
Badanie zrealizowane na zlecenie
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego, Wydział Turystyki.

„Badanie ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku w ujęciu powiatowym i subregionalnym wg Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego”

RAPORT KOŃCOWY

- kwiecień 2015 -

**Badanie realizowane
na zlecenie:**

Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego

Departament Spraw Społecznych
Wydział Turystyki
ul. Ostrowskiego 7
53-238 Wrocław

**Wykonawca
badania:**



Grupa Biostat
40-748 Katowice
Ul. Mieczyków 12
tel/fax. 32 722 84 54
biuro@grupabiostat.pl

Zespół badawczy:

dr Katarzyna Tkocz-Wolny
Andrzej Kempa
Katarzyna Piosek
Magdalena Sosnowska
Zdzisław Wolny

Termin realizacji:

Konsultacja metodologii badania: marzec 2015 r.
Realizacja badania: marzec-kwiecień 2015 r.

Nadzór merytoryczny:

dr Wojciech Biliński
Piotr Wnukowicz

Podsumowanie wyników

W ramach niniejszego badania analizie poddano wielkość i charakterystykę przyjazdowego ruchu turystycznego na terenie Dolnego Śląska, stopień zadowolenia turystów z oferty turystycznej i produktów turystycznych regionu, oczekiwania w tym zakresie, jak również zmiany, jakie nastąpiły w tych obszarach w okresie 2012-2015. Analizie ponadto poddano wielkość wydatków turystów odwiedzających tereny województwa dolnośląskiego, wielkość dochodów z tytułu turystyki oraz wpływ turystyki na gospodarkę lokalną. W celu uzyskania odpowiedzi na pytania w temacie przytoczonych obszarów analizie poddano dane zastane, jak również przeprowadzono badania na grupie respondentów, wśród których wyszczególnić można turystów, turystów potencjalnych (osoby, które w ciągu najbliższych dwóch lat planują odwiedzić Dolny Śląsk bądź są zainteresowane odbyciem takiej podróży), przedstawiciele obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na Dolnym Śląsku, jak również przedstawiciele wyższego szczebla wybranych instytucji.

Wielkość przyjazdowego ruchu turystycznego

W 2014 r. w województwie dolnośląskim z noclegów turystycznych korzystało ponad 2,4 mln turystów. Większość z nich korzystała z noclegów w hotelu lub w innych obiektach hotelowych. Wśród turystów odwiedzających województwo w 2014 r. ponad 510 tys. stanowili turyści zagraniczni. Największy odsetek z nich stanowili turyści z Niemiec.

Wśród obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na Dolnym Śląsku największy odsetek wciąż stanowią hotele i inne obiekty hotelowe. Największy stopień wykorzystania miejsc noclegowych w 2014 r. zanotowano w odniesieniu do zakładów uzdrowiskowych (73,1%), hosteli (41,3%), hoteli (32,8%), domów wycieczkowych (27,8%) oraz ośrodków kolonijnych (29,0%). Najniższy stopień wykorzystania miejsc noclegowych odnotowano natomiast w tym czasie w szkolnych schroniskach młodzieżowych (15,7%), schroniskach (14,4%), na kempingach (13,8%) oraz na polach biwakowych (6,5%).

Co druga osoba podróżowała po Dolnym Śląsku indywidualnie. 76% respondentów sama organizowała swój wyjazd. W pozostałych przypadkach organizatorem wyjazdu był m. in. zakład pracy, biuro podróży czy szkoły/uczelnie.

Respondenci wywiadów pogłębionych wymienili ponadto główne problemy, które utrudniają przyciągnięcie turystów na Dolny Śląsk. Wśród nich była wymieniana:

- infrastruktura, głównie komunikacyjna,
- w mniejszym stopniu informacja turystyczna,
- niedostateczna promocja,
- rozproszenie instytucji, które zajmują się turystyką na Dolnym Śląsku (brak organizacji turystycznej i miejsca, które skupiałyby wszystkich ludzi, którzy zajmują się promocją i turystyką),
- brak zintegrowanej strony internetowej, na której można by było znaleźć potrzebne informacje o regionie,
- fakt, iż inne polskie miasta są bardziej popularne niż te znajdujące się na Dolnym Śląsku,

- wysokie ceny usług i produktów turystycznych.

Długość pobytu i wielkość wydatków turystów odwiedzających Dolny Śląsk

Większość badanych deklarowała, że w trakcie swojego pobytu na Dolnym Śląsku korzystali z noclegów. Największa grupa badanych pozostawała na Dolnym Śląsku do 3 noclegów. Można zaobserwować, iż największy odsetek badanych zarówno w roku 2012, jak i w roku 2015, podczas pobytu na Dolnym Śląsku zakwaterowany był w hotelu, motelu, zajezdzie bądź pensjonacie (44%). Zaobserwowano ponadto, iż badani turyści zagraniczni stosunkowo częściej korzystali z hoteli, moteli, zajazdów i pensjonatów niż turyści krajowi. Nie nocowali oni natomiast u znajomych oraz krewnych. Kobiety z kolei częściej niż mężczyźni pozostawały na nocleg w mieszkaniu znajomych czy krewnych, mężczyźni z kolei częściej niż kobiety korzystali z ośrodków wypoczynkowych. Zdecydowanie najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu, niezależnie od okresu realizacji badania, był samochód.

Zgodnie z wypowiedziami respondentów turyści podczas pobytu na Dolnym Śląsku średnio planują wydać 593 zł. Można zauważyć, że zdecydowanie więcej średnio planują wydać badani turyści zagraniczni. Zauważyć można ponadto, że wraz ze wzrostem wieku wzrasta poziom planowanych średnich wydatków. Więcej średnio wydają również respondenci, którzy posiadają wyższe dochody na osobę w gospodarstwie domowym.

Stopień zadowolenia z oferty turystycznej i produktów turystycznych

Respondenci wysoko oceniają swój pobyt na Dolnym Śląsku oraz poszczególne elementy tego pobytu. Główne wnioski płynące z badania przedstawicieli obiektów zbiorowego zakwaterowania prezentują się następująco:

- najwyżej ocenione zostały obiekty sportowo-rekreacyjne (zarówno ich cena, jak i jakość),
- najniżej z kolei oceniono ilość imprez i wydarzeń kulturalnych,
- większość badanych elementów została oceniona przez respondentów wyżej w porównaniu do badania z 2012 r., a największy wzrost średniej oceny można zaobserwować w odniesieniu do dostępności obiektów rozrywkowych.
- gorzej oceniono natomiast głównie życzliwość i otwartość mieszkańców, jednak ocena tego aspektu wciąż pozostaje wysoka.

Badani turyści również dokonali oceny:

- najwyżej i wyżej niż w roku 2012 doceniono możliwość wypoczynku na Dolnym Śląsku.
- wysoko i wyżej niż w roku 2012 respondenci ocenili również satysfakcję poznawczą oraz poczucie bezpieczeństwa,
- wysokie, jednak niższe niż w roku 2012 oceny przyznano gościnności mieszkańców, dostępności podstawowych dóbr oraz łatwości dojazdu,
- wciąż najniżej oceniane są koszty pobytu.

Średnie oceny przyznane w zależności od miejsca przeprowadzania wywiadu rozpatrzono również w podziale subregionalnym. Najwyższe oceny przyznane zostały subregionom południowym i wschodnim (Sudety Wałbrzyskie, Ziemia Kłodzka i Dolina Odry Wschód).

Najniższe z kolei przyznano subregionom znajdującym się w zachodniej części województwa (Karkonosze i Góry Izerskie, Pogórze Kaczawskie, Nysa, Kwisa, Bóbr).

Oczekiwania w zakresie oferty i produktów turystycznych

Połowa turystów od podróży na Dolny Śląsk oczekuje przede wszystkim wypoczynku lub zwiedzenia zabytków bądź muzeów. Ponadto badani podczas swojego pobytu na Dolnym Śląsku zamierzają korzystać z szeregu usług i produktów turystycznych województwa, a wśród nich przede wszystkim z wycieczek pieszych, kuchni regionalnej oraz wycieczek pieszych w górach.

Mocne i słabe strony oferty turystycznej

Badani turyści potencjalni wymienili również słabe i mocne strony oferty turystycznej Dolnego Śląska. Zdecydowanie częściej wymieniano mocne strony niż słabe. Wśród słabych stron zdecydowanie najczęściej wymienianym aspektem (wymieniany przez co trzeciego respondenta) były wysokie ceny usług turystycznych. Wśród mocnych stron z kolei zdecydowanie najczęściej wymieniano walory przyrodnicze (63%), ale również bogatą ofertę kulturalną, dobre przygotowanie szlaków turystycznych oraz gościnność i życzliwość mieszkańców.

Znajomość walorów i atrakcji turystycznych Dolnego Śląska

Zdecydowanie najbardziej popularny, najbardziej znanym i najczęściej odwiedzanym miejscem na Dolnym Śląsku jest Wrocław. 37% ankietowanych podczas najbliższej podróży do województwa dolnośląskiego zamierza udać się właśnie do Wrocławia. Rozpoznawalnymi atrakcjami turystycznymi oprócz Wrocławia jest również Karpacz, Panorama Racławicka oraz Kotlina Kłodzka.

Badani głównie pozyskują informacje na temat walorów turystycznych Dolnego Śląska z Internetu. Często źródłem informacji są również rodzina, znajomi, telewizja oraz własne doświadczenia.

Charakterystyka podróży do Wrocławia

W ramach badania turystów i turystów potencjalnych osobnej analizie poddano kwestie dotyczące Wrocławia. Zdecydowana większość badanych turystów w latach 2012-2015 odwiedziła Wrocław. Znaczny odsetek badanych odwiedził Wrocław tylko raz, ale również znaczny odsetek przyjeżdża tam stale. Zarówno badani turyści, jak i turyści potencjalni średnio we Wrocławiu pozostawali na 3 noclegi. Respondenci odwiedzali Wrocław głównie w celu zwiedzania zabytków bądź muzeów, wypoczynku oraz w celach zakupowych, a ich głównym zajęciem były wycieczki piesze. Zdecydowana większość badanych indywidualnie organizowała swój wyjazd do Wrocławia. Wrocław był ponadto w zdecydowanej większości przypadków bezpośrednim celem podróży, a sama podróż odbywała się najczęściej samochodem. Badani wyrażają bardzo duże zadowolenie z pobytu we Wrocławiu oraz wysoko oceniają wybrane elementy pobytu tam, w tym najwyżej oceniono atmosferę miasta. Zgodnie w wypowiedziach respondentów do Wrocławia turystów przyciągają przede

wszystkim zabytki (potwierdzone przez 23% respondentów), a największe wrażenie wywierają na nich wrocławski rynek (potwierdzone przez 10% respondentów) oraz Panorama Racławicka (potwierdzone przez 5% respondentów).

Docelowe grupy respondentów

W ramach badania określono profil turysty odwiedzającego badane obiekty zbiorowego zakwaterowania. Badanie wykazało, że w większości są to turyści krajowi. W przypadku turystów zagranicznych zdecydowaną większość stanowią turyści z Niemiec. Gośćmi badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania są głównie osoby w wieku od 36 do 45 lat. Jedynie w schroniskach i domach wypoczynkowych grupa ta nie stanowi większości (większość stanowią turyści w wieku od 46 do 55 lat). Zdecydowanie najczęściej turystami są ponadto rodziny z dziećmi oraz pary. W zależności od sezonu, w którym podróż następuje turystami są również bardzo często emeryci oraz turyści zagraniczni.

Dochody z tytułu turystyki

Wielkość dochodów z tytułu turystyki bezpośrednio warunkowana jest w opinii respondentów wywiadów pogłębionych bogactwem i różnorodnością oferty turystycznej regionów, jak również wykorzystaniem przez turystów różnego rodzaju infrastruktury turystycznej i wpływy z podatków. Największe wpływy z tytułu turystyki odczuwalne są w sezonie letnim. Ponadto prawie połowa przedstawicieli badanych obiektów zakwaterowania potwierdziła, że ich dochody netto w 2014r. przekroczyły 50 tys. zł.

Respondenci wywiadów pogłębionych wymienili działania, które należałoby podjąć w celu zwiększenia poziomu wpływów z tytułu turystyki, a wśród nich:

- promowanie działalności turystycznej przedsiębiorców,
- promowanie ofert, z których przedsiębiorcy mogliby skorzystać dla rozwoju swoich firm,
- promowanie współpracy pomiędzy już istniejącymi produktami,
- promocja na nowych rynkach,
- powstanie jednego portalu Internetowego, na którym można by znaleźć wszystkie potrzebne informacje na temat podróży na tereny Dolnego Śląska,
- poprawa i rozbudowa infrastruktury turystycznej,
- poprawa komunikacji z Dolnym Śląskiem (więcej połączeń autobusowych czy lotniczych),
- stworzenie skonsolidowanej bazy najważniejszych imprez kulturalnych całego Dolnego Śląska dla potencjalnych użytkowników,
- dbałość o merytoryczne wyszkolenie pracowników branży turystycznej.

Wpływ turystyki na gospodarkę lokalną

Turystyka może stać się „kołem napędowym” gospodarki Dolnego Śląska. Determinowane jest to przez stopień rozwoju turystyki, poziom jej jakości i liczbę produktów turystycznych, a także przez inwestycje czynione w kierunku infrastruktury turystycznej, infrastruktury komunikacyjnej, jak i jej promocji.

Niestety turystyka jest branżą sezonową, co jest istotnym problemem, bo zapotrzebowanie na pracowników w tej branży spada w sezonach mniej obleganych. Pożądana dla każdego przedsiębiorcy powinna być jednak stałość zatrudnienia w celu zachowania wyszkolonej i wykwalifikowanej kadry.

SPIS TREŚCI

1	WSTĘP.....	9
2	METODOLOGIA BADANIA	11
3	ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE DOLNOŚLĄSKIM	12
	Turystyka Dolnego Śląska na tle polskich województw.....	12
	Turystyka uzdrowiskowa na Dolnym Śląsku.....	16
	Południowo-Zachodni Szlak Cysterski.....	18
	Obiekty noclegowe na Dolnym Śląsku według statystyk GUS.....	20
	Turyści odwiedzający Dolny Śląsk według statystyk GUS	27
	Turyści zagraniczni odwiedzający Dolny Śląsk według statystyk GUS	31
	Baza gastronomiczna i sportowo-rekreacyjna na Dolnym Śląsku	35
4	CHARAKTERYSTYKA UCZESTNIKÓW BADANIA	38
	Charakterystyka badanych turystów	38
	Charakterystyka badanych turystów potencjalnych	41
	Charakterystyka badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania.....	44
	Charakterystyka respondentów wywiadów pogłębionych.....	47
5	WYNIKI BADAŃ	48
	Wielkość przyjazdowego ruchu turystycznego.....	48
	Długość pobytu i wielkość wydatków turystów odwiedzających Dolny Śląsk	53
	Stopień zadowolenia z oferty turystycznej i produktów turystycznych.....	57
	Oczekiwania w zakresie oferty i produktów turystycznych	70
	Znajomość walorów i atrakcji turystycznych Dolnego Śląska.....	72
	Charakterystyka podróży do Wrocławia.....	74
	Docelowe grupy respondentów	84
	Dochody z tytułu turystyki	87
	Wpływ turystyki na gospodarkę lokalną	89
6	Spis rysunków.....	91
7	Spis tabel.....	95

1 WSTĘP

W ramach badania ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku w układzie powiatowym i subregionalnym wg Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki na Dolnym Śląsku określone zostały dwa główne cele badawcze:

1. Badanie oraz analiza ruchu turystycznego w woj. dolnośląskim wraz z oszacowaniem jego wielkości i zachodzących w czasie zmian w okresie 2012-2015 (badanie ilościowe ruchu turystycznego przyjazdowego do województwa – krajowego i zagranicznego, wydatków turystów odwiedzających województwo dolnośląskie i przychodów z tego tytułu).
2. Badanie stopnia zadowolenia grup docelowych (turystów krajowych i zagranicznych) z oferty turystycznej i produktów regionalnych oraz badanie potrzeb (oczekiwań) względem oferty turystycznej i produktów turystycznych.

Badanie w jednakowym zakresie przeprowadzone zostało w 2012r. Pozwoliło ono na wyciągnięcie następujących wniosków¹:

1. W 2011r. liczba osób korzystających z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania kształtowała się na poziomie nieznacznie ponad 2 mln osób, z czego około 21% stanowili turyści zagraniczni. W roku 2012 liczba osób, korzystających z oferty turystycznej regionu uległa wzrostowi. W okresie 2010-2012 stale najczęściej wybieranym miejscem zakwaterowania były obiekty hotelowe, a najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu samochody. W 2012r. cele podróży częściej miały jednak charakter wypoczynkowy/urlopowy. Większość turystów, którzy odwiedzali Dolny Śląsk w okresie 2011-2012, pozostawała na jego terenie na co najmniej jeden nocleg. Wydatki badanych turystów krajowych mieściły się w 2012r. najczęściej w przedziale 200-400 zł, a turystów zagranicznych w granicach powyżej 800 zł. Ponadto badanie wskazało, że wielkość dochodów województwa z tytułu turystyki zależy przede wszystkim od liczby odwiedzających go turystów.
2. Badani turyści od oferty turystycznej regionu w 2012r. oczekiwali przede wszystkim możliwości odbycia pieszych wycieczek. Respondenci oczekiwali ponadto bardzo wysokiego poziomu usług oferty turystycznej regionu. Poziom usług otrzymanych w dużym stopniu sprostali oczekiwaniom turystów. Najmniejsze zadowolenie w opinii turystów badanych w 2012r. wzbudzały ceny usług turystycznych. Również oczekiwania turystów w najmniejszym stopniu spełniły ceny atrakcji i walorów turystycznych. Podczas pobytu na Dolnym Śląsku największe pozytywne odczucia wzbudzała gościnność mieszkańców.

¹ Badanie ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku w ujęciu powiatowym i subregionalnym wg Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, listopad 2012

W niniejszym badaniu wyniki zostaną porównane do wyników i wniosków wyciągniętych na podstawie badania z 2012r. – zmian w latach 2012 i 2015, jak również czynników niezmiennych w temacie badania w analizowanych latach.

2 METODOLOGIA BADANIA

Zamierzone cele badania osiągnięte zostały poprzez wykorzystanie następujących metod badawczych:

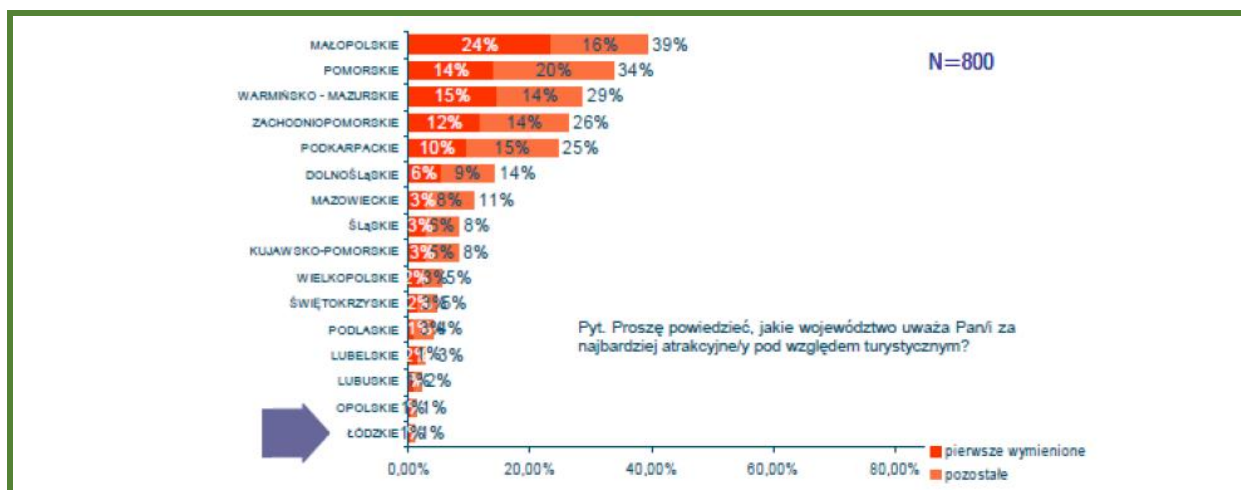
1. W pierwszej fazie badania przeprowadzona została analiza Desk research. Analizie zostały poddane następujące źródła:
 - Bazy danych Głównego Urzędu Statystycznego, w tym Bank Danych Lokalnych,
 - Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, Warszawa 2009,
 - Badanie ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku w ujęciu powiatowym i subregionalnym wg Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, listopad 2012,
 - Identyfikacja spodziewanych trendów rozwojowych w turystyce regionu. Analiza ogólnych trendów w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku, Legnica 2010.
2. Następnie analizie poddany został materiał pochodzący z czterech przeprowadzonych badań (trzech badań ilościowych i jednego jakościowego). Badania ilościowe przeprowadzone zostały za pomocą trzech różnych metod badawczych: CATI, PAPI i CAWI.
 - Badaniem z wykorzystaniem techniki CATI (badanie telefoniczne) zostali objęci mieszkańcy polskich województw (potencjalni turyści) $n=1140$, z uwzględnieniem podziału na województwa wg liczby ludności, płci i wieku, a także przedstawiciele obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na terenie Dolnego Śląska, z uwzględnieniem podziału na subregiony turystyczne.
 - Badanie z wykorzystaniem techniki PAPI (wywiad kwestionariuszowy bezpośredni) zostało przeprowadzone wśród polskich i zagranicznych turystów $n=706$ przebywających na terenie województwa dolnośląskiego.
 - Badaniem z wykorzystaniem techniki CAWI (badanie z wykorzystaniem kwestionariusza internetowego) zostali objęci przedstawiciele obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na terenie Dolnego Śląska $n=100$, z uwzględnieniem podziału na subregiony turystyczne.
 - Badaniem jakościowym zostali natomiast objęci przedstawiciele wyższego szczebla następujących instytucji ($n=8$): Urząd Miasta Wrocławia, Dolnośląska Izba Turystyczna, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wielkopolska Organizacja Turystyczna, Śląska Organizacja Turystyczna, Przedstawiciele Biur Turystycznych/Biur Podróży. Wywiady zostały wykonane przy wykorzystaniu tego samego scenariusza. Badanie to pozwoliło uzyskać wiedzę przede wszystkim na temat wielkości dochodów z tytułu turystyki oraz wpływu turystyki na gospodarkę lokalną.

3 ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE DOLNOŚLĄSKIM

Turystyka Dolnego Śląska na tle polskich województw

W 2007 roku przeprowadzono pierwsze w Polsce badania wizerunku turystycznego województw. Badania zostały przeprowadzone przez PART S.A. W trakcie badań, jako najbardziej atrakcyjne turystycznie województwa, wyróżniono województwa: małopolskie, pomorskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie i podkarpackie. Z kolei jako województwa o najniższym wizerunku turystycznym na podstawie badań wskazano województwa łódzkie i opolskie. W analizowanym rankingu województwo dolnośląskie zajmuje 6 pozycję.

Rysunek 1. Atrakcyjność turystyczna województw polskich



Źródło: Identyfikacja spodziewanych trendów rozwojowych w turystyce regionu. Analiza ogólnych trendów w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku, Legnica 2010

W *Marketingowej Strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015* przedstawiono markowe grupy produktów, które w zamierzeniu miały być mocno wspierane w zakresie rozszerzania atrakcyjnego wizerunku produktów turystycznych przez działania marketingowe. Wśród tych grup produktów wyróżnić można: turystykę w miastach i kulturową, turystykę biznesową, turystykę rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną, turystykę na terenach wiejskich oraz turystykę przygraniczną i tranzytową.

Polska Organizacja Turystyczna w opracowaniu pn. „Potencjał i gradacja wartości produktów turystycznych województw”, zaprezentowała produkty turystyczne w każdym z województw o różnych stopniach znaczenia: priorytetowym, podstawowym i drugorzędym. Owe grupy produktów wraz z priorytetyzacją w podziale na województwa przedstawiono w poniższej tabeli.

Zgodnie z tabelą przedstawioną poniżej produktami priorytetowymi dla województwa dolnośląskiego są wypoczynek w górach, turystyka miejska i kulturowa oraz turystyka biznesowa, a największymi konkurentami w zakresie wymienionych produktów priorytetowych województwa dolnośląskiego są województwa: mazowieckie, małopolskie oraz śląskie. Na podstawie przedstawionych danych można wnioskować, że Dolny Śląsk powinien w większym stopniu rozwinąć produkty turystyczne, takie jak turystyka aktywna i turystyka zdrowotna, aby stać się bardziej konkurencyjnym regionem w Polsce.

Tabela 1. Potencjał produktów turystycznych województw

	Turystyka rekreacyjna (wypoczynkowa)					Turystyka aktywna i specjalistyczna					Turystyka pielgrzymkowa	Turystyka miejska i kulturowa	Turystyka na terenach wiejskich		Turystyka zdrowotna		Turystyka biznesowa		Turystyka zakupy	Turystyka przygraniczna i tranzytowa
	Słońce i plaża	Wypoczynek w górach	Turystyka piesza	Wypoczynek - jeziora	Wypoczynek w obszarach przyrodniczych	Żeglarsтво, kajaki, wind i kite surfing	Sporty zimowe, narciarstwo	Turystyka rowerowa	Turystyka jeździecka	Agroturystyka			Ekoturystyka	Turystyka uzdrowiskowa	Wellness, SPA	Konferencje, kongresy	Podróże służbowe			
																		1		
Dolnośląskie		XXX	XX		XX	X	XX	XX	X	X	XXX	X	X	XX	X	XXX	XXX	X	XX	
Kujawsko-Pomorskie			X	XX	XX	XX		X			XXX	XX	X	XXX	X	XX	X			
Lubelskie			XX	XX	XXX	X	X	XXX	X	XX	XXX	XX	XX	XX	X	X	XX	XX		
Lubuskie			XX	XXX	XX	XX		XXX	XX		XX	XXX	XXX				X	XX		
Łódzkie			X	X		X	X	XXX	XXX	XX	XXX	XXX	XX		XX	X	X	XX		
Małopolskie		XXX	XX		XX	X	XXX	XX	X	XX	XXX	XX	X	XXX	XX	X	X	X		
Mazowieckie			XX	X	XX	X		XX	XX	X	XXX	XX	X	X	XX	XXX	XXX	XXX		
Opolskie		X	XX	XX	XXX	XX	X	XX	XX	XXX	XXX	XXX	XXX	X		X	XX	X		
Podkarpackie		XXX	XXX	XXX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XXX	XXX	XX	X	X	X	X		
Podlaskie			XX	XX	XXX	XXX	X	XX	X	XXX	XXX	XXX	X	XX	X	XX	X	XX		
Pomorskie	XXX		X	XX		XXX		XX	X	X	XXX	XX	X	X	XXX	X	XX	XXX		
Śląskie		XXX	XXX	X		X	XXX	XXX	X	XXX	XXX	XX		XX	XX		X	X		
Świętokrzyskie		X	XX		XX		X	XXX	X	XX	XXX	XXX	XX	XXX	XX	X	XX			
Warmińsko-Mazurskie			XX	XXX	XX	XXX	X	XX	X	X	XX	XX	X	X	XX	XX	X	X		
Wielkopolskie			XX	XX		XX	X	XX	X	X	XXX	XX	X			XX	XX	X		
Zachodniopomorskie	XXX		XX	XXX	X	XX		XX	X	X	X	XX	XX	X	XX	X	X	XX		

XXX – produkt priorytetowy; XX – produkt podstawowy; X – produkt drugorzędny; brak wypełnienia oznacza brak produktu w danym województwie

Źródło: Identyfikacja spodziewanych trendów rozwojowych w turystyce regionu. Analiza ogólnych trendów w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku, Legnica 2010

Na Dolnym Śląsku utworzono podział subregionalny województwa. W ramach podziału wyróżniono 12 dolnośląskich subregionów turystycznych². „Dolny Śląsk realizuje projekty turystyczne w formule sieciowej w postaci tzw. „subregionów”, czy modelu kooperacji „regionów turystycznych”³. Jest to innowacyjne zastosowanie oparte na zarządzaniu rozwojem turystyki w regionie, które prowadzić powinno do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju regionu. Porozumienie w sprawie powstania subregionów podpisane zostało przez jednostki samorządów terytorialnych, ich fundacje czy też stowarzyszenia turystyczne. Utworzono dokument *Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych*, na podstawie którego zamierzano rozpocząć tworzenie sieciowych markowych produktów turystycznych. Przy podziale na subregiony brano pod uwagę kwestie historyczno-geograficzne rozwoju turystyki, wyznaczając zasięg terytorialny, cechy atrakcyjności turystycznej, jak również możliwości rozwoju typów produktów turystycznych uwzględniając przy tym ich szansę na komercjalizację. Przyjęto założenie, że zrównoważony rozwój turystyczny spowoduje ograniczenie wewnętrznej konkurencji oraz wykreowanie rzeczywistych marek produktów turystycznych Dolnego Śląska. „Założono, że rozwój turystyki w województwie ma się odbywać w podziale subregionalnym poprzez tworzenie pakietów produktów turystycznych (subregionalnych produktów turystycznych) skierowanych do starannie wyselekcjonowanych grup odbiorców i opartych o walory, atrakcje i elementy zagospodarowania charakterystyczne dla zidentyfikowanych obszarów recepcji turystycznej (subregionów)”⁴.

Taki podział subregionalny utworzony został jedynie w województwie dolnośląskim, co jest dużą przewagą Dolnego Śląska wobec innych polskich województw. Poniżej zaprezentowano 12 subregionów turystycznych Dolnego Śląska.

² Wspomina się o 12 subregionach, mimo że wyróżnia się 13 subregionów turystycznych na Dolnym Śląsku, ponieważ jeden z nich w całości znajduje się na terytorium innych subregionów (subregion Sowiogórski).

³ Identyfikacja spodziewanych trendów rozwojowych w turystyce regionu. Analiza ogólnych trendów w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku, Legnica 2010

⁴ Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, Warszawa 2009

Rysunek 2. Subregiony województwa dolnośląskiego.



Źródło: Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, Warszawa 2009.

Turystyka uzdrowiskowa na Dolnym Śląsku

Turystyka uzdrowiskowa staje się w szybkim tempie ważnym elementem gospodarki Dolnego Śląska. Na duże znaczenie tego typu turystyki w regionie ma wpływ przede wszystkim liczba szpitali uzdrowiskowych oraz sanatoriów. Uzdrowiska zlokalizowane w województwie dolnośląskim charakteryzują się przede wszystkim leczniczymi wodami mineralnymi oraz leczniczymi właściwościami klimatu.

Największa liczba uzdrowisk na Dolnym Śląsku występuje na terenie powiatu kłodzkiego. W powiecie znajdują się cztery miejscowości uzdrowiskowe są to: Duszniki Zdrój, Długopole Zdrój, Kudowa Zdrój, Lądek Zdrój, Polanica Zdrój. W powiecie lubańskim oraz powiecie wałbrzyskim znajdują się po dwie miejscowości uzdrowiskowe odpowiednio Świeradów Zdrój, Czerniawa Zdrój oraz Jedlina Zdrój, Szczawno Zdrój. Rysunek numer 3 obrazuje rozmieszczenie uzdrowisk leżących na obszarze województwa dolnośląskiego.

Rysunek 3 Mapa uzdrowisk na Dolnym Śląsku



Źródło: Biuletyn Naukowy Wrocławskiej Wyższej Szkoły Informatyki Stosowanej. „Turystyka i Rekreacja”. <http://www.wydawnictwo.horyzont.eu/publikacje/Turystyka/biuletynTiRnr2.pdf> (dostęp 22.05.2015 rok)

Na koniec 2013 roku w województwie dolnośląskim znajdowało się 6 318 łóżek w szpitalach i sanatoriach uzdrowiskach co stanowi 14,5% łóżek w kraju. Liczba ta plasuje Dolny Śląsk na trzecim miejscu pod względem liczby łóżek w szpitalach i sanatoriach uzdrowiskowych w Polsce.

Najwięcej kuracjuszy leczyło się odpowiednio w województwie zachodniopomorskim (180 765 osób), kujawsko-pomorskim (122 058 osób) oraz w województwie dolnośląskim w 2014 roku wyniosła 98 193 osoby. Można zatem stwierdzić, iż Dolny Śląsk jest bardzo ważnym punktem na mapie turystyki uzdrowiskowej. Prawie co piąty kuracjusz zagraniczny wybrał ofertę uzdrowiska z województwa dolnośląskiego. Najprawdopodobniej jest to spowodowane niższymi kosztami pobytu przy zachowaniu odpowiedniego standardu usług oraz lokalizacją województwa dolnośląskiego w sąsiedztwie Niemiec oraz Czech.

Tabela 2 Liczba łóżek w szpitalach uzdrowiskowych i sanatoriach uzdrowiskowych, odsetek kuracjuszy ogółem oraz kuracjuszy zagranicznych

Województwo	łóżka stan w dniu 31.12. 2013		kuracjusze		kuracjusze zagraniczni	
	liczba	%	osoba	%	osoba	%
Polska	43645	100	682442	100	38284	100
zachodniopomorskie	11273	25,8	180765	26,5	28176	73,6
kujawsko-pomorskie	7035	16,1	122058	17,9	1302	3,4
dolnośląskie	6318	14,5	98193	14,4	6652	17,4

Województwo	łóżka stan w dniu 31.12.2013		kuracjusze		kuracjusze zagraniczni	
	liczba	%	osoba	%	osoba	%
małopolskie	5778	13,2	82203	12	381	1
podkarpackie	3874	8,9	57917	8,5	116	0,3
śląskie	2833	6,5	33856	5	701	1,8
świętokrzyskie	2831	6,5	53473	7,8	703	1,8
pomorskie	1459	3,3	22815	3,3	52	0,1
lubuskie	1331	3	20287	3	38	0,1
warmińsko-mazurskie	480	1,1	5855	0,9	23	0,1
podlaskie	186	0,4	1906	0,3	0	0
mazowieckie	151	0,3	1496	0,2	140	0,4
łódzkie	96	0,2	1618	0,2	0	0

Obecna moda na turystykę uzdrowiskową dowodzi, że nie tylko coraz częściej i chętniej dbamy o własną kondycję, a także o własne zdrowie. Nowy trend na rynku turystycznym jest szansą dla Dolnego Śląska, który oferuje turystom niepowtarzalne warunki zarówno do zwykłego odpoczynku, jak i zdrowotnej regeneracji organizmu.

