

ANALIZA BADANIA ANKIETOWEGO PRZEPROWADZONEGO WŚRÓD TURYSTÓW PRZEBYWAJĄCYCH

W GMINIE STRONIE ŚLĄSKIE W OKRESIE LIPIEC – PAŹDZIERNIK 2016 R.

PODSUMOWANIE



Koordinacja badania, opracowanie i analiza: Monika Ciesłowska
Biuro Promocji i Rozwoju Gminy oraz Działalności Gospodarczej
Wsparcie: Gabriela Majewska, Biuro Obsługi Klienta,
Marek Stocki, Biuro Zarządzania Kryzysowego i Obsługi Informatycznej
Urząd Miejski w Stroniu Śląskim, styczeń, 2017 r

PRZEPROWADZENIE BADANIA

Na początku lipca 2016 r. do 150 obiektów noclegowych i gastronomicznych działających na terenie Gminy Stronie Śląskie dostarczono 2000 ankiet dla turystów. Do końca listopada 2016 r., **32 obiekty przekazały nam 444 wypełnione ankiety.**

Ankieta zawierała 23 pytania. Celem było „ustyszenie głosu turystów”, ustalenie, jaki ruch turystyczny dominuje, skąd przyjeżdżają turyści, jak spędzają czas, jakie są ich oczekiwania, uwagi, itp.

Było to pierwsze badanie ankietowe przeprowadzone przez samorząd wśród turystów i przeprowadzone zostało w odpowiedzi na głosy, jakie pojawiały się w ciągu ostatnich kilku lat przy różnych okazjach, że warto takie badanie zrealizować.

Wyniki badania mogą być pomocne przy podejmowaniu decyzji związanych z rozwojem turystyki w gminie.

Dziękujemy gospodarzom obiektów, które wzięły udział w badaniu.

NASI RESPONDENCI, SILNE I SŁABE STRONY BADANIA

Przygotowując ankietę zakładano, że minimalna liczba wypełnionych ankiet powinna wynieść 500. Trudno określić reprezentatywną grupę badawczą dla naszej gminy, gdyż nie dysponujemy rzetelnymi danymi dotyczącymi wielkości ruchu turystycznego. W związku z faktem, że wiele obiektów zaangażowało się w badanie i było to pierwsze tego typu badanie w gminie, postanowiliśmy przeprowadzić jego analizę, pomimo iż nie udało się zebrać 500 ankiet.

Silną stroną badania jest to, że ankiety wpłynęły aż z 10 miejscowości i z obiektów o różnej wielkości i standardzie (agroturystyki, pokoje na wynajem, pensjonaty). Słabą stroną jest to, iż stosunkowo niewiele ankiet wpłynęło ze Stronia Śląskiego miasta, z Siennej i z Kletna.

Badanie miało na celu zbadanie ruchu turystycznego w okresie letnio-jesiennym (lipiec-październik), ale należy je uznać za analizę letniego ruchu turystycznego (72% wypełnionych zostało w lipcu i sierpniu).

Wśród respondentów dominowały kobiety (56%). 36% udział mężczyzn i 12% niewypełnionych metryczek pozwala jednak sądzić, że wyniki nie zostały zdominowane przez „kobięcy” punkt widzenia.

Pytając o wiek respondentów, dowiedzieliśmy się, że wśród naszych gości najliczniejszą grupę stanowią **osoby w wieku 26-40 lat (36%) i 41-50 lat (25%), czyli osoby aktywne zawodowo, przeważnie podróżujące z dziećmi, osoby w sile wieku, często lubiące aktywność i wyzwania, osoby uprawiające sporty.** Ma to odzwierciedlenie w fakcie, iż w naszej gminie **dominuje turystyka rodzinna i turystyka aktywna.**

SKĄD PRZYJEŹDZAJĄ TURYSŃCI

Ponad połowa gości (55,5%) pochodzi z trzech województw: dolnośląskiego (22,5%), wielkopolskiego (19%) i śląskiego (13%), co wynika z ich bliskiej odległości, a także wielkości zaludnienia.

13% stanowią goście z Polski centralnej: woj. **łódzkie i mazowieckie**.

12% gości przyjechało z Polski północnej: woj. **zachodniopomorskie i pomorskie**.

Z pozostałych 9 województw i z zagranicy przyjechało 19,5% wszystkich gości, w tym z sąsiedniego województwa – opolskiego – 4,5%.

Mimo, że w mazowieckim i łódzkim zamieszkuje aż 20,5% ludności kraju, z tych województw przyjechała do nas porównywalna liczba gości (13%), co z województwa zachodniopomorskiego i pomorskiego (12%), które zamieszkuje o połowę mniej ludzi - 10% mieszkańców kraju i są dalej położone. Pokazuje to, że mimo, iż udział procentowy jest podobny, to biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców województw, „więcej” gości przyjechało z północnej, niż z centralnej Polski.

