



Badanie ruchu turystycznego podczas INDUSTRIADY 2012

Wyniki badania ilościowego zrealizowanego na zlecenie
Śląskiej Organizacji Turystycznej



Warszawa, lipiec 2012

■	Informacje o realizacji badania	3
■	Najważniejsze ustalenia	6
■	Wyniki szczegółowe	9
■	Znajomość nazwy INDUSTRIADA.....	10
■	Ocena INDUSTRIADY 2012.....	15
■	Model uczestnictwa	34
■	Profil społeczno – demograficzny uczestników INDUSTRIADY 2012	44
■	Informacje o respondentach	48
■	O ARC Rynek i Opinia	54



Informacje o badaniu

Cele badania:

- Głównym celem badania było poznanie opinii uczestników imprez organizowanych w ramach INDUSTRIADY 2012 na temat festiwalu. W szczególności celem badania było poznanie:
 - Stopnia znajomości marki „INDUSTRIADA”, źródeł informacji o festiwalu;
 - Motywów i modelu uczestnictwa (m.in.: liczba osób towarzyszących, długość pobytu, itp.);
 - Oceny INDUSTRIADY pod względem: oceny atmosfery wydarzenia, różnorodności programu INDUSTRIADY 2012, poszczególnych wydarzeń, imprez w lokalizacjach, systemu transportu;
 - struktury grupy docelowej, cech demograficzno-społecznych uczestników festiwalu w poszczególnych lokalizacjach.

Realizacja:

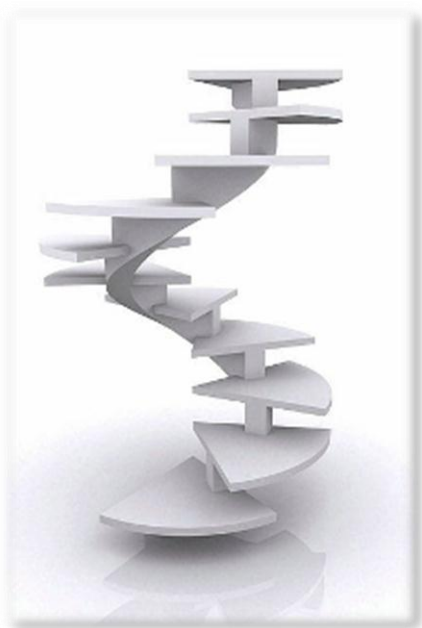
- Badanie zostało przeprowadzone metodą wywiadów bezpośrednich PAPI.
- Respondentami byli losowo wybrani uczestnicy imprez w ramach INDUSTRIADY 2012 w wieku powyżej 20 lat.
- Ostatecznie w badaniu wzięło udział 629 respondentów. Szczegółowe informacje na temat rozkładu próby w poszczególnych lokalizacjach znajdują się na kolejnym slajdzie.

Termin realizacji:

- Badanie zostało przeprowadzone w dniu 30 czerwca 2012 roku.

Struktura próby

Lokalizacja	Obiekt	Liczba przeprowadzonych wywiadów w obiekcie	Liczba przeprowadzonych wywiadów w lokalizacji
Bytom	Kolejka wąskotorowa	55	55
Chorzów	Szyb Prezydent, kompleks Sztygarka	50	50
Cieszyn	Muzeum Drukarstwa / Bracki Browar Zamkowy	52	52
Częstochowa	Muzeum Górnictwa Rud Żelaza	36	75
	Plac Biegańskiego	39	
Gliwice	Radiostacja Gliwice	52	52
Karchowice	Zabytkowa Stacji Wodociągowa „Zawada”	32	32
Katowice	Osiedle Nikiszowiec	52	52
Łaziska Górne	Muzeum Energetyki	52	52
Tarnowskie Góry	Zabytkowa Kopalnia Srebra	50	50
Tychy	Tyskie Browarium	32	32
Zabrze	Muzeum Górnictwa Węglowego	25	77
	Skansen Górniczy „Królowa Luiza”	25	
	Zabytkowa Kopalnia Węgla Kamiennego „Guido”	27	
Zawiercie	Huta Szkła „Zawiercie”	50	50



Najważniejsze ustalenia

Najważniejsze ustalenia 1/2

- **INDUSTRIADA 2012 to w świetle wyników badania prawdziwy sukces.** Oceny tegorocznych uczestników były zdecydowanie lepsze niż w poprzedniej edycji badania. Aktualną edycję festiwalu bardzo pozytywnie oceniło prawie $\frac{3}{4}$ badanych, poprzednią edycję: nieco ponad połowa. Średnia ogólnej satysfakcji wzrosła z 4,47 do 4,67 w obecnej edycji.
 - Bardzo pozytywne zdanie uczestnicy INDUSTRIADY 2012 mieli również na temat personelu, obsługi w obiektach, atmosfery wydarzenia, imprez zorganizowanych w obiektach oraz różnorodności programu festiwalu. Wszystkie te poddane ocenie obszary uzyskały wysokie średnie ocen, wyższe niż zanotowane w poprzedniej edycji.
 - Poziom satysfakcji z uczestnictwa w INDUSTRIADZIE 2012 był zróżnicowany w poszczególnych lokalizacjach. Zdecydowanie najlepiej wypadły imprezy zorganizowane w Karchowicach w Zabytkowej Stacji Wodociągowej „Zawada” (średnia ogólnej satysfakcji: 4,97) oraz w Cieszynie w Muzeum Drukarstwa, Brackim Browarze (średnia: 4,92).
- W porównaniu do poprzedniej edycji wzrósł również wskaźnik rekomendacji uczestnictwa festiwalu znajomym oraz chęć udziału w przyszłorocznej edycji INDUSTRIADY.
 - Istotnym czynnikiem różnicującym deklaracje ponownego uczestnictwa było posiadanie dzieci: osoby z dziećmi częściej wskazywały chęć udziału w kolejnej edycji niż osoby bezdzietne.

Najważniejsze ustalenia 2/2

- **Marka INDUSTRIADA funkcjonuje w świadomości prawie wszystkich uczestników festiwalu.** W obecnej 3. edycji festiwalu nazwę tę wymieniło 87% badanych, w poprzednim pomiarze: 78%. Marka znana była częściej osobom młodszym (do 44 lat) oraz posiadającym wyższe wykształcenie.
- Najczęściej wymienianym motywem udziału w INDUSTRIADZIE 2012 była **chęć poznania zabytków techniki.** Wymieniło go 36% badanych uczestników (w poprzedniej edycji: 33%). Nieco rzadziej niż w edycji 2011 jako czynnik, który zachęcił do udziału w festiwalu wskazywano natomiast możliwość spędzenia czasu w ciekawy sposób (odsetek w edycji 2012: 33%, w 2011: 40%). Wyniki pokazują również zdecydowany wzrost ważności wcześniejszego uczestnictwa w poprzednich edycjach festiwalu (wzrost wskazań z 3% do 11% w obecnym badaniu).
- Wśród pomysłów na sposoby ulepszenia przyszłych edycji festiwalu zdecydowanie najczęściej pojawiały się dwa: **zwiększenie promocji INDUSTRIADY w mediach** oraz **przedłużenie czasu trwania festiwalu do dwóch dni** (wiele osób wskazywało z żalem, że program festiwalu jest zbyt szeroki, aby w ciągu jednego dnia zdążyć odwiedzić kilka obiektów).



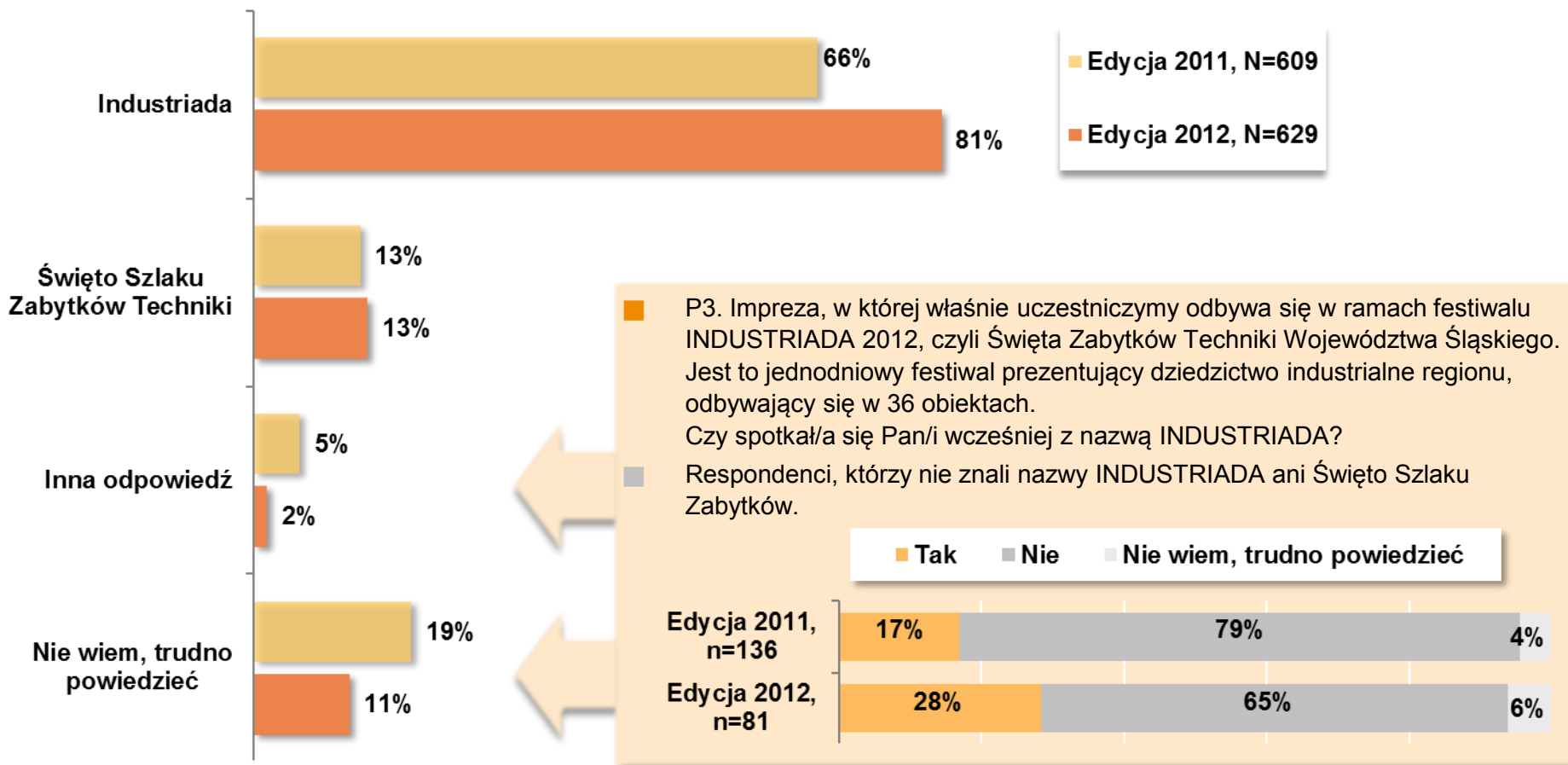
Wyniki szczegółowe



Znajomość nazwy INDUSTRIADA

Znajomość spontaniczna nazwy INDUSTRIADA

- P1. Na początku chciałbym/chciałabym zapytać, czy wie Pan/i jaką nazwę nosi impreza, w której właśnie uczestniczymy?
- Wszyscy respondenci. Możliwość wielu odpowiedzi.



Całkowita znajomość nazwy INDUSTRIADA w poszczególnych lokalizacjach

Lokalizacja	Znajomość spontaniczna	Znajomość wspomagana	ZNAJOMOŚĆ CAŁKOWITA
Katowice, n=52	100%	0%	100%
Karchowice, n=32	97%	3%	100%
Bytom, n=55	98%	0%	98%
Cieszyn, n=52	96%	2%	98%
Tarnowskie Góry, n=50	94%	0%	94%
Zabrze, n=77	81%	13%	93%
Łaziska Górne, n=52	90%	2%	92%
Zawiercie, n=50	82%	10%	92%
Gliwice, n=52	87%	0%	87%
Chorzów, n=50	74%	8%	82%
Częstochowa, n=75	79%	1%	80%
Tychy, n=32	72%	0%	72%
Edycja 2012, N=629	87%	4%	91%

Szarym kolorem w danej kolumnie oznaczono wartości niższe od średniej uzyskanej w Edycji 2012.

Świadomość marki INDUSTRIADA wśród uczestników festiwalu była wysoka. Spontanicznie wymieniło ją 87% badanych (w poprzedniej edycji: 78%). Nazwa festiwalu znana była najczęściej uczestnikom imprez w Katowicach, Karchowicach, Bytomiu i Cieszynie. Biorąc pod uwagę cechy demograficzne istotny wpływ na poziom znajomości marki INDUSTRIADA miały wiek i wykształcenie. Częściej spontanicznie wymieniały ją osoby do 44 roku życia niż starsze (odsetki wskazań odpowiednio: 89% i 81%) oraz osoby z wykształceniem wyższym (odsetek wskazań spontanicznych wśród osób z wykształceniem wyższym: 94%, średnim: 87%, niższym niż średnie: 74%).

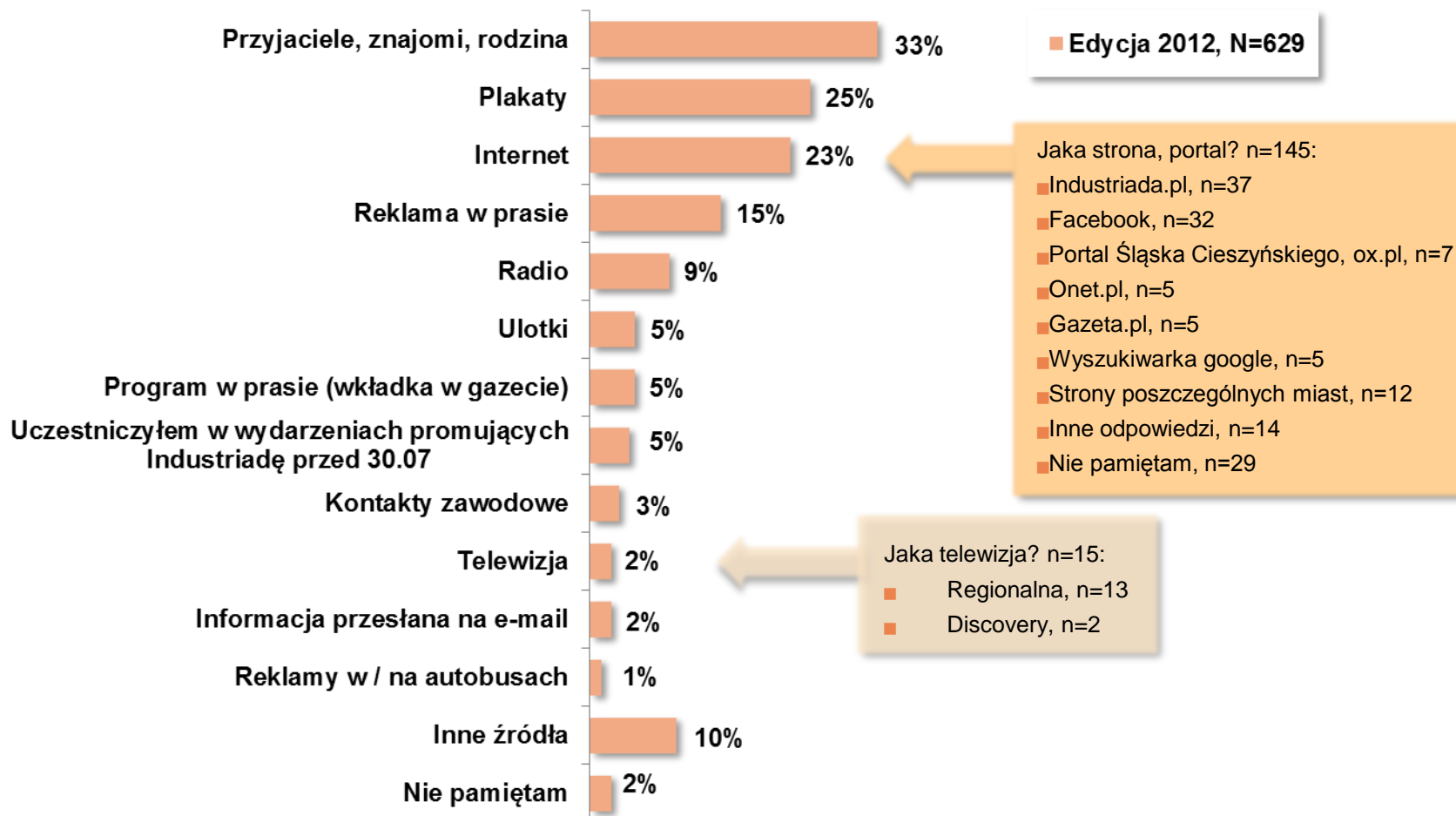
Znajomość idei imprezy

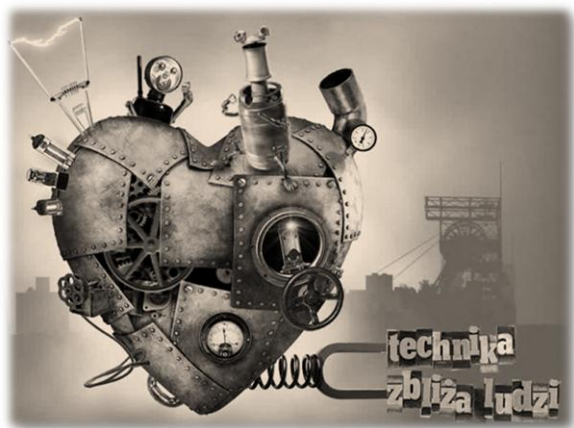
- P2. A gdyby miał/a Pan/i wyjaśnić na czym polega idea tej imprezy, to jakby ją Pan/i opisał/a?
- Respondenci, którzy znali nazwę INDUSTRIADA lub Święto Szlaku Zabytków. Pytanie otwarte.



Źródła informacji o atrakcjach organizowanych w ramach INDUSTRIADY

- P4. Skąd dowiedział/a się Pan/i o atrakcjach organizowanych w ramach INDUSTRIADY 2012?*
- Wszyscy respondenci. Pytanie otwarte, prekodowane. Możliwość wielu odpowiedzi.



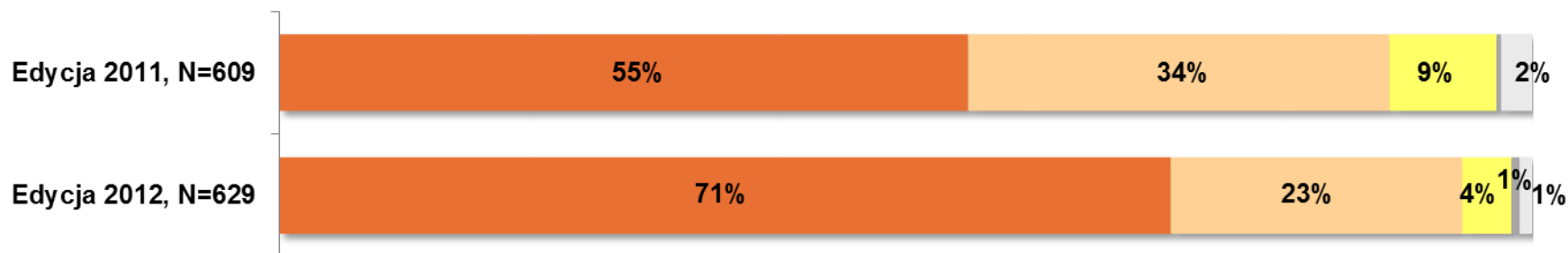


Ocena **INDUSTRIADY** 2012

Ogólna ocena INDUSTRIADY

- P11. Jak ogólnie ocenia Pan/i INDUSTRIADĘ 2012? Proszę posłużyć się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo źle, 5 - bardzo dobrze.
- Wszyscy respondenci.

■ Bardzo dobrze ■ Raczej dobrze ■ Ani dobrze, ani źle ■ Raczej źle ■ Bardzo źle ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



Obecna edycja INDUSTRIADY została oceniona wyraźnie lepiej niż poprzednia. Ocenę bardzo dobrą wystawiło festiwalowi prawie $\frac{3}{4}$ badanych uczestników (w poprzedniej edycji nieco ponad połowa). Na ogólną ocenę INDUSTRIADY nie miały wpływu cechy społeczno-demograficzne.

Ogólna ocena INDUSTRIADY w poszczególnych lokalizacjach

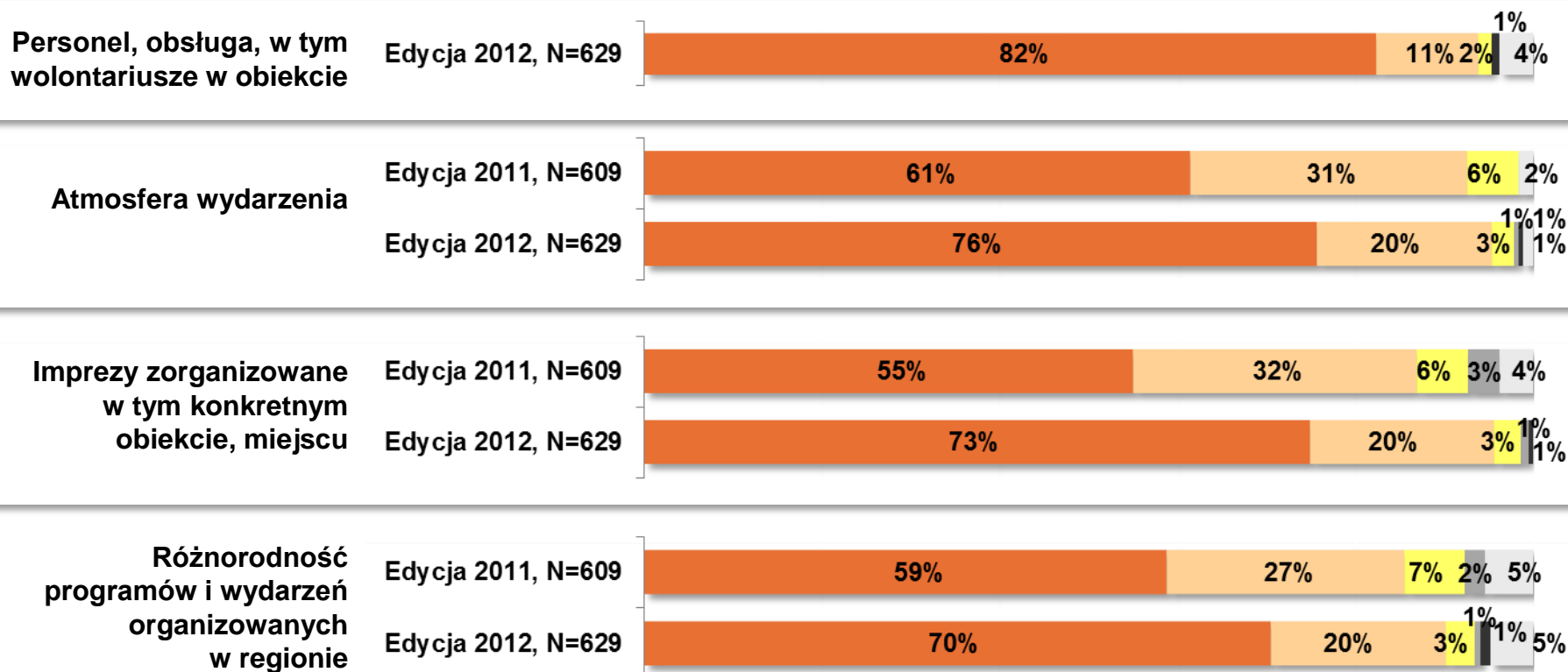
- P11. Jak ogólnie ocenia Pan/i INDUSTRIADĘ 2012? Proszę posłużyć się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo źle, 5 - bardzo dobrze.
- Wszyscy respondenci.

Lokalizacja	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze, ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	Nie wiem, trudno powiedzieć	Średnia ocen
Karchowice, n=32	97%	3%	0%	0%	0%	0%	4,97
Cieszyn, n=52	92%	8%	0%	0%	0%	0%	4,92
Łaziska Górne, n=52	83%	13%	4%	0%	0%	0%	4,79
Gliwice, n=52	79%	17%	2%	2%	0%	0%	4,73
Zabrze, n=77	75%	21%	1%	1%	0%	1%	4,72
Katowice, n=52	75%	17%	4%	2%	0%	2%	4,69
Tarnowskie Góry, n=50	68%	32%	0%	0%	0%	0%	4,68
Bytom, n=55	60%	40%	0%	0%	0%	0%	4,60
Chorzów, n=50	64%	20%	10%	0%	0%	6%	4,57
Zawiercie, n=50	52%	44%	2%	0%	0%	2%	4,51
Częstochowa, n=75	57%	32%	9%	1%	0%	0%	4,45
Tychy, n=32	63%	19%	19%	0%	0%	0%	4,44
Edycja 2012, N=629	71%	23%	4%	1%	0%	1%	4,67

Szczegółowa ocena INDUSTRIADY

- P13. A jak Pan/i ocenia INDUSTRIADĘ 2012 pod względem:
- Wszyscy respondenci.

■ **Bardzo dobrze** ■ **Raczej dobrze** ■ **Ani dobrze, ani źle** ■ **Raczej źle** ■ **Bardzo źle** ■ **Nie wiem, trudno powiedzieć**



Ocena personelu, obsługi w obiekcie w poszczególnych lokalizacjach

- P13. A jak Pan/i ocenia INDUSTRIADĘ pod względem: personelu, obsługi w obiekcie?
- Wszyscy respondenci.

Lokalizacja	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze, ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	Nie wiem, trudno powiedzieć	Średnia ocen
Karchowice, n=32	100%	0%	0%	0%	0%	0%	5,00
Cieszyn, n=52	98%	0%	2%	0%	0%	0%	4,96
Zabrze, n=77	92%	3%	1%	0%	0%	4%	4,95
Tychy, n=32	94%	6%	0%	0%	0%	0%	4,94
Zawiercie, n=50	86%	8%	0%	0%	0%	6%	4,91
Łaziska Górne, n=52	92%	6%	0%	0%	2%	0%	4,87
Tarnowskie Góry, n=50	80%	18%	0%	0%	0%	2%	4,82
Bytom, n=55	85%	7%	2%	0%	2%	4%	4,81
Gliwice, n=52	83%	13%	0%	2%	2%	0%	4,73
Częstochowa, n=75	71%	27%	1%	0%	1%	0%	4,65
Chorzów, n=50	66%	28%	4%	0%	0%	2%	4,63
Katowice, n=52	50%	13%	8%	0%	2%	27%	4,50
Edycja 2012, N=629	82%	11%	2%	0%	1%	4%	4,81

Ocena atmosfery wydarzenia w poszczególnych lokalizacjach

- P13. A jak Pan/i ocenia INDUSTRIADĘ pod względem: atmosfery wydarzenia?
- Wszyscy respondenci.

