POSTRZEGANIE PRZEZ TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ POLSKI. CASE STUDY WARMIA I MAZURY

IWONA M. BATYK

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
e-mail: iwona.batyk@uwm.edu.pl

SŁOWA KLUCZOWE

turyści zagraniczni, atrakcyjność turystyczna, Polska, Warmia i Mazury

STRESZCZENIE

Polska jest krajem o dużej atrakcyjności turystycznej, posiadającym bardzo duży potencjał turystyczny. W opracowaniu przedstawiono dane statystyczne dotyczące udziału turystów zagranicznych w turystyce w Polsce. Zaprezentowano opinie turystów zagranicznych na temat pobytu w Polsce oraz ocenę ich satysfakcji z wypoczynku.

Podjęto próbę oceny atrakcyjności turystycznej Warmii i Mazur przez turystów zagranicznych. Zaprezentowano wyniki badań mające na celu określenie stopnia wpływu wybranych elementów infrastruktury i usług turystycznych na atrakcyjność turystyczną Warmii i Mazur. Określono również stopień oddziaływania infrastruktury i usług okołoturystycznych.

Wprowadzenie

Polska jest krajem o dużej atrakcyjności turystycznej, posiadającym bardzo duży potencjał turystyczny. Ze względu na walory wypoczynkowe, krajoznawcze, kulturowe oraz specjalistyczne ma doskonałe predyspozycje do rozwoju turystyki. Zarówno położenie kraju, jak i jego walory przyrodnicze, krajobrazowe i kulturowe stanowią o wysokiej atrakcyjności turystycznej i mogą być narzędziem kształtowania przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych krajów.

Opracowanie zawiera analizę udziału turystów zagranicznych w ruchu turystycznym w Polsce, opinie turystów zagranicznych na temat wypoczynku w Polsce, ocenę poziomu zadowolenia z różnych aspektów pobytu oraz ocenę relacji kosztów do jakości usług turystycznych. Zaprezentowano wyniki badań mające na celu ocenę atrakcyjności turystycznej Warmii i Mazur przez turystów zagranicznych, określenie stopnia wpływu wybranych elementów na atrakcyjność turystyczną regionu. Przedstawiono również opinie turystów zagranicznych na temat elementów infrastruktury technicznej, usług turystycznych oraz infrastruktury i usług okołoturystycznych.

Istota i złożoność atrakcyjności turystycznej

Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem bardzo złożonym, stanowi zespół takich czynników, jak: walory turystyczne, dostępność komunikacyjna oraz infrastruktura turystyczna, które są ze sobą ściśle powiązane i wpływają na rozwój turystyki w danym kraju, regionie czy miejscowości. O atrakcyjności turystycznej terenu decydują głównie walory turystyczne, do których można zaliczyć: walory przyrodnicze (klimat, ukształtowanie powierzchni i bogactwa naturalne) oraz walory antropogeniczne obejmujące wszystkie elementy stworzone przez człowieka, na przykład muzea, zabytki architektury, miejsca kultu religijnego, wydarzenia i imprezy o charakterze kulturalnym, sportowym i religijnym (Gaworecki, 2000). Atrakcyjność turystyczna wynika z walorów turystycznych obejmujących zespół elementów środowiska przyrodniczego oraz elementów pozaprzyrodniczych, które wspólnie lub osobno są przedmiotem zainteresowań turysty. Ze względu na motywy, jakimi kierują się turyści, walory turystyczne podzielić można na (Warszyńska, Jackowski, 1978):

- a) wypoczynkowe, które są ściśle powiązane z warunkami środowiska naturalnego, na przykład las, woda, krajobraz;
- b) krajoznawcze, które poza elementami przyrody obejmują elementy kultury materialnej i duchowej: zabytki, obiekty kultu narodowego, folklor oraz dziedzinę współczesnych osiągnięć społeczeństwa;
- c) specjalistyczne, które definiuje się jako zespół cech środowiska umożliwiających uprawianie różnorodnych form turystyki kwalifikowanej, a w przypadku występowania wód mineralnych oraz korzystnego klimatu – balneoterapii i innych form lecznictwa uzdrowiskowego.

Atrakcyjność turystyczna rozumiana jest jako zespół cech charakterystycznych dla danego terenu, które przyciągają turystów dzięki walorom krajobrazu naturalnego, klimatu, pomników historii, oraz różnych obiektów zagospodarowania przestrzennego (Kowalczyk, 2001; Kruczek, 2011).

O atrakcyjności regionu decydują takie czynniki, jak (Gołębowski, 2009):

- a) walory turystyczne określane na podstawie takich wskaźników, jak: udział powierzchni leśnych i chronionych, rzeki i jeziora, zabytki, muzea i imprezy odbywające się w regionie, długość szlaków turystycznych;
- b) stan środowiska przyrodniczego;
- c) skuteczność działań na rzecz ochrony środowiska;
- d) dostępność komunikacyjna.

