

Załącznik do Uchwały Nr LXV/510/14
Rady Miasta Sanoka z dnia 15.10.2014 r.
w sprawie przyjęcia Zrównoważonej Strategii
Rozwoju Miasta Sanoka na lata 2013-2024

Urząd Miasta Sanoka



Raport z badań ankietowych

„Zrównoważona Strategia Rozwoju Miasta Sanoka na lata 2013 – 2024”

Sanok, sierpień 2013



Wstęp

Niniejszy raport przedstawia wyniki badań dotyczących opinii mieszkańców oraz turystów na temat Sanoka. Badania te mają posłużyć do stworzenia Strategii Sukcesu Miasta Sanoka na lata 2014-2024. Strategia będzie dokumentem wyznaczającym kierunki rozwoju Sanoka na kolejne lata.

Raport składa się z dwóch zasadniczych części. Pierwsza to analiza badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Sanoka, dotyczących opinii mieszkańców na temat funkcjonowania miasta, stopnia zaspokajania potrzeb mieszkańców oraz ich postrzegania miasta. Analiza rozpoczęta jest od przedstawienia charakterystyki demograficznej badanej grupy, następnie przedstawione zostały w postaci wykresów i tabel opatrzonych komentarzami wyniki pytań dotyczących Sanoka. Całość pierwszej części zamyka lista wniosków płynących z przeprowadzonych badań.

Druga część raportu to analiza badań przeprowadzonych wśród turystów w Sanoku. Zawiera ona opinie turystów na temat miasta oraz analizę tego, jak zabezpieczane są ich potrzeby i oczekiwania względem miasta. W tej części zaprezentowana została najpierw analiza demograficzna badanej grupy, następnie za pomocą wykresów opatrzonych komentarzami zobrazowana analiza pytań dotyczących formy dostania się do Sanoka i funkcjonowania turystów na terenie miasta oraz ocena miasta i jego oferty. Całość drugiej części wieńczą wnioski płynące z przeprowadzonych badań.

Narzędzia badawcze

Badanie przeprowadzono za pomocą kwestionariuszy ankiet, stanowiących załącznik do niniejszego raportu, opracowanego przy współpracy ekspertów Zamawiającego - Urzędu Miasta Sanok oraz Wykonawcy.

W ankiecie skierowanej do mieszkańców zamieszczono łącznie czternaście pytań. Osiem z zamieszczonych dotyczyły następujących kwestii:

1. Odczuć dotyczących zamieszkania w Sanoku.
2. Opinii na temat działań miasta w wybranych obszarach.
3. Obszarów wymagających najpilniejszej poprawy.
4. Centrum miasta Sanok.
5. Miasta, w którym docelowo chcieliby mieszkać respondenci.





6. Opinii na temat Miasta w kwestiach „najbardziej/najmniej podoba mi się w Sanoku” oraz „Chciałabym/chciałbym, żeby Sanok”, a także celów wyjazdów do miast sąsiednich.
7. Opinii, czy Sanok to dobre miejsce do zamieszkania.
8. Przyszłości mieszkańców w Mieście.
9. Przyszłości dzieci mieszkańców Sanoka.
10. Opinii, jakim miastem w przyszłości powinien być Sanok.

Sześć kolejnych pytań służyło identyfikacji badanej zbiorowości pod względem istotnych cech społeczno-demograficznych (metryczka).

W ankiecie skierowanej do turystów zamieszczono łącznie dwadzieścia dwa pytania. Siedemnaście z zamieszczonych dotyczyły następujących kwestii:

1. Opinii odnośnie materiałów promocyjnych Sanoka.
2. Opinii na temat dostępności materiałów promocyjnych w Mieście.
3. Źródeł wiedzy odnośnie Sanoka.
4. Oceny Centrum Informacji Turystycznej i wizualizacji turystycznej Miasta.
5. Oceny atrakcyjności i dostępności muzeów.
6. Oceny strony internetowej dla turystów.
7. Ocena atrakcyjności i dostępności Sanoka dla potencjalnych inwestorów branży turystycznej.
8. Ocena dostępności komunikacyjnej Miasta dla turystów spoza granic Polski, z kraju i pod względem połączeń z miejscowościami bieszczadzkimi.
9. Opinia dotycząca możliwości skorzystania z usług w Sanoku w językach obcych.
10. Ocena ilości i stanu utrzymania szlaków turystycznych w Mieście.
11. Ocena imprez kulturalnych organizowanych w Sanoku.
12. Ocena imprez sportowych i rekreacyjnych, jak również samej bazy sportowo-rekreacyjnej w Mieście.
13. Opinia na temat usług gastronomicznych oferowanych w Sanoku.
14. Informacja dotycząca noclegu turysty w Sanoku.

Pięć pozostałych pytań posłużyło identyfikacji badanej zbiorowości pod względem istotnych cech społeczno-demograficznych (metryczka).

Organizacja badania

W konsultacji można było wziąć udział poprzez wypełnienie ogólnodostępnych kwestionariuszy ankiet on-line na portalu CyfrowaDemokracja.pl (ankieta internetowa).





Przed i podczas trwania badania przeprowadzono kampanię informacyjną w lokalnych mediach (na stronie internetowej Miasta, lokalnym portalu eSanok.pl oraz iSanok.pl oraz na fanpage'ach tematycznych na portalu społecznościowym Facebook). Informację o prowadzonej konsultacji rozesłano także do mieszkańców za pomocą serwisu sms.

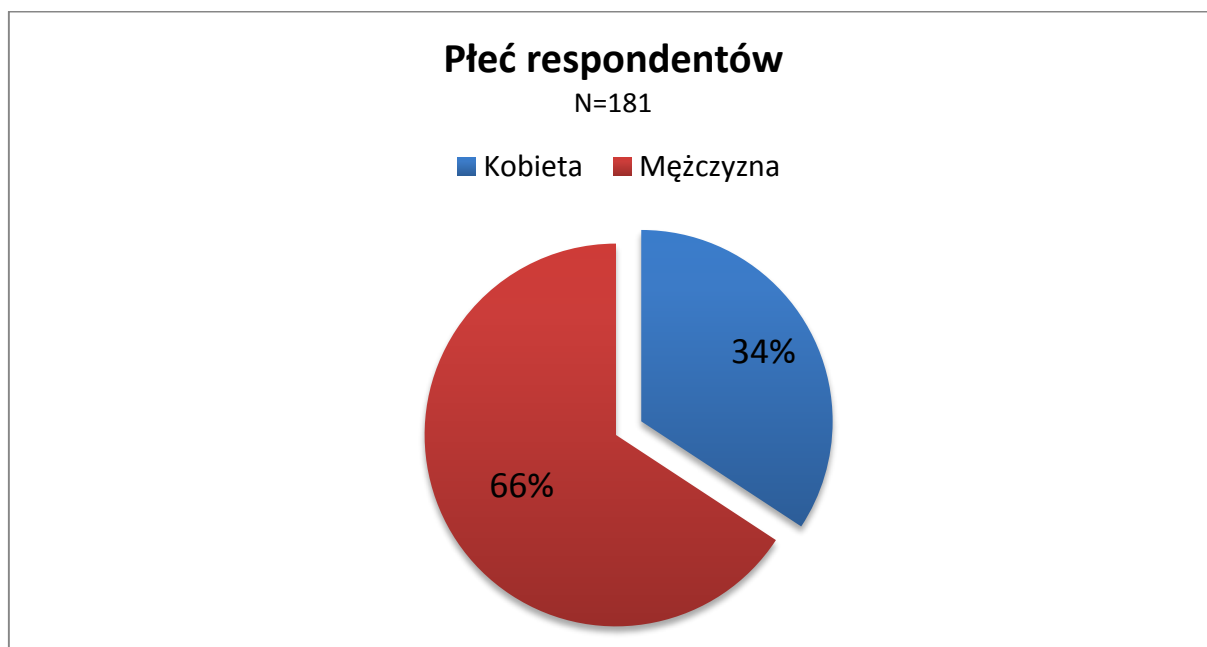
W badaniu wzięło udział łącznie 202 respondentów, którzy wypełnili 181 ankiet dla mieszkańców i 21 ankiet skierowanych do turystów.

Taka liczba respondentów szczególnie w odniesieniu do turystów nie jest w pełni miarodajna i z tego powodu obarczona sporym błędem, niemniej jednak zdecydowaliśmy się na zamieszczenie jej wyników skoro była ona częścią przeprowadzonych analiz. Czytelnik powinien mieć tego świadomość. Szczególnie widoczne jest to przy pytaniach o miejsce zamieszkania – 33% ankietowanych deklaruje zamieszkanie w Sanoku i kolejne 14% w powiecie sanockim. Mogą oni mieć swoją opinię, jako turyści, ale de facto nimi nie są. Ma to swoje odzwierciedlenie na przykład we wpisach dotyczących komunikacji lokalnej.

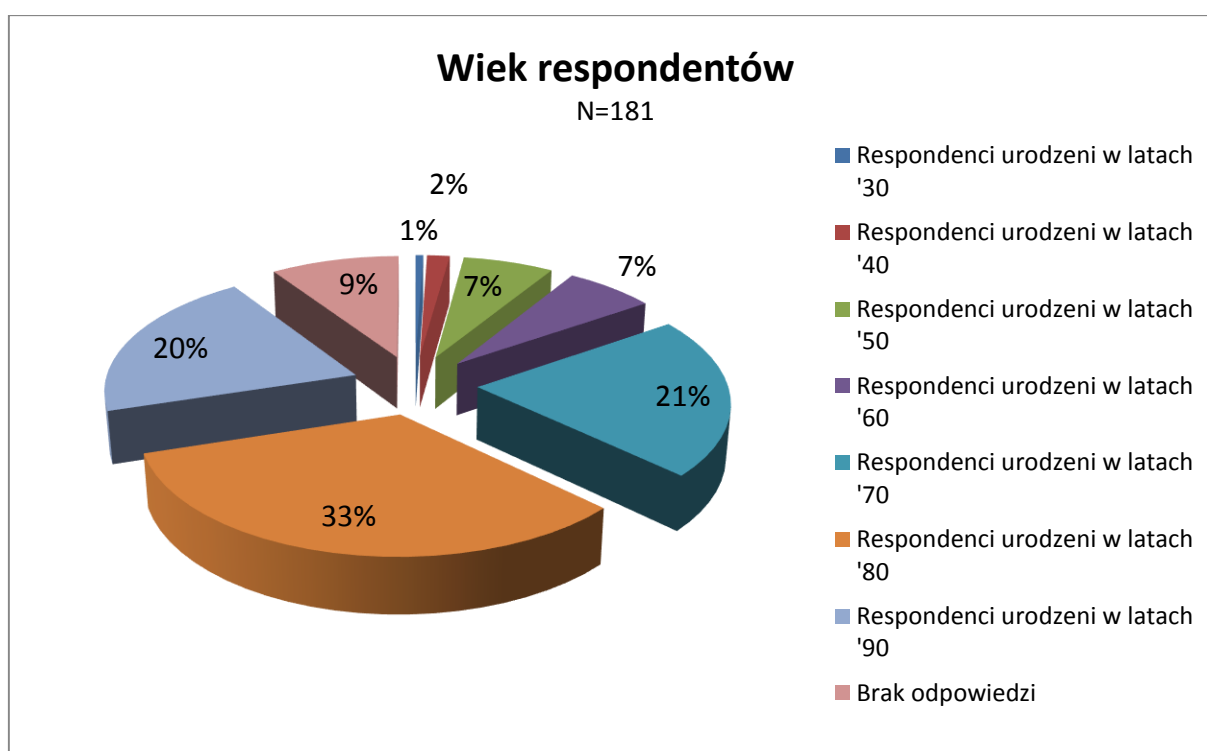




I. WYNIKI BADAŃ PRZEPROWADZONYCH WŚRÓD MIESZKAŃCÓW SANOKA

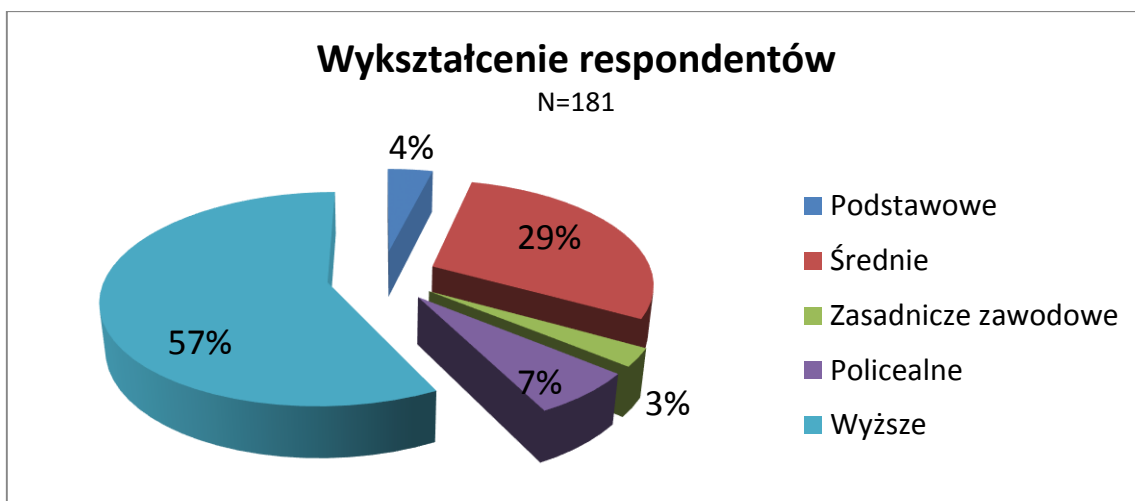


1/3 ankietowanych to kobiety (34%), a 2/3 stanowią mężczyźni (66%).

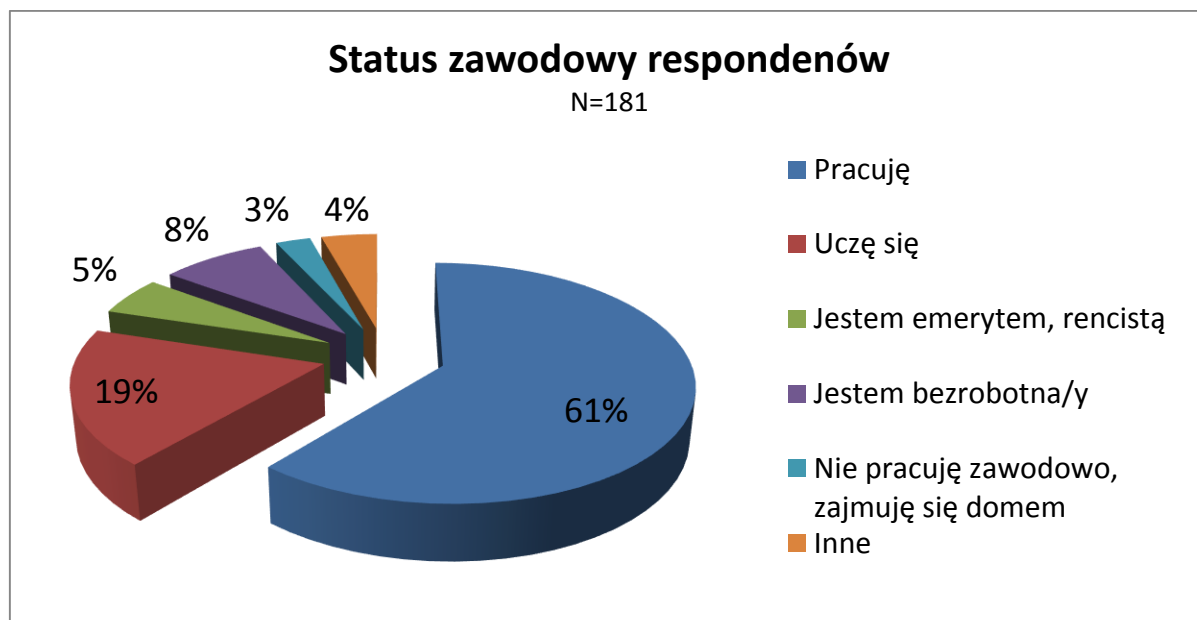




Wśród ankietowanych osób znajdują się reprezentanci wielu grup wiekowych. Najmniejszy odsetek stanowią osoby urodzone w latach '30 (1%) i '40 (2%). Nieco więcej respondentów urodziło się w latach '50 i '60 (po 7%). Blisko 1/5 ankietowanych to osoby urodzone w latach '70 (21%), niemal tyle samo to urodzeni w latach '90 (20%). Najsilniej reprezentowaną grupą wiekową w badaniu są osoby urodzone w latach '80 (33%).

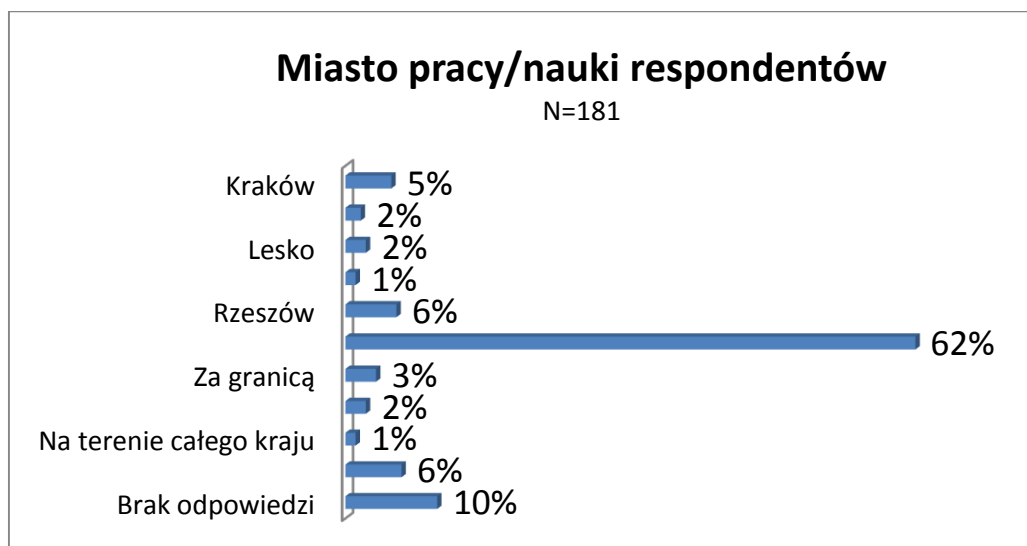


Ponad połowa ankietowanych to osoby, które mają wyższe wykształcenie (57%). W drugiej kolejności osoby z wykształceniem średnim (29%). Mniej respondentów ma wykształcenie policealne (7%), podstawowe (4%), a najmniej ma wykształcenie zasadnicze zawodowe (3%).