Duży potencjał turystyki uzdrowiskowej w województwie dolnośląskim jest poparty wspólną promocją dziesięciu gmin. Kampania promująca uzdrowiska z regionu prowadzona jest pod hasłem „Do Wód na udany wypoczynek”. Tego typu inicjatywy znacznie podnoszą rozpoznawalność obszaru, co w efekcie przekłada się na wzrost liczby turystów.

Południowo-Zachodni Szlak Cysterski

Dziedzictwo zakonu cysterskiego założonego z końcem XI w. we Francji, łączy wiele obszarów w całej Europie. Duża liczba obiektów cysterskich zlokalizowanych jest w Południowo-zachodniej części Polski. To właśnie w tym regionie Polski powstał projekt pn. „Południowo-Zachodni Szlak Cysterski”.

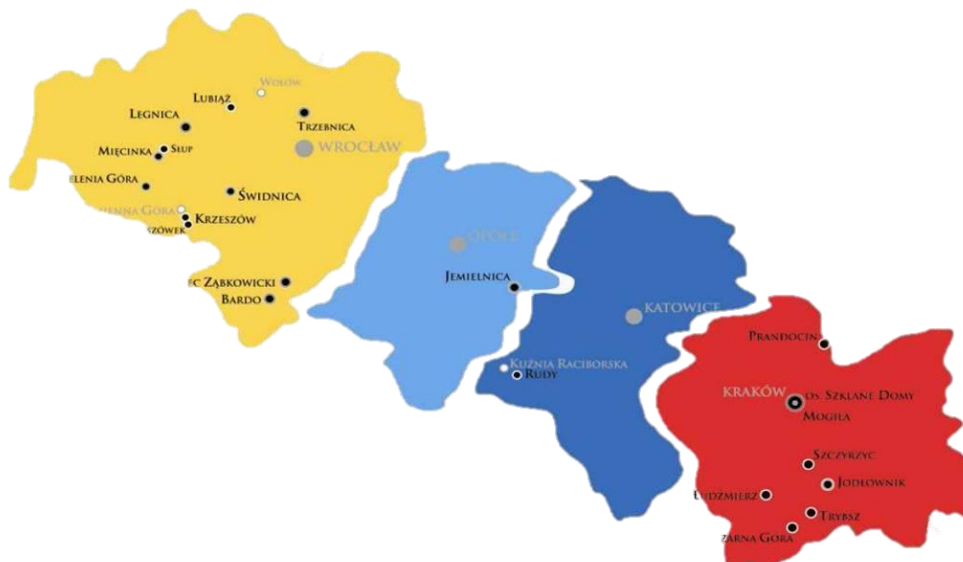
Celem projektu jest podniesienie atrakcyjności turystycznej województw w nim uczestniczących. Ponadto projekt umożliwia promowanie pocysterskiego dziedzictwa kulturowego w Polsce i zagranicą. Cechą wyróżniającą Południowo Zachodni Szlak Cysterski są unikalne obiekty architektoniczne, które w głównej mierze pochodzą z okresu barokowego.

Projekt realizowany jest na terenie czterech województw leżących w południowo zachodniej części Polski. Zaliczyć do nich należy:

- woj. dolnośląskie w tym gminy: Krzeszów, Słup, Kamieniec Żąbkowicki, Miasto Świdnica, Bardo, Trzebnica, Miasto Jelenia Góra, Legnica, Wołów,
- woj. opolskie w tym gmina: Jemielnica,

- woj. śląskie w tym gmina: Kuźnia Raciborska,
- woj. małopolskie w tym gmina: Jodłownik.

Rysunek 4 Mapa Południowo Zachodniego Szlaku Cysterskiego



Źródło: <http://www.silesia-sot.pl/poludniowo-zachodni-szlak-cysterski> (dostęp 22.05.2015 rok)

W ramach projektu stworzona została strona internetowa (<http://www.szlak-cysterski.eu>), która łączy elementy serwisu informacyjnego, społecznościowego i komercyjnego. Bezpośrednio ze strony głównej możliwe jest przejście do poszczególnych miejscowości bądź też do konkretnego obiektu architektonicznego. Każda z podstron zawiera m.in. informacje kulturalne, historyczne, a także materiały audiowizualne o miejscowości.

Dolnośląski Szlak Cysterski wiedzie przez główne ośrodki miejskie związane z działalnością zakonu w regionie. Całkowita długość szlaku na Dolnym Śląsku to 353 km. Trasa podzielona została na 3 odcinki. Pierwszym odcinkiem jest trasa między Trzebnicą – Bardoniem o długości 127 km. Kolejny odcinek o długości 135 km prowadzi od Barda do Jeleniej Góry-Cieplice, natomiast trzeci o długości 91 km wiedzie od Jeleniej Góry-Cieplice do Lubiąża. W poniższej tabeli zaprezentowano miejscowości wraz z obiektami cysterskimi znajdującymi się na ich obszarze.

Tabela 3 Obiekty cysterskie na Dolnym Śląsku

Miejscowość	Obiekty cysterskie
Bardo	Kaplica Najświętszej Marii Panny na Górze Kalwarii – „kaplica górska” w Bardzie Pocysterski dwór w Dzbanowie Pocysterski klasztor obecnie Ojców Redemptorystów w Bardzie – muzeum sztuki sakralnej Pocysterski młyn wodny w Przytęku Pocysterski zespół klasztorny – Bazylika Nawiedzenia Najświętszej Marii Panny z figurką Matki Bożej Bardzkiej (najstarszej romańskiej rzeźby drewnianej na Dolnym Śląsku)

Miejscowość	Obiekty cysterskie
Kamieniec Ząbkowicki	Pocysterski klasztor w Kamieńcu Ząbkowickim Pocysterski kościół pw. Najświętszej Marii Panny i św. Jakuba Starszego w Kamieńcu Ząbkowickim Pocysterskie obiekty gospodarcze w Kamieńcu Ząbkowickim
Krzeszów	Kościół pw. Św. Wawrzyńca w Krzeszówku
Krzeszów	Pocysterski zespół klasztorny z Bazyliką Mniejszą pw. Wniebowzięcia NMP w Krzeszowie
Świdnica	Dawny pałac opatów cysterskich w Świdnicy
Jelenia Góra	Pocysterski zespół klasztorny, kościół parafialny św. Jana Chrzyciela w Jeleniej Górze - Cieplicach-Zdroju
Męcinka	Kapliczki drogi krzyżowej na Górę Górzec w Męcince – „Skarb lasu mnichów”
Słup	Pocysterski kościół parafialny pw. Wniebowzięcia NMP w Słupie
Legnica	Dawny pałac opatów lubiąskich w Legnicy
Lubiąż	Pocysterski zespół klasztorny w Lubiążu
Trzebnica	Dawny klasztor cysterek w Trzebnicy Kapliczka św. Jadwigi w Trzebnicy Pocysterski zespół klasztorny, Bazylika św. Jadwigi i św. Bartłomieja w Trzebnicy Rotunda Pięciu Stołów w Trzebnicy

Obiekty noclegowe na Dolnym Śląsku według statystyk GUS

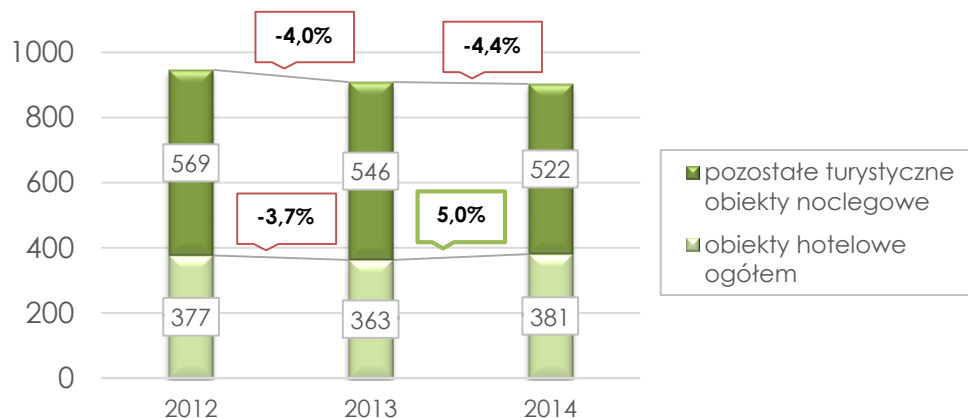
Według statystyk GUS w województwie dolnośląskim w 2014r. odnotowano 903 obiekty noclegowe. Zdecydowanie najwięcej obiektów noclegowych, bo prawie połowę, zanotowano w podregionie jeleniogórskim. Analizie poddano strukturę rodzajów obiektów noclegowych w województwie w podziale na podregiony. W całym województwie największy odsetek spośród obiektów noclegowych stanowią hotele (co czwarty obiekt noclegowy to hotel). Taka tendencja zauważalna jest w większości podregionów województwa, zwłaszcza w mieście Wrocław, w którym hotele stanowią 63,2% wszystkich obiektów noclegowych. Wyjątek stanowi podregion jeleniogórski, w którym największy odsetek spośród wszystkich rodzajów obiektów noclegowych stanowią pokoje gościnne bądź kwatery prywatne (21,6%). Pokoje gościnne i kwatery prywatne są z kolei stosunkowo rzadko spotykane we Wrocławiu, gdzie stanowią jedynie 1,3% wszystkich obiektów noclegowych. Tu z kolei relatywnie często można spędzić noc w hostelu. W podregionie jeleniogórskim stosunkowo wysoki odsetek stanowią również ośrodki wczasowe (13,1%), które są dużo rzadziej bądź nawet wcale spotykane w innych podregionach. Podregion wałbrzyski natomiast na tle innych podregionów może pochwalić się stosunkowo wysoko rozwiniętą bazą kwater agroturystycznych (13,1%) oraz zakładów uzdrowiskowych (11,0%). Szczegółowe dane na temat bazy noclegowej w województwie dolnośląskim i jego podregionach przedstawia poniższa tabela.

Tabela 4. Obiekty noclegowe na Dolnym Śląsku w 2014r. w podziale na podregiony

obiekty noclegowe w 2014r.	Woj. dolnośląskie	jeleniogórski	wałbrzyski	m. Wrocław	wrocławski	legnicko-głogowski
ogółem	903	450	263	76	68	46
hotele	25,5%	18,4%	21,3%	63,2%	38,2%	37,0%
pokoje gościnne/kwatery prywatne	15,4%	21,6%	10,3%	1,3%	11,8%	13,0%
inne obiekty hotelowe	9,7%	9,3%	10,3%	6,6%	10,3%	15,2%
ośrodki wczasowe	9,0%	13,1%	8,0%	0,0%	1,5%	0,0%
pozostałe turystyczne obiekty noclegowe	7,8%	8,2%	4,9%	5,3%	14,7%	13,0%
kwatery agroturystyczne	7,1%	4,9%	13,3%	0,0%	8,8%	2,2%
pensjonaty	6,3%	9,1%	5,7%	0,0%	1,5%	0,0%
zakłady uzdrowiskowe	3,9%	1,3%	11,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	3,3%	4,0%	3,4%	2,6%	0,0%	2,2%
szkolne schroniska młodzieżowe	2,2%	2,4%	1,1%	2,6%	4,4%	2,2%
hostele	1,8%	0,7%	1,1%	13,2%	0,0%	0,0%
schroniska	1,4%	2,2%	0,8%	0,0%	0,0%	2,2%
ośrodki kolonijne	1,4%	0,9%	2,7%	1,3%	0,0%	2,2%
kempingi	1,2%	0,4%	1,5%	1,3%	4,4%	2,2%
zespoły domków turystycznych	1,0%	0,9%	1,5%	0,0%	0,0%	2,2%
schroniska młodzieżowe	0,9%	0,9%	0,8%	1,3%	0,0%	2,2%
mojele	0,7%	0,7%	0,0%	1,3%	1,5%	2,2%
domy wycieczkowe	0,7%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%
pola biwakowe	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	1,5%	2,2%
domy pracy twórczej	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%

W okresie 2012-2014 można zaobserwować spadek liczby obiektów noclegowych na Dolnym Śląsku. W roku 2014 liczba turystycznych obiektów noclegowych zmalała o 43 obiekty w porównaniu do roku 2012 i o 6 w porównaniu do roku 2013. Spadek spowodowany był zmniejszeniem liczby obiektów niebędących obiektami hotelowymi. Liczba obiektów hotelowych wzrosła bowiem w analizowanym okresie (o 4 obiekty w porównaniu do roku 2012). Zmiana liczby obiektów noclegowych na Dolnym Śląsku rok do roku w okresie 2012-2014 zaprezentowana została na wykresie numer 5.

Rysunek 5. Turystyczne obiekty noclegowe na Dolnym Śląsku wraz z dynamiką zmian w latach 2012-2014



W 2014r. w województwie dolnośląskim odnotowano ponad 60 tysięcy miejsc noclegowych. Ponownie najwięcej miejsc noclegowych odnotowano w podregionie jeleniogórskim. Odsetek ten nie jest już jednak aż tak wysoki jak w przypadku obiektów noclegowych (44,6% miejsc noclegowych Dolnego Śląska w porównaniu do 49,8% obiektów noclegowych Dolnego Śląska). Przyczyną jest fakt iż, we Wrocławiu zdecydowanie większy jest odsetek miejsc noclegowych niż obiektów noclegowych, co z kolei spowodowane jest tym, że we Wrocławiu zdecydowanie największą część bazy noclegowej stanowią hotele, które w swojej ofercie często posiadają dużą liczbę pokoi, czyli również miejsc noclegowych. Szczegółową strukturę miejsc noclegowych w zależności od rodzaju obiektu noclegowego i w podziale na podregiony województwa dolnośląskiego zaprezentowano w poniższej tabeli.

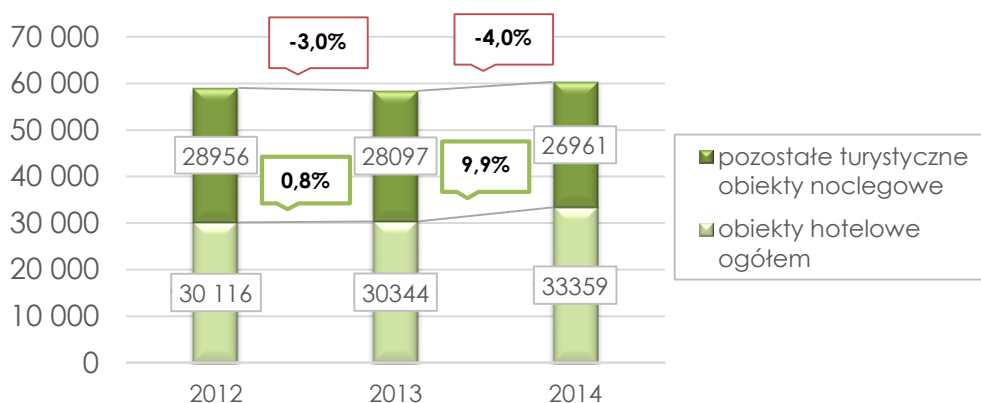
Tabela 5. Miejsca noclegowe na Dolnym Śląsku w 2014r. w podziale na podregiony

miejsca noclegowe w 2014r.	Woj. dolnośląskie	jeleniogórski	wałbrzyski	m. Wrocław	wrocławski	legnicko-głogowski
ogółem	60 320	26 878	16 085	10 395	3 785	3 177
hotele	42,7%	36,9%	27,1%	77,4%	42,1%	57,6%
ośrodki wczasowe	10,1%	16,7%	9,8%	0,0%	1,1%	0,0%
inne obiekty hotelowe	8,2%	8,8%	6,6%	5,8%	12,0%	14,0%
zakłady uzdrowiskowe	6,0%	2,5%	18,4%	0,0%	0,0%	0,0%
pokoje gościnne/kwatery prywatne	5,3%	7,7%	3,5%	0,2%	10,3%	5,4%
pozostałe turystyczne obiekty noclegowe	5,0%	5,7%	3,0%	1,5%	13,7%	10,8%
pensjonaty	4,1%	6,2%	4,7%	0,0%	0,5%	0,0%
ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	4,0%	4,3%	6,1%	2,0%	0,0%	1,2%
kempingi	2,4%	0,8%	4,9%	1,9%	5,2%	1,5%
kwatery agroturystyczne	1,9%	1,4%	3,8%	0,0%	2,5%	0,6%

miejsca noclegowe w 2014r.	Woj. dolnośląskie	jeleniogórski	wałbrzyski	m. Wrocław	wrocławski	legnicko-głogowski
szkolne schroniska młodzieżowe	1,8%	2,0%	1,1%	1,0%	6,5%	1,5%
ośrodki kolonijne	1,8%	1,1%	4,0%	1,1%	0,0%	1,1%
hostele	1,7%	0,3%	0,4%	8,4%	0,0%	0,0%
schroniska	1,2%	2,2%	0,7%	0,0%	0,0%	1,2%
domy wycieczkowe	0,9%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%
pola biwakowe	0,8%	0,9%	0,0%	0,0%	4,8%	1,9%
zespoły domków turystycznych	0,8%	1,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,6%
schroniska młodzieżowe	0,8%	0,8%	1,2%	0,3%	0,0%	0,6%
motele	0,4%	0,4%	0,0%	0,4%	0,5%	2,0%
domy pracy twórczej	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%

W okresie 2012-2014 można zauważyć wzrost liczby miejsc noclegowych na Dolnym Śląsku, co spowodowane jest wzrostem liczby hoteli. Liczba obiektów innych niż obiekty hotelowe uległa z kolei spadkowi w analizowanym okresie. Szczegóły zaprezentowano na poniższym wykresie.

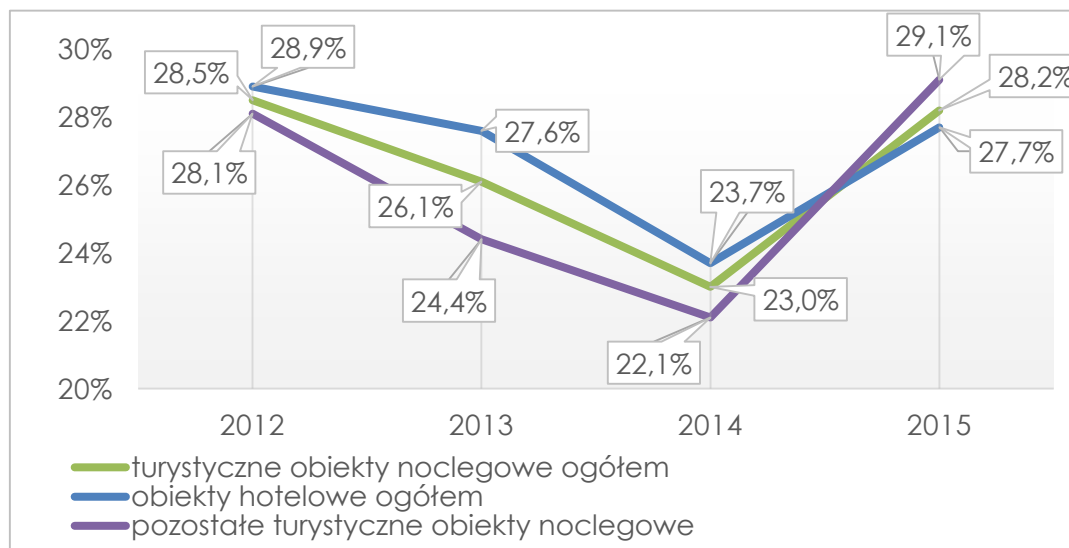
Rysunek 6. Miejsca noclegowe na Dolnym Śląsku wraz z dynamiką zmian w latach 2012-2014



W następnej kolejności analizie poddano stopień wykorzystania miejsc noclegowych na Dolnym Śląsku. W celu porównania danych również do roku 2015 i z racji braku bardziej aktualnych dostępnych danych przy analizie bazowano na danych według stanu na styczeń danego roku. W okresie 2012-2014 zanotowano stały spadek stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych na Dolnym Śląsku (zarówno w obiektach hotelowych, jak i obiektach innych niż hotelowe.). W styczniu 2015r. można zauważyć z kolei wzrost stopnia wykorzystania miejsc noclegowych. Dla obiektów niebędących hotelami stopień wykorzystania miejsc noclegowych w styczniu 2015r. był najwyższy w całym analizowanym okresie. Dla obiektów hotelowych był z kolei niższy jedynie

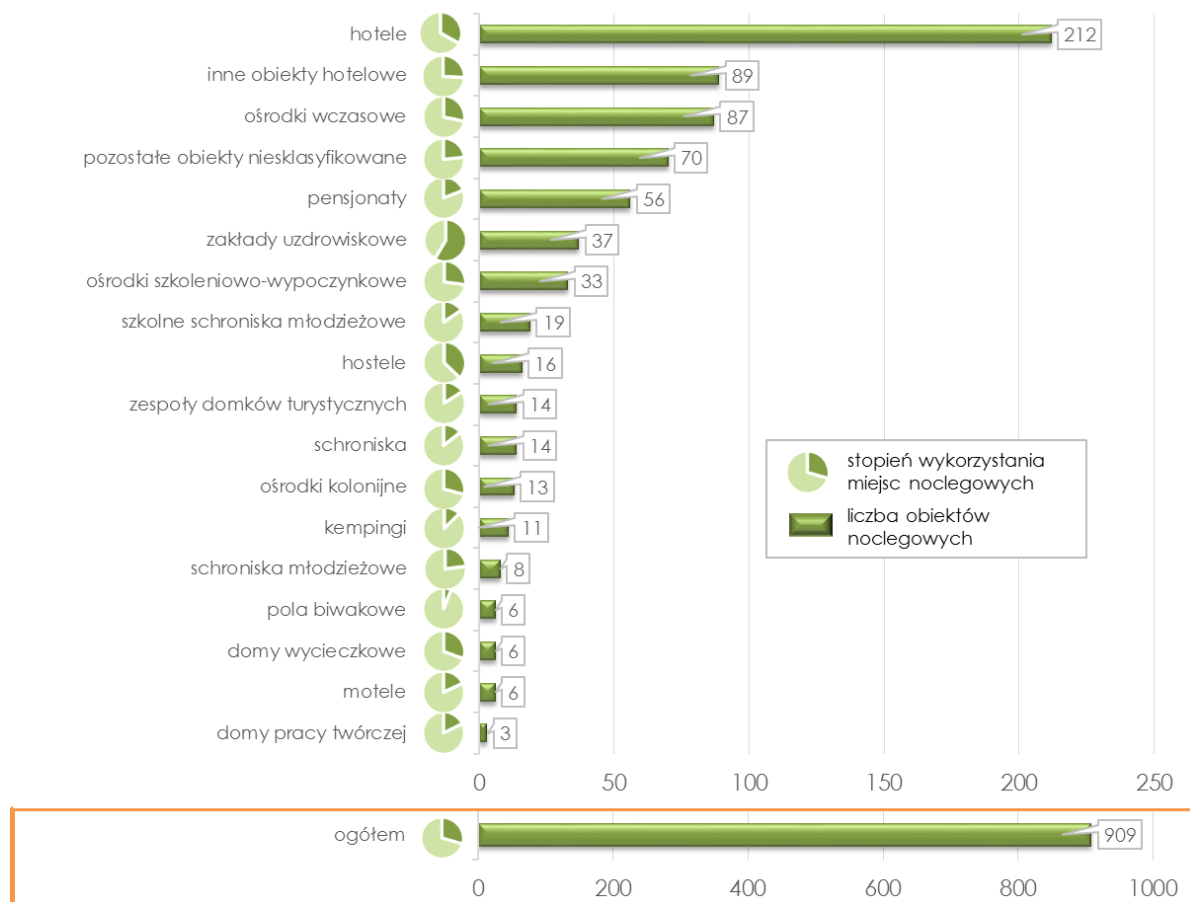
od statystyk podawanych dla roku 2012. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych na Dolnym Śląsku w styczniu w latach 2012-2015 zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 7. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych na Dolnym Śląsku w styczniu w latach 2012-2015



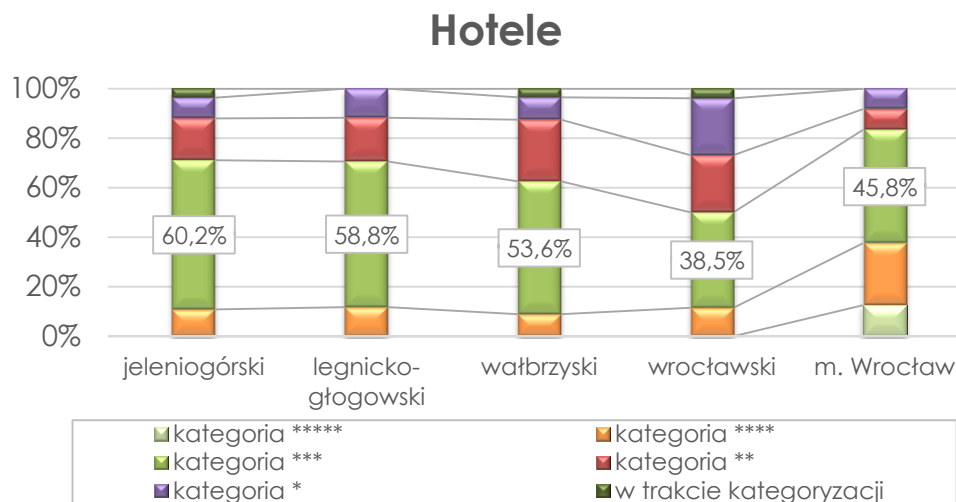
Stopień wykorzystania miejsc noclegowych przeanalizowano również w podziale na szczegółowy rodzaj obiektu zbiorowego zakwaterowania, analizie poddano dane z 2014 r. Wśród obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na Dolnym Śląsku największy odsetek w 2014 r. stanowiły hotele, a następnie inne obiekty hotelowe, ośrodki wczasowe, obiekty niesklasyfikowane, pensjonaty oraz zakłady uzdrowiskowe. Największy stopień wykorzystania miejsc noclegowych z kolei w 2014 r. zanotowano w odniesieniu do zakładów uzdrowiskowych (73,1%), hosteli (41,3%), hoteli (32,8%), ośrodków kolonijnych (29,0%) oraz domów wycieczkowych (27,8%). Najniższy stopień wykorzystania miejsc noclegowych odnotowano natomiast w tym czasie w szkolnych schroniskach młodzieżowych (15,7%), schroniskach (14,4%), na kempingach (13,8%) oraz na polach biwakowych (6,5%). Dane dotyczące liczby obiektów oraz stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w podziale na rodzaj obiektu zbiorowego zakwaterowania w 2013r. zaprezentowano na wykresie poniżej.

Rysunek 8. Obiekty zbiorowego zakwaterowania na Dolnym Śląsku w 2014r. wraz ze stopniem wykorzystania miejsc noclegowych w podziale na rodzaj obiektów



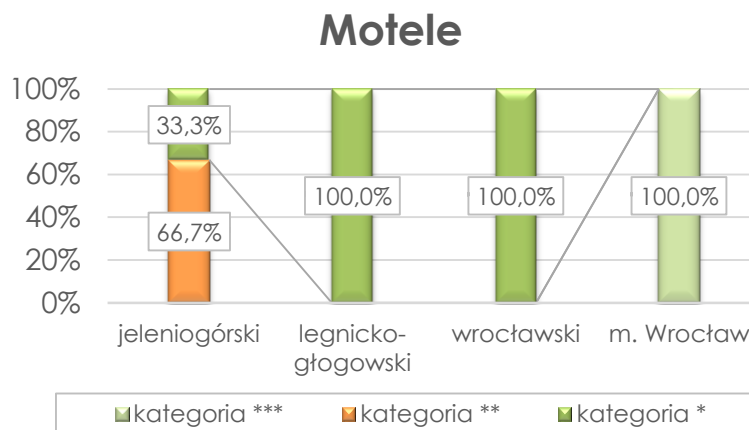
Hotele na Dolnym Śląsku mogą pochwalić się głównie kategorią trzech gwiazdek (53% hoteli w województwie). Największy odsetek hoteli z taką kategorią można zaobserwować w podregionie jeleniogórskim (60,2%). Najwyższe kategorie mają jednak hotele w mieście Wrocław (12,5% hoteli 5-gwiazdkowych, 25,0% hoteli 4-gwiazdkowych, 45,8% hoteli 3-gwiazdkowych).

Rysunek 9. Hotele w podregionach Dolnego Śląska w 2014r. według kategorii



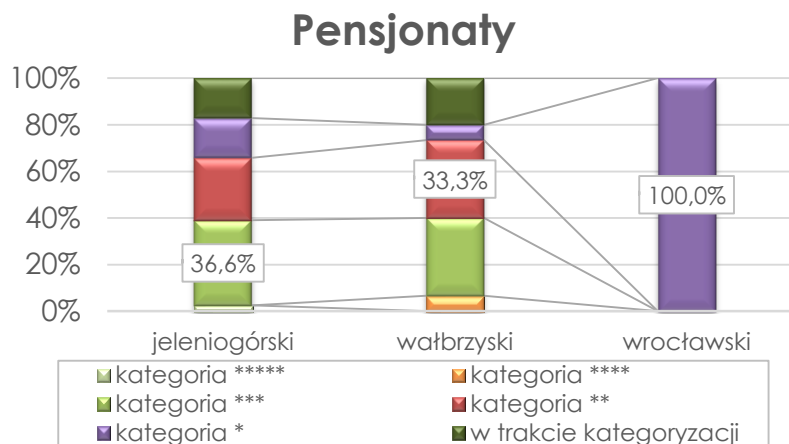
Motele na Dolnym Śląsku mają kategorie 1, 2 bądź 3 gwiazdek. We Wrocławiu wszystkie motele są 4-gwiazdkowe, w podregionie legnicko-głogowskim oraz wrocławskim 1-gwiazdkowe, a w jeleniogórskim dominują motele 2-gwiazdkowe.

Rysunek 10. Motele w podregionach Dolnego Śląska w 2014r. według kategorii



Nocleg w pensjonacie zapewniony może zostać w podregionach jeleniogórskim, wałbrzyskim bądź wrocławskim. W podregionie wrocławskim występują jedynie 1-gwiazdkowe pensjonaty, w podregionie wałbrzyskim spotkać można głównie pensjonaty 2-gwiazdkowe, a w podregionie jeleniogórskim 3-gwiazdkowe.

Rysunek 11. Pensjonaty w podregionach Dolnego Śląska w 2014r. według kategorii



Turyści odwiedzający Dolny Śląsk według statystyk GUS

W 2014r. po Polsce podróżowało ponad 25 mln turystów, w tym ponad 5 mln stanowili turyści zagraniczni. Największy odsetek badanych odwiedził województwa mazowieckie i małopolskie. Zauważyć można znaczącą przewagę w liczbie odwiedzin turystów zagranicznych nad innymi województwami – województwa te bowiem odwiedzane są znacznie częściej przez turystów zagranicznych niż pozostałe województwa polskie. Dolny Śląsk zajmuje trzecie miejsce pod kątem liczby odwiedzin turystów z tym, że jest on odwiedzany przez większy odsetek turystów polskich niż zagranicznych w perspektywie całego kraju i danej kategorii. Dane na temat odsetka turystów korzystających z noclegów w poszczególnych województwach Polski w 2014r. przedstawiono w poniższej tabeli.

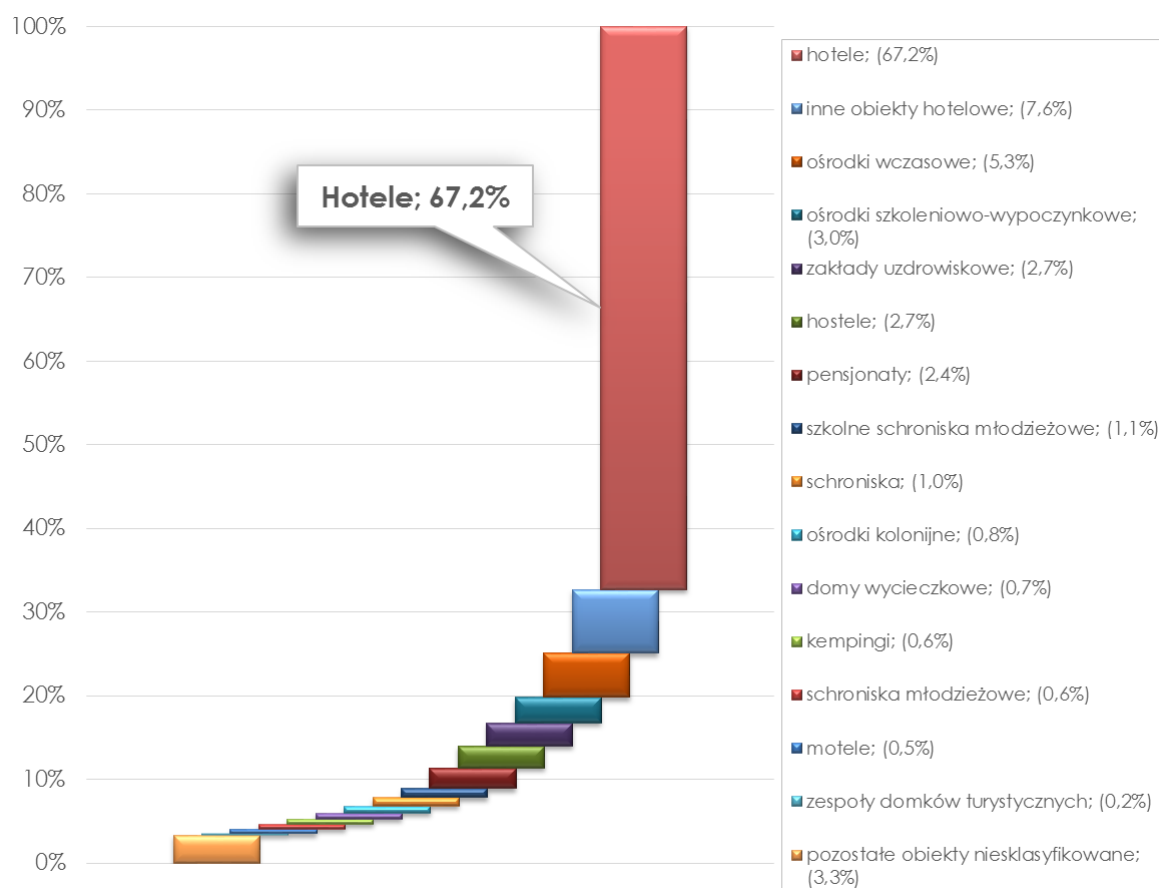
Tabela 6. Odsetek turystów korzystających z noclegów w poszczególnych województwach w 2014r. (turyści ogółem i turyści zagraniczni)

województwo	odsetek turystów ogółem	odsetek turystów zagranicznych
mazowieckie	15,4%	21,3%
małopolskie	14,9%	21,8%
dolnośląskie	9,6%	9,3%
zachodniopomorskie	9,0%	9,9%
pomorskie	8,8%	7,9%
śląskie	8,0%	5,9%
wielkopolskie	7,0%	4,9%
łódzkie	4,8%	3,1%
warmińsko-mazurskie	4,4%	3,2%
kujawsko-pomorskie	3,7%	1,6%
podkarpackie	3,5%	1,9%
lubelskie	3,0%	2,0%
lubuskie	2,4%	3,1%

województwo	odsetek turystów ogółem	odsetek turystów zagranicznych
podlaskie	2,4%	3,0%
świętokrzyskie	1,9%	0,5%
opolskie	1,2%	0,6%
Polska	100,0%	100,0%

W 2014r. na Dolnym Śląsku z noclegów turystycznych korzystało ponad 2,4 mln turystów. Większość z nich korzystała z noclegów w hotelu lub w innych obiektach hotelowych. 5,3% turystów nocowało z kolei w ośrodkach wczasowych, a 3,0% w ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych. Odsetek turystów korzystających z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r. zaprezentowano na poniższym wykresie.