Lokalizacja	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze, ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	Nie wiem, trudno powiedzieć	Średnia ocen
Karchowice, n=32	97%	3%	0%	0%	0%	0%	4,97
Cieszyn, n=52	96%	0%	4%	0%	0%	0%	4,92
Łaziska Górne, n=52	88%	12%	0%	0%	0%	0%	4,88
Tarnowskie Góry, n=50	86%	14%	0%	0%	0%	0%	4,86
Zawiercie, n=50	72%	24%	0%	0%	0%	4%	4,75
Tychy, n=32	75%	25%	0%	0%	0%	0%	4,75
Zabrze, n=77	73%	22%	1%	0%	0%	4%	4,74
Bytom, n=55	73%	27%	0%	0%	0%	0%	4,73
Gliwice, n=52	79%	15%	2%	2%	2%	0%	4,67
Chorzów, n=50	66%	24%	8%	0%	0%	2%	4,59
Katowice, n=52	69%	21%	4%	2%	2%	2%	4,57
Częstochowa, n=75	53%	36%	8%	1%	1%	0%	4,39
Edycja 2012, N=629	76%	20%	3%	0%	0%	1%	4,72

Ocena imprez organizowanych w danym obiekcie w poszczególnych lokalizacjach

- P13. A jak Pan/i ocenia INDUSTRIADĘ pod względem: imprez organizowanych w tym konkretnym obiekcie, miejscu?
- Wszyscy respondenci.

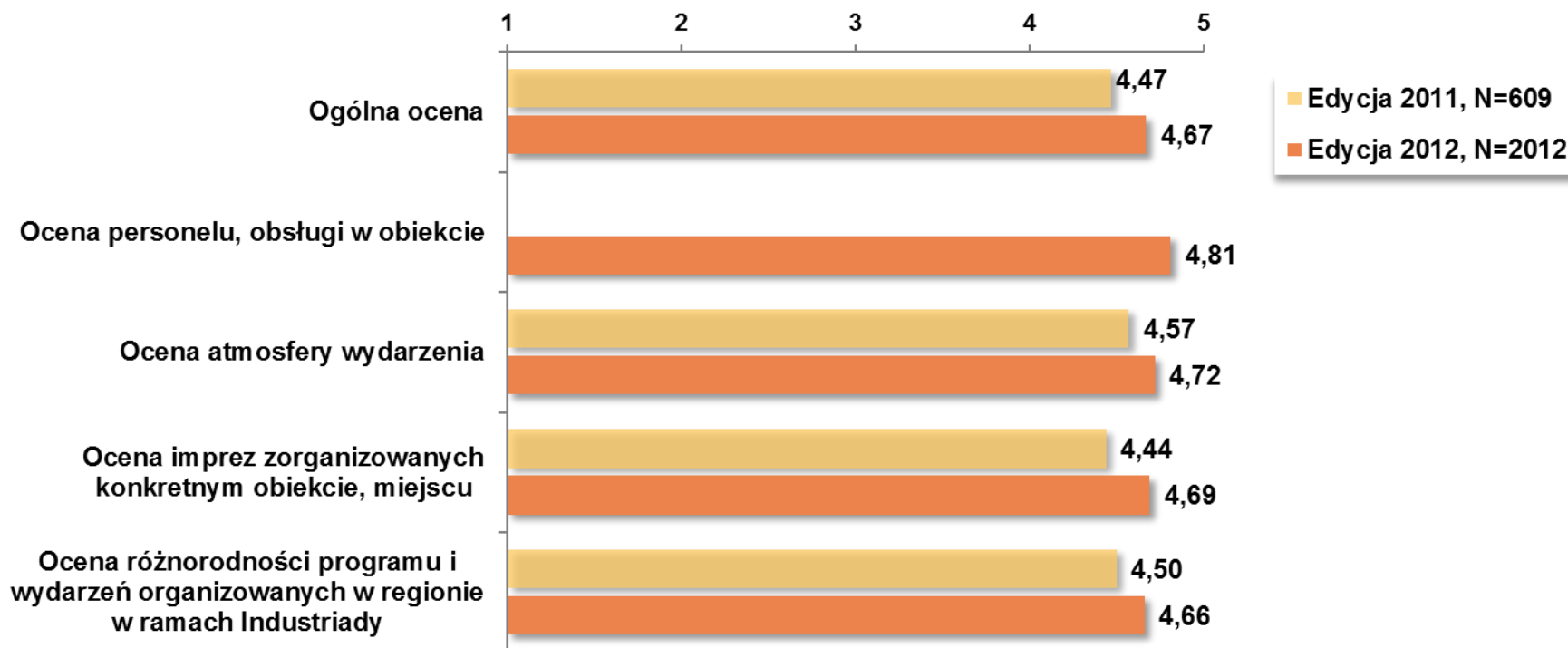
Lokalizacja	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze, ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	Nie wiem, trudno powiedzieć	Średnia ocen
Karchowice, n=32	100%	0%	0%	0%	0%	0%	5,00
Cieszyn, n=52	90%	6%	0%	0%	2%	2%	4,86
Łaziska Górne, n=52	83%	15%	0%	0%	0%	2%	4,84
Zabrze, n=77	82%	12%	3%	0%	0%	4%	4,82
Tychy, n=32	84%	13%	3%	0%	0%	0%	4,81
Tarnowskie Góry, n=50	78%	20%	0%	0%	0%	2%	4,80
Bytom, n=55	75%	22%	0%	0%	2%	2%	4,70
Gliwice, n=52	67%	31%	0%	2%	0%	0%	4,63
Katowice, n=52	63%	27%	2%	2%	0%	6%	4,61
Zawiercie, n=50	64%	24%	8%	0%	0%	4%	4,58
Chorzów, n=50	62%	28%	8%	0%	0%	2%	4,55
Częstochowa, n=75	52%	33%	9%	4%	1%	0%	4,31
Edycja 2012, N=629	73%	20%	3%	1%	0%	2%	4,69

Ocena różnorodności programu i wydarzeń organizowanych w regionie w poszczególnych lokalizacjach

- P13. A jak Pan/i ocenia INDUSTRIADĘ pod względem: różnorodności programu i wydarzeń organizowanych w regionie?
- Wszyscy respondenci.

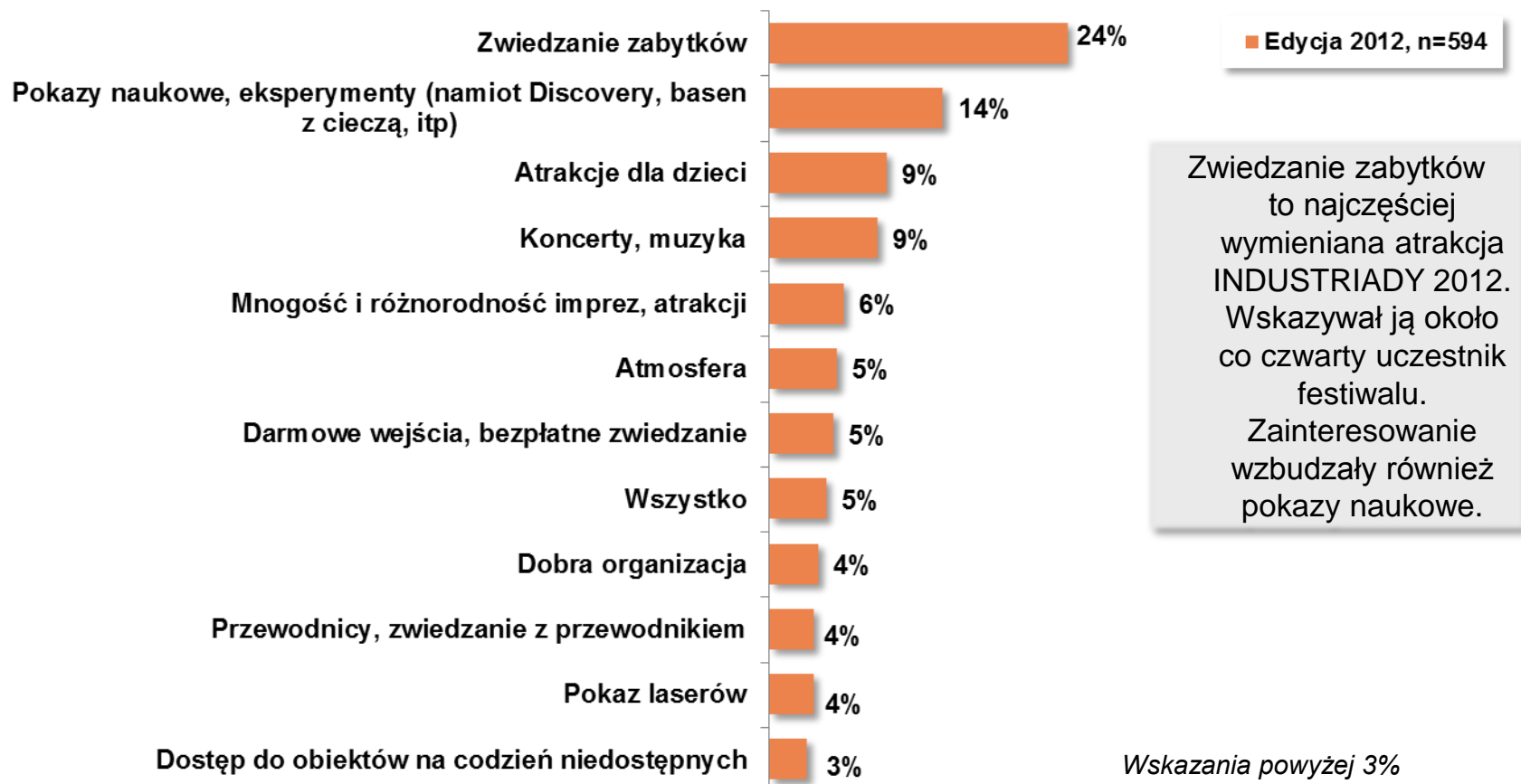
Lokalizacja	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze, ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	Nie wiem, trudno powiedzieć	Średnia ocen
Karchowice, n=32	91%	6%	0%	0%	0%	3%	4,94
Cieszyn, n=52	90%	6%	0%	0%	2%	2%	4,86
Zabrze, n=77	81%	10%	3%	0%	0%	6%	4,83
Łaziska Górne, n=52	83%	17%	0%	0%	0%	0%	4,83
Chorzów, n=50	66%	30%	0%	0%	0%	4%	4,69
Bytom, n=55	75%	20%	0%	0%	4%	2%	4,65
Tarnowskie Góry, n=50	46%	22%	2%	0%	0%	30%	4,63
Katowice, n=52	73%	15%	4%	2%	2%	4%	4,62
Gliwice, n=52	73%	19%	0%	2%	6%	0%	4,52
Częstochowa, n=75	61%	25%	11%	3%	0%	0%	4,45
Tychy, n=32	59%	22%	16%	0%	0%	3%	4,45
Zawiercie, n=50	48%	42%	6%	0%	0%	4%	4,44
Edycja 2012, N=629	70%	20%	3%	1%	1%	5%	4,66

Ocena INDUSTRIADY – porównanie średnich



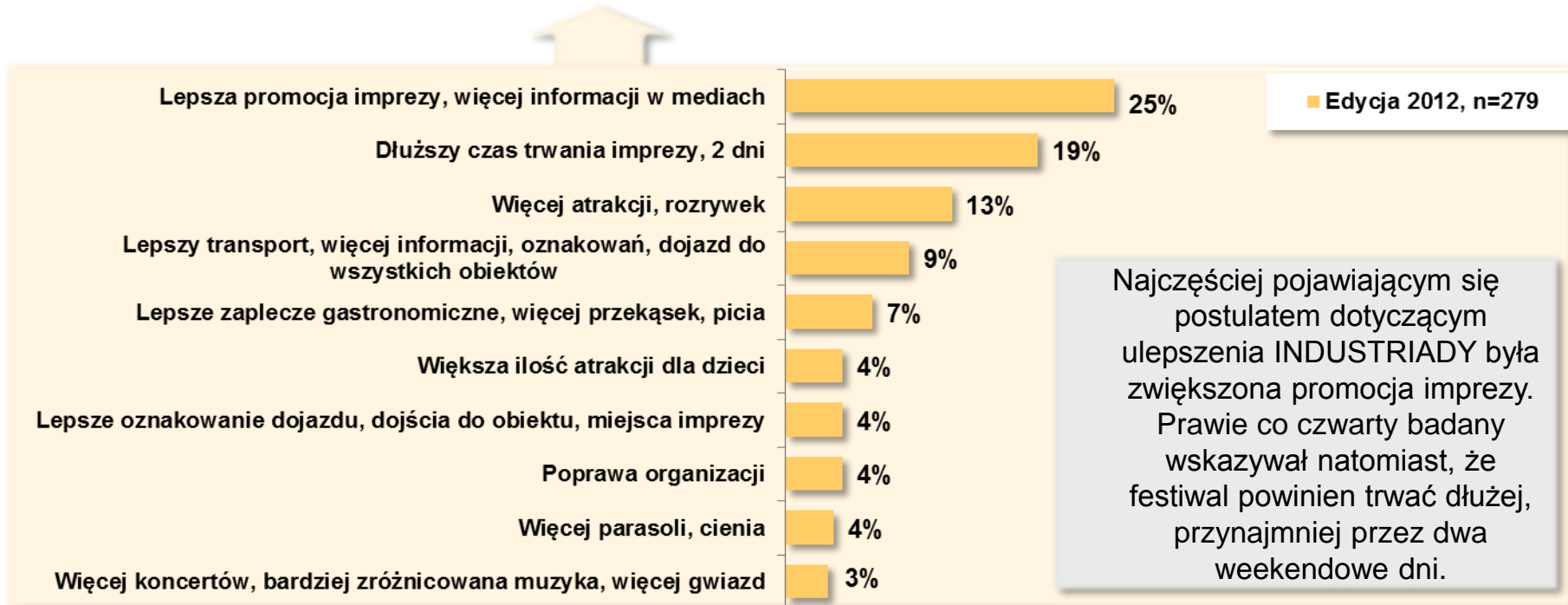
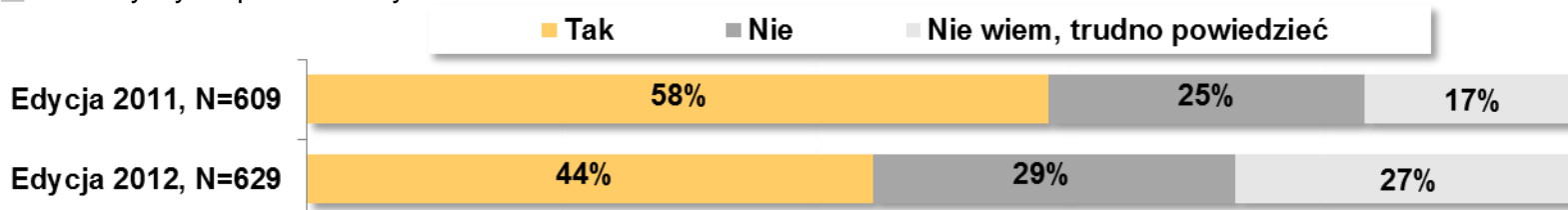
Elementy najbardziej podobające się

- P12B. Co się Panu/i najbardziej podoba spośród atrakcji oferowanych w ramach INDUSTRIADY 2012?
- Respondenci, którzy ocenili INDUSTRIADĘ pozytywnie. Pytanie otwarte.



