



**BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO
W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM**

RAPORT KOŃCOWY



WARSZAWA, LISTOPAD 2007

SPIS TREŚCI

| | |
|--|----|
| WPROWADZENIE | 3 |
| CELE BADANIA..... | 3 |
| SCHEMAT BADANIA..... | 4 |
| Dobór respondentów | 4 |
| Punkty realizacji badania i liczba zrealizowanych wywiadów | 5 |
| DANE O RESPONDENTACH..... | 7 |
| PODSUMOWANIE I WNIOSKI | 10 |
| WYNIKI BADANIA | 12 |
| Szacunkowa liczba turystów..... | 12 |
| Szacunkowa liczba odwiedzających..... | 14 |
| Porównanie zmian liczby turystów do liczby odwiedzających..... | 15 |
| Struktura przyjazdów do Małopolski | 16 |
| Cele przyjazdów do Małopolski | 20 |
| Długość pobytu w Małopolsce | 22 |
| Wydatki turystów w Małopolsce..... | 23 |
| Przychody dla Małopolski z turystyki | 26 |
| Miejsce noclegu..... | 27 |
| Środki transportu | 28 |
| Organizacja przyjazdu | 29 |
| Osoby towarzyszące | 30 |
| Odwiedzanie Małopolski..... | 31 |
| Źródła informacji..... | 33 |
| Odwiedzanie innych miejscowości | 35 |
| Ocena pobytu | 36 |
| Znajomość reklam Małopolski | 39 |
| Profil turysty krajowego | 40 |
| Profil turysty zagranicznego | 41 |
| Profil turysty zagranicznego | 41 |
| Rynek Brytyjski..... | 42 |
| Rynek Niemiecki..... | 46 |
| Rynek Amerykański..... | 50 |
| Rynek Irlandzki..... | 54 |
| Rynek Austriacki..... | 58 |
| Rynek Wschodni (Ukraina, Rosja)..... | 62 |
| Rynek Czeski, Słowacki, Węgierski..... | 66 |
| Rynek Francuski..... | 70 |
| Rynek Włoski..... | 74 |

WPROWADZENIE

W dokumencie niniejszym przedstawione zostały wyniki badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim realizowanego w 2007 roku. Badanie było realizowane na przestrzeni I i III kwartału. Oprócz realizacji wywiadów z turystami wykonano analiza danych wtórnych, która umożliwia przede wszystkim określenie wielkości ruchu turystycznego. Badanie ilościowe, którego wyniki są przedmiotem tego raportu ma przede wszystkim na celu określenie preferencji turystów oraz ich szczegółową charakterystykę.

CELE BADANIA

Głównym celem realizowanego przez Ipsos badania jest oszacowanie wielkości ruchu turystycznego w Województwie Małopolskim oraz preferencji turystów polskich i zagranicznych.

Głównemu celowi będą towarzyszyły cele szczegółowe:

- 1) Określenie szacunkowej liczby gości odwiedzających województwo małopolskie,
- 2) Określenie liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie,
- 3) Określenie charakterystyki turysty krajowego i zagranicznego odwiedzającego województwo małopolskie,
- 4) Określenie rankingu najczęściej odwiedzanych atrakcji i produktów turystycznych w województwie małopolskim,
- 5) Określenie charakterystyki rynków zagranicznych istotnych w ruchu turystycznym przyjazdowym do województwa małopolskiego.

SCHEMAT BADANIA

Tak jak zostało powiedziane we wprowadzeniu, całe badanie składa się z dwóch faz: badanie desk research oraz wywiady bezpośrednie.

Badanie desk research, czyli analiza źródeł wtórnych opiera się na następujących źródłach informacji: danych dostępnych publicznie oraz własnych wewnętrznych badań Ipsos.

W badaniu desk research uwzględnione zostały dane GUS, służby celnej i innych instytucji zajmujących się statutowo monitoringiem ruchu turystycznego w Polsce. Na podstawie tych danych oszacowano liczbę turystów odwiedzających Małopolskę.

W dalszej części przedstawiamy założenia, które zostały przyjęte przy realizacji badania ilościowego – bezpośrednich wywiadów z turystami.

Dobór respondentów

W każdym kwartale objętym badaniem ankieterzy Ipsos zostali skierowani do 30 wybranych punktów w województwie małopolskim. W każdym z tych punktów prowadzili wywiady w godzinach od 9.00 do 19.00. Ankietowane będą osoby ze stałą częstotliwością – w przeważającej większości ankietowano co 20-tego odwiedzającego bez względu na narodowość. Liczba realizowanych wywiadów była stale monitorowana tak, aby docelowo uzyskać zakładaną liczbę wywiadów – w obu badanych kwartałach co najmniej 6000 wywiadów.

Polscy turyści ankietowani byli bezpośrednio przez ankietera, zaś cudzoziemcy dostali ankietę do samodzielnego wypełnienia. Ankieta została przygotowana w 7 wersjach językowych: polskiej, angielskiej, niemieckiej, rosyjskiej, włoskiej, francuskiej, hiszpańskiej.

W obu kwartałach pomiar został powtórzony sześciokrotnie. W każdym miesiącu wywiady były realizowane w ciągu dwóch dni: w środę i w sobotę, dzięki czemu uzyskujemy informacje odnoszące się do ruchu turystycznego w dni powszednie i weekendy.



Punkty realizacji badania i liczba zrealizowanych wywiadów

Badanie było realizowane w następujących terminach:

I kwartał

- 31 styczeń (środa)
- 1 luty (sobota)
- 21 luty (środa)
- 24 luty (sobota)
- 21 marca (środa)
- 24 marca (sobota)

III kwartał

- 18 lipca (środa)
- 21 lipca (sobota)
- 22 sierpnia (środa)
- 25 sierpnia (sobota)
- 19 września (środa)
- 22 września (sobota)

Zgodnie z wcześniej przyjętymi założeniami, za każdym razem badanie obejmowało jeden dzień roboczy (w tym przypadku: środa) i jeden dzień weekendu (sobota).

W sumie w zrealizowano 6037 wywiadów.

| MIEJSCE BADANIA | styczeń | luty | marzec | lipiec | sierpień | wrzesień | RAZEM |
|--|--------------------------------|-------------|------------|--------------------------------|------------|------------|-------------|
| Kraków - Rynek | 161 | 94 | 37 | 101 | 46 | 58 | 497 |
| Kraków - Wawel | 160 | 96 | 57 | 77 | 69 | 90 | 549 |
| Kraków - Łagiewniki | 110 | 40 | 20 | 34 | 62 | 73 | 339 |
| Ojców - Park Narodowy | 50 | 15 | 6 | 22 | 16 | 14 | 123 |
| Myślenice - Zarabie | 5 | 2 | 4 | 21 | 17 | 9 | 58 |
| Oświęcim - Muzeum Auschwitz | 96 | 76 | 34 | 75 | 60 | 69 | 410 |
| Wieliczka - Kopalnia soli | 132 | 118 | 90 | 75 | 96 | 69 | 580 |
| Bochnia - Kopalnia soli | <i>nie realizowano badania</i> | | | 52 | 23 | 24 | 99 |
| Kalwaria Zebrzydowska - sanktuarium | 31 | 18 | 8 | 21 | 19 | 20 | 117 |
| Wadowice - Dom Papieski | 62 | 23 | 14 | 41 | 24 | 17 | 181 |
| Tarnów - rynek | 7 | 5 | 0 | 3 | 12 | 16 | 43 |
| Sucha Beskidzka - zamek/karczma Rzym | 50 | 36 | 21 | 26 | 22 | 15 | 170 |
| Zawoja - wyjście na szlaki | 50 | 35 | 9 | 36 | 21 | 13 | 164 |
| Biecz - starówka | 8 | 4 | 4 | 14 | 26 | 14 | 70 |
| Rabka Zdrój - pijalnia wód/park zdrojowy | 32 | 30 | 24 | 34 | 33 | 19 | 172 |
| Zakopane - Krupówki | 65 | 56 | 22 | 81 | 29 | 56 | 309 |
| Zakopane - Gubałówka | 61 | 67 | 16 | 75 | 33 | 30 | 282 |
| Zakopane - Tatrzański Park Narodowy - Kuźnice | 60 | 36 | 13 | 66 | 25 | 39 | 239 |
| Nowy Targ - Targ /Rynek | 43 | 35 | 9 | 32 | 18 | 16 | 153 |
| Dębno Podhalańskie - drewniany kościół UNESCO | <i>nie realizowano badania</i> | | | 24 | 25 | 11 | 60 |
| Sromowce lub Krościenko nad Dunajcem - sptyw | <i>nie realizowano badania</i> | | | 33 | 40 | 56 | 129 |
| Szczawnica - pijalnia wód/park zdrojowy/Palenica | 49 | 30 | 22 | 29 | 23 | 10 | 163 |
| Nowy Sącz - rynek, Miasteczko Galic., Park Etnograficzny | 13 | 10 | 4 | 5 | 16 | 13 | 61 |
| Stary Sącz - Rynek lub sanktuarium | 13 | 7 | 2 | 9 | 9 | 6 | 46 |
| Krynica Zdrój - pijalnia wód/deptak | 23 | 20 | 10 | 10 | 34 | 29 | 210 |
| Krynica Zdrój - Jaworzyna Krynicka, kolej gondolowa | 33 | 30 | 13 | 11 | 21 | 15 | 56 |
| Muszyna - pijalnia/park zdrojowy | <i>nie realizowano badania</i> | | | 22 | 16 | 5 | 43 |
| Piwniczna Zdrój - pijalnia | <i>nie realizowano badania</i> | | | 21 | 15 | 7 | 43 |
| Gładyszów - Stadnina Koni Huculskich | <i>nie realizowano badania</i> | | | 5 | 6 | 12 | 23 |
| Wysowa - pijalnia/park zdrojowy | <i>nie realizowano badania</i> | | | 31 | 42 | 28 | 101 |
| Nowa Huta | 15 | 11 | 12 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 38 |
| Niedzica | 51 | 28 | 8 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 87 |
| Bukowina Tarzańska | 50 | 42 | 19 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 111 |
| Białka Tatrzańska | 50 | 42 | 25 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 117 |
| Kasina Wielka | 15 | 9 | 7 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 31 |
| Rytko | 23 | 6 | 5 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 34 |
| Witów | 23 | 34 | 12 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 69 |
| Lubinka | 38 | 17 | 5 | <i>nie realizowano badania</i> | | | 60 |
| RAZEM | 1576 | 1072 | 532 | 1106 | 898 | 853 | 6037 |

DANE O RESPONDENTACH

| | | Ogółem | Krajowi | Zagraniczni |
|--------------------------|--|---------|---------|-------------|
| | | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| Lokalizacja | Kraków | 26,75% | 22,30% | 67,90% |
| | inne miejsca | 73,25% | 77,70% | 32,10% |
| Płeć | Mężczyzna | 47,05% | 46,50% | 51,80% |
| | Kobieta | 49,38% | 50,90% | 35,20% |
| | (BD) | 3,57% | 2,60% | 13,00% |
| Wiek | 15-19 lat | 6,31% | 6,80% | 2,10% |
| | 20-24 lat | 14,45% | 15,50% | 4,60% |
| | 25-29 lat | 19,35% | 18,90% | 23,80% |
| | 30-39 lat | 26,26% | 26,00% | 28,70% |
| | 40-49 lat | 15,76% | 16,30% | 10,90% |
| | 50-59 lat | 9,65% | 9,80% | 8,00% |
| | >59 lat | 6,57% | 6,30% | 9,40% |
| | (BD) | 1,64% | 0,50% | 12,50% |
| Stan cywilny | Kawaler/panna | 41,19% | 40,20% | 50,70% |
| | Żonaty/zamężna, mieszkający(a) z partnerką(em) | 47,63% | 49,50% | 30,60% |
| | Rozwiedzony(a)/w separacji | 2,85% | 3,00% | 1,60% |
| | Wdowiec/wdowa | 3,34% | 3,30% | 3,40% |
| | (BD) | 4,99% | 4,10% | 13,70% |
| Województwo zamieszkania | Dolnośląskie | | 6,50% | |
| | Kujawsko-Pomorskie | | 2,00% | |
| | Lubelskie | | 4,20% | |
| | Lubuskie | | 2,00% | |
| | Łódzkie | | 8,40% | |
| | Małopolskie | | 3,70% | |
| | Mazowieckie | | 20,30% | |
| | Opolskie | | 3,50% | |
| | Podkarpackie | | 10,40% | |
| | Podlaskie | | 1,20% | |
| | Pomorskie | | 3,30% | |
| | Śląskie | | 18,70% | |
| | Świętokrzyskie | | 6,10% | |
| | Warmińsko-Mazurskie | | 1,70% | |
| | Wielkopolskie | | 3,40% | |
| | Zachodniopomorskie | | 2,00% | |
| (BD) | | 2,60% | | |

Ciąg dalszy z poprzedniej strony:

| | | Ogółem | Krajowi | Zagraniczni |
|-------------------------------------|---|---------|---------|-------------|
| | | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| Miejsce zamieszkania | Wieś | 9,45% | 9,90% | 4,90% |
| | Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców | 11,57% | 12,10% | 6,70% |
| | Miasto 20–50 tys. mieszkańców | 13,12% | 13,80% | 6,80% |
| | Miasto 50–100 tys. mieszkańców | 11,42% | 10,80% | 16,80% |
| | Miasto 100–200 tys. mieszkańców | 11,31% | 11,50% | 9,60% |
| | Miasto 200–500 tys. mieszkańców | 13,49% | 14,10% | 7,80% |
| | Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców | 25,35% | 25,10% | 28,00% |
| | (BD) | 4,30% | 2,70% | 19,40% |
| Wykształcenie – Polacy | Podstawowe | | 5,20% | |
| | Zasadnicze zawodowe | | 9,60% | |
| | Średnie | | 51,70% | |
| | Wyższe | | 31,80% | |
| | (BD) | | 1,70% | |
| Wykształcenie – obcokrajowcy | do 8 lat nauki | | | 8,80% |
| | 9-15 lat nauki | | | 55,70% |
| | 16-19 lat nauki | | | 19,50% |
| | 20 i więcej lat nauki | | | 7,70% |
| | (BD) | | | 8,30% |
| Zawód wykonywany | Wyższa kadra kierownicza przedsiębiorstw i instytucji | 2,47% | 2,50% | 2,40% |
| | Kadry kierownicze średniego i niższego szczebla | 7,10% | 7,00% | 7,80% |
| | Specjaliści | 12,23% | 12,20% | 12,20% |
| | Pozostali pracownicy umysłowi | 12,23% | 11,90% | 15,30% |
| | Pracownicy biurowi niższego szczebla | 8,57% | 8,10% | 12,50% |
| | Pracownicy sektora usług | 11,59% | 11,80% | 9,80% |
| | Robotnicy wykwalifikowani | 6,94% | 7,50% | 1,80% |
| | Rolnicy | 1,62% | 0,80% | 9,60% |
| | Emeryci, renciści | 8,17% | 8,90% | 1,30% |
| | Gospodynie domowe | 2,05% | 1,50% | 7,00% |
| | Uczniowie, studenci | 18,74% | 20,60% | 1,10% |
| | Bezrobotni | 1,26% | 1,30% | 0,70% |
| | Inne | 6,22% | 4,90% | 18,40% |
| | (BD) | 0,80% | 0,90% | 0% |

Ciąg dalszy z poprzedniej strony:

| | | Ogółem | Krajowi | Zagraniczni |
|---|--|---------|---------|-------------|
| | | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| Liczba osób w gosp. dom. | 1 osoba | 10,20% | 9,60% | 15,80% |
| | 2 osoby | 19,73% | 20,40% | 13,50% |
| | 3 osoby | 27,30% | 28,50% | 15,80% |
| | 4 osoby | 23,60% | 25,50% | 5,50% |
| | 5 osób | 8,58% | 9,40% | 0,50% |
| | 6 i więcej osób | 4,14% | 4,50% | 0,50% |
| | (BD) | 6,44% | 2,00% | 48,40% |
| Dzieci 0-18 w gosp. dom. | tak | 36,15% | 39,40% | 5,50% |
| | nie | 63,85% | 60,60% | 94,50% |
| Dochód gosp. domowego - Polacy | do 1000 zł | | 1,90% | |
| | 1001-1500 zł | | 4,70% | |
| | 1501-2000 zł | | 10,40% | |
| | 2001-3000 zł | | 27,80% | |
| | 3001-5000 zł | | 23,00% | |
| | powyżej 5000 zł | | 9,40% | |
| | (BD) | | 22,90% | |
| Dochód gosp. domowego – Obcokrajowcy | znacznie niższe od przeciętnych | | | 0,80% |
| | trochę niższe od przeciętnych | | | 5,50% |
| | na podobnym poziomie | | | 53,30% |
| | trochę wyższe od przeciętnych | | | 22,30% |
| | znacznie wyższe od przeciętnych | | | 4,60% |
| | (BD) | | | 13,50% |
| Pochodzenie polskie w rodzinie | tak | | | 10,30% |
| | nie | | | 89,70% |