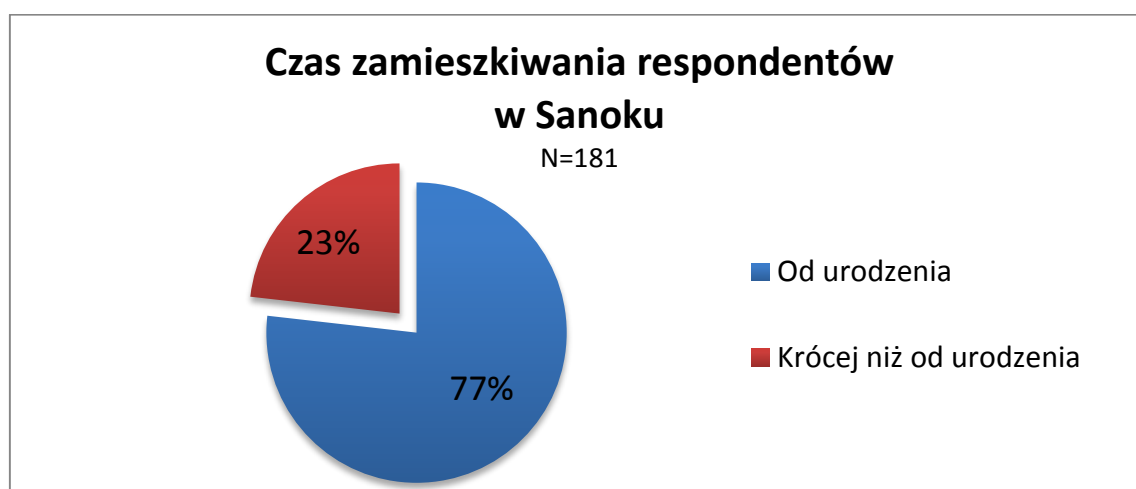




Większość respondentów to osoby pracujące (61%), 19% to osoby uczące się, 5% stanowią emeryci i renciści, 8% to osoby bezrobotne, 3% osób nie pracuje, ale zajmuje się domem, a 4% ankietowanych zadeklarowało inną odpowiedź. Wśród tej ostatniej grupy są osoby, które deklarują, że jednocześnie uczą się i pracują lub mimo wieku emerytalnego nadal się uczą, pracują dorywczo, osoby, które właśnie ukończyły studia i zamierzają zacząć szukać pracy w Sanoku oraz osoba pracująca, która chwilowo przebywa na urlopie macierzyńskim.

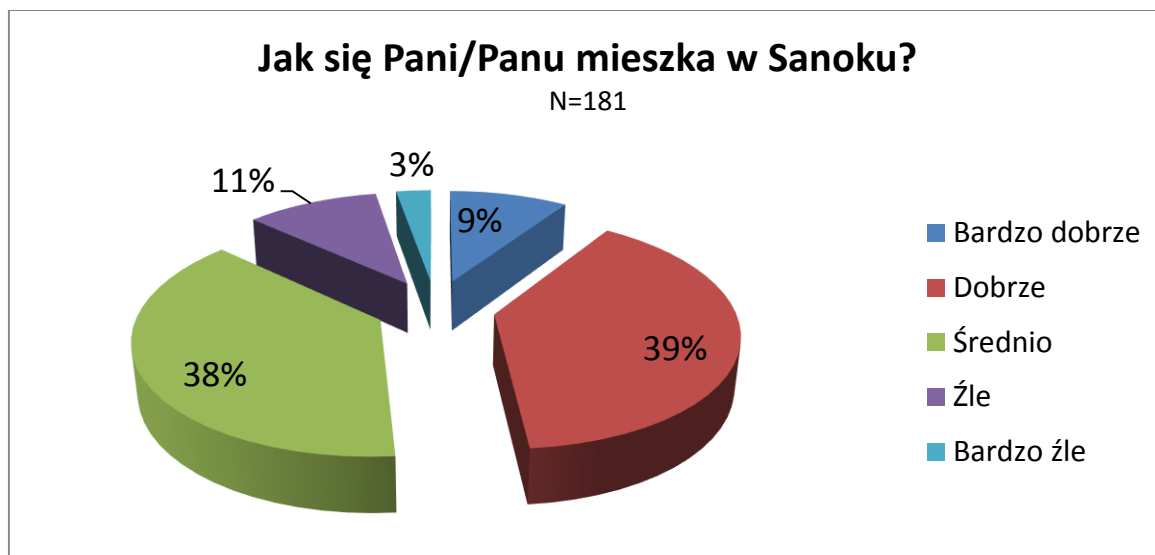


Większość badanych stanowią osoby, które pracują i/lub uczą się w Sanoku (62%). Znacznie mniej osób podaje jako miejsce pracy i/lub nauki Rzeszów (6%), Kraków (5%), Krosno, Lesko, Zagórz (po 2%), Poznań (1%). 3% respondentów deklaruje pracę za granicą, a 1% pracę na terenie całego kraju. 6% respondentów udzieliło innej odpowiedzi, a 10% nie podało żadnej.

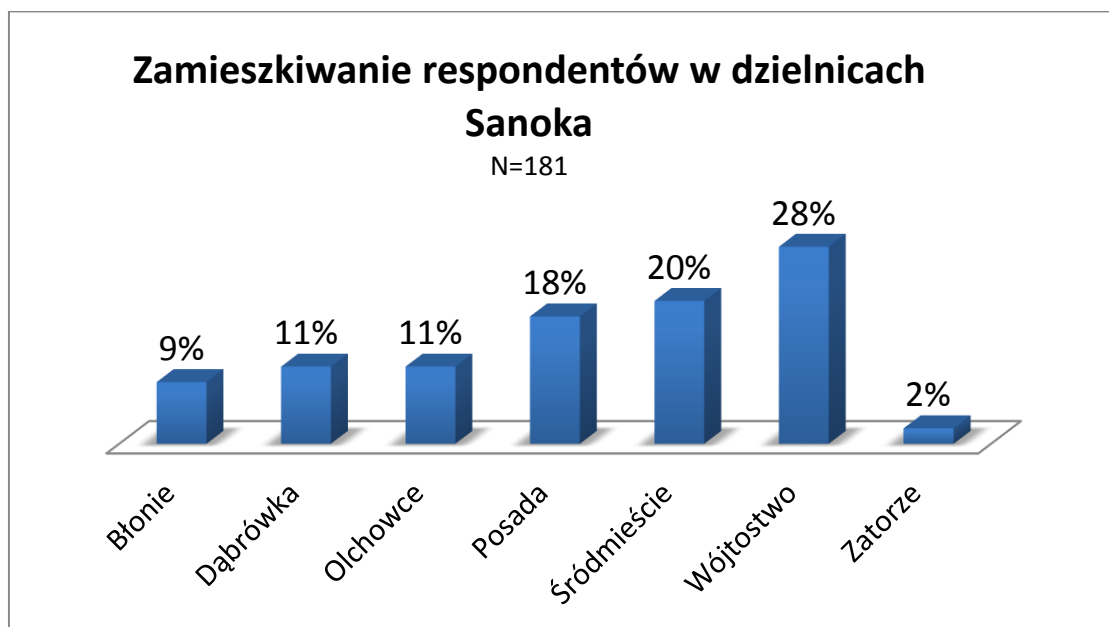




Zdecydowana większość respondentów mieszka w Sanoku od urodzenia (77%), a 23% mieszka w Sanoku krócej niż od urodzenia.



Pawie połowa respondentów deklaruje, iż mieszka im się w Sanoku dobrze (39%) lub bardzo dobrze (9%). 38% określa swoje zamieszkanie w Sanoku jako zadowalające, a 14% to osoby niezadowolone, którym w Sanoku mieszka się źle (11%) lub bardzo źle (3%).



Nieco ponad ¼ respondentów mieszka w dzielnicy Wójtostwo (28%), 1/5 zamieszkuje Śródmieście (20%), nieco mniej zamieszkuje dzielnicę Posada (18%), po 11% to mieszkańcy dzielnic Dąbrówka oraz Olchowce, 9% zamieszkuje Błonie, a 2% to mieszkańcy dzielnicy Zatorze.





USŁUGI KOMUNALNE I SPOŁECZNE

Jak ocenia Pani/Pan działania miasta w poniższych obszarach?

	Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
Dostęp do żłobków	2%	23%	45%	24%	7%
Dostęp do przedszkoli	2%	27%	40%	23%	9%
Oferta edukacyjna	8%	42%	37%	10%	3%
Dostęp do Internetu	11%	44%	31%	10%	4%
Infrastruktura drogowa	1%	9%	38%	34%	19%
Wodociągi i kanalizacja	9%	41%	37%	11%	2%
Działania na rzecz integracji mieszkańców	3%	18%	46%	23%	10%
Działania na rzecz podtrzymywania tradycji lokalnych	10%	35%	35%	15%	4%
Oferta kulturalna	4%	39%	38%	14%	5%
Oferta rekreacyjno-sportowa	6%	27%	36%	22%	9%
Infrastruktura sportowa (baseny, boiska itp.)	4%	17%	27%	30%	22%
Działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego/ochrona przyrody	3%	36%	38%	17%	6%
Bezpieczeństwo mieszkańców	2%	28%	46%	14%	10%
Jakość komunikacji miejskiej	2%	22%	33%	25%	18%
Stan zieleni miejskiej	6%	40%	34%	13%	7%
Estetyka i czystość w mieście	6%	34%	29%	20%	11%
Możliwość znalezienia mieszkania w mieście	2%	30%	40%	16%	12%
Wsparcie osób poszukujących pracy	1%	5%	19%	30%	45%
Możliwość podnoszenia i/lub zmiany kwalifikacji	1%	8%	30%	37%	24%
Dostęp do służby zdrowia	2%	11%	33%	28%	27%
Ułatwienia dla osób niepełnosprawnych	1%	13%	40%	31%	15%
Pomoc społeczna	3%	14%	50%	24%	10%

W ocenie usług komunalnych i społecznych respondenci mieli skłonność wybierania ocen średnich, a przy wartościach skrajnych częściej wskazywali na bardzo złe niż bardzo dobre, choć w ogólnym rozrachunku więcej osób oceniło poszczególne obszary usług komunalnych i społecznych jako dobre, niż jako złe. Oceny „dobre” dominowały siedmiokrotnie, oceny „średnie” trzynastokrotnie, „złe” dwukrotnie, a „bardzo zła” tylko raz.

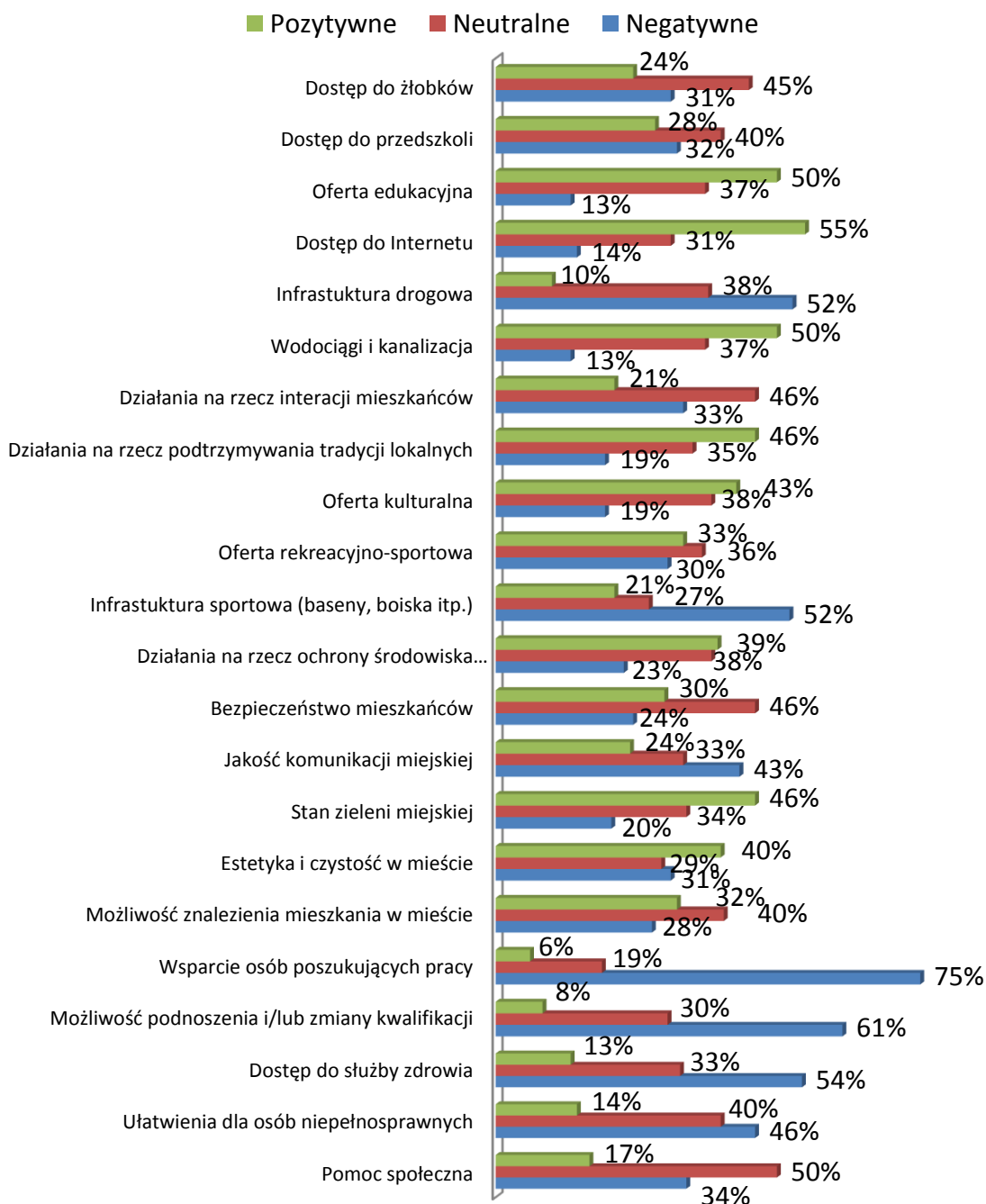




USŁUGI KOMUNALNE I SPOŁECZNE

Zsumowane oceny działań miasta w poszczególnych obszarach

N=181





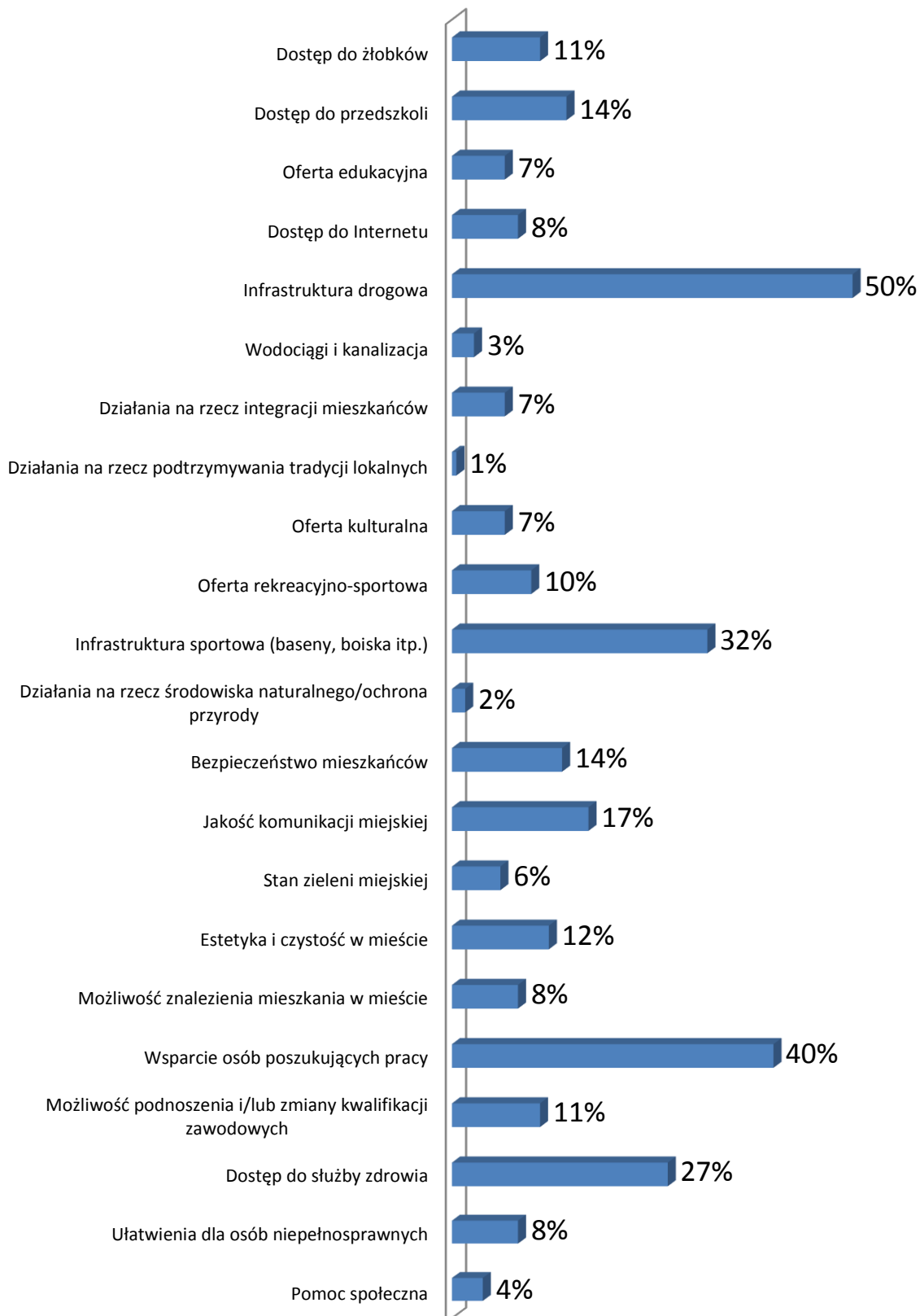
Po zsumowaniu ocen bardzo dobrych i dobrych jako pozytywne oraz złych i bardzo złych jako negatywne okazuje się, że respondenci w zakresie usług komunalnych i społecznych w 8 obszarach z 22 najczęściej wskazywali oceny pozytywne, w 7 z 22 oceny średnie i tak samo w 7 z 22 oceny negatywne. Wśród obszarów ocenionych pozytywnie najlepiej zdaniem ankietowanych prezentuje się kwestia dostępu do Internetu (55% ocen pozytywnych, przy 31% średnich i 14% negatywnych), w następnej kolejności z tymi samymi wynikami oferta edukacyjna oraz wodociągi i kanalizacja (po 50% ocen pozytywnych, 37% średnich i 13% negatywnych). Średnie oceny najczęściej dominowały w przypadku pomocy społecznej (50% ocen średnich, przy 17% pozytywnych i 34% negatywnych), w następnej kolejności w przypadku działań na rzecz integracji mieszkańców (46% ocen średnich, przy 21% pozytywnych i 33% negatywnych), bezpieczeństwa mieszkańców (46% ocen średnich, przy 30% pozytywnych i 24% negatywnych) oraz przy dostępie do żłobków (45% ocen średnich, przy 24% pozytywnych i 31% negatywnych). Oceny negatywne najczęściej wystawiane były w kwestii wsparcia dla osób poszukujących pracy (75% ocen negatywnych, przy 19% średnich i 6% pozytywnych), możliwości podnoszenia i/lub zmiany kwalifikacji (61% ocen negatywnych, przy 30% średnich i 8% pozytywnych) oraz dostępu do służby zdrowia (54% negatywnych, przy 33% średnich i 13% pozytywnych). Najbardziej wyrównany podział ocen dotyczył kwestii oferty rekreacyjno-sportowej, 33% osób oceniło ją pozytywnie, 36% średnio, a 30% negatywnie.





