



INSTYTUT TURYSTYKI

**BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE
MAŁOPOLSKIM W 2011 ROKU**

RAPORT KOŃCOWY

Warszawa listopad 2011

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	3
1. Badania terenowe	4
1.1. Schemat badania	4
1.2. Realizacja badania	6
1.3. Struktura próby	7
2. Oszacowanie liczby gości odwiedzających województwo małopolskie w 2011 r.	13
2.1. Założenia metodologiczne	13
2.2. Oszacowanie liczby turystów i odwiedzających województwo małopolskie i Kraków w 2011 r.	14
2.3. Dane i oszacowania uzupełniające	16
3. Wyniki badań – dane o respondentach	19
3.1. Dane społeczno-demograficzne	19
3.2. Profile badanych	25
3.2.1. Profil rezydenta polskiego – odwiedzającego 1-dniowego	25
3.2.2. Profil rezydenta polskiego – turysty	26
3.2.3. Profil rezydenta zagranicznego	27
4. Wyniki badań – wyniki podstawowe	28
4.1. Obszary stałych miejsc zamieszkania	28
4.1.1. Rezydenci polscy	28
4.1.2. Rezydenci zagraniczni	29
4.2. Środki transportu	30
4.3. Baza noclegowa	32
4.4. Długość pobytu	33
4.5. Cele podróży	35
4.6. Organizator wyjazdu	36
4.7. Towarzystwo w podróży	37
4.8. Częstotliwość i czas podróży	38
4.9. Miejsca, miejscowości i obiekty najbardziej atrakcyjne w Małopolsce	39
4.10. Uczestnictwo badanych w wydarzeniach	43
4.11. Informacje zbierane przed podróżą	47
4.12. Miejsca, miejscowości i obiekty odwiedzane	48
4.13. Wydatki	52
4.14. Ocena pobytu	54
4.15. Reklama Małopolski	60
5. Profile badanych rezydentów zagranicznych według krajów	62
5.1. Wielka Brytania	63
5.2. Niemcy	67
5.3. Włochy	71
5.4. Słowacja	75
5.5. Francja	79
5.6. Austria	83
5.7. USA	87

5.8. Irlandia	91
5.9. Rosja	95
5.10. Porównanie wybranych cech rezydentów zagranicznych	99
5.10.1. Dane metryczkowe	99
5.10.2. Dane o cechach podróży	103
5.10.3. Wydatki	109
5.10.4. Ocena pobytu i regionu	110
6. Zestawienie tendencji w dłuższym okresie	113
7. Podsumowanie i wnioski	125
7.1. W zakresie przebiegu i realizacji badań terenowych	125
7.2. W zakresie szacunków ruchu turystycznego	126
7.3. W zakresie wyników badań terenowych	126
Załączniki	134
Kwestionariusz ankiety w polskich wersjach językowych	
Kwestionariusz ankiety w wersjach obcojęzycznych	

WPROWADZENIE

Zgodnie z podpisaną umową z dn. 11.02.2011 r. pomiędzy Województwem Małopolskim reprezentowanym przez Zarząd Województwa Małopolskiego i Instytutem Turystyki Sp. z o.o. w Warszawie oraz w oparciu o „Szczegółowy opis badania” stanowiący załącznik nr 1 do tej Umowy niniejszy raport stanowi wypełnienie zapisów zawartych w Umowie i załączniku.

Raport zawiera:

- przedstawienie założeń badawczych i schematu badania ankietowego;
- sprawozdanie z realizacji badania terenowego w I i III kwartale 2011 r.;
- oszacowanie wielkości ruchu turystycznego w województwie małopolskim na podstawie wielu zróżnicowanych danych źródłowych;
- przedstawienie podstawowych wyników badania terenowego według wyodrębnionych segmentów w badanych okresach;
- profile narodowe wybranych segmentów w zagranicznym ruchu przyjazdowym na teren Małopolski;
- analizę porównawczą rozkładów z wynikami uzyskiwanymi w badaniach w latach poprzednich;
- podstawowe wnioski i podsumowanie.

Układ sprawozdania odpowiada powyższym zagadnieniom.

Cele badania

Celami głównymi badań jest oszacowanie wielkości ruchu turystycznego na podstawie analizy wieloźródłowej oraz charakterystyka krajowych i zagranicznych uczestników ruchu turystycznego w województwie małopolskim. Oszacowania i badania terenowe przeprowadzone w 2011 r. stanowią jedno z kluczowych źródeł pozwalających na realizację celu głównego.

W ramach tak sformułowanych celów głównych wyodrębniono następujące cele szczegółowe:

1. określenie szacunkowej liczby gości odwiedzających województwo małopolskie;
2. określenie liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie;
3. określenie struktury i dynamiki ruchu turystycznego w województwie małopolskim;
4. określenie szacunkowych wpływów z turystyki dla gospodarki Małopolski;
5. określenie charakterystyki turysty krajowego i zagranicznego odwiedzającego województwo małopolskie;
6. określenie rankingu najczęściej odwiedzanych atrakcji i produktów turystycznych w województwie małopolskim;
7. ocena oferty turystycznej województwa małopolskiego;
8. określenie charakterystyki rynków zagranicznych istotnych w ruchu turystycznym przyjazdowym do województwa małopolskiego.

1. BADANIE TERENOWE

1.1. Schemat badania

Zakres terminologiczny wybranych pojęć

Poniższe definicje przyjęto na podstawie: Terminologia turystyczna, Zalecenia WTO, ONZ-TO, Warszawa 1995, s. 7-10.

1. **Rezydent** (mieszkaniec kraju): na potrzeby statystyki turystyki międzynarodowej daną osobę uważa się za rezydenta-mieszkańca jakiegoś kraju, jeśli osoba ta mieszkała w tym kraju przynajmniej przez większą część ostatnich 12 miesięcy (rozd. III, pkt. D.24, a). Na tej podstawie w opracowaniu **uznano mieszkańców Polski za rezydentów polskich, mieszkańców innych krajów za rezydentów zagranicznych.**
2. **Odwiedzający** – osoby czasowo przebywające poza miejscem stałego zamieszkania lub pracy, nie dłużej niż 12 miesięcy.
3. **Turysta** – osoba czasowo przebywająca poza miejscem stałego zamieszkania lub pracy, nie dłużej niż 12 miesięcy, która zatrzymuje się co najmniej na jedną noc podczas takiej podróży.
4. **Odwiedzający zagraniczni** – osoby czasowo przybywające na terenie kraju, którego nie są rezydentami (mieszkańcami).
5. **Odwiedzający zagraniczni – turyści:** odwiedzający, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc [w innym kraju niż są jego mieszkańcami] (rozd. III, pkt. G.28, a). Na tej podstawie wyodrębniono **kategorię rezydentów zagranicznych – turystów.**
6. **Odwiedzający zagraniczni – jednodniowi;** [odwiedzający nie będący turystami] (rozd. III, pkt. G.28, a). Na tej podstawie wyodrębniona jest **kategoria rezydentów zagranicznych – odwiedzających 1-dniowych.** Ze względu na marginalność takich osób w zrealizowanej próbie grupa ta nie stanowi wyodrębnionego segmentu w wynikach badań.
7. **Odwiedzający krajowi** – osoby czasowo przebywające na terenie kraju [w innej miejscowości niż są jej mieszkańcami], którego są rezydentami (mieszkańcami).
8. **Odwiedzający krajowi – turyści:** odwiedzający, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc [w innej miejscowości niż są jej mieszkańcami] (rozd. III, pkt. G.28, b), przy założeniu, że miejscowość zamieszkania i miejscowość odwiedzana znajdują się na terenie tego samego kraju. Na tej podstawie w opracowaniu wyodrębniono **kategorię rezydentów polskich (krajowych) – turystów.**
9. **Odwiedzający krajowi – 1-dniowi:** odwiedzający, którzy nie zatrzymują się na noc/nie nocują [w innej miejscowości niż są jej mieszkańcami] (rozd. III, pkt. G.28, b), przy założeniu, że miejscowość zamieszkania i miejscowość odwiedzana znajdują się na terenie tego samego kraju. Na tej podstawie w opracowaniu wyodrębniono **kategorię rezydentów polskich (krajowych) – odwiedzających 1-dniowych.**
10. **Respondent** – osoba badana, odpowiadająca na pytania ankiety.

W efekcie definicji przedstawionych wyżej i ich zakresów pojęciowych można wyodrębnić 4 zbiory. Przedstawione są one w tab. 1.1.

Tab. 1.1. Podział i relacje grup ujętych w badaniu

	Rezydent krajowy	Rezydent zagraniczny
Odwiedzający - turysta (nocujący poza miejscem stałego zamieszkania)	Rezydent krajowy – turysta	Rezydent zagraniczny – turysta
Odwiedzający 1-dniowy	Rezydent krajowy – odwiedzający 1-dniowy	Rezydent zagraniczny – odwiedzający 1-dniowy

Zgodnie z założeniami władz Województwa Małopolskiego badaną populację podróżujących stanowili:

- **turyści** (zgodnie z definicją turysty przyjętą przez UNWTO i statystykę publiczną RP) **rezydenci krajowi**, nocujący minimum jedną noc na terenie województwa małopolskiego, niezależnie od swojego stałego miejsca zamieszkania;
- **odwiedzający – 1-dniowi**, tj. nie nocujący na terenie województwa małopolskiego, **rezydenci krajowi**, niezależnie od miejsca swojego stałego zamieszkania;
- **odwiedzający – rezydenci zagraniczni**, niezależnie od długości swojego pobytu na terenie województwa małopolskiego, ani posiadanego obywatelstwa.

W badaniu przyjęto definicję rezydenta krajowego i zagranicznego zgodną z przedstawionymi wyżej regulacjami.

W oparciu o tak wyodrębnione segmenty badanej populacji stworzone zostały 3 warianty narzędzia badawczego, w postaci ankiety-kwestionariusza. Oznaczono je jako:

- **1A** – dla turystów (nocujących na terenie województwa małopolskiego) rezydentów krajowych;
- **1B** – dla odwiedzających 1-dniowych (nie nocujących na terenie województwa lub nie nocujących poza miejscem swojego stałego zamieszkania, jeśli byli/są mieszkańcami Małopolski) rezydentów krajowych;
- **2** – dla turystów i odwiedzających 1-dniowych rezydentów zagranicznych; kwestionariusze te zostały sporządzone w 7 wersjach językowych (polskiej, angielskiej, francuskiej, hiszpańskiej, niemieckiej, rosyjskiej i włoskiej, o kolejnych oznaczeniach od 20 – wersja polska do 26 – wersja włoska).

Kwestionariusze ankiety w wersji polskiej (tj. 1A, 1B i 20) były wypełniane przez ankierów na podstawie czytanych respondentom pytań i uzyskiwanych odpowiedzi. Kwestionariusze w wersjach obcojęzycznych (21-26) były respondentom przez ankierów rozdawane do samodzielnego wypełniania.

Zgodnie z założeniami badania prowadzono łącznie w 25 punktach o istotnym znaczenia dla ruchu turystycznego na terenie województwa, z podziałem na zrównoważony pobór próby w robocze dni tygodnia (poniedziałek-piątek) i weekendy. Łącznie przeprowadzono 12 poborów próby (6 w dni robocze i 6 w weekendy).

Ogólna liczba respondentów wyznaczona do badania przez Zarząd Województwa Małopolskiego wynosiła 6 tys. respondentów, w tym 20% rezydentów zagranicznych.

Respondenci dobierani byli metodą losową: co 20-ta osoba pytana. Warunkiem wejścia do próby było mieszkanie i/bądź praca lub nauka w innej miejscowości niż realizowane było badanie, tj. poprzez wyczerpanie kryterium należenia do jednej z trzech badanych zbiorowości. Powyższy schemat realizacji badania powodował, że próba miała charakter warstwowo-losowy.

1.2. Realizacja badania

Zgodnie z warunkami Zamawiającego badania realizowano w 12 turach, z czego 6 tur miało miejsce w okresie zimowym (luty/marzec), a kolejne 6 w okresie letnim (lipiec-wrzesień). Badania prowadzone były zarówno w robocze dni tygodnia, jak i w weekendy (tak, by uchwycić ruch zarówno weekendowy, jak i poza weekendowy) oraz w stałych godzinach od 9 do 19.

Badania realizował zespół:

dr Tomasz Dziedzic – prowadzący temat,

dr Zygmunt Kruczek,

dr Krzysztof Łopaciński,

mgr Bożena Radkowska.

W okresie zimowym ankietowanie prowadzono w wytypowanych 18 punktach. W miesiącach letnich było to 22 punkty, przy czym część miejsc badania w okresie zimowym (stacje narciarskie) nie była wykorzystywana w lecie. Łącznie respondenci ankietowani byli w 25 miejscach.

Tygodnie poboru próby (w każdym z wyznaczonych tygodni dokonywano 2 poborów próby – 1 w dniu roboczym, 1 w dniu weekendowym):

luty 21-27;

marzec I 7-13 i marzec II 21-27;

lipiec 11-17;

sierpień 8-15;

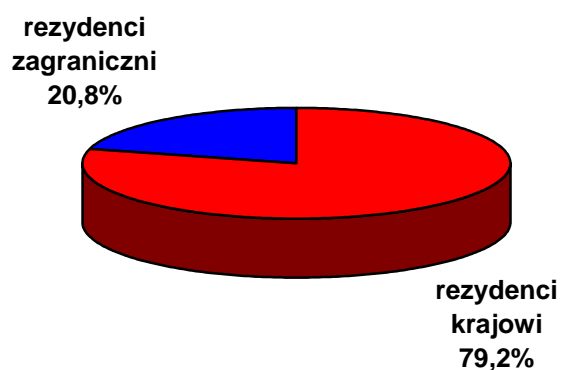
wrzesień 5-11.

Ogółem w całych badaniach zrealizowano 6 068 ankiet, co stanowi 101,1% założonej wielkości, z czego w okresie zimowym przeprowadzono 2 666 ankiet i 3 402 ankiety w okresie letnim. Wśród badanych było 1 264 rezydentów zagranicznych i 4 804 krajowych. W stosunku do zakładanych wielkości pulę rezydentów zagranicznych zrealizowano w 105,3%, krajowych 100,1%.

1.3. Struktura próby

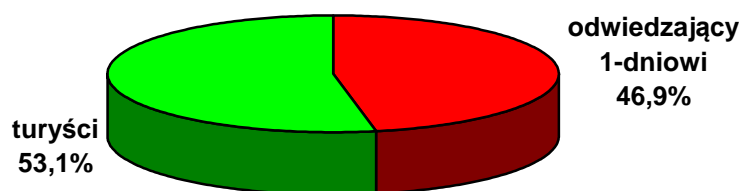
Według pochodzenia respondentów (rezydenci krajowi i zagraniczni)

Rys. 1.1. Udział % respondentów według kraju pochodzenia (krajowi i zagraniczni)



Według rodzajów podróży wśród rezydentów polskich

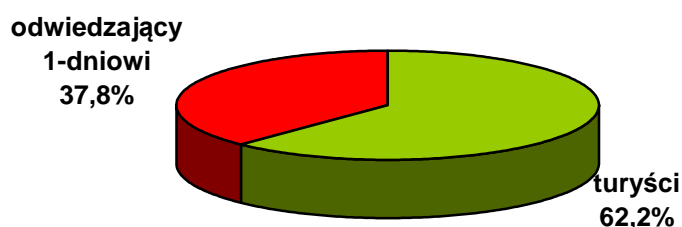
Rys. 1.2. Udział % odwiedzających 1-dniowych i turystów wśród rezydentów polskich



Według rodzajów podróży wśród ogółu badanych

W całej próbie (tj. wśród rezydentów krajowych i zagranicznych) udział osób nocujących na terenie Małopolski wynosił 62,2%, osoby podróżujące bez noclegu w Małopolsce stanowiły 37,8%.

Rys. 1.3. Udział % odwiedzających 1-dniowych i turystów wśród ogółu badanych



Według miejsca i czasu badania

Badania przeprowadzono we wszystkich założonych miejscach i terminach. Uwzględniając rezydentów polskich i zagranicznych największa liczba ankiet została zrealizowana tam, gdzie badania prowadzono w obu kwartałach w punktach poboru próby w Krakowie, Zakopanem, Oświęcimiu, Wieliczce, Szczawnicy, Palenicy, Rabce-Zdrój, Kalwarii Zebrzydowskiej, Zawoji i Wadowicach (tab. 1.2). W każdym z tych przypadków było nie mniej niż 5% zrealizowanej próby, a różnice między nimi w wielkości próby należy uznać za statystycznie nieistotne. Nieco mniej (ok. 4%) przypadło na lokalizacje krynickie. W pozostałych miejscach badania prowadzono – zgodnie z założeniami Zamawiającego – albo w I-szym albo w III-cim kwartale, stąd uzyskiwane wielkości próby były znacznie mniejsze. Najmniej licznie (poniżej 2%) znaleźli się w próbie odwiedzający Ojców, Rytró i wspomnianą wyżej Wierchomlę. Zbliżona jest charakterystyka rozkładu dla ankietowanych rezydentów polskich (tab. 1.3.). W przypadku rezydentów zagranicznych w kilku punktach badania (tak w okresie zimowym, jak i letnim) z tą grupą respondentów nie udało się przeprowadzić ankiet. Dotyczy to Wierchomli, Rytra i stacji narciarskiej na Jaworzynie Krynickiej w okresie zimowym oraz Nowego Sącza i Jaworzyny we wrześniu. Niemniej, uwzględniając wszystkie terminy poboru próby, rezydenci zagraniczni byli badani w każdym z wyznaczonych punktów, choć stopień rozproszenia próby był tu znacznie mniejszy niż dla rezydentów krajowych (szczegóły w tab. 1.4.). Można przyjąć, że sytuacja ta odpowiada różnicom w koncentracji (rozproszeniu) ruchu krajowego i zagranicznego.

Szczegółowy rozkład przeprowadzonych ankiet według miejsc i terminów przedstawia tab. 1.2., 1.3. i 1.4.

Tab. 1.2. Rozkład przeprowadzonych ankiet w 2011 r. na terenie województwa małopolskiego wg podziału na I i III kwartał oraz miejsce badania

Lp	Miejsce badania	Zima I kw.	Lato III kw.	Razem	%
1	Oświęcim muzeum AB	168	169	337	5,6
2	Zakopane Kasprowy W./Kuźnice/TPN	173	160	333	5,5
3	Zakopane Krupówki	169	160	329	5,4
4	Kraków Sukiennice	167	160	327	5,4
5	Wieliczka Kopalnia Soli	167	159	326	5,4
6	Kraków Wawel	166	159	325	5,4
7	Szczawnica SN Palenica	164	161	325	5,4
8	Kraków Floriańska	164	160	324	5,3
9	Rabka/ wyciąg Radziejowa/park zdrojowy	160	164	324	5,3
10	Zakopane Gubałówka	161	163	324	5,3
11	Kalwaria Zebrz. Sanktuarium	155	158	313	5,2
12	Zawoja wyciągi narc./wyjście na szlaki	151	154	305	5,0
13	Wadowice dom Jana Pawła II	149	152	301	5,0
14	Krynica Z. Deptak	109	144	253	4,2
15	Krynica SN Jaworzyna Kryn.	108	138	246	4,1
16	Sromowce, początek sływu	-	166	166	2,7
17	Sucha Beskidzka, Rynek przy Zamku	-	163	163	2,7
18	Kraków Sanktuarium Łagiewniki	-	160	160	2,6
19	Szczawnica Pijalnia	-	157	157	2,6
20	Bukowina Tatr. stacje narc.	155	-	155	2,6
21	Nowy Sącz, Rynek/Park Etnog.	-	140	140	2,3
22	Tarnów, Rynek przy Centrum IT	-	138	138	2,3
23	Ojców, wejście do OPN	-	117	117	1,9
24	Rytro ON Ryterski Raj	109	-	109	1,8
25	Wierchomla SN	71	-	71	1,2
Razem		2 666	3 402	6 068	100,0
w %		43,9	56,1	100,0	

SN – oznacza stacje narciarską

ON – oznacza ośrodek narciarski

Tab. 1.3. Rozkład przeprowadzonych ankiet wśród rezydentów krajowych na terenie województwa małopolskiego wg podziału na okresy i miejsce badania

lp.	Miejsce badania	luty	marzec I	marzec II	lipiec	sierpień	wrzesień	razem
1	Zakopane Krupówki	40	42	44	35	45	55	261
2	Szczawnica SN Palenica	39	40	42	38	45	52	256
3	Zakopane Kasprowy W./ Kuźnice/TPN	40	40	46	36	42	52	256
4	Zakopane Gubałówka	40	40	42	37	45	50	254
5	Oświęcim muzeum AB	36	35	36	36	50	58	251
6	Zawoja wyciągi narc./wyjście na szlaki	40	40	40	34	42	50	246
7	Wadowice dom Jana Pawła II	39	41	40	31	46	47	244
8	Kalwaria Zebrz. Sanktuarium	40	40	40	36	40	44	240
9	Kraków Sukiennice	36	36	36	36	40	56	240
10	Kraków Wawel	36	36	36	36	40	56	240
11	Kraków Floriańska	36	35	34	36	40	56	237
12	Rabka/ wyciąg Radziejowa/park zdrojowy	39	40	41	33	39	45	237
13	Wieliczka kopalnia soli	32	36	37	36	40	55	236
14	Krynica SN Jaworzyna Kryn.	33	34	36	38	40	52	233
15	Krynica Z. Deptak	32	31	32	37	40	52	224
16	Sromowce, początek spływu	-	-	-	39	45	50	134
17	Szczawnica Pijalnia	-	-	-	37	49	48	134
18	Kraków Łagiewniki	-	-	-	36	40	56	132
19	Nowy Sącz, Rynek/Park Etnog.	-	-	-	37	40	52	129
20	Sucha Beskidz., Rynek	-	-	-	36	41	45	122
21	Bukowina Tatr. stacje narc.	39	40	41	-	-	-	120
22	Ojców, wejście do OPN	-	-	-	21	41	44	106
23	Rytro ON Ryterski Raj	35	36	35	-	-	-	106
24	Tarnów, Rynek przy Centrum IT	-	-	-	32	31	37	100
25	Wierchomla SN	30	36	0	-	-	-	66
Razem		662	678	658	773	921	1 112	4 804
w %		13,8	14,1	13,7	16,1	19,2	23,1	100,0

Tab. 1.4. Rozkład przeprowadzonych ankiet wśród rezydentów zagranicznych na terenie województwa małopolskiego wg podziału na okresy i miejsce badania

lp.	Miejsce badania	luty	marzec I	marzec II	lipiec	sierpień	wrzesień	razem
1	Wieliczka kopalnia soli	20	22	20	8	10	10	90
2	Kraków Floriańska	20	19	20	8	10	10	87
3	Kraków Sukiennice	20	19	20	8	10	10	87
4	Rabka /wyciąg Radziejowa/park zdrojowy	3	22	15	15	18	14	87
5	Oświęcim muzeum AB	20	21	20	8	10	7	86
6	Kraków Wawel	20	18	20	8	9	10	85
7	Zakopane Kasprowy W./Kuźnice/TPN	5	17	25	14	10	6	77
8	Kalwaria Zebrz. Sanktuarium	10	16	9	8	15	15	73
9	Zakopane Gubałówka	4	10	25	13	13	5	70
10	Szczawnica SN Palenica	7	13	23	11	8	7	69
11	Zakopane Krupówki	12	15	16	14	7	4	68
12	Zawoja wyciągi narc./wyjście na szlaki	10	8	13	10	10	8	59
13	Wadowice dom Jana Pawła II	10	7	12	11	6	11	57
14	Sucha Beskidz., Rynek	-	-	-	8	18	15	41
15	Tarnów, Rynek przy Centrum IT	-	-	-	12	13	13	38
16	Bukowina Tatr. stacje narc.	7	13	15	-	-	-	35
17	Sromowce, początek sływu	-	-	-	12	11	9	32
18	Krynica Z. Deptak	5	5	4	7	4	4	29
19	Kraków Łagiewniki	-	-	-	8	10	10	28
20	Szczawnica Pijalnia	-	-	-	13	4	6	23
21	Krynica SN Jaworzyna Kryn.	3	2	0	6	2	0	13
22	Nowy Sącz, Rynek/Park Etnog.	-	-	-	7	4	0	11
23	Ojców, wejście do OPN	-	-	-	2	5	4	11
24	Wierchomla SN	5	0	0	-	-	-	5
25	Rytro ON Ryterski Raj	2	0	1	-	-	-	3
Razem		183	227	258	211	207	178	1 264
w %		14,5	18,0	20,4	16,7	16,4	14,1	100,0

Według dni tygodnia prowadzonych badań

Podział na pobory próby realizowane w dni robocze i podczas weekendów miał na celu uwzględnienie obu strumieni ruchu oraz wychwycenie ewentualnych różnic między nimi. Przy konsekwentnym przestrzeganiu zasady doboru respondentów (co 20.) w końcowym efekcie uzyskano bardzo zrównoważony rozkład podziału ze względu na tę cechę, co świadczy o zasadniczo zrównoważonym natężeniu ruchu.

Tab. 1.5. Rozkład zrealizowanych ankiet według dni tygodnia w poszczególnych turach badania (liczba respondentów i udział procentowy w każdym poborze próby)

Rezydenci	luty		marzec I		marzec II		lipiec		sierpień		wrzesień		Razem	
	dr	w	dr	w	dr	w	dr	w	dr	w	dr	w	dr	w
Krajowi	335	327	345	333	334	324	391	382	452	469	542	570	2399	2405
w %	50,6	49,4	50,9	49,1	50,8	49,2	50,6	49,4	49,1	50,9	48,7	51,3	49,9	50,1
Zagr.	90	93	115	112	125	133	102	109	102	105	95	83	629	635
w %	49,2	50,8	50,7	49,3	48,4	51,6	48,3	51,7	49,3	50,7	53,4	46,6	49,8	50,2
Razem	425	420	460	445	459	457	493	491	554	574	637	653	3028	3040
w %	50,3	49,7	50,8	49,2	50,1	49,9	50,1	49,9	49,1	50,9	49,4	50,6	49,9	50,1

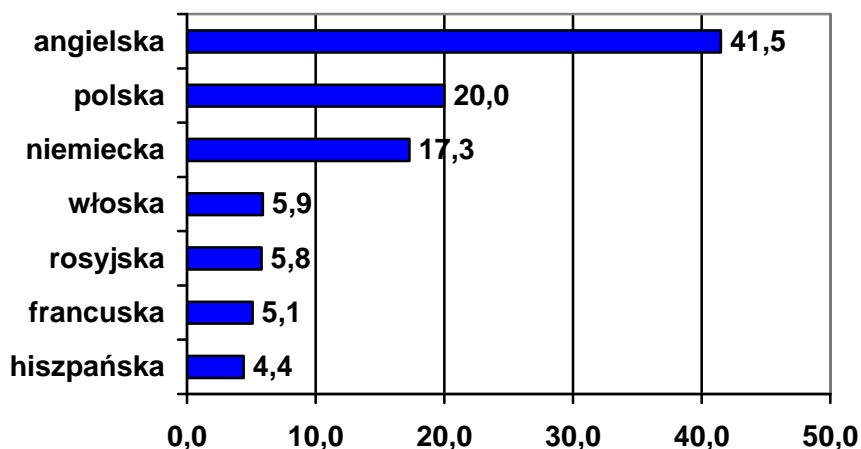
dr – oznacza dni robocze

w – oznacza dni weekendowe

Według wykorzystanych wersji językowych kwestionariusza

Najwięcej respondentów korzystało z anglojęzycznej wersji kwestionariusza, przy czym prócz Brytyjczyków opcję tę wybierali także goście z Norwegii, USA, Kanady i kilku innych krajów. Wersję niemieckojęzyczną wybrało o połowę mniej respondentów (wersja wybierana przez rezydentów Niemiec, Austrii, Szwajcarii). Pozostałe warianty obcojęzyczne cieszyły się znacznie mniejszą popularnością. Respondentów (z różnych krajów), którzy wybrali wersję polską było nieco więcej niż tych, którzy zdecydowali się na wersję niemiecką. Byli to nie tylko Polacy zamieszkali na stałe za granicą, ale także odwiedzający Małopolskę Słowacy i Czesi. Szczegółowe dane na rys. 1.4.

Rys. 1.4. Rozkład wyboru wersji językowej wśród rezydentów zagranicznych w badaniach 2011 na terenie woj. małopolskiego (%)



2. Oszacowanie liczby gości odwiedzających województwo małopolskie w 2011 roku

2.1. Założenia metodologiczne

Zgodnie ze szczegółowym opisem badania jednym ze szczegółowych celów w było: oszacowanie liczby gości odwiedzających województwo małopolskie w 2011 r. z oddzielnym wyróżnieniem gości odwiedzających Kraków, z podziałem na odwiedzających i turystów ogółem, w tym:

- odwiedzających i turystów krajowych,
- odwiedzających i turystów zagranicznych.

Przy założeniu, że badanie musi być porównywalne do badań z lat 2003-2010 do oszacowania liczby gości odwiedzających województwo małopolskie w 2011 roku z oddzielnym wyróżnieniem miasta Kraków należało wykorzystać badania *desk research*, czyli analizy dostępnych źródeł wtórnych, oparte m.in. na następujących źródłach:

- dane GUS,
- dane służby celnej,
- dane innych instytucji zajmujących się statutowo monitoringiem ruchu turystycznego w Polsce,
- dane pozyskane przez wykonawcę od właścicieli atrakcji turystycznych z Małopolski, przewodników oprowadzających po regionie, organizatorów ruchu turystycznego itp
- raporty z badań ruchu turystycznego w województwie małopolskim z lat 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 i 2010.

Na podstawie tych danych oraz badań ankietowych przeprowadzonych w 2008 roku została oszacowana liczba turystów i gości odwiedzających województwo małopolskie i Kraków.

Do oszacowania liczby gości odwiedzających województwo małopolskie w 2011 r. z oddzielnym wyróżnieniem gości odwiedzających Kraków wykorzystano następujące źródła informacji i metody badawcze:

- 1) Do oszacowania liczby gości w bazie noclegowej wykorzystano dane GUS¹ oraz informacje o wielkości i liczbie miejsc w bazie noclegowej dostarczone przez władze samorządowe wojewódzkie i miasta Krakowa².
- 2) Do oszacowania liczby turystów zagranicznych odwiedzających województwo małopolskie i Kraków wykorzystano oszacowania liczby turystów zagranicznych odwiedzających poszczególne województwa i miasta wykonywane corocznie przez Instytut Turystyki na podstawie badań prowadzonych na granicach³ zwiększone o wskaźnik ruchu wewnątrz województwa oszacowany średnio za lata 2003-2010 na 1,28 w Krakowie i 1,44 w pozostałych miejscowościach

¹ *Turystyka w 2010 roku*, GUS, Warszawa, 2011 (i wydania wcześniejsze)

² Liczba miejsc noclegowych pozwalała na doszacowanie liczby gości krajowych i zagranicznych w bazie noclegowej, na tej podstawie do liczby gości w bazie noclegowej dla województwa zastosowano przelicznik 2,2, a dla Krakowa przelicznik 2,4.

³ *Turystyka polska w 2010 roku. Układ regionalny*, Instytut Turystyki, Warszawa, 2011 (w przygotowaniu) oraz *Turystyka Polska w 2010 roku. Wielkie miasta* Instytut Turystyki, Warszawa, 2011 (materiał niepublikowany) i wydania wcześniejsze

województwa (do obliczenia wskaźnika wykorzystano badania ruchu turystycznego w województwie i Krakowie prowadzone w latach 2003-2010).

- 3) Do oszacowania liczby turystów krajowych odwiedzających miejscowości województwa małopolskiego i Krakowa wykorzystano oszacowania liczby turystów krajowych odwiedzających poszczególne województwa wykonywane corocznie przez Instytut Turystyki na podstawie badań ankietowych prowadzonych na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski w domach respondentów⁴, zwiększone o wskaźnik ruchu wewnątrz województwa oszacowany średnio za lata 2003-2010 na 2,32 w Krakowie i 1,28 w pozostałych miejscowościach województwa (do obliczenia wskaźnika wykorzystano badania ruchu turystycznego w województwie i Krakowie prowadzone w latach 2003-2010 oraz oszacowania ruchu w bazie noclegowej).
- 4) Łączną liczbę turystów w województwie małopolskim i w Krakowie obliczono jako sumę liczby turystów krajowych i zagranicznych.
- 5) Liczbę odwiedzających województwo małopolskie i Kraków oszacowano na podstawie liczby turystów krajowych i turystów zagranicznych powiększonych o wskaźniki określające wielkość udziałów turystów krajowych i zagranicznych w grupie odwiedzających miejscowości województwa i Krakowa (dla turystów krajowych w Krakowie wskaźnik ten kształtował się w poszczególnych latach na poziomie 0,5-0,7, a dla pozostałych miejscowości województwa na poziomie 0,9-0,95, natomiast dla turystów zagranicznych w Krakowie na poziomie 0,75-0,9, w pozostałych miejscowościach województwa na poziomie 0,8-0,9).

2.2. Oszacowanie liczby turystów i odwiedzających województwo małopolskie i Kraków w 2011 roku

Według szacunków w 2011 roku Województwo Małopolskie odwiedziło 11 870 tys. osób to jest o 4,1% więcej niż w 2010 roku⁵.

W tym samym czasie Kraków odwiedziło 8 050 tys. osób to jest o 4,5% więcej niż w 2010 roku.

Tab. 2.1. Oszacowanie liczby odwiedzających województwo małopolskie i Kraków ogółem i w podziale na odwiedzających rezydentów krajowych i zagranicznych w tys.

	w tys. osób						2011/2010 zmiana w %
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Odwiedzający ogółem	10 715	13 200	12 454	10 920	11 400	11 870	4,1%
w tym Kraków	6 407	7 947	7 081	7 300	7 700	8 050	4,5%
Odwiedzający krajowi	7 844	9 935	9 757	8 590	8 900	9 300	4,5%
w tym Kraków	4 286	5 455	5 040	5 200	5 400	5 730	6,1%
Odwiedzający zagraniczni	2 871	3 266	2 696	2 330	2 500	2 570	2,8%
w tym Kraków	2 121	2 492	2 041	2 100	2 200	2 320	5,5%

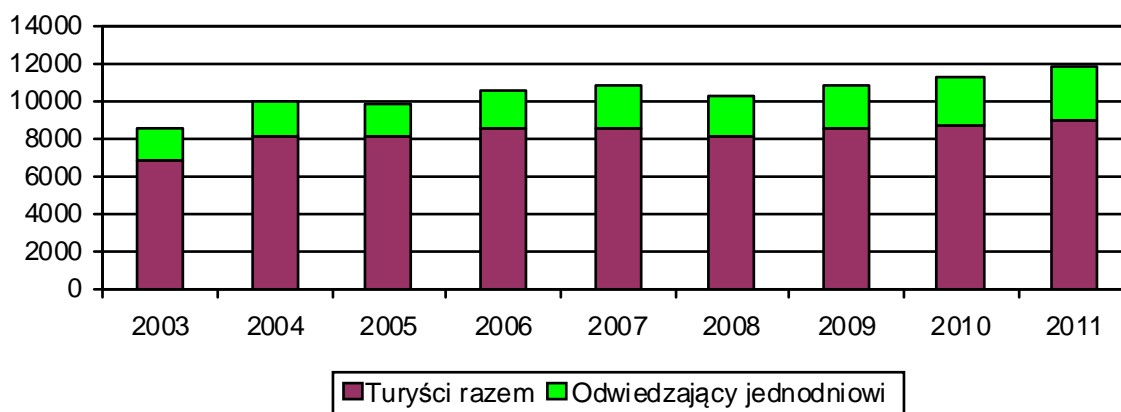
⁴ *Turystyka polska w 2010 roku. Układ regionalny*, Instytut Turystyki, Warszawa, 2011 (w przygotowaniu). *Wielkie miasta* Instytut Turystyki, Warszawa, 2011 (materiał niepublikowany) i wydania wcześniejsze

⁵ W porównaniu z oszacowaniami za 2010 rok skorygowanymi o ostateczne dane za 2010 rok.

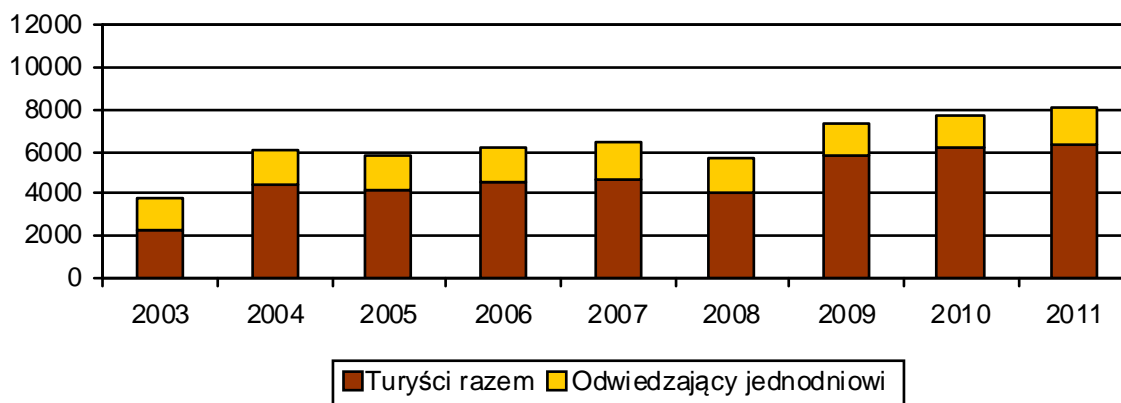
W oszacowaniu nie uwzględniono ruchu w 2011 r. na lądowych przejściach granicznych, na których nie jest mierzony cały ruch (bez mieszkańców krajów strefy Schengen). Wstępne szacunki ruchu na przejściach granicznych w trzecim kwartale 2011 roku, które pozwoliłyby na oszacowanie wielkości ruchu w 2011 roku powinny być znane do końca listopada 2011.

W ujęciu szacunków całorocznych wśród odwiedzających województwo małopolskie w 2011 roku przewiduje się, że będzie 8 970 tys. turystów. W tym samym roku Kraków odwiedziło/odwiedzi 6 350 tys. turystów, co stanowi wzrost o 2,4% w stosunku do roku ubiegłego. Podane w tabeli 2.1. liczby odwiedzających w poprzednich latach różnią się nieco od wcześniej publikowanych danych (szczególnie w zakresie danych za 2010 rok i danych dotyczących Krakowa). Różnice te wynikają z nowych oszacowań ruchu turystycznego w Krakowie oraz nowych oszacowań liczby odwiedzających województwo i Kraków w 2010 roku. Jednocześnie dla zachowania porównywalności danych z poszczególnych lat zastosowano podobną metodę szacowania ruchu.

Rys. 2.1. Ruch turystyczny w województwie małopolskim w latach 2003-2011 w tys.



Rys. 2.2. Ruch turystyczny w Krakowie w latach 2003-2011 w tys.



Szczegółowe oszacowania ruchu turystycznego w województwie małopolskim i Krakowie zawierają tabele 2.2. i 2.3.

Tab. 2.2. Oszacowanie liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie i Kraków ogółem i w podziale na rezydentów krajowych i zagranicznych w tys. w latach 2006-2011

	w tys. osób						Zmiana 2011/2010
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Turyści ogółem	8 540	8 560	8 128	8 540	8 700	8 970	3,1%
w tym Kraków	4 485	4 620	4 099	5 850	6 200	6 350	2,4%
Turyści krajowi	6 380	6 360	6 310	6 385	6 400	6 600	3,1%
w tym Kraków	3 000	3 000	2 772	3 900	4 000	4 130	3,3%
Turyści zagraniczni	2 160	2 200	1 818	2 155	2 300	2 370	3,0%
w tym Kraków	1 485	1 620	1 327	1 950	2 200	2 220	0,9%

Rok 2011 charakteryzuje się niewielkimi wzrostami ruchu turystycznego na poziomie ok. 3%. Nieco niższy był wzrost liczby turystów zagranicznych. W porównaniu z województwem niższe wzrosty zanotowano również w Krakowie.

Tab. 2.3. Oszacowanie liczby odwiedzających jednodniowych w miejscowościach województwa małopolskiego i Krakowa ogółem i w podziale na rezydentów krajowych i zagranicznych w tys. w latach 2006-2011

Odwiedzający 1-dniowi	w tys. osób						Zmiana 2010/2011
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Ogółem	2 175	4 640	4 326	2 380	2 700	2 900	7,4%
w tym Kraków	1 922	3 327	2 982	1 450	1 500	1 700	13,3%
krajowi	1 464	3 575	3 447	2 205	2 500	2 700	8,0%
w tym Kraków	1 286	2 455	2 268	1 300	1 400	1 600	14,3%
zagraniczni	711	1 066	878	175	0	200	14,3%*
w tym Kraków	636	872	714	150	0	100	-33,3%*

*Dla pozycji oznaczonych *, zde względu na brak danych z 2010 r. przyjęto zmiany procentowe w 2011 r. w stosunku do 2009 r.

Biorąc pod uwagę powyższe dane należy mieć na względzie problem częstych jednodniowych wizyt w miejscowościach województwa i Krakowa osób z sąsiednich miejscowości (przyjeżdżających m.in. na zakupy, dla rozrywki, w sprawach służbowych, bądź edukacyjnych). Uwzględnienie, lub nie uwzględnienie (tak, jak zrobiono w niniejszej analizie) tych wielkości w istotny sposób może zmienić liczbę odwiedzających jednodniowych.

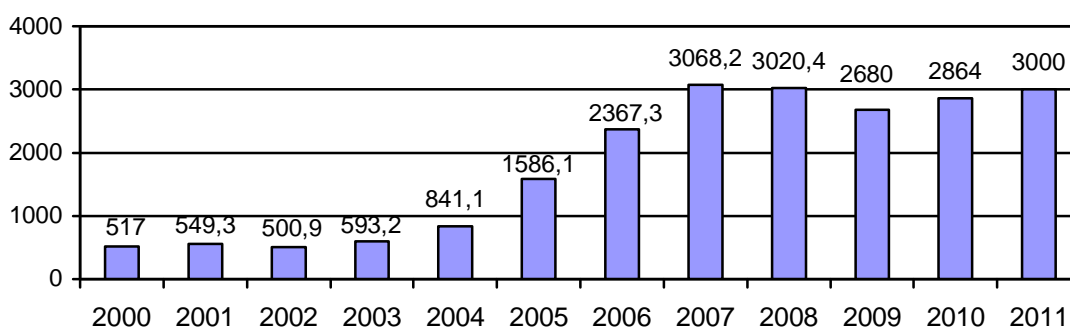
2.3. Dane i oszacowania uzupełniające charakteryzujące ruch turystyczny w województwie małopolskim i Krakowie w 2011 roku

Należy podkreślić, że w miarę pozyskiwania nowych danych, a w szczególności danych dotyczących wykorzystania bazy noclegowej, ruchu w porcie lotniczym Balice oraz danych o krajowych wyjazdach turystycznych mieszkańców Polski, oszacowań struktury przyjazdów do Polski oraz uzupełniających danych o wizytach w atrakcjach turystycznych i obiektach infrastruktury turystycznej przedstawione dane mogą ulec niewielkim korektom.

O zmianach w 2011 roku może świadczyć przykład ruchu na lotnisku w Balicach. Z dostępnych obecnie danych wynika, że w ciągu 10 miesięcy 2011 roku ruch pasażerski na lotnisku w Balicach zwiększył się o 3,8% w stosunku do podobnego okresu 2010 roku. Trzeba jednocześnie pamiętać, że na lotnisku przeważa ruch mieszkańców (rezydentów) Polski. Zmiany w ruchu pasażerskim na lotnisku prezentuje rys. 2.3.

Instytut Turystyki szacuje, że w 2011 roku **łącznie wpływy** od odwiedzających miejscowości województwa małopolskiego rezydentów krajowych i zagranicznych wyniosły 11,0 mld PLN. Na liczbę tą złożyły się wydatki turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających miejscowości województwa małopolskiego w 2011 r. które wyniosły ok. 10,1 mld PLN. Do wpływów od turystów należy dodać wpływy od odwiedzających 1-dniowych. Szacuje się je na ok. 0,9 mld PLN. Uwzględniając podział na odwiedzających krajowych i zagranicznych wpływy od przyjeżdżających z zagranicy ocenia się na 5,47 mld PLN, a od krajowych 5,54 mld PLN.

Rys. 2.3. Ruch pasażerów w Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków w tys. w latach 2000-2011



Źródło: 2000-2010 Lotnisko Balice, w 2011 oszacowanie całorocznego ruchu Instytutu Turystyki na podstawie danych lotniska Balice za 10 miesięcy 2011.

Warto podkreślić, że po dużym spadku w latach 2008-2009, wielkość ruchu pasażerskiego na lotnisku w 2011 roku mimo wzrostu nie osiągnęła jeszcze stanu z rekordowego 2007 roku.

Według danych z wybranych atrakcji turystycznych województwa zmiany ruchu w pierwszych trzech kwartałach 2011 roku kształtowały się bardzo nierównomiernie od -7% do +41%, a dokładniejsze szacunki wskazują, że ruch w atrakcjach turystycznych województwa małopolskiego w całym 2011 roku zwiększył się o ok. 8%. Należy jednak uwzględnić wzrost liczby atrakcji, co może obniżyć jednostkowe wyniki odwiedzin.

Na podstawie danych z atrakcji krakowskich należy szacować, że ruch w atrakcjach turystycznych Krakowa w 2011 roku będzie większy o ok. 16% w stosunku do roku ubiegłego. Warto jednak zwrócić uwagę na, że na ten wynik składa się zarówno spodziewany spadek wizyt na Wawelu, jak i duży wzrost liczby gości w Muzeum Narodowym.

Ważnym składnikiem ruchu turystycznego jest liczba gości w bazie noclegowej. Według aktualnie dostępnych danych GUS w województwie małopolskim w pierwszej połowie 2011 w obiektach zbiorowego zakwaterowania zrealizowano 3 749,1 tys. noclegów (wzrost o 3,8% w stosunku do okresu styczeń-czerwiec 2010 r.), w tym 935,0 tys. noclegów gości zagranicznych (spadek o 1,2% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.). Jeśli chodzi o liczbę korzystających, to

łącznie w pierwszej połowie 2011 roku odnotowano 1 415,7 tys. gości i stanowi to wzrost o 8,6% wobec I-szego półrocza 2010 r.

Większość monitorowanych biur (szczególnie o dużym znaczeniu na rynku) określiła wielkość wzrostów w turystyce przyjazdowej na 10-20%, ale znalazła się też pewna grupa oceniająca sytuację w 2011 roku na poziomie roku 2010 lub niewielki spadek. Grupa biur mówiąca o wzrostach zwraca uwagę, że mają one miejsce w turystyce klientów krajowych i wzroście dochodów z turystyki krajowej.

Przedstawione wyżej dane dotyczące liczby odwiedzających województwo małopolskie wskazują, że przyjęta do obliczeń metodologia nie powoduje dużych rozbieżności między oszacowaniami w latach ubiegłych, a większe różnice wynikające z pozyskania ostatecznych danych statystycznych dotyczą jedynie 2007 roku.

Większych różnic można oczekiwać w odniesieniu do oszacowań liczby odwiedzających Kraków. Uwaga ta dotyczy szczególnie krajowego ruchu turystycznego oraz liczby odwiedzin bez noclegów.

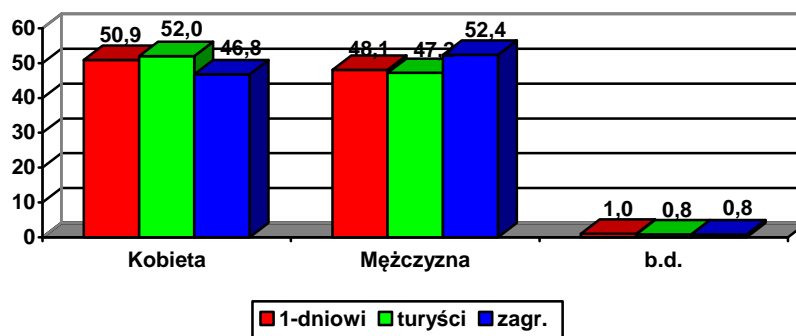
3. WYNIKI BADAŃ – dane o respondentach

3.1. Dane społeczno-demograficzne

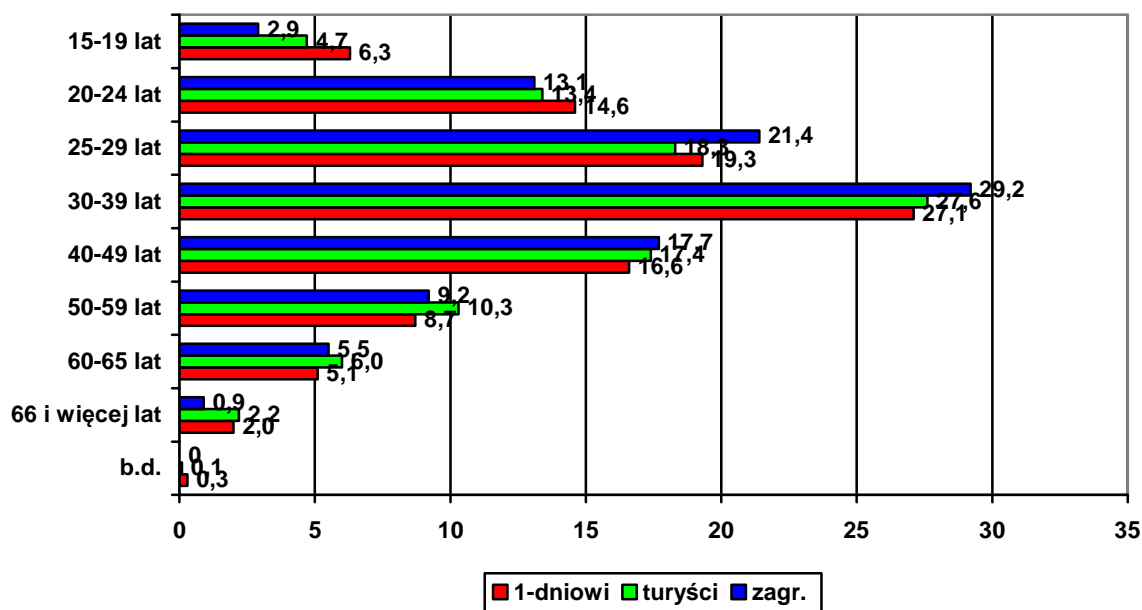
Zgodnie z przyjętym schematem badania wyniki badań podzielono na 3 grupy, analogicznie do podziału na segmenty badanych: rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych, rezydentów polskich – turystów i rezydentów zagranicznych. W przypadku rezydentów zagranicznych tylko znikoma część spośród ankietowanych (3,1%, 39 os.) stwierdziła, że nie nocuje na terenie Małopolski (zgodnie z przyjętymi definicjami byli to odwiedzający 1-dniowi). Ze względu na wielkość takiej podgrupy statystyczne jej wyodrębnienie nie miało uzasadnienia. Dlatego też badanych rezydentów zagranicznych ujęto w wynikach badań jako jeden zagregowany segment.

W prezentacji wyników badań przyjęto układ porównawczy w ujęciu procentowym dla wyodrębnionych segmentów w zależności od stopnia zbieżności zadawanych pytań. Stąd na przykład, w pytaniu o wiek i płeć porównanie dotyczy wszystkich 3 grup, w pytaniu o poziom wykształcenia 2 grup rezydentów polskich i odrębnie rezydentów zagranicznych, a w pytaniu o „polskie korzenie” tylko rezydentów zagranicznych.

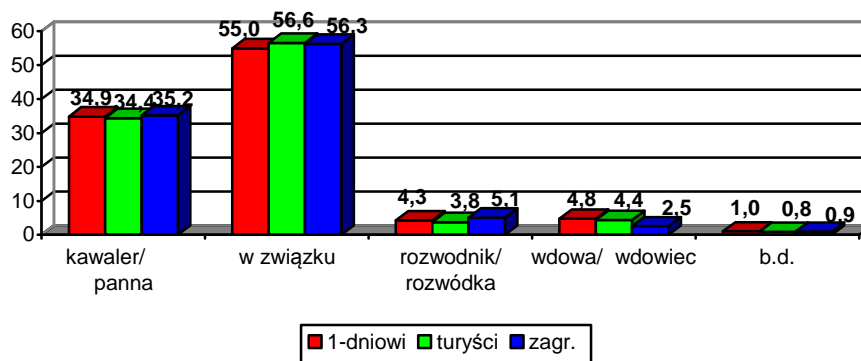
Rys. 3.1. Rozkład % według płci w badanych grupach rezydentów



Rys. 3.2. Rozkład według wieku w badanych grupach rezydentów

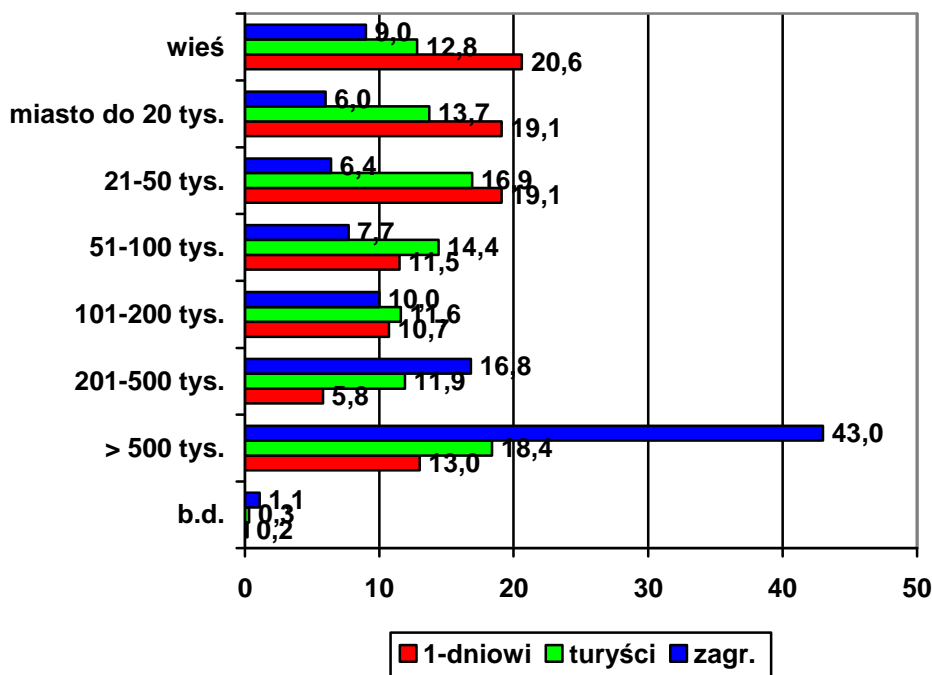


Rys. 3.3. Rozkład % według stanu cywilnego w badanych grupach rezydentów

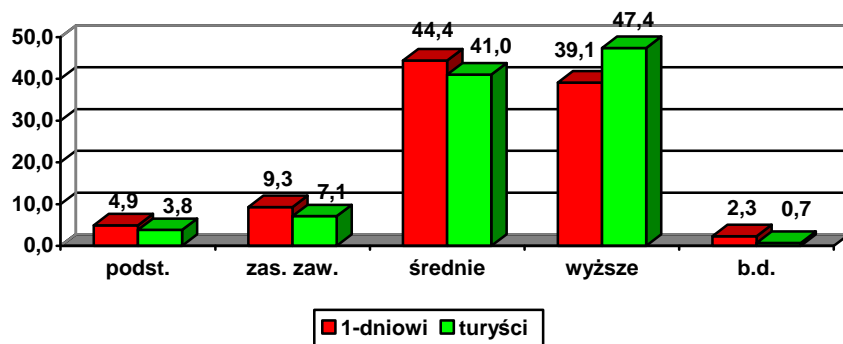


W przypadku rezydentów zagranicznych widoczne jest bardzo wyraźne przesunięcie rozkładu w kierunku dużo większego udziału mieszkańców największych miast.

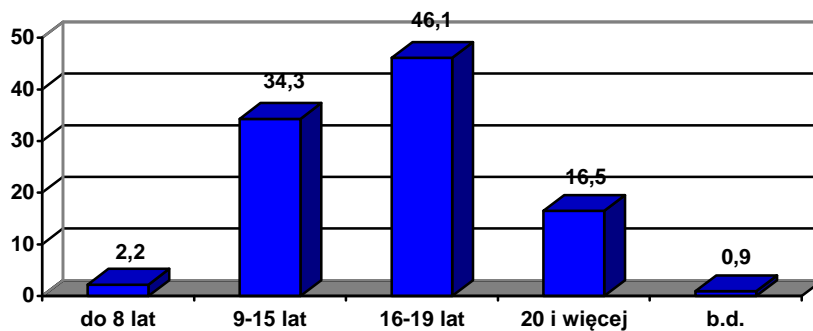
Rys. 3.4. Rozkład % według wielkości miejscowości zamieszkania w badanych grupach rezydentów



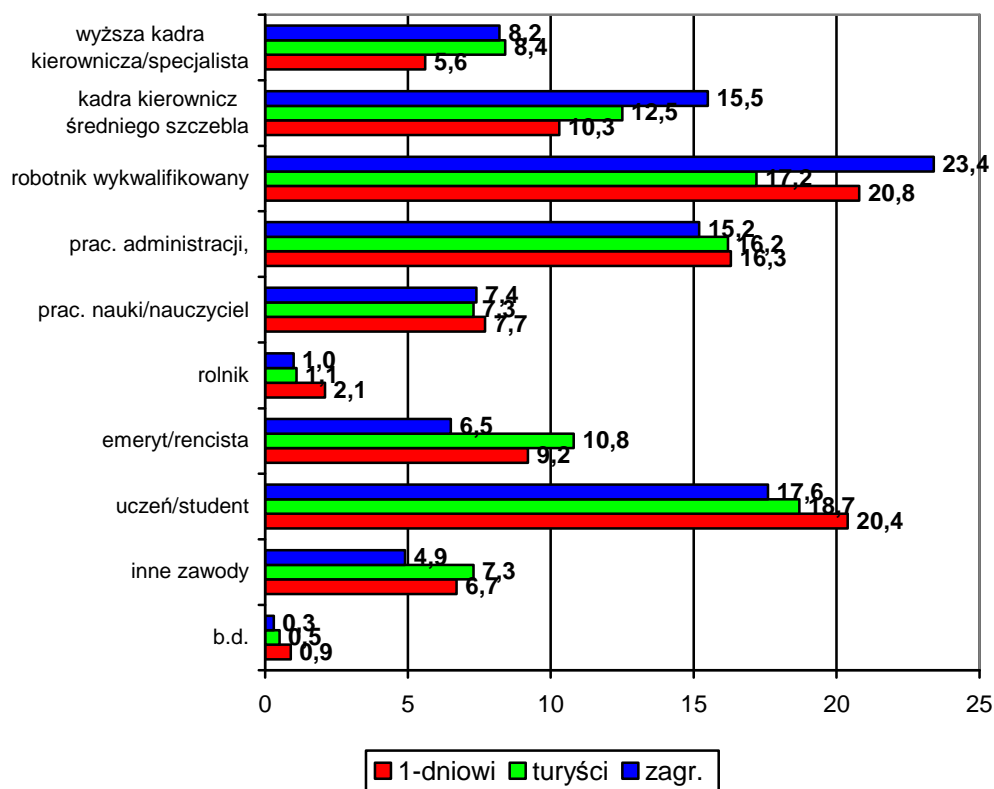
Rys. 3.5. Rozkład % według ukończonego poziomu wykształcenia w obu grupach rezydentów polskich



Rys. 3.6. Rozkład % według ukończonego poziomu wykształcenia (lata nauki) grupie rezydentów zagranicznych



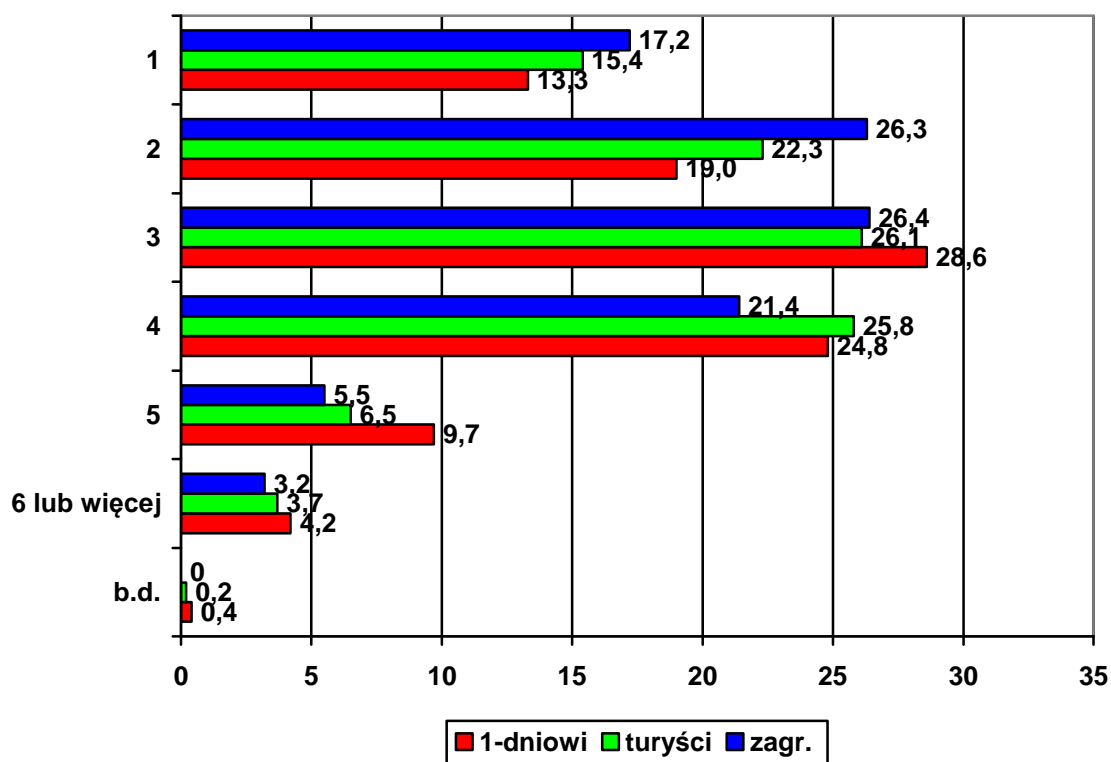
Rys. 3.7. Rozkład % według aktualnego zajęcia/wykonywanego zawodu



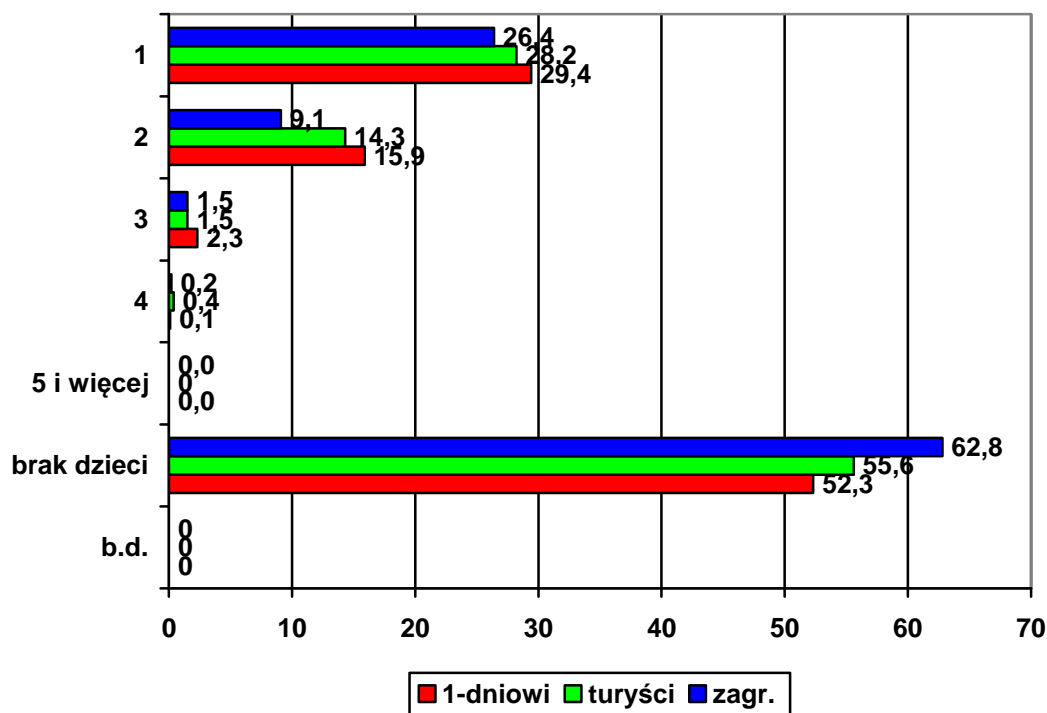
Tab. 3.1. Struktura zawodowa (w %) wśród tych, którzy wskazali inny zawód niż wymienione na rys. 3.7.

Wykonywany zawód/zajęcie	Wśród rezydentów polskich		Wśród rezydentów zagranicznych N=62
	turystów N=185	1-dniowych N=151	
Własna działalność gospodarcza	55,1	43,7	46,8
Gospodyni domowa	8,1	13,9	9,7
Zawód twórczy/artystyczny	5,9	4,6	4,8
Pielęgniarka, sanitariusz, laborantka	2,7	2,0	9,7
Bezrobotny	9,7	16,6	0
Pozostałe	18,5	19,2	29,0
Razem	100,0	100,0	100,0

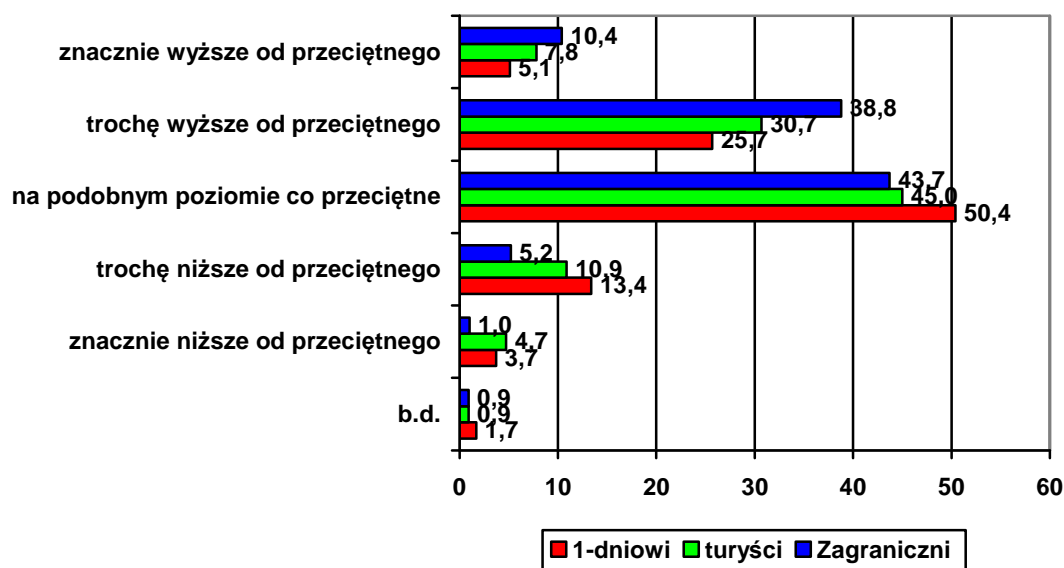
Rys. 3.8. Rozkład (w %) według wielkości gospodarstwa domowego w badanych grupach rezydentów (l. os. w gospodarstwie domowym łącznie z respondentem)



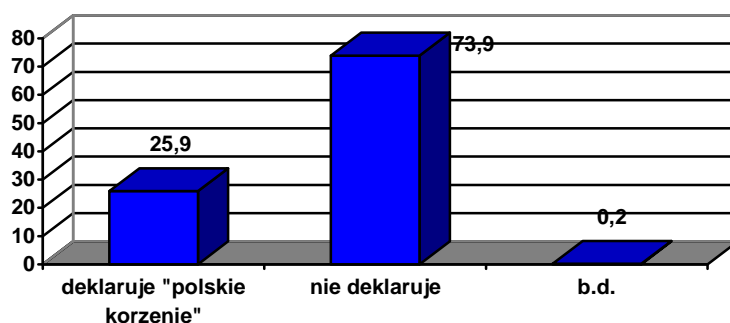
Rys. 3.9. Rozkład (w %) według liczby dzieci do lat 18 w gospodarstwie domowym respondentów w badanych grupach rezydentów



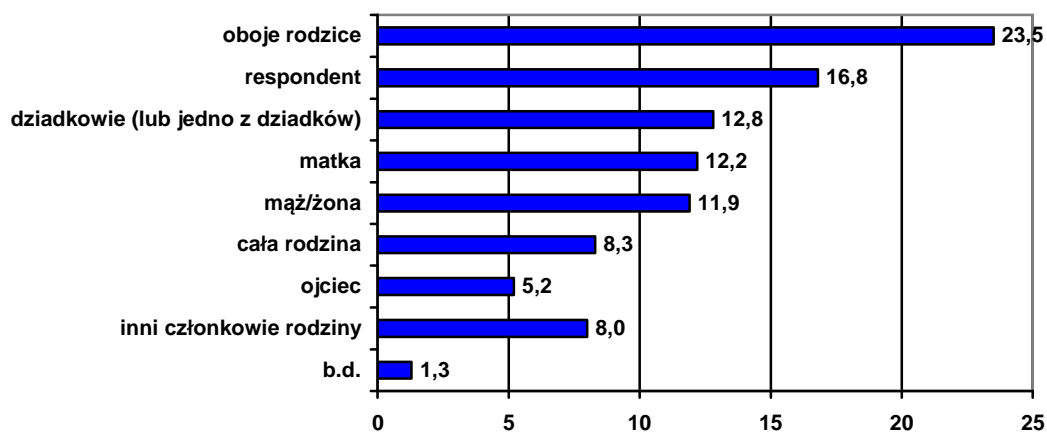
Rys. 3.10. Rozkład % według deklarowanego relatywnego poziomu dochodów miesięcznych netto gospodarstwa domowego



Rys. 3.11. Rozkład odpowiedzi (w %) na pytanie o „polskie korzenie” w grupie rezydentów zagranicznych



Rys. 3.12. Rozkład (w %) odpowiedzi na pytanie o członków rodziny polskiego pochodzenia w grupie rezydentów zagranicznych (% tych, którzy deklaruwali „polskie korzenie”; N=327)



3.2. Profile badanych

Na podstawie wyżej przedstawionych rozkładów cech społeczno-demograficznych można w wyodrębnionych segmentach nakreślić pewne tendencje, które składają się na zestaw cech najczęściej występujących, tworząc profil respondentów dla każdej z tych grup.

3.2.1. Profil rezydenta polskiego - odwiedzającego 1-dniowego

Pod względem płci segment ten był bardzo zrównoważony z minimalną nadwyżką kobiet.

Uwzględniając wiek, ponad 46% respondentów mieściło się w przedziale 25-39 lat, a 21% w młodszych grupach wiekowych. Oznacza to, że ok. 2/3 badanych odwiedzających 1-dniowych nie przekroczyło 40 roku życia. Zaledwie 7% respondentów było w wieku emerytalnym (tj. powyżej 60 roku życia). Można zatem mówić o znacznym przesunięciu rozkładu w stronę młodszych grup wiekowych i o statystycznej przewadze grupy do 24 lat w stosunku do seniorów (60 lat i więcej).

Dominowały osoby pozostające w stałych związkach (55%), a osoby deklarujące się jako panna/kawaler stanowiły ok. 1/3 badanych.

Stosunkowo duży odsetek odwiedzających 1-dniowych zamieszkiwał na wsi i w najmniejszych miastach (ok. 40%). Za interesującą cechą należy uznać, że zamieszkanie na wsi deklarowało o połowę więcej respondentów w tej grupie niż mieszkanie w największych miastach (powyżej 0,5 mln). Łącznie na wsi i w miastach do 100 tys. mieszkało ponad 70% badanych. Stanowiło to rys charakterystyczny tej grupy podróżujących zarówno w okresie zimowym, jak i letnim (a więc zjawisko nieprzypadkowe).

Wśród respondentów omawianego segmentu przeważały osoby z wykształceniem średnim (44%), a udział osób z wykształceniem wyższym był o 5 pkt. proc. niższy. Badani z innym poziomem wykształcenia mieli udziały niewielkie (na poziomie 14%).

Uwzględniając wykonywany zawód stwierdzić trzeba, że brak w tym segmencie wyraźnej przewagi którejś z grup zawodowych; najliczniejszą tworzyli uczniowie i studenci, a z podobną częstotliwością pojawiali się robotnicy wykwalifikowani bądź pracownicy sektora usług (20-21%). Nieznaczny był udział wyższej kadry kierowniczej i specjalistów (niecałe 6%), nieco większy emerytów (9%). Podobnie jak w innych badaniach nad ruchem turystycznym najmniejszy udział był rolników (2%).

Najczęściej wskazywany model gospodarstwa domowego to rodzina 3-4 osobowa (ok. 53% wskazań), co ósmy badany tworzył 1-osobowe gospodarstwo domowe. Dominująca większość (52%) nie miała dzieci, a prawie 30% wskazywało na posiadanie 1 dziecka. Na rozkładach tych niewątpliwie rzutuje struktura wieku badanych.

Absolutna większość ankietowanych odwiedzających 1-dniowych (50,3%) ocenia swoje dochody na poziomie zbliżonym do przeciętnej. Tych, którzy uznawali swoje dochody jako wyższe od przeciętnej było niecałe 31% i była to grupa znacznie liczniejsza niż tych, którzy lokowali się z dochodami poniżej przeciętnej (różnica 14 pkt. proc.). Można zatem mówić o zasadniczo dobrej ocenie swojej sytuacji materialnej przez odwiedzających 1-dniowych.

3.2.2. Profil rezydenta polskiego - turysty

Pod względem płci segment ten był zrównoważony z nieznaczną nadwyżką udziału kobiet, a różnica wyniosła 4 pkt. proc.

Najczęściej reprezentowanym przedziałem wieku było 25-39 lat (46%). Osoby młodsze stanowiły 18% i było to nieco mniej niż wśród odwiedzających 1-dniowych. Osoby w wieku emerytalnym (60 i więcej lat) stanowiły równie niewielki odsetek, co wśród odwiedzających 1-dniowych (8%). Oznacza to, że podobnie, jak wśród odwiedzających 1-dniowych, także wśród turystów zauważyć można znaczną przewagę młodszych grup wiekowych.

Dominująca większość (57%) pozostawała w związkach, a tych którzy deklarowali się jako panna/kawaler było 34%. Inne przypadki pojawiały się sporadycznie.

Najczęściej wskazywanym typem miejscowości stałego miejsca zamieszkania były największe miasta (18%), natomiast na wsi i w małych miasteczka (do 20 tys. mieszkańców) mieszkało 26% respondentów tej grupy. Oznacza to istotną różnicę w stosunku do struktury zamieszkania odwiedzających 1-dniowych. Łącznie w miastach do 100 tys. mieszkańców i na wsi mieszkało 58%. Świadczy to, że odwiedzający – turyści w znacznie większym stopniu niż 1-dniowi mieszkają na stałe w dużych i największych miastach.

Wśród turystów przeważa wykształcenie wyższe, które zadeklarowało prawie 47% badanych. Cecha ta także różnicuje ten segment wobec odwiedzających 1-dniowych. Można zatem mówić, że wyższe wykształcenie i zamieszkanie w dużych miastach to cechy występujące istotnie częściej wśród turystów podróżujących po Małopolsce niż wśród odwiedzających 1-dniowych.

W odniesieniu do statusu zawodowego najliczniejszą grupą tego segmentu byli uczniowie i studenci (19%) i był to podobny odsetek jak wśród odwiedzających 1-dniowych. Więcej natomiast było wyższej i średniej kadry kierowniczej – łącznie 21% (16% wśród 1-dniowych), mniej z kolei robotników wykwalifikowanych/pracowników sektora usług (różnica 4 pkt. proc.). Koresponduje to z częstszym występowaniem w tej grupie wyższego wykształcenia oraz zamieszkiwaniem w dużych miastach i tworzy spójny obraz cech tej grupy.

Biorąc pod uwagę stan rodzinny można mówić o nieznaczonej dominacji modelu rodziny 3-4 osobowej (52%), a co szósty badany (nieco rzadziej niż wśród odwiedzających 1-dniowych) tworzył 1-osobowe gospodarstwo domowe. Wśród badanych tej grupy bezwzględna większość (57%) wskazała na brak dzieci, a 28% deklarowało 1 dziecko. Różnice rozkładu tych cech (tj. wielkości gospodarstwa domowego i odsetka posiadających 1 dziecko) w stosunku do grupy odwiedzających 1-dniowych były minimalne.

Oceniając swoje dochody 38% uznało je za znacznie lub nieco wyższe od przeciętnych, 15% zakwalifikowało je jako niższe lub znacznie niższe, a 45% za przeciętne. Porównując tę strukturę z deklaracjami odwiedzających 1-dniowych można stwierdzić, że ocena własnej sytuacji materialnej w segmencie turystów jest lepsza (więcej tych, którzy oceniali swoje dochody jako ponadprzeciętne). Ocena ta współgra z rozkładem cech statusu zawodowego, wykształcenia i miejsca zamieszkania.

3.2.3. Profil rezydenta zagranicznego

Rozkład płci w badanej grupie rezydentów zagranicznych ma charakter nieco mniej zrównoważony niż w przypadku rezydentów polskich, z niewielką (6 pkt. proc.) przewagą mężczyzn.

Osoby w wieku 25-39 lat stanowiły 50% badanych. Młodsze grupy wiekowe (do 24 lat) stanowiły 16% udziału w próbie i było to mniej niż w obu segmentach rezydentów polskich. Osoby powyżej 59 roku życia to ok. 6% badanych, a więc równie skromnie występujące, co wśród rezydentów polskich. Oznacza to, że respondenci ze skrajnych przedziałów wiekowych byli zjawiskiem w grupie badanych stosunkowo rzadkim.

Osób stanu wolnego (36%) jest wyraźnie mniej niż osób pozostających w związkach (56%), choć ta różnica nie jest drastyczna. Pozostałe grupy według kryterium stanu cywilnego miały znaczenie marginalne, a struktura jest bardzo zbliżona do tej, którą wykazywali się rezydenci polscy.

Ponad 2/5 respondentów zagranicznych (43%) mieszka w największych miastach (powyżej 0,5 mln mieszkańców), a prawie 60% w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców. Na wsi i w małych miasteczkach (do 20 tys. mieszk.) zamieszkanie deklarowało po 15% badanych. Oznacza to, że ośrodki wielkomiejskie są podstawowymi – wśród badanych – centrami generowania ruchu przyjazdowego do Małopolski, a wsie i małe miasteczka stanowią mało znaczące środowiska. Stanowi to istotną różnicę w stosunku do segmentów rezydentów polskich.

Wśród badanych przeważa wykształcenie średnie (16-19 lat nauki), które zadeklarowało 46% badanych. Niesymetrycznie rozkłada się udział tych, którzy mieli wykształcenie krótsze/niższe (36%) i dłuższe/wyższe (16%). Należy jednak zaznaczyć, że wystąpiła tu duża różnica międzysezonowa – w okresie zimowym było istotnie więcej osób z wyższym (niż średni) poziomem wykształceniem niż w okresie letnim. Osoby z wykształceniem podstawowym występowały bardzo rzadko.

Wykonywane przez respondentów zawody to przede wszystkim robotnik wykwalifikowany/pracownik sektora usług (23%). Istotnie mniej było uczniów/studentów, średniej kadry kierowniczej i pracowników administracyjno-biurowych (rząd wielkości dla tych grup po ok. 16-18%). Emeryci trafiali do próby jeszcze rzadziej (6%), niż wyższa kadra kierownicza/specjaliści (8%). Różnice udziałów dla grupy emerytów i wyższej kadry kierowniczej w stosunku do struktury wśród rezydentów polskich były znikome.

Trudno mówić o dominującym typie wielkości gospodarstwa domowego; gospodarstwa 3-4 osobowe stanowiły 48% i było to relatywnie nieco mniej niż w przypadku rezydentów polskich, większy był zaś trochę udział gospodarstw 2-osobowych. Respondentów tworzących 1-osobowe gospodarstwa domowe było 17%. Prawie 63% badanych nie miało dzieci, a osób z jednym dzieckiem było 26%.

Prawie połowa (49%) badanych oceniała poziom dochodów swojego gospodarstwa domowego jako trochę wyższy lub znacznie wyższy od przeciętnych. Tych, którzy oceniali swoją sytuację dochodową poniżej przeciętnej było zaledwie 6%. Wskazuje to na generalnie dobrą (lepszą niż wśród rezydentów polskich) samoocenę tych dochodów.

Zdecydowana większość (74%) uznała, że nie ma związków rodzinnych z Polską. Wśród tych, którzy mieli takie związki, najczęściej wskazało na oboje rodziców.

4. WYNIKI BADAŃ - Wyniki podstawowe

4.1. Obszary stałego miejsca zamieszkania badanych

4.1.1. Rezydenci polscy

Struktura miejsc (województw) stałego zamieszkania respondentów jest silnie zróżnicowana pomiędzy oboma podstawowymi segmentami rezydentów polskich. Zdecydowanie inaczej rozkład ten przebiega wśród turystów, inaczej wśród odwiedzających 1-dniowych. W przypadku turystów zdecydowanie najwięcej było badanych z województwa mazowieckiego (prawie 18%), następnie śląskiego (12%) i małopolskiego (10%). Łącznie na te 3 obszary przypada 40% badanych w tej grupie. Udziały wszystkich pozostałych województw nie przekraczały 10%. Najbardziej w próbie znajdowali się mieszkańcy województw Polski Północnej (podlaskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie i kujawsko-pomorskie); w tych przypadkach udziały były na poziomie ok. 2%. Natomiast wśród odwiedzających 1-dniowych zdecydowanie przeważali mieszkańcy województwa małopolskiego (ponad 44%); stosunkowo liczba była też grupa odwiedzających ze Śląska. Udziały innych województw ościennych nie przekraczały 10%, a dalej położonych oscyływały na poziomie 1% (szczegółowe rozkłady w tab. 4.1.).

Tab. 4.1. Rozkład % województw będących stałym miejscem zamieszkania badanych rezydentów polskich; zrangowany wg odsetka wskazań wśród turystów

Lp.	Województwo	% wśród turystów	% wśród 1-dniowych
1	Mazowieckie	17,9	6,1
2	Śląskie	12,1	13,6
3	Małopolskie	10,0	44,3
4	Dolnośląskie	7,6	4,1
5	Podkarpackie	7,6	8,7
6	Wielkopolskie	7,4	3,6
7	Świętokrzyskie	6,6	5,3
8	Łódzkie	5,6	2,8
9	Lubelskie	4,6	2,3
10	Pomorskie	4,6	0,9
11	Opolskie	3,8	3,0
12	Lubuskie	3,3	1,2
13	Kujawsko-Pomorskie	2,2	1,6
14	Zachodniopomorskie	2,2	0,7
15	Podlaskie	2,1	0,4
16	Warmińsko-Mazurskie	1,8	1,1
Brak danych		0,4	0,2
Razem		100,0	100,0

Część respondentów będących rezydentami polskimi czasowo przebywa w innych krajach. Tab. 4.2. zawiera dane o podstawowych wielkościach w tym zakresie w podziale na oba badane segmenty rezydentów polskich.

Tab. 4.2. Kraje czasowego pobytu rezydentów polskich

Kraj	Liczba respondentów wśród		Łącznie	Udział w %
	odwiedzających turystów	odwiedzających 1-dniowych		
Wlk. Brytania	14	11	25	24,0
Niemcy	11	12	23	22,1
USA	10	4	14	13,5
Irlandia	4	3	7	6,7
Austria	2	4	6	5,8
Francja	3	2	5	4,8
Holandia	3	2	5	4,8
Norwegia	3	1	4	3,8
Szwecja	2	2	4	3,8
Włochy	3	1	4	3,8
Rosja	0	2	2	1,9
Hiszpania	1	1	2	1,9
Pozostałe	2	1	3	2,9
Łącznie	58	46	104	100,0

4.1.2. Rezydenci zagraniczni

Łącznie w próbie znaleźli się przedstawiciele 46 państw, w tym 15 pozaeuropejskich – z Azji, Ameryki Północnej, Południowej i Środkowej oraz z Afryki (zaznaczone w tab. 4.3. kolorem niebieskim). Uzyskane wielkości w próbie wskazują na stosunkowo wysoką koncentrację ruchu z kilku podstawowych kierunków: na 3 najczęściej deklarowane kraje stałego zamieszkania – Wlk. Brytanię, Niemcy i Włochy – przypada prawie 47% ogólnej liczby respondentów zagranicznych, a 5 krajów (wraz ze Słowacją i Francją) – ponad 59%. Uzyskane liczebności w poszczególnych grupach narodowych pozwalają na dokonanie oceny profilu narodowego dla 9 krajów, zarówno sąsiednich, jak i dalej położonych. Szczegółowy rozkład w tab. 4.3.

Tab. 4.3. Kraj stałego miejsca zamieszkania badanych rezydentów zagranicznych

Lp.	Kraj	I. respondentów	Odsetek wśród badanych
1	Wlk. Brytania⁶	275	21,8
2	Niemcy	219	17,3
3	Włochy	96	7,5
4	Słowacja	86	6,8
5	Francja	73	5,8
6	Austria	65	5,1
7	USA	64	5,1
8	Irlandia	61	4,8
9	Rosja	49	3,9
10	Hiszpania	43	3,4
11	Ukraina	32	2,5
12	Szwecja	27	2,1

⁶ Zaznaczono te kraje, które uwzględniono w szczegółowej analizie profili narodowych w dalszej części raportu.

cd. tab. 4.3.			
Lp.	Kraj	Odsetek badanych rezydentów zagranicznych	
13	Holandia	24	1,9
14	Norwegia	23	1,8
15	Czechy	19	1,5
16	Kanada	14	1,1
17	Portugalia	12	0,9
18	Litwa	6	0,5
19	Szwajcaria	6	0,5
20	Dania	5	0,4
21	Grecja	5	0,4
22	Japonia	5	0,4
23	Belgia	4	0,3
24	Turcja	4	0,3
25	Chorwacja	3	0,2
26	Islandia	3	0,2
27	Łotwa	3	0,2
28	Korea Płd.	3	0,2
29	Meksyk	3	0,2
30	Słowenia	3	0,2
31	Węgry	3	0,2
32	Argentyna	2	0,2
33	Białoruś	2	0,2
34	Chiny	2	0,2
35	Estonia	2	0,2
36	Finlandia	2	0,2
37	Indie	2	0,2
38	RPA	2	0,2
39	Tajwan	2	0,2
40	Brazylia	1	0,1
41	Gwatemala	1	0,1
42	Izrael	1	0,1
43	Malta	1	0,1
44	Luksemburg	1	0,1
45	Wenezuela	1	0,1
46	Wietnam	1	0,1
Brak danych		3	0,2
Razem		1 264	100,0

4.2. Środki transportu

Respondenci mieli możliwość określenia zarówno środka transportu w podróży do Małopolski, jak i tych, którymi poruszali się po obszarze Województwa. Rozkłady wariantów transportowych dla segmentów rezydentów krajowych i zagranicznych przedstawia tab. 4.4. W przypadku rezydentów polskich – turystów dominującym środkiem transportu był własny samochód (osobowy). Należy dodać, że ta grupa turystów przy korzystaniu z własnego samochodu sporadycznie tylko korzystała także z innych środków transportu przy poruszaniu się po terenie Małopolski. Pociąg

jako środek transportu cieszył się znacznie większą popularnością niż autobus kursowy, a ten z kolei był wykorzystywany nieco częściej niż autokar wycieczkowy. Bardzo rzadko (ok. 1%) respondenci tego segmentu korzystali z samolotu. Wśród odwiedzających 1-dniowych także własne auto było najczęściej wymieniane; łącznie mieszkańcy województwa małopolskiego i pozostałych wskazywali je w ponad 60%. W tym segmencie jednak autobus kursowy był wskazywany częściej niż pociąg (co mogło wiązać się z rozkładem miejsc zamieszkania respondentów i przewagą Małopolski). Nieco częściej niż wśród turystów respondenci wskazywali też na autokar wycieczkowy.

Wśród rezydentów zagranicznych we wskazaniach na środek transportu dominował samolot (nieco 50% wskazań), przy czym znacznie częściej wraz z samolotem (jako sposobem dotarcia do Małopolski) wykorzystywano także inne pojazdy, stosunkowo rzadko był to wyłącznie samolot. Około 1/3 badanych w tym segmencie korzystała z własnego samochodu. Pozostałe warianty podróży były wskazywane stosunkowo rzadko, można jedynie dodać, że pociąg był wymieniany nieco częściej niż autokar wycieczkowy. Szczegółowy rozkład wariantów wykorzystywanych środków transportu w tab. 4.4.

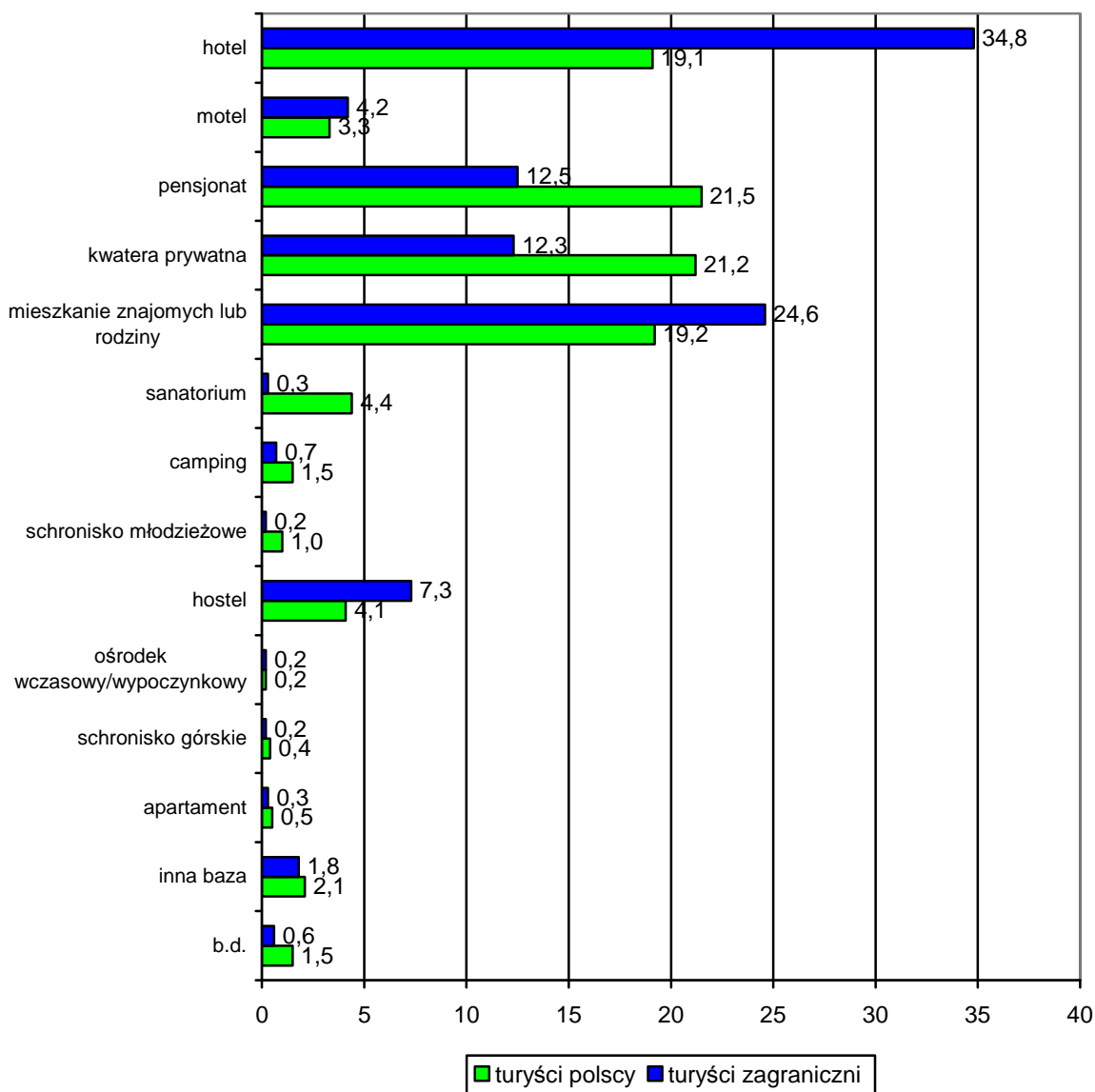
Tab. 4.4. Wykorzystanie środków transportu w podróży do Małopolski i po jej obszarze (rozkład %) – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów; zrangowane wg częstotliwości wskazań w grupie rezydentów polskich - turystów

Wariant sposobu podróżowania	Odsetek wskazań wśród		
	Rezydentów polskich		Rezydentów zagranicznych
	turystów	1-dniowych	
Tylko własne auto osób mieszkających poza Małopolską	52,2	32,8	32,3
Tylko pociąg (do i w MPL); mieszkający poza woj.	10,0	4,5	1,7
Pociąg na dojazd i dodatkowo inny środek w MPL; mieszkający poza woj.	8,7	3,4	3,2
Tylko autobus kursowy (do i w MPL) mieszkający poza woj.	7,3	4,7	2,5
Tylko autobus wycieczkowy (do i w MPL)	6,5	7,5	4,1
Tylko własne auto osób mieszkających w Małopolsce	5,3	28,8	0
Autobus kursowy wykorzystywany przez mieszkańców MPL	2,6	9,5	0
Własny samochód na dojazd i dodatkowo inny środek w MPL; mieszkający poza woj.	2,1	0,6	1,1
Pociąg wykorzystywany przez mieszkańców MPL	0,9	1,7	0
Autobus kursowy na dojazd i dodatkowo inny środek w MPL; mieszkający poza woj.	0,9	0,4	0,8
Samolot z wykorzystaniem innych środków na terenie MPL	0,7	0,6	38,6
Autobus wycieczkowy wykorzystywany przez mieszkańców MPL	0,5	2,5	0
Tylko samolot na dojazd	0,1	0,1	11,9
Inne warianty i b.d.	2,2	2,9	3,8
Razem	100,0	100,0	100,0

4.3. Baza noclegowa

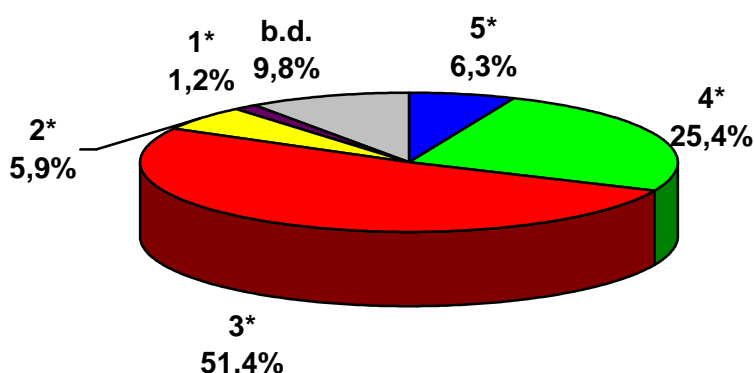
Pytanie o bazę noclegową było zadawane turystom, rezydentom krajowym oraz zagranicznym i dotyczyły wskazania rodzaju bazy (obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania bądź innych) oraz w przypadku hoteli liczby gwiazdek. Prócz rodzajów bazy ujętej w typologii GUS, turyści wskazywali mieszkania krewnych/znajomych, apartamenty, a niekiedy ośrodki sportu, domy pielgrzyma i zajazdy. Przy uwzględnieniu kraju pochodzenia turystów i miejsca badania w rozkładach odpowiedzi zauważalne jest zróżnicowanie, ma ono jednak charakter typowy, tzn. z pensjonatów korzystają częściej Polacy, z hoteli – cudzoziemcy; rezydenci zagraniczni częściej nocowali w mieszkaniach krewnych i znajomych, natomiast polscy – w kwaterach prywatnych i agroturystycznych; wśród rezydentów polskich większą popularnością cieszyły się sanatoria, a wśród zagranicznych – hotele (dane na rys. 4.1. oraz 4.2. i 4.3.).

Rys. 4.1. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie o miejsce noclegu podczas aktualnego wyjazdu – podział na kraj pochodzenia respondentów

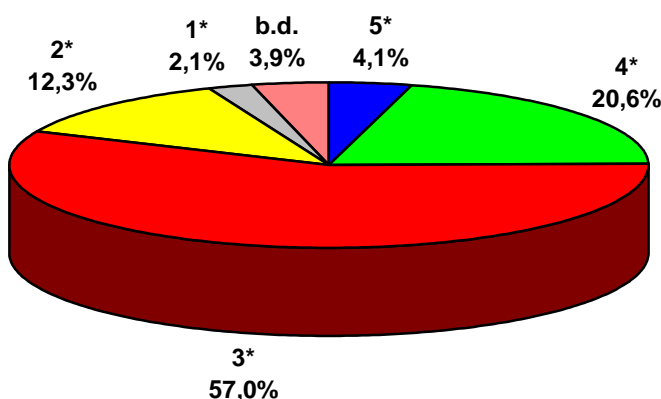


W obu segmentach (polskim i zagranicznym) badani najczęściej korzystali z hoteli 3* i była to kategoria dominująca (powyżej 50% wskazań). Rezydenci polscy w większym stopniu nocowali w obiektach niższych kategorii (1* i 2*) – łącznie 14,4%; zagraniczni – 7,1%, natomiast hotele wyższych kategorii cieszyły się większą popularnością wśród gości zagranicznych (obie kat. łącznie 31,7%) niż wśród krajowych (łącznie 34,7%). Obiekty 1* cieszyły się podobnie niskim zainteresowaniem w obu segmentach (na poziomie 1% wskazań rezydenci zagraniczni, 2% - krajowi).

Rys. 4.2. Struktura procentowa korzystania z hoteli według kategorii przez rezydentów zagranicznych



Rys. 4.3. Struktura procentowa korzystania z hoteli według kategorii przez rezydentów polskich

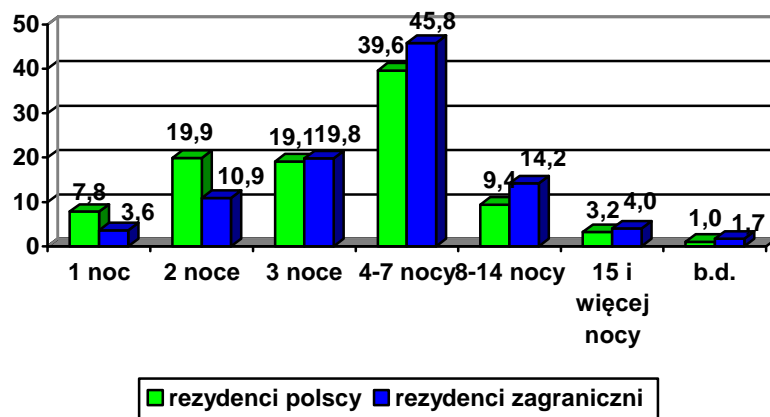


4.4. Długość pobytu

Deklaracje w tym zakresie obejmowały rezydentów polskich – turystów oraz tych rezydentów zagranicznych, którzy wskazywali na pobyt dłuższy niż 1 dzień. Z analizy rozkładu wyłączeni byli ci rezydenci zagraniczni, którzy nie nocowali na terenie Małopolski. Takich osób było 39, co stanowiło 3,1% próby w tym segmencie.

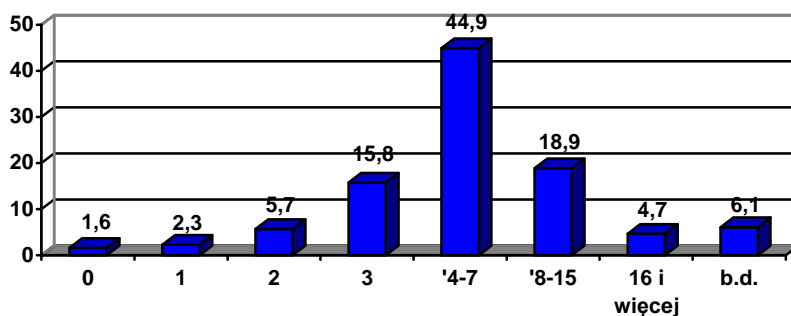
Przyjętą w badaniu miarą długości pobytu w obu tych grupach była liczba nocy spędzonych lub planowanych na terenie Małopolski. Rozkład odpowiedzi przedstawia rys. 4.4.