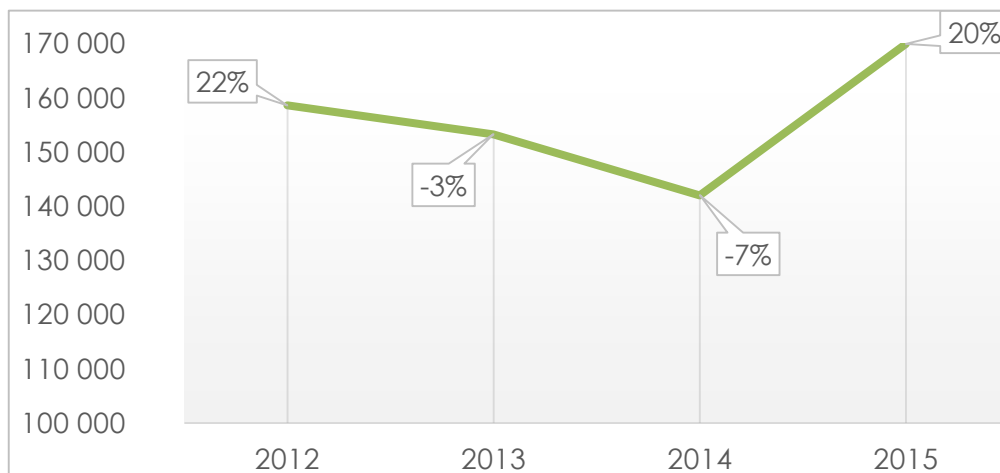
Rysunek 12. Korzystający z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r.



W celu obserwacji zmian liczby turystów korzystających z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku w okresie 2012-2015 porównano dane dla każdego roku, a następnie wyliczono dynamikę zmian. Porównano dane aktualne na styczeń każdego z analizowanych lat z racji, iż dla 2015r. w statystykach publicznych dostępne były dane jedynie dla miesiąca stycznia. W badanym okresie najwięcej turystów odwiedziło Dolny Śląsk w styczniu 2015r. (prawie 170 tys. turystów). Liczba ta osiągnęła taką wartość po ówczesnych dwuletnich spadkach liczby

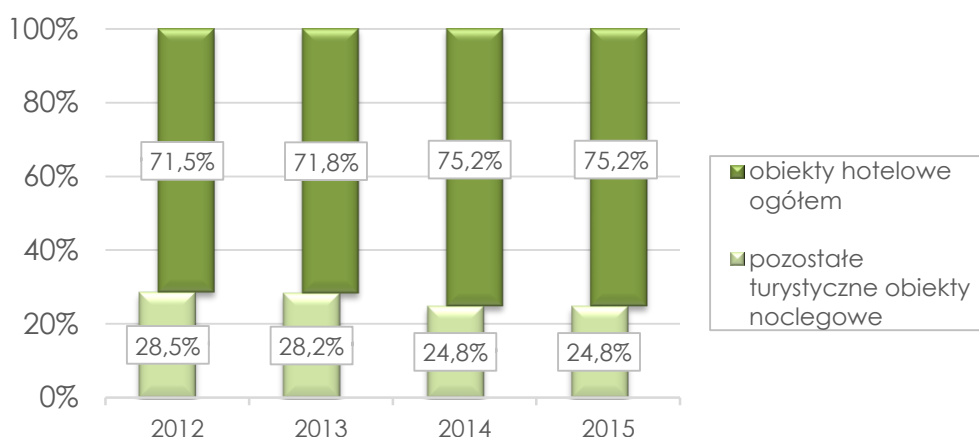
turystów. W styczniu 2013r. liczba turystów spadła o 3% w porównaniu do roku 2012. W styczniu 2014r. jeszcze zwiększył się poziom obniżki liczby turystów – liczba ta spadła o kolejne 7% w porównaniu do roku 2013, by następnie w styczniu roku 2015 zwiększyć swój poziom o 20% w porównaniu do roku poprzedniego.

Rysunek 13. Dynamika zmian liczby turystów korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w okresie 2012-2015 (wg stanu na styczeń danego roku)



Zdecydowanie większą część turystycznych obiektów noclegowych w województwie dolnośląskim stanowią obiekty hotelowe (hotele i inne obiekty hotelowe) niż pozostałe turystyczne obiekty noclegowe. W okresie 2012-2015 zwiększył się udział obiektów hotelowych w turystycznych obiektach noclegowych.

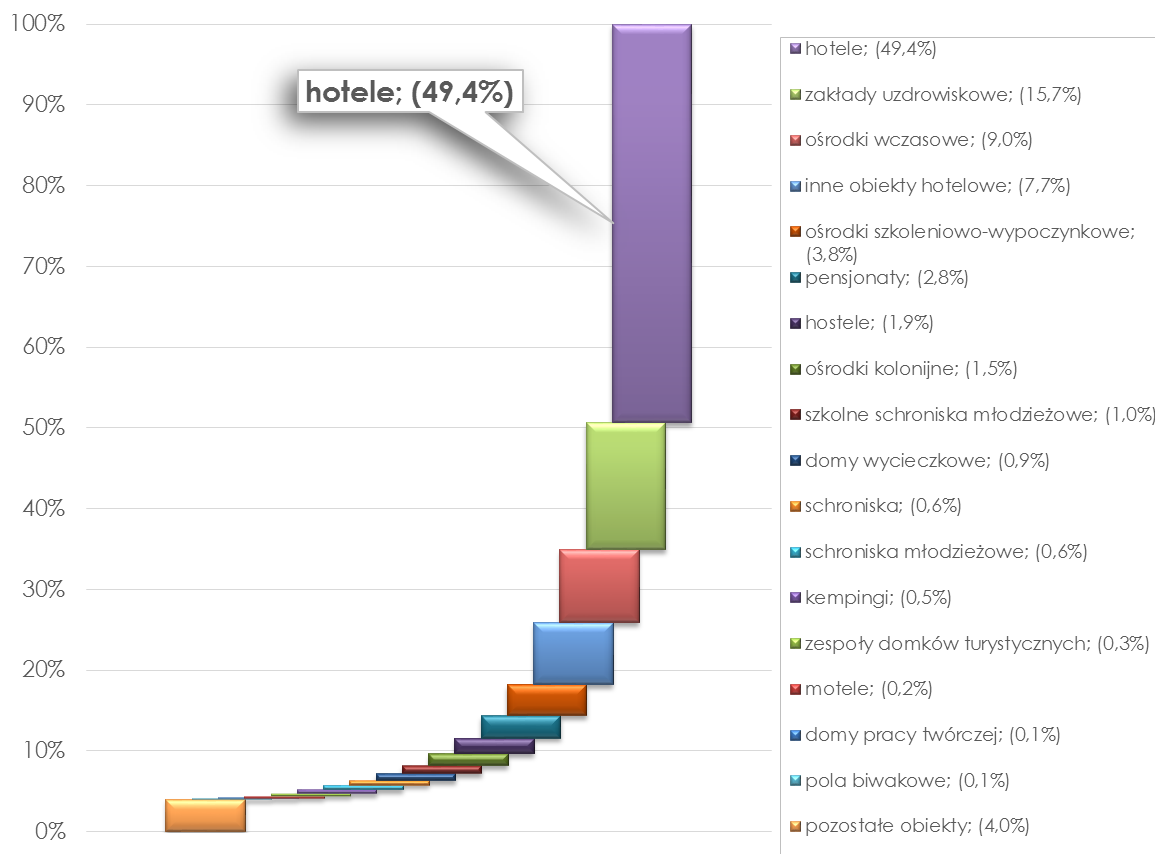
Rysunek 14. Udział liczby turystów korzystających z noclegów w styczniu w latach 2012-2015 wg typu obiektu w turystycznych obiektach noclegowych ogółem



W 2014r. na Dolnym Śląsku udzielono turystom ponad 6 mln noclegów. 49,4% z nich udzielonych zostało w hotelach. Większy odsetek turystów korzysta z hoteli (67,2%), co wskazuje na to, iż turyści wybierają hotele często na krótkie wypady. Na dłuższy pobyt popularne są np. zakłady uzdrowiskowe (korzysta z nich jedynie 2,5% turystów, ale udzielono

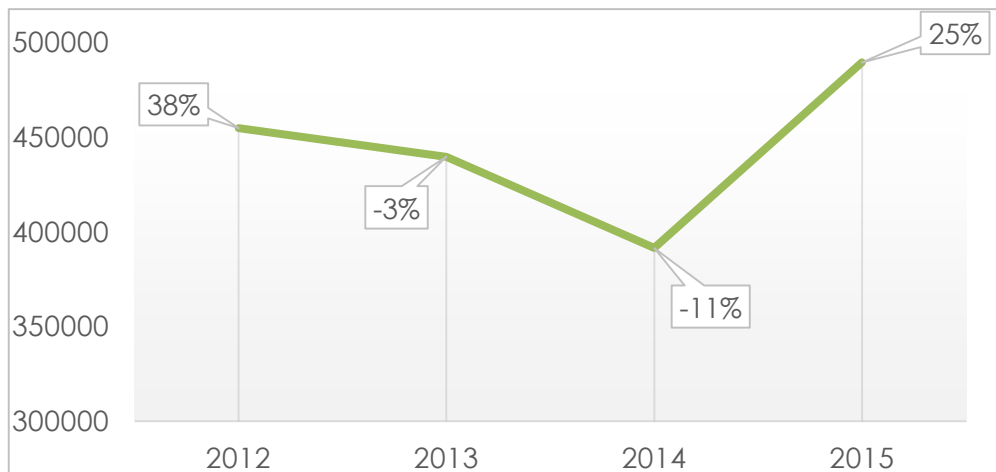
w nich aż 15,7% wszystkich noclegów). Dane dotyczące noclegów udzielonych turystom na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r. zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 15. Udzielone turystom na Dolnym Śląsku noclegi według rodzaju noclegu w 2014r.



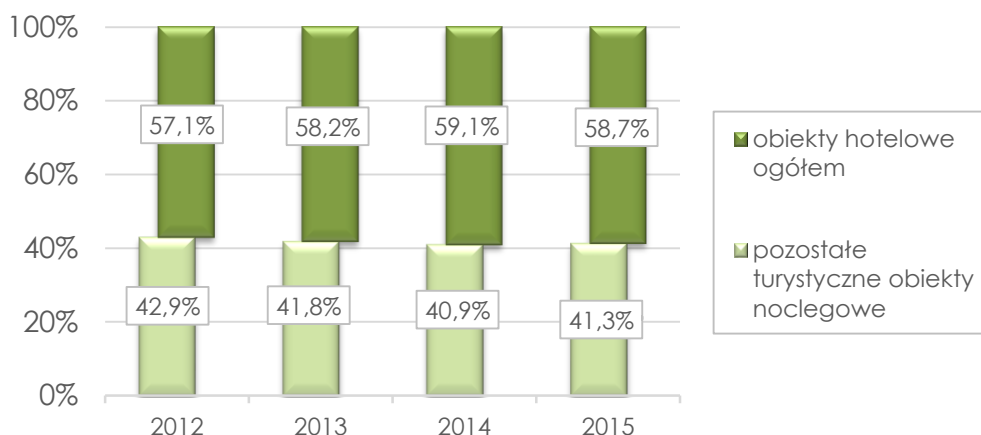
Następnie analizie poddano dynamikę zmian liczby udzielonych w województwie dolnośląskim noclegów w styczniu w latach 2012-2015. W roku 2012 liczba ta wynosiła prawie 455 tys., w roku 2013 spadła o 3%, a w roku 2014 jeszcze o kolejne 11% w porównaniu do roku poprzedniego. W styczniu 2015r. udzielono najwięcej noclegów turystom na Dolnym Śląsku w całym analizowanym okresie (ponad 489 tys.). Dokładne informacje zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 16. Dynamika zmian liczby udzielonych turystom noclegów w obiektach noclegowych w okresie 2012-2015 (wg stanu na styczeń danego roku)



Ponadto udział udzielonych noclegów w obiektach hotelowych w stosunku do turystycznych obiektów noclegowych ogółem wzrastał w okresie 2012-2014, by w 2015r. osiągnąć spadek.

Rysunek 17. Udział liczby udzielonych turystom noclegów w styczniu w latach 2012-2015 wg typu obiektu w turystycznych obiektach noclegowych ogółem



Turyści zagraniczni odwiedzający Dolny Śląsk według statystyk GUS

W 2013r. województwo dolnośląskie odwiedziło prawie 466 tys. turystów zagranicznych, z czego największy odsetek stanowili turyści z Niemiec (39,6%). Prawie co dziesiąty turysta pochodził z kolei z Rosji. Analizując strukturę turystów zagranicznych według kraju pochodzenia w podziale na podregiony województwa zauważyć można, że największy odsetek turyści z Niemiec stanowią w podregionie jeleniogórskim. W podregionie wałbrzyskim z kolei największą część turystów zagranicznych stanowią turyści z Rosji. W podregionie legnicko-głogowskim większy niż w pozostałych podregionach odsetek stanowią turyści z Ukrainy. Szczegółowe dane na temat pochodzenia turystów odwiedzających Dolny Śląsk zaprezentowano w tabeli poniżej. W porównaniu do roku 2012 liczba turystów zagranicznych

spadła o ponad 18 tys. Największe zmiany zaobserwowano w odniesieniu do turystów z następujących krajów:

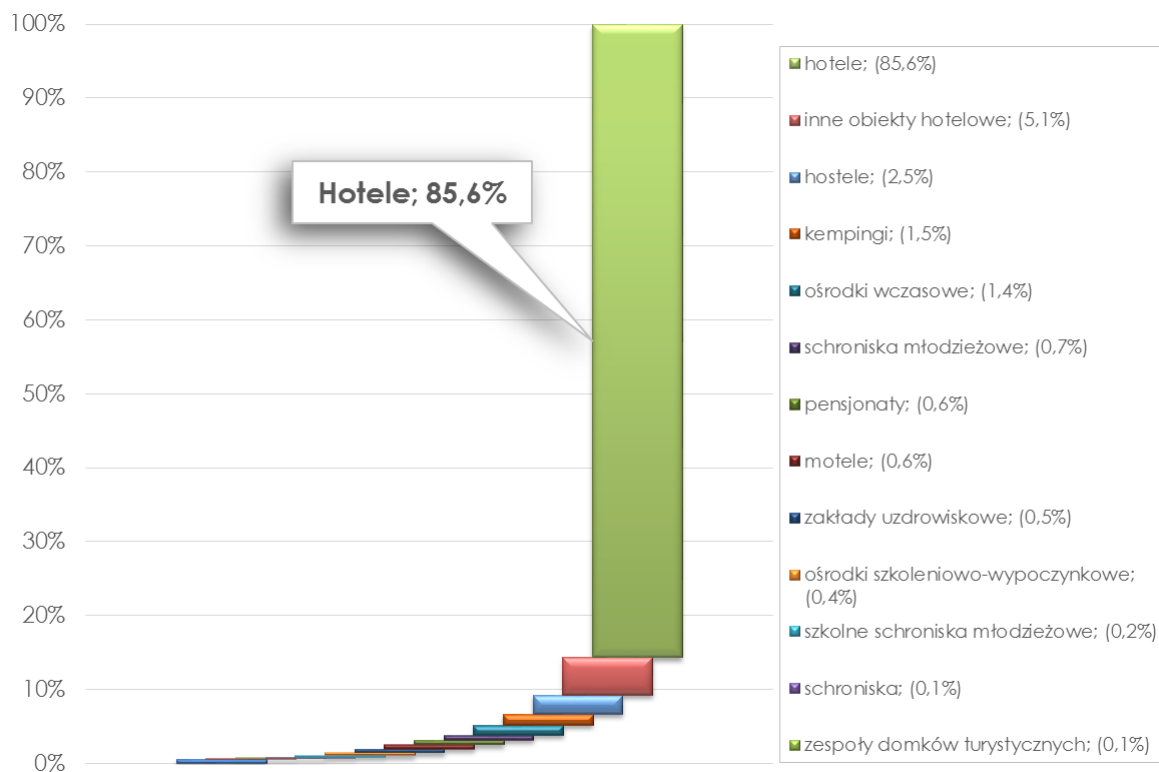
- Rosja – spadek liczby turystów o 3,9 pkt proc., zdecydowanie największy w podregionie wałbrzyskim (o 15,9 pkt proc.);
- Niemcy – wzrost liczby turystów o 1,5 pkt proc., największy w podregionie legnicko-głogowskim (o 6,0 pkt proc.);
- Ukraina – wzrost liczby turystów o 1,1 pkt proc., największy w podregionie wałbrzyskim (o 4,9 pkt proc.);
- Czechy – spadek liczby turystów o 0,5 pkt proc., największy w mieście Wrocław (o 1,4 pkt proc.);
- Łotwa – spadek liczby turystów o 0,4 pkt proc., zdecydowanie największy w podregionie wrocławskim (o 14,0 pkt proc.).

Tabela 7. Turyści zagraniczni odwiedzający Dolny Śląsk w 2013r. według kraju pochodzenia

Kraj pochodzenia/Podregion	Woj. dolnośląskie	jeleniogórski	legnicko-głogowski	wałbrzyski	wrocławski	m. Wrocław
Niemcy	39,6%	55,2%	34,2%	30,3%	21,8%	37,0%
Rosja	9,7%	11,9%	17,6%	30,8%	5,4%	3,3%
Ukraina	5,0%	8,0%	13,0%	7,2%	5,7%	2,2%
Wielka Brytania	5,0%	1,3%	2,0%	2,1%	2,0%	7,7%
Francja	3,8%	2,0%	2,6%	2,1%	3,0%	5,1%
Włochy	3,7%	0,8%	1,8%	2,0%	4,6%	5,4%
Hiszpania	3,3%	0,7%	0,9%	0,5%	0,6%	5,4%
Czechy	2,7%	1,4%	3,4%	5,4%	4,5%	2,4%
Niderlandy (Holandia)	2,4%	1,9%	2,5%	1,1%	2,5%	2,8%
Stany Zjednoczone Ameryki	2,0%	1,1%	0,9%	0,9%	0,6%	2,9%
Białoruś	1,8%	3,2%	1,8%	1,5%	9,4%	0,7%
Szwecja	1,6%	0,3%	1,8%	0,4%	1,2%	2,4%
Litwa	1,6%	3,1%	1,3%	1,8%	4,8%	0,7%
Norwegia	1,5%	0,2%	2,0%	0,2%	0,5%	2,4%
Austria	1,4%	0,5%	0,8%	3,1%	1,8%	1,5%
Belgia	1,4%	1,1%	1,1%	0,6%	1,5%	1,7%
Dania	1,3%	1,6%	2,4%	0,5%	1,2%	1,2%
Japonia	1,0%	0,3%	0,8%	1,0%	1,0%	1,4%
Łotwa	1,0%	0,3%	0,8%	0,9%	12,3%	0,5%
Pozostałe kraje	10,4%	4,9%	8,4%	7,5%	15,4%	13,2%

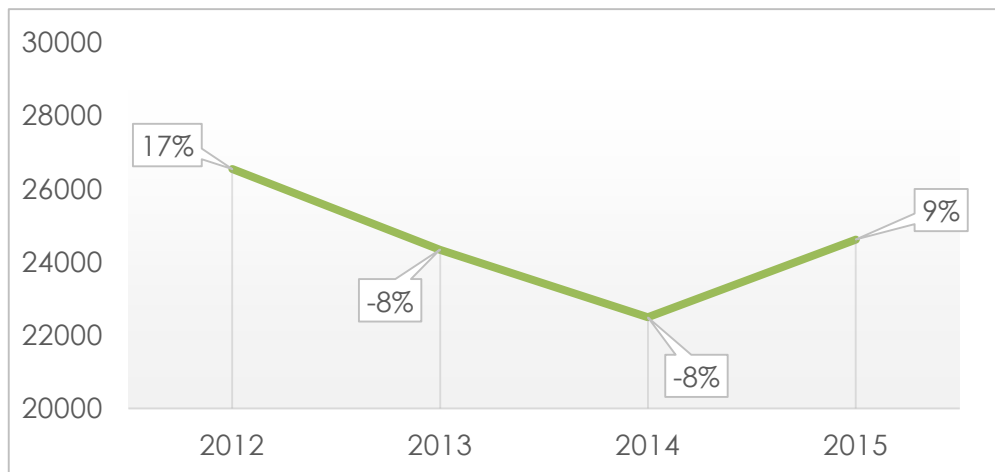
W 2014r. zdecydowana większość turystów zagranicznych korzystała z obiektów hotelowych (zwłaszcza hoteli). Turyści zagraniczni częściej korzystają z usług hoteli niż turyści polscy, którzy w bardziej różnorodny sposób wybierają miejsce swojego noclegu. Szczegółowe informacje na temat odsetka turystów zagranicznych korzystających z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r. przedstawiono na poniższym wykresie.

Rysunek 18. Turyści zagraniczni korzystający z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r.



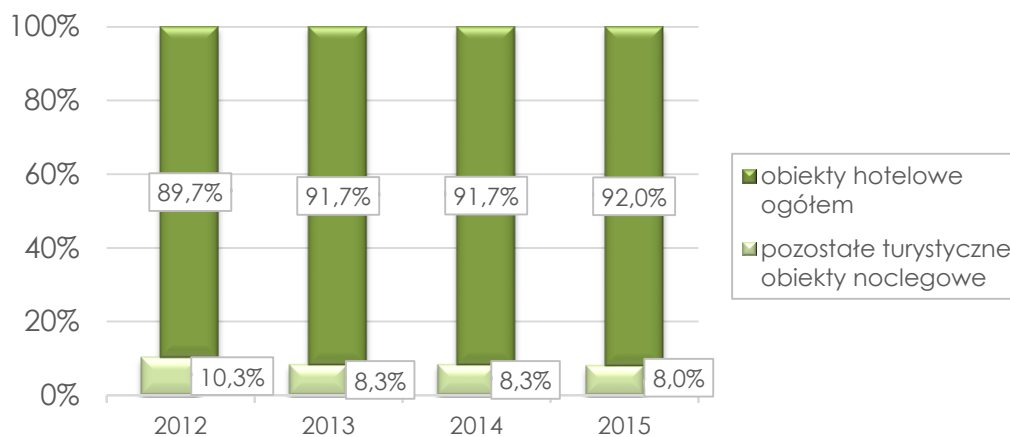
Ponownie analizie podano zmiany liczby turystów (w tym przypadku oddzielnie turystów zagranicznych) w okresie 2012-2015. Ponownie do analizy użyto dane aktualne dla stycznia danego roku. Najwięcej turystów zagranicznych odwiedziło województwo dolnośląskie w styczniu 2012r. w kolejnych dwóch latach obserwujemy spadek liczby turystów zagranicznych, co odzwierciedla również tendencję odnośnie turystów ogółem. W 2015 roku liczba turystów zagranicznych wzrosła o 9% w porównaniu z rokiem 2014, by osiągnąć wartość prawie 25 tys. turystów. Szczegółowe dane na temat dynamiki zmian liczby turystów zagranicznych korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w okresie 2012-2015 przedstawiono na poniższym wykresie.

Rysunek 19. Dynamika zmian liczby turystów zagranicznych korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w okresie 2012-2015 (wg stanu na styczeń danego roku)



Jak już wcześniej wspomniano, turyści zagraniczni zdecydowanie chętniej korzystają z noclegów w obiektach hotelowych na Dolnym Śląsku niż w innych turystycznych obiektach noclegowych Dolnego Śląska. W okresie 2012-2015 można zauważyć w dodatku nieznaczny wzrost zainteresowania obiektami hotelowymi w porównaniu do innych turystycznych obiektów noclegowych.

Rysunek 20. Udział liczby turystów zagranicznych korzystających z noclegów w styczniu w latach 2012-2015 wg typu obiektu w turystycznych obiektach noclegowych ogółem



Baza gastronomiczna i sportowo-rekreacyjna na Dolnym Śląsku

Elementem w coraz większym stopniu przyciągającym turystów do danego miejsca jest między innymi stopień rozwinięcia bazy zarówno gastronomicznej, jak i sportowo-rekreacyjnej regionu. Na Dolnym Śląsku w 2014r. zanotowano 782 placówki gastronomiczne, w tym największą część stanowiły restauracje. W porównaniu z rokiem 2012 można jednak zaobserwować spadek liczby placówek ogółem. Największy procentowy spadek zanotowano w odniesieniu do stołówek (spadek o 10,9%).

Tabela 8. Baza gastronomiczna na Dolnym Śląsku w latach 2012-2014

Rodzaj placówki gastronomicznej/Rok	2012	2013	2014
restauracje	309	281	295
bary i kawiarnie	239	221	224
stołówki	230	208	205
punkty gastronomiczne	49	44	58
ogółem	827	754	782

Analizując Dolny Śląsk pod kątem bazy rekreacyjno-sportowej można zauważyć, że obiekty zbiorowego zakwaterowania najlepiej wyposażone są w sauny, urządzenia do tenisa stołowego, bilard, boiska do siatkówki/koszykówki, a także siłownie. Wśród analizowanych pod tym kątem subregionów turystycznych Dolnego Śląska najlepiej wyposażone są subregiony Karkonosze i Góry Izerskie, Ziemia Kłodzka oraz Nysa, Kwisa, Bóbr.

Tabela 9. Baza sportowo - rekreacyjna przy obiektach zbiorowego zakwaterowania

Urządzenia/obiekty sportowo-rekreacyjne przy obiektach zbiorowego zakw.	Dolnośląskie Subregiony Turystyczne												
	Karkonosze i Góry Izerskie	Pogórze Kaczawskie	Nysa, Kwisa, Bóbr	Bory Dolnośląskie	Dolina Odry Zachód	Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy	Sudety Wałbrzyskie	Przedgórze Sudeckie	Ślęza	Dolina Odry Wschód	Ziemia Kłodzka	Wrocław	Sowiogórski
Siłownia	55	1	16	4	1	5	3	3	1	0	23	11	3
Basen kryty	26	0	8	3	1	0	0	2	1	0	9	4	2
Kort tenisowy	16	2	5	5	3	6	1	3	0	0	6	1	3
Boisko do siatkówki/koszykówki	46	2	10	5	5	8	3	8	2	1	32	3	5
Minigolf	3	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0
Bilard	75	2	13	6	0	1	3	4	2	1	28	3	1
Tenis stołowy	93	1	13	2	4	6	6	9	1	0	36	2	7
Sauna	99	1	21	5	2	5	5	5	2	1	26	14	5
Solarium	27	0	2	1	0	5	1	1	0	0	9	4	1
Wypożyczalnia sprzętu pływającego	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	3	0
Wypożyczalnia rowerów	39	1	7	2	1	5	1	3	1	0	23	3	3
Pokój zabaw dla dzieci	26	0	0	3	0	0	2	2	0	0	11	2	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie koncepcji subregionalnych, będących uzupełnieniem Aktualizacji Programu Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego. Źródło danych statystycznych: Bank Danych Lokalnych GUS

4 CHARAKTERYSTYKA UCZESTNIKÓW BADANIA

Charakterystyka badanych turystów

W ramach badania analizie poddano wypowiedzi 706 respondentów odwiedzających w trakcie realizacji badania Dolny Śląsk.

Nieznaczną większość badanych turystów (52%) stanowiły kobiety. Co trzeci badany miał od 18 do 34 lat. 28% badanych z kolei reprezentowało grupę w wieku 35-49 lat. Co czwarty respondent zadeklarował wiek w przedziale 50-64 lat. 15% badanych stanowiło grupę osób starszych niż 64 lata. Ponadto największą grupę badanych turystów stanowiły osoby zatrudnione na umowę o pracę (38%). 18% respondentów posiadało w momencie realizacji badania status studenta bądź ucznia, 17% respondentów status emeryta bądź rencisty, a co dziesiąty badany deklaruje zatrudnienie na umowie cywilno – prawnej. 7% badanych stanowiły osoby samozatrudnione, 6% pracodawcy, 4% osoby bezrobotne, a 3% rolnicy.

90% badanych turystów stanowili turyści z Polski. Połowę z nich stanowili turyści zamieszkujący województwo dolnośląskie. Większe grupy stanowili ponadto turyści z województwa opolskiego (13%), śląskiego (9%), wielkopolskiego (6%) oraz lubuskiego (4%). Dokładne informacje na temat województwa zamieszkiwanego przez badanych turystów zaprezentowano w poniższej tabeli.

Tabela 10. Województwo zamieszkania respondenta

Województwo zamieszkania respondenta	Odsetek respondentów
Dolnośląskie	50%
Opolskie	13%
Śląskie	9%
Wielkopolskie	6%
Lubuskie	4%
Łódzkie	3%
Małopolskie	3%
Mazowieckie	2%
Zachodniopomorskie	2%
Lubelskie	2%
Świętokrzyskie	2%
Pomorskie	1%
Podlaskie	1%
Kujawsko – pomorskie	1%
Podkarpackie	0,5%
Warmińsko – mazurskie	0,2%

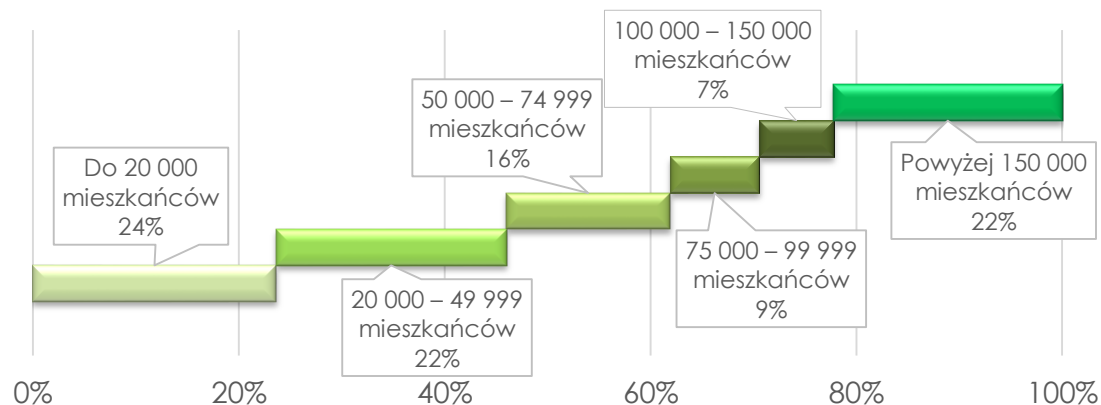
10% badanych turystów stanowili z kolei turyści zagraniczni. Zdecydowanie największy odsetek z nich, bo aż 80%, stanowili turyści z Niemiec. Wśród badanych turystów można wyszczególnić również turystów z Czech (5%), Anglii, Białorusi i Ukrainy (po 3%). Szczegółowe informacje przedstawiono w tabeli numer 11.

Tabela 11. Kraj pochodzenia respondenta zagranicznego

Kraj pochodzenia respondenta zagranicznego	Odsetek respondentów
Niemcy	80%
Czechy	5%
Anglia	3%
Białoruś	3%
Ukraina	3%
Australia	1%
Francja	1%
Hiszpania	1%
Norwegia	1%
RPA	1%
Wielka Brytania	1%

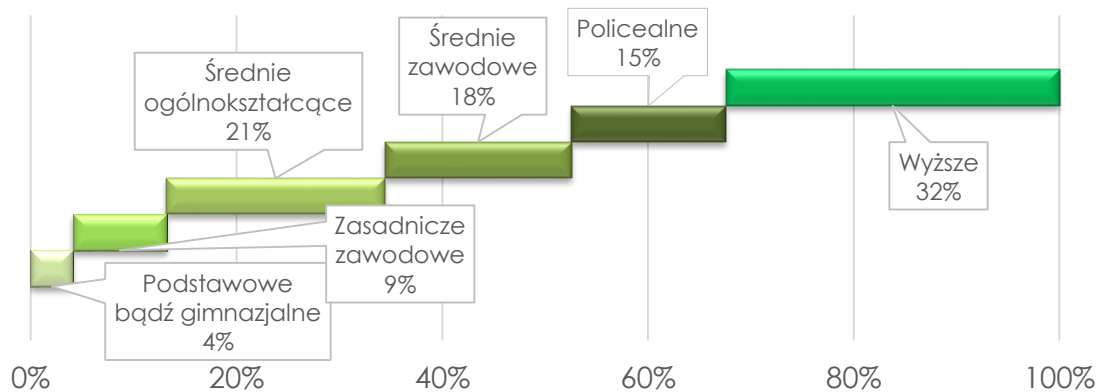
Prawie co czwarty badany zadeklarował, że mieszka w miejscowości zamieszkiwanej przez nie więcej niż 20 tys. mieszkańców. Po 22% badanych zadeklarowało z kolei zamieszkiwanie miejscowości, w której mieszka od 20 000 do 49 999 mieszkańców i powyżej 150 000 mieszkańców. Dokładne dane na temat wielkości miejscowości zamieszkiwanej przez badanych turystów zaprezentowano poniżej.

