

PETER ČUKA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow

BOŻENA WÓJTOWICZ

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow

Możliwości rozwoju turystyki w regionie Żyliny na tle przemysłu samochodowego

Opportunities for the Development of Tourism in the Region of Žilina against the Background of the Automotive Industry

Streszczenie: W artykule zaprezentowano zachowania Koerańczyków (pracowników fabryki KIA w Żylinie) związane z ich pobytem, pracą i wykorzystaniem czasu wolnego w turystyce. Celem badawczym było określenie różnic w zachowaniach i postawach turystycznych pomiędzy grupą Koreańczyków pracujących i mieszkających w Żylinie a słowackimi pracownikami KIA będącymi mieszkańcami miasta. Wskazano na możliwości udziału koreańskich mieszkańców Żyliny jako konsumentów produktów turystycznych w destynacji turystycznej miasta i regionu Żyliny. Badania wykazały różne szanse, zagrożenia, a także pozytywne przesłanki udziału koreańskich mieszkańców jako konsumentów w ruchu turystycznym regionu.

Abstract: The studies concern the behaviour of the newcomers, i.e. employees of the KIA factory in Žilina, which is associated with their stay, work and the ways of spending leisure time in the sphere of tourism. Specifically, it refers to about 400 Korean workers. The aim of the studies covers the differences in the ways of behaving and different attitudes in the range of tourist choices between the Koreans working and living in Žilina and the Slovakian KIA workers, the residents of this particular city. The paper indicates the opportunities to use the tourist destinations of the city and the region of Žilina by the Korean residents of Žilina as the consumers of the tourist products.

Słowa kluczowe: atrakcje turystyczne; Koreańczycy; mieszkańcy Żyliny; potencjał turystyczny; usługi turystyczne; zachowania konsumpcyjne

Keywords: assessment of Korean tourist potential; comparison of consumption behaviours; inhabitants of Žilina; Korean inhabitants of Žilina; services; tourist attractions

Otrzymano: 25 października 2017

Received: 25 October 2017

Zaakceptowano: 29 czerwca 2018

Accepted: 29 June 2018

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Čuka, P., Wójtowicz, B. (2018). Możliwości rozwoju turystyki w regionie Żyliny na tle przemysłu samochodowego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 14, 260–269. 10.24917/20833296.14.19

Wstęp

W 2004 r. w Żylinie powstała fabryka samochodów KIA. Od niedawna rozpoczęła się tam produkcja pojazdów, na które producent udziela najdłuższej w Europie gwarancji. Fabryka KIA funkcjonuje w regionie województwa żylińskiego i produkuje ok. 340 tys. samochodów rocznie. Roczna produkcja wszystkich aut na Słowacji wynosi ok. 1,2 mln. Fabryka KIA odgrywa ważną rolę jako lokalny pracodawca i twórca industrialnego łańcucha produkcyjnego. Zakład w Żylinie posiada własną odlewnię i nie zajmuje się tylko montażem aut, ale również produkcją silników. Według aktualnie realizowanego planu produkuje się tu silniki benzynowe 1.4 i 1.6 l oraz wysokoprężne 1.6 i 2.0 l. Są tu linie montażowe, na których – w zależności od zapotrzebowania – można szybko zmieniać profil produkcji.

W regionie działa kilka dużych firm: KIA Motors, Hyundai Motors, Donghee, Sungwoo itp. Rozwój przemysłu samochodowego na Słowacji precyzyjnie opisał P. Lizak (2011). W związku z tym w Żylinie osiedliła się spora grupa Koreańczyków, którzy odgrywają dość istotną rolę w rozwoju potencjału turystycznego regionu.

Przedsiębiorczość jest pojęciem wieloznacznym, często utożsamianym z przemysłem, firmami, handlem, finansami itp. Turystyka w badaniach ekonomicznych oferuje wiele możliwości rozwoju przedsiębiorczości (Kowalska, 2014). Można poszukiwać nowych produktów turystycznych (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2010), można rozwijać najbardziej efektywne formy managementu i marketingu turystycznego, nowe regiony turystyczne albo też wykorzystać specyficzne zachowania turystyczne potencjalnych klientów (Rudnicki, 2010).

