,2%	4,1%	3,3%	4,4%	5,2%	4,7%	5,4%	4,2%
ŚLĄSKIE	5,6%	7,1%	5,4%	5,0%	4,4%	4,0%	3,9%	3,4%	3,3%	3,4%	3,6%	3,5%	3,6%	3,5%	3,3%	2,8%	3,7%	3,5%	3,4%	2,7%	3,9%
WIELKOPOLSKIE	4,0%	3,9%	3,6%	4,2%	4,1%	4,0%	3,7%	3,2%	2,9%	3,1%	3,4%	3,3%	3,1%	2,9%	2,6%	2,5%	2,7%	2,6%	2,6%	2,7%	3,2%
LUBUSKIE	1,6%	1,7%	1,9%	2,1%	1,9%	1,8%	1,7%	1,6%	1,5%	1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,7%	1,7%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,1%	1,8%
KUJ-POMORSKIE	1,3%	1,4%	1,5%	1,5%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,3%	1,2%	1,3%	1,3%	1,1%	1,1%	1,0%	1,1%	1,0%	1,2%	1,0%	1,2%
ŁÓDZKIE	0,9%	0,9%	1,3%	1,1%	1,5%	1,4%	1,2%	1,3%	1,0%	1,1%	1,2%	0,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,8%	0,7%	1,0%
OPOLSKIE	1,0%	1,0%	1,1%	1,2%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%	0,9%	1,0%	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,7%	0,9%
PODKARPACKIE	0,4%	0,4%	1,1%	0,4%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	1,1%	1,3%	1,0%	0,7%	0,5%	0,4%	0,4%	0,6%	0,5%	0,4%	0,7%
PODLASKIE	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
LUBELSKIE	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.18. KW11-Liczba noclegów turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAŁOPOLSKIE	271820	354797	434981	405654	344873	341786	319890	366394	396610	374769	433316	530982	610540	612918	759215	232679	113190	429698	800466	959818	9094396
MAZOWIECKIE	181957	177283	204757	238464	203026	208549	203308	227174	212980	195125	216082	253726	283360	300608	269959	73588	64377	198316	239182	250529	4202350
POMORSKIE	29731	43461	56361	50421	46192	46000	58780	51170	58520	66965	73846	92201	98475	100047	118325	38684	31757	77136	129210	136899	1404181
DOLNOŚLĄSKIE	26917	48898	48888	54004	41789	53176	44933	51456	52931	58041	62016	77541	89184	86333	85766	27038	24797	69885	108213	88914	1200720
WIELKOPOLSKIE	22452	27805	32532	38059	35080	32194	41765	42450	38644	37180	36330	42168	42876	41483	45248	14179	15002	36234	51305	57158	730144
ŚLĄSKIE	21233	22447	28575	26429	22984	26554	23792	22945	24264	24424	30583	33186	32272	41458	46741	13383	11127	32303	49127	35861	569688
ŁÓDZKIE	15734	22966	18052	19255	17759	15238	15921	16533	16475	17739	20816	20861	20709	21615	22009	8666	6434	15500	17680	17020	346982
KUJ-POMORSKIE	8685	11354	10712	11530	11319	13423	11934	10923	12066	12078	18352	23087	20307	19805	22646	6760	6310	14332	20196	19825	285644
ZACH-POMORSKIE	11915	14605	12793	11752	9589	8644	8584	9460	10955	14352	19549	15035	15881	15282	16412	6076	6848	13307	17857	21483	260379
PODKARPACKIE	5554	6234	7462	7496	6171	8116	8203	7399	7628	9350	9472	11643	13607	11563	12791	4559	2986	29727	30694	28400	229055
LUBELSKIE	6387	5903	5492	6111	5582	6185	6046	6113	5554	5531	7957	9195	7991	7947	5979	3025	3800	11238	11383	15393	142812
WARM-MAZURSKIE	4253	4989	5244	4522	5205	3496	3828	4590	5676	6935	6239	6649	8996	9871	12164	5597	4212	7113	10934	8397	128910
LUBUSKIE	4523	4176	4477	5921	3601	3669	3811	2842	4250	4095	5472	5024	4388	7110	5448	1807	1786	5348	6358	4360	88466
PODLASKIE	4880	5759	4922	4410	3847	3439	3368	3808	4288	3065	3744	4318	4926	4681	5535	1576	1866	4250	6245	5137	84064
ŚWIĘTOKRZYSKIE	3041	3667	6148	4062	3414	3501	4060	3860	3390	3018	5681	3945	5186	5220	5073	2474	1733	3130	3265	4771	78639
OPOLSKIE	1459	2001	2143	2073	2236	2519	2092	2216	2424	1703	1982	2798	3079	2964	3213	1517	1110	1640	2950	2470	44589
Suma	620541	756345	883539	890163	762667	776489	760315	829333	856655	834370	951437	1132359	1261777	1288905	1436524	441608	297335	949157	1505065	1656435	18891019

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

Tabela 15.1.19. KW12-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAŁOPOLSKIE	43,8%	46,9%	49,2%	45,6%	45,2%	44,0%	42,1%	44,2%	46,3%	44,9%	45,5%	46,9%	48,4%	47,6%	52,9%	52,7%	38,1%	45,3%	53,2%	57,9%	48,1%
MAZOWIECKIE	29,3%	23,4%	23,2%	26,8%	26,6%	26,9%	26,7%	27,4%	24,9%	23,4%	22,7%	22,4%	22,5%	23,3%	18,8%	16,7%	21,7%	20,9%	15,9%	15,1%	22,2%
POMORSKIE	4,8%	5,7%	6,4%	5,7%	6,1%	5,9%	7,7%	6,2%	6,8%	8,0%	7,8%	8,1%	7,8%	7,8%	8,2%	8,8%	10,7%	8,1%	8,6%	8,3%	7,4%
DOLNOŚLĄSKIE	4,3%	6,5%	5,5%	6,1%	5,5%	6,8%	5,9%	6,2%	6,2%	7,0%	6,5%	6,8%	7,1%	6,7%	6,0%	6,1%	8,3%	7,4%	7,2%	5,4%	6,4%
WIELKOPOLSKIE	3,6%	3,7%	3,7%	4,3%	4,6%	4,1%	5,5%	5,1%	4,5%	4,5%	3,8%	3,7%	3,4%	3,2%	3,1%	3,2%	5,0%	3,8%	3,4%	3,5%	3,9%
ŚLĄSKIE	3,4%	3,0%	3,2%	3,0%	3,0%	3,4%	3,1%	2,8%	2,8%	2,9%	3,2%	2,9%	2,6%	3,2%	3,3%	3,0%	3,7%	3,4%	3,3%	2,2%	3,0%
ŁÓDZKIE	2,5%	3,0%	2,0%	2,2%	2,3%	2,0%	2,1%	2,0%	1,9%	2,1%	2,2%	1,8%	1,6%	1,7%	1,5%	2,0%	2,2%	1,6%	1,2%	1,0%	1,8%
KUJ-POMORSKIE	1,4%	1,5%	1,2%	1,3%	1,5%	1,7%	1,6%	1,3%	1,4%	1,4%	1,9%	2,0%	1,6%	1,5%	1,6%	1,5%	2,1%	1,5%	1,3%	1,2%	1,5%
ZACH-POMORSKIE	1,9%	1,9%	1,4%	1,3%	1,3%	1,1%	1,1%	1,1%	1,3%	1,7%	2,1%	1,3%	1,3%	1,2%	1,1%	1,4%	2,3%	1,4%	1,2%	1,3%	1,4%
PODKARPACKIE	0,9%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	1,0%	1,1%	0,9%	0,9%	1,1%	1,0%	1,0%	1,1%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	3,1%	2,0%	1,7%	1,2%
LUBELSKIE	1,0%	0,8%	0,6%	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%	0,7%	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	0,6%	0,6%	0,4%	0,7%	1,3%	1,2%	0,8%	0,9%	0,8%
WARM-MAZURSKIE	0,7%	0,7%	0,6%	0,5%	0,7%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	1,3%	1,4%	0,7%	0,7%	0,5%	0,7%
LUBUSKIE	0,7%	0,6%	0,5%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,5%	0,5%	0,6%	0,4%	0,3%	0,6%	0,4%	0,4%	0,6%	0,6%	0,4%	0,3%	0,5%
PODLASKIE	0,8%	0,8%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,6%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,5%	0,5%	0,7%	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,6%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,6%	0,6%	0,3%	0,2%	0,3%	0,4%
OPOLSKIE	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.20. KW13-Liczba noclegów turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	37964	37777	41932	33716	30930	39754	51020	52952	93760	105892	109024	170006	212283	283699	304886	173825	181113	713266	562465	535962	3772226
MAŁOPOLSKIE	74483	99878	116860	74880	66429	70686	84785	122871	173964	176856	154889	131619	175667	195539	221555	68629	65467	510073	388309	350185	3323624
ŚLĄSKIE	19216	18589	18415	17788	18204	18501	23737	32045	43041	38897	56153	105353	153499	193562	197681	106010	108852	270251	170747	142088	1752629
PODKARPACKIE	47269	46006	49160	50812	42656	42015	34421	34705	45194	51047	57233	75196	103344	118391	119567	48238	61380	147648	149680	139894	1463856
ZACH-POMORSKIE	9442	9849	7690	16221	5820	5818	8339	16231	18819	8115	23495	63760	106081	120439	168368	158679	149710	169137	109138	98596	1273747
DOLNOŚLĄSKIE	19242	20475	21921	18651	13903	18105	23945	29713	33876	33650	40704	57481	93749	112298	138229	50229	68240	158698	127627	151961	1232697
ŁÓDZKIE	10829	11987	13790	12997	9126	12382	14799	19405	18974	22130	21949	36666	47137	178991	175991	134431	138445	173088	110923	33421	1197461
LUBUSKIE	32701	30513	19375	20488	12695	13122	17318	19515	15641	24898	47791	68149	88342	81028	68539	55254	104680	114653	113930	96416	1045048
POMORSKIE	33208	39317	38232	26533	15729	9053	12538	10756	12625	14491	19781	40447	86641	116531	127726	82021	55391	110857	92729	67364	1011970
WIELKOPOLSKIE	11088	11417	11402	13529	9120	9007	10063	9284	10913	15143	29455	53201	79958	81145	88682	82911	78333	138952	95976	72117	911696
LUBELSKIE	23995	23217	30070	21037	14833	17014	20931	21613	38075	36578	36218	42621	48025	52164	58480	20910	24424	160751	102928	84983	878867
KUJ-POMORSKIE	4171	4584	5206	6146	5805	2950	6634	4776	4633	6130	10062	21934	30582	47868	54257	34335	39143	61381	36257	32479	419333
ŚWIĘTOKRZYSKIE	2546	5269	6084	6730	5754	5486	5109	6177	4949	7530	6409	7914	12717	23067	31916	17024	15758	25470	36027	55587	287523
WARM-MAZURSKIE	5421	6832	7552	6220	5093	7019	7320	8017	6051	6019	16955	31316	23913	17413	15900	5770	8514	12277	8888	10617	217107
OPOLSKIE	2660	3230	5978	5426	2712	2984	6519	9122	8315	8150	10194	12144	15808	21290	24979	11388	7786	16630	12524	16543	204382
PODLASKIE	2395	3593	2946	1936	2316	1799	2896	3571	4188	4330	5960	6398	10650	10983	9701	4867	6387	19076	23828	19700	147520
Suma	336630	372533	396613	333110	261125	275695	330374	400753	533018	559856	646272	924205	1288396	1654408	1806457	1054521	1113623	2802208	2141976	1907913	19139686

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

Tabela 15.1.21. KW14-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	11,3%	10,1%	10,6%	10,1%	11,8%	14,4%	15,4%	13,2%	17,6%	18,9%	16,9%	18,4%	16,5%	17,1%	16,9%	16,5%	16,3%	25,5%	26,3%	28,1%	19,7%
MAŁOPOLSKIE	22,1%	26,8%	29,5%	22,5%	25,4%	25,6%	25,7%	30,7%	32,6%	31,6%	24,0%	14,2%	13,6%	11,8%	12,3%	6,5%	5,9%	18,2%	18,1%	18,4%	17,4%
ŚLĄSKIE	5,7%	5,0%	4,6%	5,3%	7,0%	6,7%	7,2%	8,0%	8,1%	6,9%	8,7%	11,4%	11,9%	11,7%	10,9%	10,1%	9,8%	9,6%	8,0%	7,4%	9,2%
PODKARPACKIE	14,0%	12,3%	12,4%	15,3%	16,3%	15,2%	10,4%	8,7%	8,5%	9,1%	8,9%	8,1%	8,0%	7,2%	6,6%	4,6%	5,5%	5,3%	7,0%	7,3%	7,6%
ZACH-POMORSKIE	2,8%	2,6%	1,9%	4,9%	2,2%	2,1%	2,5%	4,1%	3,5%	1,4%	3,6%	6,9%	8,2%	7,3%	9,3%	15,0%	13,4%	6,0%	5,1%	5,2%	6,7%
DOLNOŚLĄSKIE	5,7%	5,5%	5,5%	5,6%	5,3%	6,6%	7,2%	7,4%	6,4%	6,0%	6,3%	6,2%	7,3%	6,8%	7,7%	4,8%	6,1%	5,7%	6,0%	8,0%	6,4%
ŁÓDZKIE	3,2%	3,2%	3,5%	3,9%	3,5%	4,5%	4,5%	4,8%	3,6%	4,0%	3,4%	4,0%	3,7%	10,8%	9,7%	12,7%	12,4%	6,2%	5,2%	1,8%	6,3%
LUBUSKIE	9,7%	8,2%	4,9%	6,2%	4,9%	4,8%	5,2%	4,9%	2,9%	4,4%	7,4%	7,4%	6,9%	4,9%	3,8%	5,2%	9,4%	4,1%	5,3%	5,1%	5,5%
POMORSKIE	9,9%	10,6%	9,6%	8,0%	6,0%	3,3%	3,8%	2,7%	2,4%	2,6%	3,1%	4,4%	6,7%	7,0%	7,1%	7,8%	5,0%	4,0%	4,3%	3,5%	5,3%
WIELKOPOLSKIE	3,3%	3,1%	2,9%	4,1%	3,5%	3,3%	3,0%	2,3%	2,0%	2,7%	4,6%	5,8%	6,2%	4,9%	4,9%	7,9%	7,0%	5,0%	4,5%	3,8%	4,8%
LUBELSKIE	7,1%	6,2%	7,6%	6,3%	5,7%	6,2%	6,3%	5,4%	7,1%	6,5%	5,6%	4,6%	3,7%	3,2%	3,2%	2,0%	2,2%	5,7%	4,8%	4,5%	4,6%
KUJ-POMORSKIE	1,2%	1,2%	1,3%	1,8%	2,2%	1,1%	2,0%	1,2%	0,9%	1,1%	1,6%	2,4%	2,4%	2,9%	3,0%	3,3%	3,5%	2,2%	1,7%	1,7%	2,2%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,8%	1,4%	1,5%	2,0%	2,2%	2,0%	1,5%	1,5%	0,9%	1,3%	1,0%	0,9%	1,0%	1,4%	1,8%	1,6%	1,4%	0,9%	1,7%	2,9%	1,5%
WARM-MAZURSKIE	1,6%	1,8%	1,9%	1,9%	2,0%	2,5%	2,2%	2,0%	1,1%	1,1%	2,6%	3,4%	1,9%	1,1%	0,9%	0,5%	0,8%	0,4%	0,4%	0,6%	1,1%
OPOLSKIE	0,8%	0,9%	1,5%	1,6%	1,0%	1,1%	2,0%	2,3%	1,6%	1,5%	1,6%	1,3%	1,2%	1,3%	1,4%	1,1%	0,7%	0,6%	0,6%	0,9%	1,1%
PODLASKIE	0,7%	1,0%	0,7%	0,6%	0,9%	0,7%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	0,9%	0,7%	0,8%	0,7%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	1,1%	1,0%	0,8%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Tabela 15.1.22. KW15-Liczba noclegów turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	153419	141226	141883	120649	106254	127062	130817	143341	168573	175754	191856	236328	236684	269228	321564	56300	100074	358332	371496	414536	3965376
MAŁOPOLSKIE	180649	181008	170599	129313	114372	132769	123894	156867	172552	172906	173687	243112	199859	209286	252436	28267	49578	179704	273078	342028	3485964
POMORSKIE	20457	20846	24437	16452	14377	17856	21608	31801	34865	40675	43120	47360	58382	60744	54657	13003	22579	66511	91121	96185	797036
DOLNOŚLĄSKIE	21557	25116	25855	18956	16454	20432	22531	23612	24834	25255	29949	32723	43742	49743	56482	11625	18115	55376	70152	71181	663690
WIELKOPOLSKIE	15542	19132	14065	17161	20484	13656	15517	11900	12818	16697	20965	24924	29378	32187	38338	12112	21241	48106	73857	79297	537377
PODKARPACKIE	7808	6331	8473	8941	9950	10997	9073	8267	9852	9532	10839	14345	21296	19774	15559	2311	4631	88509	108149	52520	427157
ŁÓDZKIE	5847	8966	8082	6303	7495	8360	8161	9933	13484	31285	33720	17936	13262	14752	15586	10786	4993	82719	58167	54550	414387
ŚLĄSKIE	15655	22759	17994	18672	13383	15894	14624	14535	16464	17134	16715	22285	19684	29419	26633	8308	7525	23079	29261	28963	378986
KUJ-POMORSKIE	5489	7464	7491	8049	5736	6443	7622	9428	6808	8385	11552	16564	15372	14473	15809	3645	5626	11017	16906	19732	203611
ZACH-POMORSKIE	11198	8185	8099	4386	3934	4014	3886	5681	5974	7161	7810	9330	9338	13668	17147	11873	8317	14472	22100	21797	198370
LUBELSKIE	5874	6312	4419	4079	3880	4125	4552	5369	4232	4153	4548	5665	5552	7813	5687	981	2689	10598	7524	8552	106604
WARM-MAZURSKIE	9833	10611	5360	2522	2480	3701	2989	2436	3713	4431	3791	3668	5044	6349	7173	1756	2387	4768	5969	5336	94317
PODLASKIE	2603	2680	2255	2396	2369	2536	2472	2636	3336	3196	3811	4129	4682	3936	5529	892	2806	5143	6508	5011	68926
ŚWIĘTOKRZYSKIE	1312	2234	3379	2542	2505	3234	4114	3779	4162	3184	2577	3966	3311	3654	4195	369	1309	2511	3944	6312	62593
LUBUSKIE	1423	1558	2986	1943	1966	1722	1145	1741	1632	1571	1669	2068	5616	5667	7183	2433	3107	5537	5212	4262	60441
OPOLSKIE	952	614	678	783	1320	1174	1019	986	900	1345	1484	1647	1247	1749	2109	196	374	1174	1189	1250	22190
Suma	459618	465042	446055	363147	326959	373975	374024	432312	484199	522664	558093	686050	672449	742442	846087	164857	255351	957556	1144633	1211512	11487025

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

Tabela 15.1.23. KW16-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw

Województwo	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
MAZOWIECKIE	33,4%	30,4%	31,8%	33,2%	32,5%	34,0%	35,0%	33,2%	34,8%	33,6%	34,4%	34,4%	35,2%	36,3%	38,0%	34,2%	39,2%	37,4%	32,5%	34,2%	34,5%
MAŁOPOLSKIE	39,3%	38,9%	38,2%	35,6%	35,0%	35,5%	33,1%	36,3%	35,6%	33,1%	31,1%	35,4%	29,7%	28,2%	29,8%	17,1%	19,4%	18,8%	23,9%	28,2%	30,3%
POMORSKIE	4,5%	4,5%	5,5%	4,5%	4,4%	4,8%	5,8%	7,4%	7,2%	7,8%	7,7%	6,9%	8,7%	8,2%	6,5%	7,9%	8,8%	6,9%	8,0%	7,9%	6,9%
DOLNOŚLĄSKIE	4,7%	5,4%	5,8%	5,2%	5,0%	5,5%	6,0%	5,5%	5,1%	4,8%	5,4%	4,8%	6,5%	6,7%	6,7%	7,1%	7,1%	5,8%	6,1%	5,9%	5,8%
WIELKOPOLSKIE	3,4%	4,1%	3,2%	4,7%	6,3%	3,7%	4,1%	2,8%	2,6%	3,2%	3,8%	3,6%	4,4%	4,3%	4,5%	7,3%	8,3%	5,0%	6,5%	6,5%	4,7%
PODKARPACKIE	1,7%	1,4%	1,9%	2,5%	3,0%	2,9%	2,4%	1,9%	2,0%	1,8%	1,9%	2,1%	3,2%	2,7%	1,8%	1,4%	1,8%	9,2%	9,4%	4,3%	3,7%
ŁÓDZKIE	1,3%	1,9%	1,8%	1,7%	2,3%	2,2%	2,2%	2,3%	2,8%	6,0%	6,0%	2,6%	2,0%	2,0%	1,8%	6,5%	2,0%	8,6%	5,1%	4,5%	3,6%
ŚLĄSKIE	3,4%	4,9%	4,0%	5,1%	4,1%	4,3%	3,9%	3,4%	3,4%	3,3%	3,0%	3,2%	2,9%	4,0%	3,1%	5,0%	2,9%	2,4%	2,6%	2,4%	3,3%
KUJ-POMORSKIE	1,2%	1,6%	1,7%	2,2%	1,8%	1,7%	2,0%	2,2%	1,4%	1,6%	2,1%	2,4%	2,3%	1,9%	1,9%	2,2%	2,2%	1,2%	1,5%	1,6%	1,8%
ZACH-POMORSKIE	2,4%	1,8%	1,8%	1,2%	1,2%	1,1%	1,0%	1,3%	1,2%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,8%	2,0%	7,2%	3,3%	1,5%	1,9%	1,8%	1,7%
LUBELSKIE	1,3%	1,4%	1,0%	1,1%	1,2%	1,1%	1,2%	1,2%	0,9%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	1,1%	0,7%	0,6%	1,1%	1,1%	0,7%	0,7%	0,9%
WARM-MAZURSKIE	2,1%	2,3%	1,2%	0,7%	0,8%	1,0%	0,8%	0,6%	0,8%	0,8%	0,7%	0,5%	0,8%	0,9%	0,8%	1,1%	0,9%	0,5%	0,5%	0,4%	0,8%
PODLASKIE	0,6%	0,6%	0,5%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,5%	0,7%	0,5%	1,1%	0,5%	0,6%	0,4%	0,6%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	0,3%	0,5%	0,8%	0,7%	0,8%	0,9%	1,1%	0,9%	0,9%	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,2%	0,5%	0,3%	0,3%	0,5%	0,5%
LUBUSKIE	0,3%	0,3%	0,7%	0,5%	0,6%	0,5%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,8%	0,8%	0,8%	1,5%	1,2%	0,6%	0,5%	0,4%	0,5%
OPOLSKIE	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

Poniżej przedstawione są parametry opisujące zagraniczny ruch turystyczny w przekroju województw w latach 2005-2024. Parametry te można wyznaczyć na podstawie danych dostępnych w Banku Danych Lokalnych GUS (bdl.stat.gov.pl). Parametry te tworzą jedną z 6 grup mierników trójwymiarowych typu WKL (Województwa – Kraje – Lata). Pozostałe grupy (KWL, PKL, KPL, PWL, WPL) omówione są w odrębnych aneksach. Symbol P oznacza tu miasta na prawach powiatu. We wszystkich grupach występuje symbol L (Lata) oznaczający lata z przedziału 2005-2024 z których pochodzą dane. Dla uproszczenia symbol ten jest pomijany a grupy omawianych mierników oznaczane są symbolami 2-literowymi (WK, KW, PK, KP, PW, WP).

Parametry WK wskazują na liczbę turystów zagranicznych z poszczególnych krajów (TurZagr) oraz udzielonych im noclegów (NocZagr) a także przeciętną liczbę noclegów przypadającą na 1 turystę zagranicznego (Noc/Tur Zagr). Wszystkie te parametry wyznaczone są odrębnie dla poszczególnych województw (16), krajów pochodzenia turystów zagranicznych (33) oraz lat (20). Łącznie daje to $20 \cdot 33 \cdot 16 = 10560$ wielkości poszczególnych parametrów, których ogólna liczba wynosi $10560 \cdot 5 = 52800$, gdzie 5 to liczba parametrów (turyści zagraniczni, udzielone im noclegi, liczba noclegów na 1 turystę zagranicznego, udziały % parametrów TurZagr i NocZagr).

Biorąc pod uwagę rozmiary wyznaczanych parametrów, w aneksie zamieszczane są dane tylko dla 5 województw o największym nasileniu zagranicznego ruchu turystycznego: małopolskiego, mazowieckiego, dolnośląskiego, pomorskiego oraz zachodnio-pomorskiego.

W tabeli 15.1.24. zamieszczono identyfikatory macierzy danych (Tab.) oraz ich wykresów (Rys.). Identyfikatory te wskazują na kolejność tabel i wykresów w aneksie. Wszystkie tabele mają identyczną strukturę: w kolumnach podane są wartości cechy dla poszczególnych lat 2005-2024 natomiast w wierszach macierzy przytoczone są wartości cechy dla krajów pochodzenia turystów zagranicznych. Kolumny macierzy danych ułożone są w kolejności chronologicznej, natomiast wiersze ułożone są zgodnie z malejącymi wartościami sum ze wszystkich lat, zamieszczonymi w ostatniej kolumnie sumacyjnej.

Tabela 15.1.24. Identyfikatory macierzy danych (Tab.) zawierających parametry WK (województwa, kraje) oraz ich wykresy (Rys.)

Lp		małopolskie	mazowieckie	dolnośląskie	pomorskie	zach- pomorskie
1	Liczba turystów zagranicznych	WK1	WK2	WK3	WK4	WK5
2	Liczba noclegów udz. turystom zagr.	WK6	WK7	WK8	WK9	WK10
3	Liczba noclegów na 1 turystę zagr.	WK11	WK12	WK13	WK14	WK15
4	Udziały % liczby turystów zagr.	WK16	WK17	WK18	WK19	WK20
5	Udziały % noclegów udzielonych tur. zagr.	WK21	WK22	WK23	WK24	WK25

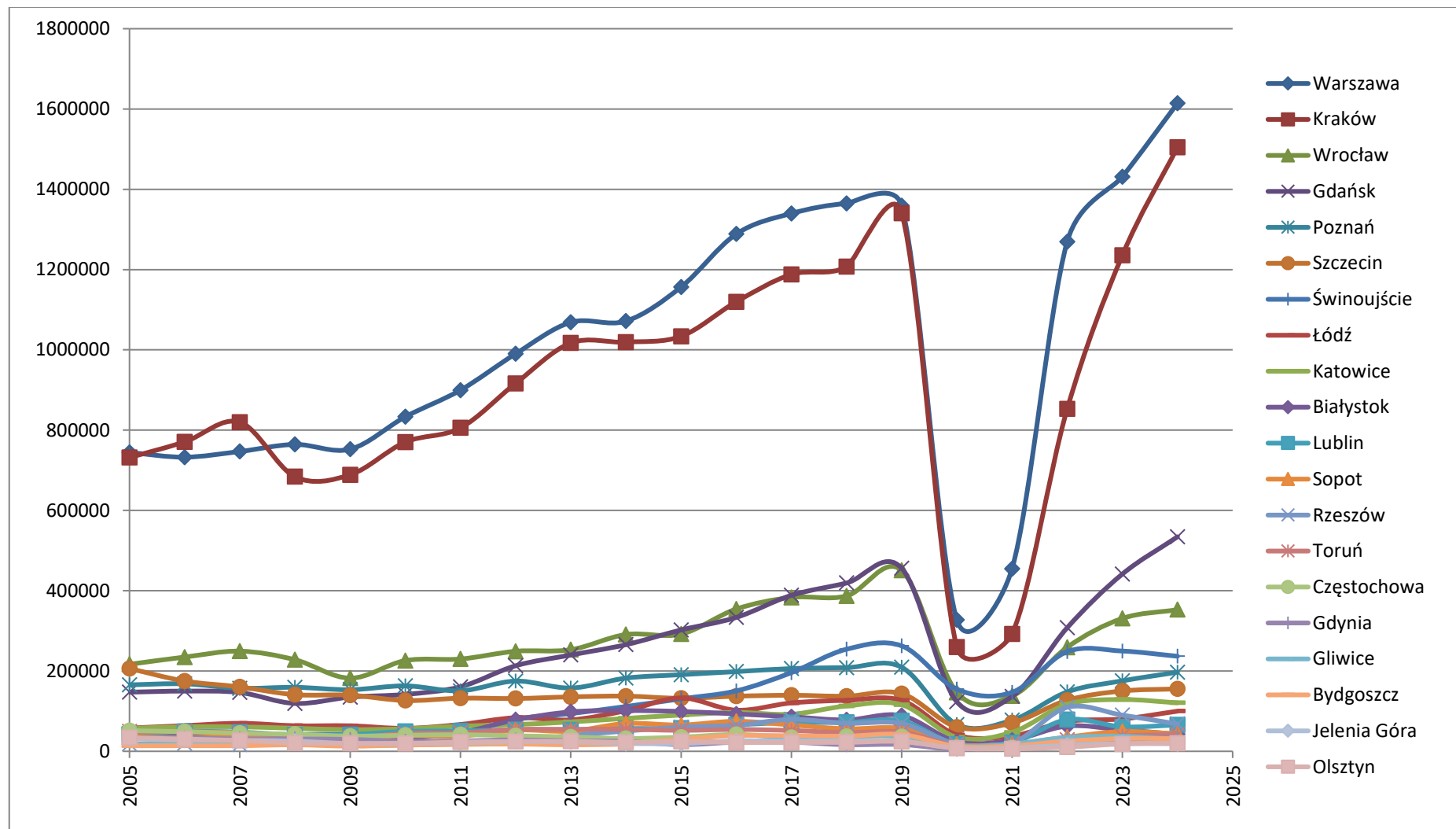
Tabela 15.1.25. Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Średnia
Warszawa	744399	732791	746839	764510	752544	833296	899636	990233	1068676	1071667	1156511	1288484	1339796	1364522	1358950	327551	454611	1269274	1431391	1614118	20209799
Kraków	731771	770793	819978	684056	688871	770243	805664	916445	1017084	1019337	1033770	1119637	1187992	1207177	1340113	259479	292420	852637	1235544	1504784	18257795
Wrocław	216760	234794	249526	228180	182257	226014	229914	249256	253155	290976	291991	354346	383351	386983	450720	146880	137793	259148	330989	352842	5455875
Gdańsk	147375	150029	146496	119215	135001	141807	160699	213115	239968	265635	302332	333476	388577	419280	456074	123399	136670	307821	441547	534419	5162935
Poznań	165609	168127	157037	159472	153484	163071	150772	175012	157726	182338	190911	198557	206146	208499	209425	66750	77516	147927	175570	197134	3311083
Szczecin	206204	175055	160415	141085	139928	126480	132345	131575	135650	137443	132068	137324	139591	137293	143622	60536	70697	127176	150329	155508	2740324
Świnoujście	34745	34907	36987	41876	42821	46448	46525	80013	94054	111690	130789	150474	195977	254347	262690	154840	146831	248363	249756	236843	2600976
Łódź	57970	63939	69872	63704	63609	57274	66887	83767	78479	101118	132997	102492	120579	126995	126773	40793	38148	74420	80637	100067	1650520
Katowice	57215	61126	61000	57337	54073	56263	62765	66684	73176	82064	90323	96911	92426	112983	116065	34875	47364	117147	128942	120771	1589510
Białystok	44232	42172	39567	27852	30356	32596	46224	78485	98245	101618	99294	93080	86064	78248	89013	23967	27565	62930	53525	42383	1197416
Lublin	42104	49560	47731	41014	41724	49471	50726	53657	53165	56611	57461	65919	71794	71893	75612	17630	21317	79070	61105	65764	1073328
Sopot	38164	34215	37392	35520	33883	39015	38068	53087	50253	69329	65536	74863	65666	55969	56931	17125	18354	35389	49413	43572	911744
Rzeszów	18181	19270	16976	17932	20215	21651	24310	25865	39213	50569	60380	65011	79541	69842	69247	18234	20189	109612	90167	68066	904471
Toruń	49806	49026	46629	39124	33740	44780	46379	54427	54883	54832	52307	54419	51886	46534	47944	14112	17839	28620	38397	41967	867651
Częstochowa	51551	48814	45220	42422	37940	39902	41427	38649	35877	31934	35407	41906	34724	36895	36436	9364	8493	18401	22591	21388	679341
Gdynia	34266	33305	30598	30510	29695	24839	25890	28418	26317	24718	16621	22682	22717	16429	16902	4942	11679	31178	30259	34719	496684
Gliwice	18041	17492	19033	18171	14304	15478	18500	20532	21098	21110	24808	24246	30487	36651	37292	13722	18366	34773	37192	30086	471382
Bydgoszcz	13861	14004	14077	16192	12852	15678	17127	18154	16276	18632	30469	39305	38740	37812	41768	12476	13709	25599	31902	31485	460118
Jelenia Góra	31371	27872	27152	25188	19449	20062	21181	24002	23600	19541	19437	26025	25050	25622	25260	7810	8668	14907	19393	18715	430305
Olsztyn	33777	30464	26904	20750	19903	19515	23122	24465	25037	22356	24262	22068	22155	22454	24430	7789	6301	10492	18376	20313	424933
Legnica	17676	22010	22362	20278	13872	15160	17890	20534	20263	19576	18679	23381	28768	37836	23269	6787	7868	18455	28743	28219	411626
Bielsko-Biała	18273	19771	22450	19570	15890	17434	17003	17983	30385	37603	27419	23135	24275	23467	23537	7589	9892	18015	18496	16918	409105
Opole	14890	13064	13803	14673	12862	11562	12547	15103	15920	15674	18342	23806	22676	24189	27526	10207	10378	15228	16035	16759	325244
Zabrze	15829	16134	16664	15842	17030	17308	15680	11705	14406	14422	15560	17919	18272	18669	14950	5119	10554	18771	20881	19487	315202
Elbląg	16026	13478	14407	12933	12997	11426	11616	12673	16389	17509	16814	18785	19606	19752	17948	4600	3675	5910	6922	8258	261724
Przemyśl	11891	11672	10821	13973	8713	8758	7974	9449	10894	10387	9598	9828	12794	14552	13021	4080	4593	30103	27393	22477	252971
Gorzów W.	18432	18244	18524	15981	10105	10804	13191	15465	12896	13218	12411	13602	14649	13126	12358	4540	5127	7887	9181	8766	248507
Kielce	7730	7589	9292	8851	8733	9457	12433	11909	12005	11866	12150	15267	16522	15799	19903	6924	9044	13656	17620	20123	246873
Tychy	7298	10145	12247	16998	13086	13107	13373	12813	11053	12063	15389	17189	16794	15525	15777	3244	4209	10472	10523	9324	240629
Zielona Góra	12453	12172	14408	12446	8943	7154	10082	10973	8209	11696	11177	12475	12978	13982	15087	5271	7027	12827	13824	15025	228209
Suwałki	4271	4842	5174	4705	4664	4323	4068	4882	5528	7549	9165	16213	22170	17671	18886	6673	8073	20205	15843	13012	197917

Zamość	11030	12807	12669	9818	9270	10540	9486	9281	9860	9055	8881	7654	7341	6593	6720	1534	1611	8270	7095	6560	166075
Radom	5000	4776	4837	4608	5475	5846	7667	7620	7742	7652	8338	9004	10058	10555	9899	2844	3748	11509	13154	16839	157171
Tarnów	7561	8105	9619	7979	6487	7250	6086	5859	5755	8146	7591	9725	8370	8436	7583	2426	2520	8091	6908	6880	141377
Biała Podlaska	6234	6827	7695	3861	3763	3756	5684	8280	10866	8279	8298	9163	7576	7287	6306	1516	1459	5806	6852	6902	126410
Chorzów	2363	2180	2107	761	632	1416	2339	2869	3604	5405	6039	10086	11125	12151	15334	3394	4953	6625	9194	9772	112349
Sosnowiec	9943	9334	9311	8502	6055	5518	5399	3290	3166	4214	4713	4272	4640	5323	4531	1598	2326	5956	7231	6520	111842
Koszalin	6438	5199	5734	4378	4548	3047	4656	5102	5427	5598	5808	6032	5194	6203	6898	2561	4180	6270	6718	9662	109653
Łomża	2330	3266	4445	6027	4797	5820	5963	7119	7089	6554	7234	7344	8589	6046	4665	1472	1659	3500	6470	8385	108774
Siedlce	1096	994	816	860	740	1711	1427	2245	2577	2700	2344	8694	10218	10712	10629	3922	5052	11880	13184	13132	104933

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

Rysunek 15.1.1. Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



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

Tabela 15.1.26. Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
Kraków	1613242	1688716	1884069	1633216	1633246	1812764	1846690	2114277	2335948	2441679	2544627	2770246	2938918	2982406	3323743	650899	726738	2119936	3011023	3622174	43694557
Warszawa	1435512	1380954	1436853	1412448	1364017	1501402	1596593	1792801	1946381	1944098	2153508	2389302	2553170	2633937	2582963	633171	865461	2423619	2526002	2746151	37318343
Świnoujście	266308	285262	288554	337934	347750	383968	378052	563107	657409	688498	742312	857306	979809	1133717	1191493	638317	634064	1015253	1069579	969357	13428049
Gdańsk	345276	365582	379041	303075	324670	341290	407995	504928	574583	638104	725881	822478	940142	1024981	1121720	322222	352538	771220	1066255	1210102	12542083
Wrocław	434825	474815	496393	423982	349070	426374	433748	478759	491309	547306	548734	698382	728047	701906	795376	247386	284765	554258	674739	711294	10501468
Poznań	291818	305297	275557	326803	307884	300651	308032	324003	304151	340694	343670	385281	388350	391402	376651	125372	151140	312327	371085	389732	6319900
Szczecin	358518	320808	303714	267222	256232	221269	230895	226856	240274	239738	275142	313032	342653	350321	403275	239355	263991	391858	391582	394059	6030794
Łódź	119826	129482	150239	139194	140355	127864	152274	192286	177062	193171	238053	208519	237814	393114	370352	198044	187990	312326	244834	188610	4101409
Katowice	116267	127084	131646	126109	112315	115483	132892	132020	138007	153751	169398	200100	182458	243832	253300	86885	102759	262854	279748	248369	3315277
Sopot	93688	84053	94438	86522	85998	95761	92497	129925	132842	152777	146019	166882	160513	151455	145519	43661	49897	98314	119875	115168	2245804
Lublin	67759	75305	72472	66734	65655	71210	77182	79999	77202	82664	87393	102050	115508	120154	123411	32485	43211	154800	112050	104196	1731440
Białystok	66816	62810	63049	46558	48120	49096	69001	107883	125479	130481	125920	115935	109870	101680	115816	32437	39434	85007	80175	62141	1637708
Toruń	76609	81833	108986	81057	65621	82287	77976	88636	85055	88381	95840	97589	88221	78485	87581	26509	36814	58326	79130	81699	1566635
Rzeszów	40164	41943	40182	34408	39046	40739	45821	46198	58285	67948	81500	87819	115451	97014	101462	27968	32553	173047	181758	173119	1526425
Jelenia Góra	115102	91501	90283	76888	63809	69519	65874	69888	75238	68604	67167	83261	82059	78670	77234	26122	29637	47875	57812	55518	1392061
Bydgoszcz	28108	30936	34183	44605	33181	42454	52074	62155	49665	55633	81722	112198	118549	114879	135954	46829	59330	86909	92764	84372	1366500
Gdynia	80649	84979	72870	69591	62507	56965	57347	68704	69569	66699	49032	49454	51205	50229	58517	22131	32429	65876	68177	70133	1207063
Gliwice	50486	42030	48567	51105	42790	58208	61930	57368	60552	57010	79093	68781	65446	78638	73823	27394	39723	73589	72023	62391	1170947
Częstochowa	67906	66306	67633	66427	54289	57171	58073	55418	52967	46936	50605	66211	79192	88486	86576	32661	27585	41686	42831	41246	1150205
Bielsko-Biała	42503	48285	51300	42646	39524	39833	35801	33469	52518	67332	57595	58286	62578	56778	64293	24698	44304	48265	41801	37515	949324
Olsztyn	73013	72690	67359	47095	42346	40843	50351	56823	54997	47318	46779	47551	47863	48700	52808	18995	14879	25077	40092	44389	939968
Legnica	36383	34536	34614	31721	23042	24009	29890	32147	35316	33314	32371	37766	50729	66312	49754	16253	18999	38121	51082	51577	727936
Opole	32864	26890	29211	31055	28439	24613	26220	32997	34877	32730	40549	51137	50120	49614	58374	23500	24991	37290	37392	40025	712888
Gorzów W.	28826	29307	33326	33784	19316	20704	23901	31154	24884	29935	33716	41458	43328	30847	34952	23147	30549	44700	50556	49251	657641
Kielce	16891	16159	21916	20913	20030	22314	29253	26268	26060	27368	25495	31579	36101	39742	52227	24293	31529	42370	59810	80245	650563
Tychy	19166	25448	45553	50894	36779	35290	37073	31585	31732	30979	35539	39447	36405	39376	37014	7718	10195	30455	26364	22199	629211
Elbląg	32487	25982	27927	26953	28298	23821	22727	23609	32324	48272	33271	37304	35868	40735	34188	11321	9268	15188	16167	17375	543085
Radom	9766	11495	11869	11981	14169	15644	20141	18545	20253	19669	31709	51962	49879	50805	47685	17872	16822	33917	39140	44362	537685
Zabrze	26851	26975	28174	26934	28596	32672	30381	19656	23815	22896	26146	30788	32523	27376	22478	8577	15962	25720	30059	27534	514113
Zielona Góra	21429	23416	24662	21956	16211	12816	18503	20990	16237	21276	23816	25128	24947	28340	32651	12687	17429	28128	28751	30789	450162
Słupsk	11037	11638	10110	10227	6020	5198	7553	8840	4221	5909	6011	9801	58909	61764	56517	31458	10172	15479	18396	2519	351779
Przemysław	16141	15312	14646	18808	11742	13053	12369	12910	14414	14042	13044	13254	16080	19689	17419	5789	5850	46978	34132	31186	346858

Sosnowiec	25137	25265	22213	24684	16573	11895	13069	7800	6835	9281	10493	11053	13181	18821	14117	9722	17017	26263	23621	18902	325942
Bytom	4836	4735	5245	46637	63888	44756	3982	3260	3014	6690	6330	3442	5773	7042	9675	7592	6919	13387	24718	22763	294684
Suwałki	5859	6742	7329	6659	6270	6022	6013	6346	7042	14566	22528	19153	27517	22336	24677	8996	10400	26169	25488	22693	282805
Siedlce	1826	1754	1929	2090	2471	6115	4364	4613	4368	4853	5394	17668	25332	23105	26308	20362	23475	33787	29564	29628	269006
Chorzów	5636	5228	5881	2022	1804	3826	5591	7486	10449	13878	13927	28684	23485	30229	29701	7893	10671	17761	20715	22117	266984
Zamość	16160	17319	16641	14411	12319	15184	13186	15306	16201	13119	14908	11772	11482	11210	11400	2605	2605	14591	10806	10239	251464
Koszalin	10539	8652	9268	7845	7685	5012	8101	9266	12494	11565	11918	14056	10549	12813	12280	7332	14586	17771	18043	28810	238585
Tarnów	12352	15134	13499	13599	10608	11530	10894	11476	9539	12924	11784	17251	14805	14465	12990	4719	5687	13627	10597	9985	237465

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

Tabela 15.1.27. 17-Kolumnowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
Warszawa	24,9%	24,3%	24,3%	27,0%	27,6%	28,1%	28,7%	27,7%	27,9%	26,6%	27,3%	27,7%	27,0%	26,7%	25,3%	22,1%	26,5%	30,4%	28,4%	28,9%	27,1%
Kraków	24,4%	25,5%	26,7%	24,2%	25,3%	26,0%	25,7%	25,7%	26,6%	25,3%	24,4%	24,1%	24,0%	23,6%	25,0%	17,5%	17,0%	20,4%	24,5%	26,9%	24,5%
Wrocław	7,2%	7,8%	8,1%	8,1%	6,7%	7,6%	7,3%	7,0%	6,6%	7,2%	6,9%	7,6%	7,7%	7,6%	8,4%	9,9%	8,0%	6,2%	6,6%	6,3%	7,3%
Gdańsk	4,9%	5,0%	4,8%	4,2%	5,0%	4,8%	5,1%	6,0%	6,3%	6,6%	7,1%	7,2%	7,8%	8,2%	8,5%	8,3%	8,0%	7,4%	8,8%	9,6%	6,9%
Poznań	5,5%	5,6%	5,1%	5,6%	5,6%	5,5%	4,8%	4,9%	4,1%	4,5%	4,5%	4,3%	4,2%	4,1%	3,9%	4,5%	4,5%	3,5%	3,5%	3,5%	4,4%
Szczecin	6,9%	5,8%	5,2%	5,0%	5,1%	4,3%	4,2%	3,7%	3,5%	3,4%	3,1%	3,0%	2,8%	2,7%	2,7%	4,1%	4,1%	3,0%	3,0%	2,8%	3,7%
Świnoujście	1,2%	1,2%	1,2%	1,5%	1,6%	1,6%	1,5%	2,2%	2,5%	2,8%	3,1%	3,2%	4,0%	5,0%	4,9%	10,4%	8,6%	5,9%	5,0%	4,2%	3,5%
Łódź	1,9%	2,1%	2,3%	2,3%	2,3%	1,9%	2,1%	2,3%	2,0%	2,5%	3,1%	2,2%	2,4%	2,5%	2,4%	2,8%	2,2%	1,8%	1,6%	1,8%	2,2%
Katowice	1,9%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	1,9%	2,0%	1,9%	1,9%	2,0%	2,1%	2,1%	1,9%	2,2%	2,2%	2,4%	2,8%	2,8%	2,6%	2,2%	2,1%
Białystok	1,5%	1,4%	1,3%	1,0%	1,1%	1,1%	1,5%	2,2%	2,6%	2,5%	2,3%	2,0%	1,7%	1,5%	1,7%	1,6%	1,6%	1,5%	1,1%	0,8%	1,6%
Lublin	1,4%	1,6%	1,6%	1,4%	1,5%	1,7%	1,6%	1,5%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,2%	1,2%	1,9%	1,2%	1,2%	1,4%
Sopot	1,3%	1,1%	1,2%	1,3%	1,2%	1,3%	1,2%	1,5%	1,3%	1,7%	1,5%	1,6%	1,3%	1,1%	1,1%	1,2%	1,1%	0,8%	1,0%	0,8%	1,2%
Rzeszów	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,8%	0,7%	1,0%	1,3%	1,4%	1,4%	1,6%	1,4%	1,3%	1,2%	1,2%	2,6%	1,8%	1,2%	1,2%
Toruń	1,7%	1,6%	1,5%	1,4%	1,2%	1,5%	1,5%	1,5%	1,4%	1,4%	1,2%	1,2%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	0,7%	0,8%	0,8%	1,2%
Częstochowa	1,7%	1,6%	1,5%	1,5%	1,4%	1,3%	1,3%	1,1%	0,9%	0,8%	0,8%	0,9%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,9%
Gdynia	1,1%	1,1%	1,0%	1,1%	1,1%	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,6%	0,4%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,3%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%
Gliwice	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	0,6%	0,7%	0,7%	0,9%	1,1%	0,8%	0,7%	0,5%	0,6%
Bydgoszcz	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,7%	0,8%	0,8%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Jelenia Góra	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,6%
Olsztyn	1,1%	1,0%	0,9%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,6%
Legnica	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%	0,6%	0,5%	0,6%
Bielsko-Biała	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,8%	0,9%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,6%	0,4%	0,4%	0,3%	0,5%
Opole	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,7%	0,6%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%
Zabrze	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,6%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Elbląg	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,4%
Przemyśl	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,7%	0,5%	0,4%	0,3%
Gorzów W.	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
Kielce	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%
Tychy	0,2%	0,3%	0,4%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%
Zielona Góra	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Suwałki	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,2%	0,3%
Zamość	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%

Radom	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	400,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%
Tarnów	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%
Biała Podlaska	0,2%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Chorzów	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Sosnowiec	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Koszalin	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%
Łomża	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Siedlce	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,1%