Rys. 4.4. Długość pobytu na terenie Małopolski, wśród turystów – rezydentów polskich i zagranicznych mierzony liczbą nocy; rozkład procentowy



Rezydenci zagraniczni byli też pytani o długość swojego pobytu w Polsce. Procentowy rozkład odpowiedzi na to pytanie na rys. 4.5.

Rys. 4.5. Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie skierowane do rezydentów zagranicznych o długość pobytu w Polsce (liczba nocy)



Wśród rezydentów zagranicznych – tych, którzy zadeklarowali nocowanie – średnia (na podstawie średniej ważonej) długość pobytu w Polsce wynosiła 6,81 nocy, natomiast w Małopolsce 6,11. Średnia długość pobytu w przypadku rezydentów polskich wynosiła 5,47 nocy, tym samym była nieznacznie krótsza niż wśród odwiedzających z zagranicy.

4.5. Cele podróży

Respondenci we wszystkich badanych segmentach mieli możliwość deklaracji kilku celów odbywanej w trakcie badania podróży. Stąd suma wskazań przekracza 100%. Dane w tab. 4.5.

Tab. 4.5. Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie o cele podróży w poszczególnych segmentach badanych; zrangowane wg odsetka wskazań wśród rezydentów polskich - turystów

Cel	% wskazań wśród		
	rezydentów polskich		rezydentów zagranicznych
	turystów	1-dniowych	
Wypoczynek	74,6	42,7	81,5
Zwiedzanie zabytków	41,2	32,0	51,7
Wędrówki piesze lub górskie	28,4	20,4	17,6
VFR ⁷	20,9	18,6	30,9
Rozrywka, pobyt w restauracjach	15,8	7,2	20,3
Narciarstwo zjazdowe	13,6	14,9	10,4
Cel zdrowotny	12,5	7,7	8,3
Sprawy służbowe/interesy	6,5	8,6	6,2
Cel religijny	6,0	9,2	4,4
Wędrówki rowerowe	5,0	3,6	2,1
Zakupy	4,9	8,0	11,9
Udział w imprezie kulturalnej	2,8	1,3	1,7
Udział w imprezie sportowej	2,3	2,8	2,2
Uprawianie innych sportów zimowych	0,5	0,5	0,4
Inne cele	4,9	4,5	2,9

Średnia liczba wskazań wśród 1-dniowych wynosiła 1,82, wśród turystów rezydentów polskich 2,40, a wśród rezydentów zagranicznych 2,54.

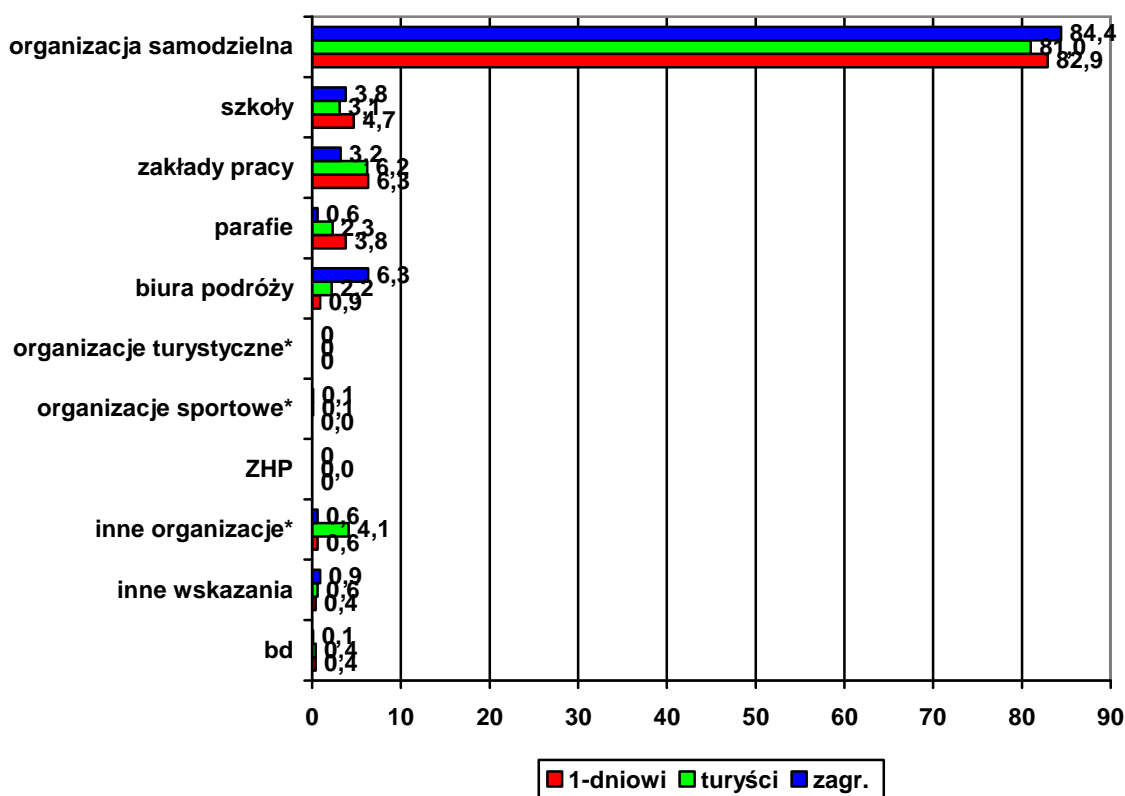
Świadczy to o nieco szerszym zakresie deklarowanych celów i traktowania wyjazdu bardziej wielowątkowo (wieloprzyczynowo) w grupie turystów niż w grupie odwiedzających 1-dniowych. Wynik ten potwierdza potoczne obserwacje związków motywacji i zachowań w trakcie wyjazdów. Rezydenci zagraniczni nastawieni byli w dominującej mierze na wypoczynek i zwiedzanie zabytków, i choć wśród rezydentów polskich także wskazywano najczęściej na te cele, to częstotliwość wskazań wśród zagranicznych była wyższa. Na podkreślenie zasługuje też wyższy niż w segmentach polskich odsetek podających za powód przyjazdu odwiedziny krewnych lub/i znajomych, a także cel rozrywkowy (pobyt w pubach, klubach, restauracjach itp.). Częściej też rezydenci zagraniczni wskazywali na zakupy, rzadziej zaś na wędrówki (piesze, górskie, rowerowe) i cel religijny. Generalnie, mimo zasadniczych zbieżności w rozkładach wskazań dla wyodrębnionych segmentów badanych, widać też wiele różnic tak między rezydentami polskimi i zagranicznymi, jak i w obu grupach rezydentów krajowych.

⁷ VFR – visit friends and/or relatives (odwiedziny przyjaciół i/lub rodziny)

4.6. Organizator wyjazdu

W przypadku rezydentów krajowych absolutnie dominuje wyjazd organizowanych samodzielnie (i jest to zbieżne z wieloletnimi wynikami badań nad aktywnością turystyczną Polaków prowadzonych przez IT). Podobnie kształtuje się to wśród rezydentów zagranicznych. Rozkłady odpowiedzi w badanych segmentach na rys. 4.6.

Rys. 4.6. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie o organizatora podczas aktualnego wyjazdu w badanych segmentach – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów



* Do tej kategorii zalicza się m.in. PTTK, PTT, kluby turystyczne itp., do organizacji sportowych zaliczono kluby i stowarzyszenia sportowe, a do innych organizacji wymieniane przez respondentów m.in. PFRON i NFZ.

4.7. Towarzystwo w podróży

Tab. 4.6. Odsetek wskazań na rodzaj towarzystwa w podróży w badanych segmentach – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów

Rodzaj towarzystwa	Rezydenci polscy		Rezydenci zagraniczni
	turyści	1-dniowi	
Podróż z rodziną*	50,3	46,5	51,2
Podróż z przyjaciółmi/znajomymi	36,9	40,3	43,4
Podróż bez rodziny i przyjaciół	20,7	20,3	16,3
Podróż z dziećmi	21,8	20,9	18,1
Wyjazd grupowy**	12,4	15,5	16,0
Wyjazd indywidualny	87,3	84,3	83,9

*Podane wielkości oznaczają, że pozostali respondenci dla wyodrębnionego typu podróży nie wskazywali na podróżowanie z rodziną bądź przyjaciółmi. Mogli jednak podróżować i z rodziną i z przyjaciółmi. Przez co suma wskazań dla obu tych typów podróży i podróży samotnie przekracza 100%.

**Podział na wyjazd grupowy i indywidualny jest inną płaszczyzną podziału niż określenie osób towarzyszących.

Tab. 4.7. Odsetek wskazań na liczbę towarzyszących członków rodziny w badanych segmentach – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów*

I. towarzyszących członków rodziny	Rezydenci polscy		Rezydenci zagraniczni N=647
	turyści N=1282	1-dniowi N=1047	
1 os.	42,7	41,1	52,9
2 os.	28,1	30,0	27,4
3 os.	20,9	20,7	13,0
4 i więcej os.	7,0	7,4	5,7
b.d.	1,3	0,8	1,0
Suma	100,0	100,0	100,0

*Uwzględniono tylko tych, którzy wskazywali, że podróżują z rodziną.

Tab. 4.8. Odsetek wskazań na liczbę towarzyszących przyjaciół/znajomych w badanych segmentach – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów*

I. towarzyszących przyjaciół/znajomych	Rezydenci polscy		Rezydenci zagraniczni N=549
	turyści N=941	1-dniowi N=908	
1 os.	26,8	20,7	20,8
2 os.	23,4	22,6	28,8
3-5 os.	32,1	30,6	34,6
6-10 os.	6,4	7,4	6,2
11-20 os.	3,5	6,9	4,2
21 i więcej	5,7	10,6	2,9
b.d.	2,1	1,2	2,5
Suma	100,0	100,0	100,0

*Uwzględniono tylko tych, którzy wskazywali, że podróżują z przyjaciółmi lub znajomymi.

Tab. 4.9. Odsetek wskazań na liczbę towarzyszących w podróży dzieci w badanych segmentach – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów

L. dzieci	Rezydenci polscy		Rezydenci zagraniczni N=229
	turyści N=557	1-dniowi N=472	
1 dziecko	61,8	62,7	68,6
2 dzieci	32,3	30,7	25,3
3 dzieci	3,8	3,4	4,8
4 i więcej dzieci	0,9	1,3	0,9
b.d.	1,2	1,9	0,4
Suma	100,0	100,0	100,0

*Uwzględniono tylko tych, którzy wskazywali, że podróżują z dziećmi.

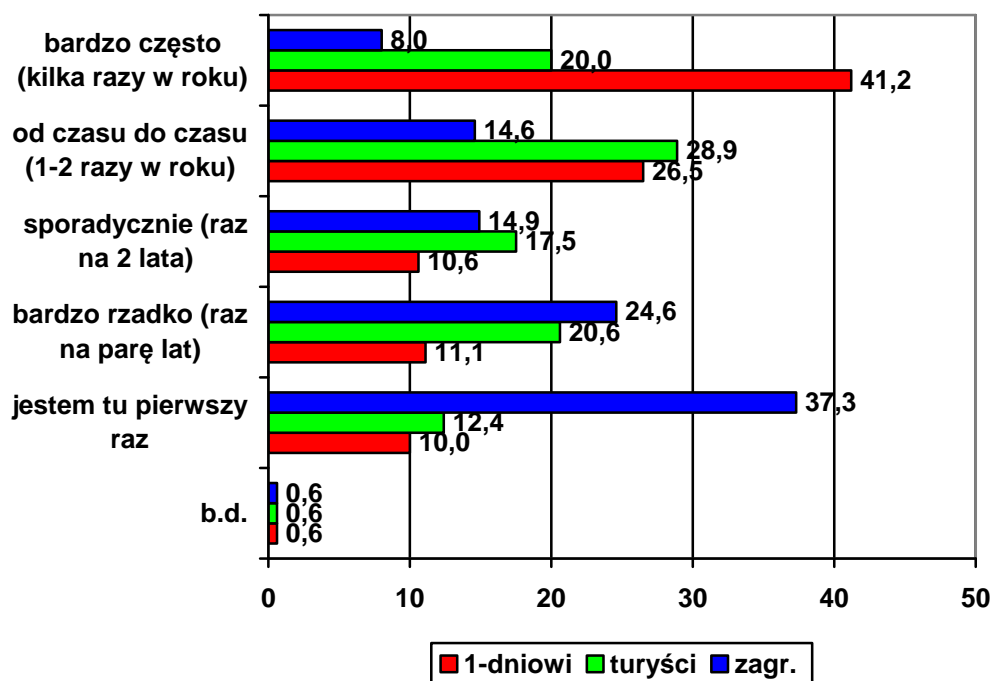
Tab. 4.10. Odsetek wskazań na liczebność grupy w przypadku podróży grupowej w badanych segmentach – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów*

Liczebność grupy	Rezydenci polscy		Rezydenci zagraniczni N=202
	turyści N=317	1-dniowi N=349	
Do 5 os.	4,1	10,9	12,4
6-10 os.	20,8	19,2	22,3
11-20 os.	14,8	17,8	20,8
21 i więcej os.	39,4	36,7	35,1
b.d.	20,9	15,4	9,4
Suma	100,0	100,0	100,0

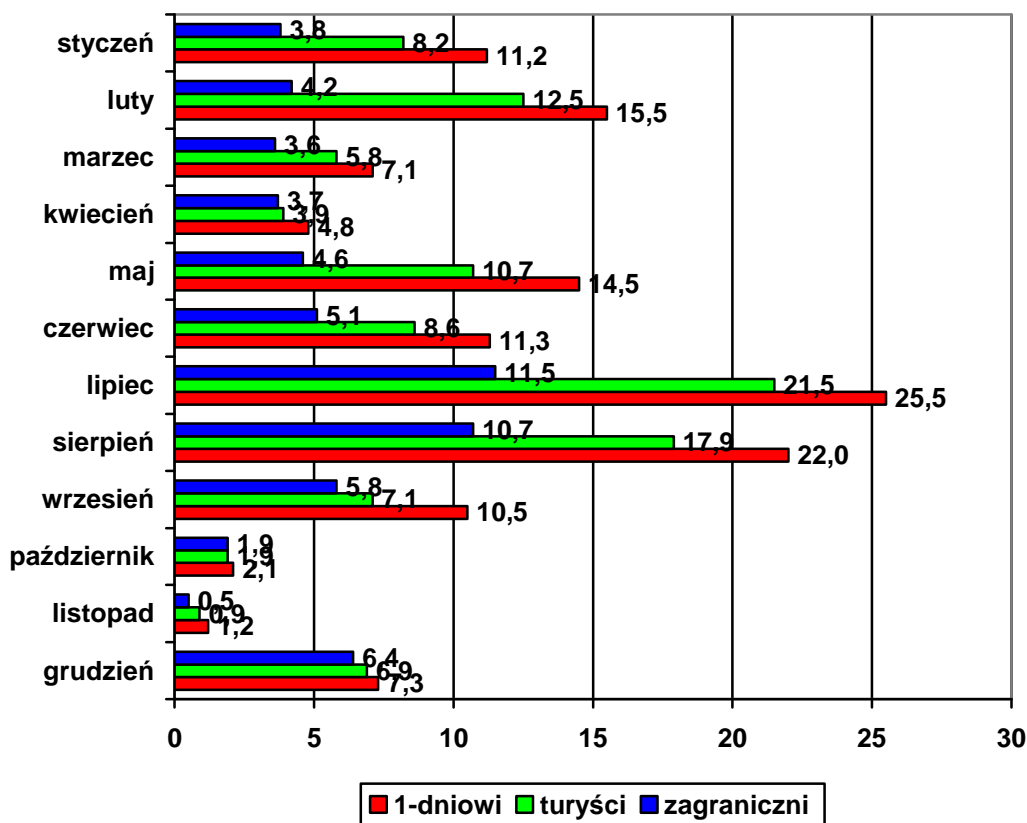
*Uwzględniono tylko tych, którzy wskazywali, że podróżują grupowo.

4.8. Częstotliwość i czas podróży do lub po Małopolsce

Rys. 4.7. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie o częstotliwość podróży badanych do lub po Małopolsce według wyodrębnionych segmentów – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów



Rys. 4.8. Miesiące wskazywane przez badanych jako czas, w którym na ogół odwiedzają Małopolskę lub po niej podróżują; procent wskazań na dany miesiąc w stosunku do liczby respondentów w badanym segmencie; badani mieli możliwość wyboru dwóch różnych miesięcy; nie sumuje się do 100% – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów



4.9. Miejscowości, miejsca i obiekty najbardziej atrakcyjne w Małopolsce

W odpowiedzi na to pytanie respondenci mogli wskazać 3 miejscowości, miejsca lub obiekty, które ich zdaniem są najbardziej atrakcyjne w Małopolsce. Byli też proszeni o uszeregowanie ich według rangi ważności. Analiza odpowiedzi pozwoliła na wyodrębnienie kilku grup wymienianych atrakcji. Są to:

- miasta i miejscowości,
- obiekty, miejsca związane z historią, dziedzictwem i kulturą,
- walory naturalne i miejsca związane z naturą,
- inne obiekty o charakterze walorów antropogenicznych (niekiedy wykorzystujące walory naturalne),
- inne miejsca lub obiekty.

Ogółem rezydenci polscy – turyści wymienili 287 miejsc, miejscowości lub obiektów uznawanych przez nich za najbardziej atrakcyjne w Małopolsce, odwiedzający 1-dniowi 276 takich miejsc, a rezydenci zagraniczni 138. W grupach rezydentów polskich żaden respondent nie stwierdził, że „nie ma atrakcyjnych miejsc

w Małopolsce”. Stosunkowo niski był odsetek braku odpowiedzi wśród rezydentów polskich; w przypadku turystów wynosił on 4,4%, a wśród odwiedzających 1-dniowych 3,2%. Świadczy to o chęci odpowiedzi na to pytanie i wyrażenia własnej opinii. Hierarchia ważności, jaką respondenci nadali swoim odpowiedziom, pozwoliła na przypisanie wartości punktowej w zależności od kolejności wskazań.

Miejscom lub obiektom wymienianym na I miejscu przyznawano 3 pkt., na II miejscu – 2 pkt., a na III miejscu 1 pkt. Dało to w efekcie możliwość uszeregowania wskazań nie tylko w zależności od ich częstotliwości, ale i hierarchii wskazywanej przez respondentów. Wyniki dla czołowej grupy w obu segmentach rezydentów polskich przedstawia tab. 4.11. Wybory rezydentów zagranicznych w tab. 4.12. W tabelach zaznaczono rodzaj atrakcji.

Legenda do tab. 4.11 i 4.12. (kolory czcionki odpowiadają kolorom pól w tabelach)

	miasta i miejscowości
	obiekty, miejsca związane z historią, dziedzictwem i kulturą
	walory naturalne i miejsca związane z naturą
	inne obiekty o charakterze walorów antropogenicznych (niekiedy wykorzystujące walory naturalne)
	inne miejsca lub obiekty

Tab. 4.11. Ranking miejscowości, miejsc i obiektów uznawanych za najbardziej atrakcyjne w Małopolsce przez rezydentów polskich; liczba punktów jest iloczynem liczby wskazań i wartości zależnej od przypisywanego przez badanych miejsca; I m – 3 pkt; II m. – 2 pkt, III m. – 1 pkt.; w tab. uwzględniono 30 o największej I. punktów; zrangowane wg liczby pkt. dla turystów

Lp.	Miejscowość/miejsce/obiekt	Liczba punktów rezydenci polscy	
		turyści	odwiedzający 1-dniowi*
1	Kraków	3 403	3 059 (1)
2	Zakopane	2 170	1 810 (2)
3	Wawel	1 202	838 (4)
4	Wieliczka – kopalnia soli	1 077	930 (3)
5	Oświęcim – muzeum Auschwitz	739	643 (5)
6	Kraków – Rynek Starego Miasta	701	575 (6)
7	Wadowice	465	550 (7)
8	Krynica	267	248 (8)
9	Tatry i Tatrzański Park Narodowy	250	225 (9)
10	Kraków – Kazimierz	222	90 (19)
10	Szczawnica	222	192 (11)
12	Kraków Kościół Mariacki	205	139 (14)
13	Ojcowski Park Narodowy	190	209 (10)
14	Kalwaria Zebrzydowska	168	159 (12)
15	Rabka	108	89 (20)
16	Kraków – Sukiennice	106	91 (18)
17	Kraków – sanktuarium w Łagiewnikach	101	119 (16)
18	Białka Tatrzańska	98	73 (24)
19	Tarnów	95	77 (21)
20	Bukowina Tatrzańska	90	114 (17)

Cd tab. 4.11.			
L.p.	Miejscowość/miejsce/obiekt	Liczba punktów rezydenci polscy	
		turyści	odwiedzający 1-dniowi*
21	Nowy Sącz	86	153 (13)
22	Pieniny i Pieniński Park Narodowy	78	50 (29)
23	Nowy Targ	77	75 (23)
24	Kasprowy Wierch	72	41 (34)
25	Niedzica – zamek	71	76 (22)
26	Gubałówka	68	62 (27)
27	Bochnia	66	66 (26)
28	Zakopane – Krupówki	57	48 (30)
29	Stary Sącz	54	122 (15)
30	Zawoja	47	67 (25)

*W przypadku odwiedzających 1-dniowych w nawiasach podano pozycję w rankingu dla tego segmentu.

Podkreślić trzeba dużą przewagę Krakowa nad wszystkimi innymi wskazaniami. Ankietowani turyści przyznali Krakowowi 46,5% możliwej maksymalnej liczby punktów, natomiast odwiedzający 1-dniowi 46,8%. Można oceniać, że miasto ma tę samą rangę atrakcyjności w obu badanych grupach rezydentów polskich. Możemy mówić też o stosunkowo znacznej koncentracji przydzielanych punktów dla 7 miejsc/miejscowości uznawanych za najbardziej atrakcyjne. W przypadku odpowiedzi turystów skupiły one 68,8% ogólnej liczby przyznanych punktów, wśród odwiedzających 1-dniowych 66,1%. Warto dodać, że czołowa siódemka była w obu krajowych segmentach taka sama, a różnica zajmowanych miejsc była różna tylko w 2 przypadkach: wśród turystów Wawel zajmował 3. miejsce, Wieliczka 4., a wśród odwiedzających 1-dniowych ta kolejność była odwrotna.

Rezydenci zagraniczni

Tab. 4.12. Ranking miejscowości, miejsc i obiektów uznawanych za najbardziej atrakcyjne w Małopolsce przez rezydentów zagranicznych; liczba punktów jest iloczynem liczby wskazań i wartości zależnej od przypisywanego przez badanych miejsca; I m – 3 pkt; II m. – 2 pkt, III m. – 1 pkt.; uwzględniono 30 o największej liczbie punktów

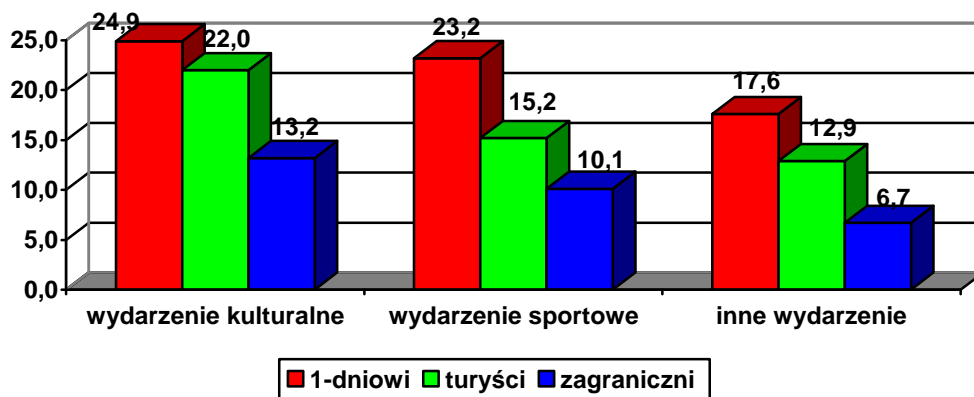
Lp.	Miejscowość/miejsce/obiekt	I. punktów
1	Kraków	1 762
2	Zakopane	998
3	Wawel	679
4	Wieliczka – kopalnia soli	474
5	Kraków – Rynek Starego Miasta	467
6	Oświęcim – muzeum Auschwitz	335
7	Kraków – Kazimierz	180
7	Wadowice	180
9	Kraków Kościół Mariacki	165
10	Szczawnica	75
11	Tatry i Tatrzański Park Narodowy	62
12	Kraków – Sukiennice	56
13	Nowy Targ	50
14	Zawoja	46
15	Tarnów	40
16	Krynica	33
17	Rabka Zdrój	32
18	Kalwaria Zebrzydowska	29
19	Bukowina Tatrzańska	23
20	Kraków – Collegium Maius	22
20	Kraków – katedra na Wawelu	22
20	Sucha Beskidzka	22
23	Niedzica – zamek	21
23	Nowa Huta	21
23	Nowy Sącz	21
26	Ojcowski Park Narodowy	19
27	Góry	18
28	Czorsztyn	16
29	Zabytki	14
30	Kasprowy Wierch	13

W przypadku rezydentów zagranicznych Kraków miał jeszcze większą przewagę nad innymi wskazaniami niż wśród rezydentów krajowych; zgromadził 51,2% możliwych do uzyskania punktów. Wśród gości z zagranicy większa też nieco była koncentracja wartości wskazań w czołowej grupie; pierwsze 6 pozycji skupiło 68,5% całej puli punktów. Podkreślić też trzeba stosunkowo wysokie miejsce w ocenie atrakcyjności dzielnicy Kazimierz; w tym segmencie badanych zajęła ona 7 miejsce razem z Wadowicami; wśród turystów rezydentów polskich było to 10., a wśród odwiedzających 1-dniowych 19. miejsce.

4.10. Uczestnictwo badanych w wydarzeniach kulturalnych, sportowych lub innych na terenie Małopolski

Badani byli proszeni o odpowiedź, „Czy podczas Pani/Pana obecnej lub przeszłych podróży uczestniczył(a) Pani/Pan w Małopolsce w jakimś wydarzeniu kulturalnym, sportowym lub innym?”. W przypadku pozytywnej odpowiedzi mieli wskazać konkretne wydarzenie.

Rys. 4.9. Deklarowany udział (w %) w wydarzeniach podczas aktualnej lub przeszłych podróży do Małopolski lub po Małopolsce wśród rezydentów polskich



W odniesieniu do częstotliwości wskazań w poszczególnych grupach warto podkreślić, że najczęściej uczestnictwo we wszystkich rodzajach wydarzeń deklarowali odwiedzający 1-dniowi – rezydenci polscy, najrzadziej zaś rezydenci zagraniczni.

Wśród badanych (we wszystkich trzech grupach) najczęściej deklarowany był udział w wydarzeniach kulturalnych. Rezydenci zagraniczni w każdym obszarze wydarzeń rzadziej wskazywali swoje uczestnictwo niż rezydenci polscy.

Wśród wydarzeń kulturalnych najczęściej wymieniane były cykliczne wydarzenia muzyczne, teatralne, filmowe i plastyczne, cykliczne wydarzenia kulturalne poświęcone społeczności lub obszarowi i plenerowe wydarzenia o charakterze festynów. Wyniki w tab. 4.13.

Tab. 4.13. Udział respondentów w wydarzeniach kulturalnych; odsetek tych, którzy deklarowali udział w takich imprezach; rezydenci polscy: N=562 turyści, N=561 1-dniowi; rezydenci zagraniczni N=167

Rodzaj wydarzenia	% wskazań wśród tych, którzy deklarowali udział; rezydenci			Przykłady*
	polscy		zagr.	
	turyści	1-dniowi		
Cykliczne wydarzenia muzyczne, teatralne, filmowe, plastyczne	32,2	18,4	16,2	Letnie tanie kinobranie w Piwnicy pod Baranami, „Średniowiecze da się lubić”, Wawel o zmierzchu, Festiwal piosenek, festiwal filmowy, festiwal Selector, koncerty w klubie Studio, Noc teatrów, Noc Muzeów, festiwal Kiepury, przegląd teatralny, festiwal Off-Camera, festiwal Etiuda & Anima, festiwal Life Coke Music, Przegląd kabaretowy PAKA, festiwal 3 Żywioty, Wiosna/Jesień Jazzowa w Zakopanem, Zakopiańskie Lato Teatralne
Cykliczne wydarzenia poświęcone społeczności lub obszarowi	20,1	31,9	28,1	Wielka Majówka Tatrzańska, Pienińskie Lato, Poronińskie Lato, Festiwal Kultury Żydowskiej, Festiwal Kultury Ziem Górskich, Jesień Babiogórska, Święto Dzieci Gór, Tydzień Kultury Beskidzkiej,
Plenerowe imprezy o charakterze festynów	13,9	18,7	14,4	Wianki, festyn ludowy,
Jednorazowe koncerty	3,0	4,1	0,6	Koncert A. Dymnej, Koncert Boney M, Koncert New Market Jazz Band, koncert J. Steczkowskiej, zespołu Kemo, Bajm, Dody,
Inne wydarzenia „powszechne” bez podania nazwy	13,9	15,2	13,2	Koncerty, koncerty w Filharmonii Krakowskiej, wystawy, festiwale, wyjście do teatru, spektakle teatralne
Inne wydarzenie jednostkowe	13,5	8,4	17,4	„Skarby korony hiszpańskiej” – wystawa malarstwa, wystawa malarstwa Kantora, spektakl w teatrze Bagateli, konkursy tańca
Inne wydarzenia i nieokreślone	0,2	0,2	0	
Brak odpowiedzi	3,2	3,1	10,1	
Razem	100,0	100,0	100,0	

* Przykłady wydarzeń wskazanych przez respondentów podczas obecnej lub wcześniejszych podróży do Małopolski

Wśród wydarzeń sportowych wyróżnia się uczestnictwo jako widz w imprezie o randze międzynarodowej. Na wynik ten wpływa przede wszystkim popularność zawodów o Puchar Świata w skokach narciarskich w Zakopanem, a w okresie letnim jest to także Tour de Pologne. Pozostałe wydarzenia mają dużo mniejszą częstotliwość występowania wśród badanych, choć w obrębie wydarzeń organizowanych przez władze lokalne na podkreślenie zasługuje popularność Wyścigów Kumoterek. Widowiskowość i niepowtarzalność (w skali kraju) tych imprez daje możliwość wykreowania nowego produktu regionalnego. (szczegóły w tab. 4.14).

Tab. 4.14. Udział respondentów w wydarzeniach sportowych; odsetek tych, którzy deklarowali udział w takich imprezach; rezydenci polscy: N=387 turyści, N=522 1-dniowi, N=128 (w tym 2/3 w I kwartale) zagraniczni

Rodzaj wydarzenia	% wskazań wśród tych, którzy deklarowali udział; rezydenci			Przykłady*
	polscy		zagr.	
	turyści	1-dniowi		
Uczestnictwo jako widz w imprezie o randze światowej/międzynarodowej	65,6	60,0	73,4	Puchar Świata w skokach – Zakopane; pożegnanie A. Małysza, Tour de Pologne,
Udział jako widz w meczu piłkarskim	10,1	13,2	10,2	Mecze Wisły, mecze Cracovii, mecz piłkarski
Imprezy organizowane przez władze lokalne	3,9	8,6	4,7	Wyścigi Kumoterek, Cracovia maraton, „Na Rynek marsz” w Krakowie, Krakowski Bieg Sylwestrowy, zawody narciarskie w gminie Pleśna, zawody narciarskie dla dzieci, Olimpiada Młodzieży Woj. Małopolskiego
Imprezy organizowane przez firmy lub media	1,0	0,6	0	Zjazd Red Bulla, Zima z Allegro
Otwarte festyny sportowe	1,6	1,3	0	Family Cup, Szkoła bezpiecznej jazdy
Inne wydarzenia ze świata sportów zimowych	9,6	7,5	4,7	Ogólnopolska Olimpiada Sportów Zimowych Małopolska 2011, mecz I ligii hokeja, mistrzostwa Polski w Ski-tour, mecz siatkówki Muszynianki
Inne wydarzenia sportowe	6,2	8,4	3,1	Maraton rowerowy, Mecz piłki ręcznej, mecz siatkówki, mecz tenisowy
Brak odpowiedzi	2,0	0,4	3,9	
Razem	100,0	100,0	100,0	

* Przykłady wydarzeń wskazanych przez respondentów podczas obecnej lub wcześniejszych podróży do Małopolski

Jeśli chodzi o **wydarzenia inne** turyści i odwiedzający 1-dniowi rezydenci polscy najczęściej wymieniali udział w wydarzeniach religijnych takich, jak spotkania z papieżem, udział w pielgrzymce, procesji bądź misterium oraz udział w zabawie sylwestrowej na Rynku w Krakowie, a także w Juwenaliach. Wśród stosunkowo niewielkiej grupy rezydentów zagranicznych wymienianych udział w innych wydarzeniach najczęściej wymieniano Juwenalia, jarmark w Nowym Targu, Sylwester na Rynku w Krakowie i uroczystości religijne. Wyniki w tab. 4.15.

Tab. 4.15. Udział respondentów w wydarzeniach innych niż kulturalne i sportowe; odsetek tych, którzy deklarowali udział w takich imprezach; rezydenci polscy: N=328 turyści, N=397 1-dniowi, N=85 zagraniczni

Rodzaj wydarzenia	Rezydenci polscy		Rezydenci zagraniczni
	turyści	1-dniowi	
Wydarzenia religijne	20,7	24,2	9,4
Sylwester i powitanie Nowego Roku na Rynku w Krakowie	20,4	22,2	25,9
Juwenalia	15,9	16,9	12,9
Wydarzenia oficjalne	9,8	8,1	11,8
Święta lokalne (np. Święto Kwitnącej Jabłoni)	1,5	3,8	0
Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy	1,8	2,3	3,4
Wydarzenia polityczne	0,6	0,5	3,5
Jarmark w Nowym Targu	3,0	2,5	16,5
Inne lub bez wskazania	26,3	19,5	16,6
Razem	100,0	100,0	100,0

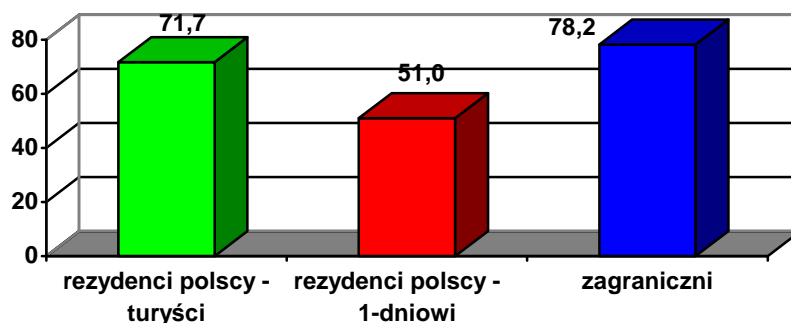
Do wydarzeń religijnych ankietowani zaliczali pielgrzymki, udział w spotkaniach z papieżem, „dróżki Kalwaryjskie”, udział w uroczystościach beatyfikacyjnych papieża Jana Pawła II (msze, koncerty itp.), spotkania religijne.

Przykłady wydarzeń oficjalnych to Jubileusz Kolejki Górskiej na Kasproy Wierch, Forum Ekonomiczne w Krynicy, Jubileusz Szczawnicy „200 lat tradycji”, Międzynarodowe Forum Górskie w Zakopanem, a wcześniej uroczystości z okazji 750-lecia lokacji Krakowa.

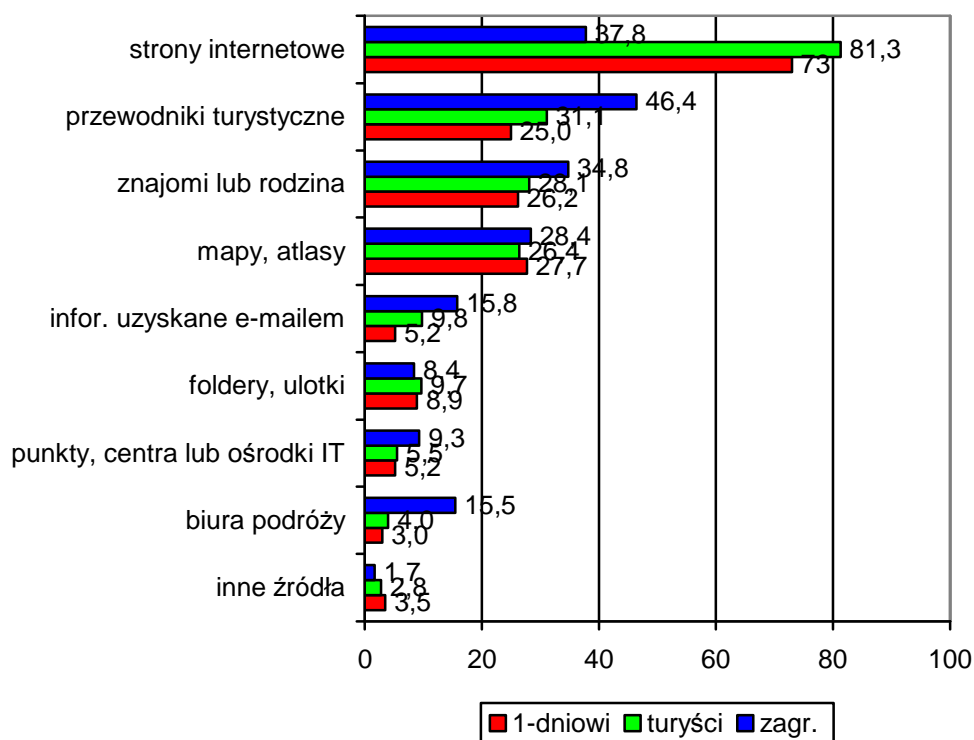
W kategorii „inne wydarzenia” respondenci wymieniali m.in. Święto Chleba w Krakowie, zlot starych samochodów, zlot motocyklistów, Festiwal Pierogów w Krakowie, Piknik Dziecięcy pod Kopcem, Małopolski Piknik Lotniczy, Konkurs Potraw Regionalnych, Festiwal Oscypka i Serów Wszelakich w Zakopanem, spływ Dunajcem, pokazy mody, wybory miss w Krakowie, wybory „Najśworniesyj górolecki” w Białym Dunajcu, targi książki i targi pracy w Krakowie.

4.11. Informacje zbierane przed podróżą

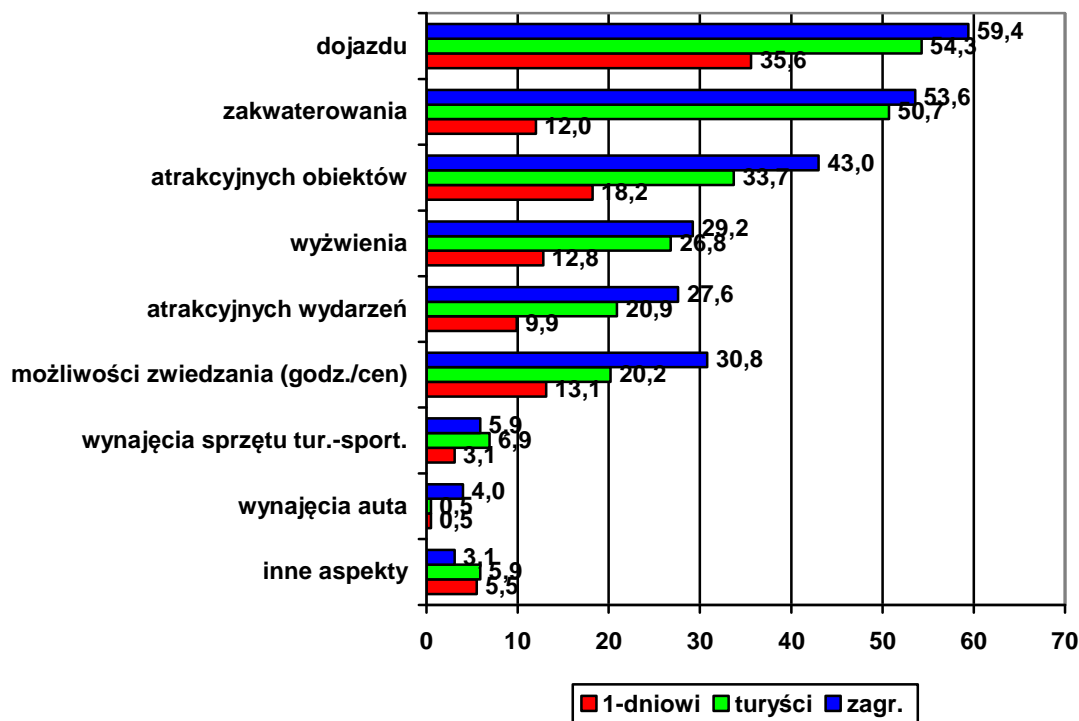
Rys. 4.10. Udział % respondentów deklarujących poszukiwanie informacji przed podróżą, podczas której byli ankietowani – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów



Rys. 4.11. Rozkład odpowiedzi na pytanie o źródła informacji, z jakich respondenci korzystali przed podróżą, podczas której byli ankietowani – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów; odsetek wśród tych, którzy wskazywali na poszukiwanie informacji; rezydenci polscy turyści N=1830, rezydenci polscy odwiedzający 1-dniowi N=1150, rezydenci zagraniczni N=989



Rys. 4.12. Rozkład odpowiedzi na pytanie o zakres informacji poszukiwanych przed podróżą, podczas której byli ankietowani – podział na typy wyjazdów i kraj pochodzenia respondentów; odsetek w stosunku do ogółu badanych w wyodrębnionych segmentach



4.12. Miejsca, miejscowości i obiekty odwiedzane

Respondenci proszeni byli o wskazanie miejscowości, miejsc lub obiektów odwiedzanych w trakcie podróży, podczas której byli ankietowani. Mieli dowolność wyboru i możliwość wskazania kilku takich miejsc. Można też było odpowiedzieć, że nie odwiedziło się, ani nie planuje odwiedzenia żadnego innego miejsca poza tym, gdzie było prowadzone badanie. Stosunkowo najwięcej – bo ponad połowa – takich osób było w grupie rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych 56,1%. W gronie rezydentów polskich – turystów brak odwiedzin innych miejsc deklarowało 32,4%, natomiast wśród rezydentów zagranicznych takich respondentów było 25,8%. Wskazuje to na spójność stopnia poznawczej aktywności z typem podróży i segmentem podróży. Rezydenci polscy – turyści na terenie Małopolski wskazali 298 miejscowości/miejsc bądź obiektów, które były w ich zamierzeniach, rezydenci polscy – odwiedzający 1-dniowi 260, a rezydenci zagraniczni 127. Sporadycznie, na poziomie 1-3%, podawano inne miejsca w Polsce poza Małopolską, a wśród rezydentów polskich także w kilkunastu przypadkach miejsca na Słowacji. Wskazywane miejsca, miejscowości i obiekty miały terytorialnie silny związek z miejscem badania, a także zauważyć można znaczne rozproszenie wskazań. Wyniki uzyskane dla najczęściej wskazywanych miejsc i obiektów w podziale na główne segmenty respondentów przedstawiają tabele 4.16-4.18.

Tab. 4.16. Liczba wskazań na miejscowości, miejsca i obiekty odwiedzane w trakcie aktualnej podróży przez respondentów – rezydentów krajowych odwiedzających 1-dniowych.

L p.	Miejscowość/miejsce/obiekt	I. wskazań	% w segmencie
1	Zakopane	171	7,6
2	Kraków	164	7,3
3	Wadowice	103	4,6
4	Kraków – Rynek Główny	67	3,0
5	Kraków – Wawel	65	2,9
6	Nowy Targ	47	2,1
7	Gubałówka	43	1,9
8	Zakopane – Krupówki	39	1,7
9	Oświęcim – Muzeum Auschwitz Birkenau	37	1,6
10	Szczawnica	35	1,6
11	Zakopane – Wielka Krokiew	33	1,5
12	Niedzica – zamek	31	1,4
13	Wieliczka – kopalnia soli	30	1,3
14	Kasprowy Wierch	24	1,1
15	Kraków – sanktuarium w Łagiewnikach	23	1,0
16	Morskie Oko	21	0,9
17	Krościenko n/Dunajcem	20	0,9
17	Wadowice – Dom Papieża	20	0,9
19	Kraków – Kościół Mariacki	19	0,8
19	Rabka Zdrój	19	0,8
21	Białka Tatrzańska	17	0,8
21	Bukowina Tatrzańska	17	0,8
21	Ojcowski Park Narodowy	17	0,8
21	Termy Bukowińskie	17	0,8
25	Kraków – Sukiennice	16	0,7
26	Galerie handlowe	15	0,6
26	Stary Sącz	15	0,6
28	Sucha Beskidzka	14	0,6
29	Dębno Podhalańskie – kościół	13	0,6
30	Trzy Korony	12	0,5
Wskazania w Polsce poza Małopolską		26	1,2

Tab. 4.17. Liczba wskazań na miejscowości, miejsca i obiekty odwiedzane w trakcie aktualnej podróży przez respondentów – rezydentów krajowych turystów

L.p.	Miejscowość/miejsce/obiekt	I. wskazań	% w segmencie
1	Kraków	498	19,5
2	Zakopane	398	15,6
3	Wieliczka – kopalnia soli	142	5,6
4	Wadowice	127	5,0
5	Oświęcim – Muzeum Auschwitz -Birkenau	117	4,6
6	Szczawnica	97	3,8
7	Nowy Targ	92	3,6
8	Kraków – Wawel	91	3,6
9	Gubałówka	72	2,8
10	Muszyna	71	2,8
11	Bukowina Tatrzańska	70	2,7
12	Kraków – Rynek Główny	62	2,4
13	Nowy Sącz	57	2,2
14	Białka Tatrzańska	56	2,2
15	Stary Sącz	55	2,2
16	Ojcowski Park Narodowy	48	1,9
17	Kasprowy Wierch	47	1,8
18	Krynica Zdrój	41	1,6
19	Morskie Oko	40	1,6
20	Niedzica – zamek	38	1,5
21	Termy Bukowińskie	35	1,4
21	Zakopane – Wielka Krokiew	35	1,4
23	Kraków – sanktuarium w Łagiewnikach	33	1,3
24	Termy Podhalańskie w Bańskiej Niżnej	30	1,2
25	Przełom Dunajca	29	1,1
26	Rabka Zdrój	26	1,0
27	Kraków – Kościół Mariacki	24	0,9
28	Kraków – Kazimierz	23	0,9
29	Zakopane – Krupówki	22	0,9
29	Zawoja	22	0,9
Wskazania w Polsce poza Małopolską		35	1,4

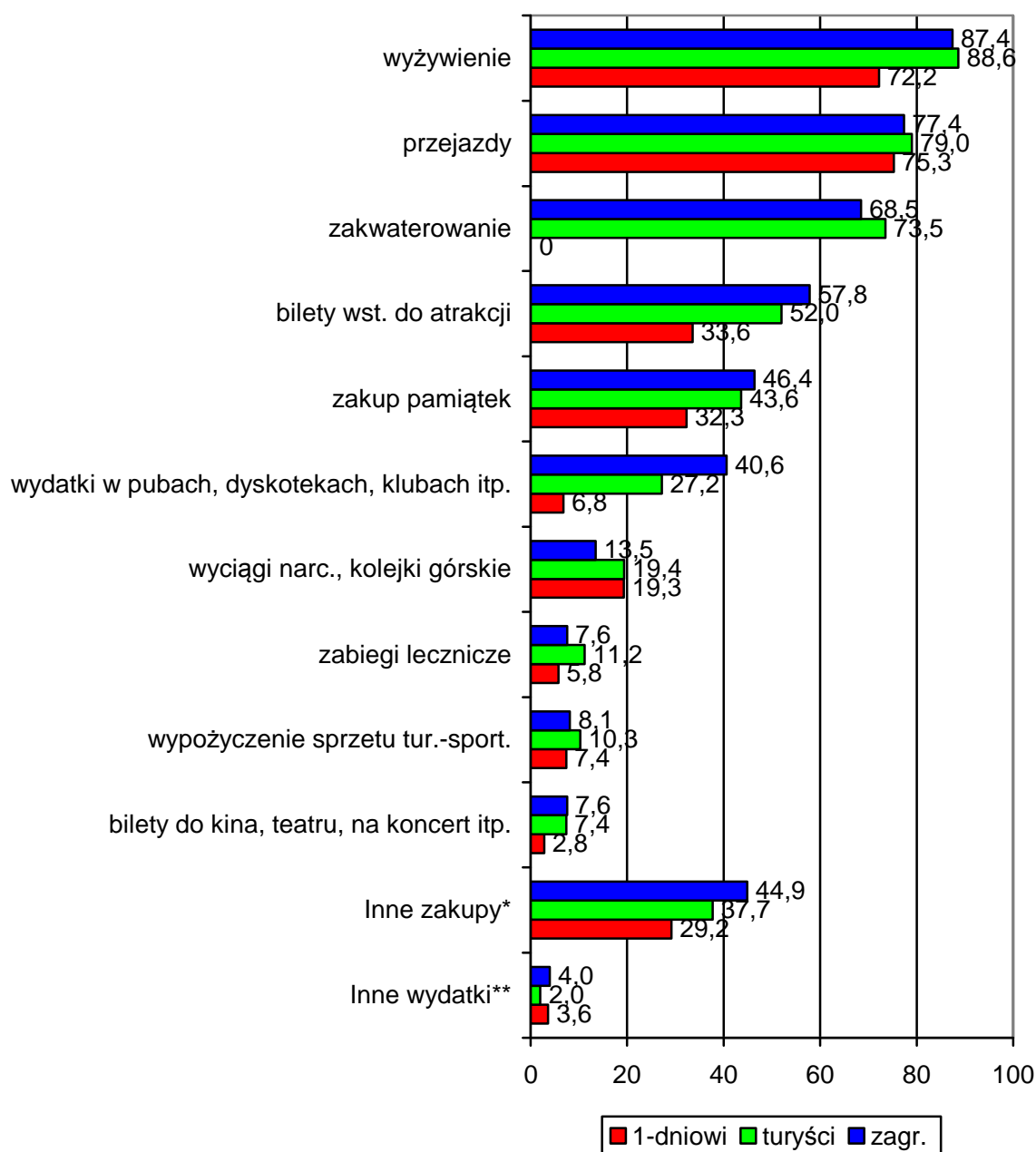
Tab. 4.18. Liczba wskazań na miejscowości, miejsca i obiekty odwiedzane w trakcie aktualnej podróży przez respondentów – rezydentów zagranicznych

L.p.	Miejsce/obiekt/miejscowość	I. wskazań	% w segmencie
1	Kraków	468	37,0
2	Zakopane	235	18,6
3	Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau	165	13,1
4	Wieliczka – kopalnia soli	134	10,6
5	Wadowice	83	6,6
6	Nowy Targ	46	3,6
7	Szczawnica	35	2,8
8	Kraków – Wawel	25	2,0
9	Kraków – Rynek Główny	23	1,8
10	Bukowina Tatrzańska	20	1,6
11	Białka Tatrzańska	18	1,4
12	Gubałówka	17	1,3
13	Niedzica – zamek	14	1,1
14	Zakopane – Krupówki	13	1,0
15	Kalwaria Zebrzydowska	10	0,8
15	Kraków – Kazimierz	10	0,8
15	Kraków – Kościół Mariacki	10	0,8
15	Ojcowski Park Narodowy	10	0,8
19	Tarnów	9	0,7
20	Zawoja	9	0,7
21	Kasprowy Wierch	8	0,6
21	Rabka Zdrój	8	0,6
21	Tatry/TPN	8	0,6
21	Zakopane – kolejka na Gubałówkę	8	0,6
21	Zakopane – Wielka Krokiew	8	0,6
26	Nowy Sącz	7	0,6
26	Sucha Beskidzka	7	0,6
28	Dębno Podhalańskie – kościół	6	0,5
28	Krościenko n/Dunajcem	6	0,5
28	Krynica Zdrój	6	0,5
Wskazania w Polsce poza Małopolską		42	3,3

4.13. Wydatki

Sekwencja pytań o wydatki dotyczyła wskazania usług i towarów, na które wydawano pieniądze, ogólnej kwoty na osobę jaką wydano, a także oceny, czy podaż jest na tyle atrakcyjna, że można by było wydać więcej, gdyby były większe finansowe możliwości respondentów. Szczegóły na rys. 4.13. i w tab. 4.19-4.20.

