

# Karolina Buczkowska

---

## Mieszkańcy 24 krajów świata wybierają najprzyjemniejszy rodzaj wycieczki lub wakacji

---

Turystyka Kulturowa nr 8, 61-65

---

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

## **Raport**

**Raport Ipsos (global @dvisor) z lutego 2011 r. Na temat:  
Mieszkańcy 24 krajów świata wybierają najprzyjemniejszy rodzaj  
wycieczki lub wakacji  
("Global citizens in 24 countries choose their primary pleasure trip/vacation type")**

**Tłumaczenie, opracowanie i komentarz w odniesieniu do turystyki kulturowej: Karolina Buczkowska** ("Turystyka Kulturowa"; Wydział Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu)

### **Źródło:**

<http://www.ipsos-na.com/download/pr.aspx?id=10448> (materiał po angielsku)

<http://dziennikturystyczny.pl/2011/03/jakie-wakacje-lubia-polacy-jakie-wakacje-woli-swiat/>

### **Wprowadzenie**

Raport Ipsos (Global @dvisor) z lutego 2011 r. zatytułowany: "Mieszkańcy 24 krajów świata wybierają najprzyjemniejszy rodzaj wycieczki lub wakacji" przygotowany został w oparciu o dane, które zostały zebrane z ogólnoswiatowej ankiety, za pomocą której pytano, jakie są główne typy podróży wybierane przez respondentów.

W celu szczegółowszej, aniżeli zamieszczona poniżej, interpretacji bądź pytań na temat raportu, można skontaktować się z następującą osobą: Dave Pierzchła, Vice President; *Ipsos Reid - Loyalty/Travel*; 1285 West Pender Street, Suite 200; Vancouver, BC V6E 4B1, e-mail: [dave.peirzchala@ipsos.com](mailto:dave.peirzchala@ipsos.com)

### **Informacje na temat Ipsos**

Ipsos to druga największa na świecie firma zajmująca się badaniem rynku; zarządzana i należąca do profesjonalnych badaczy rynku, która szacuje potencjał rynkowy oraz interpretuje trendy rynku dla ponad 5 tys. klientów na całym świecie po to by rozwijać i testować pojawiające się lub istniejące produkty bądź usługi, by budować marki, testować reklamy i analizować reakcje publiczności na różne media, a także badać opinię publiczną na wskazane tematy

Ipsos zatrudnia ponad 9100 osób, pracujących w 64 krajach. Dla ponad 100 krajów prowadzi badania w zakresie reklamy, lojalności klienta, marketingu, mediów i spraw publicznych, zajmuje się przewidywaniem rynku i konsultingiem oraz szeroką gamą produktów i usług w sieci itp.

Ipsos założone zostało w 1975 r. przez Jaen-Marc Lech i Didier Truchot; na rynku globalnym swe usługi świadczy od 1999 r.

Więcej informacji na temat Ipsos można znaleźć na stronach internetowych: [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

### **Metodologia**

Badanie, którego dotyczy raport, jest przeprowadzane co miesiąc w 24 krajach na świecie za pomocą panela online należącego do Ipsos. Krajami uczestniczącymi w badaniu są: Arabia Saudyjska, Argentyna, Australia, Belgia, Chiny, Francja, Hiszpania, Indie, Indonezja, Japonia, Kanada, Korea Południowa, Meksyk, Niemcy, Polska, Republika Południowej Afryki (RPA), Rosja, Szwecja, Turcja, USA, Węgry, Wielka Brytania, Włochy i Włochy.

Pomiędzy 4 a 22 listopada 2010 r. przebadana została próba 18776 osób w wieku 18-64 w USA i Kanadzie oraz w wieku 16-64 w pozostałych krajach. Średnio udział w badaniu wzięło ok. 1000+ osób w większości krajów, za wyjątkiem Argentyny, Indonezji, Meksyku, Polski, Arabii Saudyjskiej, Korei Południowej, Szwecji, Rosji i Turcji, w których ankietyzacji poddano średnio po 500+ osób.

By zbalansować zmienne demograficzne i zapewnić kompozycję próby odzwierciedlającą opinie dorosłej części populacji świata w oparciu o najnowsze dane z krajowych spisów

powszechnych oraz by zapewnić wyniki badań, które będzie można interpretować w ujęciu globalnym dla całego świata, zastosowano metodę ważenia. Bliższe dane na temat metody badań zawarte są w wersji anglojęzycznej raportu.

### **Składniki analityczne**

W każdym kraju wybranym do badania, zadawano ankietowanym pytanie-prośbę, w odpowiedzi na które należało wybrać jedną z sześciu możliwych propozycji. Pytanie-prośba brzmiało: "Z poniższej listy proszę wybrać najprzyjemniejszy dla siebie rodzaj wycieczki/wakacji". *Możliwości odpowiedzi były następujące:*

- a) **"Relaks i częściowe zwiedzanie"**, tzn.: *zwiedzanie rekreacyjne, wycieczki autokarem lub statkiem, odwiedzanie lokalnych restauracji, udział w popularnych pokazach;*
- b) **"Zanurzenie w kulturze"**, tzn.: *próbowanie lokalnych przysmaków i zdobywanie doświadczeń kulturowych, zwiedzanie miejsc historycznych, muzeów narodowych i galerii, zbaczanie z typowych ścieżek i odwiedzanie mniej znanych miejsc, udział w festiwalach;*
- c) **"Szukanie wrażeń"**, tzn. *wspinaczka na wysokościach, jazda na nartach po zaśnieżonych stokach, latanie helikopterem, spływy raftingowe;*
- d) **"Kosmopolityczne wakacje/wycieczki"**, tzn. *robienie zakupów we wszystkich tzw. "gorących miejscach", jadenie w najmodniejszych restauracjach, obserwowanie ludzi z nadzieją na spotkanie kogoś znanego;*
- e) **"Wakacje/wycieczki na łono natury"**, tzn. *chodzenie po górach, pływanie kajakiem, poznawanie przyrody, wędkowanie, polowanie, wakacje w domkach letniskowych, gospodarstwach agroturystycznych, na kempingach, pływanie łodzią, żeglowanie;*
- f) **"Wakacje/wycieczki typowo dla rodzin z dziećmi"**, tzn. *wizyty w parkach rozrywki, wycieczki na wieś, kąpiele i pływanie oraz hotele ze specjalnymi programami animacyjnymi dla dzieci, tak aby rodzice mogli odpocząć, lub aby dzieci mogły się dobrze bawić.*

### **Podsumowanie wyników badań**

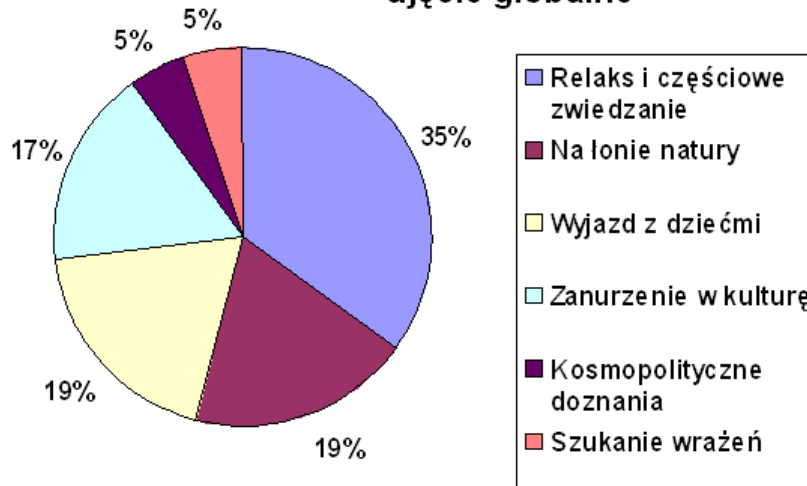
Przeprowadzone badania pokazały, że:

1. **"Relaks i częściowe zwiedzanie" (35% odpowiedzi)** to najczęściej wybierana opcja wypoczynku przez mieszkańców świata.
2. **"Wakacje/wycieczka na łonie natury" (19%), "Wakacje/wycieczki typowo dla rodzin z dziećmi" (19%) oraz "Zanurzenie w kulturę" (17%)** to kolejne rodzaje wypoczynku wybierane przez mieszkańców świata.
3. **"Kosmopolityczne doznania" (5%) oraz "Szukanie wrażeń" (5%)** to najrzadziej wybierane rodzaje wypoczynku przez mieszkańców świata.

Rozmieszczenie procentowe wyników badań zaprezentowano na wykresie 1, natomiast szczegółowe zestawienie informacji na temat preferencji mieszkańców świata w zakresie najchętniej wybieranych rodzajów wakacji/wycieczek zamieszczono w tabeli 1. Kolorem czerwonym zapisano w tabeli dane dotyczące "Zanurzenia w kulturę" - rodzaju wakacji/wycieczek ściśle odnoszącego się do turystyki kulturowej, natomiast kolorem różowym dwa inne rodzaje, które w zakresie turystyki kulturowej także się mieszczą: "Relaks i częściowe zwiedzanie" oraz "Kosmopolityczne doznania". Kolorem zielonym zaznaczono w całej tabeli dane dotyczące Polski.

**Komentarz.** Na podstawie zaprezentowanych wyników łatwo zauważyć, że ponad połowa (57%) obywateli na świecie zainteresowana jest poznawaniem kultury podczas wakacji lub odbywanej wycieczki, z różnym jednak stopniem i sposobem zaangażowania w owo poznanie: 35% wybiera "Relaks i częściowe zwiedzanie", 17% "Zanurzenie w kulturę", a 5% "Kosmopolityczne doznania". Bardzo dobrym zwiastunem na przyszłość jest fakt, że prawie co szósty człowiek wybiera właśnie wyjazd kulturowy najchętniej i że "zanurzenie w kulturę" stanowi główny cel jego wyjazdów. Badania Ipsos w zakresie kategorii "Zanurzenie w kulturę" zbieżne są z danymi na temat turystów kulturowych zawartych w innych źródłach - potwierdza się, że w wyjazdy kulturowe częściej wybierają kobiety od mężczyzn, osoby starsze, stanu wolnego (bez zobowiązań) oraz przede wszystkim: z wyższym wykształceniem.

### Preferencje wyjazdowe - ujęcie globalne



Wykres 1. Preferencje mieszkańców świata w zakresie najchętniej wybieranych rodzajów wakacji/wycieczek

Źródło: Opracowanie własne: Karolina Buczkowska w oparciu o raport Ipsos

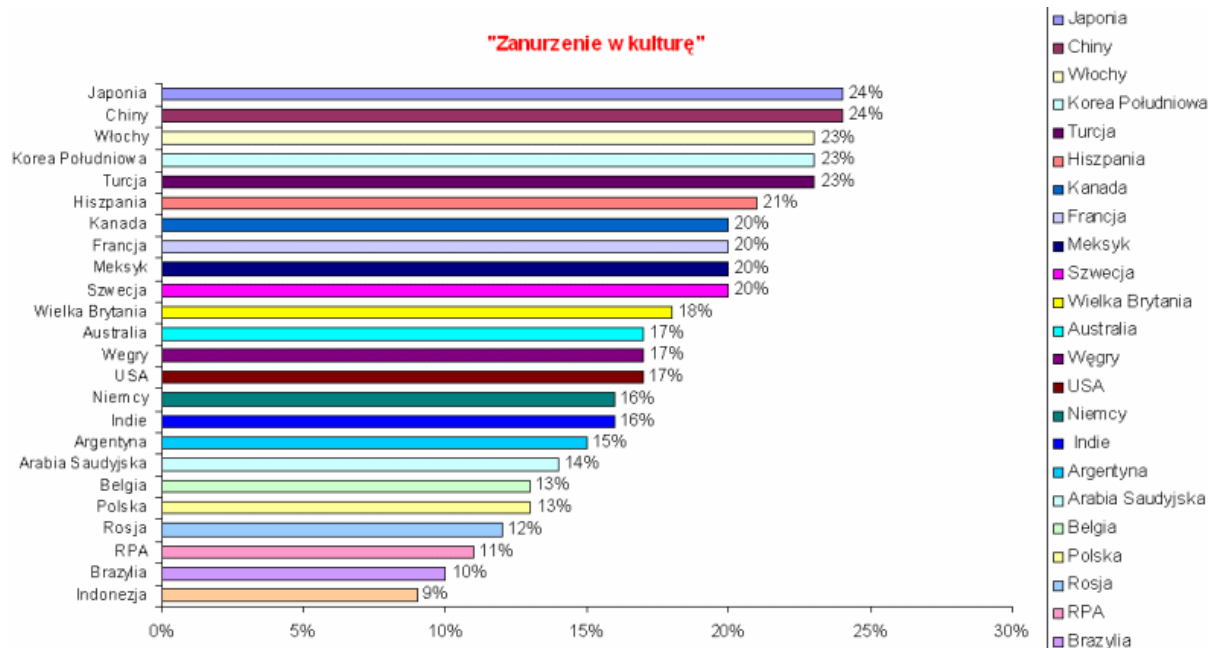
Tabela 1. Zestawienie wyników badań na temat preferencji mieszkańców świata w zakresie najchętniej wybieranych rodzajów wakacji/wycieczek

Rodzaj wakacji/wycieczek	Odsetek odpowiedzi	Kraje wiodące w wyborze danego rodzaju wakacji/wycieczek	Odsetek odpowiedzi dla danego kraju	Dane demograficzne osób najczęściej wybierających dany rodzaj wakacji/wycieczek	Odsetek odpowiedzi dla danego kraju	Kraje rzadko wybierające dany rodzaj wakacji/wycieczek	Odsetek odpowiedzi dla danego kraju
"Relaks i częściowe zwiedzanie"	35%	Niemcy Wielka Brytania Szwecja Francja	45% 43% 41% 40%	Kobiety versus mężczyźni Wiek pow. 50 Wiek 35-49 Wiek pon. 30 *inne dane demograf. i socjoekonomiczne nie wyróżniały się	36% vs. 33% 46% 33% 31%	Arabia Saudyjska Polska (mśc. 23) Brazylia Indonezja	21% 26% 27% 29%
"Wakacje / wycieczki na łonie natury"	19%	RPA Rosja Polska (mśc. 3) Chiny Turcja	32% 31% 30% 27% 25%	Mężczyźni versus Kobiety Niższe wykształcenie *inne dane demograf. i socjoekonomiczne nie wyróżniały się	22% vs. 16% 21%	Korea Południowa Szwecja Wielka Brytania Japonia	9% 10% 10% 12%
"Wakacje/wycieczki typowo dla rodzin z dziećmi"	19%	Indonezja Brazylia Arabia Saudyjska Polska (mśc. 4) Belgia Korea Południowa	39% 29% 25% 24% 23% 23%	Wiek 35-49 Po ślubie Niższe dochody *inne dane demograf. i socjoekonomiczne nie wyróżniały się	25% 27% 22%	Chiny Japonia Francja Rosja Włochy Kanada	5% 12% 13% 14% 14% 14%

"Zanurzenie w kulturę"	17%	Japonia Chiny Włochy Korea Południowa Turcja	24% 23% 23% 23% 23%	Kobiety versus mężczyźni Wiek pow. 50 Stanu wolnego Wyższe wykształcenie *inne dane demograf. i socjoekonomiczne nie wyróżniały się	19% vs. 16% 21% 19% 22%	Indonezja Brazylia RPA Rosja Polska (mśc. 20)	9% 10% 11% 12% 13%
"Kosmopolityczne doznania"	5%	Arabia Saudyjska Japonia India RPA Korea Południowa	12% 11% 9% 7% 7%	Wiek pon. 35 Niższe dochody Stan wolny Wyższe wykształcenie *inne dane demograf. i socjoekonomiczne nie wyróżniały się	7% 6% 6% 6%	Turcja Rosja Polska (mśc. 22) Węgry	1% 1% 1% 1%
"Szukanie wrażeń"	5%	Rosja Brazylia Arabia Saudyjska Indie Szwecja Turcja *Polska (mśc. 14)	9% 8% 8% 7% 7% 7% 5%	Mężczyźni versus Kobiety Wiek pon. 35 Wyższe dochody Stanu wolnego *inne dane demograf. i socjoekonomiczne nie wyróżniały się	7% vs. 4% 9% 6% 8%	Węgry Japonia Indonezja Kanada	2% 3% 3% 3%

Źródło: Opracowanie własne: Karolina Buczkowska w oparciu o raport Ipsos

**Komentarz.** Jak wspomniane zostało wcześniej, z punktu widzenia turystyki kulturowej najważniejszym rodzajem wyjazdu z sześciu wskazanych w badaniu Ipsos jest "Zanurzenie w kulturę", dlatego też na kolejnym wykresie - nr 2 zaprezentowane zostało zestawienie wyników dla tego właśnie rodzaju wyjazdu według krajów uczestniczących w ankietyzacji (częściowo te dane znalazły się już w tabeli 1). Jak łatwo zauważyć, w turystyce kulturowej sensu stricte najchętniej uczestniczą obywatele krajów azjatyckich: czyni tak prawie co czwarty obywatel Japonii, Chin i Korei Południowej. Z krajów europejskich dominują Włosi oraz Turcy - wyjazdy kulturowe wybiera także prawie co czwarty mieszkaniec kraju. Wśród kolejnej grupy krajów, zwolennikiem "Zanurzania się w kulturę", jest co piąty obywatel - mowa tu o krajach takich jak: Hiszpania, Kanada, Francja, Meksyk i Szwecja (dominują kraje europejskie). Najrzadziej omawiany rodzaj wypoczynku czy wycieczki wybierają mieszkańcy krajów takich jak: Indonezja, Brazylia, RPA, Rosja i niestety także Polska (dotyczy to ok. co 10. mieszkańca danego kraju). Na wyniki najniższe można jednak spojrzeć z pewną dozą zadowolenia - pułap ok. 10% wcale nie jest najgorszy w odniesieniu do dużej ilości form i rodzajów wyjazdów, jakie oferuje współczesny rynek turystyczny oraz sytuacji społecznej, politycznej czy gospodarczej tych właśnie państw.

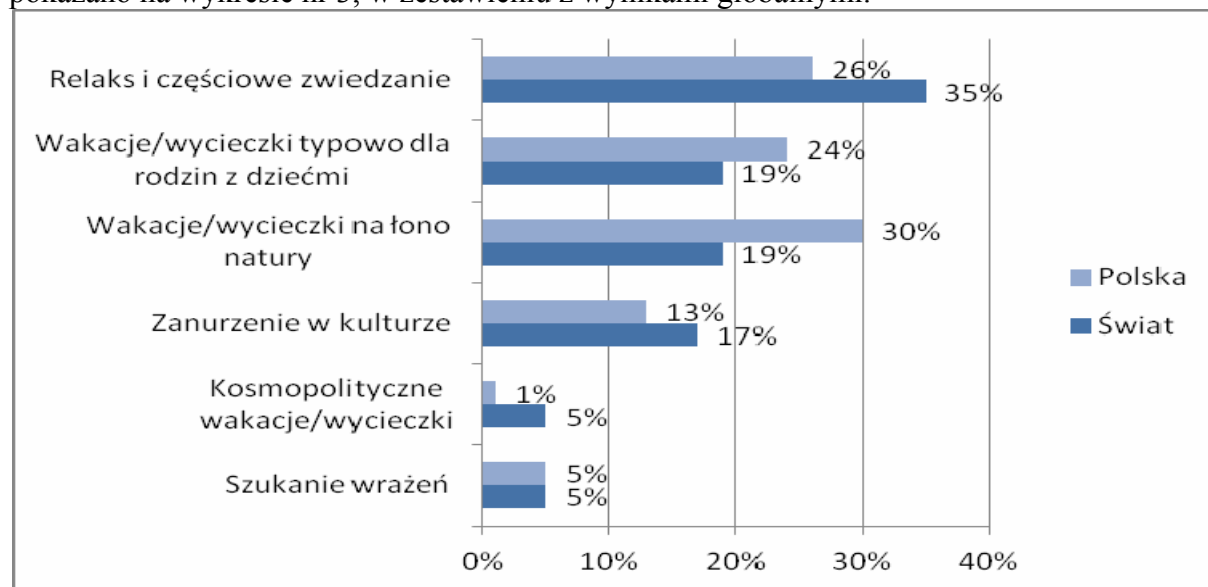


Wykres 2. Wyniki badań dla wariantu "Zanurzenie w kulturę"

Źródło: Opracowanie własne: Karolina Buczkowska w oparciu o raport Ipsos

### Podsumowanie wyników dla Polski

**Komentarz.** Niestety, jak zauważono powyżej, Polska jest krajem, w którym zaledwie 13% mieszkańców wybiera „Zanurzenie w kulturę” jako ulubiony sposób wyjazdów (jesteśmy w tym zakresie na 20 z 24 możliwych miejsc). Jeżeli jednak spojrzymy na aspekt kulturowy wakacji w szerszym kontekście, okazuje się, że prawie połowa (40%) Polaków jest zainteresowanych poznawaniem kultury podczas wakacji lub odbywanej wycieczki: oprócz wspomnianych 13% wybierających „Zanurzenie w kulturę”, 26% lubi wyjazd typu: „Relaks i częściowe zwiedzanie” (jesteśmy jednak w tym zakresie dopiero na przedostatnim miejscu wśród ankietowanych krajów), a 1% „Kosmopolityczne doznania” (zajmujemy niestety dopiero 22 miejsce). Szczegółowe rozmieszczenie preferencji wyjazdowych Polaków pokazano na wykresie nr 3, w zestawieniu z wynikami globalnymi.



Wykres 3. Preferencje mieszkańców Polski i świata w zakresie najchętniej wybieranych rodzajów wakacji/wycieczek

Źródło: Opracowanie własne w oparciu o raport Ipsos