
MONITORING RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM – 2015

**RAPORT Z BADAŃ DLA KUJAWSKO-POMORSKIEJ
ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ**

Dr Robert Brudnicki

Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy
Instytut Ekonomii i Zarządzania
Katedra Gospodarki Turystycznej

Dr Mariusz Barczak

Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy
Instytut Ekonomii i Zarządzania
Katedra Gospodarki Turystycznej

Badania dofinansowane ze środków Unii Europejskiej w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na dofinansowanie projektu „Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej”



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE**



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt pn. "Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej" nr RPKP.06.02.00-04-003/2013 jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.

ROZDZIAŁ I. WPROWADZENIE <i>(R. Brudnicki)</i>	4
ROZDZIAŁ II. METODYKA BADAŃ <i>(R. Brudnicki)</i>	7
2.1. Cel i zakres badań oraz podstawowe założenia badawcze	7
2.2. Metoda badań	10
2.2.1. Badania ruchu turystycznego – aspekt teoretyczno-metodologiczny	10
2.2.2. Postępowanie przygotowawcze	12
2.2.3. Schemat doboru, struktura próby badawczej, kwestionariusz wywiadu	13
2.2.4. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego	17
ROZDZIAŁ III. TURYSTYKA W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM NA TLE UWARUNKOWAŃ I TENDENCJI RYNKOWYCH <i>(R. Brudnicki)</i>	19
ROZDZIAŁ IV. STRUKTURA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM NA PODSTAWIE BADAŃ PRZEPROWADZONYCH W ROKU 2015	27
<i>(R. Brudnicki, M. Barczak)</i>	
4.1. Charakterystyka respondentów – turystów i odwiedzających jednodniowych <i>(R. Brudnicki)</i>	27
4.1.1. Kryterium demograficzne-społeczne	28
4.1.2. Sytuacja ekonomiczna	36
4.1.3. Pochodzenia terytorialne	36
4.2. Analiza parametrów opisujących organizację podróży i pobyt na terenie województwa badanych turystów i odwiedzających jednodniowych <i>(R. Brudnicki)</i>	49
4.2.1. Miejsce docelowe lub etapowe podróży, częstotliwość wizyt oraz długość trwania pobytu	49
4.2.2. Cele przyjazdu	56
4.2.3. Organizacja przyjazdu i osoby towarzyszące podczas podróży	59
4.2.4. Wykorzystywane źródła informacji	64
4.2.5. Wykorzystywane środki transportu	67
4.2.6. Rodzaje wykorzystywanej bazy noclegowej	69
4.2.7. Wydatki ponoszone lub planowane podczas pobytu	71
4.3. Poziom atrakcyjności turystycznej wybranych elementów potencjału turystycznego i oferty turystycznej na podstawie opinii respondentów <i>(M. Barczak, R. Brudnicki)</i>	76
4.3.1. Ocena (ogólna) atrakcyjności turystycznej województwa oraz badanych obszarów i miejscowości <i>(M. Barczak)</i>	77
4.3.2. Skojarzenia oraz atrakcje turystyczne zapamiętane z pobytu <i>(M. Barczak)</i>	79
4.3.3. Ocena bazy noclegowej i gastronomicznej <i>(R. Brudnicki)</i>	85
4.3.4. Ocena wybranych komponentów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej <i>(R. Brudnicki)</i>	91
4.3.5. Cechy korzystne i niekorzystne wpływające na odbiór atrakcyjności turystycznej <i>(M. Barczak)</i>	95
4.3.6. Skłonność do rekomendacji i powtórnego przyjazdu <i>(M. Barczak)</i>	99

ROZDZIAŁ V. PODSUMOWANIE <i>(R. Brudnicki)</i>	102
5.1. Profil turystów	102
5.2. Wnioski i rekomendacje	104
 SPIS RYCIN	 110
SPIS TABEL	112



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



ROZDZIAŁ I. WPROWADZENIE

W warunkach pogłębiającej się na rynku turystycznym konkurencji istotne znaczenie posiada **monitoring ruchu turystycznego**, zjawiska systemotwórczego dla gospodarki turystycznej, które z punktu widzenia specyfiki zarządzania strategicznego należy traktować nie tylko jako immanentny składnik relacji zachodzących na rynku turystycznym (popyt turystyczny – podaż turystyczna), ale przede wszystkim jako determinantę jego dalszego rozwoju.

O sukcesie oferty turystycznej danego regionu – jak wykazują doświadczenia - decyduje nie tylko to, co ma on do zaoferowania, ale także szczegółowa wiedza na temat zachowań i postaw konsumentów wobec oferowanych im usług. Bez tego typu informacji trudno dziś liczyć na utrzymanie pozycji na mocno konkurencyjnym rynku turystycznym (por. Alejsiak 2010, Dziedzic 2010). Według Nawrota i Zmyślonego (2009) regionalne badania ruchu turystycznego i związanej z nim konsumpcji mają podstawowe znaczenie dla polityki kształtowania produktu turystycznego regionu oraz określania ich konkurencyjności (pozycji), zarówno na krajowym, jak i międzynarodowym rynku turystycznym. Potrzeba podejścia tego typu w zarządzaniu obszarami (miejscami) określanymi mianem atrakcyjnych turystycznie lub pretendującymi do takiej roli wynika ściśle z uwarunkowań popytowych (Jaroszewska-Brudnicka, Brudnicki 2013), obserwujemy bowiem zmianę modelu zachowań turystów, dla których emocje, wrażenia, autentyczne doznania kulturowe, wiedza i satysfakcja są ważniejsze od komercyjnej rozrywki (por. Hall i McArthur 1993).

Tak rozumiany i prowadzony **monitoring ruchu turystycznego** posiada niezwykle ważne znaczenie w przypadku budowania scenariuszy dla przyszłości, umożliwiających określenie właściwych ścieżek rozwoju i podejmowaniu działań umożliwiających szybką reakcję na zmienne warunki makroekonomiczne. Systematyczne pozyskiwanie wiedzy o zachowaniach turystów i czynnikach je determinujących, oparte na odpowiednio przygotowanym postępowaniu badawczym, w sposób zdecydowany zwiększa efektywność podejmowanych działań w sferze turystyki (kreowanie ofert, wprowadzanie nowych produktów, budowa produktów sieciowych, promocja destynacji, podwyższanie jakości świadczonych usług turystycznych, zarządzanie atrakcjami turystycznymi itp.). Badania prowadzone bezpośrednio wśród konsumentów dóbr i usług turystycznych pozwalają rozpoznać ich zachowania, a także wydzielać odrębne segmenty tej zbiorowości statystycznej (profile) z uwzględnieniem ich cech społeczno-demograficznych (wiek, płeć, wykształcenie, kategoria zawodowa), ekonomicznych (sytuacja materialna, poziom wydatków na cele związane z turystyką), realizowanych form ruchu turystycznego, głównych celów przyjazdów, preferencji, sezonowości, zadowolenia tp.

Stosowanie powyżej opisanego podejścia w obecnych warunkach staje się koniecznością z wielu powodów, jednak przede wszystkim wynika z faktu, że zmiany w rynku turystycznym - powiązanym ściśle z wieloma procesami społeczno-gospodarczymi - zachodzą coraz szybciej i jednocześnie są coraz bardziej rozległe.

W roku 2015 już po raz trzeci z inicjatywy Kujawsko Pomorskiej Organizacji Turystycznej na obszarze województwa kujawsko-pomorskiego przeprowadzono zakrojone na szeroką skalę badania ruchu turystycznego (pierwsza edycja monitoringu miała miejsce w 2009 r. – wśród odwiedzających region przeprowadzono wtedy 5 tys. wywiadów, II edycję zrealizowano w roku 2010 – pozyskano informacje od 9 tys. respondentów).

Trzecią edycję badań monitorujących ruch turystyczny w regionie zaplanowano i przeprowadzono w zbliżonej konwencji metodycznej, co pozwoliło na uzyskanie porównywalnych danych i prowadzenie analiz w ujęciu dynamicznym (śledzenia zmian w okresie 2009-2015). Badania dotyczyły ruchu przyjazdowego oraz tranzytowego i zostały przeprowadzone na próbie 5058 odwiedzających (po weryfikacji materiału źródłowego – 5019) w okresie od końca czerwca do końca września 2015 r.

Prezentowany raport dostarcza informacji nt.:

- zidentyfikowanych obszarów ciśnienia rynkowego do regionu kujawsko-pomorskiego (siła, zasięg oddziaływania w turystyce przyjazdowej do województwa), dla kategorii odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz podróży jednodniowych,
- struktury odwiedzających (znaczenie mieszkańców województwa w ruchu turystycznym i jednodniowym w regionie),
- struktury ruchu turystycznego z uwzględnieniem kategorii odwiedzających z noclegiem (turyści) oraz odwiedzających jednodniowych,
- profilu społeczno-demograficznego i ekonomicznego turystów i odwiedzających jednodniowych (w tym: płeć, wiek, wykształcenie, sytuacja materialna, status zawodowy, kraj stałego zamieszkania),
- ważniejszych parametrów opisowych ruchu turystycznego (powtarzalność i częstotliwość wizyt realizowane cele przyjazdów, długość pobytów, wydatkowane kwoty, sposoby organizacji przyjazdów, preferencje w wyborze bazy noclegowej, osoby towarzyszące w podróżach, wykorzystywane środki transportu, wykorzystywane źródła informacji nt. regionu itp.),
- percepcji wybranych elementów wpływających na ocenę atrakcyjności oferty turystycznej (analizowano wybrane cechy niematerialne: np. atmosfera miejscowości, gościnność, bezpieczeństwo, jak i materialne:



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

- np. oznakowanie turystyczne, transport lokalny itp.), jak również relacje jakości świadczonych usług do obowiązujących cen,
- oceny atrakcyjności turystycznej regionu i badanych rejonów z uwzględnieniem słabych i mocnych stron rozwoju turystyki oraz deklaracji chęci powrotu (ponownego odwiedzenia regionu i badanego rejonu).

Wyniki monitoringu ruchu turystycznego prezentowane w niniejszym raporcie stwarzają doskonałą okazję do dyskusji na temat dalszych, możliwych kierunków rozwoju rynku turystycznego w regionie kujawsko-pomorskim. Dają tym samym szansę integracji i rozwoju współpracy różnych podmiotów (w tym komercyjnych) zainteresowanych prowadzeniem działalności w zakresie obsługi turystyki.

Przygotowane na podstawie przeprowadzonych badań opracowanie składa się z pięciu rozdziałów, w których dokonano prezentacji zebranego materiału i zinterpretowano otrzymane wyniki. W większości przypadków eksperci wykonali porównania uzyskanych wyników z rezultatami badań z 2009 roku. W pierwszej, merytorycznej części raportu (rozdział II), przedstawiono cele opracowania, terminologię przyjętą w badaniach, opisano materiały źródłowe oraz metodę prowadzonych badań. W rozdziale III (druga część merytoryczna) w formie syntetycznej przedstawiono diagnozę rozwoju turystyki w regionie kujawsko-pomorskim na tle tendencji i uwarunkowań krajowych – w tym celu wykorzystano oficjalne dane pochodzące ze statystyk państwowych. Autorzy opracowania mają świadomość problemów z interpretacją wyników opartych na niepełnych statystykach GUS, jednak ich analiza daje podstawy do śledzenia tendencji ruchu turystycznego i zagospodarowania turystycznego w regionie. W trzeciej części (merytoryczna część raportu - rozdział IV) zawarto szczegółową analizę badanego ruchu turystycznego (jego najważniejszych parametrów i charakterystyk opisowych) opartą na materiale zebranym podczas wywiadów kwestionariuszowych przeprowadzonych w analizowanych rejonach badawczych. Ponadto, opierając się opiniach badanych respondentów zaprezentowano wyniki oceny atrakcyjności turystycznej wybranych elementów potencjału turystycznego i oferty turystycznej regionu. W rozdziale V, końcowym, na podstawie prawidłowości zaobserwowanych w ruchu turystycznym w latach 2009 i 2015 zidentyfikowano opisano profil konsumenta/odwiedzającego oraz przedłożono wnioski i rekomendacje.

Badania zostały dofinansowane ze środków Unii Europejskiej w ramach Regionalnego programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na dofinansowanie projektu „Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej”. Wnioskodawcą projektu była Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna.

ROZDZIAŁ II. METODYKA BADAŃ

2.1. Cel i zakres badań oraz podstawowe założenia badawcze

Podstawowym celem badań przeprowadzonych na terenie województwa w sezonie letnim 2015 r. była identyfikacja i analiza ruchu turystycznego przyjazdowego krajowego i zagranicznego, napływającego do regionu kujawsko-pomorskiego (przyjazdy połączone z noclegiem i jednodniowe), wraz z pozyskaniem informacji o cechach i strukturze jego uczestników oraz ocen jakościowych dotyczących postrzegania przez odwiedzających atrakcyjności wybranych elementów potencjału turystycznego i oferty turystycznej regionu.

Wypełnienie celu głównego wymagało przeprowadzenia szeregu analiz, w tym uzyskania odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- jakie są główne rynki nadania strumieni ruchu turystycznego w turystyce przyjazdowej do województwa (skąd najczęściej pochodzą turyści krajowi – według województw, powiatów, typu jednostek osadniczych, z jakich państw przyjeżdżają turyści zagraniczni, jaką część ruchu turystycznego (przyjazdy z noclegiem, przyjazdy jednodniowe) stanowią mieszkańcy województwa podróżujący po „rodzinnym regionie”,
- jakie znaczenie w strukturze ruchu turystycznego ogółem posiadają odwiedzający jednodniowi, a jaką podróżni zatrzymujący się na nocleg (jeden lub więcej),
- jaki jest profil społeczno-demograficzny i ekonomiczny turystów i odwiedzających jednodniowych (analiza parametrów opisowych uczestników ruchu: płeć, wiek, wykształcenie, sytuacja materialna, status zawodowy),
- jakie cele realizowali turyści i odwiedzający jednodniowi na terenie województwa i w odwiedzanych miejscowościach (rejonach badawczych),
- z jakich usług/dóbr korzystali odwiedzający podczas pobytu w miejscowościach województwa kujawsko-pomorskiego (baza noclegowa, gastronomiczna, inne elementy infrastruktury turystycznej itp.) oraz jaka jest opinia badanych o jakości, standardzie, cenie, zadowoleniu w odniesieniu do użytkowanych usług,
- z jakich źródeł wiedzy o województwie i odwiedzanych miejscowościach najczęściej korzystają odwiedzający przed przyjazdem do regionu,
- jakie kwoty pieniężne wydają najczęściej turyści i odwiedzając jednodniowi podczas pobytu na terenie województwa kujawsko-pomorskiego,
- jaki jest wizerunek turystyczny województwa (opinie nt. potencjału, oferty, infrastruktury, atrakcji itp.), który „wywożą” odwiedzający region kujawsko-



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

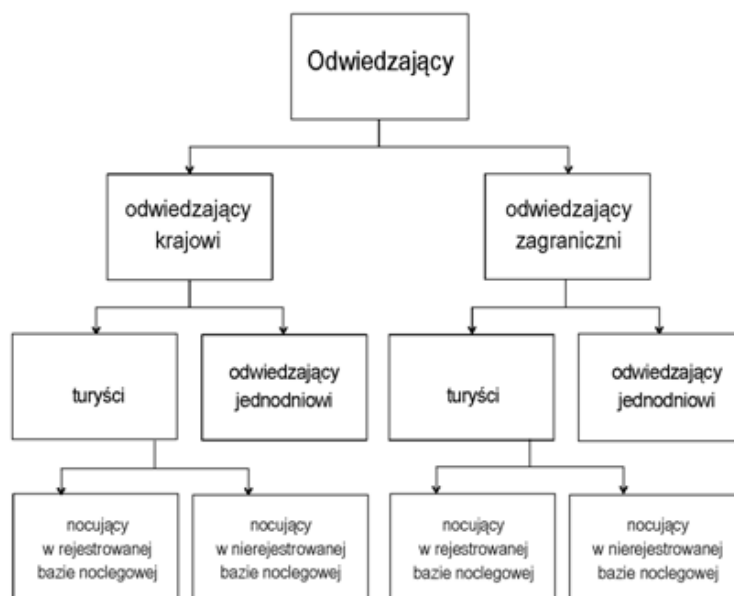
pomorski po zrealizowanym pobycie, jakie czynniki wpływają na zadowolenie z pobytu oraz brak satysfakcji, jaki jest poziom deklaracji ponownych wizyt i polecenia przyjazdów turystycznych do województwa.

Podmiotem zainteresowania ekspertów w niniejszych badaniach – w nawiązaniu do powyżej sformułowanych celów - były osoby podróżujące w celach turystycznych. Według UNWTO, wszystkie kategorie podróżnych, spełniające formalne kryteria związane z terminem „turystyka” określane są jako „odwiedzający”. Uczestnikiem ruchu turystycznego jest zatem „odwiedzający”, czyli każda osoba podróżująca do miejsca położonego poza jej zwykłym otoczeniem na okres krótszy niż 12 miesięcy, przy czym głównym realizowanym celem podróży jest cel inny niż wykonywanie działalności wynagradzanej ze środków pochodzących z odwiedzanego miejsca oraz nauka. Kryterium uznania jakiegoś obszaru za „zwykłe otoczenie” danej osoby jest częstotliwość i regularność pobytu w danym miejscu oraz odległość (miejsca położone w pobliżu miejsca zamieszkania danej osoby traktowane są jako element jej zwykłego otoczenia). Cele wizyty (pobytu lub podróży) ujmuje się w sześciu podstawowych grupach:

- wypoczynek, rekreacja, wakacje,
- odwiedziny u krewnych i znajomych,
- sprawy zawodowe, interesy,
- cele zdrowotne,
- cele religijne, pielgrzymki,
- inne.

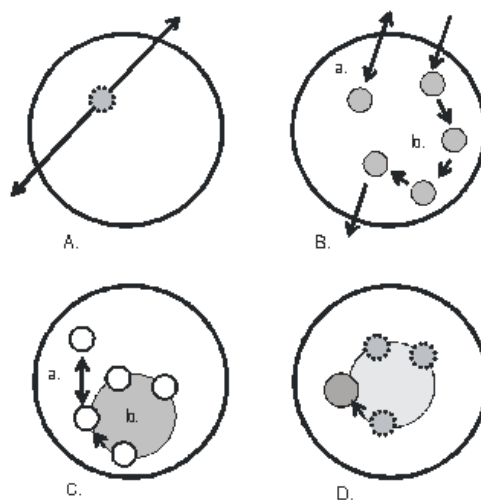
Zakres pojęcia „odwiedzający” dotyczy turystów i odwiedzających jednodniowych (beznoclegowych). Turyści, czyli odwiedzający (zarówno krajowi, jak i zagraniczni, a także mieszkańcy regionu) to osoby spędzające przynajmniej jedną noc w publicznych lub prywatnych obiektach noclegowych w odwiedzanym regionie (w grupie tej powinny znaleźć się także osoby nocujące u krewnych lub znajomych oraz spędzające czas z noclegiem w „drugich domach”). Odwiedzający jednodniowi (nazywani też wycieczkowiczami) to odwiedzający, którzy nie nocują ani w publicznych, ani w prywatnych obiektach noclegowych w odwiedzanym regionie.

W obu przypadkach mogą to być osoby pochodzące z kraju, z zagranicy oraz z regionu (województwa kujawsko-pomorskiego). W prezentowanych badaniach pominięto przyjazdy odwiedzających, które wynikały z zarobkowania oraz nauki (studia w ośrodkach akademickich regionu) (ryc. 1 i 2).



Rycina 1. Klasyfikacja odwiedzających

Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Metodologia Unii Europejskiej w dziedzinie statystyki turystyki”, 1998, Wyd. GUS, Warszawa



Rycina 2. Kategorie ruchu turystycznego podlegające badaniom

Źródło: Opracowanie na podstawie: Liszewski S., Włodarczyk B., 2011, Lokalne i regionalne badania ruchu turystycznego, „Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace”, t. 7, s. 21–39

Objaśnienia: A i B - odwiedzający, którzy nie są mieszkańcami badanego regionu
C i D - odwiedzający, którzy są mieszkańcami badanego regionu

Oprócz celów stricte badawczych ważnym zadaniem dla zespołu wykonawczego było przygotowanie platformy informatycznej (system zbierania, gromadzenia i prezentacji danych) umożliwiającej przetwarzanie danych zbieranych podczas wywiadów wraz z rejestracją głosową zastosowaną dla pytań otwartych (cel aplikacyjny). Innowacyjny, finalny produkt oparty jest na architekturze klient-serwer i umożliwia dzięki stronie WWW: 1) podgląd gromadzonych danych, 2) kontrolę nad procesem poboru materiału ankietowego (miejsce wykonywania wywiadu - identyfikacja GPS, czas wykonania wywiadu, identyfikację pracy ankietera (poprzez ip urządzenia mobilnego) oraz 3) zaimplementowanie danych z lat wcześniejszych (2009, 2010) i analizę porównawczą (porównywanie wyników dla wybranych cech w okresie 2009-2010).

2.2. Metoda badań

2.2.1. Badania ruchu turystycznego – aspekt teoretyczno-metodologiczny

Badanie ruchu turystycznego ze względu na brak możliwości pełnej rejestracji tego zjawiska jest zadaniem trudnym. Zdecydowana większość danych gromadzonych przez statystykę publiczną obejmuje wyłącznie rejestrowaną bazę noclegową, natomiast dane dotyczące struktury uczestników tego ruchu zdobywane są przy użyciu badań niepełnych (częstkowych) co istotnie wpływa na ich jakość. Inne informacje i dane pochodzące z różnych instytucji lub obiektów oraz uzyskane podczas wydarzeń koncentrujących ruch turystyczny mają również charakter wycinkowy i jedynie w wąskim stopniu ilustrują badane zjawisko. Powyższe przesłanki sprawiają, że badanie ruchu turystycznego na określonym obszarze (miejscowość, rejon, region) wymaga zastosowania kompleksowej metodologii badawczej, która musi uwzględniać wiele metod oraz wykorzystanie danych pochodzących najczęściej z licznych, uzupełniających się źródeł. Samo badanie wymaga doświadczenia eksperckiego i wiedzy o specyfice ruchu turystycznego na danym obszarze. W regionalnych badaniach ruchu turystycznego przeprowadzanych w Polsce po 2007 r. najczęściej stosowano kilka wzajemnie uzupełniających i weryfikujących się metod badawczych, do których należą przede wszystkim: badania oparte na źródłach zastanych (tzw. desk research; wykorzystujące dane z oficjalnych statystyk, głównie z GUS-u, ale także innych instytucji) oraz różnego rodzaju techniki badań kwestionariuszowych (które z konieczności są badaniami częściowymi). Pierwsza grupa metod, analiza źródeł zastanych, ograniczona jest jakością informacji gromadzonych przez oficjalne statystyki (najczęściej wykorzystywane materiały źródłowe, czyli dane Głównego Urzędu Statystycznego oparte są na informacjach pochodzących z obiektów noclegowych - sprawozdania KT-1). Druga zasadnicza grupa metod stosowanych w badaniach ruchu turystycznego to metody kwestionariuszowe (ankietowe). Obejmują

one różnorodne techniki badawcze (m.in. standaryzowane wywiady bezpośrednie, wywiady telefoniczne, wywiady przeprowadzane przy użyciu komputera, wywiady przeprowadzane w grupach fokusowych, wywiady eksperckie). Badania te przeprowadzane są przede wszystkim wśród uczestników ruchu turystycznego (które obejmują zgodnie terminologią UNWTO odwiedzających jednodniowych oraz turystów i często również: pracowników instytucji związanych z turystyką i/lub wśród pracowników jednostek samorządu terytorialnego). Badania turystów oraz odwiedzających jednodniowych dostarczają wtedy najczęściej następujących danych: charakteryzują cele i motywy przyjazdów, poziom satysfakcji z wizyty, waloryzują odwiedzany obszar. Pozwalają również na określenie struktury odwiedzających pod względem ich cech społeczno-demograficznych (takich jak płeć, wiek, wykształcenie, dochody itp.) oraz pochodzenia terytorialnego, a także do charakterystyki przyjazdów (organizacji przyjazdu, długości pobytu, sposobu dotarcia, ponoszonych wydatków itp.). Badania tego typu - z konieczności - mają charakter częściowy i opierają się na różnych wielkościowo i różnie dobieranych próbach badawczych (liczących od kilkuset do kilku tysięcy respondentów). Stosowane w nich schematy doboru próby (warstwowy, kwotowy, dostępnościowy), niezależnie od jej wielkości, mają charakter nieprobabilistyczny (nielosowy), co wynika z braku możliwości skonstruowania całościowego operatu losowania dla populacji, jaką są turyści. W konsekwencji stosowane w badaniach próby, jako nieprobabilistyczne, nie gwarantują pełnej reprezentatywności statystycznej (stosuje się jednak pewne rozwiązania które znacznie podnoszą jej poziom). Wydaje się jednak, iż nie obniża to znacząco wartości poznawczej wyników (mimo, że uniemożliwia dokonywania uogólnień wyników na całą populację), ponieważ badania dostarczają informacji, które nie są możliwe do uzyskania w inny sposób. Jak podaje Włodarczyk (2011) badania ankietowe uczestników ruchu turystycznego przeprowadzane są na ogół wśród dorosłych, ale w niektórych regionach obniżano wiek respondentów obejmując nimi także młodzież (po ukończeniu 16 roku życia). Biorąc pod uwagę czas i miejsce przeprowadzania badań ankietowych badania ruchu turystycznego wykonywane są w różnych terminach (co niekiedy uwarunkowane jest możliwością ich finansowania) i trwają od jednego do kilku miesięcy w roku, zazwyczaj w II i III kwartale jako czasie największego natężenia ruchu turystycznego. Przeprowadzane badania obejmują w różnych proporcjach miejsca, które określane są jako miejsca atrakcyjne turystycznie (czyli takie, które koncentrują ruch turystyczny w regionie), miejsca odbywania się imprez (sportowych, kulturalnych), dworce i porty (lotnicze, kolejowe, morskie) oraz obiekty noclegowe.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



2.2.2. Postępowanie przygotowawcze

Spełnienie warunku porównywalności wyników badań otrzymanych w roku 2015 z wynikami z lat 2009 i 2010 w Projekcie „Kierunki rozwoju w sferze turystyki i ich wpływ na gospodarkę województwa kujawsko-pomorskiego” niosło za sobą konsekwencje w postaci konieczności przyjęcia i wdrożenia bardzo zbliżonej konwencji metodycznej. Ponieważ w roku 2015 zadanie prowadzenia badań przypadło w udziale innemu zespołowi wykonawczemu (wyłonionemu w drodze przetargu) realizacja celów wytyczonych specyfikacją zamówienia (uzyskanie materiału porównywalnego) wymagała od niego przeprowadzenia licznych analiz wstępnych. Przede wszystkim diagnozie i ocenie poddano metodykę krajowych, regionalnych badań ruchu turystycznego prowadzonych w ostatnich latach a wnioski z tych prac wykorzystano na etapie analizy rozwiązań metodycznych zastosowanych w badaniach ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim w latach 2009 i 2010. W szczególności zapoznano się i zweryfikowano procedury: 1) określania poziomu liczebności próby, 2) doboru miejsc/rejonów poboru materiału ankietowego, 3) konstrukcji narzędzia badawczego (kwestionariusz ankiety - włącznie z analizą zakresu i typu zastosowanych pytań, strukturą kafeterii odpowiedzi, instrukcjami dla ankierów oraz stosowaniem skal wartościujących).

W wyniku przeprowadzonego postępowania wstępnego - opartego głównie na analizie i weryfikacji metodologii stosowanych w krajowych, regionalnych badaniach ruchu turystycznego - było ustalenie i przyjęcie ram metodycznych dla edycji monitoringu ruchu turystycznego w regionie kujawsko-pomorskim w roku 2015. Zespół ekspercki pozytywnie ocenił koncepcję metodologiczną badań przeprowadzonych w latach 2009 i 2010 (w ocenie ekspertów była ona oparta na wybranych, przyjętych w środowiskach naukowych i praktyków procedurach i rozwiązaniach metodycznych, prowadzących do pozyskania materiału źródłowego (ankietowego) odpowiadającego postawionym celom badania – jako generalnie poprawne oceniono procedury: doboru próby, doboru miejsc poboru ankiet, stosowania rozwiązań mających wpływ na podnoszenie jakości materiału źródłowego, a także procedur podnoszących reprezentatywność wyników).

Wytyczne przyjęte dla badań w roku 2015 (uwzględniające niewielkie korekty w postępowaniu badawczym) dawały podstawę do realizacji celów i zamierzeń ustalonych przez Zamawiającego, a także wpłynęły zasadniczo na uzyskanie możliwości ujęcia dynamicznego (porównanie wyników w okresie 2009 - 2015). Następnie, skonstruowano narzędzie badawcze – kwestionariusz ankiety (nanosząc pewne zmiany), przygotowano operat losowania stosując rozwiązania wpływające na podniesienie reprezentatywności, wytypowano rejony/miejsca poboru materiału źródłowego, ustalono sposoby prezentacji danych i wyników cząstkowych w raporcie końcowym oraz na stronie internetowej (szczegółowy opis przyjętych rozwiązań znajduje się w podrozdziale 2.2.3.).

2.2.3. Schemat doboru, struktura próby badawczej, kwestionariusz wywiadu

Wielkość próby w badaniach ruchu turystycznego na obszarze województwa kujawsko-pomorskiego ustalono z Zamawiającym na 5000 wywiadów (liczba respondentów identyczna jak w roku 2009) co spełniało wymóg otrzymania niewielkiego błędu oszacowania (na poziomie 2%) i wpływało na podwyższenie poziomu reprezentatywności. Badaniami zostali objęci odwiedzający (turyści i odwiedzający jednodniowi, krajowi i zagraniczni) w wieku od lat 16 lat. Założono, że wśród turystów i odwiedzających jednodniowych znajdują się mieszkańcy macierzystego województwa, jednak w tym przypadku nie podjęto działań związanych z określeniem ich udziału w grupie ogółem (nie zastosowano doboru celowego). Podobnie jak w I edycji monitoringu w badaniach w roku 2015 nie zastosowano doboru celowego dla grupy odwiedzających zagranicznych (dobór naturalny). Wywiady kwestionariuszowe z odwiedzającymi przeprowadzono w miesiącach sezonu letniego (pobór ankiet miał miejsce od końca maja do połowy września 2015 r.).

W celu podniesienia poziomu reprezentatywności wyników końcowych posłużono się strukturyzacją próby (pobór materiału ankietowego odbywał się zarówno w dni robocze, jak i w weekendy a ponadto przy założeniu ustalonej liczby ankiet w danym miesiącu - celem tego zabiegu było ujęcie w badanej próbie różnego typu turystów oraz jej różnicowanie względem czynnika sezonowości; określano graniczne godziny – dolną i górną - prowadzenia badań; w niektórych miejscowościach/rejonach badania, w przypadku równoczesnej pracy kilku ankierów dla każdego z nich określono konkretny obszar działania).

W dwóch pierwszych edycjach badania ruchu turystycznego podstawową jednostką odniesienia, na poziomie której dokonano identyfikacji miejsc poboru materiału ankietowego był powiat. Typowanie konkretnych rejonów badawczych wraz z określeniem liczby ankiet uzyskano poprzez przeprowadzenie procedury oceny taksonomicznej wagi obszarów na mapie turystycznej województwa. Autorzy koncepcji metodologii badań prowadzonych w roku 2009 wykorzystali w tym celu informacje o następujących cechach: liczba obiektów noclegowych, liczba miejsc noclegowych, liczba udzielonych noclegów, atrakcyjność turystyczno-kulturowa (w tym: obiekty historyczne, budynki, budowle, wydarzenia kulturowe, festiwale, wystawy, wydarzenia historyczne, imprezy sportowe), atrakcyjność turystyczna walorów naturalnych oraz faktycznie udokumentowana atrakcyjność mierzona odwiedzalnością muzeów i innych atrakcji turystycznych. Na podstawie oceny część jednostek przestrzennych została wyłączona. Ostatecznie do badań w roku 2009 i 2010 zakwalifikowano następujące jednostki: Brodnica, Bydgoszcz, Chełmno, Ciechocinek, Golub-Dobrzyń, Grudziądz, Inowrocław, Strzelno i Kruszwicę, Toruń, Tucholę, Więcbork i Sępólno, Włocławek, powiat brodnicki, powiat bydgoski, powiat świecki, powiat tucholski, powiat żniński.

Zespół ekspercki przygotowujący koncepcję badania w roku 2015 dokonał oceny zastosowanego podejścia uzyskując bardzo zbliżone wyniki. Miejsca poboru wywiadów



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

w roku 2015 zweryfikowano stosując wybrane w tym celu metody typologii i klasyfikacji zjawisk społeczno-gospodarczych oraz metodę porównań Bazując dla przykładu na informacjach i materiałach statystycznych GUS wykonano analizy zjawiska koncentracji przestrzennej dla różnych cech, w tym np. dla cechy: *korzystający z noclegów w obiektach noclegowych* (rozkład kwintyli koncentracji przedstawiono w tab. 1.)

Tab. 1. Rozkład kwintyli koncentracji w powiatach województwa kujawsko-pomorskiego dla cechy „Korzystający z noclegów w obiektach noclegowych” (na podstawie danych za rok 2013)

Powiaty	Gęstość zjawiska (Korzystający z noclegów/ powierzchnia powiatu)	Skumulowany % powierzchni	skumulowany % cechy	Kwintyle koncentracji
grudziądzki	1,130495	4,051196	0,094959	I
radziejowski	1,467875	7,429048	0,197765	I
rypiński	4,110733	10,6956	0,476181	I
nakielski	5,780357	16,92821	1,223164	I
lipnowski	5,922244	22,58208	1,917417	I
wąbrzeski	6,171657	25,37006	2,274177	I
włocławski	8,152174	33,56149	3,65876	I
sępoleński	9,093552	37,96327	4,488702	I
mogileński	13,24852	41,7251	5,522063	I
chełmiński	13,33333	44,66333	6,334351	I
tucholski	21,50233	50,64552	9,001404	I
świecki	23,87984	58,84252	13,05996	I
żniński	24,16362	64,31831	15,8034	I
golubsko-dobrzyński	24,23654	67,72955	17,51763	I
bydgoski	27,53262	75,49249	21,94922	II
brodnicki	31,66121	81,27435	25,74482	II
toruński	36,08862	88,11909	30,86651	II
inowrocławski	46,20653	94,936	37,39747	II
aleksandrowski	229,2815	97,58486	49,99002	III
Włocławek	344,8471	98,05787	53,37209	III
Grudziądz	530	98,3862	56,98009	III
Bydgoszcz	718,546	99,35448	71,40594	IV
Toruń	2136,388	100	100	V

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zawartych w publikacji „Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w latach 2012-2013 (www. bydgoszcz.stat.gov.pl, dostęp z dnia 21.04.2015)

Porównanie rozkładu kwintyli koncentracji dla tej cechy w układzie powiatów (uzyskanego na podstawie danych z 2013 r). z listą rejonów badań z roku 2009 i 2010 potwierdziło zasadność kontynuowania badań w rejonach dotychczas w tym celu wykorzystywanych. Wszystkie spośród jednostek przestrzennych (powiatów) oznaczonych kwintylem V, IV, III i II były typowane do badań w roku 2009 i 2010. Podobne ustalenia dotyczyły niektórych jednostek wchodzących w zakres I kwintyla

(powiaty: sępoleński, mogileński, chełmiński, tucholski, świecki, żniński, golubsko-dobrzyński).

Ze względu na dynamikę (zmiennosc) zjawiska ruchu turystycznego (zmiany w natężeniu obserwowane w okresie 2009- 2014) w zweryfikowanych rejonach badawczych skorygowano jednak liczbę wywiadów (por. tab. 2, ryc. 3). Różnice powstałe pomiędzy liczbą (odsetkami) ankiet zebranych w 2009 r. a poziomem ustalonym dla roku 2015 nie były duże i nie miały istotnego wpływu na poprawność i porównywalność wyników.

Tab. 2. Porównanie wielkości i struktury próby w badaniach monitorujących ruch turystyczny w regionie kujawsko-pomorskim w latach 2009 i 2015

Rejony poboru materiału ankietowego	Rok badania 2009		Rok badania 2015		Różnica w liczbie wywiadów 2009-2015 (w %)
	Liczba wywiadów	Odsetek wywiadów (5000 =100%)	Liczba wywiadów	Odsetek wywiadów (5000 =100%)	
M. Toruń	963	19,3	947	18,9	-0,3
Ciechocinek	649	13,0	733	14,7	1,7
M. Bydgoszcz	572	11,4	578	11,6	0,1
Inowrocław	405	8,1	394	7,9	-0,2
powiat żniński	295	5,9	264	5,3	-0,6
M. Chełmno	292	5,8	275	5,5	-0,3
powiat świecki	275	5,5	275	5,5	0,0
Włocławek (*)	233	4,7	176	3,5	-1,1
powiat bydgoski	228	4,6	229	4,6	0,0
Tuchola	211	4,2	151	3,0	-1,2
Więcbork i Sępólno	183	3,7	190	3,8	0,1
Brodnica	146	2,9	182	3,6	0,7
Grudziądz	142	2,8	122	2,4	-0,4
Golub-Dobrzyń	132	2,6	140	2,8	0,2
Strzelno i Kruszwica	120	2,4	97	1,9	-0,5
powiat brodnicki	94	1,9	152	3,0	1,2
powiat tucholski	60	1,2	100	2,0	0,8
OGÓŁEM	5000	100,0	5000	100,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: 1) Anszperger A., Radkiewicz A., 2011 „Badania ruchu turystycznego w Województwie Kujawsko-Pomorskim w latach 2009-2010 Tom 2”, Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, Toruń i 2) Brudnicki R. 2015, Koncepcja metodologiczna badania, Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Pytania zawarte w kwestionariuszu wywiadu umożliwiły charakterystykę zachowań turystów, a w szczególności pozwoliły na: 1) otrzymanie szczegółowej charakterystyki odwiedzających krajowych i zagranicznych (uwzględniającej następujące parametry: kraj i miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy, status materialny), otrzymanie charakterystyki wizyt (cech specyficznych) ze względu na ich: cele, długość pobytu, osoby towarzyszące podczas wyjazdu, używane środki transportu, analizę preferencji i zachowań odwiedzających, ocenę satysfakcji, zadowolenia z jakości oferty turystycznej, ocenę atrakcyjności turystycznej, określenie przeciętnego poziomu wydatków poniesionych w trakcie pobytu.

Badania ankietowe przeprowadzono według precyzyjnie określonych procedur. Wywiady przeprowadzili przeszkoleni i odpowiednio oznakowani Ankieterzy (wyposażeni w identyfikatory, koszulki - oznakowane logiem KPOT i napisem „Badania ruchu turystycznego w województwie Kujawsko-Pomorskim 2015”). Instrukcje przekazane ankierom dotyczyły: wyboru respondentów, sposobu przeprowadzenia rozmowy, wprowadzania danych on-line do bazy danych itp. Na początku badania ankieterzy byli zobowiązani do identyfikacji „podróżnego” i „odwiedzającego” (mieszkaniec/odwiedzający) oraz wieku respondenta (zgodnie z założeniem, że badaniom będą podlegać osoby powyżej 16 roku życia). Przyjęto również ograniczenia zmierzające do minimalizacji liczby ankiet pozyskiwanych od grup turystów zorganizowanych (max. 2-3 osoby) lub tworzących „grupy rodzinne” (tylko 1 respondent z grupy). Praca ankieterów oprócz stałego monitoringu z wykorzystaniem platformy informatycznej (podgląd zbierania danych w danym miejscu z użyciem funkcji gps, podgląd baz danych on-line) podlegała stałej kontroli (inspekcje Kierownika badań prowadzone w terenie).

Reasumując, dzięki przyjętym założeniom i rozwiązaniom metodycznym (m.in. taki sam okres poboru materiału źródłowego - jak w roku 2009, wielkość próby – 5000 wywiadów, podobne założenia strukturyzacji próby w tym dotyczące rejonów badawczych) przeprowadzone badania i prezentowane w niniejszym opracowaniu wyniki w pełni wpisują się w formułę realizacji systematycznych badań monitorujących ruch turystyczny w regionie kujawsko-pomorskim.

2.2.4. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego

Zgodnie z założeniami określonymi w metodyce badań w okresie od czerwca do końca września 2015 r. ankieterzy pozyskali zakładany limit wywiadów, nieco go przewyższając – informacje pozyskano od 5058 respondentów. Przekroczenie zakładanego poziomu próby wynikało z stosowania procedur kontrolnych, tj. prowadzenia na bieżąco kontroli poprawności tworzonej on-line bazy danych. Ze względu na trudności o charakterze obiektywnym - leżące najczęściej po stronie respondentów (pomijanie części odpowiedzi, przerywanie wywiadu przez respondenta),



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



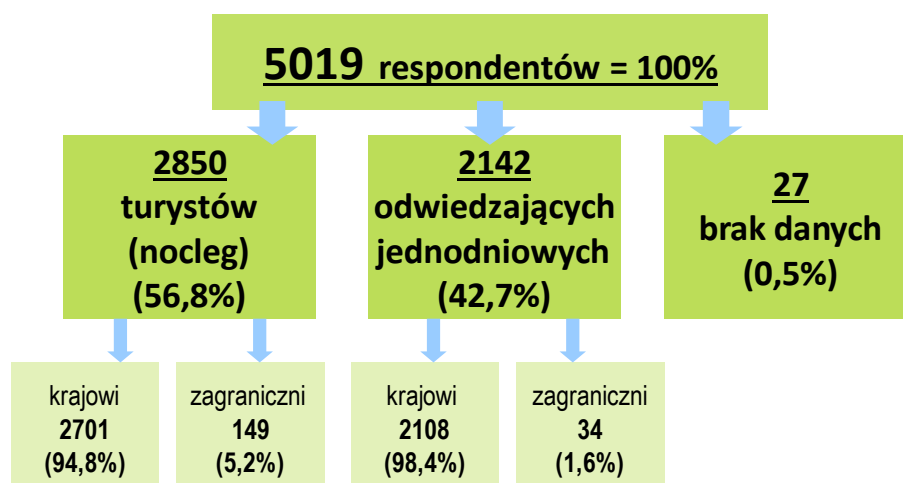
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

jak również problemy natury technicznej (pojawiające się zaniki lub częściowy a czasami nawet całkowity brak dostępu do internetu w niektórych rejonach badawczych) generowane dane okazywały się czasami niekompletne (było to jednak zjawisko sporadyczne). Sytuacje tego typu determinowały konieczność uzupełnienia liczby wywiadów.

Weryfikując poprawność pozyskanego materiału ankietowego (głównie pod kątem kompletności wypowiedzi respondentów na pytania z poszczególnych części kwestionariusza wywiadu) z bazy 5058 wywiadów do dalszej analizy zatwierdzono 5019 ankiet. Należy dodać, że w tej grupie znalazły się również ankiety zawierające nieznaczne braki w odpowiedziach (problem niekompletności materiału – braki w odpowiedziach na wszystkie pytania - występuje praktycznie w każdym badaniu kwestionariuszowych i jest uzależniony od wielu czynników – w opinii ekspertów nie będzie to miało jednak większego wpływu na uzyskane wyniki końcowe).

Podczas realizacji badań, w jednym przypadku, w związku z pojawiającymi się problemami w identyfikacji ruchu turystycznego, zespół ekspercki zmuszony był do podjęcia decyzji modyfikujących przyjęte wcześniej założenia (w przypadku rejonu badawczego „Włocławek”, aby uzyskać zakładaną w nim liczbę wywiadów podjęto decyzję o przeprowadzeniu badań także na terenie uzdrowiska Wieniec Zdrój).

Reasumując, wyniki prezentowane w niniejszym opracowaniu powstały w oparciu o analizę wywiadów pochodzących od 5019 respondentów. Z tej grupy 56,8% (2850 osób) byli to turyści (realizujący noclegi), a pozostałe 42,7% odwiedzający jednodniowi (2142 osoby) (dla 27 osób – tj. 0,5% z grupy ogółem zanotowano brak danych na temat długości trwania pobytu). Dominującą grupą wśród respondentów byli mieszkańcy naszego kraju (96,3%) - pozostałe 3,7% (185 osób) stanowili obcokrajowcy (odwiedzający zagraniczni) (ryc. 4).