O atrakcyjności turystycznej w dużej mierze decyduje infrastruktura turystyczna, która określana jest także mianem *zagospodarowania turystycznego*. Jest to zespół urządzeń i obiektów, które znajdują się na określonym obszarze, szlaku czy miejscowości i mają na celu zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego (Warszyńska, Jackowski, 1978). Do infrastruktury turystycznej należy zaliczyć: bazę noclegową, gastronomiczną i komunikacyjną. Decydują one o dostępności do przestrzeni i usług turystycznych oraz wpływają na komfort pobytu turystów.

Bardzo istotnym elementem atrakcyjności turystycznej jest dostępność komunikacyjna oznaczająca możliwość dojazdu do celu podjętej podróży środkami komunikacji oraz system połączeń

komunikacyjnych, wyciągów i szlaków turystycznych, które umożliwiają turystom odbywanie wycieczek w obrębie wybranego regionu turystycznego do określonych miejsc (Kowalczyk, 2001).

Wielość czynników składających się na atrakcyjność turystyczną oraz trudności w ich kwantyfikacji (szczególnie elementów związanych z walorami turystycznymi) powodują, iż oceny atrakcyjności turystycznej są w dużej mierze subiektywne (Kruczek, 2011). Zróżnicowanie gustów i preferencji turystów jest przyczyną odmiennych, a czasami wręcz skrajnych ocen atrakcyjności turystycznej obszaru i budujących ją elementów (Meyer, 2012). Opinie oraz oceny atrakcyjności turystycznej kraju, regionu czy określonego miejsca mogą być zależne od wielu czynników zewnętrznych i czynników związanych z osobowością turystów oraz cechami socjodemograficznymi. Cechy osobowościowe, społeczne czy środowiskowe turystów, takie jak: wszelkiego rodzaju fobie czy uprzedzenia, mogą być czynnikami, które w istotnym stopniu wpływają na ocenę atrakcyjności turystycznej. Dlatego też istotnym działaniem jest badanie opinii turystów zagranicznych na temat pobytu w Polsce oraz pomiar poziomu zaspokojenia ich oczekiwań i satysfakcji z wypoczynku.

Udział turystów zagranicznych w ruchu turystycznym w Polsce

W 2014 roku według danych Ministerstwa Sportu i Turystyki Polskę odwiedziło 16 mln turystów zagranicznych, co stanowi wzrost o 1,3% w porównaniu do 2013 roku. Jednocześnie nastąpił wzrost zainteresowania cudzoziemców pobytem w województwie warmińsko-mazurskim. W 2014 roku w regionie odnotowano 173,9 tys. przyjazdów turystów zagranicznych, co stanowi wzrost o 0,22%, w porównaniu z 2013 rokiem (Żakowska, 2015). Tendencja wzrostowa liczby turystów zagranicznych odwiedzających region Warmii i Mazur utrzymuje się od 2011 roku. Wzrost zainteresowania pobytem na terenie Warmii i Mazur w latach 2012–2014 wynikał z większego zainteresowania obcokrajowców Polską jako destynacją turystyczną, co mogło być efektem między innymi organizacji w Polsce Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012. Wzmocniony ruch turystów zagranicznych w regionie Warmii i Mazur wynikał również z uruchomienia od lipca 2012 roku małego ruchu granicznego między Rzeczypospolitą Polską a Obwodem Kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej. Ruch ten umożliwił mieszkańcom regionów przygranicznych realizowanie częstych podróży turystycznych.

Region Warmii i Mazur odwiedzany jest przez turystów zagranicznych różnych narodowości. W 2014 roku najwięcej obcokrajowców odwiedzających Warmię i Mazury pochodziło z Niemiec – 46,5%. Kolejnymi, jednak znacznie mniej licznymi grupami turystów zagranicznych byli: Rosjanie (23,4%), Litwini (4,2%) oraz Francuzi (2,4%). W ciągu ostatnich 10 lat znacząco zmniejszył się udział turystów z Niemiec z 71,4% w 2005 roku do 46,5% w 2014 roku. W analizowanym okresie odnotowano wzrost udziału turystów z Rosji o 5,7%, Litwy – o 2,7%, Łotwy – o 1,1%, Estonii – o 1% oraz Wielkiej Brytanii – o 0,9% (Turystyka..., 2015).

