

Selectivv

Raport ruchu turystycznego w Lidzbarku Warmińskim

Przygotowany dla
Stowarzyszenia Przyjaciół Ziemi Lidzbarskiej



 selectivv@selectivv.com

 ul. Zwycięzców 2,
03-941 Warszawa, Polska

@selectivv   

@selectivv_ 

Spis treści

O Selectivv	3
Ochrona danych osobowych	3
Słownik pojęć	5
Ruch turystyczny w Lidzbarku Warmińskim	7
Wnioski	8
Turyści i odwiedzający jednodniowi	9
Liczba unikalnych turystów i odwiedzających jednodniowych oraz ich wizyty	9
Turyści	11
Liczba turystów	11
Turyści zagraniczni	12
Liczby turystów zagranicznych	12
Pochodzenie turystów zagranicznych	13
Profile turystów zagranicznych	14
Turyści Krajowi	16
Liczby turystów krajowych	16
Pochodzenie turystów krajowych	17
Profile turystów krajowych	18
Turyści Regionalni	20
Liczby turystów regionalnych	20
Pochodzenie turystów regionalnych	21
Profile turystów regionalnych	22
Odwiedzający jednodniowi	24
Liczba odwiedzających	24
Odwiedzający zagraniczni	25
Liczby odwiedzających zagranicznych	25
Pochodzenie odwiedzających zagranicznych	26
Profile odwiedzających zagranicznych	27
Odwiedzający Krajowi	29
Liczby odwiedzających krajowych	29
Pochodzenie odwiedzających krajowych	30
Profile odwiedzających krajowych	31
Odwiedzający Regionalni	33
Liczby odwiedzających regionalnych	33
Pochodzenie odwiedzających regionalnych	34
Profile odwiedzających regionalnych	35

O Selectivv

Selectivv to agencja digital full-service, specjalizująca się w reklamie mobilnej oraz badaniach rynku. Używając autorskiego procesu zbierania danych mobilnych oraz wewnętrznego DMP, łączymy dane online i offline, aby dostarczać precyzyjnie targetowane kampanie reklamowe oraz kompleksowe badania rynkowe. Pracujemy z domami mediowymi oraz klientami bezpośrednimi.

Selectivv gromadzi dane dotyczące wyświetlania reklam dla unikalnych użytkowników, dzięki czemu można m.in. określić miejsce zamieszkania, miejsce pracy, czy kierunki podróży. Dane mobilne pozwalają na oszacowanie grupy wiekowej, płci, miejsca zamieszkania czy liczby dni pobytu użytkownika odwiedzającego określone miejsce. W tym celu firma Selectivv posługuje się informacjami o: języku telefonu, koordynatach GPS w jakich rejestrowane jest urządzenie, aplikacjach z jakich korzysta użytkownik telefonu i stronach mobilnych, jakie odwiedza.

Każda z charakterystyk jest szacowana na podstawie modelu uczenia maszynowego. Liczebność turystów i odwiedzających jednodniowych została oszacowana na podstawie liczby użytkowników telefonów komórkowych zarejestrowanych w koordynatach GPS Lidzbarka Warmińskiego. Podział turystów na krajowych i zagranicznych został wykonany na podstawie kraju, w którym najczęściej rejestrowane jest urządzenie mobilne odwiedzających Lidzbark Warmiński. Województwo, z którego pochodzi turysta krajowy, zostało określone na podstawie koordynatów GPS miejsca, w którym przez 5 z 7 dni użytkownik przebywał między godziną 23:00, a 7:00. Płeć została oszacowana dzięki zastosowaniu klasyfikatora, który estymuje płeć użytkownika telefonu komórkowego na podstawie informacji o używanych przez niego aplikacjach.

Ochrona danych osobowych

W oparciu o przepisy art. 4 pkt. 1 oraz art 5 ust. 1 lit. c – Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych – RODO), prezentowane są dane ograniczone do co najmniej 100 osób (mniejsze wartości zostały zastąpione znakiem --) aby nie nosiły one znamion danych osobowych, a przez to nie pozwalały na identyfikację osób, których dane dotyczą.

Przepisy RODO nie regulują wprost w jaki sposób należy przeprowadzać anonimizację danych osobowych i to na każdym z administratorów ciąży obowiązek takiego przetwarzania, aby pozostawało ono w zgodzie właśnie z regulacjami RODO. Przyjęliśmy takie założenia, aby prezentowane dane nie nosiły znamion danych osobowych w myśl RODO, a co za tym idzie, aby nie było koniecznym uzyskanie podstawy do ich przetwarzania tzn. zgody osób, których dane dotyczą. Byłoby to niemożliwe w praktyce.

Dodatkowo prowadząc badania socjologiczne nie orzeka się o grupach, których liczebności są mniejsze od 100, gdyż jest to grupa na tyle nieliczna, że należy przypuszczać, że jest niereprezentatywna, a zatem nie informuje o tym, co najbardziej typowe w populacji ogólnej.

Dane wykorzystane do analizy pochodzą z hurtowni danych (tzw. zbiór big data) Selectivv, a pozyskane zostały w wyniku zapytań oraz wyświetleń reklam w kanale mobilnym, jak również od wydawców konkretnych aplikacji.

Obecnie w bazie Selectivv znajduje się 24 mln unikalnych użytkowników w Polsce. Średnio do jednego użytkownika w bazie przypisane są 383 informacje (np. lokalizacja – koordynaty GPS, język systemu operacyjnego telefonu, aplikacje jakich używa użytkownik, strony internetowe, które odwiedza, profile użytkowników, kod pocztowy domu użytkownika).

Wykorzystywana technologia – DSP

W skład rozwiązań technologicznych Selectivv wykorzystywanych w badaniu wchodzi również platforma Selectivv DSP służąca do zakupu powierzchni reklamowej w kanale mobilnym zgodnie z metodologią RTB.

Wykorzystywana technologia – RTB

RTB to model zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym w oparciu o licytację reklamodawców. System RTB automatycznie wybiera reklamodawcę, który oferuje najwyższą stawkę za wyświetlenie reklamy.

Zasięg danych

Selectivv DSP posiada integrację z 21 globalnymi sieciami reklamowymi. Umożliwia to dostęp do ponad 350 000 aplikacji oraz ok. 17 000 000 mobilnych stron www. Dzięki mnogości tytułów możliwe jest dotarcie do maksymalnej liczby użytkowników w jak najkrótszym czasie.

Ekosystem Selectivv odczytuje do 30 000 zapytań reklamowych/sekundę na rynku polskim. Pozwala to na cotygodniowe uaktualnianie bazy danych zawierającej informacje na temat zachowań i nawyków 9 000 000 Polaków. Cała baza posiada obecnie informacje o 24 mln użytkowników w Polsce. Ilość zapytań i wyświetleń reklam jest zależna od pory dnia oraz aktywności użytkowników smartfonów oraz tabletów.

Słownik pojęć

A

Aukcja – proces zawierania transakcji pomiędzy właścicielami przestrzeni reklamowej w aplikacjach mobilnych i na stronach internetowych.

C

Charakterystyki użytkownika: przedział czasowy spędzony w Lidzbarku Warmińskim – oszacowanie pochodzące z modelu uczenia maszynowego, powstałe w oparciu o dane mobilne.

D

Dane mobilne – informacje gromadzone w bazie Selectivv Mobile. Składają się na nie dane dotyczące reklam prezentowanych użytkownikom. Czas i miejsce (koordynaty GPS) wyświetlenia reklamy, język telefonu, dane dotyczące aplikacji i stron internetowych, z których korzysta użytkownik.

G

GAID – unikalny identyfikator użytkownika powiązany ze wszystkimi urządzeniami mobilnymi należącymi do danej osoby.

I

***INNE KRAJE:** 149 krajów, z których pochodzili turyści zagraniczni.

M

Miejsce zamieszkania odwiedzającego – Miejsce, w którym dany użytkownik przebywał w nocy najczęściej (w godzinach 23:00-7:00) zidentyfikowane w oparciu o koordynaty GPS w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie (analizujemy wyłącznie użytkowników, którym zostały przypisane min. 3 powtarzające się nocne lokalizacje na przestrzeni minimum 2 miesięcy).

Model uczenia maszynowego – ogół metod i algorytmów statystycznych służących do predykcji zmiennych nieobserwowalnych (np. płeć), na podstawie zmiennych obserwowalnych (np. zainstalowanych aplikacji).

O

Odwiedzający jednodniowi (beznoclegowi) zagraniczni: użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził jeden dzień (bez noclegu) w Lidzbarku Warmińskim, i nie jest jego mieszkańcem. Jego strefą zamieszkania jest inny kraj niż Polska. Użytkownik przebywał w Lidzbarku Warmińskim minimum 3 godziny w godzinach 7:00-23:00. Wykluczeni poprzez ograniczenie liczby podróży do maksymalnie 2 w skali miesiąca, są użytkownicy, którzy realizują podróże obowiązkowe (praca/nauka).

Odwiedzający jednodniowi (beznoclegowi) krajowi: użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził jeden dzień (bez noclegu) w Lidzbarku Warmińskim. Jego województwem pochodzenia jest województwo inne niż warmińsko-mazurskie. Użytkownik przebywał w Lidzbarku Warmińskim minimum 3 godziny w godzinach 7:00-23:00. Wykluczeni poprzez ograniczenie

liczby podróży do maksymalnie 2 w skali miesiąca, są użytkownicy, którzy realizują podróże obowiązkowe (praca/nauka).

Odwiedzający jednodniowi (beznoclegowi) regionalni: użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził jeden dzień (bez noclegu) w Lidzbarku Warmińskim. Jego województwem pochodzenia jest województwo warmińsko-mazurskie. Użytkownik przebywał w Lidzbarku Warmińskim minimum 3 godziny w godzinach 7:00-23:00. Wykluczeni poprzez ograniczenie liczby podróży do maksymalnie 2 w skali miesiąca, są użytkownicy, którzy realizują podróże obowiązkowe (praca/nauka).

Okres badania – badanie obejmuje ruch turystyczny w okresie od 01.09.2022r – 31.08.2023 r.

P

Pozostałe kraje – turyści zagraniczni pochodzący z innych krajów niż wymienione. W badaniu uwzględniono TOP 15 krajów pochodzenia turystów/odwiedzających zagranicznych dla każdego okresu.

T

Turyści zagraniczni: użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum 2 dni (w tym nocleg) w Lidzbarku Warmińskim, i nie jest jego mieszkańcem. Jego strefą zamieszkania jest inny kraj niż Polska. Użytkownik spędził nocleg w Lidzbarku Warmińskim, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23:00-7:00. Pobyt w Lidzbarku Warmińskim nie przekraczał 22 dni w badanym okresie.

Turyści krajowi: użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum 2 dni (w tym nocleg) w Lidzbarku Warmińskim. Jego województwem pochodzenia jest województwo inne niż warmińsko-mazurskie. Użytkownik spędził nocleg w Lidzbarku Warmińskim, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23:00-7:00. Pobyt w Lidzbarku Warmińskim nie przekraczał 22 dni w badanym okresie.

Turyści regionalni: użytkownik urządzenia mobilnego, który spędził minimum 2 dni (w tym nocleg) w Lidzbarku Warmińskim. Jego województwem pochodzenia jest województwo warmińsko-mazurskie. Użytkownik spędził nocleg w Lidzbarku Warmińskim, jeśli spędził w nim co najmniej 4h w godzinach 23:00-7:00. Pobyt w Lidzbarku Warmińskim nie przekraczał 22 dni w badanym okresie.

U

Użytkownik – osoba posiadająca telefon komórkowy.

Unikalny użytkownik – użytkownik, którego unikalny identyfikator nie powiela się z innym identyfikatorem w bazie.

Z

Zbiór big data – zbiór „dużych danych”, czyli taki, który z uwagi na swą wielkość i szybkość napływania oraz różnorodność danych, jest trudny do przetwarzania. W praktyce nie da się takich danych dostarczyć do pojedynczego komputera do przetworzenia. Konieczne jest dzielenie zbioru na mniejsze części lub przetwarzanie za pomocą chmur obliczeniowych.

Ruch turystyczny w Lidzbarku Warmińskim

Na kolejnych stronach zaprezentowano liczebności ruchu turystycznego zaobserwowanego w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.

Zastosowano następujące definicje:

1. **Liczba turystów i odwiedzających jednodniowych Lidzbark Warmiński w okresie badania:** łączna liczba użytkowników urządzeń mobilnych, którzy odwiedzili Lidzbark Warmiński przynajmniej raz w badanym okresie.
2. **Turysta:** użytkownik urządzenia mobilnego, który w okresie badania pojawił się w Lidzbark Warmiński i spędził tam minimum 2 dni (w tym 1 noc).
3. **Odwiedzający jednodniowy:** użytkownik urządzenia mobilnego, który w badanym okresie pojawił się w Lidzbarku Warmińskim i spędził tam 1 dzień (bez noclegu).

Wyjaśnienia:

Ze względu na błędy zaokrąglenia w niektórych tabelach związanych ze strefami zamieszkania mogą występować inne wartości w sumach końcowych, jednak ich różnica nie przekracza rzędu jedności i nie wpływa na ogólne zrozumienie wyników końcowych.

Wnioski

Na podstawie analizy danych z raportu dotyczącego ruchu turystycznego w Lidzbarku Warmińskim w okresie od 01.09.2022 do 31.08.2023 roku, wynika, że odnotowano łącznie 157 468 turystów i odwiedzających. Turyści i odwiedzający najczęściej podróżowali do Lidzbarka Warmińskiego w okresie od czerwca do września, co jednoznacznie wskazuje na wyższy ruch turystyczny w sezonie letnim.

Turystów, czyli osób, które spędziły przynajmniej jedną noc w Lidzbarku Warmińskim, było 38,1%, podczas gdy około 61,9% stanowili odwiedzający jednodniowi, czyli osoby, które nie spędziły na terenie Lidzbarka Warmińskiego ani jednej nocy. Liczba turystów wyniosła 60 032, z czego 6,8% stanowili turyści zagraniczni, 86,6% turyści krajowi, a 6,6% to turyści regionalni. Odnotowano 97 436 odwiedzających jednodniowych, z czego 2,0% stanowili odwiedzający zagraniczni, 9,6% odwiedzający krajowi, a 88,4% odwiedzający regionalni.

Wśród turystów zagranicznych, najwięcej było turystów z Niemiec (53,0%), Stanów Zjednoczonych (6,8%) oraz Wielkiej Brytanii (5,9%). Najwięcej odwiedzających zagranicznych pochodziła z Niemiec (60,4%), Stanów Zjednoczonych (8,0%) oraz Ukrainy (7,8%).

Najwięcej turystów krajowych przyjechało z województwa mazowieckiego (26,0%), małopolskiego (14,6%) oraz śląskiego (11,8%). Wśród odwiedzających krajowych, najwięcej osób przybyło z województwa mazowieckiego (27,0%), małopolskiego (13,2%) oraz śląskiego (11,5%).

Turyści regionalni przyjechali głównie z powiatu Olsztyn (13,7%), powiatu Elbląg (9,9%) oraz powiatu mrągowskiego (6,0%). Najwięcej odwiedzających regionalnych przyjechało z powiatu elbląskiego (18,0%), powiatu bartoszyckiego (17,0%) oraz powiatu Olsztyn (12,1%).

Rozkład płci wśród różnych grup turystów wykazywał istotne różnice. W większości przypadków zaobserwowano przewagę kobiet nad mężczyznami. Jednakże, interesującym zjawiskiem było wystąpienie odwrotnej sytuacji w przypadku turystów krajowych oraz odwiedzających krajowych. W okresie badania zanotowano znaczący udział osób w wieku 30-44 lat oraz osób w przedziale wiekowym 21-29 lat. Większość uczestników posiadała dobry status materialny.

Turyści i odwiedzający jednodniowi

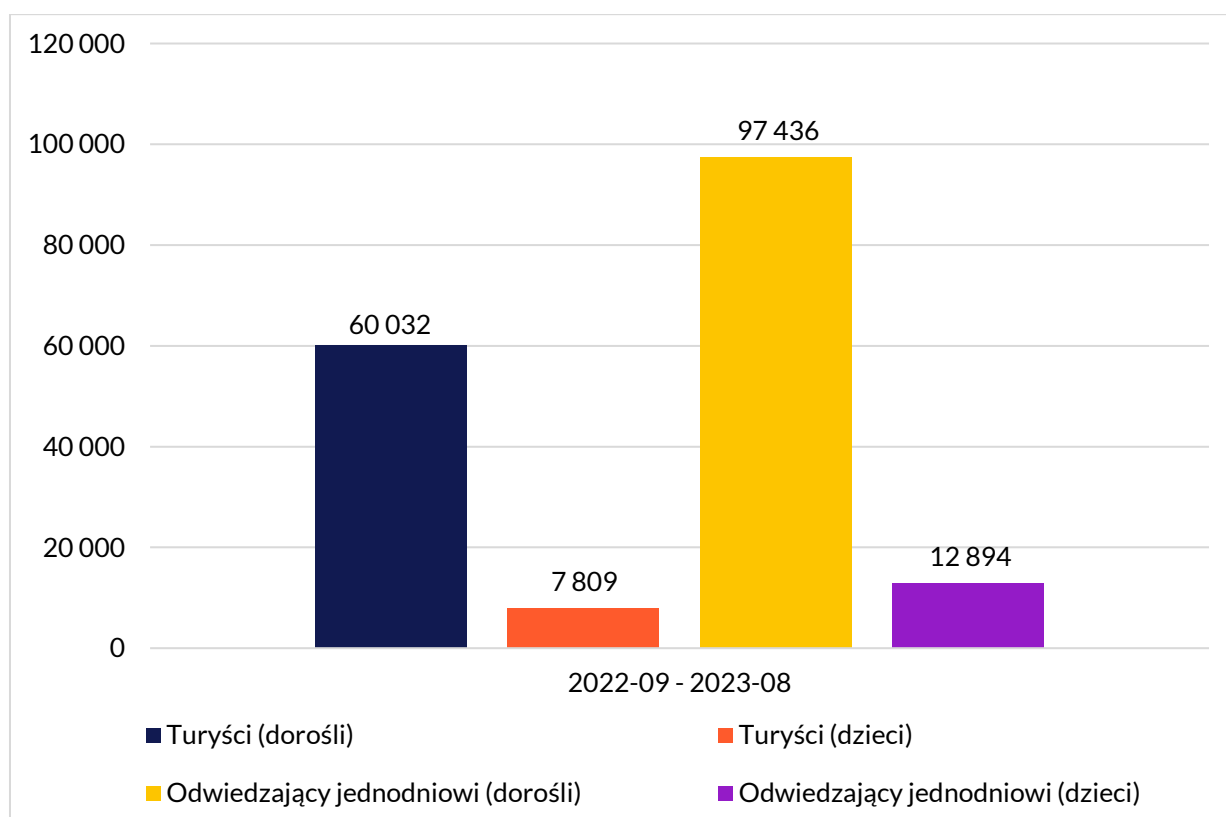
Liczba unikalnych turystów i odwiedzających jednodniowych oraz ich wizyty

W analizie zastosowano następujące definicje:

Turysta: użytkownik urządzenia mobilnego, który w badanym okresie pojawił się w Lidzbarku Warmińskim i spędził tam minimum dwa dni (w tym jedną noc);

Odwiedzający jednodniowi: użytkownik urządzenia mobilnego, który w badanym okresie spędził jeden dzień w Lidzbarku Warmińskim (bez noclegu).

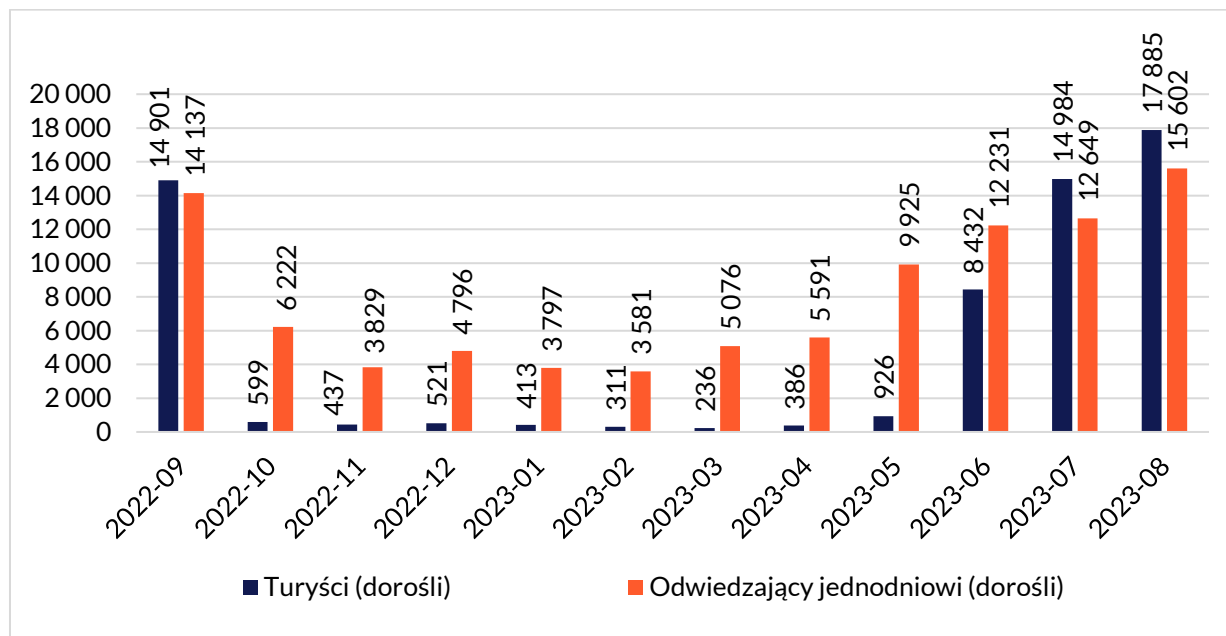
Wykres 1. Liczba turystów i odwiedzających jednodniowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie wrzesień 2022-sierpień 2023



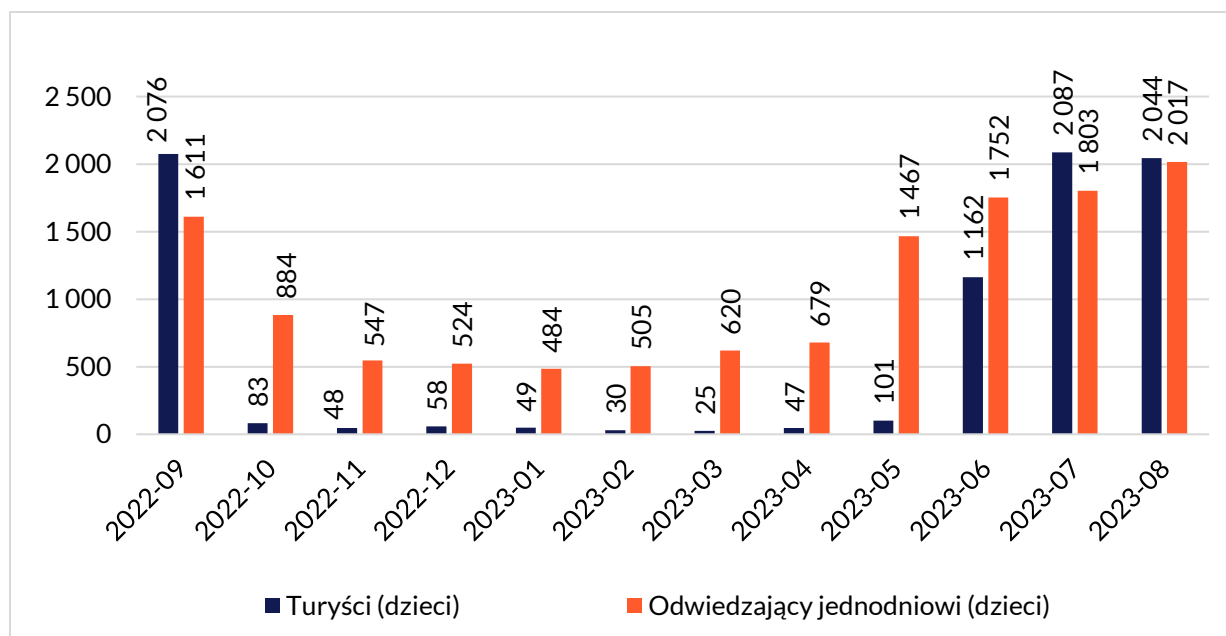
Łączna wielkość ruchu turystycznego w okresie wrzesień 2022-sierpień 2023 wyniosła 178 170 turystów i odwiedzających. Wśród podanej sumy największy udział stanowili dorośli odwiedzający jednodniowi (54,7%), następnie dorośli turyści (33,7%). W okresie badania poddano analizie również osoby poniżej 18 roku życia których było łącznie 20 703 osoby. Udział tych dwóch grup na tle łącznej wielkości ruchu turystycznego wynosił odpowiednio 4,4% (turyści) i 7,2% (odwiedzający).

Na poniższych wykresach zaprezentowano liczby turystów i odwiedzających przyjeżdżających do Lidzbarka Warmińskiego, dane zostały rozdzielone na osoby dorosłe i dzieci. Przedstawione dane pozwalają zaobserwować miesiące, w których ruch turystyczny był wzmożony. Najwięcej turystów niezależnie od ich wieku przyjeżdża od czerwca do września, w pozostałych miesiącach odnotowano znacząco niższe wartości.

Wykres 2. Miesięczna liczba (dorośli) turystów i odwiedzających jednodniowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie wrzesień 2022 – sierpień 2023.



Wykres 3. Miesięczna liczba (dzieci) turystów i odwiedzających jednodniowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie wrzesień 2022 – sierpień 2023.



Turyści

Liczba turystów

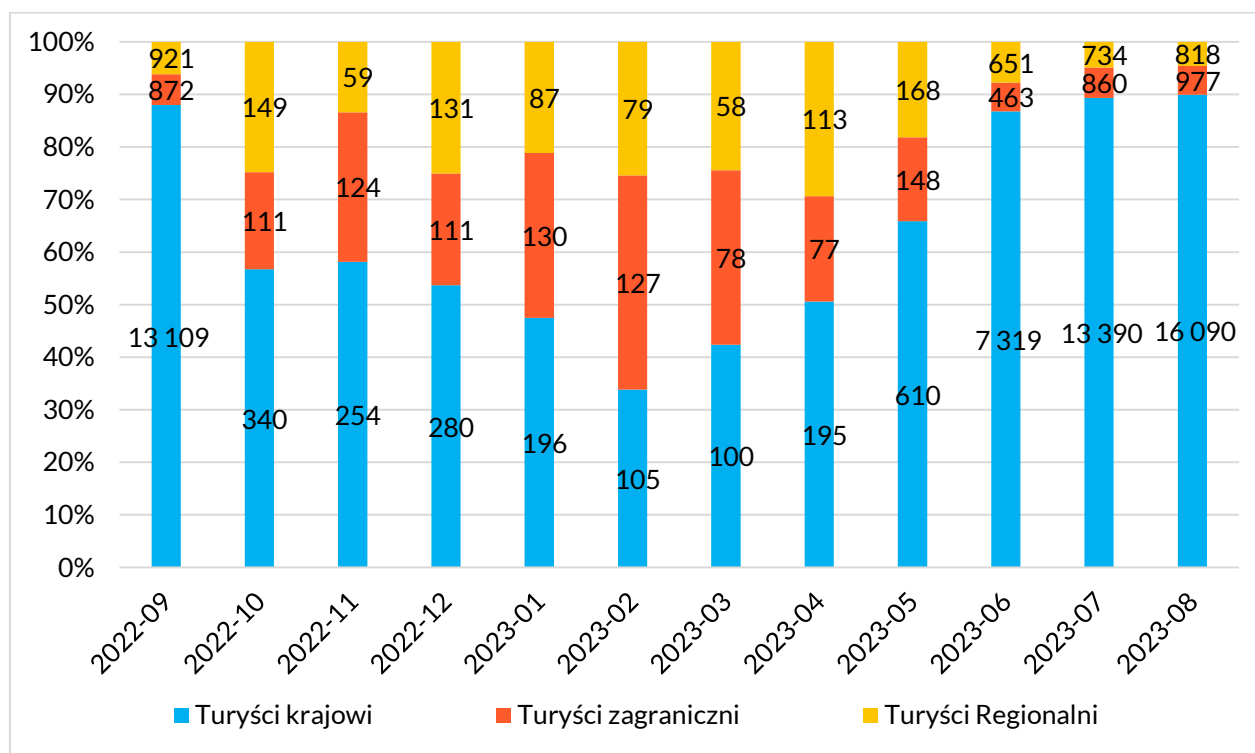
W trakcie analizy danych turystów podzielono na trzy kategorie:

Zagranicznych – mieszkańców innych krajów (strefa nocna poza Polską, język inny niż Polski w telefonie),

Krajowych – mieszkańców Polski (ich strefa zamieszkania to województwo inne niż warmińsko-mazurskie)

Regionalni – mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego,

Wykres 4. Liczba turystów przyjeżdżających do Lidzbarka Warmińskiego w okresie wrzesień 2022 – sierpień 2023.

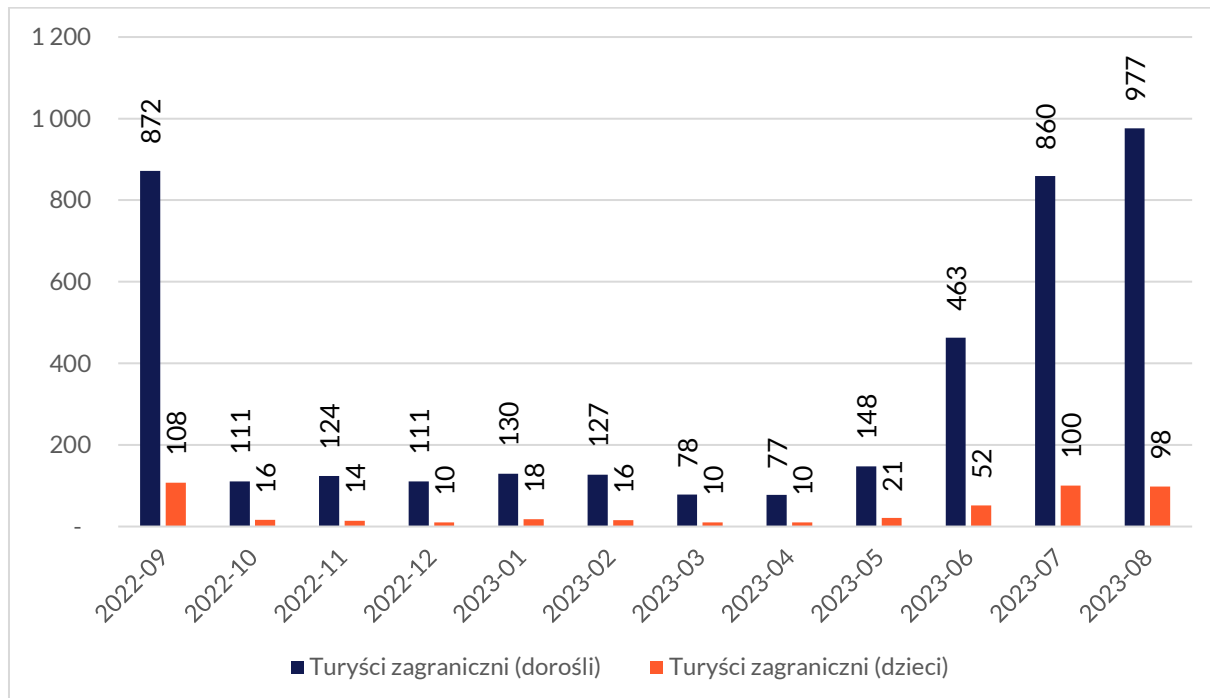


Wykres przedstawia liczby poszczególnych typów turysty w podziale miesięcznym. Dane pozwalają stwierdzić, że na wielkość ruchu turystycznego w Lidzbarku Warmińskim największy wpływ mają turyści krajowi. Dodatkowo w sezonie letnim, czyli od czerwca do września, odnotowuje się znaczący wzrost liczby turystów zagranicznych i regionalnych. Sierpień jest szczególnie intensywnym miesiącem, z największą liczbą zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych. Również warto zwrócić uwagę na wrzesień, kiedy to notuje się najwięcej turystów regionalnych. Natomiast w marcu zanotowano najniższą liczbę turystów regionalnych i krajowych, a w kwietniu odnotowano najniższą liczbę turystów zagranicznych.

