

Ruch turystyczny w powiatach: kluczborskim i oleskim

- wybrane aspekty

Do niniejszej publikacji dołączona jest płyta zawierająca szczegółowe informacje, dotyczące obszaru badań powiatu kluczborskiego i oleskiego z rozbiem na segment krajowy i zagraniczny.

Zadanie dotowane przez Samorząd Województwa Opolskiego

Spis treści

Wprowadzenie	5
Kilka słów o Ziemi Kluczborsko-Oleskiej	6
Metodologia i charakterystyka badań	7
Analiza informacji	11
Wnioski	28
Zalecenia	29
Załączniki	30
- <i>Ankieta dla turysty / odwiedzającego</i>	30
- <i>Kwestionariusz wywiadu</i>	36

Wydawca: *Kluczborsko-Oleska Lokalna Organizacja Turystyczna*
46-200 Kluczbork, ul. Katowicka 1, tel. 077 418-52-18 wew. 154
e-mail: kolot@op.pl, strona internetowa: www.kolot.republika.pl

Partner projektu:
Uniwersytet Opolski

ISBN: 97889-920243-8-9

Wprowadzenie

Kluczborsko-Oleska Lokalna Organizacja Turystyczna podjęła się trudnego zadania przeprowadzenia wstępnego monitoringu ruchu turystycznego w powiatach: kluczborskim i oleskim. Do tej pory nie istniały żadne dane statystyczne charakteryzujące to zagadnienie.

Naszym celem było uzyskanie odpowiedzi na pytanie: w jakim stopniu oferowane przez lokalnych gestorów usługi: turystyczno-rekreacyjno-sportowe zaspokajają oczekiwania turystów krajowych i zagranicznych, przebywających w tym rejonie. Wnioski z tych badań zostaną wykorzystane w procesie poprawy jakości oferowanych usług oraz zbudowania bardziej spójnego systemu obsługi klienta.

Końcowym efektem realizowanego projektu jest niniejsza publikacja. To nie tylko synteza badań, ale także próba wskazania kierunków działań w zakresie poprawy istniejącego stanu.

Zamieszczone w raporcie wyniki badań przeprowadzone zostały w listopadzie 2007 r. przez Kluczborsko-Olesko Lokalną Organizację Turystyczną, jako zadanie dotowane przez Samorząd Województwa Opolskiego.

Zakres przestrzenny badań obejmuje obszar powiatu kluczborskiego i oleskiego w ich granicach administracyjnych. Głównym podmiotem sondażu był turystyczny ruch przyjazdowy. Do badań zostały zastosowane dwa narzędzia – ankieta i kwestionariusz wywiadu (*patrz zał. nr 1 i 2*). Pierwsze z nich wykorzystano do uzyskania określenia przez przyjezdnych m.in. *motywów, którymi kierowali się przyjeżdżając do badanego rejonu, długości pobytu, źródeł pozyskiwania wiedzy o miejscu wypoczynku i rekreacji* a także uzyskania oceny na temat *jakości świadczonych usług* i wielu innych zjawisk towarzyszących ich pobytowi. W ten sposób uzyskano opinię turystów odwiedzających analizowany obszar tzw. „wyobrażenie obce” – przebywających i korzystających ze świadczeń, w tym turystycznych. Zdając sobie sprawę, iż ocena wydana przez ankietowanych jest w znacznie mierze subiektywna, a czasami wypowiedziana pod wpływem chwilowych emocji i chcąc uzyskać jak najbardziej obiektywny obraz przeprowadzono wywiady z wybranymi gestorami usług z analizowanego obszaru. Przy zastosowaniu kwestionariusza wywiadu zankietowano 1/3 ogólnej liczby właścicieli przedsiębiorstw generujących usługi dla przyjeżdżających. Zestawienie pozyskanych informacji pozwoliło na opis tzw. – „wyobrażenia własnego” w zakresie badanych zagadnień. Wyniki analizy zostały zamieszczone w posumowaniu. W końcowej części raportu dołączony został wykaz rekomendowanych działań w celu poprawy istniejącego stanu.

Przeprowadzone badania, o tak znacznej skali szczegółowości w dość krótkim czasie - zdeterminowane terminem realizacji zadania - należałoby traktować jako aproksymację (przybliżenie) obrazu badanych zjawisk. I pomimo, że mają one charakter pilotażowy, zarówno od względem merytorycznym jak i okresu, w jakim zostały przeprowadzone, winny być powtarzane, co umożliwi z pewnością w krótszym okresie zmniejszenie różnic między oferentami a odbiorcami.

Pozostając w nadziei, że tak się stanie, życzymy, aby informacje zawarte tym *Raporcie* stały się podstawą twórczej inspiracji do działań polepszających jakość usług dla osób wyrażających chęć spędzenia w regionie kluczborsko-oleskim wolnych chwil.

*Kierownik merytoryczny
opracowania*

dr Maria Śmigielska
Uniwersytet Opolski

*Prezes Kluczborsko-Oleskiej
Lokalnej Organizacji Turystycznej*

mgr Maria Żurek

Kluczbork, 30 listopada 2007 r.

Kilka słów o Ziemi Kluczborsko-Oleskiej

Powiaty kluczborski i oleski mają wiele podobieństw. Na tle całej Opolszczyzny, to obszar, którego atutem są niewątpliwie walory środowiska naturalnego: bogactwo lasów, czystość rzek i zbiorników wodnych. Tutejsze kompleksy leśne z licznymi rezerwatami przyrody są bardzo atrakcyjne dla grzybiarzy – cechuje je zarówno wielkie bogactwo grzybów, jak i runa leśnego. Lasy pełne są zwierzyny, co stanowi niemałą atrakcję dla myśliwych.

Ziemia Kluczborsko-Oleska, bogata w przepiękne lasy, łąki, rzeczki i stawy, jest jednym z najpiękniejszych zakątków Opolszczyzny, doskonałym miejscem do uprawiania turystyki i agroturystyki. Charakterystyczne są także wyjątkowe, niezwykle interesujące zabytki nierozzerwalnie związane z historią tych ziem, przypominające o średniowiecznych korzeniach miast i wsi. Na szczególną uwagę zasługuje czternastowieczny kościół ewangelicki pw. Zbawiciela w Kluczborku, w którym przed wiekami swe kazania głosił Adam Gdacjusz zwany „Śląskim Rejem”. Warto też udać się do **Byczyny** – **miasta o ciekawym układzie urbanistycznym** ze świetnie zachowanymi murami obronnymi i fragmentami fosy z XIV-XV wieku. Z tego okresu pochodzi również ewangelicki kościół św. Mikołaja oraz kaplica cmentarna św. Jadwigi.

Prawdziwą perełką Ziemi Kluczborsko-Oleskiej jest bardzo liczna **grupa kościołów drewnianych**, z których większość powstała dla potrzeb ewangelików. Godne polecenia są wędrowki rowerowe trasą kościółków drewnianych, które tworzą charakterystyczny i malowniczy element tutejszego krajobrazu, świadczący nie tylko o historii budowlanej regionu, ale przede wszystkim o losach mieszkańców tych ziem. Powiaty posiadają dość dobrze rozwiniętą **sieć gospodarstw agro- oraz ekoturystycznych**, które kuszą turystów pysznym wiejskim jedzeniem i wypoczynkiem na łonie natury.

W samym powiecie kluczborskim jest kilkanaście takich gospodarstw z bogatą dla turysty ofertą. Kilka z nich, to zaadaptowane pałacyki, otoczone malowniczymi parkami. Niektóre z gospodarstw oprócz wypoczynku oferują także **zajęcia edukacyjne dla dzieci i młodzieży**.

Region ten posiada bogaty, częściowo jedynie wykorzystany potencjał w postaci walorów naturalnych i kulturowych, stanowiących podstawę rozwoju przemysłu turystycznego. Ziemia Kluczborsko-Oleska predestynowana jest do różnych form turystyki. Można spędzić na niej więcej czasu np. odpoczywając w jednym z wielu gościnnych gospodarstw agroturystycznych, ale można też tutejsze miasta i miasteczka poznawać w tranzyście - zatrzymując się w nich na chwilę, by ponownie przyjechać tutaj na dłużej.



Byczyna



Drewniany kościół pw. Św. Anny w Oleśnicy

Metodologia i charakterystyka badań

Przyjęty w opracowaniu system zbierania i opracowywania danych opierał się na informacjach zbieranych bezpośrednio w miejscach zakwaterowania przybywających oraz najczęściej odwiedzanych przez gości. Lista tych miejsc została ustalona przez kierownika merytorycznego badań wspólnie z członkami KOLOT-u i przedstawicielami władz samorządowych obu powiatu i oraz gmin położonych w rejonie.

Badani, to odwiedzający *Ziemie Kluczborsko-Oleską* – turyści (co najmniej z jednym noclegiem) oraz odwiedzający jednodniowi, którzy przybyli w celu poznawczym, wypoczynkowym, zawodowym, religijnym, rodzinnym, zdrowotnym itp., a ich pobyt nie przekroczył 90 dni^{*}. W badaniach pominięto przyjazdy, które wiązały się ze stałą pracą lub nauką w powiecie kluczborskim i oleskim.

Minimalną liczebność próby oraz operat losowania ustalono w oparciu o dane WUS w Opolu z roku 2006 dotyczące wykorzystania obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania. Ostatecznie przeprowadzono 289 ankiet. Po wstępnej selekcji pozostało 272, a po selekcji merytorycznej ostatecznie do analizy przyjęto 264 ankiety.

Ankietowanie polegało na przeprowadzeniu wywiadu bezpośredniego przez przeszkolonych ankietatorów w okresie listopada 2007 r.. Ankieta obok cech charakteryzujących respondentów składała się z 23 pytań. W wielu pytaniach można było wskazać kilka odpowiedzi naraz, część pytań miała charakter otwarty. Część ankiet można było przesłać pocztą elektroniczną. Wywiady były przeprowadzane z wytypowanymi gestorami usług funkcjonującymi w rejonie *Ziemi Kluczborsko-Oleskiej*.