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

- ↪ Utrzymuje się wzrostowa tendencja zarówno w przypadku odwiedzających, jak i turystów przyjeżdżających do Małopolski. Szczególną dynamiką charakteryzują się przyjazdy turystów krajowych. Wzrost w tym przypadku szacujemy na przeszło 30% w porównaniu z rokiem ubiegłym.
- ↪ Biorąc pod uwagę sytuację gospodarczą w kraju – wzrost gospodarczy, poprawiająca sytuacja materialna gospodarstw domowych, wzrost wynagrodzeń – oraz zmiany w stylu życia Polaków, można przypuszczać, że tendencja wzrostowa w przypadku turystów krajowych zostanie utrzymana. Na załamanie się wzrostowego trendu nie wskazują też zmiany, jakie w ruchu turystycznym obserwujemy dotychczas.
- ↪ Również w przypadku turystów zagranicznych należy się spodziewać, że ich liczba w najbliższym czasie będzie rosła. Sprzyjać temu będzie m.in. poszerzająca się i poprawiająca się oferta bazy noclegowej.
- ↪ Na szczególną uwagę zasługuje oddziaływanie działań promocyjnych kierowanych do turystów zagranicznych. Ważnym ustaleniem badania jest duża znajomość reklam Małopolski wśród obecnych turystów zagranicznych. Oznacza to, iż wielu obcokrajowców przyjeżdża do Małopolski zachęcanych właśnie takimi działaniami. Długofalowy charakter oddziaływania tego rodzaju reklam i innych działań promocyjnych, wraz z powiększającą się grupą turystów, którzy już Małopolskę znają i deklarują, że będą rekomendować przyjazd tutaj swoim znajomym – każą przypuszczać, że dynamika wzrostu liczby turystów zagranicznych będzie w najbliższym czasie coraz większa, prawdopodobnie nawet większa, niż w przypadku turystów krajowych.
- ↪ Średni czas pobytu turystów w Małopolsce, to 5 dni. Średni pobyt turystów zagranicznych jest krótszy (średnio 3,95 dni) od czasu pobytu turystów krajowych (4,82 dni). Ponadto w 2007 r. dała się zaobserwować różnica w średnim czasie pobytu turystów w Krakowie i poza Krakowem – stosunkowo dłuższe pobyty odnotowano w przypadku turystów przebywających poza Krakowem.
- ↪ Turyści krajowi przyjeżdżający do Małopolski zatrzymywali się przede wszystkim w kwaterach prywatnych bądź pensjonatach. Odmienne preferencje mają turyści zagraniczni – większość z nich zatrzymała się w hotelach.
- ↪ Większość turystów przyjechała do Małopolski samochodem osobowym. Dotyczy to w podobnym stopniu turystów krajowych, co zagranicznych. Jedna piąta turystów krajowych korzystała z pociągu, zaś 51% turystów zagranicznych – z samolotu.
- ↪ Dwa najczęściej wskazywane przez turystów cele przyjazdu, to wypoczynek i zwiedzanie zabytków. Co zrozumiałe, zwiedzanie zabytków znacznie częściej wskazywane było jako cel przyjazdu przez turystów w Krakowie.
- ↪ Niemal wszyscy turyści, nawet ci zagraniczni, zorganizowali przyjazd do Małopolski we własnym zakresie.
- ↪ Blisko połowa turystów krajowych przyjeżdża do Małopolski z własną rodziną. Wśród turystów zagranicznych odsetek ten jest mniejszy – 22%.
- ↪ Zdecydowana większość turystów krajowych podróżowała do Małopolski kolejny raz. Ponad połowa z nich podróżuje do Małopolski dosyć regularnie – co najmniej raz w roku. Odmienne wygląda sytuacja w przypadku turystów zagranicznych. W ich przypadku ponad połowa (57%) odwiedziła Małopolskę po raz pierwszy.

- ↪ Informacji na temat miejscowości, do której wyjeżdżają szukają przede wszystkim turyści zagraniczni. Zdecydowanie najczęściej wykorzystywane źródło, to internet. Wśród turystów (zwłaszcza zagranicznych) stosunkowo popularne są również przewodniki turystyczne.
- ↪ Zdecydowanie większe wydatki niż turyści krajowi w związku z przyjazdem do Małopolski ponoszą turyści zagraniczni. Turyści zagraniczni w trakcie swojego pobytu w Małopolsce wydawali średnio na osobę 1903 zł. Turyści krajowi natomiast 498 zł.
- ↪ Ogólne oceny pobytu w Małopolsce formułowane przez turystów są bardzo dobre lub dobre. Wysoko oceniane są również przez turystów atrakcje turystyczne Małopolski. Szczególną popularnością wśród turystów cieszy się Kraków.
- ↪ 35% turystów krajowych spotkała się z reklamami Małopolski zachęcającymi do przyjazdu do tego regionu. Najczęściej reklamy takie widziano w internecie.
- ↪ Turyści krajowi odwiedzający Małopolskę pochodzą najczęściej z okolicznych województw – w sumie z województw sąsiadujących z Małopolską było 35% odwiedzających Małopolskę Polaków. Bardzo częstymi gośćmi w Małopolsce są mieszkańcy województwa Mazowieckiego (20%).
- ↪ Wśród turystów zagranicznych najwięcej jest turystów z Wielkiej Brytanii, a w dalszej kolejności z Niemiec, Włoch i USA.

WYNIKI BADANIA

Szacunkowa liczba turystów

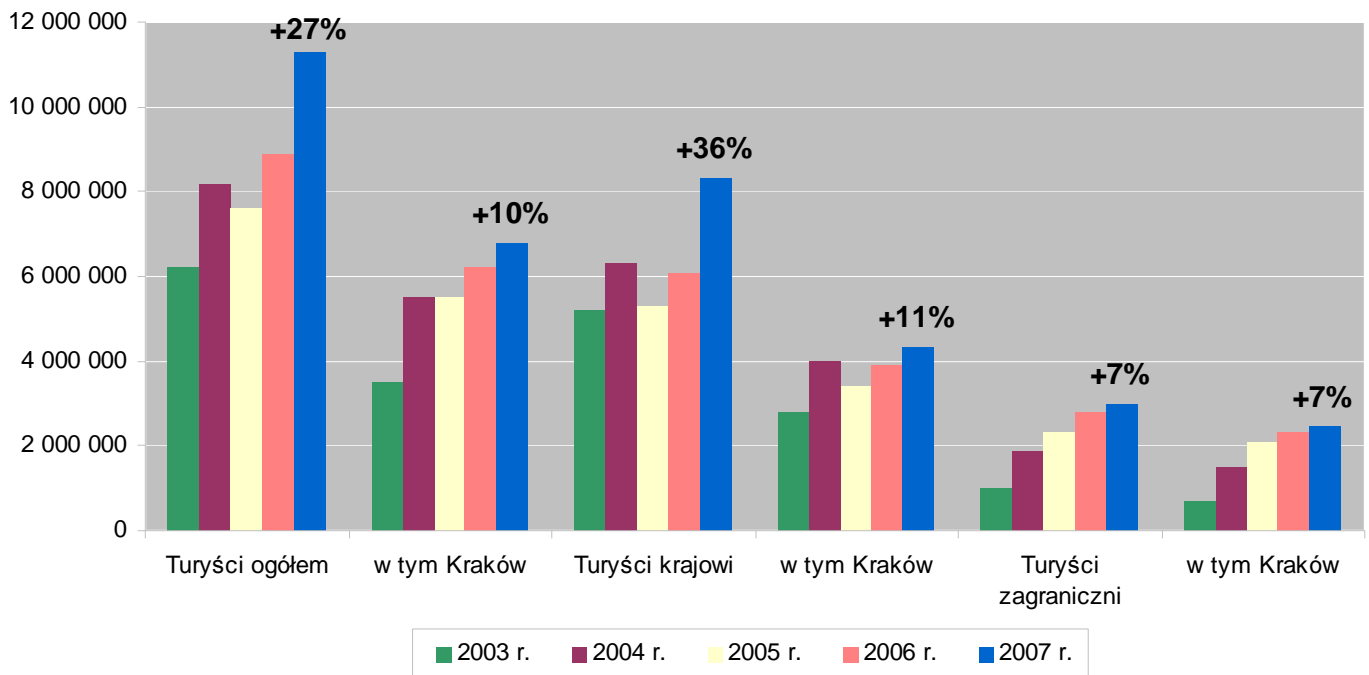
Zgodnie z definicją Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) turystę definiujemy jako osobę, która nocuje poza miejscem zamieszkania choćby jedną noc.

Liczę turystów krajowych oszacowano w oparciu o wyniki zrealizowanego badania oraz dane Głównego Urzędu Statystycznego. W pierwszym kroku dane Głównego Urzędu Statystycznego dotyczące bazy noclegowej zostały przeważone z uwagi na istnienie sporej części, której GUS nie rejestruje. Zrealizowane przez Ipsos badanie dostarczyło informacji o strukturze wyboru miejsca noclegowego przez turystów. Znałe więc były udziały popularności poszczególnych kategorii obiektów noclegowych (w tym należące do szarej strefy). Znając (dzięki przeważonym danym GUS) liczbę turystów nocujących w obiektach, które podlegają rejestracji oraz wiedząc (dzięki zrealizowanemu badaniu), jaką część liczba ta stanowi wśród ogółu turystów, możliwe było oszacowanie ogólnej liczby turystów krajowych w województwie małopolskim.

Treść pytań i konstrukcja ankiety uniemożliwiła zastosowanie podobnego algorytmu dla turystów i odwiedzających Kraków. W związku z tym, szacunkowe dane dla Krakowa uzyskano poprzez indeksację zeszłorocznych szacunków opracowanych przez Małopolską Organizację Turystyczną. Indeksacji dokonano w oparciu o dane z ostatnich lat Głównego Urzędu Statystycznego, które umożliwiły określenie zakresu zmiany w ruchu turystycznym. Z uwagi na podobne ograniczenia, analogiczny sposób szacowania zastosowano dla turystów i odwiedzających zagranicznych.

Bieżący rok potwierdza utrzymywanie się stałej wzrostowej tendencji zarówno w przypadku turystów jak i odwiedzających Małopolskę. Szczególną dynamiką charakteryzują się turyści i odwiedzający krajowi.

Szacunkowa liczba turystów w Małopolsce



| | 2003 r. | 2004 r. | 2005 r. | 2006 r. | 2007 r. |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Turyści ogółem | 6.200.000 | 8.200.000 | 7.600.000 | 8.900.000 | 11.300.000 |
| w tym Kraków | 3.500.000 | 5.500.000 | 5.500.000 | 6.200.000 | 6.800.000 |
| Turyści krajowi | 5.200.000 | 6.300.000 | 5.300.000 | 6.100.000 | 8.300.000 |
| w tym Kraków | 2.820.000 | 4.000.000 | 3.400.000 | 3.900.000 | 4.340.000 |
| Turyści zagraniczni | 1.000.000 | 1.900.000 | 2.300.000 | 2.800.000 | 3.000.000 |
| w tym Kraków | 680.000 | 1.500.000 | 2.100.000 | 2.300.000 | 2.460.000 |

Z wyjątkiem 2005 r., od początku prowadzenia przez Małopolskę pomiarów ruchu turystycznego, możemy mówić o stałej tendencji wzrostowej liczby turystów. Uwagę zwraca, że ostatnio zaobserwowana zmiana liczby turystów wskazuje na większą dynamikę wśród turystów odwiedzających inne miejscowości, poza Krakowem. Wynika to zapewne z dwóch rzeczy – po pierwsze, należy pamiętać, że Karków jest stosunkowo dobrze znany Polakom i chęć ponownych odwiedzin z czasem zapewne maleje. Po drugie natomiast, z rosnącej atrakcyjności innych miejsc w Małopolsce, poza Krakowem.

Trudno jednoznacznie powiedzieć, czy obecny poziom liczby turystów – przynajmniej krajowych – będzie w najbliższej przyszłości się dalej zwiększał, czy też jesteśmy obecnie w okolicach naturalnej górnej granicy tego poziomu. Zrozumiałe jest, że liczba turystów jest na swój sposób ograniczona. Niemniej, ważnym elementem mającym wpływ na poziom górnego limitu w przypadku liczby turystów jest sytuacja gospodarcza kraju, poziom jego rozwoju, a co się z tym wiąże również sytuacja materialna gospodarstw domowych. Biorąc pod uwagę zmiany jakie w tej mierze zachodzą obecnie w Polsce, można przypuszczać, że swoisty boom turystyczny w Małopolsce nie został jeszcze wyczerpany.

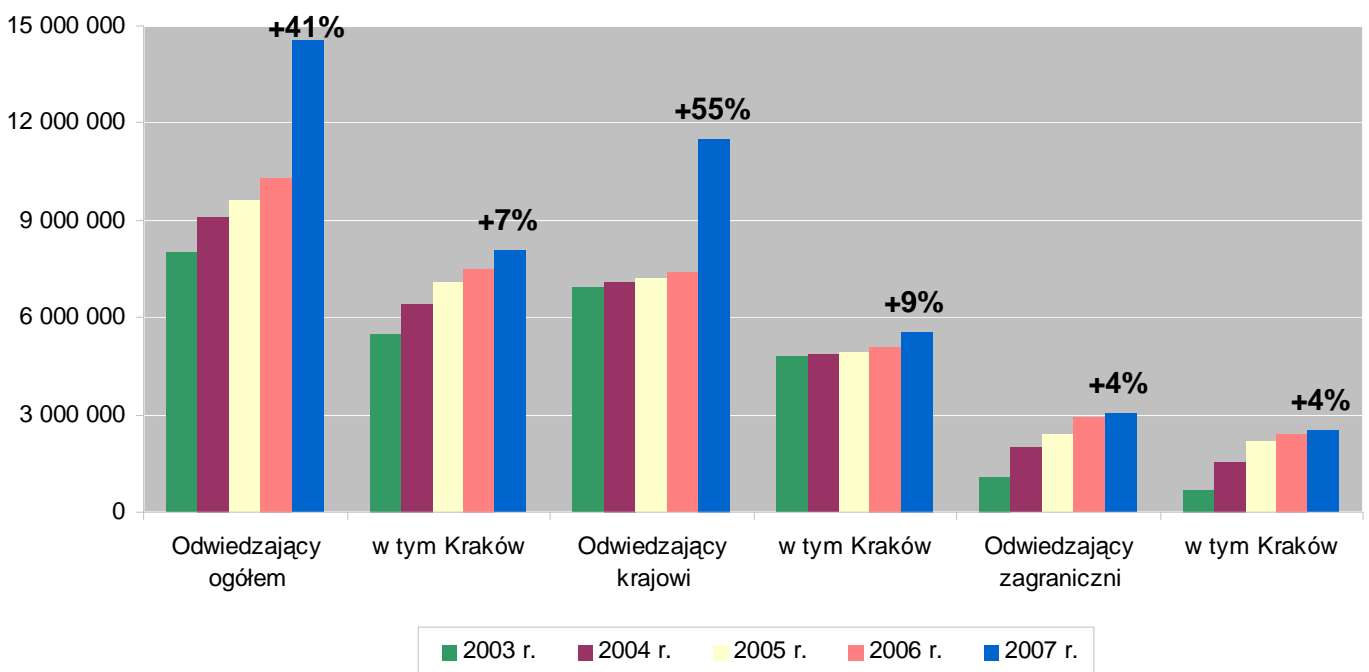
Szacunkowa liczba odwiedzających

Definicja odwiedzających obejmuje turystów (z choćby jednym noclegiem) oraz odwiedzających jednostniowych.

Liczę odwiedzających oszacowano w oparciu o powyższe szacunki liczby turystów oraz wyniki badania przeprowadzonego przez Ipsos wskazujące, jaki jest udział odwiedzających jednostniowych.

Wyniki tegorocznego badania wskazują na znaczący wzrost liczby odwiedzających, szczególnie odwiedzających krajowych, poza Krakowem.

Szacunkowa liczba odwiedzających w Małopolsce



| | 2003 r. | 2004 r. | 2005 r. | 2006 r. | 2007 r. |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Odwiedzający ogółem | 8.000.000 | 9.100.000 | 9.600.000 | 10.300.000 | 14.520.000 |
| w tym Kraków | 5.500.000 | 6.400.000 | 7.100.000 | 7.500.000 | 8.060.000 |
| Odwiedzający krajowi | 6.900.000 | 7.100.000 | 7.200.000 | 7.400.000 | 11.500.000 |
| w tym Kraków | 4.800.000 | 4.860.000 | 4.900.000 | 5.100.000 | 5.560.000 |
| Odwiedzający zagraniczni | 1.100.000 | 2.000.000 | 2.400.000 | 2.900.000 | 3.020.000 |
| w tym Kraków | 700.000 | 1.540.000 | 2.200.000 | 2.400.000 | 2.500.000 |

Porównanie zmian liczby turystów do liczby odwiedzających

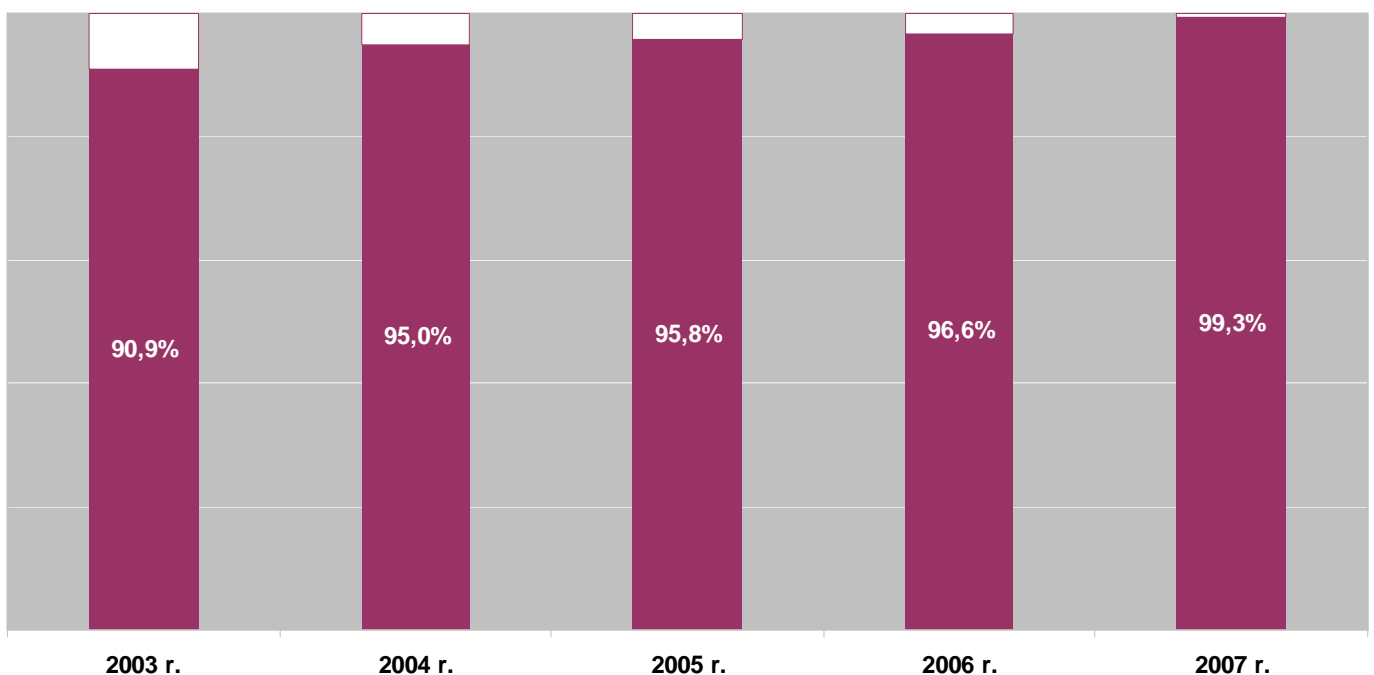
Udział turystów krajowych wśród ogółu gości odwiedzających Małopolskę utrzymuje się mniej więcej na tym samym poziomie. Obecnie turyści krajowi stanowią 72,2% wśród wszystkich gości krajowych w Małopolsce.

