

Powiązania gospodarki turystycznej z gospodarką nocną w Krakowie

(w kontekście zjawiska overtourismu)

Przemiany we współczesnej turystyce miejskiej: w kierunku rekreacyjno-rozrywkowego charakteru miasta

Turystyka stanowi jedną z głównych funkcji społeczno-gospodarczych współczesnych miast. Dotyczy to zarówno tzw. miast pierwszych, tj. ważnych centrów gospodarki światowej i miast stołecznych, jak i mniejszych ośrodków miejskich, zwłaszcza tych, które odznaczają się dużym potencjałem historyczno-kulturowym. Ogół form ruchu turystycznego do (i w granicach) miast nazywa się mianem turystyki miejskiej, natomiast poprzez gospodarkę turystyczną miast rozumie się ogół urządzeń i usług nakierowanych na zaspokajanie potrzeb odwiedzających miasta, oraz całokształt powiązań między podmiotami zaangażowanymi w proces obsługi turystyki miejskiej.

W ujęciu tradycyjnym turystyka miejska ma wybitnie poznawczy charakter. Takie rozumienie turystyki miejskiej można uznawać jako przeszłe (minione); dzisiejszy model turystyki miejskiej jest o wiele bardziej złożony. W przeszłości większość turystów przybywała do miast głównie w celu poznania jego dziedzictwa (historia, zabytki). Prym w tym względzie wiodły miasta historyczne - o długich tradycjach osadniczych, z zachowanymi układami urbanistyczno-architektonicznymi z minionych okresów, bogate w zabytki i inne obiekty istotne z punktu widzenia historii i kultury danego narodu. We współczesnym ujęciu turystyka miejska ma charakter wielofunkcyjny. W przestrzeni miasta zachodzi rozwój różnych i równolegle występujących form turystyki. Obok tradycyjnych form turystyki miejskiej związanej z dziedzictwem dynamicznie rozwijają się różne formy turystyki biznesowej (patrz sektor MICE), jak i inne formy, w tym turystyka zdrowotna, edukacyjna czy religijna. Zmiany te znajdują odzwierciedlenie w strukturze przestrzennej miejskiej gospodarki turystycznej – inny model turystyki cechuje *central business district*, a inny *historical quarters* czy dzielnice peryferyjne.

W strukturze motywacji odwiedzających miasta wciąż obserwuje się znaczący udział podróży podejmowanych w celach poznawczych i edukacyjnych. Zmieniła się jednak ich forma organizacyjna. Coraz mniej turystów przyjeżdża w ramach turystyki grupowej. Zwiększa się natomiast udział turystów indywidualnych docierających do miasta drogą lotniczą. W efekcie można mówić o przeskalowaniu roli LCC (tanich przewoźników lotniczych) w organizacji turystyki miejskiej kosztem biur podróży.

Odnosząc się do sfery motywacji w turystyce miejskiej należy zauważyć wzrost odsetka odwiedzających dzisiejsze miasta określających cel przyjazdu jako wypoczynkowy lub rekreacyjny. Jak zauważa Mika (2011), *zmiany jakie zachodzą w zakresie wartości, organizacji życia i modelu konsumpcji, spowodowały, że materialne dziedzictwo stanowi w coraz większym zakresie jedynie kontekst innych procesów i zjawisk*. Coraz częściej mówi się, że zabytki stanowią dla dzisiejszego turysty jedynie tło dla zachowań turystów w mieście. Zmienia się postrzeganie samej kategorii rekreacji miejskiej. Wcześniej dyskutując o rozwoju sfery rekreacji w miastach zwracano przede wszystkim uwagę na zaspokojenie potrzeb rekreacyjnych (wolnoczasowych) mieszkańców, dzisiaj sfera rekreacyjna jest skierowana równie silnie „na zewnątrz” – do mieszkańców strefy podmiejskiej i do turystów odwiedzających miasto. Miasto turystyczne to także miasto z atutami do uprawiania sportu, spędzania czasu na obszarach terenów zielonych czy medytacji oraz poprawy stanu zdrowia. Szeroko rozumiana rekreacja bywa niejednokrotnie utożsamiana z rozrywką, w tym rozrywką nocną.

W efekcie – jak już wcześniej wspomniano – dzisiejsze miasta to wielofunkcyjne centra rekreacyjne z ofertą skierowaną do różnych grup odbiorców – począwszy od osób zainteresowanych zwiedzaniem zabytków i muzeów, udziałem w wydarzeniach kulturalnych i kulturalno-rozrywkowych, po osoby spędzające czas (biernie i aktywnie) w obiektach rekreacyjnych, rekreacyjno-sportowych, galeriach handlowych i innych obiektach, kończąc na osobach, dla których głównym celem odwiedzin jest uczestnictwo w życiu nocnym miasta. Co istotne, w mieście zaczynają się zacierać granice pomiędzy tym co adresowane dla turystów, a tym co adresowane dla mieszkańców. Obiekty i usługi przeznaczone dla turystów stają się niejednokrotnie przedmiotem zainteresowania mieszkańców, a w efekcie elementem składowym stylu życia miejskiego w danym mieście. Natomiast turyści coraz częściej deklarują, że chcą poznawać miasto „poza utartym szlakiem” i patrzeć na nie z perspektywy mieszkańców: tzn. być jak „*locals*”.