Turyści zagraniczni

Liczby turystów zagranicznych

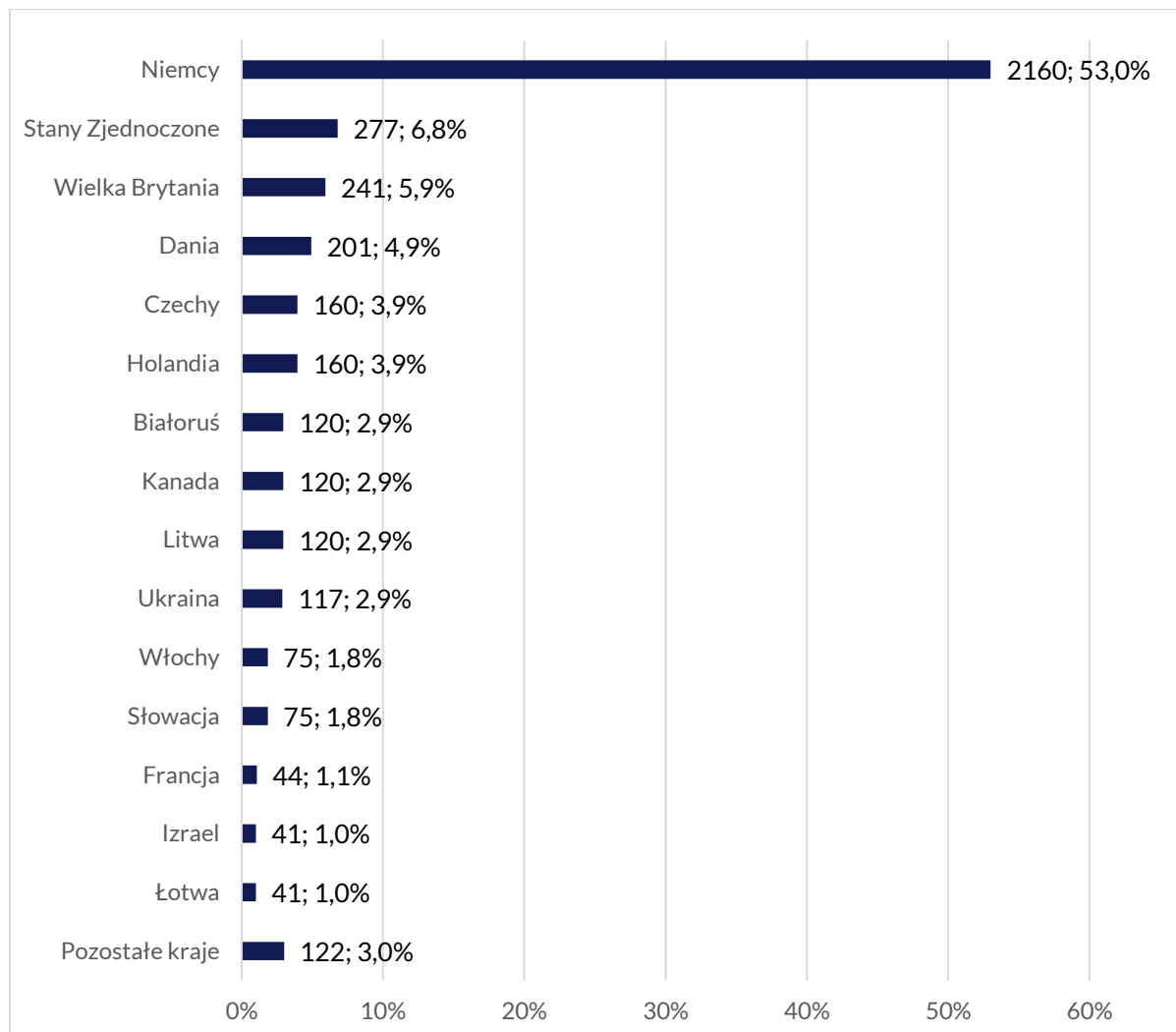
Wykres 5. Liczba turystów zagranicznych z podziałem na dorosłych i dzieci w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Wyraźnie można zauważyć sezonowość w ruchu turystycznym. Najwyższe liczby turystów zagranicznych występują w okresie letnim, ze szczególnym uwzględnieniem sierpnia i września. Od października do maja notuje się spadek liczby turystów zagranicznych. Warto zaznaczyć, że sierpień wybija się jako szczyt sezonu turystycznego, z największą liczbą turystów dorosłych. Jednakże, jeśli chodzi o liczbę turystów zagranicznych dzieci, to najwyższy poziom odnotowujemy we wrześniu.

Pochodzenie turystów zagranicznych

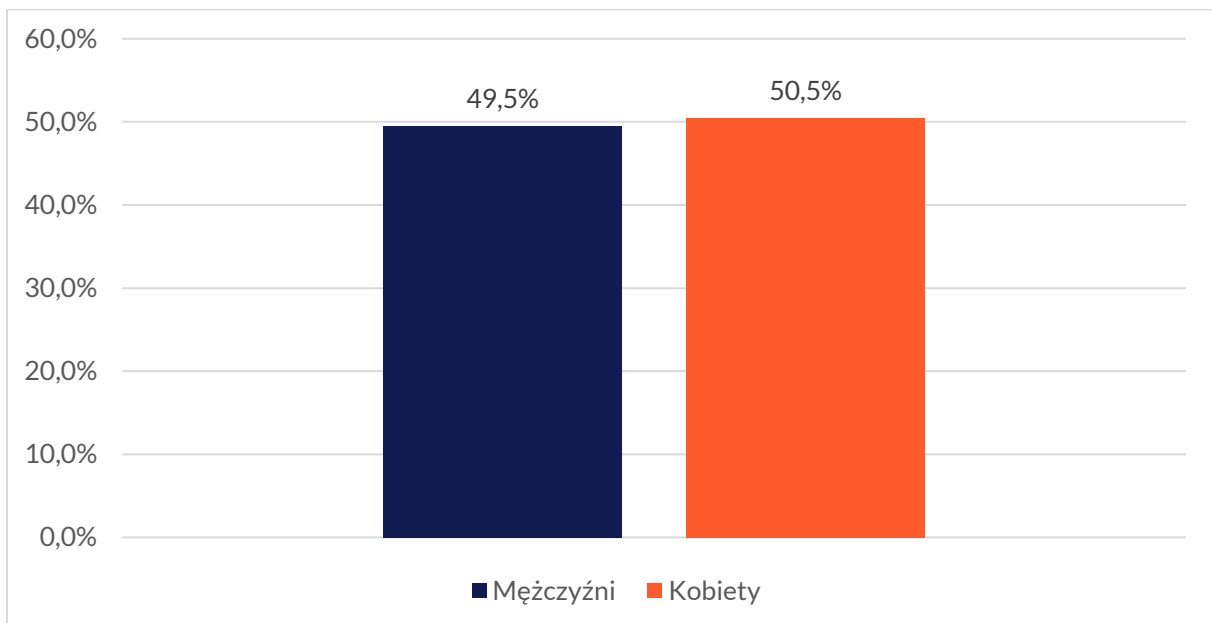
Wykres 6. Top 15 krajów pochodzenia turystów zagranicznych odwiedzających Lidzbark Warmiński w okresie badania.



Największą grupę turystów zagranicznych stanowili Niemcy, których liczba wyniosła 2 160 osób. Mieszkańcy krajów, takich jak Stany Zjednoczone, Wielka Brytania oraz Dania również wykazywali zainteresowanie odwiedzaniem badanej miejscowości, jednak z mniejszym udziałem w porównaniu do obywateli Niemiec. Mieszkańcy innych krajów wykazywali znacznie mniejsze zainteresowanie odwiedzaniem Lidzbarka Warmińskiego. Udział mieszkańców żadnego z pozostałych państw nie przekroczył 4%.

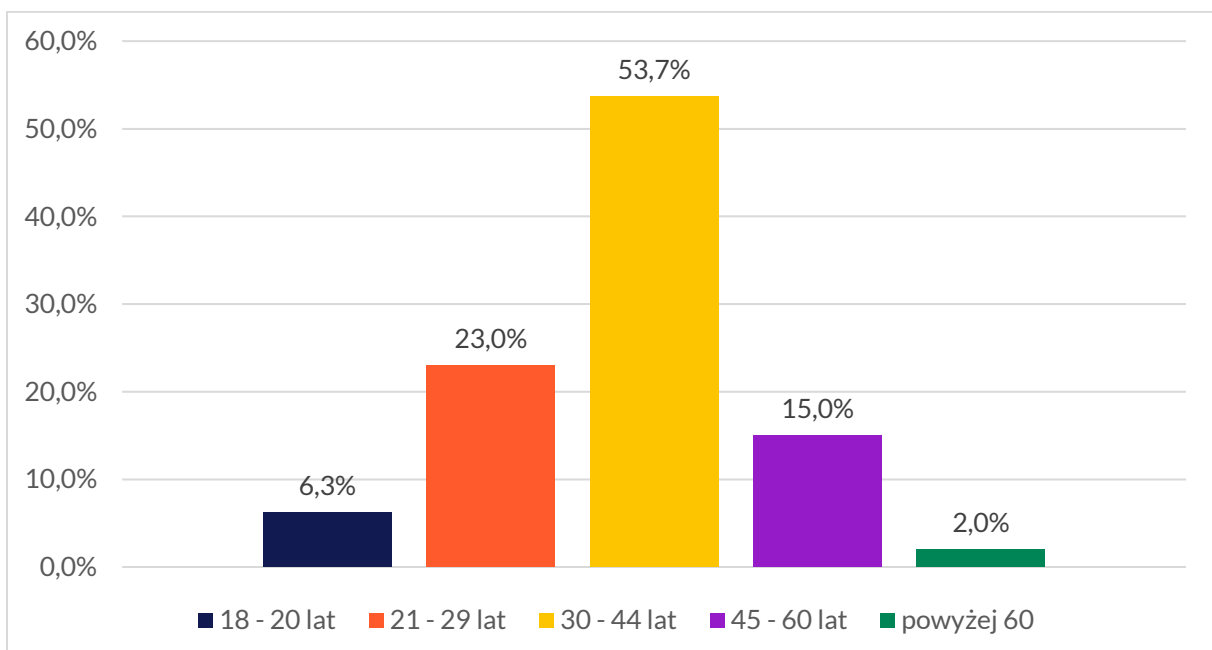
Profile turystów zagranicznych

Wykres 7. Rozkład płci turystów zagranicznych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



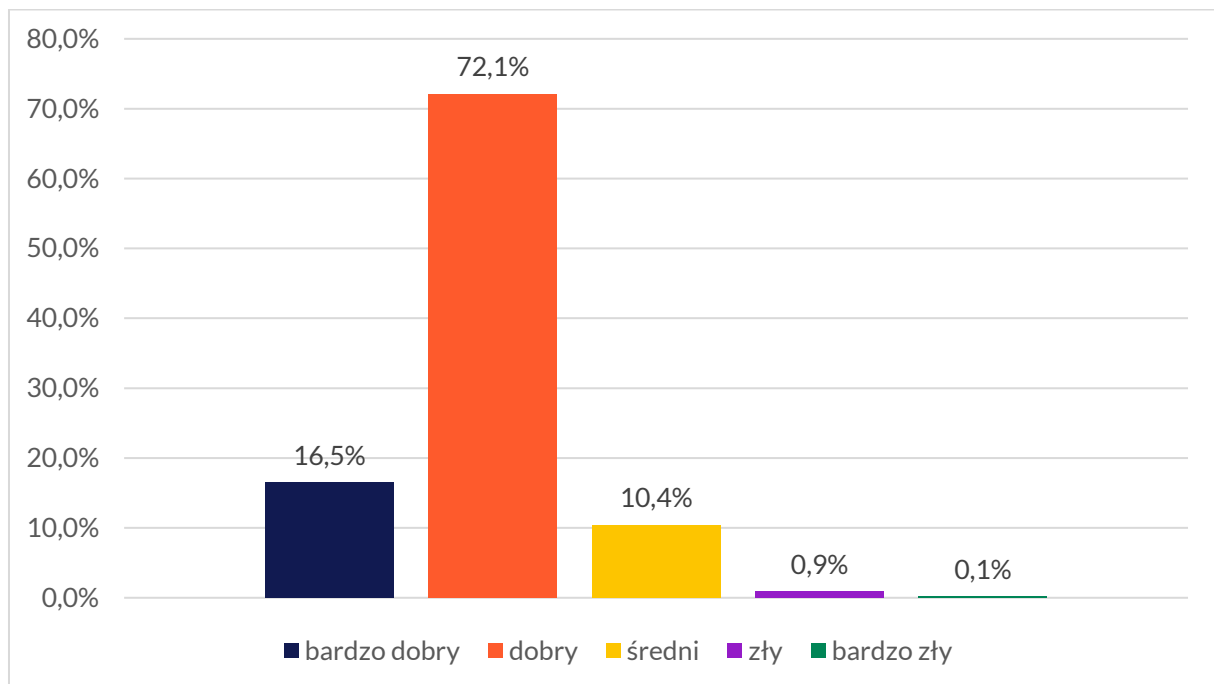
Rozkład płci wśród turystów zagranicznych był stosunkowo równomierny, jednak zaobserwowano nieznacznie wyższy udział kobiet wśród tej grupy. Oznacza to, że kobiety stanowiły nieco większy odsetek turystów zagranicznych od mężczyzn, choć różnica ta nie była znacząca.

Wykres 8. Rozkład wieku turystów zagranicznych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Obserwujemy, że w grupie turystów zagranicznych wysoki udział stanowią osoby w wieku od 30 do 44 lat. Dodatkowo, warto zauważyć, że również grupy wiekowe 21-29 lat (23%) oraz 45-60 lat (15,0%) odnotowują wysoki udział wśród turystów zagranicznych. Osoby w wieku 18-20 lat stanowiły jedynie 6,3% turystów zagranicznych.

Wykres 9. Rozkład statusu materialnego turystów zagranicznych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.

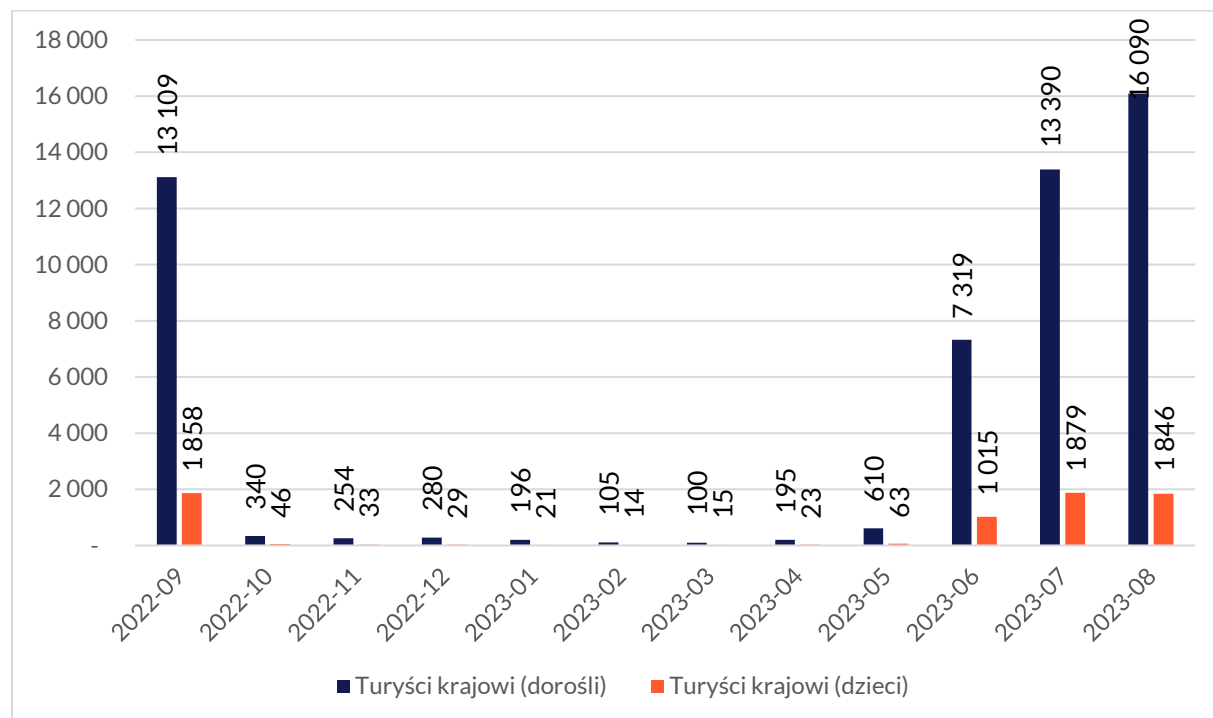


Turyści zagraniczni odznaczali się znacznym udziałem osób o dobrym statusie materialnym. Dodatkowo zauważono istotny udział osób o bardzo dobrym statusie materialnym. Tylko niewielka część, wynosząca 10,4%, posiadała średni status materialny. Osoby o złym oraz bardzo złym statusie materialnym stanowiły około 1% tej grupy turystów.