Rys. 4.13. Rodzaje usług i towarów, na które badani deklarowali wydatki w trakcie aktualnej podróży; odsetek wskazań w badanych segmentach; zrangowana wg wielkości dla rezydentów polskich - turystów



*Pod pojęciem inne zakupy mieściły się zakupy (głównie na własne potrzeby) ubrania, żywności, książek, map do użytkowania/konsumpcji poza czasem i miejscem podróży.

**Wśród niewielkiego odsetka osób, które wymieniały inne wydatki dominowały wydatki w restauracjach, zakup używek, wydatki na parkingi, mandaty, paliwo i autostrady.

Rezydenci polscy – odwiedzający 1-dniowi wskazywali średnio na 2,9 pozycje wydatków, turyści na 4,5, a rezydenci zagraniczni na 4,6. Wskazuje to na pewne podobieństwo zachowań konsumpcyjnych (konsumpcyjnej aktywności) pomiędzy turystami krajowymi i zagranicznymi, a większą różnicę pomiędzy turystami i odwiedzającymi 1-dniowymi z Polski.

Tab. 4.19. Deklarowany poziom wydatków na 1 osobę w trakcie aktualnej podróży wśród obu segmentów rezydentów polskich; udział %

Lp.	Przedział deklarowanych wydatków w PLN	Odsetek badanych w grupie	
		turystów	1-dniowych
1	do 50	0,8	14,3
2	51-100	3,6	26,0
3	101-200	10,3	24,4
5	201-300	11,6	13,5
6	301-500	22,5	10,6
7	501-750	14,2	3,9
8	751-1000	16,8	3,6
9	1001-1500	11,0	1,9
10	1501-2000	5,3	0,7
11	2001-3000	1,8	0,3
12	Powyżej 3000	0,8	0,3
Brak danych		1,3	0,5
Razem		100,0	100,0

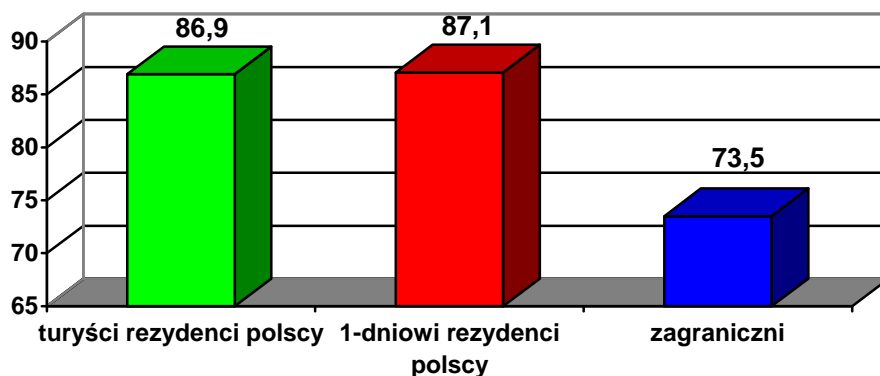
Średni poziom wydatków na 1 osobę w segmencie rezydentów krajowych odwiedzających 1-dniowych wyniósł 278,8 PLN, a wśród turystów 755,6 PLN. Przy średniej długości pobytu 5,47 nocy daje to 138,1 PLN na dobę. Można mówić o znacznie większej intensywności wydatków wśród odwiedzających 1-dniowych.

Tab. 4.20. Deklarowany poziom wydatków na 1 osobę w trakcie aktualnej podróży wśród rezydentów zagranicznych; udział %; wydatki w innych walutach przeliczone na PLN wg kursu średniego NBP w dniu badania

Lp.	Poziom wydatków w PLN/1 os.	Udział % w segmencie zagranicznym
1	Do 100	0,9
2	101-200	1,5
3	201-300	1,7
4	301-500	5,9
5	501-750	3,6
6	751-1000	14,4
7	1001-1500	15,6
8	1501-2000	14,1
9	2001-3000	21,2
10	Powyżej 3000	18,9
Brak danych		2,2
Razem		100,0

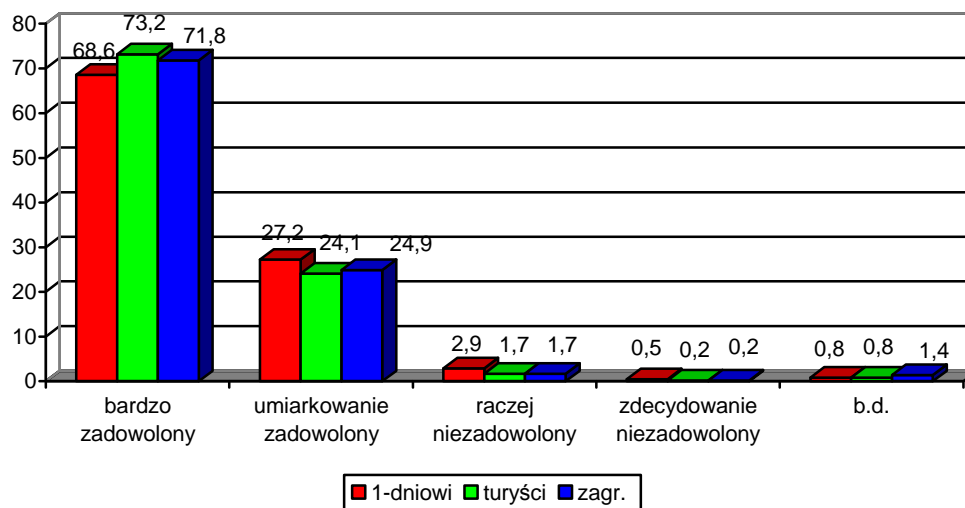
Średni poziom wydatków na 1 osobę w segmencie rezydentów zagranicznych wyniósł w przeliczeniu na złotówki po kursie średnim NBP w dniu badania 2140,5 PLN. Uwzględniając średnią długość rezydentów zagranicznych na terenie Małopolski 6,11 nocy daje to wydatki w wysokości 350,3 PLN na dobę.

Rys. 4.14. Odsetek tych, którzy stwierdzili, że gdyby dysponowali większą ilością pieniędzy mieliby je w Małopolsce na co wydać; rozkład według badanych segmentów



4.14. Ocena pobytu

Rys. 4.15. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie o stopień zadowolenia z pobytu/podróży w trakcie którego/której było prowadzone badanie



Wśród tych, którzy wyrażali niepełne zadowolenie z pobytu/podróży najczęściej – i to we wszystkich analizowanych segmentach – wskazywano na zły stan infrastruktury transportowej. Wśród rezydentów polskich – turystów najczęściej wskazywano też na złą pogodę, a w mniejszym stopniu na wysokie ceny i na zbyt duży tłok. Wśród odwiedzających 1-dniowych rezydentów polskich dla ponad 1/5 powodem braku pełnego zadowolenia były warunki dojazdu, w znacznie mniejszym stopniu zła pogoda i wysokie ceny. Rezydenci zagraniczni nawet w przypadkach braku pełnego zadowolenia znacznie rzadziej niż polscy wskazywali na konkretne mankamenty. Wskazania na inne przyczyny niż zła infrastruktura komunikacyjna nie przekraczały w tym segmencie 5% (szczegóły w tab. 4.21).

Przy analizie tego punktu ankiety i zawartości odpowiedzi nasuwa się jeszcze jedna uwaga. Pewna część rezydentów polskich zgłaszała uwagi krytyczne (wskazywała na mankamenty) deklarując „umiarkowane zadowolenie”. Wśród rezydentów zagranicznych były to przypadki znacznie rzadsze. Oznaczać to może bardziej powszechne nastawienie wśród rezydentów polskich na pełną satysfakcję przy podróżach do Małopolski bądź po tym regionie i dostrzeganie konkretnych przyczyn uniemożliwiających osiągnięcie tego stanu. Rezydenci zagraniczni ocenę „umiarkowanego zadowolenia” prawdopodobnie traktowali częściej dosłownie jako normalny poziom własnych emocji, bez euforycznego uniesienia „bardzo zadowolony”, który rezerwowany jest przez nich dla sytuacji spektakularnych. Innymi słowy przejawiali nieco większy dystans, ale i mniej malkontentstwa. Spostrzeżenia te nie są sprzeczne z innymi wynikami badań (a także potocznymi obserwacjami).

Tab. 4.21. Rozkład wskazań w % na przyczyny braku pełnego zadowolenia z pobytu/podróży*; respondenci mogli wskazać na więcej niż jedną przyczynę niezadowolenia; nie sumuje się do 100%; zrangowane wg częstotliwości wskazań wśród rezydentów polskich - turystów

Przyczyna niezadowolenia	Turyści rezydenci polscy N=664	1-dniowi rezydenci polscy N=690	Zagraniczni N=339
	%	%	%
Zły stan infrastruktury komunikacyjnej	14,5	22,2	9,1
Zła pogoda	11,0	8,6	4,4
Wysokie ceny	9,0	7,5	2,1
Zbyt dużo ludzi	7,1	5,4	3,5
Za mało czasu	4,2	2,8	0,9
Problemy osobiste	3,2	4,2	1,5
Zbyt mało atrakcji	2,6	3,2	0,9
Zły stan bazy noclegowej	2,3	0,6	0
Zły stan infrastruktury narciarskiej	0,9	3,2	0
Zły stan sanitarny	0,3	0,9	0,6
Zły stan bezpieczeństwa	0	0,4	0,3
Inne	12,2	13,0	7,1

*Dotyczy tych, którzy oceniali, że są umiarkowanie zadowoleni bądź raczej albo zdecydowanie niezadowoleni.

Dominująca większość respondentów we wszystkich badanych segmentach (ok. 70%) wskazywała na wysoki stopień zadowolenia z pobytu/podróży. Najczęściej ocena ta pojawiała się wśród rezydentów polskich – turystów (73%), stosunkowo najrzadziej wśród rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych (niecałe 69%).

Różnice można uznać za statystycznie mało znaczące. Najczęściej wskazywane powody wysokiego poziomu zadowolenia to historyczna i kulturowa atrakcyjność miejsc, w których przebywali badani, ich estetyka, walory krajobrazowe, ładna pogoda, cisza, spokój oraz dobre towarzystwo. Różnice w rozkładzie odpowiedzi pomiędzy trzema wyodrębnionymi segmentami są w niektórych przypadkach dość duże (np. ocena pogody, walor ciszy, relaksu, wolnego czasu lub gościnności mieszkańców); w innych przypadkach są nieznaczne (ocena walorów bądź estetyki). Rezydenci polscy znacznie częściej wymieniali czynnik wolnego czasu, relaksu i ładnej pogody niż rezydenci zagraniczni; ci ostatni z kolei częściej podkreślali gościnność mieszkańców i walor dobrych cen. Różnice te wydają się ważkie z marketingowego punktu widzenia (pozycjonowanie wizerunku/produktu w poszczególnych segmentach), a jednocześnie zrozumiałe w konfrontacji z rozkładami głównych celów podróży w wyodrębnionych grupach. Szczegółowy podział przedstawiony jest w tab. 4.22.

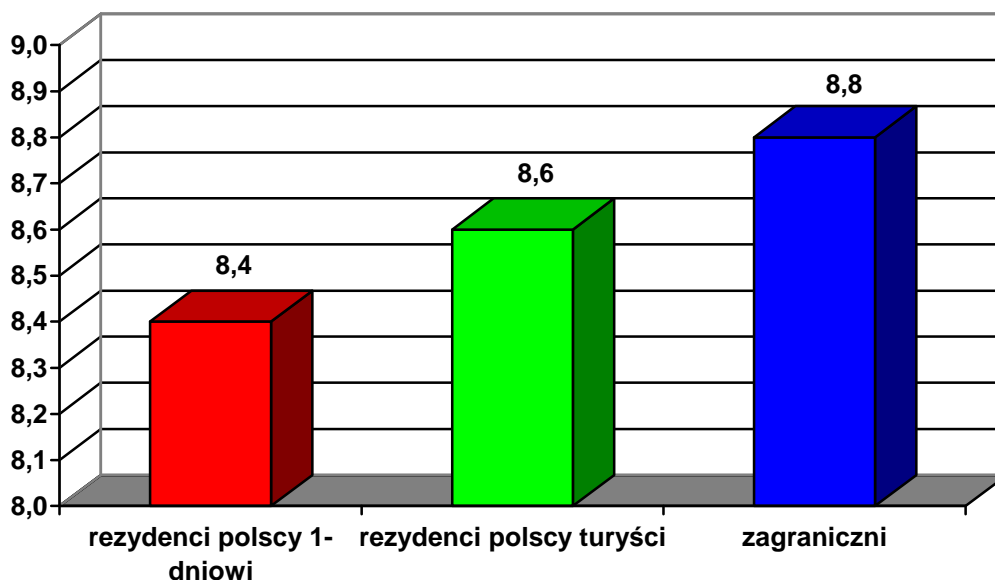
Tab. 4.22. Rozkład wskazań w % na przyczyny pełnego zadowolenia z pobytu/podróży*; respondenci mogli wskazać na więcej niż jedną przyczynę zadowolenia; nie sumuje się do 100%; zrangowane wg odsetka wskazań przez rezydentów polskich – turystów

Przyczyna zadowolenia	Turyści rezydenci polscy N=1867	1-dniowi rezydenci polscy N=1545	Zagraniczni N=907
	%	%	%
Miejsca ciekawe historycznie i kulturowo	17,7	16,5	16,5
Cisza, wolny czas, relaks	17,7	15,9	7,7
Ładna pogoda	17,4	23,6	10,7
Estetyka miejsca (ładne miasto, obiekt, krajobraz)	16,4	14,6	15,3
Towarzystwo w pobycie/podróży	15,1	16,6	16,6
Gościnność mieszkańców	9,3	7,6	13,9
Dobra infrastruktura narciarska i turystyczna	5,7	8,3	1,5
Magia miejsca/atmosfera	5,6	5,4	3,4
Możliwość rekreacji fizycznej	5,2	5,0	1,7
Klimat/świeże powietrze	4,7	2,5	1,0
Dobre zakwaterowanie	4,4	0,3	2,6
Dobre jedzenie, gastronomia	4,4	4,1	4,9
Dobra obsługa	4,2	3,2	2,5
Dobre ceny	1,0	1,0	5,5

* Dotyczy tych, którzy oceniali, że są bardzo zadowoleni.

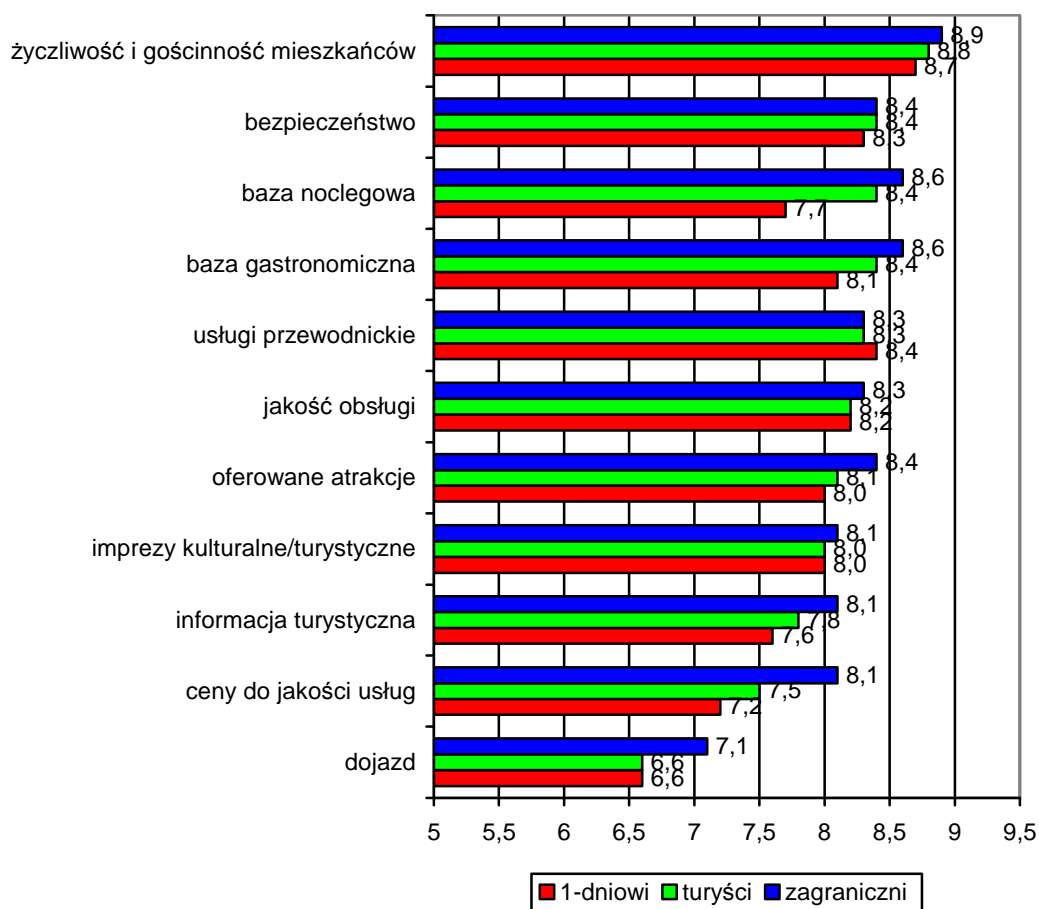
Respondentów proszono o ocenę atrakcyjności miejscowości, w której prowadzono badanie na skali od 1 do 10. Uzyskane średnie ważone dla poszczególnych grup badanych na rys. 4.16. Najwyższą wartość przyznali rezydenci zagraniczni (8,8), najniższą – rezydenci polscy – odwiedzający 1-dniowi (8,4).

Rys. 4.16. Ocena na skali 10-stopniowej miejscowości, w której było prowadzone badanie; średnia ważona dla badanych grup respondentów



W ramach pytań o ocenę pobytu proszono także o ocenę na skali 10-punktowej wybranych elementów podaży turystycznej (oferty turystycznej) miejscowości, w której pytano respondenta. We wszystkich głównych grupach badanych najwyższą wartość uzyskała życzliwość mieszkańców, najniższą zaś warunki dojazdu. Różnica wynosi ok. 2 pkt. i należy ją uznać za dużą. Potwierdza to oceny respondentów odnoszące się do czynników wpływających na stopień zadowolenia z pobytu. Ugruntowuje też opinię, że infrastruktura komunikacyjna jest najgorzej ocenianą i najsłabszą sferą oferty turystycznej regionu. Średnia ważona dla badanych obszarów podaży turystycznej przedstawiona jest na rys. 4.17. Tabela 4.23. zawiera rozkład ocen skrajnych.

Rys. 4.17. Ocena na skali 10-stopniowej wybranych elementów podaży turystycznej (oferty turystycznej) miejscowości, w której było prowadzone badanie; średnia ważona dla badanych grup respondentów; zrangowane wg wartości wyliczonej dla rezydentów polskich - turystów

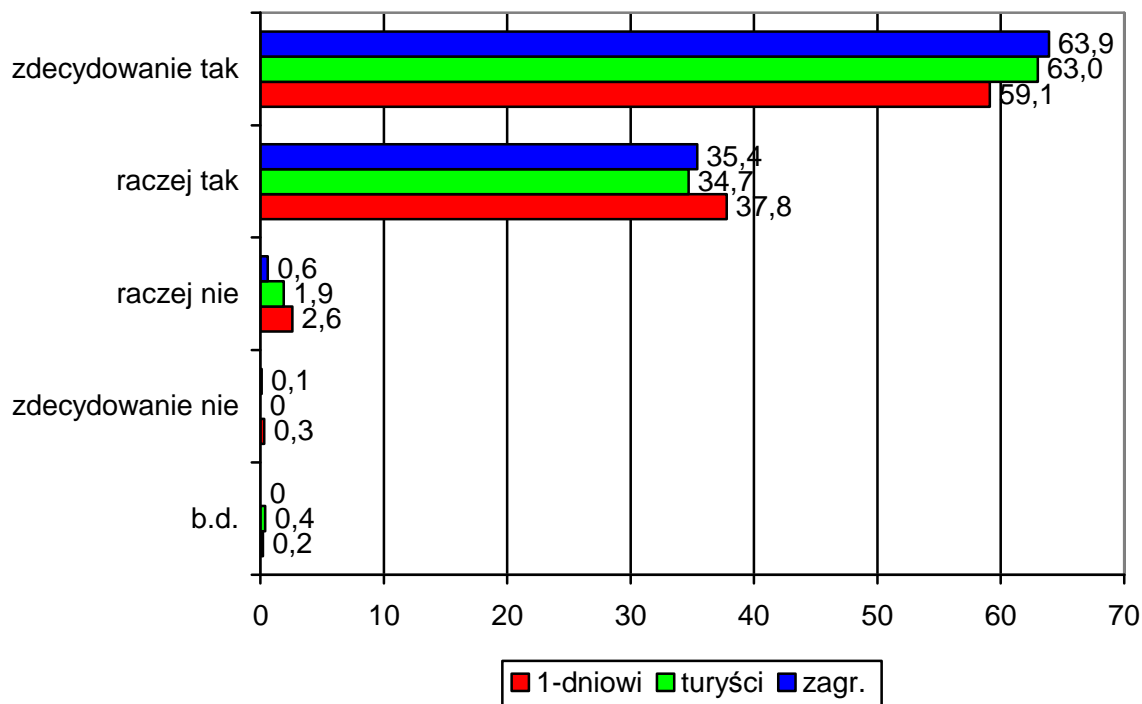


Tab. 4.23. Udziały ocen skrajnych (w %) na skali 10-stopniowej wybranych elementów podaży turystycznej (oferty turystycznej) miejscowości, w której było prowadzone badanie dla badanych grup respondentów

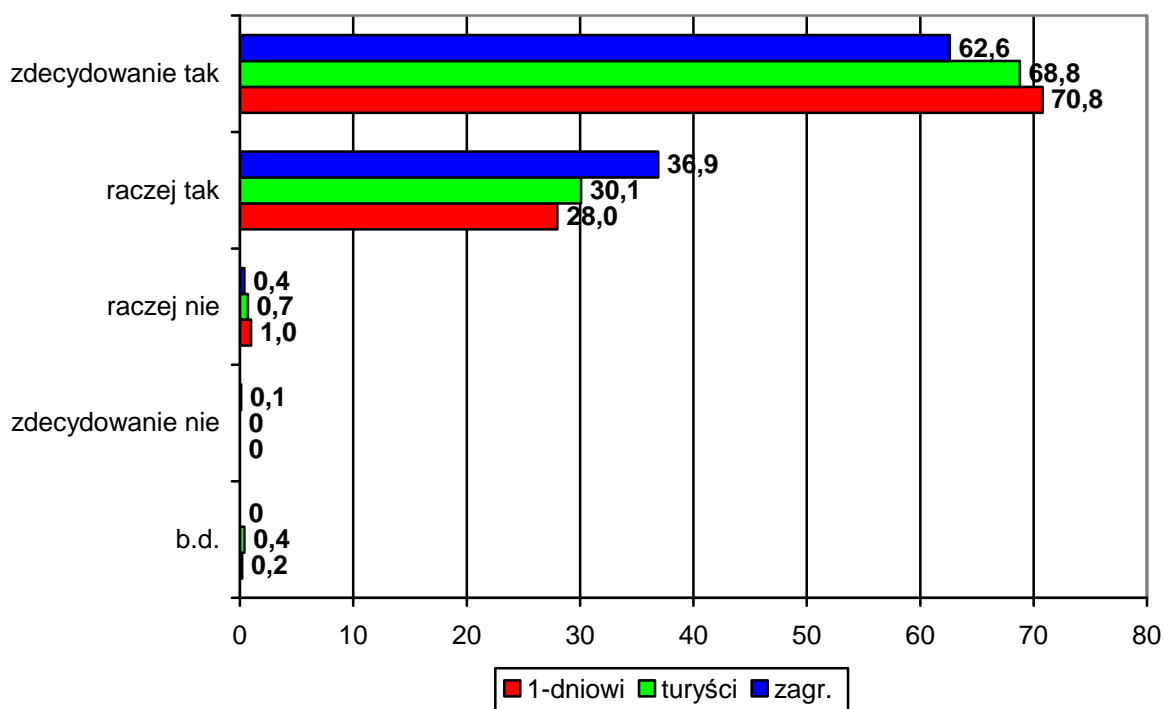
Element podaży	Rezydenci polscy				Rezydenci zagraniczni	
	Turyści ocena		1-dniowi ocena		ocena	
	1-2	9-10	1-2	9-10	1-2	9-10
Życzliwość gościnność mieszkańców	0,3	59,0	0,4	47,2	0,3	59,8
Baza noclegowa	0,2	40,8	0,5	10,3*	0,1	40,9
Baza gastronomiczna	0,2	43,6	0,6	33,2	0,2	49,3
Imprezy kulturalne i turystyczne	2,0	26,2*	1,1	20,2*	0,6	25,7*
Oferowane atrakcje	1,4	43,0	1,1	35,4	0,2	44,9
Bezpieczeństwo	0,4	40,8	0,4	34,7*	0,4	41,2
Jakość obsługi	0,6	43,6	0,7	36,0	0	38,8
Usługi przewodnickie	0,4	16,3*	0,3	14,7*	0,5	23,5*
Informacja turystyczna	0,9	24,6*	0,8	16,2*	0,8	29,0*
Ceny do jakości usług	0,9	24,4	1,1	17,6	0,3	40,2
Dojazd	6,4	17,5	5,3	17,0	2,6	22,9

*Gwiazdką zaznaczono te wielkości, które dotyczą obszarów podaży (oferty turystycznej) w znacznym lub bardzo znacznym stopniu nieznanymi respondentom.

Rys. 4.18. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie, czy respondent poleciłby swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do miejscowości, w której prowadzono badanie



Rys. 4.19. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie, czy respondent poleciłby swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do Małopolski

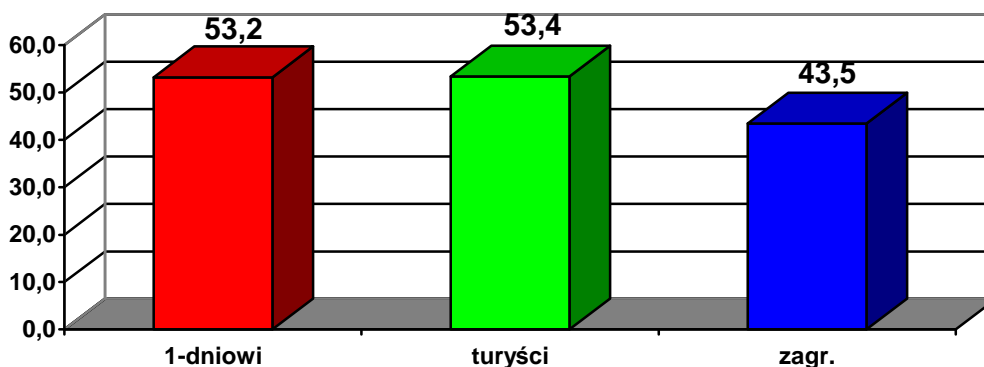


Podkreślenia wymagają zbliżone do **zera wartości** wskazań dla kategorii „zdecydowanie bym nie polecał” dla wszystkich trzech wyodrębnionych grup respondentów, tak do miejscowości, w której było robione badanie, jak i w odniesieniu do Małopolski. Tak w przypadku rekomendacji konkretnej miejscowości, jak i regionu wśród obu grup rezydentów polskich kategoria odpowiedzi „zdecydowanie tak” uzyskała ponad dwukrotnie większą częstotliwość wskazań w stosunku do „raczej tak”. Wśród rezydentów zagranicznych dysproporcja była istotnie mniejsza. Dał się zauważyć znacznie wyższy odsetek wskazań przy zdecydowanie pozytywnej rekomendacji Małopolski w stosunku do rozkładu ocen konkretnej miejscowości (przeprowadzenia ankiety) wśród odwiedzających 1-dniowych rezydentów Polski – różnica 11 pkt. proc. Zapewne ma to związek ze strukturą miejsca stałego zamieszkania, udziałem w tym segmencie mieszkańców Małopolski i ich przekonaniu o walorach całego regionu.

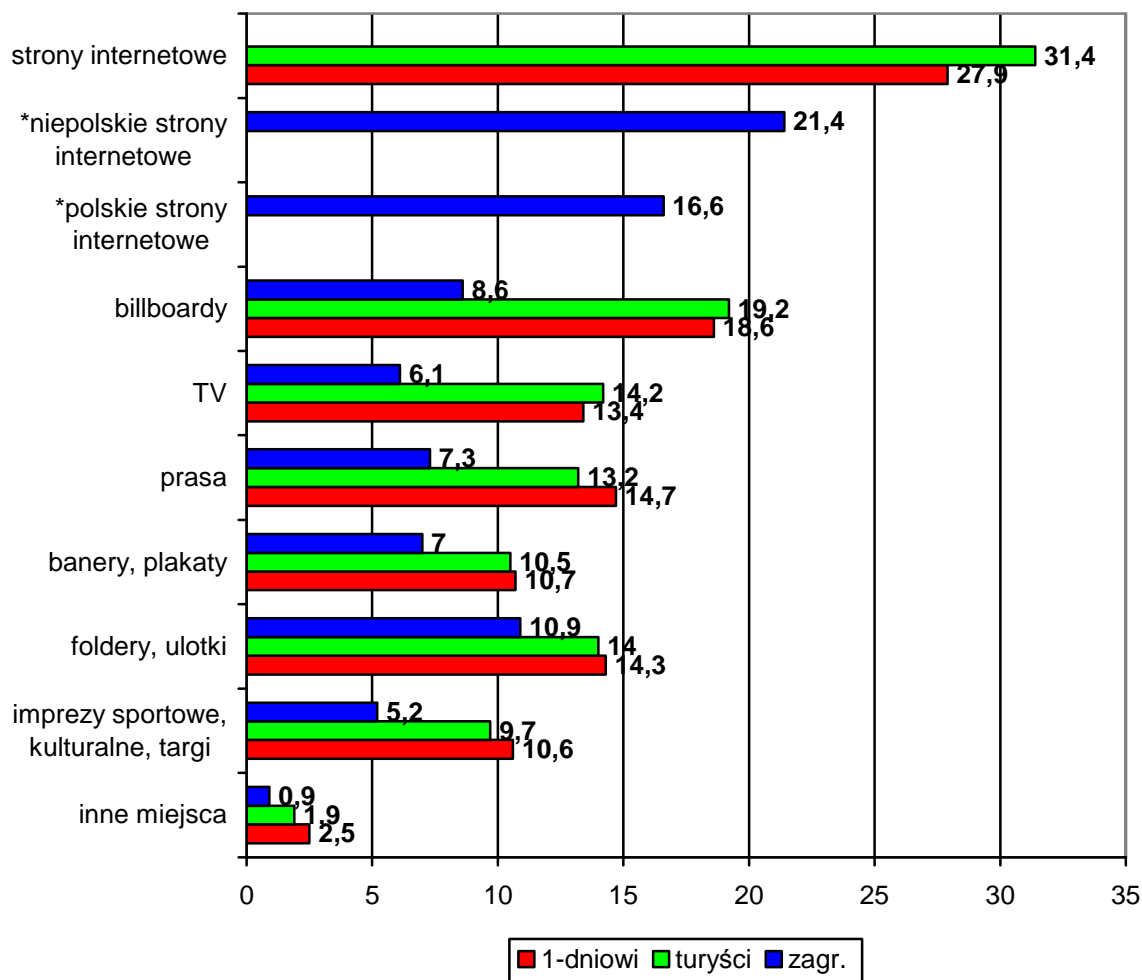
4.15. Reklama Małopolski

Pytanie dotyczące reklamy Małopolski składało się z dwóch części. Najpierw respondenci mieli stwierdzić, czy widzieli gdzieś reklamę regionu, a następnie w przypadku odpowiedzi twierdzącej sprecyzować gdzie, w jakiej formie, na jakim nośniku z taką reklamą się zetknęli. Różnice w stopniu percepcji pomiędzy rezydentami krajowymi i zagranicznymi wystąpiły przede wszystkim w odniesieniu do stron internetowych, reklamy w TV, na billboardach i w prasie. W pozostałych przypadkach były niezbyt duże. Natomiast różnice pomiędzy oboma segmentami rezydentów polskich można uznać za statystycznie nieistotne.

Rys. 4.20. Rozkład odpowiedzi na pytanie, czy respondent widział jakieś reklamy zachęcające turystów do przyjazdu do Małopolski, odsetek odpowiedzi twierdzących



Rys. 4.21. Miejsce/forma zetknięcia się przez respondentów z reklamą Małopolski (odsetek ogółu badanych w danym segmencie)



* Pytanie o polskie i niepolskie strony internetowe zawarte było tylko w ankiecie dla rezydentów zagranicznych. Rezydenci krajowi to źródło mieli zintegrowane do pojęcia „strony internetowe”.

5. PROFILE BADANYCH REZYDENTÓW ZAGRANICZNYCH WEDŁUG KRAJÓW STAŁEGO ZAMIESZKANIA

Niniejsza część raportu zawiera analizę cech rezydentów zagranicznych uczestniczących w badaniu. Ze względu na liczebność poszczególnych grup z krajów stałego zamieszkania wzięto pod uwagę 9 krajów o najliczniejszej reprezentacji. Są to (według liczebności grup):

1. Wielka Brytania
2. Niemcy
3. Włochy
4. Słowacja
5. Francja
6. Austria
7. Stany Zjednoczone
8. Irlandia
9. Rosja

Liczba respondentów z pozostałych krajów nie pozwalała na przeprowadzenie operacji statystycznych uwzględniających wewnętrzne podziały (strukturę odpowiedzi) na minimalnym choćby poziomie poprawności.

Analiza podzielona jest na 2 części. W pierwszej prezentowane są rozkłady występowania badanych cech dla reprezentantów wymienionych krajów. Uwzględnione zostały wszystkie ważniejsze warianty odpowiedzi (z pominięciem braku danych i niektórych kategorii o mniejszym lub nieistotnym znaczeniu). Ten zestaw danych pozwala na zorientowanie się w zakresie podstawowych cech podzbiorowości, jakie tworzą rezydenci poszczególnych krajów, ich rysach charakterystycznych, zachowaniach i ocenach.

W drugiej części dokonano analizy porównawczej szeregu cech pomiędzy wyróżnionymi krajami. Ten rodzaj analizy daje możliwość zorientowania się w zakresie podobieństw i różnic pomiędzy wyodrębnionymi segmentami rezydentów zagranicznych, ilustruje też wartości graniczne (skrajne) w poszczególnych rozkładach. Dane te pozwalają na określenie stopnia homogeniczności (jednorodności) lub heterogeniczności (różnorodności) rezydentów zagranicznych odwiedzających Małopolskę. Zaznaczyć trzeba, że choć w odniesieniu do kilku cech różnice nie są wielkie, to w szeregu przypadków są znaczące i świadczą o specyfice badanych rynków zagranicznych, warunkowanej odmiennymi zachowaniami, potrzebami i ocenami mieszkańców analizowanych krajów. Stwarza to przesłanki do podjęcia w przyszłości takich kroków marketingowych (w tym promocyjnych), które będą spójne z wykazanymi cechami i adekwatne do potrzeb potencjalnych turystów. Podstawowych źródeł zróżnicowania, o których wyżej, należy szukać nie tylko w przestrzeni geograficznej (kraje bliskie i dalekie), historycznej (o wielowiekowej tradycji podróżniczej/turystycznej lub bez takich tradycji i historycznych zaszczościach międzypaństwowych) i kulturowej, ale także w związkach respondentów zagranicznych z Polską („polskie korzenie”). Jak się wydaje w istotny sposób rzutuje to na uzyskane wyniki i powinno być brane pod uwagę w przyszłej analizie marketingowej.

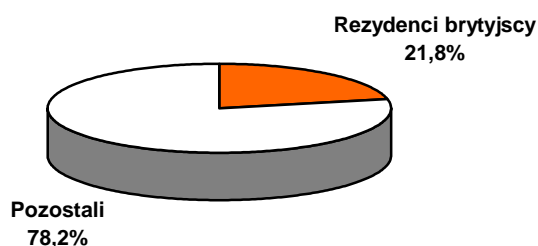
Kolejność w pierwszej części odpowiada liczebności próby w poszczególnych grupach według krajów stałego zamieszkania, a wewnątrz każdej grupy strukturze ankiety. W części porównawczej zasadniczo zachowano następstwo pytań w ankiecie. Metryczka w obu przypadkach jest wykazana na początku.

5.1. Kraj stałego zamieszkania: WIELKA BRYTANIA



Liczba respondentów: 275

Rys. 5.1. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.1.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	47,6 50,9
Wiek	15-19 lat 20-24 lata 25-29 lat 30-39 lat 40-49 lat 50-59 lat 60 i więcej lat	4,4 14,5 34,5 24,4 12,0 6,9 3,3
Stan cywilny	Panna/kawaler W związku Pozostałe warianty	46,5 48,0 5,5
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś Miasto do 20 tys. mieszkańców 21-50 tys. 51-100 tys. 101-200 tys. 201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	4,7 2,9 4,4 4,4 6,2 30,2 45,1
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej 9-15 lat 16-19 lat 20 lat i więcej	1,8 37,1 43,3 17,5
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza Średnia kadra kierownicza Robotnik wykwalifikowane/prac. usług Prac. administracyjno-biurowy Uczeń/student Emeryt pozostałe	8,0 11,3 28,0 18,2 19,6 2,9 12,0

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	16,4
	2-osobowe	26,9
	3-osobowe	30,2
	większe	26,5
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	68,0
	1 dziecko	25,5
	Inne warianty	6,5
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	9,1
	Nieco powyżej przeciętnych	37,1
	Podobnym, co przeciętne	46,5
	Nieco poniżej przeciętnych	6,2
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	0,4
Posiadanie polskich korzeni	Tak	24,0
	Nie	76,0
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	5,5
	Pociąg	0,7
	Autobus kursowy	2,5
	Autokar wycieczkowy	1,8
	Samolot	86,2
	Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej	Hotel
Pensjonat		10,0
Kwatera prywatna/agroturystyczna		15,1
Mieszkanie krewnych/znajomych		21,4
Hostel		12,2
Inne warianty		4,8
Długość pobytu		Bez noclegu
	1 noc	2,2
	2 noce	7,6
	3 noce	22,9
	4-7 nocy	53,5
	8 nocy i dłużej	12,2
	Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)
Cel podróży	Wypoczynek	82,2
	Zwiedzanie zabytków	59,3
	Narty i sporty zimowe	11,3
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	18,2
	VFR	27,3
	Rozrywka	32,4
	Cele zdrowotne	6,5
	Organizator wyjazdu	Samodzielnie
Biuro podróży		6,9
Inne warianty		9,1
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	41,1
	Znajomi/przyjaciele	53,8
	Samotnie	13,8
	Towarzystwo dzieci w podróży	12,4
Forma wyjazdu	Grupowy	18,2
	Indywidualny	81,5
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	1,8
	Od czasu do czasu	13,1
	Sporadycznie	13,5
	Bardzo rzadko	23,6
	Pierwszy raz	47,3
Typowy czas podróży wg miesięcy	Lipiec	10,5
	Sierpień	8,4
	Grudzień	6,9

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Kraków - Wawel 3. Zakopane 4. Kraków – Rynek Główny 5. Wieliczka – Kopalnia soli 6. Kraków – Kazimierz 7. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 8. Kraków – Kościół Mariacki 9. Wadowice 10. Szczawnica	324 241 197 123 107 68 64 41 36 16
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	14,2 9,1 6,9
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	88,7
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	43,0 18,0 4,9 46,3 13,1 9,8 15,6 40,6
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	65,1 70,5 45,5 30,2 41,8 8,4 32,7 6,5 2,9
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (powyżej 1% badanych w grupie rezydentów danego kraju)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Wieliczka – Kopalnia soli 4. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 5. Wadowice 6. Szczawnica 7. Kraków – Rynek Główny 7. Nowy Targ 9. Bukowina 10. Kraków – Kazimierz 10. Kraków – Wawel 10. Nowy Sącz 10. Ojcowski Park Narodowy Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	40,0 21,1 15,6 14,9 5,1 2,5 2,2 2,2 1,4 1,1 1,1 1,1 1,1 25,8
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	92,4 73,5 80,4 68,0 14,2 50,9 45,1 50,2 10,2 8,7 4,7
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN	0,7 0,7

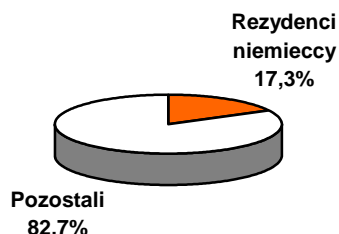
	201-500 PLN 501-750 PLN 750-1000 PLN 1001-1500 PLN 1501-2000 PLN 2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	2,2 1,5 15,6 20,4 15,6 26,9 13,1
Średnie wydatki w PLN		2000,2
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	78,2
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	76,4 21,1 1,1 0,4
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zła pogoda Stan infrastruktury komunikacyjnej	1,5 1,1
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda	17,1 14,2 13,5 10,9 7,3
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,8
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,7 8,8 8,3 8,9 7,2 8,4 8,4 8,0 8,3 8,5 8,0
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	74,2 25,5 0,4 0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	68,4 31,3 0,4 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	46,2
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	22,9 23,3 9,1 7,3 9,1 5,5 5,1 9,1

5.2. Kraj stałego zamieszkania: NIEMCY



Liczba respondentów: 219

Rys. 5.2. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.2.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	44,3 55,3
Wiek	15-19 lat 20-24 lata 25-29 lat 30-39 lat 40-49 lat 50-59 lat 60 i więcej lat	3,2 7,3 12,8 32,4 21,0 11,9 11,4
Stan cywilny	Panna/kawaler W związku Pozostałe warianty	24,7 65,3 9,1
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś Miasto do 20 tys. mieszkańców 21-50 tys. 51-100 tys. 101-200 tys. 201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	7,3 3,7 5,5 6,8 9,6 12,8 54,3
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej 9-15 lat 16-19 lat 20 lat i więcej	1,8 28,3 44,7 25,1
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza Średnia kadra kierownicza Robotnik wykwalifikowane/prac. usług Prac. administracyjno-biurowy Uczeń/student Emeryt pozostałe	8,7 22,8 21,5 14,2 10,5 10,0 12,4

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe 2-osobowe 3-osobowe większe	17,8 30,6 23,7 27,9
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci 1 dziecko Inne warianty	64,4 23,7 11,9
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych Nieco powyżej przeciętnych Podobnym, co przeciętne Nieco poniżej przeciętnych Zdecydowanie poniżej przeciętnych	12,3 43,4 35,6 5,0 2,2
Posiadanie polskich korzeni	Tak Nie	29,2 69,9
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto Pociąg Autobus kursowy Autokar wycieczkowy Samolot	63,0 10,0 3,7 7,8 14,2
Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej	Hotel Pensjonat Kwatera prywatna/agroturystyczna Mieszkanie krewnych/znajomych Hostel Inne warianty	40,5 13,5 9,8 24,2 2,3 9,7
Długość pobytu	Bez noclegu 1 noc 2 noce 3 noce 4-7 nocy 8 nocy i dłużej	1,8 1,8 13,7 17,4 47,0 16,9
Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)	5,4
Cel podróży	Wypoczynek Zwiedzanie zabytków Narty i sporty zimowe Wędrówki piesze/górskie/rowerowe VFR Rozrywka Cele zdrowotne	77,6 46,6 12,3 21,9 31,5 13,2 11,4
Organizator wyjazdu	Samodzielnie Biuro podróży Inne warianty	83,6 6,4 10,0
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina Znajomi/przyjaciele Samotnie Towarzystwo dzieci w podróży	59,4 37,9 16,0 22,8
Forma wyjazdu	Grupowy Indywidualny	16,4 83,1
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często Od czasu do czasu Sporadycznie Bardzo rzadko Pierwszy raz	9,1 18,7 15,1 29,7 26,9
Typowy czas podróży wg miesięcy	Czerwiec Lipiec Sierpień	5,9 9,6 12,3

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Wieliczka – Kopalnia soli 4. Kraków – Wawel 5. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 6. Kraków – Rynek Główny. 7. Kraków – Kościół Mariacki 8. Wadowice 9. Kraków – Sukiennice 10. Kraków – Kazimierz 10. Szczawnica	349 173 110 101 67 64 35 31 20 14 14
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	9,6 6,8 7,3
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	74,9
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	48,8 34,8 12,2 40,2 16,5 5,5 11,6 33,5
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	52,1 53,9 47,9 29,2 25,1 4,1 25,1 1,8 1,8
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (powyżej 1% badanych w grupie rezydentów danego kraju)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 4. Wieliczka – Kopalnia soli 5. Szczawnica 6. Wadowice 7. Nowy Targ 8. Kraków – Rynek Główny 8. Niedzica – zamek 10. Kraków – Wawel 10. Nowy Sącz 10. Zakopane – Wielka Krokiew 10. Kalwaria Zebrzydowska Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	38,4 19,2 15,1 8,2 5,5 5,0 4,6 1,8 1,8 1,4 1,4 1,4 1,4 26,0
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	84,0 67,1 75,8 53,4 15,5 33,3 45,7 37,0 8,2 4,1 8,2

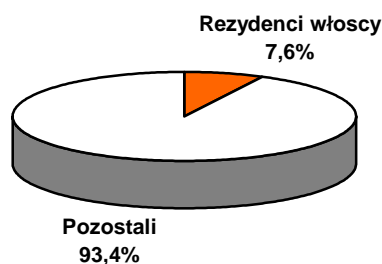
Poziom wydatków	Do 100 PLN	0,9
	101-200 PLN	1,8
	201-500 PLN	7,3
	501-750 PLN	4,1
	750-1000 PLN	11,0
	1001-1500 PLN	12,8
	1501-2000 PLN	14,5
	2001-3000 PLN	22,8
	Ponad 3000 PLN	22,4
Średnie wydatki w PLN		2234,5
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	70,8
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony	75,3
	Umiarkowanie zadowolony	19,6
	Raczej niezadowolony	2,7
	Bardzo niezadowolony	0,5
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zła pogoda	0,5
	Stan infrastruktury komunikacyjnej	2,7
	Wysokie ceny	1,4
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo)	7,8
	Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu	8,2
	Gościnność mieszkańców	7,3
	Towarzystwo w podróży	12,8
	Ładna pogoda	8,7
	Dobre jedzenie	5,0
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,5
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna	8,6
	Baza noclegowa	8,6
	Bezpieczeństwo	8,3
	Gościnność, życzliwość mieszkańców	8,9
	Warunki dojazdu	6,6
	Cena usług do ich jakości	7,8
	Jakość obsługi	8,1
	Poziom informacji turystycznej	7,7
	Usługi przewodnickie	8,0
	Oferowane atrakcje	8,2
	Imprezy kulturalne i turystyczne	8,0
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak	66,7
	Raczej tak	32,4
	Raczej nie	0,9
	Zdecydowanie nie	0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak	66,7
	Raczej tak	32,4
	Raczej nie	0,5
	Zdecydowanie nie	0,5
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	39,7
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe	17,4
	Polskie strony internetowe	16,0
	Prasa	4,1
	TV	6,4
	Billboardy	7,8
	Banery/plakaty	10,5
	Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp.	6,4
	Foldery, ulotki	11,0

5.3. Kraj stałego zamieszkania: WŁOCHY



Liczba respondentów: 96

Rys. 5.3. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.3.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	39,6 60,4
Wiek	15-19 lat	3,1
	20-24 lata	14,6
	25-29 lat	15,6
	30-39 lat	26,0
	40-49 lat	20,8
	50-59 lat	12,5
	60 i więcej lat	7,3
Stan cywilny	Panna/kawaler	34,4
	W związku	54,2
	Pozostałe warianty	10,4
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś	11,5
	Miasto do 20 tys. mieszkańców	5,2
	21-50 tys.	6,3
	51-100 tys.	4,2
	101-200 tys.	19,8
	201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	25,0 28,1
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej	2,1
	9-15 lat	36,5
	16-19 lat	46,9
	20 lat i więcej	12,5
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza	3,1
	Średnia kadra kierownicza	16,7
	Robotnik wykwalifikowane/prac. usług	18,8
	Prac. administracyjno-biurowy	12,5
	Uczeń/student	20,8
	Emeryt	14,6
	pozostałe	12,5

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	18,8
	2-osobowe	27,1
	3-osobowe	28,1
	większe	26,0
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	64,6
	1 dziecko	28,1
	Inne warianty	7,3
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	7,3
	Nieco powyżej przeciętnych	38,5
	Podobnym, co przeciętne	46,9
	Nieco poniżej przeciętnych	5,2
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	1,0
Posiadanie polskich korzeni	Tak	16,7
	Nie	83,3
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	28,1
	Pociąg	2,1
	Autobus kursowy	7,3
	Autokar wycieczkowy	11,5
	Samolot	50,0
	Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej	Hotel
	Pensjonat	13,5
	Kwatera prywatna/agroturystyczna	12,5
	Mieszkanie krewnych/znajomych	20,8
	Hostel	4,2
	Inne warianty	11,5
Długość pobytu	Bez noclegu	0
	1 noc	1,0
	2 noce	6,3
	3 noce	16,7
	4-7 nocy	59,4
	8 nocy i dłużej	15,6
Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)	5,8
Cel podróży	Wypoczynek	79,2
	Zwiedzanie zabytków	63,5
	Narty i sporty zimowe	2,1
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	11,5
	VFR	26,0
	Rozrywka	20,8
	Cele zdrowotne	8,3
	Organizator wyjazdu	Samodzielnie
	Biuro podróży	9,4
	Inne warianty	14,6
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	54,2
	Znajomi/przyjaciele	51,0
	Samotnie	12,5
	Towarzystwo dzieci w podróży	19,8
Forma wyjazdu	Grupowy	29,2
	Indywidualny	70,8
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	1,0
	Od czasu do czasu	12,5
	Sporadycznie	10,4
	Bardzo rzadko	29,2
	Pierwszy raz	45,8
Typowy czas podróży wg miesięcy	Lipiec	6,3
	Sierpień	5,2
	Wrzesień	8,3
	Grudzień	7,3

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Kraków - Wawel 4. Wadowice 5. Kraków – Kościół Mariacki 5. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 5. Wieliczka – Kopalnia soli 8. Kraków – Rynek Główny. 9. Kraków – Kazimierz 10. Kalwaria Zebrzydowska 10. Szczawnica	142 73 43 26 24 24 24 18 12 10 10
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	10,4 11,5 3,1
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	82,3
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	49,4 30,4 8,9 34,2 11,4 10,1 24,1 31,6
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	57,3 61,5 56,3 29,2 25,0 3,1 35,4 3,1 1,0
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Kraków 2. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 3. Zakopane 4. Wieliczka – Kopalnia soli 5. Wadowice 6. Bukowina Tatrzańska 6. Kalwaria Zebrzydowska 6. Kraków – Rynek Główny 6. Tarnów 10. Kraków – Kościół Mariacki Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	39,6 16,7 15,6 10,4 9,4 3,1 3,1 3,1 3,1 2,1 29,2
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	89,6 74,0 76,0 61,5 8,3 45,8 62,5 36,5 1,0 8,3 6,3
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN 201-500 PLN 501-750 PLN	0 0 1,0 3,1

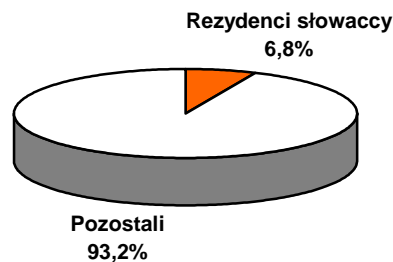
	750-1000 PLN 1001-1500 PLN 1501-2000 PLN 2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	17,7 19,8 10,4 25,0 21,9
Średnie wydatki w PLN		2 188,5
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	70,8
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	62,5 32,3 3,1 0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zła pogoda Stan infrastruktury komunikacyjnej Wysokie ceny Zbyt dużo ludzi/tłok	3,1 3,1 1,0 3,1
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda Dobre jedzenie	9,4 14,6 13,5 8,3 1,0 3,1
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,6
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,3 8,4 8,2 8,7 7,0 8,2 8,2 7,8 8,0 8,3 8,1
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	51,0 49,0 0 0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	52,1 47,9 0 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	35,4
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	21,9 14,6 8,3 6,3 1,0 2,1 3,1 7,3

5.4. Kraj stałego zamieszkania: SŁOWACJA



Liczba respondentów: 86

Rys. 5.4. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.4.

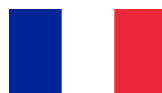
ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	40,7 58,1
Wiek	15-19 lat	2,3
	20-24 lata	15,1
	25-29 lat	17,4
	30-39 lat	41,9
	40-49 lat	17,4
	50-59 lat	3,5
	60 i więcej lat	2,3
Stan cywilny	Panna/kawaler	26,7
	W związku	70,9
	Pozostałe warianty	2,3
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś	29,1
	Miasto do 20 tys. mieszkańców	20,9
	21-50 tys.	19,8
	51-100 tys.	19,8
	101-200 tys.	1,1
	201-500 tys.	9,3
	Ponad 500 tys. mieszkańców	0
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej	2,3
	9-15 lat	43,0
	16-19 lat	46,5
	20 lat i więcej	5,8
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza	3,5
	Średnia kadra kierownicza	9,3
	Robotnik wykwalifikowane/prac. usług	30,2
	Prac. administracyjno-biurowy	14,0
	Uczeń/student	18,6
	Emeryt	3,5
	pozostałe	20,9

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	8,1
	2-osobowe	19,8
	3-osobowe	30,2
	większe	41,9
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	41,9
	1 dziecko	33,7
	Inne warianty	24,4
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	2,3
	Nieco powyżej przeciętnych	27,9
	Podobnym, co przeciętne	60,5
	Nieco poniżej przeciętnych	8,1
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	1,2
Posiadanie polskich korzeni	Tak	11,6
	Nie	88,4
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	84,9
	Pociąg	2,3
	Autobus kursowy	3,5
	Autokar wycieczkowy	3,5
	Samolot	1,2
	Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej (odsetek wśród tych, którzy nocowali)	Hotel
	Pensjonat	21,0
	Kwatera prywatna/agroturystyczna	21,0
	Mieszkanie krewnych/znajomych	25,8
	Hostel	3,2
	Inne warianty	16,1
Długość pobytu	Bez noclegu	27,9
	1 noc	19,8
	2 noce	22,1
	3 noce	19,8
	4-7 nocy	11,3
	8 nocy i dłużej	1,6
	Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)
Cel podróży	Wypoczynek	60,5
	Zwiedzanie zabytków	24,4
	Narty i sporty zimowe	7,0
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	24,4
	VFR	27,9
	Rozrywka	10,5
	Cele zdrowotne	2,3
	Organizator wyjazdu	Samodzielnie
Biuro podróży		0
Inne warianty		4,7
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	64,0
	Znajomi/przyjaciele	30,2
	Samotnie	14,0
	Towarzystwo dzieci w podróży	26,7
Forma wyjazdu	Grupowy	4,7
	Indywidualny	95,3
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	48,8
	Od czasu do czasu	18,6
	Sporadycznie	16,3
	Bardzo rzadko	8,1
	Pierwszy raz	8,1
Typowy czas podróży wg miesięcy	Czerwiec	14,0
	Lipiec	19,8
	Sierpień	22,1
	Wrzesień	19,8

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Nowy Targ 4. Wadowice 5. Wieliczka – Kopalnia soli 6. Szczawnica 7. Kraków – Rynek Główny. 8. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 9. Kraków – Wawel 9. Tatry/TPN	140 104 34 18 16 15 14 11 7 7
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	19,8 23,3 11,6
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	36,0
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	22,6 32,3 6,5 51,6 6,5 6,5 3,2 25,8
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	26,7 20,9 8,1 9,3 7,0 1,2 1,2 1,2 2,3
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Nowy Targ 2. Zakopane 3. Kraków 3. Wadowice 5. Zawoja 6. Sucha Beskidzka 6 Termy Bukowińskie 6. Zakopane - Krupówki 6. Zubrzyca Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	15,1 7,0 5,8 5,8 4,7 2,3 2,3 2,3 2,3 47,7
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	81,4 50,0 70,9 29,1 10,5 16,3 20,9 48,8 4,7 0 3,5
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN 201-500 PLN 501-750 PLN 750-1000 PLN 1001-1500 PLN	4,7 4,7 34,9 10,5 24,4 8,1

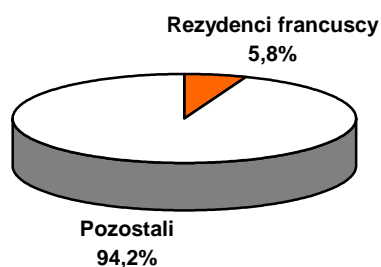
	1501-2000 PLN 2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	4,7 7,0 1,2
Średnie wydatki w PLN		825,6
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	81,4
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	61,6 37,2 0 0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zła pogoda Stan infrastruktury komunikacyjnej Wysokie ceny Zbyt dużo ludzi/tłok	1,2 7,0 0 3,5
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda Dobre jedzenie Dobre ceny	3,5 5,8 2,3 17,4 19,8 2,3 11,6
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,7
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,7 8,4 8,4 8,6 7,1 8,5 8,4 8,0 7,5 8,1 8,6
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	53,5 46,5 0 0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	50,0 48,8 1,2 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	41,9
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	15,1 14,0 7,0 2,3 18,6 12,8 1,2 5,8

5.5. Kraj stałego zamieszkania: FRANCJA



Liczba respondentów: 73

Rys. 5.5. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.5.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta	60,3
	Mężczyzna	39,7
Wiek	15-19 lat	1,4
	20-24 lata	19,2
	25-29 lat	15,1
	30-39 lat	24,7
	40-49 lat	19,2
	50-59 lat	12,3
	60 i więcej lat	8,2
Stan cywilny	Panna/kawaler	31,5
	W związku	57,3
	Pozostałe warianty	11,2
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś	11,0
	Miasto do 20 tys. mieszkańców	4,1
	21-50 tys.	4,1
	51-100 tys.	8,2
	101-200 tys.	20,5
	201-500 tys.	20,5
	Ponad 500 tys. mieszkańców	27,4
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej	2,7
	9-15 lat	23,3
	16-19 lat	43,8
	20 lat i więcej	27,4
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza	12,3
	Średnia kadra kierownicza	19,2
	Robotnik wykwalifikowane/prac. usług	6,8
	Prac. administracyjno-biurowy	13,7
	Uczeń/student	23,3
	Emeryt	6,8
	pozostałe	17,9

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	17,8
	2-osobowe	17,8
	3-osobowe	23,3
	większe	41,1
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	57,5
	1 dziecko	31,5
	Inne warianty	11,0
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	9,6
	Nieco powyżej przeciętnych	52,1
	Podobnym, co przeciętne	30,1
	Nieco poniżej przeciętnych	1,4
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	2,7
Posiadanie polskich korzeni	Tak	19,2
	Nie	79,5
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	26,0
	Pociąg	4,1
	Autobus kursowy	5,5
	Autokar wycieczkowy	4,1
	Samolot	58,9
	Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej (wśród tych, którzy nocowali)	Hotel
Pensjonat		16,7
Kwatera prywatna/agroturystyczna		5,6
Mieszkanie krewnych/znajomych		12,5
Hostel		2,8
Inne warianty		12,5
Długość pobytu	Bez noclegu	1,4
	1 noc	0
	2 noce	8,2
	3 noce	15,1
	4-7 nocy	55,6
	8 nocy i dłużej	2,7
Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)	5,5
Cel podróży	Wypoczynek	75,3
	Zwiedzanie zabytków	54,8
	Narty i sporty zimowe	2,7
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	23,3
	VFR	20,5
	Rozrywka	15,1
	Cele zdrowotne	8,2
	Organizator wyjazdu	Samodzielnie
Biuro podróży		13,7
Inne warianty		13,7
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	50,7
	Znajomi/przyjaciele	45,2
	Samotnie	15,1
	Towarzystwo dzieci w podróży	19,2
Forma wyjazdu	Grupowy	24,7
	Indywidualny	75,3
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	0
	Od czasu do czasu	5,5
	Sporadycznie	6,8
	Bardzo rzadko	32,9
	Pierwszy raz	53,4
Typowy czas podróży wg miesięcy	Lipiec	4,1
	Sierpień	6,8

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Wieliczka – Kopalnia soli 4. Kraków – Wawel 5. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 6. Kraków – Rynek Główny. 7. Kraków – Kościół Mariacki 8. Kraków – Kazimierz 9. Tarnów 10. Tatry/TPN	114 44 28 19 17 11 9 8 7 6
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	8,2 9,6 0
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	89,0
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	58,5 36,9 9,2 26,2 21,5 10,8 23,1 30,8
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	63,0 63,0 52,1 41,1 39,7 5,5 21,9 4,1 2,7
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 4. Wieliczka – Kopalnia soli 5. Bukowina Tatrzańska 5. Szczawnica 5. Wadowice 8. Kraków – Rynek Główny. 8. Kraków – Wawel 8. Kolejka na Kasprowy Wierch Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	32,9 15,1 13,7 11,0 4,1 4,1 4,1 2,7 2,7 2,7 26,0
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	79,5 80,8 75,3 67,1 11,0 39,7 53,4 30,1 2,7 9,6 5,5
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN 201-500 PLN 501-750 PLN 750-1000 PLN	1,4 2,7 4,1 1,4 5,5

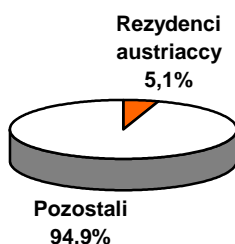
	1001-1500 PLN 1501-2000 PLN 2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	13,7 16,4 30,1 23,3
Średnie wydatki w PLN		2 540,6
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	71,2
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	67,1 28,8 2,7 0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zła pogoda Stan infrastruktury komunikacyjnej Zbyt dużo ludzi/tłok	5,5 1,4 1,4
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda Dobre jedzenie Dobre ceny	15,1 9,6 9,6 4,1 5,5 0 4,1
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,3
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,0 8,0 7,9 8,3 7,0 8,0 7,9 7,8 8,1 7,9 7,6
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	54,8 43,8 1,4 0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	49,3 49,3 1,4 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	50,7
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	26,0 12,3 9,6 5,5 6,8 8,2 9,6 17,8

5.6. Kraj stałego zamieszkania: AUSTRIA



Liczba respondentów: 65

Rys. 5.6..Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.6.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	52,3 47,7
Wiek	15-19 lat 20-24 lata 25-29 lat 30-39 lat 40-49 lat 50-59 lat 60 i więcej lat	3,1 10,8 12,3 30,8 21,5 9,2 12,3
Stan cywilny	Panna/kawaler W związku Pozostałe warianty	26,2 60,0 10,8
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś Miasto do 20 tys. mieszkańców 21-50 tys. 51-100 tys. 101-200 tys. 201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	9,2 4,6 12,3 3,1 16,9 12,3 41,5
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej 9-15 lat 16-19 lat 20 lat i więcej	0 44,6 41,5 12,3
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza Średnia kadra kierownicza Robotnik wykwalifikowane/prac. usług Prac. administracyjno-biurowy Uczeń/student Emeryt pozostałe	10,8 18,5 23,1 15,4 10,8 9,2 12,2

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	24,6
	2-osobowe	23,1
	3-osobowe	27,7
	większe	24,6
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	61,5
	1 dziecko	29,2
	Inne warianty	9,3
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	18,5
	Nieco powyżej przeciętnych	40,0
	Podobnym, co przeciętne	38,5
	Nieco poniżej przeciętnych	1,5
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	1,5
Posiadanie polskich korzeni	Tak	24,6
	Nie	75,4
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	72,3
	Pociąg	4,6
	Autobus kursowy	1,5
	Autokar wycieczkowy	10,8
	Samolot	10,8
Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej (wśród tych, którzy nocowali)	Hotel	23,4
	Pensjonat	20,3
	Kwatera prywatna/agroturystyczna	18,8
	Mieszkanie krewnych/znajomych	26,6
	Hostel	3,1
	Inne warianty	7,8
Długość pobytu	Bez noclegu	1,5
	1 noc	0
	2 noce	12,3
	3 noce	26,2
	4-7 nocy	45,3
	8 nocy i dłużej	15,4
Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)	5,5
Cel podróży	Wypoczynek	83,1
	Zwiedzanie zabytków	27,7
	Narty i sporty zimowe	13,8
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	16,9
	VFR	29,2
	Rozrywka	15,4
	Cele zdrowotne	12,3
	Organizator wyjazdu	Samodzielnie
	Biuro podróży	7,7
	Inne warianty	4,6
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	55,4
	Znajomi/przyjaciele	32,3
	Samotnie	20,0
	Towarzystwo dzieci w podróży	26,2
Forma wyjazdu	Grupowy	18,5
	Indywidualny	81,5
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	10,8
	Od czasu do czasu	27,7
	Sporadycznie	21,5
	Bardzo rzadko	15,4
	Pierwszy raz	24,6
Typowy czas podróży wg miesięcy	Czerwiec	13,8
	Lipiec	21,5
	Sierpień	18,5

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Wieliczka – Kopalnia soli 4. Kraków – Wawel 5. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 6. Kraków – Kazimierz 6. Wadowice 8. Kraków – Kościół Mariacki 9. Kraków – Rynek Główny. 9. Kraków – Sukiennice	132 66 31 28 21 13 13 7 6 6
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	13,8 10,8 7,7
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	72,3
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	55,3 40,4 12,8 34,0 17,0 4,3 14,9 17,0
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	47,7 53,8 38,5 29,2 15,4 3,1 16,9 0 3,1
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Wadowice 4. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 4. Wieliczka – Kopalnia soli 6. Kasprowy Wierch 6. Kraków – Wawel 8. Białka Tatrzańska 8. Bukowina Tatrzańska 8. Gubałówka 8. Szaflary 12. Zakopane – Wielka Krokiew Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	32,3 18,5 9,2 7,7 7,7 6,2 6,2 4,6 4,6 4,6 4,6 3,1 27,7
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	84,6 72,3 69,2 49,2 20,0 26,2 30,8 40,0 7,7 4,6 9,2
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN 201-500 PLN	0 1,5 6,2

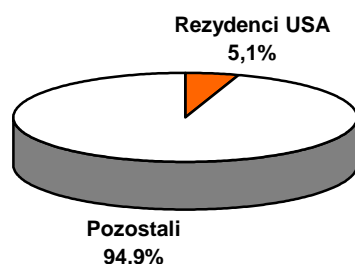
	501-750 PLN 750-1000 PLN 1001-1500 PLN 1501-2000 PLN 2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	4,6 12,3 12,3 20,0 23,1 20,0
Średnie wydatki w PLN		2 178,2
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	66,2
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	83,1 15,4 1,5 0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zła pogoda Stan infrastruktury komunikacyjnej Zbyt dużo ludzi/tłok	0 1,5 1,5
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda Dobre jedzenie Dobre ceny	13,8 9,2 15,4 7,7 9,2 6,2 4,6
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,9
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,7 9,0 8,5 9,0 6,7 8,5 8,7 8,5 8,5 8,5 8,5 8,4
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	55,4 44,6 0 0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	56,9 43,1 0 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	58,5
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	16,9 24,6 13,8 6,2 10,8 9,2 13,8 12,3

5.7. Kraj stałego zamieszkania: USA



Liczba respondentów: 64

Rys. 5.7. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.7.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	48,4 51,6
Wiek	15-19 lat 20-24 lata 25-29 lat 30-39 lat 40-49 lat 50-59 lat 60 i więcej lat	0 1,6 18,8 31,3 23,4 14,1 10,9
Stan cywilny	Panna/kawaler W związku Pozostałe warianty	25,0 51,6 23,4
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś Miasto do 20 tys. mieszkańców 21-50 tys. 51-100 tys. 101-200 tys. 201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	4,7 6,3 0 4,7 1,6 1,6 81,3
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej 9-15 lat 16-19 lat 20 lat i więcej	6,3 39,1 45,3 7,8
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza Średnia kadra kierownicza Robotnik wykwalifikowane/prac. usług Prac. administracyjno-biurowy Uczeń/student Emeryt pozostałe	14,1 15,6 32,8 9,4 9,4 7,8 10,9

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe 2-osobowe 3-osobowe większe	31,2 18,8 18,8 31,2
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci 1 dziecko Inne warianty	64,1 23,4 12,5
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych Niecو powyżej przeciętnych Podobnym, co przeciętne Niecو poniżej przeciętnych Zdecydowanie poniżej przeciętnych	17,2 35,9 40,6 4,7 0
Posiadanie polskich korzeni	Tak Nie	67,2 32,8
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto Pociąg Autobus kursowy Autokar wycieczkowy Samolot	1,6 3,1 1,6 1,6 89,1
Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej (wśród tych, którzy nocowali)	Hotel Pensjonat Kwatera prywatna/agroturystyczna Mieszkanie krewnych/znajomych Hostel Inne warianty	34,4 7,8 12,5 34,4 1,6 9,3
Długość pobytu	Bez noclegu 1 noc 2 noce 3 noce 4-7 nocy 8 nocy i dłużej	0 3,1 10,9 12,5 21,9 50,0
Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)	10,8
Cel podróży	Wypoczynek Zwiedzanie zabytków Narty i sporty zimowe Wędrówki piesze/górskie/rowerowe VFR Rozrywka Cele zdrowotne	81,3 26,6 15,6 14,1 54,7 9,4 15,6
Organizator wyjazdu	Samodzielnie Biuro podróży Inne warianty	90,6 4,7 4,7
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina Znajomi/przyjaciele Samotnie Towarzystwo dzieci w podróży	50,0 20,3 32,8 14,1
Forma wyjazdu	Grupowy Indywidualny	4,7 95,3
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często Od czasu do czasu Sporadycznie Bardzo rzadko Pierwszy raz	3,1 4,7 26,6 42,2 23,4
Typowy czas podróży wg miesięcy	Lipiec Grudzień	15,6 9,4

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Kraków – Rynek Główny. 4. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 5. Wieliczka – Kopalnia soli 6. Kraków – Wawel 6. Tatry/TPN 8. Ojcowski Park Narodowy 8. Szczawnica 8. Zawoja	113 71 18 14 12 7 7 5 5 5
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	17,2 12,5 9,4
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	76,6
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	34,7 22,4 8,2 40,8 14,3 6,1 34,7 30,6
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	45,3 62,5 23,4 21,9 18,8 10,9 17,2 14,1 4,7
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Białka Tatrzańska 3. Gubałówka 3. Zakopane – Krupówki 6. Kotelnica 6. Nowy Targ 6. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 6. Wadowice 10. Bukowina Tatrzańska 10. Kraków – Wawel 10. Rabka Zdrój 10. Szczawnica 10. Tarnów 10. Wieliczka – Kopalnia soli 10. Witów Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	32,8 29,7 7,8 7,8 7,8 6,3 6,3 6,3 6,3 3,1 3,1 3,1 3,1 3,1 3,1 3,1 23,4
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	89,1 60,9 75,0 51,6 20,3 37,5 57,8 53,1 12,5 6,3 17,2

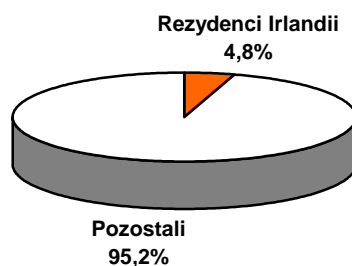
Poziom wydatków	Do 100 PLN	1,6
	101-200 PLN	1,6
	201-500 PLN	1,6
	501-750 PLN	0
	750-1000 PLN	4,7
	1001-1500 PLN	14,1
	1501-2000 PLN	9,4
	2001-3000 PLN	23,4
	Ponad 3000 PLN	39,1
Średnie wydatki w PLN		3 338,8
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	75,0
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony	70,3
	Umiarkowanie zadowolony	25,0
	Raczej niezadowolony	1,6
	Bardzo niezadowolony	0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Stan infrastruktury komunikacyjnej	4,7
	Zła pogoda	1,6
	Za mało czasu	1,6
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo)	9,4
	Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu	12,5
	Gościnność mieszkańców	12,5
	Towarzystwo w podróży	15,6
	Ładna pogoda	7,8
	Dobre jedzenie	3,1
	Dobre ceny	1,6
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,9
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna	9,0
	Baza noclegowa	8,9
	Bezpieczeństwo	8,6
	Gościnność, życzliwość mieszkańców	9,1
	Warunki dojazdu	6,9
	Cena usług do ich jakości	8,4
	Jakość obsługi	8,5
	Poziom informacji turystycznej	8,2
	Usługi przewodnickie	7,5
	Oferowane atrakcje	8,4
	Imprezy kulturalne i turystyczne	7,8
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak	56,3
	Raczej tak	42,2
	Raczej nie	1,6
	Zdecydowanie nie	0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak	60,9
	Raczej tak	39,1
	Raczej nie	0
	Zdecydowanie nie	0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	45,3
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe	25,0
	Polskie strony internetowe	20,3
	Prasa	7,8
	TV	7,8
	Billboardy	9,4
	Banery/plakaty	4,7
	Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp.	3,1
	Foldery, ulotki	10,9

5.8. Kraj stałego zamieszkania: IRLANDIA



Liczba respondentów: 61

Rys. 5.8. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.8.

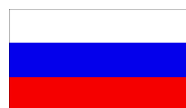
ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	41,0 55,7
Wiek	15-19 lat 20-24 lata 25-29 lat 30-39 lat 40-49 lat 50-59 lat 60 i więcej lat	1,6 13,1 27,9 37,7 11,5 4,9 3,3
Stan cywilny	Panna/kawaler W związku Pozostałe warianty	36,1 57,4 4,9
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś Miasto do 20 tys. mieszkańców 21-50 tys. 51-100 tys. 101-200 tys. 201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	8,2 19,7 4,9 9,8 18,0 1,6 37,7
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej 9-15 lat 16-19 lat 20 lat i więcej	0 57,4 34,4 6,6
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza Średnia kadra kierownicza Robotnik wykwalifikowane/prac. usług Prac. administracyjno-biurowy Uczeń/student Emeryt pozostałe	0 14,8 44,3 19,7 9,8 4,9 6,5

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	18,0
	2-osobowe	24,6
	3-osobowe	24,6
	większe	32,8
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	65,6
	1 dziecko	21,3
	Inne warianty	13,1
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	8,2
	Nieco powyżej przeciętnych	39,3
	Podobnym, co przeciętne	47,5
	Nieco poniżej przeciętnych	4,9
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	0
Posiadanie polskich korzeni	Tak	44,3
	Nie	55,7
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	1,6
	Pociąg	0
	Autobus kursowy	0
	Autokar wycieczkowy	0
	Samolot	91,8
	Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej (wśród tych, którzy nocowali)	Hotel
	Pensjonat	6,7
	Kwatera prywatna/agroturystyczna	18,3
	Mieszkanie krewnych/znajomych	45,0
	Hostel	5,0
	Inne warianty	1,7
Długość pobytu	Bez noclegu	1,6
	1 noc	0
	2 noce	9,8
	3 noce	21,3
	4-7 nocy	35,0
	8 nocy i dłużej	30,0
	Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)
Cel podróży	Wypoczynek	77,0
	Zwiedzanie zabytków	34,4
	Narty i sporty zimowe	14,8
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	11,5
	VFR	54,1
	Rozrywka	31,1
	Cele zdrowotne	6,6
	Organizator wyjazdu	Samodzielnie
	Biuro podróży	0
	Inne warianty	3,3
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	47,5
	Znajomi/przyjaciele	42,6
	Samotnie	18,0
	Towarzystwo dzieci w podróży	18,0
Forma wyjazdu	Grupowy	11,5
	Indywidualny	88,5
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	6,6
	Od czasu do czasu	31,1
	Sporadycznie	24,6
	Bardzo rzadko	18,0
	Pierwszy raz	19,7
Typowy czas podróży wg miesięcy	Lipiec	16,4
	Sierpień	16,4
	Grudzień	19,7

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Kraków – Wawel 4. Wieliczka – Kopalnia soli 5. Kraków – Rynek Główny. 6. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 7. Kraków – Kazimierz 8. Kraków – Kościół Mariacki 9. Wadowice 10. Morskie Oko	86 62 44 25 18 17 12 8 7 4
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	14,8 19,7 6,6
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	73,8
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	31,1 15,6 6,7 37,8 22,2 11,1 13,3 40,0
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	39,3 45,9 36,1 26,2 26,2 8,2 31,1 3,3 1,6
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 4. Wieliczka – Kopalnia soli 5. Nowy Targ 6. Kraków – Rynek Główny 6. Ojcowski Park Narodowy 6. Szczawnica 6. Termy Podhalańskie w Bukowinie Tatr. 6. Wadowice Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	42,6 31,1 14,8 11,5 6,6 3,3 3,3 3,3 3,3 3,3 19,7
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	86,9 54,1 77,0 63,9 14,8 49,2 44,3 39,3 11,5 4,9 8,2
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN 201-500 PLN 501-750 PLN 750-1000 PLN	0 0 4,9 3,3 16,4

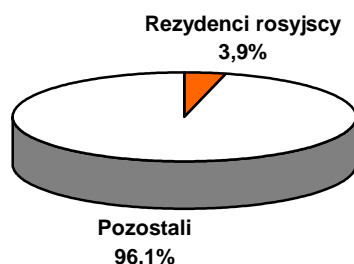
	1001-1500 PLN 1501-2000 PLN 2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	13,1 6,6 27,9 26,2
Średnie wydatki w PLN		2 410,1
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	77,0
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	67,2 29,5 1,6 0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zbyt mało atrakcji Zbyt dużo ludzi/tłok	1,6 1,6
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda Dobre jedzenie Dobre ceny	8,2 4,9 8,2 26,2 6,6 4,9 13,1
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	9,1
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,9 9,0 8,6 9,3 7,6 8,1 8,7 8,6 8,7 8,8 8,9
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	77,0 21,3 1,6 0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	68,9 31,1 0 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	32,8
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	14,8 21,3 3,3 4,9 14,8 3,3 3,3 6,6

5.9. Kraj stałego zamieszkania: ROSJA



Liczba respondentów: 49

Rys. 5.9. Udział procentowy wśród badanych rezydentów zagranicznych



W kolumnie „zakres odpowiedzi” uwzględniono główne (najbardziej istotne) warianty, pominięto brak danych i zaznaczono najczęściej wskazywane przez respondentów. Odsetek wskazań w %, chyba, że zaznaczono inaczej (punkty, złote, itp.)

Tab. 5.9.

ZAKRES PYTANIA	ZAKRES ODPOWIEDZI	Odsetek wskazań
Dane metryczkowe		
Płeć	Kobieta Mężczyzna	46,9 53,1
Wiek	15-19 lat 20-24 lata 25-29 lat 30-39 lat 40-49 lat 50-59 lat 60 i więcej lat	0 8,2 16,3 30,6 22,4 14,3 8,2
Stan cywilny	Panna/kawaler W związku Pozostałe warianty	16,3 73,5 8,2
Wielkość miejscowości stałego zamieszkania	Wieś Miasto do 20 tys. mieszkańców 21-50 tys. 51-100 tys. 101-200 tys. 201-500 tys. Ponad 500 tys. mieszkańców	2,0 8,2 2,0 2,0 2,0 4,1 79,6
Ukończony poziom wykształcenia	8 lat lub mniej 9-15 lat 16-19 lat 20 lat i więcej	6,1 28,6 46,9 16,3
Wykonywany zawód/zajęcie	Wyższa kadra kierownicza Średnia kadra kierownicza Robotnik wykwalifikowane/prac. usług Prac. administracyjno-biurowy Uczeń/student Emeryt pozostałe	16,3 20,4 12,2 12,2 14,3 6,1 18,5

Wielkość gospodarstwa domowego, w którym respondent mieszka	1-osobowe	10,2
	2-osobowe	28,6
	3-osobowe	26,5
	większe	34,7
Liczba posiadanych dzieci	Brak dzieci	61,2
	1 dziecko	22,4
	Inne warianty	16,4
Ocena własnych miesięcznych dochodów	Zdecydowanie powyżej przeciętnych	30,6
	Nieco powyżej przeciętnych	38,8
	Podobnym, co przeciętne	14,3
	Nieco poniżej przeciętnych	12,2
	Zdecydowanie poniżej przeciętnych	2,0
Posiadanie polskich korzeni	Tak	14,3
	Nie	85,7
Dane o charakterze pobytu i podróży		
Wykorzystywane środki transportu	Własne auto	61,2
	Pociąg	6,1
	Autobus kursowy	0
	Autokar wycieczkowy	2,0
	Samolot	28,6
Wykorzystywane rodzaje bazy noclegowej (wśród tych, którzy nocowali)	Hotel	45,8
	Pensjonat	22,9
	Kwatera prywatna/agroturystyczna	2,1
	Mieszkanie krewnych/znajomych	12,5
	Hostel	2,1
	Inne warianty	14,6
Długość pobytu	Bez noclegu	2,0
	1 noc	2,0
	2 noce	2,0
	3 noce	18,4
	4-7 nocy	57,1
	8 nocy i dłużej	16,3
Średnia długość pobytu (wśród turystów tj. nocujących)	Liczba nocy (średnia ważona)	9,2
Cel podróży	Wypoczynek	77,6
	Zwiedzanie zabytków	49,0
	Narty i sporty zimowe	24,5
	Wędrówki piesze/górskie/rowerowe	20,3
	VFR	10,2
	Rozrywka	12,2
	Cele zdrowotne	14,3
Organizator wyjazdu	Samodzielnie	87,8
	Biuro podróży	6,1
	Inne warianty	6,1
Towarzystwo w podróży (odsetek odp. twierdzących)	Rodzina	73,5
	Znajomi/przyjaciele	24,5
	Samotnie	14,3
	Towarzystwo dzieci w podróży	22,4
Forma wyjazdu	Grupowy	12,2
	Indywidualny	87,8
Częstotliwość podróży do Małopolski	Bardzo często	12,2
	Od czasu do czasu	16,3
	Sporadycznie	4,1
	Bardzo rzadko	32,7
	Pierwszy raz	34,7
Typowy czas podróży wg miesięcy	Styczeń	6,1
	Czerwiec	6,1
	Lipiec	10,2

Ranking największych atrakcji w Małopolsce (l. pkt.)	1. Kraków 2. Zakopane 3. Kraków – Wawel 4. Kraków – Rynek Główny. 4. Wieliczka – Kopalnia soli 6. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 7. Rabka Zdrój 8. Kraków – Sukiennice 9. Kalwaria Zebrzydowska 9. Kasprowy Wierch 9. Kościoły 9. Kraków – Kościół Mariacki	54 45 19 10 10 9 6 5 3 3 3 3
Udział w wydarzeniach (odsetek odp. twierdzących)	Kulturalnych Sportowych Innych	8,2 6,1 6,1
Zbieranie informacji przed podróżą	Tak	85,7
Źródła zbieranych informacji (odsetek wśród korzystających)	Przewodniki turystyczne Mapy, atlasy, Foldery ulotki Strony internetowe Informacje uzyskane pocztą elektroniczną Punkty i centra informacji turystycznej Biura podróży Znajomi lub rodzina	45,2 35,7 14,3 38,1 16,7 7,1 11,9 31,0
Zakres zbieranych informacji przed podróżą	Możliwości zakwaterowania Możliwości dojazdu Atrakcyjnych obiektów Możliwości wyżywienia Możliwości zwiedzania (godz. otwarcia, ceny wstępu) Możliwości wynajęcia sprzętu tur.-sportowego Atrakcyjnych wydarzeń Możliwości wynajęcia auta Innych aspektów podróży	67,3 65,3 32,7 40,8 20,4 14,3 22,4 8,2 4,1
Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc (wykazano te miejsca/miejscowości/obiekty, które wskazała więcej niż 1 osoba)	1. Zakopane 2. Kraków 3. Oświęcim – Muzeum Auschwitz-Birkenau 3. Wieliczka – Kopalnia soli 5. Szczawnica 5. Wadowice Nie odwiedzało i nie planowało odwiedzania	20,4 16,3 8,2 8,2 6,1 6,1 40,8
Rodzaje ponoszonych wydatków	Wyżywienie Zakwaterowanie Przejazdy Bilety wstępu do atrakcji tur. Wyciągi narciarskie/kolejki górskie Koszty pobytu w klubach, restauracjach, dyskotekach itp. Zakup pamiątek Inne zakupy Wypożyczenie sprzętu sport.-turystycznego Bilety do kina, teatru, na koncerty itp. Zabiegi lecznicze	87,8 77,6 73,5 40,8 22,4 38,8 38,8 44,9 16,3 14,3 18,4
Poziom wydatków	Do 100 PLN 101-200 PLN 201-500 PLN 501-750 PLN 750-1000 PLN 1001-1500 PLN 1501-2000 PLN	0 0 2,0 2,0 12,2 20,4 14,3

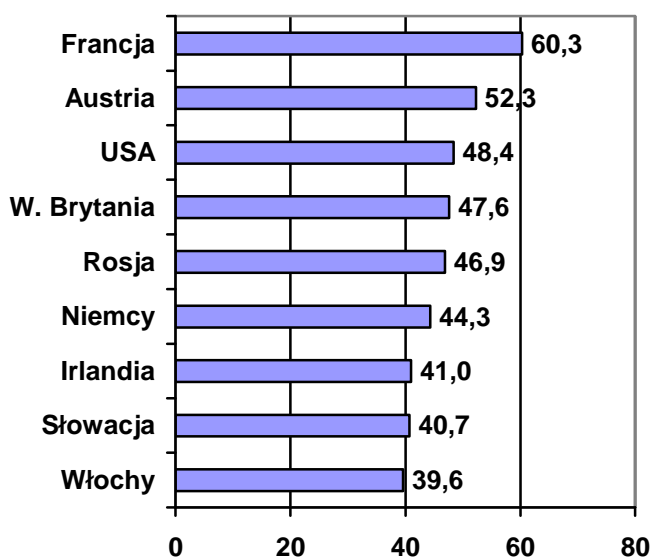
	2001-3000 PLN Ponad 3000 PLN	18,4 26,5
Średnie wydatki w PLN		2 986,6
Czy byłoby na co wydać więcej pieniędzy?	Tak	61,2
Ocena pobytu	Bardzo zadowolony Umiarkowanie zadowolony Raczej niezadowolony Bardzo niezadowolony	71,4 26,5 0 0
Główne przyczyny braku pełnego zadowolenia	Zły stan infrastruktury komunikacyjnej Zły stan sanitarny	4,1 2,0
Główne przyczyny zadowolenia	Atrakcyjne miejsca (historycznie kulturowo) Estetyka miejsca, okolicy, krajobrazu Gościnność mieszkańców Towarzystwo w podróży Ładna pogoda Dobre jedzenie Dobre ceny Dobra obsługa	4,1 2,0 0 6,1 16,3 4,1 4,1 6,1
Średnia ocena miejscowości, w której prowadzone było badanie	W punktach na skali od 1 do 10	8,8
Ocena segmentów podaży turystycznej Małopolski (na skali od 1 do 10)	Baza gastronomiczna Baza noclegowa Bezpieczeństwo Gościnność, życzliwość mieszkańców Warunki dojazdu Cena usług do ich jakości Jakość obsługi Poziom informacji turystycznej Usługi przewodnickie Oferowane atrakcje Imprezy kulturalne i turystyczne	8,9 8,9 8,6 8,8 7,1 8,4 8,0 8,2 8,2 8,4 8,1
Rekomendacja miejscowości, w której prowadzone było badanie	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	67,3 30,6 0 2,0
Rekomendacja Małopolski jako regionu recepcji turystycznej	Zdecydowanie tak Raczej tak Raczej nie Zdecydowanie nie	59,2 38,8 0 0
Postrzeganie reklam Małopolski	Tak	42,9
Miejsca/formy zetknięcia się reklamą Małopolski	Zagraniczne strony internetowe Polskie strony internetowe Prasa TV Billboardy Banery/plakaty Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne itp. Foldery, ulotki	18,4 12,2 4,1 10,2 8,2 18,4 12,2 16,3

5.10. Porównanie wybranych cech respondentów – rezydentów zagranicznych, z krajów o największym udziale w badaniu

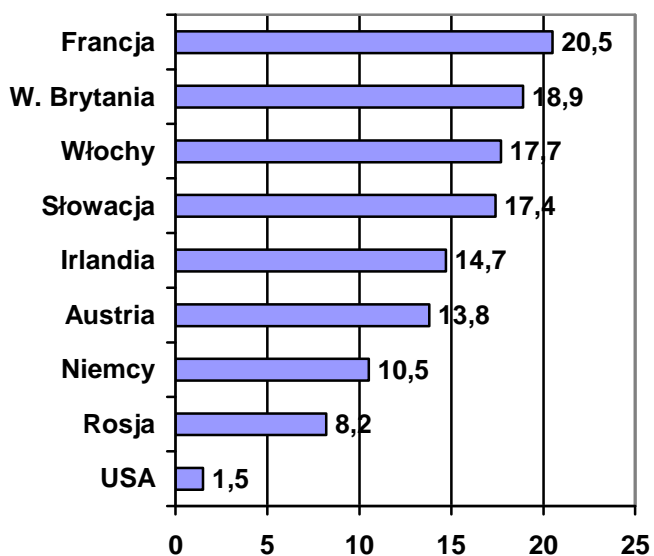
W tej części analizy przedstawione są rozkłady wartości wybranych cech respondentów z 9 krajów o największym udziale w próbie badawczej. Pozwoli to na zobrazowanie natężenia i rozpiętości wybranych cech, a tym samym na określenie wybranych segmentów krajowych względem siebie.

5.10.1. Dane metryczkowe

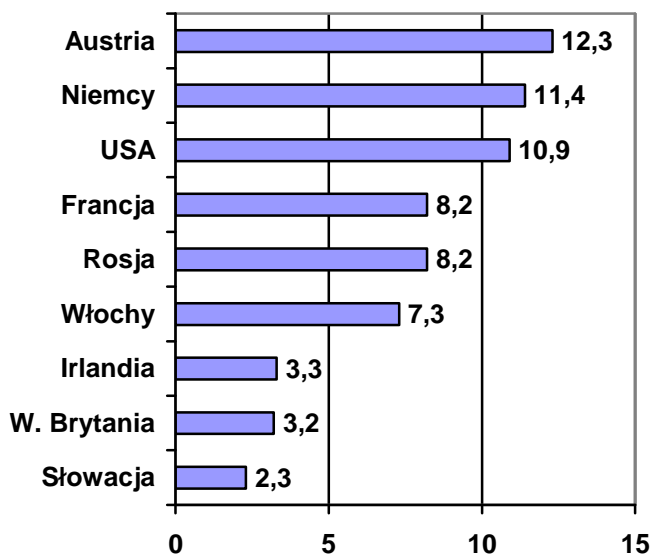
Rys. 5.10. Udział kobiet (w %) w badanych segmentach zagranicznych



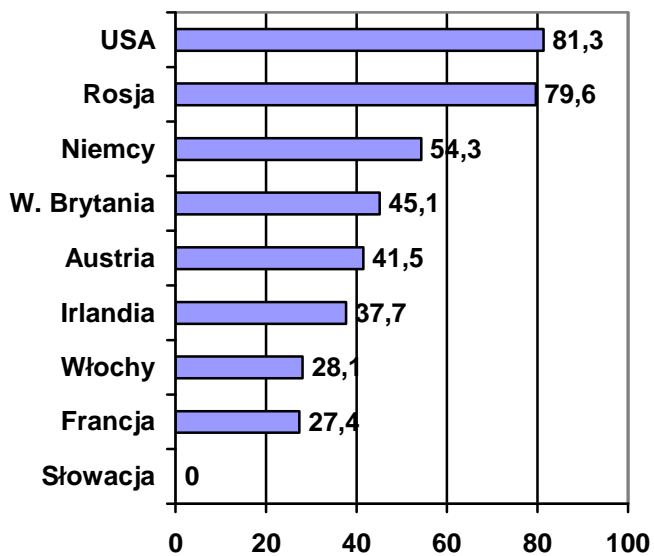
Rys. 5.11. Udział osób w wieku 15-24 lata (w %) w badanych segmentach zagranicznych



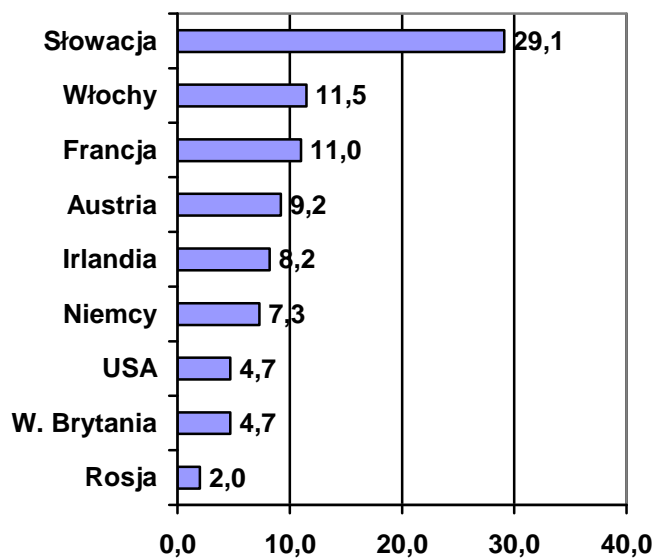
Rys. 5.12. Udział osób w wieku 60 i więcej lat (w %) w badanych segmentach zagranicznych



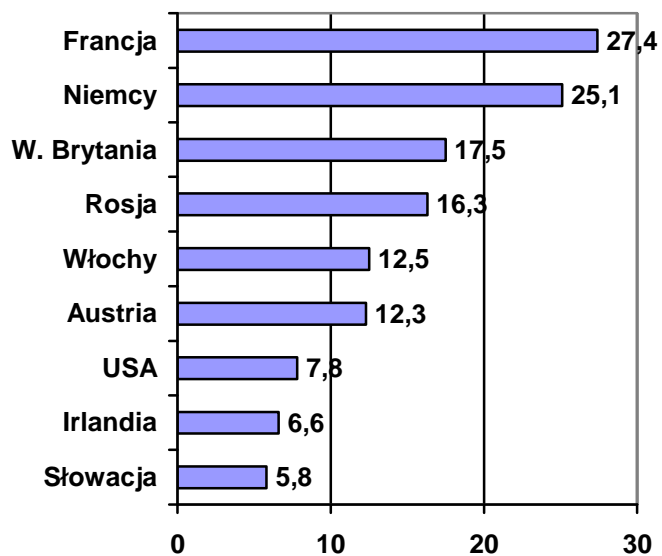
Rys. 5.13. Udział osób mieszkających w największych miastach (powyżej 500 tys. mieszkańców, w %) w badanych segmentach zagranicznych



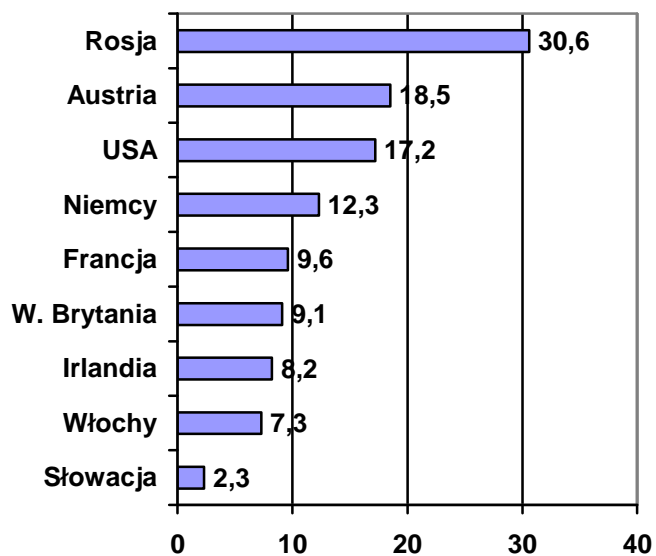
Rys. 5.14. Udział osób mieszkających na wsi (w %) w badanych segmentach zagranicznych



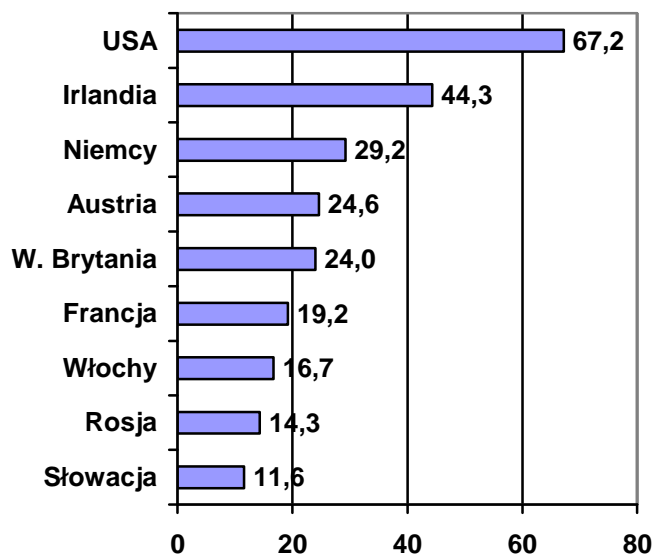
Rys. 5.15. Udział osób deklarujących najwyższy poziom wykształcenia (najwięcej lat nauki, w %) w badanych segmentach zagranicznych



Rys. 5.16. Udział osób deklarujących poziom dochodów znacznie powyżej przeciętnych (w %) w badanych segmentach zagranicznych

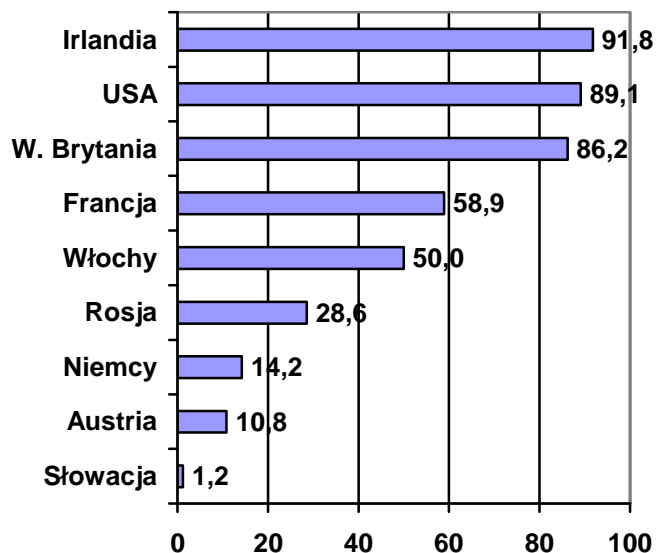


Rys. 5.17. Udział osób deklarujących „polskie korzenie” (w %) w badanych segmentach zagranicznych

