



Raport z badania krajowego ryнку turystycznego

Warszawa, lipiec 2014



- 1 Podstawowe informacje o badaniu
- 2 Metodologia
- 3 Wnioski
- 4 Segmentacja
- 5 Zwyczaje turystyczne
- 6 Planowanie wczasów i wyjazdów turystycznych
- 7 Wiedza o atrakcjach i produktach turystycznych Polski
- 8 Profil społeczno-demograficzny



tematyka
badania

Badanie krajowego rynku turystycznego

cele badania

Segmentacja turystów krajowych.

termin

czerwiec-lipiec 2014 rok

zleceniodawca

Polska Organizacja Turystyczna

wykonawca

PBS Sp. z o.o.



respondenci

KRYTERIA DEMOGRAFICZNE:

1. wiek – 20 lat i więcej;
2. dochód netto per capita w gospodarstwie domowym na poziomie 1 500 zł lub wyższy.

KRYTERIA TURYSTYCZNE:

1. w ciągu ost. 24 miesięcy udział w co najmniej 3 wyjazdach w celach turystycznych, a każdy obejmował przynajmniej 2 dni i nocleg poza miejscem stałego zamieszkania;
2. celem tych wyjazdów były co najmniej 2 różne lokalizacje;
3. minimum 1 z tych wyjazdów był wyjazdem krajowym.

próba

n=1001 turystów krajowych

technika

wywiad CAWI (Computer Assisted Web Interview)

średni czas
wywiadu

20 minut



TURYŚCI KRAJOWI

Podejście do uprawiania turystyki istotnie różnicuje polskich turystów. Biorąc pod uwagę oczekiwania wobec wyjazdu, strategię planowania wyjazdu a także podejmowane formy aktywności w jego trakcie, wyróżnione zostały **4 segmenty** prezentujące odmienne postawy turystyczne:

1. Poszukiwacze relaksu (45%),
2. Rodzinni wczasowicze (25%),
3. Odkrywczy (19%),
4. Turyści all inclusive (11%).

IDEALNE W CZASY

Wyobrażenie o idealnych wczasach **nie jest zdefiniowane poprzez wygórowane oczekiwania** krajowych turystów. Idealne wczasy oznaczają dla nich **zaplanowany** wcześniej, **wakacyjny** wyjazd do **umiarkowanie popularnego** miejsca. Będzie to miejsce **raczej** im **znane**. Biorąc pod uwagę względy relatywnej niechęci wobec zmiany miejsc noclegu, będzie to **pobyć w jednym lub w niewielkiej liczbie miejsc**. Turyści raczej odrzucają wyrefinowane miejsca noclegu na rzecz **przytulnego pensjonatu w ustronnej okolicy**. Wybierając między wyjazdem zorganizowanym a możliwością swobody w podejmowaniu decyzji, opowiadają się za **samodzielną organizacją**. Czas będą spędzać wypoczywając w **mało aktywny sposób**, w gronie bliskich osób.

Wizja idealnych wczasów przedstawiciele dwóch segmentów tj. Odkrywczy i Turyści all inclusive, wyraźnie odbiega od wizji ogółu. **Odkrywczy** preferują **spontaniczny** wyjazd do **nietuzinkowego** i **nieznanego** miejsca. Nie mają nic przeciwko temu, by **nocować w wielu miejscach** w trakcie jednego wyjazdu. Bardzo chcą mieć **swobodę** podejmowania decyzji. Najchętniej spędzaliby czas w **aktywny** sposób np. zwiedzając okolicę.

Diametralnie różną wizję prezentują **Turyści all inclusive**. Podczas wyjazdu turystycznego koncentrują się na **relaksie**. Wczasy oznaczają dla nich **zorganizowany** wyjazd do **jednego** miejsca. Zakwaterowanie miałyby mieć miejsce w hotelu lub ośrodku rekreacyjnym, niedaleko rozrywkowej okolicy. W odróżnieniu od pozostałych, wykazują **chęć wyjazdu zimą**. Ponadto, od Rodzinnych wczasowiczów i Poszukiwaczy relaksu, różni ich skłonność do wyjechania w stosunkowo nieznaną miejscę.





OCZEKIWANIA WOBEC WYJAZDU TURYSTYCZNEGO

Motyw wypoczynkowy determinuje oczekiwania względem wyjazdu turystycznego. Blisko 7 na 10 pytanym wyjeżdża chcąc przede wszystkim oderwać się od obowiązków i codzienności (50% wskazań) lub po to, aby odzyskać energię/zrelaksować się/wypocząć (46%, a 56% w segmencie Poszukiwaczy relaksu).

Niespełna 1/3 turystów pragnie spędzić więcej czasu z najbliższymi osobami podczas urlopu (29% wskazań, a 37% w segmencie Rodziny wczasowiczów). 28% pytanym deklaruje chęć doświadczenia czegoś nowego i ekscytującego (58% wskazań w segmencie Odkrywców). Oprócz tego, 17% wskazuje na chęć realizowania swoich pasji i hobby (28% wskazań w segmencie Odkrywców), 13% pragnie przeżyć najlepsze możliwe wakacje (18% w segmencie Turystów all inclusive), a zaledwie 9% chce poprawić stan swojego zdrowia (28% w segmencie Turystów all inclusive).

DECYDENT

Turyści krajowi z reguły **samodzielnie planują wyjazdy**. Niespełna 6 na 10 osób deklaruje, że planuje je samodzielnie (58%, 67% w segmencie Odkrywców vs. 54% wśród Poszukiwaczy relaksu). 4 na 10 turystów współuczestniczy w planowaniu (40, 44% w segmencie Poszukiwaczy relaksu zaś 32% Odkrywcy).

Zaledwie 2% spośród ogółu badanych deklaruje, że w ogóle nie angażuje się w planowanie wyjazdów.

POMYSŁY NA WYJAZDY

Krajowi turyści poszukują inspiracji w zakresie wyjazdów turystycznych, sięgając najczęściej do dwóch źródeł: internet (76%, wysoki odsetek wskazań może poniekąd wynikać z przyjętej techniki badania), korzystają też z opinii najbliższego otoczenia (63%). Turyści z segmentu **Odkrywców**, częściej niż pozostali, sięgają do **przewodników turystycznych** (37% vs. 24% Poszukiwaczy relaksu, 24% Rodziny wczasowicze i 25% Turyści all inclusive). **Biuro podróży** (21%) i **prasa turystyczna** (13%) są rzadko wskazywane jako źródła inspiracji wśród ogółu. Znajdują jednak sympatyków w segmencie **Turystów all inclusive** (odpowiednio 31% i 28%).

BUDŻET

Turyści z **wyprzedzeniem planują budżet** na wyjazdy turystyczne. Strategie kumulacji finansów przeplatają się. Wyraźnie obserwowalną tendencją jest odkładanie środków na długo przed terminem wyjazdu. 6 na 10 pytanym sięga także po zewnętrzne źródła finansowania tj. po kredyt lub pożyczkę. Jedynie 9% pytanym deklaruje możliwość sfinansowania całego wyjazdu, bez konieczności wcześniejszego odkładania ani pożyczania pieniędzy.





Pomimo budowania budżetu z wyprzedzeniem, ponad połowa turystów dysponuje **ograniczonymi środkami finansowymi** podczas wyjazdów. Oprócz noclegu, transportu i wyżywienia, stać ich na sfinansowanie tylko wybranych atrakcji (57%). Mniej więcej, co 3-ci pytany dysponuje budżetem, który pokrywa podstawowe wydatki i pozwala na skorzystanie z większości atrakcji (29%). 4% pytanych dysponuje nieograniczonym budżetem. Tylko co 10-ty pytany dysponuje budżetem, który nie pozwala na sfinansowanie żadnych atrakcji.

CHARAKTERYSTYKA WYJAZDÓW TURYSTYCZNYCH

Krajowi turyści najczęściej wybierają się na jednodniowe wyjazdy turystyczne, bez noclegu (35% wyjeżdża częściej niż kilka razy w roku). 6 na 10 pytanych kilka razy w roku wybiera się na wyjazdy z 1-3 noclegami (61%). **Dłuższe wyjazdy**, z przynajmniej 4-ema noclegami, **mają miejsce raz do roku lub rzadziej** (55%). Wyjazdy turystyczne mają miejsce w **ciepłych porach roku** – zwykle latem (95%). Wiosną wyjeżdża o 1/3 mniej pytanych (61%). Mniej więcej 2/3 turystów, w ciągu ostatnich 24 miesięcy, wyjeżdżało w chłodnym okresie (zimą lub jesienią).

87% pytanych wyjeżdża **w towarzystwie członków rodziny**, najczęściej z partnerem lub małżonkiem (79%), rzadziej z dziećmi (24%) lub rodzicami/dziadkami (19%). Mniej więcej co 2-ga osoba wyjeżdża na wczasy ze znajomymi i przyjaciółmi (56%).

Najczęściej używanym **środkiem transportu**, z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku, jest **samochód osobowy** (81% wskazań, 86% w segmencie Rodziny wczasowiczów vs. 68% wśród Turyistów all inclusive). **Nieznacznie mniej osób korzysta ze środków transportu zbiorowego** (77%) tj. pociąg (50%), autobus/autokar (47% wskazań, 57% w segmencie Odkrywców), samolot (40% wskazań, 53% w segmencie Turyistów all inclusive), prom/stątek (4%).

Większość polskich turystów planuje swoje wyjazdy turystyczne. Zasada ta ma zastosowanie zarówno planowaniu budżetu na wyjazd, jak i rezerwacji noclegów. **83% pytanych twierdzi, że z wyprzedzeniem rezerwuje przynajmniej część swoich noclegów.** Mniej więcej, co drugi turysta rezerwuje wszystkie noclegi przed wyjazdem (55%), a blisko 1/3 rezerwuje przed wyjazdem przynajmniej ich część (28%). Tylko co 10-ty pytany deklaruje, że wszystkie noclegi organizuje *ad hoc*, podczas wyjazdu. 3% korzysta z gościny rodziny/znajomych, a 3% rezerwację noclegów pozostawia innej osobie.

Segmenty Poszukiwaczy relaksu i Odkrywców, istotnie różnią się od pozostałych pod względem planowania noclegów. Aż 6 na 10 Poszukiwaczy relaksu rezerwuje całość noclegów przed wyjazdem. Dla porównania, tylko co 3-ci turysta z segmentu Odkrywców rezerwuje wszystkie noclegi przed wyjazdem. Natomiast, 4 na 10 bukuje z wyprzedzeniem tylko część, zaś co 8-my organizuje wszystkie noclegi podczas wyjazdu.



Najczęściej wskazywanym źródłem poszukiwania miejsc noclegowych jest internet* (85%). 44% turystów krajowych szukając noclegu, kieruje się radą osób z najbliższego otoczenia (najczęściej Odkrywcy 49% a najrzadziej Turyści all inclusive 26%). *Stricto* turystyczne źródła informacji tj. informacja turystyczna (17% - Odkrywcy aż 25%), biura podróży (16% - wyjątek stanowią Turyści all inclusive 31%, to drugie najczęściej wskazywane w tym segmencie źródło informacji o noclegach) czy przewodniki turystyczne (16% - Odkrywcy 23%) wykorzystywane są na zdecydowanie mniejszą skalę.

Krajowi turyści korzystają z szerokiego wachlarza usług noclegowych. Najczęściej decydują się na **opcje niskobudżetowe**. 65% pytanym deklaruje, że podczas wyjazdów **nocuje u bliskich** (56%) lub **we własnym lokum** (23% własne mieszkanie/domek letniskowy). 58% nocuje w pokojach gościnnych/wynajętych mieszkaniach, 49% w pensjonacie/motelu, 34% w schronisku/hostelu, 22% na kempingu lub polu namiotowym, 22% w hotelu 1-2 gwiazdkowym. Dla porównania, tylko **34%** pytanym deklaruje, że podczas wyjazdów turystycznych w ciągu ostatnich 24 miesięcy, **nocowali w hotelu** o 3 lub więcej gwiazdkach. 9% nocowało w ośrodku SPA.

**Wysoki odsetek wskazań na tę kategorię może być zdeterminowany techniką realizacji badania (CAWI). Biorąc jednak pod uwagę badaną populację oraz współczesne trendy w poszukiwaniu informacji, internet faktycznie może stanowić podstawowe źródło informacji o miejscach noclegowych.*

Preferencje noclegowe Odkrywców i Turyistów all inclusive odbiegają od ogółu. Odkrywcy szczególnie często korzystają z noclegów niskobudżetowych tj. pensjonat (54%) lub schronisko/hostel (52%). Turyści all inclusive częściej, niż pozostali, nocują w hotelach (39% hotel 3 lub więcej gwiazdkowy; 31% hotel 1-2 gwiazdkowy).

FORMY AKTYWNOŚCI

Umiarkowanie aktywne formy spędzania czasu podczas wyjazdów turystycznych **wiodą prym**. Pierwszą, najczęściej wskazywaną formą aktywności, jest **zwiedzanie/ obcowanie z kulturą** (34%). W drugiej kolejności **wypoczynek i rekreacja mało aktywna** (25%), na trzecim miejscu plasują się **rozrywka i kontakty towarzyskie** (15%). Niespełna co 5-ty turysta podejmuje w pierwszej kolejności aktywność sportową (18%). Zakupy, pielęgnacja zdrowia i urody lub udział w praktykach religijnych, nie należą do popularnych aktywności.

Odkrywcy, podczas wyjazdów turystycznych, szczególnie często zwiedzają lub obcują z kulturą (45%). Szczególnie preferują odwiedzanie zabytkowych miejscowości lub obiektów. Wypoczywając aktywnie (29%), spędzają czas głównie w górach, nad morzem lub jeziorem. Często jeżdżą na rowerze, pływają lub uprawiają trekking. Turyści all inclusive, częściej niż pozostali, spędzają czas na zakupach (10%) lub biorą udział w praktykach religijnych (11%).





W segmentach Poszukiwaczy relaksu i Rodziny wczasowiczów preferowany jest wypoczynek mało aktywny. W ramach mało aktywnego wypoczynku czas spędzany jest przede wszystkim na spacerach, przy grillu lub ognisku, plażując/leżąc.

WIEDZA O ATRAKCJACH I PRODUKTACH TURYSTYCZNYCH POLSKI

Turyści krajowi są zgodni, co do tego, że **Polska jest atrakcyjnym turystycznie krajem, wartym poznania przez turystów zagranicznych** (85% odpowiedzi zdecydowanie i raczej tak). W związku z tym, większość również podziela opinię, że **w Polsce jest wiele miejsc wartych odkrycia** (82%). Mniej więcej 7 na 10 pytanym zgadza się, że Polska **posiada wiele ciekawych miejsc i atrakcji turystycznych** (72%), a każdy turysta znajdzie w tutaj coś dla siebie (70%).

Turyści w **mniejszym stopniu pozytywnie oceniają** łatwość dostępu do **informacji o polskiej ofercie turystycznej** (44%). Raczej sceptycznie odnoszą się do **atrakcyjności oferty ośrodków SPA i uzdrowisk** (43% ocenia ją jako atrakcyjną), a także **oferty imprez kulturalnych/sportowych** (41%). Na tle ocenianych aspektów, z najmniejszą przychylnością spotkały się: **relacja jakości do ceny usług turystycznych** (25% pytanym ocenia ją jako korzystną) oraz **promocja walorów turystycznych Polski w kraju**. Zaledwie 15% pytanym uważa, że walory turystyczne kraju są wystarczająco promowane wśród Polaków.

Jednocześnie 88% turystów jest zdania, że walory turystyczne Polski powinny być promowane poza granicami kraju.

Za pomocą skali od 0 do 10, turyści ocenili swoją wiedzę na temat oferty turystycznej Polski na poziomie przeciętnym 6,1. Ocena różnicuje się w poszczególnych segmentach – stosunkowo najniżej swoją wiedzę oceniają Poszukiwacze relaksu (średnia 5,9), a najwyżej Turyści all inclusive (7,0).

Wiele krajów posiada swoje symbole, atrakcje turystyczne, które jednoznacznie kojarzą się z tym krajem, np. piramidy w Egipcie, włoska kuchnia, Lazurowe Wybrzeże we Francji. Zdaniem polskich turystów, znakiem rozpoznawczym Polski za granicą mógłby być **Kraków** (i jego zabytki, 34%) lub **Mazury** (30%).



Segmentacja
turystów krajowych

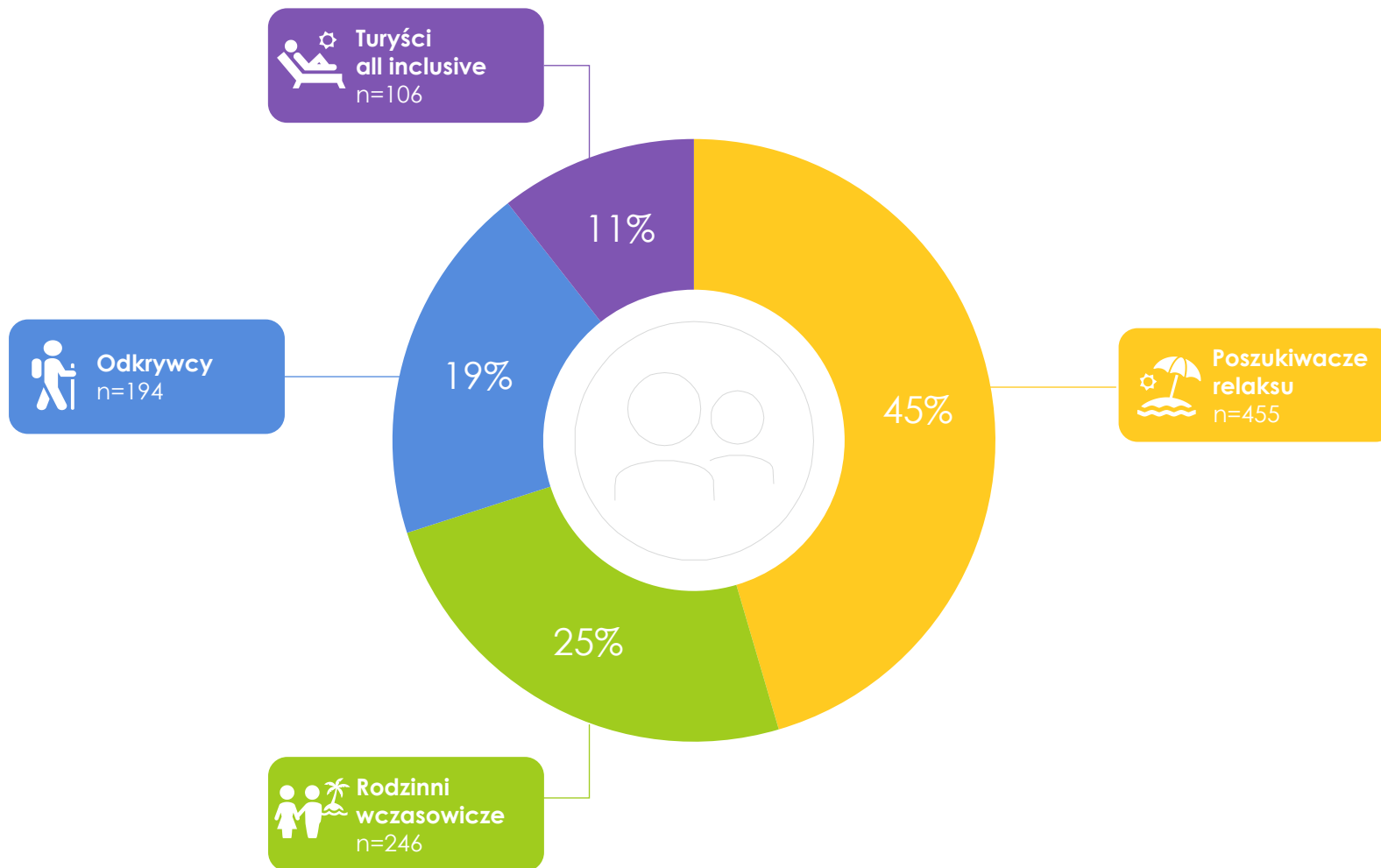


Celem analizy segmentacyjnej było wyodrębnienie jednorodnych podgrup, które będą reprezentować spójną postawę względem uprawiania turystyki.

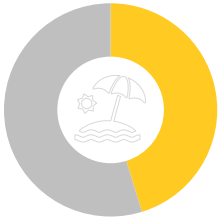
Za pomocą analizy klas latentnych (LCA – latent class analysis) wyodrębniono 4 segmenty turystów krajowych, na podstawie następujących wskaźników:

- **ZW1**- Z czym kojarzą się Panu(i) idealne wczasy?
- **PL1** - Czego z reguły oczekuje Pan(i) od wyjazdu wypoczynkowego/turystycznego? Proszę wziąć pod uwagę zarówno krótkie, weekendowe wyjazdy z przynajmniej 1 noclegiem, jak i dłuższe wyjazdy.
- **PL6** – Jak określił(a)by Pan(i) finansowe przygotowanie do wyjazdów turystycznych/wypoczynkowych?
- **PL7** – Które ze stwierdzeń najtrafniej opisuje Pana(i) budżet podczas wyjazdów turystycznych?





Podstawa procentowania: wszyscy badani (n=1001)

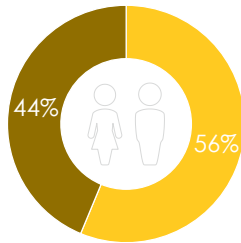


POSZUKIWACZE RELAKSU traktują wczasy jako okazję do odzyskania energii, relaksu i wypoczynku. Dążą tym samym do **oderwania się od obowiązków i codzienności**. Preferują wyjazdy turystyczne **w okresie letnim**. Z reguły **raz do roku wybierają się na dłuższy wyjazd**, dlatego **planują go z wyprzedzeniem** - czasami samodzielnie, a czasami służą pomocą innej osobie. **Idealne wczasy spędziliby raczej biernie** odpoczywając na plaży/przy basenie, nocując w 1 sprawdzonym miejscu znajdującym się na gdzieś uboczu. Podczas wyjazdów lubią zwiedzać okolicę. **Ich wakacyjny budżet jest raczej ograniczony**.

profil społeczno-demograficzny

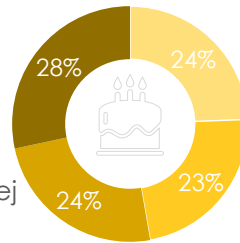
Płeć

- kobieta
- mężczyzna



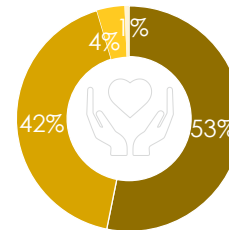
Wiek

- 20-24 lata
- 25-29 lat
- 30-39 lat
- 40 lat i więcej



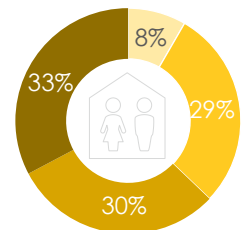
Stan cywilny

- kawaler/panna
- żonaty/zamężna
- rozwidziony/
w separacji
- wdowiec(a)



Liczba osób w gospodarstwie domowym

- 1
- 2
- 3
- 4+

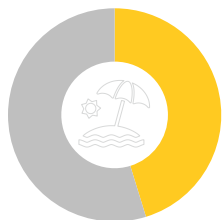


Podstawa procentowania: Poszukiwacze relaksu (n=455).

