



Raport analityczny z badań

**Badania socjoekonomiczne frekwencji w
karkonoskich parkach narodowych**

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI	2
1. WSTĘP	4
1.1. Cele studium	4
1.2. Geolokalizacyjne dane sygnalizacyjne	5
1.2.1. Metodyka	5
1.2.2. Wyznaczony obszar	5
1.2.3. Frekwencja w Karkonoszach	6
1.2.4. Przejaw typowych cech sezonowości pogórza	7
1.2.5. Struktura pochodzenia gości krajowych	7
1.2.6. Struktura gości zagranicznych	8
1.2.7. Frekwencja po polskiej stronie Karkonoszy	8
1.2.8. Podsumowanie	8
1.3. Opis metodologii badań wstępnych	10
1.3.1. Metoda, wielkość badanej grupy i długość kwestionariusza	10
1.3.2. Technika gromadzenia danych	10
1.3.3. Proces realizacji projektu	12
2. WYNIKI BADAŃ WSTĘPNYCH	18
2.1. Częstość odwiedzania Karkonoszy	18
2.2. Główny powód odwiedzenia Karkonoszy	21
2.3. Czynności podczas pobytu w Karkonoszach	22
2.4. Źródła informacji o Karkonoszach	24
2.5. Środki orientacji w Karkonoszach	25
2.6. Pobyt po czeskiej / polskiej stronie Karkonoszy	27
2.7. Przenocowanie w Karkonoszach	29
2.8. Czas trwania pobytu w Karkonoszach	31
2.9. Zakwaterowanie w Karkonoszach	32
2.10. Stołowanie w Karkonoszach	33
2.11. Wydatki gości w Karkonoszach	34
2.12. Problemy podczas pobytu w Karkonoszach	36
2.13. Zadowolenie z odwiedzenia Karkonoszy	37
2.14. Polecanie pobytu w Karkonoszach	39
2.15. Park narodowy w Karkonoszach	41
2.16. Stosunek do parku narodowego w Karkonoszach	43
2.17. Co w Karkonoszach ograniczyć x zostawić x rozszerzyć?	44
2.18. Cena wstępu do KRNAP	45
2.19. Ochrona Karkonoszy	48
3. PODSUMOWANIE	50

Lista skrótów

CS	- grupa docelowa
CZK	- korony czeskie
KRNAP	- czeski Karkonoski Park Narodowy
KPN	- Karkonoski Park Narodowy
PN	- park narodowy
NPS	- net promoter score
PLN	- złoty polski

Definicje

Studium analityczne jako dane geolokalizacyjne podaje dane dotyczące krajowych gości i gości zagranicznych, oraz definiuje następujące pojęcia:

- Turysta = gość wielodniowy
- Turystogość = liczba wielokrotnych odwiedzin turysty
- Turystodzień = liczba dni spędzonych w destynacji
- Pobyt 24-godzinny = liczba całych dni spędzonych w destynacji
- Przenocowanie = liczba przenocowań w destynacji
- Wycieczkowicz = gość jednodniowy
- Wycieczkodzień = liczba odwiedzin jednodniowych w destynacji

Analiza badań wstępnych na podstawie kwestionariusza pracuje z pojęciem „gość” zdefiniowanym jako osoba, która zrealizowała podróż do Karkonoszy, zarówno jako jednodniową „wycieczkę” bez przenocowania, jak też pobyt z przenocowaniem. Gość z przenocowaniem może też być nazywany „turystą”.

1. WSTĘP

1.1. Cele studium

Celem studium jest

- uzyskanie informacji o frekwencji w Karkonoskich parkach narodowych w Republice Czeskiej i w Polsce gości krajowych (w każdym kraju) i zagranicznych z naciskiem na frekwencję transgraniczną w ramach Karkonoszy;
- zidentyfikowanie rzeczywistego potencjału turystyki w Karkonoszach wynikającego z potencjału Karkonoszy i z naturalnej i indukowanej oferty na tych obszarach górskich i z powiązań z innymi formami ruchu turystycznego;
- Kwantyfikowanie korzyści i pozytywnych efektów wynikających z turystyki realizowanej w Karkonoszach i na podstawie tych obliczeń wsparcie argumentacyjne ustalenia optymalnej wysokości zasobów / środków finansowych alokowanych na działania wspierające i marketingowe w celu zwiększenia liczby przyjazdów gości, przede wszystkim w okresie między sezonami i poza sezonem.

1.2. Geolokalizacyjne dane sygnalizacyjne

1.2.1. Metodyka

Pomiary frekwencji w Karkonoszach w latach 2017, 2018, 1. i 2. Q 2019 przeprowadzono na podstawie analizy szczątkowych geolokalizacyjnych danych sygnalizacyjnych od operatora telefonii komórkowej. Te dane geolokalizacyjne pochodzą od operatora telefonii komórkowej T-Mobile, który obsługuje ok. 60 % rynku operatorów telefonii komórkowej w RC. Dane są anonimizowane i dalej przetwarzane do agregowanych macierzy geodemograficznych o rozłożeniu i mobilności uczestników ruchu turystycznego. Zaletą tej metody pomiaru frekwencji jest przede wszystkim absencja czynnika ludzkiego w terenie, który mógłby w jakiś sposób wpływać na dokładność pomiaru. Dzięki danym z karty SIM można ustalić kraj pochodzenia karty SIM, a zatem też zakładaną narodowość gościa. W przypadku gości krajowych jest śledzony wzór zachowania podłączania do poszczególnych komórek, dlatego można ustalić kraj (województwo), w którym gość zazwyczaj przebywa.

Zasadą metody jest analiza danych, czyli transakcja numeru ID, który ma przydzielony każda karta SIM. Telefony komórkowe łączą się z siecią komórkową za pośrednictwem różnie rozmieszczonych komórek w terenie. Transakcje realizowane przez użytkowników są systematycznie rejestrowane (np. realizacja rozmowy lub odesłanie wiadomości SMS). Na podstawie rejestracji czasu, typu i miejsca transakcji można te dane dokładniej analizować. Dane w analizie pochodzą z komórek, które mają zasięg nadawania na wyznaczonym obszarze.

Ze względu na to, że są analizowane wszelkie agregowane dane dla wyznaczonego obszaru, przeprowadzając analizę trzeba abstrahować od danych osób, które wykazują inne wzory zachowań, niż które są typowe dla uczestników ruchu turystycznego. W raporcie są dlatego liczby końcowe „oczyszczone” od danych dotyczących tzw. osób dojeżdżających, osób tranzytowych i rezydentów. Studium analityczne dotyczy tylko gości, ew. wycieczkowiczów i turystów.

1.2.2. Wyznaczony obszar

Obszar Karkonoszy został podzielony na trzy części, które reflektują obszary turystyczne – Karkonosze zachód, Karkonosze centrum i Karkonosze wschód. Następnym obszarem była polska strona Karkonoszy, która jednak nie była przedmiotem mierzenia frekwencji z pomocą geolokalizacyjnych danych sygnalizacyjnych, do dyspozycji są dane o sprzedaży biletów wstępu do polskiego Karkonoskiego Parku Narodowego (KPN) w latach 2017 i 2018. W opracowanej analizie są podane dane dla terytorium parku narodowego i całego pogórza.

1.2.3. Frekwencja w Karkonoszach

Całkowita liczba turystów w Karkonoszach (całe pogórze) za **2017** rok osiągnęła ok. **1,751 mln**, we **2018** roku frekwencja wzrosła na **1,777 mln turystów**. Międzyrocznie jednak zmieniła się struktura odwiedzanych obszarów. Liczba turystów krajowych i zagranicznych jest **w gminach i miastach dolinnych** międzyrocznie niższa, ale kompensuje to wyższa liczba dni spędzonych w destynacji. Natomiast terytorium parku narodowego odwiedziło w 2018 roku o 300 tys. Turystów więcej, niż w poprzedzającym roku, spędzili tu jednak mniej czasu. **V 1. i 2. Q 2019** osiągnęła całkowita liczba turystów ok. **910 tys.**, w porównaniu z danymi z pierwszego półrocza w 2018 roku liczby są podobne. Liczba turystów **w miejscowościach i miastach dolinnych** wynosiła **523 tys.**, **terytorium parku narodowego** odwiedziło **387 tys. turystów**.

Liczba zagranicznych turystów **na terenie parku narodowego** w latach 2017 i 2018 międzyrocznie wzrosła o 50 %. Natomiast na obszarach dolinowych obniżyła się. **Stosunek gości krajowych i zagranicznych w parku narodowym** wynosi w przybliżeniu **80:20** we wszystkich badanych okresach.

W **2017** roku turyści zrealizowali w całym pogórze **4,280 mln 24 - godzinnych pobyków**. W **2018** roku liczba pobyków obniżyła się na **4,242 mln**. W **1. i 2. Q 2019** turyści zrealizowali w całym pogórze **2,257 mln 24 - godzinnych pobyków**.

Całkowita **liczba przenocowań** (w całym pogórze) wynosiła w pierwszym badanym roku niemal **5,6 mln**, w **2018** roku liczba przenocowań wzrosła **w przybliżeniu o 53 tys.** W **1. i 2. Q 2019 roku** następnie całkowita liczba przenocowań wynosiła **3,019 mln**.

W **2017** roku turyści zrealizowali **7,469 mln turystodni** (do turystodni nie są zaliczone krótkotrwałe przenocowania, które są realizowane między godzinami 19:00 i 10:00 następnego dnia – np. dzień check-outu z obiektu noclegowego i odjazd do domu), w **2018 roku** wzrosła liczba turystodni na **7,588 mln**, w **1. i 2. Q 2019** liczba tursystodni wynosiła **4,065 mln**. (Dane za całe pogórze).

- **Średnia liczba przenocowań na 1 turystę** wynosiła **3 noce**.
- **Średni turysta spędził w destynacji** w przybliżeniu **4 dni**.

Ze danych z pomiarów można wywnioskować **5 % wzrost liczby wycieczkowiczów** na terenie całego pogórze w **2018 roku**. Międzyrocznie wzrosła liczba wycieczkowiczów odwiedzających terytorium parku narodowego niemal o 50 %. Liczba wycieczkowiczów zagranicznych odwiedzających miasta i wsie dolinowe obniżyła się o więcej niż jedną czwartą a w przypadku wycieczkowiczów krajowych w przybliżeniu o 16 %, ale byli tu więcej razy. Liczbą odwiedzin na jednego wycieczkowicza tak doliny przewyższyły park narodowy, ale „unikatowych“ wycieczkowiczów tu przyjechało mniej. Ta struktura została bez zmian również w **1. i 2. Q 2019**.

- **Średni wycieczkowicz odwiedził Karkonosze 2x**.
- **Wycieczkowiczów w całym pogórze** zmierzono w przybliżeniu **1,905 mln w 2017 roku**, **2 mln w 2018n roku** i ok. **913 tys. w 1. i 2. Q 2019**.

W **2017 roku całkowita frekwencja pogórza** wynosiła **3,657 mln gości**, w **2018 roku** było **3,787 mln gości** a w 1. i 2. Q 2019 1,824 mln gości.

Udział wycieczkowiczów i turystów jest w latach **2017 i 2018** niemal zgodny – w przybliżeniu **48 %** całkowitej frekwencji przypada na **turystów** i **52 %** na **wycieczkowiczów**. W **1. i 2. Q 2019** przypada na turystów i wycieczkowiczów zgodnie **50 %**.

Najliczniej odwiedzaną częścią Karkonoszy jest obszar centrum. (dane dotyczące gości krajowych i zagranicznych). **Najdłużej jednak turyści przebywają na obszarze Karkonosze wschód**, kiedy na jednego turystę przypada średnio 5 turystodni. Jedna wizyta turysty trwa w przybliżeniu 4 dni, zgodnie na wszystkich badanych obszarach.

1.2.4. Przejaw typowych cech sezonowości pogórza

Zmierzone wartości, które są przedstawione na wykresach w studium analitycznym, potwierdzają typową sezonowość pogórza. Na dostępnych wykresach można zatem zaobserwować bardzo eksponowane miesiące zimowe, przede wszystkim okres ferii zimowych. Frekwencja obniża się wraz z ukończeniem sezonu narciarskiego. Wzrost przyjazdów **gości krajowych** można znów zaobserwować przede wszystkim od połowy maja. Następnym eksponowanym okresem są wakacje letnie. Najwyższa frekwencja jednak przypada typowo na okres końca roku, kiedy wiele osób spędza Sylwestra w górach. Liczba zrealizowanych wycieczek jest w okresie zimowym wyższa niż w sezonie letnim. Wyższą frekwencję można też zaobserwować w okresie świąt państwowych.

1.2.5. Struktura pochodzenia gości krajowych

We wszystkich badanych okresach struktura pochodzenia **wycieczkowiczów krajowych** niemal nie zmieniała się. Najwyższa liczba wycieczkowiczów pochodzi z Pragi, Kraju Środkowoczeskiego i Kraju Libereckiego i Královéhradeckiego. Wynika to prawdopodobnie ze stosunkowo małej odległości od pogórza, ew. położenia pogórza w dwóch wspomnianych krajach. Obszar Karkonosze centrum (park narodowy i doliny) jest według danych, w porównaniu z obszarami wschód i zachód, charakteryzuje wyższa frekwencja wycieczkowiczów z Pragi i Kraju Środkowoczeskiego. W częściach peryferyjnych Karkonoszy (wschód i zachód) dominują wycieczkowicze z przyległych krajów – Královéhradeckiego i Libereckiego.

W strukturze pochodzenia **turystów krajowych** dominują turyści z Kraju Środkowoczeskiego i z Pragi na wszystkich badanych obszarach. Może to wynikać z dobrej dostępności komunikacyjnej Karkonoszy z Czech Środkowych i z Pragi, oraz koncentracji ogólnie bardzo popularnych ośrodków górskich, gdzie właśnie ci turyści posiadają nieruchomości rekreacyjne.

1.2.6. Struktura gości zagranicznych

Struktura pochodzenia gości zagranicznych jest we wszystkich badanych okresach niemal zgodna. Zmierzone dane potwierdzają długoterminowe statystyki frekwencji – największa udział mają Niemcy (około 45 %), następnie Polacy (ok. 30 %) i z dużym odstępem Holendrzy (w przybliżeniu 10 %). Statystyki są u wycieczkowiczów zagranicznych i turystów niemal zgodne.

Dla obszaru Karkonosze centrum (park narodowy i doliny) zaobserwowano większą różnicę między udziałem frekwencji gości z Niemiec i wycieczkowiczów z Polski w porównaniu z pozostałymi obszarami. Przyczyną tego zjawiska jest system wyszukiwania sieci, gdzie telefony komórkowe, ew. polskie karty SIM mogą się łączyć ze swoimi krajowymi sieciami w Polsce i nie są w efekcie objęte czeskimi pomiarami.

1.2.7. Frekwencja po polskiej stronie Karkonoszy

Według dostępnych danych z lat 2017 i 2018 międzyrocznie wzrosła frekwencja, ew. liczba sprzedanych biletów stępu do parku narodowego w przybliżeniu o 600 000 (wzrost o 45 %). Najwięcej sprzedanych biletów wstępu było w lipcu i sierpniu. W 2018 roku można zaobserwować wzrost sprzedaży w maju, wrześniu i październiku, kiedy była pogoda korzystna dla turystyki górskiej. Rzeczywiste dane o frekwencji będą prawdopodobnie wyższe, ponieważ nie każdy gość kupił bilet do parku narodowego.

1.2.8. Podsumowanie

Całkowita frekwencja (wycieczkowicze + turyści) Karkonoszy międzyrocznie wzrosła o 3,5 % dzięki wzrostowi liczby wycieczkowiczów o 5 % i liczby turystów o 1,5 %. W badanych latach zmieniła się jednak struktura wycieczkowiczów między terytorium parku narodowego i wsiami i miastami dolinnymi. W 2017 roku zarejestrowano większy udział frekwencji wsi i miast dolinnych (70 % całkowitej frekwencji) w porównaniu z frekwencją na terytorium parku narodowego (30 %). W 2018 roku zaobserwowano trend obniżenia frekwencji wsi i miast na 54 % z całkowitej frekwencji w górach. W 1. i 2. Q 2019 frekwencja we wsiach i miastach dolinnych wynosi 60 % całkowitej frekwencji w górach. Frekwencja na terytorium parku narodowego i w miastach i wsiach była wtedy najbardziej wyrównana w 2018 roku.

Przeciętny gość spędzi w Karkonoszach w przybliżeniu 4 dni, którym odpowiada też średni czas trwania pobytu 3 noce. Tę statystykę uzupełniają średnio dwa całe 24-godzinowe dni gościa w ramach jego 4-dniowego pobytu w destynacji. Struktura gości krajowych i zagranicznych w całym poOgórzu jest dla wszystkich badanych okresów niemal zgodna, goście krajowi stanowią 74 % całkowitej liczby odwiedzin. Najczęstszymi gośćmi krajowymi są ludzie z Pragi, Kraju Środkowoczeskiego, Kraju Královéhradeckiego i Kraju Libereckiego.

Z gości zagranicznych dominują Niemcy, następną liczną grupą są Polacy, w mniejszym stopniu przyjeżdżają też Holendrzy. Na obszarze centrum dominują Niemcy prawdopodobnie dlatego, ponieważ polscy turyści mogą być na tych terenach połączeni z siecią w Polsce.

Frekwencja po polskiej stronie Karkonoszy została ustalona na podstawie danych ze sprzedaży biletów wstępu dostępnych z lat 2017 i 2018 od dyrekcji polskiego parku narodowego (KPN). Międzyrocznie tu frekwencja wzrosła o 45 %.

1.3. Opis metodologii badań wstępnych

1.3.1. Metoda, wielkość badanej grupy i długość kwestionariusza

Dla spełnienia celów studium i pokrycia wszystkich zasadniczych tematów agencja MindBridge Consulting a.s. zrealizowała szczegółowe **studium kwantytatywne na grupie 1.207 respondentów** na podstawie **4 wersji językowych kwestionariuszy (czeska, polska, niemiecka i angielska) dla poszczególnych grup docelowych**.

1.3.2. Technika gromadzenia danych

We wszystkich przypadkach chodziło o technikę gromadzenia danych formą rozmowy, to znaczy metodą, w której wymagane informacje są uzyskiwane w bezpośredniej interakcji z respondentem. Rozmowa może być przeprowadzana twarzą w twarz lub telefonicznie¹. Wszystkie rozmowy były prowadzone właśnie formą **rozmów osobistych (face to face)**.

Rozmowa osobista jest jedną z najczęściej stosowanych metod kwantytatywnych badań marketingowych i/lub badania opinii publicznej. Chodzi o rozmowę twarzą w twarz, podczas której pytający osobiście komunikuje z respondentem. Przy technice face to face przebiega kontrolowana rozmowa jednej osoby z jedną osobą w celu ustalenia poglądów i reakcji respondenta.

W odróżnieniu od badań telefonicznych lub online rozmowa face to face bywa dłuższa. Zaletą jest obecność fizyczna pytającego, dzięki której respondent łatwiej skupia uwagę. Podczas rozmowy face to face ponadto istnieje możliwość użycia elementów stymulacyjnych, takich jak drukowane tzw. karty ankietowe z listą wariantów odpowiedzi, ulotki, fotografie opakowań lub rzeczywiste produkty, loga itd. Pytający jednak nie może podczas rozmowy face to face w żaden sposób wpływać na respondenta. Aby wyniki badań były relewantne, trzeba unikać sugerowania odpowiedzi lub nadmiernego objaśniania pytań.

Wykorzystano ankietę osobistą z wykorzystaniem standaryzowanego kwestionariusza zaprogramowanego w urządzeniu mobilnym (TAPI – Tablet Assisted Personal Interviewing), jako badanie podstawowe w określonym czasie i w wyznaczonych lokalizacjach za pośrednictwem wyszkolonych osób przeprowadzających wywiady.

¹ DISMAN, M., 2002. *Jak się wytwarza wiedzę socjologiczną*. Praga: Karolinum.

Prowadzący wywiady byli wyposażeni do gromadzenia danych urządzeniem mobilnym (tablet lub smartphone). Papierowe wersje kwestionariuszy zostały wykorzystane jako rezerwa techniczna tam, gdzie doszło do awarii urządzenia mobilnego (1 przypadek) lub gdzie nie było dobrego pokrycia sygnałem dla mobilnej transmisji danych (Śnieżka, Żalý, U Chalupy na Rozcestí, Wieża widokowa Štěpánka, Szrenica).

Respondenci byli wybierani i kontaktowani losowo (co x-ty) bezpośrednio w terenie, w miejscach zadanych przez zadającego i w wyspecyfikowanych okresach:

lato 2018: 1.7.-30.9.2018

jesień 2018: 1.10.-31.12.2018

zima 2019: 1.1.-31.3.2019

wiosna 2019: 1.4.-30.6.2019

Ankieta przebiegała w trzech falach (okresach) w dni powszednie i w weekendy w porównywalnych ilościach.

Finalny plik danych został zwązony na podstawie geolokalizacyjnych danych sygnalizacyjnych o frekwencji KRNPAP w poszczególnych badanych okresach (unikatowi goście):

lato 2018: 1 584 339

jesień 2018: 876 533

zima 2019: 1 796 104

wiosna 2019: 743 781,

aby można było uzyskane dane (w szczególności dane o wydatkach) projektować na frekwencję całoroczną.

Gromadzenie danych było anonimowe. Wybór respondentów był przeprowadzany przez systematyczne kontaktowanie gości danej lokalizacji w uzgodnionych miejscach. Systematyczny krok ustalono zazwyczaj na co 3 osobę. (np. Wodospady Mumławskie), ewentualnie co 5, wyjątkowo co 10 osoba dla lokalizacji i terminów z wysoką liczbą gości (np. Špindlerovka). Po wykonaniu rozmowy z danym respondentem znów osoba prowadząca wywiady kontaktowała co trzeciego, ew. piątego gościa danej lokalizacji. Ten sposób prowadził do uzyskania reprezentatywnej próbki gości niezdeformowanej krótkotrwałymi wahaniem, osobowością prowadzącego wywiad lub strukturą sieci prowadzących wywiad.

Podczas prowadzenia ankiety zastosowano zasady, które zapewniały, aby próbka respondentów nie była obciążona większym udziałem respondentów z grup zorganizowanych gości. Metodycznie ustalono maksymalną liczbę osób, z którymi można było prowadzić wywiad w ramach grupy turystów. W ramach grupy większej niż 10 osób można było przeprowadzić wywiad maksymalnie z dwoma respondentami bez wzajemnych relacji partnerskich / rodzinnych.

Przygotowane było też awaryjne / kryzysowe rozwiązanie na wypadek, kiedy w wyznaczonym miejscu lokalizacji nie było można w danym czasie zrealizować dostatecznej liczby rozmów (niska liczba gości, przyczyny techniczne, siła wyższa, itp.). W takiej sytuacji prowadzący wywiad po uzgodnieniu z kierownikiem projektu / field managerem MindBridge miał wyznaczone miejsce zastępcze, na które mógł się przemieścić. Z tego rozwiązania nie było trzeba skorzystać w żadnym okresie i w żadnej lokalizacji.

1.3.3. Proces realizacji projektu

Między KR NAP/KPN i MindBridge Consulting a.s. Został powołany zespół roboczy, który zapewniał koordynację poszczególnych kroków i komunikację we wszystkich fazach realizacji projektu.

W fazie przygotowawczej dla każdej grupy docelowej był opracowany, przedyskutowany i sfinalizowany **kwestionariusz**. Swoją strukturą, wyborem odpowiedniego typu pytań i sprecyzowaniem ich sformułowaniem, oraz za pośrednictwem kwestionariuszy pilotażowych stał się, oprócz kart ankietowych i rozpisania kwot, podstawowym dokumentem dla pracy prowadzących wywiady w ramach gromadzenia danych w terenie.

Po dokończeniu rozmowy dane dla danego etapu projektu były kontrolowane, przetwarzane i analizowane.

Ze strony zadającego było ważne wsparcie organizacyjne dla gromadzenia danych w terenie w postaci:

- pozwoleń na wjazd do KR NAP / KPN (4 samochody);
- przewóz prowadzącego wywiady do lokalizacji skuterem śnieżnym;
- współdziałanie z kierownictwem kolejki linowej na Śnieżkę i Szrenicę;
- nagrody / upominki dla respondentów.

Rysunek nr 1 – Nagroda dla respondentów



Przed rozpoczęciem prac w terenie miejsca przeprowadzania wywiadów w wybranych lokalizacjach po polskiej i czeskiej stronie zostały osobiście skontrolowane w ramach „podróży inspekcyjnej” kierownika projektu i field managera w celu zidentyfikowania potencjalnych przeszkód dla pracy w terenie – gromadzenia danych. W niektórych miejscach stwierdzono: gorsza dostępność (naturalna i z powodu aktualnej modernizacji – zamknięte drogi), słaby sygnał dla mobilnej transmisji danych, niedostateczne zaplecze dla prowadzących wywiady w razie ekstremalnie złej pogody, szacowana frekwencja, itp.

Równolegle z prowadzeniem wywiadów i gromadzeniem danych przebiegała ciągła kontrola pracy prowadzących wywiady i koordynatorów, kontrola kwestionariuszy i danych, łącznie z pełnieniem kwot dla uzyskania wymaganej struktury i wielkości badanej próbki.

Praca prowadzących wywiady była na bieżąco monitorowana i kontrolowana w kombinacji kilku sposobów. W pierwszym rzędzie zastosowaną system kontroli pracy prowadzących wywiady bezpośrednio w miejscach prowadzenia wywiadów przez kierownika projektu i managera MindBridge.

Kontrole bezpośrednio w terenie były nastawione na:

- Obecność prowadzącego wywiady w dokładnie wyznaczonym miejscu w danej lokalizacji w wyznaczonym czasie.
- Oznaczenie przywieszką.
- Sposób, prawidłowość wyboru.
- Prawidłowość prowadzenia wywiadów i rejestrowania odpowiedzi.

Ponadto wykorzystywano kontrole oparte na urządzeniu mobilnym:

- Kontrole harmonogramu gromadzenia danych. Chodzi o możliwość obserwacji przebiegu gromadzenia danych w poszczególnych lokalizacjach z codzienną aktualizacją. W razie wykrycia problemu z (niedostateczną) aktywnością prowadzącego wywiady można mu zwrócić uwagę, uzupełnić i zastąpić. W porę jest analizowany zwrot kwestionariuszy – pełnienie ustalonych kwot liczbowych.
- Kontrole miejsca gromadzenia danych na podstawie śledzenia aktualnej pozycji GPS.
- Kontrole czasu realizacji rozmów i czasu ich trwania. Kontrola oparta na automatycznej rejestracji czasu rozpoczęcia i ukończenia każdego konkretnego kwestionariusza i przekazania informacji wraz z uzyskanymi danymi.
- Kontrole zmiennych na interfejsie wejściowym. W ramach zaprogramowanego kwestionariusza zostały nastawione kontrole rodzaju i obowiązujące zakresy wartości, kontrole 100% wypełnienia pól danych wymaganych do wypełnienia, logiczne odchyłki według wcześniej podanych odpowiedzi, kontrola kumulowanych sum, itd.

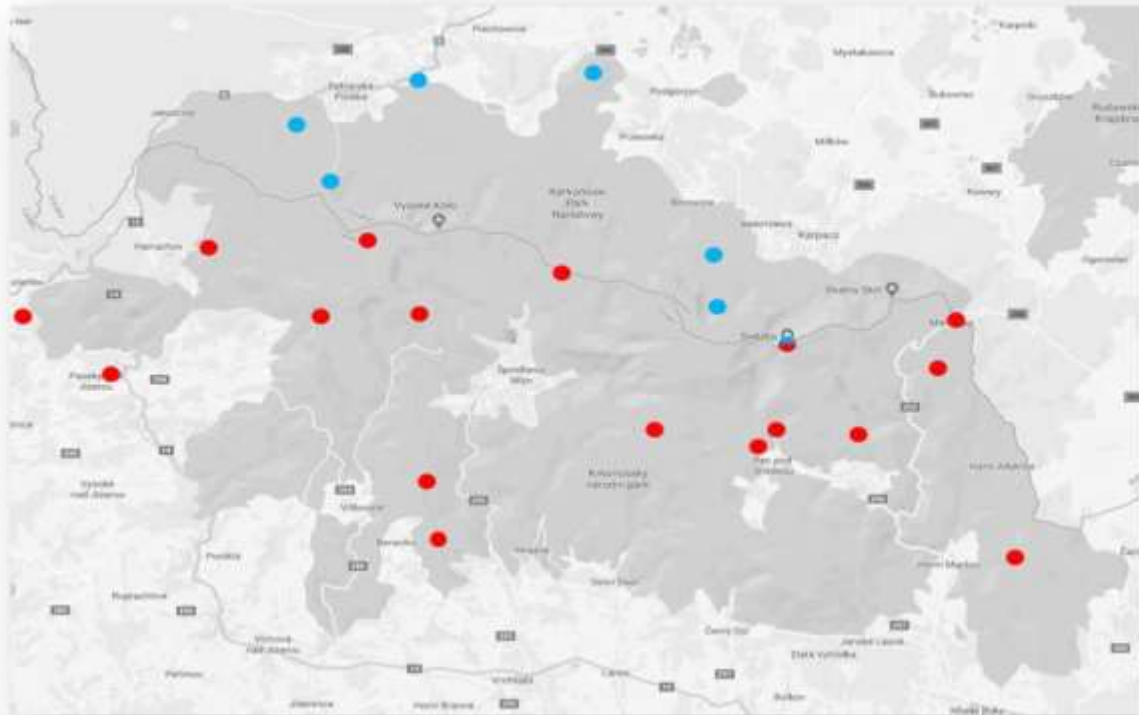
Kontrola zaprogramowanego kwestionariusza: kontrola wstępna przed rozpoczęciem prac w terenie, której celem było dopracowanie kwestionariusza tak, aby funkcjonował według zatwierdzonego wzoru (MS Word), obejmował wszystkie pytania, relewantne możliwości odpowiedzi, prawidłowe instrukcje, logiczne odchyłki (prawidłowe przechodzenie kwestionariusza na podstawie wcześniej udzielonych odpowiedzi), prawidłowe wartości z punktu widzenia zakresu, rodzaju dozwolonych znaków, itp. Ta kontrola była kluczowa z punktu widzenia eliminacji błędów w całym dalszym procesie gromadzenia danych.

Kontrola próbki danych (soft-launch): po pilotażu kwestionariusza została przeprowadzona kontrola prawidłowości napełniania bazy danych od strony logicznej i rzeczowej. To znaczy, że nie było kontrolowane tylko napełnienie bazy danych prawidłowymi wartościami, ale również logiczne powiązania między uzyskanymi odpowiedziami.

Kontrola komputerowa analityków: kontrolę prawidłowości logicznej i wypełnienia dostarczonych danych przeprowadzili również analitycy MindBridge przed i w trakcie analizy, łącznie z kontrolą powiązania zgromadzonych danych o oczekiwanych wynikach (danych dodatkowo obliczonych).

Wybrane parametry badań	
badania wstępne w postaci:	pilotaż kwestionariuszy (n = 20; 14 Czechów + 6 cudzoziemców)
metoda prowadzenia wywiadów:	wywiady osobiste (face to face)
grupy docelowe (CS):	a) goście polskiej strony Karkonoszy (3/4) b) goście polskiej strony Karkonoszy (1/4)
wielkość próbki:	1.207 respondentów
okres gromadzenia danych (równomiernie kwartalnie):	lato 2018: 1.7.-30.9.2018 jesień 2018: 1.10.-31.12.2018 zima 2019: 1.1.-31.3.2019 wiosna 2019: 1.4.-30.6.2019
sposób wyboru:	kombinowany (kwotowy – miejsca prowadzenia wywiadów z ustaleniem kwot dysproporcyjnych + systematyczny krok wyboru dla wyboru x-tego gościa danej lokalizacji)
region:	terytorium Karkonoszy – KR NAP / KPN 17 lokalizacji (punktów prowadzenia wywiadów) w KR NAP + 7 KPN

Rysunek nr 2 – Lokalizacje prowadzenia wywiadów (lokalizacje, miejsca)

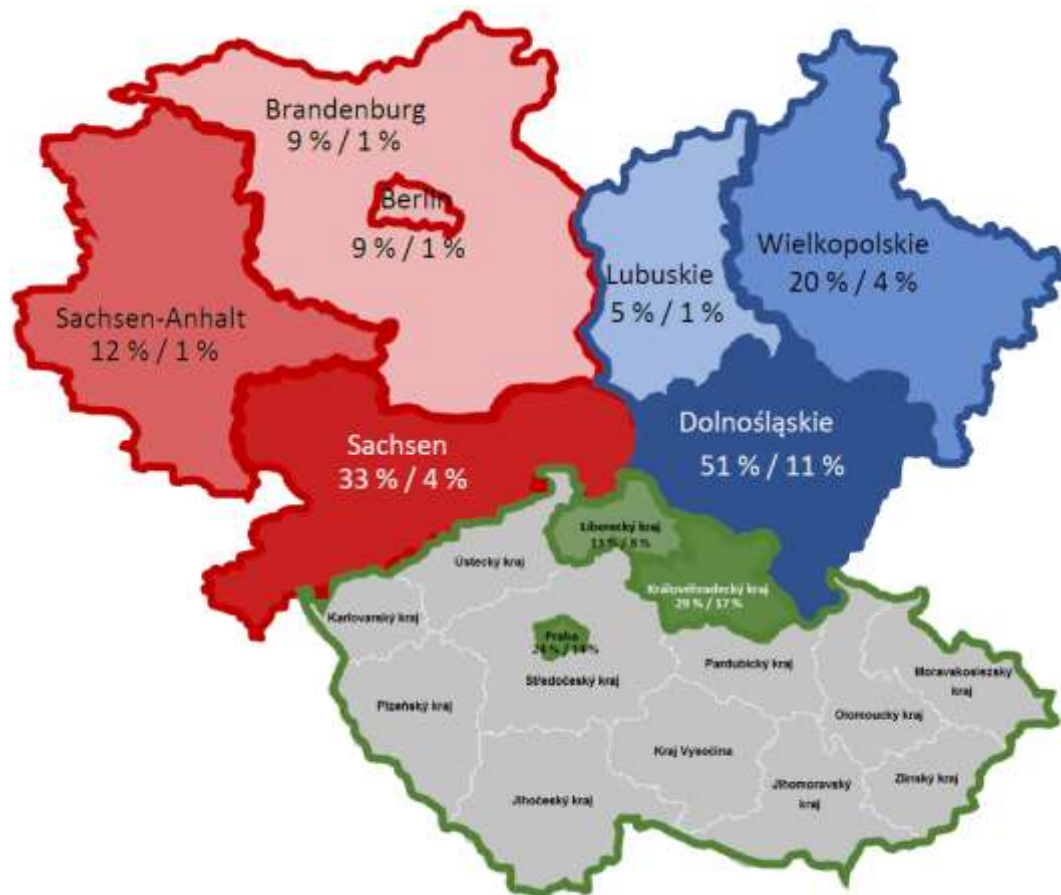


na české části Krkonoš (území KRMAP)	na polské části Krkonoš (území KPN)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ u Rýchorské boudy ▪ Malá Úpa - U Kostela ▪ Malá Úpa - Pomezní boudy ▪ Velká Úpa - Portásky (č. p. 110) ▪ Pec pod Sněžkou - Děvín (u č. p. 190) ▪ Pec pod Sněžkou - Obří důl - u bývalého IC KRMAP (č. p. 128) ▪ Pec pod Sněžkou - u Chalupy na Rozcestí (č. p. 247) ▪ Sněžka ▪ Špindlerův mlýn - Špindlerovka ▪ Zlaté návrší ▪ Pramen Labe ▪ Dvoračky ▪ Mumlavský vodopád ▪ Žalý ▪ Rovínka (u č. p. 515, Hořejší Vrchlabí) ▪ Paseky nad Jizerou ▪ Rozhledna Štěpánka (vrchol Hvězda) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Szrenica ▪ Wodospad Kamiencyka ▪ Wodospad Szklarki ▪ Chojnik ▪ Śnieżka ▪ Polana ▪ Schronisko Samotnia (Maty Staw)

w czeskiej części Karkonoszy

w polskiej części Karkonoszy

Rysunek nr 3 – Kraje (landy, województwa, kraje) pochodzenia



W próbie respondentów było 58 % Czechów, 21 % Polaków, 12 % Niemców, 3 % Austriaków, 3 % Słowaków, ponad 1 % Holendrów i w przybliżeniu 2 % gości z innych krajów (Francja, Włochy, Belgia, Dania, Wielka Brytania, Słowenia, Hiszpania, oraz Węgry, Szwajcaria, Rosja, Tajlandia, Chiny, Korea Południowa, Japonia). Na strukturę gości według narodowości ma w znacznym stopniu wpływ też struktura miejsc prowadzenia wywiadów i ustalone kwoty liczbowe rozmów w każdym z miejsc prowadzenia wywiadów (po polskiej i czeskiej stronie).

Ze wszystkich kontaktowanych niemieckich gości Karkonoszy jedna trzecia była z Saksonii, 12 % przyjechało do Karkonoszy z Saksonii-Anhaltu i po 9 % z Berlina i z Brandenburgii. Z tych czterech landów rekrutowały się zatem niecałe 2/3 niemieckich gości - respondentów ankiety.

Z Polaków, których skontaktowano w ramach badań w Karkonoszach, więcej niż połowa była z Województwa Dolnośląskiego (51 %), konkretnie 42 % z Powiatu Jeleniogórskiego, 34 % z Powiatu Wałbrzyskiego i 24 % z Powiatu Legnickiego lub Głogowskiego. Jedna piąta pytaných Polaków była z Województwa Wielkopolskiego i 5 % z Województwa Lubuskiego. Goście z tych trzech województw stanowili 3/4 polskich respondentów.

Ze wszystkich czeskich gości Karkonoszy w badaniach uczestniczyło 29 % z Kraju Královéhradeckiego (połowa z nich z okresu Trutnov, 28 % z okresu Hradec Králové, pozostała jedna piąta we przybliżeniu równomiernie z okresów Jičín, Náchod i Rychnov nad Kněžnou), 24 % z Pragi i 13 % z Kraju Libereckiego (41 % z okresu Liberec, jedna trzecia z okresu Semily, jedna piąta z okresu Jablonec nad Nisou i 5 % z okresu Česká Lípa). Te trzy kraje zapewniły 2/3 czeskich gości-respondentów. Następnich 10 % badanej próbki stanowili goście z Kraju Středočeského i w przybliżeniu 5% osiągnęli zgodnie goście-respondenci z Kraju Pardubického i Ústeckého.

2. WYNIKI BADAŃ WSTĘPNYCH

Tematem niniejszego rozdziału jest opis wyników badań nastawionych w szczególności na zbadanie zachowań gości Karkonoszy – KRNP/KPN, ich motywacji do odwiedzenia i postrzegania parku narodowego.

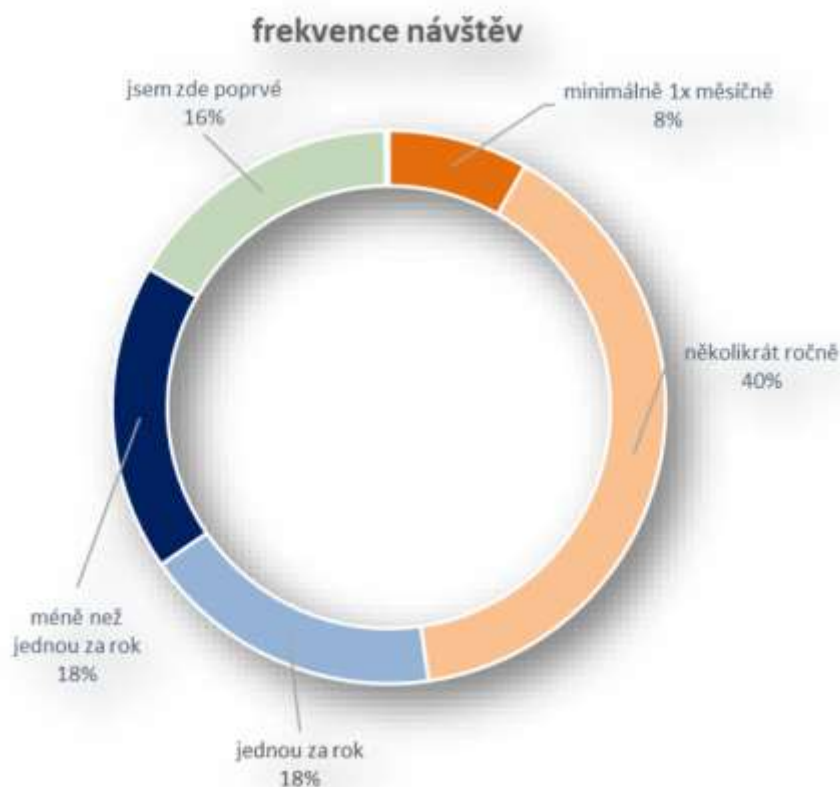
2.1. Częstość odwiedzania Karkonoszy

Najczęściej podawana jest częstość odwiedzania Karkonoszy (40 %) **kilka razy do roku**. Tę częstość podają częściej ci, którzy byli kontaktowani w okresie jesiennym (46 %) lub zimowym (51 %), niż wśród letnich (27 %) lub wiosennych gości (36 %). Jednoznacznie częściej chodzi o tę częstość wśród gości jednodniowych bez przenocowania (59 %).

Zgodny - 18 % - jest udział tych, którzy Karkonosze odwiedzają w przybliżeniu **raz w roku**, oraz tych, których częstość jest niższa – to znaczy **mniej niż 1x w roku**, ale Karkonosze już w przeszłości odwiedzili / odwiedzają wielokrotnie.

Wykres nr 1 – Częstość odwiedzania Karkonoszy - całość

Q1: Jak często odwiedzasz Karkonosze?



częstość odwiedzania jestem tu pierwszy raz	minimalnie raz w miesiącu kilka razy w roku
mniej niż raz w roku raz w roku	

Z całej pytanej próbki więcej niż 1.200 respondentów jest 16 % tych, którzy Karkonosze **odwiedzili pierwszy raz**. Chodzi w szczególności o zagranicznych turystów z niższym udziałem w całkowitym spektrum gości, to znaczy tych z odleglejszych krajów. Bądź chodzi o turystów z niesąsiednich krajów, wśród których udział osób z pierwszą wizytą w Karkonoszach wynosi ponad 80 %, ew. ponad 70 % wśród gości z Austrii. Ale również wśród najliczniejszych gości niemieckich znajdziemy więcej niż dwie piąte tych, którzy byli w Karkonoszach pierwszy raz. Wśród Czechów i Polaków udział osób pierwszy raz odwiedzających Karkonosze waha się około 7 %.

Udział tzw. „newcomers“ jest najwyższy wśród osób z wykształceniem podstawowym (31 %) i ten udział zmniejsza się z wiekiem. Najwyższy – w przybliżeniu jedna czwarta – jest udział wśród najmłodszego pokolenia w wieku do 29 lat (26 %), w odróżnieniu od ok. jednej dziesiątej wśród gości w kategorii wiekowej 50-59 lat, ew. 60 i więcej lat. Pierwsze odwiedzenie Karkonoszy ludzie raczej planują na okres letni (25 %) lub wiosenny (18 %), niż na okres jesienny (14 %) lub zimowy (9 %). Po czeskiej stronie „nowicjusze“ stanowią 17 %, na polskiej stronie 14 %. Są to częściej turyści, którzy w Karkonoszach przenocowali (22 %), niż goście jednodniowi (6 %).

Natomiast gości z największą częstością odwiedzania Karkonoszy - **minimalnie 1x w miesiącu** - jest 8 %. Są to częściej Czesi (11 %), osoby w wieku powyżej 50 lat (16 %) lub aż powyżej 60 lat (12 %), osoby, które są w Karkonoszach na wizycie jednodniowej, to znaczy bez przenocowania (14 %).

Wykres nr 2 – Częstość odwiedzania Karkonoszy - według grup częściowych

Q1: Jak często odwiedzasz Karkonosze?

według grup częściowych

RAZEM
lato '18
jesień '18
zima '18
wiosna '19

PŁEĆ
mężczyzna
kobieta

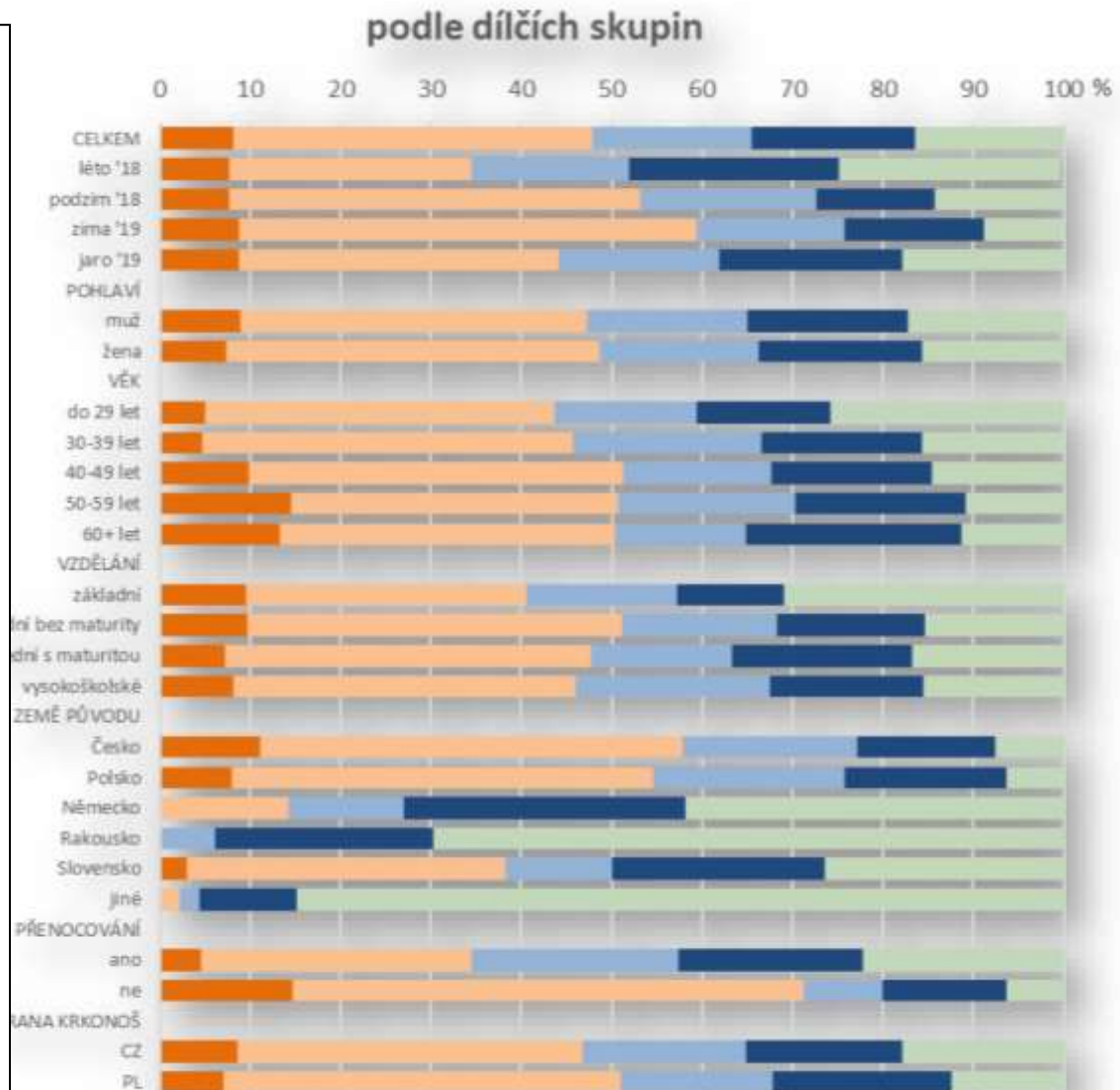
WIEK
do 29 lat
30-39 lat
40-49 lat
50-59 lat
60+ lat

WYKSZTAŁCENIE
podstawowe
średnie bez matury
średnie z maturą
wyższe

KRAJ POCHODZENIA
Czechy
Polska
Niemcy
Austria
Słowacja
inne

PRZENOCOWANIE
tak
nie

STRONA
KARKONOSZY
CZ
PL



2.2. Główny powód odwiedzenia Karkonoszy

Głównym powodem odwiedzenia Karkonoszy jest jednoznacznie **rekreacja, spędzanie wolnego czasu**, często w połączeniu z urlopem (razem 52 %). Ten powód był podawany częściej w letniej i jesiennej kampanii gromadzenia danych (od czerwca do grudnia), to znaczy w okresie, który obejmuje zarówno wakacje letnie, jak też wolne świąteczne dni na końcu roku.

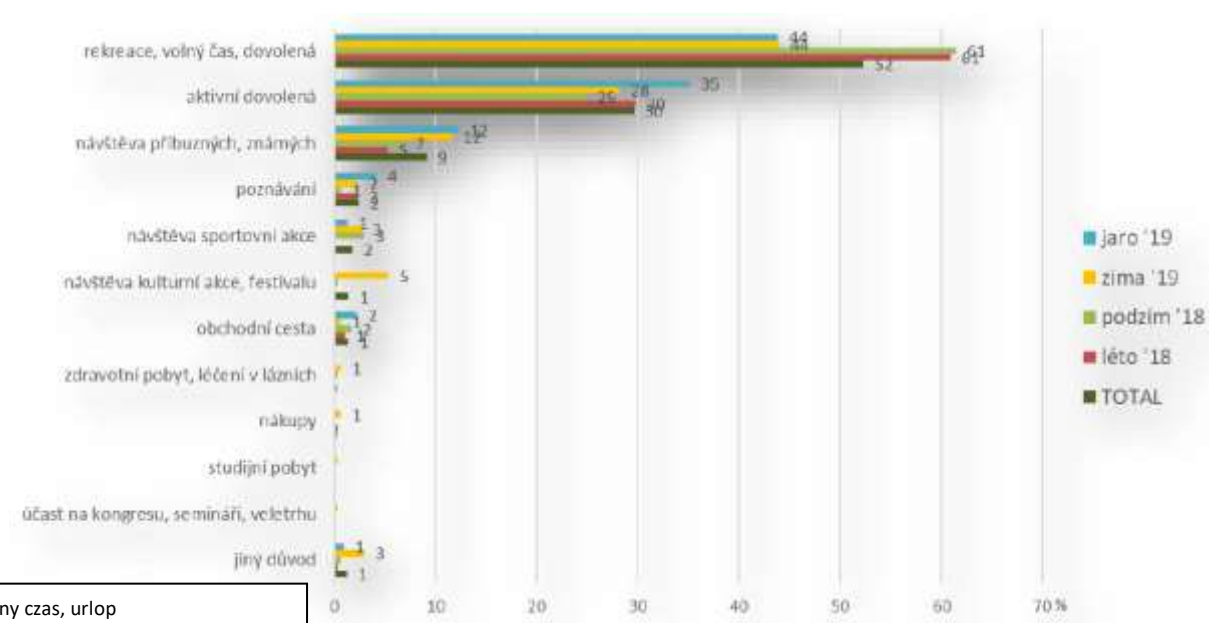
Respondenci w ramach badań mieli możliwość wyboru bardziej specyficznej odpowiedzi „**aktywny urlop**” (odróżnienie od rekreacji/relaksu), którą wybrało w sumie w przybliżeniu 30 % z nich a w okresie wiosennym (od stycznia do marca) do 35 % gości. Aktywny urlop w Karkonoszach jest bardziej typowy raczej dla gości w średnim wieku (31 %-34 % według konkretnej kategorii wiekowej 30-59 lat). Najstarsze osoby (60 lat i więcej) już jednak raczej wybierają bardziej wypoczynkowy typ pobytu - rekreację (67 %) niż aktywny (19 %).

Niecała jedna dziesiąta (9 %) gości przyjechała do Karkonoszy **odwiedzić swoich krewnych i/lub znajomych**.

Następne powody odwiedzenia Karkonoszy (poznawanie, impreza sportowa, impreza kulturalna, festiwal, podróż handlowa) były podawane zawsze przez 1 % do 2 % respondentów. Każdy z pozostałych powodów (pobyt zdrowotny, leczenie w sanatorium, zakupy, pobyty szkoleniowe, turystyka motywacyjna – to znaczy udział w kongresie, seminarium) był podawany za okres całoroczny zawsze mniej niż przez 1 % gości.

Wykres nr 3– Główny powód odwiedzenia Karkonoszy

Q2b: Jaki był główny powód Twojego odwiedzenia tej lokalizacji?



- rekreacja, wolny czas, urlop
- aktywny urlop
- odwiedzenie krewnych, znajomych
- poznawanie
- impreza sportowa
- impreza kulturalna, festiwal
- podróż handlowa
- pobyt zdrowotny, leczenie w sanatorium
- zakupy
- pobyt szkoleniowy
- udział w kongresie, seminarium, targach
- inny powód
- wiosna '19
- zima '19
- jesień '18
- lato '18
- TOTAL

2.3. Czynności podczas pobytu w Karkonoszach

Główną czynnością praktykowaną podczas pobytu w Karkonoszach jest dla 90 % gości **turystyka piesza, turystyka górską**, ew. w okresie zimowym **turystyka górską na nartach biegowych / narciarstwo**.

Więcej niż połowa osób odwiedza **zabytki przyrody** Karkonoszy (jaskinie, punkty widokowe, formacje skalne, góry, źródła, chronione tereny). Ta czynność jest poniekąd mniej liczna w okresie zimowym od stycznia do marca (46 %). W sumie jednak częściej jest podawana po polskiej, niż po czeskiej stronie (63 % vs. 47 %).

Turystyka rowerowa i rowerowa górską jest z wyraźnym odstępem trzecią najczęściej praktykowaną czynnością w Karkonoszach (całorocznie w przybliżeniu 15 %, ew. 13 % po zważeniu, bez okresu zimowego, w okresie wiosennym do 26 %). Po czeskiej stronie Karkonoszy turystykę rowerową podało 14 %, po polskiej stronie 8 %. Goście z rowerami są częściej zakwaterowani (16 % z przenocowaniem vs. 7 % jednodniowi). Znacznie niższy udział (5 %) turystów rowerowych jest wśród osób w najstarszej kategorii wiekowej.

13 % podczas swojego pobytu w Karkonoszach **odwiedziło swoich krewnych i znajomych**. Chodzi raczej o jednodniowych „wycieczkowiczów“ (19 %) niż o turystów, którzy by w Karkonoszach przenocowali (10 %).

Zabytki techniki (wieże widokowe, obiekty wojskowe, kopalnie, huty, sztolnie) do swojego programu zwiedzania Karkonoszy włączyło razem 12%-13 % osób. Spośród gości po polskiej stronie Karkonoszy to było do 21 % (vs. 9 % po czeskiej stronie). Chodzi raczej o turystów z przenocowaniem (16 %) niż o gości jednodniowych (6 %).

Życie towarzyskie i zabawa są czynnościami w Karkonoszach, które podaje w sumie 13 % gości (zgodnie po czeskiej i polskiej stronie), ale z tym, że znacznie częściej podają je ci goście, którzy są w Karkonoszach pierwszy raz 21 %, ew. odwiedzają Karkonosze mniej często, niż 1x w roku (22 %). Chodzi częściej o gości zagranicznych. Jeżeli u gości krajowych (Czechów i Polaków) ta czynność jest podawana w przybliżeniu przez jedną dziesiątą z nich, u cudzoziemców jest to wyraźnie więcej – u Niemców 22 %. Ogólnie podawanie tej czynności obniża się z wiekiem (od 18 % do 29 lat do 6 % u kategorii 60 i więcej lat). Te czynności są częstsze w okresie zimy i wiosny, ponieważ ten okres obejmuje też pobyty z obchodami końca i początku roku (Boże Narodzenie, Sylwester/Nowy rok).

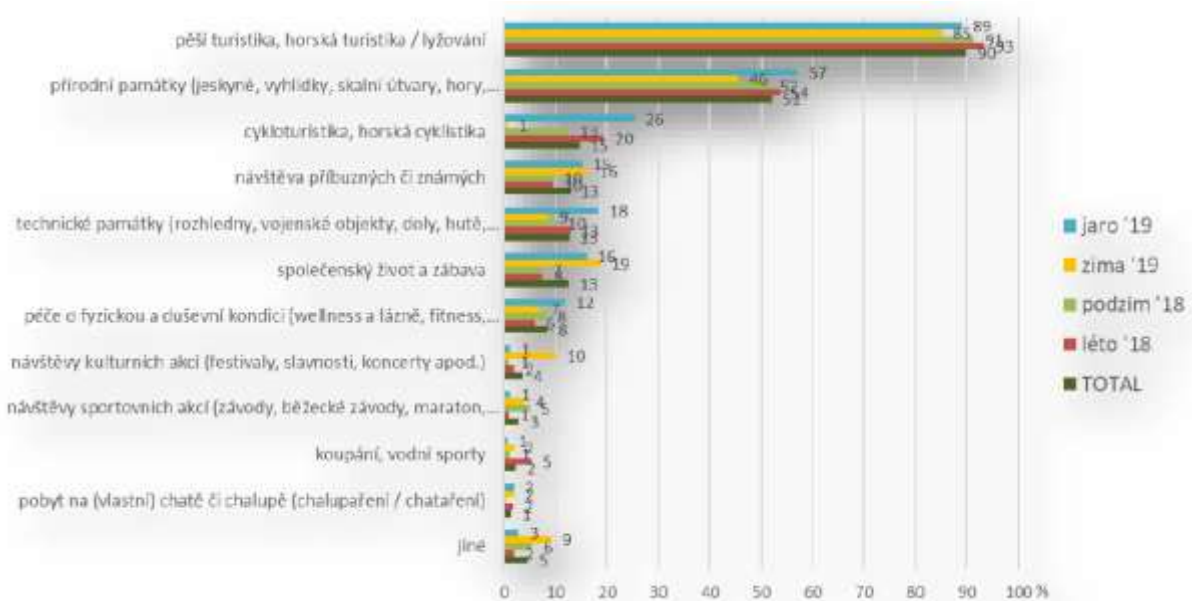
Czynności nastawione na **dbałość o kondycję fizyczną i psychiczną** (wellness, sanatoria, fitness) ogólnie podaje 8 % gości Karkonoszy.

Pozostałe czynności (odwiedzenie imprez kulturalnych, imprez sportowych, kąpiel / sporty wodne) są podawane razem w 2 %-4 % przypadków.

Średnio w przybliżeniu 1 % jest osób, które mają pobyt w Karkonoszach połączony z pobytem w (własnym) domku lub domu rekreacyjnym.

Wykres nr 4– Czynności podczas pobytu w Karkonoszach

Q13: Jakie czynności podczas tego swojego pobytu w Karkonoszach praktykujesz lub zamierzasz praktykować?



turystyka piesza, turystyka górska / narty
 zabytki przyrody (jaskinie, punkty widokowe, formacje skalne, góry, ...
 turystyka rowerowa, rowerowa górska
 odwiedzenie krewnych lub znajomych
 zabytki techniki (wieże widokowe, obiekty wojskowe, kopalnie, huty, ...
 życie towarzyskie i zabawa
 dbałość o kondycję fizyczną i psychiczną (wellness i sanatoria, fitness, ...
 imprezy kulturalne (festiwale, festyny, koncerty, itp.)
 imprezy sportowe (zawody, zawody biegowe, maraton, ...
 kąpiel, sporty wodne
 pobyt we (własnym) domku lub domu rekreacyjnym
 inne

wiosna '19
 zima '19
 jesień '18
 lato '18
 TOTAL

2.4. Źródła informacji o Karkonoszach

Ludzie najczęściej (86 %) czerpią informacje o Karkonoszach z **Internetu**. Wykorzystanie tego źródła informacji zmniejsza się z wyższym wiekiem (91 % osób w wieku do 29 lat vs. 73 % osób w wieku 60 lat i więcej). Im niższa jest częstość odwiedzania Karkonoszy, tym większe jest znaczenie Internetu (65 % odwiedza co najmniej 1x w miesiącu vs. 95 % jest w Karkonoszach pierwszy raz). Większy jest udział Internetu jako źródła informacji wśród gości czeskiej strony Karkonoszy (88 % vs. polska strona 79 %), wśród turystów, którzy w Karkonoszach przenocowali (89 % vs. jednodniowi 80 %).

Drugim źródłem informacji są **krewni i znajomi** (w sumie 57 %).

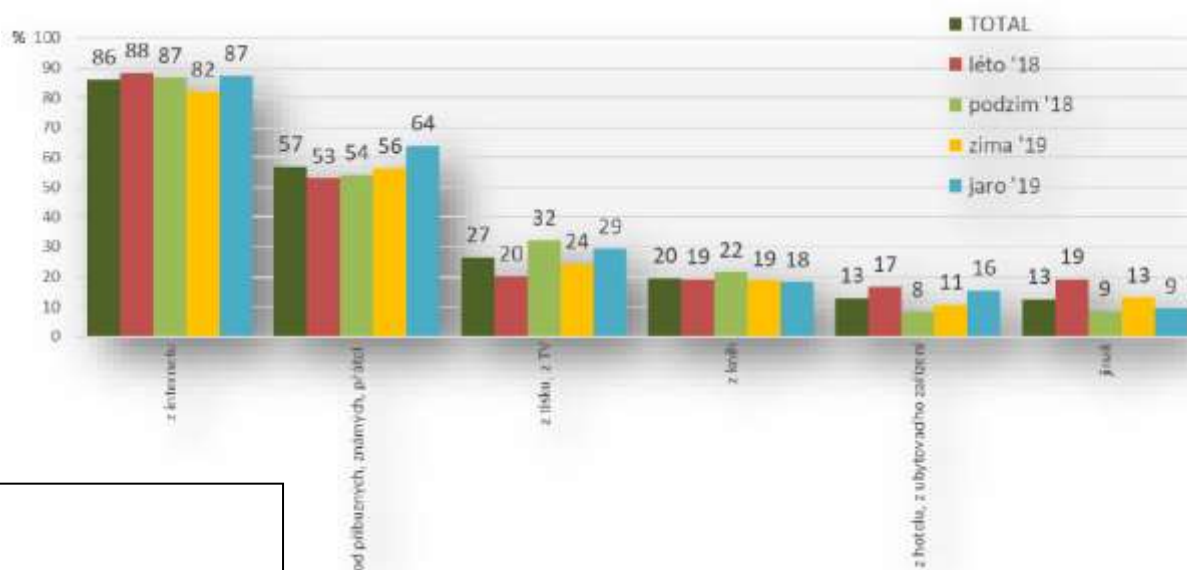
Z **prasy i telewizji** (27 %) o Karkonoszach dowiadują się raczej Czesi (29 % vs. Polacy 16 %) i goście czeskiej strony Karkonoszy (28 % vs. polska strona 19 %). Wykorzystanie tych źródeł informacji obniża się wraz z wyższym poziomem wykształcenia (36 % podstawowe vs. 20 % wyższe).

Książki jako jedno z trzech najważniejszych źródeł informacji o Karkonoszach podaje w sumie jedna piąta gości. Są to raczej osoby lepiej wykształcone, wyraźnie częściej Polacy (31 %) lub Niemcy (26 %) niż Czesi (13 %), goście polskiej strony Karkonoszy (26 % vs. czeska strona 17 %).

Dopiero **w miejscu zakwaterowania** (ale nie tylko tu – jedno z 3 najważniejszych źródeł) o Karkonoszach dowiaduje się 13 % gości. Wśród tych, którzy są w Karkonoszach pierwszy raz, to jest aż 27 %.

Wykres nr 5– Źródła informacji o Karkonoszach

Q11: Z których źródeł informacji o Karkonoszach korzystasz? Podaj 3 najważniejsze.



TOTAL
 lato '18
 jesień '18
 zima '19
 wiosna '19

z Internetu
 od krewnych, znajomych, przyjaciół
 z prasy, z TV
 z książek
 z hotelu, obiektu noclegowego
 inaczej

2.5. Środki orientacji w Karkonoszach

Oznakowanie tras turystycznych jest najliczniej wykorzystywanym środkiem orientacji gości Karkonoszy (72 %). Częściej na znakach turystycznych polegają w orientacji w Karkonoszach kobiety (75 % vs. 69 % mężczyźni).

Mapy w urządzeniu mobilnym (telefonie lub tablecie) wykorzystuje w Karkonoszach 46 % gości. Wykorzystanie map w urządzeniu mobilnym gwałtownie zmniejsza się z wyższym wiekiem (53 % osób w wieku do 29 lat vs. 24 % osób w wieku 60 lat i więcej).

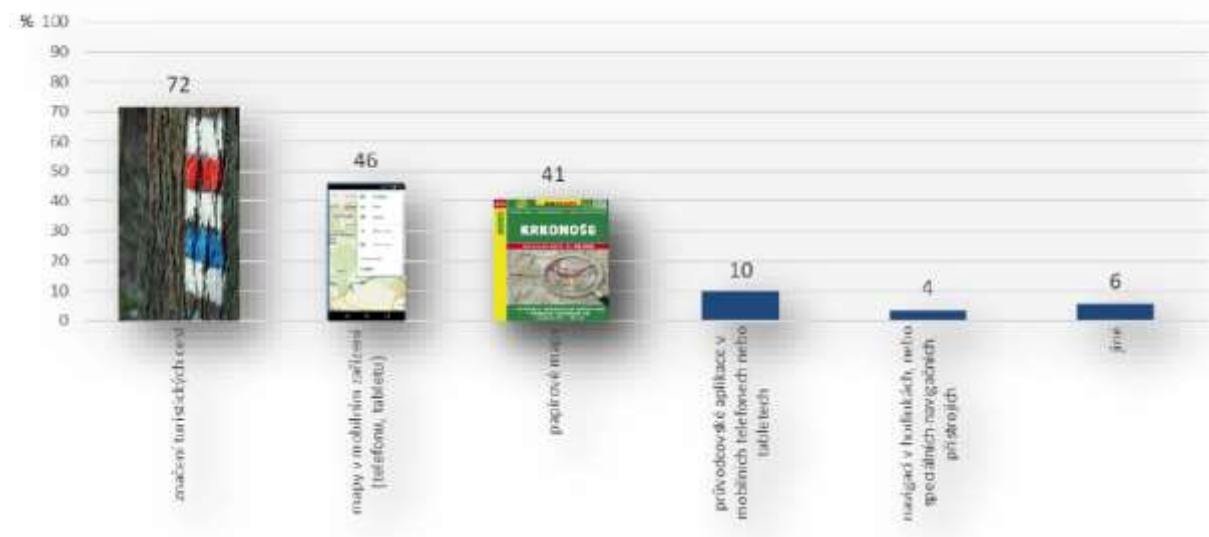
Mapy papierowe do orientacji w Karkonoszach wykorzystuje 41 % gości. Używanie papierowych map, na odwrót, znacznie wzrasta wraz z wiekiem gościa (32 % do 29 lat vs. 58 % w wieku 60 i więcej lat). Wzrasta też jednak wraz z wyższym wykształceniem (31 % podstawowe vs. 45 % wyższe). Mapy papierowe są częściej używane przez gości czeskiej niż polskiej strony Karkonoszy (43 % vs. 36 %).

Aplikacje przewodnikowe w urządzeniu mobilnym wykorzystuje jedna dziesiąta gości. Używanie znów znacznie zmniejsza się wraz z wiekiem (14 % do 29 lat vs. 4 % w kategorii wiekowej 60 lat i więcej). Z aplikacji tych korzysta 5 % czeskich gości, natomiast polskich jest 19 %. Wśród gości polskiej strony Karkonoszy jest to 19 %, natomiast wśród gości czeskiej strony 7 %.

Z nawigacji w zegarku lub bezpośrednio z przyrządów nawigacyjnych korzystają 4 % gości.

Wykres nr 6 – Środki orientacji - razem

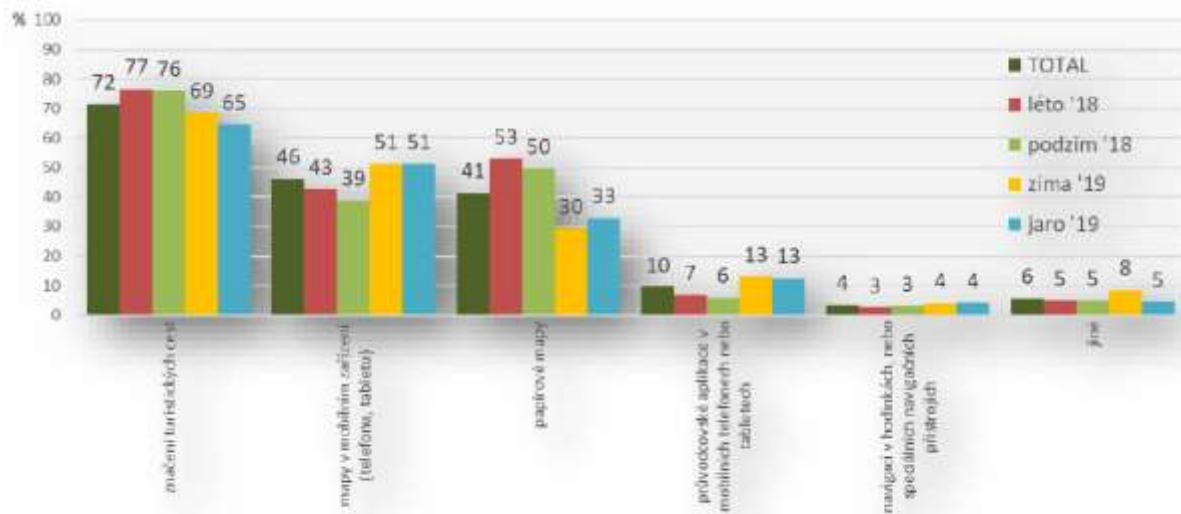
Q15: Z jakich środków orientacji podczas poruszania się tu w Karkonoszach korzystasz?



oznakowanie tras turystycznych
 mapy w urządzeniu mobilnym (telefon, tablet)
 mapy papierowe
 aplikacje przewodnicze w telefonach komórkowych lub tabletach
 nawigacja w zegarku lub specjalnych urządzeniach nawigacyjnych
 inne

Wykres nr 7 – Środki orientacji – według okresów

Q15: Z jakich środków orientacji podczas poruszania się tu w Karkonoszach korzystasz?



oznakowanie tras turystycznych
 mapy w urządzeniu mobilnym (telefonie, tablecie)
 mapy papierowe
 aplikacje przewodnicze w telefonach
 komórkowych lub tabletach
 nawigacja w zegarku lub specjalnym urządzeniu
 nawigacyjnym
 inne

TOTAL
 lato '18
 jesień '18
 zima '19
 wiosna '19

2.6. Pobyt po czeskiej / polskiej stronie Karkonoszy

W przybliżeniu trzy czwarte gości czeskiej strony Karkonoszy (udzielających wywiadu w lokalizacjach w RC) po **czeskiej stronie zostanie**, nie odwiedzając też polskiej strony. Tak zachowuje się (odpowiedziało) aż 83 % Czechów pytanych po czeskiej stronie. W przybliżeniu co drugi Polak udzielający wywiadu po czeskiej stronie dzieli swoją podróż po Karkonoszach w przybliżeniu pół na pół na każdą stronę Karkonoszy. Dwie trzecie Niemców udzielających wywiadu po czeskiej stronie nie przechodzi wcale na polską stronę.

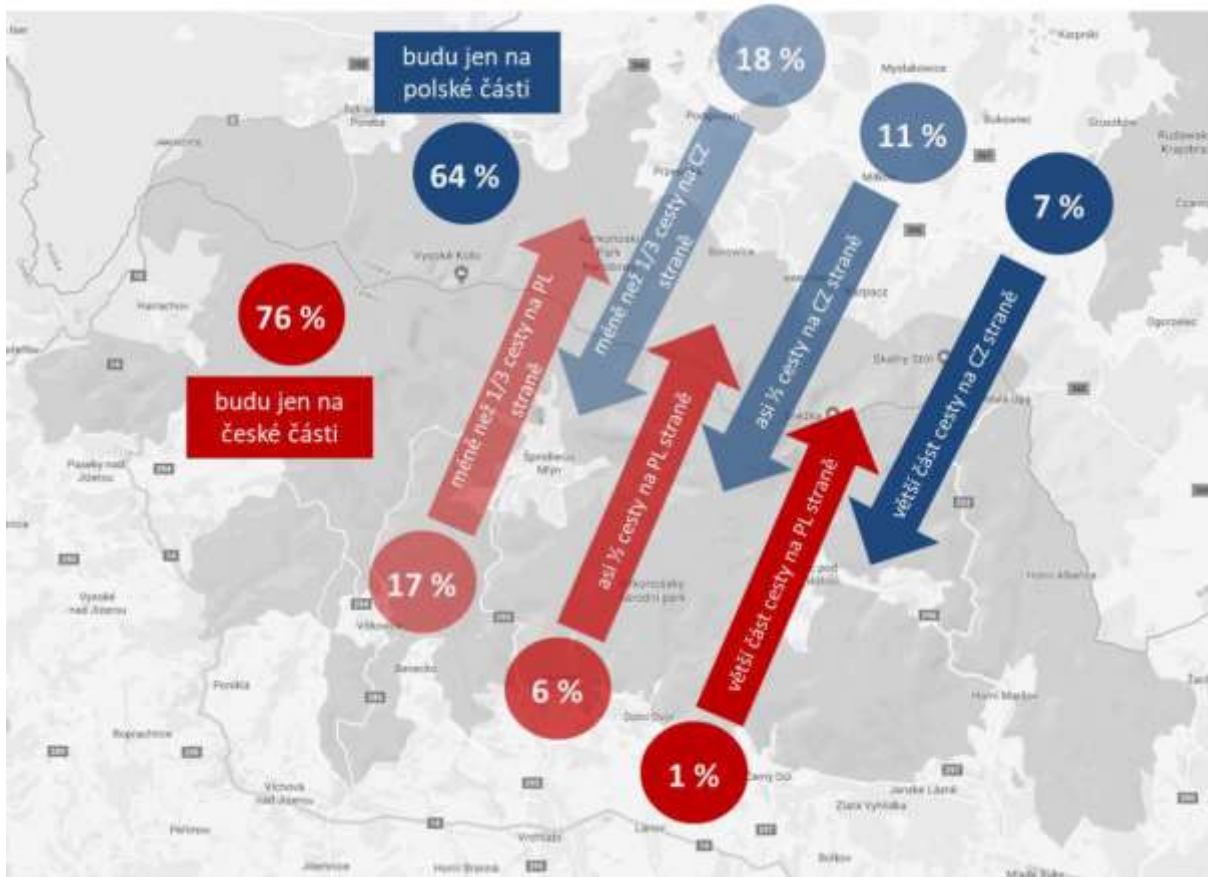
Ci goście czeskiej strony Karkonoszy, którzy jednak **kombinują zwiedzanie czeskiej strony** z odwiedzeniem polskiej strony Karkonoszy, po polskiej stronie spędzą zazwyczaj mniej niż 1/3 całego czasu pobytu.

Natomiast ci goście Karkonoszy, którzy udzielali wywiadu po polskiej stronie, **zostają tylko po polskiej stronie** w niecałych 2/3 przypadków. 8 z 10 Polaków udzielających wywiadu w Polsce również zostaje po polskiej stronie. Spośród Czechów udzielających wywiadu po polskiej stronie są dwie piąte tych, którzy mają swoją podróż zaplanowaną tylko na polskim terytorium, jedna czwarta kombinuje w ramach aktualnego pobytu obie strony Karkonoszy w przybliżeniu równomiernie („pół na pół”) a jedna czwarta czeskich gości realizuje większą część pobytu w RC.

Podobnie ci goście czeskiej strony Karkonoszy, którzy jednak **kombinują zwiedzanie polskiej strony** z odwiedzeniem czeskiej strony Karkonoszy, po czeskiej stronie spędzą zazwyczaj mniej niż 1/3 całego czasu pobytu.

Wykres nr 8– Pobyt po czeskiej / polskiej stronie Karkonoszy

Q14: Czy będzie wykorzystywać w ramach swojej dzisiejszej wycieczki również polską / czeską część Karkonoszy? Jeżeli tak, jaka część Twojej trasy prowadzi po polskiej / czeskiej stronie?



będę tylko w polskiej części
 będę tylko w czeskiej części
 mniej niż 1/3 trasy po PL stronie
 mniej niż 1/3 trasy po CZ stronie
 ok. 1/2 trasy po PL stronie
 ok. 1/2 trasy po CZ stronie
 większa część trasy po PL stronie
 większa część trasy po CZ stronie

2.7. Przenocowanie w Karkonoszach

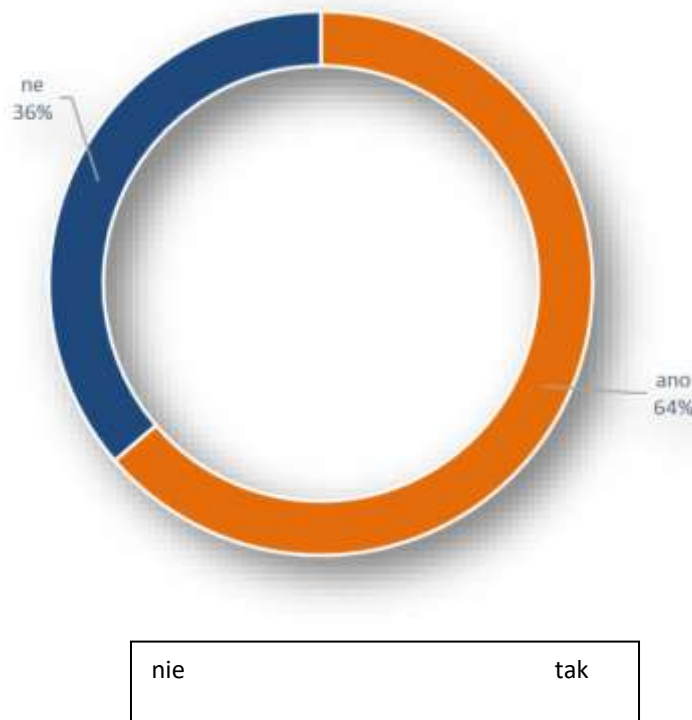
Niecałe dwie trzecie udzielających wywiadu gości Karkonoszy tu też przenocują. Udział osób, które przenocują, wzrasta wraz z wyższym wykształceniem respondentów (52 % podstawowe vs. 76 % wyższe) i jest bezpośrednio związany z dochodami respondenta.

Udział osób z przenocowaniem jest nieco wyższy w okresie letnim od lipca do września (7 z 10) niż w pozostałych okresach roku (6 z 10).

Pobyt z co najmniej jedną nocą w Karkonoszach deklaruje w przybliżeniu 70 % niemieckich gości Karkonoszy, 2/3 polskich i 59 % czeskich gości. Wśród Austriaków, Słowaków i innych gości zagranicznych zakwaterowanych jest 8 z 10.

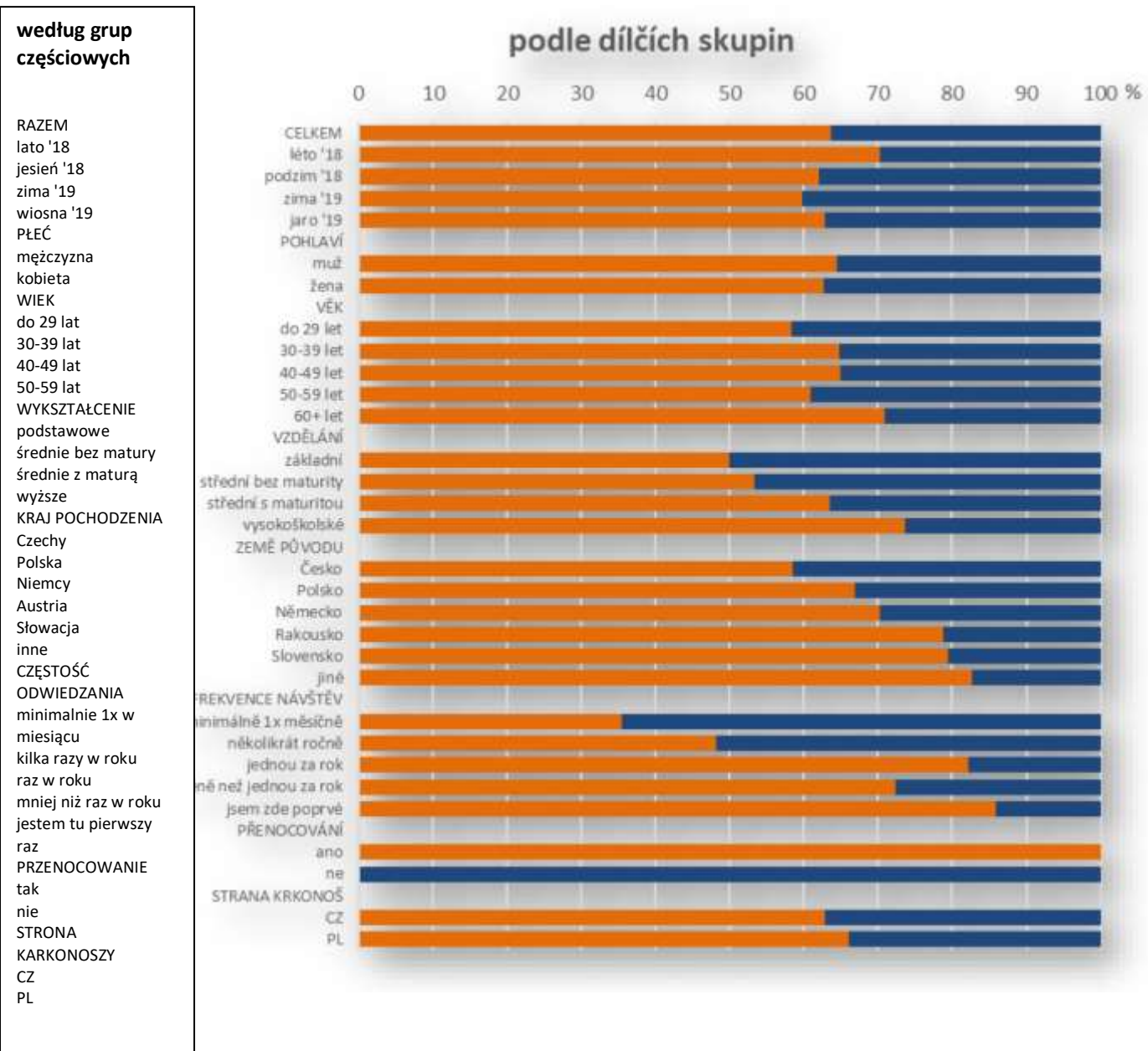
Wykres nr 9 – Przenocowanie w Karkonoszach

Q4a: Czy spędziłeś/aś lub zamierzasz spędzić w ramach tego pobytu w Karkonoszach przynajmniej jedną noc?



Wykres nr 10 – Przenocowanie w Karkonoszach

Q4a: Czy spędziłeś/aś lub zamierzasz spędzić w ramach tego pobytu w Karkonoszach przynajmniej jedną noc?



2.8. Czas trwania pobytu w Karkonoszach

Dla wszystkich gości (jednodniowych i tych, którzy w Karkonoszach zakwaterowali się i przenocowali), wychodzi średni czas trwania pobytu 3,5 dnia (3,47 dnia: średnia wszystkich 4 kwartałów gromadzenia danych, 3,57 dnia: po zważeniu danych – z uwzględnieniem różnej frekwencji w Karkonoszach / KRNAP w poszczególnych kwartałach).

U najmłodszej kategorii wiekowej do 29 lat wychodzi czas trwania pobytu średnio w przybliżeniu 3 dni, natomiast u najstarszej kategorii wiekowej 60 lat i więcej to jest ponad 4,5 dnia.

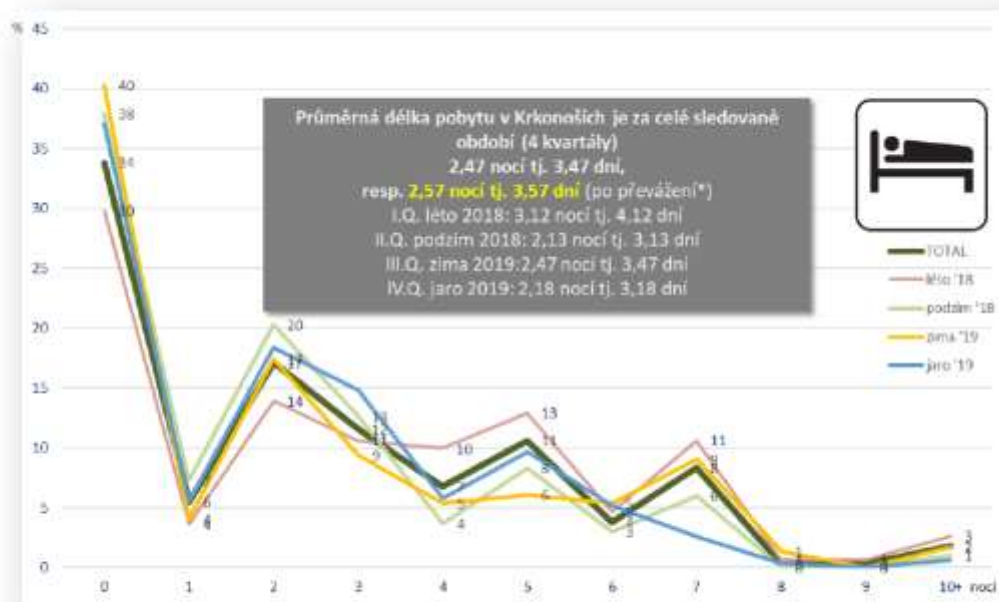
Czesi spędzą w Karkonoszach, tak samo jak Polacy, przeciętnie nieco więcej niż 3 dni (2,2 nocy), Niemcy spędzą w Karkonoszach o jeden dzień dłużej - 4 dni (3,3 nocy).

Dla gości udzielających wywiadu po czeskiej stronie średni czas trwania pobytu wynosi 3,6 dnia (2,6 nocy). Po polskiej stronie to jest 3,5 dnia (2,5 nocy).

Czas trwania pobytu tych gości, dla których głównym powodem odwiedzenia Karkonoszy była rekreacja - pobyt wypoczynkowy / urlop wynosi więcej niż 3,5 dnia. Osoby, które przyjechały do Karkonoszy na aktywny urlop, spędziły tu średnio ponad 4 dni a osoby, które przyjechały odwiedzić swoich krewnych i znajomych, w Karkonoszach spędziły 2 dni.

Wykres nr 11– Czas trwania pobytu w Karkonoszach

Q4b: Ile razy w ciągu tego urlopu/wycieczki przenocowałeś/aś, lub zamierzasz przenocować w Karkonoszach? Podaj liczbę nocy.



* se zohledněním poměrů jednotlivých kvartálů dle počtu návštěvníků

Średni czas trwania pobytu w Karkonoszach jest za cały badany okres (4 kwartały)

2,47 nocy, tj. 3,47 dni,

kw. 2,57 nocy, tj. 3,57 dni (po zważeniu)

I.Q. lato 2018: 3,12 nocy, tj. 4,12 dni

II.Q. jesień 2018: 2,13 nocy, tj. 3,13 dni

III.Q. zima 2019: 2,47 nocy, tj. 3,47 dni

IV.Q. wiosna 2019: 2,18 nocy, tj. 3,18 dni

TOTAL

lato '18

jesień '18

zima '19

wiosna '19

*z uwzględnieniem udziału poszczególnych kwartałów według liczby gości

2.9. Zakwaterowanie w Karkonoszach

Goście Karkonoszy najczęściej są zakwaterowani w obiektach noclegowych kategorii **pensjonat** (39 %). To dotyczy w szczególności okresu letniego (44 % vs. 35 %-37 % pozostała część roku).

Do **wyższej kategorii hoteli** (***) i więcej) zmierza 22 % nocujących gości i aż 24 % gości po czeskiej stronie Karkonoszy (vs. 15 % po polskiej stronie).

Apartamenty są wyszukiwane w sumie przez 13 % gości, w większej liczbie w okresie jesiennym (14 %) i zimowym (16 %) w porównaniu z wiosną lub latem (10 %-11 %), raczej po polskiej stronie (19 % vs. 11 % czeska strona).

W przybliżeniu jedna dziesiąta zakwaterowanych gości korzysta z bezpłatnego **zakwaterowania prywatnego**. Chodzi w szczególności o tych gości Karkonoszy, którzy odwiedzają krewnych lub znajomych.

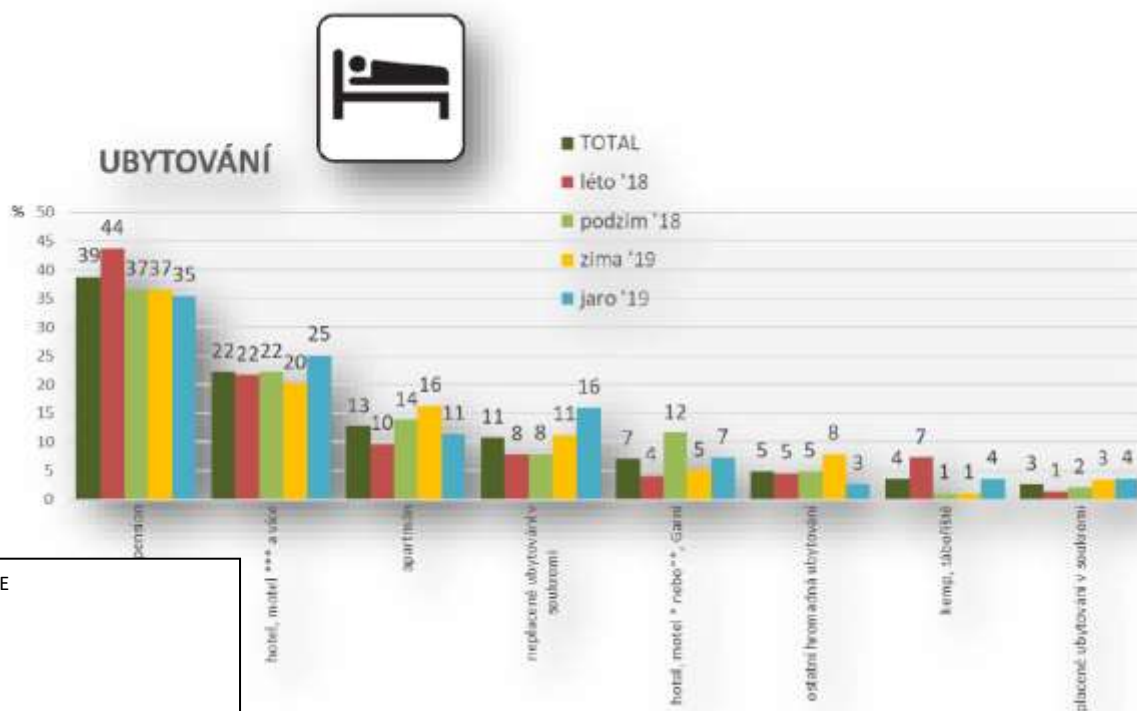
Hotele niższej kategorii (*-***, Garni) wybiera 7 % gości.

Kempingi i pola namiotowe są w Karkonoszach opcją zakwaterowania wybraną przez 4 % udzielających wywiadu i nocujących gości. Chodzi (naturalnie) o okres wiosenny i letni.

Płatne kwatery prywatne wraz z Airbnb wybiera 3 % gości.

Wykres nr 12 – Zakwaterowanie w Karkonoszach

Q5a+d+g: W jakim rodzaju obiektu noclegowego jesteś zakwaterowany/a lub zakwaterujesz się? Podaj teraz to zakwaterowanie, w którym spędziłeś/aś lub spędzisz więcej nocy, lub które uważasz za główne zakwaterowanie.



ZAKWATEROWANIE

- TOTAL
- lato '18
- jesień '18
- zima '19
- wiosna '19

- pensjonat
- hotel, motel*** i więcej
- apartament
- zakwaterowanie prywatne bez płacenia
- hote, motel* lub **, Garni
- inne zakwaterowanie zbiorowe
- kamping, pole namiotowe
- płatne kwatery prywatne

2.10. Stołowanie w Karkonoszach

Jedna trzecia zakwaterowanych turystów wybrała zakwaterowanie **bez stołowania**, po polskiej stronie to było 42 % (vs. 30 % po czeskiej stronie).

Natomiast wariant **wyżywienie całodzienne** wybrała jedna dziesiąta zakwaterowanych gości Karkonoszy. Udział osób, które wybrały wyżywienie całodzienne, wzrasta wraz z wiekiem (7 % do 29 lat vs. 16 % w wieku 60 i więcej lat).

Zakwaterowanie **ze śniadaniem** (tylko) dla swojego pobytu wybrała w przybliżeniu jedna piąta turystów. Chodzi w szczególności o najmłodszą kategorię gości (26 %). Ten wariant zakwaterowania z wyżywieniem wybrało 16 % Czechów, wśród Polaków ich było aż 37 % a wśród Niemców 26 %. Po czeskiej stronie było turystów zakwaterowanych z ofertą (tylko) śniadania 17 %, po polskiej stronie aż 33 %.

Najczęstszym wyborem jest wariant **wyżywienie częściowe** (38 %), zwłaszcza wśród czeskich i niemieckich gości (44 %, ew. 47 % vs. 15 % Polacy). Wyżywienie częściowe wybiera 53 % osób, które są w Karkonoszach pierwszy raz (bardzo często właśnie cudzoziemcy). Po czeskiej stronie Karkonoszy wyżywienie częściowe wybiera 47 % zakwaterowanych gości. Natomiast po polskiej stronie tylko 17 %.

Wykres nr 13 – Stołowanie w Karkonoszach

Q5c+f+i: Czy to zakwaterowanie było/będzie ze śniadaniem, z wyżywieniem częściowym, czy też z wyżywieniem całodziennym?



WYŻYWIENIE

bez wyżywienia
ze śniadaniem
wyżywienie całodzienne
wyżywienie częściowe

2.11. Wydatki gości w Karkonoszach

Wydatki gości w Karkonoszach w poszczególnych okresach gromadzenia danych (kwartałach) wahały się średnio od 588 CZK na osobę i dzień w okresie od lipca do września 2018 do 961 CZK w okresie od października do grudnia 2018. Z uwzględnieniem różnej frekwencji w poszczególnych okresach roku obliczona średnia **wysokość wydatków na osobę i dzień jest na poziomie 749,- CZK.**

Najważniejszymi pozycjami (29 %, ew. 27 %) jest **wyżywienie** (dotyczące praktycznie wszystkich gości) i **zakwaterowanie** (dotyczące w przybliżeniu 2/3 gości). Jeżeli zsumujemy pozycje **paliw i transportu**, dostajemy następną jedną czwartą (16 % + 8 %) z „kosztorysu“ gościa Karkonoszy, ew. KRNAP/KPN. Pozostałych 20 % jest przeznaczane w przybliżeniu po równo na zakupy towarów i inne pozycje wydatków.

Wydatki związane z pobytem w Karkonoszach są wyższe u młodszych gości (785 CZK do 29 lat) niż u starszych (681 CZK u kategorii wiekowej 40-49 lat i 612 CZK u osób w wieku 60+ lat), co jest związane też z dłuższymi pobytami starszych gości.

Czescy goście wydają na osobę i dzień średnio 604 CZK, Polacy w przeliczeniu 695 CZK a Niemcy więcej niż 1 280 CZK.

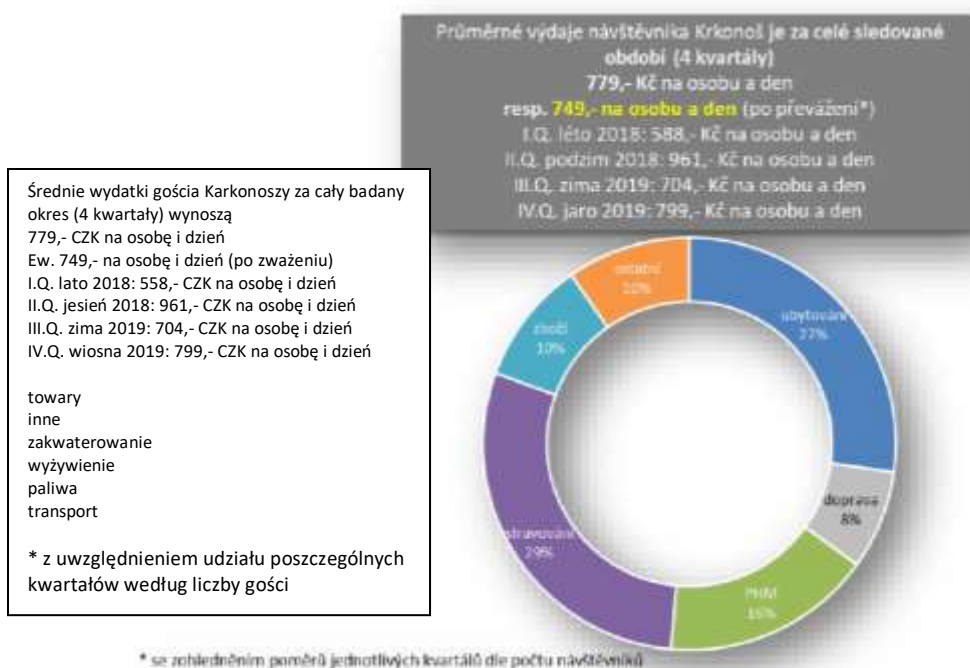
Wydatki po czeskiej stronie Karkonoszy (KRNAP) wychodzą na niecałych 800 CZK na osobę i dzień. Po polskiej stronie (KPN) natomiast na 590 CZK.

Wydatki gości, których głównym powodem odwiedzenia Karkonoszy była rekreacja - pobyt wypoczynkowy / urlop, są w wysokości 665 CZK na osobę i dzień. U osób, które przyjechały do Karkonoszy na aktywny urlop, jest to aż 945 CZK, a osoby, które przyjechały odwiedzić swoich krewnych i znajomych, wydały 565 CZK na osobę i dzień.

Wykres nr 14– Wydatki gości w Karkonoszach

Q7: Ile pieniędzy w sumie w ciągu lub w związku z tym Twoim pobytem w Karkonoszach wydałeś/aś, lub zamierzasz wydać?

Q9: Rozdziel tę kwotę w procentach według tego, na co pieniądze wydałeś/aś lub zamierzasz wydać.



Jeżeli pomnożymy wydatki na osobę i dzień po czeskiej stronie Karkonoszy (KRNAP) 800 CZK całkowitą liczbą gości KRNAP 5 miliony gości (ew. gościodni – nie chodzi o unikatowe osoby) za cały badany okres (07/2018-06/2019), **całkowite wydatki tych gości Karkonoszy, którzy odwiedzili KRNAP, są w wysokości w przybliżeniu 4 mld CZK.**

Dla polskiej strony przeliczenie 590 CZK na osobę i dzień można pomnożyć w przybliżeniu 2 milionami gości KPN (na podstawie danych ze sprzedanych biletów wstępu do KPN). **Obliczona kwota wynosi dla gości KPN ok. 1,2 mld CZK.**

2.12. Problemy podczas pobytu w Karkonoszach

W przybliżeniu połowa (53 %) gości przez czas swojego aktualnego pobytu w Karkonoszach nie spotkała się z **żadnym problemem** (wśród Polaków 69 %).

19 % krytykowało **cenę** (i postrzegało je jako problem). Ceny są krytykowane przez 21 % gości po czeskiej stronie Karkonoszy i 14 % gości polskiej strony. Czesi widzą ceny w Karkonoszach jako problem w 24 % przypadków, Niemcy w 20 %, ale Polacy tylko w 9 % przypadków.

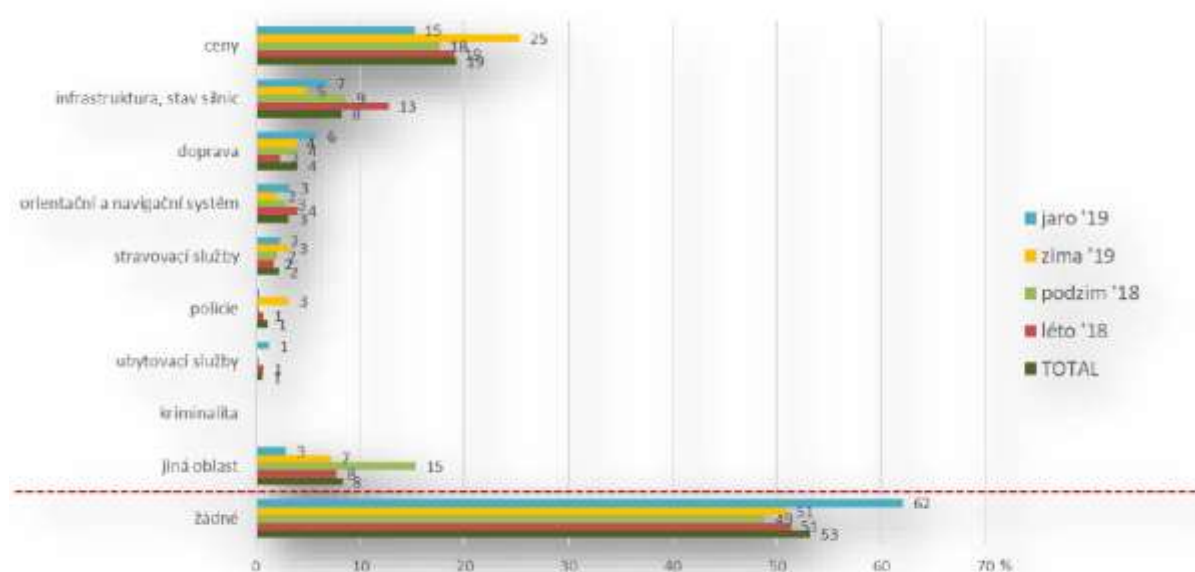
Co do infrastruktury - na temat stanu dróg w Karkonoszach krytycznie wyrażało się 8 % respondentów.

Inne kwestie były wspominane jako problematyczne zawsze w mniej niż 5 % przypadków – **komunikacja publiczna** (4 %), **system orientacyjny i nawigacyjny** (3 %), **stołowanie** (2 %), **policja** (1 %), **usługi noclegowe** (1 %). Z przypadkami **przestępczości** nie spotkał się, lub ich nie podał żaden udzielający wywiadu gość.

Inny problem w innej kwestii niż podane powyżej podało 8 % gości.

Wykres nr 15 – Problemy podczas pobytu w Karkonoszach

Q16a: Teraz powiedz jeszcze, czy w trakcie tego urlopu/wycieczki spotkałeś/aś się z jakimiś problemami. Jeżeli tak, z czego byłeś/aś najmniej zadowolony/a



ceny
infrastruktura, stan dróg
transport
systém orientacyjny i nawigacyjny
usług gastronomiczne
policja
usługi noclegowe
przestępczość
inne
żadne

wiosna '19
zima '19
jesień '18
lato '18
TOTAL

2.13. Zadowolenie z odwiedzenia Karkonoszy

Respondenci badań zostali poproszeni, aby na podstawie swojego dotychczasowego doświadczenia (ten pobyt) wyrazili stopień swojego zadowolenia z poszczególnych elementów przyrody środowiska, lub wyposażenia w Karkonoszach.

Najwyższy stopień zadowolenia jest z **przyrody i charakteru krajobrazowego Karkonoszy**. Niższy stopień zadowolenia (raczej niezadowolenie) wyraziło w tym przypadku tylko 2 % gości. Pełne zadowolenie z przyrody w Karkonoszach wzrasta z wiekiem (73 % do 29 lat vs. 87 % 60 i więcej lat) i wykształceniem (66 % podstawowe vs. 86 % wyższe). Czesi wyrazili pełne zadowolenie z przyrody w 76 %, Niemcy w 67 % przypadków, Polacy w 95 %. Tym nie mniej sumując odpowiedzi bardzo + raczej zadowolony/a z przyrody Karkonoszy u wszystkich gości bez względu na ich narodowość jest w granicach 93 %-100 %. Goście po polskiej stronie (bez względu na ich narodowość, ale z przewagą Polaków) wyrażali pełne zadowolenie w 84 %, po czeskiej stronie w 76 %.

Z **atmosfery** w Karkonoszach jest zadowolona również wyraźna większość (92 %) gości. Niezadowolenie wyraziło 6 %, 2 % wstrzymało się od oceny w tym punkcie. Również w przypadku oceny zadowolenia z atmosfery wyrażają polscy goście wyższy stopień zadowolenia (pełne zadowolenie = „zupełnie zadowolony/a“ 75 % vs. goście z RC, Niemiec 61 %-67 %).

Oznakowania turystycznego w Karkonoszach nie oceniało 4 % gości, 7 % jest niezadowolonych a w przybliżeniu połowa zupełnie zadowolonych (49 %) i 2/5 raczej zadowolonych (41 %).

Ze **świadczonych usług** w Karkonoszach wyraziło niezadowolenie 7 % gości, nie wyraziło opinii niecałe 2 %. W pełni zadowolonych jest w sumie 48 % udzielających wywiadu gości.

Udział gości niezadowolonych ze **stanu tras turystycznych** jest w sumie więcej niż jedna dziesiąta, w przybliżeniu 4 % nie oceniało - nie miało z nim doświadczenia. W pełni zadowolone są 2/5 wszystkich gości, następne więcej niż 2/5 są raczej zadowolone. Niezadowolonych jest 13 % Czechów vs. 1 % Polaków.

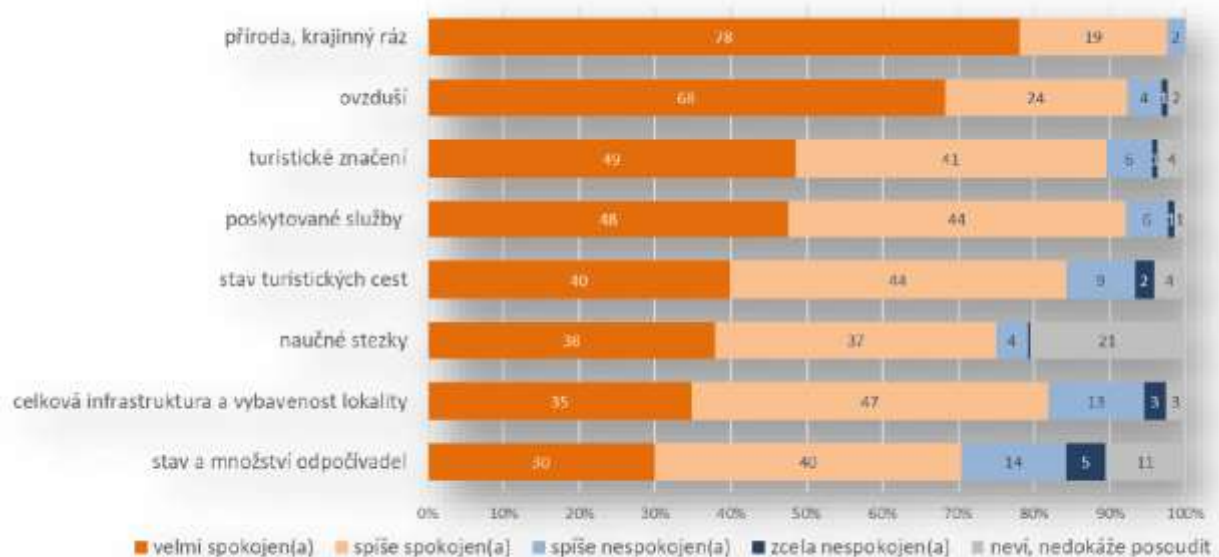
Na temat **ścieżek poznawczych** w Karkonoszach wyraziło opinię „zaledwie“ w przybliżeniu 80 % ze wszystkich udzielających wywiadu gości. Pozostała jedna piąta nie miała ze ścieżkami poznawczymi podczas obecnego pobytu w Karkonoszach aktualnego doświadczenia. Z całkowitej liczby udzielających wywiadu gości było w przybliżeniu 4 % niezadowolonych (to jest w przybliżeniu 6 % ze wszystkich ocen, to znaczy bez tych, którzy nie mieli doświadczenia).

Całkowita infrastruktura i wyposażenie lokalizacji w Karkonoszach jest przedmiotem krytyki – niezadowolenia 16 % gości (13 % raczej + 3 % zupełnie niezadowolonych), 3 % tego parametru nie oceniało. W pełni zadowolonych jest 35 % gości. Nie ma różnicy między udziałem niezadowolonych gości po polskiej i czeskiej stronie. Tym nie mniej, jeżeli porównamy zadowolenie z tego parametru według narodowości, Czesi są wyraźnie bardziej krytyczni – mniej zadowoleni (19 % niezadowolonych), Polacy 8 % a Niemcy 12 %.

Stan i ilość miejsc do odpoczynku oceniało w przybliżeniu 90 % wszystkich udzielających wywiadu (pozostała jedna dziesiąta nie potrafiła ocenić – nie miała doświadczenia). W przybliżeniu jedna piąta gości (21 % z tych, którzy oceniali miejsca do odpoczynku, to znaczy 19 % ze wszystkich udzielających wywiadu gości) jest z aktualnego stanu i/lub ilości miejsc do odpoczynku niezadowolonych (niecały 15 % raczej + 5 % zupełnie). Niezadowolenie z miejsc do odpoczynku dotyczy w szczególności Czechów i czeskiej strony Karkonoszy (w przybliżeniu 22 % Czechów i 20 % po czeskiej stronie vs. w przybliżeniu 6 % Polaków, ew. 12 % po polskiej stronie).

Wykres nr 16– Zadowolenie z odwiedzenia Karkonoszy

Q10: Gdybyś miał/a ocenić swoje doświadczenie z aktualnego odwiedzenia Karkonoszy, jaki stopień na skali od 1 do 4, gdzie 1 oznacza bardzo zadowolony(a), 2 raczej zadowolony(a), 3 raczej niezadowolony(a) i 4 zupełnie niezadowolony(a), dał(a)byś na podstawie swojego zadowolenia...



przyroda, charakter krajobrazowy
 atmosfera
 oznakowanie turystyczne
 świadczone usługi
 stan tras turystycznych
 ścieżki poznawcze
 całkowita infrastruktura i wyposażenie
 stan i ilość miejsc do odpoczynku
 bardzo zadowolony(a)
 raczej zadowolony(a)
 raczej niezadowolony(a)
 zupełnie niezadowolony(a)
 nie wie, nie potrafi ocenić

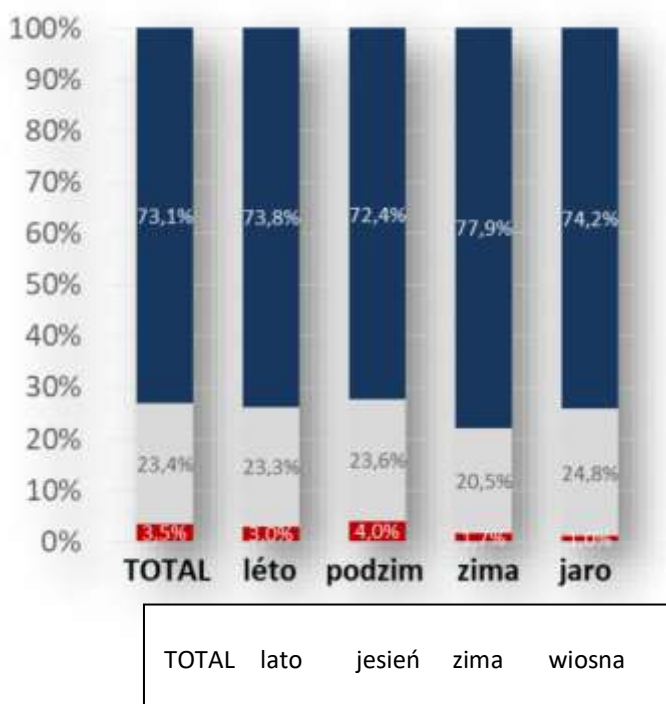
2.14. Polecanie pobytu w Karkonoszach

W ramach wywiadu goście wyrażali na skali od 0 do 10 swoją gotowość/chęć polecić pobyt w Karkonoszach swojemu bliskiemu otoczeniu, to znaczy swoim znajomym, kolegom. Ta metodyka z obliczeniem i interpretacją wyników z rozdzieleniem na trzy kategorie respondentów – gości: „promoters“ (ci, którzy dali ocenę 9 i 10 = gorąco polecają), „neutrals“ lub też „passive“ (oceny 7 i 8) i „detractors“ (oceny 0-6 = nie polecam wcale lub polecam tylko mało/słabo) jest nazywana Net Promoter Score (NPS) i porównuje wzajemnie względny udział „promoters“ minus „detractors“.

We wszystkich badanych okresach wskaźnik NPS był wysoce pozytywny od NPS +68 jesienią aż po NPS +76 w zimie.

Wykres nr 17– Polecanie pobytu w Karkonoszach

Q14b: A Jak prawdopodobne jest, że poleciłbyś/aś pobyt w Karkonoszach przyjacielom lub kolegom? Swoją odpowiedź wyraż na skali od 0 do 10, gdzie 10 oznacza zdecydowane polecenie, 0 oznacza zdecydowane niepolecanie, wartości między 0 i 10 służą do dokładniejszego wyrażenia Twojej oceny.

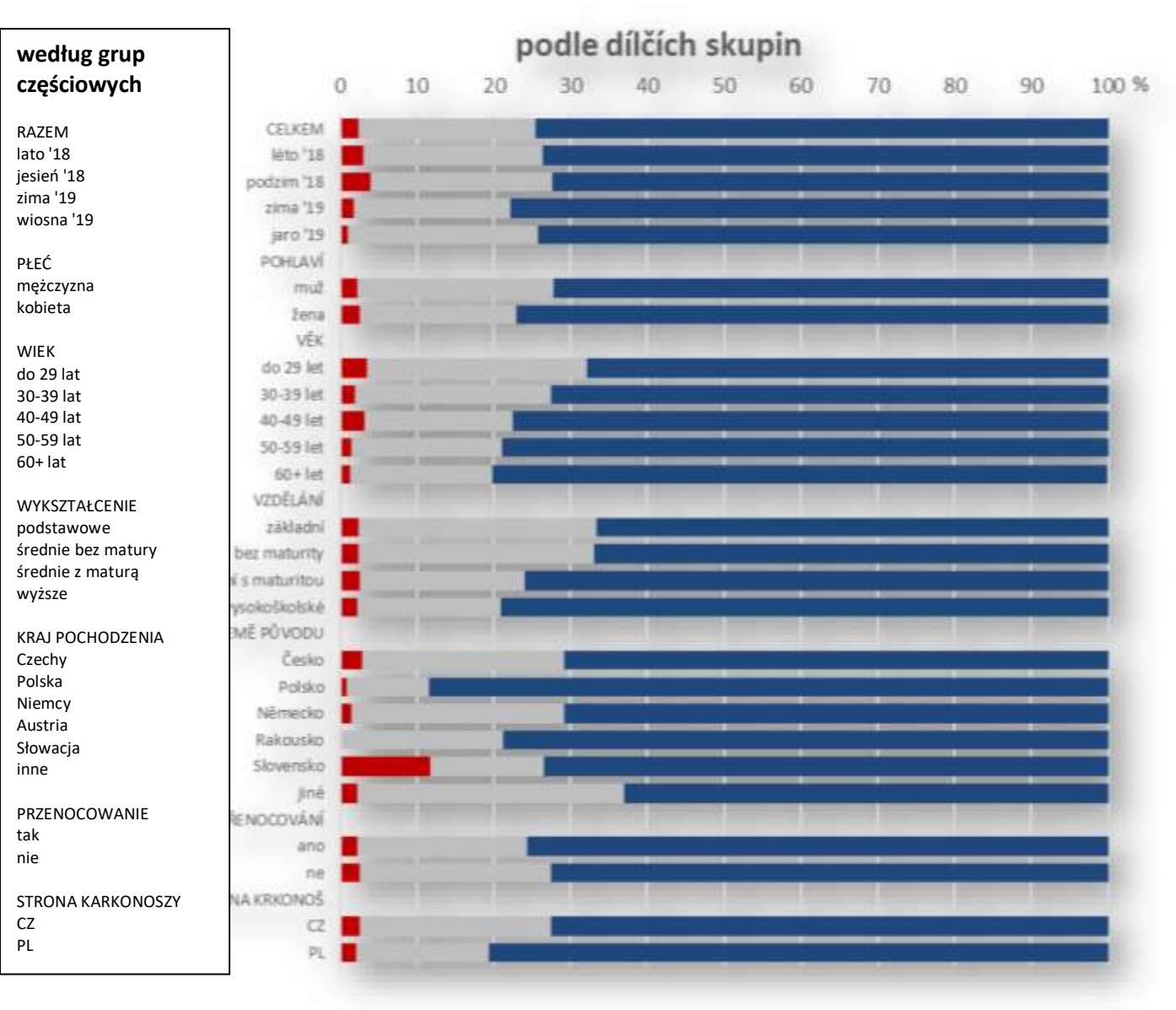


Udział „promoters“ jest u Czechów i Niemców całorocznie na poziomie 71 %, u Polaków na 88 %. Wyższy względny udział „detractors“ jest zarejestrowany tylko u słowackich gości, ale z tym, że liczba ocen za Słowaków jest dla bardziej niezawodnej analizy statystycznej stosunkowo niska (n=34).

Udział „promoters“ wzrasta z wiekiem (68 % do 29 lat vs. 80 % w wieku 60 lat i więcej) i wykształceniem (67 % podstawowe vs. 79 % wyższe). Wyższy udział „promoters“ znajdziemy po polskiej stronie Karkonoszy 81 % (vs. 73 % po czeskiej stronie).

Wykres nr 18 – Polecanie pobytu w Karkonoszach

Q14b: A Jak prawdopodobne jest, że polecisz/aś pobyt w Karkonoszach przyjacielom lub kolegom? Swoją odpowiedź wyraż na skali od 0 do 10, gdzie 10 oznacza zdecydowane polecenie, 0 oznacza zdecydowane niepolecenie, wartości między 0 i 10 służą do dokładniejszego wyrażenia Twojej oceny.



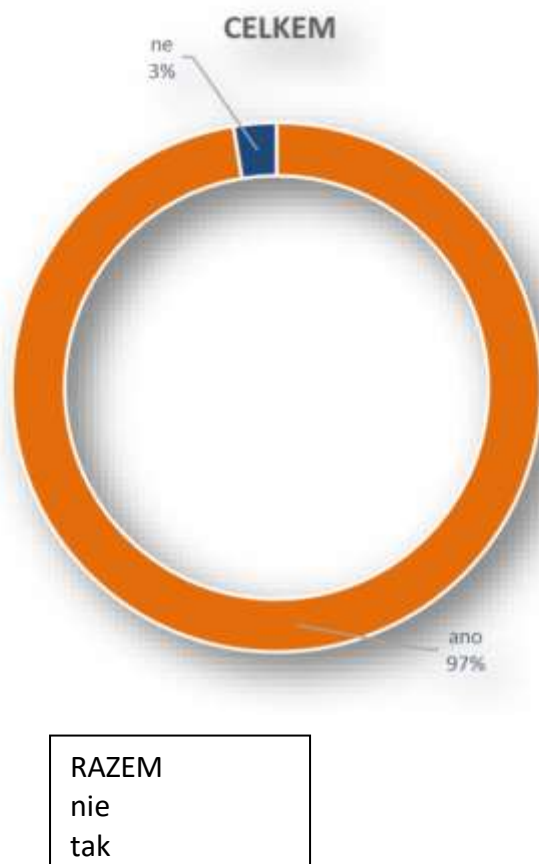
2.15. Park narodowy w Karkonoszach

O tym, że Karkonosze tworzą park narodowy (NP) wie w sumie 97 % gości (po polskiej stronie również dzięki biletom wstępu do KPN praktycznie 100 %).

Ci, którzy nie wiedzą o istnieniu parku narodowego, są częściej osobami z wykształceniem podstawowym (15 %) lub cudzoziemcami (9 % Niemców i 15 % Austriaków), zatem częściej również osobami, które są w Karkonoszach pierwszy raz (14 %).

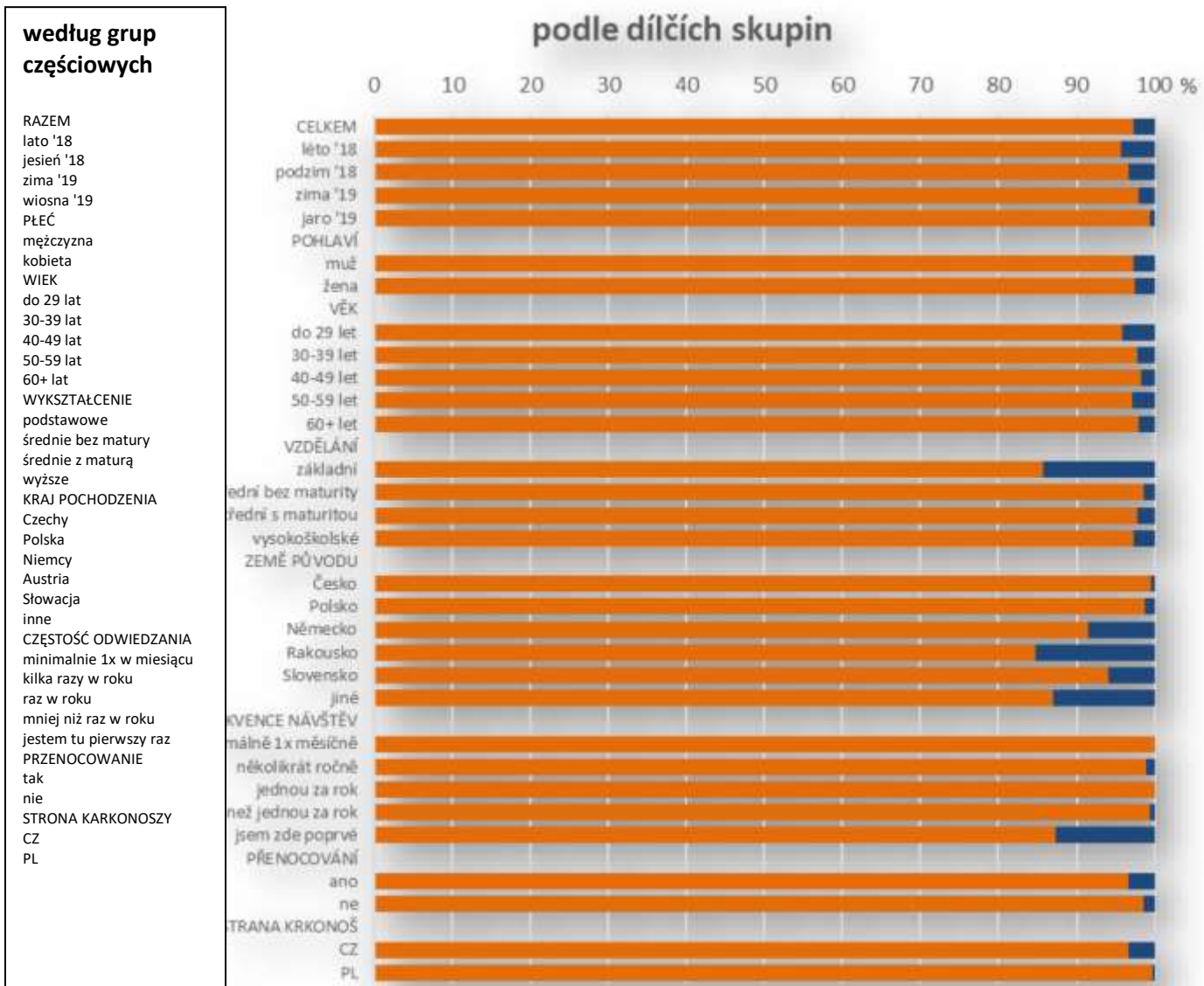
Wykres nr 19– Park narodowy w Karkonoszach - całość

Q12a: Czy wiesz o tym, że Karkonosze tworzą park narodowy?



Wykres nr 20 – Park narodowy w Karkonoszach - według grup częściowych

Q12a: Czy wiesz o tym, że Karkonosze tworzą park narodowy?



2.16. Stosunek do parku narodowego w Karkonoszach

Opinia (celowo negatywnie sformułowana) „Gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, nie jeździłbym/am tu“ wyraża 23 % (11 % zupełnie + 12 % raczej zgadza się) gości Karkonoszy. Zgodę wyrażają w szczególności Czesi (23 %) oraz Niemcy (31 %), ale nie Polacy (10 %). Z tym twierdzeniem zupełnie nie zgadza się 56 % – do Karkonoszy z pewnością jeździliby, chociaż nie byłyby parkiem narodowym. Następnich 20 % z twierdzeniem raczej nie zgadza się.

Z twierdzeniem „Gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, jakość usług obniżyłaby się“ nie zgadza się jedna dziesiąta udzielających wywiadu gości. Niezgodę z twierdzeniem znajdziemy częściej po czeskiej stronie Karkonoszy (13 % vs. 6 % po polskiej stronie).

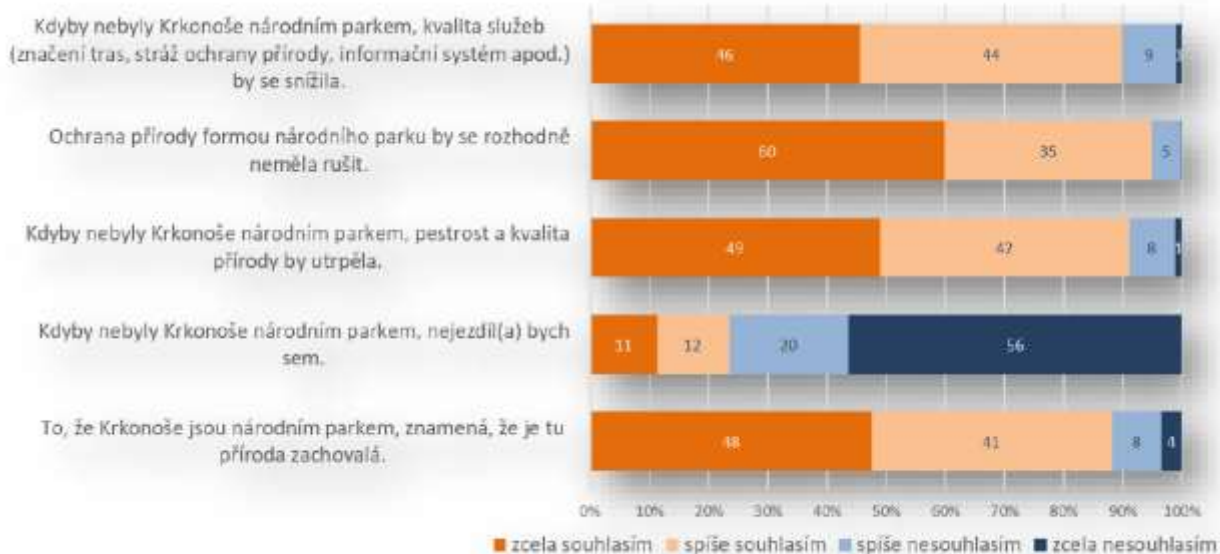
Twierdzenie „Ochrona przyrody formą parku narodowego zdecydowanie nie powinna być zniesiona“ popiera 95 % gości Karkonoszy.

Podobnie 91 % gości jest przekonanych, że „Gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, różnorodność i jakość przyrody pogorszyłaby się“. Niezgodę z twierdzeniem znajdziemy w większym stopniu wśród Czechów (10 %), ew. po czeskiej stronie Karkonoszy (12 %), niż po polskiej stronie / wśród Polaków (zgodnie 3 %).

„To, że Karkonosze są parkiem narodowym, oznacza, że przyroda jest tu zachowana“ jest zdania (zgadza się z twierdzeniem) 89 % gości. Niezgodą z twierdzeniem jest częstsza po czeskiej stronie Karkonoszy, ew. wśród Czechów (zgodnie 16 %) niż wśród Polaków, ew. po polskiej stronie (1 %, ew. 4 %).

Wykres nr 21– Stosunek do parku narodowego w Karkonoszach

Q12c: Przeczytałem kilka twierdzeń i proszę mi powiedzieć, z którym zgadzasz się, raczej zgadzasz się, raczej nie zgadzasz się, lub zupełnie nie zgadzasz się.



Gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, jakość usług (oznakowanie tras, straż ochrony przyrody, system informacyjny, itp.) obniżyłaby się.

Ochrona przyrody formą parku narodowego zdecydowanie nie powinna być zniesiona.

Gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, bogactwo i jakość przyrody pogorszyłaby się.

Gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, nie jeździł(a)bym tu.

To, że Karkonosze są parkiem narodowym, oznacza, że przyroda jest tu zachowana.

całkowicie zgadzam się

raczej zgadzam się

raczej nie zgadzam się

całkowicie nie zgadzam się

2.17. Co w Karkonoszach ograniczyć x zostawić x rozszerzyć?

Najgłośniej żądają goście ograniczenia **tras i dróg dla quadów i skuterów** (56 %).

Podobnie występuje stosunkowo silny opór (49 %) przeciwko **remontom, które nie odpowiadają pierwotnemu wyglądowi**.

Również grupa tych gości, którzy byli za ograniczeniem **sieci dróg (i) dla samochodów**, jest większa (28 %), niż udział zwolenników rozszerzenia sieci dróg dla pojazdów samochodowych w Karkonoszach (10 %).

Podobna jest też sytuacja z oceną **liczby obiektów rekreacyjnych, domów rezydencyjnych i obiektów noclegowych w parku narodowym** (ograniczenie 27 % vs. za rozszerzeniem 8 %).

Liczbę turystów w parku narodowym ograniczyliby 22 % gości, tylko 4 % popierają zwiększenie ich liczby.

Idea zwiększenia **liczby tras zjazdowych, biegowych i ośrodków narciarskich** ma w przybliżeniu tak samo liczną grupę (13 %) zwolenników, jaką ma idea obniżenia tej liczby (11 %).

Natomiast najwięcej zwolenników ma pomysł na **rozszerzenie sieci tras dla turystyki pieszej** (29 %), 66 % zakres tej sieci zostawiłoby tak, jak jest dziś. Rozszerzenie sieci dla pieszych popierają raczej Czesi (35 % vs. 22 % Polaków), ew. goście czeskiej strony Karkonoszy (30 % vs. 25 % polska strona).

Jedna czwarta gości również poparłaby **rozszerzenie liczby kolejek linowych**, 65 % zostawiłoby kolejki linowe w obecnej liczbie. Rozszerzenie liczby kolejek linowych popierają raczej Czesi (33 % vs. 14 % Polaków), ew. goście czeskiej strony Karkonoszy (28 % vs. 19 % polska strona).

Wykres nr 22– Nie/akceptowane zmiany w Karkonoszach

Q12: Jakie działania w parku narodowym powinny zostać rozszerzone w porównaniu z dzisiejszym stanem, a które na odwrót, ograniczone? Proszę odpowiedzieć oceniając na skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza ograniczyć, 2 zostawić tak jak jest, 3 rozszerzyć.



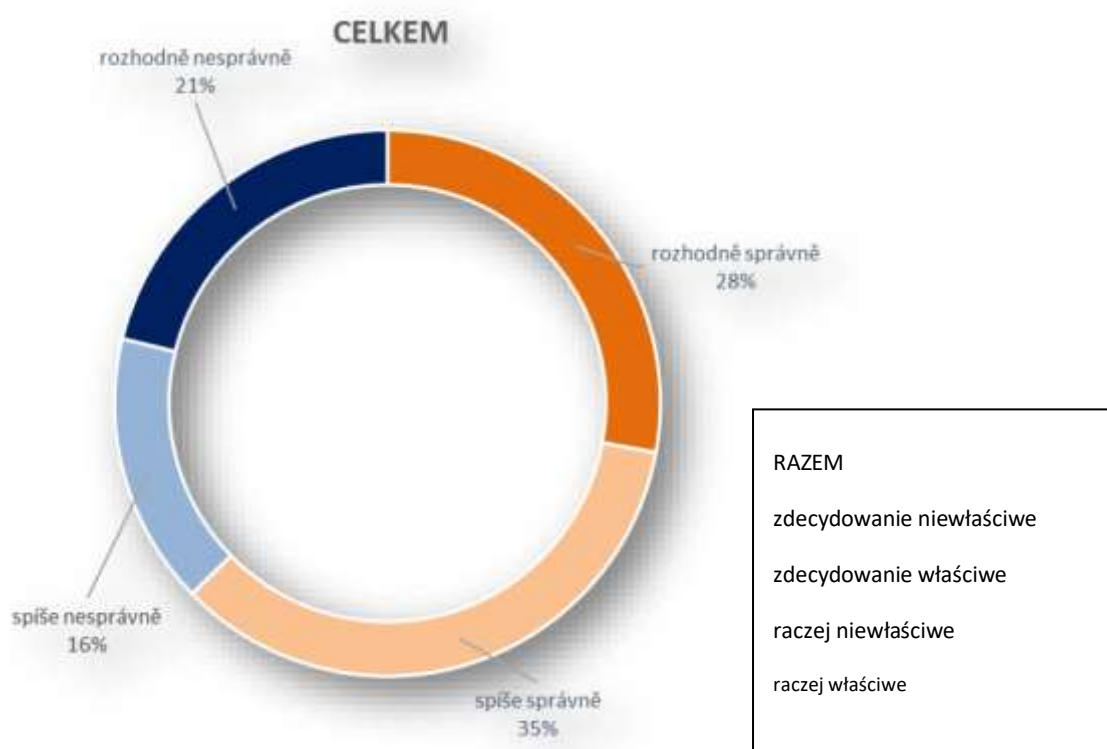
trasy i drogi dla quadów i skuterów
 modernizacja do postaci, która nie odpowiada pierwotnej
 sieci dróg i dla samochodów
 liczba obiektów rekreacyjnych, domów rezydencyjnych, obiektów noclegowych w PN
 liczba turystów w parku narodowym
 liczba tras zjazdowych, tras biegowych i ośrodków narciarskich
 liczba wyciągów linowych
 sieć tras dla turystyki pieszej
 ograniczyć zostawić tak, jak jest rozszerzyć

2.18. Bilety wstępu do KRNAP

Kwestia potencjalnego zamiaru wprowadzenia opłat za wstęp również do czeskiej części parku narodowego w Karkonoszach KRNAP zadano respondentom badań po obu stronach Karkonoszy, to znaczy zarówno po polskiej stronie, gdzie cena biletu wstępu do KPN jest w wysokości 6 PLN już wprowadzona. Ideę płatnego wstępu do KRNAP (30 CZK na osobę i cały dzień) oceniło jako zdecydowanie właściwą 28 % a następnych 35 % ją widzi jako raczej właściwą. Przeciwników płatnej opłaty za wstęp w tej wysokości jest w sumie 37 % (21 % zdecydowanie + 16 % raczej niewłaściwa decyzja).

Wykres nr 23 – Opłata za wstęp do KRNAP - całość

Q20: W niektórych parkach narodowych na świecie obowiązuje opłata za wstęp, z której pokrywa się koszty remontów i oznakowania dróg, miejsc do odpoczynku, itp. Czy uważasz, że taka opłata za wstęp w wysokości 30 CZK za osobę i całodzienny wstęp byłaby wskazana również dla KRNAP ...



Wyższy udział przeciwników płatnego wstępu (zdecydowanie + raczej przeciwko) jest wśród letnich gości Karkonoszy (47 %). Ostatnio udział osób, które odrzucają opłatę za wstęp do KRNAP (zdecydowanie lub raczej) waha się w granicach 27 %-34 %.

Udział przeciwników zmniejsza się wraz z wyższym wiekiem (47 % u osób do 29 lat vs. 27 % wśród osób w wieku 60 i więcej lat) i wyższym wykształceniem (54 % podstawowe vs. 31 % wyższe).

Zasadnicza jest różnica między opinią czeskich, niemieckich i polskich gości Karkonoszy. Wśród Czechów jest 43 % przeciwników (17 % raczej przeciwko + 26 zdecydowanie przeciwko), wśród Niemców jest ich 41 % (21 % raczej + 20 % zdecydowanie). Natomiast zaledwie 9 % gości Karkonoszy z Polski uważa pomysł na wprowadzenie opłaty za wstęp do KRNAP za niewłaściwy (8 % raczej + 1 % zdecydowanie).

Pozornie paradoksalnie za wprowadzeniem opłaty za wstęp są częstszy goście Karkonoszy (71 % zwolenników i tylko 29 % przeciwników wśród gości odwiedzających Karkonosze 1x w miesiącu). Ci regularni i bardzo liczni goście Karkonoszy są jednocześnie największymi/najwyraźniejszymi przeciwnikami dalszego rozwoju turystyki w Karkonoszach (w znaczeniu pytania dotyczącego liczby kolejek linowych, sieci dróg dla samochodów, quadów, skuterów, liczby turystów, itp.).

Przeciwko opłacie za wstęp do KRNAP są natomiast częściej osoby, które do Karkonoszy jeżdżą rzadko lub są tu pierwszy raz (47 % przeciwników z tych, którzy Karkonosze odwiedzili pierwszy raz).

Wśród gości jednodniowych (bez przenocowania) jest 44 % przeciwników (17 % raczej + 27 % zdecydowanie). Wśród zakwaterowanych ten udział stanowi jedną trzecią (15 % + 18 %).

Razem po czeskiej stronie 42 % gości jest przeciwko nastawieniu opłaty za wstęp do KRNAP. W polskiej części Karkonoszy jest to 23 %.

Wykres nr 24 – Opłata za wstęp do KR NAP - według grup częściowych

Q20: W niektórych parkach narodowych na świecie obowiązuje opłata za wstęp, z której pokrywa się koszty remontów i oznakowania dróg, miejsc do odpoczynku, itp. Czy uważasz, że taka opłata za wstęp w wysokości 30 CZK za osobę i całodzienny wstęp byłaby wskazana również dla KR NAP ...

według grup częściowych

RAZEM
lato '18
jesień '18
zima '19
wiosna '19

PŁEĆ
mężczyzna
kobieta

WIEK
do 29 lat
30-39 lat
40-49 lat
50-59 lat
60+ lat

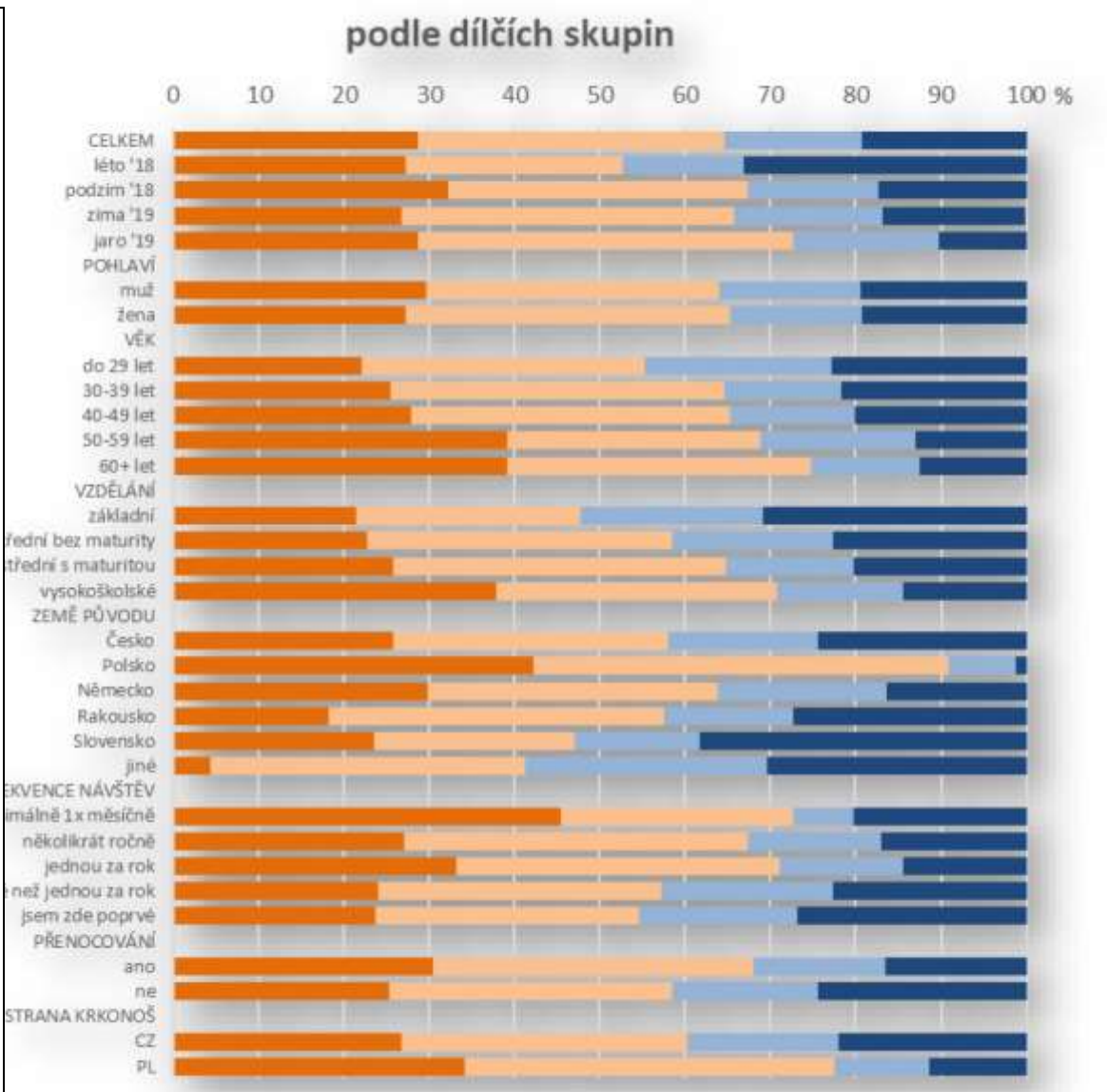
WYKSZTAŁCENIE
podstawowe
średnie bez matury
średnie z maturą
wyższe

KRAJ POCHODZENIA
Czechy
Polska
Niemcy
Austria
Słowacja
inne

CZĘSTOŚĆ ODWIEDZANIA
minimalnie 1x w miesiącu
kilka razy w roku
raz w roku
mniej niż raz w roku
jestem tu pierwszy raz

PRZENOCOWANIE
tak
nie

STRONA KARKONOSZY
CZ
PL

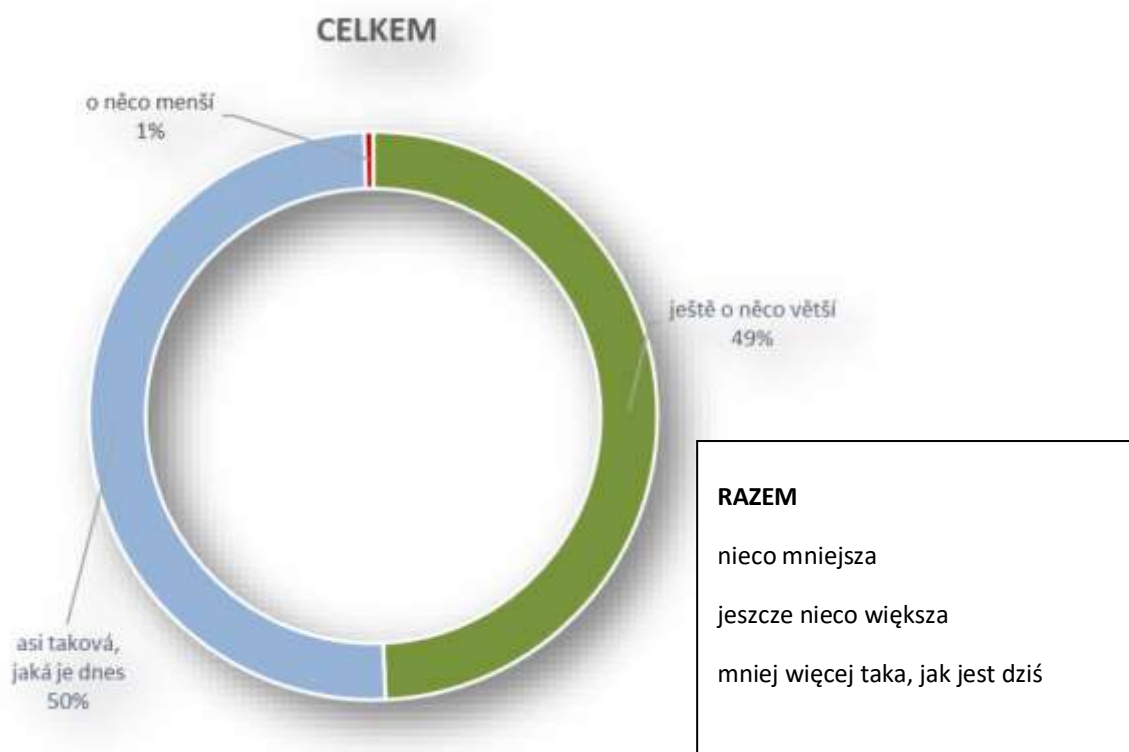


2.19. Ochrona Karkonoszy

Opinia co do tego, czy ochrona Karkonoszy powinna być zwiększona, czy zostać taka jak jest, jest dosłownie „rozdwojona“. 49 % gości byłoby za jeszcze większą ochroną Karkonoszy a 50 % zakres ochrony zostałaby w dzisiejszych intencjach. Jest oczywiste, że „strategia“, aby ochrona Karkonoszy miała się zmniejszyć, nie ma wśród gości Karkonoszy (dokładniej osób, które odwiedziły aktualne również obszary pod zarządem KRNAP/KPN) praktycznie żadnego wsparcia.

Wykres nr 25 – Ochrona Karkonoszy - całość

Q12b: Park narodowy jest bardziej rozległym chronionym obszarem, przeważnie z ekosystemami zasadniczo niezmiennymi przez działalność człowieka, lub w unikalnej i naturalnej strukturze krajobrazowej, na którym ochrona przyrody jest nadrzędna nad pozostałymi działaniami. Ochrona Karkonoszy powinna być...



Żądanie lub poparcie dla jeszcze większej lub intensywniejszej ochrony Karkonoszy jest w szczególności ze strony czeskich gości Karkonoszy (60 %) - w odróżnieniu od Polaków (33 %) lub Niemców (30 %). Większe jest poparcie dla dalszej ochrony Karkonoszy wśród gości jednodniowych (54 %), niż wśród wielodniowych (47 %), oraz wśród gości czeskiej strony Karkonoszy (53 %), niż polskiej strony (38 %).

Dalsza ochrona Karkonoszy jest znów wyraźnie popierana przez gości najczęściej odwiedzających Karkonosze.

3. PODSUMOWANIE

Typowy gość Karkonoszy, który odwiedzi również KRMAP/KPN (punkty wyborowe-ankietowe studium) nie jest w Karkonoszach pierwszy raz, ale do Karkonoszy wraca (prawie co drugi gość więcej razy w ciągu roku).

Najczęstszym źródłem informacji o Karkonoszach jest Internet (86 %) oraz informacje „word of mouth“ uzyskane od krewnych i znajomych (57 %).

Karkonosze są celem pobytów wypoczynkowych urlopów (w sumie w przybliżeniu połowa gości i wyraźniej w okresie ostatniego i pierwszego kwartału) lub pobytów w ramach tzw. aktywnego urlopu (w sumie dla niecałej jednej trzeciej gości i wyraźniej w okresie wiosennym i letnim).

Główną czynnością w Karkonoszach (dla 9 z 10 gości) jest turystyka górską, a mianowicie piesza, ew. narty biegowe / jazda na nartach w okresie zimowym, często połączone z odwiedzaniem określonych zabytków przyrody, takich jak jaskinie, punkty widokowe, formacje skalne, góry, źródła, chronione tereny, itp.). Między sezonami jest pewnym uzupełnieniem turystyki pieszej w Karkonoszach również turystyka rowerowa, ew. górską turystyką rowerową (więcej niż jedna dziesiąta gości).

W Karkonoszach niemal trzy czwarte goście orientuje się według oznakowania tras turystycznych. Mapy w formie elektronicznej w swoim urządzeniu mobilnym ma i wykorzystuje w Karkonoszach niemal połowa gości. Z pomocą klasycznych map papierowych w Karkonoszach orientują się dwie piąte gości.

Przekroczenie granicy KRMAP/KPN planuje w ramach swojej turystyki górskiej pieszej lub narciarskiej tylko mniejsza część gości, przeważnie na krótszej części trasy - tylko jedna czwarta z czeskiej na polską stronę i jedna trzecia z polskiej na czeską stronę.

Niecałe dwie trzecie gości Karkonoszy tu też przenocują. Całkowity średni czas trwania pobytu w Karkonoszach, dla wszystkich gości, łącznie z jednodniowymi, to znaczy bez przenocowania, wynosi w przybliżeniu 3,5 dnia.

Ci, którzy zakwaterowali się w Karkonoszach, wybierali raczej pensjonaty (39 %) i hotele wyższej kategorii (22 %). Turyści wybierali bądź zakwaterowanie z wyżywieniem częściowym (38 %) lub tylko ze śniadaniem (20 %). Jedna trzecia turystów była zakwaterowana bez wyżywienia. Pozostała jedna dziesiąta turystów wybrała wyżywienie całodienne.

Całkowite wydatki związane z odwiedzeniem Karkonoszy (wydatki podczas pobytu i związane bezpośrednio z pobytem w Karkonoszach) wahają się na średniej wysokości 749 CZK na osobę i dzień. Decydującymi pozycjami są wyżywienie (29 %), zakwaterowanie (27 %) i środki komunikacji publicznej/transport (24 %).

Przeliczone całoroczne sumy finansowe związane z całkowitą frekwencją KRNAP/KPN wynoszą po czeskiej stronie ok. 4 miliardów CZK i 1,2 miliarda CZK po polskiej stronie.

Krytyka gości Karkonoszy jest skierowana praktycznie przeciwko cenom / poziomowi cen w Karkonoszach (19 %) i przeciwko infrastrukturze / stanowi dróg w Karkonoszach (8 %).

Największe zadowolenie gości Karkonoszy jest w przypadku oceny przyrody i charakteru krajobrazu, ale również atmosfery. Zadowolenie jest też z oznakowania turystycznego, świadczonych usług, stanu tras turystycznych i ścieżek poznawczych. Pewna krytyka pojawia się w przypadku oceny ogólnej infrastruktury i wyposażenia, ew. oceny stanu i ilości miejsc do odpoczynku, ale również w tym przypadku przeważa pozytywna ocena.

Ogólnie trzy czwarte gości Karkonoszy to tzw. „promoters“, którzy są gotowi bez wahania polecić odwiedzenie Karkonoszy w swoim otoczeniu. Natomiast udział „detractors“, to znaczy osób, którzy raczej swojemu otoczeniu odradziliby odwiedzenie Karkonoszy, lub polecali tylko słabo, z wahaniem lub niewyraźnie, stanowi zaledwie 3,5 %.

Fakt, że na terenie Karkonoszy znajduje się park narodowy, ew. parki narodowe (KRNAP/KPN) jest powszechnie bardzo dobrze znany. Stosunek do parku narodowego jest wyrażony postawą gości, którą stosunkowo jednoznacznie wyrażają swoje przekonanie, że ochrona przyrody formą parku narodowego zdecydowanie nie powinna być znoszona, gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, poziom usług obniżyłby się a bogactwo i jakość przyrody pogorszyłaby się, że przyroda w Karkonoszach jest zachowana dzięki temu, że jest częścią parku narodowego. Niecała jedna czwarta gości jest zdania, że gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym, nie jeździłby tu.

Gdybyśmy tę grupę respondentów (którzy do Karkonoszy nie przyjechaliby, gdyby Karkonosze nie były parkiem narodowym) analizowali bardziej szczegółowo i wyrazili hipotetyczny ubytek ich wydatków związanych z niezrealizowaną podróżą i pobytem w Karkonoszach, teoretyczna całkowita „strata“ ruchu turystycznego w ciągu roku po czeskiej stronie była w wysokości prawie 1 miliarda CZK (445 mln CZK z wyższym prawdopodobieństwem – „bardzo prawdopodobnie nie przyjechaliby“ + 530 milionów od tych, którzy „raczej nie przyjechaliby“). W zakresie zakwaterowania ta „strata“ wynosiłaby w przybliżeniu 225 mln CZK a wyżywienia ponad 260 mln CZK. Po polskiej stronie ta teoretyczna strata wynosiłaby rocznie w przybliżeniu ćwierć miliarda CZK (100 mln CZK + 160 mln CZK), w zakresie zakwaterowania niecałych 80 mln CZK a wyżywienia ponad 70 mln CZK.

Goście Karkonoszy dzielą się na dwie jednakowo duże grupy. Według pierwszej grupy ochrona Karkonoszy powinna zostać zachowana w zakresie i intensywności w przybliżeniu takiej, jaka jest dziś. Druga grupa jest za jeszcze nieco większą ochroną Karkonoszy.

Wśród gości Karkonoszy przeważają zwolennicy ograniczania tras i dróg dla quadów i skuterów, ograniczania remontów do postaci, która nie odpowiada pierwotnemu wyglądowi nieruchomości. Zachowania obecnego stanu i zakresu goście najczęściej oczekują w przypadku wszystkich innych rozpatrywanych potencjalnych zmian w Karkonoszach, przy tym w przypadku liczby wyciągów linowych i sieci tras dla turystyki pieszej jest silna grupa tych, którzy popieraliby ich rozszerzenie. Co natomiast zdaniem gości nie powinno być rozszerzane, jest to liczba turystów w parku narodowym. 22 % respondentów nawet jest za tym, aby liczba turystów w przyszłości została ograniczona.

Potencjalne wprowadzenie opłaty za wstęp do KRNAP w wysokości 30 CZK na osobę i dzień popierają dwie trzecie gości (zdecydowanie 29 % + raczej tak 36 %). Opłatę za wstęp uważa zdecydowanie za niewłaściwą jedna piąta gości.

Realizację projektu zapewniał pięcioosobowy zespół realizacyjny, który uczestniczył w realizacji zlecenia i był odpowiedzialny za świadczenie odpowiednich usług związanych ze studium **Socjoekonomiczne badania frekwencji w karkonoskich parkach narodowych**.

Zespół MindBridge Consulting a.s. pracował w składzie:

kierownik zespołu:

Inż. Tomáš Kravka – 1. wiceprezes zarządu, executive director, analityk

fachowi członkowie zespołu:

Inż. Ladislav Klika – prezes zarządu, CEO, analityk

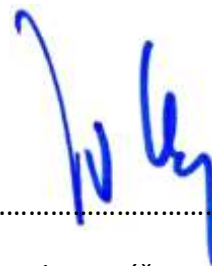
Mgr David Dohnal – research executive

Inż. Šárka Vidlařová – field manager

W imieniu CE-Traffic a.s. Był członkiem zespołu realizacyjnego:

Mgr Ondřej Špaček - ekspert w zakresie rozwoju regionalnego i ruchu turystycznego

Praga, dnia 28 sierpnia 2019



.....
Inż. Tomáš Kravka
wiceprezes zarządu,
executive director
MindBridge Consulting a.s.