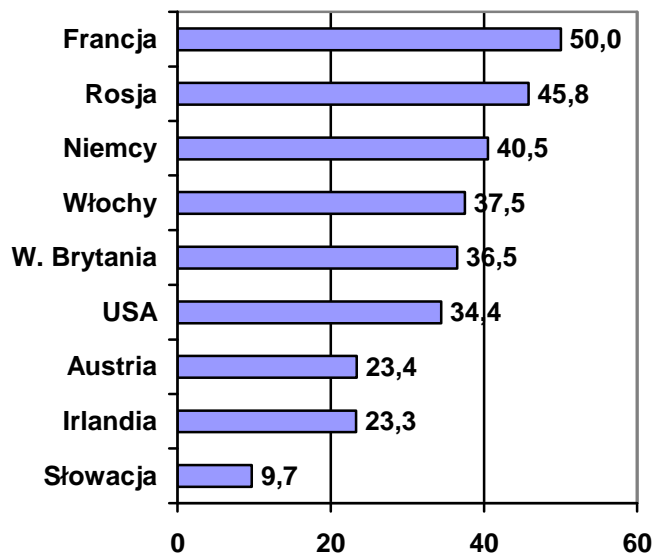


5.10.2. Dane o cechach podróży

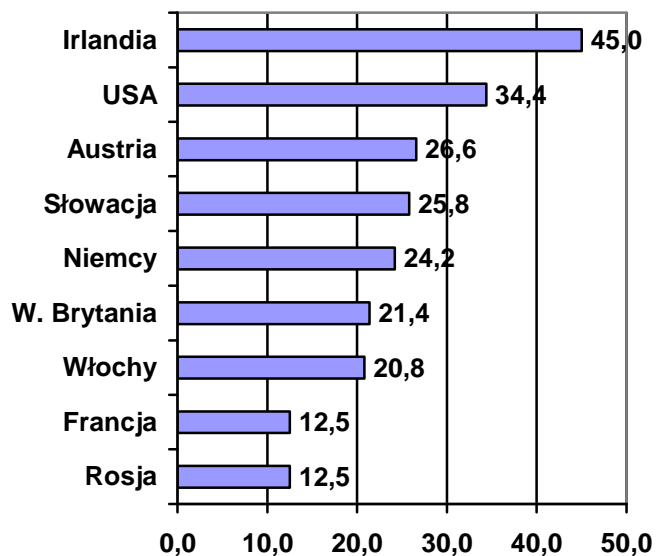
Rys. 5.18. Udział osób deklarujących przylot samolotem (w %) w badanych segmentach zagranicznych



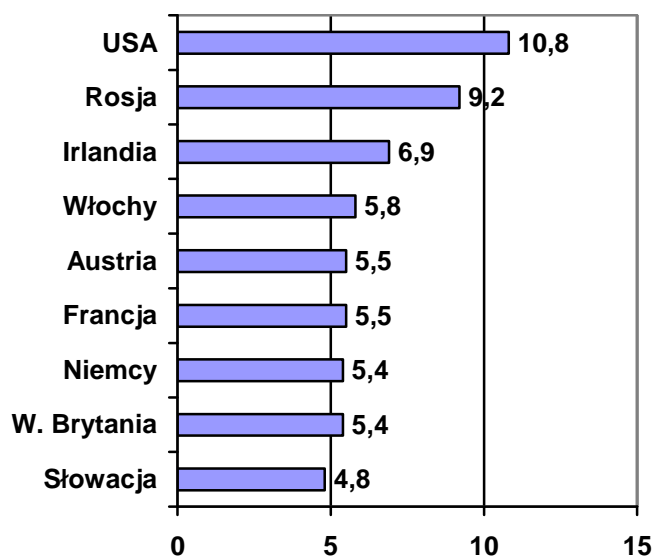
Rys. 5.19. Udział osób deklarujących nocowanie w hotelu (w %) w badanych segmentach zagranicznych



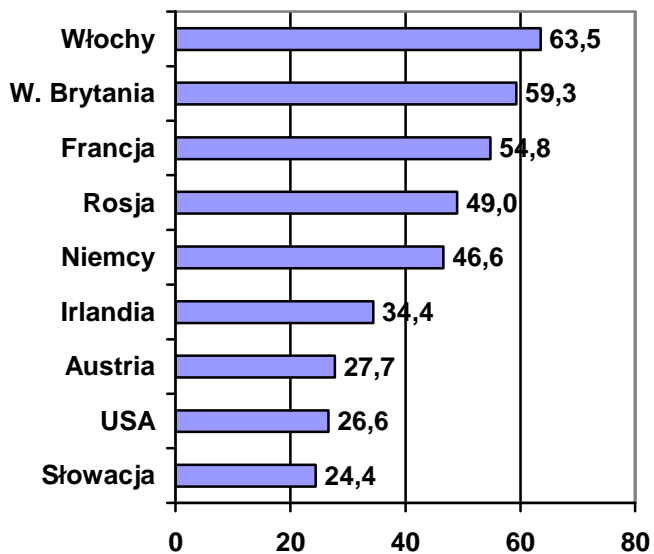
Rys. 5.20. Udział osób deklarujących nocowanie w mieszkaniach krewnych lub znajomych (w %) w badanych segmentach zagranicznych



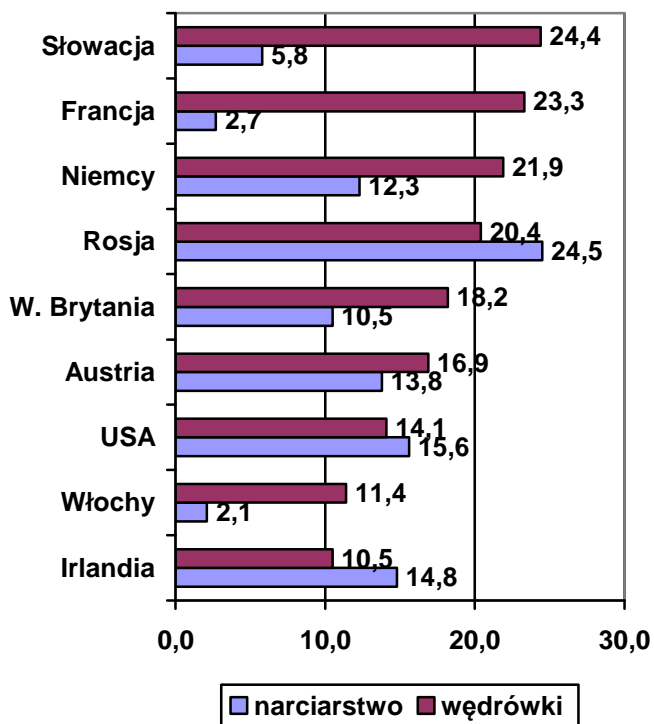
Rys. 5.21. Średnia długość pobytu (l. nocy) na terenie Małopolski, wśród tych badanych w segmentach zagranicznych, którzy nocowali



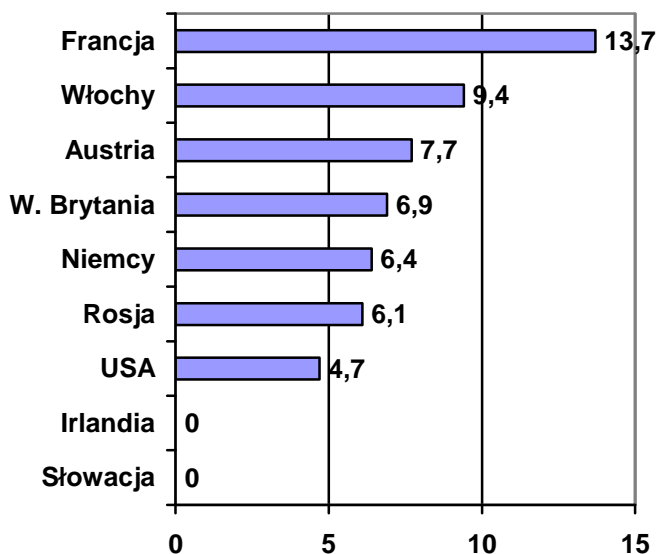
Rys. 5.22. Udział osób deklarujących zwiedzanie zabytków jako główny cel podróży (w %) w badanych segmentach zagranicznych



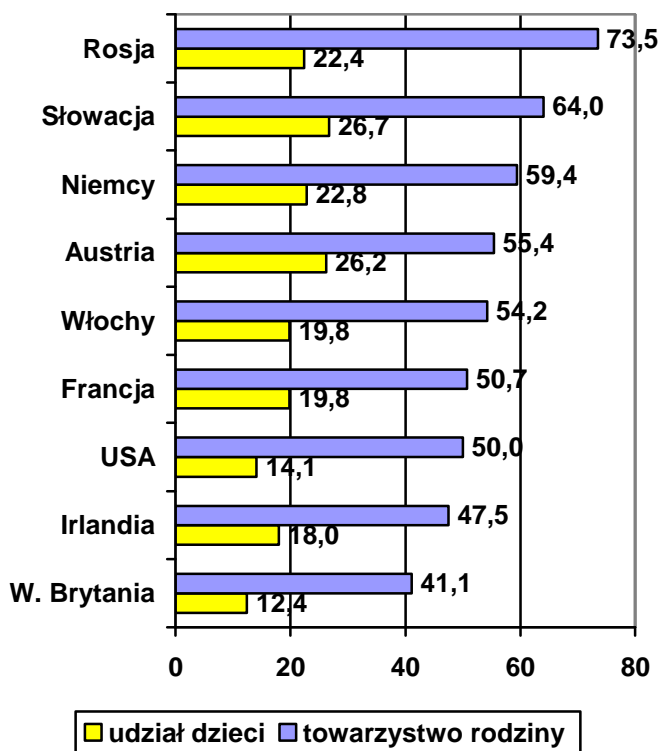
Rys. 5.23. Udział osób deklarujących uprawianie narciarstwa oraz wędrówki piesze, górskie i rowerowe jako główny cel podróży (w %) w badanych segmentach zagranicznych; uszeregowane wg odsetka wskazań na wędrówki



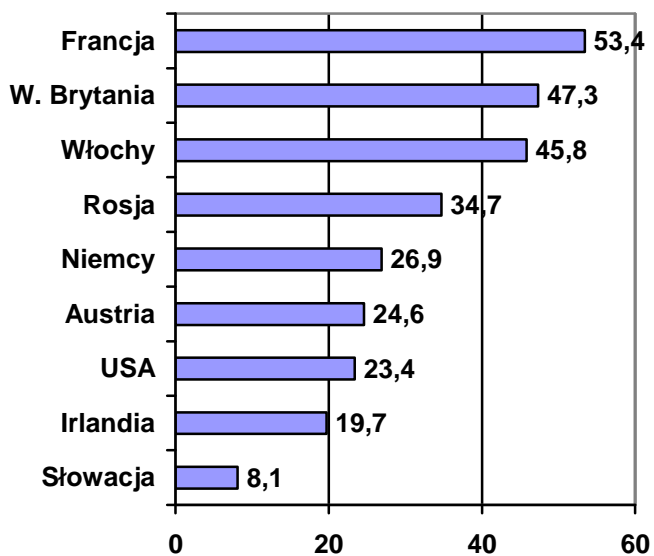
Rys. 5.24. Udział osób wskazujących biuro podróży jako organizatora wyjazdu (w %) w badanych segmentach zagranicznych



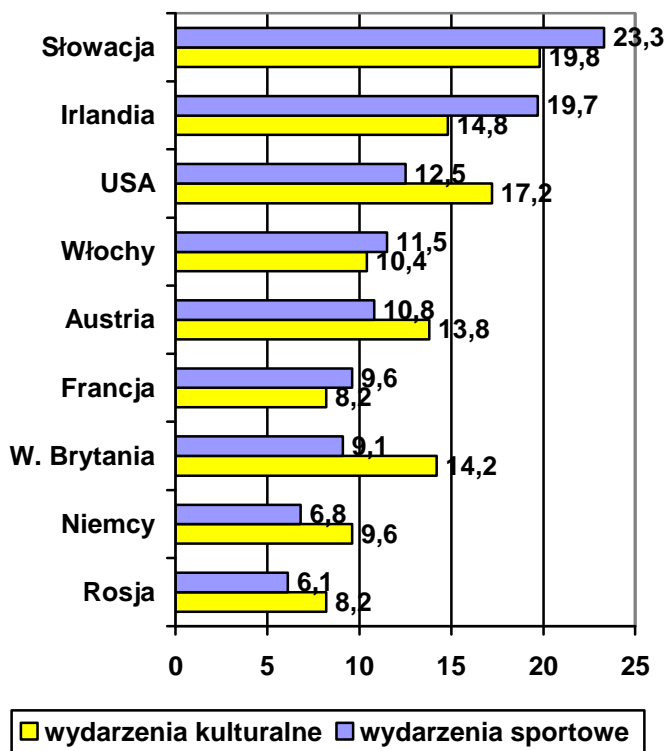
Rys. 5.25. Udział osób deklarujących towarzystwo rodziny oraz dzieci podczas podróży (w %) w badanych segmentach zagranicznych; może wskazywać na rodzinny charakter wyjazdu



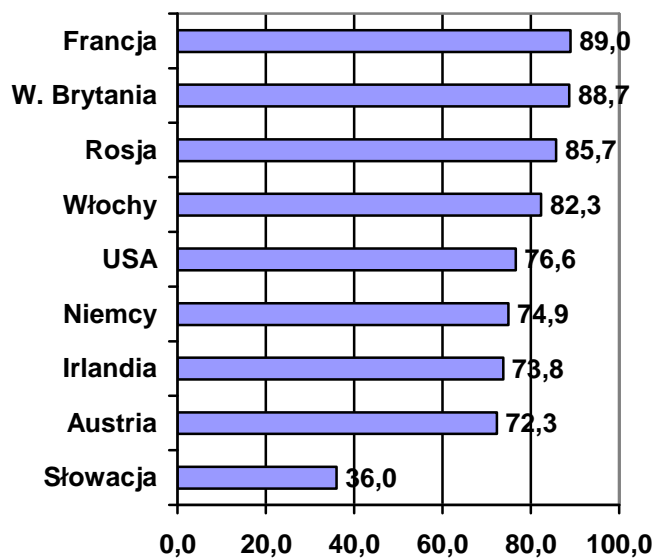
Rys. 5.26. Udział osób (w %) deklarujących, że są w Małopolsce po raz pierwszy w badanych segmentach zagranicznych



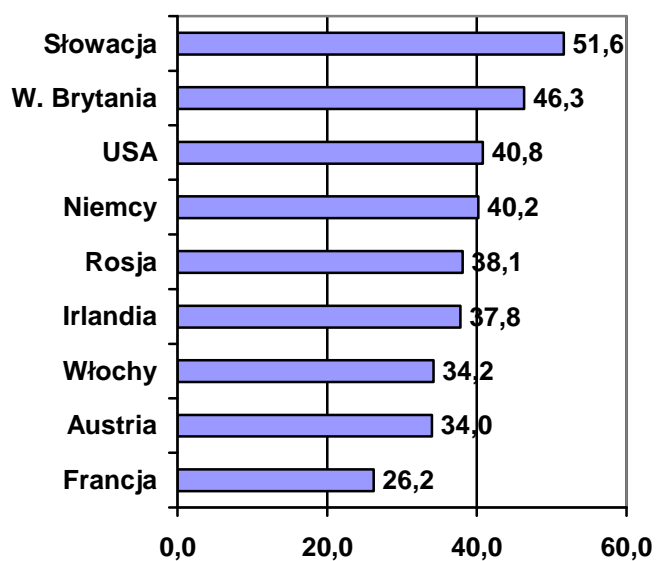
Rys. 5.27. Udział w wydarzeniach kulturalnych i sportowych (w %) w badanych segmentach zagranicznych



Rys. 5.28. Odsetek osób deklarujących poszukiwanie informacji przed podróżą w badanych segmentach zagranicznych

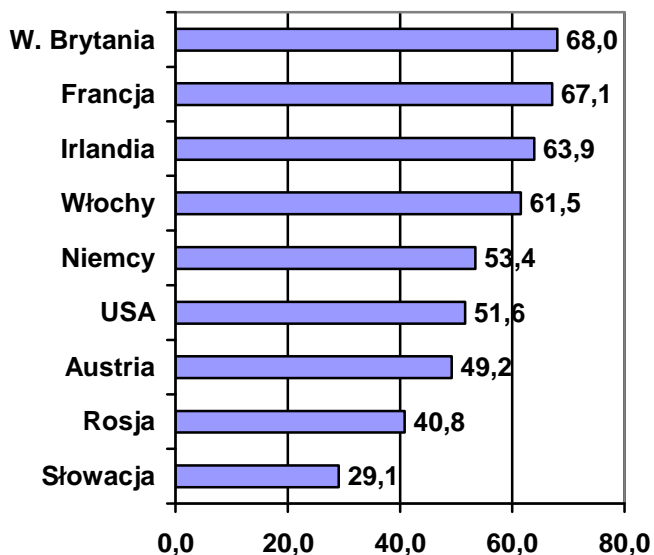


Rys. 5.29. Odsetek osób wskazujących na strony internetowe jako źródło informacji poszukiwanych przed podróżą w badanych segmentach zagranicznych (wśród tych, którzy zadeklarowali poszukiwanie informacji)

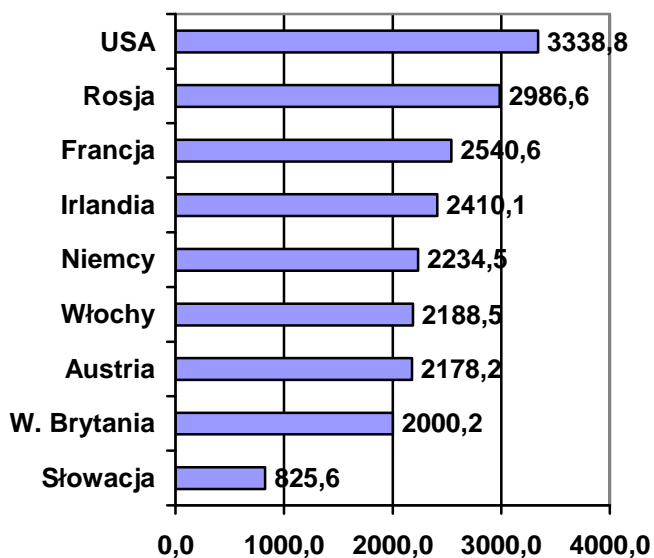


5.10.3. Wydatki

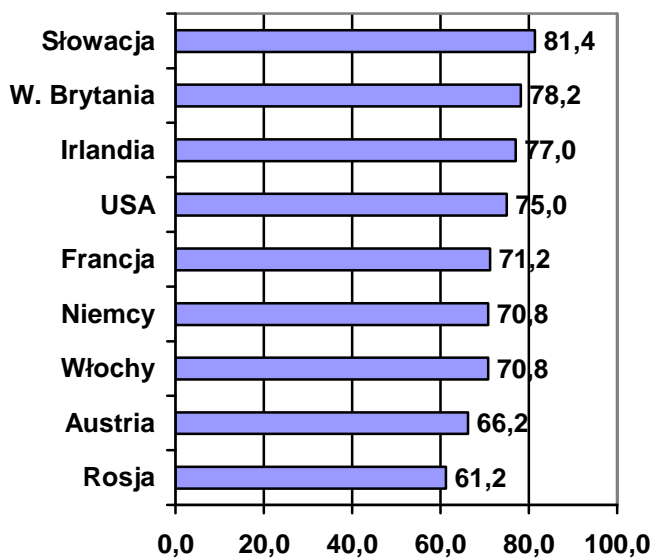
Rys. 5.30. Odsetek osób deklarujących poniesienie wydatków na bilety wstępu do atrakcji turystycznych w badanych segmentach zagranicznych



Rys. 5.31. Średnie wydatki w PLN (wg kursu NBP w dniu badania) w badanych segmentach zagranicznych

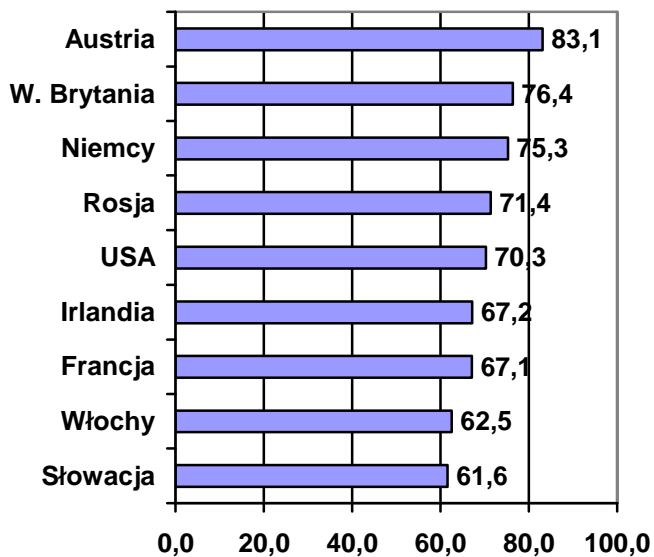


Rys. 5.32. Odsetek osób deklarujących ochotę na większe wydatki podczas podróży do Małopolski, gdyby mieli taką możliwość w badanych segmentach zagranicznych

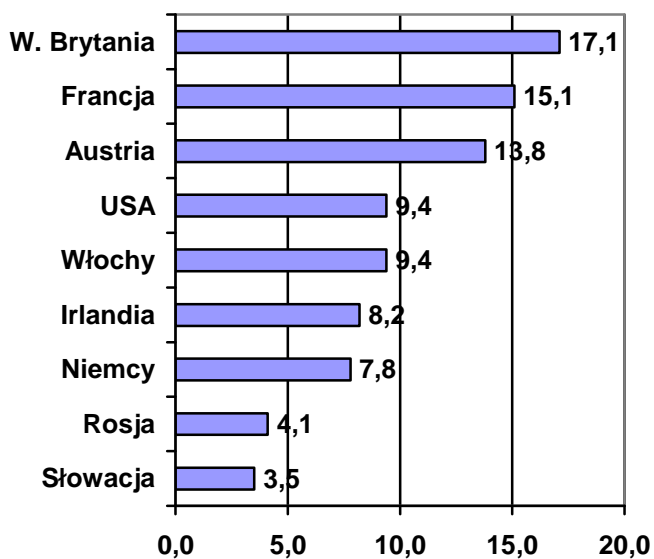


5.10.4. Ocena pobytu i regionu

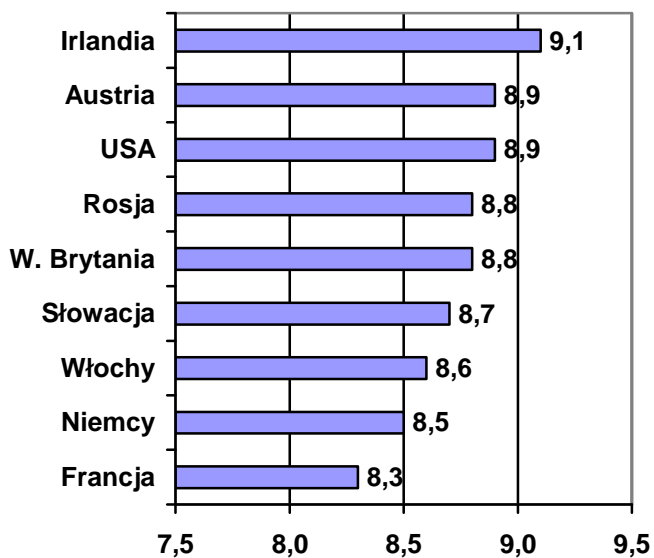
Rys. 5.33. Odsetek osób deklarujących, że byli „bardzo zadowoleni z pobytu” w badanych segmentach zagranicznych



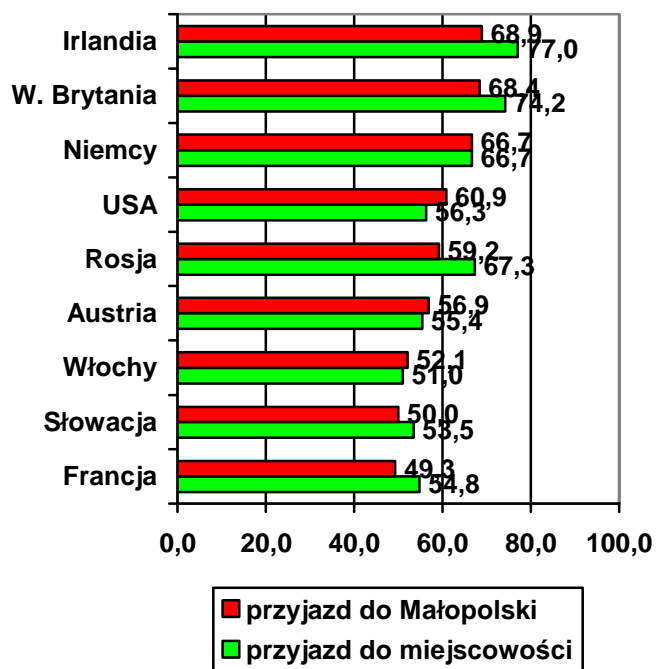
Rys. 5.34. Odsetek tych, którzy uznali, że przyczyną ich zadowolenia/dużego zadowolenia z pobytu była atrakcyjność historyczno-kulturowa regionu w badanych segmentach zagranicznych (% wśród ogółu badanych)



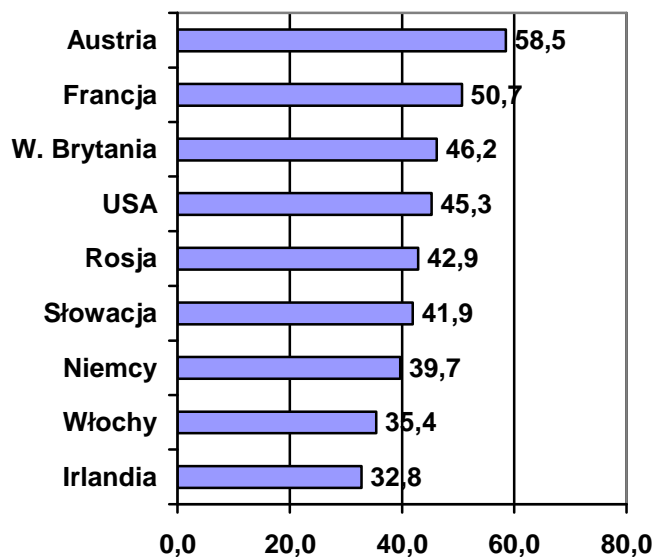
Rys. 5.35. Ocena atrakcyjności turystycznej miejscowości, w której prowadzono badanie na skali od 1 do 10, w badanych segmentach zagranicznych



Rys. 5.36. Rekomendacja odwiedzenia miejscowości, w której było badanie i Małopolski, odsetek odpowiedzi „zdecydowanie bym polecał/a”, w badanych segmentach zagranicznych, wg odsetka wskazań dla Małopolski



Rys. 5.37. Odsetek tych, którzy stwierdzili, że widzieli reklamy Małopolski (% wśród ogółu badanych)



6. ZESTAWIENIE TENDENCJI W DŁUŻSZYM OKRESIE

Dane w tej części raportu w odniesieniu do okresu 2003 oraz 2008-2010 bazują – o ile nie zaznaczono inaczej – na wielkościach przedstawionych w raporcie końcowym z badań realizowanych przez PBS/DGA w 2010 r.

Analizie poddanych zostało kilkanaście cech charakteryzujących badane zbiorowości. Należą do nich:

- miejsce (kraj lub województwo) stałego zamieszkania;
- cechy społeczno-demograficzne (płeć, wiek, posiadanie „polskich korzeni” w przypadku rezydentów zagranicznych);
- główny cel i sposób organizacji podróży (w tym: wykorzystywane środki transportu, baza noclegowa, organizator wyjazdu i towarzystwo w podróży).

Ze względu na odmienność zbiorowości rezydentów krajowych i zagranicznych analiza uwzględnia statystyki w obu przekrojach.

Zebrane dane nie pozwalają na sformułowanie rzetelnych wniosków o rysujących się wyraźnie tendencjach. Zasadniczo mamy do czynienia z silną zmiennością uzyskanych wartości lub ze zmiennym kierunkiem zmian przekreślających wystąpienie bardziej stabilnych trendów.

Wydaje się, że przyczyn tych znaczących zmian wartości w uzyskiwanych rozkładach cech – w znacznej części przynajmniej – należy szukać w zjawiskach kryzysowych, w jakich znalazła się światowa, europejska oraz polska gospodarka i turystyka. W okresie 2008-2011 mamy do czynienia z silnymi (nie notowanymi wcześniej) przewartościowaniami na rynku turystycznym. Kryzys, którego pierwsze skutki dały się zauważyć także w Polsce już w 2008 r. (np. ruch pasażerski na lotnisku w Krakowie spadł w stosunku do 2007 r. o prawie 5%) skutkuje wysoką niestabilnością rynku turystycznego i zachowań turystów. Z drugiej strony przejściowe ożywienie gospodarcze w 2010 r. stanowiło impuls do zmian wzrostowych i zachowań pokonsumpcyjnych w tym okresie, także na rynku turystycznym.

Jeszcze innym efektem zmian zachowań rezydentów polskich, które mogą istotnie rzutować na zmienną strukturę badanej populacji, a zatem i rozkład cech ją charakteryzujących, jest dynamiczny wzrost czarterowych (tzn. turystycznych/wakacyjnych) wyjazdów Polaków. W 2003 r. liczba wyjeżdżających wynosiła 460 tys. turystów (919 tys. pasażerów), w 2010 r. przekroczyła 1,6 mln turystów (3,2 mln pasażerów), co oznacza wzrost prawie 3,5-krotny. Zmiany te można obserwować także w odniesieniu do mieszkańców Małopolski. W 2003 r. lotnisko w Balicach obsłużyło 84 tys. pasażerów lotów czarterowych, w 2010 r. było ich 218 tys. (wzrost o prawie 160%)⁸. Możemy za tym mówić o silnych zmianach w strumieniach popytowych przy uwzględnieniu agregacji geograficznej. Twierdzenie, że nie mogło to pozostać bez wpływu na zmiany strukturalne ruchu turystycznego w Małopolsce wydaje się uzasadnione.

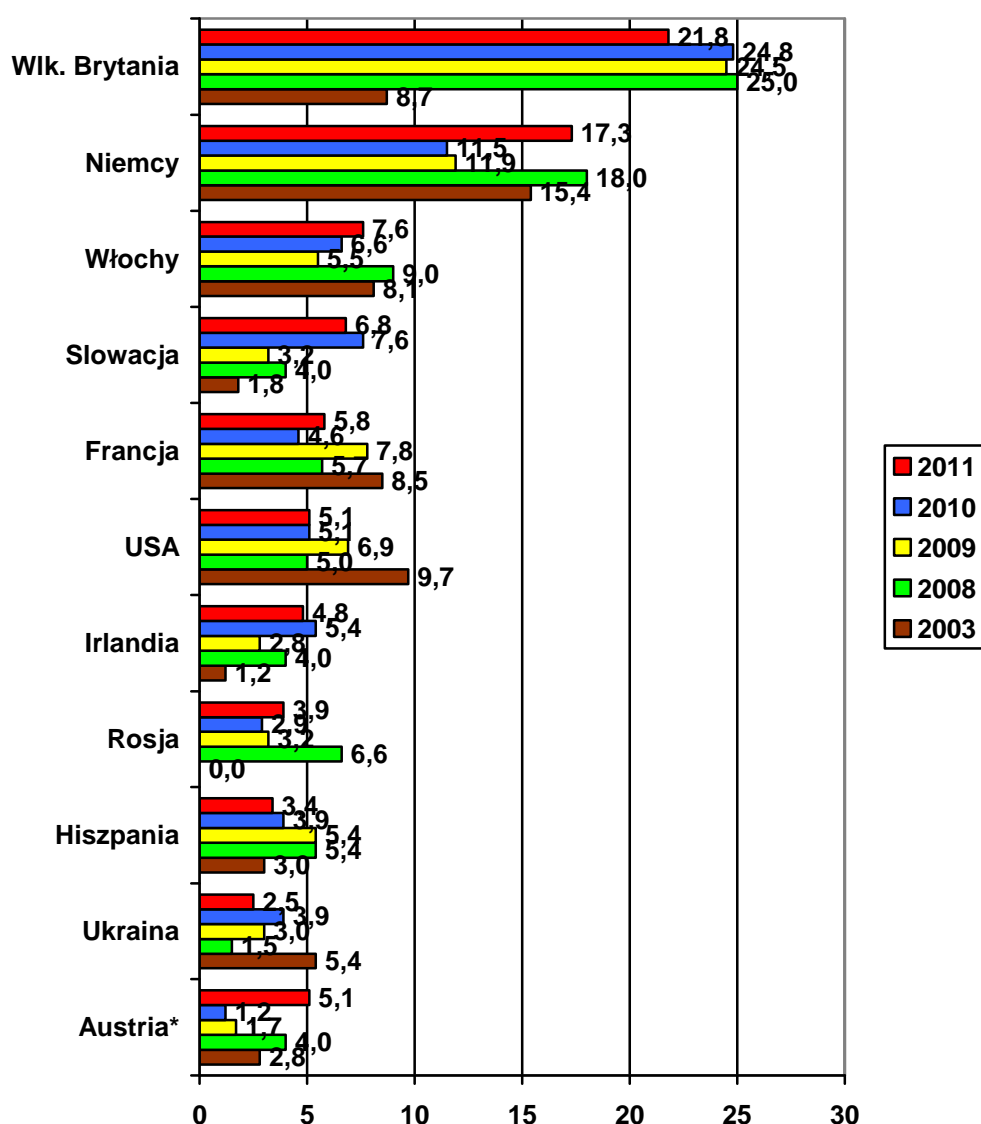
Kolejnym czynnikiem rzutującym na dużą zmienność rozkładów może być zróżnicowana sytuacja w warunkach uprawiania narciarstwa. Wprawdzie dotyczy to tylko części próby, ale na tyle znaczącej, że musi być brane pod uwagę. Warunki śniegowe w górach Małopolski trudno uznać za stabilne. Nakłada się na to zmiana ekonomicznych parametrów wyjazdów narciarskich na Słowację (wprowadzenie euro w tym kraju i istotne zwiększenie kosztów pobytu). Wypadkowa tych zmian może przybierać różny kierunek i wartość. Przed wprowadzeniem euro (1.01.2009 r.) duże

⁸ Dane na podstawie raportów T. Dziedzic, *Rynek lotniczy 2009* (s. 34) i T. Dziedzic, *Rynek lotniczy 2011* (s. 38), wydanych przez IT i Wiadomości Turystyczne.

grupy polskich narciarzy jeździły na Słowację. Po wprowadzeniu euro wzrost cen spowodował istotną barierę popytową. Z kolei dobre warunki śniegowe w Polsce zwiększają zainteresowanie pobytami w polskich górach (w tym przede wszystkim w Małopolsce), a złe przeciwnie. Wysokie ceny wynikające z kursu euro do złotówki oddziałują także na ruch wyjazdowy z Polski na Słowację w okresie letnim. Dodatkowo uwzględnić trzeba zmienność tego kursu w okresie 2009-2011.

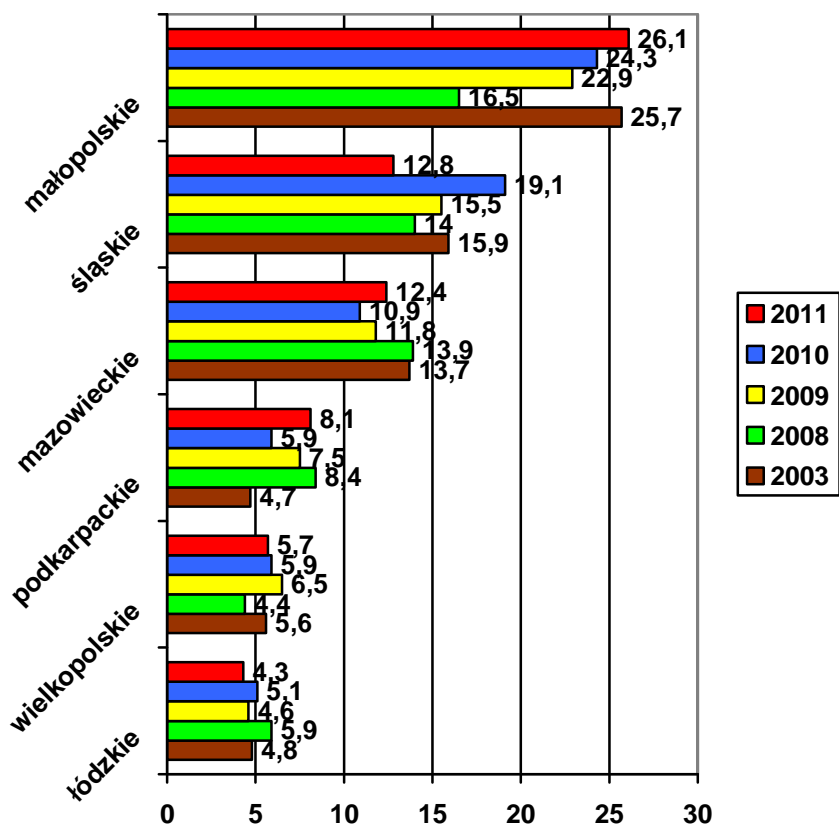
Powyższe uwagi skłaniają do stwierdzenia, że kluczowymi czynnikami wpływającymi na zmienność rozkładów cech w analizowanym okresie są mocno zmieniające się warunki otoczenia tj. sytuacja makroekonomiczna, sytuacja na innych rynkach i sytuacja w innych segmentach rynku turystycznego. Dane ilustrujące tendencję przedstawiono na rys. 6.1.-6.17.

Rys. 6.1. Kraje zamieszkania rezydentów zagranicznych w latach 2003 i 2008-2011 (w % wskazań)

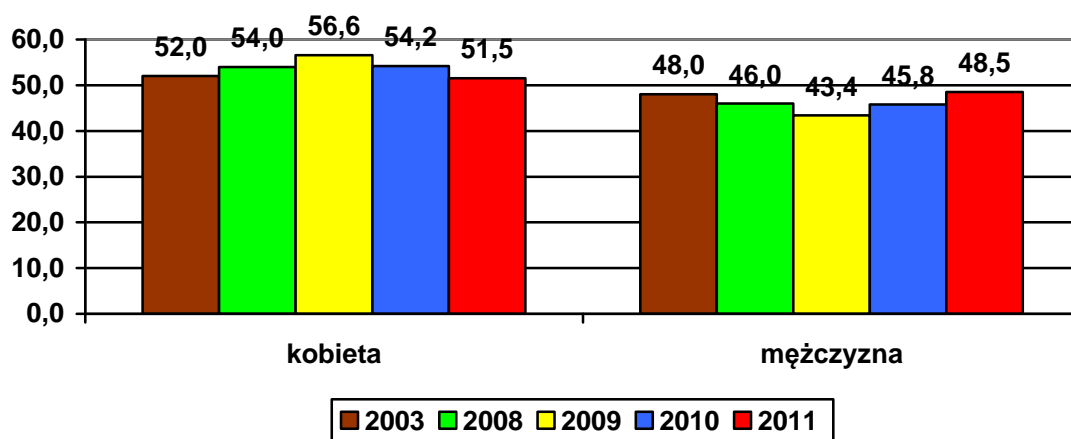


*Austria nie była prezentowana w zestawieniach porównawczych w raporcie w 2010 r. ze względu na znikomą liczbę swoich rezydentów. Ponieważ w 2011 r. stanowili oni stosunkowo dużą grupę porównanie uzupełniono o rezydentów austriackich w latach 2003 i 2008-2010. Dane za rok 2010 na podstawie raportu PBS/DGA, s. 27, za 2003 i 2008-2009 raportu MOT s. 89.

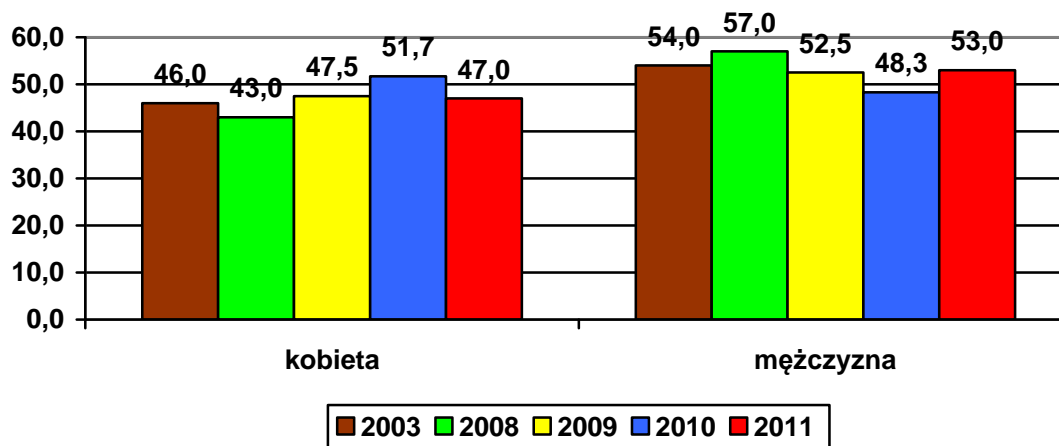
Rys. 6.2. Rozkład odwiedzających rezydentów polskich według zamieszkiwanego województwa w latach 2003 i 2008-2011 (w %); dane za 2010 dot. tylko II etapu badań; województwa najczęściej występujące



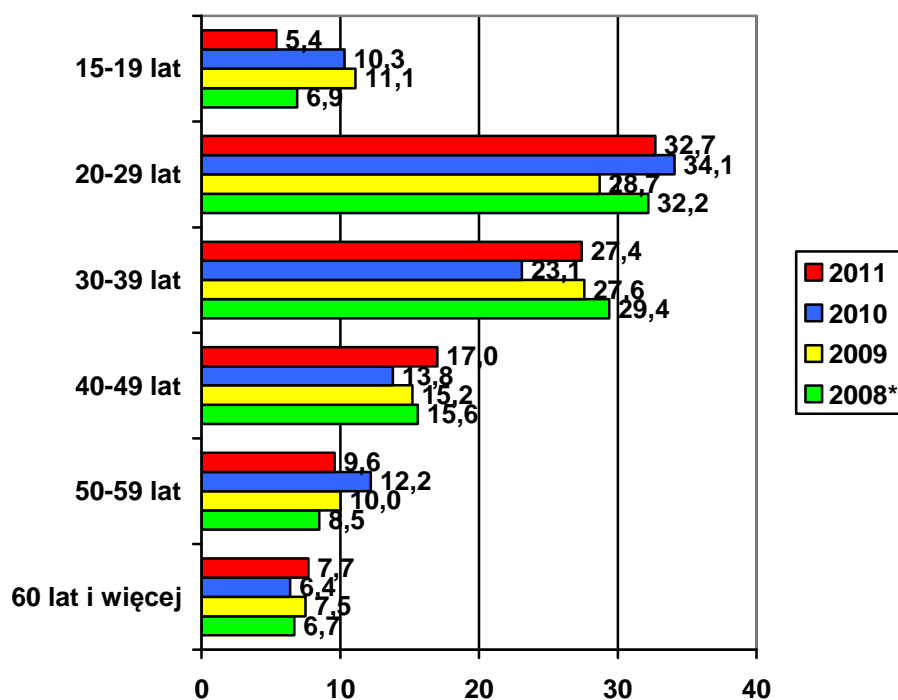
Rys. 6.3. Rozkład odwiedzających rezydentów polskich według płci w latach 2003 i 2008-2011 (w %)



Rys. 6.4. Rozkład odwiedzających rezydentów zagranicznych według płci w latach 2003 i 2008-2011 (w %)

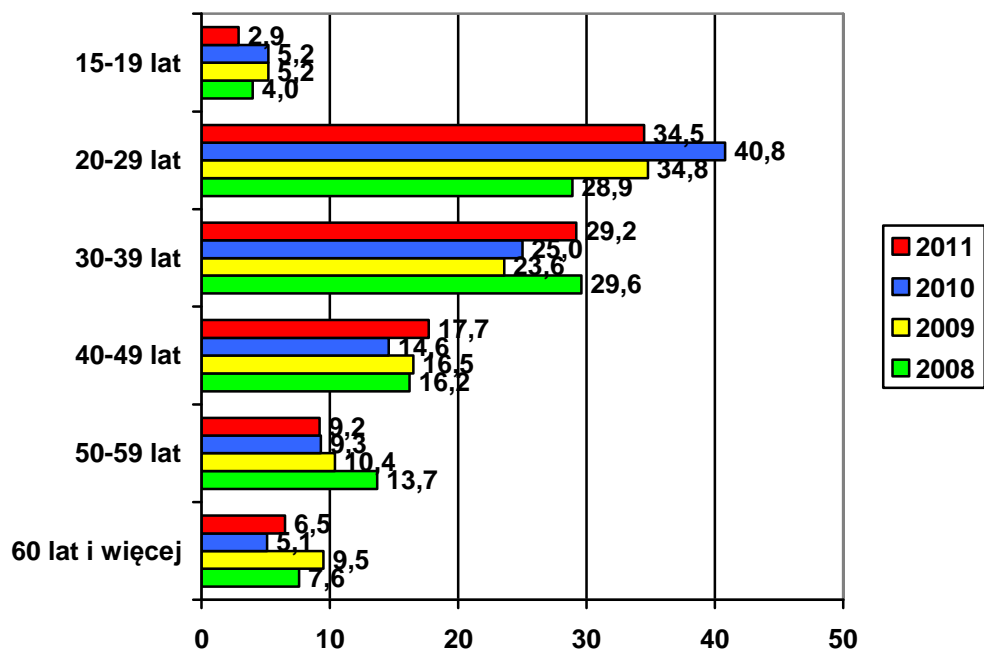


Rys. 6.5. Rozkład w % według wieku rezydentów polskich w latach 2008-2011

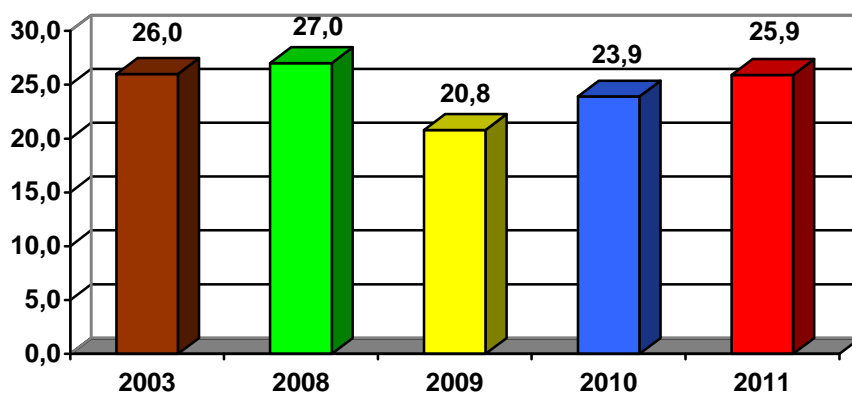


*W stosunku do raportu PBS/DGA z 2010 r. uzupełniono dane z badań z 2008 r. na podstawie baz źródłowych przechowywanych w Instytucie Turystyki, który realizował te badania.