USŁUGI KOMUNALNE I SPOŁECZNE Obszary wymagające najpilniejszej poprawy

N=181





Respondenci mogli wskazać po 3 obszary z zakresu usług komunalnych i społecznych, które ich zdaniem wymagają najpilniejszej poprawy. Według nich w pierwszej kolejności poprawy wymaga infrastruktura drogowa, na którą wskazała połowa ankietowanych. W następnej kolejności najpilniejszej poprawy wymaga wsparcie osób poszukujących pracy (40%), infrastruktura sportowa (baseny, boiska itp.) (32%) i dostęp do służby zdrowia (27%). Najmniej osób wskazało na działania na rzecz podtrzymywania tradycji lokalnych (1%).

POLITYKA GOSPODARCZA

Jak ocenia Pani/Pan działania miasta w poniższych obszarach?

	Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
Dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/strefy aktywności gospodarczej	1%	15%	40%	28%	15%
Wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą	1%	10%	43%	30%	17%
Dostęp do nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych	2%	17%	43%	29%	9%
Funkcjonowanie instytucji otoczenia biznesu/współpraca miasta z instytucjami otoczenia biznesu	3%	14%	45%	29%	9%
Promocja gospodarcza miasta	4%	25%	33%	24%	13%

W ocenie polityki gospodarczej respondenci mieli skłonność wybierania głównie ocen średnich, a przy wartościach skrajnych częściej wskazywali na bardzo złe niż bardzo dobre. Oceny „średnie” dominowały we wszystkich 5 wskazanych obszarach polityki gospodarczej.

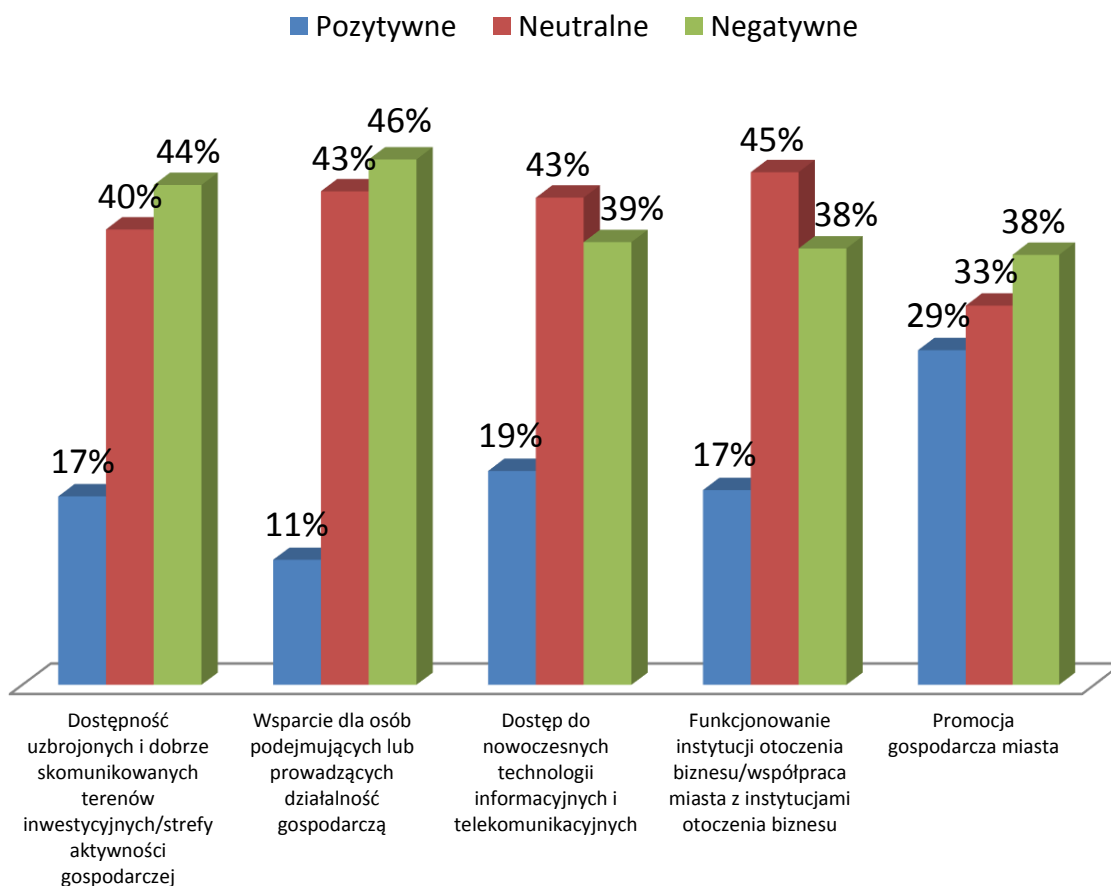




POLITYKA GOSPODARCZA

Zsumowane oceny działań miasta w poszczególnych obszarach

N=181



Po zsumowaniu ocen bardzo dobrych i dobrych jako pozytywne oraz złych i bardzo złych jako negatywne okazuje się, że respondenci w zakresie polityki gospodarczej w 2 z 5 obszarów najczęściej wskazywali oceny średnie, a w 3 z 5 oceny negatywne. Najbardziej negatywnie zostało ocenione wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą (46% ocen negatywnych, przy 43% średnich i 11% pozytywnych) oraz dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/stref aktywności gospodarczej (44% negatywnych, przy 40% średnich i 17% pozytywnych). Średnie oceny dominowały w przypadku funkcjonowania instytucji otoczenia biznesu/współpracy miasta z otoczeniem biznesu (45% ocen średnich, przy 38% negatywnych i 17% pozytywnych) oraz dostępu do nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych (43% ocen średnich, przy 39% negatywnych i 19% pozytywnych).

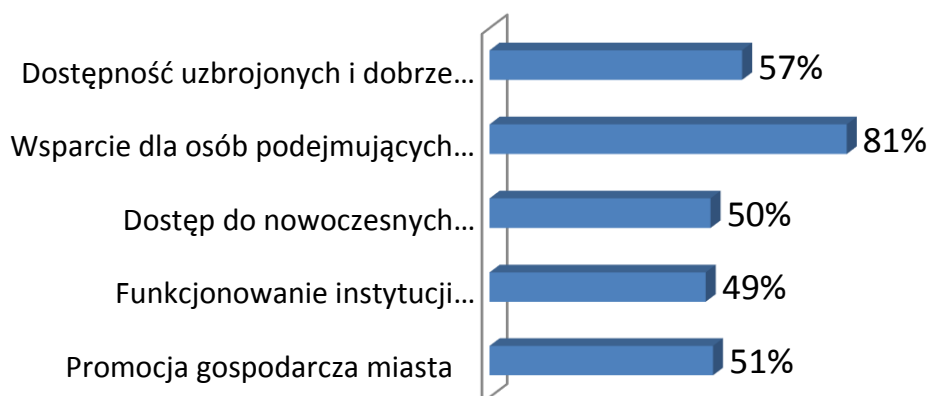




POLITYKA GOSPODARCZA

Obszary wymagające najpilniejszej poprawy

N=181



Respondenci mogli wskazać po trzy obszary z zakresu polityki gospodarczej, które ich zdaniem wymagają najpilniejszej poprawy. Zdecydowana większość respondentów uznała, że najpilniej poprawy wymaga wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą (81%). W następnej kolejności najpilniejszej poprawy wymaga dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/stref aktywności gospodarczej (57%) oraz promocja gospodarcza miasta (51%).

TURYSTYKA I PROMOCJA

Jak ocenia Pani/Pan działania miasta w poniższych obszarach?

Wizualizacja turystyczna miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście

Atrakcyjność oferty turystycznej miasta

Materiały promocyjne o mieście

Wizerunek miasta w mediach

System informacji turystycznej

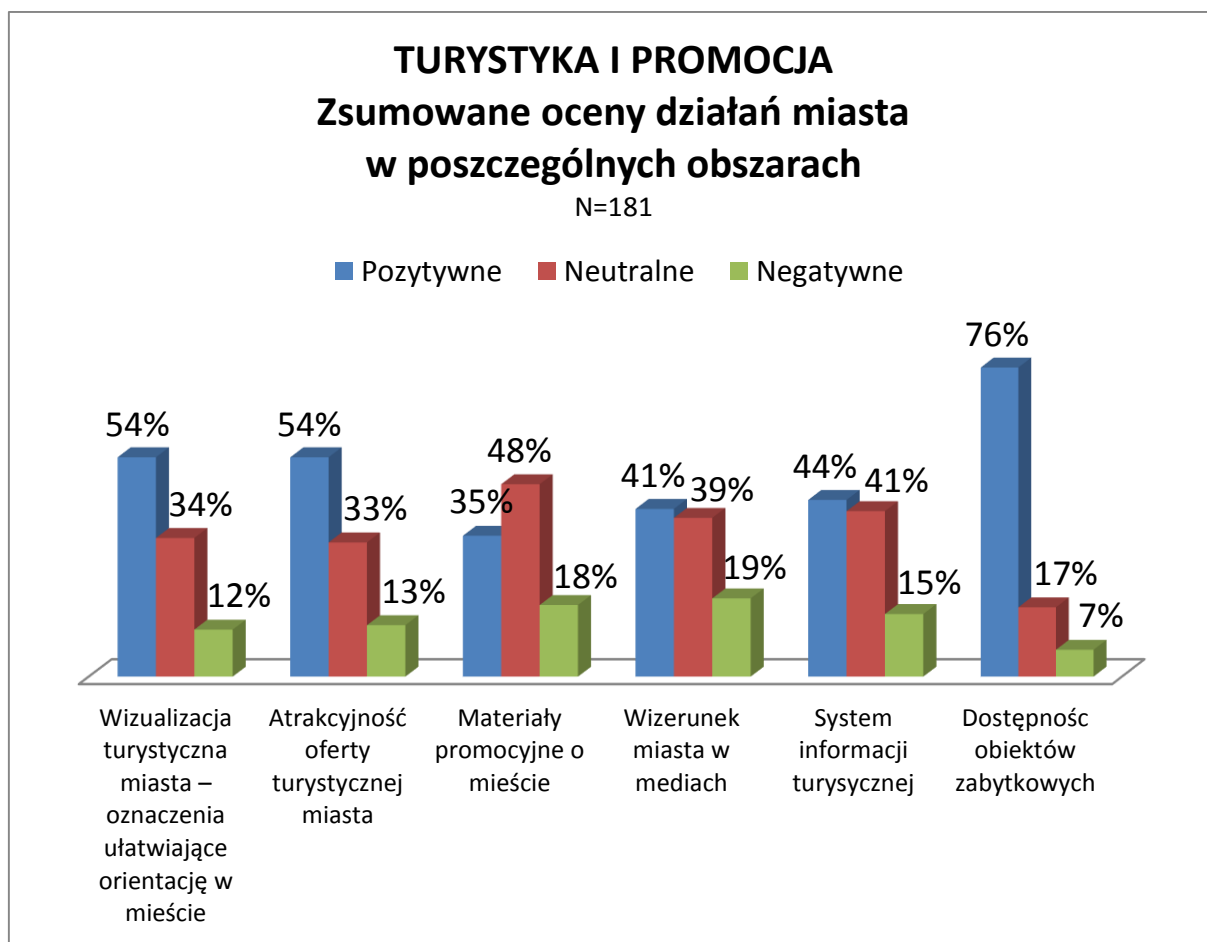
Dostępność obiektów zabytkowych

	Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
Wizualizacja turystyczna miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście	10%	44%	34%	9%	3%
Atrakcyjność oferty turystycznej miasta	12%	43%	33%	10%	3%
Materiały promocyjne o mieście	5%	30%	48%	14%	3%
Wizerunek miasta w mediach	9%	32%	39%	15%	4%
System informacji turystycznej	7%	36%	41%	12%	4%
Dostępność obiektów zabytkowych	23%	54%	17%	6%	1%





W ocenie turystyki i promocji respondenci mieli skłonność wybierania ocen średnich, a przy wartościach skrajnych częściej wskazywali na bardzo dobre niż bardzo złe. Oceny „średnie” dominowały w 4 z 6 wskazanych obszarów turystyki i promocji, a oceny dobre w 2 z 6.

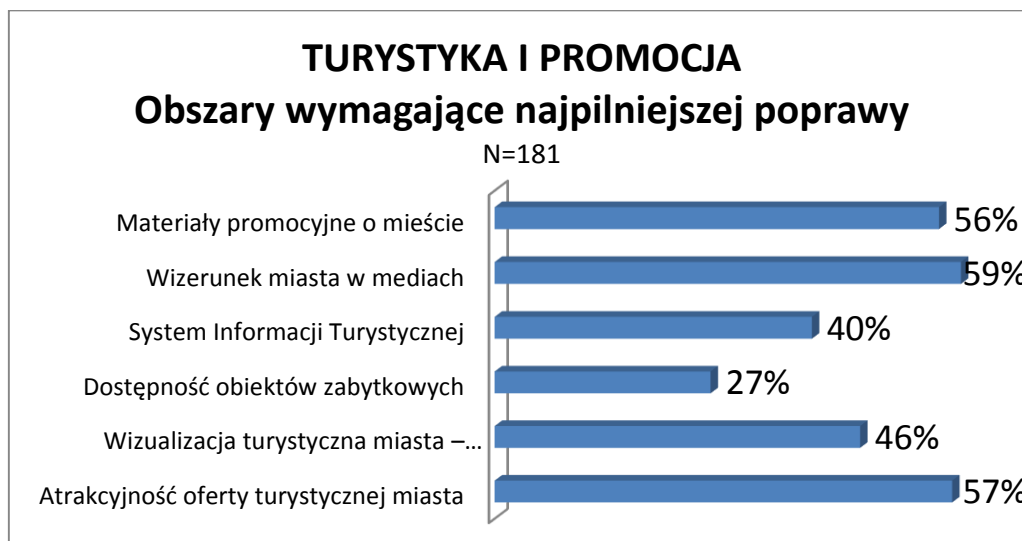


Po zsumowaniu ocen bardzo dobrych i dobrych jako pozytywne oraz złych i bardzo złych jako negatywne okazuje się, że respondenci w zakresie turystyki i promocji aż w 5 z 6 obszarów najczęściej wskazywali oceny pozytywne, a tylko w jednym najczęściej oceny średnie. Zdecydowana większość respondentów najbardziej pozytywnie oceniła dostępność obiektów zabytkowych (aż 76% pozytywnych ocen, przy 17% średnich i 7% negatywnych), mniej, lecz również ponad połowa respondentów pozytywnie oceniła wizualizację turystyczną miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście (54% ocen pozytywnych, przy 34% średnich i 1% negatywnych) oraz atrakcyjność oferty turystycznej miasta (54% ocen pozytywnych, przy 33% średnich i 13% negatywnych). Oceny średnie dominowały tylko



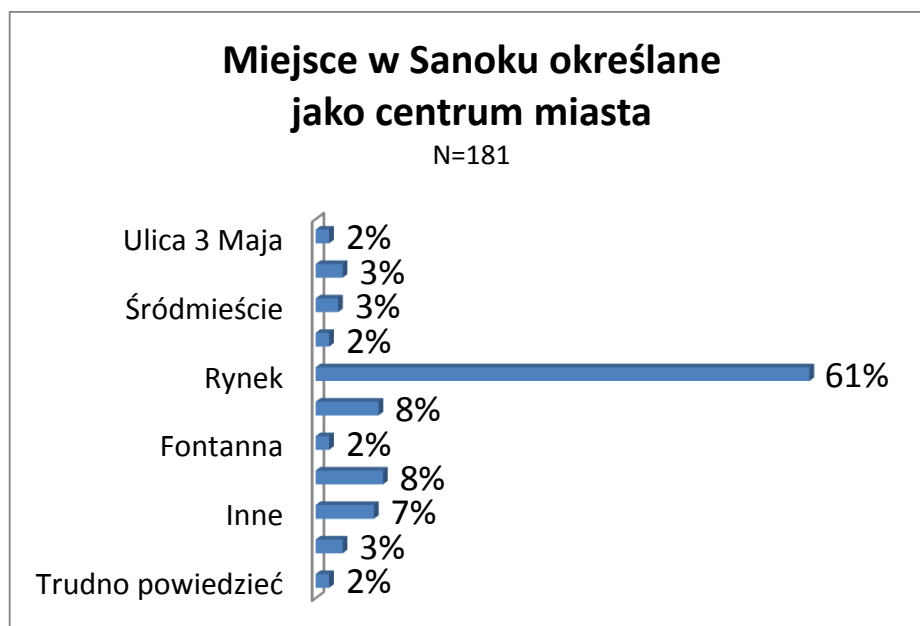


w kwestii materiałów promocyjnych o mieście (48% ocen średnich, przy 35% pozytywnych i 18% negatywnych).