Nasi turyści to w dominującej większości mieszkańcy dużych miast, a aż 24% gości przyjechało z miast wojewódzkich. Mniej niż 10% stanowią mieszkańcy miasteczek i wsi. Taka struktura ruchu turystycznego pozwala sądzić, że warto wykorzystywać i bardziej eksponować walory związane z życiem wiejskim, życiem blisko natury i w małych społecznościach. Możemy to realizować poprzez organizację lokalnych, kameralnych atrakcji dla turystów, np. spacerów po danej wsi z przewodnikiem, zorganizowanych wizyt u lokalnego rzemieślnika, czy hodowcy, organizację warsztatów kulinarnych, czy rękodzielniczych, organizację tematycznych festynów, promocję dolnośląskiego stroju ludowego, itp.

W KTÓRYCH WOJEWÓDZTWACH PROMOWAĆ NASZĄ OKOLICĘ?

Biorąc pod uwagę fakt, iż śląskie jest blisko położone, stanowi drugie w kraju (po woj. mazowieckim), pod względem liczby ludności, województwo (zamieszkuje je aż 12% ogółu ludności) i jest najbardziej zurbanizowanym województwem w Polsce (a ruch turystyczny generują głównie mieszkańcy miast), zasadnym jest inwestowanie w promocję w województwie **śląskim**.

Wielkość aglomeracji warszawskiej (14% ludności kraju) daje duży potencjał pozyskania nowych turystów, ale jednocześnie – stanowi trudny i drogi rynek dla realizacji zadań promocyjnych. W związku z ograniczonym budżetem promocyjnym gminy, bliższym położeniem Łodzi oraz dobrym z niej dojazdem, warto inwestować w pozyskanie nowych gości z **łódzkiego**.

W związku z faktem, iż turyści przyjeżdżający z daleka, pozostają przeważnie na dłuższe pobyty – bardzo cenne jest pozyskiwanie turystów z północnej Polski. Ze względu na lepszy dojazd, bardziej zasadne wydaje się, zainwestowanie, w pierwszej kolejności, w promocję w województwie **zachodniopomorskim**.

Małe zaludnienie (2,6% ludności kraju) oraz bliskość Wysokiego Jesionika i Gór Rychlebskich (mieszkańcy Opolszczyzny licznie je odwiedzają) sprawiają, że nie należy spodziewać się dużego wzrostu liczby gości z

opolskiego, choć istnieje potencjał wzrostu **przyjazdów weekendowych** z województwa **opolskiego**.

Wzrost liczby gości z zagranicy musiałby wiązać się z dużymi nakładami finansowymi na efektywną zagraniczną promocję, przekraczającymi budżet promocyjny gminy. Warto pracować nad większą dostępnością informacji w języku angielskim i niemieckim (internet, materiały promocyjne), co pozytywnie wpłynie na nasz wizerunek i na pewno mile zaskoczy zagranicznych turystów. Gmina nie dysponuje jednak ani budżetem, ani wystarczającą liczbą pracowników, aby realizować promocję równoległe na rynku krajowym i zagranicznym.

W związku z powyższym, **powinniśmy przede wszystkim zainwestować w większą rozpoznawalność Stronia Śląskiego w Polsce. Coraz lepszy dojazd z Polski centralnej i północnej, planowane inwestycje drogowe oraz to, że jesteśmy „nowym” górskim regionem turystycznym (np. w porównaniu z Karkonoszami, czy Tatrami) sprawia, że istnieje bardzo duży potencjał wzrostu liczby turystów krajowych.**

STARE I NOWE RYNKI

Badanie pokazało bardzo dobrą proporcję gości nowych, do gości powracających, prawie 1:1, przy niewielkiej przewadze gości nowych. 54% turystów przyjechało do nas po raz pierwszy, 34% odwiedziło nas po raz drugi, a 12% było u nas wielokrotnie.

Taki wynik cieszy: pokazuje, że „sprawdzamy” się jako destynacja turystyczna („zadowoleni” wracają) oraz że odkrywają nas nowi ludzie, którzy także mogą kiedyś powrócić. W związku z faktem, że ludzie są coraz bardziej mobilni, a wybór krajowych i zagranicznych destynacji turystycznych i ich dostępność jest bardzo duża, udział osób przyjeżdżających „wielokrotnie” będzie prawdopodobnie zawsze najmniejszy i pomimo zadowolenia z wypoczynku, wielu gości nie zdecyduje się na powrót. Bardzo ważne dla stabilnego rozwoju turystyki jest to, aby stale odkrywali nas nowi turyści i aby równoległe rozwijały się różne formy turystyki. Im bardziej zróżnicowana będzie struktura naszego ruchu turystycznego (rodziny, seniorzy, uczniowie i studenci, artyści, sportowcy, piechurzy, biegacze, narciarze, kolarze, weselnicy, itp.), tym większa szansa na stabilny rozwój turystyki. W związku z powyższym, trzeba kierować działania promocyjne w różne regiony kraju i starać się docierać do różnych grup docelowych.