W 2015 roku Polskę odwiedziło 16 722 tys. turystów zagranicznych, co stanowi wzrost o 4,5% w porównaniu do 2014 roku. Analiza wyników przeprowadzonych badań wskazuje, iż największy wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Polski odnotowano w przypadku gości

z Wielkiej Brytanii, Ukrainy, Szwecji, Holandii, Francji, Włoch, Czech i Słowacji. Jednocześnie nastąpił spadek przyjazdów do Polski turystów z Rosji, Łotwy i Białorusi. W 2015 roku z obiektów noclegowych skorzystało o 4% więcej cudzoziemców niż w 2014 roku, a liczba udzielonych im noclegów wzrosła o 5,9%. Największy wzrost liczby turystów korzystających z bazy noclegowej odnotowano w przypadku cudzoziemców pochodzących z: Hongkongu (o 34,3%), Malty (o 26,9%), Chin (o 25,6%), Słowenii (o 21,8%), Grecji (o 21%), Turcji (o 20,1%), Portugalii (o 19,1%), Irlandii (o 19,0%) oraz Belgii (o 17%). Największy spadek liczby korzystających z bazy noclegowej dotyczył turystów z Rosji (o 34,9%), Republiki Korei (o 14,2%), Bułgarii (o 11,3%) oraz Brazylii (o 9,1%) (*Charakterystyka...*, 2016).

W 2015 roku województwo warmińsko-mazurskie najczęściej odwiedzali Europejczycy (95,7%), wśród których najliczniejszą grupę stanowili Niemcy – 52,2% (wzrost o 12,3% w stosunku do 2014 r.). Drugą pod względem liczebności grupą turystów zagranicznych odwiedzających region Warmii i Mazur byli Rosjanie – 14,4% (spadek o 38,5% w stosunku do 2014 r.). Obcokrajowcy z Azji stanowili 2,2%, a z Ameryki Północnej 1,3% (*Turystyka...*, 2016).

Opinie turystów zagranicznych na temat Polski oraz ocena satysfakcji z pobytu w Polsce

Opinie turystów zagranicznych na temat pobytu w Polsce przedstawione zostały na podstawie wyników badań zrealizowanych przez Polską Organizację Turystyczną (*Badanie...*, 2014). Zdecydowana większość (92%) turystów zagranicznych wypoczywających w Polsce w 2014 roku odczuwała satysfakcję z pobytu, a 90% z nich wyrażało chęć ponownego wypoczynku w Polsce. Ponadto 60% cudzoziemców oceniło pobyt w Polsce jako lepszy w porównaniu do innych swoich wyjazdów. Głównymi deklarowanymi kryteriami satysfakcji z wypoczynku były: dobra atmosfera, bezpieczeństwo, czystość oraz koszty pobytu. Jednocześnie wyniki badań konsumentów usług turystycznych mające na celu ocenę poziomu satysfakcji turystów zagranicznych z usług turystycznych, z których korzystali podczas pobytu w Polsce, wskazują na wysoki poziom zadowolenia z pobytu w Polsce (tab. 1).

Tabela 1. Satysfakcja turystów zagranicznych z pobytu w Polsce w latach 2012–2014

Wyszczególnienie	2012 r.	2013 r.	2014 r.
	N = 1305	N = 500	N = 500
	średnia ocen w skali 1–5		
zadowolenie z pobytu w Polsce	4,26	4,15	4,38
gotowość do ponownego przyjazdu	4,35	4,14	4,36
ocena wyjazdu do Polski w porównaniu z innymi wyjazdami	3,58	3,50	3,79

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Badanie...* (2014).

Satysfakcja turystów zagranicznych obejmowała różne aspekty pobytu w Polsce. Poszczególne elementy ocenione zostały pozytywnie przez następujący odsetek badanych: atmosfera (87%), atrakcje oraz bezpieczeństwo (odpowiednio po 86%), koszty pobytu (85%), usługi noclegowe (83%), pogoda (82%), usługi gastronomiczne oraz czystość (odpowiednio po 81%), walory śro-

dowiska naturalnego (80%), możliwość dojazdu do Polski (78%), możliwość porozumiewania się z Polakami (77%), informacja turystyczna (76%), dostępność do różnych form rozrywki (74%), transport lokalny (67%).

Wyniki badań wskazują na obniżenie poziomu ocen takich elementów, jak: atrakcji (z 4,30 w 2013 r. do 4,21 w 2014 r.), walorów przyrodniczych (4,3 → 4,18), informacji turystycznej (4,1 → 4,02), dostępności do różnych form rozrywki (4,2 → 4,06) oraz transportu lokalnego (4,1 → 3,88).

Tabela 2. Poziom zadowolenia turystów zagranicznych z różnych aspektów pobytu w Polsce w latach 2013–2014

Wybrane aspekty pobytu w Polsce	2013 r.	2014 r.
	N= 500	N= 500
	średnia ocen w skali 1–5	
atmosfera	4,30	4,30
atrakcje	4,30	4,21
bezpieczeństwo	4,00	4,28
koszty pobytu	4,19	4,19
usługi noclegowe	4,21	4,21
pogoda	4,10	4,26
usługi gastronomiczne	4,22	4,22
czystość	4,11	4,11
walory środowiska naturalnego	4,30	4,18
informacja turystyczna	4,10	4,02
dostępność do różnych form rozrywki	4,20	4,06
transport lokalny	4,10	3,88

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Badanie...* (2014).

Wyniki badań wskazały, iż na satysfakcję turystów zagranicznych miały wpływ charakter podróży, miejsce pobytu oraz rodzaj obiektu noclegowego. Turyści zagraniczni wypoczywający na Mazurach, nad jeziorami i rzekami wyrażali najwyższy poziom satysfakcji z pobytu (4,65), a najniższa ocena dotyczyła wypoczynku w górach (4,25). Najmniej zadowoleni z podróży byli turyści, którzy w czasie wyjazdu łączyli sprawy zawodowe z wypoczynkiem (3,95). Ponadto mniej skłonni do polecenia wypoczynku w Polsce byli turyści zagraniczni wypoczywający w hotelach – im lepszy był standard hotelu, tym satysfakcja z pobytu była mniejsza. Największą satysfakcję z pobytu wyrażali cudzoziemcy przebywający u rodziny lub znajomych oraz w pensjonatach, hotelach i domach wypoczynkowych.

Hierarchia wpływów różnych czynników na kształtowanie opinii o Polsce została wyznaczona za pomocą współczynnika przyjmującego wartości od 0 – brak wpływu do 1 – zależność liniowa. Czynnikami wpływającymi na satysfakcję z pobytu w Polsce turystów zagranicznych są w kolejności od najbardziej istotnych: bezpieczeństwo (0,24), przyroda (0,21), koszty wyjazdu (0,12) oraz informacja turystyczna (0,09). Elementami o największym znaczeniu w kształtowaniu gotowości do ponownego przyjazdu do Polski są w opinii turystów zagranicznych w kolejności: bezpieczeństwo (0,17), transport lokalny (0,13), atrakcje turystyczne (0,12), atmosfera pobytu (0,11) oraz przyroda (0,10).

Bardzo istotnym elementem wpływającym na opinie turystów zagranicznych była relacja kosztów do jakości usług turystycznych (tab. 3).

Tabela 3. Ocena turystów zagranicznych dotycząca relacji kosztów do jakości usług turystycznych w 2014 r.

Rodzaj usług	Ocena kosztów usług				Ocena jakości usług			
	N = 500				N = 500			
	średnia ocena	niski koszt	wysoki koszt	nie korzystano	średnia ocena	niska	wysoka	nie korzystano
transport lokalny	3,38	19%	44%	11%	3,87	5%	61%	11%
atrakcje turystyczne	3,48	16%	49%	3%	3,48	3%	78%	2%
usługi gastronomiczne	3,43	21%	50%	2%	3,43	3%	79%	1%
usługi noclegowe	3,44	16%	47%	7%	3,44	3%	72%	6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Badanie...* (2014).

Wyniki badań zrealizowanych przez Polską Organizację Turystyczną wskazują na zmienność opinii o Polsce wyrażanych przez turystów zagranicznych w latach 2012–2014 (tab. 4).

Tabela 4. Opinie o Polsce wyrażane przez turystów zagranicznych wypoczywających w latach 2012–2014

Opinie o Polsce wyrażane przez turystów zagranicznych	2012	2013	2014
	N = 1305	N = 500	N = 500
	średnia ocen w skali 1–5		
Polska jest krajem atrakcyjnym turystycznie	4,10	4,10	4,35
walory turystyczne Polski wymagają większej reklamy	3,80	4,00	4,22
Polska jest krajem, po którym łatwo się przemieszczać	3,70	3,70	4,07
w Polsce jest dobra infrastruktura turystyczna	3,80	3,90	4,18
w Polsce odbywa się wiele ważnych wydarzeń kulturalnych	3,70	3,90	4,06
w Polsce mogłem/am spędzić czas tak, jak lubię	4,10	4,10	4,28
Polska to kraj, po którym nie boję się podróżować	4,10	4,00	4,25
Polska jest jednym z krajów, które chciałbym/abym lepiej poznać	4,10	4,10	4,27

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Badanie...* (2014).

Czynnikami zachęcającymi turystów zagranicznych do przyjazdu do Polski w 2014 roku były: niskie ceny (51%), smaczna kuchnia (36%), piękne krajobrazy (27%), łatwość dojazdu (22%), dobra pogoda (13%). Jedynie 1% badanych wyraził opinię, że w Polsce nie ma nic, co mogłoby zachęcić turystów do przyjazdu.

Czynnikami, które zniechęcały turystów zagranicznych do przyjazdu do Polski w 2014 roku, były: bariera językowa (29%), zła pogoda i wysokie ceny (odpowiednio po 14%), niemili ludzie (13%), niesmaczna kuchnia oraz trudność dojazdu (odpowiednio po 10%), niezadowolająca jakość obsługi (9%), brak wydarzeń kulturalnych (8%), brak zabytków (7%), mało przyrody (6%), brak pięknych krajobrazów (4%) oraz niskie ceny (3%).

Wyniki badań zrealizowanych przez Polską Organizację Turystyczną w 2015 roku wśród 529 obcokrajowców wskazują, iż Polska kojarzona była z: miastami (*city break*) (73% wskazań), zabyt-

kami i muzeami (62%), lasami, parkami narodowymi (60%), obiektami UNESCO (59%), imprezami kulturalnymi (46%), górami (45%) oraz jeziorami (43%) (*Opinie o Polsce...*, 2015).

Cel i metodyka badań

Oceny atrakcyjności turystycznej Warmii i Mazur przez zagranicznych turystów dokonano na podstawie wyników badań własnych przeprowadzonych w 2014 roku na terenie województwa warmińsko-mazurskiego wśród 48 turystów zagranicznych pochodzących z 14 krajów (tab. 5). Badana próba pozyskana była metodą doboru losowego i obejmowała turystów zagranicznych wypoczywających na Warmii i Mazurach. Dobór próby do badań był celowy i miał umożliwić uzyskanie informacji od respondentów zróżnicowanych pod względem płci, wieku oraz kraju stałego miejsca zamieszkania. Badania przeprowadzono za pomocą wywiadu bezpośredniego, wykorzystano autorski kwestionariusz wywiadu zawierający pytania alternatywne, dysjunktywne oraz pytania koniunktywne.

Celem badań było określenie stopnia wpływu wybranych elementów na atrakcyjność turystyczną Warmii i Mazur. Obcokrajowcy wyrazili opinie na temat wpływu wybranych elementów infrastruktury i usług turystycznych oraz infrastruktury i usług okołoturystycznych na atrakcyjność turystyczną regionu.

Badana grupa zróżnicowana była pod względem płci, wieku, kraju pochodzenia oraz znajomości języków obcych. W badaniu uczestniczyło 60,4% kobiet oraz 39,6% mężczyzn. Zdecydowana większość respondentów (70,8%) deklarowała wiek od 21 do 30 lat, 25% badanych było w wieku powyżej 30 lat, natomiast 4,2% – w wieku 18–20 lat. Wszyscy respondenci posługiwali się językiem angielskim, 29,2% ankietowanych deklarowało znajomość języka polskiego, po 20,8% znało również języki hiszpański i francuski, 14,6% – język rosyjski, po 8,3% – języki niemiecki i włoski, a 4,2% posiadało znajomość innych języków.

Tabela 5. Charakterystyka respondentów ze względu na płeć oraz kraj pochodzenia

Kraj pochodzenia	Kobieta		Mężczyzna		Kraj pochodzenia	Kobieta		Mężczyzna	
	N	%	N	%		N	%	N	%
Boliwia	2	4,2	0	0,0	Indonezja	1	2,1	1	2,1
Brazylia	1	2,1	0	0,0	Japonia	3	6,3	4	8,3
Chiny	4	8,3	4	8,3	Kolumbia	1	2,1	0	0,0
Egipt	1	2,1	0	0,0	Malezja	2	4,2	2	4,2
Filipiny	2	4,2	2	4,2	Rosja	5	10,4	5	10,4
Gruzja	1	2,1	1	2,1	USA	1	2,1	0	0,0
Hiszpania	4	8,3	0	0,0	Wietnam	1	2,1	0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Wyniki badań

Badając wpływ wybranych walorów województwa warmińsko-mazurskiego decydujących o jego atrakcyjności turystycznej, poddano ocenie następujące elementy: walory środowiska naturalnego, walory krajoznawcze (w tym historyczne), walory specjalistyczne (umożliwiające realizację turystyki kwalifikowanej), infrastrukturę noclegowo-gastronomiczną, dostępność komunikacyjną, jakość oraz ceny usług turystycznych (tab. 6).

W opinii turystów zagranicznych atrakcyjność turystyczna Warmii i Mazur wynika głównie z walorów środowiska przyrodniczego (91,7%) oraz walorów specjalistycznych (79,2%). Środowisko naturalne regionu jest mało przekształcone i zanieczyszczone. Region należy do obszaru Zielonych Płuc Polski, co świadczy o unikatowych w skali kraju i Europy cechach środowiska przyrodniczego (*Strategia rozwoju turystyki...*, 2010). W dużej mierze atrakcyjność turystyczna wynika z możliwości uprawiania różnego rodzaju sportów i turystyki, czyli żeglarstwa, kajakarstwa czy nurkowania. Obcokrajowcy zwrócili również uwagę na jakość usług turystycznych świadczonych w regionie, która ma bardzo duży (33,3%) oraz duży (35,4%) wpływ na jego atrakcyjność. Istotny wpływ miały także ceny usług, infrastruktura noclegowo-gastronomiczna oraz walory krajoznawcze.

Wyniki badań wskazują, iż najmniejszy wpływ na atrakcyjność turystyczną Warmii i Mazur miała dostępność komunikacyjna (brak wpływu – 60,4%, mały wpływ – 31,3%).

Tabela 6. Stopień wpływu wybranych elementów na atrakcyjność turystyczną Warmii i Mazur w opinii turystów zagranicznych

Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej	Stopień wpływu w opinii turystów zagranicznych				
	1 – brak wpływu, 2 – mały wpływ, 3 – średni wpływ, 4 – duży wpływ, 5 – bardzo duży wpływ				
	1	2	3	4	5
	wartość w %				
walory środowiska przyrodniczego	0,0	0,0	8,3	41,7	50,0
walory krajoznawcze (w tym historyczne)	0,0	2,1	35,4	37,5	25,0
walory specjalistyczne (dotyczy turystyki kwalifikowanej)	0,0	6,2	14,6	39,6	39,6
infrastruktura noclegowo-gastronomiczna	8,3	4,2	29,2	41,6	16,7
dostępność komunikacyjna	60,4	31,3	6,2	2,1	0,0
jakość usług	4,2	14,6	12,5	35,4	33,3
ceny usług	10,4	16,7	8,3	52,1	12,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

W ciągu ostatnich lat infrastruktura komunikacyjna w województwie warmińsko-mazurskim ulega znaczącym zmianom. Zrealizowanych zostało wiele inwestycji drogowych i szlaków rowerowych. Najbardziej spektakularnym szlakiem rowerowym jest Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo liczący ponad 2 tys. km trasy rowerowej i przebiegający przez pięć województw Polski północno-wschodniej: warmińsko-mazurskie (ok. 420 km), podlaskie (ok. 600 km), lubelskie (ok. 351 km),

podkarpackie (ok. 428 km) i świętokrzyskie (ok. 190 km) (Franaszek, 2014). W styczniu 2016 roku otwarte zostało lotnisko Olsztyn – Mazury w Szymanach obsługujące rejsy krajowe oraz międzynarodowe (do Niemiec i Wielkiej Brytanii). Obecnie realizowanych jest szereg inwestycji drogowych, wśród których najważniejsze to budowa drogi ekspresowej S7 na odcinakach Olsztynek–Ostróda oraz Nidzica–granica województwa oraz S51 na odcinku Olsztynek–Olsztyn. Powstają obwodnice miast, między innymi Olsztyna i Ostródy.

Najwyższą ocenę turystów zagranicznych przebywających na terenie Warmii i Mazur otrzymały następujące elementy infrastruktury i usług turystycznych: usługi gastronomiczne, usługi noclegowe, wypożyczalnie sprzętu turystycznego oraz obiekty rekreacji i wypoczynku (tab. 7). Obcokrajowcy wypoczywający w regionie wyrażali też pozytywne opinie o szlakach turystycznych, imprezach rozrywkowych, usługach przewodników i instruktorów oraz bazach sportów wodnych, przystaniach i stanicach.

Tabela 7. Ocena wybranych elementów infrastruktury i usług turystycznych na terenie Warmii i Mazur przez turystów zagranicznych