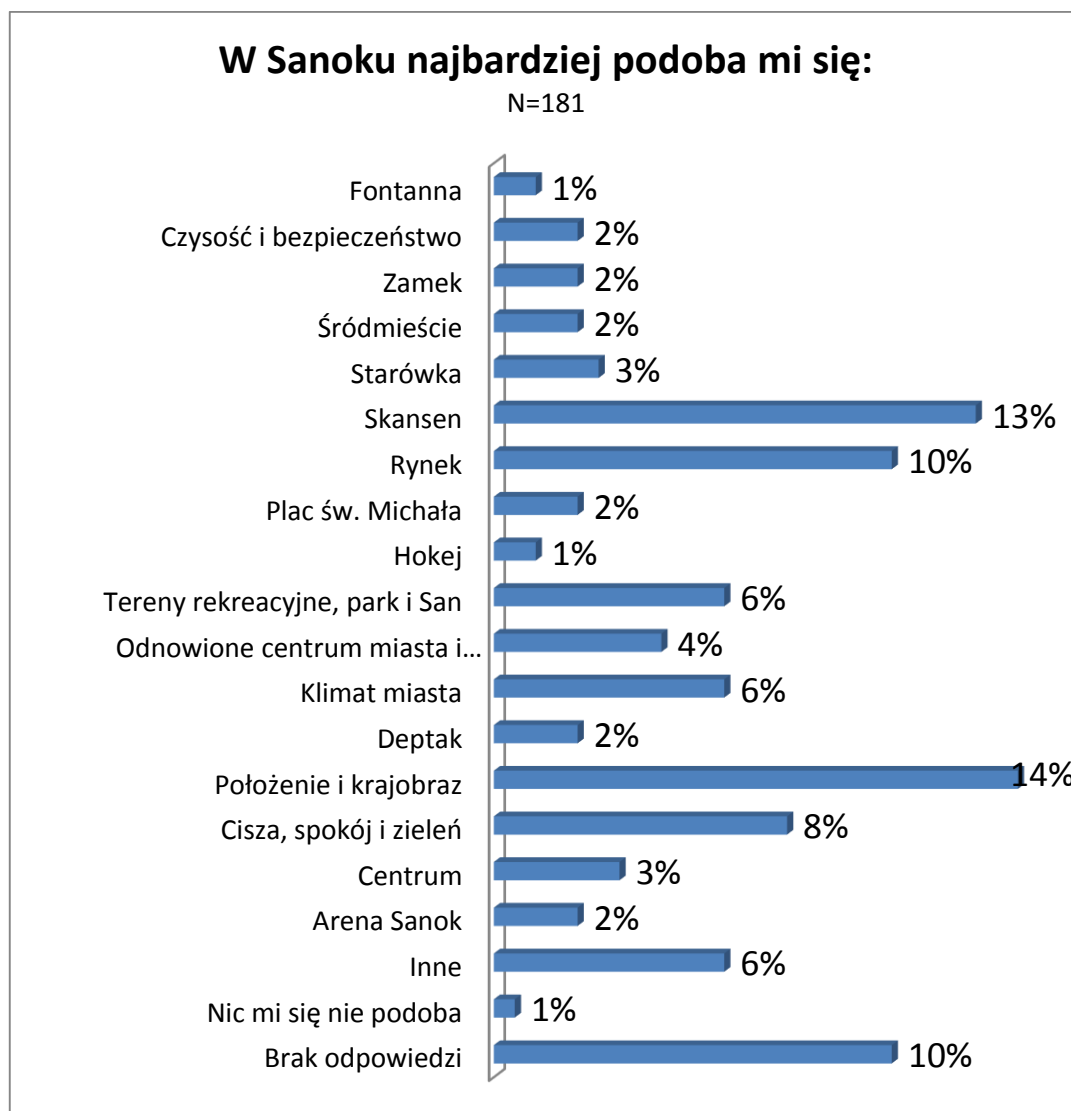
Respondenci mogli wskazać po trzy obszary z zakresu turystyki i promocji, które ich zdaniem wymagają najpilniejszej poprawy. Najwięcej osób uważa, że najpilniej poprawy wymaga wizerunek miasta w mediach (59%), atrakcyjność oferty turystycznej miasta (57%) oraz materiały promocyjne o mieście (56%). Mimo, iż materiały promocyjne o mieście oraz oferta turystyczna miasta nie zostały przez respondentów ocenione bardzo źle, to jednak znajdują się wśród trzech obszarów wymagających najpilniejszej poprawy. Być może mieszkańcy oceniają je pozytywnie, ale uważają, iż obszary te powinny stać na jeszcze wyższym poziomie.





Respondenci zapytani o to, jakie miejsce w Sanoku określiliby jako centrum miasta, zdecydowanie najczęściej wskazywali na Rynek (lub też najczęściej wymieniali go na pierwszym miejscu). Takiej odpowiedzi udzieliło aż 61% ankietowanych. Dużo rzadziej respondenci wskazywali na deptak czy Plac św. Michała (po 8%).





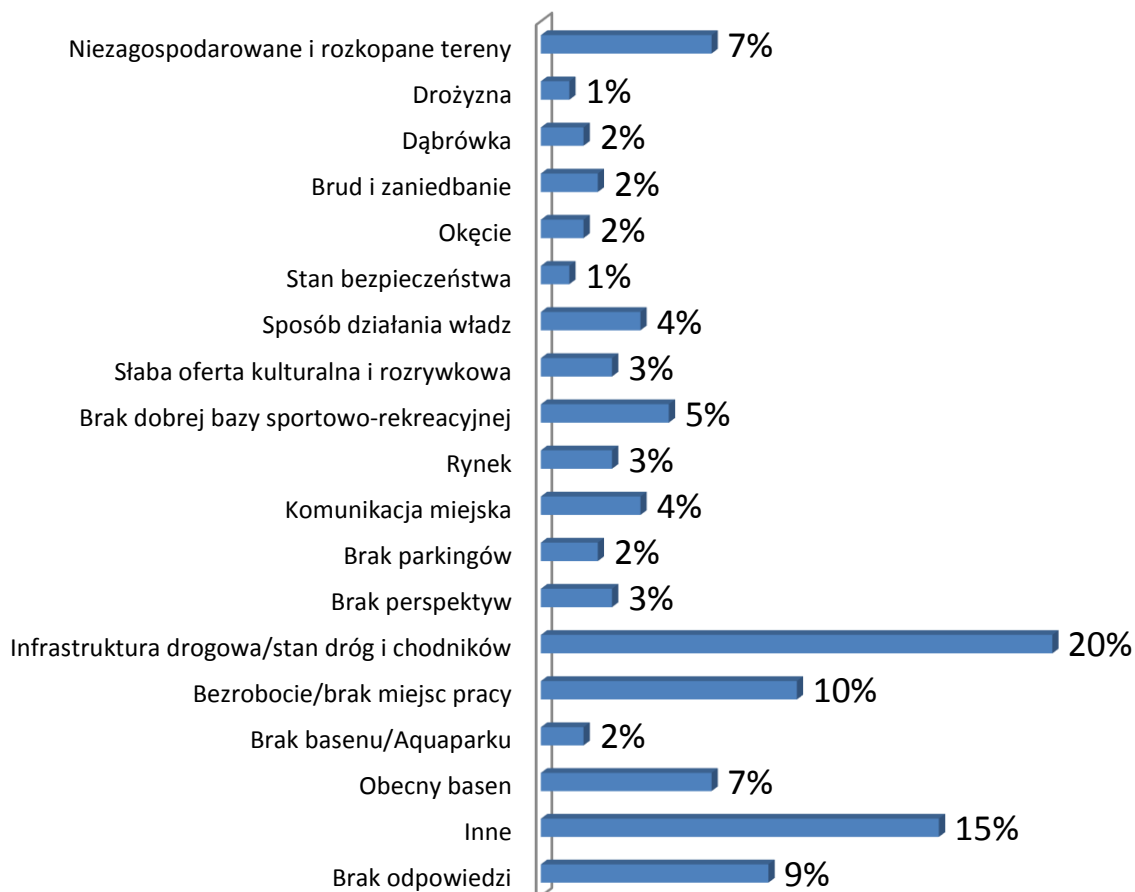
Respondenci zostali poproszeni o dokończenie zdania „W Sanoku najbardziej podoba mi się...”. Często podawali więcej niż jedną odpowiedź. W celu łatwiejszego zobrazowania poglądów mieszkańców, ich odpowiedzi zostały poddane ogólnej kategoryzacji, przy czym liczone pierwszą wskazaną odpowiedź. Odpowiedzi były bardzo różnorodne, nieznacznie jednak dominowała opinia, iż najbardziej ankietowanym podoba się położenie i krajobraz Sanoka (14%), następnie Skansen (13%), Rynek (10%), cisza, spokój i zieleń (8%) oraz tereny rekreacyjne, park i San (6%), klimat miasta (6%). 1% ankietowanych stwierdziło, że nic im się nie podoba, a 10% w ogóle nie udzieliło odpowiedzi.





W Sanoku najmniej podoba mi się:

N=181



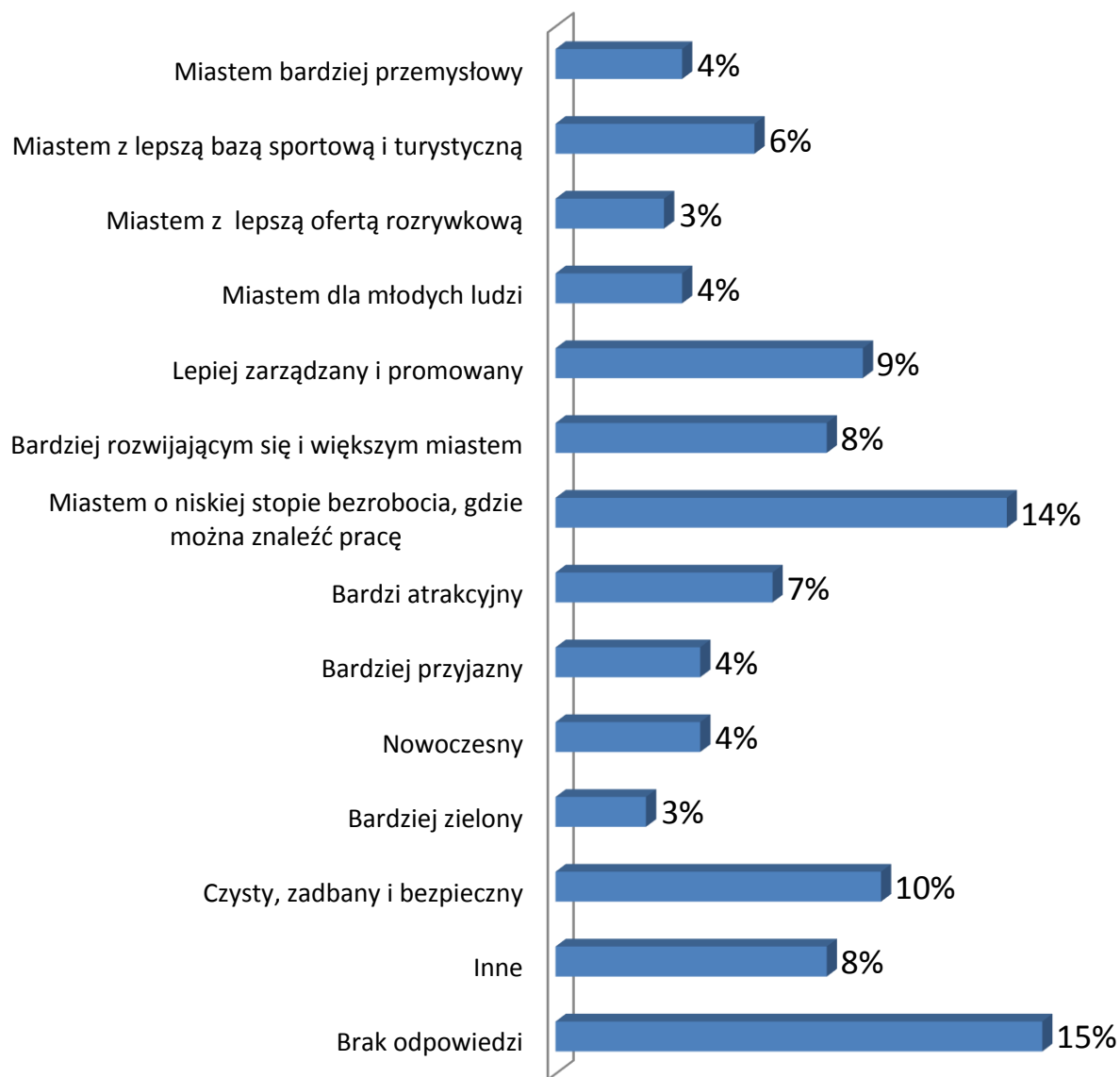
Respondenci zostali poproszeni o dokończenie zdania „W Sanoku najmniej podoba mi się...”. Często podawali więcej niż jedną odpowiedź. W celu łatwiejszego zobrazowania poglądów mieszkańców, ich odpowiedzi zostały poddane ogólnej kategoryzacji, przy czym liczone pierwszą wskazaną odpowiedź. Odpowiedzi były bardzo różnorakie, choć 1/5 ankietowanych wskazała, iż w Sanoku najmniej podoba im się infrastruktura drogowa/stan dróg i chodników (20%), w następnej kolejności respondenci wskazywali na to, iż nie podoba im się bezrobocie/brak miejsc pracy (10%), niezagospodarowane i rozkopane tereny (7%), tyle samo osób wskazało, że nie podoba im się obecny basen (7%), a 2% ankietowanych stwierdziło, że nie podoba im się brak Aquaparku lub większego i bardziej zadbanego basenu. 15% osób udzieliło innych odpowiedzi, choć były to pojedyncze sugestie. 9% ankietowanych nie odpowiedziało na pytanie.





Chciałabym/Chciałbym, żeby Sanok był:

N=181



Respondenci zostali poproszeni o dokończenie zdania „Chciałabym/Chciałbym, żeby Sanok był...”. Wielu respondentów miało problem z udzieleniem odpowiedzi, w rezultacie czego, aż 15% nie odpowiedziało na to pytanie. 14% respondentów chciałoby, żeby Sanok był miastem o niskiej stopie bezrobocia, w którym można znaleźć pracę. 10% ankietowanych, chciałoby, żeby Sanok był czysty, zadbane i bezpieczny, 9% chciałoby, żeby był lepiej





zarządzany i promowany, 8% chciałaby, żeby był bardziej rozwijającym się i większym miastem, 7% chciałaby, żeby był bardziej atrakcyjny, 6% życzyłaby sobie, żeby był miastem z lepszą bazą sportową i turystyczną. 15% ankietowanych nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie.



Respondenci zostali poproszeni o dokończenie zdania „Do sąsiednich miast jeżdżę w celu...”. 1/3 ankietowanych odpowiedziała, iż do sąsiednich miast jeździ głównie na zakupy (33%), 12% jeździ na basen, po 10% w celach turystycznych oraz do pracy, po 4% załatwia w innych miastach różne sprawy, jeździ do lekarza, w celach edukacyjnych lub w ramach rozrywki i rekreacji. 3% ankietowanych zadeklarowało, iż w ogóle nie jeździ do sąsiednich miast.

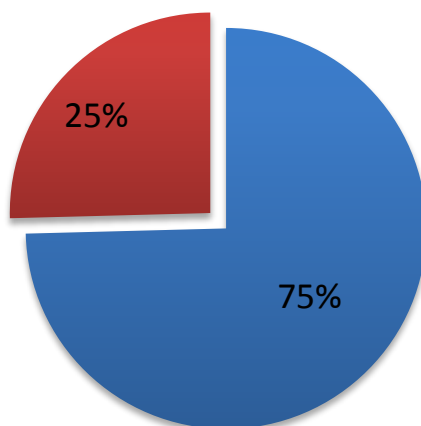




Czy Pan/Pani wiąże swoją przyszłość z Sanokiem?

N=181

■ Tak ■ Nie

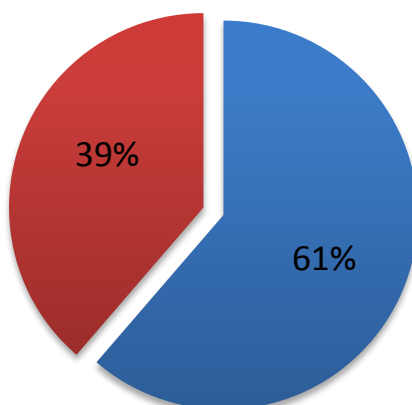


3/4 respondentów wiąże swoją przyszłość z Sanokiem (75%). 25% ankietowanych odpowiedziało, iż nie wiąże swojej przyszłości z Sanokiem.

Czy chciałaby Pani/Pan, aby Pani/Pana dzieci wiązały swoją przyszłość z Sanokiem?

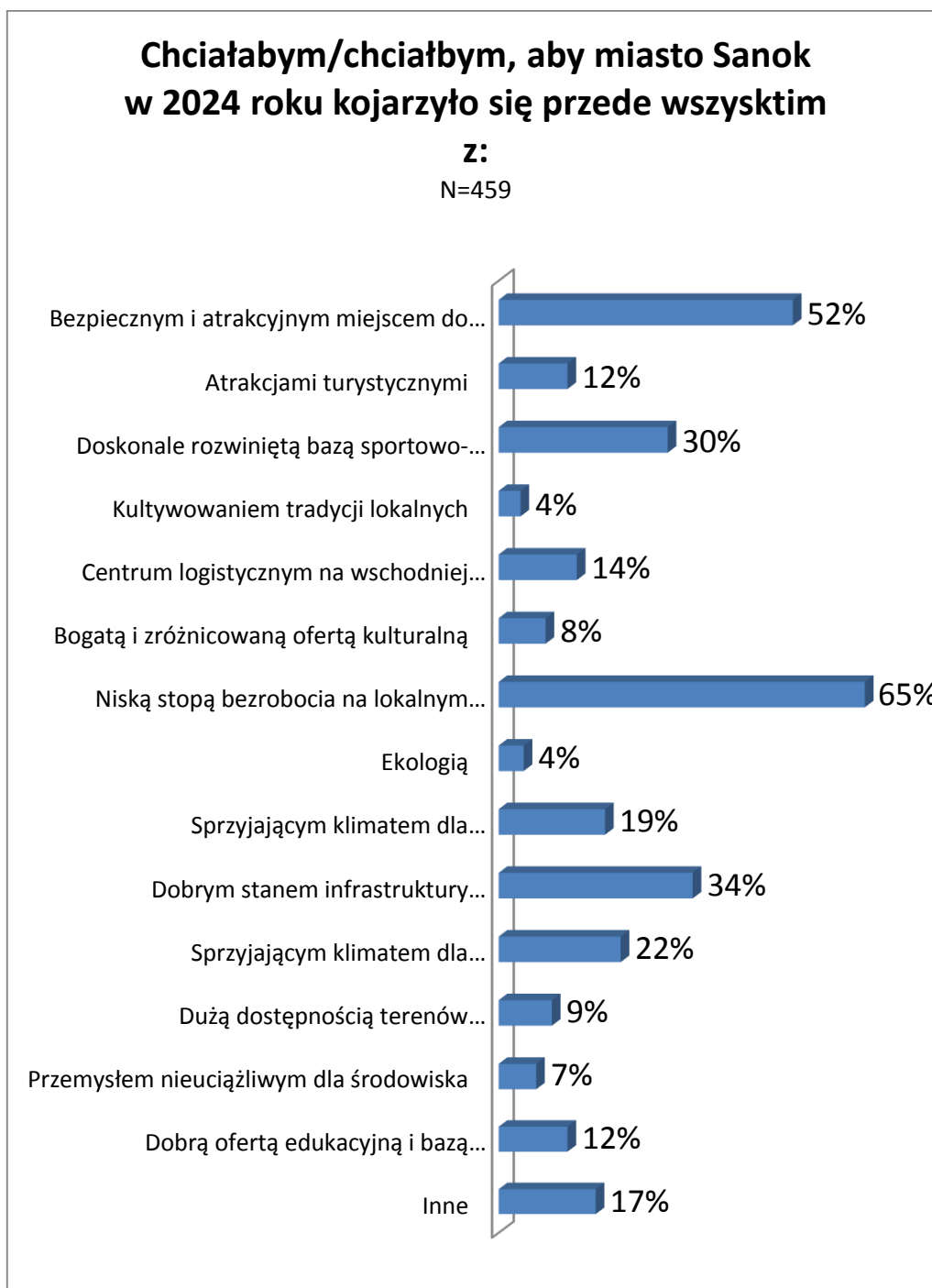
N=181

■ Tak ■ Nie





Ponad połowa (61%) respondentów chciałaby, aby ich dzieci wiązały swoją przyszłość z Sanokiem, 39% ankietowanych nie chciałaby, aby ich dzieci wiązały swoją przyszłość z Sanokiem.