Turyści Krajowi

Liczby turystów krajowych

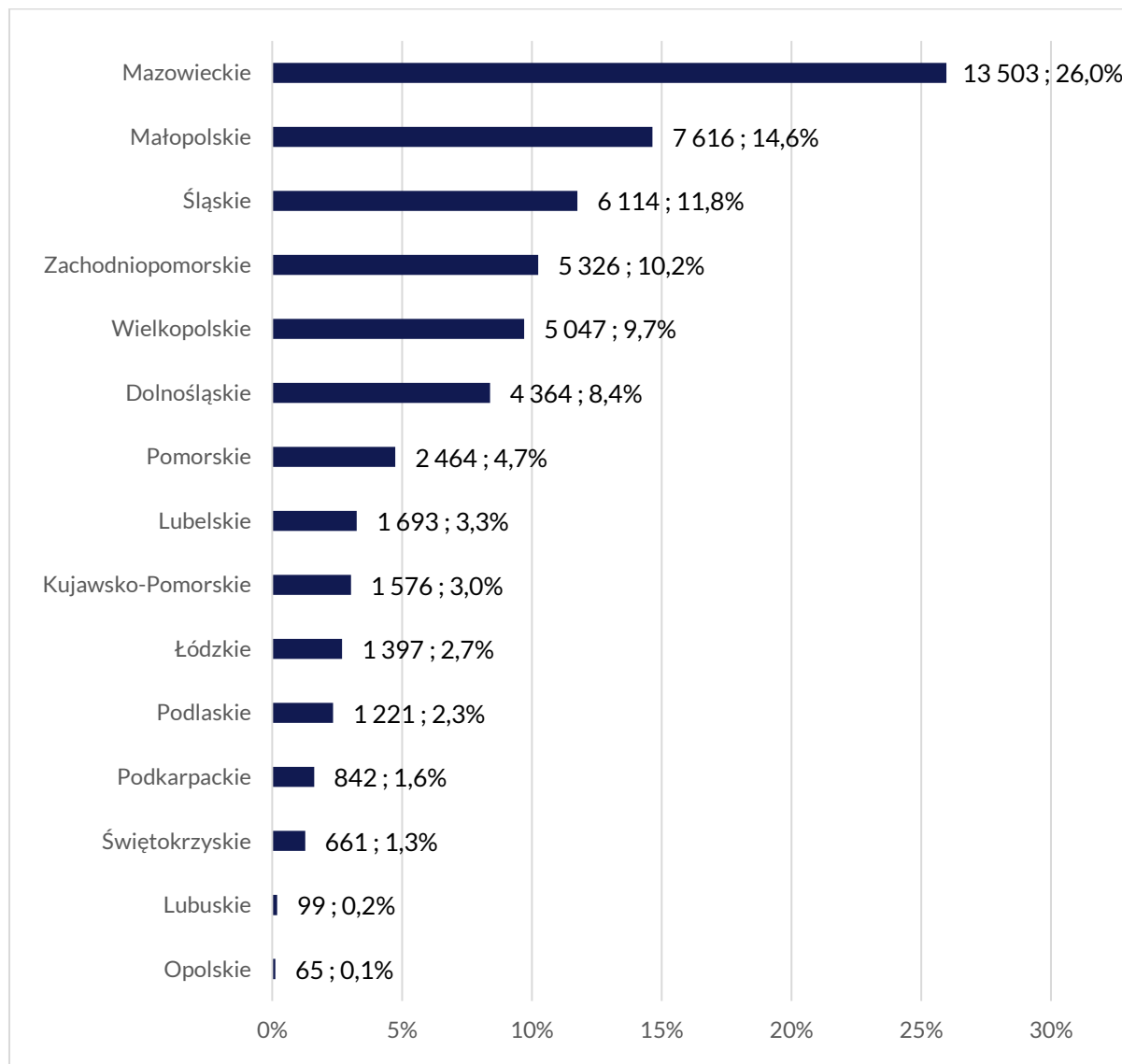
Wykres 10. Liczba turystów krajowych z podziałem na dorosłych i dzieci w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



W przypadku turystów krajowych również można zauważyć wyraźne sezonowe trendy. Najwyższą liczbę turystów dorosłych odnotowano w sierpniu. Jeśli chodzi o dzieci, to najwięcej z nich odwiedza Lidzbark Warmiński w lipcu. Warto zwrócić uwagę, że liczba dzieci w okresie od października do kwietnia była naprawdę niska i nie przekraczała nawet 50 osób, co sugeruje, że to głównie okres letni przyciąga rodziny z dziećmi do tego miejsca.

Pochodzenie turystów krajowych

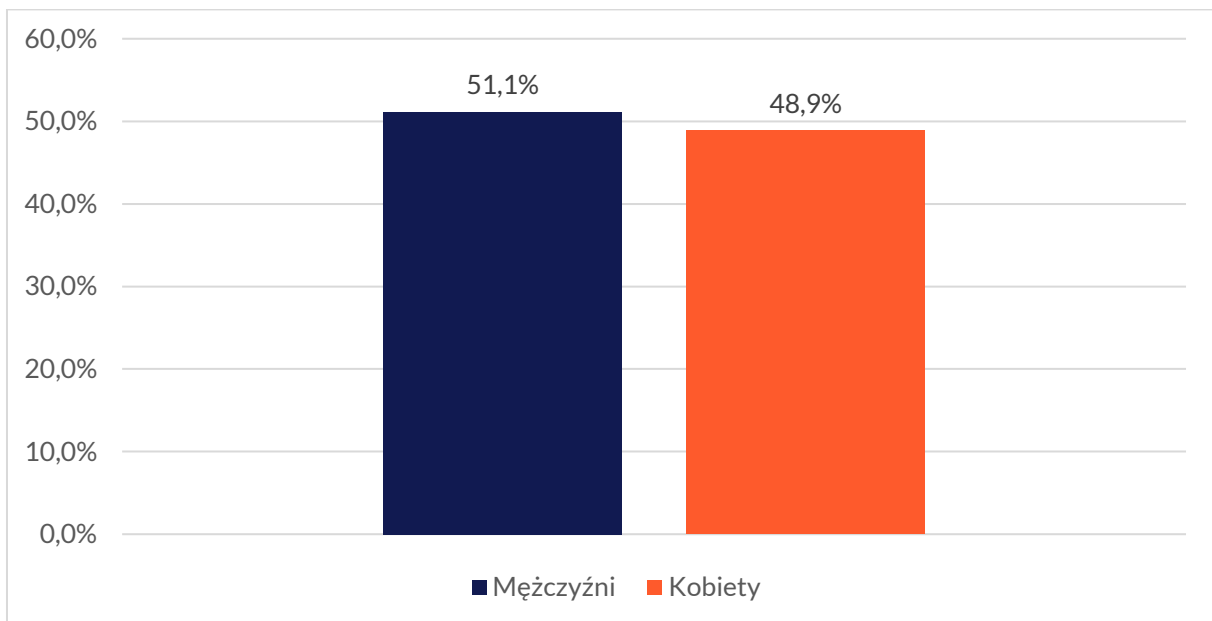
Wykres 11. Pochodzenia turystów krajowych odwiedzających Lidzbark Warmiński w okresie badania.



Największą grupą turystów krajowych jest grupa pochodząca z województwa Mazowieckiego (13 503 osoby). Jest to zdecydowanie najliczniejsza grupa, co sugeruje, że Lidzbark Warmiński jest popularnym celem podróży dla mieszkańców Mazowsza. Kolejne liczne grupy pochodzą z województw Małopolskiego (7 616 osób) i Śląskiego (6 114 osoby). Lidzbark Warmiński był również popularny wśród mieszkańców województw: Zachodniopomorskiego, Wielkopolskiego oraz Dolnośląskiego.

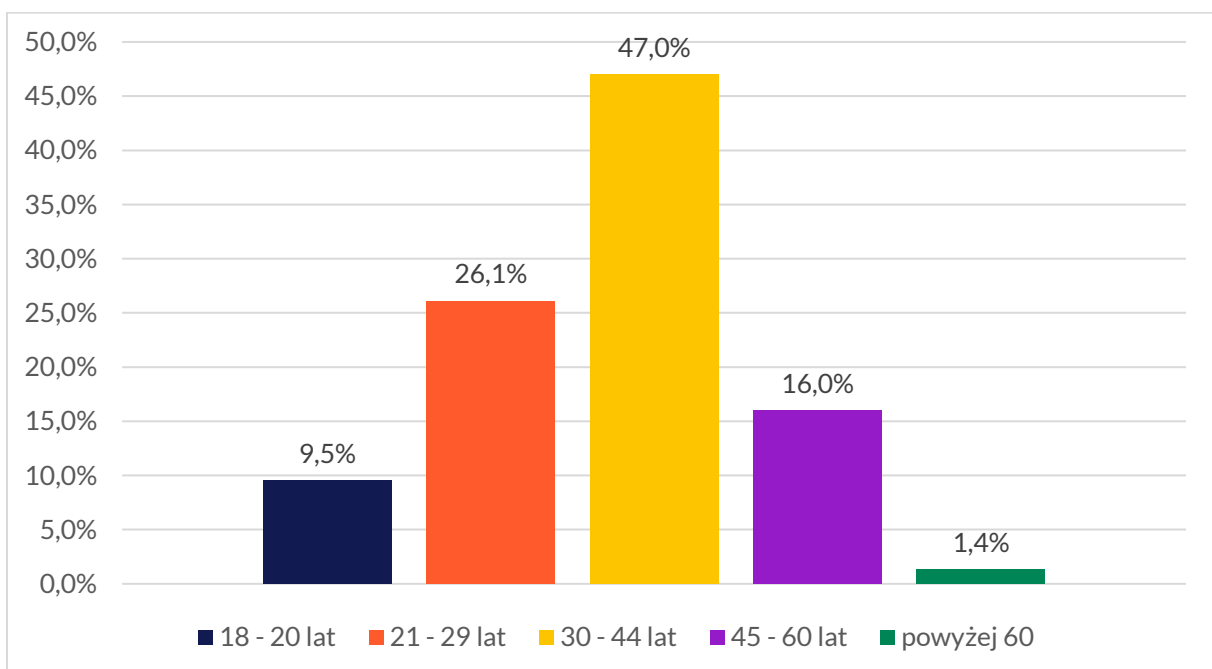
Profile turystów krajowych

Wykres 12. Rozkład płci turystów krajowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



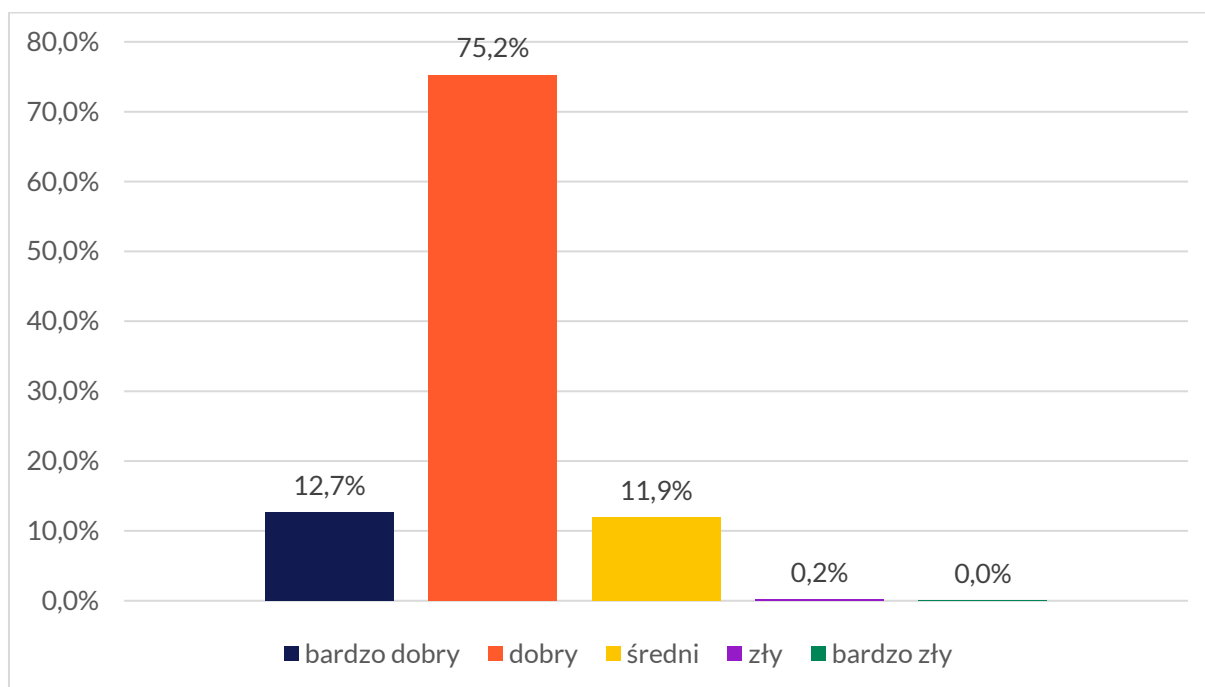
Wśród turystów krajowych obserwujemy niewielką przewagę mężczyzn, jednak różnica ta wynosi tylko 2,3 punkty procentowe.

Wykres 13. Rozkład wieku turystów krajowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Turyści krajowi charakteryzują się najwyższym udziałem osób w wieku od 30 do 44 lat. Dodatkowo, wysoki udział odnotowuje się również w grupie wiekowej 21-29 lat oraz 45-60 lat.

Wykres 14. Rozkład statusu materialnego turystów krajowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.

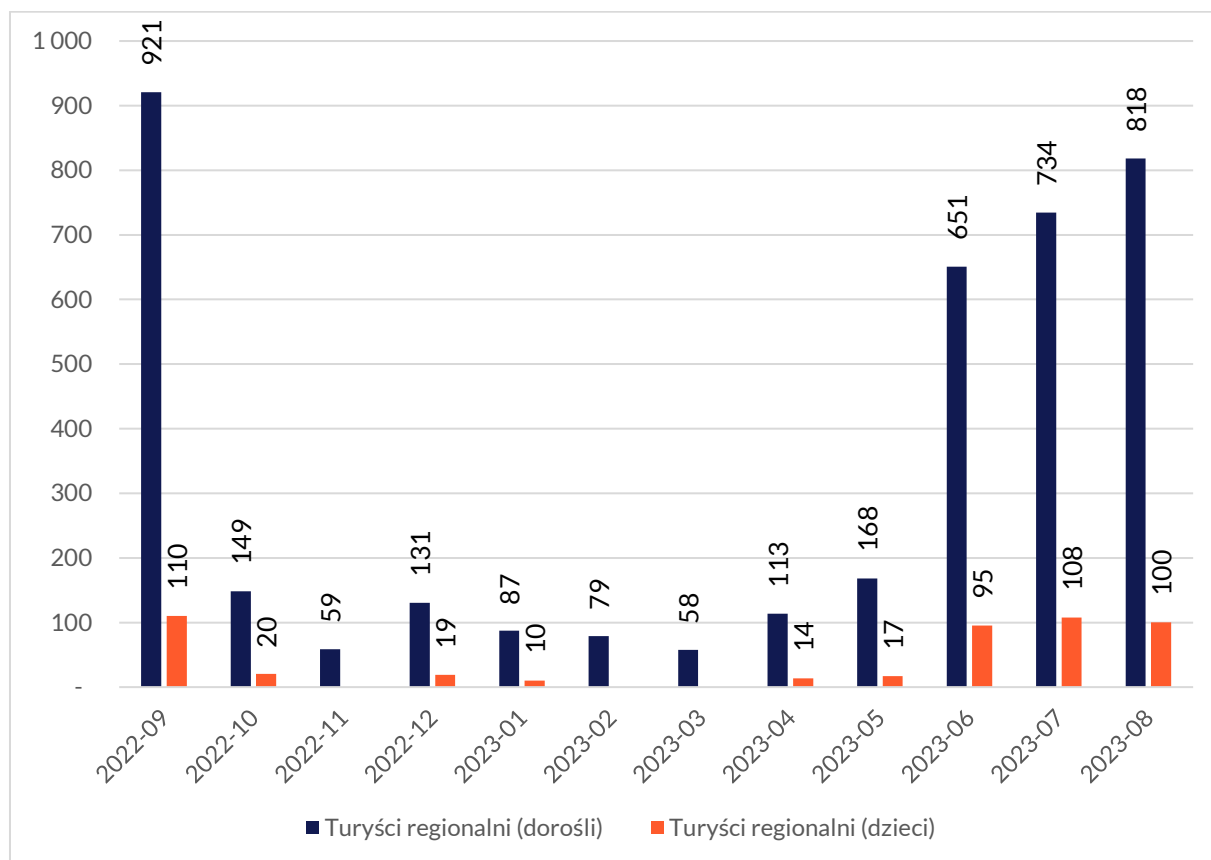


Wśród turystów krajowych dominują osoby o dobrym statusie materialnym, reprezentujące ponad 75% tej grupy. Osoby o bardzo dobrym i średnim statusie materialnym miały zbliżony udział, jednakże warto zaznaczyć, że osoby o bardzo dobrym statusie materialnym stanowiły nieco większą część tej kategorii. Różnica między nimi wynosiła zaledwie 0,8 punktu procentowego.