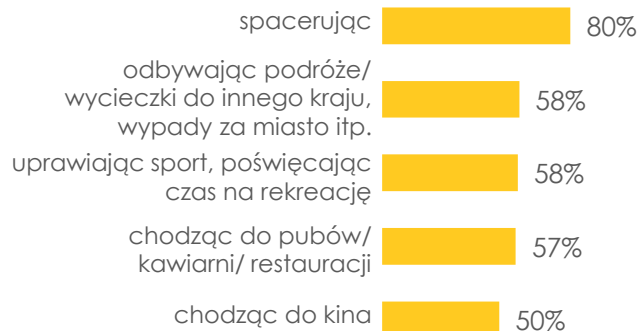




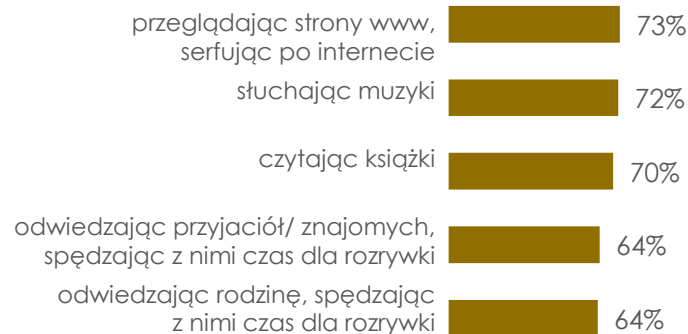
styl życia



TOP5 - aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

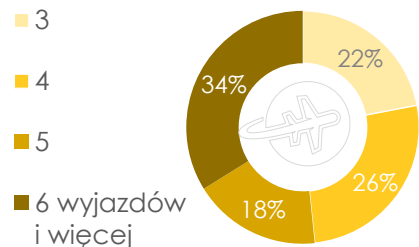


TOP5 – mniej aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

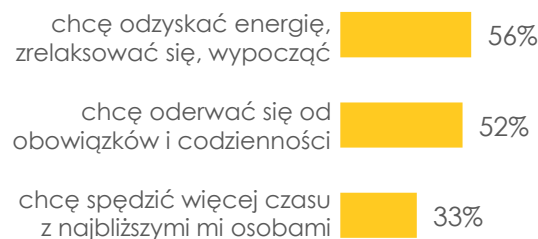


turystyka

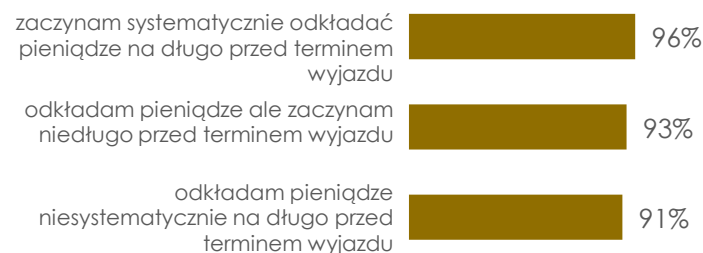
Liczba wyjazdów turystycznych z min. 1 noclegiem (ost.24 m-ce)



TOP3 - oczekiwania względem wyjazdów turystycznych



TOP3 – źródła finansowania wyjazdów turystycznych



Podstawa procentowania: Poszukiwacze relaksu (n=455).

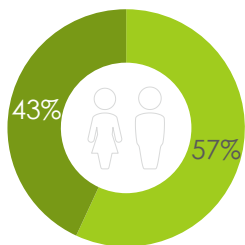


RODZINNI WCZASOWICZE preferują **wyjazdy do miejsc, w których wcześniej nie byli**. Wolą **nocować** w jednej miejscowości, położonej **raczej na uboczu**, co sprzyja wypoczynkowi i oderwaniu się od codzienności. Na tle pozostałych segmentów, **szczególnie wyróżnia ich chęć spędzenia czasu z najbliższymi i rodziną**. Podejmują **mało aktywne formy wypoczynku**, chociaż nie gardzą zwiedzaniem okolicy. Budżet na wyjazdy **budują z pewnym tylko wyprzedzeniem i w nieregularny sposób**. Finansują wyjazd również ze środków bieżących. Częściej wyjeżdżają na krótkie i przedłużone weekendy, zaś na dłuższy urlop wybierają się z reguły raz w roku. Chociaż najczęściej wyjeżdżają latem, to wyjazdy podczas innych pór roku nie należą do rzadkości.

profil społeczno-demograficzny

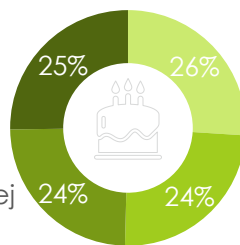
Płeć

- kobieta
- mężczyzna



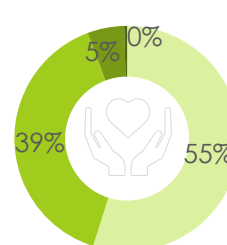
Wiek

- 20-24 lata
- 25-29 lat
- 30-39 lata
- 40 lat i więcej



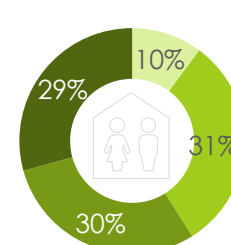
Stan cywilny

- kawaler/panna
- żonaty/zamężna
- rozwidziony/ w separacji
- wdowiec(a)

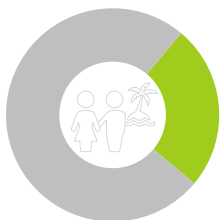


Liczba osób w gospodarstwie domowym

- 1
- 2
- 3
- 4+



Podstawa procentowania: rodzinni wczasowicze (n=246).



styl życia

TOP5 - aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

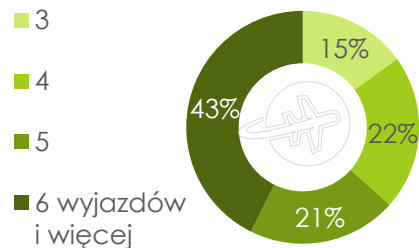


TOP5 – mniej aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

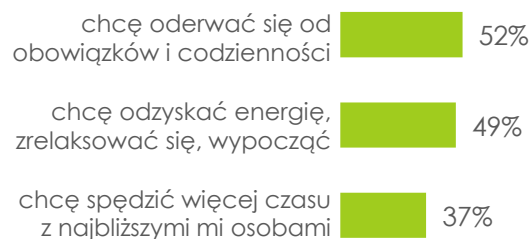


turystyka

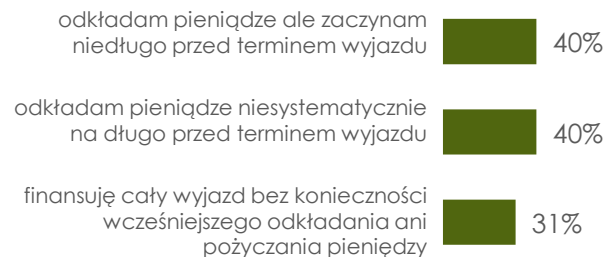
Liczba wyjazdów turystycznych z min. 1 noclegiem (ost.24 m-ce)



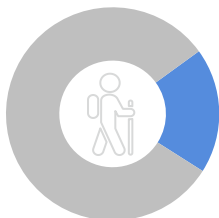
TOP3 - oczekiwania względem wyjazdów turystycznych



TOP3 – źródła finansowania wyjazdów turystycznych



Podstawa procentowania: rodzinni wczasowicze (n=246).

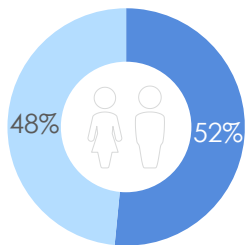


ODKRYWCY podróżują do **nieznanych miejsc**. Ich oczekiwania wobec wyjazdów turystycznych wyróżniają ich z tłumu – **większość pragnie doświadczyć czegoś nowego i ekscytującego**. Szczególną cechą tego segmentu jest **młody wiek** oraz to, że **przeważają tu osoby stanu wolnego**. W odróżnieniu od pozostałych segmentów, **Odkrywcy preferują aktywny sposób spędzania czasu** podczas wyjazdów turystycznych. Nad wyraz cenią sobie **swobodę w podejmowaniu decyzji**. Unikają podróży w zimie. Z reguły mają raczej ograniczony budżet. Na idealne wczasy wybraliby się **spontanicznie, wyjeżdżając raczej za granicę, by nocować różnych miejscach**.

profil społeczno-demograficzny

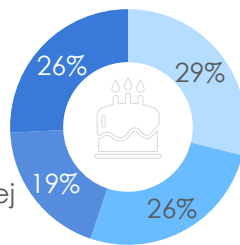
Płeć

- kobieta
- mężczyzna



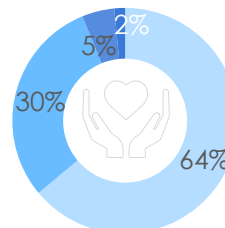
Wiek

- 20-24 lata
- 25-29 lat
- 30-39 lata
- 40 lat i więcej



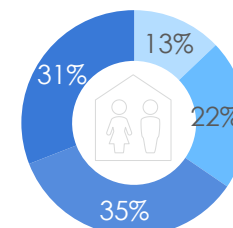
Stan cywilny

- kawaler/panna
- żonaty/zamężna
- rozwidziony/ w separacji
- wdowiec(a)

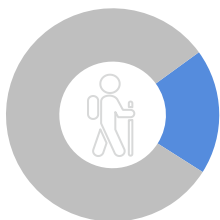


Liczba osób w gospodarstwie domowym

- 1
- 2
- 3
- 4+

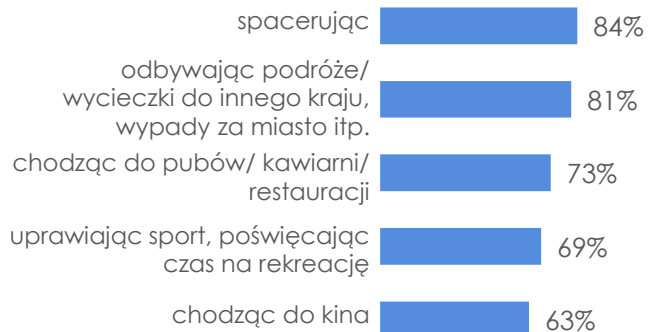


Podstawa procentowania: Odkrywcy (n=194).

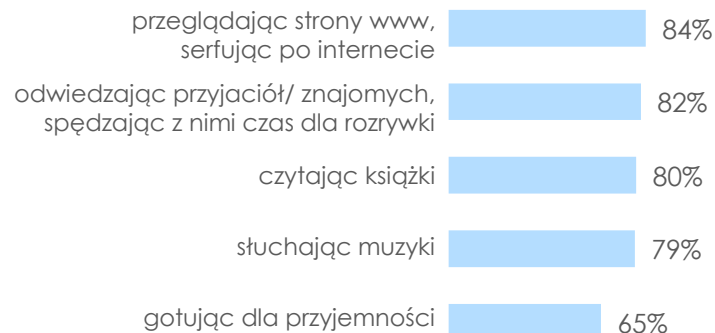


styl życia

TOP5 - aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

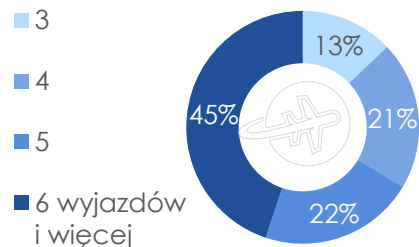


TOP5 – mniej aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

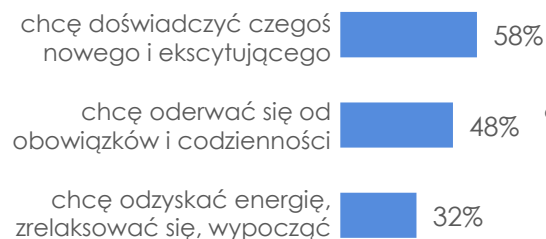


turystyka

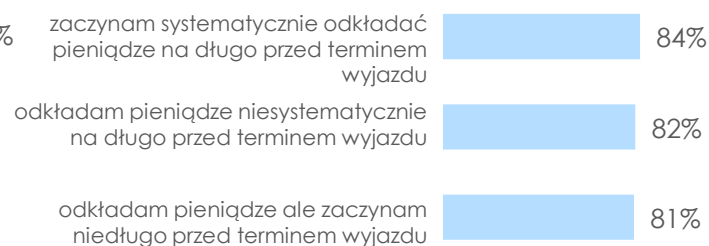
Liczba wyjazdów turystycznych z min. 1 noclegiem (ost.24 m-ce)



TOP3 - oczekiwania względem wyjazdów turystycznych



TOP3 – źródła finansowania wyjazdów turystycznych



Podstawa procentowania: Odkrywcy (n=194).



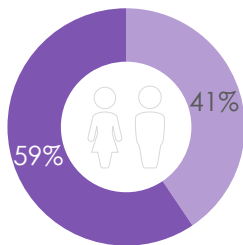


TURYŚCI ALL INCLUSIVE to w głównej mierze **osoby dojrzałe, w związkach małżeńskich**. Od wyjazdów turystycznych oczekują **wypoczynku, oderwania się od codzienności**. Chcą także **przeżyć coś nowego i ekscytującego**. Na tle pozostałych segmentów, wyraźnie częściej **chcą zadbać o poprawę stanu zdrowia**. Idealne wczasy zaplanowaliby sobie na długo przed wyjazdem. Chętnie wyjechaliby na **zorganizowaną, zagraniczną wycieczkę**. Prawdopodobnie spędzaliby czas **relaksując się na plaży/przy basenie**. Preferują nocleg w jednym miejscu, w hotelu położonym w centrum blisko rozrywkowej okolicy. Częściej, niż pozostali, **zapożyczają się, by sfinansować wyjazd turystyczny**.

profil społeczno-demograficzny

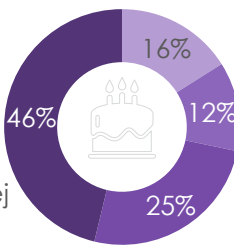
Płeć

- kobieta
- mężczyzna



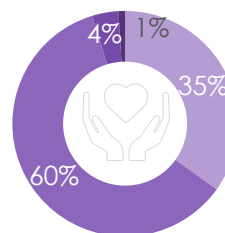
Wiek

- 20-24 lata
- 25-29 lat
- 30-39 lata
- 40 lat i więcej



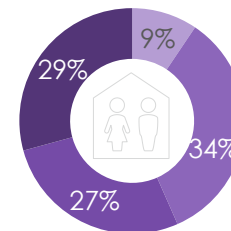
Stan cywilny

- kawaler/panna
- żonaty/zamężna
- rozwidziony/ w separacji
- wdowiec(a)



Liczba osób w gospodarstwie domowym

- 1
- 2
- 3
- 4+



Podstawa procentowania: Turyści all inclusive (n=106).





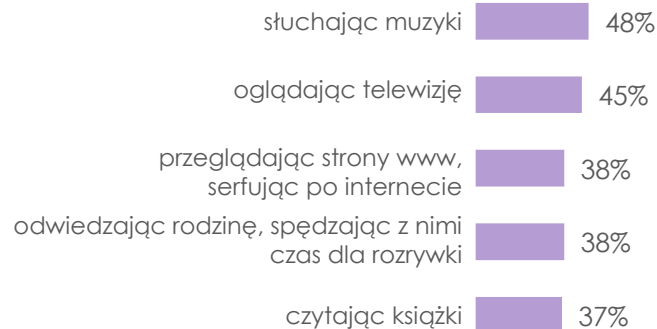
styl życia



TOP5 - aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

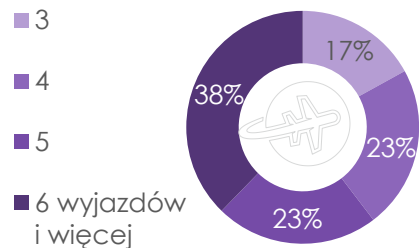


TOP5 – mniej aktywne sposoby spędzania czasu (ost.12 m-cy)

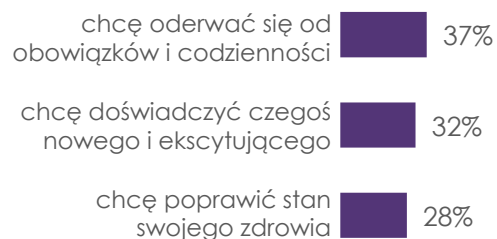


turystyka

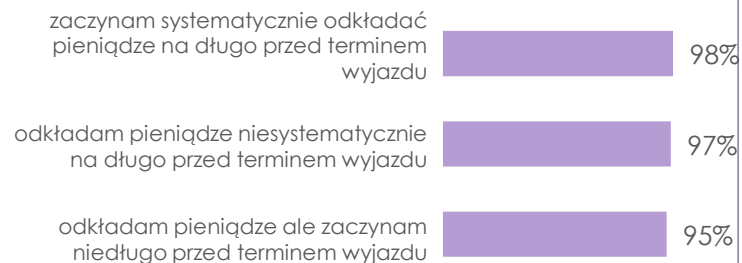
Liczba wyjazdów turystycznych z min. 1 noclegiem (ost.24 m-ce)



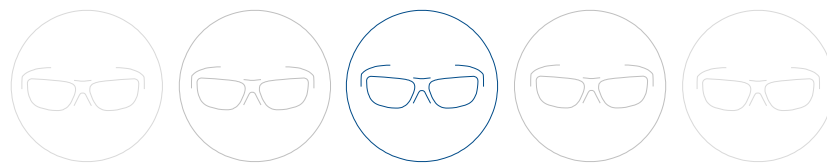
TOP3 - oczekiwania względem wyjazdów turystycznych



TOP3 – źródła finansowania wyjazdów turystycznych



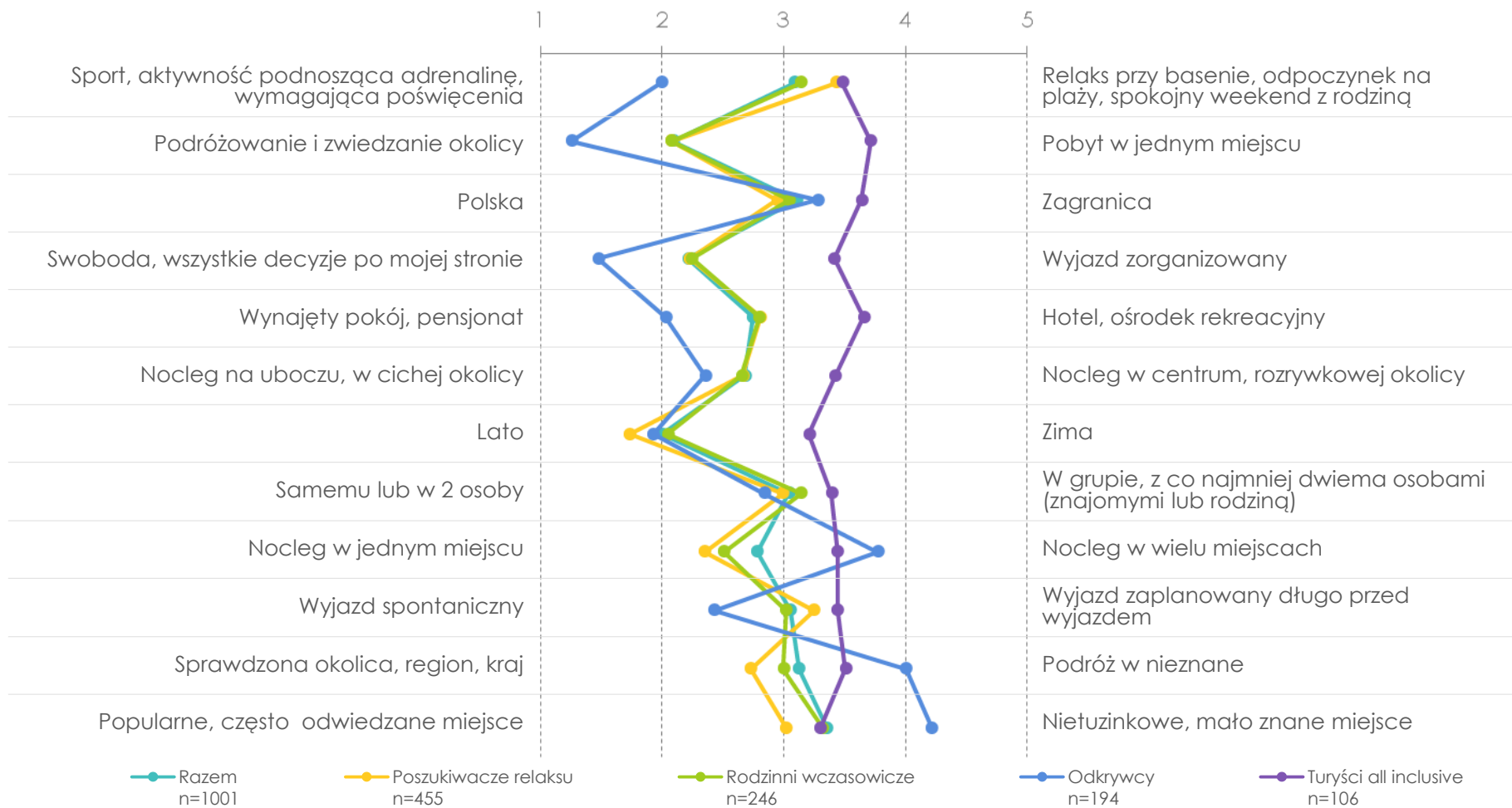
Podstawa procentowania: Turyści all inclusive (n=106).



Zwyczaje turystyczne



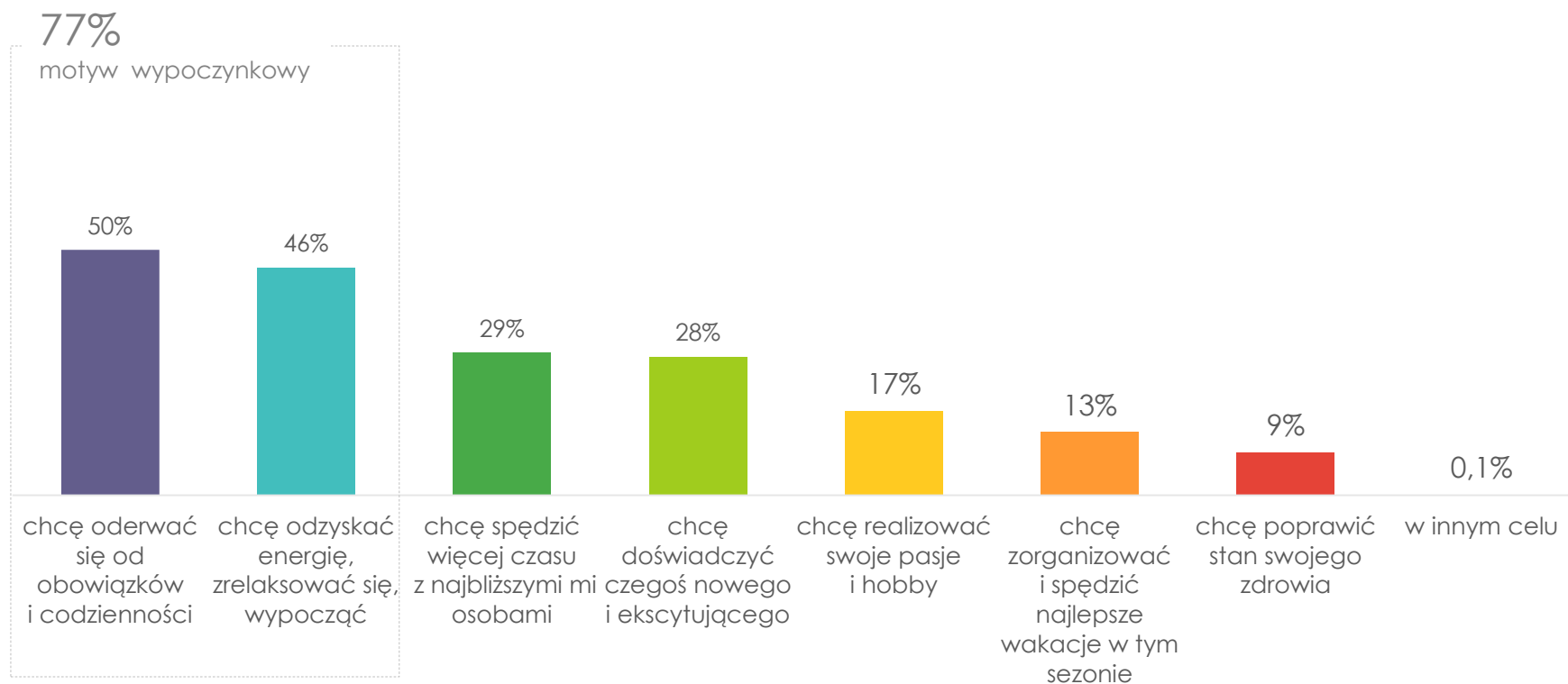
ZW1. Z czym kojarzą się Panu(i) idealne wczasy?