Przeprowadzone badania umożliwiły realizację następujących celów:

1. Oszacowanie wielkości i struktury przyjazdów;
2. Charakterystykę odwiedzających ze względu na miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie, stan zawodowy, status materialny itp.
3. Charakterystykę wizyt ze względu na ich cele, długość pobytu, towarzystwo w trakcie podróży, używanie środka transportu, charakterystykę produktu m.in. poziom wykorzystania usług turystycznych;
4. Określenie przeciętnego poziomu wydatków poniesionych w trakcie pobytu w przeliczeniu na 1 osobę/dzień;
5. Badanie zachowania odwiedzających, sposobu spędzenia czasu, stopnia satysfakcji, co do jakości oferty turystycznej rejonu, bezpieczeństwa, czystości itp., odniesienia do jakości świadczonych usług do obowiązujących cen;
6. Oceny atrakcji turystycznych *Ziemi Kluczborsko-Oleskiej* oraz poziomu deklaracji chęci następnego przyjazdu.
7. Porównania uzyskanych ocen ze strony odbiorcy i usługodawcy i określenie stopnia rozbieżności;
8. Nakreślenia spektrum działania w celu poprawy sytuacji.

Wyniki analizy statystycznej struktury, współwystępowanie, zależności różnych kombinacji cech przedstawiono na wykresach w tabelach.

^{*} Zgodne z WTO (Światową Organizacją Turystyki)

Wykaz podmiotów zlokalizowanych na obszarze badań:

POWIAT KLUCZBORSKI

BAZA NOCLEGOWA			
Gmina Byczyna	Gmina Kluczbork	Gmina Lasowice Wielkie	Gmina Wołczyn
Hotel- Restauracja „GRODZKA”	Hotel „KORONA”	Pensjonat „SZUMIRAD” P.H.U	Hotel-Restauracja „GRANPOL”
Gospodarstwo Rybne „GROBLEX”	Hotel „NEFRYT”	Agroturystyka „WALOTKOWNIA”	Pensjonat „WYPOCZYNEK”
Zespół Szkół Gimnazjalno- Licealno- Zawodowych – Internat Polanowice	Hotel „W RYNKU”		Dom Rekolekcyjny
Obiekt Pałacowy „GOŁKOWICE”	Pensjonat „TOSCA”		
Hetman Roma w Proślicach	OSiR Bąków – Camping		
Obiekt pałacowy w Biskupicach	Agroturystyka Bogdańczowice		
	Agroturystyka Biadacz- Brodnica		
	Agroturystyka Biadacz- Kamienisko		
	Hotel – Restauracja „NAD STAWEM”		

OBIEKTY GASTRONOMICZE			
Gmina Byczyna	Gmina Kluczbork	Gmina Lasowice Wielkie	Gmina Wołczyn
Kawiarnia „HETMAŃSKA”	JAZZ PUB	Stara Karczma – Chocianowice	Kawiarnia „ARTUS”
Bar „NA GÓRCE”	„NEFRYT”	Restauracja „MYŚLIWSKA”- Szumirad	Restauracja „POD WINOGRONAMI”
Hotel - Restauracja „GRODZKA”	„Pod Arkadami”	Gospoda „ŹRÓDEŁKO”	Klub „PRZYSTAŃ”
Bar „PANDA”	Restauracja „ZAMKOWA”	Gastronomia Hurt-Detal – Laskowice	Bar „BRZEŹNIAK”
Kawiarnia „SPICHLERZ”	Restauracja „NOWY STRYCH”	Restauracja „JASIEŃ”	Bar „SNACK”
	„SWOJSKIE KLIMATY”	Bar „SOSENKA”- Trzebiszyn	Bar „JEZIORANKA”
	„PARYŻANKA”		Kawiarnia „GASPERKIEWICZ”- Brzezinki
	„RYBACZÓWKA”		Bar „BOROCH”- Krzywiczyny
	„TOSCA”		Bar „KARCZMA-RANCZO” – Szum
	Bar - Stacja Paliw		Bar „Nowak”- Wierzbica Górna
	Bar - „CYPRYS”		Bar - Kawiarnia „KISIAŁA”- Wierzbica Górna
	Bar „XL”		
	Bar Gastronomiczny „HIT”s.c.		

OBIEKTY GASTRONOMICZNE c.d.			
Gmina Byczyna	Gmina Kluczbork	Gmina Lasowice Wielkie	Gmina Wołczyn
	Stołówka „MIKRUS”		Bar „SEMAFOR” - Wierzbica Górna
	Mała Gastronomia „CASABLANCA”		Bar „SMĘDZIK” Wierzbica Górna
	Pod Brzozami – Bąków		Bar „SANTANA” Gierałcice
	Hotel –Restauracja „NAD STAWEM”		Bar „STALIŚ” Skałagi
	Bar Gastronomiczny „BACONIÓWKA”		Kawiarnia „KALETA” Rożnów
			Bar „POD LWEM” Szymonków
			Kawiarnia „CAFE SŁODZIUTKA” Gierałcice
			Bar „ASTRA” Markotów Duży
			Bar „ZAGŁOBA” Komorzno

OBIEKTY KULTURALNE, SPORTOWE I REKREACYJNE			
Gmina Byczyna	Gmina Kluczbork	Gmina Lasowice Wielkie	Gmina Wołczyn
Ośrodek Kultury	Kluczborski Dom Kultury	Gminna Biblioteka Publiczna	Wołczyński Ośrodek Kultury
Miejsko - Gminno Biblioteka Publiczna	Muzeum im. ks. J. Dzierżona		Miejska i Gminna Biblioteka Publiczna
	Miejska i Gminna Biblioteka Publiczna		
	Ośrodek Sportu i Rekreacji w Bąkowie		

POWIAT OLESKI

BAZA NOCLEGOWA POWIAT OLESKI			
Gmina Dobrodzień	Gmina Olesno	Gmina Praszka	Gmina Gorzów Śl.
Hotel „PARK”	Hotel „ALEXANDRA”	Hotel „LEDAN”	„STAROPOLSKI GOŚCINIEC”
Hotel „U TOMANÓW”	Hotel „OLESNO”	Hotel „STADION PRASZKA”	Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy
	Hotel „AS”		
	Gospodarstwo Agroturystyczne „Wolta- Arom”		

OBIEKTY GASTRONOMICZNE					
Gmina Dobrodzień	Gmina Gorzów Śl.	Gmina Olesno	Gmina Praszka	Gmina Rudniki	
Cafe Kult Zakład Gastronomiczny	Bar „ZAGŁOBA”	Restauracja „DWORCOWA”	Bar Firmy „Swebil” „CRAZY HORSE”	Restauracja „RUDNICZANKA”	
„MURZYNEK” Restauracja – Czapla H.		„RATUSZOWA” Restauracja P.H.U.P Pamat s.c. Wąsińscy E.M.	Bar Piwniczny „KLIPER”	Bar „BISTRO”	
Janina Adamiak „MINI BAR”		Restauracja i Hotel „ALEXANDRA”	Bar „CHOMUCH”		
Caro Snack- Bar		Gościniec „LIDIA”	„Rožen Kuchcik”		
		Bar „Amfiteatr”	Minibar „OLIMPIA”		
		Bar „ELROY” A. Nowicki	Bar „ZACISZE” Jabłońska L.G.		
		Bar „Hubert”	Restauracja „Kmicic” Macheta M. R.		
		Minibar „A-Z”			
		Bar „SMAKOSZ”			
		Bar „SMOK”			
		Tost-Bar Karolińska I.R			
		Cafe Bar Waroch Wiesław			
OBIEKTY KULTURALNE, SPORTOWE I REKREACYJNE					
Gmina Dobrodzień	Gmina Gorzów Śl.	Gmina Olesno	Gmina Praszka	Gmina Radłów	Gmina Rudniki
Miejsko Gminna Biblioteka Publiczna	Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury	Miejski Dom Kultury	Biblioteka Publiczna Miasta i Gminy	Gminna Biblioteka Publiczna	Gminna Biblioteka Publiczna
Dobrodzieński Ośrodek Kultury i Sportu	Biblioteka Niemiecka	Oleska Biblioteka Publiczna	Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury	Gminny Ośrodek Kultury	
		Muzeum im. Jana Nikodema Jaronia	Muzeum		
		Ośrodek i Klub Jeździecki Wolta- Arom			

Analiza informacji

1. Struktura odwiedzających wg przyjazdów

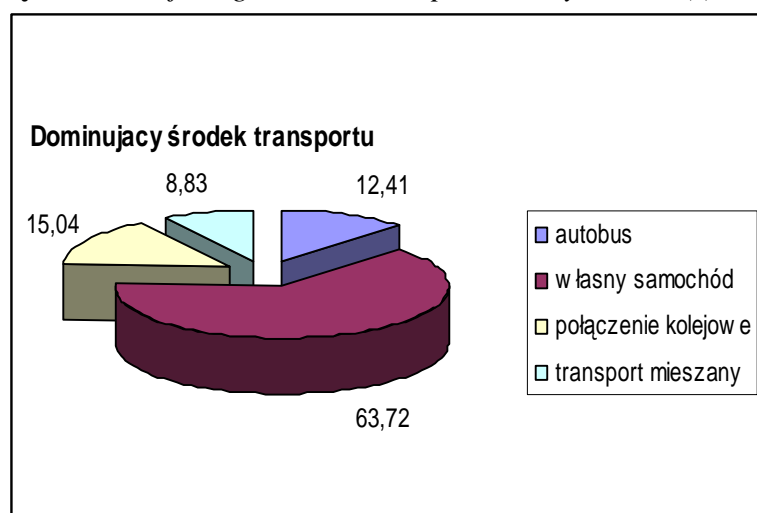
Pytanie 1. Czy przyjechała Pan(i) bezpośrednio z miejsca stałego zamieszkania?