Respondenci mogli wybrać do trzech odpowiedzi na pytanie z czym chcieliby, aby Sanok przede wszystkim kojarzył się w 2024 roku. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią jest niska stopa bezrobocia na lokalnym rynku pracy (65%), następnie respondenci chcieliby, aby w 2024 roku Sanok był kojarzony z bezpiecznym i atrakcyjnym miejscem do życia (52%), dobrym stanem infrastruktury technicznej (np. jakość dróg, kanalizacja) (34%) oraz doskonale rozwiniętą bazą sportowo-rekreacyjną (30%).

WNIOSKI

1. Prawie połowa respondentów deklaruje, iż mieszka im się w Sanoku dobrze lub bardzo dobrze.
2. W zakresie usług komunalnych i społecznych mieszkańcy najgorzej oceniają wsparcie dla osób poszukujących pracy, możliwości podnoszenia i/lub zmiany kwalifikacji oraz dostęp do służby zdrowia.
3. W zakresie usług komunalnych i społecznych mieszkańcy najlepiej oceniają dostęp do Internetu, ofertę edukacyjną oraz wodociągi i kanalizację.
4. W zakresie usług komunalnych i społecznych najpilniej poprawy wymaga infrastruktura drogowa, wsparcie osób poszukujących pracy, infrastruktura sportowa i dostęp do służby zdrowia.
5. W zakresie polityki gospodarczej mieszkańcy najgorzej oceniają wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą oraz dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/stref aktywności gospodarczej.
6. W zakresie polityki gospodarczej mieszkańcy najlepiej oceniają funkcjonowania instytucji otoczenia biznesu/współpracy miasta z otoczeniem biznesu oraz dostęp do nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych.
7. W zakresie polityki gospodarczej najpilniej poprawy wymaga wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą, dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/stref aktywności gospodarczej oraz promocja gospodarcza miasta.
8. W zakresie turystyki i promocji mieszkańcy wszystkie obszary ogólnie ocenili pozytywnie lub średnio. Turystyka i promocja Sanoka wypada lepiej niż usługi komunalne i społeczne oraz polityka gospodarcza.
9. W zakresie turystyki i promocji mieszkańcy najlepiej ocenili dostępność obiektów zabytkowych, wizualizację turystyczną miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście oraz atrakcyjność oferty turystycznej miasta.



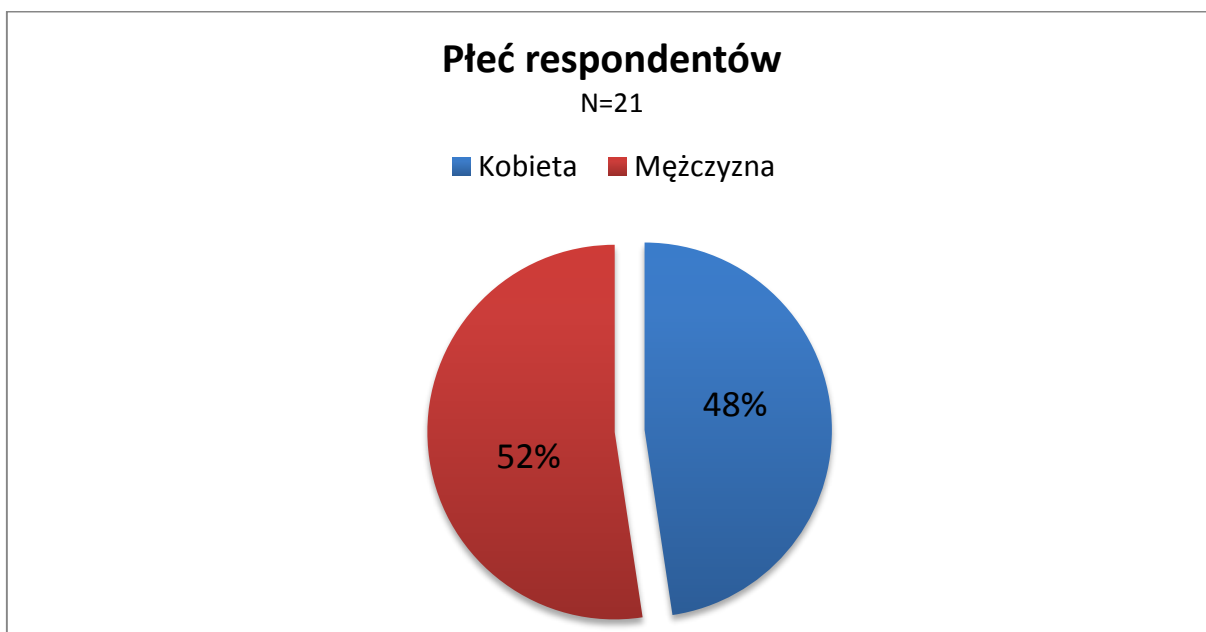


10. W zakresie turystyki i promocji najpilniej poprawy wymaga wizerunek miasta w mediach, atrakcyjność oferty turystycznej miasta oraz materiały promocyjne o mieście.
11. Zdaniem mieszkańców Sanoka, centrum miasta stanowi Rynek.
12. W Sanoku najbardziej mieszkańcom podoba się położenie i krajobraz Sanoka, Skansen i Rynek.
13. W Sanoku najmniej mieszkańcom podoba się infrastruktura drogowa/stan dróg i chodników, bezrobocie/brak miejsc pracy, niezagospodarowane i rozkopane tereny oraz obecny basen.
14. Mieszkańcy najbardziej chcieliby, aby Sanok był miastem o niskiej stopie bezrobocia, w którym można znaleźć pracę, żeby Sanok był czysty, zadbany i bezpieczny oraz lepiej zarządzany i promowany.
15. Do sąsiednich miast respondenci jeżdżą na zakupy, na basen, w celach turystycznych oraz do pracy.
16. Większość mieszkańców wiąże swoją przyszłość z Sanokiem.
17. Większość mieszkańców chciałaby, aby ich dzieci wiązały swoją przyszłość z Sanokiem.
18. Mieszkańcy chcieliby, aby w 2024 roku Sanok był kojarzony z niską stopą bezrobocia na lokalnym rynku pracy, z bezpiecznym i atrakcyjnym miejscem do życia, dobrym stanem infrastruktury technicznej (np. jakość dróg, kanalizacja) oraz doskonale rozwiniętą bazą sportowo-rekreacyjną.

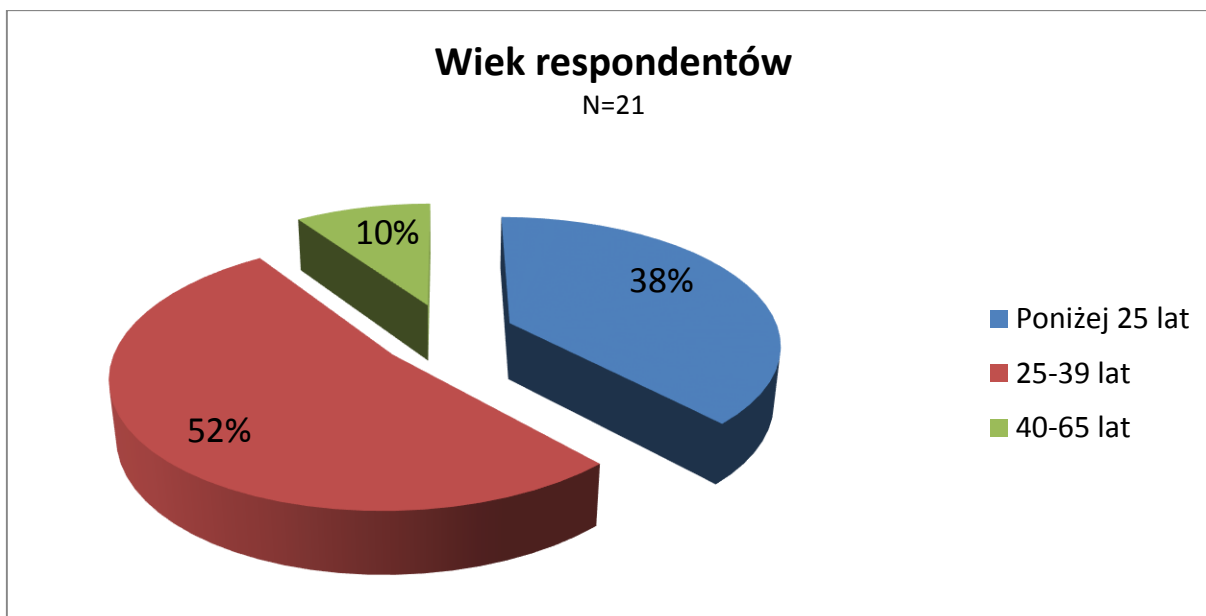




II. WYNIKI BADAŃ PRZEPROWADZONYCH WŚRÓD TURYSTÓW



W badaniu udział wzięła niemal równa ilość kobiet (48%) oraz mężczyzn (52%).



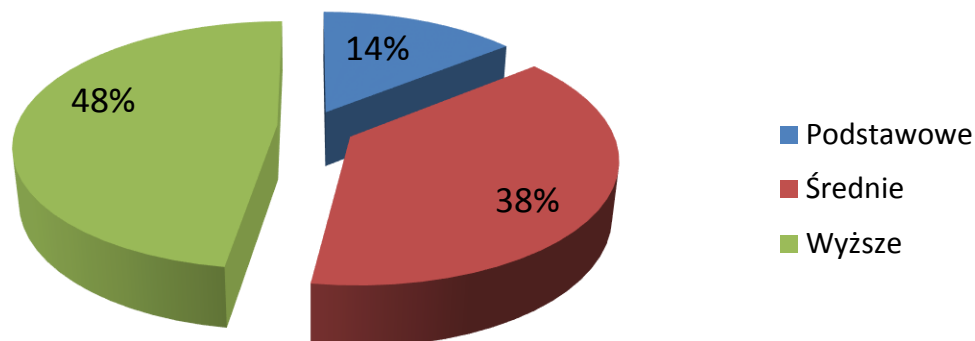
Niecałe 40% respondentów to osoby poniżej 25 roku życia (38%), ponad połowa (52%) to osoby w wieku 25-39 lat, a 1/10 respondentów to osoby w wieku między 40 a 65 lat (10%).





Wykształcenie respondentów

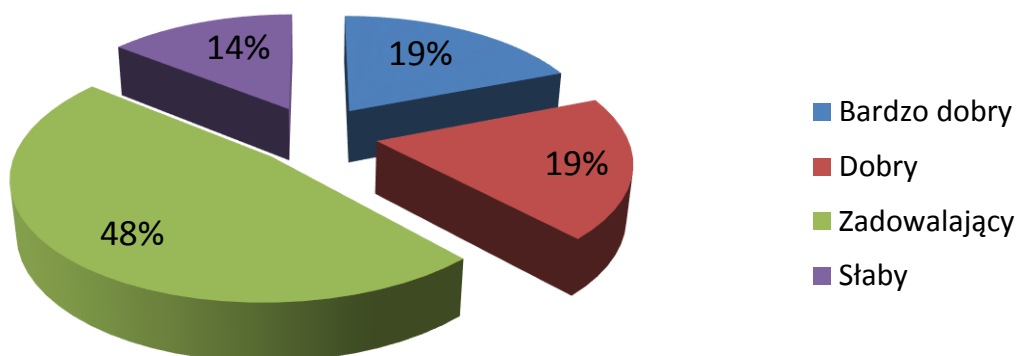
N=21



Niemal połowa respondentów to osoby z wyższym wykształceniem (48%), 38% to osoby z wykształceniem średnim, a 14% ma wykształcenie podstawowe.

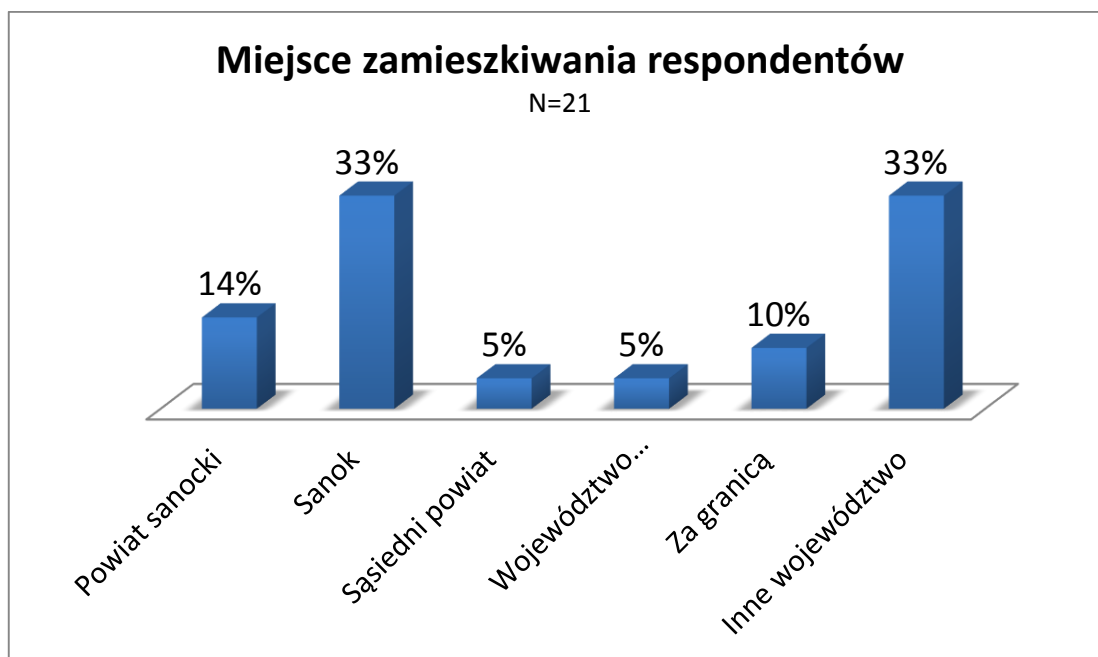
Status ekonomiczny respondentów

N=21

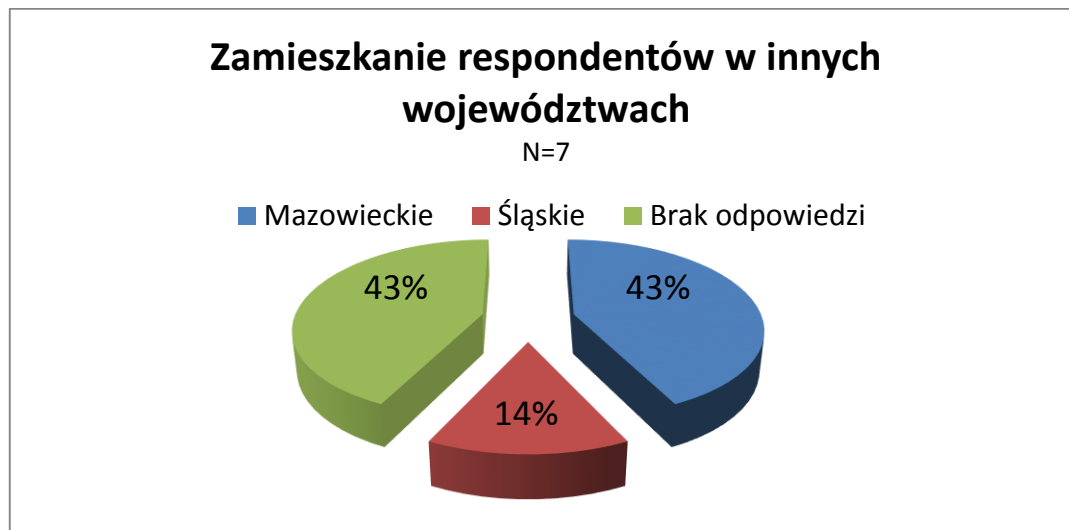


Prawie połowa respondentów określa swoją sytuację ekonomiczną jako zadowalającą (48%), 38% ocenia ją pozytywnie (po 19% dobrze i bardzo dobrze), a 14% swój status materialny określa jako słaby.





1/3 respondentów mieszka w Sanoku (33%), 14% zamieszkuje w różnych miejscach powiatu sanockiego, po 5% w sąsiednim powiecie oraz Województwie Podkarpackim, 1/3 mieszka w innych województwach (33%), a 10% respondentów mieszka za granicą.



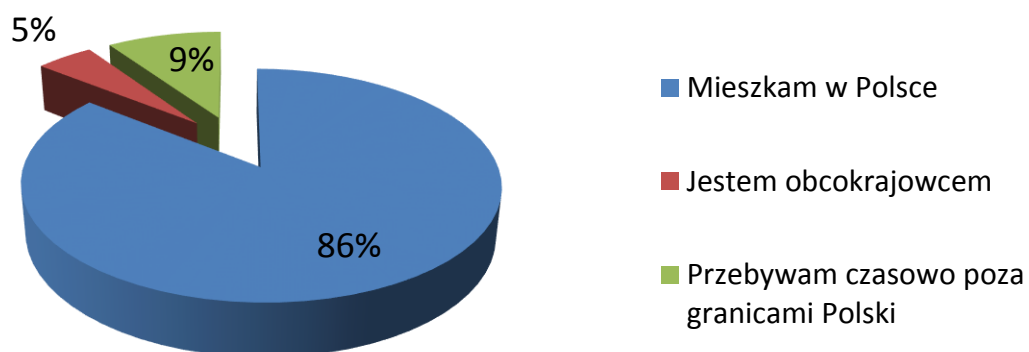
Spośród respondentów, którzy zadeklarowali zamieszkiwanie w województwie innym niż Podkarpackie, 43% mieszka w Województwie Mazowieckim, 14% w Województwie Śląskim, a 43% nie podało odpowiedzi.





Zamieszkanie respondentów w Polsce/za granicą

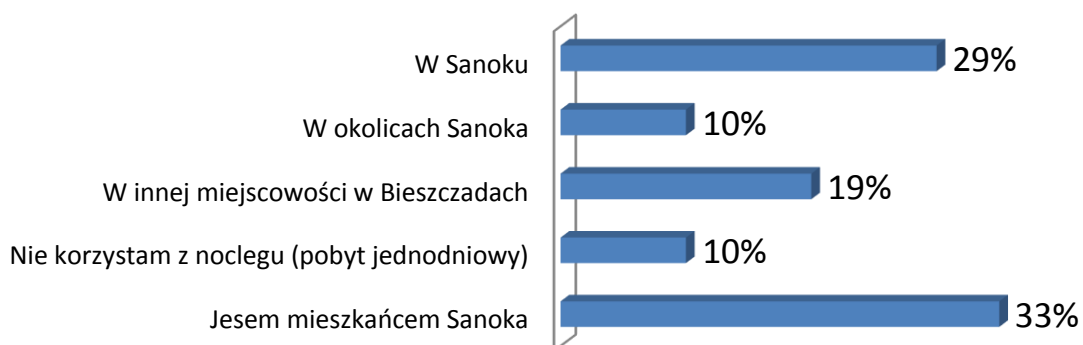
N=21



Zdecydowana większość respondentów (86%) mieszka na terenie Polski, 9% przebywa czasowo poza granicami Polski, a 5% stanowią obcokrajowcy.

