

SATYSFAKCJA TURYSTÓW 2015





informacje o projekcie



metodologia badania



satysfakcja z pobytu w Polsce



turystyczny wizerunek Polski



ogólne informacje o pobycie w Polsce

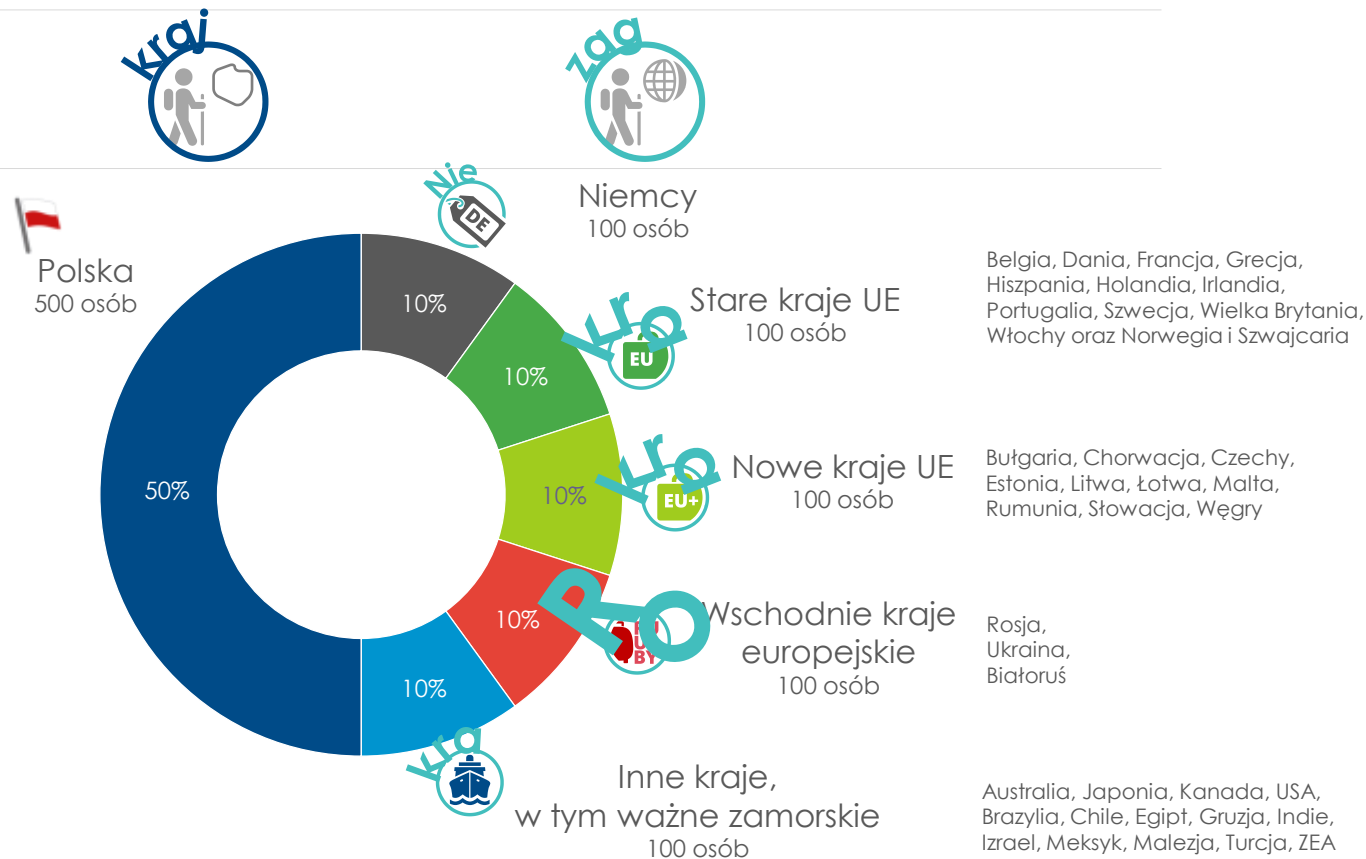


profil społeczno-demograficzny

zamawiający	Polska Organizacja Turystyczna
tematyka badania	Badanie satysfakcji turystów krajowych i zagranicznych
cele badania	Ocena jakości usług turystycznych oraz pomiar poziomu zaspokojenia oczekiwań turystów w odniesieniu do ich pobytu w Polsce
metodologia	Wywiady zasadnicze realizowano za pomocą CAWI (badania internetowe) Średni czas wywiadu: ~12 min
termin	czerwiec-sierpień 2015 r.
wykonawca	PBS Sp. z o.o.

respondenci

Respondentami w badaniu byli turyści krajowi oraz zagraniczni.

struktura
próby
badawczej



Metodologia badania



metodologia



Badanie odbywało się dwuetapowo:



- **rekrutacja** do badania zasadniczego, prowadzonego techniką osobistych ankiet papierowych (PAPI) na terenie 16 województw
- **badanie zasadnicze** realizowane z wykorzystaniem ankiety internetowej CAWI po powrocie turysty do miejsca zamieszkania

respondenci

Respondentami byli turyści polscy i zagraniczni, zrekrutowani do badania podczas pobytu/ podróży w Polsce

Za turystów uznawane były osoby, które podczas swojego wyjazdu/ pobytu **minimum raz nocowały** poza miejscem stałego zamieszkania oraz **deklarowały cel swojego przyjazdu/ pobytu jako:**



- **osobisty:** wypoczynek, rekreacja, wakacje, odwiedziny krewnych i znajomych, inne (na przykład zakupy, edukacja, pielgrzymka)
- **zawodowy**, ale połączony z wypoczynkiem, odwiedzinami lub realizacją innych celów turystycznych



W celu identyfikacji kluczowych elementów mających wpływ na ogólne zadowolenie z wakacji na terenie Polski, a także na decyzję o poleceniu innym spędzania wakacji w Polsce w badaniu wykorzystano następujące pytania:

ogólne zadowolenie z wyjazdu

Biorąc pod uwagę wszystko to co do tej pory mówił(a) Pan(i) o tym wyjeździe, proszę powiedzieć czy jest Pan(i) z niego zadowolony(a)?

Jak ocenia Pan(i) ten wyjazd w porównaniu z innymi podobnymi, z których korzystał(a) Pan(i) do tej pory?

[1. zdecydowanie gorzej – 5. zdecydowanie lepiej]

skłonność do polecenia

(...) na ile prawdopodobne jest, aby polecił(a) Pan(i) spędzenie wakacji w Polsce swojemu znajomemu lub przyjacielowi?

(...) a czy ponownie zdecydował(a) by się Pan(i) na podobny wyjazd?

[1. zdecydowanie nie – 5. zdecydowanie tak]

ocena szczegółowych aspektów

A jak ogólnie jest Pan(i) zadowolony (a) z różnych elementów tego wyjazdu?

- koszt całego wyjazdu
- atrakcje turystyczne (kultura, zabytki itp.)
- przyroda (las, parki narodowe, krajobrazy itp.)
- zakwaterowanie / noclegi

- wyżywienie/ gastronomia
- dostępność różnych form rozrywki
- możliwość dojazdu do Polski*
- transport lokalny
- czystość
- informacja turystyczna/ oznakowanie tras/ atrakcji turystycznych

- atmosfera pobytu
- bezpieczeństwo
- możliwość porozumiewania się z Polakami *
- pogoda

*item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym

Do oceny każdego aspektu wykorzystano skalę:



1. bardzo
niezadowolony



2. raczej
niezadowolony



3. ani niezadowolony
ani zadowolony



4. raczej
zadowolony



5. bardzo
zadowolony



nie korzystałem

Do oceny skłonności polecenia wykorzystano skalę:



0. zupełnie
nieprawdopodobne



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10. bardzo
prawdopodobne



NPS

NPS (Net Promoter Score) jest wskaźnikiem badania lojalności klientów, a co za tym idzie – kondycji marki. Został stworzony przez Fred Reichheld, Bain & Company i Satmetrix w 2003 roku. Frederik Reichheld dowodzi, że istnieje związek między wartością NPS, a sukcesami marek.

NPS jest niezmiernie popularny globalnie, a od kilku lat również stosowany w Polsce.

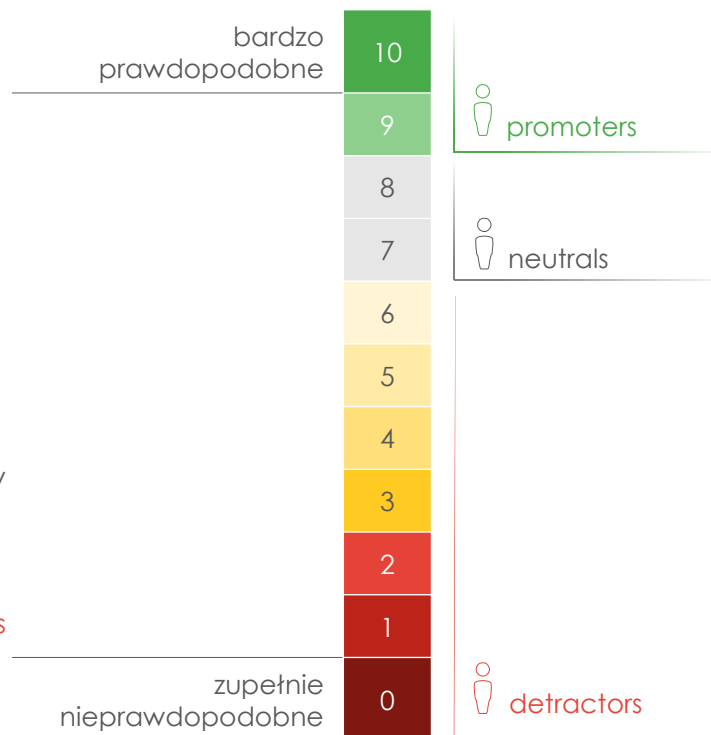
Kwintesencją wskaźnika NPS jest jedno pytanie dotyczące skłonności klienta do polecenia firmy swoim znajomym.

**Na ile prawdopodobne jest to,
że polecił(a)by Pan(i)
usługi firmy X swojemu
przyjacielowi lub znajomemu?**

Do obliczenia NPS wydzielamy trzy grupy klientów: krytyków, pasywnych oraz promotorów marki.



$$\text{NPS} = \text{promoters} - \text{detractors}$$





Satysfakcja z pobytu w Polsce



Satysfakcja

Ogólna satysfakcja z pobytu w Polsce jest wysoka. Średnia wartość wskaźnika dla turystów krajowych wynosi 4,2 w pięciostopniowej skali. Nieco wyższy wskaźnik satysfakcji z pobytu dotyczy turystów zagranicznych – 4,3. W tej grupie najwięcej ocen pozytywnych (bardzo lub raczej zadowolony) udzielili turyści z krajów starej Unii Europejskiej oraz z Białorusi, Ukrainy lub Rosji (odpowiednio 96% i 97% wskazań pozytywnych). Najniższe średnie oceny przyznali mieszkańcy krajów nowej Unii Europejskiej (średnia 4,0).

Poziom zadowolenia turystów zarówno krajowych jak i zagranicznych jest nieznacznie niższy niż w ubiegłym roku (wówczas 4,4 w przypadku obu grup turystów).

Zdecydowana większość turystów, zarówno krajowych jak i zagranicznych chętnie wybrałaby się ponownie na wyjazd, z którego niedawno wróciła – aż 8 na 10 turystów chciałoby taki wyjazd powtórzyć. W blisko połowie przypadków obecny wyjazd był lepszy lub znacznie lepszy od innych wyjazdów (41% turystów krajowych, 46% zagranicznych).

Połowa badanych przyznała, że pobyt w Polsce był tak samo dobry jak ich wcześniejsze podróże.

Skłonność do ponownego przyjazdu do Polski jest szczególnie widoczna w przypadku turystów z Rosji, Ukrainy i Białorusi – 6 na 10 turystów z tej grupy zdecydowanie chciałaby do Polski powrócić. Równie często deklaracje takie składali mieszkańcy krajów starej Unii Europejskiej oraz Niemiec (odpowiednio 57% i 54% wskazań odpowiedzi zdecydowanie tak).

Ogólny poziom zadowolenia z pobytu w Polsce turystów krajowych i zagranicznych różni się w zależności od charakteru podróży. Turyści krajowi istotnie wyżej niż turyści zagraniczni cenią podróże odbywane w pojedynkę (4,4 vs. 4,1). Turyści zagraniczni z kolei wyraźniej wyżej oceniają pobyt w Polsce, gdy jest on częściowo zorganizowany (4,2 vs. 3,9), trwa co najmniej 2 tygodnie (4,2 vs. 3,9) lub dotyczy podróży z noclegami w wielu miejscowościach (4,3 vs. 4,0).

Wyraźnie najwyższe oceny pobytu w Polsce dotyczą wyjazdów krótkich (maksymalnie do 7 noclegów) oraz z noclegiem w dużych miastach. Średnia ocena przyznawana tego typu wyjazdom wynosi 4,4 w pięciostopniowej skali.



Prawdopodobieństwo polecenia Polski

Skłonność do rekomendowania Polski jako wakacyjnej destynacji wyrażona wskaźnikiem NPS jest wysoka i zbliżona do wartości wskaźnika z poprzedniego pomiaru. W przypadku turystów krajowych NPS wynosi 32 (vs. 33 w 2014 roku) w przypadku turystów zagranicznych – 37 (vs. 40).

Mieszkańcy krajów starej Unii Europejskiej oraz Niemiec to turyści najbardziej wśród turystów zagranicznych skłonni do promowania walorów Polski (wskaźnik NPS na poziomie 53 i 51). Jedynie wśród turystów z krajów zamorskich wyniki są wyraźnie niższe niż w ubiegłym roku (22 vs 38). Wpływ na osłabienie wskaźnika w przypadku tej grupy ma zwiększony odsetek turystów neutralnych (osób oceniających prawdopodobieństwo polecenia Polski na poziomie 7-8 przy wykorzystaniu 10-cio stopniowej skali.)

Podobnie jak w ubiegłym roku, najmniej osób polecających Polskę znalazło się wśród turystów pochodzących z nowej Unii Europejskiej. Blisko co czwarty badany z tej grupy niezbyt wysoko ocenia

prawdopodobieństwo polecenia Polski swoim znajomym (23% krytyków w 2015 roku i 15% w 2014 roku). Turyści zagraniczni wyraźnie częściej niż turyści krajowi są skłonni polecić Polskę swoim znajomym w przypadku pobytu z noclegiem w hotelu, podczas wizyt związanych z eventami kulturalnymi lub sportowymi oraz w przypadku pobytu co najmniej 2-tygodniowego.

Ocena kosztu i jakości pobytu w Polsce

Turyści krajowi bardzo wysoko oceniają jakość gastronomii (66%) oraz jakość atrakcji turystycznych (71%). Jednocześnie aspekty te przez ponad połowę badanych oceniane są jako bardzo kosztowne (w obu przypadkach 56%). Nieco mniej wskazań na wysoką jakość dotyczy noclegów (52%) oraz transportu lokalnego (46%). Ponownie w obu przypadkach częściej oceniane są jako drogie (odpowiedni 39% i 31%).

Obcokrajowcy uważają polskie usługi turystyczne za stosunkowo tanie oraz dobrej jakości. Jedynie w przypadku wysoko ocenianych atrakcji turystycznych odsetek turystów deklarujących wyższy koszt jest nieznacznie większy od osób deklarujących stosunkowo niskie koszty wstępu do tych atrakcji (30% vs. 28%).





Ważność i zadowolenie z aspektów pobytu

Wszystkie poddane badaniu aspekty wyjazdu turystycznego zarówno przez turystów krajowych jak i zagranicznych uznane zostały za ważne i ocenione bardzo wysoko (w przypadku każdego aspektu mamy do czynienia z przewagą wskazań pozytywnych).

Turyści krajowi szczególnie doceniają takie aspekty jak bezpieczeństwo, kontakt z przyrodą oraz atmosferę podczas podróży. Wśród elementów oferty turystycznej najistotniejsze ich zdaniem są warunki zakwaterowania oraz wysokiej jakości atrakcje turystyczne.

W porównaniu do ubiegłego roku turyści krajowi wyraźnie wyżej ocenili poziom zadowolenia z jakości zakwaterowania (4,3 vs. 3,3) oraz jakość transportu lokalnego (4,0 vs. 3,3).

Turyści zagraniczni doceniają w szczególności bezpieczeństwo oraz atmosferę podczas swojego pobytu. Nie bez znaczenia jest również dostępność wielu atrakcji turystycznych oraz koszt całego wyjazdu.

W przypadku turystów obu grup pozostałe aspekty (choć oceniane nieco niżej) są również bardzo istotnie podczas planowania kolejnych podróży.

Na etapie analiz podjęto próbę stworzenia modelu SEM, który dostarcza informacji o wpływie poszczególnych elementów na ogólną ocenę wizyty w Polsce oraz skłonność do polecenia Polski innym znajomym.

Analizy wykazały jednak, że aspekty włączone do analizy wyjaśniają jedynie część ogólnej oceny przyznawanej w ramach odbytych podróży. Satysfakcja z pobytu w Polsce jest w tym przypadku determinowana przede wszystkim innymi czynnikami, np.: przyjazd związany z rodzinną imprezą, zaproszeniem przez znajomych lub wydarzeniem sportowym czy kulturalnym.