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

Tabela 15.1.28. Kolumnowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
Kraków	25,8%	26,7%	28,3%	26,2%	27,5%	28,4%	27,7%	27,7%	28,4%	28,3%	27,5%	26,7%	26,3%	25,4%	26,9%	16,9%	16,5%	21,5%	26,4%	29,8%	26,4%
Warszawa	23,0%	21,9%	21,6%	22,7%	22,9%	23,5%	23,9%	23,5%	23,6%	22,5%	23,3%	23,0%	22,8%	22,4%	20,9%	16,5%	19,7%	24,6%	22,2%	22,6%	22,5%
Świnoujście	4,3%	4,5%	4,3%	5,4%	5,8%	6,0%	5,7%	7,4%	8,0%	8,0%	8,0%	8,3%	8,8%	9,7%	9,7%	16,6%	14,4%	10,3%	9,4%	8,0%	8,1%
Gdańsk	5,5%	5,8%	5,7%	4,9%	5,5%	5,3%	6,1%	6,6%	7,0%	7,4%	7,8%	7,9%	8,4%	8,7%	9,1%	8,4%	8,0%	7,8%	9,4%	9,9%	7,6%
Wrocław	7,0%	7,5%	7,5%	6,8%	5,9%	6,7%	6,5%	6,3%	6,0%	6,3%	5,9%	6,7%	6,5%	6,0%	6,4%	6,4%	6,5%	5,6%	5,9%	5,8%	6,3%
Poznań	4,7%	4,8%	4,1%	5,3%	5,2%	4,7%	4,6%	4,2%	3,7%	3,9%	3,7%	3,7%	3,5%	3,3%	3,1%	3,3%	3,4%	3,2%	3,3%	3,2%	3,8%
Szczecin	5,7%	5,1%	4,6%	4,3%	4,3%	3,5%	3,5%	3,0%	2,9%	2,8%	3,0%	3,0%	3,1%	3,0%	3,3%	6,2%	6,0%	4,0%	3,4%	3,2%	3,6%
Łódź	1,9%	2,0%	2,3%	2,2%	2,4%	2,0%	2,3%	2,5%	2,1%	2,2%	2,6%	2,0%	2,1%	3,3%	3,0%	5,2%	4,3%	3,2%	2,2%	1,5%	2,5%
Katowice	1,9%	2,0%	2,0%	2,0%	1,9%	1,8%	2,0%	1,7%	1,7%	1,8%	1,8%	1,9%	1,6%	2,1%	2,1%	2,3%	2,3%	2,7%	2,5%	2,0%	2,0%
Sopot	1,5%	1,3%	1,4%	1,4%	1,4%	1,5%	1,4%	1,7%	1,6%	1,8%	1,6%	1,6%	1,4%	1,3%	1,2%	1,1%	1,1%	1,0%	1,1%	0,9%	1,4%
Lublin	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,2%	1,0%	0,9%	1,0%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	1,0%	1,6%	1,0%	0,9%	1,0%
Białystok	1,1%	1,0%	0,9%	0,7%	0,8%	0,8%	1,0%	1,4%	1,5%	1,5%	1,4%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%	0,9%	0,9%	0,7%	0,5%	1,0%
Toruń	1,2%	1,3%	1,6%	1,3%	1,1%	1,3%	1,2%	1,2%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%	0,8%	0,7%	0,7%	0,7%	0,8%	0,6%	0,7%	0,7%	0,9%
Rzeszów	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,8%	0,9%	0,8%	1,0%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	1,8%	1,6%	1,4%	0,9%
Jelenia Góra	1,8%	1,4%	1,4%	1,2%	1,1%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,8%
Bydgoszcz	0,4%	0,5%	0,5%	0,7%	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	0,6%	0,6%	0,9%	1,1%	1,1%	1,0%	1,1%	1,2%	1,3%	0,9%	0,8%	0,7%	0,8%
Gdynia	1,3%	1,3%	1,1%	1,1%	1,1%	0,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%
Gliwice	0,8%	0,7%	0,7%	0,8%	0,7%	0,9%	0,9%	0,8%	0,7%	0,7%	0,9%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,9%	0,7%	0,6%	0,5%	0,7%
Częstochowa	1,1%	1,0%	1,0%	1,1%	0,9%	0,9%	0,9%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,8%	0,6%	0,4%	0,4%	0,3%	0,7%
Bielsko-Biała	0,7%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,5%	0,4%	0,6%	0,8%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	1,0%	0,5%	0,4%	0,3%	0,6%
Olsztyn	1,2%	1,2%	1,0%	0,8%	0,7%	0,6%	0,8%	0,7%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,6%
Legnica	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,5%	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%
Opole	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	0,6%	0,6%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%
Gorzów W.	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,6%	0,7%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%
Kielce	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,6%	0,7%	0,4%	0,5%	0,7%	0,4%
Tychy	0,3%	0,4%	0,7%	0,8%	0,6%	0,6%	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,4%
Elbląg	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,6%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,3%
Radom	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%
Zabrze	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%
Zielona Góra	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Ślupsk	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,5%	0,5%	0,5%	0,8%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%
Przemyśl	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%
Sosnowiec	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,3%	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
Bytom	0,1%	0,1%	0,1%	0,7%	1,1%	0,7%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%

Suwałki	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
Siedlce	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%
Chorzów	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Zamość	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Koszalin	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%
Tarnów	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%

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

Tabela 15.1.29. Wierszowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
Warszawa	3,7%	3,6%	3,7%	3,8%	3,7%	4,1%	4,5%	4,9%	5,3%	5,3%	5,7%	6,4%	6,6%	6,8%	6,7%	1,6%	2,2%	6,3%	7,1%	8,0%	100,0%
Kraków	4,0%	4,2%	4,5%	3,7%	3,8%	4,2%	4,4%	5,0%	5,6%	5,6%	5,7%	6,1%	6,5%	6,6%	7,3%	1,4%	1,6%	4,7%	6,8%	8,2%	100,0%
Wrocław	4,0%	4,3%	4,6%	4,2%	3,3%	4,1%	4,2%	4,6%	4,6%	5,3%	5,4%	6,5%	7,0%	7,1%	8,3%	2,7%	2,5%	4,7%	6,1%	6,5%	100,0%
Gdańsk	2,9%	2,9%	2,8%	2,3%	2,6%	2,7%	3,1%	4,1%	4,6%	5,1%	5,9%	6,5%	7,5%	8,1%	8,8%	2,4%	2,6%	6,0%	8,6%	10,4%	100,0%
Poznań	5,0%	5,1%	4,7%	4,8%	4,6%	4,9%	4,6%	5,3%	4,8%	5,5%	5,8%	6,0%	6,2%	6,3%	6,3%	2,0%	2,3%	4,5%	5,3%	6,0%	100,0%
Szczecin	7,5%	6,4%	5,9%	5,1%	5,1%	4,6%	4,8%	4,8%	5,0%	5,0%	4,8%	5,0%	5,1%	5,0%	5,2%	2,2%	2,6%	4,6%	5,5%	5,7%	100,0%
Świnoujście	1,3%	1,3%	1,4%	1,6%	1,6%	1,8%	1,8%	3,1%	3,6%	4,3%	5,0%	5,8%	7,5%	9,8%	10,1%	6,0%	5,6%	9,5%	9,6%	9,1%	100,0%
Łódź	3,5%	3,9%	4,2%	3,9%	3,9%	3,5%	4,1%	5,1%	4,8%	6,1%	8,1%	6,2%	7,3%	7,7%	7,7%	2,5%	2,3%	4,5%	4,9%	6,1%	100,0%
Katowice	3,6%	3,8%	3,8%	3,6%	3,4%	3,5%	3,9%	4,2%	4,6%	5,2%	5,7%	6,1%	5,8%	7,1%	7,3%	2,2%	3,0%	7,4%	8,1%	7,6%	100,0%
Białystok	3,7%	3,5%	3,3%	2,3%	2,5%	2,7%	3,9%	6,6%	8,2%	8,5%	8,3%	7,8%	7,2%	6,5%	7,4%	2,0%	2,3%	5,3%	4,5%	3,5%	100,0%
Lublin	3,9%	4,6%	4,4%	3,8%	3,9%	4,6%	4,7%	5,0%	5,0%	5,3%	5,4%	6,1%	6,7%	6,7%	7,0%	1,6%	2,0%	7,4%	5,7%	6,1%	100,0%
Sopot	4,2%	3,8%	4,1%	3,9%	3,7%	4,3%	4,2%	5,8%	5,5%	7,6%	7,2%	8,2%	7,2%	6,1%	6,2%	1,9%	2,0%	3,9%	5,4%	4,8%	100,0%
Rzeszów	2,0%	2,1%	1,9%	2,0%	2,2%	2,4%	2,7%	2,9%	4,3%	5,6%	6,7%	7,2%	8,8%	7,7%	7,7%	2,0%	2,2%	12,1%	10,0%	7,5%	100,0%
Toruń	5,7%	5,7%	5,4%	4,5%	3,9%	5,2%	5,3%	6,3%	6,3%	6,3%	6,0%	6,3%	6,0%	5,4%	5,5%	1,6%	2,1%	3,3%	4,4%	4,8%	100,0%
Częstochowa	7,6%	7,2%	6,7%	6,2%	5,6%	5,9%	6,1%	5,7%	5,3%	4,7%	5,2%	6,2%	5,1%	5,4%	5,4%	1,4%	1,3%	2,7%	3,3%	3,1%	100,0%
Gdynia	6,9%	6,7%	6,2%	6,1%	6,0%	5,0%	5,2%	5,7%	5,3%	5,0%	3,3%	4,6%	4,6%	3,3%	3,4%	1,0%	2,4%	6,3%	6,1%	7,0%	100,0%
Giliwice	3,8%	3,7%	4,0%	3,9%	3,0%	3,3%	3,9%	4,4%	4,5%	4,5%	5,3%	5,1%	6,5%	7,8%	7,9%	2,9%	3,9%	7,4%	7,9%	6,4%	100,0%
Bydgoszcz	3,0%	3,0%	3,1%	3,5%	2,8%	3,4%	3,7%	3,9%	3,5%	4,0%	6,6%	8,5%	8,4%	8,2%	9,1%	2,7%	3,0%	5,6%	6,9%	6,8%	100,0%
Jelenia Góra	7,3%	6,5%	6,3%	5,9%	4,5%	4,7%	4,9%	5,6%	5,5%	4,5%	4,5%	6,0%	5,8%	6,0%	5,9%	1,8%	2,0%	3,5%	4,5%	4,3%	100,0%
Olsztyn	7,9%	7,2%	6,3%	4,9%	4,7%	4,6%	5,4%	5,8%	5,9%	5,3%	5,7%	5,2%	5,2%	5,3%	5,7%	1,8%	1,5%	2,5%	4,3%	4,8%	100,0%
Legnica	4,3%	5,3%	5,4%	4,9%	3,4%	3,7%	4,3%	5,0%	4,9%	4,8%	4,5%	5,7%	7,0%	9,2%	5,7%	1,6%	1,9%	4,5%	7,0%	6,9%	100,0%
Bielsko-Biała	4,5%	4,8%	5,5%	4,8%	3,9%	4,3%	4,2%	4,4%	7,4%	9,2%	6,7%	5,7%	5,9%	5,7%	5,8%	1,9%	2,4%	4,4%	4,5%	4,1%	100,0%
Opole	4,6%	4,0%	4,2%	4,5%	4,0%	3,6%	3,9%	4,6%	4,9%	4,8%	5,6%	7,3%	7,0%	7,4%	8,5%	3,1%	3,2%	4,7%	4,9%	5,2%	100,0%
Zabrze	5,0%	5,1%	5,3%	5,0%	5,4%	5,5%	5,0%	3,7%	4,6%	4,6%	4,9%	5,7%	5,8%	5,9%	4,7%	1,6%	3,3%	6,0%	6,6%	6,2%	100,0%
Elbląg	6,1%	5,1%	5,5%	4,9%	5,0%	4,4%	4,4%	4,8%	6,3%	6,7%	6,4%	7,2%	7,5%	7,5%	6,9%	1,8%	1,4%	2,3%	2,6%	3,2%	100,0%
Przemyśl	4,7%	4,6%	4,3%	5,5%	3,4%	3,5%	3,2%	3,7%	4,3%	4,1%	3,8%	3,9%	5,1%	5,8%	5,1%	1,6%	1,8%	11,9%	10,8%	8,9%	100,0%
Gorzów W.	7,4%	7,3%	7,5%	6,4%	4,1%	4,3%	5,3%	6,2%	5,2%	5,3%	5,0%	5,5%	5,9%	5,3%	5,0%	1,8%	2,1%	3,2%	3,7%	3,5%	100,0%
Kielce	3,1%	3,1%	3,8%	3,6%	3,5%	3,8%	5,0%	4,8%	4,9%	4,8%	4,9%	6,2%	6,7%	6,4%	8,1%	2,8%	3,7%	5,5%	7,1%	8,2%	100,0%
Tychy	3,0%	4,2%	5,1%	7,1%	5,4%	5,4%	5,6%	5,3%	4,6%	5,0%	6,4%	7,1%	7,0%	6,5%	6,6%	1,3%	1,7%	4,4%	4,4%	3,9%	100,0%
Zielona Góra	5,5%	5,3%	6,3%	5,5%	3,9%	3,1%	4,4%	4,8%	3,6%	5,1%	4,9%	5,5%	5,7%	6,1%	6,6%	2,3%	3,1%	5,6%	6,1%	6,6%	100,0%
Suwałki	2,2%	2,4%	2,6%	2,4%	2,4%	2,2%	2,1%	2,5%	2,8%	3,8%	4,6%	8,2%	11,2%	8,9%	9,5%	3,4%	4,1%	10,2%	8,0%	6,6%	100,0%
Zamość	6,6%	7,7%	7,6%	5,9%	5,6%	6,3%	5,7%	5,6%	5,9%	5,5%	5,3%	4,6%	4,4%	4,0%	4,0%	0,9%	1,0%	5,0%	4,3%	4,0%	100,0%
Radom	3,2%	3,0%	3,1%	2,9%	3,5%	3,7%	4,9%	4,8%	4,9%	4,9%	5,3%	5,7%	6,4%	6,7%	6,3%	1,8%	2,4%	7,3%	8,4%	10,7%	100,0%
Tarnów	5,3%	5,7%	6,8%	5,6%	4,6%	5,1%	4,3%	4,1%	4,1%	5,8%	5,4%	6,9%	5,9%	6,0%	5,4%	1,7%	1,8%	5,7%	4,9%	4,9%	100,0%

Biała Podlaska	4,9%	5,4%	6,1%	3,1%	3,0%	3,0%	4,5%	6,6%	8,6%	6,5%	6,6%	7,2%	6,0%	5,8%	5,0%	1,2%	1,2%	4,6%	5,4%	5,5%	100,0%
Chorzów	2,1%	1,9%	1,9%	0,7%	0,6%	1,3%	2,1%	2,6%	3,2%	4,8%	5,4%	9,0%	9,9%	10,8%	13,6%	3,0%	4,4%	5,9%	8,2%	8,7%	100,0%
Sosnowiec	8,9%	8,3%	8,3%	7,6%	5,4%	4,9%	4,8%	2,9%	2,8%	3,8%	4,2%	3,8%	4,1%	4,8%	4,1%	1,4%	2,1%	5,3%	6,5%	5,8%	100,0%
Koszalin	5,9%	4,7%	5,2%	4,0%	4,1%	2,8%	4,2%	4,7%	4,9%	5,1%	5,3%	5,5%	4,7%	5,7%	6,3%	2,3%	3,8%	5,7%	6,1%	8,8%	100,0%
Łomża	2,1%	3,0%	4,1%	5,5%	4,4%	5,4%	5,5%	6,5%	6,5%	6,0%	6,7%	6,8%	7,9%	5,6%	4,3%	1,4%	1,5%	3,2%	5,9%	7,7%	100,0%
Siedlce	1,0%	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	1,6%	1,4%	2,1%	2,5%	2,6%	2,2%	8,3%	9,7%	10,2%	10,1%	3,7%	4,8%	11,3%	12,6%	12,5%	100,0%