Rekomendacje co do sposobów ulepszeń

- P22. Czy Pana/Pani zdaniem jest coś, co organizatorzy mogliby ulepszyć w przyszłych edycjach INDUSTRIADY tak, aby ten festiwal był jeszcze bardziej atrakcyjny dla uczestników?
- Wszyscy respondenci. Pytanie otwarte.



Przykładowe wypowiedzi respondentów: rekomendacje



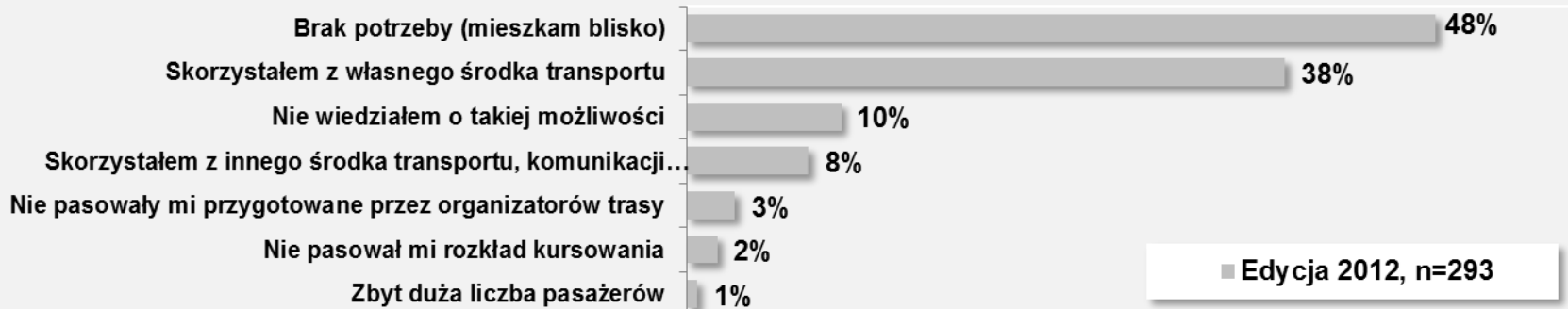
- Zorganizować jakąś muzykę, bo bez muzyki jest trochę smutno. (Bytom)
- Więcej informacji i znaków na drogach dla poruszających się samochodem, zwłaszcza dla przybyszy spoza regionu. (Bytom)
- Rozwijać się, żeby więcej obiektów i może więcej dni. (Chorzów)
- Przydałby się bezpłatny autobus, trasa np. Ustroń, Bielsko Biała, Pszczyna, Cieszyn. (Cieszyn)
- Zaprosić większą liczbę uczestników. (Częstochowa)
- Więcej stoisk, więcej atrakcji dla dzieci. (Częstochowa)
- Więcej takich imprez! (Gliwice)
- Więcej rozrywki dla ludzi starszych. (Gliwice)
- Na INDUSTRIADĘ powinno przeznaczyć się co najmniej 2 dni. Mało jest czasu, żeby z dziećmi zwiedzić większość tak pięknych i interesujących zabytków. (Karchowice)
- Większa promocja i rozciągnięcie w czasie przynajmniej na dwa dni. (Katowice)
- Szersza informacja o darmowym transporcie. (Katowice)
- Więcej stoisk z napojami i lodami. (Łaziska Górne)
- Więcej informacji na stronie internetowej, np.. czy należy dokonywać rezerwacji. (Tarnowskie Góry)
- Nie było napisane w jakich godzinach jeździ bryczka, a człowiek chętnie by skorzystał. (Tarnowskie Góry)
- Bardziej rozreklamować, gdyby nie znajomi, to bym nie wiedział. (Tarnowskie Góry)
- Impreza powinna odbywać się w miejscu, gdzie pomieściłyby się większe ilości ludzi, tu jest za mało miejsca. (Tychy)
- Darmowe bilety do muzeum. (Tychy)
- Aby powiększyła się lista zabytków szlaków, aby trwała cały weekend. (Zabrze)
- Należy poprawić informację o rozkładach jazdy bezpłatnego transportu. (Zabrze)
- Lepsi wokaliści, więcej muzyki, aby trwał weekend (sobota i niedziela). (Zawiercie)

Korzystanie z transportu bezpłatnego

- P14. Czy korzystał/a Pan/i z bezpłatnego transportu zorganizowanego dla uczestników INDUSTRIADY 2012?*
- Respondenci z aglomeracji: Bytomia, Chorzowa, Gliwic, Katowic, Tychów i Zabrze.



- P15. Dlaczego nie?*
- Respondenci, którzy nie korzystali z bezpłatnego transportu.



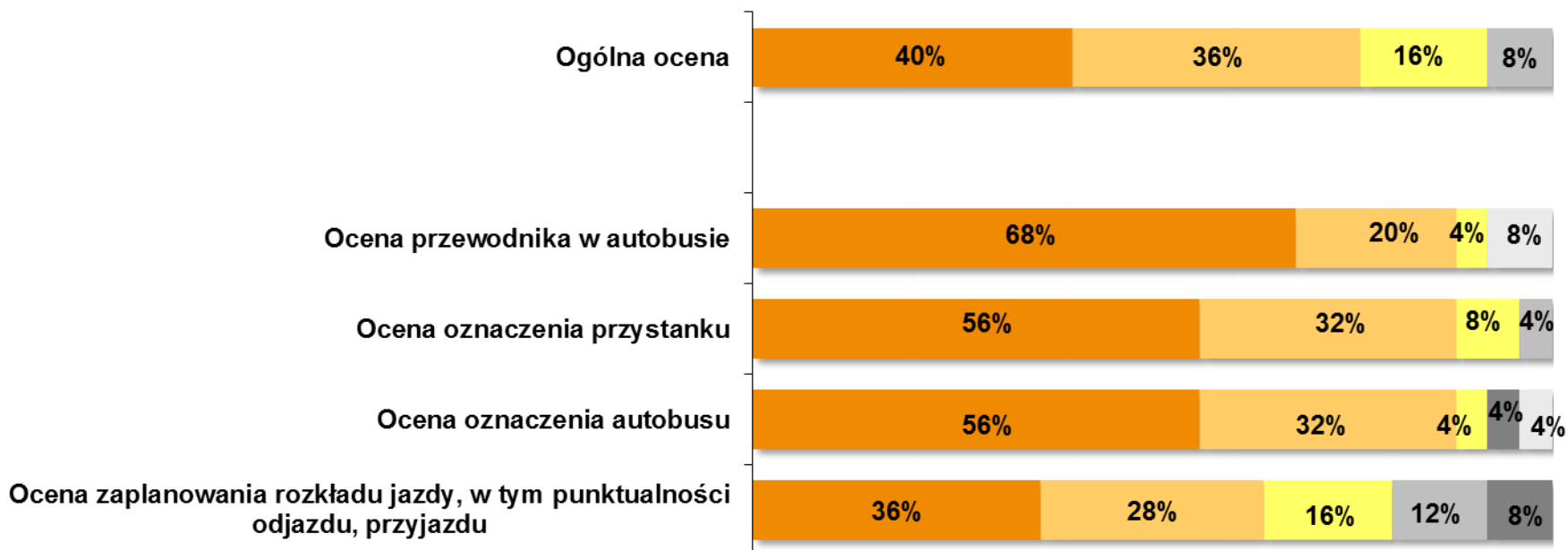
- P18. Czy zamierza Pan/i skorzystać dziś z bezpłatnego transportu dla uczestników imprezy?*
- Respondenci z aglomeracji: Bytomia, Chorzowa, Gliwic, Katowic, Tychów i Zabrze.



Ocena organizacji bezpłatnego transportu dla uczestników INDUSTRIADY

- P16. Jak ogólnie ocenia Pan/i organizację transportu dla uczestników imprezy?*
- P17. Jak ocenia Pan/i bezpłatny transport zorganizowany dla uczestników INDUSTRIADY 2012 pod względem*:
- Edycja 2012, n=25, respondenci, którzy skorzystali z bezpłatnego transportu dla uczestników INDUSTRIADY.

■ **Bardzo dobrze** ■ **Raczej dobrze** ■ **Ani dobrze, ani źle** ■ **Raczej źle** ■ **Bardzo źle** ■ **Nie wiem, trudno powiedzieć**

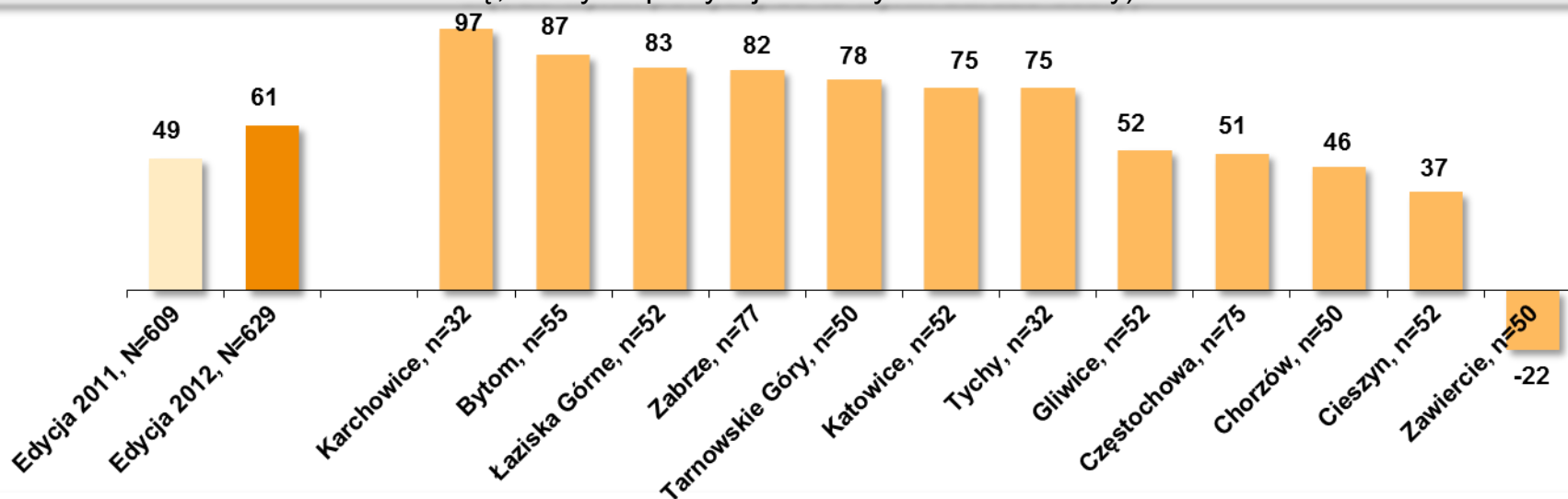


Wskaźnik rekomendacji

- P19. Na ile chętnie poleciliby Pan/i lub nie polecili/a uczestnictwa w Industriadzie znajomym lub rodzinie? Proszę posłużyć się skalą od 0 do 10, gdzie 0 oznacza zdecydowanie nie polecilibym uczestnictwa w tym festiwalu, a 10 – zdecydowanie polecilibym uczestnictwo.
- Wszyscy respondenci.

Średnia ocen polecenia uczestnictwa w INDUSTRIADZIE wyniosła w obecnej edycji badania 8,91 (w poprzedniej edycji: 8,63). Jedyną zmienną różnicującą chęć polecenia INDUSTRIADY był wiek: najmniej skłonne do polecenia imprezy były osoby z najmłodszej grupy wiekowej 20-24 lata.

Wskaźnik rekomendacji osiągnął w obecnej edycji wysoki wynik 61 (w poprzedniej edycji 49, przy czym przyjmuje się, że wynik powyżej 50 to wynik bardzo dobry).



Wskaźnik rekomendacji to popularna miara satysfakcji klientów stosowana w badaniach marketingowych. Wskaźnik jest konstruowany jako różnica odsetka respondentów w wysokim stopniu skłonnych polecić daną markę (Adwokaci marki, oceny 10, 9) oraz respondentów przejawiających niską skłonność do rekomendacji (Krytycy marki, oceny 0-6).

INDUSTRIADA jest dla mnie..

- P20. Proszę dokończyć zdanie: INDUSTRIADA – Święto Szlaku Zabytków Techniki jest dla mnie:
- Wszyscy respondenci. Pytanie otwarte.



Przykładowe wypowiedzi respondentów: INDUSTRIADA jest dla mnie..

