

BAROMETR TURYSTYCZNY
WOJEWÓDZTWA
WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO

Olsztyn, 10 maja 2017 r.

CO OBEJMUJE BAROMETR?

- punkty informacji turystycznej
- obiekty noclegowe
- atrakcje biletowane
- imprezy kulturalne
- PKP i inne podmioty komunikacji zbiorowej
- baza gastronomiczna
- TURYSŃCI

PUNKTY INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

- liczba obsługiwanych turystów ogółem wg dni tygodnia
- pochodzenie turystów
- okresowość odwiedzin (miesiące, sezon, dzień tygodnia) >>> **możliwość analiz**

Dane są obecnie zbierane

Ograniczenia

- „wycinkowość” ruchu turystycznego
- „atrakcyjność” informacji turystycznej

PUNKTY INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

Statystyki opisowe:

- liczba osób odwiedzających informacje wg podobszarów
- zmienność zainteresowania informacją turystyczną w tygodniu
- zmienność zainteresowania informacją turystyczną w sezonie
- zmienność zainteresowania informacją turystyczną w roku
- możliwość porównania obsługi różnych punktów informacji turystycznej

Data	Liczba obsłużonych turystów	Liczba obsłużonych turystów zagranicznych	Udział turystów zagranicznych
1.07.2017	50	20	40%
2.07.2017	55	15	

OBIEKTY NOCLEGOWE

- uwzględnienie różnorodności obiektów noclegowych i ich kategorii (w tym również przystani)
- dane powinny przekazywać wszystkie obiekty

OBIEKTY NOCLEGOWE WARIANT I „MINIMUM”

Barometr prezentuje tylko dane BDL GUS:

- - stopień wykorzystania miejsc noclegowych wg kategorii hotelu(%)
- - stopień wykorzystania miejsc noclegowych wg powiatu (%)
- - stopień wykorzystania miejsc noclegowych wg rodzaju obiektu (%)
- - wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych wg miesięcy (ogółem i turyści zagraniczni)
- - liczba turystycznych obiektów noclegowych (hotele, motele i pensjonaty wg kategorii, obiekty posiadające zaplecze portowo-rekreacyjne, obiekty wyposażone w udogodnienia dla osób niepełnosprawnych, obiekty z zapleczem konferencyjnym)
- - dynamika całorocznych miejsc noclegowych w gminach
- - wskaźniki dla turystycznych obiektów noclegowych (miejsca noclegowe na 1000 ludności, udzielone noclegi na 1000 ludności, turyści korzystający z noclegów na 1000 ludności)

OBIEKTY NOCLEGOWE

WARIANT I

Data	Liczba oferowanych miejsc noclegowych	Liczba obsłużonych turystów	Liczba obsłużonych turystów zagranicznych	Udział turystów zagranicznych
1.07.2017	40	10	2	40%

Lp	Miesiąc pobytu (początek)	Liczba obsłużonych turystów	1 – turysta polski 2- turysta zagraniczny 3 – grupa mieszana	Długość pobytu (liczba noclegów)
1	styczeń	1	1	2
2	styczeń	3	2	5

OBIEKTY NOCLEGOWE

Statystyki opisowe:

- zmienność liczby turystów w obiektach noclegowych wg miesięcy
- zmienność liczby turystów w obiektach noclegowych wg długości pobytu
- zmienność liczby turystów wg pochodzenia
- analiza obłożenia i popularności poszczególnych rodzajów obiektów noclegowych

OBIEKTY NOCLEGOWE

- dane GUS: łatwość pozyskiwania i szybkość analiz
- dane zbierane od hoteli: pełny obraz sytuacji z uwzględnieniem długości pobytu, dowolność analiz
- brak możliwości określenia „szarej strefy”

ATRAKCJE BILETOWANE

(W TYM WYPOŻYCZALNIE SPRZĘTU)

- liczba obsłużonych osób wg dni tygodnia
- pochodzenie turystów (także wg dni tygodnia)
- liczba sprzedanych biletów wg rodzajów
(normalne, ulgowe, grupowe, darmowe itd. wg dni tygodnia)

ATRAKCJE BILETOWANE

(W TYM WYPOŻYCZALNIE SPRZĘTU)

Data	Liczba obsłużonych turystów	Liczba obsłużonych turystów zagranicznych	Udział turystów zagranicznych	Liczba sprzedanych biletów normalnych	Liczba sprzedanych biletów ulgowych	Liczba biletów darmowych
1.07.2017	50	20	40%	40	10	0

IMPREZY KULTURALNE

- liczba obsłużonych osób
- pochodzenie uczestników
- liczba sprzedanych biletów wg rodzajów
(normalne, ulgowe, grupowe, darmowe itd.)

IMPREZY KULTURALNE

Data	Nazwa imprezy	Miejsce imprezy	Liczba uczestników	Liczba uczestników zagranicznych	Liczba sprzedanych biletów normalnych	Liczba sprzedanych biletów ulgowych
1.07.2017	xxx	xxx	50	20	40	10

Komentarz:

- cykliczność imprez
- zmiana zainteresowania imprezami
- konieczność posiadania dokładnego harmonogramu

PKP I INNE PODMIOTY KOMUNIKACJI

Data	Nazwa imprezy	Miejsce imprezy	Liczba uczestników	Liczba uczestników zagranicznych	Liczba sprzedanych biletów normalnych	Liczba sprzedanych biletów ulgowych
1.07.2017	xxx	xxx	50	20	40	10

Komentarz

- możliwość analizy zainteresowania wybranymi miejscowościami (cel podróży)
- możliwość analizy „pochodzenia” turystów
- bilety nie muszą być kupione przez turystów
- faktyczny cel podróży może być inny

PUNKTY GASTRONOMICZNE

Data	Liczba obsłużonych osób	Liczba obsłużonych osób z zagranicy	Udział turystów zagranicznych
1.07.2017	50	20	40%

Komentarz

- możliwość analizy zmiany zainteresowania poszczególnymi rodzajami punktów gastronomicznych

TURYŚCI

- badanie ilościowe
- kwestionariusz ankiety
- badanie reprezentatywne

	turyści ogółem	Próba
Powiat braniewski	10 052	3
Powiat działdowski	10 802	4
Powiat elbląski	14 652	5
Powiat iławski	52 981	18
Powiat nowomiejski	5 329	2
Powiat ostródzki	123 713	42
Powiat m.Elbląg	64 565	22
Powiat etcki	23 323	8
Powiat giżycki	136 140	46
Powiat olecki	9 069	3
Powiat piski	51 735	18
Powiat gołdapski	15 154	5
Powiat węgorzewski	13 668	5
Powiat bartoszycki	12 027	4
Powiat kętrzyński	24 202	8
Powiat lidzbarski	26 212	9
Powiat mrągowski	244 227	83
Powiat nidzicki	4 286	1
Powiat olsztyński	88 200	30
Powiat szczycieński	28 959	10
Powiat m.Olsztyn	175 744	58

- Wiek (liczba lat):
- Płeć: K M
- Wykształcenie: podstawowe / gimnazjalne / średnie / wyższe licencjackie / wyższe magisterskie
- Wielkość gospodarstwa domowego: 1 / 2 / 3 / 4 / 5 i więcej
- Z kim podróżuje: sam / ze znajomymi / z partnerem we dwoje / z rodziną
- W ile osób podróżuje: 1 / 2 / 3 / 4 / 5 i więcej

- Cel wizyty: wypoczynek, zwiedzanie zabytków i muzeów, wizyta u rodziny i znajomych, rozrywka, imprezy, poznanie walorów przyrodniczych, wyjazd służbowy, zakupy, pobyt w uzdrowisku, żeglarstwo, udział w imprezie sportowej, odwiedzanie miejsc kultu religijnego, konferencja, wyjazd służbowy – wskazać najważniejszy i ew. towarzyszący cel wizyty
- Długość pobytu (liczba noclegów): 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 i więcej
- Czy jest to pierwsza wizyta w województwie warmińsko-mazurskim TAK / NIE

- Skąd czerpie Pan/Pani wiedzę o regionie, jego ofercie? Znajomi / Internet / informacja turystyczna / przewodnik turystyczny / biuro podróży
- Miejsce zakwaterowania: rodzina / znajomi, hotel / motel / pensjonat / zajazd, schronisko, dom wycieczkowy, kwatera prywatna, gospodarstwo agroturystyczne / ekologiczne, kemping / pole namiotowe, żaglówka / „drugi dom”, dom wakacyjny >>> **ISTOTNE: czy otrzymał rachunek czy nie >>> w ten sposób można określić udział osób korzystających z noclegów w szarej strefie**
- Miejsce żywienia: gotuje i zaopatruje się sam, u rodziny, gastronomia, różnie
- Środek transportu wykorzystany do dojazdu na miejsce samochód / PKP / PKS / przewoźnik prywatny / rower / motocykl
- Środek transportu wykorzystywany do przemieszczeń podczas pobytu: samochód / PKP / PKS / przewoźnik prywatny / rower / motocykl / nie dotyczy (nie przemieszczam się)