Problematyka i cel badawczy

Podjęcie tematyki dotyczącej możliwości rozwoju turystyki w regionie Żyliny wynika z jednej strony z jego dużej atrakcyjności przyrodniczej i kulturowej, z drugiej zaś – z powodu koreańskich mieszkańców regionu, którzy – choć niezbyt liczni – wykazują ekonomicznie potężny potencjał w rozwoju turystyki w Żylinie i na Słowacji. Celem pracy jest przedstawienie walorów turystycznych regionu i jego atrakcyjności, identyfikacja postaw mieszkańców Żyliny w kontekście wykorzystania potencjału ekonomicznego Koreańczyków oraz ich wpływu na rozwój turystyki regionalnej i krajowej.

Oto główne przesłanki badań:

1. Bardzo atrakcyjny potencjał turystyczny regionu: miasto Żylina, które ma dobrze rozwiniętą infrastrukturę turystyczną, oraz takie atrakcje turystyczne, jak Vrátna Dolina, uzdrowisko Rajecké Teplice czy zabytkowa wieś i skansen architektury ludowej w Čičmanach.
2. Docelowe grupy badawcze: 400 Koreańczyków – pracowników fabryki i członków ich rodzin oraz 400 słowackich mieszkańców Żyliny. Obie grupy porównano pod względem ekonomicznym, kulturalnym, psychologicznym i zachowań turystycznych.
3. Propozycje wykorzystania potencjału ekonomicznego Koreańczyków w miejscowej i krajowej branży turystycznej.

Cel badań. Głównym celem było zbadanie potencjału grupy Koreańczyków oraz ich wpływu na ruch turystyczny w regionie Żyliny i na Słowacji. Szczegółowe cele badań dotyczyły: porównania wspólnych i odróżniających cech zachowań Koreańczyków

(zamieszkałych w Żylinie) i Słowaków, potencjału turystycznego regionu Żyliny i jej postrzegania przez Koreańczyków.

Metody badań. Potencjał turystyczny regionu Żyliny (województwa żylińskiego) przedstawiono za pomocą metody waloryzacji turystycznej – na bazie:

- oceny potencjału turystycznego Słowacji dokonanej na podstawie oficjalnych dokumentów państwa, takich jak *Stratégia rozvoja cestovného ruchu do r. 2020* (Ministerstvo dopravy..., 2013), regionalizacja ruchu turystycznego na Słowacji (*Regionalizácia cestovného ruchu...*, 2005), strategia rozwoju ruchu turystycznego w latach 2007–2013 na Słowacji (*Stratégia rozvoja cestovného ruchu*, 2013)
- własnej oceny potencjału turystycznego w województwie żylińskim.

Jak pokazują badania dotyczące różnic między dwiema bardzo odmiennymi grupami narodowościowymi – Koreańczykami i Słowakami, chodzi nie tylko o istotne różnice narodowe (tradycje, język, uwarunkowania geograficzne itp.), ale również o różnice społeczne, kulturowe, behawioralne itp. W tym celu podjęliśmy badania jakościowe w oparciu o literaturę naukową, głównie z zakresu badań socjologicznych (Morris, 1997; Hendl, 2008; Denzin, Lincoln, 2009; Silverman, 2009; Angrosinom, 2010).

Z punktu widzenia geograficznego – mówiąc o determinizmie geograficznym i o jego roli w kształtowaniu zachowań społecznych – nasze badania były inspirowane głównie pracą R.E. Nisbetta *Geografia myślenia* (2009). Jesteśmy całkowicie świadomi tego, że ogromne różnice w konstrukcjach myśli, zachowaniach, motywacjach pomiędzy ludźmi pochodzącymi z Europy Środkowej i z Azji Południowo-Wschodniej nie były prowadzone i nie są cytowane w pracach naukowych. Badania Nisbetta (2009) dotyczyły głównie różnic w strukturze społecznej USA (gdzie występują liczne grupy narodowościowe, językowe).

Badania społeczne dwóch grup (Słowaków i Koreańczyków) przeprowadziliśmy na podstawie:

- źródeł bibliograficznych;
- badań sondażowych i ankietowych (*Załącznik 1*);
- porównań statystycznych.

Główne wyniki badań

Województwo żylińskie to jeden z najbardziej atrakcyjnych regionów turystycznych Słowacji. Region Żyliny znajduje się na trzecim miejscu po Bratysławie i Tatrach jako najliczniej odwiedzane przez turystów miejsce na Słowacji (tab. 1).