Udział turystów krajowych wśród odwiedzających krajowych

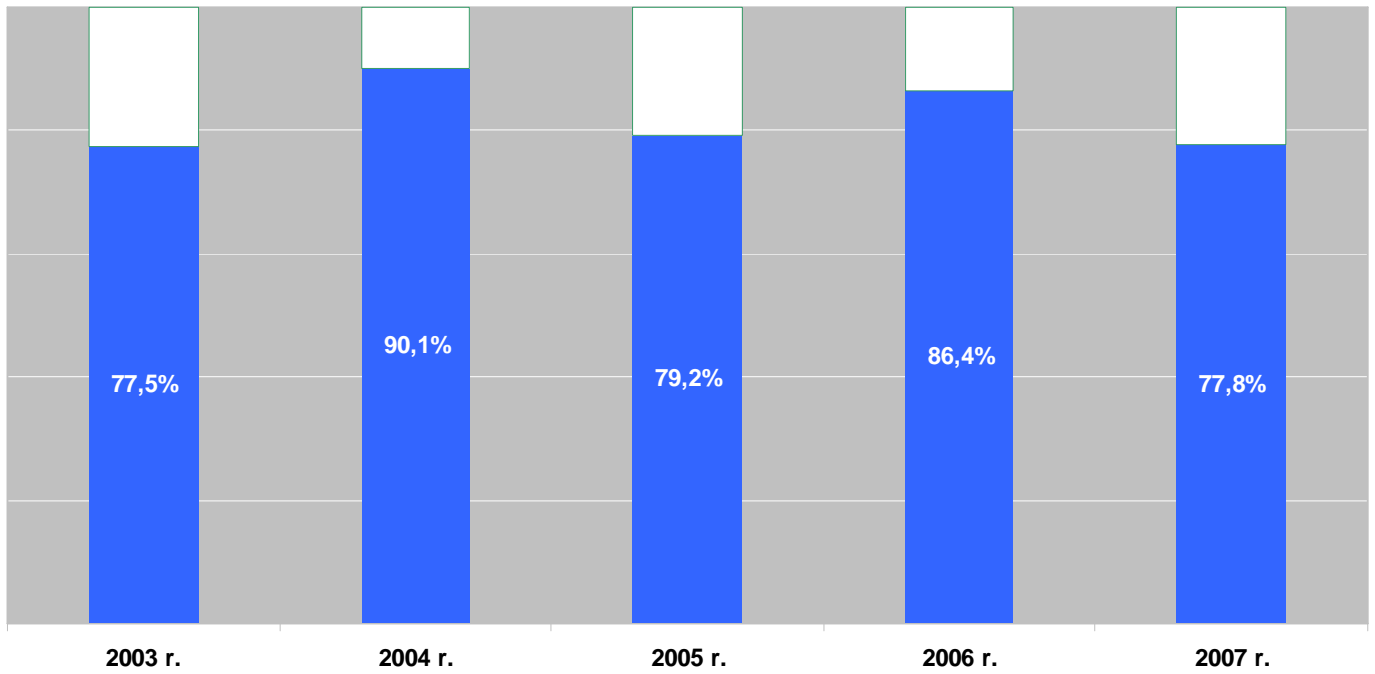


Inaczej wygląda sytuacja w przypadku gości zagranicznych – tu udział turystów wśród ogółu odwiedzających cały czas rośnie. Obecnie zagraniczni goście odwiedzających Małopolskę, to niemal w 100% turyści.

Udział turystów zagranicznych wśród odwiedzających zagranicznych



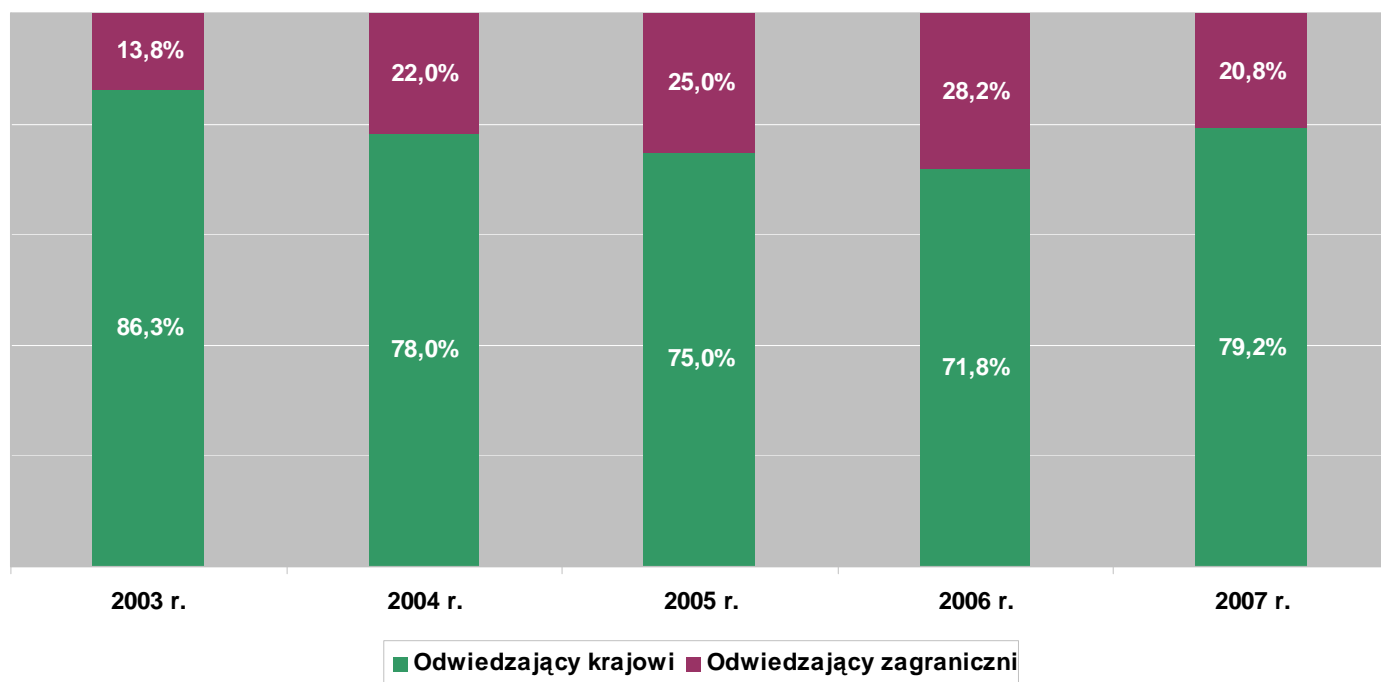
Udział turystów wśród odwiedzających ogółem



Struktura przyjazdów do Małopolski

Do ubiegłego roku udział odwiedzających krajowych nieznacznie spadał na rzecz odwiedzających zagranicznych. W 2007 r. tendencja spadkowa została przełamana, co oczywiście jeszcze nie oznacza, że mamy do czynienia z początkiem nowego trendu.

Odwiedzający krajowy - zagraniczny

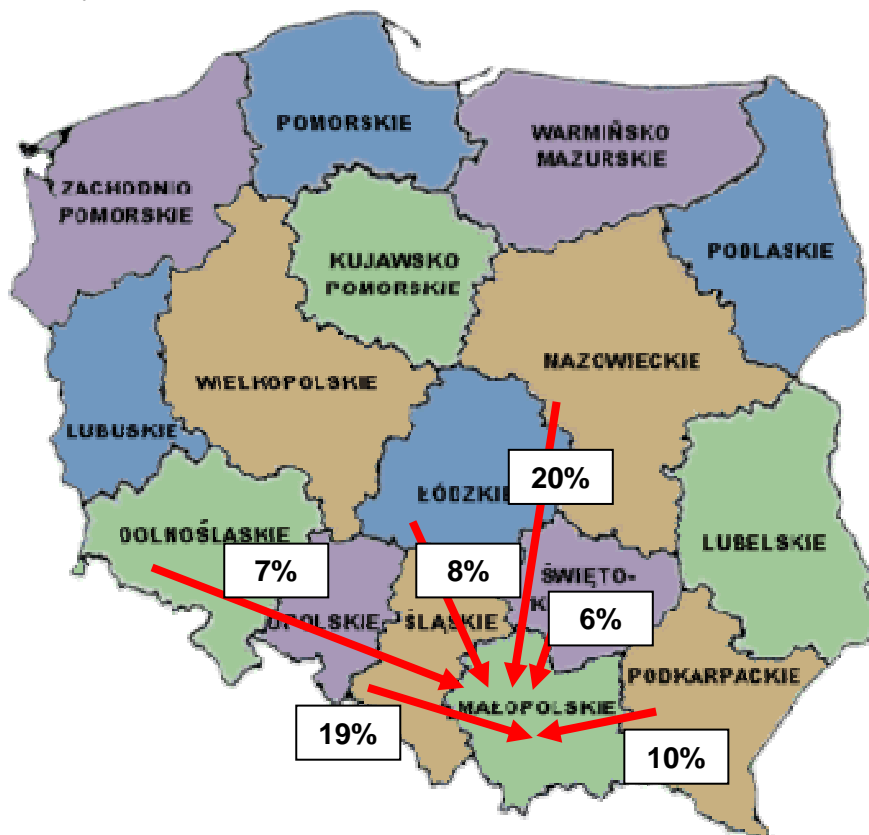


Turyści krajowi

Spośród turystów krajowych Małopolskę najczęściej odwiedzają mieszkańcy okolicznych województw, szczególnie często – mieszkańcy Śląska. Bardzo częstymi gośćmi Małopolski są jedna również mieszkańcy Mazowsza. Podróże do Małopolski przez mieszkańców innych, bardziej oddalonych od tego regionu województw, należą do rzadkości.

Nową szansą dla Małopolski mogą być turyści z bardziej oddalonych regionów Polski. Jak dotąd, np. turyści z Wielkopolski czy Pomorza stanowią w Małopolsce zdecydowaną mniejszość. Zwiększeniu popularności wyjazdów do Małopolski turystów również z tych województw mógłby służyć rozwój komunikacji w kraju, np. tanich linii lotniczych.

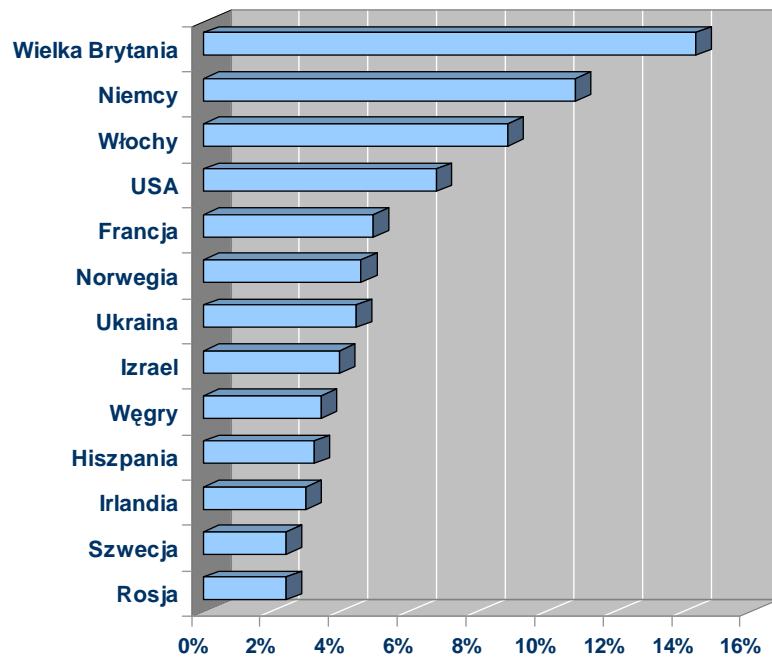
Badanie realizowane było przy największych atrakcjach turystycznych regionu stąd stosunkowo niski udział turystów z Małopolski, ale szacujemy, iż udział gości z Małopolski wśród gości krajowych utrzymuje się na stałym poziomie i wynosi ok. 20%.



| Województwo | Udział wśród turystów krajowych |
|---------------------|---------------------------------|
| Mazowieckie | 20,30% |
| Śląskie | 18,70% |
| Podkarpackie | 10,40% |
| Łódzkie | 8,40% |
| Dolnośląskie | 6,50% |
| Świętokrzyskie | 6,10% |
| Lubelskie | 4,20% |
| Małopolskie | 3,70% |
| Opolskie | 3,50% |
| Wielkopolskie | 3,40% |
| Pomorskie | 3,30% |
| Kujawsko-Pomorskie | 2,00% |
| Lubuskie | 2,00% |
| Zachodniopomorskie | 2,00% |
| Warmińsko-Mazurskie | 1,70% |
| Podlaskie | 1,20% |

Turyści zagraniczni

Najlepsze wyobrażenie o rzeczywistym udziale poszczególnych narodowości wśród zagranicznych turystów dają dane Urzędu Miasta Krakowa pochodzące z bazy noclegowej. Dane te odnoszą się jedynie do samego Krakowa, ale biorąc pod uwagę, że w większości turyści zagraniczni przebywają właśnie w Krakowie, można przypuszczać, że rozkład dla całego województwa małopolskiego nie będzie znacząco inny.

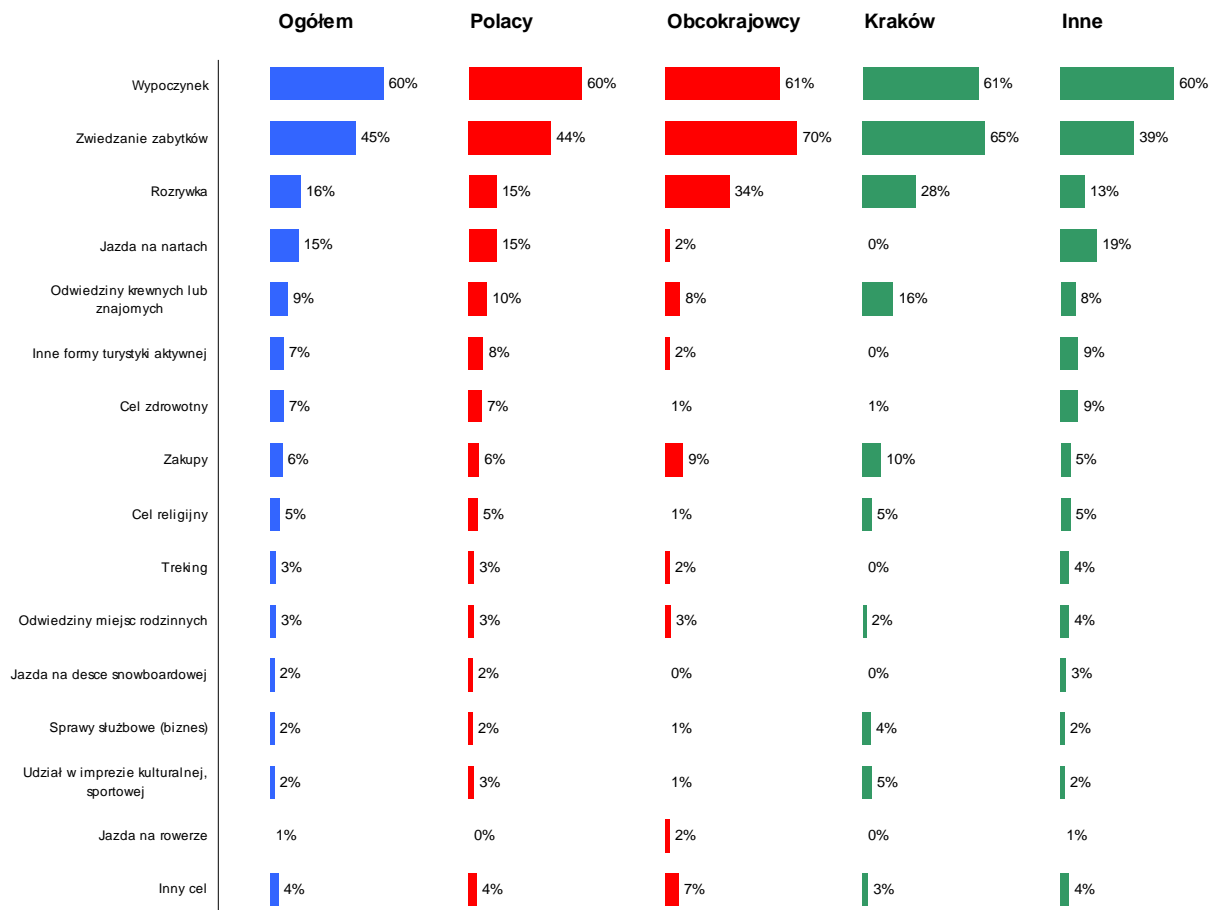


Źródło: Urząd Miasta Krakowa

Cele przyjazdów do Małopolski

Dwa najczęściej wskazywane przez turystów cele przyjazdu, to wypoczynek (60%) oraz zwiedzanie zabytków (45%). Relatywnie częstym celem przyjazdu do Małopolski w III kwartale była ogólnie rzecz biorąc - rozrywka (16%).

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?



Ranking najczęściej odwiedzanych atrakcji

Największą atrakcją Małopolski jest Kraków. W pierwszej trójce małopolskich atrakcji znajdują się jeszcze Zakopane i Wieliczka. Znajomość poszczególnych atrakcji przekłada się też na częstotliwość ich odwiedzania.

Poniższe rankingi powstały w oparciu o odpowiedzi udzielane przez respondentów w trakcie badania.

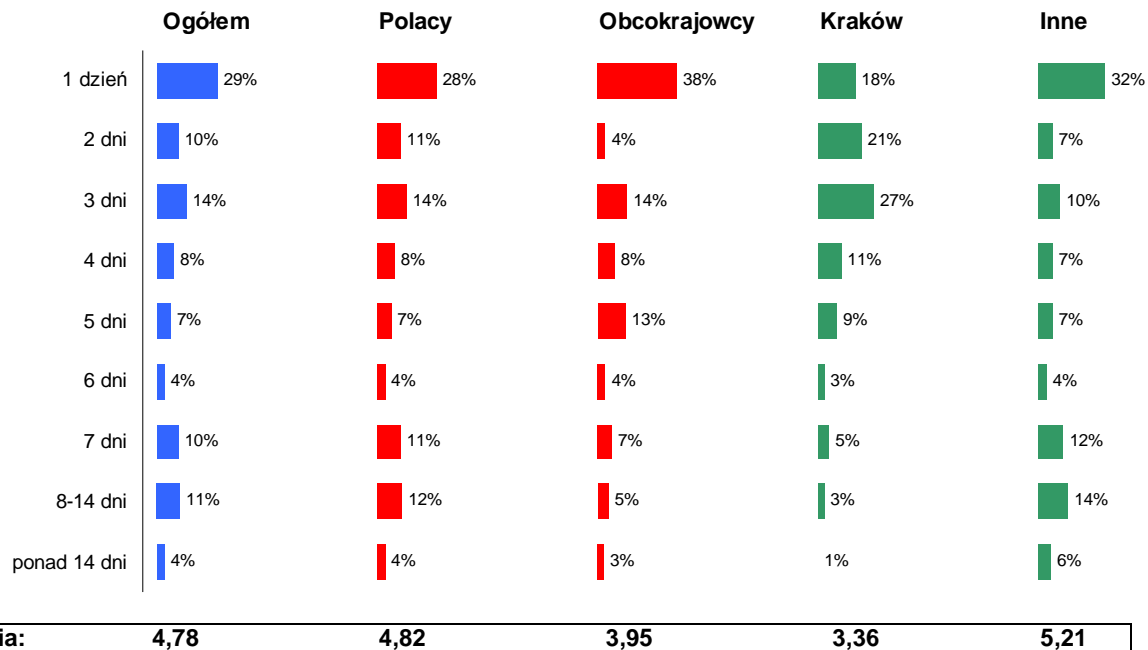
| Atrakcje | Odwiedzanie |
|---------------------------------|-------------|
| Kraków | 1 |
| Zakopane | 2 |
| Wieliczka | 3 |
| Krynica | 4 |
| Wadowice | 5 |
| Szczawnica | 6 |
| Ojców | 7 |
| Piwniczna | 8 |
| Kalwaria, Kalwaria Zebrzydowska | 9 |
| Nidzica, Niedzica | 10 |

| Atrakcje | Znajomość |
|-----------------------|-----------|
| Kraków | 1 |
| Zakopane | 2 |
| Wieliczka | 3 |
| Wadowice | 4 |
| Ojców | 5 |
| Oświęcim | 6 |
| Krynica | 7 |
| Tatry | 8 |
| Bochnia | 9 |
| Kalwaria Zebrzydowska | 10 |

Długość pobytu w Małopolsce

Średni czas pobytu turystów w miejscowości, w której realizowano z nimi wywiady, to 5 dni. Jedynie turyści w Krakowie deklarują, że ich pobyt jest krótszy – średnio prawie 4 dni.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?



Średnia długość pobytu w przypadku turystów krajowych utrzymuje się mniej więcej na tym samym co w ubiegłym roku poziomie, natomiast w przypadku turystów zagranicznych jest ona nieznacznie krótsza.

Stopniowe skracanie długości pobytu wpisuje się w obserwowaną na świecie tendencję – wyjazdy turystów są krótsze, jest ich za to więcej.

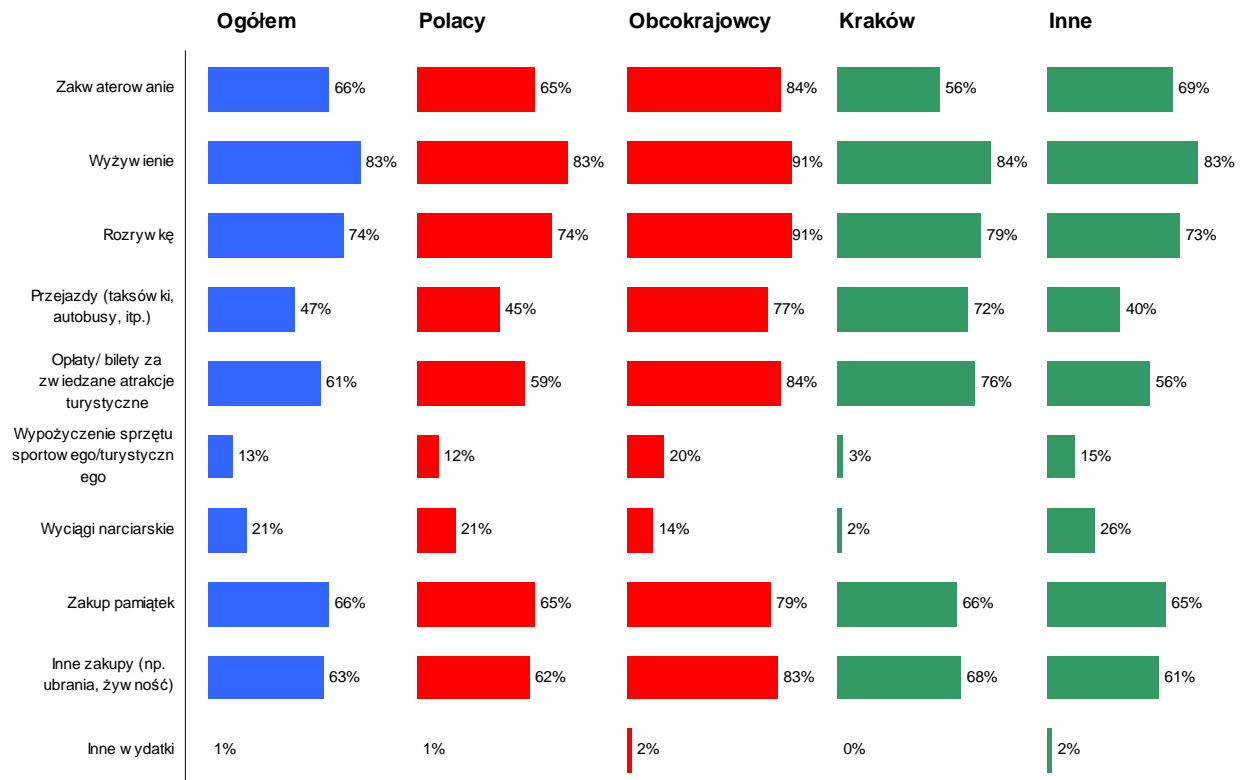
Czas pobytu osób odwiedzających Małopolskę w latach 2006-2007

| | Krajowi | | Zagraniczni | |
|----------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2006 | 2007 | 2006 | 2007 |
| 1 dzień | 18% | 28% | 3% | 38% |
| 1 noc | 16% | 12% | 5% | 4% |
| dłużej | 66% | 60% | 92% | 58% |
| ŚREDNIA | 5,0 | 4,82 | 4,6 | 3,95 |

Wydatki turystów w Małopolsce

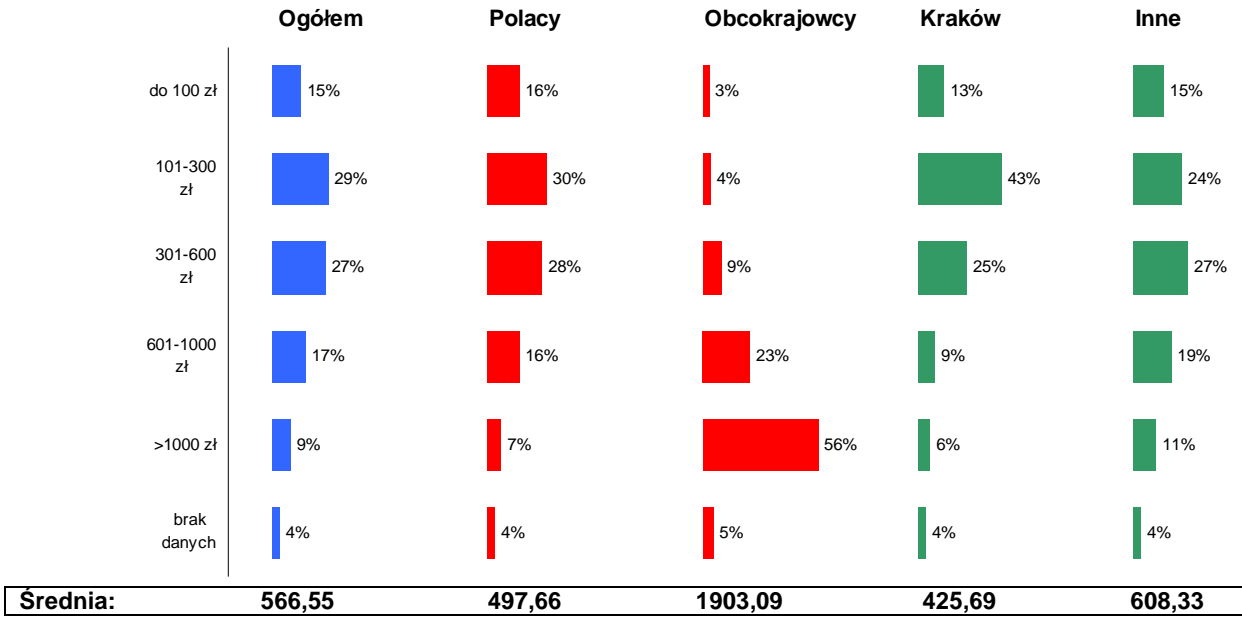
Poniższy wykres przedstawia rodzaje wydatków oraz częstotliwość – jaki odsetek turystów ponosi poszczególne wydatki. Jak się można było domyślać, turyści zagraniczni częściej (i zapewne więcej) wydają pieniądze w związku z pobytem.

Q16. Za co - podczas całego pobytu w Małopolsce - będzie Pan(i) płacić:

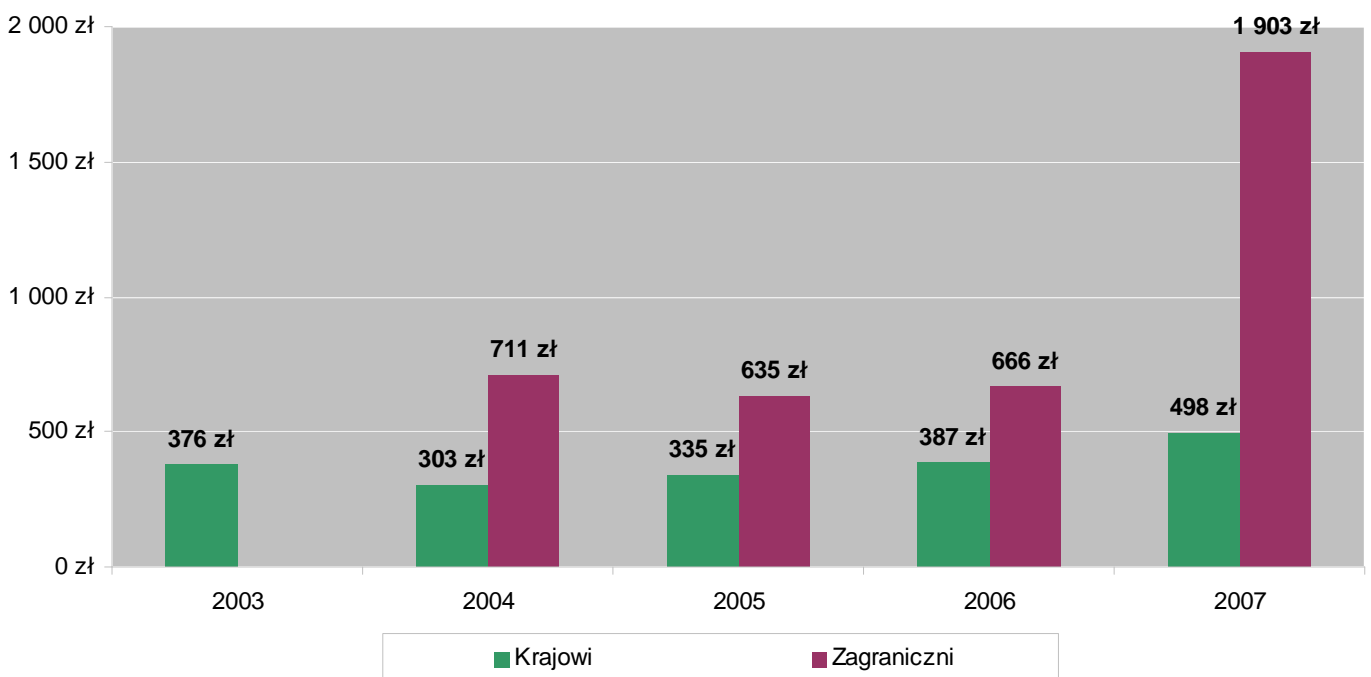


Turyści zagraniczni wydają w trakcie swojego pobytu niemal 4 razy więcej pieniędzy niż turyści krajowi. Średnie wydatki na jedną osobę turystów krajowych, to 498 zł, natomiast wśród turystów zagranicznych jest to 1903 zł.

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

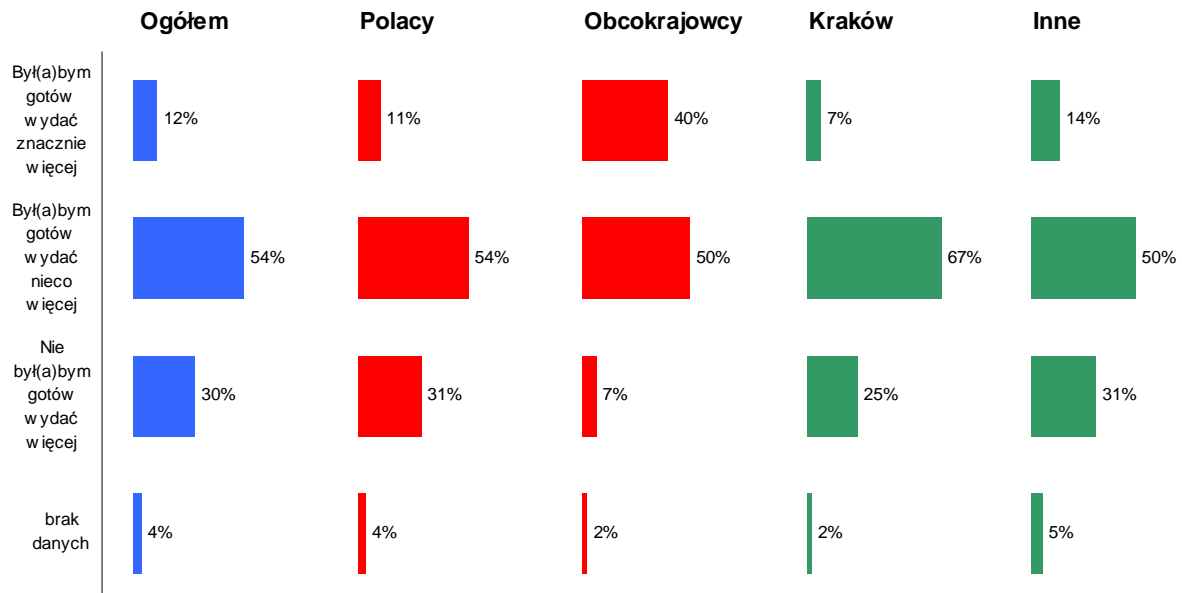


W ostatnim roku wyraźnie wzrastają wydatki, jakie odwiedzający Małopolskę ponoszą w trakcie pobytu w regionie. Niemniej, porównując obecne wartości z wynikami z lat ubiegłych należy mieć na uwadze, że w ostatnim roku, inaczej niż poprzednio, gości odwiedzających Małopolskę pytano o łączne wydatki. W latach ubiegłych pytano o wydatki bez uwzględnienia noclegu.



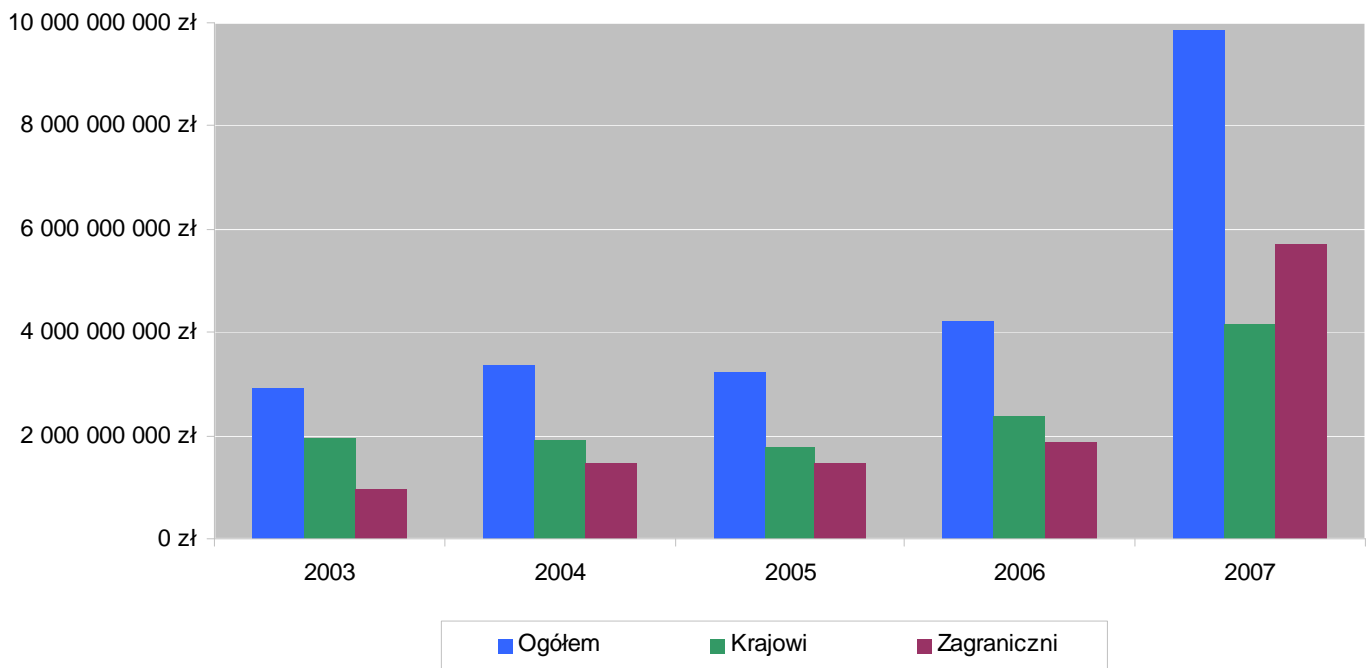
Większość turystów na pytanie czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to czy byliby gotowi wydać więcej – odpowiada twierdząco. Szczególną „gotowość” do wydawania większej sumy pieniędzy deklarują turyści zagraniczni.

Q18. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?



Przychody dla Małopolski z turystyki

Spodziewane przychody dla Małopolski z turystyki to już blisko 10 miliardów zł. Biorąc pod uwagę spodziewany dalszy wzrost liczby turystów i odwiedzających, rekordowy poziom przychodów w tym roku nie powinien być wyjątkowy. Również i w tej mierze przewidywania na najbliższy czas wskazują na utrzymanie się tendencji wzrostowej.

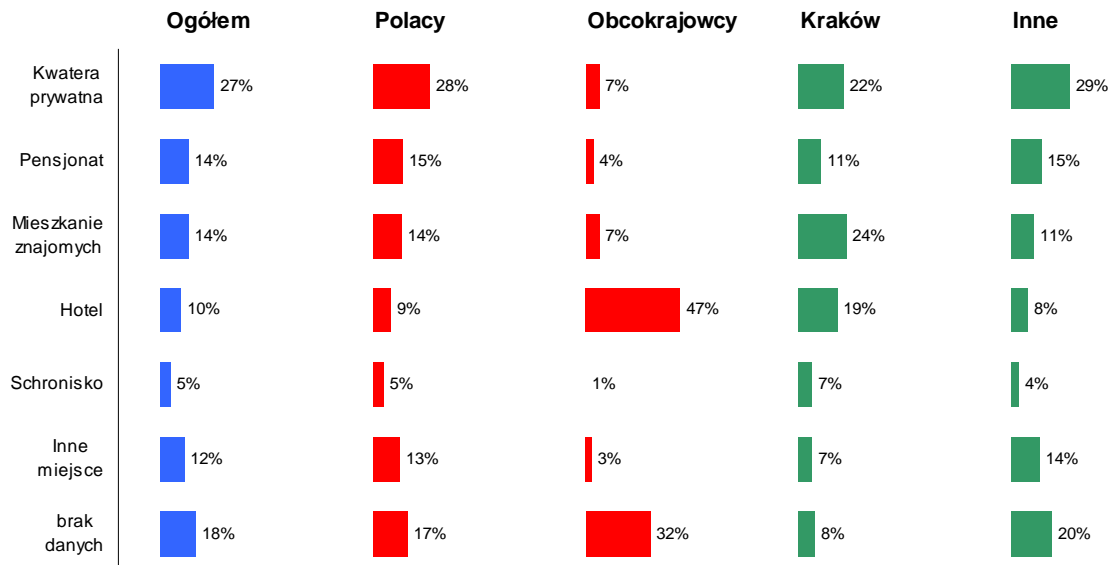


| (PLN) | 2003 r. | 2004 r. | 2005 r. | 2006 r. | 2007 r. |
|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ogółem | 2 921 200 000 | 3 373 800 000 | 3 236 000 000 | 4 225 500 000 | 9 842 400 000 |
| Krajowi | 1 955 200 000 | 1 908 900 000 | 1 775 500 000 | 2 360 700 000 | 4 133 400 000 |
| Zagraniczni | 966 000 000 | 1 464 900 000 | 1 460 500 000 | 1 864 800 000 | 5 709 000 000 |

Miejsce noclegu

Miejsce noclegu zależy przede wszystkim od tego, czy mamy do czynienia z turystą krajowym czy zagranicznym – polscy turyści znacznie częściej zatrzymują się w kwaterach prywatnych, natomiast obcokrajowcy w hotelach. Co zrozumiałe, kwatery prywatne są bardziej popularne w innych miejscowościach poza Krakowem.

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?



Porównanie obecnych wyników z wynikami z lat ubiegłych pokazuje przede wszystkim zmniejszenie się popularności hoteli. Rezultat ten nie dziwi, biorąc pod uwagę ogromną dynamikę wzrostu turystów, z jaką mamy do czynienia – zwłaszcza turystów krajowych. Z drugiej strony, uwagę zwraca rosnąca rola poza hotelowej bazy noclegowej – kwater prywatnych i pensjonatów.

Baza noclegowa wykorzystana podczas pobytu gości w Małopolsce w latach 2003-2006 (w %)

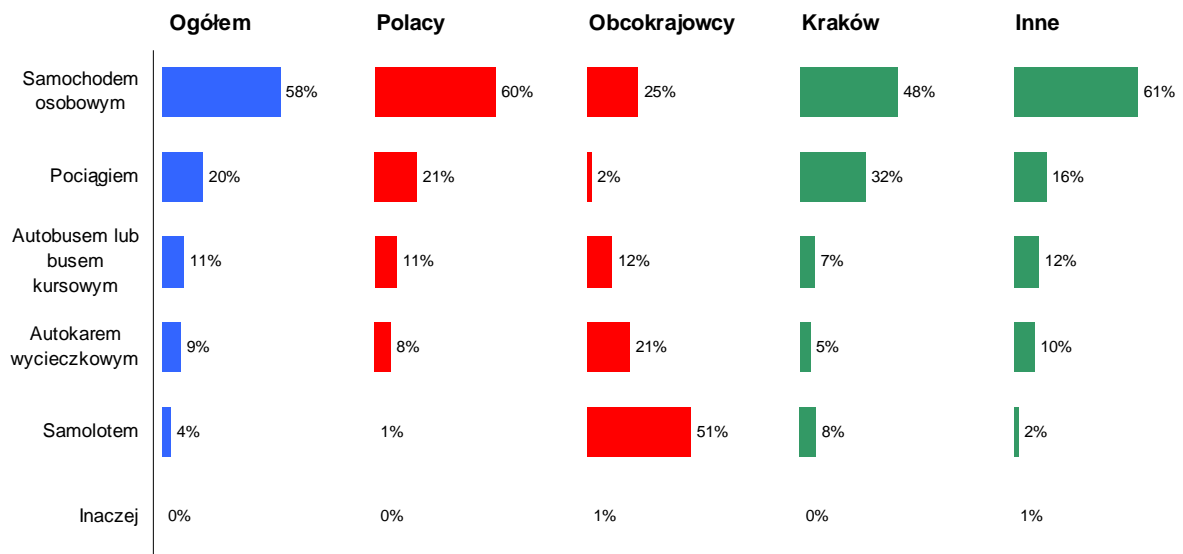
| Miejsce noclegu | Goście krajowi | | | | Goście zagraniczni | | | |
|------------------------|----------------|-------|-------|-------|--------------------|-------|-------|-------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
| Kwaterna prywatna | 15,00 | 10,20 | 3,94 | 6,73 | 2,20 | 1,02 | 0,78 | 1,28 |
| Pensjonat | 15,00 | 10,34 | 8,45 | 9,09 | 4,60 | 3,51 | 3,91 | 2,56 |
| Znajomi lub rodzina | 8,90 | 14,82 | 6,27 | 9,54 | 9,00 | 6,46 | 5,41 | 5,55 |
| Hotel | 22,50 | 23,68 | 25,23 | 24,19 | 65,70 | 69,16 | 64,79 | 66,00 |
| Schronisko | 7,80 | 6,08 | 5,72 | 7,46 | 3,50 | 4,65 | 2,92 | 2,64 |
| Motel | 2,20 | 1,76 | 1,05 | 0,94 | 3,30 | 1,19 | 0,64 | 1,11 |
| Dom wycieczkowy | 4,00 | 2,37 | 3,44 | 3,53 | 2,90 | 3,51 | 3,20 | 1,49 |
| Kemping/pole namiotowe | 4,00 | 2,41 | 1,90 | 1,57 | 3,50 | 2,61 | 1,28 | 2,43 |
| Zakład uzdrowiskowy | 3,30 | 2,78 | 4,09 | 6,34 | 0,50 | 0 | 0,21 | 0,13 |
| Ośrodek wczasowy | 8,50 | 4,80 | 4,00 | 3,10 | 0,50 | 1,08 | 0,64 | 0,26 |
| Własne mieszkanie | 0,30 | 2,85 | 0,55 | 5,08 | 0,60 | 0,34 | 0,57 | 0,38 |
| Inny obiekt | 8,50 | 7,24 | 7,05 | 7,73 | 3,70 | 3,91 | 6,47 | 18,56 |
| Brak odpowiedzi | b.d. | 10,67 | 28,31 | 17,74 | b.d. | 2,56 | 9,18 | 5,59 |

Środki transportu

Polscy turyści zdecydowanie najczęściej do miejscowości, w której realizowano z nimi wywiad przyjechali samochodem osobowym (58%). 20% turystów krajowych korzystało z pociągu, 20% z autobusu lub autokaru wycieczkowego.

Najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu przez turystów zagranicznych był samolot (51%). W drugiej kolejności, turyści zagraniczni korzystali najczęściej z samochodu osobowego (25%).

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?



Porównanie wyników ostatniego badania z rokiem poprzednim pokazuje rosnącą popularność transportu kolejowego wśród gości krajowych. Rzadziej natomiast goście krajowi podróżują autokarem. Goście zagraniczni natomiast nieco częściej niż przed rokiem podróżowali do Małopolski samochodem.

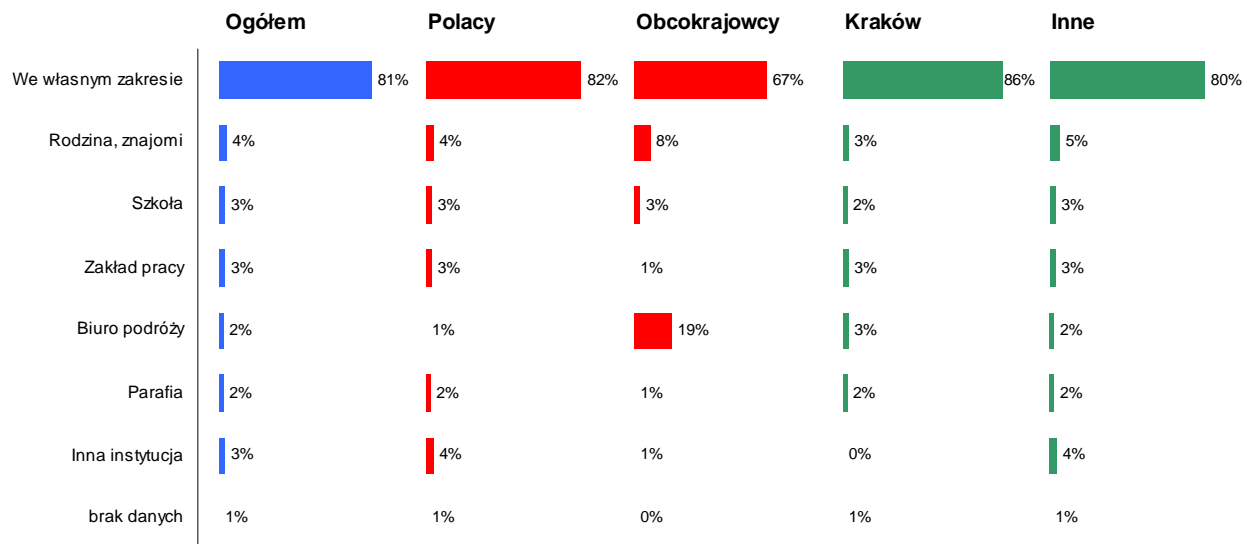
Środki transportu, z jakich korzystają goście odwiedzający Kraków w latach 2006-2007

| | Krajowi | | Zagraniczni | |
|-----------------|---------|------|-------------|------|
| | 2006 | 2007 | 2006 | 2007 |
| Samochód | 61% | 60% | 18% | 25% |
| Pociąg | 13% | 21% | 9% | 2% |
| Autobus | 8% | 11% | 1% | 12% |
| Autokar | 14% | 8% | 18% | 21% |
| Samolot | 2% | 1% | 53% | 51% |
| Inaczej | 3% | 0% | 1% | 1% |

Organizacja przyjazdu

Przyjazd do Małopolski w III kwartale większość turystów organizowała we własnym zakresie. Dotyczy to w podobnym stopniu Polaków i obcokrajowców.

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?



Obecnie, jak się wydaje, coraz powszechniej goście odwiedzający Małopolskę organizują przyjazd samodzielnie.