Rysunek 21. Miejsce zamieszkania badanych turystów – wielkość miejscowości



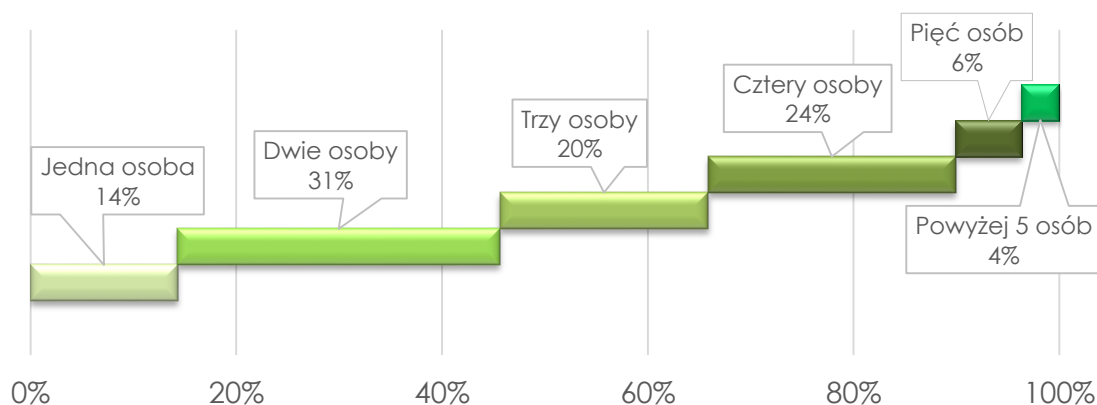
Co trzeci badany turysta zadeklarował posiadanie wykształcenia wyższego. 21% badanych w chwili realizacji badania posiadało wykształcenie średnie ogólnokształcące, 18% średnie zawodowe, 15% policealne, 9% zasadnicze zawodowe, a 4% podstawowe bądź gimnazjalne.

Rysunek 22. Wykształcenie badanych turystów



Respondenci podali również ile osób zamieszkuje ich gospodarstwo domowe. Najwięcej, bo 31% badanych zadeklarowało, że w ich gospodarstwie domowym żyją dwie osoby. Szczegóły zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 23. Liczba osób w gospodarstwie domowym badanych turystów



Respondentów zapytano ponadto o wysokość dochodów na osobę w gospodarstwie domowym. Większość badanych (60%) odmówiła odpowiedzi na to pytanie. 23% badanych wskazało kwotę powyżej 2 500 zł, 7% kwotę w przedziale 1 501 – 2 500 zł, 6% kwotę w przedziale 1 000 – 1 500 zł. Pozostali badani zadeklarowali poziom zarobków poniżej 1 000 zł.

Ankieterzy przeprowadzający badanie określili ponadto subregion województwa, w którym przeprowadzany był wywiad w celu umożliwienia odniesienia wybranych wyników do poszczególnych subregionów. Największy odsetek badanych ankietowany był we Wrocławiu, a następnie w Karkonoszach i Górach Izerskich oraz w subregionie Ziemia Kłodzka.

Tabela 12. Miejsce przeprowadzania wywiadu

Subregion	Odsetek respondentów
Wrocław	36%
Karkonosze i Góry Izerskie	29%
Ziemia Kłodzka	11%
Nysa, Kwisia, Bóbr	6%
Pogórze Kaczawskie	4%
Przedgórze Sudeckie	3%
Bory Dolnośląskie	3%
Dolina Odry Wschód	3%
Sudety Wałbrzyskie	2%
Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy	1%
Ślęza	1%
Dolina Odry Zachodniej	1%

Charakterystyka badanych turystów potencjalnych

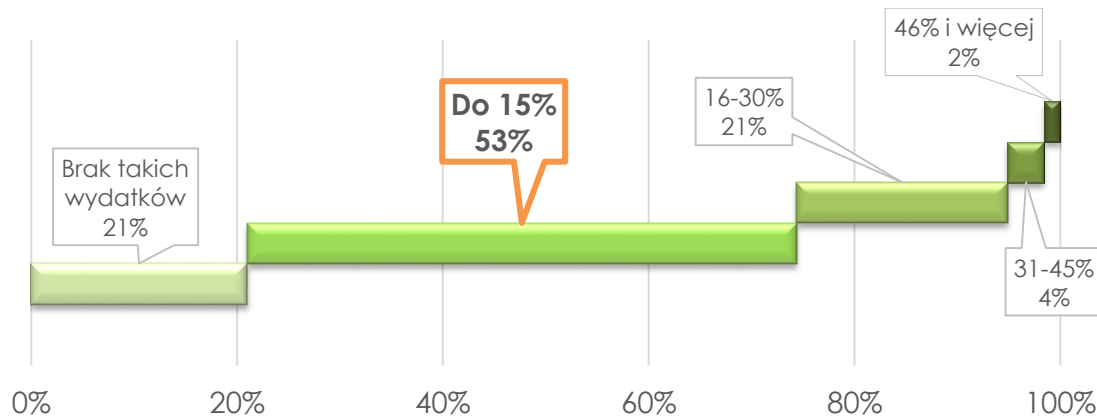
Badaniu poddano również 1 140 osób, które planują podróż w rejon Dolnego Śląska w okresie najbliższych 2 lat lub są zainteresowane odbyciem takiej podróży. W ramach badania grupę tę nazwano grupą turystów potencjalnych.

Wśród badanych turystów potencjalnych 52% stanowili mężczyźni. Największy odsetek badanych stanowiła ponadto najmłodsza grupa (18-34 lata; 27%). Niewiele mniej, bo po 26% badanych, stanowiły osoby w wieku 35-49 lat lub 50-64 lata. Co piąty badany turysta potencjalny miał co najmniej 65 lat. 38% badanych stanowiły osoby zatrudnione na umowę o pracę, 30% osoby znajdujące się na emeryturze bądź rencie, a 15% uczniowie bądź studenci. Wyszczególnić również można:

- Osoby bezrobotne - 6% badanych;
- Osoby samozatrudnione - 5% badanych;
- Osoby zatrudnione na umowie cywilno - prawnej - 4% badanych;
- Pracodawców - 4% badanych;
- Rolników - 2% badanych.

Większość badanych turystów potencjalnych zadeklarowała, że ich wydatki związane z turystyką i wypoczynkiem w latach 2012-2015 wyniosą łącznie nie więcej niż 15% wszystkich wydatków. Po 21% badanych deklaruje, że nie ponosi takich wydatków w ogóle oraz że wydatki takie stanowią od 16% do 30% wszystkich wydatków. Jedynie 6% badanych turystów potencjalnych deklaruje poziom wydatków w tym celu na poziomie wyższym niż 30% wszystkich wydatków.

Rysunek 24. Proszę oszacować jaki procent wszystkich Pana(i) wydatków stanowią wydatki związane z turystyką i wypoczynkiem w latach 2012-2015



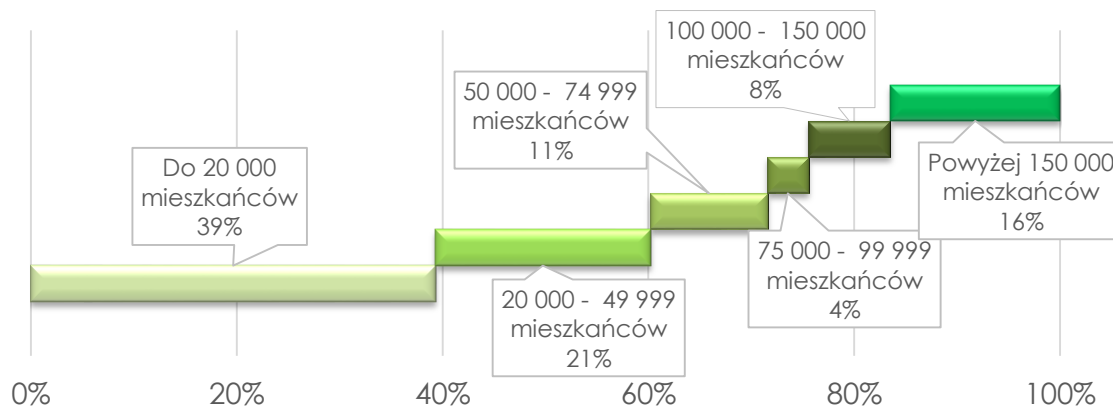
Największa grupa badanych turystów potencjalnych zamieszkuje województwo mazowieckie (14%). 12% badanych zamieszkuje z kolei województwo śląskie, a po 9% województwo wielkopolskie i małopolskie. Pozostałe województwa zamieszkiwane są przez co najwyżej 8% badanych. Szczegółowe dane zaprezentowano w tabeli poniżej.

Tabela 13. Miejsce zamieszkania – województwo

Województwo zamieszkania	Odsetek respondentów
Mazowieckie	14%
Śląskie	12%
Wielkopolskie	9%
Małopolskie	9%
Dolnośląskie	8%
Łódzkie	7%
Pomorskie	6%
Lubelskie	6%
Kujawsko-pomorskie	5%
Podkarpackie	5%
Zachodniopomorskie	4%
Warmińsko-mazurskie	4%
Świętokrzyskie	3%
Podlaskie	3%
Lubuskie	3%
Opolskie	3%

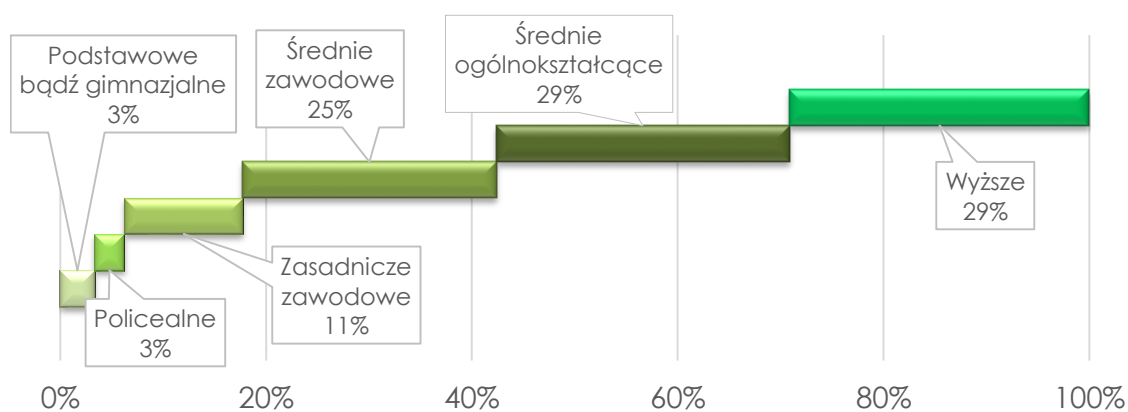
39% badanych turystów potencjalnych zamieszkuje miejscowość o wielkości do 20 tys. mieszkańców, 21% badanych zamieszkuje miejscowość, w której mieszka powyżej 20 tys. mieszkańców, ale mniej niż 50 tys., a 16% badanych zamieszkuje miejscowość powyżej 150 tys. mieszkańców. Pozostali badani zamieszkują miejscowości o wielkości od 50 tys. do 150 tys. mieszkańców. Dokładne dane zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 25. Proszę wskazać jak duża jest miejscowość, w której Pan(i) mieszka



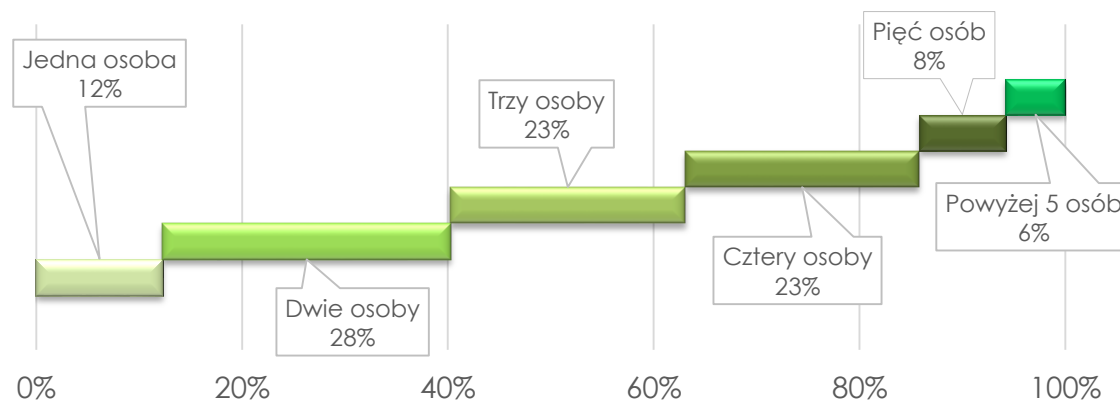
Największe grupy badanych posiadały w chwili realizacji badania wykształcenie średnie ogólnokształcące oraz wyższe (po 29%). Co czwarty badany posiadał z kolei wykształcenie średnie zawodowe, a 11% badanych wykształcenie zasadnicze zawodowe. Posiadanie wykształcenia policealnego oraz podstawowego bądź gimnazjalnego zadeklarowało po 3% badanych.

Rysunek 26. Jakie posiada Pan(i) wykształcenie?



12% badanych zamieszkuje gospodarstwo domowe w pojedynkę. Pozostali badani mieszkają z kimś, w tym 28% badanych mieszka z jedną osobą, po 23% badanych z dwiema i trzema osobami, 8% badanych z czterema osobami, a 6% badanych z przynajmniej 5 osobami.

Rysunek 27. Ile osób zamieszkuje w Pana(i) gospodarstwie domowym?



Ponad połowa badanych (55%) odmówiła podania wysokości dochodu na osobę w swoim gospodarstwie domowym. 12% badanych zadeklarowało, że kwota ta osiąga wartość z przedziału 501-999 zł, a po 11% kwotę z przedziału 1 000-1 500 zł oraz powyżej 2 500 zł. 9% badanych zadeklarowało, że wysokość dochodu na osobę w ich gospodarstwie domowym osiąga wartość w granicach 1 501-2 500 zł, a 2%, że jest to kwota nie wyższa niż 500 zł.

Charakterystyka badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania

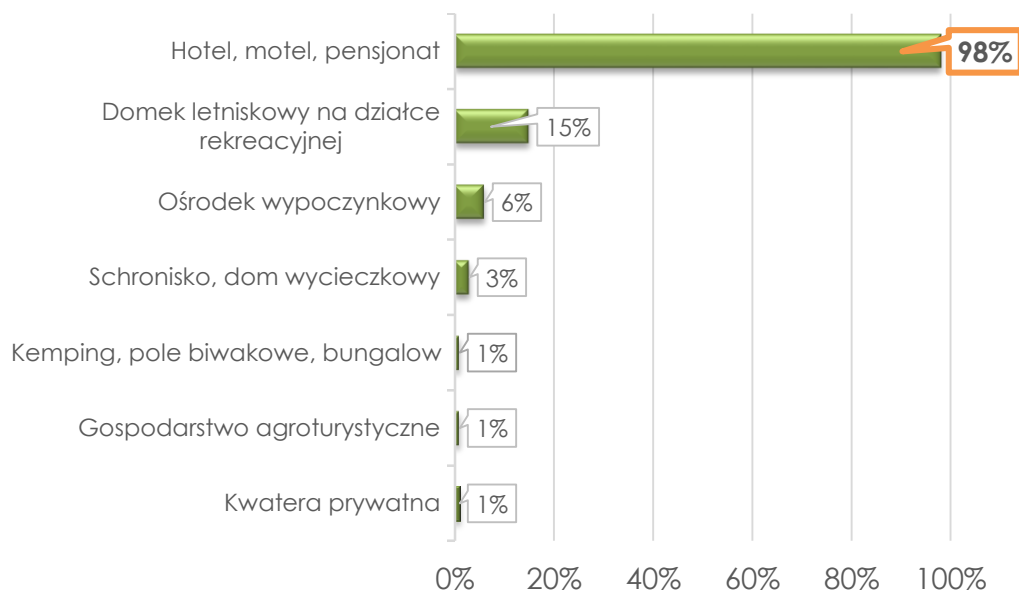
W niniejszym badaniu uczestniczyło 100 obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na terenie Dolnego Śląska. Co trzeci obiekt zlokalizowany był na terenie powiatu jeleniogórskiego, a co dziesiąty na terenie powiatu lubańskiego. Szczegółowe informacje na temat lokalizacji badanych obiektów zaprezentowano w poniższej tabeli.

Tabela 14. Lokalizacja obiektu

Lokalizacja obiektu	Odsetek obiektów
Powiat jeleniogórski	33%
Powiat lubański	10%
Świeradów - Zdrój	9%
Powiat kłodzki	8%
Wrocław	8%
Powiat wałbrzyski	6%
Jelenia Góra	4%
Powiat lwówecki	2%
Powiat świdnicki	2%
Powiat wrocławski	2%
Powiat zgorzelecki	2%
Inne	14%

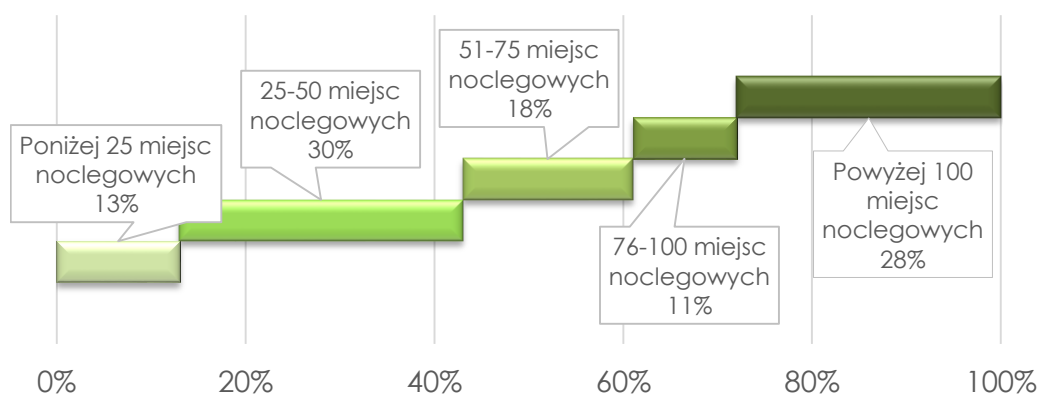
Prawie wszystkie badane obiekty posiadają status hoteli, moteli bądź pensjonatów. 15% z badanych obiektów stanowią domki letniskowe, a 6% ośrodki wypoczynkowe. Informacje na temat badanych obiektów w podziale na typy obiektów przedstawiono na poniższym wykresie.

Rysunek 28. Typ obiektu



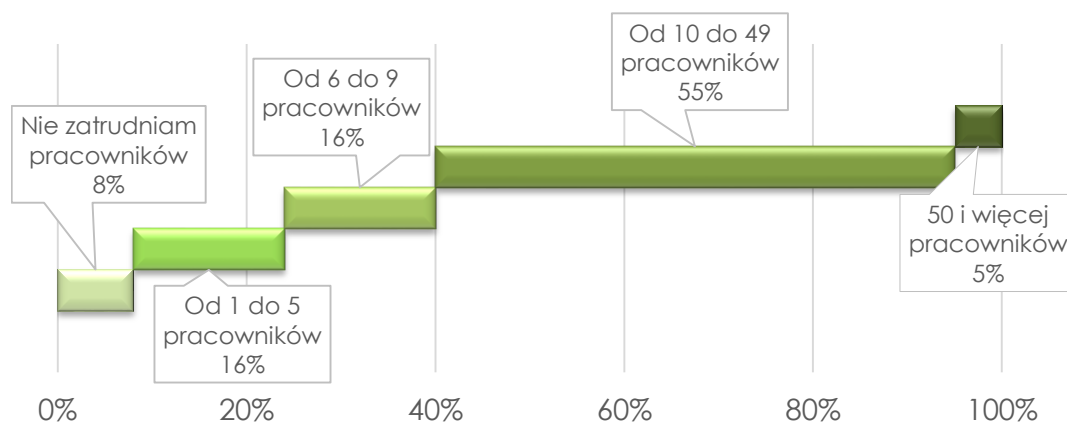
30% spośród przedstawicieli badanych obiektów zadeklarowało, że w ich obiektach znajduje się od 25 do 50 miejsc noclegowych. 28% badanych potwierdziło z kolei posiadanie w swoich obiektach powyżej 100 miejsc noclegowych. Informacje na temat liczby miejsc noclegowych wszystkich obiektów zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 29. Liczba miejsc noclegowych



W ponad połowie badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania (55%) zatrudnionych jest od 10 do 49 pracowników. W 5% badanych obiektów zatrudnionych jest co najmniej 50 pracowników. W pozostałych obiektach zbiorowego zakwaterowania zatrudnionych jest mniej niż 10 pracowników. Szczegóły zaprezentowano poniżej.

Rysunek 30. Liczba zatrudnionych osób



W badanych obiektach zbiorowego zakwaterowania, oprócz noclegów, oferowane są też inne usługi. Wśród nich wymieniano głównie organizacje imprez (69%), oferowanie kuchni regionalnej (66%) oraz organizację konferencji i kongresów (53%). Wszystkie dodatkowe usługi oferowane w badanych obiektach zbiorowego zakwaterowania zaprezentowano w poniższej tabeli.

Tabela 15. Dodatkowe usługi oferowane przez badane obiekty zbiorowego zakwaterowania

Dodatkowe usługi oferowane przez obiekt	Odsetek obiektów
Organizacja imprez	69%
Kuchnia regionalna	66%
Organizacja konferencji, kongresów	53%
Wycieczki piesze	51%
SPA	32%
Organizacja Podróży służbowych	28%
Wycieczki piesze w górach	18%
Wypożyczalnia rowerów	10%
Wellness	10%
Wycieczki rowerowe	9%
Wspinaczka w górach	9%
Organizacja podróży tematycznych, językowych	8%
Zorganizowane wyjazdy na narty	7%
Agroturystyka	5%
Pamiątkarstwo	5%
Przewóz osób	5%
Na życzenie klienta	5%
Ekoturystyka	4%
Wypożyczalnia sprzętu wodnego	3%
Myślistwo	3%
Organizacja zwiedzania miejsc kultu duchowego	3%
Wypożyczalnia sprzętu narciarskiego	2%
Jeździectwo konne	2%
Wędkarstwo	2%
Usługi animatora turystyki	2%
Incentive Tours	2%

Dodatkowe usługi oferowane przez obiekt	Odsetek obiektów
Siłownia	2%
Inne	6%

Charakterystyka respondentów wywiadów pogłębionych

Wywiadem pogłębionym objętych zostało siedmiu przedstawicieli wyższego szczebla wybranych instytucji związanych z polską turystyką. Respondentami wywiadów pogłębionych byli:

- Przedstawiciel Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej (Zastępca Dyrektora); Zakres obowiązków: m.in. pozyskiwanie i realizacja projektów ze środków zewnętrznych, koordynacja wydawnictw, planowanie i przeprowadzanie szkoleń. Dolnośląska Organizacja Turystyczna zajmuje się promocją regionu Dolnego Śląska jako całości, podnoszeniem jakości turystyki na Dolnym Śląsku oraz dbaniem o kwestie prawne i rozwojowe Dolnego Śląska.
- Przedstawiciel Śląskiej Organizacji Turystycznej (Dyrektor Biura) odpowiedzialny za całokształt prac regionalnej organizacji turystycznej. Śląska Organizacja Turystyczna zajmuje się promocją turystyczną województwa śląskiego.
- Przedstawiciel Urzędu Miasta we Wrocławiu (koordynator projektu w biurze promocji UM Wrocławia) zaangażowany w projekty promocyjne miasta. Biuro Promocji Urzędu Miasta we Wrocławiu zajmuje się promocją miasta Wrocławia w Polsce, jak i zagranicą.
- Przedstawiciel Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej pełniący obowiązki Dyrektora. Wielkopolska Organizacja Turystyczna zajmuje się promocją turystyczną województwa wielkopolskiego.
- Właściciel Biura Turystycznego i Biura Podróży (Touroperatorzy), zajmujących się głównie organizacją przyjazdów grup turystycznych z Niemiec i z kraju oraz przyjazdową do Polski i organizacją kongresów i konferencji.
- Przedstawiciel Dolnośląskiej Izby Turystyki (Kierownik Biura), zajmującej się organizacją imprez turystycznych na terenie Dolnego Śląska, obsługą klientów biur podróży, promocją turystyki na Dolnym Śląsku poprzez współdziałanie z Dolnośląską Organizacją Turystyczną oraz podejmującą działania partnerskie z izbami turystyki w innych regionach.

5 WYNIKI BADAŃ

Grupa respondentów (turyści, potencjalni turyści, przedstawiciele obiektów zbiorowego zakwaterowania oraz przedstawiciele wyższego szczebla wybranych instytucji) udzieliła odpowiedzi na pytania pozwalające określić wielkość przyjazdowego ruchu turystycznego, długość pobytu i wielkość wydatków turystów odwiedzających Dolny Śląsk, stopień zadowolenia z oferty turystycznej i produktów turystycznych oraz oczekiwania w tym zakresie, jak również charakterystykę podróży do samego Wrocławia.

Wielkość przyjazdowego ruchu turystycznego

Dolny Śląsk wykorzystuje swój potencjał turystyczny – taką opinię prezentuje większość respondentów wywiadów pogłębionych.

„Na pewno wykorzystuje ten potencjał, może są jeszcze zasoby, które można lepiej wykorzystać, ale na pewno to już się dzieje.”

[Przedstawiciel Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej]

Rozwojowi potencjału turystycznego Dolnego Śląska sprzyjają takie czynniki jak:

- zasoby przyrodnicze,
- zasoby kulturowe,
- zasoby ludzkie,
- zasoby bazy noclegowej,
- położenie,
- zagospodarowanie szlaków,
- powstawanie coraz większej liczby produktów turystycznych,
- powstawanie nowych miejsc wartych odwiedzenia,
- rewitalizacja miast,
- nowe tereny rekreacyjne,
- promocja Dolnego Śląska,
- mnogość walorów sklepów branżowych na Dolnym Śląsku,
- coraz większa dostępność komunikacyjna.

Potencjał jest niestety również hamowany przez następujące czynniki:

- formalne problemy ograniczające współpracę podmiotów,
- niewystarczająco skuteczne wykorzystywanie dostępnych pieniędzy,
- niedostateczne inwestycje, które mogłyby poprawić warunki,
- budżet poszczególnych regionów,
- transport na Dolny Śląsk (połączenia pomiędzy miastami),
- brak wiary we własne siły wśród przedsiębiorców branży turystycznej,
- brak badań klimatologicznych odnośnie statusu uzdrowisk.

„Wydaje mi się, że z roku na rok jest coraz lepiej, potencjał turystyczny Dolnego Śląska jest coraz lepiej wykorzystywany.”

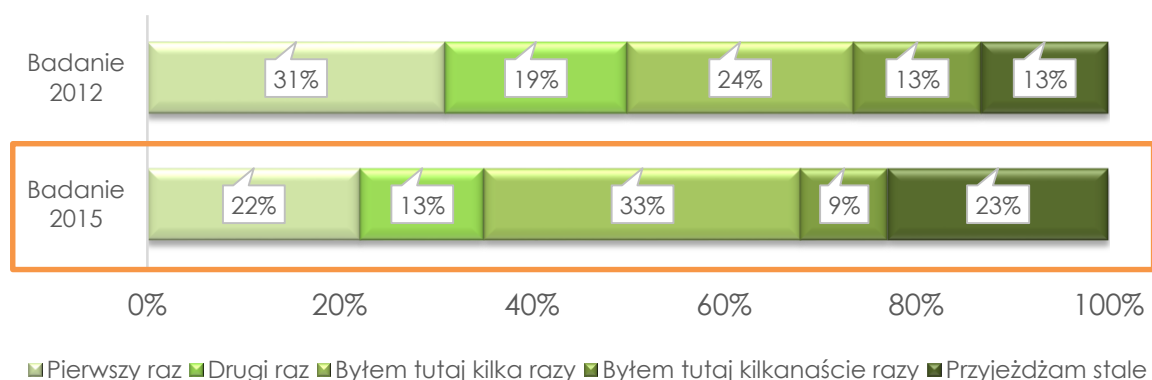
[Przedstawiciel UM Wrocław]

Badani turyści oraz turyści potencjalni poproszeni zostali o opis swoich doświadczeń związanych z podróżami na Dolny Śląsk. Respondentów badano w większości w jednakowych aspektach zarówno w ramach niniejszego badania, jak i badania zrealizowanego w 2012r. Wyniki obu badań porównano w celu identyfikacji zmian w obszarze objętym analizą w latach 2012 i 2015.

W ramach badania zapytano turystów odwiedzających Dolny Śląsk ile razy odwiedzili województwo dolnośląskie w charakterze turysty w okresie 2010-2015. W latach 2012-2015 co trzeci badany odwiedzał województwo kilka razy. Ponadto respondenci niemalże równie często przyjeżdżali na Dolny Śląsk stale, jak i odwiedzili województwo pierwszy raz.

W latach 2010-2012 (odpowiedzi udzielali respondenci badani w 2012r.) respondenci częściej odwiedzali Dolny Śląsk pierwszy raz niż w latach 2012-2015 (odpowiedzi udzielali respondenci badani w 2015r.). 13% ankietowanych turystów w ramach badania z 2015 roku odwiedziło badany obszar dwukrotnie. Zatem w porównaniu do analizy przeprowadzonej w 2012 roku nastąpił spadek o 6 punktów procentowych w licznie osób odwiedzających obszar dwukrotnie. W odniesieniu do wyników badań z 2015 roku 33% ankietowanych osób odwiedzało województwo dolnośląskie kilka razy. Jest to wzrost o 9 punktów procentowych w porównaniu do badania przeprowadzonego w 2012 roku. W 2015r. zwiększył się zdecydowanie odsetek respondentów deklarujących, że na Dolny Śląsk przyjeżdżają stale oraz, że byli tam kilka razy.

Rysunek 31. Ile razy odwiedzał(a) Pan(i) Dolny Śląsk w charakterze turysty w latach 2010 – 2015 (TURYSZCI)?



Takie pytanie zostało również zadane badanym turystom potencjalnym. 29% badanych w 2015r. turystów potencjalnych zadeklarowało, że nie odwiedziło Dolnego Śląska w latach 2012-2015. Spośród respondentów, którzy odwiedzili Dolny Śląsk w tym okresie 24% badanych odwiedziło go tylko raz (w porównaniu do roku 2012 odsetek ten spadł o 1 pkt proc.). Z kolei 34% badanych w 2015r. turystów potencjalnych zadeklarowało, że na Dolnym Śląsku byli kilka

razy. Odsetek ten z kolei jest niższy o 4 pkt proc. w porównaniu do badania z 2012r. W porównaniu do roku 2012 większy odsetek respondentów zadeklarował z kolei, że Dolny Śląsk odwiedza kilkanaście razy i że przyjeżdża tam stale (łącznie o 2 pkt proc.).

Zdecydowanie częściej Dolny Śląsk odwiedzają turyści z Polski w szczególności osoby, które odwiedzały ten region więcej niż dwa razy (68% udzielonych odpowiedzi). Turyści zagraniczni w odróżnieniu od turystów z Polski częściej odwiedzali województwo dolnośląskie raz bądź też dwa razy (55%). Najczęściej Dolny Śląsk odwiedzany jest więcej aniżeli dwukrotnie przez ludzi młodych (68%), a także przez osoby w wieku od 50 do 64 roku życia (66%). W odniesieniu do poziomu wykształcenie najczęściej turystów deklaruje wykształcenie średnie zawodowe i wyższe oraz ludzi deklarujących wyższe zarobki.

Tabela 16. Ile razy odwiedzał(a) Pan(i) Dolny Śląsk w charakterze turysty w latach 2012 – 2015 (TURYSŃCI)? – dane szczegółowe

Kryteria podziału	Raz bądź dwa razy	Więcej niż dwa razy
Polska	32%	68%
Zagranica	55%	45%
18 – 34 lata	32%	68%
35 – 49 lat	35%	65%
50 – 64 lata	34%	66%
65 lat i więcej	42%	58%
Podstawowe/gimnazjalne	55%	45%
Zasadnicze zawodowe	39%	61%
Średnie ogólnokształcące	34%	66%
Średnie zawodowe	31%	69%
Policealne	36%	64%
Wyższe	33%	67%
Do 500 zł	62%	38%
501 – 999 zł	50%	50%
1000 – 1500 zł	36%	64%
1501 – 2500 zł	31%	69%
Powyżej 2500 zł	34%	66%

Głównymi problemami przy przyciągnięciu turystów na Dolny Śląsk są zdaniem respondentów wywiadów pogłębionych czynniki takie jak:

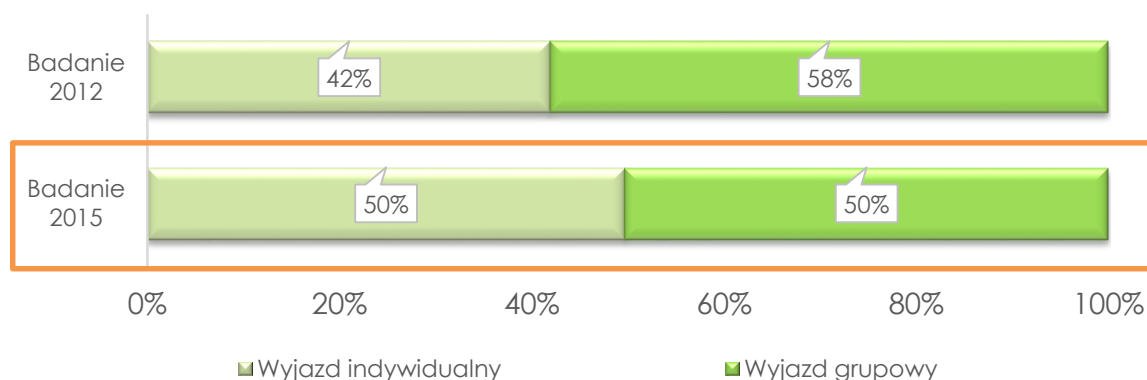
- infrastruktura, głównie komunikacyjna,
- w mniejszym stopniu informacja turystyczna,
- niedostateczna promocja,
- rozproszenie instytucji, które zajmują się turystyką na Dolnym Śląsku (brak organizacji turystycznej i miejsca, które skupiałyby wszystkich ludzi, którzy zajmują się promocją i turystyką),
- brak zintegrowanej strony internetowej, na której można by było znaleźć potrzebne informacje o regionie,
- fakt, iż inne polskie miasta są bardziej popularne niż te znajdujące się na Dolnym Śląsku,
- wysokie ceny usług i produktów turystycznych.