Tab. 1. Udział ruchu turystycznego na Słowacji w 2015 r. według regionów

Regiony turystyczne	Udział % zimą	Udział % latem	Udział % jesienią	Udział % wiosną
Bratislavský	24,2	24,2	24,1	24,1
Tatranský	12,5	12,5	12,0	12,2
Severopovažský	10,3	10,3	10,8	10,6
Oravský	8,5	8,5	8,3	8,4
Dolnopovažský	7,6	7,6	7,6	7,6
Liptovský	7,3	7,3	7,2	7,2
Podunajský	6,7	6,7	6,9	6,9

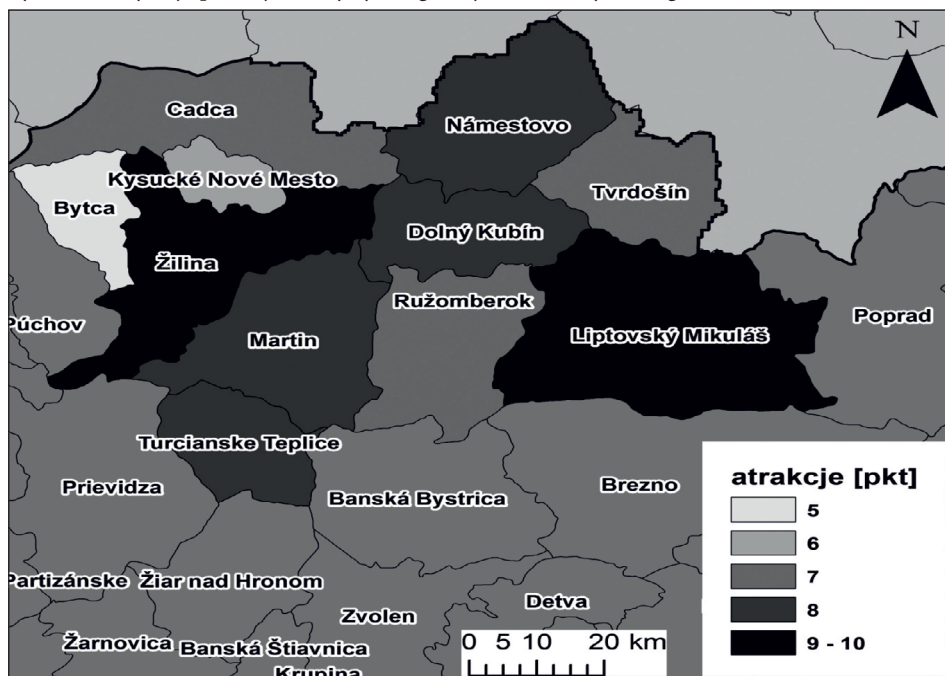
Horehronský	3,9	3,9	4,0	4,0
Košický	3,1	3,1	3,3	3,2
Strednopovažský	3,0	3,0	3,0	3,0
Hornonitriansky	2,6	2,6	2,6	2,6
Záhorský	2,1	2,1	2,2	2,2
Nitriansky	1,7	1,7	1,7	1,7
Ipeľský	1,7	1,7	1,7	1,7
Turčiansky	1,6	1,6	1,6	1,6
Dolnozemplínsky	1,1	1,1	1,1	1,1
Šarišský	0,5	0,5	0,3	0,4
Pohronský	0,4	0,4	0,4	0,4
Hornozemplínsky	0,4	0,4	0,4	0,4
Gemerský	0,5	0,5	0,4	0,4
Spišský	0,3	0,3	0,3	0,3
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Slovak tourist agency (2015)

W związku z badaniem potencjału i walorów turystycznych przeprowadzono waloryzację turystyczną regionu (ryc. 1). Na tej podstawie dokonano oceny potencjału turystycznego województwa żylińskiego.