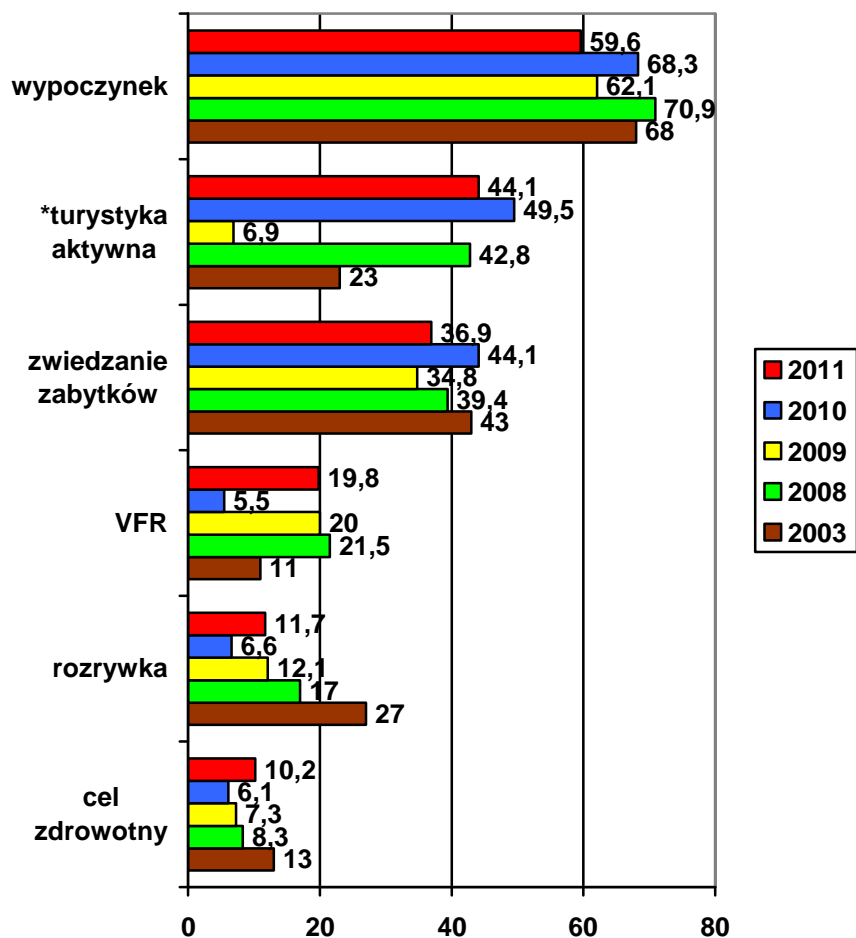
Rys. 6.6. Rozkład w % według wieku rezydentów zagranicznych w latach 2008-2011



Rys. 6.7. Rozkład odpowiedzi (w %) wśród rezydentów zagranicznych na pytanie o posiadanie „polskich korzeni” w latach 2003 oraz 2008-2011

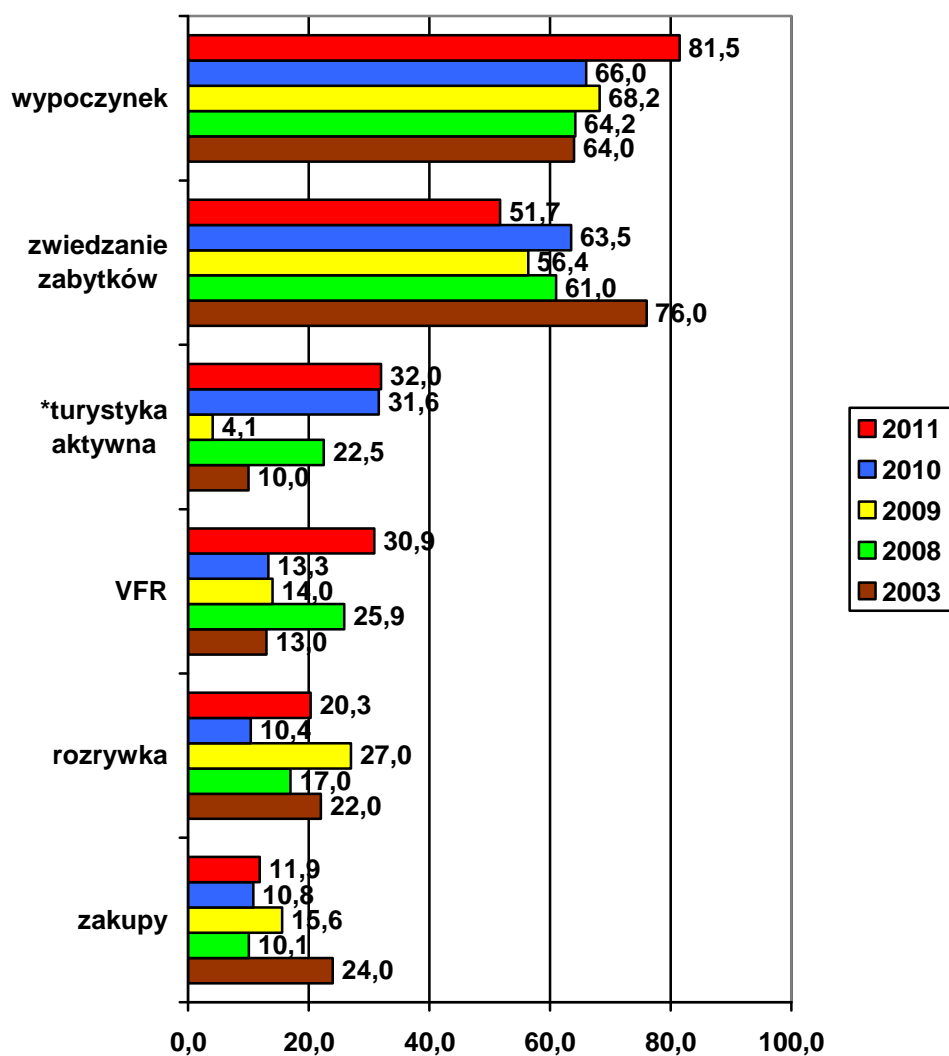


Rys. 6.8. Rozkład odpowiedzi (w %) na pytanie o cele podróży wśród rezydentów polskich w latach 2003 oraz 2008-2011



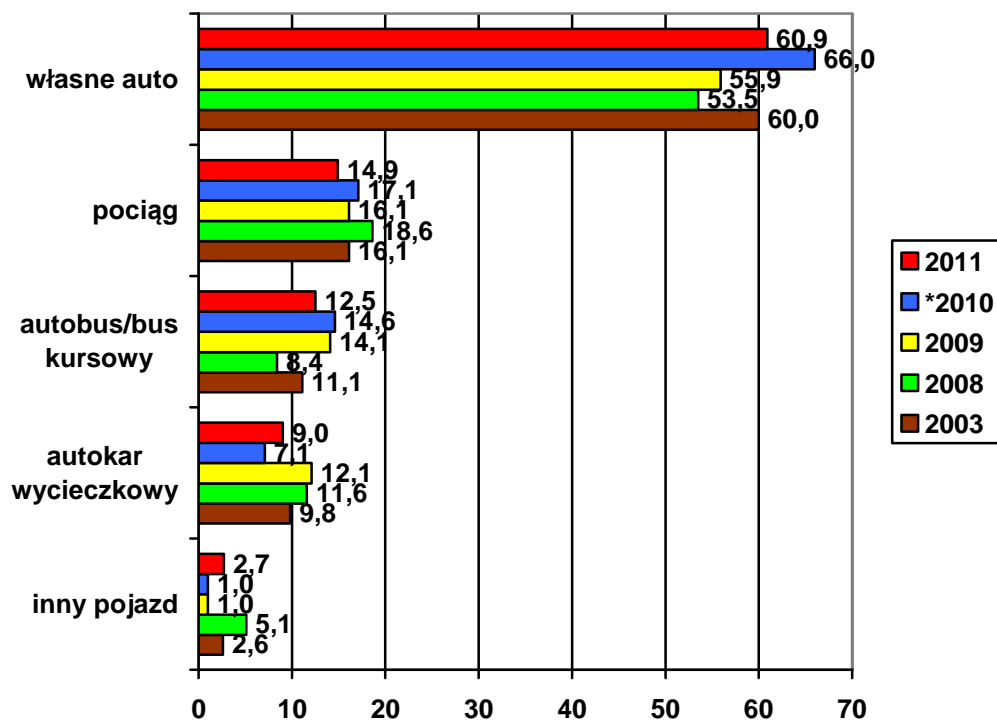
*Zgodnie z przyjętą w raporcie PBS/DGA z badań w 2010 r. interpretacją (s. 130) „poziom wskazań w kategorii <<turystyka aktywna>> jest sumą odpowiedzi: wędrowki piesze lub górskie, narciarstwo, snowboard, wędrowki na rowerze, inne sporty zimowe”. Dla zachowania spójności i porównywalności danych wieloletnich utrzymano w 2011 r. taką wykładnię.

Rys. 6.9. Rozkład odpowiedzi (w %) na pytanie o cele podróży wśród rezydentów zagranicznych w latach 2003 oraz 2008-2011



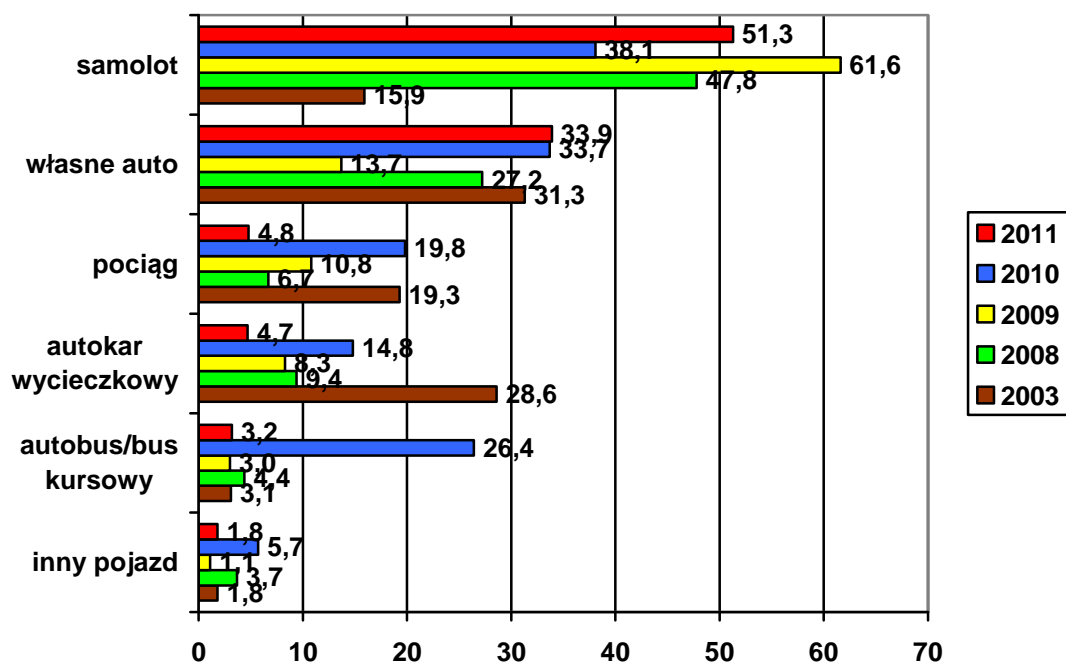
*Uwaga jak dla danych dot. rezydentów polskich.

Rys. 6.10. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski i/lub po jej obszarze w latach 2003 oraz 2008-2011; rozkład w % dla rezydentów polskich



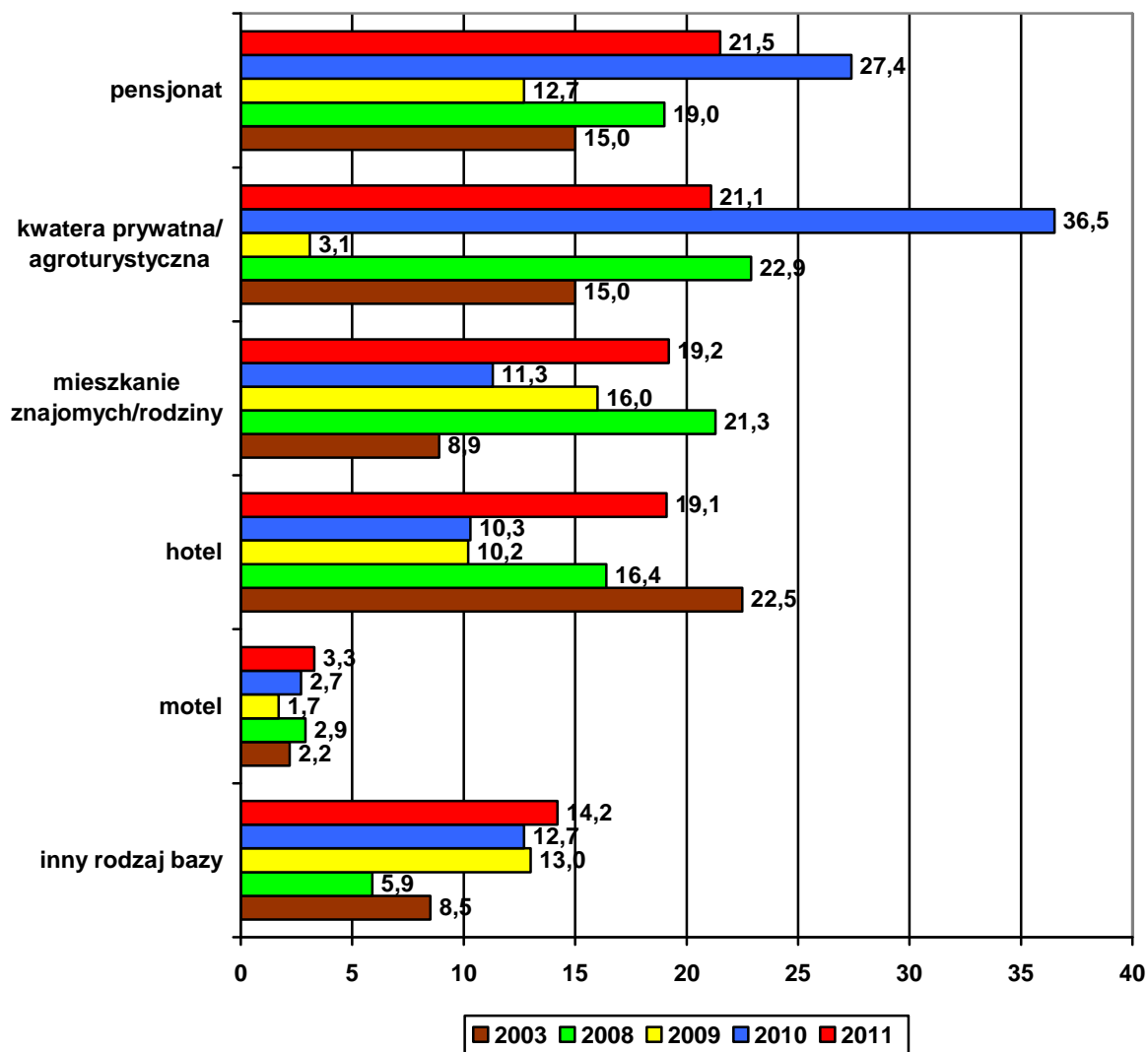
*W przypadku 2010 r. suma odsetek przekracza 100%.

Rys. 6.11. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Małopolski i/lub po jej obszarze w latach 2003 oraz 2008-2011; rozkład w % dla rezydentów zagranicznych

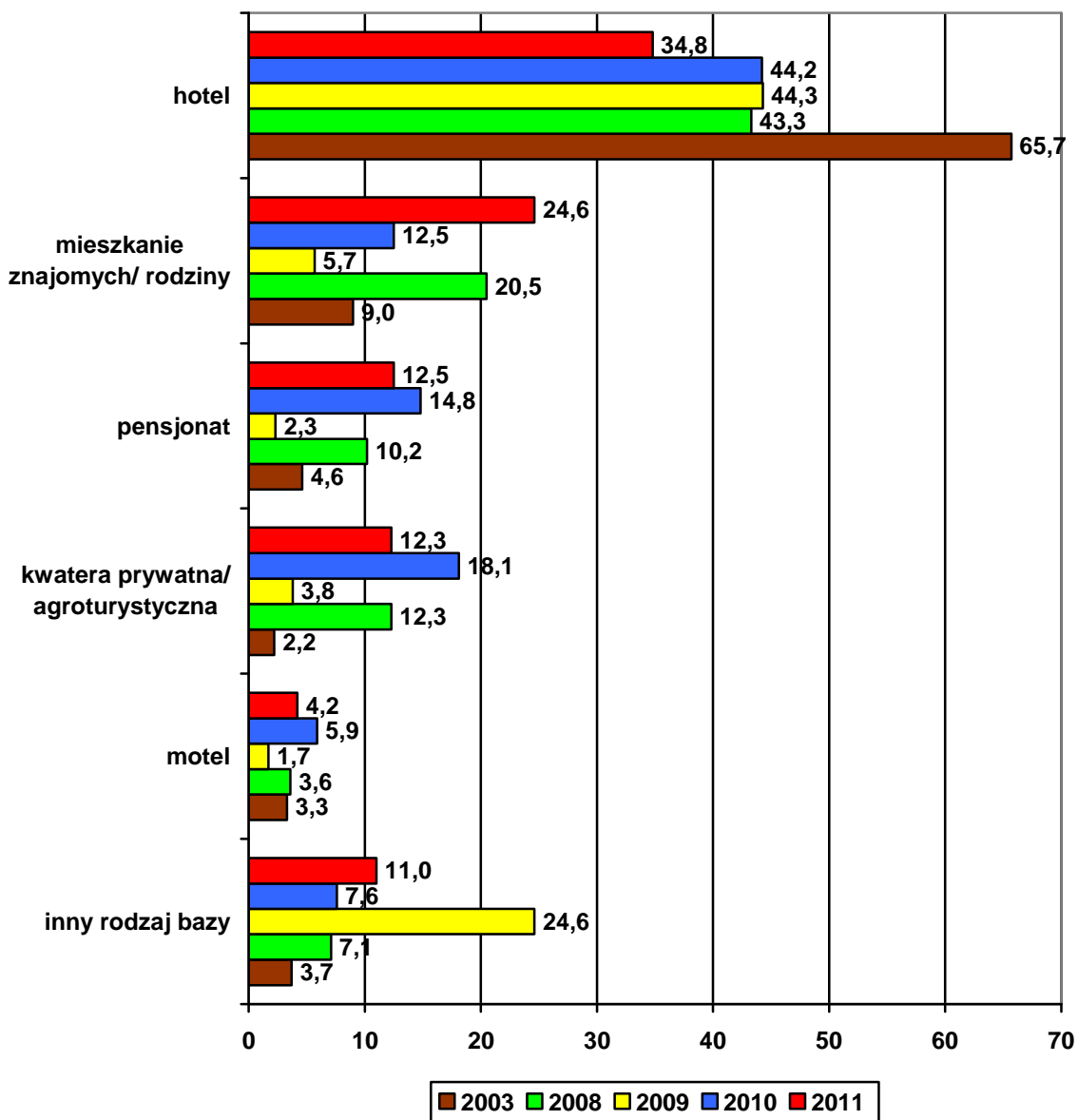


*W przypadku 2010 r. suma odsetek przekracza 100%.

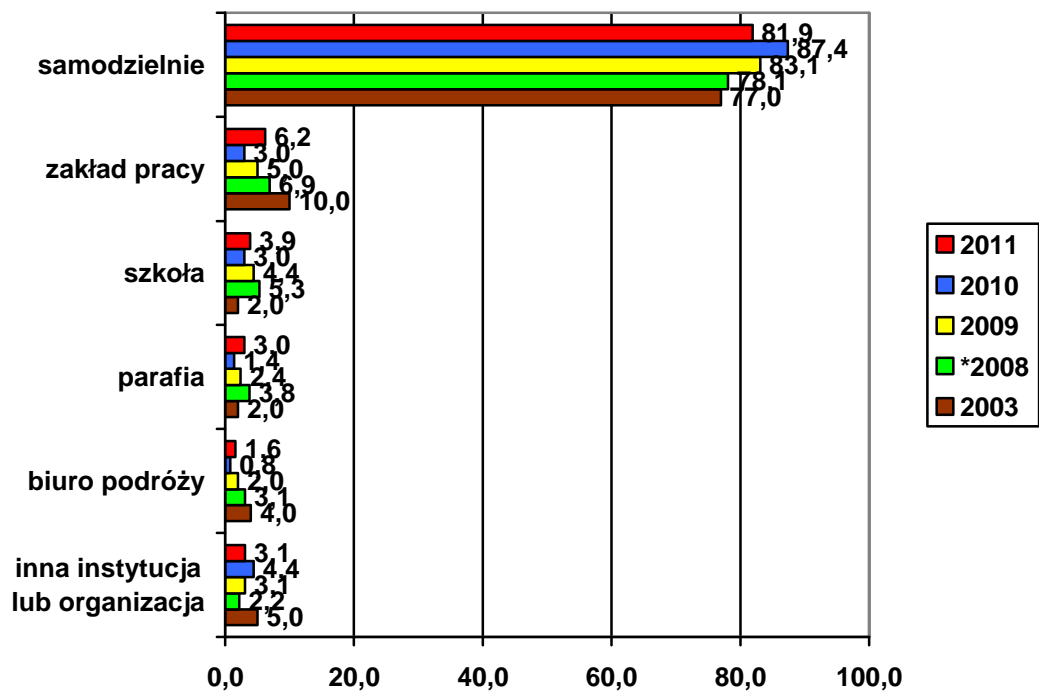
Rys. 6.12. Rodzaj bazy noclegowej wykorzystywanej przez rezydentów polskich w trakcie podróży po Małopolsce w latach 2003 oraz 2008-2011 (w %);



Rys. 6.13. Rodzaj bazy noclegowej wykorzystywanej przez rezydentów zagranicznych w trakcie podróży po Małopolsce w latach 2003 oraz 2008-2011 (w %)

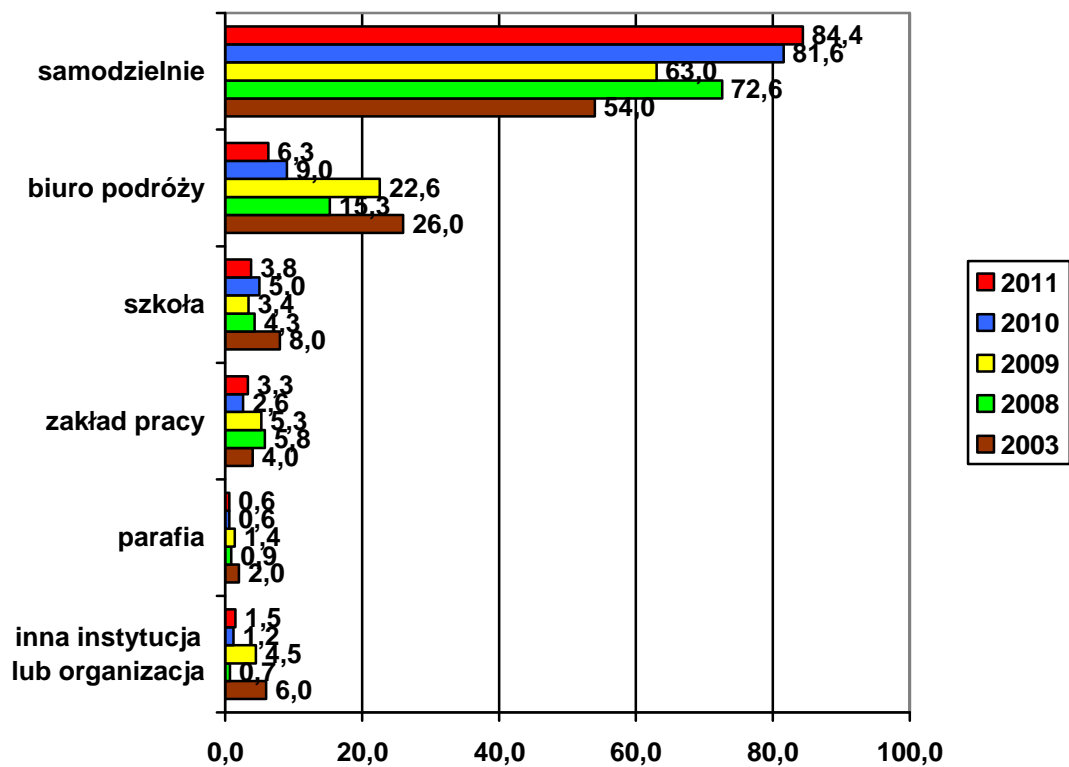


Rys. 6.14. Organizator wyjazdu wskazywany przez rezydentów polskich w latach 2003 oraz 2008-2011 (w %)

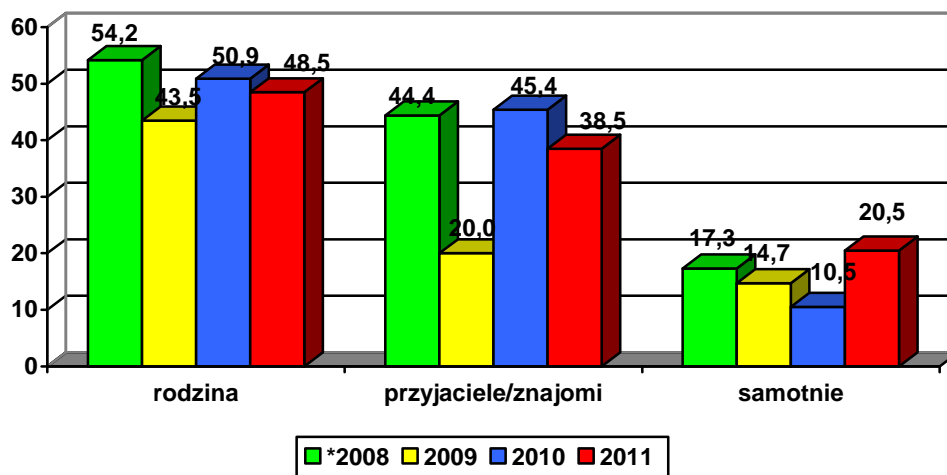


*Dane za 2008 r. zostały doprecyzowane i uzupełnione w stosunku do zawartości raportu PBS/DGA z 2010 r.

Rys. 6.15. Organizator wyjazdu wskazywany przez rezydentów zagranicznych w latach 2003 oraz 2008-2011 (w %)

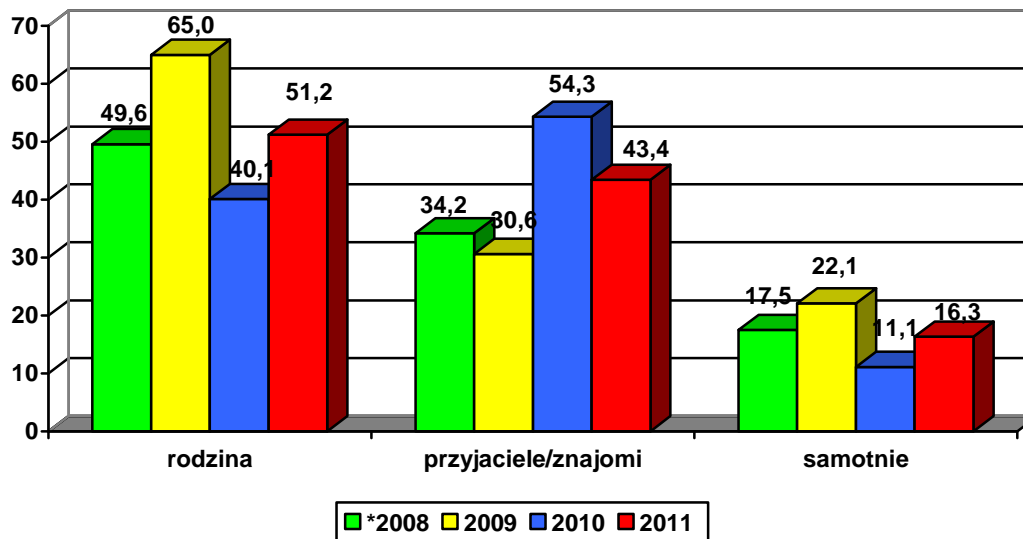


Rys. 6.16. Towarzystwo w podróży w latach 2008-2011; rozkład odpowiedzi twierdzących (w %) wśród rezydentów krajowych



* W stosunku do raportu PBS/DGA z 2010 r. uzupełniono dane z badań z 2008 r. na podstawie baz źródłowych przechowywanych w Instytucie Turystyki, który realizował te badania.

Rys. 6.17. Towarzystwo w podróży w latach 2008-2011; rozkład odpowiedzi twierdzących (w %) wśród rezydentów zagranicznych



* W stosunku do raportu PBS/DGA z 2010 r. uzupełniono dane z badań z 2008 r. na podstawie baz źródłowych przechowywanych w Instytucie Turystyki, który realizował te badania.

7. PODSUMOWANIE I WNIOSKI

7.1. W zakresie przebiegu i realizacji badań terenowych

7.1.1. Badania przeprowadzono we wszystkich zaplanowanych miejscach poboru próby (18 w okresie I kwartału i 22 w III kwartale) oraz w 12 etapach, z czego 6 w lutym i marcu oraz 6 w miesiącach lipiec-wrzesień w zrównoważonym stopniu w dniach roboczych i podczas weekendów

7.1.2. W każdym punkcie poboru próby (choć nie w każdym czasie) badani byli rezydenci zagraniczni.

7.1.3. Łącznie zrealizowano 6 068 ankiet (na 6 000 zaplanowanych), z czego 1 264 wśród rezydentów zagranicznych (planowane minimum wynosiło 1 200) i 4 804 wśród rezydentów polskich (planowane minimum 4 800). Oznacza to realizację zakładanej próby w 101,1%.

7.1.4. Na podstawie przebiegu badania terenowego można stwierdzić, że zarówno w okresie zimowym, jak i letnim punkty doboru próby zostały zasadniczo wyznaczone właściwie i uwzględniały różne typy, formy i rodzaje ruchu turystycznego. Trafny dobór obejmuje także takie punkty, jak Rytro, kolejka gondolowa na Jaworzynę Krynicką i Ojców, choć ruch turystyczny rezydentów zagranicznych bywał tam znikomy. Walor uchwycenia zróżnicowanych segmentów rezydentów polskich w tych miejscach stanowi argument za ich utrzymaniem w kolejnych badaniach.

7.1.5. Specyfika ruchu turystycznego na terenie Małopolski związana m.in. z krótkimi wyjazdami na narty (w okresie zimowym), wędrowki piesze bądź rowerowe lub zwiedzanie atrakcyjnych obiektów położonych stosunkowo blisko miejsc stałego zamieszkania (co dotyczy zarówno mieszkańców Małopolski, jak i gości z sąsiednich województw) w pełni uzasadnia kontynuowanie badań w przyszłości z podziałem na dwa zasadnicze segmenty rezydentów polskich, tj. turystów (nocujących) i odwiedzających 1-dniowych.

7.1.6. W świetle dotychczasowych doświadczeń i analizy danych powinno rozważyć się modyfikację pytania o miejscowości/miejsca/obiekty odwiedzane; w wersji ankiety dla rezydentów polskich – turystów (1A) pytanie 17, dla rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych (1B) pytanie 15, dla rezydentów zagranicznych 20-26 pytanie 18. Wydaje się zasadne ograniczenia tego pytania do kwestii, czy odwiedzał lub planuje odwiedzenie innych miejscowości/miejsc obiektów, z wariantem odpowiedzi tak lub nie, bez wnikania „które?”. Pytanie w dotychczasowej formie, aby miało faktyczny walor poznawczy powinno być drobiazgowo analizowane przy pomocy dodatkowych zmiennych konkretnego miejsca badania, gdyż ono rzutuje na zakres możliwych odpowiedzi (a nawet w znacznym stopniu je determinuje). Taka jednak bardzo szczegółowa analiza przy stosunkowo dużym rozrzucie wariantów odpowiedzi (pytanie jest bowiem otwarte) i stosunkowo niewielkich zbiorowościach w poszczególnych miejscach badania nie jest statystycznie wiarygodna.

7.1.7. Do rozważenia przez Urząd Marszałkowski pozostaje kwestia prowadzenia w następnych latach badań w Oświęcimiu. Wprawdzie Muzeum na terenie byłego obozu zagłady Auschwitz-Birkenau jest walorem turystycznym o znaczeniu światowym i wizytowane jest przez rzesze turystów krajowych i zagranicznych, a jako element dziedzictwa historycznego stanowi element symboliczny, dla wielu podróżujących stanowi główny, niekiedy jedyny, cel ich przyjazdu, to istnieje oczywista i jakościowa dysharmonia pomiędzy tym miejscem a innymi, o charakterze atrakcji. Pobyt i wizyta w Muzeum sprzyja przeżyciom i refleksjom zupełnie innego

rodzaju niż spacer po Rynku w Krakowie, Krupówkami, deptakiem w Krynicy, eksplorowaniem sztolni w Wieliczce i aktywności na narciarskich stokach. Jednocześnie inne walory Oświęcimia (m.in. zamek, synagoga, Rynek bądź klasztor Salezjanów) z reguły nie stanowią celu samoistnego, a jedynie możliwy dodatek do głównego punktu programu, jakim jest i pozostanie Muzeum. Dlatego też realizatorzy badań 2011 r. sugerują zrezygnowanie w przyszłości z badań w Oświęcimiu, tym bardziej, że pokaźna część faktycznego ruchu zagranicznego, jakim są przyjazdy z Izraela nie jest fizycznie dostępna dla badań, nawet gdyby nie było przeszkód natury etycznej. Utraconą tu pulę respondentów można kompensować albo poprzez zwiększenie liczebności prób w innych miejscach, albo też przez dodanie nowego. W takim przypadku może to być np. Inwałd (Park Miniatur, Park Dinolandia, który cieszy się coraz większą popularnością i przyciąga różne segmenty ruchu turystycznego, swoją atrakcyjnością rozumianą konwencjonalnie. Jednocześnie nie jest położony w zupełnie innej przestrzeni geograficznej niż Oświęcim.

7.1.8. Z uwagi na znaczną zmienność natężenia ruchu turystycznego w okresie zimowym (a także jego pewne cechy strukturalne) pierwszy etap badań (pierwsze dwa pobory próby) – o ile to tylko możliwe – powinien być przeprowadzony w okresie trwania ferii zimowych dla młodzieży.

7.2. W zakresie szacunków ruchu turystycznego na obszarze Małopolski

7.2.1. Instytut Turystyki szacuje w 2011 r. umiarkowany wzrost ruchu turystycznego na terenie województwa małopolskiego. W zakresie ruchu wszystkich odwiedzających wyniesie on 11,9 mln, tj. o 4,1% więcej niż w 2010 r.

7.2.2. Wzrost nastąpi także w liczbie turystów, których ogólna wielkość powinna osiągnąć 9 mln i będzie to więcej niż w 2010 r. o 3,1%, tempo wzrostu w segmencie krajowym i zagranicznym będzie bardzo zbliżone (odpowiednio 3,1% i 3,0%).

7.2.3. Całoroczny poziom wydatków uczestników ruchu turystycznego szacowany jest w 2011 r. na 11 mld PLN, z czego 92% tej kwoty będzie pochodzić od turystów, tylko 8% od odwiedzających 1-dniowych.

7.2.4. W umiarkowanym stopniu wzrośnie też ruch w Międzynarodowym Porcie Lotniczym Kraków. Przy ok. 4% wzroście ruch osiągnie poziom 3 mln pasażerów.

7.3. W zakresie wyników badań terenowych

Tak wśród rezydentów polskich, jak i zagranicznych nieznacznie spadł w 2011 r. udział kobiet (w stosunku do udziału mężczyzn). Zmiany te jednak nie przekraczały 4 pkt. proc. i mogą mieć charakter całkowicie przypadkowy.

W 2011 r. w segmencie rezydentów polskich zmniejszył się udział najmłodszych grup wiekowych (szczególnie 15-19 lat), a w mniejszym stopniu w wieku 50-59 lat, zwiększył zaś w przedziale 30-49 lat. W świetle zmian w latach wcześniejszych trudno interpretować to jako spójną tendencję. Wśród rezydentów zagranicznych zmiany przebiegały w podobnych kierunkach tj. spadek udziałów w najmłodszych grupach i wzrost w przedziale 30-49 lat.

Wśród rezydentów zagranicznych w porównaniu do 2010 r. o 3 pkt. proc. wzrósł udział deklarujących „polskie korzenie” i przy zachowaniu tendencji wzrostowej (w okresie 2009-2011) nie jest to zmiana większa niż we wcześniejszych latach.

7.3.1. Stałe miejsce zamieszkania respondentów krajowych

Wśród turystów krajowych w badaniu najczęściej uczestniczyli mieszkańcy województwa mazowieckiego (17,9%) i śląskiego (12,1%) a na kolejnych miejscach znaleźli się mieszkańcy Małopolski (10,0%), Dolnego Śląska oraz Podkarpackiego (po 7,6%), Wielkopolski (7,4%), Świętokrzyskiego (6,6%) i Łódzkiego (5,6%). W pozostałych przypadkach było to poniżej 5% udziałów, a najmniej respondentów (poniżej 3%) trafiło do próby z Polski Północnej, tj. z woj. warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, zachodniopomorskiego i kujawsko-pomorskiego.

W przypadku odwiedzających 1-dniowych zdecydowanie przeważali mieszkańcy Małopolski, których było ponad 44%. Stosunkowo duży był także udział przyjazdów z województwa śląskiego (13,6%), podkarpackiego (8,7%) i mazowieckiego (6,1%). Mniej niż 1% stanowili wśród odwiedzających 1-dniowych goście z podlaskiego, pomorskiego i zachodniopomorskiego.

Wśród rezydentów polskich w porównaniu z 2010 r. zmniejszył się udział odwiedzających z województwa śląskiego (o ok. 6 pkt. proc.); nieznacznie zwiększyły się udziały stałych mieszkańców Małopolski, Mazowsza i Podkarpackiego (po ok. 1,5-2 pkt. proc.). Zmiany w pozostałych przypadkach były statystycznie nieistotne.

7.3.2. Stałe miejsce zamieszkania respondentów zagranicznych

W przypadku rezydentów zagranicznych najczęściej reprezentowani byli stali mieszkańcy Wielkiej Brytanii i Niemiec. Tylko mieszkańcy tych dwóch krajów mieli udziały powyżej 10%. W przedziale 5-10% znaleźli się rezydenci z Włoch, Słowacji, Francji, Austrii, USA, Irlandii i Rosji. Umożliwiło to bardziej szczegółową analizę i stworzenie dla odwiedzających z tych krajów „profilu narodowych” oraz zestawień porównawczych, które stanowią integralną część Raportu.

W stosunku do 2010 r. w stopniu bardziej znaczącym zmniejszył się udział procentowy rezydentów z Wielkiej Brytanii, zwiększył z Niemiec (o 6 pkt. proc.) i Austrii (o 4 pkt. proc.). Zmiany w pozostałych przypadkach nie przekraczają na ogół 1 pkt. proc. Może to być odbiciem zmian w sytuacji gospodarczej w krajach stałego pobytu respondentów.

7.3.3. Środki transportu

Rezydenci krajowi (tak odwiedzający 1-dniowi, jak i turyści) głównie wymieniali własny samochód jako środek transportu (ok. 61%) i nieznacznie częściej robili to odwiedzający 1-dniowi niż turyści. Na kolejnych miejscach był pociąg (z którego dwukrotnie częściej korzystali turyści), autobus kursowy i autokar wycieczkowy. Te dwa ostatnie środki lokomocji nieco częściej były wskazywane przez odwiedzających 1-dniowych.

Rezydenci zagraniczni najczęściej korzystali z samolotu (51%), w mniejszym z własnego samochodu (34%). Inne sposoby wykorzystywane były w niewielkim zakresie (poniżej 5%). Podkreślić jednak należy bardzo duże zróżnicowanie w zakresie korzystania z samolotu i samochodu w zależności od kraju stałego zamieszkania. I tak mieszkańcy Irlandii, Wielkiej Brytanii i USA z samolotu skorzystali w ponad 85% przypadkach, dla rezydentów Niemiec i Austrii było to kilkanaście procent, a Słowacji 1%. Własne auto było z kolei dominującym środkiem transportu dla gości ze Słowacji, Austrii, Niemiec i Rosji, najrzadziej pojawiało się wśród respondentów z Irlandii i USA.

Wśród rezydentów polskich nie zmieniła się zasadniczo w stosunku do 2010 r. struktura wykorzystywanych środków transportu. Natomiast wśród rezydentów zagranicznych znacząco (o 13 pkt. proc.) wzrósł udział korzystania z samolotu, taką samą popularnością, jak rok wcześniej cieszyło się własne auto, relatywnie zmniejszyło się zaś korzystanie z pozostałych rodzajów transportu.

7.3.4. Baza noclegowa

Wśród turystów krajowych równie często były wskazywane hotele, pensjonaty, kwatery prywatne, jak i mieszkanie u krewnych bądź znajomych (na poziomie 19-21%). Pozostałe rodzaje bazy były wskazywane znacznie rzadziej.

W stosunku do 2010 r. rezydenci polscy częściej korzystali z hoteli oraz mieszkania u krewnych lub znajomych, rzadziej z pensjonatów i kwater prywatnych. Inne rodzaje bazy pozostawały na tym samym poziomie częstotliwości wskazań.

Wśród turystów zagranicznych przeważały hotele (ponad 1/3 wskazań), ale pokaźna grupa (ok. 1/4) mieszkała u krewnych bądź znajomych. Z kwater prywatnych lub agroturystycznych korzystało 12% respondentów. Łącznie z noclegów poza bazą zbiorowego zakwaterowania skorzystało 37% badanych z zagranicy, tj. nieco więcej niż z hoteli.

W segmencie rezydentów zagranicznych częściej niż w 2010 r. turyści korzystali z zakwaterowania w mieszkaniach krewnych lub znajomych, rzadziej ze skomercjalizowanej bazy noclegowej, przy czym największa różnica miała miejsca w przypadku hoteli, na które wskazało w 2011 r. o 10 pkt. proc. mniej respondentów niż rok wcześniej

7.3.5. Długość pobytu

W przypadku badanych rezydentów krajowych – turystów najczęściej deklarowanym czasem – długością pobytu – było 1-3 noce (prawie 47% ankietowanych w tym segmencie), na pobyt dłuższy 4-7 nocy wskazało 40% respondentów, przy średniej długości pobytu 5,5 nocy.

W 2010 r. średnia długość pobytu w Małopolsce wśród rezydentów polskich wynosiła 5,8 nocy, a więc nieznacznie wyższa.

Rezydenci zagraniczni średnią długość pobytu mieli 6,1 nocy i 46% deklarowało pobytu w przedziale 4-7 nocy. W 2010 r. było to 6,2 nocy.

7.3.6. Cel podróży

Przy deklaracji celów podróży/pobytu przeważały wśród rezydentów krajowych (tak turystów, jak i odwiedzających 1-dniowych): wypoczynek, zwiedzanie zabytków i wędrowki piesze lub górskie, przy czym przewaga wypoczynku nad zwiedzaniem wśród turystów wynosiła 33 pkt. proc. Wśród odwiedzających 1-dniowych różnica ta była znacznie mniejsza (ok. 11 pkt. proc.), ale przede wszystkim na skutek dużo rzadziej wskazywanego wypoczynku jako celu podróży. Wielkości te i odmienność rozkładu wydają się oczywiste i są naturalną konsekwencją czasu przeznaczanego na wyjazd.

W zakresie celów pobytu wśród rezydentów polskich zmniejszył się (wobec 2010 r.) nieco odsetek wskazań na wypoczynek, turystykę aktywną, zwiedzanie zabytków, zwiększył się natomiast bardzo istotnie udział eksponujących odwiedziny u krewnych lub znajomych (o ponad 14 pkt. proc.), a w mniejszym stopniu podających cel rozrywki i cele zdrowotne (w granicach 4-5 pkt. proc.).

Wśród rezydentów zagranicznych zdecydowanie dominował wypoczynek (ponad 81% wskazań), w dalszej kolejności było poznawanie zabytków (52%) oraz odwiedzanie krewnych bądź znajomych (31%). Cel „rozrywka” (m.in. pobyt w restauracjach, pubach, klubach) wymieniła 1/5 ankietowanych. W tym przypadku istnieje znaczna dysproporcja sezonowa i cel ten wskazywany jest znacznie częściej w zimie niż w lecie.

Wśród rezydentów zagranicznych w 2011 r. częściej niż w 2010 r. wskazywano na wypoczynek i odwiedziny krewnych/znajomych (i tu zmiany były znaczące), wzrosła też popularność celu „rozrywka”, rzadziej natomiast wskazywano zwiedzanie zabytków jako główny cel podróży. Inne najczęściej wymieniane cele wskazywano z podobną częstotliwością, co rok wcześniej. Zmiany te mogą po części być spowodowane przesunięciami w strukturze krajów będących stałym miejscem zamieszkania, w strukturze udziałów poszczególnych grup wiekowych oraz wzrostem udziału deklarujących „polskie korzenie”.

7.3.7. Organizacja podróży

We wszystkich badanych segmentach ponad 80% respondentów organizowało sobie tę podróż samodzielnie. W przypadku rezydentów zagranicznych było to nawet 84%. Znikomy był udział biur podróży, dla rezydentów krajowych kształtował się na poziomie 1-2%, a dla rezydentów zagranicznych dotyczył tylko 6% ankietowanych tego segmentu. Ze względu na aktywność podmiotów gospodarczych w branży turystycznej nie jest to sytuacja korzystna.

Z uwagi na utrzymującą się olbrzymią dominację wyjazdów organizowanych samodzielnie zmiany wśród rezydentów polskich w tym zakresie można uznawać za mało znaczące. Wśród rezydentów zagranicznych pogłębił się trend spadku udziału biur podróży. Można sądzić, że jest to wynikiem coraz większej roli internetu na rynku obrotów usługami turystycznymi i informacją oraz rosnącej dostępności usług sprzedawanych lub rezerwowanych *on-line*.

7.3.8. Towarzystwo w podróży

Badanym w trakcie podróży z reguły towarzyszyło mniejsze lub większe grono znajomych bądź rodziny. Podróże samotne wskazało tylko ok. 20% rezydentów polskich (podobnie w obu badanych segmentach) i 16% rezydentów zagranicznych. Rodzina towarzyszyła badanym w około połowie przypadków we wszystkich segmentach (wśród odwiedzających 1-dniowych nieco rzadziej). Towarzystwo znajomych/przyjaciół było nieco mniejsze, a największa różnica miała miejsce wśród rezydentów polskich – turystów (13 pkt proc. mniej). Około 20% polskich rezydentów podróżowało z dziećmi.

Rezydenci zagraniczni uzyskali wynik bardzo zbliżony do polskich (o 2 pkt proc. mniej).

Wśród rezydentów polskich zmniejszył się nieco odsetek podróżujących z rodziną, w większym stopniu podróżujących ze znajomymi, wzrost natomiast wyraźny (o 10 pkt proc.) udział podróżujących samotnie. Zjawisko to (wzrost udziału osób podróżujących samotnie) dało się także zaobserwować w segmencie rezydentów zagranicznych, choć w mniejszej skali – 5 pkt. proc., przy jednoczesnym znaczącym wzroście udziału podróżujących z rodziną, a spadku – w podobnym stopniu – podróżujących ze znajomymi.

7.3.9. Częstotliwość podróży

Wśród rezydentów polskich – turystów, tych którzy odwiedzają Małopolskę bardzo często było 20%, tych którzy odbywali taką podróż po raz pierwszy 12%. Wśród rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych wariant „bardzo często” dotyczył 41% badanych, a pierwszy raz zadeklarowało 10%. Oznacza to zbliżoną wartość dla podróży „dziewiczych” w obu segmentach i bardzo istotną różnicę przy dużej częstotliwości podróży. Można zakładać, że na te różnice w rozkładzie istotny wpływ ma stałe miejsce zamieszkania i udział mieszkańców Małopolski wśród odwiedzających 1-dniowych

W 2010 r. rezydentów polskich – turystów, którzy bardzo często odwiedzali Małopolskę było prawie 25%, a tych co pierwszy raz 9%. Zmiany te można uznać za mało istotne statystycznie. Podobnie stabilna sytuacja pojawia się w segmencie odwiedzających 1-dniowych, gdzie na I podróż wskazało 7%, a na bardzo częste podróże 43%.

Wśród rezydentów zagranicznych ponad 37% respondentów stwierdziło, że jest w Małopolsce po raz pierwszy, a często lub bardzo często bywa tu ok. 1/4 badanych. Powyższe różnice w rozkładach świadczą o odmiennym potencjale doświadczeń i aktywności turystycznej na terenie Małopolski w wyodrębnionych segmentach ruchu.

W 2010 r. rezydentów zagranicznych, którzy byli w Małopolsce po raz pierwszy było znacznie więcej (53%), natomiast tych, którzy przyjeżdżają tu bardzo często lub często 15%. Oznacza to spadek w 2011 r. udziału tych, „którzy I raz” i wzrost statystycznego znaczenia częściej odwiedzających region.

7.3.10. Miejsca, miejscowości i obiekty atrakcyjne

Rezydenci polscy (zarówno turyści, jak i odwiedzający 1-dniowi) wymienili prawie 300 obiektów, miejsc i miejscowości, które uważali za najbardziej atrakcyjne; rezydenci zagraniczni podali prawie 140 takich wskazań. W czołówce rankingu znalazły się miasta/miejscowości i obiekty związane z polską historią, tradycją i kulturą na czele z Krakowem, Zakopanem, Kopalnią Soli w Wieliczce, Muzeum w Oświęcimiu, Wawelem, Rynkiem Głównym w Krakowie i Wadowicami. Podobnie ułożyła się hierarchia w przewodzącej grupie wśród rezydentów zagranicznych. Ta grupa 7 najczęściej wymienianych atrakcji tworzy wyraźną czołówkę rankingu. Wśród walorów przyrodniczych respondenci najczęściej wskazywali Tatry (Tatrzański Park Narodowy) i Ojcowski Park Narodowy. Podkreślić także należy wyjątkowe znaczenie Krakowa jako syntezy i kwintesencji atrakcyjności Małopolski. Kraków jako całość uzyskał 47% możliwej maksymalnej liczby punktów wśród rezydentów polskich i 51% wśród zagranicznych, dystansując tym samym wszystkie inne wskazania.

W stosunku do 2010 r. w rozkładzie wskazań nie zaszły zasadnicze zmiany, poza pewnym zmniejszeniem się pozycji rankingowej Krynicy Zdroju.

7.3.11. Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych, sportowych i innych

Wśród rezydentów polskich turystów największą popularnością cieszyły się wydarzenia kulturalne (22%), nieco mniejszą sportowe (15%), najmniejszą inne (13%). Wśród rezydentów polskich odwiedzających 1-dniowych przewaga wskazań na wydarzenia kulturalne nad sportowymi była nieznaczna (25% do 23%). Podkreślić jednak należy, że częstotliwość wskazań w tym segmencie była wyższa niż wśród

turystów, a dotyczy to szczególnie wydarzeń sportowych. Na wyniki te niewątpliwie wpływ miały rozgrywane w Zakopanem konkursy skoków narciarskich (zawody o Puchar Świata i impreza specjalna, jaką było pożegnanie A. Małysza).

Wydarzeniem sportowym – choć o zupełnie innej randze - zyskującym na znaczeniu w percepcji badanych są coraz bardziej popularne i widowiskowe wyścigi kumoterek. Przy odpowiedniej promocji imprezy te mogą stać się elementem wizerunku regionu w okresie zimowym.

W zakresie wydarzeń kulturalnych stosunkowo największym „wzięciem” cieszyły się cykliczne imprezy muzyczne, plastyczne, filmowe itp., a także cykliczne wydarzenia związane z kulturą wybranych grup i/lub regionów

Wśród rezydentów zagranicznych także najczęściej wskazywano na uczestnictwo w imprezach kulturalnych (13%), rzadziej sportowych (10%), najrzadziej w innych (7%). Oznacza to, że we wszystkich typach wydarzeń uczestnictwo wśród rezydentów zagranicznych było rzadziej wymienione niż wśród krajowych.

7.3.12. Informacja

Informacji przed podróżą najczęściej poszukiwali badani z zagranicy (78%), najmniej zaś krajowi 1-dniowi (zaledwie 51%). Rezydenci polscy – turyści z 72% wskazań byli w swych zachowaniach bardziej zbliżeni do rezydentów zagranicznych niż krajowych – odwiedzających 1-dniowych

W 2010 r. różnice pomiędzy badanymi segmentami układały się podobnie (także najczęściej informacji poszukiwali rezydenci zagraniczni, najrzadziej krajowi odwiedzający 1-dniowi, przy czym odsetek wskazań był w każdym przypadku o 10-15 pkt. proc. niższy.

W poszukiwaniu informacji rezydenci polscy korzystali w głównej mierze ze stron internetowych (na poziomie 70-80% wśród tych, którzy poszukiwali), natomiast zagraniczni częściej niż strony www wymieniali przewodniki turystyczne, a niewiele rzadziej wskazywano na rodzinę lub znajomych jako źródło poszukiwanej wiedzy. Rezydenci zagraniczni ze stron internetowych korzystali dwukrotnie rzadziej niż rezydenci polscy.

Wśród rezydentów zagranicznych i polskich – turystów najczęściej poszukiwano informacji o możliwości dojazdu, zakwaterowania i o atrakcyjnych obiektach. Wśród rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych, gdzie generalnie poszukiwano informacji znacznie rzadziej stosunkowo największym zainteresowaniem cieszyły się: badanie możliwości dojazdu, atrakcyjnych obiektów i możliwości zwiedzania.