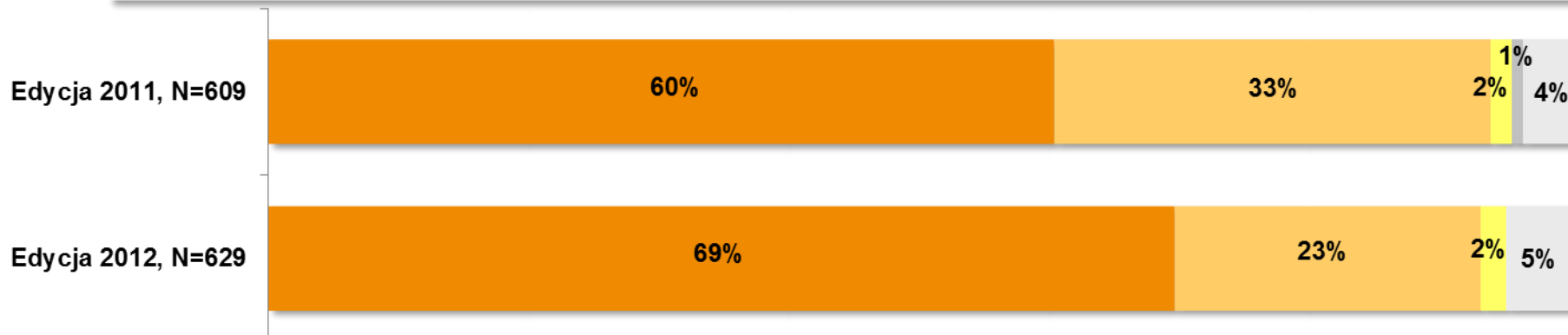


- ..formą przyjemnego spędzenia czasu z rodziną i poszerzenia wiedzy o technice oraz wzbudzenie zainteresowań technicznych wśród dzieci. (Bytom)
- ..świętem techniki dawnej. (Bytom)
- ..wejściem w historię, poznawaniem czegoś z czym nie miałam styczności. (Chorzów)
- ..doskonałą możliwością pokazania dzieciom kawałka śląskiej historii. (Chorzów)
- ..ciekawostką - zdobyciem wiedzy o zabytkach techniki i rodzinnym wypoczynkiem. (Cieszyn)
- ..czymś nowym, pozwala się oderwać od rzeczywistości, poznać nowe rzeczy (Częstochowa)
- ..super imprezą, na którą czekam co roku, gdyż świetnie się bawię razem z małżonką. (Gliwice)
- ..okazją do przypomnienia sobie o obiektach, które warto zwiedzić. (Gliwice)
- ..najważniejszym wydarzeniem kulturalnym roku. (Karchowice)
- ..uzupełnieniem wiadomości na temat sprzętu użytkowanego kiedyś. Profesjonalna wiedza osób prowadzących budzi szacunek. (Karchowice)
- ..okazją do dumy i zamyślenia się nad przeszłością Śląska. (Karchowice)
- ..dobrą okazją do poznania nieznanych, a bliskich obiektów. (Katowice)
- ..zachętą do przyjazdu na Śląsk. (Katowice)
- ..okazją do przekazania mojej pasji zwiedzania młodemu pokoleniu. (Łaziska Górne)
- ..fajną przygodą. Takie święto mobilizuje do ruszenia się z domu. (Tarnowskie Góry)
- ..dobrą okazją do zapoznania się z zabytkami, bo może akurat inaczej by się człowiek tu nie wybrał (Tarnowskie Góry)
- ..możliwością spędzenia czasu ze znajomymi inaczej niż zwykle. (Tychy)
- ..zabawą, przyjemnością, odskocznią od problemów i czymś, co pozwala cofnąć się w czasie. (Tychy)
- ..nowością i wyjątkową atrakcją dla dorosłych i dla dzieci. (Zabrze)
- ..świętem budowania tożsamości, świadomości regionu. (Zabrze)
- ..ważnym elementem promowania naszej kultury. (Zawiercie)

Chęć uczestnictwa w kolejnej edycji festiwalu

- P24. Czy zamierza Pan/i wziąć udział w kolejnej edycji INDUSTRIADY w przyszłym roku?
- Wszyscy respondenci.

■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Ani tak, ani nie ■ Raczej nie ■ Zdecydowanie nie ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



W porównaniu do poprzedniej edycji wzrosła częstość deklarowania zdecydowanej chęci uczestnictwa w kolejnej INDUSTRIADZIE. Istotnym czynnikiem było w tym przypadku posiadanie dzieci: osoby z dziećmi częściej wykazywały chęć ponownego uczestnictwa w festiwalu niż osoby bezdzietne (odsetki wskazań odpowiedzi „Zdecydowanie tak” wyniosły odpowiednio: 78% i 63%).

Ocena INDUSTRIADY jako sposobu na promocję regionu

- P21. Jakiego Pana/i zdaniem znaczenie dla promocji regionu ma INDUSTRIADA 2012?
- Wszyscy respondenci.

■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Ani tak, ani nie ■ Raczej nie ■ Zdecydowanie nie ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Edycja 2011, N=609



Edycja 2012, N=629

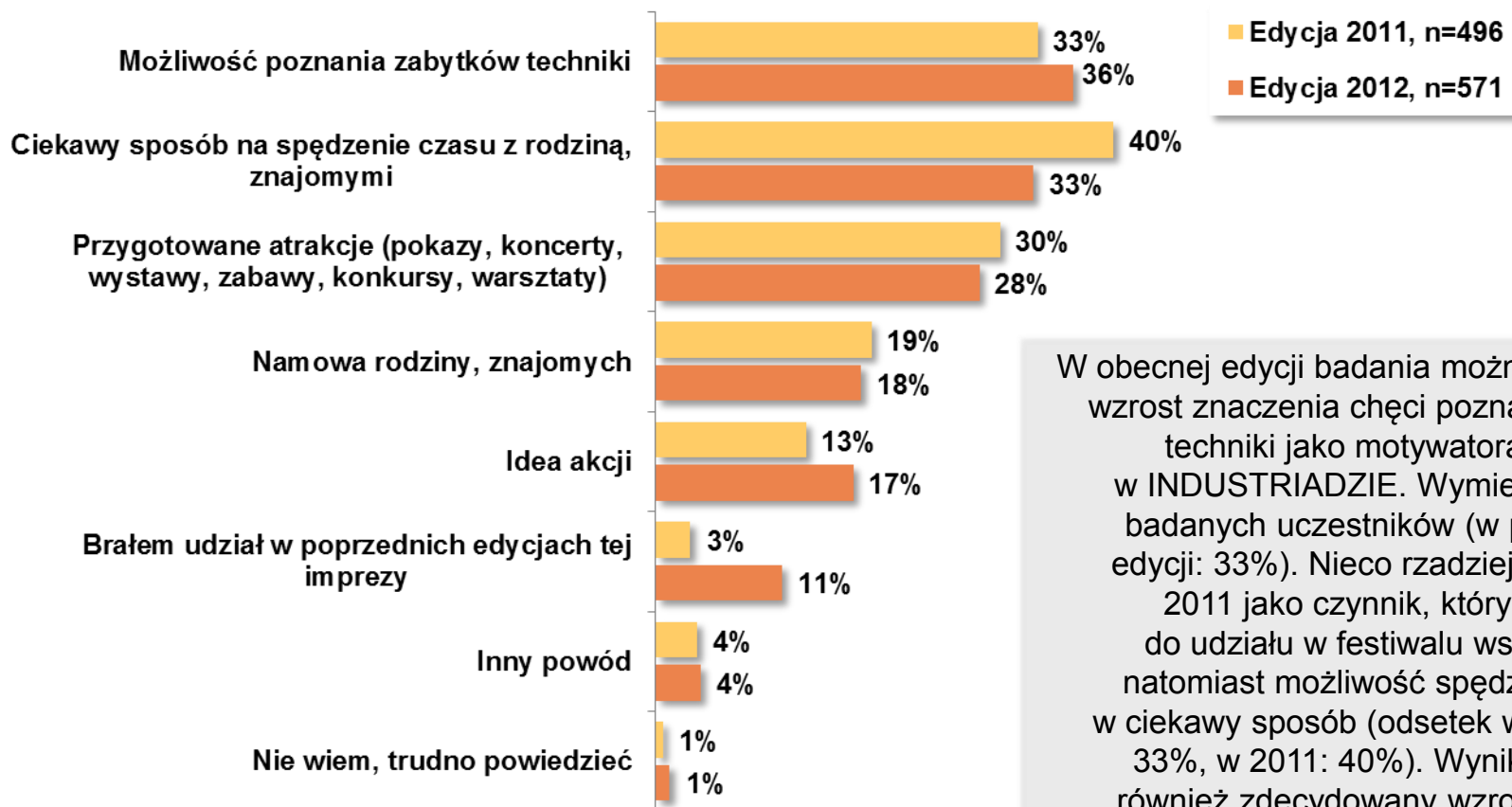




Model uczestnictwa w INDUSTRIADZIE 2012

Czynniki, które zachęciły do udziału w INDUSTRIADZIE

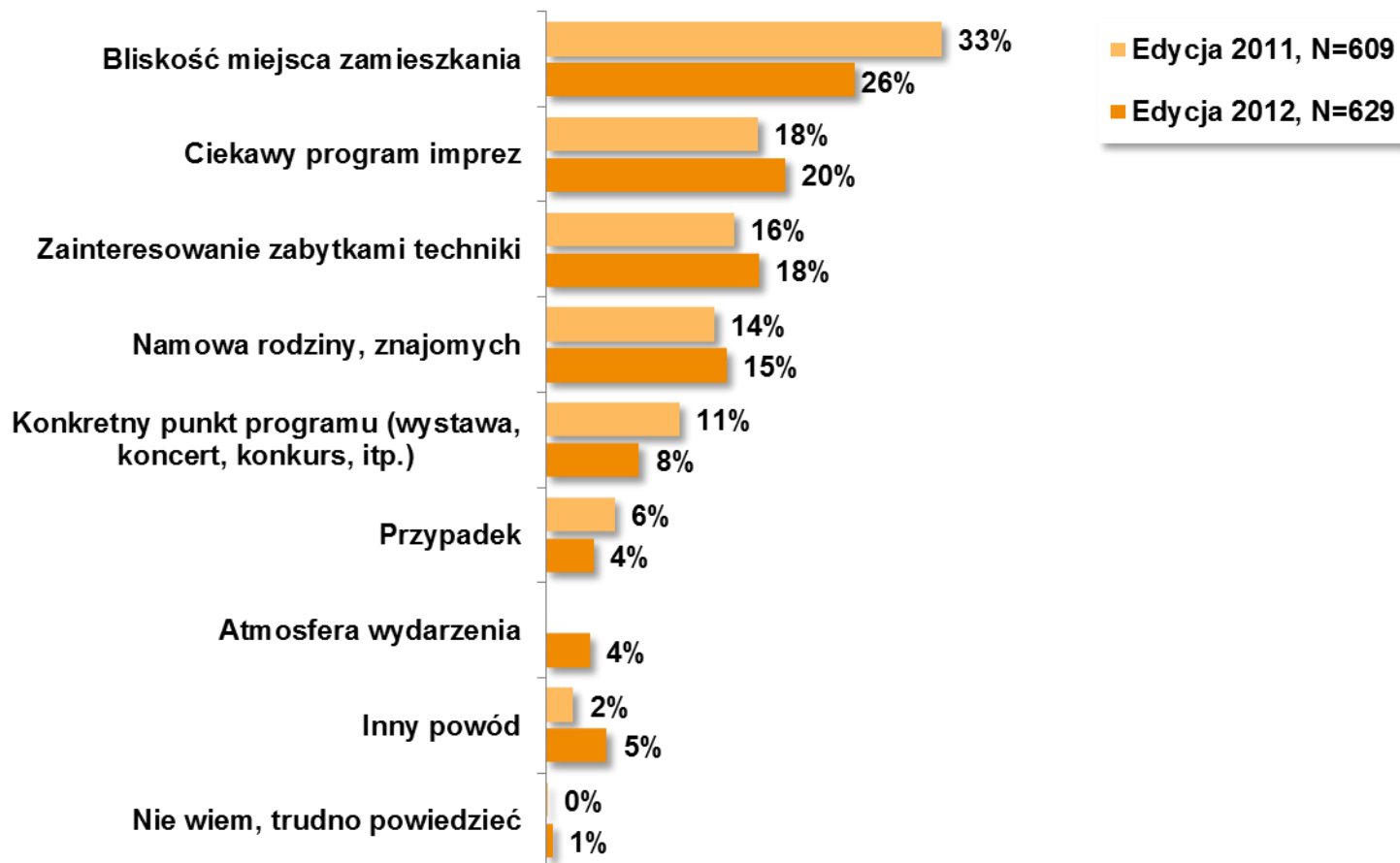
- P5. Co ogólnie zachęciło Pana/Panią do wzięcia udziału w INDUSTRIADZIE 2012?
- Respondenci, którzy znają nazwę INDUSTRIADA lub Święto Szlaku Zabytków. Pytanie otwarte, prekodowane. Możliwość wielu odpowiedzi.



W obecnej edycji badania można zauważyć wzrost znaczenia chęci poznania zabytków techniki jako motywatora udziału w INDUSTRIADZIE. Wymieniło go 36% badanych uczestników (w poprzedniej edycji: 33%). Nieco rzadziej niż w edycji 2011 jako czynnik, który zachęcił do udziału w festiwalu wskazywano natomiast możliwość spędzenia czasu w ciekawy sposób (odsetek w edycji 2012: 33%, w 2011: 40%). Wyniki pokazują również zdecydowany wzrost ważności wcześniejszego doświadczenia, uczestnictwa w poprzednich edycjach festiwalu (wzrost wskazań z 3% do 11%).