Mówiąc o turystyce miejskiej należy zaznaczyć, że w ciągu ostatnich dwóch-trzech dekad przeszła ona znaczące przemiany ilościowe i geograficzne. Rozszerzył się także zakres przestrzenny oddziaływania miast na międzynarodowym rynku turystycznym. Nastąpiło znaczące zwiększenie rozmiarów turystyki przyjazdowej do miast, zwłaszcza tych, które cechują się bardzo dobrą dostępnością komunikacyjną i ponadprzeciętną atrakcyjnością turystyczną. O umasowieniu skali turystyki miejskiej zdecydowało szereg czynników, przy czym wydaje się, że najistotniejsze znaczenie miały przemiany w sferze otoczenia technologicznego i społeczno-gospodarczego. Pojawienie się internetu umożliwiło gruntowną zmianę w sferze dystrybucji w turystyce i pojawienie się nowych strategii cenowo-produktowych typu „mniej za jeszcze mniej”.

Miasta w II poł. XX wieku stały się popularnym celem turystyki typu *city break*, której korzeni należy upatrywać w transporcie lotniczym. Trudno określić jaki jest zasadniczy motyw podróży w ramach *city break*. Dla niektórych będzie to zwiedzanie miasta (poznawanie zabytków), dla innych udział w życiu nocnym, a jeszcze inni będą spędzać czas w placówkach gastronomicznych czy handlowych. Generalnie *city break* to krótkie podróże (najczęściej weekendowe), w trakcie których turyści wchodzą w stan tzw. niecodzienności (patrz model turysty J. Jafariego) pragnąc odpocząć od obowiązków zawodowych i zrealizować potrzeby tłumione w miejscu zamieszkania (codziennym środowisku). Ich skala w ostatnich latach (głównie dzięki tanim liniom lotniczym i najmowi krótkoterminowemu) osiągnęła duże rozmiary, niejednokrotnie przekraczając zdolności recepcyjne poszczególnych miast. W powiązaniu z innymi formami turystyki miejskiej spowodowało to odczucie przeładowania turystycznego w miastach, które w literaturze naukowej zaczęto nazywać mianem *overtourismu*.

Jak zauważa Kruczek (2019), nadmierna koncentracja ruchu turystycznego (*overtourism*) prowadzi do zatłoczenia atrakcyjnych miejsc oraz przereklamowania i agresywnej komercjalizacji, co obniża poziom estetycznych doznań turystów i skutkuje degradacją naturalnych i kulturowych zasobów miast. Efektem nadmiernej frekwencji turystów jest wzrost cen usług, mieszkań i nieruchomości, co prowadzi do konfliktów na linii sektor turystyczny/turyści-mieszkańcy. Co ważne, jak podkreślają Kazimierczak i Malchrowicz-Mośko (2021), *towarzyszący zjawisku overtourismu proces turystycznej gentryfikacji, przekształca krajobraz społeczno-ekonomiczne wielu miast, oddając je we władanie przemysłu turystycznego, co jest dużym wyzwaniem dla lokalnych społeczności, których strategie przyjmowania turystów wyraźnie za tym wyzwaniem nie nadążają. Zarządzanie konfliktem*

społecznym wynikającym z overtourismu to istotne wyzwanie szczególnie dla władz miast turystycznych (Zmysłony, Kowalczyk-Anioł, Dembińska 2020).

Overtourism w Krakowie (?)

Zasadniczym pytaniem z punktu widzenia niniejszego opracowania jest kwestia nadmiernej turystyki w Krakowie i jej skutków społeczno-gospodarczych w kontekście potrzeb lokalnej społeczności. Niniejszy fragment raportu stanowi próbę odpowiedzi na niniejsze pytanie. W tym celu wykorzystano obserwacje i badania własne autora, badania ilościowe prowadzone na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa (w tym przede wszystkim *Badania ruchu turystycznego* pod red. dr. Krzysztofa Borkowskiego) oraz wyniki prac innych autorów dotyczące ww. zagadnienia.

Kraków od końca lat 90. XX wieku do 2019 r. notował stały wzrost liczby turystów, zarówno krajowych, jak i zagranicznych (z wyłączeniem lat 2008-2010 – spadek ruchu przyjazdowego w porównaniu do lat wcześniejszych wskutek światowego kryzysu gospodarczego). Przed wejściem do Unii Europejskiej w 2003 r. Kraków odwiedziło ok. 5,5 mln osób, z czego dłużej niż jedną noc w mieście spędziło 3,5 mln osób (turyści). Liczbę turystów zagranicznych w 2003 r. oszacowano na 0,6 mln osób.

W 2019 roku (ostatni rok przed pandemią COVID-19) liczba odwiedzających wyniosła ponad 14 mln osób. Była to najwyższa wartość (co do liczby odwiedzających Kraków) w historii miasta. W roku 2019 liczba osób spędzających w mieście co najmniej 1 noc wyniosła 10,5 mln osób, a liczba turystów zagranicznych – 3,5 mln gości.

Lata 2020-2022 to tzw. okres pandemiczny. Wybuch pandemii koronawirusa w 2020 roku w Europie znacząco zahamował turystykę przyjazdową do miasta. Praktycznie przez około połowę 2019 roku (okres od lutego do czerwca i okres późnej jesieni) nastąpiła blokada miasta i działających w nim podmiotów turystycznych. Według Raportu MOT w 2020 roku Kraków zanotował 8,9 mln odwiedzających, w tym 4,2 mln turystów, z czego jedynie 0,7 mln stanowili goście zagraniczni.

Największe spadki przypadły na rok 2022, kiedy to rozmiary turystyki przyjazdowej do Krakowa wróciły do stanu z początku XXI wieku. Liczba odwiedzających ogółem osiągnęła wówczas 8,4 mln osób, a liczba turystów – 4,9 mln osób.

Tab. 1. Ruch turystyczny przyjazdowy do Krakowa w latach 2003-2022 w mln osób

Kategoria/rok	2003	2019	Zmiana 2019/2003 [%]	2022	Zmiana 2022/2019 [%]
Odwiedzający ogółem	5,5	14,1	156,4	8,4	-40,4
Turyści ogółem	3,5	10,5	200,0	4,9	-53,3
Turyści zagraniczni	0,7	3,1	342,8	0,4	-87,2

Źródło: *Badanie ruchu turystycznego, 2022*, MOT.