Rycina 4. Charakterystyka liczebności respondentów na podstawie zweryfikowanego materiału źródłowego, z uwzględnieniem podziału na wydzielone kategorie odwiedzających (turyści, odwiedzający jednodniowi, odwiedzający Polacy, obcokrajowcy)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

ROZDZIAŁ III. TURYSTYKA W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM NA TLE UWARUNKOWAŃ I TENDENCJI RYNKOWYCH

Województwo kujawsko-pomorskie nie należy do czołówki regionów turystycznych Polski (w latach 2012-2014 – udział regionu w obsłudze krajowego ruchu turystycznego ogółem kształtował się na poziomie się 5,7-4,5%). Niewątpliwie jednak, duże nasycenie walorami środowiska naturalnego oraz liczne atrakcje kulturowe w powiązaniu z czynnikami lokalizacyjnymi (położenie w centralnej, dobrze skomunikowanej części kraju) dają podstawę do traktowania regionu jako przestrzeni turystycznej o dużym potencjale rozwojowym. Na terenie województwa można wyodrębnić przynajmniej dziewięć obszarów turystycznych, tj. rejonów, ośrodków i miejscowości o znaczącej w układzie wewnątrzregionalnym i krajowym funkcji obsługi ruchu turystycznego: tucholski (obejmujący lasy i jeziora Borów Tucholskich z doliną Brdy), koronowski (okolice Zbiornika Koronowskiego), wdecki (rejon Wdy i Jeziora Żurskiego), brodnicki (Pojezierze Brodnickie), górznieński (teren Górznieńsko-Lidzbarskiego Parku Krajobrazowego), włocławski (związany z Gostynińsko-Włocławskim Parkiem Krajobrazowym oraz Zbiornikiem Włocławskim i uzdrowiskiem Wieniec Zdrój), ciechociński (obejmujący uzdrowisko w Ciechocinku i fragmenty doliny Wisły), żniński (rejon Pałuk – ok. Żnina-Gąsawy) oraz ośrodki miejskie (duże i mniejsze centra turystyczno-krajoznawcze i uzdrowiskowe – Toruń, Bydgoszcz, Grudziądz, Inowrocław, Brodnica, Golub Dobrzyń. W skali kraju do kategorii obszarów turystyczno-wypoczynkowych o wybitnych walorach turystycznych w naszym regionie zalicza się tylko niewielkie obszary w dolinie Brdy, Borach Tucholskich, na Pojezierzu Brodnickim, w dolinie Wisły oraz na Pojezierzu Gnieźnieńskim i Kujawskim. Do kategorii obszarów o mniejszym znaczeniu wchodzi większe powierzchnie Borów Tucholskich, doliny Brdy, Drwęcy i Wisły, część pojezierza Gnieźnieńskiego i Kujawskiego. Do kategorii miejscowości turystyczno-wypoczynkowych o wybitnym znaczeniu dla turystyki na terenie województwa kujawsko-pomorskiego zaliczono wyłącznie Toruń, natomiast do kategorii o znaczeniu dużym zaliczono: Biskupin, Bydgoszcz, Ciechocinek i Włocławek. Z punktu widzenia rozwoju turystyki w naszym regionie, podstawowe znaczenie dla organizacji turystyki posiadają ponadto takie ośrodki jak: Tuchola, Brodnica, Inowrocław, Kruszwica, Przyjezierze, Bachotek, Tleń (w planach krajowych pomija się ich znaczenie uznając je za niewielkie).

Gospodarka turystyczna regionu podlega ogólnokrajowym trendom rynkowym. Ostatnie kilkanaście lat generalnie nie sprzyjało rozwojowi funkcji turystycznej w województwie, gdyż okres ten charakteryzował się znacznym spadkiem liczby podróży turystycznych Polaków. Jak wynika z danych archiwalnych Instytutu Turystyki w Warszawie w latach 2001-2011 r. natężenie krajowego ruchu turystycznego - rozumiane



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

jako liczba krajowych podróży ogółem - obniżyło się z pułapu ponad 50 mln podróży do 29,6 mln. W tym czasie liczba szacowanych podróży w naszym województwie spadła z 2,7 mln do 1,6 mln. (tab. 3.).

Tab. 3. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe razem) w okresie 2001-2013 w układzie regionalnym

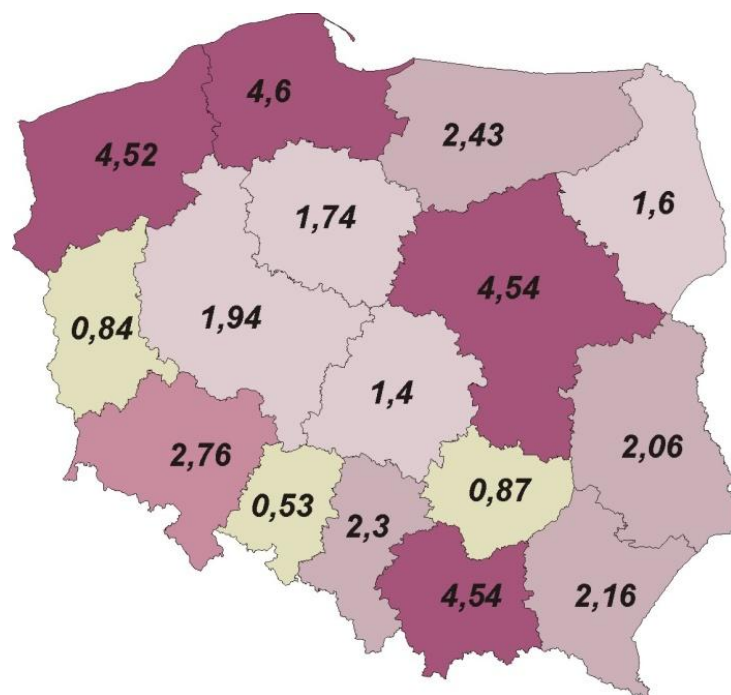
Województwa	Lata/Liczba krajowych podróży ogółem (w mln)												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
dolnośląskie	3,5	3,9	2,8	3,1	2,9	3,0	2,2	3,2	2,8	2,8	2,7	3,7	3,9
kujawsko-pomorskie	2,7	3,1	3,0	2,7	2,7	2,7	2,0	2,2	1,8	1,6	1,6	2,3	2,1
lubelskie	2,3	3,2	3,2	2,0	1,6	2,1	1,5	2,1	1,7	1,3	1,8	1,7	2,2
lubuskie	1,5	1,3	1,3	1,9	0,9	1,1	1,4	1,4	0,9	1,0	0,8	1,0	1,0
łódzkie	2,5	2,7	1,8	1,4	1,3	1,6	1,3	0,9	1,2	1,4	1,2	1,4	1,7
małopolskie	5,6	5,3	4,8	3,8	3,8	3,8	3,6	3,0	2,4	2,8	2,8	5,2	7,2
mazowieckie	6,5	7,3	6,4	5,1	5,8	5,5	4,4	4,4	3,5	3,9	3,4	5,4	4,7
opolskie	1,8	1,6	1,2	0,8	0,4	0,7	0,6	0,6	0,7	0,5	0,4	0,5	0,7
podkarpackie	1,7	3,1	2,7	3,0	2,5	2,1	2,2	2,1	1,7	1,5	1,4	2,4	3,1
podlaskie	2,8	1,9	1,9	1,0	1,0	1,4	1,7	0,8	0,8	1,4	1,5	0,9	1,4
pomorskie	4,6	4,0	4,8	3,5	3,2	3,2	3,7	3,7	3,7	4,5	2,8	5,3	6,0
śląskie	4,9	5,0	4,0	3,6	2,8	3,1	1,9	2,4	1,8	2,6	2,5	3,3	3,4
Świętokrzyskie	2,4	2,6	1,6	1,3	1,0	0,9	1,1	1,1	0,9	1,3	1,0	1,2	1,7
warmińsko-mazurskie	2,6	2,6	2,6	1,9	1,6	2,1	2,4	2,1	2,0	2,1	1,8	2,2	2,5
wielkopolskie	4,2	3,5	3,7	3,4	3,0	3,2	2,1	2,4	2,4	2,4	1,6	3,1	2,6
zachodnio-pomorskie	4,2	3,5	3,6	2,6	2,4	3,0	3,3	3,3	3,5	1,7	2,8	3,2	2,8
ogółem	53,8	54,2	48,4	39,6	35,9	38,5	34,9	34,9	30,8	33,9	29,6	40,5	42,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Activ Group 2013 i Instytutu Turystyki 2008-2012

W okresie 2011-2013 kilkunastoletnia tendencja spadkowa wyhamowała i nastąpił pierwszy od lat tak znaczący i oczekiwany na rynku wzrost natężenia krajowych podróży turystycznych ogółem. W tym czasie, według szacunków Instytutu Turystyki a następnie Activ Group, natężenie ruchu turystycznego w regionie kujawsko-pomorskim wzrosło wprawdzie do 2,3 mln podróży (2011-2012), aby w 2013 (po niewielkiej ujemnej korekcie) utrzymać się na poziomie powyżej 2 mln podróży (2,1). W roku 2014 r. według szacunków Ministerstwa Sportu i Turystyki Polacy wzięli udział w 38,3 mln krajowych podróżach turystycznych, przy czym udział wyjazdów długookresowych w wyjazdach krajowych ogółem wyniósł 39,2%, a wyjazdach krótkookresowych 60,8%). W naszym regionie według oszacowania odbyło się 1,74 mln podróży co oznacza spadek w relacji do roku 2013 (ryc. 5).

Najbardziej aktualne dane pochodzące z tego samego źródła (MSiT) informują, że w pierwszych sześciu miesiącach 2015 r. Polacy wzięli udział w 16,2 mln krajowych podróżach turystycznych (z czego w naszym regionie odbyło się 0,7 mln). Dane te

niestety z dużym prawdopodobieństwem wskazują, że liczba podróży w naszym województwie za cały rok 2015 – pomimo utrzymywania się dogodnych warunków pogodowych w sezonie – najprawdopodobniej nie przekroczy 2 mln.



Rycina 5 Natężenie krajowego ruchu turystycznego według województw i liczby krajowych podróży ogółem (mln)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku”, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015 r.

Wyniki badań krajowego ruchu turystycznego z 2014 r. (*Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015*) dają podstawę do wykazania tendencji jakie dotyczą uczestnictwa Polaków w turystyce krajowej (poziom aktywności) oraz zachowań organizacyjnych jakie temu towarzyszą (parametry opisowe ruchu turystycznego) (ryc. 6, 7 i 8). Jak wynika z przedstawionego przez MSiT komunikatu, w 2014 r. uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych wyniosło: w przypadku krajowych wyjazdów długookresowych (na 5 dni i więcej) ok. 43%, a krótkookresowych – 60%. Głównym celem wyjazdów długookresowych Polaków były cele turystyczne. Ponadto podczas tego typu wyjazdów w grupie najczęściej deklarowanych celów znalazły się również odwiedziny krewnych i znajomych a udział wyjazdów w celach służbowych wynosił nieco ponad 2%.

Polacy w przypadku organizowania podróży wakacyjno-urlopowych (wyjazdy długookresowe) nadal tylko w nieznacznym zakresie korzystali z usług biur podróży. W organizacji wyjazdów zmniejszyła się rola zakładu pracy, natomiast jeszcze bardziej wzrosło znaczenie samodzielnego organizowania podróży tego rodzaju.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚĆ

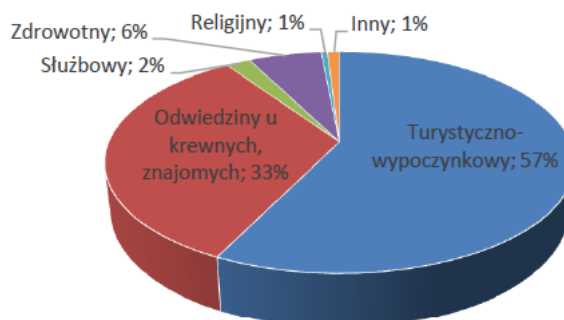


WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

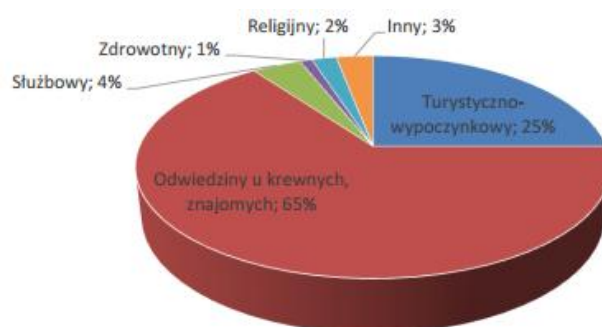


UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

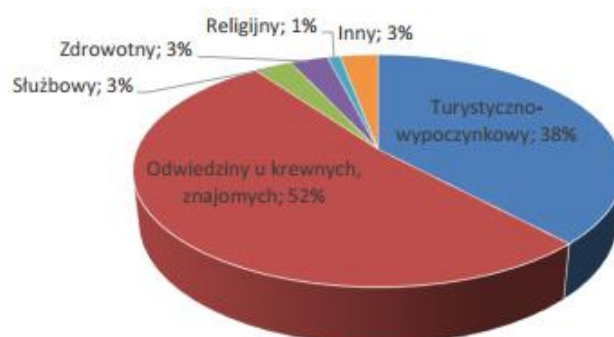
Wykorzystanie bazy noclegowej jest dość specyficzne (tab. 4). W roku 2014 podczas krajowych wyjazdów długookresowych Polacy najczęściej korzystali z mieszkań krewnych i znajomych, jednocześnie rezygnując z noclegów w hotelach oraz kwaterach prywatnych. Podczas długich (na co najmniej 5 dni), jak i krótkich wyjazdów, jako środek transportu wykorzystywali przede wszystkim własny samochód, ale wyraźnie wzrasta również popularność publicznych środków komunikacji, takich jak autobus i autokar.



Rycina 6. Struktura krajowych wyjazdów długookresowych według celów w 2014 roku
 Źródło: Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015 r.



Rycina 7. Cele krajowych wyjazdów krótkookresowych w 2014 roku
 Źródło: Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015 r.



Rycina 8. Cele krajowych wyjazdów turystycznych ogółem w 2014 roku
 Źródło: Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015 r.

Tab. 4. Rodzaje zakwaterowania wykorzystywane podczas krajowych podróży ogółem w 2014 r. (w %)

Wyszczególnienie	Rok 2014
hotel, motel, zajazd	9.2
pensjonat	8.2
dom wycieczkowy, schronisko, schronisko młodzieżowe, stacja wodna	2.4
ośrodek szkoleniowo-wypoczynkowy, dom wczasowy, wypoczynkowy, ośrodek kolonijny	2.6
wynajęta kwatera prywatna	7,1
kwatera agroturystyczna	1.4
kemping, pole biwakowe	1.7
domek turystyczny, bungalow	1.8
sanatorium lub inny zakład leczniczy	2,0
środek transportu (np. statek, pociąg, samochód, autokar)	0.2
inne wynajmowane miejsca noclegowe	0.4
mieszkanie u krewnych lub znajomych	58.6
drugi dom, mieszkanie wakacyjne	3.4
pozostałe niewynajmowane miejsca zakwaterowania (własny namiot, zagłówka, „nocleg pod chmurką”)	0.8

Źródło: Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015 r.

Badania CBOS (*Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2014 roku i plany na rok 2015*) dają pogłębiony obraz profilu uczestników ruchu turystycznego. Analizy wieloczynnikowe dają podstawę do stwierdzenia, że korzystanie z wyjazdów wypoczynkowych lub turystycznych w roku 2014 związane było przede wszystkim z przynależnością do grup społeczno-zawodowych. Co najmniej dwudniowy wypoczynek poza miejscem stałego zamieszkania jest powszechny wśród badanych zaliczających się do kadry kierowniczej i specjalistów z wyższym wykształceniem (91%). W roku 2014 z wyjazdów wypoczynkowych w przeważającej większości korzystali także pracownicy administracyjno-biurowi (80%), uczniowie i studenci (79%) oraz średni personel i technicy (75%). W celach wypoczynkowych wyjeżdżała także większość pracowników usług (65%), respondentów prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą (63%) oraz robotników wykwalifikowanych (57%). Podobnie jak w roku 2013, grupą zawodową najrzadziej korzystającą z co najmniej dwudniowych wyjazdów wypoczynkowych lub turystycznych byli rolnicy indywidualni (16%). Rzadko z tego typu wyjazdów korzystają także renciści (25%), bezrobotni (30%), emeryci (34%), robotnicy niewykwalifikowani (43%) oraz gospodynie domowe i niepracujący z innych powodów (45%).

Reasumując, mieszkańcy Polski w 2014 r. wyjeżdżali w kraju najczęściej w odwiedzin (długookresowe i krótkie łącznie). Wyjazdy w ponad 90% organizowali



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



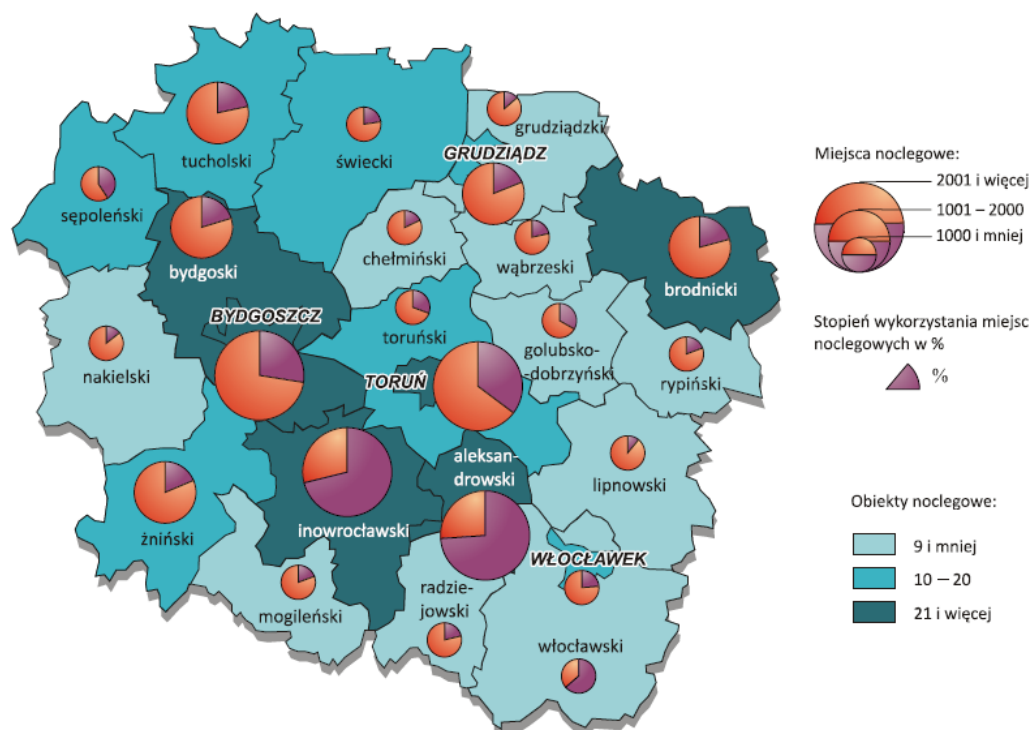
WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

samodzielnie, korzystali głównie z zakwaterowania w mieszkaniach krewnych lub znajomych. W trakcie wyjazdów najczęściej korzystali z prywatnych samochodów. Do najczęściej odwiedzanych województw - zwłaszcza w sezonie letnim – należały: województwo pomorskie, zachodniopomorskie, mazowieckie, małopolskie, dolnośląskie i warmińsko-mazurskie.

Na terenie województwa kujawsko-pomorskiego, pod koniec lipca 2014 funkcjonowało 331 turystycznych obiektów noclegowych, w tym 252 obiekty całoroczne (GUS 2015) (ryc. 9 i 10). Baza obiektów noclegowych w województwie składała się w tym czasie z: 149 obiektów hotelowych (106 hoteli, 5 moteli, 2 pensjonaty i 36 innych obiektów hotelowych) oraz 182 pozostałych obiektów. W porównaniu ze stanem z końca lipca 2013 r. liczba obiektów noclegowych w naszym regionie nie zmieniła się (w kraju w tym czasie zanotowano ich wzrost - o 1,1% do 9885 obiektów). Liczba miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych (31 lipiec 2014 r.) województwa wynosiła 26,9 tys., z czego 19,6 tys. (72,8% ogółu) przypadało na obiekty całoroczne. W relacji do roku poprzedniego w roku 2014 ogólna liczba miejsc noclegowych zwiększyła się o 2,2%, a w obiektach całorocznych – o 8,2%. Największy wzrost liczby miejsc w skali roku odnotowano: w zespołach domków turystycznych (o 17,0%), w innych obiektach hotelowych (o 15,2%) oraz w motelach (o 14,4%). Spadek liczby miejsc noclegowych zaznaczył się m.in.: w pozostałych obiektach niesklasyfikowanych (o 13,4%), w pensjonatach (o 13,3%) oraz na polach biwakowych (o 13,1%).



Rycina 9. Turystyczne obiekty noclegowe według powiatów w 2014 r.

Źródło: Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w 2014 r., Opracowanie sygnałne, Urząd Statystyczny w Bydgoszczy, Bydgoszcz, maj 2015

Opierając się na danych zawartych w publikacjach GUS (2011, 2015) można stwierdzić, że w całym 2014 r. z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania na terenie województwa kujawsko-pomorskiego skorzystało 929,4 tys. turystów (3,7% udziału wszystkich korzystających z tego typu obiektów w Polsce), tj. 7,2% więcej niż w roku 2013 i 13,1% więcej aniżeli w roku 2011. Noclegi turyści realizowali najczęściej w hotelach (576,7 tys. osób - 62,1 % ogółu korzystających z noclegów w województwie). Z oferty zakładów uzdrowiskowych skorzystało 13,2% turystów ogółem, a ofertę innych obiektów hotelowych (np. wille, zajazdy, zamki) wybrało 5,3% korzystających z noclegów w województwie. W relacji do roku 2013 z wyżej wymienionych obiektów wzrost osób korzystających z noclegów odnotowano tylko w hotelach (o 14,7%), zaś spadek w innych obiektach hotelowych i w zakładach uzdrowiskowych (odpowiednio o 9,6% i o 1,2%). Województwo kujawsko-pomorskie w roku 2014 chętniej niż w poprzednim odwiedzali turyści zagraniczni (turystów zagranicznych przybyło o 3,3% w stosunku do 2013 r.). Spośród 89,9 tys. turystów zagranicznych najwięcej pochodziło z państw Unii Europejskiej (76,8% ogółu cudzoziemców). Najliczniejszą grupą odwiedzającą nasz region stanowili niezmiennie turyści z Niemiec (35,9% ogółu), a także: Rosji (5,6%), Wielkiej Brytanii (5,5%), Włoch (5,4%) oraz Francji (4,7%). Największy wzrost cudzoziemców korzystających z obiektów zlokalizowanych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego zanotowano w grupie turystów pochodzących z Ukrainy (o 33,0%), a także Danii (o 23,4%), Białorusi (o 21,3%) i Holandii (o 19,6%). Turyści zagraniczni – podobnie jak w latach poprzednich korzystali z noclegów w hotelach (88,6% z ogółu turystów zagranicznych korzystających z noclegów). W 2014 r. w turystycznych obiektach noclegowych zlokalizowanych w Kujawsko-Pomorskim udzielono 3290,6 tys. noclegów, tj. o 3,9% więcej niż przed rokiem (udział województwa w stosunku do udzielonych noclegów w całym kraju wyniósł 4,9%). Ponad połowę noclegów, bo aż 54,8%, udzielono w zakładach uzdrowiskowych (1804,6 tys. noclegów). Ponadto znaczny udział noclegów odnotowano: w hotelach (28,7% ogółu udzielonych noclegów w województwie), w ośrodkach wczasowych i w ośrodkach szkoleniowo- wypoczynkowych (po 3,3%). Liczba udzielonych noclegów w skali roku najbardziej zwiększyła się: w zespołach domków turystycznych (o 26,7%), kempingach (o 22,7%), w hotelach (o 17,3%) oraz w kwaterach prywatnych (o 14,0% więcej). W porównaniu z 2013 r. największy spadek liczby udzielonych noclegów zaznaczył się na polach biwakowych (o 33,6%) i w motelach (o 26,4% mniej).

W roku 2014 stopień wykorzystania miejsc noclegowych w naszym województwie osiągnął poziom 42,5% i był podobnie jak w latach wcześniejszych wyższy od średniej krajowej (33,8%). Jednocześnie jak w latach poprzednich w wykorzystaniu miejsc noclegowych zaznaczyła się wyraźna sezonowość.

Rozmieszczenie ruchu turystycznego na terenie województwa kujawsko-pomorskiego nie jest równomierne. Największe skupienie turystów oprócz miast na prawach powiatu (wskaźnik wahał się od 354,7 do 2331,4 osób na 1 km²) wystąpiło w



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

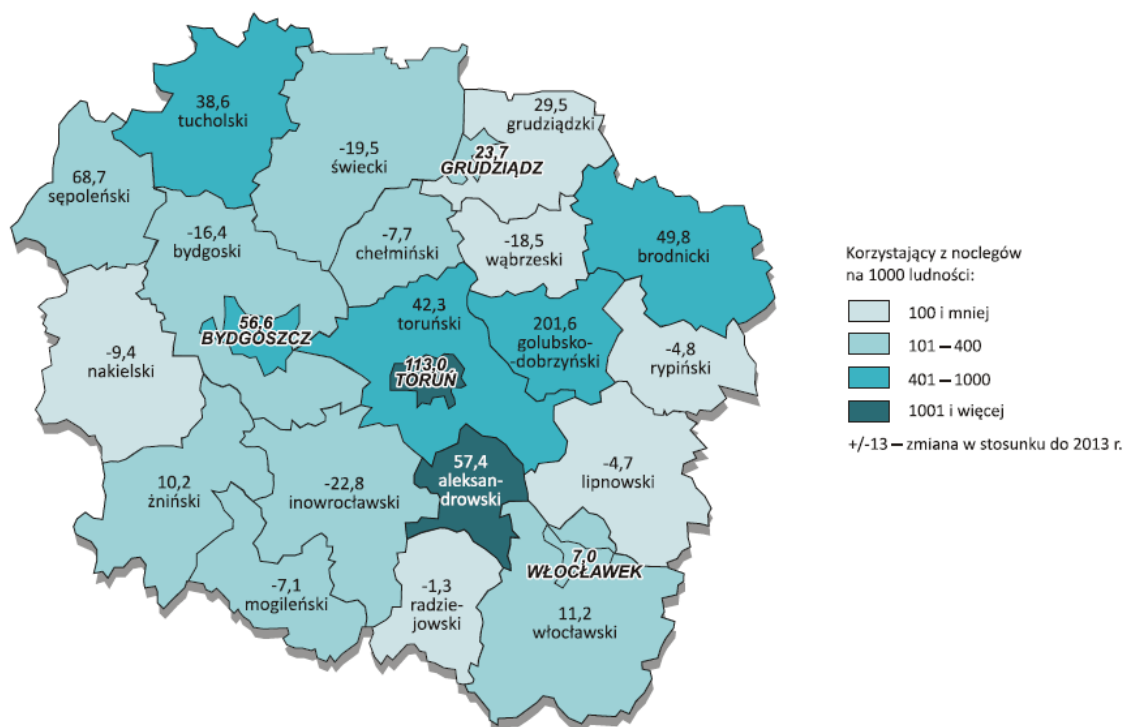


WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

powiecie aleksandrowskim i inowrocławskim (odpowiednio 236,2 i 43,0), a najmniejsze w powiatach radziejowskim i grudziądzkim (odpowiednio 1,4 i 2,8) – przy średniej dla województwa wynoszącej 51,7. W stosunku do roku 2013 w roku 2014 w 23 powiatach województwa obserwowano wzrost tego wskaźnika (największe zmiany dotyczyły miast na prawach powiatu – Torunia (więcej o 190 osób) i Bydgoszczy (więcej o 112 osoby)).



Rycina 10. Korzystający z noclegów według powiatów w 2014 r.

Źródło: Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w 2014 r., Opracowanie sygnałne, Urząd Statystyczny w Bydgoszczy, Bydgoszcz, maj 2015

ROZDZIAŁ IV. STRUKTURA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM NA PODSTAWIE BADAŃ PRZEPROWADZONYCH W ROKU 2015

4.1. Charakterystyka respondentów – turystów i odwiedzających jednodniowych

Ruch turystyczny jest zjawiskiem dynamicznym, przestrzennym i bardzo zróżnicowanym pod względem formy (Wiluś 1997). Jego rozpoznanie i charakterystyka wymaga uwzględnienia licznych parametrów określających m.in.: jego wielkość, strukturę, charakter, sezonowość, formy itp. Jak podaje A. Matczak (1992), M. Pocięcha (2002)¹, R. Brudnicki (2006)², B. Włodarczyk (2011 op.cit) do najważniejszych i najczęściej badanych grup parametrów ruchu turystycznego należy zaliczyć:

- wielkość, sezonowość i długość pobytu, częstotliwość przyjazdów, za pomocą których stwierdzamy, ilu turystów i kiedy przyjeżdża do regionu/miejscowości, jak długo pozostają, czy istnieją okresy w roku, w których natężenie ruchu jest zdecydowanie większe, jaką część ruchu stanowią turyści powracający;
- struktura ruchu turystycznego, która określa, kto przyjeżdża do regionu/miejscowości (kim są przybysze) - cechy demograficzne (wiek, płeć, stan rodzinny), społeczne (wykształcenie, zawód, pochodzenie społeczne), narodowościowe;
- cechy przestrzenne, pokazujące zarówno zasięg geograficzny ruchu turystycznego (określany miejscem pochodzenia odwiedzających), jak i miejsca oraz obszary koncentracji ruchu w regionie (także w układzie jednostek podstawowych - gmin, powiatów);
- sposób organizacji, informujący o formach wyjazdu (indywidualny, grupowy), organizatorze (samodzielny, zorganizowany podmiot organizujący) i sposobach dotarcia do regionu/miejscowości oraz wykorzystywane środki transportu;
- cele przyjazdu, pozwalające określić dominujące formy turystyki w badanym regionie/miejscowości
- motywy wyboru regionu/miejscowości recepcyjnej jako miejsca destynacji turystycznej, które pozwalają określić, jakie czynniki zadecydowały, że został

¹ M. Pocięcha, 2002, *Metody statystyczne w zarządzaniu turystyką*, Albis, Kraków

² R. Brudnicki, 2006, *Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania zachowań turystycznych mieszkańców Torunia*, UMK, Toruń



- dokonany wybór badanego regionu;
- sposoby spędzania czasu podczas pobytu, pozwalające na stwierdzenie, które z elementów potencjału turystycznego regionu/miejscowości cieszą się największym zainteresowaniem (np. poprzez przygotowanie rankingu atrakcji turystycznych);
 - wydatki w czasie pobytu (podróży), umożliwiające oszacowanie przychodów z działalności turystycznej i okołoturystycznej;
 - opinie na temat regionu/miejscowości, dotyczące przygotowania przestrzeni do potrzeb ruchu turystycznego (ocena elementów zagospodarowania turystycznego oraz poziomu obsługi, np. profesjonalizm kadr turystycznych, gościnność mieszkańców itp.) oraz umożliwiające podjęcie stosownych działań w celu poprawy elementów niezadowolających i rozwoju elementów postrzeganych pozytywnie.

Pytania zawarte w kwestionariuszach wywiadów wykorzystywanych w trzeciej edycji monitoringu (w 2015) pozwoliły na charakterystykę większości z opisanych powyżej cech/parametrów ruchu turystycznego.

Punktem wyjścia w analizie struktury ruchu turystycznego stała się charakterystyka badanej zbiorowości pod względem cech demograficzno-społecznych i ekonomicznych (sytuacja materialna) oraz pochodzenia terytorialnego (kryterium geograficzne).

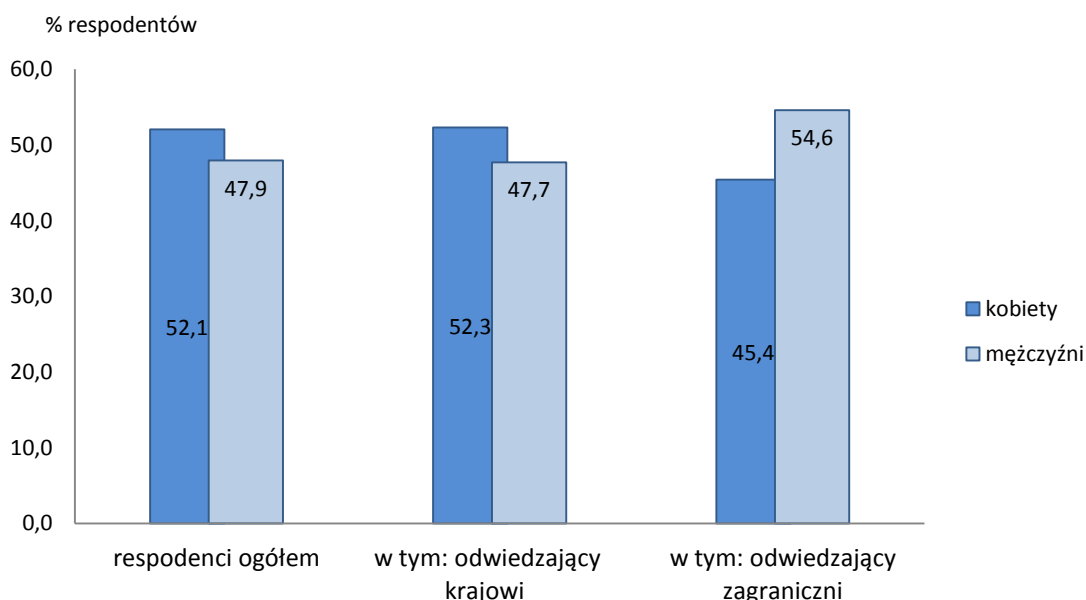
4.1.1. Kryterium demograficzne-społeczne

Dotychczasowy dorobek badawczy w zakresie badań ruchu turystycznego wskazuje na silne zależności, zachodzące między tym zjawiskiem a cechami demograficznymi i społecznymi uczestników ruchu. Aktywność turystyczna zależy przede wszystkim od wieku i płci oraz – co z tym się ściśle wiąże - sytuacji rodzinnej, a ponadto od poziomu wykształcenia, miejsca w strukturze społeczno-zawodowej, wielkości miejsca zamieszkania oraz – co szczególnie istotne – poziomu zamożności.

Charakterystykę społeczno-demograficzną populacji odwiedzających w roku 2015 przeprowadzono na podstawie takich cech jak: płeć, wiek, poziom wykształcenia oraz kategoria społeczno-zawodowa.

W roku 2015 w całkowitej liczbie przebadanych respondentów udział obu płci był bardzo zbliżony (52,1% z ogółu stanowiły kobiety, 47,9% - mężczyźni) i była to sytuacja nieco odmienna od obserwowanej w badaniach z roku 2009 (poziom feminizacji próby była wtedy wyraźny - 55% z ogółu respondentów stanowiły kobiety) (ryc. 11). Nieznaczna przewaga kobiet wystąpiła w grupie badanych Polaków (prawie 52,3%) (w

roku 2009 –przewaga kobiet była wyższa - sięgała ponad 6%), natomiast w przypadku respondentów z zagranicy – podobnie jak w roku 2009 - zaznaczyła się dość wyraźna przewaga mężczyzn (54,4%) (ryc. 4). Najwyższe nadwyżki kobiet nad mężczyznami w grupie badanych respondentów wystąpiły w grupach wiekowych: 20-24 lata, 30-34 lata, 50-54 lata oraz wśród najstarszych respondentów (65 i pow. lat).



Rycina 11. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i zagraniczni

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Analiza struktury płci i wieku osób badanych w roku 2015 wskazuje, że podobnie jak w roku 2009 wśród respondentów dominowały osoby w wieku produkcyjnym (85,7% - 2015, ponad 73% - 2009). Duże podobieństwo zauważono szczególnie w przypadku przyjazdów osób najstarszych (60 lat i powyżej) (17,3% - 2009, 19,9% - 2015), następnie osób w wieku 30-59 lat (różnica in plus dla badań w roku 2015 wyniosła 6,3%) oraz w przedziale wieku 30- 39 (2009 – 17,3%, 2015 - 23,4%). Blisko 8% różnicę (in minus w odniesieniu do rezultatów badań w roku 2015) otrzymano w przypadku grupy respondentów, która w I edycji badania dominowała w pobranej próbie (osoby w wieku 20-29). Najmniej liczną grupę wśród badanych stanowiły osoby najmłodsze, tj. w wieku do 19 lat (w obu latach), przy czym w badaniach w roku 2015 frekwencja osób z tej grupy była jeszcze niższa (ryc. 12).

Analiza struktury wieku badanych respondentów ujawniła pewne różnice między Polakami a osobami przyjeżdżającymi do regionu kujawsko-pomorskiego spoza kraju (ryc. 13). Polacy byli wyraźnie młodszy od obcokrajowców i jest to sytuacja zasadniczo odmienna od zaobserwowanej w roku 2009. Wśród ankietowanych mieszkańców Polski ponad połowa nie skończyła bowiem 41 lat. W stosunku do wyników badania w roku 2009 wyraźnie spadł odsetek młodych respondentów z zagranicy (szczególnie w



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

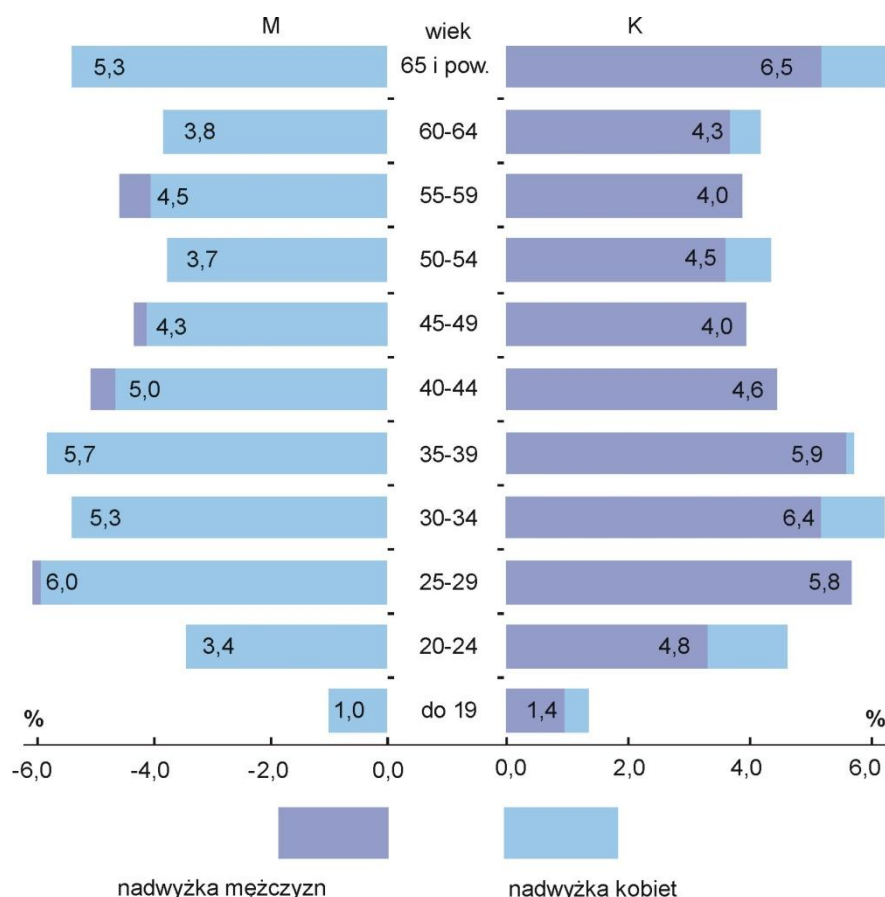


WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

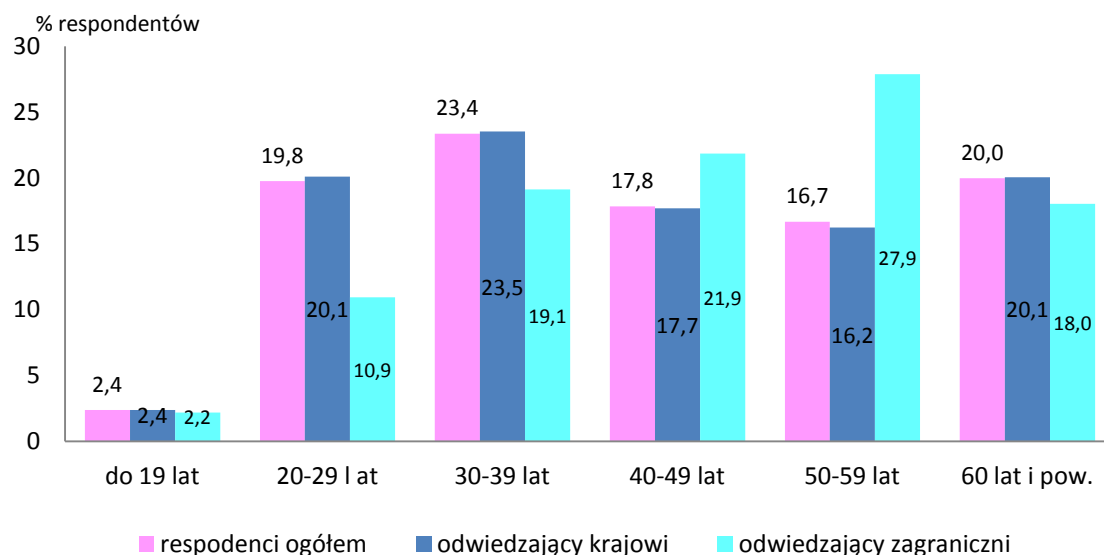
kategorii 20-29 lat) i jednocześnie wzrósł udział obcokrajowców w starszych grupach wiekowych (mediana wieku wśród obcokrajowców osiągnęła poziom 48 lat). Zgodnie z informacją zamieszczoną w Raporcie z badań 2009 r. średnia wieku respondentów wynosiła 40 lat i była praktycznie taka sama dla turystów polskich jak i zagranicznych.



Rycina 12. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Analiza porównawcza struktur wieku otrzymanych dla grupy turystów (ogółem: krajowych i zagranicznych) i odwiedzających jednodniowych (j.w.) przebadanych w roku 2015 wykazała występowanie różnic. Co prawda w obu grupach istotne znaczenie posiadały osoby młode (tj. w wieku od 20 do 44 lat) to jednak w grupie odwiedzających jednodniowych ich udział był zdecydowanie wyższy (63,1% w relacji do stwierdzonych w grupie turystów 45,2%). Istotna różnica dotyczyła również drugiej pod względem znaczenia w strukturze grupy osób – tj. osób dojrzałych demograficznie i w najstarszych rocznikach (przedział wieku 55 lat i powyżej). Wśród badanych turystów znaczenie tej grupy demograficznej było znacznie większe (36,6% z tej grupy), aniżeli w grupie odwiedzających jednodniowych (tylko 17,7%) (por. tabela 5).