Dwukrotnie większy udział gości „nowych” od „powracających” mieliśmy z woj. mazowieckiego i pomorskiego. Więcej gości „nowych” od „powracających” było też z woj. łódzkiego i wielkopolskiego. Bardzo cieszy wzrost liczby gości z centralnej Polski (nie są to nasze „tradycyjne” rynki, a województwa te zamieszkuje ponad 20% mieszkańców kraju!), a także stała dynamika rynku wielkopolskiego, który od lat generuje największą liczbę gości w naszej gminie (poza woj. dolnośląskim).

Goście „powracający” mieli większy udział niż „nowi” wśród gości z woj. dolnośląskiego i śląskiego. Można to zinterpretować jako dalszą zachętę do zdobywania „nowych” Górnoślązaków oraz jako „starzenie” się naszego rynku dolnośląskiego.

NIEDŁUGIE, RODZINNE POBYTY

70% pobyków stanowią pobyty rodzinne, a ponad połowa turystów przyjeżdża z dziećmi. Wprowadzenie programu 500+ z dużym prawdopodobieństwem przyczyni się do większej aktywności turystycznej rodzin z dziećmi. Jest to dla nas szansa na pozyskanie nowych gości.

Turyści często wskazują na konieczność zwiększenia atrakcji dla dzieci, w tym atrakcji "na niepogodę". Na tym polu wiele mogą zdziałać zarówno przedsiębiorcy (tworzenie pokoi zabaw dla dzieci, wyposażenie obiektów i ich otoczenia w małą infrastrukturę rekreacyjną, itp.), jak i gmina oraz instytucje i organizacje zaangażowane w rozwój turystyki (np. wzbogacanie programów imprez turystycznych i sportowych o ofertę dla rodzin z dziećmi).

77% gości zatrzymało się na krócej niż 7 dni. Niedługie pobyty mogą wynikać z kilku powodów:

- nie ma u nas tradycji wypoczynku urlopowego (nie mieliśmy w gminie wielu zakładowych ośrodków wypoczynkowych), większe znaczenie miała turystyka krajoznawcza (zwiedzanie Jaskini i Huty),
- dominują u nas małe obiekty noclegowe, które w większości nie są wyposażone w infrastrukturę rekreacyjną i inne atrakcje, które zachęcają do długich, urlopowych pobyków,
- niska zamożność społeczeństwa,
- tendencja do wyjeżdżania na krótszy wypoczynek, ale kilka razy w roku i w różne miejsca,
- zmotoryzowanie turystów, co daje niezależność, ułatwia przemieszczanie się i zachęca do zmiany miejsca zakwaterowania, aby poznać też inne części Sudetów/Dolnego Śląska.

CO ZROBIĆ, ABY TURYSŒCI ZATRZYMYWALI SIĘ NA DŁUŻEJ

- tworzyć **nowe oferty** spędzania czasu wolnego, **nowe atrakcje** turystyczne, szczególnie dla rodzin z dziećmi (zarówno w obiektach noclegowych, jak i w gminie),
- tworzyć specjalne oferty cenowe na długie pobyty,
- tworzyć dla gości **gotowe „programy pobytu”**, propozycje na wypełnienie czasu podczas 7 dniowego, czy 14 dniowego urlopu (plany wycieczek na każdy dzień), wydaje się, że turyści planując przyjazd do nas, wybierają nocleg i nie poświęcają dużo czasu na dokładne zapoznanie się z atrakcjami okolicy, jeżeli przedstawimy im gotowy plan (Dzień 1: ..., Dzień 2: ... Dzień: 10...) istnieje szansa, że część osób zarezerwowałaby noclegi na dłuższy pobyt,
- promować naszą okolicę jako miejsce na długi pobyt, pokazywać turystom możliwości poznawania całej okolicy, a nie tylko atrakcji naszej gminy,
- udostępniać materiały promocyjne, które pokazują naszą okolicę w szerokim ujęciu, dając turystom dużo inspirujących informacji,
- dbać o to, aby goście, którzy od nas wyjeżdżają byli przekonani o tym, że w okolicy jest wiele więcej do poznania, niż udało się im zobaczyć (z odpowiedzi udzielonych na pyt. 16 „Jakie miejsce lub wydarzenie wywarło na Panu/Pani największe wrażenie?, wynika, że większość gości raczej pobieżnie poznaje nasz teren), opowiadanie gościom o możliwości wypoczynku o każdej porze roku, zapraszać na pobyty do nas, ale **promować atrakcyjność całej okolicy i regionu.**

ZADOWOLONY TURYSTA, KTÓRY POLECI NAS INNYM TO NAJLEPSZA PROMOCJA

Niemal wszyscy respondenci potwierdzili, że chcieliby powrócić w naszą okolicę i że poleciliby ją innym osobom (5% respondentów nie chciałoby wrócić i nie poleciliby nas innym osobom).

Jedna z wielu uwag dotycząca tego, co warto u nas zmienić/poprawić: „zaangażowanie mieszkańców i ich utożsamianie się z tym, że jest to region turystyczny (76, Sienna)”. Przytaczamy ją w tym miejscu, aby podkreślić fakt, że wszyscy, zarówno gmina, przedsiębiorcy, jak i mieszkańcy mamy wpływ na to, jakie wrażenia i wspomnienia wywożą nasi turyści.

Połowa respondentów (49%) dowiedziała się od nas od innych osób, co potwierdza, że „**poczta pantoflowa**” jest najlepszą formą promocji.

Poza poleceniem innych osób, zdecydowana większość respondentów potwierdziła, że dowiedziała się o nas z internetu (40%). Pozostałe wskazania (łącznie 11% wszystkich odpowiedzi) to: wiedza własna (szkoła, lekcje geografii), organizatorzy wyjazdu (grupy zorganizowane), publikacje (książki, przewodniki, foldery), prasa, tv, targi turystyczne i reklama na tramwaju.

INTERNET – NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁO INFORMACJI

40% respondentów wskazało, że dowiedziało się o nas z internetu. Na pewno warto inwestować w jak najlepszy internetowy wizerunek okolicy, obiektów noclegowych i atrakcji turystycznych.

Strona internetowa Gminy Stronie Śląskie **www.stronie.pl** jest najczęściej odwiedzaną stroną, na której potencjalni turyści szukają informacji o naszej okolicy (36%) Warto ją lepiej wypozycjonować w internecie i uatrakcyjnić, zwłaszcza, że w ankietach pojawiły się uwagi dotyczące **www.stronie.pl** („poprawić stronę **www.stronie.pl** (254, Bielice)”). Planowana jest przebudowa strony **www.stronie.pl**

Niewielka część respondentów (6%) wskazała na strony lokalne, regionalne, ogólnopolskie, czeskie (**bielice-info.pl**, **dolnyslask.org.pl**, **polskieszlaki.pl**, **sudety.pl**, **sudety.info.pl**, **klodzko.pl**, **ladek.pl**, strona PTTK dotycząca odznak GOT, **www.snieznik.pl**, czeskie strony). 4% respondentów wskazało na strony lokalnych atrakcji turystycznych (np. Czarna Góra, Jaskinia Niedźwiedzia).

Wynika z tego, że turyści korzystają z internetu przede wszystkim po to, aby zarezerwować nocleg, a w mniejszym stopniu po to, aby zapoznać się z atrakcjami okolicy, zaplanować czas. **Tym ważniejsze jest, aby na stronach obiektów noclegowych znajdowały się informacje dotyczące możliwości spędzania czasu wolnego**, linki do ciekawych stron lokalnych, czy regionalnych, gotowe propozycje „planów pobytu”. Zachęcamy gospodarzy obiektów noclegowych do wykorzystywania na swoich stronach internetowych **oficjalnego filmu promocyjnego Gminy Stronie Śląskie** (osoby administrujące Państwa stroną mogą go z łatwością udostępnić z **www.youtube.com**, Stronie Śląskie – Masyw Śnieżnika, Góry Białskie, Góry Złote (12 min). **Bardzo ważna jest dostępność materiałów o naszej okolicy na miejscu** (w obiektach noclegowych, w punktach informacji turystycznej).

Poza www.stronie.pl, najczęściej wskazywano na portale rezerwacyjne i strony internetowe obiektów noclegowych (23%). Wymieniano: booking.com, eholiday.com, noclegi.pl, nocowanie.pl, dobrynocleg.pl, ebooking.com, travelist.pl, groupon.pl, dzieciochatki.pl, agrosnieznik.pl, agroturystyka.pl, zimmernacht.de, tripadvisor.pl

Pojawił się komentarz, że „opis kwater jest niewystarczający/brak opisów w jęz. angielskim i niemieckim (166, Nowy Gieraltów)”.