Przyjazdy do rejonu kluczborsko - oleskiego (XI 2007)

Przyjazd	%	skąd	%
bezpośrednio z miejsca zamieszkania	88,11		
przyjazd z innej miejscowości	11,89		
<p>Ponad 88% strumienia osób przyjeżdżających do badanego rejonu trafia bezpośrednio z miejsca stałego pobytu. Oznacza to, że obszar ten posiada znaczną siłę grawitacyjną. Nieco ponad 40% stanowią osoby z woj. dolnośląskiego. Udział osób z poszczególnych woj. zmniejsza się w zależności od odległości. Około 16% rekrutuje się z miasta Wrocławia a także z Łodzi. Można przypuszczać, iż duży wpływ na ten stan rzeczy ma dostępność komunikacyjna, bowiem większości dociera do miejsca docelowego własnym samochodem. Wśród przyjazdów zagranicznych dominują turyści z Niemiec i Irlandii. Przewidywalnie liczba osoby przyjeżdżających z ostatniego z wymienionych region może ulec zwiększeniu.</p>		opolskie	11,36
		pomorskie	2,27
		podlaskie	2,27
		dolnośląskie	40,91
		śląskie	2,27
		Łódź	6,82
		Wrocław	15,91
		Warszawa	2,27
Niemcy	11,36		
		Irlandia	4,55

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Pytanie 2. Z jakiego środka transportu korzystał Pan(i) w celu przyjazdu na miejsce?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

2. Struktura odwiedzających wg częstotliwości przyjazdów i towarzystwa

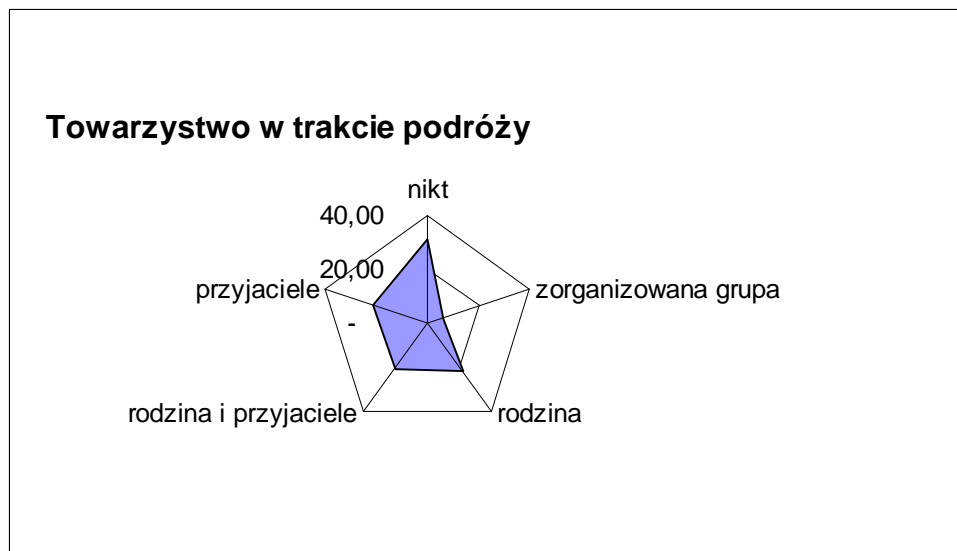
Pytanie 3. *Który z kolei jest to Pana (i) pobyt w tym miejscu?*



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Okolo 44% przyjeżdżających stanowią osoby odwiedzające region często, a 22% ci, którzy przyjechali tutaj drugi raz. Nieco ponad 15% udziału w badanej populacji stanowi grupa osób, którzy po raz pierwszy są w tym regionie.

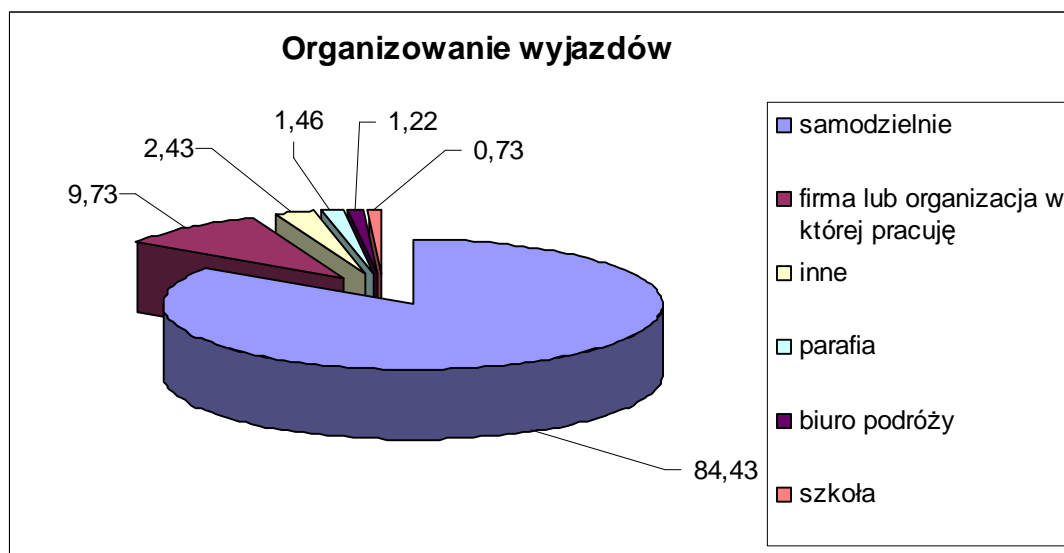
Pytanie 4. *Kto Panu (i) towarzyszył w czasie podróży?*



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Nieco ponad 30% ankietowanych podróżowało samotnie i zaledwie 5,5% w grupie zorganizowanej. W większości osoby przyjeżdżające do regionu podróżują w towarzystwie, przyjaciół i rodziny. W tej ostatniej z wymienionych grup dzieci stanowią od 18 do 22%.

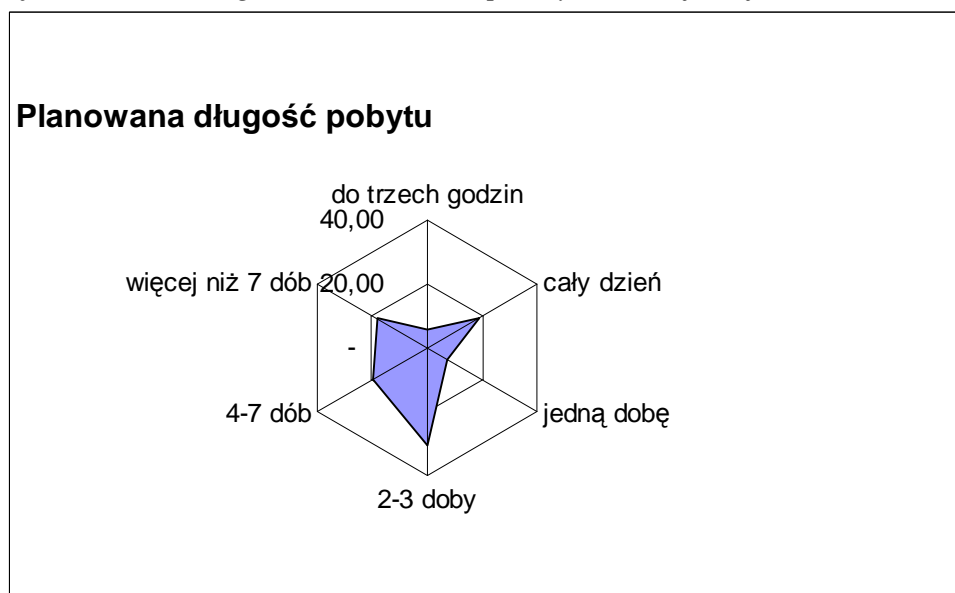
Pytanie 5. Kto organizował wyjazd?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Przyjazdy organizowane są głównie samodzielnie (84,4%). Na drugim miejscu ankietowani wymieniali firmy lub organizacje, w których pracują. Z usług biur podróży korzysta zaledwie 1,2 % przyjeżdżających.

Pytanie 6. Jak długo Pan(i) zamierza przebywać w tej miejscowości?