- Z jakich obiektów korzysta lub planuje Pan/Pani skorzystać podczas obecnego pobytu? Restauracje / bary / kawiarnie / stołówki / punkty gastronomiczne / wypożyczalnie sprzętu sportowego / wypożyczalnie rowerów / baseny
- Jaki jest całkowity budżet przeznaczony na cały pobyt, łącznie z noclegami? (jeśli podróżuje sam lub znajomymi podać koszt osobowy, jeśli podróżuje z rodziną lub partnerem podać całkowity koszt wyjazdu), w tym jaką kwotę przeznacza na transport i jaką na nocleg
- Kto jest organizatorem Pana/Pani wyjazdu? ja sam/sam, rodzina, znajomi, biuro podróży, zakład pracy, szkoła lub uczelnia, organizacja i inne

• Jak jest Pana zadowolenie z dostępności, jakości, kosztów korzystania z poszczególnych elementów podczas pobytu oraz ważności poszczególnych elementów podczas pobytu turystycznego? Proszę o ocenę w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą, a 5 najwyższą

- transport
- baza noclegowa
- baza gastronomiczna
- obiekty rekreacyjne
- imprezy kulturalne
- informacja turystyczna

Kategorie
dostępność
jakość
cena
ważność

- Jak ocenia Pan / Pani poniższe elementy (stopień zadowolenia)? Proszę o ocenę w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą, a 5 najwyższą
 - całkowite koszty pobytu
 - jakość obsługi turystycznej
 - satysfakcja poznawcza
 - bezpieczeństwo
 - gościnność mieszkańców
 - możliwość realizacji zamierzonego celu podróży
 - dostępność podstawowych dóbr
 - łatwość dojazdu

- Proszę zaznaczyć atrakcje, które odwiedził Pan/
Pani lub planuje odwiedzić podczas obecnego
pobytu. [LISTA]
- Proszę wskazać 3 najważniejsze czynniki
wyróżniające województwo warmińsko-mazurskie
pod względem turystycznym:
- Jakie są mocne, a jak słabe strony oferty
turystycznej województwa warmińsko-
mazurskiego?

„SZARA STREFA”

- badanie turystów >>> miejsce noclegu >>> otrzymanie rachunku
- sprawdzenie faktycznego zużycia energii elektrycznej / wody / ścieków w poszczególnych gminach i porównanie zużycia wynikającego z oficjalnie zgłoszonej liczby osób **SZACOWANIE**
 - nie tylko turyści, osoby niezameldowane i rodziny

„DRUGIE DOMY”

- możliwość pozyskanie informacji z obszarów wiejskich
- informacje przekazywane przez sołtysów
- pozyskiwanie danych, wiarygodność
- lub w badaniu turystów >>> miejsce zakwaterowania >>> kategoria „dom wakacyjny”

DANE POGODOWE

- dane pozyskane z czterech stacji meteorologicznych: Olsztyn, Elbląg, Mikołajki, Giżycko
- dane: maksymalna dzienna temperatura, wielkość opadu, usłonecznienie (dane dobowe)
- możliwość sprawdzenia występowania matematycznego związku między liczbą turystów a wartościami poszczególnych elementów pogody
- w przypadku istnienia związku możliwość ustalenia modelu regresji
- możliwość określenia typów pogody i zmian liczby turystów

Ograniczenie wykorzystania - możliwość określenia związku zjawisk „po fakcie”
>>> faktycznie działają prognozy

INNE DZIAŁANIA

- zbieranie informacji o kodzie pocztowym od osób dokonujących zakupy na terenie województwa
- zbieranie informacji o kodzie pocztowym osób tankujących paliwo na terenie województwa
- stworzenie „**Karty Turysty Województwa Warmińsko-Mazurskiego**” uprawniającej do zniżek w obiektach turystycznych biorących udział w Barometrze, wydanie której wiązałoby się z wypełnieniem kwestionariusza
- analiza danych GUS o budżetach i dochodach gmin z uwzględnieniem turystyki