Rycina 13. Struktura wieku badanych respondentów odwiedzających region kujawsko-pomorski w roku 2015 (odwiedzający krajowi i zagraniczni)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 5. Struktura wieku badanych respondentów odwiedzających region kujawsko-pomorski w roku 2015 (turyści i odwiedzający jednodniowi)

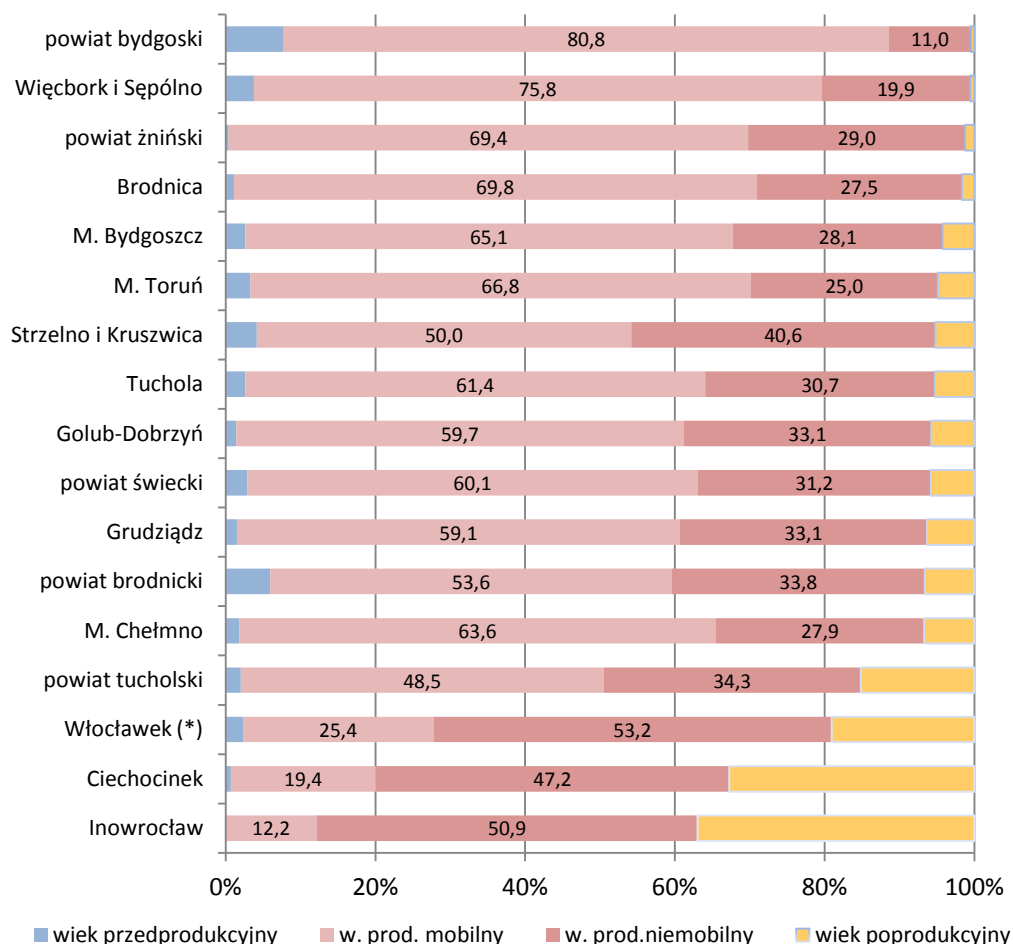
Kategorie odwiedzających	Struktura wieku (w%)										
	do 19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65 i powyżej
turyści	1,9	6,6	9,5	9,2	10,8	9,1	8,5	7,9	10,0	9,8	16,8
odwiedzający jednodniowi	2,9	10,1	14,6	15,3	12,8	10,2	8,0	8,4	6,4	6,1	5,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Interesująca okazała się również struktura wieku respondentów analizowana w powiązaniu z rejonami badań (ryc. 14). W większości rejonów badawczych dominowały grupy respondentów w wieku produkcyjnym mobilnym (z wyjątkiem Ciechocinka, Inowrocławia i Włocławka analizowanego łącznie z Wieńcem Zdrój – w tych ośrodkach najważniejszą rolę odgrywały starszych roczniki co oczywiście należy wiązać z funkcją uzdrowiskową). Charakterystyczny jest fakt zidentyfikowania podwyższonego poziomu frekwencji osób w kategorii wieku produkcyjnego niemobilnego (tj. od 45 do 64 roku życia) oraz respondentów w najstarszych grupach wiekowych na obszarach typowo wypoczynkowych województwa (posiadających znaczący potencjał walorów przyrodniczych i skupiających poza ośrodkami miejskimi największy udział bazy

noclegowej), tj. na terenie powiatu brodnickiego, w Strzelnie i Kruszwicy, w powiecie tucholskim, żnińskim i powiecie świeckim.

Generalizując, pomiędzy wynikami z lat 2009 i 2015 charakteryzującymi strukturę demograficzną badanych odwiedzających istnieje znaczne podobieństwo. W obu przypadkach dominowały osoby młode, tj. w wieku produkcyjnym mobilnym (ponad 40% z ogółu) a uzyskane podwyższone udziały roczników w starszych grupach demograficznych (w najstarszych 60 lat i pow.) odzwierciedlały specyfikę funkcji turystycznej niektórych rejonów badawczych (ośrodki uzdrowiskowe – była to najczęściej reprezentacja kuracjuszy i uczestników turystyki uzdrowiskowej). Istotne różnice między wynikami z tych lat dotyczą przede wszystkim zmniejszonego udziału w badaniach najmłodszych roczników Polaków (16-19 lat) oraz wyraźnej zmiany profilu demograficznego (podwyższenie średniej wieku) w grupie obcokrajowców.



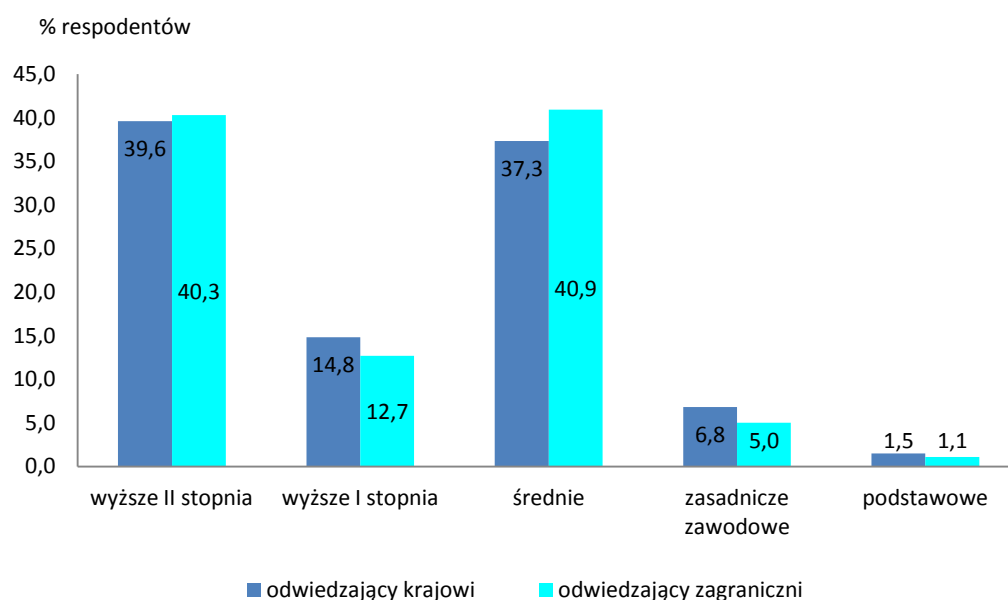
Rycina 14. Struktura wieku badanych respondentów według grupowania ekonomicznego (przedprodukcyjny, produkcyjny, poprodukcyjny)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

W grupie badanych odwiedzających przeważały osoby z wykształceniem wyższym (53,8%) a następnie średnim (różnica występująca pomiędzy tymi kategoriami respondentów była znaczna (17 punktów procentowych). Najmniejsza frekwencja w liczbie ogółem dotyczyła osób z wykształceniem na poziomie zasadniczym zawodowym (6,7) i podstawowym (1,5), przy czym w przypadku osób z wykształceniem podstawowym były to osoby wchodzące w skład dwóch kategorii wiekowych, tj. osób najmłodszych i najstarszych (z przewagą kategorii roczników młodszych).

Struktura wykształcenia rozpatrywana i porównywana w grupach Polaków i obcokrajowców nie ujawnia większego zróżnicowania (różnice w granicach błędu statystycznego). W obu grupach respondentów, podobnie jak w grupie ogółem dominowały osoby z wykształceniem wyższym i średnim

W odniesieniu do wyników z roku 2009 zauważa się wśród odwiedzających wzrost udziału osób legitymujących się wykształceniem wyższym (ryc. 15).



Rycina 15. Struktura wykształcenia badanych respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Stwierdzona na podstawie metryki respondenta struktura statusu zawodowego (dla ogółu badanych) informuje, że odwiedzającymi region kujawsko-pomorski w celach uznawanych za turystyczne były przede wszystkim osoby pracujące (aktywne zawodowo). W odniesieniu do wyników uzyskanych w I edycji monitoringu (2009) w 2015 r. grupa ta była bardziej liczna (różnica na poziomie 10%). Osoby pracujące przeważały zarówno w grupie respondentów krajowych, jak i obcokrajowców, przy czym w przypadku mieszkańców naszego kraju udział tej kategorii w strukturze odwiedzających wyraźnie wzrósł w stosunku do obserwacji z 2009 r. (o 11,5%). Znaczącą



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

pod względem udziału w ogólnej strukturze statusu społeczno-zawodowego była grupa emerytów/rencistów (podobnie jak w 2009r. w roku 2015 udział odwiedzających o takim statusie wyniósł nieco ponad 20%) a ponadto studentów (8,5% w 2015, w tym jednak przypadku odnotowano tendencję spadkową – w roku 2009 w strukturze badanych ogółem studenci stanowili 1/5).

Tab. 6. Struktura badanych respondentów według deklarowanego statusu zawodowego

Kategorie odwiedzających	Struktura społeczno-zawodowa (w%)					
	osoba pracująca	emeryt	zajmuje się domem	bezrobotny	rencista	uczeń / student
odwiedzający ogółem	63,8	17,7	5,4	1,6	2,9	8,5
odwiedzający krajowi	63,5	17,8	5,4	1,6	3,0	8,7
odwiedzający zagraniczni	73,0	15,1	4,3	1,6	1,1	4,9

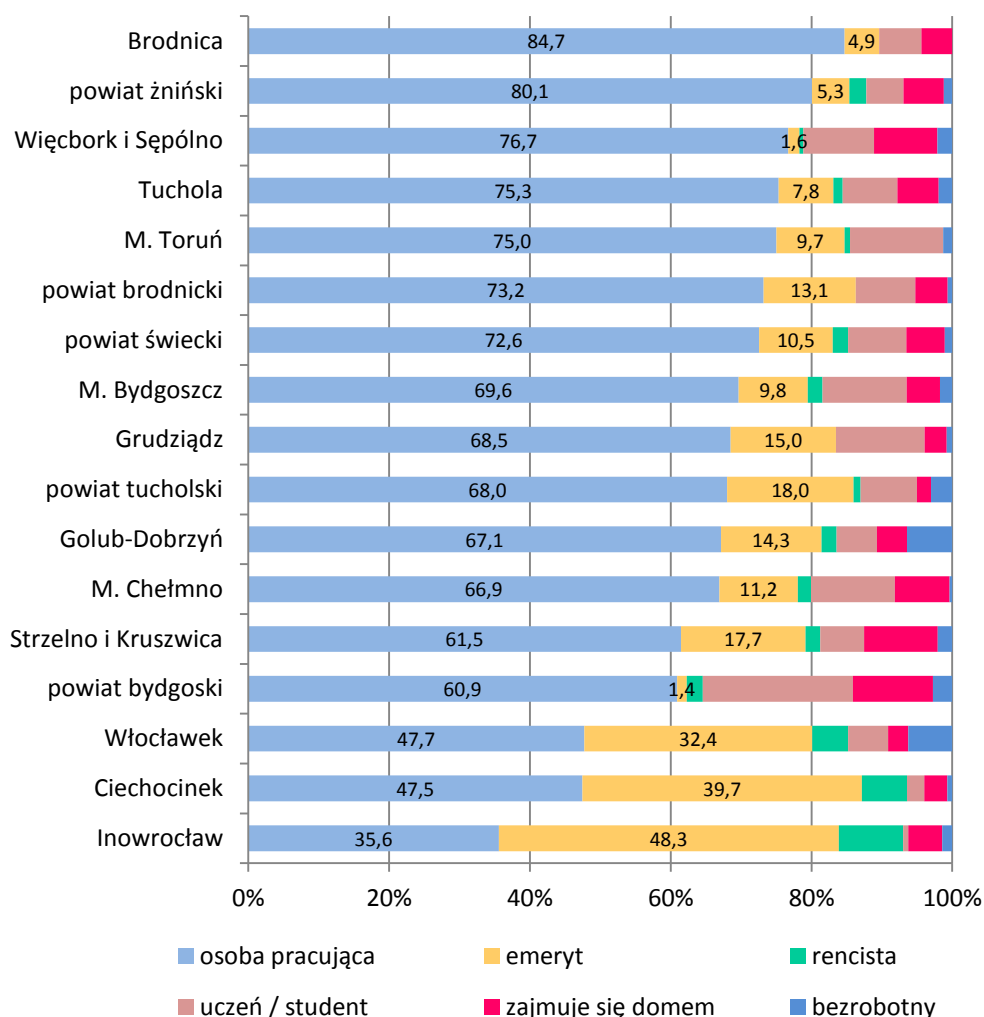
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Pewne różnice zaznaczyły się pomiędzy respondentami krajowymi i obcokrajowcami. Wśród badanych turystów zagranicznych osoby pracujące występowały częściej, natomiast mniej wśród nich było studentów.

Ważnych wskazówek - ze względu na otrzymane zróżnicowanie – dostarczyła analiza statusu społeczno-zawodowego respondentów wykonana dla miejscowości i obszarów w których pobierano materiał źródłowy. Podobnie jak w roku 2009 największe grupy emerytów i rencistów wśród odwiedzających stwierdzono w miejscowościach uzdrowiskowych - w Inowrocławiu i Ciechocinku. Wskutek poszerzenia rejonu badawczego pierwotnie zaplanowanego tylko jako „M. Włocławek” i dodania do niego miejscowości Wieniec Zdrój również i w tym obszarze liczba emerytów i rencistów okazała się być większa od średniej dla województwa. W Inowrocławiu i Ciechocinku wpływ uzdrowiska na rozwój funkcji turystycznej jest b. wyraźny, bowiem w tych miejscowościach w okresie 2009-2015 utrzymał się wysoki poziom udziału osób pracujących wśród odwiedzających (w przypadku Inowrocławia zanotowano nawet relatywnie wysoki wzrost udziału w strukturze ogółem, tj. z 28,5% do 35,6%). Udział emerytów i rencistów – co prawda poniżej średniej dla województwa – jest dość wyraźnie zauważalny na niektórych obszarach typowo wypoczynkowych (obszary pojezierzy i duże kompleksy leśne). Tak jak w roku 2009 na terenach wypoczynkowych regionu oprócz osób pracujących wypoczywały również grupy osób młodych, uczących się (uczeń/student), przy czym wyraźnie częściej byli oni również zauważalni w przestrzeni turystycznej dużych i mniejszych ośrodków miejskich (Toruń, Bydgoszcz, Grudziądz, Chełmno, Brodnica) z wyłączeniem miejscowości uzdrowiskowych.

Rozległe kompleksy wypoczynkowe w strefie podmiejskiej Bydgoszczy, pełniące funkcję przestrzeni weekendowej i wakacyjnej wyraźnie częściej przyciągały osoby młode, uczące się oraz pracujące (odsetek emerytów i rencistów stwierdzony w tym przypadku był niewielki).

Generalizując, analiza statusu społeczno-zawodowego respondentów w ujęciu rejonów badawczych zaprezentowana na rycinie 16 potwierdza spostrzeżenia i wnioski płynące z wcześniej przeprowadzonej analizy struktury wieku respondentów) i jednocześnie wykazuje dość duże podobieństwo z wynikami z 2009 r.



Rycina 16. Struktura badanych respondentów według deklarowanego statusu zawodowego oraz badanych miejscowości i obszarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.1.1. Sytuacja ekonomiczna

Respondenci podczas prowadzonego wywiadu kwestionariuszowego ocenili subiektywnie swoją sytuację ekonomiczną (ocena opierała się na pięciostopniowej skali wartościującej – ocena b. dobra, dobra, przeciętna, trudna, b. zła). Rozkład pozyskanych odpowiedzi były podobny do wyników z roku 2009. W badaniu (2015) większość odwiedzających region kujawsko-pomorski oceniła swój status materialny na poziomie dobrym (w 2009 r. była to połowa osób badanych) i średnim (23,8% w 2015, 33,9% w roku 2009). Co piąty respondent swoją sytuacją materialną ocenił jako bardzo dobrą. Rozkład odpowiedzi pomiędzy turystami i odwiedzającymi jednodniowymi nieco się różnił. Turyści trochę częściej deklarowali najwyższy poziom statusu materialnego i w odróżnieniu od odwiedzających jednodniowych rzadziej oceniali swój status materialny jako przeciętny.

Porównując strukturę ocen uzyskaną od odwiedzających Polaków i obcokrajowców wyraźnie daje się zauważyć przewagę ekonomiczną tych drugich (wyraźnie częściej deklarowali posiadanie sytuacji bardzo dobrej i dobrej oraz znacznie rzadziej przeciętnej).

Tab. 7 Struktura badanych odwiedzających (turystów i jednodniowych, krajowych, zagranicznych) według deklaracji o posiadanym statusie materialnym

Kategorie odwiedzających	Sytuacja ekonomiczna (w %)				
	bardzo dobra	dobra	przeciętna	trudna	bardzo zła
odwiedzający ogółem	19,0	55,1	23,8	2,0	0,1
turyści	20,7	56,3	20,8	2,0	0,1
odwiedzający jednodniowi	16,8	53,6	27,6	1,9	0,1
odwiedzający krajowi	18,7	54,8	24,3	2,0	0,1
odwiedzający zagraniczni	26,8	62,8	9,3	1,1	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.1.3. Pochodzenie terytorialne

Dla obszaru rozpatrywanego jako miejsce odbioru (koncentracji) ruchu turystycznego niezwykle cenną jest informacja o ośrodkach lub obszarach generujących ruch przyjazdowy, analizowanych w kategorii miejsc zamieszkania odwiedzających. Pochodzenie terytorialne należy do jednych z ważniejszych parametrów opisowych ruchu turystycznego, pozwalających na ocenę umiejscowienia popytu w otoczeniu zewnętrznym badanego regionu (w ruchu krajowym często również w układzie

wewnętrznym – aktywność turystyczna mieszkańców macierzystego regionu). Ustalenia będące efektem analizy tego typu są przydatne w kierunkowaniu strategicznych działań promocyjnych.

W roku 2015 w grupie badanych dominowali mieszkańcy Polski (krajowi turyści i odwiedzający jednodniowi). W całkowitej liczbie 5019 respondentów stanowili 96,3%, co w porównaniu do roku 2009 było wartością nieznacznie wyższą (2009 – 92,8%). W 2015r. reprezentacja obcokrajowców w grupie badanych ogółem była niestety mniejsza (185 osób – 3,7%, w 2009 – 7,2%) (taką frekwencję obcokrajowców w próbie otrzymano stosując zbliżone procedury doboru respondentów – nie zastosowano strukturyzacji próby).

Większość osób z grupy odwiedzających krajowych pochodziła – co ważne - spoza województwa kujawsko-pomorskiego (3026 osób, 63% z ogółu odwiedzających krajowych) co w porównaniu z wynikami z roku 2009 dało praktycznie taki sam poziom przyjazdów stwierdzonych spoza regionu (62%). Warto zauważyć, że to właśnie ta grupa badanych najczęściej realizowała przyjazdy o charakterze turystycznym (przyjazdy połączone z noclegiem na terenie województwa kujawsko-pomorskiego). Odmienne sytuacja wyglądała w grupie odwiedzających jednodniowych. W tym przypadku największą, dominującą grupą byli mieszkańcy regionu (58% z ogółu odwiedzających jednodniowych), co jednak należy uznać za zjawisko normalne.

Analizując miejsca zamieszkania odwiedzających ogółem (turyści i odwiedzający jednodniowi) widać wyraźnie, że podobnie jak w 2009r. obszarem generującym największy ruch turystyczny w regionie jest nasze województwo (37,4% z ogółu badanych odwiedzających) (ryc. 17). Bardzo wysoki odsetek mieszkańców regionu w grupie odwiedzających ogółem (pow. 50%) stwierdzono przede wszystkim badając powiat bydgoski (ujawniła się w tym przypadku funkcja rekreacyjna i turystyczna strefy podmiejskiej Bydgoszczy) oraz powiat tucholski. Duże grupy odwiedzających z regionu, tj. na poziomie od 40 do 49% w strukturze ogółem badanego ruchu stwierdzono w przypadku następujących rejonów badawczych: powiat świecki (47,7% z ogółu badanych), Chełmno (46,7%), Tuchola (45,5%), powiat brodnicki (44,5%), Więcbork i Sępólno, Strzelno i Kruszwica. Uzyskana w rejonach badań struktura udziału mieszkańców województwa w ruchu turystycznym wykazuje generalnie podobieństwo z ustaleniami pochodzącymi z roku 2009. W latach 2009-2015 można jednak zauważyć pewne zmiany, dla przykładu: zmniejszenie udziału odwiedzających „spoza regionu” w Strzelnie i Kruszwicy, Toruniu , Brodnicy, zwiększenie udziału mieszkańców regionu w ruchu turystycznym w powiecie świeckim itp.



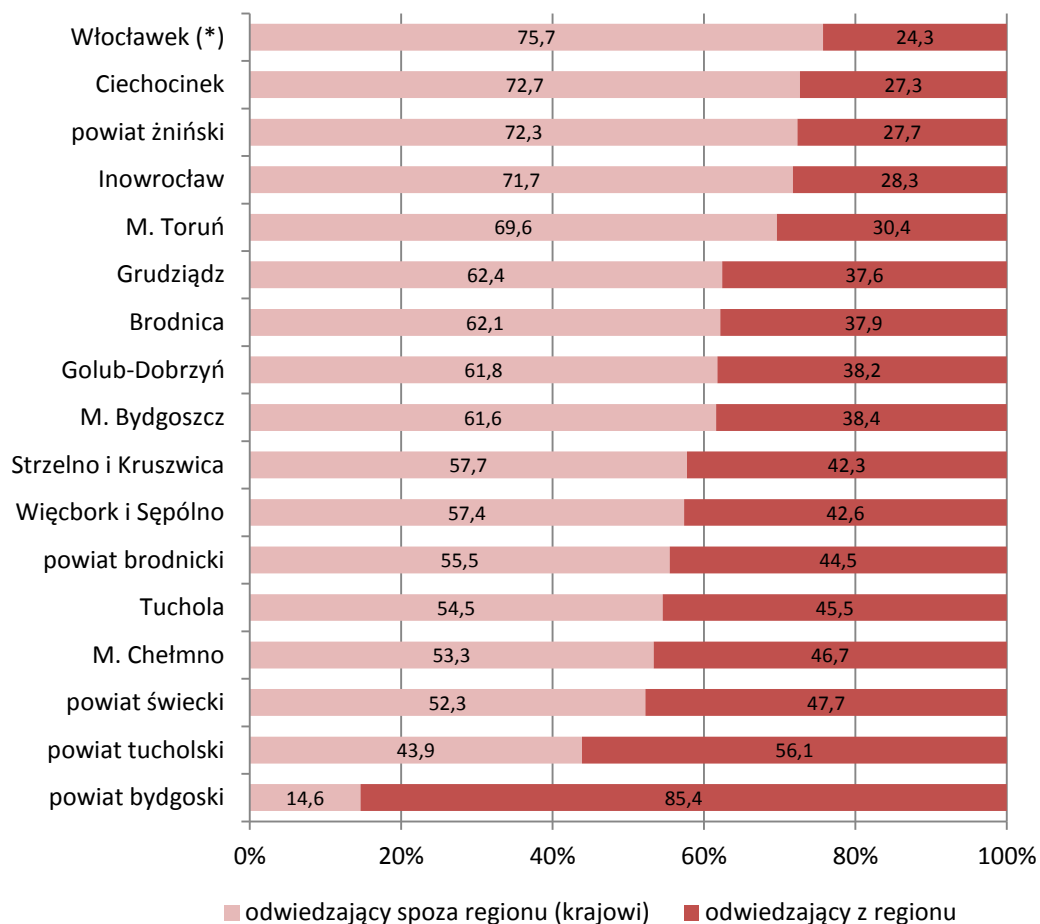
PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

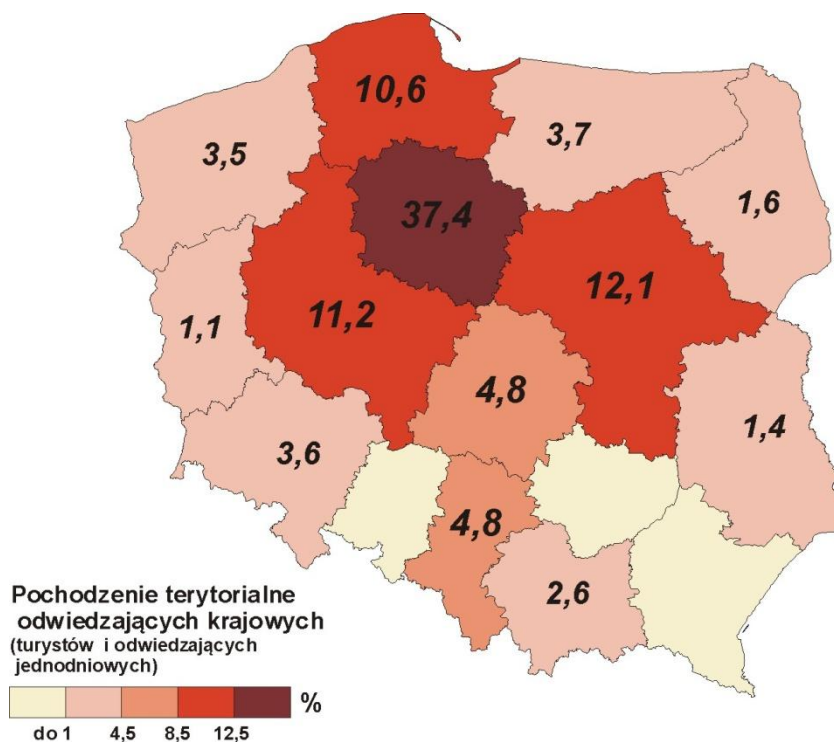


Rycina 17. Udział odwiedzających mieszkańców regionu oraz pochodzących spoza regionu w grupie badanych respondentów w badanych miejscowościach i obszarach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Wysoki poziom przyjazdów spoza województwa, odbiegający znacznie od średniej dla całego kraju - podobnie jak w roku 2009 - stwierdzono w przypadku województw ościennych: mazowieckiego (12,1% udziału w przyjazdach ogółem), wielkopolskiego (11,2% udziału), pomorskiego (10,6%) (ryc. 18). Istotne choć jednak relatywnie mniejsze znaczenie w przyjazdach do regionu kujawsko-pomorskiego mają mieszkańcy województwa łódzkiego (podobnie jak w roku 2009; 4,8% w roku 2015) i co charakterystyczne – śląskiego (z tego regionu poziom przyjazdów w okresie 2009-2015 również utrzymał się – 4,6% w roku 2009; 4,8% w roku 2015).

Na tle wysokich wartości generowanych przez regiony ościenne zdecydowanie mniejsze znaczenie w przyjazdach posiada województwo warmińsko-mazurskie (3,7%) (w 2009 r. uzyskano bardzo podobny wyniki - 3,2%).

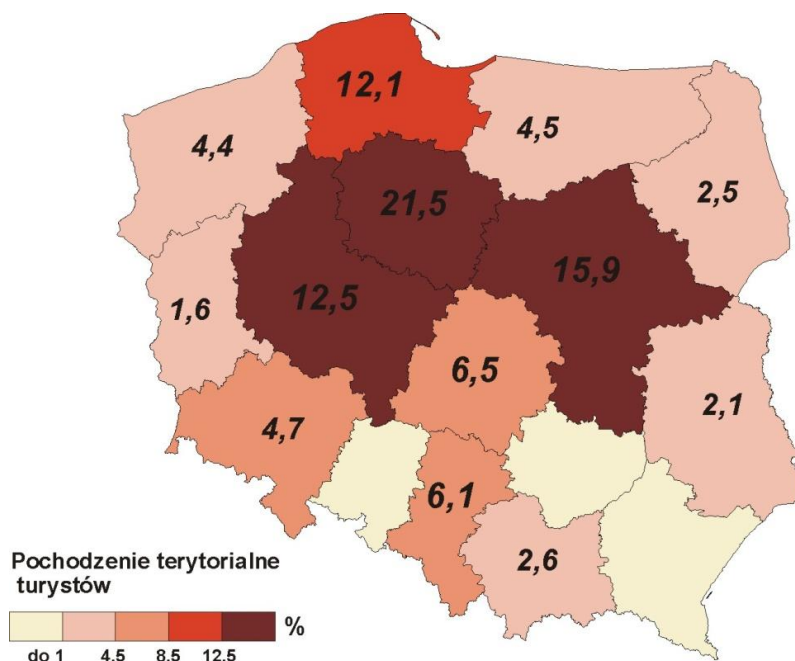


Rycina 18. Pochodzenie terytorialne turystów i odwiedzających jednodniowych według województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

W analizie zasięgu oddziaływania ważne znaczenie posiada rozróżnienie formy przyjazdów, z podziałem na długoterminowe (turystyczne – z noclegiem) i krótkoterminowe (beznoclegowe).

Jak wynika z analizy pozyskanych danych rola mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego w generowaniu migracji stricte turystycznych jest równie znacząca (1/5 z ogółu zidentyfikowanych przyjazdów z realizowanymi noclegami, średnia dla regionów 6,3%, z województwa kujawsko-pomorskiego pochodziło dokładnie 21,5% turystów krajowych) (ryc. 19). W przyjazdach turystycznych w grupie regionów plasujących się powyżej średniej dla kraju znalazły się te same, wcześniej opisane regiony (mazowieckie, wielkopolskie, pomorskie – dwukrotnie powyżej średniej; wartości oscylujące wokół średniej: łódzkie i śląskie). Blisko 5% udziału w strukturze ogółem przyjazdów turystycznych zanotowano dla województw: warmińsko-mazurskiego, dolnośląskiego i zachodniopomorskiego.

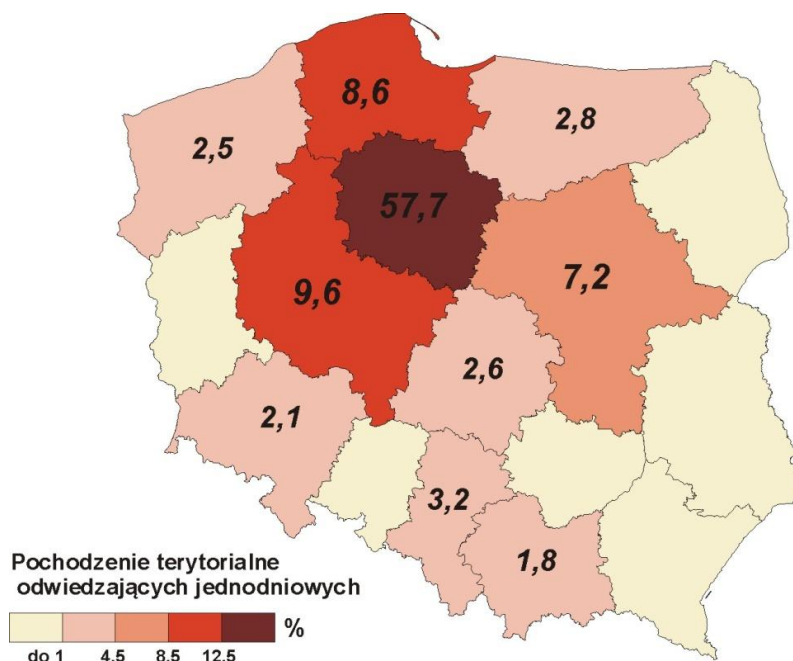


Rycina 19. Pochodzenie terytorialne turystów według województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Wśród osób które zadeklarowały realizację tzw. przyjazdów krótkich (jednodniowych, bez noclegu) w zdecydowanej większości znalazły się osoby na stałe zamieszkujące na terenie województwa kujawsko-pomorskiego (57,7% - z ogółu badanych odwiedzających jednodniowych) (ryc. 20). Przyjazdy jednodniowe spoza regionu pochodziły najczęściej z województw: wielkopolskiego, pomorskiego i mazowieckiego (w przypadku pozostałych województw stwierdzony poziom przyjazdów plasował się znacznie poniżej średniej).

Z racji otrzymania w latach 2009-2015 bardzo zbliżonych wyników obrazujących obszary generujące przyjazdy o charakterze stricte turystycznym oraz w przyjazdach na jeden dzień zidentyfikowany zasięg turystycznego oddziaływania naszego regionu należy uznać za specyficzny, posiadający ukształtowaną i zapewne względnie trwałą strukturę. Ponadregionalny zasięg oddziaływania produktu turystycznego regionu kujawsko-pomorskiego potwierdzają inne, prowadzone również na dość dużą skalę badania odwiedzających (monitoring ruchu turystycznego dla M. Torunia, monitoring ruchu turystycznego dla M. Bydgoszczy). Na podstawie wyników monitoringu z 2009, 2010 i 2015 r. można przyjąć, że szczególnie ważnymi dla promocji turystycznej naszego województwa są trzy, sąsiadujące z regionem kujawsko-pomorskim rynki: mazowiecki, wielkopolski i pomorski. O relatywnie wysokim popycie zlokalizowanym w tych obszarach w odniesieniu do pozostałych województw świadczyć mogą informacje na temat powtarzalności wizyt odwiedzających z tych regionów – w tym o kolejnej, ale i pierwszej wizycie (tab. 8).



Rycina 20. Pochodzenie terytorialne odwiedzających jednodniowych według województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 8. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach oraz powtarzalności wizyt

REGIONY	OGÓŁEM	Przyjazdy z noclegiem	Przyjazdy jednodniowe	Pierwsza wizyta	Kolejna wizyta
kujawsko-pomorskie	37,4	21,5	57,7	-	-
mazowieckie	12,1	15,9	7,2	21,1	18,5
wielkopolskie	11,2	12,7	9,3	13,3	20,2
pomorskie	10,6	12,1	8,6	12,8	19,1
śląskie	4,8	6,1	3,2	8,9	7,1
łódzkie	4,8	6,5	2,6	9,2	6,7
warmińsko-mazurskie	3,7	4,5	2,8	4,9	6,5
dolnośląskie	3,6	4,7	2,1	6,2	5,5
zachodniopomorskie	3,5	4,4	2,5	6,8	5,1
małopolskie	2,6	3,2	1,8	5,4	3,5
podlaskie	1,6	2,5	0,4	2,8	2,4
lubelskie	1,4	2,1	0,6	3,0	1,8
lubuskie	1,1	1,6	0,5	1,9	1,6
opolskie	0,6	1,0	0,2	1,2	0,9
świętokrzyskie	0,6	0,9	0,2	1,2	0,8
podkarpackie	0,5	0,6	0,4	1,4	0,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Zdecydowaną większość badanych (zgodnie z deklaracjami respondentów o miejscu stałego zamieszkania i analizą kodów pocztowych) stanowili mieszkańcy miast (83,6%), którzy jak powszechnie wiadomo przejawiają większy poziom aktywności turystycznej od mieszkańców typowych terenów wiejskich. Dane dotyczące pochodzenia według typów jednostek osadniczych (miasto, wieś) zbierano tylko w grupie odwiedzających krajowych - podobnie jak w roku 2009 - a porównując otrzymane wyniki w latach 2009-2015 można obserwować ich duże podobieństwo (2009 – 87%).

Analizując krajowe ośrodki miejskie pod względem generowanego przez nie natężenia ruchu turystycznego do naszego regionu na plan pierwszy wysuwają się miasta z naszego województwa. Z grupy ogółem, respondentów mieszkańców miast którzy odwiedzili w roku 2015 nasz region (w ramach ruchu turystycznego lub jednodniowego) z województwa kujawsko-pomorskiego pochodziła 1/3 (33,8%). Podczas badań jako turystów lub jednodniowych odwiedzających z regionu najczęściej spotykano mieszkańców Bydgoszczy (9%), Torunia (5,3%) i Grudziądz (2,1%). Ponadto w wewnętrznym ruchu turystycznym w regionie dość często uczestniczyli mieszkańcy Inowrocławia, Włocławka, Nakła nad Notecią, Brodnicy i Świecia (jednak w stosunku do ogółu odwiedzających zamieszkujących w miastach wskazania w tych przypadkach były relatywnie niskie – od 1,7 do 1%).

Osoby pochodzące spoza regionu i zamieszkujące w miastach najczęściej pochodziły z ośrodków miejskich zlokalizowanych w województwach ościennych: mazowieckim, wielkopolskim i pomorskim (13,5% - 11,1% z ogółu badanych respondentów pochodzących z miast). Z wyżej wymienionych regionów na czołowe miejsce wybijały się stolice tych województw: Warszawa (drugie miejsce pod względem liczby generowanych przyjazdów wśród ogółu respondentów mieszkańców miast - 8,5%), Poznań (4,1%), Gdańsk (2,8%), Łódź (2,3%).

Do regionu kujawsko-pomorskiego w celach turystycznych relatywnie częściej docierają również mieszkańcy miast z województwa łódzkiego, śląskiego, warmińsko-mazurskiego, dolnośląskiego, zachodniopomorskiego i małopolskiego. W tych przypadkach ich udział wynosił od 5,2% (łódzkie, śląskie) do 2,8% - małopolskie.

Jak wynika z analizy materiału źródłowego w powyższych przypadkach odwiedzający pochodzili najczęściej również z miast o dużej liczbie mieszkańców, jak: Wrocław, Kraków, Szczecin, Olsztyn i Katowice (1,7 do 0,8%).

Aby uwypuklić znaczenie przyjazdów z ośrodków miejskich spoza województwa z powyżej opisanej struktury wyłączono miasta z regionu kujawsko-pomorskiego. Po tym zabiegu otrzymano zestawienie, które zaprezentowano w tab. 9. Segregacja materiału statystycznego pokazuje dobitnie, że popyt w zależności od regionu ma różny poziom koncentracji (np. w województwie mazowieckim – głównie Warszawa, w pomorskim i wielkopolskim – liczba miast generujących jest zdecydowanie większa - wyższy poziom dyspersji).

Tab. 9. Odwiedzający krajowi z miast (turyści i odwiedzający jednodniowi) w grupie badanych respondentów

Województwo	Miasto	Liczba odwiedzających	Odsetek w relacji do ogółu badanych (%)
Dolnośląskie	M. Wrocław	71	2,7
	Bolesławiec	11	0,4
Lubuskie	M. Lublin	23	0,9
	M. Gorzów Wielkopolski	10	0,4
Łódzkie	M. Łódź	93	3,5
	Kutno	16	0,6
	Zgierz	11	0,4
	Pabianice	10	0,4
Małopolskie	M. Kraków	63	2,4
Mazowieckie	M. st. Warszawa	346	12,9
	M. Płock	42	1,6
	M. Ostrołęka	12	0,4
	M. Radom	11	0,4
Opolskie	M. Opole	10	0,4
Podlaskie	M. Białystok	42	1,6
Pomorskie	M. Gdańsk	113	4,2
	M. Gdynia	79	3,0
	Kwidzyn	31	1,2
	Malbork	24	0,9
	Chojnice	18	0,7
	M. Sopot	17	0,6
	Tczew	17	0,6
	M. Słupsk	16	0,6
	Pruszcz Gdański	15	0,6
	Wejherowo	12	0,4
Śląskie	M. Katowice	32	1,2
	M. Sosnowiec	18	0,7
	M. Bytom	14	0,5
	M. Bielsko-Biała	12	0,4
	M. Gliwice	12	0,4
	M. Częstochowa	10	0,4
Świętokrzyskie	M. Kielce	11	0,4
Warmińsko-mazurskie	M. Olsztyn	35	1,3
	Elbląg	24	0,9
	Iława	17	0,6
	Ostróda	11	0,4
Wielkopolskie	M. Poznań	166	6,2
	Gniezno	34	1,3
	M. Konin	19	0,7
	Piła	16	0,6
	M. Leszno	15	0,6
	M. Kalisz	13	0,5
	Konin	10	0,4
	Wągrowiec	10	0,4
Zachodniopomorskie	M. Szczecin	42	1,6
	M. Koszalin	18	0,7
	Kołobrzeg	13	0,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



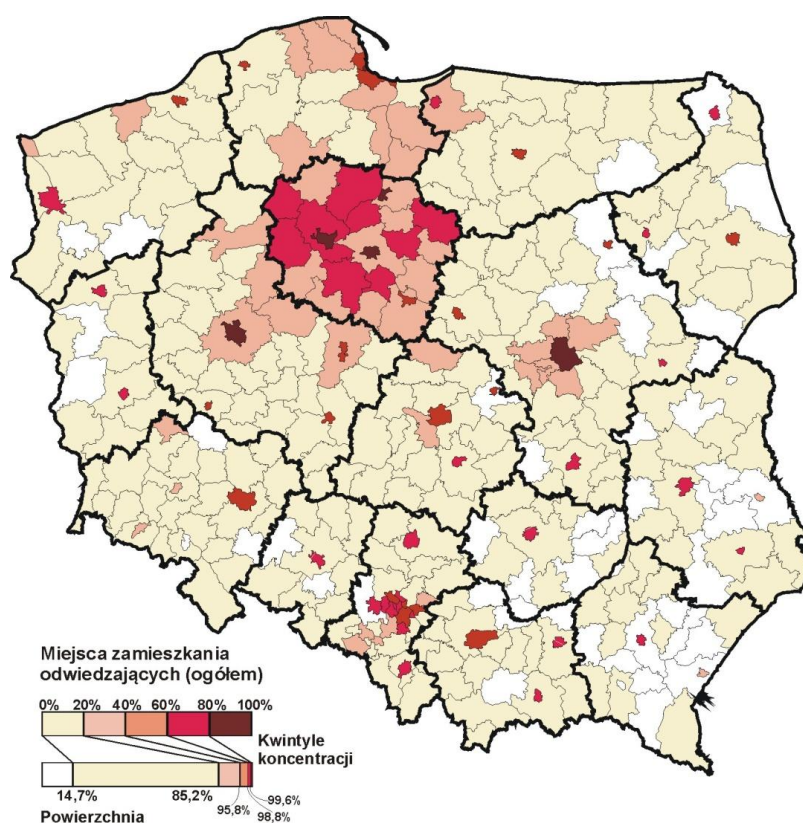
WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Aby zobrazować nierównomierność w przestrzennym rozmieszczeniu miejsc zamieszkania badanych turystów i odwiedzających jednostkowych (obszary popytu), zdecydowano o zastosowaniu metody koncentracji. Ze względu na trudności interpretacyjne pojawiające się w przypadku niektórych wypowiedzi respondentów (kod pocztowy opisujący miejscowość zamieszkania) zamiast gmin jako jednostką odniesienia przyjęto powiat. Dane zostały zagregowane do powiatów, następnie obliczono wartości kwintyli koncentracji i naniesiono je na mapy uzyskując tym samym kartogramy koncentracji miejsc pochodzenia terytorialnego respondentów. Otrzymane rozkłady przestrzenne z większą precyzją aniżeli mapy w układzie województw pozwalają na identyfikację najważniejszych obszarów generujących napływ ruchu turystycznego (przyjazdy długookresowe i jednostkowe) do regionu kujawsko-pomorskiego.

Analiza map koncentracji miejsc zamieszkania odwiedzających (ogółem) nie tylko potwierdza wcześniejsze wnioski o istotnym znaczeniu mieszkańców regionu w migracjach turystycznych (przepływy wewnętrzne), ale pozwala także doprecyzować obszary generujące ruch w jego granicach (ryc. 21).



Rycina 21. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych (ogółem) według powiatów

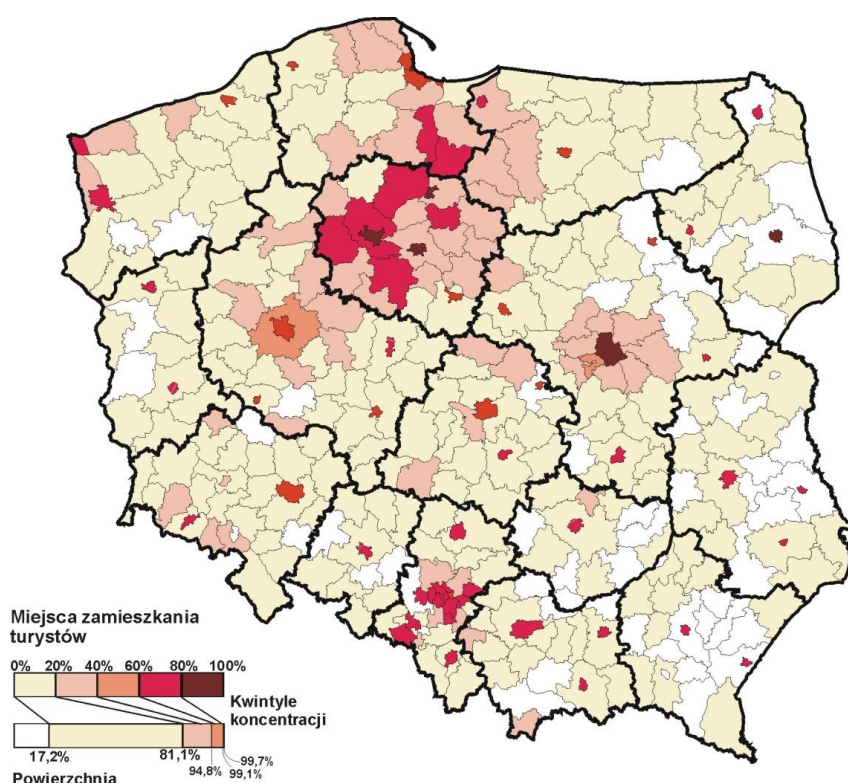
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Wśród mieszkańców regionu podróżujących po województwie istotne znaczenie posiadają mieszkańcy powiatów: bydgoskiego, świeckiego, chełmińskiego, nakielskiego, inowrocławskiego, aleksandrowskiego, sępoleńskiego, golubsko-dobrzyńskiego i

brodnickiego. Rozkład przestrzenny IV i V kwintyla koncentracji informuje, że wśród odwiedzających zamieszkałych na terenie województwa i podróżujących po nim w celach turystycznych największe znaczenie posiadają mieszkańcy największych ośrodków miejskich.

Jak już wcześniej ustalono region kujawsko pomorski jest odwiedzany również przez mieszkańców innych województw. Mapa koncentracji wykonana dla powiatów obrazuje to w bardzo czytelny sposób. W tym przypadku na uwagę zasługują przede wszystkim największe aglomeracje miejskie Polski (pełniące funkcje stołeczne) i kilkanaście pozostałych, dużych i średnich miast zlokalizowanych w województwach ościennych, ale także poza nimi (ryc. 22).

Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc zamieszkania turystów (przyjazdy połączone z noclegiem), oprócz ustaleń i wniosków powyżej już zaprezentowanych uwypukla dodatkowo ponadlokalne (a w tym przypadku także ponadregionalne) znaczenie walorów turystycznych zlokalizowanych w granicach powiatów: sępoleńskiego, świeckiego, tucholskiego, brodnickiego oraz żnińskiego i mogileńskiego. Świadczy o tym podwyższone natężenie przyjazdów z niektórych powiatów leżących poza województwem i graniczących z wymienionymi.



Rycina 22. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych według powiatów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

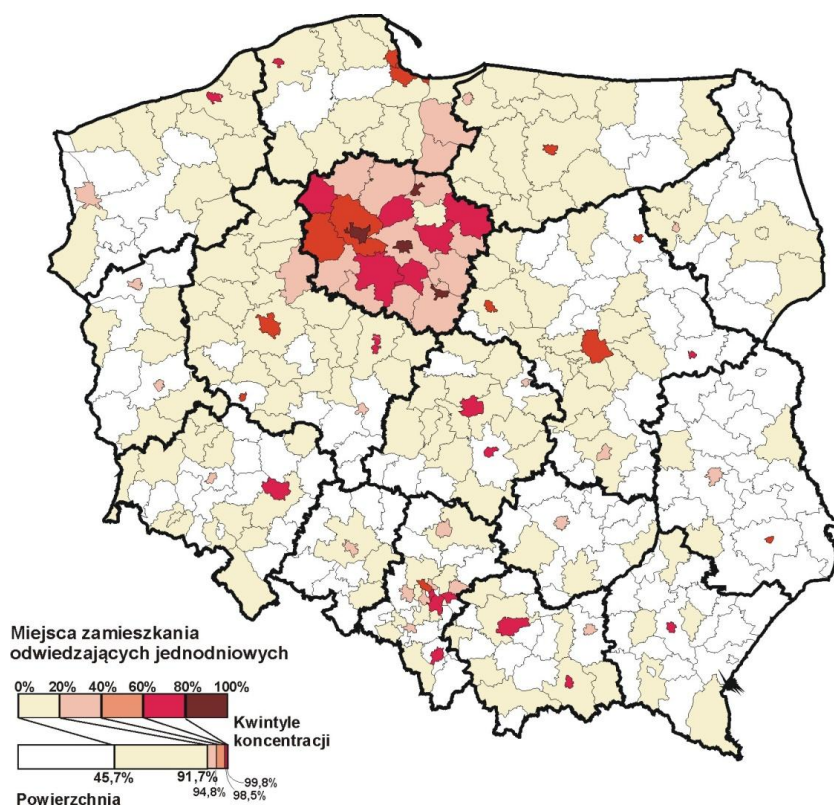


WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

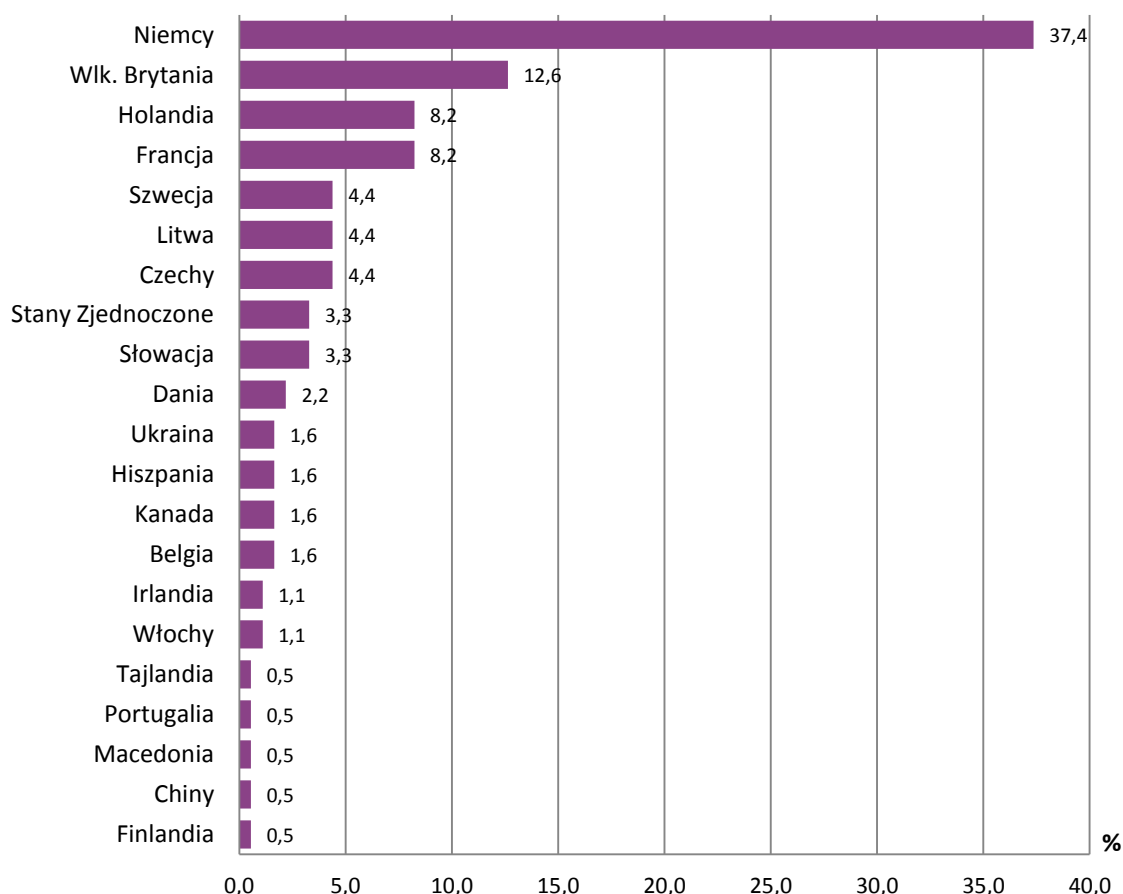
Z kolei na mapie koncentracji miejsc zamieszkania odwiedzających jednostniowych można wyraźnie wskazać dwa typy obszarów generujące ruch o takim charakterze (ryc. 23). Do pierwszego typu zaliczają się niektóre powiaty macierzyste: w tym: bydgoski, inowrocławski, aleksandrowski, nakielski, sępoleński, golubsko-dobrzyński i brodnicki oraz m. Bydgoszcz, Toruń, Grudziądz i Włocławek). Drugi typ, tworzą duże ośrodki miejskie zlokalizowane w województwach ościennych (tj.: Warszawa, Płock, Poznań, Konin, Kalisz, Łódź, Piotrków Trybunalski, Gdańsk, Gdynia, Słupsk, Elbląg, Olsztyn), a także inne duże i średnie miasta znajdujące się w pozostałych częściach kraju (np. Wrocław, Kraków, Katowice).



Rycina 23. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających jednostniowych według powiatów
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

W badanym okresie (2015) wśród populacji odwiedzających region w celach turystycznych przeważali goście krajowi (ponad 96,3%). Udział turystów z zagranicy w relacji do wyników otrzymanych w roku 2009 niestety spadł do poziomu 3,5%. Wśród przyjeżdżających obcokrajowców - podobnie jak w poprzedniej edycji badań - dominowali przyjezdni z krajów europejskich (ryc. 24, 25). Największą liczebnie grupę odwiedzających zagranicznych tworzyli nasi zachodni sąsiedzi – Niemcy (37,4%). Brytyjczycy zachowali drugą pozycję w rankingu, jednak ich udział spadł w odniesieniu do poprzednich badań o 5,3 punktu procentowego. Kolejnymi grupami wśród

obcokrajowców odwiedzających nasz region –podobnie jak w roku 2009 – byli Francuzi i Holendrzy. Wyraźnie zmniejszył się udział turystów z USA, którzy w roku 2009 stanowili trzecią pod względem wielkości grupę obcokrajowców (w roku 2015 – 3,3%). Ponadto, wśród turystów z zagranicy dosyć często spotykano Szwedów, Litwinów, Czechów i Słowaków.



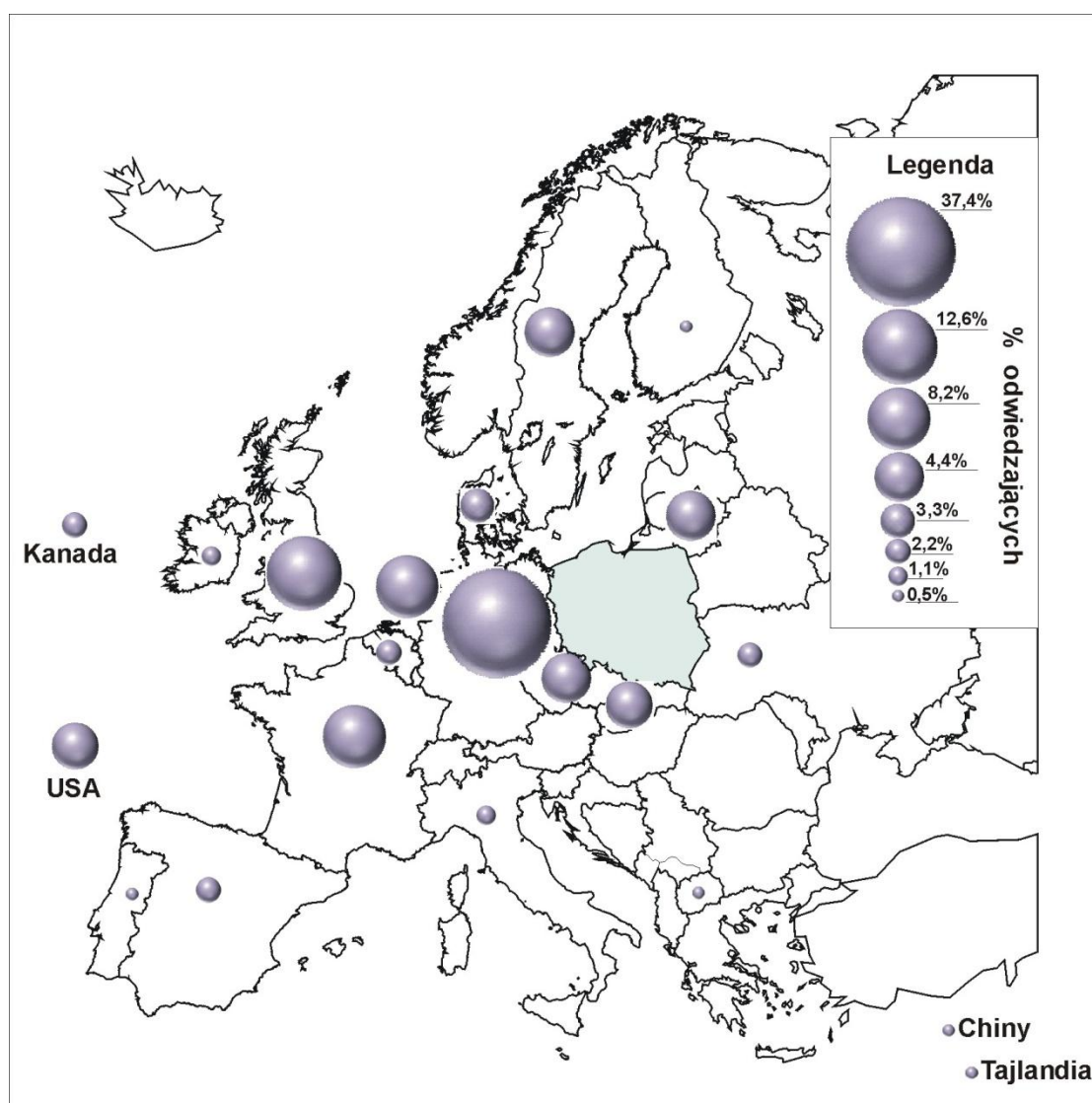
Rycina 24. Pochodzenie zagranicznych turystów i odwiedzających jednostniowych według krajów stałego zamieszkania (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Uzyskany zarys stanu przyjazdów turystycznych obcokrajowców do naszego regionu (co prawda na podstawie niewielkiej liczby wywiadów) może wzbudzić niepokój. Z najnowszych danych Polskiej Organizacji Turystyki wyłania się bowiem bardzo optymistyczny obraz Polski, jako rynku o rosnącym znaczeniu w turystyce międzynarodowej. Na podstawie dostępnych danych nt. bazy noclegowej za pierwsze półrocze 2015 roku oszacowano, że liczba turystów zagranicznych korzystających z obiektów noclegowych wzrosła o 3,4 proc. w stosunku do tego samego okresu z 2014 r. Najliczniejszą grupą wśród nierezydentów (osoby fizyczne zamieszkujące poza badanym

krajem) stanowią oczywiście turyści z Niemiec, natomiast dwucyfrowe wzrosty w przyjazdach odnotowano w przypadku turystów ze Szwecji (wzrost o 16%), Belgii (wzrost o 17%), Norwegii (wzrost o 17%), Litwy (16 %), czy Portugalii (o 27 %). Ze względu na sytuację polityczno-gospodarczą spadła liczba przyjazdów z Rosji. Spośród krajów pozaeuropejskich znaczący wzrost odnotowano w przypadku turystów z Chin (o 28 proc.).

W przypadku stwierdzenia na podstawie danych statystyki publicznej wzrostu liczby turystów zagranicznych korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w regionie w 2015 r. istotnym działaniem w kolejnej edycji monitoringu powinno być naniesienie korekt w założeniach konstrukcji próby (strukturyzacja próby – ustalenie minimalnego poziomu liczby wywiadów wśród turystów zagranicznych).



Rycina 25. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.2. Analiza parametrów opisujących organizację podróży i pobyt na terenie województwa badanych turystów i odwiedzających jednodniowych

4.2.1. Miejsce docelowe lub etapowe podróży, częstotliwość wizyt oraz długość trwania pobytu

W roku 2015 dla większości ankietowanych województwo kujawsko-pomorskie było obszarem docelowym analizowanych podróży. W grupie badanych ogółem jedynie 12,8% (645) przyjazdów miało charakter tranzytu, przy czym wśród Polaków poziom tego typu przyjazdów był nieco wyższy (13% z ogółu) (w grupie obcokrajowców 7,5%).

Przyjazdy tranzytowe w grupie odwiedzających krajowych realizowali przede wszystkim respondenci zamieszkujący poza naszym regionem (75,2% - respondenci spoza regionu, 24,8% – mieszkańcy regionu), a co ważne blisko 1/5 z nich przybierała formę wizyt połączonych z noclegiem (19,5% z ogółu w analizowanej podgrupie). W grupie przyjazdów tranzytowych będących udziałem mieszkańców naszego regionu dominowały pobyty beznoclegowe (ponad 92%).

Zidentyfikowane na terenie województwa kujawsko-pomorskiego przyjazdy turystyczne i jednodniowe najczęściej posiadały charakter stacjonarny, tj. według deklaracji złożonych przez respondentów nie były łączone z przejazdami do innych miejscowości położonych na terenie regionu kujawsko-pomorskiego (67,2% z liczby ogółem badanych przyjazdów).

Tab. 10. Region kujawsko-pomorski jako miejsce docelowe lub etapowe badanych przyjazdów

Kategorie zachowań	Odwiedzający krajowi ogółem	Odwiedzający zagraniczni	Odwiedzający krajowi (mieszkańcy regionu)	Odwiedzający krajowi (spoza regionu)	Odwiedzający krajowi spoza regionu (pobyty z noclegami)
Brak zamiaru przejazdów do innych miejscowości położonych na terenie woj.)	67,2	62,2	82,5	57,3	63,2
Zamiar realizacji wyjazdów do innych miejscowości położonych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego	30,6	35,1	15,0	39,6	35,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: dane nie sumują się do 100% ze względu na fakt występowania braku odpowiedzi



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

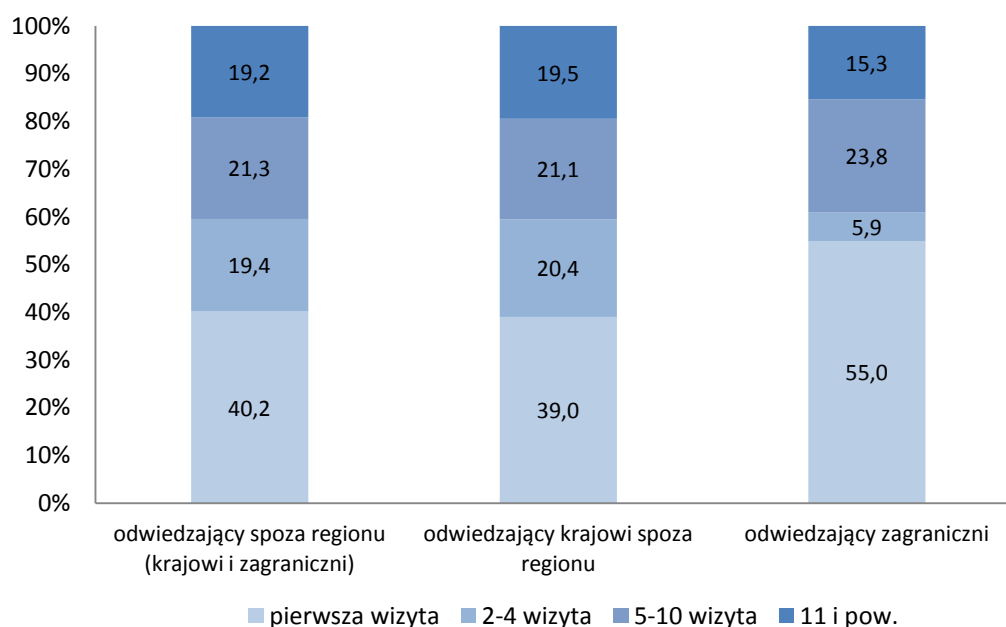


UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Pomiędzy wydzielonymi kategoriami odwiedzających obserwowano jednak pewne różnice. Zamiar wyjazdów do innych miejscowości podczas pobytu na terenie województwa nieco częściej wskazywali turyści zagraniczni. Ponadto, zachowania tego typu (można przypuszczać, że najczęściej były to oczywiście typowe wyjazdy w celach poznawczych/krajoznawczych) wyraźnie częściej cechowały grupę odwiedzających krajowych spoza regionu kujawsko-pomorskiego (poziom wskazań w tej grupie był najwyższy – 39,6%). Pobytu stacjonarne w badanych rejonach województwa były charakterystyczną formą zachowań badanych mieszkańców regionu (najczęściej realizowana forma w relacji do pozostałych grup respondentów – 82,5% w tej grupie).

Dla regionu przyjmującego ruch turystyczny – szczególnie w kontekście identyfikacji segmentów konsumentów dóbr i usług turystycznych - niezwykle ważnym parametrem opisującym przyjazdy w ruchu turystycznym jest ich częstotliwość lub inaczej powtarzalność. Wyniki przeprowadzonej analizy (charakterystyka pierwszej i kolejnych wizyt) przedstawiono odnosząc je w pierwszej kolejności do regionu kujawsko-pomorskiego, a następnie do rejonów badawczych (miejscowości, obszarów). W analizie regionu - podobnie jak w roku 2009 - nie ujęto respondentów zamieszkujących na terenie województwa kujawsko-pomorskiego, natomiast wyniki charakteryzujące rejonu oparte są na analizie odpowiedzi pozyskanych od całej populacji respondentów (ryc. 26).



Rycina 26. Częstotliwość wizyt w regionie według wydzielonych grup odwiedzających

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: rycina wykonana na podstawie odpowiedzi pełnych, tj. 89% z ogółu w grupie odwiedzających spoza regionu)

Wyniki badań z 2015 r., jak również z okresów wcześniejszych (2009, 2010) dają podstawę do stwierdzenia, że analizowane formy przyjazdów ukierunkowanych do naszego regionu były najczęściej wynikiem ponownych odwiedzin. Otrzymane od respondentów informacje wskazują, że w przeważającej liczbie zidentyfikowanych przyjazdów odwiedzających krajowych (spoza regionu) i zagranicznych wizyta na terenie regionu kujawsko-pomorskiego była kolejną (59,8% z ogółu – bez uwzględnienia faktu 11% braku odpowiedzi, po uwzględnieniu – 53,3%).

W porównaniu z 2009 r. wśród ogółu badanych znacząco zwiększył się udział osób realizujących pierwszą wizytę oraz lekko obniżył się odsetek odwiedzających region 2-4 raz (2009 – 25,9% , 2015 – 19,4%) oraz co najmniej 11 raz (2009 – 25,6%, 2015 – 19,2%). Analiza odpowiedzi udzielonych przez odwiedzających krajowych oraz ich porównanie ze strukturą odpowiedzi otrzymaną w tej grupie w roku 2009 pozwala wnioskować, że mamy do czynienia z wyraźnym wzrostem zainteresowania regionem (wzrost o ponad 10 punktów procentowych przyjazdów o charakterze pierwszej wizyty). Podobnie jak w roku 2009 dość duże dysproporcje otrzymano w strukturach odpowiedzi odwiedzających krajowych i obcokrajowców (w grupie badanych turystów zagranicznych odpowiedzi świadczące o pierwszych wizytach w regionie występowały znacznie częściej).

Poziom częstotliwości przyjazdów rozpatrywany w ujęciu sumarycznym, tj. łącznie dla wszystkich rejonów badawczych, należy uznać za średni. Prawie połowa z przyjazdów miała bowiem charakter pierwszej wizyty a następne blisko 21% stanowiły przyjazdy wchodzące do przedziału od 2 do 4 wizyt. Poziom częstotliwości odwiedzin w badanych miejscowościach – jak wynika z analizy otrzymanych odpowiedzi – w sposób istotny różnicuje się w zależności od rynku nadania ruchu. Duże dysproporcje stwierdzono analizując odwiedzających krajowych i zagranicznych. W tym drugim przypadku – czego można się było spodziewać – pierwsze wizyty w badanych miejscowościach dominowały (75,6% w tej grupie). Ważne ustalenia uzyskano analizując częstotliwość wizyt w grupie odwiedzających Polaków po jej rozdzieleniu na dwie podgrupy, tj. mieszkańców regionu kujawsko-pomorskiego oraz odwiedzających spoza regionu. Pomiędzy nimi stwierdzono występowanie silnych dysproporcji – wysoki poziom powtarzalność wizyt cechował mieszkańców regionu realizujących swoje potrzeby turystyczne w jego granicach, natomiast w grupie przyjezdnych spoza regionu były to najczęściej pierwsze wizyty (65,7%).



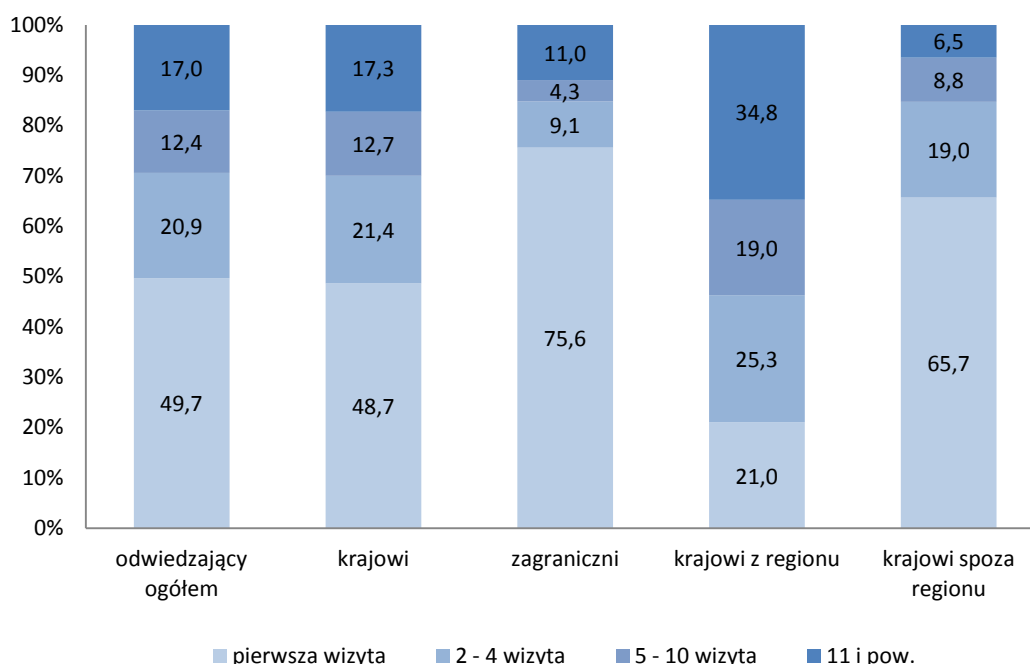
PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



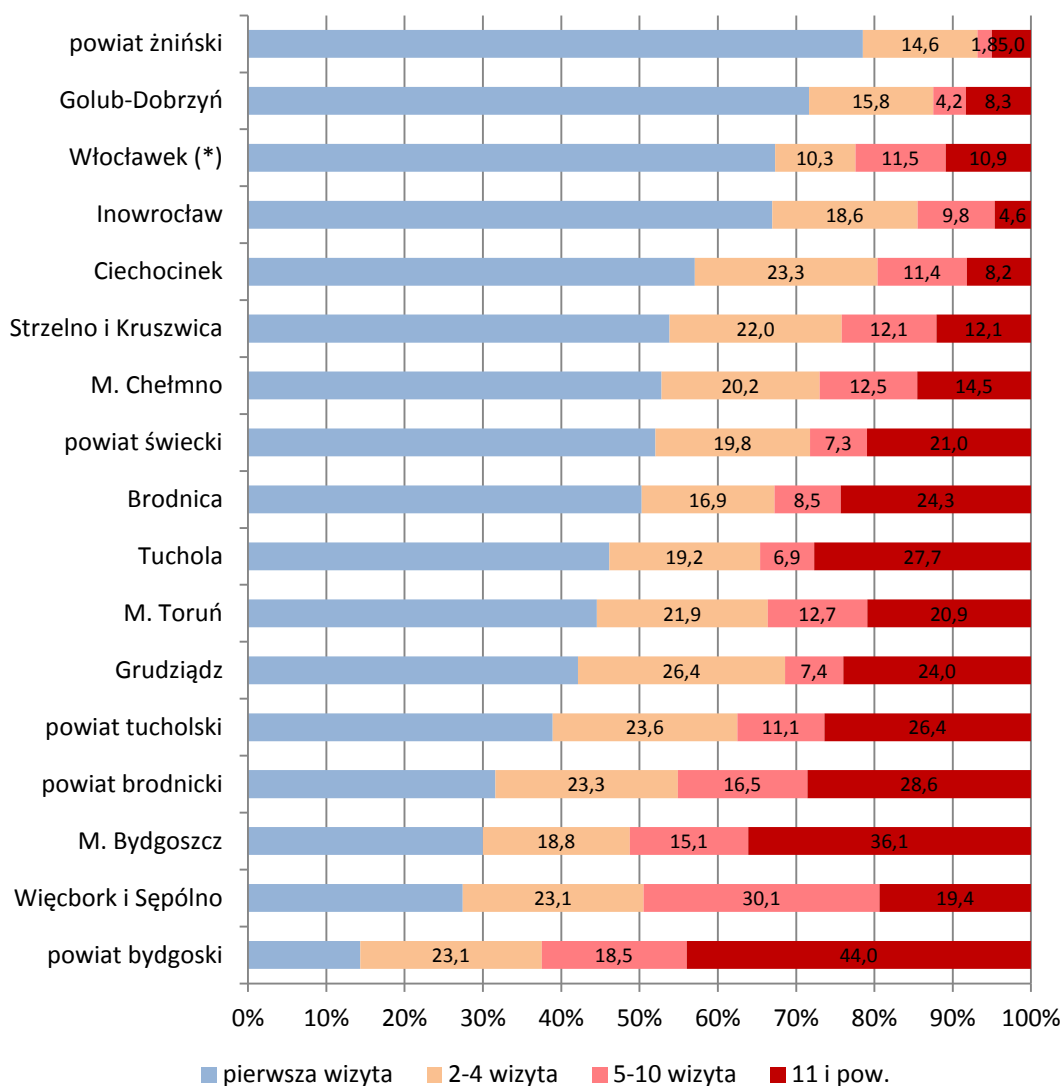
Rycina 27. Częstotliwość wizyt w badanych miejscowościach i obszarach (ogółem) według wydzielonych grup odwiedzających

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Struktury odpowiedzi respondentów charakteryzujących parametr częstotliwości wizyt według badanych miejscowości i obszarów przedstawiono na rycinie 28. Analizowany parametr rozpatrywany w układzie przestrzennym jest na terenie województwa silnie zróżnicowany. W regionie kujawsko-pomorskim występują obszary posiadające pod tym względem pewną specyfikę i jest to zapewne efektem oddziaływania licznych i różnorodnych czynników (potencjał turystyczny ośrodków miejskich, potencjał obszarów wypoczynkowych, atrakcje turystyczne o charakterze punktowym lub obszarowym, ośrodki krajoznawcze, migracje turystyczne na trasach tranzytowych przechodzących przez obszar województwa itp.).

Najwyższy poziom powtarzalności wizyt stwierdzono w obrębie powiatu bydgoskiego i Bydgoszczy, w rejonie Więcborka i Sępólna oraz w powiecie brodnickim. W tych przypadkach badani uczestnicy ruchu turystycznego najczęściej deklarowali realizację co najmniej 5-10 wizyty, a najmniej liczną w tych rejonach była grupa respondentów która destynację odwiedzała po raz pierwszy.

Poziom częstotliwości wizyt w największych ośrodkach miejskich regionu (z wyłączeniem Bydgoszczy) oraz niektórych terenach o walorach stricte wypoczynkowych (Strzelno - Kruszwica, powiat tucholski, powiat świecki) oscylował wokół średniej dla województwa. Taka ocena sytuacji wynika z obserwacji w tych rejonach zbliżonych proporcji wizyt pierwszych i kolejnych (w przypadku wizyt kolejnych, tj. co najmniej 5-10 ich udział w ogólnej strukturze kształtował się w tych przypadku na poziomie 34-24%).



Rycina 28. Częstotliwość wizyt zidentyfikowana w grupie osób badanych według analizowanych miejscowości i obszarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Najczęściej po raz pierwszy w regionie odwiedzane były Golub-Dobrzyń i powiat Żniński oraz miejscowości uzdrowiskowe (Ciechocinek, Inowrocław, Wieniec Zdrój – rozpatrywany włącznie z Włocławkiem). W dwóch pierwszych przypadkach istotny wpływ na uzyskanie takiego poziomu wyników miało zapewne wyposażenie w specyficzne atrakcje i walory krajoznawcze, determinujące rozwój turystyki krajoznawczej i turystycznych przyjazdów tranzytowych.

Długość trwania pobytu w obszarze recepcyjnym wpływa na poziom ponoszonych wydatków na usługi i dobra turystyczne i właśnie dlatego ten parametr jest każdorazowo brany pod uwagę w badaniach ruchu turystycznego. Pozyskany podczas badań w 2015 r. materiał pozwala stwierdzić, że w całkowitej grupie badanych

uczestników ruchu turystycznego przeważały przyjazdy połączone z noclegiem na terenie województwa (57,1% z ogółu) (tab. 11). Jest to bardzo pomyślna informacja dla regionu, tym bardziej, że zidentyfikowana sytuacja różni się od opisanej w roku 2009. W I edycji monitoringu ponad połowa z badanych 5 tys. odwiedzających wchodziła w skład grupy uczestników przyjazdów jednodniowych (51,6%). Korzystna zmiana zaobserwowana w okresie 2009-2015 jest przede wszystkim skutkiem tendencji wzrostowej zarysowującej się w grupie przyjazdów z 1 noclegiem i od 2 do 5 noclegów.

Tab. 11. Struktura długości trwania pobytu na terenie województwa w grupie badanych odwiedzających

Kategorie odwiedzających	Długość pobytu (w %)					
	kilka godzin	1 nocleg	2-3 noclegi	4-5 noclegów	6-9 noclegów	10 i więcej
odwiedzający ogółem	42,9	12,0	14,6	7,0	7,2	16,3
krajowi	43,9	11,9	14,1	7,0	6,9	16,3
zagraniczni	18,6	14,2	30,1	8,2	14,8	14,2
krajowi spoza regionu	32,7	14,2	18,8	0,0	9,4	24,9
krajowi mieszkańcy regionu	67,8	10,2	8,5	3,3	4,2	6,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

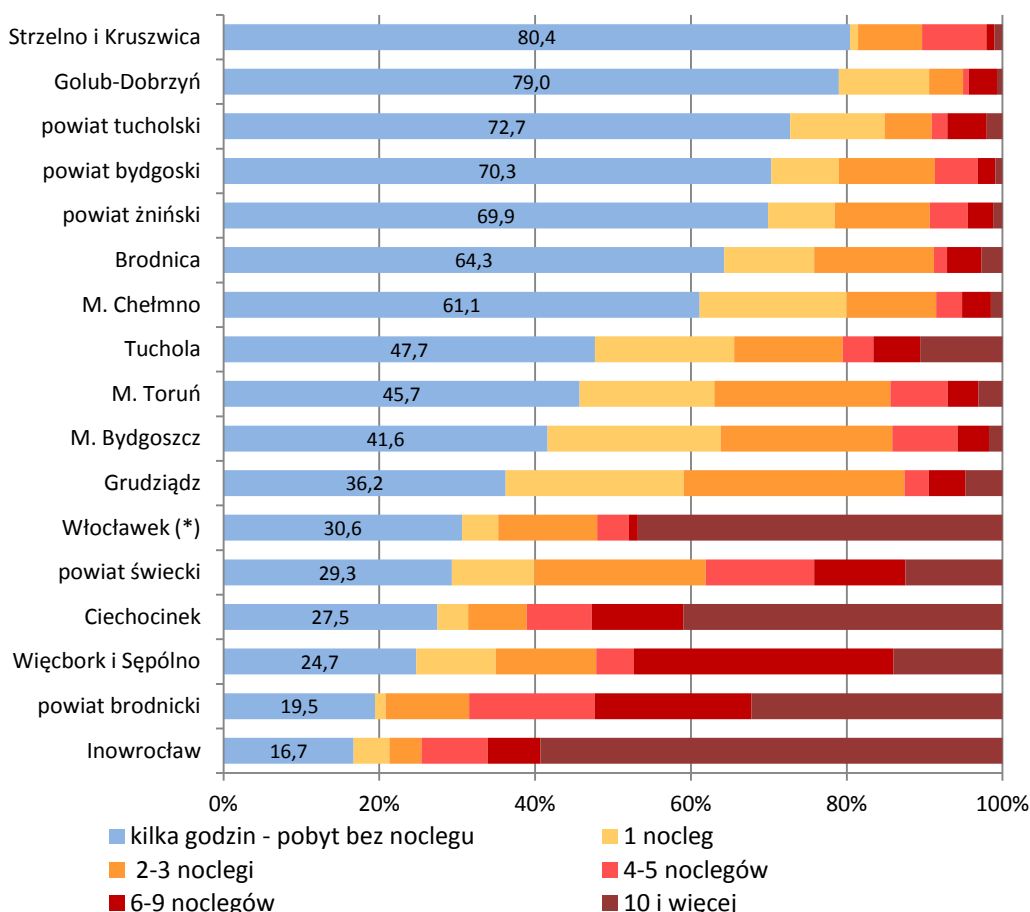
Tendencja do wydłużania pobytu w regionie jest wyraźna zarówno w grupie turystów krajowych, jak i zagranicznych. W obu przypadkach w porównaniu z rokiem 2009 liczba przyjazdów na jeden dzień wyraźnie obniżyła się. Bardzo istotnym ustaleniem w grupie turystów zagranicznych jest również stwierdzony fakt relatywnego powiększania roli przyjazdów na 2-3 noclegi (2015 – 30,1%, 2009- 14,4%).

Ważnych wskazówek dostarcza ponadto analiza długości przyjazdów w grupie odwiedzających zamieszkujących w regionie (ruch wewnątrzregionalny) i pozostałych odwiedzających krajowych (tj. spoza regionu). Pozyskane dane sugerują, że dłuższe pobyty są zdecydowanie częściej realizowane przez turystów zamieszkujących na stałe poza województwem, natomiast domeną mieszkańców regionu są przyjazdy jednodniowe.

Zróźnicowanie długości trwania pobytów w układzie badanych rejonów przedstawiono na rycinie 29. Porównanie struktur odpowiedzi według rejonów badawczych za lata 2009 i 2015 pozwoliło na ustalenie faktu występowania znacznego podobieństwa zjawiska w takich miejscowościach i obszarach jak: Kruszwica i Strzelno, Golub- Dobrzyń, powiat żniński (Żnin, Wenecja, Biskupin), Brodnica, Chełmno. Choć w większości z wymienionych ośrodków i obszarów w analizowanym okresie nastąpił spadek udziałów przyjazdów krótkich (z wyjątkiem Brodnicy), to jednak ośrodki te w

roku 2015 ponownie znalazły się w grupie rejonów o dominującej roli i znaczeniu przyjazdów jednodniowych.

Stosunkowo wysoki odsetek przyjazdów jednodniowych jest również nadal cechą charakterystyczną dla miasta Torunia (pomimo wyraźnej tendencji spadkowej; 2009 - 61%, 2015 - 45,7%) oraz Bydgoszczy (2009 - 55,9%, 2015 - 41,6%).



Rycina 29. Struktura długości trwania pobytu w badanych miejscowościach i obszarach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Największy procent turystów deklarujących pobyty długookresowe (powyżej 11 dni) ponownie zaobserwowano w miejscowościach uzdrowiskowych, w tym w rejonie Włocławka, który został już po rozpoczęciu badań połączony z Wieńcem Zdrój (Inowrocław – 59,3% w 2015 r., 61% w 2009 r., Ciechocinek 41% - 2015 r., 37% - 2009 r., Włocławkiem - Wieńcem Zdrój w 2015 r. - 46%, przy czym pobyty długoterminowe w 98% procentach wskazali przyjezdni badani w Wieńcu Zdroju).

Najmniejsze odsetki pobytów jednodniowych stwierdzono w Inowrocławiu i Ciechocinku a także na obszarach i w miejscowościach typowo wypoczynkowych (nadjeziornych), tj. w powiecie brodnickim, Więcborku i Sępólnie oraz powiecie świeckim.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Interesująco przedstawia się także rozkład przyjazdów na 2-3 noclegi, często potocznie określanych mianem weekendowych. Najczęściej notowano je w dużych miastach regionu (tj. w Grudziądzu, Toruniu i Bydgoszczy), na terenie powiatu świeckiego i w Brodnicy oraz w mniejszym stopniu w takich rejonach jak: powiat żniński, powiat bydgoski, Więcbork i Sępólno i powiat brodnicki. Przyjazdy o średniej długości pobytów (na 4-9 noclegów) najczęściej występowały w Więcborku i Sępólnie oraz na terenie powiatu brodnickiego i w nieco mniejszym stopniu świeckiego i Ciechocinku (w przypadku Ciechocinka – przyjazdy tego typu stanowiły 1/5 z ogółu).

Podobnie jak w roku 2009 r. wyraźnie zaznaczyła się specyfika powiatu bydgoskiego, tj. przestrzeni turystycznej, w której najczęściej dochodzi do realizacji krótkich, jednodniowych wyjazdów realizowanych przez mieszkańców województwa (głównie Bydgoszczy).

4.2.2. Cele przyjazdów

Jak wynika z wieloletnich badań nad zachowaniami turystów, dokonywane przez nich wybory form wyjazdów oraz miejsc recepcji są często uzależnione od wielu motywów a współczesny turysta podczas podróży realizuje nierzadko kilka celów jednocześnie. Z tego też powodu identyfikacja głównych celów przyjazdów w regionach przyjmujących ruch turystyczny polega często na umożliwieniu respondentom wskazania nie jednego a kilku, ich zdaniem wzajemnie uzupełniających się celów przyjazdów. W ten właśnie sposób postąpiono zbierając informacje na temat głównych celów realizowanych przez odwiedzających województwo kujawsko-pomorskie w badaniach prowadzonych w roku 2009 i 2015 r.

W wyniku zadania pytania o główne cele przyjazdów w roku 2015 od respondentów uzyskano 7650 odpowiedzi, co oznacza, że część z badanych podała więcej niż 1 cel przyjazdu.

Na podstawie przedłożonej do wyboru listy 9 kategorii celów respondenci w roku 2015 najczęściej wskazali realizację celu wypoczynkowego (33,1% z ogółu udzielonych wypowiedzi) oraz zwiedzania (24,5%) (tab. 12). Tym samym w grupie celów dominujących uzyskano bardzo zbliżone wyniki do lat poprzednich (w 2009 r. cel wypoczynkowy wskazało 34% z ogółu badanych, natomiast zwiedzanie – 27,8%). Oprócz celu wypoczynkowego i zwiedzania do najczęściej realizowanych celów w przyjazdach w 2015 r. należy zaliczyć odwiedziny krewnych i znajomych (13,6%) oraz poprawę stanu zdrowia (11,3). Znaczenie tych celów w strukturze ogółem również nie uległo zmianie od 2009 r.. W analizowanym okresie 2009-2015 dość wyraźnie wzrosła liczba przyjazdów realizowanych jako „tranzyt”, co może świadczyć o rosnącym zainteresowaniu regionem. W przypadku pozostałych kategorii celów otrzymany poziom wskazań należy

uznać za zbliżony do obserwowanego w roku 2009 r. (mieści się on bowiem w granicach 3% błędu statystycznego).

Tab. 12. Cele przyjazdów w ruchu turystycznym w regionie kujawsko-pomorskim według wydzielonych kategorii odwiedzających

Cele przyjazdów	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (w%)						
	Przyjazdy ogółem	Odwiedza-jący krajowi	Odwiedza-jący zagraniczni	Przyjazdy z noclegami	Przyjazdy jednodniowe	Odwiedza-jący krajowi (mieszka-ńcy regionu)	Odwiedza-jący krajowi (spoza regionu)
wypoczynek	33,1	33,0	35,1	38,5	25,2	36,9	30,6
zwiedzanie	24,5	24,2	32,3	18,3	33,6	20,2	26,6
odwiedziny krewnych/znajomych	13,6	13,5	15,8	16,2	9,7	16,1	11,8
poprawa zdrowia	11,3	11,8	0,0	18,0	1,6	6,3	14,9
tranzyt	8,5	8,6	4,9	2,5	17,2	6,0	10,0
zakupy	3,4	3,4	1,8	1,3	6,4	8,2	0,8
służbowy	2,8	2,9	0,7	2,5	3,4	2,9	3,0
uczestnictwo w imprezach, wydarzeniach	2,3	2,0	9,5	2,4	2,1	2,8	1,5
religijny	0,6	0,6	0,0	0,4	0,9	0,5	0,7
inny	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Opisane powyżej tendencje, charakteryzujące ogół badanej populacji odwiedzających można również dostrzec analizując struktury odpowiedzi otrzymane dla wydzielonych podgrup (tj. krajowych i zagranicznych odwiedzających, turystów i odwiedzających jednodniowych). Analiza w podgrupach pozwoliła również na uchwycenie pewnych różnic i dysproporcji.

Istotne dysproporcje w realizacji celów uchwyciono w przypadku turystów zagranicznych i polskich. Okazało się bowiem, że turyści zagraniczni wyraźnie częściej nastawieni byli na realizację celu poznawczego (zwiedzanie) a ponadto na uczestnictwo w imprezach, wydarzeniach (kulturalnych, sportowych, rozrywkowych itp.). W przypadku przyjazdów połączonych z noclegami znacznie częściej były one związane z realizacją celu wypoczynkowego i jednocześnie rzadziej ze zwiedzaniem aniżeli w grupie przyjazdów jednodniowych. Ponadto stwierdzono, że podczas przyjazdów jednodniowych (beznoclegowych) wyraźnie mniejszy był odsetek wizyt realizowanych w celu odwiedzin krewnych i znajomych a z kolei znacznie częściej tego typu przyjazdy wiązały się z zakupami i z tranzytem. Również w przypadku wydzielania i porównania grup odwiedzających ze względu na zamieszkanie w regionie lub poza nim w uzyskanych odpowiedzi zaobserwowano pewne dysproporcje. Wyjazdy mieszkańców regionu



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



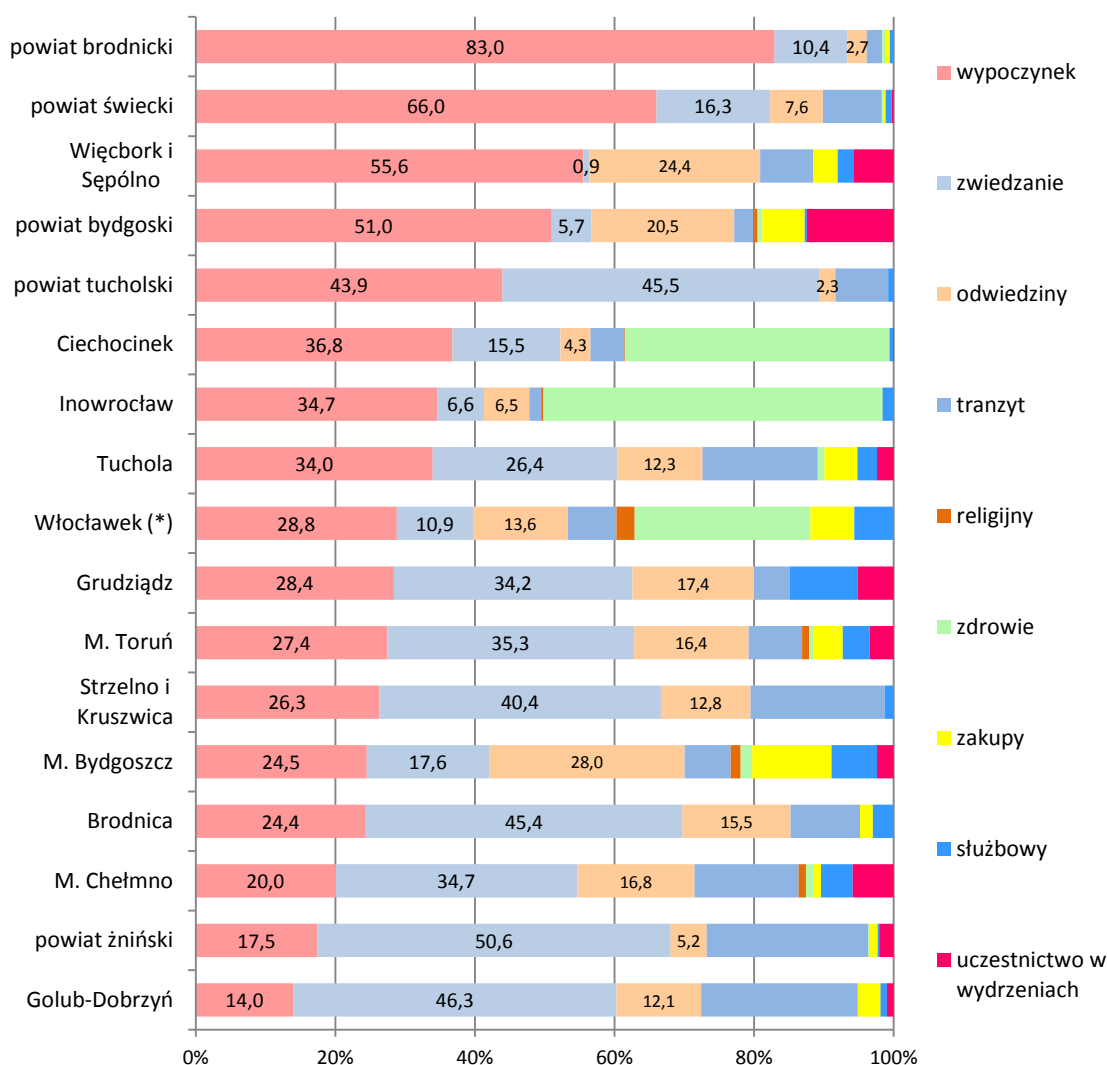
WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

(turystów i odwiedzających jednodniowych) wyraźnie częściej wiązały się z wypoczynkiem, odwiedzinami krewnych i znajomych oraz wyjazdami w celach dokonywania zakupów.

Bardzo interesujących wniosków dostarcza analiza zróżnicowania celów przyjazdów w ujęciu przestrzennym, tj. w układzie miejscowości i obszarów w których pobierano materiał ankietowy. Pomiędzy badanymi rejonami zidentyfikowano występowanie znacznych dysproporcji (ryc. 30).



Rycina 30. Cele przyjazdów w ruchu turystycznym w regionie kujawsko-pomorskim według badanych miejscowości i obszarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Jak wynika z przeprowadzonych analiz, w przestrzeni turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego można wyróżnić kilka grup obszarów i miejscowości o pewnej specyfice funkcjonalnej, co należy rozumieć w kontekście ich odmiennej atrakcyjności,

użyteczności oraz możliwościach które wpływają na realizację różnorodnych potrzeb turystycznych w grupie odwiedzających. W roku 2015 cele wypoczynkowe w przyjazdach (ogółem) najczęściej były realizowane na obszarze powiatu brodnickiego i świeckiego, ale także w Więcborku i Sępólnie oraz w granicach powiatów bydgoskiego i tucholskiego. Zwiedzanie, jako najważniejszy cel przyjazdów badani najczęściej deklarowali w Golubiu-Dobrzyniu, na terenie powiatu żnińskiego, a także w Chełmnie, Brodnicy oraz Strzelnie i Kruszwicy. Charakterystyczne w tych przypadkach było łączenie zwiedzania z tranzytem (penetracja przestrzeni turystycznej podczas pobytu na terenie regionu lub typowe przejazdy tranzytowe). W strukturach wypowiedzi opisujących główne cele przyjazdów w badanych miejscowościach i obszarach w sposób bardzo czytelny zarysowały się również specjalizacje uzdrowiskowe Inowrocławia, Ciechocinka i Wieńca Zdroju (analizowanego łącznie z Włocławkiem). Warto zauważyć, że realizacji celów zdrowotnych w tych przypadkach towarzyszył często wypoczynek.

Uzyskane wyniki wskazują, że specyfiką odznaczała się również struktura celów przyjazdów respondentów stwierdzona w największych ośrodkach miejskich naszego regionu. Charakterystyczne dla Torunia, Bydgoszczy czy Grudziądza były przede wszystkim mniejsze dysproporcje w udziałach poszczególnych celów w całkowitej strukturze oraz podobieństwo w udziale wizyt realizowanych w celach: wypoczynku, odwiedzin krewnych i znajomych i zwiedzania, czy też przyjazdów wynikających z tranzytu i przyjazdów w celach służbowych.

4.2.3. Organizacja przyjazdu i osoby towarzyszące podczas podróży

Badając formy organizacyjne ruchu turystycznego w kwestionariuszu wywiadu wydzielono 6 kategorii odpowiedzi, tj.: indywidualną organizację przyjazdów, z udziałem rodziny lub znajomych, przyjazdy za pośrednictwem lub współudziale biur podróży, przyjazdy służbowe (zakłady pracy/firmy), przyjazdy organizowane przez instytucje (w tym: edukacyjne, wyznaniowe) oraz przyjazdy zorganizowane przez „innych” organizatorów.

W całkowitej liczbie zbadanych przyjazdów największy odsetek stanowiły przyjazdy organizowane samodzielnie (77,3%) (tab. 13). Dominująca rola tego typu formy organizacyjnej ujawniła się zarówno w przyjazdach Polaków (76,8%), jak i obcokrajowców (89,7%). Podróże organizowane we własnym zakresie najczęściej występowały również w grupie przyjazdów turystycznych, tj. z noclegiem (71,4%) i jednodniowych (85,2%). Powyższe dane w porównaniu z wynikami otrzymanymi w I edycji monitoringu (2009) wskazują na utrzymanie tendencji (2009: 80,6% turystów polskich i 89,0% turystów zagranicznych samodzielnie planowało i organizowało swoje przyjazdy).



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Stosunkowo niewielka – choć dostrzegalna w strukturze – liczba przyjazdów została zrealizowana przy organizacyjnym udziale rodzin bądź znajomych (5,6%), a także w wyniku działalności firm i zakładów pracy (wyjazdy służbowe – 4%). Na uwagę zasługuje zdiagnozowany bardzo niski udział przyjazdów w turystyce zorganizowanej (biura podróży) oraz wręcz incydentalny udział przyjazdów organizowanych przez instytucje edukacyjne i wyznaniowe. Co dziesiąty respondent wskazywał odpowiedź sugerującą „inną” formę organizacyjną. W tym przypadku bardzo często ankietowani wskazywali NFZ i ZUS i jest to efekt badań prowadzonych w ośrodkach uzdrowiskowych (83,5% z grupy „inne”). W grupie „inne” pojawiły się również nieliczne odpowiedzi wskazujące jako organizatorów kluby i stowarzyszenia (np. seniora, sportowe) czy też PTTK.

Tab. 13. Sposoby organizacji przyjazdów w grupie badanych respondentów

Kategorie odwiedzających	Organizacja przyjazdów (%)						
	Podróż organizowana we własnym zakresie	Rodzina /znajomi	Zakład pracy/firma	Biuro podróży	Szkoła/uczelnia	Parafia	Inne
odwiedzający ogółem	77,3	5,6	4,0	1,2	0,7	0,6	10,6
odwiedzający krajowi	76,8	5,6	4,0	1,2	0,7	0,6	11,1
odwiedzający zagraniczni	89,7	7,6	1,6	1,1	0,0	0,0	0,0
turyści (przyjazdy z noclegiem)	71,4	6,0	3,2	0,8	0,6	0,4	17,5
odwiedzający jednodniowi (przyjazdy jednodniowe)	85,2	5,1	5,0	1,8	0,8	0,9	1,3

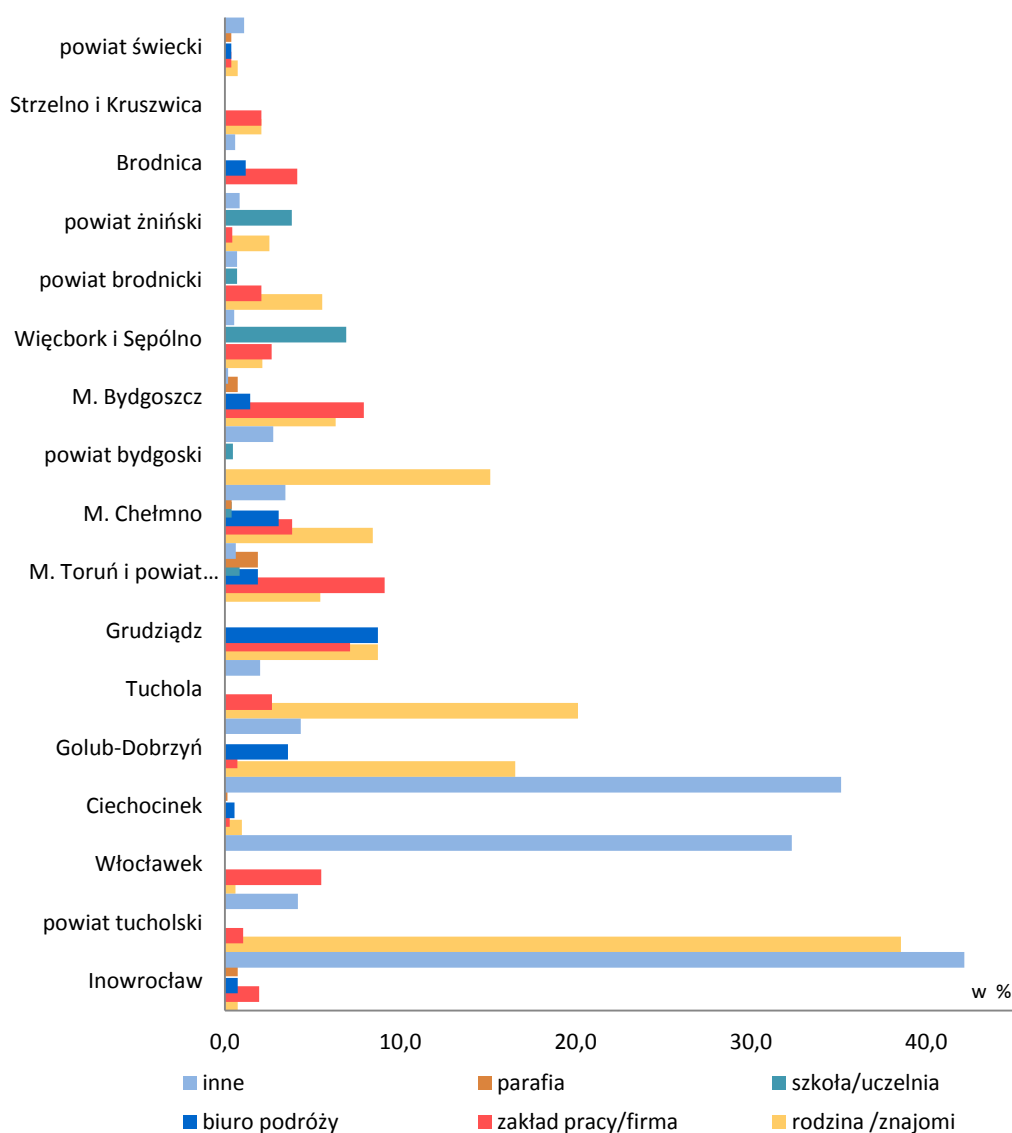
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Przyjazdy indywidualne dominowały w każdym z 17 badanych rejonów. Należy jednak zauważyć, że różnice obserwowane między poszczególnymi rejonami w udziale tego typu formy organizacyjnej były dość znaczne (dochodziły bowiem do 43%). Najczęściej indywidualną organizację przyjazdów potwierdzały osoby odwiedzające powiat świecki (97,1% z ogółu badanych w tym obszarze), następnie Kruszwicę i Strzelno (95,8%), Brodnicę (94,1%) oraz powiaty żniński (92,4%) i brodnicki (91,0%). Najmniej przyjazdów organizowanych samodzielnie stwierdzono w Inowrocławiu, powiecie tucholskim, Włocławku (analizowany łącznie z uzdrowiskiem Wieniec Zdrój) oraz Ciechocinku. W przypadku miejscowości uzdrowiskowych otrzymany wynik ma związek z pokazną reprezentacją kuracjuszy w pobranych próbach, natomiast w powiecie tucholskim jest związany z dominacją przyjazdów w celach odwiedzin krewnych/znajomych.

Samodzielnie organizowane przyjazdy przeważały również w przypadku największych ośrodków miejskich regionu (75-83% w relacji do pozostałych form w

organizacyjnych), jednak na ich tle znacznie częściej aniżeli w pozostałych obszarach badań były zauważalne przyjazdy organizowane przy współudziale biur podróży oraz zakładów pracy/firm.

Szczególnie interesujące zróżnicowanie dotyczyło przyjazdów organizowanych przy udziale rodziny bądź znajomych. Największą liczbę tego typu przyjazdów zaobserwowano bowiem na obszarze powiatu tucholskiego i bydgoskiego oraz w Golubiu-Dobrzyniu i Tucholi (por. ryc. 31).



Rycina 31. Sposoby organizacji przyjazdów w grupie badanych respondentów według badanych miejscowości i obszarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Dla uzyskania czytelności wykresu nie ujęto na nim wskazań opisujących indywidualną formę organizacji przyjazdów

W roku 2009 uczestnicy ruchu turystycznego na terenie województwa kujawsko-pomorskiego najczęściej podróżowali z najbliższą rodziną (43,6% z ogółu badanych



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

deklarowało tego typu zachowania). Jak wynika z najnowszych badań rola przyjazdów rodzinnych w strukturze ogółem utrzymała się - otrzymano bowiem bardzo podobną liczbę odpowiedzi świadczących o realizacji takiego modelu zachowań (46,5% badanych w podróży towarzyszyli najbliżsi członkowie rodzin). Przyjazdy rodzinne przeważały w grupie Polaków i obcokrajowców, jednak w przypadku turystów zagranicznych należy zanotować fakt pokaźnego ich wzrostu w relacji do wyników badań z 2009 r. (2009: 48%, 2015 – 59%) (tab. 14).

W okresie 2009-2015 wzrosła także liczba przyjazdów bez osób towarzyszących. Tendencja wzrostowa spowodowała, że w 2015 r. odwiedzający tego typu stanowili już nie trzecią (2009), a drugą w kolejności udziału grupę wśród ogółu badanych (20,6%). Znamiennym jest, że w grupie przyjazdów krótkich (beznoclegowych) znaczenie przyjazdów samotnych było zdecydowane mniejsze (z korzyścią na rzecz przyjazdów w towarzystwie znajomych).

Przyjazdy w towarzystwie znajomych oraz z partnerem/ką, narzeczoną/ną były kolejną pod względem częstości występowania grupą (16,8%, 10,7%). W odniesieniu do roku 2009 stwierdzono spadek ich liczby.

Niestety, podobnie jak w roku 2009 najmniej liczną grupę wśród badanych odwiedzających – pomijając odpowiedzi „inne” - tworzyły osoby podróżujące z grupami wycieczkowymi. Ta niekorzystna dla regionu tendencja – jak wynika z przeprowadzonych w roku 2015 badań - niestety pogłębiła się.

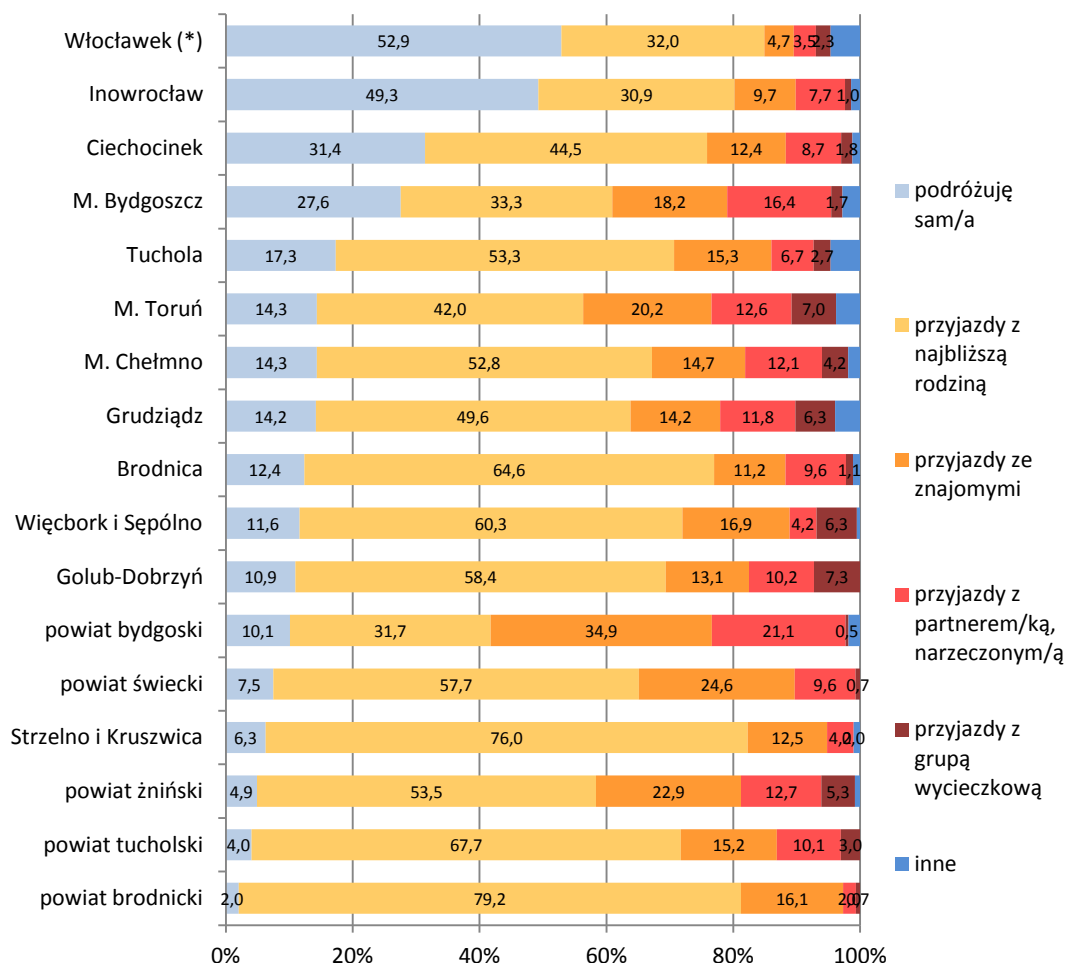
Tab. 14. Osoby towarzyszące podczas podróży według wydzielonych podgrup przyjazdów

Kategorie odwiedzających	Osoby towarzyszące w przyjazdach (w%)					
	najbliższa rodzina	sam/a	znajomi	partner/ka, narzeczon/a	grupą wycieczkową	inne
odwiedzający ogółem	46,5	20,6	16,8	10,7	3,3	2,1
odwiedzający krajowi	45,9	21,1	16,7	10,7	3,4	2,1
odwiedzający zagraniczni	59,0	8,2	19,7	11,5	1,1	0,5
turyści (przyjazdy z noclegiem)	46,5	25,2	13,2	10,6	2,3	2,1
odwiedzający jednodniowi (przyjazdy jednodniowe)	46,3	14,7	21,6	10,8	4,7	2,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Odpowiedzi opisujące organizację podróży respondentów w zakresie towarzyszących im osób wykazują zróżnicowanie w zależności od rejonów, w których prowadzono badania. Przede wszystkim widoczny jest wyraźny wpływ funkcji uzdrowiskowej na kształtowanie przyjazdów w pojedynkę: w Inowrocławiu, Ciechocinku i Wiercu Zdroju (kuracjusze, rzadziej uczestnicy turystyki uzdrowiskowej). Dla tego typu miejscowości nie oznacza to jednak braku rozwoju innych form ruchu turystycznego,

wręcz przeciwnie. Pojawia się w nich typowa turystyka weekendowa, świąteczna, co szczególnie można zauważyć na przykładzie Ciechocinka (44,5% to przyjazdy z najbliższą rodziną, 12,4% ze znajomymi, 8,7% z partnerem/ką, narzeczoną) (ryc. 32).



Rycina 32. Osoby towarzyszące podczas podróży według badanych miejscowości i obszarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

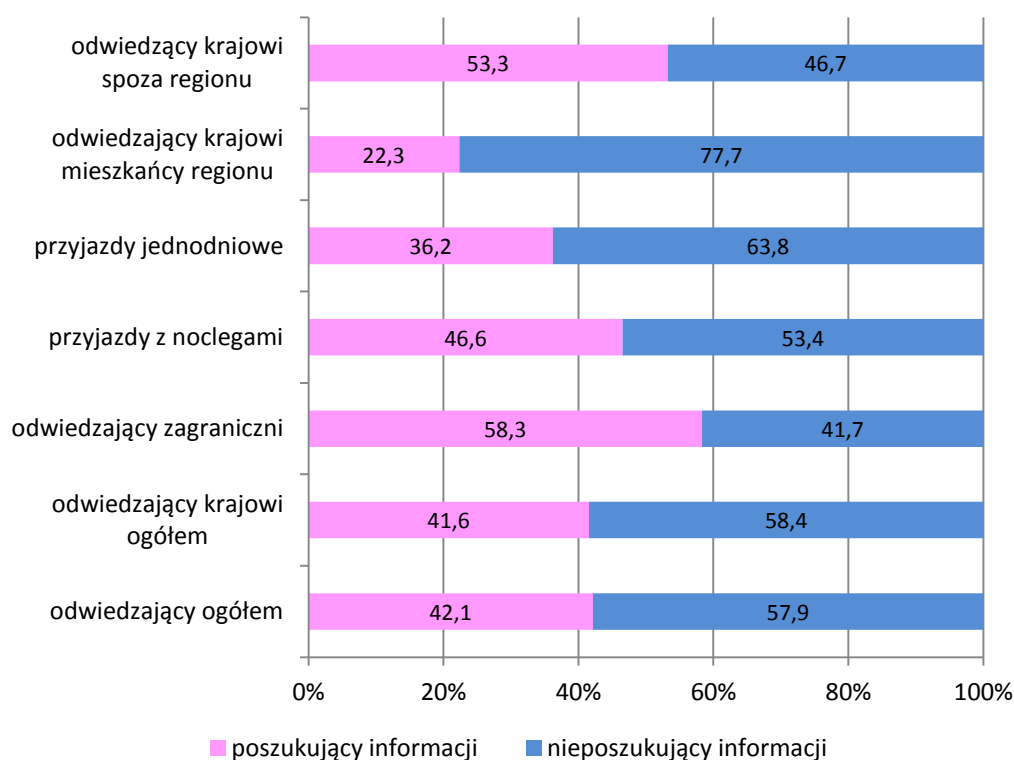
Ponownie charakterystyczne wyniki uzyskano w przypadku powiatu bydgoskiego. Ujawnia się w tym przypadku rola tej przestrzeni turystycznej (jej potencjał rekreacyjny i dla turystyki) w wyjazdach krótkich realizowanych przede wszystkim przez mieszkańców Bydgoszczy i bydgoskiego regionu miejskiego.

Analiza turystów z grup zorganizowanych (grupy wycieczkowe) wykonana w układzie badanych rejonów i miejscowości pokazuje, że tego typu formy przyjazdów są charakterystyczne głównie dla miast: Torunia, Grudziądza, Golubia-Dobrzynia i Chełmna. Trasy grup wycieczkowych przebiegają również przez Więcbork i Sępólno oraz powiat żniński.

Bydgoszcz i Toruń oraz niektóre tereny o walorach wypoczynkowych (powiat bydgoski, powiat świecki, powiat żniński) w porównaniu do pozostałych badanych w województwie rejonów, odwiedzający znacznie częściej wybierali jako miejsca docelowe przyjazdów o charakterze towarzyskim (przyjazdy ze znajomymi, przyjazdy z partnerem/ką, narzeczoną/ym).

4.2.4. Wykorzystywane źródła informacji

W 2009 r. wyniki monitoringu ruchu turystycznego informowały, że większość odwiedzających Polaków i prawie połowa zagranicznych przed przyjazdem nie poszukiwała żadnych informacji na temat odwiedzanej destynacji. Na podstawie badań wykonanych w roku 2015 można wnioskować, że niestety taki model postępowania wśród turystów i odwiedzających jednodniowych utrzymał się (odwiedzający ogółem: 42% poszukiwało informacji, turyści – 46,6%, odwiedzający jednodniowi – 36,2%). (ryc. 33).



Rycina 33. Poszukiwanie źródeł informacji o regionie przed przyjazdem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

W przypadku wyników uzyskanych w grupie Polaków duże znaczenie może mieć stwierdzony w tej grupie wysoki poziomu powtarzalności przyjazdów do regionu (znajomość uwarunkowań, atrakcji itp. – takie zachowanie częściej cechowało mieszkańców regionu podróżujących po regionie w celach turystyczno-wypoczynkowych). Cieszyć natomiast może fakt wzrostu zainteresowania informacjami o regionie w grupie obcokrajowców (w 2009 – 53%, w 2015 – 58,3%), ale także otrzymany odsetek poszukujących informacji w grupie Polaków na stałe zamieszkujących poza województwem kujawsko-pomorskim (niewielka przewaga osób poszukujących informacji – 53,3%).

Analiza odpowiedzi osób, które przed przyjazdem poszukiwały informacji o regionie bądź docelowej miejscu przyjazdu wykazała, że głównym źródłem (kanałem komunikacji) był Internet. Ustalenie to jest nie tylko zgodne z wynikami badań z roku 2009, ale także odpowiada obserwowanym trendom globalnym.

Z kolei analiza w podgrupach daje podstawy do stwierdzenia ważnej roli jaką pełnią tzw. kanały nieformalne” (polecenie rodziny/znajomych) oraz niestety małej popularności klasycznych źródeł jakimi są mapy/atlasy czy przewodniki turystyczne. Warto jednak zauważyć, że w tym ostatnim przypadku źródła tego typu ogrywiają istotne znaczenie w przyjazdach turystów zagranicznych.

Stwierdzone dość niskie zainteresowanie działalnością punktów informacji turystycznej z dużym prawdopodobieństwem należy łączyć z powszechnym obecnie dostępem zasobów internetowych, ale także z indywidualizacją wyjazdów i wysokim stopniem ich powtarzalności.

Tab. 15. Źródła informacji o regionie wykorzystywane przez odwiedzających

Źródła informacji	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (w %)				
	Odwiedzający ogółem	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Przyjazdy z noclegiem	Przyjazdy jednodniowe
Internet	65,0	66,3	50,0	64,1	67,5
miejsce polecili znajomi/rodzina	11,5	11,7	7,5	11,9	11,0
mapy, atlasy	9,0	8,7	11,9	9,9	7,2
przewodnik turystyczny	8,0	6,9	23,1	8,0	7,5
punkty, centra o ośrodki IT	3,1	3,0	3,1	2,9	3,2
foldery, ulotki	2,0	1,9	3,1	2,4	1,2
biura podróży	0,8	0,8	1,3	0,5	1,4
media (TV, radio)	0,5	0,6	0,0	0,3	0,9
szkoła	0,1	0,1	0,0	0,0	0,3
inne	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



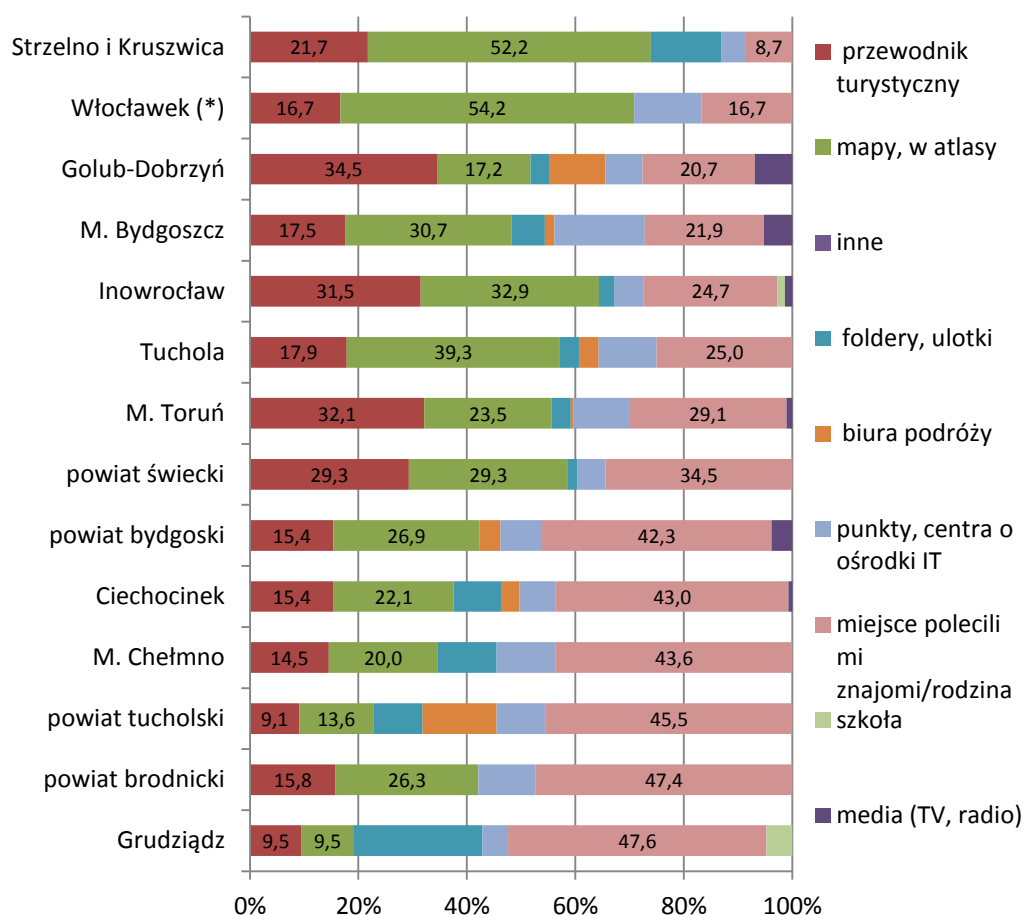
WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Mając na uwadze zasadność prowadzenia działań promocyjnych w oparciu o zróżnicowane źródła informacji postanowiono zobrazować ich wykorzystanie w badanej grupie z pominięciem Internetu (wyłączono te źródło z analizy i wykonano dodatkowe prace analityczne uzyskując dzięki takiemu zabiegowi nową strukturę odpowiedzi) (ryc. 34).

Otrzymane wyniki wydają się być bardzo interesującymi, ponieważ dają podstawę do dyskusji na temat konieczności kontynuowania, bądź rozwijania promocji regionu przy użyciu klasycznych form i źródeł przekazu informacji o zasobach turystycznych regionu. Są one nie tylko nadal użytkowane przez odwiedzających, ale co ważne – częściej są one wykorzystywane w pewnych, charakterystycznych częściach przestrzeni turystycznej regionu. Pozyskane informacje dają ponadto podstawę do stwierdzenia konieczności dalszego rozwoju systemu informacji turystycznej (w zasadzie w każdym obszarze badawczym, choć w różnym stopniu, można stwierdzić wykorzystywanie IT).



Rycina 34. Źródła informacji o regionie wykorzystywane przez odwiedzających - według badanych miejscowości i obszarów (z pominięciem Internetu)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.2.5. Wykorzystywane środki transportu

Turyści i odwiedzający jednodniowi korzystali najczęściej z własnego samochodu (prawie 80% z ogółu) oraz z usług kolei (8,3%). W relacji do wyników uzyskanych w roku 2009 tendencja wykorzystywania prywatnych samochodów uległa zatem pogłębieniu, natomiast w przypadku przyjazdów koleją oraz autobusami linii regularnych odwiedzający w roku 2015 korzystali z tych środków transportu wyraźnie rzadziej.

Własny samochód był szczególnie preferowany przez odwiedzających jednodniowych (prawie 82%) i jak wskazują dane nieco częściej przez Polaków (79,4%) niż obcokrajowców (75,3%). Kolej – stanowiącą w przyjazdach do regionu drugi co do znaczenia środek transportu (8,3%) częściej wykorzystywano podczas przyjazdów dłuższych, połączonych z noclegiem i częściej wykorzystywali tę formę transportu odwiedzający krajowi (tab.16).

Lokalizacja portu lotniczego w granicach regionu ma pewne znaczenie w przyjazdach obcokrajowców. Co prawda najczęściej turyści zagraniczni odwiedzali nasz region korzystając z własnych samochodów (75,3%), ale samolot był wykorzystywany na równi z innymi ważniejszymi środkami transportu (6,6% - praktycznie na równi z koleją). Mniej więcej co 10 turysta zagraniczny deklarował w ankiecie wykorzystywanie również „innych” środków transportu. Najczęściej oznaczało to łączenie dwóch środków, np. przylot samolotem i podróżowanie wypożyczonym samochodem a ponadto korzystanie z samochodów kempingowych (ang. camper).

Tab. 16. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do regionu według wydzielonych podgrup odwiedzających

Rodzaje środków transportu	Kategorie odwiedzających/przyjazdów				
	Ogółem	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni	Przyjazdy z noclegiem	Przyjazdy jednodniowe
samochód osobowy	79,2	79,4	75,3	77,3	81,8
pociąg	8,3	8,4	5,5	10,7	5,2
autobus linii regularnej (pks)	5,5	5,7	1,6	6,7	3,9
autokar z biura podróży (wycieczkowy)	3,6	3,7	1,1	2,5	5,1
samolot	0,2	0,0	6,6	0,4	0,0
rower	1,0	1,0	0,0	0,4	1,9
inne	2,1	1,8	9,9	2,1	2,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

W badaniu uzyskano niską frekwencję odpowiedzi świadczących o przyjazdach zorganizowanych a więc z wykorzystaniem autokarów wycieczkowych (3,6%). Wśród odwiedzających stosunkowo małą grupę – choć wartą zainteresowania ze względu na rosnące zainteresowanie - stanowiły osoby poruszające się po regionie z wykorzystaniem środków transportu charakterystycznych dla uprawianej formy wypoczynku (turystyka aktywna - kajaki i rowery).

Samochód jako środek transportu przeważał we wszystkich badanych miejscowościach (od 65% do 98%), ale jego dominację zaobserwowano głównie na obszarach i terenach wypoczynkowych regionu – pojezierze brodnickie – 98%, Strzelno i Kruszwica – 91,8%, powiat żniński – 89,9%, powiat świecki i żniński – po 89,9% (tab. 17). W największych ośrodkach miejskich regionu oraz w kujawsko-pomorskich uzdrowiskach zauważa się większy poziom zróżnicowania wykorzystanych środków transportu (większe znaczenie w tych przypadkach miała również kolej i autobusy linii regularnych).

Tab. 17. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do regionu według badanych miejscowości i obszarów

Rejony badań	Kategorie środków transportu (w%)						
	samochód osobowy	pociąg	autobus linii regularnej (pks)	autokar z biura podróży (wycieczkowy)	samolot	rower	inne
Inowrocław	65,8	22,4	10,6	1,0	0,0	0,0	0,2
M. Toruń	71,4	14,1	3,8	6,6	0,7	0,7	2,8
Tuchola	71,7	9,2	4,6	3,3	0,7	1,3	9,2
M. Bydgoszcz	75,5	13,9	6,1	2,4	0,5	0,3	1,2
Włocławek (*)	76,3	15,6	5,8	1,7	0,0	0,0	0,6
Golub-Dobrzyń	79,0	0,7	7,2	8,7	0,0	0,0	4,3
Ciechocinek	79,4	4,9	12,4	1,8	0,1	0,4	1,0
Grudziądz	79,7	7,8	0,8	11,7	0,0	0,0	0,0
powiat bydgoski	80,7	1,4	6,4	0,5	0,0	7,8	3,2
M. Chełmno	84,1	1,1	3,3	6,7	0,0	1,5	3,3
Brodnica	89,0	4,4	1,6	1,1	0,0	1,6	2,2
powiat żniński	89,9	0,8	1,2	4,9	0,0	1,2	2,0
powiat świecki	89,9	1,4	0,7	1,4	0,0	2,9	3,6
Strzelno i Kruszwica	91,8	0,0	8,2	0,0	0,0	0,0	0,0
powiat tucholski	91,8	0,0	0,0	3,1	0,0	1,0	4,1
Więcbork i Sępólno	92,6	0,0	0,5	6,9	0,0	0,0	0,0
powiat brodnicki	98,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.2.6. Rodzaje wykorzystywanej bazy noclegowej

Region kujawsko-pomorski posiada zróżnicowaną pod względem standardu i dobrze rozwiniętą w relacji do potrzeb rynkowych bazę noclegową. Wyniki badań wskazują, że dominujące w badanej zbiorowości cele przyjazdów w istotny sposób determinowały wybór recepcji w konkretnych rodzajach bazy noclegowej.

W roku 2015 – tak samo jak w roku 2009 – odwiedzający najczęściej na nocleg zatrzymywali się u rodziny lub znajomych (25,4% - 2015 , 25,7% - 2009) (tab. 18). Region kujawsko-pomorski nie odbiega pod tym względem od modelu obserwowanego na rynku krajowym (wykorzystywanie tzw. „taniej bazy noclegowej” w wyjazdach krajowych długookresowych oraz krótkoterminowych utrzymuje się od dawna na wysokim i niezmiennym poziomie – jest to najważniejszy rodzaj bazy noclegowej wybierany przez Polaków). W okresie 2009-2015 nie zmienił się także poziom wyboru hoteli (otrzymano bardzo zbliżone wartości: 2009 – 14,5%, 2015 – 14,2%), zauważa się natomiast spadek zainteresowania noclegami w tzw. kwaterach prywatnych i generalnie utrzymanie na niezmiennym poziomie zapotrzebowania na noclegi w bazie pensjonatowej.

Tab. 18. Rodzaje bazy noclegowej wykorzystywane podczas pobytu w regionie – według wydzielonych podgrup odwiedzających

Rodzaje bazy noclegowej	Kategorie odwiedzających (w %)		
	Ogółem	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
u rodziny, u znajomych	25,4	26,8	0,0
sanatorium	24,6	24,8	19,5
hotel	14,2	13,5	26,8
camping	8,7	7,6	28,2
kwatera prywatna (wynajęte mieszkanie/ apartament/dom/ itp.)	6,8	6,9	6,0
pensjonat	6,2	6,2	6,0
hostel	3,0	2,9	4,0
gospodarstwo agroturystyczne	1,7	1,8	0,0
schronisko turystyczne	0,7	0,8	0,0
inna opowiedz gdzie?	8,7	8,6	9,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Jak wynika z analizy materiału statystycznego całkiem pokaźna grupa badanych odwiedzających (na poziomie wyższym aniżeli w 2009 r.) podczas pobytu na terenie województwa kujawsko-pomorskiego nocowała na kempingach (np. z wykorzystaniem namiotów, pawilonów, domków turystycznych, kamperów) oraz w innej bazie



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

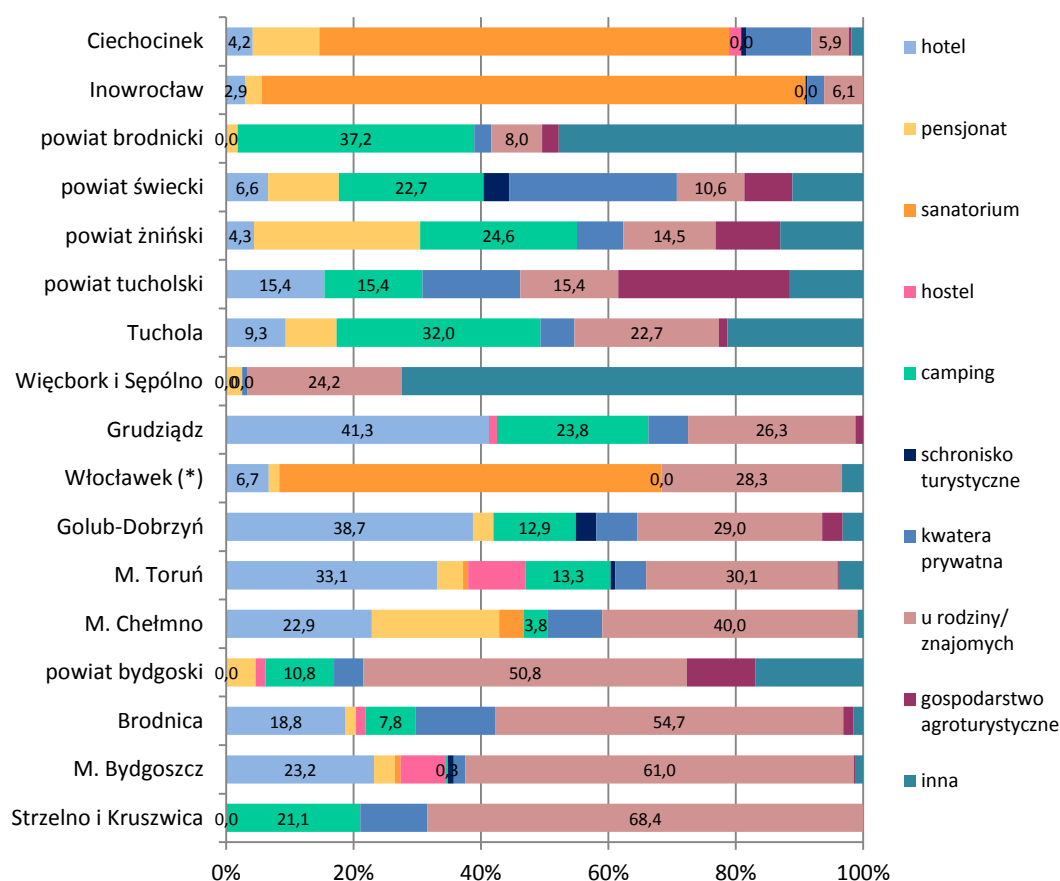


UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

noclegowej (prawie 9%). W tym ostatnim przypadku badane przyjazdy miały miejsce na obszarach wypoczynkowych regionu a respondenci deklarowali realizację noclegów w ośrodkach wczasowych.

