

**Daniel Puciato**

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

**Tadeusz Grabiński**

Krakowska Akademia  
im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

**Piotr Mielec, Urszula Kiraga**

Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna

## **Struktura ruchu turystycznego jako przesłanka poprawy efektywności gospodarki turystycznej na pograniczu polsko-czeskim**

**Streszczenie.** Wzrost efektywności gospodarki turystycznej obszarów recepcyjnych wymaga prowadzenia monitoringu popytu turystycznego. Wyniki analizy wielkości i struktury ruchu oraz wydatków turystycznych umożliwiają właściwe zidentyfikowanie potrzeb turystów oraz stworzenie kompleksowej i komplementarnej oferty turystycznej na pograniczu polsko-czeskim. Celem poznawczym niniejszej pracy było określenie struktury ruchu turystycznego przyjazdowego z Czech do województwa opolskiego w 2012 r. W pracy wykorzystano trzy metody badawcze: heurystyczną, sondażu diagnostycznego oraz statystyczną. Badania sondażowe zrealizowano w okresie od marca do września 2012 r., w dwudziestu najbardziej atrakcyjnych turystycznie miejscach Opolszczyzny. Zebrano 194 poprawnie wypełnione kwestionariusze. Wnioski wynikające z badań były podstawą sformułowania rekomendacji dla przedsiębiorstw turystycznych oraz jednostek samorządu terytorialnego, których wdrożenie umożliwi stymulowanie procesów rozwoju turystyki na pograniczu polsko-czeskim.

**Słowa kluczowe:** efektywność, ruch turystyczny, badania sondażowe, gospodarka turystyczna, pogranicze polsko-czeskie

### **Wprowadzenie**

Gospodarka turystyczna obejmuje te rodzaje działalności, które, w szerokim ujęciu, wyznaczone są przez popyt turystyczny. Tak rozumiany popyt dotyczy nie tylko dóbr i usług służących bezpośrednio konsumpcji turystycznej, ale

także takich rodzajów aktywności gospodarczej, które są ściśle lub częściowo uzależnione od ruchu podróźnych i których rozwój nie byłby możliwy, gdyby nie turystyka<sup>1</sup>. Specyfika struktury przestrzennej turystyki sprawia, że problemy jej rozwoju powinny być rozpatrywane głównie na szczeblu lokalnym i regionalnym. To w konkretnych miejscowościach lub regionach dochodzi do największej części konsumpcji turystycznej. Wymaga to od przedstawicieli samorządów terytorialnych podejmowania działań związanych z zarządzaniem obszarem recepcji turystycznej. Proces ten cechuje się jednak dużą złożonością, która wynika głównie z konieczności równoczesnej realizacji celów: samej gospodarki turystycznej obszaru (lokalnej czy regionalnej), autonomicznych podmiotów gospodarczych i społecznych (przedsiębiorstw, organizacji i stowarzyszeń), jak i jednostki przestrzennej, w ramach której ona funkcjonuje (gminy, powiatu czy województwa). W praktyce gospodarczej funkcjonują dwa podejścia do zarządzania obszarem turystycznym: podejście żywiołowe i podejście planistyczne<sup>2</sup>. Podejście żywiołowe jest przejawem liberalizmu gospodarczego i opiera się na grze sił rynkowych. Jego efektem może być spontaniczny rozwój gospodarki turystycznej oraz wykształcenie się produktów turystycznych. Zawodność mechanizmu rynkowego, związana chociażby z występowaniem efektów (kosztów) zewnętrznych, np. ekologicznych, powoduje jednak, że współcześnie dominującą rolę odgrywa podejście planistyczne<sup>3</sup>. W jego ramach realizowana jest świadoma i celowa polityka turystyczna na szczeblu lokalnym i regionalnym. Jej głównym zadaniem jest modelowanie procesów rozwoju turystyki w kierunku umożliwiającym wzrost efektywności całej gospodarki turystycznej obszaru recepcyjnego<sup>4</sup>. Nie jest to jednak możliwe bez przeprowadzenia czynności analitycznych, związanych przede wszystkim z określeniem wielkości i struktury ruchu oraz wydatków turystycznych. Tylko takie podejście może umożliwić stworzenie konkurencyjnej oferty turystycznej, a w konsekwencji – optymalizację wielkości i struktury ruchu turystycznego oraz wzrost efektywności całej gospodarki turystycznej. Umożliwi to generowanie nadwyżek przychodów nad kosztami finansowymi dla miejscowości i regionu. Jest to szczególnie ważne w odniesieniu do obszarów recepcyjnych,

<sup>1</sup> A. Panasiuk, *Ekonomika turystyki*, WN PWN, Warszawa 2007, s. 49.

<sup>2</sup> E. Dziedzic, *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 1998, s. 35-38.

<sup>3</sup> J. Stiglitz, *Ekonomia sektora publicznego*, WN PWN, Warszawa 2008, s. 79-91; D. Puciato, *Rola turystyki w realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w gminie Głucholazy*, w: *Zrównoważony rozwój turystyki*, red. S. Wodejko, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2008, s. 279-290; D. Puciato, B. Goranczewski, *Systemy zarządzania środowiskowego jako narzędzie budowania świadomości ekologicznej u interesariuszy przedsiębiorstw turystycznych*, w: *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, red. E. Dziedzic, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011, s. 533-554.

<sup>4</sup> B. Goranczewski, D. Puciato, *Zastosowanie analizy SWOT w formułowaniu strategii rozwoju turystyki na obszarach recepcyjnych*, „Turyzm” 2010, nr 20, s. 45-55.

które znajdują się w bezpośrednim sąsiedztwie granic państwowych. Turystyka jest bowiem obecnie jedną z ważniejszych płaszczyzn współpracy transgranicznej między sąsiadującymi krajami, a sam rozwój turystyki intensyfikuje bardzo często współpracę gospodarczą oraz przyczynia się do rozwoju przygranicznych jednostek przestrzennych<sup>5</sup>.

## 1. Metodologiczne założenia pracy

W kontekście poczynionych rozważań głównym problemem badawczym pracy jest struktura ruchu turystycznego przyjazdowego z Republiki Czeskiej do województwa opolskiego. Pomimo istnienia wielu wcześniejszych prac na temat ruchu turystycznego, brakuje opracowań dotyczących turystyki transgranicznej na pograniczu polsko-czeskim. W dotychczasowych pracach nie rozpatrywano również poruszanej problematyki w odniesieniu do województwa opolskiego. Głównym zadaniem pracy jest zatem wypełnienie tej luki badawczej. Poprzez badania empiryczne postanowiono rozwiązać następujące problemy szczegółowe:

1. Jaka jest charakterystyka czeskich turystów przyjeżdżających na Opolszczyznę, ze względu na takie cechy społeczno-ekonomiczne, jak: miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie czy status zawodowy.

2. Jaka jest charakterystyka pobytu badanych w województwie opolskim, ze względu na takie cechy, jak: długość, motywy, wykorzystywane środki transportu czy nabywane usługi turystyczne.

3. Jaki był przeciętny poziom wydatków poniesionych przez ankietowanych w trakcie ich pobytu na Śląsku Opolskim?

4. Które z miejsc w regionie były dla badanych najbardziej atrakcyjne?

5. Jaka była przeciętna ocena poszczególnych elementów oferty turystycznej Opolszczyzny?

6. Jakie działania umożliwiające stymulowanie rozwoju turystyki transgranicznej powinny zostać podjęte przez polskie przedsiębiorstwa turystyczne oraz samorządy terytorialne?

Zakres przedmiotowy pracy obejmuje ruch turystyczny przyjazdowy, zakres podmiotowy to turyści z Republiki Czeskiej, zakres przestrzenny stanowią granice administracyjne województwa opolskiego, natomiast zakres czasowy to trzy pierwsze kwartały roku 2012.

---

<sup>5</sup> D. Puciato, *Współpraca transgraniczna w obszarze turystyki na terenie Euroregionu Pradziad*, w: *Spoleczno-gospodarcze aspekty turystyki regionów przygranicznych*, red. J. Rut, A. Nizioł, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2009, s. 23-30; B. Woś., *Problemy zagospodarowania turystycznego Gór Opawskich*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich” 2008, nr 8, s. 115-122.

Przedstawione w artykule informacje stanowią część badań ruchu turystycznego w województwie opolskim w roku 2012, które zrealizowane zostały przez Wyższą Szkołę Bankową we Wrocławiu (Wydział Ekonomiczny w Opolu) oraz Opolską Regionalną Organizację Turystyczną. Projekt pt. *Badania ruchu turystycznego na pograniczu polsko-czeskim szansą na profesjonalizację wspólnej oferty Regionów* był współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz budżetu państwa. „Lustrzany” projekt badawczy obejmujący analizę ruchu i wydatków turystycznych przeprowadzono w Republice Czeskiej.

W pracy wykorzystano trzy metody badawcze: metodę heurystyczną, metodę sondażu diagnostycznego oraz metodę statystyczną. W ramach metody heurystycznej (delfickiej) powołano panel ekspertów, złożony z uznanych specjalistów zajmujących się ekonomicznymi i przestrzennymi aspektami turystyki. Głównymi zadaniami ekspertów było: wytypowanie i ocena najbardziej atrakcyjnych turystycznie miejscowości w województwie opolskim oraz pomoc w rozwiązywaniu bieżących problemów pojawiających się podczas badań.

Główną metodą badawczą stosowaną na potrzeby pracy była metoda sondażu diagnostycznego, w ramach której wykorzystano technikę ankietową. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety ruchu turystycznego, przygotowany na potrzeby badań na podstawie podobnych kwestionariuszy opracowanych wcześniej w innych regionach Polski (Małopolska) oraz doświadczeń i wiedzy realizatorów badań. Badania sondażowe przeprowadzono w okresie od marca do września 2012 r. w 20 wytypowanych przez ekspertów miejscowościach województwa opolskiego, tj.: Brzegu, Bieczynie, Głubczycach, Głuchołazach, Górze Świętej Anny, Jemielnicy, Kamieniu Śląskim, Kędzierzynie-Koźlu, Kluczborku, Krasiejowie, Mosznej, Namysłowie, Nysie, Oleśnie, Opolu, Otmuchowie, Paczkowie, Pokoju, Prudniku i Turawie. Prowadzili je przeszkoleni ankieterzy, którzy zostali zatrudnieni w ramach realizowanego projektu. Badaniami objęto zarówno odwiedzających, jak i turystów krajowych i zagranicznych przybywających na Opolszczyznę w celach innych niż stała praca i nauka, których pobyt nie przekraczał 90 dni. Zastosowano technikę ankietową audytoryjną, polegającą na samodzielnym wypełnianiu przez respondentów kwestionariusza ankiety. Ankieter znajdował się w pobliżu respondentów i wyjaśniał im wszystkie ewentualne wątpliwości. Podczas badań korzystano z kwestionariuszy w języku czeskim.

Metodę statystyczną wykorzystano do ustalenia wielkości próby oraz do przeprowadzenia analiz uzyskanych wyników badań. Ustalając liczebność próby prostej, skorzystano z następującego wzoru:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{4(N-1)d^2}{u_a^2}}, \quad (1)$$

gdzie:

- $N$  – szacunkowa liczebność populacji generalnej,
- $u_{\alpha}$  – dystrybuanta standaryzowanego rozkładu normalnego  $N(0,1)$  dla założonego poziomu istotności  $\alpha = 5\%$ ,
- $d$  – rząd precyzji oszacowań wskaźników struktury wyrażony w procentach.