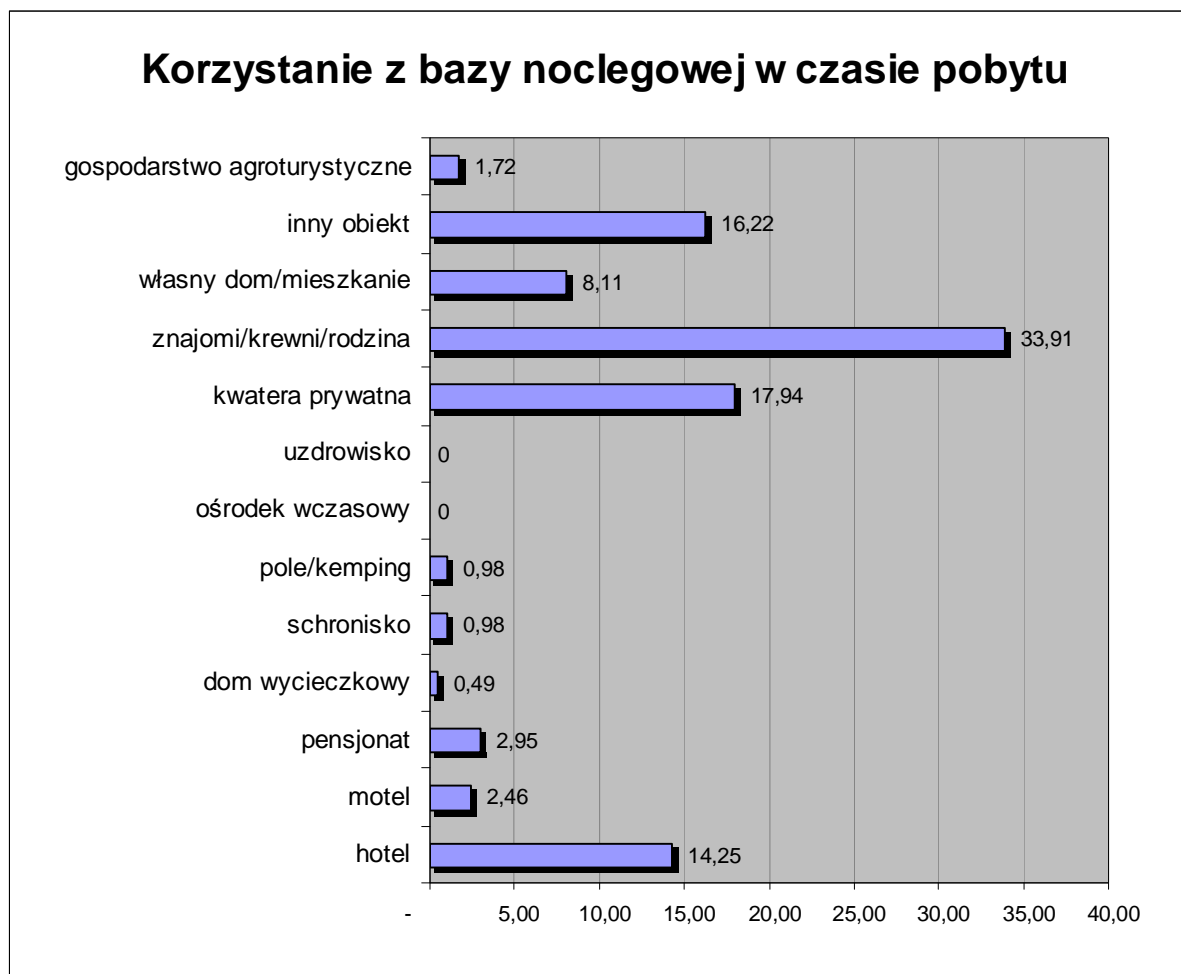


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Dominującą grupę stanowią osoby mające zamiar przybywać 2-3 doby (30,7%), na drugim miejscu plasują się przyjazdy z pobytem przez cały dzień, na okres od 4 do 7 dni i więcej niż 7 dni (po około 18%). Zdecydowanie mniej jest przyjazdów na jedną dobę lub na kilka godz. To zjawisko implikuje zapotrzebowanie na usługi noclegowo-żywnieniowe.

3. Struktura wykorzystania bazy noclegowej podczas pobytu

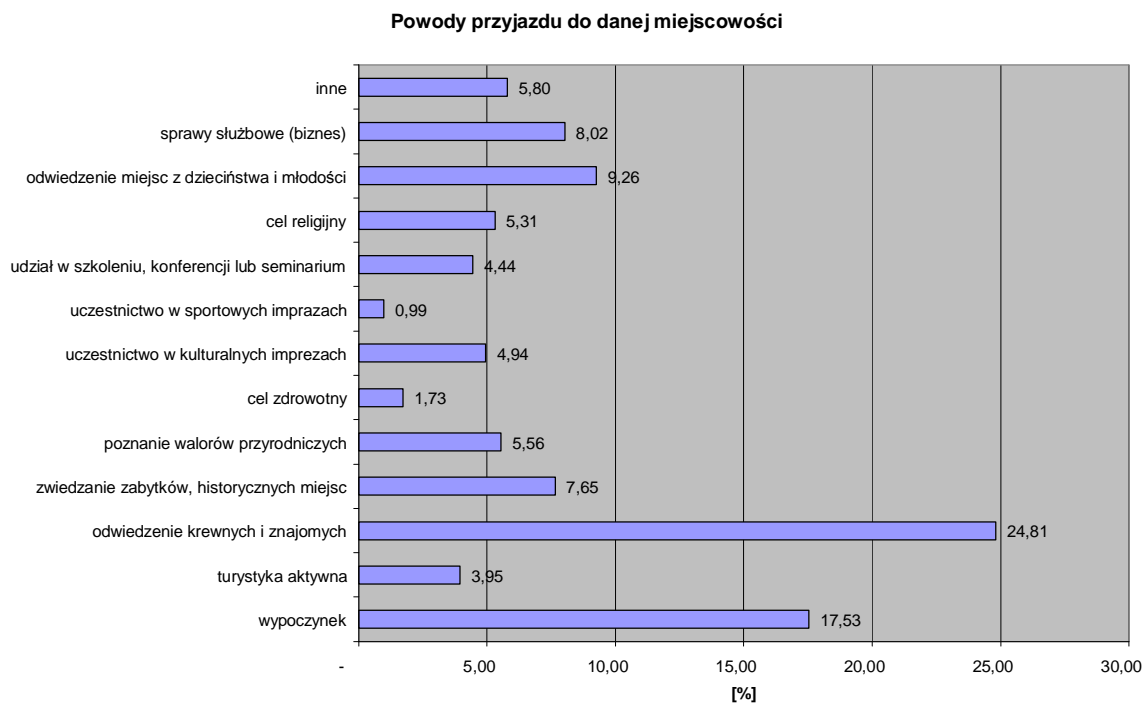
Pytanie 7. Gdzie Pan(i) nocuje w czasie pobytu?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Przybywający do regionu kluczborsko-oleskiego głównie korzystają z noclegów u krewnych i znajomych (około 34% badanych) w drugiej kolejności z kwater prywatnych i hoteli oraz własnych domów mieszkalnych (około 8%).

Pytanie 8. Co było głównym powodem przyjazdu do danej miejscowości? Proszę udzielić odpowiedzi na kilka pytań?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

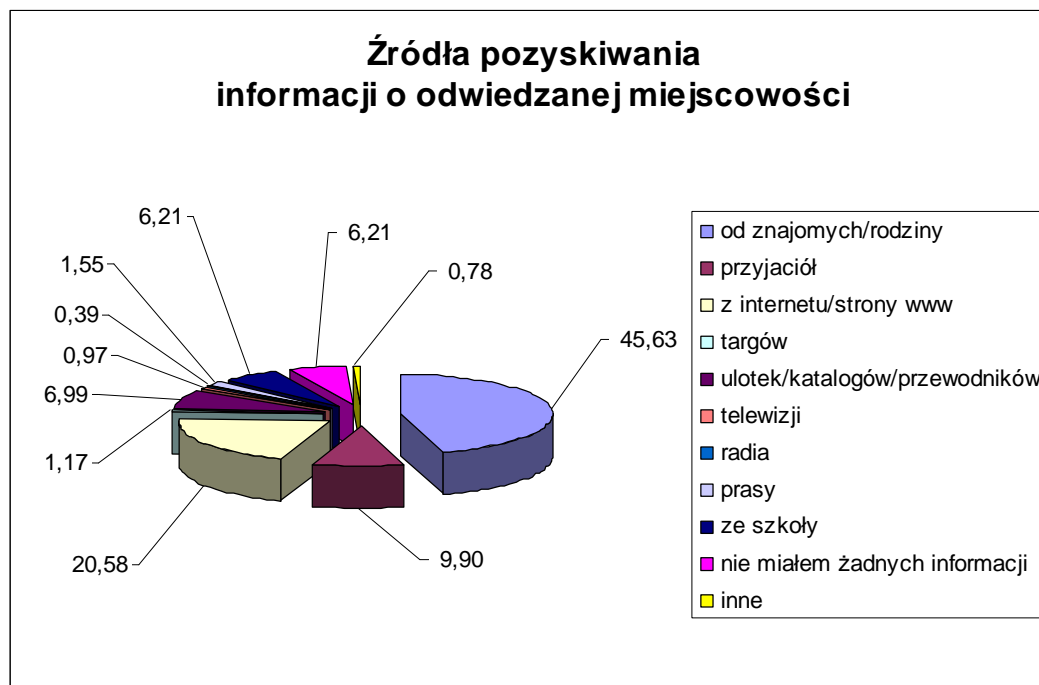
Głównymi powodami przyjazdu są odwiedziny krewnych i znajomych (ok.25%) i wypoczynek (17,5%). Dla 10-5% ankietowanych zaś to – odwiedziny miejsc dzieciństwa i młodości, sprawy służbowe. W tej grupie znajdują się osoby, dla których ważnym powodem przyjazdu były także cele religijne, zwiedzanie zabytków, miejsc historycznych. Tylko dla niewielkiej liczby osób (poniżej 5% ankietowanych) głównym celem była turystyka aktywna, uczestnictwo imprezach kulturalnych.

Pytanie 9. Czy udało się zrealizować Panu (i) zaplanowany czas?

90% ankietowanych odpowiedziało twierdząco.

4. Wykorzystanie źródeł informacji o odwiedzonym rejonie

Pytanie 10. Skąd czerpał Pan(i) informację o miejscowości/ regionie?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

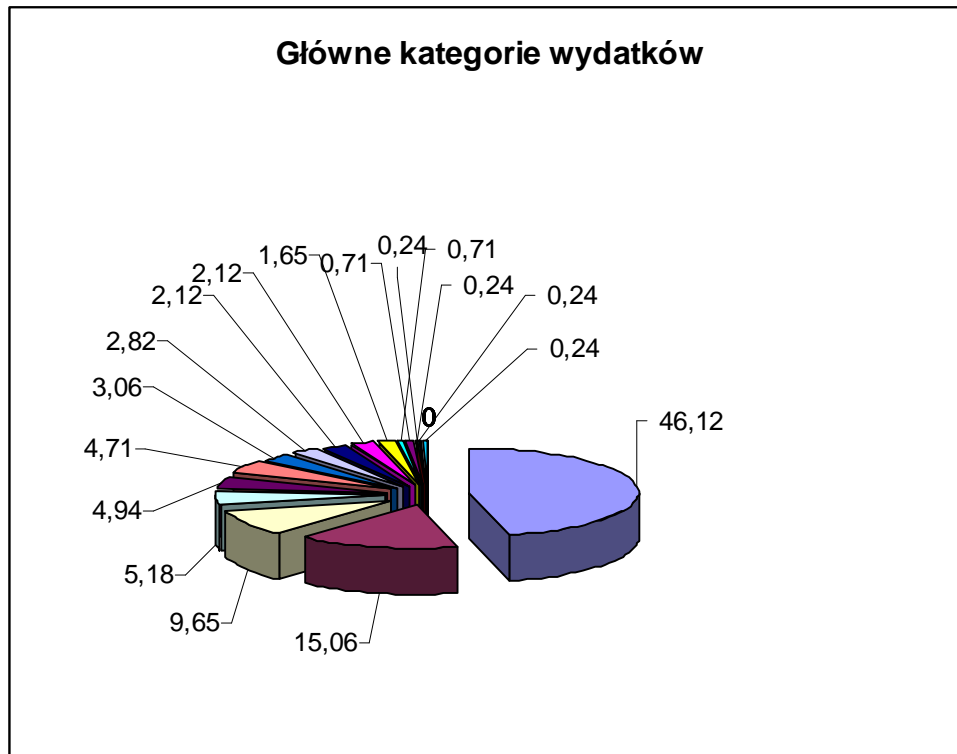
Główne źródło informacji dla niemal połowy odwiedzających rejon byli znajomi i rodzina. W drugiej kolejności – Internet (dla około 20% ankietowanych dla niemal 10% - przyjaciele. Z prasy, radia, telewizji w niewielkim stopniu przyjeżdżający czerpali informacje. Nieznane były osobom ankietowanym niestandardowe formy np. list reklamowy.