Mówiąc o zjawisku nadmiernej turystyki czy *overtourismu* musimy pamiętać, że punktem wyjściowym do analizy tych zagadnień powinien być rok 2019. Następne lata wiązały się ze znaczącym spadkiem liczby przyjazdów i częstotliwości występowania zjawisk konfliktowych związanych z turystyką (tzw. okres *no tourism* lub *under tourism*), przez co nie oddają złożoności problemu.

Tab. 2. Liczba odwiedzających Kraków w latach 2003-2022 w odniesieniu do liczby mieszkańców i powierzchni (na 1 dzień*)

Kategoria/rok	2003	2019	2022
Miasto Kraków			
Odwiedzający na 1 km ²	46,1	117,7	70,4
Odwiedzający na 1000 mieszk.	19,9	50,2	28,6
Dzielnica I (Stare Miasto)			
Odwiedzający na 1 km ²	2705,3	6910,8	4131,7
Odwiedzający na 1000 mieszk.	307,7	1257,6	768,7

* dla uproszczenia przyjęto założenie, że jeden odwiedzający liczony jest tylko jeden raz.

Źródło: obliczenia własne.

W tabeli nr 2 przedstawiono dane dotyczące skali natężenia zjawiska turystyki za pomocą dwóch mierników odnoszących się do powierzchni i do liczby mieszkańców miasta. Z powyższych danych wynika, że na 1 km kwadratowy powierzchni miasta w 2019 roku (w ciągu 1 dnia!) przypadało 117,7 osób. Była to wartość dwukrotnie wyższa niż w 2003 r. Jeśli pod uwagę weźmiemy obszar Dzielnicy I, wartość tego miernika rośnie dramatycznie. Zakładając, że praktycznie wszyscy odwiedzający w trakcie swojego pobytu docierają do Starego Miasta wielkości te osiągają w ciągu jednego dnia prawie 7 tys. osób na 1 km². Należy przy tym pamiętać, że wartość ta jest zapewne o wiele większa, gdyż większość turystów przebywa w przestrzeni Dzielnicy I więcej niż 1 raz w trakcie swojego pobytu. W świetle przytoczonych wskaźników Baretje-Deferta Kraków posiada wysoko rozwiniętą funkcję turystyczną (43 tys., turystów na 1000 mieszkańców – dane dla roku; i 18,3 tys., turystów na 1000 mieszkańców; dane dla 2019). Presja turystyczna obserwowana jest zwłaszcza w Dzielnicy I, gdzie wskaźniki w tym względzie osiągnęły w 2019 r. wartość (dane dla całego roku, bez rozbicia na 1 dzień; 459 tys. odwiedzających na 1000 mieszkańców; 6,9 tys. odwiedzających na 1 km²).

Przyjmując, że jednym z głównych mierników turystyfikacji jest wielkość bazy noclegowej dokonano analizy skupień przestrzennych obiektów noclegowych oraz oszacowano wielkość zdolności recepcyjnej dla poszczególnych kategorii obiektów noclegowych. Z informacji zawartych w tabeli nr 3 wynika, że ponad połowa miejsc noclegowych w Krakowie zlokalizowana jest w Dzielnicy 1. Na tym obszarze średnia gęstość (miernik wyposażenia obszaru w bazę noclegową) wynosi aż 5,5 tys. miejsc noclegowych na 1 km². Porównując Stare Miasto (w granicach Plant) do Kazimierza można wskazać, że potencjał obu tych części Krakowa jest w zakresie bazy noclegowej zbliżony (z niewielką przewagą Kazimierza). Oba te obszary skupiają łącznie 23,7 ogółu miejsc noclegowych Krakowa.

Odnosząc się natomiast do potencjału ludnościowego należy wskazać, że w przypadku całego Krakowa na 100 mieszkańców przypada 70 miejsc noclegowych. W dzielnicy I wartość ta jest prawie 15-krotnie wyższa i sięga ponad 1000 miejsc noclegowych na 1000 mieszkańców (czyli 1:1).

Tab. 3. Pojemność bazy noclegowej miasta – liczba miejsc noclegowych; stan na listopad 2023

Kategoria bazy	Hotele	Inne objekty	Razem
----------------	--------	--------------	-------

Kraków- całe miasto	24.097	32.105	56.202
Dzielnica I	10.739	20.089	30.828
<i>Stare Miasto w granicach Plant</i>	2.278	4.252	6.530
<i>Kazimierz</i>	2.708	4.181	6.889
<i>Strefa UNESCO</i>	5.365	9.377	14.742

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS i danych Wydziału ds. Turystyki UMK.

Dzielnica I wyróżnia się na tle miasta dużą koncentracją miejsc noclegowych w apartamentach i kwaterach prywatnych. Według bazy Wydziału Turystyki UMK w Krakowie tego typu obiekty dysponują łącznie 32 tys. miejsc noclegowych, a około 63% tych miejsc jest zlokalizowanych na obszarze Dzielnicy I. Informacje te potwierdzają turystyczny charakter znaczącej części zasobu bazy mieszkaniowej Dzielnicy I.

Tab. 4. Gęstość bazy noclegowej w Krakowie w 2023

Kategoria bazy	Liczba miejsc noclegowych		
	Ogółem	Na 1000 mieszk.	Na 1 km ²
Kraków- całe miasto	56.202	70,0	179,1
Dzielnica I	30.828	1.029,8	5.534,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS i danych Wydziału ds. Turystyki UMK.

Uwzględniając powyższe wyniki, badania własne autora oraz informacje zawarte w publikacjach podejmujących problematykę rozwoju turystyki w Krakowie należy wskazać, że problem nadmiernej turystyki w dużej mierze jest cechą Dzielnicy I i ogranicza się do najbardziej turystycznych obszarów tej części miasta – jak Stare Miasto w Krakowie oraz dzielnica Kazimierz. Pozostałe dzielnice miasta, w tym pozostałe dzielnice historyczne nie odczuwają istotnie niekorzystnego wpływu turystyki na warunki życia codziennego;

Obraz zjawiska nadmiernej turystyki w Krakowie wiąże się z następującymi kwestiami

1. W historycznej części miasta przeważająca część zasobu mieszkaniowego wykorzystywana jest na cele turystyczne. Działalność w zakresie najmu krótkoterminowego wiąże się ze znacznie wyższymi przychodami z najmu lokali mieszkalnych niż od innych grup społecznych i zawodowych. Lokale w historycznej części miasta są najmowane za wysokie stawki czynszu, a ich liczba na rynku najmu długookresowego jest ograniczona. W ostatnich latach obserwuje się dyfuzję tego zjawiska na inne dzielnice Krakowa, przy czym zasadniczym czynnikiem pozostaje wciąż odległość od centrum miasta. W efekcie z uwagi na kwestie ekonomiczne, ale także na opisane poniżej zjawiska następuje proces depopulacji historycznej części miasta.
2. Nadmierna koncentracja kwater prywatnych (najmu krótkoterminowego) w historycznej części miasta wiąże się z kumulacją niekorzystnych zjawisk prowadzących do sytuacji konfliktowych. Po pierwsze wynika to z braku faktycznego gospodarza miejsca i zaniku powiązań społecznych z miejscem. Poszczególne kwartały dzielnic historycznych wraz z rozwojem kwater prywatnych stają się typowymi „nie miejscami”, wykorzystywanymi czasowo, o które praktycznie nikt nie dba. Właściciele tych lokali pojawiają się bardzo rzadko, a przygotowanie kwater dla gości często zostaje powierzone podwykonawcom, którzy swoje relacje z miejscem ograniczają do posprzątania kwatery (bez uwzględnienia obejścia). Wynajmujący krótkookresowi nie podlegają żadnej kontroli w zakresie reguł funkcjonowania sąsiedzkiego, co dla mieszkańców stałych w danej kamiennicy może stanowić olbrzymie utrudnienie w życiu codziennym.
3. Jedną z największych niedogodności życia codziennego dla stałych mieszkańców w miejscach koncentracji ruchu turystycznego jest hałas w porze nocnej i nieobyczajne zachowanie. W przypadku Krakowa kwestie te są najczęściej zgłaszane przez mieszkańców dzielnicy Kazimierz. Znacznie rzadziej jest to sygnalizowane w przypadku Starego Miasta w granicach Plant), co zapewne wynika z faktu, iż ta część Krakowa ma już bardzo niewielu stałych mieszkańców). Paradoksalnie w niektórych częściach miasta problem nadmiernego hałasu sygnalizują także sami turyści, którzy z uwagi na hałas nocny nie mogą wypocząć. Utrudnienia te dotyczą zarówno zachowania osób wynajmujących poszczególne lokale w danej kamiennicy, jak i z osób, które wędrując nocą z miejsca do miejsca nie zachowują ciszy nocnej (szczególnie uciążliwe są fale nocnych wędrowców związane z tzw. clubbingiem).

4. Koncentracja najmu krótkoterminowego na danym obszarze pociąga za sobą zmiany w strukturze funkcjonalnej dzielnic historycznych. W sferze usług obserwuje się przeprofilowanie działalności z mieszkańców na turystów. Z jednej strony wiąże się to z rozwojem bazy obiektów gastronomicznych, w tym także oferujących konsumpcję alkoholu, z drugiej z ograniczaniem oferty lokalnych sklepów. Większość sklepów spożywczych w tej części miasta ogranicza swój asortyment produktowy do podstawowych artykułów żywnościowych na korzyść oferty alkoholi. Znaczna część lokali gastronomicznych dostosowuje swoje godziny funkcjonowania do aktywności turystów, wydłużając czas otwarcia w porze nocnej. Istotnym problemem są ograniczenia w dostępności do miejsc parkingowych.
5. W dyskusji nad nadmierną turystyką pada pytanie kto jest źródłem sytuacji konfliktowych. Stosunkowo często zakłócanie ciszy nocnej przypisywane jest przedstawicielom innych nacji. W myśl wzmiankowanej już postawy towarzyszącej podróży turystycznej – wejście w stan niecodzienności – goście zagraniczni często zachowują się znacznie swobodniej niż Polacy. Jednak czasami przypisywanie negatywnych zjawisk wyłącznie cudzoziemcom może wynikać ze stereotypowego postrzegania problemu, np. nieobyczajność zachowań wielu mieszkańcom Krakowa kojarzy się głównie z turystami z Wysp Brytyjskich. Nie zawsze język angielski oznacza gości z Wielkiej Brytanii. Dotychczasowe obserwacje w Krakowie potwierdzają, że przynajmniej w części hałas nocny jest efektem działalności młodych mieszkańców Krakowa, studentów czy mieszkańców strefy podmiejskiej, którzy przyjechali do miasta w celu korzystania z życia nocnego.

Reasumując, Kraków na tle innych miast europejskich nie charakteryzuje się bardzo dużym nagromadzeniem problemów społecznych związanych z nadmiernym ruchem turystycznym. Większość sfer konfliktu ma wyraźnie ograniczony terytorialnie charakter. Dotyczą one przede wszystkim uciążliwości w porze nocnej.