Oczekiwania względem wyjazdu wypoczynkowego/turystycznego

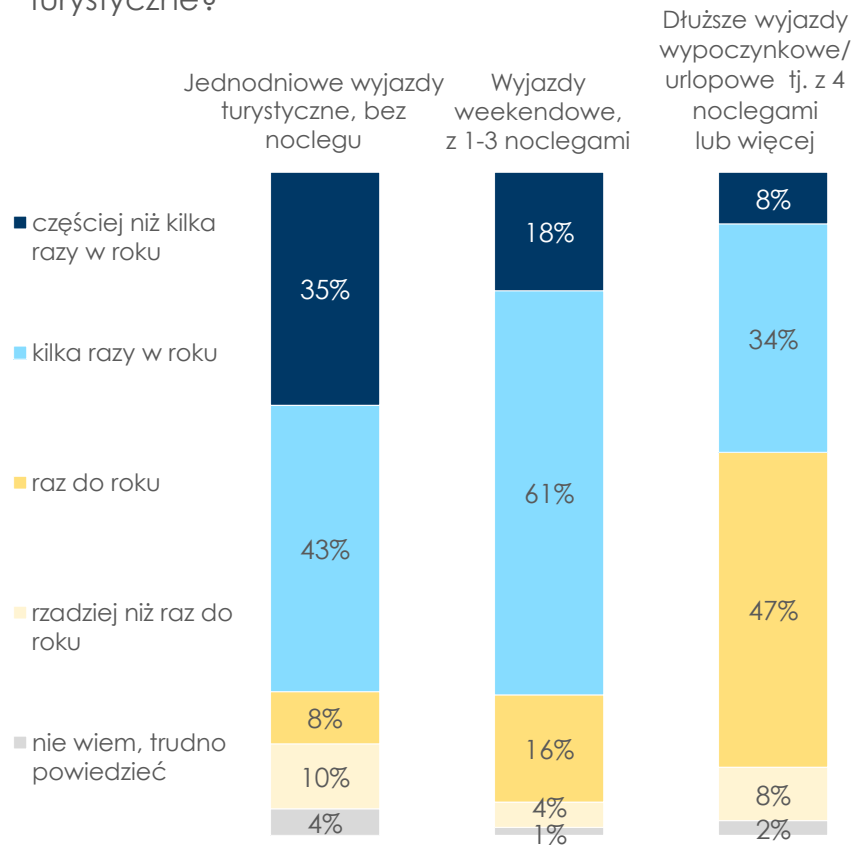
PL1. Czego z reguły oczekuje Pan(i) od wyjazdu wypoczynkowego/turystycznego? Proszę wziąć pod uwagę zarówno krótkie, weekendowe wyjazdy z przynajmniej 1 noclegiem jak i dłuższe wyjazdy.



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

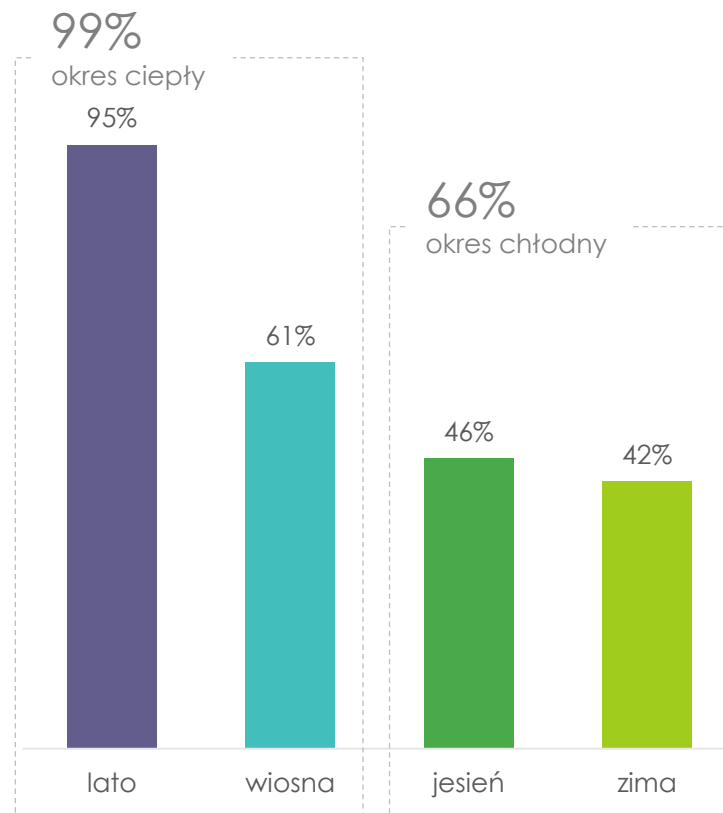


ZW3. Jak często zdarza się Panu(i) odbywać wyjazdy turystyczne?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

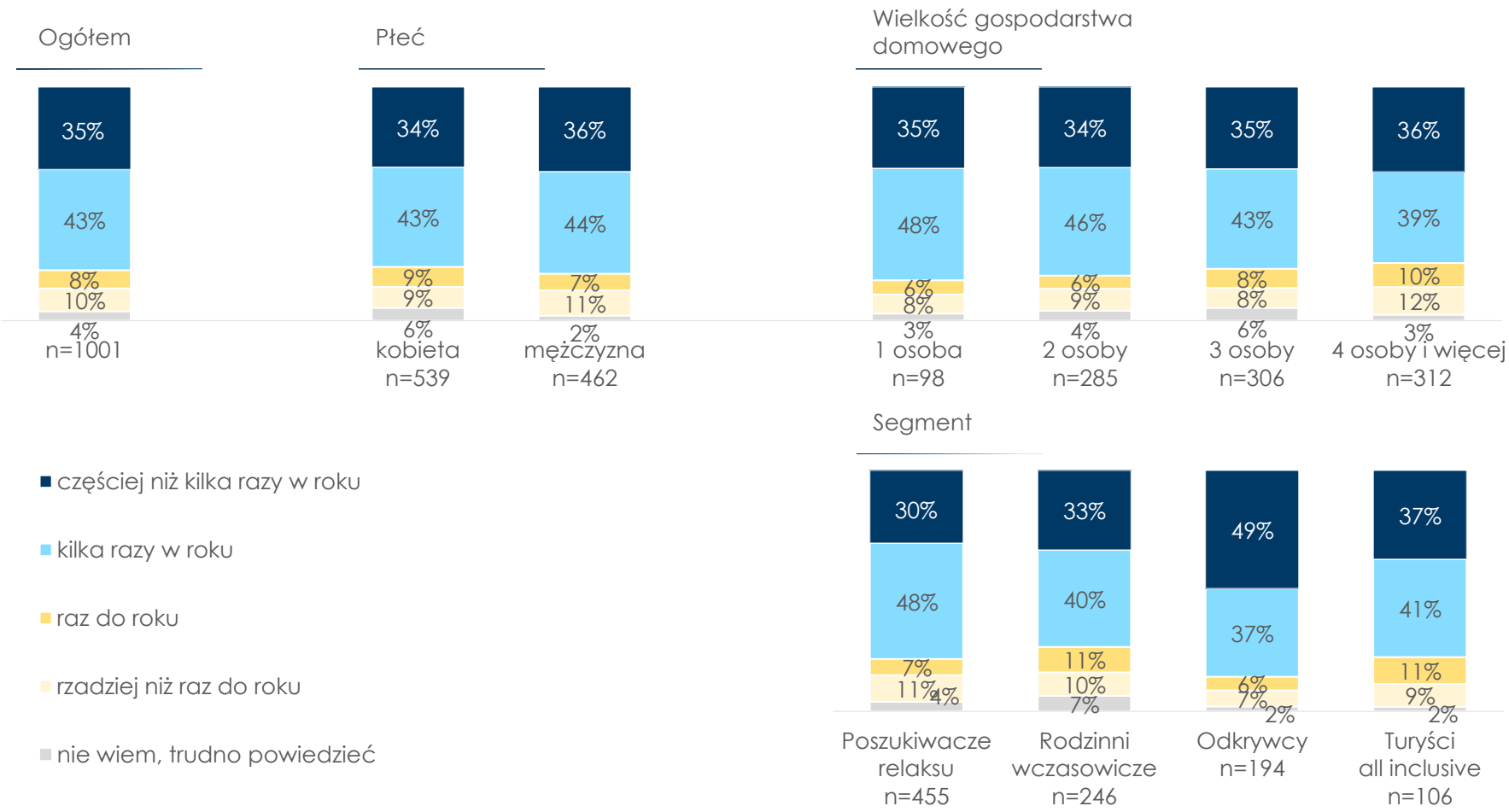
ZW4. Proszę pomyśleć o swoich wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 24 miesięcy. W jakich porach roku miały one miejsce?





Częstotliwość jednodniowych wyjazdów turystycznych w ostatnich 24 miesiącach

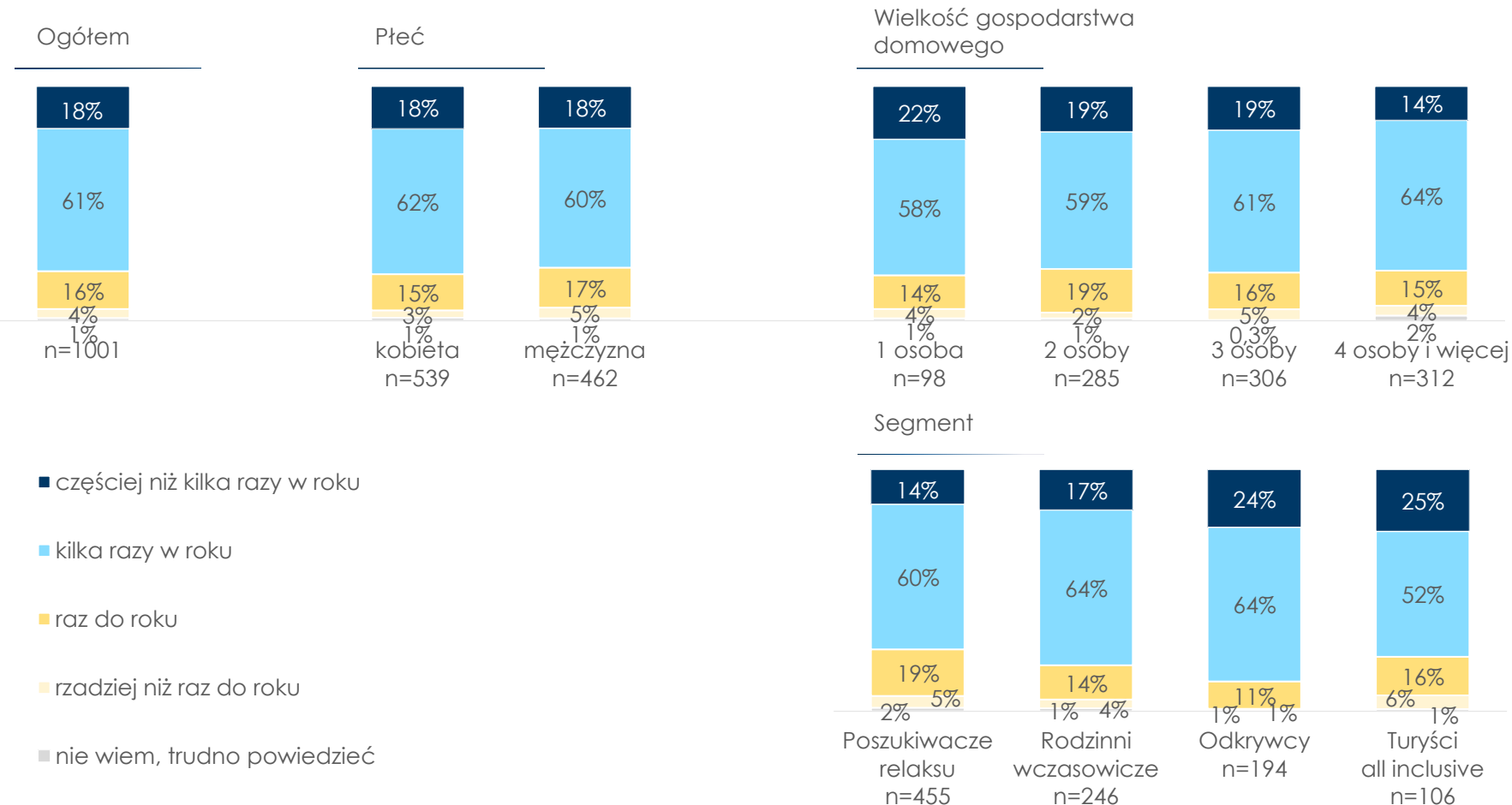
ZW3. Jak często zdarza się Panu(i) odbywać jednodniowe wyjazdy turystyczne, bez noclegu?





Częstotliwość wyjazdów weekendowych w ostatnich 24 miesiącach

ZW3. Jak często zdarza się Panu(i) odbywać weekendowe wyjazdy turystyczne tj. z minimum 1-3 noclegami?



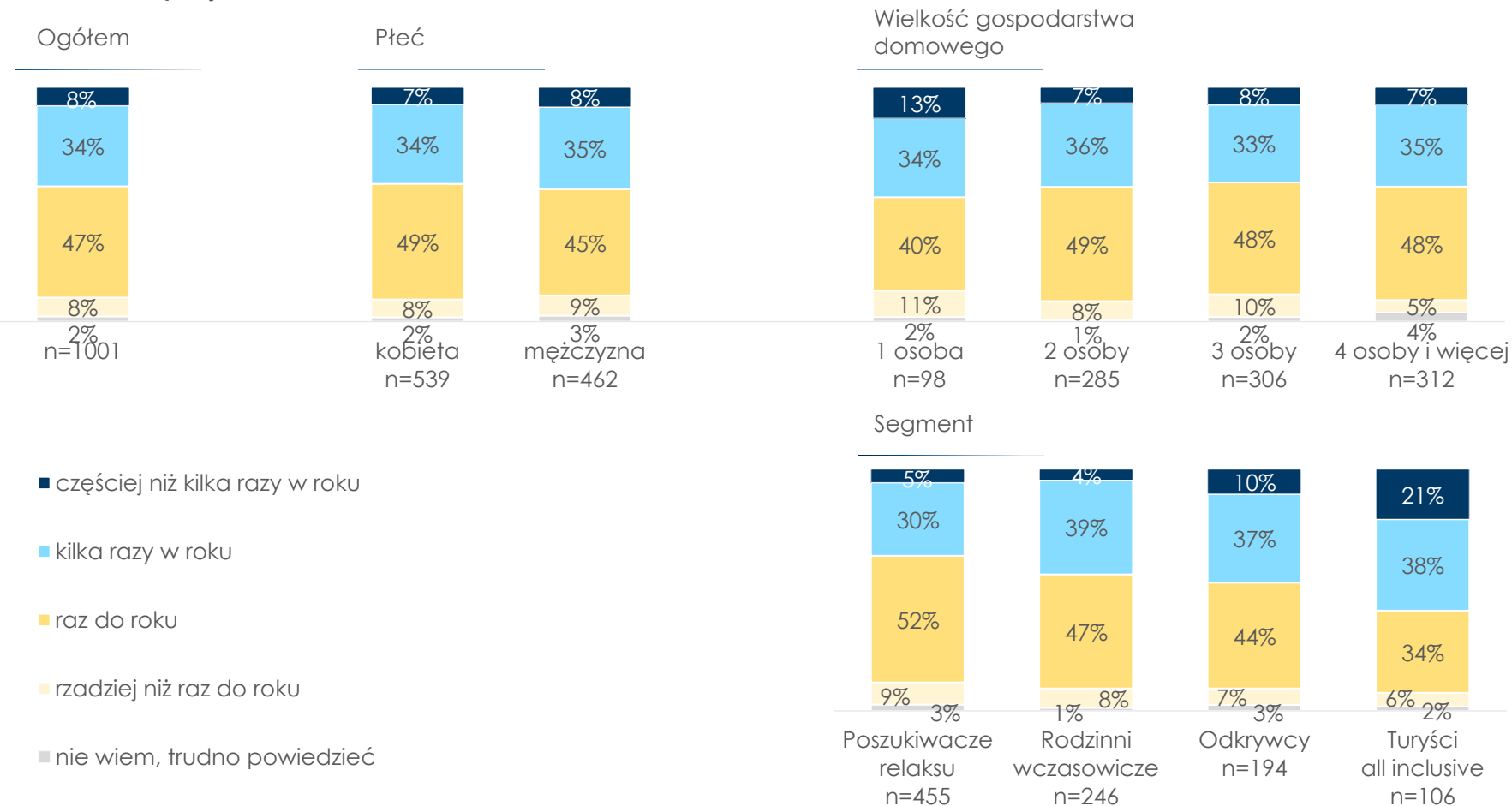
- częściej niż kilka razy w roku
- kilka razy w roku
- raz do roku
- rzadziej niż raz do roku
- nie wiem, trudno powiedzieć





Częstotliwość dłuższych wyjazdów urlopowych w ostatnich 24 miesiącach

ZW3. Jak często zdarza się Panu(i) odbywać dłuższe wyjazdy wypoczynkowe/ urlopowe tj. z 4 noclegami lub więcej ?





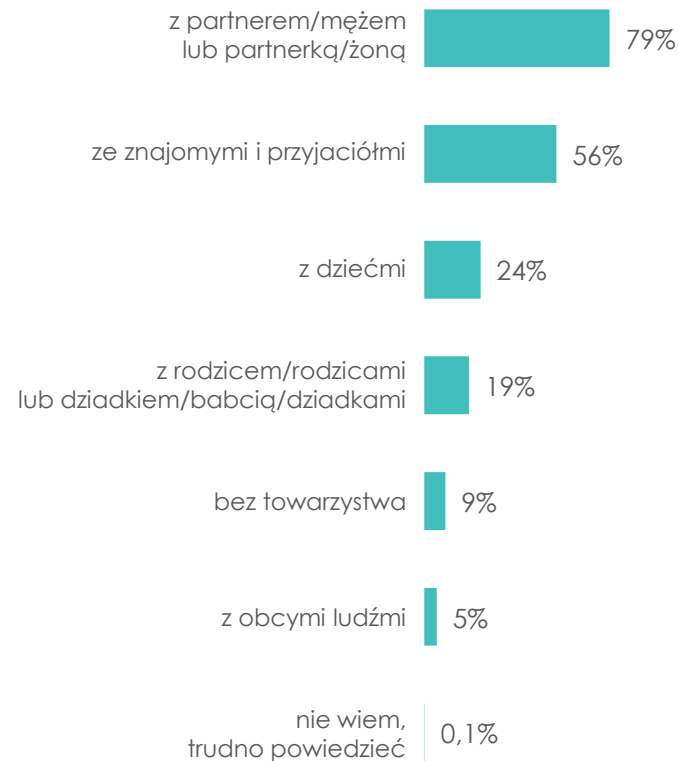
Wybór towarzystwa podczas wyjazdów turystycznych – ostatnie 24 miesiące – wyniki ogólne

87% turystów wyjeżdża
w towarzystwie członków rodziny



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

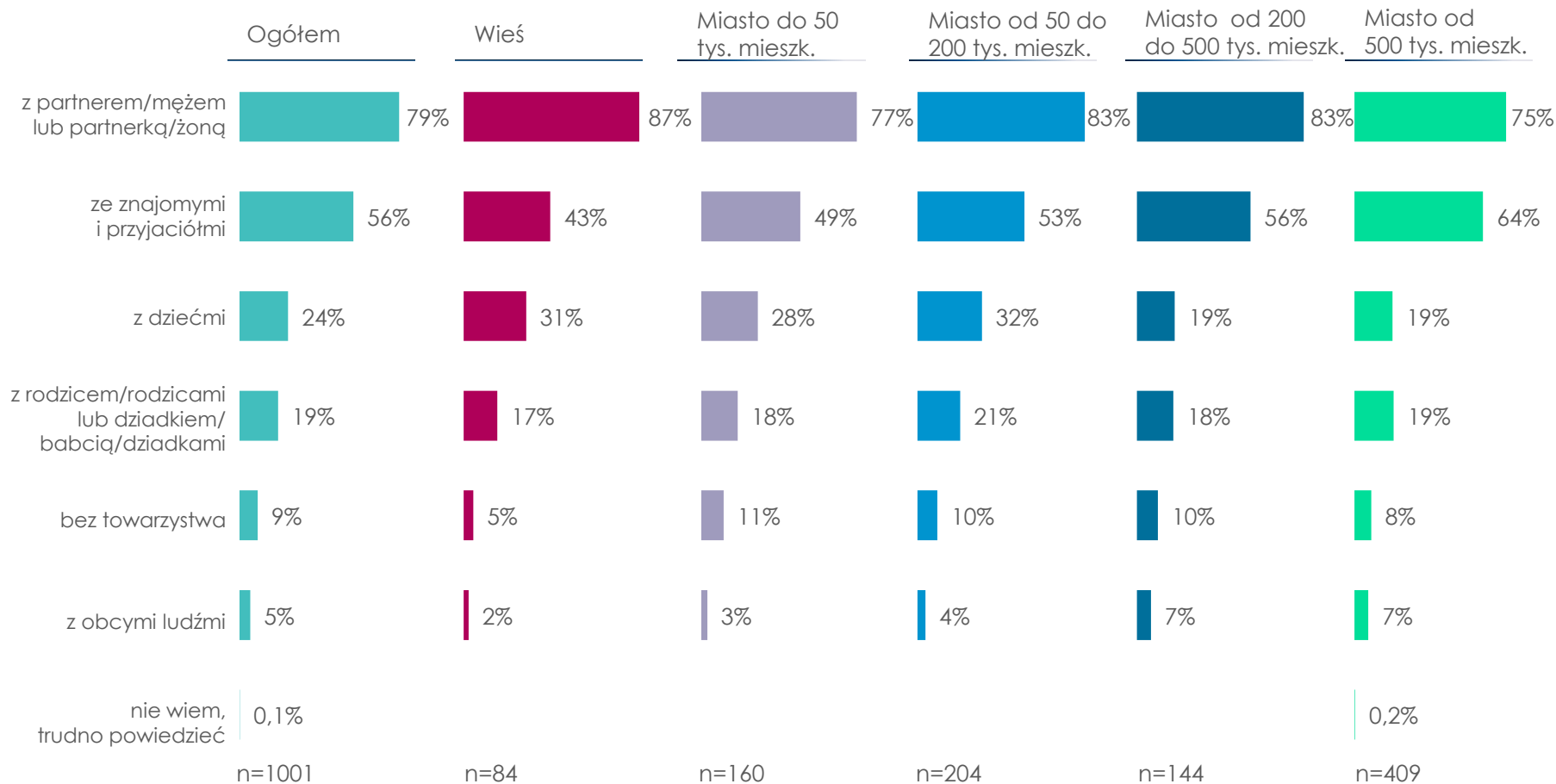
ZW5. W jakim towarzystwie z reguły odbywa Pan(i) wyjazdy wypoczynkowe, turystyczne?