Przedstawiciele badanych instytucji ponadto uważają, że przyciągnięcie turystów na Dolny Śląsk jest istotnym problemem, z którym Dolny Śląsk boryka się dłużej niż przez ostatnie 3 lata.

Zdecydowana większość badanych turystów deklarowała, że w latach 2013-2014 Dolny Śląsk odwiedzali głównie w sezonie wiosennym. Wpływ na to miał jednak okres realizacji badania - badano turystów wiosną, więc zwiększone było prawdopodobieństwo natrafienia właśnie na takich turystów.

Połowa badanych turystów podróżowała indywidualnie. Pozostali badani podróżujący w grupie, podróżowali głównie w gronie rodziny (36%) i znajomych (35%). Rodzina stanowiła średnio grupę 3 osobową, a znajomi grupę średnio 4 osobową. 15% badanych podróżujących w grupie podróż swą odbywało w gronie współpracowników. Grupy takie stanowiły średnio 6 osób. Zdecydowanie częściej w grupie podróżowali turyści zagraniczni (69% badanych turystów z zagranicy podróżowało w grupie). W porównaniu do wyników badania z 2012r. odsetek respondentów podróżujących indywidualnie wzrósł o 8 pkt proc.

Rysunek 32. Proszę podać czy Pana(i) obecny wyjazd jest indywidualny czy grupowy (TURYSŃCI)

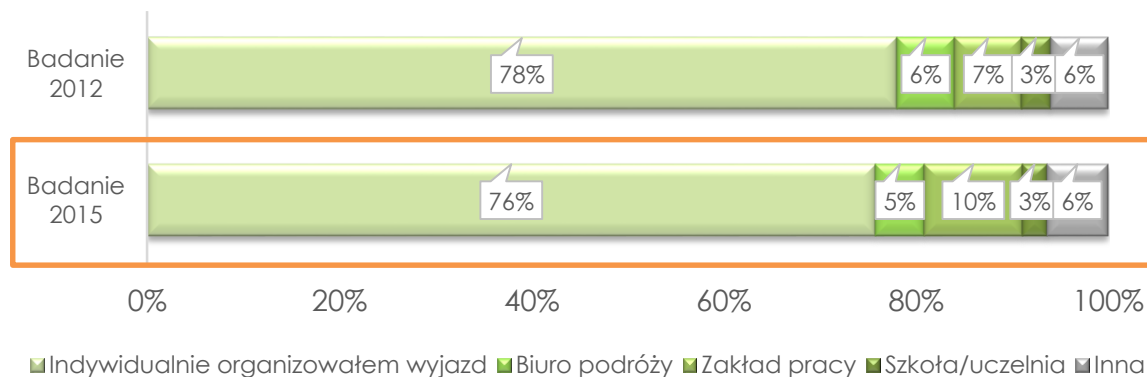


Respondenci indywidualnie wyjeżdżali głównie do subregionów Sudety Wałbrzyskie, Przedgórze Sudeckie oraz Pogórze Kaczawskie. Wyjazdy grupowe z kolei organizowane były częściej przede wszystkim do Doliny Odry Zachodniej oraz Doliny Odry Wschód.

W 2015r. największy odsetek badanych indywidualnie organizował swój wyjazd (w tym indywidualnie organizowane były wszystkie wyjazdy do podregionów: Przedgórze Sudeckie, Ślęza oraz Sudety Wałbrzyskie). Podróż co dziesiątego respondenta organizowana była z kolei przez zakład pracy, a co dwudziestego przez biuro podróży.

Niniejsze badanie wykazało, że aktualnie nieco mniejszy odsetek badanych osób (76%) indywidualnie organizuje swoje wyjazdy niż w roku 2012 (78%). Częściej z kolei wyjazdy na Dolny Śląsk, organizowane były przez zakład pracy (10%) w porównaniu do poprzedniego badania jest to wzrost o 3 punkty procentowe. Taki sam odsetek turystów odwiedziło województwo dolnośląskie w ramach zakładów pracy (3%), a także wyjazdów organizowanych przez szkoły bądź też uczelnie (3%).

Rysunek 33. Kto był organizatorem Pana(i) wyjazdu (TURYSŃCI)?



Również wśród badanych turystów potencjalnych zdecydowana większość indywidualnie organizowała swój wyjazd na Dolny Śląsk (84%). Odsetek ten kształtuje się na porównywalnym poziomie w odniesieniu do danych z 2012r. (wzrost o 2 pkt proc.).

Badani turyści zagraniczni (34%) znacznie częściej korzystali z usług biur podróży organizując wyjazd na Dolny Śląsk. Ponadto można zauważyć, że kobiety (80%) częściej niż mężczyźni (71%) indywidualnie organizowały swój wyjazd. Indywidualnie wyjazdy są również częściej organizowane przez młodych turystów (im starszy turysta, tym rzadziej sam organizował swój wyjazd na Dolny Śląsk). Najczęściej w ramach zakładów pracy organizowane są podróże dla mężczyzn (11%) w wieku od 35 roku życia do 49 roku życia.

Tabela 17. Kto był organizatorem Pana(i) wyjazdu (TURYSŃCI)? – dane szczegółowe

Kryteria podziału	Indywidualnie organizowałem wyjazd	Biuro podróży	Zakład pracy	Szkoła/uczelnia	Instytucja społeczna	Organizacja	Inna
Polska	77%	2%	11%	3%	4%	2%	2%
Zagranica	63%	34%	1%	0%	1%	0%	0%
Kobieta	80%	5%	9%	2%	2%	1%	1%
Mężczyzna	71%	6%	11%	3%	5%	2%	1%
18 – 34 lata	82%	2%	9%	5%	0%	1%	0%
35 – 49 lat	79%	3%	15%	1%	1%	0%	2%
50 – 64 lata	70%	8%	11%	2%	5%	2%	2%
65 lat i więcej	66%	12%	2%	0%	12%	5%	3%

W ramach badania zapytano turystów potencjalnych, jakie miejscowości odwiedzili w latach 2012-2015 w województwie dolnośląskim. Największy odsetek badanych odwiedził Wrocław (42%). Często odwiedzano również Karpacz (20%), Szklarską Porębę (12%) oraz Jelenią Górę (7%), Wałbrzych (6%), Kudowę Zdrój (5%), Kłodzko (5%). Wymienione miejscowości były

również najczęściej odwiedzanymi przez respondentów badanych w roku 2012. Miejscowości odwiedzane przez przynajmniej 5 respondentów zaprezentowano w poniższej tabeli.

Tabela 18. Jakie miejscowości na Dolnym Śląsku odwiedził(a) Pan(i) w okresie 2012-2015 (TURYSŤCI POTENCJALNI)?

Miejscowość	Liczba respondentów	Odsetek respondentów
Wrocław	341	42%
Karpacz	158	20%
Szklarska Poręba	100	12%
Jelenia Góra	59	7%
Wałbrzych	48	6%
Kudowa Zdrój	44	5%
Kłodzko	39	5%
Lądek Zdrój	26	3%
Duszniki Zdroj	24	3%
Polanica Zdrój	24	3%
Głogów	22	3%
Legnica	20	2%
Kotlina Kłodzka	18	2%
Nie pamiętam nazwy	18	2%
Karkonosze	16	2%
Świeradów Zdrój	15	2%
Okolice Wrocławia	13	2%
Książ	11	1%
Kowary	10	1%
Lubin	10	1%
Sobótka	10	1%
Bolesławiec	8	1%
Milicz	8	1%
Trzebnica	8	1%
Wambierzyce	8	1%
Góry Stołowe	7	1%
Oława	7	1%
Bystrzyca Kłodzka	6	1%
Oleśnica	6	1%
Złotoryja	5	1%

Długość pobytu i wielkość wydatków turystów odwiedzających Dolny Śląsk

Badani turyści oraz turyści potencjalni wypowiedzieli się w następnej kolejności na temat długości pobytu w województwie, miejsca zakwaterowania, wykorzystywanych środków transportu oraz poziomu wydatkowanych na Dolnym Śląsku środków.

34% badanych turystów zadeklarowało, że nie nocowali w województwie dolnośląskim w trakcie swojego pobytu. 39% badanych turystów pozostawało z kolei na Dolnym Śląsku na okres do 3 noclegów. Powyżej tygodnia (do dwóch tygodni) w 2015r. na Dolnym Śląsku pozostawało 5% badanych, powyżej dwóch tygodni z kolei 4% badanych.

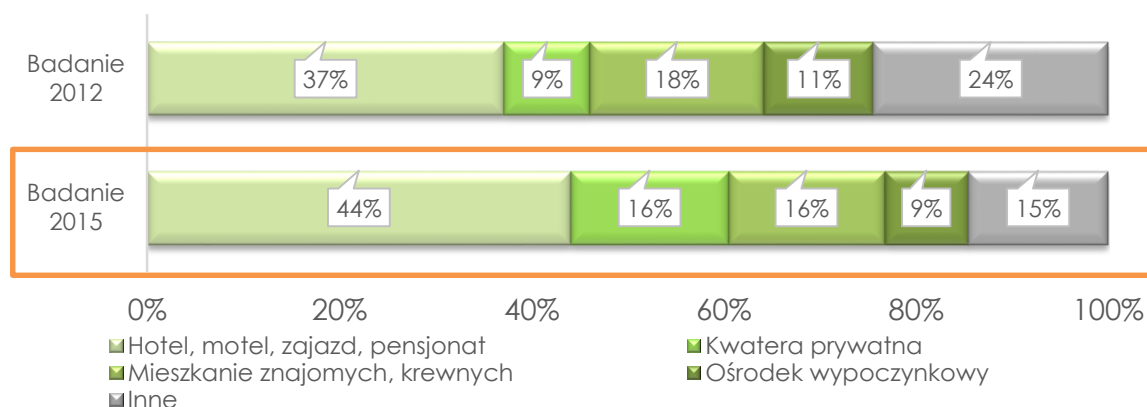
W porównaniu do wyników badania z roku 2012 odsetek turystów, którzy nie nocowali w województwie dolnośląskim w trakcie swojego pobytu wzrósł o 23 pkt proc.

Statystyki dotyczące badanych turystów potencjalnych nieco różnią się od tych dotyczących badanych turystów. Wśród badanych turystów potencjalnych jedynie 4% respondentów nie zostawało na Dolnym Śląsku na noc, a ci którzy zostawali, zastawali średnio na 5 noclegów.

Respondenci badani w 2015r. podczas swojego pobytu na Dolnym Śląsku zakwaterowani byli głównie w hotelach, motelach, zajazdach bądź pensjonatach (44%). Tę formę zakwaterowania preferowali głównie respondenci przebywający na terenie subregionów Dolina Odry Zachodniej, Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy oraz Ślęża. Badani często nocowali również w mieszkaniach znajomych bądź krewnych oraz w kwaterach prywatnych (po 16%). Tę formę zakwaterowania wybierali z kolei przede wszystkim turyści przebywający na terenie Przedgórze Sudeckiego oraz Sudetów Wałbrzyskich.

Największy odsetek badanych zarówno w roku 2012, jak i w roku 2015, podczas pobytu na Dolnym Śląsku zakwaterowany był w hotelu, motelu, zajazdzie bądź pensjonacie. W 2015r. odsetek takich respondentów wzrósł o 7 punktów procentowych w porównaniu do badania przeprowadzonego w 2012 roku. W roku 2015 częściej korzystano również z kwater prywatnych. W odniesieniu do wcześniejszego badania nastąpił wzrost o 7 pkt proc. Rządziej natomiast korzystano przede wszystkim z gospodarstw ekoagroturystycznych oraz schronisk i domów wycieczkowych (odpowiedzi przyporządkowane do kategorii 'Inne').

Rysunek 34. Gdzie jest Pan(i) zakwaterowany(a) (TURYSŃCI)?



Badani turyści potencjalni również często pozostawali na nocleg na Dolnym Śląsku w hotelu, motelu, zajazdzie bądź pensjonacie (31%). Częściej jednak w okresie 2012-2015 pozostawali na nocleg w mieszkaniu znajomych bądź krewnych (38%).

Badani turyści zagraniczni (79%) zdecydowanie częściej korzystali z hoteli, moteli, zajazdów i pensjonatów niż turyści krajowi (40%). Nie nocowali oni natomiast u znajomych oraz krewnych. Kobiety częściej pozostawały na nocleg w mieszkaniu znajomych czy krewnych (19%), mężczyźni z kolei częściej korzystali z ośrodków wypoczynkowych (12%). W wyborze miejsca zakwaterowania można również dostrzec różnicę rozpatrując wyniki w podziale na

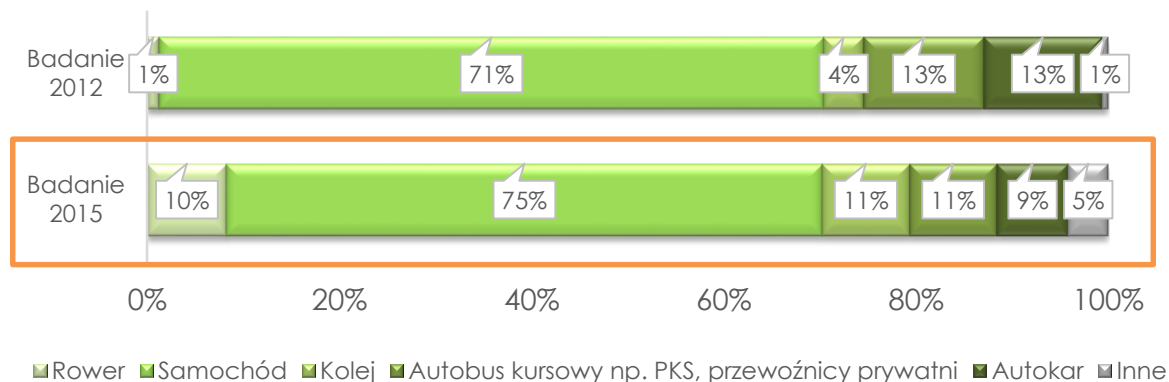
wiek oraz dochód na osobę w gospodarstwie domowym. Ludzie młodzi najczęściej zakwaterowani byli w: hotelach, motelach, zajazdach, pensjonatach – 31%, kwaterach prywatnych – 27%, mieszkaniach znajomych, krewnych – 25%. Osoby po 65 roku życia w większości wypadków zakwaterowani byli podobnie jak ludzi młodzi w hotelach, motelach, zajazdach, pensjonatach – 33%. Jednakże w odróżnieniu pozostałych grup wiekowych duży odsetek osób starszych zakwaterowany był w ośrodkach wypoczynkowych - 28%. Szczegółowe wyniki zaprezentowano w tabeli numer 17.

Tabela 19. Gdzie jest Pan(i) zakwaterowany(a) (TURYSŃCI)? – dane szczegółowe

Kryteria podziału	Mieszkanie znajomych, krewnych	Hotel, motel, zajazd, pensjonat	Domek letniskowy na działce rekreacyjnej	Schronisko, dom wycieczkowy	Ośrodek wypoczynkowy	Kwarta prywatna	Gospodarstwo ekoagroturystyczne	Inne
Polska	18%	40%	2%	5%	10%	18%	4%	4%
Zagranica	0%	79%	0%	4%	2%	8%	8%	0%
Kobieta	19%	46%	1%	4%	6%	16%	3%	4%
Mężczyzna	13%	42%	2%	5%	12%	17%	7%	3%
18 – 34 lata	25%	31%	0%	6%	4%	27%	6%	2%
35 – 49 lat	15%	58%	0%	2%	3%	13%	7%	2%
50 – 64 lata	9%	56%	3%	5%	9%	10%	3%	7%
65 lat i więcej	12%	33%	5%	4%	28%	9%	4%	5%
Do 500 zł	11%	44%	0%	11%	11%	11%	11%	0%
501 – 999 zł	0%	29%	14%	21%	0%	14%	21%	0%
1000 – 1500 zł	25%	32%	0%	4%	21%	18%	0%	0%
1501 – 2500 zł	26%	11%	3%	6%	9%	34%	6%	6%
Powyżej 2500 zł	10%	61%	2%	4%	10%	8%	4%	2%

Badani turyści, niezależnie od okresu realizacji badania, podczas podróży do lub po Dolnym Śląsku zdecydowanie najczęściej korzystali ze środka transportu, jakim jest samochód (75%). W mniejszym stopniu turyści korzystali z kolei (11%), autobusu kursowego (11%), autokaru (9%). Również badani turyści potencjalni najczęściej podróżowali samochodem. Można zauważyć wzrost odsetka badanych turystów potencjalnych podróżujących samochodem w porównaniu do roku 2012 o 8 pkt proc.

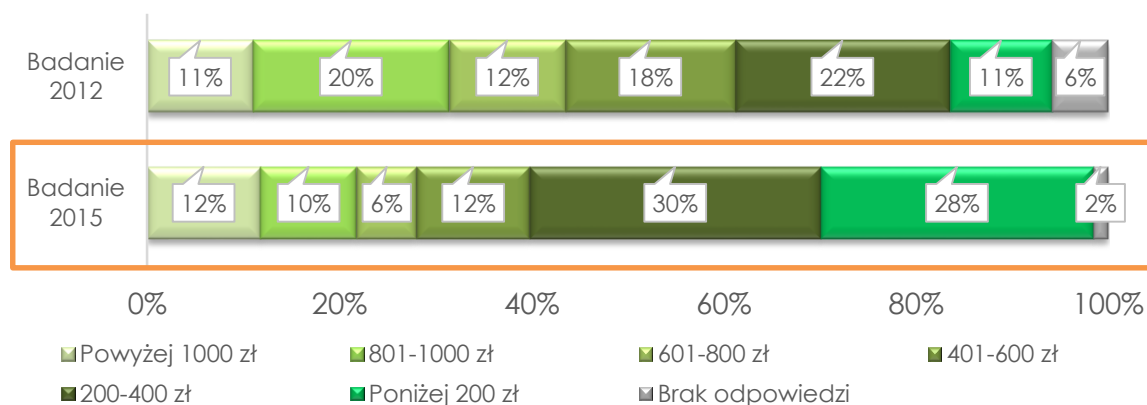
Rysunek 35. Z jakich środków transportu korzysta Pan(i) podczas podróży do/lub po Dolnym Śląsku (TURYSZCI)?



Zgodnie z wypowiedziami respondentów turyści podczas pobytu na Dolnym Śląsku średnio planują wydać 593 zł. Z badania wynika, iż najwięcej osób planuje wydać kwotę od 200 do 400 złotych – 30% osób biorących w badaniu. Również duży odsetek badanych osób ma zamiar wydać nie więcej niż 200 złotych – 28%. Wyższe planowane wydatki deklarowali jednak badani turyści potencjalni – średnio na poziomie 824 zł.

Respondenci ankietowani w ramach niniejszego badania deklarowali niższy poziom wydatków w porównaniu do badania przeprowadzonego w 2012r. W odniesieniu do poprzedniego badania zdecydowanie zmniejszył się odsetek osób, które mają zamiar wydać powyżej 800 złotych podczas pobytu na Dolnym Śląsku. Odsetek tych osób zmniejszył się o 9 punktów procentowych.

Rysunek 36. Jaką kwotę planuje Pan(i) wydać podczas pobytu na Dolnym Śląsku (wliczając koszt noclegów) (TURYSZCI)?



Zdecydowanie więcej średnio planują wydać badani turyści zagraniczni. Zauważyć można również, że wraz ze wzrostem wieku wzrasta poziom planowanych średnich wydatków. Więcej średnio wydają również respondenci, którzy posiadają wyższe dochody na osobę w gospodarstwie domowym.

Tabela 20. Jaką kwotę planuje Pan(i) wydać podczas pobytu na Dolnym Śląsku (wliczając koszt noclegów) (TURYSŃCI)? – dane szczegółowe

Kryteria podziału	Średnia kwota wydatków
Polska	542
Zagranica	1044
18 – 34 lata	530
35 – 49 lat	549
50 – 64 lata	586
65 lat i więcej	827
Do 500 zł	303
501 – 999 zł	299
1000 – 1500 zł	507
1501 – 2500 zł	621
Powyżej 2500 zł	971
Ogółem	593

Stopień zadowolenia z oferty turystycznej i produktów turystycznych

Stopień zadowolenia z oferty turystycznej i produktów turystycznych Dolnego Śląska wyrazili zarówno przedstawiciele badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania, badani turyści, jak i potencjalni turyści.

Oceny dokonane przez badanych przedstawicieli obiektów zbiorowego zakwaterowania porównane zostały z ocenami dokonanymi w roku 2012. Respondenci w skali od -3 do 3, gdzie -3 oznacza ocenę najniższą, a 3 ocenę najwyższą ocenili poziom swojego zadowolenia z wybranych usług i produktów turystycznych. Najwyżej oceniono obiekty sportowo-rekreacyjne (zarówno ich cenę, jak i jakość). Najniżej z kolei oceniono ilość imprez i wydarzeń kulturalnych.

Większość badanych elementów została oceniona przez respondentów wyżej w porównaniu do badania z 2012r. Największy wzrost średniej oceny można zaobserwować w odniesieniu do dostępności obiektów rozrywkowych (1,49 – 2015r.). Gorzej oceniono natomiast głównie życzliwość i otwartość mieszkańców (1,40 – 2015r.), jednak ocena tego aspektu wciąż pozostaje wysoka. Średnie oceny dokonane przez respondentów w badaniach przeprowadzonych w 2012 i 2015 roku w podziale na oceniane elementy zaprezentowano w poniższej tabeli.

Tabela 21. Średnie oceny poszczególnych elementów oferty turystycznej województwa (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)

Oceniany element	Badanie 2012	Badanie 2015
Transport Lokalny – dostępność	↓ 0,50	↑ 1,39
Transport Lokalny – cena	↓ 0,57	↑ 1,58
Transport Lokalny – jakość	↓ 0,63	↑ 1,62
Baza noclegowa – dostępność	↑ 1,91	↓ 1,45
Baza noclegowa – cena	↑ 1,55	↓ 1,38
Baza noclegowa – jakość	↑ 1,71	↓ 1,28
Baza gastronomiczna – dostępność	↓ 1,45	↑ 1,49
Baza gastronomiczna – cena	↓ 1,16	↑ 1,66
Baza gastronomiczna – jakość	↓ 1,34	↑ 1,62
Obiekty rozrywkowe – dostępność	↓ 0,13	↑ 1,49
Obiekty rozrywkowe – cena	↓ 0,22	↑ 1,33
Obiekty rozrywkowe – jakość	↓ 0,28	↑ 1,33
Obiekty sportowo-rekreacyjne – dostępność	↓ 0,47	↑ 1,58
Obiekty sportowo-rekreacyjne – cena	↓ 0,46	↑ 1,74
Obiekty sportowo-rekreacyjne – jakość	↓ 0,60	↑ 1,74
Usługi przewodnickie – dostępność	↓ 1,07	↑ 1,45
Usługi przewodnickie – cena	↓ 0,87	↑ 1,33
Usługi przewodnickie – jakość	↓ 1,04	↑ 1,35
Imprezy kulturalne/wydarzenia – ilość	↓ 0,85	↑ 0,88
Imprezy kulturalne/wydarzenia – atrakcyjność	↓ 0,95	↑ 1,34
Atrakcje i walory turystyczne – ilość	↑ 1,97	↓ 1,32
Atrakcje i walory turystyczne – cena	↑ 1,73	↓ 1,56
Czytelność oznakowania turystycznego	↑ 1,57	↓ 1,28
Gościnność i otwartość mieszkańców	↑ 2,21	↓ 1,40
Informacja turystyczna – jakość obsługi	↑ 1,61	↓ 1,20
Informacja turystyczna – dostępność	↓ 1,07	↑ 1,46

Badani turyści ponownie w skali od -3 do 3, gdzie -3 oznacza ocenę najniższą, a 3 ocenę najwyższą ocenili poziom swojego zadowolenia w wybranych obszarach. Najwyżej oceniono możliwość wypoczynku. Aspekt ten został wyżej oceniony w ramach niniejszego badania w porównaniu z rokiem 2012. Wysoko i wyżej niż w roku 2012 respondenci ocenili również satysfakcję poznawczą (2,33) oraz poczucie bezpieczeństwa (2,29). Wysokie, jednak niższe niż w roku 2012 oceny przyznano gościnności mieszkańców (2,26), dostępności podstawowych dóbr (2,25) oraz łatwości dojazdu (2,15). Wciąż najniżej oceniane są koszty pobytu (1,45). W każdym analizowanym obszarze wyższe oceny przyznali respondenci zagraniczni. Wyższe oceny przyznały ponadto kobiety (za wyjątkiem kosztów pobytu) oraz najstarsi badani turyści (za wyjątkiem kosztów pobytu i łatwości dojazdu, które z kolei najwyżej ocenione zostały przez respondentów w wieku 35-49 lat). Analizując respondentów w podziale na poziom wykształcenia zaobserwować można, że najwyższe oceny przyznali respondenci posiadający wykształcenie zawodowe (zarówno zasadnicze, jak i średnie).

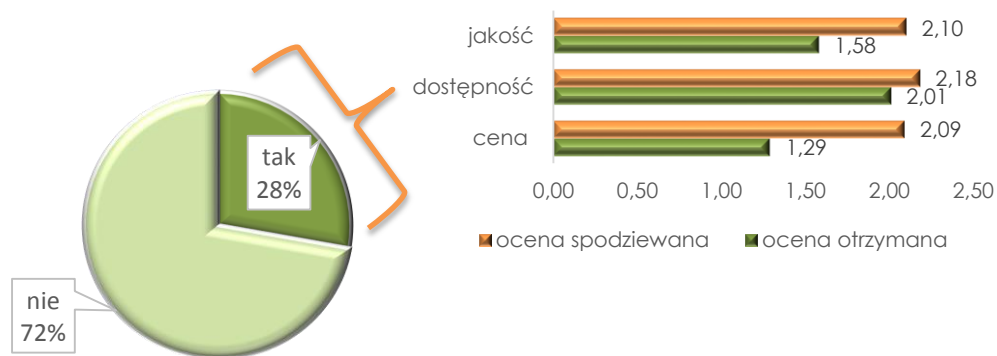
Tabela 22. Proszę określić ogólny stan swojego zadowolenia z pobytu na Dolnym Śląsku w wymienionych obszarach (TURYSŃCI)

Kryteria podziału	Koszty pobytu	Jakość obsługi turystycznej	Satysfakcja poznawcza	Bezpieczeństwo	Gościnność	Możliwość wypoczynku	Dostępność podstawowych dóbr	Łatwość dojazdu
Polska	1,40	1,89	2,28	2,25	2,21	2,31	2,19	2,10
Zagranica	1,82	2,48	2,76	2,70	2,72	2,76	2,72	2,59
Kobieta	1,31	1,97	2,34	2,30	2,28	2,37	2,33	2,17
Mężczyzna	1,59	1,93	2,31	2,29	2,24	2,33	2,15	2,13
18 – 34 lata	1,37	1,73	2,22	2,15	2,10	2,19	2,13	2,00
35 – 49 lat	1,57	2,06	2,38	2,37	2,36	2,36	2,32	2,31
50 – 64 lata	1,35	2,02	2,31	2,29	2,25	2,43	2,22	2,10
65 lat i więcej	1,55	2,12	2,49	2,49	2,47	2,58	2,41	2,27
Podstawowe/ gimnazjalne	1,41	2,07	2,24	2,21	2,17	2,41	2,38	2,10
Zasadnicze zawodowe	2,09	2,28	2,38	2,33	2,36	2,30	2,30	2,41
Średnie ogólnokształcące	1,11	1,65	2,20	2,13	2,16	2,19	2,09	1,95
Średnie zawodowe	1,62	2,17	2,44	2,38	2,38	2,50	2,49	2,19
Policealne	1,70	1,99	2,25	2,28	2,17	2,29	2,15	2,25
Wyższe	1,28	1,90	2,38	2,36	2,30	2,41	2,22	2,15
Badanie 2015	1,45	1,95	2,33	2,29	2,26	2,35	2,25	2,15
Badanie 2012	1,64	2,07	2,26	2,25	2,39	2,31	2,27	2,18

Poza oceną ogólną wybranych obszarów respondenci ocenili również szczegółowe aspekty wybranych kwestii. Poza oceną poziomu usług, respondenci ocenili również oczekiwany poziom poszczególnych aspektów. Dzięki temu można wskazać, które aspekty pozytywnie zaskoczyły respondentów, a które nie spełniły ich oczekiwań.

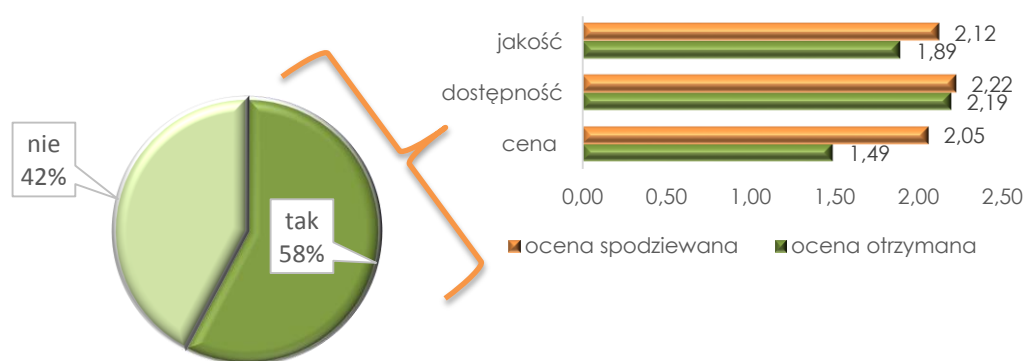
28% badanych turystów zadeklarowało, że korzystali z transportu lokalnego w trakcie swojego pobytu na Dolnym Śląsku. Respondenci wysoko ocenili dostępność transportu lokalnego. Najwyżej została ona oceniona w subregionach Dolina Odry Zachodniej, Ślęża oraz Dolina Odry Wschód. Jakość transportu lokalnego również została oceniona stosunkowo wysoko. Najniżej oceniono jego cenę, jednakże co do ceny respondenci mieli również najmniejsze oczekiwania. Zdecydowanie najniżej cena transportu lokalnego oceniona została przez respondentów odwiedzających Sudety Wałbrzyskie.

Rysunek 37. Transport lokalny – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



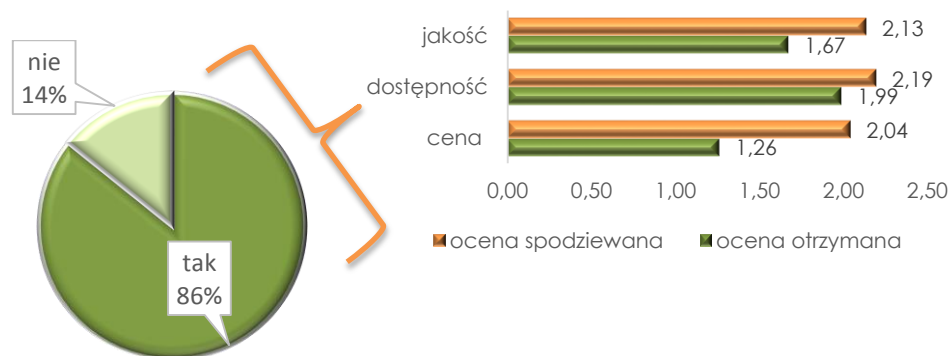
Z bazy noclegowej w trakcie pobytu na Dolnym Śląsku korzystało 58% respondentów. Ponownie najmniej oczekiwania spełniła cena aspektu (1,49). Najniżej ten aspekt ocenili respondenci odwiedzający Sudety Wałbrzyskie oraz Przedgórze Sudeckie. Wysoko z kolei oceniono dostępność bazy noclegowej (2,19). Dostępność bazy noclegowej w wysokim stopniu spełnia oczekiwania respondentów. Najwyżej ten aspekt ocenili turyści badani w subregionach: Dolina Odry Zachodniej, Ślęza, Dolina Odry Wschód oraz Sudety Wałbrzyskie. W tych subregionach najwyżej została oceniona również jakość bazy noclegowej. Najniżej jakość bazy noclegowej oceniono z kolei w Karkonoszach i Górach Izerskich.

Rysunek 38. Baza noclegowa – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



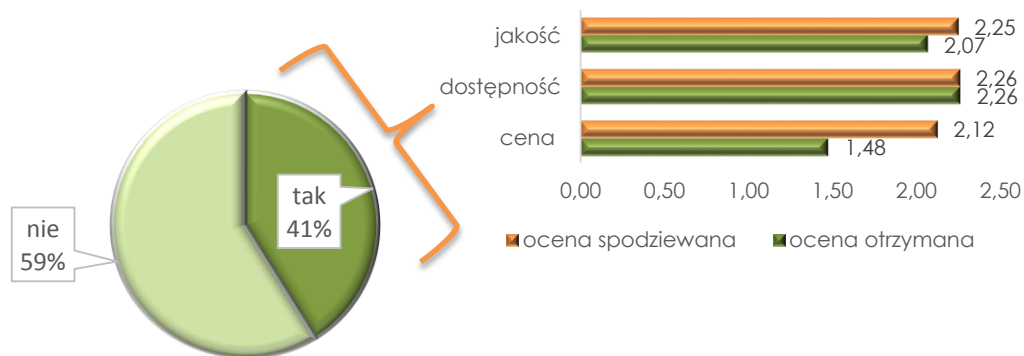
Następnie respondenci ocenili bazę gastronomiczną. Zgodnie z wypowiedziami respondentów z bazy gastronomicznej korzystała zdecydowana większość badanych (86%). Zarówno cena (1,26), jak i jakość (1,67) tej kwestii nie spełniają w pełni oczekiwań respondentów. Najniżej aspekty te ocenione zostały w subregionach Przedgórze Sudeckie i Ślęza. Najwyżej w obszarze bazy gastronomicznej oceniono jej dostępność (1,99), a najwyższe oceny przydzielono w subregionie Sudety Wałbrzyskie.

