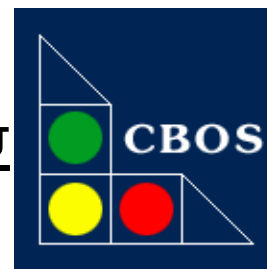


CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ

00-503 Warszawa, ul. Żurawia 4a, skr. pt. 24

tel. (22) 629-35-69, fax. (22) 629-40-89

<http://www.cbos.pl>, e-mail: sekretariat@cbos.pl



STRUKTURA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

RAPORT Z BADAŃ

Warszawa

2005

SPIS TREŚCI

I. WSTĘP	
1. Geneza realizacji programu monitoringu rynku turystycznego w województwie pomorskim.....	3
2. Założenia metodologiczne zrealizowanych badań empirycznych.....	9
II. CZĘŚĆ MERYTORYCZNA	
1. Charakterystyka turystów odwiedzających województwo pomorskie.....	12
1.1. Analiza struktury turystów ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i materialny oraz miejsce zamieszkania.....	12
1.2. Turyści krajowi i zagraniczni – związki z Polską i z Pomorzem.....	18
1.3. Struktura osób towarzyszących.....	20
2. Charakter wizyt turystów.....	22
2.1. Źródła informacji o regionie.....	22
2.2. Docelowo czy przejazdem?.....	25
2.3. Główne cele podróży.....	27
2.4. Sposób organizacji przyjazdu.....	32
2.5. Rodzaj stosowanego transportu.....	33
2.6. Częstotliwość wizyt.....	36
2.7. Długość pobytu.....	41
3. Charakter i forma spędzania czasu.....	44
3.1. Preferowane miejsca noclegów.....	44
3.2. Indywidualnie czy grupowo? - realizowane formy spędzania czasu.....	50
3.3. Preferowane aktywności turystyczne.....	51
3.4. Kwoty wydatkowane podczas podróży i pobytu oraz charakter wydatkowania.....	55
4. Oceny infrastruktury turystycznej.....	58
4.1. Oceny jakości infrastruktury turystycznej.....	58
4.2. Opinie na temat poziomu cen usług turystycznych.....	65
5. Ocena atrakcyjności turystycznej regionu.....	71
5.1. Zadowolenie z pobytu – gotowość do rekomendacji poszczególnych miejscowości.....	71
III. PODSUMOWANIE.....	73
IV. ANEKSY.....	80

WSTĘP

1. GENEZA REALIZACJI PROGRAMU MONITORINGU RYNKU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

Potrzeba prowadzenia badań ruchu turystycznego w województwie pomorskim wynika z konieczności bardziej precyzyjnego dostosowania oferty turystycznej województwa do oczekiwań coraz bardziej wymagającego turysty, jak również z powodu systematycznego wzrostu poziomu konkurencji w działaniach samorządów (lub organizacji pozarządowych) zachęcających potencjalnego turystę do przyjazdu do danego miasta czy regionu. Nie bez znaczenia są także zmiany społeczno – gospodarcze, powodujące, iż zmienia się sposób spędzania wolnego czasu, który w coraz większym wymiarze jest przeznaczony właśnie na podróże. Masowość tego zjawiska wraz z jego skutkami wymusza na administracji samorządowej konieczność posiadania i weryfikowania informacji niezbędnych do właściwego zarządzania polityką turystyczną oraz promocyjną regionu. Dlatego też zauważa się zwiększone zapotrzebowanie na badania marketingowe, zarówno w skali kraju jak i województw. Również wstąpienie naszego kraju do Unii Europejskiej mogło być czynnikiem, który mógł wpłynąć na wielkość i strukturę przyjazdowego ruchu turystycznego także do województwa pomorskiego.

Prace nad doskonaleniem metod badawczych międzynarodowego ruchu turystycznego są prowadzone w wielu krajach europejskich. Są także przedmiotem licznych spotkań konferencji i seminariów. Między innymi w tym celu Zarząd Województwa Pomorskiego powołał Zespół ds. Programu Monitoringu Rynku Turystycznego, składający się z pracowników naukowych reprezentujących właściwe dyscypliny, a także z pracowników Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego. Zespół miał za zadanie przygotowanie i opracowanie koncepcji metodologii badań, procesów i zjawisk w zakresie turystyki województwa pomorskiego oraz opracowanie metodologii analizy wyników danych ze źródeł wtórnych i pierwotnych.

Główne wnioski z tego typu spotkań zdają się jedynie potwierdzać, iż istnieje potrzeba rozgraniczenia badań dla celów statystycznych oraz dla celów marketingowych, przede wszystkim w układzie wojewódzkim, prowadzonych w miejscach koncentracji turystów oraz na terenie występowania atrakcji turystycznych.

Mając na uwadze wymienione wyżej aspekty oraz rolę, jaką w gospodarce województwa pomorskiego pełni przemysł turystyczny, Samorząd Województwa Pomorskiego podjął się opracowania *Programu Monitoringu Rynku Turystycznego*, w ramach opracowywania którego przeprowadził w roku 2005 pilotażowe badania jakościowe wśród odwiedzających ten region turystów polskich oraz zagranicznych w wytypowanych gminach w oparciu o opracowane przez Zespół założenia oraz kwestionariusz wywiadu. Wyniki badań prezentuje niniejszy raport.

Oddzielny problem stanowi porównywalność badań prowadzonych przez różne samorządy, które realizują je na własną rękę. Każdy z samorządów konstruuje bowiem inne narzędzie badawcze oraz metodologię badań, co wyklucza możliwość porównywania gromadzonych danych. Dlatego też Samorząd Województwa Pomorskiego zamierza prowadzić konsultacje wewnątrzregionalne, w których wzięliby udział zarówno przedstawiciele nauki, samorządów, branży turystycznej, jak i konsultantów - analityków zajmujących się badaniami zawodowo, w celu skonstruowania jednolitego zarówno narzędzia badawczego jak i metodologii badań w całym województwie.

Działania te będą stanowiły podstawę do opracowania zadań, które będą zawarte w dokumencie przyjmującym *Program Monitoringu Rynku Turystycznego* do realizacji.

1. Podstawy przygotowania Programu

Opracowanie i realizację *Programu Monitoringu Rynku Turystycznego* (zwanego dalej *Programem*) zakłada przyjęta dnia 17.05.2004 r. *Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004-2013* (zwanej dalej *Strategią*). W *Strategii* podzielono realizację *Programu* na dwa okresy: lata 2004-2007 i lata 2007-2013, przy czym lata 2007 – 2013 będą kontynuacją poprzedniego okresu.

Założeniem *Programu* jest przygotowanie i przeprowadzenie systemu badań w zakresie turystyki i ich analiza, co przyczyni się do jeszcze bardziej odpowiedniego ukierunkowania rozwoju turystyki i podniesienia konkurencyjności województwa pomorskiego.

Wyniki badań, które zostaną przeprowadzone w ramach *Programu* będą pomocne przy realizacji innych wprowadzanych przez *Strategię* programów w zakresie turystyki w województwie pomorskim, tj.:

- a) „*Programu Rozwoju Produktów Turystycznych Województwa Pomorskiego*”,
- b) *Programu „Zintegrowany System Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego”*,
- c) „*Programu Szkoleń dla Turystyki*”,
- d) „*Programu Promocji Turystyki Województwa Pomorskiego*”,
- e) *Programu „System Transportu w Turystyce”*,
- f) „*Programu Wspierania Inwestycji i Przedsiębiorczości w Turystyce*”.

2. Cele Programu

Głównym celem *Programu* jest wzrost konkurencyjności turystycznej regionu poprzez podniesienie poziomu wiedzy na temat procesów związanych z rynkiem turystycznym. Główne cele *Programu* wynikają z realizacji *Strategii* i określone są w celach strategicznych priorytetu 4: „Opracowanie i wdrażanie koncepcji monitoringu rynku turystycznego”, tj.:

- 4.1. Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego,
- 4.2. Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych,
- 4.3. Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów.

Poprzez wdrożenie *Programu* pośrednio realizowane są między innymi następujące cele strategiczne:

- 1.1 Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne,
- 1.4. Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami,
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i instytucjami ogólnokrajowymi,
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej,
- 5.1. Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki,
- 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.

Dzięki realizacji *Programu* możliwe będzie:

- 1) zidentyfikowanie zjawisk i procesów, zarówno ilościowe jak i jakościowe, w zakresie gospodarki turystycznej,
- 2) zwiększenie efektywności działań w zakresie rozwoju turystyki, w tym inwestycji i rynku pracy, a także dostosowanie oferty w celu zaspokojenia potrzeb i oczekiwań turystów,
- 3) określenie pozycji w zakresie konkurencyjności turystyki województwa pomorskiego w stosunku do innych regionów w kraju i za granicą,
- 4) wyznaczanie priorytetowych kierunków działań oraz określenie tendencji rozwoju rynku turystycznego w województwie.

Wnioski wynikające z przeprowadzonych analiz oraz rezultaty badań pilotażowych posłużą także opracowaniu priorytetów w działaniach na rzecz podniesienia konkurencyjności województwa, jakości obsługi turystów oraz wyznaczeniu działań i przedsięwzięć w tym zakresie.

3. Beneficjenci Programu

- 1) **Samorządy terytorialne**, które dzięki podniesieniu poziomu wiedzy na temat rynku turystycznego zapewnią warunki dla wzrostu konkurencyjności gospodarki i rozwoju przedsiębiorczości. *Program* ułatwi samorządom odpowiednio ukierunkować rozwój szeroko rozumianej gospodarki turystycznej, a poprzez to pozyskać inwestorów w dziedzinie turystyki,
- 2) **Branża turystyczna**, która poprzez pozyskanie informacji na temat rynku turystycznego będzie mogła bardziej elastycznie dopasować ofertę usług, przez co wzrośnie satysfakcja klientów oraz popyt na oferowane przez branżę usługi,
- 3) **Turyści**, którzy poprzez dokonanie oceny istniejących warunków ich obsługi mogą oczekiwać podniesienia jakości usług turystycznych, a także lepszej dostępności do informacji turystycznej.

Dla określenia **jednostek (gmin) typowych województwa** podzielono je na trzy grupy, przyjmując za kryterium trzy główne czynniki atrakcyjności turystycznej województwa:

- położenie nadmorskie,
- obecność waloru czystych i malowniczo położonych jezior,
- obecność walorów antropogenicznych (głównie zabytków kultury materialnej).

Za przyjęciem w badaniu takiego właśnie podziału przesądził także fakt, iż podobny zastosowano w „Planie Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Pomorskiego” (uchwalonego Uchwałą nr 639/XLVI/02 Sejmiku Województwa Pomorskiego z dnia 30.09.2002) przy określaniu obszarów o szczególnych preferencjach rozwojowych, tzw. kompleksach gospodarki turystycznej, dynamizujących rozwój przestrzeni województwa.

Naczelnym celem polityki zagospodarowania przestrzennego, realizowanym m. in. przez *Program Monitoringu Rynku Turystycznego* jest kształtowanie harmonijnej struktury funkcjonalno – - przestrzennej województwa sprzyjającej równoważeniu wykorzystywania cech, zasobów i walorów przestrzeni z rozwojem gospodarczym, wzrostem poziomu i jakości życia oraz trwałym zachowaniem wartości środowiska dla potrzeb obecnego i przyszłych pokoleń.

Do priorytetowych kierunków polityki przekształceń struktury przestrzennej województwa należy m. in. dynamizacja przestrzeni województwa poprzez kształtowanie warunków przestrzennych, które umożliwiają zagospodarowanie w oparciu o popyt międzynarodowy pomorskiej przestrzeni rekreacyjnej oraz ośrodków i obiektów kultury materialnej.

Kierunki zagospodarowania **podstawowych obszarów gospodarki turystycznej**, wskazane w „Planie Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Pomorskiego” to:

- 1) **w aglomeracji trójmiejskiej** – funkcja krajoznawcza (turystyka miejska), morska i specjalna (konferencyjna),
- 2) **w strefie nadmorskiej** - funkcja wczasowo – wypoczynkowa i uzdrowiskowa oraz obsługa turystyki morskiej,
- 3) **w strefie pojezierniej** – funkcja krajoznawcza i turystyka kwalifikowana, **na obszarach łatwo dostępnych z Trójmiasta i Słupska** – rekreacja codzienna i weekendowa,
- 4) **na obszarach pozostałych** – funkcja krajoznawcza i agroturystyka.

Strefa nadmorska i pojezierna stanowi obszar o tyle istotny, gdyż właśnie turystyka wodna jest elementem integrującym obszary rekreacyjne województwa.

Badania ruchu turystycznego wpisują się także w realizację priorytetu „Konkurencyjność” zawartego w „Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020”, który zakłada

m. in. poprawę atrakcyjności inwestycyjnej i turystycznej. Cel strategiczny nr 3 w tym priorytecie „Rozwój gospodarki wykorzystującej specyficzne zasoby regionalne” zakłada m. in.:

- kreowanie i wspieranie rozwoju regionalnych i tradycyjnych produktów żywnościowych oraz innych marek regionalnych;
- ochronę dziedzictwa historycznego, kulturowego i przyrodniczego sprzyjającą jego racjonalnemu wykorzystaniu w rozwoju społeczno – gospodarczym, w tym m. in. wspieranie rozwoju regionalnych przemysłów kultury oraz regionalnych produktów turystycznych;
- budowę i modernizację infrastruktury turystycznej i uzdrowiskowej, podnoszenie jakości usług turystycznych, poszerzanie partnerstwa i współpracy w turystyce oraz rozwój zintegrowanego systemu promocji i informacji turystycznej.

Rozpoczęte w tym roku badania ruchu turystycznego w województwie pomorskim służą realizacji zadań i celów określonych w w/w dokumentach, w szczególności podniesieniu poziomu świadczonych w tym regionie usług turystycznych, a w efekcie wzrostowi jego konkurencyjności.

Zespół ds. Programu Monitoringu Rynku Turystycznego powołany przez Zarząd Województwa Pomorskiego Uchwałą nr 528/204/05 z dnia 21.06.2005 r.

Lp.	Imię i nazwisko	Kwalifikacje
1.	Kozłowski Jan	Marszałek Województwa Pomorskiego
2.	Kołońska Aleksandra	mgr ekonomii i zarządzania główny specjalista w Departamencie Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego
3.	Marciszewska Barbara	dr hab. nauk ekonomicznych w zakresie konsumpcji usług
4.	Masłowski Andrzej	dr nauk humanistycznych w zakresie filozofii i socjologii
5.	Mazurek Romuald	mgr zarządzania i ekonomii mgr inż. elektroniki i telekomunikacji
6.	Miłobędzki Paweł	dr hab. nauk ekonomicznych w zakresie ekonometrii i statystyki
7.	Piękoś Henryk	dr nauk o wychowaniu fizycznym w zakresie turystyki
8.	Szwichtenberg Aleksander	dr hab. nauk przyrodniczych w zakresie turystyki i rekreacji prof. Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku
9.	Wanagos Marzena	dr nauk ekonomicznych w zakresie marketingu wicedyrektor w Departamencie Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego
10.	Zdrojewski Jacek	mgr zarządzania i marketingu kierownik ds. rozwoju w Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej

2. ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE DO BADAŃ RUCHU TURYSTYCZNEGO PRZYJAZDOWEGO W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM W ROKU 2005

Samorząd Województwa Pomorskiego przeprowadził w roku 2005 pilotażowe badania jakościowe wśród odwiedzających ten region turystów polskich oraz zagranicznych. Istotną, choć niewystarczającą rolę, pełnią dane gromadzone przez GUS z zarejestrowanej bazy noclegowej, oprowadzanych przez pilotów wycieczek, liczby odwiedzanych muzeów i temu podobnych obiektów. Jednak w dalszym ciągu trzeba mieć świadomość, iż ustalenie wielkości badanej populacji jest niemal niemożliwe w znaczeniu czysto statystycznym. W przeprowadzonym badaniu nie stosowano się do określonej przez Światową Organizację Turystyczną (WTO) definicji turysty (określającej go jako osobę, która spędziła w miejscowości przynajmniej jeden nocleg) i odwiedzających jednodniowych. Badani byli turyści, których rozumiemy jako odwiedzających badane miejscowości, bez względu na fakt noclegu. Na potrzeby przeprowadzonych badań **populacja turystów przyjeżdżających do województwa pomorskiego** została zdefiniowana jako osoby odwiedzające miejsca atrakcyjne turystycznie w tym regionie, które:

- nie zamieszkują w powiecie, w którym przeprowadzane było badanie,
- nie przebywają w celach zarobkowych w miejscowości, w której przeprowadzane było badanie,
- nie są uczniami szkół zlokalizowanych na terenie miejscowości, w której było przeprowadzane badanie.

Województwo pomorskie odznacza się wysokim poziomem przyjazdowego ruchu turystycznego w stosunku do innych regionów kraju. Fakt, iż liczba turystów odwiedzających ten region jest znaczna praktycznie wyklucza możliwość przeprowadzenia wyczerpujących badań dotyczących przyjeżdżających turystów, w których pomiarowi poddana byłaby cała badana populacja. Populacja przebywających tu turystów jest zbiorowością na tyle dużą, że może być objęta jedynie badaniem niewyczerpującym.

Sposób doboru próby do badań determinuje prawidłowość opisu populacji badanej (turystów przyjeżdżających do województwa pomorskiego), którego dokonuje się na podstawie wyników pomiaru pobranej z niej próby.

Celem pilotażowych badań turystów przyjeżdżających do województwa pomorskiego w 2005 r. było określenie struktury populacji turystów odwiedzających ten region na podstawie próby turystów poddanej badaniu, jak również weryfikacja przyjętej metodologii badań, sposobu doboru oraz określenia wielkości próby pozwalającej na wdrożenie przy minimalnym koszcie możliwie pełnego i wiarygodnego systemu badań ruchu turystycznego w kolejnych latach realizacji Programu Monitoringu Rynku Turystycznego.

Równolegle przeprowadzone badanie pozwoliło na dokonanie wstępnej identyfikacji cech przyjazdowego ruchu turystycznego w każdej z wytypowanych do badań miejscowości, a w szczególności takich jak:

- struktura turystów przyjeżdżających w podziale na zagranicznych i krajowych,
- motywy przyjazdów turystów do województwa pomorskiego,
- rodzaj środka transportu,
- rodzaj wykorzystywanej bazy noclegowej,
- poziom wydatków turysty na 1 dzień pobytu,
- formy spędzania wolnego czasu,
- częstotliwość przyjazdów turystów do województwa pomorskiego w ciągu roku, itp.

Metoda zastosowana w badaniu to wywiad standaryzowany oparty o kwestionariusz wywiadu opracowany przez członków Zespołu ds. Programu Monitoringu Rynku Turystycznego w Województwie Pomorskim, składającego się z pracowników naukowych reprezentujących właściwe dyscypliny naukowe, takie jak: ekonomia, socjologia, ekonometria, statystyka, marketing, turystyka i rekreacja, pracowników Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej jak i Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego. Skład członków Zespołu ds. Programu Monitoringu Rynku Turystycznego określa tabela we wstępie. Kwestionariusz wywiadu opracowany został w języku: polskim, angielskim, niemieckim oraz rosyjskim. Jego część właściwa składała się z dwudziestu jeden złożonych pytań, wśród których znalazły się zarówno pytania otwarte, półotwarte i zamknięte. Kolejne sześć pytań to pytania metryczkowe. Respondenci mieli możliwość (w zależności od pytania) wskazać jedną odpowiedź, kilka odpowiedzi lub wyrazić swoją opinię w pytaniach otwartych.

Za **podstawową jednostkę próby** przyjęto respondenta - turystę odwiedzającego miejsca nasilonego ruchu turystycznego w wytypowanych do badań miejscowościach. W punkcie badania dobierana była co piąta osoba. Jeśli spełniała kryteria badania i wyraziła zgodę na udział w badaniu -- przeprowadzano z nią wywiad; jeśli nie - odliczano kolejną piątą osobę.

Liczebność próby została określona na poziomie **1200 respondentów** z podziałem na badane miejscowości, przyjęte jako typowe dla trzech grup gmin – jednostek typowych województwa:

- Gniew – 100 kwestionariuszy
- Chmielno -100
- Krynica Morska – 100
- Gdańsk – 300
- Malbork – 100
- Łeba – 100
- Ustka – 100
- Jastarnia – 100
- Kościerzyna – 100
- Chojnice – 100

Dla określenia **jednostek (gmin) typowych województwa** podzielono je na trzy grupy, przyjmując za kryterium trzy główne czynniki atrakcyjności turystycznej

- województwa:
- położenie nadmorskie,
- obecność waloru czystych i malowniczo położonych jezior,
- obecność walorów antropogenicznych (głównie zabytków kultury materialnej).

W rezultacie zastosowania w/w kryteriów wybrano 10 gmin typowych dla ich grup wyodrębnionych według w/w cech:

- gminy nadmorskie: Łeba, Ustka, Jastarnia, Krynica Morska;
- gminy jeziorne: Kościerzyna, Chojnice, Chmielno;
- gminy, których atrakcyjność turystyczna jest identyfikowana głównie poprzez zabytki: Gdańsk, Gniew, Malbork.

Minimalną liczebność próby określono m. in. w oparciu o dane GUS dotyczące stopnia wykorzystania obiektów zbiorowego zakwaterowania w poszczególnych miejscowościach.

Prezentację wyników badania zrealizowało Centrum Badania Opinii Społecznej w Warszawie z zastosowaniem oprogramowania SPSS Professional Statistics.

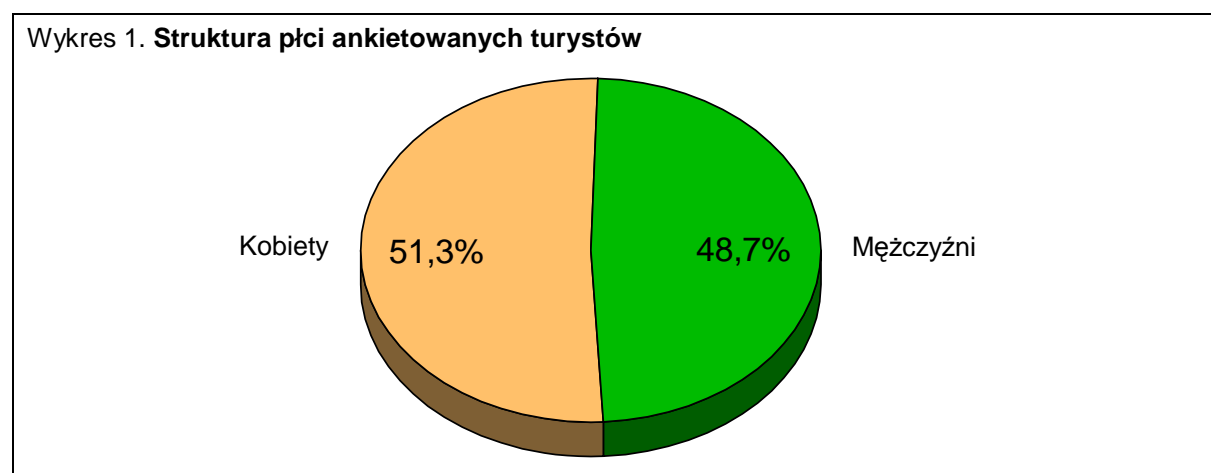
CZĘŚĆ MERYTORYCZNA

1. Charakterystyka turystów odwiedzających województwo pomorskie¹

1.1. Analiza struktury turystów ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i materialny oraz miejsce zamieszkania

- Płeć

Wśród turystów odwiedzających region pomorski, którzy wzięli udział w badaniu, niemal równoliczną grupę stanowili mężczyźni (48,7%) i kobiety (51,3%). Struktura płci badanych osób była identyczna wśród turystów z Polski oraz wśród gości zagranicznych (48,7:51,3%).

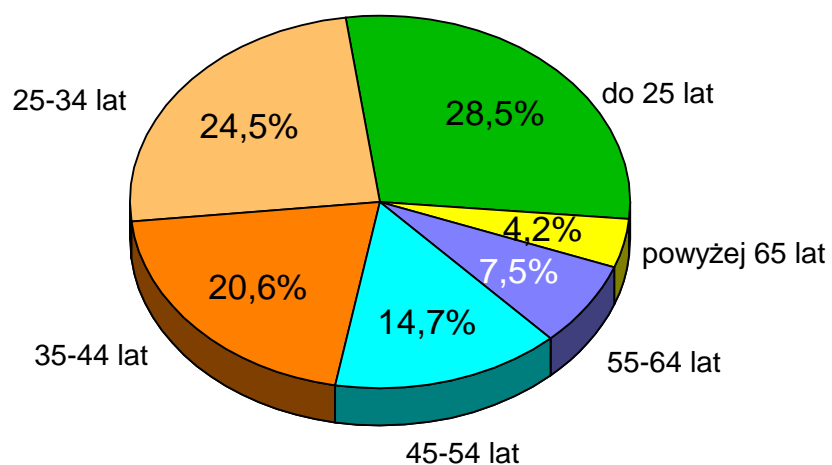


- Wiek

Turyści odwiedzający województwo pomorskie, to przeważnie osoby młode. Więcej niż co czwarty spośród badanych (28,5%) miał mniej niż 25 lat, niewiele mniejszy odsetek (24,5%) stanowiły osoby w wieku 25-34 lat, a co piąty respondent (20,6%) mieścił się w przedziale wiekowym od 35 do 44 lat. Osoby w wieku 45-54 lat stanowiły 14,7% wszystkich badanych, a tylko co dziewiąty respondent (11,7%) miał 55 lat lub więcej.

¹ Przedstawiając strukturę osób odwiedzających Pomorze w sezonie letnim 2005, które wzięły udział w badaniu pilotażowym, przedstawiamy zarówno łączną ich charakterystykę, jak również różnice wynikające ze względu na ich narodowość. W aneksie natomiast umieszczone zostały tabele wynikowe szczegółowo przedstawiające cechy socjodemograficzne turystów charakterystyczne dla poszczególnych miejscowości, w których badanie było realizowane.

Wykres 2. Wiek turystów

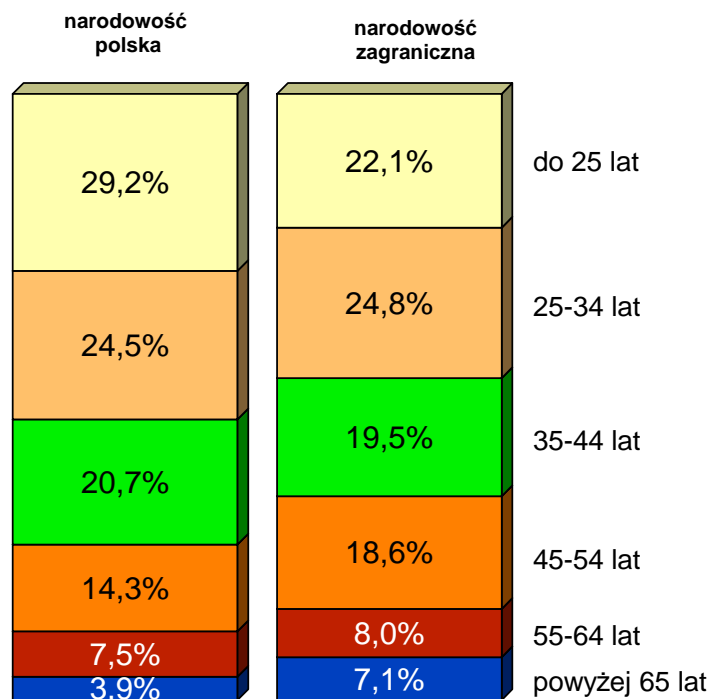


Średnia wieku wszystkich turystów, którzy wzięli udział w badaniu, to 35,6 lat (z czego najmłodszy miał 14 lat, a najstarszy 87 lat). Średnia wieku polskich turystów jest nieco niższa niż tych, którzy przyjechali z zagranicy (patrz tabela 1).

Tabela 1. Przeciętny wiek turystów – ze względu na narodowość

Wiek	Turyści polscy	Turyści zagraniczni	Ogół badanych
Średnia wieku	35,5	38,6	35,6
Wiek najmłodszego respondenta	14	16	14
Wiek najstarszego respondenta	85	87	87

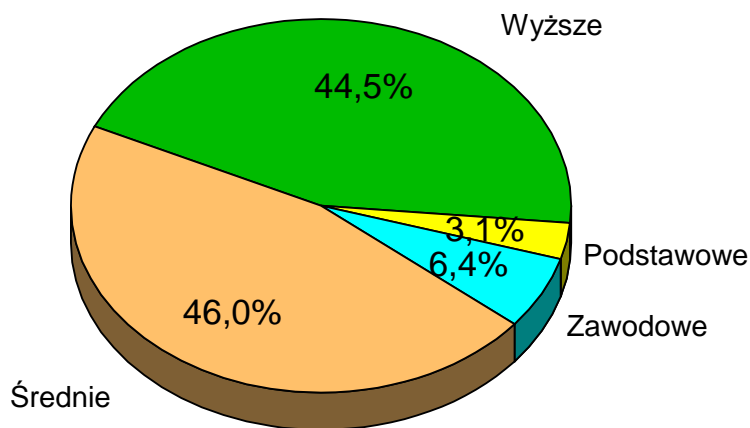
Wykres 3. Wiek turystów - ze względu na narodowość



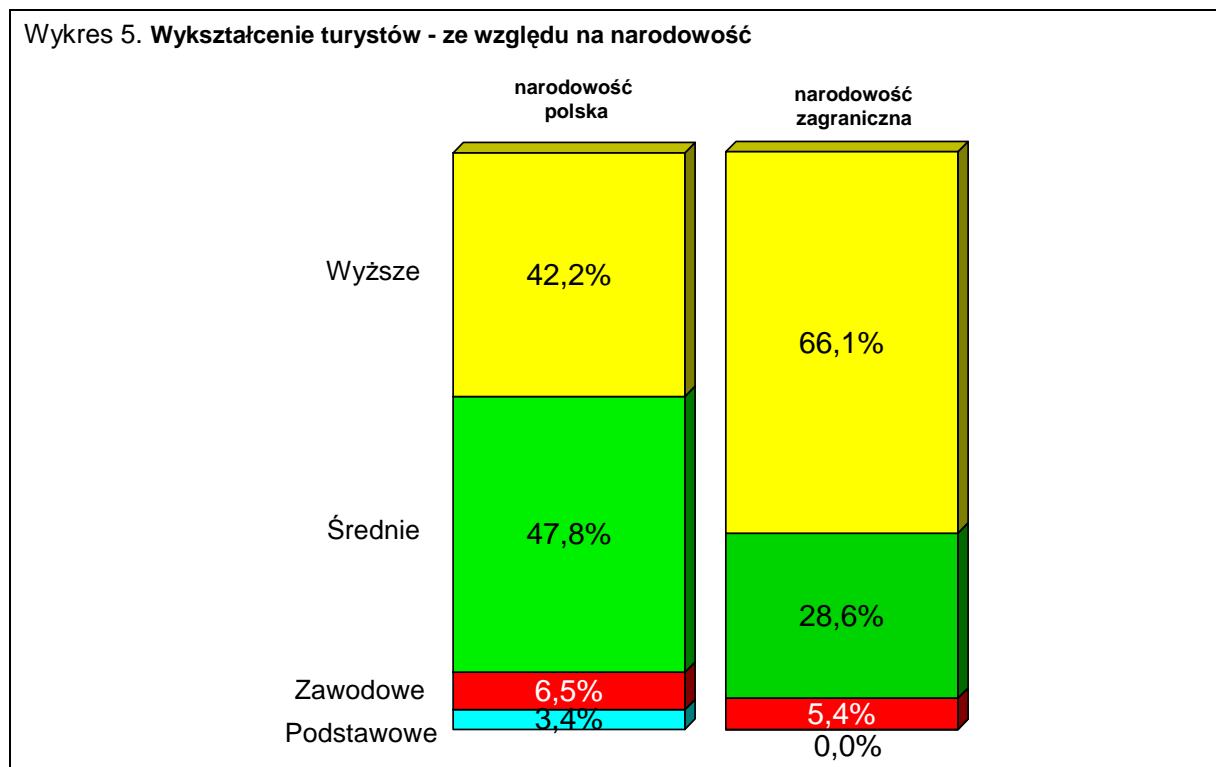
- **Wykształcenie**

Turyści odwiedzający Pomorze w sezonie 2005, którzy wzięli udział w badaniu, to głównie osoby ze średnim (46,0%) i wyższym (44,5%) wykształceniem. Znacznie mniejszą grupę stanowili turyści z wykształceniem zasadniczym zawodowym (6,4%) oraz podstawowym (3,1%). Poziom wykształcenia w znacznym stopniu koresponduje ze stanem zamożności respondentów, dlatego nie dziwi fakt, że osoby gorzej wykształcone rzadziej podróżują.

Wykres 4. Poziom wykształcenia turystów



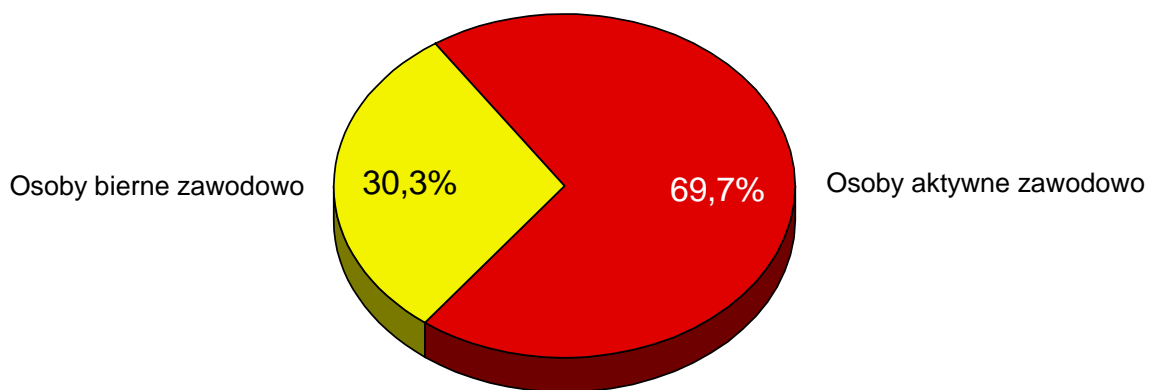
Osoby przyjeżdżające spoza Polski okazały się znacznie lepiej wykształcone niż turyści krajowi. Aż dwie trzecie (66,1%) spośród zagranicznych gości posiadało wykształcenie wyższe, zaś wśród turystów krajowych ten poziom edukacji wykazało dwie piąte badanych (42,2%).



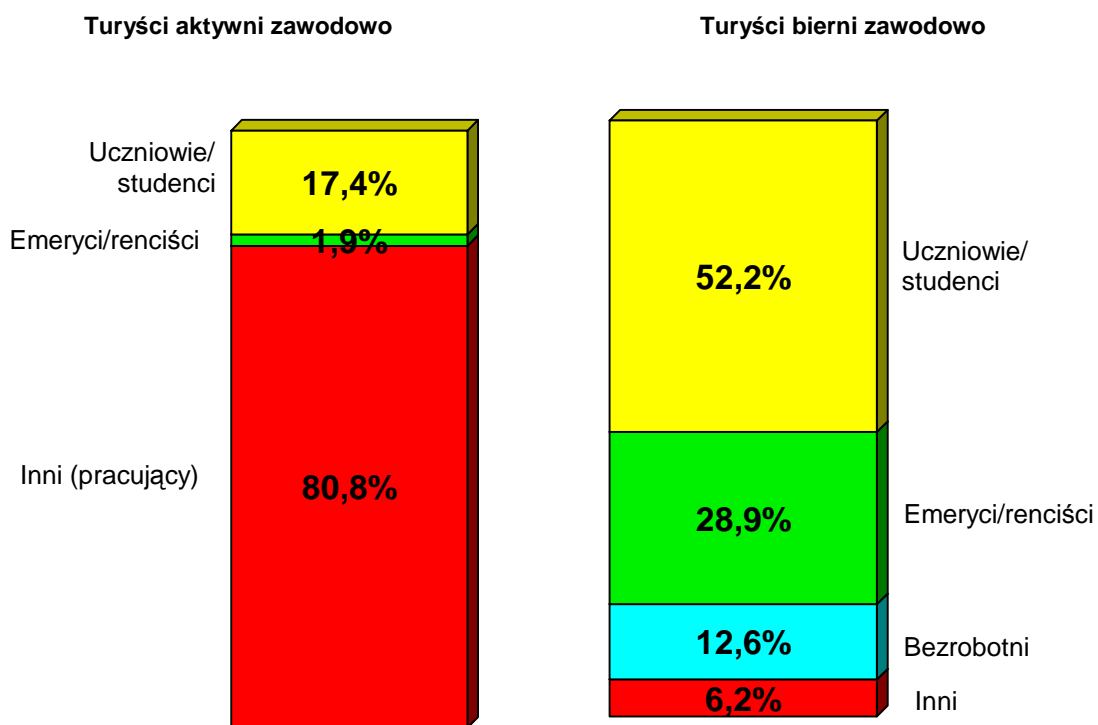
- Status zawodowy

Ponad dwie trzecie (69,7%) wszystkich badanych turystów to osoby aktywne zawodowo, z czego 9,3% to dodatkowo uczniowie lub studenci, a 1,0% to renciści i emeryci. Niespełna trzecią część badanych (30,3%) stanowiły osoby bierne zawodowo, z czego ponad połowa to uczniowie i studenci (15,5%). W dalszej kolejności znaleźli się emeryci i renciści (8,6%) oraz bezrobotni (3,8%).

Wykres 6. Status zawodowy turystów

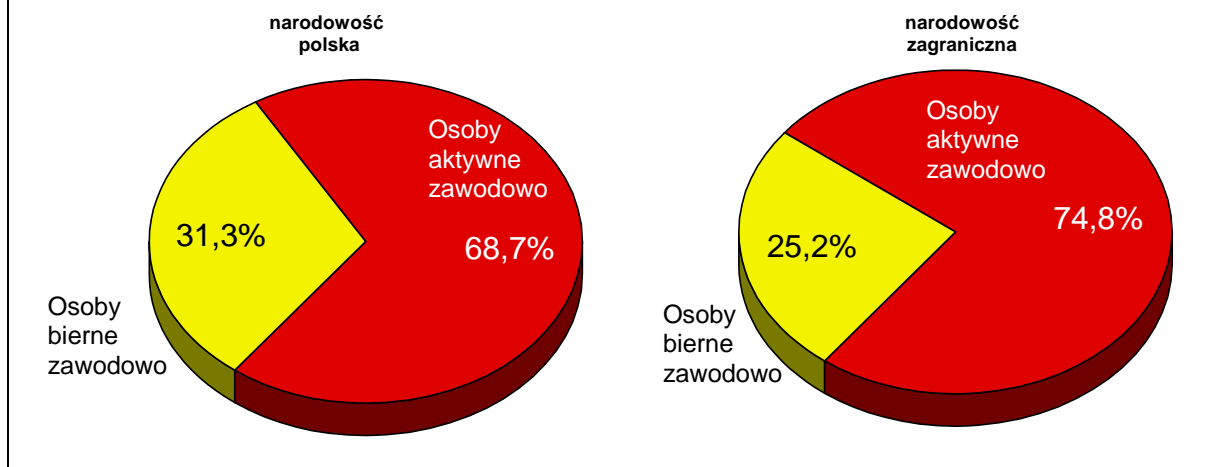


Wykres 7. Czynni i biernie zawodowo



Turyści zagraniczni, odwiedzający region, to w 74,8% osoby aktywne zawodowo. Jedynie co czwarty badany z tej grupy (25,2%) przyznał, iż obecnie nie pracuje. Natomiast wśród turystów krajowych bierny status zawodowy charakteryzował niemal co trzeciego respondenta (31,3%).

Wykres 8. Status zawodowy turystów - ze względu na narodowość

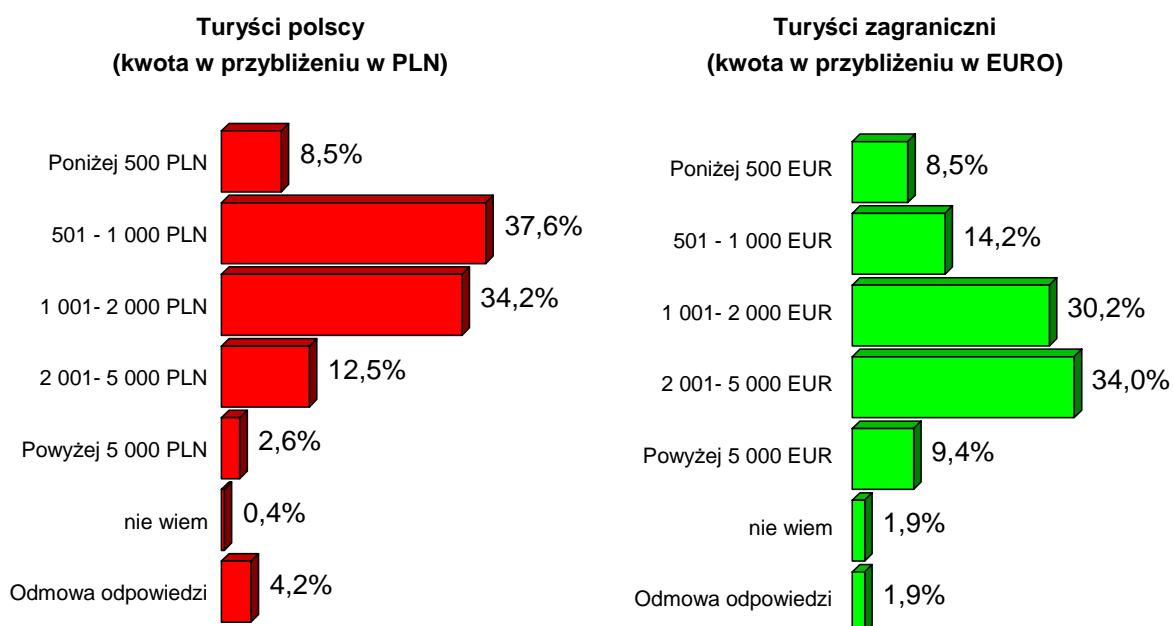


- Status materialny

Polscy turyści, którzy wzięli udział w badaniu to głównie osoby o średnim statusie materialnym. Przeważającą grupę stanowili respondenci, których średnie miesięczne zarobki *per capita* mieszczą się w przedziale od 500 do 1000 złotych (37,6%). W następnej kolejności znaleźli się ci, których średni miesięczny dochód przypadający na jednego członka rodziny lokuje się w przedziale od 1000 do 2000 złotych (34,2%). Stosunkowo najmniej liczne grupy stanowili respondenci o najniższych miesięcznych dochodach (poniżej 500 zł na osobę) – 8,5%, jak również posiadający najwyższe środki finansowe (powyżej 5000 złotych na osobę) – 2,6%.

Znacznie wyższy status materialny (zwłaszcza w kontekście polskich realiów) deklarowali turyści zagraniczni, którzy podając kwoty finansowe przypadające miesięcznie na jednego członka rodziny posługiwali się jednostką monetarną – ‘EURO’. Najliczniejszą grupę wśród zagranicznych gości stanowili ci, których miesięczne dochody *per capita* mieściły się w przedziale 2000 – 5000 EUR (34,0%), a następnie 1000 – 2000 EUR (30,2%). Podobnie jak w przypadku turystów krajowych, stosunkowo najrzadziej spotykani byli obcokrajowcy o skrajnie niskich dochodach (poniżej 500 EUR na osobę) – 8,5% oraz o bardzo wysokich środkach finansowych (powyżej 5000 EUR na osobę) – 9,4%.

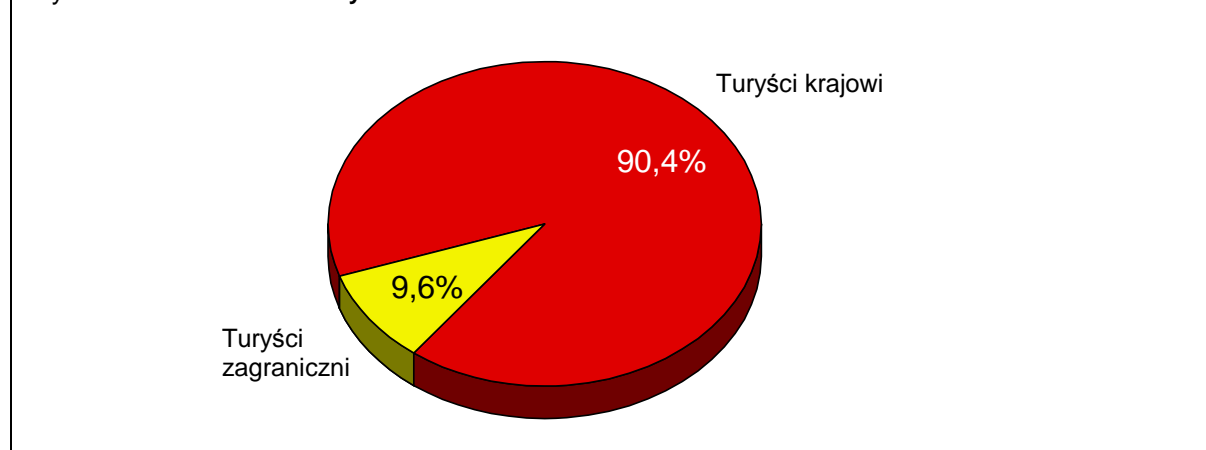
Wykres 9. Przeciętny miesięczny dochód w gospodarstwie domowym na jednego członka rodziny



1.2. Turyści krajowi i zagraniczni – związki z Polską i z Pomorzem

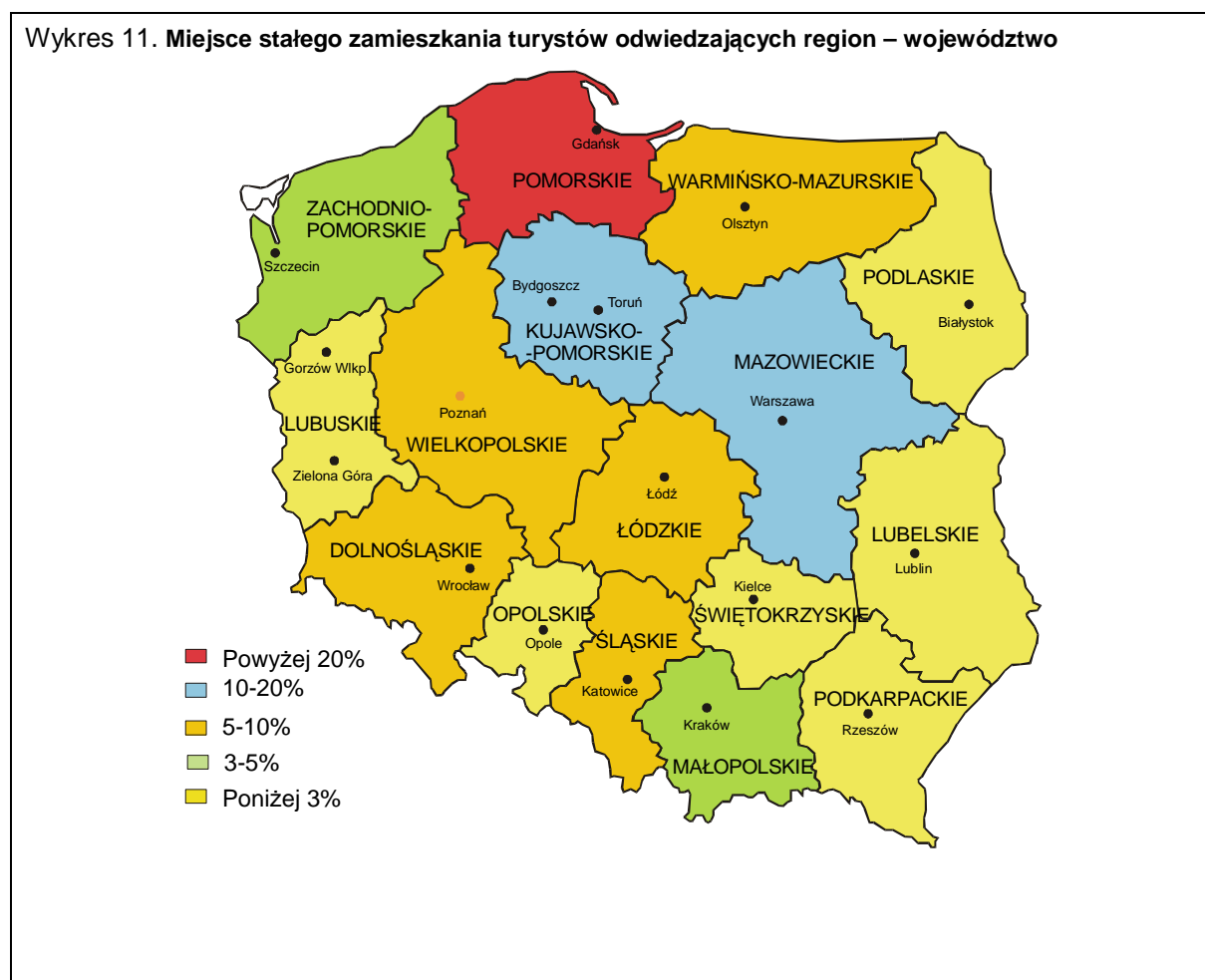
W całej grupie badawczej znalazło się 90,4% turystów z Polski, zaś niespełna co dziesiąty (9,6%) to respondent pochodzący spoza kraju.

Wykres 10. Narodowość turystów



Wśród krajowych turystów największą liczebnie grupę stanowili mieszkańcy województwa pomorskiego (26,2%), a także mazowieckiego (19,1%) i kujawsko-pomorskiego (10,3%). W dalszej kolejności były to osoby zamieszkujące takie województwa, jak: śląskie (9,3%), łódzkie (6,7%), warmińsko-mazurskie (5,5%), wielkopolskie (5,4%), dolnośląskie (3,8%) oraz zachodnio-pomorskie (3,3%). Stosunkowo najmniejszą liczebnie

grupę stanowili reprezentanci województwa lubelskiego, świętokrzyskiego, lubuskiego, opolskiego, podkarpackiego i podlaskiego.



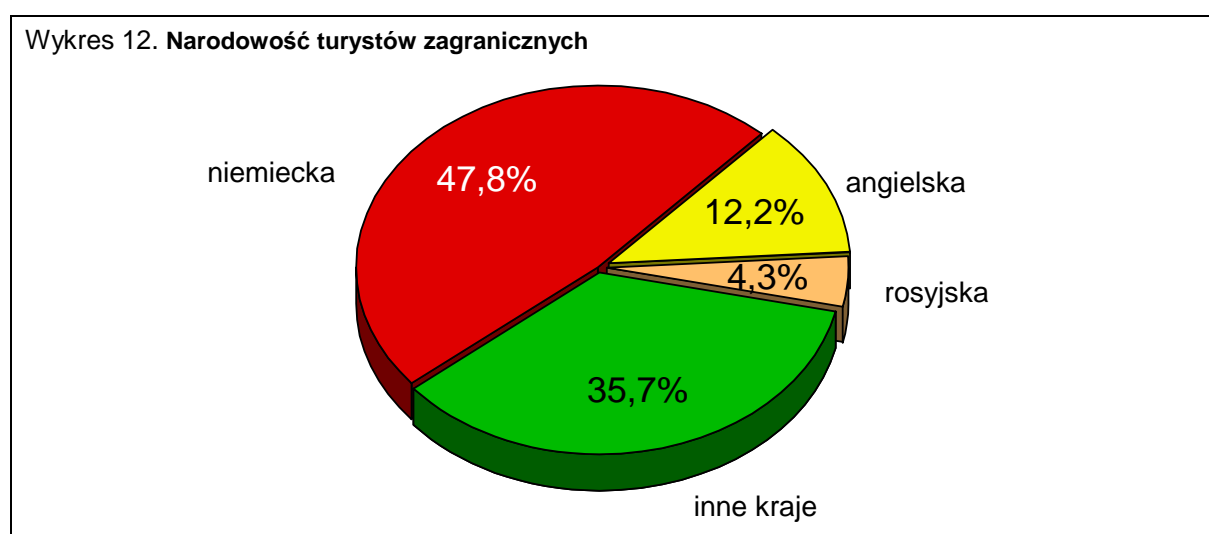
Turyści, jak się okazuje, podróżujący na Pomorze ze wszystkich regionów Polski, jednocześnie reprezentowali ogromną liczbę polskich miejscowości (zarówno wsi jak i miast). Stosunkowo największą liczebnie grupę wszystkich przyjezdnych stanowiły osoby pochodzące z takich miejscowości, jak:

- Warszawa	- 12,5%	- Toruń	- 1,5%
- Gdańsk	- 6,7%	- Olsztyn	- 1,4%
- Gdynia	- 4,2%	- Katowice	- 1,3%
- Łódź	- 3,6%	- Sopot	- 1,2%
- Bydgoszcz	- 3,2%	- Elbląg	- 1,0%
- Kraków	- 2,6%	- Częstochowa	- 1,0%
- Poznań	- 2,2%	- Lublin	- 1,0%
- Wrocław	- 1,7%	- Szczecin	- 0,9%

Większość turystów przyjeżdżających na Pomorze, to osoby w jakiś sposób związane z tym regionem. Ponad dwie piąte badanych (42,7%) posiadało związki z Pomorzem poprzez rodzinę, co piąty (20,9%) poprzez przyjaciół, a co dwudziesty (5,3%)

poprzez współpracowników. Żadnych związków z regionem nie posiadało 45,1% przybyłych tu Polaków.

Spośród zagranicznych turystów odwiedzających województwo pomorskie, większość (47,8%) stanowili Niemcy, a w następnej kolejności Brytyjczycy (12,2%) oraz Rosjanie (4,3%). Wśród pozostałych narodowości (35,7%) znaleźli się: Hiszpanie, Szwedzi, Białorusini, Czesi, Francuzi, Holendrzy, Austriacy, Litwini, Belgowie, Grecy, Węgrowie, Irlandczycy, Japończycy, Nowo-Zelandczycy, Szwajcarzy, Ukraińcy, Amerykanie oraz Włosi.

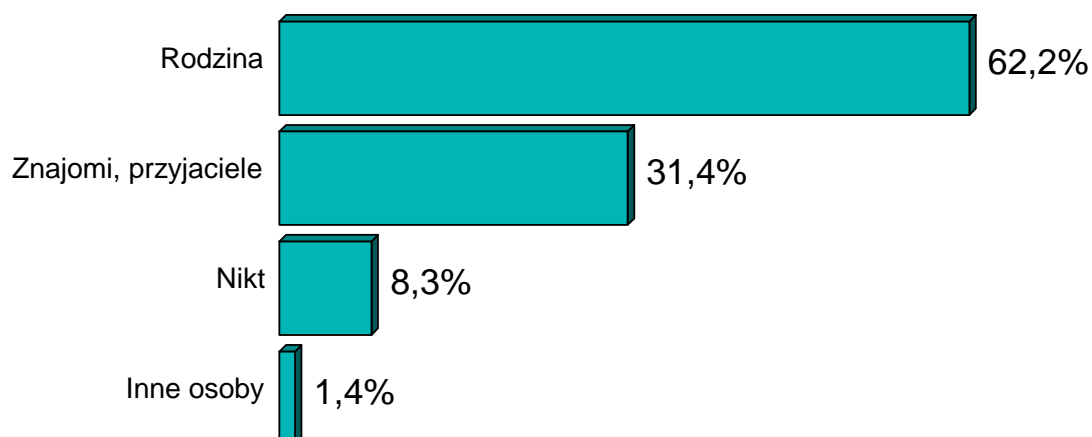


Większość spośród zagranicznych turystów zadeklarowała, iż posiada związki z Polską. Co trzeci (33,9%) poprzez rodzinę, co czwarty (26,1%) poprzez znajomych, a nieliczni (3,5%) poprzez współpracowników. Żadnych związków z Polską nie posiadało 40,9% zagranicznych turystów przybyłych na Pomorze.

1.3. Struktura osób towarzyszących

Zdecydowana większość turystów podróżowała na Pomorze w towarzystwie innych osób - głównie członków rodziny (62,2%), a także ze znajomych lub przyjaciół (31,4%). Jedynie 8,3% wszystkich badanych odpowiedziało, iż nikt im nie towarzyszy podczas podróży. Poza rodziną i przyjaciółmi, nieliczni (1,4%) wymieniali jeszcze inne osoby towarzyszące im w podróży – przede wszystkim narzeczonych oraz partnerów.

Wykres 13. Struktura osób towarzyszących turystom*



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na różne osoby towarzyszące im w podróży.

Turystom przybyłym na Pomorze z rodziną, towarzyszyły średnio niespełna trzy osoby (2,74); w tym przeciętnie nieco mniej niż dwie w wieku do 14 lat (1,56). Natomiast ci, którym w podróży towarzyszyli znajomi i przyjaciele, deklarowali obecność ze sobą średnio trzech takich osób (3,22). Turystom zagranicznym podróżującym z rodziną, towarzyszyło stosunkowo więcej jej członków niż turystom krajowym. Ci zaś, w porównaniu z gośćmi z zagranicy, częściej podróżowali w gronie znajomych i przyjaciół (patrz tabela 2).

Tabela 2. Średnie liczebności osób towarzyszących

Liczebność:	Liczba członków rodziny towarzyszących turystom			W tym dzieci do lat 14			Liczba znajomych i przyjaciół towarzyszących turystom		
	turyści z Polski	turyści zagraniczni	ogółem	turyści z Polski	turyści zagraniczni	ogółem	turyści z Polski	turyści zagraniczni	ogółem
Średnio	2,69	3,25	2,74	1,54	1,85	1,56	3,23	3,03	3,22
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	25	26	26	7	5	7	40	27	40

2. Charakter wizyt turystów

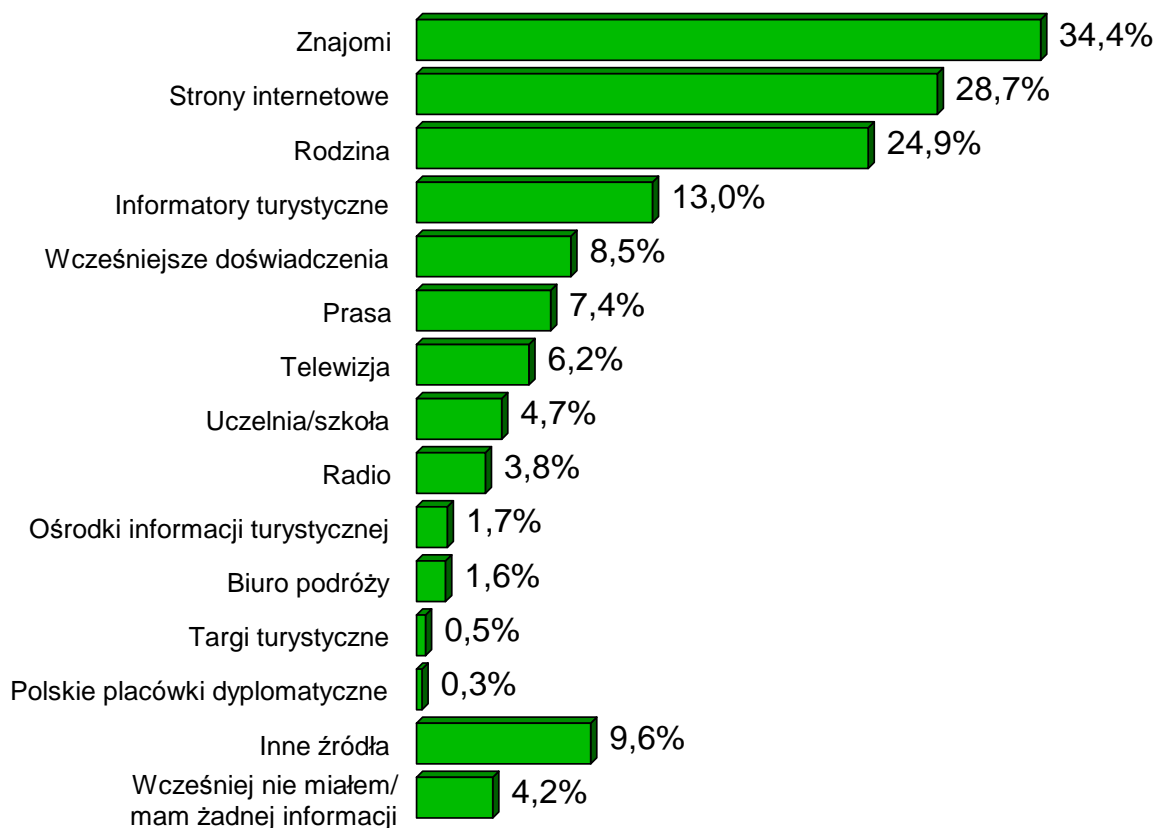
2.1. Źródła informacji o regionie

Najskuteczniejszym źródłem informacji o miejscowościach w województwie pomorskim okazują się inne osoby – co trzeci z turystów (34,4%) przyznał, że informacje o danej miejscowości posiada od znajomych. Niewiele mniej osób (28,7%) wiadomości o regionie zaczerpnęło z Internetu, a co czwarty ankietowany (24,9%) przyznał, że posiada je od rodziny. Mniej powszechnym źródłem informacji okazały się informatory turystyczne (13,0%), własne doświadczenia z przeszłości (8,5%), prasa (7,4%), telewizja (6,2%), szkoła bądź uczelnia (4,7%) oraz radio (3,8%). Jedynie w nielicznych przypadkach wiadomości o poszczególnych miejscowościach turyści czerpali z ośrodków informacji turystycznej, biur podróży, targów turystycznych oraz placówek dyplomatycznych.

Wśród pozostałych źródeł informacji (9,6%) na które wskazywali turyści, znalazły się między innymi: własna wiedza (m. in. wyniesiona za szkoły) oraz zainteresowania (3,3%); mapy, atlasy i książki (2,3%); reklamy drogowe, plakaty oraz tablice informacyjne (1,7%), jak również fakt pobliskiego zamieszkania (0,8%) oraz informacje od pracodawców (0,8%).

Ci, którzy przed przyjazdem do poszczególnych miejscowości na Pomorzu, nie posiadali żadnych informacji na ich temat, stanowili 4,2% ogółu badanych (patrz wykres 14).

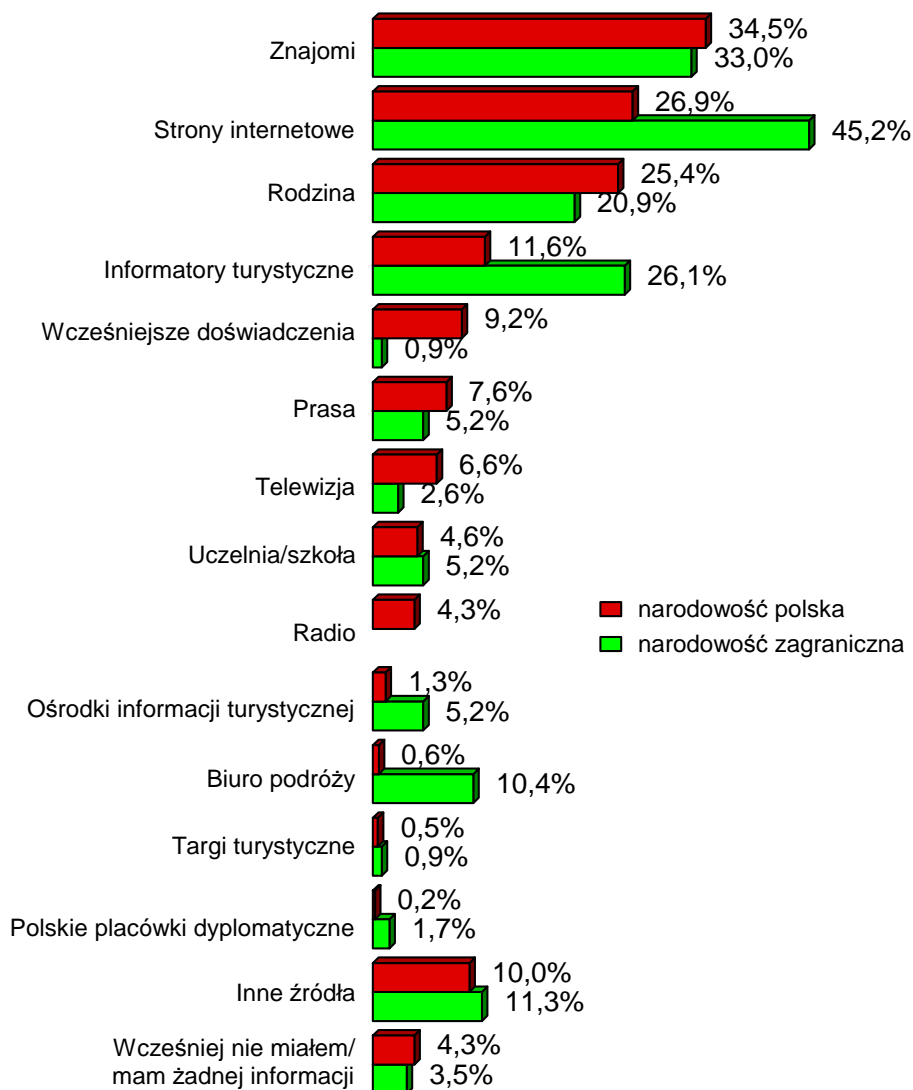
Wykres 14. Źródła informacji o regionie*



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ respondenci mogli wskazać na więcej niż jedno źródło informacji o regionie.

Charakter źródeł informacji o poszczególnych miejscowościach w województwie pomorskim różni się ze względu na narodowość ich odbiorców. Turyści zagraniczni bowiem, znacznie częściej niż Polacy, informacje o regionie czerpali z Internetu; częściej też sięgali do informatorów turystycznych oraz korzystali z pomocy ośrodków informacji turystycznej. Turyści krajowi natomiast, w odróżnieniu od gości zagranicznych, częściej odwoływali się do własnych doświadczeń związanych z tym regionem, jak również częściej wskazywali na media jako źródło informacji o poszczególnych miejscowościach (patrz wykres 15).

Wykres 15. Źródła informacji o regionie - ze względu na narodowość turystów*



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ respondenci mogli wskazać na więcej niż jedno źródło informacji o regionie.

Znajomi, jak również rodzina – to, jak się okazuje, stosunkowo najczęstsze źródło informacji dla osób przyjeżdżających do Łeby, Kościerzyny oraz Chojnic. Rekomendacje znajomych okazały się też bardzo istotne dla turystów z Gdańska, Chmielna, Krynicy Morskiej oraz Ustki. Internet natomiast, to - jak wynika z badania - ważne źródło informacji o Łebie, Jastarni oraz Chmielnie, a w nieco mniejszym stopniu również o Gdańsku, Malborku, Ustce i Krynicy Morskiej. Informatory turystyczne okazały się istotne głównie dla turystów odwiedzających Malbork i Gniew, a w nieco mniejszym stopniu również dla przybyłych do Gdańska. Wcześniejsze doświadczenia największą liczbę turystów przyciągnęły do Krynicy Morskiej, a media stosunkowo najskuteczniejszą reklamę zrobiły

takim miejscowościom, jak: Gdańsk, Malbork, Łeba i Gniew. Znaczna część turystów z Malborka, mówiąc o źródle informacji na temat tej miejscowości wskazała na szkoły lub uczelnie (patrz tabela 3).

Tabela 3. Źródła informacji o poszczególnych miejscowościach*

Źródła informacji o miejscowościach:	Miejsce badania									
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka
Znajomi	37,0	41,0	37,4	8,9	25,3	48,0	35,0	56,0	16,0	33,0
Strony internetowe	38,4	10,0	33,1	13,9	40,0	13,0	26,0	44,0	33,0	29,0
Rodzina	17,8	44,0	28,8	10,9	17,9	32,0	14,0	27,0	24,0	22,0
Informatory turystyczne	5,5	8,0	18,4	22,8	2,1	9,0	10,0	6,0	24,0	9,0
Prasa	2,7	4,0	14,1	8,9	1,1	2,0	2,0	8,0	13,0	1,0
Telewizja	-	3,0	12,9	3,0	-	1,0	-	7,0	14,0	4,0
Wcześniejsze doświadczenia	2,7	4,0	9,5	5,0	12,1	4,0	23,0	5,0	4,0	11,0
Radio	-	2,0	7,1	6,9	-	1,0	1,0	5,0	7,0	
Uczelnia/szkoła	1,4	5,0	4,0	4,0	-	4,0	-	-	28,0	1,0
Biuro podróży	-	-	3,7	-	1,1	-	1,0	2,0	2,0	1,0
Ośrodki informacji turystycznej	-	2,0	2,5	1,0	1,1	2,0	-	1,0	3,0	2,0
Targi turystyczne	-	-	0,9	-	-	1,0	1,0	1,0	-	-
Polskie placówki dyplomatyczne	-	-	0,3	1,0	-	-	-	1,0	-	1,0
Inne źródła	5,5	6,0	6,7	32,7	4,0	11,0	5,0	13,0	16,0	7,0
Wcześniej nie miało(a)m żadnej informacji	5,5	3,0	2,8	5,9	4,2	3,0	8,0	1,0	1,0	11,0

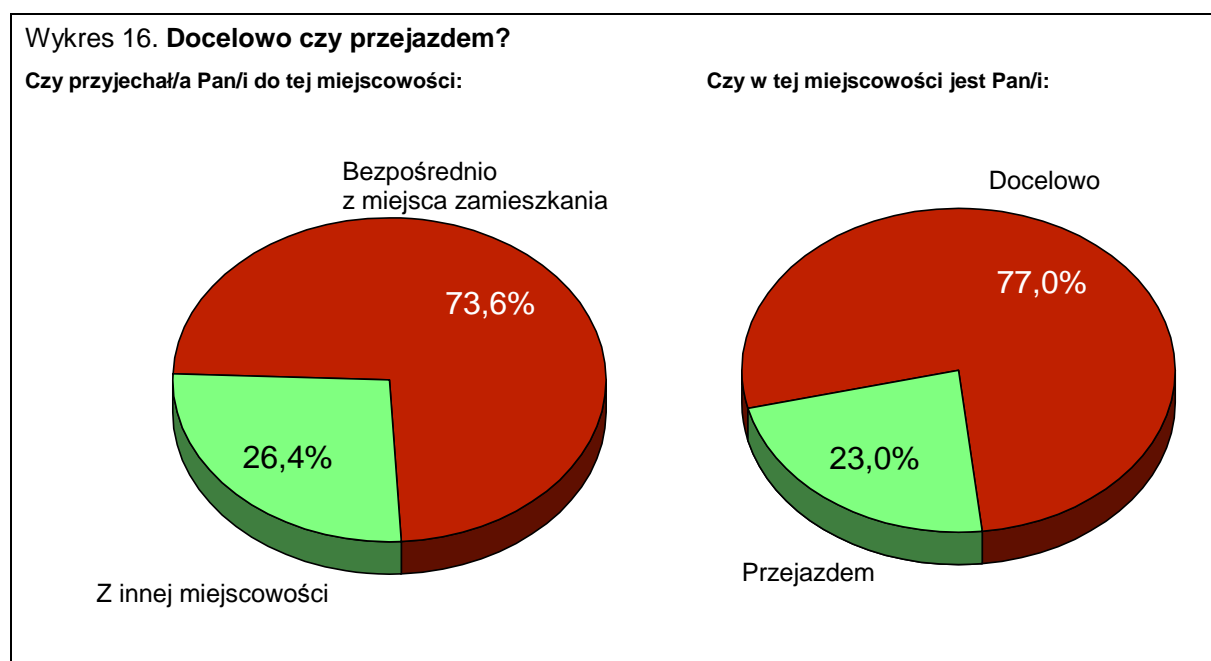
* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ respondenci mogli wskazać na więcej niż jedno źródło informacji o regionie.

2.2.Docelowo czy przejazdem?

Przeważająca większość turystów (73,6%) do poszczególnych miejscowości w województwie pomorskim przybyła bezpośrednio z miejsca zamieszkania. Jedynie co czwarty badany (26,4%) przyznał, iż dana miejscowość jest kolejnym punktem na trasie jego podróży. Wcześniej odwiedzane miejsca to, jak się okazuje, w 90,3% miejscowości znajdujące się w Polsce. Poza Warszawą - to głównie ośrodki nadmorskie, zwłaszcza: Gdańsk, Gdynia, Sopot, Władysławowo, Krynica Morska, Jastrzębia Góra oraz Łeba. Jeżeli zaś chodzi o wcześniej odwiedzane ośrodki poza granicami kraju – były to głównie miasta w Niemczech (m. in. Berlin).

Ponad trzy czwarte (76,8%) wszystkich turystów, którzy w poszczególnych miejscowościach wzięli udział w badaniu przyznało, iż dana miejscowość jest docelowym

punktem w ich podróży, natomiast niespełna co czwarty ankietowany (23,0%) w danej miejscowości znalazł się tylko przejazdem. Podobnie jak respondenci, którzy przed przybyciem do poszczególnych ośrodków, w których realizowano badanie, wcześniej odwiedzali inne miejscowości – niemal wszyscy (96,2%) spośród tych, którzy tylko przejazdem znaleźli się w tych miejscach, w dalszą podróż wybierali się do innych miejscowości w Polsce (głównie do ośrodków nadmorskich oraz do Warszawy). Dla nielicznych osób docelowy punkt podróży stanowiły miejscowości zagraniczne – głównie zlokalizowane w Niemczech.



Polscy turyści znacznie częściej niż zagraniczni daną miejscowość traktowali docelowo i kierowali się do niej bezpośrednio z miejsca zamieszkania. Natomiast turyści spoza Polski często nastawieni byli na zwiedzanie różnych, zwykle pobliskich miejscowości nadmorskich, stąd ich przyjazd do danego ośrodka nierzadko poprzedzony był wizytą w innym miejscu i jednocześnie traktowany jako kolejny etap w podróży (patrz tabela 4 i 5).

Tabela 4 i 5. Docelowo czy przejazdem? - ze względu na narodowość turystów

Czy przyjechał/a Pan/i do tej miejscowości	Narodowość respondentów	
	polska	zagraniczna
Bezpośrednio z miejsca zamieszkania	76,8	43,5
Z innej miejscowości	23,2	56,5

Czy w tej miejscowości jest Pan/i:	Narodowość respondentów	
	polska	zagraniczna
Docelowo	78,2	65,2
Przejazdem	21,8	34,8

Miejscowości traktowane przez turystów jako docelowe, to przede wszystkim: Krynica Morska (99,0%); Łeba (94,9%); Jastarnia (93,9%), a także Chmielno (87,5%) i Ustka (85,0%). Natomiast miejscowości niemal wyłącznie okazyjne (odwiedzane przejazdem), to głównie Malbork (72,0%) oraz Gniew (51,5%).

Tabela 6 i 7 Docelowo czy przejazdem? - ze względu na odwiedzane miejscowości

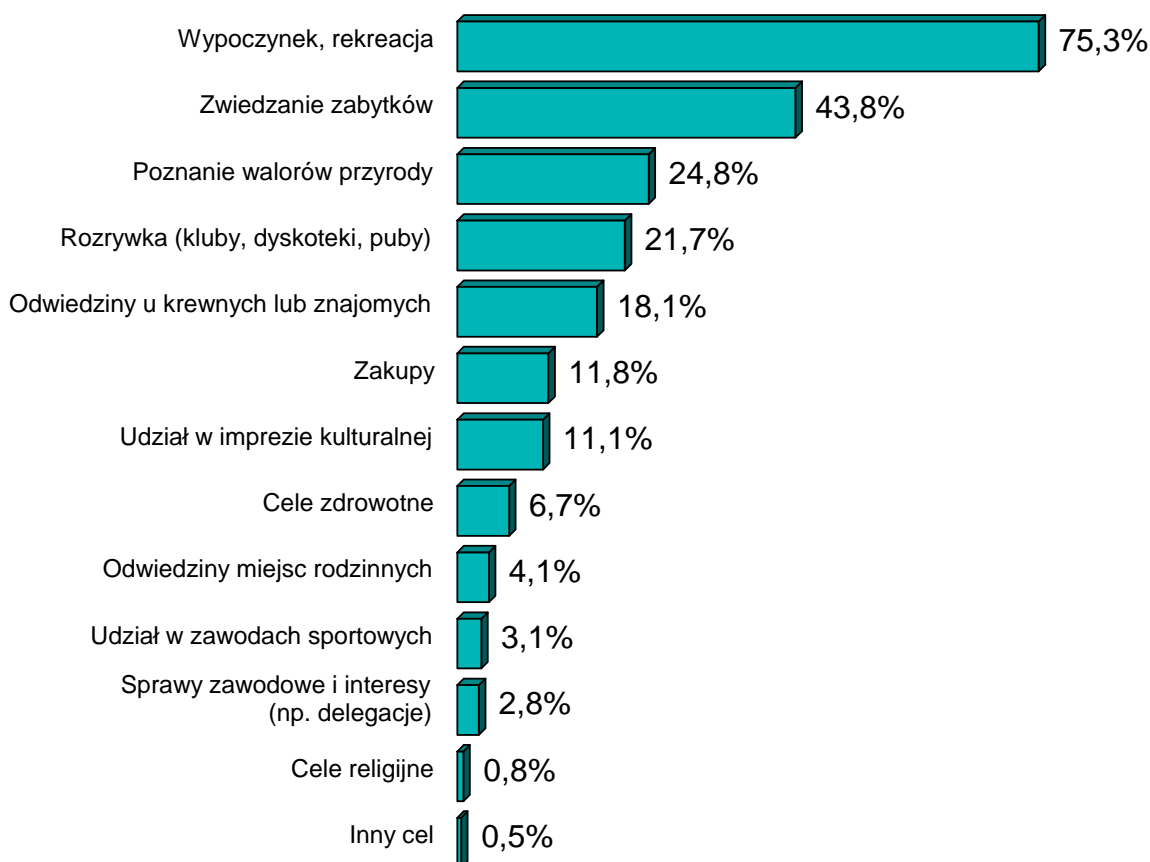
Miejsce badania	Czy przyjechał/a Pan/i do tej miejscowości	
	Bezpośrednio z miejsca zamieszkania	Z innej miejscowości
Jastarnia	88,9	11,1
Chmielno	87,7	12,3
Łeba	87,0	13,0
Ustka	87,0	13,0
Chojnice	79,0	21,0
Krynica Morska	76,0	24,0
Kościerzyna	74,0	26,0
Gdańsk	69,7	30,3
Gniew	67,3	32,7
Malbork	32,0	68,0

Miejsce badania	Czy w tej miejscowości jest Pan/i	
	Docelowo	Przejazdem
Krynica Morska	99,0	1,0
Łeba	94,9	5,1
Jastarnia	93,9	6,1
Chmielno	87,5	12,5
Ustka	85,0	15,0
Chojnice	80,0	20,0
Kościerzyna	79,0	21,0
Gdańsk	77,1	22,9
Gniew	48,5	51,5
Malbork	28,0	72,0

2.3. Główne cele podróży

Turyści pytani o cele przyjazdu do danej miejscowości w województwie pomorskim najczęściej wskazywali na wypoczynek i rekreację (75,3%). W następnej kolejności ich motywację stanowiło: zwiedzanie zabytków (43,8%), poznanie walorów przyrody (24,8%), a także rozrywka (21,7%); odwiedziny krewnych lub znajomych (18,1%), zakupy (11,8%) oraz udział w imprezach kulturalnych (11,1%). Znacznie rzadsze cele wizyt turystów to, jak się okazuje, kwestie zdrowotne, odwiedziny rodzinnych miejsc, udział w zawodach sportowych, sprawy zawodowe oraz pobudki religijne (patrz wykres 17).

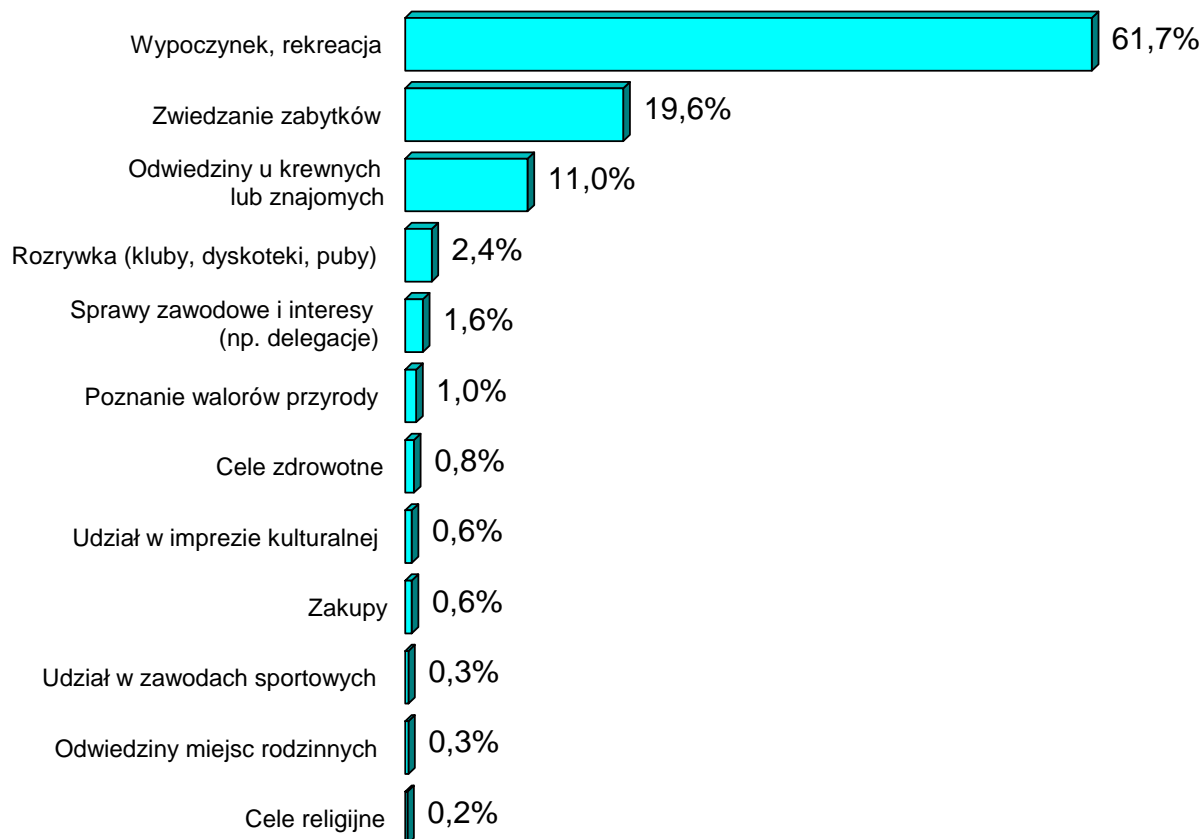
Wykres 17. Cele wizyt turystów w województwie pomorskim*



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ respondenci mogli wskazać na więcej niż jeden cel swojej wizyty.

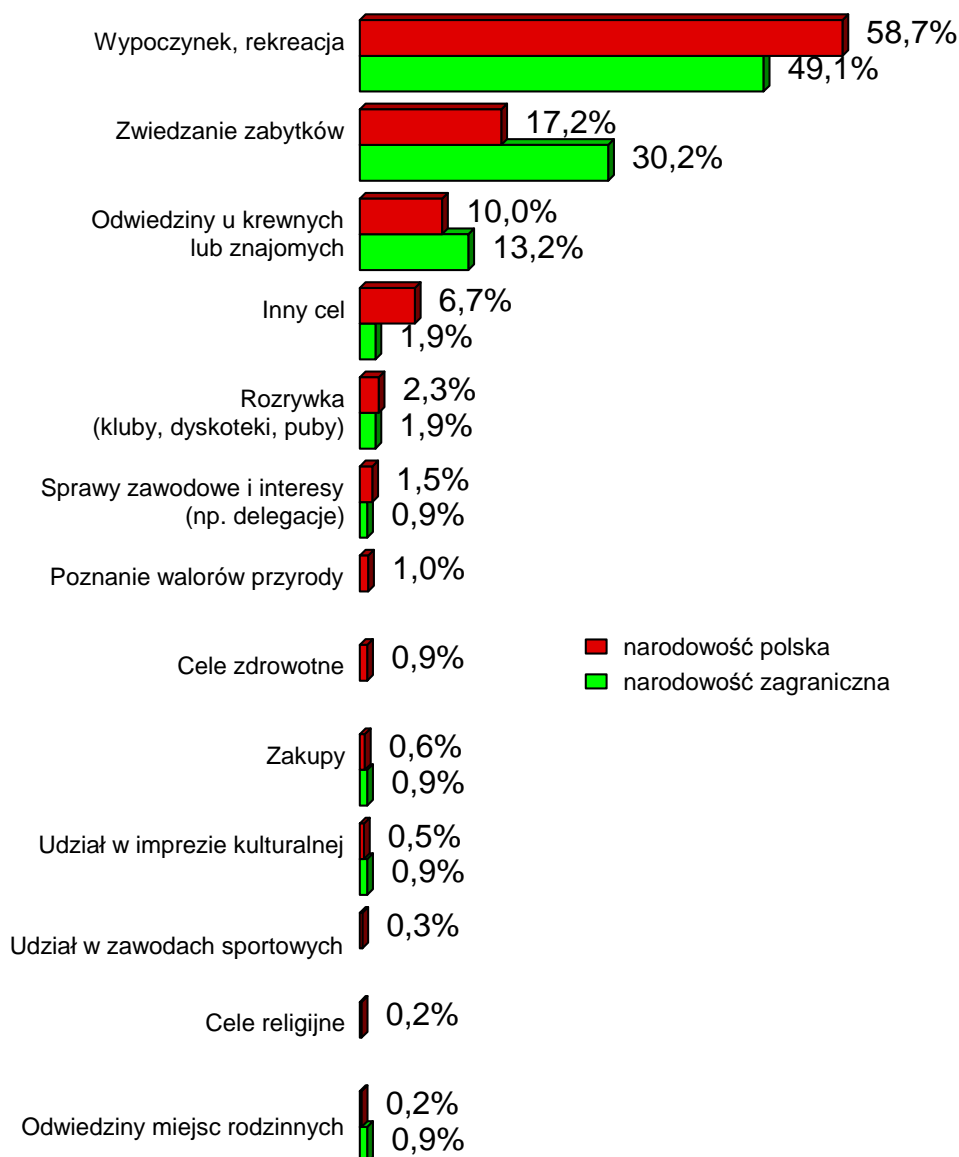
Wybierając wyłącznie jeden – najistotniejszy cel przyjazdu na Pomorze, turyści zdecydowanie najczęściej wskazywali na wypoczynek i rekreację (61,7%). Znacznie mniej istotne w hierarchii ważności okazały się pozostałe cele. Wśród nich stosunkowo najczęściej wskazywano na kwestię zwiedzania zabytków (19,6%) oraz odwiedzin krewnych lub znajomych (11,0%). Znacznie rzadziej główną motywacją były: rozrywka, sprawy zawodowe, poznanie walorów przyrody, cele zdrowotne, udział w imprezach kulturalnych oraz zakupy. Pozostałe cele w hierarchii ważności pozostały bez istotnego znaczenia (patrz wykres 18).

Wykres 18. Główny cel podróży turystów na Pomorze



Hierarchia ważności celów podróży nieco różni się ze względu na narodowość turystów. Wprawdzie zarówno goście krajowi jak i zagraniczni za najważniejszy cel przyjazdu uznawali wypoczynek i rekreację, to istotność tego rodzaju motywacji jest wyraźnie wyższa w przypadku turystów z Polski niż wśród osób spoza jej granic. Turyści zagraniczni natomiast, znacznie (niemal dwukrotnie) częściej niż Polacy, mówią o głównym celu przyjazdu, wskazywali na zwiedzanie zabytków. Częściej też niż turyści krajowi mówili o odwiedzaniu krewnych i znajomych oraz o powrocie do rodzinnych miejsc – jako priorytetach podróży. Polacy natomiast częściej niż cudzoziemcy podkreślali wagę poznania walorów przyrody, kwestii zdrowotnych oraz spraw zawodowych (patrz wykres 19).

Wykres 19. **Główny cel podróży - ze względu na narodowość turystów**



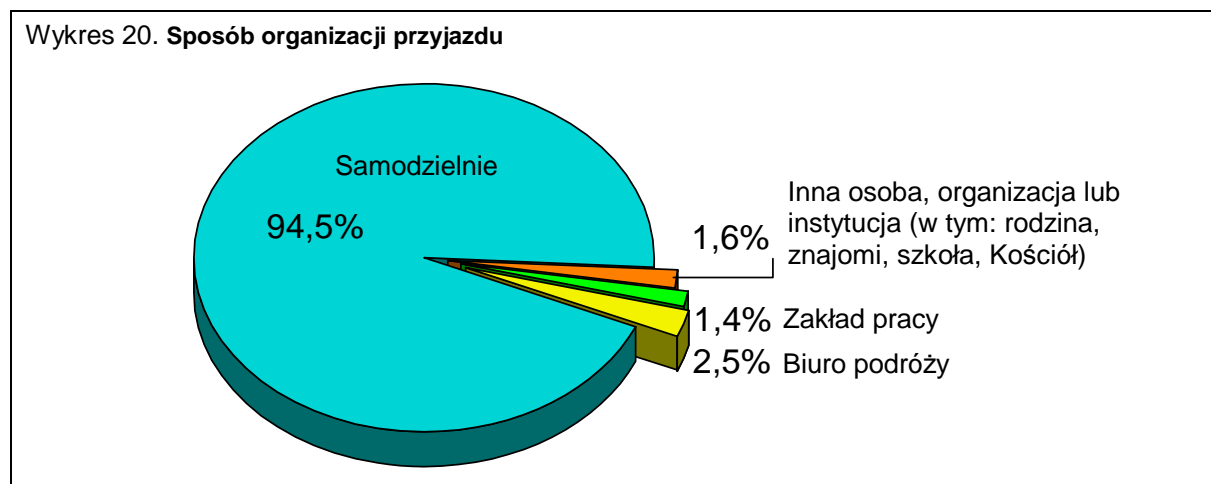
Miejscowości wypoczynkowe, do których niemal wszyscy turyści przybyli głównie w celach rekreacyjnych, to: Krynica Morska (92,0%), Jastarnia (89,2%), Łeba (87,0%), Ustka (86,6%) oraz Chmielno (76,7%). Zwiedzanie zabytków okazało się najważniejszym motywem przyjazdu turystów do Malborka (80,4%) oraz Gniewu (56,8%). Cel ten był również istotny dla odwiedzających Gdańsk (22,7%). Wizyty u krewnych lub znajomych, to - w porównaniu z innymi miejscowościami - cel stosunkowo najczęściej wskazywany jako najważniejszy przez turystów przybywających do Chojnic (21,0%), Kościerzyny (17,0%) oraz Gdańska (15,9%) – patrz tabela 8.

Tabela 8. Główny cel podróży - ze względu na odwiedzone miejscowości

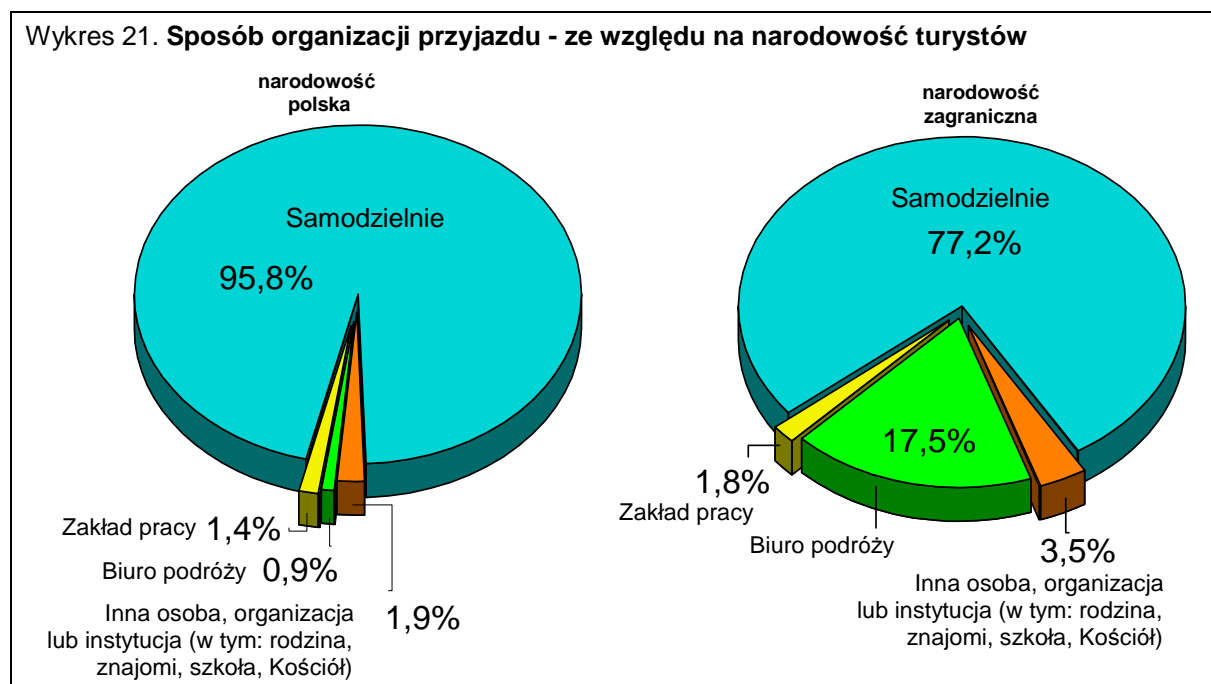
Główny cel podróży turystów:	Miejsce badania										
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka	
Wypoczynek, rekreacja	76,7	51,0	51,4	5,3	89,2	52,0	92,0	87,0	5,4	86,6	
Zwiedzanie zabytków	-	7,0	22,7	56,8	-	4,0	-	1,0	80,4	-	
Odwiedziny u krewnych lub znajomych	6,8	21,0	15,9	6,3	4,8	17,0	1,0	2,0	5,4	8,2	
Inny cel	5,5	3,0	4,4	27,4	1,2	16,0	1,0	1,0	7,6	-	
Sprawy zawodowe i interesy (np. delegacje)	-	3,0	2,2	-	1,2	3,0	1,0	1,0	-	1,0	
Udział w imprezie kulturalnej	-	-	1,2	1,1	-	-	-	-	1,1	-	
Cele zdrowotne	-	-	0,6	-	1,2	-	3,0	1,0	-	2,1	
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	9,6	5,0	0,6	-	2,4	3,0	-	6,0	-	1,0	
Poznanie walorów przyrody	1,4	3,0	0,3	1,1	-	2,0	2,0	-	-	1,0	
Odwiedziny miejsc rodzinnych	-	2,0	0,3	-	-	-	-	-	-	-	
Zakupy	-	5,0	0,3	-	-	1,0	-	-	-	-	
Udział w zawodach sportowych	-	-	-	2,1	-	-	-	1,0	-	-	
Cele religijne	-	-	-	-	-	2,0	-	-	-	-	

2.4. Sposób organizacji przyjazdu

Turyści przybywający na Pomorze - w zdecydowanej większości (94,1%) samodzielnie zajmowali się organizacją wyjazdu. Jedynie 2,5% wszystkich badanych skorzystało z pomocy biur podróży, a jeszcze mniejszej grupie respondentów (1,4%) wyjazd zorganizował zakład pracy. Pozostali (2,0%) skorzystali z innych możliwości – organizacją ich przyjazdu zajęli się m. in.: szkoła lub uczelnia, Kościół, rodzina lub znajomi.



Turyści przybywający spoza Polski - w celu organizacji przyjazdu na Pomorze, znacznie częściej niż Polacy, korzystali z pośrednictwa biur podróży – wariant taki wybrał co szósty z nich (17,5%), a tylko niespełna co setny Polak (0,9%). Turyści krajowi natomiast niemal powszechnie (95,8%) sami byli organizatorami swoich podróży na Pomorze.



Biurom podróży organizację wyjazdów stosunkowo najczęściej zlecali turyści przybywający do Gdańska (5,2%) oraz Malborka i Ustki (po 4%). Zakłady pracy organizowały wyjazdy głównie do Krynicy Morskiej oraz Ustki, a z pomocy rodziny, znajomych oraz innych osób i instytucji stosunkowo najczęściej korzystali turyści podróżujący do Kościerzyny (patrz tabela 9).

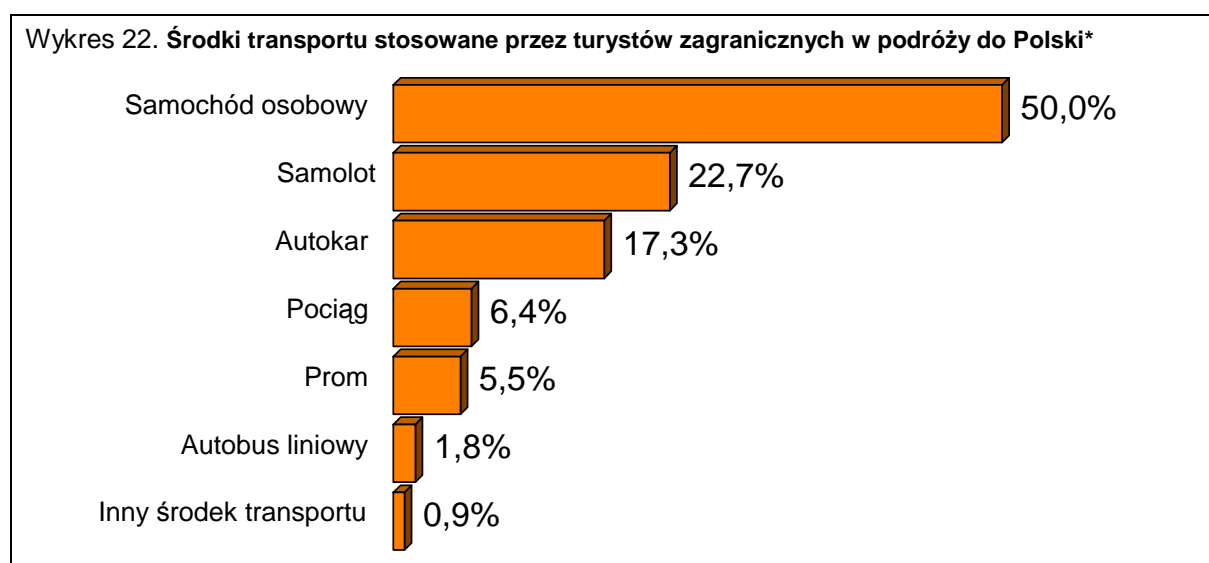
Tabela 9. Sposób organizacji przyjazdu - ze względu na odwiedzane miejscowości

Sposób organizacji przyjazdu	Miejsce badania									
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka
Samodzielnie	98,6	98,0	92,9	94,1	94,9	88,0	93,0	98,0	94,0	93,0
Zakład pracy	1,4	2,0	0,6	1,0	2,0	-	5,0	-	1,0	3,0
Biuro podróży	-	-	5,2	-	2,0	-	2,0	1,0	4,0	4,0
Uczelnia/szkoła	-	-	-	-	-	2,0	-	-	-	-
Kościół	-	-	-	1,0	-	-	-	1,0	-	-
Inna osoba, organizacja lub instytucja	-	-	1,2	4,0	1,0	10,0	-	-	1,0	-

2.5. Rodzaj stosowanego transportu

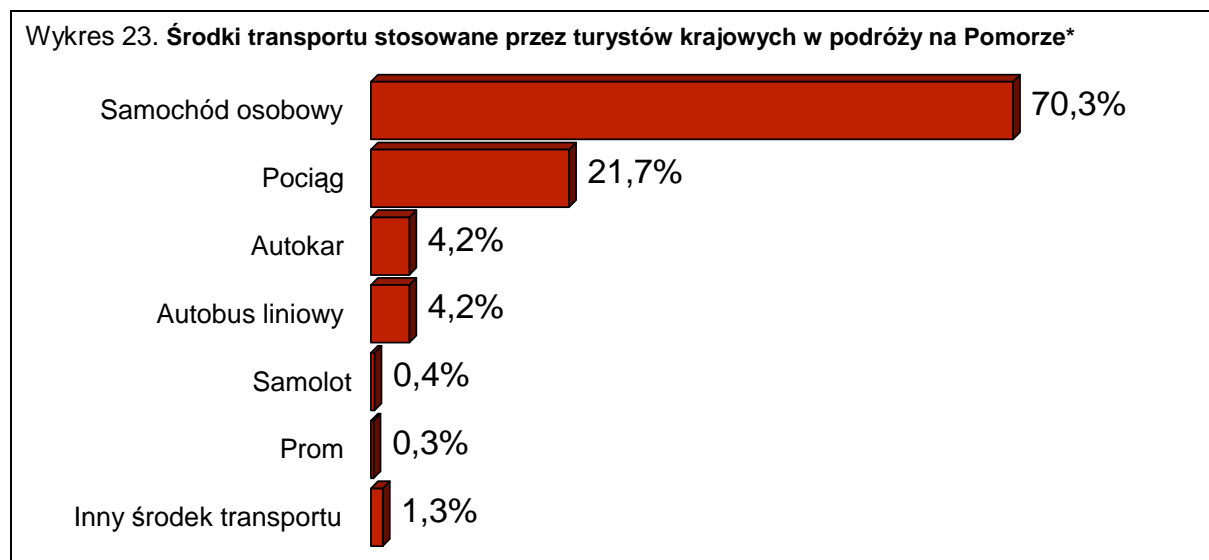
Turyści zagraniczni pytani byli o rodzaj transportu, z jakiego korzystali podróżując do Polski, natomiast osoby przybywające na Pomorze z różnych miejscowości krajowych odpowiadali na pytanie o rodzaj transportu, jakim dotarli do poszczególnych miejsc w województwie pomorskim.

Połowa osób spoza granicy (50,0%) przybyła do Polski samochodem osobowym, niespełna co czwarty (22,7%) z tej grupy badanych przyleciał samolotem, a co szósty (17,3%) podróżował autokarem. Znacznie mniej popularne okazały się takie środki transportu, jak: pociąg, prom oraz autobus liniowy (patrz wykres 22).



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jeden środek transportu.

Polacy podróżujący na Pomorze, w zdecydowanej większości korzystali z samochodów osobowych (70,3%). W następnej kolejności, w odróżnieniu od turystów zagranicznych, wybierali pociąg (21,7%), znacznie rzadziej korzystali z autokarów czy też autobusów, a tylko sporadycznie z samolotu, promu oraz z innych środków transportu (patrz wykres 23).



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jeden środek transportu.

Największą różnorodność zastosowanych środków transportu do Polski wykazywali zagraniczni turyści przebywający w Gdańsku. Pozostali, z wyjątkiem turystów z takich miejscowości, jak: Łeba, Gniew, Malbork i Krynica Morska, najczęściej przybyli do Polski samochodami osobowymi (zob. tabela 10).

Turyści z Polski do większości pomorskich miejscowości przybywali głównie samochodami osobowymi, choć w przypadku podróżujących do Gdańska - równie często jak samochodem osobowym, podróżowano pociągiem. Pociąg, jako środek transportu, wybrała również znaczna część polskich turystów przybyłych do Jastarni, Łeby i Ustki (zob. tabela 11).

Tabela 10. Rodzaj środków transportu stosowanych przez turystów zagranicznych w podróży do Polski (ze względu na odwiedzane miejscowości)*

Rodzaj środków transportu:	Miejsce badania										
	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka		
Samochodem osobowym	85,7	42,9	20,0	100,0	90,9	50,0	-	40,0	100,0		
Samolotem	14,3	24,3	20,0	-	18,2	50,0	100,0	10,0	-		
Autokarem	-	18,6	40,0	-	-	-	-	40,0	-		
Pociągami	-	10,0	-	-	-	-	-	-	-		
Promem	-	4,3	20,0	-	9,1	-	-	10,0	-		
Autobusem liniowym	-	2,9	-	-	-	-	-	-	-		
Inny środek transportu	-	1,4	-	-	-	-	-	-	-		

* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jeden środek transportu.

Należy również uwzględnić dość niską liczebność turystów zagranicznych w próbie. W podziale na miejscowości, stanowią oni zatem znikome odsetki, dlatego też na podstawie powyższej analizy nie można wyciągać istotnych wniosków.

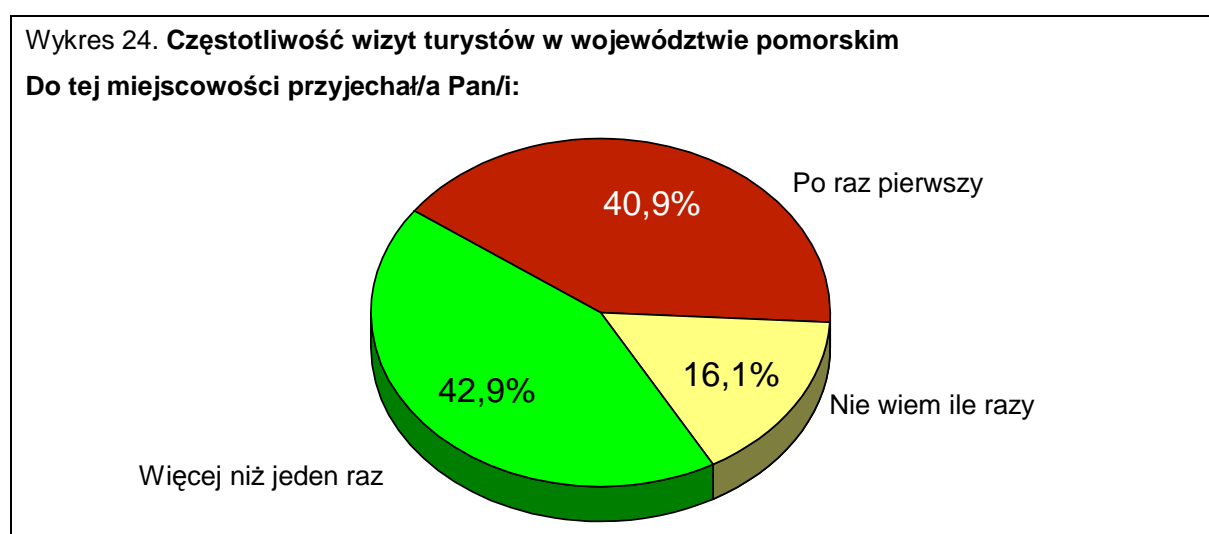
Tabela 11. Rodzaj środków transportu stosowanych przez turystów krajowych w podróży na Pomorze (ze względu na odwiedzane miejscowości)*

Rodzaj środków transportu:	Miejsce badania										
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka	
Samochodem osobowym	95,8	77,4	47,6	93,8	59,4	78,7	80,6	63,3	87,6	64,3	
Pociągami	2,8	14,0	45,7	-	36,5	5,6	7,1	29,6	7,9	21,4	
Autokarem	1,4	3,2	3,5	5,2	4,2	10,1	8,2	3,1	1,1	3,1	
Autobusem liniowym	1,4	4,3	2,4	-	5,2	4,5	10,2	2,0	2,2	11,2	
Inny środek transportu	-	2,2	2,0	1,0	-	2,2	1,0	-	1,1	2,0	
Promem	-	-	,4	-	1,0	-	1,0	-	-	-	
Samolotem	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-	

* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jeden środek transportu..

2.6. Częstotliwość wizyt

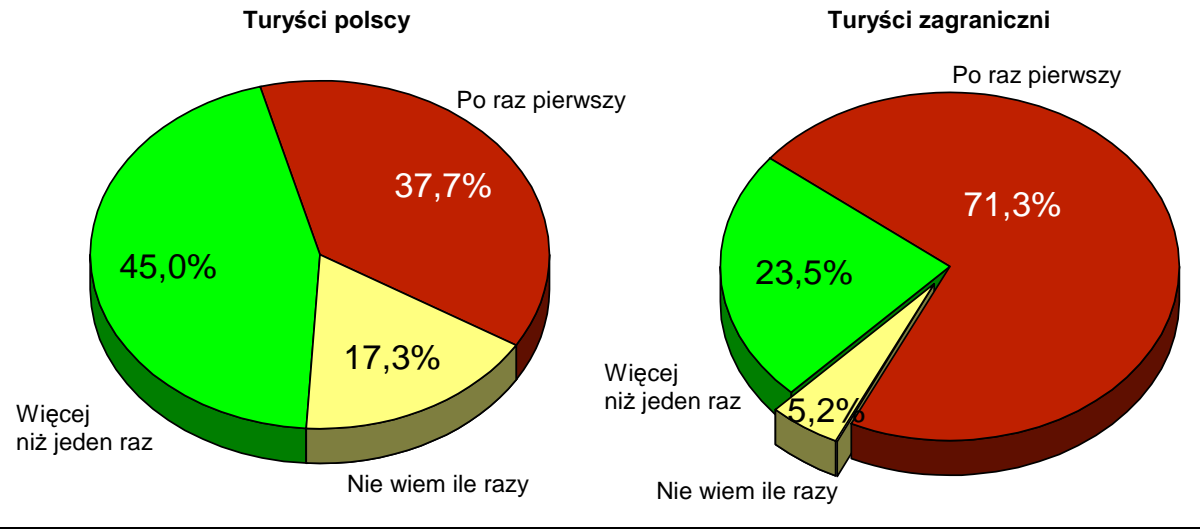
Większość badanych turystów przebywających w poszczególnych miejscowościach w województwie pomorskim stwierdziła, iż nie jest w nich po raz pierwszy (59,1%). Spośród nich 16,2% ankietowanych nie potrafiło określić którą z kolei jest ich aktualna wizyta. Ci, którzy podali przybliżoną liczbę dotychczasowych wizyt w danej miejscowości, przeciętnie bywali w niej już 8,32 razy (minimum raz, a maksymalnie 100 razy).



Zdecydowanie częstszymi gośćmi w pomorskich miejscowościach okazali się turyści krajowi niż zagraniczni. Niemal dwie trzecie z nich (62,3%) już nie po raz pierwszy przybyło do danej miejscowości, z czego 17,3% nie potrafiło określić którą z kolei jest ich wizyta. Pozostali bywali w nich wcześniej średnio 8,39 razy (minimum raz, maksymalnie 100 razy). Turyści zagraniczni natomiast w zdecydowanej większości (71,3%) przebywali w poszczególnych miejscowościach po raz pierwszy. Jedyne niespełna co czwarty z tej grupy respondentów był w nich już wcześniej – średnio 7,19 razy (minimum 2 razy, a maksymalnie 50 razy; 5,2% nie potrafiło określić liczby dotychczasowych wizyt) – patrz wykres 25.

Wykres 25. Częstotliwość wizyt turystów w województwie pomorskim - ze względu na narodowość turystów

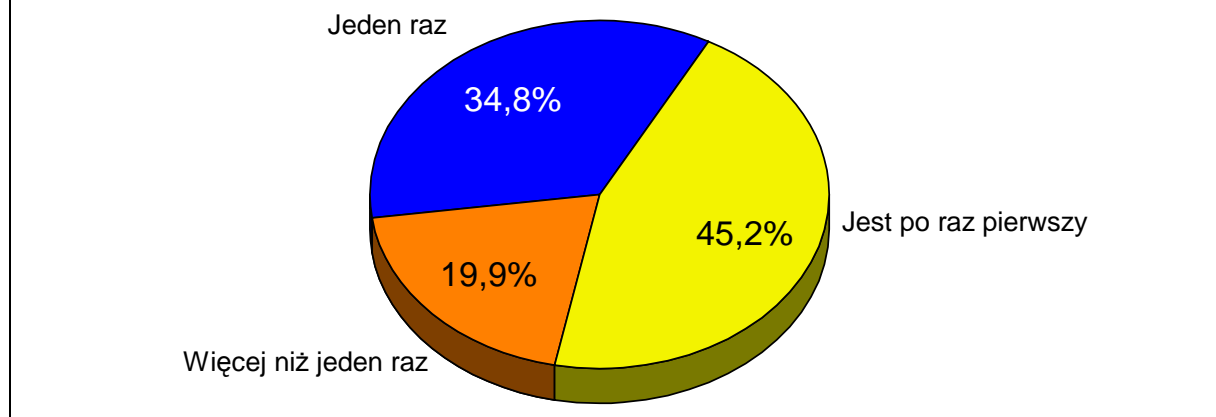
Do tej miejscowości przyjechał/a Pan/i:



Do czasu realizacji badania (sierpień 2005), co trzeci ankietowany (34,8%) od początku roku był już raz w tej samej miejscowości, co piąty (19,9%) nawet więcej niż raz (średnio 4,96 razy – minimum 2 razy, maksymalnie 50 razy), a dla niespełna połowy badanych (45,2%) była to pierwsza wizyta w bieżącym roku.

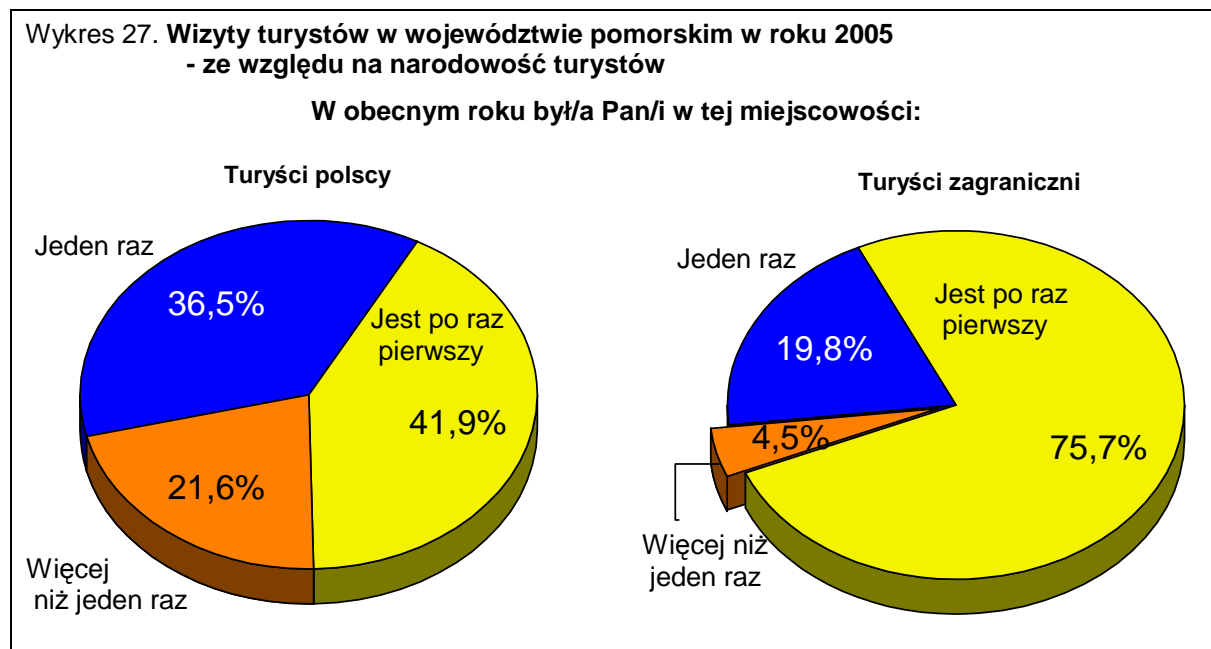
Wykres 26. Wizyty turystów w województwie pomorskim w roku 2005

W obecnym roku był/a Pan/i w tej miejscowości:

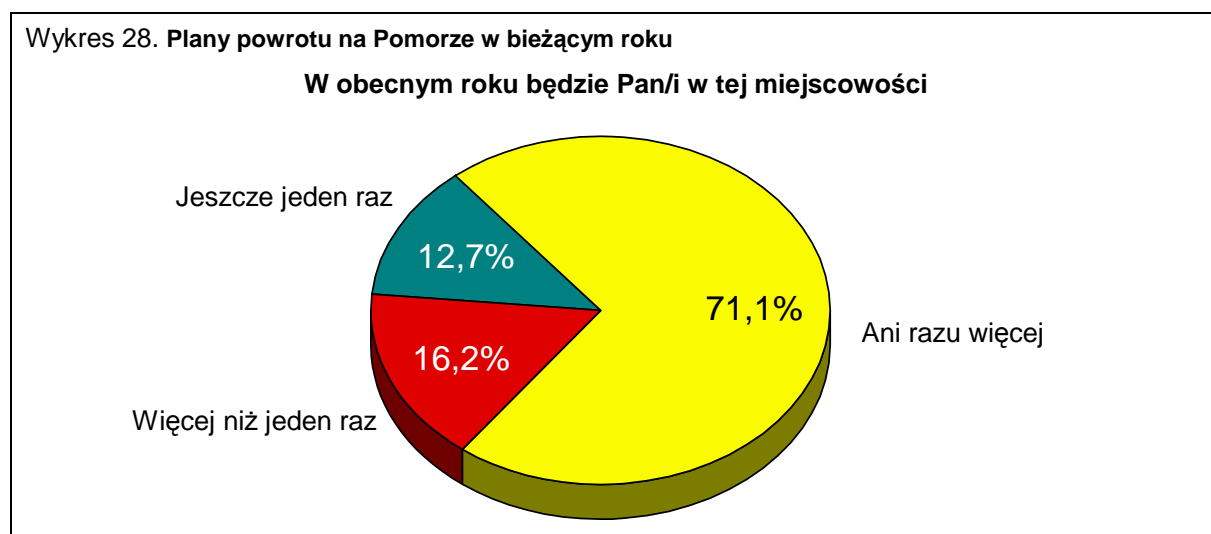


Polscy turyści znacznie częściej niż zagraniczni wracają do tych samych miejscowości w ciągu jednego roku. W momencie realizacji badania (sierpień 2005) jedynie dla dwóch piątych z nich (41,9%) wizyta w danej miejscowości była pierwszą od początku roku. Więcej niż co trzeci (36,5%) z tej grupy respondentów był od tego czasu już raz w tej samej miejscowości, a więcej niż co piąty (21,6%) nawet kilka razy (średnio – 5,01; minimum 2 razy, a maksymalnie 50 razy).

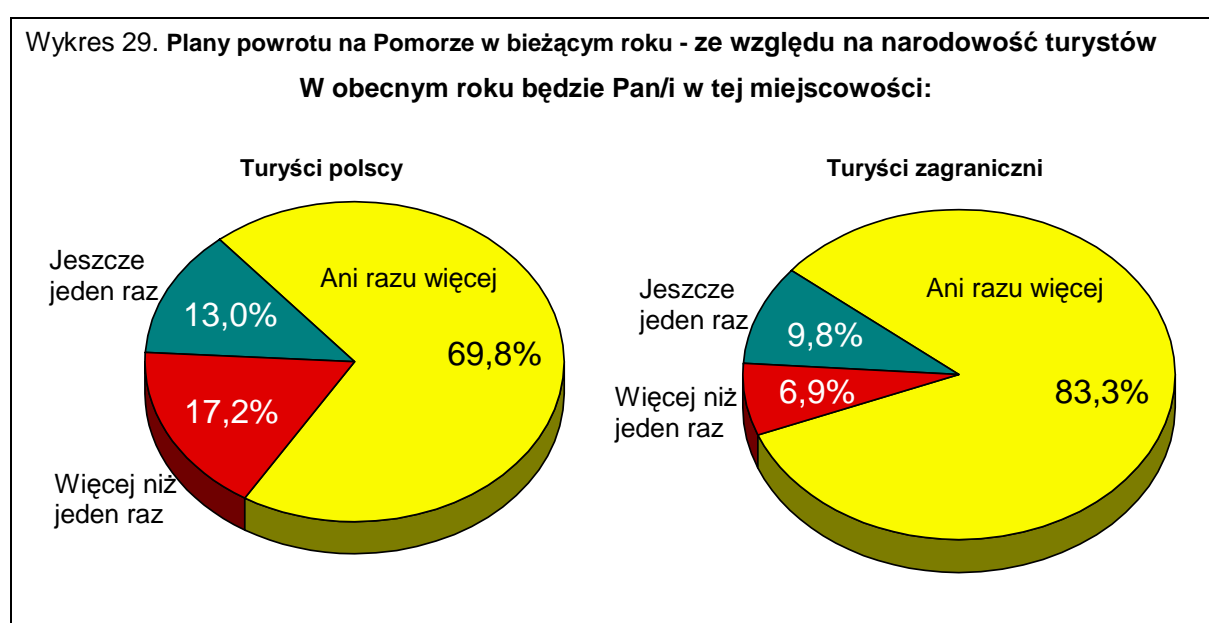
Inaczej przedstawiała się sytuacja wśród turystów zagranicznych. Dla trzech czwartych z nich (75,7%) wizyta w danej miejscowości była pierwszą w 2005 roku. Jedynie dla co piątego (19,8%) była to druga podróż w tym roku, a dla 4,5% z tej grupy badanych – kolejna (średnio w tym czasie bywali w niej 3,40 razy – minimum 2 razy, a maksymalnie 10 razy).



Ankietowani, zapytani o plany kolejnych wizyt w poszczególnych miejscowościach przed końcem bieżącego roku - w zdecydowanej większości (71,1%) nie zamierzali do nich wracać. Jedynie co ósmy respondent (12,7%) planował w 2005 roku jeszcze jedną wizytę, a co szósty (16,2%) więcej niż jedną (średnio 4,62 wizyty - minimum 2 wizyty, a maksymalnie 50 wizyt).



Turyści polscy, częściej niż goście spoza granicy, planowali powrót do danej miejscowości jeszcze tego samego roku (patrz wykres 29). Zarówno jednak turyści krajowi, którzy planowali więcej niż jedną wizytę w danej miejscowości w roku realizacji badania (17,2%), jak również turyści zagraniczni, którzy wykazywali takie plany (6,9%), zamierzali przybyć do tych miejscowości jeszcze średnio ponad cztery razy. Turyści z Polski - 4,64 (minimum 2 razy, maksymalnie 50 razy), turyści spoza Polski - 4,33 (minimum 2 razy, maksymalnie 10 razy).



O znacznej liczbie „stałych” turystów można mówić głównie w przypadku takich miejscowości, jak Malbork i Jastarnia – ponad połowa badanych tam turystów przyznała, że była w nich już więcej niż jeden raz. Średnio zaś najczęściej turyści powracali do takich miejscowości, jak: Kościerzyna, Chmielno, Jastarnia oraz Chojnice. Jedyne Gniew okazał się miejscowością w której zdecydowana większość ankietowanych turystów (78,2%) znalazła się po raz pierwszy.

W roku 2005 największą popularnością „stałych” turystów cieszyły się Chojnice i Kościerzyna – do czasu realizacji sondażu stosunkowo najwięcej badanych odwiedzało je częściej niż raz, a także stosunkowo najwięcej badanych planowało powrót do tych miejscowości jeszcze w tym samym roku. Przed końcem roku do tej samej miejscowości stosunkowo często zamierzali wracać również turyści z Gdańska, Chmielna i Łeby (patrz tabela 12).

Tabela 12. Częstotliwość wizyt turystów w województwie pomorskim - ze względu na odwiedzane miejscowości

Częstotliwość przyjazdów:		Miejsce badania										
		Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka	
Do tej miejscowości przyjechał/a Pan/i:	Po raz pierwszy	49,3	24,0	32,8	78,2	35,4	31,0	49,0	46,0	42,0	42,0	
	Więcej niż jeden raz	43,8	49,0	42,6	13,9	50,5	46,0	45,9	37,0	54,0	48,0	
	Średnio ile razy	11,58	10,52	5,99	3,36	11,44	15,70	5,91	8,51	6,28	6,35	
	Nie wiem ile razy	6,8	27,0	24,5	7,9	14,1	23,0	5,1	17,0	4,0	10,0	
W obecnym roku był/a Pan/i w tej miejscowości	Jeden raz	30,1	34,0	40,1	18,8	57,7	29,5	40,8	21,7	26,8	32,6	
	Więcej niż jeden raz	20,5	41,0	23,1	3,0	6,2	37,9	4,1	21,7	14,1	20,2	
	Średnio ile razy	4,07	4,56	5,00	2,00	4,00	5,40	2,00	4,62	8,80	5,00	
	Jest po raz pierwszy	49,3	25,0	36,8	78,2	36,1	32,6	55,1	56,6	59,2	47,2	
W obecnym roku będzie Pan/i w tej miejscowości	Jeszcze jeden raz	20,0	21,2	15,2	3,2	7,7	22,0	9,3	8,3	6,3	9,4	
	Więcej niż jeden raz	18,6	25,3	21,5	3,2	6,6	32,0	3,1	20,2	8,4	12,5	
	Średnio ile razy	3,73	5,72	4,44	1,50	3,50	4,00	2,00	4,20	15,00	2,63	
	Ani razu więcej	61,4	53,5	63,3	93,6	85,7	46,0	87,6	71,4	85,3	78,1	

2.7. Długość pobytu

Znaczna większość (61,6%) turystów przebywających w województwie pomorskim, którzy wzięli udział w badaniu, to osoby, które do poszczególnych miejscowości przybyły na dłużej niż kilka lub kilkanaście godzin, w związku z czym ich pobyt wiązał się z noclegiem w tych miejscowościach. Na wizytę bez noclegu zdecydował się mniej więcej co trzeci ankietowany (38,4%).

Średnia liczba godzin pobytu w poszczególnych miejscowościach wśród osób w nich nienocujących to 4,89; zaś planowana to 7,03. Osoby biorące udział w badaniu, które przybyły do danych miejscowości na dłuższy okres - do momentu realizacji badania - średnio były w nich już 6,93 dni, a planowy ich pobyt to średnio 9,43 dni (patrz tabela 13).

Tabela 13. Średnie długości pobytu turystów w województwie pomorskim

Odsetek turystów odwiedzających daną miejscowość i nienocujących w niej	38,4
Średnia liczba godzin spędzonych w danej miejscowości	4,89
Średnia planowana liczba godzin pozostania w danej miejscowości	7,03
Odsetek turystów odwiedzających daną miejscowość i nocujących w niej	61,6
Średnia liczba noclegów spędzonych w danej miejscowości	6,93
Planowana liczba noclegów pozostania w danej miejscowości	9,43

Turyści polscy, nieco częściej niż zagraniczni zdecydowali się na przyjazdy bez korzystania z noclegów, natomiast goście spoza granicy chętniej przyjeżdżali na dłużej, choć średnia liczba nocy spędzanych przez nich w poszczególnych miejscowościach była stosunkowo mniejsza niż wśród turystów krajowych decydujących się na dłuższy pobyt (patrz tabela 14).

Tabela 14. Średnie długości pobytu turystów w województwie pomorskim - ze względu na narodowość

Długość pobytu	Narodowość respondentów	
	polska	zagraniczna
Odsetek turystów odwiedzających daną miejscowość i nienocujących w niej	38,7	34,5
Średnia liczba godzin spędzonych w danej miejscowości	4,88	5,00
Planowana liczba godzin pozostania w danej miejscowości	7,07	6,54
Odsetek turystów odwiedzających daną miejscowość i nocujących w niej	61,3	65,5
Średnia liczba noclegów spędzonych w danej miejscowości	7,13	5,00
Planowana liczba noclegów pozostania w danej miejscowości	9,70	6,93

Na dłuższy pobyt zdecydowali się przede wszystkim osoby przybyłe do Jastarni (92,0%), Krynicy Morskiej (83,0%) oraz Łeby (79,8%), a w dalszej kolejności również turyści odwiedzający Chmielno (68,5%), Ustkę (68,0%), Kościerzynę (67,7%) i Chojnice (67,0%).

Na pobyt bez noclegu w znacznej większości decydowały się natomiast osoby podróżujące do takich miejscowości, jak: Gniew (82,0%) oraz Malbork (81,8%), a w mniejszym stopniu również turyści z Gdańska (40,1%).

Ze względu na odwiedzane przez miejscowości, różnie rozkładają się średnie odsetki planowanej i realizowanej długości pobytu – zarówno wśród osób, które - ze względu na jego krótki czas - określały go w godzinach, jak i tych, które jego zrealizowaną oraz planowaną długość odmierzały liczbą nocy. Zróżnicowania te prezentuje tabela 15.

Tabela 15. Średnie długości pobytu turystów w województwie pomorskim - ze względu na odwiedzane miejscowości

Długość pobytu	Miejsce badania										
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka	
Odsetek turystów odwiedzających daną miejscowość i nienocujących w niej	31,5	33,0	40,1	82,0	8,0	32,3	17,0	20,2	81,8	32,0	
Średnia liczba godzin spędzonych w danej miejscowości	12,05	4,07	4,75	4,66	15,33	4,09	5,25	7,00	2,84	4,87	
Planowana liczba godzin pozostania w danej miejscowości	12,59	8,83	7,16	4,66	19,33	6,06	8,06	8,18	5,10	8,94	
Odsetek turystów odwiedzających daną miejscowość i nocujących w niej	68,5	67,0	59,9	18,0	92,0	67,7	83,0	79,8	18,2	68,0	
Średnia liczba noclegów spędzonych w danej miejscowości	6,28	5,60	5,84	5,39	7,49	11,03	6,48	7,87	2,65	5,59	
Planowana liczba noclegów pozostania w danej miejscowości	6,28	8,99	7,80	5,39	10,60	14,69	9,94	9,46	4,00	9,37	

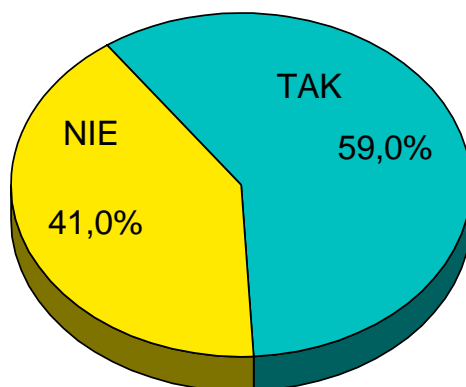
3. Charakter i forma spędzania czasu

3.1. Preferowane miejsca noclegów

W momencie realizacji badania ponad połowa (59,0%) spośród ankietowanych turystów przyznała, że nocowała w danej miejscowości, zaś 41,0% badanych nie korzystało z noclegu.

Wykres 30. Noclegi w województwie pomorskim

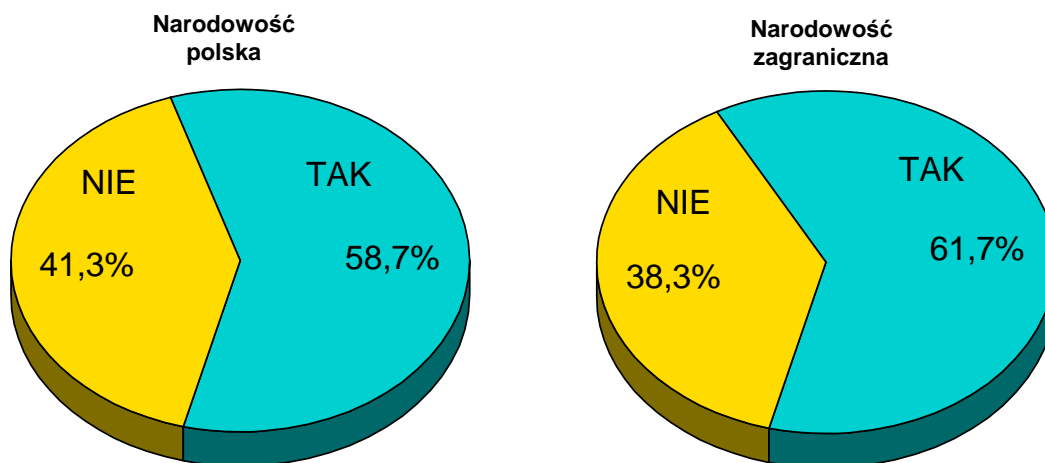
Czy nocował/a Pan/i w tej miejscowości?



Turyści zagraniczni jedynie minimalnie częściej niż krajowi nocowali w poszczególnych miejscowościach (61,7% wobec 58,7%).

Wykres 31. Noclegi w województwie pomorskim – ze względu na narodowość turystów

Czy nocował/a Pan/i w tej miejscowości?



Pobyt z noclegiem wybrała zdecydowana większość turystów odwiedzających Jastarnię (88,9%), Krynice Morską (80,0%) oraz Łebę (74,0%), a także Chojnice, Kościerzynę i Ustkę (po 60%). Stosunkowo rzadziej z noclegów korzystali turyści w Gdańsku (58,4%), a najrzadziej osoby odwiedzające Gniew (18,8%) oraz Malbork (14,0%) – patrz tabela 16.

Tabela 16. Noclegi w województwie pomorskim – ze względu na odwiedzane miejscowości

Miejsce badania	Czy nocował/a Pan/i w tej miejscowości	
	Tak	Nie
Jastarnia	88,9	11,1
Krynica Morska	80,0	20,0
Łeba	74,0	26,0
Chojnice	66,0	34,0
Kościerzyna	66,0	34,0
Ustka	66,0	34,0
Chmielno	60,3	39,7
Gdańsk	58,4	41,6
Gniew	18,8	81,2
Malbork	14,0	86,0

Najczęściej wybieranym przez turystów miejscem noclegowym okazała się prywatna kwatery (31,8%), a w następnej kolejności mieszkanie znajomych lub krewnych (19,7%). Co dziesiąty badany (10,0%) nocował w pensjonacie, a co dwunasty w hotelu (8,5%) lub w ośrodku wczasowym (8,1%). Mniejszą popularnością cieszyły się domki letniskowe (5,6%), kempingi (4,3%), kwatery agroturystyczne (3,2%), pola namiotowe (2,9%), mieszkania i apartamenty (1,9%), domy wycieczkowe (1,7%) oraz schroniska młodzieżowe (1,0%). Tylko nieliczni na miejsce noclegu wybrali motel (0,4%), zakład uzdrowiskowy (0,3%) lub schronisko (0,1%).



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jedną formę noclegu

Turyści raczej decydowali się na średni standard miejsc noclegowych – zwłaszcza w przypadku hoteli i pensjonatów. Kategorię kempingów, domów wycieczkowych oraz schronisk stosunkowo najczęściej określali jako niską lub średnią, zaś w przypadku domków letniskowych i mieszkań – głównie były to obiekty wynajmowane (patrz tabela 17).

Tabela 17. Kategorie miejsc noclegowych*

Obiekty:	Kategorie				
kategoria	*	**	***	****	*****
Hotel	12,9	12,9	45,2	12,9	-
Pensjonat	13,7	23,3	24,7	9,6	1,4
Kemping	22,6	12,9	12,9	6,5	-
kategoria	I	II	III	-	-
Dom wycieczkowy	33,3	25,0	-	-	-
Schronisko młodzieżowe	42,9	28,6	14,3	-	-
kategoria	własny	wynajęty	-	-	-
Domek letniskowy	34,1	56,1	-	-	-
Apartament/mieszkanie	35,7	57,1	-	-	-

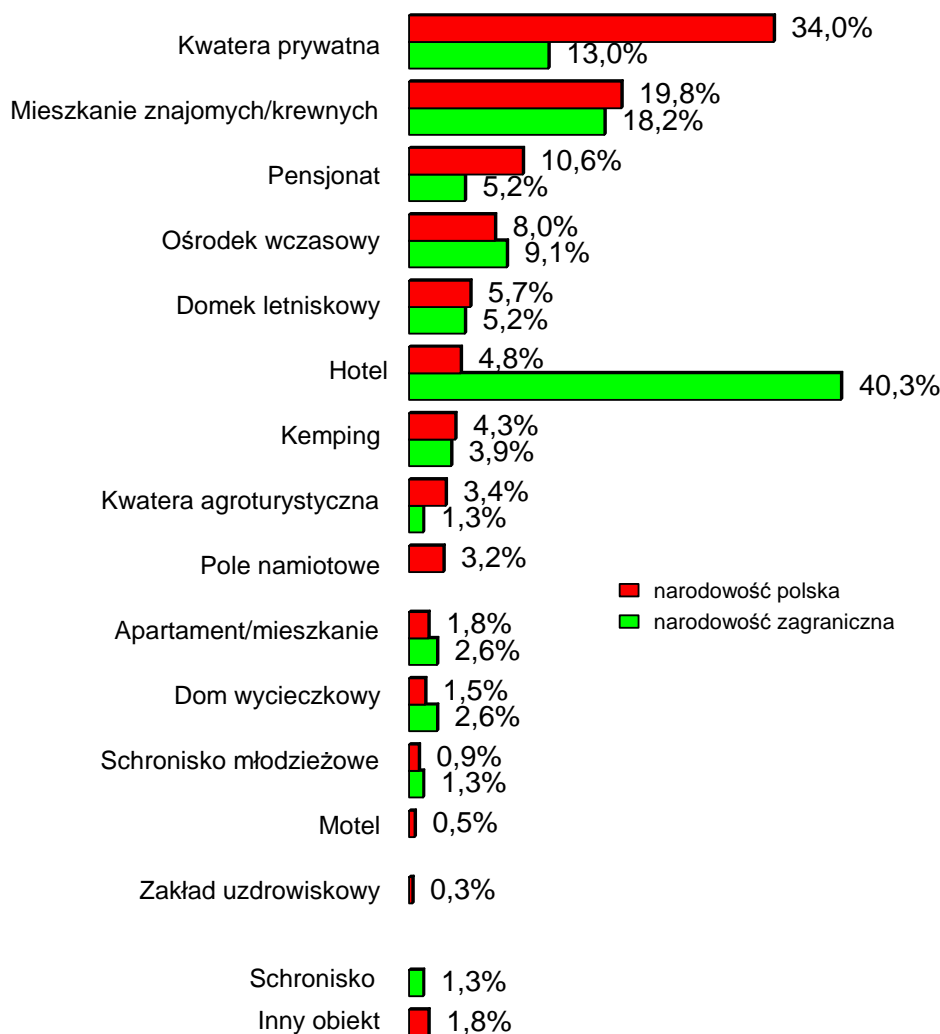
* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ część respondentów nie potrafiła określić kategorii miejsca noclegu

Wybór miejsca noclegowego okazał się wyraźnie zróżnicowany ze względu na narodowość respondentów. Turyści zagraniczni ponad ośmiokrotnie częściej niż krajowi (40,3% wobec 4,8%) decydowali się na nocleg w hotelu, Polacy natomiast niemal trzykrotnie częściej niż goście zagraniczni (34,0% wobec 13,0%) nocowali w prywatnych kwaterach. Turyści z Polski stosunkowo częściej też niż osoby spoza jej granic decydowali się na nocleg w pensjonacie, pod namiotem oraz w mieszkaniu krewnych lub znajomych. Przyjezdni z zagranicy natomiast częściej niż Polacy nocowali w schroniskach, domach wycieczkowych oraz w apartamentach i mieszkaniach (patrz wykres 33).

Również standard obiektów wybieranych na miejsca noclegowe zróżnicowany był ze względu na narodowość turystów. Osoby przybyłe spoza Polski częściej niż turyści z kraju wybierali wyższą kategorię hoteli i pensjonatów, natomiast standard kempingów, domów letniskowych i schronisk częściej niż Polacy określali jako niski – w przypadku tego typu obiektów oceny poziomu jakości miały w znacznym stopniu charakter subiektywny, różnice mogły zatem wynikać z odmienności punktów odniesienia wśród turystów polskich i zagranicznych.

W przypadku domków letniskowych i mieszkań, co zrozumiałe, turyści polscy częściej korzystali z tego typu obiektów, będących ich własnością, zaś turyści zagraniczni częściej je wynajmowali (patrz tabela 18).

Wykres 33. Preferowane miejsca noclegów - ze względu na narodowość turystów*



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jedną formę noclegu

Tabela 18. Kategorie miejsc noclegowych – ze względu na narodowość turystów*

Obiekty	Rodzaj turystów	Kategorie obiektów				
		kategoria *	**	***	****	*****
Hotel	Turyści polscy	22,6	19,4	29,0	-	-
	Turyści zagraniczni	3,2	6,5	61,3	25,8	-
Pensjonat	Turyści polscy	14,5	24,6	21,7	8,7	1,4
	Turyści zagraniczni	-	-	75,0	25,0	-
Kemping	Turyści polscy	21,4	14,3	14,3	7,1	-
	Turyści zagraniczni	33,3	-	-	-	-
kategoria		I	II	III	-	-
Dom wycieczkowy	Turyści polscy	30,0	20,0	-	-	-
	Turyści zagraniczni	50,0	50,0	-	-	-
Schronisko	Turyści polscy	33,3	33,3	16,7	-	-
	Turyści zagraniczni	100,0	-	-	-	-
kategoria		własny	wynajęty	-	-	-
Domek letniskowy	Turyści polscy	35,1	54,1	-	-	-
	Turyści zagraniczni	25,0	75,0	-	-	-
Apartament/mieszkanie	Turyści polscy	41,7	58,3	-	-	-
	Turyści zagraniczni	-	50,0	-	-	-

* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ część respondentów nie potrafiła określić kategorii miejsca noclegu

Kwatera prywatna to obiekt najchętniej wybierany na miejsce noclegu wśród turystów w Jastarni (64,4%) i w Ustce (55,9%), jak również w Krynicy Morskiej (40,0%) i w Łebie (39,2%). Z mieszkania znajomych lub krewnych stosunkowo najczęściej korzystały osoby przebywające w Chojnicach (53,0%), a także w Gdańsku (33,8%) i w Malborku (26,7%). Hotele cieszyły się największym powodzeniem wśród turystów odwiedzających Gniew (31,5%), jak również Kościerzynę (15,5%), Gdańsk (14,6%) i Malbork (13,3%). Pensjonaty wybierali stosunkowo najczęściej nocujący w Łebie (31,1%) oraz w Ustce (16,2%) i w Jastarni (15,6%); zaś domki letniskowe cieszyły się powodzeniem głównie wśród osób przebywających w Kościerzynie (28,2%). Na kempingach stosunkowo najczęściej nocowali turyści odwiedzający Gniew (15,8%) i Łebę (13,3%), a kwatery agroturystyczne i pola namiotowe częściej niż inni wybierali turyści przebywający w Chmielnie (patrz tabela 19).

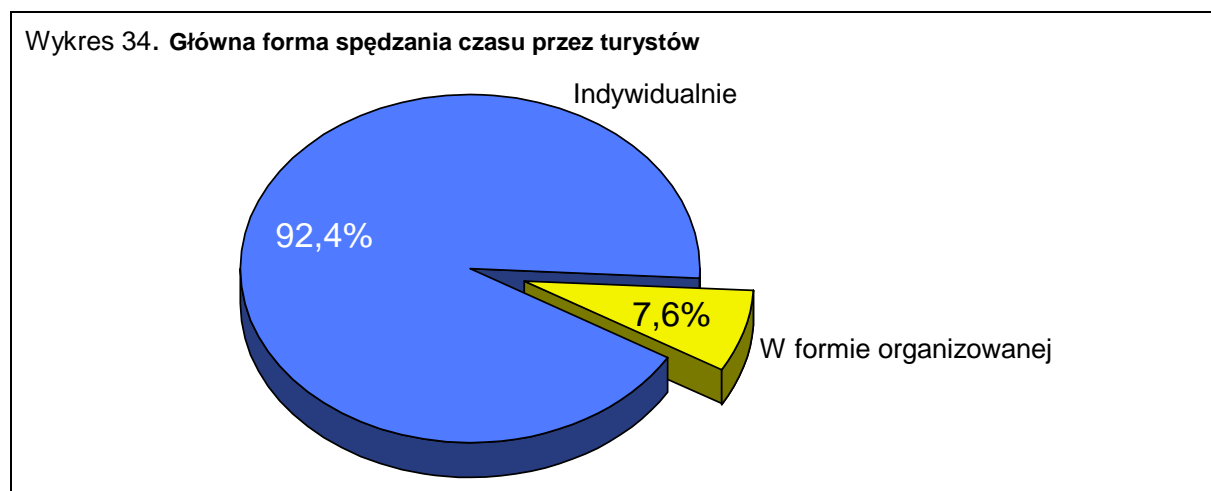
Tabela 19. Preferowane miejsca noclegów - ze względu na odwiedzane miejscowości*

Miejsce noclegów	Miejsce badania												
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka			
Kwatera prywatna	28,3	10,6	22,7	10,5	64,4	8,5	40,0	39,2	6,7	55,9			
Mieszkanie znajomych/krewnych	10,9	53,0	33,8	15,8	5,6	14,1	6,3	1,4	26,7	11,8			
Pensjonat	6,5	4,5	3,0	10,5	15,6	-	11,3	31,1	13,3	16,2			
Ośrodek wczasowy	19,6	4,5	3,0	5,3	4,4	15,5	22,5	2,7	-	7,4			
Domek letniskowy	8,7	12,1	1,5	5,3	1,1	28,2	1,3	2,7	-	1,5			
Hotel	-	9,1	14,6	31,6	2,2	15,5	6,3	-	13,3	1,5			
Kemping	2,2	9,1	1,0	15,8	3,3	5,6	2,5	10,8	13,3	-			
Kwatera agroturystyczna	15,2	-	5,1	5,3	1,1	2,8	-	1,4	6,7	-			
Pole namiotowe	10,9	-	2,5	-	1,1	2,8	2,5	1,4	6,7	5,9			
Apartament/mieszkanie	-	-	4,0	-	-	1,4	5,0	-	6,7	-			
Dom wycieczkowy	-	-	1,5	-	1,1	-	-	9,5	6,7	-			
Schronisko młodzieżowe	-	-	3,0	-	-	1,4	-	-	-	-			
Motel	-	1,5	1,0	-	-	-	-	-	-	-			
Zakład uzdrowiskowy	-	-	-	-	-	-	2,5	-	-	-			
Schronisko	-	-	,5	-	-	-	-	-	-	-			
Inny obiekt	-	-	3,0	5,3	-	7,0	-	-	-	-			

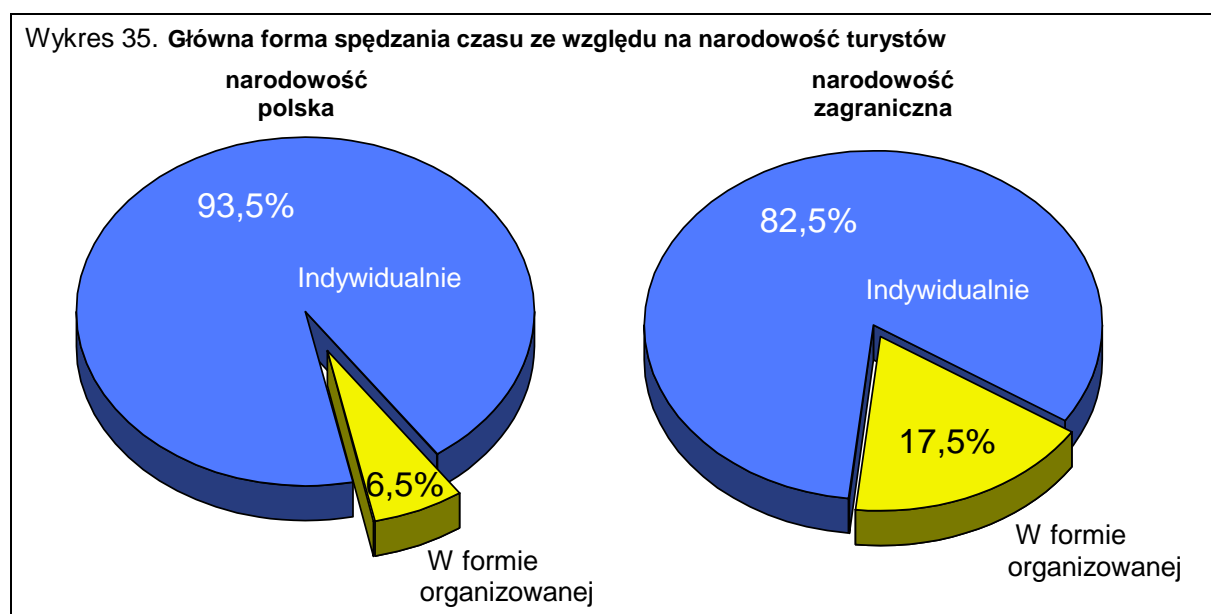
* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ niektórzy respondenci wskazywali na więcej niż jedną formę noclegu

3.2. Indywidualnie czy grupowo? - realizowane formy spędzania czasu

Wśród turystów podróżujących do województwa pomorskiego indywidualna organizacja czasu okazała się bezkonkurencyjna wobec wszelkiego rodzaju zorganizowanych form aktywności turystycznej. Aż 92,4% wszystkich ankietowanych turystów przyznało, że organizacją czasu zajmowali się głównie sami. Jedynie co trzynasty respondent (7,6%) w znacznej mierze korzystał ze zorganizowanych form wypoczynku.



Wypoczynek grupowy niemal trzykrotnie częściej niż turyści krajowi, wybierali goście zagraniczni. Więcej niż co szósty z nich (17,5%) swój czas spędzał przeważnie w formie zorganizowanej. Wśród polskich turystów na taki charakter rekreacji zdecydował się zaledwie niespełna co piętnasty ankietowany (6,5%).



Na zorganizowaną formę spędzania czasu stosunkowo najczęściej decydowali się turyści z Kościerzyny (16,0%) oraz z Łeby (15,0%). Natomiast niemal wszyscy wypoczywający w Chmielnie (97,3%) oraz w Jastarni (96,0%) organizacją czasu zajmowali się indywidualnie (patrz tabela 20).

Tabela 20. Główna forma spędzania czasu ze względu na odwiedzane miejscowości

Miejsce badania	Główna forma spędzania czasu	
	Indywidualnie	W formie zorganizowanej
Chmielno	97,3	2,7
Jastarnia	96,0	4,0
Krynica Morska	95,0	5,0
Ustka	95,0	5,0
Gdańsk	93,9	6,1
Chojnice	93,0	7,0
Malbork	92,0	8,0
Gniew	91,1	8,9
Łeba	85,0	15,0
Kościerzyna	84,0	16,0

3.3. Preferowane aktywności turystyczne

Najbardziej popularną formą spędzania czasu okazał się spacer – niemal trzech na czterech badanych (72,2%) przyznało się do uprawiania tego typu aktywności. Drugą, często praktykowaną formą rekreacji był wypoczynek bierny - ponad połowa (58,0%) ankietowanych turystów spędzała czas wypoczywając na plaży, opalając się itp. Więcej niż co trzeci (38,0%) spędzał czas w obiektach gastronomicznych, a mniej więcej co czwarty uprawiał turystykę aktywną, m. in. wycieczki piesze, jazdę rowerem, kajakowanie oraz windsurfing (28,8%). Podobny odsetek stanowili turyści uczęszczający do obiektów rozrywkowych, takich jak puby i dyskoteki (25,6%) a także uczestniczący w spotkaniach towarzyskich (24,6%).

Dość popularnym sposobem spędzania czasu były również zakupy (22,2%) oraz zwiedzanie miasta i zabytków (14,3%). Zdecydowanie rzadziej turyści decydowali się na udział w imprezach kulturalnych (3,3%), korzystanie z zabiegów zdrowotnych i upiększających (1,8%). Jedynie nieliczni (0,8%) poświęcali swój czas na pracę lub naukę (patrz wykres 36).

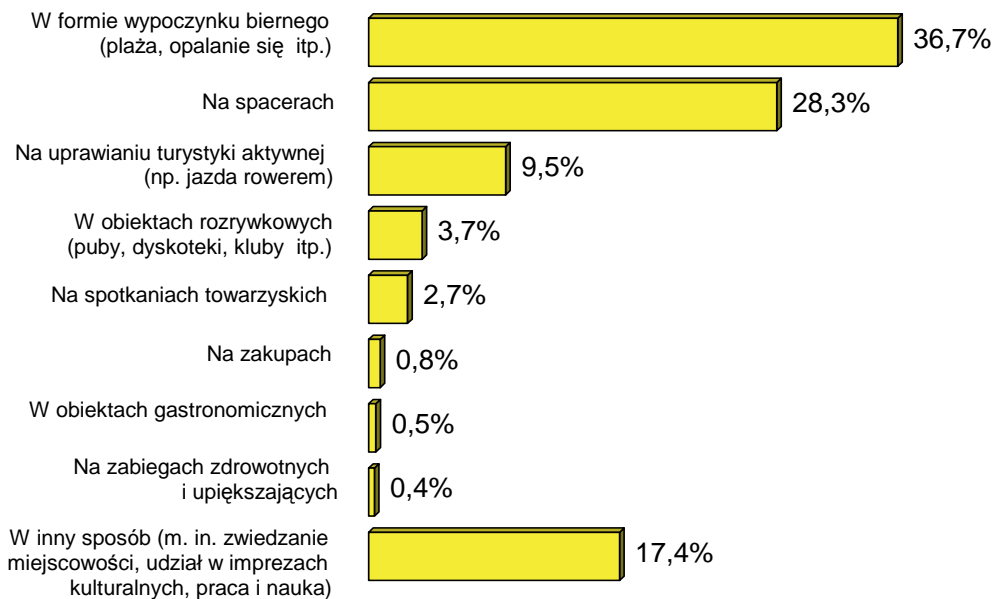
Wykres 36. Realizowane sposoby spędzania czasu przez turystów w województwie pomorskim*



* Odsetki nie sumują się do 100 ponieważ respondenci mogli wskazać na więcej niż jedną formę rekreacji.

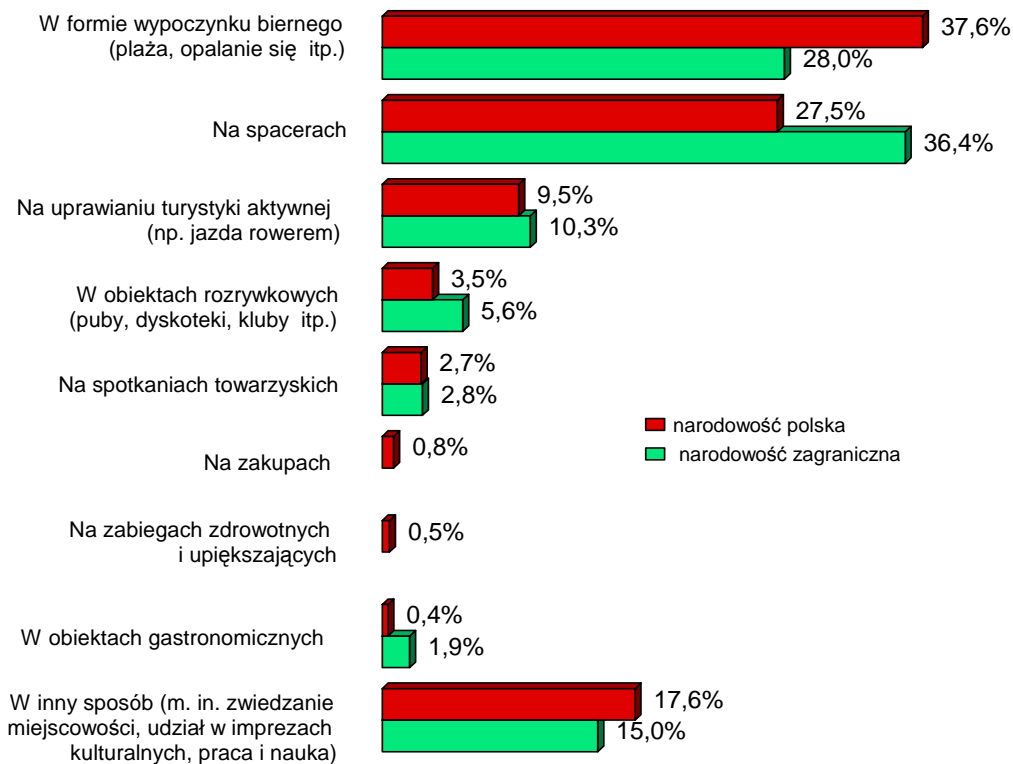
Mówiąc o najważniejszych aktywnościach turystycznych – w przypadku możliwości wyboru wyłącznie jednej ich formy – turyści najczęściej wskazywali na wypoczynek bierny (36,7%). Dopiero w dalszej kolejności uplasowały się spacer (28,3%), turystyka aktywna (9,5%) a także rozrywka w pubach i klubach (3,7%) oraz spotkania towarzyskie (2,7%). Niemal bez znaczenia w tej sytuacji okazały się zakupy (0,8%), spędzanie czasu w obiektach gastronomicznych (0,5%) oraz na zabiegach zdrowotnych i upiększających (0,4%). Dość istotne okazały się natomiast inne formy spędzania czasu (17,4%) wśród których turyści wymieniali m. in. zwiedzanie miejscowości i zabytków, udział w imprezach kulturalnych oraz pracę i naukę – patrz wykres 37.

Wykres 37. **Główne sposoby spędzania czasu przez turystów w województwie pomorskim**



Turyści zagraniczni rzadziej niż krajowi – jako główny sposób spędzania czasu wybierali bierną formę wypoczynku, częściej natomiast wypoczywali aktywnie – głównie spacerując. Ponadto, w porównaniu z turystami z Polski, nieco częściej w pierwszej kolejności spędzali czas w obiektach rozrywkowych i gastronomicznych (patrz wykres 38).

Wykres 38. **Główne sposoby spędzania czasu - ze względu na narodowość turystów**



Bierna forma wypoczynku (m. in. plażowanie i opalanie się) okazała się dominującą wśród turystów przebywających w Ustce (77,6%), a także w Łebie (67,3%), Krynicy Morskiej (66,0%) i Jastarni (61,9%). Na wypoczynek bierny – jako główną formę spędzania czasu wskazał również co trzeci turysta z Chmielna (33,8%) i Chojnic (32,3%).

Wśród turystów z Gdańska najbardziej popularną formą spędzania czasu przez były spacer (53,9%), zaś na bardziej aktywny wypoczynek decydowały się przede wszystkim osoby przebywające w Kościerzynie (34,3%). Uczęszczanie do obiektów rozrywkowych – jako sposób na spędzanie czasu stosunkowo najczęściej wybierali turyści z Chmielna (14,1%). Osoby odwiedzające Chojnice, częściej niż pozostali w głównej mierze spotykali się towarzysko (7,3%) oraz spędzali czas na zakupach (5,2%) – patrz tabela 21.

Tabela 21. Główne sposoby spędzania czasu - ze względu na odwiedzane miejscowości

Główny sposób spędzania czasu:	Miejsce badania									
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka
W formie wypoczynku biernego (plaża, opalanie się itp.)	33,8	32,3	25,1	2,1	61,9	26,3	66,0	67,3	1,0	77,6
Na spacerach	22,5	19,8	53,9	3,1	19,6	19,2	26,8	21,4	19,2	16,3
Na uprawianiu turystyki aktywnej (np. jazda rowerem)	22,5	19,8	4,6	-	11,3	34,3	1,0	5,1	10,1	1,0
W obiektach rozrywkowych (puby, dyskoteki, kluby itp.)	14,1	7,3	4,3	-	4,1	2,0	2,1	3,1	-	1,0
Na spotkaniach towarzyskich	1,4	7,3	3,4	2,1	2,1	4,0	-	3,1	1,0	1,0
Na zakupach	-	5,2	,9	-	-	-	1,0	-	-	-
W obiektach gastronomicznych	-	1,0	,6	-	-	3,0	-	-	-	-
Na zabiegach zdrowotnych i upiększających	-	-	,6	-	-	1,0	1,0	-	-	1,0
W inny sposób	5,6	7,3	6,5	92,7	1,0	10,1	2,1	-	68,7	2,0

3.4. Kwoty wydatkowane podczas podróży i pobytu oraz charakter wydatkowania²

Średnia całkowita kwota wydatkowana przez turystów zarówno podczas podróży do danej miejscowości w województwie pomorskim, jak również na sam pobyt w tej miejscowości, to 1046,69 zł. Natomiast średnie wydatki związane wyłącznie z pobytem w danej miejscowości, to kwota 748,07 zł.

Tabela 22. Średnie kwoty wydatkowane w województwie pomorskim*

Wydatki:		Turyści polscy	Turyści zagraniczni	Ogół badanych		
		Dane w złotych				
Ogółem	Minimum	0	0	0		
	Maximum	8150	8540	8540		
	Średnio	1028,51	1301,28	1040,69		
Wydatki podczas pobytu w danej miejscowości	Ogółem	Minimum	0	30	0	
		Maximum	8000	5200	8000	
		Średnio	744,89	824,61	748,07	
	Noclegi	Minimum	0	0	0	
		Maximum	4550	3200	4550	
		Średnio	463,67	862,50	477,69	
	Wyżywienie	Minimum	0	0	0	
		Maximum	3600	1200	3600	
		Średnio	312,13	255,68	309,97	
	Rozrywka	Minimum	0	0	0	
		Maximum	5000	1600	5000	
		Średnio	190,75	188,46	190,66	
	Wydatki podczas podróży do danej miejscowości	Ogółem	Minimum	0	10	0
			Maximum	4200	8200	8200
			Średnio	273,17	1013,29	296,24
Noclegi		Minimum	0	0	0	
		Maximum	2000	2400	2400	
		Średnio	191,89	852,00	219,62	
Wyżywienie		Minimum	0	0	0	
		Maximum	2000	2300	2300	
		Średnio	132,19	281,76	138,87	
Transport		Minimum	0	0	0	
		Maximum	2000	1000	2000	
		Średnio	148,01	241,35	150,98	
Rozrywka		Minimum	0	0	0	
		Maximum	1500	2400	2400	
		Średnio	84,53	385,71	94,66	

* Kwoty te należy traktować z ostrożnością - ze względu na nieprecyzyjność narzędzia badawczego mogą być zawyżone.

² W analizach pominięto tych, którzy nie potrafili lub nie chcieli podać przybliżonej wysokości wydatkowanych kwot, bądź też podawali je stosując ogólne kategorie słowne np. „bez limitu”, „tyle ile trzeba”.

Kwoty podawane w dolarach i w euro przeliczone zostały na złotówki w stosunku odpowiednio: 1:3 i 1:4. W przypadkach przedziałów cenowych – uwzględniano wartość średnią.

Średnie wydatkowane kwoty należy jednak traktować z pewną ostrożnością ze względu na zdarzające się błędy ankierskie, wg których brak wydatków czasami nie był odnotowywany, stąd respondenci ci automatycznie zostali wykluczeni z analiz, przez co średnie kwoty mogły zostać zawyżone. Ponadto respondenci mogli podawać sumy kwot wydatkowanych przez całą rodzinę, gdyż pytanie nie zostało jednoznacznie sformułowane.

Średnie całkowite wydatki oraz wydatki związane wyłącznie z pobytem w konkretnym miejscu na Pomorzu są wyraźnie wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych. Goście zagraniczni średnio niemal dwukrotnie więcej pieniędzy wydawali na noclegi (862,50 zł wobec 463,67 zł), a także nieco więcej przeciętnie płacili za wyżywienie (312,13 zł wobec 255,68 zł). Wydatki na rozrywkę natomiast, bez względu na narodowość turystów wyniosły średnio ok. 190 zł.

Średnie kwoty wydane podczas podróży do danej miejscowości w województwie pomorskim we wszystkich analizowanych sferach wydatków były nieporównywalnie wyższe wśród osób przybywających spoza Polski niż wśród gości krajowych. Ogółem wydatki te były niemal czterokrotnie wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych (1013,29 zł wobec 273,17 zł). Goście zagraniczni, podróżując na Pomorze, w odróżnieniu od turystów z kraju, niemal dwukrotnie więcej zapłacili za transport, ponad dwukrotnie więcej za wyżywienie, a aż ponad czterokrotnie więcej za noclegi i rozrywkę (patrz tabela 22).

Zdecydowanie najwięcej pieniędzy wydali turyści w Jastarni (średnio 1601,18 zł) oraz w Krynicy Morskiej (średnio 1537,98 zł). W następnej kolejności, ze znacznie niższymi średnimi wydatkowanymi kwotami znalazły się: Ustka (957,39 zł), Łeba (839,57 zł) oraz Kościerzyna (692,73 zł). Stosunkowo mniej pieniędzy średnio wydawano w Chmielnie (597,37 zł), Chojnicach (529,27 zł) oraz w Gdańsku (434,66 zł); natomiast zdecydowanie najmniejsze wydatki wiązały się z obecnością turystów w miejscowościach traktowanych w znacznym stopniu okazjonalnie, takich jak Malbork (183,47 zł) oraz Gniew (174,48 zł).

Podobnie - ze względu na rodzaj odwiedzanych miejscowości - przedstawia się hierarchia szczegółowych kwot wydatkowanych na noclegi, wyżywienie oraz rozrywkę, jak również struktura całościowych wydatków związanych z podróżą i pobytem na Pomorzu. Niewielkie zróżnicowania w tym zakresie prezentuje tabela 23.

Tabela 23. Średnie wydatkowane kwoty – ze względu na odwiedzane miejscowości*

Miejscowości:	<u>Wydatki w danej miejscowości – średnie w złotych</u>				<u>Ogół wydatków</u> (łącznie z kosztami podróży)
	ogółem	rozrywka	wyżywienie	noclegi	
Jastarnia	1601,18	372,59	636,50	789,02	1891,78
Krynica Morska	1537,98	317,97	602,53	780,40	1761,85
Ustka	957,39	222,18	395,11	488,69	1190,60
Łeba	839,57	174,93	315,28	462,53	939,97
Kościerzyna	692,73	163,56	326,63	320,77	896,29
Chmielno	597,37	68,70	239,58	462,69	704,85
Chojnice	529,27	154,67	194,62	204,79	782,00
Gdańsk	434,66	126,38	168,73	316,74	731,88
Malbork	183,47	92,07	88,11	96,43	1056,90
Gniew	174,48	50,98	103,24	374,44	826,67

* Kwoty te należy traktować z ostrożnością - ze względu na nieprecyzyjność narzędzia badawczego mogą być zawyżone.

4. Oceny infrastruktury turystycznej

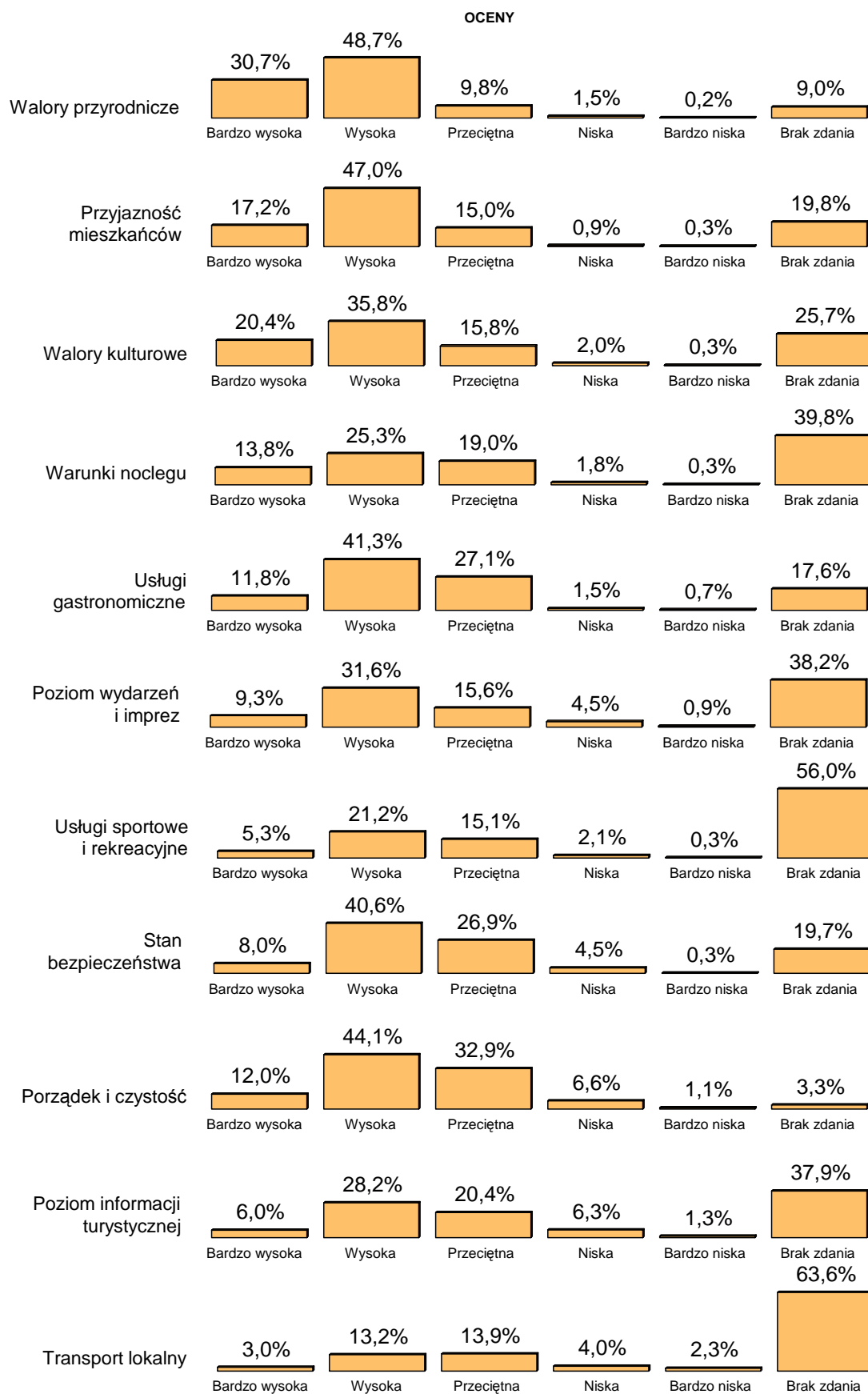
4.1 Oceny jakości infrastruktury turystycznej

Na jakość infrastruktury turystycznej regionu, którą w poszczególnych miejscowościach oceniali turyści, złożyły się takie elementy, jak: transport lokalny, warunki noclegowe, usługi gastronomiczne, usługi sportowe i rekreacyjne, stan bezpieczeństwa, porządek i czystość, przyjazność mieszkańców, poziom informacji turystycznej, poziom wydarzeń i imprez, walory przyrodnicze oraz atrakcje kulturowe.

Najkorzystniej ocenianym elementem turystyki w województwie były walory przyrodnicze (79,5% ocen pozytywnych, w tym 30,7% bardzo wysokich). W następnej kolejności ankietowani doceniali przyjazność mieszkańców (64,2% ocen pozytywnych, w tym 17,2% bardzo wysokich). Dość wysoko w ocenie turystów uplasowały się również takie elementy infrastruktury turystycznej regionu, jak: walory kulturowe, usługi gastronomiczne, a także warunki noclegowe, choć w tym przypadku znaczny odsetek badanych (39,8%) nie potrafił wyrazić opinii. Najbardziej niejednoznacznie natomiast oceniony został aspekt porządku i czystości w poszczególnych miejscowościach. Wprawdzie ponad połowa ankietowanych (56,1%) oceniła ten element pozytywnie, to również stosunkowo najwyższy w tym przypadku był odsetek ocen negatywnych (7,7%).

W porównaniu z pozostałymi analizowanymi elementami infrastruktury turystycznej, mniej korzystnie został oceniony również transport lokalny (bardzo wysoki w tym przypadku był jednak odsetek osób mających problem z oceną jego jakości – 63,6%) oraz poziom informacji turystycznej (choć i tu osoby niepotrafiące zająć stanowiska stanowiły dość liczną grupę – 37,9%). Problemem dla znacznej części badanych okazała się również ocena poziomu usług sportowych i rekreacyjnych – 56% ankietowanych nie potrafiło w tej kwestii zająć jednoznacznego stanowiska (patrz wykres 39).

Wykres 39. Oceny jakości infrastruktury turystycznej w województwie pomorskim



Turyści zagraniczni, w porównaniu z przyjezdnymi z Polski, stosunkowo częściej wysokich not udzielali usługom gastronomicznym, przyjazności mieszkańców Pomorza, walorom kulturowym tego regionu, a także warunkom noclegowym tutaj oferowanym. Nieco częściej też pozytywnie oceniali poziom wydarzeń i imprez w pomorskich miejscowościach, ich informację turystyczną oraz lokalny transport.

Osoby przybyłe z kraju, częściej niż goście zagraniczni, wysokie kategorie stosowali oceniając walory przyrodnicze regionu, stan bezpieczeństwa w poszczególnych miejscowościach, porządek i czystość w nich panujący oraz oferowany przez nie poziom usług sportowych i rekreacyjnych (patrz wykres 40).

Jeżeli jednak spojrzymy na średnie ocen, powstałe z zamienienia etykiet słownych na skalę liczbową od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, a 5 – bardzo wysoką, przy jednoczesnym wykluczeniu osób niepotrafiących dokonać oceny poszczególnych elementów infrastruktury turystycznej, okaże się, że różnice w postrzeganiu jakości usług turystycznych nie są znaczne. Stosunkowo największe rozbieżności dotyczą jedynie ocen walorów kulturowych, stanu bezpieczeństwa oraz usług gastronomicznych, a dopiero w dalszej kolejności nieco odmiennie postrzegana jest przyjazność mieszkańców, poziom informacji turystycznej oraz stan czystości i porządku (patrz tabela 24).

Tabela 24. Średnie oceny jakości infrastruktury turystycznej w województwie pomorskim*

Elementy infrastruktury turystycznej:	Turyści polscy	Turyści zagraniczni	Ogółem
	Średnie ocen na skali 1-5, gdzie 1=ocena bardzo niska, a 5=bardzo wysoka*		
Walory przyrodnicze	4,19	4,21	4,19
Przyjazność mieszkańców	3,98	4,11	4,00
Walory kulturowe	3,97	4,18	3,99
Warunki noclegu	3,84	3,81	3,84
Usługi gastronomiczne	3,73	3,92	3,75
Poziom wydarzeń i imprez	3,70	3,76	3,71
Usługi sportowe i rekreacyjne	3,66	3,63	3,66
Stan bezpieczeństwa	3,66	3,47	3,64
Porządek i czystość	3,62	3,50	3,61
Poziom informacji turystycznej	3,52	3,39	3,50
Transport lokalny	3,30	3,23	3,29

* Z analizy wykluczono tych turystów, którzy nie potrafili ocenić jakości infrastruktury turystycznej

Wykres 40. Oceny jakości infrastruktury turystycznej - ze względu na narodowość turystów

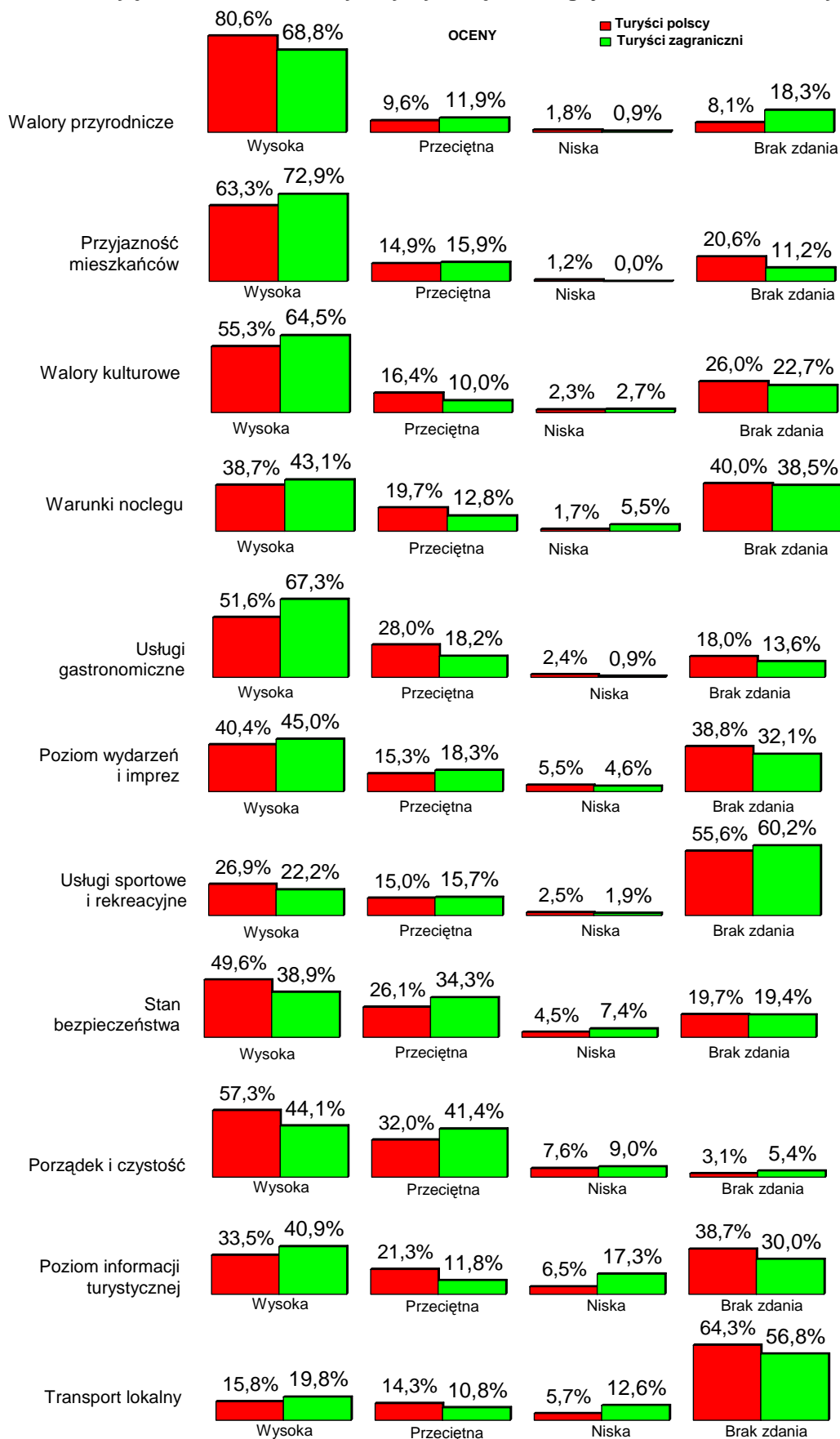


Tabela 25. Oceny jakości infrastruktury turystycznej - ze względu na odwiedzane miejscowości – dane procentowe

Elementy infrastruktury turystycznej;		Oceny:	Miejsce badania											
			Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka		
Walory przyrodnicze	niska	-	1,0	3,4	-	3,1	-	2,0	2,0	-	2,0	2,0	-	1,0
	przeciętna	1,4	4,0	14,5	3,1	8,2	5,0	13,3	11,1	10,7	14,0	14,0	10,7	14,0
	wysoka	97,2	93,0	65,2	86,7	87,8	90,0	83,7	82,8	63,1	80,0	80,0	63,1	80,0
	brak zdania	1,4	2,0	16,9	10,2	1,0	5,0	1,0	4,0	26,2	5,0	5,0	26,2	5,0
Przyjazność mieszkańców	niska	-	1,0	0,6	-	3,1	3,0	3,1	1,0	-	-	-	-	-
	przeciętna	7,0	15,0	13,6	5,1	13,3	26,0	22,4	15,5	4,9	26,0	26,0	4,9	26,0
	wysoka	80,3	62,0	73,5	52,5	76,5	51,0	59,2	69,1	46,3	52,0	52,0	46,3	52,0
	brak zdania	12,7	22,0	12,3	42,4	7,1	20,0	15,3	14,4	48,8	22,0	22,0	48,8	22,0
Walory kulturowe	niska	-	2,0	0,6	4,0	4,1	5,0	4,1	1,0	1,2	4,0	4,0	1,2	4,0
	przeciętna	7,0	12,0	5,8	29,3	25,5	12,0	31,6	22,4	7,1	25,0	25,0	7,1	25,0
	wysoka	66,2	60,0	86,5	3,0	55,1	43,0	26,5	53,1	70,2	33,0	33,0	70,2	33,0
	brak zdania	26,8	26,0	7,1	63,6	15,3	40,0	37,8	23,5	21,4	38,0	38,0	21,4	38,0
Warunki noclegu	niska	-	1,0	0,6	1,0	-	6,1	6,1	3,0	-	5,0	5,0	-	5,0
	przeciętna	26,0	12,0	9,5	13,4	33,7	23,5	36,7	20,2	10,1	27,0	27,0	10,1	27,0
	wysoka	46,6	42,0	41,2	3,1	59,2	39,8	39,8	60,6	5,1	43,0	43,0	5,1	43,0
	brak zdania	27,4	45,0	48,6	82,5	7,1	30,6	17,3	16,2	84,8	25,0	25,0	84,8	25,0
Usługi gastronomiczne	niska	4,2	2,0	0,6	1,0	-	4,0	9,2	1,0	1,3	3,0	3,0	1,3	3,0
	przeciętna	22,2	32,0	21,2	54,5	29,3	21,0	28,6	21,2	11,4	38,0	38,0	11,4	38,0
	wysoka	62,5	49,0	62,8	7,1	64,6	55,0	53,1	70,7	29,1	53,0	53,0	29,1	53,0
	brak zdania	11,1	17,0	15,4	37,4	6,1	20,0	9,2	7,1	58,2	6,0	6,0	58,2	6,0
Poziom wydarzeń i imprez	niska	7,0	4,0	3,4	-	8,2	6,1	7,2	5,1	4,9	13,1	13,1	4,9	13,1
	przeciętna	11,3	12,0	12,6	4,1	20,4	15,2	39,2	16,3	9,8	20,2	20,2	9,8	20,2
	wysoka	35,2	36,0	59,4	49,5	42,9	31,3	17,5	43,9	15,9	28,3	28,3	15,9	28,3
	brak zdania	46,5	48,0	24,6	46,4	28,6	47,5	36,1	34,7	69,5	38,4	38,4	69,5	38,4
Usługi sportowe i rekreacyjne	niska	2,8	2,0	0,6	-	5,1	3,1	4,2	3,1	1,3	6,0	6,0	1,3	6,0
	przeciętna	27,8	16,0	11,4	6,1	18,2	20,4	23,2	17,3	2,6	17,0	17,0	2,6	17,0
	wysoka	34,7	57,0	17,2	9,2	33,3	51,0	20,0	35,7	2,6	22,0	22,0	2,6	22,0
	brak zdania	34,7	25,0	70,8	84,7	43,4	25,5	52,6	43,9	93,5	55,0	55,0	93,5	55,0
Stan bezpieczeństwa	niska	2,8	3,0	7,7	-	4,0	7,1	6,1	3,1	2,6	4,0	4,0	2,6	4,0
	przeciętna	22,5	27,0	33,5	21,6	21,2	20,4	34,7	23,5	20,5	26,0	26,0	20,5	26,0
	wysoka	54,9	56,0	45,5	19,6	69,7	63,3	51,0	64,3	20,5	44,0	44,0	20,5	44,0
	brak zdania	19,7	14,0	13,2	58,8	5,1	9,2	8,2	9,2	56,4	26,0	26,0	56,4	26,0
Porządek i czystość	niska	-	-	9,2	9,1	4,1	7,0	13,1	13,1	2,4	13,0	13,0	2,4	13,0
	przeciętna	37,0	13,0	35,3	49,5	27,6	27,0	40,4	30,3	27,7	36,0	36,0	27,7	36,0
	wysoka	61,6	87,0	53,4	22,2	67,3	65,0	45,5	56,6	59,0	51,0	51,0	59,0	51,0
	brak zdania	1,4	-	2,1	19,2	1,0	1,0	1,0	-	10,8	-	-	10,8	-
Poziom informacji turystycznej	niska	1,4	11,0	8,0	8,0	5,1	7,1	9,4	11,2	4,8	6,0	6,0	4,8	6,0
	przeciętna	18,6	10,0	17,6	51,0	25,5	12,1	27,1	17,3	12,0	17,0	17,0	12,0	17,0
	wysoka	24,3	33,0	40,2	5,0	37,8	34,3	38,5	42,9	44,6	27,0	27,0	44,6	27,0
	brak zdania	55,7	46,0	34,1	36,0	31,6	46,5	25,0	28,6	38,6	50,0	50,0	38,6	50,0
Transport lokalny	niska	4,1	11,0	8,9	1,0	7,1	5,1	7,1	5,0	1,3	5,0	5,0	1,3	5,0
	przeciętna	4,1	15,0	20,9	2,1	24,2	11,1	9,2	17,0	3,8	11,0	11,0	3,8	11,0
	wysoka	5,5	12,0	26,7	1,0	21,2	15,2	5,1	26,0	3,8	15,0	15,0	3,8	15,0
	brak zdania	86,3	62,0	43,6	95,8	47,5	68,7	78,6	52,0	91,1	69,0	69,0	91,1	69,0

Walory przyrodnicze najlepiej zostały ocenione przez turystów z Chmielna (4,82 punktów – na 5-stopniowej skali), jak również przez wypoczywających w Kościerzynie (4,47) i Chojnicach (4,39). Stosunkowo najgorzej pod tym względem wypadły: Gdańsk, Krynica Morska (po 4,00) oraz Gniew (4,06) i Ustka (4,02).

Mieszkańcy okazali się najbardziej przyjaźni w odczuciu turystów z Chmielna (4,39), Malborka (4,14) i Gniewu (4,11), zaś stosunkowo najgorsze noty uzyskali wśród ankietowanych w Ustce (3,69), Kościerzynie (3,75), Krynicy Morskiej (3,80) i Łebie (3,95). Walory kulturowe natomiast najkorzystniej oceniali turyści w Gdańsku (4,25) i Malborku (4,23), zaś najgorzej w Gniewie (3,03), Krynicy Morskiej (3,46) i Ustce (3,55).

W przypadku oceny warunków noclegowych największe różnice dotyczyły takich miejscowości, jak Gdańsk i Chojnice, które pod tym względem były najlepiej oceniane oraz Gniew i Malbork, które wypadły stosunkowo najgorzej, należy jednak wziąć pod uwagę fakt, że znaczna część turystów w tych miejscowościach nie korzystała z noclegów.

Z usług gastronomicznych najbardziej zadowoleni byli ankietowani goszczący w Łebie (3,95), Jastarni (3,90) oraz w Gdańsku (3,89). Wyraźnie gorzej zaś w kwestiach kulinarnych wypadł Gniew (3,13). Miejscowość ta za to najwyższej została oceniona przez turystów pod względem poziomu wydarzeń i imprez (4,06) - znacznie wyżej niż Krynica Morska (3,15) i Ustka (3,26), które w tym rankingu zajęły ostatnie pozycje.

Na dość wysoki poziom usług sportowych i rekreacyjnych zwracali uwagę głównie turyści w Chojnicach (3,83) i Łebie (3,76), znacznie mniej korzystnie aspekt ten ocenili odwiedzający Krynice Morską (3,38), Malbork (3,40) i Ustkę (3,44). Najbardziej bezpiecznie czuli się turyści w Chmielnie (3,88), Łebie (3,82) i w Jastarni (3,79), zaś najmniej w Gniewie (3,48) i w Gdańsku (3,52). Natomiast od względem porządku i czystości doceniono głównie Chojnice (4,23) a także Jastarnię (3,84), Malbork (3,80) i Chmielno (3,79), zaś stosunkowo największe zastrzeżenia w tej kwestii wzbudził Gniew (3,16).

Informacja turystyczna, zdaniem ankietowanych, najlepiej zorganizowana była w Malborku (3,78), zaś najgorzej funkcjonowała w Gniewie (2,92) i Ustce (3,38). Transport lokalny, jako element relatywnie najgorzej oceniany spośród pozostałych elementów infrastruktury turystycznej, szczególnie negatywnie został odebrany przez turystów w Krynicy Morskiej (2,71), Gniewie (2,75) i Chojnicach (2,97), zaś najbardziej przychylnie przez przebywających w Łebie (3,60) – patrz tabela 26.

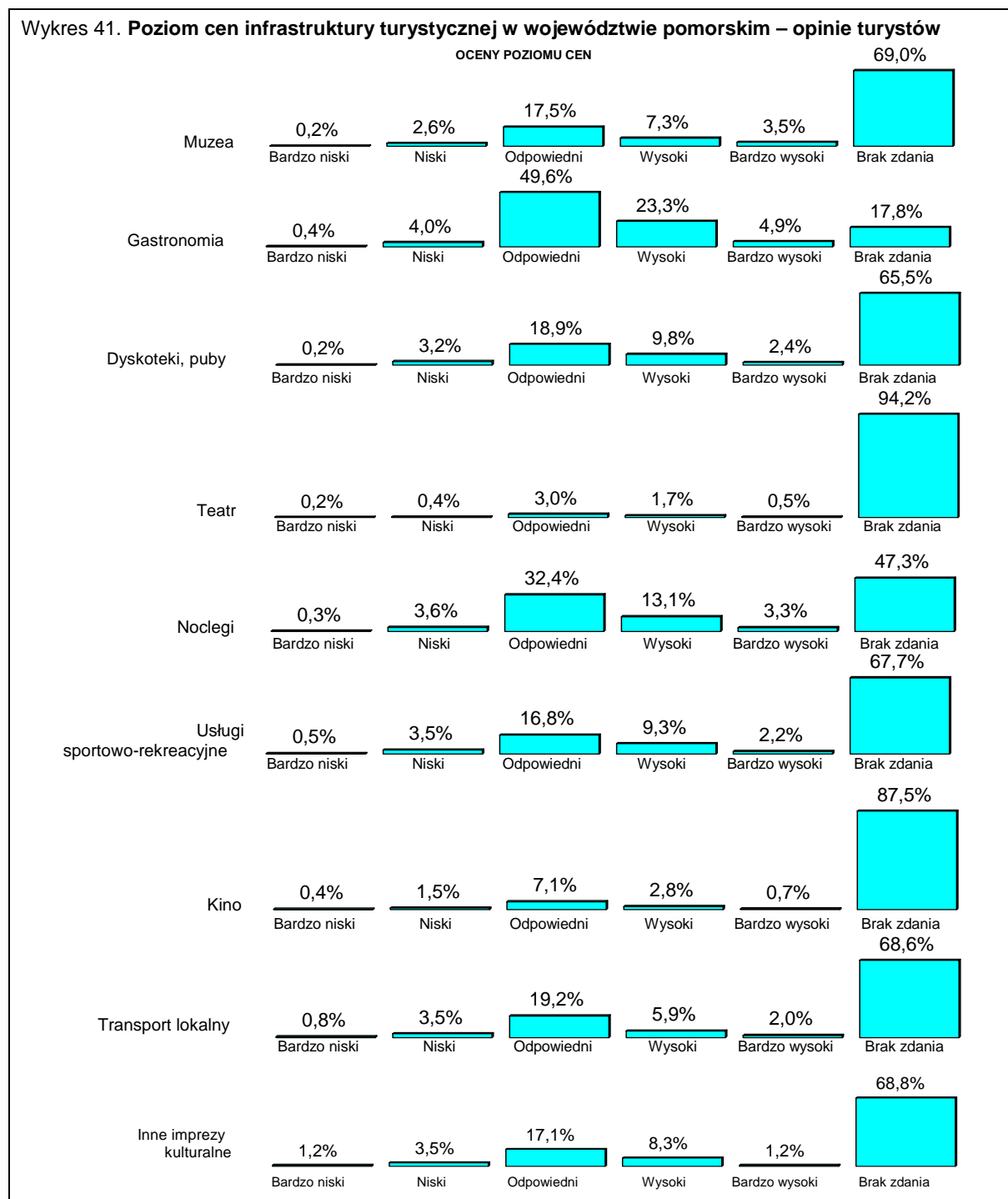
Tabela 26. Średnie oceny jakości infrastruktury turystycznej na skali 1-5 – ze względu na odwiedzone miejscowości

Elementy infrastruktury turystycznej:	Miejsce badania											Średnia wśród wszystkich turystów
	Średnie ocen na skali 1-5, gdzie 1=ocena bardzo niska, a 5=bardzo wysoka (wykluczono tych, którzy nie potrafili ocenić jakości infrastruktury turystycznej)											
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka		
Walory przyrodnicze	4,82	4,39	4,00	4,06	4,28	4,47	4,00	4,24	4,11	4,02	4,19	
Przyjazność mieszkańców	4,39	4,03	4,07	4,11	4,04	3,75	3,80	3,95	4,14	3,69	4,00	
Walory kulturowe	4,38	4,03	4,25	3,03	3,84	3,90	3,46	3,95	4,23	3,55	3,99	
Warunki noclegu	3,89	4,07	4,09	3,12	3,88	3,60	3,54	3,94	3,33	3,71	3,84	
Usługi gastronomiczne	3,81	3,66	3,89	3,13	3,90	3,79	3,51	3,95	3,82	3,63	3,75	
Poziom wydarzeń i imprez	3,71	3,79	3,93	4,06	3,54	3,58	3,15	3,83	3,48	3,26	3,71	
Usługi sportowe i rekreacyjne	3,60	3,83	3,67	3,67*	3,59	3,82	3,38	3,76	3,40*	3,44	3,66	
Stan bezpieczeństwa	3,88	3,71	3,52	3,48	3,79	3,70	3,54	3,82	3,62	3,58	3,64	
Porządek i czystość	3,79	4,23*	3,55	3,16	3,84	3,66	3,37	3,49	3,80	3,40	3,61	
Poziom informacji turystycznej	3,58	3,50	3,58	2,92	3,66	3,57	3,47	3,51	3,78	3,38	3,50	
Transport lokalny	3,10*	2,97	3,35	2,75*	3,23	3,35	2,71	3,60	3,43*	3,35	3,29	

* Dane te należy traktować z ostrożnością ze względu na liczne (powyżej 80%) braki opinii w tych przypadkach.

4.2. Opinie na temat poziomu cen usług turystycznych

Respondenci, mając na uwadze jakość oferowanych usług turystycznych w poszczególnych miejscowościach mieli za zadanie określić poziom ich cen, a więc, czy w ich subiektywnym odczuciu jest on odpowiedni, czy też zbyt wysoki lub zbyt niski. Turyści wyrażali zatem swoje opinie na temat poziomu cen noclegów, gastronomii, lokalnego transportu, dyskotek i pubów, teatrów, kin, muzeów, usług sportowo-rekreacyjnych oraz innych imprez kulturalnych.



Jak się okazuje, poza gastronomią, której poziom cen, w stosunku do oferowanej jakości niemal połowa wszystkich badanych (49,6%) uznała za odpowiedni, w pozostałych przypadkach – zdecydowana większość ankietowanych nie potrafiła dokonać subiektywnych ocen poziomu kosztów (patrz wykres 41). Wynikało to zapewne bądź z braku poszczególnych usług turystycznych w konkretnych miejscowościach (np. kina czy teatru – w tych przypadkach problem z wyrażeniem opinii był niemal powszechny) lub z faktu nie korzystania z nich przez turystów.

Średnie ocen, po wykluczeniu z analizy osób, które nie potrafiły ustosunkować się do badanej kwestii wskazują na to, że ceny wszystkich analizowanych usług turystycznych świadczonych w województwie pomorskim, postrzegane są jako raczej optymalne w stosunku do ich jakości, chociaż z tendencją do oceniania ich częściej jako wysokie niż niskie. Jako stosunkowo najdroższe względem proponowanej jakości wydały się turystom takie elementy infrastruktury turystycznej, jak: muzea, gastronomia, dyskoteki i puby, teatry a także noclegi i usługi sportowo-rekreacyjne. Cenowo najkorzystniej, w opinii ankietowanych, wypadły: transport lokalny, kina oraz inne, nieuwzględnione w szczegółowej analizie, imprezy kulturalne (patrz tabela 27).

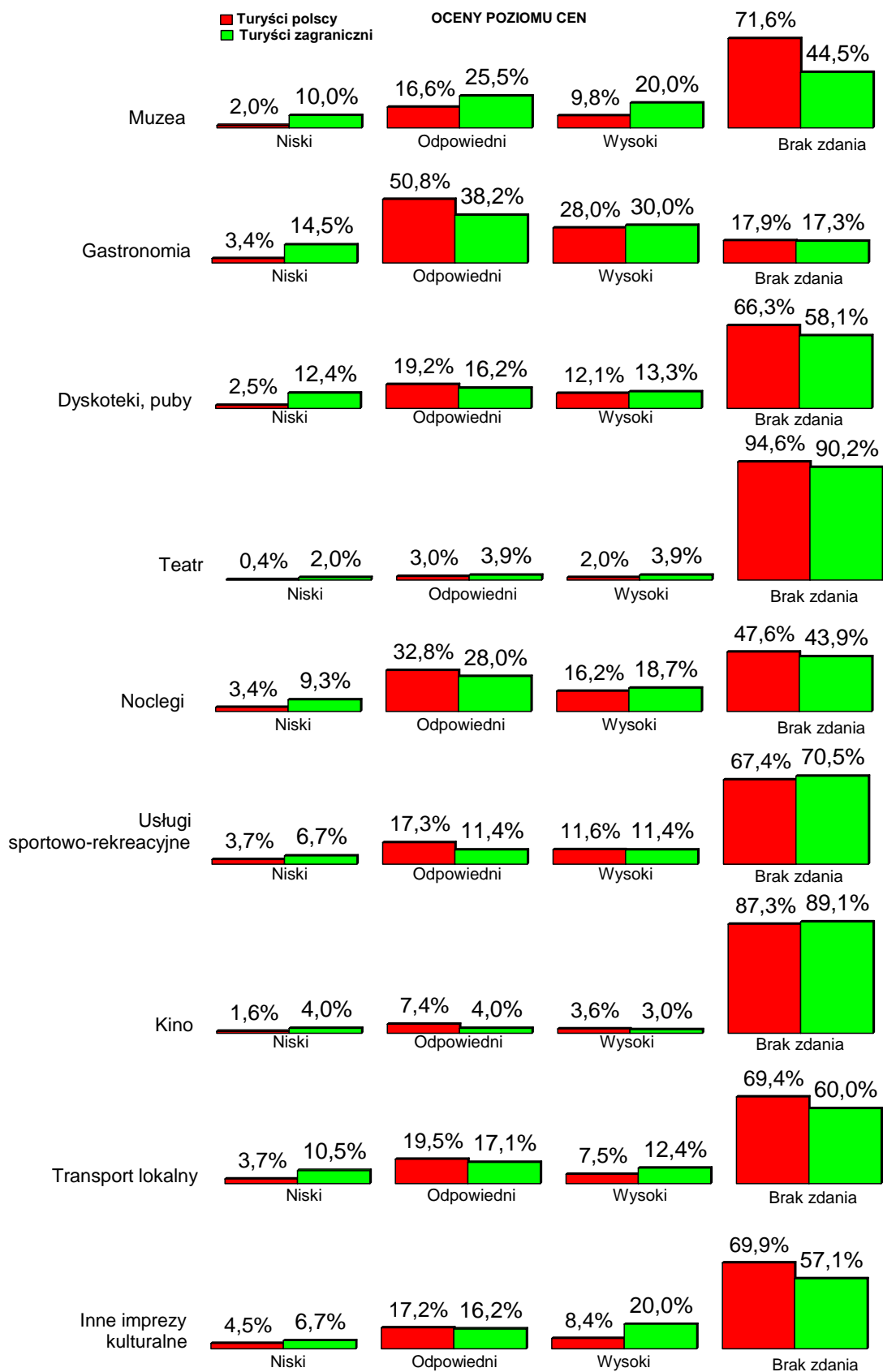
Tabela 27. Średni poziom cen infrastruktury turystycznej w opinii turystów

Elementy infrastruktury turystycznej:	Turyści polscy	Turyści zagraniczni	Ogółem
	Średnie ocen na skali 1-5, gdzie 1=poziom cen bardzo niski, a 5=bardzo wysoki*		
Muzea	3,38	3,28	3,36
Gastronomia	3,35	3,25	3,34
Dyskoteki, puby	3,35	3,11	3,32
Teatr	3,35	3,20	3,32*
Noclegi	3,30	3,27	3,29
Usługi sportowo-rekreacyjne	3,29	3,26	3,29
Kino	3,20	2,82	3,17*
Transport lokalny	3,15	3,14	3,15
Inne imprezy kulturalne	3,12	3,40	3,15

* Z analizy wykluczono tych turystów, którzy nie potrafili określić poziomu cen. W przypadku kina i teatru stanowili oni ok. 90%, dlatego analizy w tych przypadkach należy traktować z ostrożnością.

Turyści polscy, częściej niż zagraniczni, nie potrafili wyrazić opinii na temat poziomu cen usług turystycznych. Częściej też, niż goście spoza kraju skłonni byli uznawać poziom cen poszczególnych usług jako odpowiedni do ich jakości. Turyści zagraniczni natomiast, wprawdzie znacznie częściej niż krajowi, we wszystkich analizowanych przypadkach poziom cen usług turystycznych określali jako zbyt niski wobec ich jakości, to jednak przeważali również w grupie tych, którym ceny te wydawały się zbyt wysokie w stosunku do oferowanego poziomu (wyjątek stanowiły: kino i usługi sportowo-rekreacyjne).

Wykres 42. Poziom cen infrastruktury turystycznej w opinii turystów - ze względu na ich narodowość



Pewne zróżnicowania w percepcji cen usług turystycznych można wykazać ze względu na rodzaj odwiedzanych miejscowości. Zastrzeżenia jednak mogą budzić analizy percepcji cen takich atrakcji turystycznych, jak muzea, kina i teatry, które nie we wszystkich miejscowościach funkcjonowały, stąd znaczne (powyżej 80%, a nawet sięgające 100%) problemy z ich oceną.

W przypadku gastronomii – poziom jej cen – jako stosunkowo najniższy oceniony został przez turystów odwiedzających Gniew (3,07 na 5-punktowej skali) oraz Chojnice (3,10), a jako najwyższy – poziom ten oceniły osoby przebywające w Łebie (3,51), Chmielnie (3,48) i Jastarni (3,47). Dyskoteki i puby w odczuciu turystów stosunkowo najtańsze wydały się w Kościerzynie (2,97) a najdroższe w Chmielnie (3,81).

Cenę noclegów – jako najniższą w stosunku do oferowanej jakości uznali ankietowani przebywający w Chojnicach (2,90), zaś najdroższa wydała się ona turystom odwiedzającym Łebę (3,44) i Gniew (3,50).

Stosunek ceny do jakości usług sportowo-rekreacyjnych korzystniej niż wśród innych osób, zwłaszcza przebywających w Malborku i Uście (po 3,60), wypadł w opinii osób wypoczywających w Kościerzynie (3,08) i Chojnicach (3,09). Ceny transportu lokalnego w większości miejscowości wydały się turystom optymalne względem ich jakości, najkorzystniej jednak oceniali je przebywający w Jastarni (2,95) oraz Chojnicach (2,97). W Chojnicach również (2,76), podobnie jak w Kościerzynie (2,75) jako stosunkowo najbardziej przystępny wydał się poziom cen pozostałych imprez kulturalnych. Najgorzej pod tym względem wypadło Chmielno (3,57) – patrz tabela 29.

Tabela 28. Poziom cen infrastruktury turystycznej w opinii turystów - ze względu na odwiedzane miejscowości

Elementy infrastruktury:	Oceny poziomu cen:	Miejsce badania										
		Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka	
Muzea	niski	1,4	3,0	4,3	-	1,0	7,0	1,2	4,3	-	1,0	
	odpowiedni	12,9	19,0	26,6	32,7	12,4	10,0	6,2	7,4	20,2	3,0	
	wysoki	8,6	7,0	12,1	7,1	4,1	3,0	1,2	2,1	59,6	2,0	
	brak zdania	77,1	71,0	57,0	60,2	82,5	80,0	91,4	86,2	20,2	93,9	
Gastronomia	niski	1,4	7,0	5,8	1,0	-	9,0	9,0	1,0	2,4	3,0	
	odpowiedni	51,4	59,0	47,5	53,1	56,1	48,0	54,0	54,1	32,9	42,0	
	wysoki	34,7	15,0	32,2	4,1	38,8	21,0	31,0	38,8	9,8	46,0	
	brak zdania	12,5	19,0	14,4	41,8	5,1	22,0	6,0	6,1	54,9	9,0	
Dyskoteki, puby	niski	-	5,0	4,3	-	4,1	7,1	5,0	2,1	1,3	1,0	
	odpowiedni	11,3	28,0	19,9	2,1	25,5	16,2	18,0	34,4	1,3	25,0	
	wysoki	18,3	7,0	15,2	-	18,4	6,1	12,0	17,7	1,3	19,0	
	brak zdania	70,4	60,0	60,6	97,9	52,0	70,7	65,0	45,8	96,3	55,0	
Teatr	niski	-	1,0	-	1,0	2,2	1,0	-	3,0	-	-	
	odpowiedni	-	3,0	7,1	-	1,1	-	1,3	9,1	1,3	1,0	
	wysoki	2,5	-	3,7	2,1	1,1	2,0	1,3	9,1	-	1,0	
	brak zdania	97,5	96,0	89,2	96,9	95,7	97,0	97,5	78,8	98,8	98,0	
Noclegi	niski	2,8	7,0	3,7	-	3,0	4,0	8,1	4,0	1,2	5,0	
	odpowiedni	33,3	28,0	23,8	6,3	56,6	37,4	49,5	52,0	8,6	43,0	
	wysoki	19,4	4,0	12,3	4,2	31,3	17,2	28,3	31,0	6,2	18,0	
	brak zdania	44,4	61,0	60,2	89,6	9,1	41,4	14,1	13,0	84,0	34,0	
Usługi sportowo-rekreacyjne	niski	4,2	12,0	2,5	-	3,1	11,2	3,0	3,2	-	3,0	
	odpowiedni	33,3	39,0	11,5	4,2	18,6	25,5	18,0	18,9	3,8	8,1	
	wysoki	23,6	16,0	6,2	1,0	21,6	14,3	10,0	14,7	2,5	19,2	
	brak zdania	38,9	33,0	79,8	94,8	56,7	49,0	69,0	63,2	93,7	69,7	
Kino	niski	-	5,1	1,4	1,0	5,2	4,0	-	1,1	-	-	
	odpowiedni	-	13,1	13,2	1,0	6,3	2,0	-	8,7	1,3	8,1	
	wysoki	-	6,1	5,4	1,0	6,3	2,0	-	6,5	-	2,0	
	brak zdania	100,0	75,8	80,1	96,9	82,3	91,9	100,0	83,7	98,8	89,9	
Transport lokalny	niski	2,8	7,0	6,8	1,0	8,2	2,0	-	2,1	2,5	4,0	
	odpowiedni	4,2	20,0	35,0	-	27,6	11,1	8,0	28,1	1,3	14,0	
	wysoki	2,8	8,0	14,6	2,1	9,2	7,1	4,0	7,3	-	6,0	
	brak zdania	90,1	65,0	43,7	96,9	55,1	79,8	88,0	62,5	96,3	76,0	
Inne imprezy kulturalne	niski	1,4	11,0	4,0	-	3,1	7,1	4,1	5,3	2,5	8,0	
	odpowiedni	12,9	23,0	25,1	6,2	20,4	9,1	16,3	20,0	7,6	9,0	
	wysoki	15,7	8,0	13,3	4,1	14,3	4,0	5,1	7,4	6,3	9,0	
	brak zdania	70,0	58,0	57,6	89,7	62,2	79,8	74,5	67,4	83,5	74,0	

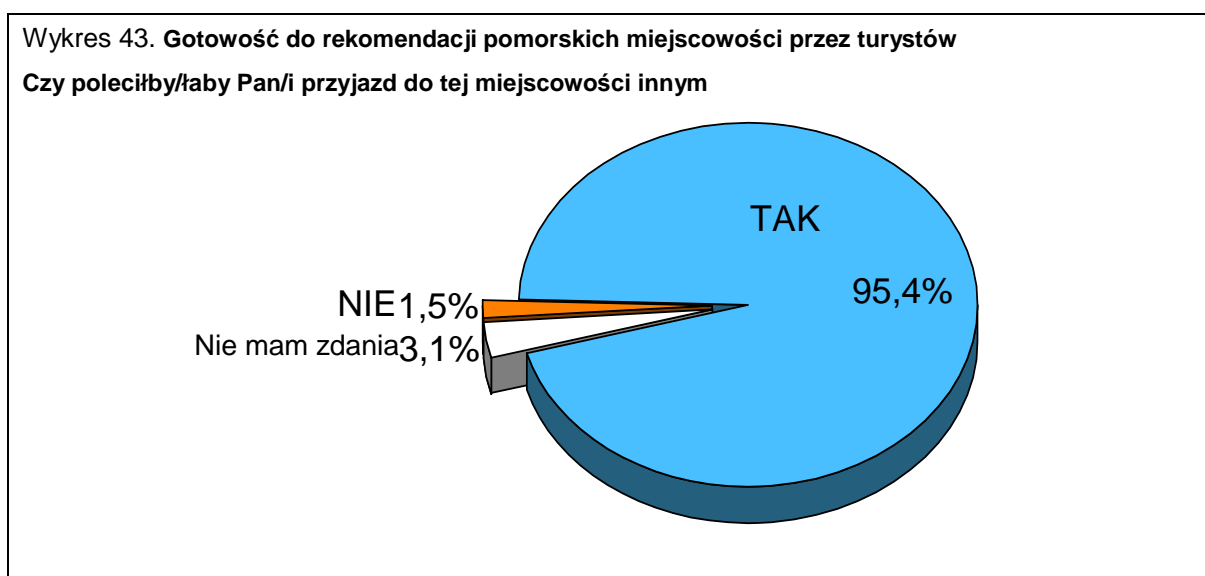
Tabela 29. Średni poziom cen usług turystycznych w opinii turystów – ze względu na odwiedzane miejscowości

Elementy infrastruktury turystycznej:	Miejsce badania											
	Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka		
Muzea	3,44	3,17	3,23	3,21	3,24*	2,80*	3,14*	3,92*	4,07	3,33*		
Gastronomia	3,48	3,10	3,37	3,07	3,47	3,22	3,27	3,51	3,27	3,49		
Dyskoteki, puby	3,81	3,05	3,35	3,00*	3,43	2,97	3,23	3,40	3,00*	3,40		
Teatr	4,00*	2,75*	3,38*	3,33*	3,00*	3,33*	3,50*	3,43	3,00*	3,50*		
Noclegi	3,33	2,90	3,29	3,50*	3,36	3,29	3,27	3,44	3,38*	3,23		
Usługi sportowo-rekreacyjne	3,34	3,09	3,29	3,20*	3,50	3,08	3,23	3,40	3,60*	3,60		
Kino	-	3,13	3,19*	3,00*	3,12*	2,75*	-	3,40*	3,00*	3,30*		
Transport lokalny	2,86*	2,97	3,22	3,67*	2,95	3,30	3,42*	3,17	2,33*	3,13		
Inne imprezy kulturalne	3,57	2,76	3,24	3,50*	3,35	2,75	3,00	3,06	3,31*	3,08		

5. Ocena atrakcyjności turystycznej regionu

5.1. Zadowolenie z pobytu – gotowość do rekomendacji poszczególnych miejscowości

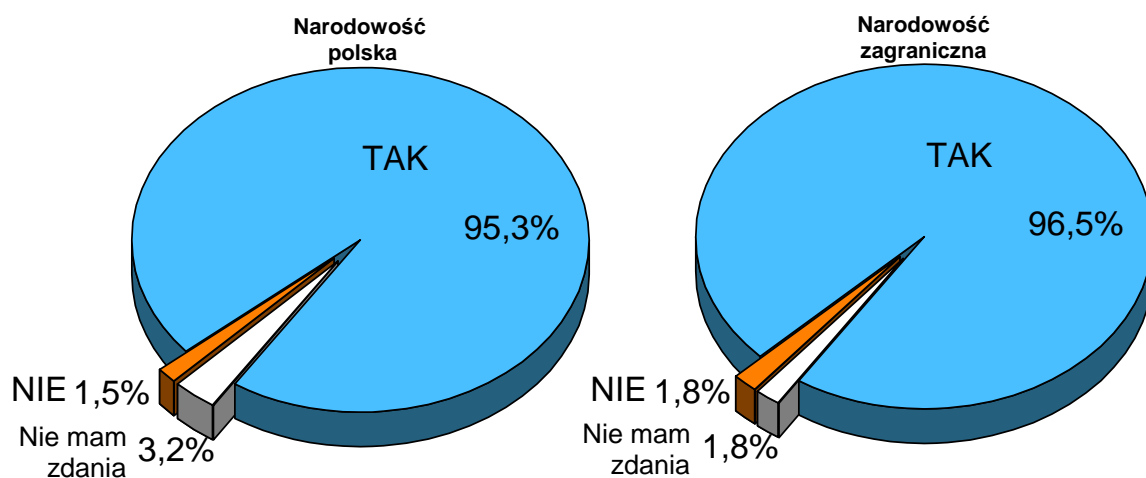
Zadowolenie z pobytu w danej miejscowości można z pewnością zmierzyć wskaźnikiem gotowości polecenia tych miejscowości innym osobom. Nie ulega zatem wątpliwości, że region pomorski w zdecydowanym stopniu zaspokaja potrzeby turystów do niego podróżujących. Jak się bowiem okazuje niemal powszechna (95,4%) jest wśród nich gotowość do rekomendacji miejscowości, w których przebywali. Jedynie 1,5% badanych nie poleciłoby innym osobom przyjazdu do miejscowości ich letniego pobytu, a 3,1% respondentów nie potrafiło się jednoznacznie do tej kwestii ustosunkować.



Pozytywne noty pomorskim miejscowościom minimalnie częściej wystawiali turyści zagraniczni niż krajowi (96,5% wobec 95,3%). Podróżni z Polski natomiast nieco częściej mieli problem z zajęciem stanowiska w tej sprawie – patrz wykres 44.

Wykres 44. Gotowość do rekomendacji pomorskich miejscowości - ze względu na narodowość turystów

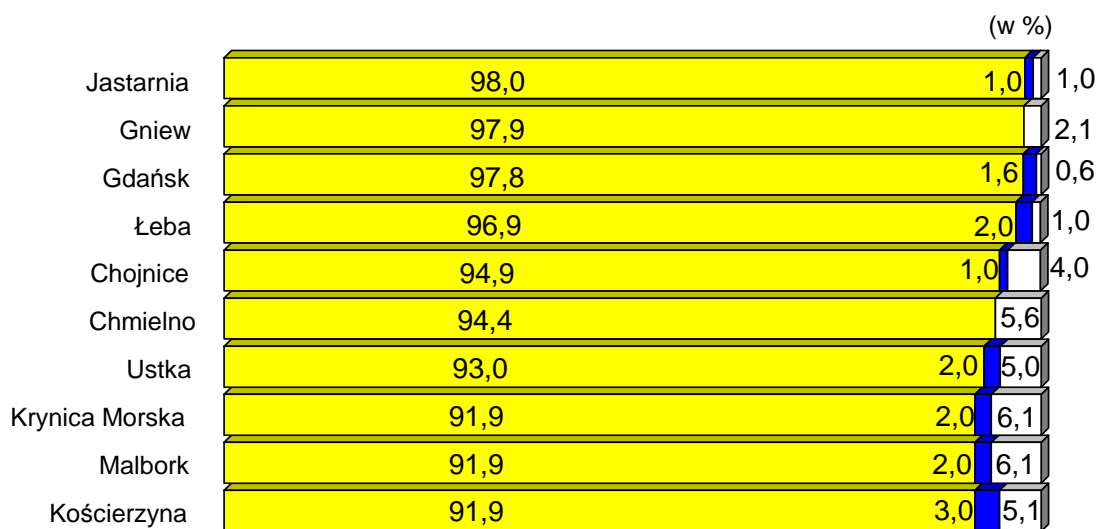
Czy poleciliby/łaby Pan/i przyjazd do tej miejscowości innym



Wszystkie pomorskie miejscowości, w których realizowano badanie pilotażowe, wzbudziły uznanie wśród zdecydowanej większości ankietowanych turystów (od 91,9% do 98,0% ocen pozytywnych). Choć różnice notowań są minimalne, to można stwierdzić, że miejscowości, które w opinii turystów wypadły najlepiej, to: Jastarnia (98,0% ocen pozytywnych), Gniew (97,9%), Gdańsk (97,8%) oraz Łeba (96,9%). Nieznacznie gorzej ocenione zostały Chojnice (94,9%), Chmielno (94,4%) i Ustka (93,0%), a dalej: Krynica Morska, Malbork i Kościerzyna (po 91,9%) – patrz wykres 45.

Wykres 45. Gotowość do rekomendacji pomorskich miejscowości - ze względu na odwiedzane miejscowości

Miejsce badania Czy poleciliby/łaby Pan/i przyjazd do tej miejscowości innym



■ Tak ■ Nie □ Nie mam zdania

PODSUMOWANIE

Zarówno struktura socjodemograficzna turystów odwiedzających województwo pomorskie, jak również charakter ich wizyt na Pomorzu, forma spędzania czasu, a także wyrażana przez nich ocena jakości oraz kosztów oferowanych usług turystycznych, często zróżnicowane są ze względu na narodowość respondentów, a także na rodzaj i charakter odwiedzanych miejscowości. Różnice te zostały zaprezentowane w raporcie m. in. za pomocą wykresów oraz szczegółowych tabel zawierających rozkłady częstości dla poszczególnych miejscowości.

Na zakończenie przedstawiamy ogólne wnioski dotyczące struktury ruchu turystycznego charakterystyczne dla województwa pomorskiego jako całości reprezentowanej przez wybrane powiaty.

CHARAKTERYSTYKA TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO POMORSKIE

- Płeć

Wśród turystów odwiedzających region pomorski, którzy wzięli udział w badaniu, niemal równoliczną grupę stanowili mężczyźni (48,7%) i kobiety (51,3%).

- Wiek

Turyści odwiedzający województwo pomorskie, to przeważnie osoby młode – w większości (53,0%) w wieku do 34 lat.

- Wykształcenie

Osoby biorące udział w badaniu, to głównie respondenci ze średnim (46,0%) i wyższym (44,5%) wykształceniem. Znacznie mniejszą grupę stanowili turyści z wykształceniem zasadniczym zawodowym (6,4%) oraz podstawowym (3,1%).

- Status zawodowy

Ponad dwie trzecie (69,7%) wszystkich badanych turystów to osoby aktywne zawodowo, z czego 9,3% to dodatkowo uczniowie lub studenci, a 1,0% to renciści i emeryci. Niespełna trzecią część badanych (30,3%) stanowiły osoby bierne zawodowo, z czego ponad połowę to uczniowie i studenci (15,5%), a w dalszej kolejności emeryci i renciści (8,6%) oraz bezrobotni (3,8%).

- Status materialny

Polscy turyści, którzy wzięli udział w badaniu to głównie osoby o średnim statusie materialnym. Znacznie wyższy poziom zamożności deklarowali turyści zagraniczni.

Turyści krajowi i zagraniczni – związki z Polską i z Pomorzem

W całej grupie badawczej znalazło się 90,4% turystów z Polski, zaś niespełna co dziesiąty (9,6%) to respondent pochodzący spoza kraju. Wśród krajowych turystów największą liczebnie grupę stanowili mieszkańcy województwa pomorskiego (26,2%), a także mazowieckiego (19,1%) i kujawsko-pomorskiego (10,3%). Spośród zagranicznych turystów odwiedzających województwo pomorskie, większość (47,8%) stanowili Niemcy, a w dalszej kolejności znaleźli się Brytyjczycy (12,2%) oraz Rosjanie (4,3%).

Większość spośród zagranicznych turystów zadeklarowała, iż posiada związki z Polską, natomiast większość polskich turystów przyjeżdżających na Pomorze, to osoby w jakiś sposób związane z tym regionem.

Struktura osób towarzyszących

Zdecydowana większość turystów przybyła na Pomorze w towarzystwie innych osób - głównie z rodziną (62,2%), a także ze znajomymi lub przyjaciółmi (31,4%). Jedynie 8,3% wszystkich badanych odpowiedziało, iż nikt nie towarzyszy im podczas podróży.

CHARAKTER WIZYT TURYSTÓW

Źródła informacji o regionie

Najskuteczniejszym źródłem informacji o miejscowościach w województwie pomorskim okazują się inne osoby – co trzeci z turystów (34,4%) przyznał, że informacje o danej miejscowości posiada od znajomych. Niewiele mniej osób (28,7%) wiadomości o regionie zaczerpnęło z Internetu, a co czwarty ankietowany (24,9%) przyznał, że posiada je od rodziny. Mniej powszechnym źródłem informacji okazały się informatory turystyczne (13,0%), własne doświadczenia z przeszłości (8,5%), prasa (7,4%), telewizja (6,2%), szkoła bądź uczelnia (4,7%) oraz radio (3,8%). Jedynie w nielicznych przypadkach wiadomości o poszczególnych miejscowościach turyści czerpali z ośrodków informacji turystycznej, biur podróży, targów turystycznych oraz placówek dyplomatycznych.

Docelowo czy przejazdem?

Przeważająca większość turystów (73,6%) do poszczególnych miejscowości w województwie pomorskim przybyła bezpośrednio z miejsca zamieszkania. Jedynie

co czwarty badany (26,4%) przyznał, iż dana miejscowość jest kolejnym punktem na trasie jego podróży.

Podobnie - ponad trzy czwarte (76,8%) wszystkich turystów, którzy w poszczególnych miejscowościach wzięli udział w badaniu przyznało, iż dana miejscowość jest docelowym punktem ich podróży, natomiast niespełna co czwarty ankietowany (23,0%) w danej miejscowości znalazł się tylko przejazdem.

Główne cele podróży

Turyści pytani o cele przyjazdu do danej miejscowości w województwie pomorskim najczęściej wskazywali na wypoczynek i rekreację (75,3%). W następnej kolejności motywację wizyt stanowiły: zwiedzanie zabytków (43,8%), poznanie walorów przyrody (24,8%), rozrywka (21,7%), odwiedziny krewnych lub znajomych (18,1%), zakupy (11,8%) oraz udział w imprezach kulturalnych (11,1%). Znacznie rzadsze cele podróży turystów to, jak się okazuje: kwestie zdrowotne, odwiedziny rodzinnych miejsc, udział w zawodach sportowych, sprawy zawodowe oraz pobudki religijne.

Wybierając wyłącznie jeden – najistotniejszy cel przyjazdu na Pomorze, turyści zdecydowanie najczęściej wskazywali na wypoczynek i rekreację (61,7%).

Sposób organizacji przyjazdu

Turyści podróżujący na Pomorze - w zdecydowanej większości (94,1%) samodzielnie zajmowali się organizacją wyjazdu. Jedynie 2,5% wszystkich badanych korzystało z pomocy biur podróży. Jeszcze mniejszej grupie respondentów (1,4%) wyjazd zorganizował zakład pracy. Pozostali (2,0%) skorzystali z innych możliwości – organizacją ich przyjazd zajęli się m. in.: szkoła lub uczelnia, Kościół, rodzina lub znajomi.

Rodzaj stosowanego transportu

Połowa osób z zagranicy (50,0%) przybyła do Polski samochodem osobowym, niespełna co czwarty (22,7%) z tej grupy badanych przyleciał samolotem, a co szósty (17,3%) podróżował autokarem. Znacznie mniej popularne okazały się takie środki transportu, jak: pociąg, prom oraz autobus liniowy.

Polacy podróżujący na Pomorze, w zdecydowanej większości korzystali z samochodów osobowych (70,3%). W następnej kolejności, w odróżnieniu od turystów zagranicznych,

wybierali pociąg (21,7%). Znacznie rzadziej korzystali z autokarów czy też autobusów, a tylko sporadycznie z samolotu, promu oraz z innych środków transportu.

Częstotliwość wizyt

Większość badanych turystów przebywających w poszczególnych miejscowościach w województwie pomorskim stwierdziła, iż nie jest w nich po raz pierwszy (59,1%), z czego 16,2% ankietowanych nie potrafiło określić którą z kolei jest ich aktualna wizyta. Ci, którzy podali przybliżoną liczbę dotychczasowych wizyt w danej miejscowości, przeciętnie bywali w niej już 8,32 razy (minimum raz, a maksymalnie 100 razy).

Do czasu realizacji badania (sierpień 2005), co trzeci ankietowany (34,8%) od początku roku był już raz w tej samej miejscowości, co piąty (19,9%) nawet więcej niż raz (średnio 4,96 razy – minimum 2 razy, maksymalnie 50 razy), a dla niespełna połowy badanych (45,2%) była to pierwsza wizyta w bieżącym roku.

Ankietowani, zapytani o plany kolejnych wizyt w poszczególnych miejscowościach przed końcem roku - w zdecydowanej większości (71,1%) nie zamierzali do nich wracać. Jedynie co ósmy respondent (12,7%) planował w 2005 roku jeszcze jedną wizytę, a co szósty (16,2%) więcej niż jedną (średnio 4,62 wizyty - minimum 2 wizyty, a maksymalnie 50 wizyt).

Długość pobytu

Znaczna większość (61,6%) turystów przebywających w województwie pomorskim, którzy wzięli udział w badaniu, to osoby, które do poszczególnych miejscowości przybyły na dłużej niż kilka lub kilkanaście godzin, w związku z czym ich pobyt wiązał się z noclegiem w tych miejscowościach. Na wizytę bez noclegu zdecydował się mniej więcej co trzeci ankietowany (38,4%).

Średnia liczba godzin pobytu w poszczególnych miejscowościach wśród osób w nich nienocujących to 4,89; zaś planowana to 7,03. Osoby biorące udział w badaniu, które przybyły do danych miejscowości na dłuższy okres - do momentu realizacji badania - średnio były w nich już 6,93 dni, a planowy ich pobyt to średnio 9,43 dni.

CHARAKTER I FORMA SPĘDZANIA CZASU

Preferowane miejsca noclegów

W momencie realizacji badania ponad połowa (59,0%) spośród ankietowanych turystów przyznała, że nocowała w danej miejscowości, zaś 41,0% badanych nie korzystało z noclegu.

Najczęściej wybieranym przez turystów miejscem noclegowym okazała się prywatna kwatery (31,8%), a w następnej kolejności mieszkanie znajomych lub krewnych (19,7%). Co dziesiąty badany (10,0%) nocował w pensjonacie, a co dwunasty w hotelu (8,5%) lub w ośrodku wczasowym (8,1%). Mniejszą popularnością cieszyły się domki letniskowe (5,6%), kempingi (4,3%), kwatery agroturystyczne (3,2%), pola namiotowe (2,9%), mieszkania i apartamenty (1,9%), domy wycieczkowe (1,7%) oraz schroniska młodzieżowe (1,0%). Tylko nieliczni na miejsce noclegu wybrali motel (0,4%), zakład uzdrowiskowy (0,3%) lub schronisko (0,1%).

Turyści raczej decydowali się na średni standard miejsc noclegowych – zwłaszcza w przypadku hoteli i pensjonatów. Kategorię kempingów, domów wycieczkowych oraz schronisk stosunkowo najczęściej określali jako niską lub średnią. W przypadku domków letniskowych i mieszkań – głównie były to obiekty wynajmowane.

Indywidualnie czy grupowo - realizowane formy spędzania czasu

Wśród turystów podróżujących do województwa pomorskiego indywidualna organizacja czasu okazała się bezkonkurencyjna wobec wszelkiego rodzaju zorganizowanych form aktywności turystycznej. Aż 92,4% wszystkich ankietowanych turystów przyznało, że organizacją czasu zajmowali się głównie sami. Jedynie co trzynasty respondent (7,6%) w znacznej mierze korzystał ze zorganizowanych form wypoczynku.

Preferowane aktywności turystyczne

Najbardziej popularną formą spędzania czasu okazał się spacer – niemal trzech na czterech badanych (72,2%) przyznało się do uprawiania tego typu aktywności. Drugą, często praktykowaną formą rekreacji był wypoczynek bierny - ponad połowa (58,0%) ankietowanych turystów korzystała głównie z uroków plaży itp. Więcej niż co trzeci badany (38,0%) spędzał czas w obiektach gastronomicznych, a mniej więcej co czwarty uprawiał turystykę aktywną, m. in. wycieczki piesze, jazdę rowerem, kajakowanie oraz windsurfing (28,8%). Podobny odsetek stanowili turyści uczęszczający do obiektów rozrywkowych, takich jak puby

i dyskoteki (25,6%) a także uczestniczący w spotkaniach towarzyskich (24,6%). Dość popularnym sposobem spędzania czasu były również zakupy (22,2%) oraz zwiedzanie miasta i zabytków (14,3%).

Zdecydowanie rzadziej turyści decydowali się na udział w imprezach kulturalnych (3,3%), korzystanie z zabiegów zdrowotnych i upiększających (1,8%). Jedyne nieliczni (0,8%) poświęcali swój czas na pracę lub naukę.

Mówiąc o najważniejszych aktywnościach turystycznych – w przypadku możliwości wyboru wyłącznie jednej ich formy – turyści najczęściej wskazywali na wypoczynek bierny (36,7%). Dopiero w dalszej kolejności uplasowały się spacer (28,3%), turystyka aktywna (9,5%) a także rozrywka w pubach i klubach (3,7%) oraz spotkania towarzyskie (2,7%).

Kwoty wydatkowane podczas podróży i pobytu oraz charakter wydatkowania

Średnia całkowita kwota wydatkowana przez turystów zarówno podczas podróży do danej miejscowości w województwie pomorskim, jak również na sam pobyt w tej miejscowości to 1046,69 zł. Natomiast średnie wydatki związane wyłącznie z pobytem w danej miejscowości, to kwota 748,07 zł.

Całkowite wydatki oraz wydatki związane wyłącznie z pobytem w konkretnym miejscu na Pomorzu są wyraźnie wyższe wśród turystów zagranicznych niż krajowych.

OCENY INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ

Oceny jakości infrastruktury turystycznej

Najkorzystniej ocenianym elementem turystyki w województwie okazały się walory przyrodnicze (79,5% ocen pozytywnych, w tym 30,7% bardzo wysokich), w następnej kolejności ankietowani doceniali przyjazność mieszkańców (64,2% ocen pozytywnych, w tym 17,2% bardzo wysokich). Dość wysoko w ocenie turystów uplasowały się również takie elementy infrastruktury turystycznej regionu, jak: walory kulturowe, usługi gastronomiczne, a także warunki noclegowe, choć w tym przypadku znaczny odsetek badanych (39,8%) nie potrafił wyrazić opinii. Najbardziej niejednoznacznie natomiast oceniony został aspekt porządku i czystości w poszczególnych miejscowościach. Wprawdzie ponad połowa ankietowanych (56,1%) oceniła ten element pozytywnie, to również stosunkowo najwyższy w tym przypadku był odsetek ocen negatywnych (7,7%).

Opinie na temat poziomu cen usług turystycznych

Jak się okazuje, poza gastronomią, której poziom cen, w stosunku do oferowanej jakości niemal powoła wszystkich badanych (49,6%) uznała za odpowiedni, w pozostałych przypadkach – zdecydowana większość ankietowanych nie potrafiła dokonać subiektywnych ocen poziomu kosztów. Wynikało to zapewne bądź z braku poszczególnych usług turystycznych w konkretnych miejscowościach (np. kina czy teatru – w tych przypadkach problem z wyrażeniem opinii był niemal powszechny) lub z faktu nie korzystania z nich przez turystów.

Średnie ocen, po wykluczeniu z analizy osób, które nie potrafiły ustosunkować się do badanej kwestii wskazały na to, że ceny wszystkich analizowanych usług turystycznych świadczonych w województwie pomorskim, postrzegane były jako raczej optymalne w stosunku do ich jakości, chociaż z tendencją do oceniania ich częściej jako wysokie niż niskie. Jako stosunkowo najdroższe względem proponowanej jakości wydały się turystom takie elementy infrastruktury turystycznej, jak: muzea, gastronomia, dyskoteki i puby, teatry, a także noclegi i usługi sportowo-rekreacyjne. Cenowo najkorzystniej, w opinii ankietowanych, wypadły: transport lokalny, kina oraz inne (nieuwzględnione w szczegółowej analizie) imprezy kulturalne.

OCENA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ REGIONU

Zadowolenie z pobytu – gotowość do rekomendacji poszczególnych miejscowości

Nie ulega wątpliwości, że region pomorski w zdecydowanym stopniu zaspokaja potrzeby turystów do niego podróżujących. Jak się bowiem okazuje niemal powszechna (95,4%) jest wśród nich gotowość do rekomendacji miejscowości, w których przebywali. Jedynie 1,5% badanych nie poleciłoby innym osobom przyjazdu do ich miejscowości letniego pobytu, a 3,1% respondentów nie potrafiło się jednoznacznie do tej kwestii ustosunkować.

Wszystkie pomorskie miejscowości, w których realizowano badanie pilotażowe, wzbudziły uznanie wśród zdecydowanej większości ankietowanych turystów (od 91,9% do 98,0% ocen pozytywnych). Chociaż różnice notowań są minimalne, to można stwierdzić, że miejscowości, które w opinii turystów wypadły najlepiej, to: Jastarnia (98,0% ocen pozytywnych), Gniew (97,9%), Gdańsk (97,8%) oraz Łeba (96,9%). Nieznacznie gorzej ocenione zostały Chojnice (94,9%), Chmielno (94,4%) i Ustka (93,0%), a dalej: Krynica Morska, Malbork i Kościerzyna (po 91,9%).

ANEKS 1

Tabela Cechy socjodemograficzne turystów - ze względu na odwiedzane miejscowości

Cechy socjodemograficzne turystów		Miejsce badania										
		Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka	
Płeć	Mężczyzna	56,2%	52,0%	46,2%	60,4%	30,3%	61,0%	55,0%	46,0%	42,0%	45,0%	
	Kobieta	43,8%	48,0%	53,8%	39,6%	69,7%	39,0%	45,0%	54,0%	58,0%	55,0%	
Wiek	Do 25 lat	31,9%	24,0%	40,8%	6,9%	22,4%	29,3%	18,0%	38,0%	14,0%	33,0%	
	25-34 lat	22,2%	36,0%	20,9%	21,8%	20,4%	24,2%	28,0%	23,0%	27,0%	29,0%	
	35-44 lat	15,3%	14,0%	14,4%	43,6%	27,6%	21,2%	20,0%	17,0%	34,0%	11,0%	
	45-54 lat	18,1%	17,0%	13,2%	15,8%	18,4%	13,1%	11,0%	16,0%	17,0%	12,0%	
	55-64 lat	9,7%	5,0%	6,1%	9,9%	6,1%	8,1%	15,0%	3,0%	5,0%	11,0%	
	65 lat i więcej	2,8%	4,0%	4,6%	2,0%	5,1%	4,0%	8,0%	3,0%	3,0%	4,0%	
Wykształcenie	Wyższe	40,3%	45,0%	47,8%	52,0%	50,0%	43,0%	39,2%	30,9%	48,5%	39,0%	
	Średnie	50,0%	46,0%	46,9%	42,0%	43,8%	46,0%	49,5%	53,6%	36,4%	45,0%	
	Zawodowe	9,7%	9,0%	2,8%	5,0%	3,1%	6,0%	8,2%	6,2%	13,1%	10,0%	
	Podstawowe	-	-	2,5%	1,0%	3,1%	5,0%	3,1%	9,3%	2,0%	6,0%	
Status zawodowy	Czynni zawodowo	9,6%	37,0%	21,2%	-	9,0%	25,0%	12,0%	13,0%	17,1%	15,4%	
	Bierni zawodowo	-	4,3%	1,1%	-	1,5%	3,8%	-	1,9%	4,3%	1,9%	
	Inne kategorie	92,3%	58,7%	78,2%	100,0%	89,6%	71,2%	88,0%	85,2%	80,0%	82,7%	
Przebiegły miesięczny dochód w gospodarstwie domowym na jednego członka rodziny (kwota w przybliżeniu w PLN lub w EUR)	Uczeń/student	65,0%	39,1%	67,5%	22,2%	44,8%	63,3%	33,3%	60,6%	-	46,2%	
	Emeryt/rencista	25,0%	30,4%	19,7%	61,1%	24,1%	26,7%	48,5%	24,2%	35,7%	33,3%	
	Bezrobotny	10,0%	13,0%	8,5%	16,7%	17,2%	10,0%	15,2%	12,1%	21,4%	17,9%	
	Inne kategorie	-	17,4%	4,3%	-	13,8%	-	3,0%	3,0%	42,9%	2,6%	
Przebiegły miesięczny dochód w gospodarstwie domowym na jednego członka rodziny (kwota w przybliżeniu w PLN lub w EUR)	Poniżej 500 PLN/EUR	3,8%	6,1%	8,3%	8,7%	8,4%	8,3%	11,2%	1,0%	14,9%	13,1%	
	501 – 1 000 PLN/EUR	34,0%	37,8%	34,6%	41,3%	33,7%	27,1%	36,7%	38,8%	37,2%	34,3%	
	1 001 - 2 000 PLN/EUR	30,2%	36,7%	32,7%	45,7%	31,6%	29,2%	33,7%	32,7%	31,9%	35,4%	
	2 001 - 5 000 PLN/EUR	13,2%	9,2%	19,4%	3,3%	21,1%	11,5%	10,2%	19,4%	11,7%	13,1%	
Powyżej 5 000 PLN/EUR	1,9%	2,0%	4,0%	-	3,2%	8,3%	3,1%	2,0%	2,1%	3,0%		

Cechy socjodemograficzne turystów cd.		Miejsce badania											
		Chmielno	Chojnice	Gdańsk	Gniew	Jastarnia	Kościerzyna	Krynica Morska	Łeba	Malbork	Ustka		
Narodowość respondentów	Polska	98,6%	93,0%	78,3%	95,0%	97,0%	89,0%	98,0%	89,0%	98,0%	98,0%		
	Zagraniczna	1,4%	7,0%	21,7%	5,0%	3,0%	11,0%	2,0%	11,0%	2,0%	2,0%		
Miejsce stałego zamieszkania: Liczba mieszkańców	Poniżej 25 000	10,9%	18,2%	16,6%	26,5%	13,8%	11,6%	19,6%	26,1%	29,8%	27,6%		
	25 000 – 50 000	6,3%	10,1%	16,3%	16,9%	11,5%	11,6%	14,4%	11,6%	17,0%	20,7%		
	50 001- 100 000	12,5%	19,2%	10,1%	9,6%	11,5%	6,3%	11,3%	8,7%	9,6%	10,3%		
	100 001 – 500 000	32,8%	33,3%	21,2%	37,3%	18,4%	25,3%	14,4%	29,0%	20,2%	16,1%		
	500 001 – 1 000 000	17,2%	15,2%	13,4%	7,2%	11,5%	33,7%	11,3%	11,6%	10,6%	13,8%		
	Powyżej 1 000 000	20,3%	4,0%	22,5%	2,4%	33,3%	11,6%	28,9%	13,0%	12,8%	11,5%		
Miejsce stałego zamieszkania: Region/województwo	DOLNOŚLĄSKIE	5,6%	2,1%	3,3%	3,0%	2,0%	-	2,0%	6,1%	2,2%	10,3%		
	KUJAWSKO-POMORSKIE	2,8%	30,9%	7,9%	18,0%	6,1%	2,1%	7,1%	13,3%	2,2%	7,2%		
	LUBELSKIE	1,4%	-	1,3%	1,0%	4,1%	-	-	3,1%	3,2%	5,2%		
	LUBUSKIE	-	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	-	1,0%	-	3,2%	-		
	ŁÓDZKIE	-	5,2%	5,9%	7,0%	10,2%	3,2%	7,1%	12,2%	4,3%	6,2%		
	MAŁOPOLSKIE	2,8%	1,0%	6,6%	-	2,0%	3,2%	1,0%	3,1%	6,5%	7,2%		
	MAZOWIECKIE	20,8%	6,2%	18,2%	8,0%	34,7%	5,3%	43,4%	14,3%	16,1%	12,4%		
	OPOLSKIE	-	-	1,3%	-	1,0%	-	1,0%	1,0%	1,1%	1,0%		
	PODKARPACKIE	-	1,0%	2,0%	-	1,0%	-	-	1,0%	-	-		
	PODLASKIE	-	-	1,7%	1,0%	-	-	1,0%	-	1,1%	-		
	POMORSKIE	47,2%	22,7%	15,2%	38,0%	9,2%	74,7%	10,1%	22,4%	11,8%	20,6%		
	ŚLĄSKIE	8,3%	8,2%	5,6%	9,0%	17,3%	1,1%	4,0%	11,2%	19,4%	10,3%		
	ŚWIĘTOKRZYSKIE	1,4%	1,0%	,7%	1,0%	2,0%	-	1,0%	1,0%	3,2%	-		
	WARMINSKO-MAZURSKIE	-	2,1%	7,3%	4,0%	2,0%	1,1%	15,2%	4,1%	8,6%	1,0%		
	WIELKOPOLSKIE	5,6%	5,2%	4,0%	4,0%	4,1%	2,1%	4,0%	5,1%	7,5%	11,3%		
	ZACHODNIO-POMORSKIE	4,2%	9,3%	2,6%	1,0%	1,0%	1,1%	-	2,0%	5,4%	6,2%		
REGIONY ZAGRANICZNE	-	4,1%	15,5%	4,0%	2,0%	6,3%	2,0%	-	4,3%	1,0%			

ANEKS 2

KWESTIONARIUSZ ANKIETY BEZPOŚREDNIEJ „STRUKTURA RUCHU TURYSTYCZNEGO W POMORSKIEM”

Szanowni Państwo,

Niniejsza ankieta skierowana jest do turystów przebywających na obszarze województwa pomorskiego. Przeprowadzana jest w celu identyfikacji struktury ruchu turystycznego w regionie i wykorzystana będzie do analizy statystycznej. Wypełnienie jej jest proste i nie zabierze Państwu wiele czasu.

Z góry dziękujemy za współpracę.

1. Czy przyjechał/a Pan/i do tej miejscowości:													
1)	Bezpośrednio z miejsca zamieszkania?												
2)	Z innej miejscowości?	Skąd?											
		kraj				miejscowość							
2. W tej miejscowości jest Pan/i przejazdem czy docelowo?													
1)	Docelowo												
2)	Przejazdem	Dokąd?											
		kraj				miejscowość							
3. Osoby towarzyszące Panu/i to:													
1)	Nikt												
2)	Rodzina	liczba osób				w tym dzieci do lat 14							
3)	Znajomi, przyjaciele	liczba osób											
4)	Inni	kto?								liczba osób			
4. Długość pobytu w tej miejscowości:													
1)	Bez noclegu	liczba godzin											
2)	Z noclegiem	liczba nocy											
3)	Zamierzona	liczba godzin/nocy											
4)	Nie wiem												
5. Jaki jest cel Pana/i przyjazdu do tej miejscowości? (można podać kilka odpowiedzi)													
1)	Wypoczynek, rekreacja												
2)	Odwiedziny u krewnych lub znajomych												
3)	Sprawy zawodowe i interesy (np. delegacje)												
4)	Cele religijne												
5)	Cele zdrowotne												
6)	Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)												
7)	Udział w imprezie kulturalnej												
8)	Udział w zawodach sportowych												
9)	Poznanie walorów przyrody												
10)	Zwiedzanie zabytków												
11)	Odwiedziny miejsc rodzinnych												
12)	Zakupy												
13)	Inny cel				jaki?								
5 a. Proszę podać cel główny													
1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)	9)	10)	11)	12)	13)	

6.	Czy przyjechał/a Pan/i:
1)	Z Polski (proszę przejść do pytania nr 7)
2)	Z zagranicy

6 a.	Jakim środkiem transportu przyjechał/a Pan/i do Polski?	
1)	Samolotem	
2)	Promem	
3)	Pociągiem	
4)	Autokarem	
5)	Autobusem liniowym	
6)	Samochodem osobowym	
7)	Inny środek transportu	jaki?

7.	Jakim środkiem transportu przyjechał/a Pan/i do tej miejscowości?	
1)	Samolotem	
2)	Promem	
3)	Pociągiem	
4)	Autokarem	
5)	Autobusem liniowym	
6)	Samochodem osobowym	
7)	Innym środkiem transportu	jaki?

8.	Sposób organizacji przyjazdu	
1)	Biuro podróży	
2)	Zakład pracy	
3)	Uczelnia/szkoła	
4)	Kościół	
5)	Samodzielnie	
6)	Inna osoba, organizacja lub instytucja	jaka?

9.	Czy nocował/a Pan/i w tej miejscowości?
1)	Tak
2)	Nie

10.	Miejscem Pana/i noclegu był:	Kategoria									
1)	Hotel	*		**		***		****		*****	
2)	Motel	*		**		***		****		*****	
3)	Pensjonat	*		**		***		****		*****	
4)	Kemping	*		**		***		****		*****	
5)	Dom wycieczkowy	I		II		III					
6)	Schronisko młodzieżowe	I		II		III					
7)	Schronisko	I		II		III					
8)	Pole namiotowe										
9)	Zakład uzdrowiskowy										
10)	Kwatera prywatna										
11)	Kwatera agroturystyczna										
12)	Domek letniskowy		własny					wynajęty			
13)	Apartament/mieszkanie		własny					wynajęty			
14)	Ośrodek wczasowy										
15)	mieszkanie znajomych/krewnych										
16)	Inny obiekt										jaki?

11.	Źródłem informacji o tej miejscowości były (można podać kilka odpowiedzi)	
1)	Strony internetowe	
2)	Rodzina	
3)	Znajomi	
4)	Informatory turystyczne	
5)	Prasa	
6)	Radio	
7)	Telewizja	
8)	Biuro podróży	
9)	Ośrodki informacji turystycznej	
10)	Polskie placówki dyplomatyczne	
11)	Targi turystyczne	
12)	Uczelnia/szkoła	
13)	Wcześniej nie miałem/mam żadnej informacji	
14)	Inne źródła	jaki?

12.	Do tej miejscowości przyjechał/a Pan/i:		
1)	Po raz pierwszy		
2)	Więcej niż jeden raz	który raz?	
3)	Nie wiem ile razy		
13.	W obecnym roku był/a Pan/i w tej miejscowości:		
1)	Jeden raz		
2)	Więcej niż jeden raz	ile razy?	
13 a.	W obecnym roku będzie Pan/i w tej miejscowości:		
1)	Jeszcze jeden raz		
2)	Więcej niż jeden raz	ile razy?	
3)	Ani razu więcej		

14.	Ile wydał/a Pan/i pieniędzy podczas podróży? (kwota w przybliżeniu w PLN lub w EUR)		
		Kwota w PLN	Kwota w EUR
1)	Ogółem		
2)	Na pobyt w tej miejscowości	ogółem	
		noclegi	
		wyżywienie	
		rozrywka	
		inne	
3)	Podczas podróży do tej miejscowości	ogółem	
		noclegi	
		wyżywienie	
		transport	
		rozrywka	
		inne	

15.	Głównie spędził/a Pan/i czas w tej miejscowości:		
1)	Indywidualnie		
2)	W formie zorganizowanej		

16.	Podczas pobytu w tej miejscowości spędzał/a Pan/i czas (można podać kilka odpowiedzi)								
1)	W formie wypoczynku biernego (plaża, opalanie się itp.)								
2)	Na spacerach								
3)	W obiektach rozrywkowych (puby, dyskoteki, kluby itp.)								
4)	W obiektach gastronomicznych								
5)	Na zabiegach zdrowotnych i upiększających								
6)	Na uprawianiu turystyki aktywnej (np. jazda rowerem, windsurfing, wycieczki piesze, kajaki)								
7)	Na spotkaniach towarzyskich								
8)	Na zakupach								
9)	W inny sposób	jaki?							
16 a.	Proszę podać główną formę:								
1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)	9)	

17.	Czy poleciłby/łaby Pan/i przyjazd do tej miejscowości innym?		
1)	Tak		
2)	Nie		
3)	Nie mam zdania		

18.	Jak Pan/i ocenia w tej miejscowości (należy wstawić krzyżyk w odpowiednie pole)						
		Bardzo nisko	Nisko	Przeciętnie	Wysoko	Bardzo wysoko	Nie mam Zdania
1)	Transport lokalny						
2)	Warunki noclegu						
3)	Usługi gastronomiczne						
4)	Usługi sportowe i rekreacyjne						
5)	Stan bezpieczeństwa						
6)	Porządek i czystość						
7)	Przyjazność mieszkańców						
8)	Poziom informacji turystycznej						
9)	Poziom wydarzeń i imprez						
10)	Walory przyrodnicze						
11)	Walory kulturowe						

19. Jak Pan/i ocenia poziom cen w tej miejscowości w stosunku do oferowanej jakości usług? (należy wstawić krzyżyk w odpowiednie pole)							
		Bardzo niski	Niski	Odpowiedni	Wysoki	Bardzo wysoki	Nie mam zdania
1)	Noclegi						
2)	Gastronomia						
3)	Teatr						
4)	Kino						
5)	Inne imprezy kulturalne						
6)	Usługi sportowo-rekreacyjne						
7)	Muzea						
8)	Transport lokalny						
9)	Dyskoteki, puby						

Proszę odpowiedzieć tylko w przypadku, gdy Pan/i **nie mieszka** w Polsce

20. Związki z Polską ma Pan/i poprzez (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)	
1)	Rodzinę
2)	Znajomych
3)	Współpracowników
4)	Nie mam związków

Proszę odpowiedzieć tylko w przypadku, gdy Pan/i **mieszka** w Polsce

21. Związki z Pomorzem ma Pan/i poprzez (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)	
1)	Rodzinę
2)	Znajomych
3)	Współpracowników
4)	Nie mam związków

* * *

METRYCZKA:				
1)	Miejsce stałego zamieszkania	Państwo:		
		Region/województwo:		
		Miejscowość:	Liczba mieszkańców:	
			poniżej 25 000	
			25 000 – 50 000	
			50 001- 100 000	
			100 001 – 500 000	
	500 001 – 1 000 000			
	powyżej 1 000 000			
2)	Ile ma Pan/i lat?			
3)	Płeć		Mężczyzna	
			Kobieta	
4)	Wykształcenie		Wyższe	
			Średnie	
			Zawodowe	
			Podstawowe	
5)	Status zawodowy	Osoba czynna zawodowo		Uczeń/student
				Emeryt/rencista
				Inne kategorie
		Osoba bierna zawodowo		Uczeń/student
				Emeryt/rencista
				Bezrobotny
	Inne kategorie			
6)	Przeciętny miesięczny dochód w gospodarstwie domowym na jednego członka rodziny (kwota w przybliżeniu w PLN lub w EUR)		Poniżej 500 PLN	Poniżej 500 EUR
			501 – 1 000 PLN	501 – 1 000 EUR
			1 001- 2 000 PLN	1 001- 2 000 EUR
			2 001- 5 000 PLN	2 001- 5 000 EUR
			Powyżej 5 000 PLN	Powyżej 5 000 EUR

DZIĘKUJEMY ZA WSPÓŁPRACĘ!!