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

Tabela 15.1.30. Wierszowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
Kraków	3,7%	3,9%	4,3%	3,7%	3,7%	4,1%	4,2%	4,8%	5,3%	5,6%	5,8%	6,3%	6,7%	6,8%	7,6%	1,5%	1,7%	4,9%	6,9%	8,3%	100,0%
Warszawa	3,8%	3,7%	3,9%	3,8%	3,7%	4,0%	4,3%	4,8%	5,2%	5,2%	5,8%	6,4%	6,8%	7,1%	6,9%	1,7%	2,3%	6,5%	6,8%	7,4%	100,0%
Świnoujście	2,0%	2,1%	2,1%	2,5%	2,6%	2,9%	2,8%	4,2%	4,9%	5,1%	5,5%	6,4%	7,3%	8,4%	8,9%	4,8%	4,7%	7,6%	8,0%	7,2%	100,0%
Gdańsk	2,8%	2,9%	3,0%	2,4%	2,6%	2,7%	3,3%	4,0%	4,6%	5,1%	5,8%	6,6%	7,5%	8,2%	8,9%	2,6%	2,8%	6,1%	8,5%	9,6%	100,0%
Wrocław	4,1%	4,5%	4,7%	4,0%	3,3%	4,1%	4,1%	4,6%	4,7%	5,2%	5,2%	6,7%	6,9%	6,7%	7,6%	2,4%	2,7%	5,3%	6,4%	6,8%	100,0%
Poznań	4,6%	4,8%	4,4%	5,2%	4,9%	4,8%	4,9%	5,1%	4,8%	5,4%	5,4%	6,1%	6,1%	6,2%	6,0%	2,0%	2,4%	4,9%	5,9%	6,2%	100,0%
Szczecin	5,9%	5,3%	5,0%	4,4%	4,2%	3,7%	3,8%	3,8%	4,0%	4,0%	4,6%	5,2%	5,7%	5,8%	6,7%	4,0%	4,4%	6,5%	6,5%	6,5%	100,0%
Łódź	2,9%	3,2%	3,7%	3,4%	3,4%	3,1%	3,7%	4,7%	4,3%	4,7%	5,8%	5,1%	5,8%	9,6%	9,0%	4,8%	4,6%	7,6%	6,0%	4,6%	100,0%
Katowice	3,5%	3,8%	4,0%	3,8%	3,4%	3,5%	4,0%	4,0%	4,2%	4,6%	5,1%	6,0%	5,5%	7,4%	7,6%	2,6%	3,1%	7,9%	8,4%	7,5%	100,0%
Sopot	4,2%	3,7%	4,2%	3,9%	3,8%	4,3%	4,1%	5,8%	5,9%	6,8%	6,5%	7,4%	7,1%	6,7%	6,5%	1,9%	2,2%	4,4%	5,3%	5,1%	100,0%
Lublin	3,9%	4,3%	4,2%	3,9%	3,8%	4,1%	4,5%	4,6%	4,5%	4,8%	5,0%	5,9%	6,7%	6,9%	7,1%	1,9%	2,5%	8,9%	6,5%	6,0%	100,0%
Białystok	4,1%	3,8%	3,8%	2,8%	2,9%	3,0%	4,2%	6,6%	7,7%	8,0%	7,7%	7,1%	6,7%	6,2%	7,1%	2,0%	2,4%	5,2%	4,9%	3,8%	100,0%
Toruń	4,9%	5,2%	7,0%	5,2%	4,2%	5,3%	5,0%	5,7%	5,4%	5,6%	6,1%	6,2%	5,6%	5,0%	5,6%	1,7%	2,3%	3,7%	5,1%	5,2%	100,0%
Rzeszów	2,6%	2,7%	2,6%	2,3%	2,6%	2,7%	3,0%	3,0%	3,8%	4,5%	5,3%	5,8%	7,6%	6,4%	6,6%	1,8%	2,1%	11,3%	11,9%	11,3%	100,0%
Jelenia Góra	8,3%	6,6%	6,5%	5,5%	4,6%	5,0%	4,7%	5,0%	5,4%	4,9%	4,8%	6,0%	5,9%	5,7%	5,5%	1,9%	2,1%	3,4%	4,2%	4,0%	100,0%
Bydgoszcz	2,1%	2,3%	2,5%	3,3%	2,4%	3,1%	3,8%	4,5%	3,6%	4,1%	6,0%	8,2%	8,7%	8,4%	9,9%	3,4%	4,3%	6,4%	6,8%	6,2%	100,0%
Gdynia	6,7%	7,0%	6,0%	5,8%	5,2%	4,7%	4,8%	5,7%	5,8%	5,5%	4,1%	4,1%	4,2%	4,2%	4,8%	1,8%	2,7%	5,5%	5,6%	5,8%	100,0%
Gliwice	4,3%	3,6%	4,1%	4,4%	3,7%	5,0%	5,3%	4,9%	5,2%	4,9%	6,8%	5,9%	5,6%	6,7%	6,3%	2,3%	3,4%	6,3%	6,2%	5,3%	100,0%
Częstochowa	5,9%	5,8%	5,9%	5,8%	4,7%	5,0%	5,0%	4,8%	4,6%	4,1%	4,4%	5,8%	6,9%	7,7%	7,5%	2,8%	2,4%	3,6%	3,7%	3,6%	100,0%
Bielsko-Biała	4,5%	5,1%	5,4%	4,5%	4,2%	4,2%	3,8%	3,5%	5,5%	7,1%	6,1%	6,1%	6,6%	6,0%	6,8%	2,6%	4,7%	5,1%	4,4%	4,0%	100,0%
Olsztyn	7,8%	7,7%	7,2%	5,0%	4,5%	4,3%	5,4%	6,0%	5,9%	5,0%	5,0%	5,1%	5,1%	5,2%	5,6%	2,0%	1,6%	2,7%	4,3%	4,7%	100,0%
Legnica	5,0%	4,7%	4,8%	4,4%	3,2%	3,3%	4,1%	4,4%	4,9%	4,6%	4,4%	5,2%	7,0%	9,1%	6,8%	2,2%	2,6%	5,2%	7,0%	7,1%	100,0%
Opole	4,6%	3,8%	4,1%	4,4%	4,0%	3,5%	3,7%	4,6%	4,9%	4,6%	5,7%	7,2%	7,0%	7,0%	8,2%	3,3%	3,5%	5,2%	5,2%	5,6%	100,0%
Gorzów W.	4,4%	4,5%	5,1%	5,1%	2,9%	3,1%	3,6%	4,7%	3,8%	4,6%	5,1%	6,3%	6,6%	4,7%	5,3%	3,5%	4,6%	6,8%	7,7%	7,5%	100,0%
Kielce	2,6%	2,5%	3,4%	3,2%	3,1%	3,4%	4,5%	4,0%	4,0%	4,2%	3,9%	4,9%	5,5%	6,1%	8,0%	3,7%	4,8%	6,5%	9,2%	12,3%	100,0%
Tychy	3,0%	4,0%	7,2%	8,1%	5,8%	5,6%	5,9%	5,0%	5,0%	4,9%	5,6%	6,3%	5,8%	6,3%	5,9%	1,2%	1,6%	4,8%	4,2%	3,5%	100,0%
Elbląg	6,0%	4,8%	5,1%	5,0%	5,2%	4,4%	4,2%	4,3%	6,0%	8,9%	6,1%	6,9%	6,6%	7,5%	6,3%	2,1%	1,7%	2,8%	3,0%	3,2%	100,0%
Radom	1,8%	2,1%	2,2%	2,2%	2,6%	2,9%	3,7%	3,4%	3,8%	3,7%	5,9%	9,7%	9,3%	9,4%	8,9%	3,3%	3,1%	6,3%	7,3%	8,3%	100,0%
Zabrze	5,2%	5,2%	5,5%	5,2%	5,6%	6,4%	5,9%	3,8%	4,6%	4,5%	5,1%	6,0%	6,3%	5,3%	4,4%	1,7%	3,1%	5,0%	5,8%	5,4%	100,0%
Zielona Góra	4,8%	5,2%	5,5%	4,9%	3,6%	2,8%	4,1%	4,7%	3,6%	4,7%	5,3%	5,6%	5,5%	6,3%	7,3%	2,8%	3,9%	6,2%	6,4%	6,8%	100,0%
Ślupsk	3,1%	3,3%	2,9%	2,9%	1,7%	1,5%	2,1%	2,5%	1,2%	1,7%	1,7%	2,8%	16,7%	17,6%	16,1%	8,9%	2,9%	4,4%	5,2%	0,7%	100,0%
Przemyśl	4,7%	4,4%	4,2%	5,4%	3,4%	3,8%	3,6%	3,7%	4,2%	4,0%	3,8%	3,8%	4,6%	5,7%	5,0%	1,7%	1,7%	13,5%	9,8%	9,0%	100,0%
Sosnowiec	7,7%	7,8%	6,8%	7,6%	5,1%	3,6%	4,0%	2,4%	2,1%	2,8%	3,2%	3,4%	4,0%	5,8%	4,3%	3,0%	5,2%	8,1%	7,2%	5,8%	100,0%
Bytom	1,6%	1,6%	1,8%	15,8%	21,7%	15,2%	1,4%	1,1%	1,0%	2,3%	2,1%	1,2%	2,0%	2,4%	3,3%	2,6%	2,3%	4,5%	8,4%	7,7%	100,0%

Suwałki	2,1%	2,4%	2,6%	2,4%	2,2%	2,1%	2,1%	2,2%	2,5%	5,2%	8,0%	6,8%	9,7%	7,9%	8,7%	3,2%	3,7%	9,3%	9,0%	8,0%	100,0%
Siedlce	0,7%	0,7%	0,7%	0,8%	0,9%	2,3%	1,6%	1,7%	1,6%	1,8%	2,0%	6,6%	9,4%	8,6%	9,8%	7,6%	8,7%	12,6%	11,0%	11,0%	100,0%
Chorzów	2,1%	2,0%	2,2%	0,8%	0,7%	1,4%	2,1%	2,8%	3,9%	5,2%	5,2%	10,7%	8,8%	11,3%	11,1%	3,0%	4,0%	6,7%	7,8%	8,3%	100,0%
Zamość	6,4%	6,9%	6,6%	5,7%	4,9%	6,0%	5,2%	6,1%	6,4%	5,2%	5,9%	4,7%	4,6%	4,5%	4,5%	1,0%	1,0%	5,8%	4,3%	4,1%	100,0%
Koszalin	4,4%	3,6%	3,9%	3,3%	3,2%	2,1%	3,4%	3,9%	5,2%	4,8%	5,0%	5,9%	4,4%	5,4%	5,1%	3,1%	6,1%	7,4%	7,6%	12,1%	100,0%
Tarnów	5,2%	6,4%	5,7%	5,7%	4,5%	4,9%	4,6%	4,8%	4,0%	5,4%	5,0%	7,3%	6,2%	6,1%	5,5%	2,0%	2,4%	5,7%	4,5%	4,2%	100,0%

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

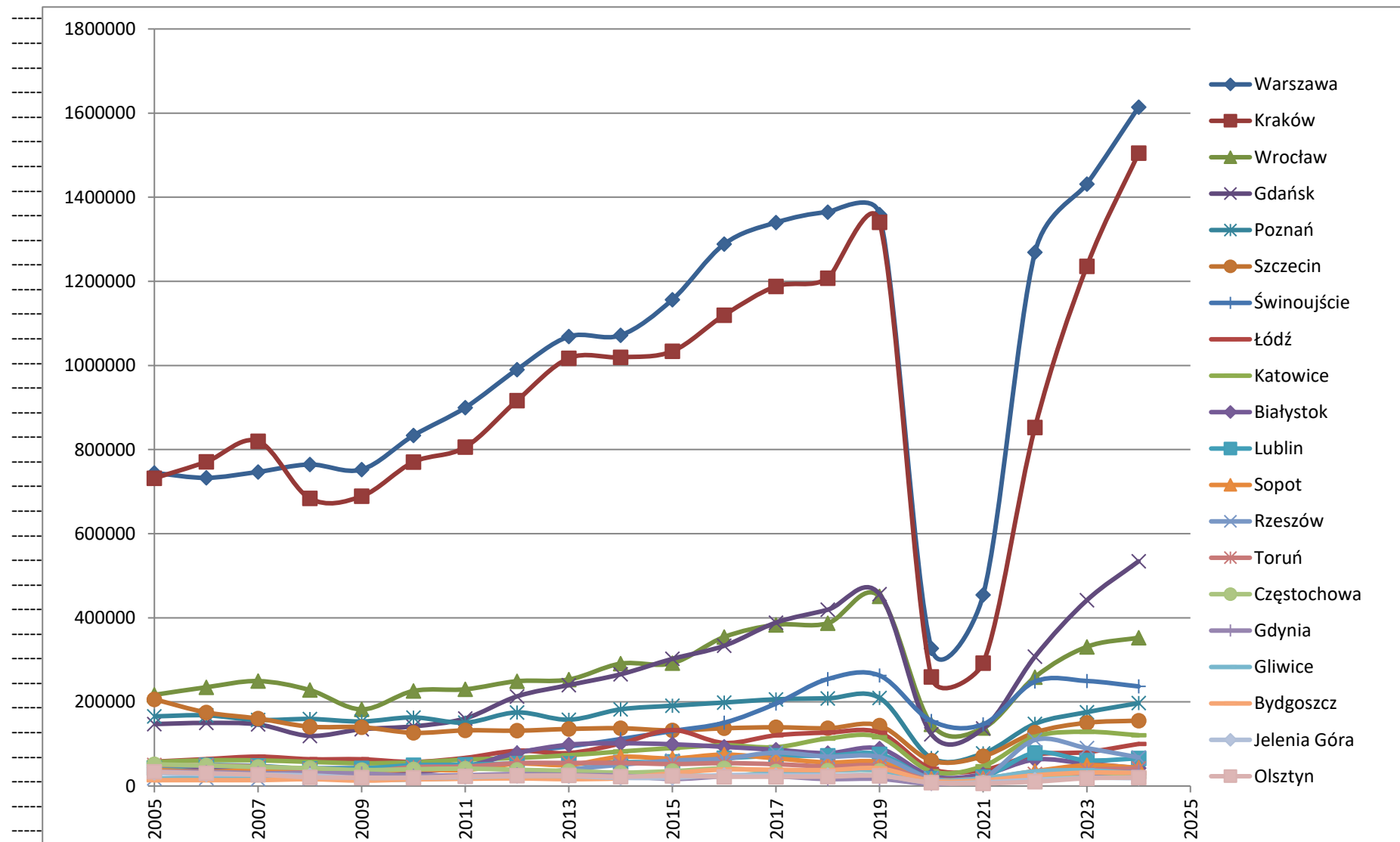
Tabela 15.1.31. Liczba noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Suma
Świnoujście	7,66	8,17	7,80	8,07	8,12	8,27	8,13	7,04	6,99	6,16	5,68	5,70	5,00	4,46	4,54	4,12	4,32	4,09	4,28	4,09	5,16
Radom	1,95	2,41	2,45	2,60	2,59	2,68	2,63	2,43	2,62	2,57	3,80	5,77	4,96	4,81	4,82	6,28	4,49	2,95	2,98	2,63	3,42
Jelenia Góra	3,67	3,28	3,33	3,05	3,28	3,47	3,11	2,91	3,19	3,51	3,46	3,20	3,28	3,07	3,06	3,34	3,42	3,21	2,98	2,97	3,24
Bydgoszcz	2,03	2,21	2,43	2,75	2,58	2,71	3,04	3,42	3,05	2,99	2,68	2,85	3,06	3,04	3,25	3,75	4,33	3,40	2,91	2,68	2,97
Sosnowiec	2,53	2,71	2,39	2,90	2,74	2,16	2,42	2,37	2,16	2,20	2,23	2,59	2,84	3,54	3,12	6,08	7,32	4,41	3,27	2,90	2,91
Gorzów W.	1,56	1,61	1,80	2,11	1,91	1,92	1,81	2,01	1,93	2,26	2,72	3,05	2,96	2,35	2,83	5,10	5,96	5,67	5,51	5,62	2,65
Kielce	2,19	2,13	2,36	2,36	2,29	2,36	2,35	2,21	2,17	2,31	2,10	2,07	2,19	2,52	2,62	3,51	3,49	3,10	3,39	3,99	2,64
Tychy	2,63	2,51	3,72	2,99	2,81	2,69	2,77	2,47	2,87	2,57	2,31	2,29	2,17	2,54	2,35	2,38	2,42	2,91	2,51	2,38	2,61
Siedlce	1,67	1,76	2,36	2,43	3,34	3,57	3,06	2,05	1,69	1,80	2,30	2,03	2,48	2,16	2,48	5,19	4,65	2,84	2,24	2,26	2,56
Łódź	2,07	2,03	2,15	2,19	2,21	2,23	2,28	2,30	2,26	1,91	1,79	2,03	1,97	3,10	2,92	4,85	4,93	4,20	3,04	1,88	2,48
Gliwice	2,80	2,40	2,55	2,81	2,99	3,76	3,35	2,79	2,87	2,70	3,19	2,84	2,15	2,15	1,98	2,00	2,16	2,12	1,94	2,07	2,48
Sopot	2,45	2,46	2,53	2,44	2,54	2,45	2,43	2,45	2,64	2,20	2,23	2,23	2,44	2,71	2,56	2,55	2,72	2,78	2,43	2,64	2,46
Gdynia	2,35	2,55	2,38	2,28	2,10	2,29	2,22	2,42	2,64	2,70	2,95	2,18	2,25	3,06	3,46	4,48	2,78	2,11	2,25	2,02	2,43
Gdańsk	2,34	2,44	2,59	2,54	2,40	2,41	2,54	2,37	2,39	2,40	2,40	2,47	2,42	2,44	2,46	2,61	2,58	2,51	2,41	2,26	2,43
Kraków	2,20	2,19	2,30	2,39	2,37	2,35	2,29	2,31	2,30	2,40	2,46	2,47	2,47	2,47	2,48	2,51	2,49	2,49	2,44	2,41	2,39
Chorzów	2,39	2,40	2,79	2,66	2,85	2,70	2,39	2,61	2,90	2,57	2,31	2,84	2,11	2,49	1,94	2,33	2,15	2,68	2,25	2,26	2,38
Bielsko-Biała	2,33	2,44	2,29	2,18	2,49	2,28	2,11	1,86	1,73	1,79	2,10	2,52	2,58	2,42	2,73	3,25	4,48	2,68	2,26	2,22	2,32
Olsztyn	2,16	2,39	2,50	2,27	2,13	2,09	2,18	2,32	2,20	2,12	1,93	2,15	2,16	2,17	2,16	2,44	2,36	2,39	2,18	2,19	2,21
Szczecin	1,74	1,83	1,89	1,89	1,83	1,75	1,74	1,72	1,77	1,74	2,08	2,28	2,45	2,55	2,81	3,95	3,73	3,08	2,60	2,53	2,20
Opole	2,21	2,06	2,12	2,12	2,21	2,13	2,09	2,18	2,19	2,09	2,21	2,15	2,21	2,05	2,12	2,30	2,41	2,45	2,33	2,39	2,19
Koszalin	1,64	1,66	1,62	1,79	1,69	1,64	1,74	1,82	2,30	2,07	2,05	2,33	2,03	2,07	1,78	2,86	3,49	2,83	2,69	2,98	2,18
Katowice	2,03	2,08	2,16	2,20	2,08	2,05	2,12	1,98	1,89	1,87	1,88	2,06	1,97	2,16	2,18	2,49	2,17	2,24	2,17	2,06	2,09
Elbląg	2,03	1,93	1,94	2,08	2,18	2,08	1,96	1,86	1,97	2,76	1,98	1,99	1,83	2,06	1,90	2,46	2,52	2,57	2,34	2,10	2,08
Zielona Góra	1,72	1,92	1,71	1,76	1,81	1,79	1,84	1,91	1,98	1,82	2,13	2,01	1,92	2,03	2,16	2,41	2,48	2,19	2,08	2,05	1,97
Wrocław	2,01	2,02	1,99	1,86	1,92	1,89	1,89	1,92	1,94	1,88	1,88	1,97	1,90	1,81	1,76	1,68	2,07	2,14	2,04	2,02	1,92
Poznań	1,76	1,82	1,75	2,05	2,01	1,84	2,04	1,85	1,93	1,87	1,80	1,94	1,88	1,88	1,80	1,88	1,95	2,11	2,11	1,98	1,91
Warszawa	1,93	1,88	1,92	1,85	1,81	1,80	1,77	1,81	1,82	1,81	1,86	1,85	1,91	1,93	1,90	1,93	1,90	1,91	1,76	1,70	1,85
Toruń	1,54	1,67	2,34	2,07	1,94	1,84	1,68	1,63	1,55	1,61	1,83	1,79	1,70	1,69	1,83	1,88	2,06	2,04	2,06	1,95	1,81
Legnica	2,06	1,57	1,55	1,56	1,66	1,58	1,67	1,57	1,74	1,70	1,73	1,62	1,76	1,75	2,14	2,39	2,41	2,07	1,78	1,83	1,77
Częstochowa	1,32	1,36	1,50	1,57	1,43	1,43	1,40	1,43	1,48	1,47	1,43	1,58	2,28	2,40	2,38	3,49	3,25	2,27	1,90	1,93	1,69
Rzeszów	2,21	2,18	2,37	1,92	1,93	1,88	1,88	1,79	1,49	1,34	1,35	1,35	1,45	1,39	1,47	1,53	1,61	1,58	2,02	2,54	1,69
Tarnów	1,63	1,87	1,40	1,70	1,64	1,59	1,79	1,96	1,66	1,59	1,55	1,77	1,77	1,71	1,71	1,95	2,26	1,68	1,53	1,45	1,68

Zabrze	1,70	1,67	1,69	1,70	1,68	1,89	1,94	1,68	1,65	1,59	1,68	1,72	1,78	1,47	1,50	1,68	1,51	1,37	1,44	1,41	1,63
Lublin	1,61	1,52	1,52	1,63	1,57	1,44	1,52	1,49	1,45	1,46	1,52	1,55	1,61	1,67	1,63	1,84	2,03	1,96	1,83	1,58	1,61
Zamość	1,47	1,35	1,31	1,47	1,33	1,44	1,39	1,65	1,64	1,45	1,68	1,54	1,56	1,70	1,70	1,70	1,62	1,76	1,52	1,56	1,51
Suwałki	1,37	1,39	1,42	1,42	1,34	1,39	1,48	1,30	1,27	1,93	2,46	1,18	1,24	1,26	1,31	1,35	1,29	1,30	1,61	1,74	1,43
Przemysł	1,36	1,31	1,35	1,35	1,35	1,49	1,55	1,37	1,32	1,35	1,36	1,35	1,26	1,35	1,34	1,42	1,27	1,56	1,25	1,39	1,37
Białystok	1,51	1,49	1,59	1,67	1,59	1,51	1,49	1,37	1,28	1,28	1,27	1,25	1,28	1,30	1,30	1,35	1,43	1,35	1,50	1,47	1,37

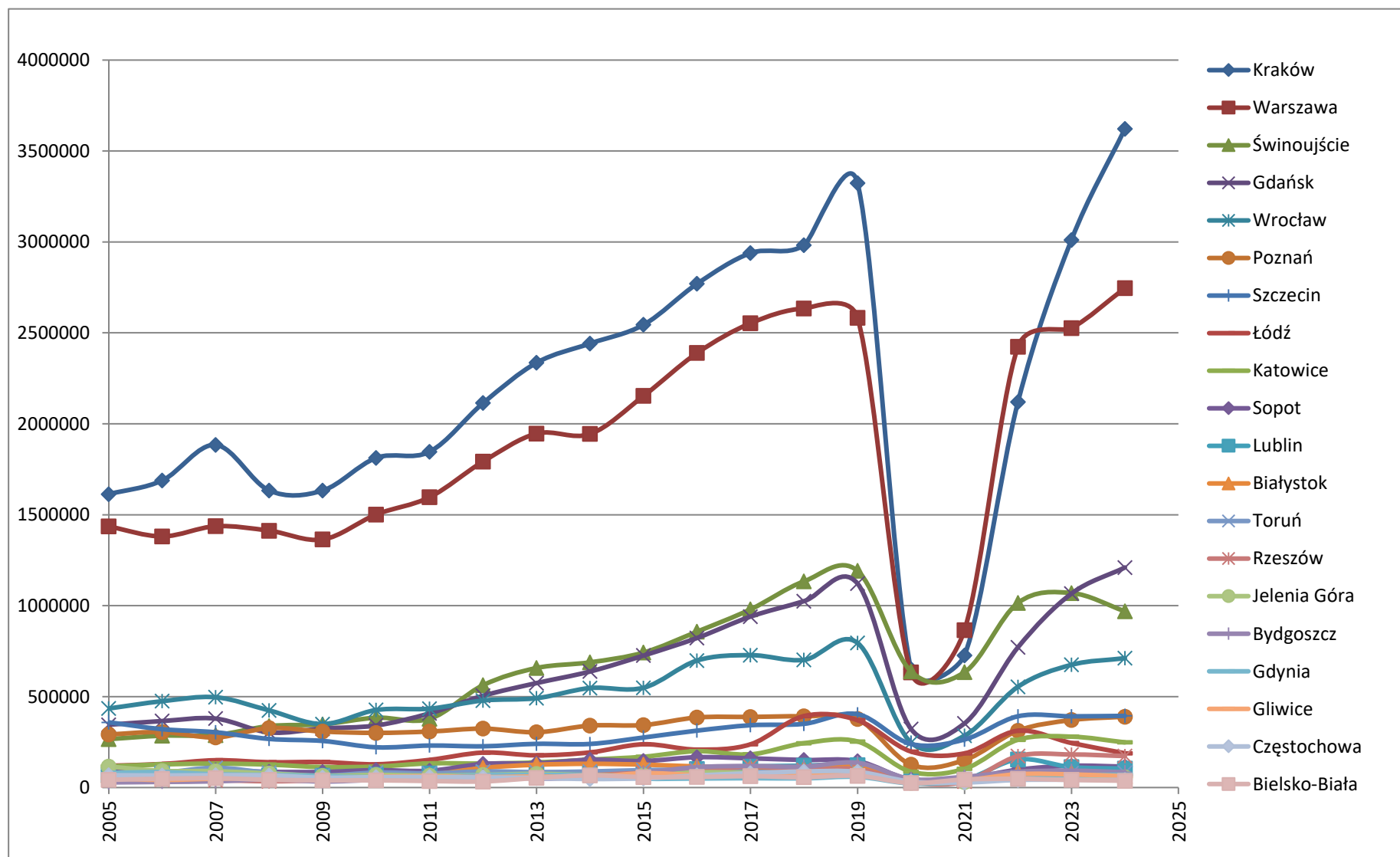
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Rysunek 15.1.2. Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



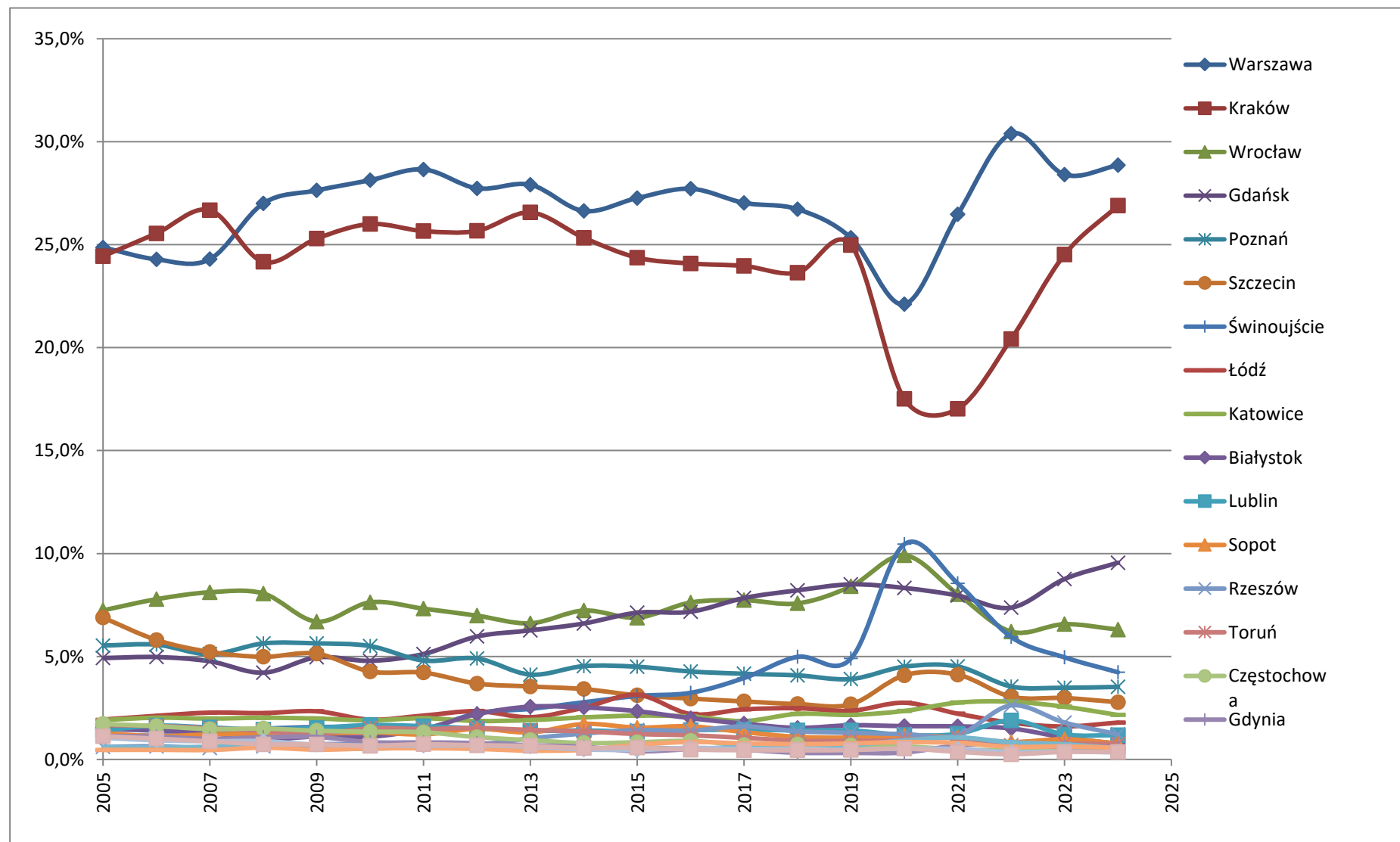
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Rysunek 15.1.3. Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



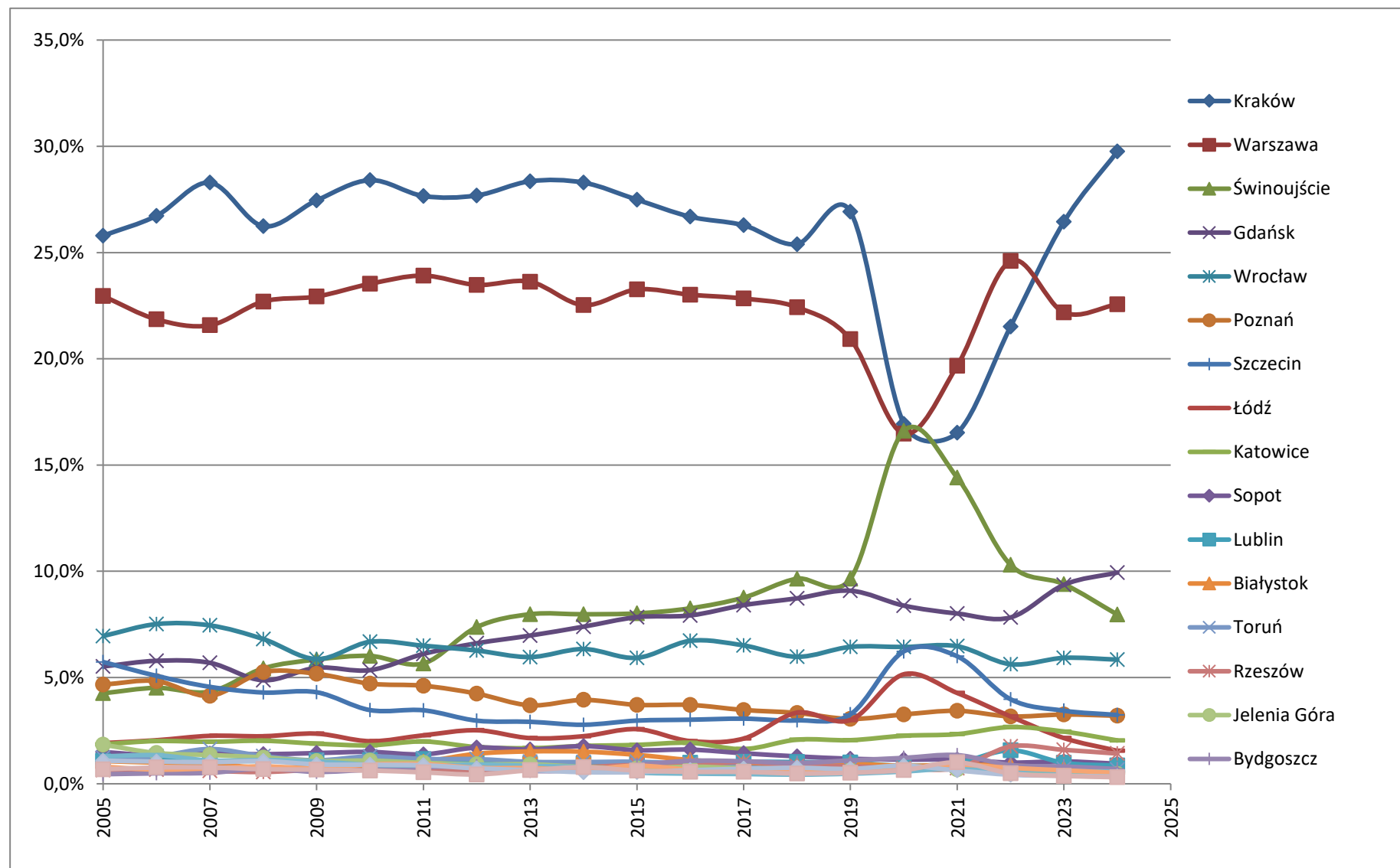
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Rysunek 15.1.4. Kolumnowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



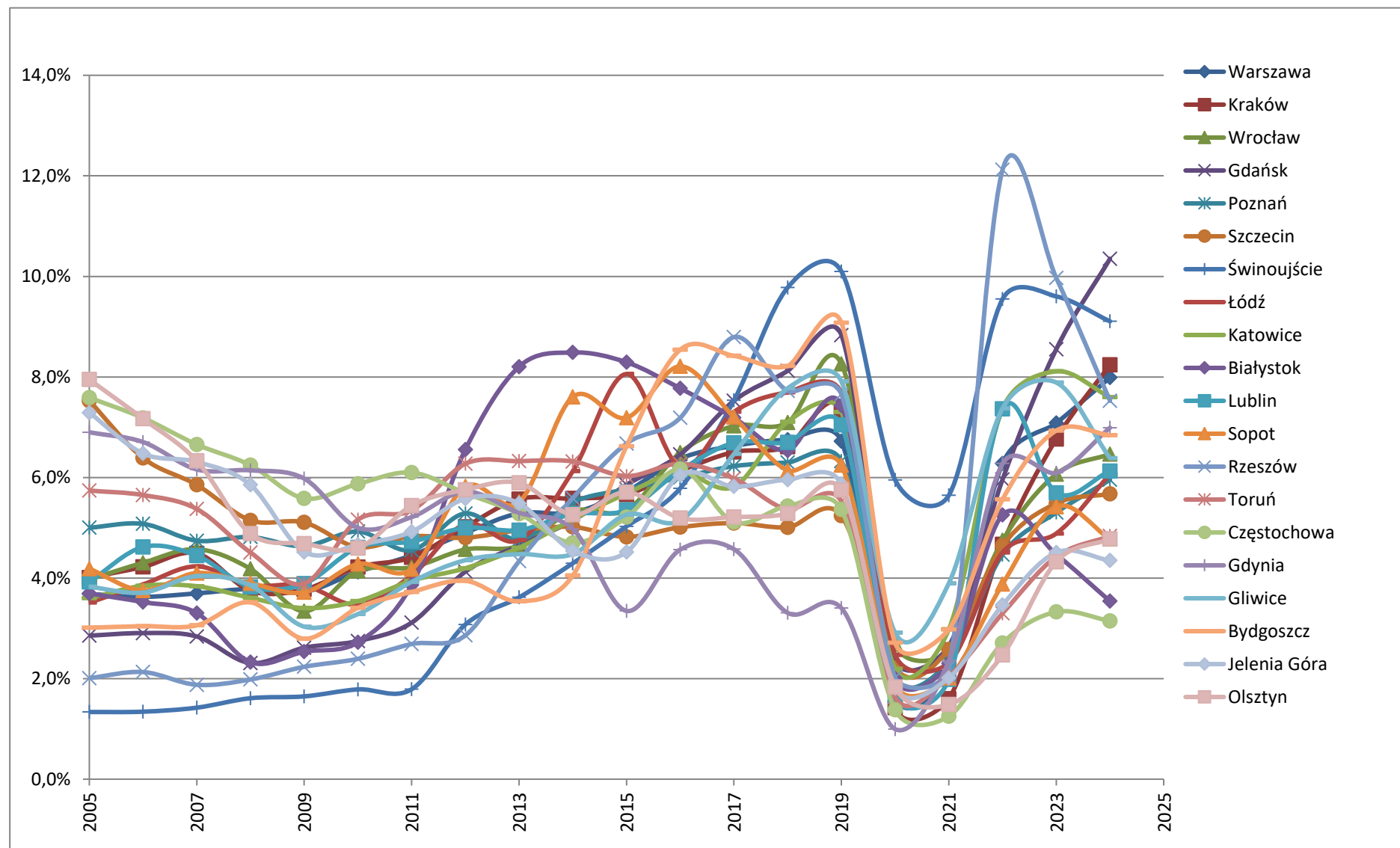
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Rysunek 15.1.5. Kolumnowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



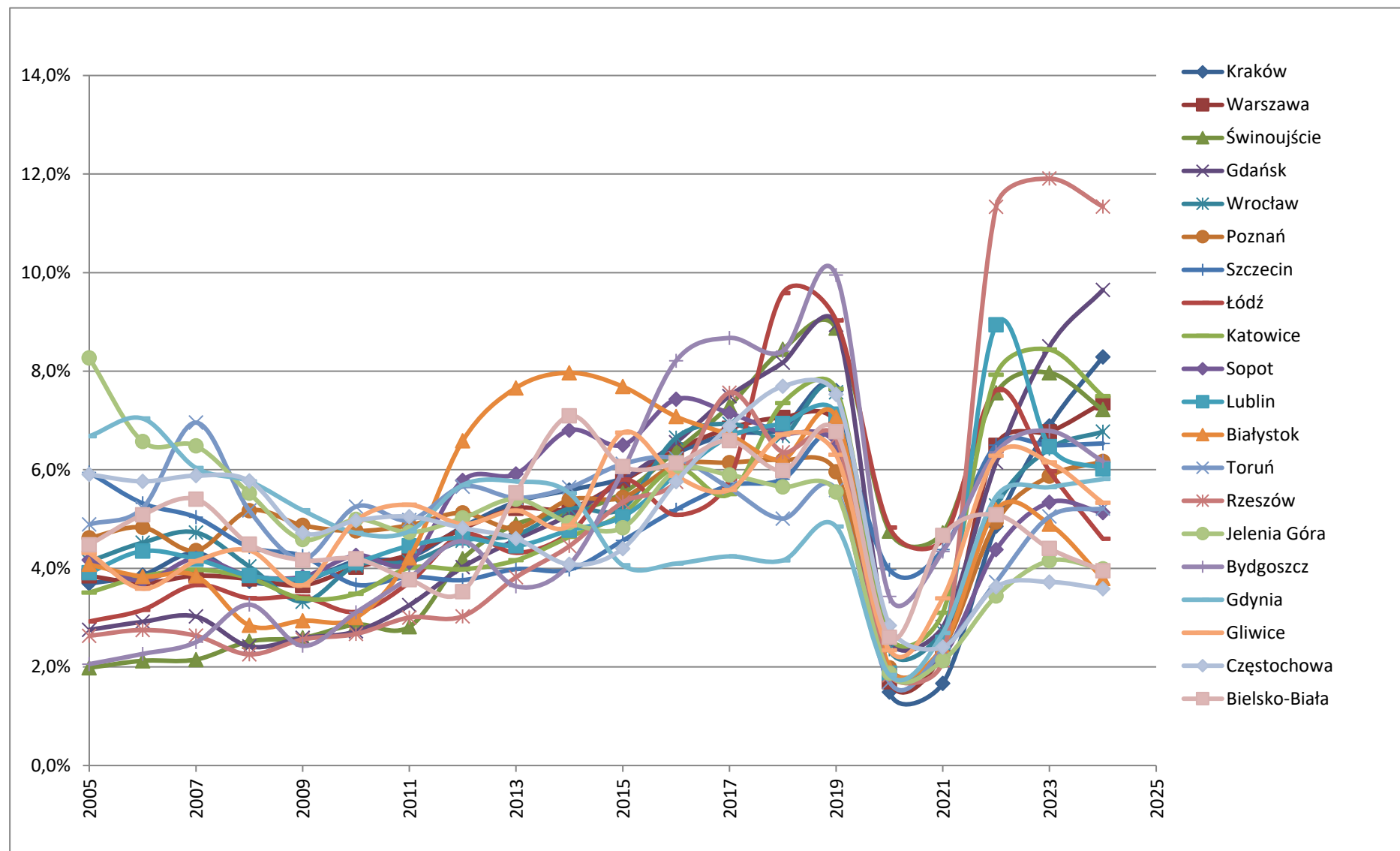
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Rysunek 15.1.6. Wierszowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



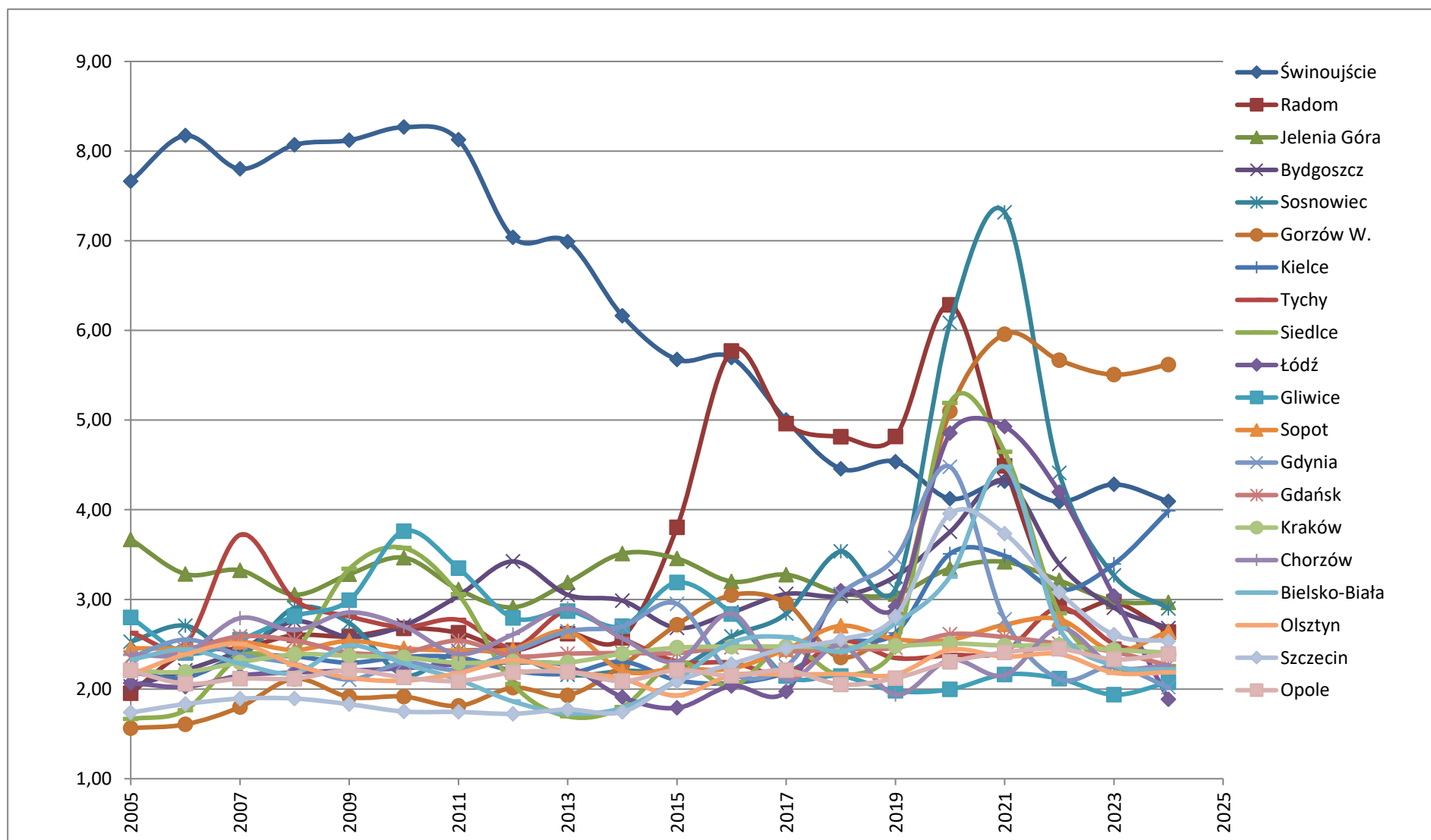
Źródło: Opracowanie własne zespołu naukowego: prof. dr hab. Tadeusz Grabiński, prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski, prof. UEK dr hab. Renata Seweryn, dr Leszek Mazanek.

Rysunek 15.1.7. Wierszowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



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

Rysunek 15.1.8. Liczba noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu



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

BIBLIOGRAFIA

1. W. ALEJZIAK, TeSKART© – Nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego, *Folia Turistica*, Kraków 2009, nr 21, s. 97.
2. K. BORKOWSKI, (2019): Triangulacja subiektywnych odczuć osób wypoczywających w Krakowie w aspekcie poczucia bezpieczeństwa osobistego podczas rekreacyjnego pobytu w destynacji. *Badania diagnostyczne 2008–2018*, Monografia Ruch Turystyczny w Krakowie, nr 3/2019, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.
3. K. BORKOWSKI, Hodnotenie prvkov turistického produktu typu „oblast’“ návštevníkmi a obyvateľmi vybraných oblastí in K. BORKOWSKI, E. JANIGOVÁ, V. BEDNAROVÁ, M. ŁABAJ, J. SOBCZUK, M. KOVAČIC, P. JAŠKO, 2012 Správa z pilotných výskumov turistického ruchu na poľsko-slovenskom pohraničí. Raport z pilotażowych badań na pograniczu polsko-słowackim, praca zbiorowa, (red.) K. BORKOWSKI, WSTiE – Sucha Beskidzka – KU – Ružomberok 2012, ISBN 978-83-926999-9-6, s. 60-62.
4. K. BORKOWSKI, Subiektywne poczucie bezpieczeństwa osobistego podczas rekreacyjnego pobytu w destynacji-Case Study: Kraków *Zeszyty Naukowe WSTiE*, Sucha Beskidzka, tom 16, rocznik VIII, numer 2/2019, s. 20.
5. K. BORKOWSKI, T. GRABIŃSKI, A. JACKOWSKI, M. OSTROWSKI, R. SEWERYN, R. BOGACZ, E. BILSKA-WODECKA, I. SOŁJAN, M. ŁABAJ, B. ALEJZIAK, E. GRABIŃSKA, F. MRÓZ, J. SOBCZUK, J. LIRO, L. MAZANEK. (red) Uczestnicy Światowych Dni Młodzieży w Krakowie w 2016 roku: Ruch Turystyczny w Krakowie 2016, Numer 2/2017: monografia Kraków: Małopolska Organizacja Turystyczna, 2017, s. 191, ISBN 978-83-65249-94-4, ISSN 2299-2863 Druk, e-ISSN 2299-2871 Online.
6. E. DZIEDZIC, Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego, „*Monografie i Opracowania*”, nr 442, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 1998.
7. U. FLICK, Triangulation: Eine Einführung (Qualitative Sozialforschung) (German Edition) (German) Paperback – April 18, 2011, ISBN 13: 978-3531181257 ISBN-10: 3531181254 Edition: 3.
8. J. GAREWICZ, O pojęciu pesymizmu, „*Archiwum Historii Filozofii i Myśli Społecznej*”, 1989, t. 34, s. 89-92.
9. S. LISZEWSKI, B. WŁODARCZYK, Badania regionalne ruchu turystycznego jako podstawa nowej regionalizacji turystycznej Polski w Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, Warszawa POT, 2010, s. 6-7
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi_3_y13oryAhXvyoKHUTMAfAQFjAlegQIChAD&url=http%3A%2F%2Fwww.pot.gov.pl%2Findex.php%3Foption%3Dcom_rubberdoc%26view%3Ddoc%26id%3D1614%26format%3Draw&usg=AOvVaw0n3KFB5IXGGUMMp99a4RI_
10. A. MATCZAK, Stan badań ruchu turystycznego w Polsce, [w:] *turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego*. Rocznik centralnego Programu Badań Podstawowych 08.06. Wyniki prac z roku 1988, Instytut Turystyki, Warszawa 1990, s. 172.
11. K. MAZUREK-ŁOPACIŃSKA, M. SOBOCIŃSKA, (2018): Triangulacja w badaniach jakościowych, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, no. 525, 2018, pp. 11-20, DOI: 10.15611/pn.2018.525.01.

12. R. SEWERYN, Kreowanie wartości dla klienta przez obszar recepcji turystycznej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012, ISSN 1899-0428, ISBN 978-83-7252-602-1.
13. M. ŻEMŁA, Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfanteo, Katowice 2010, ISBN 978-83-60953-29-7.

NETOGRAFIA

http://www.rotwl.pl/badania_ruchu_turystycznego_wojewodztwa_lodzkiego,26,0,0.html

https://www.bip.krakow.pl/?sub_dok_id=58088.

<http://mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html>

[https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TelSKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20\(Folia%20Turistica%20Vol.%2021\).pdf](https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/TelSKART%20%20innowacyjna%20metoda%20badania%20ruchu%20turystycznego%20(Folia%20Turistica%20Vol.%2021).pdf)-

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

Spis tabel

Rozdział 1. Wprowadzenie	5
Rozdział 2. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie	6
2.1. Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej	6
2.2. System zbierania danych dotyczących ruchu turystycznego w Krakowie	10
Tabela 2.2.1. BRT KRAKÓW 2024 – ilość pobranych ankiet z podziałem na lokalizacje	11
Rozdział 3. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2024	14
Tabela 3.1.1. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	15
Tabela 3.1.2. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,5$	16
Tabela 3.1.3. Liczebności próby dla różnych wariantów błędów szacunków (od 1% do 3%) oraz różnych poziomów ufności analizy (od 0,99 do 0,90) dla dwóch wielkości populacji 10 mln oraz 13 mln turystów przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	17
Tabela 3.1.4. Zależności pomiędzy wielkością próby (n), poziomami ufności (u) oraz wielkościami błędów (e) przy szacowaniu frakcji $f=0,2$	18
Tabela 3.1.5. Skutki stopniowego powiększania liczby ankietowanych	19
Rozdział 4. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2024	20
4.1. Wprowadzenie	20
4.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków	20
Tabela 4.2.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2024	21
4.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie	21
Tabela 4.3.2. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2024	22
4.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie	23
Tabela 4.4.2. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających Kraków w latach 2003-2024	24
4.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy	24
Tabela 4.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2016-2024, – struktura procentowa – w zaokrągleniu do 0,0%	25
4.6. Odwiedzający krajowi w Krakowie	31
Tabela 4.6.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2016-2024 – struktura procentowa według województw po zaokrągleniu	31
Rozdział 5. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków	34
5.1. Wprowadzenie	34
5.2. Wiek odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
Tabela 5.2.1. Wiek odwiedzających Kraków w latach 2019-2024 – struktura procentowa	34
5.3. Płeć odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
Tabela 5.3.1. Płeć odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
Tabela 5.4.1. Wykształcenie – odwiedzających Kraków – struktura procentowa	35
5.5. Status materialny odwiedzających Kraków – struktura procentowa	35
Tabela 5.5.1. Status materialny odwiedzających Kraków – struktura procentowa	35
5.6. Charakter towarzyski podróży odwiedzających Kraków – struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	35
Tabela 5.6.1. Charakter towarzyski podróży odwiedzających Kraków – struktura procentowa (podróże z rodziną, grupowo, znajomymi, samotnie)	36

Rozdział 6. Cele przyjazdów do Krakowa	37
6.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa	37
Tabela 6.1.1. Cel przyjazdu do Krakowa w 2022, 2023 i 2024 roku. Kraj, Zagranica, Ogółem – struktura procentowa po zaokrągleniu	38
6.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2024 roku	39
Tabela 6.2.1. Krotność przyjazdu do Krakowa w latach 2022-2024 – udziały procentowe	39
Rozdział 7. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście – zachowania turystyczne odwiedzających Kraków	40
7.1. Wprowadzenie	40
7.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście	40
Tabela 7.2.2. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w latach 2015-2024 (w %)*	42
7.3. Organizacja wizyty w Krakowie	43
Tabela 7.3.2. Organizator wizyty w Krakowie w latach 2015-2024 (w %)	44
7.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie	45
Tabela 7.4.2. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie w latach 2019-2024 (w %)	47
7.5. Długość pobytu w Krakowie	47
Tabela 7.5.2. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2015-2024 (w %)	49
7.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków	49
Tabela 7.6.2. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w latach 2015-2024	51
Tabela 7.6.3. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowań w Krakowie w latach 2015-2024 c.d.	52
Tabela 7.6.4. Turyści nocujący w Krakowie w latach 2015-2024 w hotelach wg kategorii (w %)	53
7.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w latach 2022-2024	54
Tabela 7.7.1. Wykorzystywane w podróży środki transportu – KRAJ, ZAGRANICA, struktura %	54
Rozdział 8. Oferta turystyczna Krakowa	55
8.1. Wprowadzenie	55
8.2. Oferta turystyczna Krakowa w opinii odwiedzających miasto	55
Tabela 8.2.1. Ocena wybranych elementów oferty turystycznej miasta Krakowa w latach 2022-2024	56
8.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez odwiedzających Kraków w 2024 roku	60
Tabela 8.3.1. Ceny do jakości oferowanych usług w Krakowie OGÓŁEM w 2024 roku	63
Rozdział 9. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski	64
9.1. Wprowadzenie	64
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście	64
Tabela 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem turystów i odwiedzających jednodniowych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2021-2024 (w zł na osobę)	65
Tabela 9.2.3. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2015-2024 według wybranych państw (w zł na osobę)	66
Tabela 9.2.4. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście w latach 2021-2024 według przeznaczenia (w zł na osobę)	67
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie	67
Tabela 9.3.2. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie przez turystów i odwiedzających jednodniowych przyjeżdżających do miasta w latach 2021-2024 (w zł na osobę) ..	68
Tabela 9.3.3. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2015-2024 według wybranych państw (w zł na osobę)	70

Tabela 9.3.4. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu odwiedzających w Krakowie w latach 2021-2024 według przeznaczenia (w zł na osobę)	70
9.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki	71
Tabela 9.4.2. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2015-2024 (w zł)	72
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków	73
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa – NFS	73
Tabela 10.1.1. NFS – Wskaźnik lęku (obawa przed przyjazdem do Krakowa) w 2024 roku	74
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie – NPS	75
Tabela 10.2.1. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie w 2024 roku	75
Tabela 10.2.2. Wskaźnik Net Promoter Score (NPS) dla pobytu w Krakowie w 2024 roku	76
Rozdział 11. Atrakcje Krakowskiego Obszaru Recepcyjnego	77
Tabela 11.1.1. Atrakcje uznane przez turystów za najciekawsze (największe) podczas pobytu w 2024 roku	77
Tabela 11.1.2. Atrakcje/miejsca, w których osoba był(a) lub zamierzał(a) być podczas tego pobytu w Krakowie – Atrakcje Krakowa 2024 – Wielokrotne wskazania respondentów wszystkich wskazań atrakcji KOR dotyczące całego zbioru ankietowanych (N=3244) – sortowanie według OGÓŁEM	78
Rozdział 12. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa 2024	79
Tabela 12.1.1. Deklaracja turystów dotycząca ponownego przyjazdu do Krakowa – Aglomerat decyzyjny	79
Tabela 12.1.2. Usługi, z których zadeklarował się skorzystać turysta w 2024 roku będąc w Krakowie	79
Rozdział 13. Wnioski.....	80
Rozdział 14. Rekomendacje	87
Rozdział 15. WIELKOŚĆ ZAGRANICZNEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO W LATACH 2005-2024 NA PODSTAWIE DANYCH GUS	90
Tabela 15.1.1. W1-Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju województw	95
Tabela 15.1.2. W2-Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju województw	96
Tabela 15.1.3. W3-Kolumnowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju województw	97
Tabela 15.1.4. W4-Kolumnowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju województw	98
Tabela 15.1.5. W5-Wierszowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju województw	99
Tabela 15.1.6. W6-Wierszowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju województw	100
Tabela 15.1.7. W7-Liczba noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego w latach 2005-2024 w przekroju województw	101
Tabela 15.1.8. KW1-Liczba turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw	102
Tabela 15.1.9. KW2-Kolumnowe udziały % turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw	103
Tabela 15.1.10. KW3-Liczba turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw	104
Tabela 15.1.11. KW4-Kolumnowe udziały % turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw	105
Tabela 15.1.12. KW5-Liczba turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw	106
Tabela 15.1.13. KW6-Kolumnowe udziały % turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw	107
Tabela 15.1.14. KW7-Liczba turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw	108

Tabela 15.1.15. KW8-Kolumnowe udziały % turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw	109
Tabela 15.1.16. KW9-Liczba noclegów turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw	110
Tabela 15.1.17. KW10-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z Niemiec w latach 2005-2024 w przekroju województw	111
Tabela 15.1.18. KW11-Liczba noclegów turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw	112
Tabela 15.1.19. KW12-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z W. Brytanii w latach 2005-2024 w przekroju województw	113
Tabela 15.1.20. KW13-Liczba noclegów turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw	114
Tabela 15.1.21. KW14-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z Ukrainy w latach 2005-2024 w przekroju województw	115
Tabela 15.1.22. KW15-Liczba noclegów turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw	116
Tabela 15.1.23. KW16-Kolumnowe udziały % noclegów turystów z USA w latach 2005-2024 w przekroju województw	117
Tabela 15.1.24. Identyfikatory macierzy danych (Tab.) zawierających parametry WK (województwa, kraje) oraz ich wykresy (Rys.)	118
Tabela 15.1.25. Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	119
Tabela 15.1.26. Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	122
Tabela 15.1.27. 17-Kolumnowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	124
Tabela 15.1.28. Kolumnowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	126
Tabela 15.1.29. Wierszowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	128
Tabela 15.1.30. Wierszowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	130
Tabela 15.1.31. Liczba noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	132
BIBLIOGRAFIA	141
NETOGRAFIA	142
Spis tabel	143
Spis rysunków	147

Spis rysunków

Rozdział 1. Wprowadzenie	5
Rozdział 2. Metodyka badań ruchu turystycznego w Krakowie	6
2.1. Metoda badania przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa i Małopolski jako zestaw dobrych praktyk dla innych obszarów recepcji turystycznej	6
2.2. System zbierania danych dotyczących ruchu turystycznego w Krakowie	10
Rozdział 3. Wielkość próby badawczej ruchu turystycznego w Krakowie w roku 2024	14
Rozdział 4. Rozmiary ruchu turystycznego w Krakowie w latach 2003-2024	20
4.1. Wprowadzenie	20
4.2. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków	20
Rysunek 4.2.1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003-2024	20
4.3. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie	21
Rysunek 4.3.1. Szacunkowa liczba turystów w Krakowie w latach 2003-2024	22
4.4. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie	23
Rysunek 4.4.1. Szacunkowa liczba jednodniowych odwiedzających w Krakowie w latach 2003-2024	23
4.5. Odwiedzający Kraków goście z zagranicy	24
Rysunek 4.5.1. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie – TOP 10 – podział według deklarowanych państw przyjazdu ujawnionych w trakcie badania w 2019-2024 – struktura procentowa	29
Rysunek 4.5.2. Odwiedzający zagraniczni w Krakowie – TOP 10 – średnia i mediana z wyników badania w latach 2019-2024 – struktura procentowa	30
4.6. Odwiedzający krajowi w Krakowie	31
Rysunek 4.6.1. Odwiedzający krajowi w Krakowie w latach 2019-2024 – struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Krakowa)	32
Rysunek 4.6.2. Odwiedzający krajowi w Krakowie w roku 2024 – średnia i mediana za lata 2019-2024 – struktura procentowa według województw (krajowa turystyka przyjazdowa do Krakowa)	33
Rozdział 5. Profile społeczno-demograficzne odwiedzających Kraków	34
5.1. Wprowadzenie	34
5.2. Wiek odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.3. Płeć odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.4. Wykształcenie odwiedzających Kraków – struktura procentowa	34
5.5. Status materialny odwiedzających Kraków – struktura procentowa	35
5.6. Charakter towarzyski podróży odwiedzających Kraków – struktura procentowa (z rodziną, dziećmi, znajomymi, samotnie)	35
Rozdział 6. Cele przyjazdów do Krakowa	37
6.1. Cele główne przyjazdu do Krakowa	37
6.2. Krotność przyjazdu do Krakowa w 2024 roku	39
Rozdział 7. Organizacja przyjazdu do Krakowa i pobytu w mieście – zachowania turystyczne odwiedzających Kraków	40
7.1. Wprowadzenie	40
7.2. Wykorzystywane źródła informacji o mieście	40
Rysunek 7.2.1. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez odwiedzających przed przyjazdem do miasta w 2024 roku (w %)*	41
7.3. Organizacja wizyty w Krakowie	43
Rysunek 7.3.1. Organizator podróży do Krakowa w 2024 roku (w %)	43
7.4. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie	45
Rysunek 7.4.1. Sposób samodzielnej organizacji noclegów w Krakowie w 2024 roku (w %)	46
7.5. Długość pobytu w Krakowie	47

Rysunek 7.5.1. Długość pobytu odwiedzających w Krakowie w 2024 roku (w %)	48
7.6. Miejsce noclegu odwiedzających Kraków	49
Rysunek 7.6.1. Odsetek turystów (nocujących w mieście) wybierających poszczególne rodzaje zakwaterowania w Krakowie w 2024 roku*	50
Rysunek 7.6.2. Struktura procentowa turystów nocujących w Krakowie w 2024 roku w hotelach wg kategorii	53
7.7. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa w latach 2022-2024	54
Rozdział 8. Oferta turystyczna Krakowa	55
8.1. Wprowadzenie	55
8.2. Oferta turystyczna Krakowa w opinii odwiedzających miasto	55
8.3. Ocena wysokości cen w stosunku do jakości świadczonych usług dokonana przez odwiedzających Kraków w 2024 roku	60
Rozdział 9. Wydatki gości odwiedzających stolicę Małopolski	64
9.1. Wprowadzenie	64
9.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem do Krakowa na pobyt w mieście	64
Rysunek 9.2.1. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w latach 2015-2024 (w zł na osobę)	64
Rysunek 9.2.2. Średnie kwoty wydatkowane przed przyjazdem odwiedzających zagranicznych do Krakowa na pobyt w mieście (bez kosztów dojazdu) w 2024 roku według wybranych państw (w zł na osobę)	65
9.3. Średnie kwoty wydatkowane podczas pobytu w Krakowie	67
Rysunek 9.3.1. Średnie kwoty wydatkowane przez gości odwiedzających Kraków podczas pobytu w mieście w latach 2015-2024 (w zł na osobę)	68
Rysunek 9.3.2. Średnia kwota wydatku turystycznego ponoszonego przez odwiedzających zagranicznych podczas pobytu w Krakowie w 2024 roku według wybranych państw (w zł na osobę)	69
9.4. Szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki	71
Rysunek 9.4.1. Szacunkowe wpływy Krakowa z tytułu przyjazdowego ruchu turystycznego w latach 2015-2024 (w mln zł)	71
Rozdział 10. Subiektywne składniki CRM i decyzji lojalnościowej odwiedzających Kraków	73
10.1. Ocena poziomu bezpieczeństwa przed przyjazdem do Krakowa – NFS	73
10.2. Ocena poziomu satysfakcji z pobytu w Krakowie – NPS	75
Rozdział 11. Atrakcje Krakowskiego Obszaru Recepcyjnego	77
Rozdział 12. Deklaracja ponownego przyjazdu do Krakowa 2024	79
Rozdział 13. Wnioski	80
Rozdział 14. Rekomendacje	87
Rozdział 15. WIELKOŚĆ ZAGRANICZNEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO W LATACH 2005-2024 NA PODSTAWIE DANYCH GUS	90
Rysunek 15.1.1. Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	121
Rysunek 15.1.2. Liczba turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	134
Rysunek 15.1.3. Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	135
Rysunek 15.1.4. Kolumnowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	136
Rysunek 15.1.5. Kolumnowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	137
Rysunek 15.1.6. Wierszowe udziały % turystów zagranicznych w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	138

Rysunek 15.1.7. Wierszowe udziały % noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	139
Rysunek 15.1.8. Liczba noclegów przypadających na 1 turystę zagranicznego w latach 2005-2024 w przekroju miast na prawach powiatu	140
BIBLIOGRAFIA	141
NETOGRAFIA	142
Spis tabel	143
Spis rysunków	147