Rysunek 39. Baza gastronomiczna – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



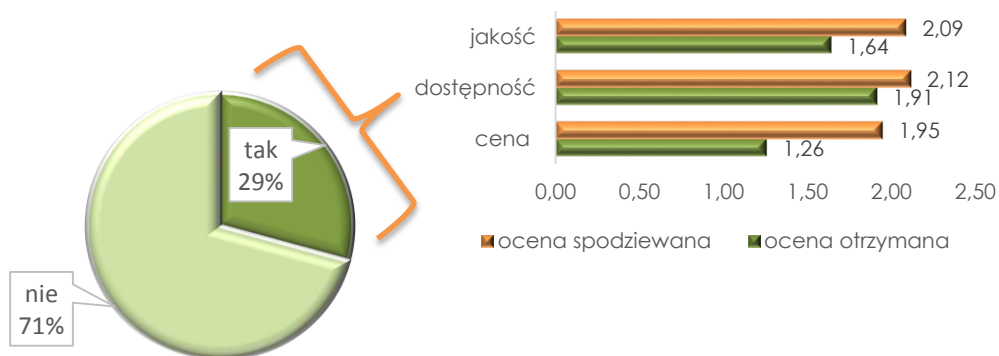
Z obiektów rozrywkowych na Dolnym Śląsku korzystało 41% badanych. Ich dostępność (2,26) w pełni spełniła oczekiwania respondentów. Wysoko oczekiwania spełniła również jakość obiektów rozrywkowych (2,07). Dostępność i jakość obiektów rozrywkowych najwyższej ocenione zostały w Dolinie Odry Wschód. Oczekiwania nie spełniła jednak ich cena (najniższą ocenę przyznano w Sudetach Wałbrzyskich).

Rysunek 40. Obiekty rozrywkowe – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



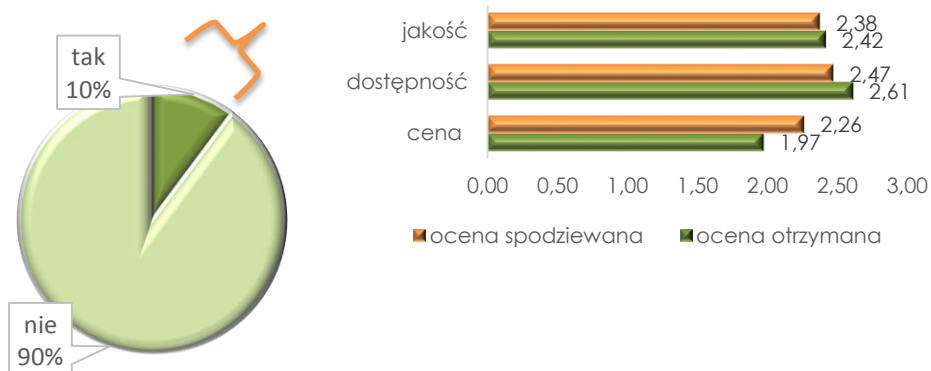
29% badanych korzystało w trakcie swojego pobytu na Dolnym Śląsku z obiektów sportowo-rekreacyjnych. Najwyżej oceniono ich dostępność (1,91), znacznie gorzej jakość (1,64), a zdecydowanie najgorzej cenę. Żaden z aspektów nie spełnił w pełni oczekiwań respondentów. Zdecydowanie najgorzej obiekty sportowo-rekreacyjne ocenione zostały w subregionie Karkonosze i Góry Izerskie.

Rysunek 41. Obiekty (urządzenia) sportowo-rekreacyjne – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



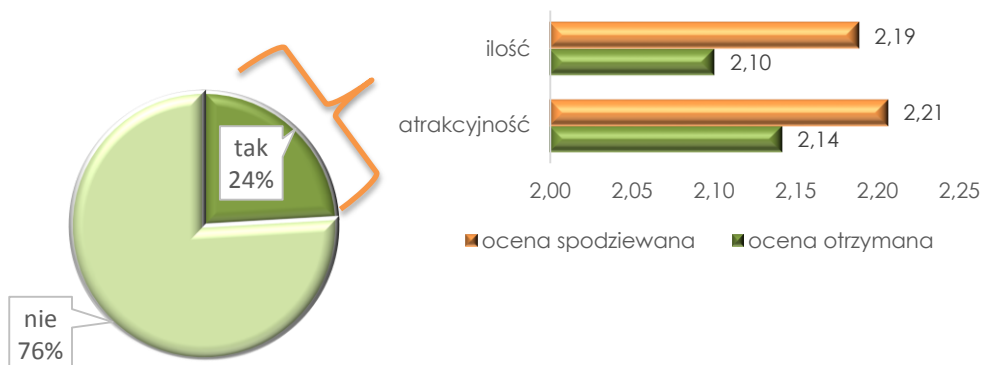
Co dziesiąty respondent korzystał ponadto z usług przewodnickich podczas swojego pobytu na Dolnym Śląsku. Jakość (2,42) i dostępność (2,61) tych usług przekroczyła oczekiwania respondentów. Bardzo wysoko oceniono je we wszystkich subregionach, w których z tych usług korzystano. Ponownie w najmniejszym stopniu oczekiwania spełniła cena tych usług. Najniższą cenę usług przewodnickich oceniono w subregionie Ziemia Kłodzka.

Rysunek 42. Usługi przewodnickie – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



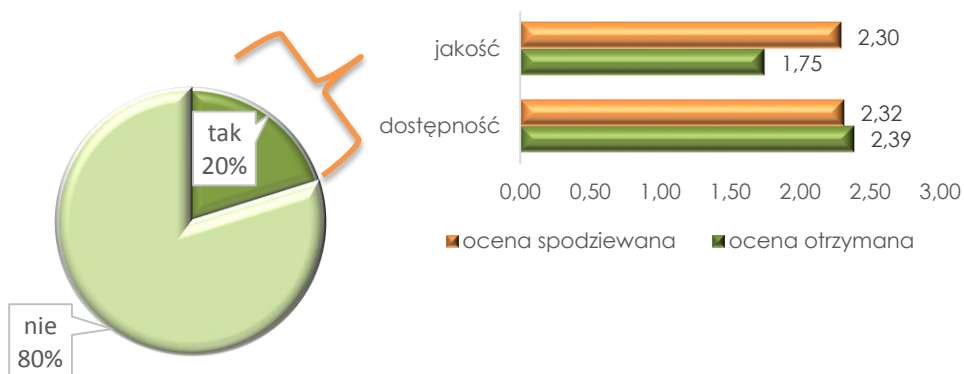
Prawie co czwarty respondent uczestniczył w imprezach kulturalnych podczas swojego pobytu w województwie dolnośląskim. Respondenci wysoko ocenili ich ilość (2,10) i atrakcyjność (2,14). Aspekty te ponadto w znacznym stopniu spełniły oczekiwania badanych turystów. Aspekty te najwyższą ocenę zostały w subregionach Ślęza, Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy oraz w mieście Wrocław.

Rysunek 43. Imprezy kulturalne/wydarzenia – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



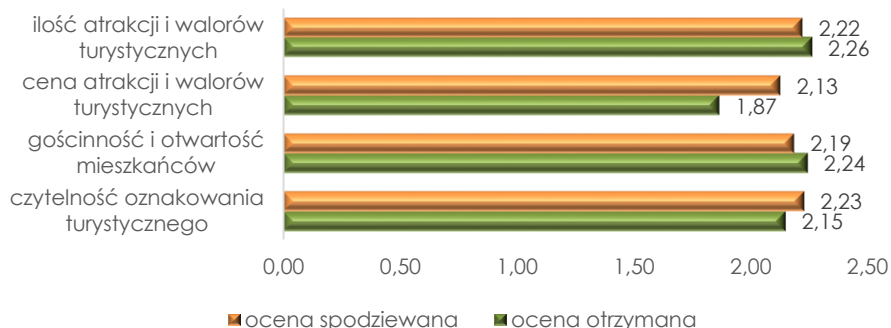
Co piąty badany turysta korzystał podczas swojego pobytu na Dolnym Śląsku z informacji turystycznej. Dostępność informacji turystycznej pozytywnie zaskoczyła badanych turystów (2,39), oceniona została bowiem wyżej niż się spodziewano. Najwyżej oceniono ją w subregionach Przedgórze Sudeckie, Ślęza oraz Nysa, Kwisa, Bóbr. Jakość informacji turystycznej nie spełniła już w pełni oczekiwań respondentów (1,75) – wpływ na niższą ocenę miały przede wszystkim niskie oceny jakości informacji turystycznej w subregionach Bory Dolnośląskie i Nysa, Kwisa, Bóbr.

Rysunek 44. Informacja turystyczna – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi



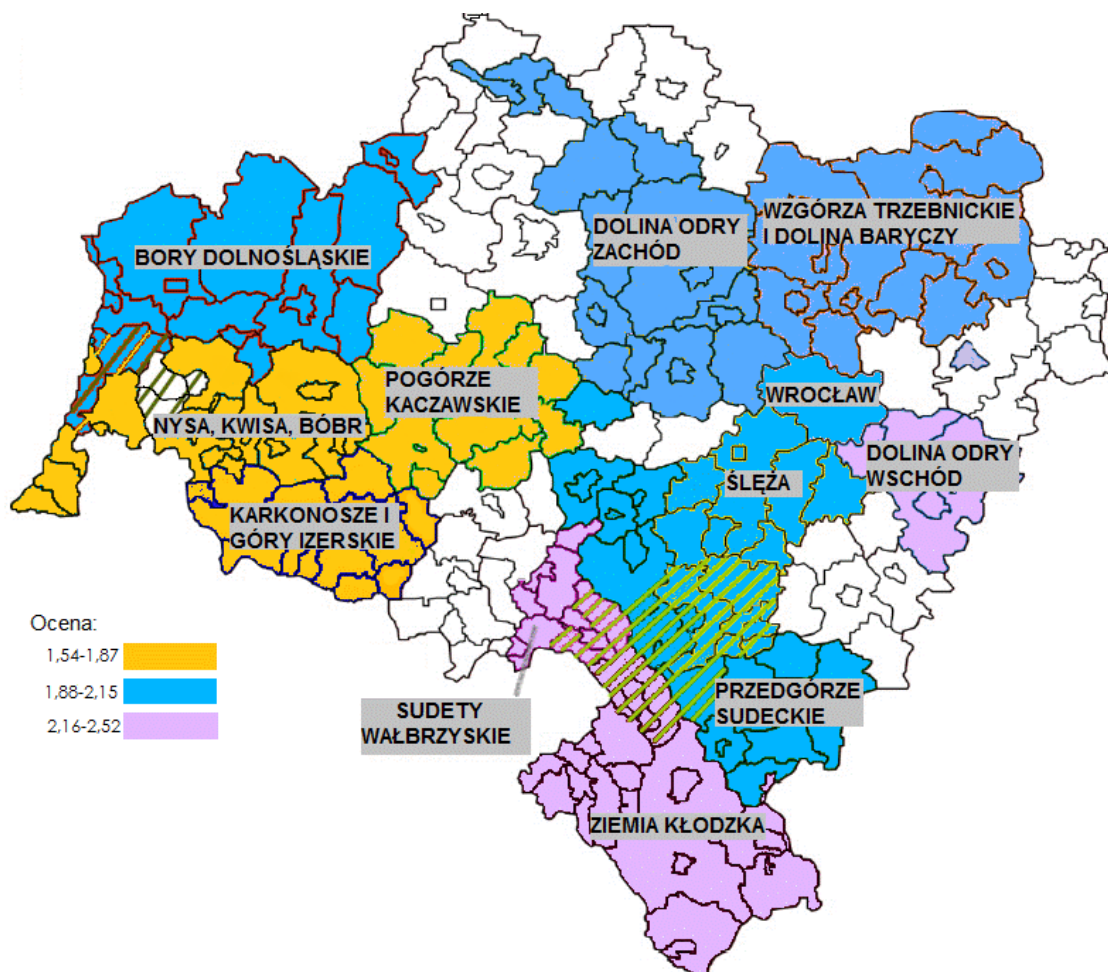
Na koniec respondentów poproszono o ocenę atrakcji i walorów turystycznych, gościnności i otwartości mieszkańców oraz czytelności oznakowania turystycznego. Wszystkie aspekty zostały ocenione wysoko. Ponadto ilość atrakcji i walorów turystycznych (2,26) oraz gościnność i otwartość mieszkańców (2,24) pozytywnie zaskoczyły respondentów. W najmniejszym stopniu oczekiwania spełniła cena atrakcji i walorów turystycznych (1,87).

Rysunek 45. Ocena spodziewanego oraz otrzymanego poziomu oferowanych usług



Średnie oceny przyznane wszystkim analizowanym elementom zaprezentowane zostały również w podziale subregionalnym. Najwyższe oceny przyznane zostały subregionom południowym i wschodnim. Wśród nich wymienić należy przede wszystkim Sudety Wałbrzyskie (średnia ocena 2,52), Ziemię Kłodzką (średnia ocena 2,20) i Dolinę Odry Wschód (średnia ocena 2,16). Najniższe oceny z kolei przyznano subregionom znajdującym się w zachodniej części województwa (Karkonosze i Góry Izerskie – średnia ocena 1,54, Pogórze Kaczawskie - średnia ocena 1,76, Nysa, Kwisa, Bóbr - średnia ocena 1,85). Dane w podziale subregionalnym w zależności od uzyskanej średniej oceny zaprezentowane zostały na poniższym rysunku.

Rysunek 46. Oceny całościowe oferty turystycznej w układzie subregionalnym



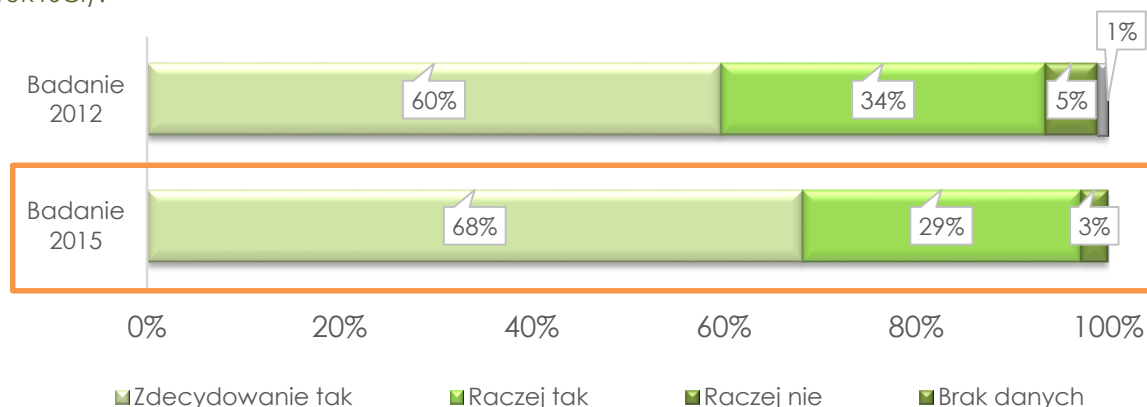
Zdaniem respondentów wywiadów pogłębionych zdecydowana większość subregionów poprawiła swoją atrakcyjność turystyczną w okresie 2012-2015. Znaczące pozytywne zmiany zauważone zostały w subregionie Wzgórz Trzebnickie i Dolina Baryczy. W opinii większości respondentów głównie Dolina Baryczy poprawiła swoją atrakcyjność. Czynione są tam korzystne inwestycje, poprawia się zaplecze bazy noclegowej oraz promocja, duże jest zaangażowanie ludzi w tworzenie nowych produktów i pozyskiwanie nowych środków (m.in. funkcjonowanie lokalnej grupy rybackiej). Z decyzji środowiska turystycznego i samorządowców powoli rozwija się również Pogórze Kaczawskie. Subregion w opinii większości respondentów jest atrakcyjny, powszechnie znany i dobrze promowany. Determinacja środowiska turystycznego w opinii większości respondentów pozytywnie wpłynęła także na rozwój Sudetów Wałbrzyskich – podjęto tam wiele inicjatyw, inwestycji i działań promocyjnych, poprawiło się oznakowanie atrakcji i infrastruktura turystyczna, zwiększyła się liczba obiektów. Respondenci w większości deklarowali również, iż poziom atrakcyjności podniósł się w Ziemi Kłodzkiej (duża inicjatywa przedsiębiorców), Borach Dolnośląskich (sprawne wykorzystywanie funduszy unijnych i promocja) oraz Przedgórzu Sudeckim (m.in. dzięki działaniom samorządowo-społeczno-prywatnym, które tworzą wspólną ofertę turystyczną). W opinii większości respondentów wywiadów pogłębionych bardzo swoją

atrakcyjność podniósł ponadto Wrocław. Wyrażano opinie, iż „Wrocław cały czas się rozwija”, „Wrocław jak najbardziej zmienia się pozytywnie”. Czynnikiem, który na to wpływa w opinii respondentów są niewątpliwie duże imprezy, o jakie Wrocław się stara, czynione nowe inwestycje oraz szeroka promocja czynionych inwestycji.

Zdaniem większości respondentów wywiadów pogłębionych subregiony Karkonosze i Góry Izerskie, Ślęza, Dolina Odry Wschód, Nysa, Kwisa, Bóbr oraz Dolina Odry Zachód nie podniosły poziomu swojej atrakcyjności.

Opinię, iż w okresie 2012-2015 większość subregionów poprawiła swoją atrakcyjność potwierdza ponadto fakt, iż zdecydowana większość badanych turystów poleciłaby aktualnie swoim znajomym wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk (97%). Wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk najchętniej polecają respondenci przebywający na terenie Sudetów Wałbrzyskich, Przedgórze Sudeckiego oraz Ślęzy. Co więcej w okresie 2012-2015 zauważyć można wzrost odsetka badanych, którzy mogliby polecić taki wyjazd.

Rysunek 47. Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk (TURYSĆI)?



Wyjazd na Dolny Śląsk częściej byliby skłonni polecić turyści z zagranicy (70% odpowiedzi zdecydowanie tak). Częściej również takie deklaracje składały kobiety – 72% niż mężczyźni – 63% oraz osoby starsze (75%). Najchętniej ponadto wyjazd na Dolny Śląsk skłonni byliby polecić badani turyści posiadający wykształcenie wyższe.

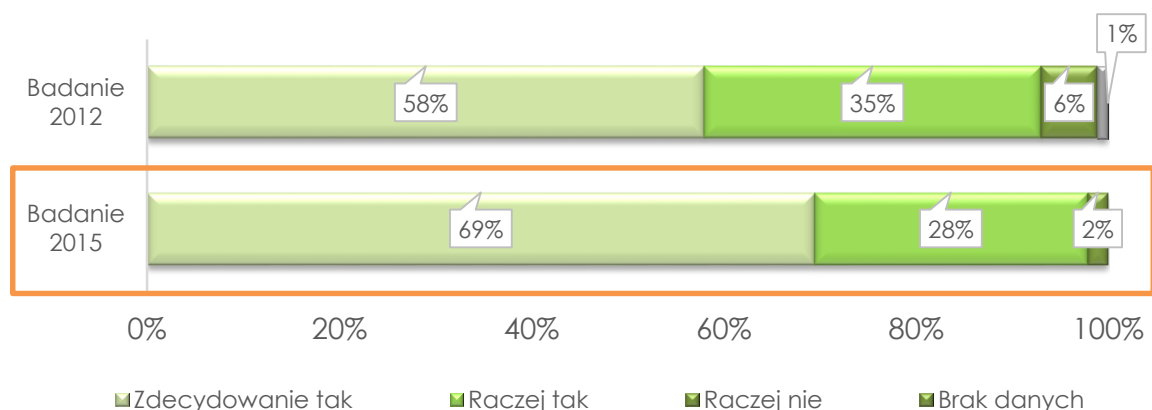
Tabela 23. Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk (TURYSĆI)? – dane szczegółowe

Kryteria podziału	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Polska	68%	29%	3%	0%
Zagranica	70%	30%	0%	0%
Kobieta	72%	26%	2%	0%
Mężczyzna	63%	33%	4%	0%
18 – 34 lata	63%	32%	4%	1%
35 – 49 lat	66%	31%	3%	0%
50 – 64 lata	73%	24%	3%	0%
65 lat i więcej	75%	24%	1%	0%

Kryteria podziału	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Podstawowe/gimnazjalne	72%	25%	0%	3%
Zasadnicze zawodowe	72%	22%	6%	0%
Średnie ogólnokształcące	63%	35%	2%	0%
Średnie zawodowe	72%	23%	4%	1%
Policealne	56%	39%	5%	0%
Wyższe	73%	26%	1%	0%

Zdecydowana większość badanych turystów, bo aż 69%, ponowiłaby swój wyjazd na Dolny Śląsk. Wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk ponownie najchętniej ponowiliby respondenci przebywający na terenie Sudetów Wałbrzyskich, Przedgórza Sudeckiego oraz Śleży (odpowiedzi 'zdecydowanie tak' udzielili wszyscy turyści przebywający na terenie owych subregionów). Ponownie również zauważamy wzrost pozytywnych deklaracji w okresie 2012-2015 – aktualnie większy odsetek badanych ponowiłby swój wyjazd na Dolny Śląsk w porównaniu do badania sprzed trzech lat. Zmniejszył się także odsetek osób, które nie ponowią wizyty na badanym obszarze z 6% (2012 rok) do 2% (2015 rok).

Rysunek 48. Czy ponowił(a)by Pan(i) swój wyjazd na Dolny Śląsk (TURYSŃCI)?



Większe zainteresowanie ponownym wyjazdem na Dolny Śląsk wyrazili turyści zagraniczni (73% odpowiedzi zdecydowanie tak). Ponadto chętniej województwo dolnośląskie odwiedziłyby ponownie kobiety (74%) oraz osoby starsze (77%). Pod względem wykształcenia zdecydowanie najchętniej Dolny Śląsk odwiedzą osoby z wykształceniem podstawowym - gimnazjalnym – 76%, a także osoby posiadające wykształcenie zawodowe - 74%,

Tabela 24. Czy ponowił(a)by Pan(i) swój wyjazd na Dolny Śląsk (TURYSŃCI)? – dane szczegółowe

Kryteria podziału	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Polska	69%	29%	2%	0%
Zagranica	73%	27%	0%	0%
Kobieta	74%	24%	2%	0%
Mężczyzna	64%	33%	2%	0%
18 – 34 lata	66%	31%	2%	1%
35 – 49 lat	65%	33%	2%	0%
50 – 64 lata	73%	24%	3%	0%

Kryteria podziału	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie
65 lat i więcej	77%	21%	2%	0%
Podstawowe/gimnazjalne	76%	21%	0%	3%
Zasadnicze zawodowe	75%	22%	3%	0%
Średnie ogólnokształcące	67%	32%	1%	0%
Średnie zawodowe	69%	27%	4%	1%
Policealne	58%	40%	3%	0%
Wyższe	74%	24%	2%	0%

Badani turyści wskazali atrakcje turystyczne, które odwiedzili bądź które planowali odwiedzić w trakcie pobytu na Dolnym Śląsku. W poniższej tabeli zaprezentowano liczbę respondentów zainteresowaną odwiedzeniem wybranych atrakcji turystycznych.

Tabela 25. Proszę wskazać atrakcje turystyczne, które odwiedził(a) Pan(i) lub te, które planuje Pan(i) odwiedzić w trakcie aktualnego wyjazdu

Atrakcje	I. res	Atrakcje	I. res	Atrakcje	I. res
Karkonosze i Góry Izerskie	203	Ziemia Kłodzka	79	Wrocław	253
Świątynia Wang w Karpaczu	32	Uzdrowisko Kudowa Zdrój	35	Ratusz na Starym Mieście	78
Śnieżka	24	Uzdrowisko Lądek Zdrój	24	Kamienice mieszczarskie na Rynku Głównym	78
Wodospad Szklarki w Piechowicach	24	Kościół barokowy w Dusznikach Zdrój	22	Hala Ludowa	64
Wodospad Kamieńczyk w Szklarskiej Porębie	23	Kościół gotycki w Bystrzycy Kłodzkiej	15	Ostrów Tumski	44
Zamek Chojnik w Jeleniej Górze	16	Twierdza Kłodzko	13	Ogród Zoologiczny	41
Uzdrowisko Cieplice w Jeleniej Górze	13	Zabytkowa papierańia w Dusznikach Zdroju	11	Opera Wrocławska	34
dawna Huta Szkła w Szklarskiej Porębie	10	Rezerwat Błędne Skąły	7	Panorama Raławicka	31
Główny Szlak Sudecki im	9	Kaplica Czaszek w Czermej	6	Dworzec Główny	18
Park Miniatur Zabytków Dolnego Śląska w Kowarach	6	Rezerwat przyrody bagiennej Topielisko koto Dusznik Zdrój	6	Krajobrazowy Park Szczytnicki	15
Park Zdrojowy w Jeleniej Górze	5	Rezerwat Szczeliniec	5	Most Grunwaldzki	15
Szlak Zamków Piastowskich	3	Park Narodowy Gór Stołowych	4	Gmach Główny Uniwersytetu	15
Kopania Uranu w Kowarach	3	Dwór w Międzyzlesiu	3	Ogród Japoński	13
Rezerwat Krokusów w Piechowicach	3	Kościół Nawiedzenia NMP w Wambierzycach	3	Muzeum Narodowe	11
Muzeum Sportu Zimowego w Karpaczu	2	Wzgórza Orlickie	2	Muzeum Historyczne	10
Miasteczko Western City w Ściegnach	2	Solna Jama na zboczach Czerńca	2	Ogród Botaniczny	8
Ośrodek sportów zimowych w Szklarskiej Porębie	1	Muzeum Górnictwa w Nowej Rudzie	1	Krajobrazowy Park Południowy	5
Ośrodek sportów zimowych w Karpaczu	1	Główny Szlak Sudecki im	1	Ostrów Piaskowy	5
Międzynarodowy Ośrodek Narciarstwa Biegowego w Jakuszykach	1	Kryty Most nad Białą Lądecką	1	Muzeum Przyrodnicze	4
Inne	152	Góry Bardzkie i przełom Nysy Kłodzkiej	1	Spacerowy szlak dookoła Wrocławia	4
		Rezerwat Wodospad Wilczki	1	Park Krajobrazowy Doliny	3

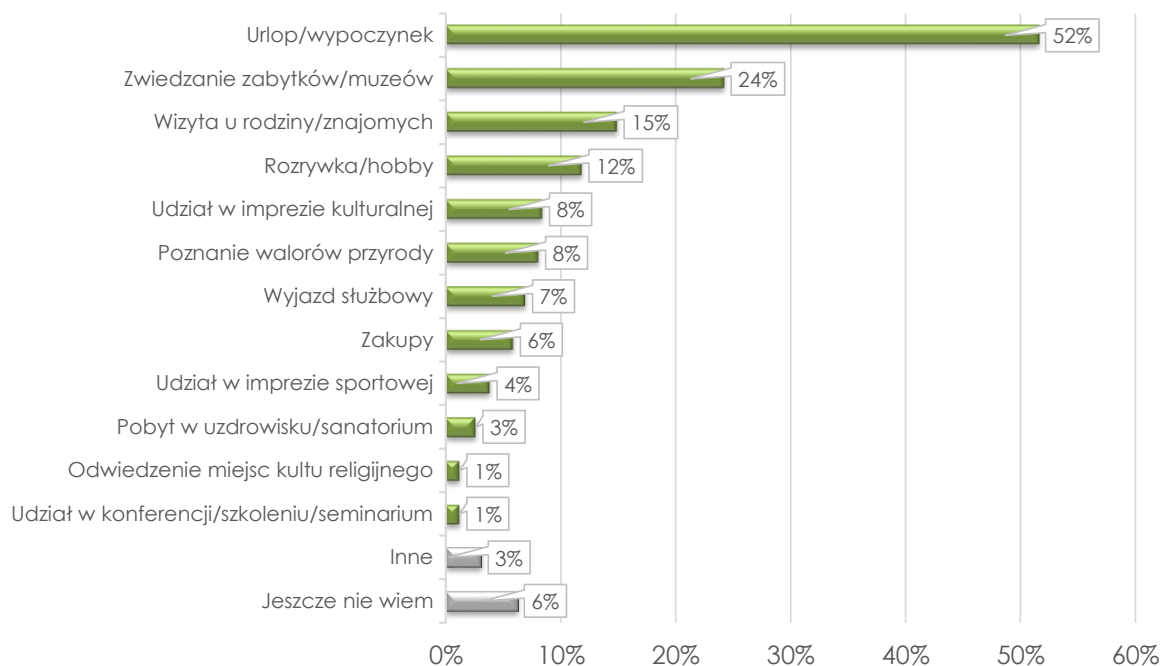
Atrakcje	I. res	Atrakcje	I. res	Atrakcje	I. res
		w Międzygórzu		Bystrzycy	
		Inne	5	Pozostałości grodziska średniowiecznego w Parku Złotnickim	1
				Inne	104
Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy	10	Dolina Odry Zachodniej	7	Dolina Odry Wschód	20
Drewniany kościół w Trzebicku	1	Pozostałości średniowiecznych zabudowań w Głogowie	1	Zamek Książąt Oleśnickich w Oleśnicy	3
Szlak Rowerowy Gór Kocich	1	Szlak Mała Pętla po Wzgórzach Dalkowskich	1	Inne	21
Zabytkowy układ miasta w Prusicach	1	Inne	11		
Inne	10				
Pogórze Kaczawskie	25	Bory Dolnośląskie	21	Sudety Wałbrzyskie	12
Kościół Pokoju w Jaworze	3	Przemkowski Park Krajobrazowy	2	Zamek Książ	12
Kopalnia Złota w Złotorzy	3	Zamek w Kliczkowie	2	Ruiny Zamku Cisy	3
Szlak Wygasłych Wulkanów	3	Szlak kulturowo parkowy Po obu stronach Nysy	1	Park Krajobrazowy Sudetów Wałbrzyskich	2
Górnicza osada w Leszczynie	1	Kamienny wiadukt kolejowy w Bolesławcu	1	Książański Park Krajobrazowy	2
Szlak Zamków Piastowskich	1	Inne	14	Uzdrowisko w Jedlinie Zdroju	1
Inne	13			Główny Szlak Sudecki im	1
				Szlak Ułanów Legii Nadwiślańskiej	1
				Podziemny Kompleks Osówka	1
Nysa, Kwisa, Bóbr	43	Przedgórze Sudeckie	23	Ślęza	10
Uzdrowisko w Świeradowie Zdroju	7	Kościół Pokoju w Świdnicy	13	Góra Ślęza	6
Dom Jakuba Bohme w Zgorzelcu	6	Muzeum Dawnego Kupiectwa w Świdnicy	11	Pałac w Krobielowicach	4
Zamek Czocha we wsi Czoch	4	Zabytki Dzierżoniowa (m. mury obronne kamienice ratusz)	6	Ślęzański Park Krajobrazowy	4
Pałac w Zgorzelcu (obecnie MDK)	2	Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa na Śląsku w Jaworzynie Śląskiej	5	Ośrodek Sportów Lotniczych w Mirosławicach	4
Park Krajobrazowy Doliny Bobru	2	Krzywa Wieża w Ząbkowicach Śląskich	5	Zbiornik Miełkowski	3
Jezioro Leśniańskie i Jezioro Złotnickie w okolicach miejscowości Leśna	1	Rezerwat Skatki Stoteckie w okolicach Ząbkowic Śląskich	4	Dawna osada targowa Sobótka	3
Muzeum Górnictwa w Bogatyni	1	Rezerwat Muszkowicki Las Bukowy w okolicach Ząbkowic Śląskich	4	Kościół św. Trójcy w Żórawinie	2
Główny Szlak Sudecki im	1	Kopalnia Złota w Złotym Stoku	2	Zagroda turystyczna Ślęzański Młyn	1
Cmentarz Żołnierzy II Armii Wojska Polskiego w Zgorzelcu	1	Twierdza Srebmogórska	1	Park Krajobrazowy Doliny Bystrzycy	1
Agatowe Pole w Płóczkach	1	Książański Park Krajobrazowy	1		

Atrakcje	I. res	Atrakcje	I. res	Atrakcje	I. res
Góry					
Wiadukt Kolejowy nad Bobrem	1	Ślęzański Park Krajobrazowy	1		
Muzeum Ceramiki w Bolestawcu	1				
Inne	31				

Oczekiwania w zakresie oferty i produktów turystycznych

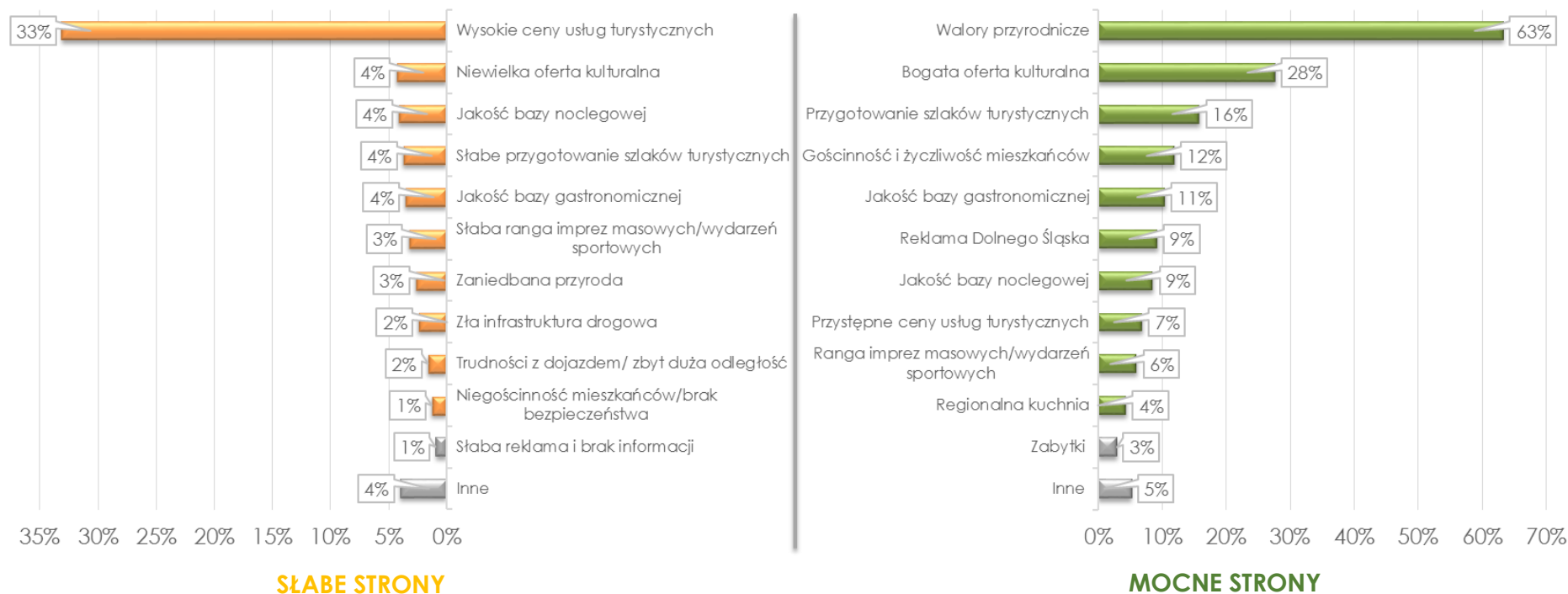
Respondenci określili swoje oczekiwania w zakresie oferty i produktów turystycznych Dolnego Śląska. Większość z nich od podróży na Dolny Śląsk oczekuje przede wszystkim wypoczynku (52%). Celem podróży 24% badanych turystów potencjalnych w zamierzeniu będzie zwiedzanie zabytków bądź muzeów. 15% badanych zamierza odwiedzić rodzinę, a 12% oczekuje rozrywki i możliwości realizacji swojego hobby. Często badani zamierzają również wziąć udział w imprezie kulturalnej (8%) oraz poznać walory przyrody Dolnego Śląska (8%). Wszystkie wymieniane cele podróży na Dolny Śląsk zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 49. Proszę wskazać jaki charakter będzie miała najbliższa podróż na Dolny Śląsk (TURYSŤI POTENCJALNI)



W następnej kolejności badani turyści potencjalni wymienili słabe i mocne strony oferty turystycznej Dolnego Śląska. Respondenci wymieniali zdecydowanie więcej mocnych stron niż słabych. Wśród słabych stron jedynym często wymienianym aspektem (wymieniany przez co trzeciego respondenta) były wysokie ceny usług turystycznych. Wśród mocnych stron zdecydowanie najważniejsze dla respondentów są walory przyrodnicze (63%). Respondenci często podkreślali również bogatą ofertę kulturalną (28%), dobre przygotowanie szlaków turystycznych (16%) oraz gościnność i życzliwość mieszkańców (12%).