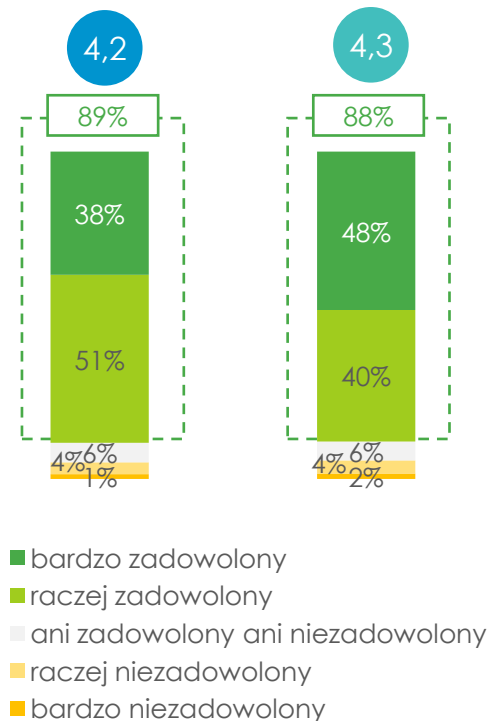


Ogólne zadowolenie z pobytu w Polsce:

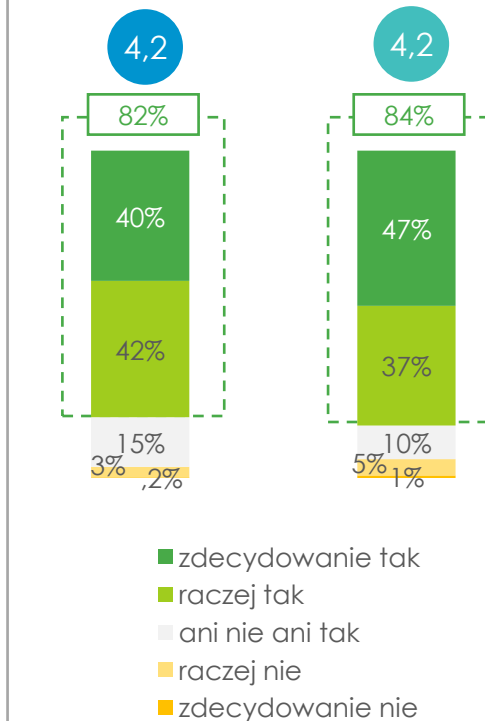


średnia*:

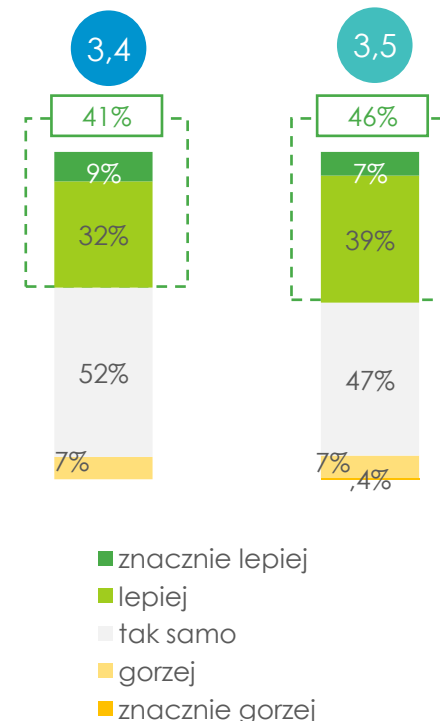
Top2boxes**:



Chęć ponownego wyjazdu:



Ocena wyjazdu w porównaniu do innych:



Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

*średnia arytmetyczna na skali 1 (ocena najniższa) - 5 (ocena najwyższa).

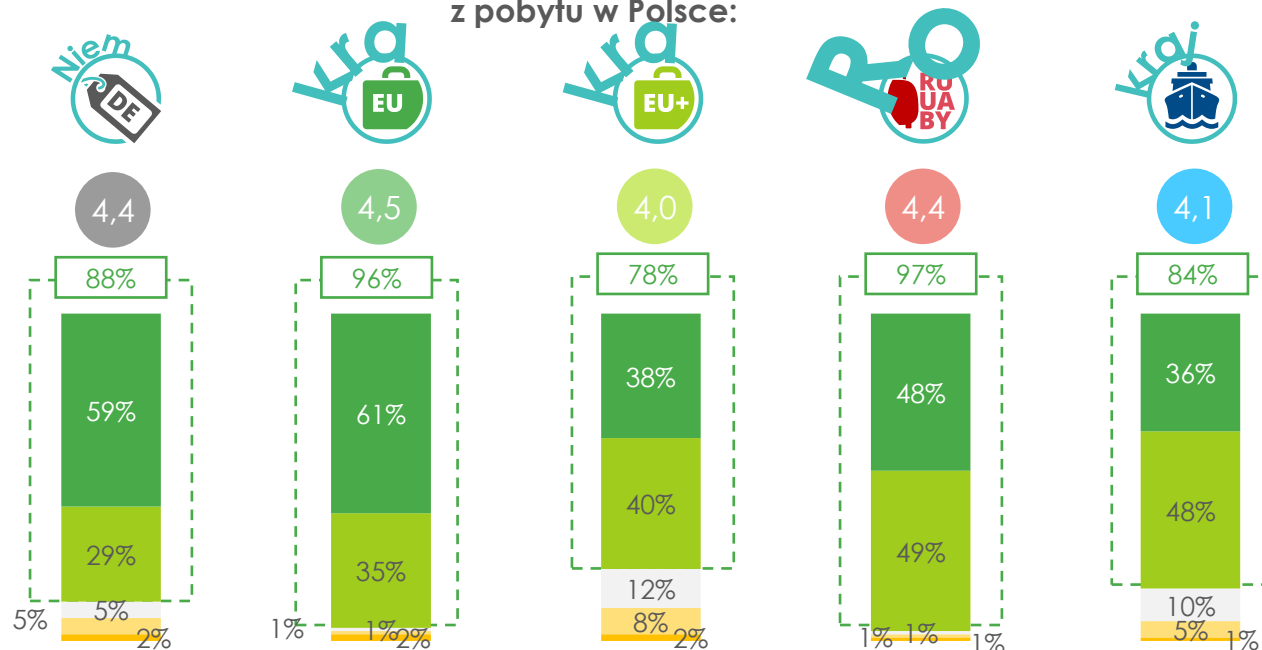
**suma odpowiedzi pozytywnych.



Ogólne zadowolenie z pobytu w Polsce:

średnia*:

Top2boxes**:



- bardzo zadowolony
- raczej zadowolony
- ani zadowolony ani niezadowolony
- raczej niezadowolony
- bardzo niezadowolony

Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

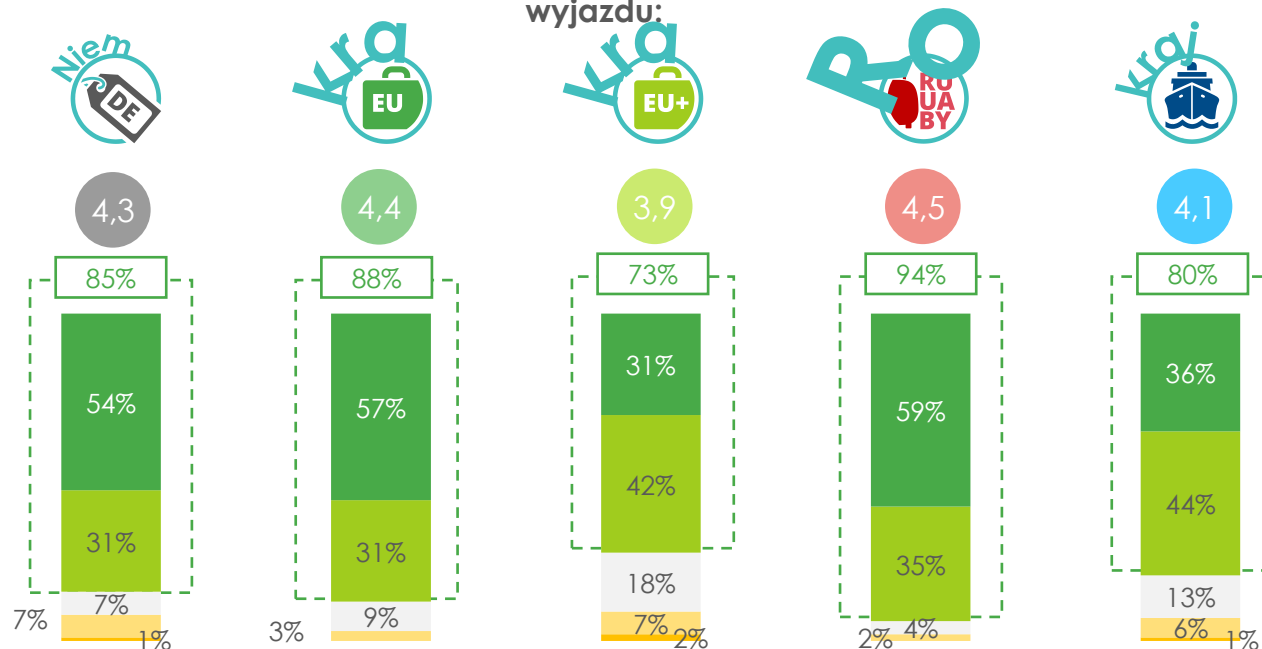
*średnia arytmetyczna na skali 1 (ocena najniższa) - 5 (ocena najwyższa).
** suma odpowiedzi pozytywnych.



Chęć ponownego wyjazdu:

średnia*:

Top2boxes**:



- zdecydowanie tak
- raczej tak
- ani nie ani tak
- raczej nie
- zdecydowanie nie

Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

*średnia arytmetyczna na skali 1 (ocena najniższa) - 5 (ocena najwyższa).

** suma odpowiedzi pozytywnych.

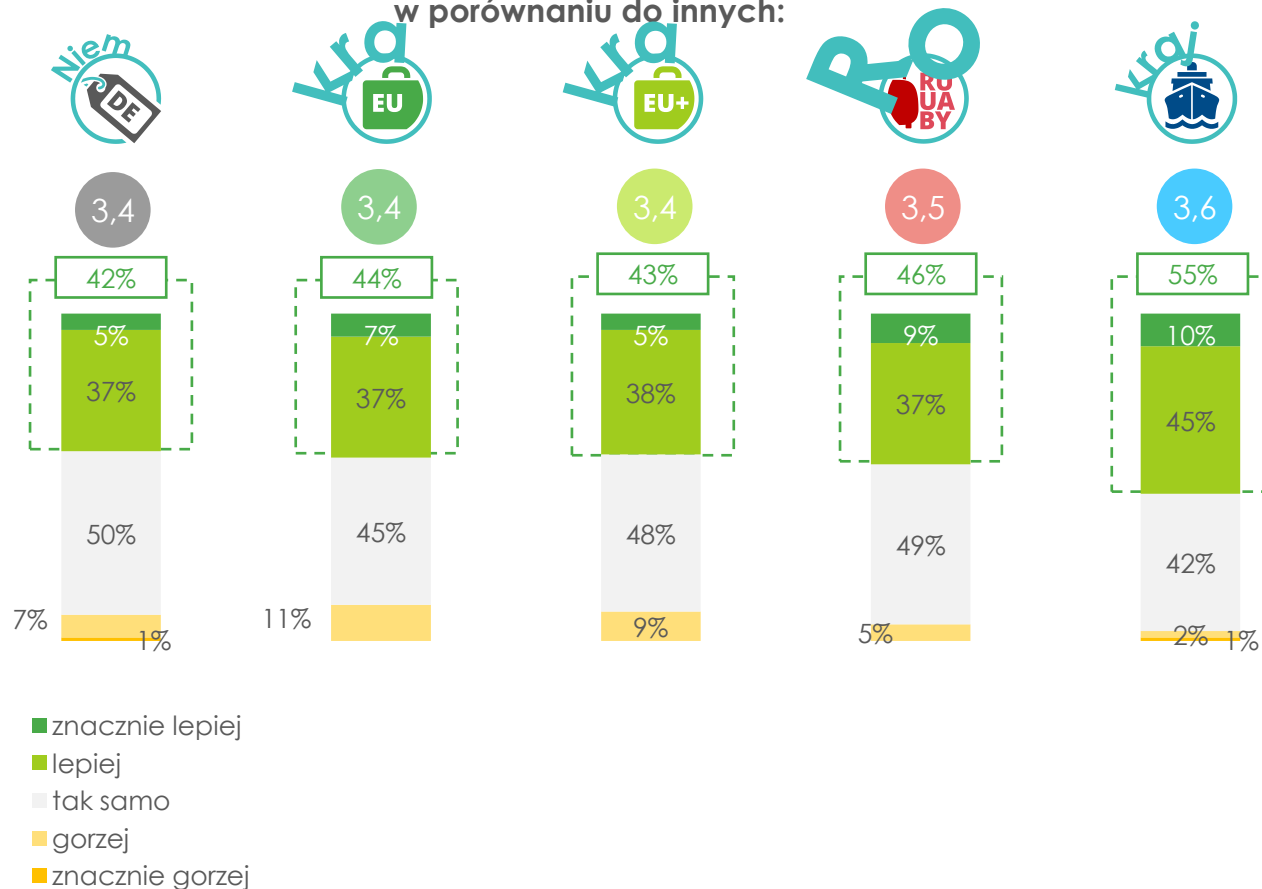




Ocena wyjazdu w porównaniu do innych:

średnia*:

Top2boxes**:

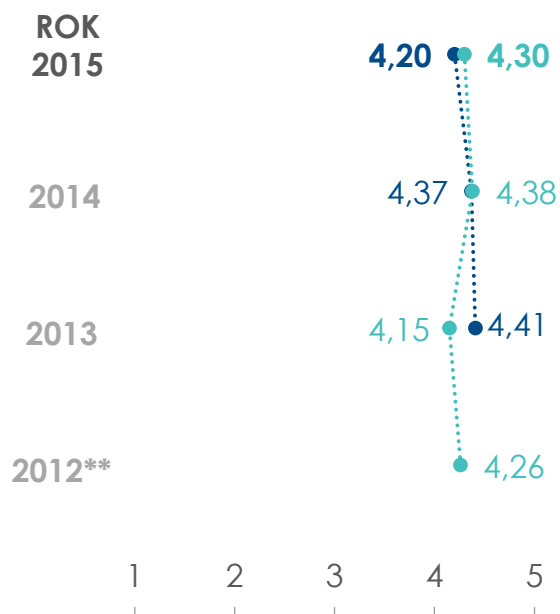


Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

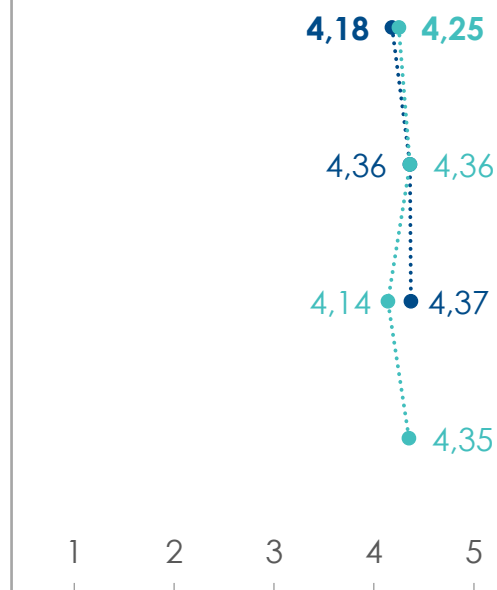
*średnia arytmetyczna na skali 1 (ocena najniższa) - 5 (ocena najwyższa).
** suma odpowiedzi pozytywnych.



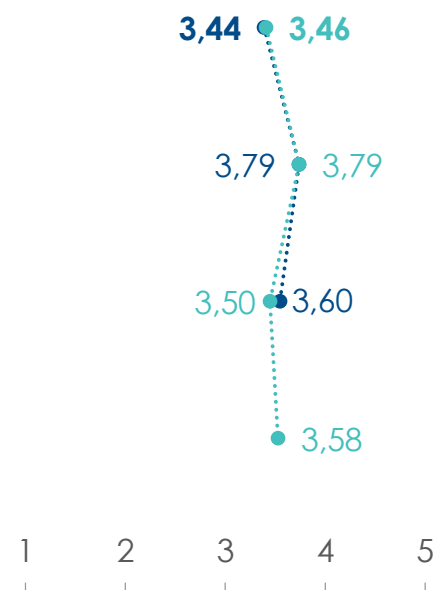
Ogólne zadowolenie z pobytu w Polsce:



Chęć ponownego wyjazdu:



Ocena wyjazdu w porównaniu do innych:



Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

*średnia arytmetyczna na skali 1 (ocena najniższa) - 5 (ocena najwyższa).