Planując założenia polityki turystycznej miasta wobec zjawiska overtourismu należy pamiętać, że przestrzeń, w której koncentrują się wspomniane zjawiska problemowe ma olbrzymią wartość z perspektywy lokalnej i krajowej. Stanowi fundament marketingowego wizerunku miasta Krakowa, a wszystkie negatywne zjawiska nagłośnione na zewnątrz mogą istotnie wpływać na odbiór miasta. W momencie sporządzania niniejszego raportu wiele niekorzystnych zjawisk zostało przynajmniej w pewnej mierze ograniczone. W tym miejscu warto wspomnieć akcję prowadzoną przez UMK pt. Respect Kraków, która ma na

celu zmianę postaw społecznych zmierzającą do ograniczenia negatywnych zjawisk związanych z turystyką. Jedną z aktywności są city helpers`i, którzy kontrolują przestrzeń Dzielnicy I w okresie letnim.

Gospodarka nocna a turystyka

Uwagi wprowadzające

We wcześniejszej części opracowania wskazano na szereg problemów kojarzonych ze zjawiskiem nadmiernej turystyki, które generowane są głównie w związku z życiem nocnym miasta. W niniejszym podrozdziale podjęte zostały kwestie gospodarki nocnej jako sektora gospodarki miejskiej Krakowa i skali jej powiązań z gospodarką turystyczną, w tym określenie popytu na ofertę nocną miasta.

Pod pojęciem gospodarki nocnej miasta rozumie się kompleks różnorodnych funkcji gospodarczych i społecznych miasta rozwijanych bezpośrednio i pośrednio w celu zaspokojenia wzrastającego zapotrzebowania na usługi i dobra o charakterze rekreacyjno-rozrywkowym, konsumowanych w porze nocnej poza miejscem zamieszkania.

Niezmiernie trudno określić jest zakres przedmiotowy gospodarki nocnej, co wynika z faktu, iż poszczególne usługi/obiekty mogą być dostępne i świadczyć swoją ofertę także w porze dziennej.

Zgodnie z rozwiązaniami stosowanymi w innych krajach czy miastach gospodarkę nocną rozpatruje się z dwóch punktów widzenia:

- a) czasowego – proponuje się ujmować przedział czasowy aktywności pomiędzy 21:00 a 5:00
- b) przedmiotowego – nie wszystkie formy aktywności nocnej wchodzi w skład gospodarki nocnej

Uwzględniając kryterium czasowe bezdyskusyjnie do gospodarki nocnej w mieście należy zaliczyć (Pawlusiński, Zmyślony, 2018) :

- usługi rozrywkowe oparte na muzyce popularnej i spotkaniach w klubach muzycznych;
- usługi hazardowe (kasyna, salony gier i in.);

- usługi kulturalne (teatry, kina, filharmonie, sale koncertowe, muzea, galerie, przestrzenie kreatywne);
- usługi związane z organizacją wydarzeń masowych oraz różnego rodzaju spotkań (amfiteatry i sceny miejskie, plenerowe koncerty muzyczne, wydarzenia jubileuszowe);
- usługi gastronomiczne i gastronomiczno-rozrywkowe (m.in. restauracje, kawiarnie, puby, pijalnie alkoholi, ogródki piwne);
- usługi przewodnictwa i organizacji zwiedzania nocą;
- usługi handlowe – związane z działalnością sklepów i centrów handlowych, ale także imprezy okazjonalne, jak jarmarki, wystawy itp.
- usługi związane z aktywną rekreacją (centra sportowe, siłownie, pływalnie, siłownie plenerowe, boiska sportowe);
- usługi związane z odnową biologiczną (centra spa& wellness i in.);

Otoczenie powyżej wymienionych usług tworzą:

- usługi publicznego transportu nocnego;
- usługi związane z zabezpieczeniem porządku publicznego i bezpieczeństwa;
- usługi noclegowe;
- usługi zdrowotne;
- iluminacja zabytków i ciągów komunikacyjnych w mieście.

Wspomniane powyżej usługi towarzyszące są niezbędne dla kształtowania pełnej oferty nocnej miasta, ale w swoim założeniu nie są one rozwijane typowo dla zaspokojenia tzw. nocnego popytu.

Patrząc z punktu widzenia tzw. rynków zbytu możemy wyróżnić szereg klasyfikacji odbiorców oferty nocnej miasta. W tym miejscu należy wzmiankować dwie z nich.

Pierwsza autorstwa D. Campo i D.R. Brendt opiera się na powiązaniu produktów nocnych miasta z głównymi kategoriami odbiorców. Są to następujące segmenty rynku:

- sophisticated night entertainment (wyrafinowana rozrywka nocna) – skierowana do koneserów oferta z zakresu kultury wysokiej
- high-end night entertainment (rozrywka nocna wysokiej klasy) – skierowana do wąskiej grupy osób, dla których duże znaczenie ma kwestia elitarności unikatowości produktu, w tym także do klienta korporacyjnego
- middlebrow night partying (prosta rozrywka nocna) – skierowana do niewymagającego klienta, związana z tzw. nowymi strefami rozrywki i konsumpcją alkoholu

Druga odnosi się do spojrzenia przez pryzmat różnych grup odbiorców produktów miejskich – tzw. *city users*. Zgodnie z koncepcją Martinotiego (1993) w mieście można wyodrębnić kilka podstawowych grup klientów. Zalicza się do nich: a) mieszkańców, b) mieszkańców strefy podmiejskiej – dojeżdżających do pracy, szkoły itp. c) gości czasowych (np. studenci, ekspaci), d) gości krótkookresowych (turyści), e) innych (przyjeżdżających do miasta w celach zarobkowych).

