



Wygiełzów, dnia 2 grudnia 2011r.

Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej
ul. Lipowiecka 3
32 551 Wygiełzów
Tel. 32 210 93 13
Email: info@powiat-chrzanowski.pl
www.visit.powiat-chrzanowski.pl

Analiza badania ankietowego przeprowadzonego przez Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej w sezonie turystycznym lipiec – wrzesień 2011 pod nazwą „Turysta w Powiecie Chrzanowskim”

I. Analiza zbiorcza w ujęciu procentowym:

Założenia:

- założenie I: odwiedzający Powiat Chrzanowski nie znają całego jego obszaru ,
- założenie II: odwiedzający Powiat Chrzanowski nie identyfikują go z atrakcjami turystycznymi i wydarzeniami kulturalnymi.

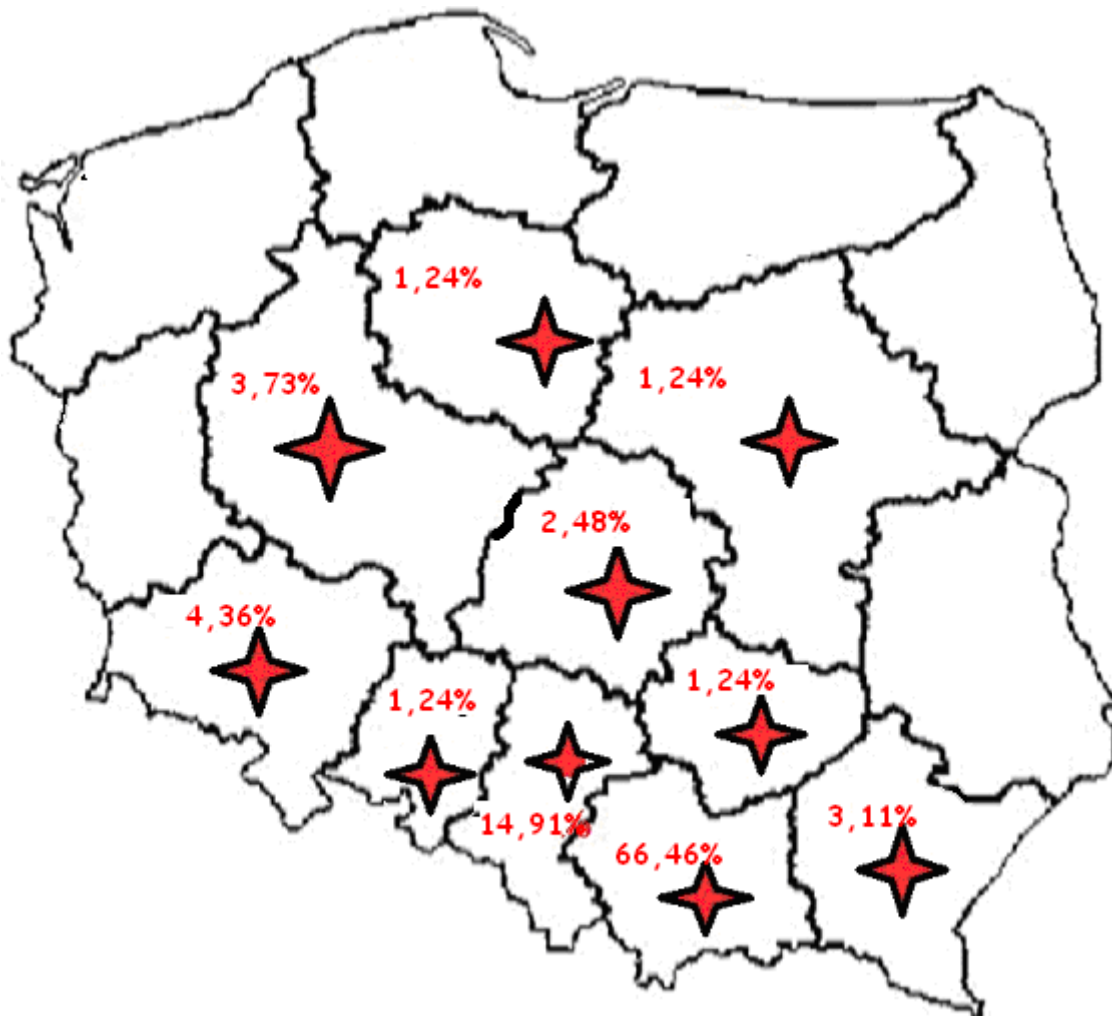
1. Skąd Pan/i przyjechał/a do Powiatu Chrzanowskiego?

Małopolskie 66,46%
Śląskie 14,91 %
Dolnośląskie 4,36 %
Wielkopolskie 3,73 %
Podkarpackie 3,11 %
Łódzkie 2,48 %
Kujawsko – Pomorskie 1,24%
Świętokrzyskie 1,24 %
Opolskie 1,24 %

Mazowieckie 1,24 %

Ad1.

Dane procentowe przedstawione powyżej wskazują, że Powiat Chrzanowski jako cel turystyczny (podróży) ma charakter regionalny. Ma to związek z położeniem powiatu, w zachodniej części Województwa Małopolskiego, przy granicy z regionem śląskim. Analizując szczegółowo ankiety wypełnione przez turystów, można stwierdzić, że większość odwiedzających Powiat Chrzanowski pochodziła z miast, miejscowości Małopolski (66,46 % ankietowanych). Dodatkowo można przyjąć, że pomimo wybitnie regionalnego oddziaływania turystycznego, Powiat Chrzanowski stanowi również obszar penetracji turystycznych gości z innych regionów Polski. Sporą grupę turystów (14, 91 % ankietowanych) stanowili mieszkańcy województwa śląskiego. Ma na to prawdopodobnie wpływ położenie geograficzne, czyli bezpośrednie sąsiedztwo z tym województwem. Odwiedzających z pozostałych województw w badanym okresie było zdecydowanie mniej. Należy wspomnieć o turystach z województw Łódzkiego, Wielkopolskiego, Dolnośląskiego.



Regiony Polski, z których pochodzili ankietowani

2. Czy Powiat Chrzanowski według Pana/i jest miejscem atrakcyjnym turystycznie i godnym polecenia miejscem?

Tak - 76,40 %

Trudno powiedzieć – 22,36%

Nie – 1,24 %

Ad.2

Według zdecydowanej większości odwiedzających (76,40% ankietowanych) Powiat Chrzanowski jest miejscem atrakcyjnym turystycznie. Tylko niewiele powyżej 20% ankietowanych nie ma zdecydowanego zdania na temat atrakcyjności turystycznej powiatu. Może to wynikać między innymi z tego, że celem podróży była tylko jedna atrakcja lub wydarzenie kulturalne, turysta podróżował tranzytowo przez teren powiatu i nie poznał wszystkich interesujących miejsc. Dodatkowo należy zaznaczyć, że na znaczny procent odpowiedzi neutralnych wpłynął charakter ankiety, która odnosiła się do całości powiatu, a nie do konkretnej atrakcji turystycznej.

Na uwagę zasługuje fakt, że tylko 1.24 % ankietowanych odpowiedziało, że Powiat Chrzanowski jest nieatrakcyjny turystycznie. Tak niewielka ilość negatywnych odpowiedzi, przy ponad 76 % pozytywów potwierdza wizerunek regionu chrzanowskiego, jako miejsca o znacznym potencjale turystycznym.

3. Która z gmin Powiatu Chrzanowskiego według Pana/i jest najatrakcyjniejsza?

Gmina Alwernia – 11,41 %

Gmina Babice - 60,87%

Gmina Chrzanów – 9,24%

Gmina Libiąż – 2,72 %

Gmina Trzebinia – 7,06 %

Nie mam zdania – 8,70%

Ad. 3

Zdaniem ankietowanych najbardziej atrakcyjną turystycznie jest gmina Babice (60,87 %). Niewątpliwie na tak zdecydowaną przewagę tej gminy ma wpływ obecność w niej popularnego Nadwiślańskiego Parku Etnograficznego i Zamku Lipowiec. Oba miejsca są często wymieniane w przewodnikach Małopolskich. Promocją dla gminy są również wydarzenia kulturalne, które odbywają się na jej terenie. W tyle pozostają inne gminy. Być może należałoby się zastanowić nad większą promocją ciekawych turystycznie miejsc, które się w nich znajdują, również poprzez wzrost wydarzeń kulturalnych z nimi związanych.