** W 2012 badanie realizowane wyłącznie z obcokrajowcami (n=1305)



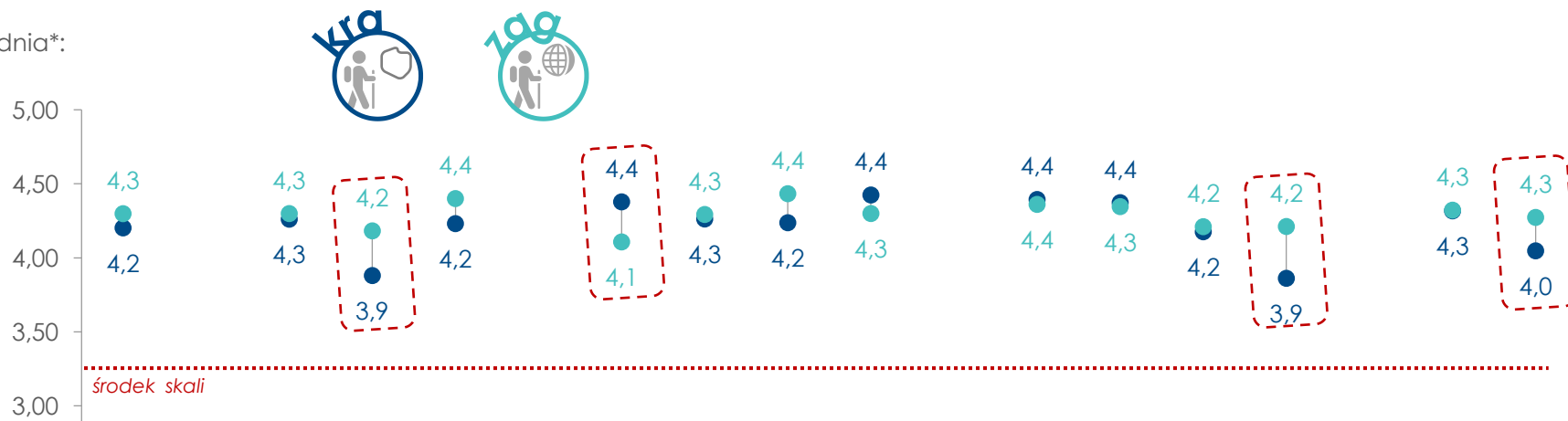
Charakterystyka podróży a satysfakcja

Ogólne zadowolenie (1/3)

Satysfakcja
turystów
2015

18

średnia*:



TK, n=	500	399	75	26	45	187	152	33	127	145	91	137	287	213
TZ, n=	500	385	55	60	56	188	67	97	122	188	119	71	258	242

OGÓŁEM

indywidualny

częściowo
zorganizowany

zorganizowany

jednosobowy

dwuosobowy

w grupie rodzinnej

w grupie przyjaciół

1-3 noclegi

4-7 noclegów

8-14 noclegów

powyżej
14 noclegów

noclegi tylko w jednej
miejscowości

noclegi w kilku
miejscowościach

RODZAJ

UCZESTNICY

LICZBA
NOCLEGÓW

LICZBA
MIEJSCOWOŚCI

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

Wyróżniono wynik o największej różnicy

*średnia arytmetyczna na skali 1-5.



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





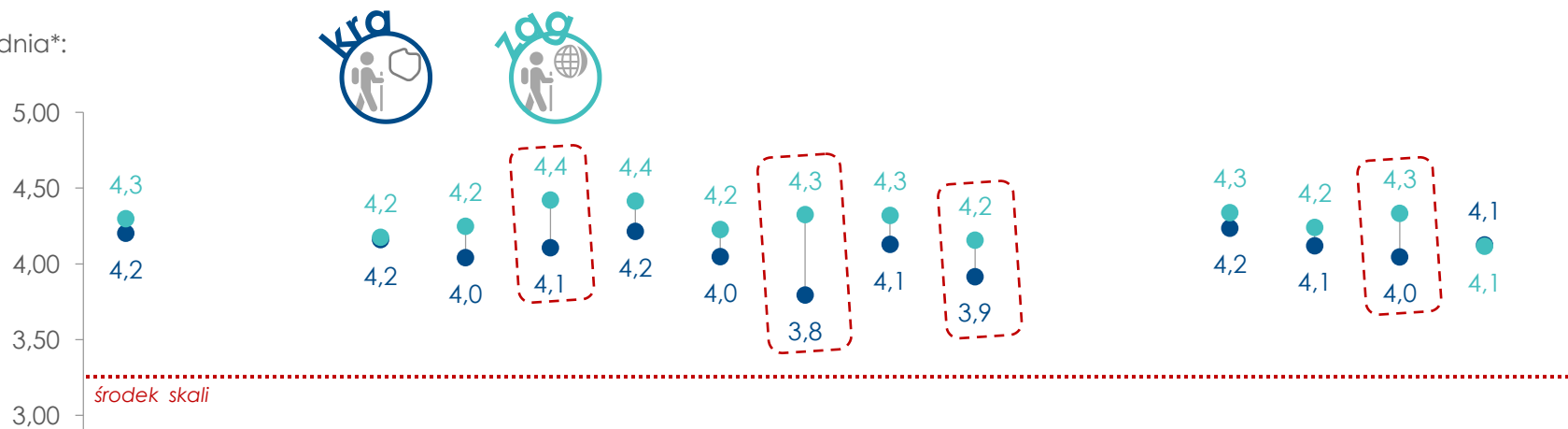
Charakterystyka podróży a satysfakcja

Ogólne zadowolenie (2/3)

Satysfakcja
turyistów
2015

19

średnia*:



TK, n=	500	225	98	94	42	63	68	210	47	370	84	22	24
TZ, n=	500	154	117	38	111	128	40	97	32	296	104	57	43

OGÓŁEM

u rodziny, znajomych

schronisko młodzieżowe, hostel

motel, pensjonat

hotel, 4 lub 5 gwiazdkowy

hotel, 3 gwiazdkowy

hotel, 1 lub 2 gwiazdkowy
pokoje gościnne,
wynajęte mieszkanie,
dom

camping, pole namiotowe

wypoczynek, rekreacja

odwiedziny bliskich

inne: eventy, kuracja, SPA
zawodowy, ale połączony z wycieczką

TYP NOCLEGU

GŁÓWNY CEL PODRÓŻY

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

Wyróżniono wynik o największej różnicy

*średnia arytmetyczna na skali 1-5.



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





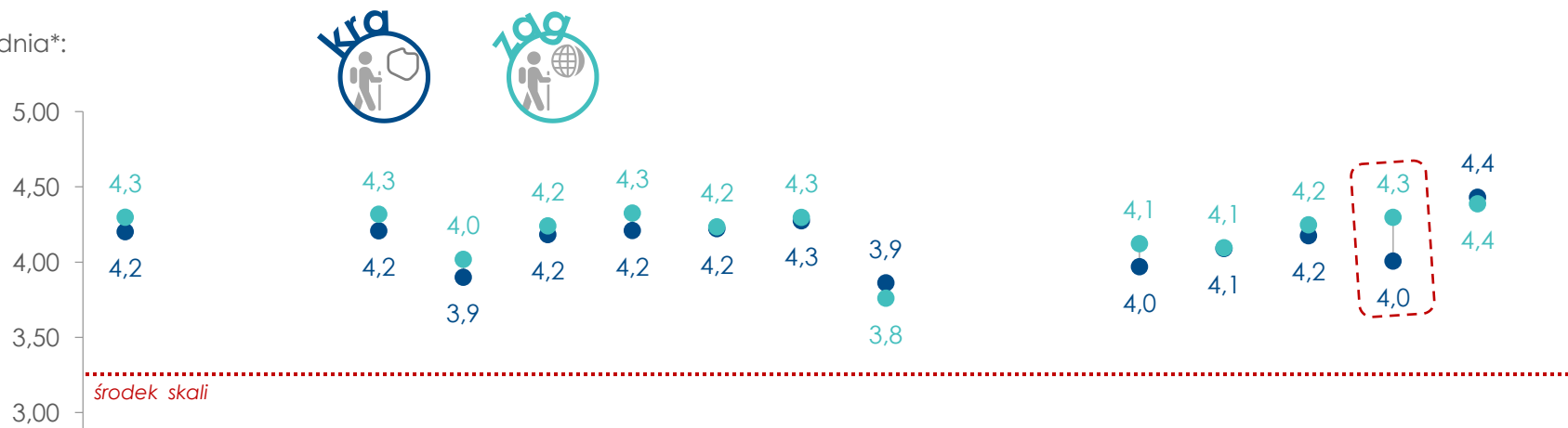
Charakterystyka podróży a satysfakcja

Ogólne zadowolenie (3/3)

Satysfakcja
turystów
2015

20

średnia*:



TK, n=	500	308	119	197	286	162	346	58	163	122	177	150	130
TZ, n=	500	349	55	133	218	222	377	25	90	42	105	74	222

OGÓŁEM

rozywka, kontakty
towarzyskie

zdrowie i uroda

rekreacja czynna,
uprawianie sportu

wypoczynek,
rekreacja mało
aktywna

zakupy

zwiedzanie,
obcowanie z kulturą

udział w praktykach
religijnych

jeziora, rzeki

góry

morze

las, puszcza

miasto

PODEJMOWANA AKTYWNOŚĆ

PREFEROWANE MIEJSCA
WYPOCZYNKU

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

Wyróżniono wynik o największej różnicy

*średnia arytmetyczna na skali 1-5.

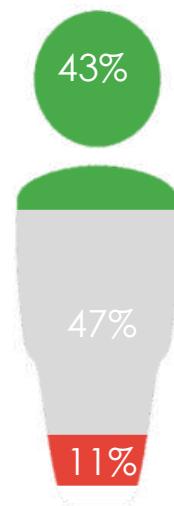
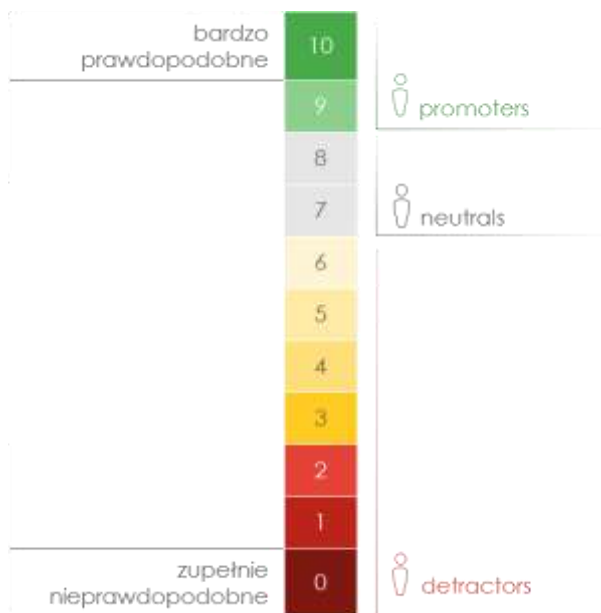


POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

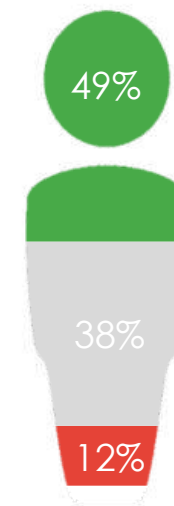




**Prawdopodobieństwo polecenia
spędzenia wakacji w Polsce
swojemu znajomemu:**



32
NPS



37
NPS

$$\text{NPS} = \text{promoters} - \text{detractors}$$

Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

2015
2014
NPS





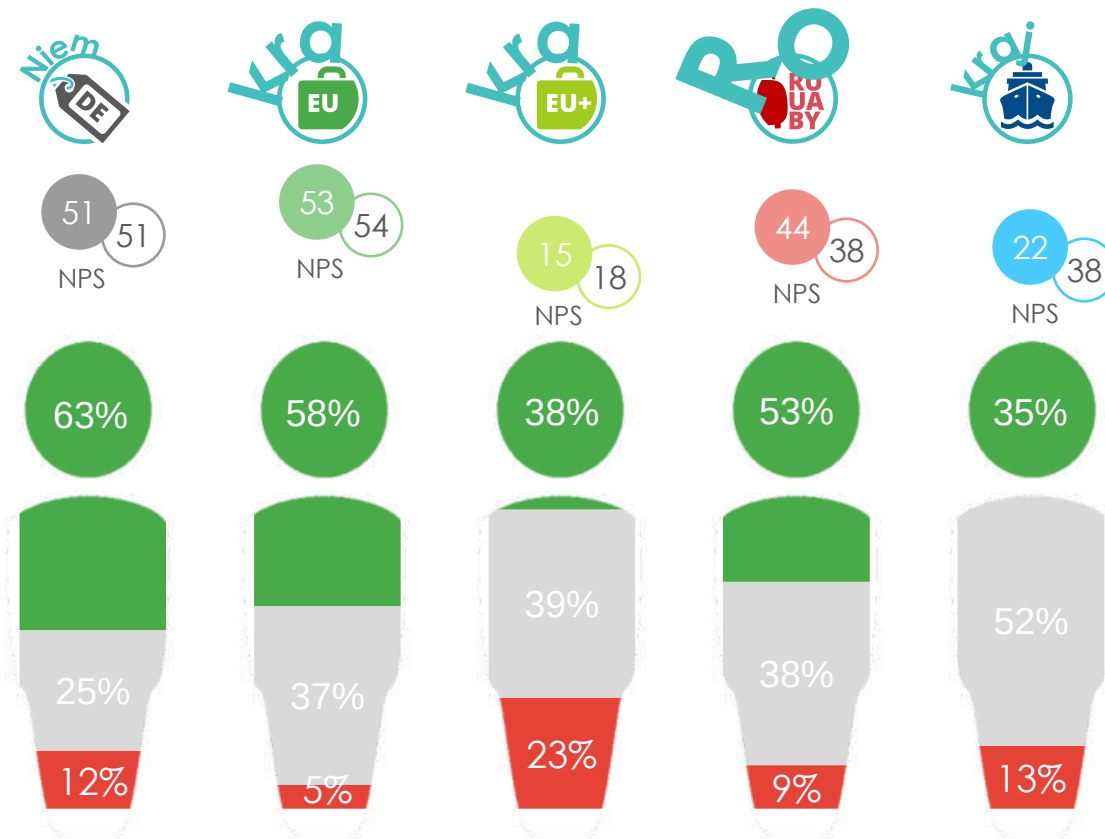
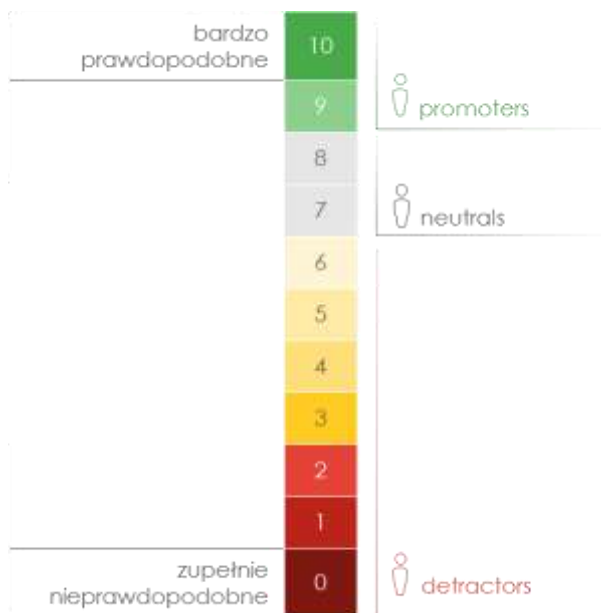
Net Promoter Score

Wyniki szczegółowe

Satysfakcja
turystów
2015

22

Prawdopodobieństwo polecenia
spędzenia wakacji w Polsce
swojemu znajomemu:



$$\text{NPS} = \text{promoters} - \text{detractors}$$

Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

2015
2014
NPS



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





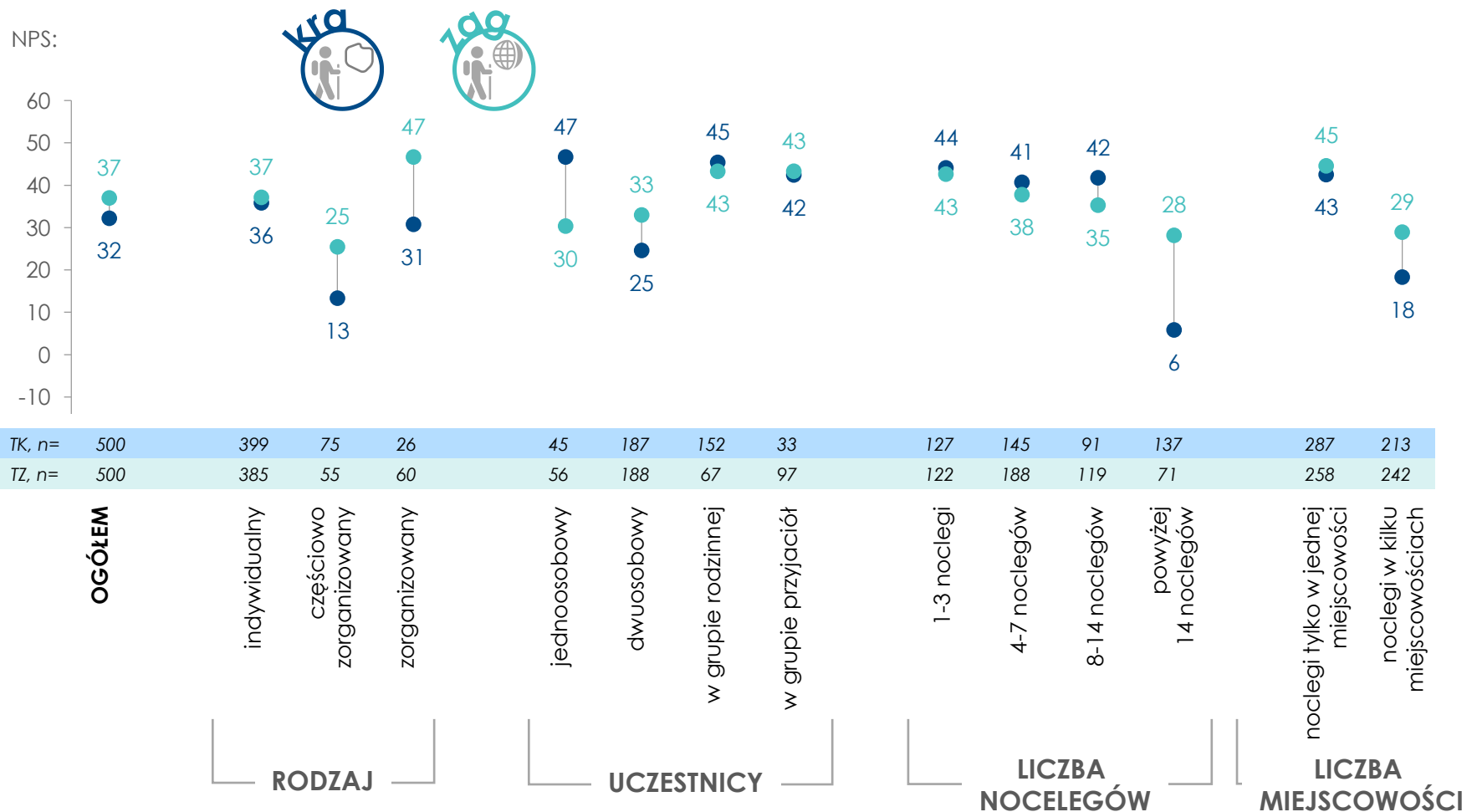
Charakterystyka podróży a NPS

NPS (1/3)