Struktura korzystania ze źródeł informacji układała się podobnie w 2010 r. trudno też mówić o większych różnicach analizując zakres zbieranych informacji w poszczególnych segmentach.

7.3.13. Miejsca, miejscowości i obiekty odwiedzane

W przypadku odpowiedzi na pytania o miejsca/miejscowości lub obiekty już odwiedzone bądź planowane do odwiedzenia wystąpiła zależność w postaci najczęstszego wskazywania takich miejsc przez rezydentów zagranicznych (prawie 75% badanych), najrzadszego przez polskich odwiedzających 1-dniowych (niecałe 45%). Rezydenci polscy – turyści, wśród których wskazało takie miejsca prawie 68% byli w swych zachowaniach bardziej podobni do rezydentów zagranicznych niż krajowych 1-dniowych. Łącznie rezydenci zagraniczni wskazali 127 takie miejsca, rezydenci polscy odwiedzający 1-dniowi 260 miejsc, a rezydenci polscy – turyści 298

miejsc. We wszystkich trzech segmentach wyraźną przewagę nad pozostałymi uzyskały wskazania na Kraków i Zakopane

7.3.14. Wydatki:

Wśród rezydentów zagranicznych i polskich najczęściej wymienianymi rodzajami wydatków był zakup żywienia, pokrycie kosztów przejazdów, i biletów wstępu do atrakcji, a przypadku krajowych i zagranicznych turystów także zakwaterowania. Na uwagę zasługuje stosunkowo duży udział wskazań na wydatki na zakup pamiątek oraz pokrywanie kosztów pobytu w restauracjach, pubach, dyskotekach itp.

Można uznać, że struktura wydatków w 2010 r. była zbliżona – najczęściej wskazywano na wyżywienie, zakwaterowanie (turyści), przejazdy i bilety wstępu do atrakcji turystycznych. Istotnie większy (różnica ok. 20 pkt proc.) był udział wskazań na wyciągi i kolejki górskie wśród rezydentów polskich – turystów.

Wydatki rezydentów polskich najczęściej kształtowały się na poziomie: 300-500 PLN w przypadku turystów i 50-100 PLN w przypadku 1-dniowych. Na podstawie kwot deklarowanych średnie wydatki (średnia ważona) w gronie odwiedzających 1-dniowych wynosiły 278,8 PLN, a w gronie turystów – 755,6 PLN.

W 2010 r. wydatki rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych były znacząco niższe (niecałe 163 PLN), natomiast turystów na zbliżonym poziomie i wynosiły 720 PLN.

Wydatki ok. połowy rezydentów zagranicznych wahały się w przedziale 1000-3000 PLN. Mniej wydało 28%, a więcej ok. 19%. Średnie wydatki (średnia ważona) w tej grupie wynosiły 2 140,5 PLN. Wydatki w tym segmencie w 2010 r. wynosiły średnio 1 479 PLN

Badani dostrzegali wysoką atrakcyjność oferowanych usług i towarów w Małopolsce; 87% rezydentów krajowych i 73% zagranicznych stwierdziło, że byłoby na co wydać pieniądze, gdyby mieli większe możliwości finansowe.

7.3.15. Zadowolenie z podróży i pobytu:

Absolutna większość badanych we wszystkich segmentach deklarowała, że z tej podróży i pobytu jest bardzo zadowolona. W przypadku rezydentów polskich odwiedzających 1-dniowych było to 2/3 ankietowanych, w przypadku turystów (krajowych i zagranicznych) 72-73%.

W 2010 r. częściej wyrażali duże zadowolenie rezydenci polscy odwiedzający 1-dniowi (różnica ok. 7 pkt. proc.), rzadziej rezydenci zagraniczni (różnica ok. 15 pkt. proc.). Wśród rezydentów polskich turystów oceny te pozostawały na zasadniczo tym samym poziomie.

Pytani o mankamenty i powody niezadowolenia respondenci wskazywali przede wszystkim na zły stan infrastruktury transportowej. Wśród rezydentów polskich – turystów powodem niezadowolenia (lub mniejszego zadowolenia) była także zła pogoda oraz wysokie ceny.

Na pytanie o powody dużego zadowolenia wskazywano przede wszystkim na atrakcyjność historyczną, kulturową, przyrodniczo-krajobrazową, estetykę miejsca/krajobrazu w jakim znaleźli się odwiedzający, a także na dobrą infrastrukturę turystyczną i gościnność mieszkańców Małopolski (to przede wszystkim wśród rezydentów zagranicznych).

7.3.16. Ocena atrakcyjności:

Ocena na skali 10-punktowej atrakcyjności miejscowości, gdzie prowadzono badanie kształtowała się na poziomie od 8,4 pkt. (średnia ważona liczby wskazań) w przypadku odwiedzających 1-dniowych, przez 8,6 rezydentów polskich – turystów, do 8,8 przez rezydentów zagranicznych

W 2010 r. rezydenci polscy odwiedzający 1-dniowi oceniali tę atrakcyjność na 8,4, turyści na 8,3, a rezydenci zagraniczni na 8,5 pkt. Różnice w uzyskanych wynikach pomiędzy rokiem 2011 i 2010 można uznać za marginalne.

W przypadku ocen konkretnych dziedzin podaży turystycznej (oferty turystycznej) najgorzej oceniono warunki dojazdu. W 10-cio stopniowej skali uzyskały one 6,6 pkt u rezydentów polskich i 7,1 pkt wśród zagranicznych. Bardzo wysoko oceniana była gościnność i życzliwość mieszkańców Małopolski – 8,9 pkt. wśród rezydentów zagranicznych, 8,8 pkt. wśród turystów polskich i 8,7 pkt. wśród polskich odwiedzających 1-dniowych.

Ponad 60% badanych we wszystkich segmentach zdecydowanie chciałaby polecić swoim znajomym lub krewnym przyjazd do Małopolski, przy czym najwięcej takich osób było wśród rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych (71%), nieco mniej wśród rezydentów polskich – turystów (69%), najmniej wśród rezydentów zagranicznych (63%). Zdecydowanie polecenie miejscowości, w której prowadzono badanie było podobnie deklarowane we wszystkich grupach, na poziomie od 59% do 64%.

W 2010 r. rozkład ocen polecenie miejscowości można uznać za nieco odmienny: od 75% w przypadku odwiedzających 1-dniowych, 71% wśród polskich turystów do 63% wśród rezydentów zagranicznych, a poziom rekomendacji Małopolski wahał się od 58% wśród rezydentów zagranicznych do 77-79% w przypadku polskich.

7.3.17. Oddziaływanie reklamy:

Reklamę Małopolski widziało 53% badanych rezydentów polskich i prawie 44% zagranicznych, a główną jej formą/nośnikiem, z jakim stykali się respondenci we wszystkich 3 grupach był internet. Prócz tego rezydenci polscy najczęściej wskazywali na billboardy, prasę i TV, a zagraniczni na foldery, ulotki, billboardy i prasę (jako miejsca postrzegania reklam Małopolski).

W 2010 r. deklarację o spostrzeżeniu reklam Małopolski złożyło wyraźnie mniej badanych. Dla rezydentów polskich – odwiedzających 1-dniowych różnica wynosi prawie 17 pkt. proc., dla turystów 8 pkt. proc. a dla rezydentów zagranicznych 13 pkt. proc. Można zatem mówić o znacznie częstszym docieraniu reklamy regionu do badanych w 2011 r.

ZAŁĄCZNIKI

Wzór ankiety dla turystów polskich

Instytut Turystyki, 03-822 Warszawa, ul. Grochowska 341 I. 265, tel. 22/844-63-47; fax. 22/844-12-63

nr ankiety lokalizacja/nr data badania (d/m/r)

imię nazwisko ankietera _____ wersja ankiety

1A

BADANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM 2011

Szanowni Państwo!

Instytut Turystyki na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego prowadzi obecnie badania ruchu turystycznego na terenie Małopolski. W związku z tym chcielibyśmy poznać Państwa opinię na temat tego regionu i Państwa podróży. Uzyskane informacje posłużą do poprawy jakości obsługi turystów i spowodowania by Małopolska oferta turystyczna była jeszcze bardziej atrakcyjna. Z góry bardzo dziękujemy za udział w badaniu.

1. Jak długo łącznie będzie trwał Pana/Pani obecny wyjazd na terenie Małopolski? (liczba nocy)
2. Gdzie Pan/Pani nocuje w trakcie tego wyjazdu? <input type="checkbox"/> 1 Hotel, w tym przypadku prosimy o podanie kategorii (ile gwiazdek?) <input type="checkbox"/> 2 Motel <input type="checkbox"/> 3 Pensjonat <input type="checkbox"/> 4 Kwatera prywatna/kwatera agroturystyczna <input type="checkbox"/> 5 Mieszkanie znajomych lub rodziny <input type="checkbox"/> 6 Inny rodzaj obiektu noclegowego, jaki?
3. W jakim województwie mieszka Pan/Pani na stałe? Jeśli mieszka Pan/Pani od dłuższego czasu (co najmniej 3 miesiące) za granicą proszę podać nazwę kraju
4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan/Pani w trakcie całej obecnej podróży do tej miejscowości, gdzie się znajdujemy? (można wymienić więcej niż jeden) <input type="checkbox"/> 1 Własny samochód <input type="checkbox"/> 2 Pociąg <input type="checkbox"/> 3 Autobus/bus kursowy <input type="checkbox"/> 4 Autokar/bus wycieczkowy <input type="checkbox"/> 5 Inny własny lub pożyczony pojazd (rower/motocykl, camper) <input type="checkbox"/> 6 Samolot <input type="checkbox"/> 7 Inny środek transportu
5. Jakie są główne cele Pana/Pani obecnej podróży (proszę wskazać nie więcej niż 3 cele) <input type="checkbox"/> 1 Wypoczynek <input type="checkbox"/> 2 Zwiedzanie zabytków <input type="checkbox"/> 3 Narciarstwo zjazdowe (w tym snowboard)

<input type="checkbox"/> 4 Uprawianie innych sportów zimowych (jakich?)..... <input type="checkbox"/> 5 Wędrówki piesze lub górskie <input type="checkbox"/> 6 Wędrówki rowerowe <input type="checkbox"/> 7 Inne formy turystyki aktywnej (jakie?) <input type="checkbox"/> 8 Odwiedziny krewnych lub znajomych <input type="checkbox"/> 9 Sprawy służbowe (interesy) <input type="checkbox"/> 10 Zakupy <input type="checkbox"/> 11 Udział w imprezie kulturalnej <input type="checkbox"/> 12 Udział w imprezie sportowej <input type="checkbox"/> 13 Cel religijny <input type="checkbox"/> 14 Cel zdrowotny <input type="checkbox"/> 15 Rozrywka (pobyt w restauracjach, pubach, klubach, kasynach) <input type="checkbox"/> 16 Inny cel
6. Kto jest organizatorem Pana/Pani wyjazdu? <input type="checkbox"/> 1 Wyjazd organizowany samodzielnie <input type="checkbox"/> 2 Szkoła <input type="checkbox"/> 3 Zakład pracy <input type="checkbox"/> 4 Parafia <input type="checkbox"/> 5 Biuro podróży <input type="checkbox"/> 6 Inna instytucja lub organizacja (jaka?).....
7. Kto towarzyszy Panu/Pani w tej podróży? (dwie pierwsze możliwości nie wykluczają się) <input type="checkbox"/> 1 Rodzina, ile osób prócz Pana/Pani..... <input type="checkbox"/> 2 Przyjaciele/znajomi, ile osób prócz Pana/Pani..... <input type="checkbox"/> 3 Nikt, podróżuję samotnie
8. Czy wyjazd ma charakter <input type="checkbox"/> 1 Indywidualny <input type="checkbox"/> 2 Grupowy
8A. Jeśli grupowy to, ile osób liczy grupa (łącznie z Panem/Panią)?
9. Jeśli Panu/Pani podróżuje tym razem z Rodziną, czy są z Panem/Panią Państwa dzieci do lat 14? <input type="checkbox"/> 1 Tak (ile dzieci?) <input type="checkbox"/> 2 Nie
10. Jak często odwiedza Pan/Pani Małopolskę lub podróżuje Pan/Pani po Małopolsce? <input type="checkbox"/> 1 Bardzo często – kilka razy do roku <input type="checkbox"/> 2 Od czasu do czasu – 1-2 razy w roku <input type="checkbox"/> 3 Sporadycznie (raz na 2 lata) <input type="checkbox"/> 4 Bardzo rzadko (raz na parę lat) <input type="checkbox"/> 5 Jestem tu pierwszy raz
10A. Jeśli bardzo często, od czasu do czasu lub sporadycznie to w jakim miesiącu na ogół ma to miejsce (można wskazać dwa różne miesiące)?
11. Jakie obiekty, miejsca lub miejscowości są Pana/Pani zdaniem najbardziej atrakcyjne w Małopolsce (proszę wymienić 3, jeśli to możliwe według hierarchii ważności)?
12. Czy podczas Pana/Pani obecnej lub przeszłych podróży uczestniczył(a) Pan/Pani w Małopolsce w jakimś wydarzeniu? <input type="checkbox"/> 1 kulturalnym <input type="checkbox"/> 2 sportowym <input type="checkbox"/> 3 innym, jakim?
13. Jeśli uczestniczył Pan/Pani w jakimś wydarzeniu prosimy o podanie nazwy dla: <input type="checkbox"/> 1 wydarzenia kulturalnego..... <input type="checkbox"/> 2 wydarzenia sportowego..... <input type="checkbox"/> 3 pozostałych wydarzeń
14. Czy przed obecną podróżą szukał(a) Pan/Pani informacji na temat Małopolski? <input type="checkbox"/> 1 Tak <input type="checkbox"/> 2 Nie

<p>15. Z jakich źródeł informacji korzystał Pan/Pani przed obecną podróżą (można zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi)?:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Przewodniki turystyczne <input type="checkbox"/> 2 Mapy, atlasy <input type="checkbox"/> 3 Foldery, ulotki <input type="checkbox"/> 4 Strony internetowe <input type="checkbox"/> 5 Informacje uzyskane pocztą elektroniczną <input type="checkbox"/> 6 Punkty, centra lub ośrodki informacji turystycznej <input type="checkbox"/> 7 Biura podróży <input type="checkbox"/> 8 Znajomi lub rodzina <input type="checkbox"/> 9 Z innych (jakich?)..... <input type="checkbox"/> 10 Nie korzystałem(am) z żadnych źródeł informacji
<p>16. Czego głównie dotyczyły poszukiwane informacje (można zaznaczyć kilka)?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Możliwości dojazdu <input type="checkbox"/> 2 Możliwości zakwaterowania <input type="checkbox"/> 3 Możliwości wyżywienia <input type="checkbox"/> 4 Możliwości wynajęcia sprzętu sportowo-turystycznego <input type="checkbox"/> 5 Możliwości wynajęcia samochodu <input type="checkbox"/> 6 Możliwości zwiedzania (godziny otwarcia, ceny wstępu) <input type="checkbox"/> 7 Atrakcyjnych obiektów <input type="checkbox"/> 8 Atrakcyjnych wydarzeń <input type="checkbox"/> 9 Innych aspektów podróży (jakich?).....
<p>17. Jakie miejscowości, miejsca i/lub obiekty odwiedził(a) Pan/Pani już lub planuje odwiedzić podczas obecnej podróży?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Nie zamierzam odwiedzać innych miejsc/miejscowości</p>
<p>18. Czy podczas obecnej podróży poniósł(a) Pan/Pani lub poniesie wydatki na?:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Zakwaterowanie <input type="checkbox"/> 2 Wyżywienie <input type="checkbox"/> 3 Przejazdy <input type="checkbox"/> 4 Bilety wstępu do atrakcji turystycznych <input type="checkbox"/> 5 Wypożyczenie sprzętu sportowego lub turystycznego <input type="checkbox"/> 6 Wyciągi narciarskie, kolejki górskie <input type="checkbox"/> 7 Bilety do kina, teatru, opery, na koncerty <input type="checkbox"/> 8 Koszty pobytu w klubach, dyskotekach, pubach, kasynach <input type="checkbox"/> 9 Zakup pamiątek <input type="checkbox"/> 10 Zabiegi lecznicze <input type="checkbox"/> 11 Inne zakupy (np. ubranie, żywność, książki, mapy) <input type="checkbox"/> 12 Inne wydatki (jakie?).....
<p>19. Jak Pan/Pani szacuje, ile pieniędzy wyda (łącznie z zakwaterowaniem) Pan/Pani podczas obecnej podróży na 1 osobę (w PLN)?</p>
<p>20. Gdyby dysponował(a) Pan/Pani większą ilością pieniędzy to, czy byłoby je w Małopolsce na co wydać?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Tak <input type="checkbox"/> 2 Nie</p>
<p>21. Jak ogólnie ocenia Pan/Pani swój obecny pobyt/podróż?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Jestem bardzo zadowolony(a) <input type="checkbox"/> 2 Jestem umiarkowanie zadowolony(a) <input type="checkbox"/> 3 Jestem raczej niezadowolony(a) <input type="checkbox"/> 4 Jestem zdecydowanie niezadowolony(a) <p>21 A. Jakie są/były tego przyczyny?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>22. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan/Pani atrakcyjność turystyczną tej miejscowości,</p>

gdzie aktualnie jesteŝmy? Prosimy o podanie liczby od 1 do 10; 1 – dla oceny najgorszej, 10 – dla oceny najlepszej

23. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan/Pani ofertę turystyczną tej miejscowości, gdzie aktualnie jesteŝmy? Prosimy o podanie liczby od 1 do 10; 1 – dla oceny najgorszej, 10 – dla oceny najlepszej.

- 1 Baza gastronomiczna
- 2 Baza noclegowa
- 3 Ceny usług w stosunku do jakości
- 4 Bezpieczeństwo
- 5 Informacja turystyczna
- 6 Oferowane atrakcje
- 7 Jakość obsługi klienta
- 8 Imprezy kulturalne, turystyczne
- 9 Życzliwość, goŝcinność mieszkańców
- 10 Usługi przewodnickie
- 11 Dojazd do miejscowości (drogi, połączenia)

24. Czy polecił(a)by Pan/Pani swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do miejscowości, w której aktualnie jesteŝmy?

- 1 Zdecydowanie tak 2 Raczej tak 3 Raczej nie 4 Zdecydowanie nie

25. Czy polecił(a)by Pan/Pani swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do Małopolski?

- 1 Zdecydowanie tak 2 Raczej tak 3 Raczej nie 4 Zdecydowanie nie

26. Czy widział(a) Pan/Pani, jakieŝ reklamy zachęcające turystów do przyjazdu do Małopolski?

- 1 Tak
- 2 Nie

27. Gdzie widział(a) Pan/Pani te reklamy?

- 1 Foldery/ulotki
- 2 Prasa
- 3 Billboardy
- 4 TV
- 5 Banery, plakaty
- 6 Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne, targi
- 7 Strony internetowe
- 8 Inne miejsca/formy, jakie?
- 9 Nie widziałem(am)

METRYCZKA

M1. Płeć

- 1 Kobieta 2 Mężczyzna

M2. Wiek respondenta

- 1 15-19 lat 2 20-24 lat 3 25-29 lat 4 30-39 lat 5 40-49 lat 6 50-59 lat
- 7 60-65 lat 8 66 i więcej lat

M3. Jaki jest Pana/Pani stan cywilny?

- 1 Kawaler/panna
- 2 Żonaty/zamężna bądź zamieszkiwanie z partnerem
- 3 Rozwodnik/rozwódka bądź w separacji
- 4 Wdowiec/wdowa

M4. Czy miejscowość, w której Pan/Pani mieszka na stałe to:

- 1 Wieś
- 2 Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców
- 3 Miasto od 21 do 50 tys. mieszkańców

- 4 Miasto od 51 do 100 tys. mieszkańców
- 5 Miasto od 101 do 200 tys. mieszkańców
- 6 Miasto od 201 do 500 tys. mieszkańców
- 7 Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

M5. Jakie jest Pana/Pani wykształcenie (poziom ukończony)?

- 1 Podstawowe 2 Zasadnicze zawodowe 3 Średnie 4 Wyższe

M6. Co Pan/Pani aktualnie robi? Jaki zawód wykonuje Pan/Pani obecnie?

- 1 Wyższa kadra kierownicza lub specjalista
- 2 Kadra kierownicza średniego i niższego szczebla
- 3 Robotnik wykwalifikowany/ pracownik sektora usług
- 4 Pracownik administracyjno-biurowy
- 5 Pracownik nauki lub nauczyciel
- 6 Rolnik
- 7 Emeryt/rencista
- 8 Uczeń/student
- 9 Inny zawód/zajęcie, jaki(e)?.....

M7. Z ilu osób składa się Pana/Pani gospodarstwo domowe (łącznie z Panem/Panią)?

Liczba osób.....

w tym liczba dzieci do lat 18.....

M8. Jak Pan/Pani ocenia wysokość dochodów swojego gospodarstwa domowego w porównaniu

z przeciętnymi dochodami gospodarstw domowych w Polsce? Czy Pana/Pani dochody są:

- 1 znacznie niższe od przeciętnych
- 2 trochę niższe od przeciętnych
- 3 na podobnym poziomie, co przeciętne
- 4 trochę wyższe od przeciętnych
- 5 znacznie wyższe od przeciętnych

Bardzo dziękujemy za poświęcony nam czas.

Wzór ankiety dla odwiedzających jednodniowych Polaków

Instytut Turystyki, 03-822 Warszawa, ul. Grochowska 341 I. 265, tel. 22/844-63-47; fax. 22/844-12-63

nr ankiety lokalizacja/nr data badania ()

imię nazwisko ankietera _____ wersja ankiety

1B

BADANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM 2011

Szanowni Państwo!

Instytut Turystyki na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego prowadzi obecnie badania ruchu turystycznego na terenie Małopolski. W związku z tym chcielibyśmy poznać Państwa opinię na temat tego regionu i Państwa podróży. Uzyskane informacje posłużą do poprawy jakości obsługi turystów i spowodowania by Małopolska

oferta turystyczna była jeszcze bardziej atrakcyjna. Z góry bardzo dziękujemy za udział w badaniu.

1. W jakim województwie mieszka Pan/Pani na stałe? Jeśli mieszka Pan/Pani od dłuższego czasu (co najmniej 3 miesiące) za granicą proszę podać nazwę kraju
2. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan/Pani w trakcie całej obecnej podróży do tej miejscowości, gdzie się znajdujemy? (można wymienić więcej niż jeden) <input type="checkbox"/> 1 Własny samochód <input type="checkbox"/> 2 Pociąg <input type="checkbox"/> 3 Autobus/bus kursowy <input type="checkbox"/> 4 Autokar/bus wycieczkowy <input type="checkbox"/> 5 Inny własny lub pożyczony pojazd (rower/motocykl, camper) <input type="checkbox"/> 6 Samolot <input type="checkbox"/> 7 Inny środek transportu
3. Jakie są główne cele Pana/Pani obecnej podróży (proszę wskazać nie więcej niż 3 cele) <input type="checkbox"/> 1 Wypoczynek <input type="checkbox"/> 2 Zwiedzanie zabytków <input type="checkbox"/> 3 Narciarstwo zjazdowe (w tym snowboard) <input type="checkbox"/> 4 Uprawianie innych sportów zimowych (jakich?)..... <input type="checkbox"/> 5 Wędrówki piesze lub górskie <input type="checkbox"/> 6 Wędrówki rowerowe <input type="checkbox"/> 7 Inne formy turystyki aktywnej (jakie?) <input type="checkbox"/> 8 Odwiedziny krewnych lub znajomych <input type="checkbox"/> 9 Sprawy służbowe (interesy) <input type="checkbox"/> 10 Zakupy <input type="checkbox"/> 11 Udział w imprezie kulturalnej <input type="checkbox"/> 12 Udział w imprezie sportowej <input type="checkbox"/> 13 Cel religijny <input type="checkbox"/> 14 Cel zdrowotny <input type="checkbox"/> 15 Rozrywka (pobył w restauracjach, pubach, klubach, kasynach) <input type="checkbox"/> 16 Inny cel
4. Kto jest organizatorem Pana/Pani wyjazdu? <input type="checkbox"/> 1 Wyjazd organizowany samodzielnie <input type="checkbox"/> 2 Szkoła <input type="checkbox"/> 3 Zakład pracy <input type="checkbox"/> 4 Parafia <input type="checkbox"/> 5 Biuro podróży <input type="checkbox"/> 6 Inna instytucja lub organizacja (jaka?).....
5. Kto towarzyszy Panu/Pani w tej podróży? (dwie pierwsze możliwości nie wykluczają się) <input type="checkbox"/> 1 Rodzina, ile osób prócz Pana/Pani..... <input type="checkbox"/> 2 Przyjaciele/znajomi, ile osób prócz Pana/Pani..... <input type="checkbox"/> 3 Nikt, podróżuję samotnie
6. Czy wyjazd ma charakter <input type="checkbox"/> 1 Indywidualny <input type="checkbox"/> 2 Grupowy
6A. Jeśli grupowy to ile osób liczy grupa (łącznie z Panem/Panią)?
7. Jeśli Panu/Pani podróżuje tym razem z Rodziną, czy są z Panem/Panią Państwa dzieci do lat 14? <input type="checkbox"/> 1 Tak (ile dzieci?) <input type="checkbox"/> 2 Nie
8. Jak często odwiedza Pan/Pani Małopolskę lub podróżuje Pan/Pani po Małopolsce? <input type="checkbox"/> 1 Bardzo często – kilka razy do roku <input type="checkbox"/> 2 Od czasu do czasu – 1-2 razy w roku

- 3 Sporadycznie (raz na 2 lata)
- 4 Bardzo rzadko (raz na parę lat)
- 5 Jestem tu pierwszy raz

8A. Jeśli bardzo często, od czasu do czasu lub sporadycznie to w jakim miesiącu na ogół ma to miejsce (można wskazać dwa różne miesiące)?

.....

9. Jakie obiekty, miejsca lub miejscowości są Pana/Pani zdaniem najbardziej atrakcyjne w Małopolsce (proszę wymienić 3, jeśli to możliwe według hierarchii ważności)?

.....

10. Czy podczas Pana/Pani obecnej lub przeszłych podróży uczestniczył(a) Pan/Pani w Małopolsce w jakimś wydarzeniu?

- 1 kulturalnym
- 2 sportowym
- 3 innym, jakim?

11. Jeśli uczestniczył Pan/Pani w jakimś wydarzeniu prosimy o podanie nazwy dla:

- 1 wydarzenia kulturalnego
- 2 wydarzenia sportowego
- 3 innych wydarzeń

12. Czy przed obecną podróżą szukał(a) Pan/Pani informacji na temat Małopolski?

- 1 Tak
- 2 Nie

13. Z jakich źródeł informacji korzystał Pan/Pani przed obecną podróżą (można zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi)?:

- 1 Przewodniki turystyczne
- 2 Mapy, atlasy
- 3 Foldery, ulotki
- 4 Strony internetowe
- 5 Informacje uzyskane pocztą elektroniczną
- 6 Punkty, centra lub ośrodki informacji turystycznej
- 7 Biura podróży
- 8 Znajomi lub rodzina
- 9 Z innych (jakich?).....
- 10 Nie korzystałem(am) z żadnych źródeł informacji

14. Czego głównie dotyczyły poszukiwane informacje (można zaznaczyć kilka)?

- 1 Możliwości dojazdu
- 2 Możliwości zakwaterowania
- 3 Możliwości wyżywienia
- 4 Możliwości wynajęcia sprzętu sportowo-turystycznego
- 5 Możliwości wynajęcia samochodu
- 6 Możliwości zwiedzania (godziny otwarcia, ceny wstępu)
- 7 Atrakcyjnych obiektów
- 8 Atrakcyjnych wydarzeń
- 9 Innych aspektów podróży (jakich?).....

15. Jakie miejscowości, miejsca i/lub obiekty odwiedził(a) Pan/Pani już lub planuje odwiedzić podczas obecnej podróży?

.....

-
- Nie zamierzam odwiedzać innych miejsc/miejscowości

16. Czy podczas obecnej podróży poniosł(a) Pan/Pani lub poniesie wydatki na?:

- 1 Wyżywienie
 2 Przejazdy
 3 Bilety wstępu do atrakcji turystycznych
 4 Wypożyczenie sprzętu sportowego lub turystycznego
 5 Wyciągi narciarskie, kolejki górskie
 6 Bilety do kina, teatru, opery, na koncerty
 7 Koszty pobytu w klubach, dyskotekach, pubach, kasynach
 8 Zakup pamiątek
 9 Zabiegi lecznicze
 10 Inne zakupy (np. ubranie, żywność, książki, mapy)
 11 Inne wydatki (jakie?).....

17. Jak Pan/Pani szacuje, ile pieniędzy wyda Pan/Pani podczas obecnej podróży na 1 osobę (w PLN)?

18. Gdyby dysponował(a) Pan/Pani większą ilością pieniędzy to, czy byłoby je w Małopolsce na co wydać?

1 Tak 2 Nie

19. Jak ogólnie ocenia Pan/Pani swój obecny pobyt/podróż?

- 1 Jestem bardzo zadowolony(a)
 2 Jestem umiarkowanie zadowolony(a)
 3 Jestem raczej niezadowolony(a)
 4 Jestem zdecydowanie niezadowolony(a)

19 A. Jakie są/były tego przyczyny?

.....
.....
.....

20. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan/Pani atrakcyjność turystyczną tej miejscowości, gdzie aktualnie jesteście? Prosimy o podanie liczby od 1 do 10; 1 – dla oceny najgorszej, 10 – dla oceny najlepszej

21. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan/Pani ofertę turystyczną tej miejscowości, gdzie aktualnie jesteście? Prosimy o podanie liczby od 1 do 10; 1 – dla oceny najgorszej, 10 – dla oceny najlepszej.

- 1 Baza gastronomiczna
 2 Baza noclegowa
 3 Wysokość cen usług w stosunku do jakości
 4 Bezpieczeństwo
 5 Informacja turystyczna
 6 Oferowane atrakcje
 7 Jakość obsługi klienta
 8 Imprezy kulturalne, turystyczne
 9 Życzliwość, gościnność mieszkańców
 10 Usługi przewodnickie
 11 Dojazd do miejscowości (drogi, połączenia)

22. Czy polecił(a)by Pan/Pani swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do miejscowości, w której aktualnie jesteście?

- 1 Zdecydowanie tak 2 Raczej tak 3 Raczej nie 4 Zdecydowanie nie

<p>23 Czy polecił(a)by Pan/Pani swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do Małopolski?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> 2 Raczej tak <input type="checkbox"/> 3 Raczej nie <input type="checkbox"/> 4 Zdecydowanie nie</p>
<p>24. Czy widział(a) Pan/Pani, jakieś reklamy zachęcające turystów do przyjazdu do Małopolski?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Tak <input type="checkbox"/> 2 Nie</p>
<p>25. Gdzie widział(a) Pan/Pani te reklamy?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Foldery/ulotki <input type="checkbox"/> 2 Prasa <input type="checkbox"/> 3 Billboardy <input type="checkbox"/> 4 TV <input type="checkbox"/> 5 Banery, plakaty <input type="checkbox"/> 6 Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne, targi <input type="checkbox"/> 7 Strony internetowe <input type="checkbox"/> 8 Inne miejsca/formy, jakie?</p>
<p>METRYCZKA</p>
<p>M1. Płeć</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Kobieta <input type="checkbox"/> 2 Mężczyzna</p>
<p>M2. Wiek respondenta</p> <p><input type="checkbox"/> 1 15-19 lat <input type="checkbox"/> 2 20-24 lat <input type="checkbox"/> 3 25-29 lat <input type="checkbox"/> 4 30-39 lat <input type="checkbox"/> 5 40-49 lat <input type="checkbox"/> 6 50-59 lat</p> <p><input type="checkbox"/> 7 60-65 lat <input type="checkbox"/> 8 66 i więcej lat</p>
<p>M3. Jaki jest Pana/Pani stan cywilny?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Kawaler/panna <input type="checkbox"/> 2 Żonaty/zamężna bądź zamieszkiwanie z partnerem <input type="checkbox"/> 3 Rozwodnik/rozwódka bądź w separacji <input type="checkbox"/> 4 Wdowiec/wdowa</p>
<p>M4. Czy miejscowość, w której Pan/Pani mieszka na stałe to:</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Wieś <input type="checkbox"/> 2 Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 3 Miasto od 21 do 50 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 4 Miasto od 51 do 100 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 5 Miasto od 101 do 200 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 6 Miasto od 201 do 500 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 7 Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców</p>
<p>M5. Jak jest Pana/Pani wykształcenie (poziom ukończony)?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Podstawowe <input type="checkbox"/> 2 Zasadnicze zawodowe <input type="checkbox"/> 3 Średnie <input type="checkbox"/> 4 Wyższe</p>
<p>M6. Co Pan/Pani aktualnie robi? Jaki zawód wykonuje Pan/Pani obecnie?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Wyższa kadra kierownicza lub specjalista <input type="checkbox"/> 2 Kadra kierownicza średniego i niższego szczebla <input type="checkbox"/> 3 Robotnik wykwalifikowany/ pracownik sektora usług <input type="checkbox"/> 4 Pracownik administracyjno-biurowy <input type="checkbox"/> 5 Pracownik nauki lub nauczyciel <input type="checkbox"/> 6 Rolnik <input type="checkbox"/> 7 Emeryt/rencista <input type="checkbox"/> 8 Uczeń/student <input type="checkbox"/> 9 Inny zawód/zajęcie, jaki?.....</p>
<p>M7. Z ilu osób składa się Pana/Pani gospodarstwo domowe (łącznie z Panem/Panią)?</p> <p>Liczba osób..... w tym liczba dzieci do lat 18.....</p>
<p>M8. Jak Pan/Pani ocenia wysokość dochodów swojego gospodarstwa domowego w porównaniu z przeciętnymi dochodami gospodarstw domowych w Polsce? Czy Pana/Pani dochody są:</p>

- 1 znacznie niższe od przeciętnych
- 2 trochę niższe od przeciętnych
- 3 na podobnym poziomie, co przeciętne
- 4 trochę wyższe od przeciętnych
- 5 znacznie wyższe od przeciętnych

Bardzo dziękujemy za poświęcony nam czas.

Wzór ankiety dla turystów zagranicznych

Instytut Turystyki, 03-822 Warszawa, ul. Grochowska 341 I. 265, tel. 22/844-63-47; fax. 22/844-12-63

nr ankiety lokalizacja/nr data badania ()

imię nazwisko ankietera _____ wersja ankiety **20** POL

BADANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM 2011

Szanowni Państwo!

Instytut Turystyki na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego prowadzi obecnie badania ruchu turystycznego na terenie Małopolski. W związku z tym chcielibyśmy poznać Państwa opinię na temat tego regionu i Państwa podróży. Uzyskane informacje posłużą do poprawy jakości obsługi turystów i spowodowania by Małopolska oferta turystyczna była jeszcze bardziej atrakcyjna. Z góry bardzo dziękujemy za udział w badaniu.

1. W jakim kraju mieszka Pan/Pani na stałe.....	
2. Jak długo łącznie będzie trwał Pana/Pani obecny pobyt w Polsce? (liczba nocy).....	
3. Jeśli nocuje Pan/Pani w Polsce, jak długo łącznie będzie trwał Pana/Pani obecny pobyt na terenie Małopolski? (liczba nocy)	
<i>W przypadku wpisania w pytaniu 3 odpowiedzi 0 (zero)</i>	
3A. Jeśli odwiedził Pan/Pani Małopolskę tylko na 1 dzień, w jakim regionie Pan/Pani nocuje	
.....	
4. Jeśli w trakcie tego wyjazdu nocuje Pan/Pani na terenie Małopolski, to gdzie?	
<input type="checkbox"/> 1 Hotel, w tym przypadku prosimy	<input type="checkbox"/> 4 Kwatera prywatna/kwatera agroturystyczna
o podanie kategorii (ile gwiazdek?)	<input type="checkbox"/> 5 Mieszkanie znajomych lub rodziny
.....	
<input type="checkbox"/> 2 Motel	<input type="checkbox"/> 6 Inny rodzaj obiektu noclegowego, jaki?
<input type="checkbox"/> 3 Pensjonat
5. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan/Pani w trakcie całej obecnej podróży do tej	
miejsowości, gdzie się znajdujemy? (można wymienić więcej niż jeden)	
<input type="checkbox"/> 1 Własny samochód	<input type="checkbox"/> 5 Inny własny lub pożyczony pojazd (rower/motocykl, camper)
<input type="checkbox"/> 2 Pociąg	<input type="checkbox"/> 6 Samolot
<input type="checkbox"/> 3 Autobus/bus kursowy	<input type="checkbox"/> 7 Inny środek transportu, jaki?
<input type="checkbox"/> 4 Autokar/bus	

wycieczkowy
6. Jakie są główne cele Pana/Pani obecnej podróży (proszę wskazać nie więcej niż 3 cele)
<input type="checkbox"/> 1 Wypoczynek <input type="checkbox"/> 2 Zwiedzanie zabytków <input type="checkbox"/> 3 Narciarstwo zjazdowe (w tym snowboard) <input type="checkbox"/> 4 Uprawianie innych sportów zimowych (jakich?)..... <input type="checkbox"/> 5 Wędrówki piesze lub górskie <input type="checkbox"/> 6 Wędrówki rowerowe <input type="checkbox"/> 7 Inne formy turystyki aktywnej (jakie?) <input type="checkbox"/> 8 Odwiedziny krewnych lub znajomych <input type="checkbox"/> 9 Sprawy służbowe (interesy) <input type="checkbox"/> 10 Zakupy <input type="checkbox"/> 11 Udział w imprezie kulturalnej <input type="checkbox"/> 12 Udział w imprezie sportowej <input type="checkbox"/> 13 Cel religijny <input type="checkbox"/> 14 Cel zdrowotny <input type="checkbox"/> 15 Rozrywka (pobyt w restauracjach, pubach, klubach, kasynach) <input type="checkbox"/> 16 Inny cel
7. Kto jest organizatorem Pana/Pani wyjazdu?
<input type="checkbox"/> 1 Wyjazd organizowany samodzielnie <input type="checkbox"/> 4 Parafia <input type="checkbox"/> 2 Szkoła <input type="checkbox"/> 5 Biuro podróży <input type="checkbox"/> 3 Zakład pracy <input type="checkbox"/> 6 Inna instytucja lub organizacja jaka?)
8. Kto towarzyszy Panu/Pani w tej podróży? (dwie pierwsze możliwości nie wykluczają się)
<input type="checkbox"/> 1 Rodzina, ile osób prócz Pana/Pani..... <input type="checkbox"/> 2 Przyjaciele/znajomi, ile osób prócz Pana/Pani..... <input type="checkbox"/> 3 Nikt, podróżuję samotnie
9. Czy wyjazd ma charakter
<input type="checkbox"/> 1 Indywidualny <input type="checkbox"/> Grupowy
9A. Jeśli grupowy to ile osób liczy grupa (łącznie z Panem/Panią)?
10. Jeśli Panu/Pani podróżuje tym razem z Rodziną, czy są z Panem/Panią Państwa dzieci do lat 14?
<input type="checkbox"/> 1 Tak (ile dzieci?) <input type="checkbox"/> 2 Nie
11. Jak często odwiedza Pan/Pani Małopolskę lub podróżuje Pan/Pani po Małopolsce?
<input type="checkbox"/> 1 Bardzo często – kilka razy do roku <input type="checkbox"/> 4 Bardzo rzadko (raz na parę lat) <input type="checkbox"/> 2 Od czasu do czasu – 1-2 razy w roku <input type="checkbox"/> 5 Jestem tu pierwszy raz <input type="checkbox"/> 3 Sporadycznie (raz na 2 lata)
11A. Jeśli bardzo często, od czasu do czasu lub sporadycznie to w jakim miesiącu na ogół ma to miejsce (można wskazać dwa różne miesiące)?
.....
12. Jakie obiekty, miejsca lub miejscowości są Pana/Pani zdaniem najbardziej atrakcyjne w Małopolsce (proszę wymienić 3, jeśli to możliwe według hierarchii ważności)?
.....
.....
.....
13. Czy podczas Pana/Pani obecnej lub przeszłych podróży uczestniczył(a) Pan/Pani w Małopolsce w jakimś wydarzeniu?
<input type="checkbox"/> 1 kulturalnym

<input type="checkbox"/> 2 sportowym <input type="checkbox"/> 3 innym, jakim?
14. Jeśli uczestniczył Pan/Pani w jakimś wydarzeniu prosimy o podanie nazwy dla: <input type="checkbox"/> 1 wydarzenia kulturalnego..... <input type="checkbox"/> 2 wydarzenia sportowego..... <input type="checkbox"/> 3 pozostałych wydarzeń
15. Czy przed obecną podróżą szukał(a) Pan/Pani informacji na temat Małopolski? <input type="checkbox"/> 1 Tak <input type="checkbox"/> 2 Nie
16. Z jakich źródeł informacji korzystał Pan/Pani przed obecną podróżą (można zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi)?: <input type="checkbox"/> 1 Przewodniki turystyczne <input type="checkbox"/> 2 Mapy, atlasy <input type="checkbox"/> 3 Foldery, ulotki <input type="checkbox"/> 4 Polskie strony internetowe <input type="checkbox"/> 5 Nie polskie strony internetowe <input type="checkbox"/> 6 Informacje uzyskane pocztą elektroniczną <input type="checkbox"/> 7 Punkty, centra lub ośrodki informacji turystycznej w Polsce <input type="checkbox"/> 8 Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Pana/Pani kraju <input type="checkbox"/> 9 Biura podróży <input type="checkbox"/> 10 Znajomi lub rodzina <input type="checkbox"/> 11 Z innych (jakich?)..... <input type="checkbox"/> 12 Nie korzystałem(am) z żadnych źródeł informacji
17. Czego głównie dotyczyły poszukiwane informacje (można zaznaczyć kilka)? <input type="checkbox"/> 1 Możliwości dojazdu <input type="checkbox"/> 2 Możliwości zakwaterowania <input type="checkbox"/> 3 Możliwości wyżywienia <input type="checkbox"/> 4 Możliwości wynajęcia sprzętu sportowo-turystycznego <input type="checkbox"/> 5 Możliwości wynajęcia samochodu <input type="checkbox"/> 6 Możliwości zwiedzania (godziny otwarcia, ceny wstępu) <input type="checkbox"/> 7 Atrakcyjnych obiektów <input type="checkbox"/> 8 Atrakcyjnych wydarzeń <input type="checkbox"/> 9 Innych aspektów podróży (jakich?).....
18. Jakie miejscowości, miejsca i/lub obiekty odwiedził(a) Pan/Pani już lub planuje odwiedzić podczas obecnej podróży? <input type="checkbox"/> Nie zamierzam odwiedzać innych miejsc/miejscowości
19. Czy podczas obecnej podróży poniósł(a) Pan/Pani lub poniesie wydatki na?: <input type="checkbox"/> 1 Zakwaterowanie <input type="checkbox"/> 2 Wyżywienie <input type="checkbox"/> 3 Przejazdy <input type="checkbox"/> 4 Bilety wstępu do atrakcji turystycznych <input type="checkbox"/> 5 Wypożyczenie sprzętu sportowego lub turystycznego <input type="checkbox"/> 6 Wyciągi narciarskie, kolejki górskie <input type="checkbox"/> 7 Bilety do kina, teatru, opery, na koncerty <input type="checkbox"/> 8 Koszty pobytu w klubach, dyskotekach, pubach, kasynach <input type="checkbox"/> 9 Zakup pamiątek <input type="checkbox"/> 10 Zabiegi lecznicze <input type="checkbox"/> 11 Inne zakupy (np. ubranie, żywność, książki, mapy) <input type="checkbox"/> 12 Inne wydatki (jakie?).....
20. Jak Pan/Pani szacuje, ile pieniędzy wyda (łącznie z zakwaterowaniem) Pan/Pani podczas obecnej podróży na terenie Małopolski na 1 osobę? (prosimy wpisać kwotę i nazwę waluty)
21. Gdyby dysponował(a) Pan/Pani większą ilością pieniędzy to, czy byłoby je w

Małopolsce na co wydać? <input type="checkbox"/> 1 Tak <input type="checkbox"/> 2 Nie													
22. Jak ogólnie ocenia Pan/Pani swój obecny pobyt w Małopolsce? <input type="checkbox"/> 1 Jestem bardzo zadowolony(a) <input type="checkbox"/> 2 Jestem umiarkowanie zadowolony(a) <input type="checkbox"/> 3 Jestem raczej niezadowolony(a) <input type="checkbox"/> 4 Jestem zdecydowanie niezadowolony(a)													
22 A. Jakie są/były tego przyczyny?													
23. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan/Pani atrakcyjność turystyczną tej miejscowości, gdzie aktualnie jesteśmy? Prosimy o podanie liczby od 1 do 10; 1 – dla oceny najgorszej, 10 – dla oceny najlepszej <input type="text"/>													
23. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan/Pani ofertę turystyczną tej miejscowości, gdzie aktualnie jesteśmy? Prosimy o podanie liczby od 1 do 10; 1 – dla oceny najgorszej, 10 – dla oceny najlepszej.													
<input type="checkbox"/> 1 Baza gastronomiczna <input type="checkbox"/> 2 Baza noclegowa <input type="checkbox"/> 3 Ceny usług w stosunku do jakości <input type="checkbox"/> 4 Bezpieczeństwo <input type="checkbox"/> 5 Informacja turystyczna <input type="checkbox"/> 6 Oferowane atrakcje <input type="checkbox"/> 7 Jakość obsługi klienta <input type="checkbox"/> 8 Imprezy kulturalne, turystyczne <input type="checkbox"/> 9 Życzliwość, gościnność mieszkańców <input type="checkbox"/> 10 Usługi przewodnickie <input type="checkbox"/> 11 Dojazd do miejscowości (drogi, połączenia)	<table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>												
24. Czy polecił(a)by Pan/Pani swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do miejscowości, w której aktualnie jesteśmy? <input type="checkbox"/> 1 Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> 2 Raczej tak <input type="checkbox"/> 3 Raczej nie <input type="checkbox"/> 4 Zdecydowanie nie													
25. Czy polecił(a)by Pan/Pani swoim znajomym lub rodzinie przyjazd do Małopolski? <input type="checkbox"/> 1 Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> 2 Raczej tak <input type="checkbox"/> 3 Raczej nie <input type="checkbox"/> 4 Zdecydowanie nie													
26. Czy widział(a) Pan/Pani, jakieś reklamy zachęcające turystów do przyjazdu do Małopolski? <input type="checkbox"/> 1 Tak <input type="checkbox"/> 2 Nie													

<p>27. Gdzie widział(a) Pan/Pani te reklamy?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Foldery/ulotki <input type="checkbox"/> 2 Prasa <input type="checkbox"/> 3 Billboardy <input type="checkbox"/> 4 TV <input type="checkbox"/> 5 Banery, plakaty <input type="checkbox"/> 6 Imprezy turystyczne, sportowe, kulturalne, targi <input type="checkbox"/> 7 Polskie strony internetowe <input type="checkbox"/> 8 Nie polskie strony internetowe <input type="checkbox"/> 9 Inne miejsca/formy, jakie? <input type="checkbox"/> 10 nie widziałem(am)
<p>METRYCZKA</p>
<p>M1. Płeć</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Kobieta <input type="checkbox"/> 2 Mężczyzna</p>
<p>M2. Wiek respondenta</p> <p><input type="checkbox"/> 1 15-19 lat <input type="checkbox"/> 2 20-24 lat <input type="checkbox"/> 3 25-29 lat <input type="checkbox"/> 4 30-39 lat <input type="checkbox"/> 5 40-49 lat <input type="checkbox"/> 6 50-59 lat</p> <p><input type="checkbox"/> 7 60-65 lat <input type="checkbox"/> 8 66 i więcej lat</p>
<p>M3. Jaki jest Pana/Pani stan cywilny?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Kawaler/panna <input type="checkbox"/> 2 Żonaty/zamężna bądź zamieszkiwanie z partnerem <input type="checkbox"/> 3 Rozwodnik/rozwódka bądź w separacji <input type="checkbox"/> 4 Wdowiec/wdowa
<p>M4. Czy miejscowość, w której Pan/Pani mieszka na stałe to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Wieś <input type="checkbox"/> 2 Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 3 Miasto od 21 do 50 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 4 Miasto od 51 do 100 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 5 Miasto od 101 do 200 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 6 Miasto od 201 do 500 tys. mieszkańców <input type="checkbox"/> 7 Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców
<p>M5. Przez ile lat ogółem uczył(a) się Pan/Pani we wszystkich typach szkół i wyższych uczelniach?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 8 lat lub mniej <input type="checkbox"/> 2 9-15 lat <input type="checkbox"/> 3 16-19 lat <input type="checkbox"/> 4 20 i więcej lat</p>
<p>M6. Co Pan/Pani aktualnie robi? Jaki zawód wykonuje Pan/Pani obecnie?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 Wyższa kadra kierownicza lub specjalista <input type="checkbox"/> 2 Kadra kierownicza średniego i niższego szczebla <input type="checkbox"/> 3 Robotnik wykwalifikowany/ pracownik sektora usług <input type="checkbox"/> 4 Pracownik administracyjno-biurowy <input type="checkbox"/> 5 Pracownik nauki lub nauczyciel <input type="checkbox"/> 6 Rolnik <input type="checkbox"/> 7 Emeryt/rencista <input type="checkbox"/> 8 Uczeń/student <input type="checkbox"/> 9 Inny zawód/zajęcie, jaki(e)?.....
<p>M7. Z ilu osób składa się Pana/Pani gospodarstwo domowe (łącznie z Panem/Panią)?</p> <p>Liczba osób.....</p> <p>w tym liczba dzieci do lat 18.....</p>
<p>M8. Jak Pan/Pani ocenia wysokość dochodów swojego gospodarstwa domowego w porównaniu z przeciętnymi dochodami gospodarstw domowych w Pana/Pani kraju? Czy Pana/Pani dochody są:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1 znacznie niższe od przeciętnych <input type="checkbox"/> 2 trochę niższe od przeciętnych <input type="checkbox"/> 3 na podobnym poziomie, co przeciętne <input type="checkbox"/> 4 trochę wyższe od przeciętnych <input type="checkbox"/> 5 znacznie wyższe od przeciętnych

M9. Czy Pan/Pani lub ktoś z Pana/Pani Rodziny ma polskie korzenie?

Tak

Nie

M9 A. Jeśli tak, to kto?

Bardzo dziękujemy za udział w badaniu i poświęcony nam czas.