4. Z czym Panu/i kojarzy się Powiat Chrzanowski? (wielokrotność odpowiedzi)

Nie mam skojarzeń – 14,91 %

Bliskość głównych aglomeracji Kraków, Katowice – 46,58 %

Ciekawe miejsca na wypoczynek weekendowych – 40,37 %

Dobra infrastruktura turystyczna – 13,66 %

Przemysł – 9,94 %

Walory turystyczne – 57,74 %

Miejsca kultu religijnego – 15,53 %

Zabytki:

Skansen w Wygiełzowie – 55,28 %

Zamek Lipowiec – 36,02 %

Kościół w Mętkowie – 13,66 %

Klasztor w Alwerni – 11,80 %

Inne – 26,08 % (Muzeum w Chrzanowie, Kościół św. Mikołaja w Chrzanowie, Muzeum Pożarnictwa w Alwerni, Pałac w Młoszowej)

Cykliczne imprezy:

Złot Czarownic – 18,01 %

Wielkie Warsztaty Regionalne – 11,80 %

Turniej Rycerski – 10,56 %

Inne – 18 % (Festiwal Muzyki Organowej, Koncerty w dworku z Drogini, Dożynki Powiatowe).

Ad.4

W tym pytaniu ankietowani mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź, pozwoliło to udzielić bardziej precyzyjnej odpowiedzi na zadane pytanie, a ankietom na kompleksową analizę.

Ponad połowa ankietowanych przy tym pytaniu wskazała na walory turystyczne powiatu, co potwierdza atrakcyjność tego regionu. Prawie połowa ankietowanych uważa, że Powiat Chrzanowski jest ciekawym miejscem na krótki wypoczynek weekendowy. Nie bez znaczenia pozostaje bliskość głównych aglomeracji miejskich (Kraków, Katowice), na co również zwróciła uwagę prawie połowa z grupy badanych osób. Kolejny raz potwierdził się fakt, że region jest kojarzony z konkretnymi miejscami takimi jak Skansenem w Wygiełzowie (55,28 % ankietowanych) i Zamek Lipowiec (36,02 % ankietowanych). Ale nie tylko. W tym sezonie turystycznym ankietowani zwrócili uwagę również na inne atrakcje turystyczne powiatu jak Kościół w Mętkowie, Klasztor w Alwerni czy inne, co w ankietach z poprzedniego sezonu nie miało miejsca. Dowodzi to jak ważna jest promocja regionu, poprzez miejsca i powiązane z nimi wydarzenia. To zdecydowanie podnosi wartość turystyczną i odkrywa przed odwiedzającymi nowe, ciekawe cele podróży .

Wielu spośród ankietowanych zna i uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych powiatu. Największą popularnością cieszy się Złot Czarownic na Lipowcu (18,01 % ankietowanych) czy Turniej Rycerski (10,56 % ankietowanych).

Ważne jest, że tylko 14 % ankietowanych nie ma skojarzeń z Powiatem Chrzanowskim, co może łączyć się z niezajomością całego regionu. Istnieje zatem możliwość, że układ procentowy obecnie prezentowany mógłby być zachwiany w momencie poznania całego terenu powiatu.

5. Jaki był główny cel Pana/i przyjazdu do Powiatu Chrzanowskiego? (wielokrotność odpowiedzi)

65,84 % - Turystyczny (zwiedzanie, walory przyrody, wypoczynek, wypad rowerowy)

14,28 % - Służbowy,

6,21 % – Tranzyt,

20,50 % - Odwiedziny krewnych, znajomych,

10,56 % - Edukacyjny,

37,27% - Udział w odbywających się imprezach ,

Ad. 5

Podobnie jak w pytaniu 4, tutaj również ankietowani mieli możliwość wskazania więcej niż 1 odpowiedź. Zdecydowana większość ankietowanych - 65,84 % stwierdziła, że głównym powodem przyjazdu do Powiatu Chrzanowskiego był cel turystyczny. Jednak dość znaczny udział procentowy innych odpowiedzi może sugerować, że goście, oprócz celu głównego – turystycznego, realizowali w trakcie pobytu na tym terenie również inne. Łącznie jednak, biorąc pod uwagę całość zagadnienia turystyki oraz terminologii funkcjonującej w branży turystycznej, można przyjąć, że celem destynacji turystycznych do Powiatu Chrzanowskiego są różne formy uprawiania turystyki. Duża część ankietowanych przybyła do powiatu, aby wziąć udział w imprezach odbywających się w regionie.

6. Jakim środkiem lokomocji dotarł/a Pan/i do Powiatu Chrzanowskiego ?

Samochodem – 57,76 %

Autokarem – 15,53 %

Pociągiem – 3,11 %

Rowerem – 15,53 %

Bussem – 4,97 %

Motocyklem – 1,24 %

Inne – 3,73 %

Ad. 6

Podróżowanie własnym środkiem transportu na obecnym etapie rozwoju turystyki jest najczęściej stosowaną formą przemieszczania się. W przypadku Powiatu Chrzanowskiego ten fakt się potwierdza, aż 57,76 % gości dotarło na jego teren samochodem. Wykorzystywanie przez turystów takich środków transportu jak samochód, autokar niesie za sobą przymus rozbudowy bazy parkingowej, poprawy jakości dróg czy oznaczeń turystycznych. W przypadku tej ankiety należy zwrócić uwagę na fakt, że w porównaniu do roku ubiegłego wzrasta liczba turystów podróżujących rowerem. W takiej sytuacji zasadny byłby rozwój sieci ścieżek rowerowych, odpowiednie ich oznakowanie i rozpropagowanie w informatorach turystycznych, jak również zapewnienie bezpiecznych miejsc parkingowych dla samych rowerów.

7. W jaki sposób spędzał/a Pan/i czas będąc w Powiecie Chrzanowskim? (wielokrotność wyboru)

Czynny wypoczynek – 35,40 %

Zwiedzanie – 67,70 %

Udział w wydarzeniach kulturalnych, sportowych – 62,74 %

Korzystanie z usług lokalnej bazy turystycznej – 6,21 %

Pobyt u znajomych/rodziny – 14,91 %

Ad.7

Podobnie jak w roku ubiegłym dla większości ankietowanych (67,70%) głównym sposobem spędzania czasu na terenie Powiatu Chrzanowskiego było zwiedzanie miejsc i obiektów ciekawych historycznie i przyrodniczo. W związku z tym można postawić tezę, że na terenie powiatu takich miejsc jest sporo. Zdecydowana większość ankietowanych odwiedziła region,

aby wziąć udział w wydarzeniach kulturalnych i sportowych organizowanych na jego terenie (62,74 %). Jest to sygnał dla władz regionu, że organizacja tego typu imprez znacznie wpływa na promocję Powiatu Chrzanowskiego i w przyszłości mogłaby zwiększyć ilość przybywających gości. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że ponad 35 % turystów odpoczywało czynnie na terenie powiatu. Wspomniana już potrzeba rozbudowy dróg rowerowych i infrastruktury sportowej pozwoliłaby na rozwój w naszym regionie wypoczynku czynnego.

8. Ile czasu spędzi Pan/i w Powiecie Chrzanowskim?

Od 2 do 5 godzin – 9,94 %
Od 5 godzin do 1 dnia – 47,83 %
Od 1 dnia do 2 dni – 6,83 %
Od 2 dni do 4 dni – 7,45 %
Od 4 dni do 7 dni – 4,35 %
Więcej niż 7 dni – 22,36 %

Ad.8

Prawie połowa ankietowanych przebywała na terenie Powiatu Chrzanowskiego powyżej 5 godzin lub cały dzień. W związku z tym, można przypuszczać że duża część odwiedzających region przyjeżdżała w konkretnym celu: udziału w wydarzeniach kulturalnych lub zwiedzeniu konkretnych miejsc turystycznych. Przyszłe działania władz terytorialnych, jak również przedsiębiorców działających w branży turystycznej i okolicy turystycznej, powinny być ukierunkowane w stronę zwiększenia ilości gości pozostających na terenie powiatu więcej niż jeden dzień, a co za tym idzie zwiększenia miejsc noclegowych (krótki pobyt). Wpłynęłoby to na rozwój bazy turystycznej naszego regionu i poznanie większości atrakcji turystycznych przez gości. Ważnym jest fakt, że ponad 20 % ankietowanych deklarowało pozostanie na terenie powiatu przez ponad 7 dni. Biorąc pod uwagę deklaracyjny, przyszłościowy charakter tych wypowiedzi, można skonkretyzować pewnego rodzaju niszę, lukę do wypełnienia: podjęcie działań zmierzających do powiększenia tej grupy turystów poprzez większą promocję regionu i rozbudowę bazy noclegowo-gastronomicznej, z ofertą atrakcyjną cenowo również dla zidentyfikowanego w badaniu deklaracyjnego klienta. Nie bez znaczenia pozostaje tu rozwój sieci informacji turystycznej i zwiększenie do niej dostępu.

9. Czy korzystał/a Pan/i z oferty gastronomicznej Powiatu Chrzanowskiego

Tak – 47,20 %
Nie – 52,80 %

Ad.9

Blisko połowa ankietowanych korzystała z oferty gastronomicznej na terenie powiatu chrzanowskiego. Zdecydowanym liderem (podobnie jak w roku ubiegłym) jest karczma „Zagroda” znajdująca się na terenie skansenu w Wygiełzowie (23,60 % ankietowanych).

10. Czy korzystał Pan/i z noclegów na terenie Powiatu Chrzanowskiego ?

Tak – 21,74 %

Nie – 78,26 %

Jeśli, korzystał Pan/i z usług noclegowych jaki był to rodzaj obiektu:

Hotel – 17,14 % korzystających

Pensjonat – 11,43 %

Domek letniskowy – 11,43 %

Agroturystyka – 22,86 %

Pole namiotowe – 14,28 %

Inne – 20 %

Ad. 10

Według 78,26% ankietowanych nie skorzystali oni z noclegu na terenie powiatu. Jest to zgodne z danymi w punkcie 8, gdzie w sumie połowę ankietowanych deklarowało, że na terenie powiatu przebywa kilka godzin lub maksymalnie cały dzień. Jedynie 21,74 %% ankietowanych potwierdziło, że skorzystało z noclegu. Tak niewielki procent korzystających z noclegu w miejscach do tego przeznaczonych może oznaczać, że w większości goście korzystali z uprzejmości rodziny, znajomych lub byli w tranzycie. Z tej niewielkiej grupy korzystających z usług noclegowych prawie 23 % postawiło na agroturystykę.

11. Jak Pan/i ocenia jakość i ofertę obiektów gastronomicznych i noclegowych na terenie Powiatu Chrzanowskiego ? (w skali od 1 do 6)

	Czystość	Atmosfera	Wygląd
1 pkt	0,62 %	0 %	0 %
2 pkt	0,62 %	0,62 %	1,24 %
3 pkt	8,07 %	3,11 %	4,97 %
4 pkt	20,50 %	11,18 %	12,42 %
5 pkt	29,19 %	32,92 %	37,27 %
6 pkt	27,95 %	38,51 %	30,43 %

Ad. 11

Zdecydowana większość ankietowanych wysoko ocenia jakość i ofertę obiektów gastronomicznych i noclegowych na terenie Powiatu Chrzanowskiego. Tylko 13 % gości nie miało zdania na ten temat. Były to głównie osoby, które nie korzystały z bazy noclegowej i gastronomicznej i przebywały na terenie powiatu zaledwie kilka godzin. Większość odwiedzających była zadowolona z oferowanych im usług. Odpowiadała im atmosfera, wygląd i czystość obiektów. Jest to bardzo dobry wynik, pozytywnie rokujący na przyszłość.

12. Co według Pana/i przyczyniłoby się do zwiększenia atrakcyjności turystycznej Powiatu Chrzanowskiego ? (wielokrotność wyboru)

Rozbudowa bazy noclegowej – 35,40 %

Rozbudowa bazy gastronomicznej – 27,95 %

Poszerzenie oferty imprez kulturalno – rozrywkowych – 65,84 %

Zwiększenie działań promocyjnych (bezpłatne materiały dla turystów) – 57,76 %

Dostępność komunikacyjna – 26,08 %
Oznakowanie szlaków turystycznych – 27,95 %

Ad. 12

Ankietowani w pytaniu 12 mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedzi. Bardzo istotnymi elementami, na które zwracali uwagę goście były: poszerzenie oferty imprez kulturalno – rozrywkowych – 65,84 % ankietowanych oraz zwiększenie działań promocyjnych – 57,76 %. Jest to pewna wskazówka dla samorządów lokalnych, które mają wpływ na ilość i wachlarz wydarzeń kulturalnych w powiecie a także na dostępność materiałów promujących nasz region. Ankietowani zwrócili również uwagę na istniejącą nadal potrzebę rozbudowy bazy noclegowej i gastronomicznej.

13. Skąd dowiedział/a się Pan/i o Powiecie Chrzanowskim?(wielokrotność odpowiedzi)

Internet – 44,10%
Książki, przewodniki turystyczne – 26,08 %
Bezpłatne informatory – 13,04 %
Targi turystyczne – 7,45 %
Media – 9,32 %
Od znajomych/rodzina – 52,80%
Inne – 12,42 %

Ad.13.

W pytaniu 13 ankietowani mogli zaznaczać więcej niż 1 odpowiedź. Ponad połowa odpowiedzi (52,80 %) dotyczyła najbardziej rozpowszechnionego rodzaju promocji, czyli „promocji szeptanej”. Tego typu informacja jest najbardziej doceniana przez turystów, o wiele bardziej niż jakiegokolwiek działania zintegrowane i zaplanowane. Jednakże, aby tego typu pozytywna sugestia na temat danego obszaru, miejsca czy obiektu była skuteczna, turysta musi otrzymać najwyższej jakości produkt, zaspokajający jego potrzeby w możliwie największym stopniu. Jest to bardzo istotna wskazówka dla całej branży turystycznej na terenie Powiatu Chrzanowskiego.

Bardzo istotną wartością procentową, w sumie 44,10% odpowiedzi jest sugestia ze strony ankietowanych, że o Powiecie Chrzanowskim dowiedzieli się z mediów elektronicznych – Internetu. Co więcej, szczególnie ważne, że goście korzystali z serwisu Informacji Turystycznej, jak również z serwisów innych podmiotów. Jest to kolejna ważna wskazówka dla branży, aby podnosić jakość własnych serwisów internetowych. Bardzo istotne jest również funkcjonowanie na portalach turystycznych – branżowych gdzie można docierać ze swoją ofertą do turystów - internatów. Szczególnie ważne jest posiadanie własnych serwisów, jeśli takie jeszcze nie funkcjonują. Na uwagę wskazuje mały procent wskazań jeśli chodzi o materiału drukowane. Jest to zgodne z obecną tendencją zastępowania źródeł drukowanych elektronicznymi.

Istotnym wydaje się fakt zwiększenia, w perspektywie kilku lat, obecności w mediach typu TV, radio. Na te elementy, jako źródła informacji o powiecie wskazało jedynie 9,32 % ankietowanych. Należy podkreślić, że pomimo takiego zróżnicowania odpowiedzi, nie można

deprecjonować wagi mniej istotnych źródeł (według wskazań). Należy dbać, aby dystrybucja informacji o powiecie odbywała się poprzez różne kanały, a promocja była spójna i konsekwentna.

14. Czy poleci Pan/i pobyt w Powiecie Chrzanowskim?

Tak – 89,44 %
Nie – 0,62 %
Nie wiem – 9,94 %

Ad.14

W pytaniu 14 ankietowani w zdecydowanej większości 89,44% udzielili odpowiedzi, że polecają pobyt na terenie powiatu znajomym. Tylko 0,62 % ankietowanych udzieliło odpowiedzi negatywnej, a 9,94 % było niezdecydowanych, co ma prawdopodobnie związek ze słabą znajomością okolicy (turyści będący tranzytem lub nieznający dobrze powiatu).

Metryczka

Płeć:

45,34 % - Mężczyźni,
54,66 % - Kobiety.

Wiek:

3,72 % 0 – 18 lat
38,51 % 19 – 30 lat
39,13 % 31 – 50 lat
17,39 % 50 lat i więcej

Wykształcenie:

39,75 % - Wyższe,
45,34 % - Średnie,
11,18 % - Zawodowe,
3,73 % – Podstawowe,

Stan cywilny:

36,65 % - Panna/Kawaler
57,14 % - Mężatka/Żonaty
4,97 % - Wdowiec/Wdowa,

Metryczka:

45,34 % gości byli to mężczyźni. Kobiety stanowiły 54,66 % populacji gości odwiedzających powiat. Różnica zatem jest niewielka.

Zdecydowana większość z gości posiadała wykształcenie średnie 45,34 % oraz wyższe 39,75%.

57,14 % stanowiły małżeństwa. Pozostała grupa ankietowanych to osoby niezamężne 36,65%, oraz wdowcy/wdowy 4,97 %.

II. Wnioski

Powiat Chrzanowski

Badanie pod nazwą „Turysta w Powiecie Chrzanowskim” zostało przeprowadzone podczas sezonu turystycznego 2011 w miesiącach lipiec – wrzesień. Badaniem objęte zostały:

- Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej w Wygiełzowie,
- obiekty gastronomiczne na terenie Powiatu Chrzanowskiego,
- atrakcje turystyczne generujące największy ruch turystyczny w Powiecie Chrzanowskim.

Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej grupie 161 turystów, co było zgodne z wcześniejszymi założeniami, dotyczącymi wyboru wielkości badanej grupy. Analiza udzielonych odpowiedzi pozwoliła na opracowanie następujących wniosków.

Powiat Chrzanowski według ankietowanych to:

- miejsce koncentrujące ruch turystyczny w skali regionalnej, a zwłaszcza subregionalnej (Małopolska Zachodnia),
- teren tranzytowy dla turystów podróżujących w inne, atrakcyjniejsze turystycznie regiony,
- spory potencjał turystyczny,
- obszar o dobrze rozwiniętym systemie połączeń komunikacyjnych, oraz łatwym dostępem samochodem,
- teren posiadający możliwości rozwojowe w kierunku czynnego wypoczynku weekendowego, jak również dłuższego (7 dni),
- obszar mało znany pod względem walorów turystycznych (koncentracja ruchu turystycznego w Gminie Babice),
- obszar przewagi turystyki indywidualnej,
- obszar głównie identyfikowany ze skansenem w Wygiełzowie i zamkiem Lipowiec,
- obszar o niewystarczającym systemie infrastruktury dla turystów poruszających się prywatnymi samochodami oraz autokarami (parkingi przy atrakcjach turystycznych, węzłach komunikacyjnych typu PARK and RIDE), jak również alternatywnymi środkami komunikacji (rower),
- obszar o niedostatecznie rozwiniętej bazie noclegowej,
- obszar, gdzie występuje często zjawisko niedostosowania czasu pracy bazy gastronomicznej do ruchu turystycznego,
- słaba identyfikacja obiektów gastronomicznych na terenie powiatu (koncentracja klientów jedynie w kilku obiektach),
- region o słabo rozwiniętej turystyce zorganizowanej,
- obszar wymagający rozwoju usług typowo turystycznych: system IT, znaki turystyczne, informacyjne, promocja – materiały gratisowe dostępne w wielu miejscach, organizacja wydarzeń oraz infrastruktury turystycznej, oznakowanie ścieżek i szlaków turystycznych, w tym rowerowych),
- obszar wymagający rozwoju internetowych środków komunikacji, jak również tradycyjnych form promocji (przygotowanie promocji w mediach typu TV i radio na każdy kolejny sezon turystyczny),
- obszar, na którym zidentyfikowano niszę w postaci przygotowania infrastruktury i oferty pod turystę deklarującego chęć wydłużenia pobytu turystycznego na terenie powiatu,
- obszar wymagający utrzymania pozytywnego wizerunku wśród turystów poprzez zapewnienie wysokiego poziomu usług.

Opracowanie: Bartłomiej Bujak

Weryfikacja: Joanna Wątroba