

A hand in a white shirt sleeve points towards a bar chart on a grid background. The chart features seven vertical bars of decreasing height from left to right, and a red line graph that starts high and trends downwards. The overall image is semi-transparent and serves as a background for the text.

**Badanie związane z ewaluacją LSR, LSROR, wskaźniki  
oddziaływania**

**RAPORT KOŃCOWY Z BADAŃ**

- czerwiec 2015 -



**Badanie realizowane  
na zlecenie:**



**Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy**

Pl. Ks. E. Weresiaka 7  
56-300 Milicz  
tel/fax. 71 383 04 32  
partnerstwo@nasza.barycz.pl

**Wykonawca  
badania:**

**BIOSTAT**

[www.biostat.com.pl](http://www.biostat.com.pl)

44-206 Rybnik  
Ul. Kowalczyka 17  
tel/fax. 32 422 17 07  
biostat@biostat.com.pl

**Zespół badawczy:**

Andrzej Kempa – kierownik projektu  
dr Ewa Tkocz-Piszczek – członek zespołu badawczego  
Rafał Piszczek – członek zespołu badawczego  
Zdzisław Wolny – członek zespołu badawczego  
Bartosz Olcha – członek zespołu badawczego  
Mateusz Piechaczek – członek zespołu badawczego  
Katarzyna Ciastowicz-Krzewska – koordynator badania terenowego

**Źródło finansowania:**



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.



Operacja współfinansowana przez Unię Europejską ze środków finansowych Europejskiego Funduszu Rybackiego zapewniającą inwestycje w zrównoważone rybołówstwo.

**Termin realizacji:**

czerwiec 2014 r. – czerwiec 2015 r.



## Spis treści

---

Wprowadzenie .....	4
Nota metodologiczna .....	5
Charakterystyka badanej zbiorowości.....	6
Analiza wyników pomiaru .....	9
Analiza silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń .....	34
Spis rysunków i tabel.....	38



## Wprowadzenie

---

W raporcie przedstawiona została analiza opinii mieszkańców Doliny Baryczy i turystów odwiedzających obszar. Zidentyfikowano m.in. poczucie związku mieszkańców z obszarem, znajomość oferty turystycznej Doliny Baryczy i jej walorów przyrodniczych, aktywności podejmowane przez turystów w miejscu pobytu oraz aktualny stan świadomości ekologicznej respondentów.

Badanie zrealizowano w okresie od czerwca 2014 r. do czerwca 2015 r., w regularnych odstępach. Zrealizowano cztery tury badania odpowiadające poszczególnym kwartałom. Nad prawidłowością wykonania projektu czuwał jego Zleceniodawca – Stowarzyszenie Partnerstwo dla Doliny Baryczy. Badanie wykonane zostało przez firmę BIOSTAT.

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie i zestawienie najważniejszych wyników uzyskanych w toku badania i dokonanych analiz. Powinno również okazać się pomocne dla określenia:

- Wzrostu liczby turystów uznających ofertę za atrakcyjną przyrodniczo i nawiązującą do tradycji architektonicznych.
- Wzrostu liczby osób rozpoznających markę obszaru.
- Wzrostu rozpoznawalności znaku DBP oraz oferty związanej z regionem lub walorów przyrodniczych, smakowych.
- Wzrostu poczucia więzi mieszkańców z obszarem.
- Wzrostu świadomości ekologicznej oraz walorów przyrodniczych obszaru.



## Nota metodologiczna

---

Na proces badawczy składały się następujące etapy realizacji projektu:

- Opracowanie metodologii badawczej, narzędzia badawczego,
- Dobór próby, realizacja terenowej fazy badania,
- Digitalizacja pozyskanego materiału empirycznego,
- Opracowanie raportu statystycznego,
- Opracowanie raportu końcowego.

Informacje na temat założonego zakresu badawczego uzyskano dzięki zastosowaniu narzędzia – kwestionariusza badawczego (badanie ilościowe z udziałem mieszkańców Doliny Baryczy oraz turystów odwiedzających obszar). Narzędzie zostało opracowane przez Wykonawcę badania. Zagadnienia stanowiące jego treść zostały skonstruowane w oparciu o wytyczne określone przez Zamawiającego składając się łącznie z 29 pytań.

Pytania zawierają przede wszystkim informacje odnoszące się do tematu badania, a także pytania metryczne. Kwestionariusz został zatwierdzony przez Zamawiającego na etapie konsultacji projektowych.

Wielkość próby badawczej wyniosła 1624 respondentów, w tym 821 mieszkańców Doliny Baryczy i 803 turystów. Badanie zrealizowano w czterech następujących po sobie turach (w kolejnych kwartałach), w każdej wzięto udział minimum 200 mieszkańców i 200 turystów. Dzięki temu zabiegowi pozyskano szerokie spektrum opinii.

Podczas realizacji wywiadów dążono do tego, aby rozmowa miała szczerzy charakter, a każdy z uczestników badania miał nieskrępowaną możliwość artykułowania własnych poglądów, bez poczucia, że informacje te nie zostaną objęte klauzulą anonimowości. Kontakt badacza z ankietowanymi miał formę bezpośrednią (badanie PAPI). Ankietowani zostali zrekrutowani do badania przez pracowników firmy BIOSTAT.

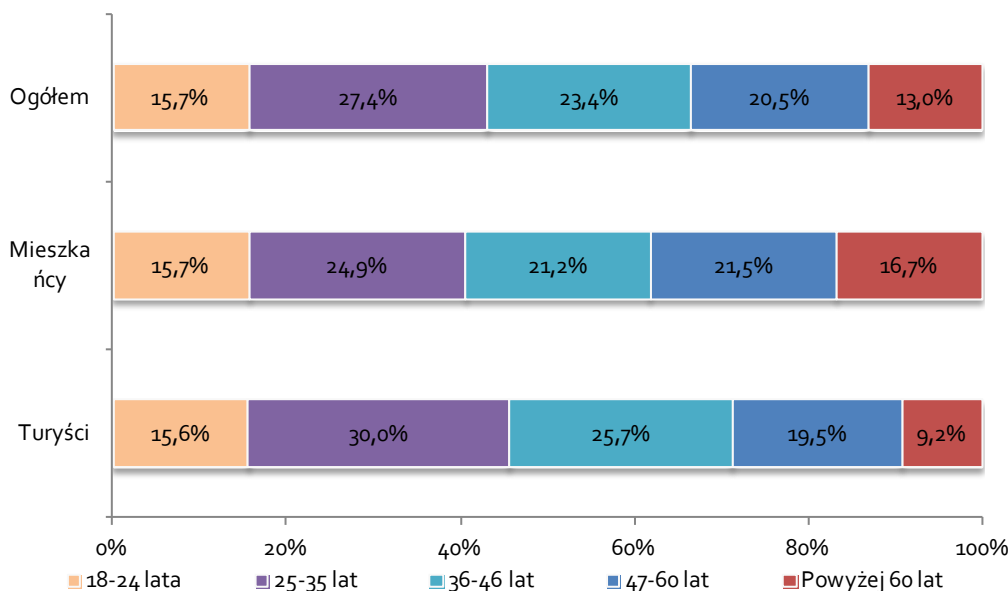


## Charakterystyka badanej zbiorowości

Badanie ilościowe zrealizowano na próbie 1624 respondentów. W gronie badanych znalazło się 821 mieszkańców Doliny Baryczy oraz 803 turystów odwiedzających ten obszar w ciągu ostatnich czterech kwartałów. 58,6% ankietowanych stanowiły kobiety. Wśród ankietowanych mieszkańców odsetek kobiet wyniósł 62,4%, w gronie turystów natomiast 54,7%.

Przebadano osoby w różnym wieku. 15,7% ankietowanych stanowiły osoby w wieku 18-24 lata, 27,4% - respondenci w przedziale wiekowym 25-35 lat. Kolejnych 23,4% ankietowanych stanowiły osoby w wieku 36-46 lat. Starsi respondenci to 33,5% ogółu ankietowanych. Na uwagę zasługuje fakt, że **wśród turystów dominowały osoby w wieku 25-35 i 36-46 lat – reprezentatywne badania każą wyciągnąć wniosek, że jest to najliczniejsza grupa wiekowa odwiedzająca Dolinę Baryczy**. Na potrzeby analizy niektórych aspektów zagregowano kategorie wieku, dzieląc turystów na młodych (18-35 lat), turystów w średnim wieku (36-60 lat) oraz turystów starszych (powyżej 60 lat). W rozbiciu na takie zmienne przedstawiono wybrane wyniki pomiaru.

Rysunek 1. Struktura wieku respondentów  $N=1624$

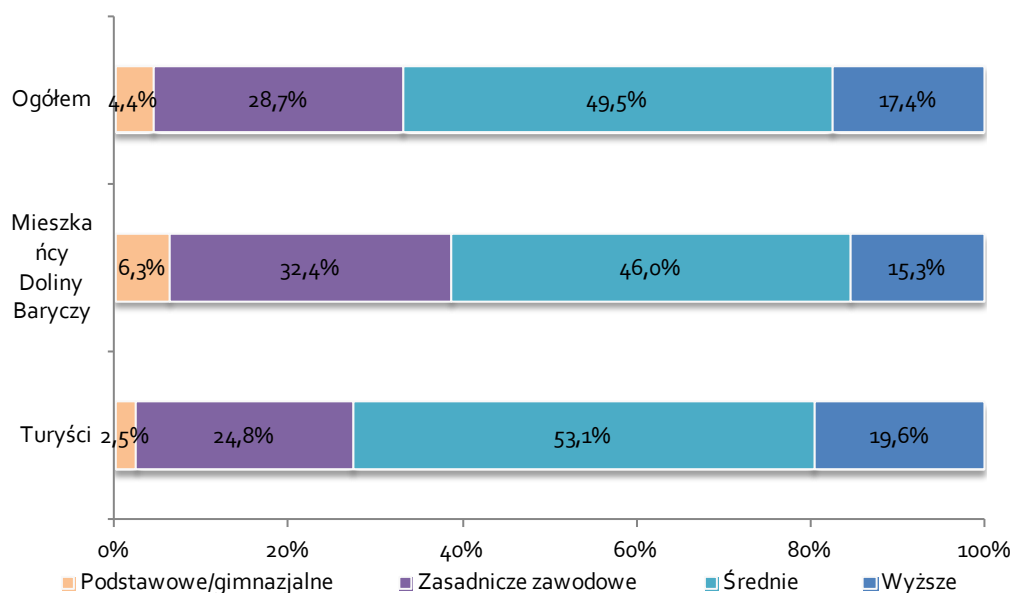


Kolejną zmienną charakteryzującą badanych było wykształcenie. W gronie badanych blisko połowę stanowiły osoby legitymujące się wykształceniem średnim (49,5%). Pozostałe katego-



rie ankietowanych były zdecydowanie mniej liczne. Wśród badanych znalazło się 28,7% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, 17,4% - z wyższym i 4,4% - z podstawowym lub gimnazjalnym. Na tle ogółu ankietowanych zwracają uwagę wyższe odsetki turystów posiadających wykształcenie średnie i wyższe oraz nieco niższe (niż ogół) legitymujących się wykształceniem zasadniczym zawodowym lub podstawowym/gimnazjalnym.

**Rysunek 2. Struktura wykształcenia respondentów N=1624**



Wśród respondentów zdecydowanie dominowali mieszkańcy województw dolnośląskiego i wielkopolskiego, głównie za sprawą ilości badanych mieszkańców Doliny Baryczy, którą współtworzą gminy z Dolnego Śląska i Wielkopolski. Ciekawie prezentuje się rozkład miejsca zamieszkania turystów. Największa grupa z nich to mieszkańcy województwa wielkopolskiego (38,6% ogółu). Co zrozumiałe, duża grupa turystów to również osoby przyjeżdżające z województwa dolnośląskiego (33,1%). Zdecydowanie mniejsze odsetki stanowiły osoby z pozostałych regionów. Wśród nich znalazły się przede wszystkim osoby z województw: śląskiego (5,4%), lubuskiego (3,5%), łódzkiego (3,4%) i mazowieckiego (3,0%). Najmniej turystów Dolinę Baryczy odwiedza z zagranicy oraz województw wschodnich: lubelskiego, podkarpackiego i podlaskiego. Szczegółowe dane znajdują się w poniższej tabeli.

**Tabela 1. Miejsce zamieszkania respondentów N=1624**

Województwo	Ogółem	Mieszkańcy Doliny Baryczy	Turyści
dolnośląskie	48,2%	62,9%	33,1%
kujawsko-pomorskie	0,5%	0,0%	1,0%



Województwo	Ogółem	Mieszkańcy Doliny Baryczy	Turyści
lubelskie	0,3%	0,0%	0,6%
lubuskie	1,7%	0,0%	3,5%
łódzkie	1,7%	0,0%	3,4%
małopolskie	0,6%	0,0%	1,2%
mazowieckie	1,5%	0,0%	3,0%
opolskie	1,2%	0,0%	2,4%
podkarpackie	0,3%	0,0%	0,6%
podlaskie	0,3%	0,0%	0,6%
pomorskie	0,7%	0,0%	1,4%
śląskie	2,6%	0,0%	5,4%
świętokrzyskie	0,4%	0,0%	0,9%
warmińsko-mazurskie	0,8%	0,0%	1,6%
wielkopolskie	37,9%	37,1%	38,6%
zachodniopomorskie	1,1%	0,0%	2,2%
mieszkam za granicą	0,2%	0,0%	0,5%

W odniesieniu do mieszkańców Doliny Baryczy zadbano o równomierny dobór ankietowanych z poszczególnych gmin. Przebadano odpowiednio: 102 mieszkańców Odolanowa, 104 mieszkańców Przygodzic, 99 osób zamieszkałych w gminie Sośnie, 101 zamieszkałych w Cieszkowie, 104 ankietowanych z Krośnic, 106 mieszkańców Milicza, 103 osoby z Twardogóry oraz 102 mieszkańców Żmigrodu.





## Analiza wyników pomiaru

---

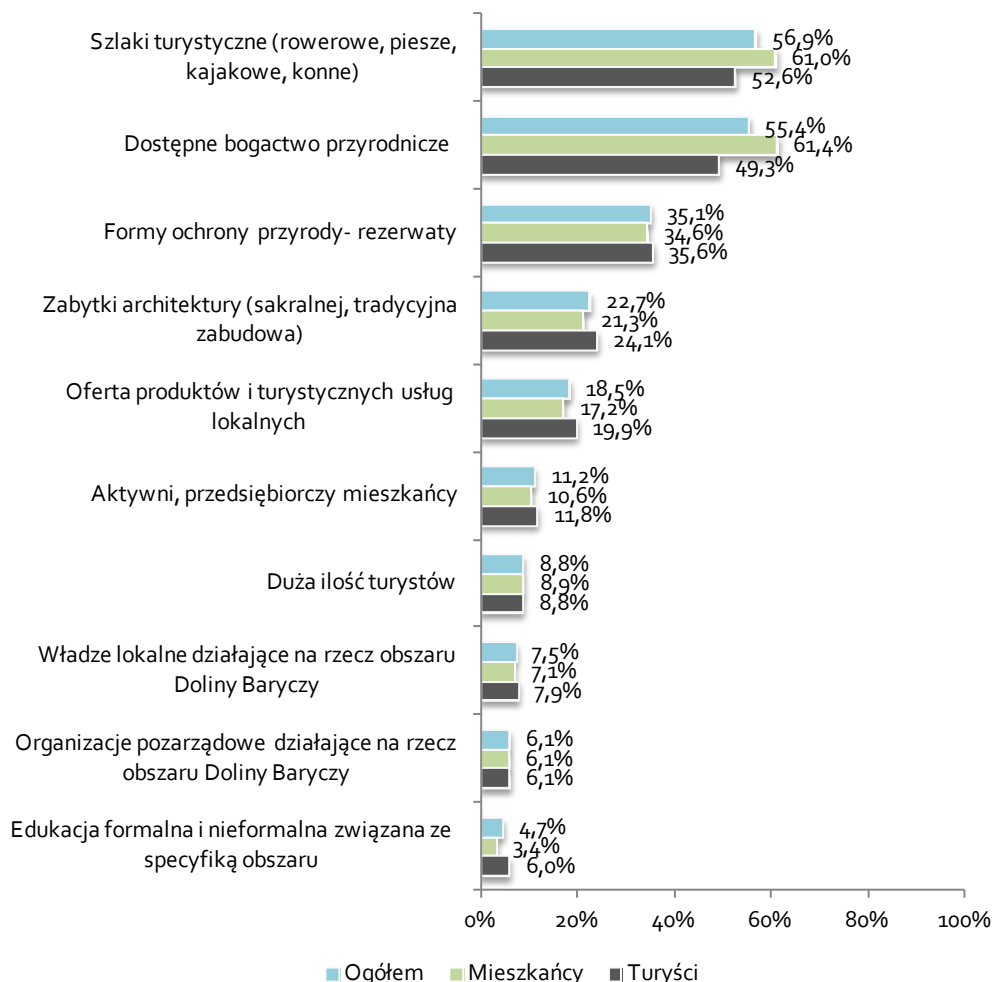
Pierwsze dwa pytania ankiety skierowano wyłącznie do mieszkańców Doliny Baryczy. Na wstępie ustalono, że **zdaniem 74,7% mieszkańców fakt, że ich gmina znajduje się na obszarze Doliny Baryczy ma znaczenie dla jej rozwoju**. Przeciwną opinię wyraziło zaledwie 6,5% respondentów. Pozostali (18,9%) nie potrafili w omawianej kwestii zająć jednoznacznego stanowiska.

Zidentyfikowano również poczucie związku mieszkańców z obszarem. Zdecydowana większość ankietowanych przyznała, że mieszkanie na terenie Doliny Baryczy ma dla nich znaczenie (duże lub umiarkowane). **35,4% ankietowanym najbliższe jest stwierdzenie: „zamieszkiwanie na obszarze Doliny Baryczy ma dla mnie duże znaczenie, czuje się związany z obszarem, moja świadomość dotyczące specyfiki wzrosła w perspektywie ostatnich 5 lat”**. Z kolei sformułowanie: **„Zamieszkiwanie na obszarze Doliny Baryczy ma dla mnie umiarkowane znaczenie, w ciągu ostatnich 5 lat moja świadomość specyfiki obszaru wzrosła”** bliższe jest **47,4% ankietowanym**. Wyłącznie 17,2% respondentów przyznało, że zamieszkiwanie na obszarze Doliny Baryczy nie ma dla nich znaczenia oraz, że niewiele wiedzą na temat specyfiki obszaru, ani nie potrafią powiedzieć czym wyróżnia się Dolina Baryczy.

Na kolejne pytania odpowiadali wszyscy ankietowani, również turyści. **Ankietowani największy potencjał służący rozwojowi obszaru Doliny Baryczy łączą z obecnością szlaków turystycznych (rowerowych, pieszych, kajakowych, konnych)**. Bardzo duże znaczenie w tym kontekście ma również dostępne bogactwo turystyczne oraz formy ochrony przyrody – rezerваты. Te trzy odpowiedzi wskazywało odpowiednio: 56,9%, 55,4% i 35,1% ogółu ankietowanych. Mieszkańcy na tle ogółu nieco częściej wybierali dwie pierwsze odpowiedzi, turyści zaś trzecią. Różnice nie były jednak duże. Dużych rozbieżności w ocenach nie odnotowano także w zależności od płci, wieku czy wykształcenia badanych.



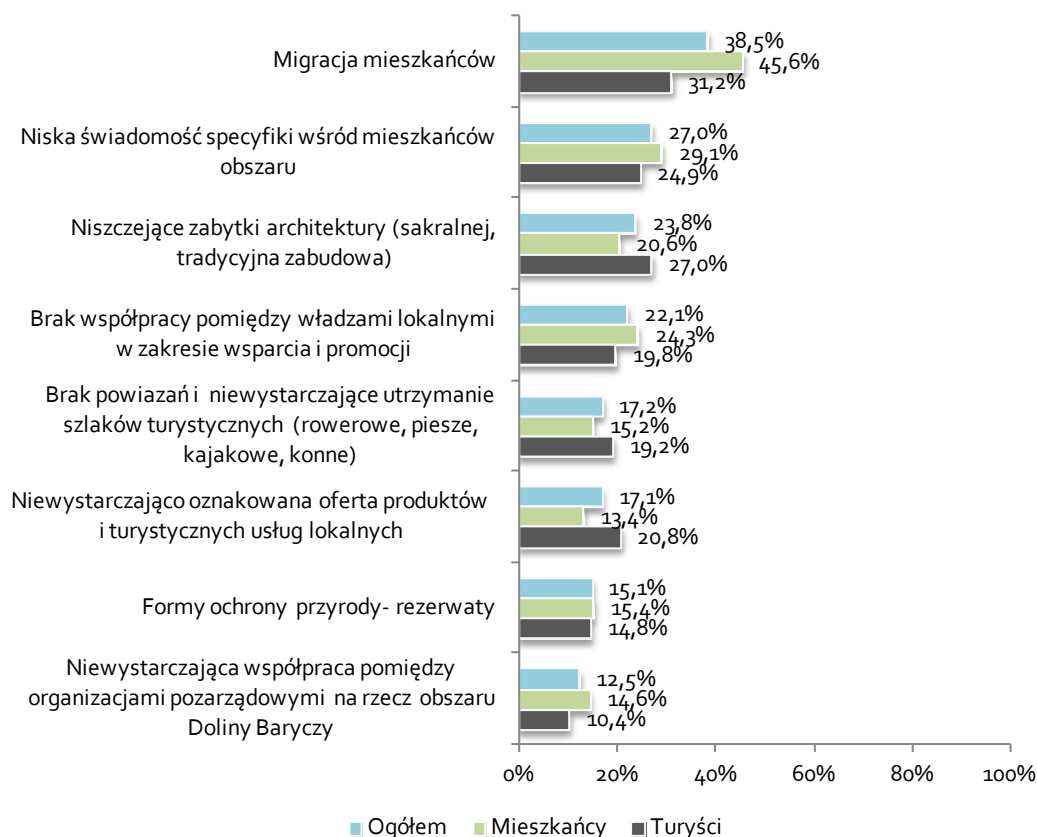
Rysunek 3. Elementy będące najistotniejszym potencjałem służącym rozwojowi obszaru Doliny Baryczy  
N=1624



Podczas badania nie pytano wyłącznie o elementy budujące potencjał, ale również o najistotniejsze bariery hamujące rozwój obszaru. **W tym kontekście ponad 20% ogółu respondentów wskazało na: migrację mieszkańców (38,5%), niską świadomość specyfiki regionu wśród mieszkańców (27,0%), niszczący zabytki architektury, np. tradycyjnej zabudowy, architektury sakralnej (23,8%) oraz brak współpracy pomiędzy władzami lokalnymi w zakresie wsparcia i promocji (22,1%).** Pozostałe odpowiedzi wskazywane były nieco rzadziej. Niewielu respondentów za bezpośrednią barierę uznało niewystarczającą współpracę organizacji pozarządowych na rzecz obszaru Doliny Baryczy. Warty odnotowania jest natomiast fakt, że **ponad 20% turystów dostrzegła niewystarczające oznakowanie oferty produktów i turystycznych usług lokalnych.** Jest to istotna obserwacja, bowiem turyści na ogół mieli znacznie większe problemy ze wskazaniem poszczególnych barier niż mieszkańcy.



Rysunek 4. Najistotniejsze bariery hamujące rozwój obszaru Doliny Baryczy N=1624



W toku badania wszystkim ankietowanym zaprezentowano znak obszaru Doliny Baryczy, znajdujący się poniżej. **Znak ten już wcześniej widziało i rozpoznało 67,5% ogółu badanych**, w tym ponadprzeciętne odsetki:



- Kobiet (68,8%);
- Osób w wieku 18-35 lat (71,0%);
- Osób z wykształceniem średnim (69,5%) oraz wyższym (67,9%);
- Mieszkańców (72,3%);
- Osób dobrze znających ofertę turystyczną Doliny Baryczy (70,0%);
- Osób dobrze znających walory przyrodnicze Doliny Baryczy (70,7%);
- Osób uznających ofertę turystyczną Doliny Baryczy za atrakcyjną (68,9%).

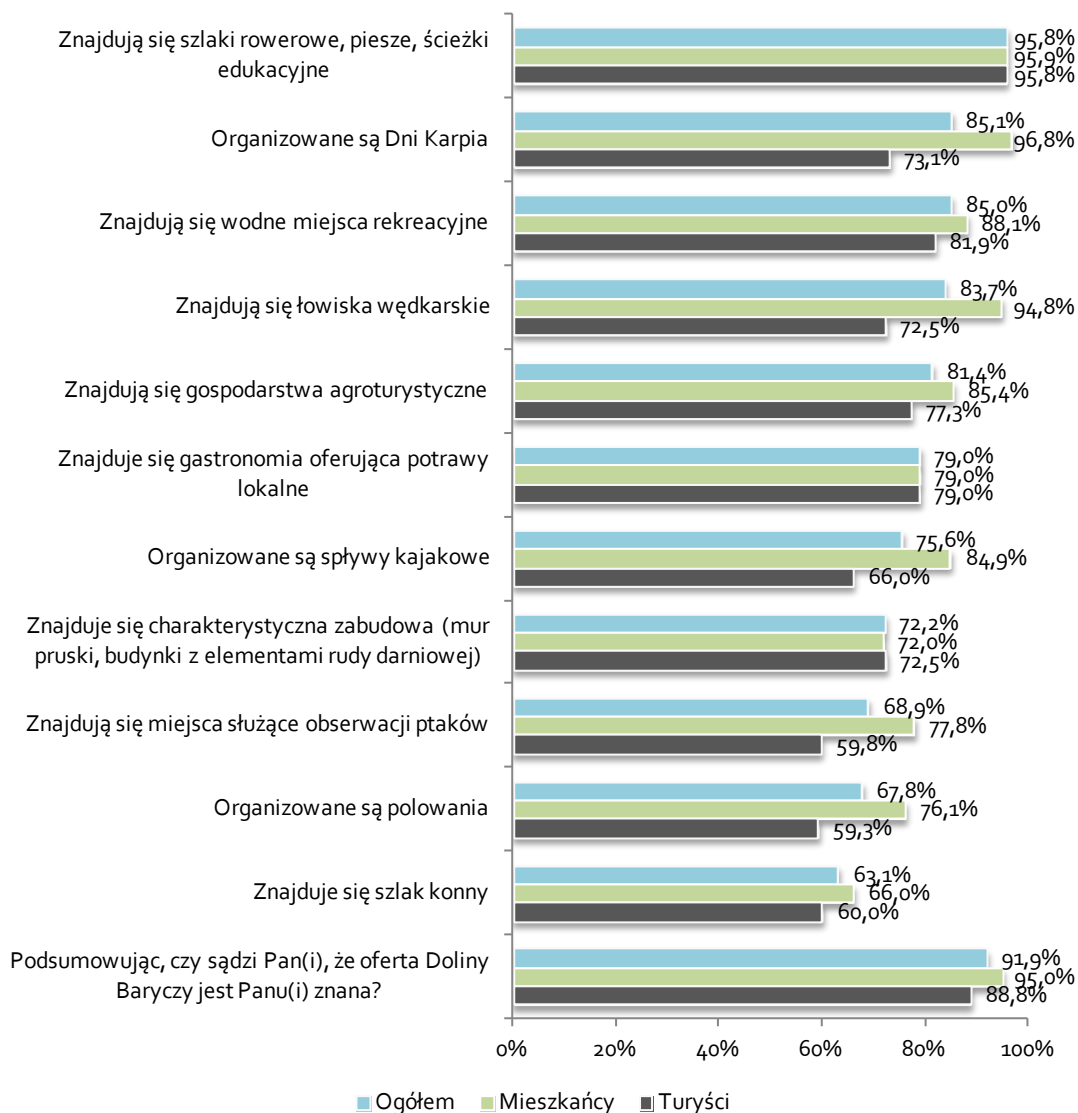
W następnej kolejności zdiagnozowano stopień znajomości oferty turystycznej Doliny Baryczy wśród ankietowanych. **Turyści nieco gorzej niż mieszkańcy zaznajomieni się z poszczególnymi**



**mi elementami oferty turystycznej.** Ponad ¼ mieszkańców wie, że w Dolinie Baryczy: organizowane są Dni Karpia (96,8%), znajdują się szlaki rowerowe, piesze, ścieżki edukacyjne (95,9%), znajdują się łowiska wędkarskie (94,8%), wodne miejsca rekreacyjne (88,1%), gospodarstwa agroturystyczne (85,4%), organizowane są spływy kajakowe (84,9%), znajduje się gastronomia oferująca potrawy lokalne (79,0%), miejsca służące obserwacji ptaków (77,8%) oraz organizowane są polowania (76,1%). Z kolei co najmniej ¼ turystów ma świadomość istnienia szlaków (95,8%), wodnych miejsc rekreacyjnych (81,9%), gastronomii oferującej potrawy lokalne (79,0%) oraz gospodarstw agroturystycznych (77,3%). **Odsetki turystów rozpoznających poszczególne elementy oferty poświadczają, że Dolina Baryczy nie jest przypadkową destynacją turystyczną, lecz jej odwiedzenie podyktowane jest zapoznaniem się z ofertą przed wyjazdem lub w jego trakcie.** Szczegółowe zestawienie odpowiedzi przedstawiono na kolejnej ilustracji.



Rysunek 5. Znajomość poszczególnych elementów oferty turystycznej Doliny Baryczy N=1624



**W obu grupach zbadano także znajomość walorów przyrodniczych obszaru. Wyniki badania wskazują jednoznacznie, że jest ona bardzo wysoka.** Podobnie jak w przypadku elementów oferty turystycznej, walory przyrodnicze obszaru lepiej rozpoznają jego mieszkańcy. Nie znaczy to jednak, że znajomość tychże wśród turystów jest słaba. **Ponad 90% ogółu ankietowanych wie, że na terenie Doliny Baryczy znajduje się kompleks hodowlanych stawów rybnych oraz park krajobrazowy. Około 80% zna tutejsze rezerваты i pomniki przyrody. Z kolei 65,2% respondentów wie, że w Dolinie Baryczy znajduje się obszar Natura 2000.** Omawiane informacje przedstawiono na kolejnym rysunku.



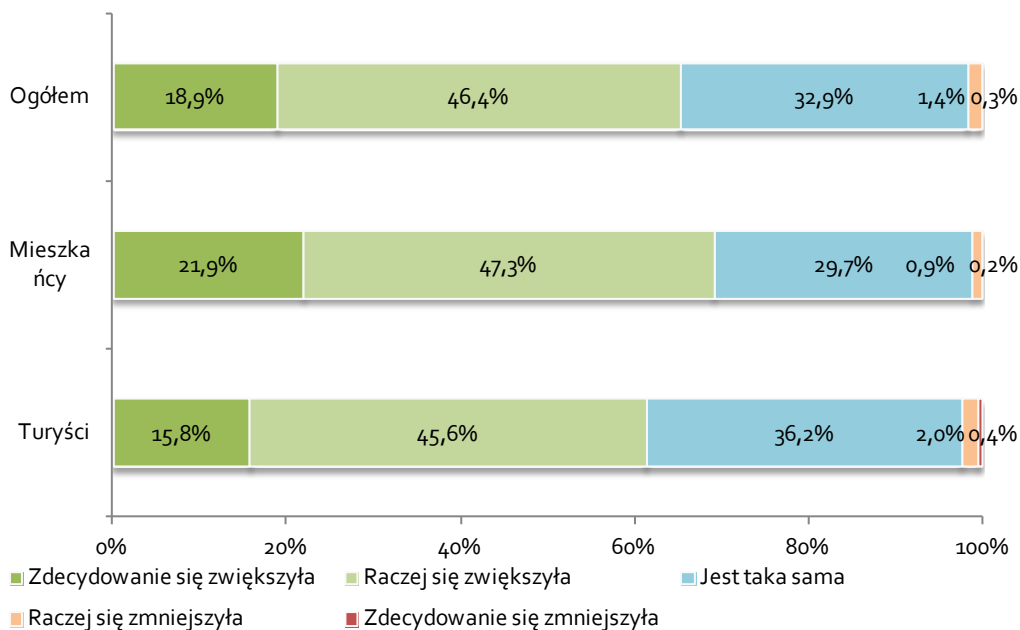
Rysunek 6. Znajomość poszczególnych walorów przyrodniczych Doliny Baryczy N=1624



Oprócz obiektywnego pomiaru, którego wyniki omówiono wyżej, respondentów poproszono o subiektywną ocenę własnej i aktualnej wiedzy na temat walorów obszaru (przyrodniczych, turystycznych, związanych z ofertą produktów) w porównaniu do stanu tej wiedzy sprzed pięciu lat. **Analiza wyników badania przekonuje, że w ostatnich latach miał miejsce bardzo duży wzrost wiedzy na temat walorów Doliny Baryczy, zarówno wśród jej mieszkańców, jak również turystów. Wzrost ten zadeklarowało 69,2% badanych mieszkańców i 61,4% ankietowanych turystów.** Nie różni się on w zależności od płci, choć jest relatywnie słabszy w gronie osób powyżej 60 roku życia (wzrost zadeklarowało 58,3% z tej kategorii wiekowej) oraz wśród osób z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym (50,7%).



Rysunek 7. Obecna wiedza o walorach obszaru w porównaniu do wiedzy sprzed pięciu lat N=1624

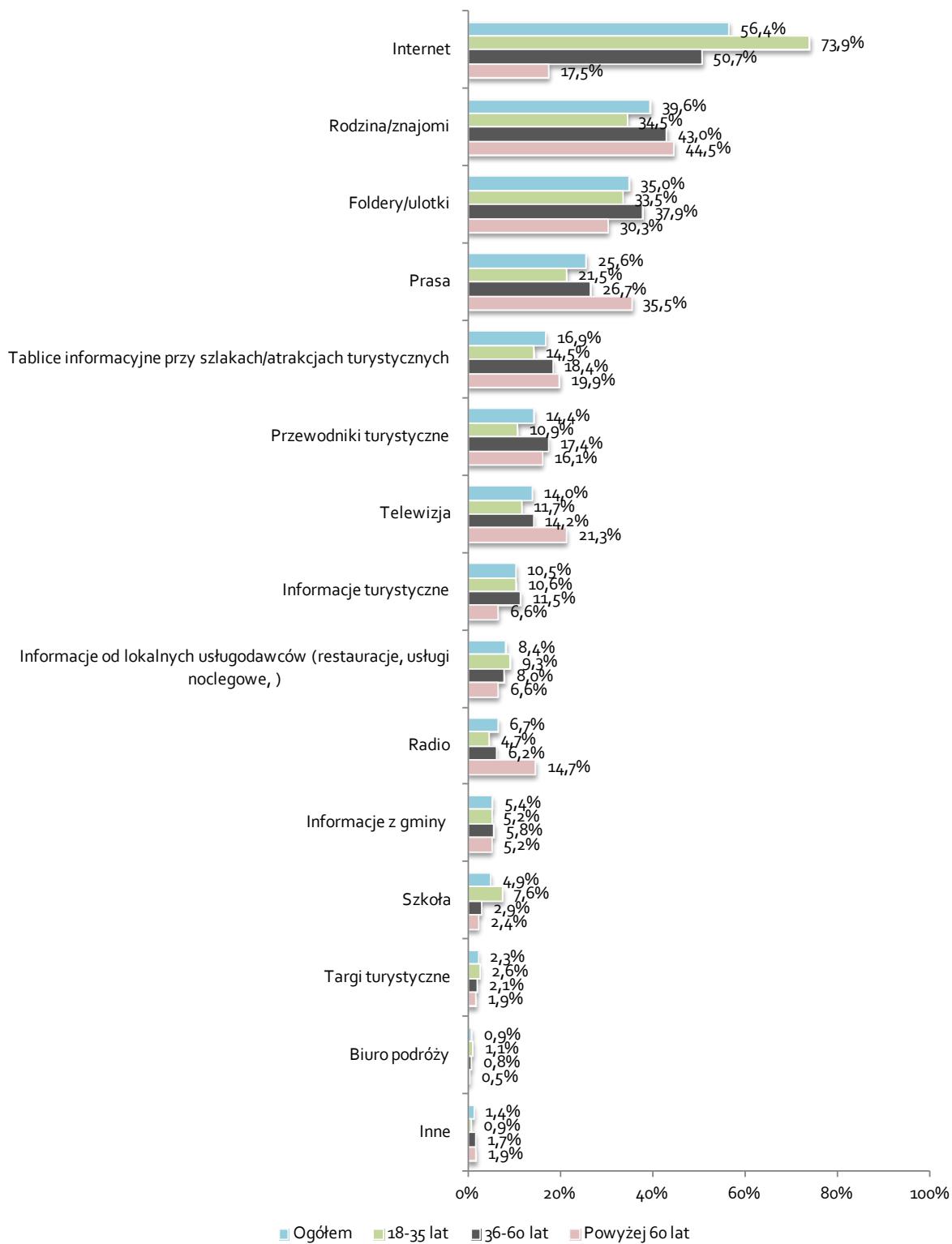


**Głównym źródłem informacji na temat Doliny Baryczy dla ankietowanych osób jest Internet.**

W omawianym celu korzysta z niego 56,4% respondentów. Co najmniej ¼ ankietowanych informacje o obszarze pozyskuje również za pośrednictwem: rodziny/znajomych (39,6%), folderów/ulotek (35,0%) oraz prasy (25,6%). Odpowiedzi różnią się widocznie jeśli rozpatrzymy je w łączy z kryterium wieku. Osoby z najstarszej grupy wiekowej wyraźnie rzadziej pozyskują informacje z Internetu. Jeśli natomiast weźmiemy pod uwagę populację turystów można ustalić, że pozyskując informacje na temat Doliny Baryczy korzystają oni najczęściej z: Internetu (66,4%), folderów/ulotek (33,9%), wiedzy rodziny/znajomych (32,0%), tablic informacyjnych przy szlakach/atracjach turystycznych (16,9%), informacji turystycznych (15,7%), przewodników turystycznych (15,3%), informacji od lokalnych usługodawców (12,8%) oraz prasy (11,0%).



Rysunek 8. Źródła informacji na temat Doliny Baryczy N=1624

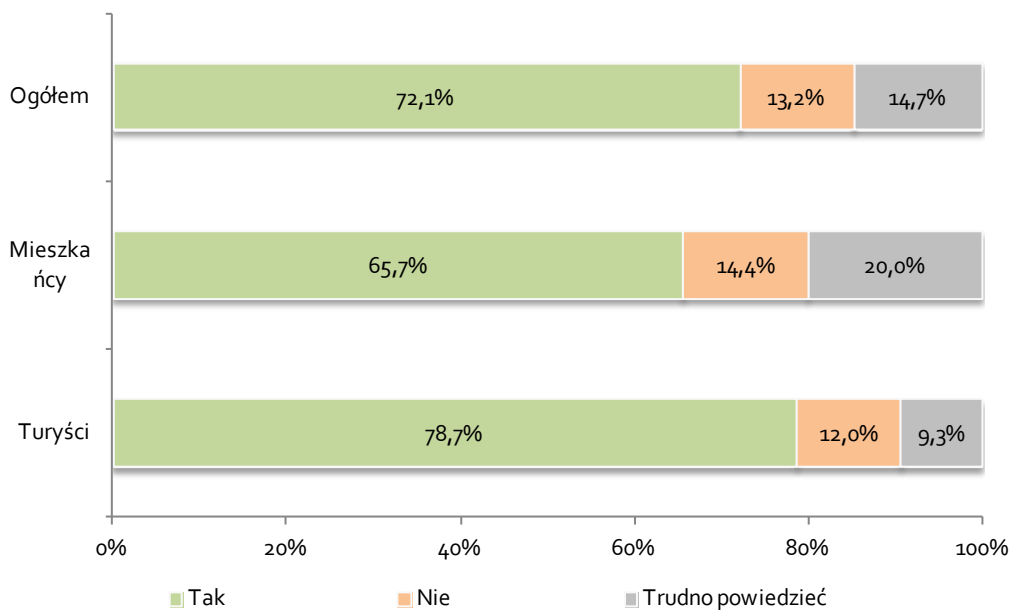






Kolejny blok pytań poświęcony został dopasowaniu wybranych elementów oferty turystycznej do potrzeb respondentów. **Aktualne oznakowanie szlaków i atrakcji turystycznych odpowiada 72,1% badanych, w tym 65,7% mieszkańców i 78,7% turystów.** Wyłącznie 12,0% turystów uznało oznakowanie za niewystarczające.

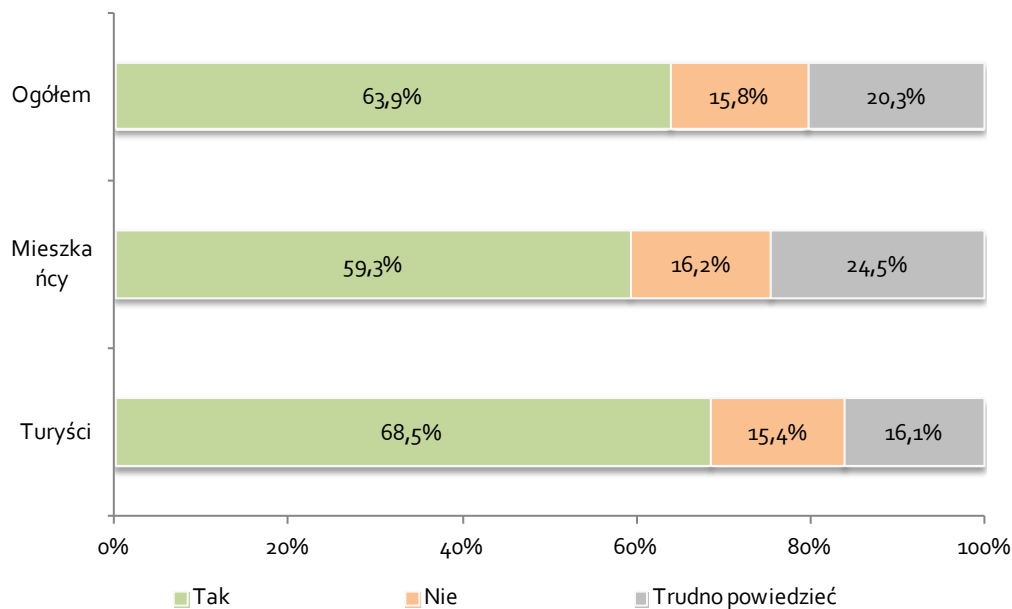
Rysunek 9. Odpowiedzi na pytanie czy oznakowanie szlaków i atrakcji turystycznych jest wystarczające  
N=1624



**Informacje turystyczne, wydawnictwa, informują o ofercie obszaru Doliny Baryczy – twierdzi tak większość ankieterowanych (63,9%).** W tym gronie zidentyfikowano 59,3% mieszkańców obszaru oraz 68,5% turystów odwiedzających Dolinę Baryczy. Zdanie o braku omawianej informacji podzielało wyłącznie 15,4% turystów oraz 16,2% mieszkańców.



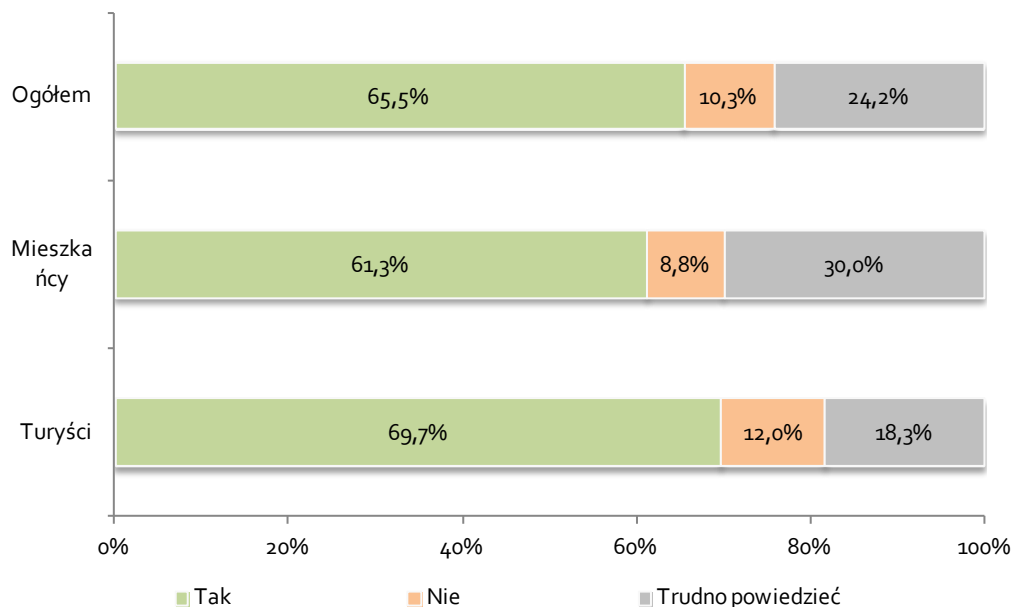
Rysunek 10. Odpowiedzi na pytanie czy informacje turystyczne, wydawnictwa, informują o ofercie obszaru Doliny Baryczy  $N=1624$



Zawartość stron internetowych poświęconych Dolinie Baryczy również pokrywa się z oczekiwaniami większości ankietowanych. 65,5% z nich twierdzi, że serwisy kompleksowo informują o ofercie obszaru. Z takim sformułowaniem zgadza się 61,3% mieszkańców i 69,7% turystów. Przeciwnego zdania jest wyłącznie 8,8% mieszkańców i 12,0% turystów.



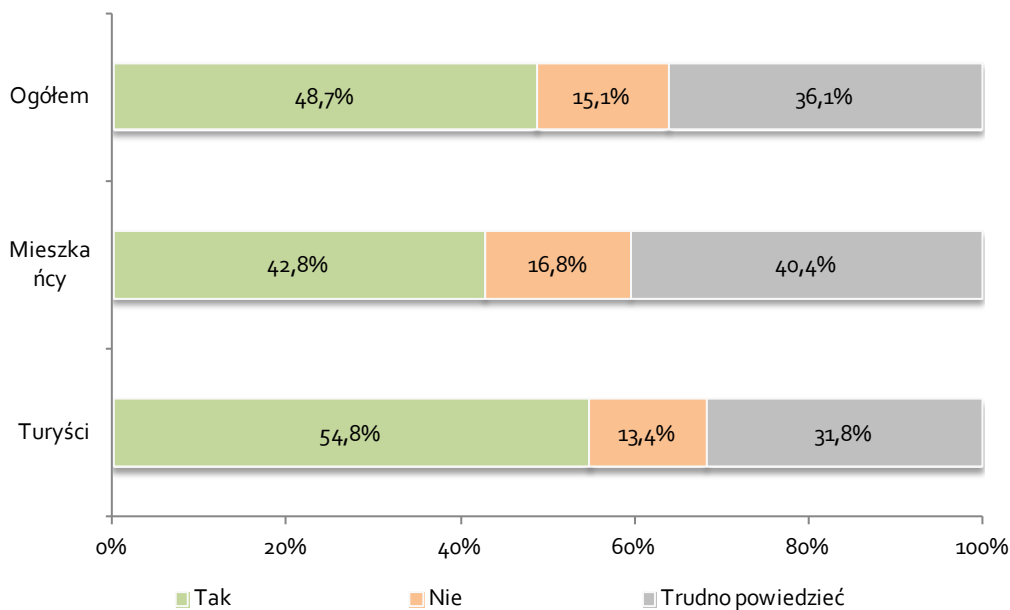
Rysunek 11. Odpowiedzi na pytanie czy strony internetowe kompleksowo informują o ofercie obszaru Doliny Baryczy N=1624



**Kolejne pytanie z omawianego bloku dotyczyło działania punktów informacyjnej turystycznej. Na ich dobre działanie wskazało 48,7% respondentów**, w tym 42,8% mieszkańców i 54,8% turystów. Są to niższe odsetki niż omawiane powyżej, jednakże w przypadku punktów informacyjnej turystycznej zauważyć trzeba wysokie odsetki ankietowanych, którzy nie potrafili sformułować jednoznacznej oceny. Prawdopodobnie związane jest to z faktem niekorzystania z oferty punktów.

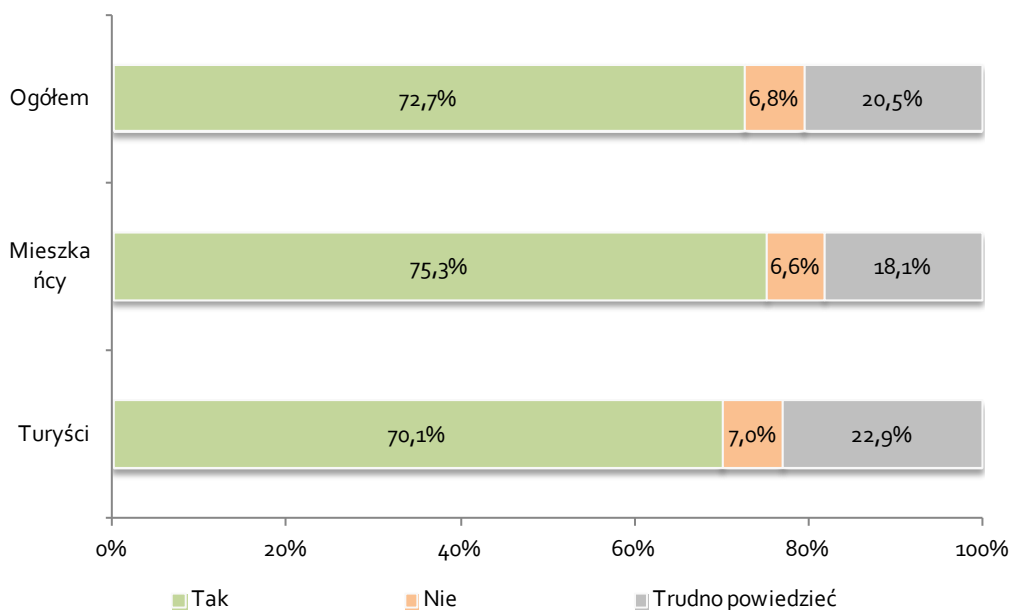


Rysunek 12. Odpowiedzi na pytanie czy punkty informacji turystycznej działają dobrze N=1624



**Kupowanie lokalnych produktów wspiera lokalną przedsiębiorczość. Z tak postawioną tezą w przypadku Doliny Baryczy zgodziło się 72,7% ankietowanych.** W tym gronie po raz pierwszy większą wartość przyjął odsetek mieszkańców (75,3%) w relacji do turystów (70,1%). Wyłącznie niespełna 7,0% badanych zaprzeczyło wskazanej tezie.

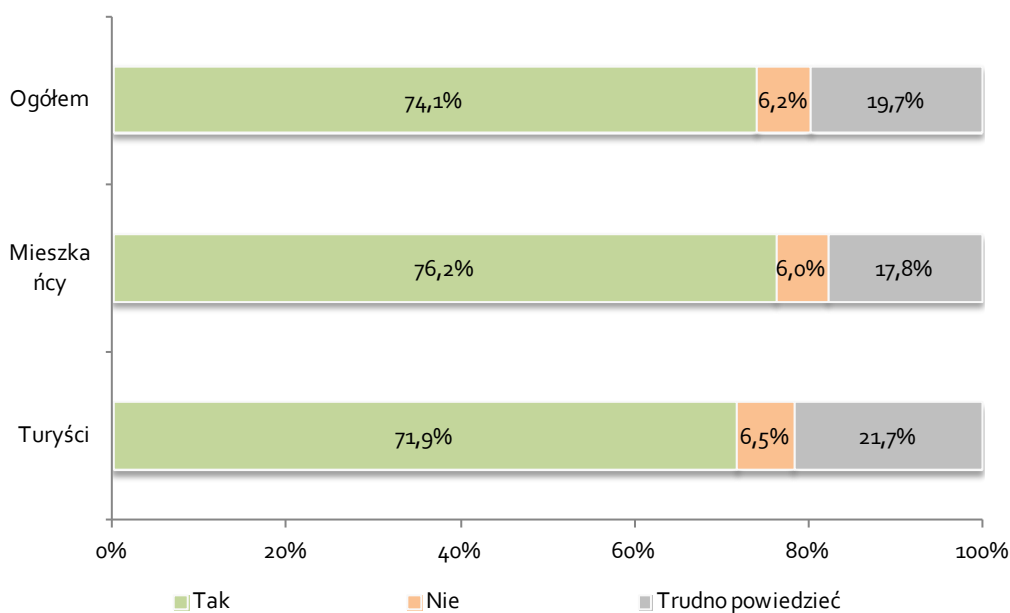
Rysunek 13. Odpowiedzi na pytanie czy kupowanie lokalnych produktów wspiera lokalną przedsiębiorczość N=1624





**Wreszcie, bardzo wielu respondentów twierdzi, że mieszkańcy obszaru znający jego atrakcje i ofertę są najlepszymi ambasadorami regionu. Zidentyfikowano 74,1% podzielających taką opinię i tylko 6,2% jej zaprzeczających. Wśród zgadzających się z tezą znalazło się 76,2% mieszkańców i 71,9% turystów.**

Rysunek 14. Odpowiedzi na pytanie czy mieszkańcy obszaru znający jego atrakcje i ofertę są najlepszymi ambasadorami regionu N=1624



**Podsumowując, najlepszą relację pomiędzy odpowiedziami pozytywnymi i negatywnymi w omawianych wyżej przypadkach zidentyfikowano w odniesieniu do traktowania mieszkańców jako najlepszych ambasadorów regionu, wspierania lokalnej przedsiębiorczości poprzez zakup regionalnych produktów oraz w przypadku wystarczającego oznakowania szlaków i atrakcji turystycznych. Relatywnie najmniej korzystna relacja (choć nadal zdecydowanie pozytywna) dotyczyła działania punktów informacji turystycznej.**

**Główne cele pobytu i sposoby spędzania czasu wolnego na terenie Doliny Baryczy nie różnią się znacząco wśród osób z różnych grup wiekowych.** Osoby młode, do 35 roku życia, czas wolny spędzają przede wszystkim jeżdżąc na rowerze (58,0%), spacerując szlakami pieszymi, ścieżkami edukacyjnymi (50,5%) oraz poznając atrakcje i walory okolicznych miejscowości (27,7%). Pozostałe odpowiedzi wskazało mniej niż ¼ respondentów z tej grupy wiekowej. Osoby w średnim wieku, 36-60 lat, preferują spacer (58,5%), jazdę na rowerze (45,6%), poznanie atrakcji i walorów okolicznych miejscowości (28,8%) oraz walorów przyrody (27,8%). Największa część badanych z grupy wiekowej 60 lat i więcej ogranicza się najczęściej do



spacerów (64,5%) oraz podróży rowerowych (43,1%). Szczegółowe zestawienie odpowiedzi zawiera kolejna tabela.

**Tabela 2. Główne cele pobytu/sposoby spędzania wolnego czasu w Dolinie Baryczy N=1624**

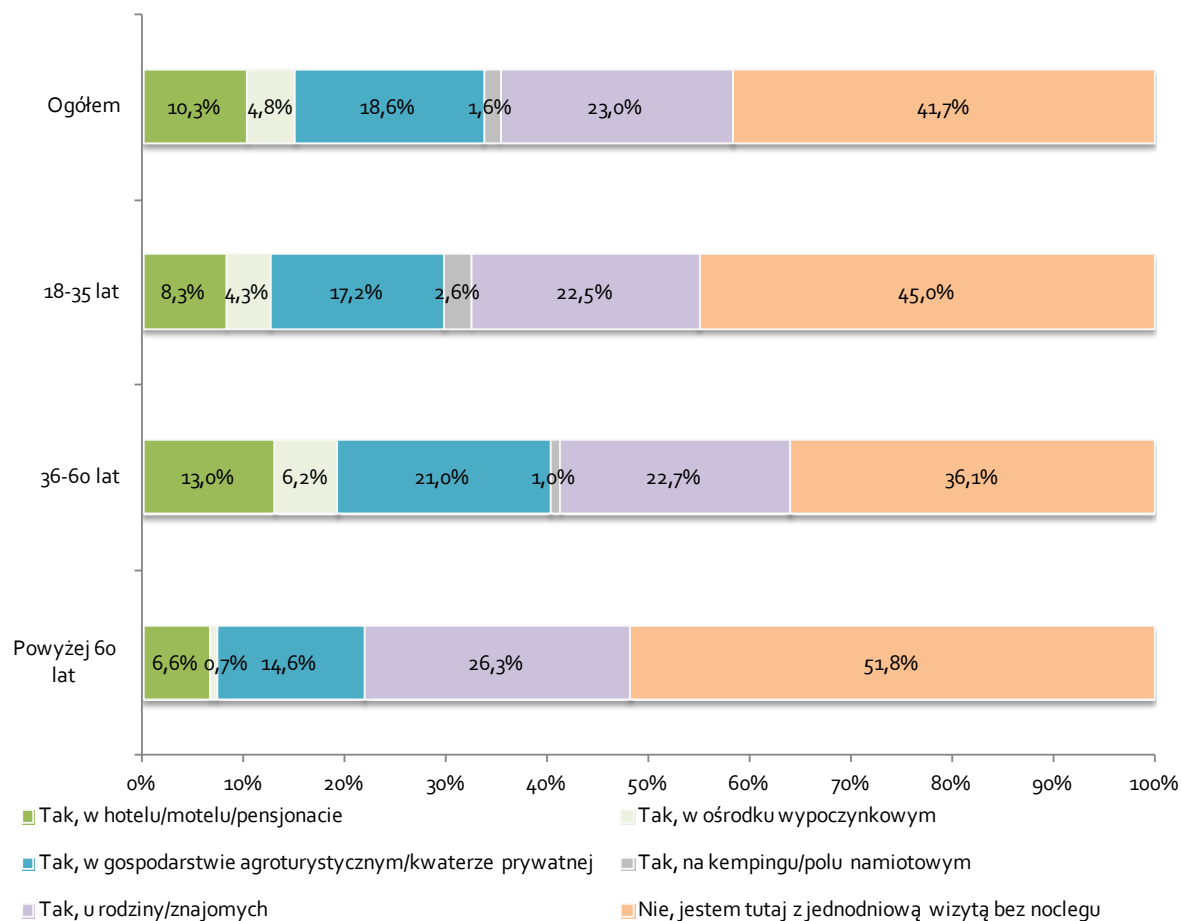
Odpowiedź	Ogółem	18-35 lat	36-60 lat	Powyżej 60 lat
Spacery szlakami pieszymi, ścieżkami edukacyjnymi	55,9%	50,5%	58,5%	64,5%
Jazda na rowerze	50,6%	58,0%	45,6%	43,1%
Poznanie atrakcji i walorów okolicznych miejscowości	26,4%	27,7%	28,8%	14,7%
Poznanie walorów przyrody	24,3%	22,4%	27,8%	19,0%
Odwiedziny krewnych/znajomych	21,4%	19,9%	22,0%	24,6%
Zakup lokalnych produktów	20,7%	19,2%	21,0%	24,6%
Wędkarstwo	15,8%	14,2%	17,9%	14,2%
Zwiedzanie obiektów architektury i budownictwa	15,8%	14,6%	18,8%	9,5%
Pływanie kajakiem	14,9%	21,4%	11,7%	3,3%
Wodne miejsca rekreacyjne (zalewy, baseny, stawy kąpielowe)	14,3%	15,8%	15,1%	6,6%
Zwiedzanie muzeów/izby regionalne	11,6%	11,9%	12,3%	8,1%
Zabytki sakralne	10,4%	8,0%	12,3%	11,8%
Jazda konna	6,2%	8,9%	5,1%	0,9%
Pobyt w gospodarstwie agroturystycznym	6,2%	5,9%	7,5%	2,8%
Obserwacja ptaków/Bird watching	5,1%	4,3%	5,8%	5,2%
Turystyka kulinarna	4,9%	5,6%	4,9%	2,4%
Polowanie	2,7%	3,4%	2,5%	0,5%
Oferta edukacyjna – zielone szkoły, Ośrodki Ekologiczne	2,3%	2,4%	2,4%	0,9%
Kolej	1,8%	1,7%	1,8%	1,9%
Tranzyt	0,6%	0,6%	0,4%	0,9%
Inne	1,4%	0,4%	1,6%	4,3%

**Okolo 58% ankietowanych podczas poznawania lokalnej oferty turystycznej korzysta z zakwaterowania w Dolinie Baryczy.** Na tle ogółu badanych z zakwaterowania najchętniej korzystają osoby z grupy wiekowej 36-60 lat (63,9%), mężczyźni (62,0%), osoby z wykształceniem wyższym (62,7%) oraz – co ciekawe – osoby słabo znające ofertę turystyczną Doliny Baryczy (67,9%) oraz słabo znające tutejsze walory przyrodnicze (77,4%). Dwie ostatnie obserwacje każą przypuszczać, że z możliwości zakwaterowania chętnie korzystają mieszkańcy i turyści, którzy o Dolinie Baryczy wiedzą niewiele, ale zarazem chcą swoją wiedzę na temat obszaru poszerzyć, zatrzymując się na dłużej. **Największa grupa badanych zatrzymuje się u rodziny/znajomych (23,0% ogółu).** Popularne jest również zakwaterowanie w gospodarstwach agroturystycznych lub na kwaterach prywatnych (18,6%). Zdecydowanie mniej ankietowa-



nych zatrzymuje się w hotelu/motelu/pensjonacie (10,3%), ośrodka wypoczynkowym (4,8%) lub na kempingu/polu namiotowym (1,6%). Szczegółowe dane z uwzględnieniem zmiennej wieku przedstawiono poniżej.

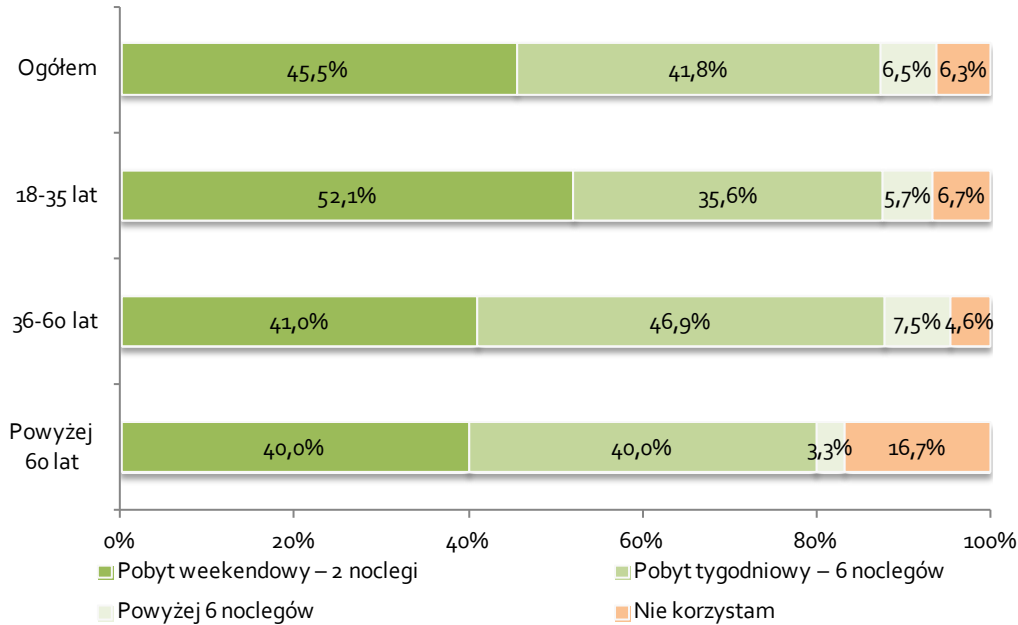
**Rysunek 15. Wykorzystanie zakwaterowania w Dolinie Baryczy podczas poznawania oferty turystycznej**  
N=1624



Kolejne pytanie skierowano wyłącznie do osób, które kwaterują w Dolinie Baryczy, ale nie korzystają w tym celu z gościnności krewnych lub znajomych, lecz z komercyjnej oferty. **Analiza wyników pomiaru wskazuje na duży potencjał Doliny Baryczy jako miejsca odpowiedniego nie tylko na wyjazd weekendowy, ale również na dłuższy wypoczynek.** 45,5% korzystających z komercyjnego zakwaterowania zostaje w Dolinie Baryczy na maksymalnie 2 noclegi, zaś 48,3% zatrzymuje się w okolicy na pobyt około tygodniowy lub przekraczający 6 noclegów. Dodatkowo można zauważyć, że z pobytu weekendowego korzystają przede wszystkim młode osoby, z kolei w ogóle z noclegów rezygnują najczęściej ankietowani posiadający więcej niż 60 lat.



Rysunek 16. Ilość noclegów spędzanych w Dolinie Baryczy podczas poznawania oferty turystycznej  
N=464

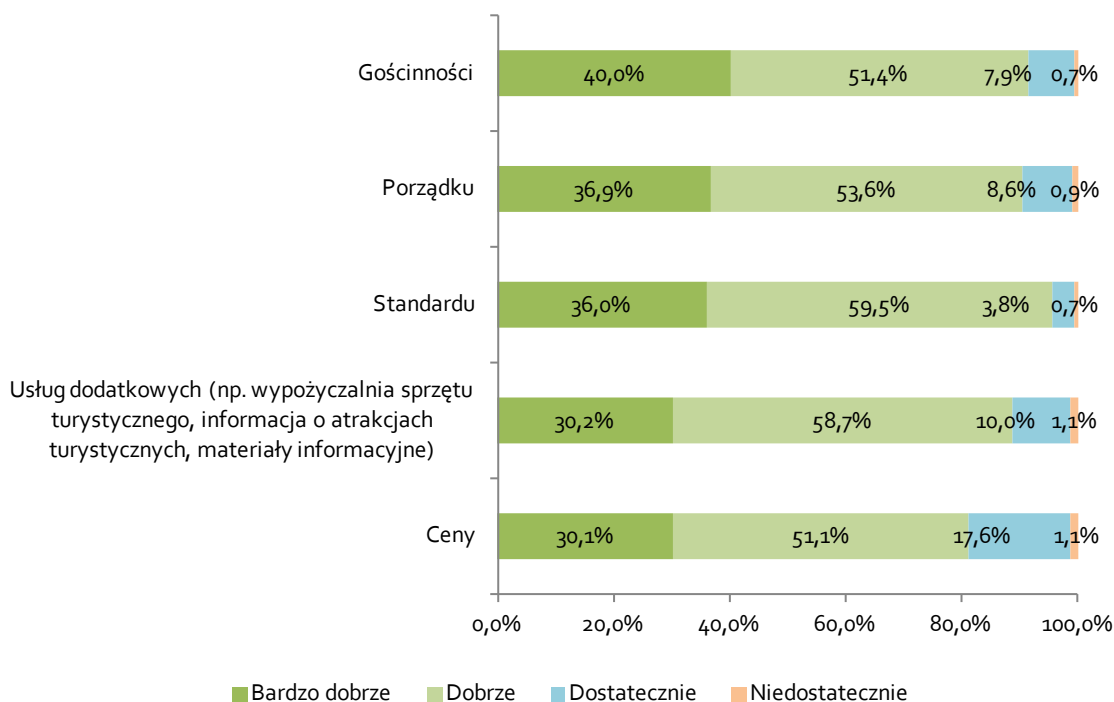


**Oferta noclegowa oceniana jest na ogół co najmniej dobrze. Wysokie oceny dotyczą szczególnie standardu, gościnności i porządku.** Relatywnie gorzej, ale nadal bardzo wysoko oceniono możliwość skorzystania z usług dodatkowych oraz cenę. Oceny naniesiono na kolejny wykres skumulowany.





Rysunek 17. Ocena bazy noclegowej N=435



Ocenie poddano również inne elementy związane z ofertą turystyczną, głównie aspekty infrastrukturalne. Tutaj również dominowały oceny co najmniej dobre. Suma odpowiedzi „bardzo dobrze” i „dobrze” pozwala wnioskować o relatywnie najlepszej ocenie dostępności atrakcji turystycznych (ich rodzajów i różnorodności) – ponad 70% odpowiedzi pozytywnych. Relatywnie gorzej oceniono przede wszystkim dostępność informacji o atrakcjach turystycznych (np. godziny otwarcia, grupy odbiorców, dostępność dla osób niepełnosprawnych) oraz jakość/kompleksowość informacji przekazywanej w lokalach gastronomicznych, miejscach noclegowych itp.

Tabela 3. Ocena wybranych aspektów związanych z ofertą turystyczną N=1624

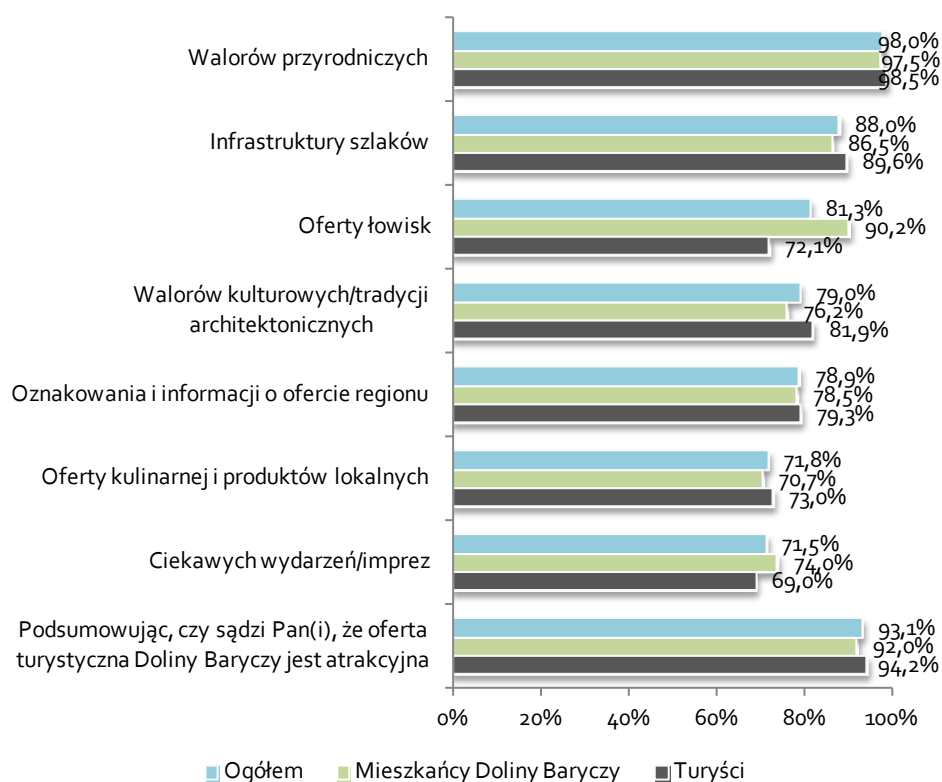
Obszar	Bardzo dobrze	Dobrze	Dostatecznie	Niedostatecznie	Nie mam zdania
Dostępność atrakcji turystycznych (rodzaje atrakcji turystycznych i ich różnorodność)	12,2%	63,0%	17,4%	3,8%	3,6%
Obecność informacji o zasadach zachowania w obszarach chronionych	14,8%	54,2%	22,3%	2,2%	6,5%
Dostępność informacji o specyfice obszaru Doliny Baryczy	8,1%	60,0%	23,2%	3,0%	5,7%
Obecność miejsc do odpoczynku w pobliżu atrakcji turystycznych	11,7%	56,1%	22,4%	5,7%	4,1%
Oznakowanie dojścia do atrakcji turystycznych w terenie	15,2%	52,2%	23,3%	4,7%	4,5%
Obecność parkingów w pobliżu atrakcji turystycznych	9,4%	57,9%	23,7%	4,2%	4,8%
Stan techniczny atrakcji turystycznych	12,7%	53,3%	23,6%	5,7%	4,6%



Obszar	Bardzo dobrze	Dobrze	Dostatecznie	Niedostatecznie	Nie mam zdania
Estetyka (nawiązanie do lokalnej architektury miejsc odpoczynku, parkingu)	9,9%	55,8%	23,0%	6,5%	4,9%
Jakość/kompleksowość informacji przekazywana w lokalach gastronomicznych, miejscach noclegowych, itp.	9,2%	52,3%	23,8%	3,6%	11,1%
Dostępność informacji o atrakcjach turystycznych (np. godziny otwarcia, grupy odbiorców, dostępność dla osób niepełnosprawnych)	9,7%	51,4%	28,5%	5,7%	4,7%

**Kolejne wyniki badania potwierdzają atrakcyjność oferty turystycznej Doliny Baryczy. 93,1% ankietowanych uważa, że oferta turystyczna Doliny Baryczy jest atrakcyjna. Najlepiej ocenione zostały takie jej elementy jak: walory przyrodnicze (98,0% ocen pozytywnych), infrastruktura szlaków (88,0%) oraz oferty łowisk (81,3%).** Blisko 80,0% ocen dodatnich odnotowano także w przypadku walorów kulturowych/tradycji architektonicznych (79,0%) oraz oznakowania i informacji o ofercie regionu (78,9%). Odpowiedzi respondentów uszeregowano na kolejnym rysunku z uwzględnieniem podziału na turystów i mieszkańców obszaru.

**Rysunek 18. Atrakcyjność poszczególnych elementów oferty turystycznej Doliny Baryczy N=1624**

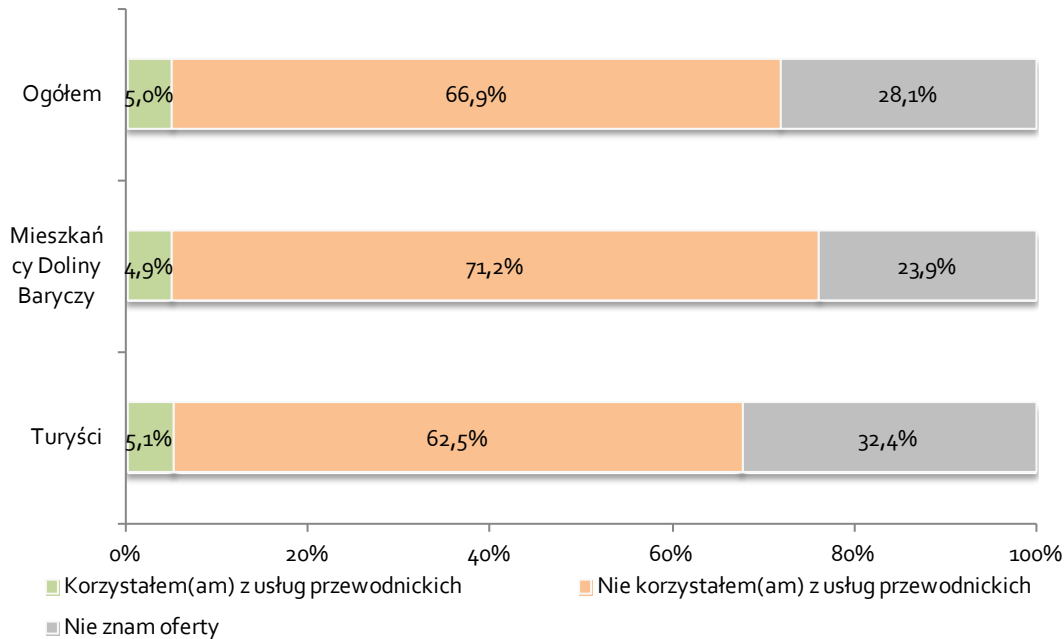


**Wyniki badania wskazują, że niewielu mieszkańców i turystów korzystało dotychczas z usług lokalnych przewodników lub edukatorów – około 5,0% ogółu ankietowanych. Należy również**



**zwrócić uwagę na sięgający 28,1% odsetek osób, które nie znają oferty przewodników i edukatorów.** W tym gronie wyróżniają się szczególnie turyści, spośród których 32,4% nie zna omawianej oferty. Można zatem przypuszczać, że ewentualna kampania informacyjna mogłaby przyczynić się do większego zainteresowania ofertą.

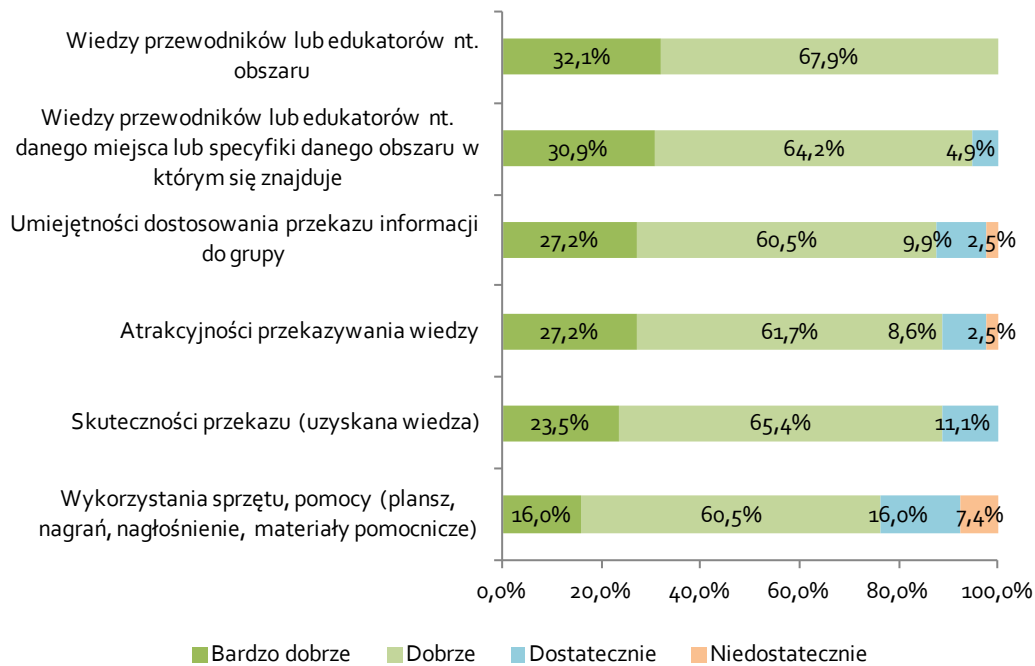
**Rysunek 19. Wykorzystanie usług przewodników lub edukatorów N=1624**



**Z usług przewodników lub edukatorów korzystało dotychczas wyłącznie 81 respondentów. Respondentów tych poproszono o ocenę pobytów z przewodnikiem/edukatorem w kilku wybranych obszarach. We wszystkich analizowanych obszarach dominowały oceny co najmniej dobre.** Najlepsze z nich odnotowano w przypadku wiedzy przewodników lub edukatorów, w tym na temat obszaru oraz danych miejsc i ich specyfiki. Relatywnie gorsze oceny zaobserwowano szczególnie w odniesieniu do korzystania przez przewodników i edukatorów ze sprzętu i pomocy (m.in. plansz, nagrań, nagłośnienia, materiałów pomocniczych).



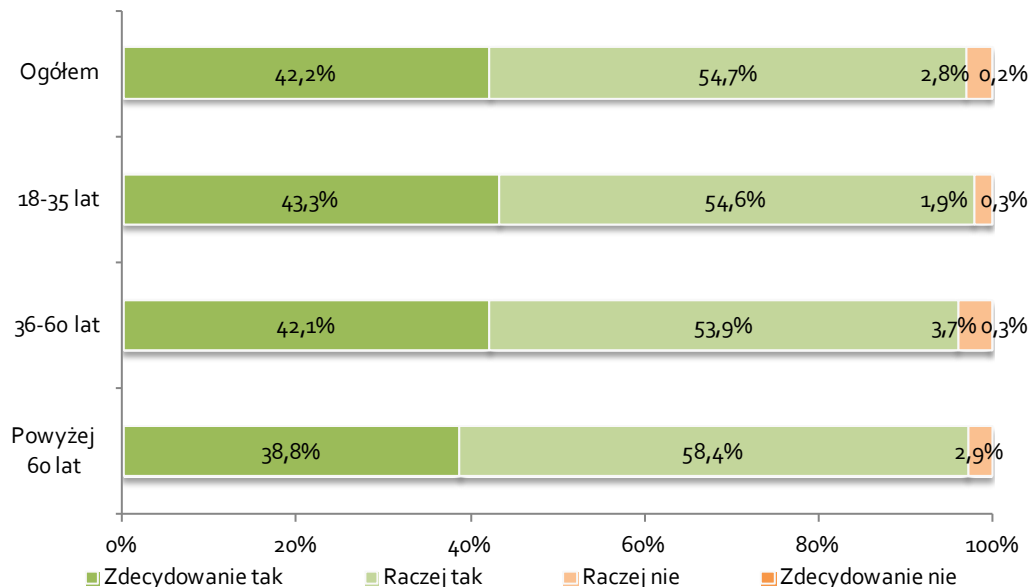
Rysunek 20. Ocena pobytu z przewodnikiem/edukatorem w wybranych obszarach N=81



**Niezależnie od wieku i innych cech demograficznych bardzo wysokie są odsetki respondentów, którzy zamierzają Dolinę Baryczy odwiedzić ponownie w przyszłości. 97,0% ogółu badanych posiada plany ponowienia wizyty, w tym 42,2% przyznało, że Dolinę Baryczy odwiedzi na pewno.** Wyniki badania wskazują, że obszar ma bardzo duży potencjał jako miejsce cyklicznych wizyt turystycznych. Większość badanych nie poprzestaje tutaj na jednej wizycie.



Rysunek 21. Odsetki respondentów pragnących odwiedzić Dolinę Baryczy ponownie w celach turystycznych N=1624



W trakcie badania zidentyfikowano również elementy, których najbardziej brakowało odwiedzającym. Każdy z ankietowanych mógł wymienić dowolną liczbę odpowiedzi. Najczęściej wskazywane zastrzeżenia dotyczyły:

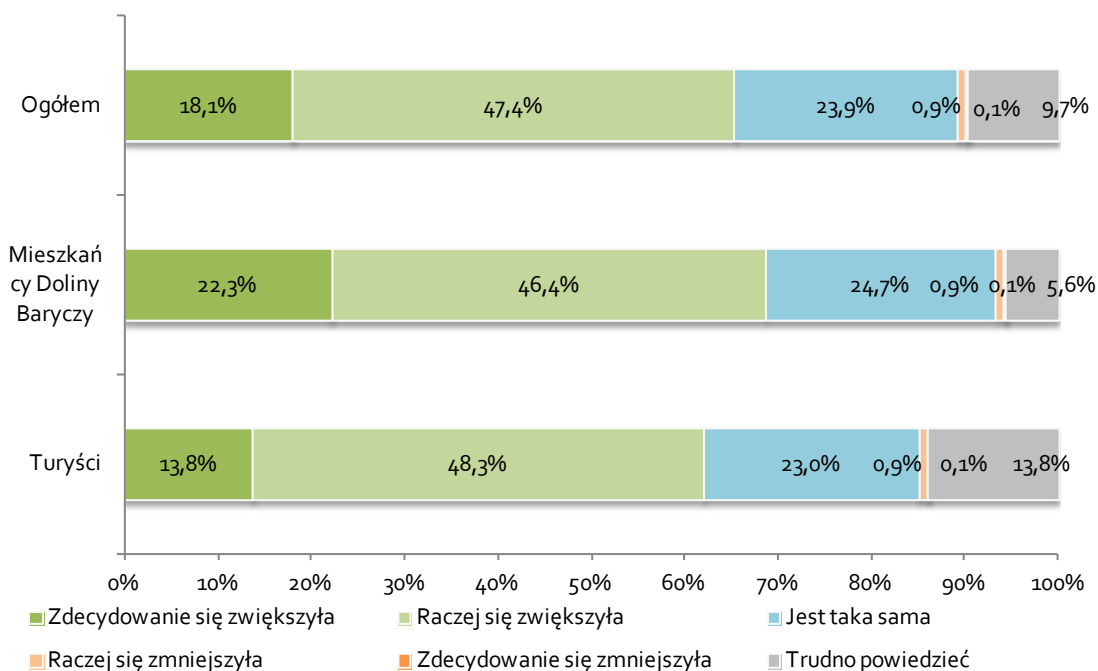
- Deficytu restauracji i knajp oferujących dobrą kuchnię regionalną – 84 wskazania;
- Deficytu koncertów, imprez rozrywkowych oraz eventów – 67 wskazań;
- Niedostatku tabliczek informacyjnych, braków w oznakowaniu szlaków i atrakcji turystycznych – 58 wskazań;
- Deficytu informacji turystycznej/punktów informacji turystycznej – 40 wskazań;
- Niewielkiej liczby wewnętrznych połączeń komunikacyjnych – 28 wskazań;
- Deficytu ścieżek rowerowych – 27 wskazań;
- Deficytu szlaków turystycznych, które – co ważne – powinny się częściej przecinać – 27 wskazań;
- Małej liczby miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie – 24 wskazania;
- Niewielkiej liczby kąpielisk i basenów – 23 wskazania;
- Kapryśnej pogody – 19 wskazań;
- Niedostatecznej czystości, szczególnie w lasach i parkach – 19 wskazań;
- Niewielkiej dbałości o stan atrakcji turystycznych/zabytków – 19 wskazań;
- Deficytu smażalni ryb – 17 wskazań;



- ☑ Niedostatku ciekawych materiałów promocyjnych, np. wydawnictw, ulotek, folderów – 16 wskazań;
- ☑ Braku oferty turystycznej dedykowanej młodzieży – 15 wskazań;
- ☑ Małej liczby parkingów – 13 wskazań;
- ☑ Niewielkiej liczby miejsc odpoczynku, ławek – 10 wskazań.

Ostatni blok pytań poświęcony został świadomości ekologicznej mieszkańców i turystów odwiedzających region. **Wyniki badania potwierdzają duży wzrost świadomości ekologicznej respondentów, w tym przede wszystkim mieszkańców Doliny Baryczy.** W ciągu ostatnich pięciu lat zwiększyła się świadomość ekologiczna 68,7% mieszkańców, w tym w 22,3% przypadków był to wzrost zdecydowany. Wyniki badania wskazują, że cel dotyczący wzrostu świadomości ekologicznej mieszkańców wyszczególniony w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju Obszarów Rybackich został osiągnięty.

Rysunek 22. Zmiana stanu świadomości ekologicznej w perspektywie ostatnich 5 lat N=1624

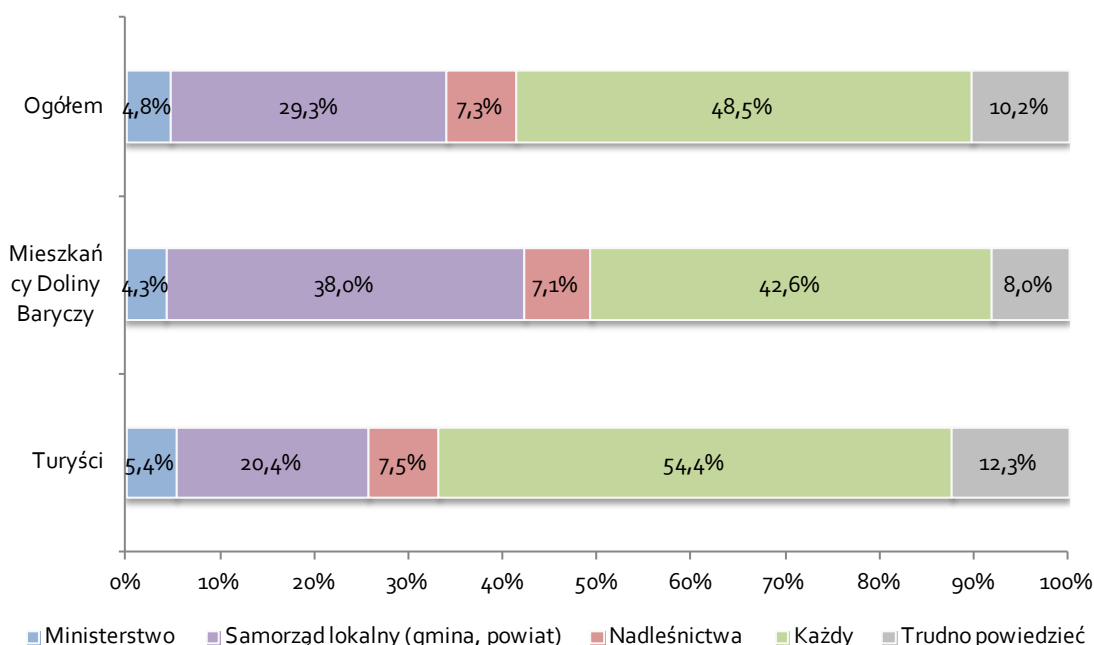


Dość wysoką świadomość ekologiczną pośrednio potwierdzają odpowiedzi na kolejne pytania. Zdaniem 42,6% mieszkańców Doliny Baryczy za stan środowiska naturalnego w największym stopniu odpowiada każdy człowiek z osobna. Zauważyć, jednak trzeba, że kolejnych 38,0% mieszkańców największą odpowiedzialnością obarcza samorząd lokalny, a więc gminę lub powiat. W przypadku turystów różnica pomiędzy wskazywanymi oboma odpowiedziami jest istotnie większa, bowiem aż 54,4% z nich wskazało każdego człowieka, a wyłącznie 20,4% samo-



rząd lokalny. **Można zatem przypuszczać, że pomimo istotnego wzrostu świadomości ekologicznej mieszkańców Doliny Baryczy, świadomość ta nadal jest względnie niższa od świadomości mieszkańców innych rejonów (w tym przypadku turystów). Mieszkańcy obszaru częściej niż przyjezdni skłonni są odpowiedzialnych za stan środowiska naturalnego dostrzegać w lokalnych politykach, pomniejszając tym samym swoją własną rolę dla zachowania przyrodniczych walorów obszaru. Konieczne wydają się zatem kolejne wysiłki edukacyjne, tym bardziej że – jak pokazują wyniki pomiaru – przynoszą one oczekiwany skutek w postaci dynamicznego wzrostu świadomości ekologicznej.**

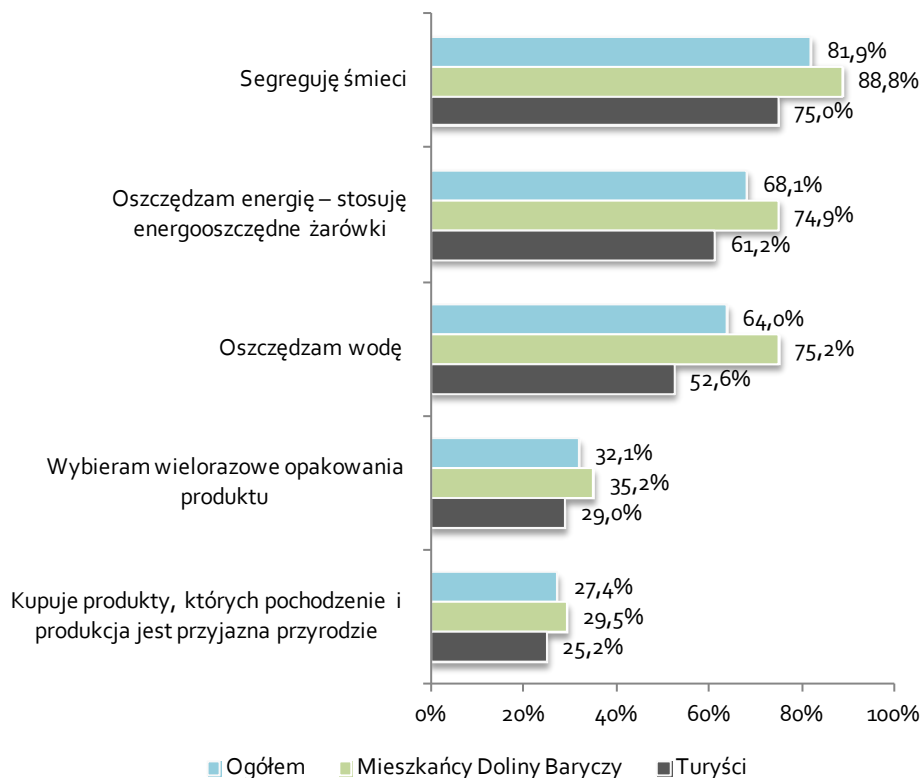
Rysunek 23. Instytucje/osoby odpowiedzialne za stan środowiska naturalnego w największym stopniu zdaniem respondentów N=1624



**Mieszkańcy Doliny Baryczy częściej niż turyści podejmują szereg czynności mających wpływ na stan środowiska naturalnego, a zarazem mające znamiona oszczędności. 88,8% mieszkańców segreguje śmieci, 75,2% - oszczędza wodę, a 74,9% - oszczędza energię, stosując np. energooszczędne żarówki.** Nadal niewielu ankietowanych wybiera wielorazowe opakowania – wyłącznie 35,2% mieszkańców Doliny Baryczy i 29,0% turystów, lub kupuje produkty, których pochodzenie i produkcja są przyjazne przyrodzie – 29,5% mieszkańców i 25,2% turystów. Omawiane informacje zilustrowano na kolejnym rysunku.



Rysunek 24. Codziennie podejmowane wysiłki wpływające na zachowanie stanu środowiska naturalnego N=1624

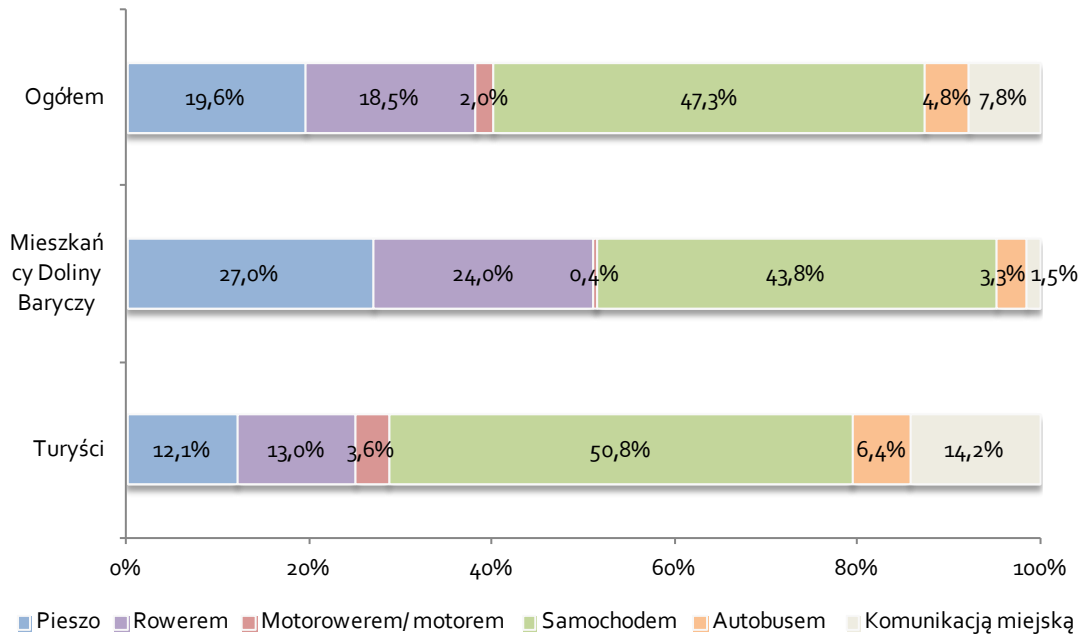


**W codziennej komunikacji 50,8% turystów i 43,8% mieszkańców Doliny Baryczy wykorzystuje samochód, który jest zdecydowanie najpopularniejszym środkiem transportu w przypadku obu badanych zbiorowości.** Na rower wsiada zwykle 24,0% mieszkańców obszaru i 13,0% turystów, pieszo przemieszcza się zaś 27,0% mieszkańców i 12,1% turystów. Pozostałe środki transportu wykorzystywane są zdecydowanie rzadziej. Zwraca uwagę niewielki odsetek mieszkańców polegających na transporcie autobusowym lub komunikacji miejskiej. Pośrednio potwierdza to niewielką liczbę wewnętrznych połączeń komunikacyjnych pomiędzy gminami Doliny Baryczy, na co wskazywano już wyżej. Szczegółowe zestawienie odpowiedzi znajduje się na kolejnym rysunku.





Rysunek 25. Najczęściej wykorzystywane środki transportu N=1624





## Analiza silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń

Celem analizy SWOT jest wskazanie mocnych oraz słabych stron badanego obszaru, a także szans oraz zagrożeń dla jego realizacji. Nazwa tego narzędzia jest akronimem angielskich słów, które kolejno oznaczają:

- Strengths (mocne strony),
- Weaknesses (słabe strony),
- Opportunities (szanse),
- Threats (zagrożenia).

W przypadku Analizy SWOT dla badania ilościowego, jej podstawę stanowią opinie mieszkańców Doliny Baryczy i odwiedzających obszar turystów dotyczące takich aspektów, jak atrakcyjność i znajomość oferty turystycznej, identyfikacja marki czy świadomość ekologiczna. Analiza SWOT obejmuje identyfikację i klasyfikację czynników wewnętrznych (mocne i słabe strony) i zewnętrznych (szanse i zagrożenia). Zderzenie ze sobą mocnych i słabych stron z szansami i zagrożeniami pozwala określić potencjał badanego obszaru, a także możliwość osłabienia lub wzmocnienia siły oddziałujących na niego czynników. Poniższa tabela przedstawia zestawienie mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń. Zauważyć należy, że ilość silnych stron jest większa od liczby słabych stron, co jednoznacznie wskazuje na pozytywny wizerunek obszaru w oczach jego mieszkańców i odwiedzających turystów. Dodatkowo liczba zagrożeń jest mniejsza od liczby szans. Niemniej w celu zniwelowania znaczenia zagrożeń należałoby podjąć rozważne działania skupione na zachowaniu przewagi w obszarach wyszczególnionych po stronie mocnych stron i maksymalnym wykorzystaniu pojawiających się szans. Przy takiej polityce można spodziewać się dalszej poprawy sytuacji w następnych latach.

Tabela 4. Analiza SWOT

Mocne strony:	Słabe strony:
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Zdaniem 74,7% mieszkańców obszaru fakt, że ich gmina znajduje się na terenie Doliny Baryczy ma znaczenie dla jej rozwoju. Przeciwną opinię wyraziło zaledwie 6,5% respondentów.</li><li>▪ Wyłącznie 17,2% mieszkańców przyznało, że zamieszkiwanie na obszarze Doliny Baryczy nie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ W kontekście barier hamujących rozwój obszaru wskazywano najczęściej na: migrację mieszkańców (38,5%), niską świadomość specyfiki regionu wśród mieszkańców (27,0%), niszczący zabytki architektury, np. tradycyjnej zabudowy, architektury sakralnej</li></ul>



ma dla nich znaczenia oraz, że niewiele wiedzą na temat specyfiki obszaru, ani nie potrafią powiedzieć czym wyróżnia się Dolina Baryczy.

- W toku badania wszystkim ankietowanym zaprezentowano znak obszaru Doliny Baryczy. Znak ten już wcześniej widziało i rozpoznało 67,5% ogółu badanych.
- Wyniki badania wskazują, że turyści i mieszkańcy są zaznajomieni ze zdecydowaną większością elementów składających się na ofertę turystyczną Doliny Baryczy.
- W obu grupach zbadano znajomość walorów przyrodniczych obszaru. Wyniki badania wskazują jednoznacznie, że jest ona bardzo wysoka. Ponad 90% ogółu ankietowanych wie, że na terenie Doliny Baryczy znajduje się kompleks hodowlanych stawów rybnych oraz park krajobrazowy. Około 80% zna tutejsze rezerваты i pomniki przyrody. Z kolei 65,2% respondentów wie, że w Dolinie Baryczy znajduje się obszar Natura 2000.
- Analiza wyników badania przekonuje, że w ostatnich latach miał miejsce bardzo duży wzrost wiedzy na temat walorów Doliny Baryczy, zarówno wśród jej mieszkańców, jak również turystów. Wzrost ten zadeklarowało 69,2% badanych mieszkańców i 61,4% ankietowanych turystów.
- Aktualne oznakowanie szlaków i atrakcji turystycznych odpowiada 72,1% badanych, w tym 65,7% mieszkańców i 78,7% turystów.
- Informacje turystyczne, wydawnictwa, informują o ofercie obszaru Doliny Baryczy – twierdzi tak większość ankietowanych (63,9%). W tym gronie zidentyfikowano 59,3% mieszkańców obszaru oraz 68,5% turystów odwiedzających Dolinę Baryczy.
- Zawartość stron internetowych poświęconych Dolinie Baryczy pokrywa się z oczekiwaniami większości ankietowanych. 65,5% z nich twierdzi, że serwisy kompleksowo informują o ofercie

(23,8%) oraz brak współpracy pomiędzy władzami lokalnymi w zakresie wsparcia i promocji (22,1%). Ponad 20% turystów dostrzegło niewystarczające oznakowanie oferty produktów i turystycznych usług lokalnych.

- Wyniki badania wskazują, że niewielu mieszkańców i turystów korzystało dotychczas z usług lokalnych przewodników lub edukatorów – około 5,0% ogółu ankietowanych.
- Na podstawie wyników badania można przypuszczać, że pomimo istotnego wzrostu świadomości ekologicznej mieszkańców Doliny Baryczy, świadomość ta nadal jest względnie niższa od świadomości mieszkańców innych rejonów.



obszaru.

- Kupowanie lokalnych produktów wspiera lokalną przedsiębiorczość. Z tak postawioną tezę w przypadku Doliny Baryczy zgodziło się 72,7% ankietowanych.
- Bardzo wielu respondentów twierdzi, że mieszkańcy obszaru znający jego atrakcje i ofertę są najlepszymi ambasadorami regionu. Zidentyfikowano 74,1% podzielających taką opinię i tylko 6,2% jej zaprzeczających.
- Oferta noclegowa oceniana jest na ogół co najmniej dobrze. Wysokie oceny dotyczą szczególnie standardu, gościnności i porządku.
- Wyniki badania potwierdzają atrakcyjność oferty turystycznej Doliny Baryczy. 93,1% ankietowanych uważa, że oferta turystyczna Doliny Baryczy jest atrakcyjna. Najlepiej ocenione zostały takie jej elementy jak: walory przyrodnicze (98,0% ocen pozytywnych), infrastruktura szlaków (88,0%) oraz oferty łowisk (81,3%).

#### Szanse

- Ankietowani największy potencjał służący rozwojowi obszaru Doliny Baryczy łączą z obecnością szlaków turystycznych (rowerowych, pieszych, kajakowych, konnych). Bardzo duże znaczenie w tym kontekście ma również dostępne bogactwo turystyczne oraz formy ochrony przyrody – rezerваты.
- Około 58% ankietowanych podczas poznawania lokalnej oferty turystycznej korzysta z zakwaterowania w Dolinie Baryczy.
- Analiza wyników pomiaru wskazuje na duży potencjał Doliny Baryczy jako miejsca odpowiedniego nie tylko na wyjazd weekendowy, ale również na dłuższy wypoczynek.
- Niezależnie od wieku i innych cech demograficznych bardzo wysokie są odsetki respondentów, którzy zamierzają Dolinę Baryczy odwiedzić

#### Zagrożenia

- Wyniki badania wskazują, że punkty informacji turystycznej mogłyby działać lepiej – ponad 15% respondentów ocenia ich działalność źle.
- W kontekście wyników badania należy zwrócić uwagę na sięgający 28,1% odsetek osób, które nie znają oferty przewodników i edukatorów. W tym gronie wyróżniają się szczególnie turyści, spośród których 32,4% nie zna omawianej oferty.
- W trakcie badania zidentyfikowano elementy, których najbardziej brakowało odwiedzającym. Najczęściej wskazywane zastrzeżenia dotyczyły: deficytu restauracji i knajp oferujących dobrą kuchnię regionalną, deficytu koncertów, imprez rozrywkowych oraz eventów, niedostatku tabliczek informacyjnych, braków w oznakowaniu szlaków i atrakcji tu-



ponownie w przyszłości. 97,0% ogółu badanych posiada plany ponowienia wizyty, w tym 42,2% przyznało, że Dolinę Baryczy odwiedzi na pewno.

- Wyniki badania potwierdzają duży wzrost świadomości ekologicznej respondentów, w tym przede wszystkim mieszkańców Doliny Baryczy. W ciągu ostatnich pięciu lat zwiększyła się świadomość ekologiczna 68,7% mieszkańców, w tym w 22,3% przypadków był to wzrost zdecydowany.

rystycznych, deficytu informacji turystycznej/punktów informacji turystycznej.



## Spis rysunków i tabel

Rysunek 1. Struktura wieku respondentów $N=1624$ .....	6
Rysunek 2. Struktura wykształcenia respondentów $N=1624$ .....	7
Rysunek 3. Elementy będące najistotniejszym potencjałem służącym rozwojowi obszaru Doliny Baryczy $N=1624$ .....	10
Rysunek 4. Najistotniejsze bariery hamujące rozwój obszaru Doliny Baryczy $N=1624$ .....	11
Rysunek 5. Znajomość poszczególnych elementów oferty turystycznej Doliny Baryczy $N=1624$ .....	13
Rysunek 6. Znajomość poszczególnych walorów przyrodniczych Doliny Baryczy $N=1624$ .....	14
Rysunek 7. Obecna wiedza o walorach obszaru w porównaniu do wiedzy sprzed pięciu lat $N=1624$ .....	15
Rysunek 8. Źródła informacji na temat Doliny Baryczy $N=1624$ .....	16
Rysunek 9. Odpowiedzi na pytanie czy oznakowanie szlaków i atrakcji turystycznych jest wystarczające $N=1624$ .....	17
Rysunek 10. Odpowiedzi na pytanie czy informacje turystyczne, wydawnictwa, informują o ofercie obszaru Doliny Baryczy $N=1624$ .....	18
Rysunek 11. Odpowiedzi na pytanie czy strony internetowe kompleksowo informują o ofercie obszaru Doliny Baryczy $N=1624$ .....	19
Rysunek 12. Odpowiedzi na pytanie czy punkty informacji turystycznej działają dobrze $N=1624$ .....	20
Rysunek 13. Odpowiedzi na pytanie czy kupowanie lokalnych produktów wspiera lokalną przedsiębiorczość $N=1624$ .....	20
Rysunek 14. Odpowiedzi na pytanie czy mieszkańcy obszaru znający jego atrakcje i ofertę są najlepszymi ambasadorami regionu $N=1624$ .....	21
Rysunek 15. Wykorzystanie zakwaterowania w Dolinie Baryczy podczas poznawania oferty turystycznej $N=1624$ .....	23
Rysunek 16. Ilość noclegów spędzanych w Dolinie Baryczy podczas poznawania oferty turystycznej $N=464$ .....	24
Rysunek 17. Ocena bazy noclegowej $N=435$ .....	25
Rysunek 18. Atrakcyjność poszczególnych elementów oferty turystycznej Doliny Baryczy $N=1624$ .....	26
Rysunek 19. Wykorzystanie usług przewodników lub edukatorów $N=1624$ .....	27
Rysunek 20. Ocena pobytu z przewodnikiem/edukatorem w wybranych obszarach $N=81$ .....	28
Rysunek 21. Odsetki respondentów pragnących odwiedzić Dolinę Baryczy ponownie w celach turystycznych $N=1624$ .....	29
Rysunek 22. Zmiana stanu świadomości ekologicznej w perspektywie ostatnich 5 lat $N=1624$ .....	30
Rysunek 23. Instytucje/osoby odpowiedzialne za stan środowiska naturalnego w największym stopniu zdaniem respondentów $N=1624$ .....	31
Rysunek 24. Codziennie podejmowane wysiłki wpływające na zachowanie stanu środowiska naturalnego $N=1624$ .....	32



Rysunek 25. Najczęściej wykorzystywane środki transportu N=1624 .....	33
Tabela 1. Miejsce zamieszkania respondentów N=1624.....	7
Tabela 2. Główne cele pobytu/sposoby spędzania wolnego czasu w Dolinie Baryczy N=1624.....	22
Tabela 3. Ocena wybranych aspektów związanych z ofertą turystyczną N=1624.....	25
Tabela 4. Analiza SWOT.....	34