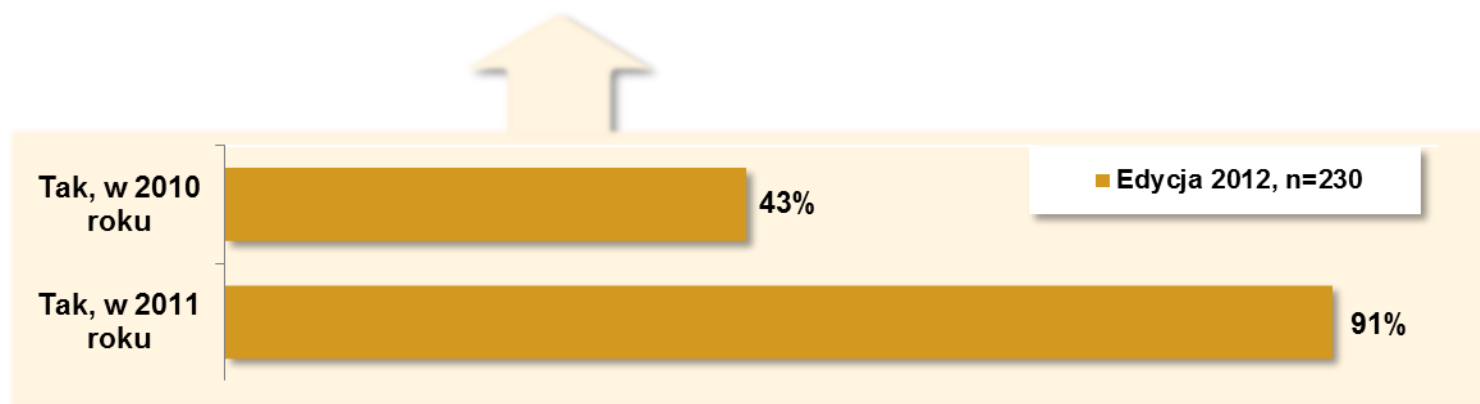
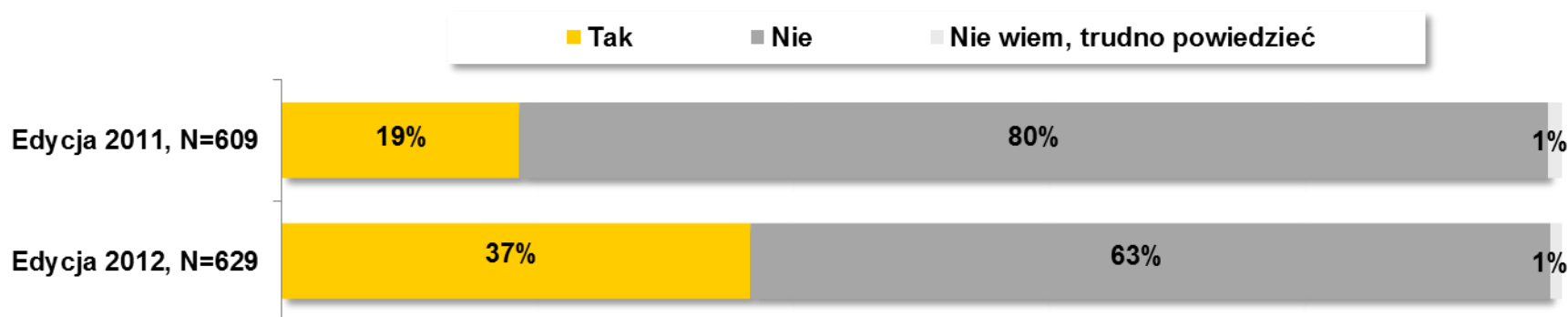
Czynniki, które zachęciły do wizyty w konkretnym obiekcie, miejscu

- P6. A dlaczego zdecydował/a się Pan/i na wizytę w tym konkretnym obiekcie, miejscu?
- Wszyscy respondenci. Pytanie otwarte, prekodowane. Możliwość jednej odpowiedzi.



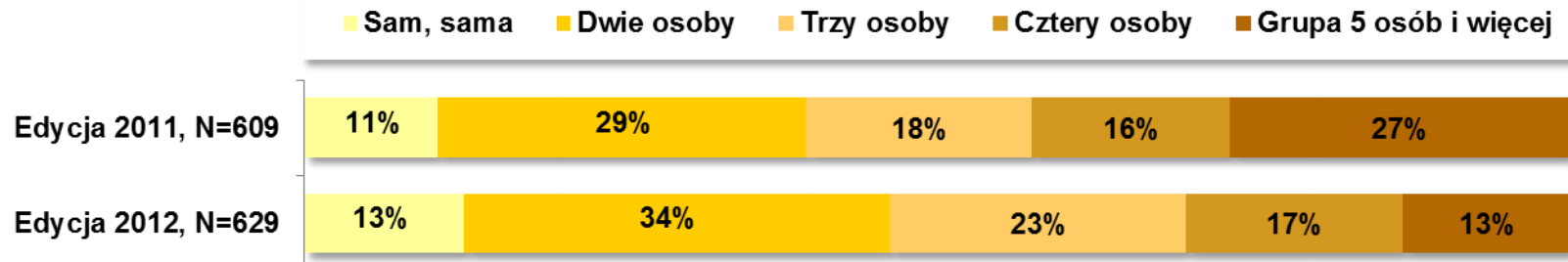
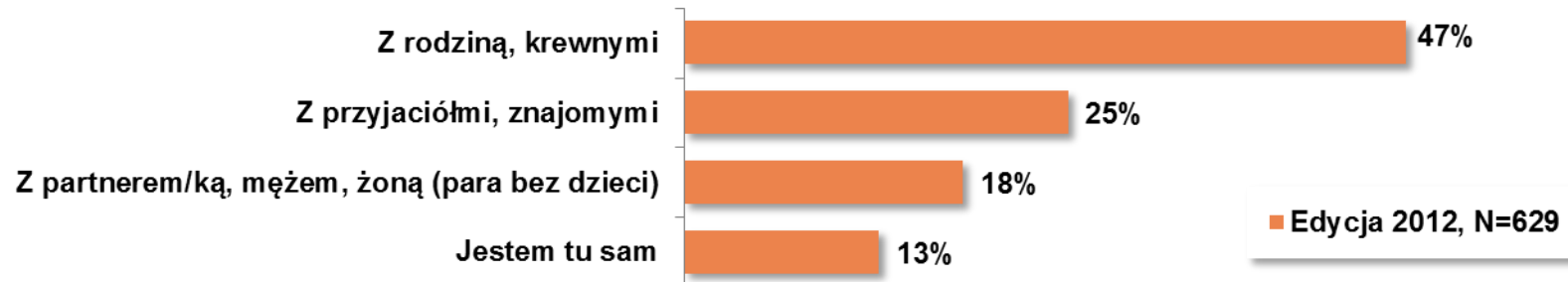
Uczestnictwo w poprzedniej edycji festiwalu

- P23. Czy brał/a Pan/i udział w poprzednich edycjach festiwalu INDUSTRIADA w 2010 i 2011 roku?
- Wszyscy respondenci.



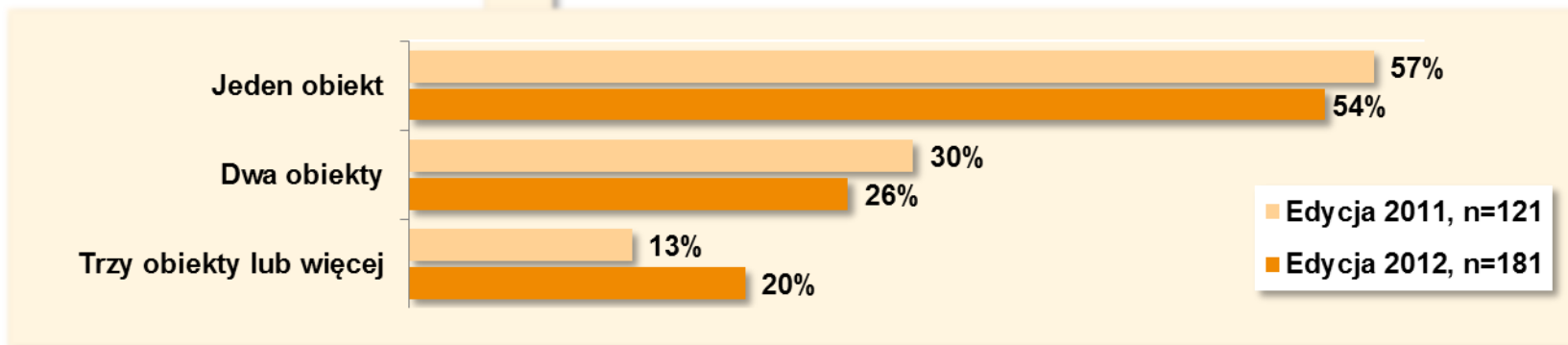
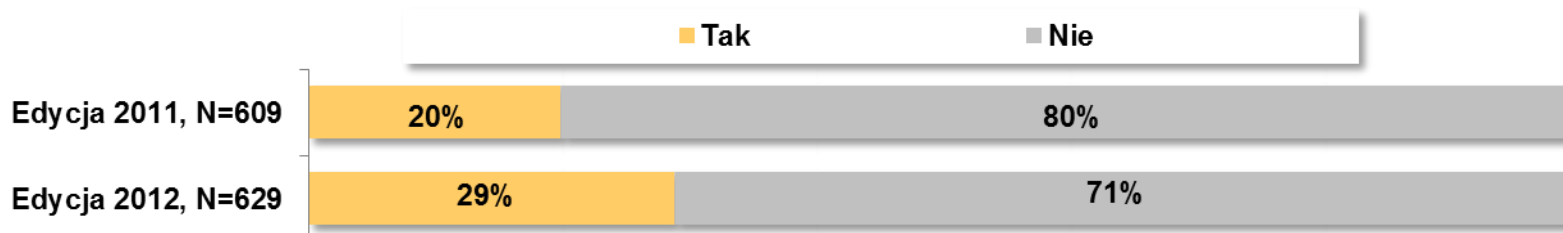
Liczba osób towarzyszących

- P7. Kto towarzyszy Panu/i podczas pobytu na tej imprezie?*
- Wszyscy respondenci.



Odwiedzenie innych obiektów w ramach INDUSTRIADY 2012

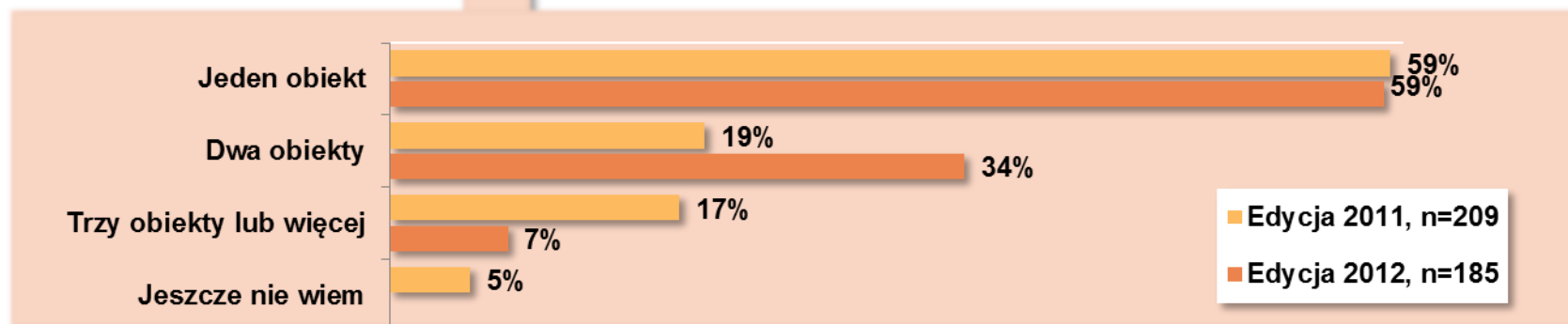
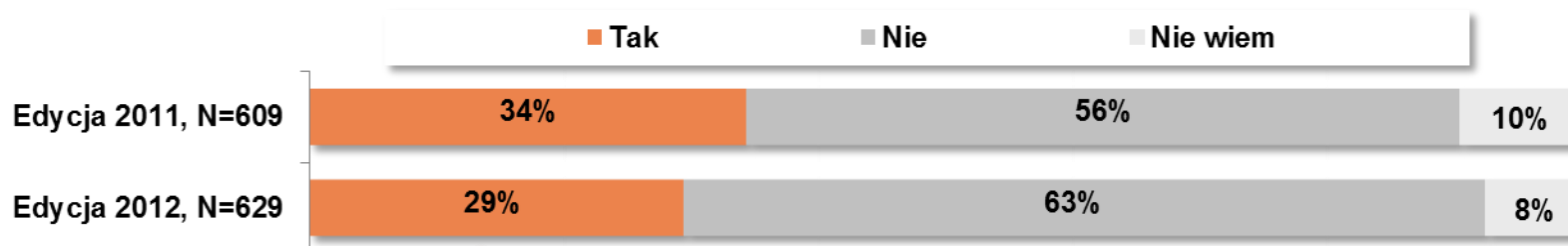
- P8. Czy odwiedził/a Pan/i dziś również inne obiekty, miejsca, w których organizowane są imprezy w ramach INDUSTRIADY 2012? Jeśli tak, to ile?
- Wszyscy respondenci.



Wzrosła liczba osób, które odwiedziły już wcześniej inne obiekty (najczęściej jeden) w dniu odbywania się imprezy. W obecnej edycji 29% uczestniczyło już w festiwalu w innym obiekcie (w poprzedniej: 20%).