Wybrane elementy infrastruktury i usług turystycznych	Ocena turystów zagranicznych				
	1 – niedostateczna, 2 – dostateczna, 3 – nie mam zdania, 4 – dobra, 5 – bardzo dobra				
	1	2	3	4	5
	%				
usługi noclegowe	0,0	6,3	10,4	37,5	45,8
usługi gastronomiczne	0,0	0,0	2,1	39,6	58,3
imprezy rozrywkowe	0,0	0,0	25,0	47,9	27,1
imprezy kulturalne	0,0	33,3	20,8	27,1	18,8
informacja turystyczna	18,8	35,4	18,7	14,6	12,5
dostępność do atrakcji turystycznych	12,5	35,4	12,5	25,0	14,6
usługi przewodników, instruktorów	2,1	8,3	27,1	41,7	20,8
szlaki turystyczne	4,2	12,5	20,8	50,0	12,5
wypożyczalnie sprzętu turystycznego	2,1	8,3	20,8	29,2	39,6
bazy sportów wodnych, przystanie i stacje wodne	6,3	8,3	27,1	31,2	27,1
szlaki rowerowe	0,0	14,6	31,2	29,2	25,0
ośrodki jazdy konnej	0,0	2,1	43,8	31,2	22,9
obiekty rekreacji i wypoczynku	2,1	8,3	27,1	29,2	33,3
obiekty sportowe	10,4	20,8	45,8	16,7	6,3
oznakowanie turystyczne	25,0	20,8	14,6	27,1	12,5
dostępność dla osób niepełnosprawnych	27,1	10,4	39,6	18,7	4,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Turyści zagraniczni wypoczywający na Warmii i Mazurach negatywnie ocenili dostępność obiektów i miejsc wypoczynku dla osób niepełnosprawnych, oznakowanie turystyczne oraz informację turystyczną. Negatywne oceny wynikały między innymi z braku oznakowań do wielu atrakcji turystycznych lub wyłącznie oznakowania dla turystów zmotoryzowanych i braku informacji dla osób poruszających się rowerem. Duże zastrzeżenia mieli również do godzin otwarcia informacji turystycznej i braku dostępności do e-kiosków z taką informacją, z których mogliby korzystać w dowolnym czasie. Ponadto turyści zagraniczni byli krytyczni wobec oferty imprez

kulturalnych i dostępności do atrakcji turystycznych wynikającej z niedostosowanego czasu udostępnienia do zwiedzania na przykład muzeów czy atrakcji.

Turyści zagraniczni wyrazili swoje opinie na temat wybranych elementów infrastruktury okołoturystycznej na terenie Warmii i Mazur (tab. 8). Bardzo wysoko ocenili bezpieczeństwo oraz czystość i stan sanitarny zarówno całego regionu, jak i poszczególnych obiektów, z których korzystali. Bardzo pozytywnie wyrażali się o mieszkańcach regionu, wskazując na ich gościnność i życzliwość w stosunku do turystów.

Tabela 8. Ocena wybranych elementów infrastruktury i usług okołoturystycznych na terenie Warmii i Mazur przez turystów zagranicznych

Wybrane elementy infrastruktury i usług okołoturystycznych	Ocena turystów zagranicznych				
	1 – niedostateczna, 2 – dostateczna, 3 – nie mam zdania, 4 – dobra, 5 – bardzo dobra				
	1	2	3	4	5
	%				
dostępność komunikacyjna regionu	47,9	33,3	0,0	14,6	4,2
drogi dojazdowe do atrakcji turystycznych	14,6	33,3	0,0	39,6	12,5
parkingi	10,4	35,4	0,0	37,5	16,7
czystość i stan sanitarny	2,1	14,6	0,0	31,2	52,1
dostęp do internetu	18,8	33,3	0,0	27,1	20,8
bezpieczeństwo	0,0	6,3	0,0	37,5	56,2
promocja regionu	14,6	27,1	0,0	35,4	22,9
stosunek ludności miejscowej do turystów	0,0	6,3	0,0	45,8	47,9
znajomość języków obcych wśród mieszkańców regionu	27,1	37,5	0,0	20,8	14,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Bardzo negatywnie ocenili oni dostępność komunikacyjną, wskazując na pilną potrzebę jej poprawy. Krytycznie wypowiedzieli się także na temat znajomości języków obcych wśród mieszkańców regionu, tym niemniej podkreślali, że miejscowa ludność wyrażała chęć porozumienia się i udzielenia pomocy. Opinie dotyczące dostępności do internetu były podzielone. Wśród respondentów były osoby, które nie posiadały takiej możliwości lub był bardzo ograniczony zasięg łączności internetowej. W zakresie łączności elektronicznej na Warmii i Mazurach nastąpiła w ostatnich latach diametralna poprawa, tym niemniej w dalszym ciągu jest wiele miejsc nieposiadających możliwości łączności internetowej.

Wnioski

Polska w opinii turystów zagranicznych postrzegana jest jako miejsce o bardzo dużej atrakcyjności turystycznej. Satysfakcja turystów zagranicznych obejmowała różne aspekty pobytu w Polsce, a najlepiej ocenionymi elementami były: atmosfera pobytu, atrakcje, bezpieczeństwo, koszty pobytu, usługi noclegowe i gastronomiczne, czystość oraz walory środowiska naturalnego.

W przypadku regionu Warmii i Mazur najważniejszą atrakcją w opinii turystów zagranicznych są walory środowiska naturalnego. Atrakcyjność turystyczna wynika w dużej mierze z zasobów

przyrodniczych i walorów specjalistycznych umożliwiających realizowanie różnych rodzajów turystyki kwalifikowanej. Oferta turystyczna Warmii i Mazur jest dla turystów zagranicznych na zadowalającym poziomie, bardzo dobrze ocenili oni usługi gastronomiczne, noclegowe, wypożyczalnie sprzętu turystycznego oraz obiekty rekreacji i wypoczynku. Bardzo pozytywnie turyści zagraniczni ocenili stosunek ludności miejscowej do turystów, zwracając jednocześnie uwagę na niewystarczający poziom znajomości języków obcych wśród mieszkańców regionu.

Dużym utrudnieniem dla turystów jest ograniczona dostępność komunikacyjna, co sprawia, że rezygnują oni z pobytu na Warmii i Mazurach, wybierając inne kierunki wypoczynku. Istniejąca infrastruktura komunikacyjna Warmii i Mazur nie pozwala na pełne wykorzystanie jego położenia jako czynnika rozwoju, wpływając tym samym niekorzystnie na dostępność komunikacyjną i atrakcyjność turystyczną regionu. Ponadto wzrastająca konkurencja na rynku turystycznym wymaga stosowania nowoczesnych metod promocji, które zainteresują jak największą grupę odbiorców. Poprawy wymaga też dostępność i jakość usług informacji turystycznej i do atrakcji turystycznych, oznakowanie turystyczne oraz oferta imprez kulturalnych.

Należy oczekiwać, iż w związku z otwarciem lotniska Olsztyn – Mazury oraz realizacją sieci powiązań drogowych dostępność komunikacyjna regionu ulegnie znaczącej poprawie. Bardzo ważnym elementem jest wykorzystanie tej szansy przez touroperatorów, którzy powinni tworzyć oferty turystyczne i zdobywać klientów nie tylko na rynkach turystycznych krajów sąsiadujących z Polską, ale również starać się zainteresować ofertą turystów z odległych zakątków świata. Potencjał regionu powinien być lepiej wykorzystywany, chociażby w zakresie rozwijania oferty w sezonie zimowym. Zainteresowanie regionem Warmii i Mazur przedstawiciele biorących udział w badaniach takich krajów, jak: Chiny, Japonia czy Malezja, może świadczyć o tym, że wyjątkowe walory środowiska przyrodniczego oraz szereg atrakcji mogą zaspokoić gusta turystów z najodleglejszych zakątków świata.

Literatura

- Badanie konsumentów usług turystycznych, mające na celu ocenę poziomu satysfakcji. turystów krajowych i zagranicznych z usług turystycznych, z których korzystali podczas pobytu w Polsce w 2014 roku* (2014). Warszawa: POT.
Pobrane z: <https://www.pot.gov.pl/do-pobrania/1/materialy-do-pobrania/badania-i-analizy> (15.03.2017).
- Charakterystyka przyjazdów cudzoziemców do Polski w 2015 r.* (2016). Warszawa: Ministerstwo Sportu i Turystyki.
- Franaszek, M. (2014). *Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo*. Kraków: Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego.
- Gaworecki, W.W. (2000). *Turystyka*. Warszawa: PWE.
- Gołębski, G. (2009). *Kompendium wiedzy o turystyce*. Warszawa: PWN.
- Kowalczyk, A. (2001). *Geografia turystyki*. Warszawa: PWN.
- Kruczek, Z. (2011). *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Kraków: Proksenia.
- Meyer, B. (2012). Znaczenie obszarów chronionych dla atrakcyjności turystycznej województwa zachodniopomorskiego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 664, Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2 (18), 179–191.
- Opinie o Polsce – obcokrajowcy* (2015). Warszawa: POT.
- Strategia rozwoju turystyki województwa warmińsko-mazurskiego* (2010). Olsztyn: Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim w 2014 r.* (2015). Olsztyn: Urząd Statystyczny w Olsztynie.

Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim w 2015 r. (2016). Olsztyn: Urząd Statystyczny w Olsztynie.

Warszyńska, J., Jackowski, A. (1978). *Podstawy geografii turystyki*. Warszawa: PWN.

Żakowska, B. (2015). *Informacja o ruchu turystycznym w województwie warmińsko-mazurskim w 2014 r.* Olsztyn: Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

PERCEPTION OF WARMIA I MAZURY TOURIST ATTRACTIVENESS BY FOREIGN TOURISTS

KEYWORDS | foreign tourists, tourist attractiveness, Poland, Warmia and Mazury

ABSTRACT | Poland is a country with spectacular tourist attractiveness, which determined values of the natural environment and sightseeing and conditions for the implementation of various forms of tourism. The study contains statistical data on the participation of foreign tourists in tourism in Poland, the opinions of foreign tourists about our country and their satisfaction with leisure. The article contains the results of studies aimed at determining the degree of impact of selected elements on tourist attractiveness of the Warmia and Mazury. The degree of the impact of selected elements of infrastructure and services supporting tourism in the tourist attractiveness of the Warmia and Mazury were determined.

JEL CODES | O18, Z13, Z32

Translated by Iwona Batyk