Wyjaśnienia wymaga wysoki odsetek (24,6%) noclegów stwierdzonych w bazie sanatoryjnej (wyższy aniżeli w roku 2009: 17,7%). Wynik uzyskany w tym przypadku jest wypadkową założeń metodologicznych, tj. poboru materiału ankietowego w ośrodkach uzdrowiskowych (pobór wywiadów miał miejsce we wszystkich strefach uzdrowiska: A, B i C), ale także wpływu zmian jakie zaszły w ostatnich latach na rynku uzdrowiskowym (rozwój prywatnych ośrodków lecznictwa uzdrowiskowego, Spa&Wellnes, dynamicznie rozwijający się rynek konsumencki - wzrost zachowań prozdrowotnych, rozwój turystyki zdrowotnej).

Wykorzystanie bazy noclegowej w poszczególnych rejonach badań ujawnia zachodzenie związków i zależności wynikających przede wszystkim ze zróżnicowania i odmiennego charakteru walorów i zagospodarowania turystycznego a tym samym różnej specjalizacji poszczególnych fragmentów przestrzeni turystycznej (ryc. 35).



Rycina 35. Rodzaje bazy noclegowej wykorzystywane podczas pobytu według badanych miejscowości i obszarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tania baza noclegowa (noclegi u rodzin bądź znajomych) była najczęściej wykorzystywana w dużych i mniejszych ośrodkach miejskich regionu (udział na poziomie od 22 do 61% - z wyjątkiem uzdrowisk w Ciechocinku i Inowrocławiu gdzie odsetek wskazań był najniższy w odniesieniu do regionu). Szczególnie wysoki odsetek pobytów w bazie noclegowej u rodzin i znajomych – podobnie jak w roku 2009 – ujawnił się w Bydgoszczy, Brodnicy i Chełmnie (tym razem nie zanotowano takiej sytuacji w Grudziądzu, w którym z kolei wśród turystów dość wyraźnie wzrosło zainteresowanie hotelami). Z wyjątkiem Strzelna i Kruszwicy oraz powiatu bydgoskiego tania baza noclegowa była wyraźnie rzadziej wykorzystywana na terenach peryferyjnych (wiejskich), tj. w granicach obszarów zaliczanych w regionie do wypoczynkowych (np. powiat brodnicki, powiat tucholski)

W roku 2009 cechą charakterystyczną w miastach był wysoki udział hoteli w strukturach wykorzystywanej bazy noclegowej. W roku 2015 uzyskano podobne wyniki. Noclegi w hotelach najczęściej realizowali turyści badani w Grudziądzu, Golubiu-Dobrzyniu, Toruniu, Bydgoszczy, Brodnicy, Chełmnie.

Na obszarach wypoczynkowych naszego regionu – znacznie częściej aniżeli w innych rejonach - badani turyści deklarowali realizację noclegów w innej bazie. W tym miejscu należy przypomnieć, że były to najczęściej ośrodki wczasowe, baza PTTK lub pola namiotowe. Najwięcej tego typu wskazań uzyskano w Więcborku i Sępólnie oraz w powiecie brodnickim (co nawiązuje do wyników z 2009 r.). Ponadto wykorzystanie „innej” bazy częściej respondenci wskazywali również w Tucholi, na terenie powiatu bydgoskiego, tucholskiego, żnińskiego i świeckiego. W większości z powyżej wymienionych rejonów ważne znaczenie dla turystów miały również kempingi (od 15% do 37% z ogółu) oraz gospodarstwa agroturystyczne (najwyższy udział tego rodzaju bazy zanotowano w powiecie tucholskim).

Przewidywany, wysoki poziom udziału noclegów w obiektach sanatoryjnych zanotowano w Inowrocławiu, Ciechocinku i we Włocławku (badanym wspólnie z Wieńcem Zdrój).

4.2.7. Wydatki ponoszone lub planowane podczas pobytu

Badanie wydatków konsumentów na rynku turystycznym jest zadaniem niezwykle trudnym, z reguły obciążonym dużym ryzykiem błędu. Wynika to z następujących powodów:

- zapominania, ile, gdzie i na co konsumenci wydali pieniądze, oraz częstego niedoszacowania bądź przeszacowania podawanych sum, w zależności od miejsca i czasu badania,



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

- braku możliwości podziału wydatków ponoszonych w grupach (np. rodzinach, grupach znajomych itp) na wydatki indywidualne (występuje niedoszacowanie lub przeszacowanie),
- często spotykanej niechęci do podawania informacji na ten temat (unikanie odpowiedzi).

Utrudnienia tego typu napotyka się zarówno w badaniach wydatków w turystyce krajowej, jak i przyjazdowej z rynków zagranicznych (wydatki cudzoziemców). Mimo świadomości, że uzyskiwane wyniki nie są precyzyjne, należy mieć na uwadze fakt, że w praktyce jedynym sposobem ustalania poziomu wydatków są właśnie badania kwestionariuszowe. Wyniki takich badań – w powiązaniu z innymi parametrami opisującymi przyjazdy – dają podstawę do szacowania efektów ekonomicznych związanych z przyjazdami turystów (wpływów z tytułu obsługi ruchu turystycznego).

W roku 2015 w odniesieniu do I edycji monitoringu badanie wydatków przebiegało w zmienionej konwencji. Zgodnie ze wskazówkami otrzymanymi od Zamawiającego zakres pytania w kwestionariuszu ankietowym zawężono, upraszczając je. Zrezygnowano z pozyskiwania danych częściowych dotyczących ponoszonych wydatków w odrębnych kategoriach, tj.: za nocleg, korzystanie z usług gastronomicznych, bilety wstępu, uczestnictwo w imprezach rozrywkowych, zakup biletów komunikacji, dokonywanie zakupów w sklepach oraz pamiątek). Posłużono się natomiast przedziałami wydatków – przygotowanymi odrębnie dla grupy odwiedzających krajowych (wydatki w zł – 8 przedziałów) i obcokrajowców (w € - 4 przedziały).

W roku 2015 informację o wydatkach związanych z przyjazdem i pobytem pozyskano od 4757 odwiedzających (94,8% z ogółu badanych), w tym od 94% turystów i 97% odwiedzających jednodniowych.

W grupie krajowych odwiedzających prawie połowa badanych zadeklarowała wydatki zamykające się w kwocie do 50 złotych na 1 osobę w przeliczeniu na 1 dzień pobytu (47,7% respondentów z ogółu w tej grupie). Wydatki do 50 złotych przeważały zarówno w podgrupie przyjazdów długoterminowych (połączonych z noclegami), jak i pobytów beznoclegowych, przy czym w przypadku tych ostatnich były dominującymi (59,9%) (tab.19).

Wydatki od 51 zł do 100 zł w grupie odwiedzających krajowych stanowiły drugą pod względem znaczenia grupę wydatków (zarówno w przyjazdach dłuższych, jak i jednodniowych).

W wyniku zsumowania dwóch najniższych przedziałów wydatków, tj. do 50 zł i 51-100 zł stwierdzono, że wydatki tego rzędu cechują 3/4 z ogółu badanych odwiedzających krajowych, w tym w przyjazdach długoterminowych 66,5% i aż 86,8% w przyjazdach krótkich.

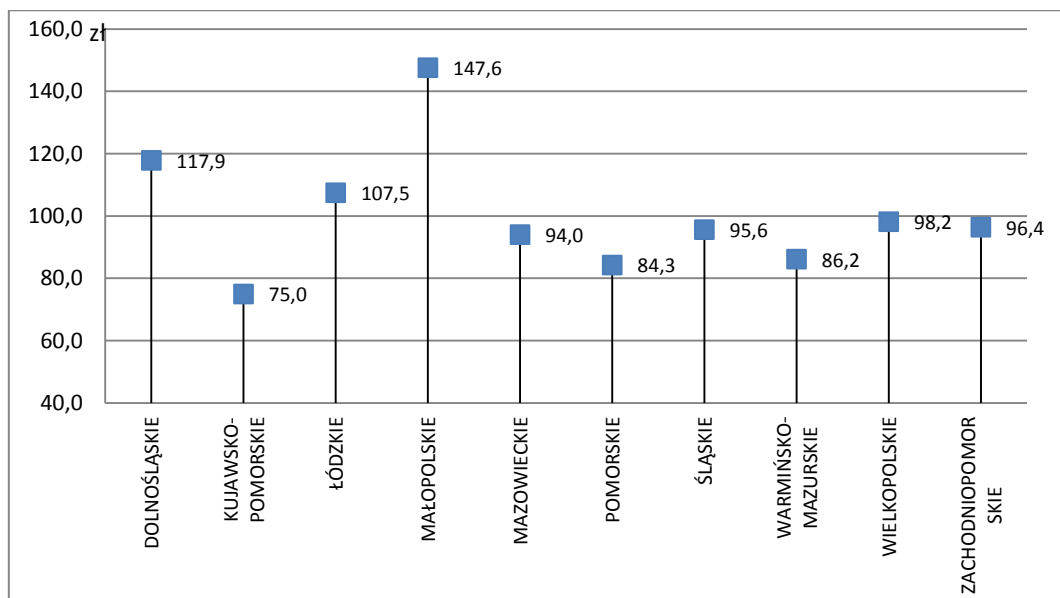
Tab. 19. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających krajowych podczas pobytu w regionie (według wydzielonych kategorii przyjazdów)

Zakres wydatkowanych kwot (w zł)	Kategorie odwiedzających/przyjazdów		
	Odwiedzający krajowi ogółem	Odwiedzający krajowi - przyjazdy z noclegiem	Odwiedzający krajowi - przyjazdy jednodniowe
Do 50 zł	47,7	38,2	59,9
51–100 zł	27,7	28,3	26,9
101–200 zł	15,0	20,0	8,5
201–300 zł	6,2	8,9	2,8
301–400 zł	1,8	2,2	1,2
401–500 zł	0,6	0,8	0,4
501–1000 zł	0,5	0,9	0,1
powyżej 1000zł	0,5	0,7	0,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Zsumowanie wskazań otrzymanych dla trzech najniższych przedziałów wydatków (do 200 zł) daje podstawy do stwierdzenia, że w przeważającej większości przypadków przyjazdy Polaków wiązały się z wydatkami nie przekraczającymi pułapu 200 zł (1 osoba/1 dzień pobytu) (w grupie krajowych ogółem - 90,4%, 86,5% - przyjazdy z noclegami, 95,3% - przyjazdy jednodniowe).

Średnie wydatki odwiedzających wzrastały w zależności od długości trwania przyjazdów.



Rycina 36. Średni poziom wydatków ponoszonych przez odwiedzających podczas pobytu w regionie (według regionów pochodzenia respondentów)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: do konstrukcji wykresu uwzględniono informacje pochodzące przynajmniej od grupy 100 osób badanych z danego województwa



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

W grupie przyjazdów z noclegami wynosiły średnio 110,58 zł, natomiast były niższe w grupie beznoclegowych (63,7 zł). Poziom średnich wydatków różnicował się również w zależności od kierunków (regionów) napływu odwiedzających. W analizie wzięto pod uwagę wyłącznie te regiony, z których uzyskano co najmniej 100 odpowiedzi.

Najwyższe średnie wydatki były generowane przez odwiedzających z województw małopolskiego i dolnośląskiego a następnie łódzkiego. Mieszkańcy województwa mazowieckiego i wielkopolskiego na 1 osobę i 1 dzień pobytu wydawali średnio od 94 do 98 zł. Najniższy poziom średnich wydatków stwierdzono w grupie odwiedzających, pochodzących z województwa kujawsko-pomorskiego (średnie wydatki na poziomie 75 zł).

Analizując wydatki ponoszone przez odwiedzających w powiązaniu z celami przyjazdów stwierdzono, że największy poziom wydatków przypadał na cel przyjazdu związany z zakupami (średnio 200,7 zł). Poziom średnich wydatków powyżej 100 zł odnotowano w przyjazdach związanych z realizacją celów służbowych (117,6 zł) oraz uczestnictwem w różnego rodzaju wydarzeniach (112,2 zł) i celach zdrowotnych (102 zł).

Przyjazdy w celach wypoczynkowych, zwiedzania oraz odwiedzin krewnych i znajomych wiązały się z wydatkami na poziomie średnim od 98 do 83 zł. Najniższy poziom średniej wydatków zidentyfikowano w grupie przyjazdów wynikających z tranzytu (58,7 zł).

Do czynników determinujących poziom wydatków należy również towarzystwo innych osób. Analiza odpowiedzi udzielonych przez respondentów daje podstawy do stwierdzenia, że najwyższy poziom wydatków związany był często z przyjazdami z partnerem/ką bądź narzeczoną/nę - średnie wydatki w tej grupie przyjazdów wyniosły bowiem 112,4 zł (osoba/dzień pobytu). Poziom średnich wydatków bliski 100 zł na osobę/dzień pobytu uzyskano w grupie przyjazdów bez osób towarzyszących. Niższe średnie wydatkowanych kwot uzyskano w przypadku towarzystwa rodziny i znajomych.

W grupie turystów zagranicznych poziom wydatków był wyraźnie wyższy – deklaracje o wydatkach od około 100 do około 200 zł wśród ogółu odpowiedzi obcokrajowców pojawiały się najczęściej (33,3%) (w grupie Polaków – 15%) (tab. 20).

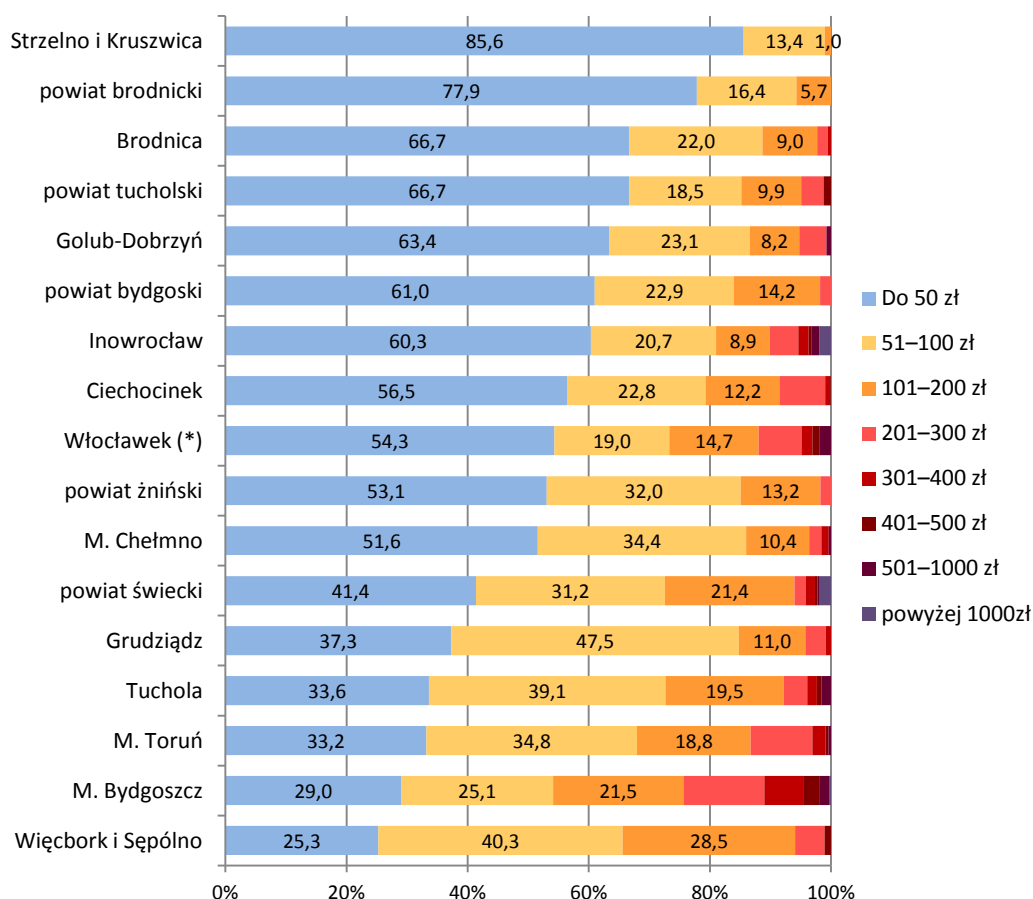
Tab. 20. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających zagranicznych podczas pobytu w regionie (według wydzielonych kategorii przyjazdów)

Zakres wydatkowanych kwot (w €)	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (w %)		
	Odwiedzający zagraniczni ogółem	Odwiedzający zagraniczni - przyjazdy z noclegiem	Odwiedzający zagraniczni - przyjazdy jednodniowe
do 25 €	30,0	25,3	50,0
26 - 50 €	33,3	33,6	32,4
51–100 €	31,1	34,2	17,6
101– 200 €	5,6	6,8	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Łącznie z wydatkami do 400 zł stanowiły one 64,4% (w grupie odwiedzających krajowych – 23%). O wyższym poziomie realizowanych wydatków w grupie turystów zagranicznych świadczy również rozkład wydatków otrzymany dla przyjazdów połączonych z noclegiem (6,8% tego typu przyjazdów wiązało się zgodnie z deklaracjami respondentów z wydatkami rzędu od około 400 do około 800 zł).

Poziom wydatków ponoszonych przez odwiedzających różnicował się w zależności od miejsca badania (ryc. 37). Najniższe kwoty wydatków występowały przede wszystkim na obszarach o znaczeniu wypoczynkowym (Strzelno i Kruszwica, powiaty: brodnicki, tucholski, bydgoski i żniński). W tego typu jednostkach wydatki do 50 zł na osobę/1 dzień deklarowało ponad 50% badanych (średnia wydatków kształtowała się na poziomie od około 33 do 62 zł). Wyjątkiem od tej reguły był powiat świecki - gdzie średni poziom wydatków osiągnął poziom 104,14 zł oraz Więcbork i Sępólno (w tym przypadku stwierdzono średnie wydatki na poziomie 96,61 zł).



Rycina 37. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających (ogółem) według badanych miejscowości i rejonów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

W miejscowościach uzdrowiskowych regionu poziom ponoszonych wydatków był relatywnie wyższy aniżeli w nadjeziornych, czy zalesionych terenach wypoczynkowych. W uzdrowiskach badani respondenci częściej deklarowali kwoty wydatków na poziomie od 200 do 400 zł, ale także znacznie wyższe. Średnia kwota wydatków w Ciechocinku wyniosła 72,1 zł, natomiast w Inowrocławiu była wyższa o 25,8 zł (97,9 zł).

Najwyższy poziom wydatków - zgodnie z oczekiwaniami - zanotowano w centralnych ośrodkach miejskich regionu: Bydgoszczy (154,98 zł) i Toruniu (110,42 zł).

4.3. Poziom atrakcyjności turystycznej wybranych elementów potencjału turystycznego i oferty turystycznej na podstawie opinii respondentów

Brak rzetelnej wiedzy na temat zachowań i postaw turystów (konsumentów) wobec oferowanych im usług może stać się bezpośrednią przyczyną utraty pozycji na niezwykle dynamicznym i konkurencyjnym rynku turystycznym. Opinie turystów świadczące o poziomie zadowolenia, czy inaczej satysfakcji pozwalają na podejmowanie decyzji strategicznych w różnych sferach rozwojowych turystyki (np. planistycznej, promocyjnej, informacyjnej itp.). W podejmowanych próbach wartościowania elementów potencjału turystycznego, które z racji swej natury mają wpływ na odbiór atrakcyjności turystycznej miejscowości, ośrodków turystycznych, atrakcji i produktów turystycznych oprócz tzw. podejścia obiektywnego istotne znaczenie ma podejście subiektywne. W podejściu subiektywnym wykorzystuje się metody badań społecznych (techniki ankietowe). Poprzez zastosowanie odpowiednich, wartościujących skal pomiarowych można pozyskać informacje zwrotne od konsumenta na temat postrzegania jakości ocenianego elementu, tj. o stopniu jego użyteczności. Ocena tego typu jest oczywiście obarczona dużą dawką subiektywizmu respondenta jednak pozwala niejednokrotnie na wyciągnięcie bardzo istotnych wniosków (ten sam walor, ta sama atrakcja turystyczna może być oceniona przez turystów w różny sposób, co bez wątplenia należy wiązać ze stopniem rozwoju potrzeb turystycznych i oczekiwaniami związanymi z wyjazdem turystycznym).

Zakres badań empirycznych przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania w kontekście oceny atrakcyjności i jakości turystycznej wybranych składowych potencjału turystycznego obejmował:

- pozyskanie ogólnej oceny atrakcyjności turystycznej województwa i miejscowości w której przeprowadzano badanie,
- pozyskanie oceny bazy noclegowej i gastronomicznej,
- pozyskanie oceny wybranych elementów potencjału turystycznego (materialnych i niematerialnych) kształtujących wizerunek turystyczny regionu i miejscowości w której prowadzono badanie,

- pozyskanie informacji nt. skłonności do rekomendacji regionu i badanych rejonów jako miejsc atrakcyjnych pod względem turystycznym (polecanie odwiedzenia miasta w celach turystyczno-wypoczynkowych swoim bliskim/rodzinie/znajomym),
- identyfikację miejsc/obiektów (atrakcji turystycznych Bydgoszczy), które wywarły na odwiedzających najlepsze, pozytywne wrażenia,
- identyfikację mankamentów i atutów (niekorzystnych i korzystnych) czynników rozwoju turystyki.

4.3.1. Ocena (ogólna) atrakcyjności turystycznej województwa oraz badanych miejscowości

Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego z perspektywy ankietowanych turystów jest bardzo korzystna (tab. 21, ryc. 38).

Tab. 21. Struktura ocen atrakcyjności województwa w grupie badanych respondentów według wydzielonych podgrup

Kategorie odwiedzających/przyjazdów	Skala ocen (w%)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
odwiedzający ogółem	2,4	0,0	0,2	0,7	4,0	6,1	14,5	25,0	22,0	25,1
odwiedzający krajowi	2,3	0,0	0,2	0,6	4,0	5,8	14,5	24,9	22,1	25,5
odwiedzający krajowi spoza regionu	2,9	0,0	0,2	0,5	4,1	5,4	14,7	26,0	21,0	25,2
odwiedzający zagraniczni	2,7	0,0	0,0	2,7	4,8	15,8	15,1	26,0	17,1	15,8
przyjazdy z noclegiem	3,0	0,0	0,2	0,8	3,9	6,0	14,2	24,3	21,3	26,3
przyjazdy jednodniowe	1,4	0,0	0,1	0,6	4,1	6,2	15,0	25,9	22,9	23,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Dominującą większość badanych obejmująca wszystkie kategorie odwiedzających oceniała region kujawsko-pomorski w trzech najwyższych notach na dziesięciopunktowej skali. W kategorii odwiedzających ogółem 86,6% respondentów przyznało 7 i więcej punktów, podczas gdy w 2010 roku było to 75,4%. Wśród odwiedzających krajowych także zaobserwowano wzrost czterech najwyższych ocen z 75,2% w 2010 roku do 87% w roku 2015. Jedyny spadek dotyczył ocen odwiedzających zagranicznych tj. z 79,7% w 2010 roku do 74% w roku 2015.

Z kolei ogólna ocena atrakcyjności miejscowości i obszarów (tab. 22) kształtowała się przeważnie (w większości kategorii odwiedzających) na poziomie ośmiu punktów (od 25,8% dla przyjazdów jednodniowych do 29,2% dla odwiedzających zagranicznych).

Analiza materiału statystycznego pozwala zauważyć dużą równomierność struktury ocen. Niezależnie od długości pobytu respondentów (przyjazdy jednodniowe



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚĆ



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

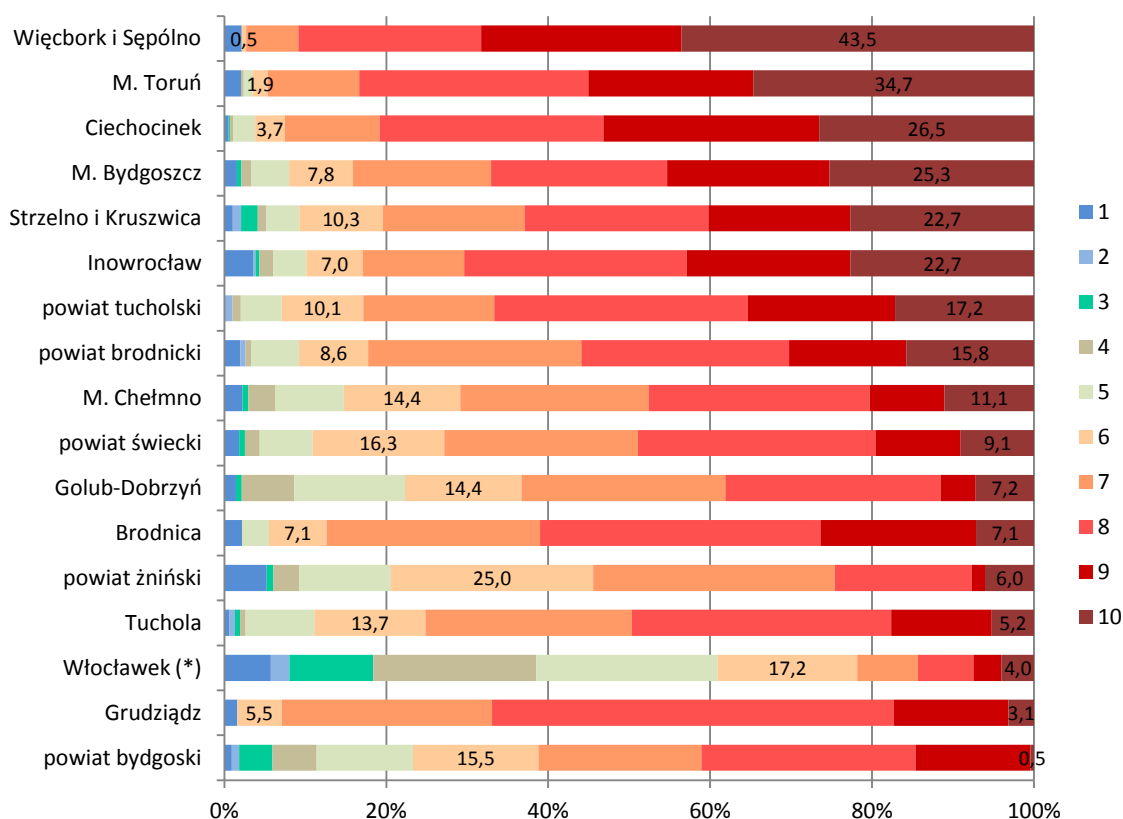


lub na większą liczbą noclegów) lub ich pochodzenia (krajowy, zagraniczny) odpowiedzi rozkładały się bardzo podobnie w poszczególnych kategoriach. Pewne wyraźne różnice można zaobserwować jedynie w wartościowaniu ocen wysokich i bardzo wysokich.

Tab. 22. Struktura ocen atrakcyjności badanych miejscowości i obszarów w grupie respondentów według wydzielonych podgrup

Kategorie	Skala ocen (w%)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
odwiedzających/przyjazdów										
odwiedzający ogółem	2,0	0,2	0,9	2,0	5,3	8,4	16,9	26,5	17,3	20,5
odwiedzający krajowi	2,0	0,2	0,9	2,0	5,3	8,5	16,6	26,4	17,5	20,7
odwiedzający krajowi spoza regionu	2,5	0,1	0,8	1,9	5,4	8,2	15,1	27,1	17,5	21,4
odwiedzający zagraniczni	1,6	0,5	0,0	3,2	5,4	8,1	24,3	29,2	13,0	14,6
przyjazdy z noclegiem	2,1	0,1	0,8	2,0	4,8	7,3	15,3	27,0	19,0	21,5
przyjazdy jednodniowe	1,7	0,3	0,9	2,1	5,9	10,0	18,9	25,8	15,1	19,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



Rycina 38. Ocena atrakcyjności miejscowości i obszarów w badanej grupie respondentów (ogółem)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Warto jednak podkreślić, że odsetek ocen bardzo wysokich w odniesieniu do atrakcyjności turystycznej województwa wyraźnie wzrastał wśród przyjezdnych przybywających do regionu na okres dłuższy niż jeden dzień, tj. realizujących pobyt z noclegiem. Zwraca uwagę także i to, że turyści zagraniczni są zazwyczaj bardziej powściągliwi w deklarowaniu najwyższych ocen niż turyści krajowi.

Respondenci w badaniach mieli możliwość oceny atrakcyjności turystycznej miejscowości lub obszaru (powiatu), w którym się znajdują

Najwięcej ocen maksymalnych uzyskały: Więcbork i Sępólno (43,5%), Toruń (34,7%) oraz Ciechocinek (26,5%). Natomiast najmniej ocen maksymalnych uzyskały: powiat bydgoski (0,5%), Grudziądz (3,1%) i Włocławek (4,0%).

Dla porównania warto dodać, iż w badaniach realizowanych w 2009 i 2010 roku najwyższe oceny uzyskały trzy destynacje, tj.: Toruń, powiat żniński oraz powiat tucholski i Brodnica. Najgorzej ocenionymi rejonami były: Włocławek, Tuchola i Grudziądz

4.3.2. Skojarzenia oraz atrakcje turystyczne zapamiętane z pobytu

Podmioty i organizacje zarządzające poszczególnymi obszarami recepcji turystycznej cały czas poszukują sposobów na większe zaistnienie w świadomości potencjalnych turystów i odwiedzających. Czasami czynnikiem sprzyjającym promocji realizowanej w ramach marketingu miejsc jest: skojarzenie, słowo, miejsce, odczucie bądź atrakcja turystyczna. Prezentowane w tej części raportu wyniki mogą stać się przyczynkiem do dyskusji nt. symboli poszczególnych miejscowości turystycznych. Ze względu na bardzo szeroki zakres odpowiedzi udzielanych przez respondentów zdecydowano się na przedstawienie tylko tych, które uzyskały ponad 3% odpowiedzi i dotyczyły konkretnych miejscowości. W tej części analizy nie uwzględniono zatem powiatu tucholskiego, powiatu brodnickiego, powiatu świeckiego, powiatu żnińskiego oraz powiatu bydgoskiego (por. tab. 23-34).

Wyniki badań dotyczące skojarzeń z Brodnicą wskazały trzy podstawowe skojarzenia z miastem, tj. przyrodę (32,2%), ciszę i spokój (30,9 wskazań) oraz wypoczynek (25%). Natomiast wśród trzech najczęściej wymienianych miejsc wartych zapamiętania w tym ośrodku znalazły się: zamek (24,7% - 2015; 39% w 2009r. oraz 18,3% w 2010r.), rynek (15% - 2015, 21,2% w 2009r. oraz 1,5% w 2010r.) i muzeum (8,1%).

Odwiedzający, badani w rejonie Strzelna i Kruszwicy najczęściej wskazywali jedno skojarzenie – była nim Mysia Wieża (60,4%). Do miejsc wartych zapamiętania w rejonie Strzelna i Kruszwicy ankietowani zaliczyli: Mysią Wieżę (47,3% - 2015; 23,3% w 2009 r. oraz 33,1% w 2010 r.) i J. Gopło (38,4% - 2015 oraz 14,2% w 2010 r.).

Według badań w Tucholi, najistotniejszym skojarzeniem z miastem okazały się po prostu „Bory Tucholskie” (86%), natomiast do miejsc wartych według badanych



zapamiętania zaliczyli w tej destynacji: Stare Miasto (47,3%; 12,8% w 2010 r.) oraz J. Głęboć (38,4%).

Respondenci w Toruniu pytani o „skojarzenia z odwiedzonym miejscem” jednoznacznie wskazali dwa podstawowe skojarzenia (symbole miasta), tj. postać Mikołaja Kopernika (37,4% odpowiedzi) oraz toruńskie pierniki (36,2%). Natomiast do miejsc wartych zapamiętania respondenci najczęściej zaliczali: Stare Miasto (39,2%), Planetarium (13,9%) oraz Żywe Muzeum Piernika (11,1%). Stare Miasto w poprzednich edycjach badań - dla porównania – wymieniło 34% (w 2009) i 21% (w 2010 r.) badanych.

Na podstawie badań przeprowadzonych we Włocławku (ośrodek badany łącznie z Więcsem Zdrój) nie udało się wskazać dominującego symbolu. Odpowiedzi respondentów były zróżnicowane i zawierały generalnie różne skojarzenia. Po przeprowadzonej klasyfikacji okazało się, że różnice pomiędzy wyodrębnionymi kategoriami odpowiedzi mieszczą się w granicach sześciu punktów procentowych. Włocławek najczęściej kojarzono z: ks. J. Popiełusko (22,4% wskazań), tamą (21,6%), Anwilem (17,6%), ketchupem (16,8%) oraz rz. Wisłą (16%). Natomiast do miejsc wartych zapamiętania ankietowani najczęściej zaliczali tamę - 29,4% wskazań (56,7% w 2009 r. oraz 18% w 2010 r.).

Również w przypadku Więcborka i Sępólna (tab. 28) badania nie pozwoliły na wyodrębnienie dominującego skojarzenia (symbolu miasta), choć dość często respondenci kojarzyli ten obszar z jeziorami (29,8% odpowiedzi). W odpowiedziach na pytanie o miejsca warte zapamiętania w analizowanym rejonie wyraźnie przeważały atrakcje związane z wodą (58,9% - 2015 oraz 3,8% w 2009 r. i 17,7% w 2010 r.).

Odwiedzającym miasto Chełmno kojarzyło się ono najczęściej z Rynkiem i Starym Miastem w Chełmnie (34,7%) oraz z hasłem promującym ten ośrodek (Miasto Zakochanych) (34,7% odpowiedzi). Pewne trudności respondenci mieli z wytypowaniem miejsc wartych zapamiętania (otrzymano zróżnicowane opinie – wśród nich na pierwszym miejscu znalazł się Ratusz z 10,8% uzyskanych odpowiedzi (12% w 2009 r., 6,5% w 2010 r.).

Badanie skojarzeń z miejscem odwiedzonym w Ciechocinku bez większego problemu wyłoniło główny symbol miasta, którym jak można było się tego spodziewać są według badanych ciechocińskie tężnie. Natomiast w grupie trzech najczęściej wymienianych miejsc wartych zapamiętania z pobytu w Ciechocinku znalazły się: tężnie (42,8% w 2015, 64,8% w 2009 r. i 44% w 2010 r.), Fontanna Grzybek (11% w 2015 oraz 6,32% w 2009 r. i 10,1% w 2010 r.) oraz dywany kwiatowe (9,1% w 2015 oraz 10,9% w 2009 r. i 8,7% w 2010 r.).

Golub-Dobrzyń odwiedzającym kojarzy się przede wszystkim z zamkiem Anny Wazówny (52% wskazań). Zamek jest też według badanych najważniejszym miejscem godnym zapamiętania (62,8% w 2015 r., 92% w 2009 r. i 77% w 2010 r.).

Respondentom badanych w Grudziądz miasto kojarzy się głównie ze spichlerzami (13,8%) oraz najstarszą częścią miasta - Starym Miastem (13,8%).

W przypadku Inowrocławia najczęstszym pojawiającym się w wypowiedziach skojarzeniem były łąki (43,1% wskazań). Obiekt ten, jako najważniejsza atrakcja uzdrowiska Inowrocław był również najczęściej wymieniany wśród miejsc godnych zapamiętania z pobytu (56,2% w 2015, w 2009 r. 45%, w 2010 r. 42%).

Symbolem Bydgoszczy jest Wyspa Młyńska (25,5% odpowiedzi - skojarzeń). W grupie trzech najczęściej wymienianych miejsc wartych zapamiętania znalazły się: Wyspa Młyńska (39,9%), Stare Miasto (12,4%) oraz LPKiW Myślęcinek (8,1%). W poprzednich badaniach Wyspa Młyńska uzyskała 18,88% w 2009 r. oraz 6,7% w 2010 r., natomiast Stare Miasto 17,31% w 2009 r. oraz 8,4 w 2010 r.

Tab. 23. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Brodnicy

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Cisza/Spokój	30,9	Zamek	24,7
Przyroda	32,2	Rynek	15,0
Wypoczynek/Odpoczynek	25,0	Muzeum	8,1
Sentyment do miejsca	11,2	Park	7,3
		Stare Miasto	6,9
		Wieża	6,1
		Kościół	5,3
		Plaża	4,9
		Ratusz	4,5
		Brama Chełmińska	3,6
		Jeziora	3,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 24. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Strzelnie i Kruszwicy

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Mysia Wieża	60,4	Mysia Wieża	47,3
Jezioro	24,8	Gopło/Rejs statkiem	38,4
Cukrownia	5,0	Rynek	6,3
Olej Kujawski	4,0	Amfiteatr	3,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 25. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Tucholi

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Bory/Przyroda/Las	86,0	Stare Miasto	59,5
Spływ kajakowy/Rzeka	10,7	Jezioro Głęboć	15,5
		Spływ kajakowy	6,0
		Spotkanie ze znajomymi	6,0
		Muzeum Borów Tucholskich	3,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Tab. 26. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Toruniu

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Pierniki	36,2	Stare Miasto	39,2
M. Kopernik	37,4	Planetarium	13,9
UMK	2,9	Żywe muzeum piernika	11,1
Stare Miasto	6,3	Bulwary	9,2
Krzyżacy	3,0	Kościoty	4,8
		Dom Kopernika	3,6
		Krzywa wieża	3,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 27. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu we Włocławku

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Wisła/Przystań	16,0	Tama	29,4
ks. Popiełuszko	22,4	Kościoty	19,8
Tama	21,6	Bulwary	7,9
Anwil	17,6	Marina	7,9
Ketchup	16,8	Pałac Bursztynowy	7,1
		ks. Popiełuszko	5,6
		Wzorcownia	5,6
		Parki	3,2
		Wisła	3,2
		Stare Miasto	3,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 28. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Więcborku i Sępólnie

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Odpoczynek/Wypoczynek	28,0	Jezioro/Plaża/Promenada	58,9
Jeziora	29,8	Rynek	11,3
Krajobrazy	7,5	Ścieżki rowerowe	5,7
Ośrodki wypoczynkowe	14,9	Fontanna	5,0
Cisza/Spokój	3,7	Stadion	4,3
Rodzina/Znajomi	11,2	Cisza/Spokój	4,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 29. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Chełmnie

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Stare Miasto	34,7	Ratusz	10,8
Krzyżacy	11,1	Rynek	9,5
Miasto Zakochanych	34,7	Kościół	9,1
Gotyk	7,9	Mury obronne	8,7
		Park	7,4
		Planty	6,5
		Stare Miasto	6,5
		Ławeczka zakochanych	6,5
		Bramy	4,8
		Park miniatur	3,9
		Fara	3,0
		Złot motocyklowy	3,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 30. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Ciechocinku

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Uzdrowisko	19,6	Tężnie	42,8
Tężnie	50,4	Grzybek	11,0
Zdrowie/Wypoczynek	7,3	Dywany kwiatowe	9,1
Solanki	5,1	Fontanny	5,7
inne	3,2	Park zdrojowy	5,6
		Parki	5,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 31. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Golubiu-Dobrzyniu

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Krzyżacy	9,9	Zamek	62,8
A. Wazówna	8,2	Starówka	14,6
Zamek	52,0	Rynek	7,3
Turniej Rycerski	17,5	Panorama	5,1
rz. Drwęca	4,1		
Inne	3,5		
Starówka	3,5		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Tab. 32. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Grudziądzu

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Spichlerze	13,8	Wisła	14,6
Stare Miasto	13,8	Góra zamkowa	12,6
Zamek	8,5	Wieża	10,7
Wisła	6,2	Spichlerze	10,7
Cytadela	5,4	Bulwar	7,8
Wypoczynek	5,4	Cytadela	7,8
Wojsko	4,6	Rynek	4,9
Krzyżacy	4,6	Starówka	3,9
Żużel	3,8	Klimek	3,9
Góra Zamkowa	3,8	Jezioro	3,9
Żużel	3,8		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 33. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Inowrocławiu

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Tężnie	43,1	Tężnie	56,2
Solanki	21,6	Parki	13,3
Uzdrowisko	15,0	Palmiarnia	4,8
Wypoczynek/Zdrowie	7,0	Sanatorium	4,4
Inne	5,8	Park zdrojowy	3,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Tab. 34. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Bydgoszczy

Skojarzenie		Miejsce/obiekt/wydarzenie lub sytuacja warta zapamiętania	
Wyspa Młyńska	25,5	Wyspa Młyńska	39,9
Brda/Kanał Bydgoski	13,0	Stare Miasto	12,4
Opera/Filharmonia	9,0	LPKiW	8,1
Starówka	7,4	Opera/Filharmonia	6,9
Inne	6,6	Bazylika	3,3
Fara/Bazylika	5,7		
Łuczniczka	5,5		
LPKiW	5,2		
Zawisza	4,3		
Żużel	3,8		
Spichrze	3,5		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.3.3. Ocena bazy noclegowej i gastronomicznej

Występowanie rozbudowanej bazy usług noclegowych i gastronomicznych w przypadku większości turystów (z wyjątkiem tych którym są one często obojętne - camping i caravanning) jest niewątpliwie warunkiem *sine qua non* do podjęcia decyzji o wyborze destynacji. Współcześnie jednak, znaczenie usług noclegowych i gastronomicznych należy rozpatrywać w jeszcze szerszym wymiarze. W warunkach pogłębiającej się między regionami konkurencji o turystów oraz wyraźnej na rynku fali wzrostu projakościowych zachowań konsumentów znacząco wzrosła rola tych komponentów infrastruktury w postrzeganiu atrakcyjności turystycznej (obecnie usługa hotelarska czy gastronomiczna sama w sobie może być uznana za atrakcję turystyczną).

Ocena bazy noclegowej – podobnie jak w poprzednich badaniach - dotyczyła czterech aspektów: dostępności informacji o noclegach, różnorodności oferty bazy noclegowej, standardu oraz relacji pomiędzy standardem a ceną za usługę. Respondenci dokonując oceny posługiwali się trzystopniową skalą wartościującą.

Analizując parametr opisujący dostępność informacji o noclegach w okresie 2009-2015 zaobserwowano znaczącą poprawę stanu. Opinii respondentów o dobrej dostępności informacji w tym zakresie jest nie tylko relatywnie więcej, ale co ważniejsze zmniejszyła się także liczba ocen negatywnych. Oceny dobre przeważały w odpowiedziach Polaków (69,9%) i odwiedzających zagranicznych (72%), jednak w tym drugim przypadku w latach 2009-2015 zmiana in plus liczona w punktach procentowych była wyraźnie większa (tab. 35, ryc. 39).