Zamiar odwiedzenia innych obiektów w ramach INDUSTRIADY 2012

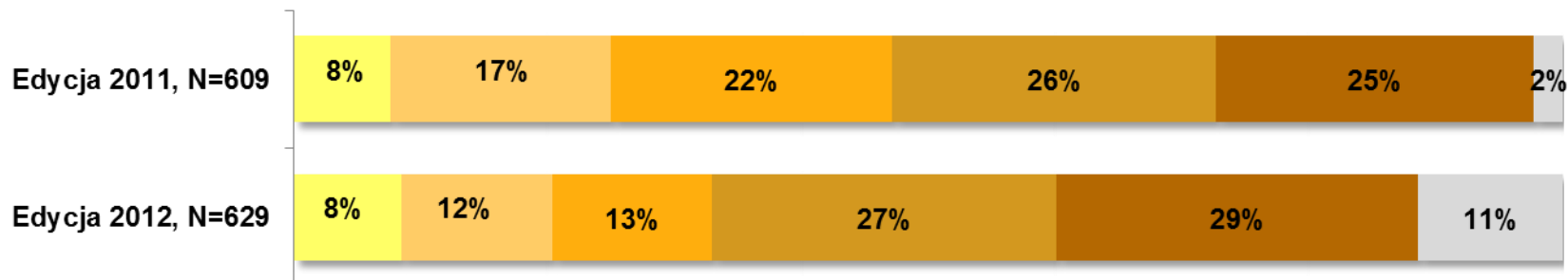
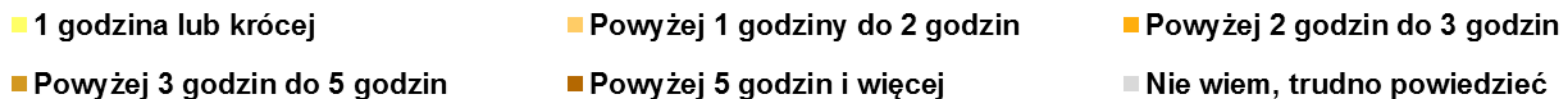
- P9. Czy zamierza Pan/i odwiedzić jeszcze inne obiekty, miejsca, w których organizowane są imprezy w ramach INDUSTRIADY 2012? Jeśli tak, to ile?
- Wszyscy respondenci.



Mniej natomiast badanych zadeklarowało zamiar odwiedzenia jeszcze innych obiektów niż w poprzedniej edycji (spadek odsetka z 34% do 29%).

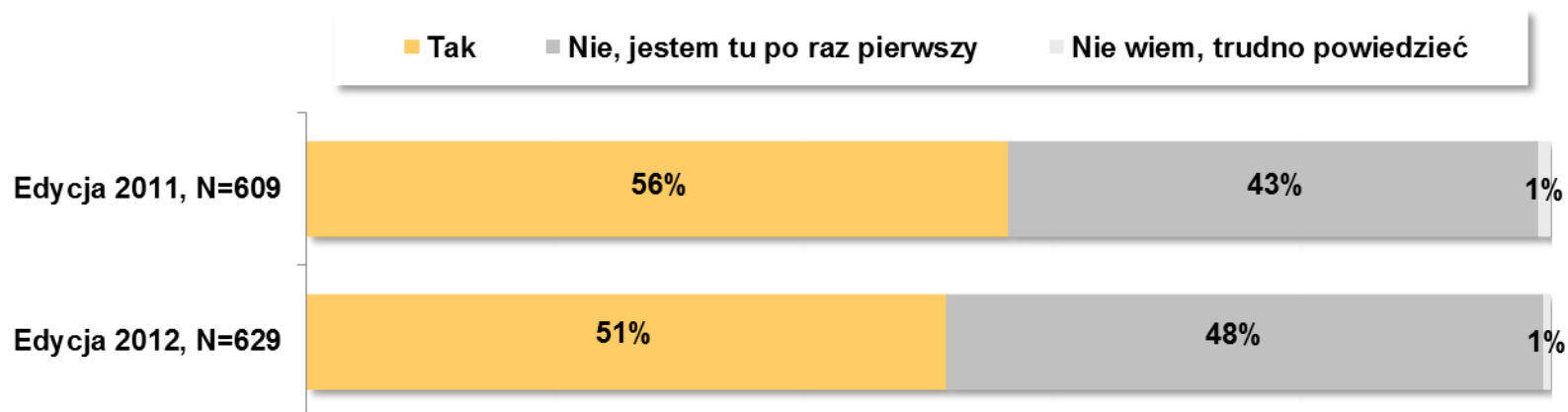
Długość pobytu

- P10. Ile czasu zamierza Pan/i spędzić na uczestnictwie w wydarzeniach w ramach INDUSTRIADY 2012? Chodzi o łączną długość pobytu - czas spędzony do tej pory i planowany.
- Wszyscy respondenci.



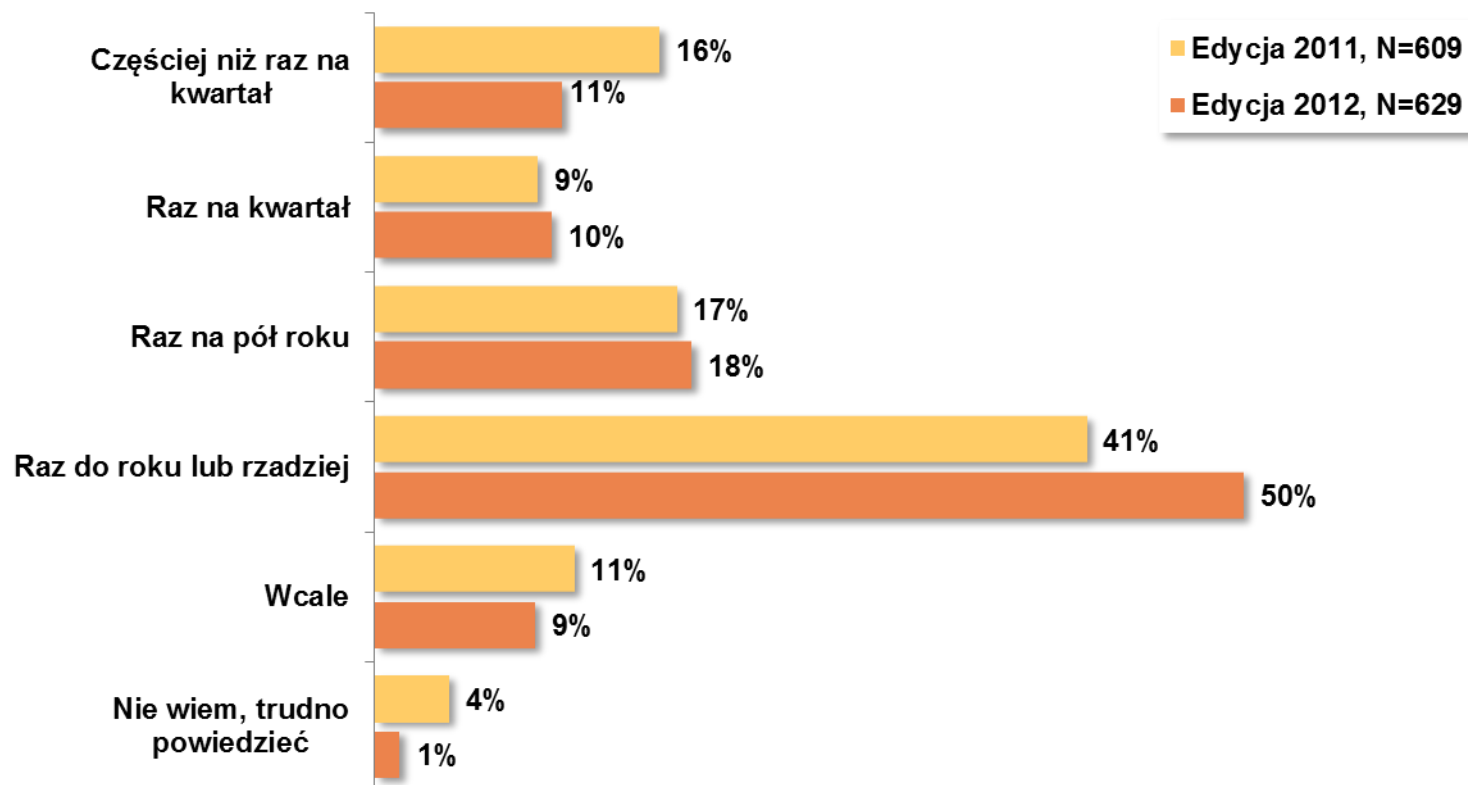
Odwiedzanie zabytków techniki

- P25. Czy był/a Pan/i kiedykolwiek wcześniej w tym obiekcie (zabytku), w którym teraz jesteśmy?
- Wszyscy respondenci.



Częstość odwiedzania zabytków techniki

- P26. Jak często odwiedza Pan/i zabytki techniki na terenie województwa śląskiego?
- Wszyscy respondenci.





Profil społeczno-demograficzny uczestników INDUSTRIADY 2012

Profil uczestników INDUSTRIADY 2012

Lokalizacja	PŁEĆ		WIEK				
	Kobiety	Mężczyźni	20-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55 lat i więcej
Bytom, n=55	40%	60%	18%	33%	29%	9%	11%
Chorzów, n=50	74%	26%	8%	16%	40%	8%	28%
Cieszyn, n=52	54%	46%	21%	13%	19%	17%	29%
Częstochowa, n=75	43%	57%	25%	20%	37%	15%	3%
Gliwice, n=52	42%	58%	31%	25%	15%	12%	17%
Karchowice, n=32	59%	41%	3%	41%	34%	13%	9%
Katowice, n=52	58%	42%	12%	33%	15%	13%	27%
Łaziska Górne, n=52	60%	40%	6%	35%	29%	12%	19%
Tarnowskie Góry, n=50	58%	42%	8%	26%	28%	30%	8%
Tychy, n=32	56%	44%	41%	31%	9%	9%	9%
Zabrze, n=77	58%	42%	16%	34%	32%	13%	5%
Zawiercie, n=50	68%	32%	38%	22%	10%	16%	14%
Edycja 2012, N=629	55%	45%	19%	27%	26%	14%	14%

„Badanie ruchu turystycznego podczas INDUSTRIADY 2012”
Wyniki badania ilościowego dla

Szarym kolorem w danej kolumnie oznaczono wartości niższe od średniej uzyskanej w Edycji 2012.

Profil uczestników INDUSTRIADY 2012

Lokalizacja	WYKSZTAŁCENIE			DZIECI	
	Wyższe	Średnie	Podstawowe i zawodowe	Posiada	Nie posiada
Bytom, n=55	42%	45%	13%	46%	54%
Chorzów, n=50	38%	38%	24%	60%	40%
Cieszyn, n=52	23%	52%	25%	25%	75%
Częstochowa, n=75	58%	34%	8%	49%	51%
Gliwice, n=52	27%	54%	19%	42%	58%
Karchowice, n=32	34%	47%	19%	69%	31%
Katowice, n=52	48%	38%	13%	29%	71%
Łaziska Górne, n=52	56%	42%	2%	52%	48%
Tarnowskie Góry, n=50	42%	42%	16%	38%	62%
Tychy, n=32	29%	61%	11%	19%	81%
Zabrze, n=77	39%	36%	25%	44%	56%
Zawiercie, n=50	20%	60%	20%	14%	86%
Edycja 2012, N=629	39%	44%	16%	41%	59%

„Badanie ruchu turystycznego podczas INDUSTRIADY 2012”
Wyniki badania ilościowego dla

Szarym kolorem w danej kolumnie oznaczono wartości niższe od średniej uzyskanej w Edycji 2012.

Profil uczestników INDUSTRIADY 2012

Lokalizacja	SUBIEKTYWNA OCENA SYTUACJI MATERIALNEJ			MIEJSCE ZAMIESZKANIA	
	Dobra lub bardzo dobra	Średnia	Poniżej średniej	Mieszkaniec miejscowości	Mieszkaniec innej miejscowości
Bytom, n=55	21%	63%	15%	33%	67%
Chorzów, n=50	36%	40%	24%	100%	0%
Cieszyn, n=52	37%	60%	4%	49%	51%
Częstochowa, n=75	12%	68%	20%	72%	28%
Gliwice, n=52	47%	49%	4%	65%	35%
Karchowice, n=32	47%	53%	0%	16%	84%
Katowice, n=52	27%	58%	15%	46%	54%
Łaziska Górne, n=52	55%	41%	4%	13%	87%
Tarnowskie Góry, n=50	24%	70%	6%	24%	76%
Tychy, n=32	50%	50%	0%	65%	35%
Zabrze, n=77	41%	53%	7%	64%	36%
Zawiercie, n=50	32%	56%	12%	75%	25%
Edycja 2012, N=2012	34%	56%	10%	53%	47%

„Badanie ruchu turystycznego podczas INDUSTRIADY 2012”
Wyniki badania ilościowego dla

Szarym kolorem w danej kolumnie oznaczono wartości niższe od średniej uzyskanej w Edycji 2012.



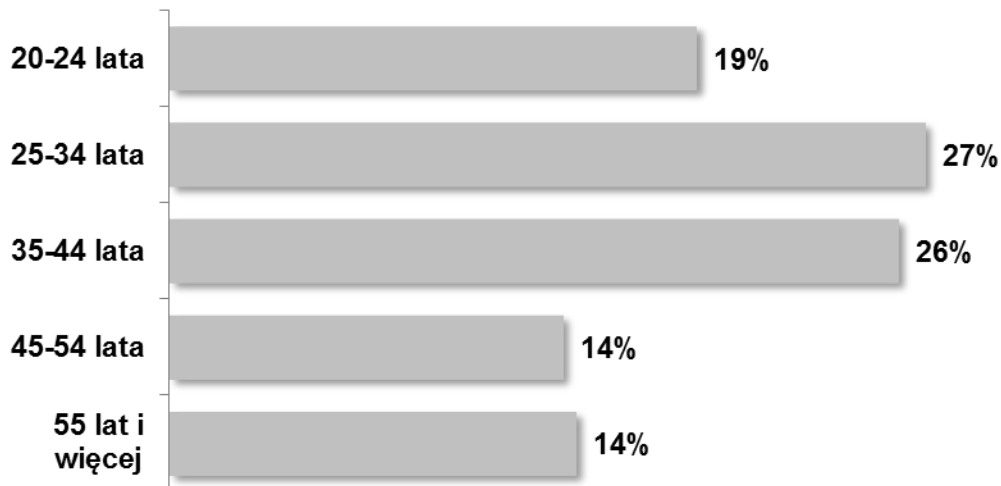
Informacje o respondentach

Płeć i wiek

- M1. Płeć:
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.