Operat losowania ustalono na podstawie danych GUS z roku 2011 dotyczące wykorzystania turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania (sprawozdanie KT-1). Przyjęto tu schemat losowania warstwowego (11 warstw), gdzie każdą warstwę stanowiły rodzaje obiektów noclegowych. Liczba ankiet założonych do zebrania w poszczególnych miejscowościach była proporcjonalna do oceny ich atrakcyjności turystycznej, dokonanej przez ekspertów wchodzących w skład panelu. Po wstępnej selekcji merytorycznej i formalnej zebranych formularzy wyeliminowano kwestionariusze niespełniające wymogów jakościowych. Ostatecznie do analizy statystycznej przyjęto 194 ankiety wypełnione przez turystów z Czech spośród 3233 ankiet, jakie zebrano podczas całego badania. W ramach analizy statystycznej wyliczono: liczebność i częstość wyboru poszczególnych odpowiedzi oraz średnie arytmetyczne ocen poszczególnych elementów oferty turystycznej Opolszczyzny.

## 2. Charakterystyka badanych turystów z Republiki Czeskiej

W analizowanej grupie odnotowano podobny odsetek przedstawicieli obu płci. Nieznacznie więcej było mężczyzn (51,03%) w porównaniu z kobietami (48,97%). Ponad połowa badanych (56,70%) to osoby w wieku od 21 do 40 lat. Mniej więcej co szósty ankietowany był w wieku od 41 do 50 lat, a co dziesiąty w wieku poniżej 20 lat oraz od 51 do 60 lat. Najmniej w analizowanej grupie (6,70%) było osób najstarszych, w wieku od 61 do 70 lat (tab. 1-2). Ankietowani turyści z Republiki Czeskiej przyjeżdżali najczęściej na Opolszczyznę z krajów: ołomunieckiego (43,30%) oraz morawsko-śląskiego (37,11%). Zdecydowanie mniej było osób z innych czeskich regionów, tj.: Kraj zliński (5,67%), Kraj pardubicki (4,64%), Kraj środkowoczeski (3,61%), Kraj południowomorawski (2,58%) oraz Praga (1,55%). Najmniej osób pochodziło z krajów: hradeckiego, karlowarskiego oraz usteckiego (po 0,52%). Wśród badanych przeważały osoby z: małych, liczących poniżej 20 tys. mieszkańców, miast (36,08%), wsi (23,20%) oraz miast liczących od 20 do 100 tys. mieszkańców (21,65%). Turystów z miast, w których mieszkało od 100 do 200 tys. mieszkańców było 7,73%, natomiast od 200 do 500 tys. mieszkańców oraz powyżej 500 tys. mieszkańców po 5,67% (tab. 3-4).

Tabela 1. Struktura badanych ze względu na płeć

Płeć	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Kobieta	95	48,97
Mężczyzna	99	51,03
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 2. Struktura badanych ze względu na wiek

Wiek (lata)	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
≤ 20	20	10,31
21-30	52	26,80
31-40	58	29,90
41-50	31	15,98
51-60	20	10,31
61-70	13	6,70
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 3. Struktura badanych ze względu na regiony zamieszkania

Nazwa województwa	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Kraj łomuniecki	84	43,30
Kraj morawsko-śląski	72	37,11
Kraj zliński	11	5,67
Kraj pardubicki	9	4,64
Kraj środkowoczeski	7	3,61
Kraj południowomorawski	5	2,58
Praga	3	1,55
Kraj hradecki	1	0,52
Kraj karlowarski	1	0,52
Kraj ustecki	1	0,52
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 4. Struktura badanych ze względu na rodzaj jednostek osadniczych, w których mieszkali

Miejsce zamieszkania	Liczba badanych turystów	Udział badanych turystów (w proc.)
Wieś	45	23,20
< 20 tys. mieszkańców	70	36,08
20-100 tys. mieszkańców	42	21,65
100-200 tys. mieszkańców	15	7,73
200-500 tys. mieszkańców	11	5,67
> 500 tys. mieszkańców	11	5,67
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

W analizowanej grupie nieznacznie przeważały (51,55%) osoby będące w stałych związkach w stosunku do osób w stanie wolnym (48,45%). W gospodarstwach domowych większości respondentów zamieszkiwały: cztery (29,38%), trzy (25,77%), dwie (17,01%) lub pięć osób (15,46%). Najliczniejszą grupę respondentów stanowiły osoby z wykształceniem średnim (42,78%). Wykształcenie wyższe magisterskie posiadało 27,32% badanych, wyższe zawodowe 15,46%, zasadnicze zawodowe 10,31%, a podstawowe 4,12% ankietowanych (tab. 5-7).

Tabela 5. Struktura badanych ze względu na stan cywilny

Stan cywilny	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Zajęty	100	51,55
Wolny	94	48,45
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 6. Struktura badanych ze względu na liczbę osób w gospodarstwach domowych

Liczba osób	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
1	14	7,22
2	33	17,01
3	50	25,77
4	57	29,38
5	30	15,46
6	8	4,12
7	2	1,03
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 7. Struktura badanych ze względu na poziom wykształcenia

Wykształcenie	Liczba badanych turystów	Udział badanych turystów (w proc.)
Podstawowe i gimnazjalne	8	4,12
Zasadnicze zawodowe	20	10,31
Średnie	83	42,78
Wyższe zawodowe	30	15,46
Wyższe magisterskie	53	27,32
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Niemal 60% ankietowanych stanowiły osoby aktywne zawodowo. Najczęściej wykonywali oni zawody: nauczyciela, pracownika sektora usług, urzędnika, pracownika służby zdrowia, ekonomisty i sprzedawcy. Studentów było w rozpatrywanej grupie 18,04%, emerytów lub rencistów 8,76%, osób zajmujących się domem 6,19%, bezrobotnych 5,15%, natomiast uczniów szkół średnich 4,12%. Prawie połowa respondentów oceniała swoje dochody jako przeciętne, 25,77% – niskie, 14,95% – bardzo niskie, 7,22% – bardzo wysokie, natomiast 5,67% – wysokie (tab. 8-10).

Tabela 8. Struktura badanych ze względu na status zawodowy

Status zawodowy	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Aktywny zawodowo	112	57,73
Emeryt lub rencista	17	8,76
Student	35	18,04
Osoba zajmująca się domem	12	6,19
Uczeń	8	4,12
Bezrobotny	10	5,15
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 9. Struktura badanych ze względu na wykonywany zawód

Zawód	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Nauczyciel	18	23,68
Pracownik sektora usług	9	11,84
Urzędnik	7	9,21



cd. tab. 9

Zawód	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Pracownik służby zdrowia	6	7,89
Ekonomista	6	7,89
Sprzedawca	5	6,58
Przedsiębiorca	4	5,26
Technik	4	5,26
Inżynier	4	5,26
Mundurowy	4	5,26
Kierownik	3	3,95
Budowlaniec	2	2,63
Pracownik produkcyjny	2	2,63
Prawnik	1	1,32
Wykonujący wolny zawód	1	1,32
Razem	76	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 10. Struktura badanych ze względu na ocenę własnego dochodu

Ocena dochodów	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Bardzo niskie	29	14,95
Niskie	50	25,77
Przeciętne	90	46,39
Wysokie	11	5,67
Bardzo wysokie	14	7,22
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

### 3. Organizacja podróży i pobyt w województwie opolskim

Wśród ankietowanych około 70% stanowili odwiedzający jednodniowi, zaś około 30% turyści spędzający w województwie opolskim przynajmniej jedną dobę. Wśród odwiedzających jednodniowych przeważały osoby spędzające na Opolszczyźnie jeden dzień bez noclegu (58,25%), natomiast wśród turystów nocujących osoby spędzające tutaj kilka dni (22,16%). Przedstawiciele tej ostatniej

grupy badanych przebywali w województwie opolskim średnio około 6,35 nocy. Po raz pierwszy w województwie opolskim było 31,94% respondentów, kilka razy wcześniej było tu 28,27%, po raz drugi 24,08%, natomiast często przyjeżdżało na Opolszczyznę 15,71% badanych. Wśród tych ostatnich osób przeważali turyści, którzy byli na Śląsku Opolskim więcej niż 7 razy (tab. 11-13).

Tabela 11. Struktura badanych ze względu na planowaną długość pobytu w województwie opolskim

Długość pobytu	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Do 3 godzin	20	10,31
Jeden dzień bez noclegu	113	58,25
Jeden dzień z noclegiem	18	9,28
Kilka dni	43	22,16
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 12. Struktura badanych ze względu na częstość przyjazdów na Opolszczyznę

Częstotliwość przyjazdów	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Po raz pierwszy	61	31,94
Po raz drugi	46	24,08
Byłem tu kilka razy	54	28,27
Przyjeżdżam tu często	30	15,71
Razem	191	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 13. Struktura badanych ze względu na liczbę przyjazdów na Opolszczyznę

Liczba przyjazdów	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
3	4	14,81
4	3	11,11
5	1	3,70
6	2	7,41
≥ 7	17	62,96
Razem	27	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Podczas pobytu na Opolszczyźnie ankietowanym towarzyszyli najczęściej członkowie ich rodzin (42,55%), grupy zorganizowane (23,40%) lub przyjaciele (13,30%). W pojedynkę przyjechało do województwa opolskiego 17,55% badanych turystów z Republiki Czeskiej. Respondentom podróżującym w grupie towarzyszyło najczęściej: od jednej do trzech osób (średnio 2,60), lub/i jedno lub dwoje dzieci (średnio 1,73) – por. tabele 14-16.

Najczęściej wykorzystywanymi przez ankietowanych źródłami informacji o województwie opolskim, były: rodziny (39,66%), Internet oraz foldery i ulotki (po 10,97%), szkoła (7,59%) oraz przewodniki turystyczne (7,17%). Najmniej

Tabela 14. Struktura badanych ze względu na liczbę osób towarzyszących podczas pobytu na Opolszczyźnie

Osoby towarzyszące w podróży	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Rodzina	80	42,55
Grupa zorganizowana	44	23,40
Nikt	33	17,55
Przyjaciele	25	13,30
Rodzina i przyjaciele	5	2,66
Inne osoby	1	0,53
Razem	188	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 15. Struktura badanych ze względu na liczbę osób towarzyszących podczas pobytu na Opolszczyźnie

Liczba osób	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
1	28	25,69
2	25	22,94
3	32	29,36
4	17	15,60
5	3	2,75
6	2	1,83
≥ 7	2	1,83
Razem	109	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 16. Struktura badanych ze względu na liczbę dzieci towarzyszących podczas pobytu w województwie opolskim

Liczba dzieci	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
1	9	40,91
2	10	45,45
3	3	13,64
Razem	22	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

popularnymi środkami informacji były natomiast media tradycyjne, takie jak: radio i telewizja (po 2,11%). Najczęstszymi motywami przyjazdu ankietowanych do województwa opolskiego były: wypoczynek (23,10%), poznanie walorów turystycznych antropogenicznych (11,81%) i naturalnych (10,50%), rozrywka (8,92%), zakupy (8,14%), odwiedziny znajomych (7,87%), udział w wydarzeniach (6,56%) oraz zdrowie (5,77%). Rzadziej respondenci kierowali się innymi motywami (tab. 17-18).

Tabela 17. Struktura badanych ze względu na wykorzystywane źródła informacji o województwie opolskim

Źródło informacji	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Rodzina	94	39,66
Foldery i ulotki	26	10,97
Internet	26	10,97
Szkoła	18	7,59
Przewodniki turystyczne	17	7,17
Inne	12	5,06
Praca	10	4,22
Prasa	9	3,80
Targi turystyczne	8	3,38
Katalogi biur podróży	7	2,95
Radio	5	2,11
Telewizja	5	2,11
Razem	237	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 18. Struktura badanych ze względu na najważniejsze motywy przyjazdu

Cele pobytu	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Wypoczynek	88	23,10
Zwiedzanie zabytków	45	11,81
Poznanie walorów naturalnych	40	10,50
Rozrywka	34	8,92
Zakupy	31	8,14
Odwiedziny znajomych	30	7,87
Udział w wydarzeniach	25	6,56
Zdrowie	22	5,77
Pobyt na wsi	10	2,62
Tranzyt	9	2,36
Odwiedziny krewnych	9	2,36
Aktywność fizyczna	9	2,36
Udział w szkoleniach	8	2,10
Edukacja	8	2,10
Religia	4	1,05
Udział w imprezach integracyjnych	3	0,79
Biznes	3	0,79
Odwiedziny miejsc rodzinnych	2	0,52
Inny	1	0,26
Razem	381	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Ponad połowa badanych samodzielnie organizowała sobie pobyt w województwie opolskim. Znajomi byli organizatorami przyjazdów dla 10,82% respondentów, rodziny – 9,79%, natomiast zakłady pracy oraz szkoły dla 8,25% z nich. Z usług biur podróży korzystało zaledwie 6,70% badanych turystów z Republiki Czeskiej. Ponad 60% respondentów przyjechało na Opolszczyznę własnym samochodem, z autokaru korzystało 14,95% badanych, rowerem lub pieszo przybyło 8,25% z nich, natomiast busem przyjechało 6,19%. Rzadziej turyści korzystali z różnych form transportu publicznego, takich jak: autobus linii regularnej lub pociąg (tab. 19-20).

Tabela 19. Struktura badanych ze względu na organizatora pobytu

Organizator przyjazdu	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Osoba przyjeżdżająca	100	51,55
Znajomi	21	10,82
Rodzina	19	9,79
Zakład pracy	16	8,25
Szkoła	16	8,25
Biuro podróży	13	6,70
Inne	8	4,12
Parafia	1	0,52
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 20. Struktura badanych ze względu na wykorzystywany środek transportu

Środek transportu	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Samochód	122	62,88
Autokar	29	14,95
Inny	16	8,25
Bus	12	6,19
Autobus linii regularnej	8	4,12
Pociąg	7	3,61
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Czescy turyści przebywający w województwie opolskim przynajmniej jedną dobę nocowali najczęściej w obiektach hotelarskich, takich jak: hotel (24,14%), pensjonat (22,41%) oraz kemping (17,24%). Popularnym obiektem noclegowym wśród badanych był również Gród Rycerski w Byczynie, który wybrało 15,52% ankietowanych. Rzadziej turyści wybierali: gospodarstwo turystyki wiejskiej, mieszkanie rodziny lub przyjaciół, dom rodzinny, motel oraz schronisko. Obiekty, w których nocowali Czesi zlokalizowane były najczęściej w: Opolu, Nysie oraz Byczynie. Niemal 70% respondentów nie korzystała z żadnych, poza noclegowymi oraz gastronomicznymi, lokalnych usług turystycznych. Pozostali korzystali z usług świadczonych przez przewodników turystycznych, instruktorów rekreacji, animatorów czasu wolnego, pracowników informacji turystycznej oraz pilotów wycieczek (tab. 21-24).

Tabela 21. Struktura badanych ze względu na wykorzystywane obiekty noclegowe

Obiekt noclegowy	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Hotel	14	24,14
Pensjonat	13	22,41
Kemping	10	17,24
Gród rycerski	9	15,52
Agroturystyka	3	5,17
Mieszkanie rodziny	3	5,17
Dom rodzinny	2	3,45
Motel	2	3,45
Znajomi	2	3,45
Schronisko	1	1,72
Razem	58	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 22. Struktura turystów nocujących w hotelach ze względu na kategorię obiektu

Kategoria hotelu	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
**	3	25,00
***	9	75,00
Razem	12	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 23. Struktura turystów ze względu na miejscowości, w których zlokalizowane były wykorzystywane przez nich obiekty noclegowe

Nazwa miejscowości	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Opole	20	32,79
Nysa	9	14,75
Byczyna	9	14,75
Otmuchów	3	4,92
Kolonowskie	3	4,92
Głubczyce	3	4,92
Namysłów	3	4,92
Głuchołazy	2	3,28
Jarnołtówek	2	3,28

cd. tab. 23

Nazwa miejscowości	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Turawa	2	3,28
Grodziec	2	3,28
Paczków	2	3,28
Krasiejów	1	1,64
Razem	61	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 24. Struktura badanych ze względu na wykorzystywane przez nich lokalne usługi turystyczne

Korzystanie z usług turystycznych	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Niekorzystanie z usług	133	69,63
Przewodnik turystyczny	28	14,66
Instruktor rekreacji	18	9,42
Inny	10	5,24
Pilot wycieczek	2	1,05
Razem	191	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

#### 4. Wydatki turystyczne czeskich turystów

Badani deklarowali najczęściej wydatki na: wyżywienie (62,37%), zakupy (45,88%), atrakcje turystyczne (37,63%), pamiątki (30,93%), zakwaterowanie (21,65%), rozrywkę (18,56%) i sport (12,37%). Najwyższe średnie kwoty respondenci wydawali na: zakwaterowanie 75 zł, wyżywienie 71 zł, zakupy 60 zł, atrakcje turystyczne 47 zł oraz pamiątki 35 zł. Przeciętnie każdy czeski turysta wydawał w województwie opolskim po 394 zł na dzień (tab. 25). Większość ankietowanych nie widziała możliwości wydatkowania większych kwot pieniędzy w przypadku uzupełnienia oferty turystycznej w regionie. Ci spośród badanych, którzy widzieli taką możliwość, dodatkowe środki pieniężne przeznaczyliby na: zakupy, żywność, pamiątki, zabiegi lecznicze, kulturę, atrakcje turystyczne, zwiedzanie, rozrywkę, rekreację oraz noclegi (tab. 25-27).



Tabela 25. Struktura badanych ze względu na rodzaje i średnią wysokość wydatków turystycznych w województwie opolskim

Rodzaj wydatku	Liczba badanych deklarujących wydatki	Udział badanych deklarujących wydatki (w proc.)	Średnie wydatki deklarowane przez badanych (w zł)
Wyżywienie	121	62,37	71
Zakupy	89	45,88	60
Atrakcje turystyczne	73	37,63	47
Pamiątki	60	30,93	35
Zakwaterowanie	42	21,65	75
Rozrywka	36	18,56	30
Sport	24	12,37	29
Kultura	17	8,76	27
Leczenie	6	3,09	10
Inne	6	3,09	10
Razem	×	×	394

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 26. Struktura badanych ze względu na skłonność do wydania większej kwoty pieniędzy podczas pobytu na Opolszczyźnie

Możliwość wydania większej kwoty pieniędzy	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Nie	116	68,24
Tak	54	31,76
Razem	170	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 27. Struktura badanych deklarujących możliwość ponoszenia większych wydatków turystycznych ze względu na ich rodzaje

Rodzaje potencjalnych wydatków	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Zakupy	13	32,50
Żywność	8	20,00
Pamiątki	4	10,00
Zabiegi lecznicze	4	10,00
Kultura	3	7,50
Atrakcje turystyczne	2	5,00
Zwiedzanie	2	5,00

cd. tab. 27

Rodzaje potencjalnych wydatków	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Rozrywki	2	5,00
Rekreacja	1	2,50
Noclegi	1	2,50
Razem	40	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

## 5. Ocena wybranych elementów oferty turystycznej Opolszczyzny

Ankietowani z Republiki Czeskiej za największe atrakcje turystyczne regionu opolskiego uznali: JuraPark w Krasiejowie, Gród Rycerski w Byczynie oraz dożynki na Opolszczyźnie. Za atrakcyjne turystycznie uważali także: miasto Opole, Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu-Bierkowicach, zamek w Mosznej, miasto Nysę, Góry Opawskie, Ogród zoologiczny w Opolu, miasto Paczków, Górę Świętej Anny, Jarnołówkę, Głucholazy, mury obronne w Paczkowie, jeziora: Nyskie i Otmuchowskie, miasto Otmuchów, Amfiteatr w Opolu, kościoły w Brzegu oraz Muzeum Gazownictwa w Paczkowie (tab. 28).

Tabela 28. Ranking 20 największych atrakcji turystycznych Opolszczyzny – w opinii badanych

Lokata rankingowa	Nazwa atrakcji turystycznej	Liczba badanych turystów
1.	JuraPark w Krasiejowie	24
2.	Gród Rycerski w Byczynie	21
3.	Dożynki na Opolszczyźnie	20
4.	Opole	16
5.	Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu	15
6.	Zamek w Mosznej	12
7.	Nysa	11
8.	Góry Opawskie	10
9.	Ogród zoologiczny w Opolu	9
10.	Paczków	9
11.	Góra Świętej Anny	6
12.	Jarnołówka	6

Lokata rankingowa	Nazwa atrakcji turystycznej	Liczba badanych turystów
13.	Głucholazy	5
14.	Mury obronne w Paczkowie	5
15.	Jezioro Nyskie	4
16.	Jezioro Otmuchowskie	4
17.	Otmuchów	4
18.	Amfiteatr w Opolu	3
19.	Kościół w Brzegu	3
20.	Muzeum Gazownictwa w Paczkowie	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Turyści do najmocniejszych stron regionu opolskiego, z punktu widzenia jego atrakcyjności turystycznej, zaliczyli: gościnność, dostępność komunikacyjną, walory naturalne, atrakcje turystyczne, walory antropogeniczne, bliskość granic państwa oraz kuchnię regionalną (tab. 29). Za najsłabsze strony województwa opolskiego w tym kontekście ankietowani uznali natomiast: infrastrukturę turystyczną, bałagan, wysokie ceny, zły stan gospodarki regionalnej oraz infrastrukturę turystyczną (tab. 30). Dokonując oceny poszczególnych elementów oferty turystycznej województwa opolskiego, respondenci ocenili najwyżej: życzliwość, dobrą atmosferę, gościnność, jakość obsługi turystów, informację turystyczną i bezpieczeństwo, najniżej natomiast: toalety publiczne, transport regionalny i lokalny, czystość na ulicach oraz oznakowanie turystyczne (tab. 31).

Tabela 29. Mocne strony Opolszczyzny według badanych

Mocne strony	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Gościnność	27	19,0
Dostępność komunikacyjna	20	14,1
Walory naturalne	20	14,1
Atrakcje turystyczne	16	11,3
Walory antropogeniczne	12	8,5
Bliskość granic państwa	11	7,7
Kuchnia regionalna	10	7,0
Infrastruktura turystyczna	9	6,3
Atrakcyjne ceny	7	4,9
Tradycja	4	2,8

cd. tab. 29

Mocne strony	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Bezpieczeństwo	2	1,4
Porządek	2	1,4
Gospodarka regionalna	1	0,7
Stolica regionu	1	0,7
Razem	142	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 30. Słabe strony Opolszczyzny według badanych

Słabe strony	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Infrastruktura transportowa	33	34,02
Bałagan	17	17,53
Wysokie ceny	10	10,31
Stan gospodarki regionalnej	9	9,28
Infrastruktura turystyczna	6	6,19
Brak gościnności	5	5,15
Baza gastronomiczna	4	4,12
Słaba promocja	4	4,12
Mało ciekawych imprez	4	4,12
Brak toalet publicznych	3	3,09
Internet	1	1,03
Walory naturalne	1	1,03
Razem	97	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 31. Średnia arytmetyczna ocen poszczególnych elementów oferty turystycznej regionu dokonanych przez badanych

Element oferty turystycznej	Średnia ocena w skali od 1 do 6
Życzliwość	5,00
Ogólna atmosfera	4,86
Gościnność	4,82
Jakość obsługi turysty	4,80
Informacja turystyczna	4,78

cd. tab. 31

Element oferty turystycznej	Średnia ocena w skali od 1 do 6
Bezpieczeństwo	4,77
Baza gastronomiczna	4,71
Baza noclegowa	4,64
Usługi przewodnickie	4,63
Dostępność do usług bankowych	4,60
Imprezy masowe (np. kulturalne)	4,57
Dostęp do bezprzewodowego Internetu	4,54
Dojazd na Opolszczyznę	4,50
Rozrywka (np. puby, dyskoteki)	4,44
Oznakowanie turystyczne	4,42
Czystość na ulicach	4,37
Transport regionalny i lokalny	4,22
Toalety publiczne	3,86
Średnia arytmetyczna	4,59

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Zdecydowana większość respondentów (96,91%) była zadowolona z pobytu w regionie opolskim i zadeklarowała, że będzie polecać Opolszczyznę swoim bliskim jako miejsce godne odwiedzenia. Liczna grupa badanych nie widziała jednak potrzeby ponownego przyjazdu do województwa opolskiego (28,35%) lub nie miała jeszcze wyrobionej opinii w tej sprawie (21,65%). Zamiar ponownego przyjazdu zadeklarowało 19,59% badanych, a zdecydowanie tak lub nie odpowiedziało po około 15% respondentów (tab. 32-33).

Tabela 32. Struktura badanych ze względu na deklarację rekomendacji Opolszczyzny swoim bliskim

Rekomendacja Opolszczyzny	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Nie	6	3,09
Tak	188	96,91
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

Tabela 33. Struktura badanych ze względu na zamiar ponownych odwiedzin województwa opolskiego

Ponowny przyjazd na Opolszczyznę	Liczba badanych	Udział badanych (w proc.)
Zdecydowanie nie	28	14,43
Nie	55	28,35
Trudno powiedzieć	42	21,65
Tak	38	19,59
Zdecydowanie tak	31	15,98
Razem	194	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych.

## Podsumowanie

Analizując wyniki przeprowadzonych badań, sformułować można następujące rekomendacje dla polskich przedsiębiorstw turystycznych oraz samorządów terytorialnych, których realizacja może przyczynić się do poprawy jakości obsługi czeskich turystów przyjeżdżających do Polski, a w konsekwencji do zwiększenia efektywności gospodarki turystycznej na pograniczu polsko-czeskim:

### I. Przedsiębiorstwa turystyczne

1. Z przeprowadzonych badań wynika, że większość respondentów z Republiki Czeskiej to odwiedzający jednodniowi. Z jednej strony należy zatem przygotować odpowiednie oferty dla odwiedzających jednodniowych, z drugiej natomiast trzeba podjąć działania zmierzające do wydłużenia przeciętnych pobytów czeskich turystów w województwie opolskim. Umożliwi to zwiększenie wydatków turystycznych oraz może przyczynić się do poprawy efektywności podmiotów gospodarczych, opisywanej jako relacja uzyskiwanych efektów działalności gospodarczej do poczynionych w jej toku nakładów.

2. Najczęściej wykorzystywanymi przez badanych źródłami informacji o województwie opolskim były: różnorodne formy tzw. marketingu szeptanego (rodzina, przyjaciele, zakłady pracy, szkoły), foldery i ulotki reklamowe oraz Internet. Ponadto, ponad 80% badanych przyjechało na Opolszczyznę z Kraju ołomunieckiego i Kraju morawsko-śląskiego. Przedsiębiorstwa turystyczne chcąc zwiększyć skuteczność oraz poprawić efektywność działań marketingowych, powinny zatem częściej wykorzystywać najpopularniejsze kanały informacyjne i kierować przekaz głównie do osób z wymienionych regionów Czech. Oprócz przedsiębiorstw

turystycznych zalecenie to dotyczy również jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji i stowarzyszeń branżowych.

3. Bardzo niewielu ankietowanych turystów zadeklarowało korzystanie z usług biur podróży. Można to w pewnym stopniu tłumaczyć faktem, że bardzo często do województwa opolskiego przyjeżdżali turyści z sąsiadujących z nim czeskich regionów. Nie ulega jednak wątpliwości, że występuje tutaj duża możliwość zwiększenia popytu na usługi organizatorów i pośredników turystycznych. Należy zatem rekomendować biurom podróży tworzenie specjalnych ofert dla turystów z najbardziej popularnych czeskich rynków emisyjnych oraz rozwój dystrybucji i promocji na tych rynkach.

4. Większość ankietowanych nie korzystała z żadnych, poza noclegowymi i gastronomicznymi, lokalnych usług turystycznych. Przy podjęciu odpowiednich działań stymulujących popyt, część z tych osób powinna być zainteresowana m.in. usługami świadczonymi przez: przewodników turystycznych, pilotów wycieczek, animatorów czasu wolnego czy instruktorów rekreacji ruchowej. Wydaje się, że w dłuższej perspektywie pożądanym efektem mogą przynieść: tworzenie, promowanie oraz sprzedaż atrakcyjnych pakietów turystycznych, realizowanych przez kooperujące ze sobą podmioty gospodarki turystycznej. Tego rodzaju działania sieciowe mogłyby być realizowane np. w ramach tzw. mega klastra turystycznego (tzw. klastra klastrów). Jest to rozwiązanie stosowane w niektórych krajach o wysokim poziomie rozwoju gospodarczego, polegające na połączeniu ze sobą potencjałów kilku klastrów, w tym przypadku turystycznych, po obu stronach granicy i uzyskaniu dzięki temu efektów: synergii, skali i zakresu.

5. W toku analizy rodzajów i wielkości wydatków turystycznych należy stwierdzić, że relatywnie wysoki popyt efektywny dotyczy oferty takich podmiotów gospodarczych, jak: zakłady i punkty gastronomiczne, obiekty handlowe, podmioty oferujące atrakcje turystyczne (np. parki tematyczne, rekreacyjne, edukacyjne) oraz przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją i sprzedażą pamiątek.

6. Co trzeci badany dostrzegał możliwość zwiększenia wydatków turystycznych w przypadku pojawienia się odpowiednich ofert. Osoby te były zainteresowane wydatkowaniem wyższych kwot pieniędzy głównie na: zakupy, żywność, pamiątki i zabiegi lecznicze.

## **II. Jednostki samorządu terytorialnego**

1. Analiza głównych motywów przyjazdów badanych do województwa opolskiego wskazuje na to, że najczęściej realizują oni takie formy turystyki, jak: wypoczynkowa, poznawcza oraz kulturowa. Wymienione rodzaje turystyki powinny więc stanowić najważniejsze elementy wspólnej polsko-czeskiej oferty.

2. Najbardziej atrakcyjne dla ankietowanych okazały się: JuraPark w Kraśnej, Gród Rycerski w Byczynie, dożynki na Opolszczyźnie, miasto Opole, Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu, zamek w Mosznej, Nysa oraz Góry Opawskie.

3. Badani bardzo krytycznie oceniali infrastrukturę transportową na Opolszczyźnie. W tym kontekście należy stwierdzić, że bardzo ważnym czynnikiem stymulującym proces rozwoju turystyki na pograniczu polsko-czeskim byłoby uruchomienie transgranicznych połączeń kolejowych i autobusowych.

4. Analiza uzyskanych wyników badań uprawnia do stwierdzenia, że szczególnie istotnymi obszarami realizacji wspólnych polsko-czeskich projektów są:

a) zagospodarowanie turystyczne Gór Opawskich, ze szczególnym uwzględnieniem Kopy Biskupiej,

b) wspólne przedsięwzięcia: kulturalne, edukacyjne, turystyczne i promocyjne,

c) rozwój infrastruktury transportowej, turystycznej oraz teleinformacyjnej (Internet),

d) rozwój szlaków turystycznych (pieszych, rowerowych i wodnych),

e) wspólne kampanie społeczne, zmierzające do popularyzacji: turystyki, prozdrowotnego stylu życia oraz współpracy kulturalnej na pograniczu polsko-czeskim.

5. Istnieje także konieczność intensyfikacji współpracy transgranicznej w ramach Euroregionów: Pradziad i Silesia, zmierzającej do tworzenia wspólnego produktu turystycznego pogranicza polsko-czeskiego.

## Literatura

Dziedzic E., *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 1998.

Goranczewski B., Puciato D., *Zastosowanie analizy SWOT w formułowaniu strategii rozwoju turystyki na obszarach recepcyjnych*, „Turystyka” 2010, nr 20.

Panasiuk A., *Ekonomia turystyki*, WN PWN, Warszawa 2007.

Puciato D., *Rola turystyki w realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w gminie Glucholazy*, w: *Zrównoważony rozwój turystyki*, red. S. Wodejko, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2008.

Puciato D., *Współpraca transgraniczna w obszarze turystyki na terenie Euroregionu Pradziad*, w: *Społeczno-gospodarcze aspekty turystyki regionów przygranicznych*, red. J. Rut, A. Nizioł, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2009.

Puciato D., Goranczewski B., *Systemy zarządzania środowiskowego jako narzędzie budowania świadomości ekologicznej u interesariuszy przedsiębiorstw turystycznych*, w: *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, red. E. Dziedzic, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011.

Stiglitz J., *Ekonomia sektora publicznego*, WN PWN, Warszawa 2008.

Woś B., *Problemy zagospodarowania turystycznego Gór Opawskich*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich” 2008, nr 8.



### **The structure of tourist traffic as the premise of improving the efficiency of the tourist economy on the Polish-Czech border area**

**Summary.** The increase in efficiency of the tourist economy in reception areas requires monitoring the tourist demand. The analysis of the size and the structure of tourist traffic and expenditures is essential to identify adequately the needs of tourists and to create a comprehensive and complementary tourist offer on the Polish-Czech borderland. The aim of the study was to determine the structure of incoming tourist traffic from the Czech Republic to the Opole province in 2012. In this study three research methods were used: a heuristic method, a statistical method and a diagnostic survey. A survey research was carried out from March to September 2012 in twenty most attractive tourist spots of the Opole region. 194 correctly completed questionnaires were collected. The conclusions of the study were used as the basis for the formulation of recommendations for tourist enterprises and local government units, the implementation of which enables to stimulate the development of tourism on the Polish-Czech border area.

**Key words:** efficiency, tourist traffic, surveys, tourism economy, the Polish-Czech borderland