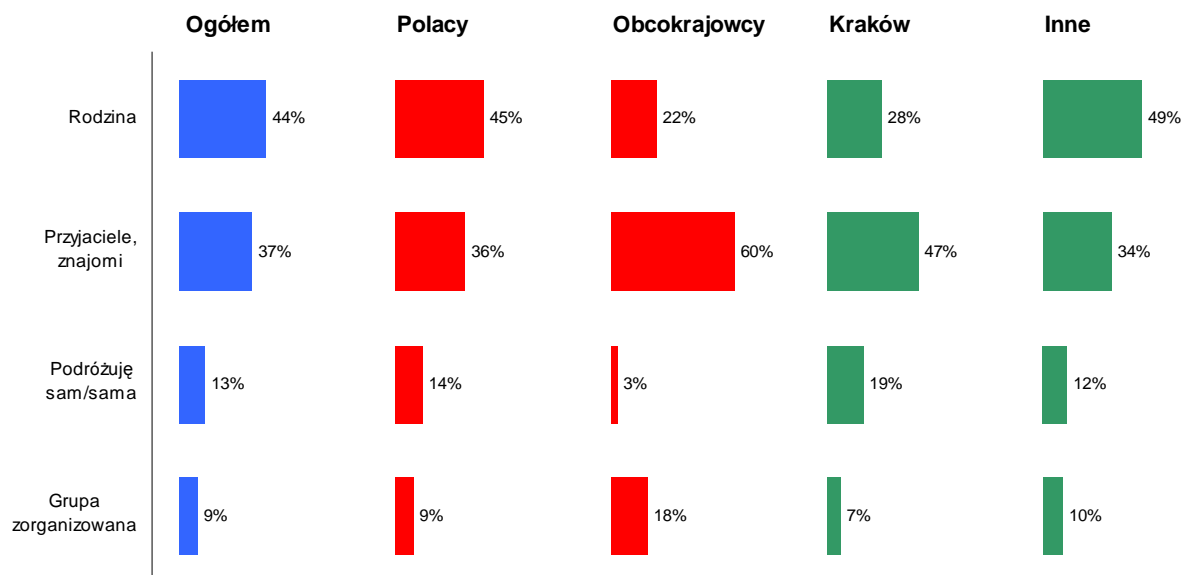
Organizator podróży gości krajowych do Małopolski w latach 2003-2006 (w %)

| Organizator | Goście krajowi | | | | Goście zagraniczni | | | |
|-----------------------------|----------------|-------|-------|-------|--------------------|-------|-------|-------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
| Samodzielnie | 77,00 | 78,06 | 70,73 | 68,76 | 54,00 | 57,65 | 59,36 | 58,96 |
| Pobyt zorganizowany, w tym: | 23,00 | 21,94 | 29,27 | 31,24 | 46,00 | 42,35 | 40,64 | 41,04 |
| Biuro podróży | 4,00 | 2,90 | 4,61 | 2,59 | 26,00 | 27,15 | 27,65 | 29,48 |
| Zakład pracy | 10,00 | 8,40 | 11,16 | 13,50 | 4,00 | 3,97 | 5,81 | 3,88 |
| Szkoła | 2,00 | 2,13 | 3,48 | 4,34 | 8,00 | 5,33 | 2,97 | 2,47 |
| Parafia (kościół) | 2,00 | 2,57 | 5,65 | 3,86 | 2,00 | 1,42 | 1,67 | 2,52 |
| Inna instytucja | 5,00 | 5,94 | 4,37 | 6,95 | 6,00 | 4,48 | 2,54 | 2,69 |

Osoby towarzyszące

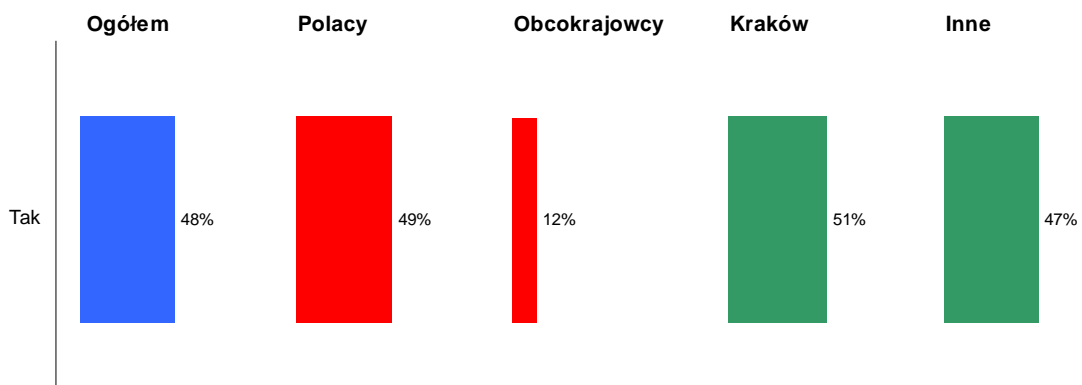
Turyści krajowi częściej niż turyści zagraniczni odwiedzają Małopolskę wraz z rodziną. Stosunkowo często do Małopolski przyjeżdżają też z przyjaciółmi czy znajomymi. Częściej ze znajomymi przyjeżdżają jednak do Małopolski turyści zagraniczni. Nieliczni turyści w 2007 r. przyjeżdżali do Małopolski samotnie, a jeszcze mniej – w zorganizowanej grupie.

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?



Dzieci w wieku do 14 lat, jeśli odwiedzają województwo małopolskie wraz z rodziną, to zdecydowanie częściej wśród turystów krajowych. Wśród turystów zagranicznych dzieci można spotkać znacznie rzadziej. Wynika to przede wszystkim ze stylu podróżowania, tj. stosunkowo mniej popularnych wyjazdów w gronie rodzinnym.

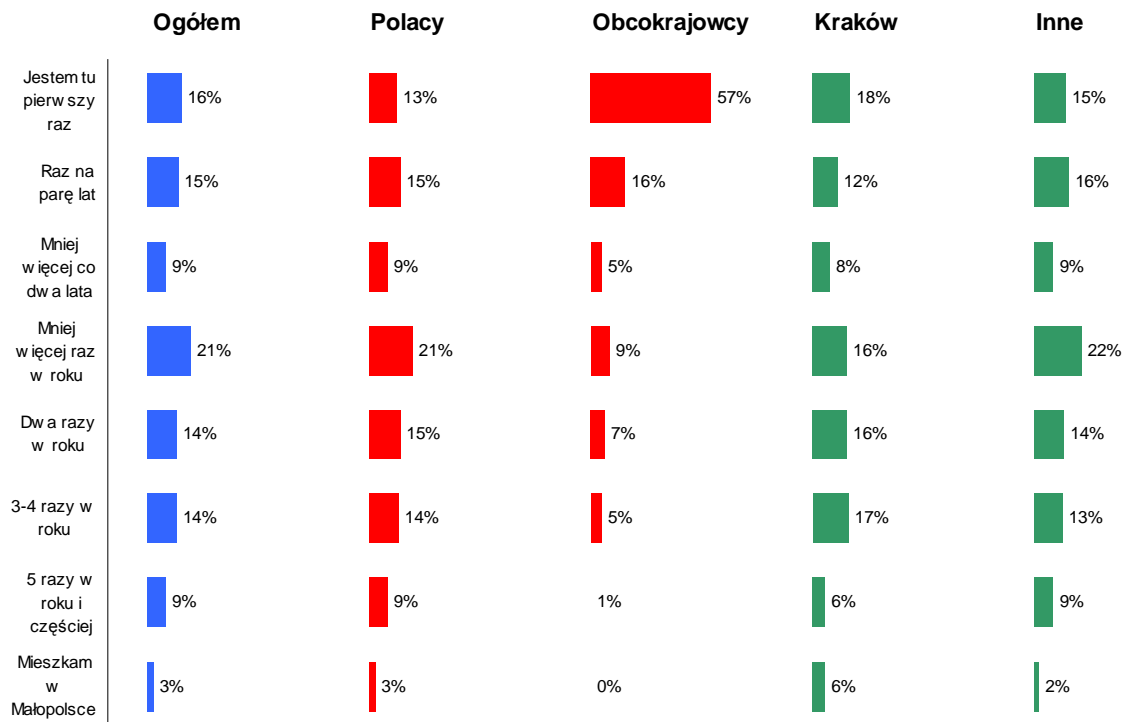
Q8. Czy wśród towarzyszących osób z rodziny są dzieci do lat 14?



Odwiedzanie Małopolski

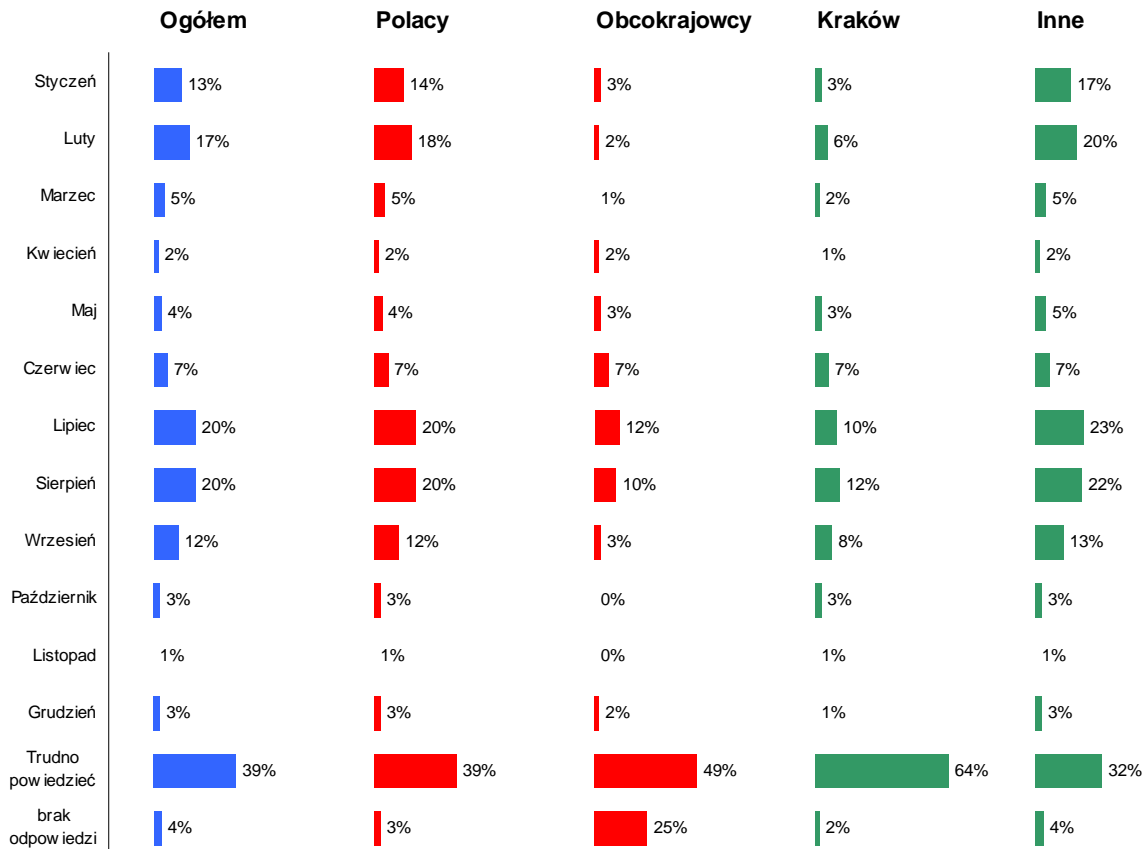
Wśród turystów krajowych daje się zauważyć pewna „lojalność” jeśli chodzi o odwiedzanie Małopolski – większość z nich odwiedza Małopolskę co najmniej raz w roku. Większość ankietowanych w 2007 r. turystów zagranicznych (57%) odwiedzało Małopolskę po raz pierwszy.

Q9. Jak często, ogólnie biorąc, odwiedza Pan(i) Małopolskę?



Odpowiedzi uzyskane w badaniu – zarówno w I, jak i III kwartale wskazują, że turyści przyjeżdżają do Małopolski w jednym, najczęściej tym samym okresie roku. Osoby badane w I kwartale mówiły, że jest to właśnie I kwartał, zaś turyści badani w III kwartale mówią, że jest to III kwartał. W tym sensie można mówić o bardzo dużym przywiązaniu do konkretnego sezonu.

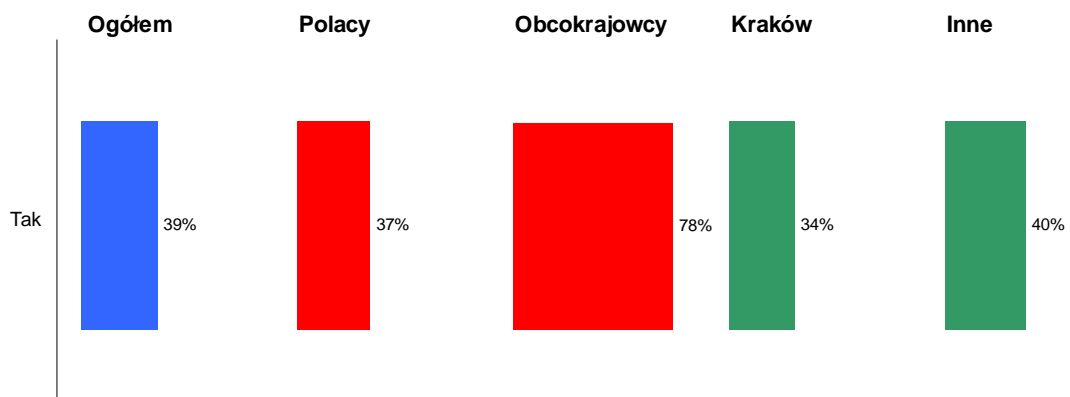
Q10. W jakim miesiącu/ miesiącach najczęściej odwiedza Pan(i) Małopolskę (podróżuje Pan(i) po Małopolsce)?



Źródła informacji

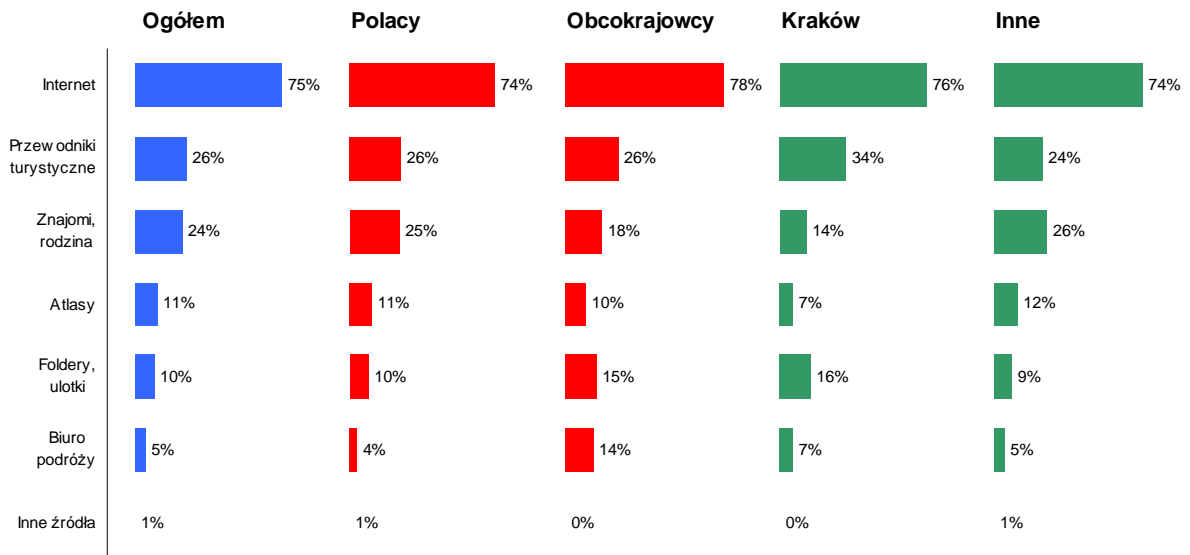
Niespełna połowa turystów przed przyjazdem do Małopolski szukała informacji na temat miejscowości, w której się zatrzymali. Znacznie częściej niż turyści krajowi, takimi informacjami byli zainteresowani turyści zagraniczni. Wśród turystów zagranicznych przeszło trzy czwarte poszukiwało tego rodzaju informacji przed przyjazdem.

Q12. Czy przed przyjazdem tutaj szukał(a) Pan(i) informacji na temat tej miejscowości?



Głównym źródłem informacji jest dla turystów internet. Stosunkowo często poszukując informacji turyści korzystają również z przewodników turystycznych.

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?



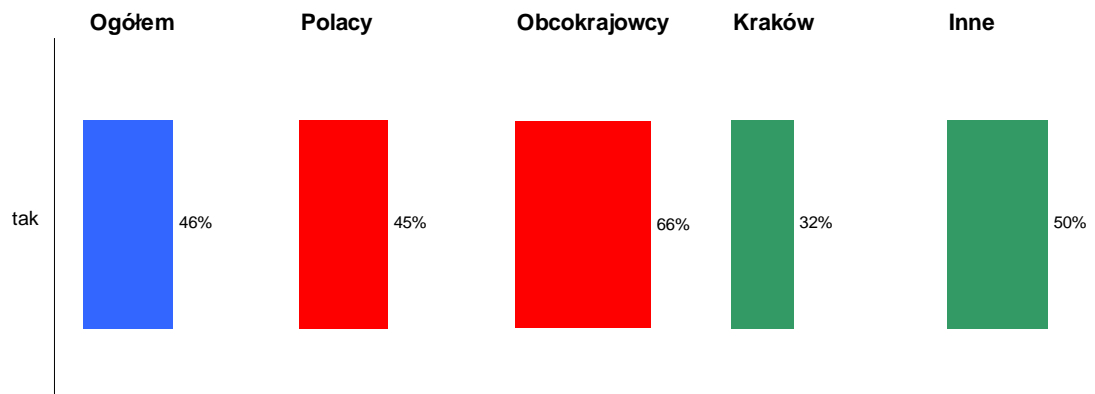
Wykorzystane przez krajowych odwiedzających w latach 2003-2006 źródła informacji o Małopolsce (w %)

| Źródło informacji | Goście krajowi | | | | Goście zagraniczni | | | |
|---|----------------|-------|-------|-------|--------------------|-------|-------|-------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
| Targi turystyczne | 1,0 | 0,74 | 1,19 | 1,32 | 3,3 | 1,02 | 1,92 | 5,46 |
| Prasa | 5,9 | 5,31 | 4,49 | 7,41 | 4,1 | 5,33 | 8,18 | 12,63 |
| Radio | 8,0 | 5,31 | 5,07 | 7,44 | 2,1 | 3,97 | 7,47 | 7,55 |
| Telewizja | 8,9 | 10,92 | 9,83 | 10,66 | 6,1 | 13,10 | 17,78 | 22,40 |
| Katalogi biur podróży | 4,3 | 5,10 | 9,00 | 7,99 | 18,1 | 32,20 | 31,72 | 32,38 |
| Przewodniki | 14,5 | 20,92 | 18,34 | 19,95 | 29,0 | 30,90 | 32,01 | 33,92 |
| Foldery/ulotki | 7,8 | 12,11 | 8,82 | 14,59 | 7,4 | 12,93 | 8,82 | 9,43 |
| Rodzina, znajomi | 52,9 | 59,83 | 49,86 | 51,45 | 52,9 | 47,00 | 35,56 | 46,08 |
| Strony internetowe | 10,1 | 9,11 | 9,40 | 12,08 | 24,0 | 11,85 | 24,04 | 32,85 |
| Polskie placówki dyplomatyczne | 0,2 | 0,42 | 0,22 | 0,74 | 0,3 | 4,14 | 0,64 | 1,07 |
| Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej | 1,4 | 1,65 | 0,53 | 1,52 | 1,7 | 2,32 | 0,71 | 1,24 |
| Szkoła | 30,5 | 33,00 | 21,90 | 23,05 | 22,0 | 20,69 | 11,10 | 14,63 |
| Brak wcześniejszej informacji | 3,4 | 1,55 | 3,30 | 4,31 | 1,7 | 2,04 | 1,78 | 1,07 |
| Inne źródło informacji | 8,7 | 19,71 | 16,13 | 16,80 | 7,8 | 10,49 | 9,17 | 9,39 |

Odwiedzanie innych miejscowości

Turyści odwiedzający Małopolskę stosunkowo często nie ograniczają się do pobytu w jednej miejscowości. Częściej więcej miejscowości odwiedzają turyści zagraniczni niż krajowi.

