

TRENDY ROZWOJOWE MAZOWSZA NR 20

ISSN 2084-5669

**Analiza ruchu turystycznego
w województwie mazowieckim
w latach 2013-2015**

**Analiza ruchu turystycznego
w województwie mazowieckim
w latach 2013–2015**

nr 20

Analiza ruchu turystycznego
w województwie mazowieckim
w latach 2013–2015

seria **TRENDY ROZWOJOWE MAZOWSZA** nr 20/2018

finansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Poddziałanie 5.2.1 przez projekt
„Wzmocnienie potencjału Mazowieckiego Obserwatorium Terytorialnego”



Mazowieckie
Obserwatorium Terytorialne

Badanie zrealizowane przez firmę Landbrand
61-680 Poznań
ul. Czekoladowa 4

Adres redakcji:

Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie
ul. Nowy Zjazd 1 22, 00-301 Warszawa
tel. 22 518 49 52, fax 22 518 49 49
e-mail: redakcja@mbpr.pl

Wydawca:

Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie
ul. Nowy Zjazd 1, 00-301 Warszawa
tel. 22 518 49 00, fax. 22 518 49 49
e-mail: biuro@mbpr.pl; www.mbpr.pl

Skład:

Zespół Wydawniczy Mazowieckiego Biura Planowania Regionalnego w Warszawie

Druk:

Ofcyna Drukarska
Jacek Chmielewski
ul. Sokołowska 12A
01-142 Warszawa

Publikacja bezpłatna

Nakład:

100 egz.

ISSN 2084-5669

Warszawa 2018



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Spis treści

Spis treści	5
Streszczenie	7
Wprowadzenie	9
1. Ogólna charakterystyka województwa mazowieckiego	11
2. Opis wyników badania ankietowego	12
2.1. Charakterystyka podmiotów z branży turystycznej na Mazowszu	12
2.2. Liczba turystów i odwiedzających Mazowsze w latach 2013-2015	15
2.3. Struktura ruchu turystycznego na Mazowszu	17
2.4. Podsumowanie i wnioski	19
3. Ruch turystyczny, baza noclegowa i atrakcje turystyczne w województwie mazowieckim na podstawie badania danych wtórnych	21
3.1. Ruch turystyczny w województwie mazowieckim	21
3.2. Baza noclegowa w województwie mazowieckim	28
3.3. Atrakcje turystyczne	34
3.4. Podsumowanie i wnioski	40
4. Wizerunek turystyczny regionu i jego wewnętrzne zróżnicowanie na podstawie wyników badania jakościowego	42
4.1. Najważniejsze formy turystyki i produkty turystyczne w regionie	44
4.2. Źródła informacji o regionie	45
4.3. Wizerunek województwa mazowieckiego, a wizerunek Warszawy	45
4.4. Zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjna	46
5. Wnioski i rekomendacje	47
Aneksy	51
Spis tabel, wykresów i ilustracji	65

Streszczenie

Niniejszy dokument stanowi raport z „Analizy ruchu turystycznego w województwie mazowieckim w latach 2013–2015”, która została przeprowadzona w oparciu o trzy rodzaje badań: badanie pierwotne na ponad 300 podmiotach gospodarki turystycznej działających w województwie mazowieckim (N=305, metoda CAWI i CATI), badanie danych wtórnych (metoda desk research) oraz badanie jakościowe (metoda FGI – Focus Group Interview).

Celem „Analizy” było uzyskanie odpowiedzi na szereg pytań badawczych, w tym pytania głównego: Jak kształtował się ruch turystyczny w województwie mazowieckim w latach 2013–2015? Aby na nie odpowiedzieć, zgromadzono i przeanalizowano dane dotyczące między innymi: liczby turystów krajowych i zagranicznych, struktury ruchu turystycznego, zmian w zakresie bazy noclegowej, sezonowości ruchu turystycznego, udziału turystyki weekendowej, wizerunku regionu oraz atrakcji turystycznych, takich jak muzea czy imprezy masowe. W zależności od badanego zjawiska, dane prezentowane są w postaci tabel, wykresów lub map i uwzględniają podział na 8 podregionów (NUTS 3) lub 42 powiaty województwa mazowieckiego.

Ruch turystyczny w województwie mazowieckim rośnie nieprzerwanie od dekady. W 2015 roku przekroczono kolejną granicę – 4 milionów obsłużonych turystów (3 mln osiągnięto w 2010 r.). Wzrost widać zarówno w przypadku strony popytowej, jak i podażowej. Liczba turystów i udzielanych noclegów od 2013 roku wzrosła o 13%, a liczba miejsc noclegowych o 4%. Wykorzystanie miejsc noclegowych wynosi 43% (+3,2% względem 2013 r.). Miesiącami o największych obrotach w branży turystycznej na Mazowszu są maj, czerwiec, wrzesień i październik, a najsłabszymi styczeń i luty. O 11% wrosła liczba uczestników imprez masowych, a o 8% frekwencja w muzeach. Przybyło też 17 placówek muzealnych. Najlichnijszymi turystami z za granicy są obywatele Wielkiej Brytanii, Niemiec i USA. Największy wzrost względem 2013 roku zaobserwowano wśród obywateli Ukrainy (+71%) i Białorusi (+72%), a wśród Rosjan znaczący spadek (-31%). 73% ruchu turystycznego województwa mazowieckiego skumulowane jest w Warszawie. Muzea zlokalizowane w stolicy obsługują 90% odwiedzających muzea w regionie.

Abstract

This report documents and presents results of project “Tourism and travel in the Masovian Voivodeship in years 2013–2015”. The analysis was based on 3 types of market research: survey carried out on tourism and travel entities based in Masovian Voivodeship (N=305, CATI & CAWI technique), online desk research and finally Focus Group Interview.

The objective of the project was to set down how travel and tourism changed and developed during the years 2013–2015 in the Masovian Voivodeship. In order to do so, researcher gathered information including: the number of residents and non-residents in collective tourist accommodation establishments, the structure of the travelers totality, nationality of the non-residents, changes among the tourist accommodation establishments, seasonality of tourism, share of weekend tourism, the image of the province and tourism attractions such as museums and festivals. Depending on information given, the data is displayed in tables, graphed or illustrated with maps (NUTS 3 or NUTS 4 subdivisions).

Tourism economy in the Masovian Voivodeship keeps developing incessantly since a decade. In 2015 the number of tourists visiting the province exceeded 4 million (3 million reached in 2010). The development is observable in both, demand and supply side of the market. The number of tourists and overnight stays grew by 13% since 2013, and the number of bed-places in collective tourist accommodation entities by 4%. The use of bed-places totals 43% (+3,2% since 2013). May, June, September and October are months with the highest share in the totality of tourists. January and February stake is the lowest. 11% growth rate was measured among festivals attendees and 8% growth among museum visitors. New 17 museums were opened. Most often hosted nations are Britons, Germans and Americans. The highest growth rate was observed with the citizens of the Ukraine (+71%) and Belarus (+72%), and 31-percent loss was recorded among Russians. Warsaw is final destination of 73% of travel to Masovian Voivodeship, and the museums in the capital city gather 90% of all museum visitors in the province.

Wprowadzenie

W celu przeprowadzenia możliwie wyczerpującej analizy ruchu turystycznego w województwie mazowieckim w latach 2013–2015, koniecznym było zastosowanie wieloetapowego badania z uwzględnieniem różnorodnych technik badawczych. Wszystkie one miały na celu opisać możliwie dokładnie potencjał turystyczny regionu i jego rzeczywiste wykorzystanie. Szczególnie istotne było zbadanie zjawiska sezonowości, zarówno w ujęciu rocznym jak i rozkładu ruchu turystycznego pomiędzy dni tygodnia a weekend. Źródłami informacji w badaniu były zarówno dane statystyczne gromadzone przez Główny Urząd Statystyczny, jak i dane pierwotne zebrane podczas grupowych wywiadów zogniskowanych (FGI) z liderami w dziedzinie kreacji produktów turystycznych w regionie. Bezcennym źródłem informacji były także ankiety wypełnione przez 305 podmiotów tworzących ofertę turystyczną województwa mazowieckiego. Pozwoliło to zbadać stronę podażową turystyki na Mazowszu.

Dodatkowymi celami badania było odpowiedzenie na następujące problemy badawcze:

- Jak kształtował się ruch turystyczny w województwie mazowieckim w latach 2013–2015?
- Jak różnicował się ruch turystyczny w regionie w podziale na podregiony i powiaty. Które podregiony, poza Warszawą, przyciągają najwięcej turystów?
- Jaki był udział turystów zagranicznych w ogóle turystów w województwie mazowieckim? Jakie rynki emisyjne są najważniejsze dla turystyki na Mazowszu?
- Jak zmieniała się baza noclegowa (liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania w podziale na rodzaje oraz liczba miejsc noclegowych całorocznych i sezonowych w tych obiektach) w województwie mazowieckim?
- Jak zmieniała się liczba imprez masowych w województwie mazowieckim w latach 2013–2015?
- Czy wizerunek turystyczny woj. mazowieckiego jest konkurencyjny w skali kraju?
- Czy w regionie funkcjonują markowe produkty turystyczne?
- Jakie atrakcje w regionie generują największy ruch turystyczny?
- Z jakich źródeł informacji korzystają najczęściej turyści?

W badaniu wykorzystano kilka technik badawczych. Jedną z nich było badanie ankietowe podmiotów gospodarczych ściśle związanych z obsługą ruchu turystycznego. Badanie to przeprowadzono za pomocą kwestionariusza internetowego (CAWI) oraz za pomocą badania telefonicznego (CATI). Dokładny opis grupy podmiotów objętych badaniem we wskazaniu podklas PKD i stopu zwrotu w poszczególnych sekcjach i podklasach zawiera aneks do niniejszego dokumentu.

Opracowana baza danych zawiera 1087 podmiotów gospodarczych ściśle związanych z działalnością turystyczną. Do tej grupy skierowano prośbę o wypełnienie kwestionariusza badawczego. Kwestionariusz był zróżnicowany w zależności od przynależności danego podmiotu do sekcji PKD. Sekcja N otrzymała kwestionariusz dla organizatorów ruchu turystycznego a sekcja I i R otrzymała kwestionariusz dla obiektów obsługi ruchu turystycznego i operatorów atrakcji. W odpowiedzi na przesłane drogą mailową prośby o wypełnienie ankiety otrzymano 305 odpowiedzi zwrotnych. Pozwoliło to na uzyskanie różnorodnych danych, które zostały wykorzystane w badaniu ruchu turystycznego w województwie mazowieckim.

Zastosowano także technikę desk research, opierając się na danych udostępnianych przez Główny Urząd Statystyczny zebranych w ramach Banku Danych Lokalnych oraz dostępnych raportach takich jak „Turystyka w Warszawie, Raport 2015” opublikowanym przez Stołeczne Biuro Turystyki. Główny Urząd Statystyczny (GUS)

i Urząd Statystyczny w Warszawie rejestrują dane dotyczące ruchu turystycznego w bazie noclegowej. Dane gromadzone są w oparciu o sprawozdania o wykorzystaniu turystycznego obiektu noclegowego KT-1 składanego przez podmioty prowadzące działalność hotelarską zgodnie z klasyfikacją REGON. Jednostki sprawozdawcze podają dokładną lokalizację, rodzaj i kategorię obiektu oraz liczbę: pokoi, miejsc noclegowych i placówek gastronomicznych. Dane takie dostępne są dla każdego z 37 powiatów i 5 miast na prawach powiatu w woj. mazowieckim. Z uwagi na charakter badań statystycznych i tajemnicę sprawozdawczości dane takie podawane są wszędzie tam, gdzie istnieje więcej niż jeden obiekt w każdej z kategorii. Z tego względu niemożliwe jest wskazanie konkretnej frekwencji dla poszczególnych atrakcji czy imprez. Chcąc jednak zilustrować także lokalne maksima w postaci obiektów i wydarzeń generujących największy ruch turystyczny w regionie, posłużono się kontaktem bezpośrednim z organizatorami imprez i operatorami atrakcji. W ten sposób powstała przybliżona lista największych atrakcji turystycznych województwa mazowieckiego w kategorii obiekt oraz wydarzenie.

W celu zapoznania się z wizerunkiem regionu oraz uzyskania pogłębionych informacji o potencjale rozwoju jego oferty turystycznej zorganizowano zogniskowany wywiad grupowy (FGI). Jego uczestnikami byli liderzy regionalni zajmujący się rozwojem funkcji turystycznej regionu i jego promocją. W wywiadzie uczestniczyło osiem osób i dostarczył on interesujących informacji między innymi w tematach takich jak:

- ➔ wizerunek turystyczny regionu. Jego przestrzenne zróżnicowanie. Wpływ Warszawy na odbiór atrakcyjności turystycznej regionu. Najważniejsze atrakcje budujące wizerunek turystyczny regionu;
- ➔ główne formy turystyki realizowane w woj. mazowieckim;
- ➔ ocena atrakcyjności turystycznej podregionów woj. mazowieckiego;
- ➔ ocena zagospodarowania turystycznego i dostępności komunikacyjnej Mazowsza;
- ➔ diagnoza markowych produktów turystycznych i szlaków turystycznych funkcjonujących już w regionie;
- ➔ silne i słabe strony oferty turystycznej regionu.

1. Ogólna charakterystyka województwa mazowieckiego

Województwo mazowieckie położone jest w środkowo-wschodniej części Polski na Nizinie Mazowieckiej, stanowi największy i najbardziej zaludniony obszar kraju. Zajmuje 35,6 tys. km² (11% powierzchni całego kraju), i liczy ponad 5 mln mieszkańców (5 mln 349 tys.), co stanowi około 14% ludności Polski. Sąsiaduje z województwami: kujawsko-pomorskim, lubelskim, łódzkim, podlaskim, świętokrzyskim oraz warmińsko-mazurskim. W ramach podziału administracyjnego utworzone zostały 42 powiaty (w tym 5 miast na prawach powiatu), a także 314 gmin (35 miejskich, 50 miejsko – wiejskich i 229 wiejskich). Na terenie województwa mazowieckiego znajduje się 159 miast i 9400 wsi. Wyróżniamy również 8 podregionów (NUTS 3) wchodzących w skład województwa mazowieckiego. Średnie bezrobocie szacuje się w granicach 8,3%. Na tle województwa wyróżnia się stolica, która charakteryzuje się bardzo niską stopą bezrobocia 3,3%. Najgorzej wypada natomiast podregion radomski, gdzie stopa bezrobocia wynosi 19,8 %.

Największym miastem Mazowsza, a jednocześnie stolicą Polski i znaczącą metropolią europejską jest Warszawa, którą zamieszkuje 1 mln 744 tys. osób. Innymi większymi miastami są Radom (216 tys. mieszkańców), Płock (122 tys. mieszkańców) oraz Siedlce (77 tys. mieszkańców).

Tabela 1. Liczba ludności i stopa bezrobocia w podregionach województwa mazowieckiego (2015)

Podregion	Liczba ludności	Stopa bezrobocia (%)
Ciechanowski	343 728	15,6
Ostrołęcki	388 078	13,5
Radomski	617 144	19,8
Miasto Warszawa	1 744 351	3,3
Warszawski wsch.	810 475	10,9
Warszawski zach.	801 320	6,5
Płocki	331 741	14,6
Siedlecki	312 277	9,3

Źródło: GUS

Województwo mazowieckie jest wiodącym regionem pod względem rozwoju gospodarczego. Produkt krajowy brutto (PKB) z roku 2012 wyniósł 353,3 mld zł (co stanowi 21,9% PKB Polski). Fakt ten stawia Mazowsze na pierwszym miejscu w kraju. Warto również dodać, iż 59,1% PKB województwa wytwarza sama Warszawa.

Województwo mazowieckie ma ogromny potencjał turystyczny i znakomite położenie komunikacyjne. Przez jego obszar biegnie wiele ważnych korytarzy międzynarodowych, łączących Europę północną z południową oraz Europę wschodnią z zachodnią (Paneuropejskie Korytarze Transportowe TEN-T).

Dostępność lotnicza województwa mazowieckiego realizuje się poprzez lotniska pasażerskie: Lotnisko im. Fryderyka Chopina w Warszawie (największy węzeł lotniczy w Polsce) oraz Mazowiecki Port Lotniczy Warszawa-Modlin.

Region ten leży w dorzeczu rzeki Wisły. Głównymi rzekami województwa są Wisła, Bug, Narew, Pilica, Wkra oraz Radomka.

Jeziora występują głównie na Pojezierzu Gostynińskim m.in. Jezioro Zdworskie oraz Jezioro Lubieńskie. Jednak największym akwenem wodnym jest Jezioro Zegrzyńskie, powstałe w związku z wybudowaniem zapory w Dębnie na Narwi.

Obszary zielone stanowią 22% obszaru województwa. Oferują liczne kompleksy leśne m.in Puszczę Kampinoską, która jest częścią jednego z największych parków narodowych w kraju (Kampinoski PN), Puszczę Kurpiowską, Puszczę Białą i Puszczę Koziennicką. Dodatkowo znajduje się tu kilka parków krajobrazowych: Nadbużański, Mazowiecki, Chojnowski, Koziennicki i Brudzeński.

2. Opis wyników badania ankietowego

Poniżej przedstawiono opis wyników badania ankietowego. Uczestniczyły w nim podmioty reprezentujące stronę podożową gospodarki turystycznej w regionie mazowieckim.

Rozdział został podzielony na trzy części. Pierwsza opisuje charakter działających na rynku podmiotów odnosząc się między innymi do ich wielkości, własnej oceny silnych i słabych stron. Druga część pokazuje dynamikę zmian wielkości ruchu turystycznego na Mazowszu oraz jego rozkładu czasowego. Dane przedstawione ilustrują rozłożenie strumieni turystycznych w ujęciu miesięcznym. W części drugiej zawarto również wskazania odnośnie możliwości wzrostu ruchu turystycznego w poszczególnych miesiącach roku przy założeniu ponoszenia istotnych nakładów inwestycyjnych lub ich braku. Trzecia część to opis struktury turystów odwiedzających woj. mazowieckie. Dane w niej zaprezentowane ilustrują między innymi zróżnicowane pochodzenie odwiedzających województwo w podziale na turystów krajowych i zagranicznych. Dowiedzieć się z niej można między innymi, jaki procent w całości stanowią turyści pochodzący z woj. mazowieckiego, a jaki z innych regionów kraju. Dla każdego z polskich województw podany jest konkretny udział procentowy w całości ruchu turystycznego. Podobnie dla wiodących krajów emitujących turystów do regionu ukazane zostały ich procentowe wagi. W podrozdziale tym przedstawiono również jakie formy turystyki najczęściej są realizowane w woj. mazowieckim według ankietowanych.

2.1. Charakterystyka podmiotów z branży turystycznej na Mazowszu

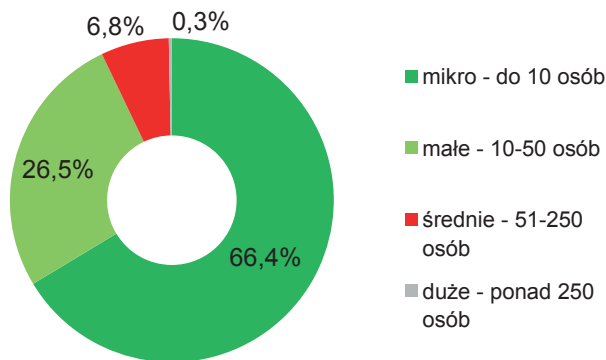
Najbardziej liczną klasą reprezentowaną w badaniu były agencje i biura turystyczne. Stanowiły one prawie 20% podmiotów. Jednak dwie kolejne podklasy można pod wieloma względami traktować wspólnie. Są to Hotele i podobne obiekty zakwaterowania oraz Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania. W sumie te dwie podklasy reprezentowało 108 podmiotów, czyli blisko 1/3 wszystkich podmiotów objętych badaniem. Poniżej zaprezentowano dokładny rozkład liczby podmiotów uczestniczących w badaniu w poszczególnych podklasach.

Tabela 2. Liczba podmiotów branży turystycznej w danych podklasach uczestniczących w badaniu, zgodnie z wiodącym profilem przedsiębiorstwa

Lp.	Kod PKD 2007	Nazwa podklasy PKD 2007	Liczba podmiotów w bazie danych	Udział podklasy w badaniu(%)
1	79.11.A	Działalność agentów turystycznych	60	19,5
2	55.10.Z	Hotele i podobne obiekty zakwaterowania	56	18,2
3	55.20.Z	Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania	52	16,9
4	93.21.Z	Działalność wesołych miasteczek i parków rozrywki	36	11,9
5	90.04.Z	Działalność obiektów kulturalnych	16	5,3
6	56.10.A	Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne	12	4,0
7	79.90.B	Działalność w zakresie informacji turystycznej	11	3,6
8	90.01.Z	Działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych	11	3,6
9	55.90.Z	Pozostałe zakwaterowanie	9	3,0
10	91.03.Z	Działalność historycznych miejsc i budynków oraz podobnych atrakcji turystycznych	9	3,0
11	79.12.Z	Działalność organizatorów turystyki	8	2,6

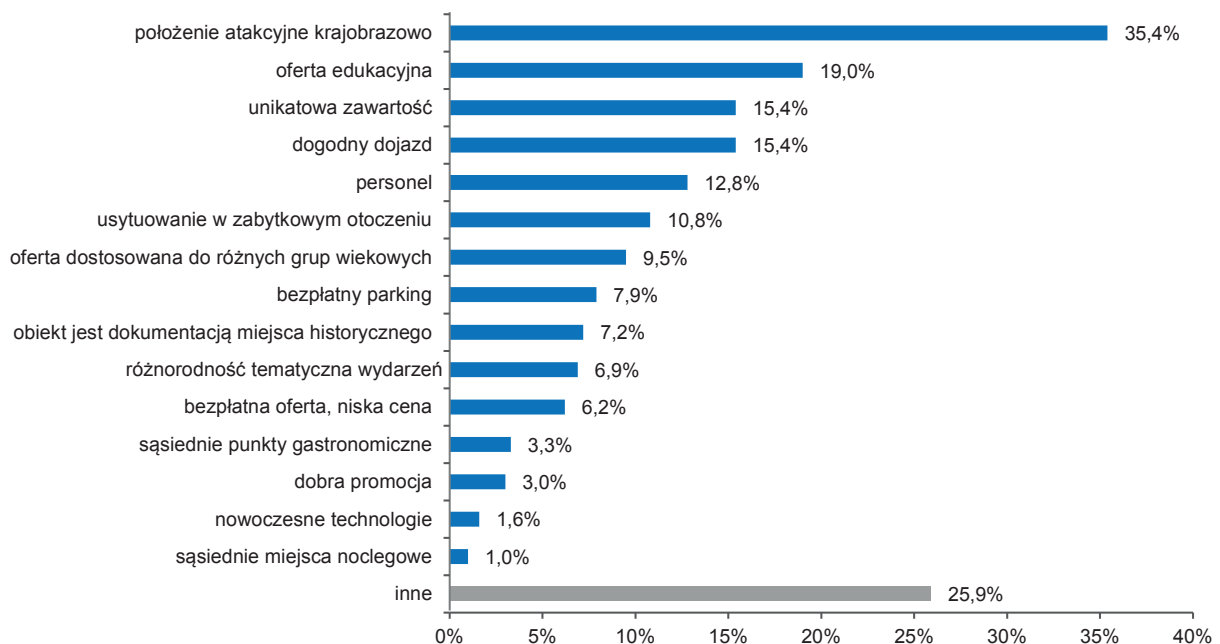
Lp.	Kod PKD 2007	Nazwa podklasy PKD 2007	Liczba podmiotów w bazie danych	Udział podklasy w badaniu(%)
12	93.11.Z	Działalność obiektów sportowych	7	2,3
13	79.11.B	Działalność pośredników turystycznych	6	2,0
14	91.02.Z	Działalność muzeów	4	1,3
15	55.30.Z	Pola kempingowe (włączając pola dla pojazdów kempingowych) i pola namiotowe	4	1,3
16	79.90.A	Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych	3	1,0
17	91.04.Z	Działalność ogrodów botanicznych i zoologicznych oraz obszarów i obiektów ochrony przyrody	1	0,3

Źródło: opracowanie Landbrand

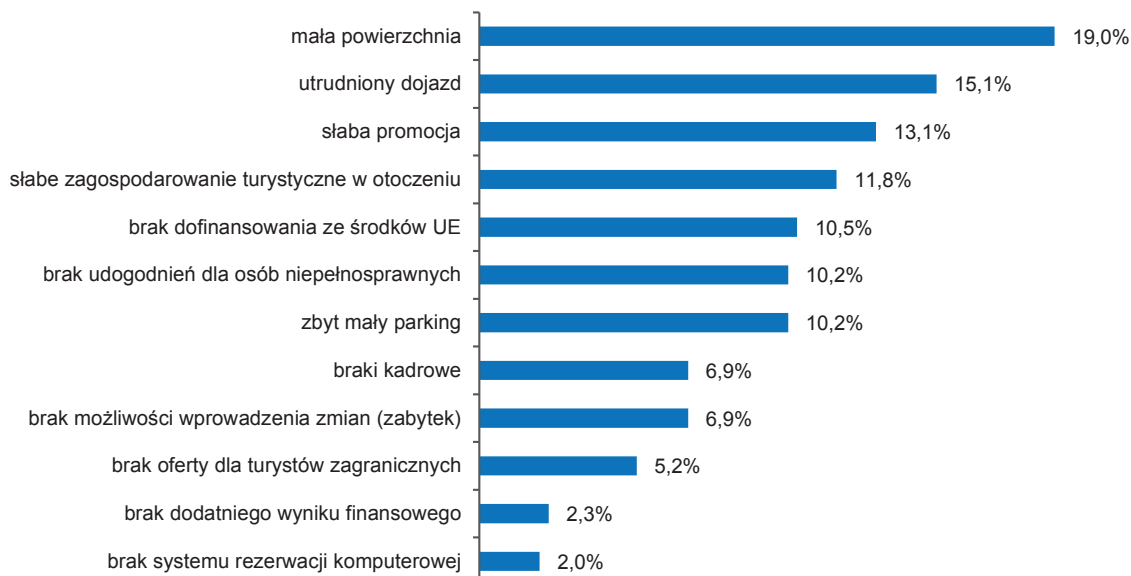


Wykres 1. Wielkość przedsiębiorstwa

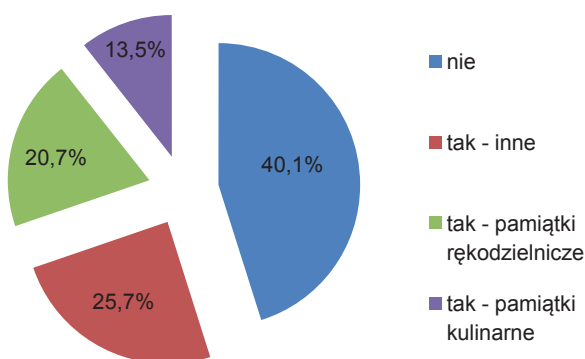
Dwie trzecie badanych przedsiębiorstw to mikroprzedsiębiorstwa. Oznacza to, że zatrudniają do 10 osób. Często zatem są to firmy rodzinne. Co czwarte z przedsiębiorstw to firma zatrudniająca pomiędzy 10 a 50 osób i tylko niespełna 7% badanych podmiotów to przedsiębiorstwa średnie zatrudniające do 250 osób. Oznacza to spore rozdrobnienie podmiotów i w rzeczywistości znaczącą przewagę firm mikro i małych, których udział w rynku może wynosić nawet ponad 90%.



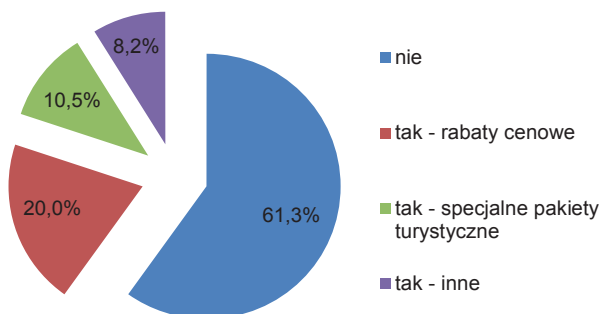
Wykres 2. Mocne strony obiektów turystycznych zdaniem respondentów



Wykres 3. Słabe strony obiektów turystycznych zdaniem respondentów

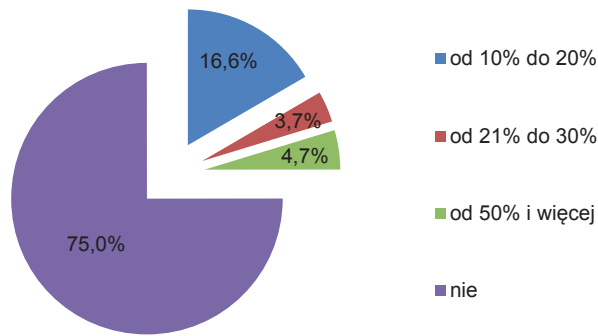


Wykres 4. Możliwość zakupu pamiątek związanych z obiektem lub regionem na terenie obiektu



Wykres 5. Specjalne oferty weekendowe w badanych obiektach

Najczęściej opisywaną silną stroną obiektów i atrakcji turystycznych było ich atrakcyjne położenie, w rozumieniu krajobrazowym. Co trzeci biorący udział w badaniu wskazał właśnie tą cechę jako dominującą silną stroną. Warto odnotować, że prawie co piąty przedstawiciel obiektu noclegowego lub atrakcji turystycznej wskazał na ofertę edukacyjną jako jego silną stroną. To może być spory wyróżnik, o realnej wartości promocyjnej dla mieszkańców regionu i turystów spoza województwa. Około 15% wskazywało na unikatową wartość i dogodny dojazd. Pod tym drugim pojęciem respondenci najczęściej mieli na myśli dobre skomunikowanie z Warszawą. Co dziesiąty respondent wskazał usytuowanie w zabytkowym otoczeniu i dostosowanie oferty do różnych grup wiekowych jako silną stroną. To drugie wskazanie również wymaga szczególnego komentarza. Dostępność dla odbiorców w różnym wieku może być unikatową cechą oferty mazowieckiej turystyki, która umożliwi aktywizację jej sprzedaży, jeśli poparta zostanie trafną promocją. Najczęściej wskazywaną słabą cechą obiektów i atrakcji turystycznych przez ich przedstawicieli była mała powierzchnia i utrudniony dojazd. O ile element małej powierzchni jest typowo wewnętrzną słabością, o tyle słaby dojazd jest cechą otoczenia, na którą wpływ może mieć samorząd województwa mazowieckiego i jednostki samorządu terytorialnego. Działaniem podnoszącym ocenę w tym aspekcie może być jakościowe oznakowanie dojazdu do atrakcji i obiektów w ramach systemu identyfikacji wizualnej regionu. Często jako słabą stroną



Wykres 6. Sezonowy wzrost zatrudnienia personelu w badanych podmiotach

wpływać na sprzedaż swoich usług w okresie weekendów. Tylko nieco ponad co piąty respondent potwierdził oferowanie rabatów cenowych, a co dziesiąty specjalnych pakietów obejmujących weekendy. Wydaje się, że podażowa strona rynku turystycznego w województwie mazowieckim wciąż jeszcze nie wykorzystuje należycie potencjału drzemiącego w weekendowym ruchu turystycznym.

Zdecydowana większość ankietowanych nie wskazała na jakikolwiek sezonowy wzrost zatrudnienia. Jest to sytuacja odmienna od stanu rzeczy w turystyce wypoczynkowej, która uważana jest za działalność wysoce sezonową. Około 17% badanych wskazało na nieznaczny wzrost zatrudnienia w sezonie wynoszący od 10% do 20%.

Średnia długość funkcjonowania na rynku według odpowiedzi respondentów to 18 lat. Ta zmienna wyraźnie różniła się w grupie operatorów atrakcji i obiektów i wynosiła 21 lat oraz w grupie pośredników gdzie wskazano przeciętnie na około 10 letni staż. Pokazuje to wyraźne przywiązanie do wykonywanej działalności związanej prawdopodobnie z faktem posiadania nieruchomości stanowiącej atrakcję turystyczną lub obiekt noclegowy.

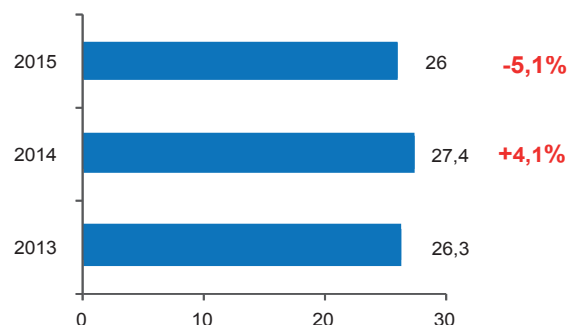
2.2. Liczba turystów i odwiedzających Mazowsze w latach 2013–2015

Zgodnie z przyjętą metodyką badanie uwzględniało różne typy podmiotów gospodarczych działających w szeroko rozumianej branży turystycznej. Ankietowani byli proszeni o wskazanie wartości bezwzględnych obsługiwane ruchu turystycznego w latach 2013–2015. Ze względu na duże różnice w ilości uzyskanych odpowiedzi dla każdego z badanych lat, prezentowane wyniki oparto o średnią liczbę turystów przypadającą na jeden badany podmiot. Za rok bazowy przyjęto 2013, w którym na jeden podmiot przypadło przeciętnie 26,3 tysiąca turystów rocznie. Wśród badanych podmiotów gospodarczych, przeciętny ruch turystyczny był najwyższy w 2014 roku – zanotowano wzrost o 4,1% w skali roku poprzedniego (27,4 tys.). Najmniej turystów średnio obsługiwanych w jednym podmiocie turystycznym było w ostatnim, 2015 roku – średnio 26 tysięcy (spadek o 5,1% względem roku 2014).

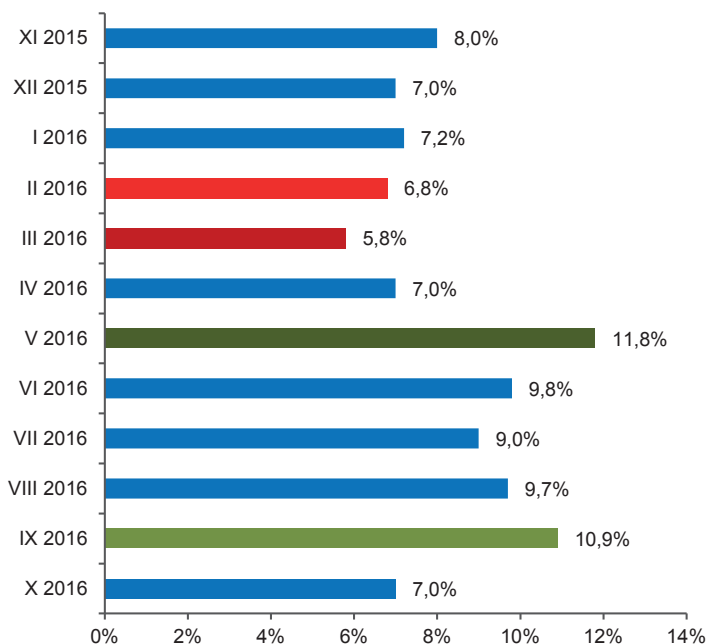
własnej działalności ankietowani wskazywali na słabą promocję. Ponad 13% respondentów podzielało takie stanowisko.

Na pierwszy rzut oka wydawać by się mogło, że najczęściej wskazywaną przez respondentów odpowiedzią był brak możliwości zakupu jakichkolwiek pamiątek w obiekcie. Takie zdanie wyraziło bowiem więcej niż 1/3 respondentów. Jednak ponad 46% respondentów potwierdziła możliwość zakupu pamiątek w ich obiektach. Z tego aż 16% wspomniało, że są to pamiątki rękodzielnicze, a prawie 9% podkreśliło ich kulinarny charakter.

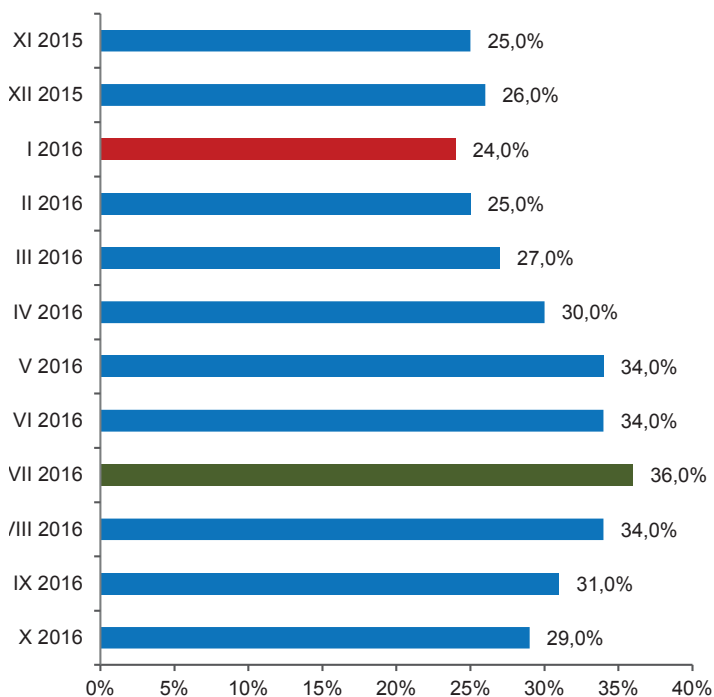
Zaskakujący może być fakt, że prawie dwie trzecie ankietowanych nie próbuje aktywnie



Wykres 7. Średnioroczna wielkość ruchu turystycznego w latach 2013-2015 przypadająca na 1 badany podmiot (w tys. osób)



Wykres 8. Szacunkowa wielkość ruchu turystycznego w ujęciu miesięcznym (% rocznie obsługiwanego ruchu)



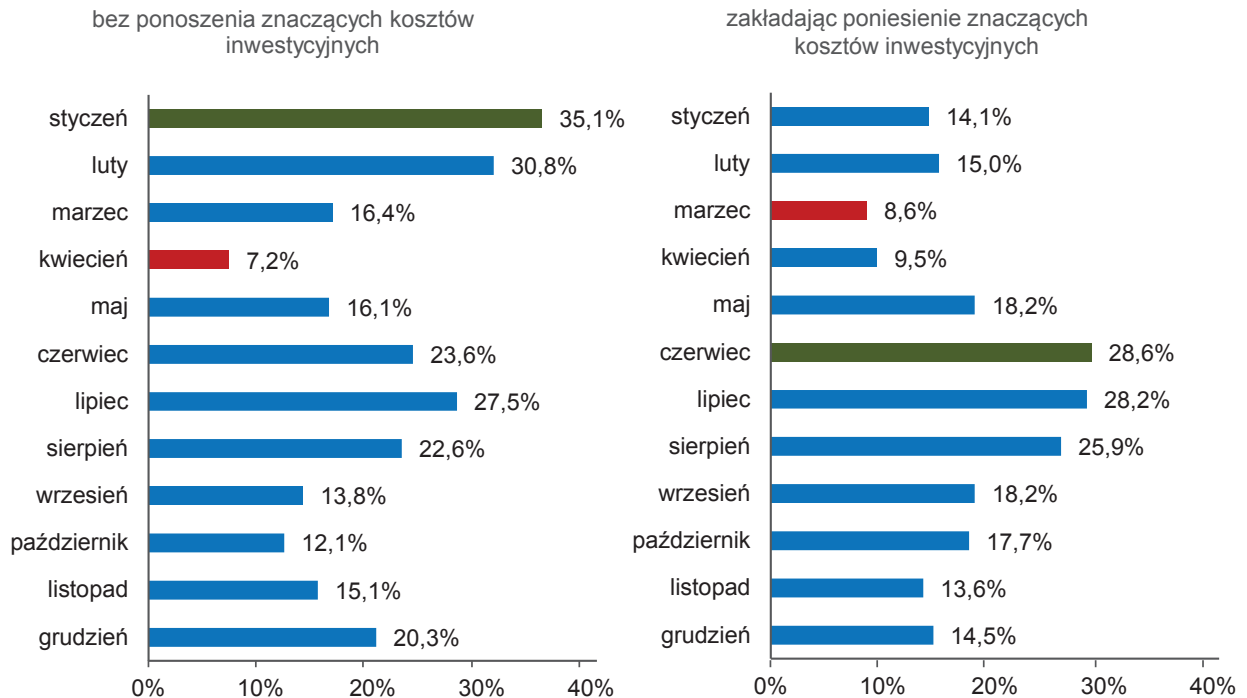
Wykres 9. Szacunkowa wielkość ruchu turystycznego przypadającego na weekendy w każdym miesiącu (%)

W przebadanych podmiotach ruch turystyczny w ostatnim roku najwyższy był maju – obsłużono wtedy blisko 12% klientów z całego roku. Drugi pod względem frekwencji był wrzesień (10,9% ogółu wskazań). Dobrym okresem dla branży są także miesiące wakacyjne – od czerwca do sierpnia każdego miesiąca obsługiwane jest blisko 10% rocznego ruchu turystycznego. Najmniej gości odwiedza Mazowsze w marcu (5,8%) i lutym (6,8%). Relatywnie słabe są też kwiecień, październik, grudzień (po 7,0%) i styczeń (7,2%).

Celem jednego z pytań było określenie skali turystyki weekendowej w województwie mazowieckim. Według badanych, w skali całego województwa średnio 29,6% ruchu turystycznego odbywa się w soboty i niedziele. „Najbardziej weekendowe” są miesiące ciepłe – lipiec (36,0%), maj, czerwiec i sierpień (po 34,0%). Wartości powyżej średniej notowane są również w kwietniu (30,0%) i wrześniu (31,0%). Najmniejszy odsetek turystów korzystających z usług badanych podmiotów przypada na miesiące od listopada do lutego (między 24,0% a 26,0%).

W kolejnym pytaniu poproszono respondentów o wskazanie tych miesięcy, w których widzą największe rezerwy wzrostu liczby turystów. Pytanie to było zadane w dwóch wariantach – pierwszy dopuszczał jedynie działania nisko kosztowe, a drugi zakładał poniesienie znaczących kosztów inwestycyjnych. Wybrać można było 3 z 12 miesięcy.

Według ankietowanych miesiącami o największym potencjale wzrostu bez ponoszenia znaczących nakładów inwestycyjnych są styczeń (35,1%) i luty (30,8%). Gdyby jednak przeprowadzić kosztowne inwestycje, to ruch turystyczny zdaniem respondentów mógłby najbardziej wzrosnąć w czerwcu (28,6%), lipcu (28,2%) i sierpniu (25,9%).



Wykres 10. Miesiące, w których istnieją istotne rezerwy wzrostu liczby obsługiwanych turystów (% osób, które wskazały dany miesiąc)

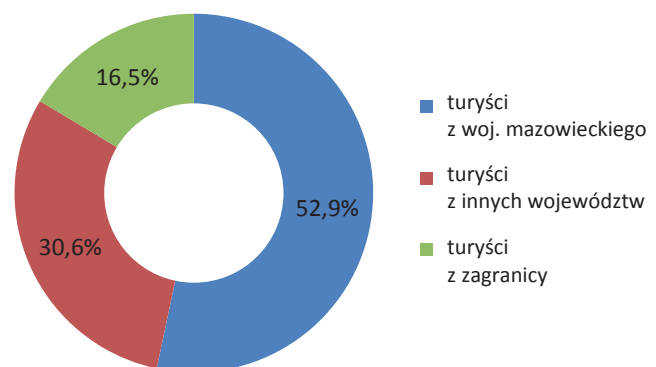
2.3. Struktura ruchu turystycznego na Mazowszu

Najwięcej odwiedzających badane podmioty gospodarki turystycznej pochodzi z obszaru województwa mazowieckiego. Zdaniem badanych jest to ponad połowa (53,0%). Blisko jedna trzecia turystów pochodzi z innych województw Polski (30,0%), a 16,0% to cudzoziemcy.

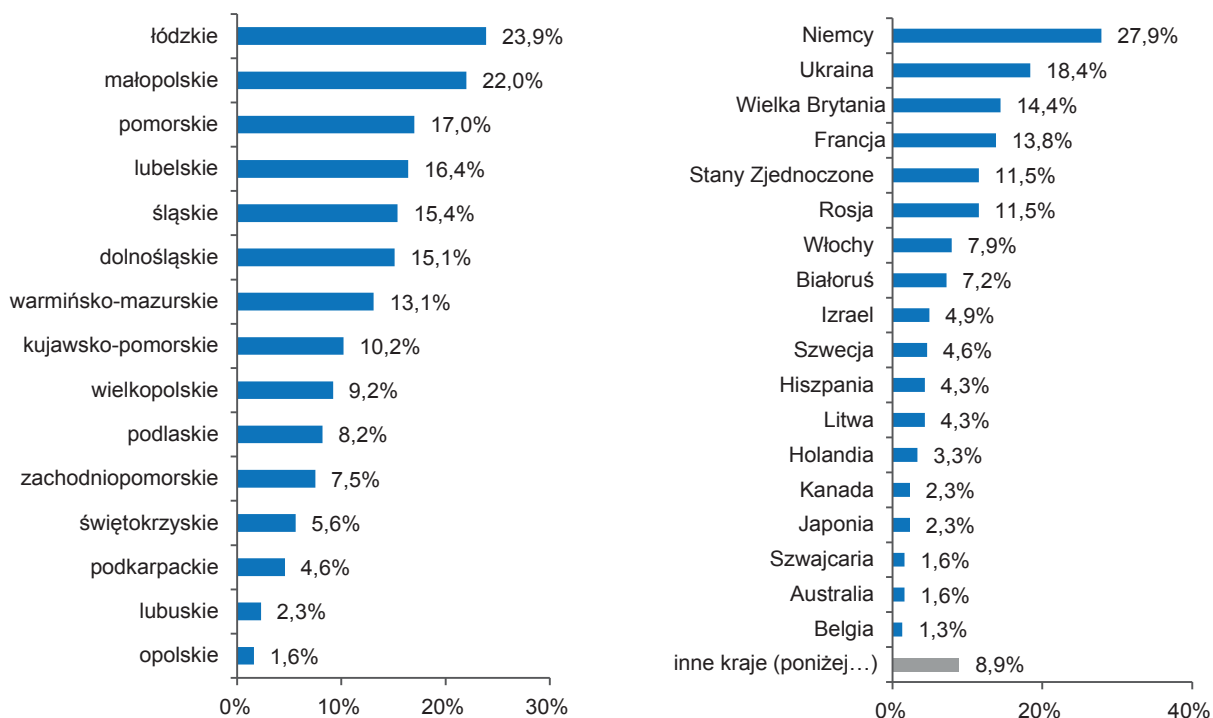
Respondenci zostali poproszeni o sprecyzowanie kierunków pochodzenia osób spoza województwa mazowieckiego, poprzez wybór jednego lub kilku najczęściej ich zdaniem występujących. Wśród osób odwiedzających Mazowsze, dominują mieszkańcy województwa łódzkiego (23,9%) i małopolskiego (22,0%), a na trzecim miejscu są Pomorzanie (17,0%). Relatywnie dużo turystów przyjeżdża do województwa mazowieckiego z Lubelszczyzny (16,4%), Śląska (15,4%) i Dolnego Śląska (15,1%).

Wśród obcokrajowców najliczniejszą grupę turystów stanowią Niemcy – wskazało ich 27,9% ankietowanych. Na drugim miejscu zdaniem respondentów są Ukraińcy, których wskazało 18,4% osób. Na dalszych miejscach są mieszkańcy Wielkiej Brytanii (14,4%), Francji (13,8%) oraz Rosji i USA (po 11,5%).

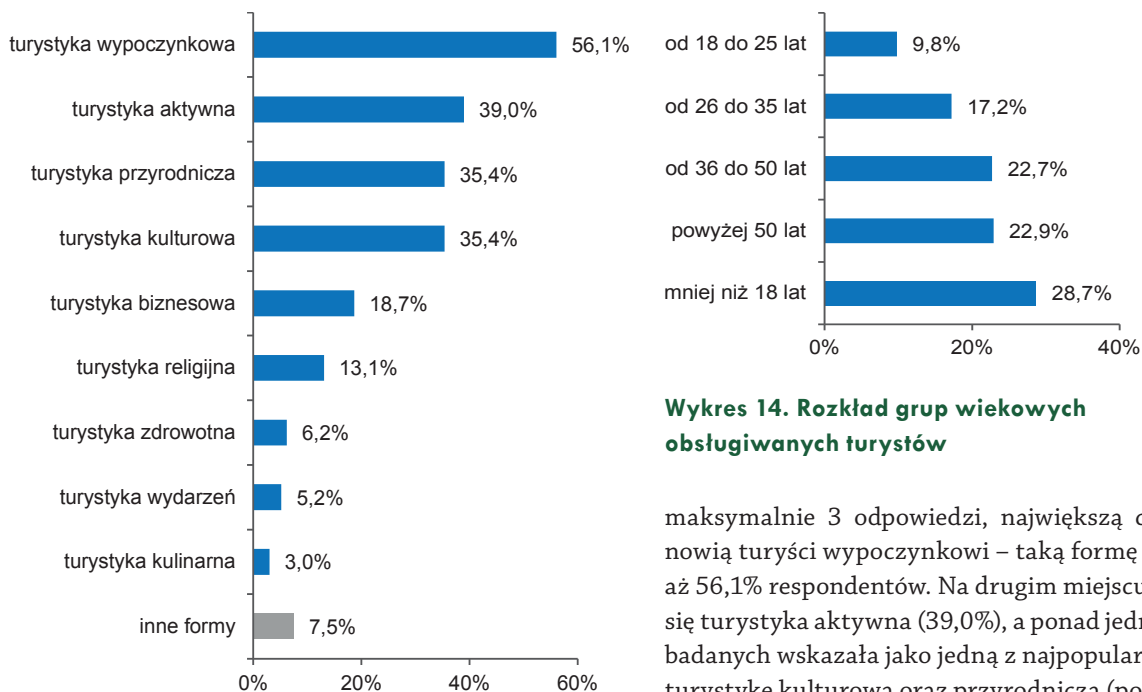
Istotną cechą obrazującą strukturę ruchu turystycznego na Mazowszu jest forma turystyki, jaką najczęściej uprawiają osoby odwiedzające region. Zdaniem ankietowanych podmiotów, które w badaniu mogły wskazać



Wykres 11. Turyści odwiedzający Mazowsze (w %)



Wykres 12. Pochodzenie obsługiwanych turystów spoza województwa mazowieckiego (% osób, które wskazały dane województwo lub kraj)



Wykres 13. Formy turystyki uprawiane przez turystów obsługiwanych przez respondentów (% osób, które wskazały dany typ turystyki)

Wykres 14. Rozkład grup wiekowych obsługiwanych turystów

maksymalnie 3 odpowiedzi, największą część stanowią turyści wypoczynkowi – taką formę wskazało aż 56,1% respondentów. Na drugim miejscu znalazła się turystyka aktywna (39,0%), a ponad jedna trzecia badanych wskazała jako jedną z najpopularniejszych turystykę kulturową oraz przyrodniczą (po 35,4%).

Przedstawiciele badanych podmiotów gospodarki turystycznej zostali również poproszeni o określenie grup wiekowych obsługiwanych turystów. Najliczniejszą zdaniem respondentów grupą są osoby

poniżej 18 roku życia. Świadczy to o dużej roli turystyki szkolnej i edukacyjnej w województwie mazowieckim i jest odzwierciedleniem znaczącej liczby placówek muzealnych w regionie, będących częstym celem wizyt wycieczek szkolnych. Drugą i trzecią najliczniejszą grupą są osoby powyżej 50 roku życia oraz w przedziale wiekowym 36–50 lat (po 22,7% wskazań). Mniejszą część ogółu turystów stanowią osoby w przedziale 26–35 lat (17,2%) oraz 18–25 lat (9,8%).

2.4. Podsumowanie i wnioski

Zdecydowana większość podmiotów działających na rynku usług turystycznych na Mazowszu to „staży wyjadacze”. Funkcjonują na Mazowszu około 20 lat. Oznacza to, że swój biznes otwierali pod koniec lat 90-tych. Większość z tych firm to mikro lub małe przedsiębiorstwa.

Wierzą, że ich silną stroną jest położenie w atrakcyjnym krajobrazie i oferta edukacyjna. Za swoje słabe strony uważają małą powierzchnię, słaby dojazd i promocję.

W większości nie mają specjalnie przygotowanej oferty weekendowej, nie zwiększają też zatrudnienia sezonowo, za to znaczna ich część posiada ofertę dostosowaną do potrzeb wszystkich grup wiekowych.

Pozytywnie zaskakuje wysoki odsetek miejsc posiadających w swojej ofercie pamiątki rzemieślnicze i kulinarne co może być wyróżnikiem w promocji turystycznej regionu.

Rozłożenie ruchu turystycznego w ujęciu miesięcznym w woj. mazowieckim wykazuje cechy typowe dla turystyki biznesowej. Jego największe natężenie odnotowywane jest w maju i we wrześniu. Podczas okresu letniego ruch ten jest wyższy niż średnio, jednak niższy niż notowany w szczytowych miesiącach. Największy odsetek udziału ruchu turystycznego odnotowywany jest w okresie od czerwca do września i wynosi ponad 1/3 całego rejestrowanego w tygodniu ruchu turystycznego. Otwartym pytaniem pozostaje jednak możliwość wzrostu ruchu turystycznego w miesiącach wakacyjnych podczas dni tygodnia. Przedstawione w badaniu dane potwierdzają istnienie wyraźnych rezerw wzrostu właśnie w miesiącach letnich. Ankietowani wskazywali na taką możliwość, jednak wspartą inwestycjami. Zachętą do inwestycji może być uwzględnienie takiego kierunku rozwoju – lato na Mazowszu – w polityce turystycznej regionu. Mowa tutaj np. o kampaniach promocyjnych, które ukazywałyby atrakcyjność turystyczną Mazowsza latem. Ich adresatem powinny być zarówno placówki organizujące wypoczynek dziecięcy jak również turyści indywidualni.

Miesiące styczeń i luty wskazywane były najczęściej jako te o możliwości rozwoju bez konieczności inwestowania. W tym okresie warto pomyśleć o promocji cenowej polegającej np. na wspólnej akcji promocyjnej typu "za pół ceny" dla branży turystycznej na Mazowszu.

Mazowsze jest najlepszym klientem dla siebie samego. Tak można podsumować główny wniosek dotyczący kierunku, z którego najczęściej pojawiają się turyści w regionie. Ponad połowa z nich to mieszkańcy woj. mazowieckiego.

Wśród turystów pochodzących z innych regionów Polski wyraźnie rysuje się dominacja kierunków woj. łódzkiego, małopolskiego i pomorskiego. O ile mieszkańcy Łodzi i woj. łódzkiego w sposób naturalny mają ułatwiony dostęp komunikacyjny do woj. mazowieckiego poprzez istnienie autostrady A2 oraz dogodnych połączeń kolejowych, to zaskakiwać może nieco tak wysoki odsetek turystów pochodzących z woj. pomorskiego i małopolskiego. Dziwić może także fakt, że na Mazowszu stosunkowo niewielu spotkać można turystów ze Śląska – biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców tego regionu – czy Wielkopolski. Oba te regiony posiadają dogodne połączenie komunikacyjne z woj. mazowieckim. Wskazaniem dla władz regionu może być zatem wzmocnienie obecności promocyjnej w regionach już reprezentowanych znacznym odsetkiem liczby turystów w woj. mazowieckim oraz intensywna komunikacja oferty w tych województwach, których potencjał jako rynku emisyjnego nie został jeszcze wystarczająco wykorzystany.

Jeśli chodzi o kraje, z których turystów zanotowano najwięcej, to do ścisłej czołówki należą Niemcy, Ukraina, Wielka Brytania, Francja, Rosja i USA. Bardzo duży odsetek turystów z Ukrainy powinien stanowić wskazanie, w którą stronę zasadne jest kierować promocję turystyczną woj. mazowieckiego.

Nieco zaskakiwać może to, że najpopularniejszą formą turystyki realizowaną na Mazowszu jest turystyka wypoczynkowa. Skoro ponad połowa wskazań dotyczyło tej formy turystyki oznaczać to może znaczny potencjał wzrostu w zakresie turystyki urlopowej w sezonie letnim. W tym wypadku atutem może okazać się oferta mazowieckiej wsi, pojezierzy i ośrodków zlokalizowanych nad rzekami i w puszczach oraz obszarach cennych przyrodniczo.

Mniej więcej po 1/3 badanych wskazało na turystykę aktywną, kulturową i przyrodniczą jako wiodącą formę uprawianą przez gości ich obiektu. Zestawienie tych trzech form i stworzenie wokół nich narracji turystycznej do celów promocyjnych wydaje się być wskazówką do wykorzystania w kampaniach promocyjnych.

W odniesieniu do wieku turystów najczęściej uczestniczących w ruchu turystycznym na obszarze Mazowsza należy wskazać, że zdecydowanie najliczniej reprezentowane są dwie grupy – dziecięca i senioralna. Może to stanowić specyfikę regionu wartą do wykorzystania i rozwoju np. jako miejsca wyspecjalizowanego w obsłudze dzieci i osób starszych. W ślad za tym powinny iść pewne standardy jakościowe dotyczące wyposażenia infrastruktury turystycznej w urządzenia dedykowane odbiorcom z tych segmentów. Warto budować również wizerunek regionu jako przyjaznego rodziną z dziećmi, także wielopokoleniowym.

3. Ruch turystyczny, baza noclegowa i atrakcje turystyczne w województwie mazowieckim na podstawie badania danych wtórnych

W niniejszym rozdziale zaprezentowane zostały wyniki przeprowadzonej analizy danych wtórnych, udostępnianych publicznie przez Główny Urząd Statystyczny. Dane były gromadzone poprzez internetowy system Bank Danych Lokalnych GUS, w listopadzie i grudniu 2016 roku. Ramy czasowe badania obejmowały lata 2013–2015, jednak w wybranych przypadkach np. dla zmierzenia dynamiki zmian zjawiska, jako rok bazowy przyjmowano rok 2012. Wyniki analiz zostały zaprezentowane w formie tabel oraz ilustracji w podziale na powiaty lub podregiony, wizualizujących przestrzenny rozkład danego zjawiska.

Zgromadzone dane zostały ujęte w trzech podrozdziałach:

- ruch turystyczny w województwie mazowieckim – liczba turystów krajowych i zagranicznych, liczba udzielonych noclegów, kraj pochodzenia turystów zagranicznych, sezonowość ruchu turystycznego, wskaźnik intensywności ruchu turystycznego;
- baza noclegowa w województwie mazowieckim – liczba obiektów i miejsc noclegowych, rodzaje obiektów noclegowych, hotele w podziale na kategorie, poziom wykorzystania miejsc noclegowych, wskaźnik funkcji turystycznej;
- atrakcje turystyczne – muzea wraz z oddziałami, frekwencja w muzeach, imprezy masowe oraz ich uczestnicy.

3.1. Ruch turystyczny w województwie mazowieckim

Liczba turystów, korzystających z obiektów zbiorowego zakwaterowania, rośnie w województwie mazowieckim praktycznie od dekady. Przełomowy był rok 2010, kiedy to przekroczone została liczba 3 milionów obsłużonych turystów, a także 2015, w którym wynik ten sięgnął powyżej 4,1 miliona. W tym samym roku liczba osób korzystających z noclegów w samej Warszawie sięgnęła 3 milionów. Mazowsze z roku na rok staje się coraz chętniej wybieraną destynacją turystyczną, zarówno przez turystów krajowych, jak i zagranicznych.

W latach 2013–2015 suma turystów w województwie mazowieckim wyniosła ponad 11,6 miliona, a łączny przyrost ruchu turystycznego względem roku 2012 był na poziomie 22%. Najczęściej odwiedzanym podregionem jest Miasto Warszawa, gdzie nocuje 73% turystów goszczących na Mazowszu. Drugim najchętniej odwiedzanym podregionem jest Warszawski wschodni (10,5%), a trzecim Warszawski zachodni (7,7%). Pozostałe niespełna 10% ogółu odwiedzających Mazowsze dzieli się w miarę po równo na pozostałe 5 podregionów w następującej kolejności: Radomski (2,5%), Płocki (1,8%), Ciechanowski (1,5%), Ostrołęcki (1,5%) i Siedlecki (1,2%).

Tabela 3. Turyści krajowi i zagraniczni w województwie mazowieckim w podziale na powiaty i podregiony (2013–2015)

nazwa	turyści ogółem			odsetek nierezydentów		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
MAZOWIECKIE	3 648 184	3 867 197	4 106 961	31,6%	30,1%	30,6%
PODREGION CIECHANOWSKI	44 602	57 587	61 297	9,4%	7,7%	6,1%
Powiat ciechanowski	9 557	10 855	10 919	7,1%	9,2%	6,4%
Powiat mławski	4 082	4 327	TS	7,2%	5,6%	TS
Powiat płoński	19 249	31 671	36 342	5,0%	5,4%	3,6%
Powiat pułtuski	10 851	10 180	9 280	20,8%	14,3%	14,5%
Powiat żuromiński	863	554	TS	0,0%	0,5%	TS
PODREGION OSTROŁĘCKI	56 005	56 230	60 613	18,7%	20,3%	20,8%
Powiat makowski	1 181	917	896	1,0%	0,1%	0,0%
Powiat ostrołęcki	7 793	8 350	8 402	13,0%	10,7%	8,2%
Powiat ostrowski	10 525	9 922	11 427	24,1%	27,7%	30,3%
Powiat przasnyski	5 560	5 076	5 672	3,3%	4,1%	3,3%
Powiat wyszkowski	24 303	25 204	27 545	23,8%	27,5%	27,4%
Powiat m.Ostrołęka	6 643	6 761	6 671	13,8%	9,5%	10,3%
PODREGION RADOMSKI	87 622	95 583	102 596	11,4%	10,6%	11,2%
Powiat białobrzegi	3 683	3 258	3 809	4,8%	5,7%	6,2%
Powiat kozienicki	7 157	14 763	18 155	5,4%	3,0%	6,6%
Powiat lipski	214	270	431	7,5%	0,0%	3,7%
Powiat przysuski	2 374	2 592	TS	1,0%	0,4%	TS
Powiat radomski	9 077	8 903	9 698	9,2%	8,2%	6,9%
Powiat szydlowiecki	14 135	14 591	14 631	5,4%	3,8%	3,2%
Powiat zwolenicki	593	3 319	TS	15,3%	17,4%	TS
Powiat m.Radom	50 389	47 887	49 705	15,4%	15,9%	16,8%
PODREGION MIASTO WARSZAWA	2 711 818	2 858 213	3 011 183	39,4%	37,5%	38,4%
Powiat m. st. Warszawa	2 711 818	2 858 213	3 011 183	39,4%	37,5%	38,4%
PODREGION WARSZAWSKI WSCH.	363 121	398 206	433 089	6,1%	6,4%	6,9%
Powiat garwoliński	23 478	25 795	27 819	6,0%	5,2%	6,6%
Powiat legionowski	202 426	214 304	225 670	1,8%	1,5%	1,5%
Powiat miński	23 405	21 078	21 904	14,3%	15,8%	12,3%
Powiat nowodworski	17 167	24 836	32 936	10,8%	14,7%	21,4%
Powiat otwocki	66 120	72 775	75 516	12,6%	13,2%	12,6%
Powiat wołomiński	30 525	39 418	49 244	11,6%	11,5%	11,4%
PODREGION WARSZAWSKI ZACH.	264 222	282 538	316 158	11,1%	11,7%	11,3%
Powiat grodziski	13 887	14 518	21 419	15,2%	13,5%	8,2%
Powiat grójecki	28 249	27 684	29 570	11,4%	12,5%	9,8%
Powiat piaseczyński	44 553	50 657	53 637	16,7%	20,4%	18,9%
Powiat przyszkowski	65 687	74 884	89 446	13,6%	13,5%	14,4%
Powiat sochaczewski	11 433	12 124	11 744	18,7%	19,5%	16,8%
Powiat warszawski zach.	52 401	58 284	64 972	9,0%	7,5%	8,5%
Powiat żyrardowski	48 012	44 387	45 370	1,6%	1,3%	1,4%
PODREGION PŁOCKI	77 844	76 789	72 501	5,1%	6,1%	5,9%
Powiat gostyniński	2 314	1 845	TS	3,0%	2,0%	TS

nazwa	turyści ogółem			odsetek nierezydentów		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Powiat płocki	34 434	27 083	23 894	1,0%	1,0%	0,7%
Powiat sierpecki	6 101	6 713	TS	1,7%	1,9%	TS
Powiat m.Płock	34 995	41 148	42 481	9,8%	10,4%	9,5%
PODREGION SIEDLECKI	42 950	42 051	49 524	8,4%	8,9%	7,8%
Powiat łosicki	8 979	7 526	10 290	0,4%	1,4%	2,8%
Powiat siedlecki	6 684	5 871	6 523	11,5%	13,9%	16,2%
Powiat sokołowski	1 737	1 575	1 935	4,3%	6,4%	4,5%
Powiat węgrowski	8 723	6 512	8 558	1,9%	0,7%	1,1%
Powiat m.Siedlce	16 827	20 567	22 218	15,3%	13,1%	10,6%

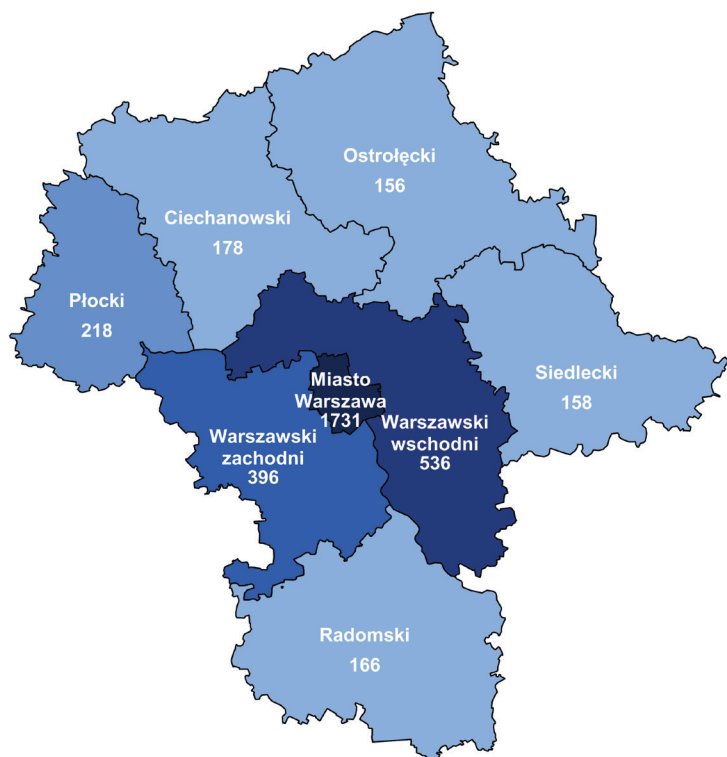
Źródło: GUS

TS – Tajemnica statystyczna

Dla poszczególnych podregionów wyliczono wskaźnik intensywności ruchu turystycznego (tzw. Wskaźnik Schneidera), mierzony liczbą turystów korzystających z miejsc noclegowych, przypadających na 1000 mieszkańców danego obszaru. Co oczywiste, najintensywniejszy ruch turystyczny notowany jest na obszarze Warszawy – w przeciągu całego roku na 1000 stałych mieszkańców stolicy przypada 1731 osób przyjezdnych. Drugi najwyższy wynik notowany jest w podregionie Warszawskim wschodnim (536) oraz zachodnim (396). Porównywalnym wskaźnikiem intensywności turystycznej cechują się podregiony: Ciechanowski (178), Radomski (166), Siedlecki (158) i Ostrołęcki (156). Niewiele wyższy wynik notowany jest w podregionie Płockim (218).

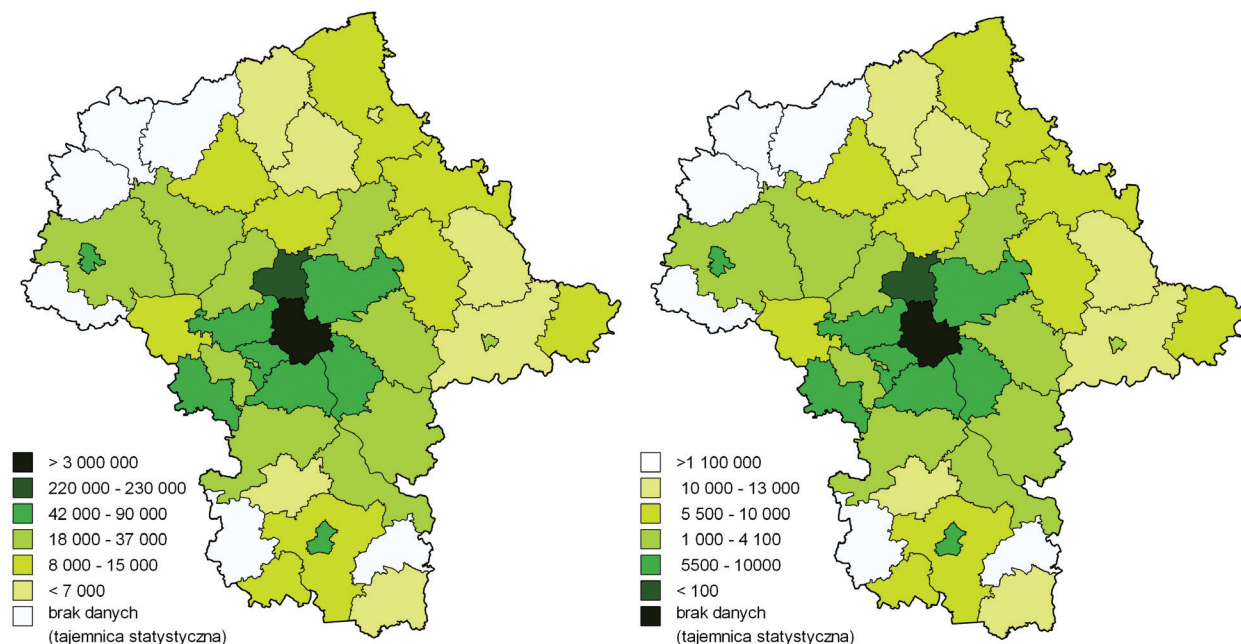
Dane dotyczące liczby turystów odwiedzających województwo mazowieckie w 2015 roku przedstawiono na ilustracjach w ujęciu powiatowym. Wyraźnie widać największą koncentrację ruchu turystycznego w Warszawie i powiatach sąsiadujących. Istotnie większa liczba turystów obsługiwana jest także w Płocku i Radomiu. Ciekawym przypadkiem jest powiat legionowski, który w zakresie łącznej liczby turystów jest drugi za Warszawą, a daleko spada w klasyfikacji przyjętych turystów zagranicznych. Spowodowane jest to faktem, iż na terenie powiatu legionowskiego zlokalizowany jest Zalew Zegrzyński wraz z licznymi ośrodkami wypoczynkowymi, chętnie odwiedzanymi przez mieszkańców Mazowsza. Co ciekawe, jedynie 1,5% z osób tam przyjeżdżających to obcokrajowcy. Relatywnie więcej cudzoziemców przebywa w obiektach noclegowych w powiatach zlokalizowanych w bliskim sąsiedztwie lotniska im. Fryderyka Chopina, czyli w pruszkowskim i piaseczyńskim (przedział od 10 do 13 tys.).

Ilustracja 1. Turyści korzystający z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania na 1000 mieszkańców podregionów (2015)



Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Ilustracja 2. Turyści ogółem i zagraniczni w podziale na powiaty (2015)



Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

W 2015 roku Mazowsze odwiedziło 1,26 miliona obcokrajowców, którzy skorzystali z obiektów zbiorowego zakwaterowania. W stosunku do 2012 roku to aż o 17% więcej, a co warte odnotowania w badanym okresie każdy kolejny rok był lepszy od poprzedniego.

Najliczniejszą grupą turystów zagranicznych w województwie mazowieckim w latach 2013–2015 byli Brytyjczycy, którzy odwiedzili region w liczbie bliskiej 350 tysięcy (9,7% ogółu). Drugą najczęściej przyjeżdżającą na Mazowsze grupą byli Niemcy (9,4%), a następnie Amerykanie (8%). O ile w przypadku pierwszych dwóch krajów, liczba turystów nie zmieniła się znacząco na przestrzeni lat, o tyle liczba mieszkańców USA wzrosła o ponad 31%. Warto zaobserwować także spadek liczby turystów z Rosji. W 2012 roku była to czwarta najliczniejsza populacja turystów na Mazowszu, w latach 2013–2014 piąta, a w 2015 roku dopiero dziewiąta (spadek o 31% względem 2012 roku). Równie wysoki spadek wizyt na Mazowszu zaobserwowano wśród Austriaków (28%). W zdecydowanej większości przypadków, bo dla 24 z 32 krajów, zanotowano wzrost liczby odwiedzin. Poza Maltą, której obywatele są rzadko reprezentowani w zestawieniu, najwyższy przyrost zanotowano wśród osób z Ukrainy (72%) i Białorusi (71%). Wśród liczniejszych grup zagranicznych turystów warto także zwrócić uwagę na znaczący wzrosty wśród takich krajów jak: Hiszpania (36%), Szwecja (54%), Litwa (37%), Belgia (48%) i Japonia (64%).

Podsumowanie

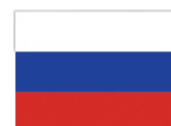
Przełomowym rokiem był rok 2010, kiedy to przekroczona została liczba 3 milionów obsłużonych turystów, a także 2015, w którym wynik ten sięgnął powyżej 4,1 miliona. W tym samym roku liczba osób korzystających z noclegów w samej Warszawie sięgnęła 3 milionów. W latach 2013–2015 suma turystów w województwie mazowieckim wyniosła ponad 11,6 miliona, a łączny przyrost ruchu turystycznego względem roku 2013 był na poziomie 12,6% (oraz 22% względem 2012 roku).

Tabela 4. Turyści zagraniczni w województwie mazowieckim według kraju pochodzenia (2013–2015)

rok	2013	2014	2015	Suma 2013–2015	Zmiana Od 2012 roku
turyści zagraniczni ogółem	1 152 284	1 164 775	1 258 234	3 575 293	17%
Wielka Brytania	120 089	109 586	117 995	347 670	-5%
Niemcy	113 965	108 339	113 025	335 329	8%
USA	89 502	94 614	100 888	285 004	31%
Francja	66 188	63 960	67 956	198 104	8%
Rosja	64 476	58 092	47 706	170 274	-31%
Włochy	57 497	54 072	58 245	169 814	15%
Hiszpania	48 740	54 563	65 848	169 151	36%
Ukraina	41 531	50 462	55 633	147 626	72%
Białoruś	34 262	42 593	41 395	118 250	71%
Szwecja	31 679	33 102	40 448	105 229	54%
Holandia	30 223	30 780	32 179	93 182	17%
Litwa	22 997	24 475	27 171	74 643	37%
Norwegia	20 807	20 185	25 418	66 410	31%
Belgia	18 314	19 303	25 044	62 661	48%
Japonia	16 817	18 341	23 618	58 776	64%
Szwajcaria	17 754	18 304	19 629	55 687	22%
Czechy	17 408	17 994	18 111	53 513	1%
Austria	15 824	15 950	13 012	44 786	-28%
Finlandia	15 729	13 925	14 420	44 074	-19%
Łotwa	10 701	14 002	13 147	37 850	55%
Estonia	11 050	12 107	12 203	35 360	17%
Dania	11 779	10 706	12 655	35 140	11%
Węgry	12 349	11 026	10 973	34 348	-5%
Kanada	11 451	11 359	10 997	33 807	-10%
Irlandia	8 827	7 627	10 069	26 523	17%
Portugalia	7 378	7 915	9 521	24 814	-8%
Grecja	5 264	7 406	9 814	22 484	34%
Słowacja	6 604	7 039	6 797	20 440	-7%
Słowenia	1 947	2 456	2 636	7 039	46%
Luksemburg	1 600	1 764	1 648	5 012	8%
Cypr	920	1 190	1 169	3 279	3%
Malta	406	542	516	1 464	91%
pozostałe kraje	218 206	220 996	248 348	687 550	26%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najliczniejszymi grupami turystów zagranicznych w województwie mazowieckim w latach 2013–2015 byli Brytyjczycy, Niemcy i Amerykanie. W tej ostatniej grupie zanotowano bardzo wysoki wzrost przyjazdów – od 2012 roku aż o 31%. Warto zaobserwować spadek liczby turystów z Rosji. W 2012 roku była to czwarta najliczniejsza populacja turystów na Mazowszu, w latach 2013–2014 piąta, a w 2015 roku dopiero dziewiąta (spadek o 31% względem 2012 roku).



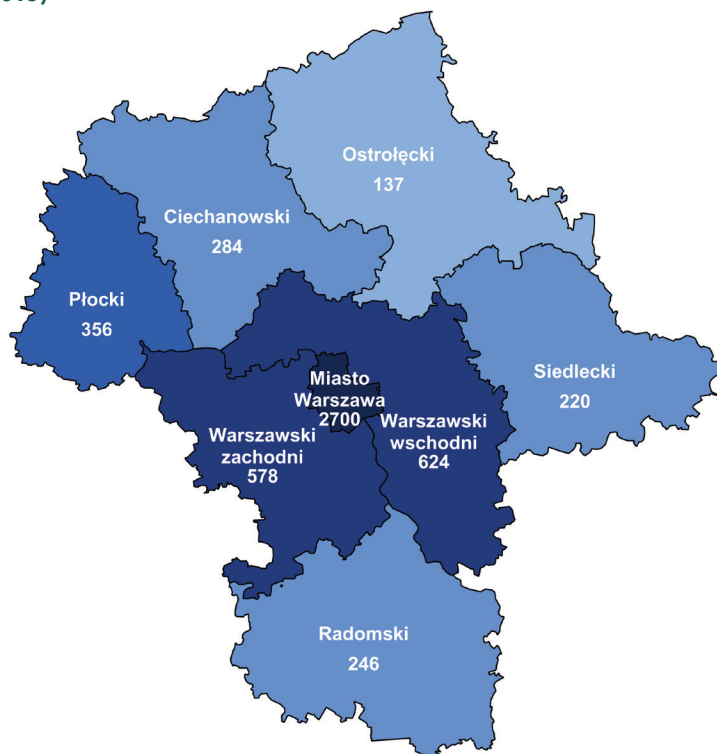
Udzielone noclegi

W zakresie liczby udzielonych noclegów, podobnie jak w przypadku pozostałych badanych kategorii, przoduje Miasto Stołeczne Warszawa, w którym w 2015 roku udzielono 73% wszystkich noclegów. Warszawę z innymi powiatami dzieli przepaść – na drugim miejscu znajduje się powiat legionowski (4,8% ogółu noclegów), a na trzecim przyski (2,2%).

Największy odsetek noclegów udzielonych nierezydentom notowany jest także w stolicy (42%), lecz co ciekawe wyższy był w powiecie pułtuskim w 2013 roku (44,5%). W 2015 w tym powiecie procent noclegów obcokrajowców wyniósł 38%. Na trzecim miejscu znajduje się miasto Radom (31%).

W przeliczeniu na 1000 mieszkańców, największa liczba turystów nocujących w obiektach zbiorowego zakwaterowania przypada na Warszawę (2700). Ponad 4-krotnie niższy wskaźnik notowany jest w podregionach warszawskich – wschodnim (578) i zachodnim (624). W trzeciej kategorii mieści się podregion płocki (356), a w kolejnej ciechanowski (284), radomski (246) i siedlecki (220). Najmniej noclegów w przeliczeniu na 1000 mieszkańców udziela się rocznie w podregionie ostrołęckim (137).

Ilustracja 3. Udzielone noclegi na 1000 mieszkańców podregionów (2015)



Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Tabela 5. Udzielone noclegi turystom ogółem i nierezydentom (2013–2015)

nazwa	udzielone noclegi ogółem			odsetek noclegów nierezydentów		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
MAZOWIECKIE	6 256 024	6 579 854	7 069 596	33,6%	32,1%	33,3%
PODREGION CIECHANOWSKI	83 310	106 004	108 126	17,9%	15,0%	14,0%
Powiat ciechanowski	19 450	30 125	27 262	7,5%	7,3%	9,6%
Powiat mławski	9 890	9 939	TS	3,8%	3,6%	TS
Powiat płoński	28 794	44 880	45 599	8,7%	16,1%	4,9%
Powiat pułtuski	23 742	19 818	24 711	44,5%	31,1%	38,1%
Powiat żuromiński	1 434	1 242	TS	0,0%	0,6%	TS
PODREGION OSTROŁĘCKI	107 584	102 863	110 486	14,8%	13,9%	13,5%
Powiat makowski	3 251	2 400	2 447	0,4%	0,0%	0,0%
Powiat ostrołęcki	13 001	12 685	11 937	22,3%	15,3%	11,6%
Powiat ostrowski	27 435	27 285	32 844	9,3%	10,5%	10,6%

3. Ruch turystyczny, baza noclegowa i atrakcje turystyczne...

nazwa	udzielone noclegi ogółem			odsetek noclegów nierezydentów		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Powiat przasnyski	8 777	8 334	9 178	6,0%	4,0%	3,8%
Powiat wyszkowski	40 592	40 401	43 066	15,1%	18,8%	18,6%
Powiat m.Ostrołęka	14 528	11 758	11 014	26,1%	13,1%	15,2%
PODREGION RADOMSKI	175 295	186 888	221 408	13,6%	13,4%	17,2%
Powiat białobrzeski	4 687	4 942	5 159	4,2%	4,8%	6,0%
Powiat kozienicki	23 884	40 324	52 183	3,2%	2,2%	5,1%
Powiat lipski	604	913	2 090	6,3%	0,0%	4,6%
Powiat przysuski	8 334	10 460	TS	2,3%	1,0%	TS
Powiat radomski	13 492	12 112	13 557	7,3%	8,4%	7,6%
Powiat szydłowiecki	27 200	28 737	31 282	4,8%	3,7%	3,9%
Powiat zwoleński	775	5 341	TS	11,7%	40,3%	TS
Powiat m.Radom	96 319	84 059	102 251	21,0%	23,3%	31,0%
PODREGION MIASTO WARSZAWA	4 633 925	4 849 126	5 161 193	42,0%	40,1%	41,7%
Powiat m. st. Warszawa	4 633 925	4 849 126	5 161 193	42,0%	40,1%	41,7%
PODREGION WARSZAWSKI WSCH.	597 579	630 778	690 693	6,0%	6,6%	7,6%
Powiat garwoliński	47 020	50 942	49 876	4,3%	4,0%	5,0%
Powiat legionowski	318 533	327 807	339 744	2,4%	2,4%	2,8%
Powiat miński	61 045	56 616	63 450	7,1%	9,4%	7,6%
Powiat nowodworski	34 569	41 375	54 209	12,3%	16,7%	24,1%
Powiat otwocki	86 333	94 800	104 995	13,2%	13,1%	13,2%
Powiat wołomiński	50 079	59 238	78 419	12,6%	12,5%	11,3%
PODREGION WARSZAWSKI ZACH.	436 674	465 800	520 982	11,6%	12,0%	12,6%
Powiat grodziski	20 723	22 074	30 177	16,5%	14,2%	8,6%
Powiat grójecki	40 706	39 746	45 388	22,0%	21,1%	19,4%
Powiat piaseczyński	79 069	86 882	93 362	17,8%	17,0%	18,4%
Powiat pruszkowski	116 401	136 327	157 207	10,2%	11,2%	11,3%
Powiat sochaczewski	18 545	21 674	19 759	23,1%	29,9%	26,0%
Powiat warszawski zach.	85 070	90 746	104 945	7,8%	7,0%	8,7%
Powiat żyrardowski	76 160	68 351	70 144	2,0%	2,1%	7,1%
PODREGION PŁOCKI	135 239	153 686	146 462	6,4%	6,5%	5,9%
Powiat gostyński	4 336	4 663	TS	5,1%	3,2%	TS
Powiat płocki	62 804	60 006	51 312	1,4%	1,0%	1,1%
Powiat sierpecki	6 755	8 635	TS	1,6%	1,5%	TS
Powiat m.Płock	61 344	80 382	83 290	12,2%	11,4%	9,5%
PODREGION SIEDLECKI	86 418	84 709	110 246	8,2%	9,6%	8,3%
Powiat łosicki	26 133	26 061	29 756	1,3%	4,2%	5,3%
Powiat siedlecki	11 554	10 104	11 142	13,8%	16,8%	15,7%
Powiat sokołowski	2 579	2 885	3 636	3,6%	3,5%	2,5%
Powiat węgrowski	14 977	12 178	29 231	4,3%	3,0%	1,1%
Powiat m.Siedlce	31 175	33 481	36 481	14,0%	14,5%	14,8%

Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

TS – Tajemnica statystyczna

Podsumowanie

Wraz z większym napływem turystów proporcjonalnie wzrosła również liczba udzielanych noclegów – z 6,26 do 7,07 mln (+13%). Praktycznie nie zmieniła się jednak długość pobytu 1 turysty na Mazowszu, która średnio wynosi 1,72 doby. Dla turystów krajowych to 1,65 doby (w 2013 było 1,66), a dla zagranicznych 1,87 doby (nieznacznie wzrosło w stosunku do 2013 roku – z poziomu 1,82).

Sezonowość ruchu turystycznego

Ciekawe wnioski nasuwają się po analizie nasilenia ruchu turystycznego w obiektach zbiorowego zakwaterowania w układzie miesięcznym. Z danych wynika, iż miesiącami o największym obłożeniu są regularnie wrzesień, październik, maj i czerwiec. Co ciekawe w miesiącach wakacyjnych obłożenie spada i jest niewiele wyższe niż na przykład w kwietniu lub listopadzie. Miesiącami o najniższym ruchu turystycznym w obiektach noclegowych są styczeń, luty i grudzień.

Tabela 6. Turyści w województwie mazowieckim w układzie miesięcznym (2013–2015)

województwo mazowieckie	odsetek turystów ogółem korzystających z obiektów zbiorowego zakwaterowania w podziale na miesiące		
	miesiąc	2013	2014
styczeń	6,3%	6,5%	5,9%
luty	6,1%	6,2%	6,6%
marzec	7,2%	7,9%	7,9%
kwiecień	8,5%	7,9%	8,1%
maj	9,3%	9,8%	9,5%
czerwiec	9,9%	9,7%	9,4%
lipiec	8,6%	8,3%	8,7%
sierpień	8,7%	8,7%	8,9%
wrzesień	9,9%	9,6%	9,8%
październik	9,8%	9,6%	9,5%
listopad	8,4%	8,4%	8,4%
grudzień	7,3%	7,3%	7,3%

Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Podsumowanie

Miesiącami o największych obrotach w branży turystycznej na Mazowszu są maj, czerwiec, wrzesień i październik. Na przeciwnym biegunie znajdują się przede wszystkim styczeń i luty, relatywnie słaby jest też grudzień.

3.2. Baza noclegowa w województwie mazowieckim

Ogółem w 2015 roku w województwie mazowieckim funkcjonowało 486 obiektów noclegowych, z czego 41 to obiekty sezonowe (8,4% ogółu). Najwięcej, bo aż 124 obiekty położone są w samej Warszawie (26% całości). Duża ich część zlokalizowana jest w podregionach bezpośrednio sąsiadujących ze stolicą – w Warszawskim zachodnim (91), a w Warszawskim wschodnim (82). Najmniej obiektów noclegowych mają do zaoferowania turystom podregiony Ciechanowski i Ostrołęcki (po 27). Najwięcej miejsc noclegowych mają do zaoferowania powiaty: m. st. Warszawa (26,7 tys.), legionowski (3,3 tys.) oraz łosicki (1,3 tys.). Prymat Warszawy jest oczywisty, ale wysoka pozycja pozostałych dwóch wymaga komentarza. Otóż w powiecie legionowskim położony jest Zalew Zegrzyński, czyli miejsce wypoczynku wielu mieszkańców Mazowsza. Co ciekawe zaledwie 3% z dostępnych tam miejsc noclegowych to miejsca sezonowe.

Tabela 7. Obiekty i miejsca noclegowe ogółem i sezonowe (2013–2015)

nazwa	obiekty ogółem			odsetek sezonowych (%)			miejsca noclegowe ogółem			odsetek sezonowych (%)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
MAZOWIECKIE	483	476	486	9,3	9,2	8,4	47 134	47 921	48 982	7,5	7,5	7,5
PODREGION CIECHANOWSKI	27	28	27	11,1	10,7	11,1	1 159	1 255	1 245	4,4	3,7	6,7
Powiat ciechanowski	9	9	9	0,0	0,0	11,1	321	378	396	0,0	0,0	12,6
Powiat mławski	4	4	3	0,0	0,0	0,0	153	126	102	0,0	0,0	0,0
Powiat płoński	8	9	10	12,5	11,1	10,0	408	473	480	4,9	3,2	3,1
Powiat pułtuski	3	3	3	0,0	0,0	0,0	233	233	235	0,0	0,0	0,0
Powiat żuromiński	3	3	2	66,7	66,7	50,0	44	45	32	70,5	71,1	56,3
PODREGION OSTROŁĘCKI	30	25	27	6,7	4,0	3,7	1 553	1 356	1 470	17,9	11,1	10,2
Powiat makowski	4	3	3	0,0	0,0	0,0	108	83	84	0,0	0,0	0,0
Powiat ostrołęcki	6	4	5	16,7	0,0	0,0	170	145	194	7,1	0,0	0,0
Powiat ostrowski	6	6	6	0,0	0,0	0,0	344	346	371	9,6	8,7	0,0
Powiat przasnyski	5	4	5	0,0	0,0	0,0	77	67	83	3,9	0,0	0,0
Powiat wyszkowski	5	5	5	0,0	0,0	0,0	555	573	490	13,7	13,3	0,0
Powiat m.Ostrołęka	4	3	3	25,0	33,3	33,3	299	142	248	51,5	31,0	60,5
PODREGION RADOMSKI	50	52	55	16,0	17,3	12,7	2439	2559	2666	15,9	20,0	16,9
Powiat białobrzeski	4	4	5	0,0	0,0	0,0	88	88	106	0,0	0,0	0,0
Powiat kozienicki	7	8	8	14,3	12,5	12,5	404	485	519	32,2	20,6	19,3
Powiat lipski	2	2	3	100,0	100,0	33,3	75	65	92	100,0	100,0	34,8
Powiat przysuski	3	3	3	0,0	33,3	33,3	211	211	211	0,0	75,8	75,8
Powiat radomski	11	11	13	27,3	27,3	23,1	355	362	410	33,2	34,3	28,8
Powiat szydlowiecki	7	7	7	14,3	14,3	14,3	271	282	284	14,8	14,2	14,1
Powiat zwoleński	2	3	2	50,0	33,3	0,0	40	71	47	60,0	33,8	0,0
Powiat m.Radom	14	14	14	0,0	0,0	0,0	995	995	997	0,0	0,0	0,0
PODREGION MIASTO WARSZAWA	124	124	124	1,6	1,6	0,8	25 199	26 394	26 651	0,5	1,4	0,4
Powiat m. st. Warszawa	124	124	124	1,6	1,6	0,8	25 199	26 394	26 651	0,5	1,4	0,4
PODREGION WARSZAWSKI WSCH.	81	81	82	8,6	8,6	6,1	6 974	6 814	6 903	8,5	8,0	7,4
Powiat garwoliński	13	12	13	30,8	33,3	30,8	798	769	787	52,6	54,1	52,9
Powiat legionowski	20	19	18	10,0	10,5	5,6	3 264	3 294	3 289	4,7	3,3	2,9
Powiat miński	13	12	11	7,7	8,3	0,0	828	581	559	2,4	3,4	0,0
Powiat nowodworski	11	14	14	0,0	0,0	0,0	670	768	763	0,0	0,0	0,0
Powiat otwocki	10	10	10	0,0	0,0	0,0	881	862	854	0,0	0,0	0,0
Powiat wołomiński	14	14	16	0,0	0,0	0,0	533	540	651	0,0	0,0	0,0
PODREGION WARSZAWSKI ZACH.	89	86	91	6,7	7,0	6,6	4 606	4 561	4 981	1,7	2,1	2,0
Powiat grodziski	6	7	9	0,0	0,0	0,0	263	275	463	0,0	0,0	0,0
Powiat grójcecki	10	11	10	20,0	27,3	20,0	343	379	367	8,5	14,8	11,2
Powiat piaseczyński	21	19	20	4,8	0,0	0,0	846	861	868	1,2	0,0	0,0
Powiat pruszkowski	21	20	21	0,0	0,0	0,0	1 059	1 050	1 225	0,0	0,0	0,0
Powiat sochaczewski	4	4	4	0,0	0,0	0,0	266	271	278	0,0	0,0	0,0
Powiat warszawski zach.	17	16	18	17,6	18,8	22,2	928	988	1 053	4,2	3,8	5,4
Powiat żyrardowski	10	9	9	0,0	0,0	0,0	901	737	727	0,0	0,0	0,0
PODREGION PŁOCKI	44	44	44	15,9	15,9	15,9	2 370	2 212	2 288	24,7	20,3	19,9
Powiat gostyński	2	2	2	50,0	50,0	50,0	137	137	137	73,7	73,7	73,7
Powiat płocki	21	19	18	23,8	26,3	22,2	1 320	1 063	944	35,3	30,6	16,5
Powiat sierpecki	7	6	6	14,3	16,7	33,3	177	172	324	10,2	14,0	61,1
Powiat m.Płock	14	17	18	0,0	0,0	0,0	736	840	883	0,0	0,0	0,0
PODREGION SIEDLECKI	38	36	36	26,3	25,0	30,6	2 834	2 770	2 778	51,0	51,8	65,1
Powiat łosicki	13	13	13	53,8	53,8	61,5	1 298	1 287	1 289	85,1	84,6	88,6
Powiat siedlecki	6	6	6	0,0	0,0	0,0	176	179	176	0,0	0,0	0,0
Powiat sokołowski	6	6	6	0,0	0,0	16,7	90	87	88	0,0	0,0	13,6
Powiat węgrowski	6	5	5	50,0	40,0	40,0	488	514	518	69,7	67,1	66,6
Powiat m.Siedlce	7	6	6	0,0	0,0	0,0	782	703	707	0,0	0,0	43,8

Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Generalnie prowadzenie biznesu turystycznego w województwie mazowieckim opłacalne jest przez cały rok. Jedynie 8,4% przedsiębiorców prowadzących obiekty noclegowe zamyka swą działalność na „gorszą” część roku. 92,5% wszystkich miejsc noclegowych to miejsca całoroczne. Na podstawie zebranych danych kilka powiatów można scharakteryzować jednak jako „typowo” turystyczne, gdyż cechują się stosunkowo dużą liczbą miejsc noclegowych i wysoką sezonowością ich udostępniania dla turystów. Są to przede wszystkim powiaty: łosicki, węgrowski i miasto Siedlce. Wszystkie zlokalizowane są w Podregionie Siedleckim, w którym aż 65% ogółu miejsc noclegowych dostępnych jest tylko przez część roku. Dużą sezonowość w oferowanych miejscach zaobserwować można także w powiatach: żuromińskim, mieście Ostrołęka, przysuskim, garwolińskim, gostynińskim i sierpeckim.

Liczba obiektów noclegowych w województwie mazowieckim na przestrzeni lat 2013–2015 zmieniła się nieznacznie (+3), jednakże pośród poszczególnych kategorii widać znaczące zmiany. Przybyło przede wszystkim obiektów hotelowych (+16), w szczególności hoteli (+24). Z kolei o 12 zmalała liczba obiektów noclegowych krótkotrwałego zakwaterowania.

Tabela 8. Obiekty noclegowe w województwie mazowieckim według rodzaju (2013–2015)

	2013	2014	2015
OBIEKTY NOCLEGOWE OGÓŁEM	483	476	486
Obiekty hotelowe ogółem	292	297	308
- hotele	196	212	220
- motele	13	10	11
- pensjonaty	6	6	6
- inne obiekty hotelowe	77	69	71
Obiekty noclegowe krótkotrwałego zakwaterowania	185	174	173
- domy wycieczkowe	1	1	1
- schroniska	0	0	0
- schroniska młodzieżowe	1	2	1
- szkolne schroniska młodzieżowe	12	11	11
- ośrodki wczasowe	11	11	12
- ośrodki kolonijne	2	2	2
- ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	22	21	21
- hostele	10	10	10
- domy pracy twórczej	6	6	5
- zespoły domków turystycznych	10	10	9
- zakłady uzdrowiskowe	0	0	0
- pokoje gościnne	27	25	28
- kwatery agroturystyczne	45	40	41
- pozostałe obiekty niesklasyfikowane	38	35	32
Kempingi i pola biwakowe	6	5	5
- kempingi	1	1	1
- pola biwakowe	5	4	4

Źródło: GUS

Łącznie w województwie mazowieckim działa 220 hoteli – to 45% ogółu obiektów noclegowych w regionie, z czego 73 z nich funkcjonuje na obszarze Warszawy. Duża liczba hoteli znajduje się też w dwóch podregionach bezpośrednio sąsiadujących z Warszawą – w Warszawskim zachodnim jest ich 40, a w Warszawskim wschodnim 36. Na czwartym miejscu pod względem liczby obiektów hotelowych plasuje się podregion Radomski (21), a na piątym ex aequo Płocki i Ciechanowski (po 17). Listę zamykają podregiony: Siedlecki (8) i Ostrołęcki (5).

Najliczniejszą grupą hoteli na Mazowszu są obiekty 3-gwiazdkowe (97), które stanowią 44% ogółu. Drugą pod względem liczebności grupą są hotele o standardzie 2 gwiazdek (56; 25%). Turyści odwiedzający województwo mazowieckie mają do dyspozycji także 32 hotele 4-gwiazdkowe (15%) i 16 1-gwiazdkowych (7%). Najmniej jest obiektów o najwyższym standardzie i prawie wszystkie zlokalizowane są w Warszawie. W stolicy Polski znajduje się aż 10 z 11 hoteli 5-gwiazdkowych. Na koniec 2015 roku, 8 obiektów przechodziło proces kategoryzacji.

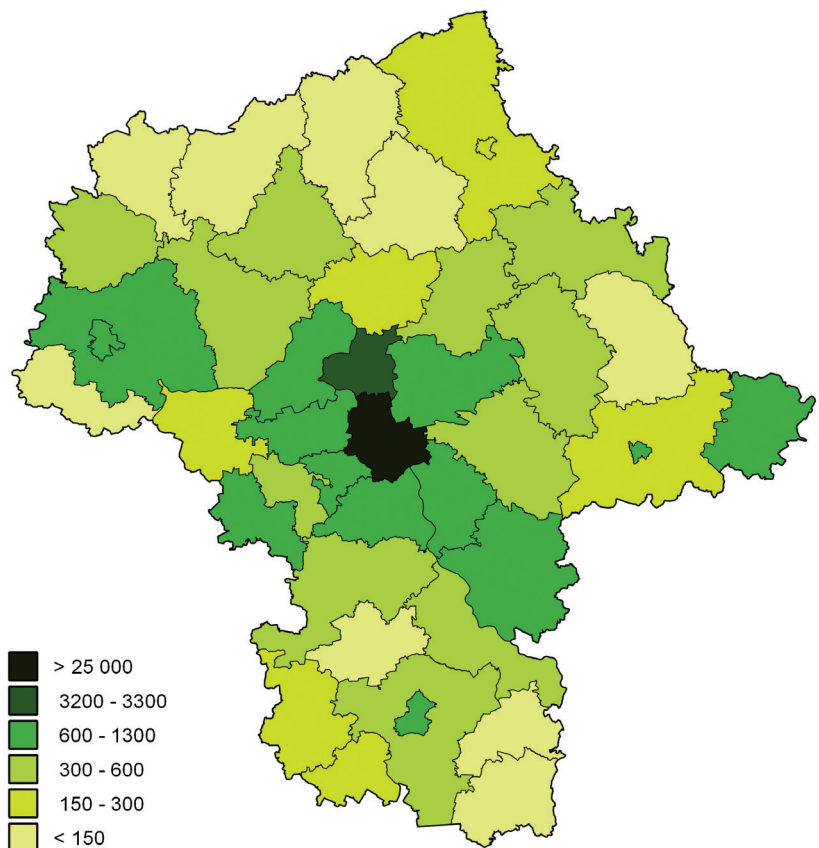
Tabela 9. Hotele w podziale na kategorie w podregionach (2015)

PODREGION	KATEGORIA HOTELU						SUMA
	5*	4*	3*	2*	1*	w trakcie kategoryzacji	
PODREGION MIASTO WARSZAWA	10	12	30	12	8	1	73
PODREGION WARSZAWSKI ZACHODNI	0	6	21	12	0	1	40
PODREGION WARSZAWSKI WSCHODNI	0	7	18	5	4	2	36
PODREGION RADOMSKI	1	1	8	9	1	1	21
PODREGION PŁOCKI	0	5	5	5	1	1	17
PODREGION CIECHANOWSKI	0	1	6	9	1	0	17
PODREGION SIEDLECKI	0	0	3	4	0	1	8
PODREGION OSTROŁĘCKI	0	0	4	0	1	0	5
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE	11	32	97	56	16	8	220

Źródło: GUS

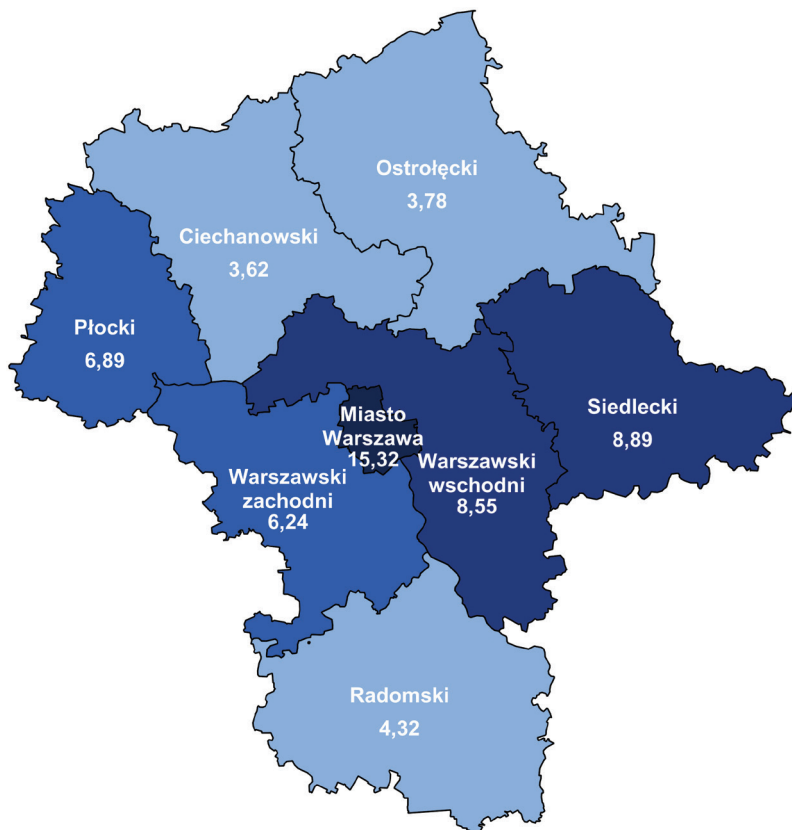
Największe zagęszczenie miejsc noclegowych występuje w Warszawie i powiatach sąsiednich – legionowskim (3,3 tys., drugi w klasyfikacji), warszawskim zachodnim, pruszkowskim, piaseczyńskim, otwockim i wołomińskim (trzeci najwyższy przedział, od 600 do 1300). Jedynym wyjątkiem wśród powiatów położonych bezpośrednio przy stolicy jest powiat miński, który ma relatywnie mniej miejsc noclegowych niż pozostałe wymienione (od 300 do 600). Ilością łóżek dla turystów wyróżnia się także powiat płocki i miasto Płock, powiat nowodworski, żyrardowski, garwoliński, łosicki oraz miasta Radom i Siedlce.

Na podstawie liczby miejsc noclegowych wyznaczono wskaźnik funkcji turystycznej w poszczególnych podregionach, który mówi, ile turystycznych miejsc noclegowych przypada na 1000 mieszkańców danego obszaru (tzw. wskaźnik Barretje'a i Deferta). Najwyższą wartość wskaźnik przyjmuje dla Miasta Warszawy – 15,32. Na kolejnych pozycjach, ze zbliżonym wynikiem plasują się podregiony położone na wschód od stolicy, czyli Siedlecki

Ilustracja 4. Turystyczne miejsca noclegowe ogółem w podziale na powiaty (2015)

Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Ilustracja 5. Wskaźnik funkcji turystycznej – miejsca noclegowe na 1000 mieszkańców podregionu (2015)



Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

(8,89) i Warszawski wschodni (8,55). Niewiele niższy wskaźnik funkcji turystycznej notowany jest w podregionach Płockim (6,89) i Warszawskim zachodnim (6,24).

Powiatem o najwyższym stopniu wykorzystania miejsc noclegowych jest m. st. Warszawa (54,6%). W stolicy podobnie jak w całym regionie poziom wykorzystania miejsc wzrósł na przestrzeni ostatnich lat. Wśród innych powiatów o wysokim stopniu wykorzystania bazy noclegowej w ostatnich 3 latach wymienić należy: pruszkowski (38,3% w 2015 roku), kozienicki (37,9%), grójecki (37,2%), szydłowiecki (34,5%) i przasnyski (33%). Na przeciwległym biegunie znajdują się powiaty: makowski (9,8%), radomski (11,8%) i sokołowski (12,3%).

Tabela 10. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych według powiatów i podregionów (2013–2015)

nazwa	2013	2014	2015
MAZOWIECKIE	39,8	40,6	43,0
PODREGION CIECHANOWSKI	22,0	24,0	24,0
Powiat ciechanowski	16,5	21,8	19,2
Powiat mławski	22,9	23,5	27,6
Powiat płoński	23,0	27,1	26,2
Powiat pułtuski	28,7	23,3	28,8
Powiat żuromiński	15,7	10,5	TS
PODREGION OSTROŁĘCKI	23,9	24,5	26,2
Powiat makowski	10,5	9,6	9,8
Powiat ostrołęcki	22,4	23,2	18,7
Powiat ostrowski	25,2	23,4	29,3
Powiat przasnyski	34,1	34,1	33,0
Powiat wyszkowski	25,5	25,9	27,8
Powiat m.Ostrołęka	21,4	27,7	28,7
PODREGION RADOMSKI	23,6	24,0	27,3
Powiat białobrzeski	15,0	15,2	13,4
Powiat kozienicki	23,0	30,2	37,9

nazwa	2013	2014	2015
Powiat lipski	TS	TS	19,1
Powiat przysuski	12,9	21,3	23,5
Powiat radomski	12,9	11,4	11,8
Powiat szydłowiecki	34,9	31,5	34,5
Powiat zwoleński	TS	25,8	TS
Powiat m.Radom	27,9	24,6	29,0
PODREGION MIASTO WARSZAWA	51,1	52,0	54,6
Powiat m. st. Warszawa	51,1	52,0	54,6
PODREGION WARSZAWSKI WSCHODNI	26,1	27,2	29,6
Powiat garwoliński	27,8	29,7	27,1
Powiat legionowski	27,6	28,6	30,1
Powiat miński	21,7	23,7	30,2
Powiat nowodworski	16,1	15,5	19,2
Powiat otwocki	31,8	31,9	34,7
Powiat wołomiński	25,5	29,5	33,9
PODREGION WARSZAWSKI ZACHODNI	27,7	28,2	30,5
Powiat grodziski	21,3	22,0	23,2
Powiat grójecki	33,7	31,7	37,2
Powiat piaseczyński	27,0	28,4	29,5
Powiat pruszkowski	32,3	34,4	38,3
Powiat sochaczewski	19,0	21,9	19,9
Powiat warszawski zachodni	26,1	25,9	29,3
Powiat żyrardowski	27,0	25,2	25,9
PODREGION PŁOCKI	19,7	21,9	21,0
Powiat gostyński	TS	TS	TS
Powiat płocki	18,9	19,1	17,9
Powiat sierpecki	9,5	14,7	14,1
Powiat m.Płock	23,9	26,9	26,4
PODREGION SIEDLECKI	15,7	14,6	19,7
Powiat łosicki	14,3	13,0	16,2
Powiat siedlecki	18,0	15,6	17,1
Powiat sokołowski	10,1	9,5	12,3
Powiat węgrowski	17,8	13,5	36,4
Powiat m.Siedlce	16,2	17,1	18,1

Źródło: GUS

Podsumowanie

Liczba obiektów noclegowych na Mazowszu w latach 2013–2015 wzrosła jedynie o 3 – jest ich obecnie 486 (+0,6%). Znacząco zmieniła się jednak struktura tych obiektów, wzrosła liczba hoteli (+24), a zmalała liczba innych obiektów hotelowych (-6) i obiektów krótkotrwałego zakwaterowania (-12).

Znacząco wzrosła też liczba miejsc noclegowych, obecnie jest ich blisko 2 tysiące więcej niż w roku 2013 (+4%). Pomimo wzrostu poziomu konkurencji w zakresie dostępnych miejsc noclegowych, ich wykorzystanie wzrosło o ponad 3% i obecnie kształtuje się na poziomie 43%.

3.3. Atrakcje turystyczne

W ramach atrakcji turystycznych opisano dane dostępne w dwóch podstawowych kategoriach dostępnych w statystykach GUS, czyli imprezy masowe oraz muzea wraz z oddziałami. Dla obu tych kategorii zaprezentowano również frekwencje – w przypadku imprez masowych wskazano także te o największej frekwencji w minionym roku. Dane w tym zakresie udostępnił ich organizatorzy.

Imprezy masowe

W przypadku imprez masowych na terenie województwa mazowieckiego przeszło 71% osób uczęszcza na wydarzenia organizowane w Warszawie. Występuje więc wyraźna dysproporcja pomiędzy stolicą kraju, a resztą regionu. W niektórych powiatach w ogóle nie odbywają się imprezy masowe (np. w łosickim, zwoleńskim i żuromińskim).

Tabela 11. Imprezy masowe i uczestnicy imprez masowych w podziale na podregiony i powiaty (2013–2015)

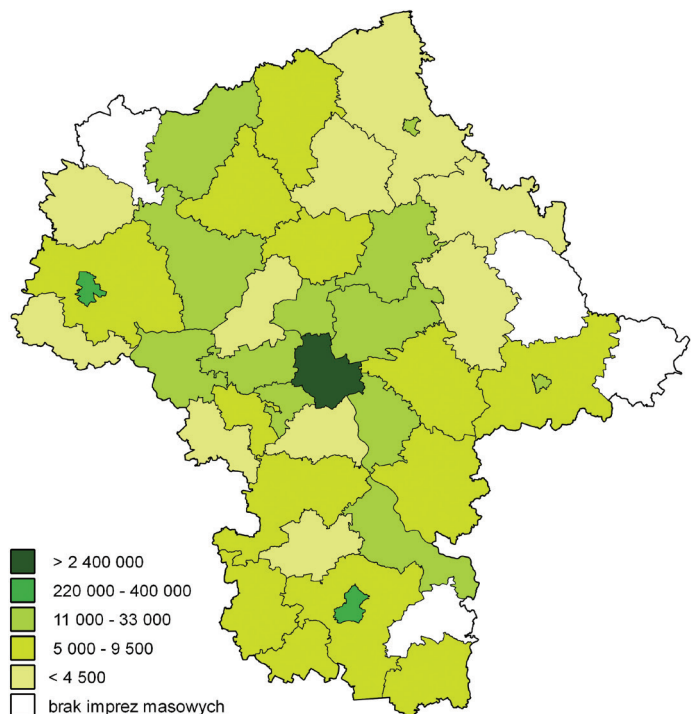
nazwa	imprezy masowe ogółem			uczestnicy imprez masowych		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
MAZOWIECKIE	585	604	601	3 106 804	3 153 501	3 456 652
PODREGION CIECHANOWSKI	23	29	29	42 500	56 650	59 360
Powiat ciechanowski	4	8	3	11 000	18 600	9 500
Powiat mławski	7	6	5	16 000	16 650	15 850
Powiat płoński	7	10	17	8 000	13 800	27 210
Powiat pułtuski	4	4	4	5 700	7 100	6 800
Powiat żuromiński	1	1	0	1 800	500	0
PODREGION OSTROŁĘCKI	33	35	36	52 100	54 320	56 250
Powiat makowski	3	2	3	2 640	1 000	3 240
Powiat ostrołęcki	5	5	2	11 500	6 500	3 500
Powiat ostrowski	5	2	2	9 900	4 200	4 500
Powiat przasnyski	6	10	5	9 800	18 620	8 000
Powiat wyszkowski	5	4	6	7 300	8 300	15 990
Powiat m.Ostrołęka	9	12	18	10 960	15 700	21 020
PODREGION RADOMSKI	37	42	39	269 867	127 330	269 600
Powiat białobrzegi	4	5	2	3 700	4 000	1 600
Powiat kozienicki	5	5	4	15 000	15 700	15 000
Powiat lipski	2	2	4	3 200	3 700	5 200
Powiat przysuski	5	6	5	6 600	13 200	7 700
Powiat radomski	6	9	5	10 500	18 030	7 800
Powiat szydlowiecki	0	0	1	0	0	5 000
Powiat zwoleński	0	0	0	0	0	0
Powiat m.Radom	15	15	18	230 867	72 700	227 300
PODREGION MIASTO WARSZAWA	267	307	313	2 174 739	2 343 314	2 472 169
Powiat m. st. Warszawa	267	307	313	2 174 739	2 343 314	2 472 169
PODREGION WARSZAWSKI WSCH.	69	54	51	86 162	80 906	81 367
Powiat garwoliński	6	6	7	7 000	5 250	7 100
Powiat legionowski	16	18	16	29 500	23 100	26 671
Powiat miński	8	4	3	10 900	19 700	5 300
Powiat nowodworski	21	7	4	11 850	5 600	4 300
Powiat otwocki	7	8	7	9 500	9 100	14 400

nazwa	imprezy masowe ogółem			uczestnicy imprez masowych		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Powiat wołomiński	11	11	14	17 412	18 156	23 596
PODREGION WARSZAWSKI ZACH.	59	44	40	95 575	81 000	78 724
Powiat grodziski	5	7	6	10 000	12 500	9 000
Powiat grójecki	6	7	5	11 200	11 800	9 100
Powiat piaseczyński	0	2	1	0	4 000	1 200
Powiat przuszkowski	35	13	15	49 225	26 600	32 774
Powiat sochaczewski	5	6	3	13 800	13 650	12 800
Powiat warszawski zach.	7	8	8	9 900	10 900	11 100
Powiat żyrardowski	1	1	2	1 450	1 550	2 750
PODREGION PŁOCKI	78	77	79	355 472	389 161	410 160
Powiat gostyński	0	1	2	0	1 000	3 000
Powiat płocki	2	3	3	3 600	23 600	5 400
Powiat sierpecki	2	2	2	4 500	3 500	4 000
Powiat m. Płock	74	71	72	347 372	361 061	397 760
PODREGION SIEDLECKI	19	16	14	30 389	20 820	29 022
Powiat łosicki	0	0	0	0	0	0
Powiat siedlecki	4	4	3	5 499	6 700	6 000
Powiat sokołowski	6	0	0	1 400	0	0
Powiat węgrowski	1	1	2	4 000	600	3 100
Powiat m. Siedlce	8	11	9	19 490	13 520	19 922

Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Imprezy w powiecie m. st. Warszawa gromadzą rocznie prawie 2,5 mln uczestników. Pozostałe prawie 1 mln osób uczestniczy w imprezach na terenie innych powiatów. Największą frekwencję notują wydarzenia organizowane w mieście Płocku - prawie 400 tys. i w Radomiu - prawie 230 tys. Drugą grupę w tej kategorii stanowią powiaty, w których imprezy masowe przyciągają pomiędzy 15 a 30 tys. uczestników. Zaliczają się do niej powiaty: płoński, legionowski, wołomiński, m. Ostrołęka, m. Siedlce, wyszkowski, mławski i kozienicki.

Ilustracja 6. Uczestnicy imprez masowych w podziale na powiaty (2015)



Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Tabela 12. Frekwencja w wydarzeniach organizowanych na terenie woj. mazowieckiego w 2015 roku

Nazwa wydarzenia	Lokalizacja	Organizator	Frekwencja w 2016 roku
Noc Muzeów	Warszawa	Urząd Miasta Stołecznego Warszawy	300 tys.
AirShow	Radom	Dowództwo Sił Powietrznych, Miasto Radom, Port Lotniczy Radom, Siły Powietrzne RP i Aeroklub Polski	180 tys. (2015)
Wianki na Wiśle	Warszawa	Stołeczna Estrada	95 tys.
Marsz Niepodległości	Warszawa	Stowarzyszenie Marszu Niepodległości	75 tys.
Piknik naukowy w Warszawie- Centrum Nauki Kopernik	Warszawa	Centrum Nauki Kopernik	70 tys.
Orange Warsaw Festiwal	Warszawa	Alter Art	50 tys.
Bitwa pod Mławą	Uniszki Zawadzkie	Stowarzyszenie Patria Polonia	40-50 tys.
Audioriver	Płock	Płocki Ośrodek Kultury i Sztuki	27 tys. (2015)
Orlen Warsaw Marathon	Warszawa	Walk Events Sp. z o.o.	16 tys.
Festiwal „Chopin i jego Europa”	Warszawa	Biuro Międzynarodowego Festiwalu muzycznego „Chopin i jego Europa”	14,3 tys.
Festiwal Mozartowski	Warszawa	Warszawska Opera Kameralna	12 tys.
PZU Maraton Warszawski	Warszawa	Fundacja „Maraton Warszawski”	10 tys.
Reggeland	Płock	Płocki Ośrodek Kultury i Sztuki	9 tys. (2015)

Źródło: dane przekazane przez organizatorów imprez

Podsumowanie

Liczba organizowanych imprez masowych nieznacznie wzrosła w badanych latach, z 585 do 601 (+2,7%). Z kolei znacząco przybyło uczestników tych imprez, aż o 350 tysięcy, do poziomu 3,5 miliona (+11%). Najwięcej imprez organizowanych jest w Warszawie (313), Płocku oraz Ostrołęce i Radomiu (po 18).

Najwięcej osób uczęszcza na imprezy w stolicy (2,47 mln), na drugim miejscu jest Płock (398 tys.), a na trzecim Radom (227 tys.). Do imprez o najwyższej frekwencji należą Noc Muzeów (300 tys.), Radom Air Show (180 tys.) oraz Wianki nad Wisłą (95 tys.).

Muzea

Liczba muzeów w województwie mazowieckim w latach 2013–2015 wzrosła o 17. Najwięcej placówek przybyło w Warszawie (10), w której obecnie funkcjonuje 71 muzeów (to 54% ogółu). Na dalszych miejscach pod względem liczby muzeów znajdują się powiaty: miński (5), sochaczewski (4) i miasto Radom (4). Wraz ze wzrostem liczby muzeów, wrastała też frekwencja – z poziomu 8,75 mln do 9,47 mln (wzrost o 8,3%).

Tabela 13. Muzea wraz z oddziałami oraz zwiedzający muzea i oddziały w podziale na powiaty i podregiony (2015)

nazwa	muzea z oddziałami			zwiedzający muzea i oddziały		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
MAZOWIECKIE	119	120	136	8 749 135	9 025 996	9 474 404
PODREGION CIECHANOWSKI	5	6	6	79 607	79 185	88 063
Powiat ciechanowski	2	3	3	60 895	58 841	68 226
Powiat mławski	1	1	1	8 328	8 842	8 740
Powiat płoński						
Powiat pułtuski	1	1	1	8 574	9 629	9 289
Powiat żuromiński	1	1	1	1 810	1 873	1 808
PODREGION OSTROŁĘCKI	5	4	5	18 270	27 454	32 365
Powiat makowski	1	1	1	0	500	250
Powiat ostrołęcki	1	1	1	7 040	11 678	14 356
Powiat ostrowski						
Powiat przasnyski	2	1	1	3 096	5 804	5 916
Powiat wyszkowski						
Powiat m.Ostrołęka	1	1	2	8 134	9 472	11 843
PODREGION RADOMSKI	13	12	13	147 587	157 609	138 298
Powiat białobrzeski						
Powiat kozienicki	2	2	2	9 284	6 727	9 493
Powiat lipski						
Powiat przysuski	1	1	1	3 510	4 481	3 442
Powiat radomski	2	2	2	9 034	8 901	8 392
Powiat szydłowiecki	2	2	2	17 890	17 368	13 320
Powiat zwoleński	2	2	2	35 702	36 324	31 487
Powiat m.Radom	4	3	4	72 167	83 808	72 164
PODREGION MIASTO WARSZAWA	61	59	71	7 933 750	8 276 268	8 558 421
Powiat m. st. Warszawa	61	59	71	7 933 750	8 276 268	8 558 421
PODREGION WARSZAWSKI WSCH.	13	14	13	83 662	105 037	98 172
Powiat garwoliński	1	1	1	1 250	1 500	1 570
Powiat legionowski	1	1	1	11 371	11 532	19 627
Powiat miński	5	6	5	29 658	42 970	29 690
Powiat nowodworski	1	2	1	20 261	29 149	26 555
Powiat otwocki	3	2	2	13 304	11 912	11 581
Powiat wołomiński	2	2	3	7 818	7 974	9 149
PODREGION WARSZAWSKI ZACH.	13	14	16	264 091	153 370	309 998
Powiat grodziski	1	1	1	4 096	3 300	3 853
Powiat grójecki	2	2	2	1 767	5 338	7 695
Powiat piaseczyński	1	1	2	6 510	4 893	8 458
Powiat pruszkowski	3	3	3	25 065	24 649	23 344
Powiat sochaczewski	4	3	4	221 445	108 259	253 544
Powiat warszawski zach.	0	1	1	0	604	647

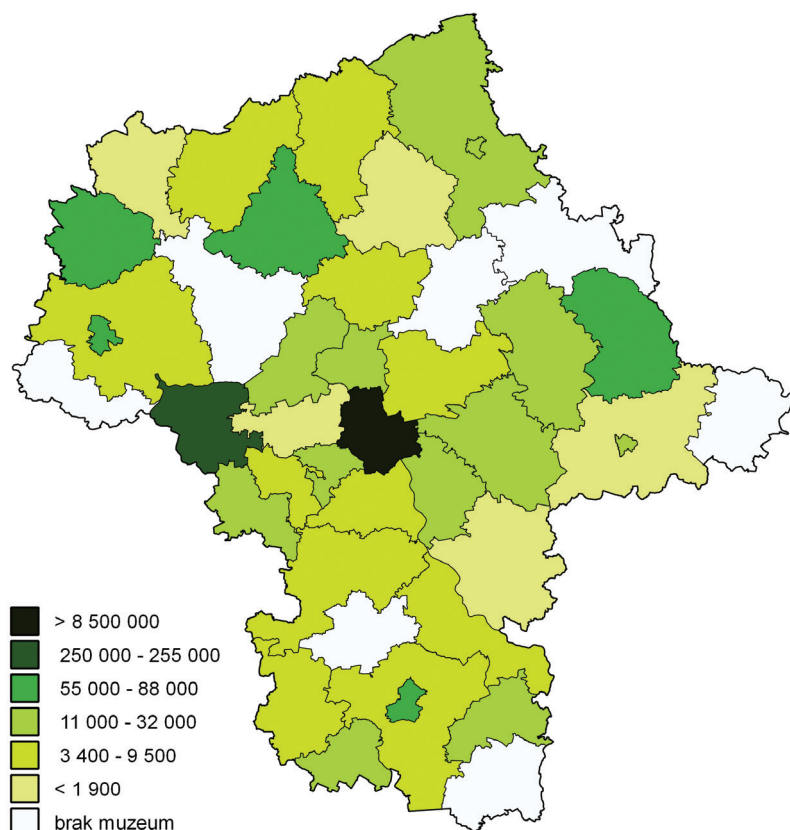
nazwa	muzea z oddziałami			zwiedzający muzea i oddziały		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Powiat żyrardowski	2	3	3	5 208	6 327	12 457
PODREGION PŁOCKI	3	4	5	144 968	148 521	153 244
Powiat gostyński						
Powiat płocki	0	0	1	0	0	6 118
Powiat sierpecki	1	1	1	51 891	52 506	59 628
Powiat m. Płock	2	3	3	93 077	96 015	87 498
PODREGION SIEDLECKI	6	7	7	77 200	78 552	95 843
Powiat łosicki						
Powiat siedlecki	1	1	1	267	495	584
Powiat sokołowski	2	2	2	51 132	43 117	55 873
Powiat węgrowski	2	2	2	18 949	17 949	27 524
Powiat m. Siedlce	1	2	2	6 852	16 991	11 862

Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

Jeśli chodzi o frekwencję w placówkach muzealnych na terenie mazowieckiego to należy wyraźnie podkreślić, że przeszło 90% odwiedzających muzea w regionie wybrało muzea warszawskie. Pozostałe 10% ruchu turystycznego przypadło na siedem pozostałych podregionów mazowieckiego. Oznacza to, że według danych GUS muzea w woj. mazowieckim odwiedziło prawie 9,5 mln osób, ale tylko 915 000 z nich odwiedziło placówki zlokalizowane poza Warszawą. Najwyższą frekwencję w muzeach notuje się w następujących powiatach:

- Powiat sochaczewski;
- Powiat m. Płock;
- Powiat m. Radom;
- Powiat ciechanowski;
- Powiat sierpecki;
- Powiat sokołowski;
- Powiat zwolenński;
- Powiat miński;
- Powiat węgrowski;
- Powiat nowodworski;
- Powiat przuszkowski.

Ilustracja 7. Zwiedzający muzea w podziale na powiaty (2015)



Źródło: opracowanie Landbrand na podstawie danych GUS

W każdym z nich frekwencja przekraczała 20 000 odwiedzających. Przy czym niekwestionowanym liderem są muzea w powiecie sochaczewskim, w których notuje się ruch ponad 250 tys. odwiedzających. W dalszej kolejności największa frekwencja notowana była w powiatach: miejskim plockim (ponad 87 tys. zwiedzających) i radomskim (ponad 72 tys. zwiedzających). Trzy kolejne powiaty to ciechanowski, sierpecki i sokołowski z frekwencją przekraczającą 50 tys. gości rocznie.

Tabela 14. Najpopularniejsze muzea w wybranych powiatach z najwyższą frekwencją

Powiat	Muzeum
Sochaczewski	1. Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy Nad Bzurą 2. Muzeum Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli 3. Muzeum Kolei Wąskotorowej w Sochaczewie - Oddział Muzeum Kolejnictwa w Warszawie 4. Muzeum Architektury Drewnianej Regionu Siedleckiego w Nowej Suchej
Płocki	1. Muzeum Mazowieckie w Płocku 2. Muzeum Diecezjalne w Płocku im. bł. abpa Antoniego Juliana Nowowiejskiego 3. Społeczne Muzeum Ziemi Gąbińskiej 4. Muzeum Geografii Historyczno-Kulturowej im. Stanisława Murzynowskiego
Radomski	1. Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu 2. Muzeum Regionalne w Ilży 3. Muzeum Pamiątek Turystycznych PTTK w Radomiu 4. Muzeum Sztuki Współczesnej w Radomiu - Oddział Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu 6. Muzeum Witolda Gombrowicza we Wsoli - Oddział Muzeum Literatury w Warszawie
Ciechanowski	1. Muzeum Romantyzmu w Opinogórze 2. Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie 3. Muzeum Pozytywizmu na Gołotczyźnie. Oddział Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie
Sierpecki	1. Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu
Sokołowski	1. Muzeum-Skansen Ziemi Sokołowskiej Mariana Pietrzaka 2. Muzeum Walki i Męczeństwa w Treblince 3. Podlaskie Muzeum Techniki Wojskowej i Użytkowej w Bielanych Wąsach
Zwoleński	1. Muzeum Regionalne w Zwoleniu 2. Muzeum Jana Kochanowskiego w Czarnolesie
Miński	1. Muzeum Ziemi Mińskiej w Mińsku 2. Muzeum 7 Pułku Ułanów Lubelskich 3. Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku
Węgrowski	1. Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie
Nowodworski	1. Muzeum Kampanii Wrześniowej i Twierdzy Modlin 2. Panzer Farm. Muzeum Zabytków Techniki Wojskowej
Pruszkowski	1. Muzeum Starożytnego Hutnictwa Mazowieckiego im. Stefana Woydy w Pruszkowie 2. Muzeum Motoryzacji i Techniki w Otrębusach 3. Muzeum Dulag 121

Źródło: opracowanie Lanbrand

Z uwagi na niekwestionowaną pozycję lidera jaką w zestawieniu tym można przypisać Warszawie zbadano dokładnie liczbę odwiedzających warszawskie muzea. Katalog muzeów poszerzono o inne atrakcje przyciągające się w największym stopniu do generowania ruchu turystycznego w mieście. Interesującym jest fakt, że w mieście funkcjonują aż trzy atrakcje generujące ruch ponad 2 mln odwiedzających rocznie. Są to Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie oraz stadion PGE Narodowy. Kolejnych 6 atrakcji generuje ruch turystyczny powyżej 0,5 mln odwiedzających rocznie są to:

- ➔ Centrum Nauki Kopernik;
- ➔ Muzeum Powstania Warszawskiego;
- ➔ Miejski Ogród Zoologiczny; w Warszawie
- ➔ Zamek Królewski w Warszawie;
- ➔ Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN;
- ➔ Pałac Kultury i Nauki.

Tabela 15. Frekwencja w muzeach i innych biletowanych atrakcjach turystycznych w Warszawie (2015)

Lp.	Nazwa atrakcji	Liczba odwiedzających
1.	Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie	2,4 mln
2.	Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie	2,1 mln
3.	PGE Narodowy	2,0 mln
4.	Centrum Nauki Kopernik	1,2 mln
5.	Muzeum Powstania Warszawskiego	684 tys.
6.	Miejski Ogród Zoologiczny w Warszawie	683 tys.
7.	Zamek Królewski w Warszawie - Muzeum	670 tys.
8.	Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN	578 tys.
9.	Pałac Kultury i Nauki	558 tys.
10.	Muzeum Narodowe w Warszawie	338 tys.
11.	Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski	138 tys.
12.	Zachęta - Narodowa Galeria Sztuki	128 tys.
13.	Muzeum Techniki i Przemysłu NOT	117 tys.
14.	Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie	85 tys.

Źródło: Turystyka w Warszawie, Raport 2015, Stołeczne Biuro Turystyki

Podsumowanie

W badanych latach w województwie mazowieckim przybyło 17 muzeów (+14%) i jest ich obecnie 136. Liczba zwiedzających muzea i oddziały wzrosła o 725 tysięcy (+8%) i wyniosła w 2015 roku 9,5 miliona. Przeszło 90% z tych osób wybrało muzea zlokalizowane w Warszawie.

Do najchętniej odwiedzanych muzeów i innych biletowanych atrakcji zaliczyć można: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie (2,4 mln odwiedzających), Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie (2,1 mln), stadion PGE Narodowy (2 mln) oraz Centrum Nauki Kopernik (1,2 mln).

3.4. Podsumowanie i wnioski

Turyści krajowi

Przełomowy był rok 2010, kiedy to przekroczona została liczba 3 milionów obsłużonych turystów, a także 2015, w którym wynik ten sięgnął powyżej 4,1 miliona. W tym samym roku liczba osób korzystających z noclegów w samej Warszawie osiągnęła 3 miliony. W latach 2013–2015 suma turystów w województwie mazowieckim wyniosła ponad 11,6 miliona, a łączny przyrost ruchu turystycznego względem roku 2013 był na poziomie 12,6% (aż 22% względem 2012).

Turyści zagraniczni

Najliczniejszymi grupami turystów zagranicznych w województwie mazowieckim w latach 2013–2015 byli Brytyjczycy, Niemcy i Amerykanie. W tej ostatniej grupie zanotowano bardzo wysoki wzrost przyjazdów – od 2012 roku aż o 31%. Warto zaobserwować także spadek liczby turystów z Rosji. W 2012 roku była to czwarta najliczniejsza populacja turystów na Mazowszu, w latach 2013–2014 piąta, a w 2015 roku dopiero dziewiąta (spadek o 31% względem 2012 roku).

Obiekty i miejsca noclegowe

Liczba obiektów noclegowych na Mazowszu w latach 2013–2015 wzrosła jedynie o 3 – jest ich obecnie 486 (+0,6%). Znacząco zmieniła się jednak struktura tych obiektów - wzrosła liczba hoteli (+24), a zmalała przede wszystkim liczba innych obiektów hotelowych (-6) i obiektów krótkotrwałego zakwaterowania (-12).

Znacząco wzrosła też liczba miejsc noclegowych, obecnie jest ich blisko 2 tysiące więcej niż w roku 2013 (+4%). Pomimo wzrostu poziomu konkurencji w zakresie dostępnych miejsc noclegowych, ich wykorzystanie wzrosło o ponad 3% i obecnie kształtuje się na poziomie 43%.

Udzielone noclegi

Wraz z większym napływem turystów proporcjonalnie wzrosła również liczba noclegów – z 6,26 do 7,07 mln (+13%). Praktycznie nie zmieniła się jednak długość pobytu 1 turysty na Mazowszu, która średnio wynosi 1,72 doby. Dla turystów krajowych to 1,65 doby (w 2013 było 1,66), a dla zagranicznych 1,87 doby (nieznacznie wzrosło w stosunku do 2013 roku - z poziomu 1,82).

Sezonowość

Miesiącami o największych obrotach w branży turystycznej na Mazowszu są miesiące maj, czerwiec, wrzesień i październik. Najmniejsze obroty występują w styczniu i lutym, relatywnie niskie zanotowano również w grudniu.

Imprezy masowe

Liczba organizowanych imprez masowych nieznacznie wzrosła w badanych latach, z 585 do 601 (+2,7%). Z kolei znacząco przybyło uczestników tych imprez, aż o 350 tysięcy, do poziomu 3,5 miliona (+11%). Najwięcej imprez organizowanych jest w Warszawie (313), Płocku oraz Ostrołęce i Radomiu (po 18).

Najwięcej osób uczęszcza na imprezy w stolicy (2,47 mln), na drugim miejscu jest Płock (398 tys.), a na trzecim Radom (227 tys.). Do imprez masowych o najwyższej frekwencji należą Noc Muzeów (300 tys.), Radom Air Show (180 tys.) oraz Wianki nad Wisłą (95 tys.).

Muzea i inne atrakcje

W badanych latach w województwie mazowieckim przybyło 17 muzeów (+14%) i jest ich obecnie 136. Liczba zwiedzających muzea i oddziały wzrosła o 725 tysięcy (+8%) i wyniosła w 2015 roku 9,5 miliona. Przeszło 90% z tych osób wybrało muzea zlokalizowane w Warszawie.

Do najchętniej odwiedzanych muzeów i innych biletowanych atrakcji zaliczyć można: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie (2,4 mln odwiedzających), Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie (2,1 mln), stadion PGE Narodowy (2,0 mln) oraz Centrum Nauki Kopernik (1,2 mln).

4. Wizerunek turystyczny regionu i jego wewnętrzne zróżnicowanie na podstawie wyników badania jakościowego

Wizerunek turystyczny regionu został zbadany podczas wywiadu grupowego zogniskowanego (FGI) z liderami branży turystycznej z Mazowsza. Większość liderów określiło atrakcyjność wizerunku turystycznego woj. mazowieckiego jako przeciętnie konkurencyjny w skali kraju. Pojawiły się także opinie stwierdzające, że konkurencyjność Mazowsza jest w dużej mierze związana z pozycją Warszawy. Niektórzy ocenili, iż wizerunek woj. mazowieckiego bez Warszawy jest poniżej przeciętnej krajowej.

Zdaniem liderów konkurencyjność wizerunku turystycznego województwa wynika z powiązania go z następującymi atrakcjami:

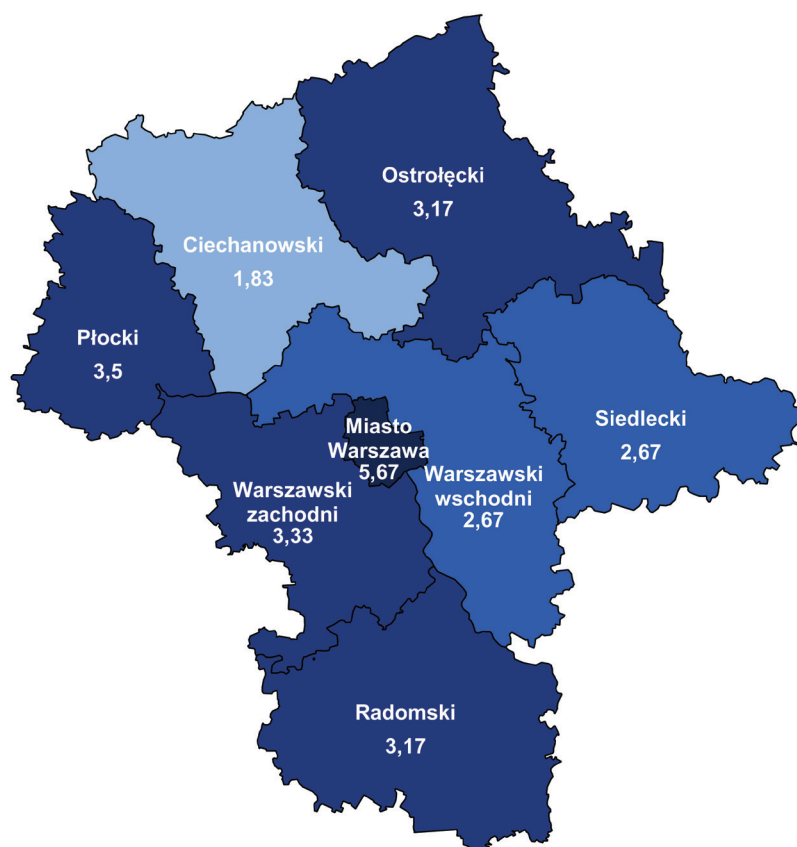
- Warszawa, stanowiąca najważniejszą składową wizerunku, oceniana jest jako atrakcyjna turystycznie z trzech powodów:
 - zabytki, szczególnie warszawska „Starówka” wpisana na światową listę dziedzictwa UNESCO oraz Wilanów i Łazienki Królewskie,
 - Warszawa, jako nowoczesna metropolia z atrakcjami takimi jak np.: city z wieżowcami, między innymi projektu Daniela Libeskinda, lotnisko im. Fryderyka Chopina, ogród Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego, stadion PGE Narodowy, Biobazar, Hala Koszyki,
 - muzea warszawskie, które stały się marką. Należy wymienić przede wszystkim: Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Muzeum Narodowe w Warszawie,
- Szlak Chopinowski, przede wszystkim muzeum - Dom Urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli, Pałac w Sannikach i Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie;
- Etnografia, folklor i kultura ludowa – reprezentowana przede wszystkim w skansenach w Sierpcu i w Radomiu. Związana także z występowaniem odrębnych krain etnograficznych, takich jak Kurpie. Dopełnieniem tej grupy są szlaki kulinarne i folklorystyczne na Mazowszu, np. Mazowiecka Micha Szałachecka czy Szlak Folkloru i Smaków;
- Oferta turystyki rodzinnej reprezentowana przez największe centrum nauki w kraju – Centrum Nauki Kopernik w Warszawie. Możliwa do odnalezienia także w regionie w miejscach takich jak certyfikowane zagrody edukacyjne;
- Kampinoski Park Narodowy – drugi największy pod względem wielkości park narodowy w Polsce;
- Żyrardów – perła epoki industrialnej;

- ➔ Wizerunek atrakcyjności turystycznej Mazowsza nie jest jednak zdaniem uczestników badania FGI rozłożony równomiernie. Istnieją znaczne dysproporcje oceny atrakcyjności turystycznej podregionów, które zilustrowane zostały na ilustracji poniżej.

Zgodnie z ilustracją nr 8, Mazowsze nie posiada obecnie jednorodnego wizerunku. Można powiedzieć, że istnieje problem postrzegania regionu, gdyż składa się z dwóch silnych obszarów - Warszawy i pozostałej części regionu. Region powstał w wyniku reformy administracyjnej kraju w 1997 roku i nie ma zbyt wielu wspólnych mianowników kulturowych, czy przyrodniczych między swoimi podregionami. Południowa część Mazowsza historycznie była położona w Małopolsce. Na północnym-wschodzie występuje etnograficzna kraina - Kurpie, zaś na północnym-zachodzie miasto Płock - historyczna stolica Polski. Natomiast wschód regionu identyfikuje się bardziej z Podlasiem.

Mazowsze może mieć wizerunek ciekawego i intrygującego regionu, o unikatowej i autentycznej historii. Posiada ono istotny potencjał kulturowy i etnograficzny, ale póki co jest jeszcze słabo wykorzystywany i nie stanowi o jego powszechnym wizerunku. Potencjał leży także w mazowieckich miastach, które są niedocenione np. Żyrardów, który charakteryzuje się architekturą o wysokich walorach historycznych.

Ilustracja 8. Schemat oceny atrakcyjności turystycznej podregionów woj. mazowieckiego



Źródło: badania FGI 6.12.2016 r.

4.1. Najważniejsze formy turystyki i produkty turystyczne w regionie

Region Mazowiecki może być kojarzony z pewnymi wiodącymi formami turystyki, które stanowią podstawę podaży turystycznej w województwie¹. Poniżej wymieniono te formy, które zostały najczęściej wymienione przez uczestników badania:

- ➔ turystyka biznesowa;
- ➔ turystyka wydarzeń;
- ➔ turystyka aktywna;
- ➔ turystyka kulinarna;
- ➔ turystyka kulturowa;
- ➔ turystyka weekendowa, w tym city breaks;
- ➔ turystyka przeżywania / doznań – emocji, turystyka dzielenia;
- ➔ turystyka rodzinna;
- ➔ Wisła Culture.

Wszystkie formy turystyki realizowane są na całym obszarze województwa mazowieckiego, z czego turystyka biznesowa jest kojarzona głównie z Warszawą.

Biorąc pod uwagę już obecnie funkcjonujące markowe produkty i szlaki turystyczne, to można wśród nich wymienić głównie produkty i miejsca w dużej mierze utożsamiane z warszawskimi muzeami i atrakcjami oraz wydarzenia plenerowe odbywające się na obszarze całego województwa. Dodatkowo rozpoznawalnymi produktami turystycznymi Mazowsza zaczynają być także tematyczne szlaki turystyczne. Najbardziej rozpoznawalnymi są:

- ➔ Szlak Chopinowski;
- ➔ Szlak Kulinarny – Mazowiecka Micha Szlachecka;
- ➔ Szlak folkloru i smaków Mazowsza;
- ➔ Szlak Wielki Gościniec Litewski;
- ➔ Szlak Księżąt Mazowieckich.

Wszystkie wymienione szlaki są promowane z udziałem Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Na chwilę obecną opisane powyżej produkty turystyczne są w fazie rozwoju - nie są one dostatecznie skomercjalizowane.

Szczególnym potencjałem do stania się produktem markowym dysponuje rzeka Wisła. Z jednej strony jest to rzeka objęta ochroną w ramach Natura 2000, wpisująca się w projekt Life a z drugiej jest to łącznik kulturalny dla miejscowości mazowieckich.

¹ Wywiad grupowy zogniskowany (FGI) 06.12.2016

4.2. Źródła informacji o regionie

Funkcjonujące źródła informacji o regionie zostały ocenione jako wymagające dalszego rozwoju, profesjonalizacji i integracji.

Jako najważniejsze źródło informacji dla turystów chcących odwiedzić Mazowsze wskazano portal internetowy Mazowsze.travel. Jest to kompendium informacji użytecznych dla turystów z zakresu: atrakcji turystycznych, oferty gastronomicznej, kalendarium wydarzeń oraz szlaków tematycznych.

Istnieją także inne tematyczne portale internetowe opisujące atrakcyjność turystyczną Mazowsza jak np. <http://dziedzictwomazowsza.pl> gdzie można znaleźć informację o trzech szlakach tematycznych w regionie. Jest to Szlak Książąt Mazowieckich, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 i Szlak Chopinowski. Kolejnym portalem oferującym pewną wiedzę nt. atrakcji turystycznych Mazowsza jest <http://modanamazowsze.pl>, który prezentuje atrakcyjność turystyczną Mazowsza, dzieląc ją na 3 kategorie: Moda, Smaki i Design. Oba opisane powyżej portale administrowane są przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną (MROT).

Warto także wspomnieć o portalu <http://mazowieckiszlaktradycji.com>, który skupia informacje użyteczne dla turystów w następujących kategoriach: rękodzieło, muzyka i taniec, architektura wiejska oraz kulinaria.

Należy przyjąć zatem, że ilość informacji prezentowana na czterech wymienionych portalach o profilu turystycznym jest bardzo obszerna. Jednak brak wzajemnego powiązania decydują o tym, że przeciętny turysta nie ma szans zapoznania się z nimi wszystkimi. W celu optymalizacji komunikacji z turystą rekomenduje się integrację wymienionych portali w ramach jednej wspólnej strony www. Taka strona powinna także dawać możliwości zarezerwowania noclegu i innych usług turystycznych.

Dodatkowym źródłem informacji o regionie mogą być także informatory i wydawnictwa dostępne punktach informacji turystycznej. Niewykorzystanym miejscem dystrybucji o ogromnym potencjale dotarcia do turystów są hotele.

Wartym wsparcia pomysłem jest stworzenie miejsca dedykowanego promocji regionu w samej Warszawie. Realizację takiego pomysłu pod nazwą „Dom Mazowiecki” podjęła MROT.

4.3. Wizerunek województwa mazowieckiego, a wizerunek Warszawy

Region nie wykorzystuje kluczowych możliwości dotarcia do warszawiaków oraz turystów odwiedzających Warszawę. Działalność taka jak np. kampanie w metrze warszawskim, promocja w regionalnym radiu czy warszawskich rozgłośniach jest niewystarczająca. Informacje o tym co dzieje się w regionie mogą przyczynić się do uatrakcyjnienia możliwości spędzenia wolnego czasu dla warszawiaków. Mogą także stanowić pretekst dla niektórych turystów do przedłużenia wizyty w Warszawie i skorzystania z oferty Mazowsza.

Dodatkową możliwością dotarcia do potencjalnych turystów jest możliwość współpracy marek Warszawa i Mazowsze. Dobrym fundamentem jest pewna zbieżność zawarta w logo i hasłach. Warszawa promuje się hasłem „Zakochaj się w Warszawie”. Natomiast Mazowsze podkreśla, że jest sercem Polski. W obu przypadkach, bazą są uczucia, do których odwołują się obie marki. W przyszłości możliwe jest działanie pod szyldem „Warsaw and Mazovia Region”. Tak jak np. współpracuje Kraków i woj. małopolskie, promując się pod wspólnym szyldem „Kraków and Małopolska Region”. Problemem we współpracy jest brak partnera po stronie miasta. Nowo powołane Biuro Marketingu Miasta Stołecznego Warszawy zainteresowane jest głównie budową marki i komunikacją wśród mieszkańców. W misji połączenia promocji oferty turystycznej Mazowsza i Warszawy najlepszymi partnerami są Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna i Warszawska Organizacja Turystyczna, gdyż same samorządy nie są odpowiednimi partnerami. Pierwszym krokiem powinny być wspólne działania oddolne, np. wspólne wyjazdy i stoiska na targach lub wspólne wydawnictwa. Docelowo ustalenie wspólnych działań komunikacyjnych może przysłużyć się obu markom.

4.4. Zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjna

Ocena zagospodarowania turystycznego i dostępności komunikacyjnej w regionie nie jest jednoznaczna. Zdaniem niektórych respondentów odpowiadają one oczekiwaniom i popytowi, jednak równie często ich poziom rozwoju oceniany jest jako niedorównujący oczekiwaniom.

Jako największe mankamenty w zagospodarowaniu turystycznym woj. mazowieckiego wskazano między innymi:

- niedostateczne oznakowanie atrakcji turystycznych;
- słabe oznakowanie i zagospodarowanie Wisły oraz jej otoczenia w całym regionie;
- niedostateczna ilość parkingów dla autokarów w Warszawie;
- niedostateczne uwzględnienie potrzeb osób dysfunkcyjnych, w tym osób starszych w infrastrukturze atrakcji i bazy turystycznej.

Mówiąc o brakach w dostępności komunikacyjnej regionu podkreślano takie mankamenty jak:

- brak sprawnego systemu komunikacji zbiorowej, którą można łatwo dojechać do atrakcji turystycznych;
- trudna dostępność do atrakcji przyrodniczych takich jak: rzeka Wisła, Bug, Narew, Bagno Całowanie, Chojnowski Park Krajobrazowy;
- niedostateczna ilość parkingów dla autobusów np. przy Dworcu Centralnym, Muzeum Powstania Warszawskiego;
- problem z oznakowaniem dojazdu do i z lotniska w Modlinie;
- niedostateczne oznakowanie dojazdów do obiektów targowych, takich jak EXPO, czy do najważniejszych muzeów.

W wypowiedziach zwrócono również uwagę na atut regionu w zakresie dostępności komunikacyjnej jakim jest funkcjonowanie dwóch portów lotniczych w Warszawie i Modlinie.

5. Wnioski i rekomendacje

Poniżej przedstawiono główne wnioski i rekomendacje wynikające z badania. Postarano się ograniczyć do najbardziej istotnych danych i wskazań z nich wypływających. Zgromadzony materiał może stanowić istotny wkład do planowania zarówno doraźnych jak i strategicznych działań w zakresie rozwoju i promocji funkcji turystycznej woj. mazowieckiego. Wnioski i rekomendacje zebrano w czterech kategoriach zbieżnych z głównymi celami badania.

Rekomenduje się opracowanie wyciągu z niniejszego badania w postaci przystępnego mini opracowania liczącego do 20 stron. Opracowanie takie może znacznie bardziej zachęcać do lektury niż niniejszy raport, który z uwagi na obszerny zakres prezentowanych treści będzie wymagał od odbiorcy większej uwagi. Współczesną tendencją jest prezentacja wyciągów z analiz ruchu turystycznego w postaci zwięzłych mini dokumentów, które w większej mierze posługują się obrazowymi infografikami i piktogramami niż tabelami czy wykresami. Siłą rzeczy prezentowany w takim kompaktowym wydawnictwie materiał badawczy będzie miał charakter bardziej ogólny i skupiający uwagę czytelnika na kluczowych danych.

Liczba turystów i odwiedzających podróżujących do badanego obszaru

W roku 2015 woj. mazowieckie odwiedziło przeszło 4 106 961 turystów korzystających z bazy noclegowej. Odnosząc tę wielkość do danych z 2012 roku odnotowano wzrost o ponad 25%. Miasto Warszawa, w którym udzielono 73% wszystkich noclegów jest niekwestionowanym liderem zarówno jeśli chodzi o liczbę turystów w bazie noclegowej jak i odwiedzających, którzy skorzystali z atrakcji o charakterze muzeum - ponad 90%. Jeśli uwzględnimy, że w większości motywem podróży do podregionów Warszawskiego wschodniego (10,5% turystów w bazie hotelowej) i Warszawskiego zachodniego (7,7% turystów w bazie hotelowej) jest również chęć odwiedzenia Warszawy, okaże się, że aglomeracja warszawska przyciąga ponad 90% turystów korzystających z bazy noclegowej. Pozostałe niespełna 10% ogółu odwiedzających Mazowsze rejestrowanych w bazie noclegowej daje około 400 tys. turystów rocznie. Liczba ta dzieli się w miarę po równo na pozostałe 5 podregionów w następującej kolejności: Radomski (2,5%), Płocki (1,8%), Ciechanowski (1,5%), Ostrołęcki (1,5%) i Siedlecki (1,2%). Biorąc pod uwagę udzielone noclegi na 1000 mieszkańców podregionów poza aglomeracją warszawską (Warszawa - 2700 udzielonych noclegów, podregion Warszawski wschodni - 624 udzielonych noclegów, podregion Warszawski zachodni - 578 udzielonych noclegów) największe wartości notuje się również w podregionie Płockim (356).

Z uwagi na tak wielką dysproporcję jak również często odmienny charakter motywacji rekomenduje się w przyszłości prowadzenie badań ruchu turystycznego w woj. mazowieckim w rozbiu na Warszawę i pozostałą część regionu.

Podobnie z przeszło 9 mln odwiedzających muzea jedynie około 900 tysięcy zostało zarejestrowanych poza Warszawą. Liderem regionalnym pod tym względem jest powiat sochaczewski, który dysponuje czterema placówkami muzealnymi, w tym Dom Urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli. W powiecie tym zanotowano przeszło 250 tys. turystów w muzeach.

- Tak niewielka liczba turystów w podregionach poza aglomeracją warszawską wynosząca jedynie 400 tysięcy w bazie noclegowej i 900 tysięcy w muzeach w 2015 roku zdradza ogromny niewykorzystany potencjał, jakim jest czerpanie z rynku wewnętrznego aglomeracji warszawskiej.
- Region jest predystynowany do organizacji spektakularnych wydarzeń pod względem frekwencji. Ich sukces w przypadku nośnego tematu i dobrej promocji gwarantuje obecność turysty z aglomeracji warszawskiej. Jako przykład, który potwierdza tę tezę można wskazać imprezę Air Show organizowaną w Radomiu co dwa lata, która gromadzi ponad 180 tysięcy widzów. Podobnym sukcesem są np. rekonstrukcje Bitwy pod Mławą (40 – 50 tys. widzów) czy festiwal Audioriver w Płocku, w którym uczestniczy prawie 30 tys. zainteresowanych.

- Ważnym zadaniem jest budowa produktów turystycznych wokół największych atrakcji turystycznych i wydarzeń. Wsparcie ich dodatkowymi elementami oferty powinno przełożyć się na wydłużenie okresu spędzanego w podregionach oraz wzrost liczby noclegów.
- Wnioskiem i wskazaniem do realizacji dla władz regionu jest prowadzenie aktywnej polityki komunikującej atrakcyjność i ofertę woj. mazowieckiego dla Warszawiaków.

Struktura i dynamika ruchu turystycznego

Mazowsze jest najlepszym klientem dla siebie samego. Tak można podsumować główny wniosek dotyczący kierunku, z którego najczęściej pojawiają się turyści w regionie. Ponad połowa z nich to mieszkańcy woj. mazowieckiego. Dodatkowo wśród gości występują także mieszkańcy woj. łódzkiego, pomorskiego i dolnośląskiego. Wydaje się, że istnieją spore rezerwy wzrostu wśród mieszkańców woj. śląskiego i wielkopolskiego.

Interesujące jest zestawienie najczęściej podróżujących do woj. mazowieckiego obcokrajowców. Można zaobserwować dość wyraźne zmiany na przestrzeni ostatnich trzech lat rejestrowane przez GUS dla bazy noclegowej. Według danych dla bazy noclegowej ruch turystyczny liczący powyżej 100 tys. osób pochodzi z trzech kierunków: Wielkiej Brytanii, Niemiec i USA. W dziesiątce mieszczą się także Francja, Rosja, Włochy, Hiszpania, Ukraina, Białoruś i Szwecja. Dynamiczny wzrost odnotowano z wschodniej granicy. Turystów z Białorusi i Ukrainy było w roku 2015 o przeszło 70% więcej w stosunku do roku 2012. Widoczny jest wzrost o ponad 30% turystów z USA i Hiszpanii. Należy mieć na uwadze, że omawiane dane odnieść trzeba zdecydowanie bardziej do stolicy regionu niż do jego pozostałych podregionów.

Z wynikami tymi warto zestawić dane otrzymane z ankiet wypełnianych przez branżę turystyczną. Według nich prawie 30% turystów zagranicznych pochodzi z Niemiec, blisko 20% to Ukraińcy, a ponad 10% przyjeżdża z takich krajów jak Wielka Brytania, Francja, Rosja czy USA. Znacząco zmienia się w tym zestawieniu pozycja Ukrainy i Niemiec. Może wynikać to z większego odsetka obiektów i instytucji kultury w badanej grupie jak również obiektów bazy noclegowej nie znajdujących się w ewidencji GUS.

Rozłożenie ruchu turystycznego w ujęciu miesięcznym w woj. mazowieckim wykazuje cechy typowe dla turystyki biznesowej. Jego największe natężenie odnotowywane jest w maju i we wrześniu. Podczas okresu letniego ruch ten jest wyższy niż średnio, jednak niższy niż notowany w szczytowych miesiącach. Zdradza to istotny potencjał wzrostu w okresie od czerwca do września. W tych czterech miesiącach odnotowywany jest największy odsetek udziału ruchu weekendowego w całości wynoszący ponad 1/3 całego rejestrowanego w tygodniu ruchu turystycznego. Otwartym pytaniem pozostaje jednak możliwość wzrostu ruchu turystycznego w miesiącach wakacyjnych podczas dni tygodnia.

- Promocja Warszawy na rynkach zagranicznych wydaje się być jak najbardziej celowa. Jednak samo mazowieckie powinno bardzo ostrożnie planować swoją aktywność marketingową w tym zakresie. Najbardziej wartym zainteresowania jest rynek niemiecki i ukraiński, ze względu na sąsiedztwo tych krajów z Polską.
- Miesiące styczeń i luty wskazywane były najczęściej jako te o możliwości rozwoju bez konieczności inwestowania. W tym okresie warto pomyśleć o promocji cenowej polegającej np. na wspólnej akcji promocyjnej typu "za pół ceny" w branży turystycznej na Mazowszu.
- Przedstawione w badaniu dane wskazują się potwierdzać istnienie wyraźnych rezerw wzrostu właśnie w miesiącach letnich. Ankietowani wskazywali na taką możliwość, jednak wsparciem inwestycjami. Zachętą do inwestycji może być uwzględnienie takiego kierunku rozwoju – lato na Mazowszu – w polityce turystycznej regionu. Mowa tutaj np. o kampaniach promocyjnych, które pokazywałyby atrakcyjność turystyczną Mazowsza latem. Ich adresatem powinny być zarówno placówki organizujące wypoczynek dziecięcy jak również turyści indywidualni.

Obszarami zdecydowanie najczęściej odwiedzanymi są Warszawa oraz powiat legionowski i nowodworski oraz największe miasta woj. mazowieckiego: Płock, Radom, Siedlce. Funkcja turystyczna znacząco rozwinęła się w podregionie Warszawskim wschodnim i Warszawskim zachodnim. Powiatem najmniej chętnie odwiedzanym przez turystów jest powiat miński.

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc noclegowych, to drugim po powiecie warszawskim jest powiat legionowski. Nie jest to zaskoczeniem, gdyż w tym właśnie powiecie znajdują się liczne ośrodki wypoczynkowe i hotele obsługujące ruch turystyczny i biznesowy z Warszawy. Kolejne powiaty o największej liczbie miejsc noclegowych to te, które graniczą z Warszawą: warszawski zachodni, pruszkowski, piaseczyński, otwocki i wołomiński. Jedynym wyjątkiem, potwierdzającym regułę jest powiat miński, który ma relatywnie mniej miejsc noclegowych niż pozostałe wymienione. Powiat płocki i miasto Płock, powiat nowodworski, żyrardowski, garwoliński, łosicki oraz miasta Radom i Siedlce również wyróżniają się ilością łóżek dla turystów.

Nieco zaskakiwać może to, że najpopularniejszą formą turystyki realizowaną na Mazowszu jest turystyka wypoczynkowa. Ponad połowa wskazań dotyczyło tej formy turystyki. Mniej więcej po 1/3 badanych wskazało na turystykę aktywną, kulturową i przyrodniczą jako wiodącą formę uprawioną przez gości ich obiektu.

Szczególnie warte rozwinięcia w specjalizację ofertową woj. mazowieckiego wydaje się być podkreślane przez podmioty z branży turystycznej posiadanie ciekawej oferty edukacyjnej i przygotowanie do obsługi gościa w każdym wieku. Już teraz widać to w wskazaniach dotyczących udziału grupy dzieci i seniorów w całości ruchu turystycznego. W przypadku oferty dla dzieci i młodzieży jak również turystyki rodzinnej wydaje się możliwe i wskazane połączenie w ramach jednej oferty turystyki edukacyjnej atrakcji Warszawy i regionu. Dobre przygotowanie turystyki regionalnej do tego celu wydaje się potwierdzać choćby wysoki odsetek miejsc posiadających w swojej ofercie pamiątki rzemieślnicze i kulinarne. Tradycje rzemiosła, ginących zawodów oraz kulinaria są często wykorzystywanym motywem w ofercie edukacyjnej regionu.

Nawet wśród profesjonalistów branży turystycznej nie istnieje świadomość produktów i szlaków turystycznych regionu, a nawet wielu jego kluczowych atrakcji. Jest to po części zbieżne z własną oceną przedsiębiorców z branży, którzy swoją słabą stroną upatrują często w promocji. Dlatego rekomenduje się między innymi rozważenie podjęcia następujących działań budujących wizerunek Mazowsza jako atrakcyjnego celu podróży turystycznych z bogatą i konkretną ofertą produktów turystycznych:

- zaplanowanie kampanii promocyjnej skierowanej na prezentację dostępnych produktów, szlaków i atrakcji turystycznych oraz największych miast w regionie - realizowanej na terenie Warszawy;
- zestawienie trzech najpopularniejszych form turystyki (aktywna, kulturowa, przyrodnicza) i stworzenie wokół nich narracji turystycznej do celów promocyjnych wydaje się być wskazówką do wykorzystania w kampaniach promocyjnych;
- wykorzystanie atutów mazowieckiej wsi, pojezierzy i ośrodków zlokalizowanych nad rzekami i w puszczach oraz obszarach cennych przyrodniczo jako potencjału w zakresie rozwoju turystyki urlopowej w sezonie letnim;
- zorganizowanie cyklu szkoleń z zakresu nowoczesnych metod promocji dedykowanego właścicielom i zarządzającym atrakcjami turystycznymi i bazą noclegową;
- aktywizacja ofert turystyki weekendowej po stronie podażowej i popytowej.

Województwo mazowieckie posiada wizerunek turystyczny w dużej mierze bazujący na atrakcyjności Warszawy. Różnicując atrakcyjność turystyczną województwa na podregiony można przyjąć, że tylko Warszawa cechuje się wizerunkiem ocenianym jako powyżej przeciętnej krajowej. Pozostałe regiony nie posiadają wysoce konkurencyjnego wizerunku. Jednak można przyjąć, że podregiony Płocki, Warszawski zachodni, Radomski i Ostrołęcki mają szansę na zbudowanie lepszego wizerunku niż Warszawski wschodni, Siedlecki i Ciechanowski.

Istotnym mankamentem w rozwoju funkcji turystycznej regionu może być niski poziom wiedzy nt. oferty turystycznej u jego mieszkańców a w szczególności warszawiaków. Mało kto spośród mieszkańców stolicy kojarzy region Ostrołęcki z Kurpiami – jedną z najbardziej kolorowych krain etnicznych w kraju. Nie funkcjonuje również powszechnie wiedza o perle architektury industrialnej, jaką jest Żyrardów w podregionie Warszawskim zachodnim. Podobnie niewielką wiedzą dysponują warszawiacy o Sulejówku, Sokołowie czy Węgrowie - miejscowościach położonych na Szlaku Wielki Gościniec Litewski. Mało kto posiada wiedze na temat muzeów w Radomiu czy imprez plenerowych, które co roku przyciągają dziesiątki tysięcy widzów do Płocka.

- ➔ Stworzenie jednej, profesjonalnej platformy promocji regionalnej oferty turystycznej.
- ➔ Opracowanie systemu oznakowania dojazdu do atrakcji i obiektów turystycznych wynikającego z systemu identyfikacji graficznej marki Mazowsze Serce Polski.

Aneksy

W celu zbadania ruchu turystycznego w województwie mazowieckim przeprowadzono badanie metodą ankietową skierowaną do podmiotów gospodarczych ściśle związanych z działalnością turystyczną. Stworzono bazę danych składającą się z 1087 podmiotów gospodarczych, których podzielono na trzy sekcje związane z ich działalnością. Sekcja I- Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. Sekcja N- Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca. Sekcja R- Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją. W obrębie sekcji podzielono ich na podklasy według przypisanych kodów PKD.

Do sekcji I zakwalifikowano podmioty prowadzące działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. Przedsiębiorstwa spełniające jej kryteria zostały podzielone na 5 podklas PKD. W pierwszej grupie umieszczone zostały hotele, motele oraz pensjonaty (50.10.Z). Liczba zebranych podmiotów wyniosła 340. Kolejną podklasą (55.20.Z) były obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania, czyli gospodarstwa agroturystyczne i hostele, których liczba wyniosła 117. Pola kempingowe i namiotowe to kolejna grupa (55.30.Z), w której zebrano 19 podmiotów. Do pozostałych obiektów zakwaterowania (55.90.Z) zaliczono schroniska młodzieżowe, które w województwie Mazowieckim wystąpiły w liczbie 17. Ostatnia podklasa sekcji, którą stanowiły restauracje i inne obiekty gastronomiczne (56.10.A) składała się z 53 rekordów.

Sekcja N skupiła obiekty związane z usługami administrowania oraz działalnością wspierającą. Pierwsza grupa przedsiębiorstw złożona została z trzech podklas. Zakwalifikowano do niej organizatorów turystyki (79.12.Z), pośredników turystycznych (79.11.B) oraz agentów turystycznych (79.11.A). W grupie znalazło się 180 podmiotów gospodarczych. Działalność pilotów i przewodników turystycznych (79.90.A) określona została jako kolejna podklasa, a ich liczba wyniosła 97. Ostatnią grupą obiektów sekcji N zostały punkty i centra informacji turystycznej (79.90.B). Na terenie województwa zlokalizowano ich 22.

Sekcja R to zbiór podmiotów gospodarczych związanych ze świadczeniem usług z zakresu kultury, rozrywki i rekreacji. Podzielono ją na 7 podklas z przypisanymi kodami PKD. Pierwsza z nich to grupa przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z wystawianiem przedstawień artystycznych (90.01.Z). Są nimi organizatorzy wydarzeń kulturalnych, czy muzycznych. Teatry i filharmonie to kolejne składowe podklasy. Pozyskano w niej 51 obiektów. Miejskie i gminne domy kultury (90.04.Z) to kolejna grupa podmiotów zaliczonych do sekcji R. W stworzonej bazie danych, znalazło się 52 obiektów prowadzących działalność kulturalną. Działalność muzeów (91.02.Z) traktowana jest jako kolejny zbiór. Liczba wytypowanych rekordów wyniosła tu 116. Atrakcje turystyczne (91.03.Z) o znaczeniu historycznym, zarówno miejsca, jak i budynki stanowią przedmiot mający wpływ na wyniki badania ruchu turystycznego. Do tej grupy wytypowano sanktuaria, katedry oraz bazyliki. Pozyskano 14 obiektów. W kolejnej grupie umieszczono 13 podmiotów, których działalność polega na ochronie przyrody. Bazę stanowią parki krajobrazowe, narodowe oraz ogrody zoologiczne. Obszary i obiekty ochrony przyrody (91.04.Z). Aktywność fizyczna to jeden z typów zainteresowania turysty, dlatego prowadzący obiekty związane z działalnością sportową dysponują wiedzą na temat ruchu turystycznego. Do badania wytypowano takie obiekty sportowe (93.11.Z) jak stadiony miejskie, pola golfowe, czy obiekty sportowo-widowiskowe. Liczba wytypowanych miejsc to 12. Ostatnią grupę respondentów stanowią podmioty prowadzące działalność o charakterze rozrywkowym (93.21.Z) są to wesołe miasteczka, centra i parki rozrywki, Aquaparki. W województwie Mazowieckim wytypowano ich 19.

Pierwotnie wysyłano e-mail z linkiem do kwestionariusza ankietowego, zwracając się z prośbą o jego wypełnienie. W przypadku braku reakcji, przeprowadzono badanie w formie rozmowy telefonicznej.

Uzyskano 305 (28 %) odpowiedzi od respondentów z różnych podklas, natomiast 782 podmioty odmówiły współpracy. Największym udziałem w badaniu cechują się podmioty gospodarcze o kodzie PKD 79.11.A. Są to agenci turystyczni, liczba respondentów tej podklasy to 60, co stanowi 19,5 %. Należą one do sekcji N, w której znalazły się jednostki związane z działalnością w zakresie usług administrowania i działalności wspierającej.

Kolejną podklasą o największym udziale są Hotele i inne obiekty zakwaterowania. Ich kod PKD to 55.10.Z, a liczba podmiotów, którzy odpowiedzieli wyniosła 56, jest to 18.2 % respondentów. Podklasa ta należy do sekcji I.

Podsumowując, stworzono bazę danych, którą podzielono na trzy sekcje oraz 17 podklas o przypisanych kodach PKD. Z 1087 podmiotów gospodarczych, wchodzących w skład bazy danych, udział w badaniu wzięło 305 respondentów. Pozwoliło to na uzyskanie przynajmniej 5 ankiet w 13 podklasach (wymagany zwrot w badaniu 5 ankiet w 10 podklasach) o przypisanym kodzie PKD. Uzyskany wynik stanowił 28% ankietowanych. Należy nadmienić, że badanie zostało zrealizowane w oparciu o kwestionariusz, którego wypełnienie wymagało czasu i szczegółowych danych. Najwięcej problemu sprawiło ankietowanym wskazanie wielkości ruchu turystycznego w latach 2013, 2014, 2015 oraz rozłożenie wielkości ruchu turystycznego w ujęciu miesięcznym i dni tygodnia. Z tego powodu kwestionariusz nie został wypełniony w formie cyfrowej samodzielnie przez ankietowanych w zakładanym wymiarze tj. 150 ankiet. Jedynie kilkanaście podmiotów wypełniło kwestionariusz samodzielnie. Przeszło 280 ankiet zostało wypełnionych w formie wspomaganej komputerowo rozmowy telefonicznej CATI, co znacząco skomplikowało i wydłużyło proces badawczy.

Kwestionariusz badania ankietowego dla podmiotów obsługujących ruch turystyczny (Sekcja N)

Badanie ma na celu analizę ruchu turystycznego w województwie mazowieckim w latach 2013–2015 z uwzględnieniem jego zróżnicowania przestrzennego i sezonowości. Zlecającym badanie jest Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie.

Badanie ma charakter anonimowy i wszystkie udzielone odpowiedzi będą prezentowane jedynie w zbiorczej formie.

Badanie dotyczy ruchu turystycznego w województwie mazowieckim i z tego powodu prosimy o uwzględnienie tylko tej części Państwa działalności, która ukierunkowana jest na obsługę ruchu turystycznego odbywającego się wewnątrz regionu.

- 1. Proszę wskazać skąd przyjeżdżają do Państwa turyści? Proszę dokonać podziału 100% na: województwo mazowieckie, Polskę – inne województwa niż mazowieckie oraz zagranicę.**

W przypadku braku dokładnych danych proszę wskazać orientacyjne wartości według własnego doświadczenia.

województwo mazowieckie	Polska – inne województwa	zagranica
..... % % %

- 2. Proszę wskazać, z jakich innych województw Polski (poza mazowieckim) oraz z jakich krajów najczęściej pochodzą turyści obsługiwani przez Państwa przedsiębiorstwo.**

Proszę uszeregować odpowiedzi od najważniejszych rynków turystyki przyjazdowej. W przypadku braku dokładnych danych proszę wskazać województwa i kraje według własnego doświadczenia.

inne województwa niż mazowieckie	inne kraje niż Polska
1.	1.
2.	2.
3.	3.

- 3. Proszę określić według własnego doświadczenia, jakie formy turystyki najczęściej interesują obsługiwanych przez Państwa turystów?**

Proszę o wskazanie trzech najczęściej realizowanych przez Państwa turystów form, przypisując im następujące wartości: 1 – forma najczęściej uprawiana, 2 – forma uprawiana nieco rzadziej, 3 – forma uprawiana najrzadziej.

1. Turystyka wypoczynkowa, np. plażowanie, pobyt stacjonarny w ośrodku wczasowym
2. Turystyka aktywna, np. turystyka rowerowa, kajakowa, piesza
3. Turystyka kulturowa, np. odwiedzanie muzeów i galerii sztuki, zwiedzanie zabytków
4. Turystyka przyrodnicza, np. odwiedzanie miejsc przyrodniczo cennych, wycieczki do Parków Narodowych i krajobrazowych
5. Turystyka biznesowa, np. udział w szkoleniach, spotkaniach, konferencjach, targach
6. Turystyka kulinarna, np. podróżowanie w celu poznania smaków regionu w restauracjach, karczmach, u producentów regionalnych
7. Turystyka wydarzeń, np. udział w koncertach, festiwalach, przedstawieniach teatralnych
8. Turystyka zdrowotna / SPA&Wellness, np. pobyt motywowany chęcią poprawienia stanu zdrowia lub nabrania sił witalnych
9. Turystyka religijna, np. odwiedzanie miejsc kultu religijnego
10. Inna forma turystyki, proszę opisać

- 4. Proszę wskazać jaki procent stanowią poszczególne grupy wiekowe wśród całości obsługiwanych przez Państwa turystów. Proszę dokonać podziału 100% wśród poniższych grup wiekowych.**

mniej niż 18 lat	od 18 do 25 lat	od 26 do 35 lat	od 36 do 50 lat	powyżej 50 lat
..... % % % % %

- 5. Jaka była wielkość ruchu turystycznego – wyrażoną liczbą osób obsługiwanych rocznie, obsługiwanych przez Państwa przedsiębiorstwo w latach 2013–2015?**

Proszę wskazać wartości dla każdego roku osobno. W przypadku braku dokładnych danych proszę wskazać orientacyjne wartości według własnego doświadczenia.

2013	2014	2015

- 6. Proszę wskazać szacunkową wielkość ruchu turystycznego – wyrażoną liczbą obsługiwanych osób, obsługiwanych przez Państwa przedsiębiorstwo w ujęciu miesięcznym.**

W przypadku listopada i grudnia proszę wpisać dane za rok 2015, a od stycznia do października uwzględnić dane za rok 2016.

1. listopad 2015 r.		4. luty 2016 r.		7. maj 2016 r.		10. sierpień 2016 r.	
2. grudzień 2015 r.		5. marzec 2016 r.		8. czerwiec 2016 r.		11. wrzesień 2016 r.	
3. styczeń 2016 r.		6. kwiecień 2016 r.		9. lipiec 2016 r.		12. październik 2016 r.	

- 7. Proszę wskazać szacunkowo procentową wielkość ruchu turystycznego obsługiwanego przez Państwa przedsiębiorstwo, który przypada na weekendy (sobota–niedziela) w ramach każdego z poniższych miesięcy.**

1.listopad 2015 r.		4.luty 2016 r.		7.maj 2016 r.		10.sierpień 2016 r.	
2.grudzień 2015 r.		5.marzec 2016 r.		8.czerwiec 2016 r.		11.wrzesień 2016 r.	
3.styczeń 2016 r.		6.kwiecień 2016 r.		9.lipiec 2016 r.		12. październik 2016 r.	

- 8. Z przedstawionych poniżej proszę zaznaczyć trzy miesiące, w których dostrzegają Państwo istotne rezerwy wzrostu liczby obsługiwanych przez Państwa turystów.**

1.styczeń		4.kwiecień		7.lipiec		10.październik	
2.luty		5.maj		8.sierpień		11.Listopad	
3.marzec		6.czerwiec		9.wrzesień		12. grudzień	

- 9. Czy Państwa przedsiębiorstwo uwzględni także specjalną ofertę weekendową?**

- a) tak – rabaty cenowe
- b) tak – specjalne pakiety tematyczne
- c) tak – inne oferty, proszę opisać
- d) nie

- 10. Czy w Państwa przedsiębiorstwie rejestrowany jest sezonowy wzrost zatrudnienia personelu?**

- a) tak – od 10% do 20%
- b) tak – od 20% do 30%
- c) tak – od 50% i więcej
- d) nie

- 11. Proszę wpisać pełną nazwę Państwa przedsiębiorstwa.**

.....

- 12. Proszę wpisać adres Państwa przedsiębiorstwa.**

.....

- 13. Proszę wpisać miejscowość, w której prowadzona jest działalność turystyczna.**

.....

14. Proszę o zaznaczenie jednej z podklas działalności zgodnie z wiodącym profilem Państwa przedsiębiorstwa.

Podklasa PKD, Sekcja N – działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	Typ obiektu	Miejsce na zaznaczenie odpowiedzi
79.11.A	Działalność agentów turystycznych	
79.11.B	Działalność pośredników turystycznych	
79.12.Z	Działalność organizatorów turystyki	
79.90.A	Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych	
79.90.B	Działalność w zakresie informacji turystycznej	

15. Proszę zaznaczyć wielkość Państwa przedsiębiorstwa.

- a) mikro – do 10 zatrudnionych osób
- b) małe – do 50 zatrudnionych osób
- c) średnie – do 250 zatrudnionych osób
- d) duże – powyżej 250 zatrudnionych osób

16. Proszę podać w latach jak długo funkcjonuje na rynku Państwa przedsiębiorstwo.

.....

Kwestionariusz badania ankietowego dla operatorów atrakcji i obiektów noclegowych (sekcja, I sekcja R)

Badanie ma na celu analizę ruchu turystycznego w województwie mazowieckim w latach 2013–2015 z uwzględnieniem jego zróżnicowania przestrzennego i sezonowości. Zlecającym badanie jest Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie.

Badanie ma charakter anonimowy i wszystkie udzielone odpowiedzi będą prezentowane jedynie w zbiorczej formie.

Badanie dotyczy ruchu turystycznego w województwie mazowieckim i z tego powodu prosimy o uwzględnienie tylko tej części Państwa działalności, która ukierunkowana jest na obsługę ruchu turystycznego odbywającego się wewnątrz regionu.

1. Proszę wskazać skąd przyjeżdżają do Państwa turyści? Proszę dokonać podziału 100% na: województwo mazowieckie, Polskę – inne województwa niż mazowieckie oraz zagranicę.

W przypadku braku dokładnych danych proszę wskazać orientacyjne wartości według własnego doświadczenia.

województwo mazowieckie	Polska (inne województwa)	zagranica
..... % % %

2. Proszę wskazać, z jakich innych województw Polski (poza mazowieckim) oraz z jakich krajów najczęściej pochodzą turyści obsługiwani przez Państwa przedsiębiorstwo.

Proszę uszeregować odpowiedzi od najważniejszych rynków turystyki przyjazdowej. W przypadku braku dokładnych danych proszę wskazać województwa i kraje według własnego doświadczenia.

inne województwa niż mazowieckie	inne kraje niż Polska
1.	1.
2.	2.
3.	3.

3. Proszę określić według własnego doświadczenia, jakie formy turystyki najczęściej interesują obsługiwanych przez Państwa turystów?

Proszę o wskazanie trzech najczęściej realizowanych przez Państwa turystów form, przypisując im następujące wartości: 1 – forma najczęściej uprawiana, 2 – forma uprawiana nieco rzadziej, 3 – forma uprawiana najrzadziej.

1. Turystyka wypoczynkowa, np. plażowanie, pobyt stacjonarny w ośrodku wczasowym
2. Turystyka aktywna, np. turystyka rowerowa, kajakowa, piesza
3. Turystyka kulturowa, np. odwiedzanie muzeów i galerii sztuki, zwiedzanie zabytków
4. Turystyka przyrodnicza, np. odwiedzanie miejsc przyrodniczo cennych, wycieczki do Parków Narodowych i krajobrazowych
5. Turystyka biznesowa, np. udział w szkoleniach, spotkaniach, konferencjach, targach
6. Turystyka kulinarna, np. podróżowanie w celu poznania smaków regionu w restauracjach, karczmach, u producentów regionalnych
7. Turystyka wydarzeń, np. udział w koncertach, festiwalach, przedstawieniach teatralnych
8. Turystyka zdrowotna / SPA&Wellness, np. pobyt motywowany chęcią poprawienia stanu zdrowia lub nabrania sił witalnych
9. Turystyka religijna, np. odwiedzanie miejsc kultu religijnego
10. Inna forma turystyki, proszę opisać

4. Proszę wskazać jaki procent stanowią poszczególne grupy wiekowe wśród całości obsługiwanych przez Państwa turystów. Proszę dokonać podziału 100% wśród poniższych grup wiekowych.

mniej niż 18 lat	od 18 do 25 lat	od 26 do 35 lat	od 36 do 50 lat	powyżej 50 lat
..... % % % % %

5. Jaka była wielkość ruchu turystycznego – wyrażoną liczbą osób obsłużonych rocznie, obsługiwanych przez Państwa przedsiębiorstwo w latach 2013–2015?

Proszę wskazać wartości dla każdego roku osobno. W przypadku braku dokładnych danych proszę wskazać orientacyjne wartości według własnego doświadczenia.

2013	2014	2015

6. Proszę wskazać szacunkową wielkość ruchu turystycznego – wyrażoną liczbą obsłużonych osób, obsługiwanych przez Państwa przedsiębiorstwo w ujęciu miesięcznym.

W przypadku listopada i grudnia proszę wpisać dane za rok 2015, a od stycznia do października uwzględnić dane za rok 2016.

1.listopad 2015 r.		4.luty 2016 r.		7.maj 2016 r.		10.sierpień 2016 r.	
2.grudzień 2015 r.		5.marzec 2016 r.		8.czerwiec 2016 r.		11.wrzesień 2016 r.	
3.styczeń 2016 r.		6.kwiecień 2016 r.		9.lipiec 2016 r.		12.październik 2016 r.	

7. Proszę wskazać szacunkowo procentową wielkość ruchu turystycznego obsługiwanego przez Państwa przedsiębiorstwo, który przypada na weekendy (sobota–niedziela) w ramach każdego z poniższych miesięcy.

1.listopad 2015 r.		4.luty 2016 r.		7.maj 2016 r.		10.sierpień 2016 r.	
2.grudzień 2015 r.		5.marzec 2016 r.		8.czerwiec 2016 r.		11.wrzesień 2016 r.	
3.styczeń 2016 r.		6.kwiecień 2016 r.		9.lipiec 2016 r.		12.październik 2016 r.	

8. Z przedstawionych poniżej proszę zaznaczyć trzy miesiące, w których dostrzegają Państwo istotne rezerwy wzrostu liczby obsługiwanych przez Państwa turystów, bez konieczności ponoszenia znaczących kosztów inwestycyjnych.

1.styczeń		4.kwiecień		7.lipiec		10.październik	
2.luty		5.maj		8.sierpień		11.Listopad	
3.marzec		6.czerwiec		9.wrzesień		12.grudzień	

9. Z przedstawionych poniżej proszę zaznaczyć trzy miesiące, w których dostrzegają Państwo istotne rezerwy wzrostu liczby obsługiwanych przez Państwa turystów, zakładając poniesienie znaczących kosztów inwestycyjnych.

1.styczeń		4.kwiecień		7.lipiec		10.październik	
2.luty		5.maj		8.sierpień		11.Listopad	
3.marzec		6.czerwiec		9.wrzesień		12. grudzień	

10. Jakie są mocne strony Państwa obiektu?

Z przedstawionej poniżej listy proszę wybrać trzy mocne strony.

- a. Położenie obiektu w atrakcyjnym otoczeniu pod względem krajobrazowym
- b. Usytuowaniu obiektu w zabytkowym otoczeniu
- c. Unikatowa zawartość obiektu
- d. Oferta edukacyjna w obiekcie
- e. Oferta obiektu dostosowana do różnych kategorii wiekowych
- f. Obiekt zawiera lub jest dokumentacją miejsca historycznego
- g. Różnorodność tematyczna wydarzeń w obiekcie
- h. Personel obiektu
- i. Możliwość korzystania z oferty bezpłatnie, lub po niskiej cenie
- j. Punkty gastronomiczne w sąsiedztwie obiektu
- k. Miejsca noclegowe w sąsiedztwie obiektu
- l. Parking bezpłatny
- m. Obiekt wyposażony w nowoczesne technologie
- n. Dobra promocja obiektu
- o. Dogodny dojazd
- p. Inne, jakie

11. Jakie są słabe strony Państwa obiektu?

Z przedstawionej poniżej listy proszę wybrać trzy słabe strony.

- a. Utrudnienia komunikacyjne w dojeździe do obiektu
- b. Brak udogodnień dla osób niepełnosprawnych
- c. Słaba promocja obiektu

- d. Niewystarczająca ilość miejsc parkingowych
- e. Mała powierzchnia obiektu
- f. Brak możliwości wprowadzania zmian w obiekcie ze względu na wartość zabytkową
- g. Brak oferty adresowanej dla turystów zagranicznych
- h. Braki kadrowe w obiekcie
- i. Obiekt nie ma dodatniego wyniku finansowego z prowadzonej działalności
- j. Obiekt nie korzysta z dofinansowania ze środków Unii Europejskiej
- k. Obiekt nie dysponuje systemem rezerwacji komputerowej
- l. Słabe zagospodarowanie turystyczne w otoczeniu obiektu
- m. Inne, jakie

12. Czy na terenie Państwa obiektu turyści mają możliwość zakupu pamiątek związanych z obiektem i/lub regionem?

- a) tak – pamiątki rękodzielnicze
- b) tak – pamiątki kulinarne
- c) tak – inne
- d) nie

13. Czy obiekt posiada specjalną ofertę weekendową?

- a) tak – rabaty cenowe
- b) tak – specjalne pakiety tematyczne
- c) tak – inne oferty, proszę opisać
- d) nie

14. Czy w Państwa przedsiębiorstwie rejestrowany jest sezonowy wzrost zatrudnienia personelu?

- a) tak – od 10% do 20%
- b) tak – od 20% do 30%
- c) tak – od 50% i więcej
- d) nie

15. Proszę wpisać pełną nazwę Państwa przedsiębiorstwa.

.....

16. Proszę wpisać adres Państwa przedsiębiorstwa.

.....

17. Proszę wpisać miejscowość, w której prowadzona jest działalność turystyczna.

.....

18. Proszę o zaznaczenie jednej z podklas działalności zgodnie z wiodącym profilem Państwa przedsiębiorstwa.

Podklasa PKD, Sekcja I – działalność związana zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	Typ obiektu	Miejsce na zaznaczenie odpowiedzi
55.10.Z	Hotele i podobne obiekty zakwaterowania	
55.20.Z	Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania	
55.30.Z	Pola kempingowe (włączając pola dla pojazdów kempingowych) i pola namiotowe	
55.90.Z	Pozostałe zakwaterowanie	
56.10.A	Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne	

Podklasa PKD, Sekcja R – działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	Typ obiektu	Miejsce na zaznaczenie odpowiedzi
(90.01.Z)	grupa przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z wystawianiem przedstawień artystycznych, organizatorzy wydarzeń kulturalnych, czy muzycznych. Teatry i filharmonie	
(90.04.Z)	Miejskie i gminne domy kultury	
(91.02.Z)	Działalność muzeów	
(91.03.Z)	Atrakcje turystyczne o znaczeniu historycznym, sanktuaria, katedry oraz bazyliki	
(91.04.Z)	Działalność polegająca na ochronie przyrody, parki krajobrazowe, narodowe oraz ogrody zoologiczne. Obszary i obiekty ochrony przyrody	
(93.11.Z)	Prowadzący obiekty związane z działalnością sportową, jak stadiony miejskie, pola golfowe, czy obiekty sportowo-widowiskowe.	
(93.21.Z)	Podmioty prowadzące działalność o charakterze rozrywkowym	

19. Proszę zaznaczyć wielkość Państwa przedsiębiorstwa.

- a. mikro – do 10 zatrudnionych osób
- b. małe – do 50 zatrudnionych osób
- c. średnie – do 250 zatrudnionych osób
- d. duże – powyżej 250 zatrudnionych osób

20. Proszę podać w latach jak długo funkcjonuje na rynku Państwa przedsiębiorstwo.

.....

Scenariusz badania FGI jego uczestnicy i wnioski ogólne z badania**W badaniu uczestniczyły następujące osoby:**

1. **Izabela Stelmańska - Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego, Departament Kultury, Promocji i Turystyki, zastępca dyrektora**
2. **Monika Białkowska – Warszawska Lokalna Organizacja Turystyczna, dyrektor biura**
3. **Anna Somorowska - Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, dyrektor biura**
4. **Jan Błoński – Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, prezes**
5. **Joanna Papis - Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych w Otwocku**
6. **Małgorzata Siuta - Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych w Otwocku**
7. **PTTK Mazowsze – Mieczysław Żochowski, prezes**
8. **Wojciech Norkowski – Polska Organizacja Turystyczna, Departament produktu i współpracy regionalnej**

Wnioski ogólne:

- *Warszawa jest najlepszym miastem do zwiedzania w czasie weekendu. Miasto pustoszeje, a ma bardzo bogatą ofertę kulturową i muzealną.*
- *Warszawiacy potrzebują nowej, świeżej oferty. Warszawa im się przeje. Na weekend potrzebują nowej oferty regionu.*
- *Warszawa nie współgra ofertowo z regionem. Warszawiacy nie znają oferty województwa Mazowieckiego. Mieszkańcy nie znają oferty regionu, nawet miast w regionie.*
- *W hotelach nie ma informatorów, czy wydawnictw.*
- *Możliwość współpracy marek Warszawa i Mazowsze. Dobrym fundamentem jest pewna zbieżność zawarta w logo i hasłach. Warszawa promuje się hasłem „Zakochaj się w Warszawie”. Natomiast Mazowsze podkreśla, że jest sercem Polski. W obu przypadkach, bazą się uczucia, do których odwołują się obie marki. W przyszłości możliwe jest działanie pod szyldem „Warsaw and Mazovia Region”. Problemem we współpracy jest brak partnera po stronie miasta. Nowo powołane Biuro Marketingu Miasta Stołecznego Warszawy zainteresowane jest głównie budową marki i komunikacją wśród mieszkańców. W misji połączenia promocji oferty turystycznej Mazowsza i Warszawy najlepszymi partnerami są MROT i Warszawska Organizacja Turystyczna, gdyż same samorządy nie są odpowiednimi partnerami. Pierwszym krokiem powinny być wspólne działania oddolne, np. wspólne wyjazdy i stoiska na targach lub wspólne wydawnictwa.*
- *Wielkim, nie ujętym w badaniach potencjałem turystycznym Mazowsza jest cała masa drugich domów zlokalizowanych w bardzo dużej mierze na Kurpiach Zielonych, Kurpiach Białych, Puszczy Bolimowskiej*
- *Wycieczki szkolne odwiedzające Warszawę zatrzymują się na nocleg pod Warszawą, ponieważ nocleg w mieście jest dla nich za drogi.*
- *Brak wykorzystania metra do promocji atrakcji turystycznych Warszawy i regionu. Tutaj powinna zadziałać wspólna promocja, finansowana przez region i subregiony (powiaty, miasta). Możliwość realizacji wspólnej kampanii, np. realizowanej na wybranych nośnikach przez cały rok. Pozytywnym przykładem jest wykorzystanie przez Łowicz (łódzkie) przejścia podziemnego i umiejscowienie tam swojego sklepu i centrum promocji.*
- *W wizerunku nie można się oprzeć tylko o znane osoby takie jak np. Maria Skłodowska-Curie czy nawet Robert Lewandowski, który grał w klubie piłkarskim pod Puszcą Kampinoską w miejscowości Leszno.*

1. Jak postrzegane jest województwo mazowieckie pod względem atrakcyjności turystycznej?

Proszę o uzasadnienie odpowiedzi.

2. Jak oceniacie Państwo turystyczny wizerunek woj. mazowieckiego? Proszę określić czy należy on Waszym zdaniem do.

- A. najbardziej konkurencyjnych w kraju?
- B. Przeciętnie konkurencyjnych ?
- C. konkurencyjności poniżej przeciętnej?

Proszę zaznaczyć poprawną Państwa zdaniem odpowiedź. Proszę uzasadnić swoją odpowiedź.

3. Proszę o wskazanie atrakcji w regionie, które w największym stopniu decydują o jego wizerunku turystycznym?

Proszę o wskazanie maksymalnie 5 najważniejszych atrakcji wraz z krótkim uzasadnieniem.

4. Jak określilibyście Państwo wewnątrz zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej Mazowsza w podziale na podregiony?

- 4 A) Proszę o odniesienie się do wszystkich (w miarę możliwości) subregionów zaprezentowanych na mapie opisując ich atrakcyjność w poniższym zestawieniu. Proszę ocenić ich atrakcyjność w skali szkolnej od 1 do 6, gdzie 6 oznacza celująco/ponadprzeciętnie a 1 niedostatecznie.



4 B) Czy Państwa zdaniem istnieją istotne różnice w profilu turystów odwiedzających poszczególne subregiony. Proszę odnieść się do kryteriów :

- **demograficznych** (miejsce pochodzenia np. wielkość ośrodka, region)
- **Liczebność grupy** (turysta indywidualny, turysta grupowy, wycieczki szkolne, rodziny)
- **ekonomicznym** (poniżej średniej krajowej na mieszkańca, w okolicach średniej, powyżej średniej krajowej).
- **Narodowościowym** (Polacy, inne kraje jakie?).

Nazwa subregionu	Ocena atrakcyjności turystycznej od 1 do 6 (maks)	Opis głównych grup turystów
Warszawa		
Warszawski wschodni		
Warszawski zachodni		
Płocki		
Ciechanowski		
Ostrołęcki		
Radomski		
Siedlecki		

5. Jak oceniacie Państwo, zagospodarowanie turystyczne na Mazowszu?

A. Odpowiadające potencjałowi i popytowi

B. Poniżej potencjału i popytu

Proszę uzasadnić swoją wypowiedź podając przykłady. W miarę możliwości odnosząc się do podziału Mazowsza na podregiony.

6. Jak oceniają Państwo sposób dotarcia (dostępność komunikacyjną) do atrakcji turystycznych? Proszę uzasadnić i wskazać na przykładach.

A. Adekwatny

B. Poniżej oczekiwań

7. Czy Państwa zdaniem na Mazowszu funkcjonują już markowe produkty i szlaki turystyczne?

Jeśli tak proszę o podanie nazwy maksymalnie 5 najistotniejszych Państwa zdaniem. Proszę o uzasadnienie swojej wypowiedzi. Proszę w miarę możliwości o wskazanie na ile mogą być one realizowane w Warszawie i innych subregionach łącznie.

8. Jakie są Państwa zdaniem źródła informacji o regionie, z których skorzystać mogą turyści planujący wyjazd do regionu?

Proszę o podanie trzech najważniejszych w możliwie precyzyjny sposób. Jednocześnie proszę o ocenę czy wskazane źródła są wystarczająco profesjonalne i dogłębnie opisujące ofertę Mazowsza. Proszę o uzasadnienie swojej wypowiedzi.

9. Jakie główne formy turystyki realizują turyści w regionie?

8 A *Proszę o wskazanie trzech najważniejszych Państwa zdaniem. Proszę o uzasadnienie swojej wypowiedzi.*

8 B *Czy można je zróżnicować w zależności od pory roku?*

8 C *Czy różnią się one także w zależności od subregionu?*

1. *Turystyka wypoczynkowa, np. plażowanie, pobyt stacjonarny w ośrodku wczasowym*
2. *Turystyka aktywna, np. turystyka rowerowa, kajakowa, piesza*

3. *Turystyka kulturowa, np. odwiedzanie muzeów i galerii sztuki, zwiedzanie zabytków*
4. *Turystyka przyrodnicza, np. odwiedzanie miejsc przyrodniczo cennych, wycieczki do Parków Narodowych i krajobrazowych*
5. *Turystyka biznesowa, np. udział w szkoleniach, spotkaniach, konferencjach, targach*
6. *Turystyka kulinarna, np. podróżowanie w celu poznania smaków regionu w restauracjach, karczmach, u producentów regionalnych*
7. *Turystyka wydarzeń, np. udział w koncertach, festiwalach, przedstawieniach teatralnych*
8. *Turystyka zdrowotna / SPA&Wellness, np. pobyt motywowany chęcią poprawienia stanu zdrowia lub nabrania sił witalnych*
9. *Turystyka religijna, np. odwiedzanie miejsc kultu religijnego*
10. *Inna forma turystyki, proszę opisać*

10. Jakie są najważniejsze silne strony oferty turystycznej regionu?

Proszę o wskazanie najważniejszych Państwa zdaniem. Proszę o uzasadnienie swojej wypowiedzi

11. Jakie są najważniejsze słabe strony oferty turystycznej regionu?

Proszę o wskazanie najważniejszych Państwa zdaniem. Proszę o uzasadnienie swojej wypowiedzi

Spis tabel, wykresów i ilustracji

Tabela 1. Liczba ludności i stopa bezrobocia w podregionach województwa mazowieckiego (2015). 11	
Tabela 2. Liczba podmiotów branży turystycznej w danych podklasach uczestniczących w badaniu, zgodnie z wiodącym profilem przedsiębiorstwa..... 12	12
Tabela 3. Turyści krajowi i zagraniczni w województwie mazowieckim w podziale na powiaty i podregiony (2013–2015)..... 22	22
Tabela 4. Turyści zagraniczni w województwie mazowieckim według kraju pochodzenia (2013–2015)..... 25	25
Tabela 5. Obiekty i miejsca noclegowe ogółem i sezonowe (2013–2015) 26	26
Tabela 6. Obiekty noclegowe w województwie mazowieckim według rodzaju (2013–2015)..... 28	28
Tabela 7. Hotele w podziale na kategorie w podregionach (2015)..... 29	29
Tabela 8. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych według powiatów i podregionów (2013–2015)..... 30	30
Tabela 9. Udzielone noclegi turystom ogółem i nierezydentom (2013–2015)..... 31	31
Tabela 10. Turyści w województwie mazowieckim w układzie miesięcznym (2013–2015)..... 32	32
Tabela 11. Imprezy masowe i uczestnicy imprez masowych w podziale na podregiony i powiaty (2013–2015) 34	34
Tabela 12. Frekwencja w wydarzeniach organizowanych na terenie woj. mazowieckiego w 2015 roku..... 36	36
Tabela 13. Muzea wraz z oddziałami oraz zwiedzający muzea i oddziały w podziale na powiaty i podregiony (2015) 37	37
Tabela 14. Najpopularniejsze muzea w wybranych powiatach z najwyższą frekwencją 39	39
Tabela 15. Frekwencja w muzeach i innych biletowanych atrakcjach turystycznych w Warszawie 40	40
Wykres 1. Wielkość przedsiębiorstwa..... 13	13
Wykres 2. Mocne strony obiektów turystycznych zdaniem respondentów..... 13	13
Wykres 3. Słabe strony obiektów turystycznych zdaniem respondentów..... 14	14
Wykres 4. Możliwość zakupu pamiątek związanych z obiektem lub regionem na terenie obiektu..... 14	14
Wykres 5. Specjalne oferty weekendowe w badanych obiektach..... 14	14
Wykres 6. Sezonowy wzrost zatrudnienia personelu w badanych podmiotach..... 15	15

Wykres 7. Średnioroczna wielkość ruchu turystycznego w latach 2013-2015 przypadająca na 1 badany podmiot (w tys. osób).....	15
Wykres 8. Szacunkowa wielkość ruchu turystycznego w ujęciu miesięcznym (% rocznie obsługiwanego ruchu).....	16
Wykres 9. Szacunkowa wielkość ruchu turystycznego przypadającego na weekendy w każdym miesiącu (w %).....	16
Wykres 10. Szacunkowa wielkość ruchu turystycznego przypadającego na weekendy w każdym miesiącu (w %).....	17
Wykres 11. Turyści odwiedzający Mazowsze (w %).....	17
Wykres 12. Pochodzenie obsługiwanym turystów spoza województwa mazowieckiego (% osób, które wskazały dane województwo lub kraj)	18
Wykres 13. Formy turystyki uprawiane przez turystów obsługiwanym przez respondentów (% osób, które wskazały dany typ turystyki).....	18
Wykres 14. Rozkład grup wiekowych obsługiwanym turystów	18
Ilustracja 1. Turyści korzystający z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania na 1000 mieszkańców podregionów (2015).....	23
Ilustracja 2. Turyści ogółem i zagraniczni w podziale na powiaty (2015)	24
Ilustracja 3. Udzielone noclegi na 1000 mieszkańców podregionów (2015).....	26
Ilustracja 4. Turystyczne miejsca noclegowe ogółem w podziale na powiaty (2015)	31
Ilustracja 5. Wskaźnik funkcji turystycznej – miejsca noclegowe na 1000 mieszkańców podregionu (2015).....	32
Ilustracja 6. Uczestnicy imprez masowych w podziale na powiaty (2015)	35
Ilustracja 7. Zwiedzający muzea w podziale na powiaty (2015).....	38
Ilustracja 8. Schemat oceny atrakcyjności turystycznej podregionów woj. mazowieckiego	43