Główne wyniki badania można podsumować następująco: różnice między Słowakami a Koreańczykami w rejonie Żyliny są stosunkowo duże. Badania społeczno-behavioralne

Ryc. 1. Waloryzacja potencjału turystycznego województwa żylińskiego



Źródło: opracowanie własne

obejmowały dwa aspekty: wiedzy żylińskich Słowaków na temat społeczności koreańskiej mieszkającej w Żylinie oraz stosunku obu grup do siebie. W tym celu wykorzystano metodę wywiadu. Pracownicy KIA Motors zostali przebadani za pomocą arkusza wywiadu składającego się z tych samych pytań. Przeprowadzono 17 wywiadów wśród pracowników słowackich oraz 11 wśród pracowników koreańskich. Zestaw pytań zawierał kluczowe informacje dotyczące:

- oceny znajomości Koreańczyków i Słowaków w skali od 1 do 10 (10 na najwyższym poziomie wiedzy, 1 na najniższym);
- ich wzajemnego stosunku do siebie;
- największych różnic oraz wspólnych cech w życiu Koreańczyków i Słowaków.

Autorzy zdają sobie sprawę z tego, że te dwie próby badawcze nie były jednocie poznawcze w odniesieniu do faktu, że Koreańczycy mieszkają na Słowacji stosunkowo krótko, a nikt z pytanych Słowaków nie był nigdy w Korei Południowej. Dlatego znajomość słowackiej rzeczywistości u Koreańczyków jest jedynie empiryczna. Z tego samego powodu Słowacy nie znają koreańskich realiów, ale ich postawa wobec Koreańczyków jest podobna do postaw grup autochtonicznych wobec allochtonicznych. W fazie rozwojowej społeczności rozwijają się relacje autochtoniczne i allochtoniczne, zidentyfikowano kilka ich etapów (Przeclawski, 1996). Wywiady wykazały, że związek między mieszkańcami autochtonicznymi a allochtonicznymi (Słowakami a Koreańczykami) jest mniej lub bardziej antagonistyczny.

Poziom wiedzy Koreańczyków o Słowakach wynosił od 8 do 10, a poziom wiedzy Słowaków o Koreańczykach – od 5 do 8.

Słowacy uważają Koreańczyków za dobrych, rzetelnie pracujących pracowników, wysoko oceniają ich możliwości finansowe i dobre zarobki, nie lubią u nich arogancji i kar fizycznych (dotyczy to tylko pracowników koreańskich).

Koreańczycy najbardziej lubią uprawiać sport ze Słowakami; nie lubią ich jedzenia, złej jakości usług, braku szkoleń językowych i represyjnej policji.

Koreańczycy oceniają różnice pomiędzy obiema społecznościami podobnie jak Słowacy, praktycznie w całym spektrum społeczno-kulturowym. Nie ma na to wpływu fakt, że Żylinę zamieszkuje spora grupa koreańskich chrześcijan.

W drugiej części ankiety skierowano pytania (patrz *Załącznik 1*) do koreańskich chrześcijan. Kwestionariusz został przekazany 40 chrześcijanom; choć wskaźnik odpowiadania wyniósł tylko 30% (12 pytań). Wskazuje to również na niekomunikacyjność społeczności koreańskiej w Żylinie.

Oto najważniejsze wyniki tej części badania:

- respondenci mieszkają na Słowacji długo – od 48 do 107 miesięcy,
- wszyscy mieszkają tam z rodziną lub niektórymi członkami rodziny,
- różnorodność Słowacji jest uważana za sezonowość (naturalną i klimatyczną),
- najbardziej popularny jest potencjał naturalny Słowacji (11 odpowiedzi na 12),
- niektóre słowackie specyfiki są oceniane pozytywnie (makaron, inna żywność i napoje),
- uchybienia Słowaków to: słowacka powolność (6 odpowiedzi), restrykcyjna policja (7 odpowiedzi), słabe usługi i infrastruktura (8 odpowiedzi),
- w odniesieniu do znajomości Słowacji: Bratysławy i Wysokich Tatr (6 odpowiedzi), Piešťany (5 odpowiedzi); Koreańczycy wiedzą więcej o Żylinie i jej otoczeniu – Rajec-ké Teplice i Terchová (7 odpowiedzi),

- 9 na 11 odpowiedzi dotyczyło turystyki zagranicznej. W ten sposób Koreańczycy korzystają z pobytu na Słowacji głównie ze względów służbowych; 10 z 12 odpowiedzi dotyczyło regionu, w którym najchętniej spędzają wakacje. Ankietowani najczęściej spędzają wakacje za granicą, głównie w Niemczech, Austrii, Szwajcarii i Polsce.

Jedną z opcji jest zainteresowanie stosunkowo bogatych (nawet jeśli nie są znaczącą liczebną grupą) koreańskich klientów słowackimi uzdrowiskami i wykorzystanie ukierunkowanych działań marketingowych, aby przybliżyć im najbardziej znaczące zabytki kulturowe i przyrodnicze Słowacji (UNESCO). Największym potencjałem dla koreańskich klientów są Tatry Wysokie, region Malá Fatra i uzdrowiska, szczególnie Rajce Teplice, Turčianske Teplice i Piešťany.

Drugim ważnym kierunkiem badań było porównanie siły nabywczej i zachowań ekonomicznych obu grup (tab. 2).

Tab. 2. Porównanie wydatków Słowaków – mieszkańców Żyliny i Koreańczyków zamieszkających w Żylinie w ciągu miesiąca, w euro

Rodzaj wydatku	Wydatki ludności słowackiej	Wydatki mieszkańców Żyliny	Wydatki Koreańczyków mieszkających w Żylinie
na gospodarstwo domowe	366,82	420	614
na odzież i obuwie	17,92	13	11
na mieszkanie – elektryczność, wodę, gaz	87,24	95	45
na transport	42,20	34	25
na usługi pocztowe i telekomunikację	20,00	23	33
na rekreację i kulturę	25,00	12	100
na hotele, kawiarnie i restauracje	17,57	33	123
na inne usługi	25,58	28	96

Źródło: Urząd Statystyczny Republiki Słowackiej (2017), Eurostat (2015), wydatki mieszkańców Żyliny i wydatki Koreańczyków mieszkających w Żylinie – badania własne

Już w pierwszych badaniach (Čuka, 2016) stwierdzono znaczne różnice między społecznością słowacką a koreańską żyjącą w Żylinie. Były one związane głównie z:

- rozbieżnościami w dochodach (na korzyść społeczności koreańskiej),
- preferowaniem zagranicznych celów turystycznych.

Ostatnie badania potwierdziły kolejną istotną rozbieżność w wydatkach domostw słowackich i koreańskich w Żylinie.

Łączna konsumpcja gospodarstw domowych wśród mieszkańców Słowacji i Żyliny wynosi 14,49% na rzecz tych ostatnich. Również konsumpcja między Słowakami a Koreańczykami mieszkającymi w Żylinie jest wyższa (67,3%), a także wśród słowackich mieszkańców Żyliny i Koreańczyków w Żylinie (46,1%).

W dziedzinie rekreacji i kultury także wystąpiły różnice między mieszkańcami Słowacji a obywatelami Żyliny – ponad 50% na rzecz mieszkańców Żyliny. Różnica między Koreańczykami a mieszkańcami Słowacji wynosi 68% na rzecz społeczności koreańskiej i prawie 88% między słowackimi mieszkańcami Żyliny a społecznością koreańską.

W kwestii usług hotelarskich i gastronomicznych (kawiarnie i restauracje) różnice między mieszkańcami Słowacji a obywatelami Żyliny wynoszą ponad 50% na rzecz słowackich mieszkańców. Różnica pomiędzy Koreańczykami a Słowakami wynosi 75% na rzecz społeczności koreańskiej i prawie 37% między słowackimi mieszkańcami Żyliny a społecznością koreańską.

Badania wskazują na znaczne różnice w możliwościach wydawania pieniędzy na bieżące wydatki, ale także na kulturę, rekreację i turystykę. Na przykład wydatki na żywność w koreańskich gospodarstwach domowych w Żylinie są wyższe o ok. 23% w porównaniu z wydatkami słowackich mieszkańców regionu. Jednak kontrolowane wywiady pokazują, że dotyczy to zazwyczaj rodzin z kilkorgiem dziećmi i jest związane z różnymi nawykami żywieniowymi. Zdolność do większych nakładów na rekreację, turystykę i usługi turystyczne w Żylinie (a także w innych częściach Słowacji) nie jest wspierana przez specjalne produkty rekreacyjne i turystyczne dla społeczności koreańskiej żyjącej w Żylinie. Dlatego też proponujemy – przynajmniej – ukierunkowanie marketingu na tę grupę ok. 400 koreańskich mieszkańców Żyliny i ok. 4 tys. Koreańczyków zamieszkujących Słowację (Čuka, Bernatík, 2014).

Podsumowanie i konkluzje

Główną ideą badań było uzyskanie wiedzy na temat społeczności koreańskiej i jej relacji ze społecznością lokalną, aby na tej podstawie było możliwe ustalenie, jakie czynniki wpłyną na większy udział żylińskich Koreańczyków w ruchu turystycznym w województwie i na Słowacji. Ważnymi czynnikami z punktu widzenia analizy SWOT są:

1. Pozytywne przesłanki:
 - wysoki potencjał turystyczny Żyliny,
 - duży potencjał ekonomiczny Koreańczyków zamieszkałych w Żylinie;
2. Szanse:
 - zainteresowanie regionem (po zapoznaniu się z wymarzonymi destynacjami turystycznymi Europy Koreańczycy są zaciekawieni Słowacją),
 - długotrwały pobyt na Słowacji,
 - stopniowa asymilacja dzieci i młodych Koreańczyków na Słowacji,
 - wspólna religia (zainteresowanie zabytkami kultury, pamiątkami religijnymi),
 - atrakcyjne ceny usług, w tym usług turystycznych,
 - przedsiębiorczość Koreańczyków w Żylinie – salony fryzjerskie, restauracje, handel;
3. Zagrożenia:
 - duże różnice kulturowe i w zachowaniach,
 - niechęć do poznawania Słowacji,
 - konkurencyjność bliskich destynacji turystycznych (Praga, Wiedeń, Salzburg, Budapeszt itp.).

Dobłą metodą pozyskania większego grona koreańskich klientów dla turystyki w Żylinie i na Słowacji byłoby zainteresowanie ich walorami przyrodniczymi i kulturowymi Słowacji w efektywniejszy sposób. Przedstawienie atrakcji turystycznych miasta i regionu może mieć charakter lokalny, tu duży udział mogą mieć Urząd Miasta Żyliny, Urząd Wojewódzki oraz Uniwersytet w Żylinie, na poziomie krajowym mogą to być agencje turystyczne i biura turystyczne, które zajmują się rozwojem turystyki na Słowacji. Oto najważniejsze propozycje wynikające z naszych badań i doświadczeń:

- materiały promocyjne i komunikaty powinny być w języku koreańskim,
- komunikacja z klientami, promocja i marketing muszą być prowadzone przez Koreańczyka,
- inicjatywy lokalne (imprezy kulturalne, sportowe, turystyczne) powinny być skierowane również do Koreańczyków.

Literatura

References

- Angrosino, M. (2010). *Badania etnograficzne i obserwacyjne*. Warszawa: PWN.
- Čuka, P. (2016). Importance of social and cultural behavior of Korean managers in the Slovak Republic – in relation to sustainable development of Slovak tourism. *European Journal of Sustainable Development*, 5(4), 45–46.
- Čuka, P., Bernatík, W. (2014). *Possibilities of rebranding of Slovakia in tourism*. W: IBIMA 24 th conference, Milan.
- Denzin, K.N., Lincoln, Y.S. (2009). *Metody badań jakościowych*, t. 2. Warszawa: PWN.
- Eurostat. (2015). *Slovak population expenses*. Pozyskano z: www.eurostat.eu
- Hendl, J. (2008). *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál.
- Kaczmarek, J., Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2010). *Produkt turystyczny*. Warszawa: PWE.
- Kowalska, M.B. (2014). Rola przedsiębiorczości lokalnej w dywersyfikacji produktu turystycznego Walencji – Hiszpania. W: *Rola przedsiębiorczości w rozwoju firm i układów przestrzennych*, t. 10, Kraków: Nowa Era.
- Lizak, P. (2011). Proces kształtowania się słowackiego przemysłu motoryzacyjnego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 17, 144–155
- Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky, Sekcia cestovného ruchu (2013). *Stratégia rozvoja cestovného ruchu do r 2020*. Pozyskano z: <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/legislativa-a-koncepcne-dokumenty/koncepcne-dokumenty/strategia-rozvoja-cestovneho-ruchu-do-roku-2020>
- Morris, D. (1997). *Lidský živočich*. Praha: Balios.
- Nisbett, R.E. (2009). *Geografia myślenia. Dlaczego ludzie Wschodu i Zachodu myślą inaczej*. Sopot: Wydawnictwo „Smak słowa”.
- Przeclawski, K. (1996). *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Kraków: AL BIS.
- Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej Republike (2005). Ministerstvo hospodárstva SR, Ústav Turizmu.
- Rudnicki, L. (2010). *Zachowanie konsumentów na rynku turystycznym*. Kraków: Proksenia.
- Silverman, D. (2009). *Prowadzenie badań jakościowych*. Warszawa: PWN.
- Slovak tourist agency (2015). *Stratégia rozvoja cestovného ruchu Žsk pre roky 2007–2013*. (2013). Pozyskano z: <http://www.zask.sk/samosprava/urad-zsk/odbor-kultury-cestovneho-ruchu-zahranicnych-vztahov-informacii/oddelenie-cestovneho-ruchu/koncepcne-dokumenty-statistika-cestovneho-ruchu/strategia-rozvoja-cestovneho-ruchu-zsk-roky-2007-2013.html>
- Urząd Statystyczny Republiki Słowackiej, <https://slovak.statistics.sk>

Załącznik 1. Kwestionariusz ankiety/Research Questionnaire

1. How long have you been in Slovakia? Write the number of months.....
2. Are you in Slovakia with your family?
3. What is your knowledge of Slovak language?
Excellent; very good; good; poor; none
4. How well do you know Slovakia?
Excellent; very good; good; poor; none
5. What do you like best in Slovakia?
6. What do you find very different in Slovakia (compared to Korea)
7. What do you find similar in Slovakia?
8. What do you dislike most in Slovakia?
9. How do you spend your leisure time?
 - With my family
 - Going to town,
 - We go to nature,
 - Sports,
 - Visits to cultural events,
 - Shopping,
 - Other.....
10. Did you spend your holiday in Slovakia? (write how many times)
11. Where did you spend vacation in Slovakia?
12. Which Slovak regions do you know?
13. Which Slovak monuments (including UNESCO) do you know?
14. Which Slovak nature reserves do you know?
15. Which Slovak spa towns do you know?
16. What activities do you prefer on your vacation (holiday)?
 - family holiday-
 - Outdoor-
 - Sports- Exploring nature
 - Culture-
 - Wellness and Spa-
 - Others:.....
17. How do you assess the quality of tourist services in Slovakia?
Excellent; very good; good; weak.
18. What do we need to improve regarding the quality of services in Slovakia?
19. How do you evaluate the cost of tourist services in Slovakia?
 - Prices of accommodation:.....
 - Prices of food and beverages:.....
 - Prices of other services:.....
20. Do you go on holiday abroad during your stay in Slovakia?
21. Which regions in Slovakia do you plan to visit?
22. Which countries have you visited except Slovakia?
23. Which regions (except Slovakia) do you want visit during your stay in Slovakia?
Name the countries and regions:.....

Bożena Elżbieta Wójtowicz, dr hab. prof. UP, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Dydaktyki Geografii. Geograf, dydaktyk geografii, podróżnik. Kierownik Zakładu Dydaktyki Geografii Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Opublikowała ponad 240 prac naukowych w kraju i za granicą. Współautorka podręczników szkolnych do przyrody i geografii. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się na problematyce dydaktyki geografii, ochrony środowiska oraz turystyki.

Bożena Elżbieta Wójtowicz, PhD, associate professor, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Didactics of Geography. Geographer, geography teacher, traveller. She is the Head of the Department of Didactics of Geography, Institute of Geography, the Pedagogical University of Cracow. She has published over 240 academic papers in the country and abroad. She is also a co-author of textbooks for Geography and Natural Science Geography. Her research interests focus on the issues of geography didactics, environmental protection and tourism.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Dydaktyki Geografii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: bozena.wojtowicz@up.krakow.pl

Peter Čuka, dr, prof. UP, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Turystyki i Badań Regionalnych. Geograf, pasjonat kolarstwa. Jego badania naukowe koncentrują się na problematyce rozwoju turystyki i jego roli w rozwoju lokalnym i regionalnym oraz zachowaniach turystycznych mniejszości narodowych.

Peter Čuka, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Research. Geographer, cycling enthusiast. His research focuses on the development of tourism and its role in local and regional development, as well as tourist behaviour of national minorities.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: peter.cuka@up.krakow.pl