Miejsca, w jakich respondenci korzystają z noclegu

N=21

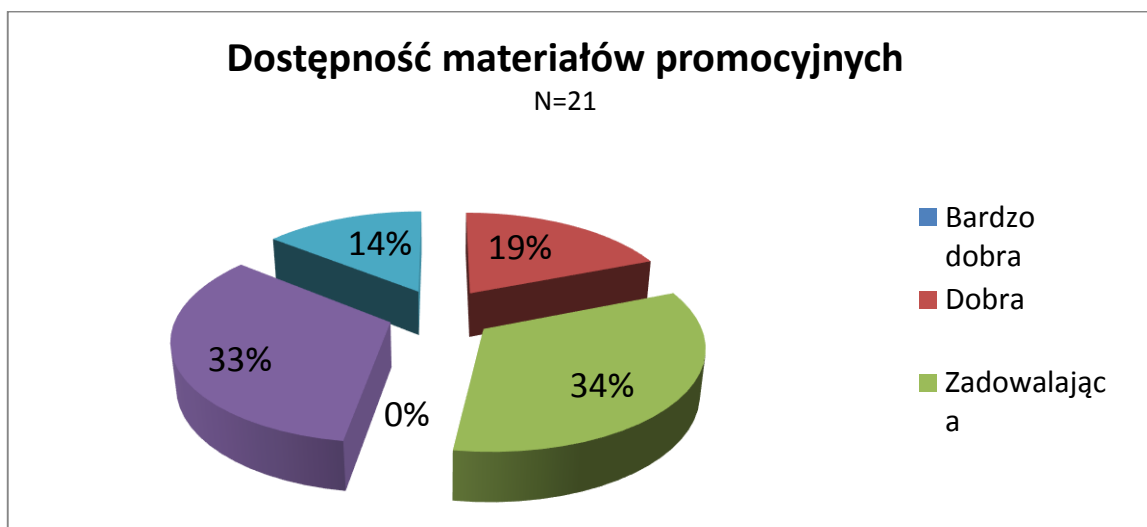


1/3 respondentów to mieszkańcy Sanoka (33%), niemal tyle samo osób korzysta z noclegów w Sanoku (29%), 19% respondentów korzysta z noclegów w innej miejscowości w Bieszczadach, a po 10% osób korzysta z noclegu w okolicach Sanoka lub nie korzysta z noclegu, ponieważ ich wizyta jest jednodniowa.





Blisko połowa respondentów ocenia jakość materiałów promocyjnych jako dobrą (43%), mimo, iż nikt nie ocenił ich jako bardzo dobre. 29% uznała materiały promocyjne i informacyjne za zadowalające, po 14% za słabe i bardzo słabe. W wolnych uwagach jeden z respondentów zwraca uwagę, iż, „Nie tylko jakość, ale ilość i różnorodność w tym przypadku jest ważna”.

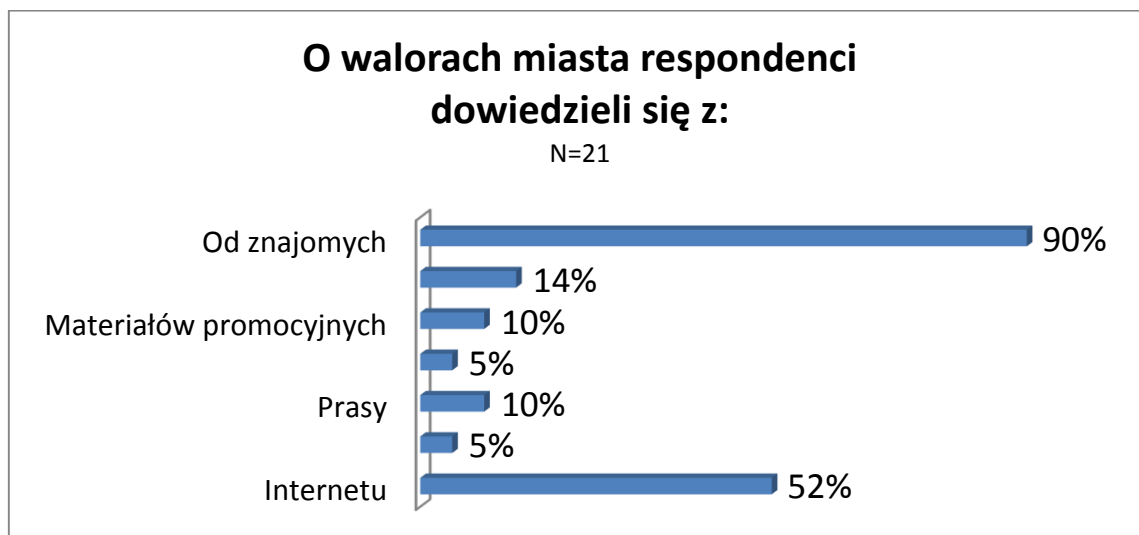


W kwestii dostępności materiałów promocyjnych, 1/3 respondentów uważa ją za zadowalającą (34%), 19% za dobrą, nikt nie wskazał oceny bardzo dobrej. 1/3 respondentów uznała dostępność materiałów promocyjnych za słabą (33%), a 14% za bardzo słabą. Respondenci mieli kilka uwag, które zostały zamieszczone poniżej:

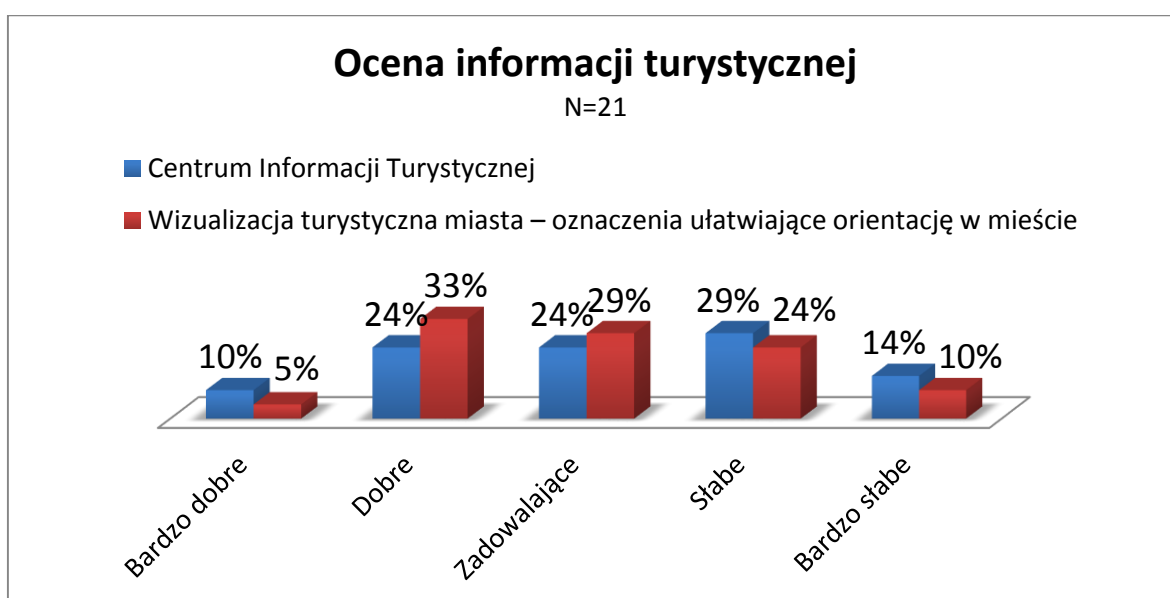




1. „Ale o czym tu promować. O skansenie chyba turyści wiedza, o Beksińskim też - więcej tu nie ma - może i lepiej bo miasta bez przemysłu nie stać na utrzymywanie niedochodowych atrakcji!!!!”
2. „Szczególnie w okresie wakacyjnym warto zwiększyć nakład.”
3. „Gdzie takich szukać poza Internetem?”



Respondenci mogli podać więcej niż jedno źródło, z którego dowiedzieli się o walorach miasta. Zdecydowana większość, bo aż 90%, o walorach miasta dowiedziała się od znajomych. Połowa wiedzy na ten temat czerpała z Internetu, 14% z przewodników (publikacji), po 10% z materiałów promocyjnych oraz prasy, a po 5% z radia i telewizji.





Respondenci nieco lepiej ocenili wizualizację turystyczną miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście, niż Centrum Informacji Turystycznej. Wizualizację turystyczną miasta pozytywnie oceniło 38% respondentów, 29% zadowolająco, a negatywnie 34%. Centrum Informacji Turystycznej pozytywnie oceniło 34% respondentów, 24% zadowolająco i 43% negatywnie. Respondenci mieli uwagi dotyczące informacji turystycznej.

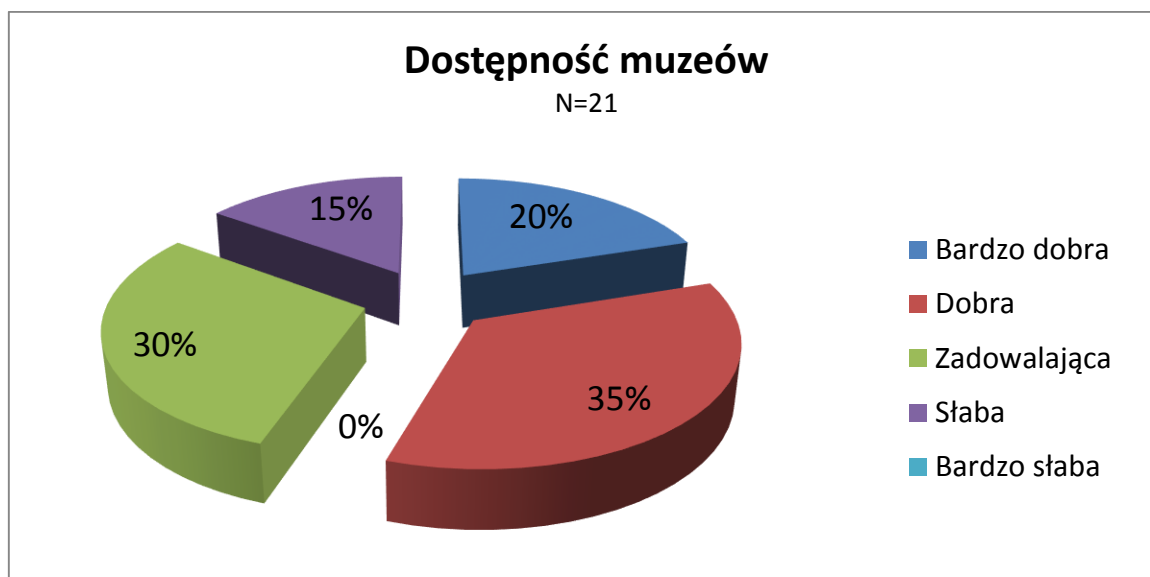
1. „Czy ten automatyczny punkt informacji turystycznej już działa??? Na pewno kosztował nie mało a nie udało mi się go jeszcze uruchomić!!!
2. „powinno być kilka "e-kiosków" z darmowym dostępem do stron miasta i informacją turystyczną”
3. „Fachowa i miła obsługa.”
4. „Nigdy nie korzystałam”
5. „Więcej kierunkowskazów z nazwami atrakcji.”
6. „Dziurawe drogi, brak obwodnicy południowej i likwidacja kolei oraz ograniczenie prędkości do 30km w centrum nie zachęca turystów do tego miasta...”
7. „Za mało drogowskazów turystycznych”



Respondenci bardzo wysoko ocenili atrakcyjność muzeów, 2/3 badanych osób wystawiło pozytywne oceny (9% bardzo dobre i 57% dobre). 29% oceniła atrakcyjność muzeów jako przeciętną, nikt nie ocenił jej jako niskiej, a tylko 5% jako bardzo niską. Respondenci w wolnych uwagach odnieśli się do kwestii atrakcyjności muzeów:

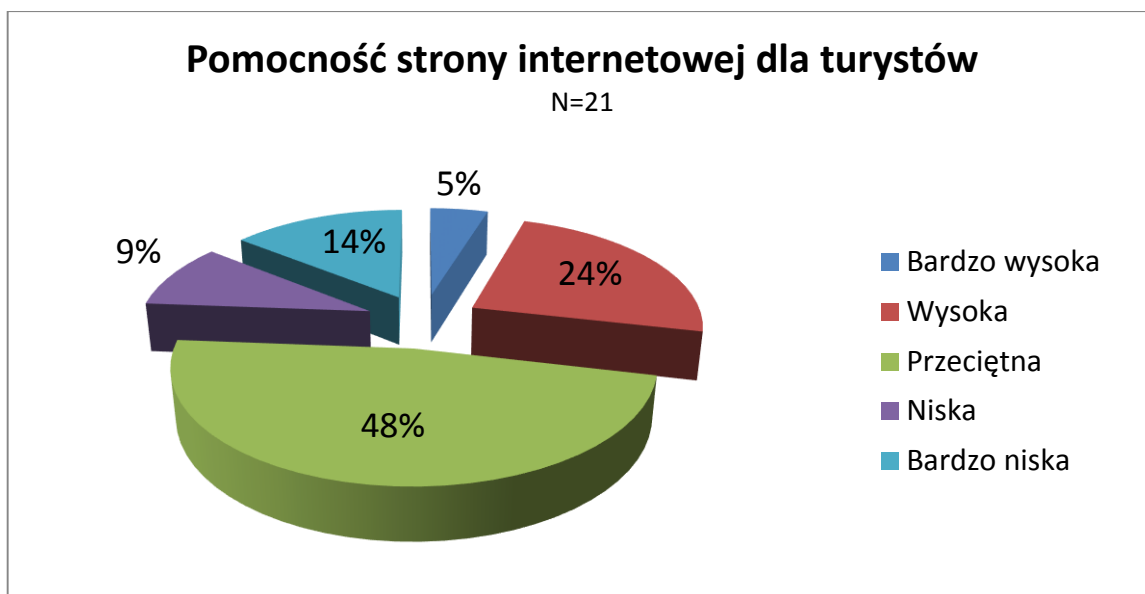
1. „Sanok nigdy nie był i nie będzie aż tak atrakcyjny turystycznie aby z tego się utrzymywać tak jak Zakopane, czy Solina dlatego powinno się kłaść w mieście większy nacisk na przemysł i tworzenie nowych miejsc pracy niż na turystykę!!!!”
2. „W zamku galeria z obrazami (dla których powinno być miejsce w galerii) - dla mnie zamek to muzeum historyczne - tego brakuje, a obrazy Beksińskiego i innych - do galerii.”
3. „Szczególnie dzięki MBL.”





Respondenci bardzo pozytywnie ocenili dostępność muzeów. Ponad połowa uznała dostępność muzeów za pozytywną, w tym 20% za bardzo dobrą i 35% dobrą. 30% uznało ją za zadowalającą, a tylko 15% za słabą. Nikt nie uznał dostępności muzeów za bardzo słabą. W uwagach ankietowanych pojawiło się następujące stwierdzenie:

1. „Jak na tak małe miasto bez pracy i tak za dużo wydajemy na te muzea które są.”



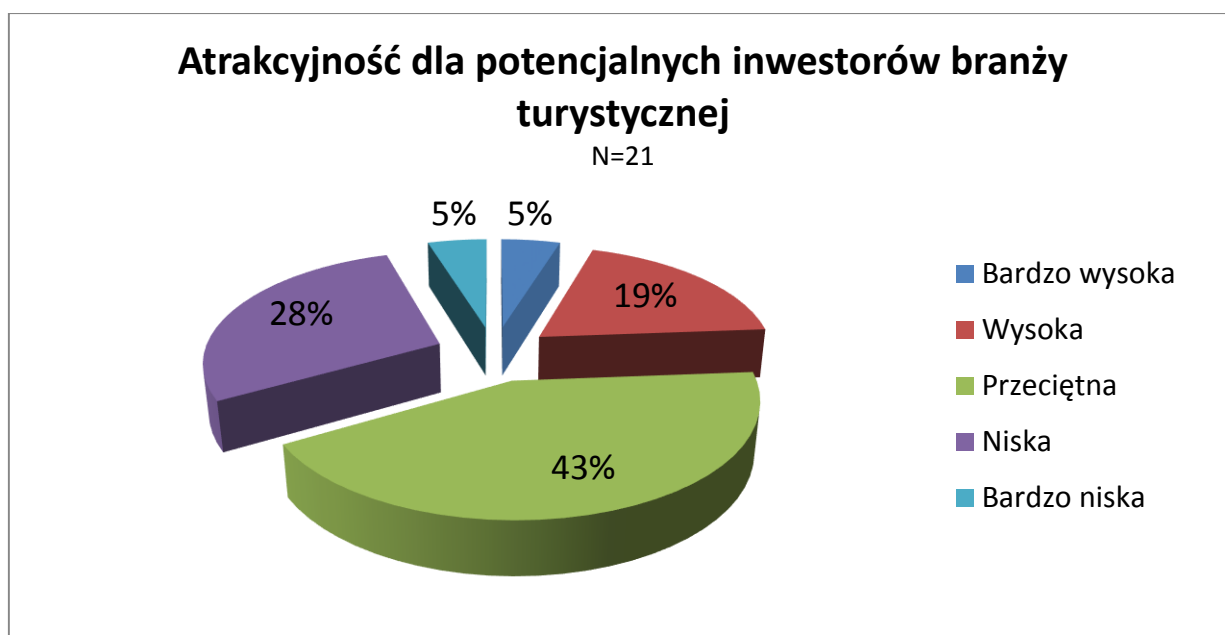
Blisko 30% ankietowanych ocenia pomocność strony internetowej dla turystów pozytywnie (5% bardzo wysoko i 24% wysoko). Prawie połowa respondentów ocenia pomocność strony





jako przeciętną, negatywnej oceny udzieliło 23%, w tym 9% oceniło ją jako niską, a 14% jako bardzo niską. W uwagach respondentów pojawiła się następująca wypowiedź:

1. „Główna strona miasta to muszę przyznać ze esanok - co z tego jak niestety widać olbrzymią stronniczość zwłaszcza w blokowaniu komentarzy internautów pod artykułami - lub wręcz ich wykasowywanie już po publikacji!! - zwłaszcza tych komentarzy nieprzychylnych Sanockiej władzy!!!”