Satysfakcja
turystów
2015

23

NPS:



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





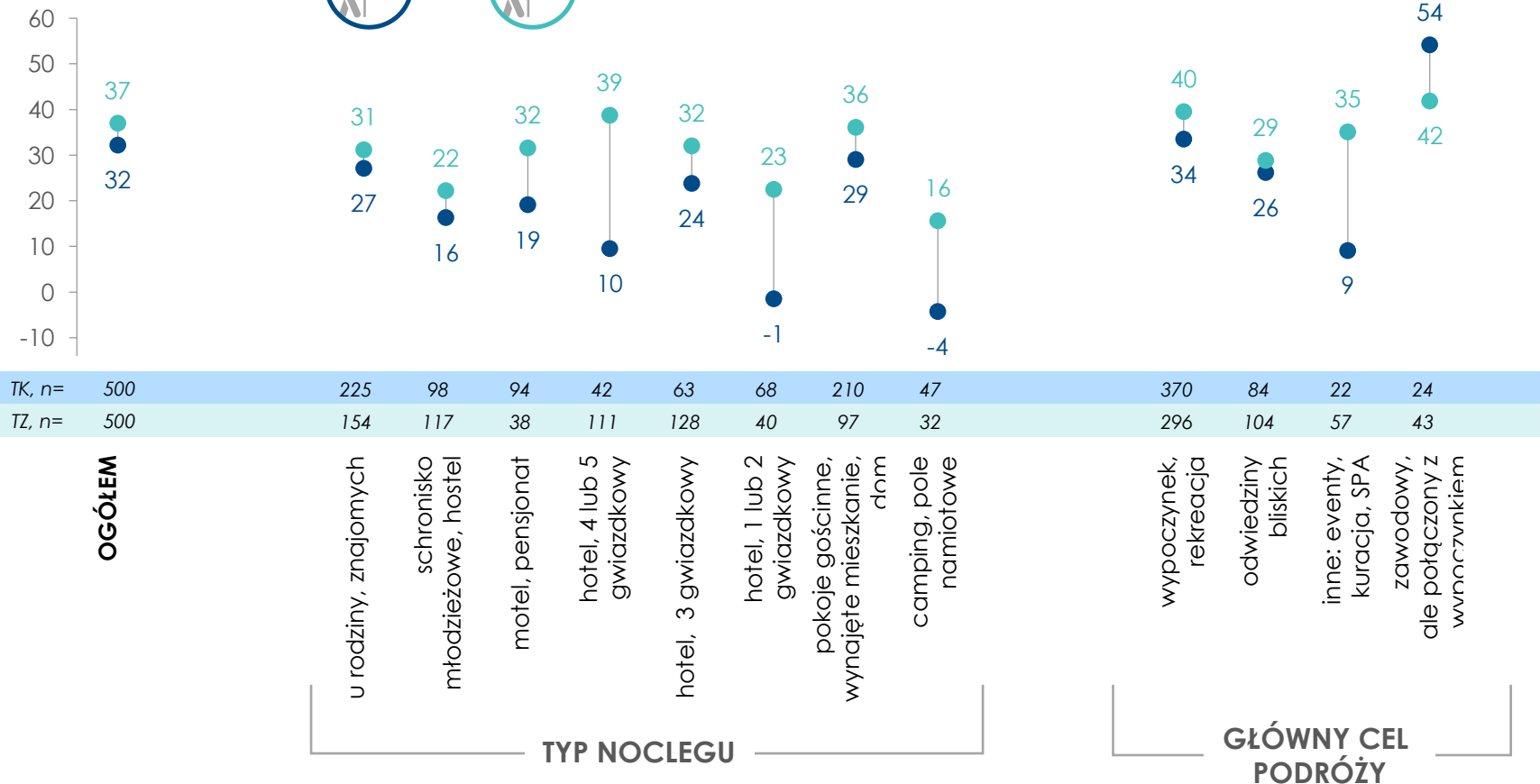
Charakterystyka podróży a NPS

NPS (2/3)

Satysfakcja
turystów
2015

24

NPS:



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Charakterystyka podróży a NPS

NPS (3/3)

Satysfakcja
turystów
2015

25

NPS:



TK, n=	500	308	119	197	286	162	346	58	163	122	177	150	130
TZ, n=	500	349	55	133	218	222	377	25	90	42	105	74	222

OGÓŁEM

rozrywka, kontakty
towarzyskie

zdrowie i uroda

rekreacja czynna,
uprawianie sportu

wypoczynek,
rekreacja mało
aktywna

zakupy

zwiedzanie,
obcowanie z kulturą

udział w praktykach
religijnych

jeziora, rzeki

góry

morze

las, puszcza

miasto

PODEJMOWANA AKTYWNOŚĆ

PREFEROWANE MIEJSCA
WYPOCZYNKU

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Satysfakcja z pobytu w Polsce

Jakość a koszty usług – wyniki ogólne

Satysfakcja
turystów
2015

26



noclegi



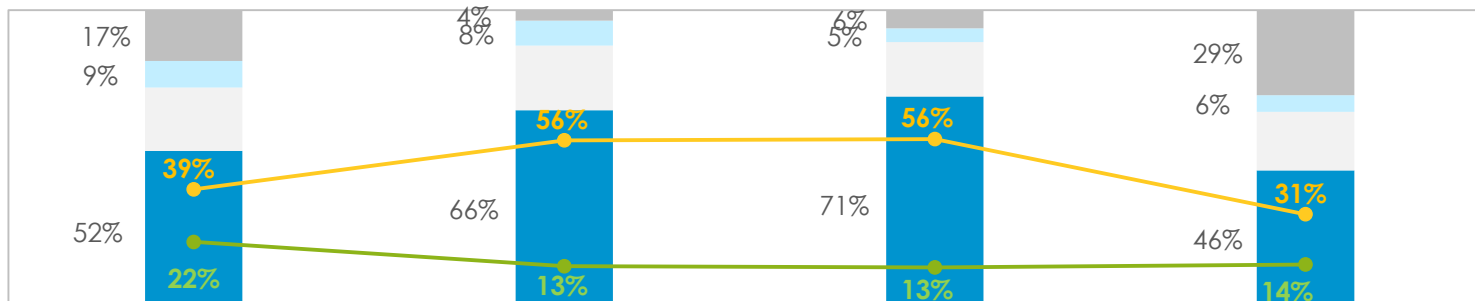
gastronomia



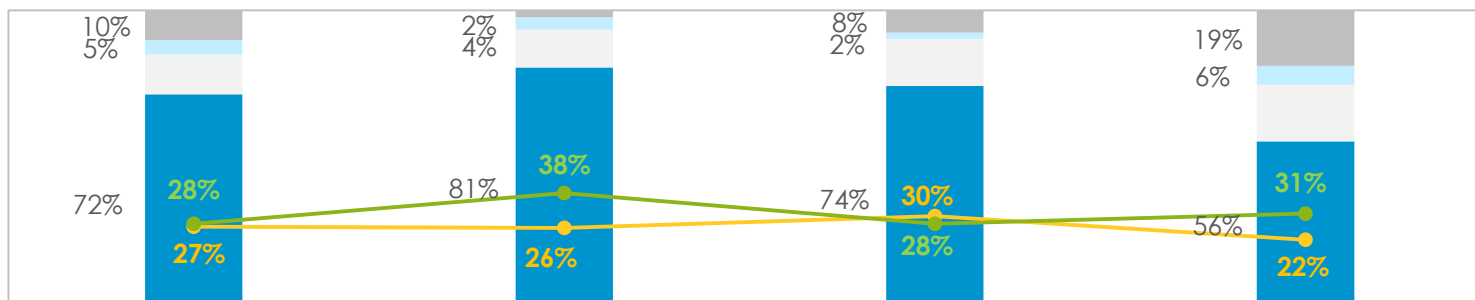
atrakcje turystyczne



transport lokalny



Top & Low
2boxes*:



Top & Low
2boxes*:

wysoka jakość niska jakość nie korzystał wysoki koszt niski koszt

Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

* suma odpowiedzi pozytywnych i negatywnych
Osoby niekorzystające nie oceniały kosztu ani jakości podanych aspektów.



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



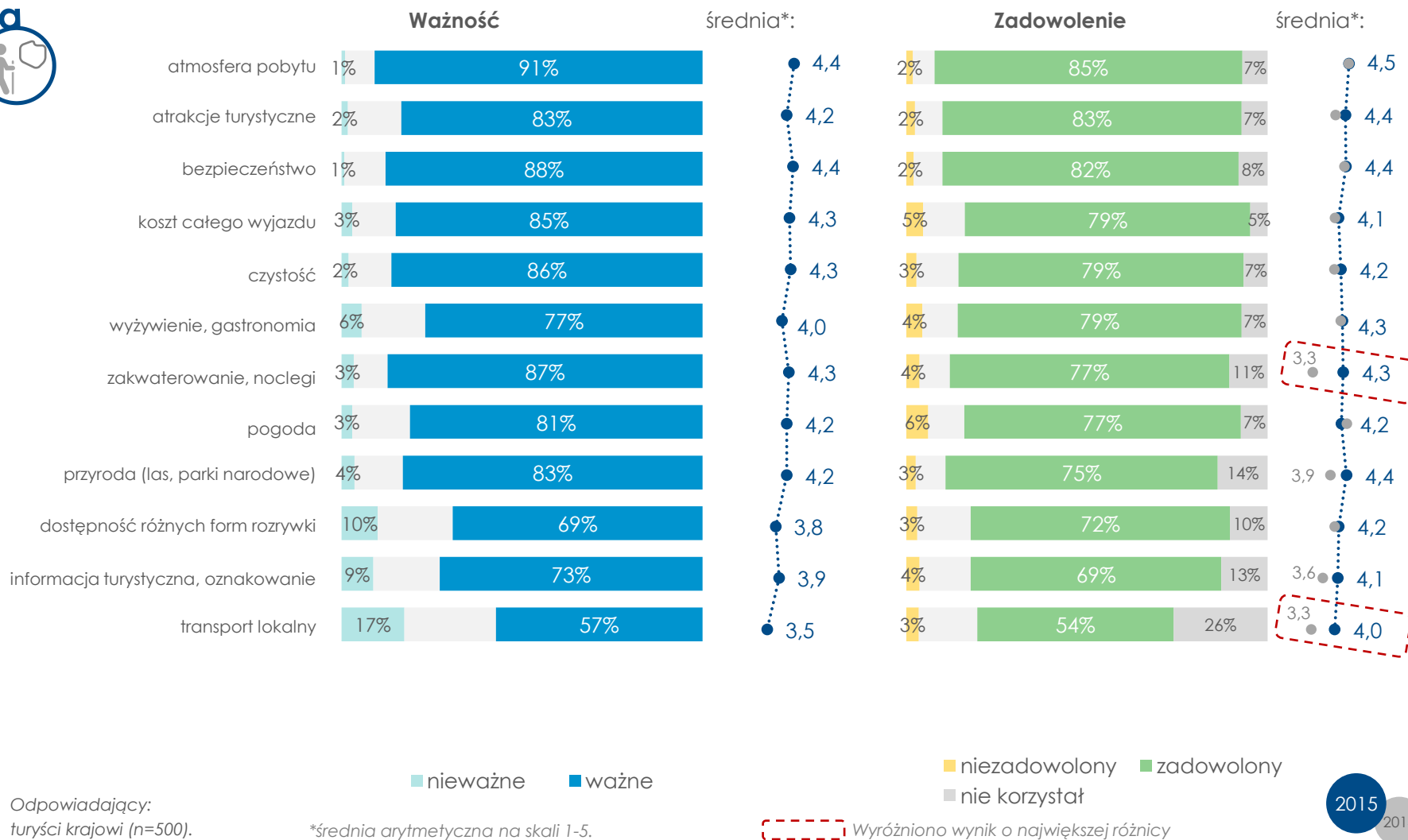


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Ważność i zadowolenie z różnych aspektów pobytu – turyści krajowi

Satysfakcja
turyistów
2015

27



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



pbs®

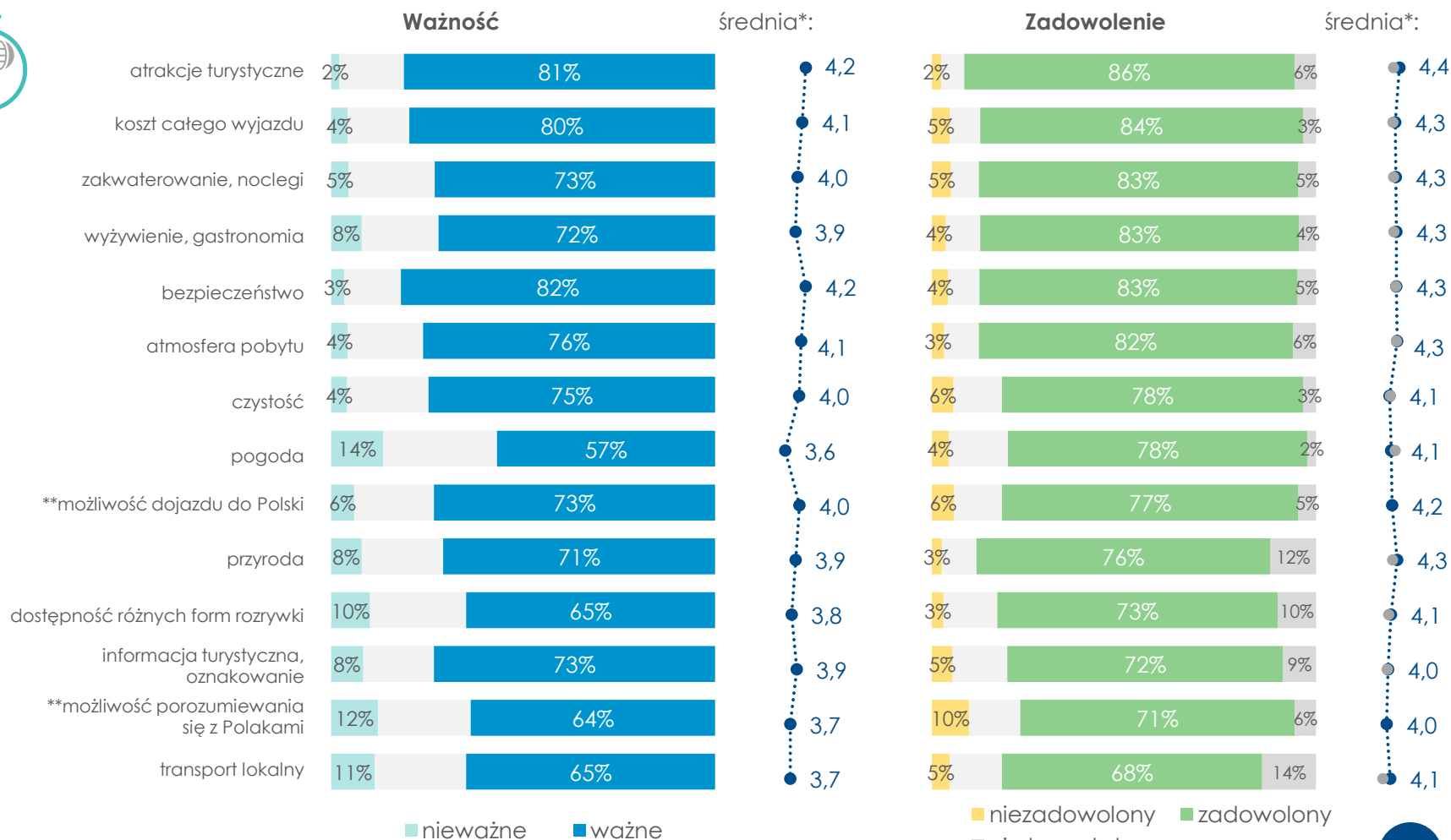


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Ważność i zadowolenie z różnych aspektów pobytu – turyści zagraniczni

Satysfakcja
turyistów
2015

28



Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=500).

*średnia arytmetyczna na skali 1-5.

Wyróżniono wynik o największej różnicy
**item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym

2015

2014

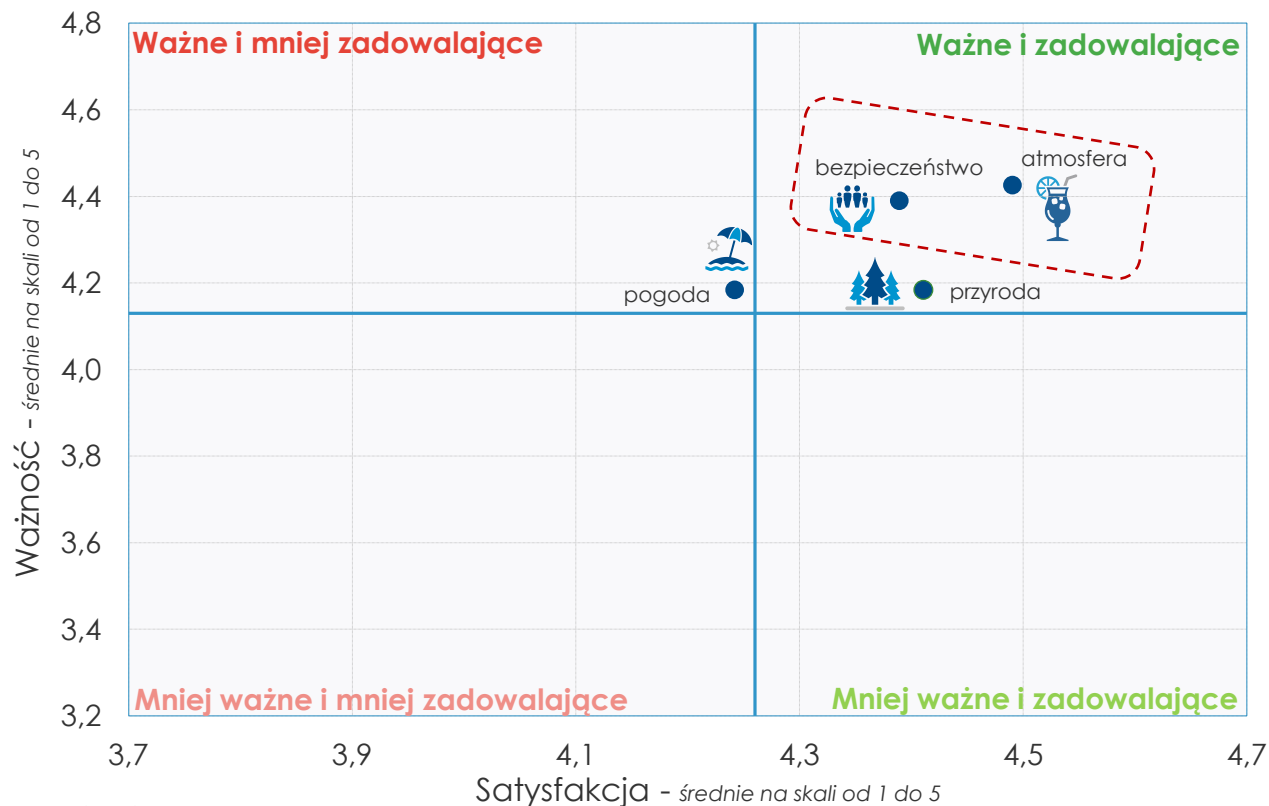


POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE



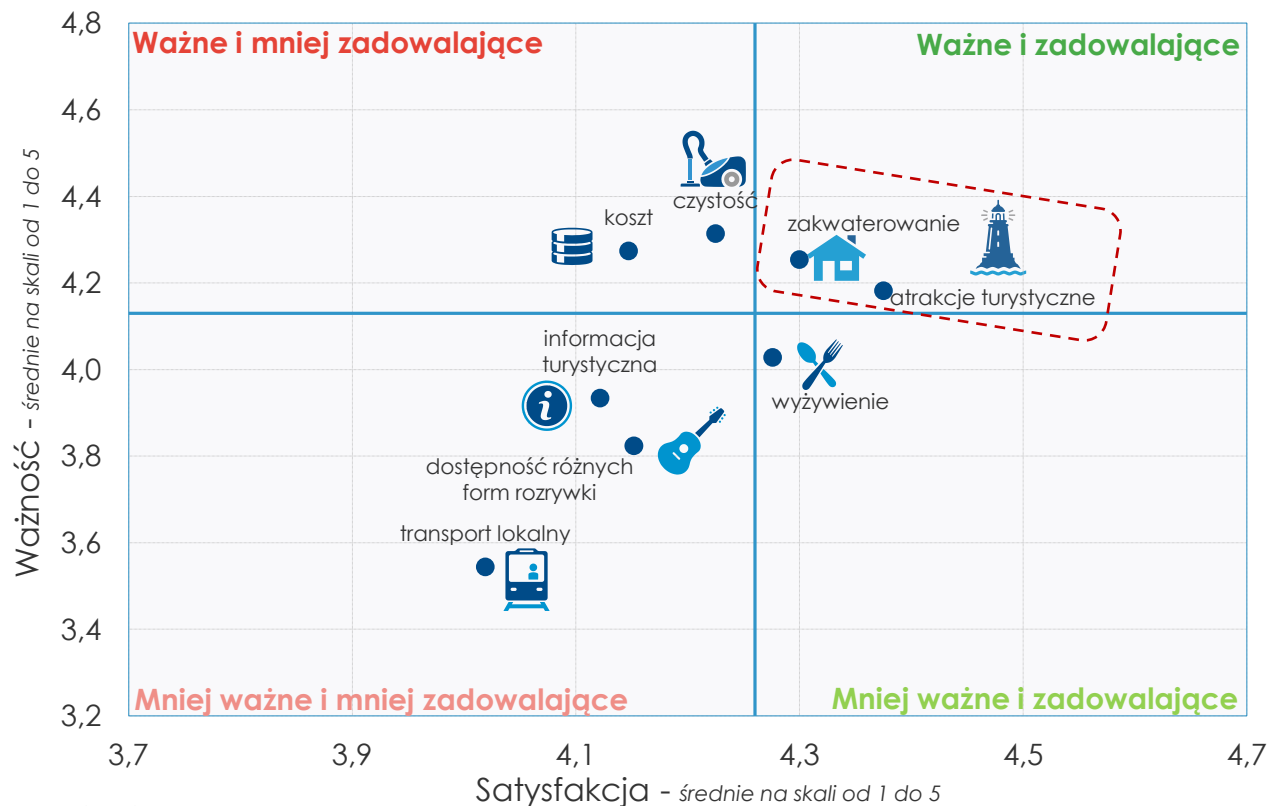
Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500).

Wyróżniono najważniejsze czynniki





USŁUGI, ELEMENTY OFERTY TURYSTYCZNEJ



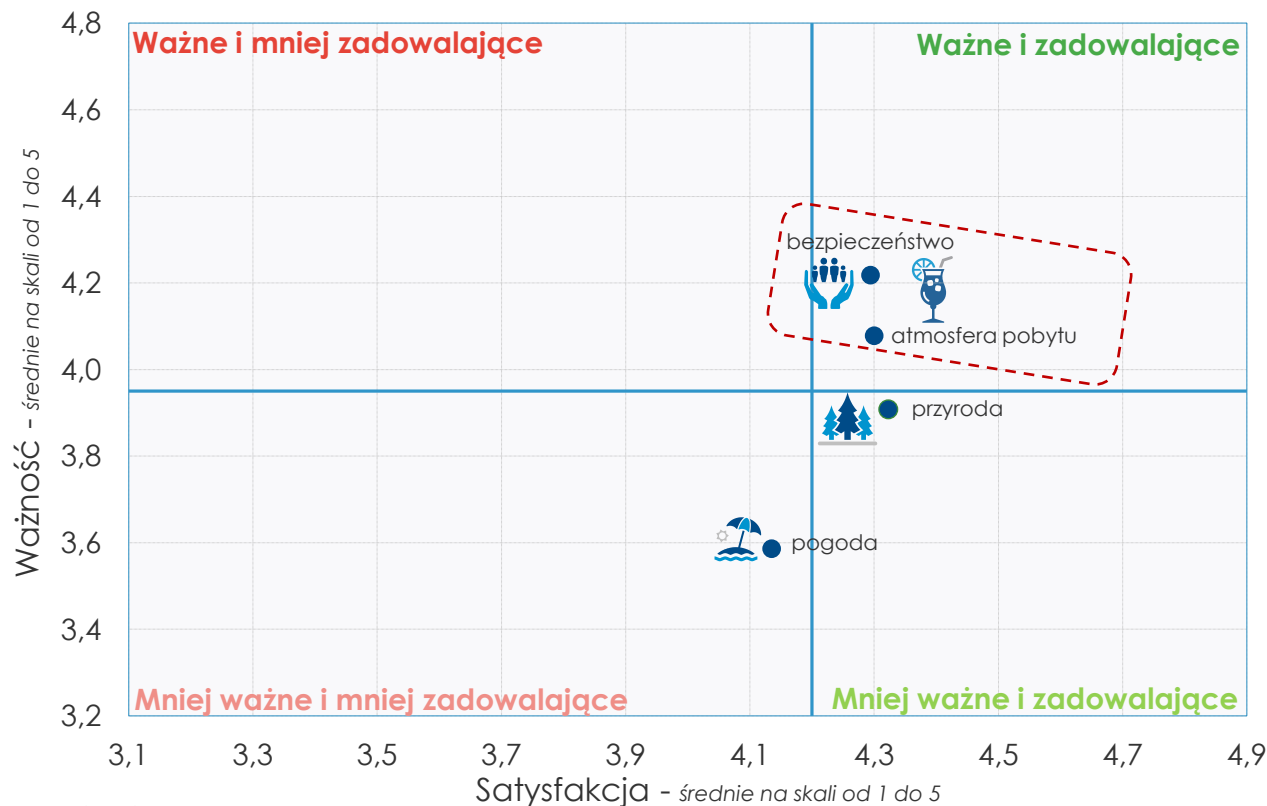
Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500).

Wyróżniono najważniejsze czynniki





CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE



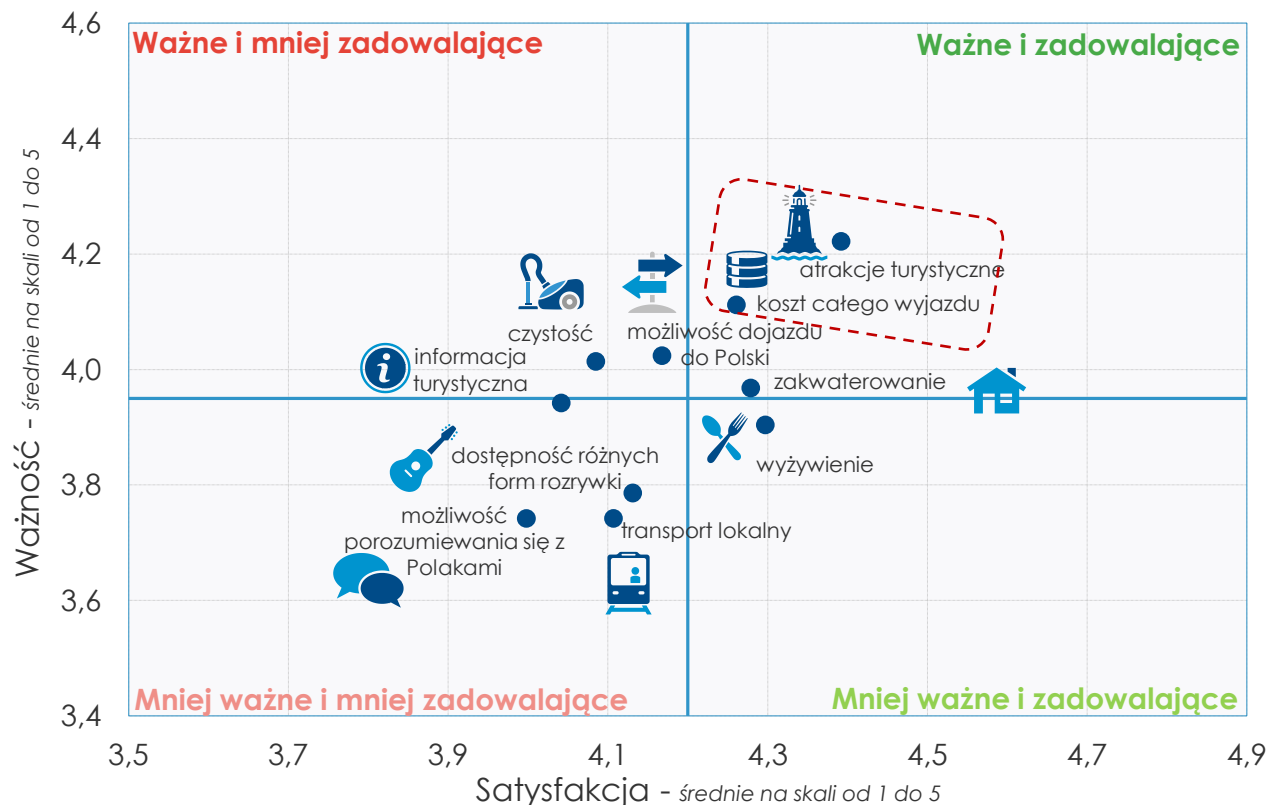
Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=500).

Wyróżniono najważniejsze czynniki





USŁUGI, ELEMENTY OFERTY TURYSTYCZNEJ



Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=500).

Wyróżniono najważniejsze czynniki *item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym

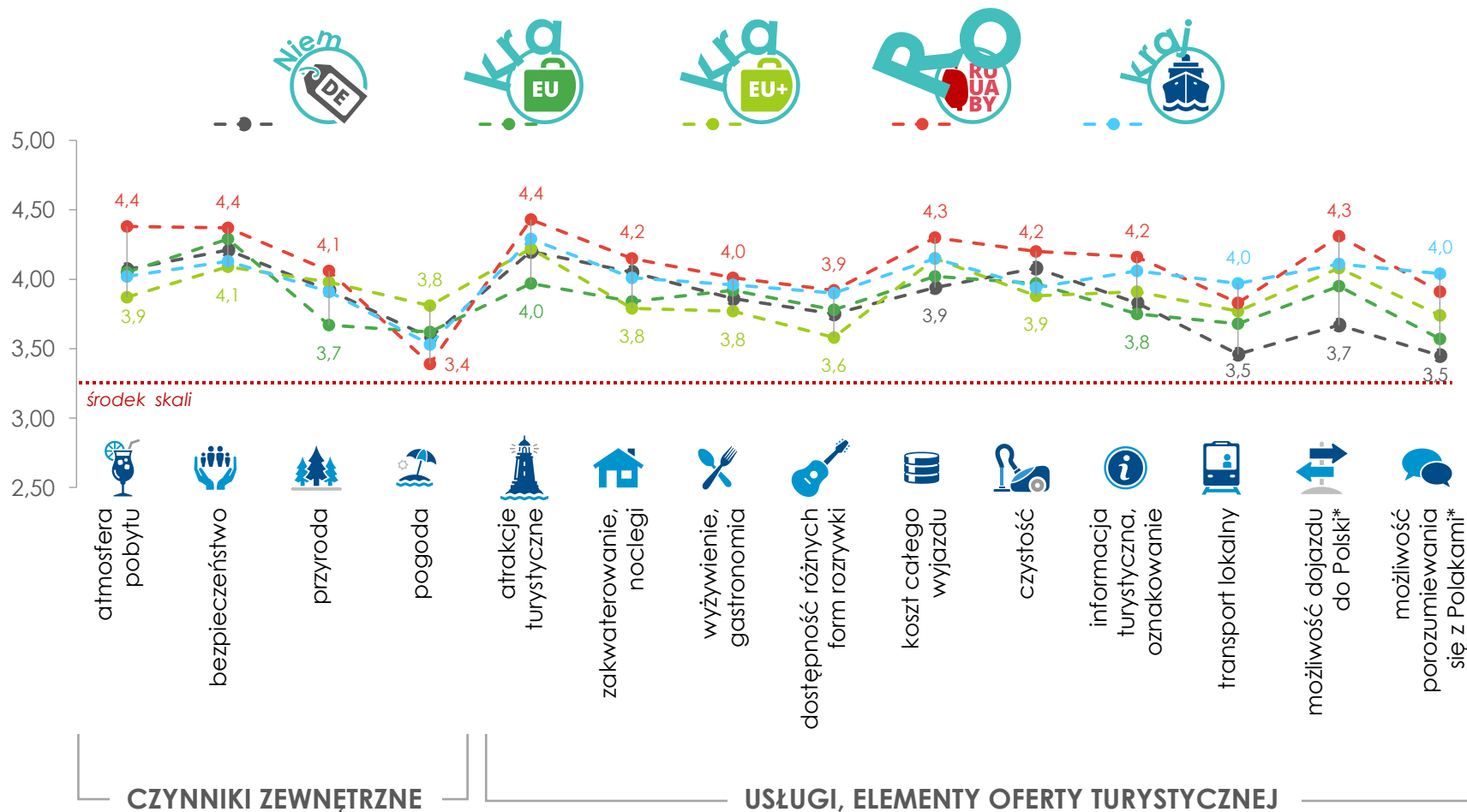


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Ważność aspektów wśród turystów z różnych części Europy i Świata

