

# Renata Seweryn

---

## Ruch turystyczny w Krakowie generatorem popytu na wycieczki do Oświęcimia-Brzezinki

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 83, 237-250

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*RENATA SEWERYN*

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

## **RUCH TURYSTYCZNY W KRAKOWIE GENERATOREM POPYTU NA WYCIECZKI DO OŚWIĘCIMIA-BRZEZINKI**

### **Wprowadzenie**

Jedną ze szczególnych cech popytu turystycznego jest jego wysoka kompleksowość – jest to bowiem konglomerat różnorodnych potrzeb i pragnień pojawiających się w związku z ruchem turystycznym<sup>1</sup>. Odpowiedzią na tę właściwość jest z jednej strony duża heterogeniczność, a z drugiej – złożoność ofert dostępnych na rynku. Współczesne podmioty podaży proponują też produkty coraz bardziej elastyczne<sup>2</sup>, zdając sobie sprawę z tego, że turysta, dążąc do uzyskania jak najwyższej wartości z wyjazdu, niejednokrotnie chce dokupić sobie do gotowego pakietu jakieś dodatkowe dobra lub usługi. Odnosi się to zwłaszcza do sytuacji, gdy turysta – przebywając w danym regionie – pragnie skorzystać z charakterystycznych dla niego atrakcji turystycznych. Przykładowo wypoczywając na Riwierze Olimpijskiej, nie sposób nie pojechać na wycieczkę do

---

<sup>1</sup> *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 56.

<sup>2</sup> R. Seweryn, *Zastosowanie marketingu mix na rynku turystycznym*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008, s. 13.

Meteorów, na Krecie – do Knossos, a na Rodos – do Doliny Motyli. Jest to dla turysty nie tylko wartość dodana wynikająca z pogłębienia wiedzy o świecie, rozwoju osobowości i poszerzenia horyzontów, ale także efekt naśladownictwa czy sposób na pokazanie się w środowisku<sup>3</sup>.

Popytotwórcze oddziaływanie na wielkość ruchu turystycznego w atrakcjach danego regionu mają szczególnie miasta historyczne<sup>4</sup>, na ich terenie bowiem znajdują się uznane i cenione obiekty dziedzictwa kulturowego, niejednokrotnie kościoły z relikwiami świętych i błogosławionych oraz liczne ekspozycje zgromadzone w muzeach, galeriach i wystawach. Miasta te posiadają z reguły najlepszą dostępność komunikacyjną, dobrze rozwiniętą infrastrukturę noclegową, gastronomiczną, rozrywkową, rekreacyjną, handlowo-usługową, biznesowo-konferencyjną czy sportową<sup>5</sup>. Na dodatek na ich obszarze odbywają się różnego rodzaju eventy sceniczne, uliczne czy plenerowe. Istotnym magnesem przyciągającym turystów jest również miejska społeczność, jej tradycje i obyczaje, sposób życia, język itp., tworzące swoisty klimat. Nic zatem dziwnego, że w miastach rozwija się zarówno turystyka kulturowa, religijna, jak i wypoczynkowa, rozrywkowa, kongresowo-konferencyjna, a nawet sportowa czy handlowa<sup>6</sup>, dodatkowo aktywizowana przez różnego rodzaju organizacje turystyczne. Miasta są jednocześnie źródłem ruchu turystycznego dla otaczających je regionów – pobyt w nich pobudza potrzebę skorzystania z okolicznych atrakcji, tym bardziej że korzyści dostarczane przez te ostatnie uzupełniają wartość pobytu w mieście.

Celem artykułu jest ukazanie wpływu wielkości ruchu turystycznego w Krakowie na liczbę zwiedzających znajdujące się w niedalekiej od niego odległości Muzeum Auschwitz-Birkenau. Krótko scharakteryzowano pobudki skłaniające turystów do odwiedzenia stolicy Małopolski i w oparciu o dane Urzędu Statystycznego zweryfikowano hipotezę o istnieniu silnej dodatniej zależności pomiędzy ruchem turystycznym w mieście a ruchem turystycznym w regionie. Następnie zbadano siłę korelacji pomiędzy liczbą odwiedzających Kraków a liczbą zwiedzających Muzeum w Oświęcimiu-Brzezince, jak również określono podobieństwo struktur narodowych ruchu turystycznego w obu miej-

---

<sup>3</sup> Szerzej: *Ekonomika turystyki i rekreacji*, red. A. Panasiuk, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 144–145.

<sup>4</sup> *Tamże*, s. 160.

<sup>5</sup> Por. S. Page, C. Hall, *Managing Urban Tourism*, Prentice Hall, London 2002, s. 100.

<sup>6</sup> *Zarządzanie turystyką*, red. L. Pender, R. Sharpley, PWE, Warszawa 2008, s. 204.

scach. Na koniec, wykorzystując informacje pozyskane podczas badań przeprowadzonych wśród odwiedzających Kraków, zaprezentowano Auschwitz-Birkenau jako ważną atrakcję pobytu w mieście.

## 1. Ruch turystyczny w Krakowie determinantą liczby odwiedzających Małopolskę

Kraków – jedno z najstarszych miast w Polsce, dawna stolica kraju i obecna stolica Małopolski, posiada imponujące zabytki architektury, w tym przede wszystkim Wawel, w którym znajdują się nie tylko groby królów i szlachty polskiej, sławnych biskupów, poetów, pisarzy i kompozytorów, ale również sarkofagi tragicznie zmarłego prezydenta Lecha Kaczyńskiego i jego małżonki. Na szczególną uwagę zasługują też: Rynek Główny z Bazyliką Mariacką, Sukiennicami, kościołem św. Wojciecha i Wieżą Ratuszową, Barbakan i Brama Floriańska czy Muzeum Czartoryskich ze słynną *Damą z gronostajem* pędzla Leonarda da Vinci. Rynek – oprócz tego, że jest miejscem, w którym znajdują się liczne zabytki architektoniczne i unikatowe w skali światowej podziemne muzeum – stanowi także główne miejsce spotkań i centrum życia nocnego. Funkcjonuje tutaj wiele placówek gastronomicznych oferujących zarówno ciekawe menu, jak i rozmaite formy rozrywki. Nie sposób nie wspomnieć też o licznych krakowskich kościołach z relikwiami świętych i błogosławionych oraz miejscach związanych z Janem Pawłem II. W Krakowie prężnie działają ponadto instytucje kultury i uniwersytety. Co roku odbywa się tu wiele festiwali oraz wydarzeń artystycznych i sportowych.

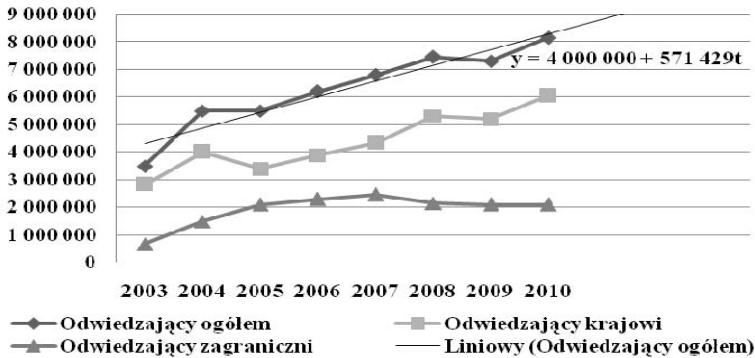
Turystyczny sukces Krakowa w ostatnich latach to jednak nie tylko zasługa Wawelu, Rynku Głównego czy tysięcy knajpek i pubów. Miliony odwiedzających to także wynik przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, stworzenia dobrze funkcjonującego zaplecza turystycznego, wypracowania i właściwego wypromowania ciekawej, zróżnicowanej oferty oraz przyciągnięcia tanich linii lotniczych (dziś już 15<sup>7</sup>), które „otworzyły” miasto dla Europy i świata. W ciągu ostatnich kilku lat daje się również zauważyć wzrost liczby klientów biznesowych, którzy przyjeżdżają do Krakowa, aby wziąć udział w kongresach, kon-

---

<sup>7</sup> J. Kłeczek, *Turystycznie szalony Kraków*, [www.malopolska.do-celu.eu/magazyn](http://www.malopolska.do-celu.eu/magazyn), 12.07.2011.

ferencjach, sympozjach, szkoleniach czy imprezach motywacyjnych<sup>8</sup> i przynoszą duże zyski miastu, korzystając z hoteli, restauracji, bazy rekreacyjno-rozrywkowej itp.

Jako „mekka turystyczna” Kraków przyciąga rokrocznie miliony odwiedzających (rysunek 1).



Rys. 1. Szacunkowa liczba gości odwiedzających Kraków w latach 2003–2010 i trend jej rozwoju

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT i IPSOS.

Wprawdzie w związku z kryzysem gospodarczym w latach 2008 i 2009 odnotowano zmniejszenie liczby przyjeżdżających<sup>9</sup>, ale rozmiary ruchu turystycznego w perspektywie długoterminowej wykazują tendencję wzrostową.

Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że ruch turystyczny w Krakowie generuje popyt na produkty turystyczne innych miejscowości Małopolski. Dowodem na to jest choćby wysokość współczynnika korelacji liniowej Pearsona pomiędzy liczbą turystów korzystających z noclegów w obiektach położonych na terenie Krakowa i w Małopolsce. Dla lat 2003–2010 kształtował się on na poziomie prawie 0,99 (tabela 1).

<sup>8</sup> Szerzej: *Turystyka MICE w Krakowie. Raport końcowy*, J. Berbeka, K. Borodako, K. Klimek, A. Niemczyk, R. Seweryn, Fundacja UEK w Krakowie, Kraków 2010.

<sup>9</sup> Szerzej: R. Seweryn, *Konkurencyjność Krakowa na rynku turystycznym w okresie kryzysu (na podstawie wyników badań ruchu turystycznego)*, w: *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, red. J. Sala, PWE, Warszawa 2010, s. 272–292.

Tabela 1

Współczynnik korelacji liniowej pomiędzy liczbą korzystających z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Małopolsce i w Krakowie w latach 2003–2010

Rok	Ogółem		Turyści krajowi		Turyści zagraniczni	
	Małopolska	Kraków	Małopolska	Kraków	Małopolska	Kraków
2003	2 047 146	841 304	1 493 446	404 413	553 700	436 891
2004	2 305 132	1 042 537	1 579 546	451 074	725 586	591 463
2005	2 493 045	1 209 345	1 603 566	477 586	889 479	731 759
2006	2 633 788	1 319 736	1 698 769	548 943	935 019	770 793
2007	2 830 461	1 434 804	1 851 032	614 826	979 429	819 978
2008	2 711 416	1 287 223	1 882 460	603 167	828 956	684 056
2009	2 720 627	1 340 420	1 910 131	651 549	810 496	688 871
2010	2 872 453	1 512 363	1 976 337	742 120	896 116	770 243
Współczynnik korelacji liniowej Pearsona: Kraków a Małopolska	<b>0,988813</b>		<b>0,978102</b>		<b>0,994732</b>	
Współczynnik korelacji liniowej Pearsona: Kraków a Małopolska bez Krakowa	<b>0,826334</b>		<b>0,856789</b>		<b>0,662021</b>	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Turystyka w województwie małopolskim w latach 2002–2003*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2004; *Turystyka w województwie małopolskim w 2004 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2005; *Turystyka w województwie małopolskim w 2005 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2006; *Turystyka w województwie małopolskim w 2006 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2007; *Turystyka w województwie małopolskim w 2007 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2008; *Turystyka w województwie małopolskim w 2008 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2009; *Turystyka w województwie małopolskim w 2009 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2010; *Turystyka w województwie małopolskim w 2010 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2011.

W przypadku turystów zagranicznych zależność ta okazała się jeszcze silniejsza – współczynnik wynosił ponad 0,99. Wprawdzie korelacja obliczona pomiędzy liczbą turystów korzystających z noclegów w obiektach położonych

na terenie Krakowa i na pozostałym obszarze województwa (bez Krakowa) była nieco mniejsza (współczynnik wynosi 0,83), ale i tak należy stwierdzić występowanie silnej dodatniej zależności pomiędzy ruchem turystycznym w Krakowie a ruchem na pozostałym terenie Małopolski. Analiza uzyskanych wyników pozwala jednocześnie na konstatację, że Kraków jest większym generatorem popytu na produkty turystyczne innych obszarów Małopolski ze strony gości zagranicznych niż krajowych (wartość współczynnika korelacji to odpowiednio 0,86 i 0,66).

Reasumując powyższe spostrzeżenia, należy zauważyć, że rozwój ruchu turystycznego w Krakowie w decydujący sposób wpływa na ruch turystyczny w województwie, w tym na liczbę odwiedzających takie miejsca, jak: Wieliczka, Wadowice, Zakopane, Ojców, Pieniny czy Oświęcim<sup>10</sup>. W niniejszym artykule uwaga została skoncentrowana na oddziaływaniu stolicy Małopolski na ruch turystyczny w tej ostatniej miejscowości.

## **2. Liczba i struktura odwiedzających Kraków a liczba i struktura zwiedzających Muzeum w Oświęcimiu-Brzezince**

Analiza związku pomiędzy rozmiarami ruchu turystycznego w Krakowie a liczbą zwiedzających Muzeum Auschwitz-Birkenau w latach 2003–2010 dowodzi istnienia dużej zależności pomiędzy zmiennymi – współczynnik korelacji liniowej Pearsona osiąga wartość 0,85. Zależność ta jest nieco silniejsza w przypadku gości zagranicznych (0,87) niż krajowych (0,70), co z pewnością wynika z faktu, że cudzoziemców zwiedzających Muzeum jest dwu-, trzykrotnie więcej niż Polaków (tabela 2).

---

<sup>10</sup> Zob. *Ruch turystyczny w Krakowie w 2008 roku. Raport końcowy*, T. Grabiński, K. Borkowski, R. Seweryn, A. Wilkońska, L. Mazanek, MOT, Kraków 2008, s. 119–120; *Ruch turystyczny w Krakowie w 2009 roku. Raport końcowy*, T. Grabiński, K. Borkowski, R. Seweryn, A. Wilkońska, L. Mazanek, MOT, Kraków 2009, s. 121–122; *Ruch turystyczny w Krakowie w 2010 roku. Raport końcowy*, T. Grabiński, K. Borkowski, R. Seweryn, A. Wilkońska, L. Mazanek, MOT, Kraków 2010, s. 127–128, [www.bip.krakow.pl/?sub\\_dok\\_id=19949](http://www.bip.krakow.pl/?sub_dok_id=19949), 11.08.2011.

Tabela 2

Współczynnik korelacji liniowej pomiędzy liczbą odwiedzających Kraków a liczbą zwiedzających Muzeum Auschwitz-Birkenau w latach 2003–2010

Rok	Ogółem		Goście krajowi		Goście zagraniczni	
	Kraków	Muzeum	Kraków	Muzeum	Kraków	Muzeum
2003	841 304	578 700	404 413	194 753	436 891	383 947
2004	1 042 537	699 700	451 074	194 170	591 463	505 530
2005	1 209 345	927 000	477 586	270 528	731 759	656 472
2006	1 319 736	989 500	548 943	279 538	770 793	709 962
2007	1 434 804	1 220 000	614 826	465 000	819 978	755 000
2008	1 287 223	1 130 000	603 167	410 200	684 056	719 800
2009	1 340 420	1 300 000	651 549	553 000	688 871	747 000
2010	1 512 363	1 380 000	742 120	530 600	770 243	849 400
Współczynnik korelacji liniowej Pearsona: Kraków a Muzeum	<b>0,853733</b>		<b>0,698023</b>		<b>0,866601</b>	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT i IPSOS oraz danych statystycznych udostępnionych przez Muzeum Auschwitz-Birkenau na potrzeby badań statutowych Katedry Turystyki UEK w Krakowie.

Ponadto porównując strukturę narodową obcokrajowców odwiedzających Kraków ze strukturą narodową zagranicznych zwiedzających muzeum, można stwierdzić, że oba rozkłady są bardzo do siebie zbliżone – wskaźnik podobieństwa struktur w latach 2008–2010 kształtował się na poziomie 70-80%<sup>11</sup> (tabela 3).

<sup>11</sup> Im wskaźnik podobieństwa struktur osiąga wyższą wartość, tym rozkłady są do siebie bardziej podobne. Szerzej: *Podstawy statystyki*, red. W. Starzyńska, Difin, Warszawa, 2004, s. 74.



Tabela 3

Wskaźnik podobieństwa struktur odwiedzających Kraków oraz zwiedzających Muzeum Auschwitz-Birkenau w latach 2008–2010

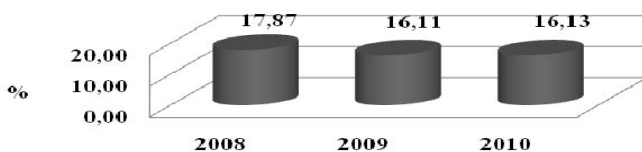
Kraj	2008		Wskaźnik podobieństwa struktur = 80,21%	2009		Wskaźnik podobieństwa struktur = 71,61%	2010		Wskaźnik podobieństwa struktur = 72,86%
	Kra-ków	Oświę-cim		Kra-ków	Oświę-cim		Kra-ków	Oświę-cim	
Belgia	1,15	1,42		1,49	1,34		1,2	1,53	
Czechy	2,11	4,18		1,49	5,82		2,08	5,30	
Dania	0,7	0,79		0,58	0,88		1	0,88	
Francja	6,81	5,75		8,09	6,47		8,32	7,42	
Hiszpania	4,08	4,45		4,13	3,57		6,3	3,77	
Holandia	1,56	1,57		1,16	1,57		1,39	1,46	
Irlandia	4,5	2,29		3,14	1,47		3,85	1,00	
Izrael	2,38	6,13		2,48	8,35		1,7	6,95	
Japonia	1,77	0,75		1,73	1,10		1,51	1,80	
Niemcy	11,25	8,04		11,81	7,75		11,22	8,01	
Norwegia	1,29	4,46		1,9	5,39		1,51	5,07	
Portuga-lia	0,7	0,39		1,4	0,40		0,57	0,39	
Szwecja	1,02	2,90		1,65	3,63		1,32	2,83	
USA	6,47	10,32		5,04	5,33		5,17	4,47	
Wielka Brytania	25,83	15,23		28,74	10,04		26,17	9,89	
Włochy	7,36	5,97		5,53	8,55		9,08	8,71	
Inne	21,02	25,35		19,64	28,33		17,61	30,53	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT oraz danych statystycznych udostępnionych przez Muzeum Auschwitz-Birkenau na potrzeby badań statutowych Katedry Turystyki UEK w Krakowie.

Nie ulega zatem wątpliwości, że ruch turystyczny w Krakowie jest ważnym generatorem liczby zwiedzających dawny Obóz Zagłady w Oświęcimiu-Brzezince (szczególnie turystów zagranicznych). Sprzyja temu nieduża odległość pomiędzy miastami (ok. 80 km), liczne połączenia kolejowe i autobusowe (przynajmniej raz na godzinę) oraz wycieczki organizowane przez niemal każdy krakowski obiekt noclegowy czy biuro turystyki przyjazdowej w mieście.

### 3. Wizyta w Muzeum Auschwitz-Birkenau jako atrakcja pobytu w Krakowie

Podczas badań ruchu turystycznego w Krakowie<sup>12</sup> respondenci byli prośzeni o wskazanie trzech miejsc poza miastem, które odwiedzili lub zamierzają odwiedzić. Z analizy odpowiedzi na to pytanie w latach 2008–2010<sup>13</sup> wynika, że około 16% przybywających do miasta za atrakcję swojego pobytu w stolicy Małopolski uważa wizytę w Muzeum Auschwitz-Birkenau (rysunek 2).



Rys. 2. Odsetek odwiedzających Kraków deklarujących wizytę w Muzeum Auschwitz-Birkenau w latach 2008–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT.

Istotną informacją wydaje się być także fakt, że ponad połowa krakowskich turystów deklarujących wizytę w dawnym obozie zagłady (w dwóch ostatnich latach nawet ponad 60%) wymienia to miejsce na pierwszym miejscu, ponad 30% – na drugim, a tylko niewielki odsetek (8-12%) – na pozycji trzeciej (rysunek 3).

Na dodatek około 20%<sup>14</sup> odwiedzających Kraków i udających się do Oświęcimia-Brzezinki traktuje wizytę w muzeum jako jedyną atrakcję poza terenem miasta.

Wśród przybywających do Krakowa gości deklarujących zwiedzanie Auschwitz-Birkenau zdecydowanie więcej jest cudzoziemców niż Polaków<sup>15</sup> (ry-

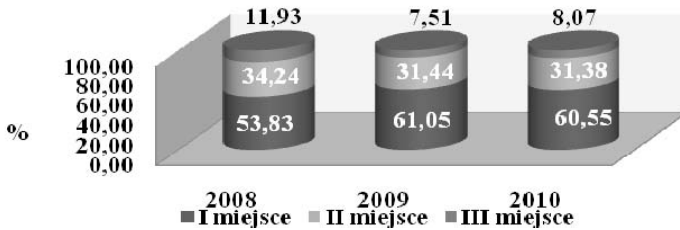
<sup>12</sup> Projekt finansowany z budżetu miasta Krakowa, realizowany przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

<sup>13</sup> W roku 2008 ankietą objęto 3285 osób, w roku 2009 – 3060 osób, a w roku 2010 – 3378 osób. Szerzej na temat metodologii badań: *Ruch turystyczny w Krakowie 2008 r...., op. cit., s. 4–7; Ruch turystyczny w Krakowie w 2009 r...., op. cit., s. 5–7; Ruch turystyczny w Krakowie w 2010 r...., op. cit., s. 5–7.*

<sup>14</sup> Dokładnie: w 2008 r. – 19,08%, w 2009 r. – 24,14%, a w 2010 r. – 24,59%.

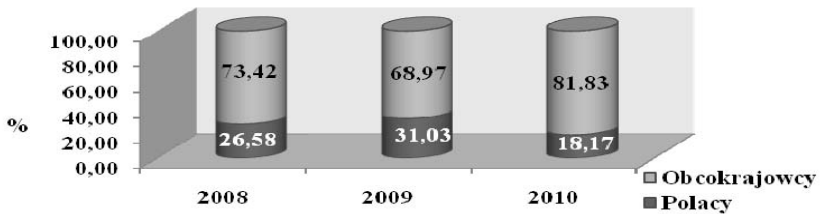
<sup>15</sup> Analogicznie jak odwiedzających muzeum, co już wcześniej zaprezentowano.

sunek 4). Przewaga obcokrajowców zaznaczyła się w tym względzie zwłaszcza w roku 2010, kiedy to stanowili oni ponad 80% wskazujących wizytę w Oświęcimiu-Brzezince.



Rys. 3. Odsetek odwiedzających Kraków wskazujących Muzeum Auschwitz-Birkenau na kolejnych miejscach w latach 2008–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT.



Rys. 4. Odwiedzający Kraków deklarujący wizytę w Muzeum Auschwitz-Birkenau w latach 2008–2010 z podziałem na gości krajowych i zagranicznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT.

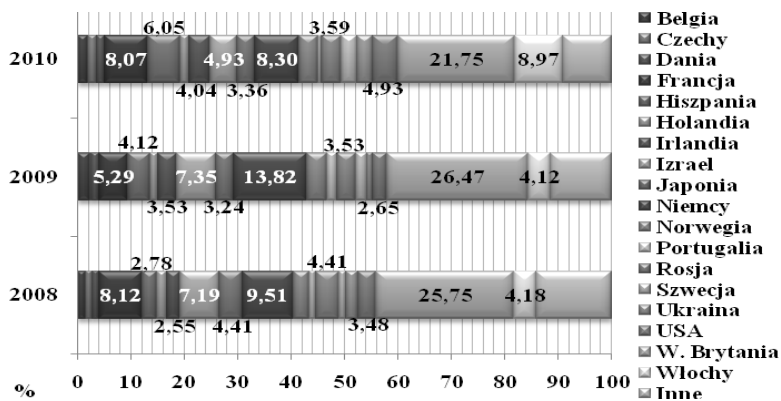
Trzeba podkreślić, że wskaźnik podobieństwa rozkładu na gości krajowych i zagranicznych liczby zwiedzających muzeum i liczby krakowskich turystów deklarujących wizytę w Oświęcimiu kształtuje się na wysokim poziomie – 80–90% (tabela 4).

Tabela 4

Wskaźnik podobieństwa struktur zwiedzających Muzeum Auschwitz-Birkenau oraz deklarujących wizytę w Oświęcimiu-Brzezince krakowskich turystów w latach 2008–2010

Wyszczególnienie	Polacy	Cudzoziemcy	Wskaźnik podobieństwa struktur
2008			<b>90,27</b>
Oświęcim	36,30%	63,70%	
Kraków	26,58%	73,42%	
2009			<b>88,50</b>
Oświęcim	42,54%	57,46%	
Kraków	31,03%	68,97%	
2010			<b>79,72</b>
Oświęcim	38,45%	61,55%	
Kraków	18,17%	81,83%	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT oraz danych statystycznych udostępnionych przez Muzeum Auschwitz-Birkenau na potrzeby badań statutowych Katedry Turystyki UEK w Krakowie.



Rys. 5. Zagraniczni goście w Krakowie deklarujący wizytę w Muzeum Auschwitz-Birkenau w latach 2008–2010 wg narodowości

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT.

W grupie gości zagranicznych odwiedzających Kraków i wskazujących Auschwitz-Birkenau jako atrakcję zdecydowanie przeważają obywatele Wielkiej Brytanii stanowiący ponad 1/5 cudzoziemców (w dwóch pierwszych latach

nawet ponad 1/4), co zobrazowano na rysunku 5. Duży odsetek tworzą też mieszkańcy Niemiec (ponad 8%, a w roku 2009 nawet prawie 14%), Francji (ponad 5%, a w pierwszym i ostatnim badanym roku nawet ponad 8%), Izraela (ponad 5%, a w dwóch pierwszych badanych latach nawet ponad 7%) i Włoch (ponad 4%, a w dwóch ostatnich badanych latach nawet prawie 9%). Relatywnie liczni są ponadto Rosjanie i Japończycy (zwłaszcza w 2008 roku – ponad 4%) oraz Hiszpanie, Amerykanie i Irlandczycy (przede wszystkim w ostatnim badanym roku – odpowiednio ponad 6%, prawie 5% i ponad 4%).

Na uwagę zasługuje fakt, że z wyżej wymienionych krajów pochodzi najwięcej zwiedzających dawny obóz zagłady (tabela 5).

Tabela 5

Wskaźnik podobieństwa struktur narodowych cudzoziemców zwiedzających Muzeum Auschwitz-Birkenau oraz deklarujących wizytę w Oświęcimiu krakowskich turystów w latach 2008–2010

Kraj	2008		2009		2010	
	Oświęcim	Kraków	Oświęcim	Kraków	Oświęcim	Kraków
Belgia	1,42	1,62	1,34	2,35	1,53	2,02
Czechy	4,18	1,16	5,82	0,29	5,30	1,57
Dania	0,79	1,16	0,88	1,47	0,88	1,57
Francja	5,75	8,12	6,47	5,29	7,42	8,07
Hiszpania	4,45	2,78	3,57	4,12	3,77	6,05
Holandia	1,57	1,86	1,57	1,47	1,46	1,57
Irlandia	2,29	2,55	1,47	3,53	1,00	4,04
Izrael	6,13	7,19	8,35	7,35	6,95	4,93
Japonia	0,75	4,41	1,10	3,24	1,80	3,36
Niemcy	8,04	9,51	7,75	13,82	8,01	8,30
Norwegia	4,46	3,02	5,39	3,82	5,07	3,59
Portugalia	0,39	1,16	0,40	1,76	0,39	0,67
Szwecja	2,90	1,39	3,63	2,06	2,83	2,91
USA	10,32	3,48	5,33	2,65	4,47	4,93
Wielka Brytania	15,23	25,75	10,04	26,47	9,89	21,75
Włochy	5,97	4,18	8,55	4,12	8,71	8,97
Inne	25,35	20,65	28,33	16,18	30,53	15,70

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań MOT oraz danych statystycznych udostępnionych przez Muzeum Auschwitz-Birkenau na potrzeby badań statutowych Katedry Turystyki UEK w Krakowie.

Stąd też obliczony dla kolejnych badanych lat wskaźnik podobieństwa narodowych struktur zwiedzających muzeum oraz krakowskich turystów wskazujących na wizytę w Oświęcimiu-Brzezince jako na atrakcję swojego pobytu w mieście osiąga wysoką wartość – 70–80%.

### **Uwagi końcowe**

Przeprowadzone rozważania pozytywnie weryfikują postawioną w tytule artykułu hipotezę badawczą o istnieniu silnego wpływu rozmiarów ruchu turystycznego w Krakowie na popyt na wycieczki do Oświęcimia-Brzezinki. Współczynnik korelacji liniowej Pearsona pomiędzy liczbą gości w stolicy Małopolski a liczbą zwiedzających muzeum kształtuje się na wysokim poziomie. Analizy dowodzą ponadto, że zwiedzanie Muzeum Auschwitz-Birkenau jest ważną częścią pobytu w Krakowie, szczególnie dla gości zagranicznych. Stąd też zarówno wśród krakowskich turystów deklarujących wizytę w muzeum, jak i wśród samych zwiedzających były obóz zagłady dominują cudzoziemcy (w obu grupach najwięcej jest mieszkańców Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji, Izraela i Włoch). Z rozwoju turystyki w Krakowie czerpie zatem korzyści nie tylko miasto, ale również Muzeum Auschwitz-Birkenau, tym bardziej że wartości użytkowe dostarczane przez oba miejsca wzajemnie się uzupełniają.

## **THE TOURIST MOVEMENT IN CRACOW AS A GENERATOR OF THE DEMAND FOR EXCURSIONS TO AUSCHWITZ-BIRKENAU**

### **Summary**

This article aims to show the impact of Krakow on the number of visitors in the Museum Auschwitz-Birkenau. The motives inducing tourists to visit the capital of Malopolska were briefly characterized. Based on the data of the Statistical Office there was verified a hypothesis of the existence of a strong positive relation between the tourist movement in the city and the tourist movement in the region. Next the power of correlation between the number visiting Krakow and the number of visitors in the Museum Auschwitz-Birkenau was examined as well as the similarity of national structures

of tourist movements in both places was determined. Finally, using the information obtained during the research of tourist movement in Krakow, the Museum Auschwitz-Birkenau was presented as an important attraction of stay in the city.

*Translated by Renata Seweryn*