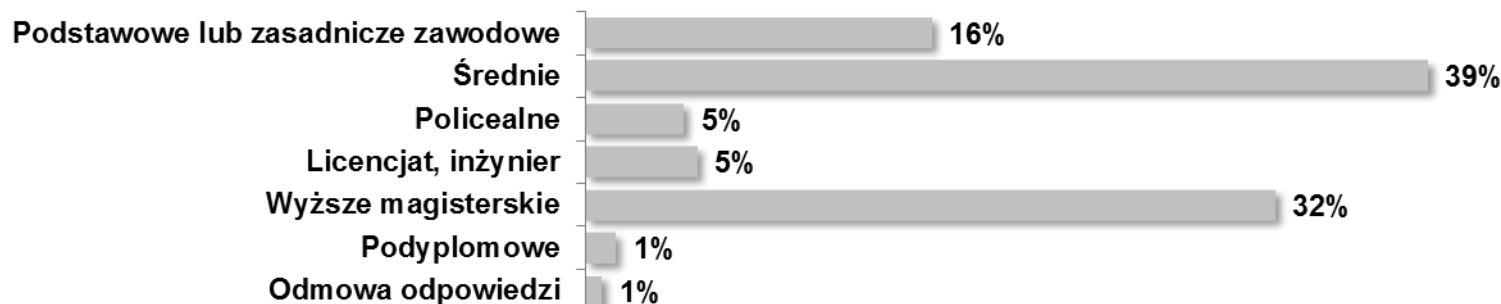


- S1. Do której z następujących grup wiekowych Pan/i się zalicza?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.

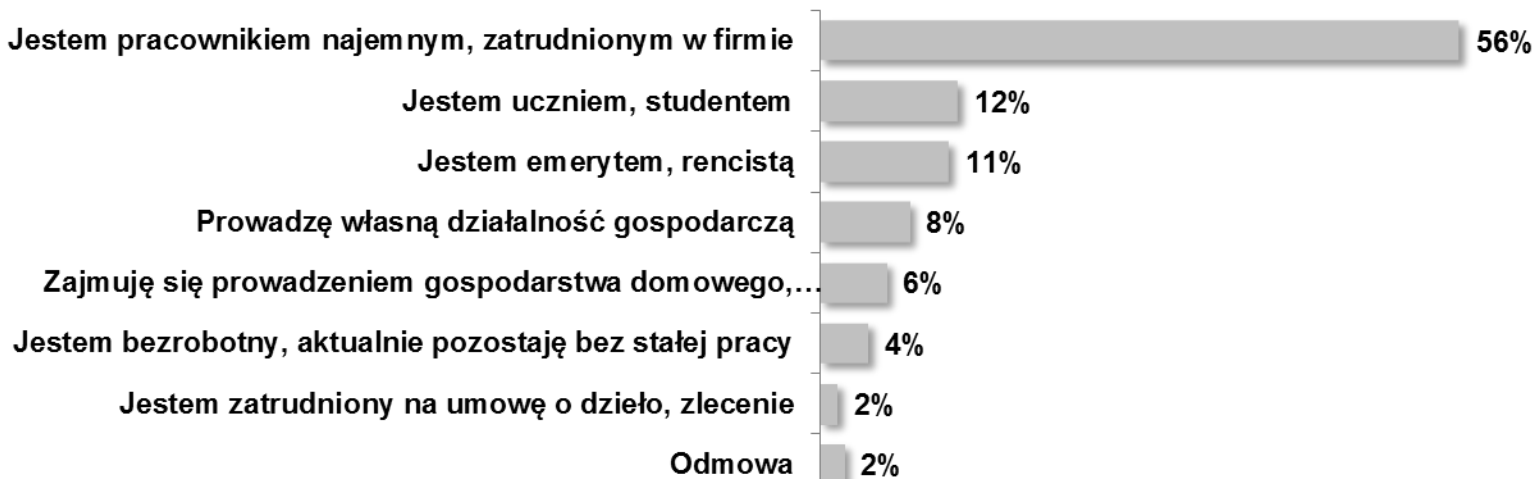


Wykształcenie i sytuacja zawodowa

- M2. Jakie wykształcenie uzyskał/a Pan/i do tej pory?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.

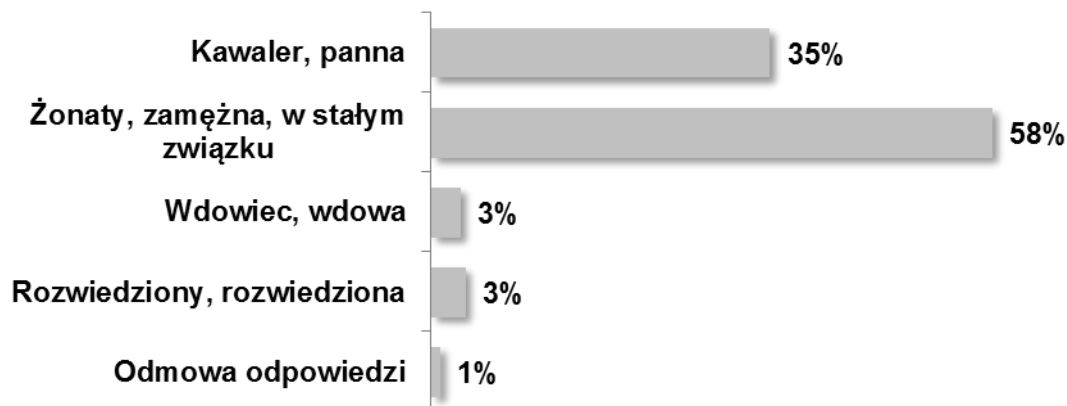


- M5. Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.

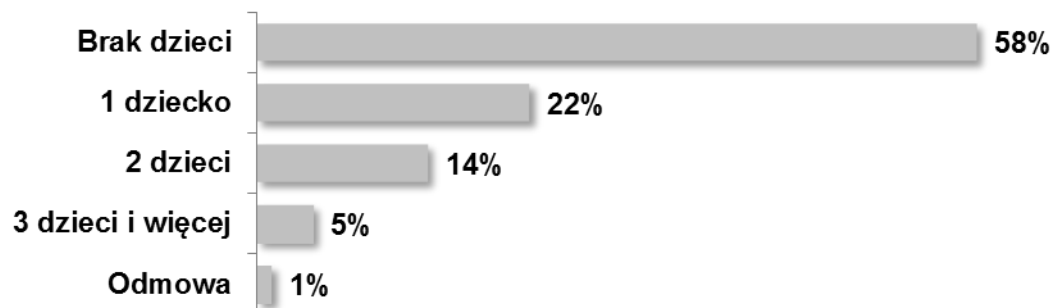


Stan cywilny i posiadania dzieci

- M3. Jaka jest Pana/i stan cywilny?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.

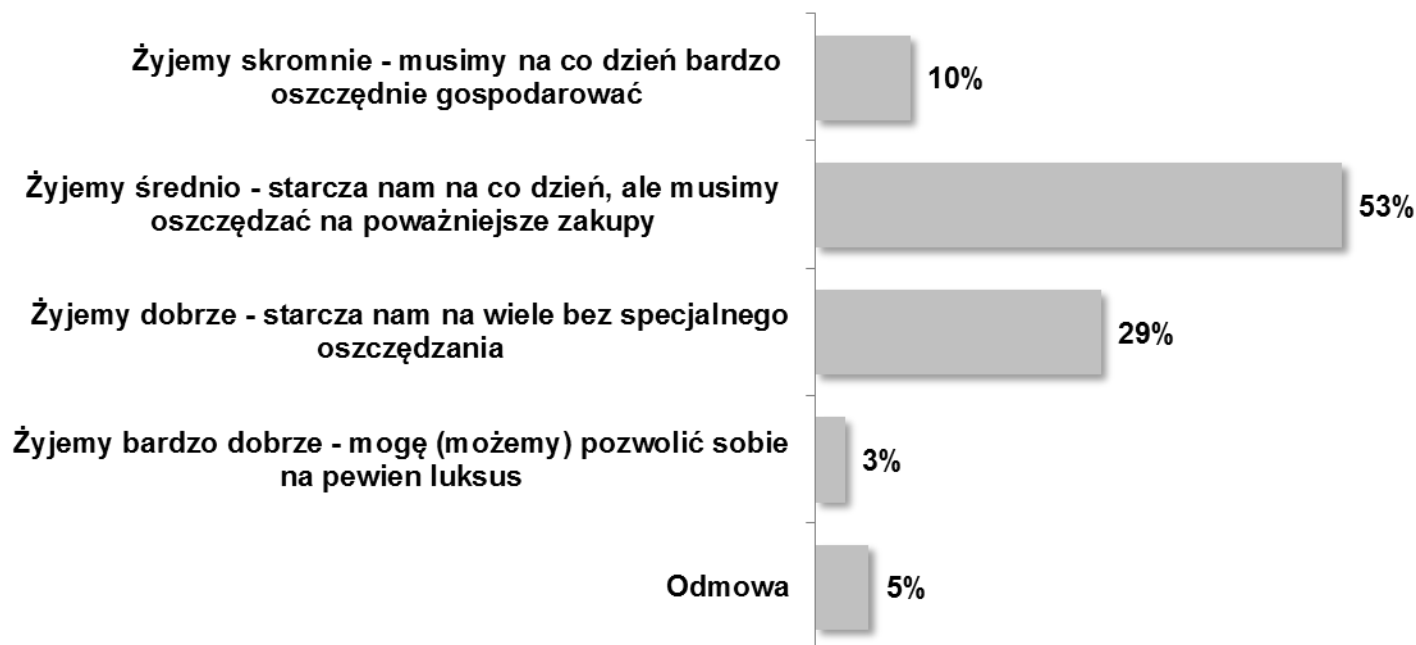


- M4. Czy posiada Pan/i dzieci poniżej 18 roku życia? Jeśli tak, to ile?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.



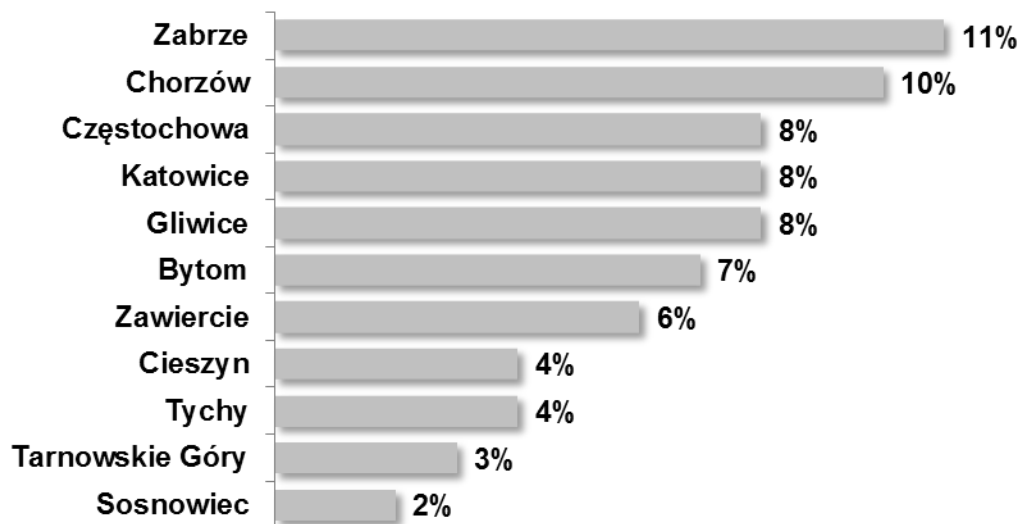
Subiektywna ocena sytuacji materialnej

- M6. Jak Pan/i ocenia sytuację materialną swoją (swojej rodziny)?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.



Miejsce zamieszkania

- M7. W jakiej miejscowości Pan/i mieszka?
- Edycja 2012, N=629, wszyscy respondenci.



Wskazania powyżej 2%

■ Miejscowość w województwie śląskim

■ Spoza województwa

97%

3%



O ARC Rynek i Opinia

Kluczowe fakty

- ARC Rynek i Opinia jest niezależnym, polskim instytutem badawczym działającym od 1992 roku
- Członek międzynarodowej sieci niezależnych instytutów badawczych IRiS
- Członek Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR)
- Certyfikaty Programu Kontroli Jakości Pracy Ankieterów OFBOR na rok 2012 (PKJPA)
- Zgodność procedur ze standardami ESOMAR



Kluczowe fakty

- 20 lat doświadczenia w badaniach rynku
- 40 pracowników
- 25 koordynatorów regionalnych
- 500 ankieterów we własnej sieci ankieterskiej
- 50 stanowisk we własnym studio CATI
- 230 zogniskowanych wywiadów grupowych rocznie
- 45.000 zarejestrowanych uczestników panelu internetowego





arc
rynek i opinia

ARC Rynek i Opinia Sp. z o. o.
ul. Juliusza Słowackiego 12
- budynek KIRKOR
01-627 Warszawa
tel.: +48 022 584 85 00
fax.: +48 022 584 85 01
e-mail: office@arc.com.pl

To, co istotne