Satysfakcja
turystów
2015

33



Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

*item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



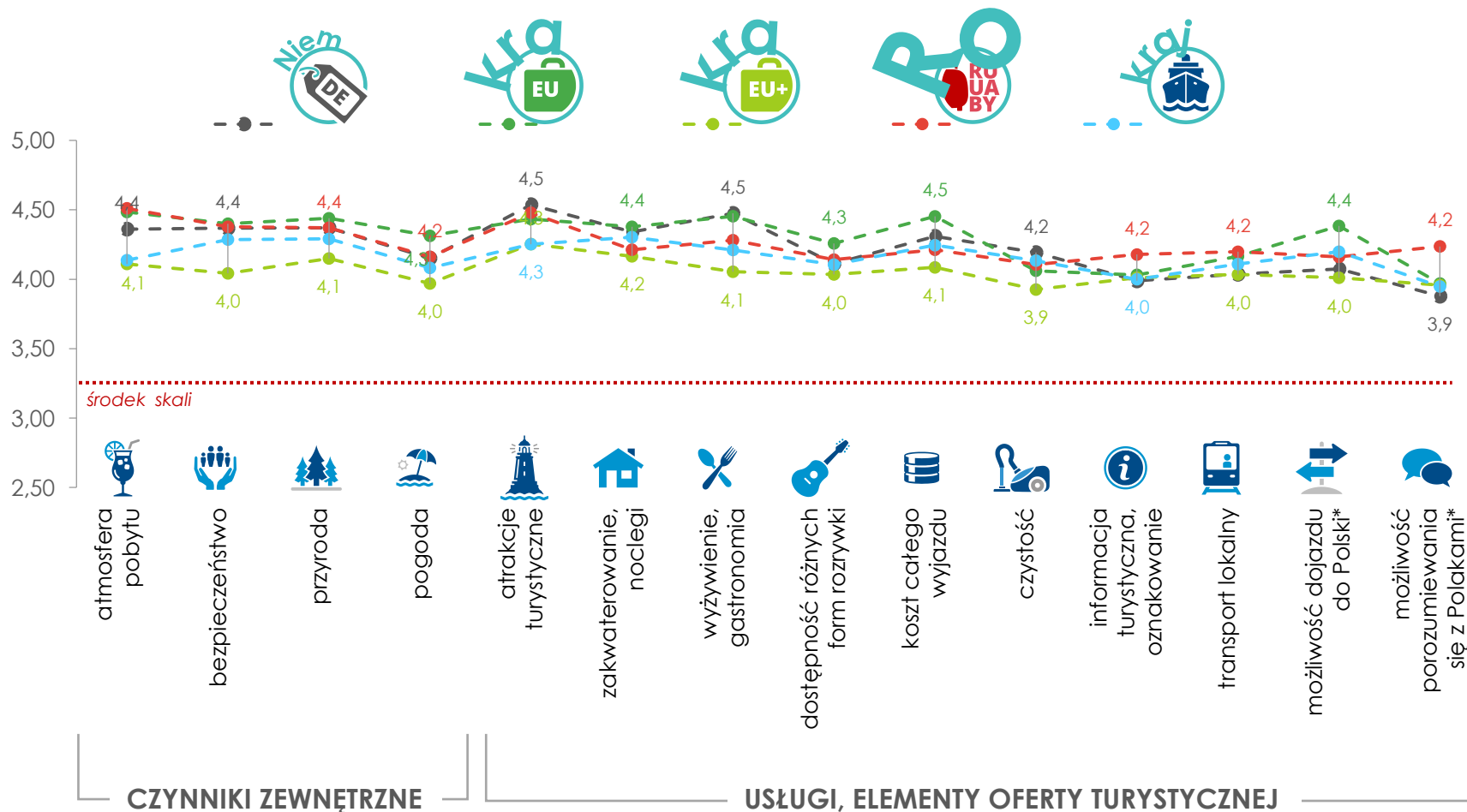


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Zadowolenie z aspektów wśród turystów z różnych części Europy i Świata

Satysfakcja
turystów
2015

34



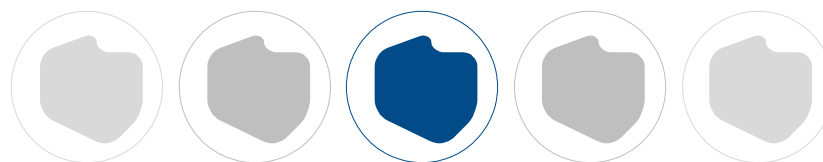
Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

*item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Turystyczny wizerunek Polski

Turystyczny wizerunek Polski

Turyści krajowi postrzegają Polskę przede wszystkim jako miejsce atrakcyjne, w którym mogą spędzić czas tak jak lubią (średnia 4,2 w 5-cio stopniowej skali). Są przekonani, że Polska to kraj, który ma jeszcze wiele ciekawych miejsc do odkrycia, jednak wymagają one większej promocji.

Lokalni turyści, wyraźnie częściej niż zagraniczni, akcentują problemy z infrastrukturą drogową, która utrudnia poruszanie się po kraju. Ponadto czują się mniej bezpiecznie podczas podróżowania po innych regionach Polski.

Turyści zagraniczni równie wysoko co Polacy oceniają atrakcyjność Polski. Szczególnie cenią sobie to, że mogą tu spędzić czas tak jak lubią. Wielu z nich przyznaje, że Polska to kraj bezpieczny, do którego łatwo trafić i który chcieliby jeszcze lepiej poznać. Turyści zagraniczni z reguły nie boją się podróżowania po Polsce.

Zgodnie z deklaracjami zarówno turystów krajowych jak i zagranicznych rekomendujemy dalszą promocję walorów turystycznych oraz łatwiejszy dostęp do informacji turystycznej (w obu grupach najrzadziej deklarowano łatwość znalezienia informacji turystycznej).

Aspekty zachęcające i zniechęcające

Turystów krajowych najbardziej do podróżowania po Polsce zachęcają piękne krajobrazy (77%), natura i przyroda (70%) oraz zabytki i miejsca związane z historią (68%). Ponad połowa przedstawicieli tej grupy przyznaje, że zła pogoda oraz wysokie ceny to aspekty, które mogą demotywować do podróżowania po kraju. Co 5 turysta lokalny przyznaje jednak, że nic nie jest w stanie zniechęcić go do podróży po Polsce.

Turyści zagraniczni wśród największych zalet wizyty w Polsce wymieniają liczne zabytki i miejsca związane z historią (64%) oraz relatywnie niskie ceny pobytu (61%). Ponad połowa docenia także smaczne jedzenie, kontakt z sympatycznymi i miłymi ludźmi oraz piękne krajobrazy. Co trzeci przedstawiciel tej grupy przyznaje, że nic nie byłoby w stanie zniechęcić go do przyjazdu do Polski. Najczęstszą trudnością jaką napotkają turyści zagraniczni jest niestety bariera językowa.

Otwartość Polaków oraz niewątpliwie smaczna kuchnia regionalna to aspekty, które powinny promować Polskę.

Aby turyści zagraniczni czuli się komfortowo, należy pracować nad przełamaniem barier językowych.

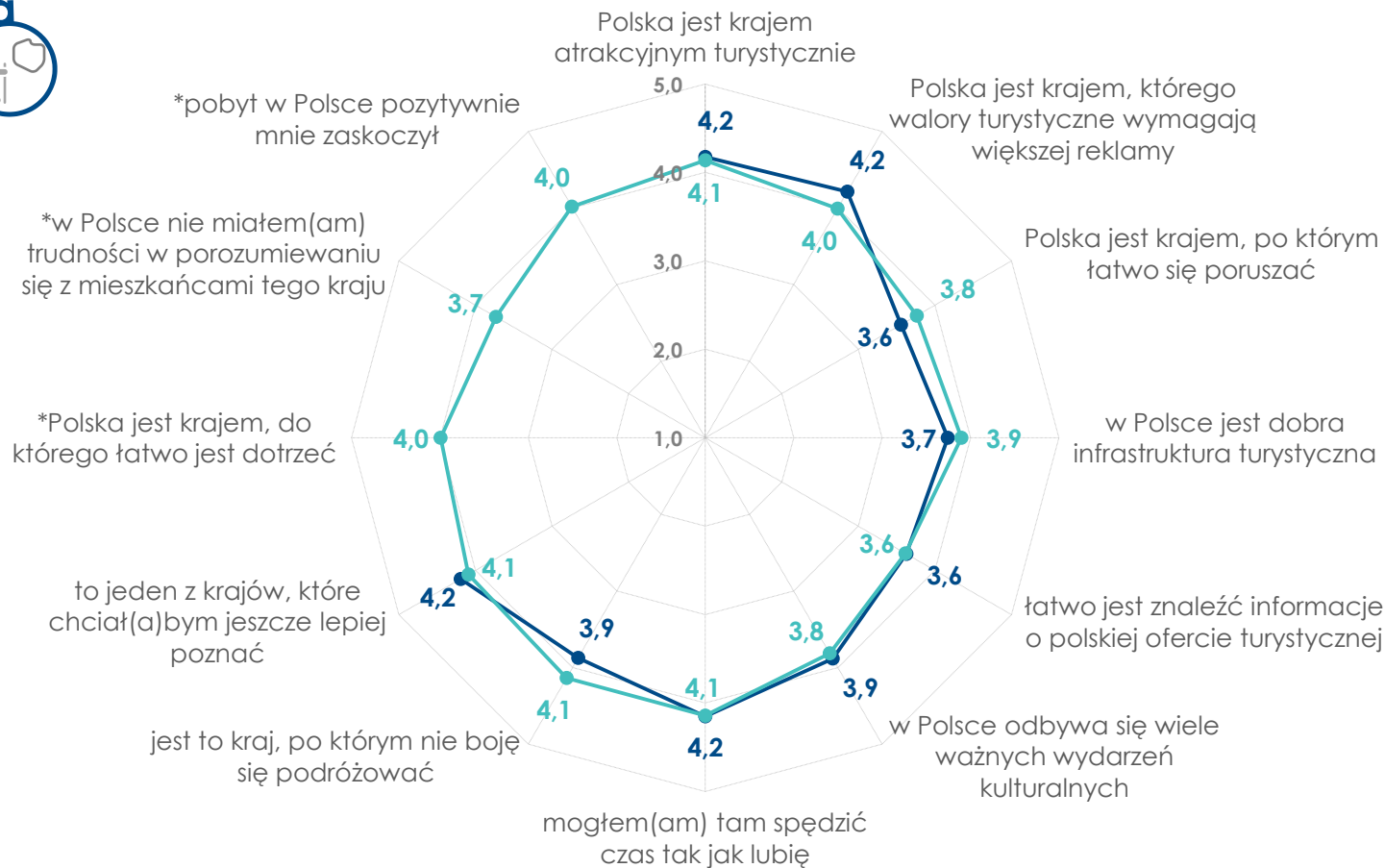


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Opinie na temat Polski

Satysfakcja
turystów
2015

37



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

*item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



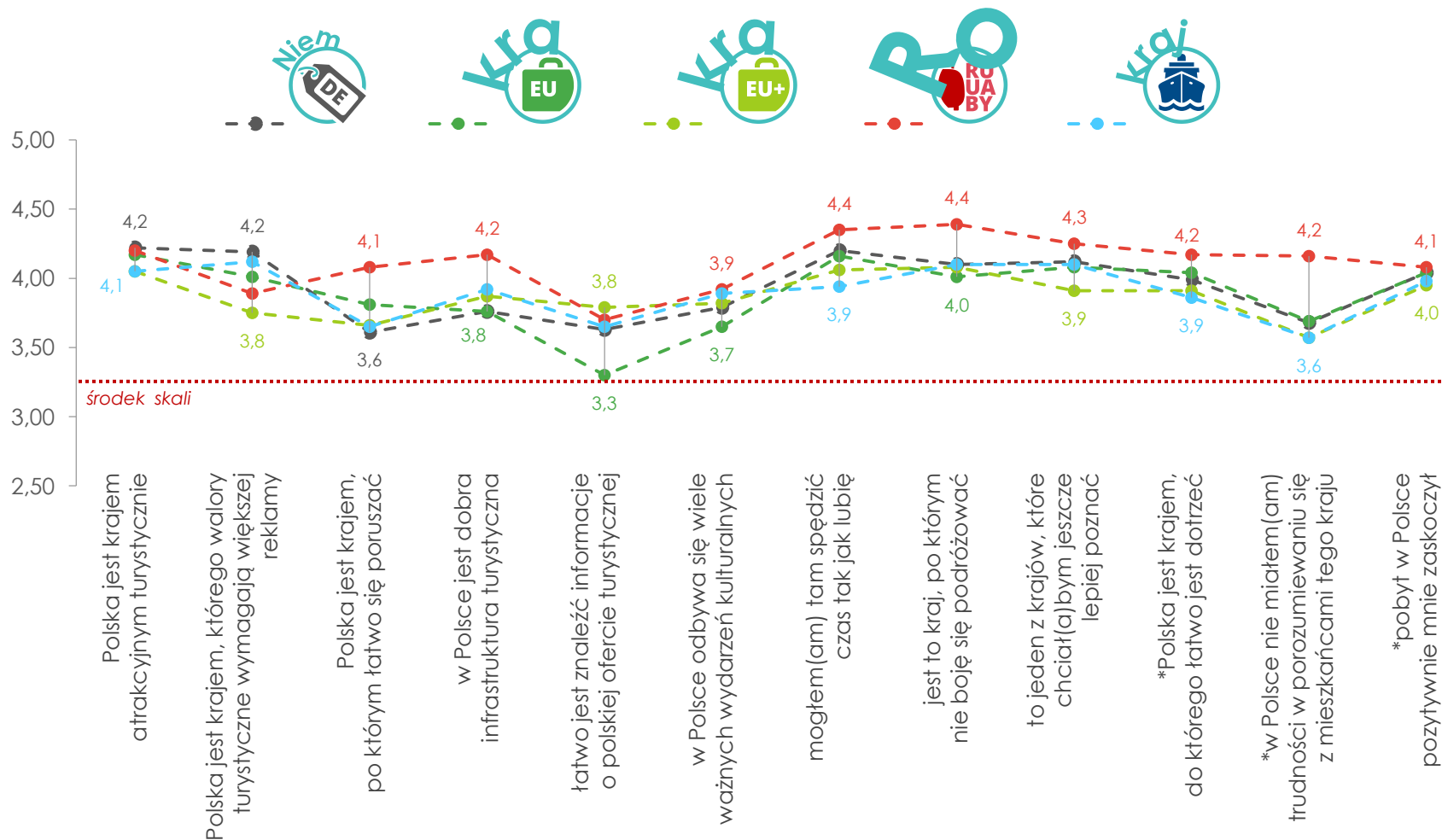


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Opinie na temat Polski – turyści z różnych części Europy i Świata

Satysfakcja
turyistów
2015

38



Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie).

*item zadawany wyłącznie turystom zagranicznym



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



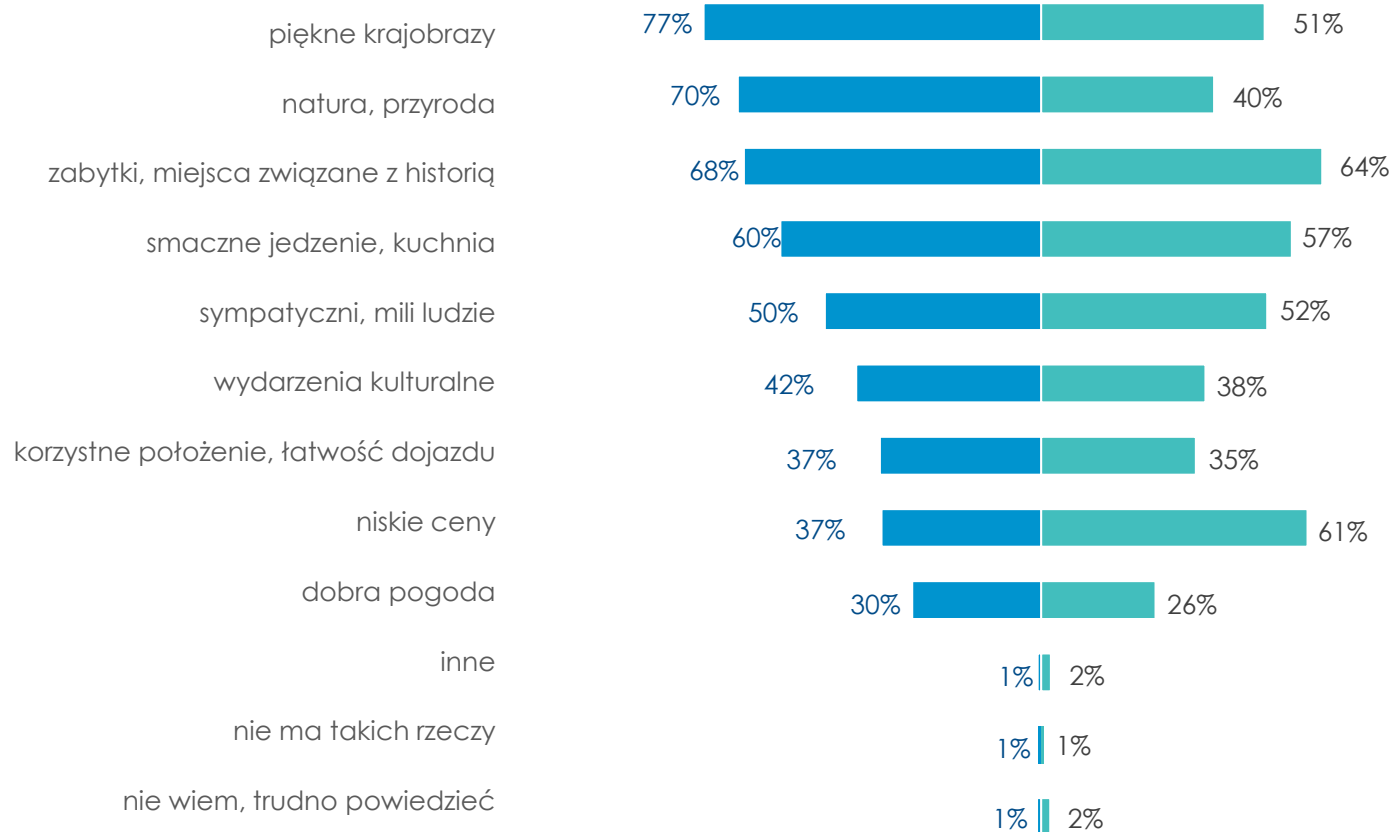


Satysfakcja z pobytu w Polsce

Co może zachęcić do przyjazdu do Polski

Satysfakcja
turystów
2015

39



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Satysfakcja z pobytu w Polsce

Co może zniechęcić do przyjazdu do Polski

Satysfakcja
turystów
2015

40



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Ogólne informacje o pobycie w Polsce

Ogólne informacje o pobycie w Polsce

Najczęściej deklarowanym motywem podróżowania po Polsce był wypoczynek, rekreacja i spędzanie czasu wakacyjnego (84% wskazań wśród turystów krajowych i 74% w przypadku turystów zagranicznych). Co trzeci turysta odwiedził swoich bliskich lub znajomych. Turyści zagraniczni zdecydowali się odwiedzić Polskę również z uwagi na wydarzenia sportowe (Finał Ligi Europejskiej, mecze narodowych drużyn siatkarskich) lub w po to, by w Polsce dokonać zakupów.

Podróże turystów krajowych i zagranicznych różnią się przede wszystkim długością pobytu. Lokalni nieco częściej deklarowali pobyt powyżej 2 tygodni (27% vs. 14% wśród zagranicznych). W obu grupach noclegi dotyczyły przeważnie jednej miejscowości. Najczęściej wybraną destynacją w przypadku turystów krajowych była północna część Polski – miejscowości w województwie pomorskim (38%), warmińsko-mazurskim (27%) czy zachodnio-pomorskim (17%).

Turyści zagraniczni odwiedzali z reguły duże polskie miasta. Najpopularniejsze województwa to mazowieckie (39%), pomorskie (24%), wielkopolskie (24%) i małopolskie (18%).

Zdecydowana większość podróży, zarówno turystów krajowych jak i zagranicznych, to wyjazdy indywidualne (8 na 10 przypadków). Z reguły były to wyjazdy jedno lub dwuosobowe.

Najpopularniejszymi środkami transportu do miejsca pobytu oraz po okolicy były niezmiennie samochody, pociągi oraz autobusy. Co drugi turysta zagraniczny do Polski przyleciał samolotem.

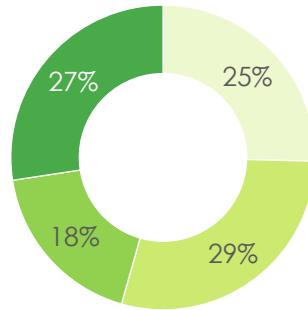
Turyści zagraniczni, podobnie jak przed rokiem, przede wszystkim zatrzymywali się u swoich bliskich lub znajomych. Co drugi nocował w co najmniej 3-gwiazdkowym hotelu. Turyści krajowi, jeśli nie nocowali u rodziny, to najczęściej wynajmowali prywatne pokoje lub całe mieszkania i domy.

Główną formą aktywności podczas pobytu w Polsce zarówno wśród turystów krajowych jak i zagranicznych było zwiedzanie i obcowanie z kulturą (najczęściej odwiedzano zabytkowe obiekty oraz miejscowości). Równie popularną formą spędzania czasu była rozrywka i kontakty towarzyskie, wypoczynek i rekreacja mało aktywna. Turyści krajowi swój urlop najczęściej spędzali nad wodą (morze, jeziora, rzeki), zaś turyści zagraniczni najchętniej wybierali duże miasta.



Liczba noclegów w Polsce:

- 1-3 noclegi
- 4-7 noclegów
- 8-14 noclegów
- powyżej 14 noclegów

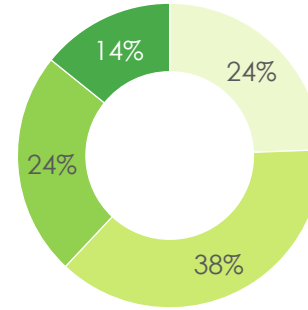


12

średnia liczba
noclegów

57%

noclegów
w jednej
miejscowości



8

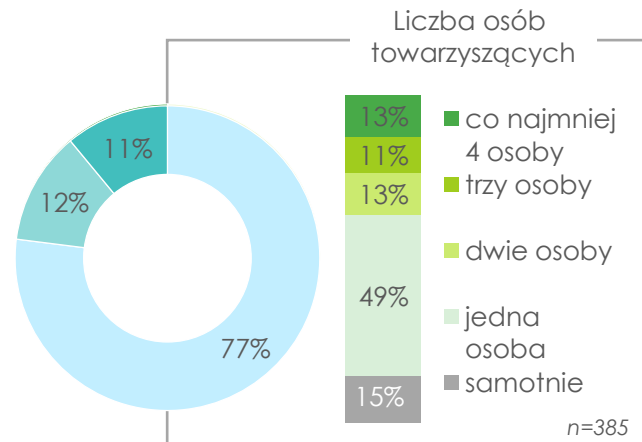
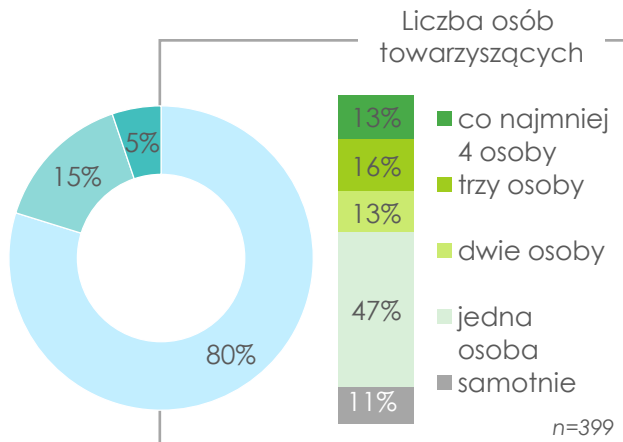
średnia liczba
noclegów

52%

noclegów
w jednej
miejscowości

Organizacja wyjazdu:

- indywidualny
- częściowo zorganizowany
- zorganizowany



Odpowiadający:

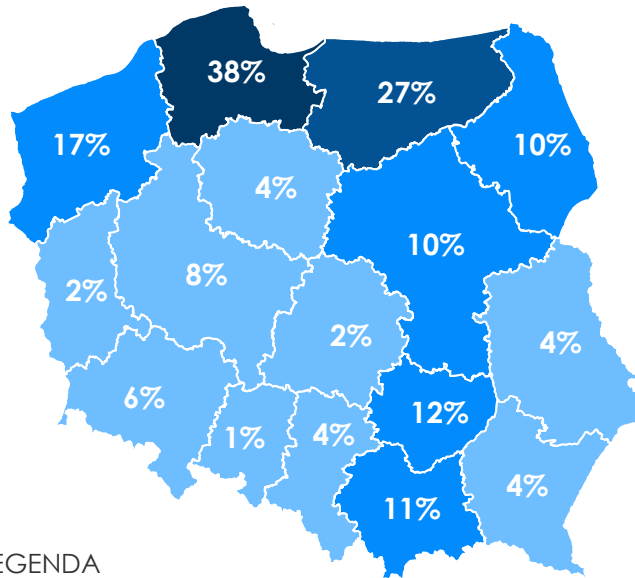
turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



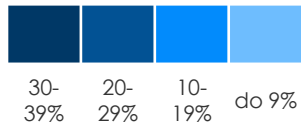
Najczęściej odwiedzane



województwa:



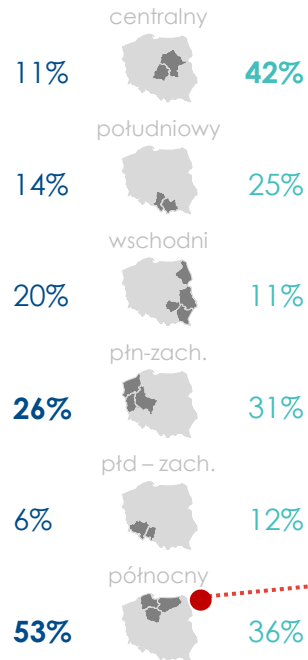
LEGENDA



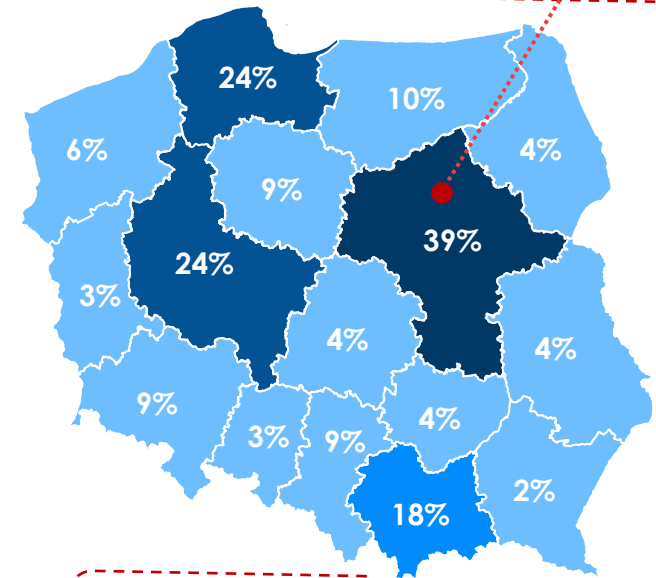
Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

regiony:



województwa:



Interpretacja:
39% turystów
zagranicznych
odwiedziło województwo
mazowieckie

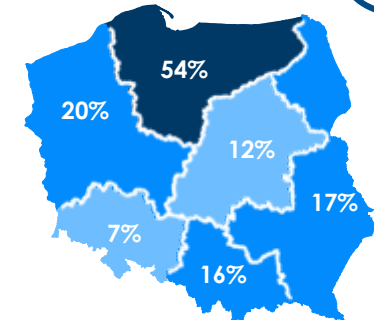
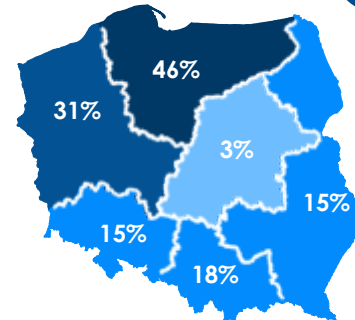
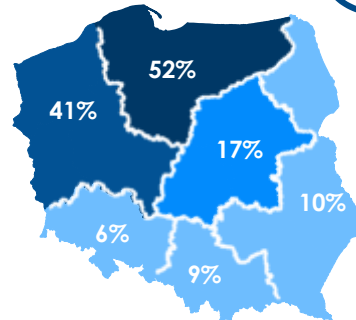
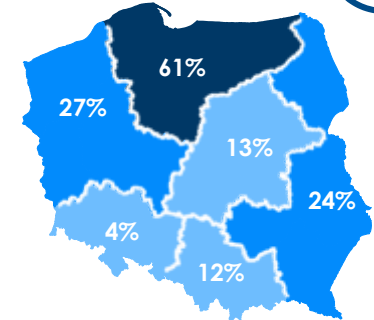
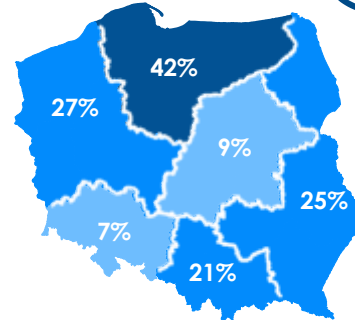
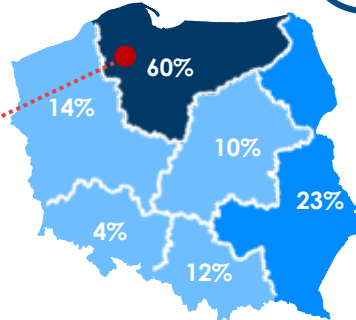
Interpretacja:
53% turystów krajowych
odwiedziło
region północny



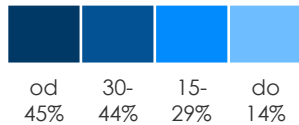
Zaprezentowano wskazania turystów krajowych z sześciu regionów Polski

Najczęściej odwiedzane

regiony:



LEGENDA



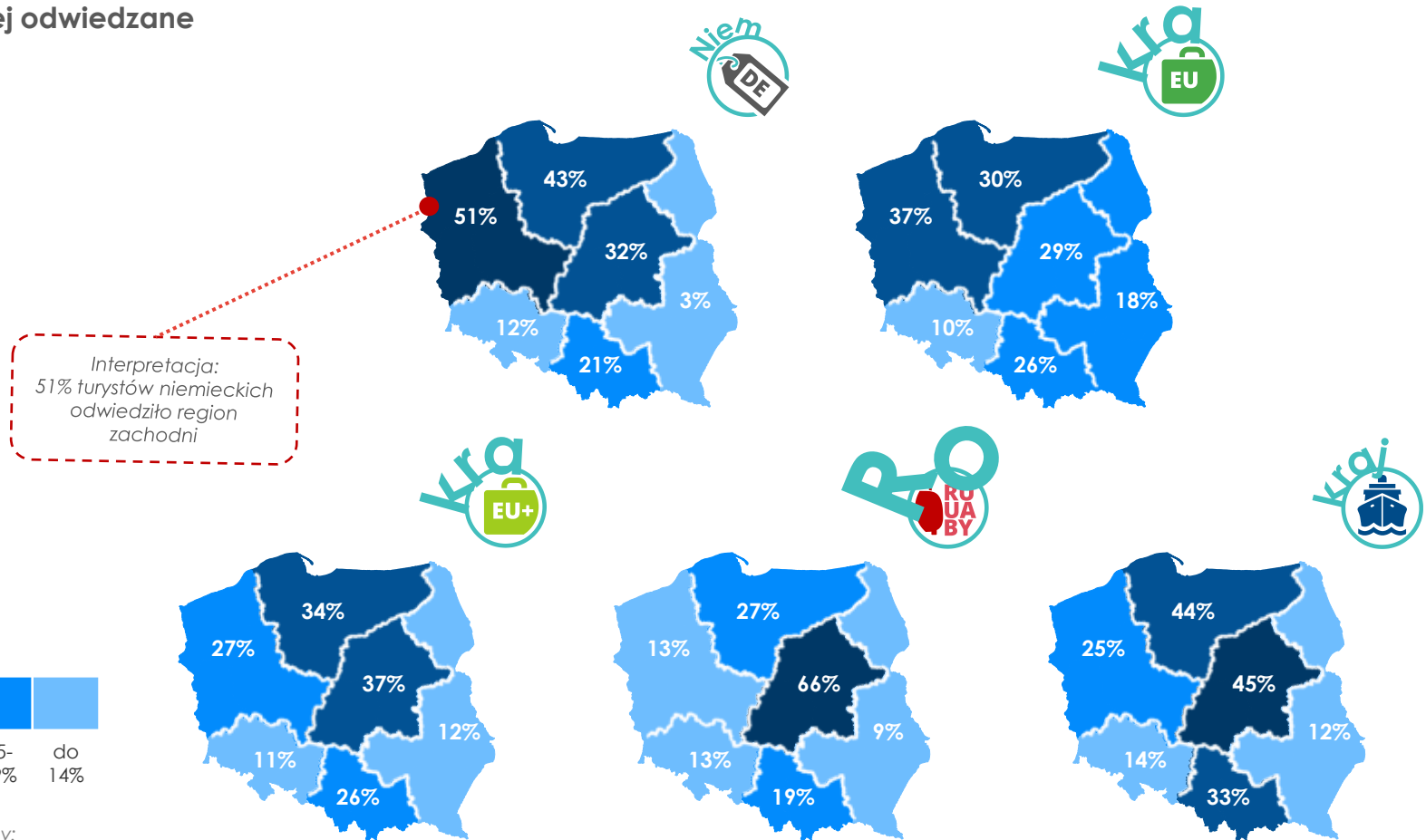
Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500).





