



*Raporty z badań
„Potencjał turystyczny regionu EGO SA”
oraz
„Potrzeby w zakresie szkolenia
zawodowego kadr zatrudnionych
w turystyce”*



Miasto Elku



Gmina Gołdap



Gmina Olecko



Miasto Suwałki



Miasto Augustów

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Zamawiający (Beneficjent):

Gmina Miasto Ełk
ul. Marsz. J. Piłsudskiego 4, 19-300 Ełk
tel. (87) 73 26 200, fax. (87) 73 26 230
www.elk.pl

Partnerzy:

Gmina Gołdap, Plac Zwycięstwa 14, 19-500 Gołdap www.goldap.pl
Gmina Olecko, Plac Wolności 3, 19-400 Olecko www.olecko.pl
Miasto Suwałki, ul. Adama Mickiewicza 1, 16-400 Suwałki www.um.suwalki.pl
Gmina Miasto Augustów, ul. 3 Maja 60, 16-300 Augustów www.urzad.augustow.pl

Instytucja Pośrednicząca:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa
tel. (22) 432 80 80, 432 71 25
fax (22) 432 86 20, 432 84 04
www.parp.gov.pl

Sierpień 2010

Spis treści

Zagadnienia metodologiczne	5
Potencjał turystyczny regionu EGO SA.....	30
1. Miasto Elk	30
Charakterystyka badanej zbiorowości.....	30
Potencjał turystyczny Miasta Elk.....	33
PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIASTA ELK ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ.....	80
2. Gmina Gołdap.....	86
Charakterystyka badanej zbiorowości.....	86
Potencjał turystyczny Gminy Gołdap	89
PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO GMINY GOŁDAP ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ.....	137
3. Gmina Olecko	143
Potencjał turystyczny Gminy Olecko.....	146
PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO GMINY OLECKO ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ.....	187
4. Miasto Suwałki.....	193
Charakterystyka badanej zbiorowości.....	193
Potencjał turystyczny Miasta Suwałki	196
PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIASTA SUWAŁKI ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ.....	249
5. Miasto Augustów	255
Charakterystyka badanej zbiorowości.....	255
Potencjał turystyczny Miasta Augustów.....	258
PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIASTA AUGUSTÓW ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ.....	303
Podsumowanie badania potencjału turystycznego regionu ego sa	309
Potrzeby w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce	311
1. Miasto Elk	311
Podsumowanie.....	329



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

2. Gmina Gołdap.....	331
Podsumowanie.....	346
3. Gmina Olecko	348
4. Miasto Suwałki.....	366
Podsumowanie.....	381
5. Miasto Augustów	383
Podsumowanie.....	398
Podsumowanie badania potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce.....	400
Aneks.....	403
Spis rysunków.....	403
Spis tabel.....	406

ZAGADNIENIA METODOLOGICZNE

Badanie zrealizowano w ramach projektu „Platforma współpracy – EGO SA” (projekt finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Ełku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustowa oraz ze środków Unii Europejskiej).

Celem projektu było opracowanie ekspertyzy w zakresie możliwości tworzenia i rozwoju wspólnego produktu turystycznego na terenie Polski Północno – Wschodniej.

W celu realizacji głównego zamierzenia projektu firma General Projekt Sp. z o.o. z Olsztyna przeprowadziła badanie wśród specjalistów i pracowników bazy noclegowej, biur podróży, wyspecjalizowanych organizacji turystycznych oraz podmiotów, które mają bezpośredni kontakt z osobami przebywającymi na terenie EGO SA, a także specjalistów zajmujących się organizacją i koordynacją działań związanych z turystyką na obszarze EGO SA.

Pierwsza część badania miała na celu zdiagnozowanie potencjału turystycznego regionu EGO SA (inwentaryzacja), natomiast część druga dotyczyła potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce (w bazie noclegowej, w zakładach gastronomicznych, w administracji samorządowej, w otoczeniu turystyki: kultura, rozrywka, atrakcje turystyczne oraz w biurach podróży).

Techniką, za pomocą której zrealizowano niniejsze badanie był Omnibus PAPI, który polega na przedstawieniu respondentowi pytań zawartych w narzędziu badawczym, jakim jest kwestionariusz wywiadu. Technika ta daje możliwość przeprowadzenie dużej liczby wywiadów „face-to-face” dotyczących wielu różnych tematów.

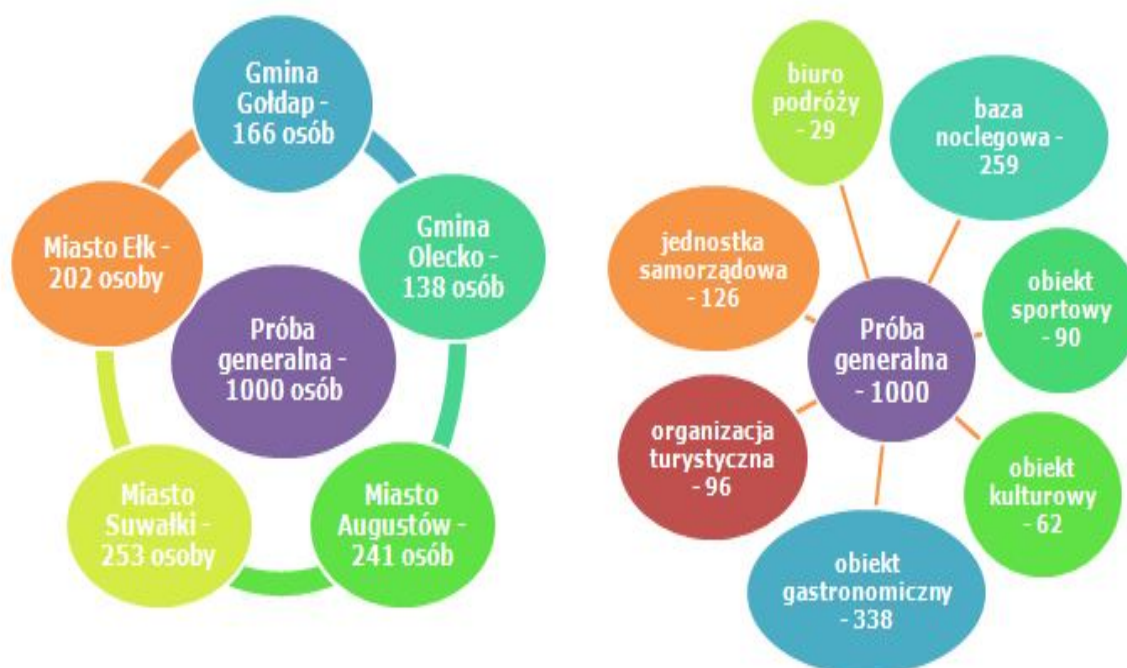
Kwestionariusz wywiadu, który został sporządzony na użytek niniejszego badania składał się z dwóch bloków. W Bloku I „Potencjał turystyczny regionu EGO SA” zostały zawarte pytania dotyczące m.in.: walorów i atrakcji przyrodniczych, turystycznych oraz rekreacyjnych, bazy noclegowej i gastronomiczno – rozrywkowej, dostępności transportowej oraz istniejących produktów turystycznych. Część ta składała się z 44 pytań zamkniętych i otwartych. Pytania Bloku II „Potrzeby w zakresie doskonalenie zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce” dotyczyły m.in.: uczestnictwa w szkoleniach i rodzaju szkoleń, w których instytucje/przedsiębiorstwa brały bądź zamierzają brać udział, planów

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zatrudnieniowych oraz wymagań od przyszłych pracowników. Ta część badania składała się z 26 pytań zamkniętych i otwartych. Ankieta przedstawiona respondentom zawierała również 5 pytań metryczkowych, dzięki którym możliwe było ustalenie jaką instytucję bądź przedsiębiorstwo reprezentuje osoba biorąca udział w badaniu oraz jakie jest jej stanowisko i wykształcenie, ile osób zatrudnionych jest w tych podmiotach oraz na terenie którego miasta bądź gminy zlokalizowana jest dana instytucja/przedsiębiorstwo.

Przedmiot niniejszego badania stanowiła zbiorowość składająca się z osób, które reprezentowały branże związane z turystyką w regionie EGO SA. Tak więc były to osoby, które zamieszkują poszczególne miasta i gminy należące do krainy EGO SA, a przy tym są właścicielami lub pracownikami firm bądź instytucji, które ze względu na charakter świadczonych usług są związane z turystyką.

Zamawiający zakładając iż próba będzie wynosiła 1000 respondentów, wskazał jednocześnie, że w badaniu powinni wziąć udział specjaliści i pracownicy bazy noclegowej, biur podróży, wyspecjalizowanych organizacji turystycznych oraz podmiotów, które mają bezpośredni kontakt z osobami przebywającymi na terenie EGO SA, a także specjaliści zajmujący się organizacją i koordynacją działań związanych z turystyką na obszarze objętym badaniem. Udział poszczególnych miast/gmin oraz firm/instytucji w badaniu przedstawiają poniższe diagramy:





**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z racji tego, iż dostępne bazy danych, z których korzysta się zazwyczaj podczas realizacji badań społecznych są nieadekwatne do wymogów Zlecającego, co jest związane z brakiem bieżącej aktualizacji czy zbyt ogólnego podziału według sekcji PKD, Wykonawca postanowił iż próba, która posłuży do realizacji tego badania będzie dobrana metodą Random Route.

Wykonawca przystępując do badania założył, że wezmą w nim udział przedstawiciele firm bądź instytucji z każdego miasta i z każdej gminy wchodzącej w skład regionu EGO SA. W celu realizacji tego założenia do miast Elku, Suwałki i Augustów oraz do gmin Gołdap i Olecko zostali wysłani wyszkoleni ankieterzy, którzy mieli za zadanie dotrzeć do odpowiednich respondentów.

Wybrany przez Wykonawcę dobór próby, jakim był random route, zwany również metodą ustalonej ścieżki polega na tym, że ankieter porusza się według określonego planu i po określonym terenie w celu znalezienia takich osób, które spełniają kryteria przynależności do zbiorowości, którą chce się zbadać. Dzięki temu, że ankieterzy postępują według ściśle określonej procedury nie naruszany jest losowy charakter doboru próby. Wybór adresu docelowego, pod którym znajdziemy odpowiedniego respondenta, nie zależy tu od woli czy od swobodnych decyzji podjętych przez konkretnego ankietera, tak jak ma to miejsce podczas doboru nielosowego.

Badanie w poszczególnych miastach i gminach było prowadzone do momentu, aż zostało zrealizowane 1000 wywiadów. Z uwagi na taki dobór próby, jakim jest random route, praca ankieterów podlegała ciągłej konsultacji z koordynatorem oraz jego ścisłej kontroli, tak aby zachować reprezentatywność badania. Koordynator nadzorował ilość przeprowadzonych wywiadów przez konkretnego ankietera, tak aby ilość zrealizowanych ankiet była w miarę jednakowa w obrębie wyznaczonych ankieterom obszarów, po których mieli się poruszać.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Omnibus

Dzień dobry, jestem ankieterem firmy General Projekt Sp. z o.o. Realizujemy badania, których celem jest określenie możliwości tworzenia i rozwoju wspólnego produktu turystycznego na terenie Polski Północno - Wschodniej. Odpowiedzi na pytania są objęte całkowitą tajemnicą i będą wykorzystane jedynie w postaci zbiorczych zestawień.

Blok I Potencjał turystyczny regionu EGO SA

1. Czy istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów do Pana(i) miasta/gminy?

1	tak	
2	nie	

2. Proszę określić znane walory i atrakcje przyrodnicze Pana(i) miasta/gminy.

1	jeziora:
2	rzeki:
	parki:
4	puszcze:
5	pomniki przyrody:
6	rezerваты:
7	inne, jakie?

3. Proszę określić walory i atrakcje przyrodnicze, które cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów w Pana(i) mieście/gminie.

1	jeziora:
2	rzeki:
3	parki:
4	puszcze:

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

5	pomniki przyrody:
6	rezerваты:
7	inne, jakie?

4. Proszę określić znane walory i atrakcje turystyczne Pana(i) miasta/gminy.

1	zabytki:
2	muzea:
3	wydarzenia kulturalne:
4	imprezy folklorystyczne:
5	wydarzenia sportowo – rekreacyjne:
6	inne, jakie?

5. Proszę określić walory i atrakcje turystyczne, które cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów w Pana(i) mieście/gminie.

1	zabytki:
2	muzea:
3	wydarzenia kulturalne:
4	imprezy folklorystyczne:
5	wydarzenia sportowo – rekreacyjne:
6	inne, jakie?

6. Jakich, według Pana(i) atrakcji turystycznych brakuje w Pana(i) mieście/gminie?

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

7. Proszę wymienić atrakcje rekreacyjne w Pana(i) mieście/gminie?

	Rodzaj	Lokalizacja
1	szlaki rowerowe	
2	szlaki piesze	
3	szlaki konne	
4	trasy narciarskie	
5	szlaki kajakowe	
6	stanice	
7	plaże	
8	parki wodne	
9	parki zabaw dla dzieci	
10	obiekty sportowo-rekreacyjne	
11	inne, jakie?	

8. Proszę wymienić atrakcje rekreacyjne, które cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów w Pana(i) mieście/gminie?

	Rodzaj	Lokalizacja
1	szlaki rowerowe	
2	szlaki piesze	
3	szlaki konne	
4	trasy narciarskie	
5	szlaki kajakowe	
6	stanice	
7	plaże	
8	parki wodne	
9	parki zabaw dla dzieci	
10	obiekty sportowo-rekreacyjne	
11	inne, jakie?	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

9. Czy potrafi Pan(i) wymienić miejscowości, gminy wchodzące w skład regionu EGO SA?

1	tak
2	nie

10. Czy zna Pan(i) szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA (Miasto Elk, Gmina Gołdap, Gmina Olecko, Miasto Suwałki, Miasto Augustów)?

1	tak
2	nie (<i>Proszę przejść do pytania 12</i>)

11. Proszę wymienić szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA (Miasto Elk, Gmina Gołdap, Gmina Olecko, Miasto Suwałki, Miasto Augustów)?

.....

.....

.....

12. Proszę określić znaną Panu(i) bazę noclegową w mieście/gminie?

	Rodzaj	Lokalizacja
1	Hotele*	
2	Hotele**	
3	Hotele***	
4	Pensjonaty	
5	Uzdrowiska	
6	Pokoje gościnne	
7	Gospodarstwa agroturystyczne	
8	Schroniska turystyczne	
9	Apartamenty	
10	Domy wycieczkowe	
11	Domki wczasowe	
12	Kurorty wypoczynkowe	
13	Kempingi	
14	Pola namiotowe	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

15	Inne, jakie?	
----	--------------	--



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

13. Czy według Pana(i) istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w Pana(i) mieście/gminie w celu rozwoju usług turystycznych?

1	tak
2	nie (<i>Proszę przejść do pytania 15</i>)

14. Proszę podać jakie formy bazy noclegowej powinny powstać w Pana(i) mieście/gminie?

1	Hotele*
2	Hotele**
3	Hotele***
4	Pensjonaty
5	Uzdrowiska
6	Pokoje gościnne
7	Gospodarstwa agroturystyczne
8	Schroniska turystyczne
9	Apartamenty
10	Domy wycieczkowe
11	Domki wczasowe
12	Kurorty wypoczynkowe
13	Kempingi
14	Pola namiotowe
15	Inne, jakie?

15. Czy liczba bazy noclegowej jest wystarczająca w Pana(i) miejscowości/gminie?

		nie	tak
1	Hotele*		
2	Hotele**		
3	Hotele***		
4	Pensjonaty		
5	Uzdrowiska		
6	Pokoje gościnne		
7	Gospodarstwa agroturystyczne		



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

8	Schroniska turystyczne		
9	Apartamenty		
10	Domy wycieczkowe		
11	Domki wczasowe		
12	Kurorty wypoczynkowe		
13	Kempingi		
14	Pola namiotowe		
15	Inne, jakie?		

16. Proszę wskazać obiekty gastronomiczno - rozrywkowe w Pana(i) mieście/gminie?

	Rodzaj	Lokalizacja
1	dyskoteki/kluby	
2	restauracje	
3	zajazdy	
4	kawiarnie	
5	puby	
6	kręgielnie	
7	salony gier i bilardu	
8	bary	
9	inne, jakie?	

17. Czy według Pana(i) istnieje potrzeba rozbudowy obiektów gastronomiczno - rozrywkowych w Pana(i) mieście/gminie w celu rozwoju usług turystycznych?

1	tak
2	nie

18. Proszę wskazać jakich obiektów gastronomiczno - rozrywkowych brakuje w Pana(i) mieście/gminie?

1	dyskoteki/kluby	
2	restauracje	
3	zajazdy	
4	kawiarnie	
5	puby	
6	kręgielnie	
7	salony gier i bilardu	
8	bary	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

9	inne, jakie?	
---	--------------	--

19. Proszę określić liczbę punktów informacji turystycznej w Pana(i) mieście/gminie.

1	0 punktów it	
2	1 punkt it	
3	2 punkty it	
4	3 punkty it	
5	4 punkty it	
6	5 i więcej punktów it	
7	Nie wiem/trudno powiedzieć	

20. Czy istnieje wystarczające oznakowanie punktów informacji turystycznej?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	

21. Czy uważa Pan(i), że system informacji turystycznej działa odpowiednio w Pana(i) mieście/gminie?

1	tak, jest bardzo dobry	
2	tak, jest dobry	
3	nie, szlaki turystyczne oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane	
4	nie, szlaki turystyczne i atrakcje turystyczne są źle opisane	
5	nie, brakuje informacji turystycznych opisujących szlaki i atrakcje turystyczne	

22. Którym środkiem transportu można dostać się z sąsiednich regionów do Pana(i) miasta/gminy w możliwie najkrótszym czasie?

1	kolej	
2	autobusy	
3	busy	
4	samochody osobowe	
5	transport lotniczy	
6	inny, jakie?	

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

23. Które ośrodki miejskie w Polsce (np.: Białystok, Olsztyn, Warszawa, Gdańsk, Poznań Wrocław Kraków itp.) mają najlepsze połączenia komunikacyjne z Pana(i) miastem/gminą, przy wykorzystaniu określonych środków transportu?

	Środek Transportu	Miasto
1	kolej	
2	autobusy	
3	busy	
4	samochody osobowe	
5	transport lotniczy	

24. Czy w Pana(i) opinii stan dróg dojazdowych do miasta/gminy hamuje rozwój turystyki?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	

25. W których miejscach na terenie Pana(i) miasta/gminy turyści mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do komunikacji internetowej?

- 1.....
- 2.....

26. W trakcie pobytu na obszarze Pana(i) miasta/gminy najlepszym sposobem przemieszczania się dla turystów jest:

1	spacer	
2	samochód	
3	rower	
4	taksówka	
5	autobus	
6	żaglówka	
7	kolej	
8	inne	

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

27. Które środki transportu są najodpowiedniejsze do podróżowania dla turystów pomiędzy ośrodkami miejskimi wewnątrz regionu EGO SA? Proszę użyć liczb od 1 do 5 na oznaczenie rodzajów transportu (może być kilka możliwości).

1 – samochód, 2 – rower, 3 – autobus, 4 – bus, 5 – samolot, 6 – kolej, 7 – żaglówka, łódź, 8 - inne jakie?

	Trasa	Rodzaj komunikacji
1	Ełk – Gołdap	
2	Ełk – Suwałki	
3	Ełk – Augustów	
4	Ełk – Olecko	
5	Gołdap – Suwałki	
6	Gołdap – Augustów	
7	Gołdap – Olecko	
8	Suwałki – Augustów	
9	Suwałki - Olecko	
10	Augustów – Olecko	

28. Proszę określić stan infrastruktury drogowej na terenie miast/gmin z regionu EGO SA?

1 – bardzo dobra, 2 – dobra, 3 – zła, 4 – bardzo zła,

1	stan dróg dojazdowych do miejscowości	
2	stan dróg w samej miejscowości	
3	dostępność miejsc parkingowych, parkingów (niestrzeżonych)	
4	dostępność parkingów strzeżonych	
5	jakość parkingów (nawierzchnia)	

29. Jakie imprezy turystyczne odbywają się na terenie Pana(i) miasta/gminy?

1	splywy kajakowe	
2	rajdy	
3	wyścigi	
4	kuligi	
5	obozy	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

6	Inne jakie?	
---	-------------	--

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

30. Jakie imprezy kulturalne może Pana(i) wskazać na terenie miasta/gminy?

1	festyny	
2	konkursy	
3	odpusty	
4	koncerty	
5	imprezy cykliczne (festiwale)	
6	Inne, jakie?	

31. Czy liczba poniżej wskazanych użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów jest wystarczająca na terenie Pana(i) miasta/gminy?

		tak	nie
1	usługi bankowe w tym bankomaty		
2	sklepy spożywcze		
3	poczta		
4	stacje benzynowe		
5	szpitale		
6	przychodnie zdrowia		
7	inne jakie?		

32. Ilu turystów szacunkowo w Pana(i) opinii jest w stanie przyjąć miasto/gmina w sezonie turystycznym jednorazowo?

1	poniżej 1000	
2	od 1 tys. do 5 tys.	
3	od 5 tys. do 10 tys.	
4	Od 10 tys. Do 30 tys.	
5	Od 30 tys. Do 50 tys.	
6	Od 50 tys. do 100 tys.	
7	Od 100 tys. Do 500 tys.	
8	powyżej 500 tys.	

33. Jakie jest natężenie ruchu turystycznego na terenie Pana(i) miasta/gminy na przestrzenie roku? Proszę użyć skali: 1, 2, 3, 4, 5, gdzie jeden oznacza praktycznie brak turystów, a pięć okres szczytowy.

1	Styczeń	
---	---------	--



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

2	Luty	
3	Marzec	
4	Kwiecień	
5	Maj	
6	Czerwiec	
7	Lipiec	
8	Sierpień	
9	Wrzesień	
10	Październik	
11	Listopad	
12	Grudzień	

34. Czy Pana(i) miasto/gmina posiada charakterystyczny produkt turystyczny np. impreza, artykuł spożywczy, rzemiosło itp.?

1	tak
2	nie (<i>Proszę przejść do pytania 38</i>)
3	nie wiem/trudno powiedzieć

35. Proszę podać najbardziej charakterystyczne produkty turystyczne?

.....
.....

36. Czy istniejąca oferta turystyczna wykorzystuje w pełni potencjał turystyczny Pana(i) miasta/gminy??

1	tak	
2	nie	

37. Co należałoby zmienić w ramach oferty turystycznej miasta/gminy?

1.....
2.....
3.....

38. Czy Pana(i) firma posiada własne produkty turystyczne?

1	tak	
2	nie (<i>Proszę przejść do Bloku II, pytania 1</i>)	

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

39. Proszę wymienić własne produkty turystyczne?

.....

.....

40. Czy współpracuje Pana(i) firma z innymi firmami w tworzeniu wspólnego produktów turystycznych?

1	tak	
2	nie	

41. Czy Pana(i) firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?

1	Tak, jakie?	
2	nie	

42. Czy Pana(i) firma posiada plan rozwoju działalności gospodarczej?

1	Tak, jaki?	
2	nie	

43. Czy Pana(i) firma korzysta z funduszy/programów rozwoju gospodarczego Pana(i) miasta/gminy?

1	Tak, jaki?	
2	nie	

Blok II Potrzeby w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce.

1. Czy uważa Pan(i), że uczestnictwo w szkoleniach jest pomocne w funkcjonowaniu firmy/instytucji?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	

2. Czy często bierze Pan(i) udział w szkoleniach?

1	bardzo często	
2	często	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

3	od czasu do czasu	
4	rzadko	
5	nigdy (<i>Proszę przejść do pytania 4</i>)	

3. Proszę wymienić szkolenia, w których brał(a) Pan(i) udział?

.....

4. Czy często Pana(i) pracownicy/współpracownicy biorą udział w szkoleniach?

1	bardzo często	
2	często	
3	od czasu do czasu	
4	rzadko	
5	nigdy (<i>Proszę przejść do pytania 6</i>)	

5. Proszę wymienić szkolenia, w których Pana(i) pracownicy/współpracownicy najczęściej brali udział?

.....

.....

6. Czy planuje Pan(i) zatrudnić nowych pracowników?

1	tak	
2	nie (<i>Proszę przejść do pytania 8</i>)	

7. Proszę określić stanowiska, na które poszukuje Pan(i) pracowników?

.....

8. Jakie są Pana(i) wymagania w stosunku do kandydatów na wolne stanowiska pracy?

8.1. Wykształcenie

1	podstawowe	
2	niepełne średnie	
3	średnie ogólnokształcące/zawodowe	
4	policealne/pomaturalne	
5	licencjackie	
6	wyższe	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

8.2. Kierunek wykształcenia

1	Turystyka	
2	Gastronomia	
3	Administracja	
4	Ekonomia	
5	Zarządzanie i marketing	
6	Inne, jakie?	

8.3. Odbyte kursy/szkolenia

1	Prawo w turystyce	
2	Obsługa klienta	
3	Zarządzanie projektem	
4	Szkolenia interpersonalne	
5	Instruktorzy np.: pływania, nurkowania itp.	
6	Kucharz	
7	Kelner/barman	
8	Inne, jakie?	

9. Czy widzi Pan(i) potrzebę szkolenia pracowników/współpracowników?

1	tak	
2	nie (<i>Proszę przejść do pytania 11</i>)	

10. Jakimi kursami/szkoleniami byłby(byłaby) Pan(i) zainteresowany(a)?

1	Kursy kadrowe	
2	Agent ochrony	
3	Kucharz	
4	Barman/kelner	
5	Instruktor np.: nauki pływania, nurkowania	
6	Dietetyka/odchudzanie	
7	Kuchnia specjalistyczna np.: tradycyjna, polska, chińska, angielska itp.	
8	Piekarz	
9	Ciastkarz	
10	Pilot wycieczek	

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

11	Organizator imprez, przyjęć	
12	Recepcjonista	
13	Pokojowa	
14	Pomoc kuchenna	
15	Inne, jakie?	

11. Czy uważa Pan(i), że udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Pana(i) miasto/gminę?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	
5	trudno powiedzieć	

12. W którym z wymienionych obszarów tematycznych byłby(byłaby) Pan(i) zainteresowany(a) planując udział w szkoleniu? (Proszę zaznaczyć maksimum trzy tematy)

1	Rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych	
2	Źródła finansowania projektów turystycznych	
3	Promocja produktu turystycznego	
4	Prawo w turystyce	
5	Obsługa klienta	
6	Zarządzanie projektem	
7	Jak sprzedać produkt turystyczny?	
8	Fundusze unijne - przygotowanie projektu	
9	Zamówienia publiczne	
10	Szkolenia interpersonalne (negocjacje, autoprezentacja, animacja, komunikacja)	
11	Język angielski	
12	Język niemiecki	
13	Język rosyjski	
14	Inne języki obce jakie:	
15	Kursy komputerowe	
16	Inne jakie?.....	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

13. W jakich terminach miałby(miałaby) Pan(i) możliwość uczestniczenia w wybranych szkoleniach?

1	dni robocze, godziny przedpołudniowe (od 8.00 do 12.00)	
2	dni robocze godziny popołudniowe (od 12.00 do 17.00)	
3	dni robocze godziny wieczorne (od 17.00 do 21.00)	
4	dni weekendowe	

14. Jakie metody szkolenia Pan(i) preferuje?

1	wykłady	
2	warsztaty	
3	e-learning	
4	szkolenia korespondencyjne	

15. Jakie kryteria bierze Pan(i) pod uwagę przy wyborze szkolenia?

1	terminy	
2	jakość szkoleniowców	
3	czas trwania szkolenia	
4	cena	
5	bieżące potrzeby (zmiany w prawie)	
6	warunki organizacyjne – miejsce, materiały pomocnicze itp.	
7	Inne, jakie?	

16. Poprzez jaki kanał informacyjny znajduje Pan(i) informację o szkoleniach?

1	zaproszenia z firm	
2	ogłoszenia w urzędach	
3	informacja od znajomych	
4	Internet	
5	prasa	
6	telewizja	
7	oferta szkoleniowca	

17. Proszę określić przeszkody, które uniemożliwiają Pana(i) udział w szkoleniu?

1	wysokie koszty szkoleń	
2	brak dofinansowań na szkolenia	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

3	brak odpowiednich tematów szkoleń	
4	nieodpowiednia metoda szkoleń	
5	inne, jakie?	

18. Czy Pana(i) zdaniem, dostępne szkolenia/kursy są wysokiej jakości?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	
5	trudno powiedzieć	

19. Jak ocenia Pan(i) przygotowanie osób prowadzących kursy/szkolenia?

1	bardzo dobrze	
2	dobrze	
3	źle	
4	Bardzo źle	
5	Trudno powiedzieć	

20. Czy Pana(i) zdaniem istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	
5	trudno powiedzieć	

21. Co Pan(i) zmienilby(zmienilaby) w strukturze organizowanych kursów/szkoleń?

.....
.....

22. Czy Pana(i) zdaniem większy dostęp do kursów/szkoleń zmniejszy poziom bezrobocia w Pana(i) mieście/gminie?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

5	trudno powiedzieć	
---	-------------------	--

23. Czy zatrudniłby(zatrudniłaby) Pan(i) osobę zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	
5	trudno powiedzieć	

24. Czy zaoferowałby(zaoferowałaby) Pan(i) staż zawodowy osobie zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowe.

1	zdecydowanie tak	
2	raczej tak	
3	raczej nie	
4	zdecydowanie nie	
5	trudno powiedzieć	

25. Proszę wymienić instytucje szkoleniowe, z których usług Pan(i) korzystał(a).

.....
.....

26. Proszę ocenić jakość ich usług.

1	bardzo dobrze	
2	dobrze	
3	źle	
4	bardzo źle	

Metryczka

1. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa.

1	Baza noclegowa	
2	Biuro podróży	
3	Organizacja turystyczna	
4	Obiekt gastronomiczny	
5	Obiekt kulturowy	
6	Obiekt sportowy	

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

7	Jednostka samorządowa	
---	-----------------------	--

2. Ilość zatrudnionych pracowników.

Ogółem	W tym kobiet

3. Miejscowość

1	Miasto Elk	
2	Miasto/Gmina Gołdap	
3	Miasto/Gmina Olecko	
4	Miasto Suwałki	
5	Miasto Augustów	

4. Stanowisko:

Zajmowane stanowisko	
----------------------	--

5. Wykształcenie

1	Podstawowe	
2	Gimnazjalne	
4	Zasadnicze zawodowe	
3	Średnie	
4	Wyższe	

Dziękuję za udzielenie odpowiedzi.

POTENCJAŁ TURYSTYCZNY REGIONU EGO SA

W celu określenia możliwości tworzenia i rozwoju wspólnego produktu turystycznego na terenie Polski Północno – Wschodniej przeprowadzono badania inwentaryzacyjne potencjału turystycznego poszczególnych miast oraz gmin wchodzących w skład regionu EGO SA.

Mimo że miasta/gminy należą do wspólnego regionu, ich potencjał turystyczny jest różny. Dlatego też wyniki analizy zgromadzonego materiału badawczego ujęte zostały w podziale na poszczególne miasta/gminy.

1. Miasto Elk

Charakterystyka badanej zbiorowości

Pierwszym obszarem należącym do krainy EGO SA, który wziął udział w badaniu jest Miasto Elk, z którego przebadano 202 przedstawicieli instytucji i przedsiębiorstw, które związane są z działalnością turystyczną.

Spośród wszystkich respondentów 39,1% stanowili reprezentanci obiektów gastronomicznych, 14,9% obiektów sportowych, a 13,4% jednostek samorządowych.

TABELA 1. RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	N	%
obiekt gastronomiczny	79	39,1
obiekt sportowy	30	14,9
jednostka samorządowa	27	13,4
obiekt kulturowy	19	9,4
baza noclegowa	18	8,9
organizacja turystyczna	16	7,9
biuro podróży	6	3,0
brak danych	7	3,5
Ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W przebadanych podmiotach w czasie przeprowadzania badania zatrudnionych było około 2411 osób (4 osoby nie odpowiedziały na to pytanie), z czego 60% stanowiły kobiety (7 osób nie wskazało liczby zatrudnionych kobiet).

TABELA 2. ILOŚĆ ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW

	N	%
Liczba zatrudnionych osób - ogółem	2411	100
Liczba zatrudnionych osób - kobiety	1447	60

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie zajmowanego stanowiska. Rozkład tej zmiennej z podziałem na instytucje/przedsiębiorstwa przedstawia *tabela 4*.

Reprezentanci podmiotów związanych z turystyką w Mieście Elk w większości legitymują się wykształceniem średnim bądź wyższym. Osoby te łącznie stanowią 90,6%. Świadczy to o wysokim poziomie edukacji, a co za tym idzie solidnym, teoretycznym przygotowaniu respondentów do pracy w zawodzie.

TABELA 3. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW

	N	%
średnie	95	47
wyższe	88	43,6
zasadnicze zawodowe	12	5,9
podstawowe	4	2
gimnazjalne	1	0,5
brak danych	2	1
Ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 4. STANOWISKO RESPONDENTA A RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	brak danych	baza noclegowa	biuro podróży	organizacja turystyczna	obiekt gastronomiczny	obiekt kulturowy	obiekt sportowy	jednostka samorządowa	Ogółem
brak danych	1	-	-	-	-	-	-	-	1
instruktor	-	-	-	4	-	-	2	-	6
kierowca	-	-	-	-	1	-	-	-	1
kierownik	1	2	-	-	5	4	2	5	19
koordynator projektów	-	-	-	1	-	-	-	-	1
kucharz	-	-	-	-	3	-	-	-	3
menager	-	-	-	-	3	-	-	-	3
obsługa klienta	5	7	-	2	42	2	3	3	64
organizator wycieczki	-	-	-	1	-	-	1	-	2
pracownik	-	2	1	3	9	10	2	8	35
ratownik	-	1	-	-	-	-	11	-	12
referent	-	-	-	1	-	1	1	11	14
specjalista	-	1	-	1	-	2	3	1	8
sprzedawca	1	-	-	-	3	-	-	-	4
trener	-	-	-	-	-	-	1	-	1
właściciel	1	8	5	2	10	1	1	-	28
Ogółem	9	21	6	15	76	20	27	28	202

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Potencjał turystyczny Miasta Elk

W pytaniu 1 Bloku I 99% respondentów przyznało, że Miasto Elk posiada walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów. Można więc stwierdzić, iż respondenci dostrzegają atrakcyjność przyrodniczą terenu objętego badaniem.

TABELA 5. CZY ISTNIEJĄ WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE, KTÓRE PRZYCIĄGAJĄ TURYSTÓW DO PANA/I MIASTA?

	N	%
tak	200	99
nie	2	1
Ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Bardzo ważnym czynnikiem, wpływającym na rozwój turystyki na tym terenie jest występowanie wielu jezior. Ponadto gmina położona jest na terenie Zielonych Płuc Polski, co wiąże się z tym, iż w okolicy występują liczne kompleksy leśne, a wśród nich puszcze, parki oraz rezerваты.

Zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie, pytanie drugie i trzecie dotyczyło znanych walorów i atrakcji przyrodniczych występujących w Mieście Elk oraz tego, które z nich cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Odpowiedzi w obu pytaniach pokrywały się ze sobą.

Osoby, które wzięły udział w badaniu, zostały zapytane w pierwszej kolejności o występujące na tym terenie jeziora. Największy procent odpowiedzi dotyczył Jeziora Elckiego. 37,1% wszystkich odpowiedzi stanowiło właśnie to jezioro. Jezioro to cieszy się również największą popularnością wśród przybywających do Elku turystów, gdyż posiada ono duże walory turystyczno – rekreacyjne (57,9% wskazań respondentów). Nad jeziorem Elckim rozciąga się promenada, przy której skupia się kulturalne życie Elku.

Innymi równie popularnymi jeziorami są: Selmęt Wielki (22,2% wskazań) i Mały (9,5% wskazań) oraz Żabie Oczko (15% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 6. JEZIORA

	JEZIORA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Ełckie	195	37,1	184	57,9
Selmęt Wielki	117	22,2	67	21,1
Żabie Oczko	79	15	17	5,3
Selmęt Mały	50	9,5	19	6
Sunowo	43	8,2	10	3,1
Wigry	12	2,3	4	1,3
Ciche	11	2,1	2	0,6
Łąsniady	8	1,5	9	2,8
Woszczelskie	6	1,1	4	1,3
Szarek	3	0,6	0	0
Rajgrodzkie	1	0,2	0	0
Szyba	1	0,2	0	0
brak danych	0	0	2	0,6
Ogółem	526	100	318	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym bogactwem przyrodniczym miasta, oprócz wspomnianego wcześniej Jeziora Ełckiego, jest rzeka Ełk. 85,2% odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące występujących w mieście rzek, dotyczyło właśnie rzeki Ełk, która również wśród turystów cieszy się dużym zainteresowaniem (76,1% wskazań). Może to być związane z wykorzystywaniem rzeki jako trasy szlaków kajakowych.

TABELA 7. RZEKI

	RZEKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Ełk	195	85,2	156	76,1
Lega	27	11,8	4	2
Łąznia Struga	2	0,9	1	0,5
brak danych	5	2,2	44	21,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ogółem	229	100	205	100
--------	-----	-----	-----	-----

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W niniejszym badaniu respondenci zostali również poproszeni o wskazanie istniejących parków na terenie miasta i w jego okolicach oraz o wskazanie, które z nich są najbardziej cenione wśród turystów. Osoby, które wzięły udział w badaniu, wskazywały raczej na parki rozumiane jako spacerowo - wypoczynkowe, a nie jako miejsca objęte ochroną. 65,6% ankietowanych wskazywało na Park Solidarności, który zlokalizowany jest przy ul. 3 Maja. Ten sam Park cieszy się największym zainteresowaniem wśród turystów szukających wypoczynku na łonie przyrody (48,4% wskazań).

TABELA 8. PARKI

	PARKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Park Solidarności	172	65,6	105	48,4
skwer im. Zesłańców Sybiru	17	6,5	1	0,5
Park Jana Pawła II	12	4,6	7	3,2
zieleń miejska	12	4,6	9	4,1
Park przy plaży miejskiej	10	3,8	0	0,0
Park Sopera	3	1,1	0	0,0
przy ul. Słowackiego	1	0,4	1	0,5
Puszcza Augustowska	1	0,4	0	0,0
Mazurski Park Krajobrazowy	0	0,0	1	0,5
brak danych	34	13,0	93	42,9
Ogółem	262	100,0	217	100,0

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W dalszej części pytań drugiego i trzeciego respondenci zostali poproszeni o podanie istniejących tu puszczy, pomników przyrody oraz rezerwatów. Analizując dane zebrane podczas badania można zauważyć, iż respondenci w znacznej większości nie udzielali na nie odpowiedzi. Zapewne związane jest to z tym, iż w mieście Elku nie występują puszcze czy rezerваты.

W związku z tym, 99% ankietowanych nie wskazało żadnej puszczy występującej w Elku i okolicach, a 65,7% żadnego rezerwatu. 33,8% wskazało na rezerwat „Bartosze –

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ostoja Bobrów”, który znajduje się przy trasie Ełk – Olsztyn. Jeśli zaś chodzi o pomniki przyrody to jedynie 23,6% wskazało, na istniejące tu zabytkowe stare drzewa (buk, dąb) oraz głązy narzutowe w Starych Juchach.

W końcowej części analizowanych wyżej pytań, respondenci mieli możliwość wskazania na inne atrakcje i walory przyrodnicze, które nie zawierały się w poszczególnych kategoriach stworzonych na użytek badania. Ci ankietowani, którzy zdecydowali się na taką możliwość, najczęściej wskazywali na okoliczne lasy i jeziora, na czyste mazurskie powietrze i brak hałasu.

Z powyższej analizy wynika, iż Ełk jest miastem atrakcyjnym przyrodniczo. Związane jest to głównie z występowaniem tu wielu jezior i rzeki, które są najważniejszym bogactwem przyrodniczym tej miejscowości.

Pytania 4 i 5 zamieszczone w ankiecie dotyczyły walorów i atrakcji turystycznych, czyli istniejących i cieszących się największą popularnością wśród turystów zabytków, muzeów, wydarzeń kulturalnych, imprez folklorystycznych oraz wydarzeń sportowo – rekreacyjnych.

Najbardziej znanymi respondentom, a zarazem najbardziej cenionymi przez turystów zabytkami w gminie są zlokalizowane w mieście Ełk:

- Ruiny Zamku Krzyżackiego (29,2% wskazań),
- Wieża Ciśnień (24,7% wskazań),
- zabytkowe kamienice (13% wskazań),
- kościoły: pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa oraz św. Wojciecha (11,6% wskazań respondentów).

TABELA 9. ZABYTKI

	ZABYTKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Ruiny Zamku Krzyżackiego	144	29,2	127	32,2
Wieża Ciśnień	122	24,7	107	27,1
zabytkowe kamienice	64	13,0	30	7,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kościół pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa	57	11,6	20	5,1
Kościół pw. Św. Wojciecha	54	11,0	41	10,4
Cerkiew pw. Św. Apostołów Piotra i Pawła	13	2,6	1	0,3
Budynek Urzędu Miasta	10	2,0	8	2
Zespół Wąskotorowej Stacji Głównej - dworzec	8	1,6	3	0,8
Kolej Wąskotorowa	7	1,4	37	9,4
pomnik M. Kajki	1	0,2	-	0,0
most łączący miasto z wyspą	1	0,2	3	0,8
Kolej Dojazdowa	1	0,2	2	0,5
brak danych	11	2,2	16	4,1
Ogółem	493	100	395	100

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła muzeów – istniejących w Ełku oraz cieszących się największą popularnością wśród turystów. Ponad połowa wskazań dotyczyła Muzeum Zabytków Kolejnictwa (51,6% wskazań). Obiekt ten cieszy się również największym zainteresowaniem wśród przybywających do Ełku zwiedzających (47,5% wskazań respondentów). Ma to związek z niepowtarzalnością tego rodzaju muzeum na obszarze Warmii i Mazur, co stanowi o wyjątkowości Miasta Ełk.

TABELA 10. MUZEA

	MUZEA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Muzeum Zabytków Kolejnictwa	127	51,6	114	47,5
Muzeum "Kropki Wody" w Wieży Ciśnień	91	37	74	30,8
Muzeum Jeziora w Centrum Edukacji Ekologicznej	14	5,7	14	5,8
Skansen Pszczelarstwa	8	3,3	9	3,8
Muzeum Michała Kajki w Ogródku	6	2,4	8	3,3
brak danych	-	-	21	8,8
Ogółem	246	100	240	100

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najbardziej popularnym wydarzeniem kulturalnym w Elku jest Mazurskie Lato Kabaretowe „Mulatka” (34,9% wskazań), które cieszy się także największym zainteresowaniem turystów spośród wszystkich odbywających się tu imprez (48,1% wskazań respondentów). Kolejnymi najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami były odpowiedzi ogólne, mówiące o tym, że w mieście odbywają się różnego rodzaju koncerty, spektakle, itp. (27,8% wskazań respondentów). Wspominano także: Festiwal „Ogień i Woda” (9,4% wskazań), Międzynarodowy Festiwal Folkloru „Tęcza” (2,3% wskazań respondentów), Mazurskie Lato Muzyczne (0,9% wskazań) czy Dni Elku (0,3% wskazań respondentów).

TABELA 11. WYDARZENIA KULTURALNE

	WYDARZENIA KULTURALNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Mazurskie Lato Kabaretowe "MULATKA"	123	34,9	127	48,1
imprezy rozrywkowe (np. koncerty, spektakle, teatr)	98	27,8	68	25,8
wystawy, wernisaże	39	11,1	3	1,1
Festiwal "Ogień i woda"	33	9,4	22	8,3
warsztaty taneczne	14	4	1	0,4
Międzynarodowy Festiwal Folkloru "Tęcza"	8	2,3	7	2,7
festyny	4	1,1	1	0,4
Mazurskie Lato Muzyczne	3	0,9	4	1,5
dyskoteka	2	0,6	-	-
Jarmark Kaziuka	1	0,3	-	-
Dni Elku	1	0,3	1	0,4
Koncert Świąteczny	1	0,3	1	0,4
galerie	1	0,3	-	-
Dzień Rodziny	1	0,3	1	0,4
Noc Cygańska	1	0,3	1	0,4
brak danych	22	6,3	27	10,2
Ogółem	352	100	264	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejna część pytań 4 i 5 dotyczyła odbywających się w Mieście Elk imprez folklorystycznych. Najbardziej znanymi respondentom tego typu imprezami są Jarmark Kaziuka (21,3% wskazań) oraz Międzynarodowy Festiwal Folkloru „Tęcza” (16,7% wskazań). Natomiast według ankietowanych Jarmark Kaziuka nie jest imprezą atrakcyjną dla turystów (7,4% wskazań). Zapewne wynika to z faktu, iż wspomniany jarmark odbywa się w marcu, a więc poza sezonem turystycznym. Jako imprezę cieszącą się największym zainteresowaniem wśród turystów, osoby biorące udział w badaniu wskazały Festiwal „Tęcza” (22,3% wskazań).

TABELA 12. IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE

	IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Jarmark Kaziuka	51	21,3	15	7,4
Międzynarodowy Festiwal Folkloru "Tęcza"	40	16,7	45	22,3
Występy Mazurskiego Zespołu Pieśni i Tańca, Chór seniora "Pojezierze"	36	15,1	24	11,9
Mazurskie Lato Kabaretowe "MULATKA"	12	5	10	5
festyny	6	2,5	8	4
Festiwal Piosenki Ludowej	1	0,4	1	0,5
Festiwal Tańca	1	0,4	1	0,5
Dzień Rodziny	1	0,4	-	-
brak danych	91	38,1	98	48,5
Ogółem	239	100	202	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Odpowiedzi respondentów dotyczące wydarzeń sportowo – rekreacyjnych były bardzo zróżnicowane. Najwięcej razy przez respondentów została wymieniona Gala Boksu (16,1% wskazań), którą uznali oni również za cieszącą się największym zainteresowaniem wśród turystów (18,2% wskazań respondentów). Osoby ankietowane uznały także za atrakcyjne

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

imprezy sportowe, takie jak: Mistrzostwa Polski Skuterów Wodnych (12,8% wskazań) oraz Mazurskie Zawody Balonowe (9,6% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 13. WYDARZENIA SPORTOWO – REKREACYJNE

	WYDARZENIA SPORTOWO - REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Gala Boksu	59	16,1	50	18,2
Mistrzostwa Polski Skuterów Wodnych	47	12,8	41	15
Mazurskie Zawody Balonowe	35	9,6	21	7,7
Turniej Piłki Piżowej	30	8,2	28	10,2
biegi przełajowe	27	7,4	10	3,6
rajdy rowerowe	21	5,7	17	6,2
regaty	17	4,6	5	1,8
mecze piłki nożnej	14	3,8	13	4,7
maraton - Gwiazda Mazurska	14	3,8	6	2,2
warsztaty aerobiku	11	3	-	-
zawody pływackie	8	2,2	-	-
Festiwal "Ogień i woda"	8	2,2	1	0,4
Festiwal Sportów Wodnych	7	1,9	-	-
mecze, turnieje, zawody	5	1,4	4	1,5
Turniej Tańca	4	1,1	1	0,4
kajakarstwo	4	1,1	8	2,9
pokazy skuterów	2	0,5	-	-
Dzień Sportu	2	0,5	-	-
Dzień Dziecka	2	0,5	-	-
Dzień Rodziny	1	0,3	-	-
brak danych	48	13,1	69	25,2
Ogółem	366	100	274	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podobnie jak w pytaniach drugim i trzecim, tak i w tym wypadku respondenci mieli możliwość wskazania na inne atrakcje turystyczne, które nie zostały uwzględnione w pytaniach kwestionariusza. Z tej możliwości skorzystało niewiele osób, a wśród wskazań najczęściej pojawiały się takie odpowiedzi jak: Konkurs o Chochłę Prezydenta, promenada ełka oraz pomnik papieża Jana Pawła II.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Analizując potencjał turystyczny Miasta Ełk, pod względem walorów i atrakcji turystycznych, takich jak zabytki, muzea, wydarzenia kulturalne, imprezy folklorystyczne oraz wydarzenia sportowo – rekreacyjne, można zauważyć, że miasto to jest miejscem atrakcyjnym turystycznie. Istnieje tu wiele miejsc wartych zobaczenia, a ponad to władze miasta oraz ośrodki kultury starają się uprzyjemnić turystom pobyt organizując wiele imprez kulturalnych i sportowych. Być może warto byłoby pomyśleć o zainwestowaniu w stosowną promocję wydarzeń kulturalnych, a także sportowych Miasta Ełku, które posiada przecież bogatą infrastrukturę zarówno wydarzeń kulturalnych, jak i rekreacyjno-sportowych, a które powinny cieszyć się większym rozgłosem.

Kolejne dwa pytania, a mianowicie pytanie szóste i siódme, dotyczyło atrakcji rekreacyjnych występujących w Mieście Ełk oraz cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów przybywających na te tereny. Respondenci zostali zapytani o szlaki rowerowe, piesze, konne i kajakowe oraz o trasy narciarskie. Oprócz tego poproszeni zostali o wskazanie istniejących na badanym obszarze obiektów takich jak: stacje, plaże, parki wodne, place zabaw dla dzieci oraz obiekty sportowo – rekreacyjne.

Najbardziej znanym respondentom, a zarazem najpopularniejszym wśród turystów szlakiem rowerowym jest szlak biegnący promenadą, wzdłuż jeziora Ełckiego, na którego wskazała połowa ankietowanych. Sporą popularnością cieszy się także szlak „Białej Lili” (12,9% wskazań). Bez wątplenia Miasto Ełk oraz jego okolice posiadają niemałą liczbę tras oraz ścieżek rowerowych. Być może lepsze oznakowanie oraz promocja występujących szlaków oraz ścieżek spowodowałyby zwiększenie liczby entuzjastów wycieczek rowerowych.

TABELA 14. SZLAKI ROWEROWE

	SZLAKI ROWEROWE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
szlak "Promenada Ełcka"	117	50	106	49,1
szlak "Białej Lili"	30	12,9	12	5,6
szlak "Wokół Jeziora Selmęt Wielki"	16	6,8	7	3,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

szlak "Tatarskim Szlakiem"	9	3,8	5	2,3
szlak "Morenowych Wzgórz"	7	3	5	2,3
szlak rowerowy zielony	4	1,7	2	0,9
szlak rowerowy niebieski	4	1,7	2	0,9
brak danych	47	20,1	80	37
Ogółem	234	100	219	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 202, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie istniejących w Elku i jego okolicach szlaków pieszych. Większość ankietowanych wskazała na szlak biegnący wzdłuż jeziora Elckiego – promenadą miejską (42,4% wskazań). Jest to szlak zarówno rowerowy, jaki i pieszy. Drugim z kolei najbardziej znanym respondentom szlakiem jest szlak „Białej Lili” (11,4% wskazań). Obie te trasy zostały również uznane przez respondentów za cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów. Jednakże zainteresowanie respondentów istniejącymi szlakami jest zbyt małe by mówić o solidnej infrastrukturze szlaków pieszych dla potencjalnych turystów.

TABELA 15. SZLAKI PIESZE

	SZLAKI PIESZE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
szlak "Promenady Elckiej"	97	42,4	90	40,9
szlak "Białej Lili"	26	11,4	19	8,6
szlak Papieski "Tajemnice Światła"	12	5,2	1	0,5
szlak "Elk - Góra Bunelka"	12	5,2	-	-
"Szlak Tatarski"	10	4,4	5	2,3
szlak im. M. Kajki	6	2,6	13	5,9
"Szlak Mazur Garbatych"	3	1,3	3	1,4
szlak spacerowy zielony	2	0,9	2	0,9
szlak spacerowy żółty	1	0,4	2	0,9
szlak "Wokół Jeziora Selmęt Wielki"	-	-	2	0,9
szlak "Zabytkowe Cmentarze"	-	-	1	0,5
brak danych	60	26,2	82	37,3
ogółem	229	74	220	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 202, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci zostali poproszeni także o wskazanie szlaków konnych istniejących na obszarze Miasta Ełku. Prawie 76% osób biorących udział w niniejszym badaniu na to pytanie nie udzieliło odpowiedzi. Powodem takiej sytuacji może być niewiedza respondentów na temat szlaków konnych oraz złe ich oznakowanie. Te osoby, które na to pytanie odpowiedziały, wskazywały nie na konkretne nazwy szlaków, ale na ulice, którymi jakiś szlak biegnie. 18,7% osób, spośród wszystkich ankietowanych wskazało, że konno można jeździć m.in. trasą prowadzącą przez ulicę Zamkową w Ełku do wsi Bartosze. 9,4% respondentów wskazało tę trasę jako cieszącą się także największym uznaniem turystów. Jednakże jeździectwo jest wciąż niszową dyscypliną sportu oraz rekreacji, cieszącą się popularnością wśród niewielkich rzesz ludzi, dlatego też liczba oraz stan szlaków konnych tylko po części stanowi o kondycji Ełku pod względem infrastruktury rekreacyjnej.

TABELA 16. SZLAKI KONNE

	SZLAKI KONNE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
ulicą Zamkową do Bartosz	38	18,7	19	9,4
ulice Ełku (np. Suwalska, Słoneczna)	6	3	1	0,5
szlak "Promenady Ełckiej"	4	2	1	0,5
nad rzeką Ełk	1	0,5	-	-
brak danych	154	75,9	182	89,7
ogółem	203	100	203	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 202, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W dalszej części analizowanych pytań 4 i 5 respondenci mieli wskazać istniejące i cieszące się największą popularnością wśród turystów trasy narciarskie. Odpowiedzi na to pytanie nie udzieliło 91% ankietowanych, co zapewne wiąże się z tym, iż w mieście Ełk szlaki narciarskie nie występują, lub są bardzo źle oznakowane, więc respondenci nie wiedzą o ich istnieniu. Osoby, które wymieniały trasy narciarskie najczęściej podawały trasy znajdujące się na „Tatarskiej Górze”.

Kolejną atrakcją rekreacyjną o którą zapytaliśmy respondentów są szlaki kajakowe. Ponad połowa respondentów wskazała na istnienie szlaku kajakowego biegnącego nurtem rzeki Ełk (53,2% wskazań). Szlak ten jest również najbardziej popularny wśród

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

przybywających tu turystów (46,5% wskazań). Kolejnym najczęściej wymienianym szlakiem jest szlak „Łażna Struga” (7,7% wskazań respondentów). Z powyższego rozkładu odpowiedzi można wnioskować iż, Miasto Elk dobrze wykorzystuje swoją infrastrukturę wodną, a kajakarstwo rzeczne jest popularną metodą wypoczynku.

TABELA 17. SZLAKI KAJAKOWE

	SZLAKI KAJAKOWE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
szlak kajakowy rzeką Elk	118	53,2	107	46,5
szlak "Łażna Struga"	17	7,7	35	15,2
szlak im. M. Kajki	9	4,1	13	5,7
szlak "Czerwony Dwór"	3	1,4	4	1,7
szlak Lega – Jegrznia - Elk	2	0,9	14	6,1
szlak mazursko - augustowski	2	0,9	2	0,9
szlak "Pisanica"	1	0,5	1	0,4
szlak kajakowy Elk, Stanica Wodna PTTK - Kukowo	-	-	5	2,2
brak danych	70	31,5	49	21,3
ogółem	222	100	230	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 202, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła występujących w mieście stanic. Analiza danych dotyczących stanic ukazuje, że respondenci nie znają definicji słowa stanica. 65,3% ankietowanych nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Zaledwie 15,3% ankietowanych wskazało na istniejącą, jedyną w mieście stanicę PTTK. Pozostałe 19,4% osób wskazywało na wypożyczalnie sprzętu turystycznego zlokalizowanego w różnych częściach miasta.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 18. STANICE

	STANICE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
stanica PTTK, ul. Kąpielowa 2	31	15,3	45	22,3
Wypożyczalnia sprzętu wodnego/Szeligi	5	2,5	4	2
Wypożyczalnia sprzętu wodnego i turystycznego Ośrodek Szkoleniowo – Wypoczynkowy „Malinówka”, Malinówka	4	2	3	1,5
Wypożyczalnia sprzętu wodnego Międzyszkolny Ośrodek Sportowy, ul. Grunwaldzka	20	9,9	16	7,9
Wypożyczalnia sprzętu wodnego i turystycznego Plaża Miejska w Elku ul. Parkowa	10	5	-	-
brak danych	132	65,3	134	66,3
ogółem	202	100	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o znane im oraz cieszące się największą popularnością wśród turystów, istniejące w Elku plaże. Ponad połowa ankietowanych wskazała Plażę Miejską nad jeziorem Elckim. Plaża ta cieszy się także największym zainteresowaniem wśród turystów (61,9% wskazań respondentów). Pozostałe odpowiedzi dotyczyły plaż m.in. w Szeligach (9,3% wskazań), „Żabie Oczko” (6,6% wskazań) oraz dzikich plaż (10,6% wskazań respondentów). Z tego wynika, iż wypoczynek na plaży jest dla respondentów atrakcyjną formą spędzania wolnego czasu. Większość respondentów zna plaże w Elku i okolicach oraz korzysta z możliwości wypoczynku na plaży.

TABELA 19. PLAŻE

	PLAŻE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
plaża miejska MOSiR	156	51,8	151	61,9

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

plaża w Szeligach (jez. Selmęt Wielki)	28	9,3	26	10,7
"Żabie Oczko"	20	6,6	9	3,7
plaża wojskowa	11	3,7	3	1,2
plaża przy "Białym Żaglu"	8	2,7	2	0,8
plaża w Malinówce (jez. Łaśmiady)	4	1,3	2	0,8
miejsowość Bartosze (jez. Sunowo)	4	1,3	0	0
jezioro Selmęt Mały	1	0,3	1	0,4
dzikie plaże (np. „na cyplu”)	32	10,6	1	0,4
brak danych	37	12,3	49	20,1
ogółem	301	100	244	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 202, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ponad połowa (58,9%) ankietowanych wskazała, że w Mieście Elk istnieje Park Wodny należący do Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji. Obiekt ten cieszy się również największym zainteresowaniem wśród turystów (49,% Wskazań respondentów). Należy zaznaczyć, iż Park Wodny w Elku jest kolejnym czynnikiem wyróżniającym miasto na tle innych z badanego obszaru (tylko Augustów posiada jeszcze Aquapark w hotelu Amber Bay oraz w CSiR a także Suwałki – w budowie). Elcki Aquapark jest bardzo ważnym składnikiem stanowiącym o wartości tutejszej infrastruktury turystycznej. Jego wzrastająca popularność może przyczynić się do zwiększenia liczby turystów odwiedzających Miasto Elk.

TABELA 20. PARKI WODNE

	PARKI WODNE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Park Wodny MOSiR	119	58,9	100	49,5
"Żabie Oczko"	1	0,5	-	-
basen ul. Sikorskiego	-	-	3	1,5
brak danych	82	40,6	99	49
ogółem	202	100	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność turystyczną danego obszaru, jest występowanie na nim zabaw i atrakcji dla dzieci, dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie parków zabaw dla dzieci. Wszystkie odpowiedzi przebadanych osób dotyczyły

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

placów zabaw, zlokalizowanych w różnych częściach miastach, np. przy plaży miejskiej (20,3% wskazań) lub w parku miejskim (4% wskazań) oraz na Sale Zabaw dla Dzieci „Figloraj” (12,4% wskazań respondentów). Wśród zwiększającej się świadomości rodziców i ich pragnienia bezpiecznej zabawy dla dzieci, warto inwestować w nowoczesne, a tym samym bezpieczne place zabaw dla dzieci, by turyści mogli w spokoju oddawać się relaksowi, a wypoczynek w Elku kojarzył się nie tylko z licznymi atrakcjami turystycznymi, ale także z poczuciem bezpieczeństwa i spokojem o dobro dziecka.

TABELA 21. PLACE ZABAW DLA DZIECI

	PARKI ZABAW DLA DZIECI			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
osiedlowe place zabaw	91	45	43	21,3
plac zabaw przy Plaży Miejskiej	41	20,3	25	12,4
"Figloraj"	25	12,4	3	1,5
plac zabaw w Parku Miejskim	8	4	-	-
place zabaw przy przedszkolach	3	1,5	-	-
plac zabaw na promenadzie	2	1	-	-
plac zabaw przy "Białym Żaglu"	1	0,5	1	0,5
Park Wodny	1	0,5	-	-
plac zabaw przy Stadionie Miejskim	1	0,5	-	-
przy "Dos Patos"	-	-	7	3,5
brak danych	29	14,3	123	60,8
ogółem	202	100	202	

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na terenie Miasta Elku działa Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji. Respondenci zapytani o istniejące w mieście atrakcje rekreacyjne w większości wskazywali na MOSiR (24,6% wskazań) oraz na przynależne do niego obiekty (62,9% wskazań), które również przez ankietowanych uznane zostały za cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów (52,8% wskazań respondentów). Ponadto osoby ankietowane wskazały: boisko „Orlik” (3,5% wskazań) oraz skatepark (1,6% wskazań). Taki rozkład odpowiedzi ze znaczną przewagą wskazań obiektów należących do MOSiR-u w Elku, świadczy o dobrym funkcjonowaniu tejże instytucji w badanym Mieście.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 22. OBIEKTY SPORTOWO - REKREACYJNE

	OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
MOSiR	127	24,6	52	23,1
basen MOSiR	112	21,7	16	7,1
stadion MOSiR	121	23,4	25	11,1
plaża miejska	30	5,8	4	1,8
hale sportowe (np. ul. Kolbego, ul. Kościuszki)	47	9,1	21	9,3
kort tenisowy MOSiR	15	2,9	1	0,4
boiska "Orlik"	18	3,5	4	1,8
kort tenisowy przy plaży miejskiej	5	1	2	0,9
skatepark	8	1,6	-	-
MOS	3	0,6	-	-
boiska	4	0,8	-	-
quady	1	0,2	-	-
kluby: Płomień Mazur, Ełk Mazur	1	0,2	-	-
brak danych	24	4,7	100	44,4
Ogółem	516	100	225	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 202, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci mieli również możliwość wskazania innych atrakcji rekreacyjnych, które nie kwalifikowały się do podanych w ankiecie, wyżej analizowanych kategorii. Najczęstsze odpowiedzi tych respondentów, którzy zdecydowali się wskazać inne walory i atrakcje rekreacyjne, dotyczyły funkcjonujących w mieście wypożyczalni (79,4% wskazań respondentów).

TABELA 23. INNE WALORY I ATRAKCJE REKREACYJNO - SPORTOWE

	INNE, JAKIE?			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
wypożyczalnie sprzętu wodnego	14	41,2	13	21,7
wypożyczalnie sprzętu sportowego	7	20,6	13	21,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wypożyczalnie sprzętu rybackiego	5	14,7	13	21,7
wypożyczalnie sprzętu turystycznego	1	2,9	13	21,7
hala sportowa	4	11,8	-	-
boiska do koszykówki	2	5,9	1	1,7
tor kartingowy	1	2,9	1	1,7
Kolejka Wąskotorowa	-	-	6	10
ogółem	34	100	60	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas przeprowadzania badania respondenci zostali poproszeni także o wskazanie jakich atrakcji turystycznych brakuje w Mieście Ełku. Najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami były: imprezy kulturalne (11,3% wskazań), całoroczne imprezy (8,4% wskazań) oraz imprezy sportowe (6,6% wskazań) a także nowoczesna i dobrze wyposażona plaża (6% wskazań respondentów). Z tego wynika, iż mimo bogatej oferty kulturalnej i sportowej Miasta Ełk, respondenci w dalszym ciągu odczuwają niedosyt tychże imprez, sugerując zwiększenie liczby wyżej wymienionych. Być może z powodu słabej promocji imprez, respondenci nawet nie wiedzą o istnieniu wielu z nich. Wartą uwagi jest również odpowiedź dotycząca braku dobrze wyposażonej, nowoczesnej plaży na terenie Ełku. Z tego wynika, iż mimo wielu istniejących tu plaż, żadna nie spełnia wymogów respondentów, a przynajmniej wymaga ulepszenia.

TABELA 24. PROSZĘ WYMIENIĆ JAKICH ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH WEDŁUG PANA/I BRAKUJE W MIEŚCIE

	N	%
imprezy kulturalne (festiwale, koncerty, spektakle)	38	11,3
całoroczne imprezy	28	8,4
imprezy sportowe	22	6,6
nowoczesna i dobrze wyposażona plaża	20	6,0
nowoczesne kino	19	5,7
nowoczesna starówka, deptak	19	5,7
rejsy po jeziorze Ełckim	15	4,5
centrum handlowe	14	4,2
lodowisko	13	3,9
muzeum	11	3,3
wyciągi i trasy narciarskie	9	2,7
aquapark	8	2,4
ścieżki rowerowe	8	2,4
atrakcje i zabawy dla dzieci/place zabaw	7	2,1

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

kanal łączący j. Ełckie z Wielkimi Jeziorami Mazurskimi	6	1,8
wycieczki z przewodnikiem	5	1,5
teatr	4	1,2
środek lokomocjo przeznaczony dla turystów z przewodnikiem	4	1,2
amfiteatr	3	0,9
SPA	3	0,9
wypożyczalnia sprzętu turystycznego	3	0,9
szlaki kajakowe	3	0,9
lepsza komunikacja miejska	3	0,9
nie brakuje atrakcji turystycznych	2	0,6
nie wiem, trudno powiedzieć	2	0,6
parki	2	0,6
uzdrowisko	2	0,6
ZOO	2	0,6
nowy skatepark	2	0,6
dalsze przejazdy kolejką wąskotorową	1	0,3
parkingi	1	0,3
poła namiotowe z zapleczem technicznym	1	0,3
gokarty	1	0,3
rozbudowa bazy gastronomiczno - rozrywkowej	1	0,3
rozbudowa bazy noclegowej	1	0,3
tor wrotkarski	1	0,3
punkty widokowe	1	0,3
brak danych	50	14,9
ogółem	335	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 202 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Niniejsze badanie dotyczy potencjału turystycznego krainy EGO SA. W związku z tym zapytaliśmy respondentów o to, czy potrafią wskazać jakie miejscowości/gminy wchodzą w skład tegoż obszaru. Z odpowiedzi respondentów wynika, iż 65,3% nie wie jakie miejscowości/gminy należą do obszaru EGO SA. Natomiast tylko 34,7% respondentów twierdzi, iż zna miejscowości i gminy wchodzące w skład regionu EGO SA. Zapewne taki stan rzeczy wiąże się ze słabą promocją regionu w mediach, skoro nawet respondenci zamieszkujący jedną z 5 miejscowości krainy EGO SA, nie potrafią wymienić składu tejże krainy.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 25. CZY POTRAFI PANI WYMIENIĆ MIEJSCOWOŚCI I GMINY WCHODZĄCE W SKŁAD REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	70	34,7
nie	132	65,3
ogółem	202	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

92,6% osób biorących udział w badaniu nie zna szlaków łączących miasta/gminy regionu EGO SA. Zaledwie 6,9% respondentów zna szlaki łączące miasta oraz gminy regionu EGO SA. Wynikać to może albo ze słabej promocji szlaków albo z braku zainteresowania respondentów tą formą aktywnego wypoczynku.

TABELA 26. CZY ZNA PAN/PANI SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA?

	N	%
nie	187	92,6
tak	14	6,9
brak danych	1	0,5
Ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które zadeklarowały, że znają szlaki turystyczne istniejące na terenie EGO SA, najczęściej wskazywały na szlak Papieski „Tajemnica Światła” (32% wskazań) oraz szlak „Łażna Struga” (20% wskazań respondentów).

TABELA 27. PROSZĘ WYMIENIĆ SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA

	N	%
Szlak Papieski "Tajemnice Światła"	8	32
Szlak Łażna Struga	5	20
Szlak im. M. Kajki	3	12
Szlak Mazur Garbatych	2	8
Szlak Tatarski	1	4
brak danych	6	24
ogółem	25	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 14, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Badając potencjał turystyczny danego obszaru należy wziąć również pod uwagę istniejącą bazę noclegową. W pytaniu dwunastym respondenci zostali poproszeni o określenie znanych hoteli, pensjonatów oraz innych miejsc, w których mogą znaleźć nocleg turyści.

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów obiektami, w których mogą nocować turyści są: Hotel Rydzewski (12,9% wskazań), Pensjonat „Grażyna” (11,1% wskazań), Hotel Gryfia - Mazur w miejscowości Szeligi (9,8% wskazań) oraz Apartamenty „Smętek” (7,9% wskazań), a także Hotel „Horeka” (7,4% wskazań). Pola namiotowe, agroturystyka oraz pensjonaty, cieszą się mniejszą popularnością niż hotele.

TABELA 28. PROSZĘ OKREŚLIĆ ZNANĄ PANU/I BAZĘ NOCLEGOwą W MIEŚCIE

	N	%
Hotel "Rydzewski"	217	12,9
Pensjonat "Grażyna"	187	11,1
Hotel „Gryfia – Mazur” Szeligi	164	9,8
Apartamenty „Smętek”	133	7,9
Hotel "Horeka"	124	7,4
kemping ul. Parkowa	104	6,2
Pensjonat „Dos Patos”	98	5,8
pola namiotowe – plaża miejska	95	5,7
Hoteli „Villa Eden”	74	4,4
Hotel "Grunwald"	55	3,3
Pokoje gościnne - "Stary spichlerz"	48	2,9
Agroturystyka „Oaza Mazurska”	43	2,6
Kompleks rekreacyjno – wypoczynkowy „Perła Mazur”/Chruściele	40	2,4
Ośrodek Szkoleniowo – Wypoczynkowy „Malinówka”	38	2,3
Bursa Szkolna	38	2,3
Apartament "Janus"	37	2,2
Apartamenty „Kuznia Smaku”	26	1,5
Farma Mazurska w Szarejkach	25	1,5
Siedlisko "Morena"	23	1,4
Kwaterna prywatna "U Jagódki"	22	1,3
Pokoje gościnne "Nad stawem"	17	1
Gospodarstwo Agroturystyczne „Bartosze”	16	1
Agroturystyka „Smoleń”	14	0,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

kempingi - plaża miejska	13	0,8
Hotel Emerald/Nowa Wieś Ełcka	9	0,5
Pensjonat „Denis”/Piaski	8	0,5
Domek Letniskowy „Mrozy Wielkie”	6	0,4
pola namiotowe – jezioro Żabie Oczko	6	0,4
ogółem	1680	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 202, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania zapytano respondentów o to, czy istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w mieście w celu rozwoju usług turystycznych. Ponad 75% ankietowanych uznało, że rozbudowa bazy noclegowej wpłynie na rozwój turystyki, dlatego należy inwestować w jej udoskonalenie. Zaś 24,3% respondentów uznało, iż nie ma potrzeby rozbudowy istniejącej bazy noclegowej. Z tego wynika, iż istnieje jednak konieczność rozbudowy wymienionej bazy na terenie Miasta Ełk, która będzie mogła przyjąć większą liczbę turystów.

TABELA 29. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY BAZY NOCLEGOWEJ W PANA/I MIEŚCIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH.

	N	%
tak	152	75,2
nie	49	24,3
brak danych	1	0,5
ogółem	202	100

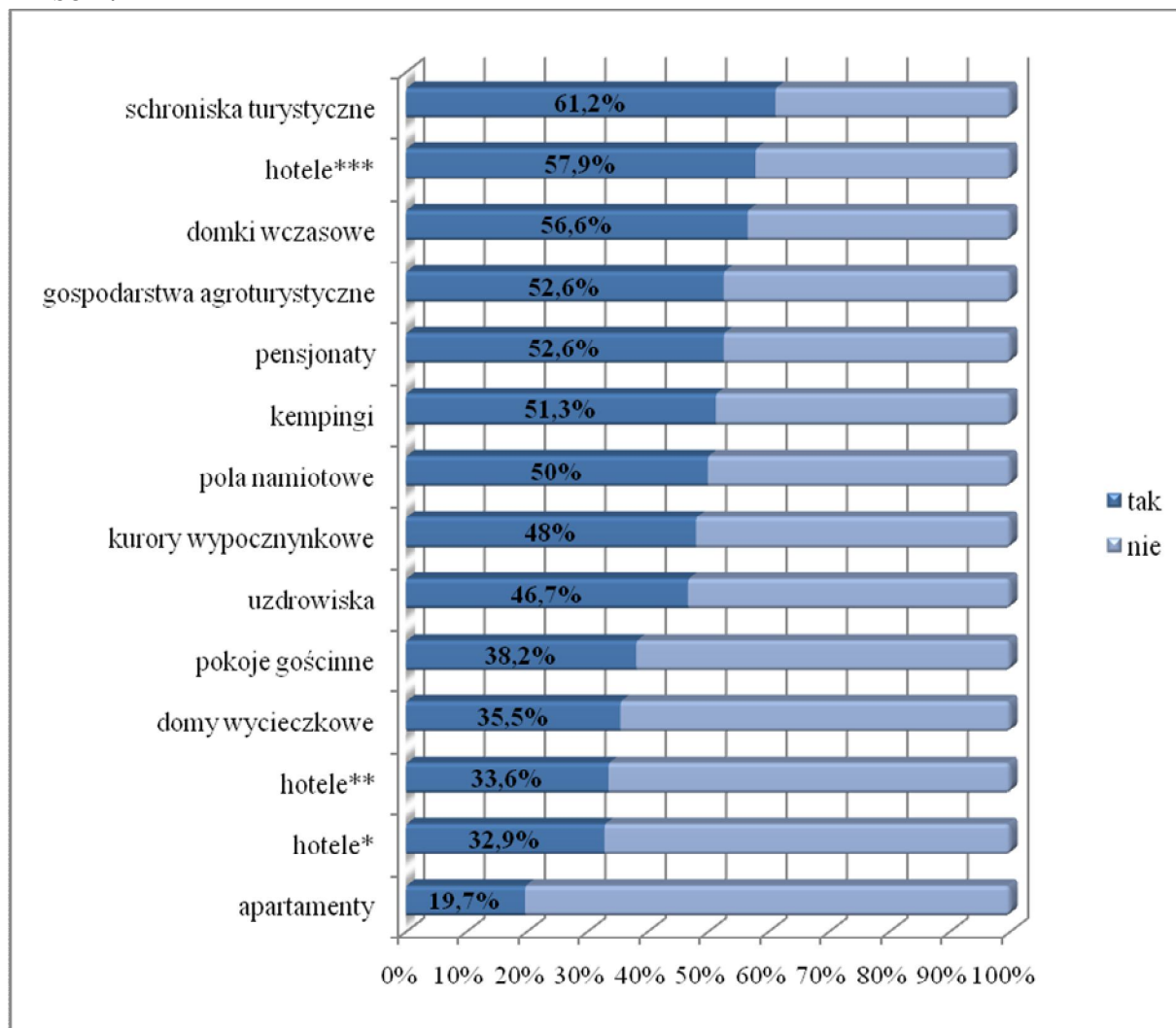
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z analizy danych zebranych podczas badania wynika, iż w pierwszej kolejności na terenie Miasta Ełk powinny powstać schroniska turystyczne. W ten sposób odpowiedziało 61,2% ankietowanych. Ponad połowa respondentów wskazała także, że w mieście powinny powstać również hotele*** (57,9% wskazań), domki wczasowe (56,6% wskazań), gospodarstwa agroturystyczne i pensjonaty (po 52,6% wskazań) oraz kempingi (51,3% wskazań respondentów). Są to więc obiekty, które wymagają rozbudowy w ramach uzupełnienia i ulepszenia oferty turystycznej Miasta Ełk.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 1. PROSZĘ PODAĆ JAKIE FORMY BAZY NOCLEGOWEJ POWINNY POWSTAĆ W PANA/I MIEŚCIE?



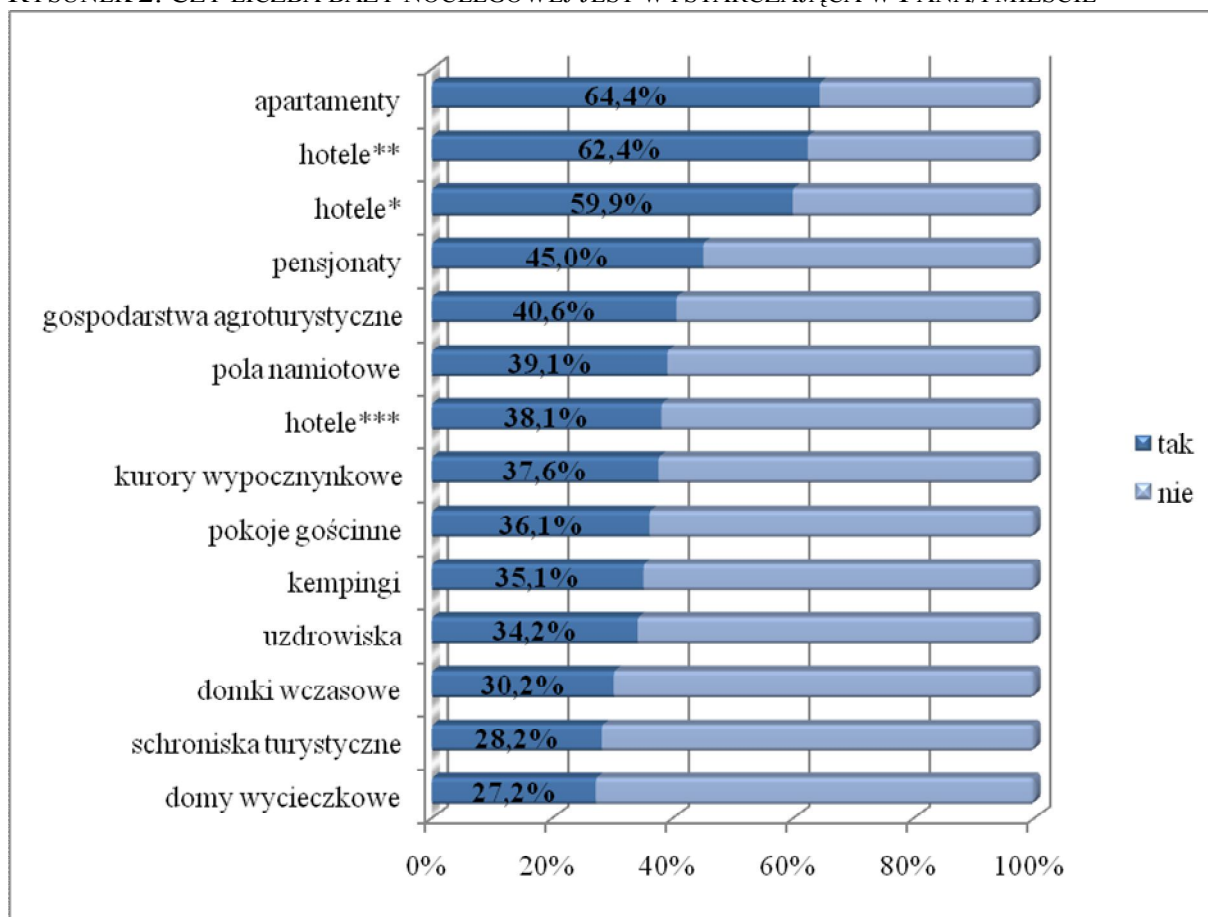
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Rysunek 2 przedstawia rozkład odpowiedzi na kolejne pytanie zawarte w ankiecie, w którym respondenci zostali poproszeni o ocenę istniejącej liczby obiektów bazy noclegowej. Według osób, które wzięły udział w badaniu ilość takich obiektów jak: apartamenty (64,4% wskazań), hotele (62,4% wskazań) oraz hotele*(59,9% wskazań) i pensjonaty (45% wskazań) jest wystarczająca w Mieście Elk. Zauważa się rozbieżność odpowiedzi ankietowanych dotyczących liczby pensjonatów w badanym mieście (Rysunek 1 i 2). Wynika to z osobistych przekonań różnych części respondentów.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 2. CZY LICZBA BAZY NOCLEGOWEJ JEST WYSTARCZAJĄCA W PANA/I MIEŚCIE



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejnym ważnym wskaźnikiem potencjału turystycznego jest baza gastronomiczno – rozrywkowa. W pytaniu szesnastym respondenci zostali poproszeni o określenie obiektów gastronomicznych i rozrywkowych istniejących w Mieście Elk. Najbardziej popularnymi tego typu miejscami są: Kula Hula Mega Pizza (6,4% wskazań) oraz restauracja „Kuźnia Smaku” (6,1% wskazań), a także Restauracja i pub „Bryza” (6% wskazań respondentów).]

TABELA 30. PROSZĘ WSKAZAĆ OBIEKTY GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWE W PANA/I MIEŚCIE

	N	%
Kula Hula Mega Pizza	149	6,4
Restauracja i pub „Kuźnia Smaku”	143	6,1
Restauracja i pub „Bryza”	141	6
Restauracja „Biały Żagiel”	118	5,1



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Castle Club Berliński	115	4,9
Pub „Smętek”	114	4,9
Night Club „Laguna”	110	4,7
Bowling Club Rydzewski	110	4,7
Restauracja „Janus”	108	4,6
Restauracja Hotelu Rydzewski	97	4,1
Dos Patos - Kuchnie Świata	96	4,1
Pub „Żądło”	79	3,4
Restauracja i pub „Diana”	70	3
Oberża pod Gontem	59	2,5
Pub „Warka”	58	2,5
restauracja „Mała”	57	2,4
Cukiernia „Karmelek”	56	2,4
Restauracja „Hortex”	54	2,3
Karczma Mazurska	50	2,1
Koktajlbar „Alaska”	48	2,1
Restauracja „Weranda”	44	1,9
„Dom D” Restauracja Niemiecka	38	1,6
Restauracja i pub "Inkognito"	34	1,5
Pizzeria „Savana”	33	1,4
Restauracja „Imperial”	31	1,3
Pizzeria „Gruby Benek”	30	1,3
Kawiarnia „Kafka”	29	1,2
Da Fiori - pizzeria	26	1,1
Restauracja Hoteliku Grunwald/Elk	26	1,1
Salon gier na automatach „Admirał”	21	0,9
Kawiarnia „No Name”	20	0,9
Restauracja Pensjonatu „Stary Spichlerz”	19	0,8
Restauracja hotelu „Horeka”	18	0,8
Restauracja Hotelu „Emerald”	18	0,8
Kebab „Gigant”	15	0,7
Klub „Malibu”	13	0,5
Bar „Georgia”	12	0,5
Kebab "Istambul Doner”	10	0,4
„Da Grasso”	10	0,4
Bar „U Julki”	10	0,4
Bar „Kufelek”	9	0,4
Za bramą. Kuchnia Wietnamska	7	0,3
Bar „As”	6	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Restauracja „Żak”	6	0,2
Bar „Snack”	5	0,2
Restauracja „Burmistrz”	4	0,2
Pub „Od zmierzchu do świtu”	4	0,2
Bar „Muszelka”	3	0,1
Restauracja „Villa Eden”	2	0,1
Pizzeria „Roma”	2	0,1
ogółem	2338	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 202, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

54,5% respondentów uważa, że w celu rozwoju usług turystycznych, należy rozbudować obiekty gastronomiczno – rozrywkowe. Jednocześnie 45,5% jest odmiennego zdania. Taki rozkład odpowiedzi wskazuje na zróżnicowanie osobistych przekonań respondentów zamieszkałych na terenie Miasta Elk, jednakże sugeruje, iż baza obiektów rozrykowo-gastronomicznych powinna być powiększona.

TABELA 31. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO - ROZRYKOWYCH W PANA/I MIEŚCIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	110	54,5
nie	92	45,5
ogółem	202	100

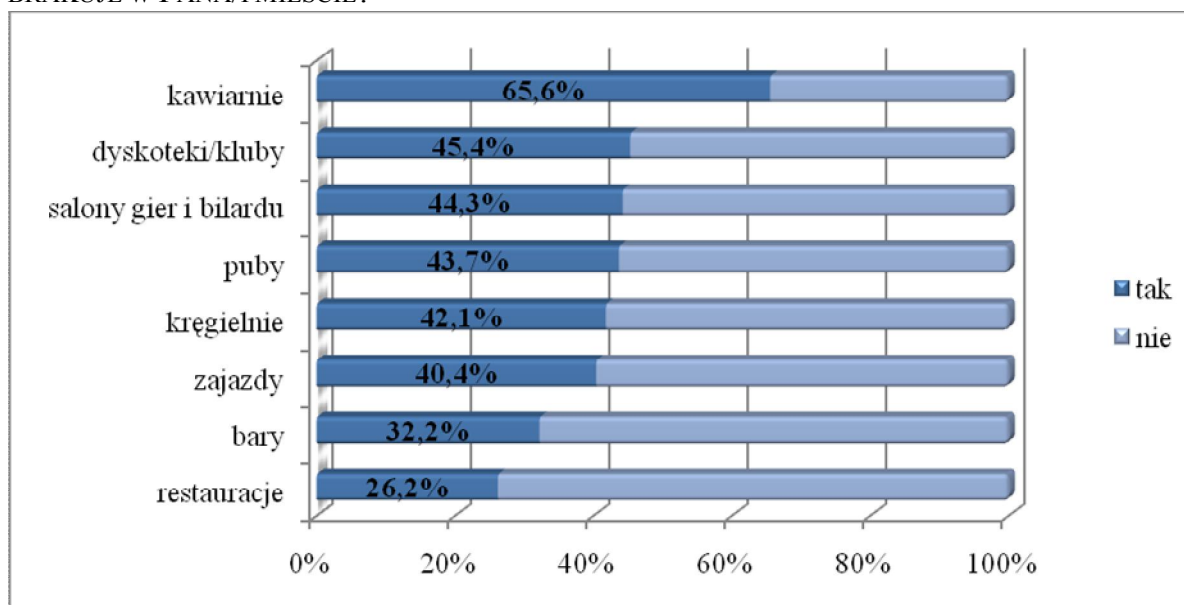
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według ankietowanych na terenie Miasta za mało jest miejsc, takich jak kawiarnie (65,6% wskazań), dyskoteki i kluby (45,4% wskazań), salony gier i bilardu (44,3% wskazań respondentów). Natomiast z uzyskanych danych wynika, iż w dużej mierze w gminie istnieje wystarczająca liczba restauracji i barów.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYСУNEK 3. PROSZĘ WSKAZAĆ JAKICH OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWYCH BRAKUJE W PANA/I MIEŚCIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci poproszeni o oszacowanie liczby punktów informacji turystycznej w mieście, w większości wskazywali na istnienie w Elku jednego punktu IT. W ten sposób odpowiedziało 60,4% ankietowanych. Niektóre osoby biorące udział w badaniu wskazywały na istnienie dwóch takich miejsc, w których turyści mogą dowiedzieć się różnych informacji na temat atrakcji w mieście (27,2% wskazań respondentów). Aby turystyka mogła w pełni się rozwijać, a system informacji turystycznej działał sprawnie i docierał z informacją do szerszej rzeszy turystów, niezbędne jest istnienie więcej niż jednego punktu IT.

TABELA 32. PROSZĘ OKREŚLIĆ LICZBĘ PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
1 punkt it	122	60,4
2 punkty it	55	27,2
0 punktów it	12	5,9
nie wiem/trudno powiedzieć	8	4
3 punkty it	4	2
5 i więcej punktów it	1	0,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

61,4% respondentów uważa, iż istniejące oznakowanie punktów informacji turystycznej nie jest wystarczające („raczej nie” 51%, „zdecydowanie nie” 10,4%). Natomiast 38,6% ankietowanych jest zdania, że istniejące oznakowanie punktu IT jest wystarczające (27,2% „raczej tak”, 11,4% „zdecydowanie tak”).

TABELA 33. CZY ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCE OZNAKOWANIE PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ?

	N	%
raczej nie	103	51
raczej tak	55	27,2
zdecydowanie tak	23	11,4
zdecydowanie nie	21	10,4
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani zostali o to, czy system it działa odpowiednio w Mieście Elk. Większość ankietowanych uznała, iż system it nie działa tak jak powinien. Według 42,6% osób szlaki i atrakcje turystyczne są słabo opisane, a 22,3% odpowiedziało, że w ogóle nie ma takich opisów. Jedynie 25,8% uznało, że informacja turystyczna działa dobrze bądź bardzo dobrze. Taki rozkład odpowiedzi wskazuje niezadowolenie dużej części respondentów ze sposobu prosperowania systemu it oraz może sygnalizować konieczność ulepszenia istniejącego systemu informacji turystycznej w badanym mieście

TABELA 34. CZY UWAŻA PAN/I ŻE SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ DZIAŁA ODPOWIEDNIO W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
nie, szlaki oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane	86	42,6
tak, jest dobry	46	22,8
nie, brakuje opisów szlaków i atrakcji turystycznych	45	22,3
nie, szlaki i atrakcje turystyczne są źle opisane	17	8,4
tak, jest bardzo dobry	6	3,0
brak danych	2	1,0
ogółem	202	100

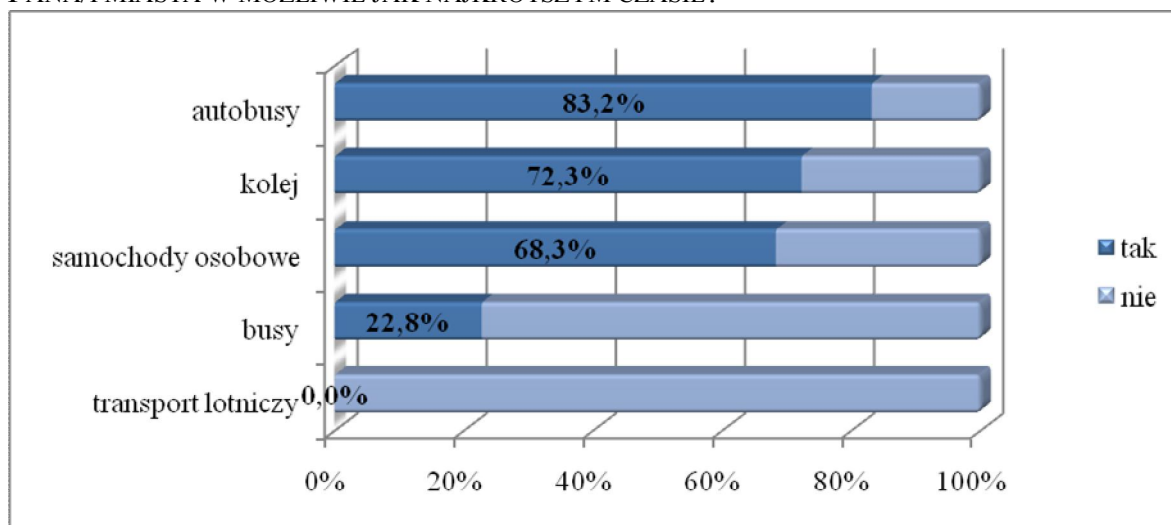
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Osoby, które wzięły udział w badaniu w większości uznały, że najlepszym środkiem transportu, którym najszybciej i najwygodniej dotrzemy do Miasta Elk - jest autobus (83,2% wskazań), a w następnej kolejności - kolej (72,3% wskazań) oraz samochody osobowe (68,3% wskazań respondentów). Najmniej respondentów wskazało busy jako najlepszy środek transportu (22,8% wskazań respondentów). Transport lotniczy nie istnieje w Elku.

RYSUNEK 4. KTÓRYM ŚRODKIEM TRANSPORTU MOŻNA DOSTAĆ SIĘ Z SĄSIEDNICH REGIONÓW DO PANA/I MIASTA W MOŻLIWIE JAK NAJKRÓTSZYM CZASIE?



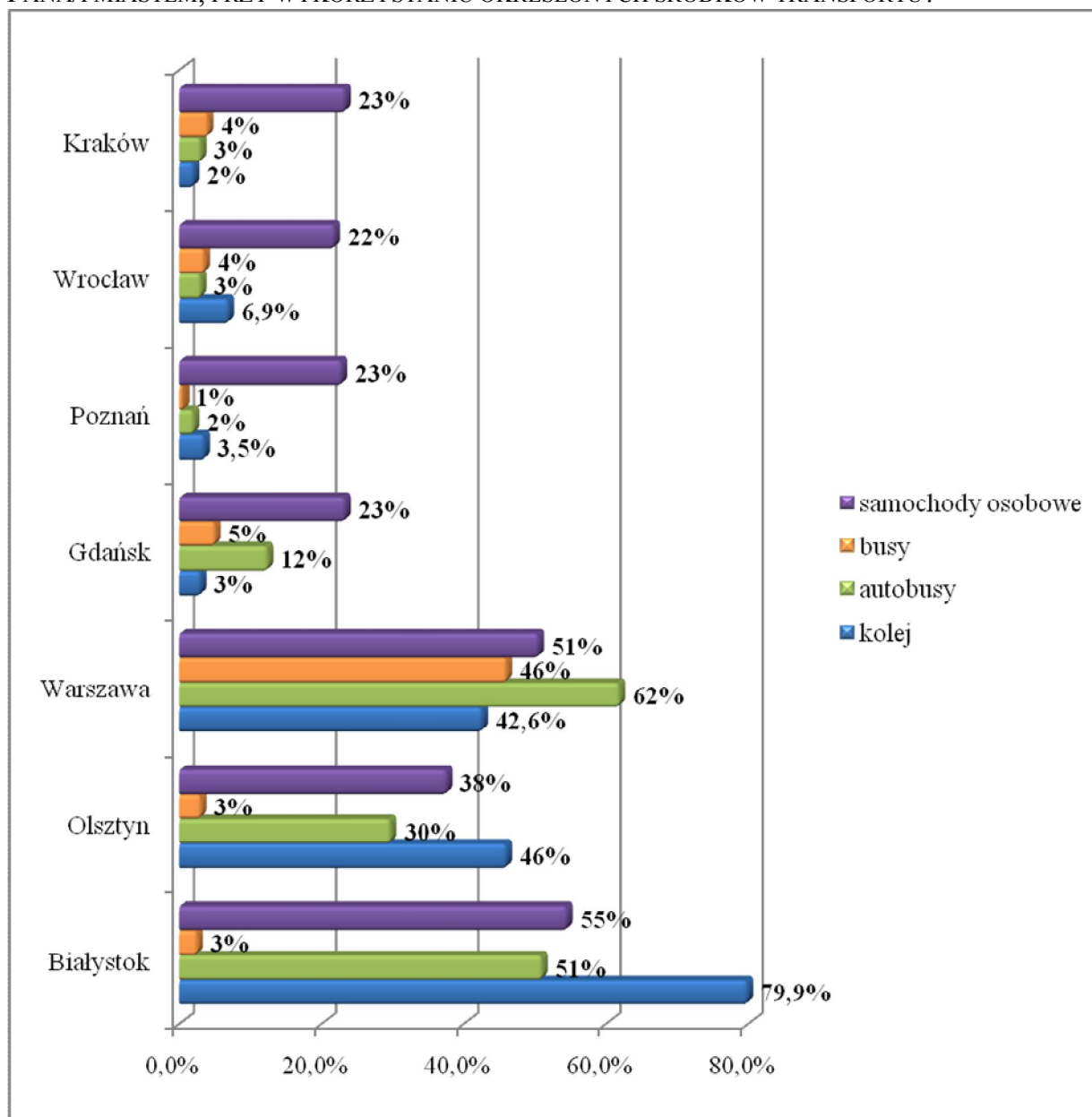
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Za najlepsze połączenia komunikacyjne miasta Elk, respondenci uznali połączenia autobusowe z Warszawą (62% wskazań), Białymstokiem (51% wskazań) i Olsztynem (30% wskazań) a także połączenia kolejowe z Białymstokiem (79,9% wskazań), Olsztynem (46% wskazań) oraz z Warszawą (42,6% wskazań respondentów). Korzystne są także połączenia samochodowe z Białymstokiem (55% wskazań), Warszawą (51% wskazań) oraz Olsztynem (38% wskazań). Z miast takich jak Kraków, Wrocław, Poznań i Gdańsk najlepiej dojechać do Elku samochodem, gdyż połączenia np. autobusowe nie są zbyt sprzyjające turystyce Miasta Elk.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYСУNEK 5. KTÓRE OŚRODKI MIEJSKIE MAJĄ NAJLEPSZE POŁĄCZENIA KOMUNIKACYJNE Z PANA/I MIASTEM, PRZY WYKORZYSTANIU OKREŚLONYCH ŚRODKÓW TRANSPORTU?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Prawie 88% respondentów twierdzi, iż stan dróg dojazdowych do Miasta Elku hamuje rozwój turystyki. Tylko 10,9% ankietowanych jest zdania, iż stan dróg dojazdowych do gminy nie wpływa negatywnie na rozwój turystyki w regionie. Taki rozkład odpowiedzi sugeruje jednoznacznie, iż stan dróg dojazdowych wymaga natychmiastowej poprawy, by nie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ograniczać

rozwoju

turystyki

w

Mieście.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 35. CZY W PANA/I OPINII STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIASTA HAMUJE ROZWÓJ TURYSTYKI?

	N	%
zdecydowanie tak	113	55,9
raczej tak	64	31,7
raczej nie	18	8,9
zdecydowanie nie	4	2,0
brak danych	3	1,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym z punktu widzenia turysty czynnikiem, który decyduje o miejscu, w którym spędzą swój urlop/wakacje jest dostęp do Internetu. Dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie takich miejsc, gdzie turyści (oraz każda inna osoba) mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do Internetu. Ankietowani wskazywali takie miejsca jak: biblioteki w mieście (27,1% wskazań) oraz Ełckie Centrum Kultury (24,5% wskazań). Ponadto w paru miejscach w mieście zlokalizowane są tzw. hot spoty (6,6% wskazań). Z tego wynika, iż w Ełku nie ma problemów ze znalezieniem bezpłatnego dostępu do Internetu co jest ważnym i pozytywnym czynnikiem, działającym, z punktu rozwoju turystyki, na korzyść miasta.

TABELA 36. W KTÓRYCH MIEJSCACH NA TERENIE PANA/I MIASTA TURYSŃCI MOGĄ KORZYSTAĆ Z BEZPŁATNEGO DOSTĘPU DO KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ?

	N	%
biblioteki	62	27,1
ECK	56	24,5
nie wiem	21	9,2
hot spot	15	6,6
basen MOSiR	8	3,5
kafejki	6	2,6
brak danych	61	26,6
ogółem	229	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

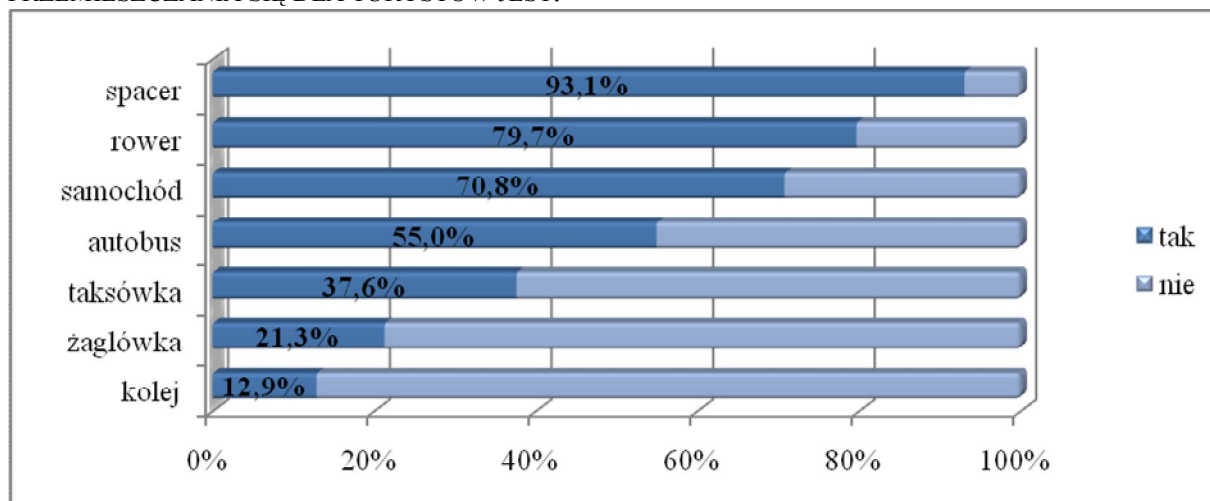
Kolejne pytanie zamieszczone w ankiecie dotyczyło najlepszego sposobu przemieszczania się dla turystów na obszarze Miasta Ełk. 93,1% respondentów uważa, że



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

takim sposobem jest spacer, 79,7% - rower, natomiast 70,8% respondentów wskazało samochód. Taki rozkład odpowiedzi, z przewagą odpowiedzi popierających wycieczki piesze i rowerowe, świadczy o preferencji aktywnego wypoczynku przez respondentów.

RYSUNEK 6. W TRAKCIE POBYTU NA OBSZARZE PANA/I MIASTA NAJLEPSZYM SPOSOBEM PRZEMIESZCZANIA SIĘ DLA TURYSTÓW JEST:



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W kolejnym pytaniu w ankiecie respondenci zostali poproszeni o ocenę stanu dróg dojazdowych do Miasta Elku, stanu dróg w mieście, dostępności miejsc parkingowych oraz ich jakości.

Jak wynika z danych zebranych podczas realizacji badania według 65,8% ankietowanych stan dróg dojazdowych do Elku jest „zły” bądź „bardzo zły”. Tylko 34,2% respondentów uznało, iż stan ten jest dobry. Sygnalizuje to konieczność ulepszenia infrastruktury drogowej w okolicach Elku.

TABELA 37. STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIASTA

	N	%
zły	101	50
dobry	69	34,2
bardzo zły	32	15,8
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Sytuacja prezentuje się analogicznie jeśli chodzi o stan dróg w miejscowości Ełk. 69,8% respondentów postrzega go jako „zły” bądź „bardzo zły” a tylko 30,2% jako „dobry” lub „bardzo dobry”.

TABELA 38. STAN DRÓG W SAMEJ MIEJSCOWOŚCI

	N	%
zły	100	49,5
dobry	59	29,2
bardzo zły	41	20,3
bardzo dobry	2	1
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podobnie sytuacja wygląda jeśli chodzi o dostępność miejsc parkingowych i parkingów niestrzeżonych (tabela 39). 66,3% ankietowanych oceniło ową dostępność również jako złą bądź bardzo złą. Jeszcze mniej jest w Ełku parkingów strzeżonych (tabela 40). Ankietowani ich dostępność oceniają w zdecydowanej większości jako bardzo złą („bardzo zła” - 50%, „zła” – 35,1%). Jeśli chodzi o jakość parkingów (tabela 41) to zdania respondentów są podzielone. 48% osób oceniło jakość parkingów jako złą bądź bardzo złą, a 52% jako dobrą lub bardzo dobrą.

TABELA 39. DOSTĘPNOŚĆ MIEJSC PARKINGOWYCH, PARKINGÓW NIESTRZEŻONYCH

	N	%
zła	93	46
dobra	61	30,2
bardzo zła	41	20,3
bardzo dobra	7	3,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 40. DOSTĘPNOŚĆ PARKINGÓW STRZEŻONYCH

	N	%
bardzo zła	101	50
zła	71	35,1
dobra	27	13,4
bardzo dobra	3	1,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

TABELA 41. JAKOŚĆ PARKINGÓW (NAWIERZCHNIA)

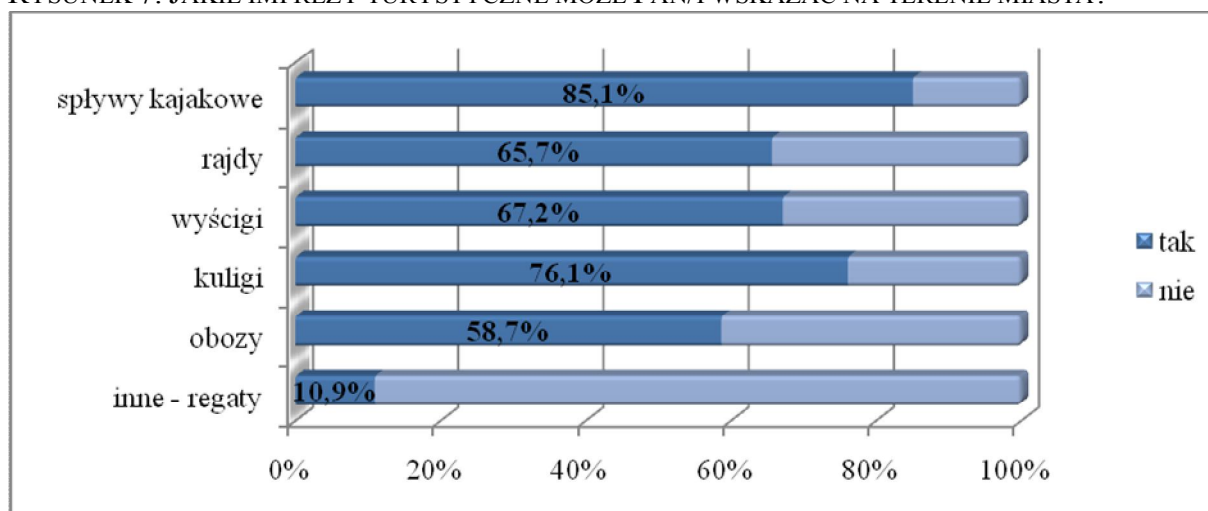
	N	%
dobra	97	48,0
zła	65	32,2
bardzo zła	32	15,8
bardzo dobra	8	4
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło imprez turystycznych, które odbywają się na terenie miasta. Według danych, które zostały przedstawione na poniżej zamieszczonym *rysunku 7*, w mieście Elk mają miejsce takie atrakcje rekreacyjne jak spływy kajakowe (85,1% wskazań), rajdy (65,7% wskazań), wyścigi (67,2% wskazań), kuligi (76,1% wskazań) oraz obozy (58,7% wskazań). Najczęściej wskazywaną przez ankietowanych imprezą turystyczną odbywającą się w Elku są spływy kajakowe (najprawdopodobniej rzeką Elk – szlak kajakowy) oraz rajdy. Z tego wynika, iż są to imprezy cieszące się największym zainteresowaniem wśród respondentów.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

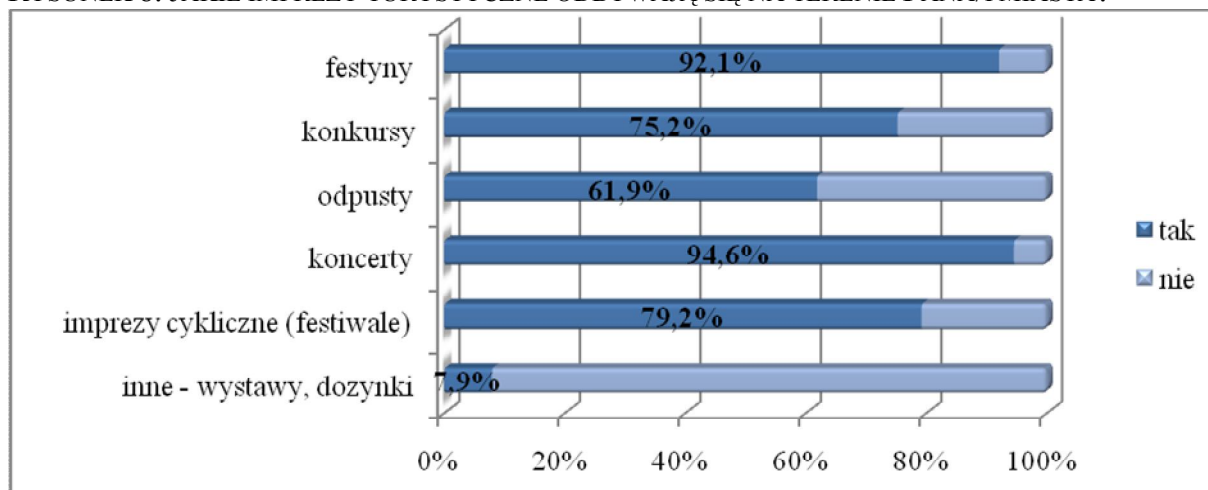
RYSUNEK 7. JAKIE IMPREZY TURYSTYCZNE MOŻE PAN/I WSKAZAĆ NA TERENIE MIASTA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o imprezy kulturalne odbywające się w Elku. Najwięcej osób wskazało na koncerty (94,6%) oraz festyny (92,1%). Świadczy to o największej popularności imprez tego typu.

RYSUNEK 8. JAKIE IMPREZY TURYSTYCZNE ODBYWAJĄ SIĘ NA TERENIE PANA/I MIASTA?



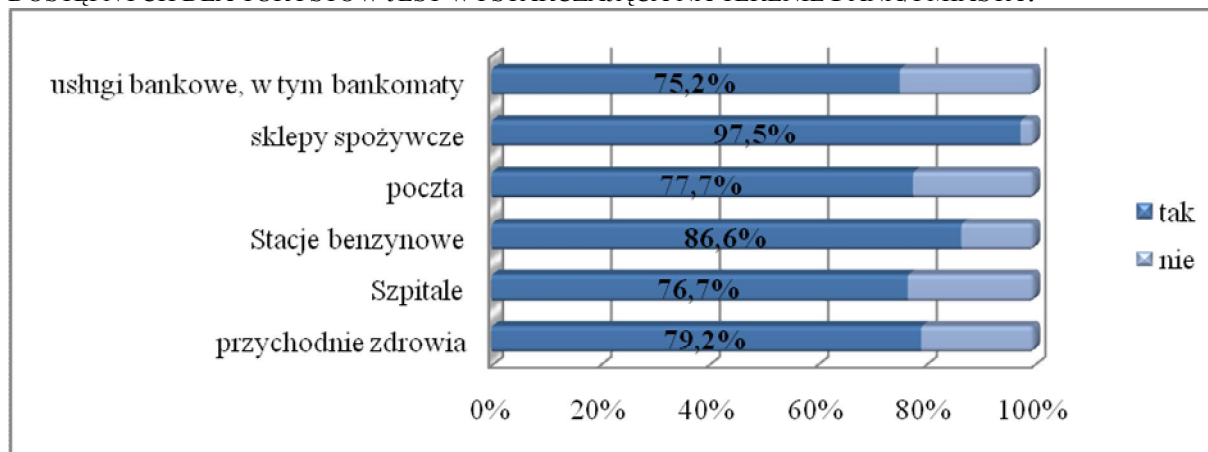
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według większości respondentów liczba użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów, takich jak usługi bankowe, w tym bankomaty, sklepy spożywcze, poczta, stacje benzynowe, szpitale oraz przychodnie zdrowia jest wystarczająca. Miasto Elk ma bogatą infrastrukturę usług około-turystycznych.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 9. CZY LICZBA PONIŻEJ WYMIENIONYCH UŻYTECZNOŚCI UZUPEŁNIAJĄCYCH DOSTĘPNYCH DLA TURYSTÓW JEST WYSTARCZAJĄCA NA TERENIE PANA/I MIASTA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci w większości oceniają, że Miasto Elk w sezonie turystycznym jest w stanie jednorazowo przyjąć od 1 tys. do 5 tys. turystów. Taką liczbę podało 44,6% ankietowanych. Według 20,3% osób miasto może przyjąć od 5 do 10 tysięcy jednorazowo. Biorąc pod uwagę potencjał turystyczny Elku oraz wielkość Miasta, szacowana przez respondentów liczba możliwości przyjęcia turystów jest zbyt mała i świadczy o potrzebie rozbudowy bazy noclegowej.

TABELA 42. ILE TURYSTÓW SZACUNKOWO W PANA/I OPINII JEST W STANIE PRZYJĄĆ MIASTO W SEZONIE TURYSTYCZNYM JEDNORAZOWO?

	N	%
od 1 tys. do 5 tys.	90	44,6
od 5 tys. do 10 tys.	41	20,3
poniżej 1000	32	15,8
od 10 tys. do 30 tys.	22	10,9
od 50 tys. do 100 tys.	8	4,0
od 30 tys. do 50 tys.	7	3,5
od 100 tys. do 500 tys.	1	0,5
brak danych	1	0,5
ogółem	202	100

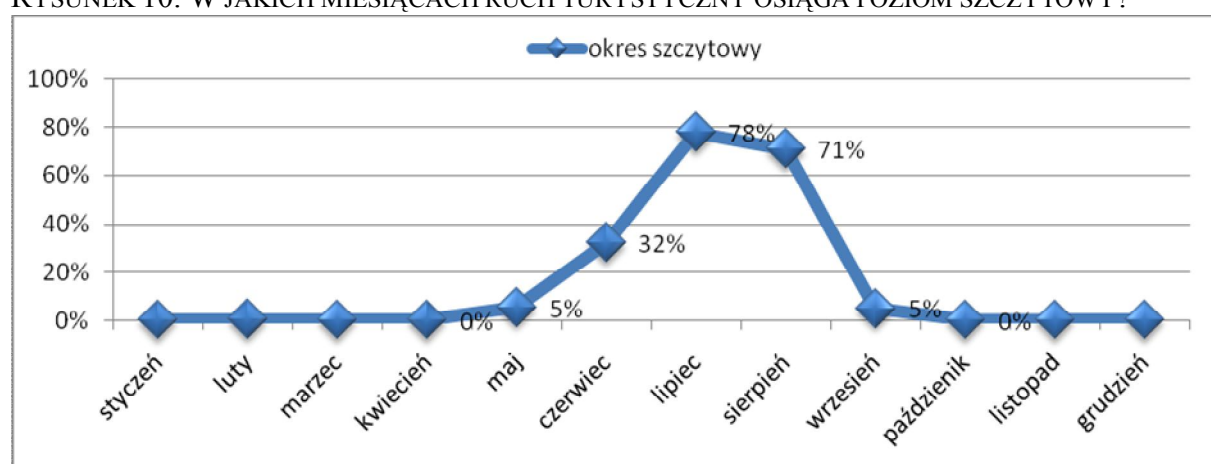
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Na poniższym *rysunku 10* zostało przedstawione natężenie ruchu turystycznego w mieście Elku w poszczególnych miesiącach roku. Pod uwagę wzięto jedynie te odpowiedzi respondentów, które wskazywały na okres szczytowy. Miesiącami o największej liczbie turystów są miesiące letnie (czerwiec – lipiec – sierpień). Jak widać na *rysunku 10*, w okresie zimowym w mieście nie istnieje ruch turystyczny. Najprawdopodobniej świadczy to o tym, iż w Elku nie ma atrakcji zimowych, które przyciągnęłyby turystów.

RYСУNEK 10. W JAKICH MIESIĄCACH RUCH TURYSTYCZNY OSIĄGA POZIOM SZCZYTOWY?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część ankiety dotyczyła charakterystycznych dla miasta produktów turystycznych. Respondenci m.in. zostali zapytani o znane im produkty turystyczne jakie posiada miasto Elku oraz o to, czy firma/institucja, którą respondent reprezentuje posiada własne produkty turystyczne.

Ponad połowa ankietowanych uważa, że Miasto Elku nie ma charakterystycznych produktów turystycznych (51% wskazań). Zaś 34,7% ankietowanych jest zdania, iż Elku posiada charakterystyczny produkt turystyczny. Taki rozkład odpowiedzi świadczy o niskim poziomie znajomości istniejących produktów turystycznych, jakim jest np. Kabaretowe Lato „MULATKA”, przez respondentów.

TABELA 43. CZY PANA/I MIASTO POSIADA CHARAKTERYSTYCZNY PRODUKT TURYSTYCZNY?

	N	%
nie	103	51
tak	70	34,7
nie wiem/trudno powiedzieć	27	13,4



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

brak danych	2	1
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Spośród tych osób, które znają produkty turystyczne Miasta Elku 31,9% wymieniło, że najbardziej charakterystycznym produktem Elku jest kuchnia regionalna, a w szczególności kartacze. Następnymi najważniejszymi produktami są festiwale „Mulatka” (25,4% wskazań), „Tęcza” (9,4% wskazań) oraz „Ogień i woda” (9,4% wskazań respondentów).

TABELA 44. PROSZĘ PODAĆ NAJBARDZIEJ CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
Kuchnia regionalna (w tym kartacze i inne dania ziemniaczane i mączne, z ryb)	44	31,9
Mazurski Lato Kabaretowe "Mulatka"	35	25,4
Międzynarodowy Festiwal Folkloru "Tęcza"	13	9,4
Festiwal "Ogień i woda"	13	9,4
Elcka Kolej Wąskotorowa	9	6,5
festyny, koncerty	4	2,9
owoce, warzywa	4	2,9
turnieje piłki plażowej	3	2,2
"Kartaczewo"	2	1,4
Lato Muzyczne	2	1,4
Konkurs o Chochlę Prezydenta	2	1,4
zawody balonowe	1	0,7
jezioro	1	0,7
wyroby rzemieślnicze	1	0,7
Jarmark Kaziuka	1	0,7
wyścigi rowerowe	1	0,7
pokazy wodne	1	0,7
Muzeum rzeźby	1	0,7
ogółem	138	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 70, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Prawie 70% ankietowanych uważa, że Miasto Elk nie wykorzystuje w pełni swojego potencjału turystycznego. Wiele osób, bo aż 21,3% nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Przyczyną takiej postawy respondentów może być nieumiejętność ocenienia potencjału miasta. Tylko 8,9% osób uważa, że Elk wykorzystuje wszystkie swoje „możliwości

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

turystyczne”. Taki rozkład odpowiedzi świadczy o drzemającym w mieście Elku, niewykorzystanym jeszcze optymalnie potencjale turystycznym, który dostrzegają respondenci.

TABELA 45. CZY ISTNIEJĄCA OFERTA TURYSTYCZNA WYKORZYSTUJE W PEŁNI POTENCJAŁ TURYSTYCZNY PANA/IMIASTA?

	N	%
nie	141	69,8
tak	18	8,9
brak danych	43	21,3
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu zdiagnozowania potencjału turystycznego miasta Elk, zapytano respondentów, co zmieniliby w ramach oferty turystycznej miasta. W ten sposób, możliwe będzie zdobycie wiedzy na temat tego co należałoby uczynić aby ulepszyć ową ofertę.

26,1% respondentów uznało, że miasto powinno się lepiej promować poprzez media, dzięki czemu możliwe będzie dotarcie z informacją o atrakcjach turystycznych miasta do większej rzeszy turystów. Następnie ankietowani wskazywali na zwiększenie liczby imprez kulturalnych i sportowych (10% wskazań) oraz na rozbudowę i modernizację linii brzegowej jeziora Elckiego (5,6% wskazań). Pozostałe sugestie respondentów na zmianę w ofercie turystycznej przedstawia tabela 46.

TABELA 46. CO NALEŻAŁOBY ZMIENIĆ W RAMACH OFERTY TURYSTYCZNEJ MIASTA?

	N	%
wypromować miasto poprzez media	65	26,1
zorganizować więcej imprez kulturalnych i sportowych	25	10
rozbudować i zmodernizować linię brzegową Jeziora Elckiego	14	5,6
zwiększyć i zmodernizować istniejącą bazę noclegową	11	4,4
nie wiem, trudno powiedzieć	9	3,6
modernizacja muzeów elckich oraz budowa Muzeum Ziemi Elckiej	9	3,6
połączyć kanałem jezioro Elckie z Wielkimi Jeziorami Mazurskimi	8	3,2
Udoskonalić i oznakować szlaki turystyczne	8	3,2
polepszyć jakość dróg	7	2,8
nie ma potrzeby wprowadzania zmian	5	2
zmodernizować kino	5	2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

bardziej wypromować Ełcką Kolej Wąskotorową	3	1,2
wzbogacić ofertę turystyczną	3	1,2
zaadoptować część miasta pod "starówkę"	2	0,8
stworzyć więcej parkingów	2	0,8
zbudować wyciąg narciarski	2	0,8
modernizacja parków spacerowo - wypoczynkowych	2	0,8
zwiększyć ilość atrakcji dla dzieci	2	0,8
Zwiększyć jakość usług świadczonych przez instytucje turystyczne	1	0,4
zbudować tor saneczkowy	1	0,4
brak danych	65	26,1
ogółem	249	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

86,6% respondentów zadeklarowało, że ich firma/instytucja nie posiada własnych produktów turystycznych. Zaledwie 8,9% respondentów (18 osób) odpowiedziało, że ich firma posiada produkt turystyczny. Z tego wniosek, że niewiele firm w Mieście Ełku może poszczycić promowaniem jakiegoś charakterystycznego, wyjątkowego produktu.

TABELA 47. CZY PANA/I FIRMA POSIADA WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
nie	175	86,6
tak	18	8,9
brak danych	9	4,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tabela 48 przedstawia wskazane przez respondentów produkty turystyczne jakie tworzy ich firma/instytucja. 12,5% wskazań respondentów dotyczyło cyklicznej imprezy „Frutti di Logo” oraz hal sportowych i Parku Wodnego jako firmowych produktów turystycznych.

TABELA 48. PROSZĘ WYMIENIĆ WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
„Frutti di Lago, czyli kulinarne skarby jezior”	3	12,5
hale sportowe	3	12,5
Park Wodny	3	12,5

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Mazurskie Lato Kabaretowe „Mulatka”	2	8,3
Stadion miejski	2	8,3
Kolej wąskotorowa	2	8,3
Fast food, bar szybkiej obsługi	1	4,2
Międzynarodowy Festiwal Folkloru „Tęcza”	1	4,2
Festiwal „Ogień i woda”	1	4,2
Jazda konna	1	4,2
brak danych	5	20,8
ogółem	24	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 18, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu tworzenia produktów turystycznych firmy/instytucje mogą ze sobą współpracować. Taką współpracę deklaruje 77,8% respondentów, którzy przyznali, że tworzą produkt turystyczny. Tylko 11,1% respondentów stwierdziło, iż ich firma nie współpracuje z innymi firmami w kreacji wspólnego produktu turystycznego.

TABELA 49. CZY WSPÓŁPRACUJE PANA/I FIRMA Z INNYMI FIRMAMI W TWORZENIU WSPÓLNYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	14	77,8
nie	2	11,1
brak danych	2	11,1
ogółem	18	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

72,2% ankietowanych na pytanie czy ich firma/instytucja prowadzi działania w celu promocji turystyki, odpowiedziało, że tak. Zaś 22,2% przyznało, że ich firma nie prowadzi żadnych działań marketingowych. Respondenci dostrzegają istotną rolę stosowania narzędzi marketingowych w promowaniu turystyki.

TABELA 50. CZY PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
tak	13	72,2
nie	4	22,2
brak danych	1	5,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ogółem	18	100
--------	----	-----

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Do najczęstszych działań marketingowych w celu promocji turystyki należą: promocja przez media (35,3% wskazań), Internet (23,5% wskazań), ulotki (14,7% wskazań), plakaty (11,8% wskazań) – czyli wszystkie te działania, które mają na celu udzielanie informacji.

TABELA 51. JAKIE PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
Media	12	35,3
Internet	8	23,5
Ulotki	5	14,7
Plakaty	4	11,8
współpraca z ośrodkami kulturowymi	2	5,9
Biuletyny	2	5,9
Notatki	1	2,9
ogółem	34	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 13, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część Bloku I dotyczyła tego, czy firmy posiadają plan rozwoju działalności gospodarczej oraz czy korzystają z funduszy bądź programów rozwoju gospodarczego. Na oba te pytania żaden respondent nie udzielił odpowiedzi „tak”. Respondenci nie dostrzegają ważności posiadania planu rozwoju działalności gospodarczej, jako pomocnego narzędzia określającego sposoby działania i osiągnięcia założonych przez firmę celów. Wśród respondentów nie jest także popularne korzystanie z programów/funduszy rozwoju społecznego.

TABELA 52. CZY PANA/I FIRMA POSIADA PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

	N	%
tak	0	0
nie	16	88,9
brak danych	2	11,1
ogółem	18	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 53. CZY PANA/I FIRMA KORZYSTA Z FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO?

	N	%
tak	0	0
nie	16	88,9
brak danych	2	11,1
ogółem	18	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIASTA ELK ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ

Z analizy danych wynika, iż Miasto Elk jest obszarem atrakcyjnym turystycznie. Bogactwo jego walorów przyrodniczych i turystycznych jest dostrzegane przez 99% respondentów, którzy wzięli udział w badaniu.

Elk jako stolica Mazur i główny ośrodek edukacyjny, gospodarczy oraz turystyczny regionu, posiada zróżnicowane bogactwo naturalne. Wśród kluczowych elementów krajobrazu ziemi elckiej wymienia się przede wszystkim liczne jeziora, których liczbę szacuje się na ok. 40 zbiorników wodnych o powierzchni powyżej 1 ha. W całym powiecie elckim liczba jezior wynosi 88. Obecność jezior w pobliżu domostw, wiosek oraz na obszarach leśnych, czyni pejzaż elcki prawdziwie wyjątkowym. Najpopularniejszymi jeziorami na terenie Elku są oczywiście główne jeziora otaczające miasto, a mianowicie: Jezioro Elckie, Selmęt Wielki, Selmęt Mały oraz Sunowo. To tam mieszkańcy Elku najczęściej wybierają się by odpocząć nad wodą, te jeziora cieszą się także dużą popularnością turystów. Najatrakcyjniejsze ze wspomnianych jezior jest **jezioro Elckie** wchodzące w skład wód powierzchniowych miasta Elk. Nad tym jeziorem znajduje się plaża miejska, wypożyczalnie sprzętu wodnego oraz **promenada elcka**, która stanowi o wyjątkowości Miasta (Promenada skupia wiele elementów życia kulturalnego miasta, w szczególności puby oraz restauracje, biegnie nią także ścieżka rowerowa, a w sezonie letnim odbywa się tu „Mazurskie Kino pod Gwiazdami”). Wspomniana promenada jest bez wątpienia ważnym elementem turystycznym miasta Elk. Większa liczba imprez letnich np. koncertów – sugestia respondentów, nad promenadą mogłaby przyczynić się do wzrostu popularności Elku w regionie). Niestety respondenci dostrzegają konieczność unowocześnienia i poprawy wyposażenia plaży

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

miejskiej, której oferta jest ich zdaniem mało atrakcyjna. W szczególności wskazują na brak wypożyczalni sprzętu turystycznego oraz imprez rekreacyjnych organizowanych na wspomnianym jeziorze, np. rejsów. Ponadto mieszkańcy Elku zauważają postępującą degradację jeziora Elckiego, które z powodu nadmiernego dopływu zanieczyszczeń z miasta, posiada bardzo zanieczyszczoną i mętną wodę oraz dno. Miasto stara się rekultywować swoje jezioro, co przynosi pozytywne efekty w postaci wzrostu ilości tlenu w wodach i warstwach przydennych, jednakże może warto by pomyśleć nad stworzeniem kąpieliska na jakimś mniej zanieczyszczonym brzegu jeziora, by mieszkańcy oraz turyści mogli z zadowoleniem oddawać się uciechom wodnym, nie zmąconym złą jakością wody.

Wśród wód powierzchniowych jako najważniejszych bogactw naturalnych Elku wymienia się także rzekę. **Rzeka Elk** jest dobrze znanym respondentom oraz turystom zbiornikiem rzeczny, którego potencjał jest odpowiednio wykorzystywany jako m.in. trasa szlaków kajakowych.

Elk posiada także parki spacerowo-wypoczynkowe, wśród których respondenci za najpopularniejsze uznali **Park Solidarności** oraz **Park Jana Pawła II**. Najwięcej turystów kieruje się do właśnie do Parku Solidarności, który jest Parkiem Miejskim, by zażyć świeżego powietrza oraz znaleźć wytchnienie na łonie zieleni miejskiej. W ostatnim czasie wspomniany Park został odrestaurowany, co jest dodatkowym czynnikiem potęgującym atrakcyjność tego miejsca.

Niestety na terenie Elku, ani w najbliższej okolicy nie występują żadne puszcze oraz rezerwy. Pod tym względem Miasto Elk wypada mniej korzystnie w porównaniu z miastem Augustowem czy Suwałkami. Respondenci nie wspominali też szczególnie popularnych pomników przyrody.

Ogólnie rzecz biorąc, teren miasta Elk sam w sobie jest atrakcyjny przyrodniczo, nie ze względu na miejsca objęte ochroną, ale na wspaniałe krajobrazy, będące wynikiem ostatniego zlodowacenia oraz mnóstwa obszarów leśnych i jezior tworzących swoisty mikroklimat, a będący doskonałym miejscem docelowym dla turystów poszukujących wypoczynku na łonie dziewiczej natury.

Wśród najważniejszych zabytków Elku, które stanowią o wyjątkowości badanego obszaru, respondenci wskazują przede wszystkim **Ruiny Zamku Krzyżackiego** znajdujące się na wyjątkowym półwyspie, połączonym z miastem za pomocą mostu. Wspomniany zamek

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

jest prawdziwą perłą wśród ełckich zabytków. Niegdyś wspaniała forteca i powód do dumy Ełku, dziś brak funduszy finansowych i potencjalnych źródeł finansowania spowodowały iż obiekt jest bardzo zaniedbany. Zamek nie został nigdy odrestaurowany, gdyż wieloletnie próby sprzedaży kończyły się niepowodzeniem, aż do roku 2010. W tym roku zamek został sprzedany dla ełckiego przedsiębiorcy z przeznaczeniem na usługi hotelowe. Inwestycja ta ma być zrealizowana w ciągu pięciu lat. Respondenci chętnie widzieliby muzeum w zamku, jednakże z racji rozpoczętej w nim inwestycji mającej na celu adaptację obiektu na hotel, sugestie ankietowanych nie są możliwe do zrealizowania. Kolejnym popularnym zabytkiem jest **Wieża Ciśnień**, która jest jedną z najwyższych i najstarszych budowli w Ełku, a w której aktualnie mieści się „Muzeum Kropli Wody”. Wieża oraz sposób jej funkcjonowania jest dobrym przykładem właściwego wykorzystania potencjału turystycznego i rzetelnego działania twórców oferty turystycznej Miasta. Oprócz wymienionych wyżej zabytków, sporą popularnością cieszą się także Kościoły: **pod wezwaniem Najświętszego serca Pana Jezusa** oraz **pod wezwaniem św. Wojciecha**. Kolejną wspaniałą atrakcją jest **Ełcka Kolej Wąskotorowa**, która jest jakże charakterystycznym produktem turystycznym Ełku. Teren Ełckiej Kolei Wąskotorowej jest zmodernizowany, a kolejka cieszy się znaczącym zainteresowaniem turystów oraz stanowi element przyciągający odwiedzających do Miasta.

Wśród muzeów wartych odwiedzenia respondenci wymieniali przede wszystkim **Muzeum Zabytków Kolejnictwa**, które choć nieduże, ma w swoich zbiorach wiele, bardzo interesujących eksponatów, tworzących niepowtarzalny klimat, czyniący miejsce wartym zobaczenia. Wśród turystów popularne jest także **Muzeum Kropli Wody**, wspomniane wyżej.

Najbardziej charakterystycznymi dla Ełku imprezami kulturalnymi są **Mazurskie Lato Kabaretowe „MULATKA”** oraz **Festiwal „Ogień i Woda”**. Obie imprezy są bardzo popularne wśród mieszkańców oraz przybywających do miasta turystów. Obie imprezy są także odpowiednio promowane, co łączy się zapewne z ich dużą popularnością i dlatego stanowią istotne elementy oferty turystycznej Ełku. Jak wynika z analizy danych, niewielkim zainteresowaniem cieszą się **Dni Ełku**, które choć powinny być główną imprezą promującą miasto, cieszą się raczej tylko popularnością mieszkańców. Być może wzbogacenie Dni Ełku o elementy podkreślające wartość miasta jako docelowego obszaru turystycznego, spowodowałoby wzrost popularności imprezy.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Imprezy folklorystyczne nie są popularne w Elku. Odbywający się tam **Międzynarodowy Festiwal Folkloru „Tęcza”**, jest interesujący tylko dla wąskiej grupy odbiorców.

Jak wynika z analizy danych, wśród wydarzeń sportowych, oprócz zwykłych meczów, turniejów czy zawodów, na terenie Elku istnieją następujące przedsięwzięcia sportowo-rekreacyjne najbardziej popularne wśród respondentów: **Gala Boksu Zawodowego** oraz **Mistrzostwa Polski Skuterów Wodnych** oraz **Mazurskie Lato Balonowe**. Z analizy danych wynika, iż Miasto powinno wzbogacić swoją ofertę turystyczną o większą liczbę imprez rekreacyjno-sportowych.

Wśród popularnych szlaków turystycznych respondenci wskazali **szlak „Promenadą Elcką”**, **szlak „Białej Lili”** oraz **szlak kajakowy rzeką Elk**. Bez wątplenia miasto posiada w swoich zasobach dużą liczbę tras i ścieżek turystycznych, zarówno pieszych, jak i rowerowych oraz kajakowych. Są one popularne także wśród turystów, którzy pragną zwiedzić okoliczne tereny, jednakże oznakowanie wspomnianych tras odbiega standardami od oznaczeń właściwych. Tego zdania jest znaczna część respondentów. Warto byłoby odnowić i ulepszyć istniejące oznaczenia wszelkich tras oraz zwiększyć ich czytelność.

Bez wątplenia wspaniałą atrakcją turystyczną Elku jest istniejący w Mieście **Park Wodny MOSiR**. Jest to element wyróżniający Elk na tle innych miejscowości objętych badaniem. Miasto obfituje także w liczne parki zabaw dla dzieci (te osiedlowe oraz przy plaży miejskiej, a także sala zabaw dla dzieci „Figloraj”), toteż turyści z dziećmi nie będą się nudzić.

Na terenie Miasta Elk prężnie funkcjonuje **Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji**. W jego skład wchodzi liczne obiekty rekreacyjne, basen, stadion, plaża miejska, park wodny, kort tenisowy, wszystkie te obiekty cieszą się dużym zainteresowaniem mieszkańców, a mniejszym turystów. Mimo, iż działalność wspomnianych obiektów jest bardzo dobra, nie są znaczącymi atrakcjami turystycznymi, za wyjątkiem należącego do MOSiR parku wodnego, który jest bardzo popularny także wśród turystów.

Mieszkańcy Elku wskazują, że odczuwają brak **nowoczesnego kina** w swoim mieście, które zapewne cieszyłoby się ogromną popularnością, także turystów. Wspominają też o zbyt małej ilości imprez kulturalnych i sportowych. Należy zaznaczyć, iż miasto dysponuje szerokim kalendarzem imprez wszelkie rodzaju, w tym kulturalnych, jednakże zdaniem

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ankietowanych mogłaby ich powstać jeszcze większa oraz bardziej zróżnicowana ilość, by zaspokoić oczekiwania różnorodnych grup turystów. Z analizy danych wynika, iż powinna powstać przede wszystkim większa liczba imprez sportowych.

Niestety większość respondentów nie zna miejscowości wchodzących w skład regionu EGO SA oraz szlaków łączących wspomniane miejscowości. Potrzebna jest zdecydowanie skuteczniejsza i na większą skalę promocja regionu w mediach, by uświadomić odbiorców o istnieniu tak ciekawej inicjatywy miast Elku, Gołdapi, Olecka, Suwałk oraz Augustowa.

Z analizy danych wynika, iż istnieje wyraźna potrzeba rozbudowy bazy noclegowej oraz obiektów gastronomiczno-rozrywkowych w mieście Elku. Wśród tych obiektów najpopularniejsze są: **Hotel „Rydzewski”, Pensjonat „Grażyna”, Hotel „Gryfia-Mazur” w Szeligach, Kula Hula Mega Pizza, Restauracja i pub „Kuznia Smaku”, Restauracja i pub „Bryza”, Restauracja „Biały Żagiel”, Castle Club Berliński, Pub Smętek, Night Club Laguna oraz Bowling Club Rydzewski.** Uzyskane dane pozwalają także twierdzić, iż w ramach rozbudowy bazy noclegowej i gastronomiczno-rozrywkowej w mieście powinny powstać przede wszystkim schroniska turystyczne, hotele*** oraz domki wczasowe, a także kawiarnie.

Stan dróg w Elku oraz okolicach jest jednoznacznie zły i wymaga modernizacji, by nie hamować rozwoju turystyki w mieście. Sytuacja wygląda podobnie jeśli chodzi o miejsca parkingowe na terenie Elku. Być może dlatego respondenci uznali, iż najlepszym sposobem przemieszczania się po mieście będzie spacer. Dlatego ważne jest by na terenie miasta oraz w okolicach była wystarczająca liczba **ścieżek pieszych oraz rowerowych.**

Miasto Elk posiada bogaty **zasób usług około-turystycznych.** Turyści nie będą mieli trudności z odnalezieniem tu bankomatu, poczty czy sklepu spożywczego.

Z analizy uzyskanych w toku badań danych wynika, iż Elk jest w stanie przyjąć jednorazowo od 1 tys. do 5 tys. turystów. Jest to zbyt mała liczba by miasto mogło w pełni rozwijać cały potencjał turystyczny. Dlatego ważna jest rozbudowa obiektów noclegowych oraz gastronomiczno-rozrywkowych by zaspokoić oczekiwania szerokiej rzeszy turystów.

Co ważne, aby miasto mogło szcycić się wysokim poziomem i zakresem świadczonych usług turystycznych, niezbędne jest urozmaicenie oferty turystycznej także w **atrakcje zimowe**, by ruch turystyczny nie ograniczał się tylko do sezonu letniego.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z analizy danych wynika, iż miasto nie wykorzystuje w pełni swojego potencjału turystycznego, więc być może znajdują się jakieś atrakcje, które można by zorganizować w sezonie zimowym.

Podsumowując: Miasto Ełk ma jeszcze duży potencjał turystyczny do wykorzystania. Walory oraz atrakcje, o które mógłby wzbogacić istniejącą ofertę turystyczną to:

- stworzenie nowego kąpieliska na niezanieczyszczonym brzegu jeziora Ełckiego,
- organizacja większej liczby imprez sportowo-rekreacyjnych (pikniki rodzinne, zawody rekreacyjne),
- większa i lepsza promocja Dni Ełku,
- poprawa oznakowania istniejących szlaków turystycznych oraz stworzenie nowych, w szczególności ścieżek rowerowych,
- modernizacja starego lub budowa nowego, nowoczesnego kina,
- budowa nowych schronisk turystycznych, hoteli***, domków czasowych oraz kawiarni,
- poprawa stanu infrastruktury drogowej,
- wprowadzenie do oferty turystycznej atrakcji w sezonie zimowym.

2. Gmina Gołdap

Charakterystyka badanej zbiorowości

Drugim obszarem należącym do krainy EGO SA, który wziął udział w badaniu jest gmina Gołdap, z którego przebadano 166 przedstawicieli instytucji i przedsiębiorstw, które związane są z działalnością turystyczną.

Spśród wszystkich respondentów 57,8% stanowili reprezentanci bazy noclegowej, a 9,6% przedstawiciele organizacji turystycznych oraz obiektów gastronomicznych.

TABELA 54. RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	N	%
baza noclegowa	96	57,8
organizacja turystyczna	16	9,6
obiekt gastronomiczny	16	9,6
obiekt sportowy	14	8,4
jednostka samorządowa	14	8,4
obiekt kulturowy	9	5,4
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W przebadanych podmiotach w czasie przeprowadzania badania zatrudnionych było około 2938 osób (2 osoby nie odpowiedziały na to pytanie), z czego 48,2% stanowiły kobiety (2 osoby nie wskazały liczby zatrudnionych kobiet). Kobiety stanowią więc blisko połowę wszystkich zatrudnionych.

TABELA 55. ILOŚĆ ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW

	N	%
liczba zatrudnionych osób - ogółem	2938	100
liczba zatrudnionych osób - kobiety	1417	48,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie zajmowanego stanowiska. Rozkład tej zmiennej z podziałem na instytucje/przedsiębiorstwa przedstawia *tabela 57*.

Reprezentanci podmiotów związanych z turystyką w Gminie Gołdap w większości legitymują się wykształceniem średnim bądź wyższym. Osoby te łącznie stanowią 75,9%, co świadczy o wysokim poziomie edukacji pracowników w instytucjach związanych z działalnością turystyczną.

TABELA 56. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW

	N	%
średnie	83	50
wyższe	43	25,9
zasadnicze zawodowe	29	17,5
gimnazjalne	7	4,2
podstawowe	4	2,4
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 57. STANOWISKO RESPONDENTA A RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	brak danych	baza noclegowa	organizacja turystyczna	obiekt gastronomiczny	obiekt kulturowy	obiekt sportowy	jednostka samorządowa	Ogółem
dyrektor	-	1	-	-	-	2	-	3
instruktor	-	-	-	-	-	3	-	3
kadrowa	-	-	-	-	1	-	1	2
kierowca	-	1	-	-	-	-	-	1
kierownik	-	4	-	-	-	-	1	5
księgowa	-	1	-	-	-	-	2	3
menager	-	3	-	2	-	3	-	8
obsługa klienta	-	26	1	1	1	3	-	31
pracownik	1	38	13	9	4	1	2	68
referent	-	-	1	-	-	-	3	4
specjalista	-	2	1	-	3	1	1	8
właściciel	-	20	-	4	-	1	4	29
ogółem	1	96	16	16	9	14	14	166

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Potencjał turystyczny Gminy Gołdap

W pytaniu 1 Bloku I 98,8% respondentów przyznało, że Gmina Gołdap posiada walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów. Można więc stwierdzić, iż respondenci dostrzegają atrakcyjność przyrodniczą terenu objętego badaniem.

TABELA 58. CZY ISTNIEJĄ WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE, KTÓRE PRZYCIĄGAJĄ TURYSTÓW DO PANA/I GMINY?

	N	%
tak	164	98,8
brak danych	2	1,2
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie pytanie drugie i trzecie dotyczyło znanych walorów i atrakcji przyrodniczych występujących w Gminie Gołdap oraz tego, które z nich cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Odpowiedzi w obu pytaniach w znacznej mierze pokrywały się ze sobą.

Bardzo ważnym czynnikiem, wpływającym na rozwój turystyki w regionie EGO SA jest występowanie wielu jezior. Osoby, które wzięły udział w badaniu, zostały zapytane w pierwszej kolejności o występujące na tym terenie jeziora. Największy procent odpowiedzi dotyczył Jeziora Gołdap. 82,7% wszystkich odpowiedzi stanowiło właśnie to jezioro, które cieszy się również największą popularnością wśród przybywających do gminy turystów (84,9% wszystkich odpowiedzi).

Innymi równie popularnymi jeziorami są: Stańczyki (6,6% wskazań) oraz jezioro Czarne (5,1% wskazań). Jednakże zdecydowanie największą popularnością jako miejsce wodnej rekreacji, cieszy się jezioro Gołdap.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 59. JEZIORA

	JEZIORA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Gołdap	162	82,7	157	84,9
Stańczyki	13	6,6	5	2,7
Czarne	10	5,1	8	4,3
Pluszkiejmy	7	3,6	5	2,7
Ostrówek	4	2	1	0,5
brak danych	4	2	9	4,9
Ogółem	196	100	185	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym bogactwem przyrodniczym gminy, oprócz wspomnianych wcześniej jezior, jest rzeka Gołdapa. 70,9% odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące występujących w gminie rzek, dotyczyło właśnie Gołdapy, która także wśród turystów cieszy się dużym zainteresowaniem (83,2% wszystkich odpowiedzi). Może to być związane z faktem, iż rzeka jest wykorzystana m.in. jako trasa szlaków kajakowych.

TABELA 60. RZEKI

	RZEKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Gołdapa	161	70,9	153	83,2
Węgorapa	24	10,6	11	6
Jarka	23	10,1	5	2,7
Błędzianka	15	6,6	4	2,2
brak danych	4	1,8	11	6
ogółem	227	100	184	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W niniejszym badaniu respondenci zostali również poproszeni o wskazanie istniejących parków na terenie gminy oraz o określenie, które z nich są najbardziej popularne wśród turystów. Osoby, które wzięły udział w badaniu, wskazywały najczęściej Park Krajobrazowy Puszczy Rominckiej (78,3% wszystkich odpowiedzi), ale także parki

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

rozumiane jako spacerowo - wypoczynkowe, a nie jako miejsca objęte ochroną, czyli Park Internowanych przy ulicy Warszawskiej (1,2% wskazań), oraz Park Miejski na Placu Zwycięstwa w Gołdapi (4,2% wskazań).

TABELA 61. PARKI

	PARKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Park Krajobrazowy Puszczy Rominckiej	130	78,3	104	61,9
Park Miejski	7	4,2	10	6
Park Internowanych	2	1,2	1	0,6
brak danych	27	16,3	53	31,5
ogółem	166	100	168	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część pytania drugiego, a zarazem trzeciego tyczyła się puszczy występujących na objętym badaniem obszarze. 75,1% wskazań dotyczyła Puszczy Rominckiej. Według respondentów puszcza ta cieszy się największym zainteresowaniem także wśród przybywających tu turystów (82,3% wszystkich odpowiedzi). Osoby, które wzięły udział w badaniu wspominały również Puszcę Borecką (23% wskazań).

TABELA 62. PUSZCZE

	PUSZCZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Puszcza Romincka	163	75,1	153	82,3
Puszcza Borecka	50	23	26	14
brak danych	4	1,8	7	3,8
ogółem	217	100	186	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci reprezentujący Gminę Gołdap zostali zapytani także o występujące na tutejszym obszarze pomniki przyrody. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że najbardziej znanymi pomnikami przyrody są: zabytkowy 280-letni dąb (11,5% wskazań) oraz 180-letni klon znajdujące się na Placu Zwycięstwa w Gołdapi (11,8% wskazań), a także Głazy Wilhelma II w Puszczy Rominckiej (7,3% wskazań). Zdaniem respondentów, najpopularniejszym pomnikiem przyrody wśród przybywających turystów są właśnie Głazy Wilhelma II (7,7% wskazań).

TABELA 63. POMNIKI PRZYRODY

	POMNIKI PRZYRODY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
180-letni klon pospolity (Gołdap - Plac Zwycięstwa)	34	11,8	15	6,4
280-letni dąb szypułkowy (Gołdap - Plac Zwycięstwa)	33	11,5	16	6,9
głazy Wilhelma II (Puszcza Romincka)	21	7,3	18	7,7
dąb szypułkowy (Gołdap - ul. Malarska)	21	7,3	7	3
głazy narzutowe (Leśnictwo Nasuty)	20	7	18	7,7
klon pospolity (Juchnajcie)	19	6,6	12	5,2
sosna wejmutka (Leśnictwo Błudzie)	13	4,5	-	-
dąb szypułkowy (Jurkiszki)	13	4,5	9	3,9
klon pospolity (Jurkiszki)	10	3,5	7	3
głaz narzutowy (Leśnictwo Rogonie)	9	3,1	1	0,4
dąb szypułkowy (obrzeża Gołdapi)	8	2,8	2	0,9
buk purpurowy (Blenda)	7	2,4	3	1,3
W Puszczy Rominckiej	7	2,4	5	2,1
dąb szypułkowy (Gołdap, ul. Pionierska)	3	1	5	2,1
klon pospolity (Gołap, ul. Wolności)	3	1	-	-
dąb szypułkowy (Kalisze)	3	1	-	-
Mokradła Puszczy Rominckiej	1	0,3	-	-
Piramida w Rapie	-	-	22	9,4
buk pospolity (Galwiecie)	-	-	2	0,9

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

klon pospolity (Galwiecie)	-	-	1	0,4
W Lesie Kumiecie	-	-	1	0,4
brak danych	62	21,6	89	38,2
ogółem	287	100	233	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część pytania drugiego i trzeciego dotyczyła występujących na objętych badaniem terenach rezerwatów. Respondenci wymieniali najczęściej Rezerwat „Boczki” (24% wszystkich odpowiedzi), a także „Czerwona Struga” (20,3% wszystkich odpowiedzi) oraz „Mechacz Wielki” (20,3% wszystkich odpowiedzi) znajdujące się w Puszczy Rominckiej. Te same rezerваты zdaniem respondentów są popularne wśród turystów.

TABELA 64. REZERWATY

	REZERWATY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Rezerwat "Boczki"	104	24	61	19,4
Rezerwat "Czerwona Struga"	88	20,3	51	16,2
Rezerwat "Mechacz Wielki"	88	20,3	57	18,2
Rezerwat "Dziki Kąt"	67	15,5	39	12,4
Rezerwat "Żytkiejmska Struga"	43	9,9	23	7,3
Rezerwat "Cisowy Jar"	10	2,3	7	2,2
Rezerwat "Uroczysko Kramnik"	5	1,2	10	3,2
Rezerwat "Władysława Szafera" (gminy Hajnówka i Białowieża)	5	1,2	5	1,6
W Lesie Kumiecie	1	0,2	0	0
Rezerwat "Stara Ruda"	0	0	3	1
Rezerwat "Brzozowy Grąd"	0	0	3	1
Rezerwat "Jezior Kolno"	0	0	2	0,6
Rezerваты Puszczy Boreckiej	0	0	1	0,3
brak danych	22	5,1	52	16,6
ogółem	433	100,0	314	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci mogli wskazać również te walory i atrakcje przyrodnicze, które nie kwalifikują się do podanych w pytaniach drugim i trzecim kategorii (jeziora, rzeki, parki, puszcze, pomniki przyrody, rezerваты), a które według nich również zasługują na uwagę.

Najczęściej pojawiającą się odpowiedzią, której udzielali respondenci w tej części analizowanych pytań, była zdecydowanie Piękna Góra wraz z całą swoją infrastrukturą (59% wszystkich odpowiedzi), która cieszy się ogromnym zainteresowaniem także wśród turystów. Piękna Góra, na której znajduje się także wyciąg narciarski jest unikatowym zjawiskiem w całym regionie, dlatego też popularność jaką cieszy się wśród respondentów jest nieadekwatnie mała i wymaga zmiany na lepsze.

TABELA 65. INNE WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE

	INNE WALORY I ATRAKCJE...			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Piękna Góra (np. Kolej Krzeselkowa)	69	59	71	42,3
Tatarska Góra	19	16,2	25	14,9
Szeskie Wzgórza (Garb Szeski)	14	12	42	25
Bezkrwawe Safari – Hodowla dzikich zwierząt	7	6	2	1,2
zabytkowa wieża ciśnień	3	2,6	0	0
Las Kumiecie	2	1,7	2	1,2
Piramida w Rapie	1	0,9	0	0
Uzdrowisko Vital	1	0,9	0	0
Stańczyki (zabytkowe mosty)	1	0,9	5	3
Lasy Skaliste (gmina Banie Mazurskie)	0	0	8	4,8
Rezerwat "Żytkiejmska Struga"	0	0	4	2,4
Rezerwat "Dziki Kąt"	0	0	4	2,4
Głazy Wilhelma II (Puszcza Romincka)	0	0	2	1,2
Wielki Szlak Mazur Garbatych	0	0	2	1,2
jeziora polodowcowe	0	0	1	0,6
ogółem	117	100	168	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent nie musiał udzielać odpowiedzi na to pytanie



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z powyższej analizy wynika, iż gmina Gołdap jest bardzo atrakcyjna, jeśli chodzi o zasoby przyrody. Związane jest to głównie z występowaniem tu suto zarybionych jezior, okazałych lasów oraz przepięknych krajobrazów, na które składają się m.in. liczne rezerwy przyrody, co potwierdza słuszność przynależności gminy do regionu EGO SA. Ponadto gmina Gołdap położona jest na terenie Zielonych Płuc Polski, a miasto Gołdap jest stolicą obszaru Mazur Garbatych, które jako jedyne w województwie posiada status uzdrowiska.

Pytania 4 i 5 zamieszczone w ankiecie dotyczyły walorów i atrakcji turystycznych, czyli istniejących i cieszących się największą popularnością wśród turystów zabytków, muzeów, wydarzeń kulturalnych, imprez folklorystycznych oraz wydarzeń sportowo – rekreacyjnych.

Najbardziej znanymi respondentom, a zarazem najbardziej cenionymi przez turystów zabytkami w gminie są zlokalizowane w Gołdapi:

- Kościół parafialny św. Leona i Bonifacego (29,6% wskazań),
- Kościół parafialny pw. Najświętszej Marii Panny Matki Kościoła (25,7% wskazań),
- zabytkowa wieża ciśnień (22,1% wskazań),

a także:

- Piramida w Rapie (7,2% wskazań) oraz
- kompleks poniemieckich bunkrów - kwatera Luftwaffe z II wojny światowej mieszcząca się w Lesie Kumiecie na obrzeżach miasta Gołdap (4,8% wskazań).

TABELA 66. ZABYTKI

	ZABYTKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Kościół parafialny św. Leona i Bonifacego (Gołdap)	99	29,6	45	18
Kościół parafialny pw. Najświętszej Marii Panny Matki Kościoła (Gołdap)	86	25,7	56	22,4
zabytkowa wieża ciśnień (Gołdap)	74	22,1	88	35,2
Piramida w Rapie	24	7,2	23	9,2
kompleks poniemieckich bunkrów - kwatera	16	4,8	15	6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Luftwaffe z II wojny światowej (Gołdap)				
Stańczyki (zabytkowe mosty)	9	2,7	5	2
kamienice w Gołdapi	7	2,1	3	1,2
Pałac w Mieduniszkach Wielkich	6	1,8	0	0
XIX-wieczny dwór w Rogajnach	3	0,9	0	0
Cmentarz Żydowski w Gołdapi	2	0,6	0	0
Cmentarz Ewangelicki w Gołdapi	2	0,6	0	0
Cmentarz z I wojny światowej	2	0,6	0	0
Ełcka Kolej Wąskotorowa	1	0,3	0	0
koszary w Gołdapi	0	0	1	0,4
Park Miejski w Gołdapi	0	0	1	0,4
brak danych	4	1,2	13	5,2
ogółem	335	100	250	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w niniejszym badaniu reprezentowały Gminę Gołdap wskazywały, iż najbardziej znaną i najpopularniejszą także wśród turystów imprezą kulturalną w gminie są „Dni Gołdapi” (36,1% wszystkich odpowiedzi), w czasie których odbywają się liczne koncerty, imprezy sportowe oraz wydarzenia towarzyszące, takie jak honorowe krwiodawstwo. Kolejnymi ważnymi imprezami kulturalnymi są: bardzo popularny wśród mieszkańców gminy oraz turystów Festiwal Pogranicza „Kartaczewo” (16,1% wszystkich odpowiedzi) oraz „Międzynarodowy Konkurs Krzyku” w Gołdapi (12,9% wszystkich odpowiedzi respondentów). Tak duża popularność jaką cieszą się „Dni Gołdapi” świadczy zapewne o dobrej promocji imprezy.

TABELA 67. WYDARZENIA KULTURALNE

	WYDARZENIA KULTURALNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
"Dni Gołdapi"	112	36,1	104	44,1
Festiwal Pogranicza "Kartaczewo" w Gołdapi	50	16,1	37	15,7
"Międzynarodowy Konkurs Krzyku" w Gołdapi	40	12,9	23	9,7
Zjazd Bardów (Gołdap)	18	5,8	1	0,4
"Kierunek Gołdap"	12	3,9	9	3,8
Lato z Radiem 5 w Gołdapi	10	3,2	4	1,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

"Mazoory Style Connection" - Ogólnopolska Impreza Hiphopowa w Gołdapi	7	2,3	3	1,3
Międzynarodowe Warsztaty „Spotkania z Tańcem” w Gołdapi	6	1,9	0	0
Dożynki	5	1,6	0	0
Wystawy w galerii K2 (Gołdap)	4	1,3	5	2,1
Koncerty Szkoły Muzycznej (Gołdap)	4	1,3	0	0
Festiwal Folkloru Dzieci i Młodzieży "Tęczą" w Elku	4	1,3	0	0
Maraton Gitarowy "Erupcja" w Gołdapi	3	1	4	1,7
Jesienne Dni Literatury w Gołdapi	2	0,6	0	0
Festiwal Transmisja w Gołdapi	2	0,6	0	0
Coroczny Koncert Świąteczno-Noworoczny w Gołdapi	2	0,6	0	0
440-lecie miasta Gołdap	2	0,6	3	1,3
"Przystanek Gołdap" (już nieistniejący)	2	0,6	2	0,8
Półmaraton Gusiew - Gołdap	1	0,3	2	0,8
Konkurs Picia Piwa w Gołdapi	0	0	2	0,8
inne	4	1,3	2	0,8
brak danych	20	6,5	35	14,8
Ogółem	310	100	236	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część pytań 4 i 5 dotyczyła odbywających się w gminie Gołdap imprez folklorystycznych. Respondenci bardzo często utożsamiali imprezy kulturalne z folklorystycznymi, toteż wskazania imprez folklorystycznych w dużej mierze pokrywają się z wskazaniami imprez kulturalnych. Poza wcześniej już wymienianymi „Dniami Gołdapi” (17,3% wskazań) oraz Festiwalem „Kartaczewo” (12,8% wskazań), ankietowani wymieniali coroczne dożynki powiatowe (12,4% wskazań) oraz „Święto Chleba – Festyn Rodzinny w Gołdapi (8,8% wskazań). Co ciekawe, prawdziwe imprezy folklorystyczne odbywające się na terenie gminy Gołdap, cieszą się mniejszą popularnością niż imprezy kulturalne, które uchodzą za imprezy folklorystyczne.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 68. IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE

	IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
"Dni Gołdapi"	39	17,3	29	15,8
Festiwal Pogranicza "Kartaczewo" w Gołdapi	29	12,8	32	17,5
Dożynki	28	12,4	24	13,1
Święto Chleba - Festyn Rodziny w Gołdapi	20	8,8	4	2,2
Eko-piknik w Gołdapi	16	7,1	7	3,8
"Kierunek Gołdap"	11	4,9	0	0
Lato z Radiem 5 w Gołdapi	10	4,4	4	2,2
"Przystanek Gołdap" (już nieistniejący)	10	4,4	16	8,7
Konkurs Picia Piwa w Gołdapi	6	2,7	2	1,1
Międzynarodowe Warsztaty "Spotkania z Tańcem" w Gołdapi	5	2,2	0	0
Zespół Ludowy "Echo"	3	1,3	0	0
Zjazd Bardów w Gołdapi	2	0,9	7	3,8
Narciarski Bieg Jaćwingów w Gołdapi	2	0,9	0	0
"Międzynarodowy Konkurs Krzyku"	1	0,4	10	5,5
Międzynarodowy Przegląd Ukraińskich Widowisk Bożonarodzeniowych i Kolęd "Wertepy i Kolady)	0	0	2	1,1
inne	4	1,8	6	3,3
brak danych	40	17,7	40	21,9
Ogółem	226	100	183	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła muzeów – istniejących w gminie Gołdap oraz cieszących się największą popularnością wśród turystów. 86,1% wszystkich wskazań dotyczyło Muzeum Ziemi Gołdapskiej im. M. M. Ratasiewicza mieszczącego się w Gołdapi. Obiekt ten cieszy się również największym zainteresowaniem wśród przybywających na obszar gminy Gołdap zwiedzających (74,7% wszystkich odpowiedzi). Wspomniane muzeum jest zdecydowanie ważnym miejscem świadczącym o jakości gołdapskiej turystyki.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 69. MUZEA

	MUZEA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Muzeum Ziemi Gołdapskiej im. M. M. Ratasiewicza	143	86,1	124	74,7
Muzeum I Pułku Ułanów Krechowieckich w Augustowie	0	0	1	0,6
brak danych	23	13,9	41	24,7
ogółem	166	100	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Odpowiedzi respondentów dotyczące wydarzeń sportowo – rekreacyjnych były bardzo zróżnicowane. Najczęściej wskazywany przez respondentów był Narciarski Bieg Jaćwingów (45,3% wskazań), który uznali także za cieszący się największym zainteresowaniem wśród turystów (52% wskazań). Osoby ankietowane uznały także za atrakcyjną imprezy sportowe takie jak: Półmaraton Gusiew – Gołdap (22,1% odpowiedzi respondentów) oraz Mistrzostwa Polski w saneczkarstwie szosowym (12,3% odpowiedzi respondentów) i Cross Gołdapski (6,7% odpowiedzi respondentów). Narciarski Bieg Jaćwingów jest zdecydowanie najbardziej popularnym wydarzeniem sportowo-rekreacyjnym co wiąże się zapewne z dużą atrakcyjnością tego typu imprezy oraz odpowiednią reklamą. Wynikać to może także z faktu, iż Gołdap posiada bogatą infrastrukturę narciarską, z której czerpią zarówno mieszkańcy, jak i przybywający do gminy turyści.

TABELA 70. WYDARZENIA SPORTOWO-REKREACYJNE

	WYDARZENIA SPORTOWO-REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Narciarski Bieg Jaćwingów	129	45,3	115	52
Półmaraton Gusiew - Gołdap	63	22,1	40	18,1
Mistrzostwa Polski w saneczkarstwie szosowym w	35	12,3	9	4,1

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Gołdapi				
Cross Gołdapski	19	6,7	11	5
"Międzynarodowy Konkurs Krzyku"	6	2,1	5	2,3
turnieje piłkarskie	6	2,1	0	0
Biegi Uliczne, np. Bieg Zwycięstwa w Gołdapi	5	1,8	2	0,9
mecze ligowe Rominty Gołdap	5	1,8	2	0,9
"Family Cup" amatorskie zawody narciarskie	3	1,1	0	0
spływy kajakowe	0	0	4	1,8
inne	6	2,1	12	5,4
brak danych	8	2,8	21	9,5
ogółem	285	100	221	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Analizując potencjał turystyczny gminy Gołdap, pod względem walorów i atrakcji turystycznych, takich jak zabytki, muzea, wydarzenia kulturalne, imprezy folklorystyczne oraz wydarzenia sportowo – rekreacyjne, można zauważyć, że gmina jest miejscem bardzo atrakcyjnym turystycznie. Istnieje tu wiele miejsc wartych zobaczenia, a ponadto władze miasta Gołdap oraz ośrodki kulturowy i sportu starają się uprzyjemnić turystom pobyt organizując wiele imprez kulturalnych i sportowych.

Kolejne dwa pytania, a mianowicie pytanie szóste i siódme ankiety, dotyczyło atrakcji rekreacyjnych występujących w gminie Gołdap oraz cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów przybywających na jej obszar. Respondenci zostali zapytani o szlaki rowerowe, piesze, konne i kajakowe oraz o trasy narciarskie. Oprócz tego poproszeni zostali o wskazanie istniejących na badanym obszarze obiektów takich jak: stacje, plaże, parki wodne, place zabaw dla dzieci oraz obiekty sportowo – rekreacyjne.

Najbardziej znanym respondentom szlakiem rowerowym jest szlak „Śladami Rominckiego Jelenia”, który wskazało 26,5% respondentów, oraz 16,1% respondentów, których zdaniem jest to szlak najpopularniejszy wśród turystów. Popularny jako trasa rowerowa jest także szlak historyczno-przyrodniczy „Puszcza Romincka” (14,1% wskazań) oraz ścieżka dydaktyczna „Tajemnica puszczy i Lasu Kumiecie” (8,6% wskazań). Jak wynika z uzyskanych danych, najpopularniejszymi trasami rowerowymi są te po Puszczy Rominckiej oraz po Lesie Kumiecie na obrzeżach Gołdapi.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 71. SZLAKI ROWEROWE

	SZLAKI ROWEROWE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Szlak rowerowy "Śladami Rominckiego Jelenia"	49	26,5	28	16,1
Szlak historyczno-przyrodniczy "Puszcza Romincka"	26	14,1	18	10,3
Ścieżka dydaktyczna "Tajemnica puszczy i Lasu Kumiecie"	16	8,6	9	5,2
Szlak żółty "Wokół jeziora Selmeł Wielki"	5	2,7	3	1,7
Szlak zielony (Stare Juchy-Zawady Ełckie-Gorłówko-Zawady Ełckie)	5	2,7	1	0,6
Szlak czerwony "Morenowych Wzgórz"	5	2,7	1	0,6
Szlak zielony "Między Puszciami"	3	1,6	6	2,3
Szlak rowerowy wokół jeziora Kolno	3	1,6	1	0,6
Szlak niebieski (Stare Juchy - Szczecinkowo - Gawliki Małe-Kałtki-Stare Juchy)	3	1,6	0	0
droga Gołdap - Szypliszki	3	1,6	1	0,6
Szlak żółty Gołdap - Węgorzewo	2	1,1	0	0
Szlak niebieski "Tatarskim szlakiem"	1	0,5	0	0
Mazurski Szlak Samochodowy	1	0,5	0	0
Szlak Turystyczny Mazur Garbatych	0	0	3	1,7
inne	0	0	11	7,5
brak danych	63	34,1	92	52,9
ogółem	185	100	174	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie istniejących w gminie szlaków pieszych. Najpopularniejszym okazał się szlak zielony „Między puszciami”, który wskazało 25,5% respondentów, natomiast 18,1% respondentów uznało ten szlak za cieszący się największym zainteresowaniem wśród turystów. Innymi względnie często wskazywanymi szlakami były: szlak historyczno-przyrodniczy „Puszcza Romincka” (12,2% wskazań) oraz ścieżka dydaktyczna „Tajemnica puszczy i Lasu Kumiecie” (10,2% wskazań) wymieniane wcześniej jako najpopularniejsze szlaki rowerowe. Jak wynika z uzyskanych informacji,

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

respondenci utożsamiają szlaki piesze z rowerowymi i na odwrót, być może stan wspomnianych tras jest odpowiedni zarówno dla wycieczek pieszych jak i przejazdów rowerowych, co świadczy o ich uniwersalności, a jest pozytywnym czynnikiem świadczącym o turystycznej jakości badanej gminy.

TABELA 72. SZLAKI PIESZE

	SZLAKI PIESZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Szlak zielony "Między Puszciami"	50	25,5	32	18,1
Szlak historyczno-przyrodniczy "Puszcza Romincka"	24	12,2	12	6,8
Ścieżka dydaktyczna "Tajemnica puszczy i Lasu Kumiecie"	20	10,2	17	9,6
Szlak czerwony "Suwalski Gigant"	13	6,6	9	5,1
Szlak żółty "Gołdap-Węgorzewo"	6	3,1	2	1,1
Szlak im. M. Kajki (Ełk-jez. Orzysz)	6	3,1	0	0
Szlak Tatarski (Ełk-Bogusze)	5	2,6	1	0,6
Szlak turystyczny zielony (Ogródek-Tama koło Rajgrodu)	5	2,6	4	2,3
inne	7	3,6	5	2,8
brak danych	60	30,6	95	53,7
ogółem	196	100	177	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali także poproszeni o wskazanie istniejących na terenie gminy szlaków konnych. Zaledwie 1,2% ankietowanych udzieliło odpowiedzi na to pytanie, wskazując ścieżkę dydaktyczną „Tajemnica puszczy i Lasu Kumiecie” jako dobrą trasę do jazdy konnej. Powodem nie udzielania przez respondentów odpowiedzi na to pytanie może być brak na terenie gminy Gołdap szlaków oficjalnie uznanych za konne oraz niewielkie zainteresowanie respondentów jeździectwem, jako niszową dziedziną sportu i rekreacji.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 73. SZLAKI KONNE

	SZLAKI KONNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Ścieżka dydaktyczna "Tajemnica puszczy i Lasu Kumiecie)	2	1,2	2	1,2
brak danych	164	98,8	164	98,8
ogółem	166	100,0	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejną atrakcją rekreacyjną o którą zapytaliśmy respondentów były szlaki kajakowe. Ponad 67% respondentów wskazało na istnienia szlaku kajakowego biegnącego nurtem rzeki Gołdapy. Szlak ten jest również najbardziej popularny wśród przybywających tu turystów (76,5% wskazań respondentów). Był to jedyny szlak kajakowy wymieniany przez ankietowanych w badaniu, co oznacza, iż kajakarstwo nie jest popularną dziedziną sportu i rekreacji w badanej gminie. Została prawdopodobnie wyparta przez panujące tu narciarstwo.

TABELA 74. SZLAKI KAJAKOWE

	SZLAKI KAJAKOWE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
szlak rzeki Gołdapy (jez. Gołdap-Mieduniszki)	112	67,5	127	76,5
brak danych	54	32,5	38	22,9
ogółem	166	100	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W dalszej części analizowanych pytań 4 i 5 respondenci mieli wskazać istniejące i cieszące się największą popularnością wśród turystów trasy narciarskie. 81% respondentów wskazało stok narciarski na Pięknej Górze, jednocześnie 65,2% ankietowanych uznało Piękną Górę wraz z jej infrastrukturą za atrakcyjną turystycznie. Respondenci wspominali także trasy narciarskie w Lesie Kumiecie (12,6% wskazań). Narciarstwo jest bardzo popularnym

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

sposobem aktywnego wypoczynku wśród respondentów reprezentujących gminę Gołdap a stok na Pięknej Górze stanowi o wyjątkowości badanej gminy.

TABELA 75. TRASY NARCIARSKIE

	TRASY NARCIARSKIE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Stok narciarski na Pięknej Górze	141	81	135	65,2
Trasy narciarskie w Lesie Kumiecie	22	12,6	65	31,4
brak danych	11	6,3	7	3,4
ogółem	174	100	207	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o znane im oraz cieszące się największą popularnością wśród turystów, istniejące w gminie Gołdap plaże. Ponad 74% ankietowanych wskazało Plażę Miejską nad jeziorem Gołdap. Plaża ta cieszy się także największym zainteresowaniem wśród turystów (58,5% wskazań respondentów). Pozostałe odpowiedzi dotyczyły m.in. plaży przy Ośrodku „Leśny Zakątek” (17,2%) oraz plaży „Rybakówki”, która cieszy się uznaniem turystów (3,9% wskazań respondentów). Plaża Miejska w Gołdapi cieszy się ogromną popularnością wśród respondentów, wynikać to może z dobrej infrastruktury oraz zagospodarowania terenu plaży.

TABELA 76. PLAŻE

	PLAŻE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Plaża Miejska w Gołdapi	156	74,6	120	58,5
Plaża przy Ośrodku Leśny "Zakątek"	36	17,2	54	26,3
Plaża Rybakówka	0	0	8	3,9
Plaża przy Ośrodku "Eldorado"	0	0	3	1,5
inne	3	1,4	-	-

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

brak danych	14	6,7	20	9,8
ogółem	209	100	205	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jako, że w gminie Gołdap nie istnieje żaden park wodny, aż 60,8% respondentów w ogóle nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Natomiast 38% ankietowanych wskazało basen w Kompleksie Sportowo-Rekreacyjnym w Gołdapi, zaś 2 respondentów uznało jezioro Gołdap za park wodny.

Respondenci nie udzielali odpowiedzi na pytanie dotyczące stanic wodnych, prawdopodobnie na terenie gminy nie istnieją żadne takie obiekty.

TABELA 77. PARKI WODNE

	PARKI WODNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Basen w Kompleksie Sportowo-Rekreacyjnym w Gołdapi	63	38	42	25,3
Jezioro Gołdap	2	1,2	0	0
brak danych	101	60,8	124	74,7
ogółem	166	100	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność turystyczną danego obszaru, jest występowanie na nim zabaw i atrakcji dla dzieci, dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie parków zabaw dla najmłodszych. Wszystkie odpowiedzi przebadanych osób dotyczyły placów zabaw, zlokalizowanych w różnych częściach miasta Gołdap, np. plac zabaw przy ulicy Wojska Polskiego (14,4% wskazań respondentów) czy plac zabaw na Osiedlu Młodych (12,1% wskazań respondentów). Te same place wymieniane były jako najpopularniejsze wśród turystów z dziećmi.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 78. PARKI ZABAW DLA DZIECI

	PARKI ZABAW DLA DZIECI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Plac zabaw przy ulicy Wojska Polskiego	25	14,4	8	4,7
Plac zabaw na Osiedlu Młodych	21	12,1	11	6,5
osiedlowe placzki zabaw	16	9,2	4	2,4
Hyde Park	10	5,7	12	7,1
Park Miejski	1	0,6	9	5,3
inne	7	4	0	0
brak danych	94	54	126	74,1
ogółem	174	100	170	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani o istniejące w mieście obiekty sportowo-rekreacyjne w większości wskazywali na Kompleks Sportowo-Rekreacyjny w Gołdapi (42,3% wskazań) oraz MOSiR i przynależne do niego obiekty (30,9% wskazań respondentów), które zostały uznane przez ankietowanych za cieszące się także największym zainteresowaniem ze strony turystów (49,5% wskazań respondentów). Ponadto osoby ankietowane wskazały Piękną Górę wraz z jej całą infrastrukturą (18,7% wskazań) oraz boisko „Orlik” (5% wskazań respondentów) jako ciekawe obiekty sportowo-rekreacyjne. Respondenci wykazują duże zainteresowanie obiektami sportowo-rekreacyjnymi, co świadczy o chęci aktywnego wypoczynku w tej grupie ankietowanych.

TABELA 79. OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE

	OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Kompleks Sportowo-Rekreacyjny Hala-Basen w Gołdapi	118	42,3	31	14,1
Ośrodek Sportu i Rekreacji w Gołdapi	73	26,2	103	46,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Piękna Góra	49	17,6	42	19,1
boiska,np. Orlik	14	5	24	10,9
Stadion Miejski OSiR	13	4,7	6	2,7
Tor saneczkowy na Pięknej Górze	3	1,1	0	0
inne	7	2,5	1	0,5
brak danych	2	0,7	13	5,9
ogółem	279	100	220	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ankietowani mieli również możliwość wskazania innych atrakcji rekreacyjnych, które nie kwalifikowały się do kategorii podanych w kwestionariuszu ankiety. Najczęstsze odpowiedzi tych respondentów, którzy zdecydowali się wskazać inne walory i atrakcje rekreacyjne, to bunkry Lasu Kumiecie (29,3% wskazań) oraz bezkrwawe Safari – hodowla dzikich zwierząt (12,2% wskazań respondentów). Poniemieckie bunkry oraz Bezkrwawe Safari są kolejnymi wyznacznikami wyjątkowości gminy Gołdap w badanym obszarze EGO SA.

TABELA 80. INNE ATRAKCJE REKREACYJNE

	INNE ATRAKCJE REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Las Kumiecie (bunkry)	12	29,3	0	0
Stadion OSiR	7	17,1	0	0
Bezkrwawe Safari	5	12,2	4	20
Wyciąg Krzeselkowy	5	12,2	3	15
Piękna Góra	3	7,3	5	25
Skatepark	2	4,9	0	0
Kompleks Edukacyjno-Sportowy w Gołdapi	2	4,9	1	5
Dom Kultury	1	2,4	5	25
inne	4	9,8	2	10
ogółem	41	100	20	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent nie musiał udzielać odpowiedzi na to pytanie

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Podczas przeprowadzania badania respondenci zostali poproszeni także o wskazanie, jakich atrakcji turystycznych brakuje w Gminie Gołdap. Najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami były: lodowisko (11,4% wskazań respondentów), park wodny oraz basen (9,4% wskazań) oraz SPA i salony odnowy biologicznej (8,9% wskazań). Respondenci deklarowali też zapotrzebowanie na większą liczbę ścieżek rowerowych (6,8% wskazań), atrakcji dla dzieci (5,6% wskazań) oraz ścianki wspinaczkowe (5,6% wskazań). Jak wynika z uzyskanych danych, ankietowani w znacznej mierze wykazują zainteresowanie aktywnymi formami wypoczynku, których występuje niedostatek w gminie Gołdap.

TABELA 81. PROSZĘ WYMIENIĆ JAKICH ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH BRAKUJE W PANA/I GMINIE?

	N	%
lodowisko	45	11,4
park wodny, basen	37	9,4
SPA, salony odnowy biologicznej	35	8,9
szlaki, ścieżki rowerowe	27	6,8
atrakcje dla dzieci (parki, place zabaw)	22	5,6
ścianka wspinaczkowa	22	5,6
lokale gastronomiczne (np. przy Plaży Miejskiej)	19	4,8
szlaki konne	16	4,1
korty tenisowe	14	3,5
możliwość grania w golfa (pola golfowe)	9	2,3
szlaki kajakowe	9	2,3
szlak kolejowy	9	2,3
stadnina koni	9	2,3
szlaki piesze	7	1,8
teatr	7	1,8
kręgielnia	6	1,5
wystawy produktów regionalnych, produkty rzemieślnicze	6	1,5
szlaki turystyczne	6	1,5
boiska sportowe	5	1,3
ścieżki zdrowia	5	1,3
zoo	4	1
centrum handlowe	4	1
kawiarnie	4	1
sauny, solarium, siłownie	4	1
parki (np. linowy, botaniczny)	3	0,8
dobre trasy dojazdowe do Gołdapi	3	0,8
spływy kajakowe	3	0,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

deptak nad jeziorem Gołdap	3	0,8
wyciąg krzesikowy	2	0,5
stanice wodne	2	0,5
opera	2	0,5
kluby fitness	2	0,5
punkt widokowy na Pięknej Górze	2	0,5
zabytki	2	0,5
zamek	1	0,3
amfiteatr	1	0,3
kąpieliska	1	0,3
imprezy dla młodzieży	1	0,3
autobusy	1	0,3
nie wiem	2	0,5
inne	4	1
brak danych	29	7,3
ogółem	395	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Niniejsze badanie dotyczyło potencjału turystycznego krainy EGO SA. W związku z tym zapytaliśmy respondentów o to, czy potrafią wskazać jakie miejscowości lub gminy wchodzi w skład tegoż obszaru. Z odpowiedzi respondentów wynika, iż blisko 70% ankietowanych wie jakie miejscowości oraz gminy należą do obszaru EGO SA. Natomiast ponad 32% nie potrafi wymienić miejscowości oraz gmin wchodzących w skład regionu EGO SA. Można więc twierdzić, iż respondenci reprezentujący gminę Gołdap charakteryzują się dużym poziomem świadomości dotyczącej regionu EGO SA.

TABELA 82. CZY POTRAFI PAN/I WYMIENIĆ MIEJSCOWOŚCI WCHODZĄCE W SKŁAD REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	111	66,9
nie	54	32,5
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

90,4% osób biorących udział w badaniu nie zna szlaków łączących miasta/gminy regionu EGO SA. Natomiast zaledwie 7,2% ankietowanych potrafi wymienić szlaki łączące

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

miasta/gminy regionu EGO SA. Niski poziom świadomości dotyczący łączących szlaków wskazuje, iż być może istniejące oznakowanie tychże szlaków jest nieczytelne oraz występuje zbyt słaba bądź żadna promocja łączących szlaków.

TABELA 83. CZY ZNA PAN/I SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	12	7,2
nie	150	90,4
brak danych	4	2,4
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które zadeklarowały, iż znają szlaki turystyczne istniejące na terenie EGO SA, najczęściej wskazywały na szlak niebieski Doliną Rospudy (29,4% wskazań) oraz szlak czerwony „Suwalski Gigant” (23,5% wskazań).

TABELA 84. PROSZĘ WYMIENIĆ SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA.

	N	%
szlak niebieski Doliną Rospudy	5	29,4
szlak czerwony "Suwalski Gigant"	4	23,5
szlak żółty "Gołdap - Węgorzewo"	1	5,9
szlak zielony "Między puszciami"	1	5,9
brak danych	6	35,3
ogółem	17	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 12, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Badając potencjał turystyczny danego obszaru należy wziąć również pod uwagę istniejącą bazę noclegową. W pytaniu dwunastym respondenci zostali poproszeni o określenie znanych hoteli, pensjonatów oraz innych miejsc, w których turyści przybywający do gminy mogą znaleźć nocleg.

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów obiektami noclegowymi są: Sanatorium uzdrowiskowe „Wital” (13,3% wskazań respondentów) oraz Hotel „Janczes” (11,8% wskazań) i Zajazd „Piękna Góra” Rudziewicz (11,4% wskazań). Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia tabela 85.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 85. BAZA NOCLEGOWA ZNANA RESPONDENTOM

	N	%
Sanatorium "Wital"	166	13,3
Hotel "Janczes"	147	11,8
Zajazd "Piękna Góra Rudziewicz"	143	11,4
Hotel "Gołdap"	110	8,8
Ośrodek Wypoczynkowy "Leśny Zakątek"	93	7,4
Agroturystyka "Trzy świerki" Gałwecie	89	7,1
Zajazd "Jurand"	73	5,8
poła namiotowe przy plaży miejskiej	68	5,4
Gościniec "Andrzejówka"	37	3
poła namiotowe OSiR	35	2,8
Pensjonacik "EGO u Chrystowskich"	31	2,5
Mini Hotel "Andromeda"	28	2,2
Gościniec "Hubertus"	27	2,2
Ośrodek Wypoczynkowy "Eldorado"	27	2,2
Pensjonat "Atena"	25	2
Pensjonacik pod Piękną Górą "Słowikowscy"	21	1,7
Agroturystyka "Cicha Dolina"	21	1,7
poła namiotowe "Leśny Zakątek"	18	1,4
Centrum Ekologiczne "Puszcza Romińska"	17	1,4
„OHP” Ośrodek Konferencyjno - Szkoleniowy	16	1,3
Hotelik "Dom Studenta"	13	1
kemping OSiR	8	0,6
Centrum Dydaktyczno - Szkoleniowe przy FRRG	8	0,6
Schronisko OSiR	7	0,6
Apartamenty (B. Hołubowicz)	7	0,6
Agroturystyka "Wiosna"	6	0,5
Ośrodek Wypoczynkowy "Słoneczny Zakątek"	6	0,5
Ranczo u Banachów	4	0,3
ogółem	1251	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania zapytano respondentów o to, czy istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w gminie w celu rozwoju usług turystycznych. Ponad 54% ankietowanych uznało, że rozbudowa bazy noclegowej nie jest konieczna. Natomiast 39,8% ankietowanych uznało, iż istnieje wyraźna potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w gminie Gołdap. Jak wynika z powyższych odpowiedzi, być może istniejące zasoby noclegowe gminy są wystarczająco rozbudowane

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 86. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY BAZY NOCLEGOWEJ W PANA/I GMINIE W CELU ROZWOJU TURYSTYKI?

	N	%
nie	91	54,8
tak	66	39,8
brak danych	9	5,4
ogółem	166	100

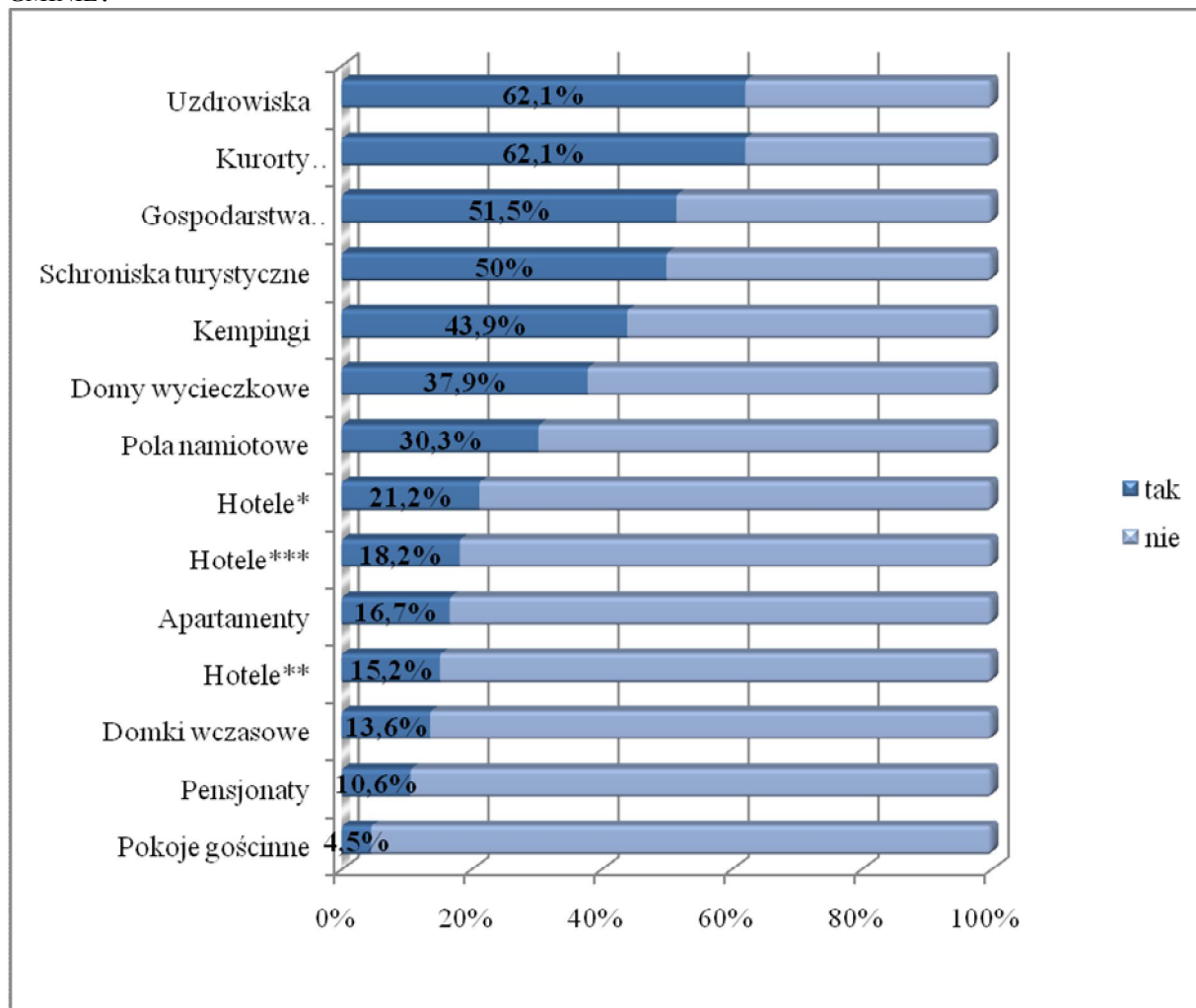
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z analizy danych zebranych podczas badań wynika, iż w pierwszej kolejności na terenie gminy Gołdap powinny powstać uzdrowiska. W ten sposób odpowiedziało 62,1% ankietowanych. Tereny tak bogato wyposażone w zasoby naturalne i przyrodnicze powinny posiadać więcej niż jedno uzdrowisko. Ponad połowa respondentów wskazała także, że w mieście powinny powstać również kurorty wypoczynkowe (62,1% wskazań), gospodarstwa agroturystyczne (51,5% wskazań) oraz schroniska turystyczne 50% wskazań). Taki rozkład odpowiedzi wskazuje na dużą świadomość respondentów dotyczącą posiadanego przez obszar gminy bogactwa naturalnego, z którego można i trzeba czerpać, by rozwijać turystycznie gminę.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 11. PROSZĘ PODAĆ JAKIE FORMY BAZY NOCLEGOWEJ POWINNY POWSTAĆ W PANA/I GMINIE?



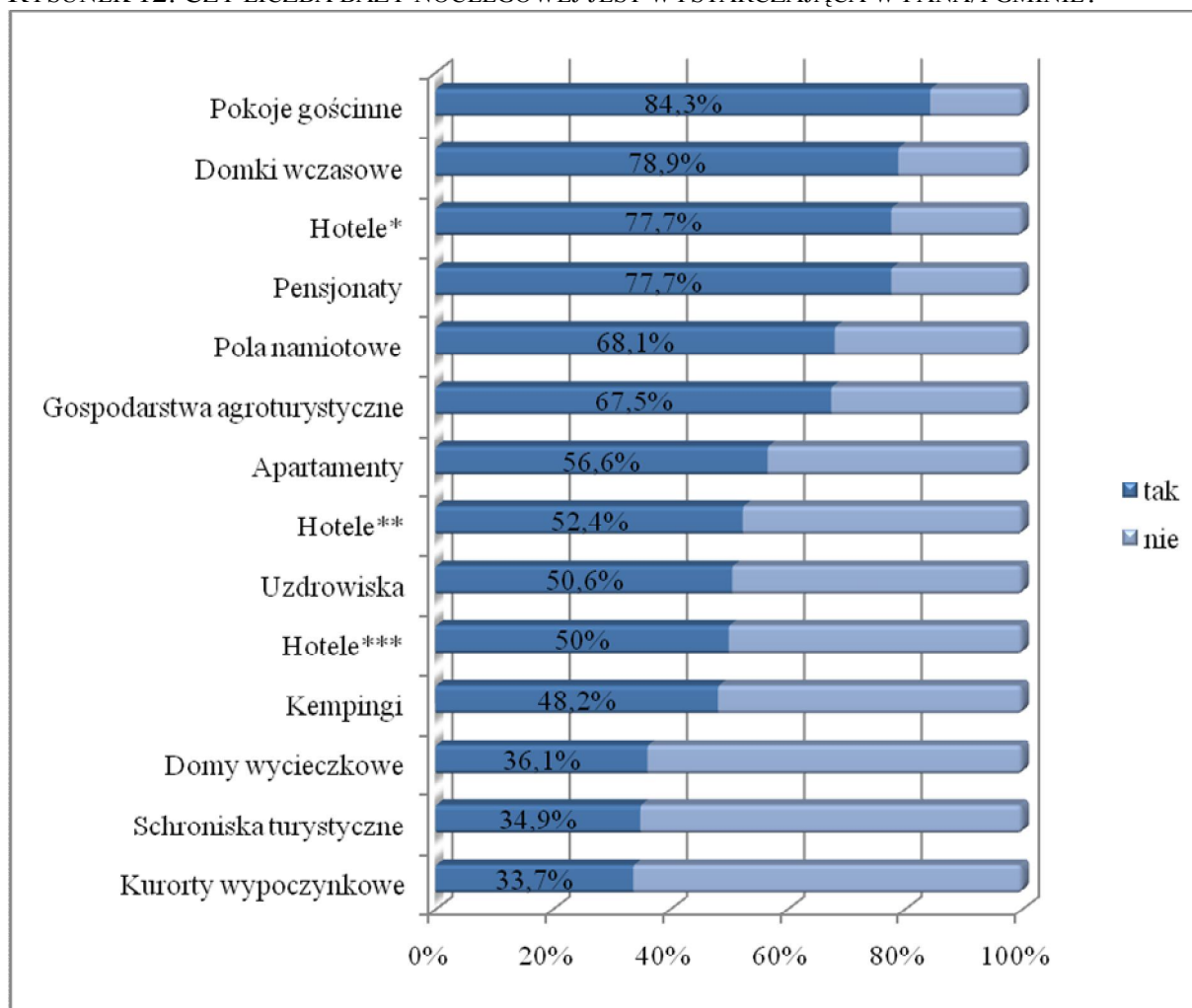
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 12 przedstawia rozkład odpowiedzi na kolejne pytanie zawarte w ankiecie, w którym respondenci zostali poproszeni o ocenę istniejącej liczby obiektów bazy noclegowej. Według osób, które wzięły udział w badaniu ilość takich obiektów jak pokoje gościnne (84,3% wskazań), domki wczasowe (78,9% wskazań), hotele* (77,7% wskazań) oraz pensjonaty (77,7% wskazań) jest w dużej mierze wystarczająca. Z kolei niewystarczająca jest liczba kurortów wypoczynkowych, schronisk turystycznych oraz domów wycieczkowych. W związku z powyższym gmina powinna zadbać o to, by na jej terenie powstawały przede wszystkim nowe kurorty wypoczynkowe oraz schroniska turystyczne.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYСУNEK 12. CZY LICZBA BAZY NOCLEGOWEJ JEST WYSTARCZAJĄCA W PANA/I GMINIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejnym ważnym wskaźnikiem potencjału turystycznego jest baza gastronomiczno – rozrywkowa. W pytaniu szesnastym respondenci zostali poproszeni o określenie obiektów gastronomicznych i rozrywkowych istniejących w gminie Gołdap.

Najbardziej popularnymi tego typu miejscami są Zajazd „Piękna Góra” Rudziewicz (14,9% wskazań), Klub „Faraon” (9,4% wskazań) a także restauracje: Hotelu „Janczes” (7,6% wskazań) i Jurand (6,4% wskazań). Wymieniano też: klub „Maxim” (6,1% wskazań), „Pro bilard Club” (5,9% wskazań), czy restaurację „Inspiration” (5,8% wskazań respondentów). Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia tabela 87.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 87. BAZA GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWA ZNANA RESPONDENTOM

	N	%
"Piękna Góra Rudziewicz"	180	14,9
Klub "Faraon"	114	9,4
Restauracja Hotelu "Janczes"	92	7,6
Restauracja "Jurand"	78	6,4
Klub "Maxim"	74	6,1
Pro Bilard Club	72	5,9
Restauracja "Inspiration"	70	5,8
Restauracja "Turystyczna"	67	5,5
Bar "Dona"	62	5,1
Bar "Jędrus"	57	4,7
Pizzeria "Bambola"	46	3,8
Colloseum Bar	43	3,6
Klub "Grawitacja"	42	3,5
Klub "Fresh"	38	3,1
Klubo - kawiarnia "Piwniczna"	35	2,9
Karczma "Sega"	24	2
Kawiarnia w Wieży Ciśnień	23	1,9
Drink Bar "Martin Street"	21	1,7
Kawiarnia "Atut"	21	1,7
K&D	21	1,7
Restauracja Ośrodka Wypoczynkowego "Leśny Zakątek"	20	1,7
inne	11	0,9
ogółem	1211	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

45,2% respondentów uważa, że w celu rozwoju usług turystycznych, należy rozbudować obiekty gastronomiczno – rozrywkowe, jednocześnie 51,8% ankietowanych, że bazy gastronomiczno-rozrywkowej nie należy rozbudowywać. Odpowiedzi są podzielone niemalże równomiernie i wynikają z osobistych przekonań respondentów. Wskazywać jednak mogą, iż baza gastronomiczno-rozrywkowa dobrze prosperuje w gminie Gołdap.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

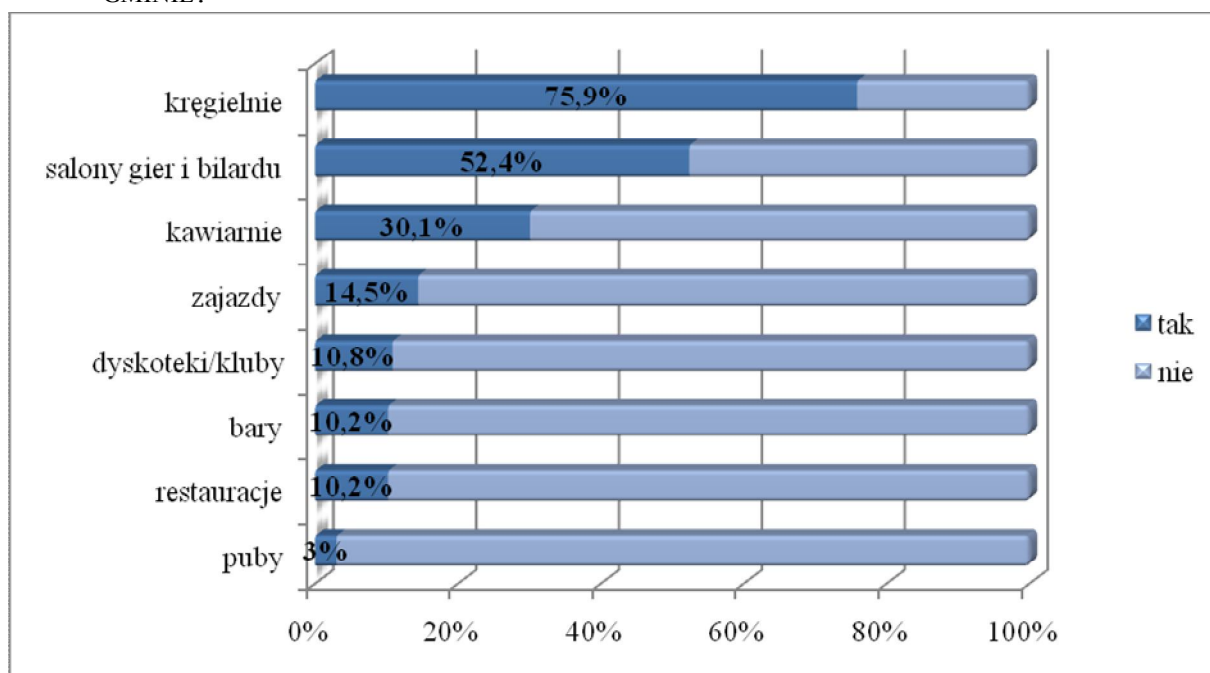
TABELA 88. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO-ROZRYWKOWYCH W PANA/I GMINIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
nie	86	51,8
tak	75	45,2
brak danych	5	3
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według ankietowanych na terenie gminy Gołdap za mało jest przede wszystkim miejsc takich jak kręgielnie (75,9% wskazań) oraz salony gier i bilardu (52,4% wskazań). Natomiast z uzyskanych danych wynika, iż w dużej mierze w gminie istnieje wystarczająca liczba pubów, restauracji a także barów, dyskotek/klubów czy zajazdów. Oznacza to, iż w gminie istnieje niewystarczająca liczba obiektów rozrywkowych, natomiast liczba obiektów bazy gastronomicznej nie wymaga powiększenia.

RYSUNEK 13. PROSZĘ WSKAZAĆ JAKICH OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO-ROZRYWKOWYCH BRAKUJE W PANA/I GMINIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci poproszeni o oszacowanie liczby punktów informacji turystycznej w gminie, w większości wskazywali na istnienie jednego punktu IT. W ten sposób odpowiedziało 84,9% ankietowanych. Niektóre osoby biorące udział w badaniu wskazywały na istnienie dwóch takich miejsc (9,6% wskazań respondentów), w których turyści mogą dowiedzieć się różnych informacji na temat atrakcji w gminie.

TABELA 89. PROSZĘ OKREŚLIĆ LICZBĘ PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W PANA/I GMINIE.

	N	%
1 punkt it	141	84,9
2 punkty it	16	9,6
3 punkty it	5	3
4 punkty it	3	1,8
0 punktów it	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

72,9% respondentów uważa, iż istniejące oznakowanie punktów informacji turystycznej jest wystarczające (69,3% odpowiedzi „raczej tak”, 3,6% odpowiedzi „zdecydowanie tak”). Natomiast 26,5% ankietowanych jest odmiennego zdania. Taki rozkład odpowiedzi wskazuje, iż istniejące oznakowanie punktu IT w Gołdapi jest czytelne i wystarczające.

TABELA 90. CZY ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCE OZNAKOWANIE PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ?

	N	%
raczej tak	115	69,3
raczej nie	41	24,7
zdecydowanie tak	6	3,6
zdecydowanie nie	3	1,8
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani zostali także o to, czy system IT działa odpowiednio w gminie Gołdap. Większość ankietowanych uznała, że system ten działa poprawnie. Według 69,9% respondentów system informacji turystycznej działa dobrze bądź bardzo dobrze.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Natomiast 28,3% ankietowanych uznało, iż działa nieprawidłowo. Taki rozkład odpowiedzi sugeruje, iż działalność systemu IT w Gołdapi jest poprawna.

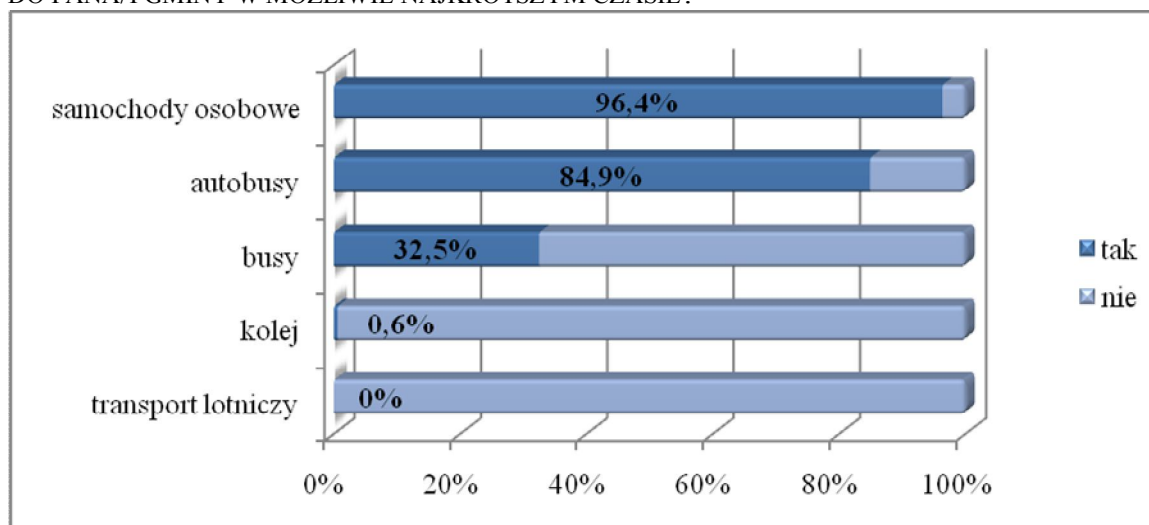
TABELA 91. CZY UWAŻA PAN/I ŻE SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ DZIAŁA ODPOWIEDNIO W PANA/I GMINIE?

	N	%
tak, jest dobry	112	67,5
nie, szlaki oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane	28	16,9
nie, brakuje opisów szlaków i atrakcji turystycznych	14	8,4
nie, szlaki i atrakcje turystyczne są źle opisane	5	3
tak, jest bardzo dobry	4	2,4
brak danych	3	1,8
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które wzięły udział w badaniu w większości uznały, że najlepszym środkiem transportu, którym najszybciej i najwygodniej dotrzemy do gminy Gołdap – jest samochód osobowy (96,4% wskazań respondentów). Następny w kolejności jest autobus jako odpowiedni środek transportu (84,9% wskazań respondentów). Miasto Gołdap nie posiada węzła kolejowego oraz transportu lotniczego. Stosownym wydawałoby się podłączenie miasta Gołdap do okolicznego węzła kolejowego, co znacznie ułatwiłoby dotarcie turystów do miasta, które poprzez brak kolei, jest w pewnym sensie odłączone od regionu EGO SA.

RYSUNEK 14. KTÓRYM ŚRODKIEM TRANSPORTU MOŻNA DOSTAĆ SIĘ Z SĄSIEDNICH REGIONÓW DO PANA/I GMINY W MOŻLIWIE NAJKRÓTSZYM CZASIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



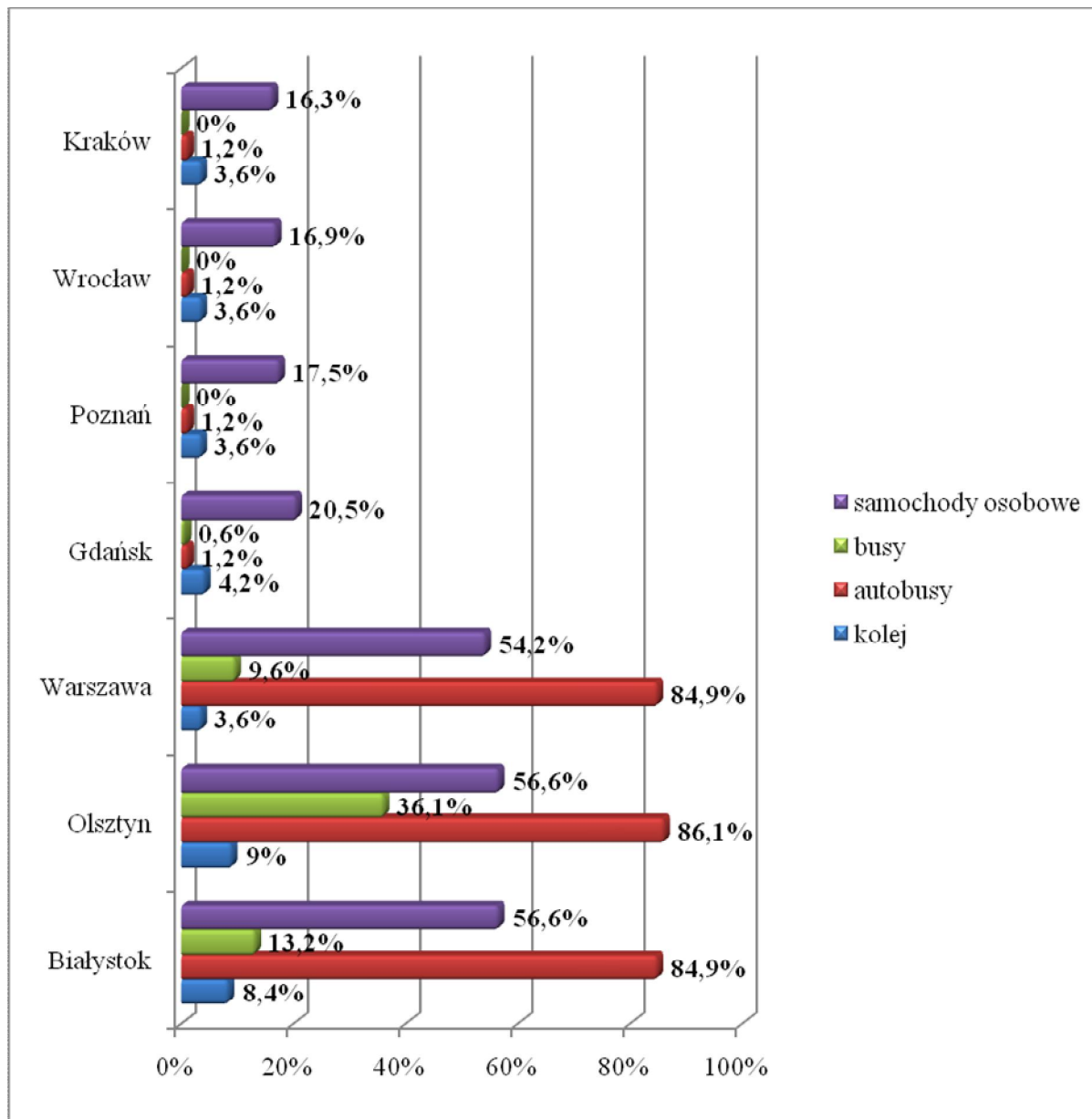
Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Za najlepsze połączenia komunikacyjne gminy Gołdap, respondenci uznali połączenia autobusowe z Warszawą (84,9%), Białymstokiem (84,9%) i Olsztynem (86,1%) a także połączenia samochodowe z Olsztynem (56,6%), Białymstokiem (56,6%) i Warszawą (54,2%). Z miast takich jak Kraków, Wrocław, Poznań czy Gdańsk najlepiej dojechać do Gołdapi samochodem, gdyż połączenia kolejowe nie istnieją, natomiast autobusowe albo nie istnieją albo są słabo dostępne. Istnienie węzła kolejowego w Gołdapi znacznie usprawniłoby oraz zapewne zwiększyło ruch turystyczny w gminie.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 15. KTÓRE OŚRODKI MIEJSKIE W POLSCE MAJĄ NAJLEPSZE POŁĄCZENIA KOMUNIKACYJNE Z PANA/I GMINĄ, PRZY WYKORZYSTANIU OKREŚLONYCH ŚRODKÓW TRANSPORTU?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

85% respondentów twierdzi, iż stan dróg dojazdowych hamuje rozwój turystyki w gminie. Tylko 14,5% ankietowanych jest zdania, iż stan dróg dojazdowych do gminy nie wpływa negatywnie na rozwój turystyki w regionie. Taki rozkład odpowiedzi jednoznacznie wskazuje, iż stan dróg dojazdowych do gminy wymaga ulepszenia.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 92. CZY W PANA/I OPINII STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO GMINY HAMUJE ROZWÓJ TURYSTYKI?

	N	%
raczej tak	73	44
zdecydowanie tak	68	41
raczej nie	22	13,3
zdecydowanie nie	2	1,2
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym z punktu widzenia turysty czynnikiem, który decyduje o miejscu, w jakim zechce spędzić swój urlop czy wakacje, jest dostęp do Internetu. Dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie takich miejsc, w których turyści mogą skorzystać z bezpłatnego dostępu do Internetu. Ankietowani wskazywali takie miejsca jak: biblioteka (11,7% wskazań), hotele (4,7% wskazań) czy punkt IT (4,7% wskazań respondentów). Aż 21 respondentów stwierdziło, iż na terenie gminy Gołdap nie ma miejsc z bezpłatnym dostępem do Internetu. Wynikać to może z faktu słabego oznakowania tychże miejsc, lub braku zainteresowania respondentów takimi punktami, wynikającego ze wzrastającej powszechności Internetu w każdym domu.

TABELA 93. W KTÓRYCH MIEJSCACH NA TERENIE PANA/I GMINY TURYSŒCI MOGĄ KORZYSTAĆ Z BEZPŁATNEGO DOSTĘPU DO KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ?

	N	%
nie ma bezpłatnego dostępu	21	12,3
biblioteki	20	11,7
hotele	8	4,7
punkt IT	8	4,7
nie wiem/nie znam	6	3,5
"tim"	5	2,9
w obiektach gastronomicznych	5	2,9
"hot spot"	3	1,8
kafejki internetowe	3	1,8
w Sanatorium "Wital"	1	0,6
brak danych	91	53,2
ogółem	171	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 166 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

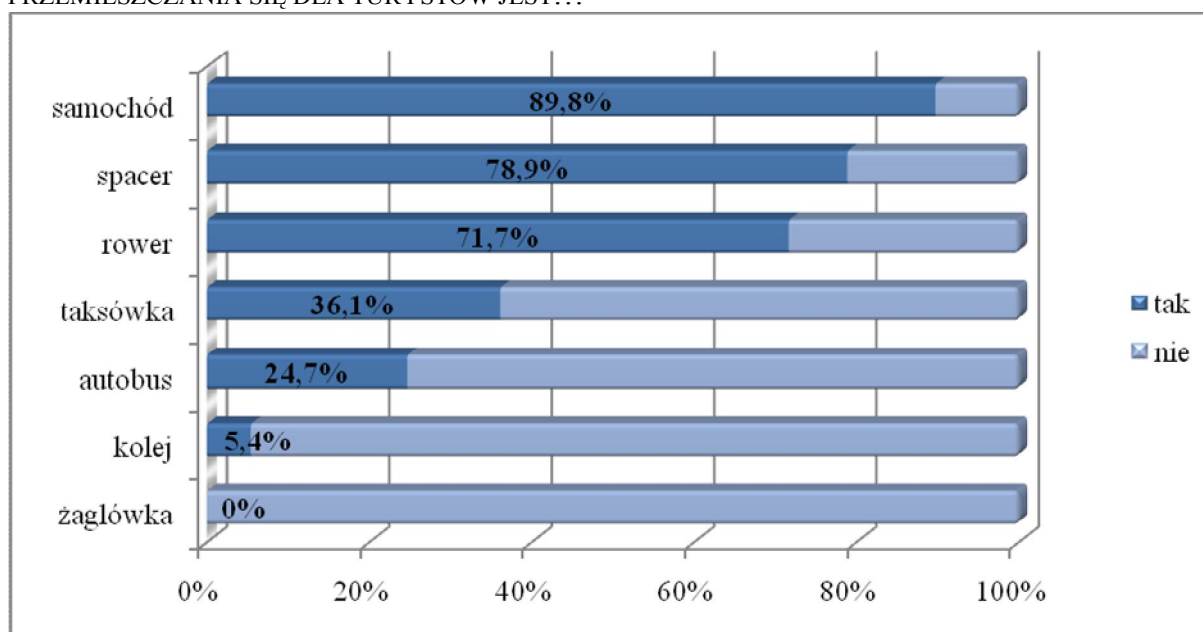
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejne pytanie zamieszczone w ankiecie dotyczyło najlepszego sposobu przemieszczania się dla turystów, na obszarze gminy Gołdap. 89,8% respondentów uważa, że takim sposobem jest jazda samochodowa, 78,9% - spacer, a 71,7% - jazda rowerowa. Samochód jako najpopularniejszy w dzisiejszych czasach środek transportu, jest najlepszym sposobem na podróżowanie ze względu na powszechność posiadania samochodu oraz stosunkowo dobrą infrastrukturę drogową docierająca do większości miejsc w gminie.

RYSUNEK 16. W TRAKCIE POBYTU NA OBSZARZE PANA/I GMINY NAJLEPSZYM SPOSOBEM PRZEMIESZCZANIA SIĘ DLA TURYSTÓW JEST...



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W kolejnym pytaniu w ankiecie respondenci zostali poproszeni o ocenę stanu dróg dojazdowych do gminy Gołdap, stanu dróg w mieście, a także dostępności miejsc parkingowych oraz ich jakości.

Jak wynika z danych zebranych podczas realizacji badania stan dróg dojazdowych do gminy jest zły. 86,2% respondentów jest tego zdania, a zaledwie 13,9%, że jest dobry bądź bardzo dobry. Oznacza to, iż stan dróg dojazdowych do gminy wymaga ulepszenia, by nie hamować rozwoju turystyki na badanym obszarze.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 94. STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO GMINY

	N	%
zły	115	69,3
bardzo zły	28	16,9
dobry	22	13,3
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Sytuacja wygląda analogicznie, jeśli chodzi o stan dróg w samej gminie. Zdecydowana większość ankietowanych postrzega go jako zły bądź bardzo zły (74,7% wszystkich odpowiedzi). W tym przypadku także potwierdza się wniosek, iż infrastruktura drogowa w gminie Gołdap pozostawia wiele do życzenia.

TABELA 95. STAN DRÓG W SAMEJ GMINIE

	N	%
zły	106	63,9
dobry	41	24,7
bardzo zły	18	10,8
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podobnie sytuacja wygląda jeśli chodzi o dostępność miejsc parkingowych, niestrzeżonych. 59% ankietowanych oceniło ową dostępność jako złą bądź bardzo złą. Wynika to zapewne ze zbyt małej ilości parkingów w stosunku do zwiększającej się liczby samochodów posiadanych przez mieszkańców gminy. Braki miejsc parkingowych pogłębiają przybywający do gminy turyści, którzy zajmują wspomniane miejsca parkingowe.

TABELA 96. DOSTĘPNOŚĆ MIEJSC PARKINGOWYCH, PARKINGÓW (NIESTRZEŻONYCH)

	N	%
zła	79	47,6
dobra	57	34,3
bardzo zła	19	11,4
bardzo dobra	8	4,8
brak danych	3	1,8
ogółem	166	100

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeszcze mniej jest w gminie parkingów strzeżonych. Ankietowani ich dostępność oceniają w zdecydowanej większości jako złą („bardzo zła” – 27,1%, „zła” – 49,4%).

TABELA 97. DOSTĘPNOŚĆ PARKINGÓW STRZEŻONYCH

	N	%
zła	82	49,4
bardzo zła	45	27,1
dobra	31	18,7
bardzo dobra	1	0,6
brak danych	7	4,2
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o jakość parkingów to zdania respondentów są podzielone. 61,5% osób oceniło jakość parkingów jako złą bądź bardzo złą, natomiast 33,1% jako dobrą. Zauważa się stosunkowo wysoki odsetek odpowiedzi „dobra”, co może oznaczać, iż jakość nawierzchni parkingów w gminie wymaga tylko częściowego ulepszenia.

TABELA 98. JAKOŚĆ PARKINGÓW (NAWIERZCHNIA)

	N	%
zła	81	48,8
dobra	55	33,1
bardzo zła	21	12,7
brak danych	9	5,4
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło imprez turystycznych, które odbywają się na terenie gminy. Według danych, które zostały przedstawione na *rysunku 17*, w gminie Gołdap mają miejsce takie atrakcje rekreacyjne jak spływy kajakowe (87,3% wskazań), kuligi (54,8% wskazań), wyścigi (35,5% wskazań), obozy (21,7% wskazań) oraz rajdy (11,4% wskazań respondentów). Najczęściej wskazywaną przez ankietowanych imprezą turystyczną odbywającą się w gminie są spływy kajakowe oraz kuligi. Wskazuje to na największą częstotliwość tego typu imprez organizowanych na terenie gminy, bądź o skutecznych metodach dotarcia z informacją o wspomnianych imprezach do



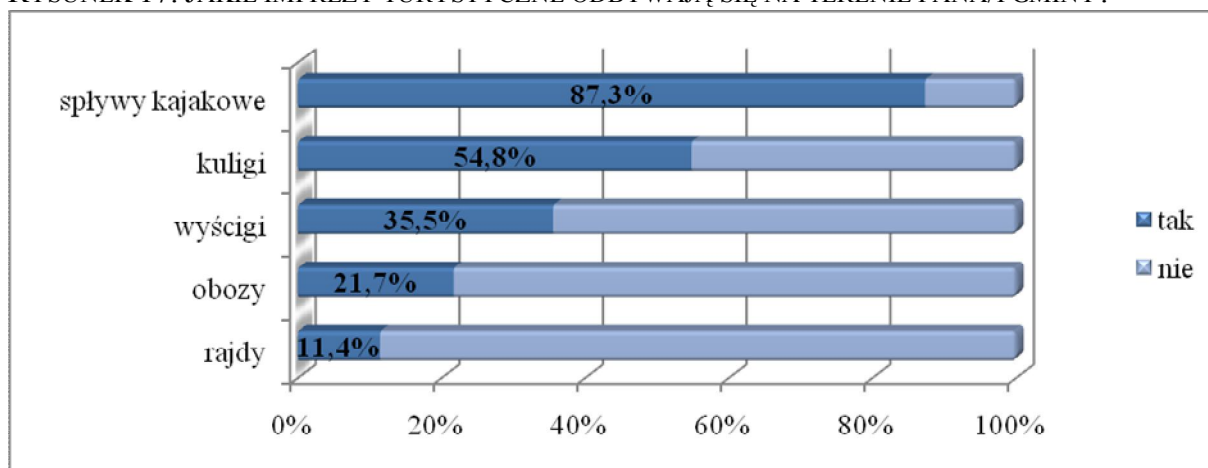
Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ludzi zamieszkałych na terenie gminy.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

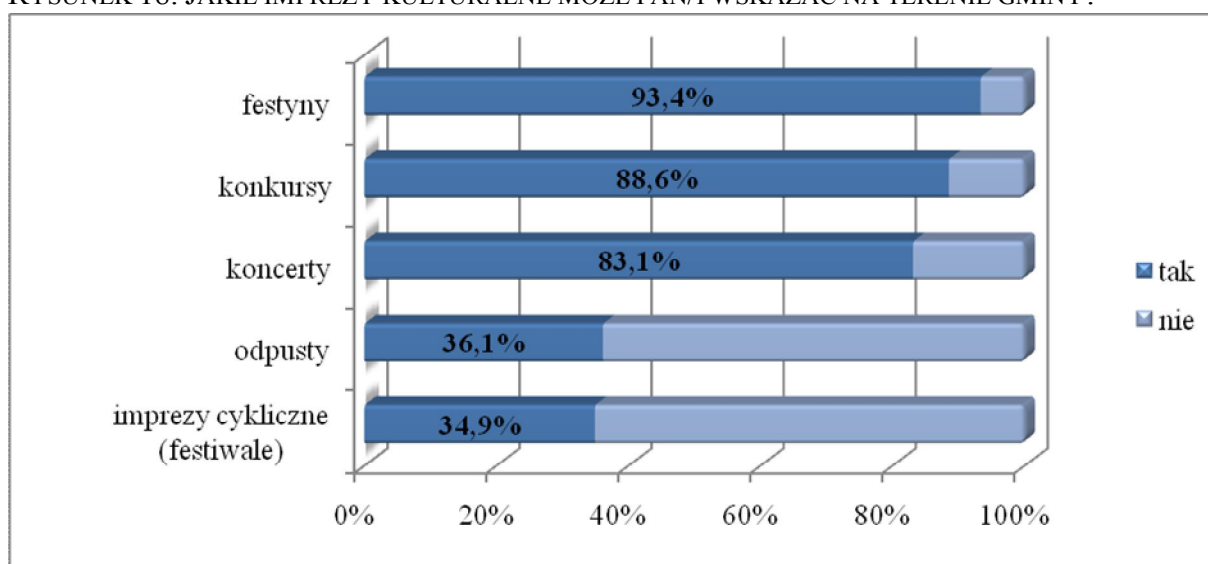
RYSUNEK 17. JAKIE IMPREZY TURYSTYCZNE ODBYWAJĄ SIĘ NA TERENIE PANA/I GMINY?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o imprezy kulturalne odbywające się w gminie Gołdap. Najwięcej osób wskazało na festyny (93,4%) oraz konkursy (88,6%) i koncerty (83,1%). Z tego wynika, iż na terenie gminy wszelkiego rodzaju konkursy oraz festyny cieszą się największą popularnością wśród ludzi.

RYSUNEK 18. JAKIE IMPREZY KULTURALNE MOŻE PAN/I WSKAZAĆ NA TERENIE GMINY?



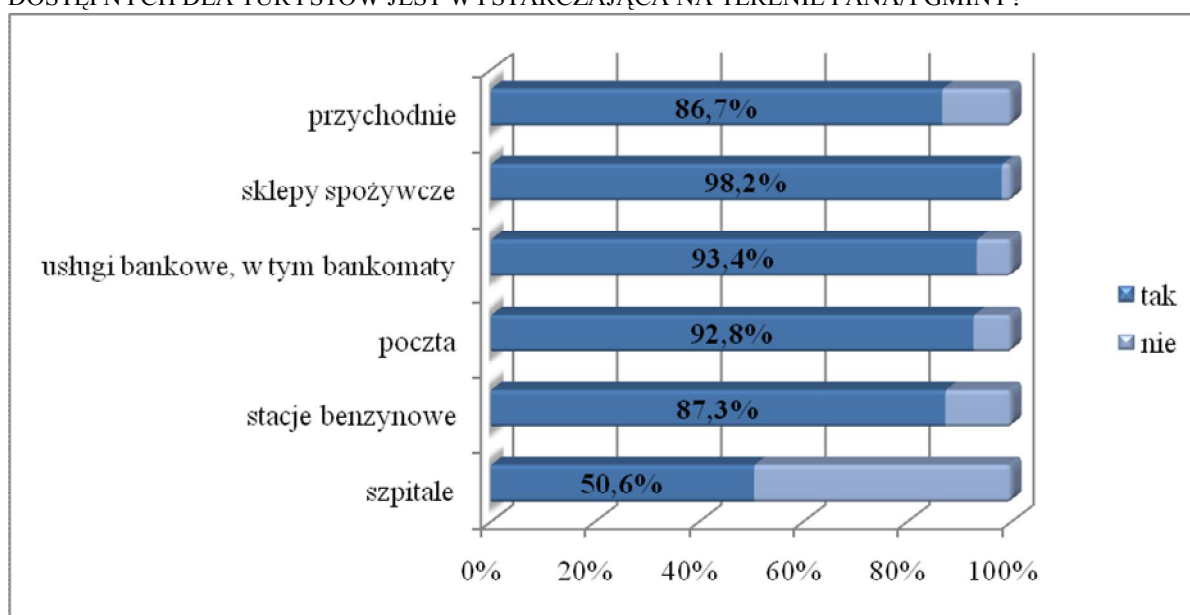
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według większości respondentów liczba użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów, takich jak usługi bankowe, w tym bankomaty (93,4% wskazań), sklepy spożywcze

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

(98,2% wskazań), poczta (92,8% wskazań), stacje benzynowe (87,3% wskazań) czy przychodnie zdrowia (86,7% wskazań) jest wystarczająca. Tylko przy liczbie szpitali opinie podzielone były niemal równomiernie (50,6% wskazań respondentów). Gmina Gołdap posiada więc bogatą infrastrukturę usług około turystycznych.

RYSUNEK 19. CZY LICZBA PONIŻEJ WSKAZANYCH UŻYTECZNOŚCI UZUPEŁNIAJĄCYCH DOSTĘPNYCH DLA TURYSTÓW JEST WYSTARCZAJĄCA NA TERENIE PANA/I GMINY?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci oceniają, że gmina Gołdap w sezonie turystycznym jest w stanie jednorazowo przyjąć od 1 tys. do 5 tys. turystów. Taką liczbę podało 56,6% ankietowanych. Według 31,3% osób miasto może przyjąć poniżej 1000 turystów jednorazowo. Biorąc pod uwagę rolę jaką odgrywa miasto Gołdap w rejonie Mazur Garbatych, oraz bogactwo zasobów naturalnych i przyrodniczych, a także bogatą infrastrukturę kulturalną, trzeba stwierdzić, że szacowana przez respondentów liczba turystów jaką może przyjąć jednorazowo gmina jest bardzo mała.

TABELA 99. ILU TURYSTÓW SZACUNKOWO W PANA/I OPINII JEST W STANIE PRZYJĄĆ GMINA W SEZONIE TURYSTYCZNYM?

	N	%
od 1 tys. do 5 tys.	94	56,6
poniżej 1000	52	31,3
od 5 tys. do 10 tys.	16	9,6
brak danych	3	1,8



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

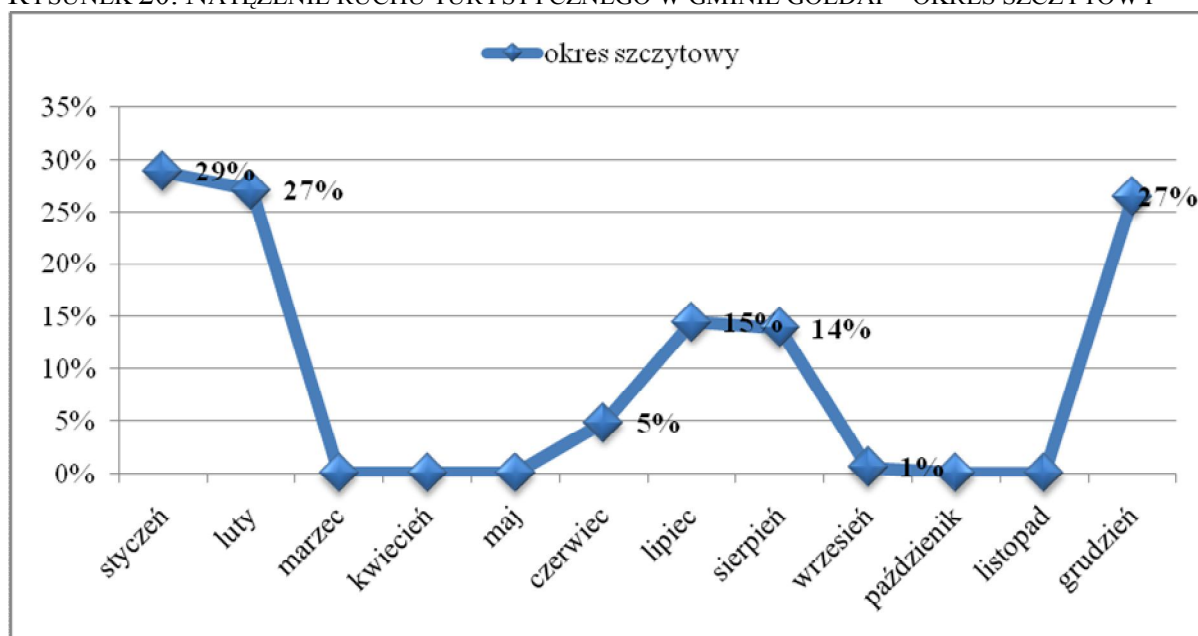
od 10 tys. do 30 tys.	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Na rysunku 20 zostało przedstawione natężenie ruchu turystycznego w gminie Gołdap w poszczególnych miesiącach roku. Do stworzenia wykresu (rysunek 20) oraz analizy otrzymanych danych posłużono się wskazaniami typu „5” (na skali 1-2-3-4-5 w kwestionariuszu ankiety, jako „5” oznaczono okres szczytowy). Miesiącami o największej liczbie turystów w gminie Gołdap są miesiące grudzień - styczeń - luty, ze względu na istnienie jedyne w okolicy wyciągu narciarskiego oraz możliwości uprawiania sportów zimowych w Gołdapi. Innymi miesiącami, w których występuje napływ turystów do gminy są lipiec i sierpień, ze względu na atrakcyjność przyrodniczo-turystyczną gminy.

RYСУNEK 20. NATĘŻENIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W GMINIE GOŁDAP - OKRES SZCZYTOWY



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część ankiety dotyczyła charakterystycznych dla miasta produktów turystycznych. Respondenci m.in. zostali zapytani o znane im produkty turystyczne jakie posiada gmina Gołdap oraz o to, czy firma bądź instytucja, którą respondent reprezentuje posiada własne produkty turystyczne.

Ponad 78% ankietowanych uważa, że gmina Gołdap posiada charakterystyczny produkt turystyczny. Tylko 17,5% ankietowanych jest zdania, iż gmina nie posiada charakterystycznego produktu turystycznego.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 100. CZY PANA/I GMINA POSIADA CHARAKTERYSTYCZNY PRODUKT TURYSTYCZNY NP. IMPREZA, ARTYKUŁ SPOŻYWCZY, RZEMIOSŁO?

	N	%
tak	131	78,9
nie	29	17,5
nie wiem/trudno powiedzieć	5	3
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych osób, które znają produkty turystyczne gminy Gołdap, 58,5% wymieniło, że najbardziej charakterystycznym produktem jest Festiwal Pogranicza „Kartaczewo”. Następnymi najważniejszymi produktami są „Międzynarodowy Konkurs Krzyku” (7,9% wskazań) oraz sanatorium uzdrowiskowe „Wital” (7,3% wskazań). Największą popularnością cieszy się festiwal „Kartaczewo” jako czynnik wyjątkowości gminy Gołdap.

TABELA 101. PROSZĘ PODAĆ NAJBARDZIEJ CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
"Kartaczewo"	96	58,5
Międzynarodowy Konkurs Krzyku	13	7,9
Uzdrowisko "Wital"	12	7,3
Dni Gołdapi	10	6,1
Bieg Jaćwingów	5	3
Święto Chleba	5	3
Kierunek Gołdap	4	2,4
Eko-piknik	3	1,8
tor saneczkowy	2	1,2
Oferta CSR "Piękna Góra"	1	0,6
Konkurs Picia Piwa	1	0,6
miód	1	0,6
brak danych	11	6,7
ogółem	164	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 131 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Blisko 55% ankietowanych uważa, że gmina Gołdap w pełni wykorzystuje swój potencjał turystyczny. Jednocześnie 35,5% ankietowanych jest zdania, że gmina ma jeszcze duży potencjał do wykorzystania. Może to sygnalizować, iż gmina, która dobrze

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wykorzystuje swój potencjał turystyczny, bo taką bez wątpienia jest gmina Gołdap, ma jeszcze duże możliwości turystyczne do wykorzystania.

TABELA 102. CZY ISTNIEJĄCA OFERTA TURYSTYCZNA WYKORZYSTUJE W PEŁNI POTENCJAŁ TURYSTYCZNY PANA/I GMINY?

	N	%
tak	91	54,8
nie	59	35,5
brak danych	16	9,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu zdiagnozowania potencjału turystycznego gminy Gołdap, zapytano także respondentów, co zmieniliby w ramach oferty turystycznej. W ten sposób, możliwe będzie zdobycie wiedzy na temat tego, co należałoby uczynić aby ulepszyć ową ofertę.

16,7% respondentów uznało, że firmy oraz instytucje zajmujące się turystyką powinny otrzymywać wsparcie finansowe. Według 16,1% respondentów równie ważne jest by gmina umiejętnie się promowała, np. w mediach, co pozwoli dotrzeć z ofertą turystyczną do szerszej rzeszy odbiorców. Innymi wskazywanymi często odpowiedziami były: stworzenie nowych punktów informacji turystycznej oraz poprawa funkcjonowania już istniejących (6,9% wskazań), a także wzbogacenie oferty turystycznej o nowe aspekty (6,9% wskazań).

TABELA 103. CO NALEŻAŁOBY ZMIEŃĆ W RAMACH OFERTY TURYSTYCZNEJ GMINY?

	N	%
wsparcie finansowe	29	16,7
lepsz promocja miasta, np. poprzez media	28	16,1
stworzyć więcej punktów IT/ulepszyć istniejące	12	6,9
wzbogacić ofertę turystyczną	12	6,9
nie wiem	8	4,6
polepszyć jakość dróg	5	2,9
stworzyć charakterystyczny produkt turystyczny	5	2,9
zwiększyć i zmodernizować istniejącą bazę noclegową	5	2,9
polepszyć komunikację drogową	2	1,1
zwiększyć współpracę z organami pozarządowymi	2	1,1
zwiększyć i zmodernizować istniejącą bazę gastronomiczną	2	1,1
organizować więcej imprez kulturalnych	2	1,1
zwiększyć nacisk na aspekt uzdrowiskowy	2	1,1

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zwiększyć ilość atrakcji dla dzieci	1	0,6
brak danych	59	33,9
ogółem	174	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 168 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

62,7% respondentów zadeklarowało, że ich firma bądź instytucja nie posiada własnych produktów turystycznych. Tylko 33,7% respondentów przyznało, że ich firma posiada własny produkt turystyczny.

TABELA 104. CZY PANA FIRMA POSIADA WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
nie	104	62,7
tak	56	33,7
brak danych	6	3,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród produktów turystycznych firm oraz przedsiębiorstw respondentów, aż 14,5% stanowi sauna, natomiast prawie 11% stanowią produkty spożywcze. Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia *tabela 105*.

TABELA 105. PROSZĘ WYMIENIĆ WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE

	N	%
sauna	12	14,5
produkty spożywcze	9	10,8
kartacze	7	8,4
basen	6	7,2
boisko	6	7,2
siłownia	5	6
masaże	5	6
imprezy kulturalne, cykliczne	4	4,8
cukiernia	2	2,4
hotel	2	2,4
domki nad jeziorem	2	2,4
Festiwal Pogranicza "Kartaczewo"	2	2,4
jarmark bożonarodzeniowy	2	2,4
restauracja	2	2,4
wyciągi narciarskie	2	2,4
domki wczasowe	1	1,2
hala sportowa	1	1,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

plac zabaw	1	1,2
wypożyczalnia rowerów	1	1,2
ośrodek wczasowy	1	1,2
plaże	1	1,2
solarium	1	1,2
pokoje do wynajęcia	1	1,2
brak danych	7	8,4
ogółem	83	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 56 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu tworzenia produktów turystycznych firmy oraz instytucje mogą ze sobą współpracować. Taką współpracę deklaruje 71,4% respondentów, którzy przyznali, że tworzą produkt turystyczny. Respondenci wykazują dużą świadomość dobroczynnych skutków jakie niesie współpraca z innymi firmami w tworzeniu wspólnego produktu turystycznego.

TABELA 106. CZY PANA/I FIRMA WSPÓLPRACUJE Z INNYMI FIRMAMI W TWORZENIU WSPÓLNEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO?

	N	%
tak	40	71,4
nie	16	28,6
ogółem	56	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

57,1% ankietowanych na pytanie czy ich firma bądź instytucja prowadzi działania w celu promocji turystyki, odpowiedziało, że tak. Zaś 39,3% ankietowanych, odpowiedziało „nie”. Respondenci w zbyt małym stopniu dostrzegają ważność stosowania narzędzi marketingowych, jako najlepszych środków promocji turystyki.

TABELA 107. CZY PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
tak	32	57,1
nie	22	39,3
brak danych	2	3,6
ogółem	56	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Do najczęstszych działań marketingowych w celu promocji turystyki należą: reklama przez ulotki, foldery (25% wskazań) a także, reklama w mediach (15% wskazań) oraz

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

tworzenie ofert dla przedsiębiorstw (15% wskazań respondentów), czyli wszystkie te działania, które mają na celu udzielanie informacji o firmie bądź instytucji a także korzystne przedstawienie jej walorów.

TABELA 108. JAKIE PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
ulotki, foldery	10	25
reklama w mediach	6	15
oferty dla firm	6	15
strona www	5	12,5
promocje okolicznościowe	3	7,5
ogłoszenia	2	5
reklama w Internecie	1	2,5
brak danych	7	17,5
ogółem	40	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 32 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część Bloku I dotyczyła tego, czy firmy posiadają plan rozwoju działalności gospodarczej oraz czy korzystają z funduszy bądź programów rozwoju gospodarczego.

Na pytanie czy firma bądź instytucja respondenta posiada plan rozwoju działalności gospodarczej, aż 83,9% ankietowanych odpowiedziało, że nie. Firmy respondentów w większości nie praktykują tego rodzaju przedsięwzięć.

TABELA 109. CZY PANA/I FIRMA POSIADA PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

	N	%
nie	47	83,9
tak	7	12,5
brak danych	2	3,6
ogółem	56	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród planów rozwoju działalności gospodarczej wymieniano plany inwestycyjne (57,1% wskazań) oraz strategie rozwojowe (14,3% wskazań). Strategie rozwojowe firm są popularnym narzędziem stosowanym w wielu przedsiębiorstwach, a które ukierunkowują działania firmy na określone w dokumencie cele.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 110. JAKI PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ POSIADA PANA/I FIRMA?

	N	%
plan inwestycyjny	4	57,1
strategia rozwoju	1	14,3
strategię rozwoju produktu turystycznego regionu Gołdap	1	14,3
wieloletni plan inwestycyjny	1	14,3
ogółem	7	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 7 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tylko 30,4% respondentów przyznało, że jego firma bądź instytucja korzysta z funduszy lub programów rozwoju gospodarczego. Jest to niewielki odsetek zważywszy na popularność korzystania z finansowych środków wsparcia Unii Europejskiej wśród zwiększającej się liczby firm w Polsce.

TABELA 111. CZY PANA/I FIRMA KORZYSTA Z FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO?

	N	%
tak	17	30,4
nie	37	66,1
brak danych	2	3,6
ogółem	56	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród popularnych funduszy, z których korzystali respondenci w celu poprawy rozwoju gospodarczego firmy, wymieniano „Kapitał Ludzki” (22,7% wskazań) oraz inne programy pomocowe UE (13,6% wskazań) oraz ze środków samorządów miast i gminy (13,6% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 112. Z JAKICH FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO KORZYSTA PANA/I FIRMA?

	N	%
"Kapitał Ludzki"	5	22,7
programy pomocowe UE	3	13,6
środki samorządowe miasta i gminy,	3	13,6
fundusze	1	4,5
promocja na zasadzie aplikacji do gminy	1	4,5
brak danych	9	40,9
ogółem	22	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 17 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO GMINY GOŁDAP ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ

Z analizy danych wynika, iż gmina Gołdap jest obszarem atrakcyjnym turystycznie. Bogactwo jej walorów przyrodniczych i turystycznych jest dostrzegane przez blisko 99% respondentów, którzy wzięli udział w badaniu.

Gmina Gołdap jako stolica Mazur Garbatych oraz jedyna miejscowość uzdrowiskowa w regionie, jest obszarem bardzo atrakcyjnym przyrodniczo, a tym samym turystycznie. Pod tym względem wyróżnia się szczególnie na tle pozostałych miejscowości regionu EGO SA. Na terenie powiatu gołdapskiego znajdują się najwyższe wzniesienia Mazur Garbatych oraz legendarna Puszcza Romincka. Znajdują się także jeziora, rzeki oraz rezerваты przyrody, stanowiące o przyrodniczej wartości gminy. Wreszcie na tym terenie występują liczne, bujne kompleksy leśne z bogatą florą oraz fauną a także nieskazitelnie czyste powietrze. To wszystko czyni Gołdap prawdziwym klejnotem regionu oraz tworzy niezwykle atrakcyjny potencjał turystyczny badanej gminy.

Wśród wód powierzchniowych Gołdapi i okolic, najpopularniejsze zbiorniki wodne to **jezioro Gołdap** oraz **rzeka Gołdapa**. Wspomniane jezioro jest najważniejszym docelowym miejscem wypoczynku wodnego bardzo wielu mieszkańców a także turystów, przybywających do gminy. Nad jeziorem znajdują się ośrodki wypoczynkowe oraz przystanie, a także plaża miejska w Gołdapi. Rzeka Gołdapa jest trasą szlaku kajakowego, co potęguje jej popularność, szczególnie wśród amatorów kajakarstwa.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wśród parków zdecydowanie największym zainteresowaniem turystów a także mieszkańców cieszy się **Park Krajobrazowy Puszczy Rominckiej**, jako miejsce objęte ochroną ze względu na unikalny charakter fauny oraz flory. Wspomniany park jest niezwykle atrakcją turystyczną nie tylko dla miłośników przyrody ale także dla amatorów przepięknych krajobrazów, jakie bez wątpienia posiada ów park.

Najpopularniejszą puszcza jest w znacznej mierze **Puszcza Romincka**, znacznie mniejszym zainteresowaniem cieszy się **Puszcza Borecka**. Przyczyną mniejszej popularności Puszczy Boreckiej może być położenie w dalszej odległości od gminy Gołdap, gdyż jej część znajduje się na terenie Powiatu gołdapskiego. Natomiast legendarna Puszcza Romincka była niegdyś terenami łowieckimi Wilhelma II, to w niej znajdują się głązy Wilhelma oraz wiele rezerwatów przyrody.

Gmina Gołdap posiada także liczne pomniki przyrody, wśród których największą popularnością cieszy się **180-letni klon pospolity** i **280-letni dąb szypułkowy** znajdujące się w Gołdapi, a także wspomniane wcześniej **głązy Wilhelma II** w Puszczy Rominckiej.

Najbardziej cenionymi rezerwatami są oczywiście te wchodzące w skład Puszczy Rominckiej, a wśród nich największym uznaniem cieszy się **Rezerwat „Boczki”**, który jest rezerwatem leśnym oraz **Rezerwat „Czerwona Struga”**, które jednakże leżą na terenie pobliskiej gminy Dubeninki. Dużą popularnością cieszy się także **Rezerwat „Mechacz Wielki”**, który jako jedyny wspomniany leży na terenie gminy Gołdap. Zdecydowanie mniejszą popularnością cieszą się rezerваты Puszczy Boreckiej.

Jeśli chodzi o inne ważne walory przyrodnicze gminy Gołdap to ogromną popularnością cieszy się **Piękna Góra** wraz z całą infrastrukturą. Piękna Góra jest wspaniałym elementem krajobrazu przyrodniczego gminy Gołdap oraz elementem zdecydowanie wyróżniającym gminę na tle innych miejscowości wchodzących w skład regionu EGO SA.

Ogólnie rzecz biorąc, gmina Gołdap jest obszarem bardzo atrakcyjnym przyrodniczo. W niedalekiej odległości dwóch puszczy, w otoczeniu licznych rezerwatów, jezior, pomników przyrody, wraz z rzekami, tworzy wyjątkowy potencjał gminy Gołdap, który warto wykorzystać w celu rozwoju usług turystycznych, jednak z uwagą na nienaruszanie tej wyjątkowej, dziewiczej przyrody.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wśród najważniejszych zabytków gminy, które stanowią o jej wyjątkowości, wymienia się przede wszystkim **Kościół parafialny pod wezwaniem św. Leona i Bonifacego** oraz **Kościół parafialny pod wezwaniem Najświętszej Marii Panny Matki Kościoła**, oba zlokalizowane w Gołdapi. Jak wynika z analizy danych, zabytki sakralne stanowią ważny element atrakcyjności turystycznej gminy. Sporą popularnością cieszy się także **Wieża Ciśnień** w Gołdapi. Z analizy danych wynika, iż znacznie mniejszą popularnością cieszy się **Piramida w Rapie**, która leży w sąsiedniej gminie – Banie Mazurskie, być może dlatego była wskazywana przez respondentów dużo rzadziej. Co ciekawe, małym uznaniem cieszy się **kompleks poniemieckich bunkrów – kwatera Luftwaffe z II wojny światowej**. Warto zastanowić się nad takim stanem rzeczy, przecież bunkry i pozostałości po stacjonowaniu Luftwaffe stanowią bez wątpienia kolejny element wyróżniający badaną gminę spośród innych objętych badaniem miejscowości. Tak mała popularność może łączyć się z brakiem odpowiedniej informacji o dokładnej lokalizacji wspomnianej atrakcji turystycznej w informatorach turystycznych.

Na terenie gminy Gołdap znajduje się jedno muzeum, które ze względu na swoją unikatowość na badanym terenie, cieszy się sporą popularnością. Mianowicie, jest to **Muzeum Ziemi Gołdapskiej**, z wystawą eksponatów etnograficznych, historycznych, geologicznych oraz militarnych, związanych z Miastem Gołdap.

Najbardziej popularną imprezą kulturalną są **Dni Gołdapi**. Wspomniana impreza, jako, że cieszy się dużym uznaniem zarówno mieszkańców gminy jak i turystów, może być przykładem odpowiedniego wykorzystania potencjału miasta oraz prawdopodobnie dobrej promocji imprezy. Inne cieszące się sporym zainteresowaniem imprezy na terenie gminy Gołdap to **Festiwal Pogranicza „Kartaczewo”** oraz **Międzynarodowy Konkurs Krzyku w Gołdapi**, przy czym należy zauważyć, iż wszelkie najpopularniejsze walory oraz atrakcje mają miejsce zazwyczaj w mieście Gołdap. Można więc stwierdzić, iż miasto posiada bogatą infrastrukturę kulturalno-rozrywkową w swojej ofercie turystycznej.

Imprezy folklorystyczne nie cieszą się wielkim zainteresowaniem. „Kartaczewo” oraz **Międzynarodowy Przegląd Ukraińskich Widowisk Bożonarodzeniowych „Wertepy i Kolady”**, docierają ze swoim programem tylko do wąskiego grona miłośników folkloru. Jednak nadmienić należy, iż wspomniana impreza folklorystyczna odbywa się na terenie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

pobliskiej gminy – Banie Mazurskie, tak więc można stwierdzić, iż na terenie gminy Gołdap nie odbywają się żadne popularne imprezy powiązane z folklorem.

Na terenie gminy odbywa się także wiele imprez sportowo-rekreacyjnych, wśród których wymienić należy przede wszystkim **Narciarski Bieg Jaćwingów**, który cieszy się ogromną popularnością. Jest tym rodzajem imprezy, która wyróżnia się na tle innych wydarzeń sportowych organizowanych na terenie regionu EGO SA, gdyż dotyczy sezonu zimowego. Jest to więc kolejny wyznacznik ogromnego potencjału gminy, który jest dobrze wykorzystywany w ramach rozwoju turystyki.

Wśród popularnych szlaków turystycznych gminy Gołdap wymienia się najczęściej **szlak rowerowy „Śladami Rominckiego Jelenia”**, **szlak historyczno-przyrodniczy „Puszcza Romincka”**, **szlak zielony „Między Puszciami”** oraz **szlak kajakowy rzeki Gołdapy**. Wszystkie wspomniane szlaki turystyczne leżą w bliskiej odległości miasta i gminy Gołdap, co świadczy o dobrej promocji regionalnych atrakcji turystycznych, a także o bogatym zasobie wspomnianych szlaków w okolicy Gołdapi.

Bardzo ważnym elementem oferty turystycznej gminy Gołdap są istniejące faktycznie trasy narciarskie. Miasto Gołdap dysponuje **Stokiem Narciarskim na Pięknej Górze** wraz z czterema wyciągami narciarskimi oraz torem saneczkowym. Jest to wyjątkowa dla tych terenów oraz dobrze promowana atrakcja turystyczna, która spełnia swoją rolę i przyciąga szerokie rzesze miłośników narciarstwa z całego regionu.

Miasto Gołdap posiada także spory zasób obiektów sportowo-rekreacyjnych. W tym popularny **Kompleks Sportowo-rekreacyjny Halę-basen** czy **stadion miejski OSiR**. Na terenie gminy zlokalizowane są także boiska „Orlik”.

Wśród innych ważnych atrakcji rekreacyjnych znajduje się przede wszystkim **Las Kumiecie**, **Bezkrwawe Safari** oraz **Skatepark w Gołdapi**. Bezkrwawe Safari jest ważnym elementem turystyki gminy, który trzeba należycie promować.

Gmina Gołdap ma jednak też swoje braki. Wśród największych wymienia się brak **lodowiska**, którego utworzenie zwiększyłoby liczbę atrakcji zimowych. Inne odczuwane braki w ofercie turystycznej to **park wodny** oraz **salony odnowy biologicznej**. Mieszkańcy dostrzegają potrzebę stworzenia tych atrakcji, które byłyby wspaniałym uzupełnieniem i tak bogatej oferty turystycznej gminy.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Gmina Gołdap charakteryzuje się względnie dużą świadomością dotyczącą składu miastowego regionu EGO SA. Jednocześnie wyróżnia się niskim poziomem wiedzy dotyczącej szlaków łączących tereny EGO SA. Potrzebna jest zdecydowanie skuteczniejsza i na większą skalę promocja regionu w mediach, by uświadomić odbiorców o istnieniu tak ciekawej inicjatywy miast Elku, Gołdapi, Olecka, Suwałk oraz Augustowa.

Z analizy danych wynika, iż istniejąca baza noclegowa oraz liczba obiektów gastronomiczno-rozrywkowych nie wymaga powiększenia. Wskazuje to na istnienie wielu tego typu obiektów, które są w stanie przyjąć oraz ugościć duże grupy turystów. Wśród obiektów tego typu najpopularniejsze są: **Sanatorium „Wital”, Hotel „Janczes”, Zajazd „Piękna Góra Rudzewicz”, Hotel „Gołdap” oraz Klub „Faraon”**. Mimo wystarczającej liczby obiektów bazy noclegowej oraz gastronomiczno-rozrywkowej, uzyskane w toku badań dane pozwalają twierdzić, iż na terenie gminy mogłyby powstać dodatkowo: kurorty wypoczynkowe, schroniska turystyczne oraz kręgielnie i salony gier i bilardu.

Funkcjonowanie punktu IT w Gołdapi oraz sposób oznakowania istniejących atrakcji turystycznych oceniany jest jako raczej dobry. Wskazuje to na prawidłowe i rzetelne działanie systemu IT w gminie Gołdap.

Stan dróg w Gołdapi oraz okolicach jest jednoznacznie zły i wymaga modernizacji, by nie hamować rozwoju turystyki w mieście. Sytuacja wygląda podobnie jeśli chodzi o miejsca parkingowe na terenie gminy.

Gmina Gołdap posiada bogaty **zasób usług około-turystycznych**. Turyści nie będą mieli trudności z odnalezieniem tu bankomatu, poczty czy sklepu spożywczego.

Z analizy uzyskanych w toku badań danych wynika, iż badana gmina jest w stanie przyjąć jednorazowo od 1 tys. do 5 tys. turystów. Przy tak dużej liczbie atrakcji turystycznych i istniejących zasobach przyrodniczych, jest to zbyt liczba by miasto mogło w pełni rozwijać cały potencjał turystyczny. Dlatego ważna jest rozbudowa obiektów noclegowych oraz gastronomiczno-rozrywkowych oraz całej oferty turystycznej miasta, by zaspokoić oczekiwania szerokiej rzeszy turystów.

Podsumowując: Gmina Gołdap jest przykładem właściwego i zrównoważonego rozwoju potencjału turystycznego. Jednakże istnieją walory oraz atrakcje, o które mógłby wzbogacić istniejącą ofertę turystyczną. Są to:



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- promocja regionu w mediach z naciskiem na inne miejscowości wchodzące w skład badanej gminy, by cała gmina rozwijała równomiernie swój potencjał turystyczny,
- budowa lodowiska,
- budowa parku wodnego,
- zwiększenie liczby salonów odnowy biologicznej,
- więcej atrakcji rekreacyjnych,
- powstanie jeszcze przynajmniej 1 kurortu wypoczynkowego na terenie gminy,
- otwarcie kręgielni oraz innych miejsc rekreacyjno-rozrywkowych,
- odpowiednia promocja najważniejszych imprez Gołdapi („Kartaczewo”, Międzynarodowy Konkurs Krzyku, Narciarskiego Biegu Jaćwingów),
- usprawnić i zmodernizować komunikację drogową.

3. Gmina Olecko

Trzecim z kolei obszarem należącym do krainy EGO SA jest Gmina Olecko, z której w badaniu wzięło udział 138 przedstawicieli instytucji lub przedsiębiorstw, które związane są z branżą turystyczną.

Spośród wszystkich respondentów 26,8% stanowili przedstawiciele obiektów gastronomicznych, a 23,2% bazy noclegowej. Jednostki samorządowe reprezentowało 19,6% osób, organizacje turystyczne oraz obiekty sportowe 8%, a obiekty kulturowe 6,5%.

TABELA 113. RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	N	%
obiekt gastronomiczny	37	26,8
baza noclegowa	33	23,2
jednostka samorządowa	28	19,6
organizacja turystyczna	11	8
obiekt sportowy	12	8
obiekt kulturowy	9	6,5
brak danych	8	8
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W przebadanych podmiotach w czasie przeprowadzania badania zatrudnionych było około 1463 osób (9 osób nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie, a 3 odpowiedziały „nie wiem”), z czego 72,9% stanowiły kobiety. W gminie Olecko w strukturach badanych instytucji oraz przedsiębiorstw związanych z branżą turystyczną, zdecydowaną większość stanowią kobiety.

TABELA 114. ILOŚĆ ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW

	N	%
Liczba zatrudnionych osób - ogółem	1463	100
Liczba zatrudnionych osób - kobiety	1067	72,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejne pytanie metryczkowe w ankiecie dotyczyło zajmowanego stanowiska respondentów. Rozkład tej zmiennej z podziałem na reprezentowane instytucje/przedsiębiorstwa przedstawia *tabela 116*.

Osoby reprezentujące branżę turystyczne w Gminie Olecko w większości legitymują się wykształceniem średnim (49,3%) lub wyższym (45,7%). Co świadczy o wysokim poziomie edukacji, a co za tym idzie solidnym, teoretycznym przygotowaniu respondentów do pracy w zawodzie.

TABELA 115. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW

	N	%
średnie	68	49,3%
wyższe	63	45,7%
zasadnicze zawodowe	6	4,3%
brak danych	1	0,7%
ogółem	138	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 116. ZAJMOWANE STANOWISKO A RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	baza noclegowa	organizacja turystyczna	obiekt gastronomiczny	obiekt kulturowy	obiekt sportowy	jednostka samorządowa	brak danych	Ogółem
inspektor	-	-	-	1	-	11	-	12
kierowca	-	1	-	-	-	-	-	1
kierownik	9	-	5	5	-	-	-	19
kucharz	-	-	2	-	-	-	-	2
menager	2	-	3	-	-	-	-	5
naczelnik	-	-	-	-	-	1	-	1
obsługa klienta	6	1	18	-	4	1	1	31
podinspektor	-	-	-	-	-	2	-	2
pracownik	1	1	-	2	1	3	1	9
referent	-	-	-	1	-	7	1	9
rolnik	-	-	-	-	-	-	2	2
sekretarka	0	4	-	-	-	-	-	4
specjalista	0	-	0	-	-	-	1	1
sprzedawca	1	-	2	-	1	1	-	5
właściciel	13	4	7	-	4	-	3	31
zarządca	-	-	-	-	-	-	1	1
brak danych	-	-	-	-	1	1	1	3
ogółem	32	11	37	9	11	27	11	138

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Potencjał turystyczny Gminy Olecko

W pytaniu pierwszym 97,8% respondentów przyznało, że w Gminie Olecko istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów na te tereny. Tylko 3 spośród wszystkich 138 respondentów, uznało, iż Olecko nie posiada żadnej atrakcji, która mogłaby przyciągnąć turystów.

TABELA 117.CZY ISTNIEJĄ WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE, KTÓRE PRZYCIĄGAJĄ TURYSTÓW DO PANA/I GMINY?

	N	%
tak	135	97,8
nie	3	2,2
Ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jednym z najważniejszych czynników, który wpływa na rozwój turystyki na tym terenie to występowanie wielu jezior. Ponadto gmina położona jest na terenie Zielonych Płuc Polski, co wiąże się z tym, iż w okolicy występują liczne kompleksy leśne, a wśród nich puszcze, parki oraz rezerваты.

Pytanie drugie i trzecie w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło znanych walorów i atrakcji przyrodniczych występujących w Olecku i jego okolicach oraz tego, które z nich cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Odpowiedzi w obu pytaniach pokrywały się ze sobą.

Osoby biorące udział w badaniu zapytane o występujące na tych terenach jeziora w większości wskazywali na Oleckie Wielkie (76,7% wskazań), położone w samym mieście Olecko, które jest bardzo atrakcyjne turystycznie. Linia brzegowa jeziora jest dobrze zagospodarowana – znajdują się tu liczne pomosty, kąpieliska oraz rozwinięta infrastruktura turystyczna. Drugim z kolei najczęściej wskazywanym jeziorem jest jezioro Sedraneckie (7,8% wskazań respondentów), położone nieopodal miejscowości Sedranki.

Jezioro Oleckie Wielkie uznane zostało również przez respondentów jako cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów (88,8% wskazań). Jest to jezioro, które

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

cieszy się ogromną popularnością zarówno wśród mieszkańców gminy, jak i przybywających tu turystów, zapewne ze względu na swoją dobrze rozwiniętą infrastrukturę wodną.

TABELA 118. JEZIORA

	JEZIORA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Olecko Wielkie	136	76,7	127	88,8
Sedraneckie	14	7,8	1	0,7
Dworackie	6	3,4	-	-
Dobskie	3	1,7	1	0,7
Olecko Małe	3	1,7	-	-
Szwałk	3	1,7	-	0
Ełckie	2	1,1	-	0
Łaśmiady	2	1,1	2	1,4
Kuliste	1	0,6	-	-
Mącze	1	0,6	-	-
Przytułskie	1	0,6	-	-
Łażno	1	0,6	1	0,7
Litygajno	1	0,6	1	0,7
Mieruniszki	1	0,6	1	0,7
Monety	1	0,6	1	0,7
brak danych	1	0,6	8	5,6
ogółem	177	100	143	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część pytań drugiego i trzeciego dotyczyła rzek - znanych respondentom i najbardziej popularnych wśród turystów. W znacznej większości osoby biorące udział w badaniu wskazywały na rzekę Legę (88,8% wskazań). Rzeka ta jest największa na tym obszarze i łączy ze sobą m.in. jeziora Oleckie Wielkie oraz Oleckie Małe. Jej nurtem biegnie szlak kajakowy, co sprawia, że jest ona podobnie jak jezioro Oleckie Wielkie jedną z najważniejszych atrakcji w okolicy.

Nieco ponad 63% respondentów nie wskazało żadnej rzeki cieszącej się zainteresowaniem wśród turystów. Może to wynikać z tego, iż ankietowani uważają, że

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

turyści przyjeżdżający w te okolice rzadko korzystają z możliwości aktywnego wypoczynku jakie daje obecność rzeki i istniejących, związanych z nią atrakcji.

TABELA 119. RZEKI

	RZEKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Lega	127	88,8	49	35,5
Elk	2	1,4	-	-
Krutynia	2	1,4	-	-
Jarka	2	1,4	1	0,7
Łażna Struga	1	0,7	-	-
brak danych	9	6,3	88	63,8
ogółem	143	100	138	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie parków istniejących w gminie i jej okolicach. Pytanie to zostało różnie przez respondentów zinterpretowane. Część odpowiedzi dotyczyła występujących najbliżej gminy parków rozumianych jako miejsca ochrony przyrody. Z tych osób, które udzieliły takiej odpowiedzi najczęściej wskazań dotyczyło Suwalskiego Parku Krajobrazowego (4,7% wskazań), a następnie Mazurskiego Parku Krajobrazowego (1,3% wskazań respondentów). Pozostałe odpowiedzi to parki rozumiane jako parki miejskie o cechach wypoczynkowo – spacerowych. Najczęściej respondenci wymieniali Park Miejski w Olecku (32,2% wskazań) oraz park, który dawniej był poniemieckim cmentarzem (10,1% wskazań).

Bardzo mały procent respondentów odpowiedział na pytanie dotyczące parków cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów. Fakt ten może świadczyć o tym, iż respondenci uznali, że parki występujące w Olecku lub w jego okolicach nie są popularne wśród turystów.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 120. PARKI

	PARKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Park Miejski w Olecku	48	32,2	13	9,4
park - daw. cmentarz poniemiecki	15	10,1	2	1,4
Suwalski Park Krajobrazowy	7	4,7	2	1,4
zieleń miejska	3	2	1	0,7
Mazurski Park Krajobrazowy	2	1,3	-	-
Czerwony Dwór	2	1,3	1	0,7
brak danych	72	48,4	119	86,2
ogółem	149	100	138	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część pytania drugiego, a zarazem trzeciego tyczyła się puszczy występujących na objętym badaniem obszarze. Ponad połowa wskazań dotyczyła Puszczy Boreckiej (59,5% wskazań). Również według respondentów puszcza ta cieszy się największym zainteresowaniem wśród przybywających tu turystów (40,1% wskazań respondentów). Osoby, które wzięły udział w badaniu wspominały również Puszcze Romincką (12,7% wskazań). Z tego wynika, iż znaczna część respondentów wykorzystuje możliwości odpoczynku jakie daje obecność puszczy na terenie objętym badaniem.

TABELA 121. PUSZCZE

	PUSZCZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Puszcza Borecka	94	59,5	57	40,1
Puszcza Romincka	20	12,7	2	1,4
Puszcza Białowieska	2	1,3	0	0
Puszcza Augustowska	0	0	1	0,7
brak danych	42	26,6	82	57,7
ogółem	158	100	142	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci reprezentujący Gminę Olecko zostali zapytani także o występujące na tutejszym obszarze pomniki przyrody. Z odpowiedzi respondentów wynika, że najbardziej znanymi pomnikami przyrody są zabytkowe dęby (34,4% wskazań), cisy rosnące w rezerwacie „Cisowy Jar” (22,8% wskazań) oraz drobnolistna lipa, która zlokalizowana jest w Leśnictwie Szczedranka (16,3% wskazań respondentów).

Jeśli chodzi o pomniki przyrody cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów zdecydowana większość, bo aż 85,3% nie udzieliła odpowiedzi na to pytanie, co może świadczyć o tym, iż według ankietowanych pomniki przyrody nie są atrakcją turystyczną przyciągającą turystów.

TABELA 122. POMNIKI PRZYRODY

	POMNIKI PRZYRODY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Zabytkowy dąb	62	28,8	12	8,4
cisy (Cisowy Jar)	49	22,8	3	2,1
lipa drobnolistna - Leśnictwo Szczedranka	35	16,3	4	2,8
dąb szypułkowy - Olecko (Plac Wolności)	5	2,3	-	-
dąb szypułkowy - Olecko (ul. Jeziorna)	4	1,9	-	-
dąb szypułkowy - Olecko (ul. Partyzantów)	3	1,4	-	-
inne (Aleja Dębowa, Dąb Krutyński, drzewa na cmentarzu poniemieckim)	9	4,2	2	1,4
brak danych	48	22,3	122	85,3
ogółem	215	100	143	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część pytania drugiego i trzeciego dotyczyła występujących na przebadanych terenach rezerwatów. Na to pytanie nie odpowiedziała ponad połowa respondentów. Pozostałe osoby wskazywały rezerваты: „Wyspa Lipowa na Jeziorze Szwałk” (12,4% wskazań), „Lipowy Jar” (10,5% wskazań) oraz „Mazury” (8,5% wskazań), które położone są w gminie Kowale Oleckie oraz rezerwat „Borki” (3,9% wskazań respondentów). Natomiast gdy zapytaliśmy respondentów o to, które rezerваты są atrakcyjne dla turystów, 97,1%

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ankietowanych na pytanie to nie odpowiedziało, uznając być może, iż rezerwaty popularne wśród osób zamieszkałych na terenie gminy, są tak samo atrakcyjne dla przybywających turystów.

TABELA 123. REZERWATY

	REZERWATY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Rezerwat "Wyspa Lipowa na Jeziorze Szwałk"	19	12,4	1	0,7
Rezerwat "Lipowy Jar"	16	10,5	-	-
Rezerwat "Mazury"	13	8,5	1	0,7
Rezerwat "Borki"	6	3,9	1	0,7
inne	5	3,3	1	0,7
brak danych	94	61,4	134	97,1
ogółem	153	100	138	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci mogli wskazać również te walory i atrakcje przyrodnicze, które nie kwalifikują się do podanych w pytaniach drugim i trzecim kategorii (jeziora, rzeki, parki, puszczę, pomniki przyrody, rezerwaty), a które według nich również zasługują na uwagę.

Najczęściej pojawiającymi odpowiedziami, których udzielali respondenci w tej części analizowanych pytań, były istniejące w gminie szlaki: „Wiewiórcza Ścieżka” (31% wskazań) oraz „Ku Dolinie Rospudy” (20,7% wskazań respondentów). Co świadczy o zamiłowaniu części respondentów do pieszych oraz rowerowych wypraw po okolicy Olecka.

TABELA 124. INNE ZNANE RESPONDENTOM ORAZ CIESZĄCE SIĘ NAJWIĘKSZYM ZAINTERESOWANIEM WŚRÓD TURYSTÓW WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE

	INNE WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE...			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
szlak - Wiewiórcza Ścieżka	27	31	37	59,7
szlak - Ku Dolinie Rospudy	18	20,7	14	22,6
szlak - Doliną Legi	6	6,9	-	-

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

cmentarz wojskowy	5	5,7	-	-
Dworek Mazurski	5	5,7	-	-
most w Stańczykach	4	4,6	3	4,8
Szeska Góra	4	4,6	3	4,8
szlaki turystyczne	4	4,6	3	4,8
szlak - Na Szeską Górę	3	3,4	-	-
cmentarz poniemiecki	2	2,3	-	-
szlak - Tęcza Piętnastu Jezior	2	2,3	-	-
agroturystyka	2	2,3	-	-
plaże	2	2,3	1	1,6
lasy	1	1,1	-	-
Rezerwat Przyrody Mazury	1	1,1	1	1,6
Bezkrwawe Safari	1	1,1	-	-
ogółem	87	100	62	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent nie musiał udzielać odpowiedzi na to pytanie
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań*

Analizując odpowiedzi respondentów na pytanie drugie i trzecie zawarte w Bloku I przedstawionej im ankiety, można zauważyć, że walory i atrakcje turystyczne są przez respondentów niedoceniane. Ponieważ w dzisiejszych czasach popularnym sposobem spędzania urlopów/wakacji są pobyty na łonie natury, z dala od zgiełku miasta, wyniki ankiety wydają się być zaskakujące. Za wyjątek można uznać jezioro Oleckie Wielkie, które jest niewątpliwie największą atrakcją przyrodniczą na terenie gminy. Należy jednak podkreślić, że linia brzegowa z najbardziej rozwiniętą infrastrukturą turystyczną leży w obrębie miasta Olecko. Nie można więc mówić tu o wypoczynku na łonie natury, z dala od miejskiego życia.

Pytania 4 i 5 zamieszczone w ankiecie dotyczyły walorów i atrakcji turystycznych, czyli istniejących i cieszących się największą popularnością wśród turystów zabytków, muzeów, wydarzeń kulturalnych, imprez folklorystycznych oraz wydarzeń sportowo – rekreacyjnych.

Najbardziej znanymi respondentom, a zarazem najbardziej cenionymi przez turystów zabytkami w gminie są zlokalizowane w mieście Olecko:

- Pomnik Kamienna Półrotunda - zlokalizowany na Placu Wolności w Olecku; pomnik ten to pozostałości pomnika żołnierzy niemieckich z 1927 r. (20,4% wskazań),
- Młyn wodny nad rzeką Legą (19,1% wskazań),

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- Dawny kompleks zamkowy w Olecku (16,4% wskazań),
- Wieża ciśnień w Olecku (15,2% wskazań),
- Kościół pw. Podwyższenia Krzyża Świętego w Olecku (12,8% wskazań respondentów).

TABELA 125. ZABYTKI

	ZABYTKI...			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Pomnik Kamienna Półtunda w Olecku	67	20,4	56	22,7
Młyn wodny nad rzeką Legą w Olecku	63	19,1	33	13,4
Dawny kompleks zamkowy w Olecku	54	16,4	30	12,1
Wieża Ciśnień w Olecku	50	15,2	30	12,1
Kościół pw. Podwyższenia Krzyża Świętego	42	12,8	19	7,7
Chata Mazurska w Olecku	13	4	6	2,4
Molo i skocznia w Olecku	5	1,5	10	4
Zespół Pałacowo-Parkowy z folwarkiem w Białej Oleckiej	2	0,6	1	0,4
Kościół w Szarejkach	2	0,6	1	0,4
Kościół Ewangelicki z Pastorówką w Szczecinkach	1	0,3	-	-
Zespół zabudowy gospodarczej na ul. Armii Krajowej	1	0,3	-	-
Park Miejski w Olecku	1	0,3	-	-
Zespół Dworsko-Parkowy w Grodejkach Małych	1	0,3	2	0,8
Rynek w Olecku	1	0,3	1	0,4
Kamienny i drewniany mostek w Olecku	1	0,3	-	-
Zabytkowe budynki mieszkalne w Olecku	-	-	4	1,6
inne	2	0,6	6	2,4
brak danych	23	7	48	19,4
ogółem	329	100	247	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część pytania czwartego i piątego dotyczyła istniejących i popularnych wśród respondentów muzeów istniejących w Gminie Olecko. Prawie żaden respondent nie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

odpowiedział na to pytanie, co wiąże się z tym, iż w gminie nie występują muzea. Jedna odpowiedź dotyczyła Muzeum Marii Konopnickiej, które mieści się w Suwałkach, siedem osób wskazało na muzeum w Zespole Szkół Technicznych, a jedna na zbiory w Oleckim Stowarzyszeniu Aktywnych „Zamek”.

Osoby, które w niniejszym badaniu reprezentowały Gminę Olecko wskazywały, iż najbardziej znaną i najpopularniejszą imprezą kulturalną w gminie jest „Przystanek Olecko” (59,5% wskazań), w czasie której odbywają się liczne warsztaty, konkursy, spotkania i koncerty. Kolejnymi ważnymi imprezami kulturalnymi są „Sztama - spotkania ze sztuką” (18% wskazań) oraz „Dni Olecka” (7,2% wskazań). Zdecydowanie największą popularność osiąga Przystanek Olecko, jak najważniejsza impreza tej gminy, cieszące się bardzo dużym zainteresowaniem wśród turystów (68,7% wskazań respondentów).

TABELA 126. WYDARZENIA KULTURALNE

	WYDARZENIA KULTURALNE...			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Przystanek Olecko	132	59,5	123	68,7
Sztama - spotkania ze sztuką w Olecku	40	18	18	10,1
Dni Olecka	16	7,2	12	6,7
Fiesta Borealis w Olecku	7	3,2	2	1,1
Olecki Przegląd Otwartych Filmów OP-OF	6	2,7	-	-
Gatka dla nastolatka - konkurs piosenki dziecięcej	5	2,3	-	-
Święto Mleka w Olecku	4	1,8	-	-
Mazurskie Spotkania z Folklorem w Olecku	1	0,5	-	-
inne	9	4,1	11	6,1
brak danych	2	0,9	13	7,3
ogółem	222	100	179	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najbardziej popularną imprezą folklorystyczną w Gminie Olecko są „Mazurskie Spotkania z Folklorem” (49,7% wskazań). Jako imprezę folklorystyczną respondenci wskazywali również „Dni Olecka” (7,6% wskazań) i „Przystanek Olecko” (2,8% wskazań).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z uzyskanych danych wynika, iż Mazurskie Spotkania z Folklorem cieszą się dużym uznaniem wśród respondentów oraz turystów odwiedzających gminę.

TABELA 127. IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE

	IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Mazurskie Spotkania z Folklorem	72	49,7	61	43,3
Dni Olecka	11	7,6	9	6,4
Przystanek Olecko	4	2,8	6	4,3
inne	5	3,4	2	1,4
brak danych	53	36,6	63	44,7
ogółem	145	100	141	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani o wydarzenia sportowo – rekreacyjne mające miejsce w Gminie Olecko, najczęściej wskazywali na odbywające się tu regaty żeglarskie (22,6% wskazań). Innymi podawanymi przez ankietowanych odpowiedziami były: Turniej Tenisa Ziemnego odbywającego się na kortach MOSiR (15,5% wskazań), biegi przełajowe (6,5% wskazań) i mecze piłki nożnej (4,8% wskazań respondentów).

Ponad połowa osób biorących udział w badaniu nie wskazała na ani jedną imprezę sportowo – rekreacyjną cieszącą się największym zainteresowaniem wśród turystów, co może świadczyć o tym, iż imprezy tego rodzaju nie cieszą zbyt dużym zainteresowaniem wśród odwiedzających gminę Olecko osób.

TABELA 128. WYDARZENIA SPORTOWO - REKREACYJNE

	WYDARZENIA SPORTOWO - REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Regaty Żeglarskie w Olecku	38	22,6	22	14,9
Turniej Tenisa Ziemnego w Olecku	26	15,5	18	12,2
biegi przełajowe w Olecku	11	6,5	4	2,7
mecze piłki nożnej w Olecku	8	4,8	5	3,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Gala Mistrzów Oleckiego Sportu	7	4,2	2	1,4
Turniej Szachowy	7	4,2	2	1,4
Turniej Piłki Siatkowej	4	2,4	6	4,1
inne	20	11,9	8	5,4
brak danych	47	28	81	54,7
ogółem	168	100	148	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podobnie jak w pytaniach drugim i trzecim, tak i w tym wypadku respondenci mieli możliwość wskazania na inne atrakcje turystyczne, które nie zostały uwzględnione w ankiecie. Z tej możliwości skorzystało niewiele osób, a wśród wskazań najczęściej pojawiały się takie odpowiedzi jak: galeria malarstwa, SPA w hotelu Colloseum, odbywające się w gminie odpusty oraz Dworek Mazurski.

Po przeanalizowaniu odpowiedzi respondentów na temat walorów i atrakcji przyrodniczych istniejących na terenie gminy oraz cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów, można zauważyć że Gmina Olecko jest gminą atrakcyjną turystycznie. Na terenie tym istnieje wiele ciekawych miejsc wartych zobaczenia. Ponadto miasto stara się zapewnić gościom tu przybywającym liczne atrakcje rozrywkowe, organizując przeróżne imprezy.

Kolejne dwa pytania, a mianowicie pytanie szóste i siódme dotyczyło atrakcji rekreacyjnych występujących w Gminie Olecko oraz cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów przybywających na te tereny. Respondenci zostali zapytani o szlaki rowerowe, piesze, konne i kajakowe oraz o trasy narciarskie. Oprócz tego poproszeni zostali o wskazanie istniejących na badanym obszarze obiektów takich jak: stacje, plaże, parki wodne, place zabaw dla dzieci oraz obiekty sportowo – rekreacyjne.

Najbardziej znanym szlakiem rowerowym jest szlak „Wiewiórcza Ścieżka” (78,9% wskazań), który biegnie wokół jeziora Oleckie Wielkie. Szlak ten jest również najbardziej atrakcyjny dla turystów spędzających tu urlop (76,2% wskazań) i cieszy się dużą popularnością jak trasa rowerowo-spacerowa.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 129. SZLAKI ROWEROWE

	SZLAKI ROWEROWE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Wiewiórcza Ścieżka	120	78,9	112	76,2
Tęczą piętnastu jezior	4	2,6	3	2
Doliną Legi	3	2	2	1,4
Ku Dolinie Rospudy	3	2	2	1,4
Na Szeską Górę	3	2	2	1,4
Nad Jezioro Krzywe	1	0,7	2	1,4
inne	3	2	2	1,4
brak danych	15	9,9	22	15
ogółem	152	100	147	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie istniejących w okolicy Olecka szlaków pieszych. Zdecydowana większość wskazała szlak „Wiewiórcza Ścieżka” (76,5% wskazań), który jest trasą rowerowo – spacerową. Szlak ten jest również najbardziej popularny wśród turystów (75% wskazań).

TABELA 130. SZLAKI PIESZE

	SZLAKI PIESZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
„Wiewiórcza Ścieżka”	114	76,5	108	75
„Ku Dolinie Rospudy”	3	2	1	0,7
„Tęczą Piętnastu Jezior”	3	2	2	1,4
„Nad Jezioro Krzywe”	2	1,3	1	0,7
„Doliną Legi”	3	2	1	0,7
„Na Szeską Górę”	2	1,3	1	0,7
inne	3	2	1	0,7
brak danych	19	12,8	29	20,1
ogółem	149	100	144	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z odpowiedzi respondentów wynika, iż Gmina Olecko nie posiada szlaków konnych. Na pytanie dotyczące tego rodzaju szlaków, odpowiedziało jedynie dwóch respondentów, wskazując na szlak „Wiewiórcza Ścieżka”. Tym samym respondenci nie wskazali szlaków konnych cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów.

Kolejna część pytania szóstego i siódmego dotyczyła tras narciarskich. W tym pytaniu podobnie jak poprzednio, prawie żaden respondent nie wskazał ani jednej takiej trasy. Osoby, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie wskazały trasę narciarską zlokalizowaną na Pięknej Górze, która leży na terenie Gminy Gołdap.

Kolejną atrakcją rekreacyjną o którą zapytaliśmy respondentów są szlaki kajakowe. Prawie 90% ankietowanych nie udzieliło odpowiedzi na to pytania. Pozostałe osoby wskazywały na szlak „Łączna Struga” (7,2% wskazań) oraz „Szlak mazursko – augustowski” (4,3% wskazań). W ten sam sposób rozkładały się odpowiedzi dotyczące szlaków kajakowych cieszących się największym zainteresowaniem wśród respondentów. Mimo, że na rzece Ledze istnieje szlak kajakowy, żaden respondent go nie wskazał. Przyczyną takiego stanu może być złe oznakowanie bądź słaba promocja szlaku.

TABELA 131. SZLAKI KAJAKOWE

	SZLAKI KAJAKOWE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Łączna Struga	10	7,2	8	5,8
Szlak Mazursko - Augustowski	6	4,3	6	4,3
brak danych	123	88,5	124	89,9
ogółem	139	100	138	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na terenie Gminy Olecko zgodnie z odpowiedziami respondentów nie występują takie obiekty sportowo – rekreacyjne jak stacje. Na to pytanie nie odpowiedział żaden respondent.

Następnie respondenci zostali zapytani o znane im oraz cieszące się największą popularnością, występujące w gminie plaże. Wszystkie odpowiedzi ankietowanych dotyczyły

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

plaż/kąpielisk należących do jeziora Oleckie Wielkie. Respondenci najczęściej wskazywali na Plażę Miejską w Olecku (42,7% wskazań) oraz na istniejące w mieście kąpieliska, takie jak: „Szyjka” (22,9% wskazań) oraz „Dzika Plaża” (18,5% wskazań respondentów).

TABELA 132. PLAŻE

	PLAŻE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Plaża Miejska (MOSiR)	97	42,7	90	37
Kąpielisko "Szyjka"	52	22,9	39	16
Kąpielisko "Dzika Plaża"	42	18,5	36	14,8
inne	8	3,5	15	6,2
brak danych	28	12,3	63	25,9
ogółem	227	100	243	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na pytanie dotyczące występowania w Gminie Olecko parków wodnych nie odpowiedział żaden respondent. Związane jest to z tym, że w gminie nie istnieją takie obiekty.

Bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność turystyczną danego obszaru, jest występowanie na nim atrakcji dla dzieci, dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie parków zabaw dla dzieci. Wszystkie odpowiedzi przebadanych osób dotyczyły placów zabaw, zlokalizowanych w różnych częściach miastach. Najwięcej wskazań zaobserwowano przy odpowiedzi plac zabaw w Parku Miejskim (34,8% wskazań), który jest najbardziej atrakcyjny ze względu na swoje położenie w centrum miasta.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 133. PARKI ZABAW DLA DZIECI

	PARKI ZABAW DLA DZIECI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
plac zabaw w Parku Miejskim	54	34,8	40	26,5
osiedlowe place zabaw	17	10,9	10	6,6
plac zabaw nad jeziorem	10	6,5	6	4
plac zabaw w pobliżu Sądu Rejonowego	7	4,5	6	4
plac zabaw przy przedszkolu (al. Zwycięstwa)	1	0,6	-	-
brak danych	66	42,6	89	58,9
ogółem	155	100	151	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na terenie Gminy Olecko działa Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji. Respondenci zapytani o istniejące w gminie atrakcje rekreacyjne w większości wskazywali na MOSiR oraz na przynależne do niego obiekty (67% wskazań). Ponadto osoby ankietowane wskazały na Boisko „Orlik” w Kowalach Oleckich (7,2% wskazań), basen w Hotelu Colloseum (3,1% wskazań) oraz moło ze skocznią nad jeziorem Oleckie Wielkie (1% wskazań respondentów). Duża popularność MOSiR-u wynikać może z dobrego funkcjonowania tego ośrodka sportowego oraz bogatej infrastruktury sportowo-rekreacyjnej oferowanej przez wspomniany MOSiR.

TABELA 134. OBIEKTY SPORTOWO - REKREACYJNE

	OBIEKTY SPORTOWO - REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji	72	37,1	67	34,4
Stadion piłkarski MOSiR	35	18	30	15,4
Boisko Orlik w Kowalach Oleckich	14	7,2	13	6,7
Stadion lekkoatletyczny MOSiR	12	6,2	11	5,6
Korty tenisowe MOSiR	11	5,7	20	10,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Basen w Hotelu Colloseum	6	3,1	7	3,6
Molo ze skocznią nad j. Oleckie Wielkie	2	1,0	-	-
inne	3	1,5	1	0,5
brak danych	39	20,1	46	23,6
ogółem	194	100	195	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jak i w poprzednich pytaniach, tak i w tym respondenci mieli możliwość wskazania na te obiekty, które nie zawierały się w kategoriach podanych w ankiecie. Z tej możliwości skorzystało jednak bardzo mało osób. Ankietowani podawali tu Park Miejski oraz Siłownię Goliat.

Podczas przeprowadzania badania respondenci zostali poproszeni także o wskazanie jakich atrakcji turystycznych brakuje w Gminie Olecko. Najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami były: muzeum (14,2% wskazań), atrakcje i zabawy dla dzieci (12% wskazań) oraz wszelkiego rodzaju imprezy kulturalne (8,7% wskazań respondentów). Z takiego rozkładu odpowiedzi można wnioskować, iż respondenci łakną przede wszystkim rozrywek kulturalnych (muzeum, imprezy kulturalne), których w gminie jest zbyt mało.

TABELA 135. JAKICH WEDŁUG PANA/I ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH BRAKUJE W PANA/I GMINIE?

	N	%
muzeum	26	14,2
atrakcje i zabawy dla dzieci/parki zabaw	22	12
imprezy kulturalne	16	8,7
basen kryty	15	8,2
lodowisko	15	8,2
imprezy całoroczne	14	7,7
SPA	9	4,9
centrum handlowe	7	3,8
imprezy kulturalne i sportowo - rekreacyjne	6	3,3
gokarty	5	2,7
nowoczesne kino	5	2,7
wyciąg nart wodnych	5	2,7
imprezy sportowo - rekreacyjne	3	1,6
skansen	3	1,6
ścieżki rowerowe	3	1,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

dyskoteka	2	1,1
filharmonia	2	1,1
park wodny	2	1,1
parki	2	1,1
sala koncertowa	2	1,1
szlaki turystyczne	2	1,1
bary	1	0,5
ciekawe plaże	1	0,5
Fiesta Borealis	1	0,5
koncerty	1	0,5
kępielnia	1	0,5
letnie kawiarenki	1	0,5
planetarium	1	0,5
przydrożne grille	1	0,5
skoki bungee	1	0,5
stanice	1	0,5
usługi rekreacyjne dla turystów	1	0,5
usługi rekreacyjno-wodne dla turystów	1	0,5
nie wiem	4	2,2
nie brakuje	1	0,5
ogółem	183	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Niniejsze badanie dotyczy potencjału turystycznego krainy EGO SA. W związku z tym zapytaliśmy respondentów o to, czy potrafią wskazać jakie miejscowości/gminy wchodzą w skład tegoż obszaru. Z odpowiedzi respondentów wynika, iż niecałe 30% nie wie jakie miejscowości/gminy należą do obszaru EGO SA, natomiast ponad 71% ankietowanych potrafi wymienić miejscowości wchodzące w skład regionu EGO SA.

TABELA 136. CZY POTRAFI PANI WYMIENIĆ MIEJSCOWOŚCI I GMINY WCHODZĄCE W SKŁAD REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	98	71
nie	40	29
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

60% osób biorących udział w badaniu nie zna szlaków łączących miasta/gminy regionu EGO SA. Tylko niecałe 40% ankietowanych zna wspomniane szlaki. Po raz kolejny potwierdza się wniosek, iż istniejące szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA są albo słabo oznakowane albo występuje zbyt słaba promocja wspomnianych szlaków, co nie sprzyja promowaniu badanego regionu oraz rozwojowi wspólnego potencjału turystycznego.

TABELA 137. CZY ZNA PAN/I SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	55	39,9
nie	83	60,1
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które zadeklarowały, że znają szlaki turystyczne istniejące na terenie EGO SA, najczęściej wskazywały na szlaki, które znajdują się na terenie Gminy Olecko: „Ku Dolinie Rospudy” (28% wskazań), „Tęczą piętnastu jezior” (22,7% wskazań), itp. Ponadto pojedyncze osoby wskazywały na szlaki rzeczywiście łączące ze sobą ten obszar, np. szlak kajakowy Czarną Hańczą (2,7% wskazań respondentów). Zaobserwowano niski poziom świadomości respondentów dotyczący znajomości łączących szlaków, który wynikać może ze zbyt słabej promocji tychże szlaków.

TABELA 138. PROSZĘ WYMIENIĆ SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA.

	N	%
szlak „Ku Dolinie Rospudy	21	28
szlak „Tęczą 15 Jezior”	17	22,7
Szlak Wielkich Jezior Mazurskich	9	12
szlak ”Nad Jezioro Krzywe	7	9,3
szlak „Na Szeską Górę”	6	8
szlak „Doliną Legi	4	5,3
szlak „Nad Jezioro Garbas:	3	4
Szlak kajakowy Czarną Hańczą	2	2,7
szlak Łażna Struga	1	1,3
szlak Mazur Garbatych	1	1,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

brak danych	4	5,3
ogółem	75	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 55, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Badając potencjał turystyczny danego obszaru należy wziąć również pod uwagę istniejącą bazę noclegową. W pytaniu dwunastym respondenci zostali poproszeni o określenie znanych hoteli, pensjonatów oraz innych miejsc, w których mogą znaleźć nocleg turyści.

Respondenci najczęściej wskazywali na zlokalizowane w mieście hotele, pensjonaty i inne obiekty, które udzielają noclegów. Rzadziej natomiast podawali miejsca noclegowe zlokalizowane poza miastem. Najczęściej wskazywanymi obiektami noclegowymi są największe hotele w Olecku, takie jak np. Hotel Mazury (16,9% wskazań), Hotel Colloseum (14,7% wskazań) oraz Hotel Olecko (14,2% wskazań respondentów). Z analizy dostępnych danych wynika, że najpopularniejszymi miejscami noclegowymi są hotele, zaś najmniej popularnymi – gospodarstwa agroturystyczne. Zapewne wiąże się to z lokalizacją wspomnianych miejsc noclegowych, gdzie hotele znajdują się w obszarze miasta, natomiast gospodarstwa agroturystyczne poza, co być może sprzyja wypoczynkowi na łonie natury, jednak jest lokalizacją z dala od wszelkich organizowanych przez Olecko imprez. Częstość wskazań przedstawia *tabela 139*.

TABELA 139. BAZA NOCLEGOWA ZNANA RESPONDENTOM

	N	%
Hotel „Mazury”	181	16,9
Hotel „Colosseum”	157	14,7
Hotel „Olecko”	152	14,2
Hotel „Krystjan”	94	8,8
Pensjonat „Jagoda”	86	8,0
Ośrodek Wypoczynkowy „Skarpa”	78	7,3
Ośrodek Wypoczynkowo – Szkoleniowy „Dworek Mazurski”	64	6,0
Pensjonat „Pensjon”	56	5,2
Zajazd „Sedranki”	47	4,4
Wiejski Dom Wczasowy „Panorama”	43	4,0
Majątek Giże Marczak	30	2,8
Pensjonat „Śnieżka”	21	2,0

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Hotel CENTRUM	16	1,5
Hotelik „Rarytas”	11	11
Gospodarstwo „Sadyba” Moźne	10	0,9
Hoteli „Dom Studenta”	8	0,7
PHU „Żaczek”	5	0,5
Dom weselny „Villa Eden”	3	0,3
Gospodarstwo agroturystyczne „BMKA” Moźne	3	0,3
Gospodarstwo agroturystyczne „Czar Północy” Oleszewo	3	0,3
Gospodarstwo agroturystyczne w Szczecinkach	3	0,3
ogółem	1071	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania zapytano respondentów o to, czy istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w gminie w celu rozwoju usług turystycznych. Prawie 60% ankietowanych uznało, że rozbudowa bazy noclegowej wpłynie na rozwój turystyki, dlatego należy inwestować w jej udoskonalenie. Z tego wynika, iż istniejąca baza noclegowa w gminie Olecko, nie jest wystarczająca by przyjąć szersze rzesze turystów.

TABELA 140. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY BAZY NOCLEGOWEJ W PANA/I GMINIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	82	59,4
nie	56	40,6
ogółem	138	100

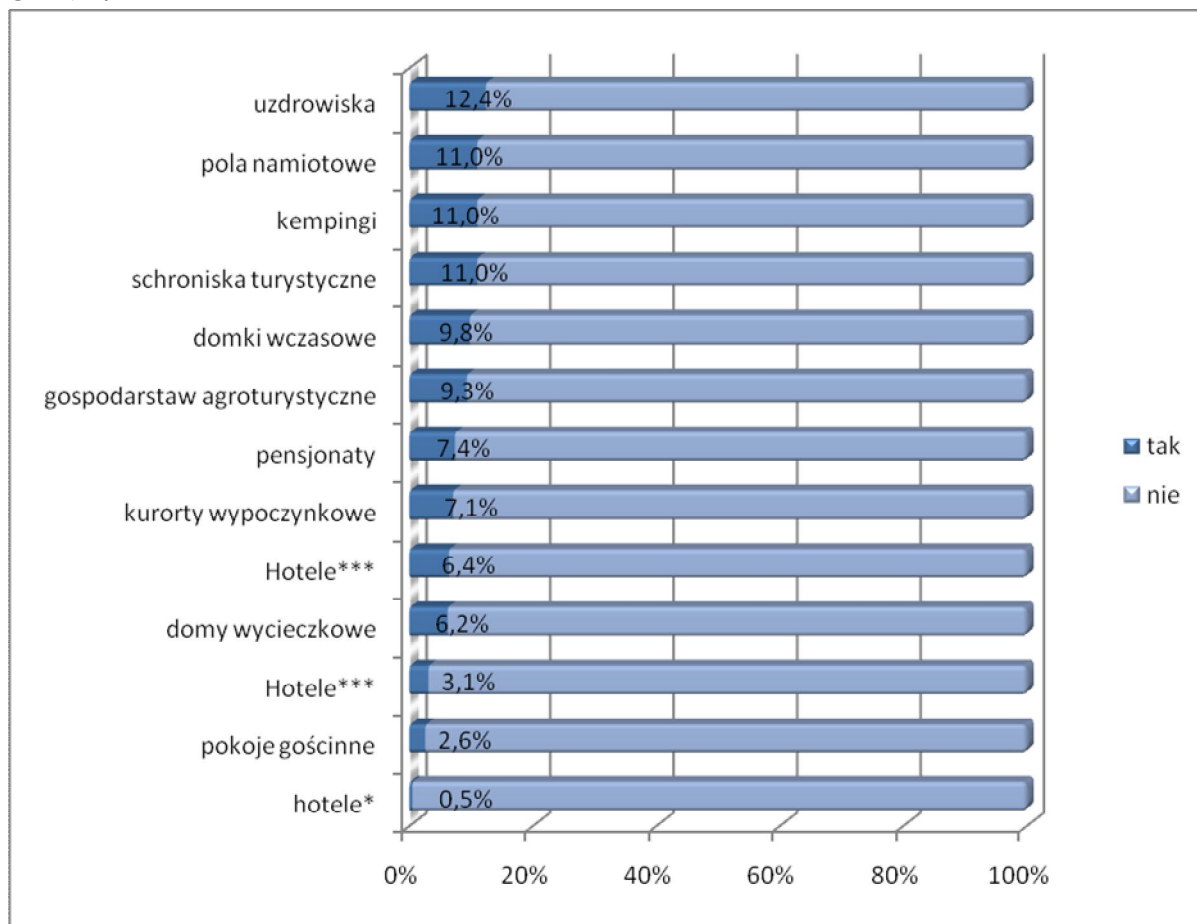
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z analizy danych zebranych podczas badania wynika, iż w pierwszej kolejności na terenie Gminy Olecko powinny powstać uzdrowiska. W ten sposób odpowiedziało 12,4% ankietowanych. W gminie powinny powstać też pola namiotowe (11% wskazań) i kempingi (11% wskazań) oraz schroniska turystyczne (11% wskazań respondentów). Z tego wynika, iż gmina ma niedobór tego rodzaju miejsc noclegowych oraz wypoczynkowych.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 21. PROSZĘ PODAĆ JAKIE FORMY BAZY NOCLEGOWEJ POWINNY POWSTAĆ W PANA/I GMINIE?



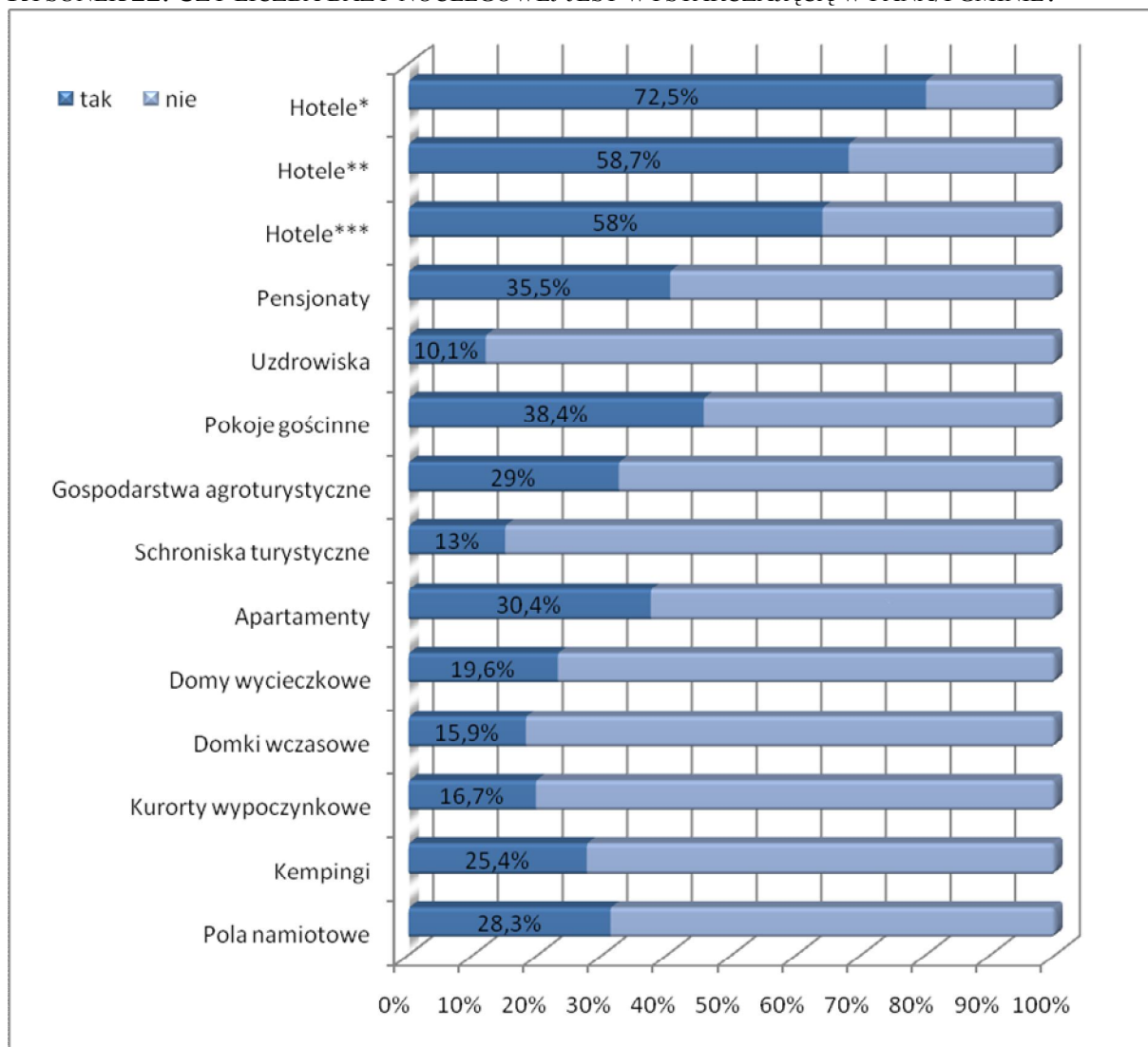
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Rysunek 22 przedstawia rozkład odpowiedzi na kolejne pytanie zawarte w ankiecie, w którym respondenci zostali poproszeni o ocenę istniejącej liczby obiektów bazy noclegowej. Według osób, które wzięły udział w badaniu ilość takich obiektów jak hotele*, hotele**, hotele*** jest w dużej mierze wystarczająca.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 22. CZY LICZBA BAZY NOCLEGOWEJ JEST WYSTARCZAJĄCĄ W PANA/I GMINIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejnym ważnym wskaźnikiem potencjału turystycznego jest baza gastronomiczno – rozrywkowa. W pytaniu szesnastym respondenci zostali poproszeni o określenie obiektów gastronomicznych i rozrywkowych istniejących w Gminie Olecko.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tak jak w przypadku bazy noclegowej, tak i tu respondenci najczęściej wskazywali te obiekty, które zlokalizowane są w mieście Olecko. Najbardziej popularnymi tego typu miejscami są: Pub Piwnica (10,3% wskazań), Restauracja Astra (8,8% wskazań), Kawiarnia Zamkowa (8,8% wskazań), Kawiarnia ARTS (8,8% wskazań), Klub „CoolTura” (8,6% wskazań). Wymienione obiekty cieszą się największą popularnością wśród respondentów. Częstość wskazań poszczególnych obiektów przedstawia tabela 141.

TABELA 141. BAZA GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWA ZNANA RESPONDENTOM

	N	%
Pub "Piwnica"	115	10,3
Restauracja "Astra"	99	8,8
Kawiarnia "Zamkowa"	98	8,8
Kawiarnia "ARTS"	98	8,8
Klub "CoolTura"	96	8,6
Hotel "Colloseum"	96	8,6
Bar "Koala"	80	7,1
Pub "Żubr"	72	6,4
Karczma Margrabowa	70	6,3
Bar "Cola"	64	5,7
Ośrodek wypoczynkowy "Skarpa"	32	2,9
Hotel "Olecko"	26	2,3
Zajazd Sendranki	24	2,1
Pub "Pod ABC"	19	1,7
Restauracja "Elipsa"	19	1,7
UGH "Rarytas"	19	1,7
Pub "Chata Mazurska"	18	1,6
Hotel "Krystjan"	16	1,4
Klub "Galery"	10	0,9
Klub "Rampa"	6	0,5
Gospodarstwo agroturystyczne "Sadyba"	6	0,5
Zajazd "Jurand"	6	0,5
Pub "Żaczek"	5	0,4
Ośrodek Wypoczynkowo - Szkoleniowy "Dworek Mazurski"	5	0,4
Pub "Targowa"	5	0,4
Pub "U Czarnego"	5	0,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Cukiernia "U Ludwiki"	3	0,3
Dom wakacyjny "Mazury"	3	0,3
Bar "Piast"	3	0,3
Restauracja "Janus"	2	0,2
ogółem	1120	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

52,9% respondentów uważa, że w celu rozwoju usług turystycznych, należy rozbudować obiekty gastronomiczno – rozrywkowe, natomiast 43,5% jest odmiennego zdania. Wskazywać to może na znaczną liczbę obiektów gastronomiczno-rozrywkowych, które jednak warto rozbudować, w celu zapewnienia rozrywki i posiłku większej liczbie turystów.

TABELA 142. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO-ROZRYWKOWYCH W PANA/I GMINIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	73	52,9
nie	60	43,5
brak danych	5	3,6
ogółem	138	100

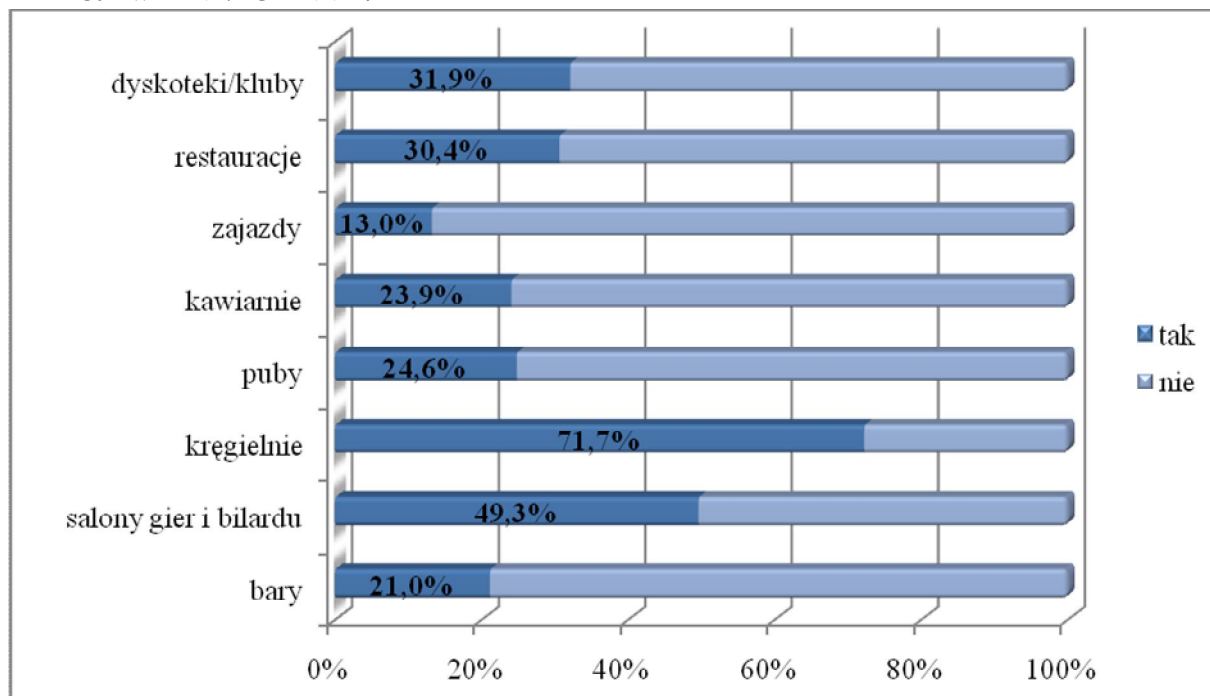
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według ankietowanych na terenie gminy za mało jest miejsc takich jak kręgielnie (71,7% wskazań) czy salony gier i bilardu (49,3% wskazań), czyli tych obiektów, które tworzą swoistą podstawę bazy rozrywkowej. Natomiast z uzyskanych danych wynika, iż w dużej mierze w gminie istnieje wystarczająca liczba zajazdów, barów, kawiarni czy pubów (rysunek 23).



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYСУNEK 23. PROSZĘ WSKAZAĆ JAKICH OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO-ROZRYWKOWYCH BRAKUJE W PANA/I GMINNIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci poproszeni o oszacowanie liczby punktów informacji turystycznej w gminie, określili, iż istnieje 1 taki punkt (54,3% wskazań).

TABELA 143. PROSZĘ OKREŚLIĆ LICZBĘ PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W PANA/I GMINNIE?

	N	%
1 punkt it	75	54,3
2 punkty it	28	20,3
3 punkty it	13	9,4
nie wiem/trudno powiedzieć	10	7,2
0 punktów it	7	5,1
4 punkty it	5	3,6
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

47,8% respondentów uważa, iż istniejące oznakowanie punktów informacji turystycznej jest wystarczające, przy jednoczesnym odsetku 52,2% ankietowanych, którzy

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

istniejące oznakowanie punktów informacji turystycznej uznają za niedostateczne. Jednakże uzyskane dane pozwalają twierdzić, iż występujące oznakowanie nie jest dostatecznie dobre.

TABELA 144. CZY ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCE OZNAKOWANIE PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ?

	N	%
raczej tak	57	41,3
raczej nie	45	32,6
zdecydowanie nie	27	19,6
zdecydowanie tak	9	6,5
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Sytuacja prezentuje się podobnie w pytaniu dotyczącym oceny działania systemu informacji turystycznej w gminie. Mianowicie odpowiedzi rozkładają się niemalże równomiernie. Tak więc 51,4% respondentów uważa, iż działalność punktów informacji turystycznej jest dostatecznie dobra, zaś 47,8% respondentów jest odmiennego zdania, twierdząc, iż funkcjonowanie systemu informacji turystycznej w gminie Olecko jest po prostu złe. Są więc podstawy by sądzić, iż rzeczywista działalność systemu informacji turystycznej w gminie Olecko pozostawia wiele do życzenia.

TABELA 145. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ DZIAŁA ODPOWIEDNIO W PANA/I GMINIE?

	N	%
tak, jest dobry	66	47,8
nie, szlaki oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane	54	39,1
nie, brakuje opisów szlaków i atrakcji turystycznych	9	6,5
tak, jest bardzo dobry	5	3,6
nie, szlaki i atrakcje turystyczne są źle opisane	3	2,2
brak danych	1	0,7
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

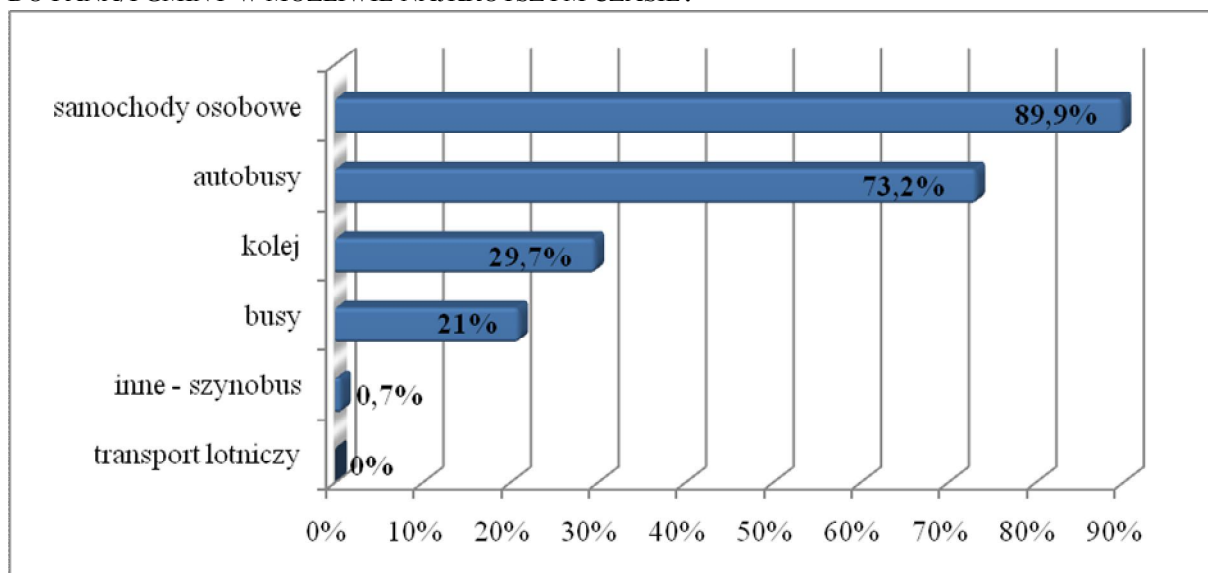
Blisko 90% respondentów wskazało samochody osobowe jako stosunkowo najszybsze środki transportu. Jednocześnie 73,2% ankietowanych określiło autobus jako środek transportu, dzięki któremu w możliwie krótkim czasie można dostać się



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

z sąsiednich regionów do gminy Olecko. Najwolniejszymi spośród podanych środków transportu są busy.

RYSUNEK 24. KTÓRYM ŚRODKIEM TRANSPORTU MOŻNA DOSTAĆ SIĘ Z SĄSIEDNICH REGIONÓW DO PANA/I GMINY W MOŻLIWIE NAJKRÓTSZYM CZASIE?



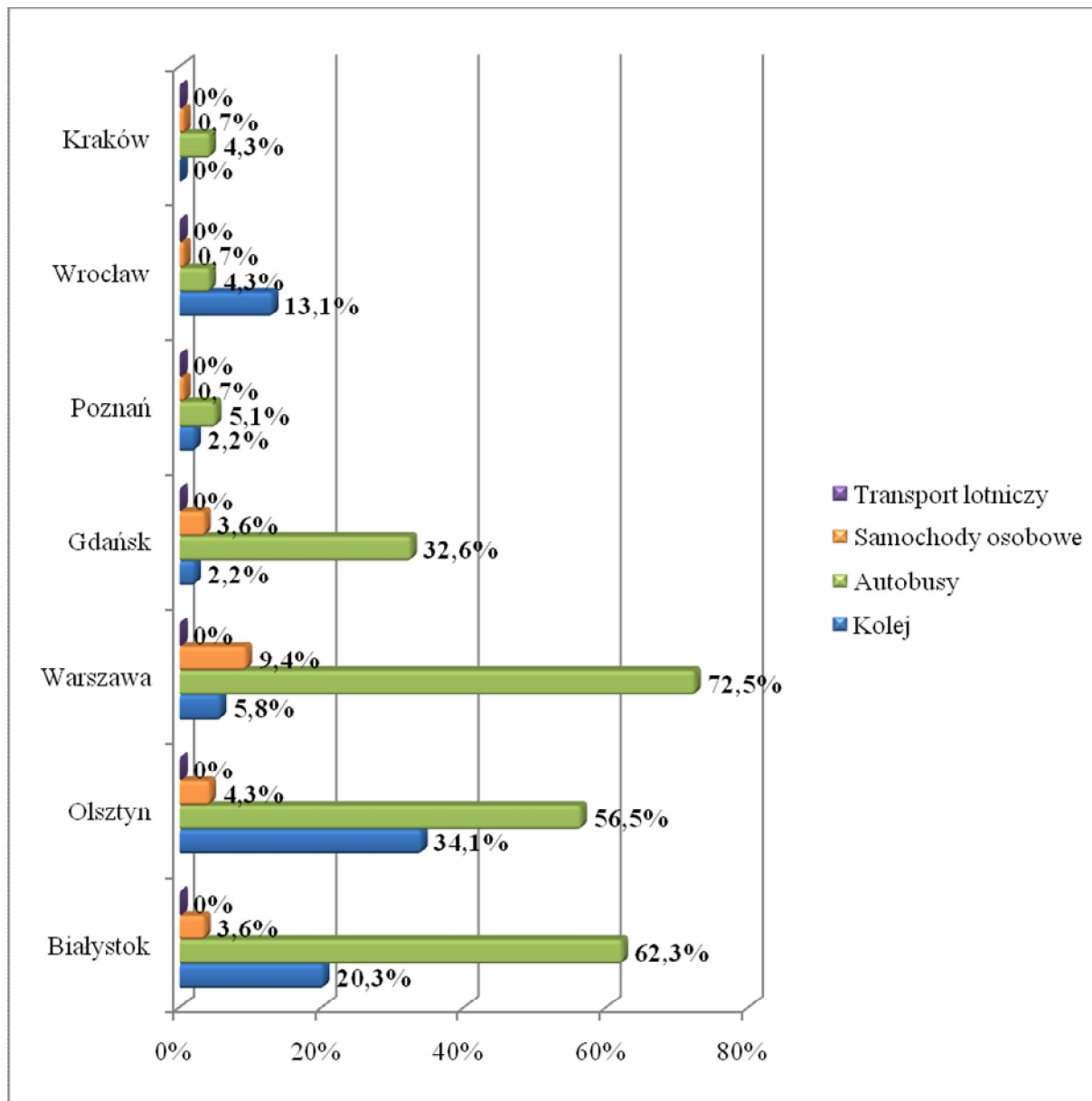
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Za najlepsze połączenia komunikacyjne gminy Olecko, respondenci uznali połączenia autobusowe z Warszawą (72,5% wskazań), Białymstokiem (62,3% wskazań), Olsztynem (56,5% wskazań) i Gdańskiem (32,6% wskazań), a także kolejowe z Olsztynem (34,1% wskazań) i Białymstokiem (20,3% wskazań respondentów). Respondenci za najslabsze uznali połączenia samochodowe, co jest dość zaskakujące w dobie powszechności i dużej dostępności samochodów, jednak wynikać może ze złej infrastruktury drogowej gminy Olecko.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 25. KTÓRE OŚRODKI MIEJSKIE W POLSCE MAJĄ NAJLEPSZE POŁĄCZENIA KOMUNIKACYJNE Z PANA/I GMINĄ PRZY WYKORZYSTANIU OKREŚLONYCH ŚRODKÓW TRANSPORTU?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Blisko 60% respondentów twierdzi, iż stan dróg dojazdowych zdecydowanie hamuje rozwój turystyki, 26,1% twierdzi, iż zły stan infrastruktury drogowej prawdopodobnie jest przyczyną hamowania rozwoju turystyki w gminie. Tylko 14,5% ankietowanych jest zdania, iż stan dróg dojazdowych do gminy nie wpływa negatywnie na ekspansję turystyki

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

w regionie. Można więc stwierdzić, iż stan dróg dojazdowych do gminy zdecydowanie jest przyczyną hamowania rozwoju turystyki na obszarze badanym.

TABELA 146. CZY W PANA/I OPINII STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO GMINY HAMUJE ROZWÓJ TURYSTYKI?

	N	%
zdecydowanie tak	81	58,7
raczej tak	36	26,1
raczej nie	20	14,5
brak danych	1	0,7
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ponad połowa ankietowanych nie udzieliła odpowiedzi na pytanie dotyczące miejsc bezpłatnego dostępu do Internetu. Być może wynika to z faktu nieznamomości takich punktów. Najwięcej ankietowanych wskazało bibliotekę (13,3%) jako punkt bezpłatnego dostępu do Internetu. Co zastanawiające, aż 11,9% ankietowanych wskazało, iż nie ma takich miejsc, a 7,7% respondentów uznało, iż nie wie gdzie są takie miejsca. Wynikać to może z faktu, iż ankietowani nie wykazują zainteresowania miejscami z możliwością korzystania z bezpłatnego dostępu do Internetu, gdyż jak wiadomo, Internet coraz powszechniej znajduje się w każdym domu.

TABELA 147. W KTÓRYCH MIEJSCACH NA TERENIE PANA/I GMINY TURYSŃCI MOGĄ KORZYSTAĆ Z BEZPŁATNEGO DOSTĘPU DO KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ?

	N	%
biblioteka	19	13,3%
nie ma	17	11,9%
nie wiem	11	7,7%
"hot spot" w pobliżu Urzędu Miasta	7	4,9%
ROK	5	3,5%
it	4	2,8%
kafejki internetowe	2	1,4%
brak danych	78	54,5%
ogółem	143	100,0%

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

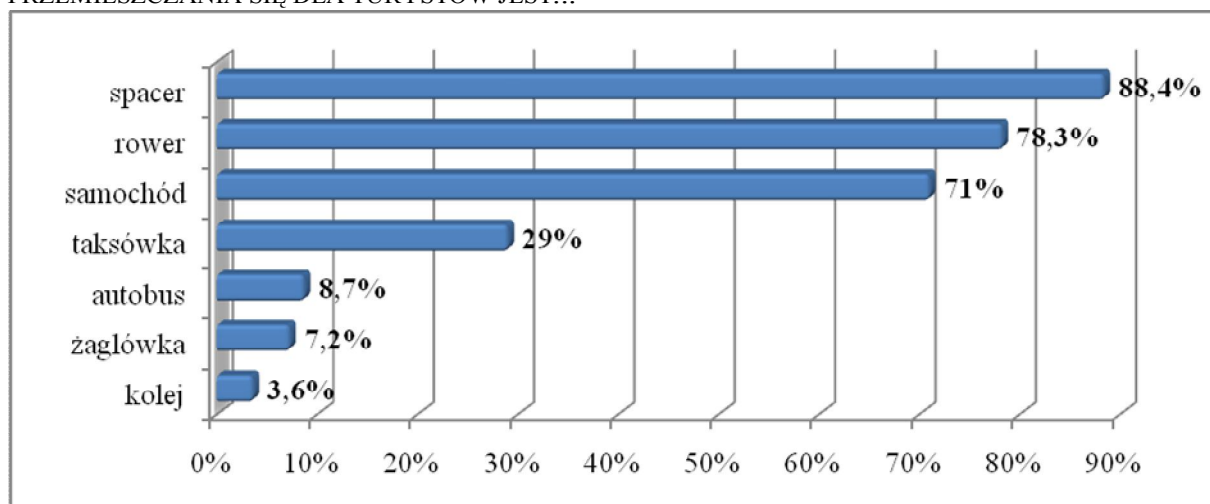
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejne pytanie dotyczyło najlepszego dla turystów sposobu przemieszczania się po obszarze gminy w ocenie respondentów. 88,4% ankietowanych uznało, że spacer będzie najlepszym sposobem na poruszanie się po gminie. Fakt ten wskazuje, iż respondenci stawiają na zdrowy tryb życia i aktywność fizyczną w trakcie urlopu. Potwierdza to także kolejna wskazana przez ankietowanych możliwość poruszania się przez turystów, mianowicie rower. Respondenci wykazują chęć łączenia przyjemnego z pożytecznym, czyli zwiedzania ciekawych miejsc gminy powiązanego z wycieczką rowerową. Dlatego też niezbędne jest istnienie wielu, dobrze rozmieszczonych ścieżek rowerowych.

RYSUNEK 26. W TRAKCIE POBYTU NA OBSZARZE PANA/I GMINY NAJLEPSZYM SPOSOBEM PRZEMIESZCZANIA SIĘ DLA TURYSTÓW JEST...



*procent odpowiedzi nie sumuje się do 100%, gdyż do stworzenia wykresu użyto tylko odpowiedzi „tak”
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

55,8% respondentów ocenia stan dróg dojazdowych do gminy jako „zły” bądź „bardzo zły”, natomiast 41,3% jako „dobry” bądź „bardzo dobry”. Opinie co do stanu infrastruktury drogowej są podzielone, jednak mogą sygnalizować, iż kondycja dróg dojazdowych wymaga poprawy.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 148. STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIEJSCOWOŚCI

	N	%
zły	59	42,8
dobry	50	36,2
bardzo zły	18	13
bardzo dobry	7	5,1
brak danych	4	2,9
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Stan dróg w Olecku respondenci oceniają nieco lepiej niż dróg dojazdowych do gminy. 40,6% ankietowanych określa je jako dobre, jednakże równocześnie 37,% jako złe. Jednakże taki rozkład odpowiedzi sygnalizuje konieczność ulepszenia stanu dróg zarówno w samej miejscowości jak i na terenie całej gminy, by ułatwić turystom podróż po badanym obszarze.

TABELA 148. STAN DRÓG W SAMEJ MIEJSCOWOŚCI

	N	%
dobry	56	40,6
zły	51	37,0
bardzo zły	22	15,9
bardzo dobry	3	2,2
brak danych	6	4,3
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Sytuacja wygląda podobnie w ocenie dostępności miejsc parkingowych niestrzeżonych w oczach respondentów. Opinie ponownie są podzielone niemalże równomiernie. 47,1% ankietowanych ocenia dostępność tychże miejsc parkingowych jako „dobrą” bądź „bardzo dobrą”, a 50% jako „złą” bądź „bardzo złą”. Wynikać to może ze znajomości usytuowania poszczególnych parkingów, albo w miejscach większych zbiorowisk ludzi albo w tych miejscach, gdzie jest mniej atrakcji i tym samym koncentracja turystów jest mniejsza, a więc występuje większa dostępność miejsc parkingowych.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 149. DOSTĘPNOŚĆ MIEJSC PARKINGOWYCH, PARKINGÓW (NIESTRZEŻONYCH)

	N	%
dobra	58	42
bardzo zła	38	27,5
zła	31	22,5
bardzo dobra	7	5,1
brak danych	4	2,9
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o dostępność parkingów strzeżonych to respondenci widzą ją znacznie gorzej niż parkingów niestrzeżonych. Aż 66,7% ankietowanych oceniają jako „złą” lub „bardzo złą”, natomiast tylko 26,1% jako „dobrą” bądź „bardzo złą”. Może to oznaczać, iż istnieje zbyt mała liczba parkingów strzeżonych na terenie gminy Olecko.

TABELA 150. DOSTĘPNOŚĆ PARKINGÓW STRZEŻONYCH

	N	%
bardzo zła	65	47,1
dobra	33	23,9
zła	27	19,6
bardzo dobra	3	2,2
brak danych	10	7,2
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

50% respondentów jest zdania, że jakość nawierzchni parkingowych jest „dobra”, bądź „bardzo dobra”, natomiast 44,2% ankietowanych twierdzi, że jest „zła” bądź „bardzo zła”. Można wnioskować, iż stan nawierzchni parkingów, choć nie jest katastrofalny, wymaga poprawy.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

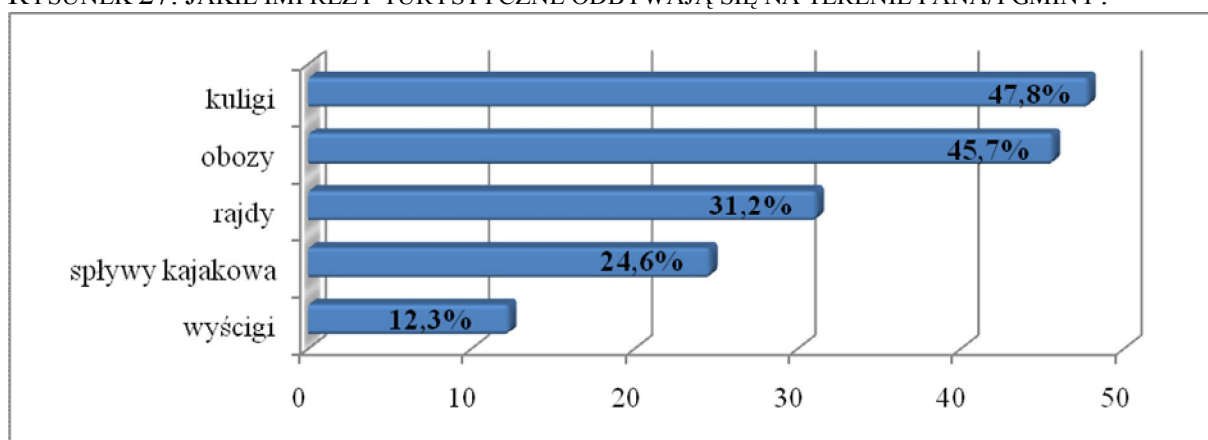
TABELA 152. JAKOŚĆ PARKINGÓW (NAWIERZCHNIA)

	N	%
dobra	64	46,4
zła	40	29,0
bardzo zła	21	15,2
brak danych	8	5,8
bardzo dobra	5	3,6
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród imprez turystycznych organizowanych na terenie gminy Olecko respondenci wymieniają: kuligi (47,8%), obozy (45,7%), rajdy (31,2%), oraz spływy kajakowe (24,6%) i wyścigi (12,3%). Respondenci utożsamiają imprezy turystyczne z imprezami rekreacyjno-sportowymi, co świadczy o chęci aktywnego wypoczynku.

RYСУNEK 27. JAKIE IMPREZY TURYSTYCZNE ODBYWAJĄ SIĘ NA TERENIE PANA/I GMINY?



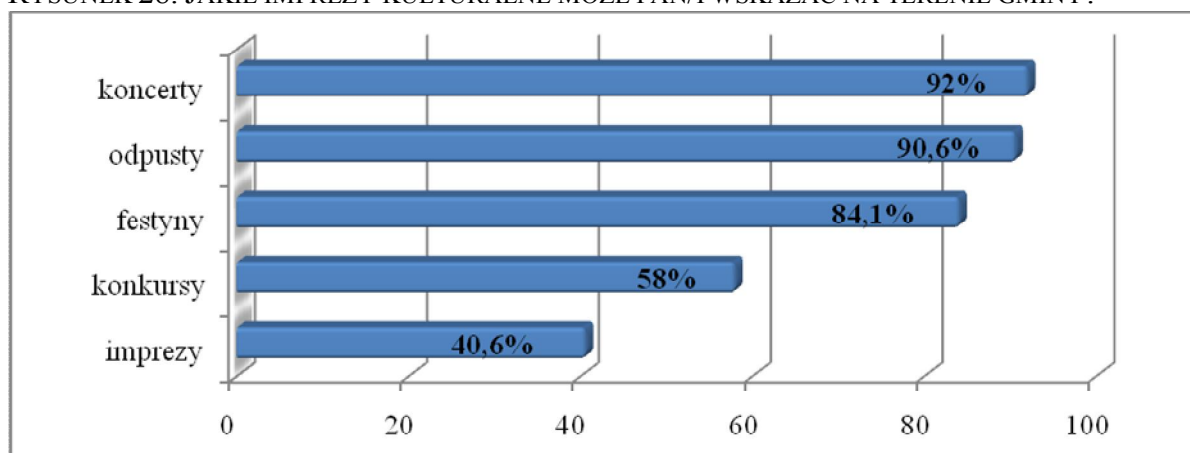
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród imprez kulturalnych respondenci wymieniają: koncerty(92%), odpusty (90,6%), festyny (84,1%), konkursy (58%) oraz inne imprezy (40,6%). Największą popularnością cieszą się koncerty, co może świadczyć o zamiłowaniach muzycznych respondentów.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

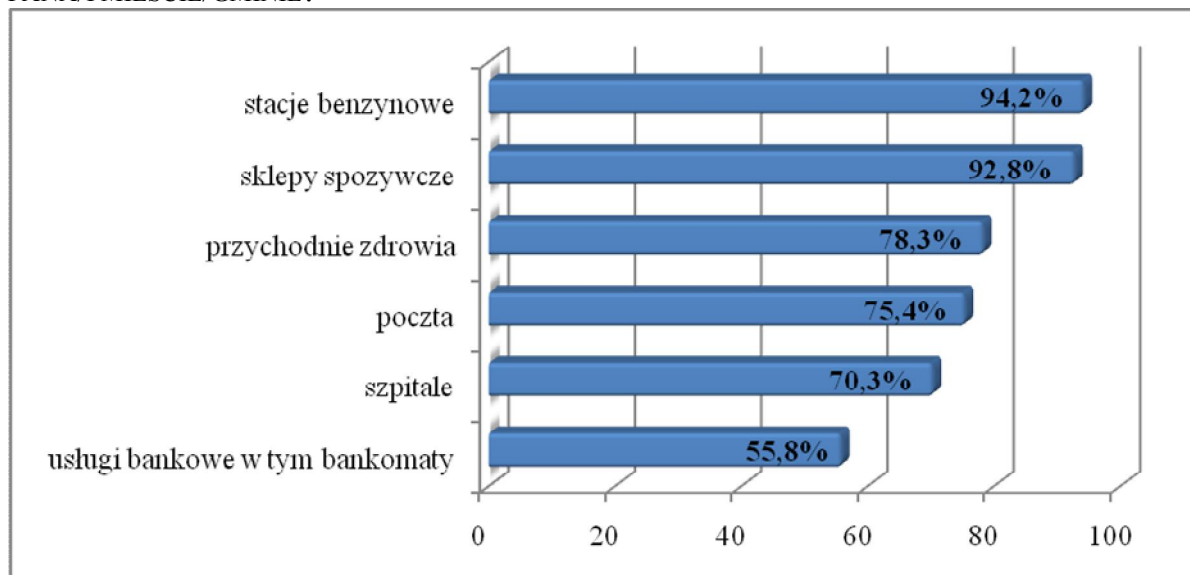
RYSUNEK 28. JAKIE IMPREZY KULTURALNE MOŻE PAN/I WSKAZAĆ NA TERENIE GMINY?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci oceniają jako wystarczającą liczbę: stacji benzynowych (94,2% respondentów), sklepów spożywczych (92,8% respondentów), przychodni zdrowia (78,3% respondentów), urzędów pocztowych (75,4% respondentów), szpitali (70,3%) a także usług bankowych, w tym bankomatów (55,8%) w gminie Olecko. Najlepsza infrastruktura występuje jeśli chodzi o stacje benzynowe oraz sklepy spożywcze.

RYSUNEK 29. CZY LICZBA PONIŻEJ WSKAZANYCH UŻYTECZNOŚCI JEST WYSTARCZAJĄCA W PANA/I MIEŚCIE/GMINIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci oceniają, że gmina Olecko w sezonie turystycznym jest w stanie jednorazowo przyjąć od 1 tys. do 5 tys. turystów. Zwiększenie liczby napływu turystów mogłoby nastąpić na skutek rozbudowy bazy noclegowej i infrastruktury rekreacyjno-rozrywkowej w gminie.

RYСУNEK 30. IŁU TURYSTÓW SZACUNKOWO W PANA/I OPINII JEST W STANIE PRZYJĄĆ MIASTO/GMINA W SEZONIE TURYSTYCZNYM JEDNORAZOWO

	N	%
od 1 tys. do 5 tys.	53	38,4
od 5 tys. do 10 tys.	39	28,3
poniżej 1000	30	21,7
od 10 tys. do 30 tys.	12	8,7
od 30 tys. do 50 tys.	2	1,5
brak danych	2	1,5
ogółem	138	100

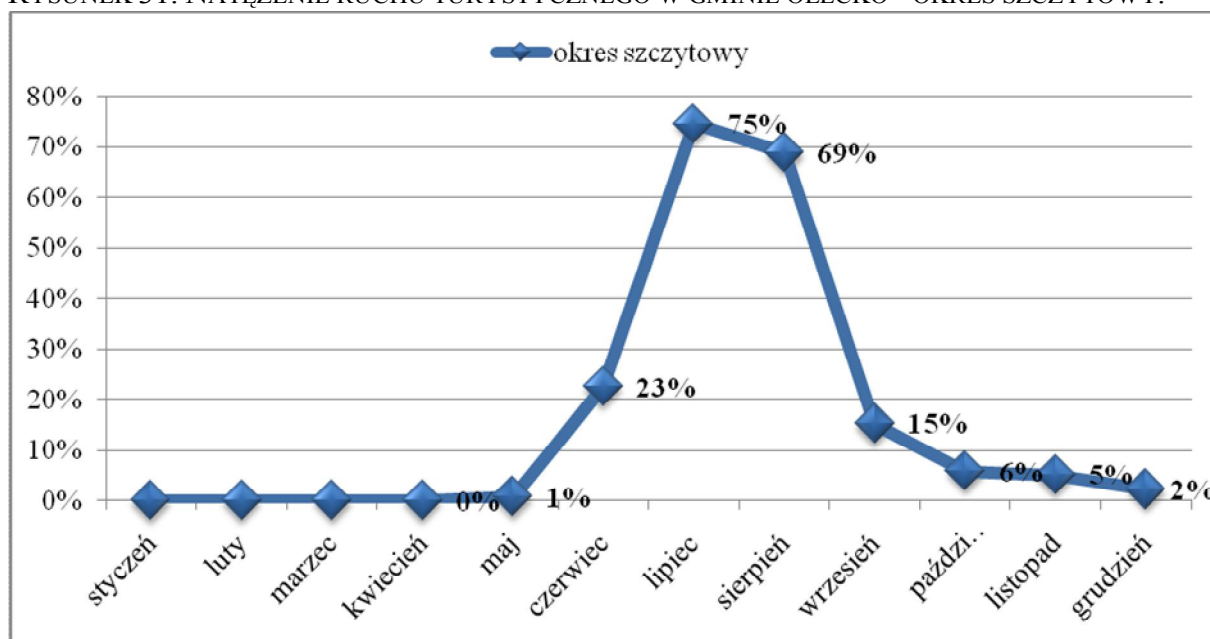
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali poproszeni o próbę określenia natężenia ruchu turystycznego w gminie Olecko w poszczególnych miesiącach. Do stworzenia wykresu (*rysunek 31*) oraz analizy otrzymanych danych posłużono się wskazaniami typu „5” (na skali 1-2-3-4-5 w kwestionariuszu ankiety, „5” oznaczono jako okres szczytowy). Miesiącami, w których gminę odwiedza największa liczba turystów są lipiec (75% wskazań respondentów) oraz sierpień (69% wskazań respondentów). Wskazuje to na największe natężenie ruchu turystycznego w gminie w sezonie letnim. Najmniejszy napływ turystów w gminie Olecko odnotowuje się pierwszym kwartale roku, mianowicie w miesiącach styczeń-kwiecień, gdy napływ turystów praktycznie nie występuje.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 31. NATĘŻENIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W GMINIE OLECKO - OKRES SZCZYTOWY.



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Zdaniem 81,9% respondentów, gmina Olecko posiada charakterystyczny produkt turystyczny. Zaledwie 8% ankietowanych twierdzi, iż gmina nie posiada takiego produktu.

TABELA 151. CZY PANA/I MIASTO/GMINA POSIADA CHARAKTERYSTYCZNY PRODUKT TURYSTYCZNY, NP. IMPREZA, ARTYKUŁ SPOŻYWCZY, RZEMIOSŁO?

	N	%
tak	113	81,9
nie	11	8
nie wiem/trudno powiedzieć	12	8,7
brak danych	2	1,4
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród najbardziej popularnych produktów turystycznych gminy Olecko respondenci zdecydowanie najczęściej wymieniali Przystanek Olecko (74,1%). Dużo rzadziej wskazywane były cukierki krówki (5,6%) oraz sękacze czy też kartacze oleckie (2,8%). Z tak dużej ilości wskazań Przystanku Olecko wynika, iż jest to impreza ciesząca się dużym zainteresowaniem wśród mieszkańców gminy, oraz prawdopodobnie jest dobrze promowana w regionie.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 152. PROSZĘ PODAĆ NAJBARDZIEJ CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE

	N	%
Przystanek Olecko	106	74,1
cukierki krówki	8	5,6
kartacze, sękacze	4	2,8
Dni Olecka	2	1,4
Fiesta Borealis	2	1,4
ser Gouda	2	1,4
Łoś - symbol	1	0,7
regionalne potrawy ziemniaczane	1	0,7
jedzenie typu fast food	1	0,7
powiatowe Święto Mleka	1	0,7
Mazurskie Spotkania z Folklorem	1	0,7
Kowaliada	1	0,7
brak danych	13	9,1
ogółem	143	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 113, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Aż 61,6% respondentów uważa, iż istniejąca oferta turystyczna ma jeszcze duży potencjał do wykorzystania. Tylko 26,1% ankietowanych twierdzi, że potencjał turystyczny gminy Olecko jest wykorzystany w pełni. Świadczy to o istnieniu wielu walorów dostrzeganych przez respondentów a być może nie spostrzeżonych przez twórców oferty turystycznej gminy.

TABELA 153. CZY ISTNIEJĄCA OFERTA TURYSTYCZNA WYKORZYSTUJE W PEŁNI POTENCJAŁ TURYSTYCZNY PANA/I MIASTA/GMINY?

	N	%
tak	36	26,1
nie	85	61,6
brak danych	17	12,3
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie dotyczyło określenia przez respondentów koniecznych zmian, jakie miałyby zajść w ramach oferty turystycznej gminy Olecko. Najwięcej respondentów deklarowało potrzebę rozwinięcia atrakcji sportowo-rekreacyjnych (19,5%) oraz zwiększenia

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

liczby imprez kulturalnych (13,2%). Kolejny raz wyniki badań pokazują, iż respondenci w głównej mierze oczekują aktywnych form wypoczynku.

TABELA 154. CO NALEŻAŁOBY ZMIENIĆ W RAMACH OFERTY TURYSTYCZNEJ MIASTA/GMINY?

	N	%
więcej atrakcji dla dzieci	12	5,9
zwiększyć liczbę obiektów bazy noclegowej	15	7,3
zwiększyć liczbę imprez kulturalnych	27	13,2
ulepszyć promocję regionu	15	7,3
więcej atrakcji sportowo-rekreacyjnych	40	19,5
poprawić działalność punktów informacji turystycznej	4	2
zwiększyć dbałość o przyrodę	2	1
zwiększyć bezpieczeństwo regionu w godzinach wieczornych i nocnych	1	0,5
więcej obiektów gastronomicznych, np. smażalni ryb	14	6,8
nic nie trzeba zmieniać	6	2,9
wszystko trzeba zmienić	1	0,5
nie wiem co trzeba zmienić	7	3,4
brak danych	61	29,8
ogółem	205	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na pytanie czy firma respondenta posiada własne produkty turystyczne, aż 85,5% odpowiedziało, że nie posiada. Tylko 6,5% ankietowanych przyznało, że ich firma ma własny produkt turystyczny. Niewiele firm na objętym badaniem obszarze jest firmami kreatywnymi, zajmującymi się tworzeniem wyjątkowego produktu turystycznego, bądź firmy robią to, ale tego nie dostrzegają.

TABELA 155. CZY PANA/I FIRMA POSIADA WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
tak	9	6,5
nie	118	85,5
brak danych	11	8
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wśród osób, które przyznały, że ich firma posiada własny produkt turystyczny, 3 osoby wskazały agroturystykę jako produkt turystyczny (15% wskazań).

TABELA 156. PROSZĘ WYMIENIĆ WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE

	N	%
Agroturystyka	3	15
Dni Olecka	2	10
foldery, plany tras rowerowych	1	5
imprezy cykliczne	1	5
brak danych	13	65
ogółem	20	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród respondentów, których dotyczyła ta część pytań (20 respondentów), tylko 10% wskazało, iż ich firma współpracuje z innymi przedsiębiorstwami w tworzeniu wspólnego produktu turystycznego. Obserwuje się niewielkie zainteresowanie firm respondentów współpracą z innymi przedsiębiorstwami w celu tworzenia wspólnego produktu turystycznego.

TABELA 157. CZY PANA/I FIRMA WSPÓLPRACUJE Z INNYMI FIRMAMI W TWORZENIU WSPÓLNEGO TURYSTYCZNEGO?

	N	%
tak	2	10
nie	6	30
brak danych	12	60
ogółem	20	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna tabela zawiera dane dotyczące prowadzenia przez firmę respondenta działań marketingowych w celu promocji turystyki. Firmy 45% respondentów prowadzą tego typu działania, zaś 25% ankietowanych nie prowadzą. Tylko blisko połowa respondentów, których dotyczyło to pytanie, wykazuje świadomość ważności stosowania narzędzi marketingowych w promocji turystyki.

TABELA 158. CZY PANA FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
tak	9	45

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

nie	5	25
brak danych	6	30
ogółem	20	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najpopularniejszym działaniem marketingowym prowadzonym przez firmy respondentów jest zdecydowanie reklama zamieszczana w Internecie oraz prasie. Z tego działania marketingowego korzystają firmy 40% respondentów. Jeśli chodzi o reklamę w radio oraz innych mediach to 13,4% respondentów wskazuje ten sposób jako odpowiednie działanie marketingowe.

TABELA 159. JAKIE PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
reklama w Internecie, prasie	6	40
reklama festiwalii	1	6,7
Reklama w radio	1	6,7
Reklama w mediach	1	6,7
brak danych	6	40
ogółem	15	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o plan rozwoju działalności gospodarczej, 46,7% respondentów przyznało, że firma, w której pracuje posiada taki plan, 26,7% stwierdziło, iż firma, w której jest zatrudniony bądź której jest właścicielem, nie posiada żadnego planu rozwoju działalności gospodarczej. Respondenci nie dostrzegają konieczności posiadania planu rozwoju działalności gospodarczej, jako dokumentu ukierunkowującego działania firmy na osiągnięcie określonych celów.

TABELA 160. CZY PANA/I FIRMA POSIADA PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

	N	%
tak	7	46,7
nie	4	26,7
brak danych	4	26,7
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wśród planów rozwoju działalności gospodarczej wymieniano strategie rozwojowe firmy (54,5% wskazań) oraz strategie rozwojowe gminy Olecko (18,2% wskazań respondentów). Strategie rozwojowe firm są popularnym narzędziem stosowanym w wielu przedsiębiorstwach, a które ukierunkowują działania firmy na określone w dokumencie cele.

TABELA 161. JAKIE PANA/I FIRMA POSIADA PLANY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

	N	%
Strategie rozwoju gminy Olecko	2	18,2
Strategie rozwojowe firmy	6	54,5
brak danych	3	27,3
ogółem	11	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

55% respondentów przyznało, iż ich firma korzysta z funduszy lub programów rozwoju gospodarczego miasta bądź gminy. Tylko 25% ankietowanych odpowiedziało, iż ich firma nie korzysta z żadnych programów lub funduszy rozwoju gospodarczego. Korzystanie z finansowych oraz merytorycznych środków wsparcia jest działaniem popularnym wśród respondentów reprezentujących gminę Olecko.

TABELA 162. CZY PANA/I FIRMA KORZYSTA Z FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO?

	N	%
tak	11	55
nie	5	25
brak danych	4	20
ogółem	20	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród popularnych funduszy, z których firmy respondentów korzystały w celu poprawy rozwoju gospodarczego, wymieniano EFS – Europejski Fundusz Społeczny (26,7% respondentów), oraz FSS – Fundusz Stypendialny i Szkoleniowy (53,3% respondentów). Wśród respondentów korzystanie ze środków różnego rodzaju funduszy jest zjawiskiem częstym.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 163. Z JAKICH FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO KORZYSTA PANA/I FIRMA?

	N	%
FSS	8	53,3
EFS	4	26,7
brak danych	3	20
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO GMINY OLECKO ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ

Z analizy danych wynika, iż gmina Olecko jest obszarem atrakcyjnym turystycznie. Bogactwo jej walorów przyrodniczych i turystycznych jest dostrzegane przez blisko 98% respondentów, którzy wzięli udział w badaniu.

Wśród wód powierzchniowych Olecka i okolic, najpopularniejsze zbiorniki wodne to **jeziro Oleckie Wielkie** oraz **rzeka Lega**. Wspomniane jezioro jest najważniejszym docelowym miejscem wypoczynku wodnego bardzo wielu mieszkańców a także turystów, przybywających do gminy. Wokół jeziora przebiega trasa rowerowo-spacerowa „Wiewiórcza Ścieżka”, nad jeziorem są plaże (w tym miejska), smażalnie ryb, skatepark, Dworek Mazurski, amfiteatr i pole namiotowe. Można więc stwierdzić, iż wspomniane jezioro posiada bogatą infrastrukturę wodno-rekreacyjną, noclegową oraz gastronomiczną. Jest więc dobrym przykładem właściwego wykorzystania potencjału turystycznego tego obiektu. Rzeka Lega jest trasą głównego szlaku kajakowego w gminie Olecko co potęguje jej popularność, szczególnie wśród amatorów kajakarstwa.

Wśród parków największym zainteresowaniem turystów a także mieszkańców cieszy się **Park Miejski w Olecku**, jednakże nie jest to duża popularność, co wskazuje, iż park nie przyciąga jakimiś wyjątkowymi atrakcjami.

Najpopularniejszą puszcza jest w dużej mierze **Puszcza Borecka**, która znajduje się w znacznej części na terenie gminy Kruklanki. Znacznie mniejszym zainteresowaniem cieszy się **Puszcza Romincka**, która nie leży przecież na terytorium badanej gminy Olecko. Puszcza Borecka cieszy się największą popularnością prawdopodobnie ze względu na najbliższe położenie w stosunku gminy Olecko ale też ze względu na bogactwo wyjątkowych okazów

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

flory oraz fauny (dąb szypułkowy, grab zwyczajny, wymierające ramienice, rdestnice oraz losie, żubry, rysie, wydry, bobry i wilki i wiele innych wspaniałych okazów).

Gmina Olecko posiada także liczne pomniki przyrody, wśród których największą popularnością cieszą się **dęby szypułkowe**, zlokalizowane w różnych częściach Olecka. Pozostałe pomniki przyrody nie cieszą się tak dużą popularnością.

Najbardziej cenionym rezerwatem jest Rezerwat „**Wyspa Lipowa na Jeziorze Szwałk**”, który znajduje się na terenie sąsiedniej gminy Kowale Oleckie oraz te wchodzące w skład Puszczy Boreckiej, a wśród nich największym uznaniem cieszy się **Rezerwat „Lipowy Jar**”, który jest rezerwatem leśnym i znajduje się w powiecie Oleckim. Sporą popularnością cieszy się także **Rezerwat „Mazury**”, który także znajduje się na terenie gminy Kowale Oleckie, znacznie mniejszą **Rezerwat „Borki**” położony na terenie gminy Kruklanki.

Jeśli chodzi o inne ważne walory przyrodnicze gminy Olecko, to są to przede wszystkim szlaki turystyczne – **Wiewiórcza Ścieżka, Ku Dolinie Rospudy** oraz **Doliną Legi**.

Z analizy uzyskanych w toku badań odpowiedzi wynika, iż atrakcje przyrodnicze są niedoceniane przez respondentów. Wyjątkiem jest tu jezioro **Oleckie Wielkie**, które jest najważniejszą atrakcją przyrodniczą regionu. Pozostałe elementy przyrody Olecka i okolic nie cieszą się uznaniem mieszkańców oraz turystów. Być może sedno tkwi w braku odpowiedniej promocji tych ciekawych terenów.

Wśród najważniejszych zabytków gminy, które stanowią o jej wyjątkowości, wymienia się przede wszystkim **Pomnik Kamienna Półrotunda w Olecku** oraz **Młyn Wodny nad rzeką Legą w Olecku**. Są to najbardziej charakterystyczne zabytki Olecka. Sporą popularnością cieszy się także **Dawny Kompleks Zamkowy w Olecku** oraz **Wieża Ciśnień w Olecku**. Z analizy danych wynika, iż znacznie mniejszą popularnością cieszą się zabytki sakralne, np. **Kościół pod wezwaniem Podwyższenia Krzyża Świętego w Olecku**. Inne zabytki, zlokalizowane poza terenem miasta Olecko, nie cieszą się dużą popularnością, były wymieniane sporadycznie. Reklama ciekawych zabytków znajdujących się w małych miejscowościach jest ważnym czynnikiem rozwoju potencjału turystycznego całej gminy.

Na terenie gminy nie znajduje się żadne muzeum. Istnieją tylko zbiory w Zespole Szkół Technicznych oraz w Oleckim Stowarzyszeniu Aktywnych „Zamek”. Stworzenie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

muzeum, a tym samym zwiększenie atrakcyjności turystycznej, może być ważnym elementem rozwoju potencjału turystycznego gminy.

Najbardziej popularną imprezą kulturalną jest **Przystanek Olecko**. Wspomniana impreza jako, że cieszy się dużym uznaniem zarówno mieszkańców gminy jak i turystów, może być przykładem odpowiedniego wykorzystania potencjału miasta oraz prawdopodobnie dobrej promocji imprezy. Inna ciesząca się sporym zainteresowaniem impreza na terenie gminy Olecko to **Sztama – spotkania ze sztuką w Olecku**. Już znacznie mniejszym uznaniem cieszą się **Dni Olecka**, być może warto pomyśleć o odpowiedniej promocji imprezy w mediach. Taką potrzebę dostrzegają także respondenci. Przy czym należy zauważyć, iż wszelkie najpopularniejsze walory oraz atrakcje mają miejsce zazwyczaj w mieście Olecko. Można więc stwierdzić, iż miasto posiada bogatą infrastrukturę kulturalno-rozrywkową w swojej ofercie turystycznej. Jednakże istnieje deprecjonowanie innych miejscowości gminy pod tym względem. Aby gmina mogła pełnie i równomiernie rozwijać się, potrzebna jest organizacja imprez także na terenie mniejszych miejscowości (np. dożynki, odpusty, lub tematyczne dni – np. Dzień pieroga, itp.).

Imprezy folklorystyczne w gminie Olecko cieszą się znacznym zainteresowaniem. To w Olecku odbywają się „**Mazurskie Spotkania z Folklorem**”. Wspomniana impreza jest także dobrym przykładem odpowiedniej promocji oraz wykorzystania potencjału gminy.

Na terenie gminy odbywa się także wiele imprez sportowo-rekreacyjnych, wśród których wymienić należy przede wszystkim **Regaty Żeglarskie w Olecku** oraz **Turniej Tenisa Ziemnego w Olecku**. Turniej wspomnianego tenisa ziemnego jest tym rodzajem imprezy, która wyróżnia się na tle innych wydarzeń sportowych organizowanych na terenie regionu EGO SA, gdyż dotyczy niszowej dyscypliny sportu, która staje się coraz bardziej popularna. Taka popularność tejże imprezy może łączyć się z tym, iż w gminie Olecko mieszka wielu miłośników tego sportu oraz, że jest to impreza dobrze nagłośniona w regionalnych mediach. Jest to więc kolejny wyznacznik dużego potencjału gminy, który jest dobrze wykorzystywany w ramach rozwoju turystyki.

Wśród popularnych szlaków turystycznych gminy Olecko wymienia się zdecydowanie najczęściej **szlak „Wiewiórcza Ścieżka”**. Jest to szlak rowerowo-spacerowy. Szlaki kajakowe nie cieszą się praktycznie żadną popularnością. Szlak kajakowy rzeki Lega nie cieszy się żadnym uznaniem turystów, być może istniejące oznaczenie szlaku jest

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

niewidoczne, a kajakarstwo niepopularne wśród mieszkańców gminy. Warto zastanowić się nad sposobami wykorzystania rzeki jako bogactwa przyrodniczego gminy a niedocenianego przez mieszkańców i turystów.

Bardzo popularne są natomiast wszystkie plaże zlokalizowane nad jeziorem Oleckie Wielkie. Najbardziej popularna jest oczywiście **Plaża Miejska „Skocznia”**. Z tego wynika, iż w gminie preferuje się spędzanie wolnego czasu nad jeziorem, natomiast rekreacja nad rzeką nie jest popularna.

Miasto Olecko posiada także spory zasób obiektów sportowo-rekreacyjnych, w szczególności tych należących do MOSiR (stadion piłkarski, stadion lekkoatletyczny, korty tenisowe, itp.). Zlokalizowane jest także boisko **„Orlik” w Kowalch Oleckich**.

Gmina Olecko ma też swoje braki. Wśród największych wymienia się brak **muzeum** (wspomniane wcześniej), którego utworzenie zwiększyłoby atrakcyjność turystyczną miasta. Inne odczuwane braki w ofercie turystycznej to **atrakcje dla dzieci**, a także **imprezy kulturalne** czy **basen** oraz **lodowisko**.

Gmina Olecko charakteryzuje się względnie dużą świadomością dotyczącą składu miastowego regionu EGO SA. Jednocześnie wyróżnia się niskim poziomem wiedzy dotyczącej szlaków łączących tereny EGO SA. Potrzebna jest zdecydowanie skuteczniejsza i na większą skalę promocja regionu w mediach, by uświadomić odbiorców o istnieniu tak ciekawej inicjatywy miast Elku, Gołdapi, Olecka, Suwałk oraz Augustowa oraz łączących je szlakach turystycznych.

Z analizy danych wynika, iż istniejąca baza noclegowa oraz liczba obiektów gastronomiczno-rozrywkowych wymaga powiększenia. Wśród obiektów tego typu najpopularniejsze są: **Hotel „Mazury”, „Hotel „Colosseum”, Hotel „Olecko”, Pub „Piwnica”** czy **Restauracja „Astra”** oraz **Kawiarnia „Zamkowa”**. Mimo dużej liczby obiektów bazy noclegowej oraz gastronomiczno-rozrywkowej, uzyskane w toku badań dane pozwalają twierdzić, iż na terenie gminy mogłyby powstać dodatkowo: schroniska turystyczne, uzdrowisko, domki wczasowe, kręgielnie czy salony gier i bilardu.

Funkcjonowanie punktu IT w Olecku oraz sposób oznakowania istniejących atrakcji turystycznych oceniany jest jako raczej dobry. Wskazuje to na prawidłowe i rzetelne działanie systemu IT w gminie Olecko.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Stan dróg w Olecku oraz okolicach jest zły i wymaga modernizacji, by nie hamować rozwoju turystyki w mieście. Sytuacja wygląda podobnie jeśli chodzi o miejsca na parkingach strzeżonych na terenie gminy. Tylko dostępność na parkingach niestrzeżonych oraz jakość tychże parkingów jest oceniana raczej dobrze.

Gmina Olecko posiada bogaty **zasób usług około-turystycznych**. Turyści nie będą mieli trudności z odnalezieniem tu poczty, sklepu spożywczego czy stacji benzynowej. Jedyny problem może być z odnalezieniem bankomatu, których na terenie gminy nie jest zbyt wiele.

Z analizy uzyskanych w toku badań danych wynika, iż badana gmina jest w stanie przyjąć jednorazowo od 1 tys. do 5 tys. turystów. Dlatego ważna jest rozbudowa obiektów noclegowych oraz gastronomiczno-rozrywkowych oraz całej oferty turystycznej miasta, by zaspokoić oczekiwania szerokiej rzeszy turystów.

Podsumowując: Gmina Olecko ma jeszcze duży potencjał turystyczny do wykorzystania. Walory oraz atrakcje, o które mógłby wzbogacić istniejącą ofertę turystyczną to:

- Lepiej wykorzystać rzekę Legę w tworzeniu oferty turystycznej (poprawić oznaczenie i promocję rzeki jako szlaku kajakowego),
- Odnowienie oraz unowocześnienie Parku Miejskiego w Olecku,
- Stworzyć ofertę turystyczną innych miejscowości gminy, wraz ze zlokalizowanymi na ich terenie zabytkami, ciekawymi atrakcjami turystycznymi, oraz zasobami przyrodniczymi,
- Promować w mediach Dni Olecka, oraz wzbogacić imprezę w elementy typowe i charakterystyczne tylko dla Olecka,
- Zwiększyć liczbę atrakcji dla dzieci (nowoczesne parki zabaw, festyny rodzinne, itp.)
- Zwiększyć liczbę imprez kulturalnych,
- Otworzyć muzeum,
- Otworzyć lodowisko,
- Otworzyć basen,



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- mogłyby powstać dodatkowo: schroniska turystyczne, domki wczasowe, kępielnie czy salony gier i bilardu,
- ulepszyć infrastrukturę drogową, w szczególności dróg dojazdowych do Olecka.

4. Miasto Suwałki

Charakterystyka badanej zbiorowości

Czwartym obszarem należącym do krainy EGO SA, który wziął udział w badaniu jest Miasto Suwałki, z którego przebadano 253 przedstawicieli instytucji i przedsiębiorstw, które związane są z działalnością turystyczną.

Spośród wszystkich respondentów 43,5% stanowili reprezentanci obiektów gastronomicznych, 17,8% przedstawiciele jednostek samorządowych, zaś 13,8% bazy noclegowej.

TABELA 164. RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	N	%
obiekt gastronomiczny	110	43,5
jednostka samorządowa	45	17,8
baza noclegowa	35	13,8
organizacja turystyczna	22	8,7
obiekt sportowy	19	7,5
obiekt kulturowy	16	6,3
biuro podróży	6	2,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W przebadanych podmiotach w czasie przeprowadzania badania zatrudnionych było około 6112 osób (23 osoby nie odpowiedziały na to pytanie), z czego 60,9% stanowiły kobiety (26 osób nie wskazało liczby zatrudnionych kobiet). Kobiety stanowią więc większość w instytucjach związanych z branżą turystyczną w mieście Suwałki.

TABELA 165. IŁOŚĆ ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW

	N	%
liczba zatrudnionych osób - ogółem	6112	100
liczba zatrudnionych osób - kobiety	3721	60,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie zajmowanego stanowiska. Rozkład tej zmiennej z podziałem na instytucje/przedsiębiorstwa przedstawia *tabela 167*.

Reprezentanci podmiotów związanych z turystyką w Mieście Suwałki w większości legitymują się wykształceniem średnim bądź zasadniczym zawodowym. Osoby te łącznie stanowią 80,2% wszystkich respondentów. Jednakże blisko 60% wszystkich respondentów reprezentujących miasto Suwałki, posiada wykształcenie średnie.

TABELA 166. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW

	N	%
średnie	147	58,1
zasadnicze zawodowe	56	22,1
wyższe	46	18,2
gimnazjalne	2	0,8
brak danych	2	0,8
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 167. STANOWISKO RESPONDENTA A RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	baza noclegowa	biuro podróży	organizacja turystyczna	obiekt gastronomiczny	obiekt kulturowy	obiekt sportowy	jednostka samorządowa	Ogółem
inspektor	-	-	-	-	-	-	1	1
instruktor	-	-	-	-	1	1	4	6
kierownik	12	-	-	11	5	-	5	33
kucharz	2	-	-	4	-	-	-	6
obsługa klienta	16	1	5	66	1	3	2	94
pilot wycieczek	-	-	1	-	-	-	-	1
podinspektor	-	-	-	-	-	-	1	1
pracownik	5	3	10	10	4	14	24	70
prezes	-	-	-	-	-	-	1	1
przewodnik	-	-	-	-	2	-	-	2
referent	-	-	1	-	-	-	1	2
sędzia sportowy	-	-	-	-	1	-	-	1
specjalista	-	-	3	-	-	-	1	4
trener	-	-	-	-	-	1	1	2
właściciel	-	2	2	17	-	-	-	21
brak danych	-	-	-	2	2	-	4	8
ogółem	35	6	22	110	16	19	45	253

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Potencjał turystyczny Miasta Suwałki

W pytaniu 1 Bloku I 89,3% respondentów przyznało, że Miasto Suwałki posiada walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów. Natomiast 9,5% ankietowanych jest zdania, iż Miasto Suwałki nie posiada żadnych walorów turystycznych, które mogłyby przyciągnąć turystów.

TABELA 168. CZY ISTNIEJĄ WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE, KTÓRE PRZYCIĄGAJĄ TURYSTÓW DO PANA/I MIASTA?

	N	%
tak	226	89,3
nie	24	9,5
brak danych	3	1,2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie pytanie drugie i trzecie dotyczyło znanych walorów i atrakcji przyrodniczych występujących w Mieście Suwałki oraz tego, które z nich cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Odpowiedzi w obu pytaniach w znacznej mierze pokrywały się ze sobą.

Osoby, które wzięły udział w badaniu, zostały zapytane w pierwszej kolejności o występujące w badanym mieście jeziora. Należy zaznaczyć, iż wszystkie wymieniane przez respondentów jeziora znajdują się na terenie Suwalszczyzny, nie zaś Miasta Suwałki. Największy procent odpowiedzi dotyczył Jeziora Wigry. 27,3% wszystkich odpowiedzi stanowiło właśnie to jezioro, które cieszy się również największą popularnością wśród przybywających do miasta turystów (29,1% wszystkich odpowiedzi). Jezioro Wigry, które jest jednym z najcenniejszych akwenów świata, stanowi znaczące bogactwo przyrodnicze Suwalszczyzny.

Innym popularnym jeziorem jest jezioro Hańcza, także znajdujące się na terenie Suwalszczyzny (10,1% wskazań) oraz sztuczny zbiornik wodny - Zalew Arkadia (26,8% wskazań). Spośród wszystkich wymienionych tylko wspomniany Zalew Arkadia jest zlokalizowany na terenie Miasta Suwałki.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 169. JEZIORA

	JEZIORA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Wigry	105	27,3	105	29,1
Zalew Arkadia	103	26,8	63	17,5
Hańcza	39	10,1	57	15,8
Selmęt Wielki	36	9,4	19	5,3
Krzywe	29	7,5	12	3,3
Białe	13	3,4	19	5,3
Gulbieniszki	6	1,6	-	-
Serwy	4	1	-	-
Pietry	3	0,8	-	-
Okmin	3	0,8	-	-
Garbaś	3	0,8	-	-
Blizno	2	0,5	-	-
Czarne	2	0,5	2	0,6
Długie	2	0,5	2	0,6
Wizajny	2	0,5	-	-
Ełckie	1	0,3	-	-
Studzieniczne	1	0,3	-	-
Olecko Wielkie	1	0,3	-	-
Sumowo	0	0	1	0,3
brak danych	30	7,8	81	22,4
ogółem	385	100	361	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym bogactwem przyrodniczym miasta, oprócz wspomnianych wcześniej jezior, jest rzeka Czarna Hańcza. 73,4% odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące występujących w mieście rzek, dotyczyło właśnie Czarnej Hańczy, która także wśród turystów cieszy się największym zainteresowaniem (75,3% wszystkich odpowiedzi). Rzeka Czarna Hańcza jest największą rzeką Suwalszczyzny, która w niektórych swoich odcinkach wykazuje cechy górskiego potoku. Jej duża popularność może być związana z faktem, iż rzeka jest wykorzystana jako trasa wielu szlaków kajakowych (np. szlak kajakowy Czarnej Hańczy – potocznie Mała Pętla, który prowadzi z Augustowa przez jezioro Białe,

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Studzieniczne i Kanał Augustowski do jeziora Serwy. Stamtąd konieczne jest przeniesienie kajaku do Bryzgly nad Wigrami. Dalej jeziorem Czarną Hańczę i od Rygola – powrót kanałem; szlak kajakowy Czarnej Hańczy – potocznie Duża Pętla, który wypływa z Augustowa w rzekę Rospudę, wpływa pod prąd w bardzo trudną rzeczkę Bliznę do jeziora Blizno. Stamtąd konieczne jest przeniesienie kajaku na Wigry i dalej identycznie jak w przypadku małej pętli; szlak kajakowy Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego).

TABELA 170. RZEKI

	RZEKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Czarna Hańcza	223	73,4	204	75,3
Rospuda	50	16,4	32	11,8
Netta	2	0,7	2	0,7
Kamionka	6	2	-	-
Blizna	5	1,6	-	-
Marycha	6	2	1	0,4
Szeszupa	5	1,6	2	0,7
Krutynia	0	0	1	0,4
brak danych	7	2,3	29	10,7
ogółem	304	100	271	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W niniejszym badaniu respondenci zostali również poproszeni o wskazanie istniejących parków na terenie miasta oraz o określenie, które z nich są najbardziej popularne wśród turystów. Respondenci wskazywali w dużej mierze parki jako obszary chronione o cennych walorach przyrodniczych, a mianowicie Suwalski Park Krajobrazowy (35,4% wszystkich odpowiedzi) a także Wigierski Park Narodowy (26,7% wszystkich odpowiedzi), które są parkami bardzo popularnymi także wśród turystów (28,8% oraz 26,7% wskazań) a znajdują się na terenie Suwalszczyzny, nie zaś Suwałk. Ankietowani wspominali także parki rozumiane jako miejsca wypoczynkowe, czyli Park im. Konstytucji 3 maja (20,2% wszystkich odpowiedzi) oraz Park im. Marii Konopnickiej (11,7% wszystkich odpowiedzi). Parki jako atrakcja turystyczna cieszą się sporą popularnością zarówno wśród respondentów, jak i wśród turystów.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 171. PARKI

	PARKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Suwalski Park Krajobrazowy	130	35,4	82	28,8
Wigierski Park Narodowy	98	26,7	76	26,7
Park im. Konstytucji 3 Maja w Suwałkach	74	20,2	55	19,3
Park M. Konopnickiej w Suwałkach	43	11,7	26	9,1
Biebrzański Park Narodowy	3	0,8	-	-
Park Krajobrazowy Puszczy Rominckiej	2	0,5	-	-
Białowiecki Park Narodowy	0	0,0	1	0,4
brak danych	17	4,6	45	15,8
ogółem	367	100	285	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część pytania drugiego, a zarazem trzeciego tyczyła się puszczy występujących na objętym badaniem obszarze. 48,3% wskazań dotyczyło Puszczy Augustowskiej. Według respondentów puszcza ta cieszy się także największym zainteresowaniem także wśród przybywających tu turystów (42,6% wszystkich odpowiedzi). Osoby, które wzięły udział w badaniu wspominały również: Puszcę Romincką (19,1% wskazań) oraz Białowiecką (13,8% wskazań).

TABELA 172. PUSZCZE

	PUSZCZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Puszcza Augustowska	157	48,3	109	42,6
Puszcza Romincka	62	19,1	26	10,2
Puszcza Białowiecka	45	13,8	24	9,4
brak danych	61	18,8	97	37,8
ogółem	325	100	256	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci reprezentujący Miasto Suwałki zostali zapytani także o występujące na tutejszym obszarze pomniki przyrody. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że najbardziej

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

znany pomnikiem przyrody jest dąb szypułkowy „Dąbek Wolności” (41,5% wskazań respondentów). Zdaniem respondentów, najpopularniejszym pomnikiem przyrody wśród przybywających turystów jest także „Dąbek Wolności” (24,8% wskazań respondentów).

TABELA 173. POMNIKI PRZYRODY

	POMNIKI PRZYRODY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
dąb szypułkowy "Dąbek Wolności"	107	41,5	63	24,8
głazowisko Rutka	15	5,8	3	1,2
Głazowisko Bachanowo	11	4,3	2	0,8
leszczyna turecka	9	3,5	5	2
sosna czarna	7	2,7	1	0,4
Aleja Lipowa w Majątku Stara Hańcza	4	1,6	1	0,4
wierzba krucha	3	1,2	1	0,4
drzewa na terenie Wigierskiego Parku Narodowego	3	1,2	-	-
brak danych	99	38,4	178	70,1
ogółem	258	100	254	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część pytania drugiego i trzeciego dotyczyła występujących na objętym badaniem terenach rezerwatów. Respondenci wymieniali najczęściej Dolinę Rospudy (16,2% wskazań), Cmentarzysko Jaćwingów (8,9% wskazań), Głazowisko Bachanowo (8,6% wskazań) oraz Jezioro Hańcza (7,8% wskazań respondentów). Zdaniem respondentów, najpopularniejszymi rezerwatami wśród turystów są: Dolina Rospudy (15,4% wskazań) oraz Cmentarzysko Jaćwingów (7,3% wskazań). Te dwa rezerваты cieszą się największym uznaniem zarówno respondentów, jak i przybywających do miasta turystów.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 174. REZERWATY

	REZERWATY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Dolina Rospudy	62	23,1	40	15,4
Cmentarzysko Jaćwingów	43	16	19	7,3
Głazowisko Bachanowo	23	8,6	9	3,5
Jeziro Hańcza	21	7,8	6	2,3
Ostoja Bobrów Marycha	19	7,1	-	-
Głazowisko Rutka	17	6,3	4	1,5
Kozi Rynek	9	3,4	1	0,4
Głazowisko Łopuchowskie	9	3,4	5	1,9
Kukle	9	3,4	-	-
w Wigierskim Parku Narodowym	9	3,4	-	-
Kuriańskie Bagno	4	1,5	-	-
Starożyn	3	1,1	-	-
Perkuć	2	0,7	-	-
Łempis	2	0,7	-	-
Rezerwat "Jeziro Kolno"	1	0,4	2	0,8
Jeziro Kalejty	1	0,4	-	-
rezerwaty Puszczy Rominckiej	-	-	3	1,2
brak danych	34	12,7	170	65,6
ogółem	268	100	259	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci mogli wskazać również te walory i atrakcje przyrodnicze, które nie kwalifikują się do podanych w pytaniach drugim i trzecim kategorii (jeziora, rzeki, parki, puszcze, pomniki przyrody, rezerwaty), a które według nich także zasługują na uwagę. Najczęściej pojawiającą się odpowiedzią, której udzielali respondenci w tej części analizowanych pytań, było Cmentarzysko Jaćwingów (17,5% wskazań), które cieszy się dużym zainteresowaniem także wśród turystów (19,2% wskazań). Wspomniane cmentarzysko jest cennym zabytkiem kulturowym Miasta Suwałki oraz elementem wyróżniającym badany obszar spośród innych wchodzących w skład regionu EGO SA i dlatego też cieszy się znaczącą popularnością respondentów.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 175. INNE WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE

	INNE WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Cmentarzysko Jaćwingów	24	17,5	19	19,2
Góra Cisowa	22	15,8	12	12,1
Park Wiatrowy	20	14,4	16	16,2
mosty w Stańczykach	16	11,5	10	10,1
Klasztor Kamedułów	14	10,1	15	15,2
Góra Zamkowa	10	7,2	7	7,1
Głazowisko Bachanowo	8	5,8	4	4
punkty widokowe	6	4,4	4	4
Szelment	4	2,8	4	4
statek Tryton	4	2,8	2	2
Dowspuda i ruiny Pałacu Paca	2	1,4	-	-
Muzeum i pomnik M. Konopnickiej	2	1,4	2	2
Dolina Rospudy	2	1,4	-	-
pomnik Jana Pawła II	2	1,4	2	2
Muzeum Wigier/Stary Folwark	1	0,7	-	-
Centrum Handlowe Plaza	1	0,7	1	1
kolej wąskotorowa w Płocicznie	1	0,7	1	1
ogółem	139	100	99	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 253 ponieważ respondent nie musiał udzielać odpowiedzi na to pytanie
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z powyższej analizy wynika, iż miasto Suwałki jest atrakcyjne, jeśli chodzi o zasoby przyrody. Związane jest to głównie z położeniem nieopodal Suwalskiego Parku Krajobrazowego oraz Wigierskiego Parku Narodowego.

Pytania 4 i 5 zamieszczone w ankiecie dotyczyły walorów i atrakcji turystycznych, czyli istniejących i cieszących się największą popularnością wśród turystów zabytków, muzeów, wydarzeń kulturalnych, imprez folklorystycznych oraz wydarzeń sportowo – rekreacyjnych.

Najbardziej znanymi respondentom, a zarazem najbardziej cenionymi przez turystów zabytkami są zlokalizowane w Suwałkach:

- Konkatedra pw. Św. Aleksandra (23,1% wskazań),

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- Zegar Słoneczny (9,4% wskazań),
- Kościół pw. Najświętszego Serca Jezusa (dawna cerkiew) (9,1% wskazań),
- Stare miasto i zabytkowe kamienice (9,1% wskazań).

Ważnym i charakterystycznym elementem turystycznym gminy Suwałki jest Klasztor Pokamedulski w Wigrach nad jeziorem Wigierskim. Klasztor Kamedułów w Wigrach jako wyjątkowy zabytek oraz miejsce pobytu Jana Pawła II w czasie swojej pielgrzymki do Polski, z którego rozpościera się widok na panoramę jeziora Wigierskiego pełni dziś bowiem funkcje turystyczne. Jest udostępniony dla zwiedzających, posiada także miejsca noclegowe (pustelnie, cele zakonników). Suwalczanie wiele zawdzięczają Kamedułom, gdyż to oni założyli niegdyś Suwałki. Niepodważalnym jest więc fakt wspianiałości oraz niezwykłości klasztoru jako miejsca wypraw turystycznych.

TABELA 176. ZABYTKI

	ZABYTKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
konkatedra pw. Św. Aleksandra	150	23,1	84	19,6
Zegar Słoneczny	61	9,4	37	8,6
kościół pw. Najśw. Serca Jezusa (dawna cerkiew)	59	9,1	38	8,9
stare miasto i zabytkowe kamienice (m.in. Ul. Kościuszki)	59	9,1	56	13,1
Zespół ratusza (ratusz i odwach)	46	7,1	17	4,0
pomnik i dom Marii Konopnickiej	32	4,9	15	3,5
Klasztor Kamedułów w Wigrach nad j. Wigierskim	31	4,8	37	8,6
kościół ewangelicki pw. Św. Trójcy	25	3,9	23	5,4
dom z oficynami (ul. Kościuszki 31)	24	3,7	14	3,3
kościół pw. śś. Piotra i Pawła (daw. cerkiew)	17	2,6	20	4,7
dworzec PKP	13	2,0	1	0,2
pomnik Jana Pawła II	12	1,9	2	0,5
Zespół Koszar	11	1,7	2	0,5
kaplica pw. Przemienienia Pańskiego	9	1,4	10	2,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zespół obiektów szpitalnych (ul. Kościuszki 101)	8	1,2	-	-
Archiwum Państwowe	8	1,2	-	-
ruiny pałacu Paca	7	1,1	1	0,2
Galeria Strumiły	7	1,1	5	1,2
dom Wierusz-Kowalskiego i Czesława Miłozza	6	0,9	1	0,2
mosty w Stańczykach	5	0,8	3	0,7
Molenna	5	0,8	2	0,5
zabytkowe cmentarze	4	0,6	2	0,5
muzea	4	0,6	2	0,5
dworzec PKP w Suwałkach	3	0,5	-	-
2 budynki z zespołu aresztu (ul. Dwernickiego 17)	3	0,5	1	0,2
deptak na ul. Chłodnej	3	0,5	1	0,2
klasztor poddominikański w Sejnach	2	0,3	3	0,7
Skansen Kultury Litewskiej w Puńsku	2	0,3	1	0,2
gimnazjum w Suwałkach (ul. Mickiewicza 3)	1	0,2	-	-
Resursa Obywatelska	1	0,2	-	-
brak danych	30	4,6	50	11,7
ogółem	648	100	428	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła muzeów – istniejących w Suwałkach oraz cieszących się największą popularnością wśród turystów. Ponad połowa wskazań dotyczyła Muzeum Marii Konopnickiej w Suwałkach jako oddziału Muzeum Okręgowego (51,7% wskazań). Obiekt ten cieszy się również największym zainteresowaniem wśród przybywających do Suwałk zwiedzających (55,1% wskazań). Muzeum Okręgowe w Suwałkach cieszy się dużą popularnością (38,3% wskazań).

Tabela 177. MUZEA

	MUZEA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Oddział - Muzeum Marii Konopnickiej w Suwałkach	213	51,7	179	55,1
Muzeum Okręgowe w Suwałkach	158	38,3	95	29,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Centrum Sztuki Współczesnej – galeria A. Strumiłły	16	3,9	4	1,2
Muzeum Historii i Tradycji Żołnierzy Suwalszczyzny	9	2,2	3	0,9
Muzeum Wigier/Stary Folwark	6	1,5	7	2,2
Muzeum Ziemi Sejneńskiej	1	0,2	-	-
brak danych	9	2,2	37	11,4
ogółem	412	100	325	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w niniejszym badaniu reprezentowały Miasto Suwałki wskazywały, iż najbardziej znaną i najpopularniejszą także wśród turystów imprezą kulturalną w mieście jest Suwalski Blues Festiwal (27% wszystkich odpowiedzi). Kolejną ważną imprezą kulturalną są bardzo popularne wśród mieszkańców miasta „Dni Suwałk” (19,8% i 15,5% wszystkich odpowiedzi). Trzeba jednak zaznaczyć, iż o ile sława Suwalskiego Festiwalu Bluesowego jest znacząca, Dni Suwałk nie są zdaniem respondentów wielce popularne wśród turystów. Dni Suwałk są imprezą dużego formatu, która znajduje wielu zwolenników, jednakże głównie wśród mieszkańców Suwałk.

TABELA 178. WYDARZENIA KULTURALNE

	WYDARZENIA KULTURALNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Suwalski Blues Festiwal	131	27	123	36,6
Dni Suwałk	96	19,8	52	15,5
Międzynarodowy Fes. Teatrów Dzieci i Młodzieży "Wigraszek"	41	8,5	19	5,7
Muszelki Wigier	31	6,4	6	1,8
noc muzeów	26	5,4	8	2,4
Piknik Kawaleryjski	19	3,9	6	1,8
Lato z Radiem	18	3,7	9	2,7
imprezy kulturalne (np. koncerty, spektakle, wystawy)	18	3,7	24	7,1
juwenalia	13	2,7	3	0,9
Kaziuk Suwalski	6	1,2	5	1,5
Teatr-Akcje	5	1	5	1,5

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

orkiestra świątecznej pomocy	5	1	-	-
Festyn Jaćwieski	3	0,6	2	0,6
Międzynarodowy Festiwal Ludowych Zespołów Tanecznych "Źródlika"	3	0,6	3	0,9
Przeгляд Orkiestr Dętych	3	0,6	2	0,6
Międzynarodowy Turniej Szachowy Dzieci i Młodzieży "Suwaliada"	3	0,6	-	-
Koncerty Orkiestry Kameralnej "Camerata dell'Arte"	2	0,4	1	0,3
Międzynar. Plener Malarski "U Źródła" - Suwałki	2	0,4	2	0,6
Suwalski Jarmark Folkloru	2	0,4	7	2,1
Letnia Filharmonia <i>Aukso</i>	2	0,4	-	-
Festiwal Celtycki Dowspuda	1	0,2	-	-
Festiwal Jadła Kresowego	1	0,2	-	-
Maraton Szantowy	4	0,8	2	0,6
Lato na Chłodnej - Suwałki	-	-	1	0,3
brak danych	50	10,3	56	16,7
ogółem	485	100	336	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część pytań 4 i 5 dotyczyła odbywających się w Mieście Suwałki imprez folklorystycznych. Respondenci bardzo często utożsamiali imprezy kulturalne z folklorystycznymi, toteż wskazania imprez folklorystycznych często pokrywają się ze wskazaniami imprez kulturalnych. Ankietowani wymieniali najczęściej Kaziuka Suwalskiego (38,6% wskazań) oraz Suwalski Jarmark Folkloru (15,4% wskazań), który cieszy się także dużym zainteresowaniem wśród turystów (24,4% wskazań). Z analizy danych wynika, iż imprezy folklorystyczne w mieście Suwałki dobrze prosperują i cieszą się uznaniem znacznej części respondentów.

TABELA 179. IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE

	IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Kaziuk Suwalski	105	38,6	92	29,9
Suwalski Jarmark Folkloru	42	15,4	75	24,4
dożynki, festyny, jarmarki, itp.	17	6,3	16	5,2
Suwałki Blues Festiwal	7	2,6	10	3,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Festyn Jaćwieski - Szwajcaria	6	2,2	4	1,3
Festiwal Jadła Kresowego	5	1,8	6	1,9
Jarmark Wigierski	5	1,8	-	-
Maraton Szantowy	3	1,1	6	1,9
Suwalskie Konfrontacje Artystyczne "Marzeńtańce"	2	0,7	-	-
Dni Suwałk	2	0,7	4	1,3
Festiwal Kultury Celtyckiej	2	0,7	2	0,6
Lato na Chłodnej	1	0,4	1	0,3
brak danych	75	27,6	92	29,9
ogółem	272	100	308	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Odpowiedzi respondentów dotyczące wydarzeń sportowo – rekreacyjnych były bardzo zróżnicowane. Najczęściej wskazywane przez respondentów były mecze piłki nożnej „Wigier Suwałki” (17,4% wskazań), które ankietowani uznali także za cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów (20,4% wskazań). Osoby ankietowane uznały także za atrakcyjne imprezy sportowe: mecze piłki plażowej i siatkówki (11,9% wskazań) oraz rajdy rowerowe PTTK (10,3% wskazań), które preferują także turyści (13,9% wskazań). W mieście Suwałki nie zaobserwowano popularnych wydarzeń sportowych, które cieszą się uznaniem respondentów i turystów. Imprezy takie jak: Suwalski Rajd samochodowy Alytus czy „Cross Country Suwałki” jako imprezy dużego formatu, nie znajdują uznania respondentów. Taki rozkład odpowiedzi może wskazywać, iż osoby reprezentujące w badaniu miasto Suwałki nie preferują tego rodzaju imprez sportowych, jakimi są rajdy samochodowe czy motocyklowe.

TABELA 180. WYDARZENIA SPORTOWO-REKREACYJNE

	WYDARZENIA SPORTOWO-REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
mecze piłki nożnej (klub "Wigry Suwałki")	73	17,4	44	20,4
mecze piłki plażowej, siatkówki	50	11,9	38	17,6
rajdy rowerowe PTTK	43	10,3	30	13,9
rozgrywki badmintonu	18	4,3	12	5,6
czwartki lekkoatletyczne	17	4,1	9	4,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zawody pływackie	12	2,9	7	3,2
Suwalski Rajd Samochodowy Alytus	10	2,4	3	1,4
biegi przełajowe	9	2,1	6	2,8
zawody w wyciskaniu sztangi	8	1,9	6	2,8
halowe zawody lekkoatletyczne	8	1,9	5	2,3
wyścigi skuterów	8	1,9	3	1,4
zawody w tenisie ziemnym	8	1,9	2	0,9
"pływanie na byle czym" - Augustów	6	1,4	3	1,4
"Cross Country Suwałki"	5	1,2	2	0,9
spływy kajakowe	5	1,2	7	3,2
zawody karate	5	1,2	4	1,9
Ogólnopolski Rajd Narciarski "Wędrówki Północy"	5	1,2	1	0,5
Ogólnopolski Wielodyscyplinowy Rajd po Wigierskim Parku Narodowym	4	1	3	1,4
regaty o puchar prezydenta Suwałk	4	1	3	1,4
Suwaliada	4	1	6	2,8
"Noc Muzeów"	3	0,7	3	1,4
imprezy organizowane przez OSiR	3	0,7	2	0,9
"Maraton Kresowy"	3	0,7	2	0,9
konkurs "Z wodą za pan brat"	3	0,7	2	0,9
"zjeżdżanie na byle czym" w Szelmencie	3	0,7	1	0,5
"Family Cup" Amatorskie Mistrzostwa Polski w Narciarstwie	3	0,7	3	1,4
siłowanie na rękę	2	0,5	-	-
Jarmark Kaziukowy	2	0,5	-	-
Dni Suwałk	2	0,5	4	1,9
Piknik Kawaleryjski	2	0,5	-	-
wycieczki szkolne	2	0,5	-	-
mecze koszykówki	2	0,5	1	0,5
Zawody Modeli Halowych o Mistrzostwo Miasta Suwałk	2	0,5	-	-
"Netta Cup" Augustów	2	0,5	-	-
Święto Siei	1	0,2	1	0,5
sztafeta "Polska Biega"	1	0,2	-	-
Dzień Strażaka	1	0,2	-	-
Bieg wilka	1	0,2	-	-

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Bieg rolnika	1	0,2	-	-
zawody tenisa stołowego	1	0,2	-	-
walki bokserskie	1	0,2	-	-
Suwalski Blues Festiwal	-	-	1	0,5
stok narciarski w Dąbrówce k/Suwałk	-	-	1	0,5
deptak na ulicy Chłodnej w Suwałkach	-	-	1	0,5
brak danych	76	18,1	97	44,9
ogółem	419	100	216	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci mogli wskazać również te walory i atrakcje turystyczne, które nie kwalifikują się do podanych w pytaniach czwartym i piątym kategorii, a które według nich również zasługują na uwagę.

Najczęściej pojawiającymi odpowiedziami, których udzielali respondenci w tej części analizowanych pytań, były istniejące w mieście galerie: Pacamera, Andrzeja Strumiły (26,3% wskazań) oraz Centrum Handlowe Plaza (10% wskazań).

TABELA 181. INNE WALORY I ATRAKCJE TURYSTYCZNE

	INNE WALORY I ATRAKCJE TURYSTYCZNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
galerie (np. Pacamera, Andrzeja Strumiły)	55	26,3	28	23,1
Centrum Handlowe Plaza	21	10	11	9,1
koncerty, pikniki, imprezy, jarmarki	13	6,2	7	5,8
pomnik Jana Pawła II	11	5,3	5	4,1
deptak na ulicy Chłodnej	10	4,8	6	5
Giełda Staroci	10	4,8	4	3,3
Piknik Kawaleryjski	10	4,8	11	9,1
Cmentarz Jaćwingów	7	3,3	4	3,3
zabytkowe Kościoły z zabytkowymi figurami (np. św. Romualda, św. Benedykta)	7	3,3	5	4,1
fontanna w Parku Konstytucji 3 maja	5	2,4	2	1,7
"Noc Muzeów"	5	2,4	6	5
inauguracja sezonu motocyklowego	4	1,9	2	1,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Klasztor Wigierski	4	1,9	1	0,8
zegar słoneczny w Parku Konstytucji 3 maja	4	1,9	2	1,7
Jaćwieski Festyn Archeologiczny	3	1,4	0	0
Izba Pamięci ks. Kazimierza Hamerszmita	3	1,4	1	0,8
zawody w siłowaniu na rękę	2	1	0	0
Muzeum Wigier	2	1	2	1,7
Sanktuarium w Studzienicznej	2	1	0	0
Teatr - Akcje	2	1	0	0
czwartki lekkoatletyczne	2	1	0	0
pomnik Marii Konopnickiej	2	1	1	0,8
mecze Wigry Suwałki	2	1	0	0
konkurs "Z wodą za pan brat"	1	0,5	3	2,5
inne	22	10,5	20	16,5
ogółem	209	100	121	100

**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 253 ponieważ respondent nie musiał udzielać odpowiedzi na to pytanie
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań*

Analizując potencjał turystyczny Miasta Suwałki, pod względem walorów i atrakcji turystycznych, takich jak zabytki, muzea, wydarzenia kulturalne, imprezy folklorystyczne oraz wydarzenia sportowo – rekreacyjne, można zauważyć, że miasto jest miejscem atrakcyjnym turystycznie. Istnieje tu wiele miejsc wartych zobaczenia, a ponad to władze miasta oraz ośrodki kultury i sportu starają się uprzyjemnić turystom pobyt organizując wiele imprez kulturalnych i sportowych.

Kolejne dwa pytania, a mianowicie pytanie szóste i siódme dotyczyło atrakcji rekreacyjnych występujących w Mieście Suwałki oraz cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów przybywających na te tereny. Respondenci zostali zapytani o szlaki rowerowe, piesze, konne i kajakowe oraz o trasy narciarskie. Oprócz tego poproszeni zostali o wskazanie istniejących na badanym obszarze obiektów takich jak: stacje, plaże, parki wodne, place zabaw dla dzieci oraz obiekty sportowo – rekreacyjne.

Najbardziej znanym respondentom, a zarazem najpopularniejszym wśród turystów szlakiem rowerowym jest szlak „Nad jezioro Krzywe”, który wskazało 17,1% respondentów. Inne popularne szlaki to: „Wzdłuż Czarnej Hańczy (9,2% wskazań) oraz „Wokół Zalewu Arkadia” (7,6% wskazań), które cieszą się największym zainteresowaniem także wśród turystów (Kolejno 7,1% wskazań oraz 7,7% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 182. SZLAKI ROWEROWE

	SZLAKI ROWEROWE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
"Nad jezioro Krzywe"	54	17,1	50	13,7
"Wzdłuż Czarnej Hańczy"	29	9,2	26	7,1
"Wokół Zalewu Arkadia"	24	7,6	28	7,7
szlak niebieski "Suwałki - Danowskie"	19	6	10	2,7
szlaki rowerowe po Wigierskim Parku Narodowym	18	5,7	21	5,8
ścieżka rowerowa ulicą Pułaskiego	15	4,7	10	2,7
szlak rowerowy "Bakałarzewo"	14	4,4	5	1,4
szlak "Doliną Czarnej Hańczy z Suwałk do Suwalskiego Parku Narodowego"	13	4,1	7	1,9
ścieżka rowerowa ulicą Bakałarzewską	12	3,8	8	2,2
szlak zielony "Wokół Wigier"	10	3,2	27	7,4
trasa rowerowa "Gdyby Pan Tadeusz miał rower"	10	3,2	2	0,5
ulicami Suwałk	10	3,2	78	21,4
szlak zielony "Suwałki - Tartak"	9	2,8	9	2,5
ścieżka rowerowa ulicą Sejneńską	9	2,8	6	1,6
niebieski szlak rowerowy "Dowspuda - Stary Folwark"	8	2,5	9	2,5
Północny pierścień rowerowy Suwalszczyzny R65	7	2,2	3	0,8
ścieżka rowerowa ulicą Reja	7	2,2	5	1,4
ścieżka rowerowa ulicą Sikorskiego	6	1,9	2	0,5
łącznikowy szlak rowerowy "Suwałki - Osowa"	3	0,9	5	1,4
ścieżka rowerowa ulicą Waryńskiego	3	0,9	2	0,5
Międzynarodowy szlak rowerowy Euro Velo R11	2	0,6	2	0,5
"Ku Dolinie Rospudy"	2	0,6	1	0,3
inne	4	1,3	1	0,3
brak danych	28	8,9	48	13,2
ogółem	316	100	365	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie istniejących w Suwałkach i jego okolicach szlaków pieszych. Duża część ankietowanych wskazała na szlak „Wokół Zalewu Arkadia” (23,4% wskazań). Jest to szlak zarówno rowerowy, jaki i pieszy. Drugim

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

z kolei najbardziej znanym respondentom szlakiem jest szlak „Wzdłuż Czarnej Hańczy” (13% wskazań). Obie te trasy zostały również uznane przez respondentów za cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów (Kolejno 24,1% wskazań oraz 10,5% wskazań).

TABELA 183. SZLAKI PIESZE

	SZLAKI PIESZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
"Wokół Zalewu Arkadia"	74	23,4	71	24,1
okolice Suwałk	64	20,3	55	18,7
"Wzdłuż Czarnej Hańczy"	41	13	31	10,5
szlak zielony "Wokół Wigier"	18	5,7	15	5,1
szlak zielony "Suwałki - Tartak"	17	5,4	22	7,5
Północny pierścień rowerowy Suwalszczyzny R65	10	3,2	4	1,4
"Nad jezioro Krzywe"	7	2,2	9	3,1
aleja spacerowa ulicą Bakalarzewską	4	1,3	2	0,7
aleja spacerowa ulicą Pułaskiego	4	1,3	2	0,7
aleja spacerowa ulicą Reja	3	0,9	2	0,7
aleja spacerowa ulicą Waryńskiego	3	0,9	1	0,3
szlak "Suwałki - Biała Woda"	2	0,6	2	0,7
szlak łącznikowy Michnówka - Siemianówka	1	0,3	-	-
szlak czerwony "Skrajem Puszczy Rominckiej"	1	0,3	1	0,3
brak danych	67	21,2	77	26,2
ogółem	316	100	294	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali także poproszeni o wskazanie istniejących szlaków konnych. Prawie 90% osób biorących udział w niniejszym badaniu na to pytanie nie udzieliło odpowiedzi. Powodem takiej sytuacji może być niewiedza respondentów na temat szlaków konnych oraz złe ich oznakowanie. Te osoby, które na to pytanie odpowiedziały wskazywały najczęściej Szlak Konny Puszczy Augustowskiej (5,8% wskazań).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 184. SZLAKI KONNE

	SZLAKI KONNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
szlak konny Puszczy Augustowskiej	15	5,8	11	4,3
szlaki konne przez Wigierski Park Narodowy	6	2,3	4	1,6
szlakiem konnym po Suwalszczyźnie i Mazurach	4	1,6	3	1,2
szlaki konne przez Suwalski Park Krajobrazowy	2	0,8	1	0,4
inne	2	0,8	3	1,2
brak odpowiedzi	228	88,7	231	91,3
ogółem	257	100	253	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W dalszej części analizowanych pytań 4 i 5 respondenci mieli wskazać istniejące i cieszące się największą popularnością wśród turystów trasy narciarskie. Odpowiedzi na to pytanie nie udzieliła blisko połowa ankietowanych. Osoby, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, najczęściej wymieniały: trasy narciarskie WOSiR „Szelment” (37,2% wskazań) oraz trasy narciarskie na „Dąbrówce” (14,5% wskazań).

TABELA 185. TRASY NARCIARSKIE

	TRASY NARCIARSKIE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Trasy narciarskie WOSiR "Szelment"	108	37,2	118	38,4
Trasy narciarskie na "Dąbrówce"	42	14,5	62	20,2
Trasy narciarskie na "Pięknej Górze"	1	0,3	2	0,7
Inne	4	1,4	3	1
Brak odpowiedzi	135	46,6	122	39,7
ogółem	290	100	307	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejną atrakcją rekreacyjną o którą zapytaliśmy respondentów są szlaki kajakowe. Ponad 35% respondentów wskazało Szlak Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego. Szlak ten jest również najbardziej popularny wśród przybywających tu turystów (33,4% wskazań). Kolejnym najczęściej wymienianym szlakiem jest szlak Rospudy (13,4% wskazań), który cieszy się sporym zainteresowaniem ze strony turystów (10% wskazań respondentów).

TABELA 186. SZLAKI KAJAKOWE

	SZLAKI KAJAKOWE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Szlak Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego	95	35,3	97	33,4
Szlak Rospudy	36	13,4	29	10
Szlak z Augustowa Kanałem Augustowskim i Nettą do Biebrzy	9	3,3	16	5,5
Szlak Blizna	3	1,1	-	-
Inne	3	1,1	4	1,4
Brak odpowiedzi	123	45,7	144	49,7
ogółem	269	100	290	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła występujących w mieście stanic. Aż 78% respondentów nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie, co może wynikać z niewiedzy na temat istnienia tego typu obiektów lub też z nieznamomości definicji słowa „stanica”. Zaledwie 6,1% ankietowanych wskazało na istniejącą stanicę PTTK nad jeziorem Wigry. Z tego wynika, iż respondenci nie korzystają bądź korzystają rzadko z usług stanic wodnych.

TABELA 187. STANICE

	STANICE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Stanica PTTK nad jeziorem Wigry	16	6,1	14	5,4
Stanica wodna nad jeziorem Krzywe w Suwałkach	7	2,7	6	2,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Stacja "Wysoki Most" nad rzeką Czarna Hańcza	7	2,7	4	1,6
Stacja PTTK w Gawrych Rudzie	6	2,3	5	1,9
Stacja PTTK w Starym Folwarku	6	2,3	5	1,9
Stacja wodna "Swoboda" w Augustowie	4	1,5	1	0,4
Stacja wodna w Krzywólce	4	1,5	2	0,8
Stacja ZHP nad jeziorem Garbaś	3	1,1	2	0,8
Stacja PTTK w Płocicznie	2	0,8	1	0,4
Stacja wodna "Jałowy Róg"	1	0,4	1	0,4
Stacja wodna "Serwy"	1	0,4	1	0,4
Stacja wodna "Pomorze" nad jeziorem Kukle	1	0,4	1	0,4
brak danych	206	78	215	83,3
ogółem	264	100	258	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o znane im oraz cieszące się największą popularnością wśród turystów, istniejące w Suwałkach plaże. Ponad połowa ankietowanych wskazała Plażę Miejską nad Zalewem Arkadia (56,1% wskazań). Plaża ta cieszy się także największym zainteresowaniem wśród turystów (50,8% wskazań). Pozostałe odpowiedzi dotyczyły plaż m.in. nad jeziorem Krzywym (8,9% wskazań), w Ośrodku „Szelmant” (6,4% wskazań), nad jeziorem Wigry (5,8% wskazań) czy plaży w Starym Folwarku (4,9% wskazań). Zdecydowanie największą popularnością zarówno wśród respondentów, jak i wśród turystów cieszy się wspomniana plaża nad Zalewem Arkadia, która ze względu na swoją imponującą wielkość może pomieścić znaczną liczbę turystów.

TABELA 188. PLAŻE

	PLAŻE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
plaża miejska nad Zalewem Arkadia	183	56,1	156	50,8
plaża nad jeziorem Krzywym	29	8,9	30	9,8
plaża w Ośrodku Szelmant	21	6,4	17	5,5
plaża nad jeziorem Wigry	19	5,8	12	3,9
plaża w Starym Folwarku	16	4,9	14	4,6
plaża przy pensjonacie "U Jawora" w Gawrych Rudzie	6	1,8	7	2,3
plaża nad jeziorem Hańcza	5	1,5	1	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Leśna plaża w Smolnikach	3	0,9	-	-
inne	6	1,8	3	1
brak danych	38	11,7	67	21,8
ogółem	326	100	307	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

85,2% respondentów nie udzieliło odpowiedzi na pytanie dotyczące parków wodnych w mieście Suwałki. Wynika to z faktu, iż w Suwałkach nie ma jeszcze żadnego parku wodnego. Planowane otwarcie pierwszego Aquaparku w mieście może nastąpić już w 2010 roku. Respondenci, którzy odpowiedzieli na to pytanie, jako park wodny najczęściej wskazywali pływalnię OSiR (8,2% wskazań respondentów). Powstający park wodny będzie kolejnym ważnym czynnikiem podnoszącym turystyczną wartość terenu Miasta Suwałk.

TABELA 189. PARKI WODNE

	PARKI WODNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Pływalnia OSiR w Suwałkach	21	8,2	15	5,9
Aquapark w budowie przy ulicy Jana Pawła II	5	1,9	5	2
Hotel Amber Bay & Aquapark w Augustowie	5	1,9	-	-
Zalew Arkadia	4	1,6	3	1,2
Hotel Delfin w Augustowie	1	0,4	2	0,8
Park Wodny w Elku	1	0,4	-	-
Aquapark Tropicana w Białymstoku	1	0,4	-	-
Ogród Bajek w Kaletniku	-	-	1	0,4
brak danych	219	85,2	230	89,8
ogółem	257	100	256	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność turystyczną danego obszaru, jest występowanie na nim zabaw i atrakcji dla dzieci, dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie parków zabaw dla dzieci. Wszystkie odpowiedzi przebadanych osób dotyczyły placów zabaw, zlokalizowanych w różnych częściach miasta, np. przy Zalewie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Arkadia (16% wskazań) lub też Sala Zabaw dla Dzieci „Ricoland” (4,6% wskazań respondentów).

TABELA 190. PARKI ZABAW DLA DZIECI

	PARKI ZABAW DLA DZIECI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
przy Zalewie Arkadia	42	16	29	11,3
osiedlowe place zabaw	33	12,6	19	7,4
Salon zabaw dla dzieci "Ricoland"	12	4,6	11	4,3
Ogród bajek w Kaletnicy	6	2,3	5	1,9
plac zabaw przy McDonald's	5	1,9	5	1,9
place zabaw na osiedlu północ I (teren Kaczego Dołka)	4	1,5	4	1,6
skatepark	2	0,8	2	0,8
brak danych	158	60,3	182	70,8
ogółem	262	100	257	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na terenie Miasta Suwałki działa Ośrodek Sportu i Rekreacji. Respondenci zapytani o istniejące w mieście atrakcje rekreacyjne w większości wskazywali na OSiR oraz na przynależne do niego obiekty (72% wskazań), które również przez ankietowanych uznane zostały za cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów (57,2% wskazań). Ponadto osoby ankietowane wskazały WOSiR „Szelmę” (7,5% wskazań) oraz Ośrodek Żeglarski nad Zalewem Arkadia (0,6% wskazań).

TABELA 191. OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE

	OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Ośrodek Sportu i Rekreacji w Suwałkach	96	27,7	72	26,4
Stadion Miejski w Suwałkach	57	16,5	27	9,9
Hala sportowa OSiR w Suwałkach	47	13,6	22	8,1
Basen OSiR w Suwałkach	30	8,7	20	7,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

WOSiR "Szelment"	26	7,5	5	1,8
Stadion lekkoatletyczny w Suwałkach	15	4,3	10	3,7
Siłownia OSiR w Suwałkach	4	1,2	2	0,7
Skate Park OSiR w Suwałkach	2	0,6	3	1,1
Ośrodek Żeglarski nad Zalewem Arkadia	2	0,6	2	0,7
inne	7	2	4	1,5
brak odpowiedzi	60	17,3	106	38,8
ogółem	346	100	273	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci mieli również możliwość wskazania innych atrakcji rekreacyjnych, które nie kwalifikowały się do podanych w ankiecie, wyżej analizowanych kategorii. Najczęstsze odpowiedzi tych respondentów, którzy zdecydowali się wskazać inne walory i atrakcje rekreacyjne, dotyczyły: Stadionu Miejskiego w Suwałkach (9,9% wskazań) oraz lodowiska (5,5% wskazań respondentów).

TABELA 192. INNE ATRAKCJE REKREACYJNE

	INNE ATRAKCJE REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Stadion Miejski w Suwałkach	25	9,9	23	8,7
Lodowisko OSiR w Suwałkach	14	5,5	14	5,3
Stadion lekkoatletyczny w Suwałkach	13	5,1	12	4,5
Skate Park OSiR w Suwałkach	10	4	7	2,7
Hala sportowa OSiR w Suwałkach	7	2,8	26	9,8
Basen OSiR w Suwałkach	2	0,8	1	0,4
Ośrodek Sportu i Rekreacji w Suwałkach	0	0	4	1,5
WOSiR "Szelment"	0	0	2	0,8
Inne	6	2,4	3	1,1
Brak odpowiedzi	176	69,6	172	65,2
ogółem	253	100	264	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas przeprowadzania badania respondenci zostali poproszeni także o wskazanie jakich atrakcji turystycznych brakuje w Mieście Suwałki. Najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami były: koncerty (11,9% wskazań), imprezy sportowo-rekreacyjne (8,4%

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wskazań) oraz teatry i spektakle teatralne (5,7% wskazań). Taki rozkład najczęstszych odpowiedzi świadczy, iż wydarzenia muzyczne, teatr oraz wydarzenia sportowo-rekreacyjne są najbardziej pożądanymi atrakcjami turystycznymi.

TABELA 193. JAKICH WEDŁUG PANA/I ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH BRAKUJE W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
koncertów	75	11,9
impres sportowo - rekreacyjnych	53	8,4
teatrów, spektakli teatralnych	36	5,7
boisk (do koszykówki, siatkówki, piłki nożnej)	30	4,8
lotniska	29	4,6
impres kulturalno - oświatowych	28	4,4
impres młodzieżowych	28	4,4
rozrywek dla dzieci, placów zabaw	26	4,1
pubów z letnimi ogródkami	25	4
nowoczesnego stadionu z trybunami	25	4
impres folklorystycznych	22	3,5
aquaparku, basenu	20	3,2
kabaretów	16	2,5
impres rodzinnych	15	2,4
obwodnicy	15	2,4
hoteli SPA	14	2,2
hoteli ***	13	2,1
impres disco polo	11	1,7
dobrze oznaczonych ścieżek rowerowych	10	1,6
wypożyczalni rowerów	10	1,6
dyskotek, klubów (w tym dla starszych osób)	9	1,4
uzdrowisk	8	1,3
smażalni ryb	8	1,3
rajdów, wycieczek	4	0,6
zagospodarowania turystycznego wokół starówki	4	0,6
informatorów o zabytkach, imprezach w Suwałkach	4	0,6
letniego kina pod gwiazdami	4	0,6
kortów tenisowych	4	0,6
lodowiska krytego	3	0,5
restauracji	3	0,5
koncertów muzyki organowej	3	0,5
impres reklamujących miasto Suwałki	2	0,3
sponsorów	2	0,3
pociągów nad morze i w góry	2	0,3
parkingów	2	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

szlaków konnych	2	0,3
centrum handlowego	2	0,3
dobrych dróg	2	0,3
niczego nie brakuje	2	0,3
rikszy	2	0,3
nie wiem	1	0,2
inne	16	2,5
brak danych	41	6,5
ogółem	631	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Niniejsze badanie dotyczyło potencjału turystycznego krainy EGO SA. W związku z tym zapytaliśmy respondentów o to, czy potrafią wskazać jakie miejscowości lub gminy wchodzą w skład tegoż obszaru. Z odpowiedzi respondentów wynika, iż 52,6% ankietowanych wie jakie miejscowości oraz gminy należą do obszaru EGO SA. Natomiast aż 47,4% ankietowanych nie potrafi wymienić miejscowości oraz gmin wchodzących w skład regionu EGO SA. Być może region EGO SA jest ciągle zbyt słabo promowany.

TABELA 194. CZY POTRAFI PAN/I WYMIENIĆ MIEJSCOWOŚCI, GMINY WCHODZĄCE W SKŁAD REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	133	52,6
nie	120	47,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

89,7% osób biorących udział w badaniu nie zna szlaków łączących miasta/gminy regionu EGO SA. Zaledwie 7,1% ankietowanych potrafi wymienić wspomniane szlaki.

TABELA 195. CZY ZNA PAN/I SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	18	7,1
nie	227	89,7
brak danych	8	3,2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Osoby, które zadeklarowały, iż znają szlaki turystyczne istniejące na terenie EGO SA, najczęściej wskazywały na Szlak Mazur Garbatych (33,3% wskazań) oraz Międzynarodowy szlak rowerowy EURO VELO - R11 (14,8% wskazań).

TABELA 196. PROSZĘ WYMIENIĆ SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA

	N	%
Szlak Mazur Garbatych	9	33,3
Międzynarodowy szlak rowerowy Euro Velo R11	4	14,8
szlak pieszy czerwony "Gołdap - Jastrzębna"	3	11,1
Szlak Tatarski	3	11,1
Północny pierścień rowerowy Suwalszczyzny R65	3	11,1
szlak pieszy niebieski "Doliną Rospudy"	2	7,4
szlak kajakowy Biebrza	2	7,4
szlak żółty wokół jeziora Sajno	1	3,7
ogółem	27	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 18, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Badając potencjał turystyczny danego obszaru należy wziąć również pod uwagę istniejącą bazę noclegową. W pytaniu dwunastym respondenci zostali poproszeni o określenie znanych hoteli, pensjonatów oraz innych miejsc, w których turyści przybywający do gminy mogą znaleźć nocleg.

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów obiektami noclegowymi są: Hotel „Dom Nauczyciela” (18,2% wskazań), obiekt noclegowy „Hańcza” (16,9% wskazań) oraz Hotel „Suwalszczyzna” (14,8% wskazań), czyli 3 największe obiekty noclegowe Suwałk. Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia tabela 197.

TABELA 197. PROSZĘ OKREŚLIĆ ZNANĄ PANU/I BAZĘ NOCLEGOwą W MIEŚCIE?

	N	%
Hotel "Dom Nauczyciela" **	298	18,2
Obiekt noclegowy "Hańcza"	276	16,9
Hotel "Suwalszczyzna"	243	14,8
Zajazd "Private"	154	9,4
Kompleks Turystyczny "U Jawora" w Gawrych Rudzie	132	8,1
Pensjonat "Nad Zatoką" w Bryzglu	56	3,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Sanatorium "Budowlani" w Augustowie	27	1,6
Ośrodek Wypoczynkowy PTTK w Starym Folwarku	27	1,6
Bursa szkolna w Suwałkach	25	1,5
Gościniec "Pod Strzechą"	23	1,4
Hotel "Holiday" w Starym Folwarku	21	1,3
Kemping Kompleksu Turystycznego "Nad Stawem" w Gawrych Rudzie	21	1,3
Dom Wycieczkowy PTTK w Starym Folwarku	20	1,2
Apartment z lataniem w Gawrych Rudzie	19	1,2
Uzdrowisko "Wital" w Gołdapi	18	1,1
Pokoje gościnne w Gawrych Rudzie	17	1
Centrum Konferencyjno - Wypoczynkowe "Szelment" w Jeleniewie	17	1
Agroturystyka "Pod Cisową Górą" w Jeleniewie	16	1
Agroturystyka "Cichy Kąt" w Małej Hucie	16	1
Szkolne Schronisko Młodzieżowe w Suwałkach	16	1
Kemping nr 148 w Starym Folwarku	16	1
Hotel "Warszawa" w Augustowie	15	0,9
Agroturystyka w Starym Folwarku	14	0,9
"Agroturystyka nad Hańczą" w Smolnikach	14	0,9
Pokoje nad jeziorem Wigry "JURKUN"	12	0,7
Pokoje gościnne w Starym Folwarku	12	0,7
Gospodarstwo Agroturystyczne "Mała Przerośl"	12	0,7
Agroturystyka "Leśny Zakątek" w Płocicznie	12	0,7
Ośrodek Wypoczynkowo - Rehabilitacyjny w Maniówce	10	0,6
Młodzieżowy Ośrodek Wypoczynkowy w Gawrych - Rudzie	10	0,6
Pensjonat "Wigry" w Suwałkach	10	0,6
Pole namiotowe Płociczno	9	0,5
Pensjonat "Aga" w "Starym Folwarku"	6	0,4
Pensjonat "Mazur" w Przerośli	6	0,4
Agroturystyka "W Dolince" w Wizajnach	6	0,4
Hotel "Gołębiowski" w Mikołajkach	4	0,2
Hotel "Laguna" w Augustowie	4	0,2
Agrokwatera "Pod Cisową Górą" w Gulbieniskach	3	0,2
Agroturystyka "Na Stawach" w Sejnach	3	0,2
Schronisko Młodzieżowe w Turtulu	3	0,2
Szkolne Schronisko Młodzieżowe w Augustowie	2	0,1
inne	12	0,7
ogółem	1637	100

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Podczas realizacji badania zapytano respondentów o to, czy istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w mieście w celu rozwoju usług turystycznych. Ponad 79% ankietowanych uznało, że rozbudowa bazy noclegowej jest konieczna, co oznacza, że istniejące zasoby noclegowe miasta nie są wystarczająco rozbudowane. Natomiast 18,2% ankietowanych wyraża opinię, że nie istnieje konieczność rozbudowy bazy noclegowej w Suwałkach.

TABELA 198. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY BAZY NOCLEGOWEJ W PANA/I MIEŚCIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	201	79,4
nie	46	18,2
brak danych	6	2,4
ogółem	253	100

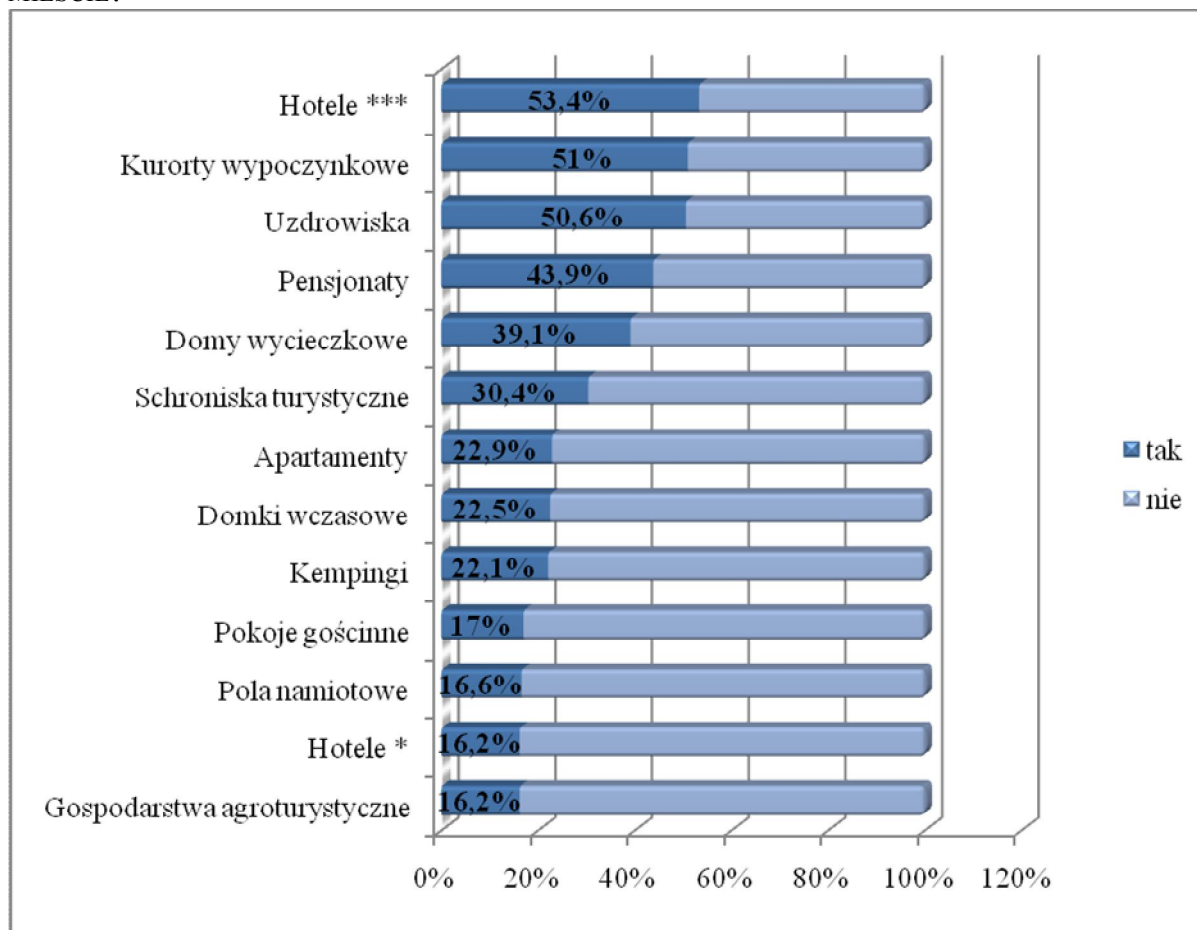
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z analizy danych zebranych podczas realizacji badań wynika, iż w pierwszej kolejności na terenie miasta Suwałki powinny powstać hotele***. W ten sposób odpowiedziało 53,4% ankietowanych. Ponad połowa respondentów wskazała także, że w mieście powinny powstać kurorty wypoczynkowe (51% wskazań) oraz uzdrowiska (50,6% wskazań). Należy podkreślić, iż w Mieście Suwałki nie ma warunków do stworzenia uzdrowiska oraz kurortów wypoczynkowych a opinie respondentów nie są w tym przypadku zgodne z faktycznym zapotrzebowaniem Miasta.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 32. PROSZĘ PODAĆ JAKIE FORMY BAZY NOCLEGOWEJ POWINNY POWSTAĆ W PANA/I MIEŚCIE?



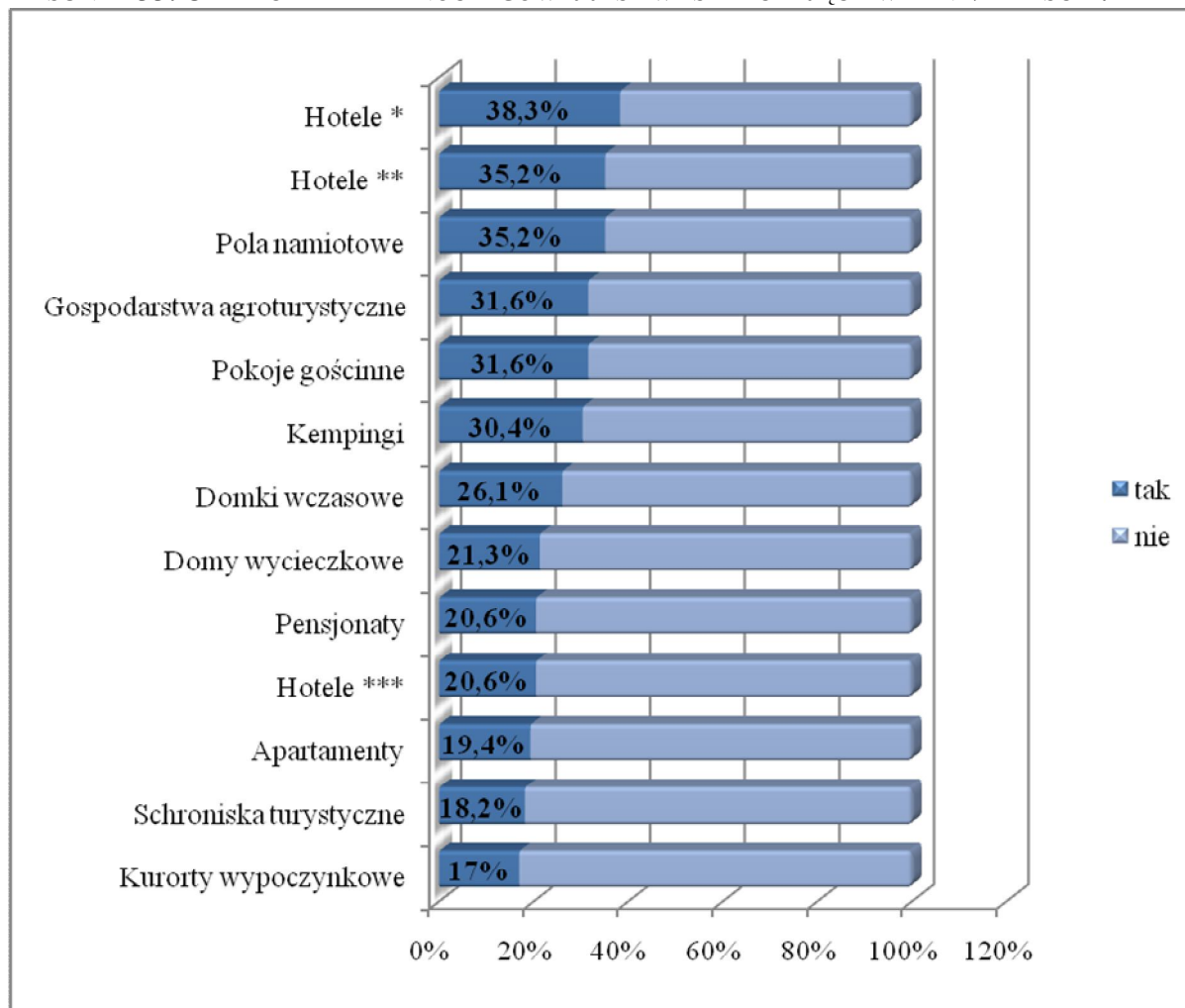
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Rysunek 33 przedstawia rozkład odpowiedzi na kolejne pytanie zawarte w ankiecie, w którym respondenci zostali poproszeni o ocenę istniejącej liczby obiektów bazy noclegowej. Według osób, które wzięły udział w badaniu ilość takich obiektów jak kurorty wypoczynkowe, schroniska turystyczne czy apartamenty jest zdecydowanie niewystarczająca. Jednak według respondentów, liczba obiektów bazy noclegowej nie jest wystarczająca w ogóle.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 33. CZY LICZBA BAZY NOCLEGOWEJ JEST WYSTARCZAJĄCA W PANA/I MIEŚCIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejnym ważnym wskaźnikiem potencjału turystycznego jest baza gastronomiczno – rozrywkowa. W pytaniu szesnastym respondenci zostali poproszeni o określenie obiektów gastronomicznych i rozrywkowych istniejących w Mieście Suwałki.

Najwięcej razy ankietowani wskazywali na Club & Pub „54” (11,2% wskazań), restaurację „Einstein” (7,4% wskazań) oraz na „Fantasy Park” w Centrum Handlowym Plaza (6,9% wskazań).



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 199. PROSZĘ WSKAZAĆ OBIEKTY GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWE W PANA/I MIEŚCIE

	N	%
Club & Pub "54"	181	11,2
"Einstein" - restauracja, pub, kawiarnia	119	7,4
"Fantasy Park" – Centrum Handlowe Plaza	111	6,9
Klub "Kuźnia"	99	6,1
Pub "Brama"	97	6
Karczma Polska	95	5,9
Restauracja "Na Starówce"	77	4,8
Restauracja Hotelu "Dom nauczyciela"	76	4,7
Piwiarnia "Warka"	70	4,3
"Swiss Bar Club"	69	4,3
Pizzeria "Rozmarino"	57	3,5
Gościniec "Pod strzechą"	57	3,5
Pub "Piwnica"	54	3,3
Kawiarnia "Jaćwing"	48	3
Bar "Europa"	46	2,8
"Finezja" - restauracja, cukiernia	41	2,5
Zajazd "Cowboy"	36	2,2
Restauracja Hotelu "Suwalszczyzna"	31	1,9
Pub "Gams"	27	1,7
Club "7 heven"	25	1,5
"Elita" bar, klub bilardowy	24	1,5
Zajazd "TIR PORT"	23	1,4
Klub Bilardowy "Sofix"	22	1,4
Bar "Kogutek"	20	1,2
Pub "Dąb"	17	1,1
Restauracja Hotelu "Hańcza"	14	0,9
Pizzeria "Fantazja"	13	0,8
Cafe Bar "Janza"	12	0,7
Bar "Ratuszowy"	11	0,7
Kawiarenka "7 pokus"	10	0,6
Restauracja "Amon Ra"	9	0,6
Zajazd "Private"	8	0,5
Snack Bar	8	0,5
Cukiernia "Stefanka"	6	0,4
Bar "U Siemiona"	4	0,2
ogółem	1617	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

77,5% respondentów uważa, że w celu rozwoju usług turystycznych, należy rozbudować obiekty gastronomiczno – rozrywkowe, jednocześnie 21,3% ankietowanych uważa, że bazy gastronomiczno-rozrywkowej nie należy rozbudowywać.

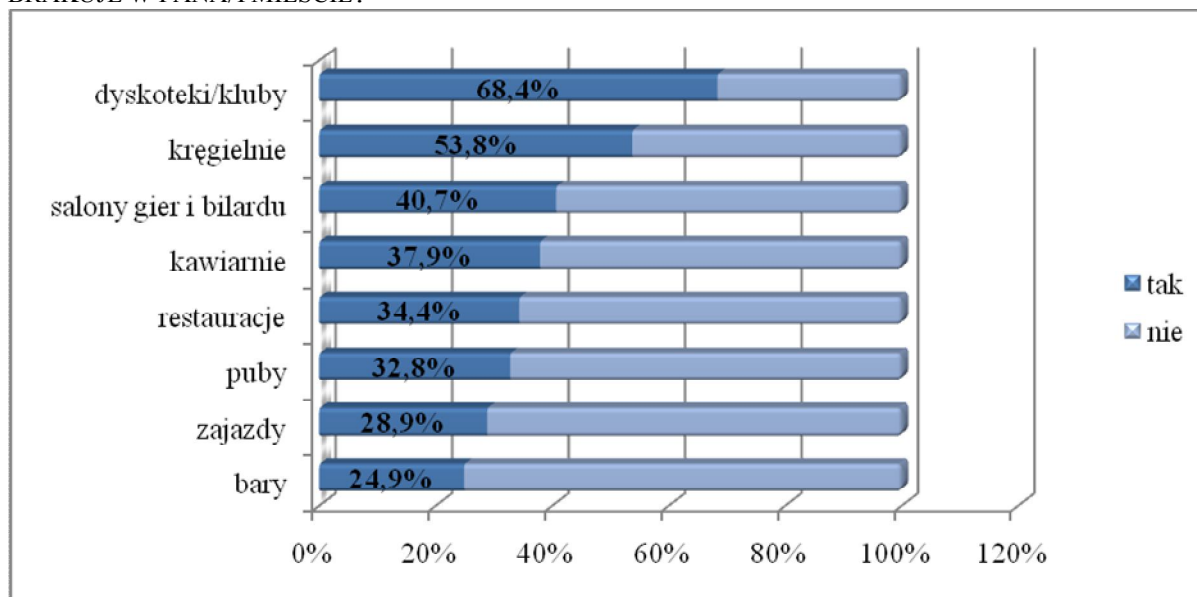
TABELA 200. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO-ROZRYWKOWYCH W PANA/I MIEŚCIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	196	77,5
nie	54	21,3
brak danych	3	1,2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według ankietowanych na terenie miasta Suwałki za mało jest przede wszystkim miejsc takich jak dyskoteki/kluby (68,4% wskazań) czy kręgielnie (53,8% wskazań). Natomiast z uzyskanych danych wynika, iż w dużej mierze w mieście istnieje wystarczająca liczba barów, zajazdów, pubów czy restauracji. Oznacza to, iż w gminie istnieje niewystarczająca liczba obiektów rozrywkowych, natomiast liczba obiektów bazy gastronomicznej nie wymaga powiększenia.

TABELA 201. PROSZĘ WSKAZAĆ JAKICH OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO-ROZRYWKOWYCH BRAKUJE W PANA/I MIEŚCIE?





Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci poproszeni o oszacowanie liczby punktów informacji turystycznej w mieście, najczęściej wskazywali na istnienie dwóch punktów IT. W ten sposób odpowiedziało 37,9% ankietowanych. Niektóre osoby biorące udział w badaniu wskazywały na istnienie jednego takiego miejsca (22,1% wskazań), w których turyści mogą dowiedzieć się różnych informacji na temat atrakcji w mieście.

TABELA 202. PROSZĘ OKREŚLIĆ LICZBĘ PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W PANA/I MIEŚCIE

	N	%
2 punkty IT	96	37,9
1 punkt IT	56	22,1
nie wiem/trudno powiedzieć	55	21,7
3 punkty IT	23	9,1
4 punkty IT	13	5,1
0 punktów IT	7	2,8
5 i więcej punktów IT	3	1,2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

43,8% respondentów uważa, iż istniejące oznakowanie punktów informacji turystycznej jest wystarczające (39,1% odpowiedzi „raczej tak”, 4,7% odpowiedzi „zdecydowanie tak”). Natomiast 56,1% respondentów jest zdania, iż istniejące oznakowanie punktów IT jest złe (29,6% „raczej nie”, 26,5% „zdecydowanie nie”). Opinie co do sposobu oznakowania punktów IT występujących w mieście są podzielone, jednak mogą sygnalizować konieczność ulepszenia istniejącego oznaczenia, w celu lepszego dotarcia do turysty z informacją o Mieście.

TABELA 203. CZY ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCE OZNAKOWANIE PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ?

	N	%
raczej tak	99	39,1
raczej nie	75	29,6
zdecydowanie nie	67	26,5
zdecydowanie tak	12	4,7
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci zapytani zostali także o to, czy system IT działa odpowiednio w mieście Suwałki. 40,3% ankietowanych uznało, że system ten działa poprawnie. Według 59,7% respondentów system informacji turystycznej działa nieprawidłowo. Co może sugerować konieczność ulepszenia dotychczasowego funkcjonowania systemu IT w Mieście, w celu pełnego i optymalnego wypełniania zadań jako organizacji informacyjno-turystycznej.

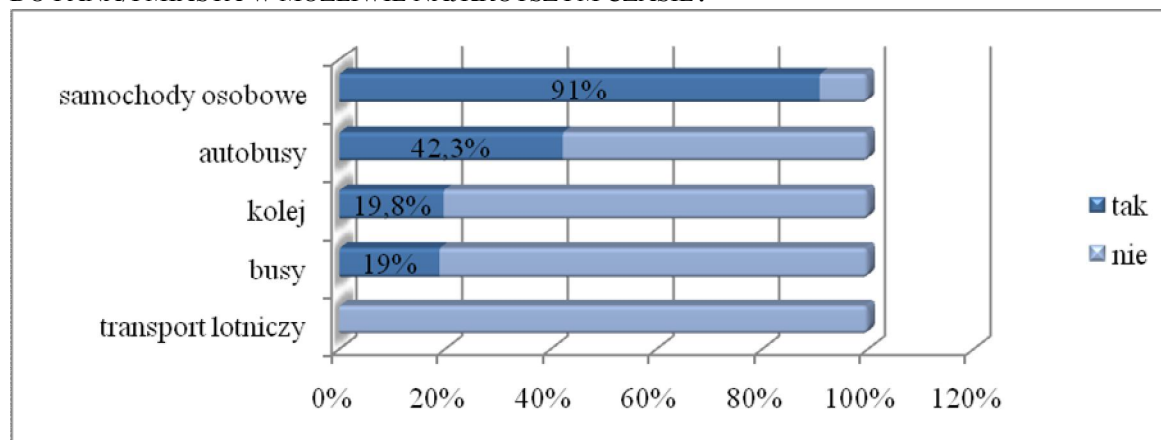
TABELA 204. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ DZIAŁA ODPOWIEDNIO W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
tak, jest dobry	90	35,6
nie, szlaki oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane	75	29,6
nie, brakuje opisów szlaków i atrakcji turystycznych	67	26,5
tak, jest bardzo dobry	12	4,7
nie, szlaki i atrakcje turystyczne są źle opisane	9	3,6
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które wzięły udział w badaniu w większości uznały, że najlepszym środkiem transportu, którym najszybciej i najwygodniej dotrzemy do miasta Suwałki – jest samochód osobowy (91% wskazań respondentów). Następny w kolejności jest autobus jako odpowiedni środek transportu (42,3% wskazań respondentów). Miasto Suwałki nie posiada portu lotniczego.

RYСУNEK 34. KTÓRYM ŚRODKIEM TRANSPORTU MOŻNA DOSTAĆ SIĘ Z SĄSIEDNICH REGIONÓW DO PANA/I MIASTA W MOŻLIWIE NAJKRÓTSZYM CZASIE?



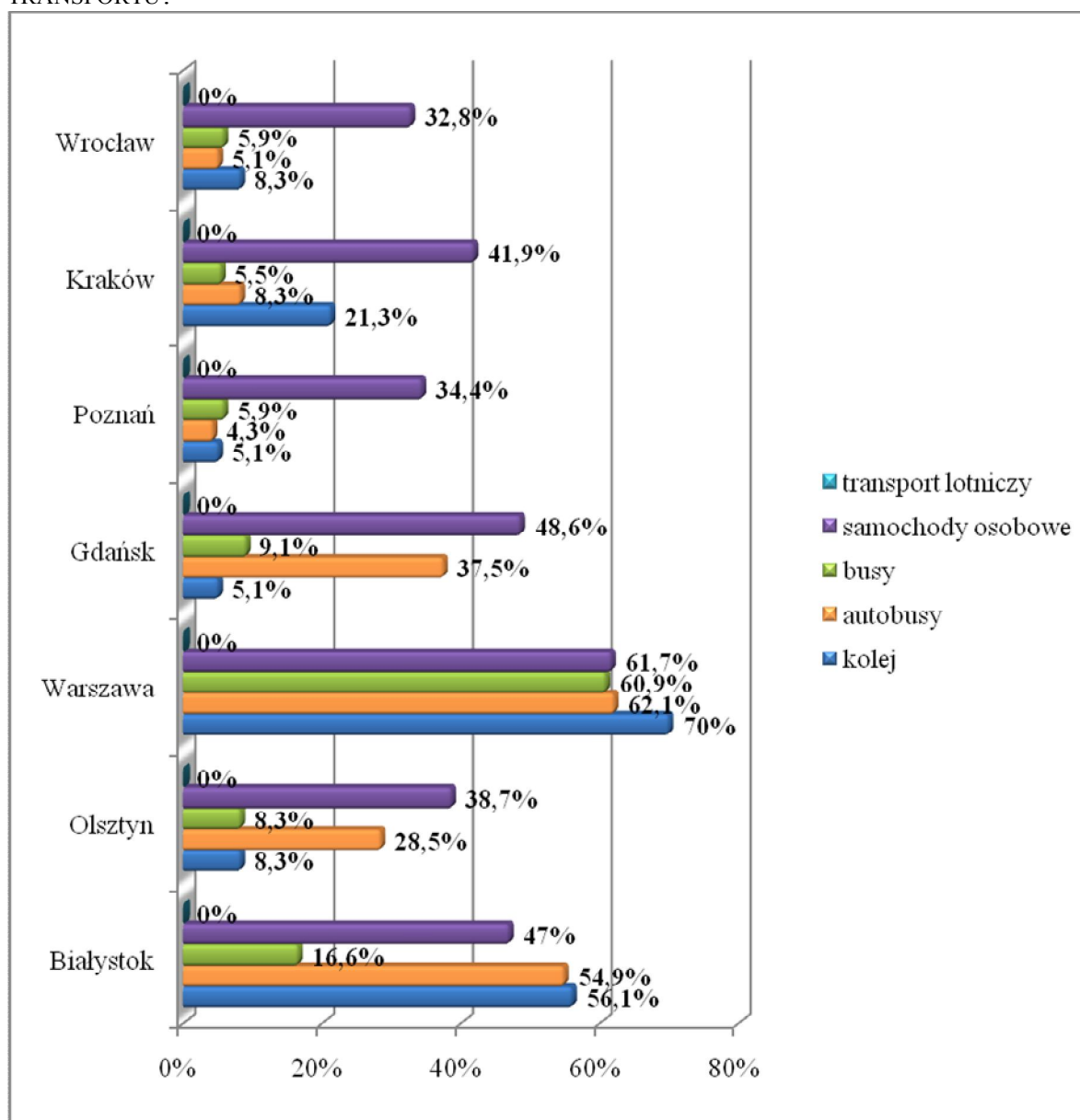
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Za najlepsze połączenia komunikacyjne miasta Suwałki, respondenci uznali połączenia kolejowe z Białymstokiem (56,1% wskazań) i z Warszawą (70% wskazań) oraz autobusowe z Białymstokiem (54,9% wskazań) i Warszawą (62,1% wskazań), oraz połączenia samochodowe ze wszystkimi wymienionymi ośrodkami miejskimi.

RYSUNEK 35. KTÓRE OŚRODKI MIEJSKIE W POLSCE MAJĄ NAJLEPSZE POŁĄCZENIA KOMUNIKACYJNE Z PANA/I MIASTEM, PRZY WYKORZYSTANIU OKREŚLONYCH ŚRODKÓW TRANSPORTU?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

81,45% respondentów twierdzi, iż stan dróg dojazdowych hamuje rozwój turystyki w mieście. Tylko 18,5% ankietowanych jest zdania, iż stan dróg dojazdowych do miasta nie wpływa negatywnie na rozwój turystyki w regionie. Respondenci zauważają konieczność usprawnienia ruchu drogowego w obrębie Miasta, poprzez modernizację i przebudowę istniejącej infrastruktury drogowej.

TABELA 205. CZY W PANA/I OPINII STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIASTA HAMUJE ROZWÓJ TURYSTYKI?

	N	%
zdecydowanie tak	127	50,2
raczej tak	79	31,2
raczej nie	36	14,2
zdecydowanie nie	11	4,3
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym z punktu widzenia turysty czynnikiem, który decyduje o miejscu, w jakim zechce spędzić swój urlop czy wakacje, jest dostęp do Internetu. Dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie takich miejsc, w których turyści mogą skorzystać z bezpłatnego dostępu do Internetu. Ankietowani wskazywali takie miejsca jak: „hot spot” w Parku Konstytucji 3 maja (55,4% wskazań), hotele (11,8% wskazań) czy restauracje, np. Mc’Donald’s (10,1% wskazań). Respondenci charakteryzują się dużą wiedzą dotyczącą miejsc z bezpłatnym dostępem do Internetu, bezsprzecznie najpopularniejszym tego typu punktem jest tzw. „hot spot” w Parku Konstytucji 3 maja, który zna ponad połowa respondentów.

TABELA 206. W KTÓRYCH MIEJSCACH NA TERENIE PANA/I MIASTA TURYSŒCI MOGĄ KORZYSTAĆ Z BEZPŁATNEGO DOSTĘPU DO KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ?

	N	%
„hot spot” w Parku Konstytucji 3-go maja	169	55,4
hotele	36	11,8
McDonald's	23	7,5
restauracje	8	2,6
biblioteki	5	1,6
kafejki internetowe	3	1



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

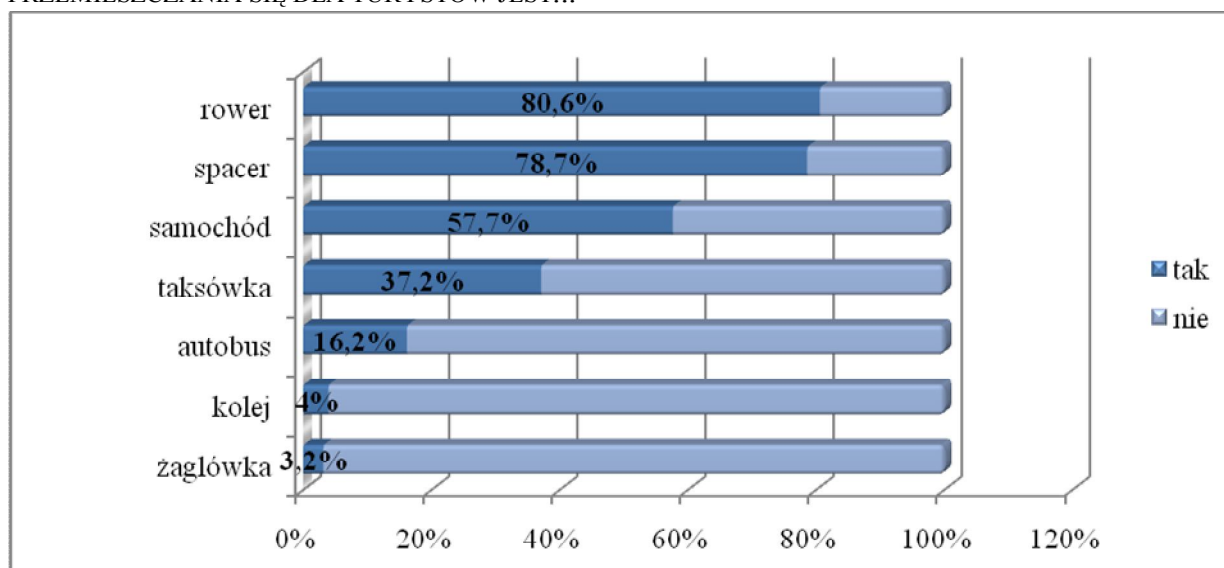
Centrum Międzynarodowej Informacji Kulturalno - Turystycznej	2	0,7
Park im. Marii Konopnickiej	2	0,7
nie korzystam	1	0,3
brak danych	56	18,4
ogółem	305	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zamieszczone w ankiecie dotyczyło najlepszego sposobu przemieszczania się dla turystów, na obszarze miasta Suwałki. 80,6% respondentów uważa, że takim sposobem jest jazda rowerowa, 78,7% - spacer, a 57,7% - jazda samochodowa. Takie preferencje co do sposobu przemieszczania się po mieście wskazują na zamiłowanie znacznej części respondentów do aktywnych form wypoczynku.

RYSUNEK 36. W TRAKCIE POBYTU NA OBSZARZE PANA/I MIASTA NAJLEPSZYM SPOSOBEM PRZEMIESZCZANIA SIĘ DLA TURYSTÓW JEST...



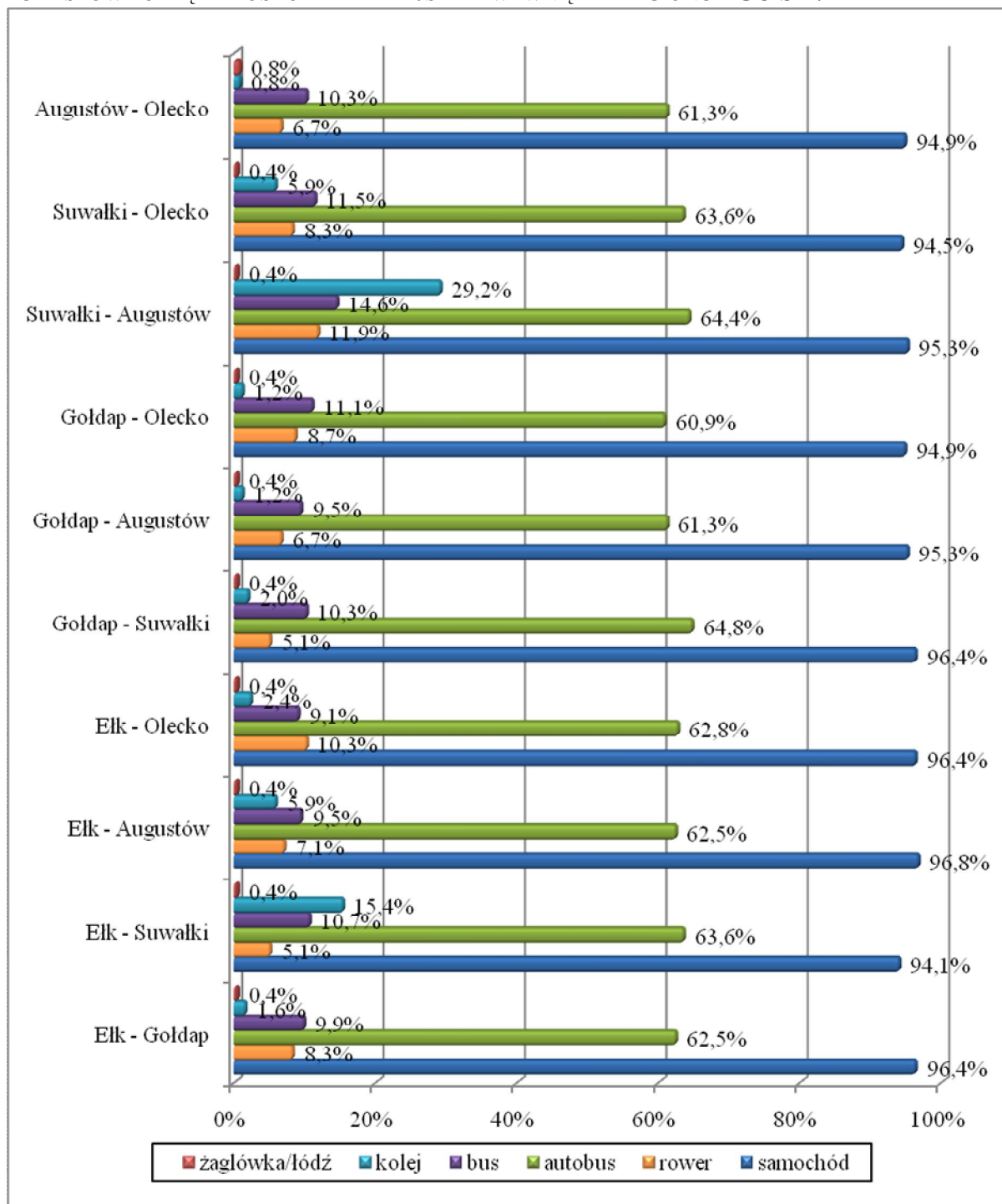
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Poniżej zamieszczony *rysunek 37* przedstawia odpowiedzi respondentów na temat najlepszych środków transportu, którymi najlepiej podróżuje się turystom wewnątrz regionu EGO SA. Jak wynika z analizy danych zebranych podczas badania pomiędzy ośrodkami miejskimi badanego obszaru zdecydowanie najlepszymi środkami transportu są samochód i autobus.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 37. KTÓRE ŚRODKI TRANSPORTU SĄ NAJODPOWIEDNIEJSZE DO PODRÓŻOWANIA DLA TURYSTÓW POMIĘDZY OŚRODKAMI MIEJSKIMI WEWNĄTRZ REGIONU EGO SA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W kolejnym pytaniu w ankiecie respondenci zostali poproszeni o ocenę stanu dróg dojazdowych do miasta Suwałki, stanu dróg w mieście, a także dostępności miejsc parkingowych oraz ich jakości.

Jak wynika z danych zebranych podczas realizacji badania stan dróg dojazdowych do miasta jest zły. 80,3% respondentów jest tego zdania, a zaledwie 19,4%, że jest dobry bądź bardzo dobry. Kolejny raz potwierdza się wniosek, jakoby stan infrastruktury drogowej na terenie miasta Suwałk i okolic, wymagał niezwłocznego ulepszenia, by nie hamować ruchu turystycznego.

TABELA 207. STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIEJSCOWOŚCI SUWAŁK

	N	%
bardzo zła	132	52,2
zła	71	28,1
dobra	47	18,6
bardzo dobra	2	0,8
brak danych	1	0,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o stan dróg w samym mieście Suwałki, opinie są podzielone. 47,8% respondentów uznało, iż stan infrastruktury drogowej miasta jest dobry bądź bardzo dobry, zaś 50,2%, iż jest zły, bądź bardzo zły. Jak wynika z powyższych danych, stan infrastruktury drogowej w samym mieście Suwałki jest lepszy niż stan dróg w okolicach Suwałk, jednakże podzielony rozkład odpowiedzi sygnalizuje potrzebę modernizacji i przebudowy, przynajmniej części niektórych ulic.

TABELA 208. STAN DRÓG W MIEJSCOWOŚCI SUWAŁKI

	N	%
dobra	120	47,4
zła	73	28,9
bardzo zła	54	21,3
bardzo dobra	1	0,4
brak danych	5	2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Jeśli chodzi o dostępność miejsc parkingowych, niestrzeżonych, 62,4% ankietowanych oceniło ową dostępność jako złą bądź bardzo złą. 35,9% ankietowanych ocenią ową dostępność jako „dobrą” bądź „bardzo dobrą”. Wskazuje to na to braki miejsc parkingowych, prawdopodobnie w szczególności w sezonie turystycznym.

TABELA 209. DOSTĘPNOŚĆ MIEJSC PARKINGOWYCH, PARKINGÓW (NIESTRZEŻONYCH)

	N	%
bardzo zła	87	34,4
dobra	78	30,8
zła	71	28,1
bardzo dobra	13	5,1
brak danych	4	1,6
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o dostępność parkingów strzeżonych, 58,9% respondentów ocenia ją jako dobrą bądź bardzo dobrą, zaś 38,7% jako złą, bądź bardzo złą. Opinie są podzielone także w tej ocenie i wynikają z osobistych przekonań uwarunkowanych np. liczbą parkingów strzeżonych w dzielnicy zamieszkania respondenta. Jednakże taki rozkład odpowiedzi z przewagą odpowiedzi wskazujących na niezadowolenie z istniejącej liczby parkingów strzeżonych, sugeruje konieczność stworzenia większej liczby wspomnianych parkingów.

TABELA 210. DOSTĘPNOŚĆ PARKINGÓW STRZEŻONYCH

	N	%
dobra	109	43,1
zła	58	22,9
bardzo dobra	40	15,8
bardzo zła	40	15,8
bark danych	6	2,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o jakość parkingów, blisko 70% respondentów ocenia ją jako dobrą bądź bardzo dobrą. Natomiast 30,5% jako „złą” bądź „bardzo złą”. Z tego wynika iż nawierzchnia dostępnych w Suwałkach parkingów jest raczej dobrej jakości.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

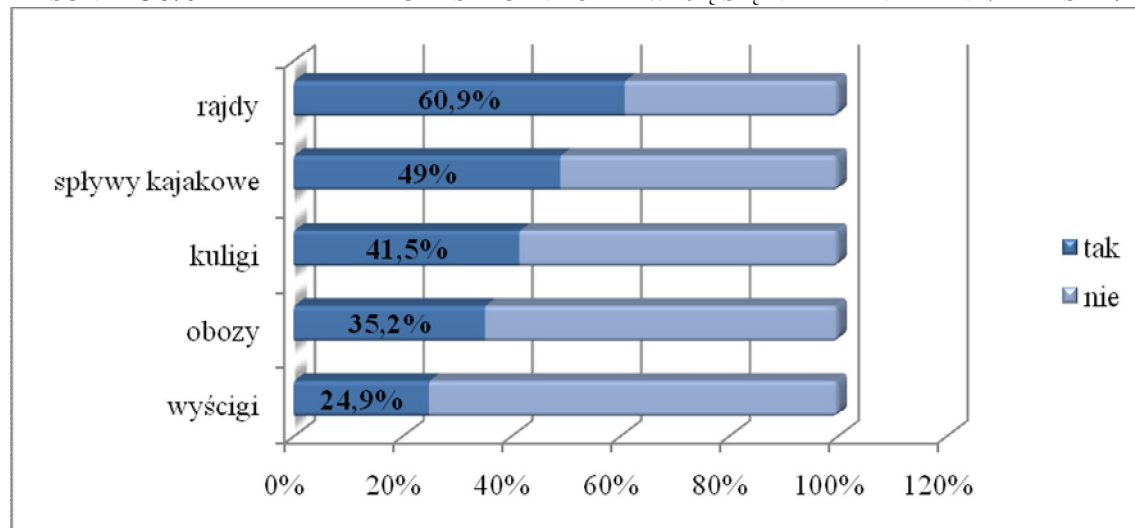
TABELA 211. JAKOŚĆ PARKINGÓW (NAWIERZCHNIA)

	N	%
dobra	125	49,4
bardzo dobra	47	18,6
zła	46	18,2
bardzo zła	31	12,3
brak danych	4	1,6
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło imprez turystycznych, które odbywają się na terenie miasta. Według danych, które zostały przedstawione na *rysunku 38*, w mieście Suwałki mają miejsce takie atrakcje rekreacyjne jak rajdy (60,9% wskazań), spływy kajakowe (49% wskazań), kuligi (41,5% wskazań), obozy (35,2% wskazań) oraz wyścigi (24,9% wskazań respondentów. Najczęściej wskazywaną a tym samym prawdopodobnie najbardziej popularną imprezą turystyczną w rejonie Suwałk są rajdy.

RYСУNEK 38. JAKIE IMPREZY TURYSTYCZNE ODBYWAJĄ SIĘ NA TERENIE PANA/I MIASTA?



Źródło

o: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

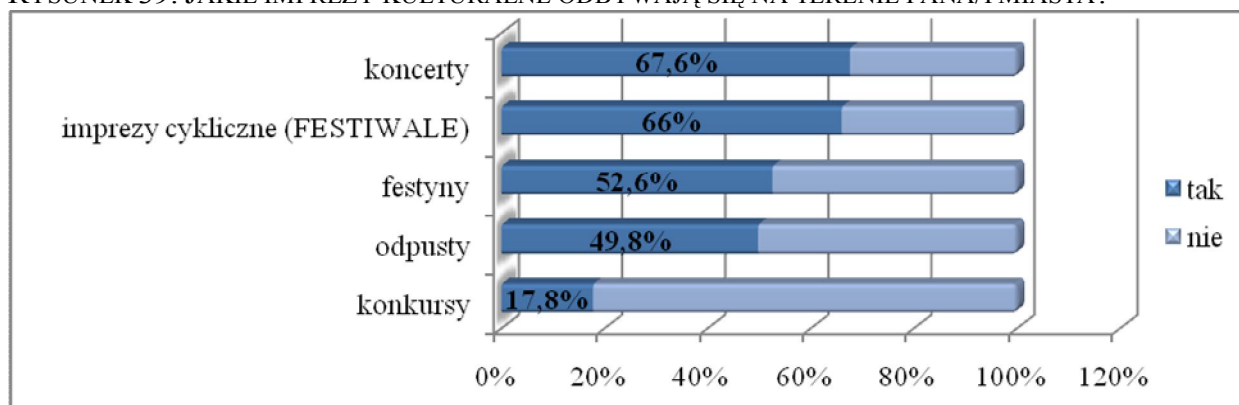
Następnie respondenci zostali zapytani o imprezy kulturalne odbywające się w mieście Suwałki. Ankietowani wymieniali najczęściej kolejno: koncerty (67,6% wskazań), imprezy cykliczne, np. festiwale (66% wskazań), festyny (52,6% wskazań), odpusty (49,8%



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wskazań) oraz konkursy (17,8% wskazań). Taki rozkład odpowiedzi informuje, iż na terenie miasta Suwałk odbywa się duża liczba koncertów oraz imprez cyklicznych, które cieszą się największą popularnością wśród respondentów oraz turystów.

RYSUNEK 39. JAKIE IMPREZY KULTURALNE ODBYWAJĄ SIĘ NA TERENIE PANA/I MIASTA?



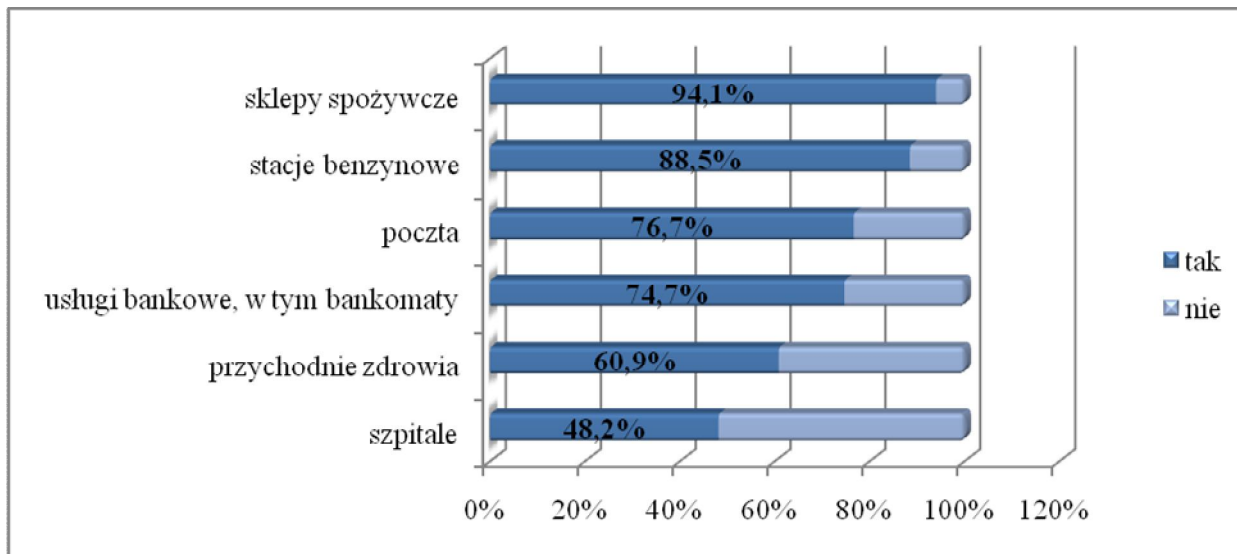
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według większości respondentów liczba użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów, takich jak usługi bankowe, w tym bankomaty (74,7% wskazań), sklepy spożywcze (94,1% wskazań), poczta (76,7% wskazań), stacje benzynowe (88,5% wskazań) czy przychodnie zdrowia (60,9% wskazań) jest wystarczająca. Tylko przy liczbie szpitali opinie podzielone były niemal równomiernie.

RYSUNEK 40. CZY LICZBA PONIŻEJ WSKAZANYCH UŻYTECZNOŚCI UZUPEŁNIAJĄCYCH DOSTĘPNYCH DLA TURYSTÓW JEST WYSTARCZAJĄCA NA TERENIE PANA/I MIASTA?



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci oceniają, że miasto Suwałki w sezonie turystycznym jest w stanie jednorazowo przyjąć od 1 tys. do 5 tys. turystów. Taką liczbę podało 62,1% ankietowanych. Według 11,1% osób miasto może przyjąć poniżej 1000 turystów jednorazowo. Liczba określająca możliwości przyjęcia turystów szacowana przez respondentów jest zbyt mała, by w mieście mógł w pełni rozwijać się potencjał turystyczny a wysokie natężenie ruchu turystycznego stymulowało ten rozwój.

TABELA 212. ILU TURYSTÓW SZACUNKOWO W PANA/I OPINII JEST W STANIE PRZYJĄĆ MIASTO W SEZONIE TURYSTYCZNYM JEDNORAZOWO?

	N	%
od 1 tys. do 5 tys.	157	62,1
od 5 tys. do 10 tys.	43	17
poniżej 1000	28	11,1
od 10 tys. do 30 tys.	11	4,3
od 30 tys. do 50 tys.	4	1,6
od 50 tys. do 100 tys.	4	1,6
od 100 tys. do 500 tys.	2	0,8
powyżej 500 tys.	1	0,4
brak danych	3	1,2
ogółem	253	100

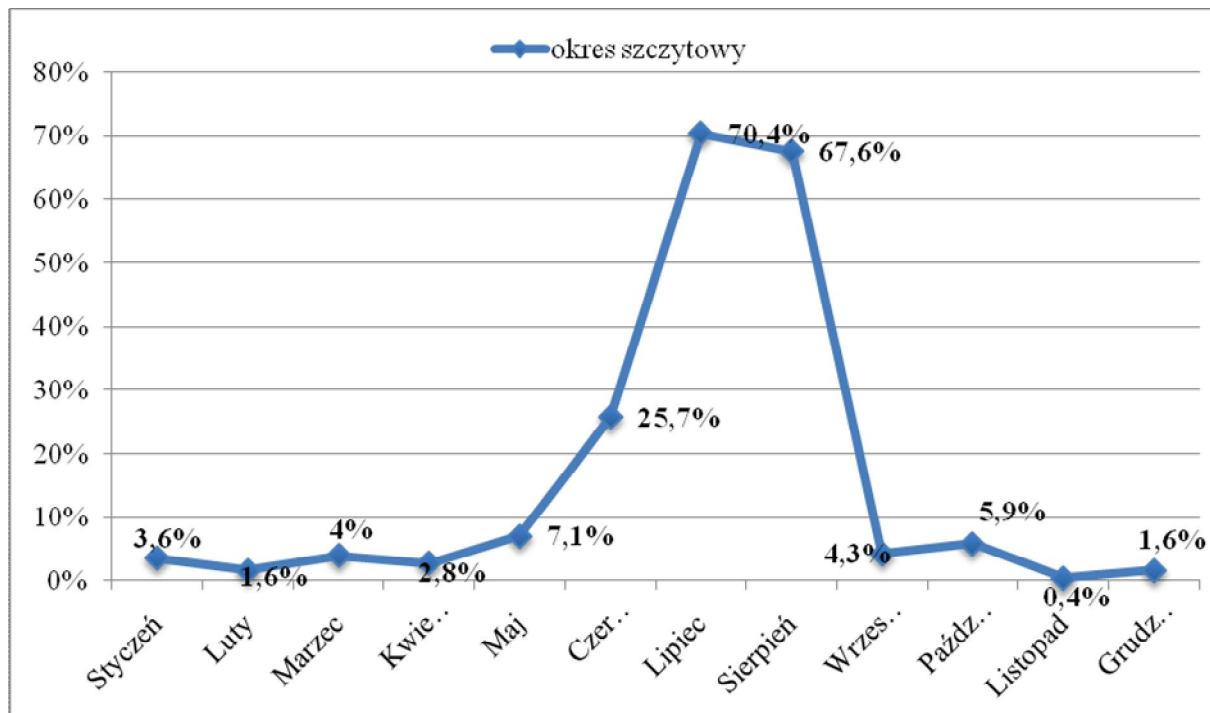
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na poniższym *rysunku 41* zostało przedstawione natężenie ruchu turystycznego w Mieście Suwałki w poszczególnych miesiącach roku. Pod uwagę wzięto jedynie te odpowiedzi respondentów, które wskazywały na okres szczytowy. Miesiącami o największej liczbie turystów są miesiące letnie (czerwiec – 25,7% wskazań, lipiec – 70,4% wskazań, sierpień – 67,6% wskazań respondentów). Natężenie ruchu turystycznego w miesiącach zimowych praktycznie nie istnieje, prawdopodobnie ze względu na brak infrastruktury zimowej.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 41. JAKIE JEST NATĘŻENIE RUCHU TURYSTYCZNEGO NA TERENIE PANA/I MIASTA NA PRZESTRZENI ROKU?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część ankiety dotyczyła charakterystycznych dla miasta produktów turystycznych. Respondenci m.in. zostali zapytani o znane im produkty turystyczne jakie posiadają Suwałki oraz o to, czy firma bądź instytucja, którą respondent reprezentuje posiada własne produkty turystyczne.

Ponad 65% ankietowanych uważa, że miasto Suwałki posiada charakterystyczny produkt turystyczny. Zaś 17,8% ankietowanych jest odmiennego zdania. Należy zaznaczyć, iż stosunkowo mała liczba ankietowanych jest nieświadoma produktów turystycznych tworzonych przez miasto zamieszkania, natomiast znacznie większa liczba osób jest świadoma istniejących produktów turystycznych na terenie Suwałk.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 213. CZY PANA/I MIASTO POSIADA CHARAKTERYSTYCZNY PRODUKT TURYSTYCZNY?

	N	%
tak	165	65,2
nie	45	17,8
nie wiem//trudno powiedzieć	38	15,0
brak odpowiedzi	5	2,0
ogółem	253	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych osób, które znają produkty turystyczne miasta Suwałki, 33% wymieniło okolicznościowe dukaty - Suwale. Następnymi najważniejszymi produktami są produkty spożywcze, mianowicie kartacze i sękacze (38,1% wskazań) a także Suwalski Blues Festiwal (12,4% wskazań respondentów). Wydawane okolicznościowo suwalskie dukaty stanowią o wyjątkowości miasta i są czynnikiem charakterystycznym, wyróżniającym Suwałki na tle innych miejscowości wchodzących w skład regionu EGO SA.

TABELA 214. PROSZĘ PODAĆ NAJBARDZIEJ CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
Suwale	104	33
Sękacz	67	21,3
Kartacze	53	16,8
Suwalski Blues Festiwal	39	12,4
"Mrówkowiec"	16	5,1
Babka ziemniaczana	9	2,9
"Muszelki Wigier"	5	1,6
Suwalski Jarmark Folkloru	3	1
Ser z Wiżajn	3	1
Cepeliny	3	1
Agroturystyka	2	0,6
"Wigraszek"	2	0,6
"Kartaczewo"	1	0,3
Inne	4	1,3
Brak odpowiedzi	4	1,3
ogółem	315	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 165, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

41,1% ankietowanych uważa, że miasto Suwałki w pełni wykorzystuje swój potencjał turystyczny. Jednocześnie 41,5% ankietowanych jest zdania, że miasto ma jeszcze duży

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

potencjał do wykorzystania. Taki rozkład odpowiedzi może świadczyć o tym, iż miasto posiadając bogatą ofertę turystyczną, mimo to dysponuje jeszcze wieloma zasobami walorów turystycznych możliwych do wykorzystania przez twórców oferty turystycznej Suwałk.

TABELA 215. CZY ISTNIEJĄCA OFERTA TURYSTYCZNA WYKORZYSTUJE W PEŁNI POTENCJAŁ TURYSTYCZNY PANA/I MIASTA?

	N	%
nie	105	41,5
tak	104	41,1
brak odpowiedzi	44	17,4
ogółem	253	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu zdiagnozowania potencjału turystycznego miasta Suwałki, zapytano respondentów, co zmieniliby w ramach oferty turystycznej. W ten sposób, możliwe będzie zdobycie wiedzy na temat tego co należałoby uczynić aby ulepszyć ową ofertę.

22,7% respondentów uznało, że region Suwalski powinien być lepiej promowany w mediach, co pozwoli dotrzeć z ofertą turystyczną do szerszej rzeszy odbiorców. Według 12,5% respondentów należałoby zająć się organizacją większej liczby imprez kulturalnych. Innymi wskazywanymi często odpowiedziami były: ulepszenie dostępu do informacji o regionie (12,1% wskazań), obniżenie cen za usługi (10,9% wskazań) oraz poprawa stanu infrastruktury drogowej (10,5% wskazań respondentów). Respondenci dostrzegają ważność promowania miasta w mediach, jako istotnego czynnika stanowiącego o zwiększaniu popularności miasta, a tym samym podnoszeniu jego wartości jako docelowego miejsca turystycznego.

TABELA 216. CO NALEŻAŁOBY ZMIEŃĆ W RAMACH OFERTY TURYSTYCZNEJ MIASTA?

	N	%
Promocja regionu w mediach	58	22,7
Zwiększyć ilość imprez kulturalnych	32	12,5
Ulepszyć dostęp do informacji o regionie	31	12,1
Obniżyć ceny za usługi	28	10,9
Poprawa stanu infrastruktury drogowej	27	10,5
Rozbudować bazę noclegową	16	6,3
Ulepszyć dostęp do informacji o imprezach w regionie	9	3,5
Współpraca ponadregionalna ws. turystyki	8	3,1



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wprowadzić nowe atrakcje turystyczne	5	2
Aktualizacja informacji turystycznej	4	1,6
Budowa SPA	4	1,6
Stworzyć wspólne produkty turystyczne	4	1,6
Wybudować uzdrowiska	4	1,6
Stworzyć więcej ścieżek rowerowych	4	1,6
Wprowadzić punkty informacyjne	3	1,2
Rozbudować bazę gastronomiczną	2	0,8
Utworzyć więcej połączeń PKS i PKP	2	0,8
Wybudować lotnisko	2	0,8
Wybudować więcej parkingów	2	0,8
Więcej wydarzeń sportowych	1	0,4
Wybudować park rozrywki dla dzieci	1	0,4
Inne	5	2
Brak odpowiedzi	4	1,6
ogółem	256	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 253, ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

84,2% respondentów zadeklarowało, że ich firma bądź instytucja nie posiada własnych produktów turystycznych. Tylko 13,8% respondentów przyznało, że ich firma posiada własny produkt turystyczny. Niewielu respondentów uczestniczy w tworzeniu produktów turystycznych przez swoje firmy.

TABELA 217. CZY PANA FIRMA POSIADA WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
tak	35	13,8
nie	213	84,2
brak danych	5	2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród produktów turystycznych firm oraz przedsiębiorstw respondentów, aż 17,5% stanowi kuchnia tradycyjna, natomiast prawie 8% stanowią: Suwalski Jarmark Folkloru oraz spływy kajakowe. Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia tabela 218.

TABELA 218. PROSZĘ WYMIENIĆ WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE

	N	%
kuchnia tradycyjna (kartacze, sękacze)	7	17,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Suwalski Jarmark Folkloru	3	7,5
spływy kajakowe	3	7,5
oferty biura turystycznego	2	5
Bar Kebab	1	2,5
baza noclegowa	1	2,5
wystawy	1	2,5
ludowe rękodzieła	1	2,5
Rajd Narciarski "Wędrówki Północy"	1	2,5
Szanty nad Wigrami	1	2,5
brak danych	19	47,5
ogółem	40	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 35 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu tworzenia produktów turystycznych firmy oraz instytucje mogą ze sobą współpracować. Taką współpracę deklaruje 80% respondentów, którzy przyznali, że tworzą produkt turystyczny. Jak wynika z powyższych danych, ankietowani dostrzegają wagę partnerstwa z innymi firmami w tworzeniu wspólnego produktu turystycznego.

TABELA 219. CZY PANA/I FIRMA WSPÓŁPRACUJE Z INNYMI FIRMAMI W TWORZENIU WSPÓLNEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO?

	N	%
tak	28	80
nie	5	14,3
brak danych	2	5,7
ogółem	35	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

51,4% ankietowanych na pytanie czy ich firma bądź instytucja prowadzi działania w celu promocji turystyki, odpowiedziało, że tak. Można więc sądzić, iż firmy respondentów tylko po części dostrzegają istotność stosowania narzędzi marketingowych, pomocnych w rozwoju turystyki i reklamie przedsiębiorstwa. Natomiast 48,6% respondentów twierdzi, iż ich firma nie prowadzi żadnych działań marketingowych.

TABELA 220. CZY PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
tak	18	51,4



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

nie	17	48,6
ogółem	35	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Do najczęstszych działań marketingowych w celu promocji turystyki należą: reklama w Internecie (33,3% wskazań), prasie (19% wskazań), autobusach (19% wskazań), oraz wszelkie ulotki i plakaty (4,8% wskazań), czyli wszystkie te działania, które mają na celu udzielanie informacji o firmie bądź instytucji a także korzystne przedstawienie jej walorów.

TABELA 221. JAKIE DZIAŁANIA MARKETINGOWE PROWADZI PANA/I FIRMA W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
reklama w Internecie	7	33,3
reklama w prasie	4	19
reklama w autobusach	4	19
plakaty, ulotki,	1	4,8
Targi turystyczne	1	4,8
brak danych	4	19
ogółem	21	100

* liczba odpowiedzi nie sumuje się do 18 ponieważ respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część Bloku I dotyczyła tego, czy firmy posiadają plan rozwoju działalności gospodarczej oraz czy korzystają z funduszy bądź programów rozwoju gospodarczego.

Na pytanie czy firma bądź instytucja respondenta posiada plan rozwoju działalności gospodarczej, tylko 37,1% ankietowanych odpowiedziało, że tak.

TABELA 222. CZY PANA/I FIRMA POSIADA PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

	N	%
tak	13	37,1
nie	22	62,9
ogółem	35	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród planów rozwoju działalności gospodarczej wymieniano najczęściej hasła firmowe typu „klient najważniejszy” (30,8% wskazań) lub „osiągnięcie celu” (15,4% wskazań). Respondenci nie zrozumieli dobrze pytania dotyczącego planów rozwoju działalności gospodarczej.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 223. JAKI PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ POSIADA PANA/I FIRMA?

	N	%
klient najważniejszy	4	30,8
osiągnięcie celu	2	15,4
brak danych	7	53,8
ogółem	13	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tylko 17,1% respondentów przyznało, że jego firma bądź instytucja korzysta z funduszy lub programów rozwoju gospodarczego. Jest to niewielki odsetek, biorąc pod uwagę wielkość miasta i liczbę przebadanych respondentów oraz popularność tej metody pomocowej instytucji.

TABELA 224. CZY PANA/I FIRMA KORZYSTA Z FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO PANA/I MIASTA?

	N	%
tak	6	17,1
nie	27	77,1
brak danych	3	8,6
ogółem	35	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród popularnych funduszy, z których korzystali respondenci w celu poprawy rozwoju gospodarczego firmy, wymieniono „Kapitał Ludzki” (16,7% wskazań) oraz wszelkie dotacje (16,7% wskazań respondentów).

TABELA 225. Z JAKICH FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO PANA/I MIASTA KORZYSTA PANA/I FIRMA?

	N	%
Kapitał Ludzki - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego	1	16,7
dotacje	1	16,7
brak danych	4	66,7
ogółem	6	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIASTA SUWAŁKI ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ

Z analizy danych wynika, iż Miasto Suwałki jest obszarem atrakcyjnym turystycznie. Bogactwo jej walorów przyrodniczych i turystycznych jest dostrzegane przez blisko 90% respondentów, którzy wzięli udział w badaniu.

Suwałki dysponują odpowiednimi warunkami do obsługi ruchu turystycznego odbywającego się w Wigierskim Parku Narodowym oraz Suwalskim Parku Krajobrazowym. Można tu uprawiać turystykę wodną, a także pieszą i rowerową. Do wypoczynku zachęcają liczne gospodarstwa agroturystyczne zlokalizowane nieopodal Suwałk, np. w Gawrych-Rudzie czy Płocicznie-Tartak. Przy tak bogatych zasobach przyrodniczo-turystycznych, ważne jest harmonijne rozwijanie potencjału turystycznego.

Wśród wód powierzchniowych jako bogactw naturalnych wymienia się **jezioro Wigry** a także **rzekę Czarną Hańczę**. Jezioro Wigry stanowi niezwykle i niepowtarzalne bogactwo Suwalszczyzny, które ze względu na unikatowy charakter zamieszkujących go ryb, skorupiaków, a także ze względu na prawie nienaruszony przez człowieka charakter dna oraz brzegów jeziora, w 1975 roku zostało wpisane przez Międzynarodową Unię Ochrony Przyrody (IUCN) na listę najcenniejszych akwenów świata (Projekt „Aqua”). Natomiast w 1988 roku Międzynarodowe Towarzystwo Limnologiczne (SIL) objęło jezioro Wigry programem pomocy naukowej i lobbingu na rzecz jego ochrony. Rzeką Czarną Hańczą jest największą rzeką Suwalszczyzny, w której żyją gatunki ryb typowe dla rzek górskich, jest też dobrze znanym respondentom oraz turystom zbiornikiem rzeczny, którego potencjał jest odpowiednio wykorzystywany jako trasa szlaków kajakowych. Bardzo popularnym sztucznym zbiornikiem wodnym jest **Zalew Arkadia** jako miejsce rekreacji i wypoczynku suwalczan.

Suwałki położone są w sąsiedztwie obszarów chronionych o cennych walorach przyrodniczych i krajoznawczych: **Wigierskiego Parku Narodowego** oraz **Suwalskiego Parku Krajobrazowego**, który leży na obszarze 4 gmin – Jeleniewo, Wizajny, Przerośl oraz



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rutka-Tartak. W mieście znajdują się także parki: **Konstytucji 3 Maja** oraz **im. Marii Konopnickiej**, które są miejscami wypoczynku i rekreacji suwałczan.

Najpopularniejszą puszcą jest w znacznej mierze **Puszcza Augustowska**, która nie dociera wprawdzie do samych Suwałk, jednakże leży bardzo niedaleko. Znaczącym uznaniem cieszy się także **Puszcza Romincka**, która mimo, iż znajduje się w powiecie gołdapskim i nie leży w sąsiedztwie Suwałk, jest popularna wśród tutejszych turystów. Przez Puszcę Augustowską prowadzą liczne szlaki turystyczne: piesze, rowerowe i kajakowe. Jeziora są cenione przez żeglarzy i amatorów innych sportów wodnych, w szczególności wędkarzy.

Miasto Suwałki posiada także liczne pomniki przyrody, wśród których największą popularnością cieszy się **dąb szypułkowy „Dąbek Wolności”**.

Najbardziej cenionymi rezerwatami są **Dolina Rospudy** odznaczająca się wysokim stopniem naturalności, z roślinnością torfowiskową zbiorowisk leśnych i nieleśnych, który znajduje się bliżej Augustowa niż Suwałk, jednak cieszy się popularnością Suwałczan oraz **Cmentarzysko Jaćwingów**, które jest rezerwatem kulturowym oraz lasów i borów.

Kolejnym ważnym i cennym walorem przyrodniczym jest ciesząca się dużą popularnością **Góra Cisowa**, ze szczytu której rozciąga się najbardziej rozległy widok ze wszystkich wzniesień na terenie Suwalskiego Parku Narodowego. Góra Cisowa, zwana także sypaną znajduje się w miejscowości Gulbieniszki w powiecie Suwalskim. Popularny jest także **Park Wiatrowy w Suwałkach** jako farma wiatrowa z najwyższymi wiatrakami w Polsce.

Ogólnie rzecz biorąc, Miasto Suwałki jest obszarem bardzo atrakcyjnym przyrodniczo. W niedalekiej odległości dwóch puszczy, w otoczeniu licznych rezerwatów, jednego z najslawniejszych jezior w Polsce, bardzo popularnej rzeki, pomników przyrody, tworzy wyjątkowy potencjał przyrodniczy miasta, który warto wykorzystać w celu rozwoju usług turystycznych, jednak z uwagą na nienaruszanie tej wyjątkowej, dziewiczej przyrody.

Wśród najważniejszych zabytków Suwałk, które stanowią o wyjątkowości miasta, wymienia się przede wszystkim **Konkatedrę pod wezwaniem św. Aleksandra**. Jak wynika z analizy danych, zabytki sakralne stanowią ważny element atrakcyjności turystycznej miasta. Sporą popularnością cieszy się także **Zegar Słoneczny** oraz **Pomnik i dom Marii Konopnickiej** a także **Klasztor Pokamedulski w Wigrach nad jeziorem Wigierskim**.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W Suwałkach funkcjonuje **Muzeum Okręgowe** z bardzo popularnym oddziałem – **Muzeum im. Marii Konopnickiej** oraz **Centrum Sztuki Współczesnej – Galeria Andrzeja Strumilly**. Ponadto w klubie Garnizonowym eksponowana jest wystawa historyczna.

Najbardziej popularną imprezą kulturalną jest **Suwalski Blues Festiwal**. Wspomniana impreza, jako, że cieszy się dużym uznaniem zarówno mieszkańców miasta jak i turystów, może być przykładem odpowiedniego wykorzystania potencjału miasta oraz prawdopodobnie dobrej promocji imprezy. Inne cieszące się sporym zainteresowaniem imprezy na terenie miasta to **Dni Suwałk** oraz **Międzynarodowy Festiwal Teatrów Dzieci i Młodzieży „Wigraszek”**. Taka różnorodność imprez kulturalnych stanowi o dobrej infrastrukturze imprez kulturalnych z uwzględnieniem imprez przeznaczonych dla dzieci w Mieście Suwałki.

Imprezy folklorystyczne w mieście Suwałki cieszą się znacznym zainteresowaniem. Odbywa się tu **„Kaziuk Suwalski”**, czyli jarmark odpustowy. Wspomniana impreza jest także dobrym przykładem odpowiedniej promocji oraz wykorzystania potencjału Miasta oraz udanej próby dotarcia z tematyką ludową do szerszej grupy odbiorców. Co ciekawe, mniejszą popularnością cieszy się **„Suwalski Jarmark Folkloru”**, czyli impreza ściśle folklorystyczna, jednakże nie znajdująca już tak dużej grupy miłośników, co Kaziuk Suwalski.

Jak wynika z analizy danych, wśród wydarzeń sportowych, oprócz zwykłych meczów, turniejów czy zawodów, na terenie Suwałk nie istnieją jakieś duże przedsięwzięcia sportowo-rekreacyjne, poza wymienianymi dosyć rzadko **Czwartkami Lekkoatletycznymi** oraz **Suwalskim Rajdem Samochodowym Alytus**. Impreza, choć posiada rangę ogólnopolską, cieszy się zainteresowaniem tylko wąskiej grupy odbiorców zainteresowanych tego typu dyscypliną sportową. Istnieje wyraźna potrzeba umieszczenia w ofercie turystycznej Suwałk imprez rekreacyjnych, które przyciągałyby szerszą grupę odbiorców, np. rodziny w dzieci.

Wśród innych popularnych walorów i atrakcji turystycznych wymienia się także **suwalskie galerie (Pacamera, Andrzeja Strumilly)** oraz **Centrum Handlowe Plaza**.

Wśród popularnych szlaków turystycznych respondenci wskazali **szlak „Nad jezioro Krzywe”**, **szlak „Wzdłuż Czarnej Hańczy”** oraz **szlak „Wokół Zalewu Arkadia”** oraz **szlak kajakowy „Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego”**. Bez wątpienia miasto posiada w swoich zasobach dużą liczbę tras i ścieżek turystycznych, zarówno pieszych, jak

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

i rowerowych oraz kajakowych. Są one popularne także wśród turystów, którzy pragną zwiedzić okoliczne tereny.

W okolicach Suwałk istnieją także szlaki konne, które cieszą się popularnością części turystów. **Szlak Konny Puszczy Augustowskiej** przebiegający m.in. przez nadleśnictwo Suwałki jest szlakiem najbardziej znanym i cenionym przez amatorów przejażdżek konnych.

Istnieją tu także trasy narciarskie. Najbardziej popularnymi są **trasy narciarskie WOSiR „Szelment”** znajdujące się w gminie Szypliszki oraz **trasy narciarskie na „Dąbrówce”** nieopodal Miasta Suwałki.

Najpopularniejszą plażą jest **Plaża Miejska nad Zalewem Arkadia**. Wśród plaż cieszących się zainteresowaniem turystów wymienia się także: **plażę nad jeziorem Krzywym** w gminie Przerośl, **plażę w Ośrodku Szelment** czy **plażę nad jeziorem Wigry**. Suwałki i okolice posiadają prawdziwe bogactwo kąpielisk.

W Mieście nie funkcjonuje żaden Aquapark, istnieje tylko **basen OSiR**. Jednakże w trakcie budowy jest park wodny z prawdziwego zdarzenia. Jego wybudowanie wzmocni i tak wysoki potencjał turystyczny Miasta.

Na terenie Miasta Suwałki prężnie funkcjonuje **Ośrodek Sportu i Rekreacji**. W jego skład wchodzi wiele obiektów rekreacyjnych, basen, stadion, plaża miejska, lodowisko, wszystkie te obiekty cieszą się dużym zainteresowaniem mieszkańców, a mniejszym turystów. Mimo, iż ich działalność jest bardzo dobra, nie są znaczącymi atrakcjami turystycznymi.

Miasto Suwałki ma też swoje braki. Wśród największych wymienia się **małą liczbę koncertów** oraz **impres sportowo-rekreacyjnych**. Mieszkańcy dostrzegają także potrzebę stworzenia **lotniska**, którego istnienie ułatwiłoby ruch turystyczny między miastami.

Mieszkańcy Miasta Suwałki charakteryzują się względnie dużą świadomością dotyczącą miast wchodzących w skład regionu EGO SA. Jednocześnie wyróżniają się niskim poziomem wiedzy dotyczącej szlaków łączących tereny EGO SA. Potrzebna jest zdecydowanie skuteczniejsza i na większą skalę promocja regionu w mediach, by uświadomić odbiorców o istnieniu tak ciekawej inicjatywy miast Elku, Gołdapi, Olecka, Suwałk oraz Augustowa oraz łączących je szlaków turystycznych.

Z analizy danych wynika, iż istnieje wyraźna potrzeba rozbudowy bazy noclegowej oraz obiektów gastronomiczno-rozrywkowych w Suwałkach. Wśród tych obiektów



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

najpopularniejsze są: **Hotel „Dom Nauczyciela”, obiekt noclegowy „Hańcza”, Hotel „Suwalszczyzna”, Zajazd „Private”, Club & Pub 54, restauracja, pub, kawiarnia – „Einstein” oraz „Fantasy Park” w CH Plaza.** Uzyskane dane pozwalają także twierdzić, iż w ramach rozbudowy bazy noclegowej i gastronomiczno-rozrywkowej w mieście powinny powstać przede wszystkim: hotele***, dyskoteki/kluby oraz kręgielnie. Jednakże baza noclegowa oraz gastronomiczno-rozrywkowa wymaga powiększenia w ogóle.

Stan dróg w Suwałkach oraz okolicach jest jednoznacznie zły i wymaga modernizacji, by nie hamować rozwoju turystyki w mieście. Sytuacja wygląda podobnie jeśli chodzi o miejsca parkingowe na terenie Suwałk. Być może dlatego respondenci uznali, iż najlepszym sposobem przemieszczania się po mieście będzie rower oraz spacer. Dlatego ważne jest by na terenie miasta oraz w okolicach była wystarczająca liczba **ścieżek pieszych oraz rowerowych.**

Miasto Suwałki posiada bogaty **zasób usług około-turystycznych.** Turyści nie będą mieli trudności z odnalezieniem tu bankomatu, poczty czy sklepu spożywczego.

Z analizy uzyskanych w toku badań danych wynika, iż Suwałki są w stanie przyjąć jednorazowo od 1 tys. do 5 tys. turystów. Jest to zbyt liczba by miasto mogło w pełni rozwijać cały potencjał turystyczny. Dlatego ważna jest rozbudowa obiektów noclegowych oraz gastronomiczno-rozrywkowych oraz całej oferty turystycznej miasta, by zaspokoić oczekiwania szerokiej rzeszy turystów.

W Mieście Suwałki funkcjonują 2 punkty IT, których funkcjonowanie określone jest jako raczej dobre. Oznakowanie punktów IT również oceniane jest jako dobre. Z tego wynika, iż system IT w Suwałkach funkcjonuje zgodnie z przeznaczeniem.

Podsumowując: Miasto Suwałki jest przykładem właściwego i zrównoważonego rozwoju potencjału turystycznego. Jednakże istnieją walory oraz atrakcje, o które mogłoby wzbogacić istniejącą ofertę turystyczną. Są to:

- Odpowiednia promocja Suwałk w mediach,
- Zwiększenie liczby imprez kulturalnych,
- Poprawić obieg informacji o Suwałkach, ulepszyć dostęp do informacji o mieście,
- Rozbudowa bazy noclegowej oraz rozrywkowej,



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- Odpowiednia reklama Dni Suwałk i wzbogacenie imprezy o elementy typowe i charakterystyczne dla Miasta,
- Budowa większej liczby boisk (do koszykówki, siatkówki, piłki nożnej),
- Budowa suwalskiego lotniska,
- Więcej atrakcji dla dzieci.



5. Miasto Augustów

Charakterystyka badanej zbiorowości

Ostatnim miastem wchodzącym w skład regionu EGO SA jest Miasto Augustów, z którego w badaniu wzięło udział 241 przedstawicieli instytucji i przedsiębiorstw, które związane są z działalnością turystyczną.

Spośród wszystkich respondentów 38,6% stanowili reprezentanci obiektów gastronomicznych, 30,7% bazy noclegowej, 12% organizacji turystycznej, 6,2% biur podróży, 5,4% obiektów sportowych, 3,7% jednostek samorządowych i 2,9% obiektów kulturowych.

TABELA 226. RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	N	%
obiekt gastronomiczny	93	38,6
baza noclegowa	74	30,7
organizacja turystyczna	29	12
biuro podróży	15	6,2
obiekt sportowy	13	5,4
jednostka samorządowa	9	3,7
obiekt kulturowy	7	2,9
brak danych	1	0,4
Ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W przebadanych podmiotach w czasie przeprowadzania badania zatrudnionych było około 2644 osób (37 osób nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie), z czego 50,5% stanowiły kobiety (49 osób nie wskazało liczby zatrudnionych kobiet).

TABELA 227. ILOŚĆ ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW

	N	%
Liczba zatrudnionych osób - ogółem	2644	100
Liczba zatrudnionych osób - kobiety	1336	50,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie zajmowanego stanowiska. Rozkład tej zmiennej z podziałem na instytucje/przedsiębiorstwa przedstawia *tabela 228*.

Reprezentanci podmiotów związanych z turystyką w Mieście Augustów w większości legitymują się wykształceniem wyższym bądź średnim. Osoby te łącznie stanowią 85%. Świadczy to o wysokim poziomie edukacji, a co za tym idzie solidnym, teoretycznym przygotowaniu respondentów do pracy w zawodzie.

TABELA 228. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW

	N	%
wyższe	108	44,8
średnie	97	40,2
zasadnicze zawodowe	29	12
gimnazjalne	3	1,2
brak danych	4	1,7
Ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 229. STANOWISKO RESPONDENTA A RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	brak danych	baza noclegowa	biuro podróży	organizacja turystyczna	obiekt gastronomiczny	obiekt kulturowy	obiekt sportowy	jednostka samorządowa	Ogółem
brak danych	-	4	1	7	7	-	2	1	22
inspektor	-	-	-	-	-	-	-	4	4
instruktor	-	-	-	-	-	1	5	-	6
kadrowa	-	-	-	-	-	1	-	-	1
kierowca	-	-	-	2	-	-	-	-	2
kierownik	-	5	-	3	3	-	1	-	12
komandor klubu	-	-	-	1	-	-	-	-	1
księgowa	-	-	-	-	-	-	1	-	1
kucharz	1	1	-	2	5	-	-	-	9
menager	-	-	-	-	3	-	-	-	3
obsługa klienta	-	33	1	3	39	3	1	-	80
pilot wycieczek	-	-	1	-	-	-	-	-	1
pracownik	-	7	9	4	8	2	3	-	33
referent	-	-	-	-	-	-	-	4	4
specjalista	-	1	-	-	-	-	-	-	1
właściciel	-	23	3	7	28	-	-	-	61
Ogółem	1	74	15	29	93	7	13	9	241

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Potencjał turystyczny Miasta Augustów

W pytaniu 1 Bloku I wszyscy respondenci przyznali, że w Augustowie istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów.

TABELA 230. CZY ISTNIEJĄ WALORY I ATRAKCJE PRZYRODNICZE, KTÓRE PRZYCIĄGAJĄ TURYSTÓW DO PANA/I MIASTA?

	N	%
tak	241	100
nie	0	0
Ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Istotny czynnik wpływający na rozwój turystyki na tym terenie to występowanie wielu jezior. Ponadto miasto położone jest na obszarze Zielonych Płuc Polski, w Puszczy Augustowskiej, która jest ogromnym kompleksem leśnym, a w niej znajdują się liczne rezerваты oraz parki.

Zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie, pytanie drugie i trzecie dotyczyło znanych walorów i atrakcji przyrodniczych występujących w Mieście Augustów oraz tego, które z nich cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Odpowiedzi w obu pytaniach pokrywały się ze sobą.

Osoby, które wzięły udział w badaniu, w pierwszej kolejności zostały zapytane o istniejące i cieszące się największym zainteresowaniem wśród respondentów jeziora. Najwięcej razy zostały wskazane jeziora Necko (27,7% wskazań) i Białe (26% wskazań), które są również najbardziej popularne wśród turystów (Kolejno 33,7% wskazań oraz 26,2% wskazań respondentów). Ankieterzy podawali również jeziora Sajno (17,8% wskazań), Studzieniczne (13,4% wskazań) i Rospuda (6,1% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 231. JEZIORA

	JEZIORA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Necko	205	27,7	198	33,7
Białe	193	26	154	26,2
Sajno	132	17,8	93	15,8
Studzieniczne	99	13,4	66	11,2
Rospuda	45	6,1	23	3,9
Wigry	22	3	24	4,1
Serwy	11	1,5	5	0,9
Sajenek	10	1,3	2	0,3
Długie	10	1,3	6	1
Kolno	6	0,8	3	0,5
Kalejty	4	0,5	-	-
brak danych	4	0,5	13	2,2
Ogółem	741	100	587	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci poproszeni zostali o wskazanie rzek występujących w Mieście Augustów i jego okolicach. Ankietowani najczęściej wskazywali Nettę (37,6% wskazań) oraz Rospudę (33,5% wskazań). Według osób biorących udział w badaniu rzeka Rospuda cieszy się największym zainteresowaniem wśród turystów (27,9% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 232. RZEKI

	RZEKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Netta	173	37,6	89	27,9
Rospuda	154	33,5	150	47
Czarna Hańcza	69	15	52	16,3
Klonownica	27	5,9	5	1,6
Kanał Augustowski	17	3,7	9	2,8
Biebrza	9	2	1	0,3
Blizna	3	0,7	2	0,6
Krutynia	1	0,2	-	-
brak danych	7	1,5	11	3,4
Ogółem	460	100	319	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W niniejszym badaniu respondenci zostali również poproszeni o wskazanie istniejących na terenie i w okolicach miasta parków oraz o określenie, które z nich są najbardziej popularne wśród turystów. Osoby, które wzięły udział w badaniu, wskazywały najczęściej Biebrzański Park Narodowy (33,7% wskazań) oraz Wigierski Park Narodowy (29,6% wskazań respondentów). Jako cieszący się największym zainteresowaniem wśród turystów został uznany Wigierski PN (25% wskazań), a następnie Biebrzański PN (21,8% wskazań respondentów). Respondenci prawie jednoznacznie zrozumieli pytanie o parki jako o miejsca objęte ochroną, tylko 4,1% respondentów wskazało Park Miejski w Augustowie.

TABELA 233. PARKI

	PARKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Biebrzański Park Narodowy	98	33,7	54	21,8
Wigierski Park Narodowy	86	29,6	62	25
Suwalski Park Krajobrazowy	59	20,3	17	6,9
Park Miejski - Rynek Zygmunta Augusta w Augustowie	12	4,1	9	3,6
Narwiański Park Narodowy	10	3,4	-	-
brak danych	26	8,9	106	42,7



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ogółem	291	100	248	100
--------	-----	-----	-----	-----

**odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Dalsza część pytania drugiego, a zarazem trzeciego dotyczyła puszczy występujących na objętym badaniem obszarze. 93,9% wskazań dotyczyła Puszczy Augustowskiej, która jak wynika z uzyskanych danych, cieszy się ogromną popularnością. Według respondentów puszcza ta cieszy się największym zainteresowaniem także wśród przybywających tu turystów (82,9% wskazań) i jest miejscem ich wypraw turystycznych.

TABELA 234. PUSZCZE

	PUSZCZE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Puszcza Augustowska	231	93,9	203	82,9
Puszcza Romincka	3	1,2	3	1,2
Puszcza Białowieska	3	1,2	2	0,8
Puszcza Borecka	0	0	2	0,8
brak danych	9	3,7	35	14,3
Ogółem	246	100	245	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Reprezentanci zostali również poproszeni o podanie istniejących w Augustowie i okolicach pomników przyrody oraz o wskazanie tych, które cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Dość duży procent ankietowanych nie odpowiedział na to pytanie. Osoby, które podawały pomniki przyrody, najczęściej wskazywały ogólnie na drzewa zlokalizowane w Parku Miejskim (10,4% wskazań). 93% ankietowanych nie wskazała pomników przyrody cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów. Pozostałe osoby najczęściej wskazywały również na drzewa w Parku Miejskim oraz na dąb w Studzienicznej (łącznie 4,4% wskazań). Tak mały procent odpowiedzi na to pytanie może świadczyć o tym, że pomniki przyrody nie są przyciągającą turystów atrakcją turystyczną.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 235. POMNIKI PRZYRODY

	POMNIKI PRZYRODY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
drzewa w Parku Miejskim	25	10,4	6	2,4
dąb szypułkowy	17	7,1	1	0,4
dąb w Studzienicznej	9	3,7	5	2
drzewa w Puszczy Augustowskiej	7	2,9	-	-
sosna pospolita	4	1,7	1	0,4
klon zwyczajny	3	1,2	-	-
sosna zwyczajna	3	1,2	1	0,4
lipa drobnolistna	2	0,8	-	-
jesion wyniosły	2	0,8	-	-
głazy narzutowe przy Kanale Augustowskim	2	0,8	3	1,2
brak danych	167	69,3	230	93,1
Ogółem	241	100	247	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatni część pytania drugiego i trzeciego dotyczyła występujących na objętych badaniem terenach rezerwatów. Respondenci wymieniali najczęściej Rezerwat „Jezioro Kolno” (21,4% wskazań), „Stara Ruda”(16,9% wskazań) oraz „Jezioro Kalejty” (13,8% wskazań). Te rezerваты są również najpopularniejsze wśród turystów (Kolejno 11,2% wskazań, 11,5% wskazań, 12,7% wskazań respondentów).

TABELA 236. REZERWATY

	REZERWATY			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Rezerwat "Jezioro Kolno"	62	21,4	29	11,2
Rezerwat "Stara Ruda"	49	16,9	30	11,5
Rezerwat "Jezioro Kalejty"	40	13,8	33	12,7
Rezerwat "Brzozowy Grąd"	31	10,7	16	6,2
Rezerwat "Kozi Rynek"	21	7,2	17	6,5
Rezerwat "Dolina Rospudy"	19	6,6	14	5,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rezerwat "Perkuć"	9	3,1	11	4,2
Rezerwat "Kuriańskie Bagno"	7	2,4	4	1,5
Rezerwat "Starożyn"	5	1,7	8	3,1
brak danych	47	16,2	98	37,7
Ogółem	290	100	260	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci mogli wskazać również te walory i atrakcje przyrodnicze, które nie kwalifikują się do podanych w pytaniach drugim i trzecim kategorii (jeziora, rzeki, parki, puszcze, pomniki przyrody, rezerваты), a które według nich również zasługują na uwagę. Osoby, które skorzystały z tej możliwości najczęściej wskazywały na Kanał Augustowski oraz na lasy otaczające miasto, a także związaną z tym ciszę i spokój.

Po przeanalizowaniu pytań dotyczących walorów i atrakcji przyrodniczych można stwierdzić, że Miasto Augustów pod tym względem jest miastem atrakcyjnym turystycznie. Występujące w okolicach miasta liczne jeziora i lasy sprawiają, że jest to obszar sprzyjający wypoczynkowi na łonie natury, który w dzisiejszych czasach jest bardzo popularnym sposobem spędzania urlopu/wakacji.

Pytania 4 i 5 zamieszczone w ankiecie dotyczyły walorów i atrakcji turystycznych, czyli istniejących i cieszących się największą popularnością wśród turystów zabytków, muzeów, wydarzeń kulturalnych, imprez folklorystycznych oraz wydarzeń sportowo – rekreacyjnych.

Najbardziej znanymi respondentom, a zarazem najbardziej cenionymi przez turystów zabytkami w Mieście są zlokalizowane w mieście Augustów:

- Zespół Kanału Augustowskiego (34,4% wskazań),
- Stara poczta (15,5% wskazań),
- Sanktuarium w Studzienicznej (14,8% wskazań),
- Bazylika Mniejsza Najświętszego Serca Jezusa (12,4% wskazań).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 237. ZABYTKI

	ZABYTKI			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Zespół Kanału Augustowskiego	167	34,4	134	38,7
Stara poczta	75	15,5	22	6,4
Sanktuarium w Studzienicznej	72	14,8	47	13,6
Bazylika Mniejsza NSJ	60	12,4	31	9
Dworek gen. I. Prądzyńskiego	26	5,4	25	7,2
Ruiny pałacu Paca	23	4,7	13	3,8
zabytkowe kamienice w Augustowie	23	4,7	18	5,2
Rynek Zygmunta Augusta - Stare Miasto	7	1,4	7	2
Hotel Hetman (Dom Turysty)	6	1,2	2	0,6
śluzy na Kanale Augustowskim	5	1	5	1,4
Oficerski Yacht Club RP Pacyfic	3	0,6	-	-
dom parafialny z XIX w.	1	0,2	-	-
Park Miejski	1	0,2	7	2
Kościół MB Częstochowskiej (daw. cerkiew)	1	0,2	-	-
Kolumna Zygmunta	1	0,2	-	-
Klasztor Kamedułów nad j. Wigry	1	0,2	4	1,2
brak danych	13	2,7	31	9
Ogółem	485	100	346	100,0

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła muzeów – istniejących w Augustowie oraz cieszących się największą popularnością wśród turystów. Prawie połowa wskazań dotyczyła Muzeum Ziemi Augustowskiej (49% wskazań). Obiekt ten cieszy się również największym zainteresowaniem wśród przybywających do Augustowa zwiedzających (50,9% wskazań respondentów). Dużą popularnością cieszy się także Muzeum Kanału Augustowskiego (39,1% wskazań), które odwiedzają też turyści (23,8% wskazań respondentów). Najmniej popularnym jest Muzeum I Pułku Ułanów Krechowieckich (8,8% wskazań), które ze względu na swą bogatą oraz ciekawą tematykę międzywojenną, mogłoby stanowić interesujące uzupełnienie oferty turystycznej Augustowa skierowanej do miłośników rozrywek kulturalnych.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 238. MUZEA

	MUZEA			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Muzeum Ziemi Augustowskiej	173	49	143	50,9
Muzeum Kanału Augustowskiego	138	39,1	67	23,8
Muzeum I Pułku Ułanów Krechowieckich	31	8,8	14	5
brak danych	11	3,1	57	20,3
Ogółem	353	100	281	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najbardziej popularnym wydarzeniem kulturalnym w Augustowie jest Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego „Spotkania z Louis'em Armstrongiem” (26,2% wskazań), a następnie Augustowskie Noce Teatralne (13,6% wskazań) i Balladowe Nocki nad Neckiem (12,3% wskazań respondentów). Dla przybywających tu turystów najatrakcyjniejszym wydarzeniem jest Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego (21,8% wskazań respondentów). Wspomniana impreza kulturalna rangi międzynarodowej jest charakterystyczną cechą Augustowa, stanowiącą o jego wyjątkowości. Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego jest także elementem wyróżniającym Augustów spośród innych miejscowości regionu EGO SA, a który trzeba należycie promować w mediach by przyciągał szerokie rzesze turystów.

TABELA 239. IMPREZY KULTURALNE

	IMPREZY KULTURALNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego "Spotkania z Louis'em Armstrongiem"	79	26,2	57	21,8
Augustowskie Lato Teatralne	41	13,6	38	14,5
Balladowe Nocki nad Neckiem	37	12,3	14	5,3
koncerty	24	8,0	12	4,6
Dni Augustowa	21	7,0	6	2,3
Mistrzostwa Polski w Pływaniu Na Byle Czym "co ma pływać nie utonie"	17	5,6	12	4,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

spektakle	13	4,3	5	1,9
Augustowskie Wieczory Kabaretowe "Lejmy wodę"	12	4	11	4,2
Augustowskie Noce i Dnie	11	3,7	6	2,3
wystawy	9	3,0	1	0,4
Augustowskie Moto-noce	5	1,7	-	-
Regaty Kulinarne	3	1,0	-	-
"Camerata Augustoviana" - cykl koncertów muzyki poważnej	2	0,7	2	0,8
brak danych	27	9,0	98	37,4
Ogółem	301	100	262	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego „Spotkania z Louis'em Armstrongiem” został uznany przez respondentów za najbardziej popularną imprezę folklorystyczną (14,6% wskazań). Najbardziej cenioną przez turystów imprezą folklorystyczną według respondentów są Regaty Kulinarne (8,7% wskazań respondentów). Ankietowani utożsamiają imprezy folklorystyczne z imprezami kulturalnymi oraz regionalnymi. Zauważa się brak istotnych imprez folklorystycznych na terenie Augustowa, których organizacja mogłaby przynieść miastu duże korzyści w postaci zwiększenia ruchu turystycznego oraz rozwoju potencjału turystycznego, poprzez zwiększenie popularności miasta z punktu widzenia amatorów folkloru.

TABELA 240. IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE

	IMPREZY FOLKLORYSTYCZNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego "Spotkania z Louis'em Armstrongiem"	36	14,6	12	5
Festiwal Kultury Celtyckiej - Dowspuda	21	8,5	5	2,1
Regaty Kulinarne	10	4,0	21	8,7
Augustowskie Lato Teatralne	9	3,6	5	2,1
Augustowskie Noce i Dnie	5	2,0	4	1,7
jarmarki	7	2,8	7	2,9
Balladowe Nocki nad Neckiem	4	1,6	5	2,1
Augustowskie Moto-noce	1	0,4	-	-

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Targi ekoagroturystyczne	5	2,0	14	5,8
brak danych	149	60,3	168	69,7
Ogółem	247	100	241	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani o wydarzenia sportowo – rekreacyjne odbywające się w Mieście Augustów najczęściej wskazywali na Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie” (34,2% wskazań) oraz na Międzynarodowy Konkurs Skoków na Nartach Wodnych „Netta Cup” (25,7% wskazań). Imprezy te cieszą się również największym zainteresowaniem wśród turystów (Kolejno 38,1% wskazań oraz 22% wskazań respondentów). Wspomniane wydarzenia sportowe cieszą się dużym uznaniem nie tylko wśród respondentów oraz przybywających do miasta turystów, ale także w całej Polsce. Są to wydarzenia o randze wielkoformatowej, które są kolejnym wyznacznikami wyjątkowości Augustowa oraz dowodem na to, że Augustów jest miastem kreatywnym oraz rozwijającym swój potencjał turystyczny.

TABELA 241. WYDARZENIA SPORTOWO - REKREACYJNE

	WYDARZENIA SPORTOWO - REKREACYJNE			
	...znane respondentom		...cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Mistrzostwa Polski w Pływaniu Na Byle Czym "Co ma pływać nie utonie"	104	34,2	104	38,1
Międzynarodowy Konkurs Skoków na Nartach Wodnych "Netta Cup"	78	25,7	60	22
Motorowodne Mistrzostwa Świata Łodzi Wytrzymałościowych "Necko Endurance"	49	16,1	27	9,9
Regaty o Puchar Burmistrza Miasta Augustowa	17	5,6	6	2,2
Amatorskie Mistrzostwa w Narciarstwie Wodnym na Wyciągu Nart Wodnych	8	2,6	2	0,7
Turniej Miast Przyjaciół Trójki	4	1,3	3	1,1
Augustowskie Moto-noce	2	0,7	2	0,7
Maraton Pływacki	1	0,3	-	-
Wodny Slalom Gwiazd z Trójką	1	0,3	-	-

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

brak danych	40	13,2	69	25,3
Ogółem	304	100	273	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podobnie jak w pytaniach drugim i trzecim, tak i w tym wypadku respondenci mieli możliwość wskazania na inne atrakcje turystyczne, które nie zostały uwzględnione w ankiecie. Ankietowani, którzy skorzystali z tej możliwości najczęściej wskazywali na odbywające się rajdy konne, istniejący w mieście wyciąg nart wodnych i atrakcje z nim związane oraz na możliwość skorzystania z rejsów gondolami/katamaranami.

Pod względem walorów turystycznych Miasto Augustów również jest miastem atrakcyjnym turystycznie. Oprócz wielu ciekawych miejsc, które warto zobaczyć w mieście organizowane są cieszące się zainteresowaniem wśród turystów imprezy kulturalne czy sportowe i rekreacyjne.

Kolejne dwa pytania, a mianowicie pytanie szóste i siódme dotyczyło atrakcji rekreacyjnych występujących w Mieście Augustów oraz cieszących się największym zainteresowaniem wśród turystów przybywających na te tereny. Respondenci zostali zapytani o szlaki rowerowe, piesze, konne i kajakowe oraz o trasy narciarskie. Oprócz tego poproszeni zostali o wskazanie istniejących na badanym obszarze obiektów takich jak: stacje, plaże, parki wodne, place zabaw dla dzieci oraz obiekty sportowo – rekreacyjne.

Najbardziej znanym respondentom szlakiem rowerowym jest szlak niebieski „Rzeki Netty” (28,5% wskazań). Drugim z kolei wymienianym przez ankietowanych szlakiem rowerowym jest szlak zielony biegnący wokół jezior Białe i Studzieniczne (27,5% wskazań respondentów). Szlak ten według osób biorących udział w badaniu cieszy się największym zainteresowaniem wśród turystów (21,2% wskazań ankietowanych).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 242. SZLAKI ROWEROWE

	SZLAKI ROWEROWE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Szlak niebieski "Rzeki Netty"	85	28,5	53	18,2
Szlak zielony wokół jezior Białe i Studzienicze	82	27,5	62	21,2
Szlak żółty wokół jezior Sajno	38	12,8	39	13,4
Szlak rowerowy wokół jeziora Kolno	27	9,1	11	3,8
Bulwary wokół jeziora Necko	14	4,7	22	7,5
Szlak rowerowy rzeki Rospudy	4	1,3	4	1,4
brak danych	10	3,4	3	1,0
ogółem	38	12,8	98	33,6
	298	100	292	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie istniejących w Augustowie i jego okolicach szlaków pieszych. Większość ankietowanych wskazała na szlak wokół Jeziora Białe i Studzienicze (23,1% wskazań), a następnie na szlak pieszy do Raczek (14,2% wskazań). Szlaki te zostały uznane przez ankietowanych za najbardziej popularne wśród turystów (kolejno 11,8% wskazań oraz 8% wskazań respondentów).

TABELA 243. SZLAKI PIESZE

	SZLAKI PIESZE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
wokół Jeziora Białe i Studzienicze	71	23,1	31	11,8
Szlak pieszy do Raczek	44	14,2	21	8
Szlak pieszy do Mikaszówki	32	10,4	13	5
Bulwary	30	9,7	21	8
Szlak pieszy do Danowskich	29	9,4	14	5,3
Szlak pieszy do Bargłowa Kościelnego	17	5,5	10	3,8
Ścieżka dydaktyczna "Kozi Rynek"	14	4,5	4	1,5

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Szlak pieszy do Huty	13	4,2	9	3,4
Ścieżka dydaktyczna "Pomniki przyrody"	9	2,9	2	0,8
Szlak niebieski ogólnopolski Augustów - Bakałarzewo-Pluszkiejmy	6	1,9	-	-
Ścieżka dydaktyczna "Do pomnika Leśnika"	5	1,6	2	0,8
Ścieżka dydaktyczna "Uroczysko Bargieł"	5	1,6	2	0,8
Przy Zalewie Arkadia	-	-	1	0,4
brak danych	34	11	132	50,4
ogółem	309	100	262	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie szlaków konnych istniejących w Augustowie i okolicach. Jeżeli respondenci udzieli odpowiedzi na to pytanie to wskazywali na największy na tych terenach Szlak Konny Puszczy Augustowskiej (62,2% wskazań respondentów, który cieszy się również zainteresowaniem turystów (42,7% wskazań respondentów). Szlak konny Puszczy Augustowskiej to ważny składnik obszaru Augustowa i kolejny element wyróżniający miasto na tle innych miejscowości regionu EGO SA.

TABELA 244. SZLAKI KONNE

	SZLAKI KONNE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Szlak konny Puszczy Augustowskiej	150	62,2	103	42,7
okolice miasta	-	-	2	0,8
brak danych	91	37,8	136	56,5
ogółem	241	100	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ci respondenci, którzy wskazali na istniejące trasy narciarskie w Mieście Augustów mieli na myśli istniejące w mieście trasy nart wodnych. W ten sposób odpowiedziało 13,3% respondentów. Pozostałe osoby nie udzieliły odpowiedzi na to pytanie, gdyż infrastruktura sportów zimowych właściwie nie funkcjonuje w mieście.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 245. TRASY NARCIARSKIE

	TRASY NARCIARSKIE (NARTY WODNE)			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Wyciąg nart wodnych jezioro Necko	32	13,3	27	11,2
brak danych	209	86,7	214	88,8
ogółem	241	100	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejną atrakcją rekreacyjną o którą zapytaliśmy respondentów są szlaki kajakowe. Najwięcej ankietowanych wskazywało na szlaki: rzeki Rospudy (35,1% wskazań) oraz Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego (33,2% wskazań). Obie trasy wodne są również najbardziej popularne wśród przybywających tu turystów (Kolejno 35,9% wskazań oraz 32,8% wskazań respondentów). Kajakarstwo cieszy się sporym uznaniem wśród turystów przybywających na teren Augustowa.

TABELA 246. SZLAKI KAJAKOWE

	SZLAKI KAJAKOWE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Szlak rzeki Rospudy	164	35,1	128	35,9
Szlak Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego	155	33,2	117	32,8
Szlak z Augustowa Kanałem Augustowskim i Nettą do Biebrzy	90	19,3	38	10,6
Blizna	16	3,4	2	0,6
brak danych	42	9,0	72	20,2
ogółem	467	100	357	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejna część analizowanych pytań dotyczyła występujących w mieście stanic. Ponad połowa respondentów wskazała na Stanicę Wodną „Swoboda” (57,5% wskazań), która jest

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

popularna także wśród turystów (36,9% wskazań respondentów). Z tego wynika, iż przynajmniej część przybywających do Augustowa turystów korzysta z usług stanic wodnych.

TABELA 247. STANICE

	STANICE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Stanica Wodna - Augustów Swoboda	142	57,5	89	36,9
Stanica Wodna w Płaskiej	11	4,5	9	3,7
Stanica Wodna Frącki	7	2,8	5	2,1
brak danych	87	35,2	138	57,3
ogółem	247	100	241	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o znane im oraz cieszące się największą popularnością wśród turystów, istniejące w Augustowie plaże. 61,1% ankietowanych wskazała Plażę Miejską zlokalizowaną nad jeziorem Necko w Augustowie. Plaża ta cieszy się także największym zainteresowaniem wśród turystów (49,3% wskazań respondentów).

TABELA 248. PLAŻE

	PLAŻE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Plaża Miejska w Augustowie	174	61,1	133	49,3
plaża nad jeziorem Sajno	7	2,5	1	0,4
plaże wokół Augustowa	6	2,1	-	-
plaża nad jeziorem Białym	6	2,1	-	-
plaża przy uzdrowisku "Budowlani"	4	1,4	3	1,1
plaża "Radiowej Trójki"	3	1,1	2	0,7
plaża na "Gołej Zośce"	3	1,1	-	-
plaża Bielnik	2	0,7	-	-
plaża "Królowa Woda"	1	0,4	1	0,4
plaża przy hotelu Warszawa	1	0,4	-	-
plaża Patelnia	-	-	2	0,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

plaża Serwy	-	-	2	0,7
brak danych	78	27,4	126	46,7
ogółem	285	100	270	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani o istniejące w Augustowie Parki Wodne najczęściej wskazywali basen należący do Centrum Sportu i Rekreacji w Augustowie (55,7% wskazań). Obiekt ten jest również najbardziej popularny wśród turystów (36,1% wskazań respondentów). Dużo mniejszą popularnością cieszy się Aquapark w Hotelu Amber Bay (8,9% wskazań), który zdaniem respondentów nie jest odwiedzany przez turystów. Przyczyną mogą być zbyt wygórowane dla przeciętnych turystów ceny, charakterystyczne dla tego typu hoteli.

TABELA 249. PARKI WODNE

	PARKI WODNE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
basen CSiR w Augustowie	138	55,7	87	36,1
basen w Hotelu Amber Bay	22	8,9	-	-
basen w hotelu Delfin	14	5,6	12	5
brak danych	74	29,8	142	58,9
ogółem	248	100	241	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Istotnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność turystyczną danego obszaru, jest występowanie na nim atrakcji dla dzieci. W związku z tym respondenci zostali poproszeni o wskazanie istniejących na terenie Augustowa parków zabaw dla dzieci. Ankietowani najczęściej wskazywali na Regionalne Centrum Rekreacji „Kaktusik” (59,4% wskazań), w którym znajduje się Plac Zabaw „Sajgon”. Ten park zabaw zdaniem części respondentów jest też popularny wśród turystów z dziećmi (25,7% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 250. PARKI ZABAW DLA DZIECI

	PARKI ZABAW DLA DZIECI			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Regionalne Centrum Rekreacji "Kaktusik"	143	59,4	62	25,7
park zabaw na Błoniach	20	8,3	1	0,4
Bulwary	4	1,7	2	0,8
Szekła	3	1,2	-	-
na terenie miasta Augustów	2	0,8	-	-
brak danych	69	28,6	176	73,0
ogółem	241		241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na terenie Miasta Augustów działa Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji oraz Centrum Sportu i Rekreacji. Te dwa obiekty były najczęściej wskazywane przez respondentów, gdy zostali oni zapytani o istniejące oraz cieszące się największym zainteresowaniem wśród respondentów w mieście obiekty sportowo – rekreacyjne. Rozkład odpowiedzi przedstawia tabela 251.

TABELA 251. OBIEKTY SPORTOWO – REKREACYJNE

	OBIEKTY SPORTOWO-REKREACYJNE			
	...znane respondentom		... cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów	
	N	%	N	%
Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji	85	34	85	29,3
Centrum Sportu i Rekreacji	49	19,6	40	13,8
Wyciąg nart wodnych	45	18		
Tor kartingowy	16	6,4	19	6,6
Kręgielnia	3	1,2	-	-
brak danych	52	20,8	146	50,3
ogółem	250	100	290	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas przeprowadzania badania respondenci zostali poproszeni także o wskazanie jakich atrakcji turystycznych brakuje w Mieście Augustów. Według ankietowanych w mieście przede wszystkim organizowanych jest za mało różnego rodzaju imprez kulturalnych (31,5% wskazań). Z tego wynika, iż Miasto Augustów w swojej ofercie kulturalno-rozrywkowej

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zawiera niewystarczającą liczbę imprez kulturalnych, by zaspokoić oczekiwania dużej liczby odbiorców.

TABELA 252. JAKICH WEDŁUG PANA/I ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH BRAKUJE W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
Imprez kulturalnych	119	31,5
Atrakcji dla dzieci	25	6,6
Lodowiska	22	5,8
Atrakcji zimowych	21	5,5
Ścieżek rowerowych	18	4,8
Bazy gastronomicznej	16	4,2
Aquaparku	14	3,7
Obiektów sportowych	14	3,7
Stoku narciarskiego	14	3,7
Kina	12	3,2
Imprez sportowych	11	2,9
Opery	10	2,6
Parku rozrywki	9	2,4
Teatru	9	2,4
Bulwaru na Bystrym	8	2,1
Dyskotek	8	2,1
Centrum handlowego	6	1,6
Bazy noclegowej	5	1,3
Obwodnicy	4	1,1
Imprez dla dzieci	3	0,8
Skansenu	3	0,8
Uzdrowisk	3	0,8
Amfiteatru	3	0,8
Muzeum	3	0,8
Promocji kuchni regionalnej	3	0,8
SPA	2	0,5
Kładki z Borek na Zarzeczce	2	0,5
Nowszej infrastruktury sportowej	2	0,5
Pól namiotowych	2	0,5
Wspinaczek górskich	2	0,5
Parku naukowo-technicznego	1	0,3
Parkingów	1	0,3
Rejsów statkami	1	0,3
Skoków spadochronowych	1	0,3
Tras biegowych	1	0,3
ogółem	378	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejna część pytań dotyczyła wiedzy na temat regionu EGO SA. 67,2% respondentów potrafi wymienić miasta i gminy wchodzące w skład regionu EGO SA, a pozostałe 32% nie potrafi. We wszystkich badanych miastach zauważa się niedoinformowanie części respondentów co do składu miejscowości regionu EGO SA.

TABELA 253. CZY POTRAFI PAN/I WYMIENIĆ MIEJSCOWOŚCI, GMINY WCHODZĄCE W SKŁAD REGIONU EGO SA?

	N	%
tak	162	67,2
nie	77	32
brak danych	2	0,8
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

79,3%, a więc zdecydowana większość nie potrafi wskazać szlaków turystycznych, które łączą krainę EGO SA. W większości objętych badaniem miejscowościach obserwuje się trudności z określeniem szlaków łączących miasta/gminy regionu EGO SA. Zapewne łączy się to z niewystarczającą promocją oraz złym oznakowaniem tychże szlaków.

TABELA 254. CZY ZNA PAN/I SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA?

	N	%
nie	191	79,3
tak	47	19,5
brak danych	3	1,2
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych osób, które w poprzednim pytaniu zadeklarowały, że znają szlaki łączące miasta i gminy regionu EGO SA, najczęściej wskazywano na łączący ten region Konny Szlak Puszczy Augustowskiej (30,6% wskazań) oraz na niebieski rowerowy szlak Rzeki Rospudy (19,4% wskazań respondentów). Poza tym wskazywano również Szlak Papieski (12,9% wskazań) i Kanałem Augustowskim (11,3% wskazań respondentów).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 255. SZLAKI TURYSTYCZNE ŁĄCZĄCE MIASTA/GMINY REGIONU EGO SA

	N	%
Szlak Konny Puszczy Augustowskiej	19	30,6
Szlak rowerowy Rzeki Rospudy	12	19,4
Szlak Papieski	8	12,9
Szlak Kanałem Augustowskim	7	11,3
Międzynarodowy szlak rowerowy Euro Velo R11	5	8,1
Szlak Czarną Hańczą	5	8,1
brak danych	6	9,7
ogółem	62	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 47, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym wskaźnikiem potencjału turystycznego danego obszaru jest istniejąca baza noclegowa. Dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie tych obiektów, w których turyści mogą znaleźć nocleg. Najwięcej odpowiedzi osób ankietowanych dotyczyło następujących obiektów: Hotel Warszawa (12,3% wskazań), Sanatorium Uzdrowskie „Budowlani” (11,9% wskazań), Hotel „Leśnik” (7,8% wskazań), Pensjonat „U Marianny” (6,5% wskazań) oraz Hotel „SPA Wojciech” (6,1% wskazań). Zdecydowanie największą popularnością respondentów cieszą się: Hotel „Warszawa” oraz Sanatorium „Budowlani”.

TABELA 256. PROSZĘ OKREŚLIĆ ZNANĄ PANU/I BAZĘ NOCLEGOWĄ W MIEŚCIE?

	N	%
Hotel "Warszawa"	221	12,3
"Budowlani" Sanatorium Uzdrowskie	213	11,9
Hotel "Leśnik"	140	7,8
Pensjonat "U Marianny"	117	6,5
Hotel "SPA Wojciech"	109	6,1
Zajazd "Hetman"	94	5,2
Hotel "Polonia"	74	4,1
Hotel "Logos" Dom nauczyciela	69	3,8
pola namiotowe/kemping "Bartek"	60	3,3
Ośrodek Szkoleniowo - Wypoczynkowy "Drogowskaz"/Przewież	46	2,6
Hotel "Szuflada"	42	2,3
Bursa Międzyszkolna	41	2,3
Oficerski Yacht Club R.P. "Pacyfik"	39	2,2
Hotel "Laguna"	34	1,9
Centrum Wypoczynkowo - Szkoleniowe "August"/Przewież	34	1,9
Ośrodek Wypoczynkowy "Królowa Woda"	34	1,9
Zajazd "Stary Młyn"/Białobrzegi	33	1,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Pokoje Gościnne "Starożyn"	30	1,7
Gościniec Ostoja	27	1,5
BPIS Borki	27	1,5
Domek Letniskowy "Goła Zośka"	26	1,4
"MB" Usługi Hotelowe	25	1,4
"Krechowiak" Ośrodek Hotelowo - Szkoleniowy	25	1,4
Hotelik "Karmel"	22	1,2
Gospodarstwo Agroturystyczne "Kalejty"	20	1,1
Ośrodek Wypoczynkowy "Patelnia"	20	1,1
Hotel "Amber Bay"	19	1,1
Ośrodek Żeglarski "Szekła" Port	16	0,9
Pokoje Gościnne "Stary Dom"	15	0,8
Pensjonat "Domek nad Neckiem"	14	0,8
Ośrodek Wypoczynkowy "Leśnik"	14	0,8
Pensjonat "Vita"	13	0,7
Domki kempingowe "Ostry Róg"	12	0,7
Centrum Wypoczynkowe "August"	10	0,6
Stadnina Koni "Żarnowo"	8	0,4
Schronisko PTTK	7	0,4
Szkolne Schronisko Młodzieżowe	7	0,4
Ośrodek Kolonijny "Jędrak"	7	0,4
Hotel "Delfin"	6	0,3
Ośrodek Wypoczynkowy "Cresovia"	6	0,3
Ośrodek Wczasów Kempingowych "Puszcza"	6	0,3
Apartamenty "Family Willa"	4	0,2
Domek Letniskowy "Swoboda"	4	0,2
Gospodarstwo Agroturystyczne Studzieniczna	3	0,2
Ośrodek Wypoczynkowy "Skowronek"	3	0,2
ogółem	1796	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

64,7% respondentów uważa, że w celu rozwoju usług turystycznych w Mieście Augustów powinno się rozbudować bazę noclegową. Natomiast 34,4% respondentów jest przeciwnego zdania. Istniejąca baza noclegowa w Mieście Augustów jest dobrze rozbudowana i liczy wiele miejsc noclegowych, jednakże pełniejszy rozwój potencjału miasta wymaga rozbudowania jej o nowe obiekty, które mogłyby przyjąć większą liczbę turystów.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 257. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY BAZY NOCLEGOWEJ W PANA/I MIEŚCIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	156	64,7
nie	83	34,4
brak danych	2	0,8
ogółem	241	100

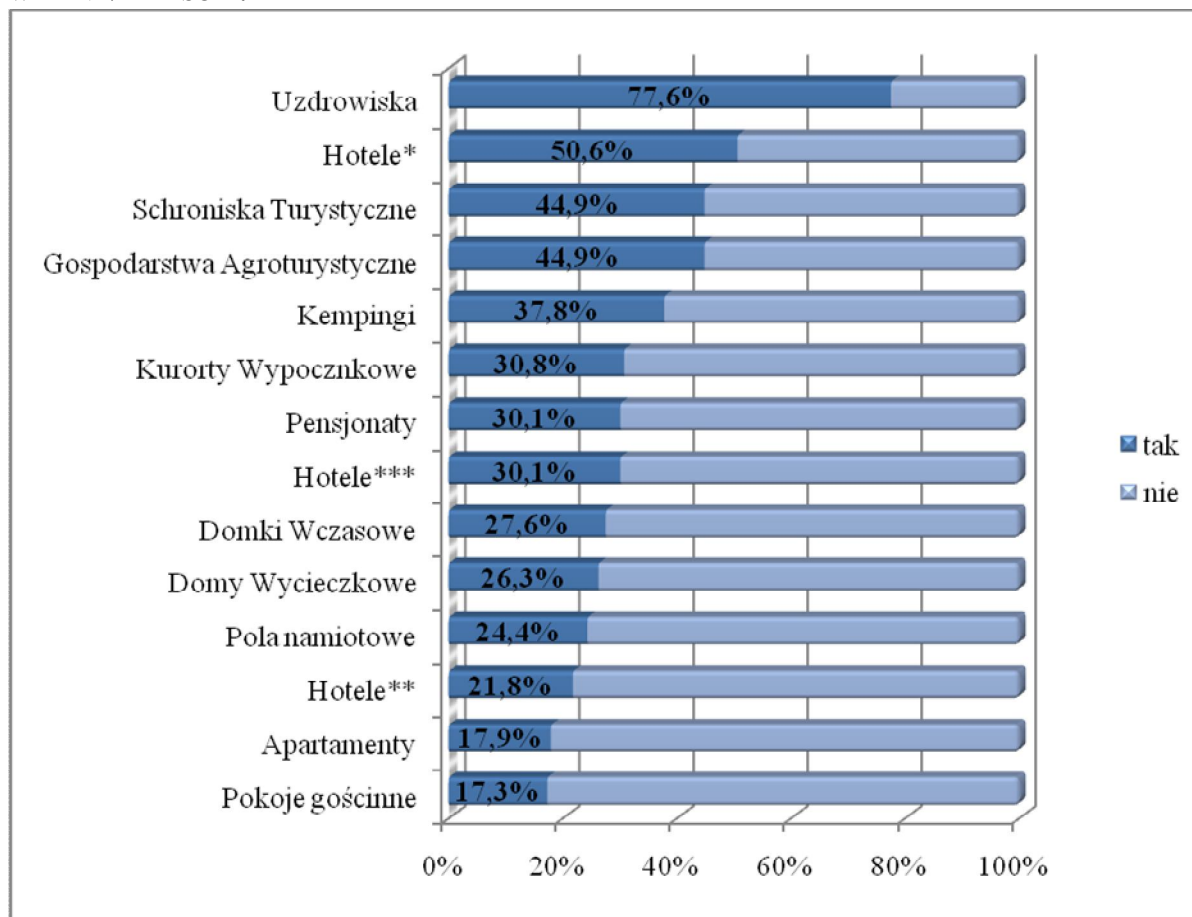
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które uznały, że baza noclegowa w Augustowie powinna zostać rozbudowana, najczęściej wskazywały, iż powinno się powiększyć oraz zmodernizować istniejące w Augustowie uzdrowisko (77,6% wskazań) oraz hotele* (50,6% wskazań respondentów). Władze Miasta, planując rozbudowanie bazy noclegowej powinny więc w pierwszej kolejności pomyśleć o stworzeniu nowych miejsc dla zwiększającej się liczby kuracjuszy.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 42. PROSZĘ PODAĆ JAKIE FORMY BAZY NOCLEGOWEJ POWINNY POSTAĆ W PANA/I MIEŚCIE?



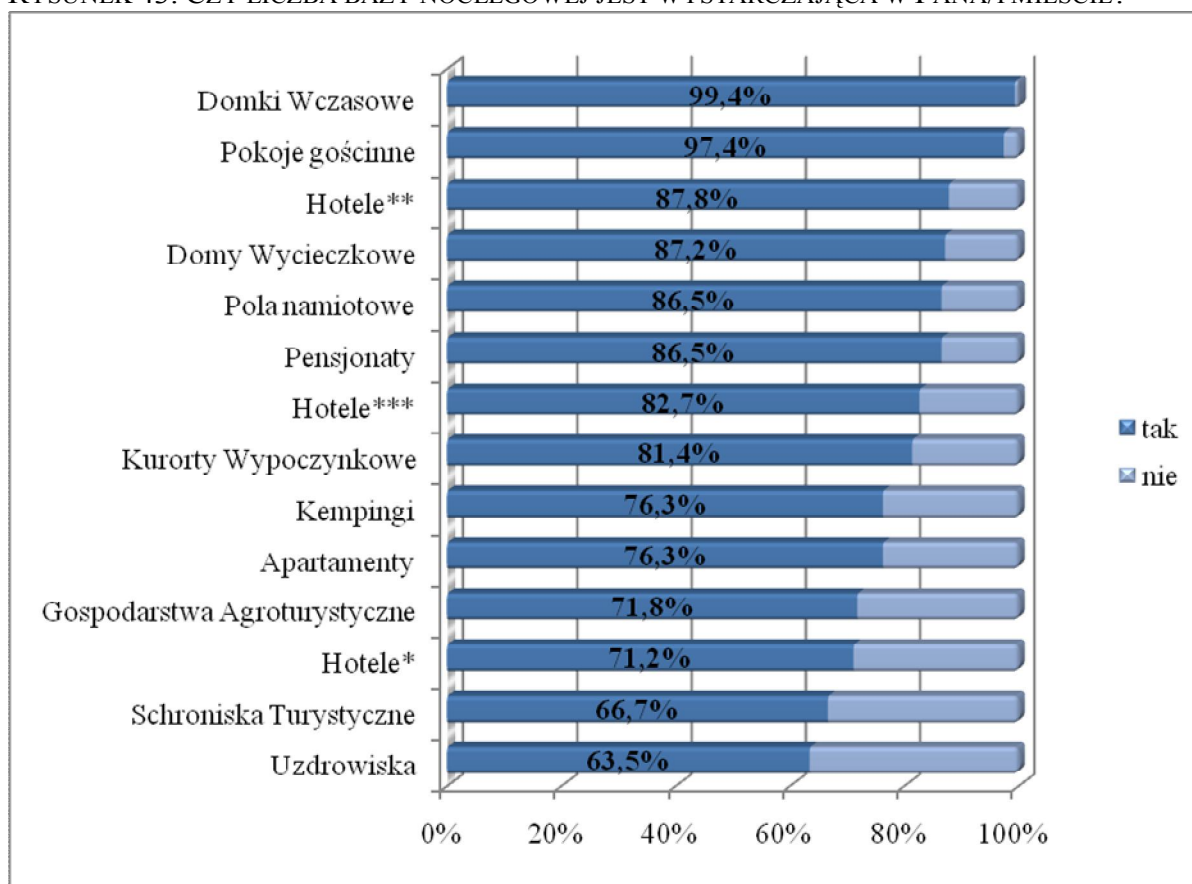
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Prawie wszyscy respondenci uznali, że liczba domków wczasowych (99,4% wskazań) oraz pokoi gościnnych (97,4% wskazań) jest w Augustowie wystarczająca. Analizując rozkład odpowiedzi dotyczący oceny liczby bazy noclegowej w Augustowie można sądzić, iż ogólna ilość obiektów tej bazy jest w dużej mierze wystarczająca.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 43. CZY LICZBA BAZY NOCLEGOWEJ JEST WYSTARCZAJĄCA W PANA/I MIEŚCIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Analizując potencjał turystyczny Miasta Augustów należy wziąć pod uwagę również bazę gastronomiczno – rozrywkową. Tabela 258 ukazuje najczęściej wskazywane przez respondentów restauracje, kluby, puby, kawiarnie, itp. zlokalizowane w Augustowie oraz w pobliskich miejscowościach. Najbardziej cenionymi obiektami tego typu są: Kręgielnia „Garaż” (10,3% wskazań) oraz „Park Pub” (8,7% wskazań) i Restauracja „Albatros” (8,2% wskazań respondentów).

TABELA 258. PROSZĘ WSKAZAĆ OBIEKTY GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWE W PANA/I MIEŚCIE

	N	%
Kręgielnia "Garaż"	211	10,3
"Park Pub"	178	8,7
Restauracja "Albatros"	168	8,2
Infiniti Club	154	7,5

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Route 66 Club	138	6,7
Fabryka Nastrojów Club	115	5,6
Restauracja i pub "Korona"	94	4,6
Restauracja i pub "Maska"	91	4,4
Szuflada Cafe & Bar	66	3,2
"Pub Bab"	63	3,1
Zajazd "Hetman"	57	2,8
"Blues Brothers" Centrum gastronomiczno - rekreacyjne	57	2,8
Lodziarnia/kawiarnia "Zabajka"	52	2,5
Restauracja Hotelu "Logos"	52	2,5
Admirał - salon gier	50	2,4
Restauracja "Gościniec Ostoja"	46	2,2
Bar "Bartek"	45	2,2
Bar samoobsługowy "Jędrak"	43	2,1
Restauracja "Atva"	39	1,9
Klub "Szekla"	31	1,5
Bar "Ptyś"	28	1,4
Restauracja "Żagielek"	27	1,3
Kawiarnia "Ostry Róg"	27	1,3
Zajazd "Stary Młyn"/Białobrzegi	25	1,2
"Rico" kawiarnia/lodziarnia	23	1,1
Pub "Faust"	21	1
Restauracja "Dolina Rospudy"	21	1
Karczma "Mostki"	18	0,9
Bar "Max"	13	0,6
"Grill-bar"	10	0,5
Pub "Iskra" (kino)	9	0,4
"Kaktusik" Centrum Rekreacyjne	9	0,4
Cukiernia "Markiza"	8	0,4
Bar "U Jarka"	8	0,4
Bar 5	8	0,4
"Nad Netą" Kompleks Wypoczynkowo -Rekreacyjny	7	0,3
Restauracja "Abro"	7	0,3
Cafe Bar "Cappucino"	7	0,3
Restauracja "Kalinka"/Kalinowo	5	0,2
Restauracja "Greek Zorbas"	5	0,2
Pub "5th"	4	0,2
Bar "POSTiW"	3	0,1
Cukiernia "P. Augustyniak"	3	0,1
Bar "Gyros"	3	0,1
ogółem	2049	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

60,2% ankietowanych uważa, że baza gastronomiczno – rozrywkowa w mieście powinna zostać rozbudowana w celu rozwoju usług turystycznych. Zaś 36,9% ankietowanych jest odmiennego zdania. Oznacza to, że mimo licznych występujących w mieście obiektów gastronomiczno-rozrywkowych, respondenci w większości liczą na zwiększenie ich liczby, by zaspokoić potrzeby większej liczby ludzi.

TABELA 259. CZY WEDŁUG PANA/I ISTNIEJE POTRZEBA ROZBUDOWY OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWYCH W PANA/I MIEŚCIE W CELU ROZWOJU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

	N	%
tak	145	60,2
nie	89	36,9
brak danych	7	2,9
ogółem	241	100

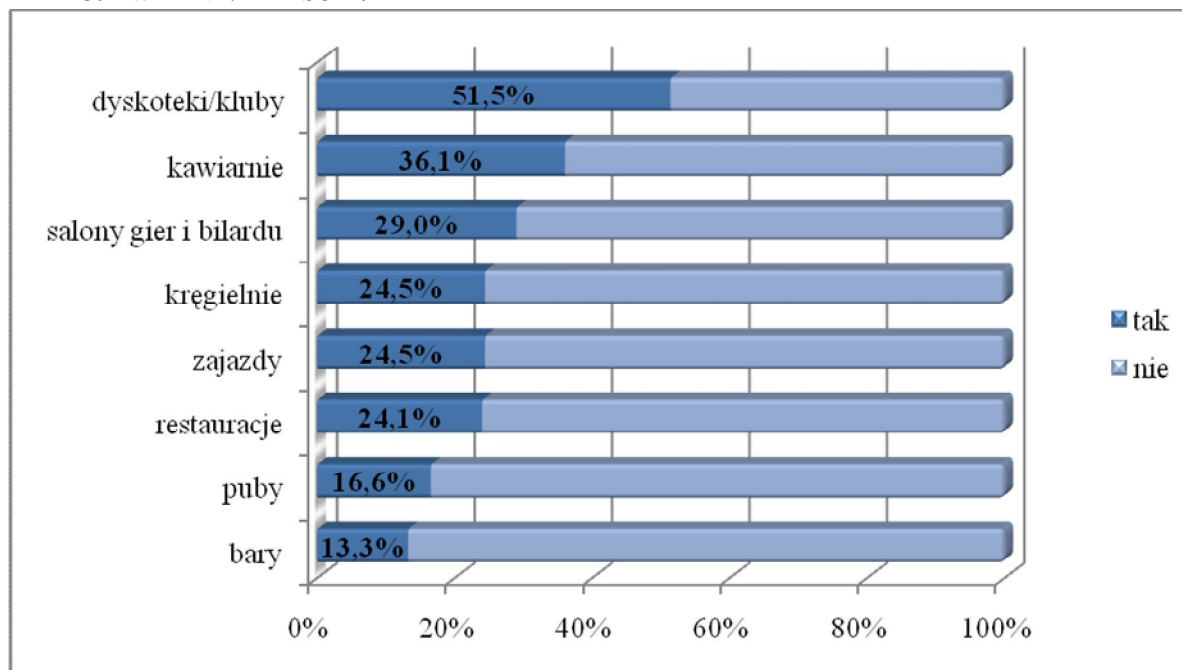
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie tych obiektów gastronomiczno – rozrywkowych, których liczba jest niewystarczająca. Z analizy danych wynika, iż co najmniej połowa respondentów uważa, że w mieście obiektów tych nie brakuje. 51,5% osób wskazało, że za mało jest dyskotek i klubów, a 36,1% wskazało na niewystarczającą liczbę kawiarni. Niedostateczna ilość pozostałych obiektów była wskazywana przez maksymalnie 25% osób.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 44. PROSZĘ WSKAZAĆ JAKICH OBIEKTÓW GASTRONOMICZNO - ROZRYWKOWYCH BRAKUJE W PANA/I MIEŚCIE?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytania zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyły działalności informacji turystycznej w Augustowie.

Ponad połowa respondentów uważa, że w mieście działa jeden punkt informacji turystycznej (54,4% wskazań). Zważywszy na fakt, że Augustów jest miastem turystycznym liczba punktów IT jest zbyt mała, by udzielić informacji dużej liczbie turystów.

TABELA 260. PROSZĘ OKREŚLIĆ LICZBĘ PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
1 punkt it	131	54,4
2 punkty it	31	12,9
nie wiem/trudno powiedzieć	24	10
4 punkty it	23	9,5
3 punkty it	17	7,1
5 i więcej punktów it	11	4,6
0 punktów it	3	1,2
brak danych	1	0,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Następnie osoby biorące udział w badaniu zostały zapytane o to, czy ich zdaniem oznakowanie punktów informacji turystycznej jest wystarczające. Odpowiedzi na to pytanie rozkładają się niemalże równomiernie, jednakże ze wskazaniem na pozytywną ocenę istniejącego oznakowanie (58,5% wskazań respondentów).

TABELA 261. CZY ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCE OZNAKOWANIE PUNKTÓW INFORMACJI TURYSTYCZNEJ?

	N	%
raczej tak	87	36,1
raczej nie	73	30,3
zdecydowanie tak	54	22,4
zdecydowanie nie	27	11,2
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani zostali także o to, czy system IT działa odpowiednio w Mieście Augustów. Większość ankietowanych uznała, że system IT działa dobrze (51,5% wskazań), natomiast według 46,1% ankietowanych, szlaki oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane.

TABELA 262. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ DZIAŁA ODPOWIEDNIO W PANA/I MIEŚCIE?

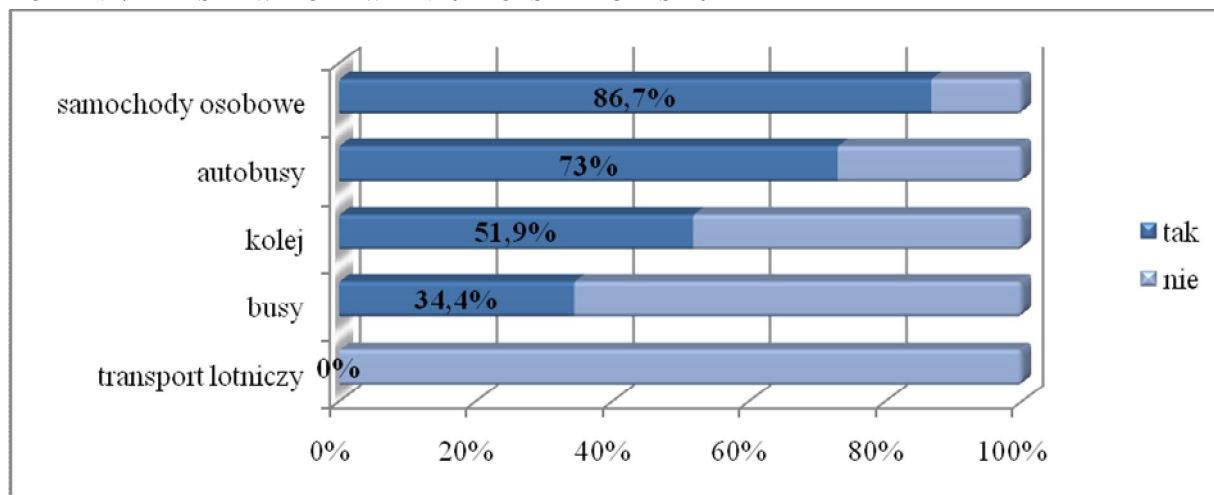
	N	%
tak, jest dobry	96	39,8
nie, szlaki oraz atrakcje turystyczne są słabo opisane	77	32,0
tak, jest bardzo dobry	28	11,7
nie, brakuje opisów szlaków i atrakcji turystycznych	25	10,4
nie, szlaki i atrakcje turystyczne są źle opisane	9	3,7
brak danych	6	2,4
Ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które wzięły udział w badaniu w większości uznały, że najlepszym środkiem transportu, którym najszybciej i najwygodniej dojeżdżamy do Miasta Augustów jest samochód osobowy (86,7% wskazań). Popularnym oraz stosunkowo szybkim środkiem transportu jest także autobus, który wskazało 73% respondentów. Transport lotniczy w Augustowie nie istnieje.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 45. KTÓRYM ŚRODKIEM TRANSPORTU MOŻNA DOSTAĆ SIĘ Z SĄSIEDNICH REGIONÓW DO PANA/I MIASTA W MOŻLIWIE NAJKRÓTSZYM CZASIE?



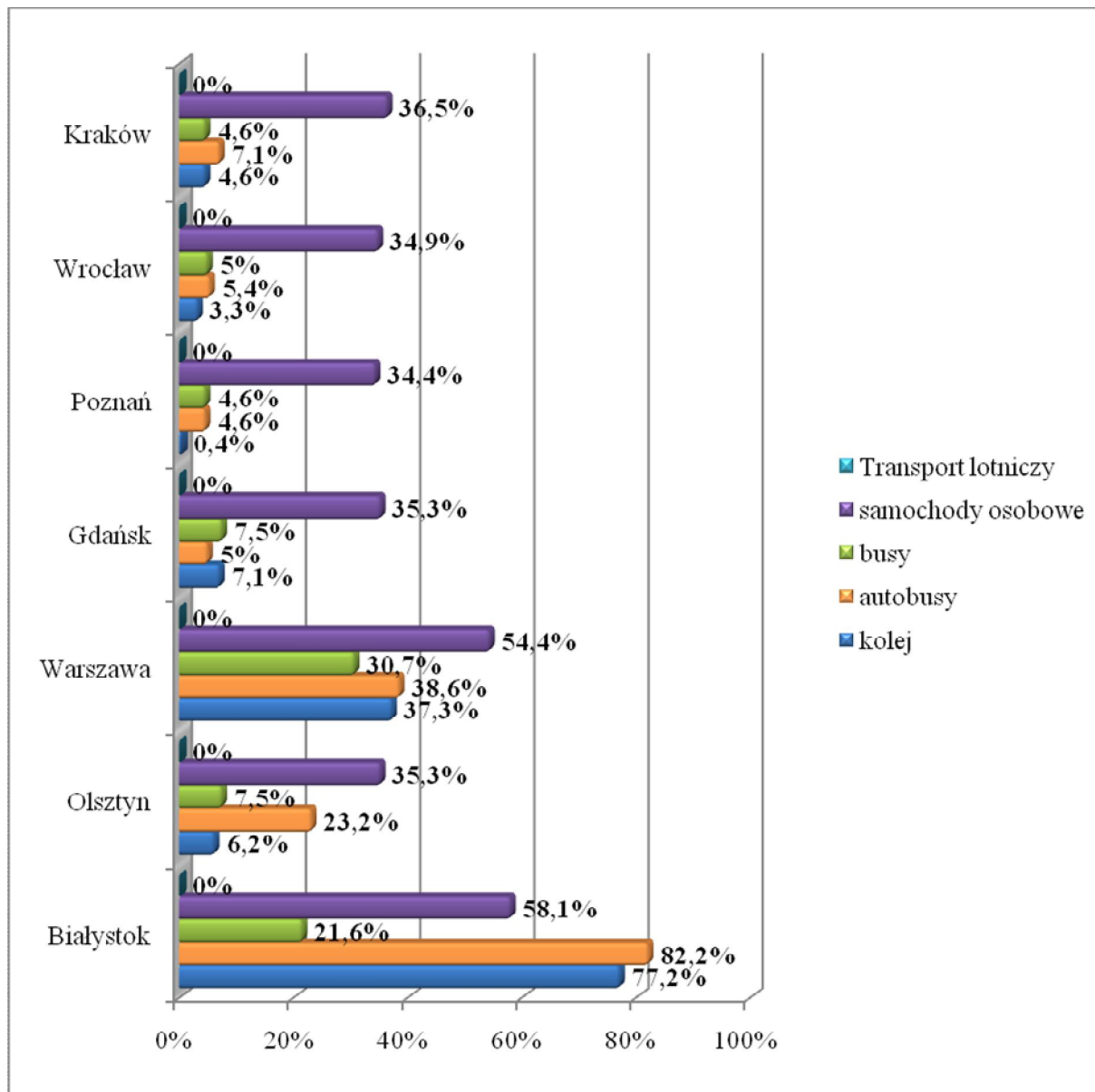
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Za najlepsze połączenia komunikacyjne miasta Augustów, respondenci uznali połączenia autobusowe z Białymstokiem (82,2% wskazań), a następnie z Warszawą (30,7% wskazań). Oprócz tego respondenci wskazują na dobre połączenia kolejowe z Białymstokiem (77,2% wskazań) oraz Warszawą (37,3% wskazań). Dobre połączenia samochodowe Miasto Augustów posiada ze wszystkimi wymienionymi ośrodkami miejskimi.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 46. KTÓRE OŚRODKI MIEJSKIE W POLSCE MAJĄ NAJLEPSZE POŁĄCZENIA KOMUNIKACYJNE Z PANA/I MIASTEM, PRZY WYKORZYSTANIU OKREŚLONYCH ŚRODKÓW TRANSPORTU



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie osoby biorące udział w badaniu zostały zapytane o to, czy według nich stan dróg dojazdowych do miasta hamuje rozwój turystyki w Augustowie. Trzy czwarte (75,1%) respondentów uznało, że zdecydowanie tak (49%) bądź raczej tak (26,1%). Co wskazuje na konieczność poprawy stanu infrastruktury drogowej w okolicach miasta Augustowa.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 263. CZY W PANA/I OPINII STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIASTA HAMUJE ROZWÓJ TURYSTYKI?

	N	%
zdecydowanie tak	118	49
raczej tak	63	26,1
raczej nie	39	16,2
zdecydowanie nie	21	8,7
Ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ważnym z punktu widzenia turysty czynnikiem, który decyduje o miejscu, w którym spędzą swój urlop/wakacje jest dostęp do Internetu. Dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie takich miejsc, gdzie turyści mogą skorzystać z bezpłatnego dostępu do Internetu. Ankietowani najczęściej wskazywali, że takim miejscem jest Centrum Informacji Turystycznej (28,8% respondentów). Według 23,8% respondentów takich miejsc w mieście nie ma bądź nie wiedzą gdzie one mogą być. Obserwuje się relatywnie wysoki odsetek osób nie orientujących się w umiejscowieniu oraz działalności punktów bezpłatnego dostępu do Internetu w Mieście Augustów. Jednocześnie można stwierdzić, iż na terenie badanego Miasta występuje spora liczba wspomnianych punktów.

TABELA 264. W KTÓRYCH MIEJSCACH NA TERENIE PANA/I MIASTA TURYSŃCI MOGĄ KORZYSTAĆ Z BEZPŁATNEGO DOSTĘPU DO KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ?

	N	%
Centrum Informacji Turystycznej	86	28,8
brak takich miejsc	43	14,4
nie wiem gdzie są takie miejsca	28	9,4
Centrum miasta	27	9
kawiarenki internetowe	25	8,4
Biblioteka Miejska	16	5,4
Route 66	9	3
Fabryka Nastrojów	6	2
Pizzeria "Gruby Benek"	5	1,7
Szekla Port	4	1,3
Hotel Laguna	3	1
Cafe & Bar oraz Hotel "Szuflada"	3	1
Informacja ATOL	3	1
Wypożyczalnia Filmów "Grota"	2	0,7
Kino, bar "Iskra"	2	0,7
Hotel Warszawa	2	0,7



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

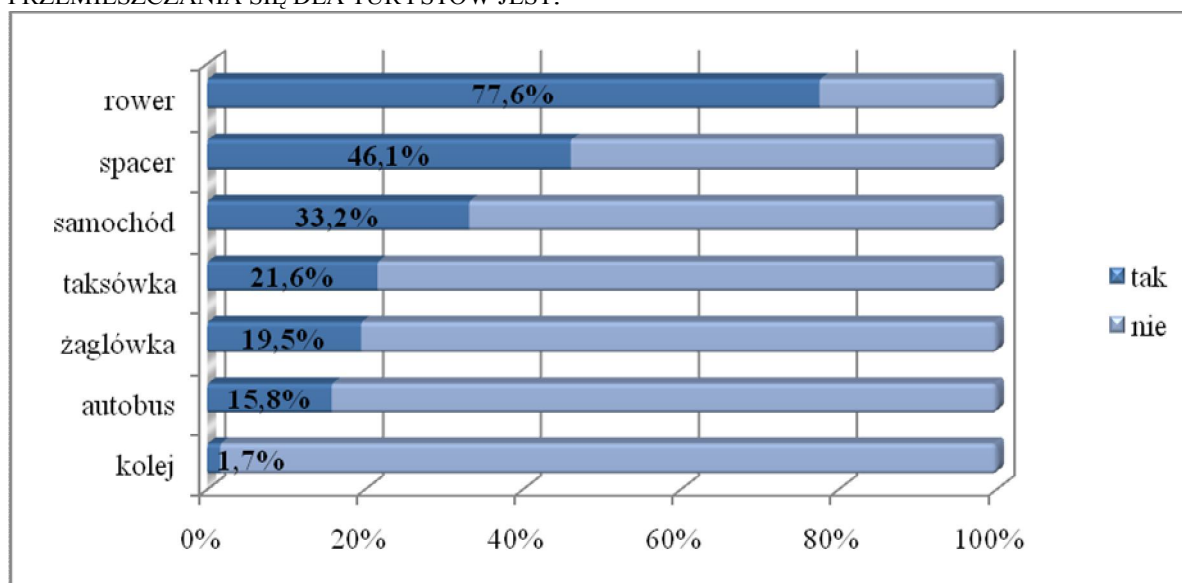
Hotel Logos	1	0,3
brak danych	34	11,4
Ogółem	299	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zamieszczone w ankiecie dotyczyło najlepszego sposobu przemieszczania się dla turystów na obszarze Miasta Augustów. 77,6% respondentów wskazało rower jako najlepszy środek transportu w mieście. Blisko połowa respondentów, uznała, iż właśnie spacer będzie najlepszym sposobem przemieszczania się dla większości turystów (46,1% respondentów). Ankietowani uznali autobusy jako najsłabszy środek transportu do przemieszczania się po Mieście (15,8% wskazań respondentów).

RYSUNEK 47. W TRAKCIE POBYTU NA OBSZARZE PANA/I MIASTA NAJLEPSZYM SPOSOBEM PRZEMIESZCZANIA SIĘ DLA TURYSTÓW JEST:



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

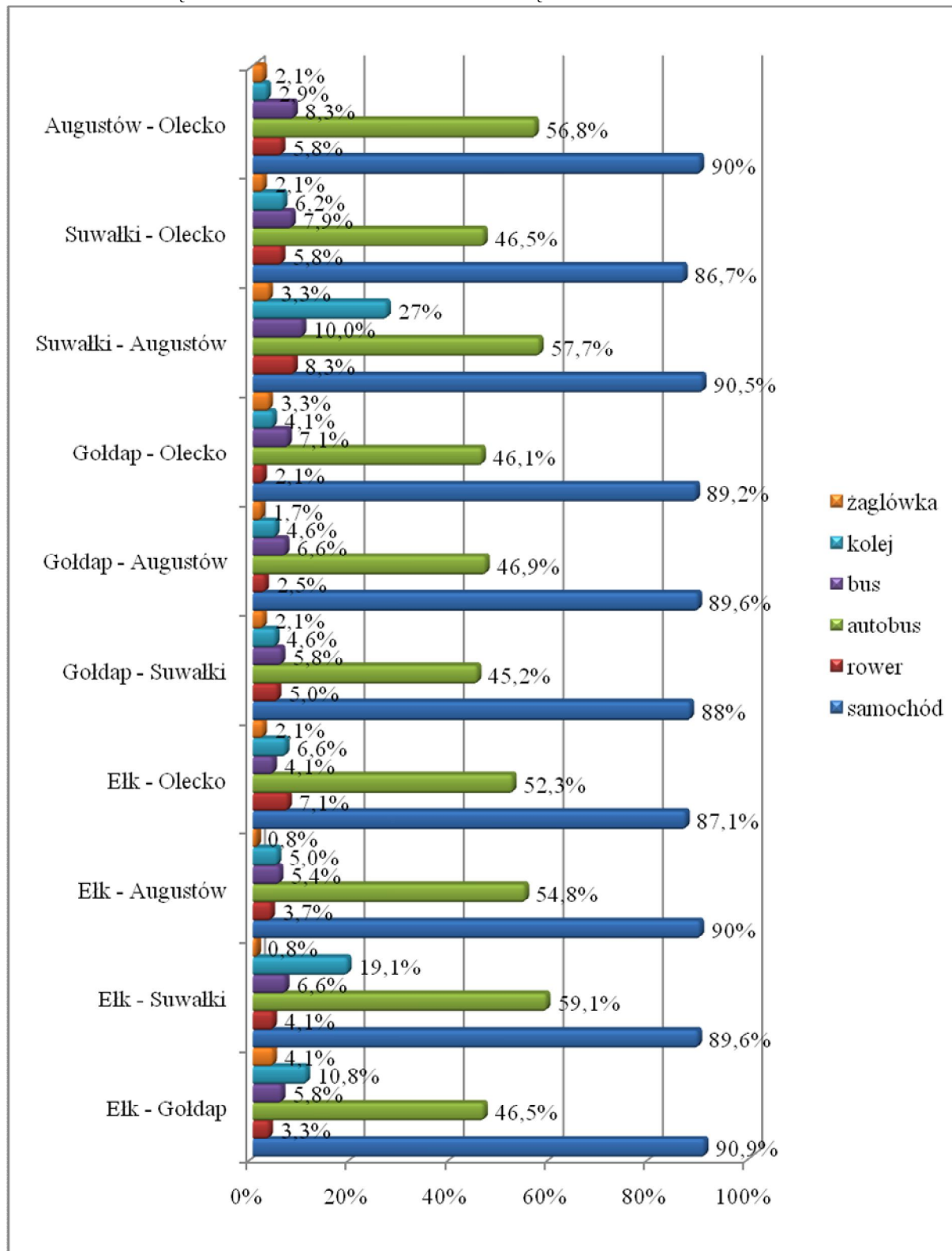
W dalszej części ankiety respondenci zostali poproszeni o wskazanie, które środki transportu są najodpowiedniejsze do podróżowania dla turystów pomiędzy ośrodkami miejskimi wewnątrz regionu EGO SA.

Jak wynika z rysunku 48 ankietowani uznali, że najlepiej po regionie EGO SA podróżuje się samochodem a następnie autobusem.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYСУNEK 48. KTÓRE ŚRODKI TRANSPORTU SĄ NAJODPOWIEDNIEJSZE DO PODRÓŻOWANIA DLA TURYSTÓW POMIĘDZY OŚRODKAMI MIEJSKIMI WEWNĄTRZ REGIONU EGO SA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W kolejnym pytaniu w ankiecie respondenci zostali poproszeni o ocenę stanu dróg dojazdowych do Miasta Augustów, stanu dróg w mieście, dostępności miejsc parkingowych oraz ich jakości.

Jak wynika z danych zebranych podczas realizacji badania według ponad 60% respondentów stan dróg dojazdowych do miasta oraz stan dróg w samym mieście jest zły bądź bardzo zły (*tabele 265 i 266*).

TABELA 265. STAN DRÓG DOJAZDOWYCH DO MIASTA

	N	%
zły	111	46,1
dobry	70	29,0
bardzo zły	44	18,3
brak danych	15	6,2
bardzo dobry	1	0,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

TABELA 266. STAN DRÓG W SAMEJ MIEJSCOWOŚCI

	N	%
zły	115	47,7
dobry	79	32,8
bardzo zły	38	15,8
bardzo dobry	1	0,4
brak danych	8	3,3
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podobnie sytuacja wygląda jeśli chodzi o dostępność miejsc parkingowych i parkingów niestrzeżonych. 73,8% ankietowanych oceniło ową dostępność również jako złą bądź bardzo złą. Jeszcze mniej jest w Augustowie parkingów strzeżonych. Ankietowani ich dostępność oceniają w zdecydowanej większości jako bardzo złą („bardzo zła” – 47,3%, „zła” – 34%) (*tabele 267 i 268*).

TABELA 267. DOSTĘPNOŚĆ MIEJSC PARKINGOWYCH, PARKINGÓW NIESTRZEŻONYCH

	N	%
bardzo zła	103	42,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zła	75	31,1
dobra	51	21,2
bardzo dobra	5	2,1
brak danych	7	2,9
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

TABELA 268. DOSTĘPNOŚĆ PARKINGÓW STRZEŻONYCH

	N	%
bardzo zła	114	47,3
zła	82	34
dobra	33	13,7
bardzo dobra	3	1,2
brak danych	9	3,7
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o jakość parkingów to również w ocenie respondentów nie jest ona dobra. 62,6% ankietowanych oceniło jakość parkingów jako „złą” bądź „bardzo złą”. Tylko 31,5% respondentów uznało, iż jakość parkingów jest „dobra” bądź „bardzo dobra”. Oznacza to, iż nawierzchnia parkingów wymaga naprawy oraz ulepszenia.

TABELA 269. JAKOŚĆ PARKINGÓW

	N	%
zła	90	37,3
dobra	70	29
bardzo zła	61	25,3
bardzo dobra	6	2,5
brak danych	14	5,8
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

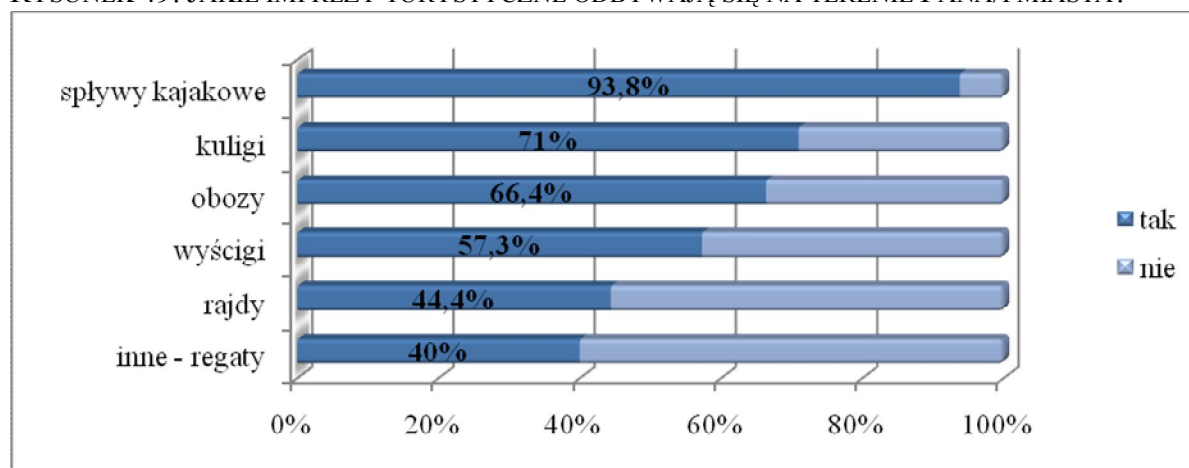
Kolejne pytanie zawarte w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło imprez turystycznych, które odbywają się na terenie miasta. Według danych, które zostały przedstawione na *rysunku 49*, w mieście Augustów według co najmniej połowy respondentów mają miejsce takie atrakcje rekreacyjne jak: spływy kajakowe (93,8% wskazań), kuligi (71% wskazań), obozy (66,4% wskazań), wyścigi (57,3% wskazań) oraz rajdy (44,4% wskazań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

respondentów). Spływy kajakowe cieszą się zdecydowanie największą popularnością wśród respondentów.

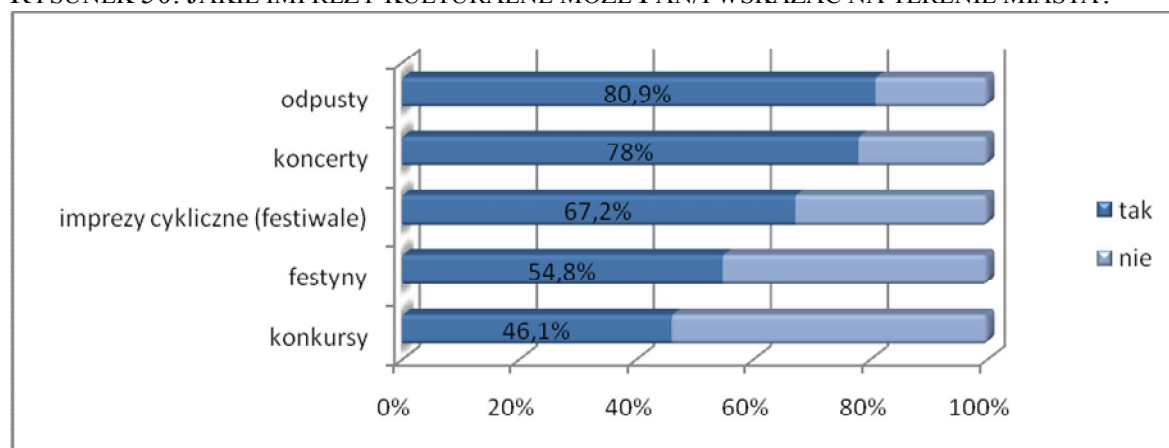
RYSUNEK 49. JAKIE IMPREZY TURYSTYCZNE ODBYWAJĄ SIĘ NA TERENIE PANA/I MIASTA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani o imprezy kulturalne odbywające się w Augustowie. Najwięcej osób wskazało na odpusty (80,9% wskazań) oraz koncerty (78%). Duży odsetek ankietowanych typowało także imprezy cykliczne (67,2% wskazań), festyny (54,8% wskazań) a także konkursy (46,1% wskazań respondentów). Z rozkładu odpowiedzi wynika, iż miasto Augustów ma w ofercie bogaty kalendarz imprez kulturalnych.

RYSUNEK 50. JAKIE IMPREZY KULTURALNE MOŻE PAN/I WSKAZAĆ NA TERENIE MIASTA?



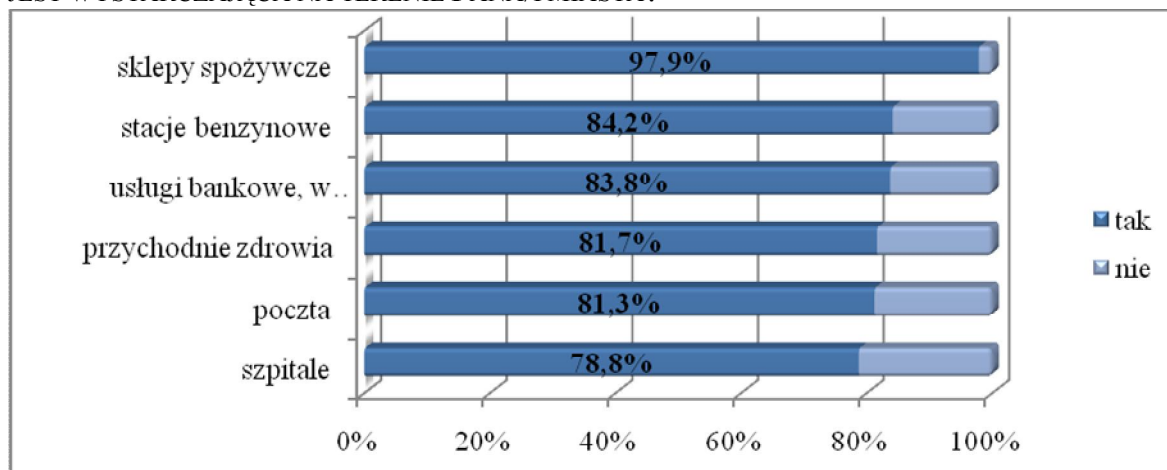
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według większości respondentów liczba użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów, takich jak usługi bankowe, w tym bankomaty (83,8% wskazań), sklepy spożywcze

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

(97,9% wskazań), poczta (81,3% wskazań), stacje benzynowe (84,2% wskazań), szpitale (78,8% wskazań) oraz przychodnie zdrowia (81,7% wskazań) jest ewidentnie wystarczająca.

RYSUNEK 51. CZY LICZBA UŻYTECZNOŚCI UZUPEŁNIAJĄCYCH DOSTĘPNYCH DLA TURYSTÓW JEST WYSTARCZAJĄCA NA TERENIE PANA/I MIASTA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci oceniają, że Miasto Augustów w sezonie turystycznym jest w stanie jednorazowo przyjąć od 5 tys. do 10 tys. turystów. Taką liczbę podało 36,1% ankietowanych. Według 29,9% osób miasto może przyjąć od 1 do 5 tysięcy jednorazowo. Miasto Augustów, myśląc o rozwoju potencjału turystycznego musi wziąć pod uwagę zwiększenie liczby obiektów noclegowych, w celu przyjęcia dużej liczby turystów. Ważne jest także zwiększenie liczby oraz tematyki organizowanych imprez, by zaspokoić oczekiwania zróżnicowanej grupy turystów, którzy usatysfakcjonowani pobytem na terenie Augustowa, zechcą wrócić tu raz jeszcze.

TABELA 270. ILU TURYSTÓW SZACUNKOWO W PANA/I OPINII JEST W STANIE PRZYJĄĆ MIASTO W SEZONIE TURYSTYCZNYM JEDNORAZOWO?

	N	%
od 5 tys. do 10 tys.	87	36,1
od 1 tys. do 5 tys.	72	29,9
od 10 tys. do 30 tys.	39	16,2
od 30 tys. do 50 tys.	19	7,9
poniżej 1000	6	2,5
od 50 tys. do 100 tys.	6	2,5
od 100 tys. do 500 tys.	6	2,5
powyżej 500 tys.	2	0,8
brak danych	4	1,7



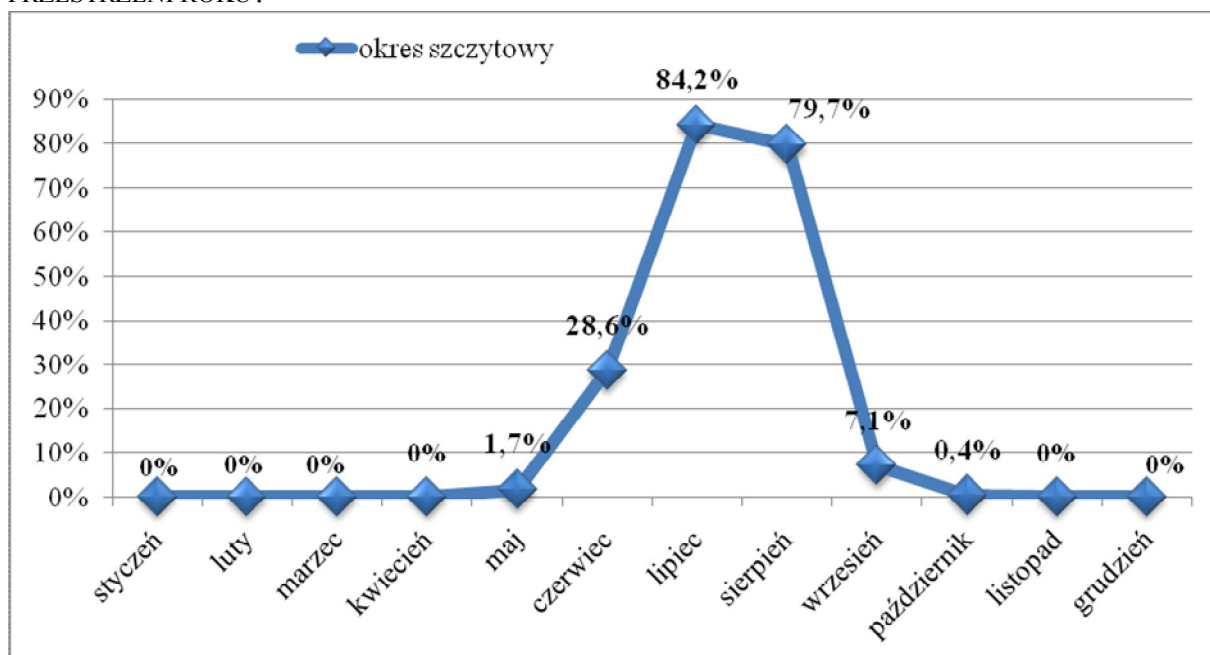
Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ogółem	241	100
--------	-----	-----

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na poniższym *rysunku 52* zostało przedstawione natężenie ruchu turystycznego w mieście Augustów w poszczególnych miesiącach roku. Pod uwagę wzięto jedynie te odpowiedzi respondentów, które wskazywały na okres szczytowy. Miesiącami o największej liczbie turystów są miesiące letnie (czerwiec – 28,6% lipiec – 84,2% wskazań, sierpień – 79,7% wskazań). Wynikać to może z bogatej oferty imprez oraz atrakcji letnich, jakie bez wątpienia posiada badane Miasto.

RYSUNEK 52. JAKIE JEST NATĘŻENIE RUCHU TURYSTYCZNEGO NA TERENIE PANA/I MIASTA NA PRZESTRZENI ROKU?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dalsza część ankiety dotyczyła charakterystycznych dla miasta produktów turystycznych. Respondenci m.in. zostali zapytani o znane im produkty turystyczne jakie posiada miasto Augustów oraz o to, czy firma/institucja, którą respondent reprezentuje posiada własne produkty turystyczne.

Zdecydowana większość ankietowanych uważa, iż Augustów posiada charakterystyczne produkty turystyczne (73,4% wskazań), zaś 16,2% respondentów jest

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zdania, iż miasto nie może poszczycić się żadnym charakterystycznym produktem turystycznym.

TABELA 271. CZY PANA/I MIASTO POSIADA CHARAKTERYSTYCZNY PRODUKT TURYSTYCZNY?

	N	%
tak	177	73,4
nie	39	16,2
nie wiem/trudno powiedzieć	20	8,3
brak danych	5	2,1
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych osób, które znają produkty turystyczne Augustowa, 44,2% wskazało, że najbardziej charakterystyczną dla miasta jest impreza cykliczna – Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie”, 11,7% respondentów wskazało także Kanał Augustowski jako Szlak Papieski, natomiast 10,4% ankietowanych wytypowało „Necko Endurance” jako najbardziej charakterystyczny produkt turystyczny Augustowa. Szczegółowy rozkład odpowiedzi zawiera tabela 272.

TABELA 272. PROSZĘ PODAĆ NAJBARDZIEJ CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE

	N	%
Mistrzostwa Polski w Pływaniu Na Byle Czym "Co ma pływać nie utonie"	136	44,2
Kanał Augustowski - Szlak Papieski	36	11,7
Motorowodne Mistrzostwa Świata Łodzi Wytrzymałościowych "Necko Endurance"	32	10,4
Kartacze	24	7,8
babka ziemniaczana	16	5,2
Augustowianka - woda mineralna	6	1,9
Kuchnia Pachnąca Tradycją	5	1,6
Międzynarodowy Konkurs Skoków na Nartach Wodnych "Netta Cup"	4	1,3
spływy kajakowe	3	1
sękacz	3	1
walory przyrodnicze	2	0,6
rejsy	2	0,6
rajdy rowerowe	2	0,6
monety okolicznościowe (Augusty)	2	0,6
Kanał Augustowski - Szlak Papieski	1	0,3
Jogurt Augustowski	1	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Augustowskie Noce i Dni	1	0,3
brak danych	32	10,4
ogółem	308	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Większość, bo 58,5% ankietowanych uważa, że Miasto Augustów nie wykorzystuje w pełni swojego potencjału turystycznego, jednocześnie 35,3% respondentów ocenia wykorzystanie potencjału turystycznego miasta jako wystarczające.

TABELA 273. CZY ISTNIEJĄCA OFERTA TURYSTYCZNA WYKORZYSTUJE W PEŁNI POTENCJAŁ TURYSTYCZNY PANA/I MIASTA?

	N	%
nie	141	58,5
tak	85	35,3
brak danych	15	6,2
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu zdiagnozowania potencjału turystycznego Augustowa, zapytano respondentów, co zmieniliby w ramach oferty turystycznej miasta. W ten sposób, możliwe będzie zdobycie wiedzy na temat tego co należałoby uczynić aby ulepszyć ową ofertę.

14,2% respondentów uznało, że miasto powinno się lepiej promować poprzez media, dzięki czemu możliwe będzie dotarcie z informacją o atrakcjach turystycznych miasta do większej rzeszy turystów. Następnie ankietowani wskazywali stworzenie większej liczby atrakcji poza sezonem letnim (13,1% wskazań). Respondenci dostrzegają zbyt słabą promocję miasta, co powoduje stagnację i brak rozwoju turystyki w Augustowie. Jednocześnie ankietowani dostrzegli, iż należałoby wzbogacić istniejącą ofertę turystyczną miasta o zimowe atrakcje turystyczne, które spowodują, że turyści odwiedzą Augustów także zimą, a to pozwoli miastu pełniej się rozwijać. Pozostałe sugestie respondentów na zmianę w ofercie turystycznej przedstawia tabela 274.

TABELA 274. CO NALEŻAŁOBY ZMIENIĆ W RAMACH OFERTY TURYSTYCZNEJ MIASTA?

	N	%
lepsz promocja miasta	41	14,2
atrakcje poza sezonem letnim	38	13,1
zwiększenie liczby imprez kulturalno - rozrywkowych	27	9,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

budowa obwodnicy i modernizacja dróg dojazdowych	24	8,3
lepszą ofertą turystyczną	16	5,5
budowa urządzeń sanitarnych (toalety, prysznice, itp.)	11	3,8
rozbudowa ścieżek rowerowych	11	3,8
nieodpowiednie nastawienie władz miasta	10	3,5
brak współpracy z władzami miasta	8	2,8
nic nie trzeba zmieniać	7	2,4
zwiększenie liczby uzdrowisk i sanatoriów	7	2,4
budowa taniej bazy noclegowej	6	2,1
rozbudowa bazy sportowej	5	1,7
budowa kładki na rzekę Netta	5	1,7
obniżenie cen po sezonie turystycznym	4	1,4
rozbudowa bulwarów	4	1,4
budowa i modernizacja parkingów	4	1,4
ulepszenie infrastruktury	4	1,4
zwiększenie liczby atrakcji i zabaw dla dzieci	4	1,4
zwiększenie bazy noclegowej i gastronomicznej	3	1
poła biwakowe	2	0,7
unowocześnienie i odbudowa stanic wodnych	1	0,3
nie wiem	1	0,3
lepsze wykorzystanie bazy wodnej	1	0,3
przebudowa amfiteatru	1	0,3
brak danych	43	14,9
ogółem	288	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jedynie 22,8% respondentów zadeklarowało, iż firma/instytucja którą reprezentują posiada własne produkty turystyczne. Aż 75,9% respondentów przyznało, iż ich firma nie posiada żadnego produktu turystycznego.

TABELA 275. CZY PANA/I FIRMA POSIADA WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE?

	N	%
nie	183	75,9
tak	55	22,8
brak danych	3	1,2
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

18,5% ankietowanych wskazało dania regionalne jako tworzony przez ich firmę produkt turystyczny. Natomiast 14,5% respondentów wskazało kolejno bazę noclegową oraz

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

gastronomię jak tworzone produkty turystyczne. Tabela 276 przedstawia inne wskazane przez respondentów produkty turystyczne jakie tworzy ich firma/instytucja.

TABELA 276. PROSZĘ WYMIENIĆ WŁASNE PRODUKTY TURYSTYCZNE

	N	%
dania regionalne (w tym m.in. kartacze)	15	18,5
baza noclegowa	12	14,8
gastronomia	12	14,8
spływy kajakowe	8	9,9
wycieczki	8	9,9
imprezy	3	3,7
"Co ma pływać nie utonie"	2	2,5
Kanał Augustowski	2	2,5
koncerty	2	2,5
kolonie	1	1,2
Regaty o puchar Burmistrza Miasta Augustów	1	1,2
wyciąg	1	1,2
zabiegi lecznicze - uzdrowisko	1	1,2
obozy językowe	1	1,2
szkolenia motorowodne	1	1,2
jachty żaglowe	1	1,2
biuro turystyczne	1	1,2
brak danych	9	11,1
ogółem	81	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 55, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu tworzenia produktów turystycznych firmy/instytucje mogą ze sobą współpracować. Taką współpracę deklaruje 85,5% respondentów, którzy przyznali, że ich firmy/instytucje tworzą produkty turystyczne. Tylko 10,9% ankietowanych odpowiedziało, iż ich firma nie podejmuje współpracy z innymi przedsiębiorstwami w celu tworzenia wspólnego produktu turystycznego.

TABELA 277. CZY WSPÓLPRACUJE PANA/I FIRMA Z INNYMI FIRMAMI W TWORZENIU WSPÓLNEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO?

	N	%
tak	47	85,5
nie	6	10,9
brak danych	2	3,6
ogółem	55	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

60% ankietowanych na pytanie czy ich firma/instytucja prowadzi działania w celu promocji turystyki, odpowiedziało, że tak. Natomiast 36,4% ma odmienne zdanie.

TABELA 278. CZY PANA/I FIRMA PROWADZI DZIAŁANIA MARKETINGOWE W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
tak	33	60
nie	20	36,4
brak danych	2	3,6
ogółem	55	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Do najczęstszych działań marketingowych w celu promocji turystyki należą: promocja przez Internet (18% wskazań) oraz branie udziału w różnych targach turystycznych (18% wskazań respondentów).

TABELA 279. JAKIE DZIAŁANIA MARKETINGOWE PROWADZI PANA/I FIRMA W CELU PROMOCJI TURYSTYKI?

	N	%
Internet	11	18
targi	11	18
reklama/promocja	9	14,8
ulotki	6	9,8
plakaty	5	8,2
konferencje	3	4,9
wysyłanie ofert	2	3,3
spotkania/wyjazdy	2	3,3
tablice	2	3,3
prezentacje na towarach	1	1,6
informatory	1	1,6
telemarketing	1	1,6
marketing szeptany	1	1,6
tablice	1	1,6
brak danych	5	8,2
ogółem	61	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 33, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnia część Bloku I dotyczyła tego, czy firmy posiadają plan rozwoju działalności gospodarczej oraz czy korzystają z funduszy bądź programów rozwoju gospodarczego.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

56,4% respondentów zadeklarowało, iż ich firma nie posiada planu rozwoju działalności gospodarczej. Jednocześnie 43,6% ankietowanych przyznaje, że ich firma posiada taki plan.

TABELA 280. CZY PANA/I FIRMA POSIADA PLAN ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

	N	%
nie	31	56,4
tak	24	43,6
ogółem	55	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na pytanie jakie plany rozwoju działalności gospodarczej posiada firma respondenta, 29,2% wskazało rozbudowę lokalu, 20,8% wskazało Strategię Marki i Promocji Miasta Augustowa. Inne odpowiedzi respondentów odnoszące się do planów rozwoju działalności gospodarczej przedstawia niżej zamieszczona tabela 281.

TABELA 281. JAKIE PLANY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ POSIADA PANA/I FIRMA/INSTYTUCJA?

	N	%
rozbudowa lokalu	7	29,2
Strategia Marki i Promocji Miasta Augustowa	5	20,8
stworzenie większej bazy noclegowej	3	12,5
Budowa własnych stanic na Rospudzie	1	4,2
budowa hotelu	1	4,2
budowa pokoi gościnnych	1	4,2
otwarcie wypożyczalni rowerów	1	4,2
Gastronomia agroturystyczna	1	4,2
brak danych	4	16,7
ogółem	24	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Zaledwie 21,8% respondentów przyznaje, że ich firma korzysta z programów/funduszy rozwoju gospodarczego badanego miasta.

TABELA 282. CZY PANA/I FIRMA KORZYSTA Z FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO PANA/I MIASTA?

	N	%
nie	43	78,2
tak	12	21,8
ogółem	55	100

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ci respondenci, którzy zadeklarowali, że korzystają z funduszy bądź programów rozwoju gospodarczego wskazali, że korzystają z dotacji unijnych (66,7% wskazań), np. w ramach Projektu Operacyjnego „Kapitał Ludzki” (33,3% wskazań respondentów).

TABELA 283. Z JAKICH FUNDUSZY/PROGRAMÓW ROZWOJU GOSPODARCZEGO KORZYSTA PANA/I FIRMA/INSTYTUCJA?

	N	%
dotacje	8	66,7
Program Operacyjny "Kapitał Ludzki" (dotacje)	4	33,3
ogółem	12	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

PODSUMOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIASTA AUGUSTÓW ORAZ REKOMENDACJE DO DALSZYCH DZIAŁAŃ

Z analizy danych wynika, iż Miasto Augustów jest obszarem atrakcyjnym turystycznie. Bogactwo jego walorów przyrodniczych i turystycznych jest dostrzegane przez 100% respondentów, którzy wzięli udział w badaniu.

Augustów to najważniejszy ośrodek turystyczny i wypoczynkowy na obszarze Puszczy Augustowskiej oraz znane uzdrowisko klimatyczne. Walory turystyczne są związane głównie z położonymi w pobliżu licznymi jeziorami. Najpopularniejszymi jeziorami na terenie Augustowa są oczywiście główne jeziora otaczające miasto, a mianowicie: Jezioro Necko, Jezioro Białe oraz Jezioro Sajno. Najatrakcyjniejszym jest Jezioro Necko, nad brzegiem którego znajdują się liczne hotele i ośrodki turystyczne, a także plaża miejska z wyciągiem nart wodnych. Przez jezioro przebiega szlak Kanału Augustowskiego, kursują statki wycieczkowe. Wzdłuż brzegu, na odcinku od rzeki Netty do rzeczki Klonownicy, biegnie deptak oraz ścieżka rowerowa.

Wśród wód powierzchniowych jako najważniejszych bogactw naturalnych Augustowa wymienia się także rzeki. **Rzeka Netta i Rzeka Rospuda** są dobrze znanym respondentom oraz turystom zbiornikami rzecznyymi, których potencjał jest odpowiednio wykorzystywany jako m.in. trasa szlaków kajakowych.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wśród parków zdecydowanie największym zainteresowaniem turystów a także mieszkańców cieszy się **Biebrzański Park Narodowy** położony w gminie Goniądz, jako miejsce objęte ochroną ze względu na unikalny charakter fauny oraz flory, a który jest największym parkiem narodowym w Polsce. Wspomniany park jest niezwykle atrakcją turystyczną nie tylko dla miłośników przyrody, ale także dla amatorów przepięknych krajobrazów, jakie bez wątpienia posiada ów park. Sporą popularnością cieszy się także **Wigierski Park Narodowy**, który znajduje się nieopodal Suwałk oraz **Suwalski Park Krajobrazowy**, który leży w znacznej odległości od Augustowa, jednakże najwyraźniej odległość nie stanowi bariery dla mieszkańców oraz turystów Augustowa. Małą popularnością cieszy się **Park Miejski w Augustowie**, być może wynika to z faktu małej atrakcyjności tego miejsca w porównaniu z innymi istniejącymi wspaniałymi walorami w okolicach Augustowa.

Najpopularniejszą puszcza jest w ogromnej większości **Puszcza Augustowska**, w której zlokalizowane jest badane Miasto.

Na terenie Augustowa wśród pomników przyrody popularnością cieszą się zaledwie **drzewa w Parku Miejskim**. Żadne inne pomniki nie cieszą się uznaniem respondentów.

Najbardziej popularnym rezerwatem jest **Rezerwat „Jeziora Kolno”** znajdujący się na terenie gminy Augustów. Innymi cenionymi rezerwatami są oczywiście te wchodzące w skład Puszczy Augustowskiej, a mianowicie: **Rezerwat „Stara Ruda”**, **Rezerwat „Jeziora Kalejty”** znajdujący się na terenie gminy Nowinka, **Rezerwat „Brzozowy Grąd”**, **Rezerwat „Kozi Rynek”** zlokalizowane na terenie gminy Sztabin oraz **Rezerwat „Dolina Rospudy”** w Puszczy Augustowskiej.

Ogólnie rzecz biorąc, Miasto Augustów jest obszarem bardzo atrakcyjnym przyrodniczo. Położone w Puszczy Augustowskiej, która jest ogromnym kompleksem leśnym, a w niej znajdują się liczne rezerваты oraz parki. Miasto jest zlokalizowane także w otoczeniu jezior, pomników przyrody wraz z rzekami, które tworzą wyjątkowy potencjał Augustowa, który warto wykorzystać w celu rozwoju usług turystycznych, jednak z uwagą na nienaruszenie tej wyjątkowej, dziewiczej przyrody.

Wśród najważniejszych zabytków Augustowa, które stanowią o jego wyjątkowości, wymienia się przede wszystkim **Zespół Kanału Augustowskiego**. Inne popularne zabytki to:

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Budynek Starej Poczty w Augustowie, Sanktuarium w Studznicznej czy Bazylika Mniejsza NSJ.

Na terenie Augustowa znajdują się także muzea. Największą popularnością cieszy się **Muzeum Ziemi Augustowskiej** oraz **Muzeum Kanału Augustowskiego**.

Najbardziej popularną imprezą kulturalną jest **Międzynarodowy Festiwal Jazzu Tradycyjnego „Spotkania z Louistem Armstrongiem”**. Wspomniana impreza, jako, że posiada zasięg ogólnopolski a nawet ogólnoswiatowy, cieszy się dużym uznaniem zarówno mieszkańców miasta jak i turystów, może być przykładem odpowiedniego wykorzystania potencjału miasta oraz prawdopodobnie dobrej promocji imprezy. Inne cieszące się sporym zainteresowaniem imprezy na terenie Augustowa to **Augustowskie Lato Teatralne** oraz **Balladowe Nocki Nad Neckiem**. Są to wspaniałe imprezy inicjowane przez mieszkańców Augustowa, a na które tłumnie przybywają także turyści.

Imprezy folklorystyczne w Augustowie nie cieszą się zainteresowaniem, docierają ze swoim programem tylko do wąskiego grona miłośników folkloru.

Na terenie miasta odbywa się także wiele imprez sportowo-rekreacyjnych, wśród których wymienić należy przede wszystkim **Mistrzostwa Polski w Pływaniu Na Byle Czym "Co ma pływać nie utonie"**, które posiadają rangę ogólnopolską oraz cieszą się ogromną popularnością wśród zarówno mieszkańców, jak i turystów przybywających do Miasta. Jest tym rodzajem imprezy, która wyróżnia się na tle innych wydarzeń sportowych organizowanych na terenie regionu EGO SA ze względu na oryginalny charakter imprezy. Jest to więc kolejny wyznacznik ogromnego potencjału Augustowa, który jest dobrze wykorzystywany w ramach rozwoju turystyki. Innymi równie charakterystycznymi oraz popularnymi imprezami są: **Międzynarodowy Konkurs Skoków na Nartach Wodnych "Netta Cup"** oraz **Motorowodne Mistrzostwa Świata Łodzi Wytrzymałościowych "Necko Endurance"**. Można powiedzieć, iż oferta Augustowa dotycząca imprez rekreacyjno-sportowych jest prawdziwie bogata i wyjątkowa.

Wśród popularnych szlaków turystycznych Miasta Augustów wymienia się najczęściej **szlak niebieski „Rzeki Netty”, szlak zielony wokół jezior Białe i Studzniczne** oraz **szlak pieszy do Raczek**. Niedaleko Augustowa biegnie też **Szlak Konny Puszczy Augustowskiej**, który jest popularnym szlakiem miłośników jeździectwa na tych terenach. Augustów

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

w swoich najbliższych okolicach ma bogatą infrastrukturę dobrze oznaczonych szlaków turystycznych, co może być powodem do dumy Miasta.

Miasto Augustów posiada także spory zasób obiektów sportowo-rekreacyjnych. W tym największą popularnością cieszy się **MOSiR** oraz **CSiR**. Popularny jest także **Wyciąg Nart Wodnych** oraz **Tor Kartingowy**.

Wśród parków wodnych wymienia się **basen CSiR** oraz **basen w hotelu Amber & Bay**.

Miasto Augustów ma też swoje braki. Wśród największych wymienia się przede wszystkim **zbyt małą liczbę imprez kulturalnych**. Wspominano także brak **atrakcji dla dzieci**. Inne odczuwane niedostatki w ofercie turystycznej to **lodowiska**, **ścieżki rowerowe** czy **wspominany aquapark**. Mieszkańcy Augustowa zwracają uwagę na braki atrakcji zimowych, które mogłyby być wspaniałym uzupełnieniem oferty turystycznej Miasta.

Mieszkańcy Miasta Augustowa charakteryzują się względnie dużą świadomością dotyczącą składu miastowego regionu EGO SA. Jednocześnie wyróżniają się niskim poziomem wiedzy dotyczącej szlaków łączących tereny EGO SA. Potrzebna jest zdecydowanie skuteczniejsza i na większą skalę promocja regionu w mediach, by uświadomić odbiorców o istnieniu tak ciekawej inicjatywy miast Elku, Gołdapi, Olecka, Suwałk oraz Augustowa oraz łączących je szlaków turystycznych.

Z analizy danych wynika, iż istnieje wyraźna potrzeba rozbudowy bazy noclegowej oraz obiektów gastronomiczno-rozrywkowych w Augustowie. Wśród tych obiektów najpopularniejsze są: **Hotel „Warszawa”**, **Sanatorium Uzdrowskie „Budowlani”**, **Hotel „Leśnik”** oraz **Kręgielnia „Garaż”**, **Park Pub i Restauracja „Albatros”**. Uzyskane dane pozwalają także twierdzić, iż w ramach rozbudowy bazy noclegowej i gastronomiczno-rozrywkowej w mieście powinny powstać przede wszystkim: hotele* oraz dyskoteki/kluby.

Stan dróg w Augustowie oraz okolicach jest jednoznacznie zły i wymaga modernizacji, by nie hamować rozwoju turystyki w mieście. Sytuacja wygląda podobnie jeśli chodzi o miejsca parkingowe na terenie Miasta. Być może dlatego respondenci uznali, iż najlepszym sposobem przemieszczania się po mieście będzie rower oraz spacer. Dlatego ważne jest by na terenie miasta oraz w okolicach była wystarczająca liczba **ścieżek pieszych oraz rowerowych**.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Miasto Augustów posiada bogaty **zasób usług około-turystycznych**. Turyści nie będą mieli trudności z odnalezieniem tu bankomatu, stacji benzynowych czy sklepu spożywczego.

Z analizy uzyskanych w toku badań danych wynika, iż Augustów jest w stanie przyjąć jednorazowo od 5 tys. do 10 tys. turystów. Jest to duża liczba, która określa ogromne możliwości turystyczne Miasta oraz dobre przygotowanie bazy noclegowej oraz gastronomiczno-rozrywkowej.

W Mieście Augustowie funkcjonuje 1 punkt IT, którego funkcjonowanie określone jest jako dobre. Oznakowanie punktów IT również oceniane jest jako dobre. Z tego wynika, iż system IT w Mieście Augustowie funkcjonuje zgodnie z przeznaczeniem.

Podsumowując: Miasto Augustów jest przykładem właściwego i zrównoważonego rozwoju potencjału turystycznego. Jednakże istnieją walory oraz atrakcje, o które mogłoby wzbogacić istniejącą ofertę turystyczną. Są to:

- odpowiednie oznakowanie Muzeum I Pułku Ułanów Krechowieckich, jako ważnej wartości Augustowa i elementu wyróżniającego spośród innych miejscowości EGO SA, by stało się bardziej popularne,
- lepsza promocja Dni Augustowa,
- jeszcze lepsza promocja imprez sportowych, by zdobyły jeszcze większą liczbę entuzjastów i stanowiły prawdziwy symbol Miasta,
- wzbogacenie oferty turystycznej o atrakcje oraz imprezy w sezonie zimowym by zachować płynność ruchu turystycznego przez cały rok,
- budowa Aquaparku z prawdziwego zdarzenia,
- więcej imprez kulturalnych,
- więcej atrakcji pomyślanych dla dzieci,
- więcej ścieżek rowerowych,
- budowa kolejnego lodowiska,
- budowa hoteli*,
- budowa większej ilości dyskotek/klubów,
- poprawa infrastruktury drogowej (budowa obwodnicy).



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

PODSUMOWANIE BADANIA POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO REGIONU EGO SA

Tereny należące do badanego regionu EGO SA należą do jednego z nielicznych w Europie o nieskazitelnej przyrodzie i niezwykłych walorach krajobrazowych. Obszar ten został nazwany „Zielonymi Płucami Polski”. Miasta i gminy, które zostały objęte badaniem właśnie dzięki temu położeniu posiadają liczne walory i atrakcje przyrodnicze, rekreacyjne oraz turystyczne.

Analiza danych wykazała, iż obszar regionu EGO SA ma bez wątpienia duży potencjał turystyczny do wykorzystania. Występuje tu wiele jezior oraz rzek, które są wykorzystywane jako obiekty rekreacyjne oraz trasy szlaków kajakowych. Zbiorniki wodne są niewątpliwie największą wizytówką tych terenów. Ponadto na terenie EGO SA występują bujne kompleksy leśne, z czego znaczna część jest objęta ochroną i stanowią parki narodowe, krajobrazowe oraz puszcze. Oprócz walorów przyrodniczych region posiada także walory i atrakcje turystyczne. EGO SA odznacza się pod tym względem dużą kreatywnością w tworzeniu charakterystycznych imprez, które stanowią o atrakcyjności turystycznej. Badany teren obfituje także w wyjątkowe zabytki, niespotykane na innych terenach (np. Kanał Augustowski,).

Położenie wśród jezior i rzek sprawia, że w celu zwiększenia atrakcyjności utworzono wiele ścieżek rowerowych i pieszych, które prowadzą po najpiękniejszych zakątkach EGO SA. Szlaki kajakowe umożliwiają podróżowanie po regionie drogą wodną.

Mimo, iż na badanym obszarze wiele jest atrakcji turystycznych oraz prawdziwe bogactwo walorów przyrodniczych, z analizy zebranego materiału badawczego wynika, że oferta turystyczna regionu nie wykorzystuje w pełni istniejącego potencjału. Można to potraktować za dobry znak, co oznacza, że na terenie EGO SA jest jeszcze wiele możliwości rozwoju turystyki oraz wiele tematyki do wykorzystania w ramach tworzenia nowej, ulepszonej oferty turystycznej badanego regionu. Odpowiedzi respondentów dotyczące tego, co jeszcze mogłoby powstać na objętym badaniem obszarze mogą posłużyć jako pomysły na nową, ulepszoną ofertę turystyczną, którą należałoby wzbogacić przede wszystkim o atrakcje w sezonie zimowym.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Jeśli zaś chodzi o bazę noclegową i gastronomiczno-rozrywkową to mimo występowania wielu tego typu obiektów, powinno się zainwestować w jej modernizację oraz rozbudowę. Umożliwi to miastom oraz gminom regionu EGO SA przyjąć szersze rzesze turystów, a tym samym pełniej wykorzystać potencjał turystyczny obszaru.

Położenie regionu EGO SA ma także swoje negatywne strony. Ponieważ występują tu liczne tereny objęte ochroną, w dużym stopniu hamują one rozbudowę infrastruktury transportowej. W związku z tym połączenia komunikacyjne z regionem i wewnątrz regionu nie są wystarczające.

Region EGO SA jest obszarem wyjątkowym nie tylko na skalę Polski ale także ogólnoswiatową. Rozwijanie potencjału turystycznego jest ważne, jednakże należy zachować odpowiednie proporcje, by nie naruszać wspaniałej, dziewiczej przyrody, która tam występuje.

POTRZEBY W ZAKRESIE DOSKONALENIA ZAWODOWEGO KADR ZATRUDNIONYCH W TURYSTYCE

Niżej przedstawiona analiza danych dotyczy potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce. Analiza zebranego podczas przeprowadzania wywiadów materiału badawczego z przedstawicielami branży turystycznej została przedstawiona w podziale na poszczególne miasta/gminy wchodzące w skład regionu EGO SA. Dzięki temu możliwe jest sprawdzenie jak poszczególne miasta/gminy podchodzą do polityki szkoleniowej.

1. Miasto Elk

Pierwszym miastem, w którym zostały zbadane potrzeby w zakresie szkolenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce jest Miasto Elk.

Pierwsze pytanie, jakie zostało zadane respondentom dotyczyło wpływu szkoleń na działanie instytucji/przedsiębiorstwa. Zdecydowana większość (łącznie 89,1%) ankietowanych uznała, że szkolenia kadry są pomocne w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji.

TABELA 284. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH JEST POMOCNE W FUNKCJONOWANIU FIRMY/INSTYTUCJI?

	N	%
zdecydowanie tak	100	49,5
raczej tak	80	39,6
raczej nie	18	8,9
zdecydowanie nie	2	1
brak danych	2	1
Ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie reprezentanci Miasta Elk zostali zapytani o to, jak często biorą udział w szkoleniach. Zaledwie 10,9% osób biorących udział w badaniu zadeklarowało, że bierze udział w szkoleniach często lub bardzo często, a 52% rzadko bądź od czasu do czasu

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

uczestniczy w tego typu przedsięwzięciach. 37,1% osób nigdy nie brało udziału w tego typu przedsięwzięciu.

TABELA 285. JAK CZĘSTO BIERZE PAN/I UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	75	37,1
od czasu do czasu	64	31,7
rzadko	41	20,3
często	21	10,4
bardzo często	1	0,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Rodzaje szkoleń, w których respondent brał udział przedstawia tabela 286, z której wynika, że respondenci najczęściej uczestniczą w szkoleniach typu BHP, przeciwpożarowych, itp., czyli w tych które są szkoleniami obowiązkowymi. Pytanie to nie dotyczy 75 osób, które nigdy nie brały udziału w żadnym szkoleniu.

TABELA 286. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA W KTÓRYCH BRAŁ/A PAN/I UDZIAŁ?

	N	%
BHP, ppoż, sanitarne	25	16,9
antyalkoholowe/antynarkotykowe	13	8,9
Platforma współpracy EGO SA	9	6
kurs komputerowy	7	4,8
kursy językowe	6	4
pozyskiwanie funduszy unijnych	5	3,3
nowoczesny sprzedawca, itp.	5	3,3
profesjonalna obsługa gości	5	3,3
nie pamiętam	4	2,8
kasa fiskalna	3	2
skuteczny menager	3	2
negocjacje	2	1,3
prawo w turystyce	2	1,3
kurs pierwszej pomocy	1	0,6
zamówienia publiczne	1	0,6
specjalista ds. turystyki	1	0,6
rozliczanie funduszy strukturalnych	1	0,6
personalne	1	0,6
kadrowe	1	0,6
aktywizacja zawodowa	1	0,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

pisanie biznes planów	1	0,6
brak danych	53	35,3
ogółem	150	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 127, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło częstości uczestnictwa w szkoleniach pracowników/współpracowników respondenta. Zaledwie 2% osób zadeklarowało częsty udział swoich pracowników bądź współpracowników w szkoleniach. Natomiast prawie 40% odpowiedziało, że jego firma/instytucja nie wysyła pracowników na szkolenia, a niecałe 35%, że sytuacja taka ma miejsce od czasu do czasu.

TABELA 287. JAK CZĘSTO PANA/I PRACOWNICY/WSPÓŁPRACOWNICY BIORĄ UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	79	39,1
od czasu do czasu	70	34,7
rzadko	37	18,3
często	4	2
brak danych	12	5,9
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tematykę szkoleń, w których brali udział pracownicy lub współpracownicy, przedstawia tabela 288, z której wynika, że współpracownicy bądź pracownicy respondentów najczęściej biorą udział w szkoleniach obowiązkowych, takich jak m.in. szkolenie BHP. Pytanie to nie dotyczyło 79 osób, które zadeklarowały w poprzednim pytaniu, że ich pracownicy/współpracownicy nigdy nie brali udziału w takich przedsięwzięciach jak szkolenia czy kursy.

TABELA 288. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA, W KTÓRYCH PANA/I WSPÓŁPRACOWNICY NAJCZĘŚCIEJ BRALI UDZIAŁ?

	N	%
BHP, ppoż, sanitarne	27	20,1
szkolenie obsługi gastronomicznej	23	17,2
antyalkoholowe/antynarkotykowe	19	14,2
pozyskiwanie funduszy unijnych	5	3,7
nie wiem	4	3
kasa fiskalna	3	2,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

kursy językowe	2	1,5
kursy komputerowe	2	1,5
księgowość	2	1,5
personalne	2	1,5
różne	2	1,5
branżowe	2	1,5
aktywizacja zawodowa	1	0,7
pisanie biznes planów	1	0,7
zamówienia publiczne	1	0,7
warsztaty tańca	1	0,7
brak danych	37	27,6
ogółem	134	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 123, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Mimo iż zdecydowana większość respondentów uważa, że szkolenia są bardzo przydatne w celu dobrego funkcjonowania firmy/institucji, rzadko uczestniczą w szkoleniach, nieczęsto doszkalają swoich pracowników i deklarują, że ich współpracownicy również niezbyt często biorą udział w szkoleniach. Można więc stwierdzić, że przedsiębiorstwa bądź też instytucje zlokalizowane w Mieście Elk, które związane są z działalnością turystyczną nie doskonałą swych kadr, nie działają na rzecz rozwoju zarówno firmy/institucji jak i pracowników w nich pracujących.

Kolejne pytania w ankiecie dotyczyły planowanego nowozatrudnienia i wymagań stawianych osobom, które starają się o przyjęcie do pracy.

W pierwszej kolejności respondenci zostali zapytani o to, czy planują zatrudnić nowych pracowników. 75,2% osób, które wzięły udział w badaniu z racji swego stanowiska w firmie/institucji, nie może udzielić odpowiedzi na to pytanie. Z analizy danych wynika, iż spośród osób, które mogą zatrudniać nowych pracowników, tylko 18% planuje zwiększyć zatrudnienie w firmie/institucji.

TABELA 289. CZY PLANUJE PAN/I ZATRUDNIĆ NOWYCH PRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	9	18
nie	29	58
brak danych	12	24
ogółem	50	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W tabeli 290 zostały przedstawione zawody/stanowiska których będą dotyczyły przyjęcia. Pytanie to nie dotyczy 89,6%, gdyż część respondentów z racji zajmowanego stanowiska nie może zatrudniać nowych pracowników oraz część respondentów, którzy posiadają takie kompetencje zadeklarowała, iż nie ma zamiaru w najbliższym czasie zwiększać zatrudnienia.

TABELA 290. PROSZĘ OKREŚLIĆ STANOWISKA, NA KTÓRE POSZUKUJE PAN/I PRACOWNIKÓW?

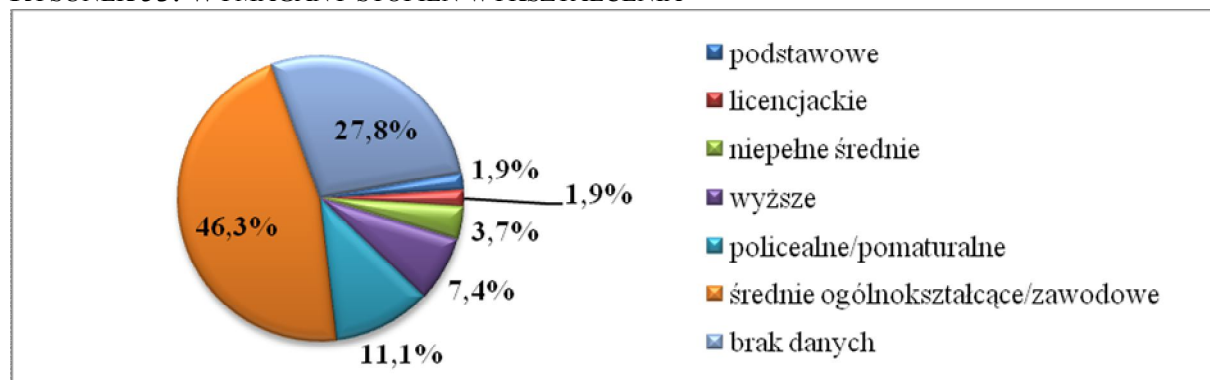
	N	%
barman	3	14,3
sprzedawca	2	9,5
pomoc kuchenna	1	4,8
roboty budowlane	1	4,8
wodzirej	1	4,8
brak danych	13	61,8
ogółem	21	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 18, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych respondentów, którzy mają możliwość zatrudniania nowych pracowników prawie połowa uznała, że osoby które chcą zatrudnić powinny posiadać wykształcenie średnie ogólnokształcące bądź średnie zawodowe, a następnie policealne lub pomaturalne. Zapewne związane jest to z tym, że istnieje wiele szkół ponadgimnazjalnych o profilach związanych z turystyką (np. technikum gastronomiczne, hotelarskie, ekonomiczne).

RYSUNEK 53. WYMAGANY STOPIEŃ WYKSZTAŁCENIA

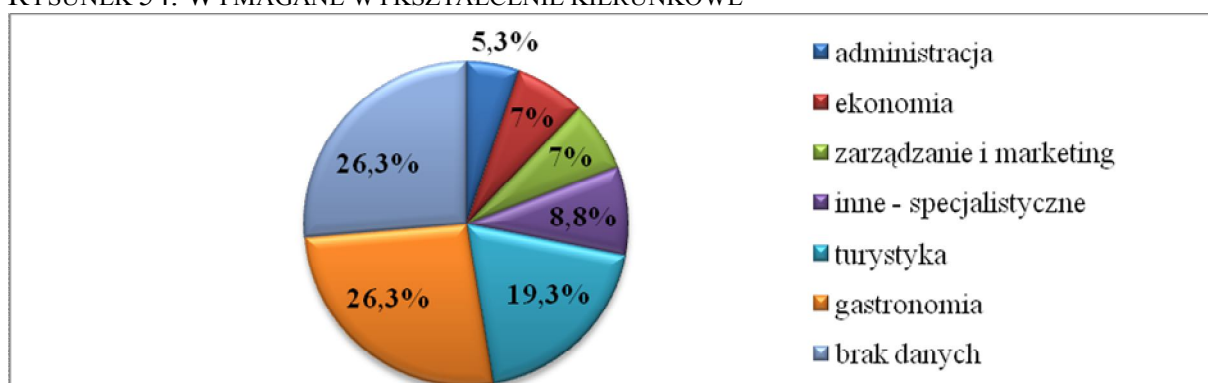


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Osoby starające się o przyjęcie do pracy powinny posiadać wykształcenie kierunkowe, odpowiednie do tego stanowiska. Najczęściej respondenci wskazywali na wykształcenie gastronomiczne (26,3%) bądź związane z turystyką (19,3%).

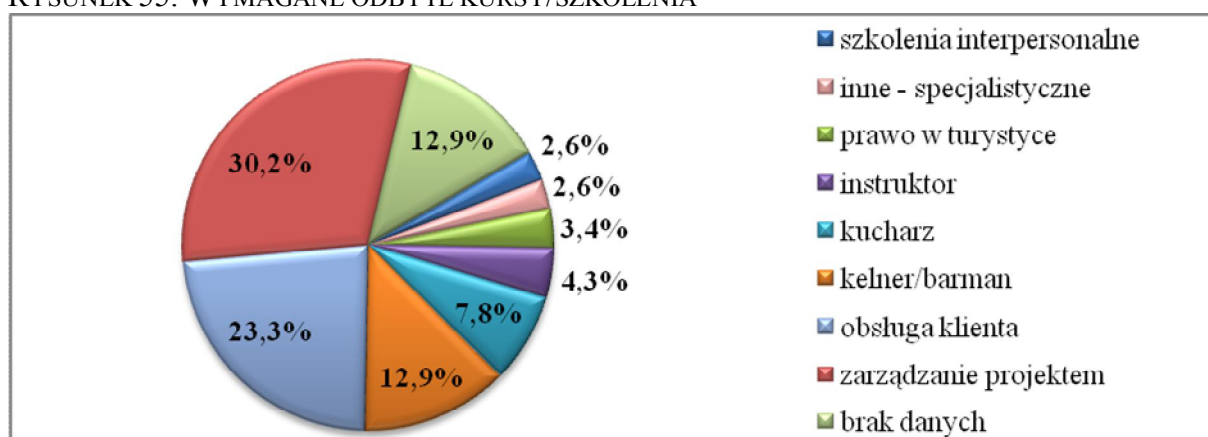
RYSUNEK 54. WYMAGANE WYKSZTAŁCENIE KIERUNKOWE



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najmilej widzianymi kursami/szkoleniami są te związane z zarządzaniem projektem. Ten rodzaj szkolenia pożądanym jest przez 30,2% respondentów. Następnym mile widzianym kursem jest kurs związany z obsługą klienta (23,3%). Najmniej ważnym dla respondentów rodzajem szkolenia jest szkolenie interpersonalne (2,6%).

RYSUNEK 55. WYMAGANE ODBYTE KURSY/SZKOLENIA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Firmy i instytucje, których działalność związana jest z turystyką w większości nie planują zwiększyć zatrudnienia. Tak więc osoby, które poszukują tu pracy w branży

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

turystycznej nie mają zbyt dużych szans na jej znalezienie. Jeśli zaś chodzi o preferowane umiejętności osób starających się o przyjęcie do pracy, ankietowani uznali, że kandydaci na wolne stanowiska pracy powinny legitymować się wykształceniem średnim związanym z gastronomią lub turystyką oraz powinni mieć ukończone szkolenia z zakresu zarządzania projektem i obsługi klienta. Zatem osoby, które posiadają te wyżej wymienione kwalifikacje, mają największe szanse na znalezienie w Elku pracy.

W dalszej części ankiety respondenci zostali zapytani o to, czy widzą potrzebę szkolenia pracowników. Ponad 63% respondentów, uważa iż szkolenia pracowników są potrzebne w celu sprawniejszego funkcjonowania firmy/institucji.

TABELA 291. CZY WIDZI PAN/I POTRZEBĘ SZKOLENIA PRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	138	68,3
nie	64	31,7
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w powyższym pytaniu uznały, że widzą potrzebę szkolenia pracowników zostały poproszone o wskazanie tych szkoleń bądź kursów, którymi byliby zainteresowani. Respondenci, jeśli mieliby możliwość wzięcia udziału w szkoleniu/kursie, najchętniej korzystaliby z kursów na organizatora imprez/przyjęć. 18,8% odpowiedzi dotyczyło właśnie tego typu dokształcenia. 12% jest zainteresowanych szkoleniem na pilota wycieczek, a 11% odpowiedzi dotyczyło kursów kadrowych.

TABELA 292. JAKIMI KURSAMI/SZKOLENIAMI BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANA?

	N	%
organizator imprez/przyjęć	72	18,8
pilot wycieczek	46	12
kursy kadrowe	42	11
barman/kelner	38	9,9
kucharz	35	9,2
pomoc kuchenna	31	8,1
instruktor	20	5,2
kuchnia specjalistyczna	19	5
recepjonista	16	4,2
dietetyka/odchudzanie	11	2,9
ciastkarz	11	2,9

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

kurs językowy	10	2,6
piekarz	8	2,1
pokojuwa	5	1,3
agent ochrony	4	1
promocja turystyki/reklama	4	1
obsługa ruchu turystycznego	4	1
sprzedawca	1	0,3
kurs komputerowy	1	0,3
brak danych	4	1
ogółem	382	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

77,2% osób, które wzięły udział w niniejszym badaniu uważa, że udział w szkoleniach zawodowych kadr przyczyni się do wzrostu turystów odwiedzających Miasto Elk. Wynika to zapewne z tego, iż różnego rodzaju szkolenia dają możliwość lepszego wykorzystania potencjału turystycznego. Poruszane na tego typu zajęciach tematy mogą okazać się przydatne podczas realizacji planu marketingowego poszczególnych firm i instytucji, ponadto mogą podsunąć pewne pomysły dotyczące zwiększenia atrakcyjności zarówno przedsiębiorstw, jak i Miasta Elk. Oprócz tego szkolenia na pewno zwiększają efektywność pracowników, co też jest istotnym czynnikiem świadczącym o atrakcyjności danego miejsca.

TABELA 293. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UDZIAŁ W SZKOLENIACH ZAWODOWYCH KADR ZWIĄZANYCH Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ PRZYCZYNI SIĘ DO WZROSTU LICZBY TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH PANA/I MIASTO?

	N	%
raczej tak	95	47
zdecydowanie tak	61	30,2
trudno powiedzieć	26	12,9
raczej nie	17	8,4
zdecydowanie nie	2	1
brak danych	1	0,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania, respondenci zostali poproszeni o wymienienie obszarów tematycznych szkoleń, w których najchętniej wzięliby udział. Najczęściej udzielanymi odpowiedziami były: kurs języka angielskiego (16,3% wszystkich odpowiedzi), promocja produktu turystycznego (13,9%), obsługa klienta (12%) oraz rozwój turystyki w regionie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych (11,5%).

TABELA 294. W KTÓRYM Z WYMIENIONYCH OBSZARÓW TEMATYCZNYCH BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A PLANUJĄC UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
język angielski	75	16,3
promocja produktu turystycznego	64	13,9
obsługa klienta	55	12
rozwój turystyki w regionie poprzez współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych	53	11,5
język niemiecki	42	9,1
źródła finansowania projektów turystycznych	37	8
szkolenia interpersonalne (negocjacje, autoprezentacja, animacja, komunikacja)	22	4,8
prawo w turystyce	19	4,1
zamówienia publiczne	19	4,1
fundusze unijne - przygotowanie projektu	18	3,9
kursy komputerowe	18	3,9
jak sprzedać produkt turystyczny?	17	3,7
zarządzanie projektem	7	1,5
język rosyjski	2	0,4
inne języki obce - <i>hiszpański</i>	2	0,4
inne	2	0,4
brak danych	8	1,7
ogółem	460	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

35,6% ankietowanych zadeklarowało, że ma możliwość uczestniczenia w szkoleniach w dni robocze w godzinach przedpołudniowych, 29,2% tylko w dni weekendowe, a 23,3% w godzinach wieczornych od poniedziałku do piątku. Zapewne odpowiedzi respondentów na to pytanie uzależnione były od tego, w jakiej firmie pracują i jaki jest ich czas pracy. Najwięcej osób wskazało na godziny przedpołudniowe, czyli te gdy większość osób jest w pracy.

TABELA 295. W JAKICH TERMINACH MIAŁBY/MIAŁABY PAN/I MOŻLIWOŚĆ UCZESTNICZENIA W WYBRANYCH SZKOLENIACH?

	N	%
dni robocze, godziny przedpołudniowe (8:00-12:00)	72	35,6
dni weekendowe	59	29,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

dni robocze, godziny wieczorne (17:00-21:00)	47	23,3
dni robocze, godziny popołudniowe (12:00-17:00)	20	9,9
brak danych	4	2
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Preferowanymi metodami szkoleń są wykłady, które wskazało 49,5% ankietowanych oraz warsztaty, które wymieniło 47% respondentów. Ani jedna osoba nie wskazała wymienionej w ankiecie metody jaką są szkolenia korespondencyjne.

TABELA 296. JAKIE METODY SZKOLENIA PAN/I PREFERUJE?

	N	%
wykłady	100	49,5
warsztaty	95	47
e-learning	3	1,5
brak danych	4	2
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym kryterium, które bierze się pod uwagę przy wyborze szkolenia jakie podawali respondenci podczas realizacji badania, jest cena szkolenia. Na takie kryterium wskazało 29,6% ankietowanych. Koszt jaki należy podjąć, gdy chce się wziąć udział w tego typu przedsięwzięciach jest wysoki zarówno dla osób, które prywatnie chcą się dokształcić oraz dla pracodawcy, który chciałby doszkolić swoich pracowników. Dlatego też pracodawcy na pierwszym miejscu przy wyborze szkolenia biorą pod uwagę jakie koszty z nim związane będą musieli podjąć. Wysoki koszt szkoleń jest najprawdopodobniej najważniejszą przyczyną nieuczestnictwa w szkoleniach kadr zatrudnionych w turystyce, co wykazały odpowiedzi respondentów w pierwszej części ankiety.

Równie ważne są terminy, w jakich organizowane jest szkolenie (23% wskazań) oraz czas trwania szkoleń (16,4%). W związku z tym, że niniejsze badanie dotyczy branży turystycznej, najprawdopodobniej sezon letni jest najmniej odpowiednim terminem szkoleń, gdyż odbywające się w tym czasie szkolenia pracowników utrudniałyby skuteczne działanie przedsiębiorstwa. Dlatego też termin szkolenia jest istotnym czynnikiem, który decyduje o chęci brania udziału w szkoleniach. Pracodawca musi wziąć pod uwagę, to czy udział

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

w szkoleniu nie zakłóci sprawnego wykonywania obowiązków, związanych z efektywnym funkcjonowaniem firmy.

TABELA 297. JAKIE KRYTERIA BIERZE PAN/I POD UWAGĘ PRZY WYBORZE SZKOLENIA?

	N	%
cena	148	29,6
terminy	115	23
czas trwania szkoleń	82	16,4
jakość szkoleniowców	76	15,2
warunki organizacyjne	40	8
bieżące potrzeby	34	6,8
brak danych	5	1
ogółem	500	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło sposobów pozyskiwania informacji na temat różnych rodzajów szkoleń. 24,1% respondentów przyznaje, że informacje dotyczące szkoleń znajduje poprzez Internet. Ponadto respondenci wskazali na fakt, iż na rynku istnieją firmy, które w celach promocyjnych same rozsyłają zaproszenia na szkolenia. W ten sposób o tego typu przedsięwzięciach dowiaduje się 19,4% ankietowanych. 17,9% osób zadeklarowało, że takich danych poszukuje w ogłoszeniach urzędów.

TABELA 298. POPRZEZ JAKI KANAŁ INFORMACYJNY ZNAJDUJE PAN/I INFORMACJĘ O SZKOLENIACH?

	N	%
Internet	113	24,1
zaproszenia z firm	91	19,4
ogłoszenia w urzędach	84	17,9
oferta szkoleniowa	62	13,2
prasa	48	10,3
informacja od znajomych	42	9
telewizja	23	4,9
brak danych	5	1,1
ogółem	468	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najczęściej wskazywaną przeszkodą, która uniemożliwiają udział w szkoleniu są wysokie koszty szkoleń. Na takie utrudnienia wskazało prawie 44% ankietowanych. Wysokie koszty, jak zostało wspomniane już przy okazji pytania dotyczącego kryterium branego pod uwagę przy wyborze szkolenia są bardzo dużą przeszkodą zarówno dla pracodawców, którzy chcą podnieść kwalifikacje swoich pracowników, jak i dla osób, które prywatnie chciałyby zainwestować w siebie, poprzez udział w szkoleniach. Inną przeszkodą, którą respondenci równie często wskazywali jest brak dofinansowań do szkoleń. Taka sytuacja powoduje, że z braku środków na szkolenia/kursy kadry zatrudnione w turystyce, nie dopasowują się do zmian zachodzących na rynku pracy oraz do potrzeb, które owe zmiany wywołują, co powoduje, że Miasto Elk ma mniejsze możliwości na wykorzystanie swojego potencjału turystycznego.

TABELA 299. PROSZĘ OKREŚLIĆ PRZESZKODY, KTÓRE UNIEMOŻLIWIAJĄ PANA/I UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
wysokie koszty szkoleń	164	43,9
brak dofinansowania na szkolenia	130	34,8
brak odpowiednich tematów szkoleń	46	12,3
nieodpowiednia metoda szkoleń	21	5,6
inne – „brak czasu”	8	2,1
brak danych	5	1,3
ogółem	374	100

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W kolejnej części ankiety respondenci zostali poproszeni o ocenienie jakości dostępnych szkoleń oraz osób je prowadzących.

Prawie 60% respondentów uważa, że dostępne szkolenia są raczej wysokiej jakości. 33,7% nie potrafi ocenić dostępnych szkoleń. Może to wynikać z faktu, że duży odsetek przebadanych osób nigdy nie brał udziału w szkoleniach i nie może się na ten temat wypowiedzieć.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 300. CZY PANA/I ZDANIEM DOSTĘPNE SZKOLENIA/KURSY SĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI?

	N	%
raczej tak	107	53
trudno powiedzieć	68	33,7
raczej nie	15	7,4
zdecydowanie tak	9	4,5
brak danych	3	1,5
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Według 56,9% ankietowanych osoby prowadzące kursy bądź szkolenia są dobrze i bardzo dobrze przygotowane, 34,2% nie potrafi ocenić ich przygotowania. Zaledwie 6% respondentów oceniło przygotowanie prowadzących szkolenia jako złe lub bardzo złe.

TABELA 301. JAK PAN/I OCENIA PRZYGOTOWANIE OSÓB PROWADZĄCYCH KURSY/SZKOLENIA?

	N	%
dobrze	95	47
trudno powiedzieć	69	34,2
bardzo dobrze	20	9,9
źle	10	5
bardzo źle	2	1
brak danych	6	3
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

32,2% respondentów nie potrafi odpowiedzieć na pytanie czy liczba kursów zawodowych jest wystarczająca. Niecałe 29% osób uważa, że liczba ta jest raczej lub zdecydowanie wystarczająca, i tyle samo osób jest przeciwnego zdania. Z analizy danych dotyczących liczby istniejących kursów zawodowych nie można jednoznacznie wywnioskować, czy jest ona dostateczna czy nie, gdyż zdania respondentów na ten temat są podzielone.

TABELA 302. CZY PANA/I ZDANIEM ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCA LICZBA KURSÓW ZAWODOWYCH?

	N	%
trudno powiedzieć	65	32,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

raczej tak	49	24,3
raczej nie	34	16,8
zdecydowanie nie	24	11,9
zdecydowanie tak	9	4,5
brak danych	21	10,4
ogółem	202	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W powyższej analizie wynika, że szkolenia, które są organizowane przez różnego rodzaju instytucje są dobrze zorganizowane, a osoby je prowadzące dobrze przygotowane.

Gdy poproszono respondentów o to, aby wskazali na to, co zmieniliby w strukturze organizowanych szkoleń bądź kursów 21,4% stwierdziło, że nie wie, a 36,4% nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Zapewne przyczyną takiego zachowania respondentów było to, iż nie biorą oni udziału w szkoleniach w ogóle lub robią to bardzo rzadko, tak więc nie orientują się jak wygląda struktura organizacyjna szkoleń. 19,5% stwierdziło, że cena oraz korzystniejszy czas szkoleń to najważniejsze dwie rzeczy, które powinny być zmienione.

TABELA 303. CO PAN/I ZMIENIŁBY/ZMIENIŁABY W STRUKTURZE ORGANIZOWANYCH KURSÓW/SZKOLEŃ?

	N	%
nie wiem	44	21,4
cena	23	11,2
korzystniejszy czas szkoleń	17	8,3
nic by nie zmienili	15	7,3
dofinansowanie	10	4,9
dostępność	7	3,4
praktyka	4	1,9
różnorodna tematyka	3	1,5
organizacja szkolenia	2	1
trudno powiedzieć	2	1
wszystko	2	1
długość szkolenia	1	0,5
jakość	1	0,5
brak danych	75	36,4
ogółem	206	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W dalszej części ankiety respondenci zostali poproszeni w wyrażeniu opinii na temat tego, czy większy dostęp do kursów/szkoleń zwiększy poziom bezrobocia w Mieście Elk. 53% ankietowanych uważa, że poprzez uczestnictwo w szkoleniach osoby bezrobotne mają większe szanse na znalezienie pracy. Natomiast przeciwnego zdania jest 20,3% osób. Pozostałe osoby nie potrafiły ocenić wpływu większej ilości kursów/szkoleń na poziom bezrobocia w gminie.

TABELA 304. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE WIĘKSZY DOSTĘP DO KURSÓW/SZKOLEŃ ZMNIEJSZY BEZROBOCIE W PANA/I GMINIE

	N	%
raczej tak	80	39,6
raczej nie	36	17,8
trudno powiedzieć	34	16,8
zdecydowanie tak	27	13,4
zdecydowanie nie	5	2,5
brak danych	20	9,9
ogółem	202	100

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 202, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać pracowników (50 osób) zostały zapytane o to, czy zatrudniłyby osobę, która właśnie ukończyła kurs/szkolenie ale nie posiada doświadczenia zawodowego. 42% ankietowanych przyznało, że taką osobę mogliby przyjąć na wolne stanowisko.

Z analizy danych wynika, iż duży odsetek przedsiębiorców nie widzi przeszkód w zatrudnianiu osób bez doświadczenia zawodowego, którzy ukończyli szkolenie bądź kurs. Mimo to uczestnictwo w szkoleniach nie zwiększa znacznie szans na zatrudnienie osób bez doświadczenia zawodowego. Mimo, że jedynie 14% zadeklarowało, że nie zatrudniliby takiej osoby, wynik ten nie świadczy o chęci zatrudniania dobrze wykwalifikowanych ale bez doświadczenia zawodowego osób. 18% nie wie co by zrobiło w takiej sytuacji, a 28% nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie, co może być tożsame z tym, iż nie wiedzą jak by postąpili w stosunku do takiej osoby. Można zatem wywnioskować z tego, że są jeszcze inne cechy, które są ważne podczas rekrutacji pracowników.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 305. CZY ZATRUDNIŁBY/ZATRUDNIŁABY PAN/I OSOBĘ ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	21	42
trudno powiedzieć	8	16
raczej nie	6	12
zdecydowanie nie	1	2
brak danych	14	28
ogółem	50	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tych samych respondentów zapytano, czy zaoferowałiby staż zawodowy osobom, które odbyły kurs/szkolenie, ale nie mają doświadczenia zawodowego. Połowa respondentów, stwierdziła że nie miałyby żadnych przeciwwskazań w związku z przyjęciem tychże osób na staż. Przeciwnego zdania jest zaledwie 4%, ale podobnie jak w poprzednim pytaniu duży odsetek osób udzielił odpowiedzi „trudno powiedzieć” bądź nie udzielił odpowiedzi wcale. Tak więc po przeanalizowaniu danych można stwierdzić, że większość przedsiębiorców nie widzi przeciwwskazań co do przyjmowania takich osób na staż, ale też wielu przedsiębiorców nie wie jak by postąpiło w takiej sytuacji. Z tego wynika, iż odbycie szkolenia bądź kursu ma wpływ na aktywność zawodową osób bezrobotnych.

TABELA 306. CZY ZAOFEROWAŁBY/ZAOFEROWAŁABY PAN/I STAŻ ZAWODOWY OSOBIE ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	25	50
trudno powiedzieć	5	10
zdecydowanie tak	1	2
raczej nie	1	2
zdecydowanie nie	1	2
brak danych	17	34
ogółem	50	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród osób, które zadeklarowały że brały udział w szkoleniu/kursie (127 osób) prawie 20% korzystało z oferty Ośrodka Doskonalenie Zawodowego w Elku. 15,4% osób korzystało ze szkoleń organizowanych przez Urząd Pracy w Elku, a 13,1% przez Urząd Miasta Elk.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 307. PROSZĘ WYMIENIĆ INSTYTUCJE SZKOLENIOWE, Z KTÓRYCH USŁUG PAN/I KORZYSTAŁA

	N	%
Ośrodek Doskonalenia Zawodowego w Elku	27	19,9
Urząd Pracy	21	15,4
Urząd Miasta	18	13,1
nie pamiętam/nie wiem	18	13,1
Zakład pracy	3	2,3
Ośrodek Kształcenia Ustawicznego w Olsztynie	2	1,5
Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Elku	2	1,5
Cech Rzemiosła	1	0,7
Atest	1	0,7
"My training"	1	0,7
Capri w Warszawie	1	0,7
Biuro Prawne - Stanisławscy	1	0,7
Centrum Kształcenie Praktycznego i Ustawicznego w Elku	1	0,7
IDEA w Łodzi	1	0,7
LOK	1	0,7
PM Group Sp. z o.o.	1	0,7
PRESSCOM Wrocław	1	0,7
Policealna Szkoła Zawodowa	1	0,7
brak danych	35	25,5
ogółem	137	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 127, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie osoby te zostały poproszone o ocenę jakości usług wymienionych wyżej instytucji. 61,4% respondentów dobrze lub bardzo dobrze oceniło usługi tych instytucji, a tylko 0,8% wyraziło negatywną ocenę.

TABELA 308. PROSZĘ OCENIĆ JAKOŚĆ ICH USŁUG

	N	%
dobrze	60	47,2
bardzo dobrze	18	14,2
źle	1	0,8
brak danych	48	37,8
ogółem	127	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Podsumowanie

Z powyższej analizy danych dotyczących potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce wynika, iż osoby reprezentujące branżę turystyczną w Mieście Ełk zdają sobie sprawę z tego iż udział w szkoleniach jest pomocny w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji. Mimo to, w tego typu przedsięwzięciach bierze udział niewielki odsetek osób. Najczęściej wskazywanymi rodzajami szkoleń, w których respondenci brali udział to szkolenia obowiązkowe, jak np. szkolenie BHP. Tak więc można stwierdzić, że ełckie przedsiębiorstwa/instytucje nie inwestują w swoich pracowników, a tym samym nie podnoszą atrakcyjności firmy, a co za tym idzie miasta.

Respondenci przyznali, że widzą potrzebę szkolenia pracowników oraz że udział w nich przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Miasto Ełk.

Ełccy pracodawcy od przyszłych pracowników najczęściej oczekują wykształcenia średniego gastronomicznego bądź turystycznego. Oprócz tego mile widziane są ukończone takie kursy jak zarządzanie projektem oraz obsługa klienta.

Osoby ankietowane najchętniej wzięłyby udział w kursach na organizatorów imprez oraz na pilotów wycieczek. Najbardziej interesującymi obszarami tematycznymi, które byłyby brane pod uwagę przy wyborze szkolenia to nauka języka angielskiego, promocja produktu turystycznego, obsługa klienta oraz rozwój turystyki poprzez współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych.

Najbardziej odpowiednimi terminami do udziału w szkoleniach są godziny przedpołudniowe (8:00 – 12:00), najlepszą metodą prowadzenia takich zajęć są wykłady i warsztaty, a o różnego rodzaju szkoleniach wszelkie informacje najlepiej dostać za pośrednictwem Internetu.

Przy wyborze szkolenia decydujący wpływ ma cena szkolenia, która jest również najważniejszą przeszkodą uniemożliwiającą doskonalenie zawodowe. Ponadto respondenci uznali, że za mało jest dofinansowań do tego typu przedsięwzięć.

W ocenie respondentów dostępne kursy i szkolenia są wysokiej jakości, a osoby je prowadzące są dobrze przygotowane, natomiast cena szkoleń bez wątpienia powinna ulec zmianie.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Połowa respondentów uważa, że poprzez zwiększenie liczby organizowanych kursów/szkoleń przyczyni się do zmniejszenia bezrobocia w Mieście Ełk. Jeśli zaś chodzi o zatrudnienie lub przyjęcie na staż osób bez doświadczenia zawodowego, ale po odbytych kursie bądź szkoleniu to chęć taką deklaruje około połowa respondentów. Wynika z tego, że posiadanie dodatkowych kwalifikacji nie jest gwarancją na znalezienie pracy.

Respondenci z Miasta Ełk najczęściej korzystają z usług Ośrodka Doskonalenia Zawodowego oraz Urzędu Pracy, a jakość ich usług oceniają jako bardzo dobrą.

2. Gmina Gołdap

Następnym obszarem należącym do krainy EGO SA jest Gmina Gołdap, w której również przeprowadzone zostało niniejsze badanie.

Pierwsze pytanie skierowane do reprezentantów gminy Gołdap dotyczyło ich opinii na temat przydatności szkoleń/kursów organizowanych w celu podnoszenia kwalifikacji pracowników zatrudnionych w firmach bądź instytucjach związanych z turystyką w gminie. Respondenci najczęściej odpowiadali, że uczestnictwo w szkoleniach jest bardzo pomocne w funkcjonowaniu firmy. W ten sposób odpowiedziało łącznie 85,6% ankietowanych.

TABELA 309. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH JEST POMOCNE W FUNKCJONOWANIU FIRMY/INSTYTUCJI?

	N	%
zdecydowanie tak	74	44,6
raczej tak	68	41
raczej nie	21	12,7
zdecydowanie nie	2	1,2
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie reprezentanci Gminy Gołdap zostali zapytani o to, jak często biorą udział w szkoleniach. Zaledwie 3,6% respondentów zadeklarowało, że bierze udział w szkoleniach często lub bardzo często. 31,9% osób nigdy nie brało udziału w tego typu przedsięwzięciu. Pozostałe osoby rzadko lub od czasu do czasu biorą udział w szkoleniach.

TABELA 310. JAK CZĘSTO BIERZE PAN/I UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
od czasu do czasu	69	41,6
nigdy	53	31,9
rzadko	37	22,3
często	5	3
bardzo często	1	0,6
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rodzaje szkoleń, w których respondent brał kiedykolwiek udział przedstawia *tabela 311*, z której wynika, iż respondenci najczęściej uczestniczą w szkoleniach językowych (14%) oraz tych związanych z obsługą klienta (8,3%).

TABELA 311. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA W JAKICH BRAŁ/A PAN/I UDZIAŁ?

	N	%
kursy językowe	17	14
obsługa klienta	10	8,3
kurs hotelarstwa	5	4,1
kurs przewodnika	5	4,1
instruktor, np. jazdy na nartach	4	3,3
kurs komputerowy	3	2,5
szkolenia w ramach projektu EGO SA	3	2,5
dietetyk	2	1,7
kurs kadrowy	2	1,7
dla pracowników it	2	1,7
kurs księgowości	2	1,7
nie pamiętam	2	1,7
obsługa biura	2	1,7
program Płatnik	2	1,7
szkolenia ROT w Olsztynie	2	1,7
kurs ratownika	2	1,7
organizacja tras turystycznych	2	1,7
kucharz	1	0,8
kurs masażyisty	1	0,8
obsługa kasy	1	0,8
zamówienia publiczne	1	0,8
opiekun osób starszych	1	0,8
organizator imprez	1	0,8
projekt Elasa	1	0,8
brak danych	47	38,8
ogółem	121	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 113, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło częstości uczestnictwa w szkoleniach pracowników/współpracowników respondenta. Zaledwie 4,2% osób zadeklarowało częsty udział swoich pracowników bądź współpracowników w szkoleniach. Natomiast 33,1% odpowiedziało, że jego firma/instytucja nie wysyła pracowników na szkolenia, a niecałe 41%, że sytuacja taka ma miejsce, ale rzadko.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 312. JAK CZĘSTO PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY BIORĄ UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
rzadko	68	41
nigdy	55	33,1
od czasu do czasu	32	19,3
często	6	3,6
bardzo często	1	0,6
brak danych	4	2,4
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tematykę szkoleń, w których brali udział pracownicy lub współpracownicy, przedstawia tabela 313, z której wynika, że współpracownicy bądź pracownicy respondentów najczęściej biorą udział w szkoleniach z zakresu obsługi komputera (8,5%) oraz obsługi klienta (8,5%).

TABELA 313. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA, W KTÓRYCH PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY BRALI NAJCZĘŚCIEJ UDZIAŁ?

	N	%
kurs komputerowy	10	8,5
obsługa klienta	10	8,5
kurs językowy	6	5,1
instruktor	5	4,2
nie pamiętam	4	3,4
kurs hotelarski	3	2,5
kurs kadrowy	3	2,5
kucharz	3	2,5
szkolenia ROT w Olsztynie	2	1,7
agroturystyka	1	0,8
zamówienia publiczne	1	0,8
szkolenia w ramach projektu EGO SA	1	0,8
opiekun	1	0,8
brak danych	68	57,6
ogółem	118	100

*odpowiedzi nie sumuje się do 111, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Mimo iż zdecydowana większość respondentów uważa, że szkolenia są bardzo przydatne w celu dobrego funkcjonowania firmy/institucji, rzadko uczestniczą w szkoleniach, nieczęsto doszkalają swoich pracowników i deklarują, że ich

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

współpracownicy również niezbyt często biorą udział w szkoleniach. Można więc stwierdzić, że przedsiębiorstwa bądź też instytucje zlokalizowane w gminie Gołdap, które związane są z działalnością turystyczną nie doskonają swych kadr, nie działają na rzecz rozwoju zarówno firmy czy instytucji jak i pracowników w nich pracujących.

Kolejne pytania w ankiecie dotyczyły planowanego nowozatrudnienia i wymagań stawianych osobom, które starają się o przyjęcie do pracy.

W pierwszej kolejności respondenci zostali zapytani o to, czy planują zatrudnić nowych pracowników. Z analizy danych wynika, iż spośród osób, które z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać nowych pracowników (46 osób), tylko 19,6% planuje zwiększyć zatrudnienia w firmie/instytucji.

TABELA 314. CZY ZAMIERZA PAN/I ZATRUDNIĆ NOWYCH PRACOWNIKÓW?

	N	%
nie	37	80,4
tak	9	19,6
ogółem	46	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W tabeli 315 zostały przedstawione zawody lub stanowiska których będą dotyczyły przyjęcia. Pytanie to nie dotyczy 94,6% respondentów, gdyż część ankietowanych z racji zajmowanego stanowiska nie może zatrudniać nowych pracowników, druga część respondentów, którzy posiadają takie kompetencje zadeklarowała, iż nie ma zamiaru w najbliższym czasie zwiększać zatrudnienia.

TABELA 315. PROSZĘ OKREŚLIĆ STANOWISKA NA KTÓRE POSZUKUJE PAN/I PRACOWNIKÓW?

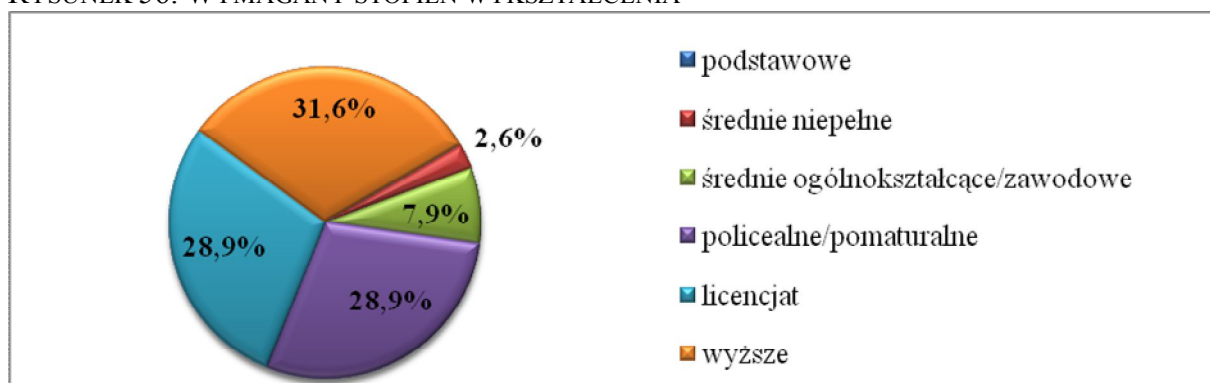
	N	%
instruktor pływania	2	22,2
kelner	1	11,1
kucharka	1	11,1
pracownik	1	11,1
specjalista od promocji	1	11,1
brak danych	3	33,3
ogółem	9	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Spośród tych respondentów, którzy mają możliwość zatrudniania nowych pracowników najczęściej, bo aż 31,6% respondentów przyznało, że na wolne stanowiska pracy poszukuje osób z wykształceniem wyższym, natomiast 28,9% - z wykształceniem licencjackim oraz 28,9% - z wykształceniem policealnym lub pomaturalnym. Z tego wynika, iż pracodawcy branży turystycznej gminy Gołdap charakteryzują się dużymi wymaganiami w stosunku do potencjalnych pracowników.

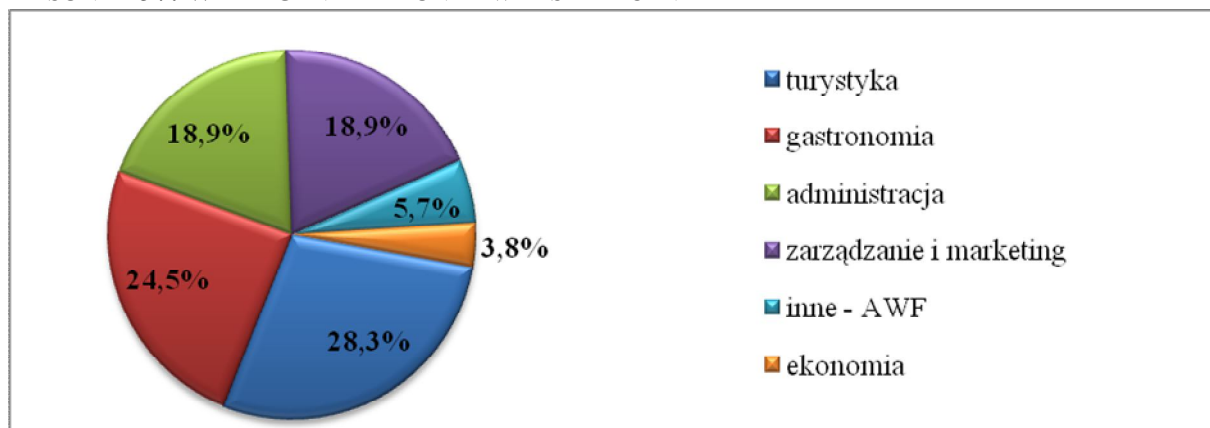
RYSUNEK 56. WYMAGANY STOPIEŃ WYKSZTAŁCENIA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby starające się o przyjęcie do pracy powinny posiadać wykształcenie kierunkowe, odpowiednie do tego stanowiska. Najczęściej respondenci wskazywali na wykształcenie związane z turystyką (28,3%) a także z gastronomią (24,5%).

RYSUNEK 57. WYMAGANY KIERUNEK WYKSZTAŁCENIA



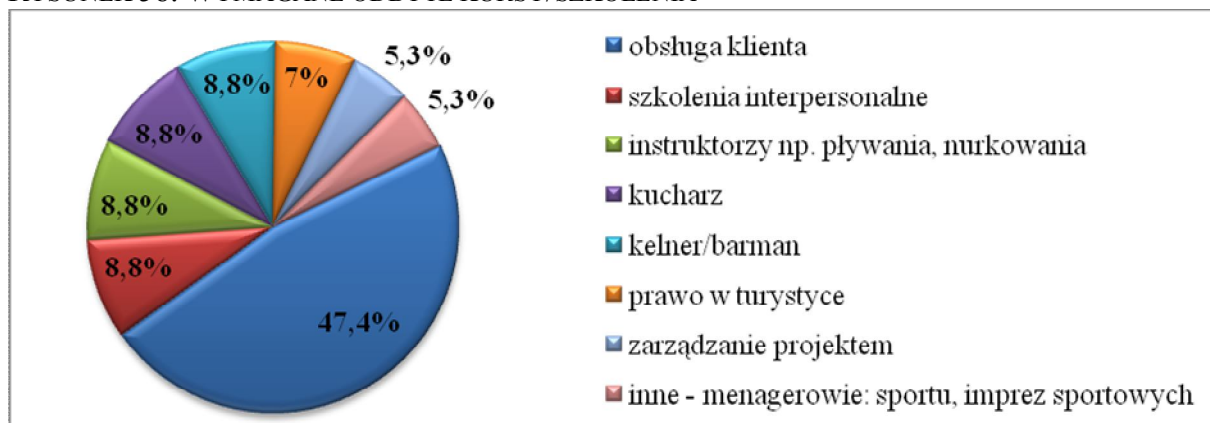
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najmilej widzianymi kursami bądź szkoleniami są te związane z obsługą klienta. Ten rodzaj szkolenia wymagany jest przez 47,4% respondentów. Szczegółowy rozkład kursów oraz szkoleń obrazuje rysunek 58.

RYSUNEK 58. WYMAGANE ODBYTE KURSY/SZKOLENIA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Firmy i instytucje, których działalność związana jest z turystyką w Gminie Gołdap, w większości nie planują zwiększyć zatrudnienia. Osoby, które poszukują tu pracy w branży turystycznej nie mają zbyt dużych szans na jej znalezienie. Jeśli zaś chodzi o preferowane umiejętności osób starających się o przyjęcie do pracy, ankietowani uznali, że kandydaci na wolne stanowiska pracy powinny legitymować się wykształceniem wyższym, licencyjnym bądź pomaturalnym/policealnym. Jeśli chodzi o kierunek kształcenia to mile widziane jest ukończenie szkoły o kierunku turystyka bądź gastronomia. Kandydaci na wolne stanowiska pracy w opinii respondentów powinni mieć ukończone szkolenia z zakresu zarządzania projektem i obsługi klienta. Wyżej przedstawione dane, świadczą o tym że w Gminie Gołdap stawiane są wysokie wymagania dotyczące posiadanych umiejętności.

W dalszej części ankiety respondenci zostali zapytani o to, czy widzą potrzebę szkolenia pracowników. Ponad 86% respondentów, uważa iż szkolenia pracowników są potrzebne w celu sprawniejszego funkcjonowania firmy lub instytucji.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

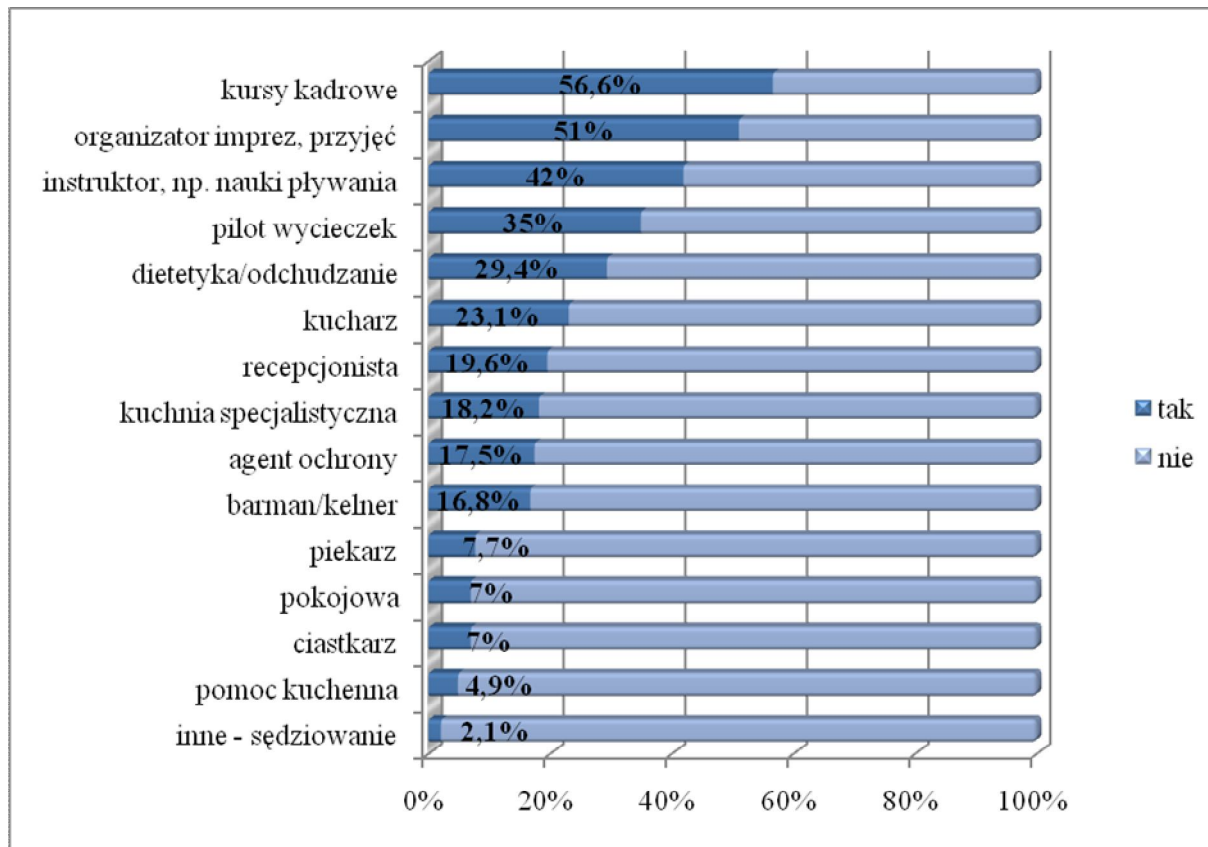
TABELA 198. CZY WIDZI PAN/I POTRZEBĘ SZKOLENIA PRACOWNIKÓW/WSPÓLPRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	143	86,1
nie	20	12
brak danych	3	1,8
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w powyższym pytaniu uznały, że widzą potrzebę szkolenia pracowników zostały poproszone o wskazanie tych szkoleń bądź kursów, w których chcieliby wziąć udział. Respondenci, jeśli mieliby możliwość wzięcia udziału w szkoleniu bądź kursie, najchętniej korzystaliby z kursów kadrowych. 56,6% odpowiedzi dotyczyło właśnie tego typu kształcenia. 51% jest zainteresowanych szkoleniem na organizatora przyjęć oraz imprez, a 42% odpowiedzi dotyczyło kursów na instruktorów, np. nauki pływania.

TABELA 37. JAKIMI KURSAMI/SZKOLENIAMI BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Łącznie 62,1% osób, które wzięły udział w niniejszym badaniu uważa, że udział w szkoleniach zawodowych kadr przyczyni się do wzrostu turystów odwiedzających gminę Gołdap. Różnego rodzaju szkolenia, dają firmie/instytucji możliwości rozwojowe, gdyż podczas nich przekazywane są różne nowsze informacje, które firmy/instytucje mogą wykorzystać w celu ulepszenia swojej oferty, a co za tym idzie zwiększenia potencjału turystycznego dla całej gminy Gołdap. Ponadto szkolenia zwiększają efektywność pracowników zatrudnionych w danych firmach/instytucjach, a to również ma wpływ na atrakcyjność danego miejsca.

TABELA 316. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UDZIAŁ W SZKOLENIACH ZAWODOWYCH KADR ZWIĄZANYCH Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ PRZYCZYNI SIĘ DO WZROSTU LICZBY TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH PANA/I GMINĘ?

	N	%
raczej tak	69	41,6
raczej nie	44	26,5
zdecydowanie tak	34	20,5
trudno powiedzieć	17	10,2
zdecydowanie nie	2	1,2
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania, respondenci zostali poproszeni o wymienienie obszarów tematycznych szkoleń, w których najchętniej wzięliby udział. Najczęściej udzielanymi odpowiedziami były: źródła finansowania projektów turystycznych (17%), promocja produktu turystycznego (14%) oraz rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych (13%).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 317. W KTÓRYM Z WYMIENIONYCH OBSZARÓW TEMATYCZNYCH BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANA PLANUJĄC UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
źródła finansowania projektów turystycznych	80	17
promocja produktu turystycznego	66	14
rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych	62	13
język angielski	44	9
obsługa klienta	43	9
szkolenia interpersonalne	43	9
fundusze unijne - przygotowanie projektu	39	8
prawo w turystyce	28	6
jak sprzedać produkt turystyczny?	18	4
kursy komputerowe	16	3
zarządzanie projektem	14	3
język rosyjski	7	1
język niemiecki	6	1
zamówienia publiczne	3	1
ogółem	469	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

50,6% ankietowanych zadeklarowało, że ma możliwość uczestniczenia w szkoleniach w dni robocze w godzinach wieczornych, 24,1% tylko w dni weekendowe, a 13,3% w dni robocze w godzinach popołudniowych.

TABELA 318. W JAKICH TERMINACH MIAŁBY/MIAŁABY PAN/I MOŻLIWOŚĆ UCZESTNICZENIA W WYBRANYCH SZKOLENIACH?

	N	%
dni robocze, godziny wieczorne (17:00-21:00)	84	50,6
dni weekendowe	40	24,1
dni robocze, godziny popołudniowe (12:00-17:00)	22	13,3
dni robocze, godziny przedpołudniowe (8:00-12:00)	20	12
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Preferowanymi metodami szkoleń są wykłady, które wskazało 64,5% ankietowanych oraz warsztaty, które wymieniło 28,9% respondentów. Niewiele osób wskazało e-learning oraz szkolenia korespondencyjne.

TABELA 319. JAKIE METODY SZKOLENIA PAN/I PREFERUJE?

	N	%
wykłady	107	64,5
warsztaty	48	28,9
szkolenia korespondencyjne	6	3,6
e-learning	5	3,0
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym kryterium, które jest brane pod uwagę przy wyborze szkolenia przez respondentów, jest podobnie jak w Mieście Elk - cena szkolenia. Na takie kryterium wskazało 29,4% ankietowanych. Związane jest to zapewne z tym, iż wiele przedsiębiorstw nie posiada wystarczających środków finansowych, by brać udział w kursach bądź szkoleniach, dlatego też cena szkoleń odgrywa najważniejszą rolę w podejmowaniu decyzji co do wzięcia udziału w tego typu przedsięwzięciu. Równie ważnym kryterium jest termin szkolenia (26,5% wskazań). Przedsiębiorca musi tak dobrać terminy szkoleń, aby nie miały one znaczącego wpływu na jakość oferowanych przez nich usług. Ponieważ badanie to dotyczy branży turystycznej, więc najprawdopodobniej najmniej odpowiednim terminem szkoleń jest sezon letni, w czasie którego jest największe nasilenie ruchu turystycznego oraz okres ferii zimowych, gdy wiele osób przyjeżdża w te regiony by móc skorzystać z zimowych atrakcji jakie oferuje gmina Gołdap.

TABELA 320. JAKIE KRYTERIA BIERZE PAN/I POD UWAGĘ PRZY WYBORZE SZKOLENIA?

	N	%
cena	121	29,4
terminy	109	26,5
czas trwania szkolenia	72	17,5
jakość szkoleniowców	62	15,1
bieżące potrzeby (zmiany w prawie)	35	8,5
warunki organizacyjne(miejsce, materiały pomocnicze)	12	2,9
ogółem	411	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło sposobów pozyskiwania informacji na temat różnych szkoleń. 21,5% respondentów przyznaje, że informacje dotyczące szkoleń znajduje poprzez ogłoszenia w urzędach. 20,4% respondentów zdobywa takie informacje od znajomych, 19,9% poprzez zaproszenia z firmy lub poprzez Internet (19,1%).

TABELA 321. POPRZEZ JAKI KANAŁ INFORMACYJNY ZNAJDUJE PAN/I INFORMACJĘ O SZKOLENIACH?

	N	%
ogłoszenia w urzędach	79	21,5
informacja od znajomych	75	20,4
zaproszenia z firm	73	19,9
Internet	70	19,1
oferta szkoleniowa	33	9
prasa	23	6,3
telewizja	14	3,8
ogółem	367	100

**odpowiedzi nie sumuje się do 166, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci poproszeni zostali również o określenie barier uniemożliwiających im wzięcie udziału w szkoleniach. 41,3% ankietowanych uważa, że największą przeszkodą w uczestnictwie w szkoleniach są ich wysokie koszty, a co się z tym łączy brak dofinansowań na szkolenia (36,4%). Dość często wskazywano także brak odpowiednich tematów szkoleń (18,4%) jako bariera uniemożliwiająca podjęcie udziału w szkoleniu. Taki rozkład odpowiedzi świadczy o tym, iż respondentów w dużej mierze nie stać na to by się doszkalać, a braki dofinansowań na szkolenia tylko pogłębiają istnienie barier finansowych. Ważnym problemem jest też brak odpowiednich, zróżnicowanych tematów, które mogłyby zainteresować szersze grono odbiorców.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 322. PROSZĘ OKREŚLIĆ PRZESZKODY, KTÓRE UNIEMOŻLIWIAJĄ PANA/I UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
wysokie koszty szkoleń	117	41,3
brak dofinansowań na szkolenia	103	36,4
brak odpowiednich tematów szkoleń	52	18,4
nieodpowiednia metoda szkoleń	8	2,8
inne - terminy	3	1,1
ogółem	283	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

54,8% respondentów uważa, iż dostępne szkolenia raczej są wysokiej jakości, jednocześnie 28,9% uważa, że trudno powiedzieć. Tylko 9,6% respondentów uważa, że szkolenia raczej nie są wysokiej jakości. Z tego wynika, iż na ogół respondenci są zadowoleni z jakości świadczonych usług szkoleniowych.

TABELA 323. CZY PANA/I ZDANIEM DOSTĘPNE SZKOLENIA/KURSY SĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI?

	N	%
raczej tak	91	54,8
trudno powiedzieć	48	28,9
raczej nie	16	9,6
zdecydowanie tak	8	4,8
zdecydowanie nie	3	1,8
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło oceny przygotowania osób prowadzących szkolenia. 67,5% respondentów owe przygotowanie ocenia jako dobre, a zaledwie 3,6% ankietowanych uznało, że prowadzący szkolenia są źle przygotowani.

TABELA 324. JAK OCENIA PAN/I PRZYKOTOWANIE OSÓB PROWADZĄCYCH SZKOLENIA/KURSY?

	N	%
dobrze	112	67,5
trudno powiedzieć	41	24,7
źle	6	3,6
brak danych	5	3
bardzo dobrze	2	1,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ogółem	166	100
--------	-----	-----

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali poproszeni także o określenie, czy istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych. 31,9% uznało, że liczba kursów zawodowych jest wystarczająca, a 41,6% uważa, że niewystarczająca.

TABELA 325. CZY PANA/I ZDANIEM ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCA LICZBA KURSÓW ZAWODOWYCH?

	N	%
raczej tak	47	28,3
trudno powiedzieć	43	25,9
raczej nie	41	24,7
zdecydowanie nie	28	16,9
zdecydowanie tak	6	3,6
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondentów poproszono o to, aby wskazali co zmieniliby w strukturze organizowanych szkoleń bądź kursów. Zdecydowana większość respondentów nie odpowiedziała na to pytanie. Zapewne związane jest to z tym, że część respondentów nigdy nie brała udziału w żadnym szkoleniu, więc trudno jest im ocenić pod jakimkolwiek względem strukturę organizowanych szkoleń. Zaś spośród wszystkich udzielonych odpowiedzi najczęściej dotyczyło czasu trwania szkoleń oraz ich ceny.

TABELA 326. CO PAN/I ZMIENIŁBY/ZMIENIŁABY W STRUKTURZE ORGANIZOWANYCH KURSÓW?

	N	%
czas trwania szkoleń	6	3,6
cena	5	3
większy wybór/więcej tematów	5	3
więcej praktyki	5	3
większa liczba szkoleń	4	2,4
nie wiem	4	2,4
doświadczenie osób prowadzących	3	1,8
lepsz dostępność	2	1,2
dofinansowania	2	1,2
więcej materiałów szkoleniowych	2	1,2
jakość prowadzenia	1	0,6
nic	1	0,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

brak danych	126	75,9
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

44,5% respondentów uważa, że większy dostęp do kursów/szkoleń nie zmniejszy poziomu bezrobocia w Gminie Gołdap, a 33,1% jest przeciwnego zdania. Pozostałe osoby nie potrafią ocenić, czy większy dostęp do kursów zmniejszy poziom bezrobocia.

TABELA 327. CZY PANA/I ZDANIEM WIĘKSZY DOSTĘP DO KURSÓW/SZKOLEŃ ZMNIJSZY POZIOM BEZROBOCIA W PANA/I GMINIE?

	N	%
raczej nie	54	32,5
raczej tak	36	21,7
trudno powiedzieć	36	21,7
zdecydowanie nie	20	12,0
zdecydowanie tak	19	11,4
brak danych	1	0,6
ogółem	166	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać pracowników (46 osób) zostały zapytane o to, czy zatrudniłyby osobę, która właśnie ukończyła kurs/szkolenie ale nie posiada doświadczenia zawodowego. 43,5% ankietowanych przyznało, że taką osobę mogliby przyjąć na wolne stanowisko, a 28,3% nie zatrudniłoby takiej osoby. Mimo, że większa część respondentów przyjęłaby takie osoby, nie można pewnie stwierdzić, że odbycie kursu przez osoby bezrobotne, które nie posiadają doświadczenia zawodowego, daje gwarancję zatrudnienia, gdyż chęć zatrudnianie tychże osób deklaruje mniej niż połowa respondentów.

TABELA 328. CZY ZATRUDNIŁBY/ZATRUDNIŁABY PAN/I OSOBĘ ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	20	43,5
raczej nie	13	28,3
trudno powiedzieć	9	19,6
brak danych	4	8,7
ogółem	46	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tych samych respondentów zapytano, czy zaoferowałyby staż zawodowy osobom, które odbyły kurs/szkolenie, ale nie mają doświadczenia zawodowego. Połowa respondentów, stwierdziła że nie miałyby żadnych przeciwwskazań w związku z zatrudnieniem takich osób. W tej sytuacji, podobnie jak poprzednio, udział w szkoleniach nie daje pewności przyjęcia osób bezrobotnych nie posiadających doświadczenia nawet na staż zawodowy.

TABELA 329. CZY ZAOFEROWAŁBY/ZAOFEROWAŁABY PAN/I STAŻ ZAWODOWY OSOBIE ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	24	52,2
trudno powiedzieć	9	19,6
raczej nie	8	17,4
brak danych	5	10,9
ogółem	46	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród osób, które zadeklarowały że brały udział w szkoleniu/kursie (113 osób) ponad 20% korzystało z oferty Zakładu Doskonalenie Zawodowego w Gołdapi, 6,2% osób korzystało ze szkoleń organizowanych przez Centrum Promocji Regionu i tyle samo ze szkoleń oferowanych przez Polską Korporację Menedżerów Sportu.

TABELA 330. PROSZĘ WYMIENIĆ INSTYTUCJE SZKOLENIOWE, Z KTÓRYCH USŁUG PAN/I KORZYSTAŁ/A?

	N	%
Zakład Doskonalenia Zawodowego	23	20,4
Centrum Promocji Regionu	7	6,2
Nie pamiętam	7	6,2
Polska Korporacja Menedżerów Sportu	7	6,2
Centrum Kształcenia Ustawicznego	5	4,4
szkoły językowe	4	3,5
WM-ROT	3	2,7
szkoły językowe Perfect	2	1,8
Gdańska Fundacja Wody	2	1,8
OHP	2	1,8
FRRG Gołdap	1	0,9
Urząd Pracy	1	0,9
brak danych	49	43,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ogółem	113	100
--------	-----	-----

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie osoby te zostały poproszone o ocenę jakości usług wymienionych wyżej instytucji. Zaledwie 7,1% ankietowanych oceniło jakość usług instytucji szkoleniowych jako złe. Pozostałe osoby dobrze lub bardzo dobrze oceniły ich jakość usług.

TABELA 331. PROSZĘ OCENIĆ JAKOŚĆ ICH USŁUG

	N	%
dobrze	89	78,8
brak danych	12	10,6
bardzo dobrze	8	7,1
źle	4	3,5
ogółem	113	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych

Podsumowanie

Analiza danych dotyczących potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce wykazała, że mimo iż osoby reprezentujące branżę turystyczną w Gminie Gołdap zdają sobie sprawę z tego iż udział w szkoleniach jest pomocny w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji. Tylko niewielki odsetek bierze udział w tego typu przedsięwzięciach. Najczęściej wskazywanymi rodzajami szkoleń, w których respondenci brali udział to szkolenia językowe bądź związane z obsługą komputera oraz obsługą klienta.

Respondenci przyznali, że widzą potrzebę szkolenia pracowników oraz że udział w nich przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Gminę Gołdap.

Pracodawcy, którzy prowadzą swoją działalność gospodarczą na terenie gminy od przyszłych pracowników najczęściej oczekują wykształcenia wyższego, licencjackiego bądź pomaturalnego/policealnego. Pod tym względem gołdapscy pracodawcy mają duże wymagania co do przyszłych pracowników. Najbardziej pożądanymi kierunkami wykształcenia są: wykształcenie gastronomiczne bądź turystyczne. Oprócz tego najmiej widzianymi kursami są zarządzanie projektem oraz obsługa klienta.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Osoby ankietowane najchętniej wzięłyby udział w kursach na organizatorów imprez oraz na pilotów wycieczek. Najbardziej interesującymi obszarami tematycznymi, które byłyby brane pod uwagę przy wyborze szkolenia to nauka języka angielskiego, promocja produktu turystycznego, obsługa klienta oraz rozwój turystyki poprzez współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych.

Najbardziej odpowiednimi terminami do udziału w szkoleniach są godziny przedpołudniowe (8:00 – 12:00), najlepszą metodą prowadzenia takich zajęć są wykłady i warsztaty, a o różnego rodzaju szkoleniach wszelkie informacje najlepiej dostać za pośrednictwem Internetu.

Przy wyborze szkolenia decydujący wpływ ma cena szkolenia, która jest również najważniejszą przeszkodą uniemożliwiającą doskonalenie zawodowe. Ponadto respondenci uznali, że za mało jest dofinansowań do tego typu przedsięwzięć

W ocenie respondentów dostępne kursy i szkolenia są wysokiej jakości, a osoby je prowadzące są dobrze przygotowane, natomiast cena szkoleń bez wątpienia powinna ulec zmianie.

Jeśli zaś chodzi o zatrudnienie lub przyjęcie na staż osób bez doświadczenia zawodowego, ale po odbytych kursach bądź szkoleniach to chęć taką deklaruje około połowa respondentów. Wynika z tego, że posiadanie dodatkowych kwalifikacji nie jest gwarancją na znalezienie pracy.

Respondenci z Gminy Gołdap najczęściej korzystają z usług Ośrodka Doskonalenia Zawodowego oraz Urzędu Pracy, a jakość ich usług oceniają jako bardzo dobrą.

3. Gmina Olecko

Trzecim obszarem należącym do krainy EGO SA jest Gmina Olecko, w której również przeprowadzone zostało niniejsze badanie.

Pierwsze pytanie skierowane do reprezentantów Gminy Olecko dotyczyło ich opinii na temat przydatności szkoleń/kursów organizowanych w celu podnoszenia kwalifikacji pracowników zatrudnionych w firmach bądź instytucjach związanych z turystyką w gminie. Respondenci najczęściej odpowiadali, że uczestnictwo w szkoleniach jest bardzo pomocne w funkcjonowaniu firmy. W ten sposób odpowiedziało 96,4% ankietowanych.

TABELA 332. CZY UWAŻA PAN/I ŻE UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH JEST POMOCNE W FUNKCJONOWANIU FIRMY/INSTYTUCJI?

	N	%
zdecydowanie tak	84	60,9
raczej tak	49	35,5
raczej nie	1	0,7
zdecydowanie nie	4	2,9
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani o to jak często biorą udział w szkoleniach najczęściej wskazywali odpowiedź „nigdy” (43,5%), a także „od czasu do czasu” (26,1%) oraz „rzadko” (23,9%). Warto zwrócić uwagę, na małą liczbę wskazanych odpowiedzi „często” i „bardzo często” (5,7%) przy jednoczesnej dużej liczbie wskazanych odpowiedzi „nigdy”, która stanowi prawie połowę wszystkich udzielonych odpowiedzi. Stąd wniosek, że dostrzeganie potrzeby uczestnictwa w szkoleniach przez respondentów w dużej mierze nie idzie w parze z realną decyzją o podjęciu szkolenia.

TABELA 333. CZY CZĘSTO BIERZE PAN/I UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	60	43,5
od czasu do czasu	36	26,1
rzadko	33	23,9
często	6	4,3
bardzo często	2	1,4
brak danych	1	0,7



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ogółem	138	100
--------	-----	-----

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Analizując rodzaj szkolenia, w których respondenci najczęściej brali udział, należy wziąć pod uwagę przede wszystkim szkolenia typu BHP, przeciwpożarowe, PCK itp., które wskazało 12% ankietowanych. Warto zwrócić uwagę iż są to szkolenia w dużej mierze obowiązkowe, co świadczyć może o największej popularności tego typu szkoleń wśród respondentów. Pytanie to nie dotyczy 60 osób, gdyż wskazały one, że nigdy nie brały udziału w żadnym kursie/szkoleniu.

TABELA 334. SZKOLENIA W KTÓRYCH BRAŁA PAN/I UDZIAŁ

	N	%
BHP, ppoż, PCK, minimum sanitarne	10	12
fundusze unijne	5	6
Moja Firma	3	3,6
agroturystyka	2	2,4
Ekoturystyka	2	2,4
kurs barmana	2	2,4
kurs komputerowy	2	2,4
z zakresu przedsiębiorczości	2	2,4
gastronomiczny	1	1,2
kadry dla turystyki	1	1,2
księgowość komputerowa	1	1,2
popularyzacja książki	1	1,2
ogólnorozwojowe	1	1,2
opiekun osób starszych	1	1,2
prawo turystyczne	1	1,2
PROW 2007-2013	1	1,2
informacja biblioteczna	1	1,2
obsługa klienta	1	1,2
kursy językowe	1	1,2
nie pamiętam	1	1,2
brak danych	43	51,8
ogółem	83	100

* odpowiedzi nie sumuje się do 78, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na pytanie jak często biorą udział w szkoleniach pracownicy bądź współpracownicy respondenta, najczęściej udzielano odpowiedzi „nigdy” (37,7%) oraz „rzadko” (31,9%).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najmniejszą liczbę wskazań odnotowano przy odpowiedzi „często” (3,6%). Potwierdza to tezę, iż branie udziału w szkoleniach nie jest zjawiskiem popularnym.

TABELA 335. CZY CZĘSTO PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY BIORĄ UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	52	37,7
rzadko	44	31,9
od czasu do czasu	26	18,8
bardzo często	7	5,1
często	5	3,6
brak danych	4	2,9
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci poproszeni o wskazanie rodzajów szkoleń, w których brali udział ich pracownicy bądź współpracownicy wymieniali najczęściej szkolenia BHP, przeciwpożarowe, itp., co stanowi 12,4% wszystkich udzielonych odpowiedzi. Dodatkowo 6,7% wszystkich wskazań stanowią fundusze unijne, jako jedne z najpopularniejszych szkoleń. Inne rodzaje kursów, choć wymieniane, nie cieszą się zainteresowaniem dużej liczby pracowników bądź współpracowników respondentów. Pytanie to nie dotyczyło 52 osób, gdyż zadeklarowały one, że nigdy nie brały udziału w żadnym szkoleniu.

TABELA 336. SZKOLENIA W KTÓRYCH BRALI UDZIAŁ PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY

	N	%
BHP, ppoż, minimum sanitarne	11	12,4
fundusze unijne	6	6,7
kurs dla recepcji	1	1,1
ekoturystyka	1	1,1
informacja biblioteczna	1	1,1
kurs komputerowy	1	1,1
kurs barmana	1	1,1
prawo o turystyce	1	1,1
obsługa klienta	1	1,1
prawo zamówień publicznych	1	1,1
brak danych	64	71,9
ogółem	89	100

* odpowiedzi nie sumuje się do 86, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

71,9% respondentów, którzy z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać nowych pracowników, zadeklarowało, iż w najbliższym czasie nie zamierzają zwiększyć zatrudnienia.

TABELA 337. CZY PLANUJE PAN/I ZATRUDNIĆ NOWYCH PRACOWNIKÓW?

	N	%
nie	41	71,9
tak	7	12,3
brak danych	9	15,8
ogółem	57	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród 57 respondentów, których dotyczyło pytanie o planowane zatrudnienie, tylko 7 odpowiedziało, że zamierza przyjąć do pracy nowego pracownika. Wśród stanowisk, na jakie ankietowani poszukują pracowników wymieniano: inspektora ds. oświaty, kelnera, kucharza, sprzedawcę oraz pracownika branży gastronomicznej.

TABELA 338. STANOWISKA, NA KTÓRE POSZUKUJE PAN/I PRACOWNIKÓW

	N	%
branża gastronomiczna	1	9,1
inspektor ds. Oświaty	1	9,1
kelner	1	9,1
kucharz	1	9,1
sprzedawca	1	9,1
brak danych	6	54,5
ogółem	11	100

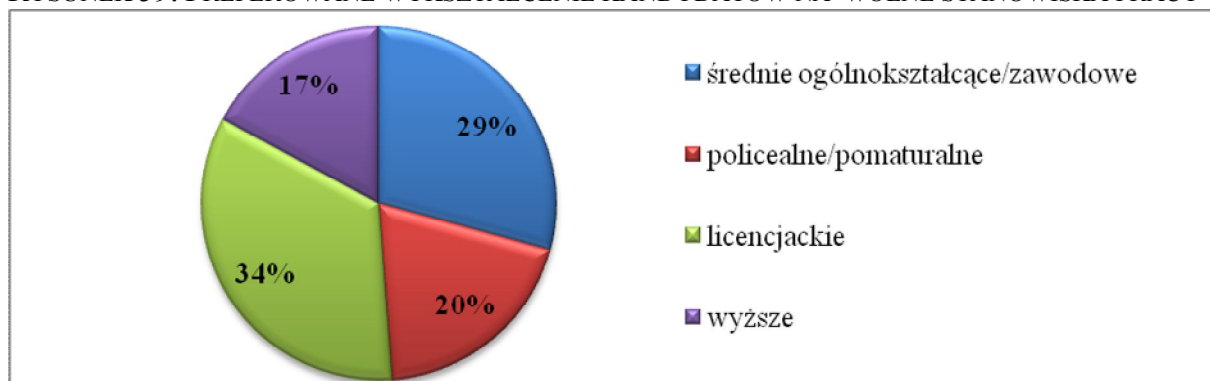
**liczba odpowiedzi nie sumuje się do 7, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wysztalceniem preferowanym przez ankietowanych pracodawców jest wykształcenie licencjackie (34%) a także średnie ogólnokształcące bądź zawodowe (29%).

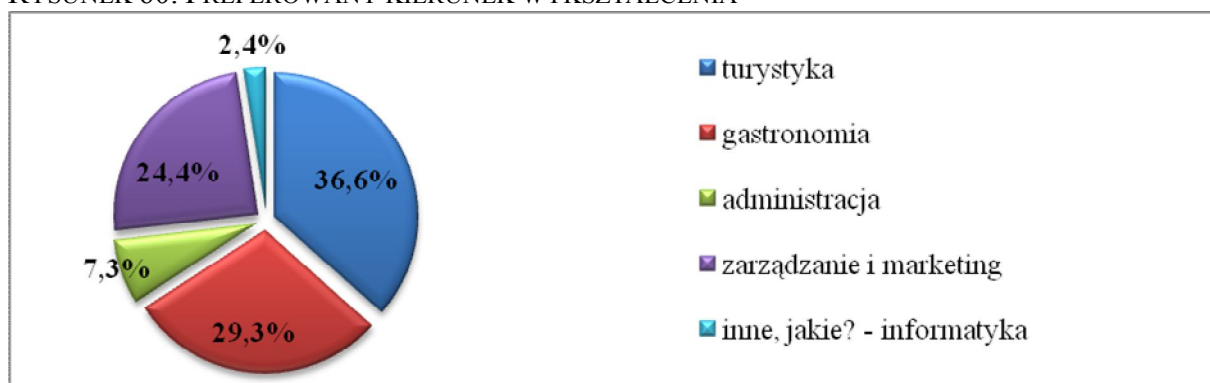
RYSUNEK 59. PREFEROWANE WYKSZTAŁCENIE KANDYDATÓW NA WOLNE STANOWISKA PRACY



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o preferowany kierunek kształcenia, to potencjalni pracodawcy poszukują pracowników, którzy posiadają kwalifikacje związane z turystyką (36,6%), a także z gastronomią (29,3%) oraz z zarządzaniem i marketingiem (24,4%).

RYSUNEK 60. PREFEROWANY KIERUNEK WYKSZTAŁCENIA



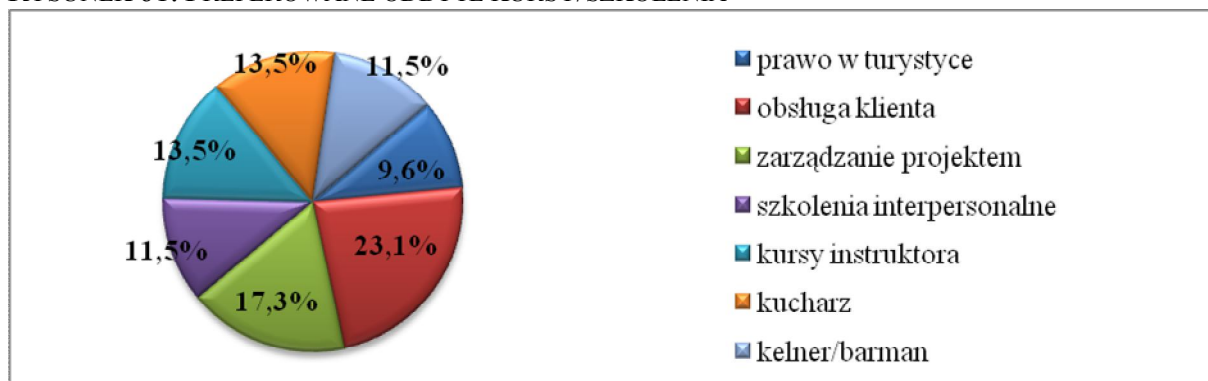
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Analizując preferowane przez pracodawców kursy oraz szkolenia odbyte przez potencjalnych pracowników, należy wziąć pod uwagę przede wszystkim te z grupy obsługi klienta (23,1%) oraz zarządzanie projektem (17,3%). Z tego wynika, że najcenniejszą dla pracodawców umiejętnością jest zdolność obsługi klienta jako czynnik wpływający na zadowolenia konsumenta, a tym samym wzrost wartości produktu i firmy.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 61. PREFEROWANE ODBYTE KURSY/SZKOLENIA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Zlokalizowane w Gminie Olecko firmy i instytucje, których działalność związana jest z turystyką w większości nie planują zwiększyć zatrudnienia. Tak więc osoby, które poszukują tu pracy w branży turystycznej nie mają zbyt dużych szans na jej znalezienie. Ankietowani uznali, że kandydaci na wolne stanowiska pracy powinny legitymować się wykształceniem średnim związanym z gastronomią lub turystyką oraz powinni mieć ukończone szkolenia z zakresu zarządzania projektem i obsługi klienta. Zatem osoby, które posiadają te wyżej wymienione kwalifikacje, mają największe szanse na znalezienie w gminie pracy.

Respondenci w większości widzą potrzebę szkolenia pracowników oraz współpracowników. W ten sposób odpowiedziało 69,6% ankietowanych. Jest to kolejny dowód na dostrzeżenie ważności odbywania szkoleń przez respondentów, które jednak nie idzie w parze z częstością brania udziału w szkoleniach/kursach.

TABELA 339. CZY WIDZI PAN/I POTRZEBĘ SZKOLENIA PRACOWNIKÓW/WSPÓŁPRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	96	69,6
nie	41	29,7
brak danych	1	0,7
ogółem	138	100

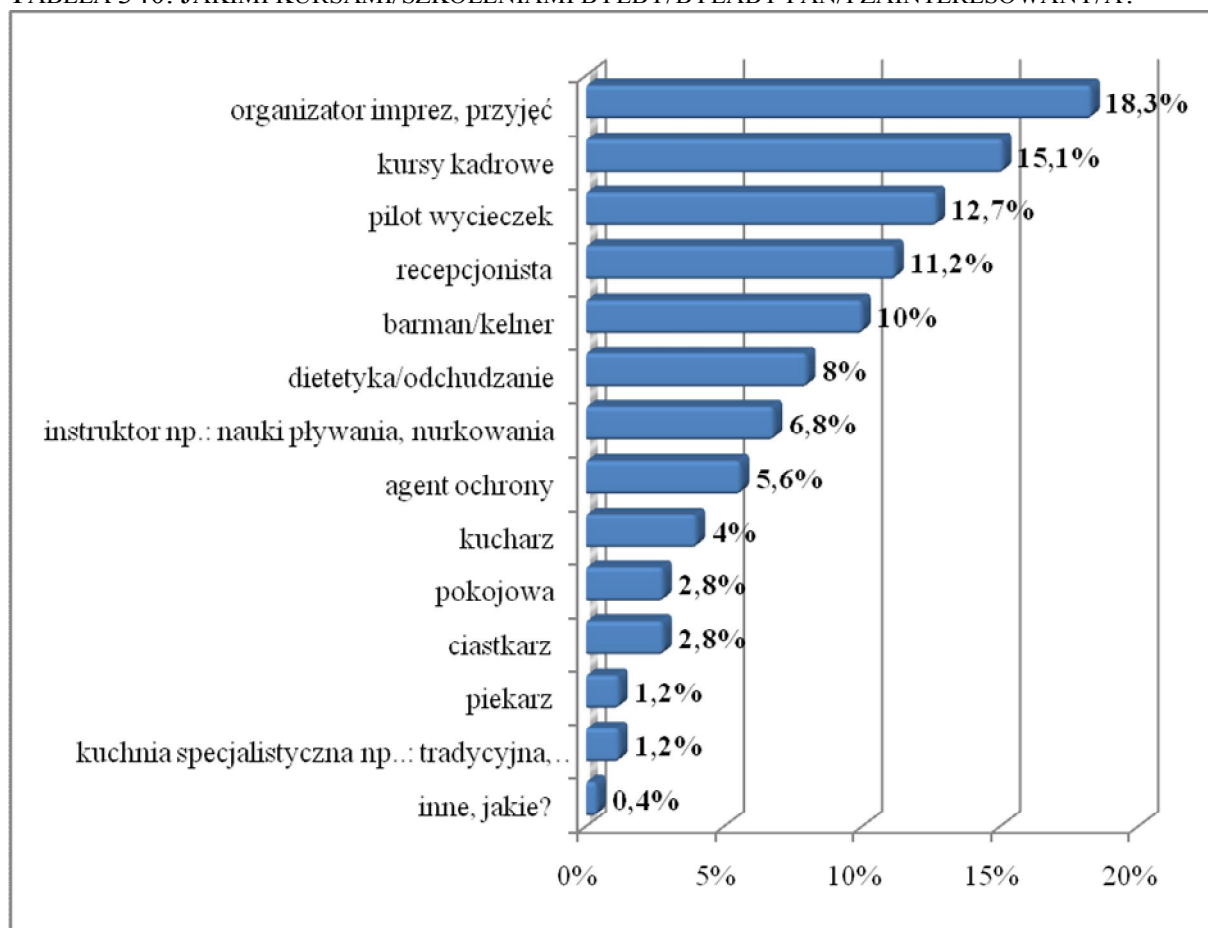
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejne pytanie w ankiecie dotyczyło kursów lub szkoleń jakimi byłoby zainteresowani respondenci. W głównej mierze ankietowani wskazywali kurs organizatora imprez/przyjęć (18,3%) oraz kursy kadrowe (15,1%).

TABELA 340. JAKIMI KURSAMI/SZKOLENIAMI BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali również zapytani o to, czy udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się w ich mniemaniu do wzrostu liczby turystów odwiedzających Gminę Olecko. 39,1% respondentów zadeklarowało odpowiedź „raczej tak” a 31,2% „zdecydowanie tak”. Ogólnie 70,3% ankietowanych jest zdania, że udział w szkoleniach związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów w gminie zamieszkania respondentów. Tylko 16% respondentów uważa, że nie będzie to miało wpływu na wzrost liczby turystów odwiedzających ich gminę. Jest to kolejny dowód na to, iż respondenci mają świadomość pozytywnych skutków jakie niesie za sobą

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

uczestnictwo w różnego rodzaju szkoleniach. Ponadto udział w szkolenia zwiększa efektywność pracowników, a co za tym idzie przedsiębiorstwa i całej gminy Olecko.

TABELA 341. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UDZIAŁ W SZKOLENIACH ZAWODOWYCH KADR ZWIĄZANYCH Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ PRZYCZYNI SIĘ DO WZROSTU LICZBY TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH PANA/I GMINĘ?

	N	%
raczej tak	54	39,1
zdecydowanie tak	43	31,2
raczej nie	19	13,8
trudno powiedzieć	18	13
zdecydowanie nie	3	2,2
brak danych	1	0,7
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania respondenci zostali poproszeni o wskazanie obszarów tematycznych, którymi byliby zainteresowani, gdyby mieli rozpocząć takie przedsięwzięcie. Najwięcej osób najchętniej odbyłoby kurs języka angielskiego (17,8% wskazań) oraz wzięłoby udział w szkoleniu dotyczącym źródeł finansowania projektów turystycznych (15,8%).

TABELA 342. W KTÓRYM Z WYMIENIONYCH OBSZARÓW TEMATYCZNYCH BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A PLANUJĄC UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
język angielski	61	17,8
źródła finansowania projektów turystycznych	54	15,8
promocja produktu turystycznego	40	11,7
obsługa klienta	35	10,2
fundusze unijne - przygotowanie projektu	32	9,4
szkolenia interpersonalne (negocjacje, autoprezentacja, animacja, komunikacja)	26	7,6
rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych	25	7,3
kursy komputerowe	18	5,3
zarządzanie projektem	12	3,5
język niemiecki	12	3,5
prawo w turystyce	10	2,9

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zamówienia publiczne	7	2
jak sprzedać produkt turystyczny?	5	1,5
język rosyjski	4	1,2
inne języki obce - hiszpański	1	0,3
ogółem	342	100

*liczba odpowiedzi nie sumuje się do 138, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci deklarują chęć uczestnictwa w wybranych szkoleniach głównie w dni weekendowe (37% wskazań) oraz w dni robocze w godzinach wieczornych (30,4% wskazań).

TABELA 343. W JAKICH TERMINACH MIAŁBY/MIAŁABY PAN/I MOŻLIWOŚĆ UCZESTNICZENIA W WYBRANYCH SZKOLENIACH?

	N	%
dni weekendowe	51	37
dni robocze, godziny wieczorne (17:00-21:00)	42	30,4
dni robocze, godziny przedpołudniowe (8:00-12:00)	29	21
dni robocze, godziny popołudniowe (12:00-17:00)	12	8,7
brak danych	4	2,9
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli chodzi o metodę szkolenia preferowaną przez ankietowanych, 56,6% respondentów wskazuje wykłady, zaś 33,3% respondentów wskazuje warsztaty jako najbardziej pożądane metody szkolenia.

TABELA 344. JAKIE METODY SZKOLENIA PAN/I PREFERUJE?

	N	%
wykłady	78	56,5
warsztaty	46	33,3
e-learning	8	5,8
szkolenia korespondencyjne	1	0,7
brak danych	5	3,6
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W kolejnym pytaniu ankiety respondenci zostali poproszeni o określenie kryteriów, którymi kierują się przy wyborze szkolenia. Najczęściej wskazywanym kryterium były

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

terminy szkolenia (29% ankietowanych). Ze względu na fakt, że niniejsze badanie dotyczy działalności turystycznej terminy realizacji szkoleń są bardzo ważnym kryterium jaki bierze się pod uwagę planując udział w szkoleniu. Nieodpowiednio dobrane terminy mogą spowodować utrudnienia w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, a tym samym zmniejszyć jego atrakcyjność w oczach turystów. Drugim ważnym kryterium jest cena szkolenia (22% wskazań). Dostępne kursy i szkolenia niewątpliwie są bardzo droгим przedsięwzięciem, więc nie każdego pracodawcę stać, aby wysłać na nie swoich pracowników. Jakość szkoleniowców jest również istotnym czynnikiem, brany pod uwagę przy wyborze szkolenia. W ten sposób odpowiedziało 18,8% respondentów. Taka odpowiedź ankietowanych wskazuje na fakt, iż respondentom zależy na tym, by zdobyć wiedzę i umiejętności z rzetelnego źródła informacji.

TABELA 345. JAKIE KRYTERIA BIERZE PAN/I POD UWAGĘ PRZY WYBORZE SZKOLENIA?

	N	%
terminy	100	29
cena	76	22
jakość szkoleniowców	65	18,8
czas trwania szkolenia	50	14,5
bieżące potrzeby (zmiany w prawie)	34	9,9
warunki organizacyjne - miejsce, materiały pomocnicze itp.	20	5,8
ogółem	345	100

* odpowiedzi nie sumuje się do 138, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Głównym źródłem, z którego respondenci czerpią informacje o szkoleniach jest Internet (31%). Ankietowani często szukają także ogłoszeń w urzędach (20,9%), jako rzetelnych i sprawdzonych miejscach informacji. Dominująca pozycja Internetu w poszukiwaniach różnorodnych ogłoszeń i informacji wynika z łatwości i powszechności dostępu do tej formy pozyskiwania informacji.

TABELA 346. POPRZEZ JAKI KANAŁ INFORMACYJNY ZNAJDUJE PAN/I INFORMACJĘ O SZKOLENIACH?

	N	%
Internet	92	31
ogłoszenia w urzędach	62	20,9
zaproszenia z firm	42	14,1



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

prasa	42	14,1
informacja od znajomych	34	11,4
telewizja	13	4,4
oferta szkoleniowa	12	4
ogółem	297	100

* odpowiedzi nie sumuje się do 138, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci poproszeni zostali również o określenie barier uniemożliwiających im wzięcie udziału w szkoleniach. 44,5% ankietowanych uważa, że największą przeszkodą w uczestnictwie w szkoleniach są ich wysokie koszty (44,5%), a co się z tym łączy brak dofinansowań na szkolenia (26,8%). Istotnie często wskazywano także brak odpowiednich tematów szkoleń (22%) jako bariera uniemożliwiająca podjęcie udziału w szkoleniu. Taki rozkład odpowiedzi świadczy o tym, iż respondentów w dużej mierze nie stać na to by się doszkaląc a braki dofinansowań na szkolenia tylko pogłębiają istnienie barier finansowych. Ważnym problemem jest też brak odpowiednich, zróżnicowanych tematów, które mogłyby zainteresować szersze grono odbiorców.

TABELA 347. PROSZĘ OKREŚLIĆ PRZESZKODY, KTÓRE UNIEMOŻLIWIAJĄ PANA/I UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
wysokie koszty szkoleń	93	44,5
brak dofinansowań na szkolenia	56	26,8
brak odpowiednich tematów szkoleń	46	22
nieodpowiednia metoda szkoleń	10	4,8
inne, jakie?	4	1,9
ogółem	209	100

* odpowiedzi nie sumuje się do 138, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

33,3% respondentów uważa, iż dostępne szkolenia raczej są wysokiej jakości, jednocześnie 34,8% uważa, że trudno powiedzieć. Tylko 16,7% respondentów uważa, że szkolenia raczej nie są wysokiej jakości. Z tego wynika, iż na ogół respondenci są zadowoleni z jakości świadczonych usług szkoleniowych.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 348. CZY PANA/I ZDANIEM DOSTĘPNE SZKOLENIA/KURSY SĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI?

	N	%
trudno powiedzieć	48	34,8
raczej tak	46	33,3
raczej nie	23	16,7
zdecydowanie tak	15	10,9
brak danych	3	2,2
zdecydowanie nie	3	2,2
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło oceny przygotowania osób prowadzących szkolenia. 42,8% respondentów owe przygotowanie ocenia jako dobre, a 10,1% jako bardzo dobre. Zaledwie 5,1% ankietowanych uznało, że prowadzący szkolenia są źle przygotowani.

TABELA 349. JAK PAN/I OCENIA PRZYGOTOWANIE OSÓB PROWADZĄCYCH KURSY/SZKOLENIA?

	N	%
dobrze	59	42,8
trudno powiedzieć	56	40,6
bardzo dobrze	14	10,1
źle	7	5,1
brak danych	2	1,4
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zostali poproszeni także o określenie, czy istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych. Aż 43,5% ankietowanych jest zdania, że nie istnieje wystarczająca ich liczba, natomiast zaledwie 20,3% ankietowanych uważa, że istniejąca liczba kursów zawodowych jest wystarczająca.

TABELA 350. CZY PANA/I ZDANIEM ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCA LICZBA KURSÓW ZAWODOWYCH?

	N	%
trudno powiedzieć	42	30,4
raczej nie	40	29
zdecydowanie nie	20	14,5
raczej tak	19	13,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zdecydowanie tak	9	6,5
brak danych	8	5,8
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na pytanie otwarte zawarte w kwestionariuszu ankiety dotyczące zmian w strukturze organizowanych kursów/szkoleń, aż 94,9% respondentów nie udzieliło odpowiedzi. Oznaczać to może iż respondenci nie mają koncepcji dotyczących zmiany w zakresie organizowanych kursów/szkoleń, bądź nie dostrzegają konieczności żadnych poważniejszych zmian w tym obszarze.

TABELA 351. CO PAN/I ZMIENIŁBY/ZMIENIŁABY W STRUKTURZE ORGANIZOWANYCH KURSÓW/SZKOLEŃ?

	N	%
nic	3	2,2
lepsi nauczyciele	1	0,7
metody doksztalcania	1	0,7
nie wiem	1	0,7
szkolenia bezpłatne	1	0,7
brak danych	131	94,9
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W odpowiedzi na pytanie czy zdaniem respondentów większy dostęp do szkoleń/kursów zmniejszy poziom bezrobocia w ich gminie, wskazane odpowiedzi rozkładają się niemalże równomiernie. 27,5% ankietowanych uznało, iż większy dostęp do kursów raczej nie zmniejszy poziomu bezrobocia w ich gminie, natomiast 26,8% innych ankietowanych odpowiedziało, iż ich zdaniem poziom bezrobocia w gminie zdecydowanie się zmniejszy.

TABELA 352. CZY PANA/I ZDANIEM WIĘKSZY DOSTĘP DO KURSÓW/SZKOLEŃ ZMNIJSZY POZIOM BEZROBOCIA W PANA/I GMINIE?

	N	%
raczej nie	38	27,5
zdecydowanie tak	37	26,8
raczej tak	28	20,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

trudno powiedzieć	19	13,8
zdecydowanie nie	11	8
brak danych	5	3,6
ogółem	138	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród wszystkich 138 respondentów, zaledwie 57 osób dotyczyło pytanie o potencjalne zatrudnienie osoby zaraz po odbyciu kursu/szkolenia i bez doświadczenia zawodowego. Respondenci, których dotyczyło pytanie, w głównej mierze uważali, że byliby skłonni zatrudnić taką osobę (47,4%). Natomiast zaledwie 15,8% respondentów twierdzi, że nie byliby skłonni zatrudnić osoby po odbyciu kursu bądź szkolenia bez doświadczenia zawodowego. Na podstawie analizy danych nie można stwierdzić na pewno, że ołecy pracodawcy chętnie zatrudnią takie osoby, gdyż ową możliwość deklaruje nie cała połowa respondentów.

TABELA 353. CZY ZATRUDNIŁBY/ZATRUDNIŁABY PAN/I OSOBĘ ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	21	36,9
trudno powiedzieć	10	17,5
raczej nie	8	14
zdecydowanie tak	6	10,5
zdecydowanie nie	1	1,8
brak danych	11	19,3
ogółem	57	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

47,4% respondentów stwierdza, że byliby skłonnych zaoferować staż zawodowy osobie po odbyciu szkolenia bądź kursu bez doświadczenia zawodowego. Tylko 12,3% respondentów nie byliby skłonnych zaproponować stażu takiej osobie. Podobnie jak w poprzednim pytaniu, tak i w tym przypadku nie można stwierdzić, że osoby, które mają ukończony kurs/szkolenie, a nie posiadają doświadczenia zawodowego, zostaną przyjęci do odbywania stażu w firmie. Mimo, że tylko 12,3% deklaruje niechęć przyjmowania takich osób na staż, to 17,5% nie wie jak by postąpiło w takiej sytuacji, a 19,3% nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Osoby te mogą ale nie muszą przyjąć tych osób na staż.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 354. CZY ZAOFEROWAŁBY/ZAOFEROWAŁABY PAN/I STAŻ ZAWODOWY OSOBIE ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	21	36,9
trudno powiedzieć	10	17,5
zdecydowanie tak	6	10,5
raczej nie	6	10,5
zdecydowanie nie	1	1,8
brak danych	13	22,8
ogółem	57	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W kolejnym pytaniu zawartym w ankiecie respondenci zostali poproszeni o wskazanie instytucji, które zorganizowały szkolenia, w których ankietowani brali udział. Pytanie to nie dotyczyło 60 osób, które zadeklarowały we wcześniejszej części ankiety, że nigdy nie brały udziału w żadnym szkoleniu bądź kursie. Spośród tych osób, które uczęszczały na szkolenia 11,4% wskazało, że zostały one zorganizowane przez Zakład Doskonalenia Zawodowego.

TABELA 355. PROSZĘ WYMIENIĆ INSTYTUCJE SZKOLENIOWE, Z KTÓRYCH USŁUG PAN/I KORZYSTAŁ/A?

	N	%
Zakład Doskonalenia Zawodowego	9	11,4
Centrum Edukacji Obywatelskiej	2	2,6
Centrum Językowe IDEA	2	2,6
Fundacja Rozwoju Ziemi Oleckiej	2	2,6
Olsztyńska Szkoła Biznesu	2	2,6
ALSA - Centrum Obsługi Biznesu	1	1,3
Consulting SA	1	1,3
Fundacja Gospodarcza - "ProEuropa" Toruń	1	1,3
Polska Akademia Rachunkowości	1	1,3
Urząd Pracy w Olecku	1	1,3
Stowarzyszenie Młodych na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich	1	1,3
nie wiem	1	1,3
brak danych	54	69,1
ogółem	78	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Te same osoby zostały poproszone o ocenę jakości usług instytucji szkoleniowych, z których pomocy korzystały. Wszyscy respondenci, którzy odpowiedzieli na to pytanie uznali iż jakość usług tychże instytucji jest dobra lub bardzo dobra (łącznie 80,7%).

TABELA 356. PROSZĘ OCENIĆ JAKOŚĆ ICH USŁUG

	N	%
bardzo dobrze	14	17,9
dobrze	49	62,8
brak danych	15	19,3
ogółem	78	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podsumowanie

Z analiza danych dotyczących potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce wynika, iż mimo że osoby reprezentujące branżę turystyczną w Gminie Olecko zdają sobie sprawę z tego iż udział w szkoleniach jest pomocny w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji, tylko niewielki odsetek bierze udział w tego typu przedsięwzięciach. Najczęściej wskazywanymi rodzajami szkoleń, w których respondenci brali udział to szkolenia obowiązkowe, takie jak np. szkolenie BHP.

Respondenci przyznali, że widzą potrzebę szkolenia pracowników oraz że udział w nich przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Gminę Olecko.

Pracodawcy, którzy prowadzą swoją działalność gospodarczą na terenie gminy od przyszłych pracowników najczęściej oczekują wykształcenia licencjackiego bądź pomaturalnego/policealnego. Najbardziej pożądanymi kierunkami wykształcenia są: wykształcenie turystyczne, gastronomiczne bądź związane z zarządzaniem i marketingiem. Oprócz tego najmiej widzianymi kursami są obsługa klienta oraz zarządzanie projektem.

Osoby ankietowane najchętniej wzięłyby udział w kursach na organizatorów imprez oraz w kursach kadrowych. Najbardziej interesującymi obszarami tematycznymi, które byłyby brane pod uwagę przy wyborze szkolenia to nauka języka angielskiego oraz źródła finansowania projektów turystycznych, a także promocja produktu turystycznego.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najbardziej odpowiednimi terminami do udziału w szkoleniach dni weekendowe, najlepszą metodą prowadzenia takich zajęć są wykłady i warsztaty, a o różnego rodzaju szkoleniach wszelkie informacje najlepiej dostać za pośrednictwem Internetu.

Przy wyborze szkolenia decydujący wpływ ma termin szkolenia oraz jego cena która jest również najważniejszą przeszkodą uniemożliwiającą doskonalenie zawodowe. Ponadto respondenci uznali, że za mało jest dofinansowań do tego typu przedsięwzięć

Dostępne kursy i szkolenia w ocenie respondentów są wysokiej jakości, a osoby je prowadzące są dobrze przygotowane, ale ich ilość nie jest wystarczająca.

Jeśli zaś chodzi o zatrudnienie lub przyjęcie na staż osób bez doświadczenia zawodowego, ale po odbytym kursie bądź szkoleniu to chęć taką deklaruje około połowa respondentów. Wynika z tego, że posiadanie dodatkowych kwalifikacji nie jest gwarancją na znalezienie pracy.

Respondenci z Gminy Olecko najczęściej korzystają z usług Zakładu Doskonalenia Zawodowego a jakość jego usług oceniają jako bardzo dobrą.

4. Miasto Suwałki

Czwartym miastem, w którym zostały zbadane potrzeby w zakresie szkolenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce jest Miasto Suwałki.

Pierwsze pytanie, jakie zostało zadane respondentom dotyczyło wpływu szkoleń na działanie instytucji/przedsiębiorstwa. Zdecydowana większość (łącznie 92,5%) ankietowanych uznała, że szkolenia kadry są pomocne w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji.

TABELA 357. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH JEST POMOCNE W FUNKCJONOWANIU FIRMY/INSTYTUCJI?

	N	%
raczej tak	136	53,8
zdecydowanie tak	98	38,7
zdecydowanie nie	10	4
raczej nie	7	2,8
brak danych	2	0,8
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie reprezentanci Miasta Suwałki zostali zapytani o to, jak często biorą udział w szkoleniach. Zaledwie 4,7% osób biorących udział w badaniu zadeklarowało, że bierze udział w szkoleniach często lub bardzo często. 54,5% osób nigdy nie brało udziału w tego typu przedsięwzięciu.

TABELA 358. CZY CZĘSTO BIERZE PAN/I UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	138	54,5
rzadko	69	27,3
od czasu do czasu	32	12,6
często	11	4,3
bardzo często	1	0,4
brak danych	2	0,8
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rodzaje szkoleń, w których respondent brał udział przedstawia *tabela 359*, z której wynika, że respondenci najczęściej uczestniczą w kursach komputerowych (17,2%) oraz kelnerskich (13,4%). Pytanie to nie dotyczyło 138 osób, które nigdy nie brały udziału w żadnym szkoleniu.

TABELA 359. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA, W KTÓRYCH BRAŁ/A PAN/I UDZIAŁ?

	N	%
kurs komputerowy	27	17,2
kurs kelnerski	21	13,4
ABC przedsiębiorczości	10	6,4
obsługa klienta	9	5,7
obsługa kasy fiskalnej	9	5,7
handlowiec	8	5,1
kadry i płace	6	3,8
kursy kosmetyczne	4	2,5
kursy z zakresu turystyki	4	2,5
Kapitał Ludzki	4	2,5
kurs barmański	4	2,5
kucharz	3	1,9
BHP	2	1,3
podnoszenie kwalifikacji	2	1,3
inne	9	5,7
brak danych	35	22,3
ogółem	157	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 115, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło częstości uczestnictwa w szkoleniach pracowników/współpracowników respondenta. Zaledwie 2% osób zadeklarowało częsty udział swoich pracowników bądź współpracowników w szkoleniach. Natomiast prawie 59% odpowiedziało, że jego firma/instytucja nie wysyła pracowników na szkolenia, a niecałe 14%, że sytuacja taka ma miejsce od czasu do czasu.

TABELA 360. CZY CZĘSTO PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY BIORĄ UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	148	58,5
rzadko	63	24,9

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

od czasu do czasu	34	13,4
często	5	2
brak danych	3	1,2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tematykę szkoleń, w których brali udział pracownicy lub współpracownicy, przedstawia tabela 361, z której wynika, że współpracownicy bądź pracownicy respondentów najczęściej biorą udział w szkoleniach kelnerskich (8,6%), barmańskich (6,9%) oraz z zakresu obsługi klienta. Pytanie to nie dotyczyło 148 osób, które zadeklarowały w poprzednim pytaniu, że nigdy nie brały udziału w takich przedsięwzięciach jak szkolenia czy kursy.

TABELA 361. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA, W KTÓRYCH PANA/I PRACOWNICY/WSPÓŁPRACOWNICY NAJCZĘŚCIEJ BRALI UDZIAŁ?

	N	%
kelner	10	8,6
barman	8	6,9
obsługa klienta	8	6,9
kucharz	7	6
komputerowe	7	6
sprzedawca	7	6
kasa fiskalna	4	3,4
fundusze unijne	3	2,6
BHP	2	1,7
kosmetyczne	2	1,7
pierwsza pomoc	2	1,7
podnoszenie umiejętności	2	1,7
Szewskie	2	1,7
kadrowe, księgowości	1	0,9
przewodnik turystyczny	1	0,9
szkolenia językowe	1	0,9
sanepid	1	0,9
inne	2	1,7
brak danych	46	39,7
ogółem	116	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 105, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Jak wynika z powyższej analizy kursy i szkolenia są bardzo przydatne w celu dobrego funkcjonowania firmy bądź instytucji. Mimo respondenci deklarują rzadkie uczestnictwo w nich. Przedsiębiorcy nieczęsto doszkalają swoich pracowników, a pracownicy deklarują, że ich współpracownicy równie niezbyt często biorą udział w szkoleniach. Można więc twierdzić, że przedsiębiorstwa bądź też instytucje zlokalizowane w Mieście Suwałki, które związane są z działalnością turystyczną nie doskonalą swych kadr, nie działają na rzecz rozwoju zarówno firmy czy instytucji, jak i pracowników w nich pracujących.

Kolejne pytania w ankiecie dotyczyły planowanego nowozatrudnienia i wymagań stawianych osobom, które starają się o przyjęcie do pracy.

W pierwszej kolejności respondenci zostali zapytani o to, czy planują zatrudnić nowych pracowników. 79,4% osób, które wzięły udział w badaniu z racji swego stanowiska w firmie/instytucji, nie może udzielić odpowiedzi na to pytanie. Z analizy danych wynika, iż spośród osób, które mogą zatrudniać nowych pracowników, tylko 26,9% planuje zwiększyć zatrudnienie w firmie/instytucji.

TABELA 362. CZY PLANUJE PAN/I ZATRUDNIĆ NOWYCH PRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	14	26,9
nie	29	55,8
brak danych	9	17,3
ogółem	52	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W tabeli 363 zostały przedstawione stanowiska których będą dotyczyły przyjęcia. Pytanie to nie dotyczy blisko 90% ankietowanych, gdyż część respondentów z racji zajmowanego stanowiska nie może zatrudniać nowych pracowników (201 osób) oraz część respondentów, którzy posiadają takie kompetencje zadeklarowała, iż nie ma zamiaru w najbliższym czasie zwiększać zatrudnienia (29 osób).

TABELA 363. PROSZĘ OKREŚLIĆ STANOWISKA, NA KTÓRE POSZUKUJE PAN/I PRACOWNIKÓW?

	N	%
sprzedawca	3	5,8
obsługa klienta, asystent	2	3,8
fryzjer	1	1,9



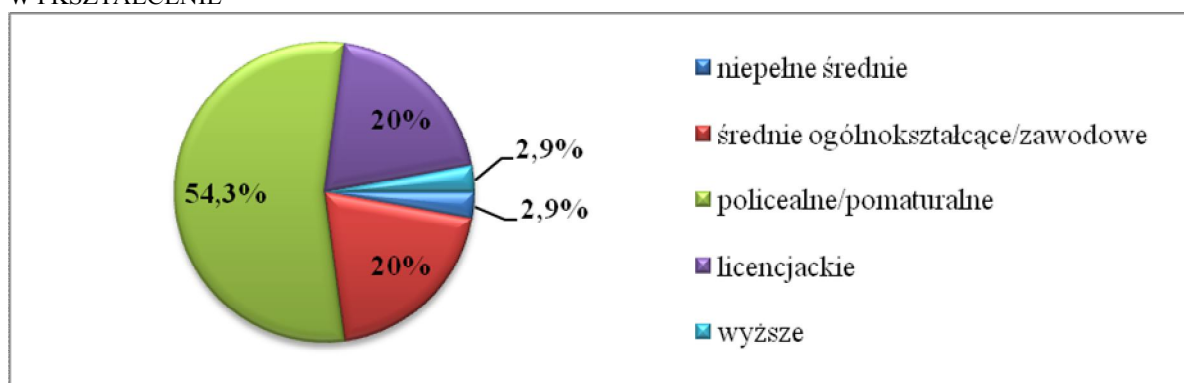
Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

kucharz	1	1,9
brak danych	45	86,5
ogółem	52	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych respondentów, którzy mają możliwość zatrudniania nowych pracowników prawie połowa uznała, że osoby które chcą zatrudnić powinny posiadać wykształcenie policealne bądź pomaturalne, a następnie licencjackie lub średnie ogólnokształcące bądź zawodowe. Zapewne związane jest to z tym, że istnieje wiele szkół ponadgimnazjalnych o profilach związanych z turystyką (np. technikum gastronomiczna, hotelarskie, ekonomiczne).

RYSUNEK 62. PREFEROWANE WYKSZTAŁCENIE

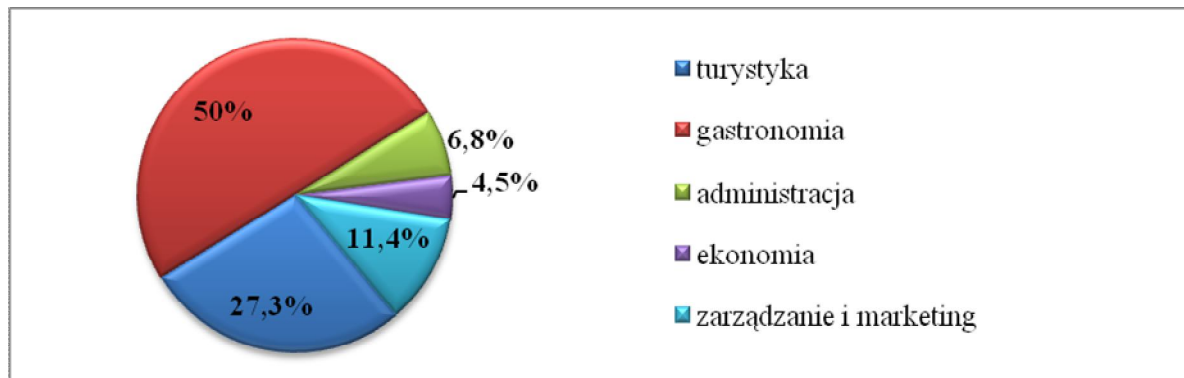


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby starające się o przyjęcie do pracy powinny posiadać wykształcenie kierunkowe, odpowiednie do tego stanowiska. Najczęściej respondenci wskazywali na wykształcenie gastronomiczne (50%) bądź związane z turystyką (27,3%).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

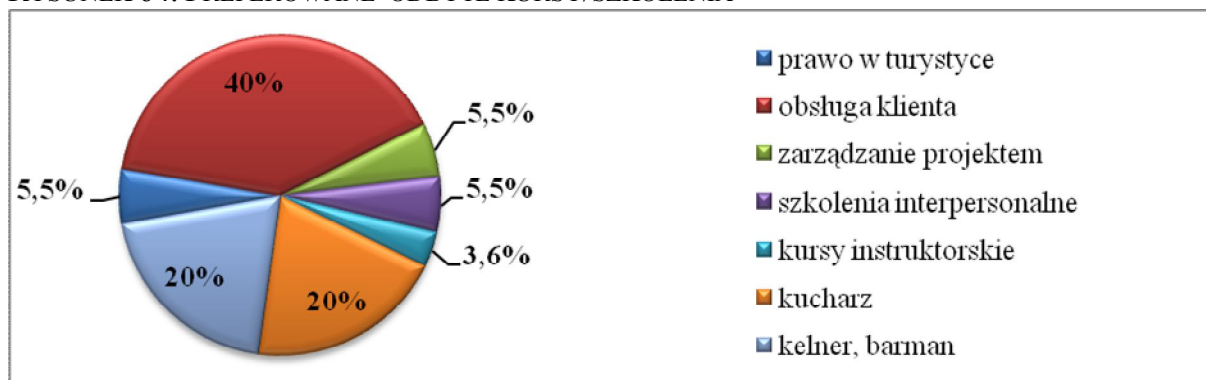
RYSUNEK 63. PREFEROWANY KIERUNEK WYKSZTAŁCENIA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najmilej widzianymi kursami/szkoleniami są te związane z obsługą klienta. Ten rodzaj szkolenia preferowany jest przez 40% respondentów. Następnymi pożądanymi kursami są kursy kelnerskie oraz barmańskie (20%). Najmniej oczekiwanymi przez respondentów są kursy instruktorskie (3,6%).

RYSUNEK 64. PREFEROWANE ODBYTE KURSY/SZKOLENIA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Chęć zatrudnienia nowych pracowników zadeklarowała 1/4 uprawnionych do tego respondentów. Z analizy materiału badawczego wynika, iż osoby poszukujące pracy związanej z branżą turystyczną w Suwałkach nie mają zbyt dużych szans na jej znalezienie. Największe szanse w znalezieniu tu zatrudnienia mają osoby o następujących kwalifikacjach: wykształcenie policealne/pomaturalne o kierunku gastronomia oraz ukończony kurs z zakresu obsługi klienta.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W dalszej części ankiety respondenci zostali zapytani o to, czy widzą potrzebę szkolenia pracowników. Ponad 64% respondentów, uważa iż szkolenia pracowników są potrzebne w celu sprawniejszego funkcjonowania firmy/institucji.

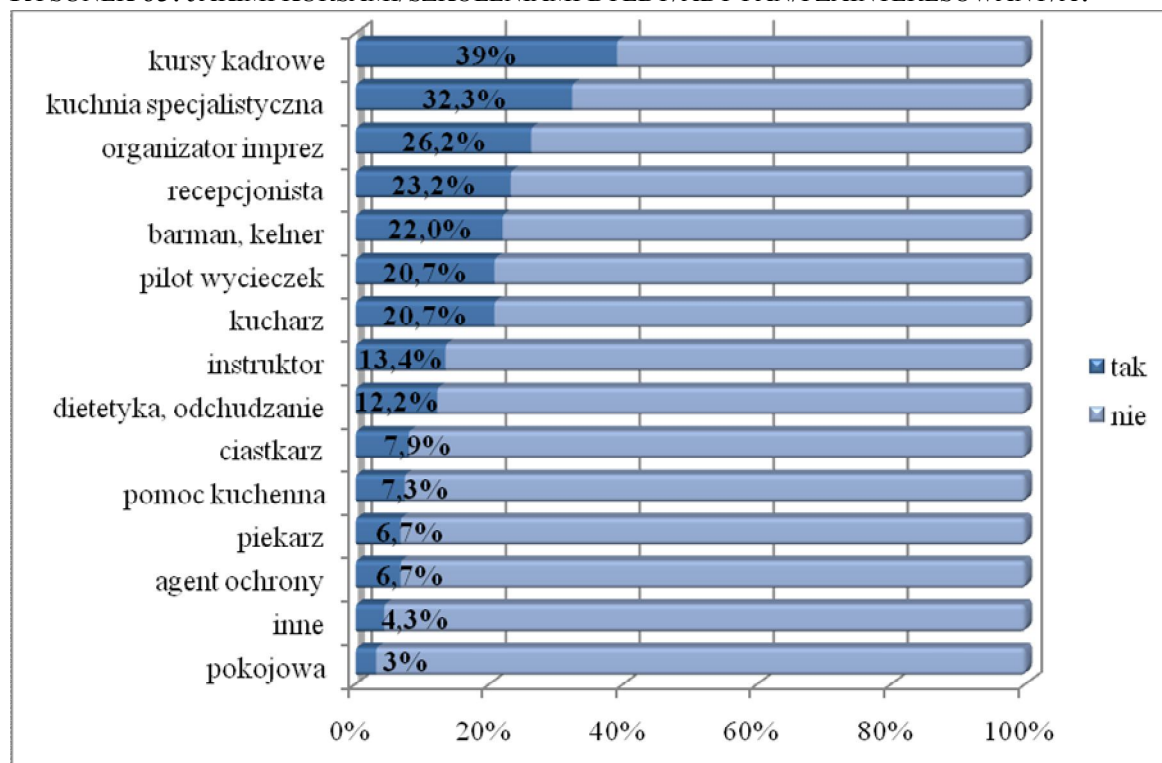
TABELA 364. CZY WIDZI PAN POTRZEBĘ SZKOLENIA PRACOWNIKÓW/WSPÓLPRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	164	64,8
nie	81	32
brak danych	8	3,2
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w powyższym pytaniu uznały, że widzą potrzebę szkolenia pracowników zostały poproszone o wskazanie tych szkoleń bądź kursów, którymi byłoby zainteresowani. Respondenci, jeśli mieliby możliwość wzięcia udziału w szkoleniu/kursie, najchętniej korzystaliby z kursów kadrowych. 39% odpowiedzi dotyczyło właśnie tego typu dokształcenia. 32,3% jest zainteresowanych szkoleniem z zakresu kuchni specjalistycznej (np. chińskiej), a 26,2% odpowiedzi dotyczyło kursów na organizatora przyjęć bądź imprez.

RYСУNEK 65. JAKIMI KURSAMI/SZKOLENIAMI BYŁBY/ABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A?



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

71,5% osób, które wzięły udział w niniejszym badaniu uważa, że udział w szkoleniach zawodowych kadr przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Miasto Suwałki. Wynika to zapewne z tego, iż różnego rodzaju szkolenia dają możliwość lepszego wykorzystania potencjału turystycznego. Poruszane na tego typu zajęciach tematy mogą okazać się przydatne podczas realizacji planu marketingowego poszczególnych firm i instytucji, ponadto mogą podsunąć pewne pomysły dotyczące zwiększenia atrakcyjności zarówno przedsiębiorstw, jak i Miasta Suwałki. Oprócz tego szkolenia na pewno zwiększają efektywność pracowników, co też jest istotnym czynnikiem świadczącym o atrakcyjności danego miejsca

TABELA 365. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UDZIAŁ W SZKOLENIACH ZAWODOWYCH KADR ZWIĄZANYCH Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ PRZYCZYNI SIĘ DO WZROSTU LICZBY TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH PANA/I MIASTO?

	N	%
raczej tak	124	49
zdecydowanie tak	57	22,5
trudno powiedzieć	51	20,2
raczej nie	14	5,5
zdecydowanie nie	6	2,4
brak danych	1	0,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania, respondenci zostali poproszeni o wymienienie obszarów tematycznych szkoleń, w których najchętniej wzięliby udział. Najczęściej udzielanymi odpowiedziami były: kurs języka angielskiego (15,9%), promocja produktu turystycznego (13,1%), obsługa klienta (12,4%) oraz rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych (10,9%).

TABELA 366. W KTÓRYM Z WYMIENIONYCH OBSZARÓW TEMATYCZNYCH BYŁBY/ABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A PLANUJĄC UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
język angielski	85	15,9
promocja produktu turystycznego	70	13,1
obsługa klienta	66	12,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych	58	10,9
źródła finansowania projektów turystycznych	42	7,9
szkolenia interpersonalne	41	7,7
kursy komputerowe	31	5,8
język rosyjski	27	5,1
fundusze unijne - przygotowanie projektu	21	3,9
prawo w turystyce	20	3,8
inne kursy językowe	19	3,6
jak sprzedać produkt turystyczny?	18	3,4
język niemiecki	16	3
zarządzanie projektem	14	2,6
zamówienia publiczne	5	0,9
ogółem	533	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

43,1% ankietowanych zadeklarowało, że ma możliwość uczestniczenia w szkoleniach w dni weekendowe, a 34,4% respondentów, że w dni robocze w godzinach wieczornych.

TABELA 367. W JAKICH TERMINACH MIAŁBY/ABY PAN/I MOŻLIWOŚĆ UCZESTNICZENIA W WYBRANYCH SZKOLENIACH?

	N	%
dni weekendowe	109	43,1
dni robocze, godziny wieczorne (17:00-21:00)	87	34,4
dni robocze, godziny przedpołudniowe (8:00-12:00)	48	19
dni robocze, godziny popołudniowe (12:00-17:00)	7	2,8
brak danych	2	0,8
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Preferowanymi metodami szkoleń są wykłady, które wskazało 50,2% ankietowanych oraz warsztaty, które wymieniło 33,2% respondentów. Najmniej osób wskazało e-learning jako preferowaną metodę szkoleniową.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 368. JAKIE METODY SZKOLENIA PAN/I PREFERUJE?

	N	%
wykłady	127	50,2
warsztaty	84	33,2
szkolenia korespondencyjne	24	9,5
e-learning	14	5,5
brak danych	4	1,6
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym kryterium, które bierze się pod uwagę przy wyborze szkolenia jakie podawali respondenci podczas realizacji badania, jest cena szkolenia. Na takie kryterium wskazało 45,3% ankietowanych. Równie ważne są terminy, w jakich organizowane jest szkolenie – 23,8% wskazań.

Koszt jaki należy podjąć, gdy chce się wziąć udział w tego typu przedsięwzięciach jest wysoki zarówno dla osób, które prywatnie chcą się doksztalić oraz dla pracodawcy, który chciałby doszkolić swoich pracowników. Dlatego też pracodawcy na pierwszym miejscu przy wyborze szkolenia biorą pod uwagę jakie koszty z nim związane będą musieli podjąć. Wysoki koszt szkoleń jest najprawdopodobniej najważniejszą przyczyną nieuczestniczenia w szkoleniach kadr zatrudnionych w turystyce, co wykazały odpowiedzi respondentów w pierwszej części ankiety. Termin szkolenia jest także istotnym czynnikiem, który decyduje o chęci brania udziału w szkoleniach. Pracodawca musi wziąć pod uwagę, to czy udział w szkoleniu nie zakłóci sprawnego wykonywania obowiązków, związanych z efektywnym funkcjonowaniem firmy. Na pewno takim nieodpowiednim terminem szkoleń dla branży turystycznej w Suwałkach jest sezon wakacji oraz ferii zimowych.

TABELA 369. JAKIE KRYTERIA BIERZE PAN/I POD UWAGĘ PRZY WYBORZE SZKOLENIA?

	N	%
cena	219	45,3
terminy	115	23,8
czas trwania szkolenia	59	12,2
warunki organizacyjne	38	7,9
jakość szkoleniowców	33	6,8
bieżące potrzeby (zmiany w prawie)	19	3,9
ogółem	483	100

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło sposobów pozyskiwania informacji na temat różnych szkoleń. 39,4% respondentów przyznaje, że informacje dotyczące szkoleń znajduje poprzez Internet. 18,6% ankietowanych informacje o szkoleniach zdobywa od znajomych. Ponadto respondenci wskazali na fakt, iż na rynku istnieją firmy, które w celach promocyjnych same rozsyłają zaproszenia na szkolenia. W ten sposób o tego typu przedsięwzięciach dowiaduje się 9% ankietowanych.

TABELA 370. POPRZEZ JAKI KANAŁ INFORMACYJNY ZNAJDUJE PAN/I INFORMACJE O SZKOLENIACH?

	N	%
Internet	185	39,4
informacja od znajomych	87	18,6
prasa	60	12,8
ogłoszenia w urzędach	50	10,7
zaproszenia z firm	42	9
telewizja	28	6
oferta szkoleniowa	17	3,6
ogółem	469	100

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najczęściej wskazywanymi przeszkodami, które uniemożliwiają udział w szkoleniu są wysokie koszty szkoleń (57,7% wskazań) oraz brak dofinansowań do tego rodzaju działań (18,5% wskazań). Często wspomniano także brak odpowiednich tematów, które zachęciłyby respondenta do wzięcia udziału w szkoleniu (17,3%).

TABELA 371. PROSZĘ OKREŚLIĆ PRZESZKODY, KTÓRE UNIEMOŻLIWIAJĄ PANA/I UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
wysokie koszty szkoleń	203	57,7
brak dofinansowań na szkolenia	65	18,5
brak odpowiednich tematów szkoleń	61	17,3
nieodpowiednia metoda szkoleń	19	5,4
nieodpowiednie terminy szkoleń	3	0,9
brak informacji o szkoleniach	1	0,3
ogółem	352	100

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

**odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ponad połowa respondentów nie jest zdecydowana co do oceny jakości dostępnych szkoleń bądź kursów. Tylko 7,5% ankietowanych ocenia je jako raczej niskiej jakości. Natomiast 32,4% ankietowanych ocenia je dobrze bądź bardzo dobrze.

TABELA 372. CZY PANA/I ZDANIEM, DOSTĘPNE KURSY/SZKOLENIA SĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI?

	N	%
trudno powiedzieć	151	59,7
raczej tak	70	27,7
raczej nie	14	5,5
zdecydowanie tak	12	4,7
zdecydowanie nie	5	2
brak danych	1	0,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Aż 58,9% respondentów nie potrafi ocenić przygotowania osób prowadzących szkolenia. Natomiast 37,5% respondentów widzi to przygotowanie jako dobre bądź bardzo dobre, tylko 3,2% ankietowanych postrzega przygotowanie prowadzących szkolenia bądź kursy jak złe bądź bardzo złe.

TABELA 373. JAK OCENIA PAN PRZYGOTOWANIE OSÓB PROWADZĄCYCH KURSY/SZKOLENIA?

	N	%
trudno powiedzieć	149	58,9
dobrze	80	31,6
bardzo dobrze	15	5,9
źle	6	2,4
bardzo źle	2	0,8
brak danych	1	0,4
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

40,3% respondentów nie potrafi odpowiedzieć na pytanie czy liczba kursów zawodowych jest wystarczająca. Niecałe 18% osób uważa, że liczba ta jest raczej lub zdecydowanie wystarczająca, a aż 41,1% ankietowanych uważa, że liczba kursów zawodowych nie jest wystarczająca.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 374. CZY PANA/I ZDANIEM ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCA LICZBA KURSÓW ZAWODOWYCH?

	N	%
trudno powiedzieć	102	40,3
raczej nie	58	22,9
zdecydowanie nie	46	18,2
raczej tak	33	13
zdecydowanie tak	12	4,7
brak danych	2	0,8
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Gdy poproszono respondentów o to, aby wskazali na aspekty, które zmieniliby w strukturze organizowanych szkoleń bądź kursów, 6,9% stwierdziło, że zwiększyłyby dostępność kursów oraz uelastyczyły sposoby rekrutacji. 5,7% ankietowanych stwierdziło, że należałoby zmniejszyć koszty szkoleń nakładane na uczestników oraz zwiększyć dofinansowania do szkoleń.

TABELA 375. CO PAN/I ZMIENIŁBY/ABY W STRUKTURZE ORGANIZOWANYCH KURSÓW/SZKOLEŃ?

	N	%
większa dostępność (sposoby rekrutacji)	18	6,9
dofinansowania (zmniejszenie kosztów szkoleń)	15	5,7
zbyt mała liczba szkoleń	13	5
bardziej zróżnicowana tematyka	12	4,6
nie wiem/trudno powiedzieć	10	3,8
więcej bezpłatnych szkoleń	9	3,4
więcej praktyki, mniej teorii	8	3,1
czas trwania szkoleń	5	1,9
więcej informacji o szkoleniach/kursach	3	1,1
nic	1	0,4
brak danych	167	64
ogółem	261	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 253, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

49,4% respondentów jest przeświadczonych, iż większy dostęp oraz bardziej powszechne uczestnictwo w kursach bądź szkoleniach, zmniejszy poziom bezrobocia w mieście Suwałki. 39,1% nie ma zadania na ten temat, tylko a 10,7% uważa że większy dostęp do szkoleń nie zmniejszy poziomu bezrobocia w mieście.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 376. CZY PANA/I ZDANIEM WIĘKSZY DOSTĘP DO KURSÓW/SZKOLEŃ ZMNIJSZY POZIOM BEZROBOCIA W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
trudno powiedzieć	99	39,1
raczej tak	89	35,2
zdecydowanie tak	36	14,2
raczej nie	22	8,7
zdecydowanie nie	5	2
brak danych	2	0,8
ogółem	253	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać pracowników (52 osoby) zostały zapytane o to, czy zatrudniłyby osobę, która właśnie ukończyła kurs/szkolenie lecz nie posiada doświadczenia zawodowego. 28,8% ankietowanych przyznało, że taką osobę mogliby przyjąć na wolne stanowisko, a 17,3% nie zatrudniłoby takiej osoby. Jak wynika z przeanalizowanych danych większość przedsiębiorców nie wie co by zrobiła w takiej sytuacji. Tak więc można stwierdzić, że odbycie kursu/szkolenia nie zwiększa szans na suwalskim rynku pracy oraz że są jeszcze inne czynniki, które decydują o zatrudnianiu pracowników.

TABELA 377. CZY ZATRUDNIŁBY/ABY PAN/I OSOBĘ ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
trudno powiedzieć	22	42,3
raczej tak	15	28,8
raczej nie	7	13,5
zdecydowanie nie	2	3,8
brak danych	6	11,5
ogółem	52	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tych samych respondentów zapytano, czy zaoferowałiby staż zawodowy osobom, które odbyły kurs/szkolenie, ale nie mają doświadczenia zawodowego. 44,2% respondentów, stwierdziło że nie miałyby żadnych przeciwwskazań w związku z przyjmowaniem na staż tychże osób. Duży odsetek respondentów podobnie jak w pytaniu poprzednim nie wie jak by

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

zachował się w takiej sytuacji. Z analizy danych wynika, że uczestnictwo w kursie/szkoleniu osób bez doświadczenia zawodowego nie gwarantuje nawet przyjęcia na staż zawodowy.

TABELA 378. CZY ZAOFEROWAŁBY/ABY PAN/I STAŻ ZAWODOWY OSOBIE PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej tak	19	36,5
trudno powiedzieć	19	36,5
zdecydowanie tak	4	7,7
raczej nie	2	3,8
zdecydowanie nie	2	3,8
brak danych	6	11,5
ogółem	52	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród osób, które zadeklarowały że brały udział w szkoleniu/kursie (115 osób) prawie 46% korzystało z oferty Powiatowego Urzędu Pracy w Suwałkach. 21,2% osób korzystało ze szkoleń organizowanych przez CDNiKU w Suwałkach, a 13,6% przez Stowarzyszenie Euroregion Niemen.

TABELA 379. PROSZĘ WYMIENIĆ INSTYTUCJE SZKOLENIOWE, Z KTÓRYCH USŁUG PAN/I KORZYSTAŁ/A.

	N	%
PUP w Suwałkach	54	45,8
CDNiKU w Suwałkach	25	21,2
Stowarzyszenie Euroregion Niemen	16	13,6
Agencja Rozwoju Regionalnego ARES	7	5,9
Ośrodek Kształcenia Zawodowego Zakładu Doskonalenia Zawodowego	4	3,4
Centrum Szkolenia Zawodowego UNIWERS	2	1,7
Centrum Nauki i Biznesu ŻAK	2	1,7
nie pamiętam	2	1,7
OHP	1	0,8
Collegium Civitas	1	0,8
Euro-Consulting	1	0,8
Lubelski Związek Stowarzyszeń Agroturystycznych	1	0,8
Suwalska Izba Rolniczo-Turystyczna	1	0,8
Stowarzyszenie Przyjaciół Prawa przy Uniwersytecie w Białymstoku	1	0,8
ogółem	118	100

*odpowiedzi respondentów nie sumuje się do 115, gdyż mogli oni udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Następnie osoby te zostały poproszone o ocenę jakości usług wymienionych wyżej instytucji. 83,5% respondentów dobrze lub bardzo dobrze oceniło usługi tychże instytucji, a tylko 12,1% wyraziło negatywną ocenę.

TABELA 380. PROSZĘ OCENIĆ JAKOŚĆ ICH USŁUG

	N	%
dobrze	67	58,3
bardzo dobrze	29	25,2
źle	9	7,8
bardzo źle	5	4,3
brak danych	5	4,3
ogółem	115	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podsumowanie

Po przeanalizowaniu zebranego materiału badawczego dotyczącego potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce można wywnioskować, że mimo iż respondenci reprezentujący Miasto Suwałki zdają sobie sprawę z tego iż udział w szkoleniach jest pomocny w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji, to tylko niewielki odsetek bierze udział w tego typu przedsięwzięciach. Najczęściej wskazywanymi rodzajami szkoleń, w których respondenci brali udział to szkolenia obowiązkowe, takie jak np. kurs komputerowy bądź na barmana/kelnera.

Respondenci przyznali, że widzą potrzebę szkolenia pracowników oraz że udział w nich zdecydowanie przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Miasto Suwałki.

Pracodawcy, którzy prowadzą swoją działalność gospodarczą na terenie miasta od przyszłych pracowników najczęściej oczekują wykształcenia zawodowego o kierunku gastronomia lub obsługa ruchu turystycznego.

Osoby ankietowane najchętniej wzięłyby udział w kursach kadrowych oraz tych w zakresie kuchni specjalistycznych. Najbardziej interesującymi obszarami tematycznymi, które byłyby brane pod uwagę przy wyborze szkolenia to nauka języka angielskiego, promocja produktu turystycznego oraz obsługa klienta.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najbardziej odpowiednimi terminami do udziału w szkoleniach są dni weekendowe, najlepszą metodą prowadzenia takich zajęć są wykłady i warsztaty, a o różnego rodzaju szkoleniach wszelkie informacje najlepiej dostać za pośrednictwem Internetu.

Przy wyborze szkolenia decydujący wpływ ma jego cena oraz termin jego realizacji. Wysokie koszty, jakie pracodawca musi ponieść w związku z udziałem w szkoleniu jest najczęściej wskazywaną barierą. Ponadto respondenci uznali, że za mało jest dofinansowań do tego typu przedsięwzięć. Większość ankietowanych uznała, że szkolenia są za mało dostępne, a sposoby rekrutacji nie odpowiednie, dlatego też należałoby je zmienić.

Dostępne kursy i szkolenia w ocenie respondentów są raczej wysokiej jakości, osoby je prowadzące dobrze przygotowane, ale ich ilość nie jest wystarczająca.

Jeśli zaś chodzi o zatrudnienie lub przyjęcie na staż osób bez doświadczenia zawodowego, ale po odbyciu kursu bądź szkoleniu to chęć taką deklaruje około połowa respondentów. Wynika z tego, że posiadanie dodatkowych kwalifikacji nie jest gwarancją na znalezienie pracy.

Respondenci z Miasta Suwałki najczęściej korzystają z usług Powiatowego Urzędu Pracy oraz Centrum Doskonalenia Nauczycieli i Kształcenia Ustawicznego, a jakość ich usług oceniają jako dobrą.

5. Miasto Augustów

Ostatnim obszarem należącym do krainy EGO SA jest Miasto Augustów, w której również przeprowadzone zostało niniejsze badanie.

Pierwsze pytanie skierowane do reprezentantów Augustowa dotyczyło ich opinii na temat przydatności szkoleń/kursów organizowanych w celu podnoszenia kwalifikacji pracowników zatrudnionych w firmach bądź instytucjach związanych z turystyką w mieście. Respondenci najczęściej odpowiadali, że uczestnictwo w szkoleniach jest bardzo pomocne w funkcjonowaniu firmy. W ten sposób odpowiedziało 96,4% ankietowanych.

TABELA 381. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH JEST POMOCNE W FUNKCJONOWANIU FIRMY/INSTYTUCJI?

	N	%
zdecydowanie tak	123	51
raczej tak	71	29,5
zdecydowanie nie	33	13,7
raczej nie	13	5,4
brak danych	1	0,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani o to, jak często biorą udział w szkoleniach najczęściej odpowiadali, że nigdy lub rzadko. Jedynie 6,6% często bierze udział w szkoleniach.

TABELA 382. CZY CZĘSTO BIERZE PAN/I UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
nigdy	88	36,5
rzadko	87	36,1
od czasu do czasu	50	20,7
często	16	6,6
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Rodzaje szkoleń, w których respondent brał udział przedstawia tabela 383, z której wynika, że respondenci najczęściej uczestniczą w szkoleniach typu BHP,

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

przeciwpożarowych, itp., czyli w tych które są szkoleniami obowiązkowymi. Drugim najczęściej wskazywanym szkoleniem, w jakim brało udział najwięcej ankietowanych to kurs barmana/kelnera.

TABELA 383. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA, W KTÓRYCH BRAŁ/A PAN/I UDZIAŁ?

	N	%
szkolenia BHP, p.poż	31	17,4
kurs barmana/kelnera	21	11,8
kucharzy	8	4,5
dotyczące turystyki	7	3,9
kurs komputerowy	4	2,2
nowoczesny manager w turystyce	4	2,2
HACCAP	3	1,7
"Turystyka wspólna sprawa"	3	1,7
fundusze unijne	3	1,7
marketing/zarządzanie	3	1,7
szkolenie kasjer/sprzedawca	2	1,1
kurs językowy	2	1,1
"Odpowiedzialna sprzedaż alkoholu"	2	1,1
ratownictwo medyczne	1	0,6
opiekun	1	0,6
EGO SA	1	0,6
asystent w biurze podróży	1	0,6
szkolenia dotyczące systemów rezerwacyjnych i produktu turystycznego	1	0,6
obsługa klienta	1	0,6
kadrowe	1	0,6
brak danych	78	43,8
ogółem	178	100

*odpowiedzi nie sumuje się 153, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie w przedstawionej respondentom ankiecie dotyczyło częstotliwości uczestnictwa w szkoleniach pracowników/współpracowników respondenta. Jak wynika z analizy danych 37,3% ankietowanych przyznało, że ich pracownicy bądź współpracownicy nigdy nie brali udziału w szkoleniu, a 35,7% wskazało na odpowiedź „rzadko”.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 384. CZY CZĘSTO PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY BIORĄ UDZIAŁ W SZKOLENIACH?

	N	%
nigdy	90	37,3
rzadko	86	35,7
od czasu do czasu	46	19,1
często	14	5,8
brak danych	5	2,1
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Tematykę szkoleń, w których brali udział pracownicy lub współpracownicy, przedstawia tabela 385, z której wynika, że współpracownicy bądź pracownicy respondentów najczęściej biorą udział w szkoleniach obowiązkowych, takich jak m.in. szkolenie BHP.

TABELA 385. PROSZĘ WYMIENIĆ SZKOLENIA, W KTÓRYCH PANA/I PRACOWNICY/WSPÓLPRACOWNICY NAJCZĘŚCIEJ BRALI UDZIAŁ?

	N	%
szkolenia BHP, p.poż	19	11,2
kurs barmana/kelnera	21	12,4
kucharzy	6	3,6
kurs komputerowy	1	0,6
EGO SA	5	3,0
pierwsza pomoc	1	0,6
kurs obsługi urządzeń	1	0,6
ubezpieczenia	1	0,6
Turystyka wspólna sprawa	1	0,6
kurs językowy	3	1,8
szkolenie kasjer/sprzedawca	2	1,2
Wspólny Produkt Turystyczny Podlasia	1	0,6
kadry i płace	2	1,2
dotyczące turystyki	3	1,8
marketing	1	0,6
nie pamiętam	1	0,6
obsługa klienta	1	0,6
sprzedaż alkoholu	1	0,6
szkolenie dotyczące czasu pracy kierowcy	1	0,6
brak danych	97	57,4
ogółem	169	100

*odpowiedzi nie sumuje się 151, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Mimo iż zdecydowana większość respondentów uważa, że szkolenia są bardzo przydatne w celu dobrego funkcjonowania firmy/institucji, rzadko uczestniczą w szkoleniach, nieczęsto doszkalają swoich pracowników i deklarują, że ich współpracownicy również niezbyt często biorą udział w szkoleniach. Można więc stwierdzić, że przedsiębiorstwa bądź też instytucje zlokalizowane w Mieście Augustów, które związane są z działalnością turystyczną nie doskonałą swych kadr, nie działają na rzecz rozwoju zarówno firmy/institucji jak i pracowników w nich pracujących.

Kolejne pytania w ankiecie dotyczyły planowanego nowozatrudnienia i wymagań stawianych osobom, które starają się o przyjęcie do pracy.

W pierwszej kolejności respondenci zostali zapytani o to, czy planują zatrudnić nowych pracowników. Spośród tych osób, które z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać nowych pracowników, większość zadeklarowała, że nie zamierza zwiększyć zatrudnienia w firmie.

TABELA 386. CZY PLANUJE PAN/I ZATRUDNIĆ NOWYCH PRACOWNIKÓW?

	N	%
nie	42	51,2
tak	36	43,9
brak danych	4	4,9
ogółem	82	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W tabeli 387 zostały przedstawione zawody/stanowiska których będą dotyczyć przyjęcia.

TABELA 387. PROSZĘ WSKAZAĆ STANOWISKA NA KTÓRE POSZUKUJE PAN/I PRACOWNIKÓW?

	N	%
barman	19	41,3
kucharz	6	13
pomoc kuchenna	5	10,9
menager	3	6,5
pokojowa	2	4,3
recepjonista	1	2,2
obsługa ruchu turystycznego	2	4,3
obsługa klienta	1	2,2
ratownik	1	2,2



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

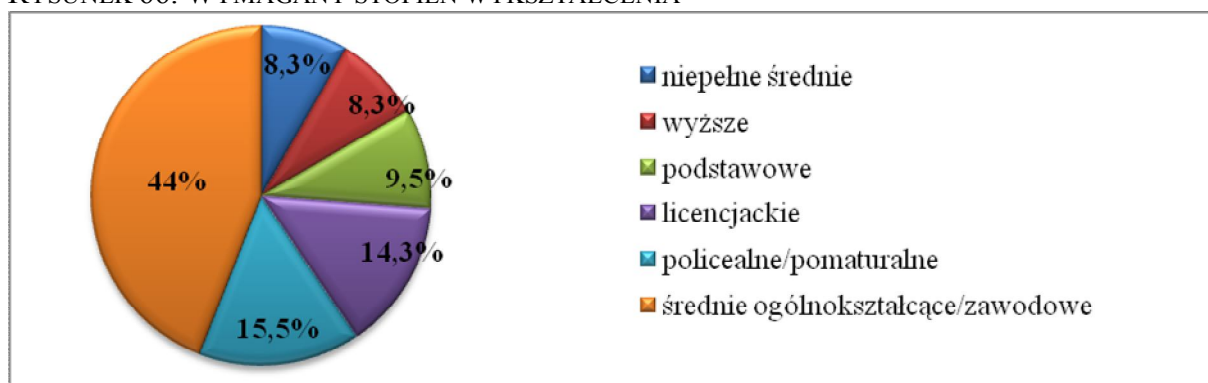
pracownik fizyczny	1	2,2
monter elektroniczny	1	2,2
brak danych	4	8,7
ogółem	46	100

*odpowiedzi nie sumuje się 36, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród tych respondentów, którzy mają możliwość zatrudniania nowych pracowników 44% uznało, że osoby które chcą zatrudnić powinny posiadać wykształcenie średnie ogólnokształcące bądź zawodowe, a następnie policealne lub pomaturalne (15,5%). Zapewne związane jest to z tym, że istnieje wiele szkół ponadgimnazjalnych o profilach związanych z turystyką (np. technikum gastronomiczna, hotelarskie, ekonomiczne).

RYSUNEK 66. WYMAGANY STOPIEŃ WYKSZTAŁCENIA



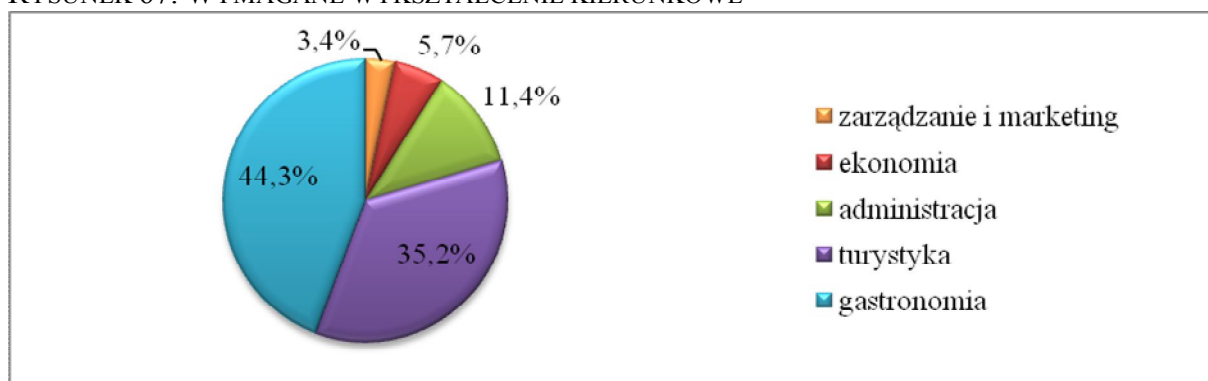
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby starające się o przyjęcie do pracy powinny posiadać wykształcenie kierunkowe, odpowiednie do tego stanowiska. Najczęściej respondenci wskazywali na wykształcenie gastronomiczne (44,3%) bądź związane z turystyką (35,2%).



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

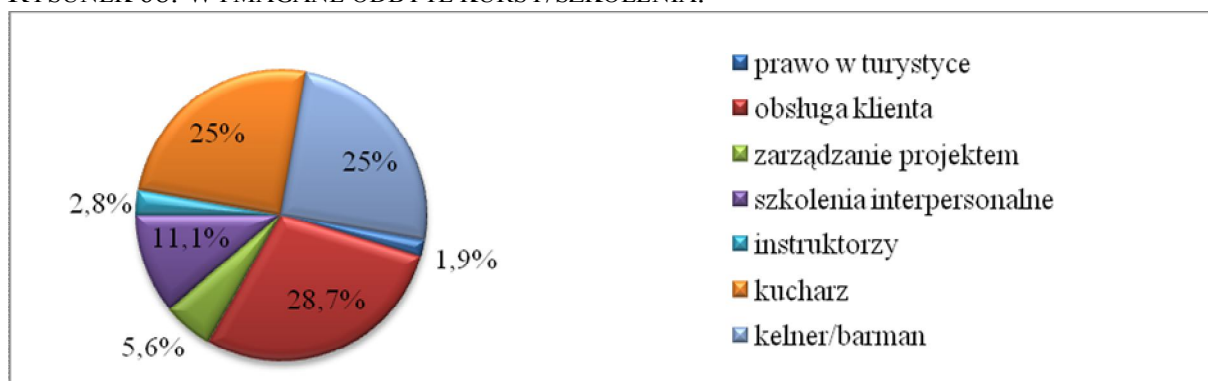
RYSUNEK 67. WYMAGANE WYKSZTAŁCENIE KIERUNKOWE



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najmilej widzianymi kursami/szkoleniami są te związane z obsługą klienta, na które wskazało 28,7% respondentów. Innymi pożądanymi odbytymi szkoleniami są kursy na kucharza (25%) i kelnera/barmana (25%).

RYSUNEK 68. WYMAGANE ODBYTE KURSY/SZKOLENIA.



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ponad połowa firm i instytucji, których działalność związana jest z turystyką nie planuje zwiększyć zatrudnienia. Jeśli zaś chodzi o preferowane umiejętności osób starających się o przyjęcie do pracy, ankietowani uznali, że kandydaci na wolne stanowiska pracy powinni legitymować się wykształceniem średnim związanym z gastronomią lub turystyką oraz powinni mieć ukończone szkolenia z zakresu obsługi klienta. Wynika z tego, iż największe szanse na zatrudnienie mają osoby, które posiadają wyżej wymienione kwalifikacje.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W dalszej części ankiety respondenci zostali zapytani o to, czy widzą potrzebę szkolenia pracowników. Ponad 70% respondentów, uważa iż szkolenia pracowników są potrzebne w celu sprawniejszego funkcjonowania firmy/institucji.

TABELA 388. CZY WIDZI PAN/I POTRZEBĘ SZKOLENIA PRACOWNIKÓW/WSPÓLPRACOWNIKÓW?

	N	%
tak	169	70,1
nie	69	28,6
brak danych	3	1,2
ogółem	241	100

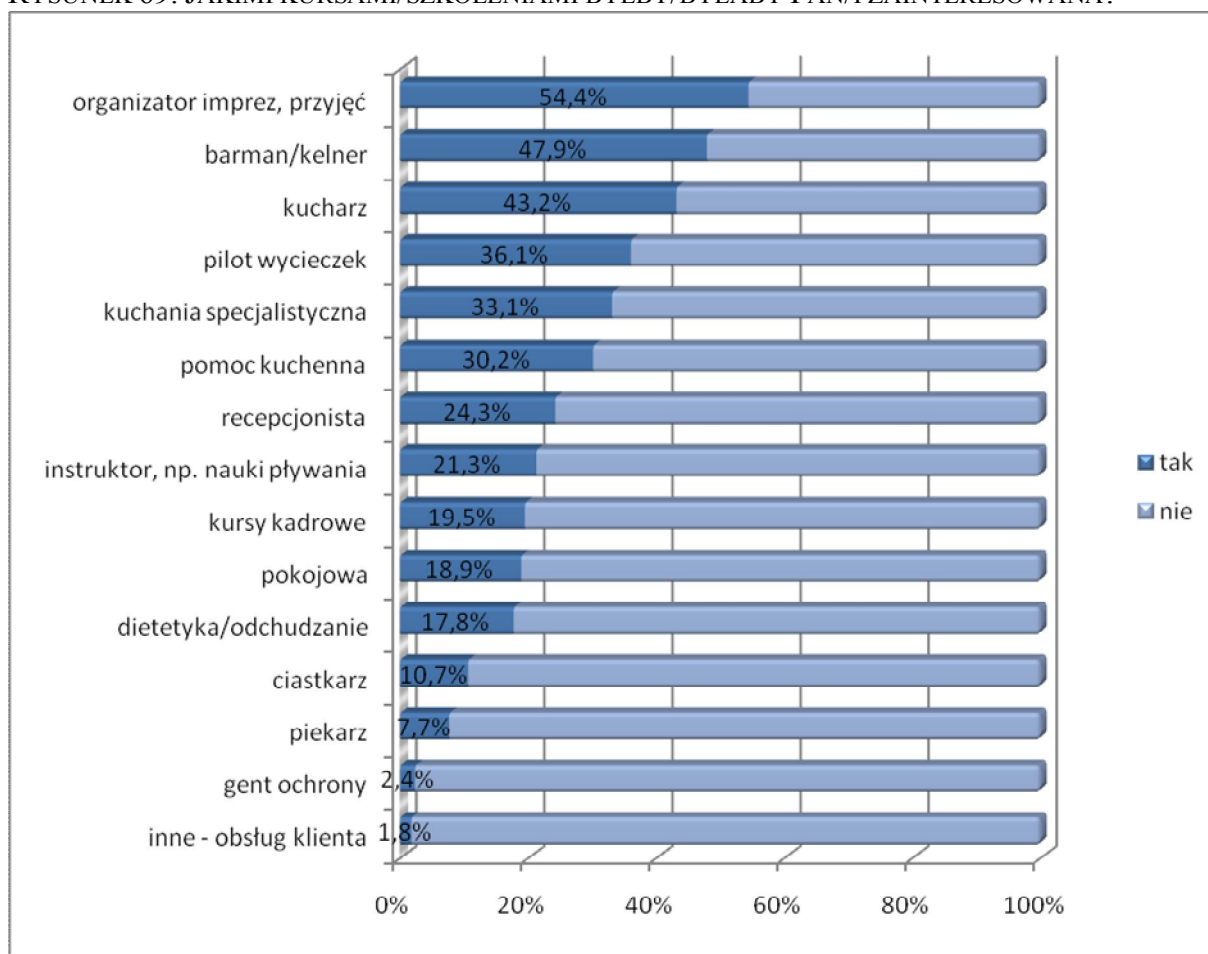
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w powyższym pytaniu uznały, że widzą potrzebę szkolenia pracowników zostały poproszone o wskazanie tych szkoleń bądź kursów, którymi byliby zainteresowani. Respondenci, jeśli mieliby możliwość wzięcia udziału w szkoleniu/kursie, najchętniej korzystaliby z kursów na organizatora imprez/przyjęć. Na taki kurs wskazało 54,4% ankietowanych. Innymi ciekawymi dla osób biorących udział w badaniu szkoleniami są: kurs barmana/kelnera oraz kucharza.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 69. JAKIMI KURSAMI/SZKOLENIAMI BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANA?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

61,4% osób, które wzięły udział w niniejszym badaniu uważa, że udział w szkoleniach zawodowych kadr przyczyni się do wzrostu turystów odwiedzających Miasto Augustów. Różnego rodzaju szkolenia, dają firmie/instytucji możliwości rozwojowe, gdyż podczas nich przekazywane są różne najnowsze informacje, które firmy/instytucje mogą wykorzystać w celu ulepszenia swojej oferty, a co za tym idzie zwiększenia potencjału turystycznego dla całego Miasta Augustowa. Ponadto szkolenia zwiększają efektywność pracowników zatrudnionych w danych firmach/instytucjach, a to również ma wpływ na atrakcyjność danego miejsca.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 389. CZY UWAŻA PAN/I, ŻE UDZIAŁ W SZKOLENIACH ZAWODOWYCH KADR ZWIĄZANYCH Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ PRZYCZYNI SIĘ DO WZROSTU LICZBY TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH PANA/I MIASTO?

	N	%
zdecydowanie tak	76	31,5
raczej tak	72	29,9
raczej nie	36	14,9
trudno powiedzieć	31	12,9
zdecydowanie nie	25	10,4
brak danych	1	0,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podczas realizacji badania, respondenci zostali poproszeni o wymienienie obszarów tematycznych szkoleń, w których najchętniej wzięliby udział. Najczęściej udzielanymi odpowiedziami były: źródła finansowania projektów turystycznych (15,5%), promocja produktu turystycznego (15,3%), język angielski (14,5%).

TABELA 390. W KTÓRYM Z WYMIENIONYCH OBSZARÓW TEMATYCZNYCH BYŁBY/BYŁABY PAN/I ZAINTERESOWANY/A PLANUJĄC UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
źródła finansowania projektów turystycznych	95	15,5
promocja produktu turystycznego	94	15,3
język angielski	89	14,5
rozwój turystyki w regionie w oparciu o współpracę samorządów lokalnych, przedsiębiorców branży turystycznej i organizacji turystycznych	78	12,7
obsługa klienta	61	10
zarządzanie projektem	46	7,5
szkolenia interpersonalne (negocjacje, autoprezentacja....)	34	5,5
język niemiecki	30	4,9
prawo w turystyce	27	4,4
fundusze unijne - przygotowanie projektu	17	2,8
język rosyjski	15	2,4
kursy komputerowe	8	1,3
zamówienia publiczne	7	1,1
jak sprzedać produkt turystyczny?	4	0,7
inne - tworzenie produktu	1	0,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

inne - pozyskiwanie klienta	1	0,2
inne języki obce: francuski, włoski, norweski	2	0,3
inne - organizacja imprez	2	0,3
brak danych	2	0,3
ogółem	613	100

*odpowiedzi nie sumuje się 241, gdyż respondent mógł udzielić więcej niż jedną odpowiedź
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

35,7% ankietowanych zadeklarowało, że ma możliwość uczestniczenia w szkoleniach w dni weekendowe, a 35,3% w dni robocze w godzinach przedpołudniowych.

TABELA 391. W JAKICH TERMINACH MIAŁBY/MIAŁABY PAN/I MOŻLIWOŚĆ UCZESTNICZENIA W WYBRANYCH SZKOLENIACH?

	N	%
dni weekendowe	86	35,7
dni robocze, godziny przedpołudniowe (8:00-12:00)	85	35,3
dni robocze, godziny wieczorne (17:00-21:00)	33	13,7
dni robocze, godziny popołudniowe (12:00-17:00)	32	13,3
brak danych	5	2,1
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Preferowanymi metodami szkoleń są warsztaty, które wskazało 61,8% ankietowanych oraz wykłady, które wymieniło 29,5% respondentów.

TABELA 392. JAKIE METODY SZKOLENIA PAN/I PREFERUJE?

	N	%
warsztaty	149	61,8
wykłady	71	29,5
e-learning	19	7,9
szkolenia korespondencyjne	1	0,4
brak danych	1	0,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najważniejszym kryterium, które bierze się pod uwagę przy wyborze szkolenia jakie podawali respondenci podczas realizacji badania, jest cena szkolenia. Na takie kryterium wskazało 30,3% ankietowanych. Dostępne kursy i szkolenia niewątpliwie są bardzo droгим przedsięwzięciem, więc nie każdego pracodawcę stać, aby wysłać na nie swoich

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

pracowników. Jakość szkoleniowców jest również istotnym czynnikiem, brany pod uwagę przy wyborze szkolenia. W ten sposób odpowiedziało 19,2% respondentów. Taka odpowiedź ankietowanych wskazuje na fakt, iż respondentom zależy na tym, by zdobyć wiedzę i umiejętności z rzetelnego źródła informacji. Ze względu na fakt, że niniejsze badanie dotyczy działalności turystycznej terminy realizacji szkoleń są bardzo ważnym kryterium jaki bierze się pod uwagę planując udział w szkoleniu. Czynnikiem ten wskazało 18,7% osób biorących udział w badaniu. Nieodpowiednio dobrane terminy mogą spowodować utrudnienia w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, a tym samym zmniejszyć jego atrakcyjność w oczach turystów.

TABELA 393. JAKIE KRYTERIA BIERZE PAN/I POD UWAGĘ PRZY WYBORZE SZKOLENIA?

	N	%
cena	172	30,3
jakość szkoleniowców	109	19,2
terminy	106	18,7
czas trwania szkolenia	87	15,3
bieżące potrzeby (zmiany w prawie)	55	9,7
warunki organizacyjne - miejsce, materiały pomocowe, itp.	38	6,7
ogółem	567	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło sposobów pozyskiwania informacji na temat różnych szkoleń. 36,1% respondentów przyznaje, że informacje dotyczące szkoleń znajduje poprzez Internet. 14,5% dowiaduje się o szkoleniach z ogłoszeń urzędów. 14% ankietowanych uzyskuje te informacje od znajomych.

TABELA 394. POPRZEZ JAKI KANAŁ INFORMACYJNY ZNAJDUJE PAN/I INFORMACJĘ O SZKOLENIACH?

	N	%
Internet	162	36,1
ogłoszenia w urzędach	65	14,5
informacja od znajomych	63	14
zaproszenia z firm	49	10,9
prasa	49	10,9
oferta szkoleniowca	42	9,4
telewizja	19	4,2
ogółem	449	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Najczęściej wskazywanymi przeszkodami, które uniemożliwiają udział w szkoleniu są wysokie koszty szkoleń (39,1% wskazań) oraz brak dofinansowań do tego rodzaju działań (35,2% wskazań).

TABELA 395. PROSZĘ OKREŚLIĆ PRZESZKODY, KTÓRE UNIEMOŻLIWIĄJĄ PANA/I UDZIAŁ W SZKOLENIU?

	N	%
wysokie koszty szkoleń	161	39,1
brak dofinansowania na szkolenia	145	35,2
brak odpowiednich tematów szkoleń	71	17,2
nieodpowiednia metoda szkoleń	35	8,5
ogółem	412	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ponad połowie respondentów trudno jest ocenić czy kursy/szkolenia są wysokiej jakości, natomiast 30,7% ankietowanych uważa że dostępne kursy/szkolenia są wysokiej jakości.

TABELA 396. CZY PANA/I ZDANIEM DOSTĘPNE SZKOLENIA/KURSY SĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI?

	N	%
trudno powiedzieć	123	51
raczej tak	71	29,5
raczej nie	28	11,6
zdecydowanie nie	14	5,8
zdecydowanie tak	3	1,2
brak danych	2	0,8
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

61% ankietowanych nie potrafi ocenić przygotowania osób prowadzących kursy/szkolenia. 25,3% przygotowanie prowadzących ocenia jako dobre bądź bardzo dobre.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 397. JAK OCENIA PAN/I PRZYGOTOWANIE OSÓB PROWADZĄCYCH KURSY/SZKOLENIA?

	N	%
trudno powiedzieć	147	61
dobrze	53	22
źle	22	9,1
bardzo źle	10	4,1
bardzo dobrze	8	3,3
brak danych	1	0,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci zapytani zostali również o to, czy według nich liczba dostępnych szkoleń/kursów jest wystarczająca. Z analizy danych wynika, iż większość respondentów nie ma rozeznania czy istniejący wachlarz szkoleń bądź kursów jest wystarczający w odniesieniu do potrzeb. Natomiast 36,1% uważa, że liczba dostępnych kursów jest zadowalająca.

TABELA 398. CZY PANA/I ZDANIEM ISTNIEJE WYSTARCZAJĄCA LICZBA KURSÓW ZAWODOWYCH?

	N	%
trudno powiedzieć	105	43,6
raczej nie	49	20,3
zdecydowanie nie	38	15,8
raczej tak	33	13,7
zdecydowanie tak	3	1,2
brak danych	13	5,4
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Gdy poproszono respondentów o to, aby wskazali na to, co zmieniliby w strukturze organizowanych szkoleń ponad połowa nie udzieliła odpowiedzi na to pytanie. Najwięcej odpowiedzi dotyczyło tematów szkoleń. Ankietowani uznali, że zbyt mały jest wybór szkoleń o interesującej go tematyce (9,1%). Poza tym uważają, że ceny szkoleń są wysokie (7,5%).

TABELA 399. CO PAN/I ZMIENIŁBY/ZMIENIŁABY W STRUKTURZE ORGANIZOWANYCH KURSÓW/SZKOLEŃ?

	N	%
--	---	---

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

lepszy wybór/więcej tematów	22	9,1
cena	18	7,5
dostępność	17	7,1
więcej praktyki	17	7,1
doświadczenie osób prowadzących	16	6,6
trudno powiedzieć	12	5
Więcej informacji o ofercie szkoleń	11	4,6
organizacja	3	1,2
brak danych	125	51,8
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

42,3% respondentów uważa, że większy dostęp do kursów bądź szkoleń zmniejszy poziom bezrobocia w mieście, jednocześnie 33,2% respondentów jest odmiennego zdania. Natomiast aż 20,7% ankietowanych ma problem z określeniem roli dostępu do kursów/szkoleń w zmniejszaniu bezrobocia.

TABELA 400. CZY PANA/I ZDANIEM DOSTĘP DO KURSÓW/SZKOLEŃ ZMNIEJSZY POZIOM BEZROBOCIA W PANA/I MIEŚCIE?

	N	%
raczej tak	61	25,3
raczej nie	54	22,4
trudno powiedzieć	50	20,7
zdecydowanie tak	41	17
zdecydowanie nie	26	10,8
brak danych	9	3,7
ogółem	241	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które z racji zajmowanego stanowiska mogą zatrudniać pracowników (82 osoby) zostały zapytane o to, czy zatrudniłyby osobę, która właśnie ukończyła kurs/szkolenie ale nie posiada doświadczenia zawodowego. 42,7% ankietowanych przyznało, że nie zatrudniłoby takiej osoby. Z informacji tych wynika, iż odbycie kursu szkolenia przez osoby bezrobotne, które nie posiadają doświadczenia zawodowego nie zwiększa ich szans na znalezienie pracy.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 401. CZY ZATRUDNIŁBY/ZATRUDNIŁABY PAN/I OSOBĘ ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
raczej nie	27	32,9
trudno powiedzieć	20	24,4
raczej tak	17	20,7
zdecydowanie tak	10	12,2
zdecydowanie nie	8	9,8
ogółem	82	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Natomiast gdy zapytaliśmy tych samych respondentów o to czy przyjęłyby na staż osoby, które nie posiadają doświadczenia, ale właśnie ukończyły szkolenie bądź kurs, większość ankietowanych odpowiedziała, że raczej tak (41,5%) bądź zdecydowanie tak (18,3%). W tej sytuacji można przypuszczać, że osoby bezrobotne, które ukończyły szkolenie bądź kurs, mogą zdobyć odpowiednie doświadczenie w większości augustowskich przedsiębiorstw.

TABELA 402. CZY ZAOFEROWAŁBY/ZAOFEROWAŁABY PAN/I STAŻ ZAWODOWY OSOBIE ZARAZ PO ODBYCIU KURSU/SZKOLENIA BEZ DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO?

	N	%
zdecydowanie tak	15	18,3
raczej tak	34	41,5
raczej nie	7	8,5
zdecydowanie nie	8	9,8
trudno powiedzieć	18	22
ogółem	82	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które przynajmniej raz w życiu brały udział w szkoleniu zostały poproszone o wymienienie instytucji szkoleniowych, z których usług korzystali. Spośród tych osób, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, najczęściej wskazywało na Ośrodek Szkolenia Zawodowego w Augustowie (9,1%), a następnie na Powiatowy Urząd Pracy w Augustowie (6,5%).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 403. PROSZĘ WYMIENIĆ INSTYTUCJE SZKOLENIOWE, Z KTÓRYCH USŁUG PAN/I KORZYSTAŁ/A?

	N	%
Ośrodek Szkolenia Zawodowego w Augustowie	14	9,1
nie pamiętam	10	6,5
Urząd Pracy w Augustowie	6	3,9
Cech Rzemiosł Różnych	4	2,6
Euro Consulting	4	2,6
w pracy	3	1,9
Zakład Doskonalenia Zawodowego w Białymstoku	3	1,9
Ośrodek Szkolenia Zawodowego "Edytor"	1	0,6
LOT	1	0,6
Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego	1	0,6
szkoły językowe	1	0,6
Policja	1	0,6
brak danych	105	68,2
ogółem	154	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Większość osób biorących udział w badaniu jako dobrze lub bardzo dobrze (odpowiednio 54,9% i 9,8%) oceniło jakość usług oferowanych przez wymienione wcześniej instytucje szkoleniowe.

TABELA 404. PROSZĘ OCENIĆ JAKOŚĆ ICH USŁUG?

	N	%
dobrze	84	54,9
bardzo dobrze	15	9,8
źle	3	2
bardzo źle	2	1,3
brak danych	49	32
ogółem	153	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Podsumowanie

Na podstawie wyżej zamieszczonej analizy dotyczącej potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego kadr zatrudnionych w turystyce można wywnioskować, że mimo iż osoby reprezentujące branżę turystyczną w Mieście Augustów zdają sobie sprawę z tego iż udział w szkoleniach jest pomocny w funkcjonowaniu firmy bądź instytucji. Tylko niewielki odsetek



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

bierze udział w tego typu przedsięwzięciach. Najczęściej wskazywanymi rodzajami szkoleń, w których respondenci brali udział to szkolenia obowiązkowe, takie jak np. BHP oraz kursy na barmana/kelnera.

Respondenci przyznali, że widzą potrzebę szkolenia pracowników oraz że udział w nich zdecydowanie przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Miasto Augustów.

Pracodawcy, którzy prowadzą swoją działalność gospodarczą na terenie miasta od przyszłych pracowników najczęściej oczekują wykształcenia pomaturalnego bądź policealnego. Najbardziej pożądanymi kierunkami wykształcenia są: wykształcenie gastronomiczne lub turystyczne. Oprócz tego najmilej widzianymi kursami są obsługa klienta oraz kursy na kelnera, barmana, kucharza.

Osoby ankietowane najchętniej wzięłyby udział w szkoleniach na organizatora imprez oraz na kelnera/barmana. Najbardziej interesującymi obszarami tematycznymi, które byłyby brane pod uwagę przy wyborze szkolenia to źródła finansowania produktów turystycznych, promocja produktu turystycznego oraz język angielski.

Najbardziej odpowiednimi terminami do udziału w szkoleniach dni weekendowe, najlepszą metodą prowadzenia takich zajęć są wykłady i warsztaty, a o różnego rodzaju szkoleniach wszelkie informacje najlepiej dostać za pośrednictwem Internetu.

Przy wyborze szkolenia decydujący wpływ ma jego cena, jakość szkoleniowców oraz termin jego realizacji. Wysokie koszty, jakie pracodawca musi ponieść w związku z udziałem w szkoleniu jest najczęściej wskazywana bariera. Ponadto respondenci uznali, że za mało jest dofinansowań do tego typu przedsięwzięć. Większość ankietowanych uznała, że szkolenia są za mało różnorodne, że powinno być więcej dostępnych tematów. Ponadto według ankietowanych zbyt wysokie ceny szkoleń również powinny ulec zmianom.

Dostępne kursy i szkolenia w ocenie respondentów są raczej wysokiej jakości, a osoby je prowadzące są dobrze przygotowane, ale ich ilość nie jest wystarczająca.

Jeśli zaś chodzi o zatrudnienie lub przyjęcie na staż osób bez doświadczenia zawodowego, ale po odbytych kursach bądź szkoleniach to chęć taką deklaruje około połowa respondentów. Wynika z tego, że posiadanie dodatkowych kwalifikacji nie jest gwarancją na znalezienie pracy.

Respondenci z Miasta Augustów najczęściej korzystają z usług Ośrodka Szkolenia Zawodowego, a jakość jego usług oceniają jako dobrą.

PODSUMOWANIE BADANIA POTRZEB W ZAKRESIE DOSKONALENIA ZAWODOWEGO KADR ZATRUDNIONYCH W TURYSTYCE

Podstawowym celem szkolenia jest pomoc firmom/instytucjom w wykonywaniu zadań przez zwiększenie wartości ich najważniejszych zasobów, czyli pracowników. Szkolenia podwyższają kwalifikacje i powodują wzrost motywacji pracowników, a nowoprzyjętym pracownikom pozwalają zapoznać się z organizacją i przygotować do wypełniania nowych obowiązków. Dzięki szkoleniom wzrasta efektywność działania przedsiębiorstw i ich konkurencyjność na rynku, następuje też poprawa wewnętrznej komunikacji organizacji.

Z analizy zebranego materiału badawczego dotyczącego potrzeb w zakresie doskonalenia zawodowego wynika, iż uczestnictwo w szkoleniach bądź kursach wpływa pozytywnie na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Respondenci wykazali się dużą świadomością dotyczącą roli doskonalenia zawodowego w rozwoju firmy, które ma pomóc także w zwalczaniu bezrobocia na obszarze objętym badaniem oraz we wzroście liczby turystów odwiedzających region EGO SA.

Niestety, dostrzeżenie dużego znaczenia udziału w kursach bądź szkoleniach nie jest jednoznaczne z podejmowaniem uczestnictwa w nich. Badania wykazały, iż respondenci rzadko bądź wcale nie uczestniczą w tego typu przedsięwzięciach, mających na celu doszkalanie. Wynikać to może ze zbyt wysokich kosztów jakie są nakładane na uczestników oraz braku dofinansowań na doskonalenie zawodowe. Respondenci istotnie często wspominali także o utrudnieniach związanych z dostępnością oraz małą różnorodnością tematyki dostępnych kursów.

Najczęstszymi kryteriami, które brane są pod uwagę przy wyborze szkolenia są jego cena oraz termin realizacji. Dostępne kursy i szkolenia są niewątpliwie droгим przedsięwzięciem i nie każdego przedsiębiorcę stać na to aby wysłać na nie swoich pracowników. Kolejnym brany pod uwagę kryterium przy wyborze szkolenia jest termin jego realizacji. Ze względu na to, iż badanie dotyczy kadr zatrudnionych w turystyce, szkolenie nie powinno odbywać się w czasie, gdy jest nasilenie ruchu turystycznego.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Pracodawca więc musi brać pod uwagę, to czy data szkolenia nie zakłóci sprawnego funkcjonowania firmy/institucji. Oba wyżej wymienione kryteria jakie bierze się pod uwagę przy planowaniu udziału w szkoleni są również najważniejszymi przeszkodami, które uniemożliwiają udział w tego typu przedsięwzięciach. Dlatego też warto zastanowić się na tym, jak pomóc firmom, aby mogły inwestować w swoje najważniejsze zasoby – czyli w pracowników. Owa pomoc przysłuży się nie tylko firmom/institucjom, ale i miastom i gminom, na terenie których są one zlokalizowane.

Szkolenia są niewątpliwie najważniejszą metodą wpływania na rozwój firmy. Inwestując w rozwój pracowników, inwestuje się także w przedsiębiorstwo, gdyż zwiększa się wtedy jego wydajność. Ma to szczególne znaczenie dla firm/institucji związanych swoją działalnością z turystyką. Zadowolony turysta na pewno będzie jeszcze raz chciał odwiedzić miejsce, które uznał za atrakcyjne. O atrakcyjności turystycznej nie świadczą jedynie walory przyrodnicze czy antropologiczne. Ważne są również usługi związane z bazą noclegową, gastronomiczną, rozrywkową oraz działania, które powodują uatrakcyjnianie obszaru (np. imprezy kulturalne). Właśnie dzięki szkoleniom firmy bądź instytucje mają możliwość lepszego wykorzystania potencjału turystycznego. Poruszane na tego typu zajęciach tematy mogą okazać się przydatne podczas realizacji planu marketingowego poszczególnych firm i instytucji, a także mogą podsunąć pewne pomysły dotyczące zwiększenia atrakcyjności przedsiębiorstwa, a co za tym idzie zwiększa się oferta turystyczna całego regionu. Zalet udziału w szkolenia zapewne jest dużo więcej, dlatego też należy zachęcać pracodawców do wysyłania pracowników na kursy/szkolenia.

Niestety przedsiębiorcy udział w szkoleniach postrzegają jako koszt, a nie jako inwestycję, dlatego też należałoby uzmysłowić pracodawcom, że pieniądze zainwestowane w pracownika, zwracają się w postaci większej wydajności zespołu, co przyczynia się z kolei do zwiększenia obrotu firmy. Dlatego też chcąc zwiększyć potencjał turystyczny regionu EGO SA, należy zacząć od zwiększenia atrakcyjności firm i instytucji zlokalizowanych w tym regionie.

Z badań wynika, iż kadry zatrudnione w turystyce najczęściej biorą udział w szkoleniach obowiązkowych, taki jak np. szkolenie BHP oraz kursach językowych, komputerowych, na kelnera/barmana.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z przeprowadzonych badań wynika, iż w regionie EGO SA występuje potrzeba szkolenia pracowników. Największym zainteresowaniem cieszą się następujące rodzaje kursów: kurs na organizatora imprez/przyjęć, kurs kadrowy, kurs na pilota wycieczek. Są to szkolenia, które niewątpliwie podniosą atrakcyjność firm oraz efektywność pracy zatrudnionych w nich osób.

Obszarami tematycznymi, w których powinny być realizowane szkolenia są: źródła finansowania projektów turystycznych, promocja produktu turystycznego oraz kurs języka angielskiego.

Z badania wynika, iż zmianie powinny ulec: cena szkolenia, dostępność szkoleń oraz ich jednolitość tematyczna. Mimo to w opinii osób ankietowanych dostępne kursy są raczej wysokiej jakości a osoby prowadzące raczej dobrze przygotowane.

Z badań wynika, iż bardzo mały odsetek firm i instytucji zlokalizowanych na objętym badaniem obszarze zamierza zwiększyć zatrudnienie. Tak więc osoby poszukujące pracy związanej z turystyką w analizowanych miastach i gminach mają niezbyt duże szanse na podjęcie zatrudnienia.

W niniejszym badaniu pracodawcy zostali zapytani o to, jakie mają wymagania od osób starających się na wolne stanowiska pracy. Z analizy danych wynika, iż osoby które posiadają wykształcenie średnie ogólnokształcące lub zawodowe o kierunku turystycznym bądź gastronomicznym oraz mają ukończony kurs obsługi klienta, mają największe szanse na znalezienie pracy w turystyce.

Z badań wynika, iż większa dostępność szkoleń i kursów zmniejszy poziom bezrobocia w regionie EGO SA. Opinii tej nie potwierdziły odpowiedzi respondentów dotyczące zatrudniania i przyjmowania na staż osób nie posiadających doświadczenia zawodowego, które odbyły szkolenie/kurs. Tak więc posiadanie dodatkowych kwalifikacji nie jest gwarancją na znalezienie pracy.

Zmieniająca się rzeczywistość ekonomiczna zmusza przedsiębiorstwa do inwestowania w pracowników poprzez podnoszenie ich kwalifikacji. Udział w szkoleniach daje gwarancje na osiągnięcie w przyszłości wyższej pozycji na rynku.

Ważne jest aby udział w szkoleniach pomagał realizować przedsiębiorstwu cele biznesowe, a istotą właściwego podejścia do szkoleń, jest inwestować w nie tak, by wydatki zaprocentowały w przyszłości.

Spis rysunków

Rysunek 1. Proszę podać jakie formy bazy noclegowej powinny powstać w Pana/i mieście?	56
Rysunek 2. Czy liczba bazy noclegowej jest wystarczająca w Pana/i mieście?.....	57
Rysunek 3. Proszę wskazać jakich obiektów gastronomiczno - rozrywkowych brakuje w Pana/i mieście?.....	60
Rysunek 4. Którym środkiem transportu można dostać się z sąsiednich regionów do Pana/i miasta w możliwie jak najkrótszym czasie?	63
Rysunek 5. Które ośrodki miejskie mają najlepsze połączenia komunikacyjne z Pana/i miastem, przy wykorzystaniu określonych środków transportu?	64
Rysunek 6. W trakcie pobytu na obszarze Pana/i miasta najlepszym sposobem przemieszczania się dla turystów jest:.....	67
Rysunek 7. Jakie imprezy turystyczne może Pan/i wskazać na terenie miasta?.....	70
Rysunek 8. Jakie imprezy turystyczne odbywają się na terenie Pana/i miasta?	70
Rysunek 9. Czy liczba poniżej wymienionych użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów jest wystarczająca na terenie Pana/i miasta?	71
Rysunek 10. W jakich miesiącach ruch turystyczny osiąga poziom szczytowy?.....	72
Rysunek 11. Proszę podać jakie formy bazy noclegowej powinny powstać w Pana/i gminie?	114
Rysunek 12. Czy liczba bazy noclegowej jest wystarczająca w Pana/i gminie?.....	115
Rysunek 13. Proszę wskazać jakich obiektów gastronomiczno-rozrywkowych brakuje w Pana/i gminie?.....	117
Rysunek 14. Którym środkiem transportu można dostać się z sąsiednich regionów do Pana/i gminy w możliwie najkrótszym czasie?	119
Rysunek 15. Które ośrodki miejskie w Polsce mają najlepsze połączenia komunikacyjne z Pana/i gminą, przy wykorzystaniu określonych środków transportu?.....	121

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rysunek 16. W trakcie pobytu na obszarze pana/i gminy najlepszym sposobem przemieszczania się dla turystów jest.....	123
Rysunek 17. Jakie imprezy turystyczne odbywają się na terenie Pana/i gminy?	127
Rysunek 18. Jakie imprezy kulturalne może Pan/i wskazać na terenie gminy?	127
Rysunek 19. Czy liczba poniżej wskazanych użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów jest wystarczająca na terenie Pana/i gminy?	128
Rysunek 20. Natężenie ruchu turystycznego w Gminie Gołdap - okres szczytowy.....	130
Rysunek 21. Proszę podać jakie formy bazy noclegowej powinny powstać w Pana/i gminie?	166
Rysunek 22. Czy liczba bazy noclegowej jest wystarczającą w Pana/i gminie?.....	167
Rysunek 23. Proszę wskazać jakich obiektów gastronomiczno-rozrywkowych brakuje w Pana/i gminie?.....	170
Rysunek 24. Którym środkiem transportu można dostać się z sąsiednich regionów do Pana/i gminy w możliwie najkrótszym czasie?.....	172
Rysunek 25. Które ośrodki miejskie w polsce mają najlepsze połączenia komunikacyjne z Pana/i gminą przy wykorzystaniu określonych środków transportu?.....	173
Rysunek 26. W trakcie pobytu na obszarze Pana/i gminy najlepszym sposobem przemieszczania się dla turystów jest.....	175
Rysunek 27. Jakie imprezy turystyczne odbywają się na terenie Pana/i gminy?	178
Rysunek 28. Jakie imprezy kulturalne może Pan/i wskazać na terenie gminy?	179
Rysunek 29. Czy liczba poniżej wskazanych użyteczności jest wystarczająca w Pana/i mieście/gminie?.....	179
Rysunek 30. Ilu turystów szacunkowo w Pana/i opinii jest w stanie przyjąć miasto/gmina w sezonie turystycznym jednorazowo.....	180
Rysunek 31. Natężenie ruchu turystycznego w Gminie Olecko - okres szczytowy.....	181
Rysunek 32. Proszę podać jakie formy bazy noclegowej powinny powstać w Pana/i mieście?	224
Rysunek 33. Czy liczba bazy noclegowej jest wystarczająca w Pana/i mieście?.....	225
Rysunek 34. Którym środkiem transportu można dostać się z sąsiednich regionów do Pana/i miasta w możliwie najkrótszym czasie?.....	230

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rysunek 35. Które ośrodki miejskie w Polsce mają najlepsze połączenia komunikacyjne z Pana/i miastem, przy wykorzystaniu określonych środków transportu?.....	231
Rysunek 36. W trakcie pobytu na obszarze Pana/i miasta najlepszym sposobem przemieszczania się dla turystów jest.....	233
Rysunek 37. Które środki transportu są najodpowiedniejsze do podróżowania dla turystów pomiędzy ośrodkami miejskimi wewnątrz regionu EGO SA?	234
Rysunek 38. Jakie imprezy turystyczne odbywają się na terenie Pana/i miasta?	237
Rysunek 39. Jakie imprezy kulturalne odbywają się na terenie Pana/i miasta?	238
Rysunek 40. Czy liczba poniżej wskazanych użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów jest wystarczająca na terenie Pana/i miasta?	238
Rysunek 41. Jakie jest natężenie ruchu turystycznego na terenie Pana/i miasta na przestrzeni roku?	241
Rysunek 42. Proszę podać jakie formy bazy noclegowej powinny powstać w Pana/i mieście?	281
Rysunek 43. Czy liczba bazy noclegowej jest wystarczająca w Pana/i mieście?	282
Rysunek 44. Proszę wskazać jakich obiektów gastronomiczno - rozrywkowych brakuje w Pana/i mieście?.....	285
Rysunek 45. Którym środkiem transportu można dostać się z sąsiednich regionów do Pana/i miasta w możliwie najkrótszym czasie?.....	287
Rysunek 46. Które ośrodki miejskie w Polsce mają najlepsze połączenia komunikacyjne z Pana/i miastem, przy wykorzystaniu określonych środków transportu	288
Rysunek 47. W trakcie pobytu na obszarze Pana/i miasta najlepszym sposobem przemieszczania się dla turystów jest:.....	290
Rysunek 48. Które środki transportu są najodpowiedniejsze do podróżowania dla turystów pomiędzy ośrodkami miejskimi wewnątrz regionu EGO SA?	291
Rysunek 49. Jakie imprezy turystyczne odbywają się na terenie Pana/i miasta?	294
Rysunek 50. Jakie imprezy kulturalne może Pan/i wskazać na terenie miasta?.....	294
Rysunek 51. Czy liczba użyteczności uzupełniających dostępnych dla turystów jest wystarczająca na terenie Pana/i miasta?.....	295
Rysunek 52. Jakie jest natężenie ruchu turystycznego na terenie Pana/i miasta na przestrzeni roku?	296

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Rysunek 53. Wymagany stopień wykształcenia	315
Rysunek 54. Wymagane wykształcenie kierunkowe	316
Rysunek 55. Wymagane odbyte kursy/szkolenia.....	316
Rysunek 56. Wymagany stopień wykształcenia	335
Rysunek 57. Wymagany kierunek wykształcenia.....	335
Rysunek 58. Wymagane odbyte kursy/szkolenia.....	336
Rysunek 59. Preferowane wykształcenie kandydatów na wolne stanowiska pracy	353
Rysunek 60. Preferowany kierunek wykształcenia.....	353
Rysunek 61. Preferowane odbyte kursy/szkolenia.....	354
Rysunek 62. Preferowane wykształcenie	370
Rysunek 63. Preferowany kierunek wykształcenia.....	371
Rysunek 64. Preferowane odbyte kursy/szkolenia.....	371
Rysunek 65. Jakimi kursami/szkoleniami byłby/aby pan/i zainteresowany/a?	372
Rysunek 66. Wymagany stopień wykształcenia	387
Rysunek 67. Wymagane wykształcenie kierunkowe	388
Rysunek 68. Wymagane odbyte kursy/szkolenia.....	388
Rysunek 69. Jakimi kursami/szkoleniami byłby/byłaby Pan/i zainteresowana?.....	390

Spis tabel

Tabela 1. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	30
Tabela 2. Ilość zatrudnionych pracowników	31
Tabela 3. Wykształcenie respondentów	31
Tabela 4. Stanowisko respondenta a rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	32
Tabela 5. Czy istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów do Pana/i miasta?	33
Tabela 6. Jeziora.....	34
Tabela 7. Rzeki.....	34
Tabela 8. Parki	36
Tabela 9. Zabytki.....	37

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 10. Muzea	38
Tabela 11. Wydarzenia kulturalne.....	39
Tabela 12. Imprezy folklorystyczne	40
Tabela 13. Wydarzenia sportowo – rekreacyjne	42
Tabela 14. Szlaki rowerowe.....	43
Tabela 15. Szlaki piesze	44
Tabela 16. Szlaki konne.....	45
Tabela 17. Szlaki kajakowe	46
Tabela 18. Stanice	47
Tabela 19. Plaże	47
Tabela 20. Parki wodne	48
Tabela 21. Place zabaw dla dzieci.....	49
Tabela 22. Obiekty sportowo - rekreacyjne.....	50
Tabela 23. Inne walory i atrakcje rekreacyjno - sportowe.....	50
Tabela 24. Proszę wymienić jakich atrakcji turystycznych według Pana/i brakuje w mieście	51
Tabela 25. Czy potrafi Pani wymienić miejscowości i gminy wchodzące w skład regionu EGO SA?	53
Tabela 26. Czy zna Pan/Pani szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA?.....	53
Tabela 27. Proszę wymienić szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA.....	53
Tabela 28. Proszę określić znaną Panu/i bazę noclegową w mieście	54
Tabela 29. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w Pana/i mieście w celu rozwoju usług turystycznych.	55
Tabela 30. Proszę wskazać obiekty gastronomiczno - rozrywkowe w Pana/i mieście.....	57
Tabela 31. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy obiektów gastronomiczno - rozrywkowych w Pana/i mieście w celu rozwoju usług turystycznych?.....	59
Tabela 32. Proszę określić liczbę punktów informacji turystycznej w Pana/i mieście?	60
Tabela 33. Czy istnieje wystarczające oznakowanie punktów informacji turystycznej?.....	62
Tabela 34. Czy uważa Pan/i że system informacji turystycznej działa odpowiednio w Pana/i mieście?	62
Tabela 35. Czy w Pana/i opinii stan dróg dojazdowych do miasta hamuje rozwój turystyki?.	66

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 36. W których miejscach na terenie Pana/i miasta turyści mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do komunikacji internetowej?	66
Tabela 37. Stan dróg dojazdowych do miasta.....	67
Tabela 38. Stan dróg w samej miejscowości	68
Tabela 39. Dostępność miejsc parkingowych, parkingów niestrzeżonych	68
Tabela 40. Dostępność parkingów strzeżonych.....	69
Tabela 41. Jakość parkingów (nawierzchnia).....	69
Tabela 42. Ile turystów szacunkowo w Pana/i opinii jest w stanie przyjąć miasto w sezonie turystycznym jednorazowo?	71
Tabela 43. Czy Pana/i miasto posiada charakterystyczny produkt turystyczny?.....	72
Tabela 44. Proszę podać najbardziej charakterystyczne produkty turystyczne?	74
Tabela 45. Czy istniejąca oferta turystyczna wykorzystuje w pełni potencjał turystyczny Pana/i miasta?.....	75
Tabela 46. Co należałoby zmienić w ramach oferty turystycznej miasta?.....	75
Tabela 47. Czy Pana/i firma posiada własne produkty turystyczne?.....	76
Tabela 48. Proszę wymienić własne produkty turystyczne?	76
Tabela 49. Czy współpracuje Pana/i firma z innymi firmami w tworzeniu wspólnych produktów turystycznych?	77
Tabela 50. Czy Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki? ..	77
Tabela 51. Jakie Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?.	79
Tabela 52. Czy Pana/i firma posiada plan rozwoju działalności gospodarczej?	79
Tabela 53. Czy Pana/i firma korzysta z funduszy/programów rozwoju gospodarczego?.....	80
Tabela 54. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	86
Tabela 55. Ilość zatrudnionych pracowników	86
Tabela 56. Wykształcenie respondentów	87
Tabela 57. Stanowisko respondenta a rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	88
Tabela 58. Czy istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów do Pana/i gminy?	89
Tabela 59. Jeziora.....	90
Tabela 60. Rzeki.....	90
Tabela 61. Parki.....	91

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 62. Puszcze	91
Tabela 63. Pomniki przyrody.....	92
Tabela 64. Rezerwaty	93
Tabela 65. Inne walory i atrakcje przyrodnicze	94
Tabela 66. Zabytki.....	96
Tabela 67. Wydarzenia kulturalne.....	97
Tabela 68. Imprezy folklorystyczne	99
Tabela 69. Muzea	100
Tabela 70. Wydarzenia sportowo-rekreacyjne.....	100
Tabela 71. Szlaki rowerowe.....	102
Tabela 72. Szlaki piesze	103
Tabela 73. Szlaki konne.....	104
Tabela 74. Szlaki kajakowe	104
Tabela 75. Trasy narciarskie	105
Tabela 76. Plaże	105
Tabela 77. Parki wodne	106
Tabela 78. Parki zabaw dla dzieci.....	107
Tabela 79. Obiekty sportowo-rekreacyjne.....	107
Tabela 80. Inne atrakcje rekreacyjne.....	108
Tabela 81. Proszę wymienić jakich atrakcji turystycznych brakuje w Pana/i gminie?.....	109
Tabela 82. Czy potrafi pan/i wymienić miejscowości wchodzące w skład regionu EGO SA?	110
Tabela 83. Czy zna pan/i szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA?.....	111
Tabela 84. Proszę wymienić szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA.	111
Tabela 85. Baza noclegowa znana respondentom.....	112
Tabela 86. Czy według pana/i istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w Pana/i gminie w celu rozwoju turystyki?.....	113
Tabela 87. Baza gastronomiczno - rozrywkowa znana respondentom	116
Tabela 88. Czy według pana/i istnieje potrzeba rozbudowy obiektów gastronomiczno- rozrywkowych w pana/i gminie w celu rozwoju usług turystycznych?.....	117
Tabela 89. Proszę określić liczbę punktów informacji turystycznej w Pana/i gminie.	118

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 90. Czy istnieje wystarczające oznakowanie punktów informacji turystycznej?.....	118
Tabela 91. Czy uważa pan/i że system informacji turystycznej działa odpowiednio w Pana/i gminie?	119
Tabela 92. Czy w pana/i opinii stan dróg dojazdowych do gminy hamuje rozwój turystyki?	122
Tabela 93. W których miejscach na terenie Pana/i gminy turyści mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do komunikacji internetowej?	122
Tabela 94. Stan dróg dojazdowych do gminy.....	124
Tabela 95. Stan dróg w samej gminie	124
Tabela 96. Dostępność miejsc parkingowych, parkingów (niestrzeżonych).....	124
Tabela 97. Dostępność parkingów strzeżonych.....	125
Tabela 98. Jakość parkingów (nawierzchnia).....	125
Tabela 99. Ilu turystów szacunkowo w Pana/i opinii jest w stanie przyjąć gmina w sezonie turystycznym?	128
Tabela 100. Czy Pana/i gmina posiada charakterystyczny produkt turystyczny np. impreza, artykuł spożywczy, rzemiosło?	131
Tabela 101. Proszę podać najbardziej charakterystyczne produkty turystyczne?	131
Tabela 102. Czy istniejąca oferta turystyczna wykorzystuje w pełni potencjał turystyczny pana/i gminy?.....	132
Tabela 103. Co należałoby zmienić w ramach oferty turystycznej gminy?	132
Tabela 104. Czy pana firma posiada własne produkty turystyczne?	133
Tabela 105. Proszę wymienić własne produkty turystyczne	133
Tabela 106. Czy Pana/i firma współpracuje z innymi firmami w tworzeniu wspólnego produktu turystycznego?.....	134
Tabela 107. Czy Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?	134
Tabela 108. Jakie Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?	135
Tabela 109. Czy Pana/i firma posiada plan rozwoju działalności gospodarczej?.....	135
Tabela 110. Jaki plan rozwoju działalności gospodarczej posiada Pana/i firma?.....	136
Tabela 111. Czy Pana/i firma korzysta z funduszy/programów rozwoju gospodarczego?....	136

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 112. Z jakich funduszy/programów rozwoju gospodarczego korzysta Pana/i firma?	137
Tabela 113. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	143
Tabela 114. Ilość zatrudnionych pracowników	143
Tabela 115. Wykształcenie respondentów.....	144
Tabela 116. Zajmowane stanowisko a rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa.....	145
Tabela 117. czy istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów do Pana/i gminy?	146
Tabela 118. Jeziora.....	147
Tabela 119. Rzeki.....	148
Tabela 120. Parki.....	149
Tabela 121. Puszcze	149
Tabela 122. Pomniki przyrody.....	150
Tabela 123. Rezerwaty	151
Tabela 124. Inne znane respondentom oraz cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów walory i atrakcje przyrodnicze	151
Tabela 125. Zabytki.....	153
Tabela 126. Wydarzenia kulturalne.....	154
Tabela 127. Imprezy folklorystyczne	155
Tabela 128. Wydarzenia sportowo - rekreacyjne.....	155
Tabela 129. Szlaki rowerowe.....	157
Tabela 130. Szlaki piesze.....	157
Tabela 131. Szlaki kajakowe	158
Tabela 132. Plaże	159
Tabela 133. Parki zabaw dla dzieci	160
Tabela 134. Obiekty sportowo - rekreacyjne.....	160
Tabela 135. Jakich według Pana/i atrakcji turystycznych brakuje w Pana/i gminie?.....	161
Tabela 136. Czy potrafi Pani wymienić miejscowości i gminy wchodzące w skład regionu EGO SA?	162
Tabela 137. Czy zna Pan/i szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA?	163
Tabela 138. Proszę wymienić szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA. ...	163
Tabela 139. Baza noclegowa znana respondentom.....	164

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 140. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w Pana/i gminie w celu rozwoju usług turystycznych?.....	165
Tabela 141. Baza gastronomiczno - rozrywkowa znana respondentom	168
Tabela 142. Czy według pana/i istnieje potrzeba rozbudowy obiektów gastronomiczno-rozrywkowych w Pana/i gminie w celu rozwoju usług turystycznych?.....	169
Tabela 143. Proszę określić liczbę punktów informacji turystycznej w Pana/i gminie?	170
Tabela 144. Czy istnieje wystarczające oznakowanie punktów informacji turystycznej?.....	171
Tabela 145. Czy uważa pan/i, że system informacji turystycznej działa odpowiednio w Pana/i gminie?	171
Tabela 146. Czy w Pana/i opinii stan dróg dojazdowych do gminy hamuje rozwój turystyki?	174
Tabela 147. W których miejscach na terenie pana/i gminy turyści mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do komunikacji internetowej?	174
Tabela 148. Stan dróg w samej miejscowości	176
Tabela 149. Dostępność miejsc parkingowych, parkingów (niestrzeżonych).....	177
Tabela 150. Dostępność parkingów strzeżonych	177
Tabela 151. Czy Pana/i miasto/gmina posiada charakterystyczny produkt turystyczny, np. impreza, artykuł spożywczy, rzemiosło?.....	181
Tabela 152. Proszę podać najbardziej charakterystyczne produkty turystyczne	182
Tabela 153.czy istniejąca oferta turystyczna wykorzystuje w pełni potencjał turystyczny Pana/i miasta/gminy?.....	182
Tabela 154. Co należałoby zmienić w ramach oferty turystycznej miasta/gminy?.....	183
Tabela 155. Czy pana/i firma posiada własne produkty turystyczne?	183
Tabela 156. Proszę wymienić własne produkty turystyczne	184
Tabela 157. Czy Pana/i firma współpracuje z innymi firmami w tworzeniu wspólnego turystycznego?.....	184
Tabela 158. Czy Pana firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?	184
Tabela 159. Jakie Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?	185
Tabela 160. Czy Pana/i firma posiada plan rozwoju działalności gospodarczej?.....	185
Tabela 161. Jakie Pana/i firma posiada plany rozwoju działalności gospodarczej?.....	186

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 162. Czy Pana/i firma korzysta z funduszy/programów rozwoju gospodarczego?....	186
Tabela 163. Z jakich funduszy/programów rozwoju gospodarczego korzysta Pana/i firma?	187
Tabela 164. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	193
Tabela 165. Ilość zatrudnionych pracowników	193
Tabela 166. Wykształcenie respondentów.....	194
Tabela 167. Stanowisko respondenta a rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa.....	195
Tabela 168. Czy istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów do Pana/i miasta?	196
Tabela 169. Jeziora.....	197
Tabela 170. Rzeki.....	198
Tabela 171. Parki.....	199
Tabela 172. Puszcze	199
Tabela 173. Pomniki przyrody.....	200
Tabela 174. Rezerwaty	201
Tabela 175. inne walory i atrakcje przyrodnicze	202
Tabela 176. Zabytki.....	203
Tabela 177. Muzea	204
Tabela 178. Wydarzenia kulturalne.....	205
Tabela 179. Imprezy folklorystyczne	206
Tabela 180. Wydarzenia sportowo-rekreacyjne.....	207
Tabela 181. Inne walory i atrakcje turystyczne	209
Tabela 182. Szlaki rowerowe.....	211
Tabela 183. Szlaki piesze.....	212
Tabela 184. Szlaki konne.....	213
Tabela 185. Trasy narciarskie	213
Tabela 186. Szlaki kajakowe	214
Tabela 187. Stanice	214
Tabela 188. Plaże	215
Tabela 189. Parki wodne	216
Tabela 190. Parki zabaw dla dzieci	217
Tabela 191. Obiekty sportowo-rekreacyjne.....	217

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 192. Inne atrakcje rekreacyjne	218
Tabela 193. Jakich według pana/i atrakcji turystycznych brakuje w Pana/i mieście?	219
Tabela 194. Czy potrafi Pan/i wymienić miejscowości, gminy wchodzące w skład regionu EGO SA?	220
Tabela 195. Czy zna pan/i szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA?.....	220
Tabela 196. Proszę wymienić szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA ...	221
Tabela 197. Proszę określić znaną panu/i bazę noclegową w mieście?.....	221
Tabela 198. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w Pana/i mieście w celu rozwoju usług turystycznych?	223
Tabela 199. Proszę wskazać obiekty gastronomiczno - rozrywkowe w Pana/i mieście	226
Tabela 200. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy obiektów gastronomiczno-rozrywkowych w Pana/i mieście w celu rozwoju usług turystycznych?.....	227
Tabela 201. Proszę wskazać jakich obiektów gastronomiczno-rozrywkowych brakuje w Pana/i mieście?.....	227
Tabela 202. Proszę określić liczbę punktów informacji turystycznej w Pana/i mieście	229
Tabela 203. Czy istnieje wystarczające oznakowanie punktów informacji turystycznej?.....	229
Tabela 204. Czy uważa Pan/i, że system informacji turystycznej działa odpowiednio w Pana/i mieście?	230
Tabela 205. Czy w Pana/i opinii stan dróg dojazdowych do miasta hamuje rozwój turystyki?	232
Tabela 206. W których miejscach na terenie Pana/i miasta turyści mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do komunikacji internetowej?	232
Tabela 207. Stan dróg dojazdowych do miejscowości Suwałk	235
Tabela 208. Stan dróg w miejscowości Suwałki.....	235
Tabela 209. Dostępność miejsc parkingowych, parkingów (niestrzeżonych).....	236
Tabela 210. Dostępność parkingów strzeżonych	236
Tabela 211. Jakość parkingów (nawierzchnia).....	237
Tabela 212. Ilu turystów szacunkowo w pana/i opinii jest w stanie przyjąć miasto w sezonie turystycznym jednorazowo?	240
Tabela 213. Czy pana/i miasto posiada charakterystyczny produkt turystyczny?.....	242
Tabela 214. Proszę podać najbardziej charakterystyczne produkty turystyczne?	242

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 215. Czy istniejąca oferta turystyczna wykorzystuje w pełni potencjał turystyczny Pana/i miasta?.....	243
Tabela 216. Co należałoby zmienić w ramach oferty turystycznej miasta?.....	243
Tabela 217. Czy pana firma posiada własne produkty turystyczne?	244
Tabela 218. Proszę wymienić własne produkty turystyczne	244
Tabela 219. Czy Pana/i firma współpracuje z innymi firmami w tworzeniu wspólnego produktu turystycznego?.....	245
Tabela 220. Czy Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?	245
Tabela 221. Jakie działania marketingowe prowadzi Pana/i firma w celu promocji turystyki?	247
Tabela 222. Czy Pana/i firma posiada plan rozwoju działalności gospodarczej?.....	247
Tabela 223. Jaki plan rozwoju działalności gospodarczej posiada Pana/i firma?.....	248
Tabela 224. Czy Pana/i firma korzysta z funduszy/programów rozwoju gospodarczego Pana/i miasta?	248
Tabela 225. Z jakich funduszy/programów rozwoju gospodarczego Pana/i miasta korzysta pana/i firma?	248
Tabela 226. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	255
Tabela 227. Ilość zatrudnionych pracowników	255
Tabela 228. Wykształcenie respondentów.....	256
Tabela 229. Stanowisko respondenta a rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa.....	257
Tabela 230. Czy istnieją walory i atrakcje przyrodnicze, które przyciągają turystów do Pana/i miasta?	258
Tabela 231. Jeziora	259
Tabela 232. Rzeki.....	260
Tabela 233. Parki.....	260
Tabela 234. Puszcze	262
Tabela 235. Pomniki przyrody.....	263
Tabela 236. Rezerваты	263
Tabela 237. Zabytki.....	265
Tabela 238. Muzea	266

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 239. imprezy kulturalne.....	266
Tabela 240. Imprezy folklorystyczne	267
Tabela 241. Wydarzenia sportowo - rekreacyjne	268
Tabela 242. Szlaki rowerowe.....	270
Tabela 243. Szlaki piesze.....	270
Tabela 244. Szlaki konne.....	271
Tabela 245. Trasy narciarskie	272
Tabela 246. Szlaki kajakowe	272
Tabela 247. Stanice	273
Tabela 248. Plaże	273
Tabela 249. Parki wodne	274
Tabela 250. Parki Zabaw dla dzieci	275
Tabela 251. Obiekty sportowo – rekreacyjne	275
Tabela 252. Jakich według Pana/i atrakcji turystycznych brakuje w Pana/i mieście?.....	276
Tabela 253. Czy potrafi Pan/i wymienić miejscowości, gminy wchodzące w skład regionu EGO SA?	277
Tabela 254. Czy zna Pan/i szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA?	277
Tabela 255. Szlaki turystyczne łączące miasta/gminy regionu EGO SA.....	278
Tabela 256. Proszę określić znaną panu/i bazę noclegową w mieście?.....	278
Tabela 257. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy bazy noclegowej w Pana/i mieście w celu rozwoju usług turystycznych?.....	280
Tabela 258. Proszę wskazać obiekty gastronomiczno - rozrywkowe w Pana/i mieście	282
Tabela 259. Czy według Pana/i istnieje potrzeba rozbudowy obiektów gastronomiczno - rozrywkowych w Pana/i mieście w celu rozwoju usług turystycznych?.....	284
Tabela 260. Proszę określić liczbę punktów informacji turystycznej w Pana/i mieście?	285
Tabela 261. Czy istnieje wystarczające oznakowanie punktów informacji turystycznej?.....	286
Tabela 262. Czy uważa Pan/i, że system informacji turystycznej działa odpowiednio w Pana/i mieście?	286
Tabela 263. Czy w Pana/i opinii stan dróg dojazdowych do miasta hamuje rozwój turystyki?	289

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 264. W których miejscach na terenie Pana/i miasta turyści mogą korzystać z bezpłatnego dostępu do komunikacji internetowej?.....	289
Tabela 265. Stan dróg dojazdowych do miasta.....	292
Tabela 266. Stan dróg w samej miejscowości	292
Tabela 267. Dostępność miejsc parkingowych, parkingów niestrzeżonych	292
Tabela 268. Dostępność parkingów strzeżonych	293
Tabela 269. Jakość parkingów	293
Tabela 270. Ilu turystów szacunkowo w Pana/i opinii jest w stanie przyjąć miasto w sezonie turystycznym jednorazowo?	295
Tabela 271. Czy Pana/i miasto posiada charakterystyczny produkt turystyczny?.....	297
Tabela 272. Proszę podać najbardziej charakterystyczne produkty turystyczne	297
Tabela 273. Czy istniejąca oferta turystyczna wykorzystuje w pełni potencjał turystyczny Pana/i miasta?.....	298
Tabela 274. Co należałoby zmienić w ramach oferty turystycznej miasta?.....	298
Tabela 275. Czy Pana/i firma posiada własne produkty turystyczne?.....	299
Tabela 276. Proszę wymienić własne produkty turystyczne	300
Tabela 277. Czy współpracuje Pana/i firma z innymi firmami w tworzeniu wspólnego produktu turystycznego?.....	300
Tabela 278. Czy Pana/i firma prowadzi działania marketingowe w celu promocji turystyki?	301
Tabela 279. Jakie działania marketingowe prowadzi Pana/i firma w celu promocji turystyki?	301
Tabela 280. Czy Pana/i firma posiada plan rozwoju działalności gospodarczej?.....	302
Tabela 281. Jakie plany rozwoju działalności gospodarczej posiada Pana/i firma/instytucja?	302
Tabela 282. Czy Pana/i firma korzysta z funduszy/programów rozwoju gospodarczego Pana/i miasta?	302
Tabela 283. Z jakich funduszy/programów rozwoju gospodarczego korzysta Pana/i firma/instytucja?.....	303
Tabela 284. Czy uważa Pan/i, że uczestnictwo w szkoleniach jest pomocne w funkcjonowaniu firmy/instytucji?	311

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 285. Jak często bierze Pan/i udział w szkoleniach?	312
Tabela 286. Proszę wymienić szkolenia w których brał/a Pan/i udział?	312
Tabela 287. Jak często Pana/i pracownicy/współpracownicy biorą udział w szkoleniach? ...	313
Tabela 288. Proszę wymienić szkolenia, w których Pana/i współpracownicy najczęściej brali udział?	313
Tabela 289. Czy planuje Pan/i zatrudnić nowych pracowników?	314
Tabela 290. Proszę określić stanowiska, na które poszukuje Pan/i pracowników?	315
Tabela 291. Czy widzi Pan/i potrzebę szkolenia pracowników?	317
Tabela 292. Jakimi kursami/szkoleniami byłby/byłaby Pan/i zainteresowana?	317
Tabela 293. Czy uważa Pan/i, że udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających pana/i miasto?	318
Tabela 294. W którym z wymienionych obszarów tematycznych byłby/byłaby Pan/i zainteresowany/a planując udział w szkoleniu?	319
Tabela 295. W jakich terminach miałby/miałaby Pan/i możliwość uczestniczenia w wybranych szkoleniach?	319
Tabela 296. Jakie metody szkolenia Pan/i preferuje?	320
Tabela 297. Jakie kryteria bierze Pan/i pod uwagę przy wyborze szkolenia?	321
Tabela 298. Poprzez jaki kanał informacyjny znajduje Pan/i informację o szkoleniach?	321
Tabela 299. Proszę określić przeszkody, które uniemożliwiają Pana/i udział w szkoleniu?	322
Tabela 300. Czy Pana/i zdaniem dostępne szkolenia/kursy są wysokiej jakości?	323
Tabela 301. Jak Pan/i ocenia przygotowanie osób prowadzących kursy/szkolenia?	323
Tabela 302. Czy Pana/i zdaniem istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych?	323
Tabela 303. Co Pan/i zmienićby/zmieniłaby w strukturze organizowanych kursów/szkoleń?	324
Tabela 304. Czy uważa Pan/i, że większy dostęp do kursów/szkoleń zmniejszy bezrobocie w Pana/i gminie?	325
Tabela 305. Czy zatrudniłby/zatrudniłaby Pan/i osobę zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?	326
Tabela 306. Czy zaoferowałby/zaoferowałaby Pan/i staż zawodowy osobie zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?	326

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 307. Proszę wymienić instytucje szkoleniowe, z których usług Pan/i korzystała	327
Tabela 308. Proszę ocenić jakość ich usług.....	327
tabela 309. Czy uważa Pan/i, że uczestnictwo w szkoleniach jest pomocne w funkcjonowaniu firmy/instytucji?	331
tabela 310. Jak często bierze pan/i udział w szkoleniach?	331
Tabela 311. Proszę wymienić szkolenia w jakich brał/a Pan/i udział?	332
Tabela 312. Jak często Pana/i pracownicy/współpracownicy biorą udział w szkoleniach?...333	333
Tabela 313. Proszę wymienić szkolenia, w których Pana/i pracownicy/współpracownicy brali najczęściej udział?	333
Tabela 314. Czy zamierza Pan/i zatrudnić nowych pracowników?.....	334
Tabela 315. Proszę określić stanowiska na które poszukuje Pan/i pracowników?.....	334
Tabela 316. Czy uważa pan/i, że udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Pana/i gminę?	338
Tabela 317. W którym z wymienionych obszarów tematycznych byłby/byłaby Pan/i zainteresowana planując udział w szkoleniu?.....	339
Tabela 318. W jakich terminach miałby/miałaby pan/i możliwość uczestniczenia w wybranych szkoleniach?.....	339
Tabela 319. Jakie metody szkolenia Pan/i preferuje?	340
Tabela 320. Jakie kryteria bierze Pan/i pod uwagę przy wyborze szkolenia?.....	340
Tabela 321. Poprzez jaki kanał informacyjny znajduje Pan/i informację o szkoleniach?	341
Tabela 322. Proszę określić przeszkody, które uniemożliwiają Pana/i udział w szkoleniu? .342	342
Tabela 323. Czy Pana/i zdaniem dostępne szkolenia/kursy są wysokiej jakości?.....	342
Tabela 324. Jak ocenia Pan/i przygotowanie osób prowadzących szkolenia/kursy?.....	342
Tabela 325. Czy Pana/i zdaniem istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych?.....	343
Tabela 326. Co Pan/i zmieniłby/zmieniłaby w strukturze organizowanych kursów?	343
Tabela 327. Czy Pana/i zdaniem większy dostęp do kursów/szkoleń zmniejszy poziom bezrobocia w Pana/i gminie?	344
Tabela 328. Czy zatrudniłby/zatrudniłaby Pan/i osobę zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?	344
Tabela 329. Czy zaoferowałby/zaoferowałaby pan/i staż zawodowy osobie zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?.....	345

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 330. Proszę wymienić instytucje szkoleniowe, z których usług Pan/i korzystał/a? ...	345
Tabela 331. Proszę ocenić jakość ich usług.....	346
Tabela 332. Czy uważa Pan/i że uczestnictwo w szkoleniach jest pomocne w funkcjonowaniu firmy/instytucji?	348
Tabela 333. Czy często bierze Pan/i udział w szkoleniach?.....	348
Tabela 334. Szkolenia w których brała Pan/i udział	350
Tabela 335. Czy często Pana/i pracownicy/współpracownicy biorą udział w szkoleniach?..	351
Tabela 336. Szkolenia w których brali udział Pana/i pracownicy/współpracownicy	351
Tabela 337. Czy planuje Pan/i zatrudnić nowych pracowników?	352
Tabela 338. Stanowiska, na które poszukuje Pan/i pracowników	352
Tabela 339. Czy widzi Pan/i potrzebę szkolenia pracowników/współpracowników?.....	354
Tabela 340. Jakimi kursami/szkoleniami byłby/byłaby Pan/i zainteresowany/a?.....	355
Tabela 341. Czy uważa Pan/i, że udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających pana/i gminę?	356
Tabela 342. W którym z wymienionych obszarów tematycznych byłby/byłaby Pan/i zainteresowany/a planując udział w szkoleniu?.....	356
Tabela 343. W jakich terminach miałby/miałaby Pan/i możliwość uczestniczenia w wybranych szkoleniach?.....	357
Tabela 344. Jakie metody szkolenia Pan/i preferuje?	357
Tabela 345. Jakie kryteria bierze Pan/i pod uwagę przy wyborze szkolenia?.....	358
Tabela 346. Poprzez jaki kanał informacyjny znajduje Pan/i informację o szkoleniach?	358
Tabela 347. Proszę określić przeszkody, które uniemożliwiają Pana/i udział w szkoleniu?	359
Tabela 348. Czy Pana/i zdaniem dostępne szkolenia/kursy są wysokiej jakości?.....	360
Tabela 349. Jak Pan/i ocenia przygotowanie osób prowadzących kursy/szkolenia?.....	360
Tabela 350. Czy Pana/i zdaniem istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych?.....	360
Tabela 351. Co Pan/i zmieniłby/zmieniłaby w strukturze organizowanych kursów/szkoleń?	361
Tabela 352. Czy Pana/i zdaniem większy dostęp do kursów/szkoleń zmniejszy poziom bezrobocia w Pana/i gminie?	361

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 353. Czy zatrudniłby/zatrudniłaby Pan/i osobę zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?	362
Tabela 354. Czy zaoferowałby/zaoferowałaby Pan/i staż zawodowy osobie zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?.....	363
Tabela 355. Proszę wymienić instytucje szkoleniowe, z których usług Pan/i korzystał/a	363
Tabela 356. Proszę ocenić jakość ich usług.....	364
Tabela 357. Czy uważa Pan/i, że uczestnictwo w szkoleniach jest pomocne w funkcjonowaniu firmy/instytucji?	366
Tabela 358. Czy często bierze Pan/i udział w szkoleniach?.....	366
Tabela 359. Proszę wymienić szkolenia, w których brał/a Pan/i udział?	367
Tabela 360. Czy często Pana/i pracownicy/współpracownicy biorą udział w szkoleniach?.....	367
Tabela 361. Proszę wymienić szkolenia, w których Pana/i pracownicy/współpracownicy najczęściej brali udział?	368
Tabela 362. Czy planuje Pan/i zatrudnić nowych pracowników?	369
Tabela 363. Proszę określić stanowiska, na które poszukuje Pan/i pracowników?.....	369
Tabela 364. Czy widzi Pan potrzebę szkolenia pracowników/współpracowników?.....	372
Tabela 365. Czy uważa Pan/i, że udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Pana/i miasto?	373
Tabela 366. W którym z wymienionych obszarów tematycznych byłby/aby Pan/i zainteresowany/a planując udział w szkoleniu?.....	373
Tabela 367. W jakich terminach miałby/aby Pan/i możliwość uczestniczenia w wybranych szkoleniach?.....	374
Tabela 368. Jakie metody szkolenia pan/i preferuje?.....	375
Tabela 369. Jakie kryteria bierze Pan/i pod uwagę przy wyborze szkolenia?.....	375
Tabela 370. Poprzez jaki kanał informacyjny znajduje Pan/i informacje o szkoleniach?.....	376
Tabela 371. Proszę określić przeszkody, które uniemożliwiają Pana/i udział w szkoleniu?	376
Tabela 372. Czy pana/i zdaniem, dostępne kursy/szkolenia są wysokiej jakości?	377
Tabela 373. Jak ocenia pan przygotowanie osób prowadzących kursy/szkolenia?	377
Tabela 374. Czy Pana/i zdaniem istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych?	378
Tabela 375. Co Pan/i zmieniłby/aby w strukturze organizowanych kursów/szkoleń?	378

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 376. Czy pana/i zdaniem większy dostęp do kursów/szkoleń zmniejszy poziom bezrobocia w Pana/i mieście?	379
Tabela 377. Czy zatrudniłby/aby Pan/i osobę zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?	379
Tabela 378. Czy zaoferowałby/aby Pan/i staż zawodowy osobie po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?	380
Tabela 379. Proszę wymienić instytucje szkoleniowe, z których usług Pan/i korzystał/a.	380
Tabela 380. Proszę ocenić jakość ich usług.....	381
Tabela 381. Czy uważa Pan/i, że uczestnictwo w szkoleniach jest pomocne w funkcjonowaniu firmy/instytucji?	383
Tabela 382. Czy często bierze Pan/i udział w szkoleniu?	383
Tabela 383. Proszę wymienić szkolenia, w których brał/a Pan/i udział?	384
Tabela 384. Czy często Pana/i pracownicy/współpracownicy biorą udział w szkoleniach?.....	385
Tabela 385. Proszę wymienić szkolenia, w których Pana/i pracownicy/współpracownicy najczęściej brali udział?	385
Tabela 386. Czy planuje Pan/i zatrudnić nowych pracowników?	386
Tabela 387. Proszę wskazać stanowiska na które poszukuje Pan/i pracowników?.....	386
Tabela 388. Czy widzi Pan/i potrzebę szkolenia pracowników/współpracowników?.....	389
Tabela 389. Czy uważa Pan/i, że udział w szkoleniach zawodowych kadr związanych z branżą turystyczną przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających Pana/i miasto?	391
Tabela 390. W którym z wymienionych obszarów tematycznych byłby/byłaby Pan/i zainteresowany/a planując udział w szkoleniu?.....	391
Tabela 391. W jakich terminach miałby/miałaby Pan/i możliwość uczestniczenia w wybranych szkoleniach?.....	392
Tabela 392. Jakie metody szkolenia Pan/i preferuje?	392
Tabela 393. Jakie kryteria bierze Pan/i pod uwagę przy wyborze szkolenia?.....	393
Tabela 394. Poprzez jaki kanał informacyjny znajduje Pan/i informację o szkoleniach?.....	393
Tabela 395. Proszę określić przeszkody, które uniemożliwiają Pana/i udział w szkoleniu?	394
Tabela 396. Czy Pana/i zdaniem dostępne szkolenia/kursy są wysokiej jakości?.....	394
Tabela 397. Jak ocenia Pan/i przygotowanie osób prowadzących kursy/szkolenia?.....	395



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 398. Czy Pana/i zdaniem istnieje wystarczająca liczba kursów zawodowych?.....	395
Tabela 399. Co Pan/i zmieniliby/zmieniłyby w strukturze organizowanych kursów/szkoleń?	395
Tabela 400. Czy Pana/i zdaniem dostęp do kursów/szkoleń zmniejszy poziom bezrobocia w Pana/i mieście?.....	396
Tabela 401. Czy zatrudniłby/zatrudniłaby Pan/i osobę zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?.....	397
Tabela 402. Czy zaoferowałby/zaoferowałaby Pan/i staż zawodowy osobie zaraz po odbyciu kursu/szkolenia bez doświadczenia zawodowego?.....	397
Tabela 403. Proszę wymienić instytucje szkoleniowe, z których usług Pan/i korzystał/a? ...	398
Tabela 404. Proszę ocenić jakość ich usług?	398