Wśród wzmiankowanych powyżej użytkowników miasta szczególną grupę stanowią turyści. Patrząc z perspektywy współczesnych procesów miejskich turyści są jedną z głównych grup odbiorców zewnętrznych oferty miasta. Konsumują oni zarówno produkty bezpośrednio skierowane do nich (tzw. produkty turystyczne), jak i inne produkty, w tym produkty zaspokajające potrzeby dnia codziennego czy produkty nabywane jako upominki itp. Są oni także jedną z podstawowych grup odbiorców oferty nocnej miasta.

Potencjał nocny miasta

Dotychczasowa oferta miasta Krakowa w zakresie produktów nocnych jest dość uboga i mało konkurencyjna. Można wręcz zaryzykować stwierdzenie, że jest zakres produktowy ogranicza się do jednej grupy odbiorców, tj. młodzieży akademickiej. Patrząc punktu widzenia gospodarki turystycznej nie dostrzega się ofert produktowych skierowanych do innych grup turystów, w tym koneserów sztuki czy tzw. turystyki korporacyjnej.

Ogólnie rzecz biorąc można wyodrębnić pięć podstawowych grup produktów nocnych (przy założeniu przedziału czasowego 21:00-5:00); są to:

- a) usługi związane z uczestnictwem w różnego rodzaju wydarzeniach artystycznych i sportowych, w tym w koncertach plenerowych czy wydarzeniach organizowanych m.in.

w Tauron Arenie oraz ICE oraz imprezach sportowych, jak biegi nocne itp. Niestety znaczna część tych wydarzeń ma charakter epizodyczny;

- b) oferta instytucji kulturalnych - ograniczają się ona jednak do działalności instytucji teatralnych, muzycznych (filharmonia) oraz placówek kinowych. Obecnie w Krakowie niedostępne w porze wieczornej i nocnej są placówki muzealne oraz inne ekspozycje.
- c) oferta placówek sportowych – związana z wykorzystaniem obiektów sportowych na cele rekreacyjne w porze nocnej; dotyczy to zarówno boisk sportowych, basenów, jak i siłowni; wykorzystanie obiektów sportowych dla rekreacji nocnej jest popularne głównie w okresie letnim
- d) oferta placówek gastronomicznych – silnie powiązana z konsumpcją alkoholu; w ostatnich latach popularność zdobywają nie tylko pojedyncze obiekty gastronomiczne, ale całe strefy związane z konsumpcją na otwartej przestrzeni – przykładem tego może być przestrzeń przed dawnym Hotelem Forum.
- e) Usługi hazardowe – ta sfera usług nocnych pozostaje pod ścisłą kontrolą państwa; zakres oferty miejskiej i przestrzenne rozmieszczenie obiektów wynika z przepisów centralnych.

Chociaż przestrzeń dzielnicy historycznej wyróżnia się atrakcyjną iluminacją nie spotkano się z ofertą nocnego zwiedzania miasta. Jedyne dostępne oferty nocnych wędrówek po obszarze Krakowa to oferty z zakresu tzw. clubbingu zakładającego odwiedzanie kilku wybranych lokali nocnych w celu konsumpcji alkoholu.

Analizując ofertę nocną miasta należy zwrócić uwagę na cykl wydarzeń organizowanych pod wspólną nazwą Krakowskie Noce. Jest to cykl wydarzeń artystycznych odwołujących się do poszczególnych dziedzin sztuki. W organizację tych wydarzeń włączają się różne instytucje miejskie, a także placówki współpracujące z miastem. Doniesienia prasowe wskazują, że wydarzenia te cieszą się dużą popularnością ze strony odbiorców. Chociaż w swoim założeniu były one od początku kierowane do mieszkańców miasta, warto rozważyć ich popularyzację wśród turystów. Oferta nocy kulturalnych może stać się w przyszłości ważnym wyróżnikiem oferty kulturalnej Krakowa i znacząco wzbogacić jego wizerunek marketingowy. Poza tzw. nocą muzeów, która w przypadku Krakowa odbywa się w terminie wcześniejszym niż w innych miastach pozostałe wydarzenia nie są postrzegane jako element oferty turystycznej miasta.

W ramach tego cyklu organizowane są m.in.:

- Noc muzeów
- Noc teatrów
- Noc muzyki
- Noc jazzu
- Noc Cracovia Sacra
- Noc Poezji

Zgodnie z założeniami polityki miasta w najbliższych latach nie planuje się organizacji masowych wydarzeń jubileuszowych na płycie Rynku i w innych częściach miasta, które opierałyby się na założeniu masowego napływu gości. Tego typu podejście do wydarzeń masowych wydaje się racjonalne, szczególnie w obecnej sytuacji ekonomicznej. Wydarzenia typu „noc sylwestrowa” itp., które jeszcze kilkanaście lat temu były ściśle związane z Krakowem w obecnym momencie uznawane są za generujące zbyt duże obciążenia finansowe w stosunku do korzyści społecznych i kulturalnych.

Wizerunek nocny Krakowa wśród studentów

Zasadniczą kwestią dla funkcjonowania gospodarki turystycznej miasta jest postrzeganie jego wizerunku przez młodych ludzi. W tej części opracowania przedstawione zostaną wyniki badań zrealizowanych wśród studentów zagranicznych przybywających do Krakowa w ramach programu Erasmus. Badania zrealizowane zostały w latach 2017-2018 i stanowią część szerszego opracowania poświęconego funkcji akademickiej Krakowa (Matoga 2021).

Przeprowadzone badania wskazały, że życie nocne jest istotnym elementem wizerunku miejsca, do którego udają się studenci. Dotyczy to nie tylko krótkich pobytów akademickich w ramach wymiany Erasmusa, ale także decyzji o wyborze miejsca do studiowania. Kwestia ta rodzi zasadnicze pytanie z punktu widzenia miejskiej polityki czy kształtowania wizerunku marketingowego miasta. Czy wizerunek nocnej aktywności miejskiej powinien być szeroko eksponowany na zewnątrz i stać się elementem współczesnej marki miasta.