Rysunek 46. Mocne i słabe strony oferty turystycznej Dolnego Śląska w opinii respondentów (TURYSŃCI POTENCJALNI)



Największy odsetek badanych turystów deklarował, że podczas swojego pobytu na Dolnym Śląsku zamierza korzystać z usług i produktów turystycznych, takich jak wycieczki piesze (73%), kuchnia regionalna (54%) oraz wycieczki piesze w górach (30%). Badani turyści potencjalni również przede wszystkim zamierzają skorzystać z wycieczek pieszych (47%). W następnej kolejności badani turyści potencjalni wskazywali na wycieczki piesze po górach (33%), wycieczki rowerowe (20%) oraz zorganizowane imprezy (12%).

Tabela 26. Z jakich usług i produktów turystycznych zamierza Pan(i) skorzystać podczas aktualnej/przyszłej wizyty na Dolnym Śląsku (TURYSŃCI, TURYSŃCI POTENCJALNI)?

Usługi i produkty turystyczne	Odsetek respondentów (TURYSŃCI)	Odsetek respondentów (TURYSŃCI POTENCJALNI)
Wycieczki piesze	73%	47%
Kuchnia regionalna	54%	5%
Wycieczki piesze w górach	30%	33%
Pamiątki	25%	7%
Zorganizowane imprezy	18%	12%
Wycieczki rowerowe	18%	20%
SPA	16%	6%
Wellness	9%	0%
Zorganizowane zwiedzanie miejsc kultu duchowego	6%	4%
Konferencje/Kongresy	5%	2%
Wypożyczalnia rowerów	5%	4%
Ekoturystyka	4%	0%
Zorganizowane podróże tematyczne językowe	4%	1%
Agroturystyka	4%	4%
Usługi animatora turystyki	3%	0%
Wspinaczka w górach	3%	3%
Jeździectwo konne	2%	1%
Kajakarstwo	2%	1%
Zorganizowane wyjazdy na narty	2%	1%
Wędkarstwo	2%	2%
Myślistwo	1%	0%
Wypożyczalnia sprzętu wodnego	1%	2%
Wypożyczalnia sprzętu narciarskiego	1%	2%
Inne	7%	8%
Nie korzystałem/am z niczego	1%	0%

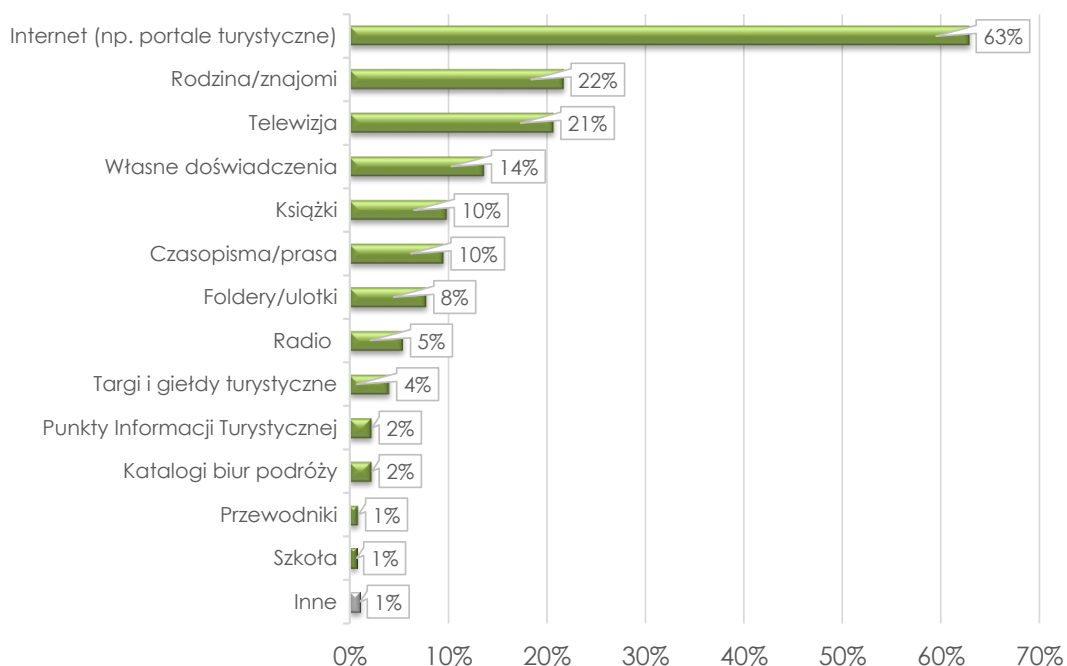
Znajomość walorów i atrakcji turystycznych Dolnego Śląska

Zdecydowanie najbardziej popularny na Dolnym Śląsku jest Wrocław. Właśnie do Wrocławia zamierza się udać podczas najbliższej podróży na Dolny Śląsk 37% badanych turystów potencjalnych. Respondenci często planują również podróż w rejon Karkonoszy i Gór Izerskich (26% badanych turystów potencjalnych), rejon Ziemi Kłodzkiej (19% badanych turystów potencjalnych), rejon Ślęży (9% badanych turystów potencjalnych) oraz rejon Sudetów

Wałbrzyskich (7% badanych turystów potencjalnych). Pozostałe miejscowości były wymieniane przez mniej niż 5% badanych turystów potencjalnych.

Największy odsetek badanych turystów potencjalnych (63%) pozyskuje informacje na temat walorów turystycznych Dolnego Śląska z Internetu. Często źródłem informacji są również rodzina i znajomi, telewizja i własne doświadczenia. Wszystkie wskazywane źródła informacji zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 50. Z jakich źródeł pozyskuje Pan(i) informacje na temat walorów turystycznych Dolnego Śląska (TURYSŃCI POTENCJALNI)?



Wrocław jest zarówno najbardziej popularnym miejscem na Dolnym Śląsku, jak i najbardziej znanym. Co piąty badany wymienia Wrocław jako znajome mu miejsce w województwie dolnośląskim. 6% badanych turystów potencjalnych wymienia Karpacz, 5% Panoramę Racławicką, a 4% Kotlinę Kłodzką. Pozostałe atrakcje turystyczne wskazywane były przez co najwyżej 3% badanych turystów potencjalnych. Atrakcje wskazywane przez co najmniej 10 respondentów zaprezentowano w poniższej tabeli.

Tabela 27. Znajome atrakcje turystyczne z Dolnego Śląska

Znajome atrakcje turystyczne	Liczba respondentów	Odsetek respondentów
Wrocław	228	20%
Karpacz	63	6%
Panorama Racławicka	60	5%
Kotlina Kłodzka	46	4%
Szklarska Poręba	35	3%
Karkonosze - Park Narodowy, schroniska	34	3%
Zoo	34	3%

Znajome atrakcje turystyczne	Liczba respondentów	Odsetek respondentów
Zamki	29	2%
Zamek Książ	26	2%
Góry	24	2%
Zabytki	24	2%
Śnieżka	23	2%
Góry Stołowe	19	2%
Muzea	15	1%
Wałbrzych	14	1%
Kaplica Czaszek w Czermej	14	1%
Góra Ślęza	12	1%
Starówka	12	1%
Ogród botaniczny	11	1%
Lądek Zdrój	10	1%
Szlaki turystyczne	10	1%

Badani turyści potencjalni wymienili ponadto atrakcje turystyczne, które dotychczas mieli okazję odwiedzić osobiście na Dolnym Śląsku. Respondenci wymieniali głównie Wrocław, Karpacz, Kotlinę Kłodzką i Karkonosze.

Charakterystyka podróży do Wrocławia

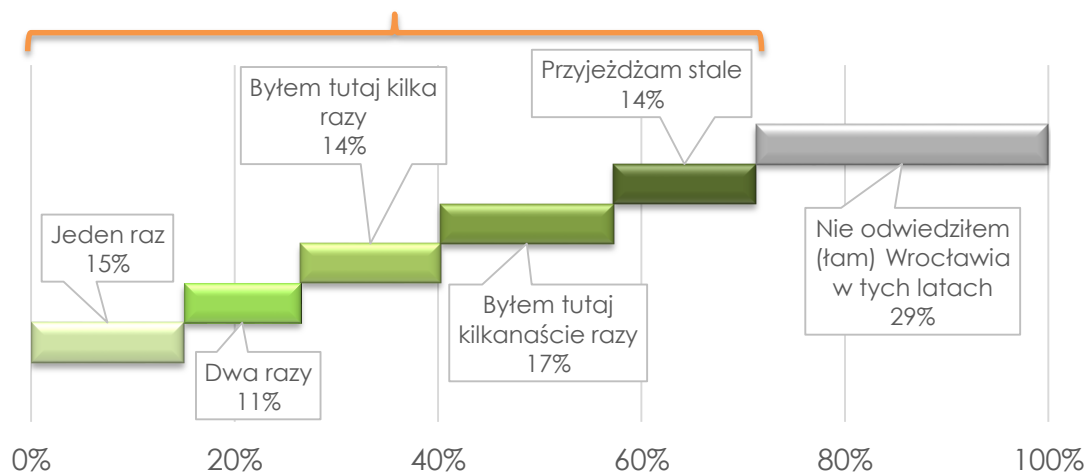
W ramach badania turystów osobnej analizie poddano kwestie dotyczące Wrocławia. Poproszono badanych turystów o odpowiedzi na kilka pytań w kwestii podróży i pobytu w samym Wrocławiu. Takie same pytania zadano również badanym turystom potencjalnym.

29% badanych turystów w latach 2012-2015 nie odwiedziło Wrocławia w charakterze turysty. 15% badanych uczyniło to w tym okresie jedynie raz, a 11% dwa razy. Kilka razy odwiedziło Wrocław 14% badanych, 17% robiło to kilkanaście razy, a kolejne 14% robi to stale. Spośród badanych, którzy odwiedzili Wrocław w latach 2012-2015 przynajmniej raz 34% nie korzystało z noclegu w tym mieście, a 45% korzystało z noclegu we Wrocławiu na okres nie dłuższy niż 3 noclegi. Średnio badani, którzy odwiedzili Wrocław w okresie 2012-2015 pozostawali tam na 3 noclegi⁵.

⁵Uwzględniając w analizie jedynie turystów, którzy nie tylko odwiedzili Wrocław, ale i korzystali w tym mieście z noclegów, respondenci pozostawali we Wrocławiu średnio na cztery noclegi.

Rysunek 51. Ile razy odwiedzał(a) Pan(i) Wrocław w charakterze turysty w latach 2012 – 2015 (TURYSŃCI)?

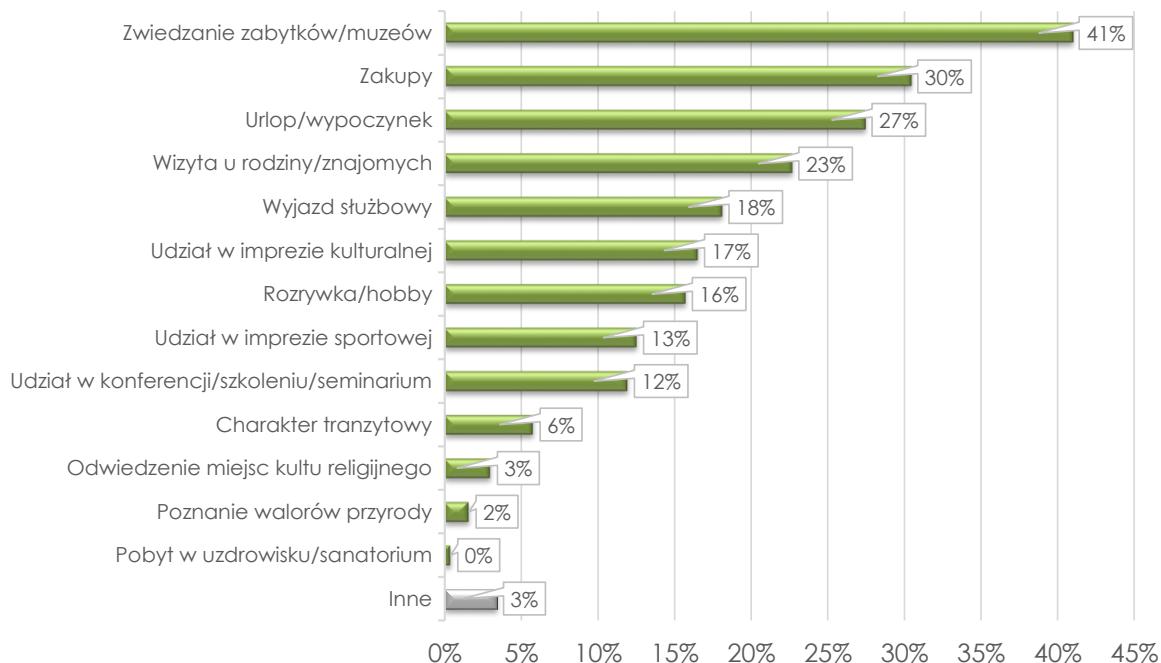
ŚREDNIO POZOSTAWANO NA 3 NOCLEGI



Wśród badanych turystów potencjalnych 62% nie odwiedziło Wrocławia w latach 2012-2015. 14% z nich było we Wrocławiu kilka razy, a co dziesiąty odwiedził Wrocław dwa razy. Badani turyści potencjalni średnio pozostawali we Wrocławiu na 3 noclegi, a głównym celem ich podróży był wypoczynek (potwierdzone przez 47% badanych turystów potencjalnych). Respondenci często jeździli do Wrocławia również w celu zwiedzania zabytków bądź muzeów (23%), wizyty u rodziny bądź znajomych (18%) oraz w celach służbowych (7%).

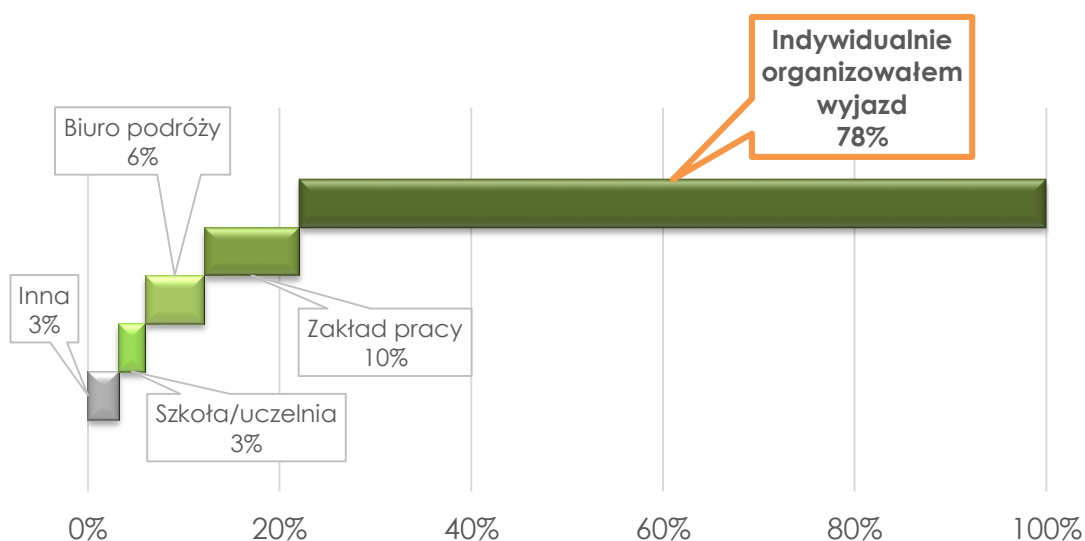
Badani turyści odwiedzali Wrocław z kolei głównie w celu zwiedzania zabytków bądź muzeów (41%). Istotnym celem podróży do Wrocławia były ponadto zakupy - 30%, urlop/wypoczynek - 27%, wizyta znajomych/rodziny - 23% oraz wyjazd służbowy - 18%. Szczegółowe informacje na temat charakteru podróży badanych turystów do Wrocławia zaprezentowano na poniższym wykresie.

Rysunek 52. Charakter/cel podróży do Wrocławia (TURYSŃCI)



87% badanych turystów potencjalnych indywidualnie organizowało swój wyjazd do Wrocławia. Wśród badanych turystów indywidualnie swój wyjazd do Wrocławia organizowało 78% badanych. Organizatorem wyjazdu co dziesiątego badanego turysty był natomiast zakład pracy. Wyjazdy były również organizowane przez biura podróży (6%) oraz szkoły/uczelnie (3%).

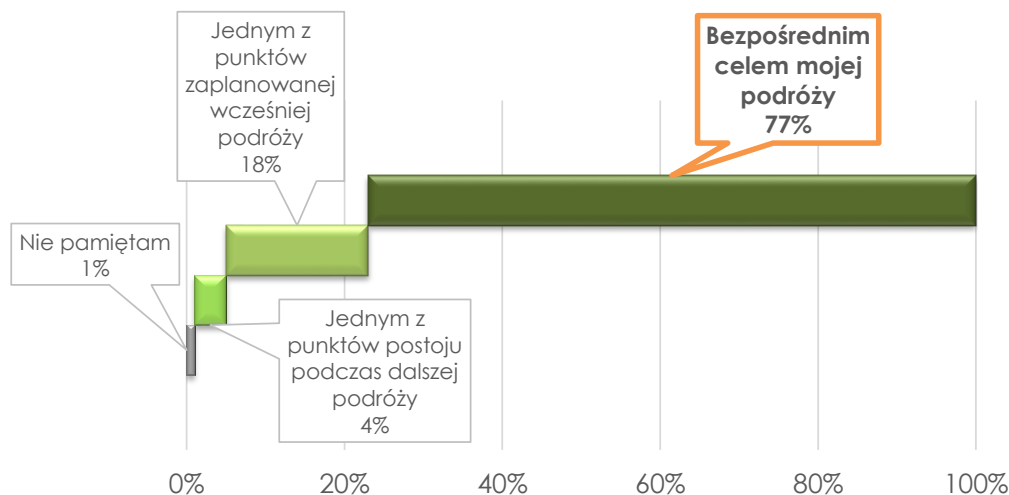
Rysunek 53. Kto był organizatorem Pana(i) wyjazdu (TURYSŃCI)?



Dla 77% zarówno badanych turystów, jak i turystów potencjalnych podróż do Wrocławia była bezpośrednim celem podróży. Dla 18% respondentów była ona z kolei jednym z punktów

zaplanowanej wcześniej podróży, a dla 4% jednym z punktów postoju podczas dalszej podróży.

Rysunek 54. Jakim elementem podróży było dla Pana(i) miasto Wrocław (TURYSŃCI)?



Zdecydowana większość badanych (71%) podczas wizyty we Wrocławiu odbywała wycieczki piesze. 45% badanych turystów cieszyło się z kolei kuchnią regionalną, a co czwarty badany dokonywał zakupu pamiątek. 23% badanych zadeklarowało, że podczas pobytu we Wrocławiu uczestniczyło w zorganizowanych imprezach. Szczegółowe informacje na temat usług i produktów turystycznych, z jakich korzystali respondenci podczas wizyty we Wrocławiu zaprezentowano w poniższej tabeli.

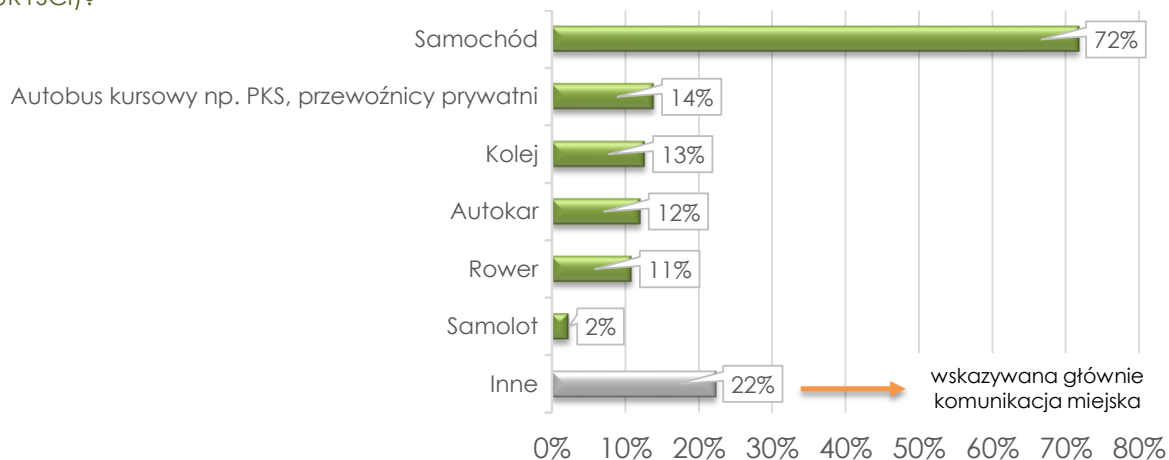
Tabela 28. Z jakich usług i produktów turystycznych korzystał Pan podczas wizyty we Wrocławiu (TURYSŃCI)?

Usługi i produkty turystyczne	Odsetek respondentów korzystających
Wycieczki piesze	71%
Kuchnia regionalna	45%
Pamiątki	25%
Zorganizowane imprezy	23%
Wycieczki rowerowe	7%
Zorganizowane zwiedzanie miejsc kultu duchowego	7%
Konferencje/Kongresy	7%
Wypożyczalna rowerów	4%
SPA	4%
Zorganizowane podróże tematyczne, językowe	4%
Wycieczki piesze w górach	2%
Usługi animatora turystyki	2%
Wypożyczalna sprzętu wodnego	1%
Ekoturystyka	1%
Jeździectwo konne	1%
Kajakarstwo	1%
Myślistwo	1%
Inne	9%
Nie korzystałem/am z niczego	2%

Również wśród badanych turystów potencjalnych najczęściej odbywano wycieczki piesze (64%). Często również odbywano wycieczki rowerowe (10%) i cieszą się kuchnią regionalną (5%).

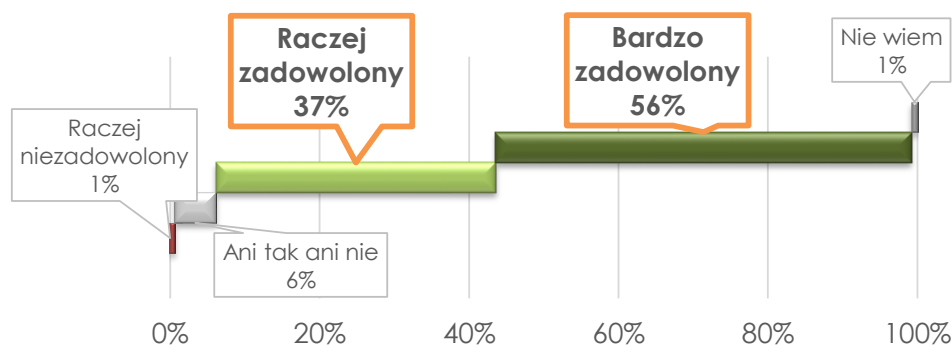
Podczas podróży do Wrocławia lub po Wrocławiu badani turyści oraz badani turyści potencjalni korzystali przede wszystkim z samochodu (72%). Często korzystano również ze środków komunikacji miejskiej (zarówno ogólnych środków, jak i z wyszczególnieniem konkretnych: autobusu 14% respondentów czy kolei 13% respondentów).

Rysunek 55. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) podczas podróży do lub po Wrocławiu (TURYSZCI)?



Badani wyrażają bardzo duże zadowolenie z pobytu we Wrocławiu. Bardzo zadowolonych turystów było, aż 56%. Również duży odsetek respondentów był zadowolony z pobytu we Wrocławiu (37%). Jedynie 1% badanych zadeklarował, że jest raczej niezadowolony, a 7% nie wyraziło konkretnego zdania.

Rysunek 56. Jaki jest Pana/i ogólny stan zadowolenia z pobytu we Wrocławiu (TURYSZCI)?

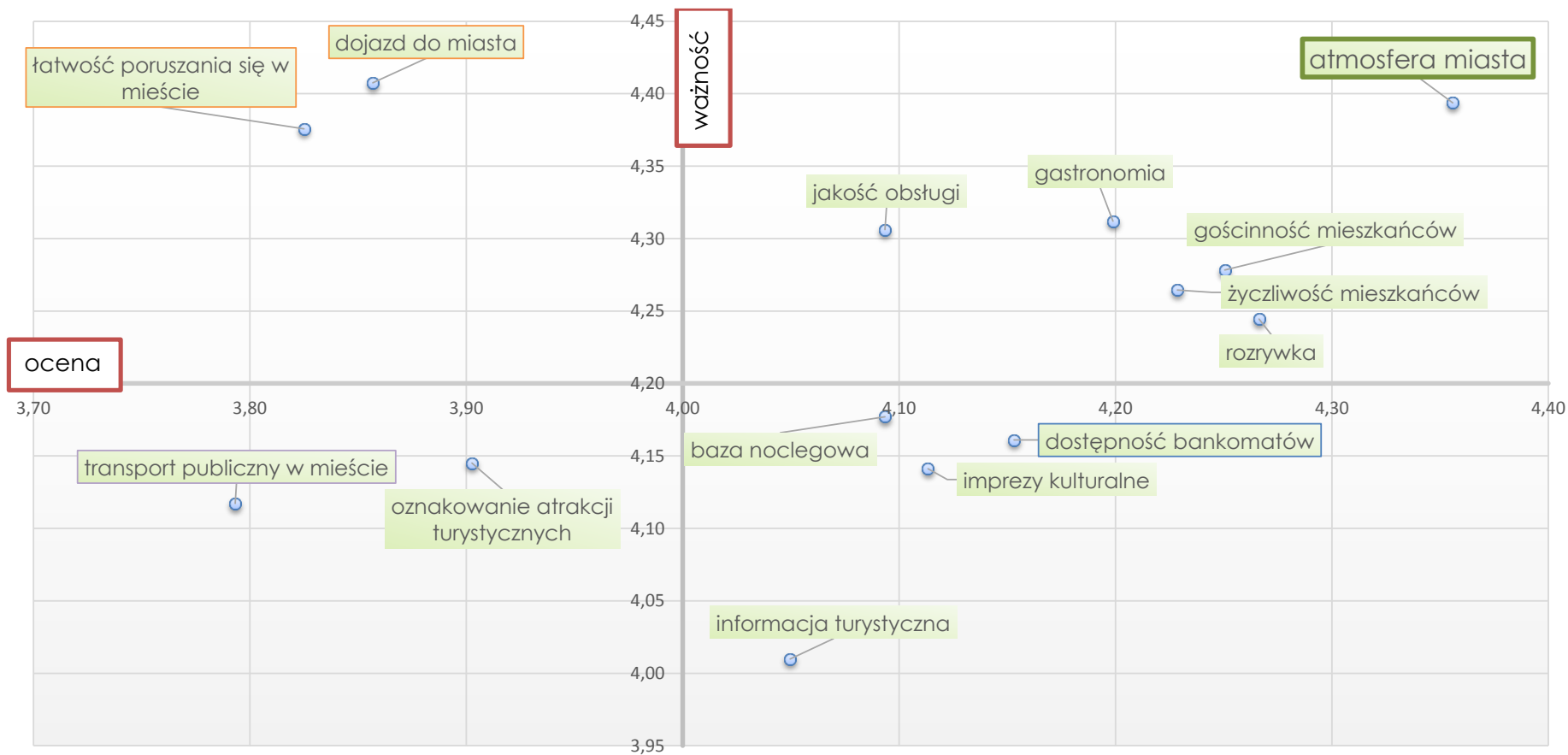


Wśród badanych turystów potencjalnych natomiast 86% respondentów wyraziło zadowolenie z pobytu we Wrocławiu.

Respondenci ponadto ocenili wybrane aspekty pobytu we Wrocławiu. Oceny dokonywali w skali od 1 (najgorsza ocena) do 5. Poza oceną zadowolenia z poszczególnych elementów pobytu, respondenci ocenili również ważność tych elementów. Jak można zaobserwować na

poniższym wykresie dla respondentów bardzo ważna jest atmosfera miasta. Atmosferę miasta Wrocław badani ocenili bardzo wysoko (ocena – 4,36; waga – 4,39) . Ponadto bardzo ważny dla badanych jest również dojazd do miasta (ocena – 3,86; waga – 4,41) i łatwość poruszania się po mieście (ocena – 3,86; waga – 4,38) – te elementy ocenione zostały jednak jako jedne z najmniej zadowolających spośród badanych elementów. Należy jednak zaznaczyć, że pomimo niższej oceny w porównaniu do pozostałych elementów, ich ocena pozostaje stosunkowo wysoka. Szansą dla Wrocławia są dostępność bankomatów (ocena – 4,15; waga – 4,16) oraz imprezy kulturalne (ocena – 4,11; waga – 4,14), które zostały ocenione wysoko, ich ważność jednak nie jest jeszcze znacząco wysoka dla respondentów na tle innych badanych elementów.

Rysunek 57. Ogólny stan zadowolenia z pobytu we Wrocławiu w wymienionych obszarach wraz z oceną ważności tych obszarów dla respondentów (TURYSŃCI)



Następnie dokonano obliczenia wskaźnika TAI, określającego stopień zadowolenia turystów ze świadczonych usług z uwzględnieniem ważności tych usług dla respondentów. Uzyskane wyniki porównano z wynikami otrzymanymi w ramach badań turystów we Wrocławiu w latach 2005 i 2006. W roku 2015 badaniu poddano trzy obszary: KLIMAT, KOMUNIKACJA oraz INFRASTRUKTURA. Poszczególne badane komponenty przyporządkowano do wymienionych obszarów. W ramach badań przeprowadzonych w latach ubiegłych analizie poddano jeszcze dodatkowy obszar, jakim była HIGIENA MIASTA.

Do obliczenia wskaźnika TAI użyto następującego wzoru:

$I_s(K_v) = (\sum q_i \times c_i) / 5$, gdzie⁶:

$I_s(K_v)$ = the tourist attractiveness index

i - oznacza liczbę komponentów podjętych badaniu (w przypadku niniejszego badania było to 14 elementów)

q - oznacza ważność poszczególnych komponentów ($\sum q_i = 1.00$, so $0 \leq q_i \leq 1.00$)

c - oznacza średnią ocenę jakości poszczególnych komponentów ($c = 0-5$)

W celu zachowania porównywalność do wyników badań z lat 2005 i 2006 wskaźnik TAI zastosowano jedynie w odniesieniu do turystów krajowych. Przyczyną jest fakt, że w badaniu z roku 2006 sprowadzono wskaźnik z roku 2005 do postaci porównywalnej, jednakże uwzględniono wtedy jedynie dane dla turystów krajowych.

Tabela 29. Wskaźnik TAI w latach 2005, 2006 i 2015

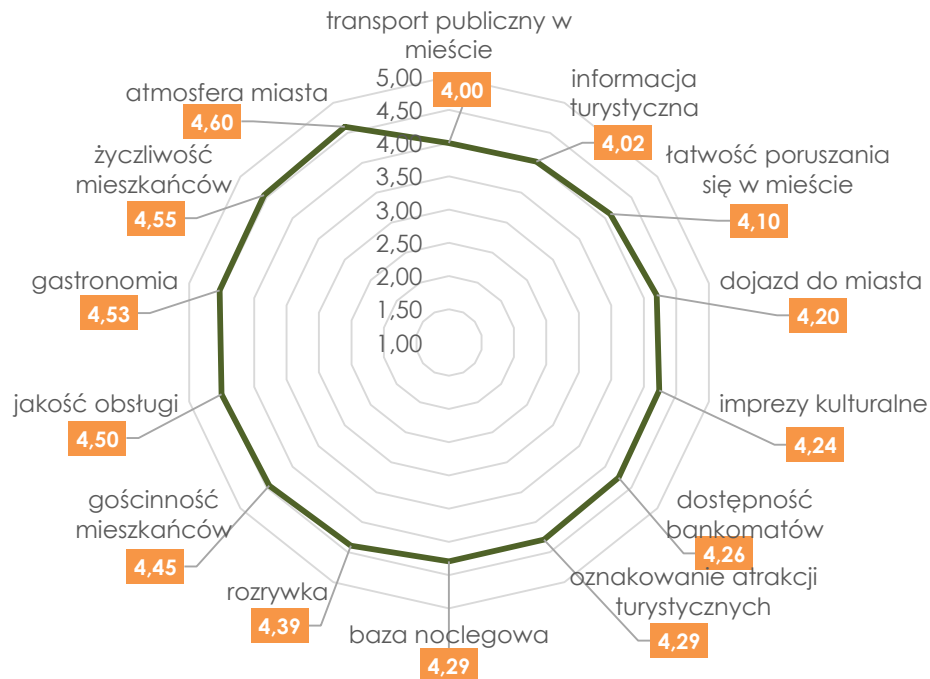
Rok	TAI
2005	79%
2006	75%
2015	81%

Jak zaprezentowano powyżej, w 2015 roku wskaźnik TAI uległ wzrostowi o 6 punktów procentowych w porównaniu do wskaźnika z 2006 roku, co może świadczyć o wzroście zadowolenia turystów z usług otrzymywanych we Wrocławiu. Pamiętać jednak należy, iż w niniejszym badaniu nie analizowano kategorii 'HIGIENA', która w badaniach z lat ubiegłych mogła wpłynąć na zniżenie oceny.

Oceny wyżej wymienionych aspektów, również w skali od 1 do 5, dokonali także badani turyści potencjalni. Ponownie najwyżej oceniono atmosferę miasta (4,60), a najniżej transport publiczny w mieście (4,00). Wysoko ponownie oceniono życzliwość mieszkańców (4,55). Niżej w porównaniu z innymi aspektami z kolei ponownie oceniono łatwość poruszania się po mieście (4,10) oraz dojazd do miasta (4,20). Średnie oceny dokonane przez badanych turystów potencjalnych przedstawiono na poniższym wykresie.

⁶ Źródło: http://www.santiagocaprio.com/polimi-enre/04_case_study.pdf

Rysunek 58. Ogólny stan zadowolenia z pobytu we Wrocławiu w wymienionych obszarach (TURYSŹCI POTENCJALNI)



Zgodnie w wypowiedziach respondentów do Wrocławia turystów przyciągają przede wszystkim zabytki (23% wskazań). Poza zabytkami bardzo ważne są też atmosfera miasta (17%), rynek (15%), ZOO (13%), atrakcyjność miasta (12%) oraz imprezy kulturalne (11%). Badani turyści potencjalni wskazywali ponadto często ogólnie na atrakcje turystyczne i walory miasta oraz jego położenie. Wszystkie odpowiedzi badanych turystów wskazywane częściej niż 2 razy zaprezentowano w tabeli poniżej.

Tabela 30. Co Pana/i zdaniem przyciąga turystów do miasta Wrocław (TURYSŹCI)?

Czynnik przyciągający turystów	liczba wskazań	odsetek wskazań
Zabytki	115	23%
Atmosfera miasta	85	17%
Rynek	73	15%
ZOO	66	13%
Atrakcyjność miasta	61	12%
Imprezy kulturalne	56	11%
Architektura	50	10%
Ostrów Tumski	34	7%
Imprezy sportowe	29	6%
Historia miasta	25	5%
Imprezy masowe	24	5%
Muzea	23	5%
Hala Stulecia	21	4%

Czynnik przyciągający turystów	liczba wskazań	odsetek wskazań
Galerie handlowe	19	4%
Panorama Raławicka	19	4%
Parki	19	4%
Atrakcje turystyczne	17	3%
Stare Miasto	16	3%
Aqua Park	11	2%
Ogród botaniczny	11	2%
Synagoga	11	2%
Gościnność mieszkańców	10	2%
Ratusz	10	2%
Teatry	10	2%
Katedry	9	2%
Restauracje	9	2%
Ogród Japoński	8	2%
Opera Wrocławska	8	2%
Reklama miasta w mediach	8	2%
Kina	7	1%
Wydarzenia kulturalne	7	1%
Mosty	6	1%
Afrykanarium	5	1%
Fontanny	5	1%
Plac Solny	5	1%
Puby	5	1%
Uczelnie	5	1%
Bazylika	4	1%
Kościoty	4	1%
Ossolineum	4	1%
Rozrywka	4	1%
Urzędy wojewódzkie	3	1%

Podczas pobytu we Wrocławiu największe wrażenie na badanych turystach wywarły wrocławski rynek (10% wskazań), Panorama Raławicka (5%), atmosfera miasta (4%), Ostrów Tumski (4%), Sky Tower (4%) oraz wrocławskie ZOO (4%). Badani turyści potencjalni często wskazywali ponadto fontanny oraz ogólnie architekturę miejską. Elementy wymieniane przez co najmniej 11 badanych turystów zaprezentowane zostały w poniższej tabeli.

Tabela 31. Co wywarło na Panu/i największe wrażenie podczas pobytu w mieście Wrocław (TURYSŃCI)?

Element wywierający wrażenie	Liczba turystów	Odsetek turystów
Rynek	72	10%
Panorama Raławicka	34	5%
Atmosfera miasta	28	4%

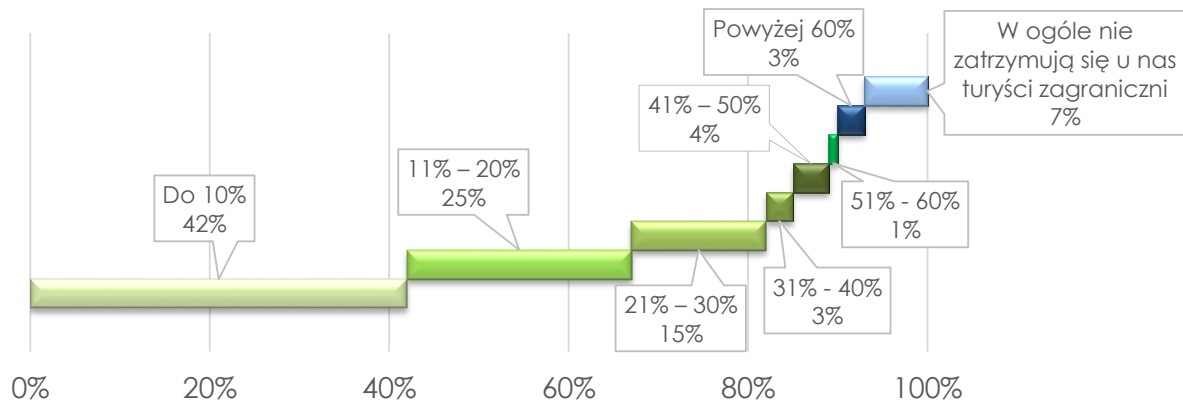
Element wywierający wrażenie	Liczba turystów	Odsetek turystów
Ostrów Tumski	28	4%
Sky Tower	26	4%
ZOO	25	4%
Hala Stulecia	24	3%
Ogród Botaniczny	22	3%
Afrykanarium w ZOO	20	3%
Katedra	17	2%
Ratusz	17	2%
Zabytki	13	2%
Galerie handlowe	12	2%
Mosty	12	2%
Aqua Park	11	2%
Dworzec Główny	11	2%
Gościnność mieszkańców	11	2%
Most Grunwaldzki	11	2%
Opera Wroclawska	11	2%
Stadion Wroclawski	11	2%
Stare Miasto	11	2%

Docelowe grupy respondentów

W ramach badania przedstawiciele badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania określili profil turystów odwiedzających ich obiekty.

42% badanych przedstawicieli obiektów zadeklarowało, że turyści zagraniczni stanowią nie więcej niż 10% wszystkich odwiedzających ich turystów. Natomiast co czwarty ankietowany uważa, iż turyści zagraniczni stanowią od 11%-20% osób nocujących w badanych obiektach zakwaterowania. W 15% badanych obiektów turyści zagraniczni stanowią 21%-30%. 7% badanych obiektów w opinii respondentów nie jest w ogóle odwiedzane przez turystów zagranicznych.

Rysunek 59. Proszę oszacować jaki odsetek ogółu zatrzymujących się u Państwa turystów w ostatnich 2 latach stanowili turyści zagraniczni (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)



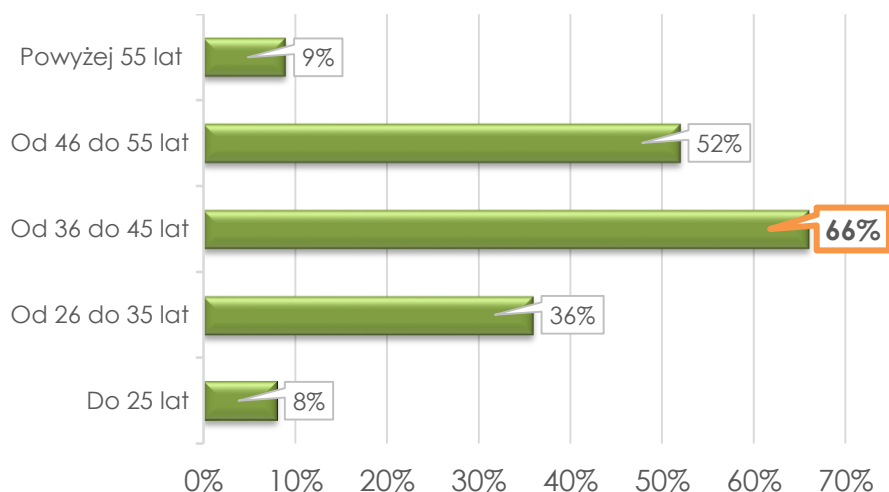
Wśród turystów zagranicznych odwiedzających badane obiekty zbiorowego zakwaterowania zdecydowaną większość stanowią turyści z Niemiec (92% wskazań). Co piąty badany obiekt, który jest odwiedzany przez turystów zagranicznych, odwiedzają turyści z Holandii (20%). Ponadto na Dolnym Śląsku zatrzymują się m. in.: Rosjanie (17%), Czesi (15%), Anglicy (12%), Ukraińcy (12%).

Tabela 32. Proszę wskazać jakiej narodowości byli zatrzymujący się u Państwa turyści zagraniczni (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)

Narodowość	Liczba wskazań	Odsetek wskazań
Niemcy	86	92%
Holandrzy	19	20%
Rosjanie	16	17%
Czesi	14	15%
Anglicy	11	12%
Ukraińcy	11	12%
Francuzi	9	10%
Włosi	7	8%
Duńczycy	4	4%
Amerykanie	3	3%
Litwini	3	3%
Słowacy	3	3%
Białorusini	2	2%
Australijczycy	1	1%
Belgowie	1	1%
Izraelczycy	1	1%
Japończycy	1	1%
Kenijczycy	1	1%
Łotysze	1	1%
Portugalczycy	1	1%
Rumuni	1	1%
Szwajcarzy	1	1%

W ciągu ostatnich dwóch lat w badanych obiektach zbiorowego zakwaterowania najczęściej bywali goście w wieku od 36 do 45 lat (66%). Częstymi gośćmi byli również turyści w wieku 46-55 lat (52%) oraz osoby w wieku od 26-35 lat (36%).

Rysunek 60. Turyści w jakim przedziale wiekowym gościli u Państwa najczęściej w ciągu ostatnich 2 lat (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)?



Badane hotele, motele i pensjonaty najczęściej odwiedzane były przez turystów w wieku 36-55 lat. Badane domki letniskowe oraz ośrodki wypoczynkowe najczęściej odwiedzali turyści w wieku 36-45 lat (67%). Badane schroniska i domy wycieczkowe najczęściej odwiedzali turyści w wieku od 46-55 lat (67%). Z kolei badane kwatery prywatne i gospodarstwa domowe najczęściej odwiedzali turyści w wieku 26-45 lat, a badane kempingi i pola biwakowe ludzie młodzi, do 25 roku życia oraz turyści w wieku 36-45 lat.

Tabela 33. Turyści w jakim przedziale wiekowym gościli u Państwa najczęściej w ciągu ostatnich 2 lat (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)? – dane w podziale na typ badanego obiektu

Typ obiektu	Do 25 roku życia	Od 26 do 35 lat	Od 36 do 45 lat	Od 46 do 55 lat	Powyżej 55 lat
Hotel, motel, pensjonat	7%	36%	65%	53%	9%
Domek letniskowy na działce rekreacyjnej	7%	47%	67%	47%	13%
Schronisko, dom wycieczkowy	33%	33%	33%	67%	0%
Ośrodek wypoczynkowy	17%	33%	67%	33%	17%
Kwarta prywatna	0%	100%	100%	0%	0%
Gospodarstwo agroturystyczne	0%	100%	100%	0%	0%
Kemping, pole biwakowe, bungalow	100%	0%	100%	0%	0%
Ogółem	8%	36%	66%	52%	9%

W sezonie wiosennym obiekty zbiorowego zakwaterowania najczęściej odwiedzane były przez rodziny z dziećmi (55%) i pary (40%). Podobna tendencja miała miejsce w okresie letnim. W sezonie jesiennym i zimowym wymienione grupy również często gościły w badanych obiektach. W sezonie jesiennym najczęściej jednak ich gośćmi byli emeryci

(49%). W sezonie zimowym z kolei, częściej niż pary, w badanych obiektach gościli turyści zagraniczni (42%).

Tabela 34. Proszę określić jakie grupy turystów najczęściej korzystają z Państwa oferty w poszczególnych sezonach (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)

Rodzaj grupy	Sezon wiosenny	Sezon letni	Sezon jesienny	Sezon zimowy
Rodziny z dziećmi	55%	63%	38%	47%
Pary	40%	51%	44%	41%
Turyści zagraniczni	36%	45%	35%	42%
Emeryci	32%	42%	49%	38%
Osoby podróżujące w sprawach służbowych	30%	39%	32%	33%
Wycieczki szkolne	30%	9%	12%	12%
Wycieczki zorganizowane	25%	23%	15%	17%
Studenci	24%	27%	26%	18%
Kibice sportowi	9%	6%	8%	9%

Dochody z tytułu turystyki

Wielkość dochodów z tytułu turystyki bezpośrednio warunkują zdaniem respondentów wywiadów pogłębionych bogactwo i różnorodność oferty turystycznej, jak również wykorzystanie przez turystów różnego rodzaju infrastruktury turystycznej i wpływ z podatków.

„Turysta, gdy przyjeżdża z innego miasta, korzysta z różnego rodzaju nie tylko atrakcji, ale też śpi, je, bierze udział w różnego rodzaju wydarzeniach, idzie do kina, czy do teatru, robi jakieś zakupy w postaci pamiątek.”

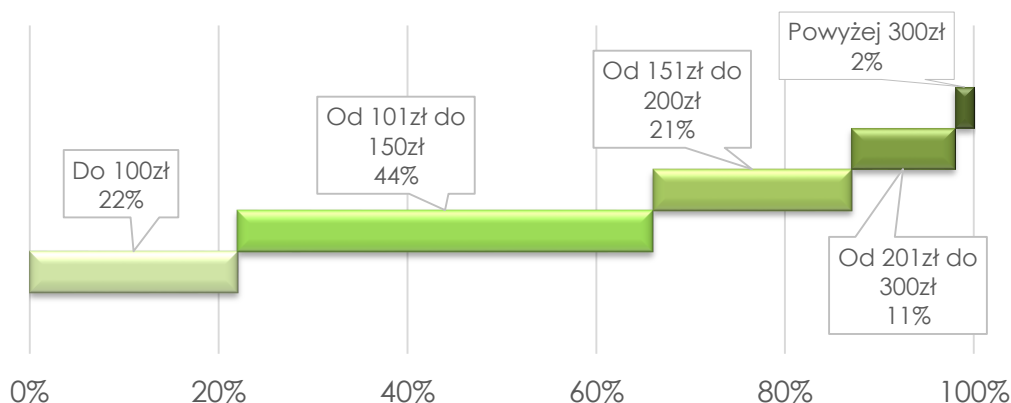
[UM Wrocław]

Zgodnie w wypowiedzią respondenta wielkość dochodów z tytułu turystyki, wpływających do jednostek samorządu terytorialnego, jest ściśle uzależniona od konkretnego regionu czy powiatu np. w powiecie Górowskim jest to około 0% ogółu dochodów, w powiecie jeleniogórowskim ok. 40% ogółu dochodów, we Wrocławiu w granicach 15% ogółu dochodów.

Zdaniem badanych przedstawicieli obiektów zbiorowego zakwaterowania obłożenie ich obiektów najwyższe jest latem (obłożenie na poziomie 74%). Przyjmując założenie, iż im większa liczba turystów, tym większe dochody z tytułu turystyki dla obiektów zbiorowego zakwaterowania, to latem dochody są najwyższe. Obłożenie obiektów jest również wysokie w pozostałych okresach i wynosi odpowiednio: 69% w sezonie zimowym oraz 64% w sezonach jesiennym i wiosennym.

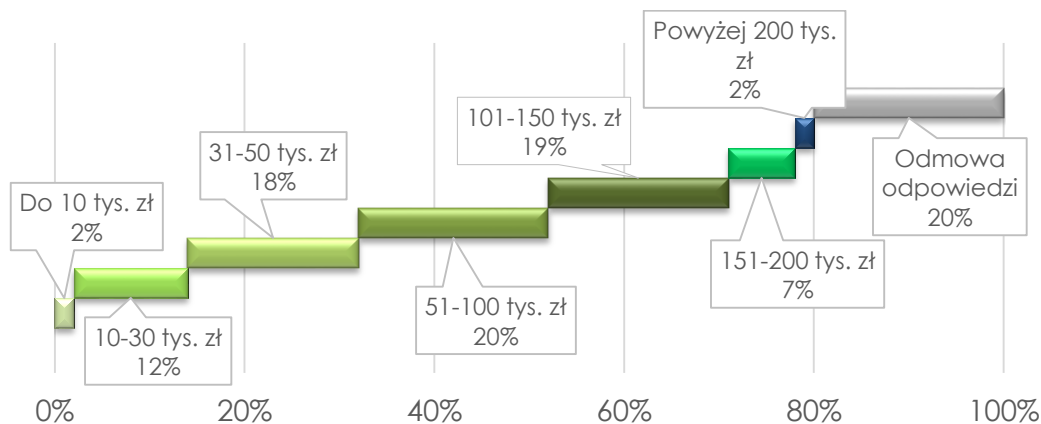
Zgodnie z wypowiedziami 44% przedstawicieli badanych obiektów zbiorowego zakwaterowania średnio w ciągu doby przeciętny turysta wydaje od 101 do 150 zł. Według 22% respondentów przeciętny turysta w ciągu doby średnio wydaje mniej niż 101 zł, a według pozostałych 34% więcej niż 150 zł.

Rysunek 61. Proszę oszacować ile w ciągu doby średnio wydaje pojedynczy turysta na usługi oferowane przez Państwa (łącznie z kosztem noclegów) (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)



Dochody netto badanych obiektów zakwaterowania za rok 2014 kształtowały się głównie w przedziale 51-100 tys. zł (20%). 32% badanych zadeklarowało, że kwota ta była niższa. 28% badanych zadeklarowało z kolei dochód netto wyższy niż 100 tys. zł. Co piąty badany odmówił podania takich danych.

Rysunek 62. W jakim przedziale kształtował się dochód netto obiektu w skali roku 2014 (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)?



W celu zwiększenia poziomu wpływów z tytułu turystyki należy podjąć szereg działań, wśród których respondenci wywiadów pogłębionych wymieniali następujące:

- promowanie działalności turystycznej przedsiębiorców,
- promowanie ofert, z których przedsiębiorcy mogliby skorzystać dla rozwoju swoich firm,
- promowanie współpracy pomiędzy już istniejącymi produktami,
- promocja na nowych rynkach,
- powstanie jednego portalu Internetowego, na którym można by znaleźć wszystkie potrzebne informacje na temat podróży na tereny Dolnego Śląska,
- poprawa i rozbudowa infrastruktury turystycznej,
- poprawa komunikacji z Dolnym Śląskiem (więcej połączeń autobusowych czy lotniczych),

- stworzenie skonsolidowanej bazy najważniejszych imprez kulturalnych całego Dolnego Śląska dla potencjalnych użytkowników,
- dbałość o merytoryczne wyszkolenie pracowników branży turystycznej.

Wpływ turystyki na gospodarkę lokalną

Respondenci wywiadów pogłębionych wypowiedzieli się na temat wpływu turystyki na gospodarkę lokalną.

Zgodnie z opiniami respondentów oferta turystyczna Dolnego Śląska powinna się koncentrować na takich usługach turystycznych jak szlaki i wycieczki górskie, imprezy i to w bardzo szerokich dziedzinach (np. kulinarne, wydarzenia biznesowe), uzdrowiska, atrakcje wypoczynkowe, kulturalne, kongresy, konferencje. Jednak wszystkie te usługi oferowane pojedynczo nie pozwolą na uzyskanie pożądanego efektu, jakim jest przyciągnięcie na Dolny Śląsk jak największej liczby turystów.

„Jest tak różne zapotrzebowanie turystów, tak różnorodne w Polsce, że koncentrowanie się na jakimkolwiek wycinku będzie spychało pozostałe na dalszy plan. Myślę, że to w miarę równorzędne traktowanie tych rzeczy, będzie przynosiło największe rezultaty.”

(Przedstawiciel Śląskiej Organizacji Turystycznej)

Zdaniem respondentów jest kilka głównych typów turystyki, na których powinien skupić się Dolny Śląsk. Wśród nich najczęściej wymieniano turystykę aktywną (w tym górską), turystykę uzdrowską, turystykę kulturową (w tym również podkreślano znaczenie zamków i pałaców), turystykę biznesową i rodzinną. Ponownie jednak podkreślono znaczenie połączenia różnych typów turystyki.

„Myślę, że powinno to działać tak, żeby produkt turystyczny, który Dolny Śląsk oferuje składał się z kilku typów, a nie skupiał się na jednym konkretnym - żeby łączył ze sobą różne elementy i produkty.”

(UM Wrocław)

Podanie okresu roku, w jakim wpływ turystyki na gospodarkę lokalną/regionalną jest największy stanowiło dla respondentów kwestię problematyczną. Zdaniem Przedstawiciela Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej są to okresy wakacyjne (lato i zima) ze względu na sam fakt wzmożenia liczby podróży w tym okresie, jak i na rodzaj zasobów, jakimi dysponuje Dolny Śląsk, czyli warunkami do uprawiania turystyki aktywnej. W jego opinii ponadto najbardziej „odżywają turystycznie” w tych okresach subregiony południowe województwa. Pojawiła się również opinia, iż jest to zależne od atrakcji, jakie wybierają turyści – góry i uzdrowiska są oblegane cały rok, pozostałe atrakcje najczęściej odwiedzane są latem.

Respondenci, którzy wyrazili swoje zdanie potwierdzają, że sezonowość turystyki jest problemem, bo zapotrzebowanie na pracowników w tej branży występuje tylko w okresie szczytowego natężenia ruchu, czyli na krótki okres zimy i trochę dłuższy w lecie. Jednakże dużą zaletą Dolnego Śląska jest fakt, że szczytowe są właśnie dwa sezony (lato i zima), a nie jak w przypadku wielu regionów jeden. Pożyczony dla każdego przedsiębiorcy powinien być

jednak brak częstej zmienności zatrudnienia w celu zachowania wyszkolonej i wykwalifikowanej kadry.

Respondenci jednoznacznie stwierdzili, że turystyka jest bardzo ważną częścią gospodarki Dolnego Śląska, a nawet może stać się „kołem zamachowym” tej gospodarki. Uzależnione jest to od stopnia rozwoju turystyki, od poziomu jej jakości i liczby produktów turystycznych, a także od inwestycji czynionych w kierunku infrastruktury turystycznej, infrastruktury komunikacyjnej, jak i jej promocji.

6 Spis rysunków

Rysunek 1. Atrakcyjność turystyczna województw polskich	12
Rysunek 2. Subregiony województwa dolnośląskiego.	16
Rysunek 3 Mapa uzdrowisk na Dolnym Śląsku	17
Rysunek 4 Mapa Południowo Zachodniego Szlaku Cysterskiego	19
Rysunek 5. Turystyczne obiekty noclegowe na Dolnym Śląsku wraz z dynamiką zmian w latach 2012-2014.....	22
Rysunek 6. Miejsca noclegowe na Dolnym Śląsku wraz z dynamiką zmian w latach 2012-2014	23
Rysunek 7. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych na Dolnym Śląsku w styczniu w latach 2012-2015.....	24
Rysunek 8. Obiekty zbiorowego zakwaterowania na Dolnym Śląsku w 2014r. wraz ze stopniem wykorzystania miejsc noclegowych w podziale na rodzaj obiektów	25
Rysunek 9. Hotele w podregionach Dolnego Śląska w 2014r. według kategorii.....	26
Rysunek 10. Motele w podregionach Dolnego Śląska w 2014r. według kategorii	26
Rysunek 11. Pensjonaty w podregionach Dolnego Śląska w 2014r. według kategorii	27
Rysunek 12. Korzystający z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r.....	28
Rysunek 13. Dynamika zmian liczby turystów korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w okresie 2012-2015 (wg stanu na styczeń danego roku)	29
Rysunek 14. Udział liczby turystów korzystających z noclegów w styczniu w latach 2012-2015 wg typu obiektu w turystycznych obiektach noclegowych ogółem	29
Rysunek 15. Udzielone turystom na Dolnym Śląsku noclegi według rodzaju noclegu w 2014r. 30	
Rysunek 16. Dynamika zmian liczby udzielonych turystom noclegów w obiektach noclegowych w okresie 2012-2015 (wg stanu na styczeń danego roku)	31
Rysunek 17. Udział liczby udzielonych turystom noclegów w styczniu w latach 2012-2015 wg typu obiektu w turystycznych obiektach noclegowych ogółem.....	31

Rysunek 18. Turyści zagraniczni korzystający z noclegów turystycznych na Dolnym Śląsku według rodzaju noclegu w 2014r.....	34
Rysunek 19. Dynamika zmian liczby turystów zagranicznych korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w okresie 2012-2015 (wg stanu na styczeń danego roku)	35
Rysunek 20. Udział liczby turystów zagranicznych korzystających z noclegów w styczniu w latach 2012-2015 wg typu obiektu w turystycznych obiektach noclegowych ogółem.....	35
Rysunek 21. Miejsce zamieszkania badanych turystów – wielkość miejscowości	39
Rysunek 22. Wykształcenie badanych turystów	40
Rysunek 23. Liczba osób w gospodarstwie domowym badanych turystów	40
Rysunek 24. Proszę oszacować jaki procent wszystkich Pana(i) wydatków stanowią wydatki związane z turystyką i wypoczynkiem w latach 2012-2015	42
Rysunek 25. Proszę wskazać jak duża jest miejscowość, w której Pan(i) mieszka	43
Rysunek 26. Jakiego posiada Pan(i) wykształcenie?	43
Rysunek 27. Ile osób zamieszkuje w Pana(i) gospodarstwie domowym?	44
Rysunek 28. Typ obiektu.....	45
Rysunek 29. Liczba miejsc noclegowych	45
Rysunek 30. Liczba zatrudnionych osób.....	46
Rysunek 31. Ile razy odwiedzał(a) Pan(i) Dolny Śląsk w charakterze turysty w latach 2010 – 2015 (TURYSŃCI)?	49
Rysunek 32. Proszę podać czy Pana(i) obecny wyjazd jest indywidualny czy grupowy (TURYSŃCI)	51
Rysunek 33. Kto był organizatorem Pana(i) wyjazdu (TURYSŃCI)?	52
Rysunek 34. Gdzie jest Pan(i) zakwaterowany(a) (TURYSŃCI)?	54
Rysunek 35. Z jakich środków transportu korzysta Pan(i) podczas podróży do/lub po Dolnym Śląsku (TURYSŃCI)?	56
Rysunek 36. Jaką kwotę planuje Pan(i) wydać podczas pobytu na Dolnym Śląsku (wliczając koszt noclegów) (TURYSŃCI)?	56
Rysunek 37. Transport lokalny – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi.....	60

Rysunek 38. Baza noclegowa – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi.....	60
Rysunek 39. Baza gastronomiczna – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi ..	61
Rysunek 40. Obiekty rozrywkowe – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi.....	61
Rysunek 41. Obiekty (urządzenia) sportowo–rekreacyjne – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi.....	62
Rysunek 42. Usługi przewodnickie – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi ..	62
Rysunek 43. Imprezy kulturalne/wydarzenia – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi.....	63
Rysunek 44. Informacja turystyczna – deklaracje korzystania („Tak”) bądź niekorzystania („Nie”) z usług w miejscu pobytu wraz z oceną spodziewanego oraz otrzymanego poziomu usługi ..	63
Rysunek 45. Ocena spodziewanego oraz otrzymanego poziomu oferowanych usług	64
Rysunek 46. Oceny całościowe oferty turystycznej w układzie subregionalnym.....	65
Rysunek 47. Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk (TURYSĆI)?.....	66
Rysunek 48. Czy ponowił(a)by Pan(i) swój wyjazd na Dolny Śląsk (TURYSĆI)?	67
Rysunek 49. Proszę wskazać jaki charakter będzie miała najbliższa podróż na Dolny Śląsk (TURYSĆI POTENCJALNI)	70
Rysunek 50. Z jakich źródeł pozyskuje Pan(i) informacje na temat walorów turystycznych Dolnego Śląska (TURYSĆI POTENCJALNI)?	73
Rysunek 51. Ile razy odwiedzał(a) Pan(i) Wrocław w charakterze turysty w latach 2012 – 2015 (TURYSĆI)?	75
Rysunek 52. Charakter/cel podróży do Wrocławia (TURYSĆI)	76
Rysunek 53. Kto był organizatorem Pana(i) wyjazdu (TURYSĆI)?	76
Rysunek 54. Jakim elementem podróży było dla Pana(i) miasto Wrocław (TURYSĆI)?	77

- Rysunek 55. Z jakich środków transportu korzystał(a) Pan(i) podczas podróży do lub po Wrocławiu (TURYSŃCI)?.....78
- Rysunek 56. Jaki jest Pana/i ogólny stan zadowolenia z pobytu we Wrocławiu (TURYSŃCI)?78
- Rysunek 57. Ogólny stan zadowolenia z pobytu we Wrocławiu w wymienionych obszarach wraz z oceną ważności tych obszarów dla respondentów (TURYSŃCI)80
- Rysunek 58. Ogólny stan zadowolenia z pobytu we Wrocławiu w wymienionych obszarach (TURYSŃCI POTENCJALNI)82
- Rysunek 59. Proszę oszacować jaki odsetek ogółu zatrzymujących się u Państwa turystów w ostatnich 2 latach stanowili turyści zagraniczni (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA) .85
- Rysunek 60. Turyści w jakim przedziale wiekowym gościli u Państwa najczęściej w ciągu ostatnich 2 lat (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)?86
- Rysunek 61. Proszę oszacować ile w ciągu doby średnio wydaje pojedynczy turysta na usługi oferowane przez Państwa (łącznie z kosztem noclegów) (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)88
- Rysunek 62. W jakim przedziale kształtował się dochód netto obiektu w skali roku 2014 (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)?88

7 Spis tabel

Tabela 1. Potencjał produktów turystycznych województw	14
Tabela 2 Liczba łóżek w szpitalach uzdrowiskowych i sanatoriach uzdrowiskowych, odsetek kuracjuszy ogółem oraz kuracjuszy zagranicznych	17
Tabela 3 Obiekty cysterskie na Dolnym Śląsku	19
Tabela 4. Obiekty noclegowe na Dolnym Śląsku w 2014r. w podziale na podregiony	21
Tabela 5. Miejsca noclegowe na Dolnym Śląsku w 2014r. w podziale na podregiony	22
Tabela 6. Odsetek turystów korzystających z noclegów w poszczególnych województwach w 2014r. (turyści ogółem i turyści zagraniczni)	27
Tabela 7. Turyści zagraniczni odwiedzający Dolny Śląsk w 2013r. według kraju pochodzenia	33
Tabela 8. Baza gastronomiczna na Dolnym Śląsku w latach 2012-2014	36
Tabela 9. Baza sportowo - rekreacyjna przy obiektach zbiorowego zakwaterowania	37
Tabela 10. Województwo zamieszkania respondenta	38
Tabela 11. Kraj pochodzenia respondenta zagranicznego	39
Tabela 12. Miejsce przeprowadzania wywiadu	41
Tabela 13. Miejsce zamieszkania – województwo	42
Tabela 14. Lokalizacja obiektu	44
Tabela 15. Dodatkowe usługi oferowane przez badane obiekty zbiorowego zakwaterowania	46
Tabela 16. Ile razy odwiedzał(a) Pan(i) Dolny Śląsk w charakterze turysty w latach 2012 – 2015 (TURYŚCI)? – dane szczegółowe	50
Tabela 17. Kto był organizatorem Pana(i) wyjazdu (TURYŚCI)? – dane szczegółowe	52
Tabela 18. Jakie miejscowości na Dolnym Śląsku odwiedził(a) Pan(i) w okresie 2012-2015 (TURYŚCI POTENCJALNI)?	53
Tabela 19. Gdzie jest Pan(i) zakwaterowany(a) (TURYŚCI)? – dane szczegółowe	55

Tabela 20. Jaką kwotę planuje Pan(i) wydać podczas pobytu na Dolnym Śląsku (wliczając koszt noclegów) (TURYŚCI)? – dane szczegółowe	57
Tabela 21. Średnie oceny poszczególnych elementów oferty turystycznej województwa (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)	58
Tabela 22. Proszę określić ogólny stan swojego zadowolenia z pobytu na Dolnym Śląsku w wymienionych obszarach (TURYŚCI)	59
Tabela 23. Czy polecił(a)by Pan(i) swoim znajomym/rodzinie wyjazd turystyczny na Dolny Śląsk (TURYŚCI)? – dane szczegółowe	66
Tabela 24. Czy ponowił(a)by Pan(i) swój wyjazd na Dolny Śląsk (TURYŚCI)? – dane szczegółowe	67
Tabela 25. Proszę wskazać atrakcje turystyczne, które odwiedził(a) Pan(i) lub te, które planuje Pan(i) odwiedzić w trakcie aktualnego wyjazdu	68
Tabela 26. Z jakich usług i produktów turystycznych zamierza Pan(i) skorzystać podczas aktualnej/przyszłej wizyty na Dolnym Śląsku (TURYŚCI, TURYŚCI POTENCJALNI)?	72
Tabela 27. Znajome atrakcje turystyczne z Dolnego Śląska	73
Tabela 28. Z jakich usług i produktów turystycznych korzystał Pan podczas wizyty we Wrocławiu (TURYŚCI)?	77
Tabela 29. Wskaźnik TAI w latach 2005, 2006 i 2015	81
Tabela 30. Co Pana/i zdaniem przyciąga turystów do miasta Wrocław (TURYŚCI)?	82
Tabela 31. Co wywarło na Panu/i największe wrażenie podczas pobytu w mieście Wrocław (TURYŚCI)?	83
Tabela 32. Proszę wskazać jakiej narodowości byli zatrzymujący się u Państwa turyści zagraniczni (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)	85
Tabela 33. Turyści w jakim przedziale wiekowym gościli u Państwa najczęściej w ciągu ostatnich 2 lat (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)? – dane w podziale na typ badanego obiektu	86
Tabela 34. Proszę określić jakie grupy turystów najczęściej korzystają z Państwa oferty w poszczególnych sezonach (OBIEKTY ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA)	87