Tab. 35. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w latach 2009 i 2015

Wyszczególnienie	Skala ocen	Odwiedzający ogółem (w%)		Odwiedzający krajowi (w%)		Odwiedzający zagraniczni (w%)	
		2009	2015	2009	2015	2009	2015
dostępność informacji o noclegach	dobrze	62,6	70,1	63,2	69,9	56,3	72,0
	przeciętni	31,4	27,2	30,8	27,6	37,7	22,4
	źle	6,0	2,7	6,0	2,5	6,0	5,6
różnorodność oferty	duża	45,5	51,4	47,3	51,0	28,0	57,1
	średnia	44,0	42,3	42,3	42,7	60,0	37,1
	mała	10,5	6,2	10,3	6,3	12,0	5,7
standard	dobry	54,7	65,6	55,4	64,8	47,4	77,8
	przeciętny	41,0	33,1	40,2	33,9	49,4	19,4
	zły	4,3	1,3	4,4	1,3	3,2	2,8
poziom cen w relacji do standardu	niska	8,8	4,6	8,1	4,0	15,7	13,6
	odpowied	75,9	85,6	75,8	85,6	76,5	85,4
	zbyt	15,3	9,8	16,1	10,4	7,8	1,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Struktura ocen uzyskana na podstawie opinii respondentów, którzy zrealizowali noclegi



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

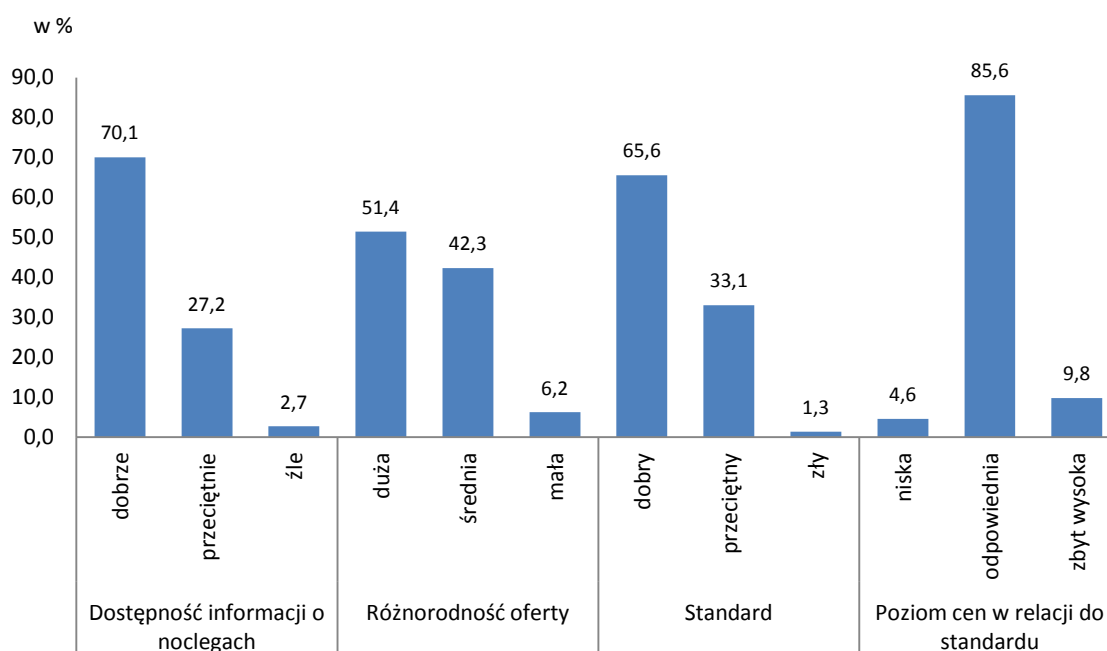


WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Większe zróżnicowanie ocen respondentów stwierdzono analizując opinie na temat różnorodności oferty bazy noclegowej. W poszczególnych grupach respondentów tym razem częściej pojawiały się oceny parametru na poziomie średnim. Generalnie jednak - w porównaniu do roku 2009 - można mówić o poprawie sytuacji. Oceny pozytywne (świadczące o postrzeganiu dużej różnorodności oferty) wystawiano trochę częściej (45,5% - 2009, 51,4% - 2015), spadł też udział odwiedzających postrzegających w sposób negatywny różnorodność oferty bazy noclegowej. Warto podkreślić, że większy przyrost ocen pozytywnych w porównywanych latach nastąpił w grupie odwiedzających obcokrajowców niż krajowych.



Rycina 39. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem (2015) (w%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Struktura ocen przedstawiona na rycinie została uzyskana na podstawie opinii tylko części respondentów (turystów)

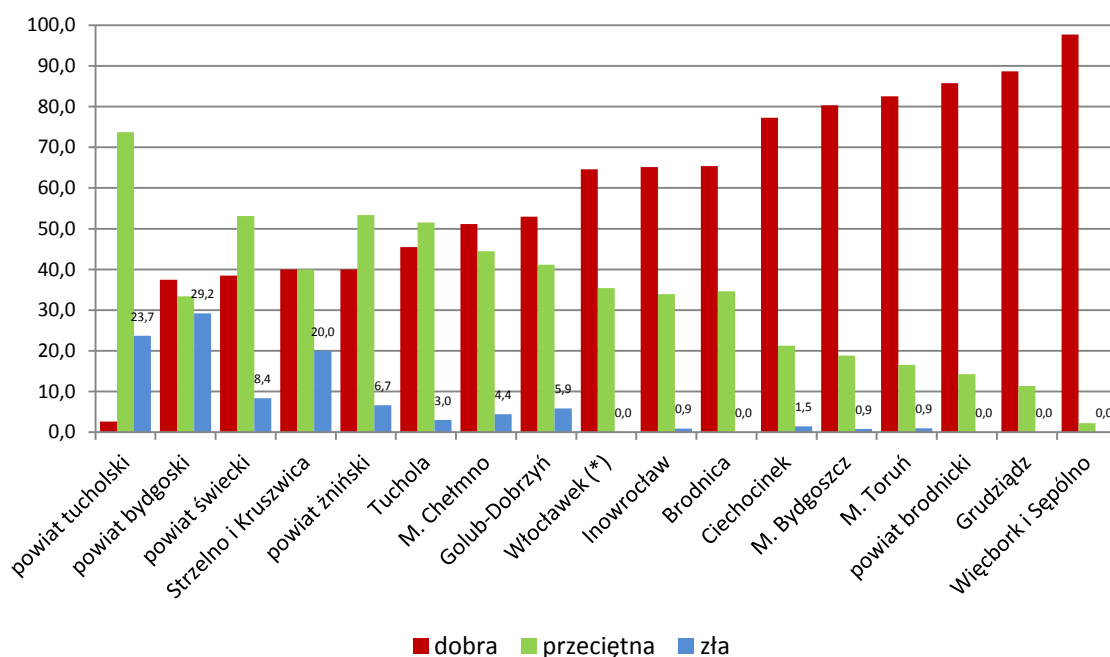
Standard usług noclegowych przez respondentów został oceniony jako dobry. W ten sposób oceniła go przeważająca większość z badanych osób (65,6%). W odniesieniu do poprzednich wyników badań zauważalny jest wzrost liczby ocen pozytywnych (2009- 54,7%, 2015- 65,6%), co dotyczyło zarówno odwiedzających z Polski jak i obcokrajowców. W przypadku turystów zagranicznych obserwowana zmiana w grupie opinii pozytywnych (dobry standard), ale także przeciętnych (spadek) jest bardzo znacząca. Prawie 1/3 osób badanych analizowany parametr oceniła jako przeciętny.

W przypadku usług noclegowych ważnym wykładnikiem zadowolenia klienta z jakości świadczonych usług jest jego opinia na temat relacji między faktycznie oferowanym (odczuwalnym przez klienta) standardem a ceną za usługę. Opinie pozyskane w roku 2015 wskazują, że większość turystów (85,6%) uznała oferowany

standard i cenę za odpowiednią. Co 10 respondent twierdził jednak, że ustalona cena za usługę była nieadekwatna do jej standardu (tego typu opinie znacznie częściej pojawiały w grupie Polaków). Porównując wyniki między latami 2009 i 2015 obserwuje się poprawę oceny analizowanego parametru (wzrost liczby ocen pozytywnych), jednak co również charakterystyczne w tym samym czasie spadła także liczba opinii wskazujących na postrzeganie cen usług jako niskich.

Oceny bazy noclegowej różnicowały się nie tylko w zależności od pochodzenia odwiedzających (krajowi, zagraniczni), ale także w zależności od rejonu w którym przeprowadzano badanie. Spośród czterech aspektów bazy noclegowej poddanych respondentom do oceny tylko jeden z nich, mianowicie, stosunek ceny do standardu usługi nie wykazał większych dysproporcji w układzie badanych rejonów (we wszystkich miejscowościach i obszarach respondenci najczęściej wykazywali swoje zadowolenie oceniając ceny jako adekwatne do zaoferowanego standardu).

Dostępność informacji nt. bazy noclegowej w roku 2015 najgorzej oceniono w powiecie tucholskim i bydgoskim, ale także w Strzelnie i Kruszwicy. Niestety duży udział ocen przeciętnych w całkowitej liczbie uzyskanych opinii stwierdzono w powiecie świeckim, zniński oraz w m. Tuchola. Najlepsze oceny analizowanego parametru otrzymano przede wszystkim w miastach (Grudziądz, Toruń, Bydgoszcz) oraz badając odwiedzających w obszarach Więcbork-Sępólno i powiat brodnicki. Dostępność informacji o noclegach została również wysoko oceniona w ośrodkach uzdrowiskowych.



Rycina 40. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa (przyjazdy ogółem) – dostępność informacji o noclegach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Struktura ocen przedstawiona na rycinie została uzyskana na podstawie opinii respondentów, którzy zrealizowali noclegi



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

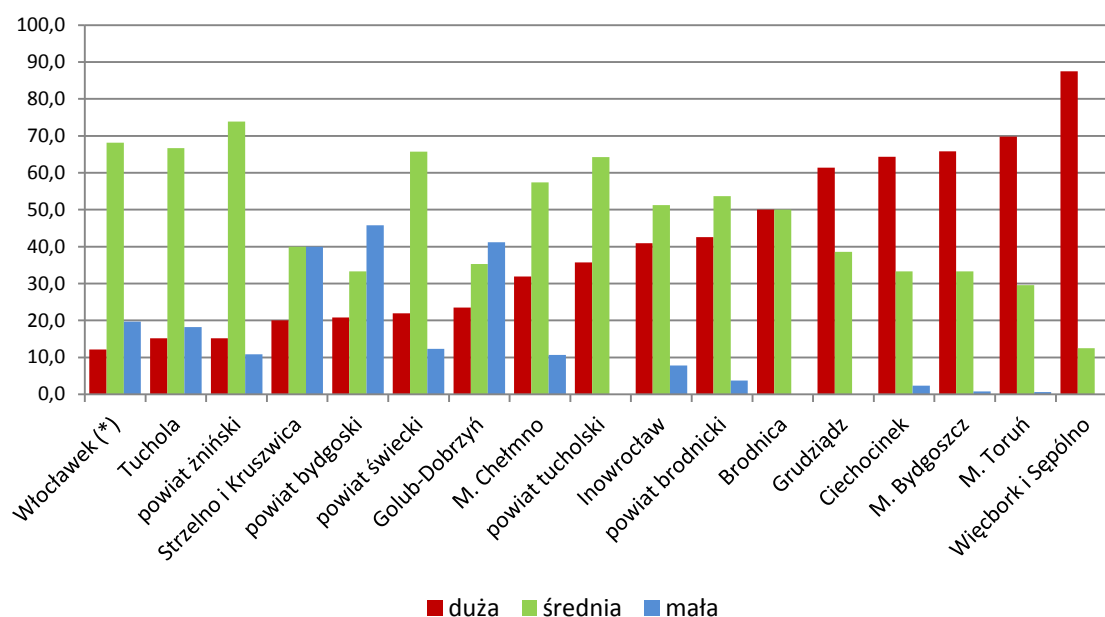


WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

W blisko połowie z grupy analizowanych obszarów różnorodność oferty bazy noclegowej respondenci ocenili jako przeciętną (Włocławek, Tuchola, powiat żniński, powiat świecki, m. Chełmno, powiat Tucholski, Inowrocław, powiat brodnicki). Najniższe oceny dotyczyły powiatu bydgoskiego, Golubia-Dobrzynia oraz Strzelna i Kruszwicy. Najbardziej różnorodna baza noclegowa zdaniem respondentów występuje na terenie Więcborka i Sępólno, Torunia i Bydgoszczy, w Ciechocinku, Grudziądzu i Brodnicy.

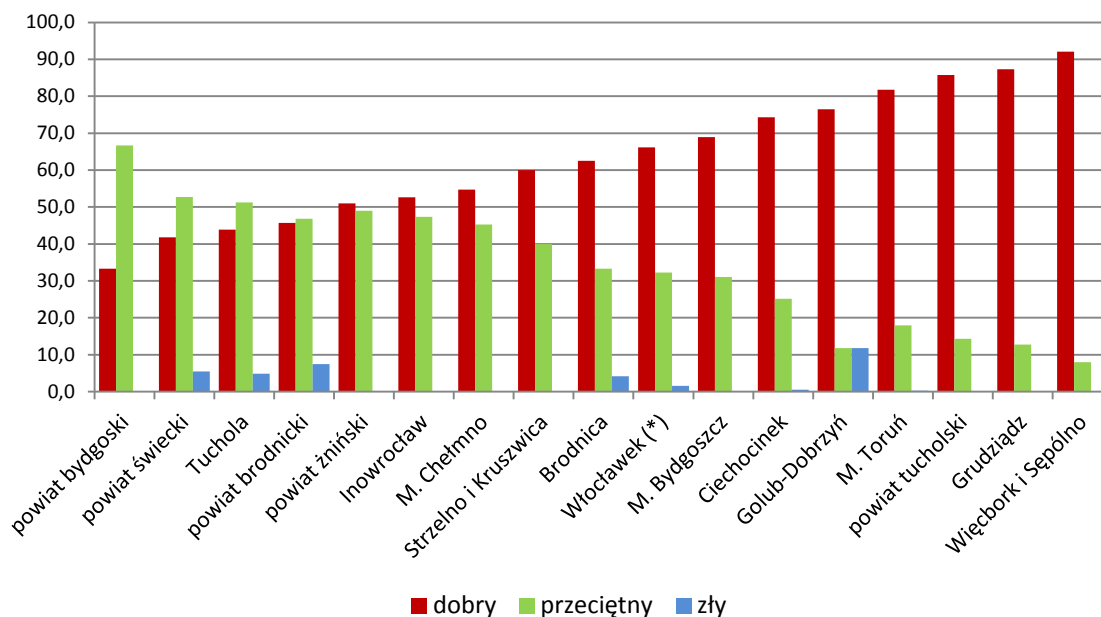


Rycina 41. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – różnorodność oferty

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Struktura ocen przedstawiona na rycinie została uzyskana na podstawie opinii respondentów, którzy zrealizowali noclegi

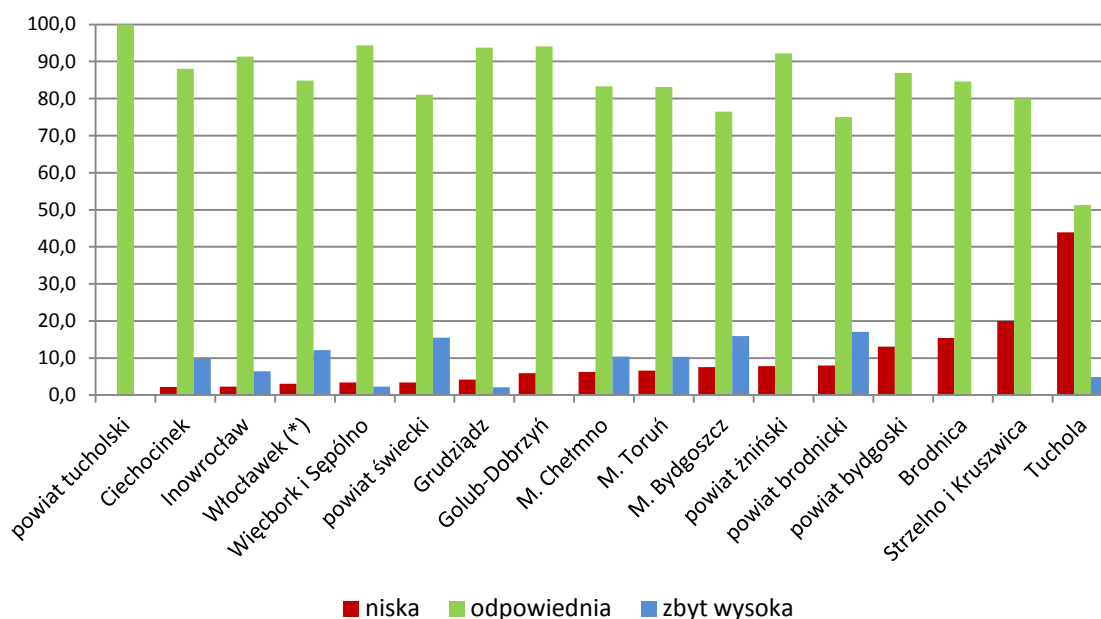
Znaczne dysproporcje w układzie badanych rejonów zarysowały się w rozkładzie opinii na temat standardu bazy noclegowej. W granicach regionu wyraźnie zaznacza się podział na dwie grupy jednostek tj.: 1) miasta, w których z oczywistych względów można oczekiwać nie tylko większej różnorodności oferty, ale także wyższego poziomu standardu usługi i 2) tereny peryferyjne regionu, w których poziom ocen był zróżnicowany (oceny pozytywne i przeciętne występują w tych przypadkach na bardzo zbliżonym poziomie).

W opinii respondentów wypada on szczególnie niekorzystnie w powiecie brodnickim, świeckim oraz w Tucholi. Duża liczba ocen średnich pojawiła się w przypadku powiatu bydgoskiego, żnińskiego, Inowrocławia i Chełmna (w przypadku Inowrocławia duża część opinii tego typu dotyczyła standardu bazy noclegowej w obiektach uzdrowiskowych). Na uwagę zasługują Więcbork i Sępólno w których ponownie uzyskano jedne z najlepszych ocen (taka jak w przypadku parametrów: różnorodność bazy i oferowany standard).



Rycina 42. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – standard

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Struktura ocen przedstawiona na rycinie została uzyskana na podstawie opinii respondentów, którzy zrealizowali noclegi



Rycina 43. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – poziom cen w relacji do standardu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.). Uwagi: Struktura ocen przedstawiona na rycinie została uzyskana na podstawie opinii respondentów, którzy zrealizowali noclegi

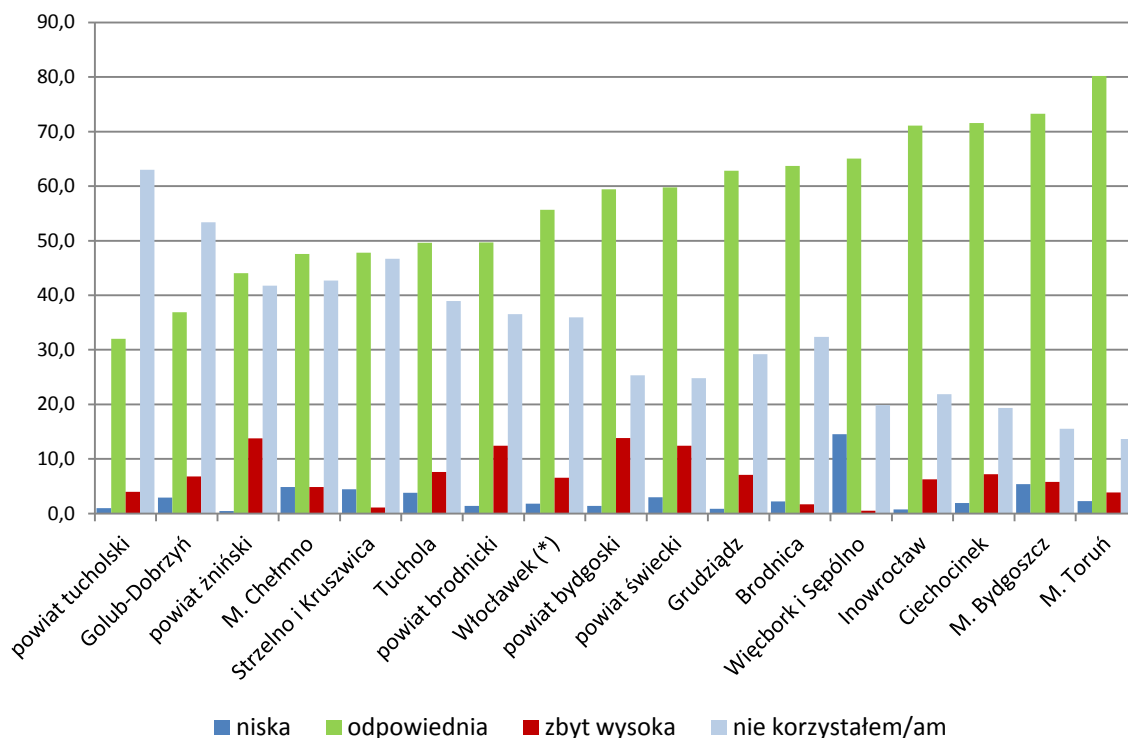
Biorąc pod uwagę znaczenie bazy gastronomicznej w zagospodarowaniu turystycznym, a także tendencje rynkowe związane z rozwojem niszowych form turystyki opartych na dziedzictwie kulinarnym regionów (turystyka kulinarna) oraz posiadany przez region kujawski potencjał w tym zakresie (tradycje gastronomiczne) szczególnie istotnym zagadnieniem staje się ocena atrakcyjności regionu wynikająca z wykorzystania potencjału oferty gastronomicznej. Podobnie jak w roku 2009 w badaniu respondentów mogli ocenić usługi gastronomiczne w skali trójstopniowej, odnosząc się do relacji pomiędzy poziomem cen za usługi gastronomiczne a jakością tych usług.

Tab. 36. Ocena bazy gastronomicznej w aspekcie jakość-cena

Kategorie ocen	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (w %)				
	Odwiedzający ogółem	Przyjazdy z noclegiem	Przyjazdy jednodniowe	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
niska	3,0	3,1	2,8	2,7	9,4
odpowiednia	65,1	70,8	57,4	65,1	65,9
zbyt wysoka	6,6	6,8	6,2	6,6	5,9
nie korzystałem	25,4	19,3	33,6	25,6	18,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Uzyskane odpowiedzi świadczą nie tylko o zadowoleniu z poziomu cen za usługi gastronomiczne, ale również o jakości zgodnej z oczekiwaniami. W grupie osób, które podczas pobytu korzystały z oferty gastronomicznej 65,1% wskazało, że poziom cen jest ustalony na poziomie adekwatnym do jakości usług. Niestety ¼ z ogółu badanych respondentów twierdziła również, że podczas przyjazdu i pobytu nie korzystała z usług gastronomicznych. O ile można zrozumieć tego typu zachowanie w przypadku przyjazdów jednodniowych, o tyle w grupie przyjazdów połączonych z noclegiem jest to już bardzo zastanawiające, tym bardziej że obszary na których tego typu odwiedzający częściej byli identyfikowani znane są w regionie z bogatych tradycji kulinarnych (np. powiat tucholski, powiat żniński, ale także Strzelno i Kruszwica, powiat brodnicki). Ogólnie rzecz biorąc, analizowany parametr został oceniony pozytywnie. Negatywne opinie dotyczące zbyt wysokich cen padały najczęściej w powiecie żnińskim, powiecie brodnickim, bydgoskim i świeckim (ich poziom w grupach ogółem nie był jednak wysoki –12,4 - 13,8%).



Rycina 44. Ocena usług gastronomicznych w aspekcie jakość-cena – w układzie badanych miejscowości i obszarów w przyjazdach ogółem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

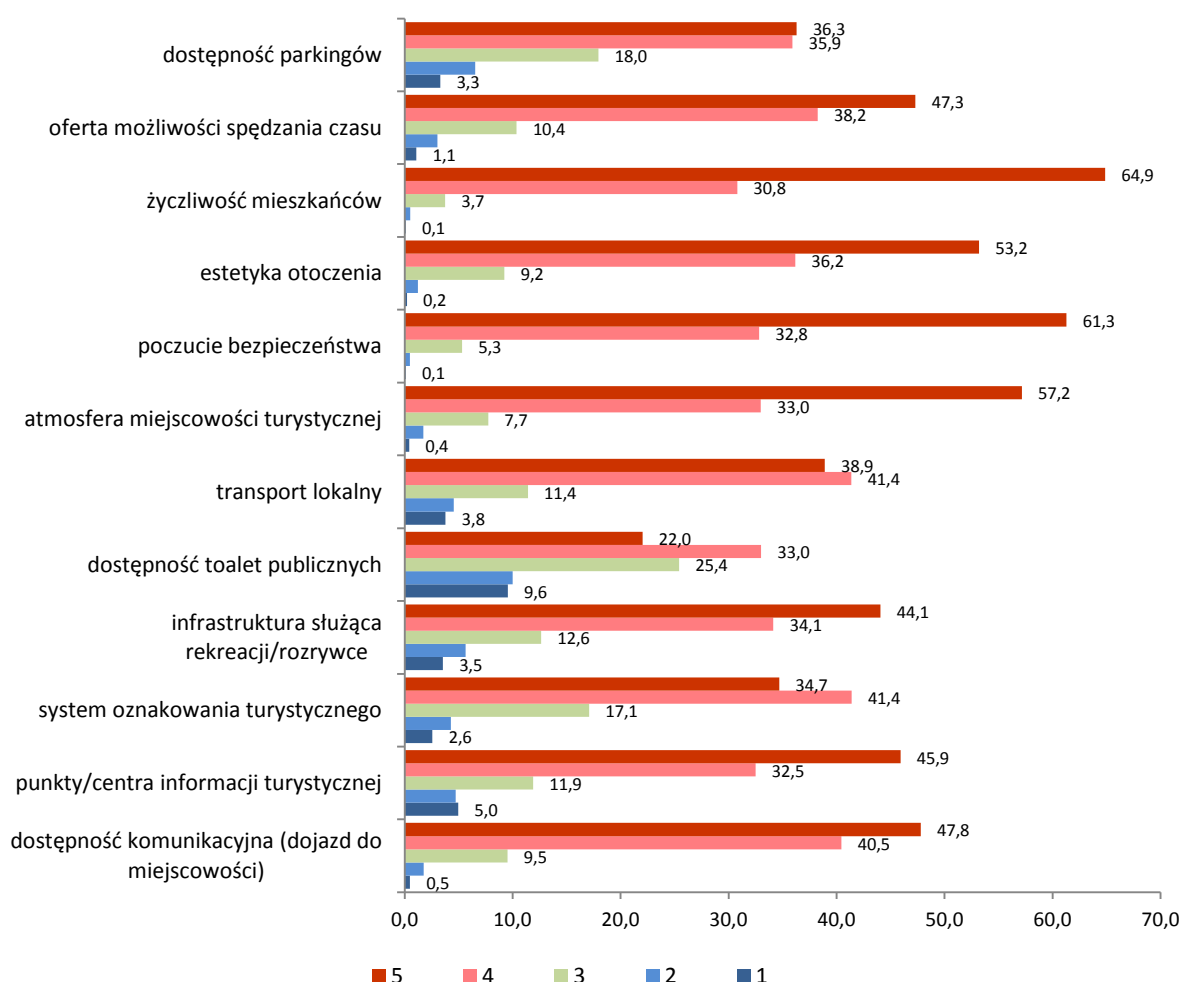
4.3.4. Ocena wybranych komponentów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej województwa i badanych rejonów

Przedkładając respondentom do oceny wyselekcjonowaną grupę cech charakteryzujących potencjał turystyczny pozyskano materiał pozwalający na kompleksową ocenę wizerunku turystycznego badanych rejonów i województwa. Pytanie zawarte w kwestionariuszu ankietowym pozwalało na ocenę tak istotnych z punktu widzenia rozwoju turystyki elementów jak: atmosfera miejscowości, gościnność, bezpieczeństwo (tzn. niematerialnych aspektów potencjału turystycznego). Ponadto respondenci oceniali również cechy o innym charakterze (materialnym), w tym na przykład: system oznakowania turystycznego, dostępność parkingów, transport lokalny (cechy materialne).

Poziom ocen uzyskany w badaniach w roku 2015 porównany do wyników z roku 2009 r. daje podstawę do stwierdzenia poprawy wizerunku atrakcyjności regionu. Podczas pierwszej edycji monitoringu większość badanych elementów oceniano co prawda pozytywnie, jednak najczęściej były to oceny na poziomie 4 (skala od 1 do 5). W

roku 2015 w przypadku większości (9) analizowanych elementów respondenci najczęściej przyporządkowywali im oceny najwyższe – 5 (były to takie cechy jak: życzliwość mieszkańców, poczucie bezpieczeństwa, atmosfera miejscowości turystycznej, estetyka otoczenia, dostępność komunikacyjna, oferta możliwości spędzania czasu wolnego, punkty centra informacji turystycznej, infrastruktura służąca rekreacji) (ryc. 45).

Najlepiej ocenione składniki potencjału to życzliwość mieszkańców (łącznie prawie 96% ocen 4 i 5) i poczucie bezpieczeństwa (prawie 95%). Do lepiej ocenianych należy również zaliczyć: estetykę otoczenia i atmosferę turystyczną (uzyskany poziom ocen przewyższał średnią dla ogółu tj. 4,2). Najgorzej w bieżącym badaniu oceniono dostępność toalet publicznych (średnia 3,5), wyraźnie niżej od pozostałych komponentów respondenci ocenili również: dostępność parkingów i system oznakowania turystycznego.



Rycina 45. Ocena wybranych komponentów oferty turystycznej wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej regionu (w grupie odwiedzających ogółem) (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Zdiagnozowane w bieżącym roku opinie turystów zagranicznych w diametralny sposób różniły się od otrzymanych w I edycji monitoringu (w 2009 r. w większości przypadków turyści zagraniczni wystawiali wyższe oceny). Średnia ocena dla wszystkich analizowanych elementów w grupie obcokrajowców była tym razem niższa od otrzymanej wśród odwiedzających krajowych (3,8 – obcokrajowcy, 4,2 Polacy). Turyści zagraniczni szczególnie negatywnie ocenili takie składowe potencjału turystycznego jak: atmosfera miejscowości turystycznej (2,6) i życzliwość mieszkańców (2,8). W ich opinii niekorzystnie wypadają także: oferta możliwości spędzania czasu wolnego (3,2), poczucie bezpieczeństwa (3,5) i estetyka otoczenia (3,1) (tab. 37).

Tab. 37. Średnia ocena wybranych komponentów oferty turystycznej wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej regionu (w grupie odwiedzających ogółem, krajowych i zagranicznych)

Kategorie	Odwiedzający ogółem	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
	średnia ocen		
dostępność komunikacyjna)	4,3	4,3	3,9
punkty/centra informacji turystycznej	4,1	4,1	4,6
system oznakowania turystycznego	4,0	4,0	4,6
infrastruktura służąca rekreacji/rozrywce	4,1	4,1	4,5
dostępność toalet publicznych	3,5	3,5	4,2
transport lokalny	4,1	4,1	4,6
atmosfera miejscowości turystycznej	4,4	4,4	2,6
poczucie bezpieczeństwa	4,5	4,5	3,5
estetyka otoczenia	4,4	4,4	3,1
życzliwość mieszkańców	4,6	4,6	2,8
oferta możliwości spędzania czasu	4,3	4,3	3,2
dostępność parkingów	4,0	4,0	3,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Zgodnie z przypuszczeniami, oceny poszczególnych elementów potencjału turystycznego różnicowały się w układzie przestrzennym. W otrzymanych wynikach (wartości średniej ważonej) szczególną uwagę zwracają niekorzystne opinie nt. Włocławka (badanego włącznie z Wieńcem Zdrój) i powiatu bydgoskiego. W tych rejonach ankietowani szczególnie krytycznie odnosili się do funkcjonowania informacji turystycznej, wyposażenia w infrastrukturę służącą rekreacji, dostępności toalet publicznych i oferty rekreacyjnej. Skupienie ocen niskich (częściej udzielane opinie negatywne) zaobserwowano również w przypadku powiatu świeckiego, gdzie istotnym mankamentem dla odwiedzających był transport lokalny, ale także dostępność punktów informacji turystycznej, toalet publicznych, wyposażenie w infrastrukturę rekreacyjną i oznakowanie turystyczne. W Golubiu-Dobrzyniu źle oceniono ofertę spędzania czasu wolnego, atmosferę turystycznej miejscowości i poczucie bezpieczeństwa (tab. 38).



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Tab. 38. Średnia ocena wybranych komponentów oferty turystycznej wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej regionu (w przyjazdach ogółem) według badanych miejscowości i rejonów

Elementy potencjału	M. Toruń i powiat toruński	Strzelno i Kruszwica	Włocławek	M. Bydgoszcz	powiat świecki	Tuchola	powiat tucholski	Inowrocław	powiat brodnicki	Grudziądz	Ciechocinek	M. Chełmno	powiat bydgoski	Golub-Dobrzyń	Brodnica	Włocławek i Sępólno	powiat żniński	Średnia arytmetyczna
dostępność komunikacyjna (dojazd do punktu)	4,57	4,50	3,21	4,37	4,27	4,03	4,02	4,37	3,76	4,38	4,43	4,12	4,17	4,20	4,24	4,48	4,15	4,19
punkty/centra informacji	4,5	3,4	1,1	4,1	3,2	4,0	4,2	3,9	3,9	4,1	3,7	4,5	2,4	3,9	4,6	3,7	4,0	3,72
system oznakowania turystycznego	4,33	4,00	2,33	3,94	3,60	3,73	4,08	4,22	3,39	4,06	3,93	4,17	3,45	3,98	4,20	3,91	4,19	3,85
infrastruktura służąca rekreacji/rozrywce	4,64	3,39	1,96	4,50	3,24	3,41	3,84	4,28	3,54	4,02	4,16	3,72	2,89	2,68	4,11	4,54	3,55	3,67
dostępność toalet publicznych	3,48	4,29	2,08	3,10	3,21	3,23	3,64	3,63	3,70	4,13	3,59	3,56	3,00	3,31	4,22	3,17	4,11	3,50
transport lokalny	4,41	4,52	2,16	4,10	2,98	3,57	1,60	4,19	2,17	4,42	4,38	3,93	3,34	3,64	4,43	4,00	3,93	3,63
atmosfera miejscowości turystycznej	4,73	4,43	3,97	4,18	4,52	4,36	4,64	4,52	4,61	4,63	4,68	4,29	3,77	4,26	4,66	4,03	4,44	4,39
poczucie bezpieczeństwa	4,60	4,51	4,15	4,45	4,60	4,53	4,64	4,57	4,68	4,63	4,69	4,46	4,32	4,31	4,72	4,61	4,58	4,53
estetyka otoczenia	4,51	4,37	3,94	4,35	4,43	4,40	4,63	4,53	4,24	4,60	4,60	4,26	4,06	4,39	4,60	4,05	4,51	4,38
życzliwość mieszkańców	4,57	4,52	3,28	4,54	4,62	4,50	4,60	4,72	4,48	4,62	4,76	4,43	4,48	4,44	4,78	4,72	4,54	4,51
oferta możliwości spędzania czasu	4,67	3,88	3,42	4,33	4,11	3,61	4,22	4,36	3,96	4,44	4,53	4,10	3,39	3,46	4,42	4,41	4,44	4,10
dostępność parkingów	3,69	4,56	2,97	3,37	4,21	4,35	4,28	3,66	4,25	4,50	4,04	4,33	3,61	4,09	4,56	4,49	4,24	4,07

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Uwagi:

4,57	wartości wokół przeciętnej (średnia + - ½ odch. standardowego)
4,67	wartości powyżej średniej (średnia + ½ odch. standardowego)
3,69	wartości poniżej średniej (średnia - ½ odch. standardowego)

Posługując się podobnym schematem postępowania - jak w roku 2009 - obliczono wartości średniej dla poszczególnych miejscowości. Z otrzymanych wartości wynika, że ponownie w grupie najlepiej ocenianych rejonów badawczych znalazły się: Toruń (4,39), Ciechocinek (4,29), Brodnica (4,46) i powiat żniński (4,22). Jednocześnie w grupie ogółem badanych rejonów nadal słabo wypadają Włocławek (2,88) i powiat bydgoski (3,57).

W rozpatrywanym okresie 2009-2015 poziom ocen relatywnie podniósł się w przypadku: Bydgoszczy (4,11), Grudziądza (4,38), Chełmna (4,16), powiatu tucholskiego (4,03), Tucholi (3,98) oraz powiatu świeckiego (3,92)

4.3.5. Cechy korzystne i niekorzystne wpływające na odbiór atrakcyjności turystycznej

W przypadku pytania dotyczącego postrzegania czynników korzystnie i niekorzystnie wpływających na odbiór atrakcyjności turystycznej uzyskane opinie poddano procesowi klasyfikacji. Przeprowadzona procedura klasyfikacyjna, efektem której było wydzielenie kilkunastu kategorii odpowiedzi (na podstawie: podobieństwa, frekwencji, stopnia szczegółowości, zabarwienia emocjonalnego) pozwoliła uzyskać większą czytelność nakreślonych przez respondentów opinii (tab. 39).

Tab. 39. Mocne i słabe strony rozwoju turystyki według opinii badanych odwiedzających

Miejscowości i obszary badań	Ranking cech	Atuty	Wady
Brodnica	Top 3	1. Zabytki 2. Atrakcje turystyczne (przyrodnicze) 3. Bliskość jezior	1. Słaba jakość infrastruktury turystycznej (złe oznaczenia, mała ilość szlaków, brak IT) 2. Słaba promocja miasta 3. Słaby dostęp komunikacyjny
	Pozostałe	• cisza, spokój; atrakcje dla dzieci; baza gastronomiczna; położenie; infrastruktura do aktywnego wypoczynku; atmosfera, rozwój miasta, atrakcje turystyczne; czyste miasto, ładne, odnowione, zadbane miasto.	• mała ilość i niska jakość obiektów bazy gastronomicznej; zły stan infrastruktury miasta (mała ilość parkingów, toalet itp.); mało ofert i atrakcji turystycznych; zaniedbane budynki, obiekty; zły stan infrastruktury drogowej; brak czystości w mieście; zbyt spokojnie, "brak życia nocnego"; mało sklepów; brak dostępności atrakcji tur.(zamknięte obiekty); uboga baza noclegowa; architektura; położenie
M. Bydgoszcz	Top 3	1. Wyspa Młyńska 2. Stare Miasto 3. Architektura	1. Mało miejsc parkingowych 2. Zły system informacji turystycznej, słabe oznakowanie itp. 3. Mała liczba atrakcji turystycznych/zabytków
	Pozostałe	• obiekty kulturalne (opera, muzea itp.); duża atrakcyjność turystyczna; estetyka; baza gastronomiczna; zagospodarowanie terenu i rozwój infrastruktury w mieście i nad Brdą; rozwój miasta, infrastruktury, inwestycje; bliskość rzeki; zagospodarowanie; dużo miejsc do odpoczynku; atmosfera; czystość; infrastruktura sportowa i rekreacyjna (np. rower aglomeracyjny); komunikacja zabytki; infrastruktura usługowa; baza rozrywkowa; baza noclegowa; Myślęcinek	• zły stan infrastruktury miasta, zaniedbane osiedla, drogi, budynki itp.; korki drogowe; mało toalet; wysokie ceny; brak czystości w mieście; mało imprez kulturalnych; zła komunikacja publiczna; słaba promocja miasta; duża ilość remontów, utrudnień; bezpieczeństwo



cd. Tab. 39.

Ciechocinek	Top 3	1. Zieleń, kwiaty, parki, fontanny 2. Tężnie 3. Czyste powietrze, mikroklimat	1. Mała ilość toalet 2. Niska jakość infrastruktury (chodniki, dostępność śmietników, dostępność miejsc parkingowych) 3. Wysokie ceny i dużo opłat za wstępy (szczególnie za tężnie)
	Pozostałe	• cisza, spokój, miejsce do odpoczynku; atmosfera; tereny spacerowe, ścieżki rowerowe itp.; baza uzdrowskowa, zabiegi itp.; czyste, zadbane miasto; kultura; bezpieczeństwo (policja na rowerach); baza noclegowa (sanatoria); baza gastronomiczna; dojazd; grotty, jaskinie, jod; położenie.	• hałas, głośna muzyka, kicz; słaba jakość i oferta bazy gastronomicznej; utrudniony dojazd (brak PKP); zaniedbanie i brak estetyki; złe oznakowanie turystyczne i miejskie; brak basenu solankowego; brak czystości; brak IT, brak wiedzy i niemiła obsługa pracowników w placówkach związanych z obsługą turystów; słabo rozwinięta lokalna baza komunikacyjna.
Golub-Dobrzyń	Top 3	1. Zamek 2. Przyroda (m.in. bliskość jeziora) 3. Położenie. ładne, klimatyczne miasto	1. Brak innych atrakcji turystycznych 2. Uboga baza gastronomiczna
	Pozostałe	• architektura; starówka; czyste powietrze; dojazd; spokój, brak tłumów.	• słabo rozwinięta infrastruktura (np. brak parkingów); brak rozrywki; brak IT, brak wiedzy pracowników turystycznych; brak infrastruktury turystycznej; niebezpieczeństwo w mieście (m.in. pijaństwo)
Grudziądz	Top 3	1. dużo zabytków, bulwary 2. ładne, zadbane miasto 3. położenie	1. Zaniedbane budynki, obiekty 2. Mała liczba imprez, atrakcji turystycznych 3. Brak promocji miasta (informacji turystycznej)
	Pozostałe	• rozwój miasta; przyroda (m.in. bliskość jeziora); atmosfera; dojazd; gastronomia	• słabo rozwinięta infrastruktura (np. brak oznakowania turystycznego); zły stan dróg; astronomia; brak czystości na ulicach; zły stan bazy noclegowej - domków campingowych; brak parkingów
Inowrocław	Top 3	1. Zieleń, kwiaty, parki 2. Tężnie 3. Baza zabiegowa, infrastruktura	1. Uboga oferta kulturalna 2. Niewielka baza atrakcji turystycznej 3. Brak estetyki, zaniedbane budynki i ulice
	Pozostałe	• cisza, spokój, warunki do odpoczynku; atmosfera; kultura; architektura; atrakcyjność turystyczna; infrastruktura usługowa; czystość; ładne miasto	• zły stan infrastruktury (drogi, chodniki); słabo rozwinięta infrastruktura turystyczna i rekreacyjna; utrudniony dojazd; słaba promocja, reklama i brak informacji; słaba jakość i mała ilość obiektów bazy gastronomicznej; brak toalet; zła komunikacja publiczna; brak miejsc parkingowych; brak czystości

cd. Tab. 39.

m. Chełmno	Top 3	1. Architektura. Zabytki 2. Przyroda (parki, jeziora, lasy) 3. Estetyka miasta	1. Zaniedbane budynki 2. Brak toalet 3. Słaba jakość bazy gastronomicznej
	Pozostałe	• atmosfera; czystość; różnorodność atrakcji; położenie; cisza, spokój	• patologiczne zachowania mieszkańców (żebractwo, pijaństwo); brak promocji, reklamy; mała ilość parkingów; zła komunikacja; słabo rozwinięta infrastruktura usługowa; brak ciekawych imprez
m. Toruń i	Top 3	1. Atrakcyjność turystyczna (oferta, atrakcje) 2. Zabytki 3. Położenie nad rzeką	1. Brak życzliwości mieszkańców do turystów 2. Brak estetyki, nieporządek, zaniedbanie 3. Słabe zagospodarowanie turystyczne
	Pozostałe	• zieleni; architektura; atmosfera; ciekawe, ładne, rozwijające się miasto turystyczne; estetyka, czystość miasta; dojazd, komunikacja; bliskość atrakcji (kumulacja w niedużej odległości od siebie); baza gastronomiczna; dobre zagospodarowanie turystyczne; baza noclegowa; dobra promocja	• drogie parkingi; brak toalet; niebezpieczeństwo w mieście, patologie; korki, remonty; brak informacji o mieście, atrakcjach; dużo ulic jednokierunkowych; niska jakość bazy gastronomicznej; słabo rozwinięta komunikacja (proturystycznie)
powiat brodnicki	Top 3	1. Spokój, cisza. Idealne miejsce do odpoczynku 2. Czyste jeziora 3. Przyroda	1. Brak infrastruktury rekreacyjnej 2. Niska jakość bazy gastronomicznej 3. Brak atrakcji (w szczególności ofert rozrywki)
	Pozostałe	• możliwość wędkowania; zagospodarowanie; bliskość dojazdu; brak motorówek	• brak sanitariatów, toalet; mała dbałość o infrastrukturę; słaby komunikacja i złe oznakowanie
powiat bydgoski	Top 3	1. Dobre zagospodarowanie służące rekreacji 2. Przyroda 3. Cisza, spokój, miejsce do wypoczynku, mało turystów	1. Mała ilość obiektów bazy noclegowej 2. Słabe zagospodarowanie turystyczne 3. Brak atrakcji turystycznych poza przyrodniczych
	Pozostałe	• bliskość od miasta; plaża; gastronomia; atrakcje turystyczne; dojazd; czystość powietrza i jezior; możliwości do rekreacji	• brak oferty rozrywkowej; słaba jakość bazy gastronomicznej; słaba promocja; zła infrastruktura (drogi); brak czystości; mała ilość miejsc parkingowych; bliskość dużych miast
powiat świecki	Top 3	1. Przyroda 2. Zagospodarowanie turystyczne 3. Cisza, spokój, odpoczynek	1. Mała ilość i niska jakość obiektów bazy gastronomicznej 2. Brak zagospodarowania turystycznego 3. Brak atrakcji poza przyrodniczych
	Pozostałe	• możliwości aktywnego wypoczynku; gastronomia; czystość; położenie; brak tłumu, mało turystów; klimat	• brak informacji o okolicy, atrakcjach; duży ruch, tłum; wysokie ceny; brak toalet; mało ofert rozrywkowych; zły stan infrastruktury, zagospodarowania; brak ratowników na plaży, obsługi turystycznej; słaba baza noclegowa

cd. Tab. 39

powiat tucholski	Top 3	1. Przyroda 2. Cisza, spokój 3. Czyste powietrze i woda (środowisko)	1. Brak imprez 2. Słabe zagospodarowanie 3. Słabe skomunikowanie z okolicą
	Pozostałe	• możliwości uprawiania różnych form rekreacji (głównie kajaki); atmosfera miejsca; piękna okolica; dużo atrakcji	• mało obiektów gastronomicznych, brak toalet
powiat żniński	Top 3	1. Atrakcje turystyczne w okolicy 2. Walory edukacyjne 3. Zagospodarowanie turystyczne	1. Drogo (szczególnie parkingi) 2. Niska jakość bazy gastronomicznej 3. Ubogie zagospodarowanie turystyczne
	Pozostałe	• ciekawa okolica; atrakcje dla dzieci (zabawa połączona z nauką); ciekawe miejsca (Wenecja, Żnin, Biskupin); historia, archeologia; przyroda; miła obsługa; rękodzieła; dobry przystanek tranzytowy; cisza, spokój; dobry dojazd	• dostępność komunikacyjna; mało informacji o okolicy (złe oznakowanie); brak estetyki, brudno, śmieci; zbyt rzadko organizowane imprezy
Strzelno i Kruszwica	Top 3	1. Krajobraz 2. Estetyka otoczenia 3. Cisza, spokój	1. Brak atrakcji 2. Brak informacji turystycznej 3. Duży ruch komunikacyjny
	Pozostałe	• przyroda; atrakcje; atmosfera; zagospodarowanie	• słabe zagospodarowanie; mało rozwinięta infrastruktura usługowa; czystość
Tuchola	Top 3	1. Zabytki (głównie starówka) 2. Przyroda (jeziora, lasy itp.) 3. Czystość, estetyka	1. Ubogie zagospodarowanie turystyczne i słabe oznakowanie 2. Brak miejsc rozrywki 3. Brak dużych atrakcji turystycznych
	Pozostałe	• Zagospodarowanie; atmosfera; blisko wszędzie; tanio; cisza, spokój, możliwość wypoczynku; gastronomia	• słaba komunikacja lokalna; brak infrastruktury usługowej; niska jakość bazy gastronomicznej; promocja słaba
Więcbork i Sępólno	Top 3	1. Przyroda (las, jezioro) 2. Krajobraz 3. Cisza, Spokój	1. Brak toalet 2. Brak czystości 3. Mało atrakcji
	Pozostałe	• Położenie; zagospodarowanie turystyczne; baza gastronomiczna; czystość; dużo pensjonatów; idelane miejsce na wypoczynek	• utrudniony dojazd; zła infrastruktura
Włocławek	Top 3	1. Położenie nad Wisłą (rzeka, nabrzeże) 2. Sąsiedztwo m. Wieniec Zdrój 3. Zieleń miejska	1. Brak atrakcji turystycznych 2. Brudne, zaniedbane miasto 3. Mała ilość miejsc parkingowych
	Pozostałe	• cisza i spokój; ładne okolice; dojazd, komunikacja; dobra atmosfera; wszędzie blisko; zabytki; zagospodarowanie turystyczne; czystość	• brak dobrego zagospodarowania (złe oznakowanie); słaba infrastruktura usługowa; niebezpiecznie niska jakość bazy gastronomicznej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

4.3.6. Skłonność do rekomendacji i powtórnego przyjazdu

Jedną z istotnych miar zadowolenia z pobytu w regionie bądź poszczególnych miejscowości jest gotowość do polecenia miejsca rodzinie lub znajomym i wykazanie chęci ponownego przyjazdu w przyszłości (tab. 43, 44). W badaniach przeprowadzonych w 2009r. i 2010r. większość respondentów w wyodrębnionych wówczas kategoriach badanych (turyści polscy, turyści zagraniczni i ogółem) wskazało, że „zdecydowanie” poleciłoby przyjazd do województwa kujawsko-pomorskiego. W roku 2015 kategorią osób, które najczęściej w zdecydowany sposób polecałyby przyjazd do regionu była grupa odwiedzających jednodniowych (54,9%). Natomiast najniższy wskaźnik skłonności do rekomendacji regionu uzyskano w grupie odwiedzających zagranicznych (33%) (warto dodać, że w poprzedniej edycji monitoringu tj. w roku 2009 obcokrajowcy deklarowali skłonność do rekomendacji regionu na poziomie 38,6% (2009r.).