Wybór towarzystwa podczas wyjazdów turystycznych – ostatnie 24 miesiące – wyniki szczegółowe (2/4)

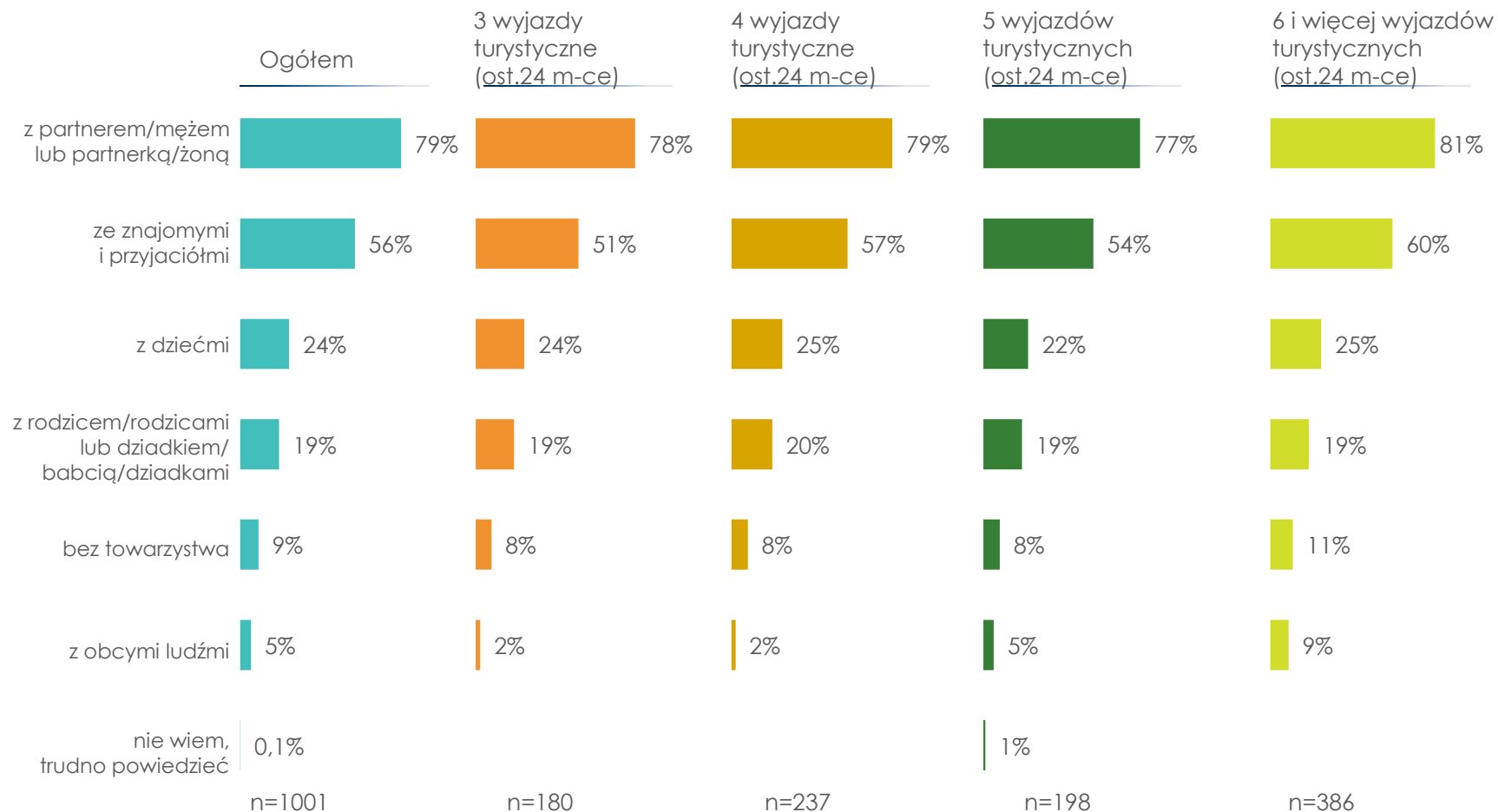
ZW5. W jakim towarzystwie z reguły odbywa Pan(i) wyjazdy wypoczynkowe, turystyczne?





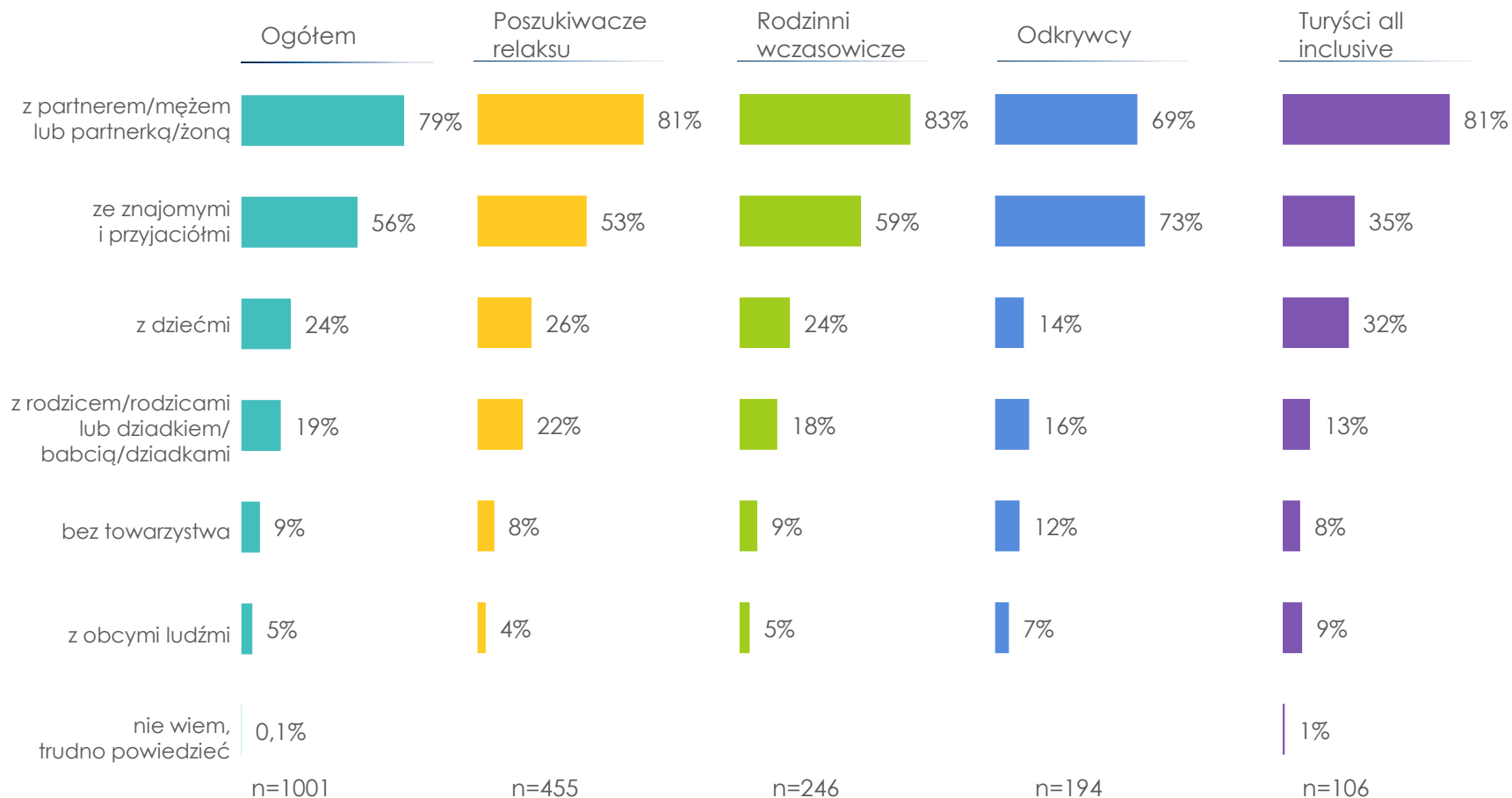
Wybór towarzystwa podczas wyjazdów turystycznych – ostatnie 24 miesiące – wyniki szczegółowe (3/4)

ZW5. W jakim towarzystwie z reguły odbywa Pan(i) wyjazdy wypoczynkowe, turystyczne?





ZW5. W jakim towarzystwie z reguły odbywa Pan(i) wyjazdy wypoczynkowe, turystyczne?





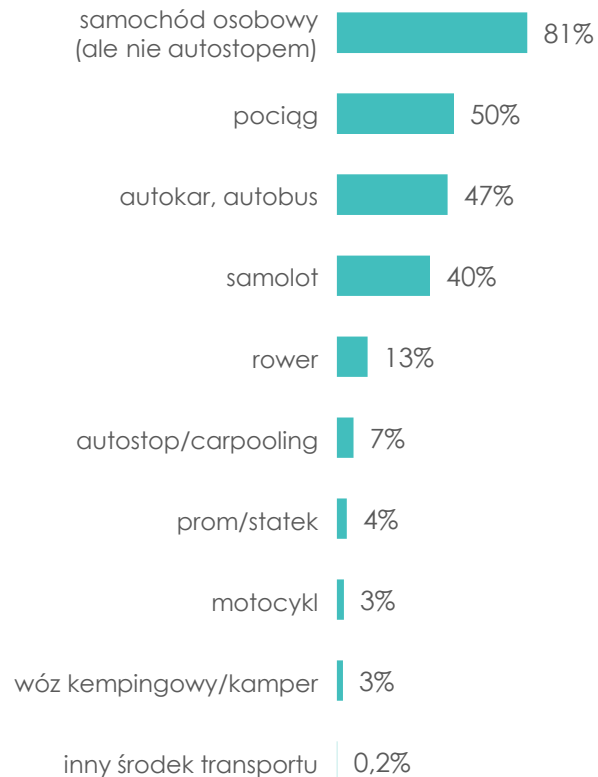
Środki transportu podczas wyjazdów turystycznych – ostatnie 24 miesiące – wyniki ogólne

77% turystów korzysta ze środków transportu zbiorowego



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

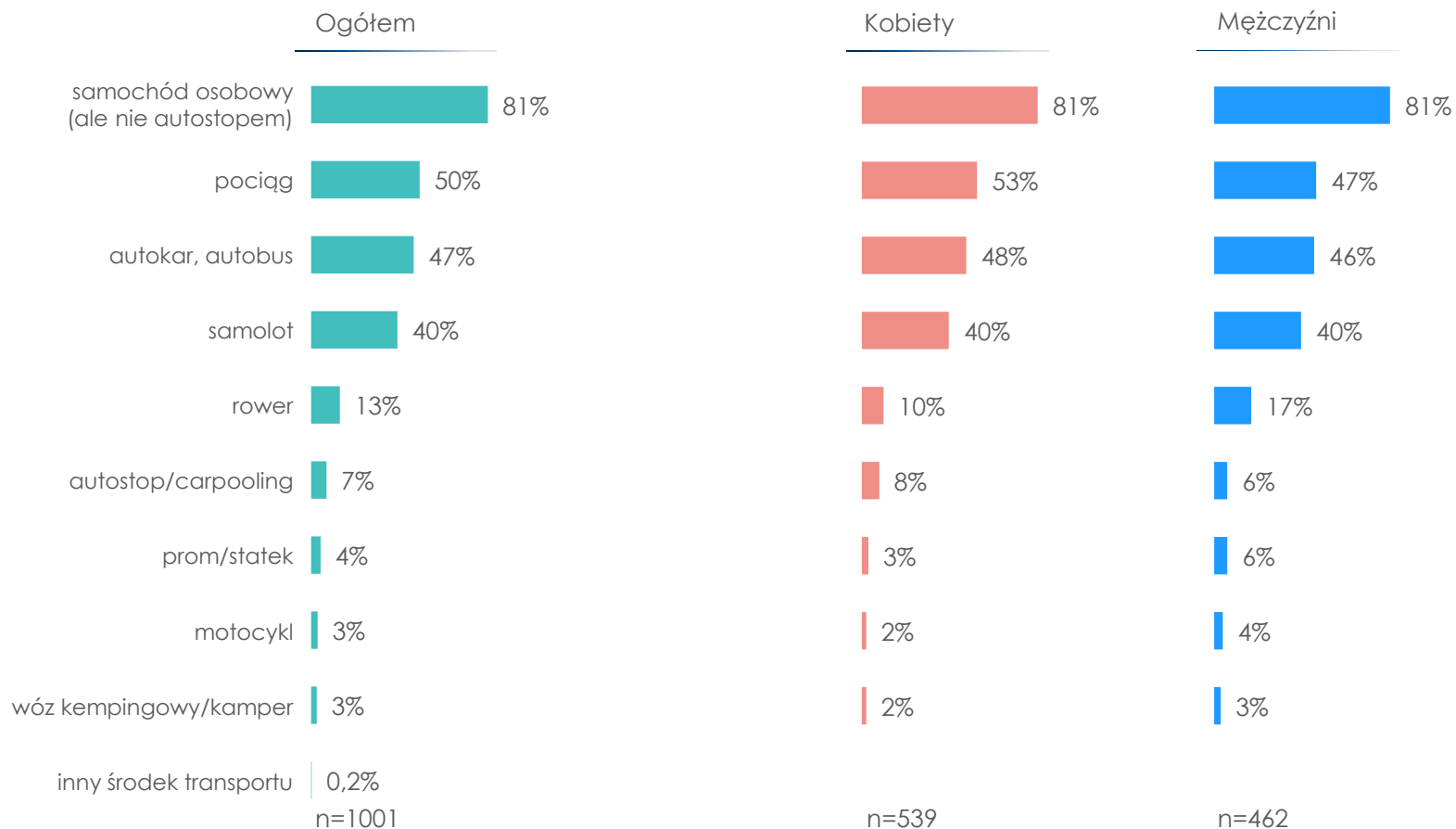
ZW6. Z jakich środków korzysta Pan(i) z reguły, aby dotrzeć z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku?





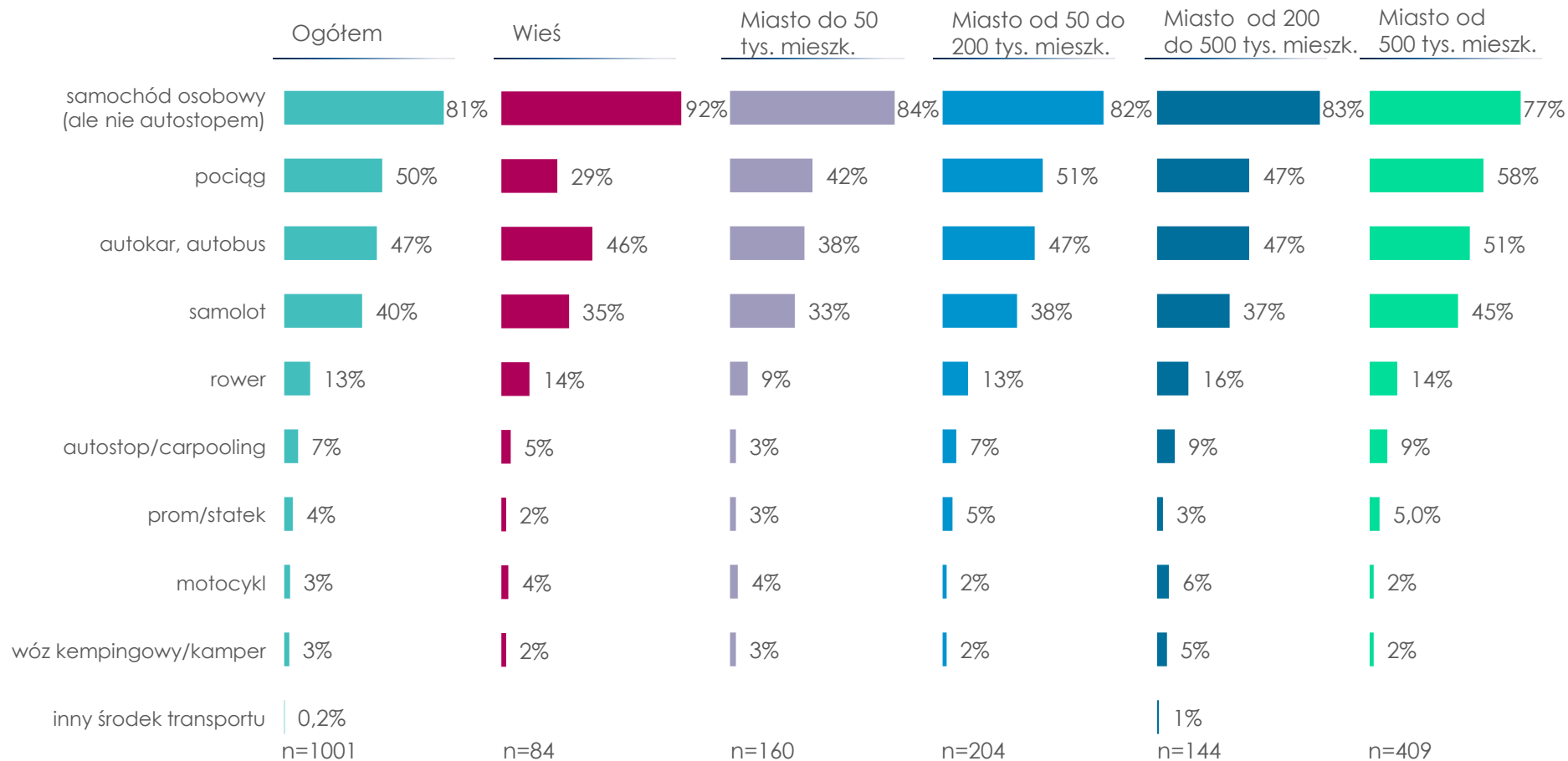
Środki transportu podczas wyjazdów turystycznych – ostatnie 24 miesiące – wyniki szczegółowe (1/4)

ZW6. Z jakich środków korzysta Pan(i) z reguły, aby dotrzeć z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku?



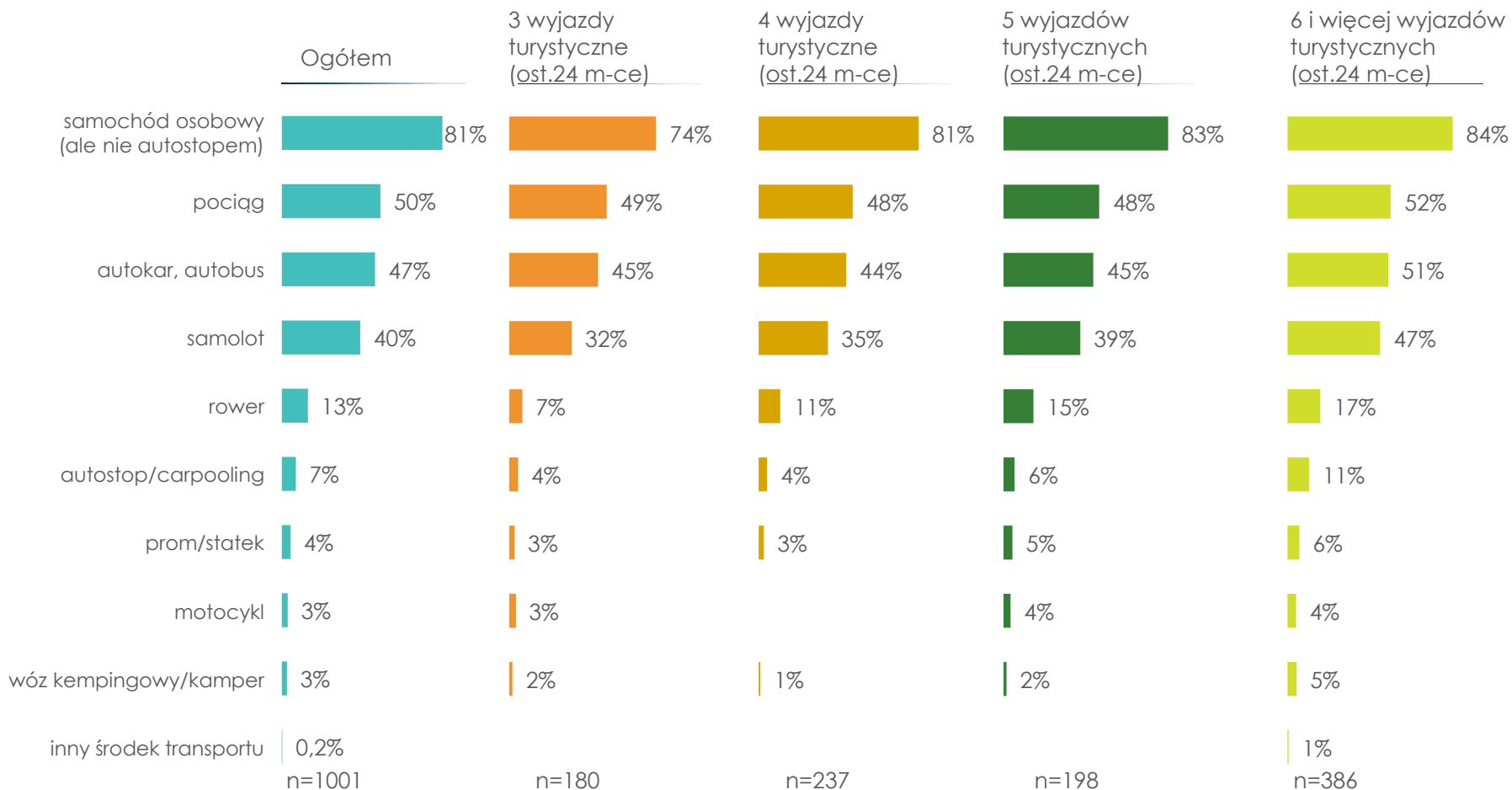


ZW6. Z jakich środków korzysta Pan(i) z reguły, aby dotrzeć z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku?



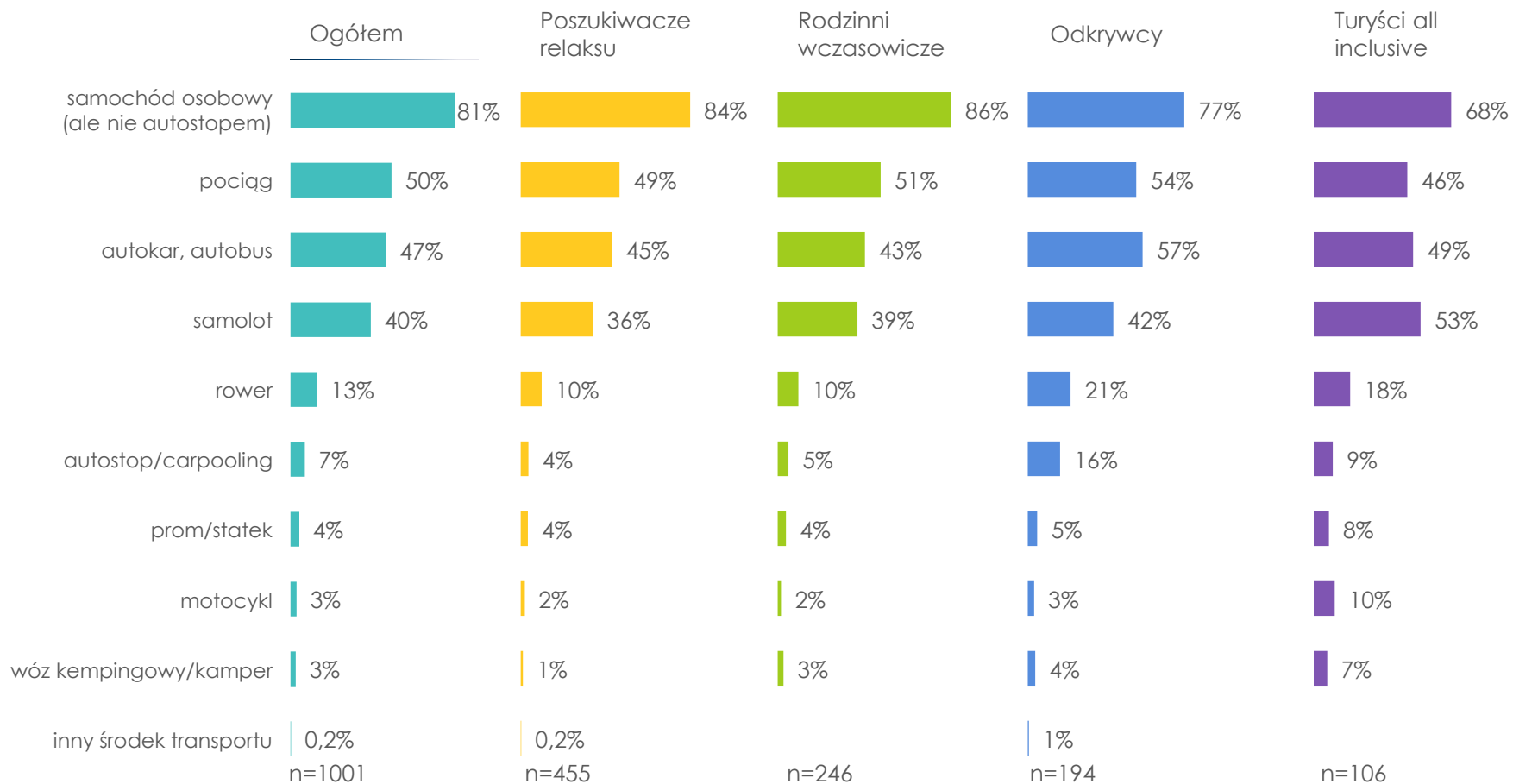


ZW6. Z jakich środków korzysta Pan(i) z reguły, aby dotrzeć z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku?





ZW6. Z jakich środków korzysta Pan(i) z reguły, aby dotrzeć z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku?



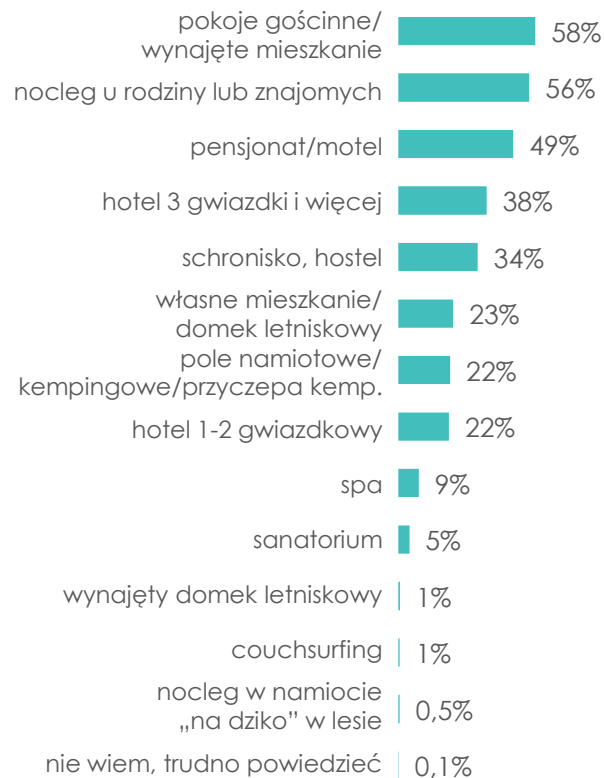


65% turystów nocuje podczas wyjazdu u bliskich lub we własnym lokum



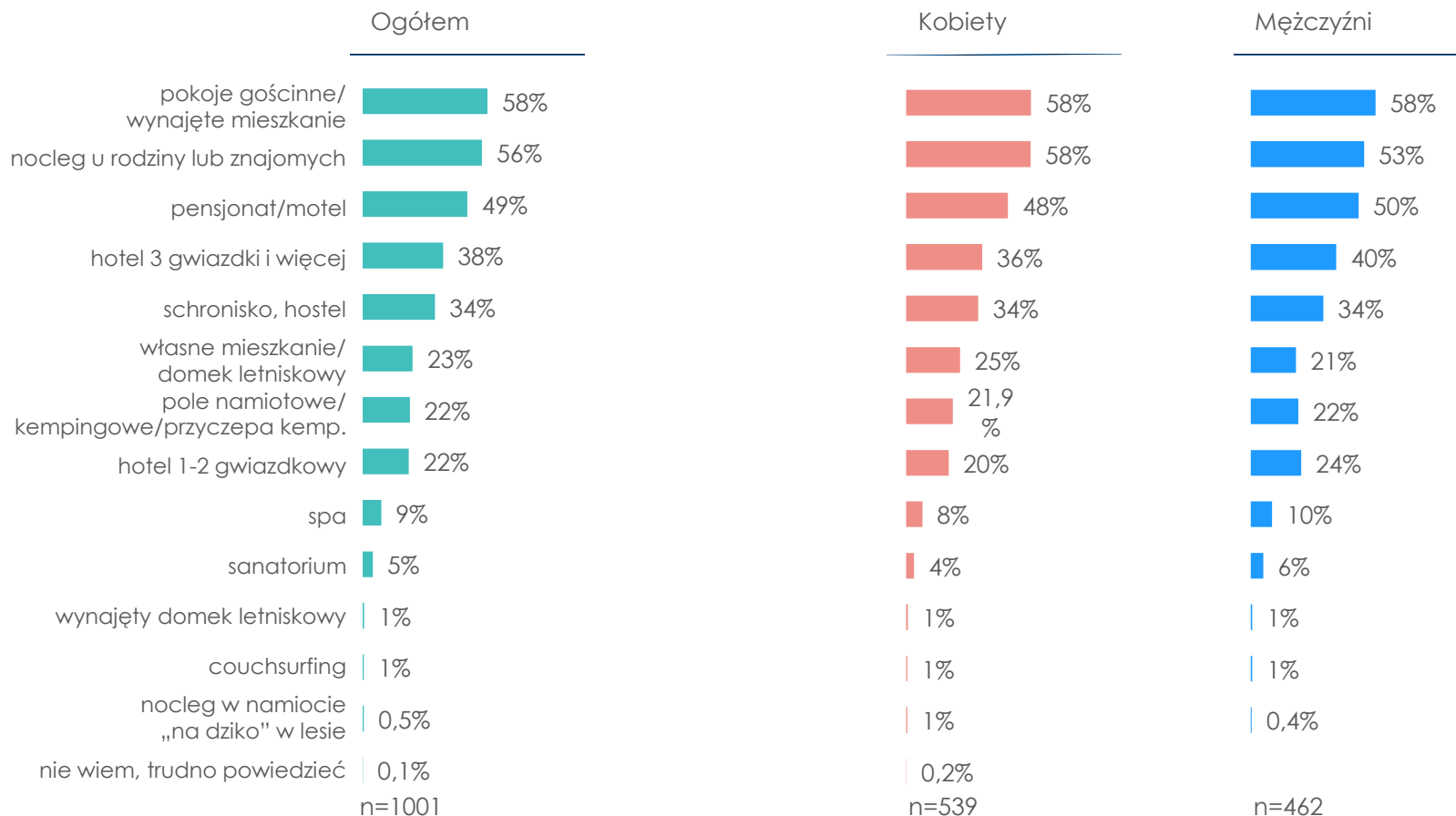
Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

ZW7. Proszę wskazać te rodzaje miejsc, w których nocował(a) Pan(i) podczas wyjazdów turystycznych.



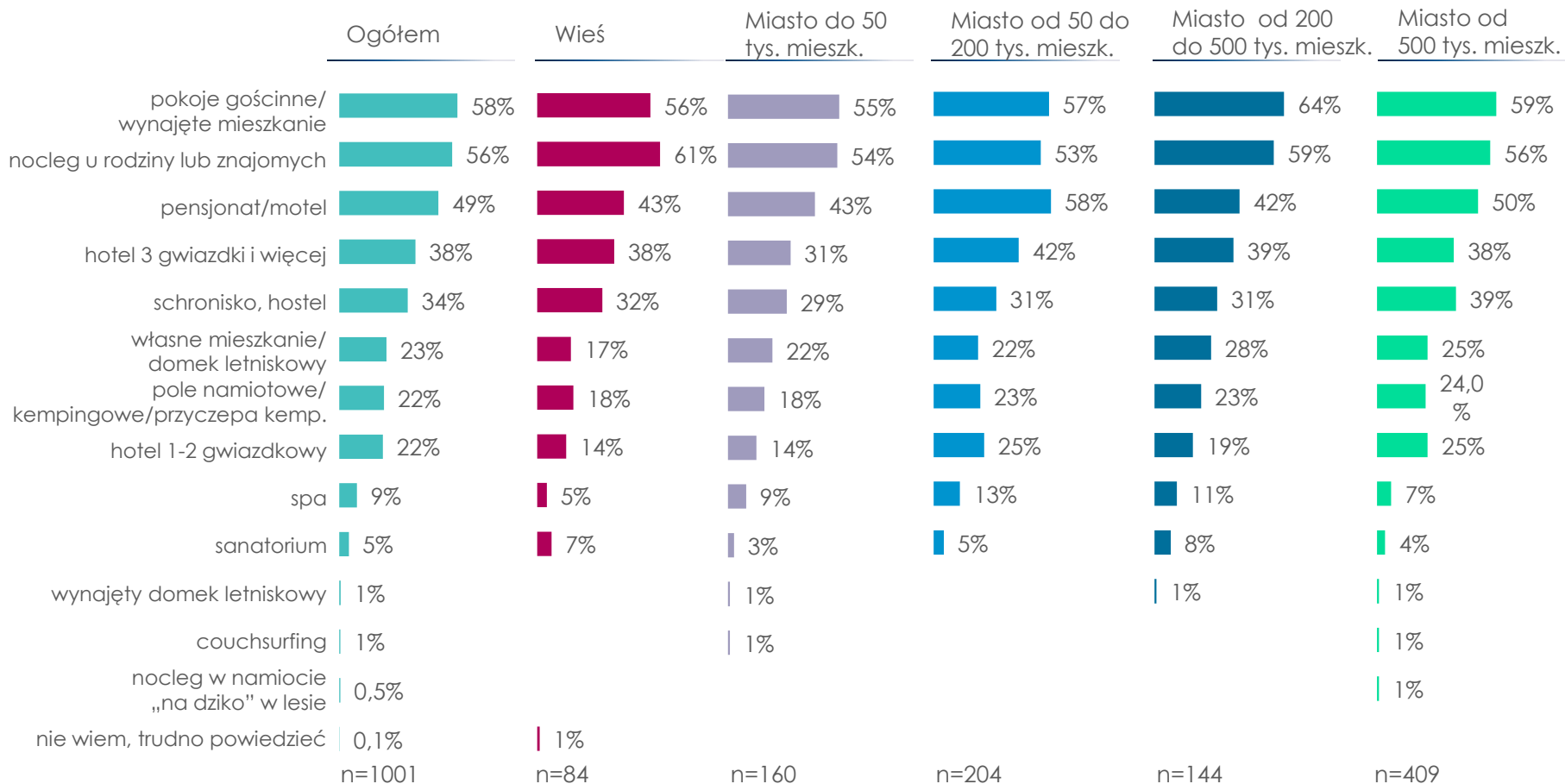


ZW7. Proszę wskazać te rodzaje miejsc, w których nocował(a) Pan(i) podczas wyjazdów turystycznych.



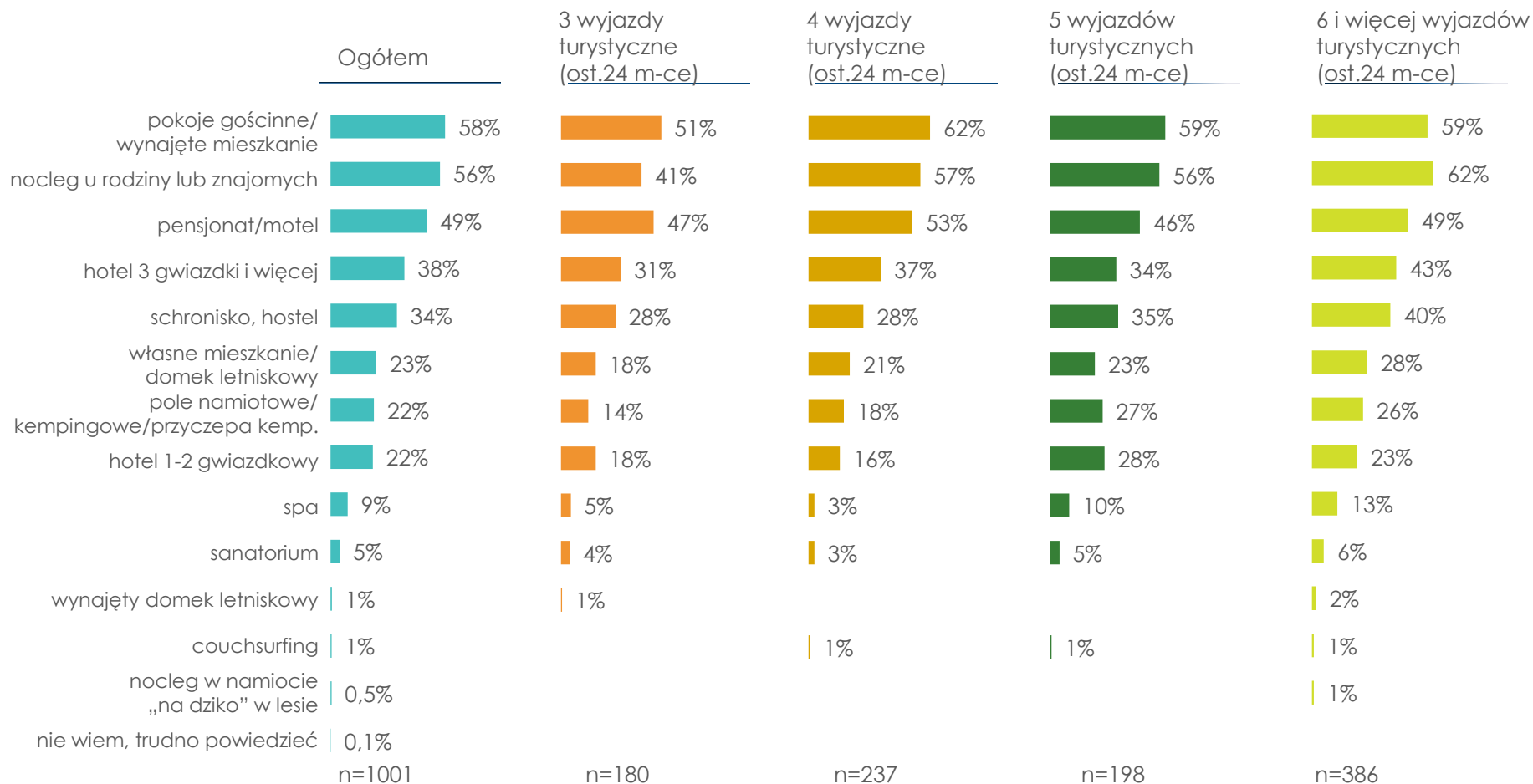


ZW7. Proszę wskazać te rodzaje miejsc, w których nocował(a) Pan(i) podczas wyjazdów turystycznych.



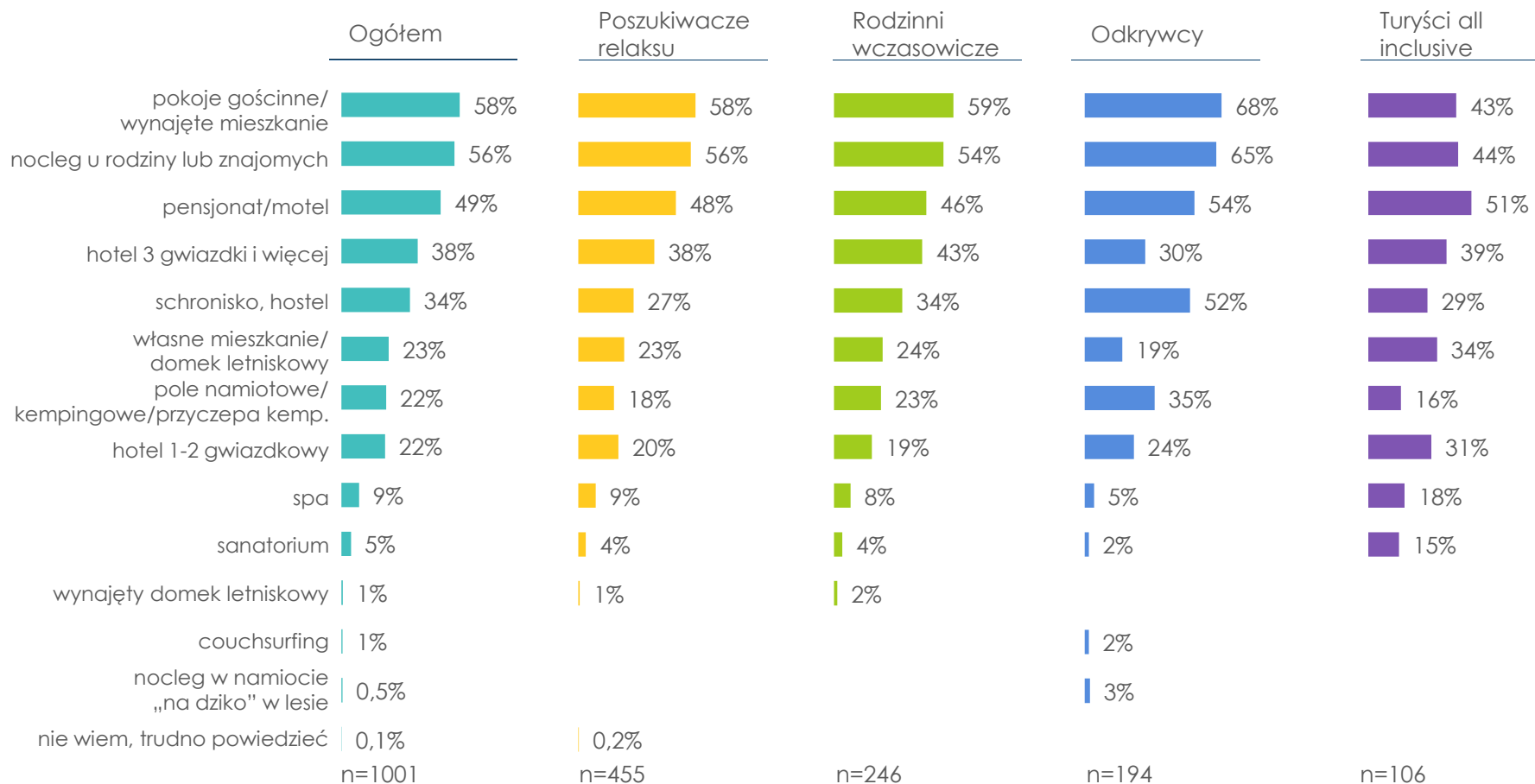


ZW7. Proszę wskazać te rodzaje miejsc, w których nocował(a) Pan(i) podczas wyjazdów turystycznych.





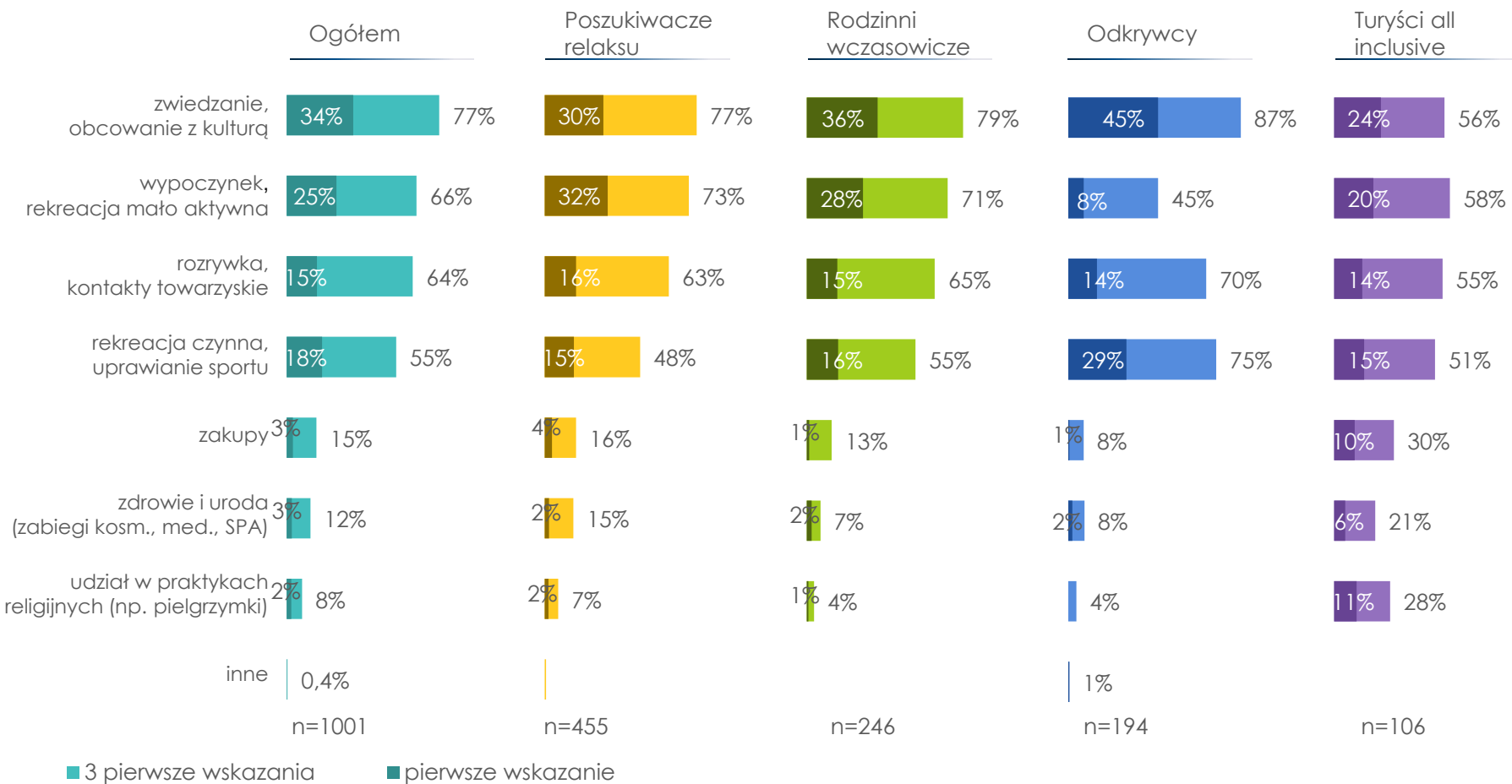
ZW7. Proszę wskazać te rodzaje miejsc, w których nocował(a) Pan(i) podczas wyjazdów turystycznych.





Częstotliwość form aktywności podczas wyjazdów turystycznych – ostatnie 24 miesiące

ZW8. Z których z poniższych form aktywności najczęściej korzysta Pan(i) podczas swoich wyjazdów turystycznych? Proszę wskazać je w kolejności od najczęściej podejmowanej aktywności.





Zwiedzanie oraz obcowanie z kulturą podczas wyjazdów turystycznych:

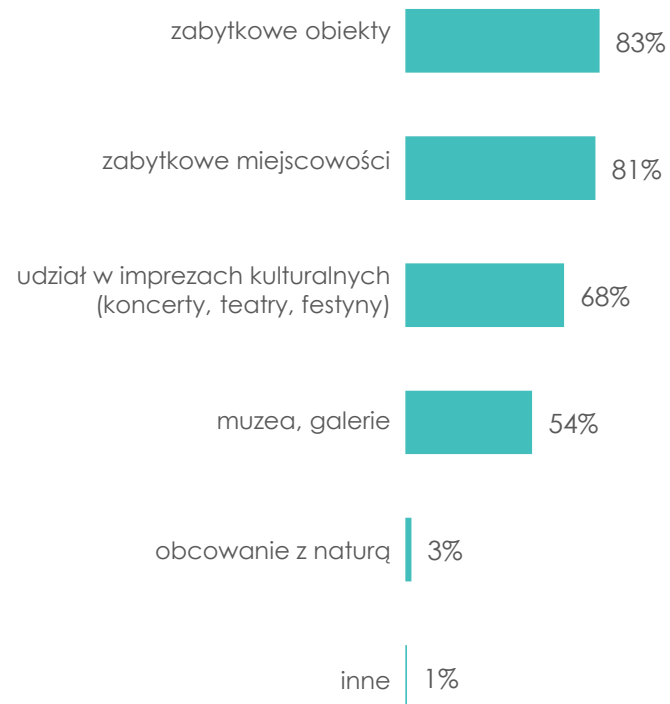


■ 3 pierwsze wskazania

■ pierwsze wskazanie



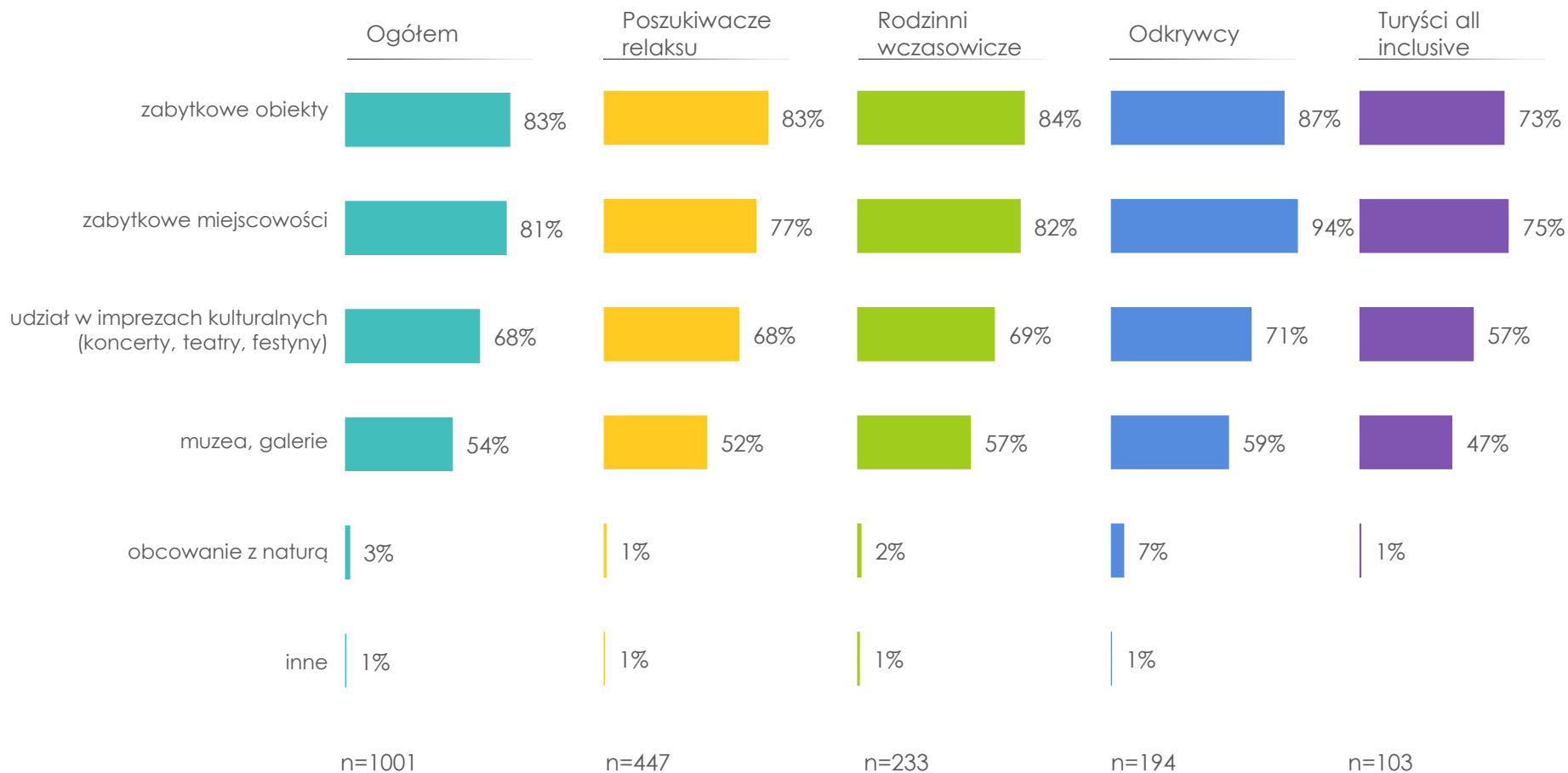
ZW9. Co Pan(i) zwiedza/w jakich wydarzeniach uczestniczy podczas wyjazdów?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



ZW9. Co Pan(i) zwiedza/w jakich wydarzeniach uczestniczy podczas wyjazdów?



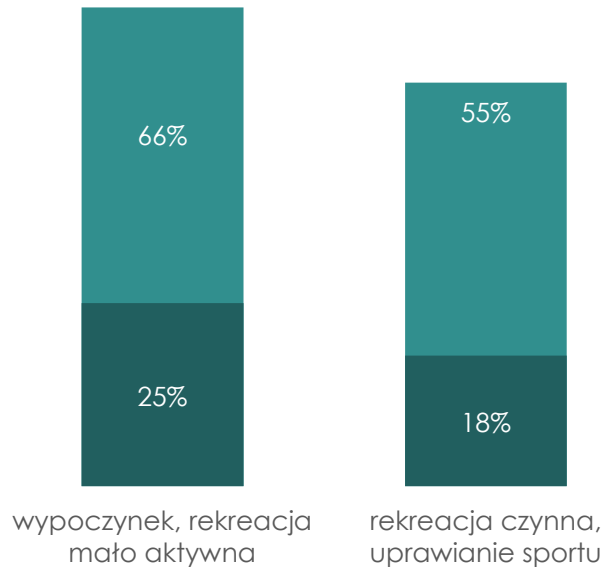


Formy aktywności podczas wyjazdu turystycznego

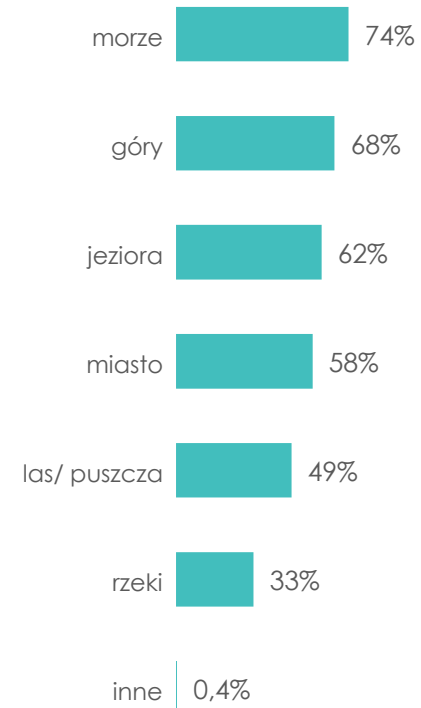


■ 3 pierwsze wskazania

■ pierwsze wskazanie



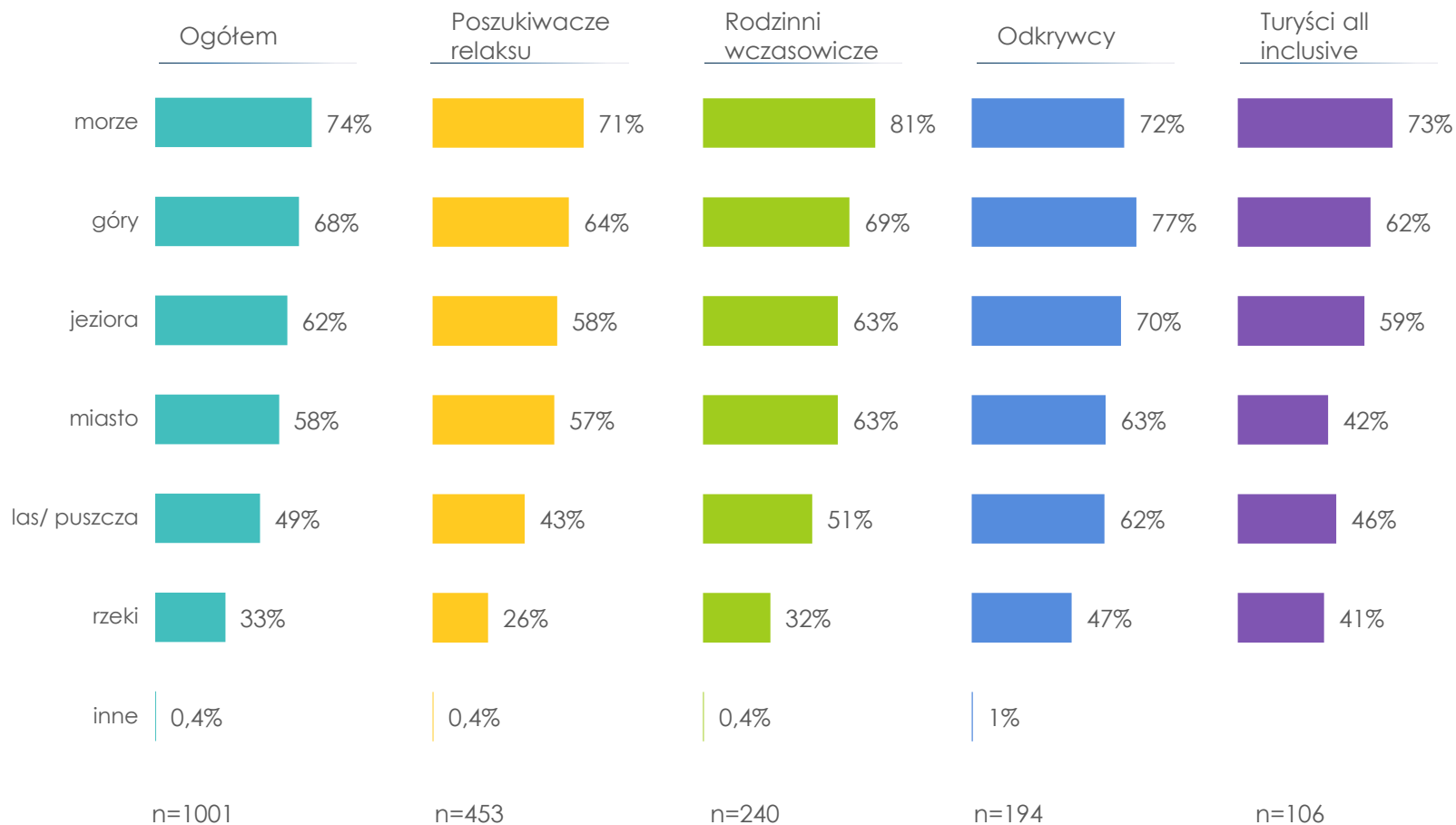
ZW10. W jakich miejscach korzysta Pan(i) z tych form aktywności (czynnej lub mało aktywnej)?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



ZW10. W jakich miejscach korzysta Pan(i) z tych form aktywności (czynnej lub mało aktywnej)?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

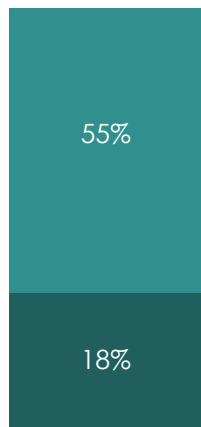




Rekreacja czynna, uprawianie sportu podczas wyjazdu

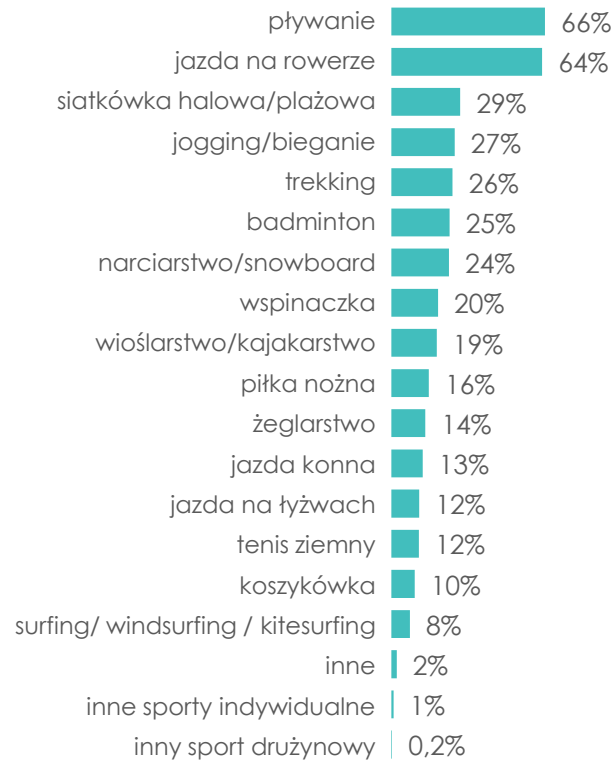


- 3 pierwsze wskazania
- pierwsze wskazania



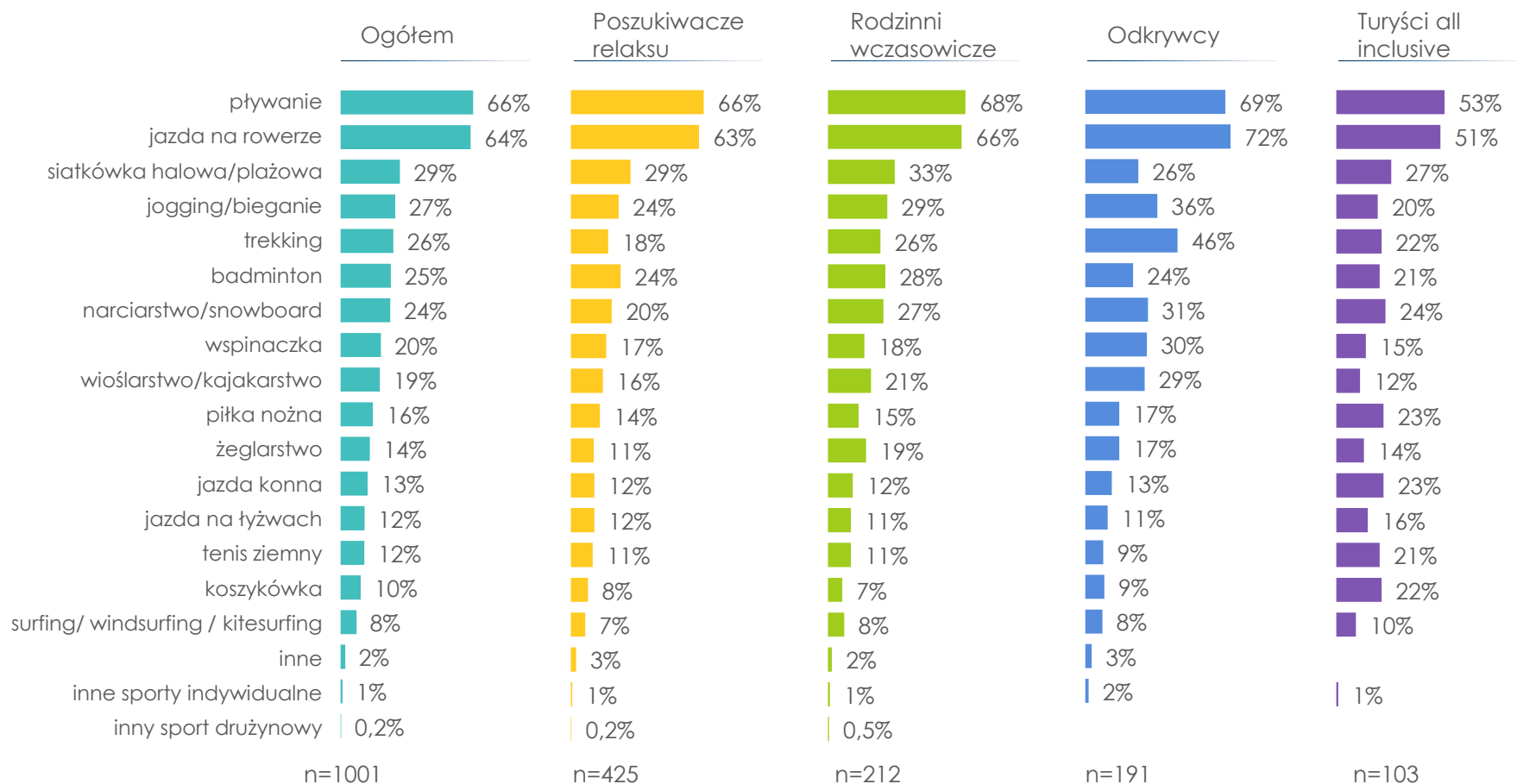
Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

ZW11. Jakie formy aktywnego wypoczynku podejmuje Pan(i) na ogół podczas wyjazdów turystycznych?





ZW11. Jakie formy aktywnego wypoczynku podejmuje Pan(i) na ogół podczas wyjazdów turystycznych?



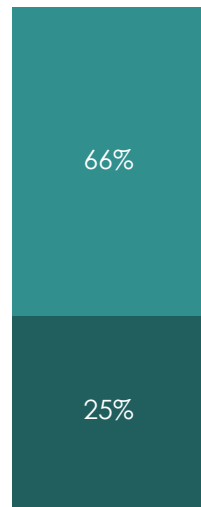


Wypoczynek, rekreacja mało aktywna podczas wyjazdu



■ 3 pierwsze wskazania

■ pierwsze wskazania



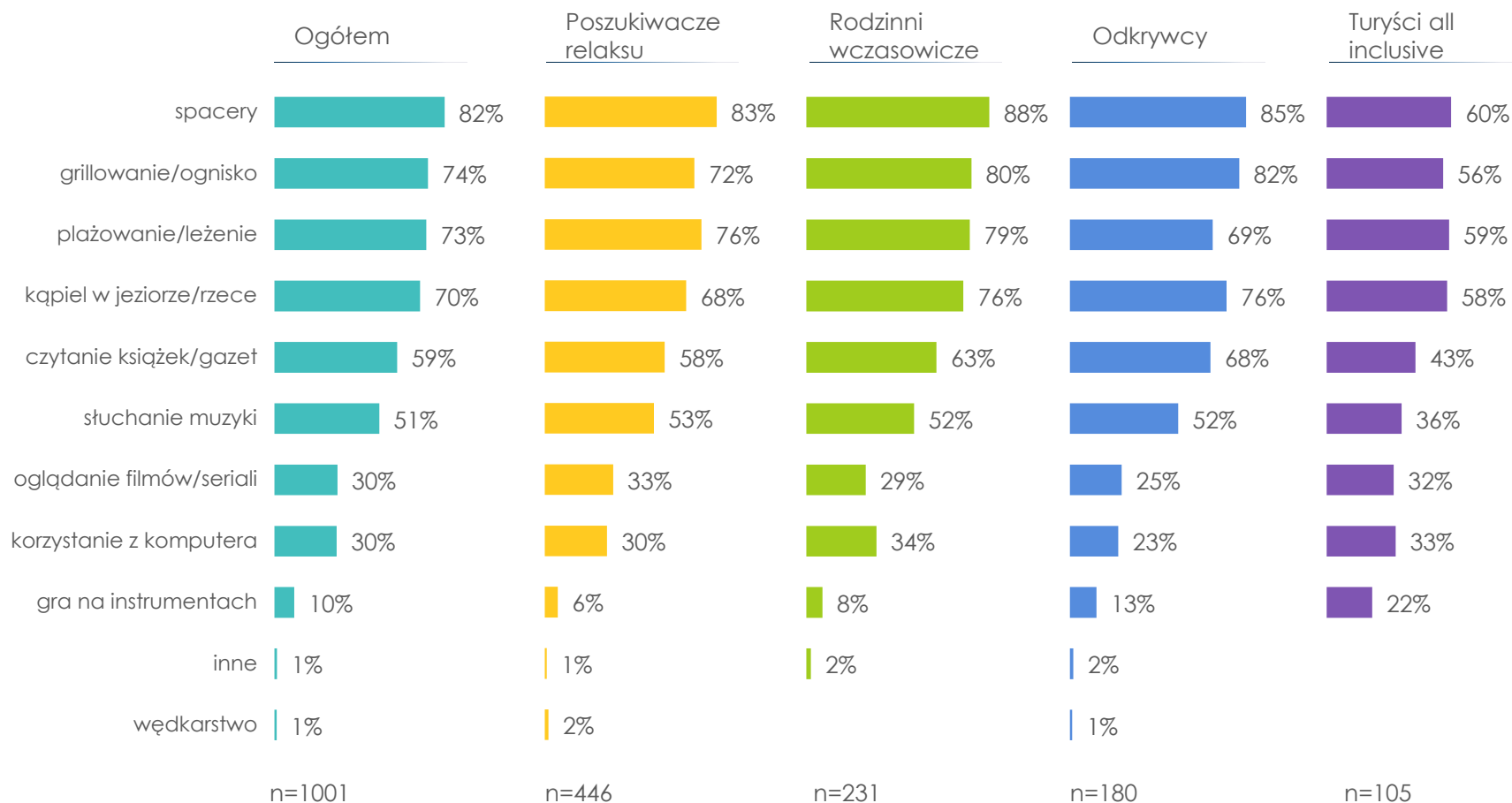
Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

ZW12. Jakie formy wypoczynku / mało aktywnej rekreacji, wybiera Pan(i) na ogół podczas wyjazdów turystycznych?





ZW12. Jakie formy wypoczynku/mało aktywnej rekreacji, wybiera Pan(i) na ogół podczas wyjazdów turystycznych?

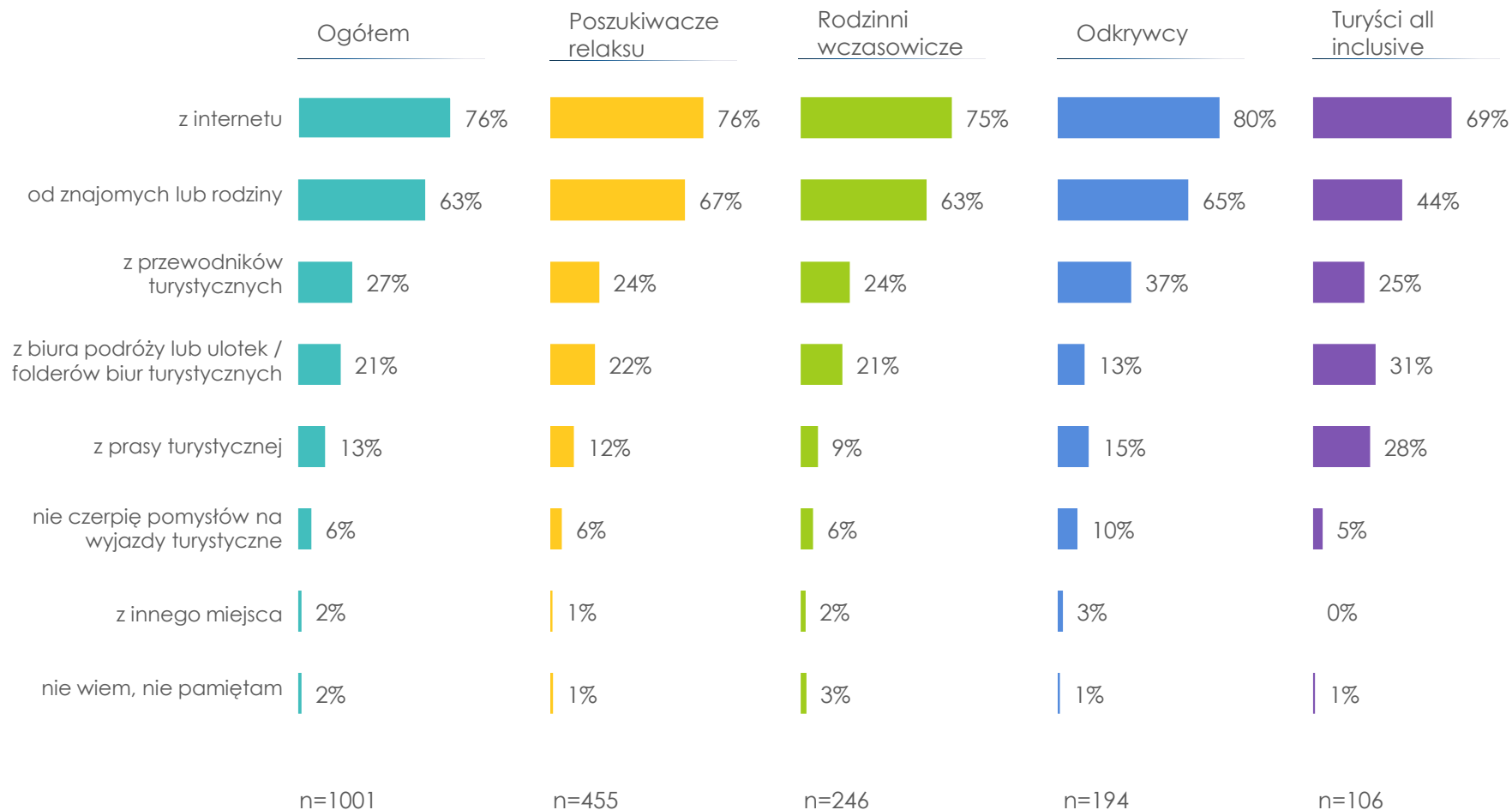




Planowanie wczasów
i wyjazdów turystycznych

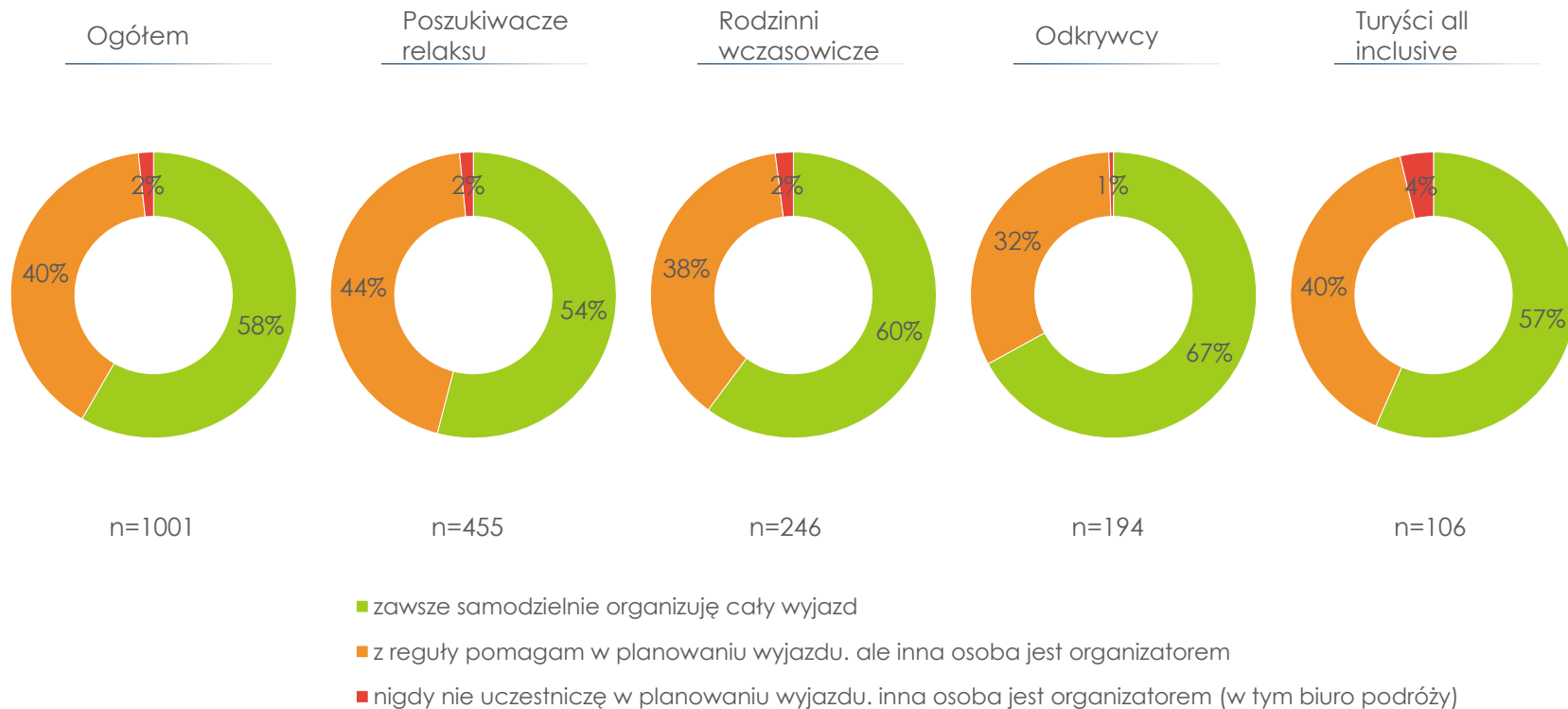


PL2. Skąd czerpie Pan(i) pomysły na wyjazdy turystyczne?





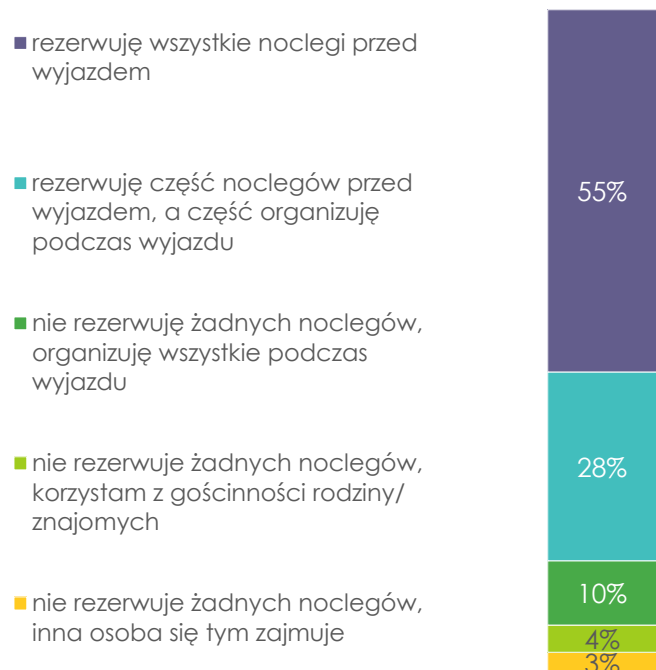
PL3. Jak określił(a)by Pan(i) swój udział w planowaniu wyjazdów turystycznych?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



PL4. W jaki sposób najczęściej organizuje Pan(i) noclegi podczas wyjazdu turystycznego?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

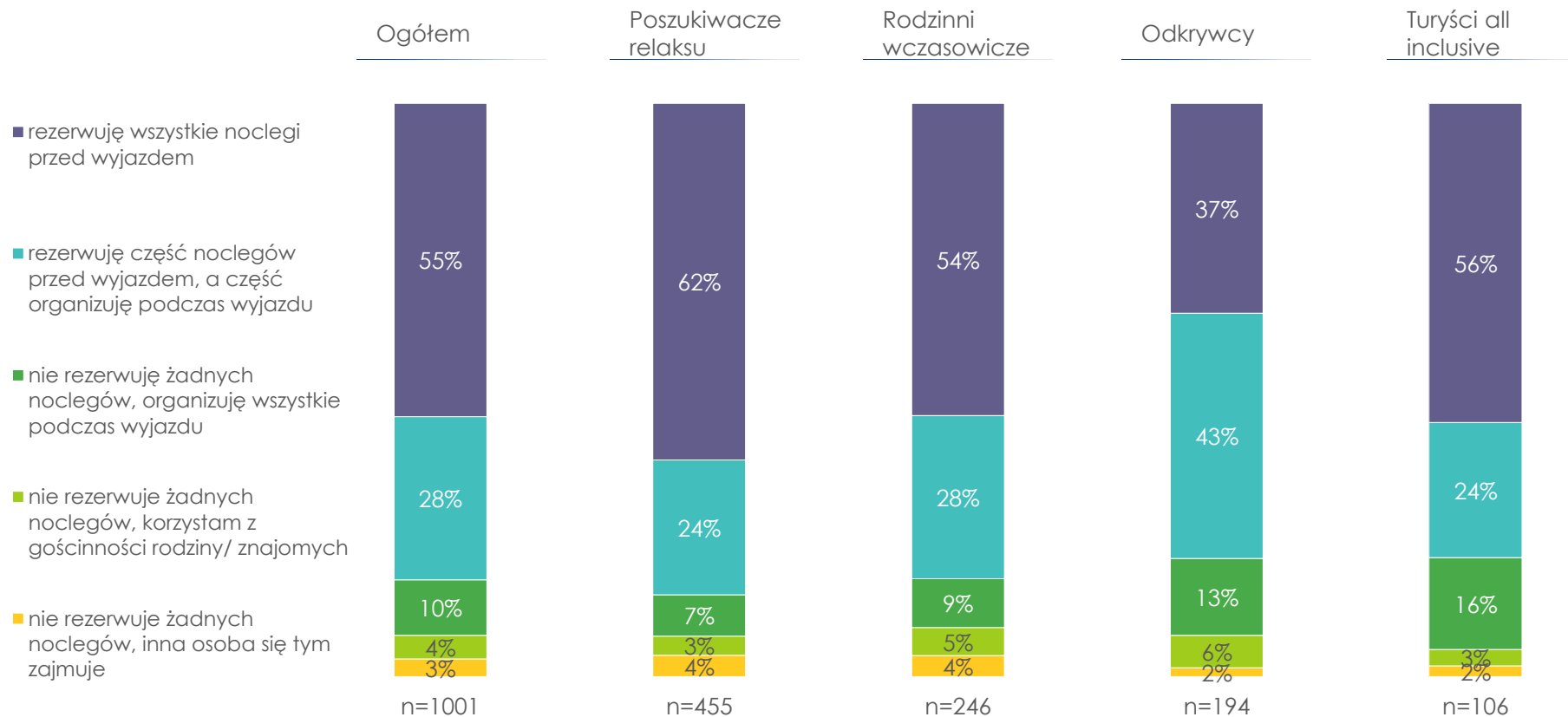
PL5. Gdzie poszukuje Pan(i) miejsc noclegowych?



Podstawa: turyści organizujący lub współorganizujący noclegi (n=963).



PL4. W jaki sposób najczęściej organizuje Pan(i) noclegi podczas wyjazdu turystycznego?

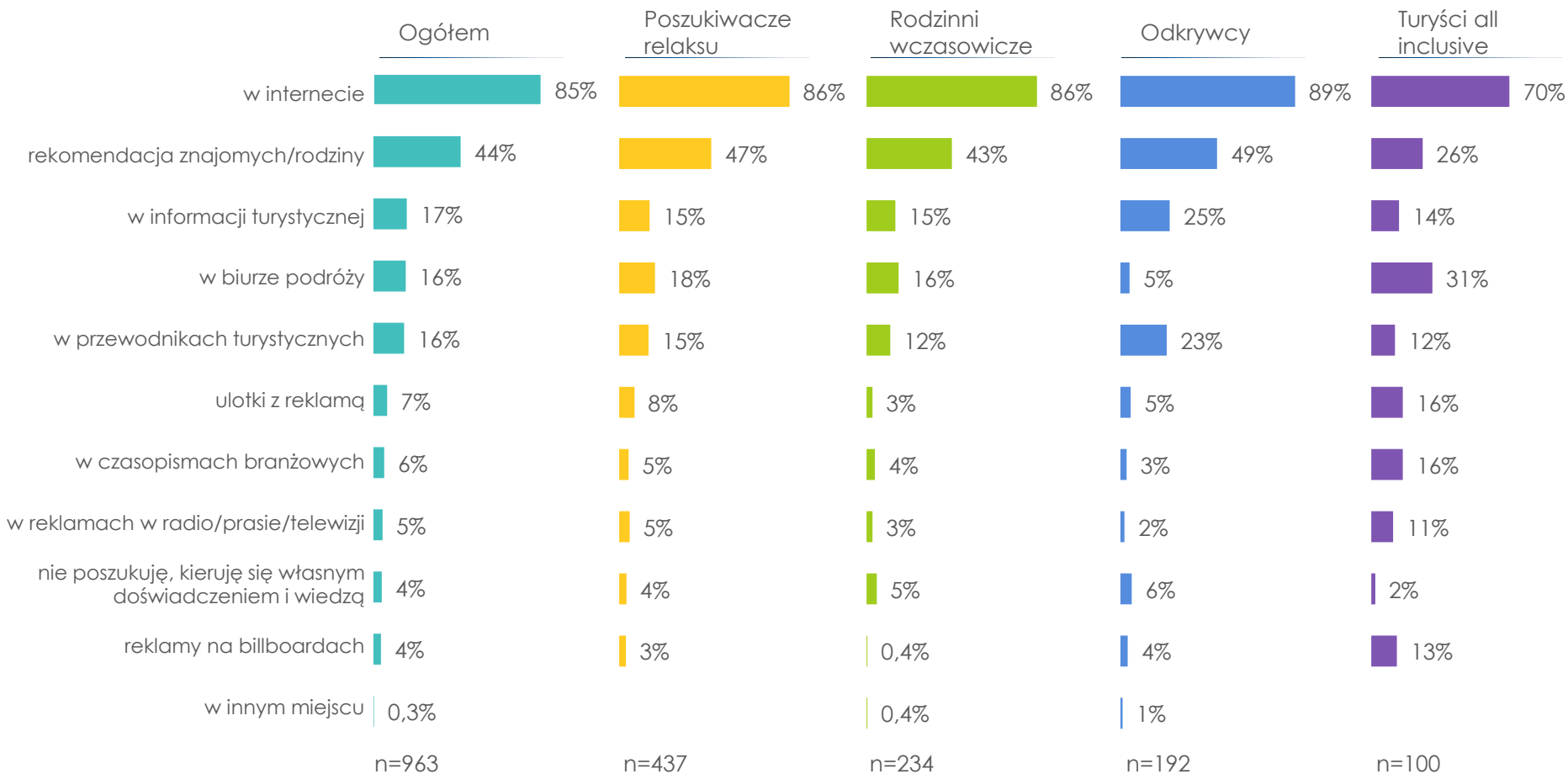


Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



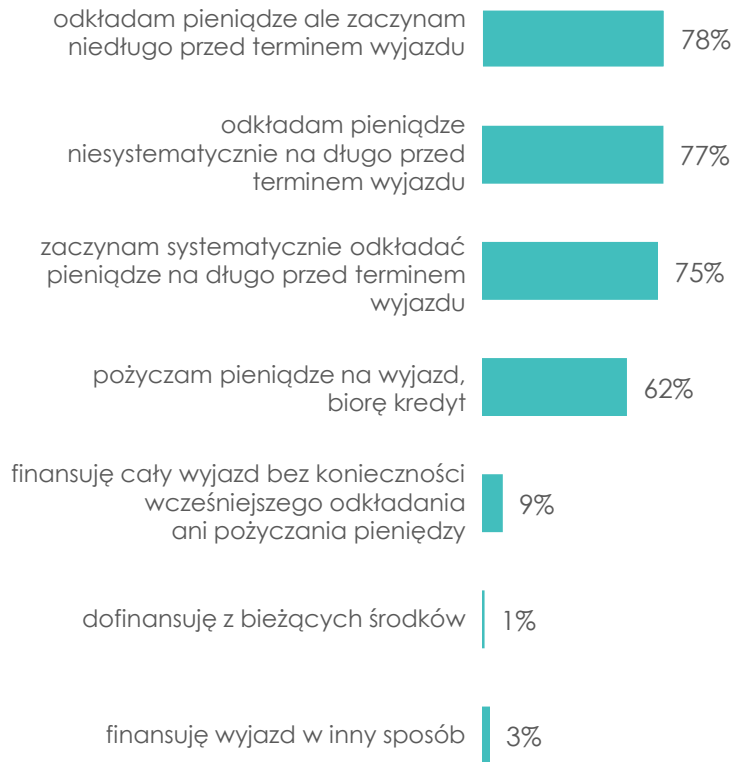


PL5. Gdzie poszukuje Pan(i) miejsc noclegowych?





PL6. Jak określił(a)by Pan(i) finansowe przygotowanie do wyjazdów turystycznych/wypoczynkowych?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).

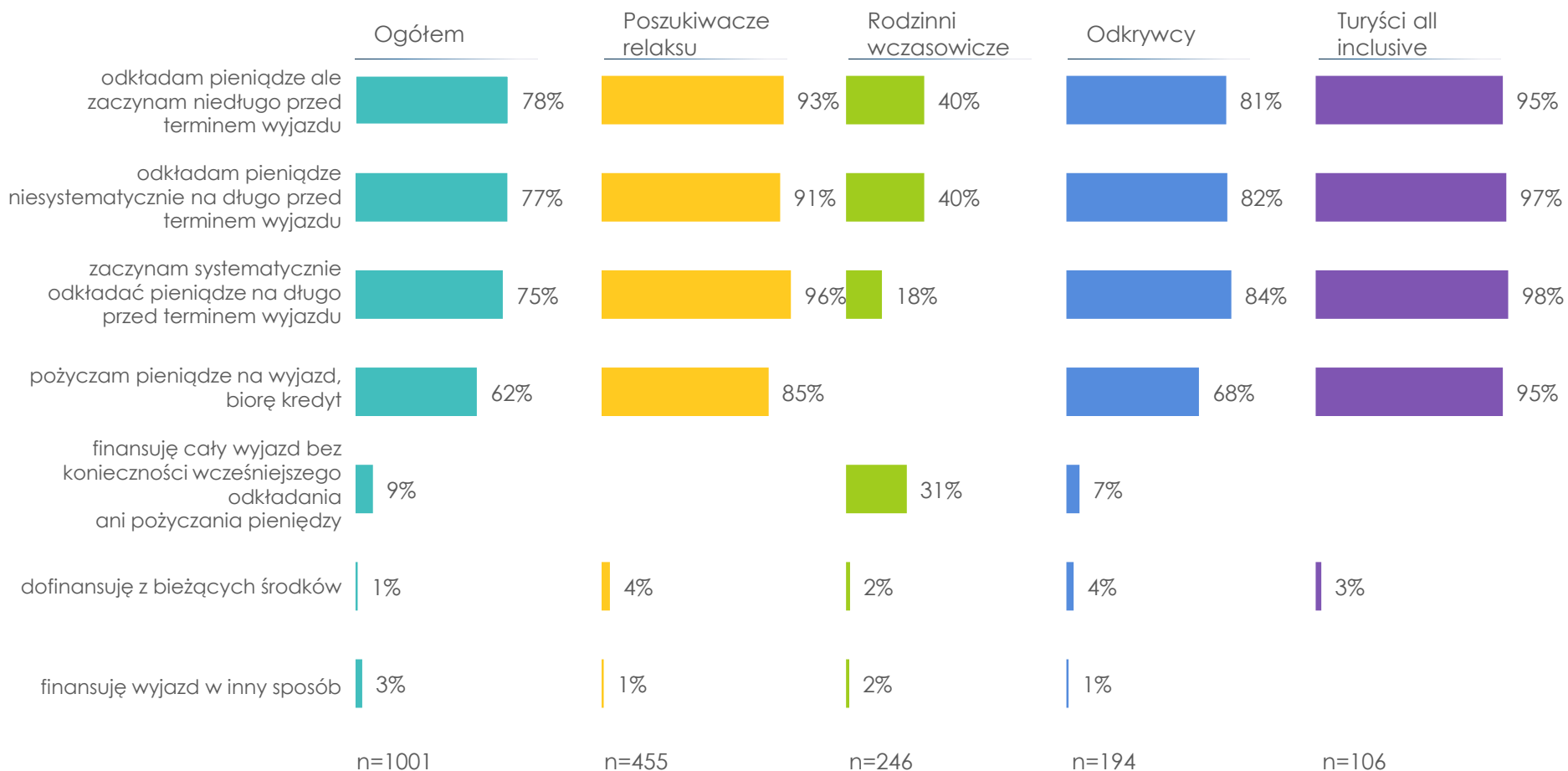
PL7. Które ze stwierdzeń najtrafniej opisuje Pana(i) budżet podczas wyjazdów turystycznych?

- Na ogół mam zdecydowanie ograniczony budżet - pokrywa noclegi, transport i wyżywienie ale nie wystarcza na atrakcje
- Na ogół mam raczej ograniczony budżet - oprócz noclegu, transportu i wyżywienia, stać mnie na wybrane atrakcje
- Na ogół mam raczej nieograniczony budżet - oprócz noclegu, transportu i wyżywienia, stać mnie na większość atrakcji
- Na ogół mam zdecydowanie nieograniczony budżet - oprócz noclegu, transportu i wyżywienia, stać mnie na wszystkie atrakcje



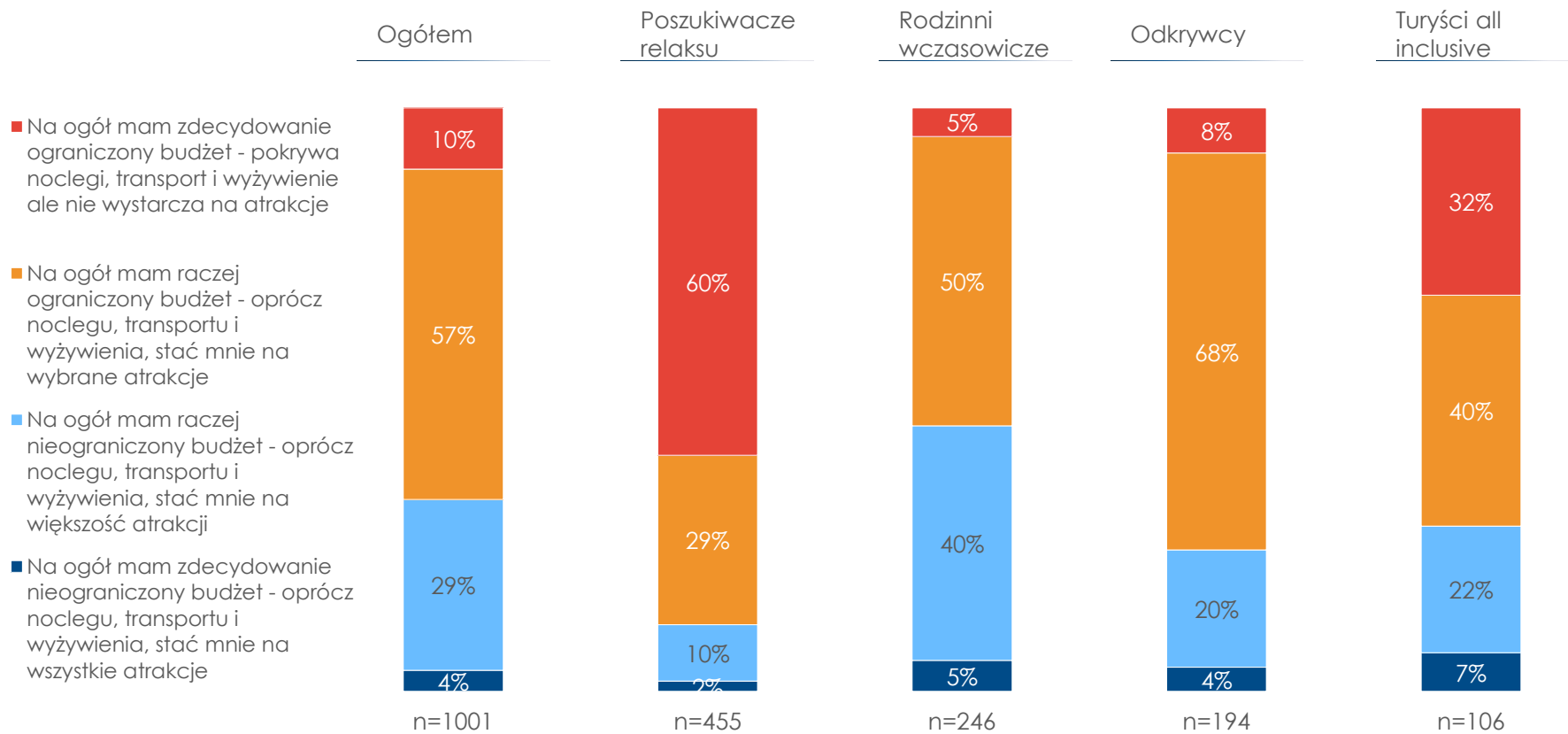


PL6. Jak określił(a)by Pan(i) finansowe przygotowanie do wyjazdów turystycznych/wypoczynkowych?





PL7. Które ze stwierdzeń najtrafniej opisuje Pana(i) budżet podczas wyjazdów turystycznych?



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).





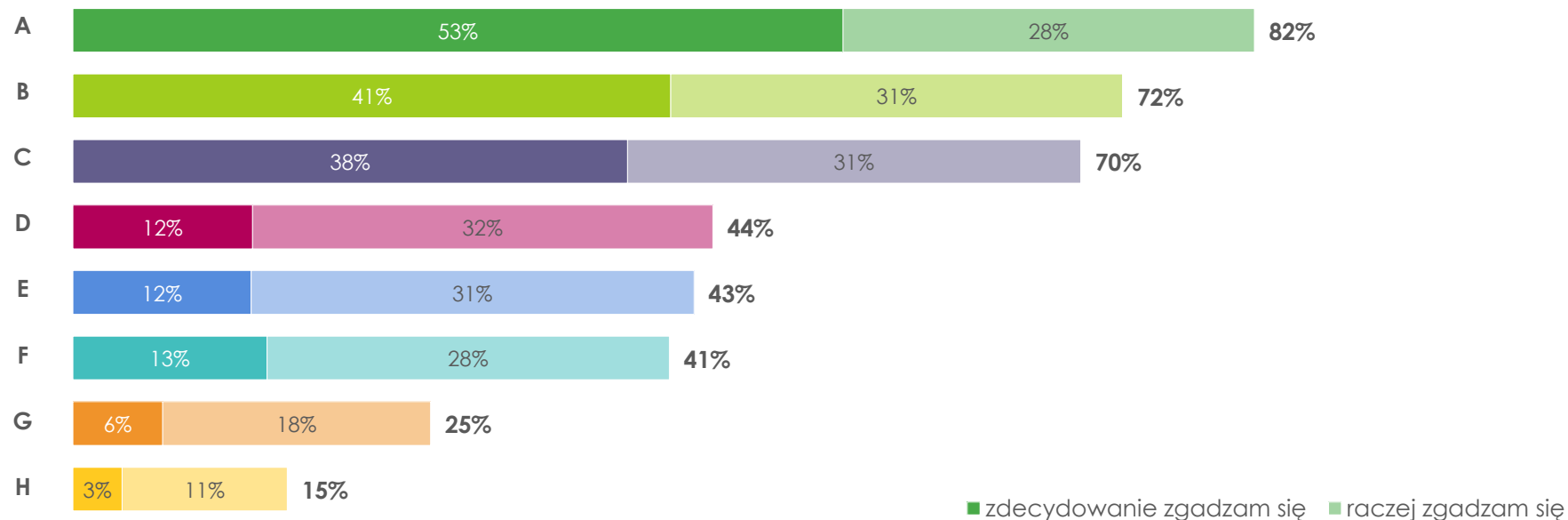
Wiedza o atrakcjach
i produktach turystycznych Polski



ZW2. Na ile zgadza się Pan(i), bądź nie zgadza się z następującymi opiniami?

- A. Jest wiele miejsc wartych odkrycia w Polsce
- B. W Polsce jest wiele ciekawych atrakcji turystycznych np. miejscowości, muzeów, zabytków
- C. Każdy turysta znajdzie w Polsce coś dla siebie
- D. [Nieprawda, że] Trudno jest znaleźć informacje o polskiej ofercie turystycznej
- E. [Nieprawda, że] Polska oferta ośrodków SPA/uzdrowisk nie wydaje mi się atrakcyjna
- F. Oferta imprez kulturalnych/sportowych w Polsce jest atrakcyjna
- G. Relacja jakości usług turystycznych w Polsce do ceny, jest korzystna
- H. [Nieprawda, że] Walory turystyczne kraju są za mało reklamowane wśród Polaków

top2boxes – suma odpowiedzi:
„zdecydowanie tak”
i „raczej tak”



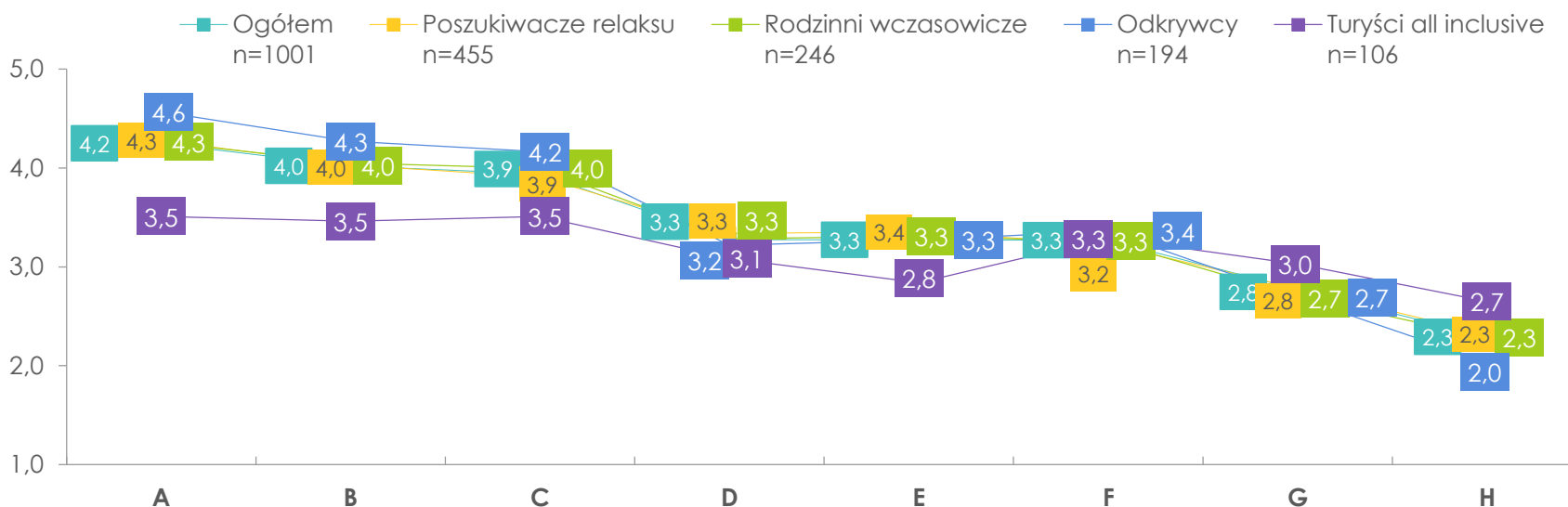
Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



Opinia na temat wypoczynku w Polsce – zestawienie średnich

ZW2. Na ile zgadza się Pan(i), bądź nie zgadza się z następującymi opiniami?

- A. Jest wiele miejsc wartych odkrycia w Polsce
- B. W Polsce jest wiele ciekawych atrakcji turystycznych np. miejscowości, muzeów, zabytków
- C. Każdy turysta znajdzie w Polsce coś dla siebie
- D. [Nieprawda, że] Trudno jest znaleźć informacje o polskiej ofercie turystycznej
- E. [Nieprawda, że] Polska oferta ośrodków SPA/uzdrowisk nie wydaje mi się atrakcyjna
- F. Oferta imprez kulturalnych/sportowych w Polsce jest atrakcyjna
- G. Relacja jakości usług turystycznych w Polsce do ceny, jest korzystna
- H. [Nieprawda, że] Walory turystyczne kraju są za mało reklamowane wśród Polaków

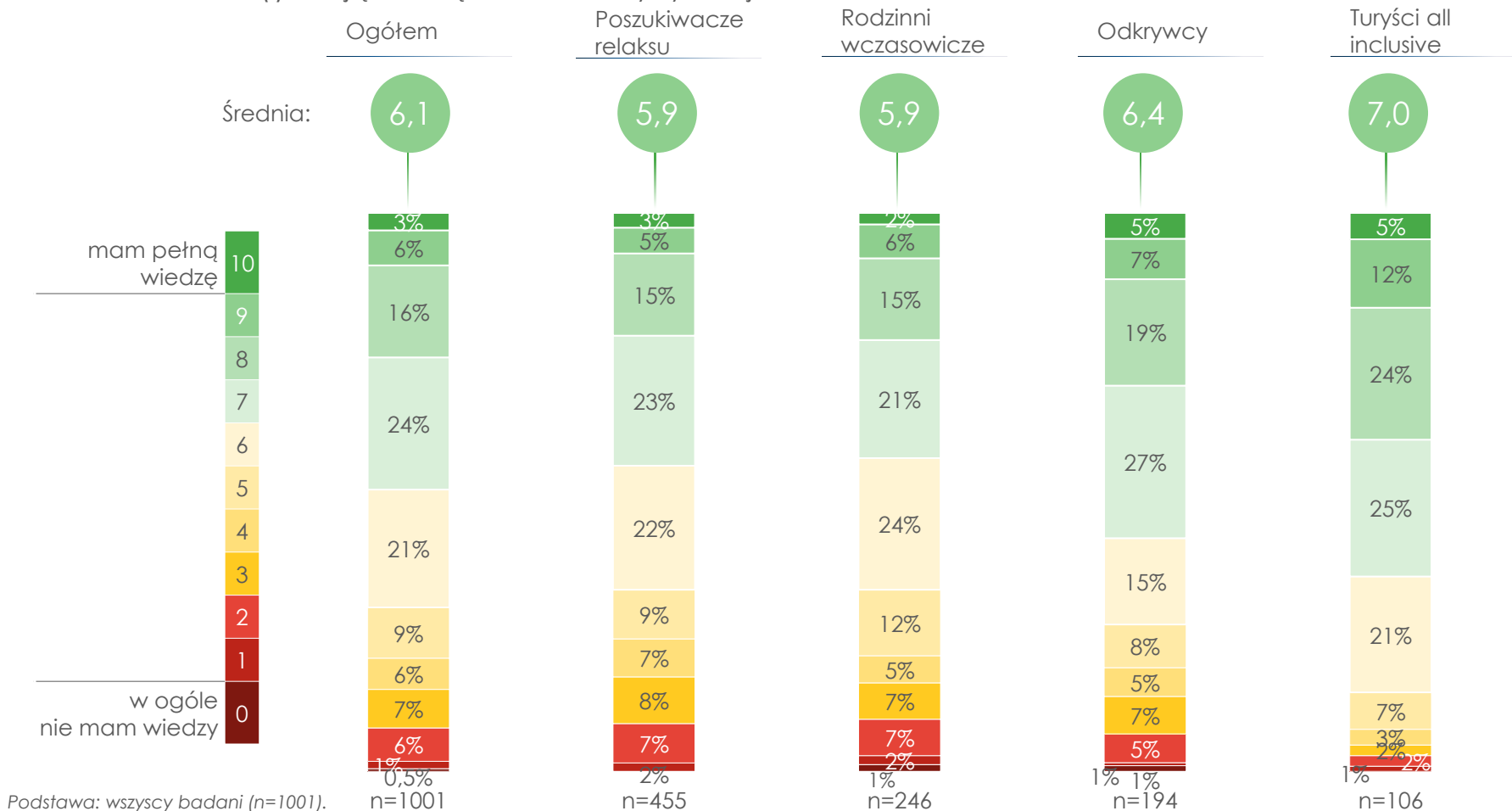


Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



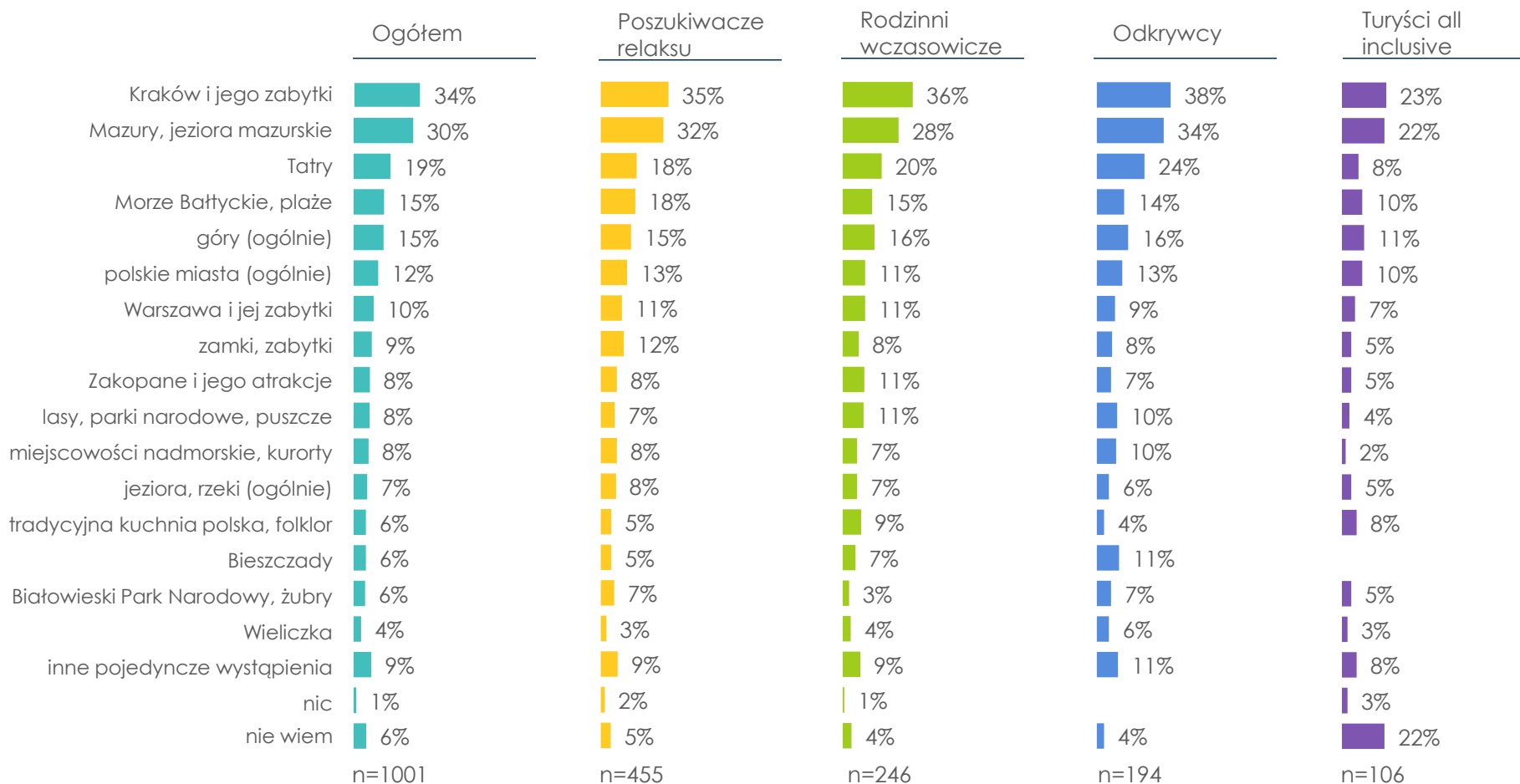
Ocena poziomu wiedzy na temat polskiej oferty turystycznej

K1. Jak ocenia Pan(i) swoją wiedzę o ofercie turystycznej Polski?





K2. Jaka krajowa atrakcja turystyczna mogłaby Pana(i) zdaniem zostać znakiem rozpoznawczym Polski za granicą?





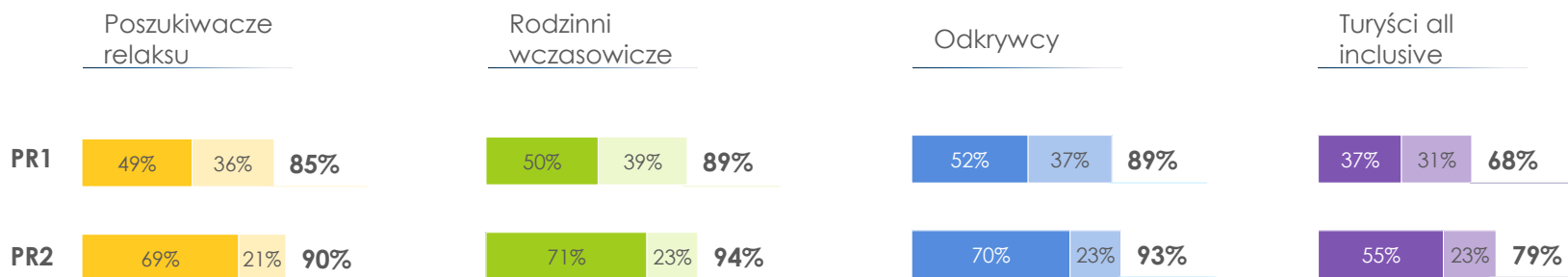
Stosunek wobec promowania atrakcyjności turystycznej Polski

PR1. Czy Pana(i) zdaniem Polska jest krajem atrakcyjnym, wartym poznania przez turystów zagranicznych?

PR2. Czy Pana(i) zdaniem walory turystyczne Polski powinny być promowane poza granicami Polski?



top2boxes – suma odpowiedzi:
„zdecydowanie tak”
i „raczej tak”



Podstawa: PR1. wszyscy badani (n=1001), PR2. turyści uważający, że Polska jest krajem wartym poznania przez turystów zagranicznych (n=978).

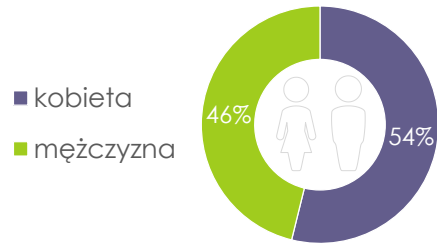




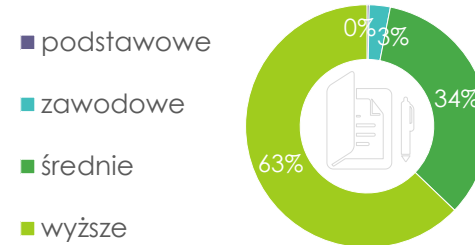
Profil społeczno-demograficzny



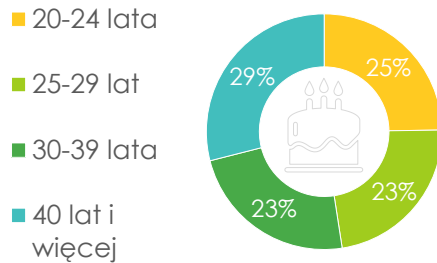
Płeć



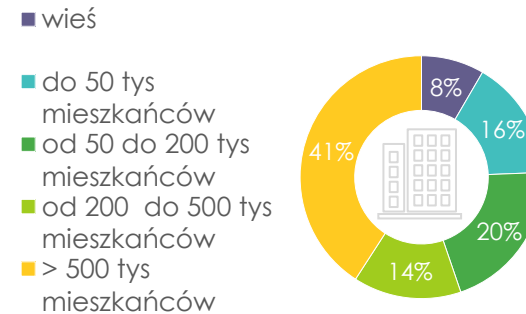
Wykształcenie



Wiek



Wielkość miejsca zamieszkania



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



Sytuacja zawodowa

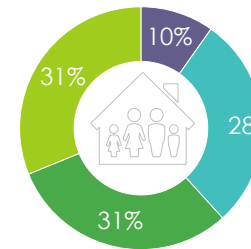


- stała praca/działalność gospodarcza
- praca dorywcza
- bezrobotny
- nie pracuje zawodowo/zajmuje się domem
- student/uczeń
- emeryt/rencista
- inna sytuacja



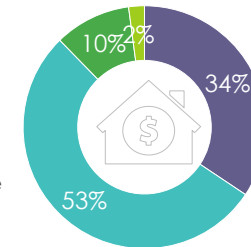
Liczba osób w gospodarstwie domowym

- 1 osoba
- 2 osoby
- 3 osoby
- 4 osoby i więcej



Subiektywna ocena sytuacji materialnej

- starcza na wszystko bez specjalnych wyrzeczeń
- żyjemy oszczędnie i dzięki temu starcza na wszystko
- żyjemy bardzo oszczędnie aby odłożyć na poważniejsze zakupy
- pieniędzy nie starcza na wszystkie podstawowe potrzeby



Podstawa: wszyscy badani (n=1001).



Dziękujemy za uwagę

W celu uzyskania szczegółowych informacji – skontaktuj się z nami.
Z chęcią odpowiemy na pytania również podczas spotkania.