Najczęściej odwiedzane

regiony:





Ogólne informacje o pobycie w Polsce

Cel podróży do Polski /po Polsce

Satysfakcja
turystów
2015

47



Cel wyjazdu*:



wypoczynek, rekreacja i wakacje

84%

74%



odwiedziny u krewnych
i znajomych

36%

31%



zawodowo, służbowo
(ale połączony z wypoczynkiem)

12%

12%

inny cel

12%

20%

Główny cel:



wypoczynek, rekreacja i wakacje

74%

59%



odwiedziny u krewnych
i znajomych

17%

21%



zawodowo, służbowo
(ale połączony z wypoczynkiem)

4%

11%



inny cel

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

*możliwość wskazania kilku celów wyjazdu



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Ogólne informacje o pobycie w Polsce

Cel podróży do Polski /po Polsce – wyniki szczegółowe

Satysfakcja
turystów
2015

48

Cel wyjazdu*:



wypoczynek, rekreacja i wakacje



81%



80%



69%



75%



63%



odwiedziny u krewnych
i znajomych



28%



29%



42%



14%



44%



zawodowo, służbowo
(ale połączony z wypoczynkiem)



4%



8%



13%



19%



16%

inny cel



14%



10%



17%



38%



18%

Główny cel:



wypoczynek, rekreacja i wakacje



67%

18%

3%

12%



71%

17%

5%

7%



51%

31%

9%

9%

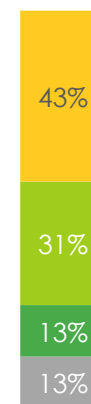


64%

7%

13%

16%



43%

31%

13%

13%

Odpowiadający:

turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie)



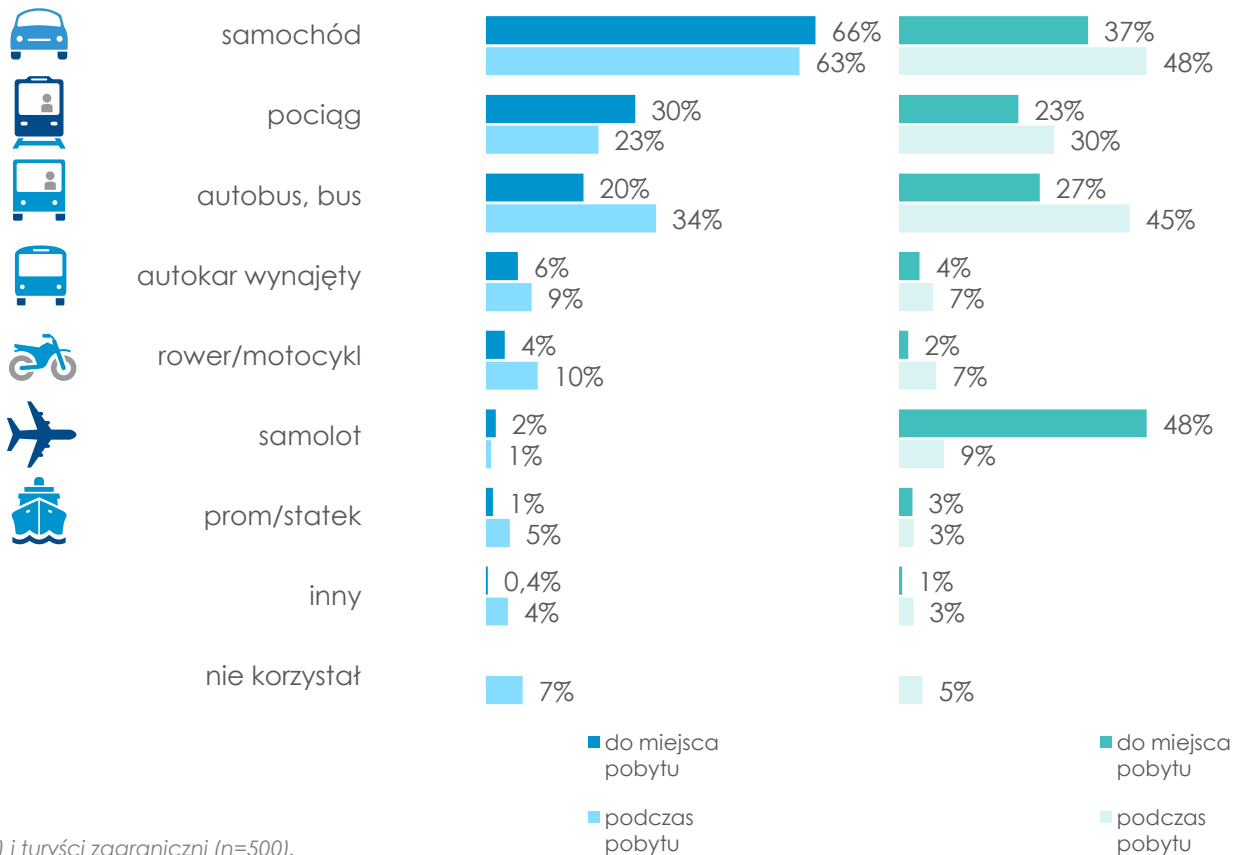
POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Środek transportu:

(do miejsca pobytu vs podczas pobytu)



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



Ogólne informacje o pobycie w Polsce

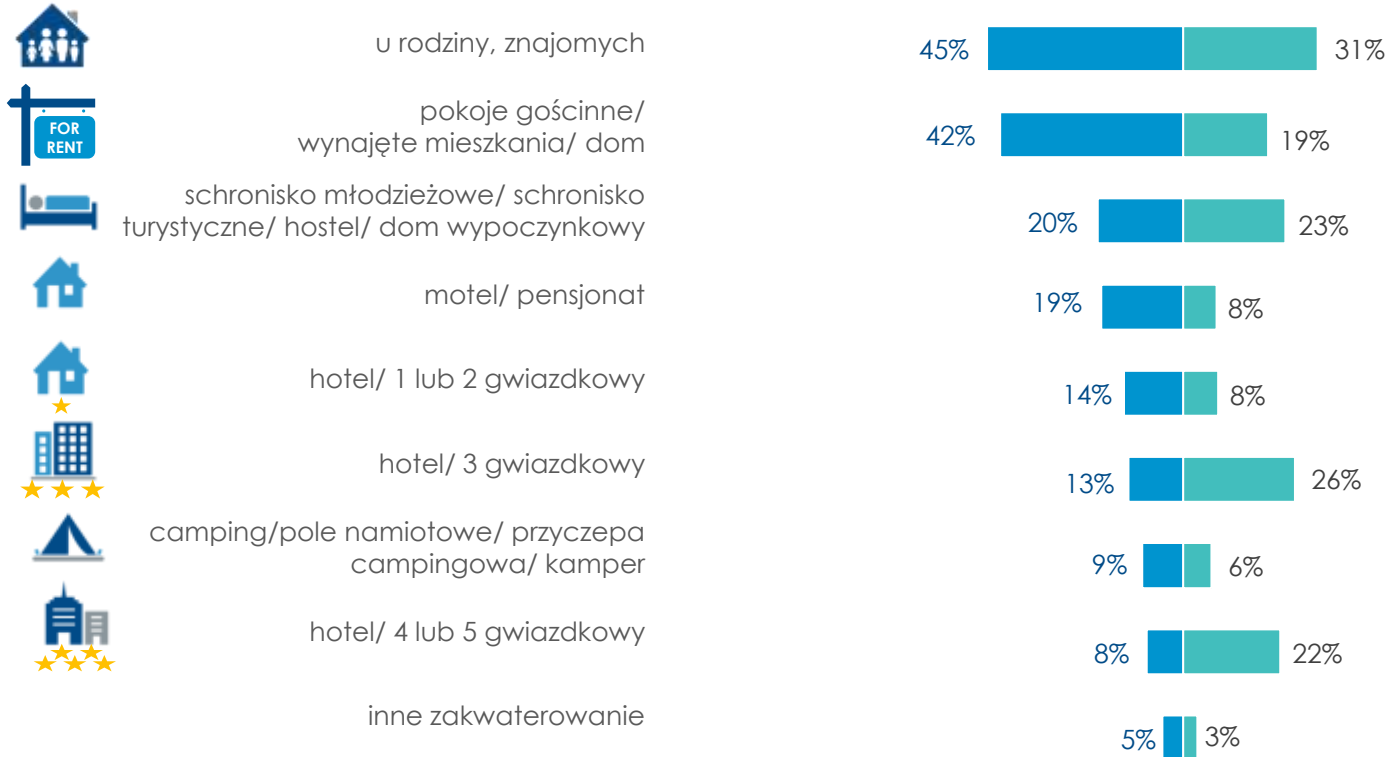
Typ zakwaterowania

Satysfakcja
turystów
2015

50



Typ zakwaterowania:



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





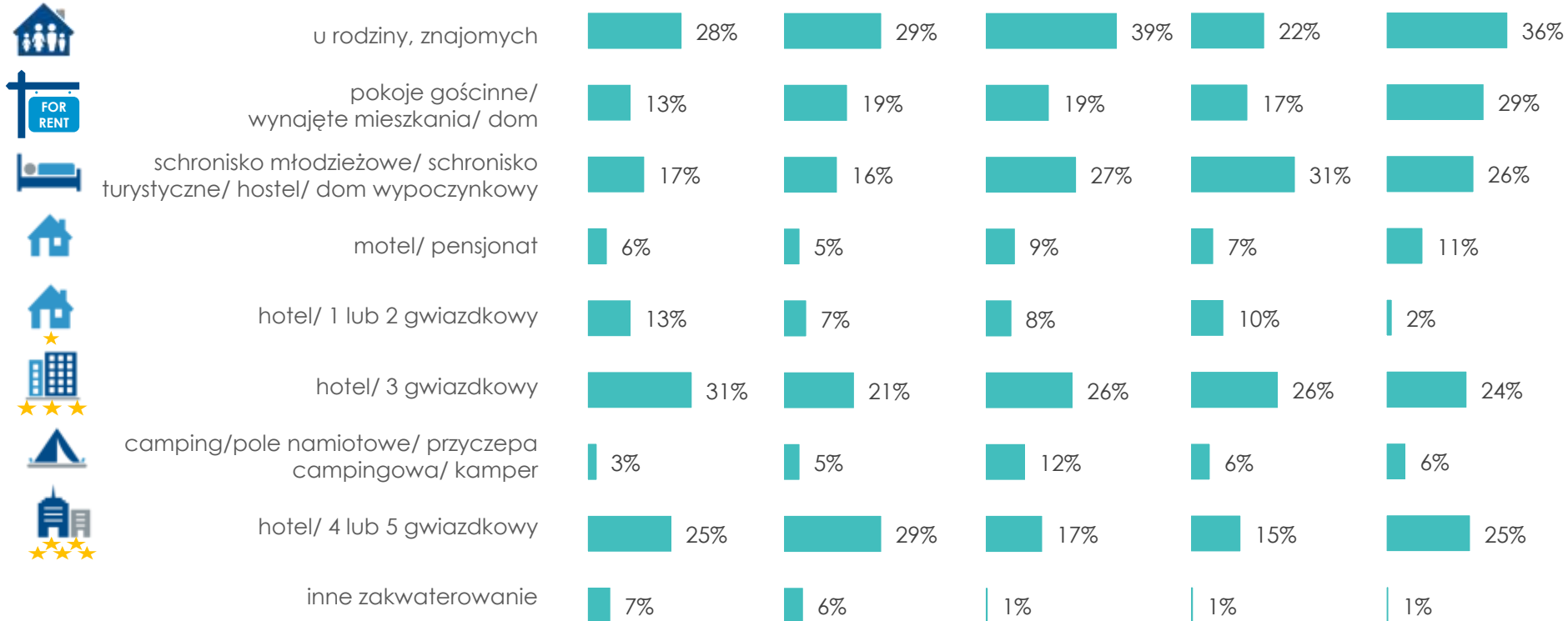
Ogólne informacje o pobycie w Polsce

Typ zakwaterowania – wyniki szczegółowe

Satysfakcja
turyستów
2015

51

Typ zakwaterowania:



Odpowiadający:

turyści zagraniczni (n=100 w każdej grupie)



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Ogólne informacje o pobycie w Polsce

Formy aktywności podczas pobytu w Polsce

Satysfakcja
turystów
2015

52



Forma aktywności:



zwiedzanie, obcowanie z kulturą



rozrywka, kontakty towarzyskie



wypoczynek, rekreacja mało aktywna



rekreacja czynna, sport



zakupy



zdrowie i uroda



udział w praktykach religijnych



inne



Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





Forma aktywności:



zwiedzanie, obcowanie z kulturą

69%



75%

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).

Forma zwiedzania, aktywności:



zabytkowe obiekty, miejscowości

90%



92%



muzea, galerie

51%



66%



udział w imprezach kulturalnych

42%



44%

inne

5%



3%

Odpowiadający:

badani, którzy podczas pobytu zwiedzali Polskę (turyści krajowi n=346, turyści zagraniczni n=377).



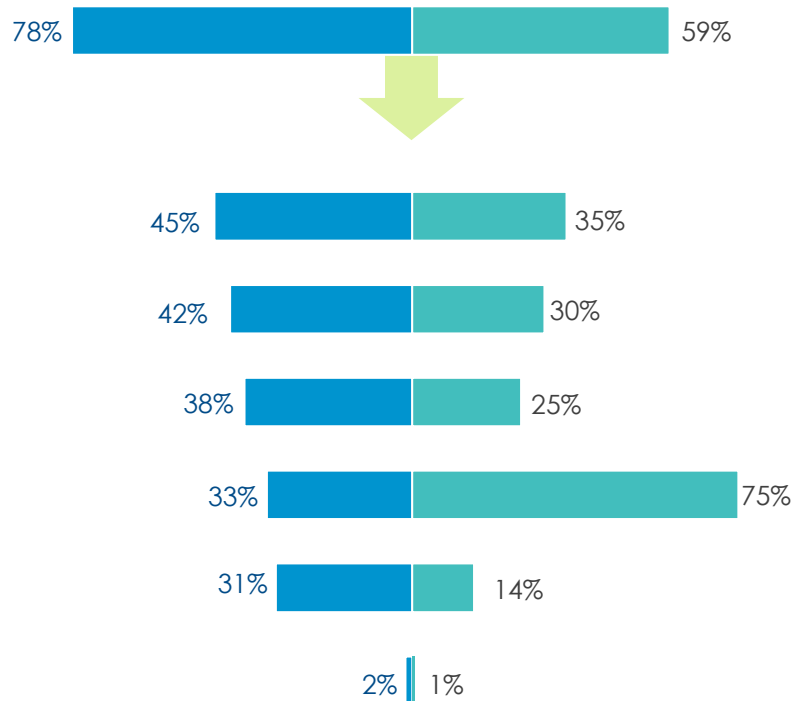
Forma aktywności:



wypoczynek, rekreacja mało
aktywna lub/i rekreacja czynna

Odpowiadający:

turyści krajowi (n=500) i turyści zagraniczni (n=500).



Odpowiadający:

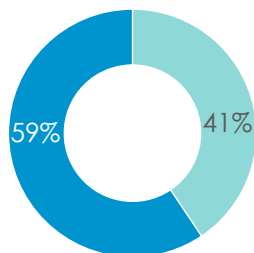
badani, którzy podczas pobytu uprawiali rekreację czynną/aktywną (turyści krajowi n=390, turyści zagraniczni n=297).



Profil społeczno- demograficzny



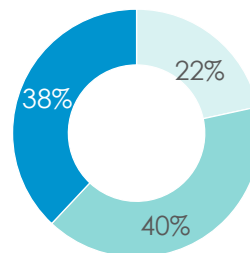
PŁEĆ



■ mężczyźni
■ kobiety



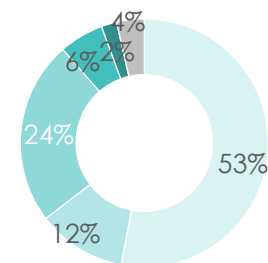
WIEK



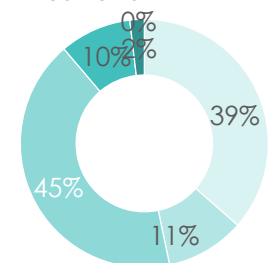
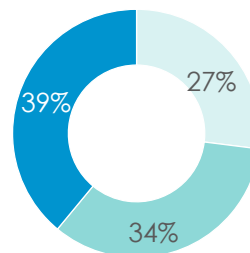
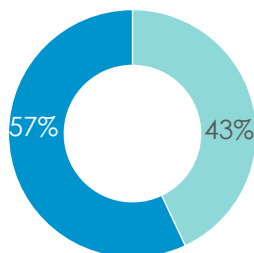
■ do 26 lat
■ 27-39 lat
■ 40 lat i więcej



WYKSZTAŁCENIE



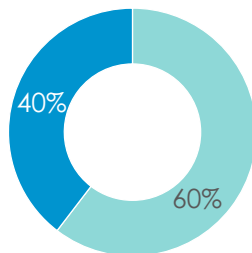
■ wyższe
■ pomaturalne
■ średnie
■ zasadnicze zawodowe
■ podstawowe/gimnazjum
■ odmowa



Odpowiadający:
turyści krajowi (n=500)



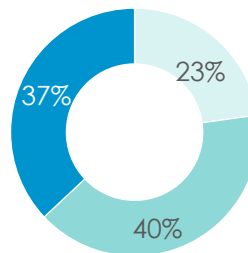
PŁEĆ



■ mężczyźni
■ kobiety



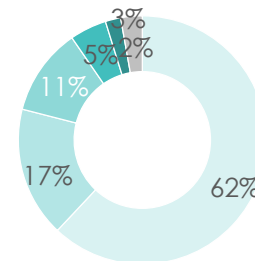
WIEK



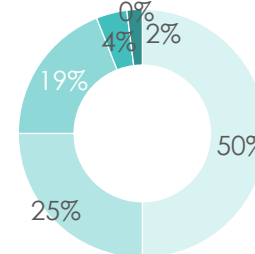
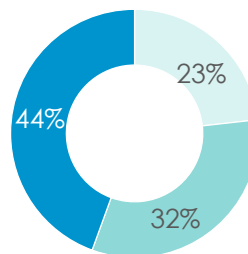
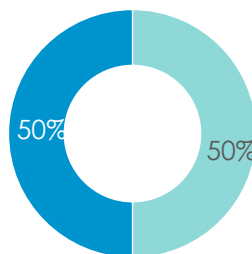
■ do 26 lat
■ 27-39 lat
■ 40 lat i więcej



WYKSZTAŁCENIE



■ wyższe
■ pomaturalne
■ średnie
■ zasadnicze zawodowe
■ podstawowe/gimnazjum
■ odmowa



Odpowiadający:
turyści zagraniczni (n=500)

Dziękuję za uwagę

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