Turyści korzystają z wyszukiwarki google oraz internetowych map google (5%). Padła uwaga „zadbać o aktualność na mapach google/przeszkolić lokalnych przedsiębiorców w ich edycji (64, Bolesławów)”.

Warto upewnić się, czy Państwa obiekt jest dobrze zlokalizowany na mapach google.

JESTEŚMY ATRAKCYJNI

66% respondentów uważa, że **atrakcyjność naszej okolicy jest porównywalna** z innymi górskimi obszarami w Polsce, a **aż 29% wskazało, że nasza okolica jest bardziej atrakcyjna**.

Odpowiedzi turystów na różne pytania w ankiecie pozwalają sądzić, że o naszej „wyższej” atrakcyjności stanowi, poza górkimi krajobrazami i bliskością przyrody, brak turystycznego zgiełku. Wiele osób wskazało, że najbardziej cenią sobie u nas ciszę, spokój. Niektórzy wręcz apelowali, aby nie zniszczyć tego waloru poprzez nadmierne inwestycje w infrastrukturę („proszę bez żadnych wielkich inwestycji, na tym polega urok tych stron, że nie ma wielkich tłoków i tabunów turystów (163, Nowy Gieraltów)”.

5% respondentów uważa, że nasza okolica jest mniej atrakcyjna niż inne obszary górskie w kraju. Z ankiety wypełnionych przez te osoby, trudno stwierdzić, co zdecydowało o takiej ocenie.

TURYŚCI CENIĄ PRZEDE WSZYSTKIM BLISKOŚĆ PRZYRODY, CISZĘ I SPOKÓJ

Naszą okolicę wybrały osoby, dla których przy wyborze miejsca wypoczynku **liczy się przede wszystkim bliskość przyrody, spokój i oderwanie od cywilizacji (63%) oraz przystępne ceny (44%)**. Dla ponad 30% respondentów ważna jest też bogata oferta miejsc wartych zwiedzenia (turystyka rodzinna), tyle samo respondentów wskazało na możliwość uprawiania sportów, podejmowania wyzwań (górska turystyka kwalifikowana). Duża część turystów 20% wskazało też "wysoką jakość świadczonych usług", jako jeden z dwóch głównych czynników przy wyborze miejsca wypoczynku. Potwierdza to wzrost świadomości i oczekiwań turystów ("konsumentów") w zakresie jakości świadczonych im usług.

P.S. Procenty nie sumują się do 100%, gdyż turyści mogli wskazać 2 najważniejsze czynniki decydujące o ich wyborze miejsca na wypoczynek, z 5 podanych. Część gości wskazała tylko jeden czynnik.

WYBÓR MIEJSC NOCLEGOWYCH JEST WYSTARCZAJĄCY, ALE...

90% respondentów uznało, że baza noclegowa jest wystarczająca. 6%, że brakuje miejsc, typu schroniska, pola kempingowe, itp., a 4%, że brakuje miejsc o wysokim standardzie.

Pojawiły się uwagi, że „w sezonie ogólnie brak miejsc” (134, Stara Morawa), że „poza sezonem wystarczy, ale w sezonie mogłaby być większa baza (304, Bolesławów)” oraz „potrzebna większa baza noclegowa + pokoje z łazienkami” (39, Stara Morawa) pozwala wysnuć wniosek, że **sezon letni 2016 r. (a przynajmniej jego część) był udany i miejsca noclegowe w Gminie były w większości wykorzystane.**

Niektóre uwagi turystów:

więcej noclegów typu studio/apartament z własną kuchnią (55, Bolesławów), może więcej domków letniskowych (142, Stara Morawa), brakuje miejsc dwuosobowych (160, N. Gierałtów), brakuje rodzinnych kwater na średnim poziomie (233, Stronie wieś), brakuje miejsc o średnim standardzie dla rodzin (237, Stronie wieś), brakuje miejsc dla osób niepełnosprawnych (273, Bielice), więcej pokoi jednoosobowych (303, N. Gierałtów), więcej ofert, sztyldów przy domach (311, Bolesławów), brakuje miejsc stricte dla dzieci (427, Stronie wieś)

DOSTĘPNOŚĆ INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

91% turystów wskazała, że dostępność informacji potrzebnych do zaplanowania wycieczki w naszej okolicy (w internecie, w miejscu zakwaterowania, w punktach informacji turystycznej w Stroniu Śląskim) **jest wystarczająca.** 9%, że nie jest wystarczająca.

Uwagi/sugestie turystów wskazują, że:

- informacje są „rozproszone”, turyści wskazują na potrzebę bardziej „kompleksowego” promowania naszej okolicy („katalogi”, „ujęcie całościowe”), potrzebują ofert na spędzanie czasu, np. poprzez gotowe programy/plany zwiedzania,
- w niektórych obiektach noclegowych brakuje informatorów/folderów.

W ankietach pojawiały się uwagi o ich braku w miejscu zakwaterowania (map i folderów/przewodników całościowo opisujących okolicę). Prosimy gestorów wszystkich atrakcji turystycznych o dostarczanie swoich materiałów do Urzędu Miejskiego, a gestorów obiektów noclegowych zapraszamy do pobierania materiałów z Urzędu Miejskiego. Dysponujemy bezpłatnymi mapami, a także „Przewodnikiem wędrowca”, który całościowo opisuje naszą okolicę (po jednym egzemplarzu przekazujemy Państwu bezpłatnie, przewodnik można zakupić w Urzędzie w ilości minimum 30 szt. w cenie jego wydruku 5,17 zł brutto/szt.). W maju br. dostępne będą nowe, bezpłatne folderki, krótko prezentujące największe atrakcje okolicy.

INWESTYCJE, JAKICH ŻYCZĄ SOBIE TURYSŃCI:

INFRASTRUKTURA DLA PIESZYCH I ROWERZYSTÓW, AQUAPARK/BASEN I MINIBUSY

Swoje pomysły na inwestycje w otwartym pyt. 13 „Jeśli miałaby zostać zrealizowana inwestycja turystyczna w Gminie Stronie Śląskie specjalnie na Pana/Pani życzenie, co by to było?” wskazała ponad połowa respondentów (53%).

Na pierwszym miejscu znalazła się **infrastruktura dla pieszych i rowerzystów** (53 głosy), przede wszystkim inwestycje w dobrze rozwinięte pobocza (chodniki, ciągi pieszo-rowerowe) wzdłuż istniejących dróg, dzięki którym można by bezpiecznie przemieszczać się po miejscowościach i między nimi. Respondenci wskazali trzy drogi: Stronie Śląskie wieś – Sienna, Bolesławów – Zalew w Starej Morawie i Stronie Śląskie – Stary Gierałtów – Bielice.

Na drugim miejscu znalazł się **aquapark/basen** (48 głosów), park wodny z basenem z cieplejszą wodą i atrakcjami dla dzieci, basen termalny. Postulat o zainwestowanie w „wodne atrakcje pod dachem” był najliczniejszy wśród wszystkich propozycji związanych z atrakcjami/spędzaniem czasu.

Na trzecim miejscu znalazły się inwestycje w **komunikację busową pomiędzy miejscowościami** (36 głosów).

Od 10 do 20 głosów oddano na: rekreację/sport/odnowę biologiczną, gastronomię, place zabaw i atrakcje dla dzieci, piesze szlaki turystyczne, sklepy i sklepiki (poza Stroniem Śląskim), wieże widokowe, wypożyczalnie rowerów, rozrywki/dancingi/muzykę.

Wskazano też (2-9 głosów) na inwestycje w: estetykę przestrzeni, schroniska górskie, wyciągi narciarskie i trasy narciarstwa biegowego, park wspinaczki i park linowy, zasięg telefonii komórkowej, ułatwienia dla osób niepełnosprawnych, bazę noclegową, udostępnienie nowych podziemi, kolejkę turystyczną (np. wykorzystując istniejące tory), stadninę koni, baczówkę na Przełęcz Trzech Granic, udostępnienie kamieniołomu Biała Marianna. Pojawiły się też postulaty o ochronę naturalności, „dzikości terenu”.

DOMINUJE AKTYWNY WYPOCZYNEK – WĘDRÓWKI ORAZ ZWIEDZANIE

89,5% turystów wskazało, że spędza czas aktywnie: Większość gości (55,3%) podejmuje umiarkowany wysiłek w dolinach i w niższych partiach gór, a 34,2 % podejmuje duży wysiłek udając się na długie wycieczki w wyższe partie gór. 10% gości preferuje wypoczynek bez wysiłku fizycznego.

Spośród sposobów spędzania czasu, na pierwszym miejscu **jest zwiedzanie (333 głosy) oraz wędrówki (319 głosów)**.

Biorąc pod uwagę sposób spędzania czasu przez turystów, należy **przede wszystkim zainwestować w szlaki turystyczne** (oznakowanie, zagospodarowanie, inwentaryzacja, dostępność map i przewodników), pamiętając o tym, że większość gości pozostaje w dolinach i niższych partiach gór (większa ilość wiat, schronów, ławeczek, szczególnie w punktach widokowych, stworzenie oferty zorganizowanych wycieczek pieszych z przewodnikami, dostępność map i przewodników, itp.).

CO WYWOŁAŁO NA PAŃSTWU NAJWIĘKSZE WRAŻENIE (ATRAKCYJA, LUDZIE, WYDARZENIE)?

NA TERENIE GMINY		POZA GMINĄ	
Jaskinia Niedźwiedzia	89	Kopalnia złota	38
Góry, szlaki piesze, krajobrazy	70	Jaskinia Radochowska	21
Śnieżnik	53	Twierdza Kłodzka	19
Czarna Góra	49	Ścieżka w obłokach	17
Kopalnia uranu	40	Błędné Skąty, Szczeliniec	16
Zalew w Starej Morawie	24	Międzygórze	13
Wieża widokowa na Czernicy	19	Maria Śnieżna, Igliczna	10
Szlaki rowerowe	11	Lądek-Zdrój	9
Łowiska pstrąga	9	Borówkowa Góra	9
Zjeżdżalnia „Czarna Żmija”	8	Trojan, Karpień k. Lądka-Zdr.	3
Wapiennik, drukarnia, ogród	8	Dolnośląski Festiwal Biegów	
Zjeżdżalnia „Czarna Żmija”	8	Górkich	3
Muzeum Ziemi w Kletnie	6	Kudowa-Zdrój	3
Mało tłoczna okolica, spokój	5		
Msza/górska droga krzyżowa spotkanie/plebania			
ks. proboszcza N. Gierałtowa	5		
Huta Szkła Kryształowego	4		
Międzynarodowe Mistrzostwa			
Polski w Poszukiwaniu Mineratów	4		
Bielice	4		
Sudety MTB Challenge	3		
Jarmark w Nowym Gierałtowie	3		
Uniwersytet w Bielicach	3		
Park linowy w Kletnie	3		
Zbieranie jagód	3		

Na naszych turystach największe wrażenie wywierają – **góry i przyroda (ponad 50%)**.

Pomimo, że najliczniej wymieniano największe atrakcje naszej gminy, wskazano też na większość atrakcji turystycznych Ziemi Kłodzkiej.

Turyści zwiedzają praktycznie całą Ziemię Kłodzką (Kłodzko, uzdrowiska, Góry Stołowe, itd.), wiele osób udaje się też na wycieczki do Czech (np. Skalne Miasto, Javornik, ścieżka w obłokach w Dolni Morava).

Turyści wskazywali też na gościnność i serdeczność gospodarzy, np. „dużo serca” (5, Strachocin), na proste radości związane z byciem blisko przyrody, np. „możliwość kąpania się w strumyku (340, Goszów)”, „Grzybobranie na Krowiarkach (130. Stronie wieś)”, „zbieranie minerałów” (61 Bolesławów, 147 St. Morawa), na nasze lokalne wydarzenia (większość organizowanych letnich imprez została wskazana), na

spotkania z ludźmi. Utwierdza to w tym, że, wszelkie inicjatywy, także te skierowane do stosunkowo niewielkiej liczby turystów, mające lokalny charakter, są bardzo cenne, bo często wywierają duże wrażenie na gościach i pozostaną dla nich miłym wspomnieniem z pobytu.

Turyści wskazali też na miejsca, których być może my sami nie doceniamy, np. „nie zwiedzałam dużo, ale park w Stroniu jest bardzo ładny (313 Sienna)”, „Stronie Śląskie – zabytki (442 Stronie Śl.)”, „kościółek w Siennej (314 Sienna)”, „kolekcja motoryzacyjna proboszcza w N. Gierałtowie, (167 N. Gierałtów)”.

Podsumowując słowami jednego z turystów: **„wszystko jest interesujące, trzeba zaplanować tydzień cały”** (311 Bolesławów).

CO SIĘ PAŃSTWU NIE PODOBA? CO POWINNIŚMY ZMIENIĆ?

42% respondentów nie wskazało na żadne niedogodności, z czego:

36% pozostawiło to pytanie bez odpowiedzi (co pozwala sądzić, że w trakcie pobytu nie doświadczyli niedogodności, czy braków, które wpłynęły negatywnie na komfort ich wypoczynku, czy ocenę naszej okolicy. Brak odpowiedzi może też oznaczać brak swojego zdania, za słabe poznanie terenu, aby się wypowiedzieć), **a 6% pozostawiło miłe komentarze, np., że „jest dobrze (81, Sienna)”, „jest świetnie ! (204, Stronie Śląskie)”, „jest super! (210, Stronie Śląskie)”, „wszystko mi się podoba (Kletno, 3)”, „dla mnie możliwości atrakcyjnego i aktywnego wypoczynku są spełnione (19 Sienna)”, „tak trzymać! (47, Stronie Śląskie), „nic bym nie zmieniła (309, Bolesławów)”, „nie mam uwag, super okolica (351, Stary Gierałtów)”** lub wskazało, że za mało zna teren, żeby się wypowiedzieć.

58% gości przekazało swoje uwagi.

Aż 80 gości (18% respondentów) wskazało na braki w infrastrukturze drogowej, szczególnie na złą jakość części dróg oraz na wąskie drogi, na brak poboczy i chodników dla spacerowiczów i rowerzystów (Stronie wieś – Sienna, Bolesławów - Stara Morawa, Goszów – Stary Gierałtów – Bielice), były też uwagi dotyczące parkingów.

62 osób (14% respondentów) wskazało na brak komunikacji busowej pomiędzy miejscowościami, wiele osób wskazywało, że brakuje możliwości dojechania/powrotu busami na wejścia/zejścia ze szlaków turystycznych (aby tak jak w Tatrach, czy Bieszczadach można było planować wędrowki bez konieczności powrotu do miejsca wejścia na szlak).

35 osób (8% respondentów) postulowało lepsze oznakowanie szlaków turystycznych, potrzebę odchwasczania niektórych fragmentów, tworzenie nowych szlaków, itp.

Po około 20 głosów dotyczyło:

- 1) **dostępności i sposobu opracowywania informacji turystycznych,**
- 2) **niezadawalającej oferty gastronomicznej i godzin otwarcia/serwowania posiłków w niektórych lokalach,**

3) estetyki przestrzeni (w tym np. czystości, „pstrokacizny” reklamowej, szpecących zabudowań).

Wskazano także na:

- 1) inwestycje w ścieżki rowerowe wzdłuż głównych dróg oraz inwestycji w górskie szlaki rowerowe,
- 2) brak wiejskich sklepików (Stary Gierałtów, Stara Morawa, Sienna, Bielice),
- 3) ograniczoną dostępność Jaskini Niedźwiedziej w Kletnie,
- 4) słaby zasięg telefonii komórkowej w niektórych miejscowościach,
- 5) różne pomysły dotyczące nowych atrakcji/sportu/rozrywki.

Biorąc pod uwagę fakt, że zarówno na pytanie 13 o „życzenie inwestycyjne”, jak i pytanie 17 „prośba o wskazanie braków, niedogodności” udzieliło odpowiedzi ok. 50-60 % respondentów, **można wysnuć wniosek, że ok. 40-50% gości nie doświadczyło braków i niedogodności, które negatywnie wpłynęłyby na komfort ich pobytu, czy ogólną ocenę poziomu zagospodarowania turystycznego naszej okolicy** (lub nie poznało terenu na tyle, aby udzielić odpowiedzi).

PRAWIE POŁOWA TURYSTÓW DEKLARUJE CHĘĆ KORZYSTANIA Z BUSÓW, GDYBY KURSOWAŁY

90% respondentów przyjechało do nas samochodem, 5% autobusem/busem, 4,3% autokarem z grupą zorganizowaną. Tylko 3 na 444 respondentów skorzystało podczas swej podróży z połączenia kolejowego z Kłodzkiem.

14% ankietowanych (62 osoby) postulowało wprowadzenie komunikacji busowej między miejscowościami (atrakcjami, wejściami/zejściami ze szlaków). Mimo, że 90% gości przyjechało do nas samochodem, na pytanie 19 „Czy korzystał(a)by Pan/Pani z połączeń busowych pomiędzy poszczególnymi miejscowościami naszej Gminy, gdyby takie połączenia zostały uruchomione?” **45% wszystkich respondentów odpowiedziało, że: tak**, a 50%, że nie, a 5% nie wypowiedziało się.

Pod tym pytaniem, turyści pozostawili najwięcej – **ponad 50 komentarzy**, odnoszących się do słabej komunikacji pomiędzy miejscowościami gminy, np.:

„problemem jest brak lokalnych połączeń (167)”, „brak komunikacji między szlakami (zejście - wejście) (31)”, „zdecydowanie tak, jak jest brzydka pogoda to nie chce się iść i wtedy można by pojeździć lub wynająć bus żeby napić się piwa” (24), „brak busów uniemożliwia zwiedzanie okolicy i atrakcji” (92), „brak połączeń to największy mankament nie tylko gminy, ale powiatu” (184), „tak!!!, kierujący busem mógłby informować o bieżących atrakcjach i ciekawych miejscach w okolicy, być mini przewodnikiem po okolicy” (200), „są bardzo potrzebne, raz - nie wszyscy mają samochód, dwa - to bardziej ekologiczne” (313), „korzystałbym, jeśli koszt nie byłby zbyt wysoki i kursowałyby w miarę często” (115), „Tak, jeśli można by było przewieźć rower (210)”.