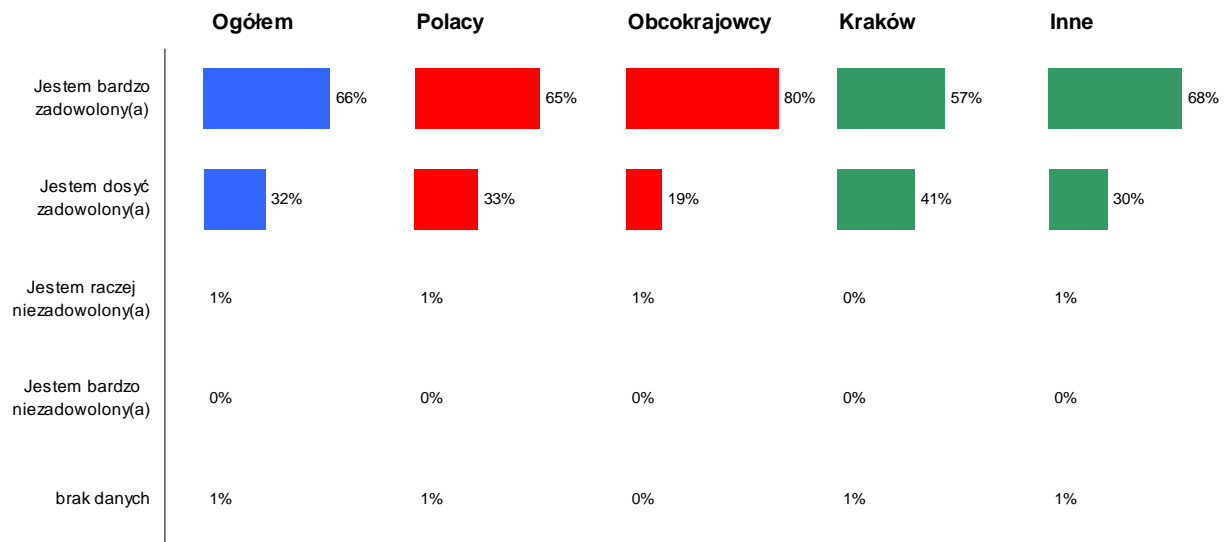
Q14. Czy odwiedził(a) lub zamierza Pan(i) odwiedzić jakieś inne miejscowości tego regionu?



Ocena pobytu

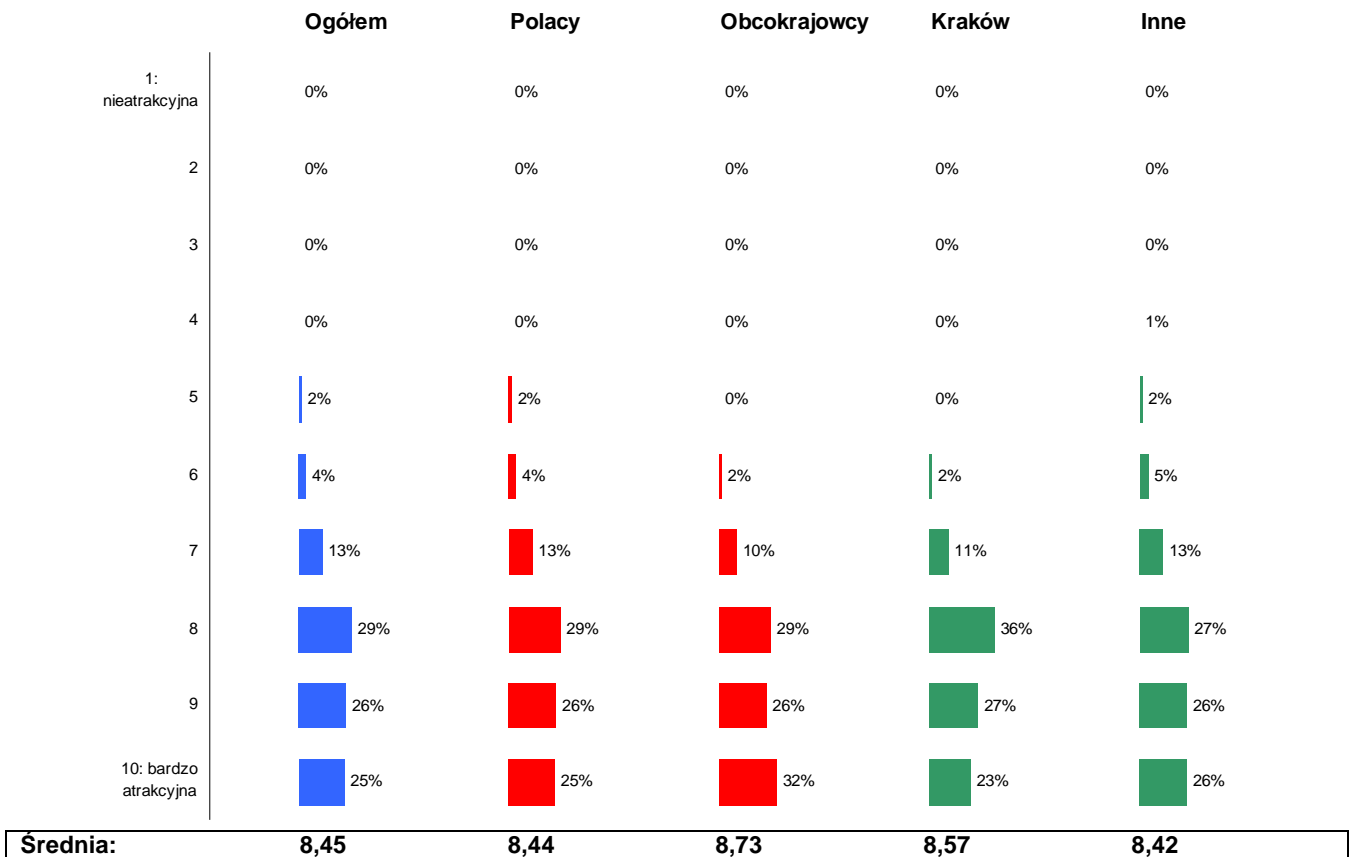
Wszyscy turyści odwiedzający Małopolskę są ze swojego pobytu zadowoleni. Szczególnie zadowoleni z pobytu są turyści zagraniczni.

Q20. Jak, ogólnie biorąc, ocenia Pan(i) swój pobyt w Małopolsce?



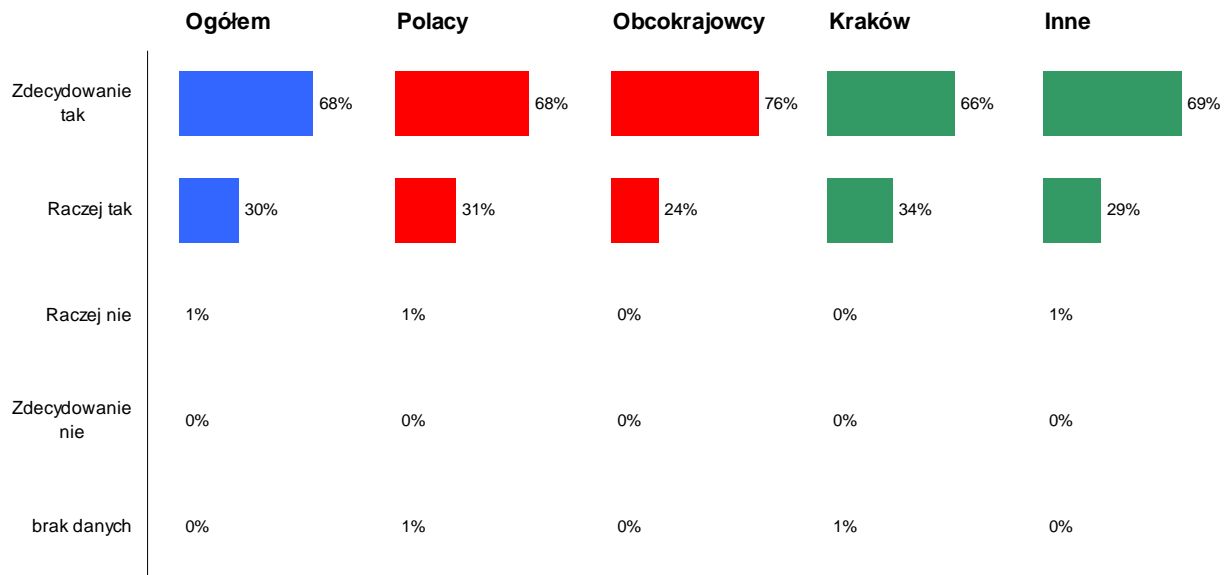
Również ocena atrakcyjności turystycznej miejscowości, w której prowadzone było badanie wypada bardzo dobrze. Średnia ocena na 10 punktowej skali, to 8,45.

Q22. Jak na 10-stopniowej skali ocenił(a)by Pan(i) atrakcyjność turystyczną tej miejscowości... 1=nieatrakcyjna, 10=bardzo atrakcyjna.

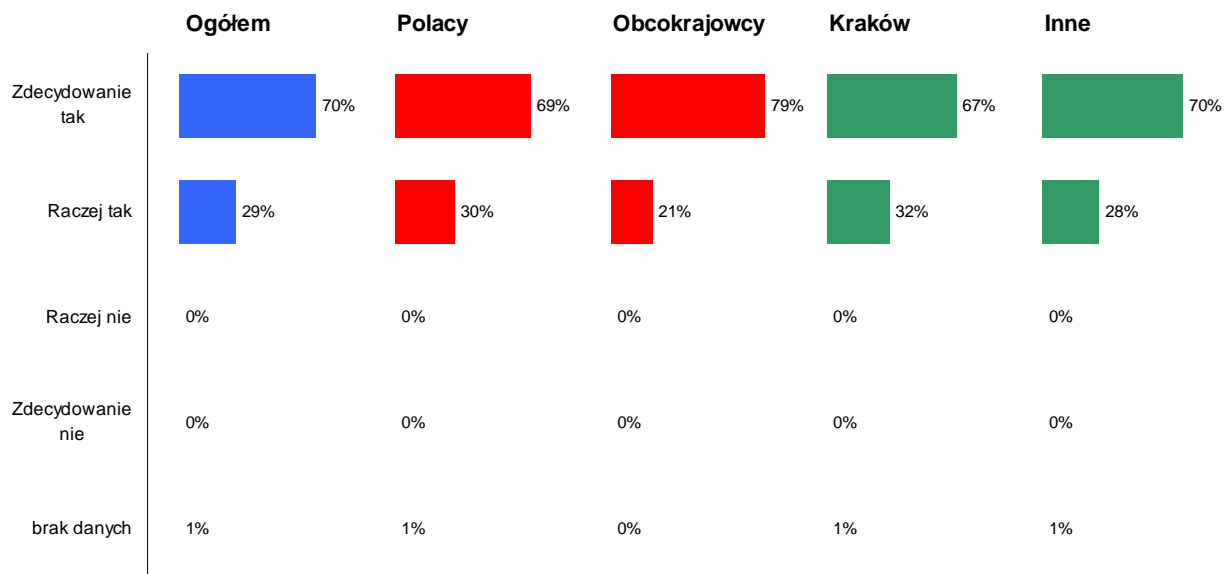


Biorąc pod uwagę oceny formułowane przez turystów odwiedzających Małopolskę, nie dziwi, że większość z nich nie wahałaby się, aby polecić znajomym przyjazd zarówno do miejscowości, w której sami się zatrzymali, jak i do samej Małopolski.

Q23. Czy polecił(a)by Pan(i) swoim przyjaciołom /znajomym przyjazd do tej miejscowości?



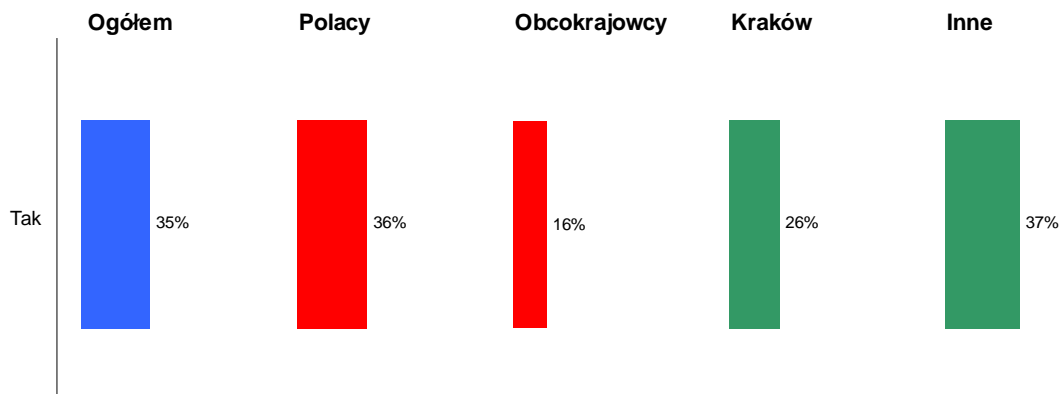
Q24. Czy polecił(a)by Pan(i) swoim przyjaciołom /znajomym przyjazd do Małopolski?



Znajomość reklam Małopolski

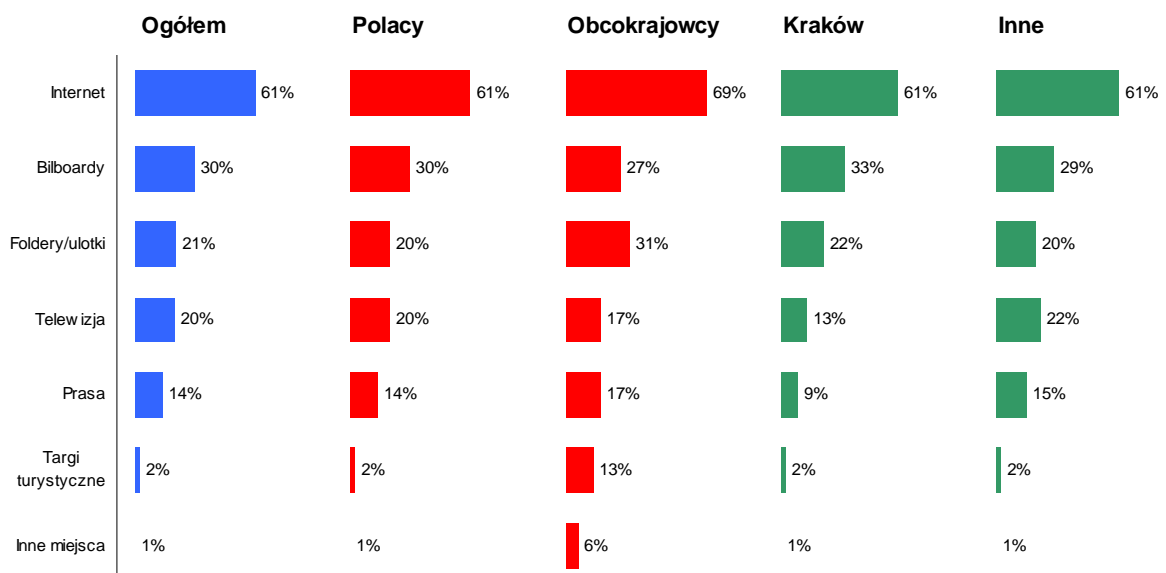
35% turystów krajowych widziało reklamy Małopolski zachęcające do przyjazdu do tego regionu. Reklamy takie widziało również 16% turystów zagranicznych.

Q25. Czy widział(a) Pan(i) jakieś reklamy Małopolski zachęcające turystów do przyjazdu do tego regionu?



Reklamy zachęcające do przyjazdu do Małopolski turyści widzieli przede wszystkim w internecie (61%). Stosunkowo często również na billboardach (30%). Turyści zagraniczni z reklamami Małopolski stosunkowo często spotykali się również w różnego rodzaju folderach i na ulotkach. Wskazania obcokrajowców na billboardy mogą odnosić się do reklam zauważonych w naszym kraju. Kampania billboardowa nie była bowiem prowadzona za granicą.

Q26. Gdzie widział(a) Pan(i) te reklamy?

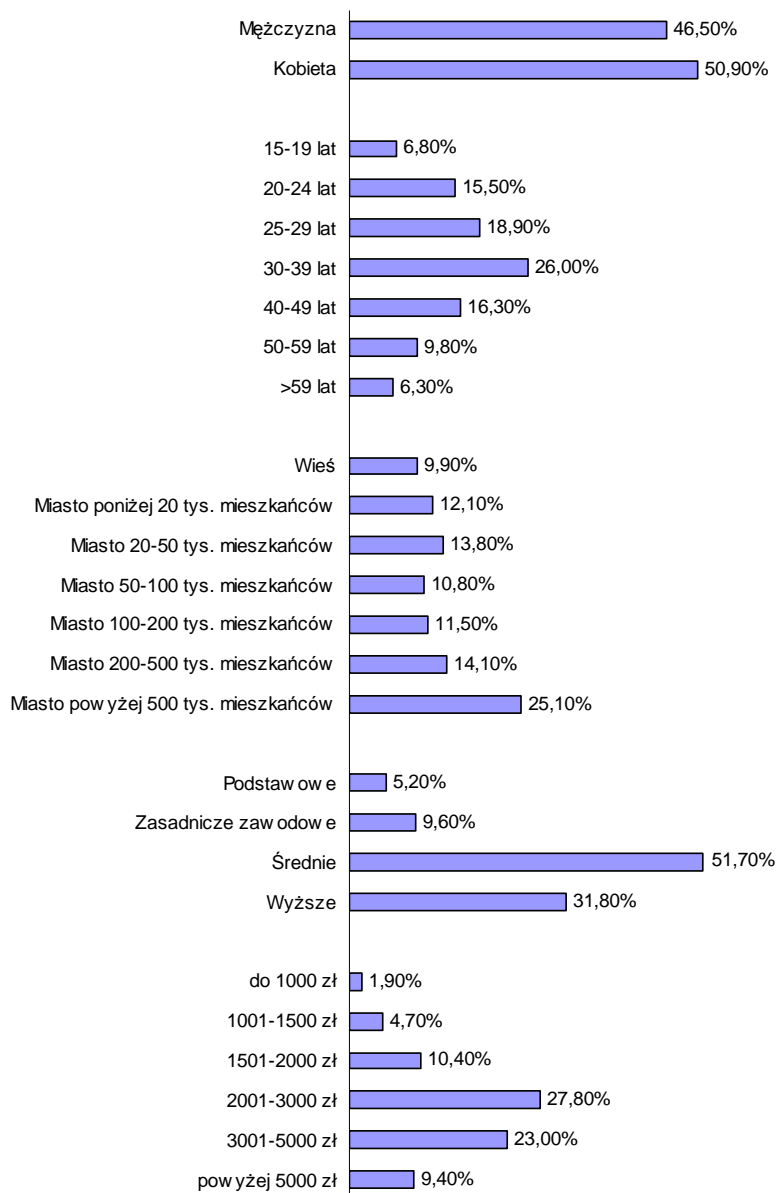


Profil turysty krajowego

Turyści krajowi, to zazwyczaj osoby:

- w wieku 30-39 lat
- mieszkające w dużym mieście
- posiadające co najmniej średnie wykształcenie
- osiągające ponad średnie dochody
- posiadające dzieci w wieku do 14 lat

Biorąc pod uwagę powyższe rezultaty łatwiej jest planować chociażby działania promocyjne i reklamowe. Główną grupą docelową są bowiem w przypadku Małopolski rodziny (z jednym lub dwojgiem dzieci), które moglibyśmy zaliczyć do klasy średniej. Komunikacja marketingowa powinna zatem uwzględniać te dwie rzeczy: 1) Małopolska jako dobre miejsce na spędzenie urlopu dla całej rodziny; 2) istnienie oferty turystycznej spełniającej niekiedy duże wymagania turystów.

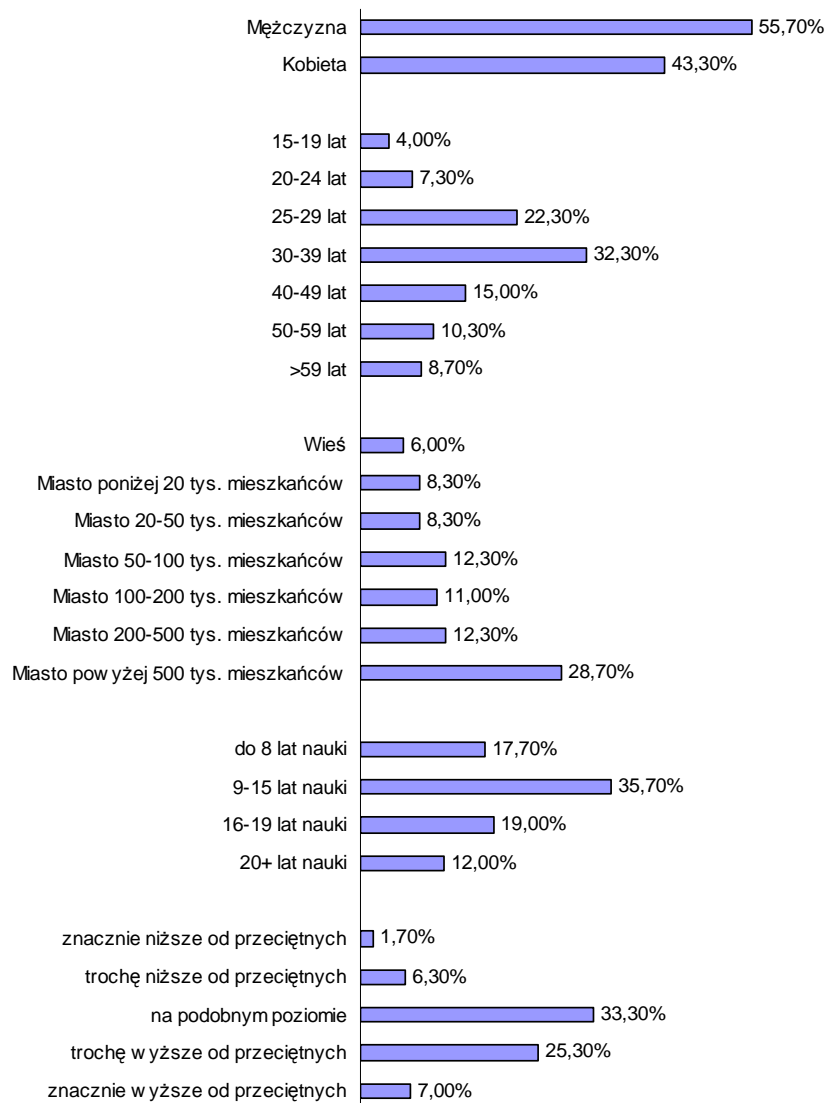


Profil turysty zagranicznego

Ze względu na cechy demograficzne, profil turysty zagranicznego nie różni się znacząco od profilu turysty krajowego. Jedyna istotna różnica odnosi się do płci turystów – wśród turystów zagranicznych większość stanowią mężczyźni. Również w tym przypadku najliczniej reprezentowane są grupy:

- osoby w wieku 30-39 lat
- mieszkańcy dużych miast
- posiadający co najmniej średnie wykształcenie
- osiągający ponad średnie dochody

W przypadku turystów zagranicznych, należy jednak mieć na uwadze, że częściej niż z rodziną przyjeżdżają oni w gronie przyjaciół i znajomych, choć nie odnosi się to w równym stopniu do wszystkich rynków. W tym sensie, najbardziej podobni do naszych turystów krajowych są Niemcy i Austriacy, którzy spośród turystów zagranicznych najczęściej przyjeżdżają do Małopolski z rodziną.



Rynek Brytyjski

Turyści z Wielkiej Brytanii zdecydowanie najczęściej zatrzymują się w hotelach. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samolot. Trzy najczęściej wymieniane przez turystów brytyjskich cele przyjazdu, to zwiedzanie, wypoczynek i rozrywka. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z Wielkiej Brytanii przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Niemiecki

Turyści z Niemiec zdecydowanie najczęściej zatrzymują się w hotelach, stosunkowo często jednak również pensjonatach bądź kwaterach prywatnych. Główny środek transportu, to jest w ich przypadku samochód. Trzy najczęściej wymieniane przez turystów niemieckich cele przyjazdu, to zwiedzanie, wypoczynek i rozrywka. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z Niemiec przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągiem | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Amerykański

Turyści z USA i Kanady należą do tych, którzy w Małopolsce przebywają najdłużej. W przypadku połowy z nich długość pobytu, to ponad 14 dni. Najczęściej zatrzymują się w hotelach. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samolot, a na miejscu również autokar. Dwa najczęściej wymieniane przez turystów z Ameryki cele przyjazdu, to zwiedzanie i wypoczynek. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z USA i Kanady przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Irlandzki

Turyści z Irlandii są pod wieloma względami podobnie do tych z Wielkiej Brytanii. Również zdecydowanie najczęściej zatrzymują się w hotelach, a głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samolot. Trzy najczęściej wymieniane przez turystów irlandzkich cele przyjazdu, to zwiedzanie, wypoczynek i rozrywka. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z Irlandii przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Austriacki

Turyści z Austrii są natomiast bardzo podobnie do turystów Niemieckich. Najczęściej zatrzymują się w hotelach ale stosunkowo często również w pensjonatach i kwaterach. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samochód. Trzy najczęściej wymieniane przez turystów austriackich cele przyjazdu, to zwiedzanie, wypoczynek i rozrywka. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z Austrii przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Wschodni (Ukraina, Rosja)

Turyści zza naszej wschodniej granicy najczęściej zatrzymują się w hotelach. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samochód. Najczęściej wymieniany przez turystów z Ukrainy i Rosji cel przyjazdu, to zwiedzanie zabytków. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści ze Wschodu przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Czeski, Słowacki, Węgierski.

Turyści z Czech, Słowacji i Węgier najczęściej zatrzymują się w pensjonatach, kwaterach prywatnych, bądź mieszkaniach znanych. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samochód osobowy. Turyści zza naszej południowej granicy przyjeżdżają do Małopolski najczęściej by wypocząć, ale również, aby odwiedzić znajomych bądź uprawiać różne formy turystyki aktywnej. Podobnie jak w przypadku innych turyistów również turyści z Czech, Słowacji i Węgier przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Francuski

Turyści z Francji zdecydowanie najczęściej zatrzymują się w hotelach. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samochód, ale stosunkowo często również samolot lub autokar. Trzy najczęściej wymieniane przez turystów francuskich cele przyjazdu, to zwiedzanie, wypoczynek i rozrywka. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z Francji przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |

Rynek Włoski

Turyści z Włoch zdecydowanie najczęściej zatrzymują się w hotelach. Głównym środkiem transportu jest w ich przypadku samolot, ale stosunkowo często również samochód. Trzy najczęściej wymieniane przez turystów włoskich cele przyjazdu, to zwiedzanie, wypoczynek i rozrywka. Podobnie jak w przypadku innych turystów również turyści z Włoch przyjazd najczęściej organizowali sobie samodzielnie. Jedna czwarta z nich, przyjechała dzięki biuru podróży.

P2. Jak długo łącznie będzie Pan(i) przebywał(a) w tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|--------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| 1 dzień | 19% | 14% | 19% | 49% | 7% | 9% | 28% | 5% | 75% | 13% |
| 2 dni | 6% | 3% | 7% | 3% | 0% | 9% | 17% | 35% | 0% | 0% |
| 3 dni | 25% | 30% | 27% | 5% | 29% | 27% | 21% | 30% | 0% | 13% |
| 4 dni | 11% | 8% | 20% | 0% | 7% | 23% | 10% | 10% | 0% | 13% |
| 5 dni | 17% | 25% | 9% | 10% | 36% | 14% | 3% | 0% | 8% | 25% |
| 6 dni | 4% | 3% | 4% | 3% | 14% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |
| 7 dni | 8% | 7% | 10% | 13% | 4% | 9% | 3% | 5% | 0% | 0% |
| 8-14 dni | 4% | 5% | 3% | 3% | 0% | 0% | 10% | 5% | 0% | 25% |
| ponad 14 dni | 2% | 1% | 1% | 15% | 0% | 5% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Brak danych | 3% | 4% | 1% | 0% | 4% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q3. Gdzie się Pan(i) zatrzymał(a)?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Hotel | 59% | 73% | 53% | 38% | 82% | 59% | 41% | 35% | 42% | 63% |
| Pensjonat | 11% | 5% | 21% | 0% | 0% | 18% | 10% | 25% | 0% | 0% |
| Kwatera prywatna | 6% | 4% | 3% | 8% | 4% | 14% | 14% | 15% | 0% | 0% |
| Schronisko | 2% | 3% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mieszkanie znajomych/ rodziny | 5% | 3% | 3% | 5% | 7% | 0% | 10% | 20% | 17% | 13% |
| Inne miejsce | 2% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 7% | 5% | 17% | 13% |
| Brak danych | 16% | 11% | 18% | 44% | 7% | 9% | 17% | 0% | 25% | 13% |

Q4. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) jadąc do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Samolotem | 47% | 82% | 16% | 33% | 93% | 18% | 0% | 10% | 25% | 50% |
| Pociągami | 5% | 1% | 9% | 0% | 0% | 0% | 14% | 5% | 0% | 0% |
| Autobusem lub busem kursowym | 7% | 9% | 5% | 15% | 0% | 5% | 3% | 0% | 8% | 13% |
| Autokarem wycieczkowym | 11% | 3% | 15% | 41% | 4% | 0% | 14% | 10% | 25% | 0% |
| Samochodem osobowym | 30% | 4% | 54% | 8% | 4% | 77% | 66% | 70% | 42% | 38% |

Q5. Jakie są główne cele Pana(i) przyjazdu do tej miejscowości?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Wypoczynek | 63% | 71% | 57% | 51% | 89% | 55% | 31% | 80% | 42% | 63% |
| Sprawy służbowe (biznes) | 2% | 2% | 2% | 3% | 4% | 0% | 0% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny krewnych lub znajomych | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% | 9% | 3% | 25% | 8% | 0% |
| Zwiedzanie zabytków | 71% | 63% | 75% | 92% | 61% | 73% | 76% | 60% | 92% | 75% |
| Udział w szkoleniu, kongresie | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Turystyka aktywna | 6% | 5% | 6% | 5% | 0% | 0% | 7% | 25% | 25% | 0% |
| Udział w imprezie kulturalnej | 1% | 0% | 1% | 5% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakupy | 9% | 12% | 6% | 13% | 7% | 5% | 10% | 0% | 0% | 13% |
| Odwiedziny miejsc rodzinnych | 2% | 1% | 2% | 5% | 0% | 0% | 3% | 0% | 8% | 0% |
| Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby) | 45% | 70% | 33% | 41% | 61% | 18% | 0% | 15% | 25% | 50% |
| Cel religijny | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 7% | 10% | 0% | 0% |
| Cel zdrowotny | 1% | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | 0% |
| Tranzyt | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% |
| Inny cel | 4% | 1% | 6% | 0% | 4% | 9% | 7% | 0% | 25% | 0% |

Q6. Kto zorganizował Pana(i) przyjazd tutaj?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| We własnym zakresie | 81% | 84% | 83% | 62% | 96% | 86% | 83% | 85% | 75% | 75% |
| Biuro podróży | 10% | 8% | 14% | 0% | 0% | 9% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Szkoła | 2% | 0% | 0% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Zakład pracy | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Parafia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Rodzina, znajomi | 5% | 7% | 1% | 13% | 4% | 0% | 7% | 0% | 25% | 0% |
| Inna instytucja | 1% | 0% | 0% | 5% | 0% | 0% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Q7. Kto towarzyszy Panu(i) w tej podróży?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Rodzina | 29% | 9% | 50% | 21% | 0% | 59% | 62% | 20% | 25% | 25% |
| Przyjaciele, znajomi | 58% | 81% | 33% | 72% | 96% | 27% | 31% | 60% | 67% | 38% |
| Grupa zorganizowana | 10% | 3% | 14% | 5% | 0% | 9% | 10% | 10% | 0% | 25% |
| Podróżuję sam/sama | 5% | 7% | 2% | 5% | 4% | 5% | 3% | 5% | 8% | 13% |

Q13. Z jakich źródeł zazwyczaj korzysta Pan(i), poszukując takich informacji?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Internet | 71% | 84% | 59% | 79% | 93% | 73% | 48% | 45% | 75% | 88% |
| Przewodniki turystyczne | 27% | 19% | 44% | 23% | 7% | 41% | 34% | 5% | 33% | 25% |
| Znajomi, rodzina | 16% | 14% | 15% | 21% | 4% | 14% | 48% | 15% | 33% | 25% |
| Atlasy | 7% | 3% | 8% | 13% | 0% | 0% | 14% | 5% | 17% | 38% |
| Foldery, ulotki | 7% | 6% | 4% | 13% | 11% | 0% | 7% | 10% | 0% | 25% |
| Biuro podróży | 6% | 4% | 7% | 5% | 0% | 5% | 0% | 10% | 0% | 38% |
| Brak danych | 12% | 11% | 9% | 15% | 4% | 0% | 14% | 35% | 8% | 0% |

Q17. Jak Pan(i) szacuje, ile pieniędzy ogółem wyda Pan(i) podczas tego pobytu na jedną osobę?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| do 50 zł | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 5% | 8% | 0% |
| 51 - 200 zł | 3% | 2% | 1% | 3% | 0% | 5% | 17% | 0% | 8% | 0% |
| 201 - 500zł | 8% | 3% | 4% | 8% | 0% | 18% | 48% | 45% | 25% | 25% |
| 501 - 1000zł | 28% | 28% | 32% | 13% | 25% | 32% | 21% | 40% | 8% | 38% |
| >1000 zł | 56% | 63% | 59% | 64% | 68% | 45% | 14% | 10% | 33% | 25% |
| nie wiem, trudno powiedzieć | 4% | 3% | 3% | 10% | 7% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% |

Q17. Czy gdyby zaistniała taka potrzeba, to był(a)by Pan(i) gotów wydać więcej?

| | Ogółem | Wielka Brytania | Niemcy | USA Kanada | Irlandia | Austria | Ukraina Rosja | Czechy Słowacja Węgry | Francja | Włochy |
|---------------------------------------|--------|-----------------|--------|------------|----------|---------|---------------|-----------------------|---------|--------|
| Nie był(a)bym gotów wydać więcej | 35% | 30% | 47% | 15% | 25% | 41% | 62% | 20% | 0% | 13% |
| Był(a)bym gotów wydać nieco więcej | 44% | 52% | 34% | 28% | 61% | 45% | 31% | 65% | 50% | 75% |
| Był(a)bym gotów wydać znacznie więcej | 20% | 17% | 19% | 54% | 14% | 14% | 7% | 15% | 42% | 13% |