Turyści Regionalni

Liczby turystów regionalnych

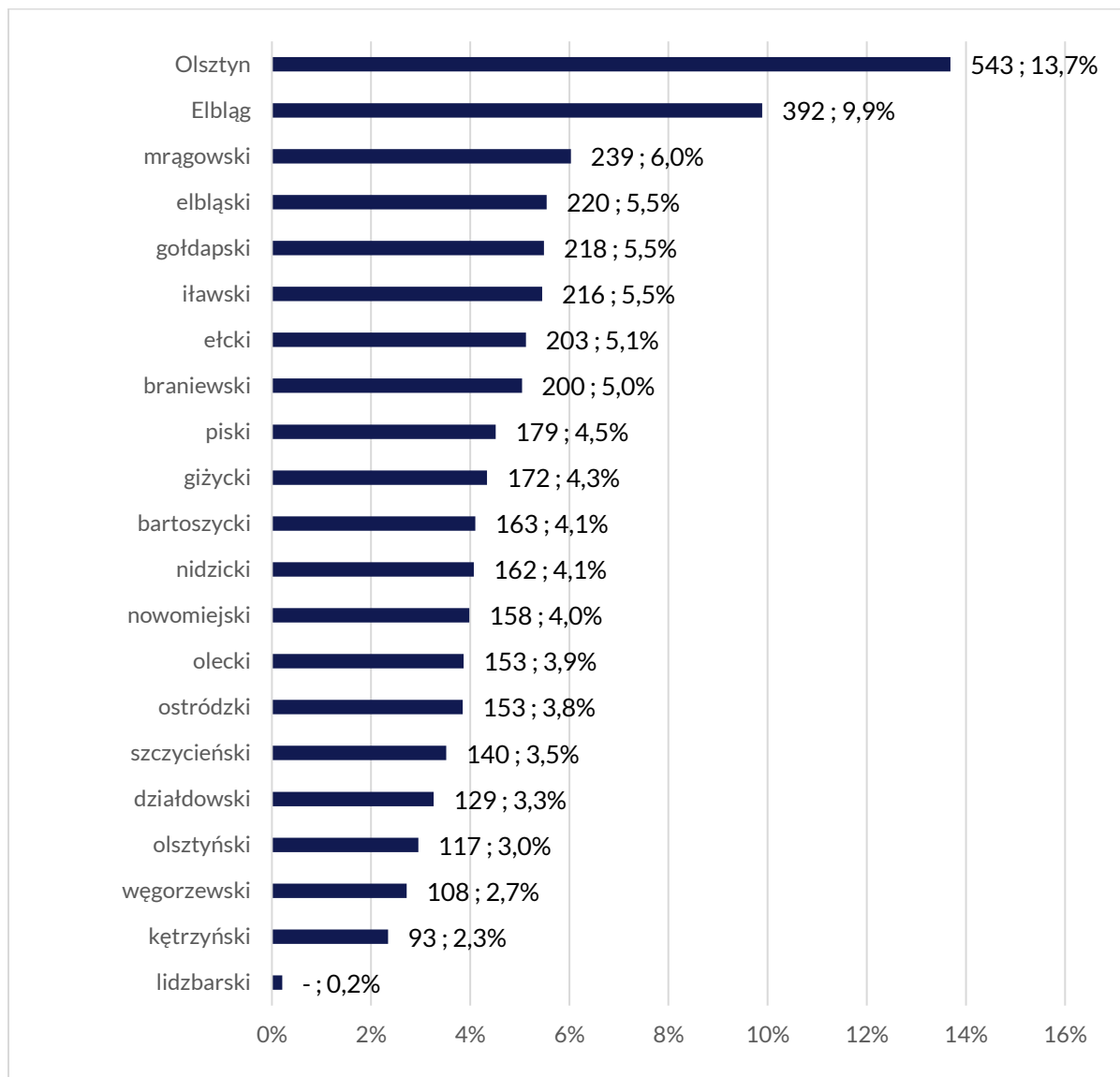
Wykres 15. Liczba turystów regionalnych z podziałem na dorosłych i dzieci w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Najpopularniejszym miesiącem dla turystów regionalnych okazał się wrzesień, gdzie odnotowano najwyższą liczbę zarówno dorosłych, jak i dzieci. Warto zauważyć, że dzieci przyjeżdżały do Lidzbarka Warmińskiego praktycznie w każdym miesiącu, z wyjątkiem listopada, lutego oraz marca, gdzie ich obecności nie odnotowano.

Pochodzenie turystów regionalnych

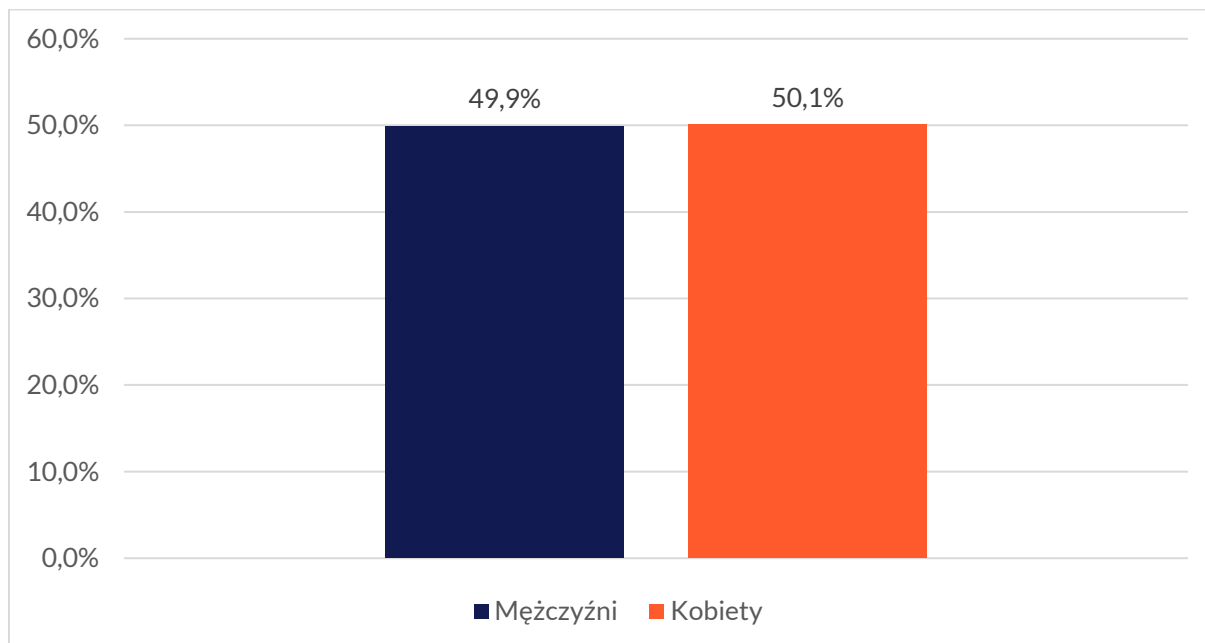
Wykres 16. Powiaty pochodzenia turystów regionalnych odwiedzających Lidzbark Warmiński w okresie badania.



Największa liczba turystów regionalnych pochodziła z powiatu Olsztyn. Kolejnym popularnym powiatem pochodzenia turystów regionalnych był powiat Elbląg. Warto zaznaczyć, że mieszkańcy pozostałych powiatów, takich jak powiat mrągowski, elbląski, gołdapski, iławski, ełcki oraz braniewski, również wykazywali zainteresowanie odwiedzaniem Lidzbarka Warmińskiego, jednakże ich liczba była znacznie niższa w porównaniu do powiatów Olsztyn i Elbląg.

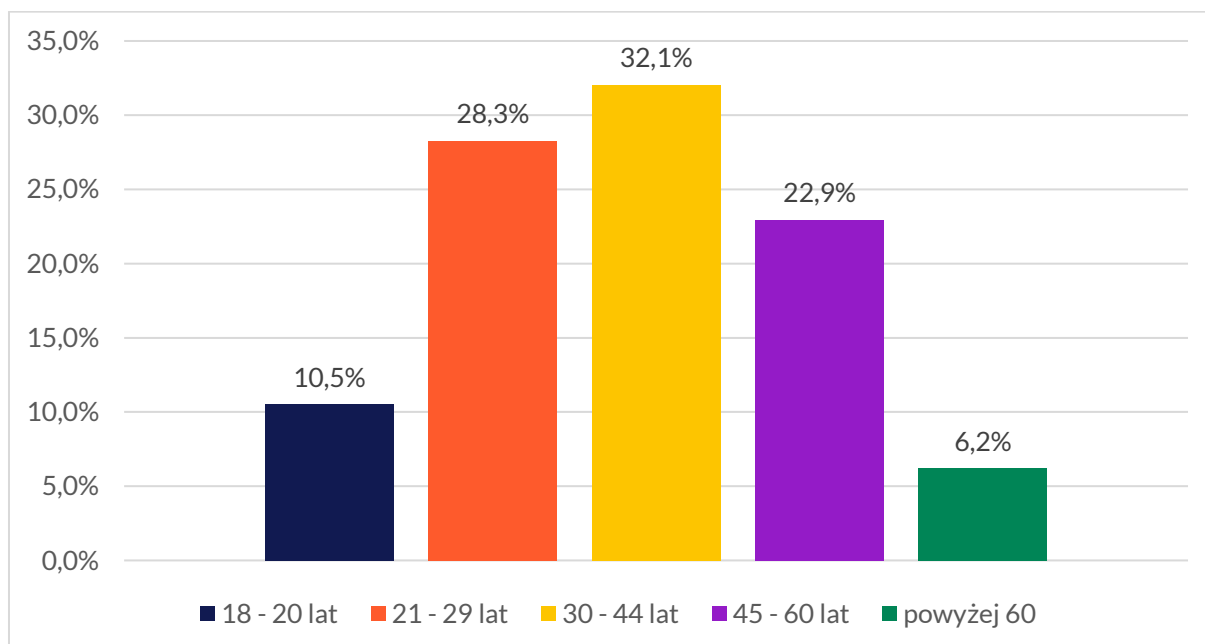
Profile turystów regionalnych

Wykres 17. Rozkład płci turystów regionalnych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



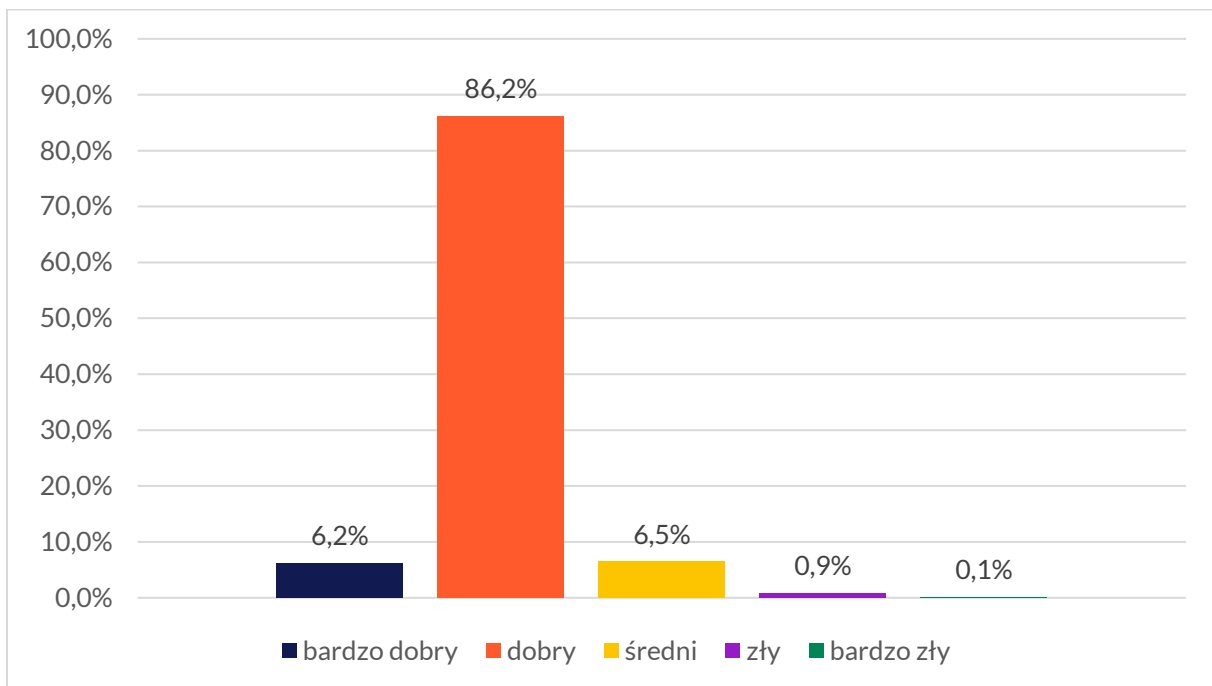
Rozkład płci był stosunkowo równomierny, wystąpiła jedynie nieznaczna przewaga kobiet.

Wykres 18. Rozkład wieku turystów regionalnych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Wśród turystów regionalnych najliczniejszą grupę wiekową stanowią osoby w wieku 30-44 lata. Kolejną znaczącą grupą wiekową są osoby w przedziale wiekowym od 21 do 29 lat, reprezentujące 28,3% ogółu. Różnica między tymi dwoma grupami wynosi zaledwie 3,8 punktu procentowego. Ponadto, wysoki udział odnotowuje się również w grupie wiekowej 45-60 lat.

Wykres 19. Rozkład statusu materialnego turystów regionalnych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.

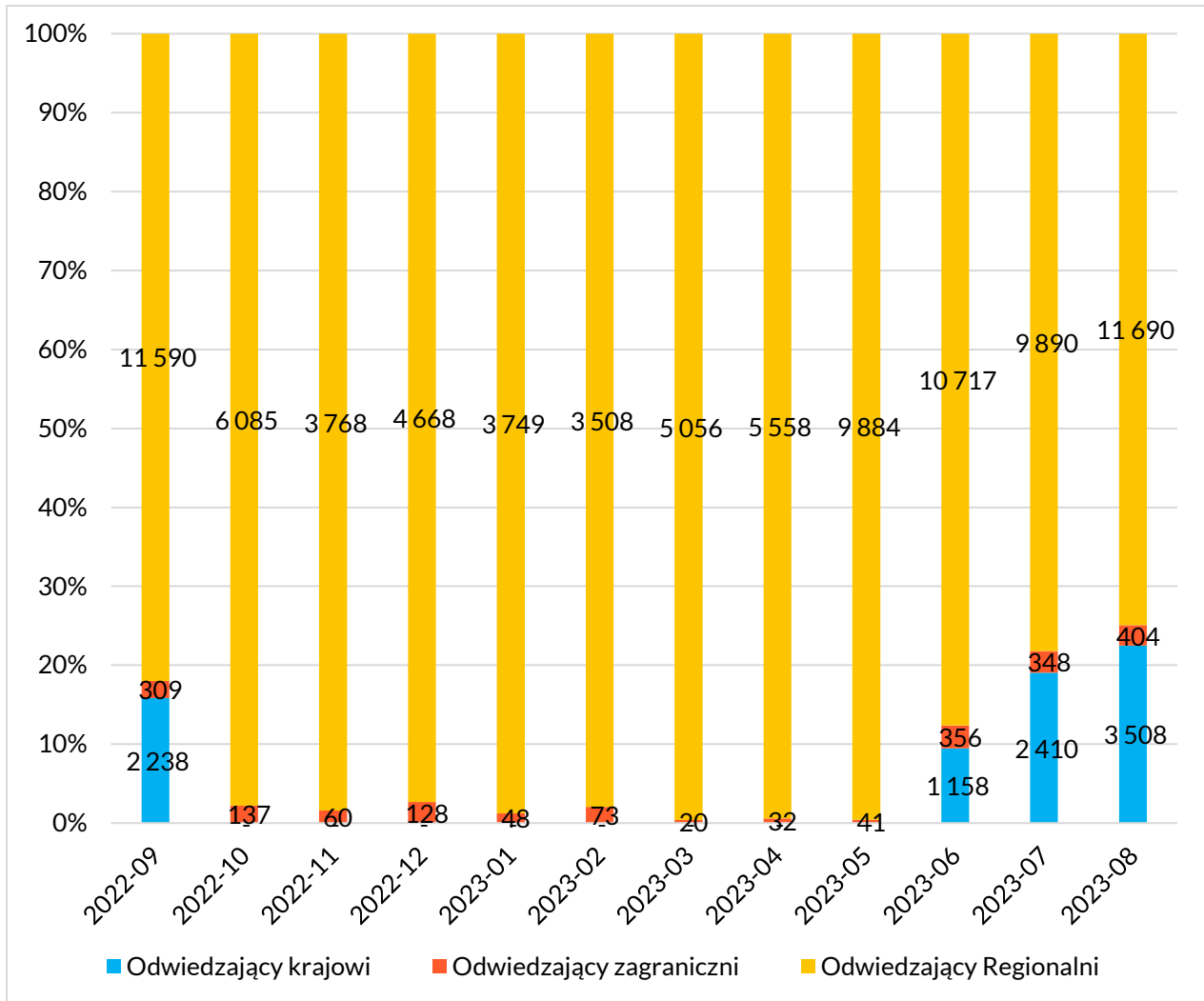


Osoby o dobrym statusie materialnym zdecydowanie dominowały w grupie turystów regionalnych. Pozostałe grupy stanowiły znacznie mniejszy odsetek w tej kategorii. Grupa o bardzo dobrym i średnim statusie materialnym osiągnęła podobny udział.

Odwiedzający jednodniowi

Liczba odwiedzających

Wykres 20. Liczba dorosłych odwiedzających przyjeżdżających do Lidzbarka Warmińskiego w okresie badania.

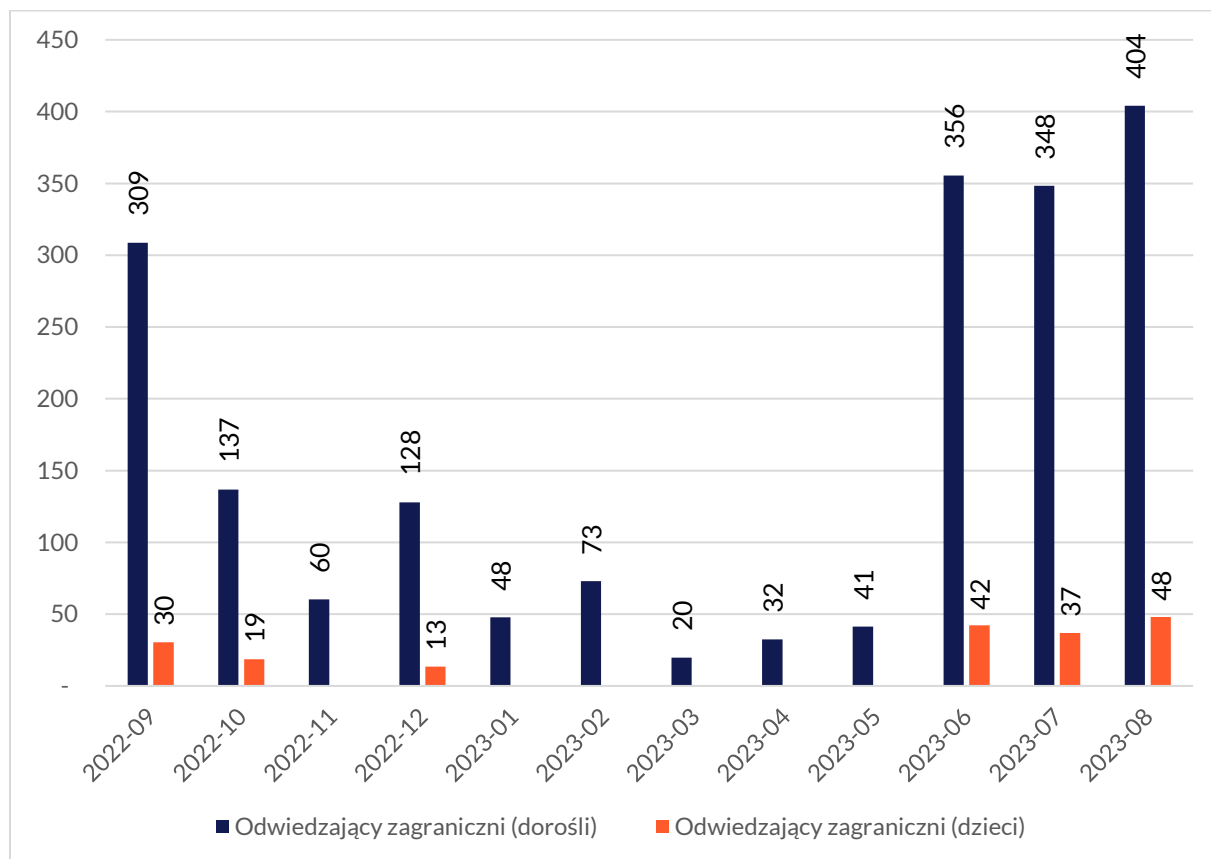


W przypadku odwiedzających jednodniowych można zaobserwować istotne różnice w liczbie odwiedzających, zależnie od miesiąca. Okres od czerwca do września stanowi najbardziej popularny czas, który przyciąga największą liczbę odwiedzających. W tych miesiącach notuje się największy napływ odwiedzających. Najpopularniejszym miesiącem zdecydowanie jest sierpień. W pozostałych miesiącach liczba odwiedzających jest znacznie niższa. Warto również zaznaczyć, że w okresie od października do maja można zauważyć jedynie niewielką liczbę odwiedzających zagranicznych, a także brak odwiedzających krajowych.

Odwiedzający jednodniowi zagraniczni

Liczba odwiedzających zagranicznych

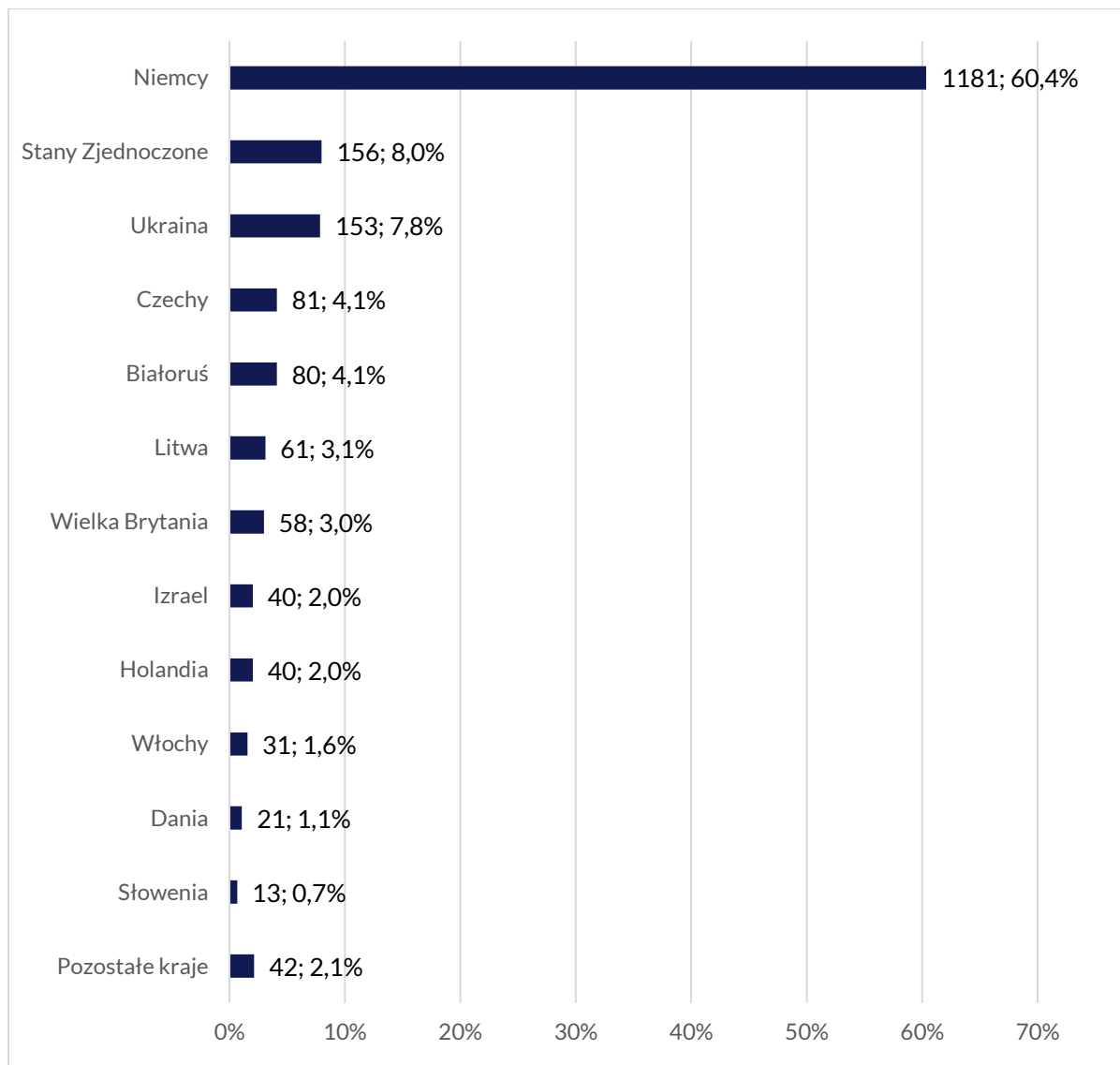
Wykres 21. Liczba odwiedzających zagranicznych z podziałem na dorosłych i dzieci w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Najbardziej popularnym miesiącem pod względem obecności odwiedzających zagranicznych jest sierpień. Warto również zauważyć, że najmniejszą liczbę odwiedzających odnotowano w marcu. Udział dzieci jest stosunkowo niewielki w poszczególnych miesiącach. Dzieci najczęściej pojawiają się w okresie od czerwca do października oraz w grudniu. Co może sugerować, że głównie letnie miesiące przyciągają rodziny z dziećmi, które wybierają Lidzbark Warmiński jako cel swoich podróży.

Pochodzenie odwiedzających zagranicznych

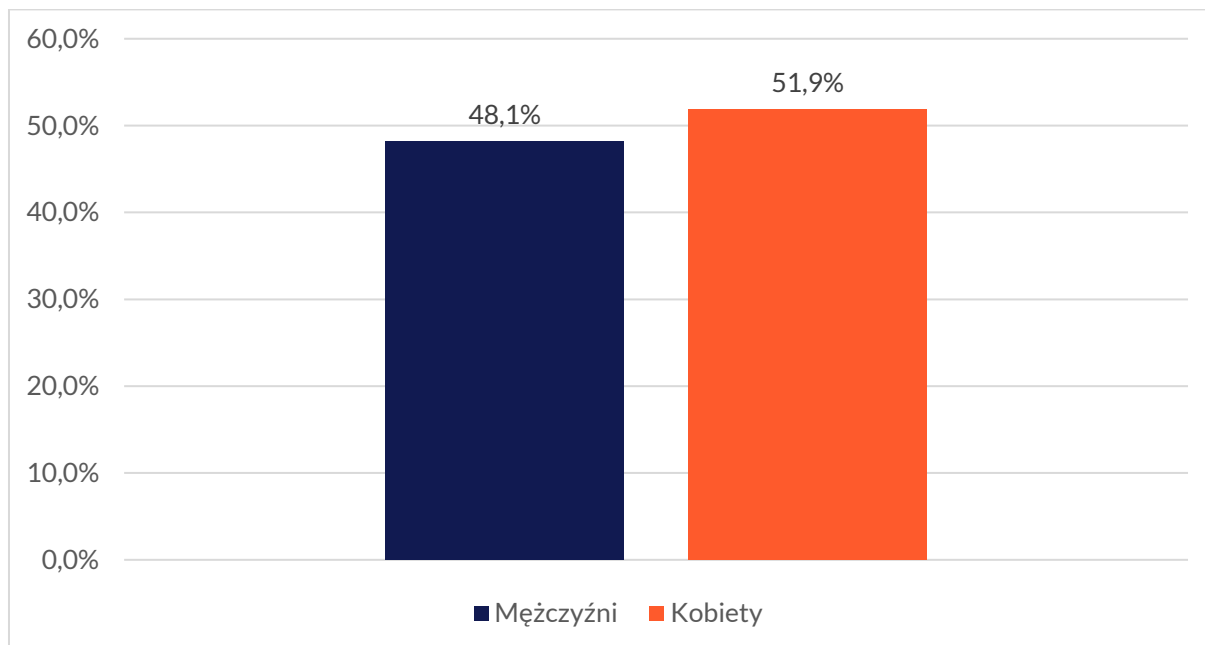
Wykres 22. Top 15 krajów pochodzenia odwiedzających zagranicznych odwiedzających Lidzbark Warmiński w okresie badania.



Wśród krajów pochodzenia turystów zagranicznych w TOP 10 znalazły się: Niemcy, Stany Zjednoczone, Ukraina, Czechy, Białoruś, Litwa, Wielka Brytania, Izrael, Holandia oraz Włochy. Najwyższy udział uzyskali Niemcy, stanowiąc 60,4% wszystkich turystów zagranicznych przyjeżdżających do Lidzbarka Warmińskiego. Na drugim miejscu pod względem liczby turystów z poszczególnych krajów znalazły się Stany Zjednoczone z udziałem stanowiącym 8,0%. Na kolejnych miejscach znalazły się: Ukraina (7,8%), Czechy (4,1%) oraz Białoruś (4,1%).

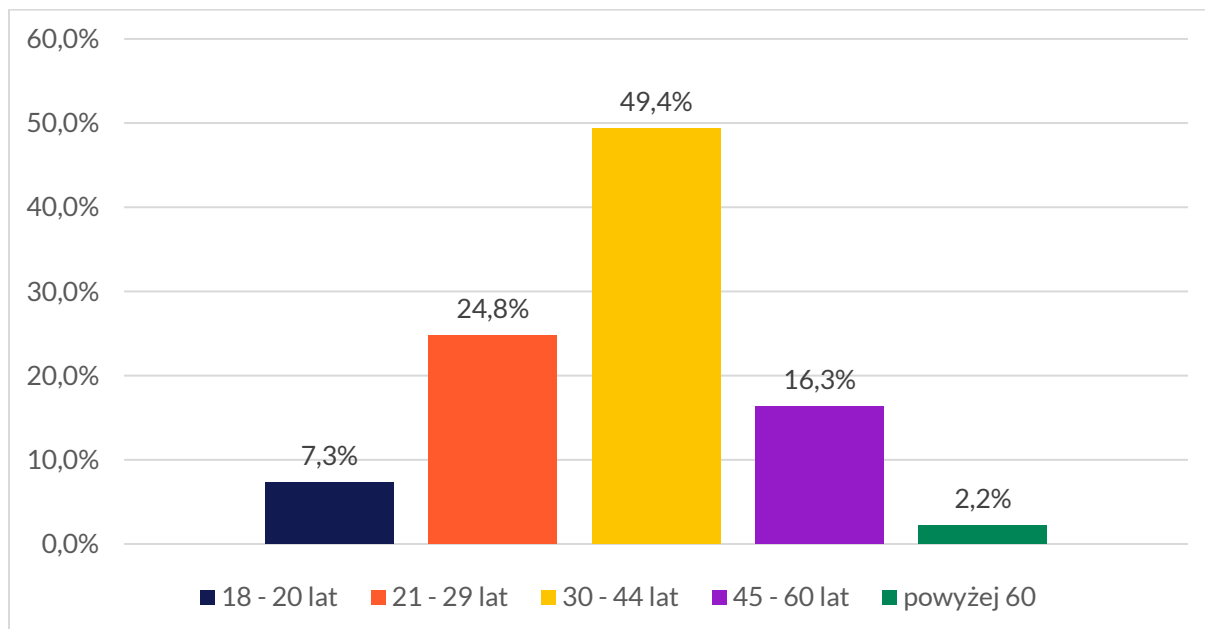
Profile odwiedzających zagranicznych

Wykres 23. Rozkład płci odwiedzających zagranicznych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



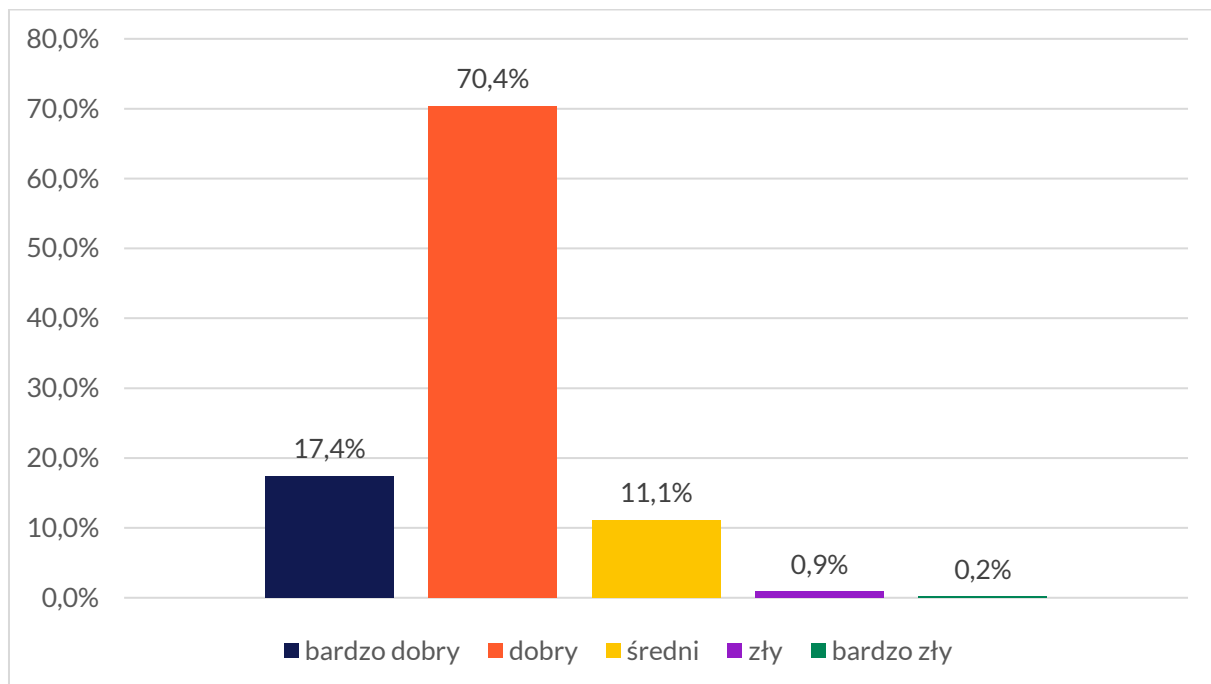
W grupie odwiedzających zagranicznych można zauważyć niewielką przewagę liczby kobiet nad liczbą mężczyzn. Jednakże, różnica między tymi udziałami wynosi jedynie 3,7 punktu procentowego.

Wykres 24. Rozkład wieku odwiedzających zagranicznych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Osoby w wieku 30-44 lata stanowiły najliczniejszą grupę wśród odwiedzających zagranicznych. Warto zaznaczyć, że odnotowano wysoki odsetek osób w wieku 21-29 lat. Nie można pominąć także grupy wiekowej 45-60 lat, która stanowiła 16,3% ogółu odwiedzających zagranicznych.

Wykres 25. Rozkład statusu materialnego odwiedzających zagranicznych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.

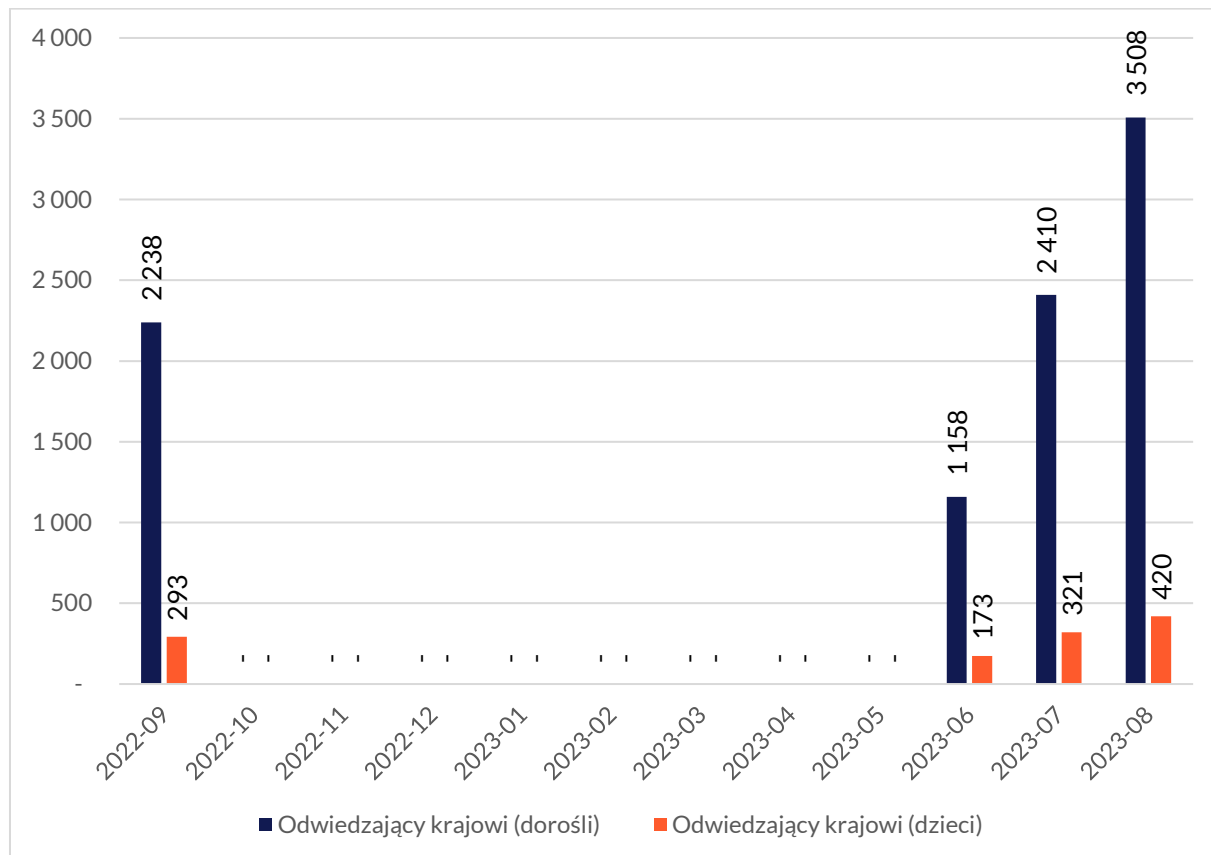


Wśród odwiedzających zagranicznych wyróżniała się grupa reprezentująca odwiedzających o „dobrym” statusie materialnym. Warto także zwrócić uwagę na grupę o bardzo dobrym statusie materialnym, która stanowiła 17,4% tej grupy odwiedzających. Udział pozostałych grup reprezentujących „średni”, „zły” oraz „bardzo zły” status materialny wynosił łącznie około 12%.

Odwiedzający beznoclegowi krajowi

Liczby odwiedzających krajowych

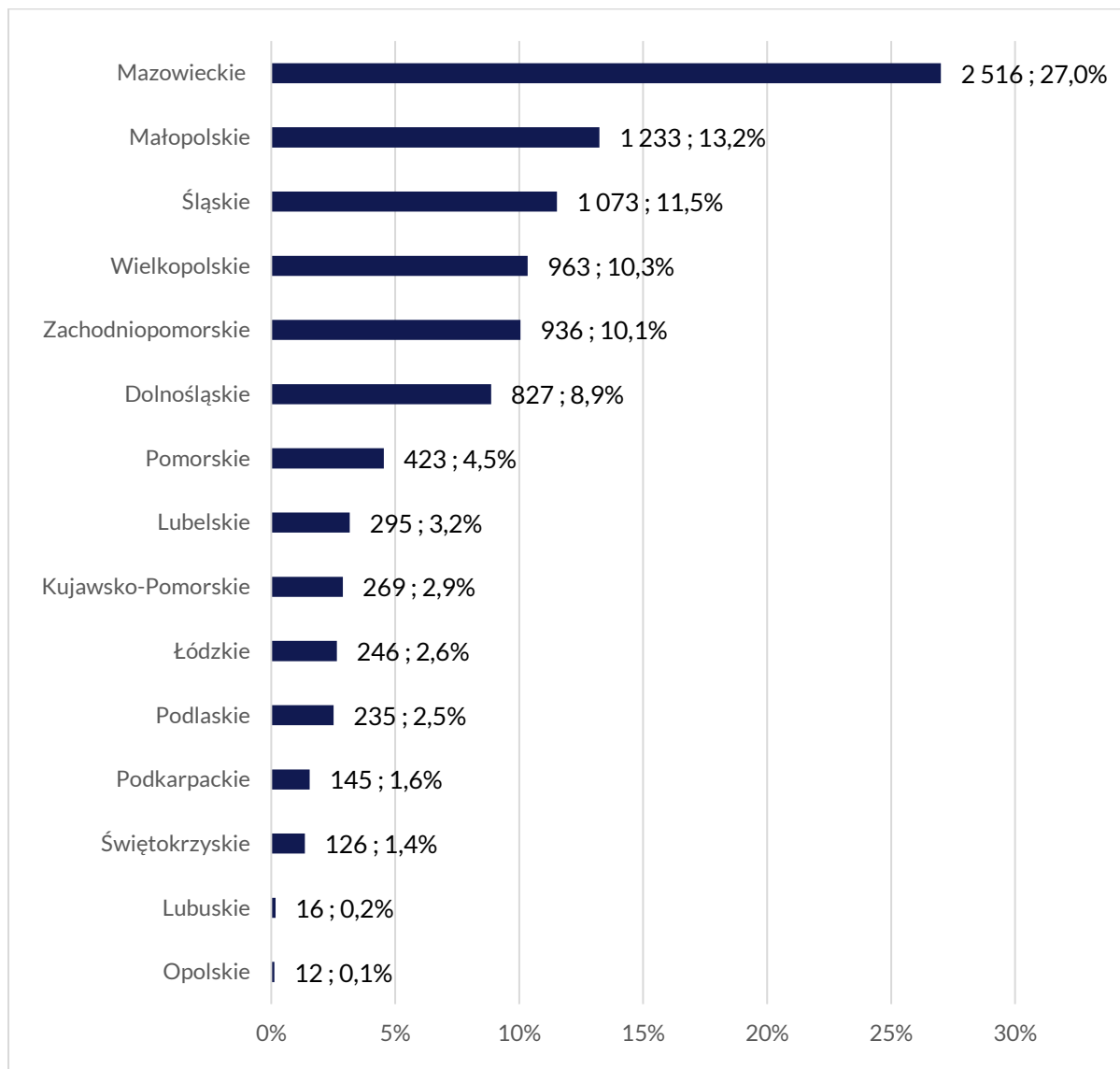
Wykres 26. Liczba odwiedzających krajowych z podziałem na dorosłych i dzieci w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Odwiedzający z kraju odnotowywani są jedynie w okresie od czerwca do września. Co może wskazywać, że to miasto jest atrakcyjnym celem dla odwiedzających krajowych głównie w sezonie letnim. W pozostałych miesiącach roku nie obserwujemy ich odwiedzin. Warto zaznaczyć, że sierpień jest szczególnie popularnym miesiącem wśród odwiedzających, zarówno dorosłych, jak i dzieci. To właśnie w sierpniu zanotowano najwyższą liczbę odwiedzających.

Pochodzenie odwiedzających krajowych

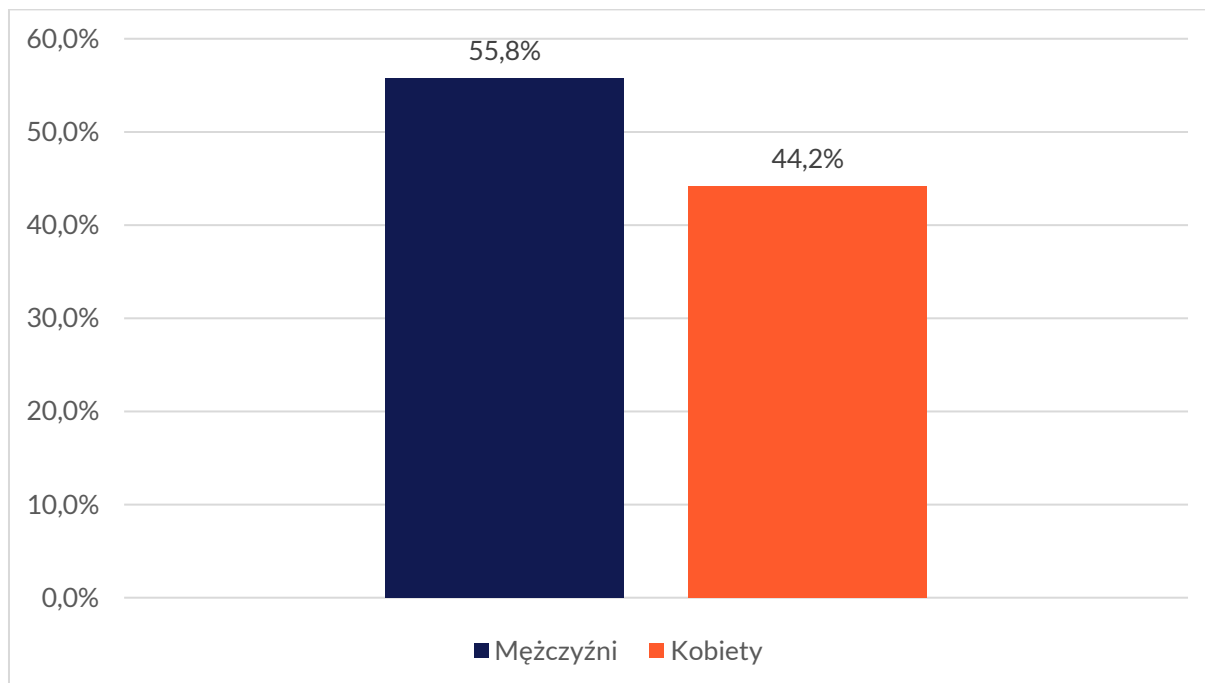
Wykres 27. Pochodzenia odwiedzających krajowych odwiedzających Lidzbark Warmiński w okresie badania.



Największa liczba odwiedzających krajowych pochodziła z województwa mazowieckiego, stanowiąc 27,0%. Mieszkańcy województw małopolskiego, śląskiego, wielkopolskiego i zachodniopomorskiego również chętnie wybierali się do Lidzbarka Warmińskiego, choć ich liczba była nieco niższa w porównaniu do mieszkańców województwa mazowieckiego. Warto zaznaczyć, że udział mieszkańców żadnego z pozostałych województw nie przekraczał 9%.

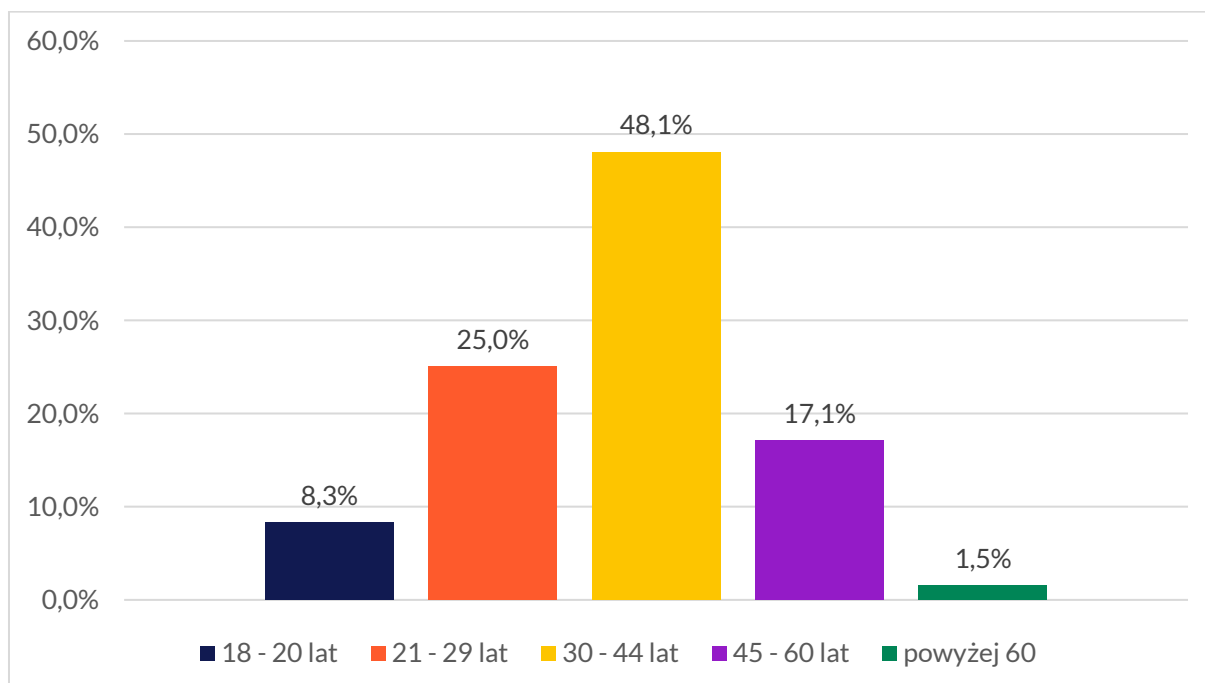
Profile odwiedzających krajowych

Wykres 28. Rozkład płci odwiedzających krajowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



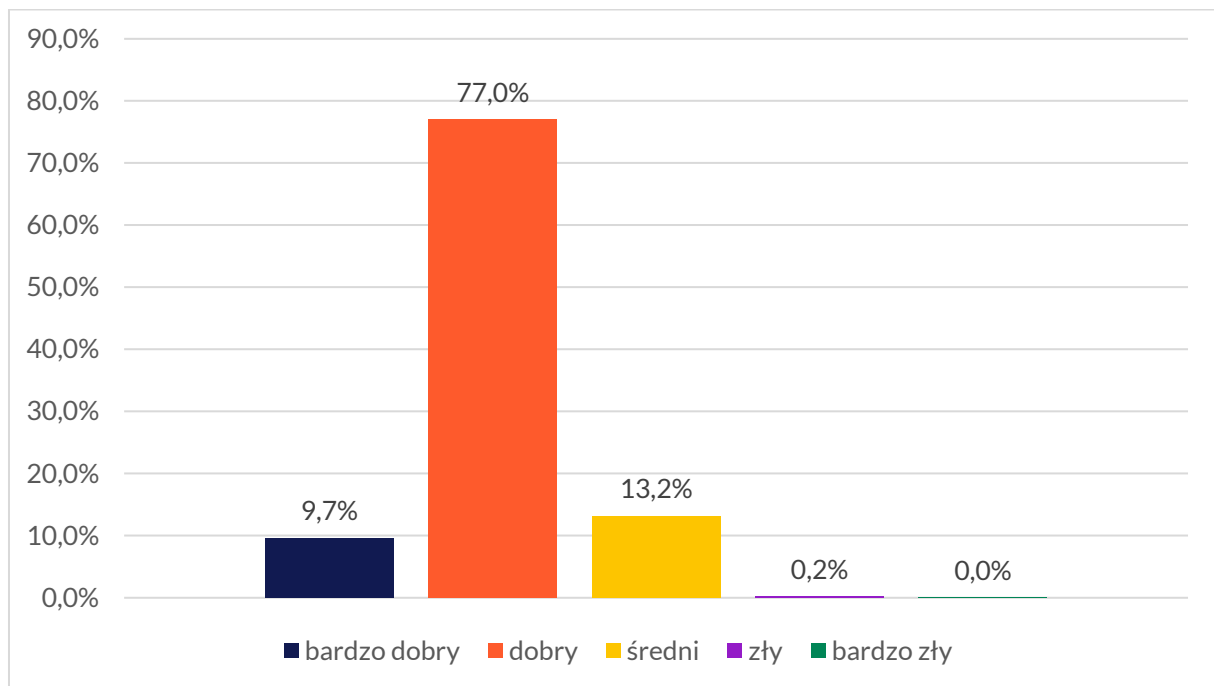
W analizie odwiedzających krajowych zauważono wyraźną przewagę mężczyzn. Oznacza to, że mężczyźni stanowią większy odsetek spośród przybywających do Lidzbarka Warmińskiego w porównaniu do kobiet.

Wykres 29. Rozkład wieku odwiedzających krajowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Dane wskazują, że wśród odwiedzających krajowych największy odsetek stanowiła grupa wiekowa 30-44 lata. Warto również zauważyć, że grupy wiekowe 21-29 lat oraz 45-60 lat także chętnie odwiedzały Lidzbark Warmiński.

Wykres 30. Rozkład statusu materialnego odwiedzających krajowych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.

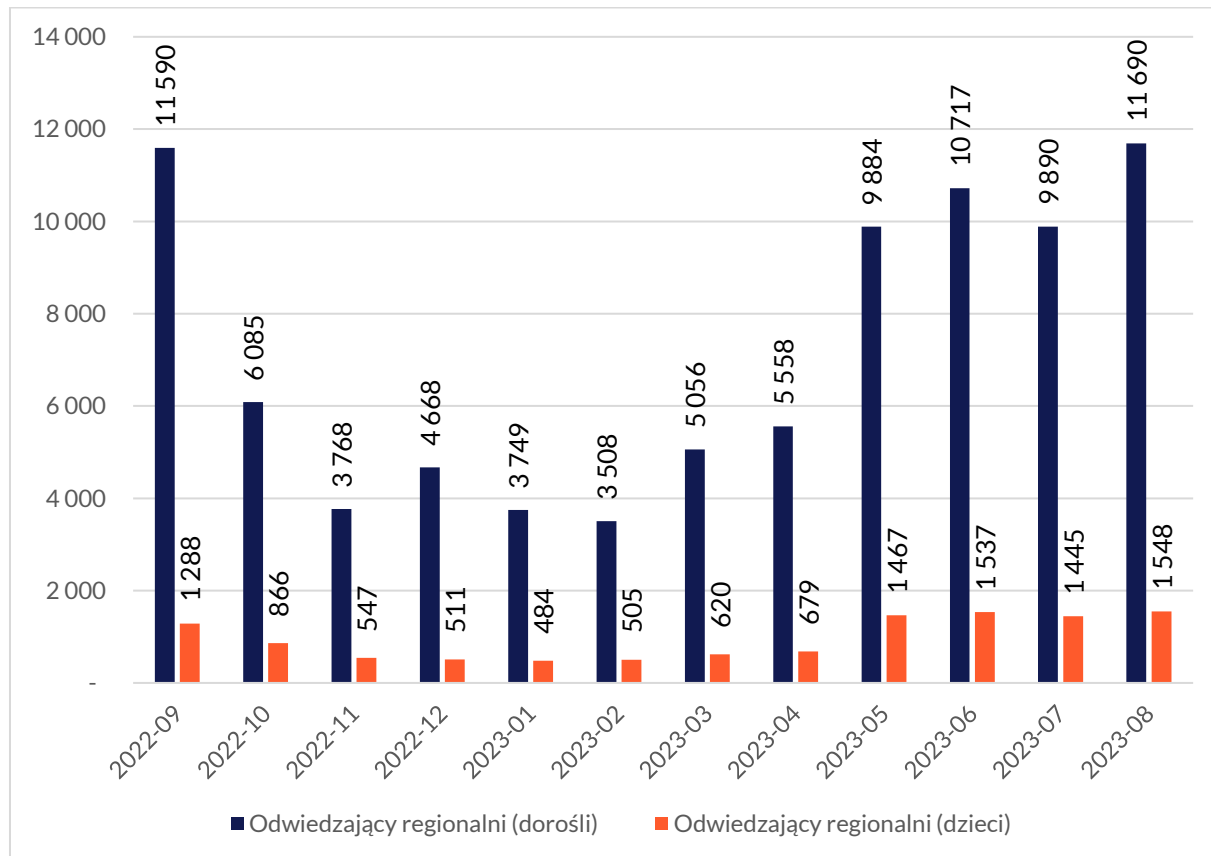


Większość odwiedzających krajowych posiadała dobry status materialny. Jednakże warto zwrócić uwagę, że odnotowano wyższy odsetek osób o średnim statusie materialnym niż o bardzo dobrym statusie materialnym.

Odwiedzający jednodniowi regionalni

Liczby odwiedzających regionalnych

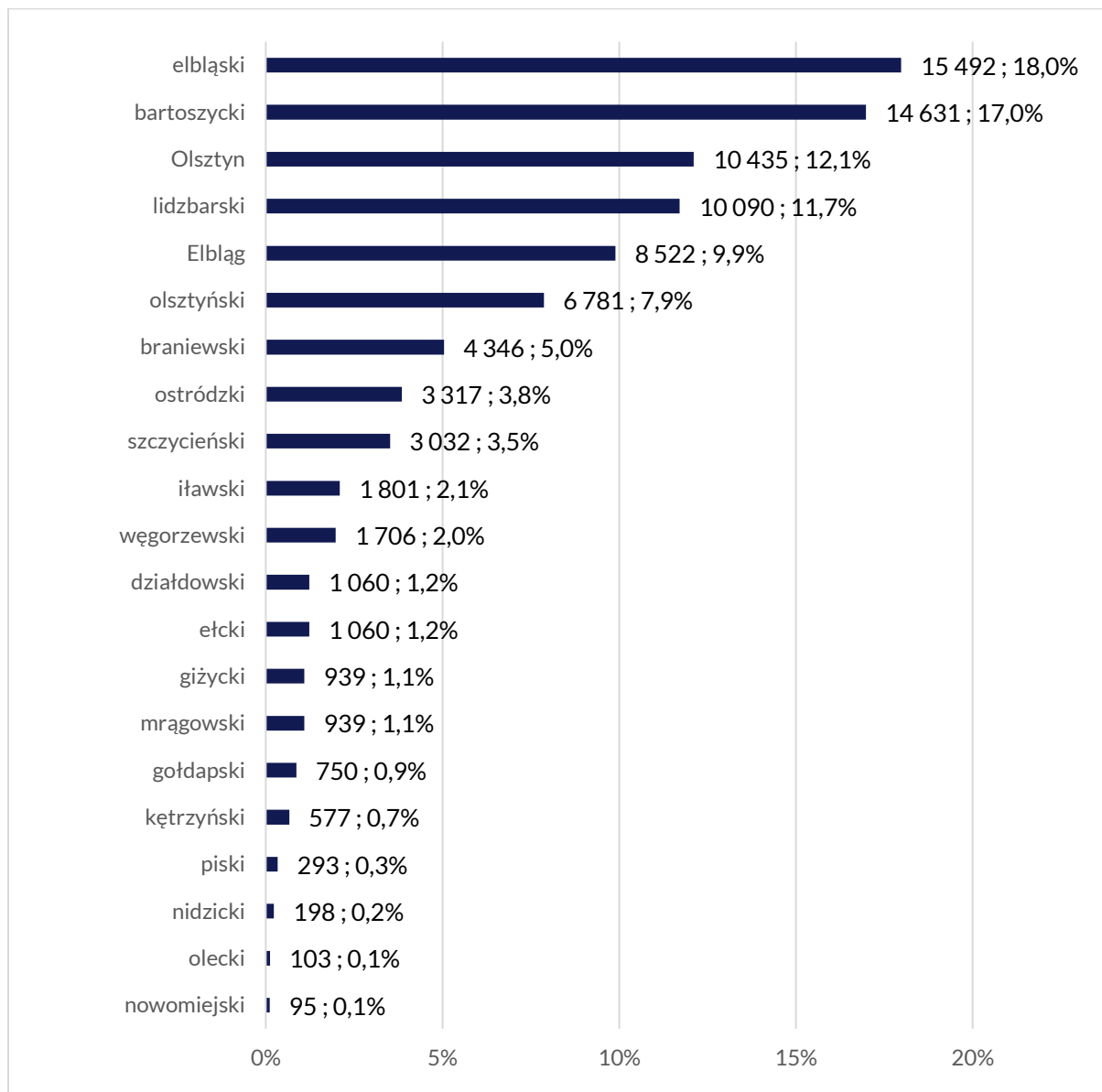
Wykres 31. Liczba odwiedzających regionalnych z podziałem na dorosłych i dzieci w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Dane dotyczące odwiedzających regionalnych sugerują, że głównie w okresie od maja do września zanotowano ich wysoką liczbę. Warto zwrócić uwagę, że nawet w pozostałych miesiącach roku nadal notuje się wysoką liczbę odwiedzających regionalnych. Tak jak w przypadku pozostałych grup odwiedzających sierpień jest najbardziej aktywnym miesiącem zarówno dla odwiedzających dorosłych, jak i dzieci. Jednak warto również zwrócić uwagę na wrzesień, który również odnotowuje wysoką liczbę odwiedzających.

Pochodzenie odwiedzających regionalnych

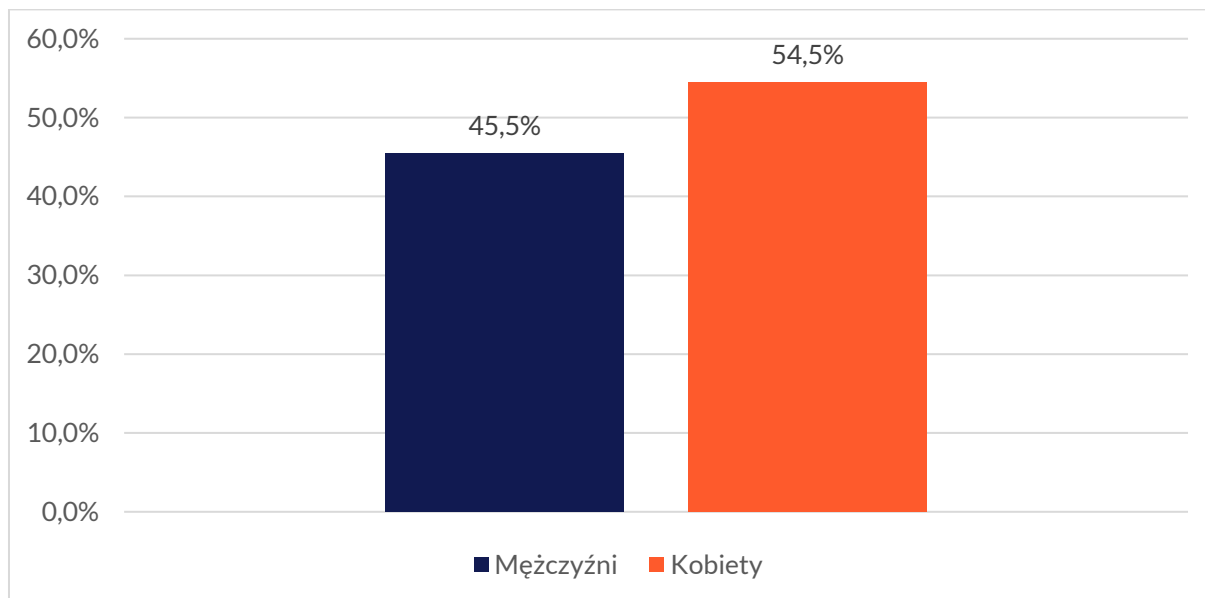
Wykres 32. Powiaty pochodzenia odwiedzających regionalnych odwiedzających Lidzbark Warmiński w okresie badania.



Powiatem, z którego pochodziło najwięcej odwiedzających regionalnych był powiat elbląski. Mieszkańcy tego powiatu stanowili 18% odwiedzających regionalnych. Na kolejnych miejscach znalazły się powiat bartoszycki oraz powiat Olsztyn. Osoby, których powiat zamieszkania zaliczał się do powiatów z TOP 3 stanowiły łącznie 47,07% odwiedzających regionalnych.

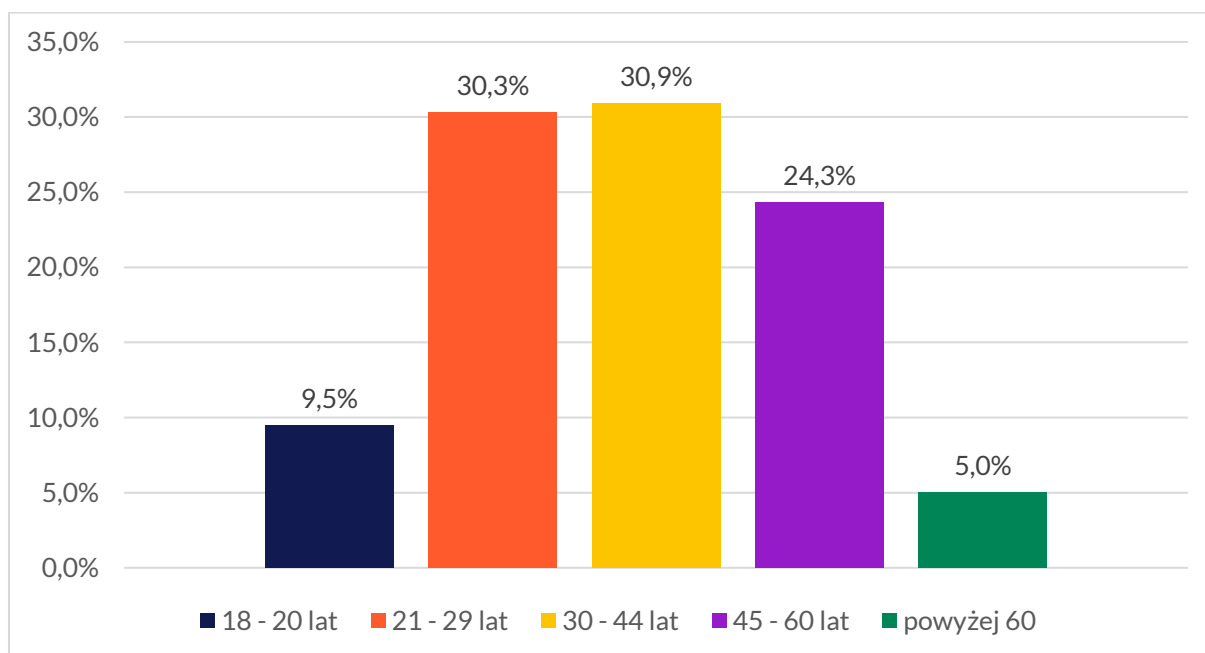
Profile odwiedzających regionalnych

Wykres 33. Rozkład płci odwiedzających regionalnych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



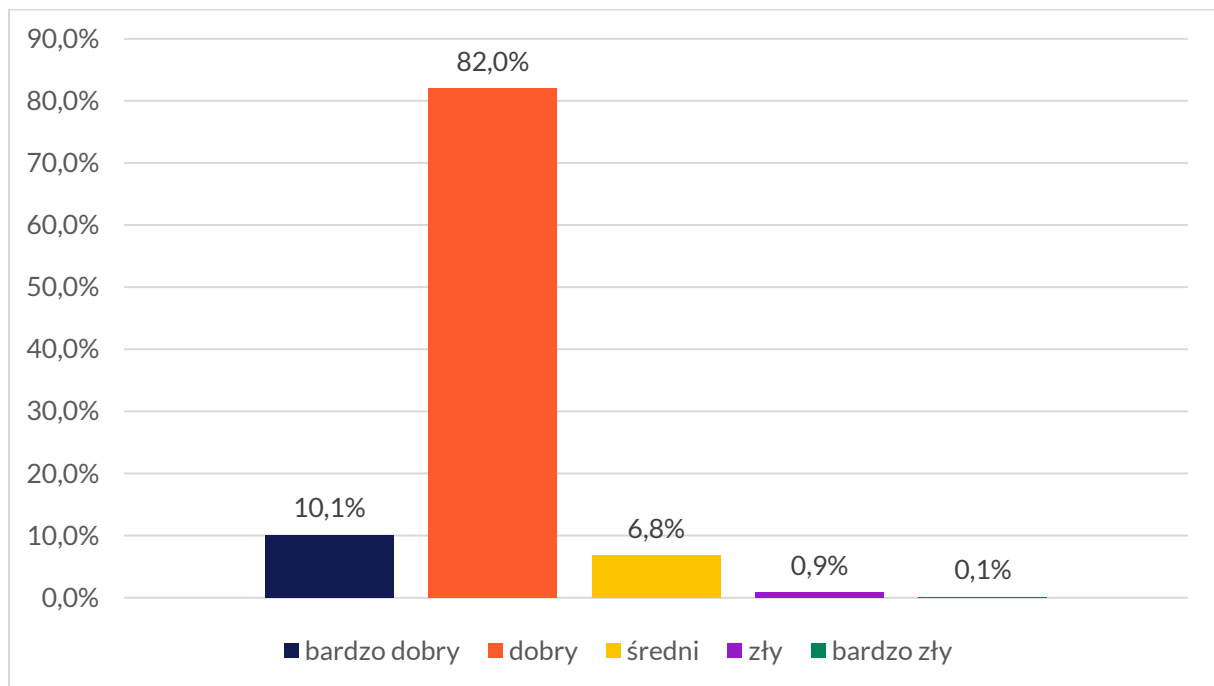
Wśród odwiedzających regionalnych odsetek mężczyzn wyniósł 45,5%, podczas gdy odsetek kobiet wyniósł 54,5%. Oznacza to, że w tym okresie większość tej grupy odwiedzających stanowiły kobiety.

Wykres 34. Rozkład wieku odwiedzających regionalnych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Najliczniejszą grupą wiekową wśród odwiedzających regionalnych są osoby w wieku od 30 do 44 lat, stanowią one 30,9% ogółu turystów. Warto zaznaczyć, że grupa wiekowa 20-29 lat także odnotowała wysoki udział wśród odwiedzających, różnica wynosi zaledwie 0,6 punktu procentowego w porównaniu do grupy wiekowej 30-44 lata. Osoby w wieku od 45 do 60 lat stanowią 24,3% odwiedzających regionalnych.

Wykres 35. Rozkład statusu materialnego odwiedzających regionalnych w Lidzbarku Warmińskim w okresie badania.



Wśród odwiedzających regionalnych wyróżnić należy osoby o dobrym statusie materialnym, którzy stanowili aż 82,0%. Kolejną grupą byli odwiedzający o bardzo dobrym statusie materialnym, stanowiący 10,1%. To oznacza, że znaczna liczba odwiedzających ma komfortowe warunki finansowe. Osoby o średnim, złym i bardzo złym statusie materialnym stanowiły łącznie jedynie 8,9%.