Tab. 40. Skłonność do rekomendacji województwa kujawsko-pomorskiego jako obszaru atrakcyjnego turystycznie według podgrup odwiedzających/przyjazdów

Skala pomiaru	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (%)					
	odwiedzający ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi		odwiedzający zagraniczni
				ogółem	spoza regionu	
zdecydowanie tak	50,2	45,9	54,9	50,8	46,8	33,3
raczej tak	37,7	37,7	36,8	37,4	36,8	45,0
raczej nie	0,8	0,7	0,8	0,8	0,6	1,1
zdecydowanie nie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,03	0,0
nie mam zdania	11,4	14,4	7,0	11,1	15,7	20,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

Podobnie wysoki poziom skłonności do rekomendacji badanego rejonu jako atrakcyjnego pod względem turystycznym uzyskano w poszczególnych, badanych miejscowościach (tab. 44, ryc. 46). W grupie odwiedzających krajowych ogółem „zdecydowane tak” deklarowało 57,5% badanych podczas, gdy w 2009r. było to 62,1% (w 2010r. 56,5%). Wśród odwiedzających zagranicznych odsetek ten spadł do 45,3% w porównaniu z 52,7% w 2009r. i 66,2% w 2010r. Generalnie, rozkład odpowiedzi w strukturze charakteryzował się (podobnie jak w poprzednich edycjach) niewielkim udziałem odpowiedzi „nie wiem – „nie mam zdania”. Jak zauważono podczas wywiadów odwiedzającym było znacznie łatwiej rekomendować przyjazd do wybranych miejscowości niż do całego regionu. Poza oczywistymi względami, że ocena dotyczyła miejsca, w którym się badany respondent aktualnie się znajdował warto zauważyć, że nawet turyści polscy mieli kłopoty z przyporządkowaniem położenia pewnych ośrodków i obszarów do województwa kujawsko-pomorskiego.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

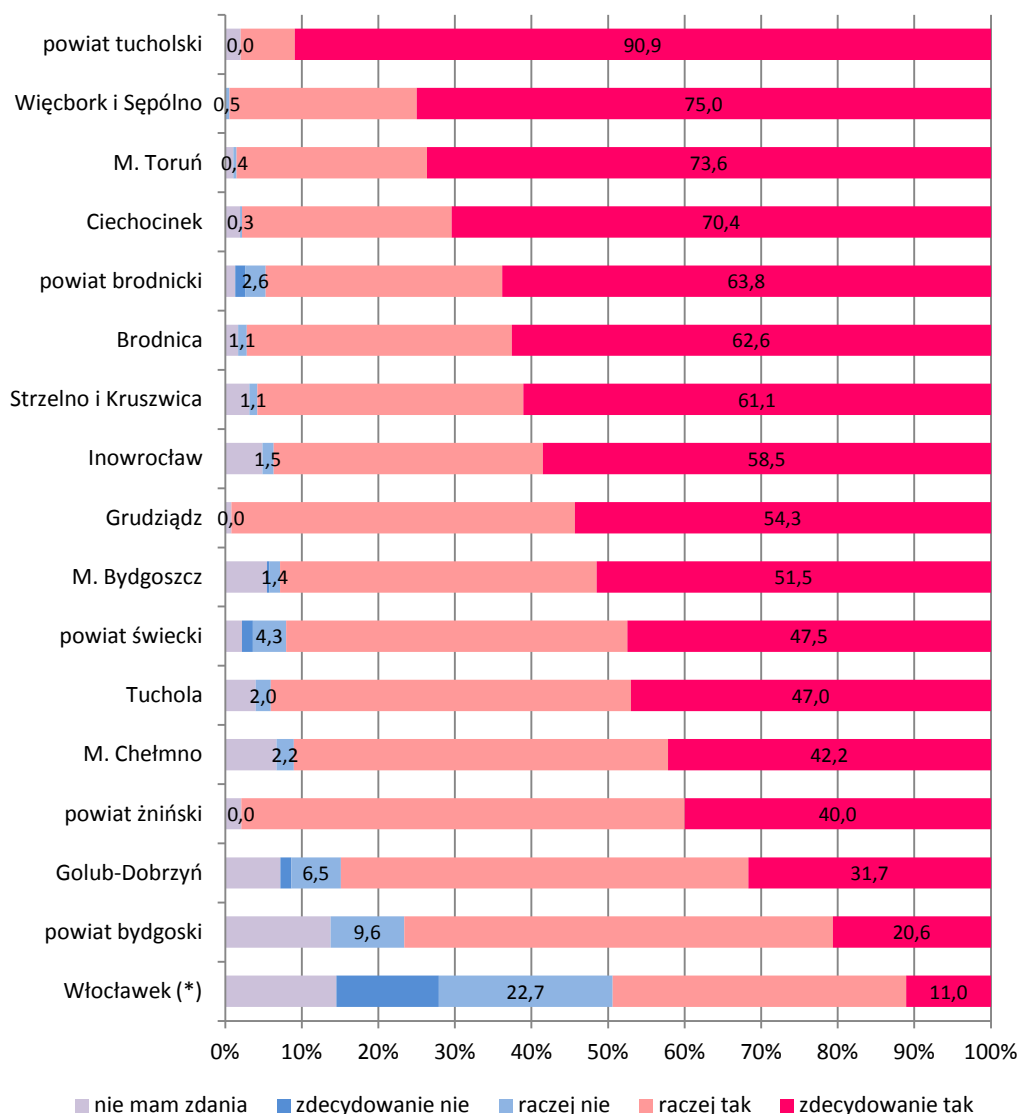


UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Tab. 41. Skłonność do rekomendacji badanego rejonu jako atrakcyjnego pod względem turystycznym według podgrup odwiedzających

Skala pomiaru	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (%)					odwiedzający zagraniczni
	odwiedzający ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi		
				ogółem	spoza regionu	
zdecydowanie tak	57,1	58,1	55,7	57,5	59,3	45,3
raczej tak	36,1	35,4	37,1	35,8	34,7	45,9
raczej nie	2,4	2,4	2,4	2,3	1,8	3,9
zdecydowanie nie	0,7	0,5	0,8	0,6	0,5	1,1
nie mam zdania	3,7	3,6	3,9	3,7	3,7	3,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

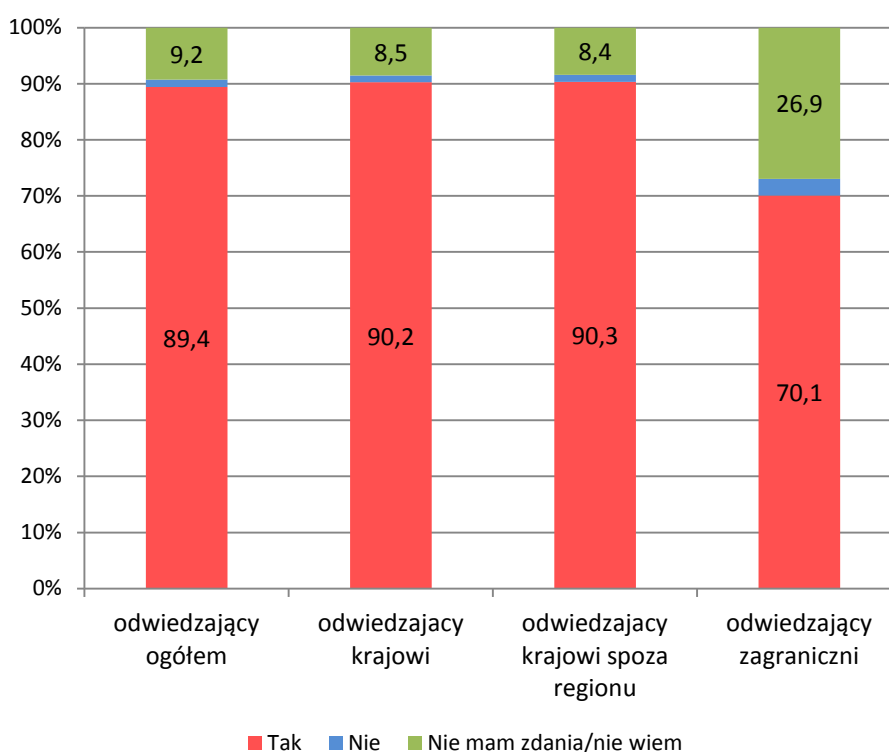


Rycina 46. Skłonność do rekomendacji badanych miejscowości i obszarów (w grupie badanych ogółem)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

W dalszej kolejności odpowiedzi respondentów poddano analizie rekomendacji z przypisaniem do konkretnej miejscowości (ryc. 46). W badaniach przeprowadzonych w 2010r. w pierwszej trójce zdecydowanie polecanych miejscowości bądź obszarów znalazły się: Toruń – 79%, powiat tucholski 72,9% oraz Chełmno – 71,3%. W 2015r. były to: powiat tucholski – 90,9%, Więcbork i Sępólno – 75% oraz Toruń i powiat toruński – 73,6%. O ile sam Toruń stracił zaledwie niecałe 6% to w sposób znaczny swój wynik poprawił powiat tucholski (o 18%). Do trzech rejonów, co do których respondenci mieli największe wątpliwości („zdecydowana” rekomendacja) można zaliczyć: Włocławek – 11% (11,4% w 2010r.), powiat bydgoski – 20,6% (62,9% w 2010r.) oraz Golub-Dobrzyń – 31,7% (63,4%).

Ostatnim pytaniem w wywiadzie było pytanie o chęć ponownego odwiedzenia województwa kujawsko-pomorskiego w celach turystycznych. Zgodnie z raportem z 2010r. wyniki dla tego pytania podzielono na odwiedzających ogółem, odwiedzających krajowych i odwiedzających zagranicznych. W bieżącym roku chęć ponownego przyjazdu do regionu deklarowało 89,4% odwiedzających ogółem (2009r. – 92,2% oraz 2010r. – 93,9%), 90,2% odwiedzających krajowych (2009r. – 93,7% oraz 2010 r. – 94,4%) oraz 70,1% odwiedzających zagranicznych (2009r. – 72,1% oraz 2010r. – 82,1%) (ryc. 47).



Rycina 47. Zamiar ponownego przyjazdu w celach turystycznych do województwa kujawsko-pomorskiego w badanej grupie respondentów (według wydzielonych podgrup odwiedzających)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim na próbie 5019 respondentów (2015 r.)

ROZDZIAŁ V. PODSUMOWANIE

5.1. Profil turystów

Profil turystów ustalano na podstawie syntezy wyników otrzymanych w toku prac analitycznych wykorzystując materiał źródłowy pochodzący z badań przeprowadzonych w 2015 r., jak również poprzez zastosowanie metody porównań i ustalanie tendencji w oparciu o wyniki badań z roku 2009. Pod uwagę wzięto najważniejsze (utrzymujące się, dominujące, specyficzne) parametry charakteryzujące samych turystów, jak również opisujące szeroko rozumianą organizację przyjazdów oraz pobyt na terenie regionu.

Turyści krajowi wizytujący nasz region to głównie osoby w wieku produkcyjnym (z przewagą młodszych roczników wieku produkcyjnego mobilnego), czynni zawodowo, legitymujący się przeważnie wyższym i nieco rzadziej średnim wykształceniem. Przeciętny wiek turysty obcokrajowca - w odróżnieniu od turysty krajowego (43 lata) - jest nieco wyższy (46), natomiast podobny jest w tych grupach poziom wykształcenia (przeważają osoby z wykształceniem wyższym i średnim) oraz status zawodowy (najczęściej to osoby pracujące). Drugą ważną grupę demograficzną wśród turystów (ogółem) tworzą osoby dojrzałe (będące u schyłku aktywności zawodowej – 55+) łącznie z grupą osób w wieku poprodukcyjnym (emeryci). Stosunkowo nielicznie wśród wizytujących nasz region występuje młodzież ucząca się (uczniowie, studenci).

Ze względów ekonomicznych dla branży turystycznej w regionie ważna jest informacja, że turyści w kujawsko-pomorskim to przeważnie osoby które są zadowolone z posiadanego statusu materialnego (sytuacja ekonomiczna na poziomie dobrym) a tylko 1/5 turystów to osoby charakteryzujące się przeciętnym poziomem materialnym. Deklarowany najczęściej, zadowalający poziom sytuacji materialnej nie przekłada się jednak na oczekiwany wyższy poziom wydatków związanych z przyjazdem i pobytem (odwiedzający w regionie najczęściej wydają do 100 zł na 1 dzień/1 osobę).

Region kujawsko-pomorski to destynacja przyciągająca przede wszystkim turystów krajowych, na stałe zamieszkujących tereny silnie zurbanizowane - duże i średnie krajowe aglomeracje oraz ich strefy podmiejskie. Charakterystyczne jest niesłabnące natężenie przyjazdowego ruchu turystycznego z kierunku regionów ościennych, w tym szczególnie z województw: mazowieckiego, wielkopolskiego i pomorskiego. Istotnym dla branży turystycznej w regionie jest również mieszkaniac regionu – turysta – podróżujący, zwiedzający i wypoczywający na jego obszarze.

Województwo kujawsko-pomorskie jest częścią krajowej przestrzeni turystycznej, na terenie której swoje potrzeby turystyczne realizuje również turysta obcokrajowiec.

Najczęściej pochodzi on z rynku europejskiego (utrzymuje się tendencja przyjazdów z Niemiec, Wielkiej Brytanii, Francji i Holandii).

Turystów w województwie kujawsko-pomorskim cechuje dość wysoki stopień powtarzalności wizyt. Są to często osoby, które kolejny raz realizują swoje potrzeby turystyczne na jego terenie (znają region, nie poszukują o nim informacji, realizują kolejne wizyty). Dany fragment przestrzeni turystycznej (ośrodek, miejscowość), wybrany do realizacji turystycznych lub rekreacyjnych zamierzeń, stanowi też najczęściej przestrzeń docelową (pobyty stacjonarne), ale bywa również punktem wypadowym i umożliwia realizację różnych form aktywności o charakterze rekreacyjnym i poznawczym (wycieczki samochodami, motorami, rowerami, spływy kajakowe, piesze wycieczki itp.).

Struktura długości trwania pobytów turystycznych w naszym regionie jest dość specyficzna, turyści bowiem na zbliżonym poziomie realizują zarówno pobyty krótkie (1 nocleg i 2-3 noclegi), jak i o średnim i długim okresie trwania (4 noclegi i powyżej). Co ważne, pobyty długookresowe w zdecydowanie większym stopniu są udziałem turystów spoza regionu.

Turyści do naszego regionu podróżują najczęściej w celu wypoczynkowym i poznawczym (zwiedzanie). Wizyty dość często wiążą się także z odwiedzinami rodzin bądź znajomych lub poprawą stanu zdrowia, co w tym ostatnim przypadku należy wiązać także z coraz większym, rynkowym oddziaływaniem komercyjnej oferty naszych uzdrowisk. Przyjazdy turystów mają najczęściej charakter rodzinny i towarzyski bowiem najczęściej turystom w przyjazdach towarzyszy najbliższa rodzina, znajomi bądź inna osoba bliska (partner/ka). Podczas przyjazdów połączonych z noclegiem i pobytem turyści chętnie wykorzystują tanią bazę noclegową (noclegi u rodziny/znajomych). Na terenach miast istotną rolę w recepcji odgrywają również hotele, natomiast na stricte wypoczynkowych terenach regionu ważne znaczenie dla realizacji potrzeb turystów pełnią: kempingi, ośrodki wczasowe z zespołem domków, kwatery prywatne, pola namiotowe i gospodarstwa agroturystyczne.

Uzyskane wyniki badania obrazują bardzo wysoki poziom zadowolenia turystów z pobytu w województwie kujawsko-pomorskim. Turyści ujawniając swoje pozytywne nastawienie w większości wysoko oceniają kwestie bezpieczeństwa, „turystycznego klimatu”, działalności systemu informacji turystycznej, oznakowania turystycznego, oferty możliwości spędzania czasu wolnego, dostępności i standardu bazy noclegowej, cen za usługi noclegowe i gastronomiczne – a więc jednych z najważniejszych czynników kształtujących poziom atrakcyjności turystycznej. A co najważniejsze, zdecydowana większość turystów po pobycie wyraża chęć polecenia wizyty w naszym regionie swojej rodzinie i znajomym i ujawnia skłonność do ponownych odwiedzin regionu w celach turystycznych.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

5.2. Wnioski i rekomendacje

PŁASZCZYZNA ORGANIZACYJNA I METODOLOGICZNA

Lp.	WNIOSKI	REKOMENDACJE
1	<u>Schemat doboru próby</u> Zastosowany schemat doboru próby generalnie spełnił swoje zadanie. Reprezentacja turystów zagranicznych w całkowitej grupie osób badanych okazała się jednak zbyt mała, to samo można powiedzieć np. o zidentyfikowaniu tylko niewielkiej liczby turystów korzystających z bazy agroturystycznej (przy funkcjonującej – i jak wiadomo – dobrze rozwiniętej na terenie naszego województwa infrastrukturze tego typu). W dotychczas przyjętej metodyce postępowania pewnym problemem jest zatem brak założeń umożliwiających kształtowanie proporcji udziału pewnych kategorii odwiedzających w próbie badawczej, w odniesieniu do stanu wiedzy o przebiegu rozwoju danego zjawiska (np. na podstawie wiedzy eksperckiej lub źródeł wtórnych)	Warto ponownie zweryfikować schemat doboru próby. Należy rozważyć zastosowanie kombinacji probabilistycznych i nieprobabilistycznych schematów doboru próby (w tym przypadku szczególnie warstwowania próby) w taki sposób, aby w założonej próbie uzyskać odpowiednie wielkości proporcji udziałów pewnych kategorii turystów, rodzajów bazy hotelarskiej, specyfiki miejsc poboru wywiadów itp. (np. zastosować proporcje udziału turystów krajowych i zagranicznych, odwiedzających jednodniowych i turystów, odwiedzających spoza regionu i z regionu, kuracjuszy i turystów na terenie uzdrowisk). Działanie tego typu może wpłynąć na uzyskanie jeszcze większego stopnia obiektywności wyników.
2	<u>Kwestionariusz wywiadu</u> Zastosowany kwestionariusz wywiadu (lista pytań), przygotowany na podstawie raportów z wcześniejszych badań oraz dyskusji przeprowadzonych z Zamawiającym ogólnie rzecz biorąc nie budzi większych zastrzeżeń i z pewnymi zmianami może być stosowany w kolejnych badaniach. Kilka pytań okazało się jednak mało precyzyjnymi i w efekcie trudniej je było interpretować (np. w pytaniu dotyczącym liczby zrealizowanych wizyt dość często pojawiały odpowiedzi, których nie można było sklasyfikować (np. wielokrotnie)	Należy zmodyfikować pytanie dotyczące liczby realizowanych przez odwiedzających wizyt poprzez jego rozbudowę (zastosowanie odpowiednich skal). Zapobiegnie to pozyskiwaniu odpowiedzi trudnych do zinterpretowania – np. często, wielokrotnie, raz w sezonie itp. Ponadto, należy przemyśleć konstrukcję pytania dotyczącego osób towarzyszących odwiedzającym region, w szczególności w kategoriach: przyjazdy z rodziną, przyjazdy ze znajomymi. Aktualnie nie ma bowiem możliwości wykonania oszacowania liczby osób towarzyszących (w tym liczby towarzyszących respondentom dzieci)
3	<u>Kwestionariusz wywiadu</u> Pytanie w kwestionariuszu ankietowym diagnozujące „skojarzenia” z daną miejscowością aktualnie nie posiada	Sugeruje się rezygnację z pytania dotyczącego skojarzeń z badanym rejonem (miejscowością, obszarem)

	większej wartości poznawczej. Tego typu pytania mają duże znaczenie w sytuacji wprowadzania na rynek nowego produktu, zmiany wizerunku, budowy marki itp.	
4	<u>Kwestionariusz wywiadu</u> Kwestionariusz wywiadu nie daje możliwości rozpoznania struktury zachowań rekreacyjnych z uwzględnieniem intensywności wysiłku fizycznego: wypoczynek czynny i bierny, formy i sposoby spędzania czasu wolnego	Warto rozważyć wprowadzenie do kwestionariusza wywiadu pytania zamkniętego, diagnozującego formy rekreacji związane z aktywnością i wysiłkiem fizycznym (wypoczynek bierny - czynny)
5	<u>Kwestionariusz wywiadu</u> Kwestionariusz wywiadu nie daje możliwości głębszego rozpoznania potrzeb żywieniowych odwiedzających (pytanie w w kwestionariuszu ankietowym dotyczy wyłącznie aspektu jakościowego usług)	Zakres pytania należy poszerzyć, umożliwiając zdobycie informacji nt. preferencji i potrzeb w zakresie oferty żywieniowej (np. dania kuchni regionalnej, przygotowywanie posiłków we własnym zakresie)
6	<u>Poszerzenie zakresu poznawczego</u> Innowacyjne narzędzie stworzone na potrzeby badań (system informatyczny umożliwiający tworzenie i zarządzanie bazą informacji z wywiadów on line, w tym nagrywanie wypowiedzi respondentów) daje na przyszłość szerokie możliwości poszerzania informacji o zachowaniach turystów (motywy postępowania, identyfikacja nie ujawnianych przyczyn zachowania, ustalanie i interpretacja przekonań i motywacji, badanie skojarzeń związanych z marką lub produktem, determinanty wpływające na zachowania konsumentów	Do aktualnie przyjętego modelu diagnozowania rynku turystycznego województwa kujawsko-pomorskiego rekomenduje się wprowadzenie systematycznych badań jakościowych. Badania tego typu – odpowiadające na pytania: „co”, „jak” i „dlaczego” – powinny być prowadzone w okresach pomiędzy badaniami głównymi i odrębnie w istotnych dla turystyki regionu ośrodkach, miejscowościach i obszarach. Celem badań jakościowych (prowadzonych na mniejszych próbach badawczych) powinno być głębsze rozpoznanie: doświadczeń, postaw, preferencji, zamiarów i zachowań konsumentów. Ponadto ocena reklam, wizerunku, produktów itp.
7	Istotnym problemem w badaniach było niedostateczne zaangażowanie branży	Rozwijanie systemu badań marketingowych rynku turystycznego w regionie powinno - w sposób immanentny - wiązać się z dążeniem do pełniejszej integracji środowiska branżowego w proces pozyskiwania informacji o turystach i odwiedzających jednostkowych. Istotna jest rola lidera, którego zadaniem jest nie tylko kształtowanie świadomości potrzeb badawczych, ale także kreowanie współpracy, angażowanie w pozyskiwanie informacji podmiotów bezpośrednio i pośrednio powiązanych z obsługą ruchu turystycznego i rozwojem turystyki



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

PŁASZCZYZNA APLIKACYJNA

Lp.	WNIOSKI	REKOMENDACJE
1	Wśród odwiedzających region kujawsko-pomorski niezmiennie charakterystycznymi grupami są: osoby czynne zawodowo (młode - do 44 lat), przyjeżdżające indywidualnie, najczęściej w towarzystwie najbliższej rodziny lub znajomych, następnie osoby dojrzałe (55+) oraz seniorzy	Należy rozwijać ofertę turystyczną i rekreacyjną dla rodzin i seniorów oraz coraz lepiej sytuowanych młodych osób pracujących poprzez: a) zwiększenie podaży oferty umożliwiającej wspólną rekreację i wypoczynek (dzieci – rodzice, dziadkowie i wnukowie), b) wzbogacenie oferty zajęć rozrywkowych i usług kulturalno-rekreacyjnych (rodzice, seniorzy, osoby podróżujące samotnie lub w towarzystwie znajomych, osoby dojrzałe), c) kreowanie oferty turystyki aktywnej i specjalistycznej (przeznaczonej dla wszystkich grup wiekowych, np. rowerowej, wodnej, pieszej włącznie z bieganiem rekreacyjnym) - dbając jednocześnie o jakość istniejącej infrastruktury rekreacyjnej i turystycznej. Kształtując nową ofertę lub ulepszając już istniejącą należy zwrócić uwagę na wypracowywanie wartościowych produktów zgodnie z zasadą tzw. „Nowej turystyki” (3XE): czyli <i>education</i> (edukacja, kształcenie, wychowanie), <i>entertainment</i> (rozrywka, uciecha, przedstawienie) i <i>excitement</i> (podniecenie, podekscytowanie, emocje)
2	W całym regionie kujawsko-pomorskim obserwuje się tendencję spadkową w przyjazdach młodzieży (uczącej się, studiującej)	W tym segmencie należy kreować wizerunek regionu jako miejsca do uprawiania turystyki aktywnej
3	Największy popyt na produkt turystyczny regionu*, występuje i utrzymuje się w województwach ościennych (do obszarów z których najczęściej przybywają odwiedzający należą: województwo mazowieckie, wielkopolskie i pomorskie). Tradycyjnie, region kujawsko-pomorski jest	Warto rozważyć skierowanie działań promocyjnych (lub ich intensywniejsze prowadzenie) w miejsca generujące najwyższy poziom natężenia przyjazdów (np. województwo mazowieckie, wielkopolskie, pomorskie, łódzkie i śląskie, nie można zapominać o promocji wewnętrznej produktów,

	dość często odwiedzany (ustabilizowana populacja) wśród mieszkańców aglomeracji górnośląskiej. Istotne znaczenie w ruchu turystycznym w regionie posiada turysta wewnętrzny <u>Produkt turystyczny regionu</u> - rozumiany jako wypadkowa produktów przedsiębiorstw zlokalizowanych na jego obszarze, atrakcji turystycznych, dostępności poszczególnych miejscowości oraz wizerunku regionu	skierowanej do mieszkańców naszego regionu).
4	W zagranicznej turystyce przyjazdowej utrzymuje się znaczenie przyjazdów z rynku europejskiego, głównie obywateli Niemiec, Wlk. Brytanii, Francji, Holandii. Turysty zagraniczni częściej zauważają mankamenty jakościowe oferty (atmosfera miejscowości turystycznej, oferta możliwości spędzania czasu wolnego)	Natężenie przyjazdów turystów zagranicznych choć stabilne nie jest zadowalające. Należy rozwijać działania pro jakościowe i marketingowe (głównie promocyjne). Zdecydowanie większy nacisk położyć na wzbogacenie oferty o produkty turystyczne, w których rdzeniem powinno stać się zapewnienie emocji i wrażeń, doznań lub przeżyć, doświadczanych przez turystów podczas zwiedzania atrakcji (np. w ramach city break). Ponadto, należy dążyć do wykorzystania posiadanego potencjału medycznego i uzdrowiskowego regionu (turystyka zdrowotna, uzdrowiskowa spa i wellness) wykorzystując fakt posiadania międzynarodowego portu lotniczego i trendy konsumenne. Działania promocyjne powinny być rozwijane nie tylko na rynku niemieckim, brytyjskim, czy francuskim i holenderskim, ale także obejmować inne kraje sąsiadujące z Polską (Czechy, Słowacja, Litwa, Ukraina, kraje skandynawskie)
5	Cel wypoczynkowy – najważniejszy w przyjazdach turystycznych do naszego regionu - odwiedzający nieodmiennie łączą ze zwiedzaniem.	Jednym z celów działań promocyjnych oraz zadań informacji turystycznej powinno być podkreślanie różnorodności atrakcji turystycznych, dostępnych dla zwiedzających nie tylko w największych ośrodkach i centrach turystycznych, ale także w mniej znanych, mniejszych miejscowościach i obszarach.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



6	Podstawowym celem w przyjazdach krótkoterminowych (jednodniowych, tranzytowych) w naszym regionie jest zwiedzanie	Ze względu na istotne znaczenie pobytów krótkich (jednodniowych) w regionie, których głównym motywem jest zwiedzanie warto zastanowić się nad: 1) dalszym rozwijaniem mobilnych aplikacji wspomagających organizację czasu wolnego (dbając o formę przekazu, wartościowe treści oraz ich uaktualnianie), 2) intensyfikacją działań promujących różnego rodzaju cykliczne, regionalne imprezy i wydarzenia o charakterze kulturalno-rozrywkowym, rekreacyjnym i sportowym, 3) tworzeniem nowych lub wzbogacaniem istniejących programów zwiedzania (w tym: zintegrowana oferta, np. Toruń-Bydgoszcz, Toruń - Golub-Dobrzyń, Toruń-Chełmno itp. z użyciem istniejących rozwiązań typu Karta BIT)
7	Głównym źródłem informacji o regionie jest Internet	Należy wspierać rozwój stron internetowych ośrodków, rejonów i atrakcji turystycznych uwzględniając konieczność wewnętrznego powiązania produktów w regionie (produkty zintegrowane, system identyfikacji wizualnej, marka regionalna). Ponadto rekomenduje się tworzenie przewodników turystycznych w nowoczesnym układzie i formie przekazu (alternatywne trasy wycieczkowe, atrakcje dla aktywnych, trasy dla dzieci z rodzicami, trasy dla seniorów itp.). Niesztampowych, interaktywnych (tj. wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość - <i>Augmented Reality</i>), wykorzystujących przekaz interpretacyjny a nie typowy informacyjny
8	W części badanych obszarów i miejscowości o funkcji wypoczynkowej oraz ośrodków krajoznawczych stwierdzono stosunkowo słabe zainteresowanie ofertą gastronomiczną. Wykorzystanie występującego w tych	Należy promować dziedzictwo kulinarne regionu i wzbogacać ofertę gastronomiczną o dania regionalne, szczególnie w obszarach o silnej koncentracji ruchu turystycznego wypoczynkowego

	miejscach potencjału dziedzictwa kulinarnego wydaje się zatem niewystarczające	
9	W opiniach części odwiedzających pojawiały się sygnały o złym stanie infrastruktury informacyjnej (braki w oznakowaniu, nieczytelność, błędy, niedostateczna ilość tablic informacyjnych i map poglądowych) oraz degradacji lub niedoinwestowaniu bazy nodegowej i infrastruktury rekreacyjnej (zagospodarowanie szlaków, plaże, pomosty, sprzęt pływający, pola campingowe wraz sanitariatami, dostęp do Internetu itp.) a także problemy z bezpieczeństwem (brak zabezpieczenia plaż)	Należy przeprowadzić prace inwentaryzacyjne oznakowania turystycznego, szczególnie na obszarach pełniących funkcje wypoczynkowe (powiat świecki, powiat brodnicki, powiat bydgoski), uzupełnić i rozszerzyć wizualną informację turystyczną przy atrakcjach, szlakach i obiektach, usługowych (z zastosowaniem nowoczesnych rozwiązań - np. tablic interpretacyjnych). Rekomenduje się przeprowadzenie spotkań informacyjnych dla przedstawicieli branży turystycznej, organizacji i stowarzyszeń propagujących rozwój turystyki, lokalnego samorządu w celu przekazania wyników monitoringu wraz z najczęściej wysuwanymi przez turystów uwagami

SPIS RYCIN

Rycina 1. Klasyfikacja odwiedzających	9
Rycina 2. Kategorie ruchu turystycznego podlegające badaniom	9
Rycina 3. Wielkość i struktura próby w układzie rejonów badawczych w roku 2015	16
Rycina 4. Charakterystyka liczebności respondentów na podstawie zweryfikowanego materiału źródłowego, z uwzględnieniem podziału na wydzielone kategorie (turyści, odwiedzający jednodniowi, odwiedzający Polacy, obcokrajowcy)	18
Rycina 5. Natężenie krajowego ruchu turystycznego według województw i liczby krajowych podróży ogółem (mln)	21
Rycina 6. Struktura krajowych wyjazdów długookresowych według celów w 2014 roku	22
Rycina 7. Cele krajowych wyjazdów krótkookresowych w 2014 roku	22
Rycina 8. Cele krajowych wyjazdów turystycznych ogółem w 2014 roku	22
Rycina 9. Turystyczne obiekty noclegowe według powiatów w 2014 r.	24
Rycina 10. Korzystający z noclegów według powiatów w 2014 r..	26
Rycina 11.48 Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i zagraniczni	29
Rycina 12. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem	30
Rycina 13. Struktura wieku badanych respondentów odwiedzających region kujawsko–pomorski w roku 2015 (odwiedzający krajowi i zagraniczni)	31
Rycina 14. Struktura wieku badanych respondentów według grupowania ekonomicznego (przedprodukcyjny, produkcyjny, poprodukcyjny)	32
Rycina 15. Struktura wykształcenia badanych respondentów	33
Rycina 16. Struktura badanych respondentów według deklarowanego statusu zawodowego oraz badanych miejscowości i obszarów	35
Rycina 17. Udział odwiedzających mieszkańców regionu oraz pochodzących spoza regionu w grupie badanych respondentów w badanych miejscowościach i obszarach	38
Rycina 18. Pochodzenie terytorialne turystów i odwiedzających jednodniowych według województw	39
Rycina 49. 19. Pochodzenie terytorialne turystów według województw	40
Rycina 20. Pochodzenie terytorialne odwiedzających jednodniowych według województw	41
Rycina 21. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych (ogółem) według powiatów	44
Rycina 22. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych według powiatów	45
Rycina 23. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających jednodniowych według powiatów	46
Rycina 24. Pochodzenie zagranicznych turystów i odwiedzających jednodniowych według krajów stałego zamieszkania (w %)	47
Rycina 25. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych	48

Rycina 26. Częstotliwość wizyt w regionie według wydzielonych grup odwiedzających	50
Rycina 27. Częstotliwość wizyt w badanych miejscowościach i obszarach (ogółem) według wydzielonych grup odwiedzających	52
Rycina 28. Częstotliwość wizyt zidentyfikowana w grupie osób badanych według analizowanych miejscowości i obszarów	53
Rycina 29. Struktura długości trwania pobytu w badanych miejscowościach i obszarach	55
Rycina 30. Cele przyjazdów w ruchu turystycznym w regionie kujawsko-pomorskim według badanych miejscowości i obszarów	58
Rycina 31. Sposoby organizacji przyjazdów w grupie badanych respondentów według badanych miejscowości i obszarów	61
Rycina 32. Osoby towarzyszące podczas podróży według badanych miejscowości i obszarów	63
Rycina 33. Poszukiwanie źródeł informacji o regionie przed przyjazdem	64
Rycina 34. Źródła informacji o regionie wykorzystywane przez odwiedzających - według badanych miejscowości i obszarów (z pominięciem Internetu)	66
Rycina 35. Rodzaje bazy noclegowej wykorzystywane podczas pobytu według badanych miejscowości i obszarów	70
Rycina 36. Średnie poziom wydatków ponoszonych przez odwiedzających podczas pobytu w regionie (według regionów pochodzenia respondentów)	73
Rycina 37. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających (ogółem) według badanych miejscowości i rejonów	75
Rycina 38. Ocena atrakcyjności miejscowości i obszarów w badanej grupie respondentów (ogółem)	78
Rycina 39. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem (2015) (w%)	86
Rycina 40. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – dostępność informacji o noclegach	87
Rycina 41. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – różnorodność oferty	88
Rycina 42. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – standard	89
Rycina 43. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem – poziom cen w relacji do standardu	89
Rycina 44. Ocena usług gastronomicznych w aspekcie jakość - cena – w układzie badanych miejscowości i obszarów w przyjazdach ogółem	91
Rycina 45. Ocena wybranych komponentów oferty turystycznej wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej regionu (w grupie odwiedzających ogółem) (w %)	92
Rycina 46. Skłonność do rekomendacji badanych miejscowości i obszarów (w grupie badanych ogółem)	100
Rycina 47. Zamiar ponownego przyjazdu w celach turystycznych do województwa kujawsko-pomorskiego w badanej grupie respondentów (według wydzielonych podgrup odwiedzających)	101



SPIS TABEL

Tab. 1. Rozkład kwintyli koncentracji w powiatach województwa kujawsko-pomorskiego dla cechy „Korzystający z noclegów w obiektach noclegowych” (na podstawie danych za rok 2013)	14
Tab. 2. Porównanie wielkości i struktury próby w badaniach monitorujących ruch turystyczny w regionie kujawsko-pomorskim w latach 2009 i 2015	15
Tab. 3. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe razem) w okresie 2001-2013 w układzie regionalnym	20
Tab. 4. Rodzaje zakwaterowania wykorzystywane podczas krajowych podróży ogółem w 2014 r. (w %)	23
Tab. 5. Struktura wieku badanych respondentów odwiedzających region kujawsko-pomorski w roku 2015 (turyści i odwiedzający jednodniowi)	31
Tab. 6. Struktura badanych respondentów według deklarowanego statusu zawodowego	34
Tab. 7. Struktura badanych odwiedzających (turyстів i jednodniowych, krajowych, zagranicznych) według deklaracji o posiadanym statusie materialnym	36
Tab. 8. Pochodzenie badanych krajowych turyстів i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach oraz powtarzalności wizyt	41
Tab. 9. Odwiedzający krajowi z miast (turyści i odwiedzający jednodniowi) w grupie badanych respondentów	43
Tab. 10. Region kujawsko-pomorski jako miejsce docelowe lub etapowe badanych przyjazdów	49
Tab. 11. Struktura długości trwania pobytu na terenie województwa w grupie badanych odwiedzających	54
Tab. 12. Cele przyjazdów w ruchu turystycznym w regionie kujawsko-pomorskim według wydzielonych kategorii odwiedzających	57
Tab. 13. Sposoby organizacji przyjazdów w grupie badanych respondentów	60
Tab. 14. Osoby towarzyszące podczas podróży według wydzielonych podgrup przyjazdów	62
Tab. 15. Źródła informacji o regionie wykorzystywane przez odwiedzających	65
Tab. 16. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do regionu według wydzielonych podgrup odwiedzających	67
Tab. 17. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do regionu według badanych miejscowości i obszarów	68
Tab. 18. Rodzaje bazy noclegowej wykorzystywane podczas pobytu w regionie – według wydzielonych podgrup odwiedzających	69
Tab. 19. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających krajowych podczas pobytu w regionie (według wydzielonych kategorii przyjazdów)	73
Tab. 20. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających zagranicznych podczas pobytu w regionie (według wydzielonych kategorii przyjazdów)	74
Tab. 21. Struktura ocen atrakcyjności województwa w grupie badanych respondentów według wydzielonych podgrup	77
Tab. 22. Struktura ocen atrakcyjności badanych miejscowości i obszarów w grupie respondentów według wydzielonych podgrup	78
Tab. 23. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Brodnicy	86
Tab. 24. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Strzelnie i Kruszwicy	86
Tab. 25. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Tucholi	86

Tab. 26. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Toruniu	82
Tab. 27. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Włocławku	82
Tab. 28. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Więcborku i Sępólnie	82
Tab. 29. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Chełmnie	83
Tab. 30. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Ciechocinku	83
Tab. 31. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Golubiu-Dobrzyniu	83
Tab. 32. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Grudziądzu	84
Tab. 33. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Inowrocławiu	84
Tab. 34. Skojarzenia z badanymi miejscowościami oraz atrakcje zapamiętane z pobytu w Bydgoszczy	84
Tab. 35. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w latach 2009 i 2015	85
Tab. 36. Ocena bazy gastronomicznej w aspekcie jakość-cena	90
Tab. 37. Średnia ocena wybranych komponentów oferty turystycznej wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej regionu (w grupie odwiedzających ogółem, krajowych i zagranicznych)	93
Tab. 38. Średnia ocena wybranych komponentów oferty turystycznej wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej regionu (w przyjazdach ogółem) według badanych miejscowości i rejonów	94
Tab. 39. Mocne i słabe strony rozwoju turystyki według opinii badanych odwiedzających	93
Tab. 40. Skłonność do rekomendacji województwa kujawsko-pomorskiego jako obszaru atrakcyjnego turystycznie według podgrup odwiedzających/przyjazdów	99
Tab. 41. Skłonność do rekomendacji badanego rejonu jako atrakcyjnego pod względem turystycznym według podgrup odwiedzających	100



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO