



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

# Wizerunek Polski i Polaków w Izraelu

Raport ARC Rynek i Opinia  
na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej

Warszawa, październik 2018

## Spis treści

Ogólne informacje o badaniu.....	3
Cele badania.....	3
Metodologia i próba badania.....	3
Kluczowe wnioski .....	4
Wizerunek Polski.....	5
Postrzeganie Polaków .....	17
Zainteresowanie skorzystaniem z oferty turystycznej Polski .....	19
Doświadczenia odwiedzających po ostatniej wizycie w Polsce .....	22
Powody nierozważania przyjazdu do Polski .....	25
Otoczenie konkurencyjne – Czechy, Węgry, Słowacja i inne kraje Europy .....	26
Preferencje i zachowania związane z turystyką .....	28
Segmentacja .....	34
Aneks: wybrane tabele wynikowe .....	38

## Ogólne informacje o badaniu

### Cele badania

Badanie miało na celu zbadanie wizerunku Polski wśród mieszkańców Izraela narodowości żydowskiej. Szczegółowe elementy badania dotyczyły następujących zagadnień:

- ogólna wiedza o Polsce i wizerunek Polski: mocne i słabe strony, potencjał i ograniczenia;
- wizerunek turystycznej marki Polski: postrzeganie Polski jako destynacji, znajomość produktów turystycznych, doświadczenia z podróży do Polski, zainteresowanie skorzystaniem z oferty turystycznej Polski;
- analiza otoczenia konkurencyjnego turystycznej marki Polski (Czechy, Słowacja, Węgry);
- preferencje i zachowania związane z turystyką, model podejmowania decyzji o wyjazdach, źródeł informacji o destynacjach i ofercie turystycznej.

### Metodologia i próba badania

W ramach projektu przeprowadzono dwa rodzaje badań:

- badanie jakościowe:
  - grupy fokusowe (N=2 FGI) zostały zrealizowane w dniu 22 sierpnia 2018 r. w Petach Tikva w Izraelu;
  - wywiady zostały zrealizowane w języku hebrajskim, tłumaczone symultanicznie na język polski;
  - uczestnikami grup byli mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, kobiety i mężczyźni w wieku 25-65 lat, z wykształceniem średnim lub wyższym, którzy w ciągu 36 miesięcy poprzedzających badanie wyjechali przynajmniej raz za granicę.
- badanie ilościowe:
  - badanie zrealizowane metodą CAWI (Computer Aided Web Interviews) na reprezentatywnej próbie mieszkańców Izraela narodowości żydowskiej w dniach 24 września – 1 października 2018 r.;
  - zrealizowano łącznie 1014 wywiadów.

### Kluczowe wnioski

- Polska przez prawie połowę respondentów jest postrzegana jako atrakcyjny kierunek. Jednak wśród krajów Europy Środkowo-Wschodniej to Czechy są uważane za najbardziej atrakcyjne turystycznie (63%, Polska – 45%).
- Co drugi mieszkaniec Izraela pochodzenia żydowskiego uważa, że Polska mogłaby go pozytywnie zaskoczyć. Może to wynikać z dość niskiej wiedzy (na poziomie ok. 25%) na temat Polski i krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Polska na ich tle jest najbardziej znanym krajem (blisko 1/3 badanych ma bardzo dużą lub dużą wiedzę o Polsce).
- Badani wysoko ocenili Polskę pod kątem możliwości i łatwości dojazdu, zakwaterowania na miejscu oraz ze względu na atrakcje turystyczne. Są to najważniejsze czynniki wyboru kierunku wyjazdu turystycznego. Dodatkowo, pozytywnie ocenione zostały również niskie całkowite koszty wyjazdu (zarówno pod kątem przylotu, jak i zakwaterowania oraz wyżywienia) oraz polska przyroda.
- Ponad połowa respondentów postrzega Polskę jako dobre i tanie miejsce na zakupy. Dla wielu badanych właśnie niskie ceny to główny czynnik wyboru miejsca na wakacje. Podkreślanie tego aspektu w komunikatach z pewnością wpłynie pozytywnie na ilość odwiedzających Polskę turystów z Izraela.
- Z drugiej strony dla wielu mieszkańców Izraela narodowości żydowskiej Polska to miejsce, gdzie dokonano Holokaustu. Skojarzenia z historią są bardzo silne i powodują że część badanych Izraelczyków postrzega Polskę jako nieatrakcyjne miejsce na wakacyjny wyjazd.
- Polacy są postrzegani jako wykształceni oraz przyjaźnie nastawieni do turystów. Z drugiej strony oceniani są jako stosunkowo biedny naród. Niektórzy respondenci mają poczucie, iż nie są w Polsce mile widziani oraz, iż nie czują się zaproszeni do odwiedzania tego kraju.
- 35% spośród badanych deklaruje chęć odwiedzenia Polski. Jako główny cel przyjazdu do Polski badani wskazują rekreację i wypoczynek (43%), blisko 1/3 chciałaby zwiedzić miejsca związane z historią narodu. Połowa badanych, którzy chcą przyjechać do Polski w ciągu najbliższych trzech lat, wskazuje zakupy jako formę spędzenia czasu w tym kraju. Cel przyjazdu zależy od wieku badanych: osoby powyżej 45 roku życia, chcą odwiedzić miejsca związane z historią swojego narodu. Młodsze, chcą skorzystać z oferty zakupowej oraz atrakcji oferowanych przez duże miasta.
- Wśród osób, deklarujących chęć przyjazdu do Polski w ciągu najbliższych 3 lat, blisko połowa chciałaby spędzić czas na zakupach, nieznacznie mniej chciałoby odwiedzić miejsca związane z historią narodu lub parki narodowe. Polska jest wskazywana jako

miejsce w którym można wypocząć zarówno aktywnie (rowery, kajaki itp.), jak i mniej aktywnie (zwiedzanie, plażowanie, spacer, zakupy). Są to najbardziej preferowane formy wypoczynku wśród respondentów.

- Badani wykazywali zainteresowanie kulturą i kuchnią Polską. W niewielkim stopniu oferta kultury żydowskiej zachęciłaby ich do przyjazdu do Polski.
- Silne skojarzenia z Zagładą, obozami zagłady to najczęściej wskazywany powód odrzucania Polski jako miejsca na wakacje.
- Sposób postrzegania Polski i Polaków zależy w dużym mierze od tego czy wynika z osobistego doświadczenia wizyty w naszym kraju (pozytywne odczucia, ciekawy kraj, atrakcyjna oferta), czy jest czerpany ze stereotypowych opinii o Polsce w Izraelu (zacołanie, brak atrakcyjnej oferty turystycznej). Osoby, które odwiedziły Polskę mają większą wiedzę i wyżej oceniają atrakcyjność turystyczną Polski. Mają oni lepsze skojarzenia z Polską i Polakami, niż pozostali. Osoby te, w większym stopniu są też skłonne polecić wizytę w Polsce znajomym czy rodzinie.

Kierując ofertę do potencjalnych turystów przyjeżdżających z Izraela do Polski, powinno zwrócić się uwagę na wyróżniające się dwie grupy, które posiadają odmienne i niemożliwe do połączenia cele wizyty i sposoby spędzania czasu.

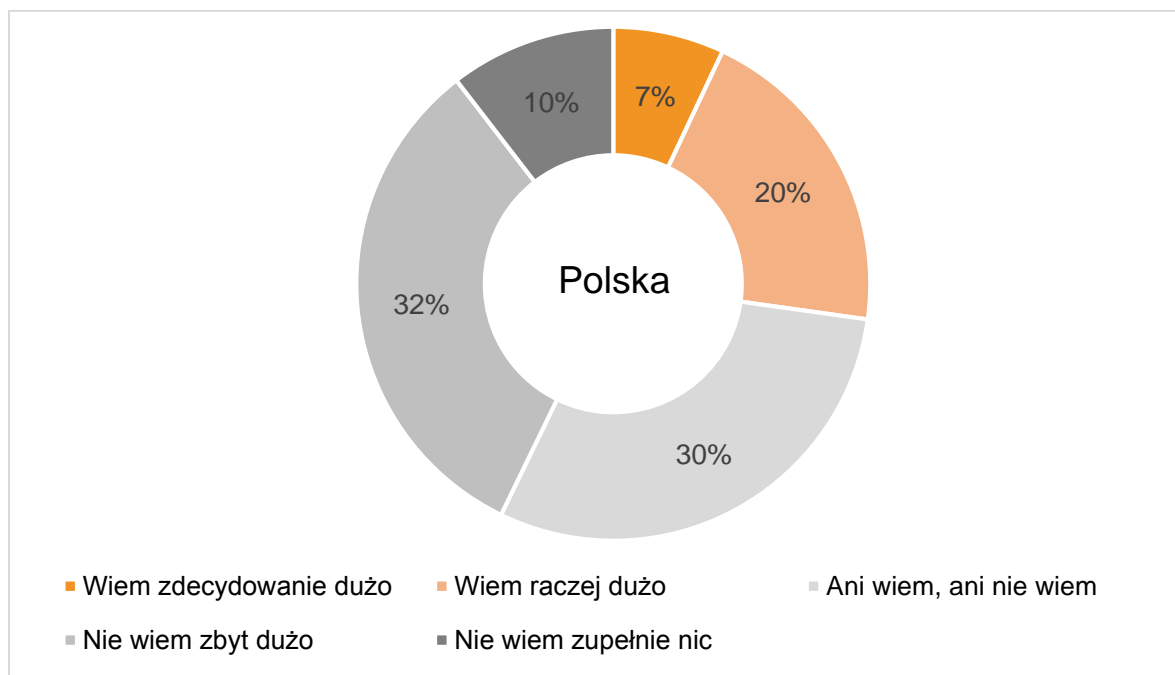
1. Osoby poszukujące wypoczynku i relaksu, a także dobrej zabawy. Istotna jest dla nich cena wyjazdu oraz atrakcje na miejscu. Nie chcą odwiedzać miejsc pamięci związanych z historią swojego narodu. Wyjeżdżają na wakacje, aby oderwać się od codzienności, „rozerwać się” i doświadczyć nowych rzeczy. W większości organizują wyjazdy sami. Dla tych osób ważne jest przedstawienie nowoczesnej Polski, pełnej atrakcji i ciekawych miejsc, a nie miejsc związanych z przeszłością.
2. Osoby chętne do odwiedzenia miejsc historycznych, zabytków oraz nieco spokojniejszych miejsc czy miast. Nie wyobrażają sobie zakupów czy uczestniczenia w rozrywkach w miejscach związanych z historią ich narodu. Częściej są to starsze osoby.

---

### Wizerunek Polski

Większość badanych ocenia swój poziom wiedzy o Polsce jako niski – blisko 3/4 z nich, wie o Polsce bardzo mało lub nic. Większą ilość informacji na temat Polski deklarują osoby, które były w tym kraju, niż te które nigdy go nie odwiedziły. Swoją wiedzę na temat Polski lepiej oceniają mężczyźni, młodszy badani oraz osoby, które odwiedziły kiedykolwiek ten kraj lub planują do niego przyjechać w ciągu najbliższych trzech lat.

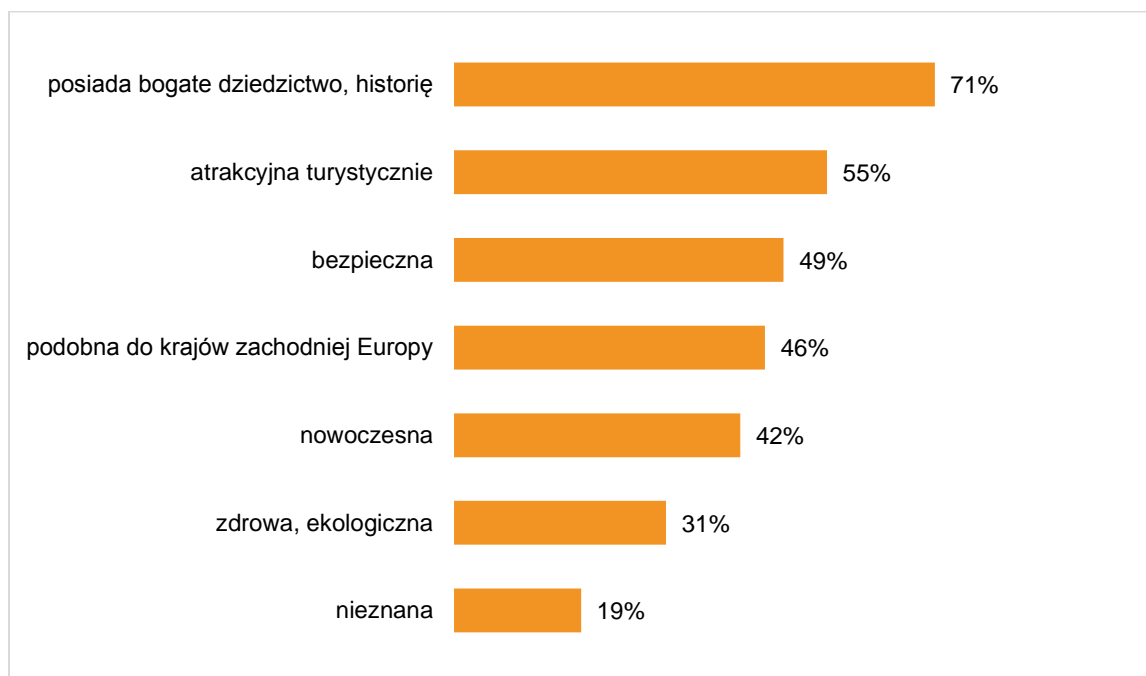
**Wykres 1. Jak określiłbyś/abyś swój poziom wiedzy o Polsce?**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Wśród spontanicznych skojarzeń pojawiają się konotacje z zagładą Żydów - Holokaustem oraz z hitlerowskimi obozami zagłady znajdującymi się w kraju. Asocjacje historyczne są niezwykle silne i pojawiają się bardzo często. Nieco rzadziej słowo „Polska” przywodzi respondentom na myśl zimne i nudne miejsce. Zakupy (np. w galeriach handlowych), niskie ceny (zarówno produktów, jak i samego pobytu w tym kraju) oraz nocne życie to również wymieniane przez badanych skojarzenia.

**Wykres 2. Oceń każde ze stwierdzeń pod względem tego, czy pasuje ono według Ciebie do Polski czy nie.**

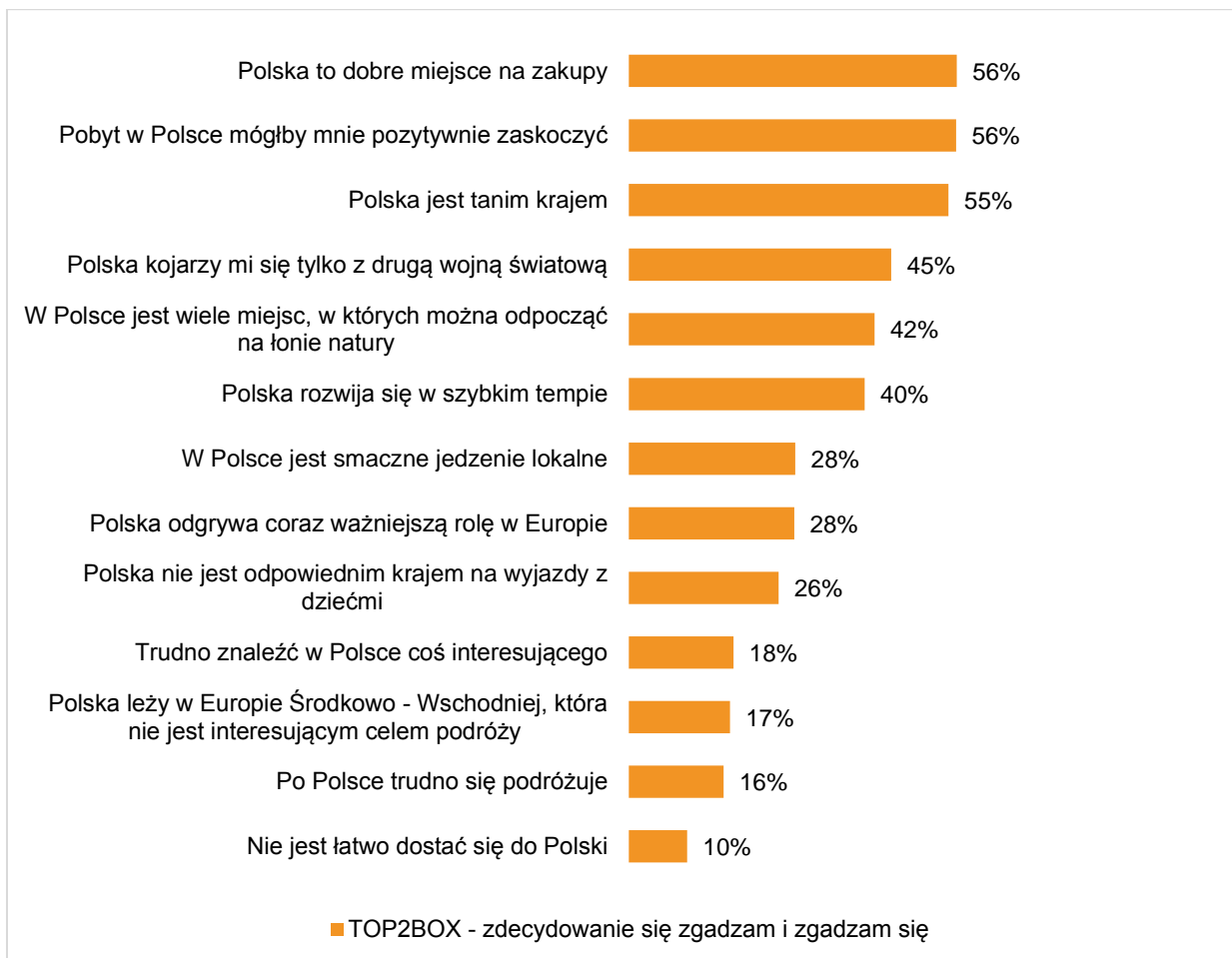


Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Częściej jako atrakcyjne turystycznie miejsce kojarzą Polskę kobiety w wieku 45-65 lat oraz osoby często podróżujące. Znacznie częściej, niż mężczyźni, skojarzenie z Polską jako nowoczesnym krajem wskazują kobiety. Młodszy respondenci w mniejszym stopniu niż starsi kojarzą Polskę jako państwo posiadające bogate dziedzictwo i historię (63% w porównaniu do 77% osób w wieku 45+).

Ponad połowa pytaných osób jest zdania, że odwiedziny w Polsce mogą je pozytywnie zaskoczyć. Polska, mimo skojarzeń z obozami zagłady i Holokaustem, jest miejscem atrakcyjnym cenowo i dobrym wyborem jeśli chodzi o zakupy – częściej twierdzą tak kobiety w starszym wieku (45-65 lat), a także osoby, które odwiedziły ten kraj. Również osoby, które planują odwiedzić Polskę w najbliższych latach zdecydowanie postrzegają nasz kraj jako odpowiednie miejsce na zakupy. Badani zwrócili również uwagę na łatwość dotarcia do Polski oraz podróżowania po terenie kraju. Częściej osoby, które nie odwiedziły Polski, kojarzą ją z wydarzeniami II wojny światowej.

**Wykres 3. A w jakim stopniu zgadzasz się z następującymi zdaniami dotyczącymi Polski?**

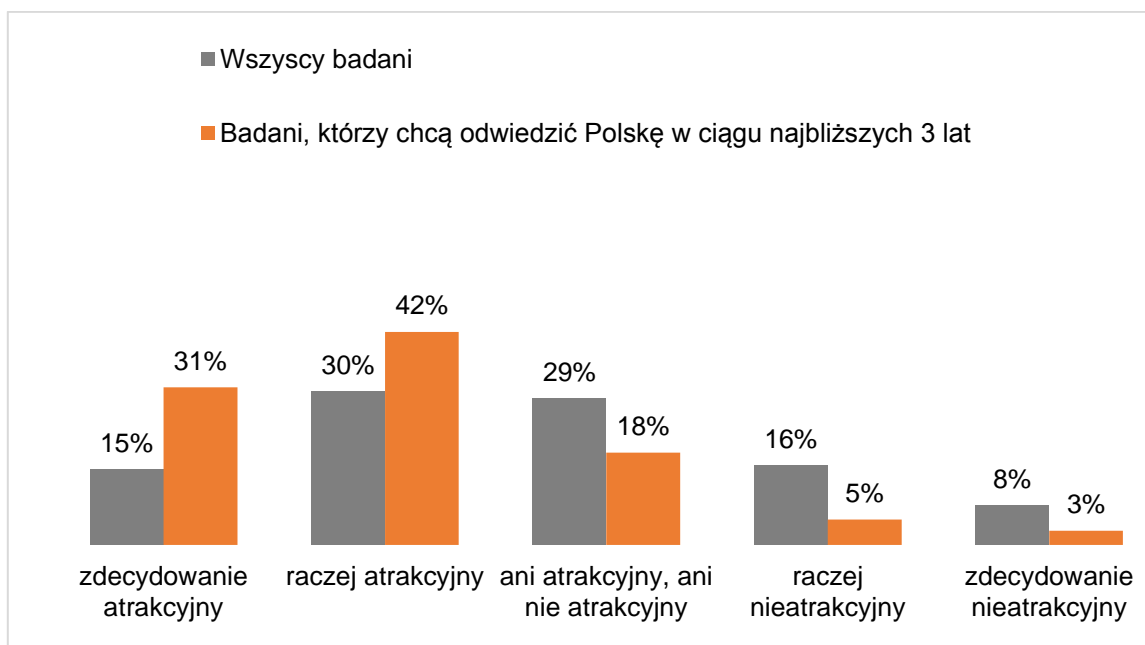


Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014; TOP2BOX – procent wskazań na odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” oraz „zgadzam się”.

Nierzadko, to jaką postawę badani mają wobec Polski warunkuje fakt, czy byli oni w tym kraju czy nie. Ci respondenci, którzy odwiedzili Polskę, mają z nią pozytywne skojarzenia. Zwracają uwagę na szeroką i dobrą, a przede wszystkim tanią ofertę zakupową, smaczne jedzenie, atrakcyjną ofertę „nocnego życia” (szczególnie w Warszawie i Krakowie). Polska jest przez nich postrzegana jako nowoczesne i innowacyjne państwo.



**Wykres 4. Czy wybrane kraje wydają Ci się atrakcyjne turystycznie czy nie? Posłuż się skalą od 1 do 5 (1 = zdecydowanie nie atrakcyjny, 5 = zdecydowanie atrakcyjny) - Polska**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Atrakcyjne ceny biletów lotniczych oraz niskie koszty organizacyjne wyjazdu (noclegi, przejazdy, posiłki w restauracjach i barach) dodatkowo zachęcają do przyjazdu. Część badanych zwracała również uwagę na naturę – szczególnie wśród tych, którzy byli w regionie Mazur. Niektórzy z respondentów cenili to, iż mogą odwiedzić miejsca kultu związane z historią ich narodowości lub obszary, w których kiedyś żyli członkowie ich rodzin. Jednocześnie, zwrócono uwagę, że Polska, jako miejsce na spędzenie wolnego czasu, staje się coraz bardziej popularna.

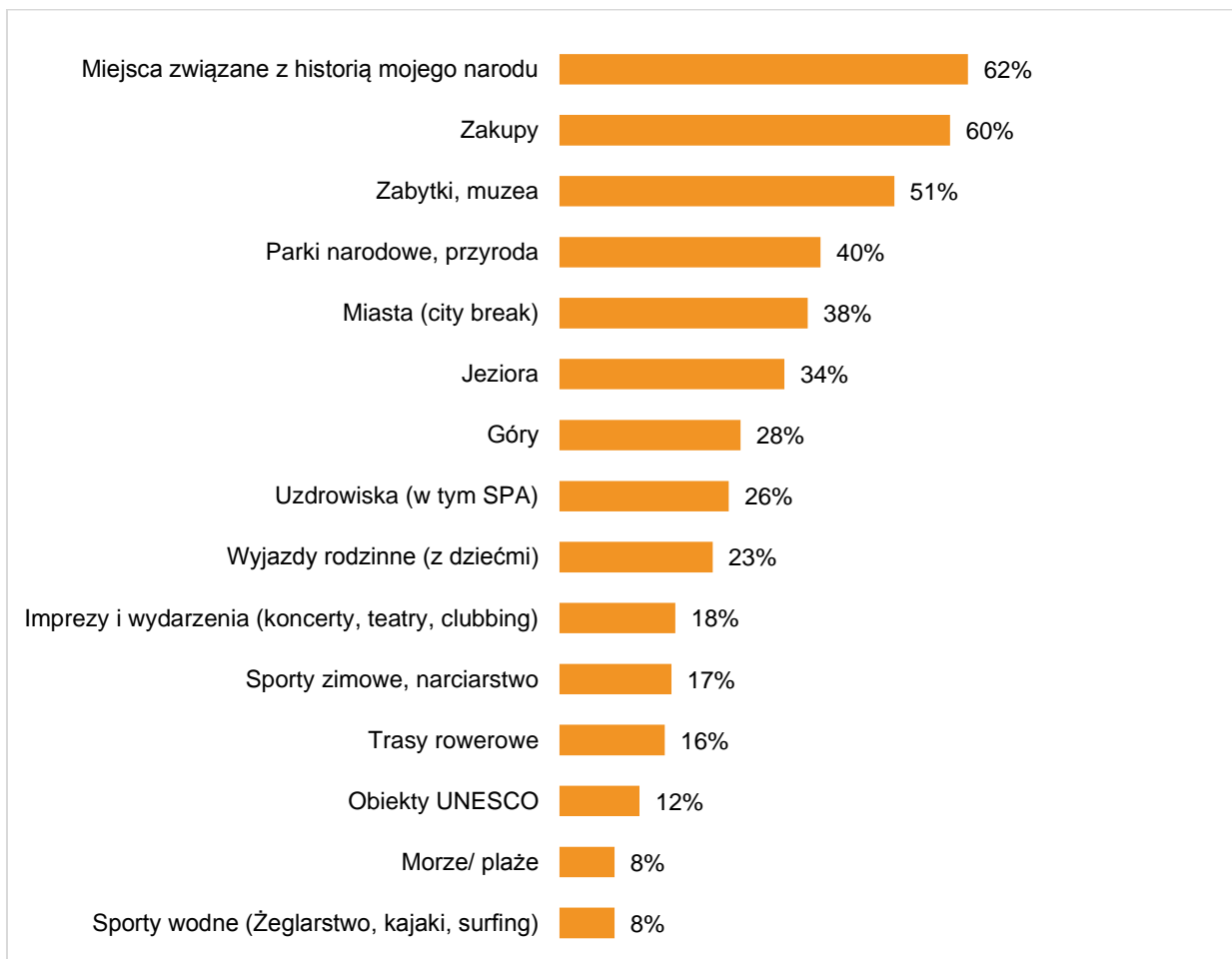
- „Jedzenie było naprawdę świetne! Byłam pozytywnie zaskoczona” – Młodsza grupa FGI
- „Polska jest oszałamiająca. Lasy, miejsca wypoczynku – nie tylko miasta. Jest bardzo piękna” – Starsza grupa FGI
- „Pojechałam z siostrą na Boże Narodzenie, do Krakowa i Warszawy i to była prawdziwa magia. Teraz właśnie zarezerwowałam sobie wakacje w okolicach jezior na Mazurach. Jest to piękna okolica z dużą ilością natury. Będziemy świętować tam 50. rocznicę ślubu moich rodziców” – Starsza grupa FGI
- „Mam wrażenie, że wszyscy się tam dziś wybierają” – Starsza grupa FGI

Większość badanych osób nigdy nie była w Polsce, część z nich uważa nasz kraj za nieatrakcyjny cel podróży. Uczestnicy badania twierdzą, iż Polska turystyka nie jest odpowiednio rozwinięta – brak podmiotu, który zarządza tym obszarem. Kraj kojarzy się respondentom z obszarami słabiej rozwiniętymi. Pod względem gospodarczym, jak i turystycznym, Polska porównywana jest do takich krajów jak Litwa, Mołdawia i Białoruś. Niektórzy z respondentów odbierają Polskę jako nudny i nieatrakcyjny – niemający nic do zaoferowania turystom kraj. Pojawiają się również głosy, iż spędzanie wakacji w miejscach związanych z Holocaustem jest nieodpowiednie.

- *„Moja przyjaciółka kupiła bilety do Warszawy i pierwsze o co ją zapytaliśmy to: Co Ty tam będziesz robić?” – Młodsza grupa FGI*
- *„Kiedy jestem na wakacjach, nie chcę czuć ciężaru Auschwitz” – Starsza grupa FGI*
- *„Poszedłem tam [w Polsce] na zakupy i musiałem przezwyciężyć poczucie wstydu - wstydziłem się siebie, wstydziłem się reprezentować mój lud, z powodu tego, co się tam wydarzyło. Jak mógłbym zbezcześcić świętość horrorów, które miały tam miejsce, idąc tak bezczelnie, żeby robić zakupy?” – Starsza grupa FGI*
- *„Byłem w Warszawie. To było nudne. Było poczucie alienacji, ponieważ widzieli, że jestem Izraelczykiem, więc ich postawa nie była z początku uśmiechnięta” – Młodsza grupa FGI*

Badani pytani o miejsca, atrakcje i formy spędzenia czasu, które w pierwszej kolejności przychodzą im na myśl kiedy myślą o Polsce, wymieniają miejsca związane z historią narodu, a poza tym również zakupy oraz zabytki i muzea. Wysoko pojawiają się również skojarzenia z przyrodą, naturą i parkami narodowymi oraz z krótkim odpoczynkiem w miastach, najczęściej połączonym ze zwiedzaniem (tzw. *city break*). Najbardziej Polska kojarzona jest ze sportami wodnymi, chociaż jeziora plasują się na wysokim miejscu.

**Wykres 5. Z jakimi możliwościami wypoczynku lub atrakcjami turystycznymi kojarzy Ci się Polska?**



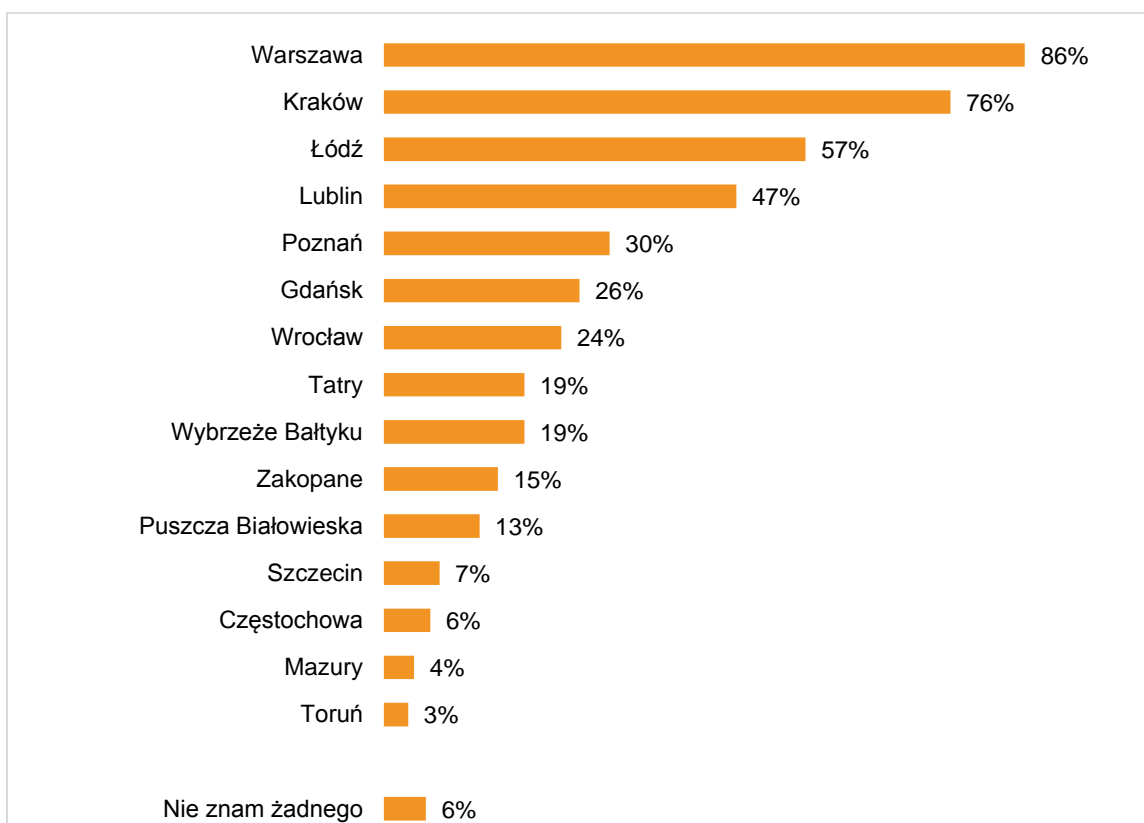
Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Starsze osoby w największym stopniu kojarzą wypoczynek w Polsce z historycznymi miejscami, zwiedzaniem miast czy polskimi jeziorami. Najmłodszy badani znacznie częściej z morzem oraz sportami wodnymi. Osoby, które chcą przyjechać do Polski najczęściej kojarzą ją z możliwością skorzystania z możliwości zakupów a także szybkimi wypadami do miast.

Jeśli chodzi o znajomość konkretnych miejsc, które można odwiedzić w Polsce, zdecydowanie najlepiej znane są duże polskie miasta – Warszawa i Kraków – odpowiednie na szybki *city break*. Również znajomość miasta Łódź jest wysoka – jest to miejsce historycznie związane z narodem żydowskim.

Osoby, które deklarują, iż chcą odwiedzić Polskę w ciągu najbliższych 3 lat, częściej niż pozostali wskazują na znajomość Gdańska oraz Wybrzeża Bałtyku, a także Wrocławia i Zakopanego.

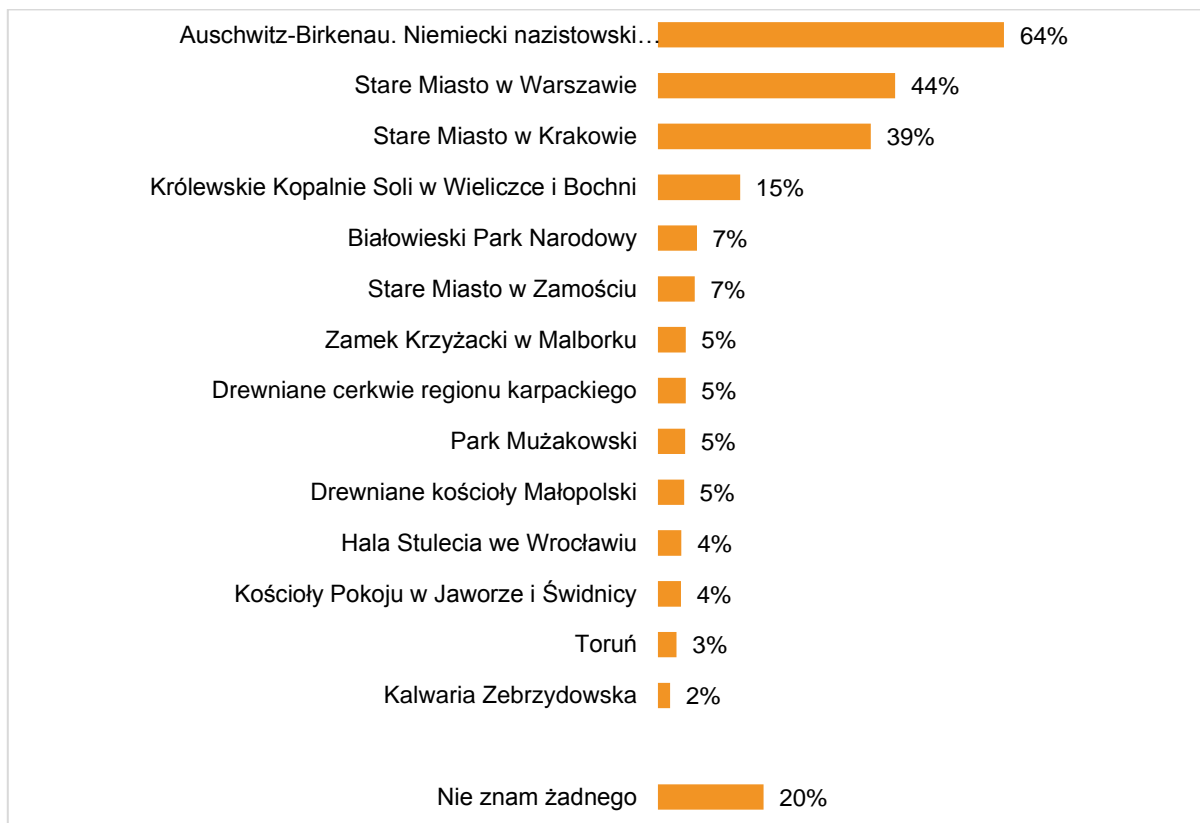
**Wykres 6. Zaznacz, które z poniższych miast/regionów w Polsce znasz, choćby ze słyszenia?**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Znajomość zabytków wpisanych na listę światowego dziedzictwa UNESCO jest niższa niż regionów czy miast w Polsce. Co piąty badany nie zna żadnego z zabytków (spośród tych osób, blisko 1/3 nie była nigdy w Polsce). Między obiektami wpisanymi na listę światowego dziedzictwa UNESCO najbardziej znany jest niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady Auschwitz-Birkenau (64%). Blisko połowa badanych zna Stare Miasto w Warszawie, nieco mniej (39%) Stare Miasto w Krakowie. Badani częściej znają miejsca, które mają związek z historią ich narodu.

**Wykres 7. Czy znasz następujące miejsca/obiekty w Polsce, wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO?**



Źródło: Badanie własne, CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Kobiety, częściej niż mężczyźni znają niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady Auschwitz-Birkenau. Starsze pokolenie (45-65 lat) częściej niż młodsze osoby znają Stare Miasto w Warszawie.

Poproszeni o ocenę kraju, badani wystawili Polsce najwyższe oceny ze względu na łatwą możliwość dojazdu do tej destynacji. Na podobnym, wysokim poziomie oceniane są atrakcje turystyczne, zakwaterowanie oraz całkowite koszty wakacyjnego wyjazdu. Na najniższych pozycjach znalazły się wydarzenia kulturalne oraz posiłki regionalne i lokalne.

**Wykres 8. Jaką ocenę wystawisz Polsce pod kątem każdej z poniższych cech?**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014; TOP2BOX – procent wskazań na odpowiedzi „zdecydowanie wysoka ocena” i „raczej wysoka ocena”.

Wydarzenia kulturalne, możliwość porozumienia się oraz warunki klimatyczne są wyżej oceniane przez osoby młode (18-34 lata). Wysoko pod kątem atrakcji turystycznych oceniają Polskę kobiety oraz osoby, które były w tym kraju.

Tabela 1. Mocne i słabe strony Polski w percepcji badanych

	
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Polska posiada dziedzictwo i historię;</li> <li>+ Atrakcyjna turystycznie;</li> <li>+ Niskie ceny: żywności, zakwaterowania, przelotów;</li> <li>+ Dogodny dojazd do kraju;</li> <li>+ Informacja turystyczna;</li> <li>+ Warunki klimatyczne;</li> <li>+ Dobre miejsce na zakupy;</li> <li>+ Bezpieczeństwo;</li> <li>+ Przyroda, środowisko naturalne;</li> <li>+ Nowoczesność</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nudne miejsce;</li> <li>- Poczucie bycia niemile widzianym;</li> <li>- Niepozytywny stosunek Polaków;</li> <li>- Wspomnienia dotyczące Holokaustu i zagłady Żydów;</li> <li>- Postawa antysemityzmu kojarząca się z Polakami;</li> <li>- Stosunki międzynarodowe na linii Polska-Izrael;</li> <li>- Nie sposób uciec w Polsce od codziennej rutyny i stresu</li> </ul>

Źródło: Badanie CAWI, FGI.

Respondenci są zgodni co do powyższego podziału dotyczącego mocnych i słabych stron jeśli chodzi o Polskę jako destynację turystyczną.

Wedle respondentów Polska:

- + **Jest krajem nowoczesnym**, szczególnie w percepcji osób, które ją odwiedziły – wskazuje na to ponad połowa z nich.
- + **Określana jest jako podobna do krajów zachodnich**, na co wskazują głównie osoby niegdyś będące w kraju, szczególnie kobiety.

- + **Doceniana jest przez posiadanie bogatego dziedzictwa i historii** – z tym stwierdzeniem zgadza się niemal 3/4 respondentów, szczególnie pośród osób, które już odwiedzały Polskę (opinia 82% spośród nich).
- + **Jest atrakcyjna turystycznie** dla ponad połowy obywateli Izraela narodowości żydowskiej, a w szczególności dla kobiet. Ponad połowa respondentów kojarzy Polskę przede wszystkim z miejscami związanymi z historią, zabytkami i muzeami. Sporej części z nich kojarzy się też z parkami narodowymi i przyrodą. Popularnością cieszą się również jeziora, góry i uzdrowiska (w tym SPA) – **przyroda i środowisko naturalne stanowi również zdecydowaną zaletę**, wysoko ocenia ją ponad połowa respondentów.
- + **To kraj korzystny cenowo** - całkowite koszty wyjazdu są zdecydowanie odpowiadające respondentom, potwierdzają to osoby, które go odwiedziły (spośród nich 71% respondentów wskazało tę właśnie odpowiedź). Jednym z celów osób przyjezdnych są także **zakupy – atrakcyjne centra handlowe oraz niskie ceny produktów** przyciągają turystów z Izraela.
- + **To także możliwość dogodnego dotarcia do celu**, niemal 3/4 respondentów ocenia wysoko możliwość dojazdu do Polski, szczególnie ten aspekt cenią sobie osoby często wyjeżdżające (powyżej 5 wyjazdów w ciągu ostatnich 3 lat).
- + **Określana jest jako bezpieczna, to też niezwykle doceniana przez respondentów cecha** – ponad połowa osób, które odwiedziło kraj ocenia go pod tym względem wysoko.

Negatywnie odniesienia względem Polski jako destynacji turystycznej odnoszą się przede wszystkim do zaszłości historycznych. Badani mówią przede wszystkim o licznych skojarzeniach z Holokaustem i zagładą Żydów, wydarzeniami historycznymi z okresu II Wojny Światowej, z którą to Polska kojarzy się niemal połowie respondentów. Widoczny jest tu wpływ tych wydarzeń na wizerunek Polski.

- **W percepcji badanych Polacy nie są im życzliwi**, kojarzą ich nawet z postawą antysemityzmu, wprost nazywają swoje poczucie jako bycie niemile widzianym w tym kraju.
- **W ich opinii, sytuacji nie poprawiają liczne negatywne doniesienia medialne** dotyczące relacji Polska-Izrael.
- **Respondenci wskazują także na decyzję o wyborze innej destynacji na czas urlopu czy wakacji, ze względu na chęć ucieczki od codziennej rutyny oraz stresu**, czego ich zdaniem nie sposób znaleźć w Polsce.



- Dla niektórych badanych, Polska jawi się także jako destynacja, w której nie ma nic ciekawego do zobaczenia, oraz miejsce po prostu nudne.

Kwestie, które polaryzują badanych to m.in.

- ✓ **kuchnia lokalna, regionalna** – lepiej oceniają ją osoby, które Polskę odwiedziły oraz młodzi ludzie, którzy wskazują na to, że interesują ich nowe miejsca i kultury. Jednak wśród ogółu respondentów kuchnia regionalna nie jest oceniana zbyt wysoko.
- ✓ **wydarzenia i imprezy kulturalne oraz sportowe** także nie są jednoznacznie oceniane – dla najmłodszych osób, które odwiedzają Polskę, kraj jest atrakcyjny pod względem oferty imprez oraz życia nocnego, wysoko ocenia je przede wszystkim grupa wiekowa 18-24 lata.

---

### Postrzeżanie Polaków

Polacy, zdaniem niektórych badanych są odbierani jako osoby zimne, niezbyt przyjazne. Ich zdaniem, mieszkańcy Polski nie uśmiechają się zbyt często, nie są również rozmowni, (w odróżnieniu do innych narodowości, na przykład tych mieszkających w krajach śródziemnomorskich). W oczach respondentów, młodzi Polacy są bardziej otwarci na turystów niż starsi – na przykład chętniej rozpoczynają rozmowę lub pomagają. Mieszkańcy Polski zdaniem badanych, którzy byli w Polsce, nie chcą się specjalnie posługiwać językiem angielskim, starsi mało go znają – dlatego czasami pojawiają się problemy komunikacyjne.

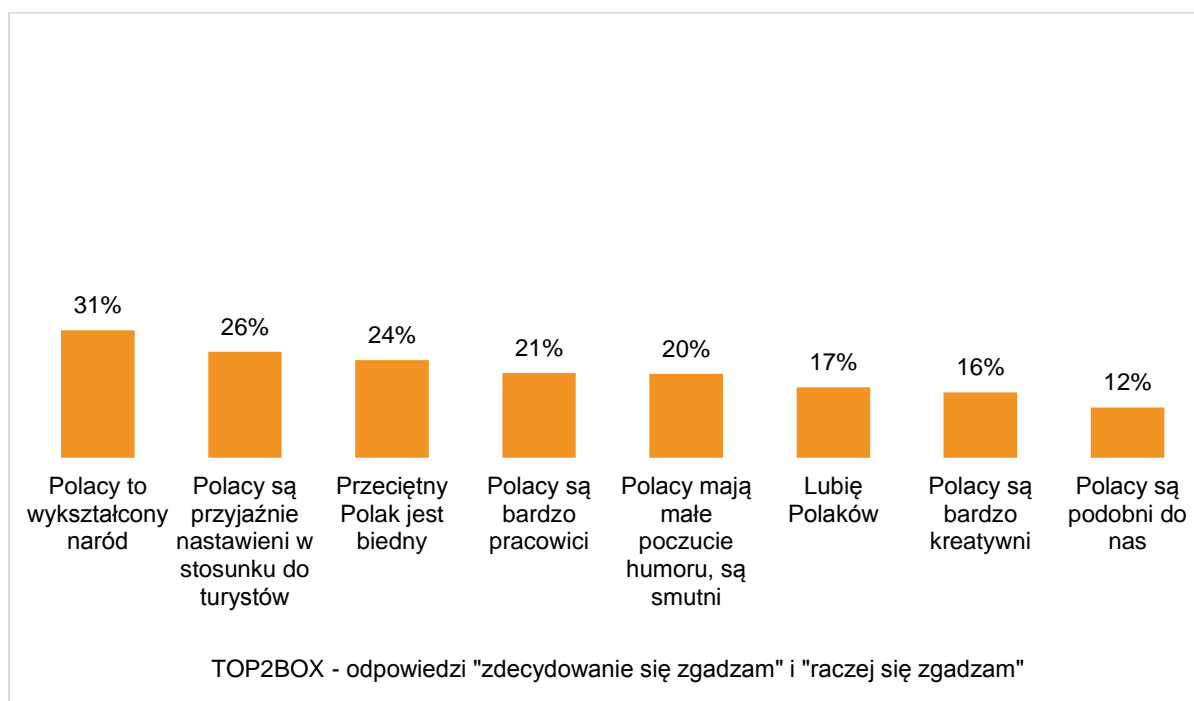
Stolica Polski jest postrzegana jako nieco bardziej tolerancyjne i otwarte środowisko. W innych regionach kraju, badani nie czują się mile widziani, nie mają poczucia, iż mogą otwarcie demonstrować swoje pochodzenie i wyznawaną religię. Respondenci zwracają również uwagę na sytuację polityczną pomiędzy Polską a Izraelem. Wiedzą, że czasami te stosunki bywają napięte, co dodatkowo negatywnie wpływa na wizerunek Polaków.

Kilkukrotnie badani zwrócili uwagę na poczucie wśród Izraelczyków, iż nie są w Polsce mile widziani oraz, iż nie czują się zaproszeni do odwiedzania tego kraju. Powyższe odczucia wskazywano również jako bariery wyboru Polski jako.

- „Polska nie mówi Żydom: chcemy Was u siebie” - Starsza grupa FGI
- „Polacy nas nie lubią, ale nie chcą nas tam [w Polsce]” - Młodsza grupa FGI
- „Oni [Polacy] chcą moich pieniędzy jako turyści, ale tak naprawdę nie chcą mnie tam [w Polsce]” – Młodsza grupa FGI

- „Polacy nas nie lubią” - Starsza grupa FGI

**Wykres 9. W jakim stopniu zgadzasz się z następującymi zdaniami dotyczącymi Polaków?**



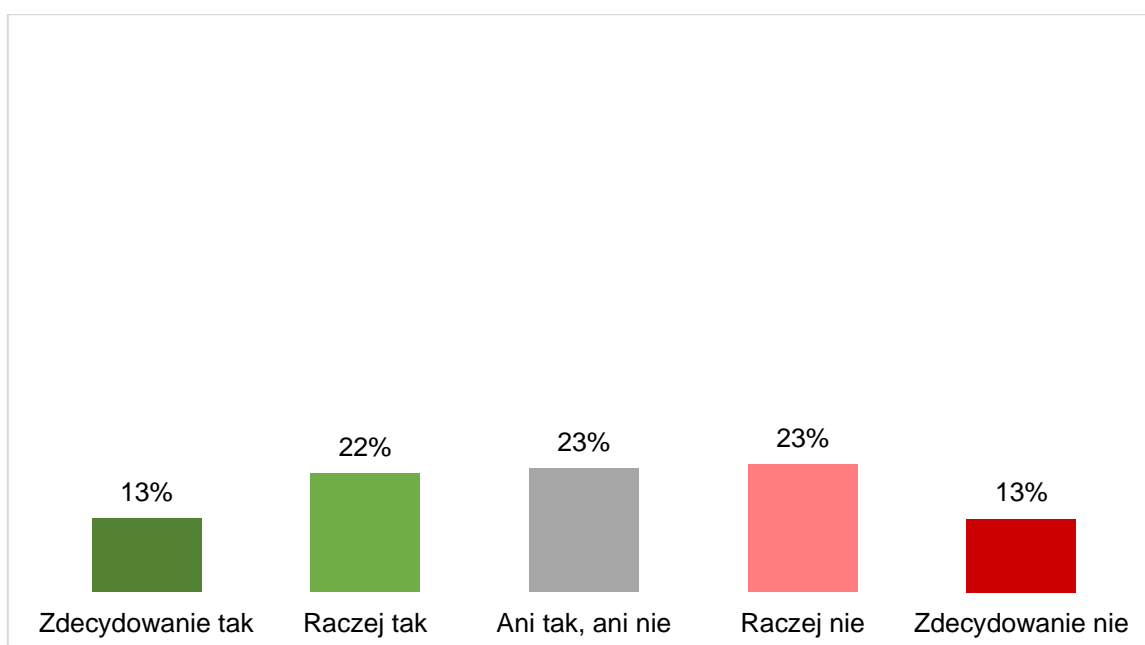
Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014; TOP2BOX – procent wskazań na odpowiedzi „zdecydowanie zgadzam się” i „raczej zgadzam się”.

Polaków, jako przyjaźnie nastawiony do turystów naród częściej postrzegają osoby, które były w Polsce. Potwierdza to, że Polacy nie mają zbyt pozytywnej opinii, ale zmienia się to po odwiedzeniu naszego kraju. Osoby które kiedykolwiek odwiedziły Polskę również częściej twierdzą, że lubią Polaków.

## Zainteresowanie skorzystaniem z oferty turystycznej Polski

Dla blisko połowy obywateli Izraela narodowości żydowskiej Polska jest atrakcyjną destynacją – osoby te są zainteresowane ofertą turystyczną naszego kraju. Wielu zainteresowanych planuje odwiedzić Polskę w ciągu najbliższych trzech lat (35% całej badanej populacji).

**Wykres 10. Czy rozważasz odwiedzenie tych krajów w ciągu najbliższych 3 lat? – Polska**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Wśród osób deklarujących chęć przyjazdu do Polski przeważają te, które chcą się udać do kraju głównie w celach rekreacyjnych (najwyższy procent wskazań na wypoczynek, rekreację i wakacje jako główny cel wyjazdu do Polski – 43%). Między aktywnościami związanymi z wypoczynkiem i rekreacją, popularne byłoby spędzanie czasu na łonie natury, w tym wizyty w parkach narodowych. Wyjątkowe krajobrazy i ciekawe atrakcje są elementem w dużym stopniu zachęcającym do odwiedzin kraju, ponieważ zdaniem badanych, miejsce odpowiednie na wyjazd zagraniczny musi mieć w sobie coś unikalnego, poza zabytkami i atrakcjami turystycznymi w miastach. Zieleń, piękne krajobrazy, możliwość odpoczynku na łonie natury to aspekty bardzo cenione, przemawiające jednocześnie na korzyść Polski.

Równie atrakcyjne są wycieczki po miastach – w ramach wypoczynku, jedna na cztery osoby deklarujące chęć odwiedzin w Polsce przyjechałaby do miasta w ramach *city break* (na krótkotrwały wypoczynek). Wiąże się to z cenową atrakcyjnością „pakietów weekendowych” – tanich, coraz bardziej popularnych ofert krótkotrwałego pobytu w Polsce, pośrednio również z niedawno otwartymi połączeniami lotniczymi między Polską a Izraelem. Wycieczki do polskich miast są szczególnie atrakcyjne dla osób, które już wcześniej odwiedziły nasz kraj (32% chętnych na *city break*, w porównaniu do 20% wśród osób, które wcześniej nie były w Polsce). Warto zaznaczyć, że warszawska oraz krakowska starówka są jednymi z najlepiej znanych respondentom polskich miejsc wpisanych na listę światowego dziedzictwa UNESCO.

### Grafika 1. Co chciałbyś/abyś zobaczyć, w jaki sposób chciałbyś/abyś spędzić czas w Polsce? – Top 5 odpowiedzi.



Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej – osoby deklarujące, że chcą odwiedzić Polskę w ciągu najbliższych trzech lat, N=355.

Chociaż głównym powodem chęci odwiedzin są rekreacja i wypoczynek, kluczową aktywnością, którą odwiedzający podjęliby w Polsce, byłyby zakupy. Polska jest kojarzona jako kraj o niskich cenach, biorąc pod uwagę nie tylko same koszty przejazdów i noclegów, ale ceny ogólnie – zwłaszcza popularne są zakupy ubrań i dodatków, obuwia. Polska jest znana z niskich cen zarówno wśród osób, które wcześniej kraj odwiedziły, jak i tych, które w naszym kraju nigdy nie były. Ceny są zatem czynnikiem w znacznym stopniu przemawiającym za skorzystaniem z oferty turystycznej naszego kraju przez obywateli Izraela narodowości żydowskiej.

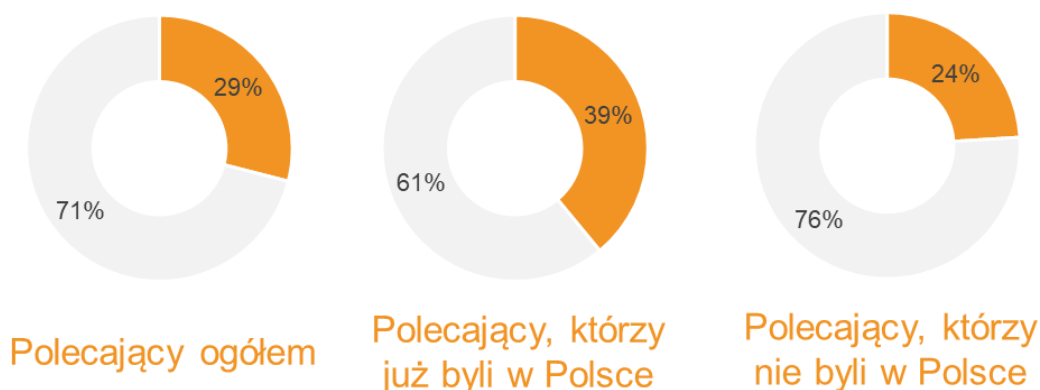
Zainteresowanie Polską jest również powiązane z tym, iż jest to kraj ściśle związany z historią narodu żydowskiego. Wiele osób chce odwiedzić w Polsce miejsca upamiętniające wydarzenia związane z II wojną światową, Holokaustem. Odwiedziny miejsc znaczących dla narodu żydowskiego są przyczyną chęci odbycia podróży do naszego kraju szczególnie dla osób, które wcześniej w Polsce nie były (47% w porównaniu do 32% respondentów, którzy odwiedzili już nasz kraj).

Pamięć o Holokauście jest wśród badanych ciągle silna, jednym z najlepiej znanych w Polsce miejsc ciągle pozostaje nazistowski obóz koncentracyjny Auschwitz-Birkenau (64% znajomości). Choć historia ma dla obywateli Izraela dużą wagę, a podróż w miejsce związane z ich narodem wydaje się być bardzo istotną kwestią, chcą jednocześnie poznać nasz kraj, naszą kulturę i zobaczyć coś nowego, odmiennego od ich codzienności.

Przyjeżdżając do Polski nie oczekują zatem atrakcji poświęconych ich kulturze czy nawet swojej kuchni, muzyki – są chętni do spróbowania nieznanych sobie rzeczy. Dość chętnie wzięliby więc udział w bieżących, lokalnych festiwalach oraz wydarzeniach kulturalnych, muzycznych czy modowych. Z drugiej strony, poszukiwanie nowości powiązane jest z brakiem większego zainteresowania m.in. muzeum POLIN czy ofertą festiwali związanych z kulturą lub muzyką żydowską. Te miejsca czy atrakcje związane z kulturą żydowską, ale nie będące miejscami historycznymi, nie stanowią kluczowych elementów w budowaniu atrakcyjności Polski jako destynacji turystycznej dla obywateli Izraela.

Powyżej opisane aspekty, takie jak korzystne ceny, okoliczności przyrody i dużo atrakcyjnych zielonych terenów, rosnąca popularność Polski dzięki jej dostępności – nowe połączenia lotnicze, atrakcyjne promocje na city break, wpływają także na chęć polecenia odwiedzin w Polsce bliskim osobom. Trzy na dziesięć osób wyraziło wysoką chęć rekomendowania wizyty w Polsce swoim przyjaciołom bądź znajomym. Stopień polecenia jest istotnie wyższy wśród osób, które już nasz kraj odwiedziły – zatem odwiedzający mogą okazać się promotorami naszego kraju w Izraelu.

**Wykres 11. W jakim stopniu byłbyś skłonny polecić odwiedzenie Polski swoim kolegom, znajomym?**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014. Pytanie zadawane na skali 0-10, prezentowany łączny procent wskazań odpowiedzi 8, 9 i 10.

- „W maju byłem na festiwal mody. To było trzydniowe święto i było niesamowite - mnóstwo straganów i stoisk projektantów z całej Europy” – Starsza grupa
- “Nie łączę świętości i świeckości. Jeśli jadę tam aby się dobrze bawić, nie pójdę do żadnych smutnych miejsc, ani nie odwiedzę żydowskich muzeów” – Starsza grupa

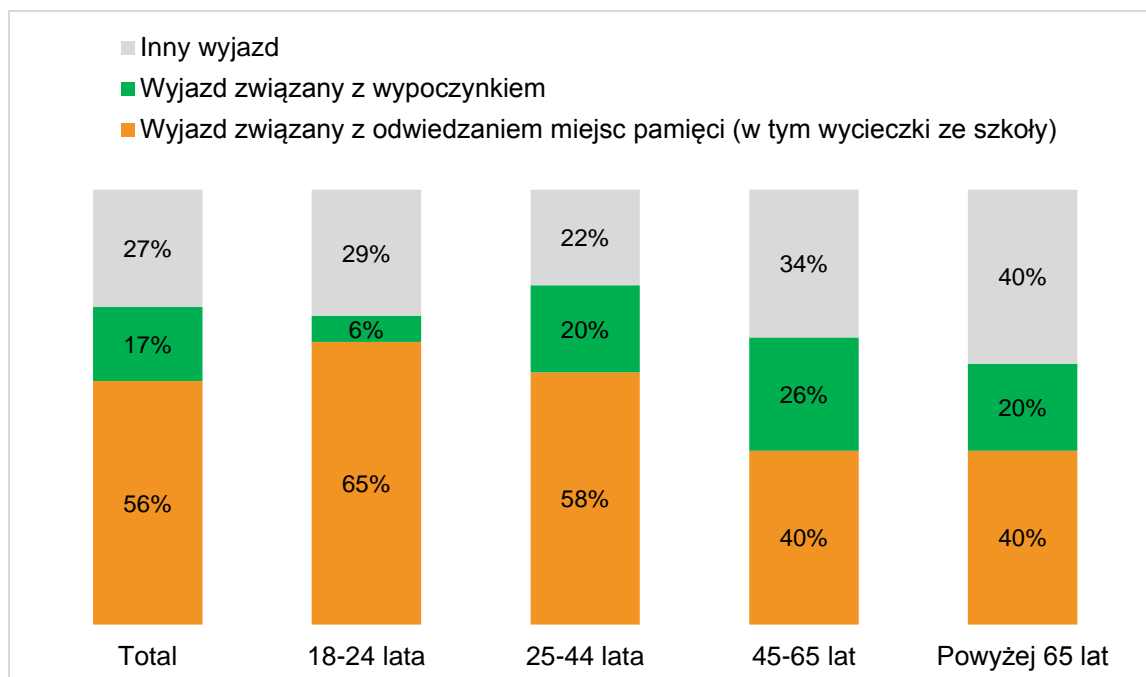
## Doświadczenia odwiedzających po ostatniej wizycie w Polsce

Większość osób, które odwiedziły wcześniej Polskę, chce rekomendować znajomym podobny wyjazd, ponieważ ma z naszym krajem pozytywne doświadczenia. Przeważająca liczba odwiedzających była w Polsce tylko jeden raz (72%) – był on wystarczający, by w sposób korzystny zweryfikować przekonania o kraju. Jednak część obywateli Izraela wraca do naszego kraju po jakimś czasie, odwiedzając go kolejny raz. Osoby starsze (powyżej 65 roku życia) często mają za sobą co najmniej trzy podróże do Polski (sześć z dziesięciu spytanych osób).

Często te podróże były związane z odwiedzaniem miejsc pamięci narodu żydowskiego – ten cel był podawany jako główny powód odwiedzin w trzech na dziesięć przypadków (częściej wśród starszych – 40%), poza tym w wypadku młodych osób (do 25 roku życia) również wiele wyjeżdża do Polski w zakresie wycieczek organizowanych w ramach zajęć w szkole. Dla młodych wyjazd, którego celem jest odwiedzanie miejsc związanych z historią

narodu jest ciągle najpopularniejszy, natomiast widać, że z czasem osoby, które były w naszym kraju jedynie w tym celu, wracają spędzić tu czas w ramach wypoczynku.

**Wykres 12. Jaki był główny cel Twojej ostatniej wizyty w Polsce?**



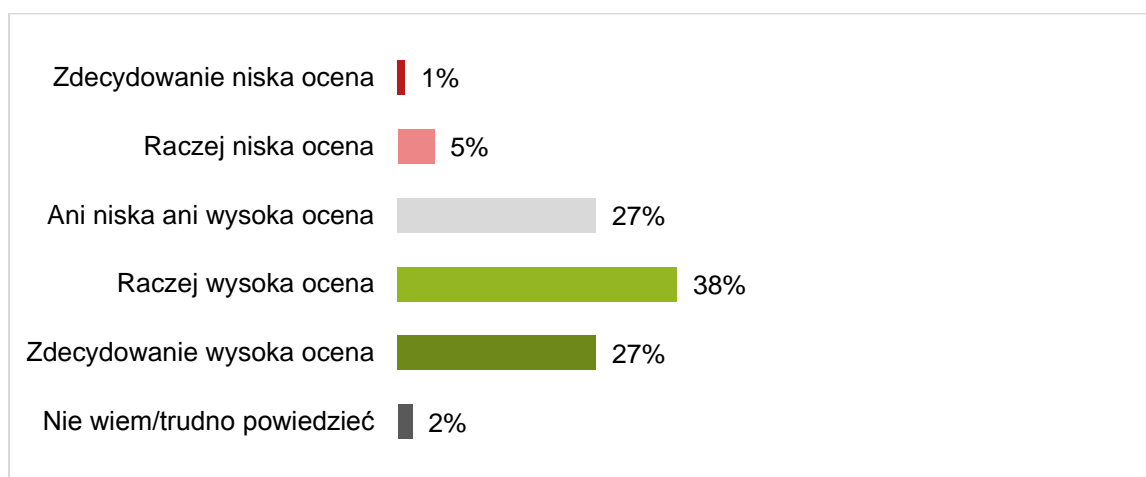
Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, którzy odwiedzili Polskę w ciągu ostatnich trzech lat, N=309.

Badane osoby proszone o ocenę ostatniej wizyty w Polsce, odnoszą się do niej w dużym stopniu pozytywnie. Dwie spośród trzech pytaných osób deklaruje, że wyjazd do Polski ocenia korzystnie. Badani docenili szeroką i dobrą, a przede wszystkim tanią ofertę zakupową, smaczne jedzenie, atrakcyjną ofertę „nocnego życia” (szczególnie w Warszawie i Krakowie). Korzystne ceny biletów lotniczych oraz niskie koszty organizacyjne wyjazdu (noclegi, przejazdy, posiłki w restauracjach i barach) dodatkowo zachęcają do przyjazdu. Część badanych zwracała również uwagę na piękną naturę – szczególnie wśród tych, którzy byli w regionie Mazur. Obywatele Izraela narodowości żydowskiej cenią to, iż mogą odwiedzić miejsca kultu związane z historią ich narodu lub obszary w których kiedyś żyli członkowie ich rodzin, ale jednocześnie mówią o tym, że Polska jako miejsce na spędzenie wolnego czasu, na wypoczynek, staje się coraz bardziej popularna.

Poziom zadowolenia z wyjazdu do Polski wzrasta z wiekiem, co jest powiązane z kwestią omawianą powyżej – pierwszy wyjazd to najczęściej wizyta w celu odwiedzin miejsc upamiętniających historię narodu żydowskiego, kolejne – są podejmowane

już w większym stopniu w celach wypoczynkowych, przez to też mają bardziej pozytywne konotacje. Dwadzieścia procent odwiedzających w wieku 18 do 24 lat zadeklarowało, że są zdecydowanie zadowoleni ze swojej ostatniej wizyty w Polsce. Dla porównania najwyższy wyjazd do Polski oceniło 40% odwiedzających w wieku 44 do 65 lat i aż 50% osób powyżej 65 roku życia.

**Wykres 13. Jak ogólnie oceniasz tę ostatnią wizytę w Polsce?**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, którzy odwiedzili Polskę, N=309.

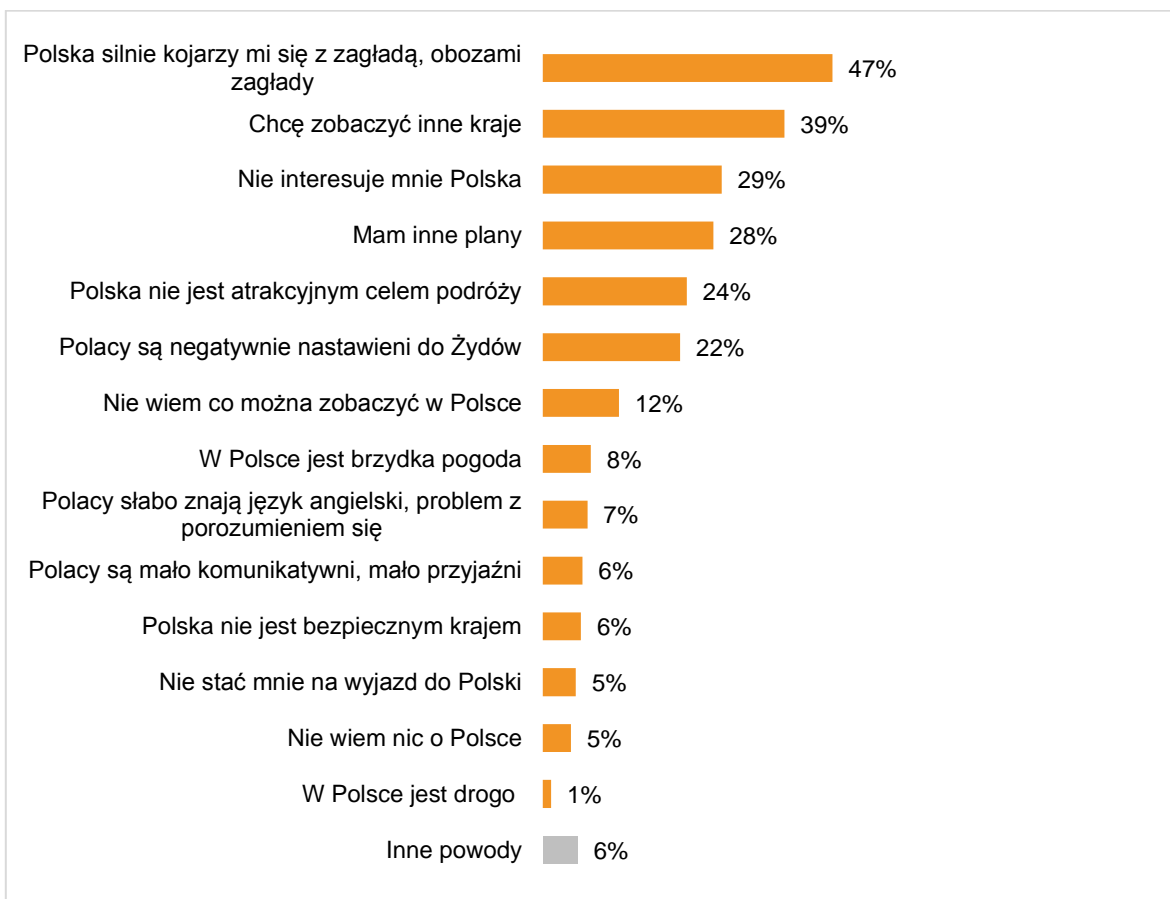
Część osób, które były w Polsce, wyniosła stąd pewne negatywne doświadczenia. Niektórym towarzyszyło nieprzyjemne wrażenie, że nie byli w kraju mile widziani przez Polaków, którzy generalnie są przez nich postrzegani jako ludzie niezbyt życzliwi. Mieszkańcy Polski zdaniem badanych, którzy byli w naszym kraju, nie chcą się specjalnie posługiwać językiem angielskim, starsi mało go znają – co wpływa na trudność w porozumieniu się na miejscu. Warszawa jest postrzegana jako nieco bardziej tolerancyjne i otwarte środowisko, natomiast przebywając w innych regionach kraju, niektórzy czuli się mniej komfortowo i mieli obawę, iż nie powinni otwarcie demonstrować swojego pochodzenia i wyznawanej religii.



## Powody nierozważania przyjazdu do Polski

Jeden na trzech obywateli Izraela narodowości żydowskiej w ogóle nie rozważa wizyty w Polsce w najbliższym czasie. Spośród osób nie planujących przyjazdu do Polski, większość nigdy wcześniej także jej nie odwiedziła.

**Wykres 14. Dlaczego nie bierzesz pod uwagę przyjazdu do Polski?  
Proszę podać 3 najważniejsze powody**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej nie biorący pod uwagę przyjazdu do Polski, N=370.

Spośród badanych deklarujących brak chęci odwiedzenia Polski, niemal połowa jako główny powód wskazała silne skojarzenia z kwestią zagłady i Holocaustu – częściej uważają tak kobiety (59% wskazań kobiet do 34% wskazań mężczyzn). Wskazuje to na istotny wpływ wydarzeń historycznych na obraz Polski i Polaków. Respondenci jako powód nie brania pod uwagę Polski jako destynacji turystycznej wymieniają także, iż chcieliby zobaczyć inne kraje – ponad połowa badanych wskazująca tę odpowiedź, odwiedziła nasz kraj już wcześniej. Natomiast dla osób, które nigdy w niej nie były, istotny jest fakt, iż swoich urlopów i wakacji nie chcą wykorzystywać na zwiedzanie miejsc związanych z Holocaustem, uważają to bowiem za nieodpowiednie. Czas urlopu jest postrzegany przez nich jako ucieczka od codziennej rutyny i stresu, dlatego wybierają inne destynacje turystyczne – nie przypominające o wydarzeniach historycznych.

Co piąty respondent uważa, iż Polacy odznaczają się negatywnym nastawieniem w stosunku do Żydów – szczególnie w opinii osób w grupie wiekowej 45-65 lat (32% wskazań). Odczucia takie dzielają osoby, które w ostatnim czasie odwiedziły Polskę i mówią o negatywnym stosunku do turystów z Izraela. Odwiedzający nie zawsze czują się zaproszeni do naszego kraju – mają pewne przeświadczenie o tym, że w Polsce chętnie skorzysta się z ich pieniędzy jako turystów, ale niekoniecznie powita z życzliwością jako osoby.

Co dziesiąta osoba z kolei nie wie, co może zobaczyć w Polsce – uważają tak szczególnie osoby, które nigdy w naszym kraju nie były i posiadają niewielką wiedzę o nim. W ich opinii, Polska jest słabo rozwinięta turystycznie i gospodarczo, nie ma przyjeźdnym nic do zaoferowania. Widoczne jest również postrzeganie Polaków jako mało komunikatywnych, osób zimnych, niezbyt przyjaznych dla których barierę komunikacyjną stanowi język angielski.

Niewielka część pytanych osób zadeklarowała, że nie stać ich na wyjazd do Polski – najczęściej były to osoby z najstarszej grupy wiekowej (11%). Powodem nie brania pod uwagę Polski jako celu na wyjazd turystyczny jest także brak wiedzy o naszym kraju – istotnie większy w grupie osób, które w Polsce nie były (6% wskazań nieodwiedzających w porównaniu do 1% wskazań respondentów, którzy byli już w naszym kraju).

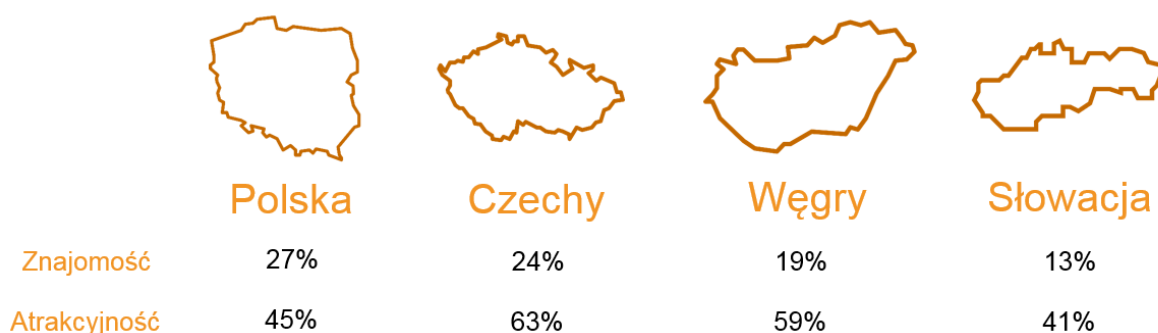
---

### Otoczenie konkurencyjne – Czechy, Węgry, Słowacja i inne kraje Europy

Spośród czterech krajów Europy centralnej – Polski, Czech, Słowacji i Węgier, badani deklarują, że najlepiej znają Polskę. Jednocześnie w mniejszym stopniu określają ten kraj jako atrakcyjny. Czechy, choć są nieco mniej znane, są określane jako najatrakcyjniejszy kraj. Chęć odwiedzenia Polski jest zbliżona do chęci odwiedzania Słowacji, chociaż nasz kraj jest obywatelom Izraela mniej znany.

Zauważalnym trendem wśród respondentów na temat Czech, Słowacji i Węgier jest spadek wiedzy o tych krajach wraz z wiekiem – im starsza osoba tym mniej wie o danym kraju. W przypadku Polski sytuacja jest odwrócona – najstarsza część Izraelczyków deklaruje największą wiedzę na temat Polski. Wynika to przede wszystkim ze świadomości tych osób o Holokauście i wydarzeniach w czasie II Wojny Światowej w Polsce. Potwierdzają to wyniki badania, w którym najwięcej (29%) Izraelczyków deklarujący chęć jako powodów odwiedzenia Polski wskazuje właśnie wizytę w miejscach związanych z historią ich narodu.

**Grafika 2. Deklarowana znajomość i postrzegana atrakcyjność krajów Europy centralnej**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci: mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Obywatele Izraela pochodzenia żydowskiego wyrażający chęć odwiedzenia Polski, wykazują się niższym niż przeciętny poziomem wiedzy o wszystkich czterech krajach. Potwierdza to w pewien sposób fakt, że osoby te, w dużym stopniu są chętne do poznawania polskiej kultury, sztuki, jedzenia i ogólnie polskiego sposobu życia, są otwarte na nowości, nieznanne sobie kraje. Kraj mniej znany nie oznacza zatem mniej atrakcyjny, wręcz przeciwnie. Spora część respondentów wskazuje także Polskę jako miejsce atrakcyjne pod względem shoppingu, zakupów.

Najwięcej respondentów (prawie połowa pytaných osób) wyraża chęć by w przeciągu trzech następnych lat odwiedzić Czechy – kraj według nich najbardziej atrakcyjny ze wszystkich czterech krajów. Jedna piąta zapytaných osób zdecydowanie poleciłaby Czechy jako kraj odpowiedni na spędzenie urlopu.

Pozostałe kraje nie są głównym celem wycieczek obywateli Izraela – jedynie około 30 – 40% respondentów ma zamiar odwiedzić je w najbliższym czasie. Podobnie, mała część z nich (około 15%) poleciłaby je swoim znajomym jako kraj odpowiedni na spędzenie urlopu. Wpływać na to mogą nie tylko walory turystyczne, ale także występujący w tych krajach klimat umiarkowany – dla dużej części Izraelczyków warunki pogodowe są dużym motywatorem do

zwiedzania danego miejsca. W przypadku deklaracji odwiedzin, najczęściej chęć zwiedzenia krajów Europy Środkowej wykazują starsi respondenci. Badani deklaruwali również spontanicznie, które kraje europejskie uważają za atrakcyjne. Wśród wymienionych państw, czynniki przemawiające za ich atrakcyjnością są jednocześnie w dużej mierze przewagami Polski – aspektami, które są w naszym kraju cenione:

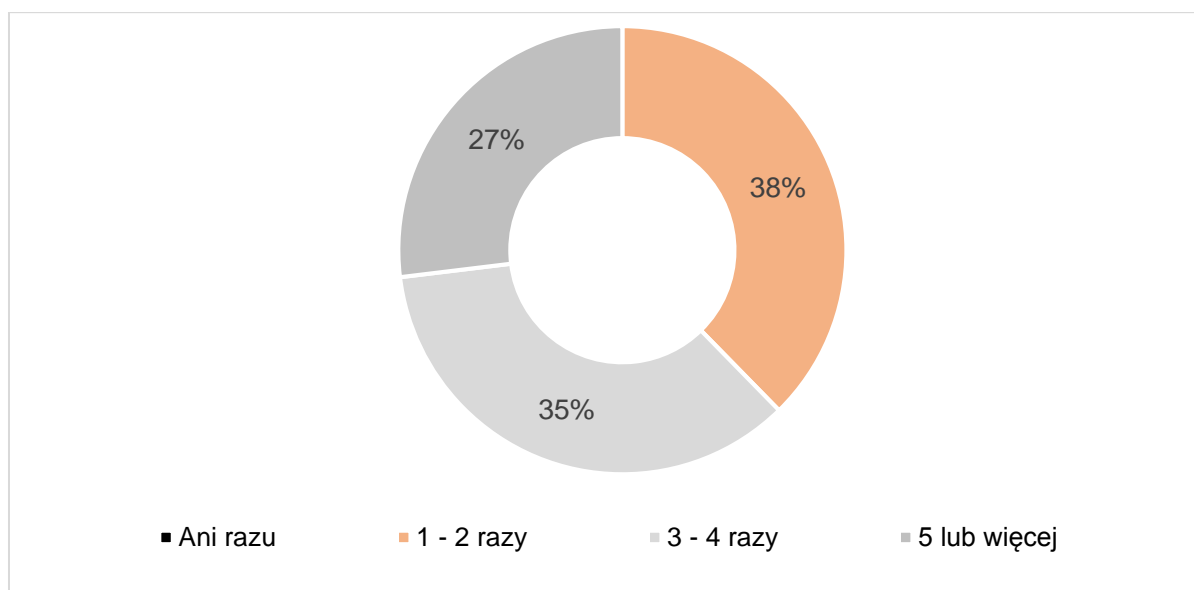
- Niemcy i Austria są cenione za piękne widoki, wyjątkowe krajobrazy i środowisko;
- Włochy i Hiszpania są doceniane za dobre jedzenie;
- Bułgaria, Rumunia, Grecja, Cypr są postrzegane jako kraje atrakcyjne cenowo.

---

### Preferencje i zachowania związane z turystyką

Wszyscy badani, w ciągu trzech ostatnich lat wyjeżdżali poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych, a jedna czwarta z tej grupy odwiedziła także Polskę.

**Wykres 15. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjeżdżałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyjazd?**



Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014.

Przynajmniej raz w roku na dłuższy wyjazd urlopowy wyjeżdża ponad połowa respondentów. Należy podkreślić, że kobiety stosunkowo rzadziej wyjeżdżają na dłuższy urlop niż mężczyźni. W tym przypadku na miejsce wypoczynku 50% respondentów wskazuje zagranicę. Spośród nich połowa deklaruje, że w przeciągu 3 lat chce odwiedzić Polskę.

Motywacje wyjazdu na urlop zagraniczny są różne, ale przede wszystkim badani wskazywali na chęć odpoczynku. Innym motywatores jest odłączenie się/ wyjechanie z kraju pochodzenia – zmiana kultury, bieżących wiadomości, odpoczęcie od związanego z miejscem zamieszkania stresu, wyzwolenie się od rutyny. Respondenci wskazywali również na potrzebę poznawania nowych kultur, państw, innego życia. Badana grupa wskazywała także na bardziej przyziemne aspekty wyjazdu – zakupy, poznanie innych, nowych potraw oraz produktów spożywczych. Około jedna piąta obywateli Izraela spędza dłuższy urlop w kraju.

Badane osoby znacznie częściej wyjeżdżają na krótkie wyjazdy (np. na weekend) niż na dłuższy urlop. Większość z nich w takiej sytuacji woli wypoczywać w swoim kraju (70% respondentów) niż zagranicą.

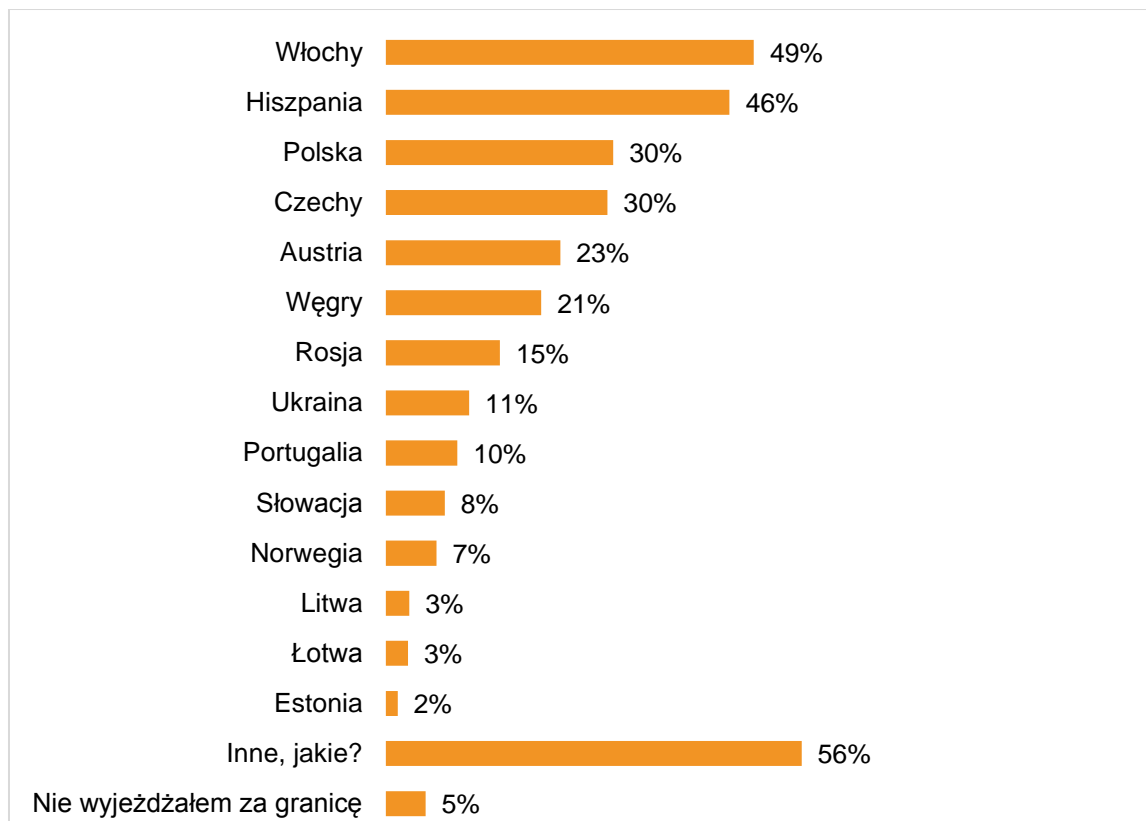
Na wyjazd urlopowy najczęściej wybieranym kierunkiem podróży są typowo turystyczne kraje Europy z ciepłym klimatem – Włoch i Hiszpania – zwiedziła je prawie połowa respondentów. Badani deklarują także ponowne odwiedziny tych państw. Często jest to umotywowane chęcią ponownego odwiedzenia kraju, który znają i kochają - szczególnie przez młode osoby.

- 
- *"Naprawdę jesteśmy [zainteresowani, zauroczeni] we Włoszech i za każdym razem jedziemy do innego miasta" – Starsza grupa FGI*
  - *"Fajnie jest odwiedzić kraj taki jak Hiszpania, który można odwiedzać wielokrotnie i czuć, że już go znasz, ale wciąż odwiedzać inne miejsca za każdym razem i pogłębiać jego znajomość..." – Młodsza grupa FGI*

---

Państwa te są także częściej odwiedzane przez smakoszy – mogą pochwalić się dobrym, lokalnym jedzeniem, które jest znane na całym świecie.

Najmniej popularnymi kierunkami podróży obywateli Izraela narodowości żydowskiej są kraje bałtyckie – Litwa, Łotwa i Estonia – wpływać może na to klimat, który przez większość roku nie jest zachęcający do zwiedzania oraz przekonanie wśród respondentów, że państwa te „utknęły w latach ‘80 ”.

**Wykres 16. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek?**


Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014

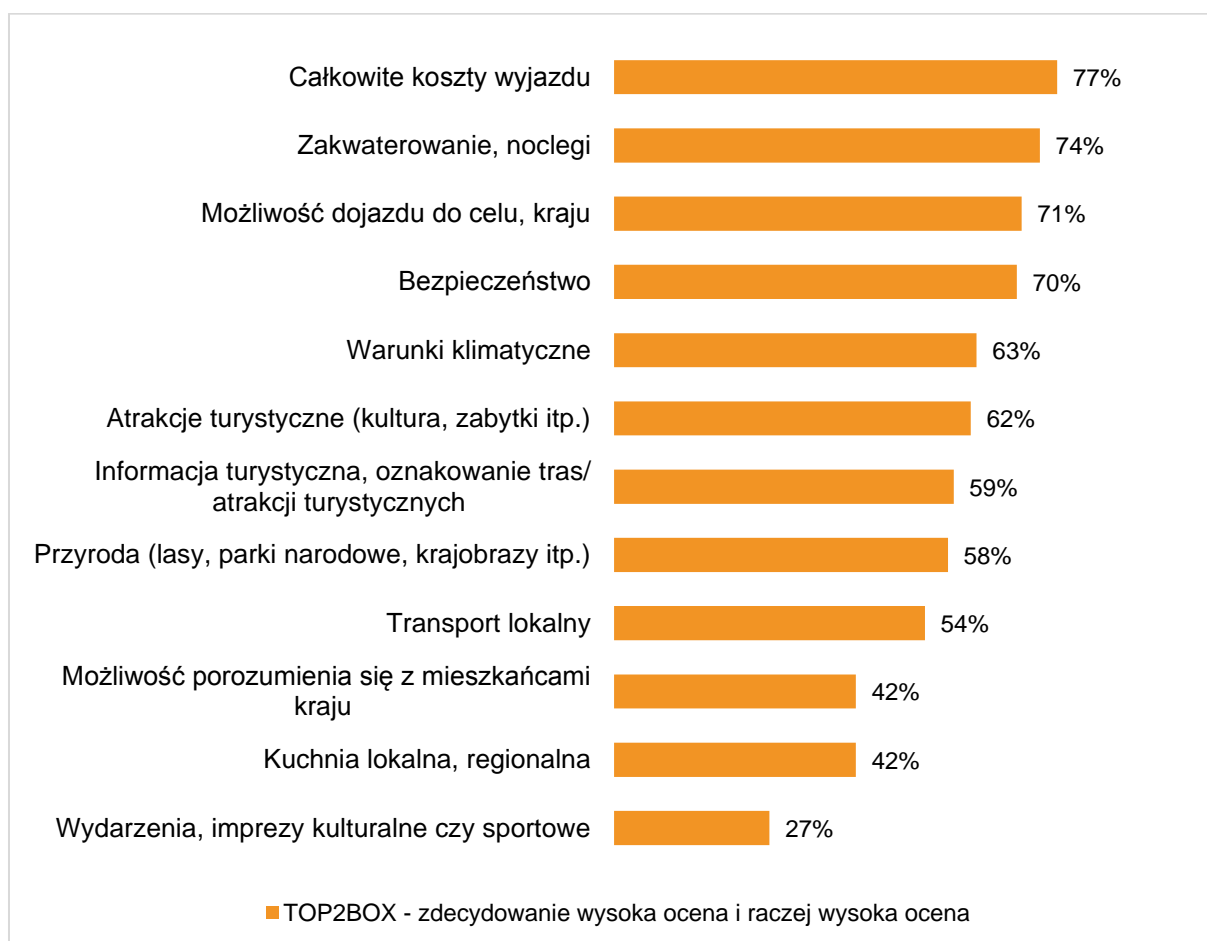
Osoby w średnim i starszym wieku stanowią zdecydowanie największą grupę, która zwiedziła większość z wymienionych krajów. Wyjątek stanowi Polska, gdzie największy odsetek zwiedzających stanowią osoby w wieku 18 – 24 lat.

Jednym z najważniejszych elementów mających wpływ na wybór danego miejsca jako celu podróży jest całkowity koszt wyjazdu. Bardzo ważne są ceny lotów zagranicznych (tutaj popularnym kierunkiem jest Grecja, Polska i Cypr) oraz ceny obowiązujące w miejscu docelowym – wydatki na jedzenie oraz zakupy. Pod tym względem najatrakcyjniejszymi miejscami dla Izraelczyków są: Polska, Bułgaria, Rumunia.

- *"Dla mnie ważne jest, aby móc wydawać pieniądze, gdy jestem na wakacjach, w przeciwnym razie nie będzie to przyjemne..." – Młodsza grupa FGI*

Równie ważnymi elementami są zakwaterowanie i noclegi. Badane osoby wskazywały na odpowiedni poziom warunków mieszkalnych i sanitarnych oraz wyżywienie. Także łatwy dojazd do celu (Polska należy do krajów atrakcyjnych pod tym względem) oraz poczucie bezpieczeństwa - 70% respondentów ten element jako ważny, przy wyborze destynacji. Najmniej uwagi badani respondenci zwracają na wydarzenia i imprezy kulturalne oraz sportowe.

**Wykres 17. W jakim stopniu każdy z tych elementów jest dla Ciebie ważny?**

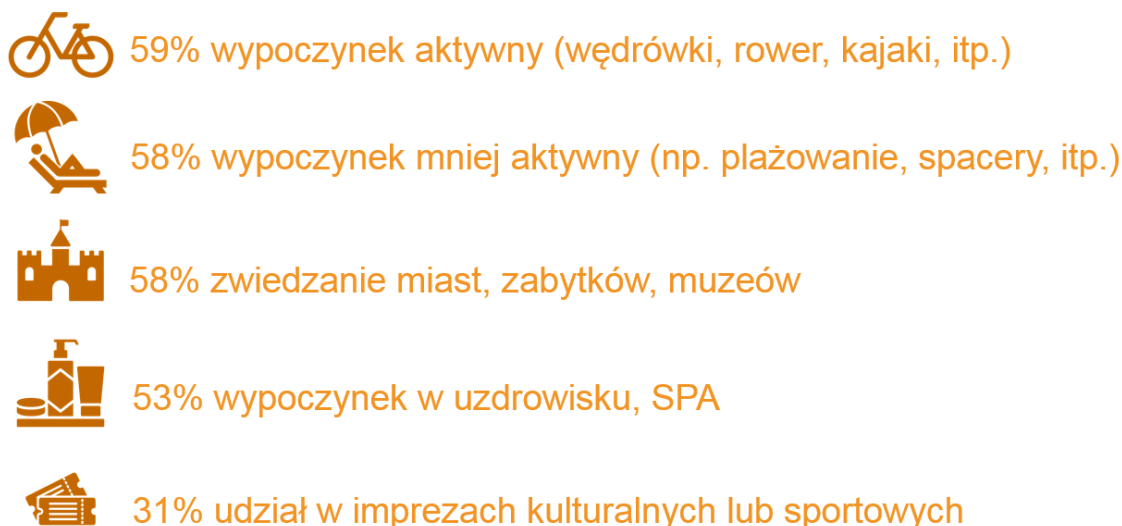


Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014; TOP2BOX – procent wskazań na odpowiedzi „bardzo ważny” i „raczej ważny”.

Osoby starsze i kobiety, wybierając miejsce na urlop za ważny element wskazują również warunki klimatyczne, możliwość dojazdu oraz standardy zakwaterowania. Za to młodsze osoby bardziej liczą się z całkowitym kosztem podróży.

W pytaniu o ulubiony sposób wypoczynku, ponad połowa respondentów wskazała zarówno wypoczynek mniej aktywny jak i aktywny, a także zwiedzanie miast czy pobyt w uzdrowiskach. Najmniej popularny jest udział w imprezach kulturalnych i sportowych. Zwiedzanie miasta, zabytków i muzeów także znacznie bardziej preferują osoby starsze oraz kobiety.

### Grafika 3. Jakie formy wypoczynku podczas wyjazdów turystycznych najbardziej lubisz?



Źródło: Badanie CAWI, respondenci mieszkańcy Izraela narodowości żydowskiej, N=1014; TOP2BOX – procent wskazań na odpowiedzi „zdecydowanie lubię” i „raczej lubię”.

Wyjeżdżając na urlop, ponad 60% wszystkich respondentów woli go organizować samodzielnie i podróżować niezależnie. Taka forma podróżowania pozwala na brak zobowiązań – zarówno pod kątem wyboru miejsca podróży jak i terminu wyjazdu. Ma także wiele zalet – przede wszystkim niższy koszt wycieczki, ale także możliwość odkrywania mniej turystycznych miejsc, przeżywania spontanicznych przygód, autentyczność emocji oraz poznanie kultury i stylu życia ludzi w danym kraju. Sytuacja wygląda tak samo w przypadku krótkich weekendowych wyjazdów – badani w większości organizują je samodzielnie (76%).



Wyjazdy na zorganizowane wycieczki postrzegane są przez większość respondentów jako skomercjalizowany rodzaj podróżowania, mniej „autentyczny”, pozbawiony emocji i opierający się na oglądaniu miejsc znanych z fotografii.

- 
- *Wyjazdy zorganizowane: „To te same miejsca, do których wszyscy zmierzają, nic specjalnego” – Starsza grupa FGI*

---

Odsetek osób podróżujących samodzielnie zmniejsza się wraz z w wiekiem badanych – 46% osób w wieku 65+ podejmuje się organizacji wycieczki samemu. Ta grupa wiekowa stanowi największą grupę osób korzystających z ofert biur podróży. Według nich zaletą tego typu wycieczek jest szczegółowe planowanie oparte na większej wiedzy i doświadczeniu niż to, które posiadają oni sami. Sprawdza się to w takich regionach świata w których ciężko się poruszać (np. Chiny) lub które są w ogóle nie znane (np. Laponia).

- 
- *Wyjazdy zorganizowane: „Ktoś inny myśli za ciebie, dokonuje wszystkich przygotowań i planów, znajduje najlepsze miejsca do zobaczenia...” – Starsza grupa FGI*

---

Największy wpływ na wybór miejsca docelowego podróży w przypadku planowania dłuższego urlopu ma Internet – znaczna część badanych wskazuje na strony/portale typu Trip Advisor poświęcone turystyce (50%), oficjalne strony danego kraju (20%) oraz na portale społecznościowe (19%). Co ciekawe, żaden z respondentów nie wskazał na przewodniki turystyczne. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku krótkich wyjazdów (np. weekendowych) – Izraelczycy najczęściej korzystają z Internetu aby zdobyć informację turystyczne. W tym przypadku wzrasta odsetek osób, które miejsce odpoczynku wybierają za poleceniem znajomych.

- 
- *„Są pewne trendy, kiedy wszyscy nagle mówią o tym, że wybierają się do określonego miejsca docelowego, a potem także masz ochotę tam pojechać...” – Młodsza grupa*
  - *„Widzimy wszystkie te bajeczne zdjęcia na Facebooku znajomych, którzy są gdzieś na wakacjach, a potem my też chcemy tam pojechać...” – Młodsza grupa*

Około 30% zapytanych osób zawsze decyduje się na podróże z dziećmi, a połowa - od czasu do czasu. Osoby starsze częściej podróżują z dziećmi niż te w przedziale wiekowym od 18 do 24 roku życia - jedna czwarta tych osób w ogóle nie decyduje się na taki wyjazd. Na urlop rodzinny respondenci wybierają docelowo miejsca charakteryzujące się wieloma atrakcjami dla dzieci. Takim krajem jest np. Holandia. Polska pod tym względem nie jest atrakcyjnym miejscem urlopowym.

- 
- *"W Warszawie nie ma co robić, jeśli jesteś z dziećmi – nie ma atrakcji dla dzieci" – Młodsza grupa FGI*
  - *„Kiedyś szukałam [co można robić w Polsce, będąc na urlopie z dziećmi] to okazuje się, że można tylko chodzić po parkach” – Młodsza grupa FGI*
- 

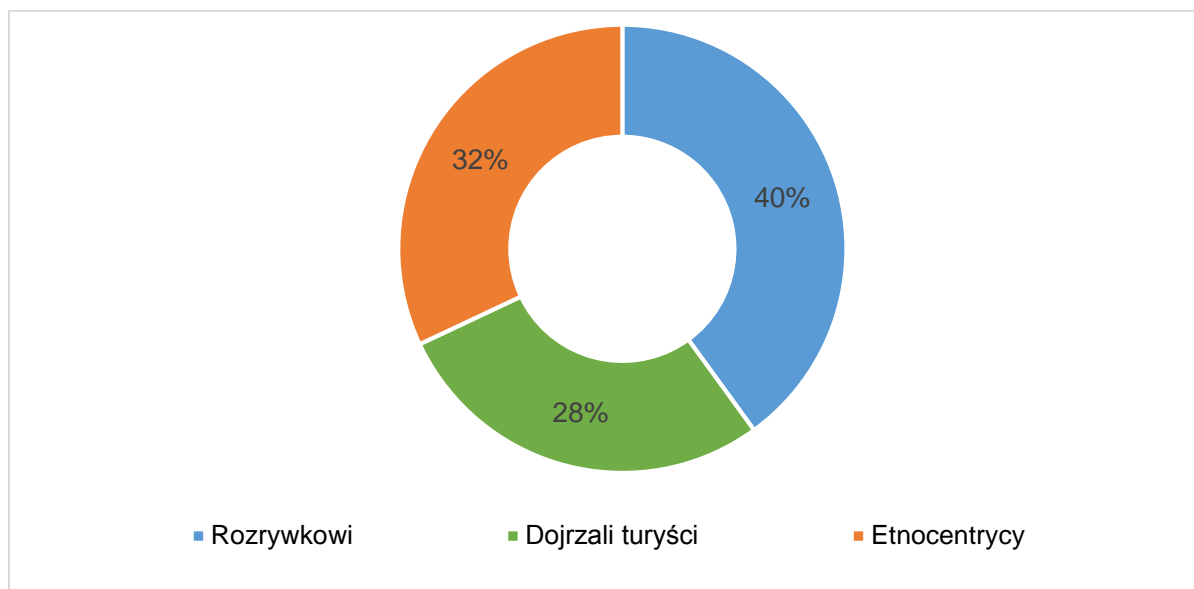
### Segmentacja

Na podstawie wyników badania zostały wyodrębnione trzy segmenty turystów – mieszkańców Izraela narodowości żydowskiej<sup>1</sup>. Są to: „Rozrywkowi”, „Dojrzały turyści” oraz „Etnocentrycy”. Segmenty te różnią się między sobą nastawieniem do wyjazdów turystycznych oraz podejściem do Polski

---

<sup>1</sup> Segmentacja została wykonana metodą klas latentnych.

Wykres 18. Segmenty podróżujących



Źródło: obliczenia własne na podstawie badania CAWI

#### Charakterystyka segmentów:

##### 1. Rozrywkowi (40%):

- a. Od wyjazdów turystycznych oczekują głównie zabawy i rozrywki. Chętnie uczestniczą w imprezach masowych (koncerty muzyki rozrywkowej, imprezy sportowe). Zwracają relatywnie mniejszą niż pozostali uwagę na aspekty takie jak przyroda czy zabytki.
- b. Są to osoby młodsze (nieco częściej mężczyźni), które mieszkają z rodzicami. W związku z tym organizacja wyjazdów najczęściej leży po stronie rodziców. To rodzice opłacają taki wyjazd, dlatego segment „Rozrywkowi” przy wyborze kierunku nie kieruje się całkowitymi kosztami wyjazdu, bezpieczeństwem, zakwaterowaniem czy transportem.
- c. Co trzecia osoba była wcześniej w Polsce. Jako, że jest to młodszy segment – można przypuszczać, że przyjazd do Polski jest jeszcze przed nimi. Zwłaszcza, że Polskę jako kraj atrakcyjny turystycznie ocenia 44% z nich. W tej chwili 37% z nich rozważyłoby przyjazd do Polski w ciągu najbliższych 3 lat. Na tle pozostałych segmentów relatywnie lepiej oceniają kuchnię polską oraz imprezy kulturalne i/lub sportowe.

- d. Co trzeci przedstawiciel tego segmentu nie bierze naszego kraju pod uwagę przy wyjeździe turystycznym. Wynika to z braku wiedzy na temat Polski, informacji dotyczącej rozrywki, którą oferuje oraz imprez masowych.

### 2. Dojrzały turyści (28%):

- a. Najbardziej otwarci na świat: do tej pory odwiedzili wiele miejsc na świecie i zdecydowanie chcą to robić dalej. Aż 36% z nich w ciągu ostatnich 3 lat wyjeżdżało poza miejsce zamieszkania w celach turystycznych 5 lub więcej razy. Często są to wyjazdy zagraniczne (również wyjazdy weekendowe). Bardziej niż pozostałe segmenty lubią zwiedzanie miast i zabytków.
- b. W segmencie „Dojrzały turyści” przeważają pary, osoby pozostające w stałym związku (częściej kobiety). Najczęściej nie posiadają jeszcze dzieci. Same decydują o kierunku wyjazdu i najczęściej organizują go również samodzielnie.
- c. Jako, że są to osoby ciekawe świata – prawie 40% odwiedziło wcześniej Polskę, a 70% uważa Polskę za kraj atrakcyjny turystycznie. O Polsce wiedzą relatywnie najwięcej i są zainteresowani przyjazdem do Polski (54%) oraz zwiedzaniem muzeów i miejsc historycznych, poznawaniem kultury i kuchni polskiej. W mniejszym stopniu są zainteresowani imprezami masowymi.
- d. Polska ma najlepszy wizerunek w tym segmencie. W związku z tym „Dojrzały turyści” są najbardziej skłonni do polecenia Polski swoim znajomym i kolegom (25% promotorów w klasyfikacji NPS).

### 3. Etnocentrycy (32%):

- a. Są to osoby, które rzadko wyjeżdżają na urlop lub weekend, w niewielkim stopniu wyjeżdżają za granicę, nie szukają informacji związanych z wyjazdami turystycznymi. Jeśli wyjeżdżają turystycznie – najczęściej wybierają Izrael.
- b. Osoby te nie różnią się od populacji mieszkańców Izraela narodowości żydowskiej pod względem demograficznym. Różnice pojawiają się w postawach wobec innych narodowości i kultur. Przedstawiciele tego segmentu przejawiają ksenofobię i uprzedzenia wobec innych narodów lub mieli jakieś złe doświadczenia w kontaktach z obcymi nacjami.
- c. Segment z najmniejszym potencjałem do przyciągnięcia do Polski w celach turystycznych: jego przedstawiciele są źle nastawieni do Polski i Polaków (nieco mniejszy dystans mają do Węgrów, Czechów czy Słowaków), zamknięci, niewiele wiedzą o Polsce. Najniżej oceniają wizerunek Polski i nie są skłonni do polecenia Polski na wyjazd turystyczny.

- d. W tym segmencie jest relatywnie najmniej osób, które były już kiedyś w Polsce - 26%. Uważają, że Polska nie jest atrakcyjna turystycznie i w większości nie chcą w najbliższym czasie jej odwiedzić. Nieliczne osoby, które rozważają przyjazd planują przede wszystkim wizytę w miejscach związanych z historią ich narodu (47%).

## Aneks: wybrane tabele wynikowe

**Z1. Jak często wyjeżdżasz na następujące wyjazdy turystyczne: - Wyjazd na urlop**

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjeżdżałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/ła m Polski	odwiedziłem/ła m Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłam/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłam/byłam na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
Co najmniej raz w miesiącu	3%	2%	4%	2%	4%	5%	3%	0%	4%	3%	2%
Raz na 2-3 miesiące	6%	6%	7%	2%	10%	6%	5%	8%	11%	4%	11%
Raz na 4-6 miesięcy	17%	15%	21%	15%	19%	19%	15%	20%	25%	13%	29%
Raz na 7-9 miesięcy	17%	15%	21%	14%	19%	16%	17%	17%	7%	16%	19%
Raz na 10-12 miesięcy	38%	40%	34%	43%	33%	32%	40%	41%	43%	41%	31%
Rzadziej	19%	22%	13%	23%	15%	22%	20%	14%	11%	23%	8%
Top2Box	55%	55%	55%	58%	52%	48%	57%	57%	50%	57%	50%
Bottom2Box	9%	8%	10%	4%	14%	11%	8%	9%	14%	7%	13%
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

**Z2. Czy wyjazdy te są najczęściej krajowe czy zagraniczne? - Wyjazd na urlop**

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjeżdżałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/ła m Polski	odwiedziłem/ła m Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłam/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłam/byłam na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
Najczęściej zagraniczne	50%	47%	58%	51%	50%	46%	51%	54%	43%	48%	57%
Najczęściej krajowe	28%	33%	18%	27%	30%	32%	29%	22%	25%	30%	23%
W równym stopniu zagraniczne i krajowe	21%	20%	23%	22%	20%	22%	20%	23%	32%	21%	21%
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

## Z1. Jak często wyjeżdżasz na następujące wyjazdy turystyczne - Krótki wyjazd (np. na weekend)

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjeżdżałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/ła m Polski	odwiedziłem/ła m Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłem/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłem/byłem na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
Co najmniej raz w miesiącu	8%	9%	8%	6%	10%	15%	8%	2%	7%	7%	11%
Raz na 2-3 miesiące	15%	13%	19%	13%	17%	15%	13%	16%	14%	11%	24%
Raz na 4-6 miesięcy	21%	20%	24%	19%	24%	22%	21%	22%	11%	19%	27%
Raz na 7-9 miesięcy	12%	12%	13%	12%	12%	11%	13%	11%	21%	12%	12%
Raz na 10-12 miesięcy	21%	22%	20%	24%	18%	14%	24%	24%	14%	23%	15%
Rzadziej	22%	25%	16%	26%	18%	21%	20%	26%	32%	26%	10%
Top2Box	34%	34%	33%	37%	31%	25%	37%	35%	36%	36%	28%
Bottom2Box	23%	21%	27%	19%	27%	32%	21%	18%	21%	18%	35%
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

## Z2. Czy wyjazdy te są najczęściej krajowe czy zagraniczne? - Krótki wyjazd (np. na weekend)

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjeżdżałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/ła m Polski	odwiedziłem/ła m Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłem/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłem/byłem na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
Najczęściej zagraniczne	15%	15%	16%	15%	15%	10%	17%	16%	4%	12%	22%
Najczęściej krajowe	68%	69%	66%	70%	66%	73%	68%	62%	79%	71%	61%
W równym stopniu zagraniczne i krajowe	17%	17%	18%	15%	19%	17%	15%	22%	18%	17%	18%
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

## A2. Czy wybrane kraje wydają Ci się atrakcyjne turystycznie czy nie? Posłuż się skalą od 1 do 5 (1 = zdecydowanie nie atrakcyjny, 5 = zdecydowanie atrakcyjny)

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		K_WIEK				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjeżdżałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/ła m Polski	odwiedziłem/ła m Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłem/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłem/byłem na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
1 - zdecydowanie nieatrakcyjny	8%	8%	7%	7%	8%	10%	8%	6%	4%	9%	5%
2 - raczej nieatrakcyjny	16%	17%	14%	14%	17%	21%	17%	9%	7%	17%	12%
3 - ani atrakcyjny, ani nie atrakcyjny	29%	32%	23%	27%	31%	31%	30%	26%	21%	28%	31%
4 - raczej atrakcyjny	30%	28%	36%	33%	28%	26%	31%	34%	32%	30%	32%
5 - zdecydowanie atrakcyjny	15%	13%	20%	16%	14%	10%	13%	22%	36%	14%	18%
Trudno powiedzieć	2%	3%	0%	2%	1%	2%	2%	3%	0%	2%	2%
Top2Box	24%	25%	21%	22%	26%	31%	25%	15%	11%	26%	17%
Bottom2Box	45%	41%	56%	49%	42%	36%	44%	57%	68%	44%	50%
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

### A3. Czy rozważasz odwiedzenie tych krajów w ciągu najbliższych 3 lat? - Polska

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjechałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/a m. Polski	odwiedziłem/a m. Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłem/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłem/byłem na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
Zdecydowanie nie	13%	14%	11%	12%	14%	16%	14%	11%	7%	13%	13%
Raczej nie	23%	22%	25%	25%	21%	28%	24%	17%	14%	23%	24%
Ani tak, ani nie	23%	22%	23%	21%	24%	24%	23%	21%	25%	23%	21%
Raczej tak	22%	22%	20%	21%	22%	17%	23%	25%	11%	22%	22%
Zdecydowanie tak	13%	11%	19%	14%	13%	10%	12%	18%	32%	12%	17%
Trudno powiedzieć	6%	7%	3%	6%	6%	5%	5%	8%	11%	7%	4%
Top2Box	35%	33%	39%	35%	35%	28%	34%	43%	43%	34%	39%
Bottom2Box	36%	37%	36%	37%	35%	44%	38%	28%	21%	36%	37%
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

### A3a. Wskazałeś/łaś, że planujesz odwiedzić Polskę w ciągu najbliższych 3 lat. Zaznacz proszę, w jakim celu planujesz przyjechać?

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjechałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/a m. Polski	odwiedziłem/a m. Polskę	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłem/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłem/byłem na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
Wypoczynek, rekreacja i wakacje	43%	42%	44%	43%	43%	28%	47%	45%	42%	42%	44%
Odwiedziny u krewnych i znajomych	3%	4%	2%	3%	4%	6%	4%	0%	0%	4%	2%
Zakupy, shopping	13%	10%	18%	18%	7%	20%	13%	8%	0%	14%	10%
Zawodowy, służbowy, ale połączony z wypoczynkiem, odwiedzinami lub realizacją innych celów turystycznych	2%	2%	2%	1%	2%	3%	2%	0%	0%	2%	1%
Wyłącznie zawodowy, służbowy	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	0%	0%	1%	1%
Edukacja (studia, wymiana, kursy i inne)	3%	3%	3%	3%	4%	6%	3%	2%	0%	4%	1%
Wyjazd zorganizowany przez szkołę w ramach zajęć	2%	2%	2%	1%	3%	6%	1%	1%	0%	2%	1%
Wizyta w miejscach związanych z historią mojego narodu	29%	33%	20%	26%	31%	23%	23%	40%	58%	28%	31%
Inny cel – jaki? (np. kuracja zdrowotna, SPA, pielgrzymka, tranzyt)	5%	3%	9%	5%	5%	5%	7%	3%	0%	4%	8%
Baza	355	235	120	185	170	64	182	97	12	249	106

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy odpowiadali na to pytanie.



## D5. Jak ogólnie oceniasz tą ostatnią wizytę w Polsce? Proszę posłużyć się skalą:

	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjechałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyjazd		
	Total			kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłam/byłam kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłam/byłam na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
		nie odwiedziłem/łam Polski	odwiedziłem/łam Polskę								
zdecydowanie niska ocena	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	4%	0%	0%	2%
raczej niska ocena	5%	0%	5%	4%	6%	4%	6%	5%	0%	5%	6%
ani niska ani wysoka ocena	27%	0%	27%	25%	29%	28%	31%	18%	10%	27%	28%
raczej wysoka ocena	38%	0%	38%	35%	42%	45%	36%	33%	40%	43%	29%
zdecydowanie wysoka ocena	27%	0%	27%	33%	20%	20%	24%	40%	50%	23%	34%
nie wiem/trudno powiedzieć	2%	0%	2%	2%	1%	2%	3%	0%	0%	2%	2%
Baza	309	0	309	166	143	89	153	57	10	202	107

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy odpowiedzieli na to pytanie.

## D4. Jaki był główny cel Twojej ostatniej wizyty w Polsce?

	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjechałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyjazd		
	Total			kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłam/byłam kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłam/byłam na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
		nie odwiedziłem/łam Polski	odwiedziłem/łam Polskę								
Wypoczynek, wakacje	17%	0%	17%	16%	18%	6%	20%	26%	20%	16%	18%
Odwiedziny u krewnych i znajomych	2%	0%	2%	2%	1%	3%	1%	0%	0%	2%	0%
Zakupy, shopping	6%	0%	6%	5%	7%	7%	5%	9%	0%	4%	8%
Zawodowy, służbowy, ale połączony z wypoczynkiem, odwiedzinami lub realizacją innych celów turystycznych	3%	0%	3%	2%	3%	1%	1%	5%	20%	2%	4%
Wyłącznie zawodowy, służbowy	2%	0%	2%	2%	1%	0%	1%	5%	10%	2%	1%
Edukacja (studia, wymiana, kursy i inne)	8%	0%	8%	6%	10%	12%	7%	5%	0%	10%	4%
Wyjazd zorganizowany przez szkołę w ramach zajęć	26%	0%	26%	34%	16%	40%	27%	2%	0%	27%	22%
Wizyta w miejscach związanych z historią mojego narodu	30%	0%	30%	26%	36%	25%	30%	39%	40%	29%	34%
Inny cel – jaki? (np. kuracja zdrowotna, SPA, pielgrzymka, tranzyt)	8%	0%	8%	8%	8%	6%	8%	9%	10%	7%	9%
Baza	309	0	309	166	143	89	153	57	10	202	107

## D8. Dlaczego nie bierzesz pod uwagę przyjazdu do Polski? Proszę podać 3 najważniejsze powody.

	Total	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? - Polska			ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjechałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja	
		nie odwiedziłem/ła m Polski	odwiedziłem/ła m Polskę		kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłem/byłam kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłem/byłam na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)
mam inne plany	28%	26%	32%	30%	26%	30%	27%	26%	50%	28%	27%	
chcę zobaczyć inne kraje	39%	33%	55%	43%	36%	38%	42%	34%	50%	36%	48%	
w Polsce jest brzydka pogoda	8%	8%	7%	10%	5%	8%	9%	3%	0%	8%	8%	
nie interesuje mnie Polska	29%	32%	22%	30%	29%	29%	32%	21%	17%	30%	28%	
nie wiem co można zobaczyć w Polsce	12%	15%	7%	14%	10%	17%	10%	13%	0%	13%	11%	
nie wiem nic o Polsce	5%	6%	1%	3%	6%	7%	4%	2%	0%	5%	4%	
Polska nie jest atrakcyjnym celem podróży	24%	25%	20%	21%	26%	25%	24%	21%	0%	22%	27%	
Polska nie jest bezpiecznym krajem	6%	6%	7%	5%	8%	10%	4%	6%	0%	7%	4%	
w Polsce jest drogo	1%	2%	0%	1%	2%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	
nie stać mnie na wyjazd do Polski	5%	6%	4%	4%	7%	6%	3%	11%	0%	6%	5%	
Polacy są mało komunikatywni, mało przyjaźni	6%	6%	7%	5%	8%	7%	6%	8%	0%	7%	5%	
Polska silnie kojarzy mi się z Zagładą, obozami Zagłady	47%	48%	46%	59%	34%	48%	45%	53%	50%	46%	51%	
Polacy są negatywnie nastawieni do Żydów	22%	24%	18%	21%	24%	19%	21%	32%	17%	22%	23%	
Polacy słabo znają język angielski, problem z porozumieniem się	7%	7%	7%	5%	10%	7%	7%	8%	17%	8%	5%	
Inne powody, jakie?	6%	5%	6%	4%	8%	5%	5%	6%	33%	5%	7%	
Baza	370	260	110	196	174	101	201	62	6	270	100	

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy odpowiadali na to pytanie.

## W2. Poniżej znajdują się różne cechy ważne przy wyjazdach turystycznych. Jaką ocenę wystawisz Polsce pod kątem każdej z cech?

	1 - zdecydowanie nie pasuje	2 - raczej nie pasuje	3 - ani pasuje, ani nie pasuje	4 - raczej pasuje	5 - zdecydowanie pasuje	Trudno powiedzieć	
Całkowite koszty wyjazdu	3%	9%	23%	28%	29%	8%	
Atrakcje turystyczne (kultura, zabytki itp.)	3%	7%	24%	33%	25%	7%	
Przyroda (las, parki narodowe, krajobrazy itp.)	4%	8%	24%	30%	24%	10%	
Zakwaterowanie, noclegi	2%	5%	25%	35%	24%	10%	
Kuchnia lokalna, regionalna	7%	16%	33%	21%	14%	9%	
Wydarzenia, imprezy kulturalne czy sportowe	7%	20%	32%	19%	8%	15%	
Możliwość dojazdu do celu, kraju	2%	4%	16%	34%	36%	7%	
Transport lokalny	4%	8%	27%	31%	16%	13%	
Informacja turystyczna, oznakowanie tras/ atrakcji turystycznych	3%	9%	29%	31%	18%	11%	
Bezpieczeństwo	3%	10%	31%	28%	18%	11%	
Możliwość porozumienia się z mieszkańcami kraju	6%	17%	32%	24%	11%	9%	
Warunki klimatyczne	4%	14%	32%	29%	14%	6%	
Baza	1014						

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

### W3. A w jakim stopniu zgadzasz się z następującymi zdaniami dotyczącymi Polski?

	1 - zdecydowanie nie pasuje	2 - raczej nie pasuje	3 - ani pasuje, ani nie pasuje	4 - raczej pasuje	5 - zdecydowanie pasuje	Trudno powiedzieć
Trudno znaleźć w Polsce coś interesującego	21%	32%	25%	14%	3%	5%
Polska leży w Europie Środkowo - Wschodniej, która nie jest interesującym celem podróży	21%	30%	28%	13%	5%	4%
Pobyt w Polsce mógłby mnie pozytywnie zaskoczyć	7%	10%	23%	38%	18%	4%
Polska odgrywa coraz ważniejszą rolę w Europie	9%	18%	37%	22%	7%	7%
W Polsce jest smaczne jedzenie lokalne	9%	18%	37%	21%	8%	8%
Polska rozwija się w szybkim tempie	4%	12%	35%	30%	10%	9%
Nie jest łatwo dostać się do Polski	31%	36%	19%	7%	3%	5%
Polska kojarzy mi się tylko z drugą wojną światową	13%	19%	20%	28%	17%	3%
Po Polsce trudno się podróżuje	14%	31%	30%	13%	4%	8%
Polska to dobre miejsce na zakupy	5%	10%	24%	35%	21%	6%
Polska jest tanim krajem	5%	11%	25%	35%	20%	5%
Polska nie jest odpowiednim krajem na wyjazdy z dziećmi	13%	25%	30%	16%	9%	7%
W Polsce jest wiele miejsc, w których można odpocząć na łonie natury	4%	9%	36%	31%	11%	9%
Baza	1014					

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

### C1. W jakim stopniu zgadzasz się z następującymi zdaniami dotyczącymi Polaków?

	1 - zdecydowanie nie pasuje	2 - raczej nie pasuje	3 - ani pasuje, ani nie pasuje	4 - raczej pasuje	5 - zdecydowanie pasuje	Trudno powiedzieć
Polacy to wykształcony naród	4%	10%	46%	25%	6%	9%
Polacy są przyjaźnie nastawieni w stosunku do turystów	6%	16%	42%	20%	6%	10%
Przeciętny Polak jest biedny	4%	16%	45%	20%	4%	11%
Polacy są bardzo pracowici	5%	11%	52%	16%	5%	12%
Polacy mają małe poczucie humoru, są smutni	7%	14%	47%	15%	6%	11%
Lubię Polaków	11%	17%	48%	13%	5%	7%
Polacy są bardzo kreatywni	5%	15%	53%	12%	4%	12%
Polacy są podobni do nas	19%	25%	36%	10%	2%	8%
Baza	1014					

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.

### E3. Czy znasz stronę internetową www.poland.travel?

	M12. Które z wymienionych krajów odwiedziłeś/aś kiedykolwiek? -		ME1a. Zaznacz swoją płeć:		Wiek				M9. Ile razy w ciągu ostatnich 36 miesięcy wyjechałeś/aś poza swoje miejsce zamieszkania w celach turystycznych na wyja		
	Total	Polska	kobieta	mężczyzna	18-24	25-44	45-65	65+	byłam/byłem kilkakrotnie na wyjeździe turystycznym w ciągu ostatnich 36 miesięcy (1-4 wyjazdy)	byłam/byłam na wielu wyjazdach turystycznych w ciągu ostatnich 36 miesięcy (powyżej 5 wyjazdów)	
		nie odwiedziłam/łam Polski	odwiedziłam/łam Polskę								
tak	7%	6%	7%	6%	7%	6%	6%	11%	7%	4%	
nie	93%	94%	93%	94%	93%	94%	94%	89%	93%	96%	
Baza	1014	705	309	523	491	231	532	223	28	741	273

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci.