

ruch turystyczny

W ŁODZI
I WOJEWÓDZTWIE ŁÓDZKIM
W 2018 ROKU

REDAKCJA NAUKOWA

dr Anna Nitkiewicz-Jankowska

ZESPÓŁ AUTORSKI

dr Katarzyna Tkocz-Wolny

Zdzisław Wolny

Andrzej Kempa

Wojciech Szymala

Aneta Kasprzyk

Justyna Koch

Ewa Lutogniewska

Badania finansowane przez Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego



Metoda badań została opracowana przez zespół ekspertów
z Instytutu Geografii Miast i Turystyki Uniwersytetu Łódzkiego



ISBN 978-83-952742-1-3

Nakład 100 egz.

Spis treści

1. Wstęp	5
2. Cel i zakres opracowania oraz materiały źródłowe i metody badań	7
Cel opracowania.....	7
Zakres terminologiczny i definicje pojęć używanych w opracowaniu	7
Materiały źródłowe i metody badawcze zastosowane w opracowaniu	9
Schemat doboru i struktura próby badawczej w badaniach ankietowych	11
Zakres czasowy i przestrzenny badań terenowych.....	12
3. Charakterystyka ruchu turystycznego w województwie łódzkim	17
Dynamika ruchu turystycznego w latach 2001-2018	17
Sezonowość ruchu turystycznego	22
Wielkość i struktura ruchu turystycznego w 2018 roku.....	25
Ruch turystyczny w województwie łódzkim a inne regiony Polski	27
Rozkład przestrzenny ruchu turystycznego.....	30
4. Analiza ruchu turystycznego w Łodzi w świetle badań ankietowych	35
Charakterystyka uczestników ruchu turystycznego	35
Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Łodzi.....	42
Łódź w opiniach i ocenach odwiedzających.....	53
5. Analiza ruchu turystycznego w województwie łódzkim w świetle badań ankietowych	57
Charakterystyka uczestników ruchu turystycznego	57
Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w województwie łódzkim	64
Województwo łódzkie w opiniach i ocenach odwiedzających	75
6. Wydatki odwiedzających Łódź i region łódzki w świetle badań ankietowych	81
Wydatki ogółem na pobyt i na jeden dzień pobytu	81
Wydatki odwiedzających Łódź i region łódzki z podziałem na wybrane charakterystyki badanych	82
7. Podsumowanie	89
Literatura.....	97
Spis tabel	99
Spis wykresów	101
Spis rysunków.....	103

1. Wstęp

W 2018 roku po raz siódmy podjęte zostały na terenie Łodzi i województwa łódzkiego badania ruchu turystycznego przyjazdowego oraz tranzytowego. Badania przeprowadzone zostały w dwóch podokresach. Przyjęta metodologia postępowania zakładała przeprowadzenie bezpośrednich badań ankietowych na terenie Łodzi oraz w miejscach uznanych za atrakcyjne na terenie województwa w liczbie - zdaniem autorów - wskazującej według przyjętego algorytmu na możliwość dużej dokładności oszacowania skali ruchu turystycznego, która dawała wysokie prawdopodobieństwo jednoznacznego wnioskowania.

Uzyskane w latach poprzednich wyniki badań były na tyle interesujące dla władz samorządowych Łodzi i województwa łódzkiego, że postanowiono ponowić studia w 2018 roku. Badania przeprowadzone zostały zatem w podobnej konwencji metodycznej jak w latach poprzednich, dzięki czemu możliwe było dokonanie porównań i odniesień do wcześniejszych opracowań. Co istotne, nie oznacza to jednak, że autorzy badań prowadzonych w 2018 roku dokładnie powtórzyli procedury z lat poprzednich - nowością w tegorocznej edycji badania jest pomiar rozwoju funkcji turystycznej przy wykorzystaniu odpowiednich wskaźników oraz ukazanie ich na tle pozostałych regionów Polski.

Przygotowane na podstawie przeprowadzonych badań opracowanie składa się z siedmiu rozdziałów, w których dokonano prezentacji zebranego materiału i przedstawiono jego interpretację. Zgromadzone i przeanalizowane dane w głównej mierze przedstawione zostały w formie graficznej. Ponadto poza interpretacją uzyskanych w 2018 roku wyników w większości przypadków dokonano także ich porównań z rezultatami badań z 2016 roku.

W pierwszej, merytorycznej części (rozdział 2.), przedstawiono cele opracowania, terminologię przyjętą w badaniach, opisano materiały źródłowe oraz metodę prowadzonych badań. Druga część pracy (rozdział 3.) poświęcona została z kolei prezentacji ruchu turystycznego w Łodzi i w województwie łódzkim na podstawie oficjalnych danych statystycznych oraz dynamice ruchu w badanym regionie, a także jego sezonowości i rozkładowi przestrzennemu. W tej części zamieszczono także wskaźniki funkcji turystycznej. Autorzy mają świadomość skali błędów, jaki zawierają materiały US w Łodzi (statystyki nie obejmują wszystkich obiektów noclegowych) - warto jednak podkreślić, iż ich porównywalność w dłuższym czasie umożliwi śledzenie tendencji ruchu turystycznego, co jest istotne w kontekście badania. Kolejną podstawą analiz w tej części były materiały publikowane przez GUS. Trzecia część opracowania (rozdział 4.) poświęcona została szczegółowej analizie ruchu turystycznego w oparciu o badanie ankietowe przeprowadzone w Łodzi, a czwarta (rozdział 5.) - w województwie łódzkim. Z kolei materiałem wyjściowym do analiz zaprezentowanych w rozdziale 6. były dane dotyczące wydatków, jakie podczas swojego pobytu ponosili goście w Łodzi oraz w regionie łódzkim. W rozdziale 7. zestawione zostały w formie podsumowania najważniejsze wnioski z przeprowadzonych badań.

Łódź, marzec 2019 roku

2. Cel i zakres opracowania oraz materiały źródłowe i metody badań

Cel opracowania

Głównym celem opracowania było oszacowanie wielkości ruchu turystycznego w województwie łódzkim i w Łodzi w 2018 roku oraz określenie jego struktury i dynamiki.

Przyjęto, że osiągnięcie tak sformułowanego celu głównego wymaga realizacji następujących celów szczegółowych:

- ⇒ określenie szacunkowej liczby odwiedzających Łódź i województwo łódzkie w 2018 roku, z uwzględnieniem podziału na odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz odwiedzających jednodniowych i turystów;
- ⇒ określenie dynamiki wielkości ruchu turystycznego w Łodzi i w województwie łódzkim w latach 2001-2018;
- ⇒ określenie struktury uczestników ruchu turystycznego w Łodzi i w województwie łódzkim w 2018 roku ze względu na ich miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy, status materialny i pochodzenie (w przypadku turystów zagranicznych);
- ⇒ określenie sylwetki turysty krajowego i zagranicznego odwiedzającego Łódź i województwo łódzkie w 2018 roku;
- ⇒ charakterystyka przyjazdów do Łodzi i województwa łódzkiego ze względu na ich cele, długość pobytu, towarzystwo w trakcie podróży i używane środki transportu;
- ⇒ określenie przeciętnego poziomu wydatków poniesionych w trakcie pobytu w Łodzi i w województwie łódzkim w przeliczeniu na jedną osobę;
- ⇒ identyfikacja zachowań odwiedzających, sposobów spędzania czasu, stopnia satysfakcji z jakości oferty turystycznej oraz opinii na temat bezpieczeństwa, czystości, relacji jakości świadczonych usług do obowiązujących cen;
- ⇒ określenie, jak badani oceniają atrakcje turystyczne Łodzi oraz województwa łódzkiego i czy deklarują chęć kolejnego przyjazdu;
- ⇒ stworzenie rankingu miejsc uznanych przez odwiedzających za najbardziej atrakcyjne w Łodzi i w województwie łódzkim;
- ⇒ określenie pozycji województwa łódzkiego na tle innych regionów Polski;
- ⇒ charakterystyka rynków zagranicznych generujących ruch turystyczny do województwa łódzkiego i Łodzi;
- ⇒ perspektywy rozwoju ruchu turystycznego w Łodzi i województwie łódzkim w najbliższych latach.

Zakres terminologiczny i definicje pojęć używanych w opracowaniu

Aby spełnić wymóg porównywalności wyników badań w ujęciu dynamicznym, definicje pojęć zastosowanych w opracowaniu zgodne są z zaleceniami UNWTO i nawiązują do definicji odwiedzającego, turysty oraz odwiedzającego jednodniowego stosowanych we wcześniejszych opracowaniach autorów (Liszewski, red. 2010, Włodarczyk, red. 2011).

Odwiedzający to według UNWTO, każda osoba, która podróżuje do miejsca (kraju, regionu, miejscowości) położonego poza jej zwykłym otoczeniem i przebywa tam nie dłużej niż 12 miesięcy w celach

turystycznych. Celem podróży nie może być podjęcie pracy zarobkowej w tym kraju (regionie, miejscowości), czyli wykonywanie działalności wynagradzanej ze środków pochodzących z odwiedzanego miejsca - odwiedzający wydatkuje przywiezione ze sobą pieniądze zarobione gdzie indziej.

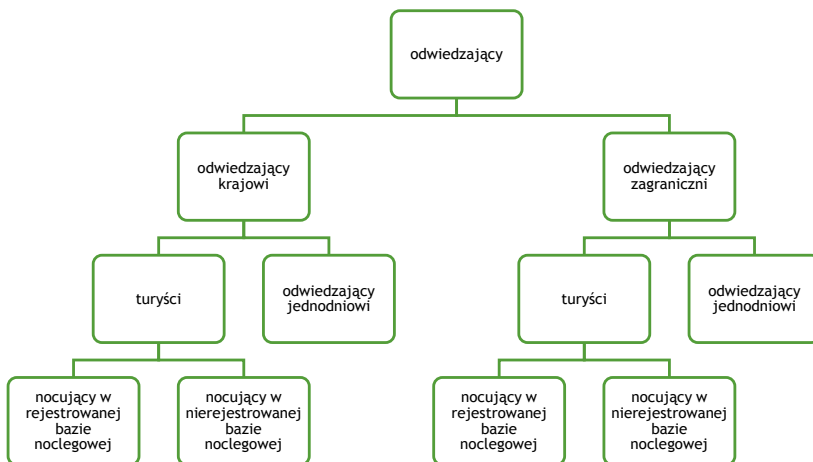
Przyjmując tę definicję, wszystkich odwiedzających podzielono na dwie kategorie: turystów i odwiedzających jednodniowych.

Turysta to osoba, która przyjechała do danego kraju (regionu, miejscowości) w celach: wypoczynkowych, leczniczych, krajoznawczych, religijnych, sportowych, służbowych, rodzinnych, społecznych, politycznych i innych (za wyjątkiem motywów zarobkowych) i która spędziła w miejscu czasowego pobytu (miejscowości, regionie) przynajmniej jedną noc w publicznych lub prywatnych obiektach noclegowych, tj. w miejscowej bazie noclegowej, u rodziny i znajomych lub we własnych drugich domach/mieszkaniach.

Odwiedzający jednodniowy to osoba, która przyjechała do danego kraju (regionu, miejscowości) w celach: wypoczynkowych, leczniczych, krajoznawczych, religijnych, sportowych, służbowych, rodzinnych, społecznych, politycznych i innych (z wyjątkiem motywów zarobkowych) i która spędziła w miejscu czasowego pobytu (miejscowości, regionie) mniej niż 24 godziny i nie korzystała: z bazy noclegowej tego kraju (regionu, miejscowości), gościnności rodziny/znajomych lub własnych drugich domów/mieszkań.

Relacje pomiędzy poszczególnymi grupami uczestników ruchu turystycznego przedstawia rys. 1.

Rysunek 1. Schemat podziału uczestników ruchu turystycznego



Źródło: opracowanie na podstawie UNWTO

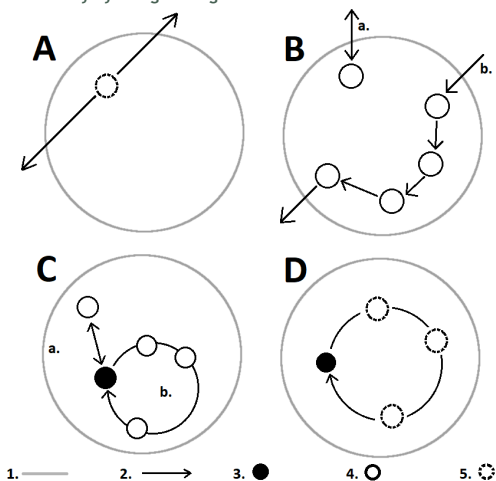
Specyfika badań regionalnych sprawiła, że w badaniu uwzględniono dwie kategorie odwiedzających (zob. Liszewski, Włodarczyk 2010) wyróżnionych w oparciu o miejsce zamieszkania. Jako dodatkowe kryterium przyjęto różne typy podróży (rys. 2).

Pierwsza kategoria to odwiedzający, którzy nie są mieszkańcami badanego regionu (rys. 2A i 2B). W kategorii tej można wyróżnić odwiedzających tranzytowych (A), którzy nie nocują w regionie, ale zatrzymując się w nim (np. podczas odpoczynku czy zwiedzania) mogą wpływać na środowisko regionu oraz jego gospodarkę. Innym typem (B) są turyści, którzy wybierają region jako docelowe miejsce dłuższego pobytu z noclegiem (a) (wczasy, wypoczynek w „drugich domach”) lub nocują w regionie w trakcie dłuższej podróży (b), a region jest jednym z wielu odwiedzanych podczas wycieczki. W tej

klasyfikacji nie ma znaczenia, czy są to turyści polscy czy zagraniczni. Ważnym jest natomiast, że jest to kategoria, która powoduje dopływ środków finansowych do regionu.

Kategorię drugą stanowią odwiedzający będący mieszkańcami badanego regionu (rys. 2C i 2D). W tym przypadku możemy mówić o wewnątrzregionalnym ruchu turystycznym, który nie zasila regionu w nowe środki finansowe, ale jedynie powoduje przemieszczanie ich między miejscowościami czy obszarami znajdującymi się w jego granicach. Niemniej jest on ważną częścią migracji turystycznych. Wśród podróżujących w celach turystycznych można zatem wyróżnić zarówno „klasycznych” turystów (C), którzy wybierają region jako miejsce dłuższych pobytów turystycznych (a) (wczasy, odwiedzić krewnych znajomych, działki letniskowe) lub wycieczkowiczów (b) spędzających kilka nocy poza domem w trakcie wyjazdu np. o charakterze krajoznawczym. Drugim typem w tej kategorii (D) są jednodniowe wyjazdy bez noclegu, które stosunkowo najmniej wpływają na środowisko i gospodarkę regionu.

Rysunek 2. Kategorie ruchu turystycznego w regionie



Objaśnienia: 1 - granice regionu, 2 - potoki ruchu turystycznego, 3 - miejsca stałego zamieszkania, 4 - miejsca pobytu (z noclegiem), 5 - miejsca postoju - odwiedzin (bez noclegu)
Źródło: S. Liszewski, B. Włodarczyk (2010)

Materiały źródłowe i metody badawcze zastosowane w opracowaniu

Uwzględniając fakt, że badanie ruchu turystycznego jest zadaniem niezwykle trudnym i wymaga zastosowania wielu wzajemnie uzupełniających się i weryfikujących metod badawczych oraz źródeł danych (zob. Alejziak 2010, Dziedzic 2010, Szafrąńska, Włodarczyk, Dziedzic 2016) badanie ruchu turystycznego w Łodzi i w województwie łódzkim w 2018 roku przeprowadzone zostało przy użyciu następujących pośrednich i bezpośrednich metod badawczych:

- analiza źródeł zastanych (dostępnych źródeł wtórnych), określana także jako desk research,
- metoda kwestionariuszowa (standaryzowany wywiad bezpośredni),
- metoda szacunków statystycznych,
- metoda ekspercka.

Zastosowanie wymienionych metod wymagało wykorzystania zarówno pierwotnych, jak i wtórnych danych źródłowych, do których należały:

- dane Głównego Urzędu Statystycznego o liczbie udzielonych noclegów (sprawozdanie KT-1) obejmujące lata 2001-2018, informacje z Banku Danych Lokalnych oraz komunikatów, biuletynów i innych publikacji dostępnych w GUS;
- dane z raportów z badań ruchu turystycznego przeprowadzonych w Łodzi i w województwie łódzkim w latach ubiegłych, a także dane dotyczące wielkości ruchu turystycznego w ujęciu krajowym i międzynarodowym;
- dane zebrane przy użyciu badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w miejscach recepcji turystycznej i wybranych obiektach noclegowych (badania podstawowe).

Szacunki statystyczne, przeprowadzone zostały w oparciu o proporcje poszczególnych grup uczestników ruchu turystycznego (odwiedzający krajowi i zagraniczni, turyści i odwiedzający jednodniowi, nocujący w rejestrowanej bazie noclegowej i nocujący w bazie nierejestrowanej - por. rys. 1.), które zidentyfikowano w badaniach kwestionariuszowych przeprowadzonych w miejscach recepcji turystycznej. Ostateczna liczba turystów oszacowana została na podstawie proporcji uzyskanych w badaniach terenowych oraz danych GUS o liczbie nocujących w rejestrowanej bazie noclegowej, którą przyjęto za podstawę dokonanych szacunków. Szacunków dokonano odrębnie dla Łodzi oraz województwa łódzkiego.

Ponadto, w ramach analizy desk research dokonano pomiaru rozwoju funkcji turystycznej przy wykorzystaniu kilku wskaźników - Deferta, Schneidera, Charvata oraz wskaźnika gęstości bazy noclegowej. Wskaźnik Deferta określa liczbę turystów przypadających na 1km² danego obszaru turystycznego, a tym samym pozwala ocenić gęstość populacji badanego obszaru. Wskaźnik Schneidera służy natomiast jako miernik intensywności ruchu turystycznego, gdyż dostarcza informacji o liczbie turystów przypadających na 100 stałych mieszkańców obszaru. Z kolei wskaźnik Charvata wyraża liczbę udzielonych noclegów na 100 mieszkańców obszaru, a wskaźnik gęstości bazy noclegowej - zagęszczenie miejsc noclegowych na badanym obszarze (zob. Szromek 2013).

Podstawową metodą badawczą było badanie kwestionariuszowe przeprowadzone w technice standaryzowanego wywiadu bezpośredniego (face to face) realizowanego w wybranych miejscach recepcji turystycznej oraz obiektach noclegowych. Respondentami, którzy wzięli udział w badaniach były osoby, które przybyły na badany obszar w celu innym niż podjęcie pracy zarobkowej lub nauka. Były to zarówno osoby, które nocowały na badanym obszarze (turyści), jak i te, które spędziły tam mniej niż 1 dzień (odwiedzający jednodniowi).

Narzędziem badań był standaryzowany kwestionariusz wywiadu zawierający pytania zamknięte, półotwarte oraz otwarte, dające respondentom możliwość swobodnej wypowiedzi w kategoriach nienarzuconych przez badacza. Kwestionariusz składał się z dwudziestu trzech pytań problemowych oraz metryczki, która posłużyła do charakterystyki respondentów oraz określenia zmiennych społeczno-demograficznych modyfikujących uzyskane odpowiedzi. W badaniach użyte zostały kwestionariusze w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej.

Uzyskany materiał opracowano za pomocą programu SPSS. W analizie wyników badań zastosowano zarówno rozkłady częstości jednej zmiennej, przedstawione w postaci tablic oraz wykresów, jak i analizę dwuzmienną, którą zaprezentowano w postaci tablic kontyngencji.¹

¹ Ze względu na nieprobabilistyczny dobór próby wnioskowanie statystyczne zastosowane w badaniach ograniczone jest do wnioskowania jednozmiennego i nie pozwala na określenie miar związków pomiędzy zmiennymi.

Schemat doboru i struktura próby badawczej w badaniach ankietowych

W związku z tym, że próba nie miała charakteru losowego (co wynika z braku możliwości skonstruowania operatu losowania dla populacji, jaką są turyści), w badaniach zastosowano schemat doboru próby określanej w literaturze jako dostępnościowy (Babbie, 2005) lub okolicznościowy (Frankfort-Nachmias, Nachmias 2001). Tak dobrana próba jako nieprobabilistyczna nie gwarantuje pełnej reprezentatywności statystycznej badań. Aby zwiększyć jej reprezentatywność, w badaniach uwzględniono wynikające z obserwacji zróżnicowanie odwiedzających ze względu na ich cechy społeczno-demograficzne (płeć, wiek, wykształcenie), a także ze względu na uprawiane formy turystyki, przybywanie różnymi środkami transportu, organizację pobytu (turyści indywidualni i podróżujący w grupach zorganizowanych) itp.

Biorąc pod uwagę zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej województwa łódzkiego oraz nieproporcjonalną pozycję Łodzi, wielkość oraz strukturę próby badawczej wyznaczono odrębnie dla Łodzi oraz dla pozostałych powiatów województwa. Dane dla powiatów grodzkich (Skierniewice i Piotrków Tryb.) zagregowano z danymi dla okalających je powiatów ziemskich, uznając je z punktu widzenia przeprowadzanych badań za obszary integralne terytorialnie.

Strukturę próby (liczbę wywiadów realizowaną w każdym powiecie) w badaniach podstawowych wyznaczono w oparciu o dwie zasadnicze zmienne: względną atrakcyjność turystyczną powiatu obliczoną jako udział atrakcyjności każdego powiatu w atrakcyjności całego województwa (z wyłączeniem Łodzi) oraz proporcję korzystających z noclegów w każdym powiecie w stosunku do ogółu korzystających w województwie (z wyłączeniem Łodzi).

Względna atrakcyjność turystyczną poszczególnych powiatów wyznaczono metodą ekspercką poprzez dokonanie specyfikacji miejsc atrakcyjnych turystycznie w każdym z powiatów oraz nadanie im jednej z następujących rang: międzynarodowej, krajowej lub regionalnej. Następnie, biorąc pod uwagę rangę tych miejsc, przypisano im odpowiednią liczbę punktów, których suma wyznaczyła względną atrakcyjność powiatu. Druga zmienna wyznaczona została w oparciu o liczbę korzystających z noclegów w każdym powiecie na podstawie danych statystycznych dostępnych w Banku Danych Lokalnych GUS za 2017 rok (suma z 12 miesięcy).

W algorytmie obliczeń całkowitej wielkości próby w każdym powiecie obu tym zmiennym przypisano różne wagi: atrakcyjności turystycznej - 0,7, a liczbie korzystających z noclegów - 0,3.

W związku z tym, że miejsca przeprowadzania wywiadów obejmowały dwie kategorie: miejsca atrakcyjne turystycznie (w tym także miejsca odbywania się imprez - kulturalnych, sportowych i innych) oraz obiekty noclegowe, przyjęto, że liczba obiektów noclegowych, w których przeprowadzone zostaną badania będzie proporcjonalna do liczby obiektów noclegowych w każdym powiecie zarejestrowanych w GUS. Wyznaczając imiennie obiekty, w których przeprowadzone zostaną badania, brano pod uwagę nie tylko ich liczbę, ale też zróżnicowanie rodzajowe oraz zróżnicowanie ich standardu.

Wielkość próby badawczej realizowanej w Łodzi oraz w pozostałych powiatach województwa łódzkiego wyznaczono, biorąc pod uwagę, że minimalna wielkość próby dla populacji nieskończenie wielkich, przy założeniu określonego rzędu precyzji wyników (szacunkowy błąd próby - 3%, a współczynnik ufności 0,95) powinna wynosić 1100. Ostatecznie, po weryfikacji uzyskanego materiału w analizie uwzględniono 2552 kwestionariusze (w tym 1128 w Łodzi i 1424 w pozostałych częściach województwa łódzkiego).

Zakres czasowy i przestrzenny badań terenowych

Badania podstawowe przeprowadzone zostały w 148 wyznaczonych miejscach (w 36 w Łodzi i w 112 na pozostałym obszarze województwa), do których należały:

- miejsca atrakcyjne turystycznie, w tym miejsca, w których odbywały się duże imprezy i wydarzenia (kulturalne, sportowe i inne) o zasięgu ponadregionalnym;
- wybrane obiekty noclegowe.

Miejsca przeprowadzania badań dobrane zostały w sposób celowy - kryterium doboru próby była ich atrakcyjność turystyczna (w badaniach uwzględniono wszystkie miejsca o atrakcyjności co najmniej regionalnej). Wyznaczając obiekty noclegowe, w których przeprowadzone zostaną badania, zastosowano dobór warstwowy. Warstwami doboru próby były: powiat oraz rodzaj obiektu noclegowego (w przypadku hoteli ich kategoria).

Okres realizacji badań, wyznaczony w oparciu o kalendarz imprez odbywających się w województwie łódzkim generujących ruch turystyczny na tym obszarze, trwał od 1 czerwca do 31 października 2018 roku i obejmował dwa podokresy: I - od 1.06 do 31.08; II - od 1.09 do 31.10. W miejscach atrakcyjnych turystycznie i w obiektach noclegowych wywiady zostały zrealizowane w obu podokresach. W miejscach, w których odbywały się różnego typu imprezy i wydarzenia - podczas trwania tych imprez. Przestrzenne rozmieszczenie miejsc realizacji badań według powiatów przedstawiają tabele 1 i 2.

Tabela 1. Miejsca realizacji badań ankietowych w województwie łódzkim w 2018 roku

Powiat	Miejscowość	Miejsce/wydarzenie/obiekt	Ranga	Termin realizacji w 2018 r
Bełchatowski	Kleszczów	Odkrywka KWB Bełchatów	1	I, II
	Parzno	Sanktuarium Wandy Malczewskiej	2	I, II
	Bełchatów	PGE Giganty Mocy	1	I
	Wawrzkowizna	Zbiornik wodny	2	I
	Bełchatów	Sport Hotel	-	I, II
	Słok	Hotel Wodnik	-	I, II
	Rząsawa	OSiR Wawrzkowizna	-	I, II
	Kleszczów	Hotel Solpark	-	I, II
Brzeziński	Zelów	Zbór i muzeum Braci Czeskich	-	I, II
	Kołacinek	Dino Park	2	I, II
	Rogów	Alpinarium, arboretum, muzeum	1	I, II
	Rogów	Rogowska Kolej Wąskotorowa	2	I, II
	Rochna	Hotel nad Mrogą	-	I, II
Kutnowski	Janinów	rezerwat Parowy Janinowskie, Park Krajobrazowy Wzniesień Łódzkich	2	I, II
	Kutno	Europejskie Centrum Szkolenia Matej Ligii Baseballowej	0	I
	Kutno	Święto Róży 7-9 IX	2	II (w czasie trwania imprezy)
	Kutno	Hotel Rondo	-	I, II
	Kutno	Hotel Avis	-	I, II
	Krośniewice	Muzeum J. Dunin-Borkowskiego	-	I, II
Łaski	Oporów	zamek	1	I, II
	Łask	kolegiata	2	I, II
Łęczycki	Rzeka Grabia	Szlak Młynów nad Grabią	2	I, II
	Łęczyca	zamek, turnieje	2	I (w czasie trwania imprez)
	Grabów	miejscowość	2	I, II
Tum	Tum	archikolegiata i grodzisko Szwedzka Góra	0	I, II

Powiat	Miejscowość	Miejsce/wydarzenie/obiekt	Ranga	Termin realizacji w 2018 r
	Świnice Warckie	kościół św. Faustyny	-	I, II
	Topola Królewska	Hotel Chrobry	-	I, II
Łowicki	Arkadia	Park-muzeum	1	I, II
	Łowicz	bazylika	0	I, II
	Łowicz	rynek i hotel Eco	-	I, II
	Nieborów	pałac-muzeum	1	I, II
	Walewice	pałac i Stadnina Koni Walewice	1	I, II
	Maurzyce	skansen, most, Karczma Maurzyce	2	I, II
	Sromów	Muzeum Ludowe	2	I, II
Łódzki Wschodni	Koluszki	kościół pod wezwaniem Niepokalanego Poczęcia Najświętszej Marii Panny	-	I, II
	Rzgów	centrum handlowe Ptak	0	I, II (bez łodzian)
	Rzgów	noclegi Jurand	-	I, II
	Tuszyn	hotel Grzegorzewski	-	I, II
Opoczyński	Drzewica	zamek	2	I, II
	Żarnów	kościół romański (Szwedzka Góra)	2	I, II
	Poświętne	sanktuarium	2	I, II
	Paradyż	Zespół klasztorny Bernardynów w Paradyżu	2	I, II
	Opoczno	hotel Opoczyński	-	I, II
Pabianicki	Lutomiersk	las (drugie domy)	2	I, II
	Pabianice	dwór - muzeum	2	I, II
	Pabianice	hotel Fabryka Wełny	-	I, II
Pajęczański	Działoszyn	zalew	2	I, II
	Węże	rezerwat Węże	2	I, II
Piotrkowski ziemski	Bąkowa Góra	zamek, dwór, spichlerz	2	I, II
	Przedbórz	Przedborski Park Krajobrazowy, szlak wodny Pilicy	2	I, II
	Bogustawice	Stado Ogierów w Bogustawicach	1	I, II
	Sulejów-Podklasztorze	Opactwo Cystersów na szlaku romańskim	1	I, II
	Sulejów-Podklasztorze	hotel Podklasztorze	-	I, II
	Witów	klasztor	1	I, II
	Bronisławów	CSK Magellan	-	I, II
Piotrków miasto	Piotrków Tryb.	Stare Miasto, zamek i muzeum	1	I, II
	Piotrków Tryb.	Centrum Edukacji browarniczej	2	I, II
	Piotrków Tryb.	hotel Trybunalski	-	I, II
Poddębicki	Borysew	zoo Safari	2	I, II
	Bronów	muzeum	2	I, II
	Pęczniew	zbiornik Jeziorsko	2	I, II
	Uniejów	Zagroda młynarska	2	I, II
	Uniejów	zamek	1	I, II
	Uniejów	Termy Uniejów	-	I, II
Radomszczański	Chelmo	miejscowość	2	I, II
	Gidle	klasztor na pielgrzymkowym szlaku	1	I, II
	Kamieńsk	Góra Kamieńska i elektrownia wiatrowa	2	I, II
	Wielgomłyn	klasztor	2	I, II

Powiat	Miejscowość	Miejsce/wydarzenie/obiekt	Ranga	Termin realizacji w 2018 r
	Radomsko	miasto	2	I, II
	Gomunice	miejscowość	2	I, II
	Stobiecko Szlacheckie	Motel Elmar	-	I, II
Rawski	Rawa Mazowiecka	zamek i Muzeum Ziemi Rawskiej	2	I, II
	Ossa	OSSA Congres SPA	-	I, II
	Wola Chojnata	hotel Pałac Chojnata	-	I, II
Sieradzki	Burzenin	Góry Wapienne, PK Międzyrzecza Warty i Widawki	2	I, II
	Sieradz	miejscowość, Festiwal Kolory Polski (12.IV)	2	I, II (także w czasie imprezy)
	Tubądzin	Muzeum Walewskich	2	I, II
	Warta	klasztor oo. Bernardynów i miasto	2	I, II
		Ostrów Warcki	2	I, II
Stawiszczce	hotel Na Pótboru	-	I, II	
Skierniewicki ziemski	Bolimów i okolica	Bolimowski Park Krajobrazowy	2	I, II
	Lipce Reymontowskie	Muzeum Regionalne im. Władysława St. Reymonta	2	I, II
Skierniewice miasto	Skierniewice	Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw (16-17 IX)	2	II (w czasie trwania imprezy)
Tomaszowski	Inowódz	kościół romański św. Idziego + zamek	1	I, II
	Konewka	bunkier - trasa turystyczna	1	I, II
	Smardzewice-Książ	Ośrodek Hodowli Żubrów, Spalski PK	2	I, II
	Spała	miejscowość, szlak Pilicy (przystań)	1	I, II
	Tomaszów Mazowiecki	Rezerwat Niebieskie Źródła, skansen rzeki Pilicy, Groty Nagórzyckie	1	I, II
	Smardzewice	Sulejowski Park Krajobrazowy, Zbiornik Sulejowski	1	I, II
	Smardzewice	centrum konferencyjno-rekreacyjne Molo	-	I, II
	Spała	hotel Mościcki	-	I, II
Wieluński	Ożarów	Dwór Bartochowskich - muzeum	1	I, II
	Przywóz	Kurhany Książęce, Krzeczów	2	I, II
	Wieluń	miejscowość	2	I, II
	Wieluń	zajazd Boryna	-	I, II
	Załęcze Wielkie	OH Nadwarciański Ogród	1	I, II
	Wieluń	Resort Stara Wieś	-	I, II
Wieruszowski	Bolesławiec	ruiny zamku	2	I, II
	Sokolniki	pałac	2	I, II
	Wieruszów	klasztor oo. Paulinów + szlaki	2	I, II
	Sokolniki	Okolice pałacu Sokolnik	-	I, II
Zduńskowolski	Szadek	kościół św. Józefa	2	I, II
	Zduńska Wola	Muzeum M.M. Kolbego, Skansen Lokomotyw	1	I, II
	Gajewniki	Festiwalu Koni w Stajni Gajewniki	2	I, II
	Zduńska Wola	hotel Pod Słońcem	-	I, II
Zgierski	Grotniki	miejscowość i dolina rzeki Lindy	2	I, II
	Zgierz	Salto Klub Jeździecki (np. podczas zawodów)	2	I, II
	Wola Błędowa	pole golfowe	2	I, II
	Aleksandrów	obchody 200 lat Miasta	2	I, II

Powiat	Miejscowość	Miejsce/wydarzenie/obiekt	Ranga	Termin realizacji w 2018 r
	Zgierz	stacja Nowa Gdynia	2	I, II
	Zgierz	Park Kulturowy Miasto Tkaczy	2	I, II
	Dobieszków	hotel Dobieszków	-	I, II
	Stryków	hotel 500	-	I, II

Objaśnienia: 0 - ranga międzynarodowa, 1 - ranga krajowa, 2 - ranga regionalna.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Miejsca realizacji badań ankietowych w Łodzi w 2018 roku

Miejsce/wydarzenie/obiekt	Ranga	Termin realizacji w 2018 r
Klasztor oo. Franciszkanów i Las Łagiewnicki	2	I, II
Ulica Piotrkowska	1	I, II
Cmentarz żydowski, stacja Radegast	0	I, II
Międzynarodowy Festiwal Komiksu	1	II (w czasie trwania imprezy)
Atlas Arena	0	I, II (w czasie trwania imprez)
EC1	0	I, II
Muzeum Sztuki i MSZ	0	I, II
Manufaktura, Muzeum Fabryki	0	I, II
ZOO, park Na Zdrowiu	2	I, II
Ogród Botaniczny i Palmiarnia	2	I, II
Kompleks basenowy Fała	2	I, II
Muzeum Włókiennictwa, skansen	1	I, II
Muzeum Kinematografii	1	I, II
Kompleks pofabryczny Księży Młyn	1	I, II
Port Lotniczy Łódź im. Wł. Reymonta	0	I, II
Port Łódź	2	I, II
Festiwal Światta	1	II (w czasie trwania imprezy)
Dworzec Łódź-Fabryczna	1	I, II
Dworzec Łódź-Kaliska	1	I, II
Festiwal Czterech Kultur	1	II (w czasie trwania imprezy)
OFF Piotrkowska	2	I, II
Targi w Halach MTL	1	II (w czasie trwania imprezy)
Hotel Anders	-	I, II
Hotel Ambasador Centrum, Ambasador Chojny	-	I, II
Hotel IBIS	-	I, II
Hotel Polonia	-	I, II
Hostel Flamingo	-	I, II
Schronisko Młodzieżowe ul. Legionów	-	I, II
CSK Uniwersytetu Łódzkiego przy ulicy Kopcińskiego	-	I, II
Hotel Grand	-	I, II
Hotel Novotel	-	I, II
Hotel DoubleTree by Hilton	-	I, II
Hotel Tobaco	-	I, II
Qubus	-	I, II
Hotel Campanile	-	I, II
Stare Kino Cinema Residence	-	I, II

Objaśnienia: 0 - ranga międzynarodowa, 1 - ranga krajowa, 2 - ranga regionalna.

Źródło: opracowanie własne.

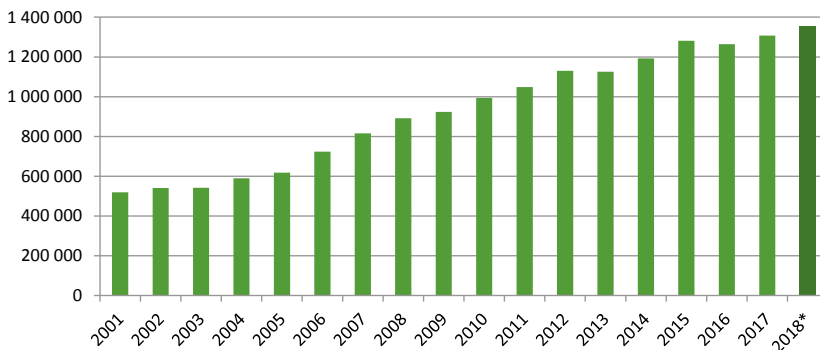
3. Charakterystyka ruchu turystycznego w województwie łódzkim

Informacje dotyczące charakterystyki ruchu turystycznego w województwie łódzkim przygotowane zostały na podstawie uzyskanych danych wtórnych - danych pochodzących z Głównego Urzędu Statystycznego oraz danych z Urzędu Statystycznego w Łodzi.

Dynamika ruchu turystycznego w latach 2001-2018

W latach 2001-2018 zaobserwowano wzrost liczby osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Łodzi i województwie łódzkim sięgający 161,4% (2001 - 519 414; 2018 - 1 357 828). Największy przyrost turystów odnotowano w 2006 i 2007 roku (odpowiednio 17,0% i 12,8%). Z danych publikowanych rokrocznie przez Główny Urząd Statystyczny i Urząd Statystyczny w Łodzi można wywnioskować, iż w analizowanym okresie z roku na rok wzrastała liczba osób odwiedzających województwo łódzkie - za wyjątkiem 2013 i 2016 roku, kiedy to spadek wyniósł kolejno -0,3% oraz -1,3% w odniesieniu do roku poprzedzającego (wyk. 1).

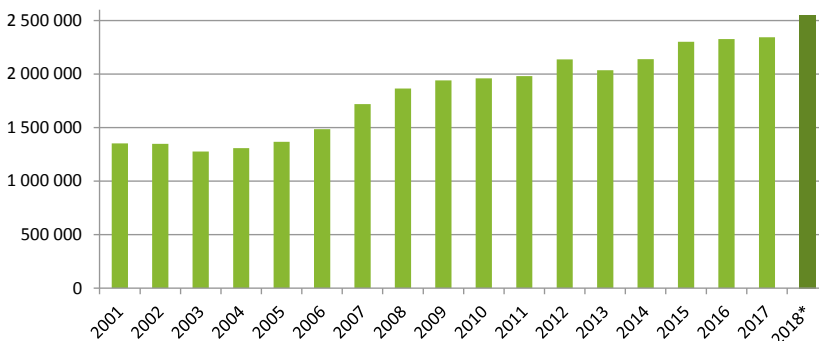
Wykres 1. Liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Łodzi i województwie łódzkim w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

Od 2004 roku liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania w Łodzi i województwie łódzkim wzrastała. Niemalże w każdym roku dostrzegalny jest systematyczny przyrost udzielanych noclegów. Wyjątkiem był 2013 rok, w którym nastąpił spadek wynoszący -4,75% w odniesieniu do roku poprzedniego. Było to spowodowane spadkiem liczby osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego, który również był niższy aniżeli w 2012 roku. W 2007 roku odnotowano największy wzrost udzielonych miejsc noclegowych z rokiem poprzednim o 15,8%. Łącznie w województwie w 2018 roku udzielono o 88,8% więcej noclegów aniżeli w roku bazowym (2001 - 1 351 564; 2018 - 2 551 827). Warto zwrócić uwagę na fakt, że rozkład liczby udzielonych noclegów (wyk. 2) jest podobny do rozkładu liczby osób korzystających z obiektów zakwaterowania w regionie (wyk. 1).

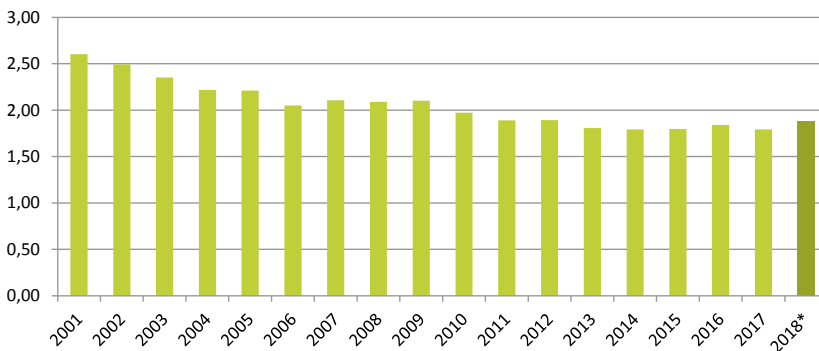
Wykres 2. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania w Łodzi i województwie łódzkim w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

Obserwuje się skracanie średniej długości pobytu wśród turystów województwa łódzkiego - dla gospodarki turystycznej w badanym regionie jest to zjawisko niekorzystne. W roku 2001 średnia wynosiła 2,6 dnia, natomiast w 2018 roku - 1,88 dnia (spadek o -27,7%). Najniższą wartość średniej - 1,79 dnia - odnotowano w 2014 i 2017 roku (wyk. 3).

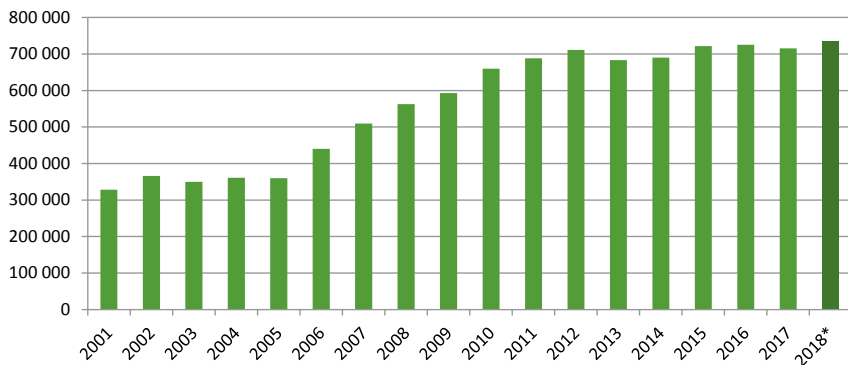
Wykres 3. Średnia długość pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

W latach 2001 - 2018 w przypadku badanego regionu (bez jego stolicy), ponad dwukrotnie zwiększyła się liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego (2001 - 328 341; 2018 - 736 174). Najwyższy przyrost odnotowano w latach 2006-2008 (wzrost kolejno o 22,2%, 15,9% i 10,4%), natomiast spadek zaobserwowano w 2013 roku (-3,9% w odniesieniu do roku poprzedniego). Szczegółowe dane w tym zakresie przedstawia wykres 4.

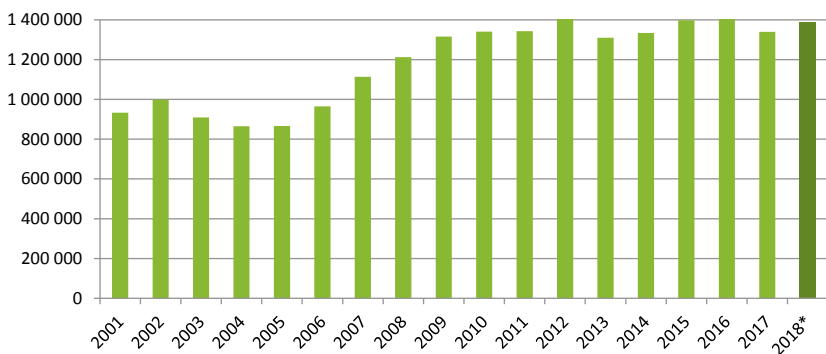
Wykres 4. Liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim (bez Łodzi) w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

W 2001 roku w województwie łódzkim (bez uwzględnienia Łodzi) udzielono 933 265 noclegów, z kolei najmniej w 2004 roku - 864 506. Po tym roku zaobserwowano systematyczny wzrost liczby udzielanych noclegów. Spadek w odniesieniu do roku wcześniejszego odnotowano natomiast dopiero w 2013 i 2017 roku (kolejno -6,7% i -5,5%). Dokładne dane dotyczące liczby udzielonych noclegów zamieszczono na wykresie 5.

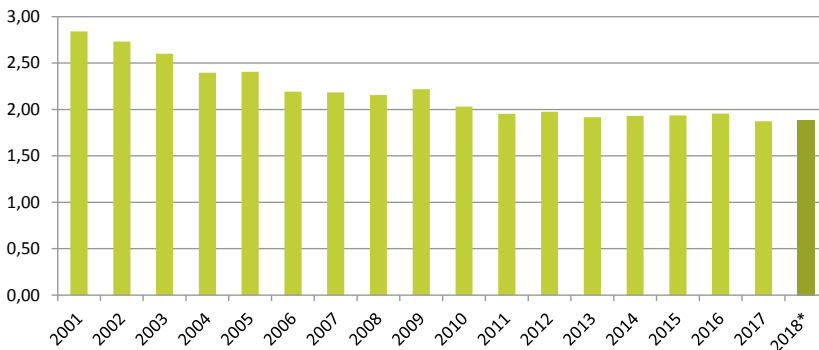
Wykres 5. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim (bez Łodzi) w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

Statystycznie w województwie łódzkim (bez uwzględniania jego stolicy) w 2018 roku turyści spędzili w obiektach zakwaterowania zbiorowego o 1/3 mniej czasu aniżeli w 2001 roku (2001 - 2,84 dnia; 2018 - 1,89 dnia). Jest to zjawisko niekorzystne dla gospodarki turystycznej regionu. Największy spadek średniej długości pobytu miał miejsce w 2006 roku. Najniższą średnią długość pobytu (1,87) odnotowano w 2017 roku (wyk. 6).

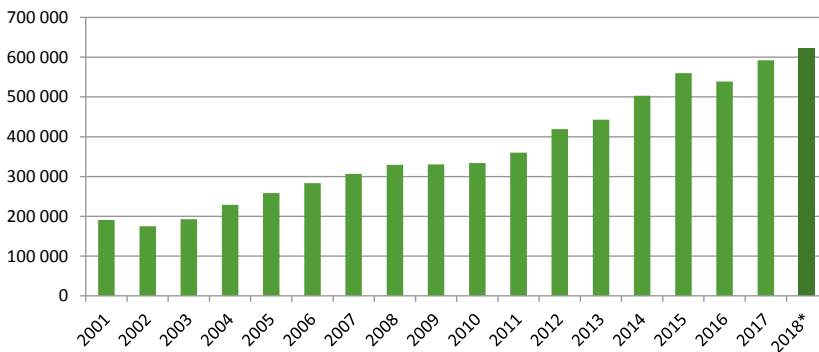
Wykres 6. Średnia długość pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim bez Łodzi w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

Liczba osób nocujących w Łodzi na przestrzeni lat 2001 - 2018 zwiększyła się ponad trzykrotnie (2001 - 191 073; 2018 - 621 654). Największy wzrost odnotowano w 2004 i 2012 roku (wzrost o 18,8% i 16,6% względem roku poprzedniego), natomiast spadek zaobserwowano w 2002 i 2016 roku (odpowiednio -8,6% i -3,7%). W analizowanym okresie najmniejszą liczbę turystów (174 644) odnotowano w 2002 roku (wyk. 7).

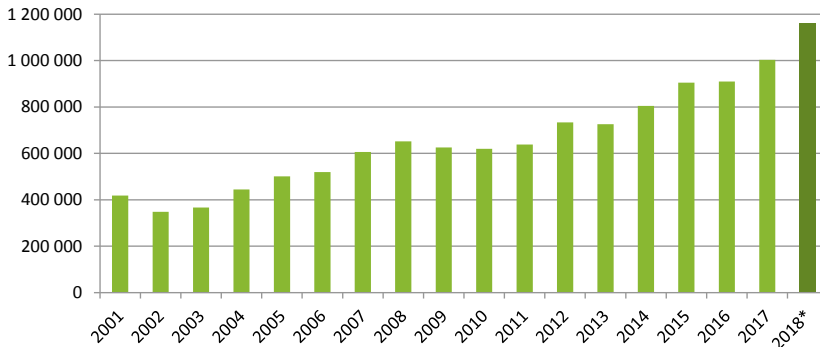
Wykres 7. Liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

W latach 2001-2018 w Łodzi odnotowano pozytywną zmianę liczby udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego (tendencja wzrostowa). W 2001 roku udzielono 418 299 noclegów, z kolei w 2018 roku - 1 162 365. Przełożyło się to na przyrost wynoszący 177,9% na przestrzeni analizowanego okresu (wyk. 8).

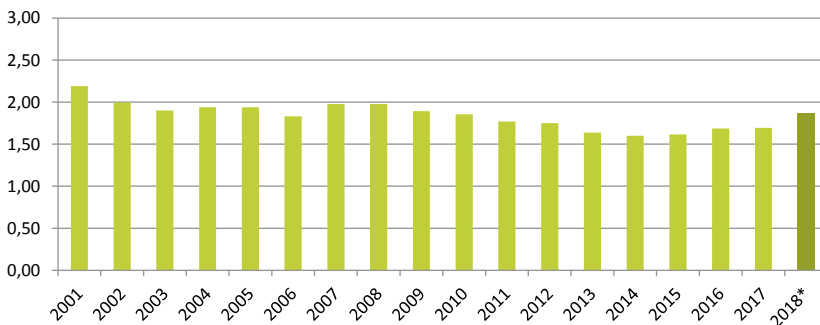
Wykres 8. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w latach 2001-2018



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

Średnia długość pobytu turystów nocujących w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi zmniejszyła się z 2,19 dnia w 2001 roku do 1,87 dnia w 2018 roku. Spadek średniej długości pobytu wyniósł -14,6%. Porównując miasto z całym województwem dostrzega się, że w 2018 roku turyści statystycznie poświęcili tyle samo dni na nocleg w Łodzi, jak i we wszystkich innych miejscowościach województwa (średnia długość w województwie bez Łodzi - 1,89, natomiast w Łodzi 1,87). Szczegółowe dane dotyczące średniej długości pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi znajdują się na wykresie 9.

Wykres 9. Średnia długość pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w latach 2001-2018

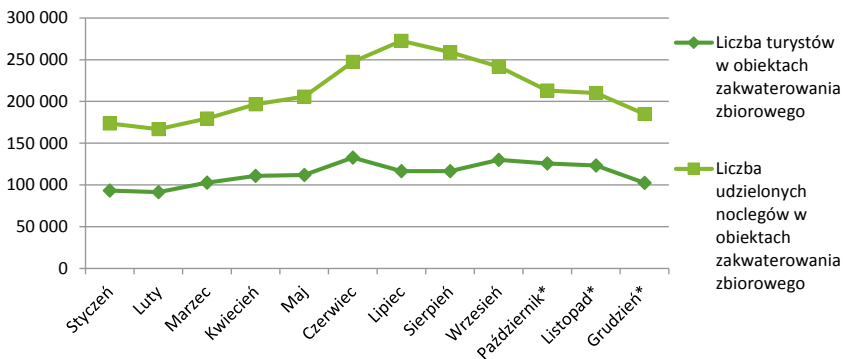


Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dla 2018 roku dane szacunkowe)

Sezonowość ruchu turystycznego

W województwie łódzkim najwięcej noclegów udzielono w sezonie letnim między czerwcem a wrześniem - stanowiły one 40% wszystkich udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego, przy czym w lipcu zanotowano 272 731 udzielonych noclegów, a w lutym liczba ta była najniższa - 166 868. Obserwując sezonowość ruchu turystycznego dostrzec można, iż najwięcej turystów nocowało w województwie łódzkim w czerwcu (132 701), zaś najmniej w lutym (91 400). Analogicznie zebrane dane przełożyły się na średnią długość pobytu, która w lipcu wyniosła 2,34 dnia, a w miesiącu kolejnym - 2,22 dnia. Szczegółowe dane przedstawia wykres 10.

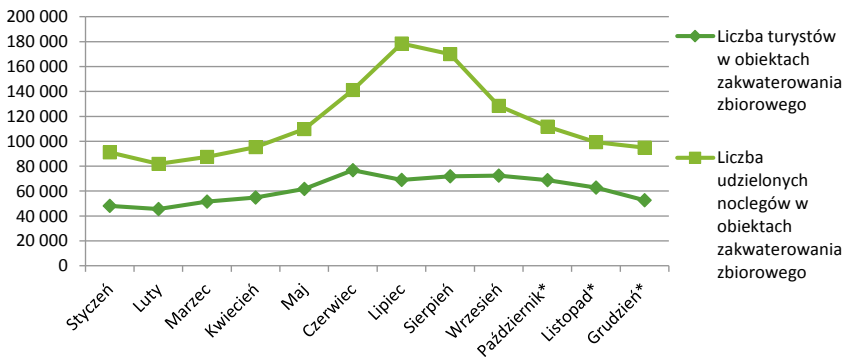
Wykres 10. Liczba turystów oraz liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim w 2018 roku



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (* - dane szacunkowe dla ostatniego kwartału)

Analizując liczbę udzielonych noclegów w województwie łódzkim (z wyłączeniem miasta Łódź), zaobserwować można, iż od lutego liczba ta z każdym miesiącem wzrastała, osiągając szczyt w okresie wakacyjnym. W lipcu udostępniono 178 564 miejsc noclegowych, a w sierpniu - 170 026. Biorąc pod uwagę liczbę turystów, analogicznie większość z nich nocowała również w tym czasie - w lipcu odnotowano 178 564 osób, zaś w sierpniu 170 026 (wyk. 11). Zgromadzone dane pozwoliły określić średnią długość pobytu, która w lipcu wyniosła 2,59 dnia, a w miesiącu kolejnym 2,36 dnia.

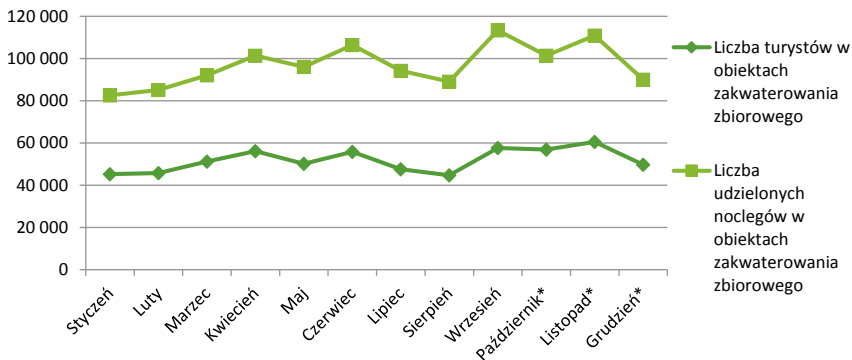
Wykres 11. Liczba turystów oraz liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim (bez Łodzi) w 2018 roku.



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (* - dane szacunkowe dla ostatniego kwartału)

Odmienna sytuacja miała miejsce w stolicy województwa, ponieważ większość miejsc noclegowych udostępniono w czerwcu, wrześniu oraz listopadzie (potwierdzają to statystyki z lat wcześniejszych). W okresie wakacyjnym zauważalny jest spadek liczby turystów nocujących w Łodzi w porównaniu do czerwca i września (wyk. 12). Szacuje się, że najwięcej turystów nocuje w listopadzie. Średnia długość pobytu od maja do czerwca oscylowała wokół 1,95 dnia.

Wykres 12. Liczba turystów oraz liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w 2018 roku.



Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi (dane szacunkowe dla ostatniego kwartału)

Kolejne dwie tabele przedstawiają szczegółowe dane dotyczące liczby osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego oraz udzielonych noclegów w trzech pierwszych kwartałach 2018 roku w województwie łódzkim.

Tabela 3. Liczba osób korzystających z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego według miesiący w trzech pierwszych kwartałach (I-IX) 2018 roku

Powiat	Miesiąc									I-IX
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	
Brzeziński	402	513	367	846	1 021	927	496	479	661	5 712
Bełchatowski	2 508	2 972	3 617	4 355	5 530	7 001	5 749	5 645	6 267	43 644
Kutnowski	1 397	1 584	1 637	1 650	1 409	2 080	2 904	2 675	2 987	18 323
Łaski	1 139	1 122	1 431	1 404	1 365	1 776	1 402	1 463	1 837	12 939
Łęczycki	637	390	651	440	557	412	509	528	518	4 642
Łowicki	645	681	885	853	1 003	1 254	1 397	1 374	1 421	9 513
Łódzki wschodni	1 798	1 770	2 172	2 118	1 807	2 678	2 063	2 189	2 436	19 031
Opoczyński	321	337	346	398	411	524	457	549	529	3 872
Pabianicki	4 915	4 538	5 435	5 435	5 321	6 674	5 542	5 279	6 190	49 329
Pajęczański	239	234	290	351	237	498	786	578	538	3 751
Piotrkowski	5 269	5 062	5 652	5 209	5 970	6 483	7 660	7 936	6 863	56 104
Piotrków Tryb.	2 138	2 065	2 213	2 957	2 801	3 273	3 117	3 126	3 755	25 445
Poddębicki	6 282	6 179	6 434	6 680	6 533	7 310	6 724	7 884	7 064	61 090
Radomszczański	1 286	846	674	680	1 173	1 312	1 562	1 493	1 242	10 268
Rawski	4 181	1 670	2 107	2 471	2 341	3 374	2 207	2 559	2 040	22 950
Sieradzki	1 867	1 853	2 021	2 296	4 135	4 679	3 838	3 316	4 456	28 461
Skiernewicki	-	-	-	-	382	555	446	660	411	2 454
Skiernewice	193	218	226	212	257	263	191	179	225	1 964
Tomaszowski	5 300	5 975	6 549	7 534	9 431	12 037	10 110	11 689	10 878	79 503

Ruch turystyczny w Łodzi i województwie łódzkim w 2018 roku

Powiat	Miesiące									I-IX
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	
Wieluński	1 224	1 655	1 724	2 023	3 552	5 122	3 482	3 867	3 996	26 645
Wieruszowski	477	349	432	549	348	514	1 001	952	832	5 454
Zduńskowolski	1 078	1 093	1 205	1 259	1 401	1 644	1 423	1 464	1 492	12 059
Zgierski	4 793	4 474	5 419	5 025	4 719	6 449	5 985	6 009	5 842	48 715
Łódź	45 256	45 820	51 228	56 137	50 131	55 862	47 556	44 748	57 628	454 366
Woj. łódzkie	93 345	91 400	102 715	110 882	111 835	132 701	116 607	116 641	130 108	1 006 234
Woj. bez Łodzi	48 089	45 580	51 487	54 745	61 704	76 839	69 051	71 893	72 480	551 868

Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi

Tabela 4. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego według miesięcy w trzech pierwszych kwartałach (I-IX) 2018 roku

Powiat	Miesiące									I-IX
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	
Brzeziński	877	946	692	1 466	1 496	1 887	3 329	1 606	1 512	13 811
Bełchatowski	6 210	6 384	6 191	7 815	10 594	13 967	18 633	18 195	13 245	101 234
Kutnowski	2 595	2 760	2 580	3 151	2 444	3 342	5 256	4 940	4 955	32 023
Łaski	2 165	1 899	2 453	2 812	2 555	3 405	3 238	3 235	3 536	25 298
Łęczycki	764	745	890	824	839	643	731	710	727	6 873
Łowicki	1 220	1 230	1 503	2 256	2 739	2 741	3 018	3 001	3 136	20 844
Łódzki wschodni	2 098	2 087	2 681	2 483	2 972	3 595	3 305	3 932	4 679	27 832
Opoczyński	501	486	538	657	577	855	1 006	1 032	927	6 579
Pabianicki	6 928	6 709	7 876	8 501	8 115	9 411	9 175	9 432	9 676	75 823
Pajęczański	582	606	900	801	632	1 809	6 579	2 413	1 384	15 706
Piotrkowski	8 868	8 451	9 150	9 808	10 550	12 490	17 961	16 819	11 608	105 705
Piotrków Tryb.	3 275	2 800	2 915	4 084	4 190	4 492	4 649	4 664	5 687	36 756
Poddębicki	8 286	7 837	8 110	8 750	8 708	9 747	13 033	13 567	9 286	87 324
Radomszczański	2 619	1 833	1 568	1 683	2 458	2 582	3 014	2 944	2 424	21 125
Rawski	7 510	2 521	3 138	3 360	3 656	6 601	5 269	5 074	2 690	39 819
Sieradzki	3 711	3 668	4 031	4 128	6 254	9 007	12 894	11 140	7 052	61 885
Skierniewicki	-	-	-	-	877	1 358	1 515	1 274	794	5 818
Skierniewice	469	624	724	712	749	700	589	495	635	5 697
Tomaszowski	16 965	17 237	17 165	17 496	20 808	25 896	32 960	33 846	22 267	204 640
Wieluński	1 941	3 083	3 086	3 933	7 170	11 606	14 403	14 674	8 180	68 076
Wieruszowski	773	632	801	760	766	1 056	3 919	3 207	1 746	13 660
Zduńskowolski	4 495	1 891	1 927	1 965	2 257	3 301	2 695	3 133	2 769	24 433
Zgierski	8 225	7 372	8 481	7 879	8 449	10 612	11 393	10 693	9 535	82 639
Łódź	82 537	85 067	92 074	101 332	96 003	106 422	94 167	89 098	113 365	860 065
Woj. łódzkie	173 614	166 868	179 474	196 656	205 858	247 525	272 731	259 124	241 815	1 943 665
Woj. bez Łodzi	91 077	81 801	87 400	95 324	109 855	141 103	178 564	170 026	128 450	1 083 600

Źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi

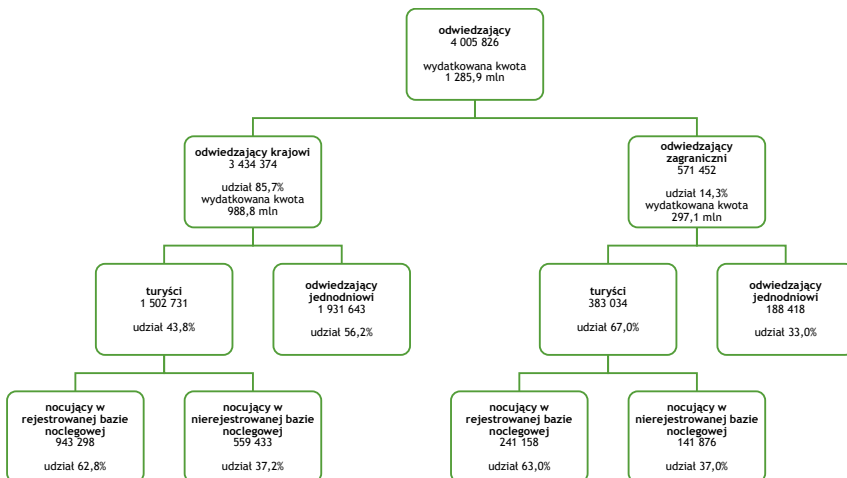
Wielkość i struktura ruchu turystycznego w 2018 roku²

Ruch turystyczny w regionie łódzkim wraz ze stolicą województwa w 2018 roku oszacowany został na 4 mln osób. Liczbę osób odwiedzających region łódzki (bez Łodzi) oszacowano na 2,1 mln - stanowią oni 52,7% całego zjawiska. W 2016 roku odsetek osób odwiedzających region łódzki oszacowano na 70,7% wszystkich odwiedzających. W 2018 roku liczbę osób odwiedzających wyłącznie Łódź oszacowano na 1,9 mln, co z kolei stanowi 47,3% całego zjawiska. Natomiast w 2016 roku odsetek ten stanowił 29,3%.

Na przestrzeni czasu zaobserwować można wzrost liczby osób odwiedzających województwo łódzkie. Jednocześnie dostrzec można spadek liczby osób odwiedzających region łódzki (województwo bez miasta Łodzi) na rzecz wzrostu liczby osób odwiedzających samą Łódź. Udział odwiedzających miasto wojewódzkie zwiększył się o 25,6%.

W 2018 roku goście zagraniczni stanowili 12,8% (tj. 270 504 osoby) ogółu odwiedzających region łódzki (z wyłączeniem miasta wojewódzkiego). Samą Łódź z kolei odwiedziła liczniejsza grupa gości zagranicznych - stanowili oni 15,9% (tj. 300 948 osób) ogółu odwiedzających miasto. W roku 2016 wartości te wynosiły odpowiednio 7,5% dla całego regionu, 1,8% dla województwa łódzkiego i 13,0% dla Łodzi. Na przestrzeni czasu zaobserwować można spadek udziału odwiedzających zagranicznych wśród ogółu odwiedzających region łódzki oraz Łódź, lecz wzrost udziału odwiedzających zagranicznych wśród osób odwiedzających województwo (rys. 3, 4 i 5).

Rysunek 3. Struktura ruchu turystycznego oraz wydatkowane kwoty w Łodzi i województwie łódzkim w 2018 roku



Źródło: opracowanie na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi oraz badań ankietowych

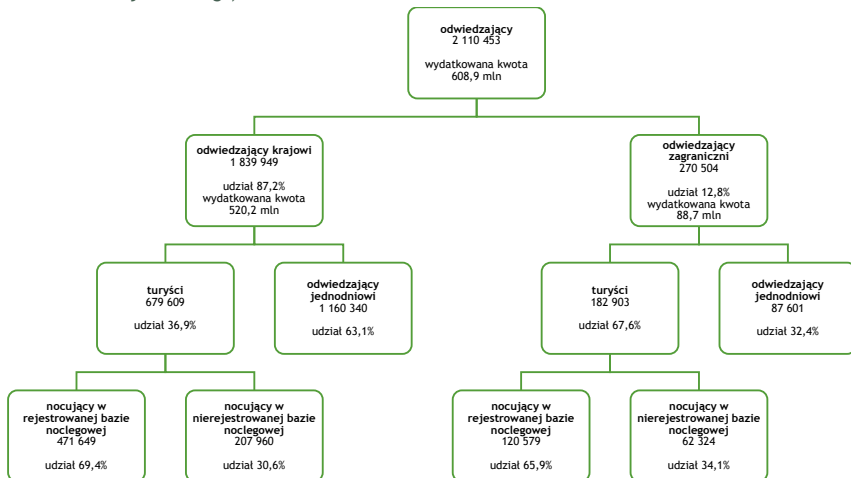
Osoby korzystające z rejestrowanej bazy noclegowej w 2018 stanowiły od 57,3% do 69,4% turystów krajowych oraz od 60,3% do 65,9% turystów zagranicznych. W 2016 roku proporcje te wynosiły odpowiednio 56,0% do 69,3% odwiedzających krajowych i od 51,0% do 70,9% odwiedzających zagranicznych

² Wielkość i struktura ruchu turystycznego w 2018 roku oszacowana została na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego (liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych w 2018 r.) oraz wyników badania ilościowego. Ze względu na brak szczegółowych danych o strukturze prób badawczych z ubiegłych lat, wyniki badania z 2018 roku potrzebne do oszacowania wielkości ruchu turystycznego zmodyfikowano przy wykorzystaniu modelu Browna, który jest jedną z metod wygładzenia wykładniczego.

Wydatki odwiedzających 2018 roku oszacowane zostały na podstawie średnich wydatków deklarowanych przez uczestników badania ilościowego oraz średniej długości pobytu odwiedzających region.

nych. Na przestrzeni czasu można więc zauważyć niewielkie zmiany odsetka osób korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej. Wydatki poniesione przez odwiedzających w 2018 roku w regionie wyniosły 608,9 mln zł, z czego 88,7 mln złotych stanowiły wydatki odwiedzających zagranicznych, a wydatki odwiedzających krajowych 520,2 mln złotych (rys. 4).

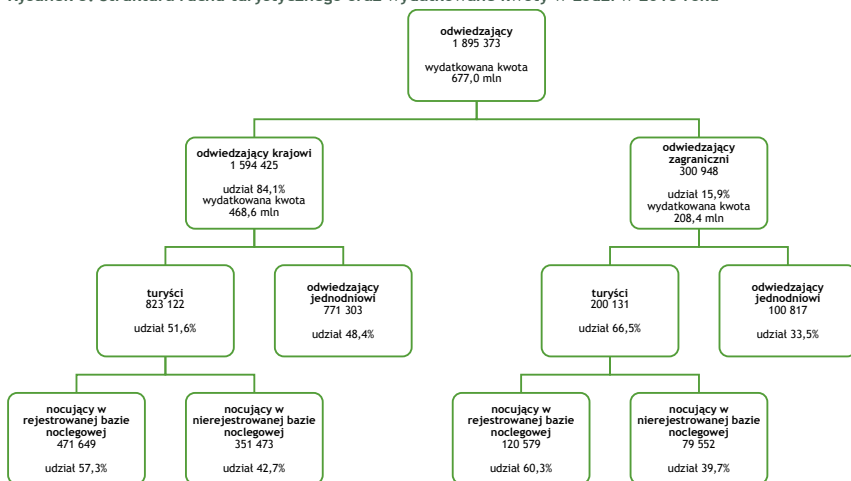
Rysunek 4. Struktura ruchu turystycznego oraz wydatkowane kwoty w województwie łódzkim (z wyłączeniem miasta wojewódzkiego) w 2018 roku



Źródło: opracowanie na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi oraz badań ankietowych

Wydatki poniesione przez odwiedzających w 2018 roku w Łodzi wyniosły 677,0 mln zł, z czego 208,4 mln złotych stanowiły wydatki odwiedzających zagranicznych, a wydatki odwiedzających krajowych - 468,6 mln złotych (rys. 5).

Rysunek 5. Struktura ruchu turystycznego oraz wydatkowane kwoty w Łodzi w 2018 roku



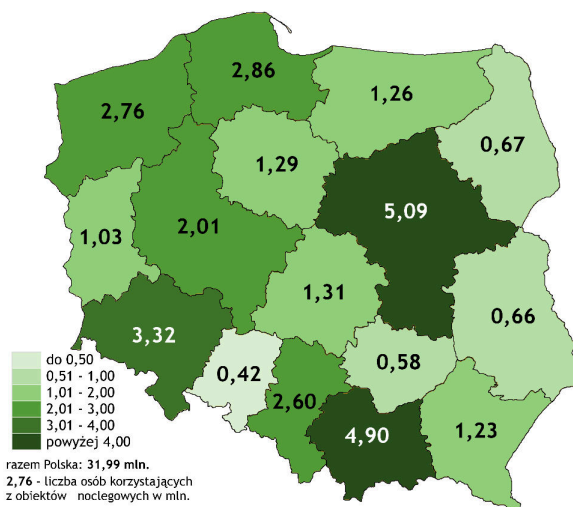
Źródło: opracowanie na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi oraz badań ankietowych

Ruch turystyczny w województwie łódzkim a inne regiony Polski

W niniejszym podrozdziale dokonano porównań województwa łódzkiego z innymi regionami Polski. Zakres porównania obejmował średnią długość pobytu, a także liczbę turystów oraz udzielanych noclegów. Co więcej, w tej części opracowania dokonano próby określenia rozwoju funkcji turystycznej województwa łódzkiego w odniesieniu do pozostałych regionów na podstawie wskaźników Deferta, Schneidera, Charvata i gęstości bazy noclegowej.

Łączna liczba turystów w 2017 roku wyniosła blisko 32 mln osób. Najchętniej odwiedzanym było województwo mazowieckie (5,09 mln), małopolskie (4,90 mln) oraz dolnośląskie (3,32 mln). Województwo łódzkie uplasowało się na ósmym miejscu - liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych wyniosła 1,31 mln (rys. 6).

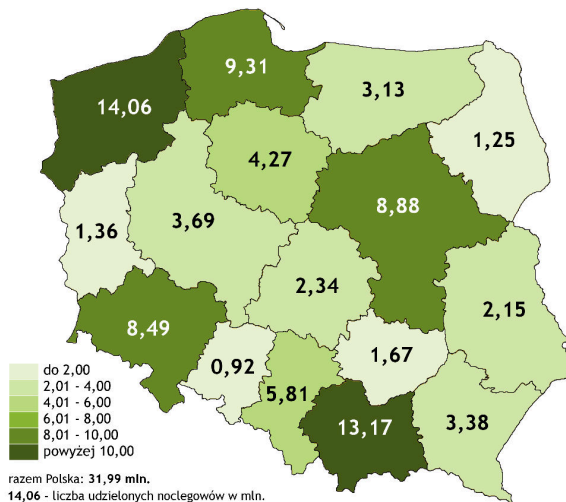
Rysunek 6. Liczba turystów w mln ogółem według województw w 2017 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

W całej Polsce w 2017 roku udzielono 83,9 mln noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego. Najwięcej z nich udzielono w województwie zachodniopomorskim (14,06 mln) oraz małopolskim (13,17 mln). Pod tym względem, województwo łódzkie znalazło się na 11 pozycji udzielając 2,34 mln noclegów (rys. 7).

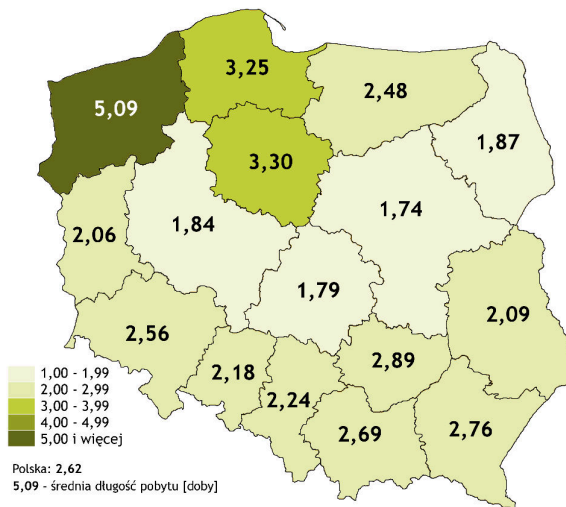
Rysunek 7. Liczba udzielonych noclegów według województw w 2017 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

Polscy turyści w 2017 roku najwięcej czasu spędzali w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie zachodniopomorskim (5,09 dnia), kujawsko-pomorskim (3,30 dnia) oraz pomorskim (3,25 dnia). W województwie łódzkim turyści nie spędzali zbyt wielu dni - z zebranych informacji wynika, iż średnia długość ich pobytu wynosi 1,79 dnia, uzyskując tym samym przedostatnie miejsce w zestawieniu województw (rys. 8).

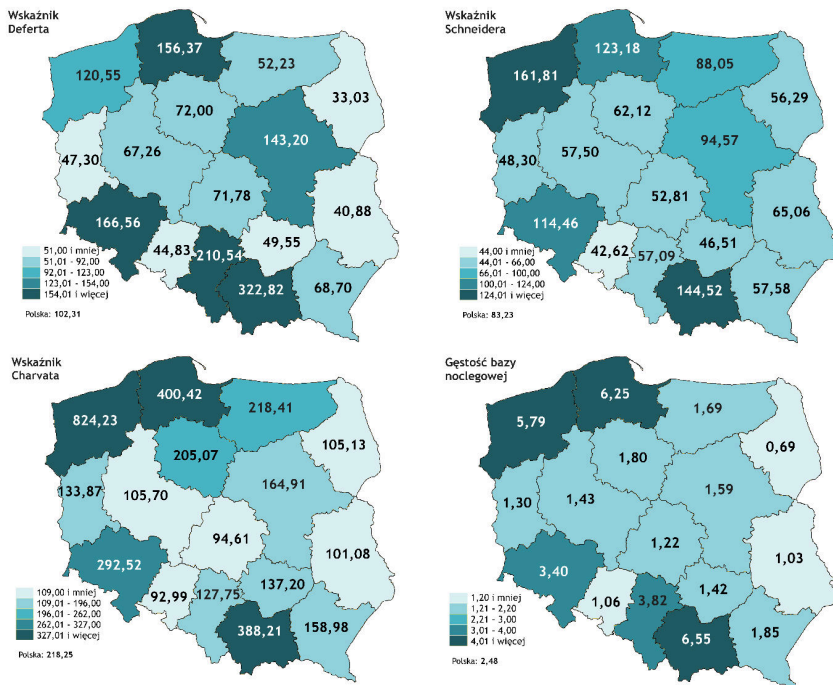
Rysunek 8. Średnia długość pobytu gości według województw w 2017 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

Według wskaźnika Deferta, najwięcej turystów na 1 km² przypada w Małopolsce (322,82). Pod tym względem województwo łódzkie (71,78) zajmuje ósmą pozycję na tle pozostałych regionów Polski. Uwzględniając wskaźnik Schneidera, województwo łódzkie znajduje się znacznie dalej w rankingu województw - na 100 mieszkańców przypada tam około 52 turystów (wartość wskaźnika 52,81). Województwo uplasowało się na takiej samej pozycji w zestawieniu także pod względem zagęszczenia miejsc noclegowych na jego obszarze (1,22). Po uwzględnieniu wskaźnika Charvata (94,61), region zajmuje przedostatnią, piętnastą pozycję wśród pozostałych obszarów (rys. 9).

Rysunek 9. Wybrane wskaźniki funkcji turystycznej w regionach Polski (2017 rok)

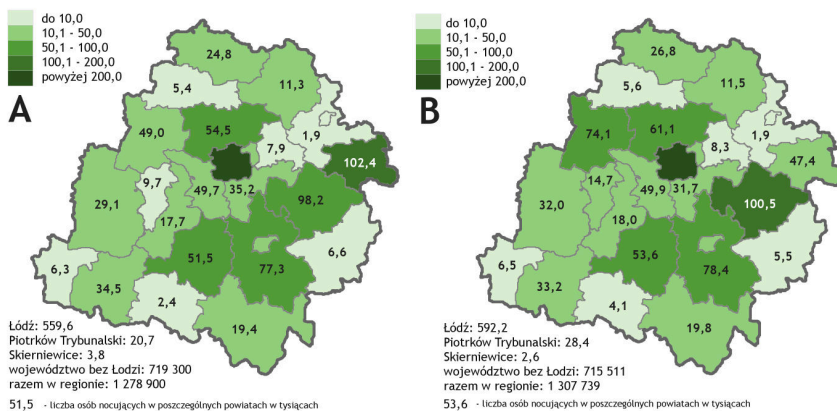


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

Rozkład przestrzenny ruchu turystycznego

Analizując rozkład przestrzenny ruchu turystycznego w województwie łódzkim w układzie powiatowym zauważa się, że zarówno w 2015, jak i w 2017 roku najwięcej osób niewątpliwie zjechało do Łodzi (odpowiednio - 559,6 tys. oraz 592,2 tys.). W 2015 roku wiele osób nocowało także w powiecie rawskim (102,4 tys.), z kolei w 2017 roku - w powiecie tomaszowskim (100,5 tys.). Najrzadziej turyści podróżowali do Skierniewic (po 1,9 tys. w obu latach). Największy przyrost sięgający 70% zanotował powiat pajęczański, również wysoki przyrost w stosunku do 2015 roku miał miejsce w powiecie poddębickim i zduńskowolskim (w obu przypadkach nieco ponad 51%). Rysunek 10 zawiera szczegółowe dane w tym zakresie.

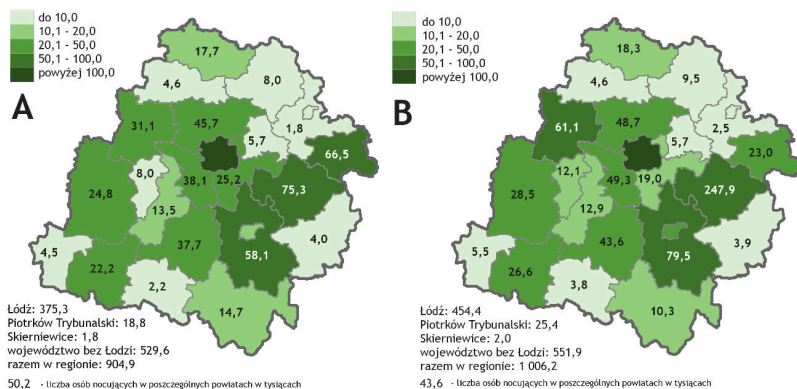
Rysunek 10. Liczba osób korzystających z obiektów noclegowych w powiatach województwa łódzkiego w roku 2015 (A) i 2017 (B)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

W pierwszych trzech kwartałach w 2016 roku najwięcej osób korzystało z obiektów noclegowych w Łodzi (375,3 tys.). Podobnie było w tym samym okresie w 2018 roku - większość turystów korzystała z noclegów w stolicy województwa (454,4 tys.). Znaczna liczba osób korzystała z noclegów także w powiecie tomaszowskim (2016 - 75,3 tys., 2018 - 247,9 tys.), przy czym warto zwrócić uwagę na istotny przyrost liczby turystów nocujących w tym powiecie (229,2%). Z kolei w powiecie rawskim w tym okresie zauważalny jest największy spadek (-65,4%) liczby turystów (rys. 11).

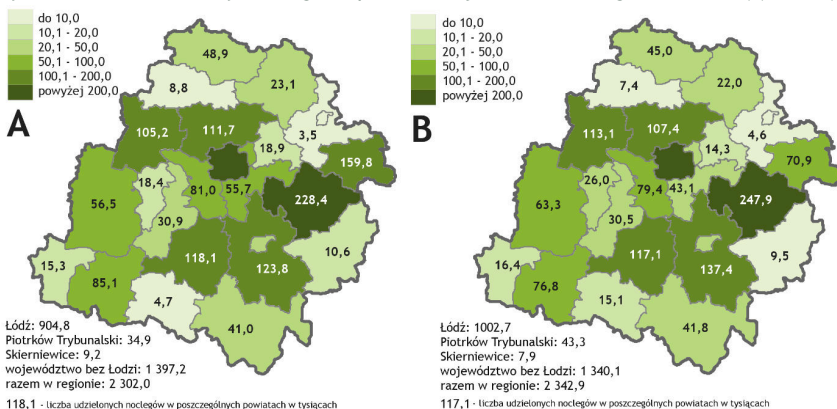
Rysunek 11. Liczba osób korzystających z obiektów noclegowych w powiatach województwa łódzkiego od stycznia do września 2016 (A.) i 2018 roku (B.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

W 2017 roku w Łodzi udzielono ponad 1 mln noclegów. Porównując z rokiem 2015, przyrost ten wyniósł 10,8%, zaś dla województwa 1,8%. W 2017 roku na kolejnych miesiącach pod względem udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego znalazły się takie powiaty jak: powiat tomaszowski (247,9 tys.), powiat piotrkowski (137,4 tys.), powiat bełchatowski (117,1 tys.), powiat poddębicki (113,1 tys.) oraz powiat zgierski (107,4 tys.). Jak wynika z zebranych informacji, najmniejszym zainteresowaniem cieszył się powiat skieriewicki (2015 - 3,5 tys., 2017 - 4,6 tys.). Z kolei w 2015 r. najwięcej noclegów udzielono w Łodzi (904,8 tys.), powiecie tomaszowskim (228,4 tys.), a także w powiecie rawskim (159,8 tys.) i piotrkowskim (123,8 tys.). Szczegółowe dane dotyczące liczby udzielonych noclegów w powiatach województwa łódzkiego prezentuje rysunek 12.

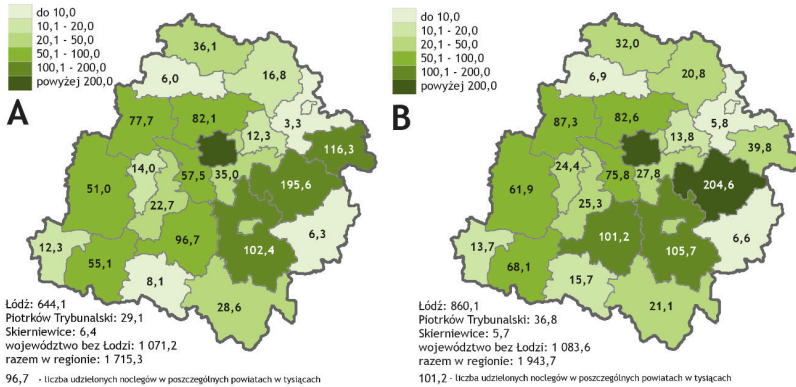
Rysunek 12. Liczba udzielonych noclegów w powiatach województwa łódzkiego w roku 2015 (A) i 2017 (B)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

W okresie od stycznia do września 2016 roku najczęściej noclegów udzielono turystom w Łodzi (644,1 tys.) oraz w powiecie tomaszowskim (195,6 tys.). Przyrost liczby udzielonych noclegów w odniesieniu do roku 2016 wyniósł w Łodzi 33,5%, a w województwie - 13,3%. W trzech pierwszych kwartałach w 2016 roku najmniej noclegów udzielono w powiecie skierniewickim (3,3 tys.), natomiast w 2018 roku - w Skierniewicach (5,7 tys.). Dokładne dane zamieszczono na rysunku 13.

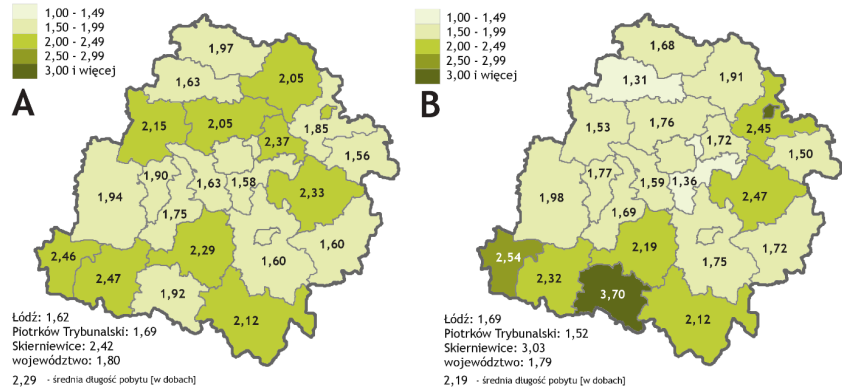
Rysunek 13. Liczba udzielonych noclegów w powiatach województwa łódzkiego od stycznia do września w latach 2016 (A.) i 2018 (B.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

Analizując zebrane informacje można dostrzec, iż w 2017 roku turyści najdłużej przebywali w powiecie pajęczańskim (3,7 doby), Skierniewicach (3,03 doby), powiecie wierszowskim (2,54 doby), powiecie tomaszowskim (2,47 doby) oraz powiecie skierniewickim (2,45 doby). Natomiast najkrócej nocowali w powiecie łódzkim wschodnim (1,36 doby) i powiecie łęczyckim (1,31 doby). Zauważa się, iż w 2017 roku turyści spędzali więcej czasu w obiektach noclegowych niż w 2015 roku. W 2015 roku najwięcej czasu spędzano w powiecie wieluńskim (2,47 doby), wierszowskim (2,46 doby) oraz w Skierniewicach (2,42 doby) - rys. 14.

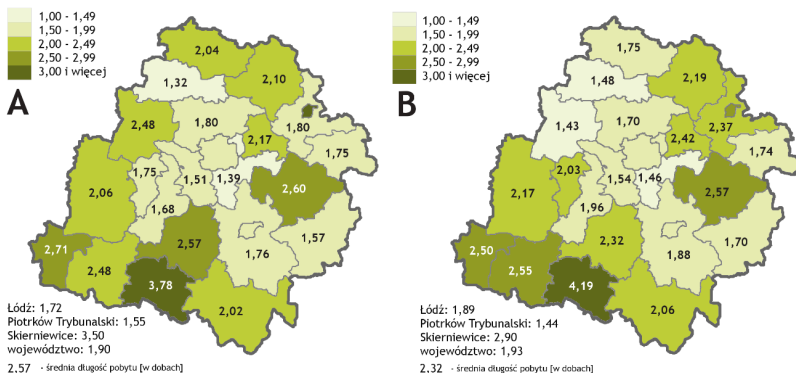
Rysunek 14. Średnia długość pobytu gości nocujących w powiatach województwa łódzkiego w roku 2015 (A) i 2017 (B)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

W trzech pierwszych kwartałach w 2016 roku turyści w województwie łódzkim najdłużej przebywali w powiecie pajęczańskim - tam średnia długość pobytu wyniosła 3,78 doby. W tym samym okresie w 2018 roku średnia długość pobytu znacznie wzrosła i osiągnęła wartość 4,19 doby. Co istotne, w 2018 roku turyści wykazywali tendencję do dłuższych pobytów - w województwie średnia długość pobytu wzrosła o 1,6%. W stolicy województwa odnotowano blisko dziesięcioprocentowy wzrost średniej długości pobytu (rys. 15).

Rysunek 15. Średnia długość pobytu gości nocujących w powiatach województwa łódzkiego, od stycznia do września w latach 2016 (A.) i 2018 (B.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi

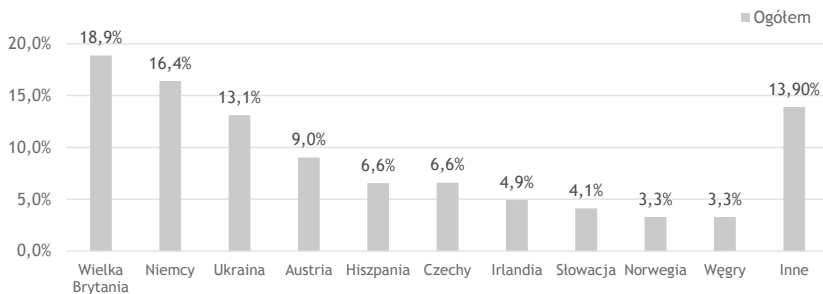
4. Analiza ruchu turystycznego w Łodzi w świetle badań ankietowych

Charakterystyka uczestników ruchu turystycznego

Kryterium geograficzne

W badanym okresie w 2018 roku w grupie respondentów większość stanowili goście krajowi (89,2%). Udział ankietowanych gości zagranicznych (10,8%), przybyłych do Łodzi z 19 krajów, był niższy aniżeli w 2016 roku (20,5%). Większość gości zagranicznych stanowili przyjeźdźni z Wielkiej Brytanii (18,9%). Drugą pod względem liczebności grupą w tej subpopulacji byli mieszkańcy Niemiec (16,4%). Co siódmy respondent zagraniczny zamieszkuje Ukrainę (13,1%), a co jedenasty - Austrię (9,0%) (wyk. 13).

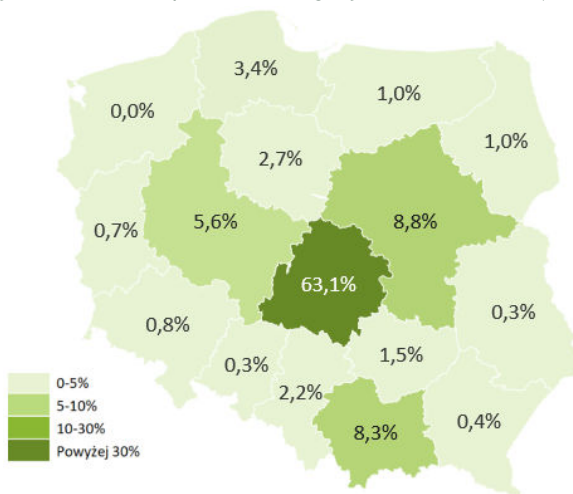
Wykres 13. Pochodzenie geograficzne respondentów w 2018 roku według krajów zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Analogicznie jak w poprzednich latach, w 2018 roku największy ruch turystyczny do Łodzi generowało województwo łódzkie (63,1%). Należy zauważyć, iż udział mieszkańców tego województwa wśród ankietowanych krajowych był istotnie wyższy niż w 2016 roku (33,1%). W 2018 roku znaczny odsetek respondentów krajowych stanowili także mieszkańcy województw mazowieckiego (8,8%), małopolskiego (8,3%) i wielkopolskiego (5,6%). Z kolei najmniejszy udział mieli mieszkańcy województw opolskiego (0,3%) oraz lubelskiego (0,3%). Jednocześnie w badaniu nie uczestniczył żaden turysta pochodzący z województwa zachodniopomorskiego (rys. 16).

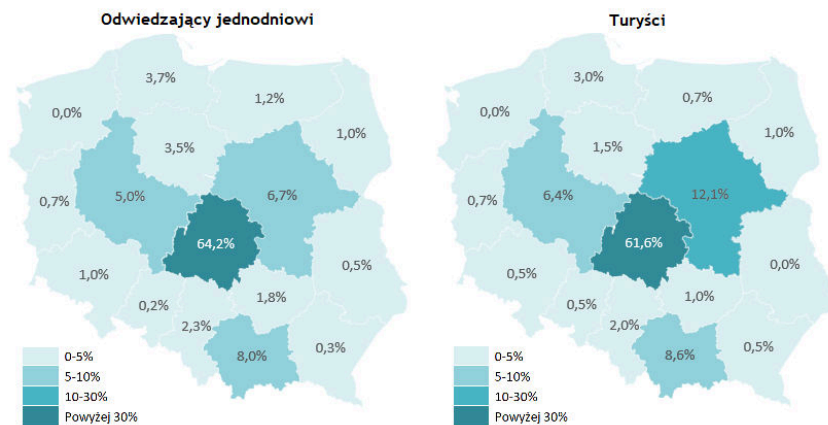
Rysunek 16. Miejsce zamieszkania respondentów według województw w 2018 roku (Łódź)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Z regionu łódzkiego pochodziła zarówno większość ankietowanych odwiedzających jednodniowych (64,2%), jak i turystów krajowych (61,6%). Odsetek badanych odwiedzających jednodniowych jest porównywalny do wcześniej monitorowanych lat (53,9% w 2016 roku, 68,6% w 2011 roku). Znacznemu zwiększeniu od 2016 roku uległ udział mieszkańców województwa łódzkiego wśród turystów krajowych (o 44 pkt. proc. więcej). W 2018 roku relatywnie wysoki udział wśród ankietowanych turystów krajowych przybywających do Łodzi mieli także mieszkańcy województwa mazowieckiego (12,1%) (rys. 17).

Rysunek 17. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według zamieszkiwanych województw w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Większość respondentów stanowili mieszkańcy miast (84,4%), których udział wśród badanych zagranicznych (79,0%) był nieco wyższy aniżeli wśród krajowych (78,3%). Natomiast co szósty ankietowany (15,6%) zamieszkuje na wsi. Co istotne, udział mieszkańców wsi zwiększył się nieco w odniesieniu do 2016 roku (14,3%) - tab. 5.

Tabela 5. Respondenci według zamieszkiwanej jednostki osadniczej w 2018 roku

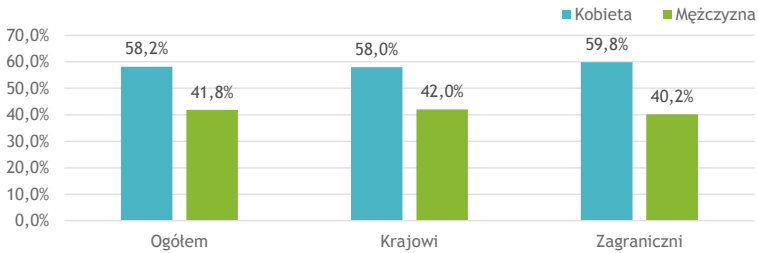
Typ miejscowości	Cudzoziemcy	Polacy	Ogółem
	(%)		
Miasto	79,0%	78,3%	84,4%
Wieś	21,0%	21,7%	15,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Kryterium demograficzno-społeczne i ekonomiczne

W 2018 roku blisko 60% ankietowanych gości stanowiły kobiety. W odniesieniu do 2016 roku zauważyć można wzrost ich udziału w ogólnej liczbie badanych (o 3,8 pkt. proc.). Z kolei udział mężczyzn w grupie gości krajowych (42,0%) był nieco większy, aniżeli miało to miejsce w grupie gości zagranicznych (40,2%) - wyk. 14.

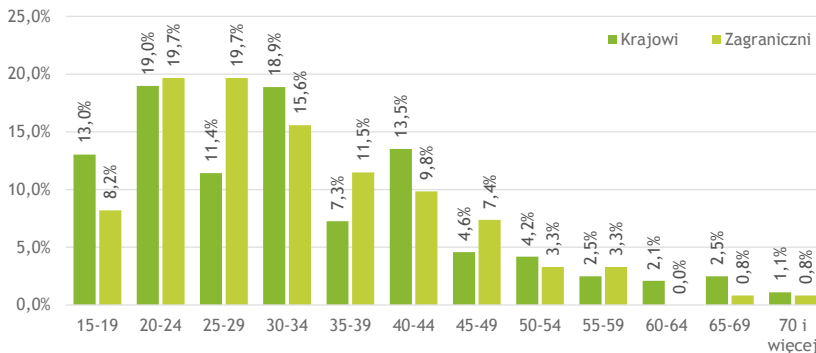
Wykres 14. Struktura ankietowanych gości krajowych i zagranicznych według płci w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Wśród gości krajowych najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku od 20 do 24 lat (19,0%) oraz od 30 do 34 lat (18,9%). Z kolei wśród gości zagranicznych dostrzega się przewagę respondentów w wieku od 20-29 lat (39,4%). Znaczną różnicę można zauważyć także wśród badanych gości krajowych i zagranicznych w wieku od 25 do 29 lat - w tej grupie wiekowej zdecydowanie większy udział mieli turyści zagraniczni. Dostrzega się, iż w odniesieniu do 2016 roku zwiększył się m.in. odsetek gości krajowych w wieku od 15 do 19 lat (6,7% w 2016 roku, 13,0% w 2018 roku) - wyk. 15.

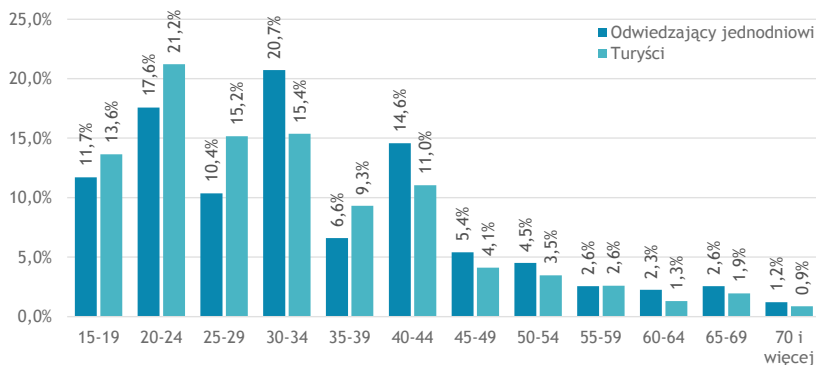
Wykres 15. Struktura wieku ankietowanych gości krajowych i zagranicznych odwiedzających Łódź w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku wśród ankietowanych odwiedzających jednodniowych większość stanowiły osoby w wieku od 30-34 lat (20,7%). W poprzednich latach przewagę liczebną w tej subpopulacji mieli respondenci w wieku od 20 do 29 lat. Z kolei w grupie turystów, zarówno w 2016 roku (20,2%), jak i w tegorocznej edycji badania (21,2%) większość stanowili ankietowani w wieku od 20 do 24 lat. Ponadto, w grupie turystów w odniesieniu do 2016 roku odnotowano znaczny przyrost liczby osób w wieku od 15 do 19 lat (o 9,6 pkt. proc.) - wyk. 16.

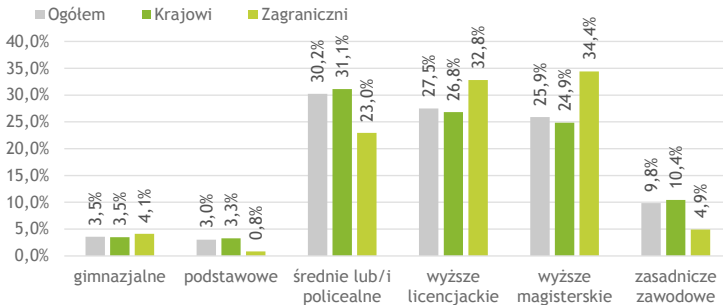
Wykres 16. Struktura wieku ankietowanych turystów i odwiedzających jednodniowych przybywających do Łodzi w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Nieco ponad połowa respondentów legitymuje się wykształceniem wyższym (53,4%), a co trzeci badany posiada wykształcenie średnie lub/i policealne (30,2%). Goście zagraniczni najczęściej deklarowali, iż posiadają wykształcenie wyższe magisterskie (34,4%), z kolei krajowi - średnie lub/i policealne (31,1%). Co istotne, w tegorocznym badaniu najrzadziej wskazywano na wykształcenie podstawowe (3,0%) - wyk. 17.

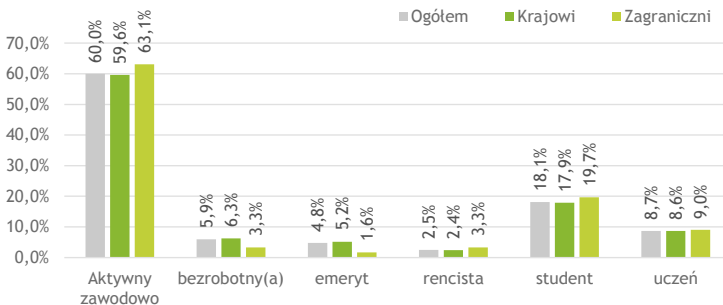
Wykres 17. Struktura ankietowanych krajowych i zagranicznych według wykształcenia w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Zarówno wśród gości krajowych (59,6%), jak i zagranicznych (63,1%) najliczniejszą grupę stanowiły osoby aktywne zawodowo (60,0% ogółu). O wiele niższy, aczkolwiek znaczny odsetek w obu subpopulacjach stanowili również studenci (18,1% ogółu). Natomiast najmniejszą grupę w ogóle ankietowanych reprezentowali renciści (2,5%). Warto zwrócić uwagę na fakt, iż w 2016 roku najliczniejszymi grupami ankietowanych także były osoby aktywne zawodowo oraz studenci (wyk. 18).

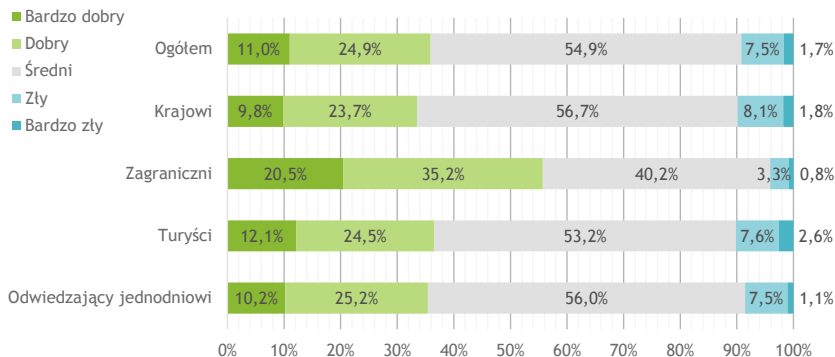
Wykres 18. Struktura respondentów według statusu zawodowego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Poproszeni o ocenę własnej sytuacji materialnej, respondenci najczęściej określali ją jako przeciętną (54,9%). Z kolei w 2016 roku sytuacja materialna ankietowanych oceniana była przez większość z nich jako dobra. W 2018 roku to goście zagraniczni najczęściej pozytywnie oceniali swój status materialny (suma odpowiedzi bardzo dobry i dobry - 55,7%). Ponadto zauważa się, iż swój status materialny nieco lepiej oceniali turyści (suma odpowiedzi bardzo dobry i dobry - 36,6%) aniżeli odwiedzający jednodniowi (suma odpowiedzi bardzo dobry i dobry - 35,7%) - wyk. 19.

Wykres 19. Struktura badanych według statusu materialnego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Częstotliwość wizyt w Łodzi i planowana długość pobytu

W tegorocznym badaniu większość respondentów (52,6%) nie potrafiła określić, po raz który gościla w Łodzi. Co czwarty ankietowany (24,7%) zadeklarował natomiast, iż w 2018 roku po raz pierwszy przyjechał do Łodzi. Nieco częściej aniżeli badani krajowi (23,6%), goście zagraniczni (34,4%) wskazywali, iż jest to ich pierwszy przyjazd do tego miasta. Wśród gości krajowych zaobserwowano większą częstotliwość przyjazdów do Łodzi niż w przypadku gości zagranicznych - 64,1% polskich ankietowanych i 45,9% zagranicznych odwiedzało miasto co najmniej raz w miesiącu (tab. 6).

Tabela 6. Liczba i częstotliwość przyjazdów turystów do Łodzi w 2018 roku

Przyjazdy	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
	(%)		
Liczba			
- pierwszy	24,7%	23,6%	34,4%
- drugi	17,7%	18,0%	15,6%
- kolejny	5,0%	4,6%	8,2%
Nie pamiętam/nie wiem	52,6%	53,9%	41,8%
Częstotliwość			
- raz w tygodniu i częściej	23,7%	25,0%	11,5%
- dwa, trzy razy w miesiącu	16,0%	16,0%	16,4%
- raz w miesiącu	22,7%	23,1%	18,0%
- raz na kilka miesięcy	20,2%	20,1%	21,3%
- raz w roku	7,4%	6,6%	14,8%
- raz na kilka lat (lub rzadziej)	10,0%	9,2%	18,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku 59,1% badanej populacji stanowili odwiedzający jednodniowi. Od 2016 roku zmalał udział turystów - z 63,0% do 40,9%. Wśród gości krajowych odwiedzający jednodniowi stanowili blisko 60% subpopulacji, z kolei w grupie gości zagranicznych odsetek ten był nieco mniejszy (54,1%). Warto zwrócić uwagę na znaczny wzrost udziału odwiedzających jednodniowych w grupie gości zagranicznych, jaki nastąpił od 2016 roku (o 38,8 pkt. proc.). Co więcej, turyści mieli nieco większy udział w tej subpopulacji (45,9%), aniżeli w grupie gości krajowych (40,4%) - tab. 7.

Tabela 7. Planowana długość pobytu respondentów w Łodzi w 2016 i 2018 roku

Długość pobytu	Krajowi		Zagraniczni		Turyści		Odwiedzający jednodniowi		Ogółem	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
Do 6 godzin	18,5	27,2	9,2	23,8	-	-	44,8	45,5	16,6	26,9
Powyżej 6 godzin bez noclegu	24,1	32,4	6,1	30,3	-	-	55,2	54,5	20,4	32,2
Jedna noc	25,2	17,7	15,4	18,9	36,8	43,5	-	-	23,3	17,8
Więcej nocy	32,2	22,7	69,3	27,0	63,2	56,5	-	-	39,8	23,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W porównaniu do 2016 roku, zwiększeniu uległ odsetek ankietowanych zamierzających nocować w Łodzi wyłącznie jedną noc (o 20,3 pkt. proc.). W grupie badanych nadal utrzymuje się jednak przewaga osób, które planują pobyty w Łodzi trwające dłużej aniżeli jedną noc (56,5%). Co istotne, przeciwnie do 2016 roku, turyści krajowi w 2018 roku zdecydowali się na pobyty dłuższe aniżeli turyści zagraniczni. W drugiej subpopulacji żaden respondent nie wskazał pobytu dłuższego niż 7 nocy (tab. 8).

Tabela 8. Planowana długość pobytu badanych turystów krajowych i zagranicznych deklarujących co najmniej jeden nocleg w Łodzi w 2016 i 2018 roku

Długość pobytu	Krajowi		Zagraniczni		Ogółem	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
1 noc	25,2	43,8	15,4	41,1	23,2	43,5
2-3 noce	20,9	34,0	30,7	37,5	22,9	34,4
4-5 nocy	5,1	12,1	11,0	17,9	6,3	12,8
6-7 nocy	2,2	6,7	10,1	3,6	3,8	6,3
8-14 nocy	1,3	3,2	6,6	0,0	2,3	2,8
> 14 nocy	1,7	0,2	6,6	0,0	2,7	0,2

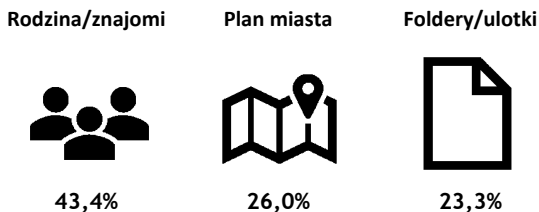
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Łodzi

Źródła informacji o Łodzi

Poproszeni o podanie źródeł, z których czerpali informacje o Łodzi, ankietowani wskazywali najczęściej kanały nieformalne, tzn. informacje uzyskane od rodziny i znajomych (43,4%). Co istotne, to źródło najczęściej wskazywano także w badaniach z ubiegłych lat. Na drugim miejscu uplasował się z kolei plan miasta, z którego informacji zasięgnął blisko co czwarty respondent (26,0%). Niewiele mniejszy odsetek badanych zadeklarował, iż informacje o Łodzi uzyskał z folderów bądź ulotek (23,3%) - rys. 18.

Rysunek 18. Trzy najpopularniejsze źródła informacji o Łodzi w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Zarówno turyści, jak i odwiedzający jednodniowi, informacje o Łodzi pozyskiwali najczęściej ze wskazanych powyżej źródeł (kanały nieformalne, plan miasta, foldery/ulotki), przy czym turyści (49,8%) nieco częściej niż odwiedzający jednodniowi (38,9%) pozyskiwali informacje od rodziny i znajomych. Na czwartej pozycji uplasowały się przewodniki książkowe, po które chętniej sięgali odwiedzający jednodniowi (17,6%), aniżeli ankietowani nocujący w mieście (13,9%). Respondenci jako źródło informacji o mieście wskazywali również katalogi biur podróży (12,0% - odwiedzający jednodniowi; 9,7% - turyści). Wśród innych źródeł informacji o Łodzi ankietowani wskazywali często podręczniki. Co istotne, niewielki odsetek ankietowanych turystów (3,5%) i odwiedzających jednodniowych (4,4%) nie wiedział wcześniej nic o Łodzi (tab. 9).

Tabela 9. Źródła informacji o Łodzi w 2018 roku

Źródła informacji	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
	(%)	
Rodzina/znajomi	49,8	38,9
Plan miasta	25,8	26,1
Foldery/ulotki	22,1	24,2
Przewodniki książkowe	13,9	17,6
Katalogi biur podróży	9,7	12,0
Strony internetowe ³	7,1	5,9
Telewizja	4,8	4,2
Informacja turystyczna w Polsce	3,0	2,9
Prasa	2,8	0,6
Radio	2,8	2,7
Informacja turystyczna za granicą	2,6	2,0
Targi turystyczne	1,1	0,6

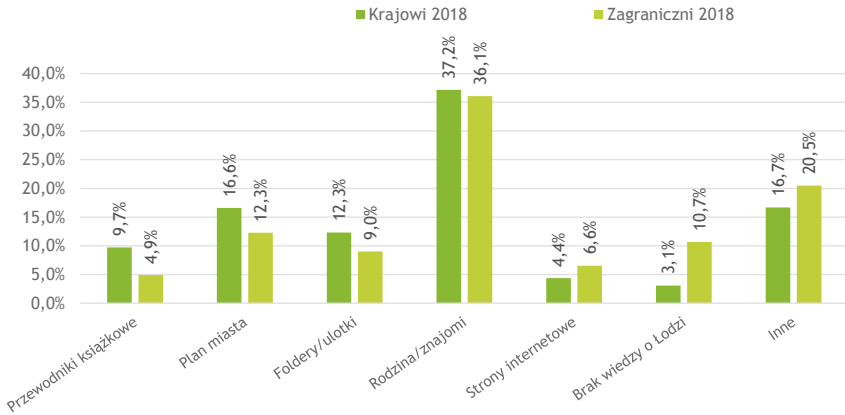
³ Niewielki odsetek respondentów wskazujący strony internetowe wynika z faktu, iż ankietowani w większości nie identyfikują wprost stron internetowych z innymi formami korzystania z Internetu, takimi jak np. aplikacje bookingowe, media społecznościowe. Ponadto w odpowiedziach uwzględniono jedynie osoby potrafiące wskazać konkretną stronę internetową, zgodnie z wymogiem kwestionariusza badawczego.

Źródła informacji	Turyści	Odwiedzający jednostniowi
	(%)	
Inne	2,4	1,1
Nic nie wiedziałem(am) wcześniej o Łodzi	3,5	4,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku większość gości krajowych (37,2%) oraz zagranicznych (36,1%) informacje o Łodzi pozyskiwało głównie od rodziny i znajomych. Niejednokrotnie głównym źródłem informacji zarówno dla respondentów krajowych (16,6%), jak i zagranicznych (12,3%) był plan miasta. Znaczny odsetek badanych cudzoziemców (20,5%) oraz Polaków (16,7%) czerpał informacje z innych źródeł, takich jak m.in. katalogi biur podróży czy telewizja (wyk. 20).

Wykres 20. Główne źródła informacji o Łodzi w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Cele przyjazdu

Respondenci deklarowali często, iż podróżowali do Łodzi, by wypocząć (20,6%). Niewiele mniejszy odsetek ankietowanych wskazał, iż celem przyjazdu do Łodzi były odwiedziny znajomych (18,8%) - rys. 19. W odniesieniu do 2016 roku obserwuje się, iż goście coraz częściej przybywają do Łodzi, by odwiedzić krewnych (z 13,8% do 17,6%). W poprzedniej edycji badania, trzecim najczęściej wskazywanym celem było uczestnictwo w imprezie kulturalnej.

Rysunek 19. Trzy najczęstsze cele przyjazdów do Łodzi w 2018 roku

Wypoczynek



20,6%

Odwiedziny znajomych



18,8%

Odwiedziny krewnych



17,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Jako cel główny swojego przyjazdu do Łodzi w 2018 roku ankietowani wskazywali najczęściej odwiedziny miejsc rodzinnych (13,4%). W 2016 roku ten cel wskazało jedynie 2,5% badanych, a na pierwszym miejscu uplasowały się sprawy służbowe (23,2%). W tegorocznym badaniu co dziesiąty respondent (10,5%) przyjechał do miasta głównie w celu uczestnictwa w kongresie, konferencji bądź seminarium, co oznacza, iż o 12,7 pkt. proc. zmniejszyła się liczebność grupy przybywających do Łodzi w celach służbowych. Nieco rzadziej głównym celem przyjazdu badanych był także wypoczynek (9,8%) - rys. 20.

Rysunek 20. Trzy najczęstsze cele główne przyjazdów do Łodzi w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Głównym celem przyjazdów gości krajowych do Łodzi w 2018 roku były odwiedziny miejsc rodzinnych (14,1%), udział w kongresie/konferencji/seminarium (11,1%), a także uczestnictwo w wydarzeniach sportowych (9,1%). Natomiast goście zagraniczni deklarowali najczęściej, iż celem głównym ich przyjazdów był wypoczynek (17,2%), odwiedziny znajomych (11,5%) bądź zakupy (9,8%). Co istotne, tranzyt i turystyka aktywna zostały wskazane jedynie przez Polaków. Wśród innych celów (1,2%) wskazywanych przez respondentów znalazły się m.in. Festiwal Świątła czy też program wymiany (tab. 10).

Tabela 10. Główny cel przyjazdów respondentów do Łodzi w 2018 roku

Cel przyjazdu	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
Odwiedziny miejsc rodzinnych	13,4%	14,1%	7,4%
Udział w kongresie/konferencji/seminarium	10,5%	11,1%	4,9%
Wypoczynek	9,8%	8,8%	17,2%
Uczestnictwo w wydarzeniach sportowych	8,7%	9,1%	4,9%
Odwiedziny znajomych	8,5%	8,2%	11,5%
Edukacja	7,4%	7,8%	4,9%
Zakupy	6,0%	5,6%	9,8%
Udział w targach/wystawach	5,1%	4,9%	7,4%
Inny cel biznesowy	4,7%	4,9%	3,3%
Udział w imprezie kulturalnej	4,5%	4,6%	4,1%
Cel zdrowotny	3,5%	3,6%	3,3%
Udział w szkoleniu	3,2%	3,3%	2,5%
Zwiedzanie zabytków	3,2%	3,3%	2,5%
Cel religijny	3,0%	3,2%	1,6%
Zwiedzanie innych obiektów (muzea, galerie itp.)	2,9%	2,7%	4,9%
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,3%	2,0%	4,9%
Inny cel	1,2%	1,0%	3,3%
Poznanie walorów przyrody	1,2%	1,1%	1,6%
Tranzyt	0,4%	0,5%	0,0%

Cel przyjazdu	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	0,4%	0,4%	0,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Niejednokrotnie respondenci przyjeżdżali do Łodzi w więcej niż jednym celu. W odniesieniu do 2016 roku zauważa się znaczne zmniejszenie udziału osób, które przyjechały do miasta, by uczestniczyć w imprezie kulturalnej (mniej o 10,4 pkt. proc.) oraz na zakupy (mniej o 7 pkt. proc.). Najbardziej wzrósł natomiast odsetek ankietowanych, których przyjazd do miasta miał na celu udział w wydarzeniu sportowym (wzrost o 7,9 pkt. proc.). Z deklaracji badanych wynika, iż celem przyjazdów turystów do Łodzi często był wypoczynek (27,9%) oraz udział w imprezie kulturalnej (20,8%). Z kolei odwiedzający jednodniowi jako cele swoich przyjazdów wskazywali uczestnictwo w wydarzeniach sportowych (17,6%) i imprezach kulturalnych (17,4%) - tab. 11.

Tabela 11. Cele przyjazdów turystów i odwiedzających jednodniowych do Łodzi w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

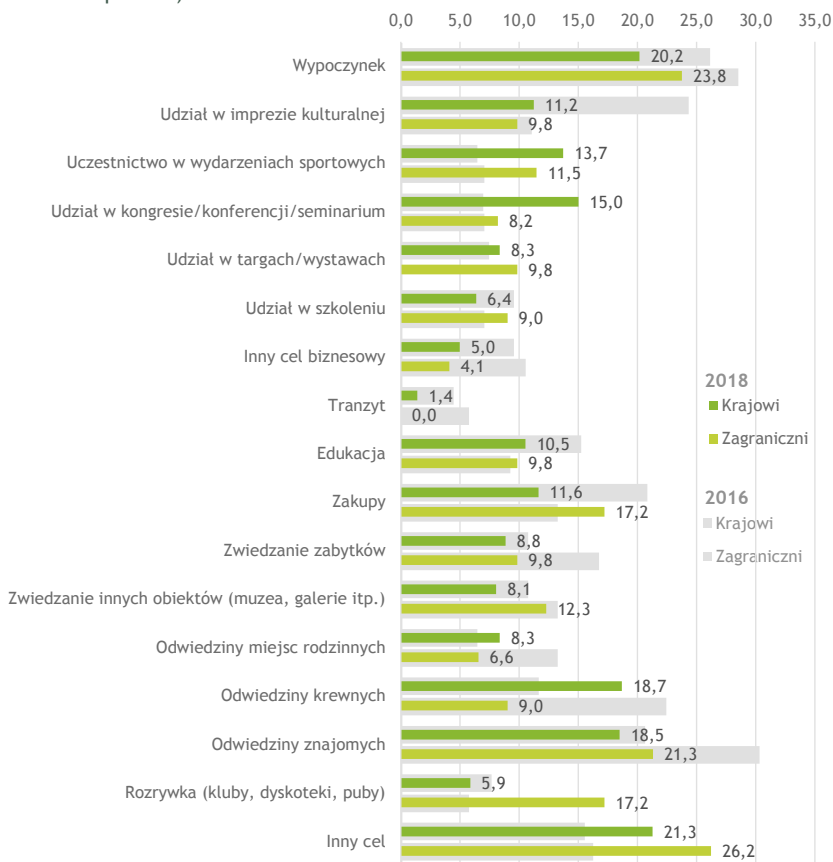
Cel przyjazdu	Ogółem		Turyści		Odwiedzający jednodniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Wypoczynek	26,6	20,6	27,0	27,9	28,5	15,5
Udział w imprezie kulturalnej	21,5	11,1	16,3	20,8	30,4	17,4
Uczestnictwo w wydarzeniach sportowych	5,6	13,5	4,4	17,7	7,5	17,6
Udział w kongresie/konferencji/seminarium	7,0	14,3	9,6	10,4	2,7	17,0
Udział w targach/wystawach	5,9	8,5	3,4	8,2	10,2	17,1
Udział w szkoleniu	9,0	6,6	12,3	11,5	3,4	12,8
Inny cel biznesowy	9,8	4,9	12,6	11,3	5,1	11,0
Cel zdrowotny	3,7	7,5	2,4	18,8	5,8	4,7
Tranzyt	4,7	1,2	2,6	9,5	8,8	8,6
Edukacja	14,0	10,5	16,0	8,2	10,5	8,7
Zakupy	19,2	12,2	12,0	8,9	31,4	8,3
Cel religijny	2,3	5,3	2,3	5,8	2,4	9,8
Zwiedzanie zabytków	11,9	9,0	13,7	7,6	8,8	7,5
Zwiedzanie innych obiektów (muzea, galerie itp.)	11,2	8,5	11,4	10,2	10,7	5,0
Odwiedziny miejsc rodzinnych	7,7	8,2	8,6	6,3	6,3	6,9
Odwiedziny krewnych	13,8	17,6	16,7	7,4	8,8	4,7
Odwiedziny znajomych	22,5	18,8	23,6	5,8	20,7	5,0
Poznanie walorów przyrody	2,3	5,8	2,3	5,6	2,2	4,4
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	7,2	7,1	6,3	2,8	8,8	1,4
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	2,1	2,0	1,9	1,1	2,4	1,4
Inny cel	5,0	1,2	7,0	1,5	1,5	1,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W poprzedniej edycji badania ankietowani goście krajowi najczęściej wskazywali, iż celem ich podróży do Łodzi był wypoczynek. Natomiast goście zagraniczni w 2016 roku najczęściej deklarowali, iż ich przyjazd do miasta wiązał się z odwiedzinami znajomych. Z kolei w 2018 roku zarówno goście krajowi (21,3%), jak i zagraniczni (26,2%) jako jeden z celów swojego przyjazdu do Łodzi wskazywali inny cel. W przypadku badanych Polaków najczęściej jako inny cel wskazywano cel zdrowotny (7,7%), a w przypadku cudzoziemców - poznanie walorów przyrody (9,0%). Najrzadziej wskazywanym celem

podróży do Łodzi przez gości krajowych był tranzyt (1,4%), a przez gości zagranicznych - cel biznesowy (4,1%) - wyk. 21.

Wykres 21. Cele przyjazdów gości krajowych i zagranicznych do Łodzi w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Organizator przyjazdu

Przyjazdy respondentów do Łodzi organizowane były najczęściej we własnym zakresie (42,5%), przy czym odsetek osób, które samodzielnie zorganizowały swój wyjazd, był wyższy w grupie gości zagranicznych niżeli krajowych. Porównując wyniki tegorocznego badania z poprzednią jego edycją warto podkreślić, iż w każdej spośród badanych grup taka forma organizacji przyjazdu była deklarowana coraz rzadziej. Jednocześnie dostrzegą się, iż w 2018 roku żaden respondent nie wskazał innej instytucji niż zaproponowane w pytaniu. Od 2016 roku wzrósł udział wyjazdów organizowanych przez biuro podróży (o 6,1 pkt. proc.), rodzinę (o 14,7 pkt. proc.) i znajomych (o 3,8 pkt. proc.). Zmalał natomiast odsetek podróży organizowanych przez zakład pracy (o 11,2 pkt. proc.) - tab. 12.

Tabela 12. Organizator przyjazdu respondentów do Łodzi w 2016 i 2018 roku

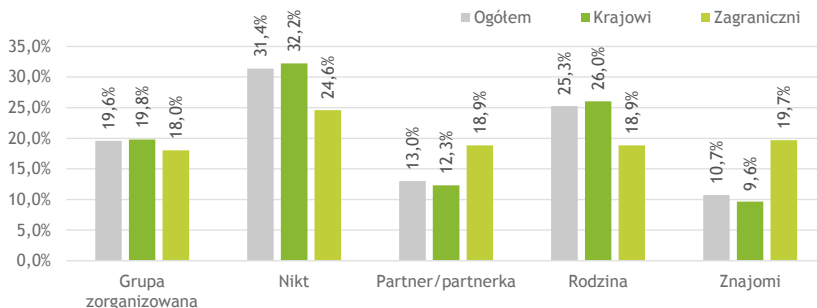
Organizator	Krajowi		Zagraniczni		Turyści		Odwiedzający jednostkowi		Ogółem	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
We własnym zakresie	68,1	41,5	68,9	50,8	62,5	48,3	78,3	38,4	68,3	42,5
Zakład pracy	17,4	5,0	11,0	4,1	21,5	4,1	6,8	5,4	16,1	4,9
Biuro podróży	0,1	6,1	1,3	9,8	0,6	5,2	0,0	7,4	0,4	6,5
Parafia (kościół)	-	11,9	-	8,2	-	8,9	-	13,4	-	11,5
Rodzina	7,6	23,5	6,1	9,8	8,9	20,3	4,6	23,1	7,3	22,0
Znajomi	5,2	9,1	8,3	13,9	5,2	10,0	7,1	9,5	5,9	9,7
Szkoła	-	1,5	-	2,5	-	1,7	-	1,5	-	1,6
Uczelnia	-	1,5	-	0,8	-	1,5	-	1,4	-	1,4
Inna instytucja	0,9	0,0	2,2	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Osoby towarzyszące

Ankietowani najczęściej podróżowali do Łodzi w towarzystwie (68,6%). Na przyjazd do miasta bez towarzystwa goście krajowi (32,2%) decydowali się nieco częściej niżeli goście zagraniczni (24,6%). Goście krajowi na wyjazd do Łodzi najczęściej zabierali rodzinę (26,0%) bądź też podróżowali w grupie zorganizowanej (19,8%). Z kolei wyjazdy znacznej części gości zagranicznych odbywały się w towarzystwie znajomych - taką deklarację złożył co piąty respondent (19,7%) z tej subpopulacji (wyk. 22). W 2016 roku towarzystwo respondentów w podziale na obie grupy dobierane było nieco inaczej - goście krajowi najczęściej podróżowali ze znajomymi, zaś zagraniczni - z rodziną.

Wykres 22. Osoby towarzyszące respondentom w podróży do Łodzi w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Środki transportu

Z deklaracji respondentów wynika, iż samochód jest nadal najczęściej wykorzystywany jako środek transportu do Łodzi (42,4%). Dotyczy to zarówno turystów (43,3%), jak i odwiedzających jednodniowych (41,7%). Co prawda udział samochodu zmniejszył się nieco w porównaniu do 2016 roku (54,8%), aczkolwiek nadal wyróżnia się na tle pozostałych środków transportu. Na drugim miejscu uplasował się autokar (18,2%), przy czym odsetek odwiedzających jednodniowych (20,6%) decydujących się na taką formę transportu do Łodzi był nieco większy aniżeli odsetek turystów podróżujących do miasta tym środkiem (14,7%). Warto podkreślić, iż coraz mniejszy odsetek respondentów decyduje się na transport kolejowy (9,9%) i lotniczy (3,6%), przy czym z obu tych środków transportu częściej korzystali turyści aniżeli odwiedzający jednodniowi. Wśród innych celów (1,4%) wskazanych przez ankietowanych znalazły się rower oraz autostop - tab. 13.

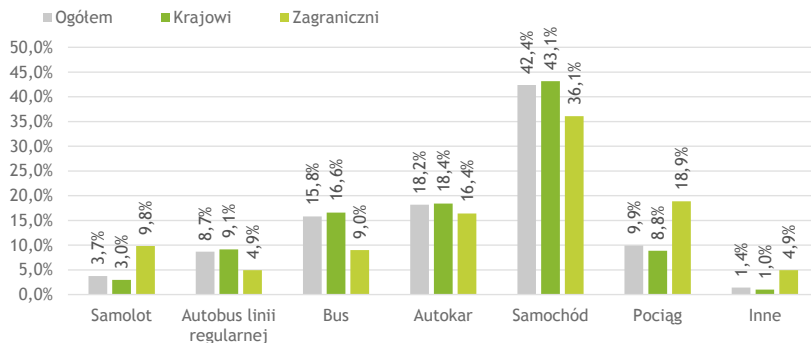
Tabela 13. Środki transportu do Łodzi wykorzystane przez badanych turystów i odwiedzających jednodniowych w 2016 i 2018 roku

Środki transportu	Ogółem		Turyści		Odwiedzający jednodniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Samolot	7,3	3,7	10,2	3,9	2,4	3,6
Autobus linii regularnej	3,9	8,7	4,6	11,0	2,7	7,1
Bus	6,3	15,8	6,4	12,6	6,1	18,0
Autokar	6,3	18,2	6,0	14,7	6,6	20,6
Samochód	54,8	42,4	49,9	43,3	63,3	41,7
Pociąg	23,2	9,9	25,9	12,3	18,5	8,3
Inne	1,3	1,4	0,9	2,4	1,9	0,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Zarówno goście krajowi (43,1%), jak i zagraniczni (36,1%) najczęściej podróżowali do Łodzi samochodem. W przypadku gości zagranicznych, drugim pod względem popularności środkiem transportu był pociąg, którym do miasta dotarł co piąty badany z tej grupy (18,9%). Natomiast w grupie gości krajowych jako sposób transportu na drugim miejscu uplasował się autokar, z którego skorzystała co piąta osoba w tej subpopulacji (18,4%).

Rysunek 21. Środki transportu do Łodzi wykorzystane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2018 roku

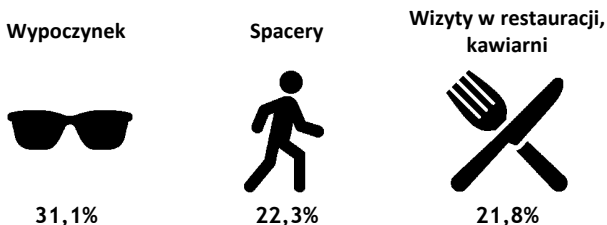


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Sposoby spędzania czasu w Łodzi

Co trzeci respondent (31,1%) zadeklarował, iż swój czas w Łodzi spędza wypoczywając. Ankietowani często wskazywali także, że czas spędzony w Łodzi wykorzystali na spacer (22,3%). Z deklaracji badanych wynika także, iż trzecim pod względem popularności sposobem na spędzenie czasu były wizyty w restauracji bądź kawiarni (21,8%). Z kolei z poprzedniej edycji badania wynika, iż w 2016 roku respondenci nieco inaczej spędzali swój czas w Łodzi - najczęściej wypoczywali, aczkolwiek na drugiej i trzeciej pozycji znalazły się spotkania ze znajomymi i zwiedzanie - rys. 22. Warto również podkreślić, iż deklarowane przez badanych sposoby spędzania czasu w Łodzi różnią się od wskazanych przez nich wcześniej celów przyjazdu do miasta.

Rysunek 22. Trzy najpopularniejsze sposoby spędzania czasu w Łodzi w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Zarówno turyści (40,3%), jak i odwiedzający jednodniowi (24,8%) będąc w Łodzi najczęściej spędzali swój czas wypoczywając. Co piąty odwiedzający jednodniowy (18,6%) wskazał, że czas spędzony w mieście przeznaczał także na wizyty w kinie. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż w 2018 roku znacznie mniej ankietowanych (o 26,7 pkt. proc. mniej) wskazało, że sposobem spędzania czasu w Łodzi było uczestnictwo w imprezach i wydarzeniach. Warto wspomnieć, iż badani, którzy uczestniczyli w imprezach i wydarzeniach, najczęściej wskazywali na koncerty i festiwale, takie jak np. Festiwal Świątła. Inne sposoby spędzania czasu w Łodzi wskazane przez badanych (8,2%) to m.in. udział w targach czy też szkoleniach - tab. 14.

Tabela 14. Sposoby spędzania czasu w Łodzi deklarowane przez turystów i odwiedzających jednodniowych w 2016 i 2018 roku

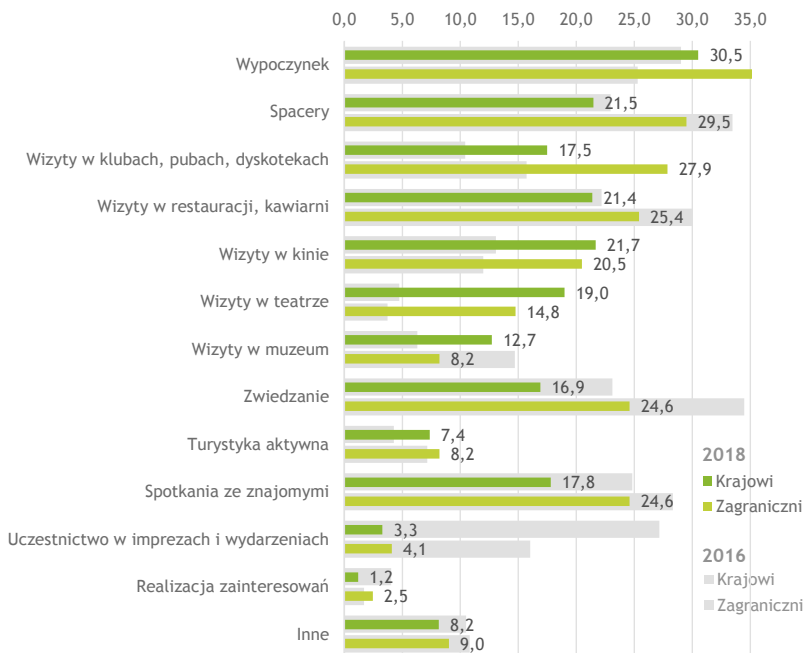
Sposoby spędzania czasu w Łodzi	Ogółem		Turyści		Odwiedzający jednodniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Wypoczynek bierny	39,8	31,1	31,6	40,3	36,8	24,8
Spacer	36,4	22,3	25,7	31,4	32,5	16,1
Wizyty w klubach, pubach, dyskotekach	16,9	18,6	11,5	23,2	14,9	15,5
Wizyty w restauracji, kawiarni	34,2	21,8	25,0	26,4	30,8	18,6
Wizyty w kinie	14,0	21,5	21,1	23,4	16,6	20,3
Wizyty w teatrze	5,2	18,5	7,1	19,0	5,9	18,2
Wizyty w filharmonii, operze	1,7	15,5	0,5	14,9	1,3	15,9
Wizyty w muzeum	13,3	12,2	5,4	13,2	10,4	11,6
Zwiedzanie	37,1	17,7	25,2	21,0	32,7	15,5
Turystyka aktywna	6,7	7,4	5,4	7,4	6,2	7,5
Spotkania ze znajomymi	32,4	18,5	33,8	27,9	32,9	12,0
Uczestnictwo w imprezach i wydarzeniach	30,1	3,4	35,5	3,9	32,1	3,0

Sposoby spędzania czasu w Łodzi	Ogółem		Turyści		Odwiedzający jednostkowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Realizacja zainteresowań	4,6	1,3	4,7	0,4	4,6	2,0
Poznanie okolicznych miejscowości	1,3	0,9	1,2	0,9	1,3	0,9
Inne	12,0	8,2	9,4	5,0	11,1	10,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Podczas swojego pobytu w Łodzi w 2018 roku respondenci krajowi (30,5%) oraz zagraniczni (36,1%) przede wszystkim wypoczywali. Niejednokrotnie ankietowani Polacy przebywając w mieście przeznaczali swój czas na wizyty w kinie (21,7%), spacery (21,5%) oraz wizyty w restauracjach i kawiarniach (21,4%). Z kolei goście zagraniczni czas spędzony w mieście często poświęcali także na spacerowanie (29,5%) oraz wizyty w klubach, pubach bądź dyskotekach (27,9%). W porównaniu do 2016 roku zauważa się znaczne zmniejszenie odsetka respondentów, którzy zadeklarowali, iż swój czas spędzają zwiedzając oraz uczestnicząc w imprezach i wydarzeniach. Zwiększył się natomiast odsetek osób, które swój wolny czas podczas pobytu w Łodzi przeznaczały na wizyty w kinie, teatrze oraz klubach, pubach i dyskotekach (wyk. 23).

Wykres 23. Sposoby spędzania czasu w Łodzi deklarowane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2016 i 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Wykorzystanie bazy noclegowej

Turyści zagraniczni przyjeżdżający do Łodzi w 2018 roku najczęściej decydowali się na nocleg w hotelu (23,2%). W przypadku turystów krajowych odsetek ten był wyraźnie niższy (o 10,4 pkt. proc.). Ankietowani Polacy podróżujący do Łodzi deklarowali najczęściej, iż podczas swojego pobytu w mieście nocowali u rodziny (19,0%). Najmniejszym zainteresowaniem respondentów cieszyły się kempingi i pola namiotowe - na nocleg w takiej formie zdecydowało się zaledwie 0,5% gości krajowych. Warto podkreślić, iż żaden spośród cudzoziemców nie wskazał kempingów i pól namiotowych, ani też schronisk młodzieżowych. Inne obiekty (2,2%) wskazane przez ankietowanych to akademik, klasztor oraz szpital (tab. 15).

Tabela 15. Struktura bazy noclegowej wykorzystanej przez badanych turystów krajowych i zagranicznych w 2018 roku

Wykorzystana baza noclegowa	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	(%)					
Hotel	14,1		12,8		23,2	
Pensjonat	3,5		3,7		1,8	
Motel	2,4		2,0		5,4	
Dom wycieczkowy	7,4		7,9		3,6	
Hostel	4,3		3,4		10,7	
Kemping/pole namiotowe	0,4		0,5		0,0	
Schronisko młodzieżowe	0,6		0,7		0,0	
Własny dom/mieszkanie	18,4		18,7		16,1	
U znajomych	13,0		12,6		16,1	
U rodziny	18,2		19,0		12,5	
Kwaterna prywatna	14,7		15,8		7,1	
Ośrodek wczasowy	0,9		0,7		1,8	
Inny obiekt	2,2		2,2		1,8	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Konsumpcja usług turystycznych na terenie Łodzi

W odniesieniu do 2016 roku dostrzega się znaczne zwiększenie odsetka osób, które zdecydowały się skorzystać z punktu przy ul. Sienkiewicza 67 (21,5 pkt. proc.). Zauważalny jest także istotny wzrost odsetka osób, które korzystały z usług miejscowych przewodników (19 pkt. proc.). Osoby, które deklarowały korzystanie z usług instruktorów (2,4%), wskazywały najczęściej instruktorów tańca. Po uwzględnieniu pochodzenia oraz długości pobytu ankietowanych nie dostrzega się większych odchyleń od wyniku ogólnego. Warto jednak podkreślić, iż w 2018 roku goście zagraniczni (27,0%) częściej aniżeli krajowi (12,4%) korzystali z punktów informacji turystycznej (tab. 16).

Tabela 16. Konsumpcja usług turystycznych przez odwiedzających Łódź w 2016 i 2018 roku

Wyszczególnienie	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni		Turyści		Odwiedzający jednodniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
Miejscowy przewodnik	6,5	25,5	5,7	25,7	9,6	23,8	7,7	21,0	4,4	28,7
Pilot wycieczek	2,5	5,2	2,3	4,3	3,5	13,1	2,4	4,3	2,7	5,9
Instruktor	0,5	2,4	0,7	2,3	0,0	3,3	0,6	3,0	0,5	2,0
Punkt informacji turystycznej	22,9	14,0	20,3	12,4	30,7	27,0	26,0	15,2	17,7	13,2

Wyszczególnienie	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni		Turyści		Odwiedzający jednostniewi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
- Piotrkowska 87 (2016 r.)/ Piotrkowska 28 (2018 r.)	21,8	38,0	19,7	36,8	28,7	42,4	25,4	41,4	13,6	35,2
- Sienkiewicza 67	4,4	25,9	3,0	24,0	7,2	33,3	5,0	31,4	2,8	21,6
- Manufaktura	37,1	36,1	39,9	39,2	31,3	24,2	37,3	27,1	35,6	43,2
- Inny	36,7	0,0	37,4	0,0	32,9	0,0	32,3	0,0	48,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Miejsca w województwie odwiedzane przez gości podróżujących do Łodzi

W 2018 roku 49,1% ankietowanych pozostało w Łodzi podczas swojego pobytu. Pozostałe 50,9% turystów odwiedzało także inne miejscowości i atrakcje poza Łodzią.

Goście poza Łodzią w 2018 roku chętnie odwiedzali Zgierz (10,5%). Niejednokrotnie wskazywano także na Uniejów i termy (8,1%) oraz Rzgów (5,4%). W zestawieniu ujęto tylko te miejsca, których odsetek wskazań był nie niższy niż 2,0% (tab. 17).

Tabela 17. Miejsca w województwie łódzkim (poza Łodzią) odwiedzane przez gości podróżujących do Łodzi w 2018 roku

Miejsca odwiedzane w województwie łódzkim	Ogółem
	(%)
Zgierz	10,5%
Uniejów/Termy Uniejów	8,1%
Rzgów/PTAK Outlet	5,4%
Łęczyca	4,3%
Tuszyn	4,3%
Sulejów	3,3%
Aleksandrów Łódzki	2,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Łódź w opiniach i ocenach odwiedzających

Wybrane elementy oferty turystycznej Łodzi w ocenie odwiedzających miasto

Podobnie jak w poprzednich edycjach badania, respondenci zostali poproszeni o dokonanie oceny poszczególnych składowych oferty turystycznej Łodzi przy użyciu pięciostopniowej skali. W 2018 roku w ogóle ankietowanych najwyżej ocenione zostały atmosfera miasta oraz baza noclegowa (po 4,2). Te dwie składowe są wysoko oceniane także przez turystów (po 4,3). Z kolei odwiedzający jednolniami równie wysoko co atmosferę miasta ocenili też bezpieczeństwo. Najniżej oceniano toalety publiczne (3,6) oraz transport lokalny (3,9), przy czym oba te elementy postrzegane są nieco lepiej przez turystów aniżeli przez odwiedzających jednolniami. W porównaniu do 2016 roku, w tegorocznej edycji badania nieco lepiej oceniono czystość na ulicach (w 2016 r. - 3,8; w 2018 r. - 3,9) i oznakowanie turystyczne (w 2016 r. - 3,9; w 2018 r. - 4,0). Znacznie gorzej niż w poprzednim badaniu postrzegane są natomiast życzliwość mieszkańców (w 2016 r. - 4,4; w 2018 r. - 3,9) oraz wydarzenia i imprezy kulturalne (w 2016 r. - 4,4; w 2018 r. - 4,0) - tab. 18.

Tabela 18. Wybrane elementy oferty turystycznej w Łodzi w ocenie turystów, odwiedzających jednolniami oraz ogółu respondentów w 2018 roku

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5 (1 - bardzo zła, 5 - bardzo dobra)					
	Ogółem		Turysty		Odwiedzający jednolniami	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
Atmosfera miasta	4,4	4,2	4,5	4,3	4,1	4,2
Baza noclegowa	4,4	4,2	4,5	4,3	n.d.	n.d.
Bezpieczeństwo	4,1	4,0	4,2	4,2	3,8	4,2
Czystość na ulicach	3,8	3,9	3,9	4,0	3,6	4,0
Dojazd do miasta	4,1	4,0	4,1	3,8	4,0	4,0
Gastronomia	4,4	4,1	4,5	4,0	4,2	4,0
Gościnność	4,4	4,1	4,5	4,2	4,2	4,1
Informacja turystyczna	4,2	4,0	4,3	4,1	4,0	4,1
Jakość obsługi turysty	4,2	4,0	4,3	4,0	3,9	4,0
Wydarzenia i imprezy kulturalne	4,4	4,0	4,4	3,9	4,3	4,0
Wydarzenia i imprezy sportowe	4,2	4,1	4,2	4,0	4,2	4,0
Oznakowanie turystyczne	3,9	4,0	4,0	4,1	3,8	4,0
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	4,3	4,1	4,4	4,0	4,2	3,9
Toalety publiczne	3,7	3,6	3,8	4,2	3,5	4,1
Transport lokalny	4,1	3,9	4,1	3,6	4,0	3,5
Życzliwość mieszkańców	4,4	3,9	4,5	3,9	4,2	3,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku goście krajowi wyraźnie wyżej niż w 2016 roku ocenili toalety publiczne (zmiana z 3,6 do 4,1). Z deklaracji respondentów krajowych wynika ponadto, że poprawie uległy także następujące składowe: bezpieczeństwo (z 4,0 do 4,2), czystość na ulicach (z 3,8 do 4,0) i oznakowanie turystyczne (z 3,9 do 4,1). Pozostałe elementy oferty turystycznej są postrzegane przez badanych gości krajowych gorzej niż miało to miejsce w 2016 roku. Najwyższy spadek średniej oceny odnotowano w przypadku transportu lokalnego (z 4,0 do 3,5) oraz życzliwości mieszkańców (z 4,4 do 3,9). Tym samym transport lokalny na tle innych składowych oferty turystycznej w 2018 roku uzyskał najniższą notę. Najwyższe oceny goście krajowi w 2018 roku przyznali następującym elementom oferty turystycznej miasta: atmosferze miejscowości, bazie noclegowej oraz bezpieczeństwu (po 4,2) (tab. 19).

Tabela 19. Wybrane elementy oferty turystycznej w Łodzi w ocenie gości krajowych w 2016 i 2018 roku

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5		Ocena respondentów - goście krajowi (2018)					
			Bardzo zła	Zła	Ani zła ani dobra	Dobra	Bardzo dobra	Nie mam zdania
	2016	2018	(%)					
Atmosfera miasta	4,3	4,2	0,6	3,0	11,5	31,6	36,8	16,5
Baza noclegowa	4,4	4,2	0,6	3,0	11,5	31,6	36,8	16,5
Bezpieczeństwo	4,0	4,2	0,4	1,4	12,9	33,1	32,9	19,3
Czystość na ulicach	3,8	4,0	0,8	3,7	19,7	32,3	26,4	17,1
Dojazd do miasta	4,0	3,9	2,5	6,6	16,6	31,4	30,0	12,9
Gastronomia	4,3	4,0	1,1	5,5	14,3	38,1	29,4	11,6
Gościnność	4,4	4,1	0,5	3,0	16,4	33,6	32,4	14,1
Informacja turystyczna	4,2	4,1	0,4	3,3	18,3	32,8	30,9	14,3
Jakość obsługi turysty	4,2	4,0	0,6	5,0	16,9	32,2	26,7	18,6
Wydarzenia i imprezy kulturalne	4,4	4,0	0,7	4,7	18,4	30,0	26,1	20,1
Wydarzenia i imprezy sportowe	4,2	4,0	0,6	4,3	17,8	32,1	28,1	17,1
Oznakowanie turystyczne	3,9	4,1	0,8	3,5	16,7	31,6	30,3	17,1
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	4,3	4,0	0,8	4,5	16,5	33,7	24,9	19,7
Toalety publiczne	3,6	4,1	0,8	3,0	17,7	30,3	30,7	17,5
Transport lokalny	4,0	3,5	7,1	10,5	18,3	28,0	23,9	12,2
Życzliwość mieszkańców	4,4	3,9	1,5	5,7	20,0	32,1	26,1	14,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Podobnie, jak w przypadku gości krajowych, goście zagraniczni najniższą notę przyznali transportowi lokalnemu (średnia ocena 3,7). Od 2016 roku poprawie uległo postrzeganie przez gości zagranicznych toalet publicznych (średnia ocena wyższa o 0,5) i oznakowania turystycznego (średnia ocena wyższa o 0,4). Najlepiej postrzegane przez gości zagranicznych w 2018 roku były następujące składowe oferty turystycznej miasta: atmosfera, baza noclegowa, gościnność, oznakowanie turystyczne i toalety publiczne (średnia ocena w każdym przypadku 4,4) (tab. 20).

Tabela 20. Wybrane elementy oferty turystycznej Łodzi w ocenie badanych gości zagranicznych w 2016 i 2018 roku

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5		Ocena respondentów - goście zagraniczni (2018)					
			Bardzo zła	Zła	Ani zła ani dobra	Dobra	Bardzo dobra	Nie mam zdania
	2016	2018	(%)					
Atmosfera miasta	4,5	4,4	0,8	0,0	9,8	26,2	40,2	23,0
Baza noclegowa	4,5	4,4	0,8	0,0	9,8	26,2	40,2	23,0
Bezpieczeństwo	4,2	4,2	1,6	0,0	11,5	23,0	34,4	29,5
Czystość na ulicach	4,1	4,2	0,8	2,5	16,4	20,5	35,2	24,6
Dojazd do miasta	4,2	3,9	2,5	7,4	16,4	27,9	32,0	13,9
Gastronomia	4,4	4,0	2,5	6,6	10,7	32,0	33,6	14,8
Gościnność	4,4	4,4	0,8	0,8	9,8	28,7	46,7	13,1
Informacja turystyczna	4,2	4,2	0,0	2,5	16,4	32,0	35,2	13,9
Jakość obsługi turysty	4,2	4,1	1,6	3,3	12,3	23,8	32,8	26,2
Wydarzenia i imprezy kulturalne	4,3	4,2	1,6	1,6	12,3	21,3	32,8	30,3

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5		Ocena respondentów - goście zagraniczni (2018)					
			Bardzo zła	Zła	Ani zła ani dobra	Dobra	Bardzo dobra	Nie mam zdania
	2016	2018	(%)					
Wydarzenia i imprezy sportowe	4,1	4,2	1,6	1,6	8,2	31,1	36,9	20,5
Oznakowanie turystyczne	4	4,4	0,8	3,3	4,9	26,2	42,6	22,1
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	4,4	4,1	0,8	4,9	10,7	23,8	29,5	30,3
Toalety publiczne	3,9	4,4	0,8	3,3	9,0	27,0	38,5	21,3
Transport lokalny	4,2	3,7	8,2	7,4	15,6	24,6	30,3	13,9
Życzliwość mieszkańców	4,5	3,9	3,3	4,1	15,6	33,6	32,0	11,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Rekomendacja Łodzi znajomym

W porównaniu do poprzedniej edycji badania, w 2018 roku zmianie uległa struktura odpowiedzi dotycząca rekomendacji Łodzi znajomym. W ogóle ankietowanych zmniejszył się odsetek odpowiedzi twierdzących (o 5,6 pkt. proc.), a jednocześnie wzrósł udział osób, które nie zamierzają polecać miasta znajomym (o 4,3 pkt. proc.) bądź nie wiedzą, czy będą je rekomendować (o 3,3 pkt. proc.). Największy spadek odnotowano w przypadku gości zagranicznych (o 12,9 pkt. proc.). Warto podkreślić, iż w tej subpopulacji odsetek osób, które nie będą polecać miasta wzrósł (o 9,2 pkt. proc.) nieco bardziej niż w przypadku tych, którzy nie mają pewności co do rekomendacji Łodzi znajomym (o 3,8 pkt. proc.). Zarówno w grupie gości krajowych, jak i zagranicznych, odsetek odpowiedzi sceptycznych utrzymał się na podobnym poziomie i nie przekroczył 9,0% (tab. 21).

Ankietowani poproszeni zostali o uzasadnienie swojej decyzji. Badani, którzy będą rekomendować Łódź znajomym, jako wyjaśnienie swojej deklaracji wskazywali najczęściej, iż jest to ładne miasto, pełne ciekawych miejsc i atrakcji. Z kolei osoby, które nie zamierzają polecać Łodzi znajomym wyjaśniały, iż to dlatego, że jest to zatłoczone miasto i nie mają do niego przekonania.

Tabela 21. Rekomendacja Łodzi znajomym przez respondentów w 2016 i 2018 roku

Rekomendacja	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Tak	73,3	67,7	73	68,5	74,4	61,5
Nie	4,7	9,0	4,8	9,0	4,4	8,2
Nie wiem	20,0	23,3	22,2	22,5	21,1	30,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Deklaracja ponownych odwiedzin

W 2018 roku goście zagraniczni częściej aniżeli w 2016 roku deklarowali powrót do Łodzi (o 9,7 pkt. proc.), przy czym odsetek umiarkowanych deklaracji wzrósł bardziej niż odsetek deklaracji pewnych. W ogóle respondentów odsetek osób, które zamierzają wrócić do miasta uległ jednak zmniejszeniu (łącznie o 6 pkt. proc.). Osoby, które zamierzają ponownie wrócić do miasta wskazały, iż to głównie ze względu na rodzinę i znajomych, a także ciekawe miejsca i pracę. Goście, którzy nie planują powracać do Łodzi uzasadnili to faktem, iż mieszkają za daleko i nie mają powodów, by ponownie przyjeżdżać do miasta (tab. 22).

Tabela 22. Deklaracja ponownych odwiedzin miasta przez respondentów w 2016 i 2018 roku

Deklaracja	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Tak	49,5	41,8	52,1	41,9	39,9	40,2
Raczej tak	32,2	34,0	34,1	33,9	25,0	34,4
Raczej nie	1,8	1,5	0,9	1,6	5,3	0,8
Na pewno nie	0,2	10,6	0,2	10,7	0,0	9,8
Nie wiem	16,2	12,1	12,7	11,8	29,8	14,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Główne atrakcje turystyczne Łodzi w opinii respondentów

Według ankietowanych, głównymi atrakcjami turystycznymi w Łodzi są przede wszystkim Centrum „Manufaktura” (23,2%) oraz ulica Piotrkowska (21,7%). Warto zwrócić uwagę na fakt, iż jedną z najczęściej wskazywanych atrakcji jest kompleks EC1 (5,9%). Poniższe zestawienie zawiera tylko te atrakcje, które zostały wskazane przez badanych co najmniej trzydziestokrotnie (tab. 23).

Tabela 23. Główne atrakcje turystyczne Łodzi w opinii respondentów w 2018 roku

Atrakcje turystyczne Łodzi	Ogółem
	(%)
Centrum „Manufaktura”	23,2%
Ul. Piotrkowska	21,7%
Aquapark	8,8%
EC1 Łódź - Miasto Kultury	5,9%
Palmiarnia	5,1%
Księży Młyn	4,4%
Zoo	3,8%
Atlas Arena	3,5%
Stare Miasto	3,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Respondentów poproszono także o wskazanie, jakich atrakcji brakuje im w Łodzi. W odpowiedzi na te pytanie ankietowani najczęściej wskazywali:

- baseny;
- taras widokowy;
- ścieżki rowerowe;
- parki rozrywki;
- zieleni;
- parki;
- plaże;
- kluby i puby;
- koncerty.

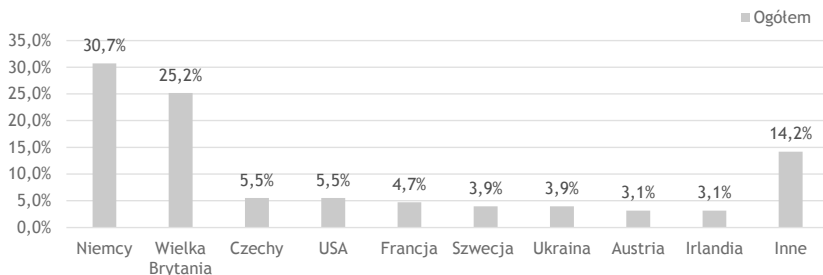
5. Analiza ruchu turystycznego w województwie łódzkim w świetle badań ankietowych

Charakterystyka uczestników ruchu turystycznego

Kryterium geograficzne

Zdecydowaną większość ankietowanych gości w województwie łódzkim w 2018 roku stanowili Polacy (91,8%). Udział gości zagranicznych, przybyłych do województwa z 18 krajów wyniósł 8,2%. W odniesieniu do 2016 roku struktura respondentów uległa zmianie - zwiększył się odsetek Polaków w badanej populacji (o 1,4 pkt. proc.). Co trzeci gość zagraniczny (30,7%) to obywatel Niemiec, a co czwarty (25,2%) - Wielkiej Brytanii. Przyjezdni z Czech i Stanów Zjednoczonych Ameryki stanowili po 5,5% subpopulacji. Kolejną pod względem liczebności grupę gości zagranicznych stanowili obywatele Francji (4,7%) (wyk. 24). Warto podkreślić, iż w badaniu z 2016 roku liczebność reprezentacji poszczególnych krajów w grupie gości zagranicznych ukształtowała się nieco inaczej - obywatele Niemiec byli trzecią co do liczebności grupą zagranicznych respondentów, a większość stanowili natomiast mieszkańcy Wielkiej Brytanii.

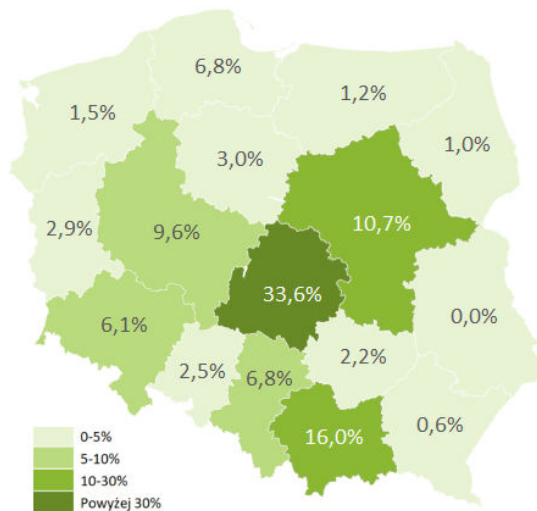
Wykres 24. Pochodzenie geograficzne respondentów w 2018 roku według kraju zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Co trzeci ankietowany gość krajowy odwiedzający województwo łódzkie to mieszkaniec regionu łódzkiego (33,6%). W odniesieniu do 2016 roku, ruch turystyczny do regionu generowany przez województwo łódzkie uległ znacznemu zmniejszeniu (o 28,2 pkt. proc.), aczkolwiek na tle innych regionów nadal jest największy. Istotny udział w grupie gości krajowych podróżujących do województwa łódzkiego mają także mieszkańcy Małopolski (16,0%), Mazowsza (10,7%) oraz Wielkopolski (9,6%) (rys. 23).

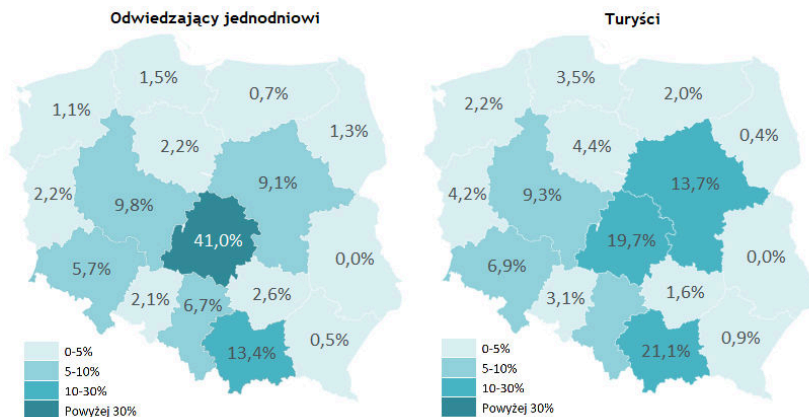
Rysunek 23. Miejsce zamieszkania respondentów według województw w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Z regionu łódzkiego pochodziła większość badanych odwiedzających jednostniowych (41,0%). W grupie turystów większość stanowili mieszkańcy województwa małopolskiego (21,1%), przy czym mieszkańcy regionu łódzkiego mieli niewiele mniejszy udział (19,7%) w tej subpopulacji. Istotną grupę turystów podróżujących do województwa łódzkiego stanowili także mieszkańcy województwa mazowieckiego (13,7%) oraz wielkopolskiego (9,3%). Zarówno wśród turystów, jak i odwiedzających jednostniowych nie odnotowano ankietowanych zamieszkujących województwo lubelskie (rys. 24).

Rysunek 24. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednostniowych według zamieszkiwanych województw w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Większość badanych gości województwa łódzkiego stanowili mieszkańcy miast (79,0%). Wśród badanych gości krajowych mieszkańcy miast stanowili 78,3%, a wśród gości zagranicznych - blisko 85%. Warto podkreślić, iż w odniesieniu do 2016 roku zwiększeniu uległ odsetek mieszkańców wsi w subpopulacji gości zagranicznych (tab. 24).

Tabela 24. Respondenci według zamieszkiwanej jednostki osadniczej w 2018 roku

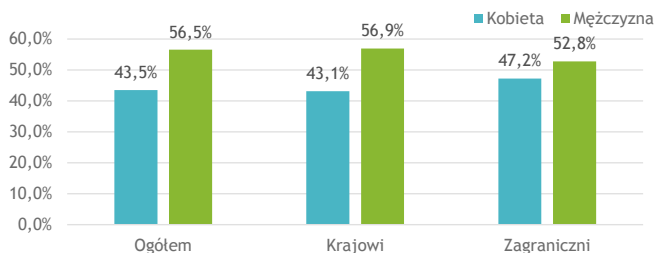
Typ miejscowości	Polacy	Cudzoziemcy	Turyści	Odwiedzający jednodniowi	Ogółem
	(%)				
Miasto	78,3%	84,4%	79,8%	80,0%	79,0%
Wieś	21,7%	15,6%	20,2%	20,0%	21,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Kryterium demograficzno-społeczne i ekonomiczne

Ponad połowę badanej grupy stanowili mężczyźni (56,5%), przy czym ich udział w grupie gości krajowych (56,9%) był niewiele większy aniżeli w grupie gości zagranicznych (52,8%) (wyk. 25). Struktura płci ankietowanych jest zatem nieco odmienna od struktury płci respondentów z badania w 2016 roku. W poprzedniej edycji badania większość ankietowanych podróżujących do regionu łódzkiego stanowiły kobiety.

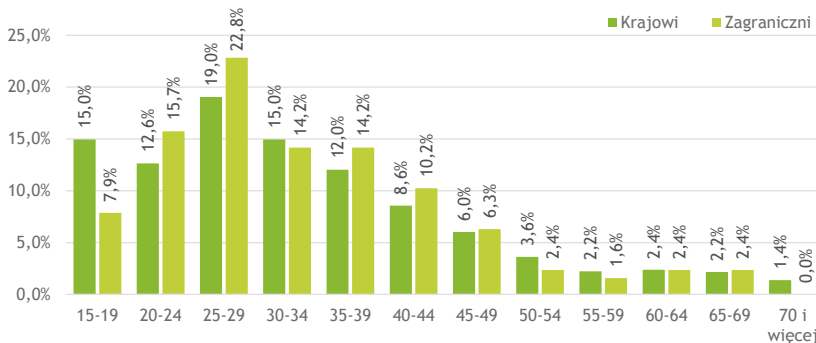
Wykres 25. Struktura ankietowanych gości krajowych i zagranicznych według płci w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Po uwzględnieniu struktury wieku respondentów dostrzega się niewielkie różnice pomiędzy Polakami oraz gośćmi zagranicznymi podróżującymi do województwa łódzkiego. Jednakże zarówno w grupie gości krajowych (19,0%), jak i zagranicznych (22,8%), odnotowano przewagę osób w przedziale od 25 do 29 roku życia. W przypadku ankietowanych krajowych nieco mniejsze grupy stanowiły osoby w wieku od 15 do 19 lat oraz od 30 do 34 lat. Z kolei wśród obcokrajowców znaczny odsetek stanowiły osoby w wieku od 20 do 24 lat. Co istotne, w grupie badanych gości zagranicznych nie odnotowano osób w wieku powyżej 70 roku życia (wyk. 26).

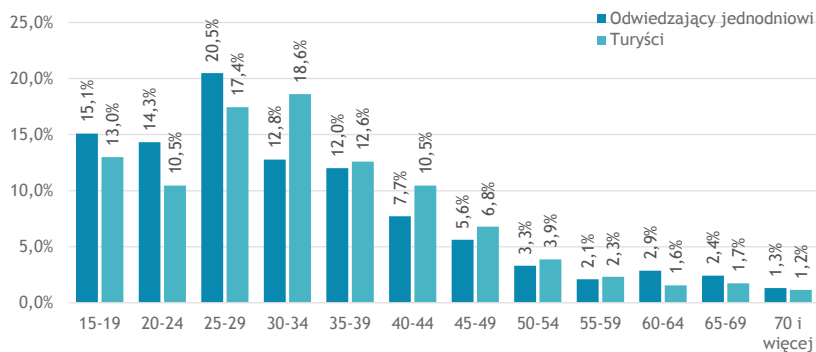
Wykres 26. Struktura wieku ankietowanych gości krajowych i zagranicznych odwiedzających region łódzki w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku grupa odwiedzających jednodniowych najliczniej reprezentowana była przez osoby w wieku od 25 do 29 lat (20,5%). Nieco mniejszy odsetek tej subpopulacji stanowiły osoby najmłodsze, tzn. w wieku od 15 do 19 lat (15,1%). Z kolei co piąty badany turysta (18,6%) to osoba w wieku od 30 do 34 lat. Trochę mniejszy udział w grupie turystów miały osoby nieco młodsze - w wieku od 25 do 29 lat (17,4%) (wyk. 27).

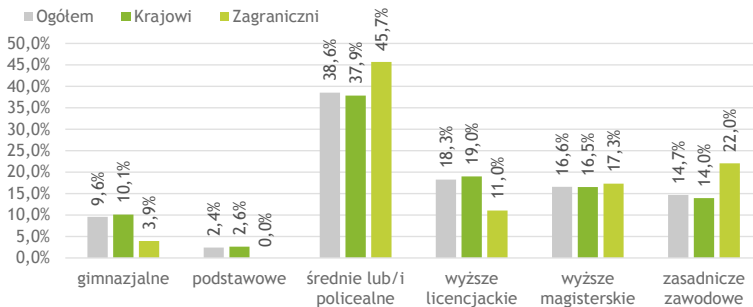
Wykres 27. Struktura wieku ankietowanych turystów i odwiedzających jednodniowych przybywających do regionu łódzkiego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Największy udział w ogóle respondentów w 2018 roku miały osoby z wykształceniem średnim lub/i policealnym (38,6%). Drugą grupę pod względem liczebności stanowiły osoby z wykształceniem wyższym (34,8%), przy czym nieco więcej badanych legitymowało się wykształceniem licencjackim (18,6%) aniżeli magisterskim (16,6%). Najmniej liczną grupę reprezentowały natomiast osoby posiadające wykształcenie podstawowe (2,4%), przy czym w grupie ankietowanych gości zagranicznych nie odnotowano osób z takim wykształceniem (wyk. 28).

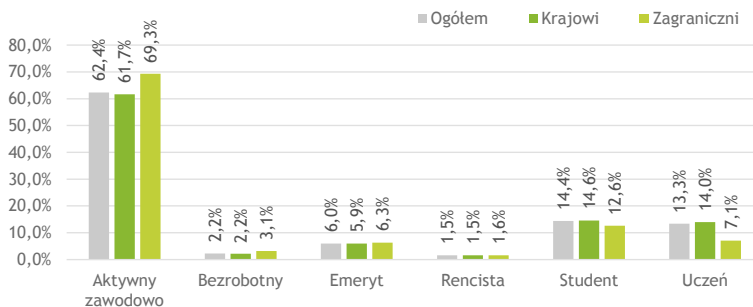
Wykres 28. Struktura ankietowanych krajowych i zagranicznych według wykształcenia w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Ponad 60% badanych to osoby aktywne zawodowo. Wśród Polaków (61,7%) odsetek tej subpopulacji jest nieco niższy niż wśród gości zagranicznych (69,3%). Znaczny udział w ogóle respondentów mają także osoby będące w trakcie edukacji (27,7%) - studenci (14,4%) oraz uczniowie (13,3%). W najmniejszym stopniu reprezentowane były natomiast grupy osób bezrobotnych (2,2%) oraz rencistów (1,5%) - wyk. 29.

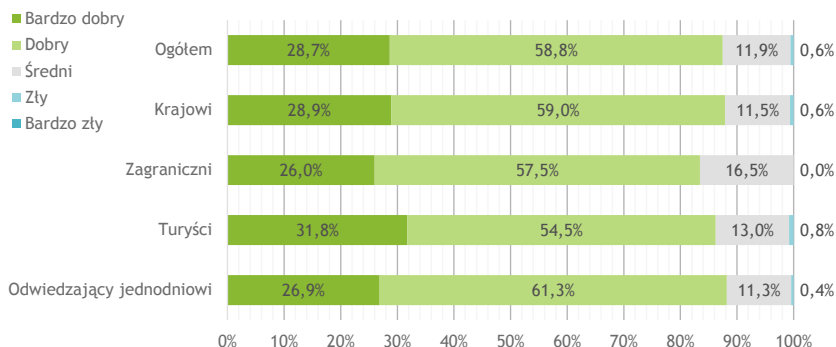
Wykres 29. Struktura respondentów według statusu zawodowego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Blisko 60% respondentów oceniło swoją sytuację materialną jako dobrą. Znaczny odsetek badanej grupy stanowiły osoby, które postrzegają swoją sytuację materialną jako bardzo dobrą (28,7%). Z kolei co ósmy ankietowany (11,9%) neutralnie ocenił swój status materialny, określając go jako przeciętny. Żaden z respondentów nie zadeklarował, iż jego sytuacja materialna jest bardzo zła. Co istotne, nikt spośród gości zagranicznych nie ocenił swojego statusu materialnego gorzej niż przeciętnie (wyk. 30).

Wykres 30. Struktura badanych według statusu materialnego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Częstotliwość wizyt w województwie i planowana długość pobytu

Nieco ponad 40% respondentów zadeklarowało, iż w 2018 roku po raz pierwszy podróżowało do województwa łódzkiego w celach turystycznych. Warto nadmienić, iż w porównaniu do badania z 2016 roku nastąpił znaczny wzrost (o 28,6 pkt. proc.) liczby osób, które zadeklarowały swój pierwszy pobyt w województwie. Istotnym jest, iż odsetek osób, które złożyły taką deklarację był nieco wyższy w przypadku gości zagranicznych (46,5%), aniżeli krajowych (41,4%). Co trzeci badany (29,4%) nie potrafił określić, który raz podróżował do województwa łódzkiego. Respondenci poproszeni o wskazanie częstotliwości swoich przyjazdów do regionu łódzkiego, deklarowali najczęściej, iż podróżują raz na kilka miesięcy (36,2%), raz w miesiącu (22,0%) bądź dwa lub trzy razy w miesiącu (18,2%). Zauważa się, iż częstotliwość przyjazdów do regionu łódzkiego jest wyższa w przypadku gości krajowych - 46,7% badanych Polaków i 36,8% respondentów zagranicznych zadeklarowało, iż odwiedza województwo co najmniej raz w miesiącu (tab. 25).

Tabela 25. Liczba i częstotliwość przyjazdów turystów do regionu łódzkiego w 2018 roku

Przyjazdy	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
	(%)		
Liczba			
- pierwszy	41,9	41,4	46,5
- drugi	26,9	27,2	23,6
- kolejny	1,9	1,9	1,6
Nie pamiętam/nie wiem	29,4	29,5	28,3
Częstotliwość			
- raz w tygodniu i częściej	5,6	5,9	2,6
- dwa, trzy razy w miesiącu	18,2	18,4	15,8
- raz w miesiącu	22,0	22,4	18,4
- raz na kilka miesięcy	36,2	36,1	36,8
- raz w roku	11,2	11,5	7,9
- raz na kilka lat (lub rzadziej)	6,7	5,7	18,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku 63,8% badanej populacji stanowili odwiedzający jednodniowi. Od 2016 roku zmalał natomiast udział turystów - z 45,7% do 36,3%. W grupie gości zagranicznych nieco ponad połowę ankietowanych (51,2%) stanowili turyści. Warto zwrócić uwagę na znaczny wzrost udziału odwiedzających

jednodniowych w grupie gości zagranicznych, jaki nastąpił od 2016 roku (o 35,7 pkt. proc.). W grupie turystów dostrzega się przewagę osób, których pobyty trwały dłużej niż jedną noc (52,9%) - tab. 26.

Tabela 26. Planowana długość pobytu respondentów w województwie łódzkim w 2016 i 2018 roku

Długość pobytu	Krajowi		Zagraniczni		Turycy		Odwiedzający jednodniowi		Ogółem	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
Do 6 godzin	28,1	30,1	3,5	18,9	-	-	47,0	45,6	25,7	29,1
Powyżej 6 godzin bez noclegu	30,6	35,2	9,6	29,9	-	-	53,0	54,4	28,6	34,7
Jedna noc	14,8	16,8	21,7	19,7	34,0	47,1	-	-	15,5	17,1
Więcej nocy	26,5	18,0	65,2	31,5	66,0	52,9	-	-	30,2	19,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku w regionie łódzkim odnotowano przewagę pobytych trwających dłużej niż jedną noc (19,2%), przy czym ich udział w przypadku turystów zagranicznych (31,5%) był większy niż w grupie Polaków (18,0%). Od 2016 roku odsetek dłuższych pobytych uległ znacznemu zmniejszeniu (o 11 pkt. proc.). W ogóle badanych nastąpił wzrost udziału osób, których pobyty w województwie łódzkim trwały wyłącznie jedną noc (o 1,6 pkt. proc.) - tab. 27.

Tabela 27. Planowana długość pobytu badanych turystów krajowych i zagranicznych deklarujących co najmniej jeden nocleg w województwie łódzkim w 2018 roku

Długość pobytu	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
	(%)		
1 noc	17,1	16,8	19,7
2-3 noce	13,3	13,2	15,0
4-5 nocy	4,1	3,5	10,2
6-7 nocy	1,4	1,0	5,5
8-14 nocy	0,4	0,3	0,8

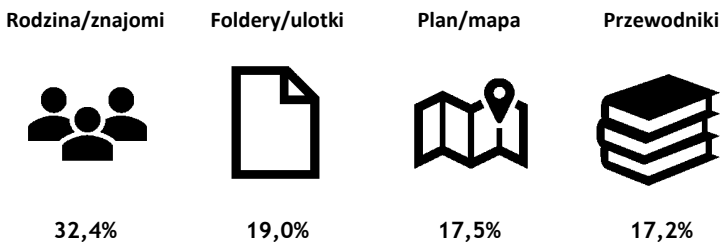
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w województwie łódzkim

Źródła informacji o województwie

Ankietowanych poproszono o wskazanie, z jakich źródeł czerpali informacje o regionie łódzkim. Co trzeci badany (32,4%) zadeklarował, iż o województwie dowiedział się od rodziny bądź znajomych, a co piąty (19,0%) - z folderów bądź ulotek. Zainteresowaniem respondentów cieszyły się także plany i mapy (17,5%) oraz przewodniki (17,2%) (rys. 25). Co istotne, w 2016 roku również najczęściej wskazywano informacje uzyskane od bliskich.

Rysunek 25. Cztery najpopularniejsze źródła informacji o województwie łódzkim w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku żaden z respondentów nie zasięgnął informacji o województwie na targach turystycznych. Zarówno turyści (37,0%), jak i odwiedzający jednodniowi (29,8%) najczęściej pozyskiwali informacje od rodziny bądź znajomych. W przypadku turystów popularnym źródłem informacji były także foldery i ulotki (20,3%). Z kolei z deklaracji odwiedzających jednodniowych wynika, iż informacje o województwie czerpali oni często z planu bądź mapy (18,8%). Strony internetowe, z których korzystali ankieterzy do najczęściej Facebook oraz Google, przy czym to turyści (16,1%) częściej wskazywali na korzystanie z tego źródła informacji - tab. 28.

Tabela 28. Źródła informacji o województwie łódzkim w 2018 roku

Źródła informacji	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
	(%)	
Rodzina/znajomi	37,0	29,8
Foldery/ulotki	20,3	18,3
Przewodniki książkowe	17,6	17,0
Strony internetowe ⁴	16,1	6,8
Plan/mapa	15,1	18,8
Katalogi biur podróży	4,1	2,5
Informacja turystyczna w Polsce	3,5	2,6
Informacja turystyczna za granicą	2,5	0,4
Telewizja	0,8	0,9
Prasa	0,4	0,1
Radio	0,2	1,0
Targi turystyczne	0,0	0,0

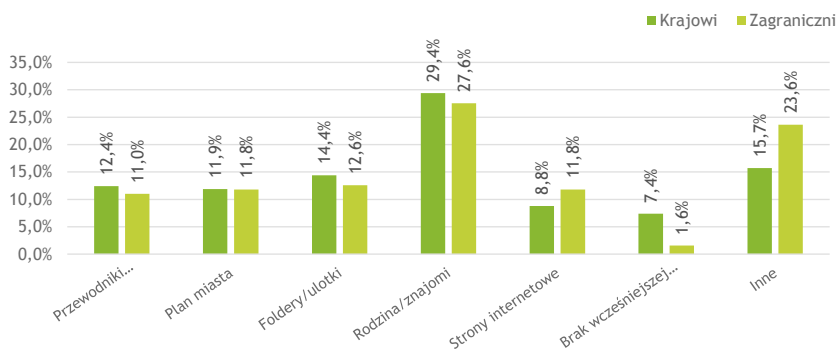
⁴ Niewielki odsetek respondentów wskazujący strony internetowe wynika z faktu, iż ankieterzy w większości nie identyfikują wprost stron internetowych z innymi formami korzystania z Internetu, takimi jak np. aplikacje bookingowe, media społecznościowe. Ponadto w odpowiedziach uwzględniono jedynie osoby potrafiące wskazać konkretną stronę internetową, zgodnie z wymogiem kwestionariusza badawczego.

Źródła informacji	Turyści	Odwiedzający jednostniewi
	(%)	
Inne	6,4	10,9
Nic nie wiedziałem(am) wcześniej o woj. łódzkim	6,6	7,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku większość ankietowanych dowiedziało się o województwie łódzkim od rodziny i znajomych. Dotyczy to zarówno gości krajowych (29,4%), jak i zagranicznych (27,6%). Co istotne, głównym źródłem informacji dla gości krajowych (14,4%) i zagranicznych (12,6%) często były także foldery i ulotki. Zarówno Polacy (15,7%), jak i cudzoziemcy (23,6%) często wskazywali, iż informacje o regionie łódzkim czerpali głównie z innych źródeł, takich jak m.in. informacja turystyczna bądź katalogi biur podróży (wyk. 31).

Wykres 31. Główne źródła informacji o regionie łódzkim w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Cel przyjazdu do wybranego obszaru

Podobnie jak w poprzedniej edycji badania, w 2018 roku najczęściej wskazywanymi przez respondentów celami przyjazdu do regionu łódzkiego były wypoczynek (44,2%) i zwiedzanie zabytków (37,6%). Co czwarty respondent (25,7%) przyjechał do województwa w celu zwiedzania innych obiektów, takich jak muzea bądź galerie (rys. 26). W 2016 roku na trzeciej pozycji uplasowało się natomiast poznanie walorów przyrody, które - jak wynika z deklaracji badanych - w 2018 roku utraciło na znaczeniu.

Rysunek 26. Trzy najczęstsze cele przyjazdów do województwa łódzkiego w 2018 roku

Wypoczynek



44,2%

Zwiedzanie zabytków



37,6%

**Zwiedzanie innych obiektów
(muzea, galerie itp.)**



25,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Struktura odpowiedzi ankietowanych na pytanie o cel główny przyjazdu do województwa jest zbliżona do struktury odpowiedzi na pytanie o cele dodatkowe - najczęściej wskazywano wypoczynek (26,4%), zwiedzanie zabytków (19,9%) oraz odwiedzanie innych obiektów (12,0%) - rys. 27. Co istotne, po porównaniu głównych celów przyjazdów w 2016 oraz w 2018 roku okazuje się, iż obecnie częściej niż wcześniej respondenci podróżują do regionu po to, aby zwiedzać zabytki (14,9 pkt. proc. więcej) i inne obiekty (9,7 pkt. proc. więcej).

Rysunek 27. Trzy najczęstsze cele główne przyjazdów do województwa łódzkiego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2018 roku co czwarty respondent podróżował do regionu łódzkiego głównie po to, by wypocząć (26,4%), przy czym częściej taki cel swojego przyjazdu deklarowali goście zagraniczni (28,3%) aniżeli krajowi (26,2%). Z kolei Polacy (20,4%) nieco częściej niż cudzoziemcy (15,7%) wskazywali, iż głównym celem ich przyjazdu do województwa łódzkiego było zwiedzanie zabytków. Wśród najczęstszych wskazań w obu tych grupach znalazło się także zwiedzanie innych obiektów, takich jak na przykład muzea czy galerie (12,0% ogółu). Z kolei wśród innych celów, jakie wskazywali badani znalazły się przede wszystkim wycieczki szkolne, gra w golfa czy też uroczystości (ślub) (tab. 29).

Tabela 29. Główny cel przyjazdów respondentów do regionu łódzkiego w 2018 roku

Cel przyjazdu	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
	(%)		
Wypoczynek	26,4	26,2	28,3
Zwiedzanie zabytków	19,9	20,4	15,7
Zwiedzanie innych obiektów (muzea, galerie itp.)	12,0	11,9	13,4
Poznanie walorów przyrody	5,8	6,2	1,6
Cel religijny	5,3	5,3	4,7
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	4,0	3,8	6,3
Odwiedziny znajomych	3,8	3,8	3,9
Udział w imprezie kulturalnej	3,3	3,3	3,1
Uczestnictwo w wydarzeniach sportowych	3,2	3,0	5,5
Odwiedziny krewnych	3,1	2,9	4,7
Inny cel	2,0	2,0	2,4
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,0	2,2	0,8
Edukacja	1,8	1,9	0,0
Udział w kongresie/konferencji/seminarium	1,8	1,8	1,6
Udział w szkoleniu	1,5	1,5	1,6
Cel zdrowotny	1,3	1,1	3,1
Odwiedziny miejsc rodzinnych	1,3	1,3	0,8
Zakupy	1,1	1,0	1,6

Cel przyjazdu	Ogółem	Krajowi	Zagraniczni
	(%)		
Inny cel biznesowy	0,4	0,5	0,0
Tranzyt	0,1	0,0	0,8
Udział w targach/wystawach	0,1	0,1	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Niejednokrotnie przyjazdy do województwa łódzkiego miały więcej aniżeli tylko jeden cel. W odniesieniu do 2016 roku zauważa się znaczne zmniejszenie udziału osób, które przyjechały do regionu, by wypocząć (mniej o 13,7 pkt. proc.) oraz odwiedzić krewnych (mniej o 13,3 pkt. proc.) bądź znajomych (mniej o 12,1 pkt. proc.). Najbardziej wzrósł natomiast odsetek ankietowanych, których przyjazd do województwa miał na celu zwiedzanie zabytków (wzrost o 12,2 pkt. proc.) oraz innych obiektów (wzrost o 9,7 pkt. proc.). Z deklaracji badanych wynika, iż celem przyjazdów turystów do województwa łódzkiego często był wypoczynek (66,9%) oraz zwiedzanie zabytków (38,2%) i innych obiektów (27,7%). Co istotne, odwiedzający jednodniowi jako cele swoich przyjazdów najczęściej wskazywali także zwiedzanie zabytków (37,3%) i wypoczynek (31,4%) (tab. 30).

Tabela 30. Cele przyjazdów turystów i odwiedzających jednodniowych do regionu łódzkiego w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

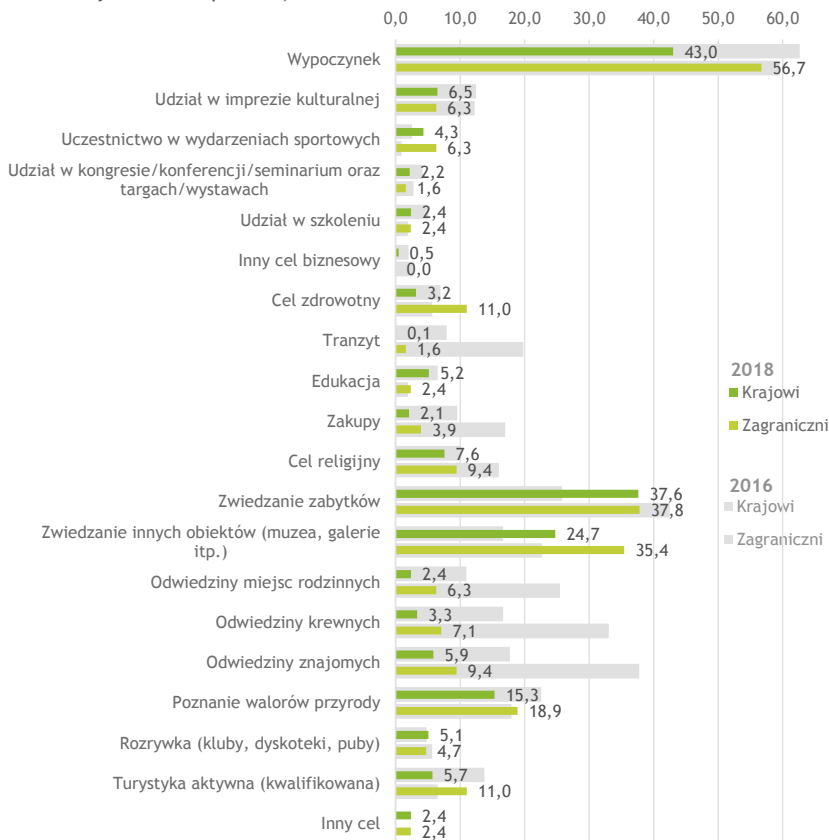
Cel przyjazdu	Ogółem		Turyści		Odwiedzający jednodniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Wypoczynek	57,9	44,2	62,0	66,9	54,5	31,4
Udział w imprezie kulturalnej	11,6	6,5	10,9	7,8	11,9	5,7
Uczestnictwo w wydarzeniach sportowych	2,3	4,5	3,0	4,3	1,7	4,6
Udział w kongresie/konferencji/seminarium	3,8	1,8	5,6	3,1	2,3	1,1
Udział w targach/wystawach	-	0,3	-	0,4	-	0,2
Udział w szkoleniu	4,5	2,4	7,6	2,5	2,0	2,3
Inny cel biznesowy	2,0	0,4	-	1,0	-	0,1
Cel zdrowotny	6,4	3,9	6,3	7,0	6,5	2,1
Tranzyt	8,5	0,2	8,5	0,4	8,5	0,1
Edukacja	5,7	4,9	4,5	5,2	6,8	4,7
Zakupy	9,6	2,2	5,8	1,7	12,8	2,5
Cel religijny	10,0	7,7	8,2	4,5	11,4	9,6
Zwiedzanie zabytków	25,4	37,6	23,4	38,2	27,3	37,3
Zwiedzanie innych obiektów (muzea, galerie itp.)	16,0	25,7	13,4	27,7	18,3	24,6
Odwiedziny miejsc rodzinnych	11,5	2,7	15,6	5,0	8,2	1,4
Odwiedziny krewnych	17,0	3,7	23,0	6,0	11,9	2,3
Odwiedziny znajomych	18,3	6,2	22,6	7,8	14,8	5,3
Poznanie walorów przyrody	20,6	15,7	19,5	16,9	21,6	15,0
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	4,6	5,1	5,2	7,8	4,2	3,5
Turystyka aktywna (kwalifikowana)	12,2	6,2	10,0	4,5	13,9	7,2
Inny cel	0,0	2,4	0,0	2,3	0,0	2,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W 2016 roku ankietowani goście najczęściej wskazywali, iż celem ich podróży do województwa łódzkiego był wypoczynek. W 2018 roku sytuacja ukształtowała się podobnie do tej z poprzedniej

edycji badania - zarówno goście krajowi (43,0%), jak i zagraniczni (56,7%) jako jeden z celów swojego przyjazdu do regionu łódzkiego najczęściej wskazywali wypoczynek (wyk. 32). W odniesieniu do 2016 roku zauważa się, iż najbardziej zmniejszył się odsetek Polaków, którzy jako cel swojego przyjazdu wskazali udział w imprezie kulturalnej oraz odsetek cudzoziemców, którzy jako cel wskazali odwiedzić krewnych.

Wykres 32. Cele przyjazdów gości krajowych i zagranicznych do województwa łódzkiego w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Organizator przyjazdu

Ponad połowa ankietowanych (53,7%) organizowała przyjazd do regionu łódzkiego we własnym zakresie. Dostrzega się, iż - podobnie jak w poprzedniej edycji badania - na samodzielną organizację podróży decydowali się częściej respondenci krajowi (54,2%) niż zagraniczni (48,0%). Odsetek osób, które we własnym zakresie zorganizowały swój przyjazd, był wyższy w grupie turystów (55,6%) aniżeli odwiedzających jednodniowych (52,5%). Istotnym jest jednak, iż ten sposób organizacji przyjazdów do województwa łódzkiego w 2018 roku zdarzał się rzadziej niż w 2016 roku - odsetek badanych deklarujących taką formę organizacji uległ zmniejszeniu (o 18,8 pkt. proc.). Goście w celu organizacji wyjazdu coraz częściej korzystali z pomocy znajomych (14,0%) i rodziny (11,8%). Warto podkreślić, że w odniesieniu do 2016 roku wzrósł odsetek osób, które organizowały wyjazd poprzez biuro podróży (o 2,9 pkt. proc.), w szczególności w grupie turystów zagranicznych (o 14,8 pkt. proc.). Inne instytucje (0,5%) wskazywane przez ankietowanych to m.in. PTTK (tab. 31).

Tabela 31. Organizator przyjazdu respondentów do województwa łódzkiego w 2016 i 2018 roku

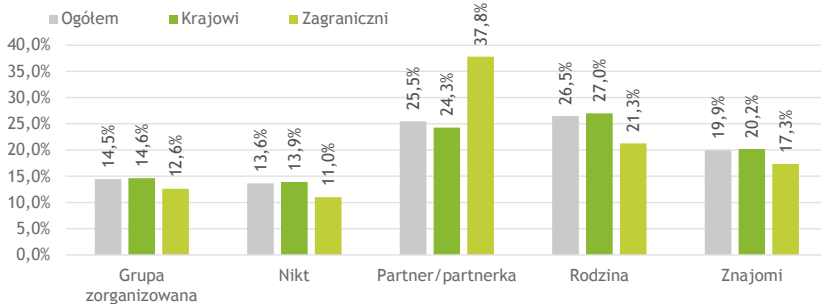
Organizator	Krajowi		Zagraniczni		Turysty		Odwiedzający jednodniowi		Ogółem	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
We własnym zakresie	73,1	54,2	65,8	48,0	64,4	55,6	79,3	52,5	72,5	53,7
Zakład pracy	6,6	5,2	6,1	3,9	10,9	6,8	2,9	4,1	6,6	5,1
Biuro podróży	1,7	2,6	0,2	15,0	1,7	5,0	0,2	3,0	0,8	3,7
Parafia (kościół)	2,8	3,9	10,5	4,7	-	1,9	-	5,1	-	3,9
Rodzina	8,4	11,9	8,8	11,0	8,7	12,8	8,3	11,2	8,5	11,8
Znajomi	6,3	13,9	14,0	15,7	8,7	11,0	5,7	15,7	7,1	14,0
Szkoła	2,3	6,8	0,0	1,6	0,6	5,2	3,3	6,9	2,0	6,3
Uczelnia		1,1		0,0		1,0		1,0		1,0
Inna instytucja	1,9	0,5	0,0	0,0	3,5	0,6	0,2	0,4	1,7	0,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Osoby towarzyszące

Nieco ponad 85% respondentów w 2018 roku podróżowało do regionu łódzkiego w towarzystwie innych osób. Na samotną podróż zdecydowało się natomiast 13,6% ankietowanych, przy czym częściej byli to goście krajowi (13,9%) aniżeli zagraniczni (11,0%). Z deklaracji badanych Polaków wynika, iż towarzyszami ich podróży najczęściej byli członkowie rodziny (27,0%), aczkolwiek często wskazywali oni także partnerów (24,3%) bądź znajomych (20,2%). Z kolei w grupie gości zagranicznych respondenci najczęściej podróżowali z partnerem/partnerką (37,8%). Goście w obu subpopulacjach najrzadziej podróżowali w grupie zorganizowanej (wyk. 33).

Wykres 33. Osoby towarzyszące respondentom w podróży do województwa łódzkiego w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Środki transportu

W 2018 roku najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu do województwa łódzkiego był samochód (61,0%) - zarówno wśród turystów (63,4%), jak i odwiedzających jednodniowych (59,6%). Co ważne, w 2016 roku na taką formę transportu decydowało się więcej badanych (77,0%). Co piąty respondent (20,6%) przyjechał do regionu łódzkiego autokarem, a co ósmy - busem (12,6%), przy czym z pierwszego z tych środków częściej korzystali odwiedzający jednodniowi (21,7%). Ankietowani, którzy deklarowali inny środek transportu (2,3%), najczęściej wskazywali rower i taksówkę (tab. 32).

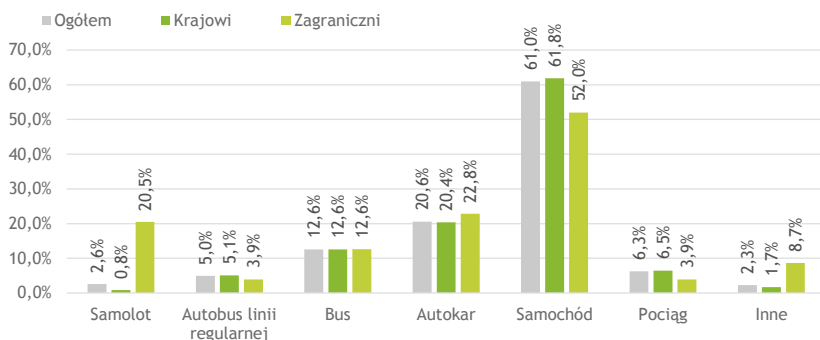
Tabela 32. Środki transportu do województwa łódzkiego wykorzystane przez badanych turystów i odwiedzających jednodniowych w 2018 roku

Środki transportu	Ogółem	Turyści	Odwiedzający jednodniowi
	(%)		
Samolot	2,6	6,0	0,7
Autobus linii regularnej	5,0	4,3	5,4
Bus	12,6	12,6	12,6
Autokar	20,6	18,6	21,7
Samochód	61,0	63,4	59,6
Pociąg	6,3	8,9	4,7
Inne	2,3	1,7	2,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Goście zagraniczni (52,0%) rzadziej niż krajowi (61,8%) decydowali się na podróż samochodem do województwa łódzkiego. W obu tych subpopulacjach często korzystano także z autokaru, przy czym niewiele większy udział mieli respondenci zagraniczni (22,8%). Niewielki odsetek Polaków (0,8%) decydował się na podróż samolotem, widoczna jest w tym przypadku wyraźna przewaga gości zagranicznych (20,5%). Goście krajowi nieco chętniej niż zagraniczni korzystali natomiast z pociągów (6,5%) oraz autobusów linii regularnych (5,1%) - wyk. 34.

Wykres 34. Środki transportu do województwa łódzkiego wykorzystane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Sposoby spędzania czasu na odwiedzanym obszarze

Nieco ponad połowa respondentów (52,6%) podczas swojego pobytu w województwie łódzkim w 2018 roku spędzała swój czas zwiedzając. Blisko 40% ankietowanych wskazało, iż ich sposobem na spędzenie czasu w regionie łódzkim był wypoczynek. Co piąty gość (19,6%) zadeklarował natomiast, iż swój czas spędzony w województwie przeznaczał na spacer (rys. 28). Te trzy sposoby spędzania czasu były także najczęściej wskazywanymi w poprzedniej edycji badania, aczkolwiek odsetek osób, które poświęcały swój czas na zwiedzanie zwiększył się (5,9%).

Rysunek 28. Trzy najpopularniejsze sposoby spędzania czasu w województwie łódzkim w 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W grupie turystów blisko 60% respondentów czas spędzony w województwie łódzkim przeznaczało na wypoczynek. Z kolei w przypadku odwiedzających jednodniowych (55,0%), większość poświęcała ten czas na zwiedzanie. Co istotne, odsetek turystów (48,4%), którzy także spędzali czas w ten sposób był tylko niewiele mniejszy (o 6,6 pkt. proc.). Wizyty w filharmonii bądź operze jako sposób spędzania czasu wolnego w regionie łódzkim cieszyły się natomiast najmniejszym zainteresowaniem wśród ankietowanych (0,7%). Co istotne, w 2016 roku ranking sposobów spędzania czasu wolnego ukształtował się podobnie, gdyż w grupie turystów najchętniej wypoczywano (53,3%), a w grupie odwiedzających jednodniowych - zwiedzano (50,4%). Ankietowani wskazywali również inne niż wymienione sposoby spędzania czasu w regionie (9,4%), przy czym najczęściej była to modlitwa, przebywanie w towarzystwie rodziny, udział w szkoleniu, a także uczestnictwo w Mszy Świętej (tab. 33).

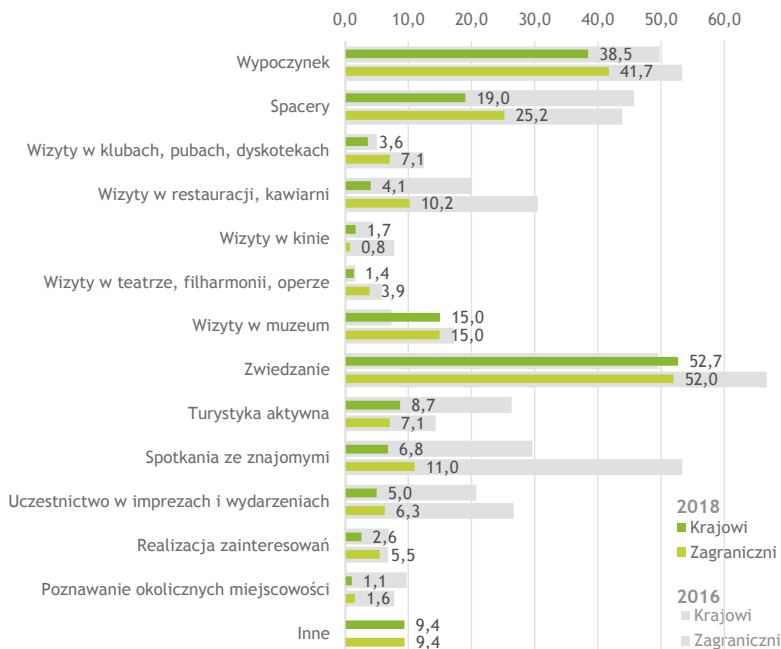
Tabela 33. Sposób spędzania czasu wolnego na odwiedzanym obszarze województwa łódzkiego w 2018 roku (wybór wielokrotny)

Sposoby spędzania czasu w województwie łódzkim	Ogółem		Turyści		Odwiedzający jedno-dniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Wypoczynek	45,7	38,8	53,3	59,7	39,1	26,9
Spacery	41,5	19,6	46,3	32,2	37,4	12,4
Wizyty w klubach, pubach, dyskotekach	5,1	3,9	5,6	7,9	4,8	1,7
Wizyty w restauracji, kawiarni	19,1	4,6	21,9	7,4	16,8	3,1
Wizyty w kinie	4,2	1,6	4,4	1,7	4,0	1,5
Wizyty w teatrze, filharmonii, operze	1,8	1,6	1,7	3,3	1,8	0,6
Wizyty w muzeum	7,5	15,0	8,0	19,0	7,1	12,8
Zwiedzanie	46,7	52,6	42,2	48,4	50,4	55
Turystyka aktywna	23,0	8,6	21,9	8,1	24,0	8,8
Spotkania ze znajomymi	29,1	7,2	35,9	9,3	23,4	5,9
Uczestnictwo w imprezach i wydarzeniach	19,4	5,1	23,9	4,7	15,6	5,4
Realizacja zainteresowań	6,2	2,9	6,3	3,3	6,2	2,6
Poznawanie okolicznych miejscowości	8,6	1,1	8,7	0,4	8,6	1,5
Inne	0,0	9,4	0,0	8,3	0,0	10,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Podczas swojego pobytu w regionie łódzkim w 2018 roku respondenci krajowi (52,7%) oraz zagraniczni (52,0%) przede wszystkim zwiedzali. Niejednokrotnie ankietowani Polacy (38,5%) i cudzoziemcy (41,7%) wypoczywali, przebywając w województwie. W porównaniu do 2016 roku zauważa się znaczne zmniejszenie odsetka respondentów, którzy zadeklarowali, iż swój czas spędzają zwiedzając zabytki, poznając walory przyrody oraz wypoczywając. Zwiększył się natomiast odsetek osób, które swój wolny czas podczas pobytu w regionie przeznaczyły na udział w imprezach kulturalnych oraz wydarzeniach sportowych (wyk. 35).

Wykres 35. Sposoby spędzania czasu w województwie łódzkim deklarowane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2016 i 2018 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Wykorzystanie bazy noclegowej

W 2018 roku co trzeci respondent (36,3%) deklarował nocleg na terenie województwa łódzkiego, przy czym większość z nich skorzystała z hotelu (70,9%). Turyści krajowi (71,4%) nieco częściej niż zagraniczni (67,7%) zdecydowali się na nocleg w tego rodzaju obiektach. Cudzoziemcy niejednokrotnie korzystali także z noclegów u rodziny (12,3%). Co istotne, wyłącznie turyści krajowi zdecydowali się na nocleg w schronisku młodzieżowym (0,4%) oraz ośrodku wczasowym (0,9%) - tab. 34.

Tabela 34. Struktura bazy noclegowej wykorzystanej na obszarze województwa łódzkiego przez respondentów w 2016 i 2018 roku

Wykorzystana baza noclegowa	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Hotel	38,6	70,9	37,9	71,4	41,8	67,7
Pensjonat	2,5	2,1	2,9	2,2	1,0	1,5
Motel	1,3	5,4	1,1	5,3	2,0	6,2
Dom wycieczkowy	0,4	1,9	0,4	2,0	0,0	1,5
Hostel	1,1	1,0	0,7	0,9	3,1	1,5
Kemping/pole namiotowe	6	1,4	7,0	1,3	1,0	1,5
Schronisko młodzieżowe	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0
Własny dom/mieszkanie	6,2	2,3	7,5	2,7	0,0	0,0

Wykorzystana baza noclegowa	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
U znanych	12	4,3	12,1	4,0	11,2	6,2
U rodziny	20,1	7,8	18,5	7,1	27,6	12,3
Kwarta prywatna	5,3	1,6	4,6	1,6	8,2	1,5
Ośrodek wczasowy	3,3	0,8	4,0	0,9	0,0	0,0
Inny obiekt	7,4	0,2	7,7	0,2	6,1	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Konsumpcja usług turystycznych na obszarze województwa łódzkiego

W odniesieniu do 2016 roku, dostrzega się znaczny wzrost zainteresowania usługami miejskich przewodników (z 9,9% do 25,5%). Z usług przewodnickich korzystało 28,7% odwiedzających jednodniowych w przeciwieństwie do 21,0% turystów. Co istotne, coraz więcej gości podróżujących do województwa łódzkiego korzysta także z punktów informacji turystycznej (z 8,5% do 14,0%). Z usług świadczonych przez takie punkty goście zagraniczni (27,0%) korzystają chętniej niż krajowi (12,4%). Niejednokrotnie ankietowani korzystali z usług instruktorów (2,7%), przy czym najczęściej byli to instruktorzy kajakerstwa oraz instruktorzy jazdy konnej (tab. 35).

Tabela 35. Konsumpcja usług turystycznych przez odwiedzających województwo łódzkie w 2016 i 2018 roku

Wyszczególnienie	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni		Turyści		Odwiedzający jednodniowi	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)									
Miejscowy przewodnik	9,9	25,5	8,8	25,7	20,0	23,8	10,4	21,0	9,4	28,7
Pilot wycieczek	3,1	5,2	2,5	4,3	8,7	13,1	2,4	4,3	3,4	5,9
Instruktor	2,2	2,4	1,9	2,3	5,2	3,3	2,6	3,0	1,7	2,0
Punkt informacji turystycznej	8,5	14,0	8,4	12,4	9,6	27,0	8,2	15,2	8,8	13,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Miejsca w województwie odwiedzane przez gości podróżujących do regionu łódzkiego

Większość (65,9%) turystów, którzy wskazali miejsce swojego noclegu, zadeklarowało, iż pozostaje w miejscu docelowym swojego przyjazdu. Z kolei pozostałe 34,1% wskazało, iż podróżuje po regionie i tym samym odwiedza różne miejscowości i atrakcje.

W 2018 roku najczęściej odwiedzanym przez respondentów miejscem w województwie łódzkim był Sulejowski Park Krajobrazowy (2,7%). Ankietowani deklaruowali także, iż odwiedzali Stadninę i Pałac w Walewicach (2,2%). Nieco rzadziej wskazywano także Szlak Młynów nad Grabią (2,1%) oraz Piotrków Trybunalski (2,0%). Zestawienie (tab. 36) zawiera konkretne propozycje ankietowanych, które uzyskały powyżej 20 wskazań.

Tabela 36. Miejsca w województwie łódzkim odwiedzane przez gości podróżujących do regionu łódzkiego w 2018 roku

Miejsca odwiedzane w województwie łódzkim	Ogółem
	(%)
Sulejowski Park Krajobrazowy	2,7%
Stadnina Koni Walewice i pałac Marii Walewskiej	2,2%
Szlak Młynów nad Grabią	2,1%

Miejsca odwiedzane w województwie łódzkim	Ogółem
	(%)
Piotrków Trybunalski	2,0%
Szlak Pilicy w Spale	1,7%
Radomsko - miasto	1,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Województwo łódzkie w opiniach i ocenach odwiedzających

Usługi i zagospodarowanie turystyczne w województwie w ocenie gości

Najlepiej ocenianym (średnie oceny po 4,5) przez turystów elementem oferty turystycznej województwa łódzkiego była atmosfera odwiedzanej miejscowości oraz gościnność. W przypadku odwiedzających jednodniowych najwyższe noty także przyznano atmosferze odwiedzanej miejscowości (średnia ocena 4,6), z kolei na drugim miejscu pod względem wysokości średniej oceny były gastronomia i życzliwość mieszkańców (średnie oceny po 4,4). Najniżej ocenianą składową oferty turystycznej regionu łódzkiego były toalety publiczne (średnia ocena 3,7) - dotyczy to zarówno turystów (średnia ocena 3,7), jak i odwiedzających jednodniowych (średnia ocena 3,6) (tab. 37).

Tabela 37. Wybrane elementy oferty turystycznej w województwie łódzkim w ocenie turystów, odwiedzających jednodniowych oraz ogółu respondentów w 2018 roku

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5 (1 - bardzo zła, 5 - bardzo dobra)		
	Ogółem	Turyści	Odwiedzający
Atmosfera miejscowości	4,5	4,5	4,6
Baza noclegowa	4,3	4,4	4,1
Bezpieczeństwo	4,3	4,3	4,3
Czystość i estetyka	4,3	4,3	4,3
Dostępność komunikacyjna	4,3	4,3	4,3
Gastronomia	4,4	4,4	4,4
Gościnność	4,4	4,5	4,3
Informacja turystyczna	4,3	4,2	4,3
Jakość obsługi turysty	4,3	4,2	4,3
Wydarzenia i imprezy kulturalne	4,3	4,3	4,3
Wydarzenia i imprezy sportowe	4,3	4,3	4,3
Oznakowanie turystyczne	4,2	4,2	4,3
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	4,3	4,3	4,3
Toalety publiczne	3,7	3,7	3,6
Transport lokalny	4,2	4,2	4,3
Życzliwość mieszkańców	4,4	4,4	4,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Poproszeni o ocenę wybranych elementów oferty turystycznej województwa łódzkiego, ankietowani Polacy najwyżej oceniali atmosferę odwiedzanej miejscowości (średnia ocena 4,5), a także życzliwość mieszkańców, gościnność oraz gastronomię (po 4,4). Istotnym jest, iż w porównaniu do 2016 roku żadna ze średnich ocen w 2018 roku nie obniżyła się. Największy wzrost odnotowano w przypadku

transportu lokalnego - średnia ocena tego elementu oferty turystycznej wzrosła z 3,5 do 4,3. Coraz lepiej oceniana jest także rozrywka w regionie (wzrost z 3,6 do 4,3) (tab. 38).

Tabela 38. Wybrane elementy odwiedzanego obszaru województwa łódzkiego w ocenie ankietowanych gości krajowych w 2016 i 2018 roku

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5		Ocena respondentów - goście krajowi (2018)					
			Bardzo zła	Zła	Ani zła ani dobra	Dobra	Bardzo dobra	Nie mam zdania
	2016	2018	(%)					
Atmosfera miejscowości	4,3	4,5	0,0	0,2	1,2	42,6	55,3	0,7
Baza noclegowa	4,0	4,3	0,1	0,4	4,1	25,7	21,1	48,7
Bezpieczeństwo	4,1	4,3	0,0	0,3	10,4	48,3	38,5	2,5
Czystość i estetyka	3,9	4,3	0,1	0,9	6,6	52,2	38,7	1,5
Dostępność komunikacyjna	3,9	4,3	0,0	0,5	6,7	43,6	35,4	13,9
Gastronomia	4,0	4,4	0,0	1,0	5,8	43,9	42,5	6,9
Gościnność	4,3	4,4	0,0	0,5	5,0	46,6	43,5	4,4
Informacja turystyczna	3,8	4,3	0,1	0,2	7,9	37,5	31,9	22,4
Jakość obsługi turysty	3,9	4,3	0,0	0,2	9,3	35,1	29,4	26,1
Wydarzenia i imprezy kulturalne	4,0	4,3	0,1	0,5	7,9	24,2	26,8	40,6
Wydarzenia i imprezy sportowe	3,7	4,3	0,1	0,3	7,2	23,7	26,7	42,0
Oznakowanie turystyczne	3,7	4,3	0,0	0,4	8,6	39,2	29,5	22,4
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	3,6	4,3	0,1	0,5	7,7	23,8	25,4	42,4
Toalety publiczne	3,3	3,6	1,0	8,4	25,8	42,7	13,3	8,8
Transport lokalny	3,5	4,3	0,1	0,7	7,7	42,6	30,0	18,9
Życzliwość mieszkańców	4,4	4,4	0,1	0,2	5,5	44,5	42,6	7,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W grupie gości zagranicznych najlepiej postrzegana jest atmosfera odwiedzanych miejscowości (średnia ocena 4,6), a także baza noclegowa oraz gastronomia (po 4,5). W przeciwieństwie do gości krajowych, cudzoziemcy niektóre elementy oceniali nieco gorzej aniżeli w 2016 roku. Nieznaczny, lecz największy spadek średniej oceny dotyczył życzliwości mieszkańców (z 4,5 do 4,3). Co istotne, żaden respondent z grupy gości zagranicznych nie przyznał oceny najniższej, a tylko marginalny odsetek ankietowanych oceniał poszczególne elementy (w szczególności toalety publiczne) jako złe (tab. 39).

Tabela 39. Wybrane elementy odwiedzanego obszaru województwa łódzkiego w ocenie ankietowanych gości zagranicznych w 2016 i 2018 roku

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5		Ocena respondentów - goście zagraniczni (2018)					
			Bardzo zła	Zła	Ani zła ani dobra	Dobra	Bardzo dobra	Nie mam zdania
	2016	2018	(%)					
Atmosfera miejscowości	4,6	4,6	0,0	0,0	1,6	38,6	59,1	0,8
Baza noclegowa	4,6	4,5	0,0	0,0	0,0	26,0	29,9	44,1
Bezpieczeństwo	4,3	4,2	0,0	0,0	10,2	63,0	25,2	1,6
Czystość i estetyka	4,2	4,2	0,0	0,8	7,1	59,8	30,7	1,6
Dostępność komunikacyjna	4,1	4,2	0,0	0,8	3,9	48,8	18,1	28,3
Gastronomia	4,4	4,5	0,0	0,0	0,8	43,3	47,2	8,7

Wyszczególnienie	Średnia ocen w skali 1-5		Ocena respondentów - goście zagraniczni (2018)					
	2016	2018	Bardzo zła	Zła	Ani zła ani dobra	Dobra	Bardzo dobra	Nie mam zdania
Gościnność	4,5	4,4	0,0	0,0	3,9	47,2	46,5	2,4
Informacja turystyczna	4,1	4,2	0,0	0,0	8,7	41,7	19,7	29,9
Jakość obsługi turysty	4,2	4,2	0,0	0,0	7,1	33,9	18,9	40,2
Wydarzenia i imprezy kulturalne	4,1	4,2	0,0	0,0	6,3	31,5	16,5	45,7
Wydarzenia i imprezy sportowe	3,9	4,1	0,0	0,0	7,1	31,5	12,6	48,8
Oznakowanie turystyczne	3,9	4,1	0,0	0,0	9,4	44,1	17,3	29,1
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)	3,9	4,2	0,0	0,8	8,7	25,2	21,3	44,1
Toalety publiczne	3,8	3,7	0,0	3,1	29,9	45,7	11,8	9,4
Transport lokalny	3,9	4,1	0,0	0,8	6,3	53,5	15,7	23,6
Życzliwość mieszkańców	4,5	4,3	0,0	0,8	1,6	65,4	29,9	2,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Ankietowani zostali poproszeni o ocenę dostosowania walorów i infrastruktury do czterech najpopularniejszych form turystyki aktywnej. W opinii gości podróżujących do województwa łódzkiego, jego walory są najbardziej odpowiednie do uprawiania turystyki pieszej (94,3%) oraz rowerowej (82,9%). Najrzadziej wskazywano natomiast turystykę konną (70,6%). W odniesieniu do 2016 roku zauważa się, iż zmniejszył się odsetek osób, według których region łódzki posiada odpowiednie walory do uprawiania turystyki rowerowej (o 7,4 pkt. proc.). Z deklaracji respondentów wynika, iż infrastruktura województwa łódzkiego rozwija się - coraz większy udział w grupie badanych mają osoby, według których jest ona odpowiednia do uprawiania turystyki pieszej (93,8%), rowerowej (82,1%), jak i wodnej (74,6%). Największy wzrost odnotowano w przypadku turystyki konnej (o 18 pkt. proc.) (tab. 40).

Tabela 40. Walory i infrastruktura województwa w opinii respondentów w 2016 i 2018 roku

Forma turystyki	Walor		Infrastruktura	
	2016	2018	2016	2018
	(%)			
Turystyka piesza	88,2	94,3	78,0	93,8
Turystyka konna	64,3	70,6	50,3	68,3
Turystyka rowerowa	90,3	82,9	78,7	82,1
Turystyka wodna	69,8	75,0	58,3	74,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Rekomendacje województwa znajomym

Podobnie jak w poprzedniej edycji badania, w 2018 roku większość ankietowanych - zarówno krajowych (83,0%), jak i zagranicznych (84,3%) zadeklarowała, iż zarekomenduje znajomym województwo łódzkie jako region interesujący pod względem turystyki. Co istotne, w 2016 roku żaden z badanych cudzoziemców nie wskazał, iż nie zamierza polecić regionu znajomym. Z kolei w 2018 roku odsetek gości zagranicznych, którzy złożyli taką deklarację wyniósł 5,5%, jednocześnie przewyższając odsetek ankietowanych Polaków, którzy nie zamierzają rekomendować województwa (4,9%). We wszystkich subpopulacjach zmniejszył się udział respondentów, którzy nie potrafili określić, czy poleca swoim znajomym województwo łódzkie (tab. 41).

Badanych poproszono o uzasadnienie swojej decyzji. Osoby, które będą rekomendować województwo znajomym wyjaśniały to tym, iż jest to według nich piękne miejsce, pełne atrakcji i warte odwiedzenia. Anketowani, którzy nie zamierzają polecać regionu łódzkiego deklarowali, iż według nich w Polsce są atrakcyjniejsze aniżeli województwo miejsca warte odwiedzenia.

Tabela 41. Rekomendacja województwa łódzkiego przez respondentów w 2016 i 2018 roku

Rekomendacja	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Tak	79,4	83,1	79,9	83,0	74,3	84,3
Nie	1,9	5,0	2,1	4,9	0,0	5,5
Nie wiem	18,8	11,9	14,2	12,0	25,7	10,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Deklaracja ponownych odwiedzin województwa

W 2018 roku goście zagraniczni (78,0%) częściej aniżeli krajowi (71,0%) deklarowali powrót do województwa łódzkiego. W porównaniu do 2016 roku można dostrzec, iż goście krajowi w 2018 roku częściej wykazywali zainteresowanie powrotem do tego obszaru. Co istotne, w ogóle respondentów odsetek osób, które zamierzają wrócić uległ jednak zmniejszeniu (o 17,3 pkt. proc.). Warto nadmienić, iż osoby, które planują po raz kolejny przyjechać do województwa łódzkiego, podjęły taką decyzję ze względu na chęć dalszego zwiedzania oraz rodzinę i znajomych (tab. 42).

Tabela 42. Deklaracja ponownych odwiedzin województwa łódzkiego przez respondentów w 2016 i 2018 roku

Deklaracja	Ogółem		Krajowi		Zagraniczni	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018
	(%)					
Tak	57,2	37,8	46,0	37,3	56,1	42,5
Raczej tak	31,7	33,8	18,6	33,7	30,5	35,4
Raczej nie	2,3	4,7	4,4	4,7	2,5	4,7
Na pewno nie	0,2	0,6	0,9	0,6	0,3	0,0
Nie wiem	8,6	23,1	30,1	23,7	10,7	17,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Ocena atrakcyjności turystycznej województwa łódzkiego

W toku badania ankietowanych poproszono o wskazanie głównych atrakcji turystycznych w województwie łódzkim. W odpowiedzi badani wskazywali w głównej mierze ogólne propozycje, nie podając tym samym konkretnych przykładów. Zaletą województwa w opinii respondentów jest przede wszystkim krajobraz (18,4%). Nie bez znaczenia dla badanych są również muzea (13,6%) oraz zamki (12,8%) zlokalizowane na terenie województwa (tab. 43).

Tabela 43. Główne atrakcje turystyczne województwa łódzkiego w opinii respondentów w 2018 roku

Atrakcje turystyczne województwa łódzkiego	Ogółem
	(%)
Krajobraz	18,4%
Muzeum	13,6%
Zamek	12,8%
Park	9,8%
Zabytki	9,8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Ankietowani poproszeni o określenie, jakich atrakcji, obiektów bądź usług brakuje im w województwie łódzkim, wskazywali najczęściej na:

- parki (zwiększenie ich liczby);
- toalety publiczne (zwiększenie ich liczby);
- obiekty sportowe;
- szlaki turystyczne;
- baseny;
- imprezy;
- wodne atrakcje.

6. Wydatki odwiedzających Łódź i region łódzki w świetle badań ankietowych

Oszacowane wydatki odwiedzających są jedyną miarą pozwalającą zdiagnozować ekonomiczne znaczenie turystyki. Należy podkreślić, że Główny Urząd Statystyczny nie publikuje ani nie udostępnia danych na poziomie województw dotyczących produkcji globalnej i wartości dodanej, z podziałem na działy i sekcje Polskiej Klasyfikacji Działalności. W związku z tym, niezależnie od możliwości określenia regionalnych wskaźników turystycznej wartości dodanej, nie było realne oszacowanie turystycznej produkcji globalnej i turystycznej wartości dodanej w województwie łódzkim.

Wydatki ogółem na pobyt i na jeden dzień pobytu

Każdy średni wydatek na jedną osobę na cały pobyt (z noclegami) oszacowano według następującej metodyki:

- jako średnią ze wszystkich zadeklarowanych wydatków na jedną osobę na cały pobyt (z noclegami),
- jako średnią iloczynów deklarowanych wydatków na jedną osobę na jeden dzień (z noclegiem) i liczby dni pobytów,
- jako średnią pierwszej i drugiej podanej wyżej wielkości, przy czym gdy jedna z wielkości była niedostępna, wówczas do analizy przyjmowano drugą z nich.

Każdy średni wydatek na jedną osobę na jeden dzień (z ewentualnym noclegiem) szacowano według analogicznej procedury:

- jako średnią ze wszystkich zadeklarowanych wydatków na jedną osobę na jeden dzień pobytu (z noclegami),
- jako średnią ilorazów deklarowanych wydatków na jedną osobę na cały pobyt (z noclegiem) i liczby dni pobytów,
- jako średnią pierwszej i drugiej podanej wyżej wielkości, przy czym gdy jedna z wielkości była niedostępna, wówczas w obliczeniach uwzględniano wyłącznie drugą z nich.

Należy podkreślić, że w szczegółowych analizach posługiwano się wyłącznie trzecią opisaną kategorią uśrednionych wydatków. Założenie dotyczy zarówno wydatków na cały pobyt, jak i wydatków na jeden dzień pobytu.

Ankietowani odwiedzający Łódź w 2018 roku wydali średnio 273,50 zł na cały pobyt, przy czym wartość ta obejmuje także noclegi. Analogiczne wydatki odwiedzających województwo łódzkie były nieco niższe i wynosiły 250,89 zł (tab. 44).

Tabela 44. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt w Łodzi lub w regionie łódzkim ogółem

Charakterystyka	Deklarowane wydatki na 1 osobę na cały pobyt (z noclegami)	Wydatki na 1 osobę na cały pobyt obliczone jako iloczyn deklarowanych wydatków na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem) i liczby dni pobytu	Uśrednione wydatki na 1 osobę na cały pobyt (z noclegami)
		(zł)	
Ogółem w Łodzi	270,74	270,02	273,50
Ogółem w regionie łódzkim	267,41	234,48	250,89

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Analizując wydatki respondentów na jeden dzień pobytu dostrzega się, iż w Łodzi wydatki te były wyższe aniżeli w województwie. Okazuje się, iż gość podróżujący do Łodzi na jeden dzień pobytu wydawał średnio 185,57 zł, z kolei gość odwiedzający województwo łódzkie w ciągu jednego dnia wydawał średnio 153,39 zł (tab. 45).

Tabela 45. Wydatki na jedną osobę na jeden dzień pobytu w Łodzi lub w regionie łódzkim ogółem

Charakterystyka	Deklarowane wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)	Wydatki na 1 osobę na 1 dzień obliczone jako iloraz deklarowanych wydatków na osobę na cały pobyt (z noclegami) i liczby dni pobytu	Uśrednione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(zł)		
Ogółem w Łodzi	152,98	218,17	185,57
Ogółem w regionie łódzkim	147,43	159,35	153,39

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Wydatki odwiedzających Łódź i region łódzki z podziałem na wybrane charakterystyki badanych

Z badania wynika, iż w 2018 roku największe wydatki na cały pobyt zadeklarowali goście zagraniczni podróżujący do Łodzi (507,50 zł). Ankietowani w tej subpopulacji na jeden dzień pobytu wydawali średnio 351,04 zł. Najmniejsze wartości deklarowali natomiast goście krajowi spoza województwa łódzkiego - na cały pobyt wydawali średnio 256,52 zł, a na jeden dzień pobytu przeznaczali 173,57 zł. W przypadku odwiedzających region łódzki, największe wydatki ponownie deklarowali goście zagraniczni, którzy na cały pobyt w województwie wydali 425,67 zł, a na jeden dzień - 177,90 zł. Natomiast najmniejsze kwoty wydali goście przyjeżdżający właśnie z województwa łódzkiego - deklarowane przez nich średnie wydatki wyniosły kolejno: na cały pobyt - 106,86 zł, a na jeden dzień pobytu - 83,70 zł (tab. 46).

Tabela 46. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu według miejsca pochodzenia odwiedzających Łódź i region łódzki

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie (odwiedzający Łódź albo odwiedzający region łódzki)	Uśrednione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Uśrednione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)	(zł)	
Odwiedzający Łódź, przyjeżdżający z województwa łódzkiego	56,3	288,14	184,13
Odwiedzający Łódź, przyjeżdżający z Polski	89,2	256,52	173,57
Odwiedzający Łódź, przyjeżdżający z zagranicy	10,8	507,50	351,04
Odwiedzający region łódzki, przyjeżdżający z woj. łódzkiego	30,6	106,86	83,70
Odwiedzający region łódzki, przyjeżdżający z Polski	91,1	233,57	150,96
Odwiedzający region łódzki, przyjeżdżający z zagranicy	8,9	425,67	177,90

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Zrozumiałe jest, że zarówno wydatki turystów na cały pobyt, jak i na jeden dzień pobytu są wyższe niż wydatki odwiedzających jednodniowych. Średnie kwoty, jakie odwiedzający jednodniowi podróżujący do Łodzi wydawali na jeden dzień (161,09 zł) oraz w ciągu całego pobytu (187,21 zł) były wyższe aniżeli średnie wydatki podróżujących do województwa łódzkiego (odpowiednio: 135,19 zł

i 135,19 zł). W przypadku turystów było jednak odwrotnie - średnie wydatki, które deklarowali respondenci, były wyższe w przypadku przyjazdów do województwa łódzkiego (456,76 zł na cały pobyt; 185,77 zł na jeden dzień pobytu) aniżeli do jego stolicy (446,07 zł na cały pobyt; 234,53 zł na jeden dzień pobytu) (tab. 47).

Tabela 47. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu z podziałem na turystów i odwiedzających jednodniowych

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie (odwiedzający Łódź albo odwiedzający region łódzki)	Średnione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Średnione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)		
Odwiedzający jednodniowi w Łodzi	66,7	187,21	161,09
Turyści w Łodzi	33,3	446,07	234,53
Odwiedzający jednodniowi w regionie łódzkim	63,8	135,19	135,19
Turyści w regionie łódzkim	36,2	456,76	185,77

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Z deklaracji ankietowanych wynika, iż badane osoby odwiedzające Łódź w większości (69,6%) niechętnie są do wydatkowania większych kwot niż dotychczas. Co istotne, ta grupa ankietowanych wydawała nieco więcej (średnio 305,44 zł na cały pobyt oraz 199,90 zł na jeden dzień pobytu) aniżeli osoby, które wyraziły skłonność do wydania większej puli środków (średnio 200,48 zł na cały pobyt oraz 152,82 zł na jeden dzień pobytu). Badani w tej grupie, którzy wyrazili skłonność do wydania większej kwoty wskazywali, iż mogliby wydać więcej na atrakcje turystyczne, zakupy, jedzenie, koncerty, zwiedzanie oraz zakwaterowanie.

W przypadku respondentów odwiedzających region łódzki ponownie większość stanowiły osoby niechętnie wydatkowaniu większych sum niż dotychczas. Jednakże sytuacja w tej grupie ukształtowała się nieco inaczej, gdyż osoby chętne wydatkowaniu większej puli środków w rzeczywistości wydawały więcej (średnio 280,87 zł na cały pobyt oraz 144,57 zł na jeden dzień pobytu) aniżeli badani, którzy takiej skłonności nie wyrazili (średnio 231,15 zł na cały pobyt oraz 159,19 zł na jeden dzień pobytu) (tab. 48). Co istotne, goście, którzy w tej subpopulacji zadeklarowali skłonność do wydatkowania większej sumy pieniędzy, wskazywali, iż przeznaczyliby ją na jedzenie, pamiątki, zakupy, rozrywkę i zwiedzanie.

Tabela 48. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi i w regionie łódzkim z podziałem na turystów i odwiedzających jednodniowych

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie (odwiedzający Łódź albo odwiedzający region łódzki)	Średnione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Średnione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)		
Odwiedzający Łódź, skłonni do wydania większej puli środków	30,4	200,48	152,82
Odwiedzający region łódzki, skłonni do wydania większej puli środków	36,2	280,87	144,57
Odwiedzający Łódź, niechętni wydaniu większej puli środków	69,6	305,44	199,90
Odwiedzający region łódzki, niechętni wydaniu większej puli środków	63,8	231,15	159,19

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Z deklaracji ankietowanych wynika, iż im dłuższy czas spędzili oni w Łodzi, tym większe były ich wydatki. Co istotne, na cały pobyt najwięcej wydają turyści, którzy w mieście spędzają od 4 do 5 nocy - średnio 620,83 zł. Z kolei na jeden dzień pobytu największą pulę środków przeznaczają turyści, którzy w Łodzi spędzili wyłącznie jedną noc (średnio 331,88 zł). W przypadku odwiedzających jedno-dniowych nie zauważa się większych różnic bez względu na to, ile godzin spędzili oni w mieście (tab. 49).

Tabela 49. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi według długości pobytu

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie (odwiedzający Łódź) (%)	Uśrednione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami) w zł	Uśrednione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem) w zł
Do 6 godzin	33,8	183,81	166,57
Więcej niż 6 godzin, bez noclegu	32,9	190,71	155,46
1 noc	15,9	463,03	331,88
2-3 noce	11,6	370,00	159,27
4-5 nocy	2,9	620,83	154,92
6-7 nocy	2,9	482,33	79,75
8-14 nocy	-	-	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Z badania wynika, iż goście przyjeżdżający do regionu łódzkiego wykazują podobną zależność pomiędzy wysokością wydatków a długością pobytu. Oznacza to, iż im dłuższy był czas spędzony w regionie łódzkim, tym wyższe były wydatki gości. Wobec tego dostrzega się, iż średnie wydatki na cały pobyt były najniższe w przypadku odwiedzających jedno-dniowych w województwie łódzkim (100,73 zł), a najwyższe w przypadku turystów, którzy spędzili w regionie od 8 do 14 nocy (1640,00 zł). Analizując uśrednione wydatki na jeden dzień zauważalne są pewne odchylenia od tej zależności - turyści, którzy spędzili w województwie 4-5 nocy, na jeden dzień pobytu wydali mniej (193,01 zł) aniżeli ci, którzy spędzili w województwie 2-3 noce (230,83 zł) - tab. 50.

Tabela 50. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w regionie łódzkim według długości trwania pobytu

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie (odwiedzający region łódzki) (%)	Uśrednione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami) w zł	Uśrednione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem) w zł
Do 6 godzin	29,1	100,73	100,73
Więcej niż 6 godzin, bez noclegu	34,7	164,05	164,05
1 noc	17,1	178,20	146,93
2-3 noce	13,3	549,52	230,83
4-5 nocy	4,1	904,12	193,01
6-7 nocy	1,4	1314,88	200,23
8-14 nocy	0,4	1640,00	211,75

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Analizując odpowiedzi respondentów z uwzględnieniem ich wieku dostrzega się, iż najwięcej pieniędzy wydawali w Łodzi goście będący w przedziale wiekowym od 60 do 64 lat. Ta grupa ankietowanych wydawała średnio 612,00 zł na cały pobyt oraz 397,33 zł na jeden dzień pobytu. Najmniejsze wydatki odnotowano w przypadku najstarszych badanych (w wieku co najmniej 70 lat) - na cały pobyt wydawali oni średnio 166,67 zł. Z kolei najniższe średnie wydatki na jeden dzień pobytu w Łodzi (110,39 zł) dotyczą grupy osób w wieku od 30 do 34 lat (tab. 51).

Tabela 51. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi według wieku odwiedzających

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie	Średnione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Średnione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)		
15-19 lat	11,6	378,33	240,69
20-24 lata	17,4	184,31	147,85
25-29 lat	9,2	327,00	245,43
30-34 lata	18,8	172,67	110,39
35-39 lat	8,2	454,71	299,68
40-44 lat	14,0	243,17	133,50
45-49 lat	5,8	360,00	186,00
50-54 lata	5,8	216,67	239,17
55-59 lat	3,4	247,86	153,45
60-64 lata	2,4	612,00	397,33
65-69 lat	1,9	238,75	179,25
70 lat i więcej	1,4	166,67	166,67

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W przypadku gości odwiedzających województwo łódzkie najwyższe wydatki zadeklarowały osoby w wieku od 50 do 54 lat, a zatem były to osoby nieco młodsze aniżeli miało to miejsce w grupie gości odwiedzających Łódź. Ta grupa na cały pobyt przeznaczała średnio 510,33 zł, przy czym na jeden dzień pobytu wydatki wynosiły średnio 294,30 zł. Najmniejsze kwoty wydawali natomiast goście najmłodszy, tzn. w wieku od 15 do 19 lat - na cały pobyt było to średnio 131,97 zł, a na jeden dzień 76,89 zł (tab. 52).

Tabela 52. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w regionie łódzkim według wieku odwiedzających

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie	Średnione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Średnione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)		
15-19 lat	14,3	131,97	76,89
20-24 lata	12,9	154,92	115,97
25-29 lat	19,4	168,75	124,01
30-34 lata	14,9	319,41	169,45
35-39 lat	12,2	316,36	204,43
40-44 lat	8,7	395,69	202,55
45-49 lat	6,0	325,57	202,98
50-54 lata	3,5	510,33	294,30
55-59 lat	2,2	202,63	165,16
60-64 lata	2,4	314,25	170,37
65-69 lat	2,2	177,90	129,92
70 lat i więcej	1,3	403,56	187,17

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

Z badania wynika, iż przyjazd do Łodzi głównie w celu wizyty w klubach, dyskotekach bądź pubach pociągnął za sobą wysokie wydatki gości, wynoszące średnio 682,50 zł na cały pobyt. Większe wydatki

(średnio 1483,33 zł na cały pobyt oraz 589,17 zł na jeden dzień pobytu) zadeklarowali jedynie ankietowani, którzy do Łodzi przyjechali w innym celu. Najmniej wydawali natomiast goście, których głównym powodem przyjazdu do Łodzi był cel religijny. Ich wydatki na cały pobyt wynosiły średnio 116,67 zł, a na jeden dzień pobytu - 106,67 zł (tab. 53).

Tabela 53. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi według głównego celu podróży

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie	Średnione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Średnione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)	(zł)	
Cel religijny	1,4	116,67	106,67
Cel zdrowotny	1,9	207,50	152,50
Edukacja	2,4	231,00	116,07
Inny biznesowy	3,4	803,57	311,43
Inny cel	1,4	1483,33	589,17
Odwiedziny miejsc rodzinnych	27,1	195,71	128,30
Odwiedziny znajomych	4,3	198,89	160,00
Poznanie walorów przyrody	1,0	400,00	335,00
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	1,0	682,50	259,58
Uczestnictwo w wydarzeniach sportowych	12,1	129,16	123,55
Udział w imprezie kulturalnej	2,4	320,00	278,00
Udział w kongresie/konferencji/seminarium	15,9	264,09	218,02
Udział w szkoleniu	0,5	400,00	200,00
Udział w targach/wystawach	3,4	119,29	103,45
Wypoczynek	8,7	354,17	259,83
Zakupy	6,3	353,85	258,46
Zwiedzanie innych obiektów (muzea, galerie itp.)	4,3	237,22	180,50
Zwiedzanie zabytków	2,4	280,00	176,50

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

W przypadku gości odwiedzających region łódzki najwyższe wydatki odnotowano podczas wyjazdów w celach biznesowych (średnio 475,00 zł na cały pobyt oraz 436,67 zł na jeden dzień pobytu). Relatywnie wysokie kwoty wydawali także badani, którzy do województwa przyjechali głównie po to, by wypocząć (średnio 462,82 zł na cały pobyt) oraz uczestniczyć w targach i wystawach (średnio 400,00 zł na cały pobyt) - tab. 54.

Tabela 54. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w regionie łódzkim według głównego celu podróży

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie	Średnione wydatki na osobę na cały pobyt (z noclegami)	Średnione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)	(zł)	
Cel religijny	5,3	89,56	68,73
Cel zdrowotny	1,3	224,58	151,30
Edukacja	1,8	138,50	83,33
Inny biznesowy	0,4	475,00	436,67

Charakterystyka	Odsetek respondentów w badanej grupie	Uśrednione wydatki na osobę na cały po- byt (z noclegami)	Uśrednione wydatki na 1 osobę na 1 dzień (z noclegiem)
	(%)	(zł)	
Inny cel	2,0	138,84	117,55
Odwiedziny krewnych	3,1	237,20	112,69
Odwiedziny miejsc rodzinnych	1,3	111,53	98,33
Odwiedziny znajomych	3,8	161,53	128,84
Poznanie walorów przyrody	5,8	114,43	92,26
Rozrywka (kluby, dyskoteki, puby)	2,0	170,75	114,53
Tranzyt	0,1	75,00	50,00
Turystyka aktywna (kwalifiko- wana)	4,0	111,70	92,60
Uczestnictwo w wydarzeniach sportowych	3,2	209,17	125,30
Udział w imprezie kulturalnej	3,3	110,57	83,93
Udział w kongresie/konferen- cji/seminarium	1,8	208,71	153,79
Udział w szkoleniu	1,5	106,45	100,53
Udział w targach/wystawach	0,1	400,00	400,00
Wypoczynek	26,4	462,82	248,70
Zakupy	1,1	255,33	255,33
Zwiedzanie innych obiektów (mu- zea, galerie itp.)	12,0	177,14	118,78
Zwiedzanie zabytków	19,9	225,77	137,77

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ruchu turystycznego w Łodzi i regionie łódzkim w 2018 roku

7. Podsumowanie

Przystępując do opracowania postawiono sobie jeden nadrzędny cel, a mianowicie - oszacowanie wielkości ruchu turystycznego w Łodzi i województwie łódzkim w 2018 roku oraz określenie jego struktury i dynamiki. Osiągnięcie tego celu było możliwe dzięki precyzyjnie określonym celom podrzędnym, które wpłynęły na strukturę całego opracowania.

Oszacowanie ruchu turystycznego nie należy do łatwych zadań badawczych, gdyż jego zmienność, charakter, dynamika, a przede wszystkim także brak narzędzi do ich precyzyjnego określenia stawia przed badaczami wyzwanie i wymaga zastosowania wielu wzajemnie uzupełniających oraz weryfikujących się metod. W niniejszym opracowaniu wykorzystano zatem zarówno pośrednie, jak i bezpośrednie metody badawcze, do których należały: analiza źródeł zastanych (dostępnych źródeł wtórnych) określana jako desk research, metoda kwestionariuszowa (standaryzowany wywiad bezpośredni), metoda szacunków statystycznych oraz metoda ekspercka. Zastosowanie tych metod było możliwe dzięki uzupełnieniu przez pierwotne, jak i wtórne dane źródłowe: dane z Urzędu Statystycznego, dane z raportów, z badań ruchu turystycznego przeprowadzonych na analizowanym obszarze, dane z badań kwestionariuszowych w miejscach recepcji turystycznej.

Podstawową metodą badawczą było badanie kwestionariuszowe (2552 ankiety, w tym 1128 w Łodzi i 1424 w pozostałej części województwa) przeprowadzone w technice standaryzowanego wywiadu bezpośredniego w 146 wybranych miejscach recepcji turystycznej oraz obiektach noclegowych. Badania terenowe przeprowadzono w dwóch interwałach czasowych: I - od 1.06 do 31.08; II - od 1.09 do 31.10, które to wyznaczone zostały na podstawie istniejącego kalendarza imprez odbywających się w województwie łódzkim. Do zaprezentowania uzyskanego materiału badawczego zastosowano program SPSS.

Wnioski

Na podstawie przeprowadzonych badań i analizy uzyskanego materiału badawczego sformułowano następujące wnioski:

1. Dynamika ruchu turystycznego w Łodzi i województwie łódzkim w latach 2001-2018 wskazuje na wzrost liczby osób korzystających z obiektów noclegowych (o 161,14%) i charakteryzuje się stałą tendencją wzrostową z niewielkimi spadkami w poszczególnych latach. W województwie łódzkim w 2018 roku udzielono łącznie 2 551 827 noclegów, co daje wartość o 88,8% większą w porównaniu z 2001 rokiem, a w mieście Łodzi w tym samym okresie aż o 177,9% więcej. Niepokojącym jednak zjawiskiem jest skracanie średniej długości pobytu w obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie łódzkim - w badanym okresie był to spadek o 27,7%. W 2018 roku średnia długość pobytu w mieście Łodzi wynosiła 1,87 dnia (spadek o 14,6%), a w województwie (z wyłączeniem Łodzi) 1,86 dnia.

Najwięcej noclegów w województwie łódzkim (z wyłączeniem jego stolicy) udzielono w sezonie letnim (tzn. od czerwca do września, przy czym maksimum odnotowano w lipcu) - stanowiły one 40% wszystkich udzielonych noclegów. Natomiast najmniej noclegów odnotowano w lutym. Liczba udzielonych noclegów w 2018 roku najwyższą wartość miała w powiecie tomaszowskim, piotrkowskim oraz bełchatowskim. W mieście Łodzi sytuacja wyglądała nieco inaczej, gdyż najwięcej przyjazdów odnotowano w czerwcu, wrześniu oraz listopadzie (w okresie letnim nastąpił spadek), przy czym maksimum przypadło na listopad. W 2018 roku w mieście 454 366 osób skorzystało z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania.

Struktura bazy noclegowej wykorzystanej przez turystów krajowych i zagranicznych w 2018 roku przyjeżdżających do miasta Łodzi, wskazała na najczęstsze wykorzystanie jako obiektów noclegowych własnych domów/mieszkań, rodzin, kwater prywatnych i hoteli (wartości te kształtowały się odpowiednio 18,4% - 14,1%). Nieco inaczej wygląda ta struktura w przypadku przyjeżdżających do województwa łódzkiego - tutaj obiektami najczęściej wykorzystywanymi były hotele, rodzina oraz motele (wartości w przedziale 70,9% - 5,4%). W obu przypadkach widać, iż wykorzystywane są możliwości noclegu u rodzin, co wpływa bezpośrednio na zmniejszenie ilości wydawanych środków finansowych na pobyt oraz na sam charakter wyjazdu.

2. Ruch turystyczny w całym regionie łódzkim (województwo wraz ze stolicą) w 2018 roku oszacowany został na 4 mln osób (52,7% to osoby odwiedzające województwo, a 47,3% - miasto Łódź). Turyści zagraniczni stanowili 14,3% odwiedzających cały region, z czego najliczniejsza grupa odwiedziła miasto Łódź.

Analizując grupę 2552 respondentów można stwierdzić, iż odwiedzający Łódź stanowili w 89,2% odwiedzający z krajowi (w tym 63,1% z województwa łódzkiego), z kolei w przypadku województwa łódzkiego była to wartość 98,1% (mieszkańcy województwa łódzkiego, małopolskiego, mazowieckiego oraz wielkopolskiego). Odwiedzających gości zagranicznych było odpowiednio 10,8% w przypadku Łodzi (głównie z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Ukrainy i Austrii) oraz 8,2% w przypadku województwa (przede wszystkim Niemcy, Wielka Brytania, Czechy, USA, Francja).

Biorąc pod uwagę strukturę płci należy podkreślić, iż w badanej grupie respondentów w mieście Łodzi to kobiety stanowiły przewagę (58,2%), w pozostałej części województwa w strukturze badanych dominowali natomiast mężczyźni (56,5%).

Pod względem wieku wśród gości krajowych w Łodzi dominował segment osób w przedziale od 20 do 24 lat (19,0%) oraz od 30 do 34 lat (18,9%), natomiast wśród gości zagranicznych wystąpiła przewaga odwiedzających w wieku od 20 do 29 lat (39,4%). W pozostałej części województwa struktura wieku ankietowanych gości krajowych i zagranicznych wskazuje, że najliczniej reprezentowaną grupę stanowiły osoby w przedziale wiekowym od 25 do 29 lat (odpowiednio: 19,0% oraz 22,8%).

W Łodzi zdecydowanie przeważali respondenci z wykształceniem wyższym, natomiast w pozostałej części województwa odnotowano przewagę osób z wykształceniem średnim i policealnym. W obu przypadkach były to najczęściej także osoby aktywne zawodowo (zarówno wśród odwiedzających krajowych, jak i zagranicznych).

54,9% respondentów odwiedzających Łódź swoją sytuację materialną określiło jako przeciętną, przy czym turyści swój status materialny ocenili lepiej aniżeli odwiedzający jednodniowi - taka ocena nie rzuca możliwości skorzystania z wysokiego standardu obiektów noclegowych i licznych atrakcji.

59,1% badanej grupy odwiedzających Łódź stanowili odwiedzający jednodniowi, jednocześnie można zaobserwować znaczący spadek liczby turystów. W Łodzi wzrosła ponadto liczba gości zagranicznych przybywających na jedną noc (41,1%) oraz odwiedzających krajowych (43,8%), co może wskazywać na tranzytowy charakter regionu.

Do najpopularniejszych źródeł pozyskiwania informacji o regionie łódzkim należały: rodzina i znajomi, plan miasta oraz foldery i ulotki, a także przewodniki turystyczne. Zaskakujący jest tutaj niewielki odsetek osób pozyskujących informacje ze stron internetowych (najczęściej był tutaj wykorzystywany Facebook oraz Google) - co powinno wskazywać na kierunek i rodzaj komunikatów marketingowych.

Analiza statusu materialnego, wieku respondentów w korelacji z długością ich pobytu nasuwa wniosek, iż należałoby zastanowić się, czy zaproponowana baza noclegowa nie ma zbyt wysokich cen do możliwości tego segmentu odbiorców.

Niewielki odsetek respondentów wykorzystujących strony internetowe do pozyskiwania informacji przez turystów i odwiedzających jednodniowych może wskazywać m.in. na nieodpowiednią formę

prezentacji tychże informacji lub brak reklamy w tym zakresie. Rekomenduje się, by dopytać respondentów o to, dlaczego nie korzystali z tych źródeł oraz jak oceniają jakość informacji na stronach internetowych dotyczących regionu łódzkiego.

3. Z deklaracji gości odwiedzających Łódź wynikają następujące wnioski:

- 20,6% respondentów podróżowało do Łodzi głównie w celu wypoczynkowym, 18,8% badanych w celu odwiedzenia znajomych, a 17,6% - odwiedzenia krewnych;
- wśród podróżujących krajowych głównym celem podróży do Łodzi były odwiedziny miejsc rodzinnych, udział w kongresie/konferencji/seminarium oraz uczestnictwo w wydarzeniach sportowych, natomiast wśród podróżujących zagranicznych były to przede wszystkim: wypoczynek, odwiedziny znajomych oraz zakupy;
- biorąc pod uwagę fakt, iż najczęściej przyjeżdżali do Łodzi towarzyszył więcej niż jeden cel podróży, najczęściej pojawiały się następujące dodatkowe cele: wypoczynek, odwiedziny znajomych, odwiedziny krewnych; z kolei w przypadku turystów były to: wypoczynek, udział w imprezie kulturalnej i cel zdrowotny, a w przypadku odwiedzających jednodniowych: uczestnictwo w wydarzeniach sportowych, udział w imprezie kulturalnej oraz udział w targach/wystawach. Zainteresowanie tymi rodzajami turystyki winno wskazywać na kierunek rozbudowania oferty turystycznej;
- 42,5% respondentów, podróz zorganizowali sobie we własnym zakresie, na drugim miejscu znalazły się wyjazdy organizowane przez rodzinę;
- respondenci najczęściej podróżowali w towarzystwie (68,6%), przy czym goście krajowi najczęściej przyjeżdżali z rodziną (26,0%), a zagraniczni - w towarzystwie znajomych (19,7%);
- w 2018 roku goście najczęściej przybywali do Łodzi samochodem, autokarem bądź autobusem.

Analiza odwiedzających województwo łódzkie w 2018 roku nasuwa następujące wnioski:

- głównym celem przyjazdów respondentów był: wypoczynek, zwiedzanie zabytków i zwiędzanie innych obiektów np. muzea, galerie;
- biorąc pod uwagę fakt, iż w tym wypadku przyjazd również nie był związany tylko z jednym celem, najczęściej wskazywano także takie cele jak wypoczynek, zwiedzanie zabytków bądź zwiedzanie innych obiektów (struktura nieco inna niż w mieście Łodzi);
- większość gości samodzielnie zorganizowała sobie przyjazd - najwyższe wartości pojawiały się również w przypadku analizy gości krajowych i zagranicznych, a także turystów i odwiedzających jednodniowych; drugą popularną formą organizacji podróży byli znajomi i rodzina 11,8%;
- respondenci najczęściej podróżowali w towarzystwie partnerów, rodziny i znajomych, wybierając samochód, autokar bądź bus jako środek transportu.

Istotnym problemem w przypadku ruchu turystycznego w całym regionie łódzkim jest krótki czas pobytu przyjezdnych. Rekomendowane działanie - przeprowadzić badanie wśród odwiedzających i turystów, co musiałoby się wydarzyć lub też co miasto mogłoby zaproponować, aby zostali dłużej. Większość gości przyjeżdża w towarzystwie (rodziny, znajomych) zatem należałoby przeanalizować ofertę pod potrzeby tych dwóch segmentów odbiorców, aby zaproponować dokładnie to, czego potrzebują w celu przedłużenia pobytu lub zaplanowania go na dłużej, biorąc pod uwagę cele podróży jakie sygnalizują.

4. Wydatki poniesione przez odwiedzających województwo łódzkie i miasto Łódź w roku 2018 oszacowano na poziomie 1285,9 mln zł, w tym 23,1% wydali turyści zagraniczni i 76,9% turyści krajowi. Uśrednione wydatki respondentów odwiedzających województwo na 1 osobę na cały pobyt (z noclegiem) wyniosły 250,89 zł, a odwiedzających miasto Łódź - 273,50 zł. Z badań wynika, iż przy dłuższym pobycie wydatki relatywnie rosną, a z roku na rok zarysowuje się powolna tendencja wzrostowa.
5. Biorąc pod uwagę fakt, iż podróżujący do Łodzi najczęściej wyjeżdżali w celach wypoczynkowych, to co trzeci respondent zadeklarował, iż spędza swój czas pobytu na wypoczynku, a także na spa-

cerach i na pobytach w restauracjach i kawiarniach, wizytach w kinie oraz klubach, pubach i dyskotekach. Goście odwiedzający województwo łódzkie do trzech najpopularniejszych form spędzania czasu wolnego podali: zwiedzanie, wypoczynek i spacer, a odwiedzający jednodniowi wskazywali także wizyty w muzeum.

6. Analizując grupę respondentów pod kątem konsumpcji usług turystycznych, można wywnioskować, że wśród odwiedzających nastąpił duży wzrost wykorzystania usług miejscowych przewodników oraz wzrost wykorzystania pilotów wycieczek, a w przypadku województwa dodatkowo jeszcze coraz częściej korzystano z punktów informacji turystycznej.
7. Analizując ocenę wybranych elementów oferty turystycznej w Łodzi ogółem oraz w opinii turystów i odwiedzających jednodniowych, nasuwają się następujące wnioski:
 - w ogólnej opinii niemalże we wszystkich wyznaczonych kategoriach odnotowano spadek średniej oceny - wzrost miał miejsce jedynie w przypadku czystości ulic; najwyższe ocenione zostały: atmosfera miasta, baza noclegowa, a także gastronomia, gościnność, wydarzenia i imprezy kulturowe oraz rozrywka,
 - niepokojący może być fakt, iż zmniejszył się odsetek osób wyrażających chęć rekomendacji miasta - 67,7%, wzrosła liczba odpowiedzi „nie wiem” - podobnie to wygląda w przypadku turystów krajowych, jak i zagranicznych,
 - deklaracja ponownych odwiedzin Łodzi nie ukształtowała się najlepiej, ponadto nastąpił również wzrost opinii negatywnej odnośnie ponownego odwiedzenia miasta.

Analizując ocenę wybranych elementów oferty turystycznej w województwie łódzkim ogółem oraz w opinii turystów i odwiedzających jednodniowych, nasuwają się następujące wnioski:

- najwyżej ocenione elementy to: atmosfera miejscowości; gastronomia, gościnność, życzliwość mieszkańców i baza noclegowa (w przypadku turystów);
- średnia ocen gości krajowych i zagranicznych kształtuje się od 3,6 do 4,6. Respondenci wysoko ocenili walory i infrastrukturę turystyki pieszej, konnej, rowerowej i wodnej województwa łódzkiego (wyżej niż w 2016 roku niemalże we wszystkich kategoriach); respondenci ocenili również atrakcyjność turystyczną w województwie - najwyższe noty otrzymał krajobraz, muzea oraz zamki;
- pozytywnym aspektem jest wzrost chęci rekomendacji województwa łódzkiego przez respondentów, jednak deklaracja ponownych odwiedzin województwa nie wygląda najlepiej - odnotowano spadek odsetka opinii potwierdzających ponowny przyjazd do regionu; ponadto pojawił się również wzrost deklaracji zaprzeczających ponowne odwiedzenie miasta (zdecydowanie wyższe wartości pojawiły się w mieście Łodzi);

Z powyższych opinii można wnioskować, iż jakość usług i elementów wpływających na atrakcyjność turystyczną dla województwa zostały wyżej ocenione niż w przypadku stolicy województwa - warto zatem skupić się na podniesieniu jakości - w szczególności tych elementów, które zostały ocenione najniżej.

8. Miejscami najczęściej odwiedzanymi lub też wskazanymi jako potencjalne do odwiedzenia przez respondentów podróżujących do Łodzi były - Zgierz (10,5%), Uniejów i termy (8,1%), a także Rzgów (5,4%). Z kolei respondenci podróżujący do pozostałej części regionu łódzkiego najczęściej odwiedzali następujące miejsca: Sulejowski Park Krajobrazowy, Stadninę Koni Walewice i pałac Marii Walewskiej oraz Szlak Młynów nad Grabią.

Głównymi atrakcjami turystycznymi Łodzi w opinii respondentów były: centrum „Manufaktura”, ulica Piotrkowska i aquapark.

Należałoby wzmocnić przekaz marketingowy o atrakcyjnych miejscach zarówno w przypadku całego województwa, jak i miasta Łodzi.

9. Określając pozycję województwa łódzkiego na tle innych regionów Polski (na podstawie danych z 2017 roku) należy stwierdzić, iż województwo:

- pod względem liczby turystów korzystających z obiektów noclegowych zajęło 8 lokatę z wartością 1,31 mln - 4,09% (pierwsze było woj. mazowieckie, następnie małopolskie oraz dolnośląskie);
- pod względem udzielonych noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2017 roku zajęło 11 pozycję udzielając 2,34 mln noclegów, co stanowiło 2,79% ogółu (pierwsza lokata przypadła dla województwa zachodniopomorskiego);
- pod względem długości czasu spędzonego w obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2017 roku uplasowało się na 15 miejscu - 1,79 dnia (pierwsze miejsce dla województwa zachodniopomorskiego, drugie dla województwa kujawsko-pomorskiego, natomiast trzecie dla województwa pomorskiego);
- pod względem liczby turystów na 1km² zajmuje 8 lokatę na tle pozostałych województw - na 1km² przypada tam 71 osób (pierwsze miejsce dla województw małopolskiego - 322,82 osób);
- pod względem liczby turystów przypadających na 100 mieszkańców zajmuje szesnastą lokatę wśród pozostałych województw - na 100 mieszkańców przypada 52 turystów;
- pod względem wskaźnika Charvata (wskaźnik informujący o liczbie udzielonych noclegów na 100 mieszkańców danego obszaru) - zajmuje piętnastą pozycję wśród pozostałych województw.

Rekomendacje

Spadek długości pobytu wśród turystów może świadczyć o zmianie charakteru dotychczasowych podróży i/lub o braku atrakcji, które mogłyby ten pobyt przedłużyć. Można zatem zastanowić się nad następującymi kwestiami:

- Czy nie należałoby zwiększyć ilości pewnych wydarzeń w okresach, w których zaobserwowano największy spadek długości pobytu?
- Czy nie należałoby zmienić strategii lub formy komunikacji o tych wydarzeniach w ww. okresach?

Dodatkowo pomocnym byłoby przeprowadzić zarówno wśród odwiedzających województwo łódzkie, jak i samą Łódź, analizę pod kątem określenia szczegółowych potrzeb, aby móc je odpowiednio zrealizować, co przyczyniłoby się do przedłużenia pobytu i zwiększenia wysokości wydatków.

Dla miasta Łodzi sformułowano następujące rekomendacje:

1. Biorąc pod uwagę fakt, że odwiedzający jednodniowi, jak i turyści, stanowią podobny udział procentowy w grupie respondentów, dlatego należałoby kolejny raz zadać sobie pytanie, czy istnieje szansa zainteresowania odbiorców dłuższym pobytem. Odpowiedź twierdząca na to pytanie, winna być przekierowaniem do następnego pytania, co mogłoby pomóc w podjęciu takiej decyzji lub co musiałyby się pojawić w ofercie, aby zwiększyć zainteresowanie.
2. Duży udział grupy kobiet wśród odwiedzających już sam w sobie daje odpowiedź w jakim kierunku można byłoby zrobić rebranding posiadanej oferty turystycznej m.in. położyć większy nacisk na segment wellness i spa.
3. Znaczący udział ludzi młodych wymusza sprawdzenie, czy miasto posiada odpowiednią ilość atrakcyjnych miejsc dla tego segmentu odbiorców?
4. Ocena statusu materialnego respondentów wskazuje poniekąd na ich możliwości skorzystania z dłuższego pobytu lub pobytu związanego z większymi wydatkami. Turystyka należy do dóbr zbywalnych, więc jeśli nie ma gotowości czy możliwości finansowych w tym zakresie, uatrakcyjnienie oferty nie przyniesie natychmiastowych rezultatów.
5. Wzrost (w stosunku do 2016 roku) długości przebywania w mieście do 6 godzin może sygnalizować specyficzne, konkretne zainteresowania daną formą aktywności. Natomiast spadek ilości korzystania z noclegów wynika z powodów, które warto poznać, gdyż wpływa to na poziom i kierunek rozwoju gospodarki turystycznej w mieście i całym regionie. Należałoby zatem w pierwszej kolejności zdiagnozować, czy powód tkwi w braku atrakcyjnej oferty czy może w cenie np. obiektów noclegowych. Rekomendowanym działaniem w tym zakresie, jest przeprowadzenie szczegółowych badań dotyczących tylko tej kwestii.

6. Źródła informacji o Łodzi, z których odwiedzający czerpią wiedzę o mieście to przede wszystkim rodzina/znajomi, ale również plan miasta oraz foldery/ulotki. Wskazuje to na konieczność utrzymania ich na jak najwyższym poziomie, zarówno jakościowym, jak i ilościowym. Tu tkwi, na co wskazują dane statystyczne, ukryta siła marketingowa i sprzedażowa.
7. Wskazane cele podróży (odwiedziny, wypoczynek, udział w konferencjach) dają możliwość stworzenia wspólnej oferty turystycznej łączącej atrakcje między sobą.
8. Fakt wykorzystywania samochodu jako głównego środka transportu w połączeniu z faktem, że podstawowym źródłem informacji są plany miast i foldery, wskazuje, iż dobrze byłoby opisać w nich miejsca parkingowe i ewentualne połączenia lokalne, aby goście mogli swobodnie przemieszczać się po mieście.
9. Opracowanie wspólnego programu wzajemnego wsparcia miejsc najczęściej odwiedzanych i miejsc o potencjale turystycznym, tworząc wspólny pakiet pobytowy - atrakcja, nocleg, gastronomia, daje możliwości zarówno przedłużenia pobytu, jak i zwiększenia wysokości pozostawianych środków finansowych.
10. W celu zwiększenia ruchu turystycznego w mieście i umożliwienia dłuższego pobytu czy pozostawienia większej ilości pieniędzy, należałoby położyć większy nacisk na różnorodność i ilość informacji o innych jeszcze atrakcjach turystycznych (nie tylko o Manufakturze). Kolejny raz można rekomendować tu możliwość stworzenia ciekawej oferty pakietowanej.
11. Biorąc pod uwagę ocenę wybranych elementów oferty w ocenie gości krajowych, jak i zagranicznych zauważa się bardzo zbliżone opinie. Punkty zapalne dotyczą przede wszystkim dojazdu do miast i transportu lokalnego. Sytuacja ta winna zainteresować władarzy regionu, gdyż dostępność komunikacyjna (która w tym wypadku nie została najlepiej oceniona) jest jednym z trzech najważniejszych elementów wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miejsc, a to ma bezpośrednie przełożenie na wysokość zysków z podaży turystycznej. Z całą pewnością należy przedsięwziąć kroki zaradcze, gdyż pozytywna rekomendacja miasta jest zdecydowanie niższa niż 3 lata temu. Marketing szeptany jest najskuteczniejszą formą reklamy.

Dla województwa łódzkiego sformułowano następujące rekomendacje:

1. Odsetek badanych jednodniowych pochodzących z województwa można byłoby zwiększyć przez celowe kierowanie uwagi na wybraną grupę docelową. Rekomendowanym działaniem jest analiza posiadanego potencjału turystycznego pod kątem potrzeb wybranych grup docelowych, celem wyboru tych, dla których region posiada zasoby i odpowiedni poziom atrakcyjności. Taka analiza krzyżowa wskazałaby na realność przyciągnięcia do regionu oraz szanse, które do tej pory nie zostały zauważone, a także na zagrożenia jakie mogą się pojawić, a wszystko to, po to, aby prowadzone działania marketingowe miały podstawy ekonomicznej racji bytu.
2. Młody wiek respondentów może wskazywać na uczelniany charakter, co jest istotną informacją i z całą pewnością do wykorzystania w kontekście gospodarki turystycznej. Duży udział młodszego segmentu sprawia, iż w różnych kierunkach może ten rozwój następować. Jednak wymaga on dokładnego przebadania pod kątem potrzeb.
3. Zadowolenie z posiadanego statusu materialnego daje podpowiedź o realnych możliwościach przeznaczenia większej ilości środków finansowych na dobra zbywalne, do których należy turystyka. Może to mieć zatem bezpośrednie przełożenie na wydłużenie pobytu oraz wielkość wydatków z tym pobytem związanych. Co należy zrobić? Wszystkie wskazane powyżej kroki: zbadać potrzeby, dostosować ofertę, usprawnić komunikację marketingową.
4. Ponad 37% respondentów zadeklarowało plany ponownego przyjazdu, co daje możliwości poznania potrzeb i motywów, dzięki czemu bardzo precyzyjnie można określić kierunki dalszych działań.
5. Foldery, ulotki, plany miast i przewodniki, to najczęściej (jak wskazują dane) wykorzystywane źródła informacji, a więc właśnie w nich winna się znaleźć informacja do odbiorcy o potencjalnych atrakcjach i sposobach skorzystania z nich. Zatem jakością i rodzajem przekazywanej w ten sposób treści można odpowiednio wpływać na rynek turystyczny w regionie.
6. Znając celowość przyjazdu respondentów do województwa można jednoznacznie stwierdzić, iż przeważa typowo turystyczny charakter podróży. Skupić zatem się należy na dostarczeniu takiej oferty turystycznej, która zrealizuje potrzeby w tym zakresie na odpowiednio satysfakcjonującym poziomie, biorąc pod uwagę fakt, iż większość podróżuje w towarzystwie i z rodziną.

7. Samochód jako główny środek transportu pozwala na zwiększenie dostępności turystycznej do poszczególnych atrakcji, co umożliwia tworzenie pakietów skonstruowanych z miejsc oddalonych od siebie, wykorzystując fakt, iż najpopularniejszą formą spędzania czasu podczas pobytu było zwiedzanie, wypoczynek, spacer, przy jednoczesnym wzroście wykorzystywania miejsc noclegowych w hotelach.
8. Bezwzględnie rekomenduje się podniesienie jakości toalet publicznych, gdyż problem z ich jakością wskazują zarówno turyści krajowi, jak i zagraniczni.
9. Najbardziej atrakcyjne miejsca województwa w połączeniu z najczęściej sugerowanymi celami i formami podróży, w naturalny sposób predysponują region do tworzenia ofert łączonych, w postaci różnorodnych pakietów.

Reasumując, wszystkie działania rekomendacyjne skupione są w kilku obszarach, a mianowicie:

- dokładnego zbadania potrzeb turystycznych w poszczególnych segmentach odwiedzających,
- poprawy jakości komunikacji miejskiej oraz jakości toalet,
- opracowania oferty pakietowej łączącej ofertę atrakcji, bazy noclegowej, gastronomii,
- wprowadzenia zmian w dotychczasowej strategii komunikacji marketingowej,
- rebranding materiałów informacyjnych.

Literatura

1. Aleziak W., 2010, *Aktualny stan badań konsumentów usług turystycznych w regionach*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, POT, Warszawa.
2. Babbie, E., 2005, *Badania społeczne w praktyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
3. Dziedzic, T., 2010, *Funkcje i użyteczność pomiarów ruchu turystycznego*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, POT, Warszawa.
4. Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D., 2001, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i S-ka, Poznań.
5. Liszewski S. (red.), 2010, *Ruch turystyczny w Łodzi i w województwie łódzkim w 2009 roku*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
6. Liszewski S., Włodarczyk B., 2010, *Badania regionalne ruchu turystycznego jako podstawa nowej regionalizacji turystycznej Polski*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, POT, Warszawa.
7. Szafrąńska E., Włodarczyk B., Dziedzic E., 2016, *Pomiar wielkości ruchu turystycznego w regionie*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Badania konsumentów usług turystycznych w regionach*, POT, Warszawa.
8. Szromek A. R., 2013, *Pomiar funkcji turystycznej obszarów za pomocą wskaźników funkcji turystycznej na przykładzie obszarów państw europejskich*, „Studia ekonomiczne” nr 132, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.
9. Włodarczyk B. (red.), 2011, *Ruch turystyczny w Łodzi i w województwie łódzkim w 2010 roku*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
10. Włodarczyk B. (red.), 2017, *Ruch turystyczny w Łodzi i województwie łódzkim w 2016 roku*, Instytut Geografii Miast i Turyzmu WNG UL, Łódź.

Spis tabel

Tabela 1. Miejsca realizacji badań ankietowych w województwie łódzkim w 2018 roku.....	12
Tabela 2. Miejsca realizacji badań ankietowych w Łodzi w 2018 roku	15
Tabela 3. Liczba osób korzystających z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego według miesięcy w trzech pierwszych kwartałach (I-IX) 2018 roku	23
Tabela 4. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego według miesięcy w trzech pierwszych kwartałach (I-IX) 2018 roku.....	24
Tabela 5. Respondenci według zamieszkiwanej jednostki osadniczej w 2018 roku	37
Tabela 6. Liczba i częstotliwość przyjazdów turystów do Łodzi w 2018 roku	40
Tabela 7. Planowana długość pobytu respondentów w Łodzi w 2016 i 2018 roku	41
Tabela 8. Planowana długość pobytu badanych turystów krajowych i zagranicznych deklarujących co najmniej jeden nocleg w Łodzi w 2016 i 2018 roku	41
Tabela 9. Źródła informacji o Łodzi w 2018 roku.....	42
Tabela 10. Główny cel przyjazdów respondentów do Łodzi w 2018 roku	44
Tabela 11. Cele przyjazdów turystów i odwiedzających jednodniowych do Łodzi w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi).....	45
Tabela 12. Organizator przyjazdu respondentów do Łodzi w 2016 i 2018 roku	47
Tabela 13. Środki transportu do Łodzi wykorzystane przez badanych turystów i odwiedzających jednodniowych w 2016 i 2018 roku.....	48
Tabela 14. Sposoby spędzania czasu w Łodzi deklarowane przez turystów i odwiedzających jednodniowych w 2016 i 2018 roku	49
Tabela 15. Struktura bazy noclegowej wykorzystanej przez badanych turystów krajowych i zagranicznych w 2018 roku	51
Tabela 16. Konsumpcja usług turystycznych przez odwiedzających Łódź w 2016 i 2018 roku	51
Tabela 17. Miejsca w województwie łódzkim (poza Łodzią) odwiedzane przez gości podróżujących do Łodzi w 2018 roku	52
Tabela 18. Wybrane elementy oferty turystycznej w Łodzi w ocenie turystów, odwiedzających jednodniowych oraz ogółu respondentów w 2018 roku.....	53
Tabela 19. Wybrane elementy oferty turystycznej w Łodzi w ocenie gości krajowych w 2016 i 2018 roku	54
Tabela 20. Wybrane elementy oferty turystycznej Łodzi w ocenie badanych gości zagranicznych w 2016 i 2018 roku	54
Tabela 21. Rekomendacja Łodzi znajomym przez respondentów w 2016 i 2018 roku	55
Tabela 22. Deklaracja ponownych odwiedzin miasta przez respondentów w 2016 i 2018 roku.....	56
Tabela 23. Główny atrakcyjne turystyczne Łodzi w opinii respondentów w 2018 roku.....	56
Tabela 24. Respondenci według zamieszkiwanej jednostki osadniczej w 2018 roku	59
Tabela 25. Liczba i częstotliwość przyjazdów turystów do regionu łódzkiego w 2018 roku.....	62
Tabela 26. Planowana długość pobytu respondentów w województwie łódzkim w 2016 i 2018 roku	63
Tabela 27. Planowana długość pobytu badanych turystów krajowych i zagranicznych deklarujących co najmniej jeden nocleg w województwie łódzkim w 2018 roku	63
Tabela 28. Źródła informacji o województwie łódzkim w 2018 roku	64
Tabela 29. Główny cel przyjazdów respondentów do regionu łódzkiego w 2018 roku	66
Tabela 30. Cele przyjazdów turystów i odwiedzających jednodniowych do regionu łódzkiego w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)	67
Tabela 31. Organizator przyjazdu respondentów do województwa łódzkiego w 2016 i 2018 roku.....	69
Tabela 32. Środki transportu do województwa łódzkiego wykorzystane przez badanych turystów i odwiedzających jednodniowych w 2018 roku	70
Tabela 33. Sposób spędzania czasu wolnego na odwiedzanym obszarze województwa łódzkiego w 2018 roku (wybór wielokrotny)	72
Tabela 34. Struktura bazy noclegowej wykorzystanej na obszarze województwa łódzkiego przez respondentów w 2016 i 2018 roku	73
Tabela 35. Konsumpcja usług turystycznych przez odwiedzających województwo łódzkie w 2016 i 2018 roku ..	74
Tabela 36. Miejsca w województwie łódzkim odwiedzane przez gości podróżujących do regionu łódzkiego w 2018 roku	74
Tabela 37. Wybrane elementy oferty turystycznej w województwie łódzkim w ocenie turystów, odwiedzających jednodniowych oraz ogółu respondentów w 2018 roku.....	75

Tabela 38. Wybrane elementy odwiedzanego obszaru województwa łódzkiego w ocenie ankietowanych gości krajowych w 2016 i 2018 roku	76
Tabela 39. Wybrane elementy odwiedzanego obszaru województwa łódzkiego w ocenie ankietowanych gości zagranicznych w 2016 i 2018 roku	76
Tabela 40. Walory i infrastruktura województwa w opinii respondentów w 2016 i 2018 roku	77
Tabela 41. Rekomendacja województwa łódzkiego przez respondentów w 2016 i 2018 roku.....	78
Tabela 42. Deklaracja ponownych odwiedzin województwa łódzkiego przez respondentów w 2016 i 2018 roku	78
Tabela 43. Główne atrakcje turystyczne województwa łódzkiego w opinii respondentów w 2018 roku	79
Tabela 44. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt w Łodzi lub w regionie łódzkim ogółem	81
Tabela 45. Wydatki na jedną osobę na jeden dzień pobytu w Łodzi lub w regionie łódzkim ogółem	82
Tabela 46. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu według miejsca pochodzenia odwiedzających Łódź i region łódzki	82
Tabela 47. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu z podziałem na turystów i odwiedzających jednodniowych.....	83
Tabela 48. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi i w regionie łódzkim z podziałem na turystów i odwiedzających jednodniowych	83
Tabela 49. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi według długości pobytu ...	84
Tabela 50. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w regionie łódzkim według długości trwania pobytu	84
Tabela 51. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi według wieku odwiedzających.....	85
Tabela 52. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w regionie łódzkim według wieku odwiedzających.....	85
Tabela 53. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w Łodzi według głównego celu podróży	86
Tabela 54. Wydatki na jedną osobę na cały pobyt i na jeden dzień pobytu w regionie łódzkim według głównego celu podróży	86

Spis wykresów

Wykres 1. Liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Łodzi i województwie łódzkim w latach 2001-2018	17
Wykres 2. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania w Łodzi i województwie łódzkim w latach 2001-2018	18
Wykres 3. Średnia długość pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim w latach 2001-2018	18
Wykres 4. Liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim (bez Łodzi) w latach 2001-2018	19
Wykres 5. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim (bez Łodzi) w latach 2001-2018	19
Wykres 6. Średnia długość pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim bez Łodzi w latach 2001-2018	20
Wykres 7. Liczba osób korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w latach 2001-2018	20
Wykres 8. Liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w latach 2001-2018	21
Wykres 9. Średnia długość pobytu w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w latach 2001-2018	21
Wykres 10. Liczba turystów oraz liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim w 2018 roku	22
Wykres 11. Liczba turystów oraz liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie łódzkim (bez Łodzi) w 2018 roku	22
Wykres 12. Liczba turystów oraz liczba udzielonych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Łodzi w 2018 roku	23
Wykres 13. Pochodzenie geograficzne respondentów w 2018 roku według krajów zamieszkania	35
Wykres 14. Struktura ankietowanych gości krajowych i zagranicznych według płci w 2018 roku	37
Wykres 15. Struktura wieku ankietowanych gości krajowych i zagranicznych odwiedzających Łódź w 2018 roku	38
Wykres 16. Struktura wieku ankietowanych turystów i odwiedzających jednodniowych przybywających do Łodzi w 2018 roku	38
Wykres 17. Struktura ankietowanych krajowych i zagranicznych według wykształcenia w 2018 roku	39
Wykres 18. Struktura respondentów według statusu zawodowego w 2018 roku	39
Wykres 19. Struktura badanych według statusu materialnego w 2018 roku	40
Wykres 20. Główne źródła informacji o Łodzi w 2018 roku	43
Wykres 21. Cele przyjazdów gości krajowych i zagranicznych do Łodzi w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)	46
Wykres 22. Osoby towarzyszące respondentom w podróży do Łodzi w 2018 roku	47
Wykres 23. Sposoby spędzania czasu w Łodzi deklarowane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2016 i 2018 roku	50
Wykres 24. Pochodzenie geograficzne respondentów w 2018 roku według kraju zamieszkania	57
Wykres 25. Struktura ankietowanych gości krajowych i zagranicznych według płci w 2018 roku	59
Wykres 26. Struktura wieku ankietowanych gości krajowych i zagranicznych odwiedzających region łódzki w 2018 roku	60
Wykres 27. Struktura wieku ankietowanych turystów i odwiedzających jednodniowych przybywających do regionu łódzkiego w 2018 roku	60
Wykres 28. Struktura ankietowanych krajowych i zagranicznych według wykształcenia w 2018 roku	61
Wykres 29. Struktura respondentów według statusu zawodowego w 2018 roku	61
Wykres 30. Struktura badanych według statusu materialnego w 2018 roku	62
Wykres 31. Główne źródła informacji o regionie łódzkim w 2018 roku	65
Wykres 32. Cele przyjazdów gości krajowych i zagranicznych do województwa łódzkiego w 2016 i 2018 roku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)	68
Wykres 33. Osoby towarzyszące respondentom w podróży do województwa łódzkiego w 2018 roku	70
Wykres 34. Środki transportu do województwa łódzkiego wykorzystane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2018 roku	71
Wykres 35. Sposoby spędzania czasu w województwie łódzkim deklarowane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2016 i 2018 roku	73

Spis rysunków

Rysunek 1. Schemat podziału uczestników ruchu turystycznego	8
Rysunek 2. Kategorie ruchu turystycznego w regionie	9
Rysunek 3. Struktura ruchu turystycznego oraz wydatkowane kwoty w Łodzi i województwie łódzkim w 2018 roku	25
Rysunek 4. Struktura ruchu turystycznego oraz wydatkowane kwoty w województwie łódzkim (z wyłączeniem miasta wojewódzkiego) w 2018 roku	26
Rysunek 5. Struktura ruchu turystycznego oraz wydatkowane kwoty w Łodzi w 2018 roku	26
Rysunek 6. Liczba turystów w mln ogółem według województw w 2017 roku	27
Rysunek 7. Liczba udzielonych noclegów według województw w 2017 roku	28
Rysunek 8. Średnia długość pobytu gości według województw w 2017 roku	28
Rysunek 9. Wybrane wskaźniki funkcji turystycznej w regionach Polski (2017 rok)	29
Rysunek 10. Liczba osób korzystających z obiektów noclegowych w powiatach województwa łódzkiego w roku 2015 (A) i 2017 (B)	30
Rysunek 11. Liczba osób korzystających z obiektów noclegowych w powiatach województwa łódzkiego od stycznia do września 2016 (A.) i 2018 roku (B.)	31
Rysunek 12. Liczba udzielonych noclegów w powiatach województwa łódzkiego w roku 2015 (A) i 2017 (B)	31
Rysunek 13. Liczba udzielonych noclegów w powiatach województwa łódzkiego od stycznia do września w latach 2016 (A.) i 2018 (B.)	32
Rysunek 14. Średnia długość pobytu gości nocujących w powiatach województwa łódzkiego w roku 2015 (A) i 2017 (B)	32
Rysunek 15. Średnia długość pobytu gości nocujących w powiatach województwa łódzkiego, od stycznia do września w latach 2016 (A.) i 2018 (B.)	33
Rysunek 16. Miejsce zamieszkania respondentów według województw w 2018 roku (Łódź)	36
Rysunek 17. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według zamieszkiwanych województw w 2018 roku	36
Rysunek 18. Trzy najpopularniejsze źródła informacji o Łodzi w 2018 roku	42
Rysunek 19. Trzy najczęstsze cele przyjazdów do Łodzi w 2018 roku	43
Rysunek 20. Trzy najczęstsze cele główne przyjazdów do Łodzi w 2018 roku	44
Rysunek 21. Środki transportu do Łodzi wykorzystane przez badanych gości krajowych i zagranicznych w 2018 roku	48
Rysunek 22. Trzy najpopularniejsze sposoby spędzania czasu w Łodzi w 2018 roku	49
Rysunek 23. Miejsce zamieszkania respondentów według województw w 2018 roku	58
Rysunek 24. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według zamieszkiwanych województw w 2018 roku	58
Rysunek 25. Cztery najpopularniejsze źródła informacji o województwie łódzkim w 2018 roku	64
Rysunek 26. Trzy najczęstsze cele przyjazdów do województwa łódzkiego w 2018 roku	65
Rysunek 27. Trzy najczęstsze cele główne przyjazdów do województwa łódzkiego w 2018 roku	66
Rysunek 28. Trzy najpopularniejsze sposoby spędzania czasu w województwie łódzkim w 2018 roku	71