Blisko 1/4 respondentów oceniła pozytywnie atrakcyjność Sanoka dla potencjalnych inwestorów branży turystycznej (5% bardzo wysoko i 19% wysoko). 43% oceniło ją jako przeciętną, 28% jako niską i 5% jako bardzo niską. W uwagach respondenci odnieśli się do kwestii atrakcyjności miasta dla inwestorów z branży turystycznej:

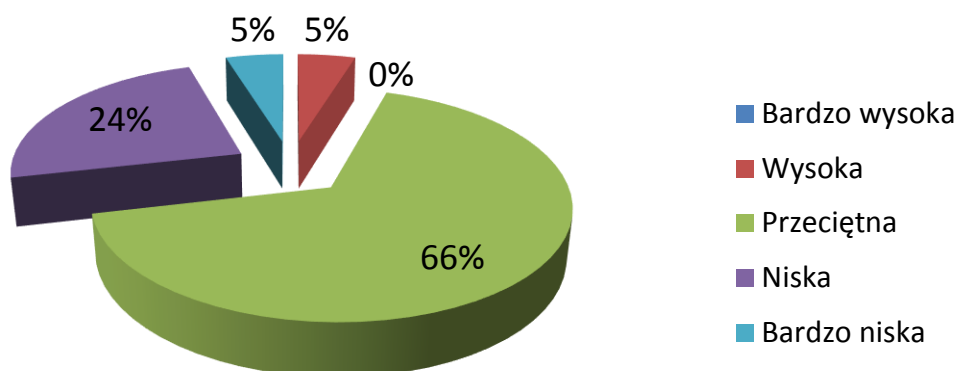
1. „Co innego sąsiedni Zagórz - jakoś potrafią ściągać inwestorów przemysłowych to i turystycznie przyjadą - w Sanoku kiepsko to wychodzi - Iceracing miał przyciągnąć cały świat do Sanoka ale chyba źle wydane pieniądze bo nie widać żadnych efektów - nie tędy droga!!!!”
2. „Słaba infrastruktura turystyczna nie zachęca większych inwestorów. Aquapark, ścieżki spacerowo-rowerowe wzdłuż Sanu, może niewielka przystań w okolicy Sosenek zwiększyłaby atrakcyjność turystyczną, a co za tym idzie i zachęciła inwestorów.”





Dostępność dla potencjalnych inwestorów z branży turystycznej

N=21

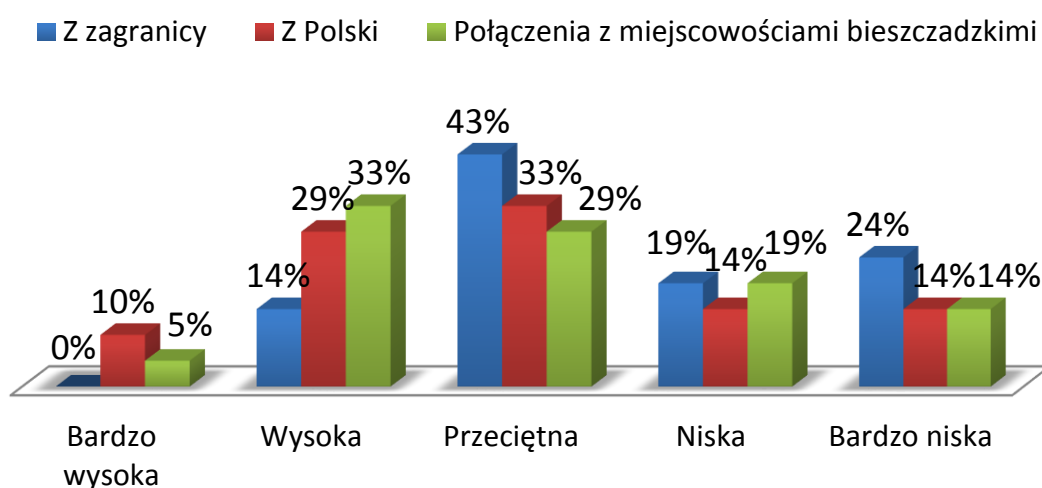


Tylko 5% respondentów oceniła dostępność dla potencjalnych inwestorów z branży turystycznej pozytywnie (5% ocen wysokich), 2/3 oceniła ją jako przeciętną (66%), 24% jako niską i 5% jako bardzo niską. W uwagach respondenci pisali:

1. „Brak obwodnicy południowej skutecznie odstrasza od Sanoka oraz turystów od wyjazdu w Bieszczady!!! A teraz jeszcze całkowity brak kolei...”
2. „Bez układów i znajomości - z miejsca nie ruszy.”

Dostępność komunikacyjna

N=21





Respondenci najwyżej ocenili dostępność komunikacyjną z Polski (38% wskazań ocen pozytywnych, 33% przeciętne i 28% negatywnych), nieco tylko słabiej połączenia z miejscowościami bieszczadzkimi (38% pozytywnych, 29% przeciętnych i 33% negatywnych), a naj słabiej dostępność komunikacyjną z zagranicy (14% pozytywnych, w tym ani jednej oceny bardzo wysokiej, 43% przeciętne i 43% negatywnych). Respondenci również wielokrotnie zwracali uwagę na to, iż ogromnym utrudnieniem jest brak obwodnicy południowej. W uwagach respondenci pisali:

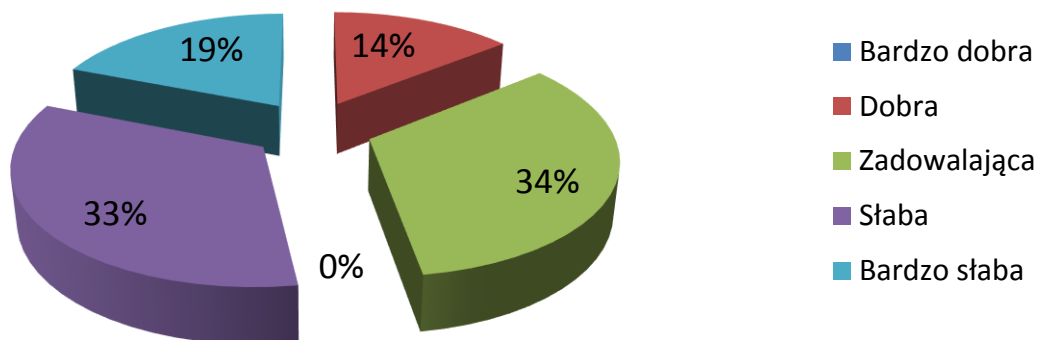
1. *„Fatalne skomunikowanie z resztą Polski i światem. Chyba najgorzej skomunikowany rejon Polski. Brak jakiegokolwiek połączenia kolejowego! Bardzo niewiele połączeń autobusowych. Pozostają busy, które raczej kojarzą się z Ukrainą czy Kazachstanem niż cywilizowanymi krajami UE. Jeśli chodzi o drogi prowadzące do Sanoka, to są one fatalne! Wąskie, kręte, zatłoczone i niebezpieczne. Bez budowy drogi ekspresowej i reaktywacji zmodernizowanego połączenia kolejowego Sanok i Bieszczady nie mają szans na rozwój turystyczny”*
2. *„Brak transportu kolejowego, brak połączeń dalekobieżnych kolejowych.”*
3. *„Brak obwodnicy południowej to największy problem Sanoka - likwidacja kolei to kolejny krok wstecz!!!!”*
4. *„MKS w Sanoku za rzadko jeżdżą.”*
5. *„Brak obwodnicy, duża odległość od najbliższego lotniska, kolej rozłożona na łopatki, autobusy PKS - nikt nie aktualizuje rozkładów jazdy - najczęściej w ogóle nie jeżdżą.”*
6. *„Biorąc pod uwagę region w jakim leży Sanok komunikacja jest zadowalająca.”*
7. *„Brak parkingów dla turystów. Nowy parking - fatalny wjazd i wyjazd, ciasno, brak oznaczeń kierujących do parkingu. Parking przy skansenie - totalna porażka. Przy zamku parking ok. może tylko ceny zbyt wysokie.”*
8. *„Można byłoby udostępnić autobusy linii nr 5 do miejscowości Zarszyn lub Besko, najlepiej na cały powiat Sanocki.”*
9. *„Brak połączeń np. z Nowym Sączem skąd wielokrotnie jeździłam. Jedyne istniejące połączenie jest z Krosną, w dodatku raz dziennie o 8 rano.”*





Możliwość skorzystania z usług w Sanoku w językach obcych

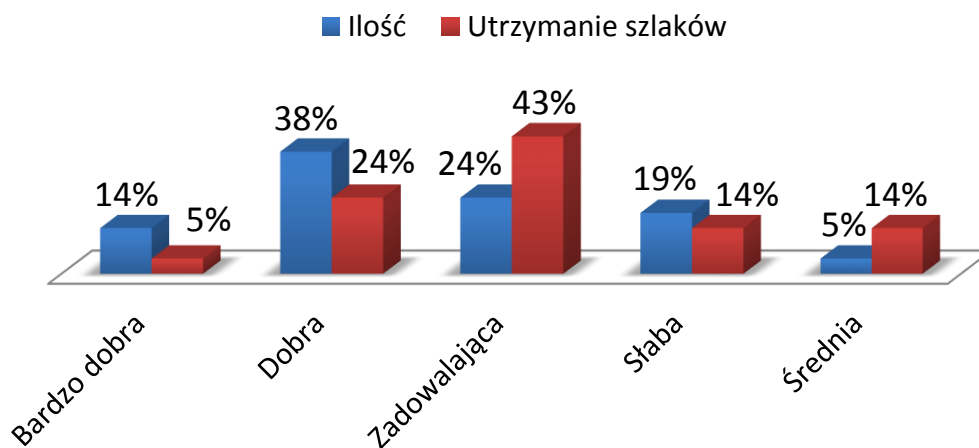
N=21



14% ankietowanych uznało możliwość skorzystanie z usług w Sanoku w językach obcych za dobrą, nikt nie uznał jej za bardzo dobrą. 34% uznało ją za zadowalającą, 33% za słabą, a 19% za bardzo słabą.

Ocena szlaków turystycznych

N=21



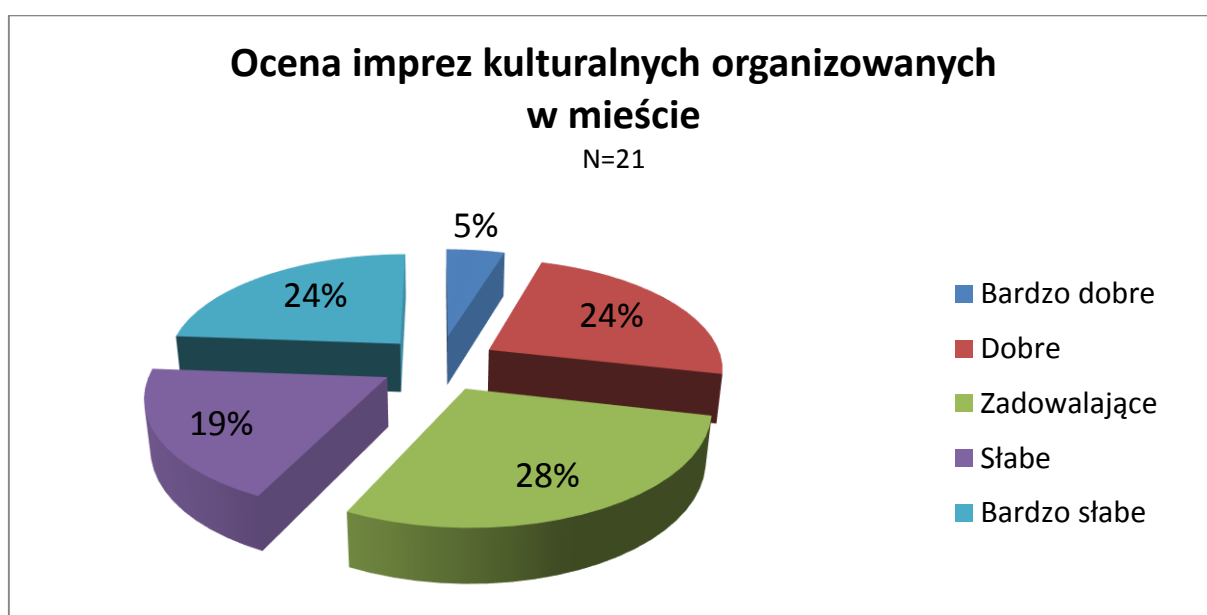
Respondenci lepiej oceniają ilość szlaków turystycznych, niż ich utrzymanie. Pozytywnie ilość szlaków turystycznych ocenia 52% ankietowanych (14% bardzo dobrze i 38% dobrze), a ich utrzymanie 29% (w tym 5% bardzo dobrze i 24% dobrze). Ilość szlaków turystycznych za zadowalającą uznało 24% osób, a negatywnie oceniło ją 24%. Utrzymanie szlaków





zadowolająco oceniło 43% osób, a negatywnie 28%. W uwagach pojawiały się następujące opinie:

1. „Może być, choć mogłoby być lepiej.”
2. „Całkowity brak ścieżek rowerowych!!!! - Całkowity brak jakichkolwiek działań w tym kierunku. Zupełny niewykorzystany potencjał Sanoka w terenach zielonych nad brzegami Sanu!!!!”
3. „Dużo śmieci w lasach i przy szlakach...
Może to nie do końca związane, ale brak ścieżek rowerowych i do nordicwalkingu.”
4. „W miarę zadbane.”
5. „Dobrze byłoby zająć się parkiem na ulicy Mickiewicza.”



Imprezy kulturalne organizowane w mieście pozytywnie oceniło 29% ankietowanych (5% bardzo dobrze i 24% dobrze), zadowolająco niemal tyle samo, bo 28%, a negatywnie 43% (w tym 19% słabo i 24% bardzo słabo). W uwagach pojawiały się komentarze:

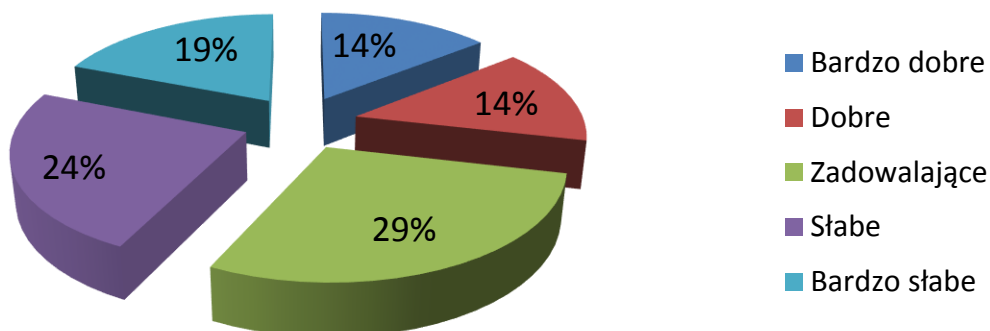
1. „Kiepsko i drogo - po koncertach trzeba gasić światło na ulicach aby zaoszczędzić bo miasta nie stać na niektóre imprezy!!!”
2. „Bardzo dobrze ze działa kino w sdk.”
3. „Co tu oceniać - prawie ich niema.”
4. „Więcej imprez promujących ziemię sanocką i Sanok. Szczególnie w okresie wakacyjnym. Z udziałem artystów nie tylko regionalnych. Nie każdy turysta czyta esanok i ogląda TVPodkarpacie. Potrzeba promocji wykraczającej poza region i województwo. Coś na skalę „Misiu, ale my jesteśmy w Sanoku!” oraz hasło promocyjne gminy „Przyjedź, zakochaj się, wróć!”. Tak trzymać.”





Ocena imprez sportowych i rekreacyjnych organizowanych w mieście

N=21

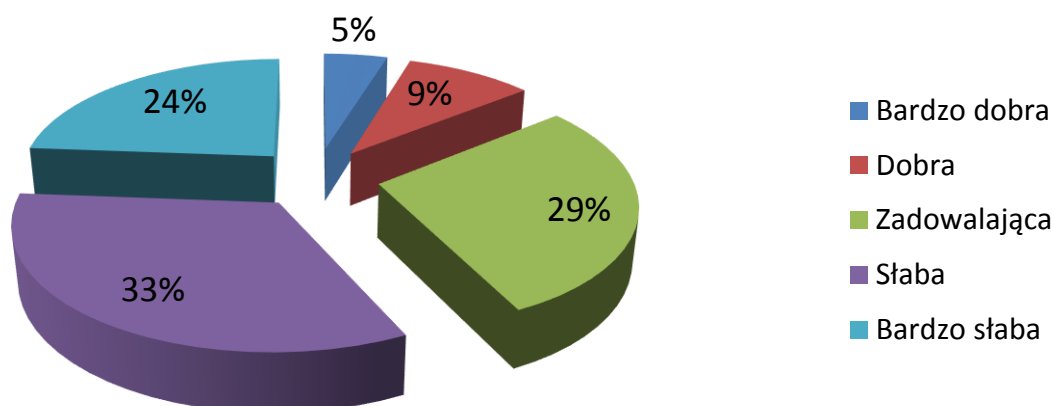


Po 14% respondentów oceniło bardzo dobrze oraz dobrze imprezy sportowe i rekreacyjne organizowane w Sanoku. 29% oceniło je zadowolająco, 24% słabo, a 19% bardzo słabo. W uwagach respondenci skarżyli się głównie na to, iż hokej zdominował sport w Sanoku i potrzeba również ożywienia innych dyscyplin:

1. „W Sanoku promuje się tylko hokej i wyścigi na lodzie tak jakby inne dyscypliny sportu nie istniały!!!”
2. „Poza hokejem na jako-takim poziomie (choć w Polsce to sport niszowy) nie wiele się dzieje.”
3. „Hokej to nie wszystko.”

Ocena bazy rekreacyjnej w Sanoku

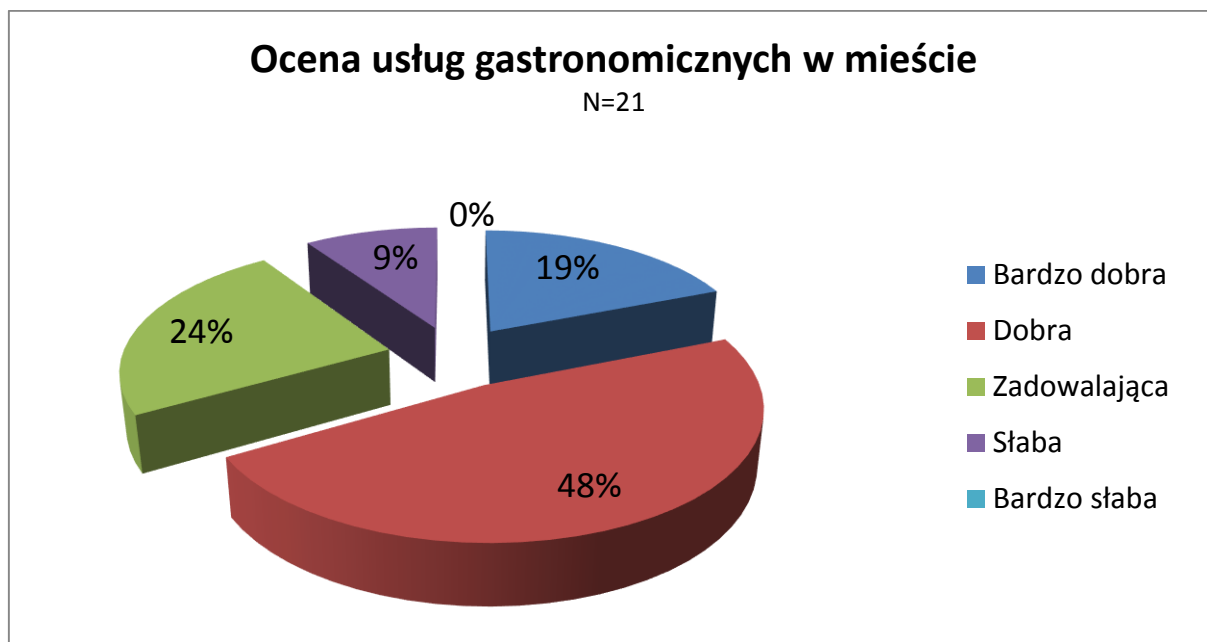
N=21





Respondenci ocenili bazę rekreacyjną w Sanoku raczej negatywnie (aż 57% negatywnych ocen). 33% oceniło ją jako słabą, a 24% jako bardzo słabą. 29% oceniło ją jako zadowalającą, a tylko 14% dokonało oceny pozytywnej (9% dobrej i 5% bardzo dobrej). Turystom doskwiera głównie brak lepszego i bardziej zadbanego basenu, lecz nie tylko:

1. „Brak sensownego basenu, brak stadionu z tartanową bieżnią”
2. „Kiepski basen”
3. „Niewykorzystany potencjał miasta w terenach nad sanem - dodatkowo plan sprzedaży "sosenek" i terenów na białej górze może już tylko pogłężyć brak bazy rekreacyjnej!!! Brak darmowych miejsc parkingowych w mieście i likwidacja kolejnych też nie zachęca turystów!!!”
4. „W porównaniu z Europą to kpina...”
5. „W szczególności za małą ilość placów zabaw dla dzieci - trzeba daleko jeździć. Basen - zamiast mrzonek o Aquaparku trzeba było zadbać o ten co jest - bo nie jest zły tylko zaniedbany. Brak wyciągu narciarskiego - a można o takim czymś pomyśleć albo w parku albo na Glinicach.”
6. „Przy odpowiednim potencjale i zaangażowaniu władz miasta oraz prywatnych inwestorów Sosenki mogłyby spełniać rolę bazy turystyczno-wypadowej w Bieszczady. A to zatrzymałoby turystów w Sanoku na kilka dni.”



Respondenci są zadowoleni z usług gastronomicznych świadczonych w Sanoku. Aż 67% ocenia je pozytywnie, w tym 19% bardzo dobrze, a 48% dobrze. 24% respondentów oceniają je zadowalająco, a negatywnie tylko 9%, przy czym są to oceny słabe, nikt nie wystawił oceny bardzo słabej. Respondenci mieli jednak kilka uwag:





1. „Lokale są zbyt krótko czynne szczególnie w weekendy.”
2. „Może nie jest najtaniej - ale można coś zjeść - tylko mam dziwne wrażenie, że ktoś próbuje wstrzymać budowę obwodnicy południowej zastępując ją zupełnie niepotrzebną i nie rozwiązującą żadnego problemu komunikacyjnego dróżką śródmiejską, aby ściągnąć turystów do McDonalda, który postawiony jest w miejscu największego "korkowania" się miasta.”
3. „Duża konkurencja powoduje, że ceny są przystępne w połączeniu z dobrą jakością.”
4. „Gastronomia skupiona jest szczególnie w centrum i przy skansenie. Warto pomyśleć o Błoniach.”

WNIOSKI

1. Większość osób odwiedzających Sanok, korzysta z noclegu w mieście, rzadziej w innych miejscowościach w Bieszczadach, w okolicach Sanoka lub nie korzysta z noclegu, gdyż przyjeżdża tylko na jeden dzień.
2. Prawie połowa turystów ocenia jakość materiałów promocyjnych jako dobrą.
3. Prawie połowa turystów uważa dostępność materiałów promocyjnych za słabą lub bardzo słabą.
4. Turyści o walorach miasta dowiedzieli się głównie od znajomych lub z Internetu.
5. Turyści lepiej ocenili wizualizację turystyczną miasta (oznaczenia ułatwiające orientację w mieście), niż Centrum Informacji Turystycznej.
6. Atrakcyjność muzeów została oceniona wyżej niż dostępność muzeów.
7. Większość turystów atrakcyjność muzeów określiła wysoko lub bardzo wysoko.
8. Większość turystów dostępność muzeów określiła jako dobrą lub bardzo dobrą.
9. Pomocność strony internetowej dla turystów jest przeciętna.
10. Atrakcyjność Sanoka dla potencjalnych inwestorów branży turystycznej oceniona została jako przeciętna.
11. Dostępność dla potencjalnych inwestorów branży turystycznej oceniona została jako przeciętna.
12. Najlepsza jest dostępność komunikacyjna Sanoka z Polski, nieco gorsze są połączenia z miejscowościami bieszczadzkimi, najgorzej wypada dostępność komunikacyjna z zagranicy.
13. Możliwość skorzystania z usług w Sanoku w językach obcych jest zła lub bardzo zła.
14. Znacznie lepsza jest ilość szlaków turystycznych, niż ich utrzymanie.
15. Ilość szlaków turystycznych jest dobra lub bardzo dobra.
16. Utrzymanie szlaków turystycznych jest zadowalające.
17. Imprezy kulturalne organizowane w mieście są raczej słabe lub bardzo słabe.
18. Imprezy sportowe i rekreacyjne organizowane w mieście są raczej słabe lub bardzo słabe.
19. Baza rekreacyjna w Sanoku jest słaba lub bardzo słaba.
20. Usługi gastronomiczne w Sanoku są dobre lub bardzo dobre.





Załącznik

Ankieta dla mieszkańców

Szanowni Państwo,

trwają prace nad Strategią Rozwoju Miasta Sanoka. Strategia będzie dokumentem wyznaczającym kierunki rozwoju naszego Miasta na kolejne lata.

Bardzo ważne są dla nas Państwa opinie o Sanoku. Chcielibyśmy się dowiedzieć, w jakim stopniu potrzeby mieszkańców są zaspokajane

w naszym Mieście, dlatego prosimy o szczere i wyczerpujące wypowiedzi.

Ankieta jest anonimowa. Z góry dziękujemy za udział w naszym badaniu.



1. Jak się Pani / Panu mieszka w Sanoku?

(proszę zaznaczyć znakiem „X” wybraną odpowiedź)

Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
☐	☐	☐	☐	☐

2. Jak ocenia Pani/Pan działanie miasta w poniższych obszarach?

(proszę zaznaczyć znakiem „X” wybraną odpowiedź)

Lp.	USŁUGI KOMUNALNE I SPOŁECZNE	OCENA				
		Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
1.	dostęp do żłobków	☐	☐	☐	☐	☐
2.	dostęp do przedszkoli	☐	☐	☐	☐	☐
3.	oferta edukacyjna	☐	☐	☐	☐	☐
4.	dostęp do Internetu	☐	☐	☐	☐	☐
5.	infrastruktura drogowa	☐	☐	☐	☐	☐
6.	wodociągi i kanalizacja	☐	☐	☐	☐	☐
7.	działania na rzecz integracji mieszkańców	☐	☐	☐	☐	☐





8.	działania na rzecz podtrzymywania tradycji lokalnych					
9.	oferta kulturalna					
10.	oferta rekreacyjno-sportowa					
11.	infrastruktura sportowa (baseny, boiska itp.)					
12.	działania na rzecz środowiska naturalnego/ochrona przyrody					
13.	bezpieczeństwo mieszkańców					
14.	jakość komunikacji miejskiej					
15.	stan zieleni miejskiej					
16.	estetyka i czystość w mieście					
17.	możliwość znalezienia mieszkania w mieście					
18.	wsparcie osób poszukujących pracy					
19.	możliwość podnoszenia i/lub zmiany kwalifikacji zawodowych					
20.	dostęp do służby zdrowia					
21.	ułatwienia dla osób niepełnosprawnych					
22.	pomoc społeczna					





Lp.	POLITYKA GOSPODARCZA	OCENA				
		Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
1.	dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/strefy aktywności gospodarczej					
2.	wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą					
3.	dostęp do nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych					
4.	funkcjonowanie instytucji otoczenia biznesu/współpraca miasta z instytucjami otoczenia biznesu					
5.	promocja gospodarcza miasta					

Lp.	TURYSTYKA I PROMOCJA	OCENA				
		Bardzo dobrze	Dobrze	Średnio	Źle	Bardzo źle
1.	materiały promocyjne o mieście					
2.	wizerunek miasta w mediach					
3.	system informacji turystycznej					
4.	dostępność obiektów zabytkowych					
5.	wizualizacja turystyczna miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście					
6.	atrakcyjność oferty turystycznej miasta					





3. W wymienionych poniżej obszarach: **USŁUGI KOMUNALNE I SPOŁECZNE, POLITYKA GOSPODARCZA oraz TURYSTYKA I PROMOCJA** proszę wybrać po 3 obszary w każdej tabeli wymagające najpilniejszej poprawy (proszę zaznaczyć znakiem „X” wybraną odpowiedź)

Lp.	USŁUGI KOMUNALNE I SPOŁECZNE	
1.	dostęp do żłobków	
2.	dostęp do przedszkoli	
3.	oferta edukacyjna	
4.	dostęp do Internetu	
5.	infrastruktura drogowa	
6.	wodociągi i kanalizacja	
7.	działania na rzecz integracji mieszkańców	
8.	działania na rzecz podtrzymywania tradycji lokalnych	
9.	oferta kulturalna	
10.	oferta rekreacyjno-sportowa	
11.	infrastruktura sportowa (baseny, boiska itp.)	
12.	działania na rzecz środowiska naturalnego/ochrona przyrody	
13.	bezpieczeństwo mieszkańców	
14.	jakość komunikacji miejskiej	
15.	stan zieleni miejskiej	
16.	estetyka i czystość w mieście	
17.	możliwość znalezienia mieszkania w mieście	
18.	wsparcie osób poszukujących pracy	
19.	możliwość podnoszenia i/lub zmiany kwalifikacji zawodowych	
20.	dostęp do służby zdrowia	
21.	ułatwienia dla osób niepełnosprawnych	
22.	pomoc społeczna	





Lp.	POLITYKA GOSPODARCZA	
1.	dostępność uzbrojonych i dobrze skomunikowanych terenów inwestycyjnych/strefy aktywności gospodarczej	
2.	wsparcie dla osób podejmujących lub prowadzących działalność gospodarczą	
3.	dostęp do nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych	
4.	funkcjonowanie instytucji otoczenia biznesu/współpraca miasta z instytucjami otoczenia biznesu	
5.	promocja gospodarcza miasta	

Lp.	TURYSTYKA I PROMOCJA	
1.	materiały promocyjne o mieście	
2.	wizerunek miasta w mediach	
3.	system informacji turystycznej	
4.	dostępność obiektów zabytkowych	
5.	wizualizacja turystyczna miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście	
6.	atrakcyjność oferty turystycznej miasta	

4. Jakie miejsce w Sanoku określiłaby/łby Pani/Pan jako centrum miasta?.....

5. Proszę dokończyć zdania:

5.1. W Sanoku najbardziej podoba mi się

.....

5.2. W Sanoku najmniej podoba mi się.....

.....





5.3. Chciałabym / chciałbym, żeby Sanok był:

.....

.....

.....

5.4. Do sąsiednich miast jeżdżę w celu

.....

6. Czy Pan/Pani wiąże swoją przyszłość z Sanokiem?

1. Tak		2. Nie	
--------	--	--------	--

7. Czy chciałaby Pani/Pan, żeby Pani /Pana dzieci wiązały swoją przyszłość z Sanokiem?

1. Tak		2. Nie	
--------	--	--------	--

8. Chciałabym/Chciałbym, aby miasto Sanok w 2024 roku kojarzyło się przede wszystkim z:

(proszę zaznaczyć znakiem „X” nie więcej, niż 3 określenia)

- ☐ bezpiecznym i atrakcyjnym miejscem do życia
- ☐ atrakcjami turystycznymi
- ☐ doskonale rozwiniętą bazą sportowo-rekreacyjną
- ☐ kultywowaniem tradycji lokalnych
- ☐ centrum logistycznym na wschodniej granicy UE
- ☐ bogatą i zróżnicowaną ofertą kulturalną
- ☐ niską stopą bezrobocia na lokalnym rynku pracy
- ☐ ekologią
- ☐ sprawnym zarządzaniem miastem
- ☐ dobrym stanem infrastruktury technicznej (np. jakość dróg, kanalizacja)





- ☐ sprzyjającym klimatem dla przedsiębiorców
- ☐ dużą dostępnością terenów inwestycyjnych
- ☐ przemysłem nieuciążliwym dla środowiska
- ☐ dobrą ofertą edukacyjną i bazą oświatową
- ☐ inne, jakie?

Metryczka

9. Proszę zaznaczyć swoją
płeć

1. Kobieta	
------------	--

2. Mężczyzna	
--------------	--

Proszę podać swój rok urodzenia:

10. Jakie ma Pani / Pan wykształcenie?

1	Podstawowe	
2	Zasadnicze zawodowe	

3	Średnie	
4	Policealne	
5	Wyższe	

11. Jaki jest Pani / Pana status zawodowy?

1	Uczę się	
2	Pracuję	
3	Nie pracuję zawodowo, zajmuję się domem	

4	Jestem bezrobotna/y	
5	Jestem emerytem, rencistą	
6	Inne, jakie?	

12. Czy mieszka Pan/Pani w Sanoku od urodzenia?





1. Tak		2. Nie	
--------	--	--------	--

Jeżeli nie to proszę wpisać od ilu lat mieszka Pani/Pan w Sanoku

13. W jakim mieście Pani / Pan pracuje lub uczy się?.....

14. W jakiej dzielnicy Sanoka Pani/Pan mieszka ?

Śródmieście		Posada		Wójtostwo	
Dąbrówka		Zatorze		Błonie	
Olchowce					

Dziękujemy za wypełnienie ankiety !





Ankieta turystyczna do Strategii Rozwoju Miasta Sanok

1. Jakość materiałów promocyjnych i informacyjnych

- bardzo dobra
- dobra
- zadowalająca
- słaba
- bardzo słaba

Uwagi i sugestie

.....

2. Dostępność materiałów promocyjnych

- bardzo dobra
- dobra
- zadowalająca
- słaba
- bardzo słaba

Uwagi i sugestie

.....

3. O walorach miasta dowiedziałem się z: (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)

- a) Internetu
- b) Telewizji
- c) Prasy
- d) Radia
- e) Materiałów promocyjnych
- f) Przewodników (publikacji)
- g) Od znajomych

4. Informacja turystyczna

a) Centrum Informacji Turystycznej

- bardzo dobre
- dobre
- zadowalające
- słabe
- bardzo słabe

b) wizualizacja turystyczna miasta – oznaczenia ułatwiające orientację w mieście

- bardzo dobra
- dobra
- zadowalająca
- słaba
- bardzo słaba





Uwagi i sugestie

.....

5. Atrakcyjność muzeów

- bardzo wysoka
- wysoka
- przeciętna
- niska
- bardzo niska

Uwagi i sugestie

.....

6. Dostępność muzeów

- bardzo dobra
- dobra
- zadowalająca
- słaba
- bardzo słaba

Uwagi i sugestie

.....

7. Pomocność strony internetowej dla turystów

- bardzo wysoka
- wysoka
- przeciętna
- niska
- bardzo niska

Uwagi i sugestie

.....

8. Atrakcyjność dla potencjalnych inwestorów branży turystycznej

- bardzo wysoka
- wysoka
- przeciętna
- niska
- bardzo niska

Uwagi i sugestie

.....





9. Dostępność dla potencjalnych inwestorów z branży turystycznej

- bardzo wysoka
- wysoka
- przeciętna
- niska
- bardzo niska

Uwagi i sugestie

.....

10. Dostępność komunikacyjna

a) z zagranicy

- bardzo wysoka
- wysoka
- przeciętna
- niska
- bardzo niska

b) z Polski

- bardzo wysoka
- wysoka
- przeciętna
- niska
- bardzo niska

c) połączenia z miejscowościami bieszczadzkimi

- bardzo dobre,
- dobre,
- przeciętne,
- niskie,
- bardzo niskie

Uwagi i sugestie

.....

11. Możliwość skorzystania z usług w Sanoku, w językach obcych.

- bardzo dobra
- dobra
- zadowalająca
- słaba
- bardzo słaba

Uwagi i sugestie

.....





12. Szlaki turystyczne

a) ilość:

- bardzo dobra
- dobra
- zadowalająca
- słaba
- bardzo słaba

b) utrzymanie szlaków:

- bardzo dobre
- dobre
- zadowalające
- słabe
- bardzo słabe

Uwagi i sugestie:

.....

13. Imprezy kulturalne organizowane w mieście oceniam jako:

- bardzo dobre
- dobre
- zadowalające
- słabe
- bardzo słabe

Uwagi i sugestie

.....

14. Imprezy sportowe i rekreacyjne organizowane w mieście oceniam jako:

- bardzo dobre
- dobre
- zadowalające
- słabe
- bardzo słabe

Uwagi i sugestie

.....

15. Bazę rekreacyjną w Sanoku oceniam jako:

- bardzo dobrą
- dobrą
- zadowalającą
- słabą
- bardzo słabą





Uwagi i sugestie

.....

16. Usługi gastronomiczne w mieście oceniam jako:

- bardzo dobre
- dobre
- zadawalające
- słabe
- bardzo słabe

Uwagi i sugestie

.....

17. Korzystam z noclegu w:

- a) Sanoku
- b) w okolicach Sanoka
- c) w innej miejscowości w Bieszczadach
- d) nie korzystam z noclegu (pobyty jednodniowe)
- e) jestem mieszkańcem Sanoka.

Informacje o ankietowanym:

1. Mieszkam w:

- Sanoku
- powiecie sanockim
- jestem mieszkańcem sąsiedniego powiatu (leski, bieszczadzki, krośnieński, brzozowski, przemyski.)
- województwie podkarpackim
- jestem mieszkańcem innego województwa w kraju, jakiego?
- zamieszkuję za granicą, w jakim kraju?
 - a) jestem obcokrajowcem
 - b) przebywam czasowo poza granicami Polski
 - c) mam polskie pochodzenia (Polacy lub dawni obywatele polscy innej narodowości)
 - d) posiadam polskich przodków (Polacy, dawni obywatele polscy innej narodowości)

2. Płeć:

- a) kobieta
- b) mężczyzna

3. Wiek:

- a) poniżej 25 lat
- b) 25-39 lat
- c) 40-65 lat
- d) powyżej 65 lat





4. Wykształcenie:

- a) podstawowe
- b) średnie
- c) wyższe

5. Status ekonomiczny:

- bardzo dobry
- dobry
- zadowalający
- słaby
- bardzo słaby.