Kraków budzi wśród studentów zagranicznych przede wszystkim skojarzenia związane z życiem nocnym miasta, w tym działalnością pubów, dyskotek i klubów muzycznych. Taką odpowiedź zaznaczyło 56,8% wszystkich respondentów. Specyfika tej grupy społecznej częściowo wyjaśnia także drugie pod względem siły skojarzenie, w którym Kraków był

postrzegany jako ośrodek z dużą liczbą studentów i uniwersytetów. Na akademicki wymiar wizerunku Krakowa wskazało 52,6% badanych. Trzecim najczęściej wskazywanym przez respondentów skojarzeniem były zabytki, niekiedy o znaczeniu symbolicznym. Przykładem mogą być: Sukiennice, Kościół Mariacki i Barbakan, które wykorzystywane są w materiałach promujących miasto w kraju i za granicą. Skojarzenia związane z zabytkami zadeklarowała blisko połowa (46,8%) ankietowanych.

Znaczenie życie nocnego, rozrywki i zabawy potwierdziły wyniki uzyskane w pytaniu, w którym poproszono ankietowanych o wskazanie głównych cech (atrybutów) Krakowa, mających największy wpływ na jego atrakcyjność z perspektywy studentów zagranicznych przyjeżdżających na wymianę akademicką. Cecha ta została wskazana przez 74,3% respondentów. Drugim najczęściej wymienianym atrybutem wizerunku Krakowa było dziedzictwo kulturowe. Zostało ono uznane za jeden z głównych czynników determinujących atrakcyjność miasta przez 66,0% badanych. Opinia na temat potencjału, jaki wiąże się z dużą liczbą zabytków i miejsc dziedzictwa historycznego koresponduje z oceną znaczenia krajobrazu i wyglądu miasta, na które wskazało 63,6% badanych. Ważnym atrybutem atrakcyjności Krakowa jest także położenie geograficzne i związana z tym dostępność komunikacyjna (50,4% ankietowanych). Niewątpliwie wpływ na to ma z jednej strony korzystna lokalizacja Krakowa w Europie Środkowej, natomiast z drugiej strony – dosyć dobrze rozwinięta siatka połączeń lotniczych, autobusowych czy kolejowych, umożliwiających szybką, łatwą i wygodną podróż do/z miasta. Znacznie rzadziej wskazywane przez respondentów były cechy miasta związane z życiem kulturowym, lokalnym środowiskiem akademickim lub możliwościami aktywnego wypoczynku. W grupie „innych” atrybutów Krakowa pojawiły się różne kwestie indywidualne, odnoszące się przede wszystkim do kwestii finansowych (tania, osiągalna finansowo destynacja), zanieczyszczenia powietrza i oferty edukacyjnej uczelni wyższych.

Chociaż w badaniach wyraźnie podkreślono, że czynnik związany z życiem nocnym jest ważnym elementem skojarzenia z Krakowem to jednak nie jest jedynym w tej grupie. Atrakcyjność Krakowa jako miasta realizacji wyjazdów studenckich programu Erasmus wynika przede wszystkim z jego atrybutów miasta historycznego (miasta dziedzictwa), korzystnej lokalizacji i dobrej dostępności komunikacyjnej, względnie niskich kosztów utrzymania na miejscu oraz „atmosfery” życia studenckiego. Dla kształtowania oferty akademickiej miasta niepokojące jest jednak to, że z perspektywy ogółu studentów-uczestników programu Erasmus cechy związane z tzw. otoczeniem produktu akademickiego przeważają nad oferowanymi im wartościami naukowymi i akademickimi, jeśli idzie o poziom

kształcenia uniwersyteckiego, reputację miejscowych uczelni wyższych, ofertę programową studiów i wyposażenie infrastrukturalne uczelni. Zmieniając politykę miasta celowym wydaje się poprawa tego drugiego elementu, a nie ograniczanie dostępności życia nocnego.

Turystyka nocna w Krakowie

W wielu miastach turystom przypisuje się nadrzędną rolę w kształtowaniu zjawisk w porze nocnej podporządkowując praktycznie całą gospodarkę nocną ich potrzebą. Dotyczy to przede wszystkim miast o rozwiniętej funkcji wypoczynkowej, w tym zwłaszcza w strefie nadmorskiej. W przypadku Krakowa turyści stanowią ważną grupę odbiorców oferty nocnej miasta, ale nie jedyną i najważniejszą. Kraków z uwagi na pełnione funkcje akademickie zamieszkiwany jest przez znaczną grupę studentów. Ogółem w Krakowie studiuje około 200 tys., studentów, z czego część stanowią osoby nie wywodzące się z Krakowa.

Odnosząc się do powiązań gospodarki nocnej z turystyką należy wskazać, że motyw uczestnictwa w życiu nocnym jest stosunkowo często zgłaszany jako główny motyw przyjazdu do Krakowa. W 2022 roku motyw rozrywkowy za główny cel przyjazdu podało 7,5% ogółu odwiedzających krajowych i 4,4% odwiedzających zagranicznych. Należy podkreślić, że był to czwarty w kolejności motyw przyjazdu do Krakowa po wypoczynkowym (deklarowany najczęściej – łącznie przez 31% odwiedzających), poznawczym (zwiedzanie zabytków – 23%) oraz sentymentalnym (odwiedziny miejsc rodzinnych – 10,6%). W 2019 roku motyw rozrywkowy był deklarowany przez 10% gości zagranicznych i 7,6% gości krajowych.

Warto także zauważyć, że elementy oferty nocnej są wysoko oceniane przez turystów. W 2022 roku atrakcje nocne Krakowa znalazły wśród czterech najwyżej ocenionych elementów oferty turystycznej miasta (ocena 4,52 na 5 maks.). W 2019 roku Kraków nocą uplasował się wśród turystów zagranicznych na 6 miejscu najważniejszych atrakcji miasta, tzw. symboli miasta po Wawelu, Rynku Głównym, Kazimierzu Sukiennicach i Starym Mieście (przed Kościołem Mariackim i Fabryką Schindlera!).

Znaczące miejsce życia nocnego w strukturze motywacji turystycznych wynika w dużej mierze z faktu, iż około 1/3 turystów odwiedzających Kraków to osoby młode w wieku 20-30 lat. Należy zauważyć, że znaczenie tej grupy wiekowej w strukturze odwiedzających rośnie w ostatnich latach kosztem grupy wiekowej 30-40 lat.

Można zakładać, że w kolejnych latach zapotrzebowanie turystów na ofertę nocną będzie rosło.

Uwagi końcowe

Analiza zjawisk turystycznych i ich powiązań z gospodarką nocną pozwala na wskazanie następujących kwestii priorytetowych.

1. Współczesny model gospodarki nocnej w Krakowie opiera się przede wszystkim na tzw. prostej rozrywce bazującej na konsumpcji alkoholu. Ważną grupą odbiorców tej oferty są turyści. Przedstawione w opracowaniu badania potwierdzają, że dla młodych osób ważnym elementem wizerunku miasta jest życie nocne. Niezbędne wydaje się pobudzanie rozwoju innych (konkurencyjnych) elementów oferty nocnej miasta, nawiązujących do dziedzictwa historycznego i kulturowego. Rozszerzanie oferty nocnej miasta powinno mieć na celu kreowanie oferty konkurencyjnej wobec alkoholizacji rozrywki nocnej.
2. Sektor tworzący gospodarkę nocną w Krakowie jest słabo rozwinięty. W mieście działa kilka podmiotów koncentrujących swoją działalność głównie w porze nocnej. Dla pozostałych działalność w porze nocnej stanowi jedynie element uzupełniający wobec przychodów uzyskiwanych w ciągu dnia i w godzinach wieczornych. W wywiadach z właścicielami często uzyskiwano odpowiedź, że podejmowanie aktywności coraz później w nocy stanowi rodzaj działań konkurencyjnych i sondowania rynku. Niewielu przedsiębiorców działających porze nocnej potrafi oszacować wysokość przychodów związanych z tym okresem działalności.
3. Dotychczasowe analizy wykazały, że nie ma wśród tworzących go podmiotów zainteresowania podejmowaniem wspólnych działań na rzecz rozwoju jakościowego. W obecnej chwili wydaje się, że z powodu braku wzorców współdziałania na tym polu zasadniczą rolę w pobudzaniu rozwoju oferty kulturalnej w porze nocnej muszą pełnić instytucje miejskie. Propozycja powołania burmistrza nocnego spotkała się z całkowitym niezrozumieniem ze strony branży.
4. Podejmowane dotychczas decyzje i działania w zakresie uspokajania (wyciszania) niekorzystnych aspektów gospodarki nocnej wydają się celowe i można wręcz mówić, że przynoszą pierwsze pozytywne efekty. Ograniczenie sprzedaży alkoholu w porze

nocnej w sklepach znacząco uspokoiło hałaśliwe zachowania w przestrzeni dzielnic historycznych. Plakaty w ramach akcji Krakow Respect, działania City Helpersów są jedyną drogą, aby utrwać wizerunek Krakowa jako miasta walczącego z tanią rozrywką alkoholową. Zadania te muszą być kontynuowane w kolejnych latach. W efekcie powinno to pozwolić uniknąć skojarzeń Krakowa z tzw. turystyką alkoholową. Eliminacja negatywnych zjawisk z nocą stworzy pole do zmiany postaw mieszkańców dzielnicy historycznej do kwestii dalszego rozwoju turystyki.

Literatura

- Borkowski K., (red.), 2022, Badanie ruchu turystycznego w Krakowie 2022, MOT, Kraków.
- Kazimierzczak M., Malchrowicz-Moško E., 2021, Overtourism w etycznej perspektywie, Turystyka kulturowa, 1.
- Kruczek Z., 2018, Turyści versus mieszkańcy. Wpływ nadmiernej frekwencji turystów na proces gentryfikacji miast historycznych na przykładzie Krakowa, Turystyka Kulturowa, 3.
- Kruczek Z., 2019, Sposoby przeciwdziałania negatywnym skutkom overtourismu w atrakcjach i destynacjach turystycznych, Annales UMCS, 74.
- Martinotti, Guido (1993), Metropoli: La Nuova morfologia sociale della città, Bologna: Il Mulino.
- Matoga Ł., 2021, Atrakcyjność Krakowa dla zagranicznej turystyki edukacyjnej na przykładzie programu Erasmus. Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem prof. M. Miki i dr Roberta Pawlusińskiego w Zakładzie Gospodarki Turystycznej i Uzdrowiskowej IGiGP UJ, Kraków, mps.
- Mika M. (red.), 2011, Kraków jako ośrodek turystyczny, IGiGP UJ, Kraków.
- Pawlusiński R., Zmyślony P, 2018, Gospodarka nocna a oferta kulturowa miast, Turystyka kulturowa, 7.
- Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028. Diagnoza i rekomendacje. Kraków 2021.

Walas B. (red.), 2018, Miasto Historyczne 3.0: Mieszkańcy a odwiedzający – w poszukiwaniu jakości i komfortu, UM, Kraków.

Zmyślony P., Kowalczyk-Anioł J., Dembińska M. (2020), Deconstructing the Overtourism-Related Social Conflicts, Sustainability, 12(4), 1695. DOI 10.3390/su12041695