Pytanie 11. Jaką kwotę pieniężną wydaje dziennie na osobę Pan(i) w związku pobytom w tym miejscu?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Prawie 70% osób ankietowanych wydaje średnio na dobę na osobę do 100 zł. Głównie na wyżywienie w drugiej kolejności na nocleg.

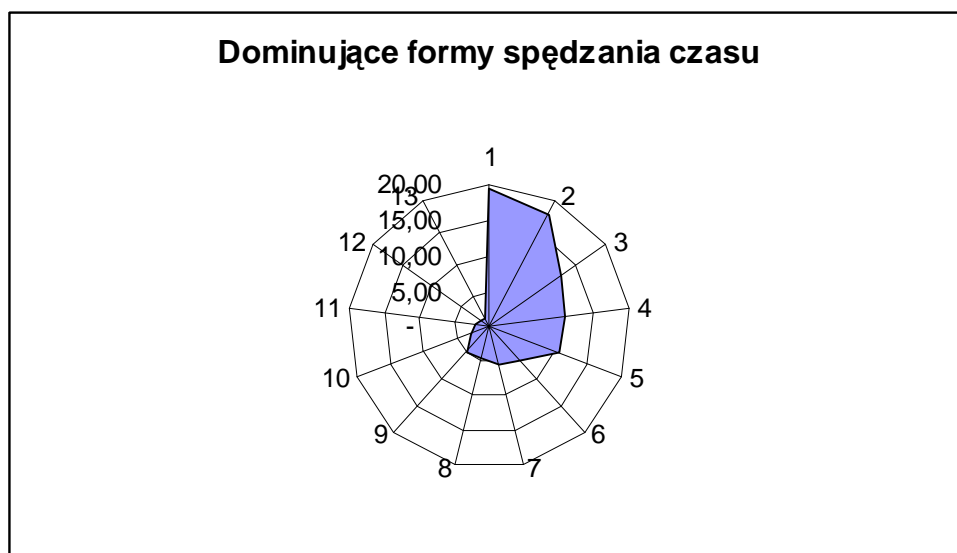


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

1.	<i>wyżywienie</i>	46,12
2.	<i>nocleg</i>	15,06
3.	<i>zakupy</i>	9,65
4.	<i>transport (paliwo)</i>	5,18
5.	<i>prezenty</i>	4,94
6.	<i>rozrywka(imprezy)</i>	4,71
7.	<i>napoje</i>	3,06
8.	<i>używki</i>	2,82
9.	<i>odzież</i>	2,12
10.	<i>papierosy</i>	2,12
11.	<i>zwiedzanie</i>	1,65
12.	<i>materiały edukacyjne</i>	0,71
13.	<i>pobyt</i>	0,71
14.	<i>życie rodzinne</i>	0,24
15.	<i>atrakcje</i>	0,24
16.	<i>bilety wstępu</i>	0,24
17.	<i>wypoczynek</i>	0,24
18.	<i>przyjemności</i>	0,24

Ponad połowa jest w stanie wydać więcej, głównie na rozrywkę, prezenty.

Pytanie 13. *Jak Pan(i) spędza wolny czas w czasie pobytu w tym miejscu/regionie?*

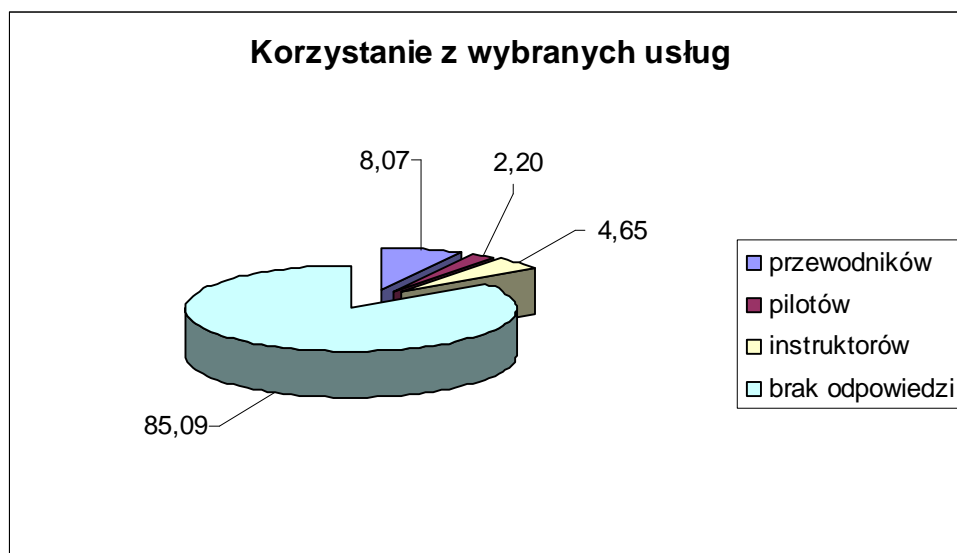


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

		%
1	spotykam się ze znajomymi	19,51
2	spacery/wędrówki	17,66
3	poznawanie okolicy	12,39
4	w klubach/barach/ na dyskotekach	10,83
5	chodzę do restauracji, kawiarni	10,54
6	odpoczywam biernie	6,44
7	wycieczki	5,56
8	biore udział w różnych imprezach	4,88
9	odpoczywam czynnie	4,88
10	idę do kina	2,83
11	idę do muzeum	1,95
12	idę do teatru	1,27
13	różnie	1,27

Dominującą formą spędzenia czasu są spotkania ze znajomymi, spacer/wędrówki, poznawanie okolicy, przebywanie w klubach, barach. Forma odpoczynku biernego przeważa nad odpoczynkiem czynnym.

Pytanie 14. Czy korzysta Pan (i) z usług przewodnickich, pilockich, instruktorskich?



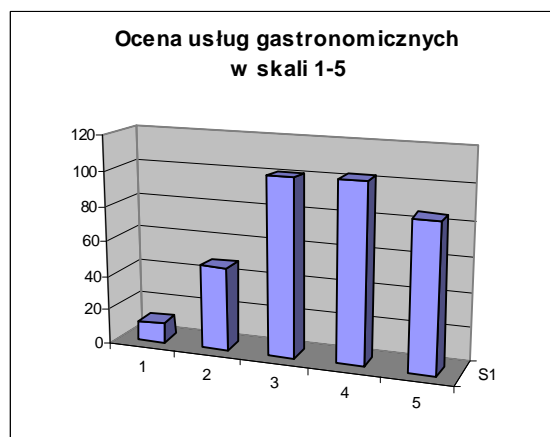
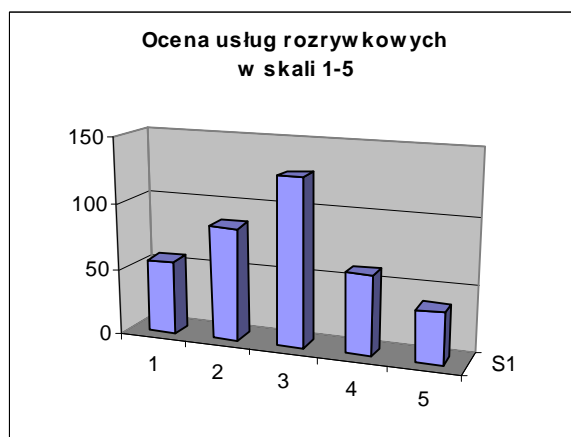
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

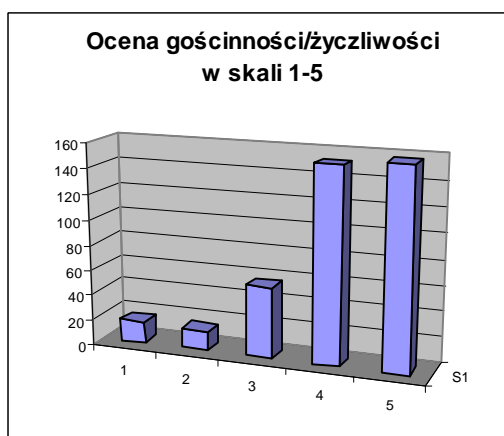
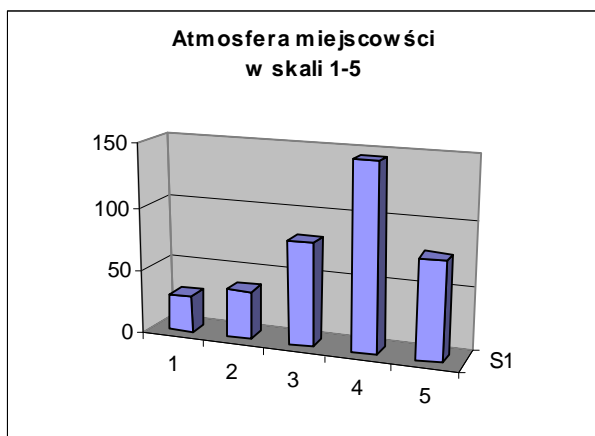
Większość ankietowanych nie korzysta z w/w usług., a pytanie to budziło u ankietowanych zdziwienie.

Pytanie 15. Jakie miejsca zwiedza Pan(i) w czasie pobytu w rejonie kluczborsko-oleskim, w woj. Opolski i poza regionem opolskim?

Ankietowani głównie wymieniali zabytki budownictwa sakralnego (kościółki drewniane), miasto Byczyń, Olesno. W woj. opolskim natomiast: Górę Św. Anny, Opole w tym ZOO, skansen w Bierkowicach, Nysę, Góry Opawskie - Biskupią Kopę. Poza rejonem Opolszczyzny: Jasną Górę, Kraków, Wrocław, rejon Sudetów.

Pytanie 16. Jak ocenia Pan(i) miejsce, w którym Pan(i) przebywa pod względem przygotowania do obsługi turystów/wypoczywających?





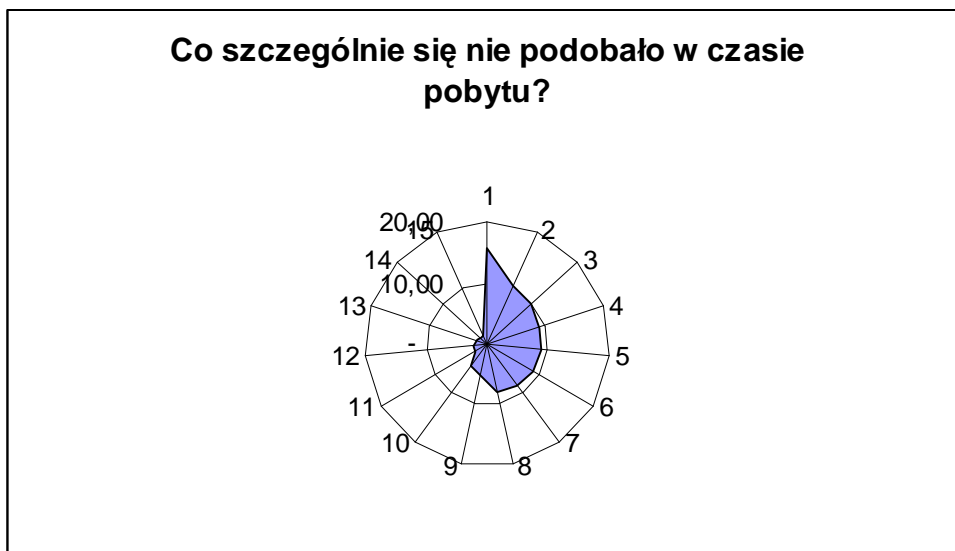
Pytanie 17. Co szczególnie podobało się Panu(i) w czasie pobytu?



		%
1.	<i>atmosfera miejsca</i>	19,49
2.	<i>gościnność</i>	12,72
3.	<i>życzliwość/uprzejmość</i>	12,06
4.	<i>cisza/spokój</i>	10,65
5.	<i>gastronomia</i>	8,92
6.	<i>przyroda</i>	8,67
7.	<i>krajobraz/widoki</i>	7,84
8.	<i>zabytki</i>	7,02
9.	<i>pogoda/klimat</i>	4,87
10.	<i>niskie ceny</i>	4,71
11.	<i>inne</i>	3,06

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

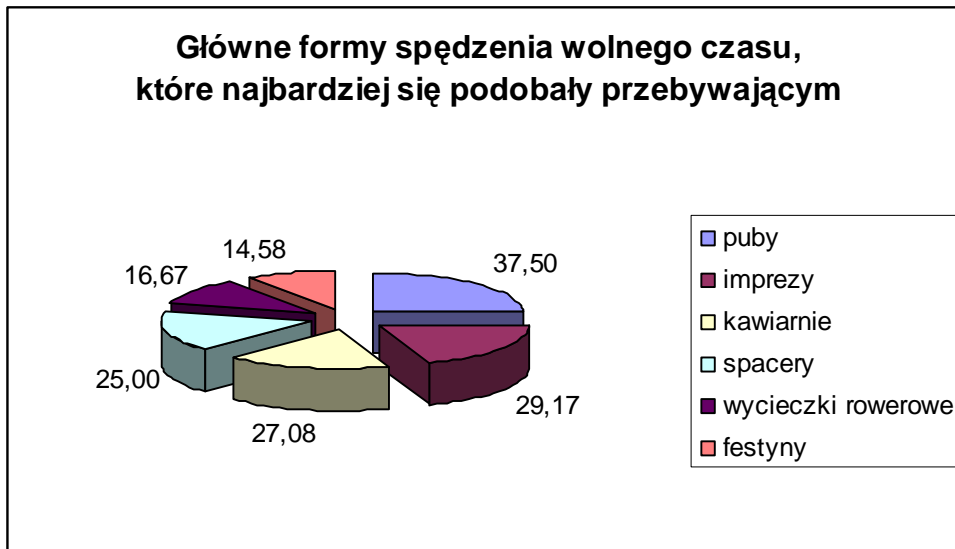
Pytanie 18. *Co szczególnie się Panu(i) nie podobało?*



		%
1	<i>drogi</i>	15,70
2	<i>parkingi-brak, mało miejsca, ceny</i>	10,60
3	<i>oznakowanie</i>	9,83
4	<i>brud, śmieci, mało koszy na śmieci</i>	8,96
5	<i>toalety</i>	8,77
6	<i>komunikacja, transport</i>	8,77
7	<i>ceny (wysokie)</i>	8,57
8	<i>inf.turystyczna</i>	8,29
9	<i>bankomaty</i>	5,39
10	<i>korki</i>	4,62
11	<i>bezpieczeństwo</i>	2,41
12	<i>problemy językowe</i>	2,41
13	<i>nocleg</i>	1,64
14	<i> tłum/tłok</i>	1,35
15	<i>jakość obsługi</i>	1,35

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Pytanie 19. *Proszę podać 3 rzeczy(rozrywki), które najbardziej się Panu(i) podobały w miejscowości, w której Pan(i) przebywa?*



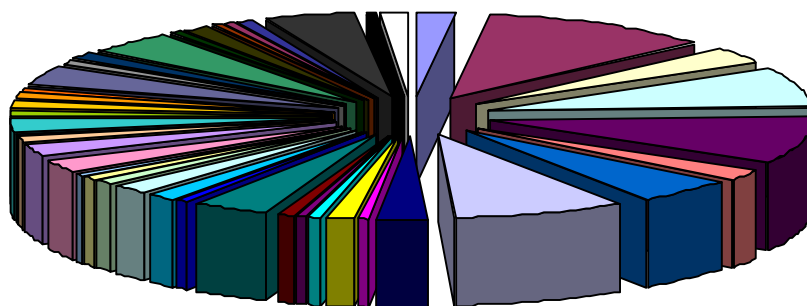
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

Pytanie 20. Jaką rozrywkę wybierze Pan(i) przyjeżdżając ponownie?

Najczęściej wskazywane w wypowiedzi formy spędzenia wolnego czasu podczas ponownego pobytu

Lp	Wyszczególnienie	[%]
1	puby	11,61
2	imprezy	9,03
3	kawiarne	8,39
4	spacery	7,74
5	wycieczki rowerowe	5,16
6	festyny	4,52
7	restauracje	4,52
8	festyny rycerskie	3,87
9	imprezy rodzinne	3,87
10	kino	3,23
11	koncerty	2,58
12	jazda konna	2,58

Formy spędzenia wolnego czasu podczas ponownego przyjazdu



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> □ zwiedzanie Polski □ kino ■ imprezy ■ wycieczki rowerowe ■ koncerty ■ agroturystyka ■ Stare Olesno - lodowisko ■ festyny rycerskie ■ Planeta Radości ■ Spodkania Rodzinne ze znajomymi ■ ogniska ■ wypoczynek czynny ■ zabawa w Szumie ■ Byczyna ■ Grillowanie ■ imprezy rodzinne ■ wernisaż ■ muzeum w si Opolskiej ■ boisko ■ festiwal ■ cisza | <ul style="list-style-type: none"> ■ puby □ spacer ■ wycieczki ■ kawiarnie ■ kręgle ■ zakupy ■ Rybołówstwo ■ Kluczbork ■ Dni Olesna ■ Lasy ■ jazda konna ■ poznanie nowych miejsc ■ Gród średniowieczny ■ atmosfera ■ Kościół Proście ■ sylwester ■ festyny ■ basen ■ nocne biesiadowanie ■ restauracje □ nie wiem |
|---|---|

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

W formach zagospodarowania czasu wolnego podczas ponownego pobytu ankietowani najczęściej wymieniali te, które związane są z ofertą kulturalną oraz rekreacją czynną realizowaną w najbliższej okolicy.

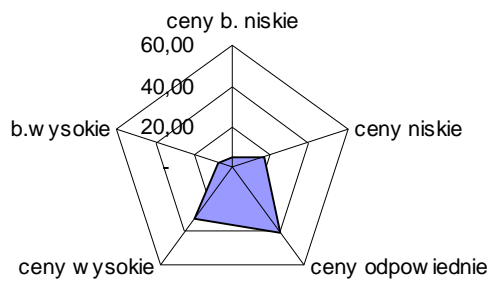
Pytanie 21. Jak ocenia Pan(i) jakość usług oferowanych w stosunku do cen?

Ocena stosunku cen do jakości świadczonych usług odwiedzających rejon kluczborsko-oleski [%]

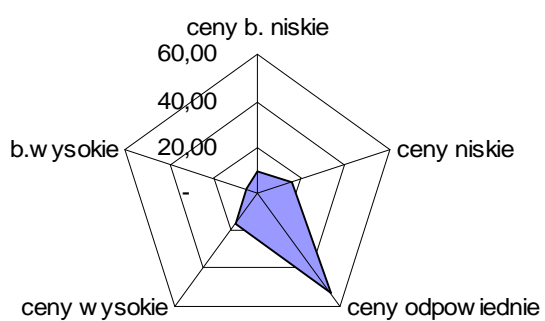
	ceny b. niskie	ceny niskie	ceny odpowiednie	ceny wysokie	b. wysokie
noclegi	4,64	16,39	40,71	31,69	6,56
usługi gastronomiczne	3,52	11,65	50,14	28,18	6,50
usługi wycieczkowe	9,23	16,37	53,27	16,37	4,76
teatr	20,42	17,08	31,25	26,25	5,00
kino	18,49	13,21	31,70	24,91	11,70
miejskowy transport	12,75	21,48	46,98	16,11	2,68
muzeum	13,43	21,91	38,52	22,97	3,18
ofertę kulturalną	5,99	38,80	34,64	17,19	3,39
ofertę usług sportowych	10,21	22,18	42,96	20,77	3,87

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych KOLOT, XI 2007

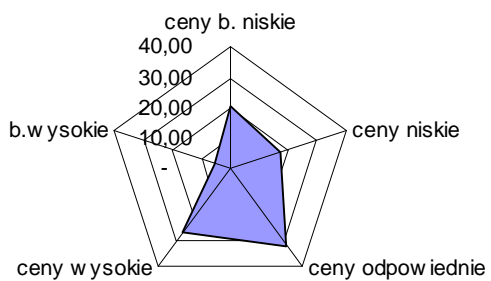
Ocena cen usług nocelowych



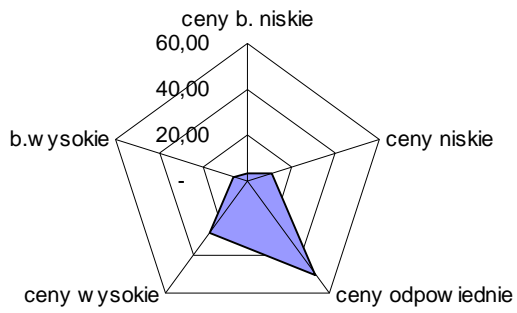
Ocena cen wycieczek



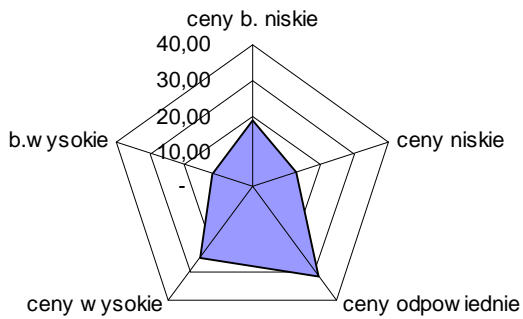
Ocena cen biletów do teatru



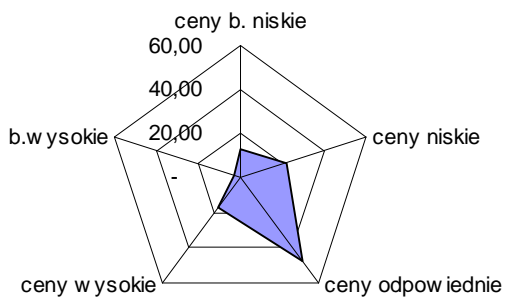
Ocena cen usług gastronomicznych



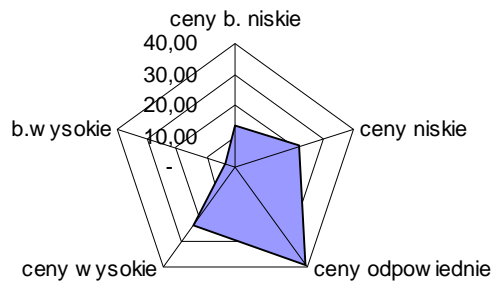
Ocena cen biletów do kina



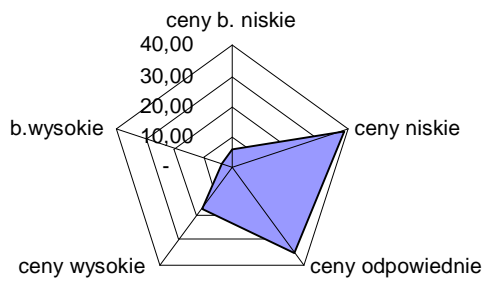
Ocena cen usług transportowych



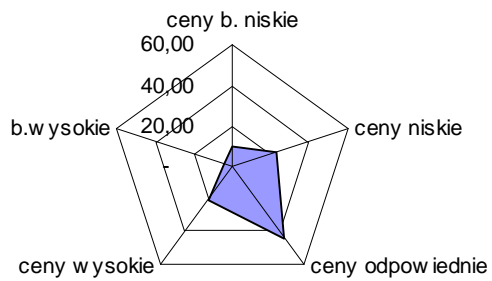
Ocena cen biletów do muzeum



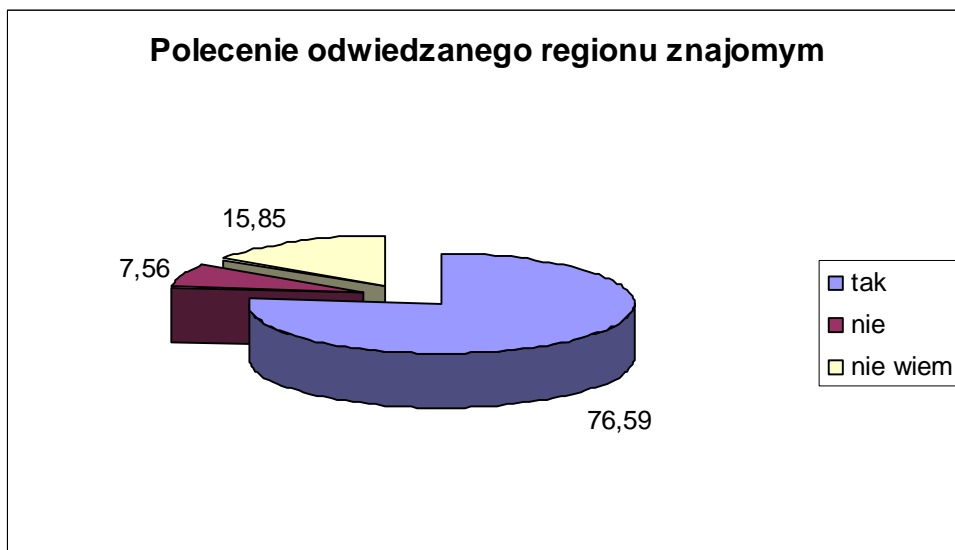
Ocena cen usług kulturalnych



Ocena cen usług sportowych

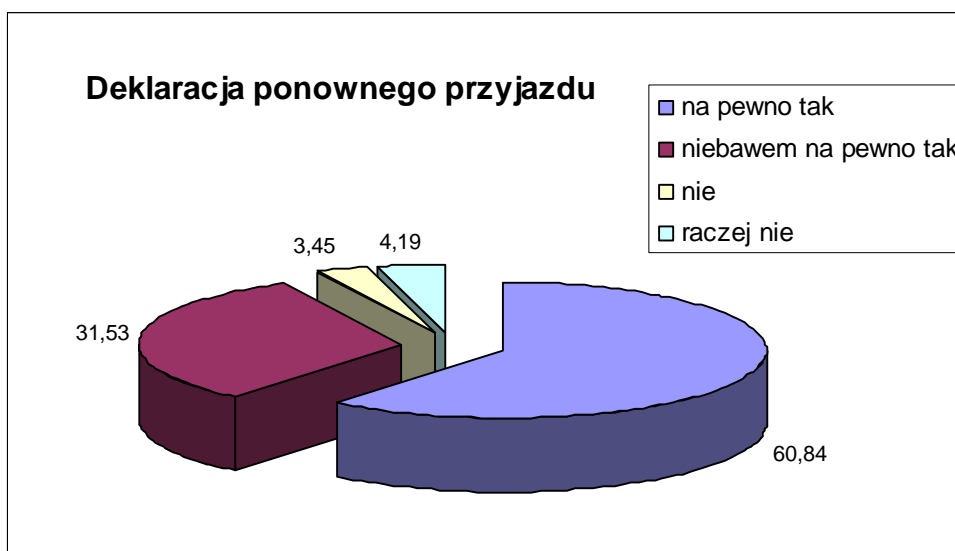


Pytanie 22. *Czy poleciliby Pan(i) swoim znajomym przyjechać w ten region?*



Około 77% ankietowanych jest w stanie polecić region kluczborsko-oleski jako miejsce godne odwiedzenia i wypoczynku. Jednak dość duży procent ankietowanych nie jest zdecydowana (około 16%) i 7,6% zdecydowanie NIE.

Pytanie 23. *Czy jeszcze raz przyjedzie Pan(i) tutaj?*



Zdecydowana większość ankietowanych (92,37%) zadeklarowała chęć ponownego przyjazdu w rejon kluczborsko-oleski. Jednak ponad 7% nie wyraża chęci powrotu.

Wnioski

- Duży procent przyjeżdżających nie korzysta z hotelowej bazy noclegowej – w większości są to osoby nocujące u rodziny, znajomych i krewnych;
- W przeważającej części osoby odwiedzające rejon korzystają z własnego środka transportu, głównie samochodu;
- Dużym utrudnieniem w dotarciu do miejsca docelowego jest słaby stan dróg, niezadowalający poziom usług wzdłuż tras przejazdu;
- Niewielu gości wykorzystuje biura podróży lub inne instytucje przy organizowaniu przyjazdu;
- Większość osób informacje o rejonie zasięga od znajomych, rodziny i przyjaciół tzw. ”marketing szeptany” oraz stron WWW;
- Spotkania ze znajomymi, rodziną przyjaciółmi stanowią główną formę spędzenia czasu wolnego nie koniecznie w domu, w którym nocują, ale w pobliskich restauracjach, barach;
- Zwiedzanie jest realizowane przez spacer, wędrówki po okolicy.
- Odwiedzający nie korzystają z usług przewodnickich i instruktorów głównie z powodu braku takiej oferty na lokalnym rynku;
- Niezadowalającym dla odwiedzających jest stan informacji o ofercie kulturowo-rozrywkowej - terminarz imprez głównie w czasie wydłużonych weekendów;
- Odwiedzający rejon bardzo cenią sobie atmosferę miejsca, gościnność i ofertę kulinarną;
- Główne wydatki turystów skoncentrowane są na usługi gastronomiczne, noclegowe, zakupy i rozrywkę;
- Średnie wydatki na 1 osobę / dzień ocenia się jako niskie, ale odwiedzający deklarują możliwości ich zwiększenia głównie na zagospodarowanie czasu wolnego;

Zalecenia – sugestie co do poprawy sytuacji

Wobec dość znacznej rozbieżności między „wyobrażeniem obcym” (odbiorców usług) a „wyobrażeniem własnym” (gestorów usług funkcjonującym w rejonie) w zakresie obsługi turystów i odwiedzających wskazane byłyby działania w kierunku;

- wzmocnienia przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych (m.in. utrzymanie i poszerzenie z rejonami partnerskimi oraz nowymi obszarami emigracji zarobkowej (Irlandia, W. Brytania, Francja, Hiszpania);
- rozpoczęcie szkoleń w zakresie podnoszenia kwalifikacji kadr obsługi ruchu turystycznego z uwzględnieniem TI i języków obcych;
- podjęcie ściślejszej współpracy między gestorami usług m.in. poprzez doradztwo e-mailowe (forum dyskusyjne);
- podjęcia próby stworzenia lokalnej sieci usług turystycznych np. Kluczborsko-Oleska Lokalna Sieć Noclegowo – Gastronomiczna;
- uruchomienia punktu(ów) informacji turystycznej;
- wzmacniania działań nastawionych na podnoszenie jakości usług poprzez certyfikowanie przez KOLOT lub inne instytucje przedsiębiorstw oferujących usługi;
- rozszerzenia form utrzymywania kontaktów ze stałymi odbiorcami usług;
- kontynuowania badań w celu zachowania ich ciągłości;
- Budowy tożsamości regionu poprzez tworzenie imprez i wydarzeń przyciągających turystów;
- Zwiększenie współpracy publiczno - prywatnej w zakresie dostępności infrastruktury turystycznej i paraturystycznej.

Ankieta

Celem niniejszej ankiety jest identyfikacja potrzeb i oczekiwań turystów i odwiedzających region Kluczborsko-Oleski. Wnioski uzyskane z przeprowadzonych badań zostaną wykorzystane w procesie poprawy jakości oferowanych usług turystyczno-rekreacyjnych oraz zbudowania bardziej spójnego systemu obsługi klienta. Mając powyższe na względzie zwracam się z prośbą o udzielenie wyczerpujących odpowiedzi na pytania zawarte w niniejszej ankiecie. Z góry dziękuję za pomoc.

Prezes
Kluczborsko-Oleskiej
Lokalnej Organizacji Turystycznej
Maria Żurek

1. Czy przyjechał Pan(i) bezpośrednio z miejsca swojego zamieszkania?
tak
nie (jeśli nie to skąd?)miejscowość,.....
region.....
2. Z jakiego środka transportu Pan(i) korzystał(a) w celu przyjazdu na miejsce?
autobusu
własnego samochodu
połączenia kolejowego
transportu mieszanego (jakiego?).....np. *samolot + autobus*
3. Który z kolei jest to Pana(i) pobyt w tym miejscu/rejonie?
pierwszy raz
drugi raz
któryś z kolei (np. 5 w ciągu ostatnich 6 lat).....
przyjeżdżam często
4. Kto Panu(i) towarzyszy w podróży?
nikt
zorganizowana grupa (liczba osób.....)
rodzina (liczba osób....., w tym dzieci do 14 lat)
rodzina i przyjaciele
przyjaciele
5. Kto organizował przyjazd?
samodzielnie
biuro podróży
firma lub organizacja w której pracuję
szkoła
parafia (kościół)
inne (podać kto?)



6. Jak długo planuje Pan(i) przebywać w tej miejscowości /rejonie?
- do trzech godzin**
 - cały dzień**
 - jedną dobę (noc)**
 - 2-3 doby**
 - 4-7 dób**
 - więcej niż 7 dób**
7. Gdzie Pan(i) nocuje?
- hotel**
 - motel**
 - pensjonat**
 - dom wycieczkowy**
 - schronisko**
 - pole/kemping**
 - ośrodek wczasowy**
 - uzdrowisko**
 - kwatera prywatna**
 - znajomi/krewni/ rodzina**
 - własny dom/mieszkanie**
 - inny obiekt**
8. Co było głównym powodem przyjazdu do danej miejscowości? Proszę udzielić odpowiedzi na kilka pytań.
- wypoczynek**
 - turystyka aktywna (kwalifikowana)**
 - odwiedzenie krewnych i znajomych**
 - zwiedzenie zabytków, historycznych miejsc**
 - poznanie walorów przyrodniczych**
 - cel zdrowotny**
 - uczestnictwo w kulturalnych imprezach**
 - uczestnictwo w sportowych imprezach**
 - udział w szkoleniu, konferencji lub seminarium**
 - cel religijny**
 - odwiedzenie miejsc z dzieciństwa i młodości**
 - sprawy służbowe (biznes)**
 - inne jakie?** np. zakupy, edukacja
9. Czy udało się Panu(i) zrealizować planowy cel przyjazdu?
- tak**
 - nie**
 - jeśli nie to proszę podać dlaczego?.....**
10. Skąd czerpał(a) Pan(i) informację o miejscowości/rejonie?
- od znajomych /rodziny**
 - przyjaciół**



Zadanie dotowane przez Samorząd Województwa Opolskiego

z internetu/strony WWW
targów
ulotek/katalogów/przewodników
telewizji
radia
prasy
ze szkoły
nie miałem żadnych informacji
innenp. reklamowy list

11. Jaka kwotę pieniężną wydaje dziennie na osobę Pan(i) w związku pobytem w tym miejscu?.....głównie na co?.....

12. Czy jest Pan(i) w stanie wydać więcej?

nie
tak (na co?).....

13. Jak Pani(i) spędza wolny czas w czasie pobytu w tym miejscu/rejonie?

spacery/wędrówki
poznawanie okolicy
spotykam się ze znajomymi
idę ko kina
idę do teatru
idę do muzeum
wycieczki
w klubach, barach, na dyskotekach
chodzę do restauracji, kawiarni
biorę udział w różnych imprezach
odpoczywam biernie
odpoczywam czynnie
różnie np.....

14. Czy korzysta Pan(i) z usług?

przewodników
pilotów
instruktorów

15. Jakie miejsca zwiedzał Pan(i) przy okazji przyjazdu?

w rejonie kluczborsko-oleskim.....
na Opolszczyźnie.....
poza woj. opolskim.....



Zadanie dotowane przez Samorząd Województwa Opolskiego

16. Jak ocenia Pan(i) miejsce, w którym przebywa pod względem przygotowania do obsługi turystów/wypoczywających?

	1	2	3	4	5
Usługi rozrywkowe					
Usługi gastronomiczne					
Gościnność Polaków/życzliwość ludności miejscowej					
Jakość obsługi					
Warunki sanitarne (toalety)					
Ofertę kulturalną					
Bezpieczeństwo					
Czystość na ulicach					
Dostępność automatów					
Bazę gastronomiczną (kuchnię)					
Bazę noclegową (noclegi)					
Informację turystyczną					
Miejscowy transport					
Przewodnictwo turystyczne					
Atmosferę miejscowości (miasta)					
Usługi wycieczkowe					
Usługi instruktorskie					

1-niedostatecznie; 2- dostatecznie; 3-przeciętnie; 4 – dobrze; 5 – bardzo dobrze

17. Co szczególnie podobało się Panu(i) w czasie pobytu?

atmosfera miejsca
pogoda /klimat
krajobraz/widoki
zabytki
przyroda
cisza/spokój
gościnność
gastronomia
życzliwość/ uprzejmość
niskie ceny
inne

18. Co szczególnie się Panu(i) **nie** podobało?

ceny (wysokie)
tłum, tłok
toalety
brud, śmieci, mało koszy
parkingi – brak, mało miejsca , ceny
drogi
bankomaty
komunikacja, transport
korki



Zadanie dotowane przez Samorząd Województwa Opolskiego

oznakowanie
 inf. turystyczna
 nocleg
 bezpieczeństwo
 problemy językowe
 jakość obsługi

19. Proszę podać 3 rzeczy (rozrywkę), które najbardziej się podobały w miejscowościach, w którym Pan (i) przebywa.....
 w innych miejscach,jakich?.....

20. Jaka rozrywkę wybierze Pan(i), przyjeżdżając ponownie?.....

21. Jak ocenia Pan(i) jakość oferowanych usług w stosunku do cen?

	1	2	3	4	5
noclegi					
usługi gastronomiczne (kuchnię)					
usługi wycieczkowe					
teatr					
kino					
miejskowy transport					
muzeum					
ofertę kulturalną					
ofertę usług sportowych					

1- ceny bardzo niskie; 2-ceny niskie; 3- ceny odpowiednie; 4- ceny wysokie; 5- bardzo wysokie (drogo);

22. Czy poleciliby Pan(i) swoim znajomym, aby przyjechali w ten region?

tak
nie
nie wiem

23. Czy przyjedzie Pan(i) tutaj jeszcze raz?

na pewno tak
niebawem na pewno tak
nie
raczej nie

Dane ankietowanego

- miejsce zamieszkania:

krajrejon.....województwo.....

wieś

miasto.....małe.....średnie.....duże.....



Zadanie dotowane przez Samorząd Województwa Opolskiego

- **pleć** K.....M.....
- **wiek**
- **wykształcenie**wyższe.....średnie.....inne
- **Pana(i) zawód**.....uczeń, student, emeryt, bezrobotny, inni
- **status materialny** poniżej średniej krajowej, średnia krajowa, powyżej (zły, średni, dobry, bardzo dobry)
- **Czy posiada Pan(i) korzenie polskie?**
 - tak
 - nie

miejsce przeprowadzenia ankietydata.....

imię i nazwisko ankietera



KWESTIONARIUSZ WYWIADU

1. Nazwa i adres hotelu/ lokalu

2. Nazwisko właściciela

3. Kto przyjeżdża do tego obiektu?
(wiek, skąd, biznesmeni, przyjazd rodzinny)

4. Powód przyjazdu.
(do rodziny, w interesach, na wypoczynek)

5. Z jakich usług najczęściej korzystają?
(nocleg, śniadanie, obiad, przyjęcia, wycieczki po okolicy, kręgle, sauna itp.)

6. Czas pobytu (przeciętnie).

7. Czy goście są zadowoleni? Jakie zgłaszają uwagi i życzenia?

Podpis ankietera.....

