



Miasto Bydgoszcz

# **BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W BYDGOSZCZY W ROKU 2015**

## **RAPORT KOŃCOWY**

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



**Pracownia Analiz Społecznych i Rynkowych  
Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy**

**Bydgoszcz, grudzień 2015**

**OPRACOWANIE RAPORTU**

dr Robert Brudnicki, KGT WSG

**KONCEPCJA BADAŃ**

dr Robert Brudnicki, KGT WSG

dr Mariusz Barczak, KGT WSG

mgr Leszek Woźniak, BCI

mgr Paulina Markiewicz, PASiR WSG

## SPIS TREŚCI

<b>WPROWADZENIE</b>	<b>4</b>
<b>ROZDZIAŁ I. CELE I METODOLOGIA BADAŃ</b>	<b>5</b>
1.1. Cele badań	5
1.2. Metody badań	6
1.3. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego	7
<b>ROZDZIAŁ II. CHARAKTERYSTYKA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM I BYDGOSZCZY NA TLE UWARUNKOWAŃ I TENDENCJI RYNKOWYCH</b>	<b>8</b>
<b>ROZDZIAŁ III. ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W BYDGOSZCZY NA PODSTAWIE BADAŃ KWESTIONARIUSZOWYCH PRZEPROWADZONYCH W ROKU 2013</b>	<b>14</b>
3.1. Charakterystyka badanych turystów i odwiedzających jednodniowych	14
3.1.1 Charakterystyka społeczno-demograficzne i ekonomiczna badanych odwiedzających	14
3.1.2. Pochodzenia terytorialne odwiedzających	19
3.2. Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Bydgoszczy	26
3.2.1. Bydgoszcz jako ośrodek docelowy lub etapowy przyjazdów, częstotliwość wizyt oraz długość trwania pobytu	26
3.2.2. Wykorzystywane źródła informacji	29
3.2.3. Organizacja podróży	33
3.2.4. Cele przyjazdów	35
3.2.5. Osoby towarzyszące podczas podróży i pobytu	37
3.2.6. Środki transportu	38
3.2.7. Wykorzystywana baza noclegowa	39
3.2.8. Kwoty wydatkowane podczas pobytu	41
3.3. Ocena atrakcyjności i jakości wybranych elementów potencjału turystycznego Bydgoszczy	42
3.3.1. Ocena bazy noclegowej i gastronomicznej	42
3.3.2. Ocena wybranych komponentów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej	46
3.3.3. Miejsca, obiekty, wydarzenia - atrakcje turystyczne zapamiętane z pobytu	48
3.3.4. Cechy korzystne i niekorzystne wpływające na odbiór atrakcyjności turystycznej	50
3.3.5. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta	53
3.3.6. Skłonność do rekomendacji i powtórnego przyjazdu	55
<b>ROZDZIAŁ IV. Wnioski i zalecenia</b>	<b>57</b>
4.1. Identyfikacja profilu turystów	57
4.2. Szacunkowa liczba turystów	58
4.4. Wnioski i zalecenia	60
Spis tabel	63
Spis rycin	65

## **WPROWADZENIE**

Systematyczne badania ruchu turystycznego na terenie Bydgoszczy zostały zapoczątkowane w roku 2012 na zlecenie Bydgoskiego Centrum Informacji. Kolejna edycja badań (2015) w warstwie metodologicznej oparta jest na eksperckiej kombinacji dotychczas stosowanej metodyki oraz postępowania przyjętego w badaniach monitorujących ruch turystyczny w województwie kujawsko-pomorskim (prowadzący badania: Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna). Przesłanką podjęcia decyzji o połączeniu badań były nie tylko względy ekonomiczne i nakładający się okres poboru materiału źródłowego, ale przede wszystkim zbieżność celów i zakresu badań.

Niniejszy „RAPORT KOŃCOWY Z BADAŃ RUCHU TURYSTYCZNEGO - BYDGOSZCZ 2015”, składa się z czterech rozdziałów. W pierwszym rozdziale opracowania przedstawiono główne założenia i cele badań, a także w sposób syntetyczny scharakteryzowano przyjęte postępowanie badawcze. W rozdziale II zaprezentowano charakterystykę tendencji obserwowanych na krajowym i regionalnym rynku turystycznym. W tym celu posłużono się ogólnie dostępnymi materiałami wtórnymi (źródła statystyczne GUD oraz inne opracowania) opisującymi tendencje w aktywności i zachowaniach turystycznych Polaków, natężenie ruchu turystycznego w kraju i w układzie regionów oraz stan zagospodarowania turystycznego (przede wszystkim stan bazy noclegowej w regionie kujawsko-pomorskim). Rozdział III niniejszego Raportu ma charakter empiryczny - bazuje na analizie materiału źródłowego, pobranego podczas wywiadów przeprowadzonych z turystami i odwiedzającymi jednodniowymi na terenie Bydgoszczy. Zgodnie z założeniami badań monitoringowych zawarto w nim charakterystykę porównawczą większości parametrów rozpatrywanych w poprzednich edycjach badań.

W rozdziale IV, podsumowującym, na podstawie najważniejszych, specyficznych cech badanych odwiedzających opracowano profil turystów oraz przedstawiono zestaw wniosków i rekomendacji eksperckich. Ponadto, wykorzystując dotychczasowe ustalenia i informacje z wcześniejszych oraz bieżącej edycji badań przygotowano oszacowanie wielkości ruchu turystycznego (szacowana liczba turystów oraz odwiedzających jednodniowych przyjeżdżających w celach stricte turystycznych).

# **ROZDZIAŁ I. CELE, ZAŁOŻENIA I METODYKA BADAŃ**

Zadaniem monitoringu jest systematyczne określanie dynamiki zmian danego zjawiska. Na gruncie zarządzania strategicznego monitoring skutecznie wspomaga procesy decyzyjne, a w przypadku badań ruchu turystycznego - w szczególności -pomaga w prognozowaniu przyszłych zachowań konsumentów oraz stanowi nieodzowny element poszukiwania nowych szans rozwoju produktów i usług (dostosowanie do szybko zmieniających się potrzeb turystów).

## **1.1. Cele badań**

W roku 2015 - podobnie jak w latach poprzednich - cele badań empirycznych prowadzonych wśród turystów i odwiedzających jednodniowych wiązały się z:

- 1) identyfikacją profilu turystów przybywających do Bydgoszczy (wydzielenie i charakterystyka segmentów specyficznych (analiza parametrów opisowych uczestników ruchu: płeć, wiek, wykształcenie, sytuacja materialna, status zawodowy),
- 2) oszacowaniem liczby odwiedzających (turystów oraz odwiedzających jednodniowych przybywających głównie w celach turystycznych i wypoczynkowych),
- 3) identyfikacją najważniejszych rynków popytu na produkt turystyczny miasta Bydgoszczy (analiza pochodzenia terytorialnego odwiedzających, udział mieszkańców regionu w przyjazdach turystycznych do miasta)
- 4) pozyskaniem informacji o celach przyjazdów realizowanych przez turystów i odwiedzających jednodniowych oraz wykorzystaniu wybranych elementów zagospodarowanie turystycznego (baza noclegowa, baza gastronomiczna),
- 5) pozyskaniem i analizą opinii na temat atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy (poziom zadowolenia, ocena jakości wybranych elementów potencjału turystycznego, kompleksowa ocena atrakcyjności turystycznej miasta, skłonność do rekomendacji i powtórnego przyjazdu, zadowolenie w odniesieniu do użytkowanych usług),
- 6) pozyskaniem opinii na temat czynników kształtujących wizerunek turystyczny miasta Bydgoszczy (słabe i mocne strony turystyki),

- 7) identyfikacją głównych kanałów przepływu informacji o ofercie turystyczno-rekreacyjnej miasta Bydgoszczy z których korzystają odwiedzający przed przyjazdem do Bydgoszczy,
- 8) zebranie i analiza informacji na temat poziomu wydatków związanych z pobytem i wykorzystywaną ofertą.

## 1.2. Metoda badań

Połączenie procedur pozyskania materiału źródłowego w nakładających się okresie badaniach ruchu turystycznego w Bydgoszczy (2015) oraz województwa kujawsko-pomorskiego (2015) (prowadzone przez KPOT) wymagało dostosowania kilku założeń i procedur, które dotychczas obowiązywały w badaniach bydgoskich.

Przede wszystkim, liczebność próby została zmniejszona i dopasowana zarówno do założeń monitoringu w regionie, jak i celów badań BCI (Bydgoszcz – jako jeden z ważniejszych ośrodków miejskich koncentrujących ruch turystyczny w naszym województwie była typowana do badań od I edycji monitoringu prowadzonego przez KPOT). Aby uzyskać poprawny poziom wnioskowania przyjęto, że próba badawcza dla Bydgoszczy (liczba pobranych od respondentów wywiadów) powinna nie tylko przewyższyć poziom ustalony w „Monitoring...” ale także uzyskać wielkość co najmniej 1056 ankiet (*zakładając standardowy w badaniach społeczno-ekonomicznych poziom istotności =0,05 oraz przyjmując 3-procentowy rząd precyzji szacowań wskaźników struktury, otrzymujemy oszacowanie wielkości próby prostej na poziomie 1056 elementów*). Korekcie poddano również miejsca poboru wywiadów dostosowując je do założeń monitoringu (w badaniach regionalnych - zgodnie z wytycznymi- koncentrowano się przede na atrakcjach koncentrujących turystów). W roku 2015 nie zastosowana procedury doboru z góry ustalonej proporcji wywiadów pomiędzy turystami i odwiedzającymi jednodniowymi (podobnie postąpiono w przypadku wcześniej stosowanych w badaniach bydgoskich założeń poboru ustalonej proporcji wywiadów w grupach odwiedzających krajowych i zagranicznych).

Badanie realizowano tak jak w poprzednich edycjach z wykorzystaniem elektronicznej ankiety umieszczonej na tablecie z dostępem do Internetu. Kwestionariusz wywiadu został dostosowany do potrzeb monitoringu, jednak dokonana ingerencja w liczbę, zakres i formę pytań nie była bardzo głęboka (w większości przypadków, możliwe było przeprowadzenie analizy porównawczej wyników w okresie 2012 - 2013 - 2015. Podobnie jak w latach wcześniejszych dominującą formą pytań kwestionariuszowych były

pytania zamknięte. Przed przystąpieniem do badania głównego respondent musiał odpowiedzieć na dwa pytanie o charakterze filtrującym (pyt. 1 - czy jest mieszkańcem Bydgoszczy? -> jeżeli „nie” -> pyt. 2. Czy pracuje lub uczy się w Bydgoszczy?). Integralną częścią kwestionariusza ankietowego była metryka respondenta. Kwestionariusz wywiadu przygotowano w dwóch językach: polskim i angielskim.

### **1.3. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego**

Badania prowadzono od początku maja do połowy listopada 2015. W tym czasie pozyskano 1050 wywiadów. Zebraną bazę wywiadów poddano weryfikacji pod względem poprawności i przydatności do dalszej analizy (ankiety sprawdzono pod kątem kompletności udzielanych odpowiedzi). W efekcie przeprowadzonej weryfikacji do dalszych prac analitycznych dopuszczono materiał z 1038 wywiadów.

Reasumując, uzyskane i zaprezentowane w niniejszym opracowaniu wyniki badań ruchu turystycznego i odwiedzających jednodniowych w Bydgoszczy za rok 2015 zostały uzyskane po przeprowadzeniu prac analitycznych na materiale pochodzącym z 1038 wywiadów. Od turystów (tj. odwiedzających, z co najmniej jednym noclegiem) pozyskano 536 wywiadów (51,7%), natomiast od odwiedzających jednodniowych zebrano 492 wywiady (47,5%).

Od odwiedzających krajowych pobrano 98% wywiadów z ogółu, co w tym przypadku pozwala na otrzymanie materiału pozwalającego na poprawne wnioskowanie. Niestety bardzo niski odsetek wywiadów zrealizowanych w grupie obcokrajowców nie daje możliwości prawidłowej interpretacji wyników (w badaniach regionalnych niestety również otrzymano niski wskaźnik wywiadów w tej grupie).

## ROZDZIAŁ II. CHARAKTERYSTYKA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM I BYDGOSZCZY NA TLE UWARUNKOWAŃ I TENDENCJI RYNKOWYCH

Region kujawsko-pomorski nie należy do czołówki obszarów turystycznych Polski. W latach 2012-2014 udział naszego województwa w obsłudze krajowego ruchu turystycznego (ogółem) kształtował się na poziomie 5,7-4,0% (*Źródło: Turystyka w 2014 roku, GUS, 2015*). Koniunktura na rynku krajowym wpływa na kondycję i rozwój ruchu turystycznego w regionie. Okres ostatnich kilkunastu lat nie sprzyjał wzrostowi znaczenia województwa na krajowym rynku przyjazdów turystycznych - w tym czasie zaznaczył się dość znaczny spadek aktywności i liczby podróży turystycznych Polaków. Jak wynika z danych archiwalnych opracowanych przez Instytut Turystyki w Warszawie natężenie krajowego ruchu turystycznego w latach 2001-2011 r. zmniejszyło się z wartości ponad 50 mln podróży do 29,6 mln (w tym okresie liczba szacowanych podróży w naszym regionie obniżyła się z 2,7 mln do 1,6 mln) (tab. 1.).

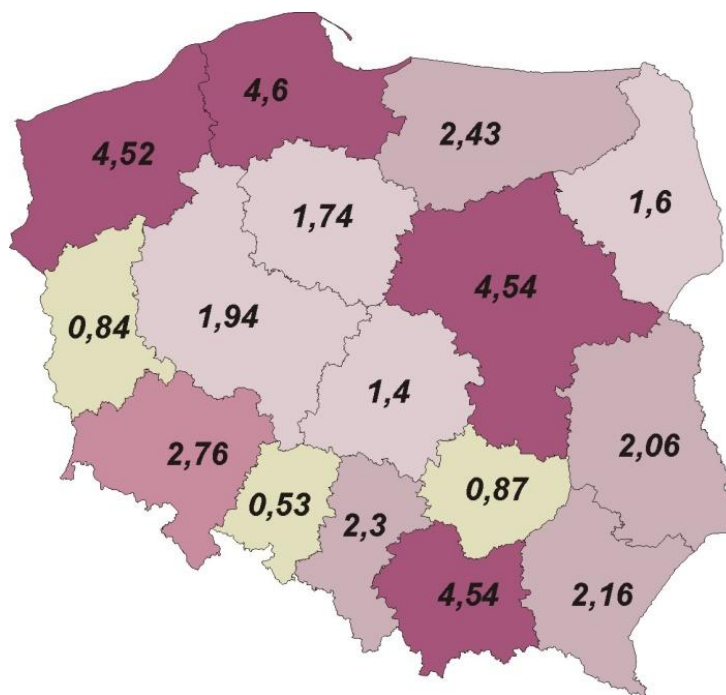
**Tab. 1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe razem) w okresie 2001-2013 w układzie regionalnym**

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



Według szacunków Instytutu Turystyki oraz Activ Group w okresie kilku ostatnich lat (2011-2013) natężenie ruchu turystycznego w regionie kujawsko-pomorskim najpierw nieznacznie wzrosło (do poziomu około 2 mln podróży), by w roku 2014 r. ponownie obniżyć się do poziomu 1,74 mln podróży (tab. 1, ryc. 1).



**Ryc. 1. 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.

Na podstawie badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny w ramach trójstronnego porozumienia pomiędzy Ministerstwem Sportu i Turystyki, NBP a GUS („Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w I półroczu 2015 roku”) szacuje się, że w pierwszych sześciu miesiącach 2015 r. Polacy wzięli udział w 16,2 mln krajowych podróży 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 w sezonie dogodnych warunków pogodowych – najprawdopodobniej nie przekroczy 2 mln.

Jak wynika z komunikat przedstawionego przez Ministerstwo Sportu i Turystyki w maju 2015 r. („Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku”) 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.

Wykorzystanie bazy noclegowej było dość specyficzne. 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.

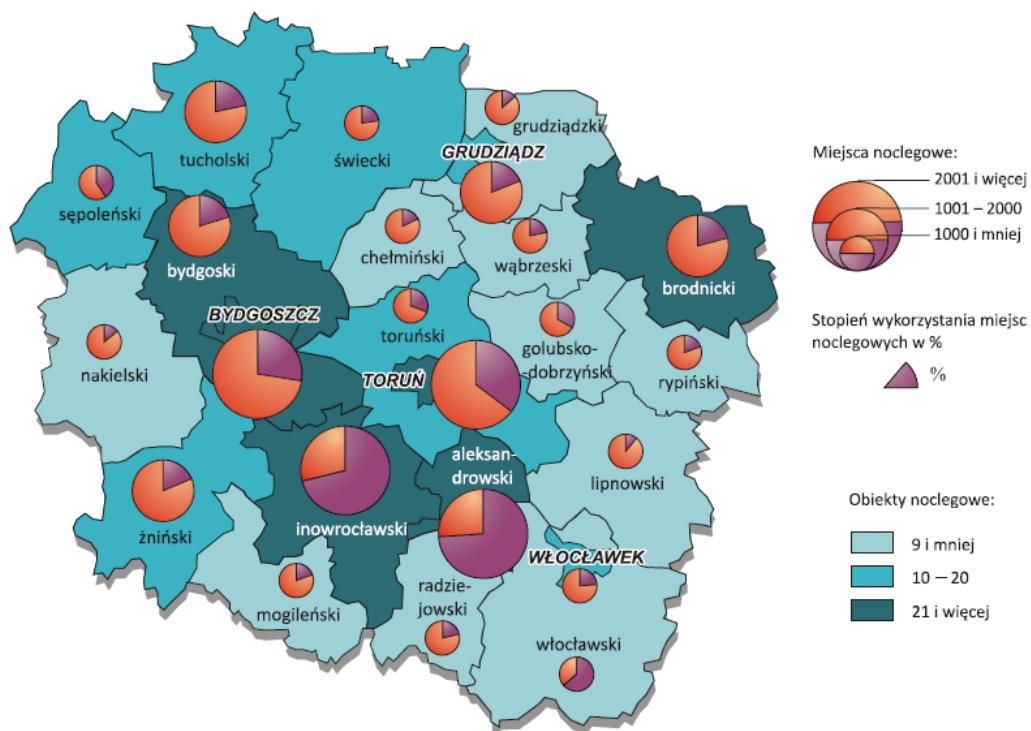
Na terenie województwa kujawsko-pomorskiego, pod koniec lipca 2014 funkcjonowało 331 turystycznych obiektów noclegowych, w tym 252 obiekty całoroczne (Źródło: *Turystyka w województwie Kujawsko-pomorskim w 2014 r.*, GUS, 2015) (ryc. 2.). Baza obiektów noclegowych w województwie składała się w tym czasie 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%).

Opierając się na danych zawartych w publikacjach GUS (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 najczęściej 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).

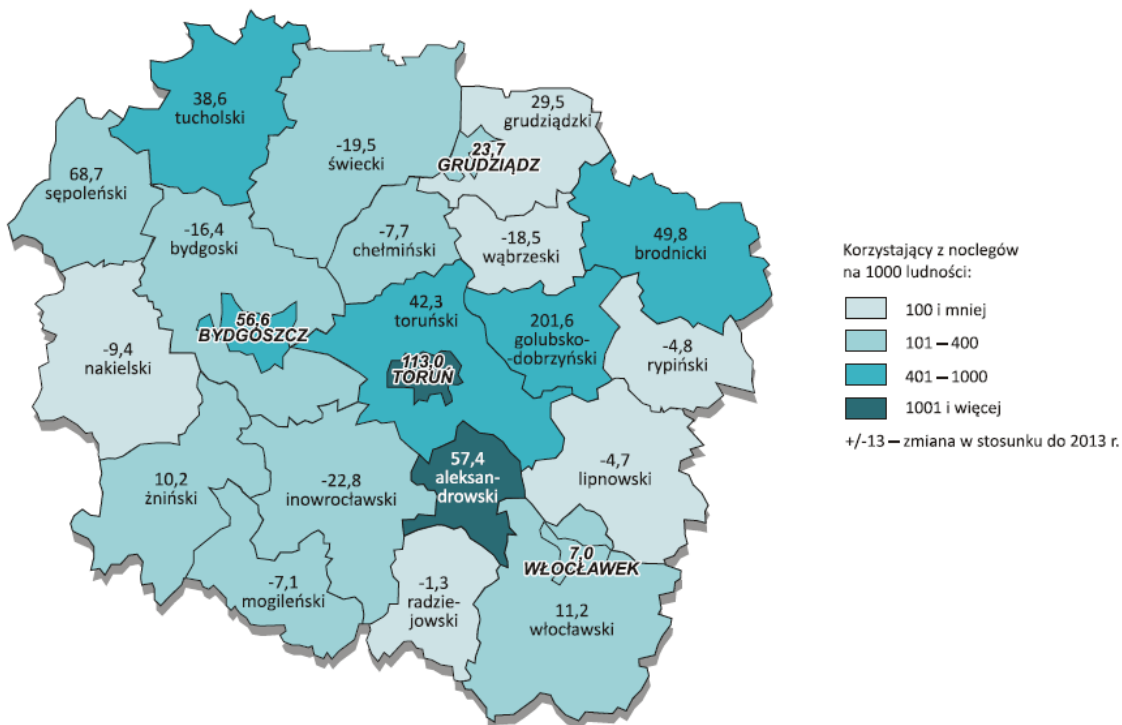
W roku 2014 stopień wykorzystania miejsc noclegowych w naszym województwie osiągnął poziom 42,5% i był podobnie jak w latach wcześniejszych wyższy od średniej krajowej (33,8%). Jednocześnie jak w latach poprzednich w wykorzystaniu miejsc noclegowych zaznaczyła się wyraźna sezonowość.

Rozmieszczenie ruchu turystycznego na terenie województwa kujawsko-pomorskiego jest nierównomierne (ryc. 3). Największe skupienie turystów oprócz miast na prawach powiatu (wskaźnik wahał się od 354,7 do 2331,4 osób na 1 km<sup>2</sup>) wystąpiło w 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).



**Ryc. 2. Turystyczne obiekty noclegowe według powiatów w 2014 r.**

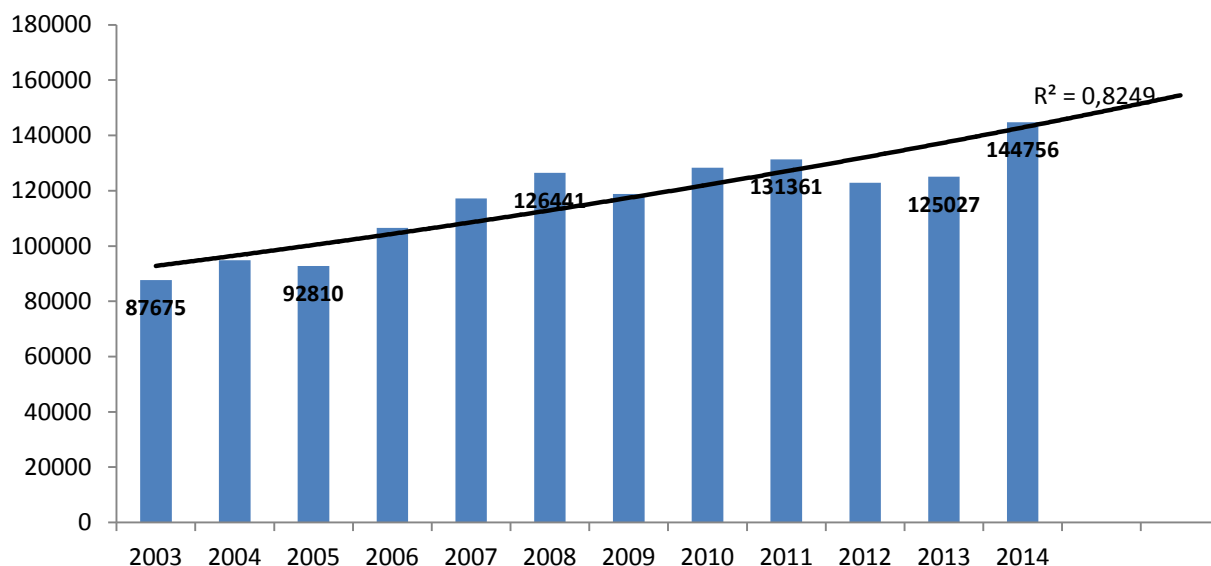
Źródło: Turystyka w województwie Kujawsko-pomorskim w 2014 r., Opracowanie sygnalne, Urząd Statystyczny w Bydgoszczy, Bydgoszcz, maj 2015



**Ryc. 3. Korzystający z noclegów według powiatów w 2014 r.**

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

Miasto Bydgoszcz według liczby udzielonych noclegów zajmowało w naszym kraju 45 lokatę w grupie powiatów i miast na prawach powiatu (49 pozycję według liczby miejsc noclegowych) (dla porównania Toruń – 33 i 44). W 2014 roku w mieście funkcjonowało 28 turystycznych obiektów noclegowych z czego 22 obiekty to hotele (w odniesieniu do województwa miasto koncentrowało zatem 8,5% obiektów w regionie). W roku 2014 z turystycznych obiektów noclegowych w Bydgoszczy skorzystało 144756 osób (w tym turystów zagranicznych 18632), co daje 15,5% korzystających w całym województwie kujawsko-pomorskim). W okresie 2012-2014 zgodnie z ogólnodostępnymi danymi GUS obserwuje się w Bydgoszczy 15% wzrost liczby korzystających w obiektach noclegowych (2012 – 122894 osób, 2013 – 125027 osób) (ryc. 4).



**Ryc. 4. Liczba korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w Bydgoszczy w latach 2003-2014 wraz z tendencją rozwojową**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy

## **ROZDZIAŁ III. ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W BYDGOSZCZY NA PODSTAWIE BADAŃ KWESTIONARIUSZOWYCH PRZEPROWADZONYCH W ROKU 2015**

Szczegółowe informacje pochodzące od badanych turystów i odwiedzających jednodniowych uporządkowano i zaprezentowano w formie opisowej z wykorzystaniem metody porównań (otrzymywane wyniki w roku 2015 zestawiono z wynikami z lat ubiegłych, co w efekcie dało podstawę do charakterystyki tendencji rozwojowych).

### **3.1. Charakterystyka badanych turystów i odwiedzających jednodniowych**

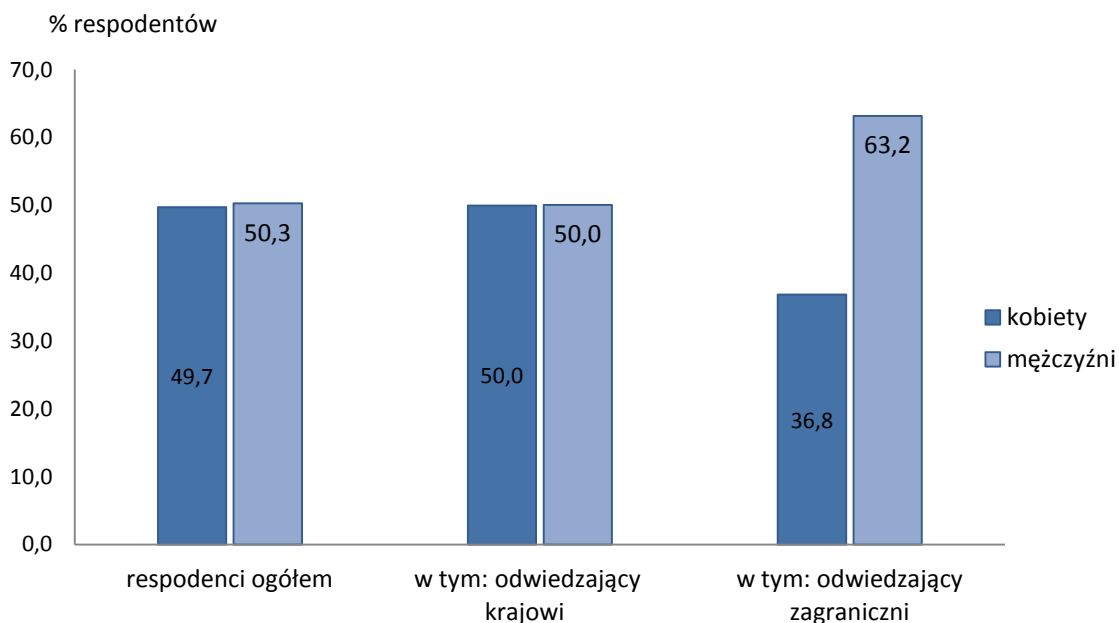
#### **3.1.1. Charakterystyka społeczno-demograficzna i ekonomiczna odwiedzających**

Długoletnie badania aktywności turystycznej wskazują na istnienie silnych zależności zachodzących między tym zjawiskiem a cechami demograficznymi i społecznymi uczestników ruchu turystycznego. Aktywność turystyczna i związane z nią zachowania turystyczne zależą w dużym stopniu od wieku i płci, sytuacji rodzinnej, poziomu wykształcenia, miejsca w strukturze społeczno-zawodowej oraz – co warte szczególnego podkreślenia – poziomu zamożności uczestnika. Dlatego analiza wyników badań ruchu turystycznego (w tym szczególnie prowadzonych z wykorzystaniem technik badań częściowych) każdorazowo powinna wiązać się z charakterystyką cech społeczno-demograficznych i ekonomicznych badanej populacji.

Charakterystykę cech społecznych, demograficznych i ekonomicznych populacji odwiedzających ankietowanych na terenie Bydgoszczy w roku 2015 przeprowadzono – podobnie jak we wcześniejszych edycjach monitoringu – z wykorzystaniem następujących cech: struktury płci i wieku, deklarowanego poziomu wykształcenia, statusu społeczno-zawodowego oraz poziomu zamożności.

Struktura populacji odwiedzających uwzględniająca podział na grupy o odmiennej płci okazała się być w swoim kształcie bardzo podobną do otrzymanych w poprzednich edycjach badań. Podobnie jak w latach poprzednich odsetek kobiet i mężczyzn biorących udział w badaniu była bardzo zbliżony (w 2015 - kobiety stanowiły 49,7%, mężczyźni - 50,3%, w 2013 - kobiety stanowiły 51,6% z ogółu). Ponownie, jak w przypadku wyników

w I edycji badań (2012) kilkunastoprocentową przewagą mężczyzn nad kobietami otrzymano wśród gości zagranicznych (różnica wyniosła 26,4%) (ryc. 5).



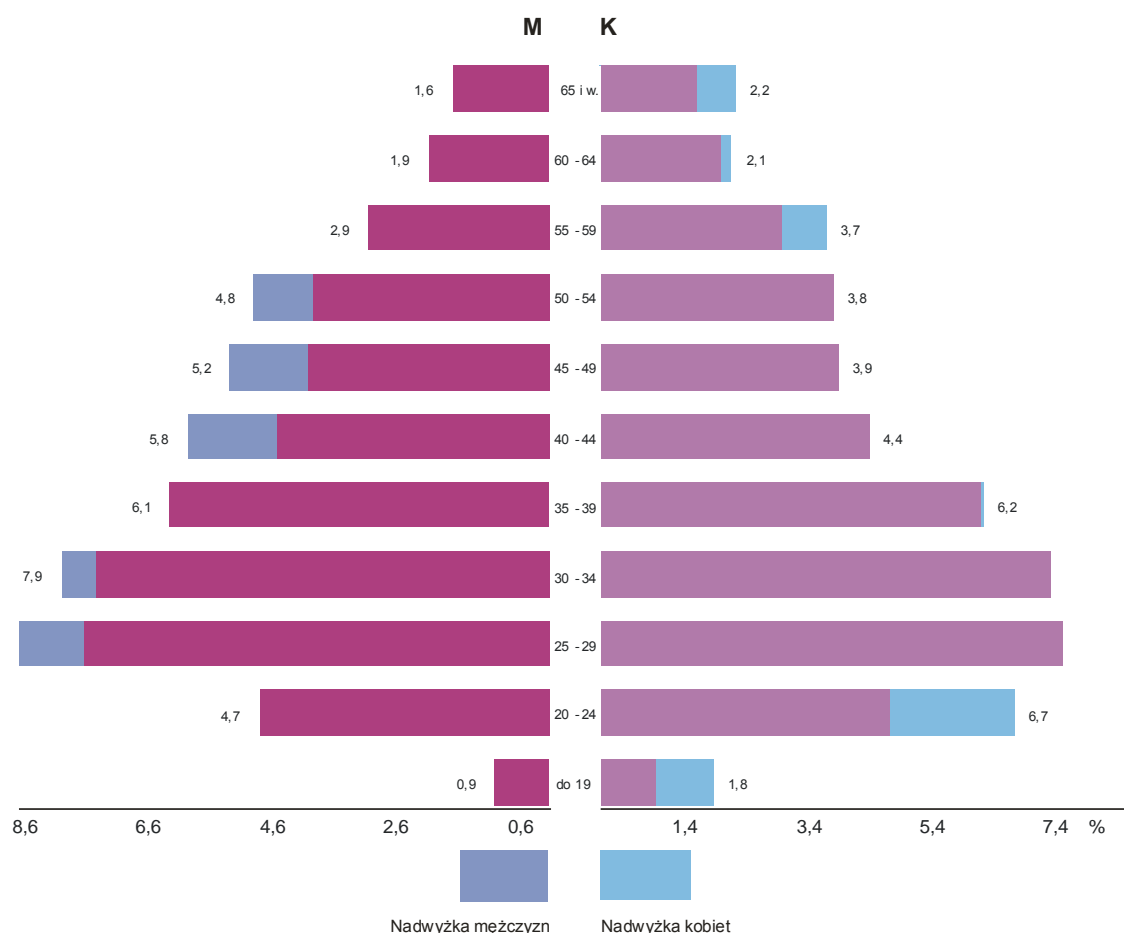
**Ryc. 5. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i ogółem**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Analiza struktury demograficznej respondentów w układzie pięcioletnich grup wiekowych z uwzględnieniem podziału na płeć wykazała w niektórych przedziałach występowanie niewielkich dysproporcji. W szczególności były to: 1) nadwyżki badanych mężczyzn nad badanymi kobietami w grupach wiekowych 25-29, 30-34 oraz od 40 do 54 lat oraz 2) nadwyżki badanych kobiet nad badanymi mężczyznami: w grupach wiekowych 19 lat, 20-24 i 55 lat i więcej (ryc. 6.).

W strukturze wieku osób badanych – podobnie jak w latach poprzednich – zaznaczyła się wyraźna przewaga osób w wieku produkcyjnym (89,8%)<sup>1</sup>, przy czym respondenci zaliczani do grupy tzw. „mobilnych zawodowo” (osoby w wieku 20-39) stanowili ponownie ponad połowę z tej grupy (2013 - 62,9%, 2015 – 61,4%) (tab. 2 oraz ryc. 7).

<sup>1</sup>Dla potrzeb raportu za ludność w wieku produkcyjnym przyjęto wiek od 20 do 59 lat, natomiast za ludność w wieku poprodukcyjnym w wieku 60 i powyżej



Ryc. 6. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Najliczniejsze wśród respondentów były osoby w przedziale wieku 25-29 lat (2013 - 13,5%, 2015 - 16,2%) oraz 30-34 lat (2013 - 13,7%, 2015 - 15,5%).

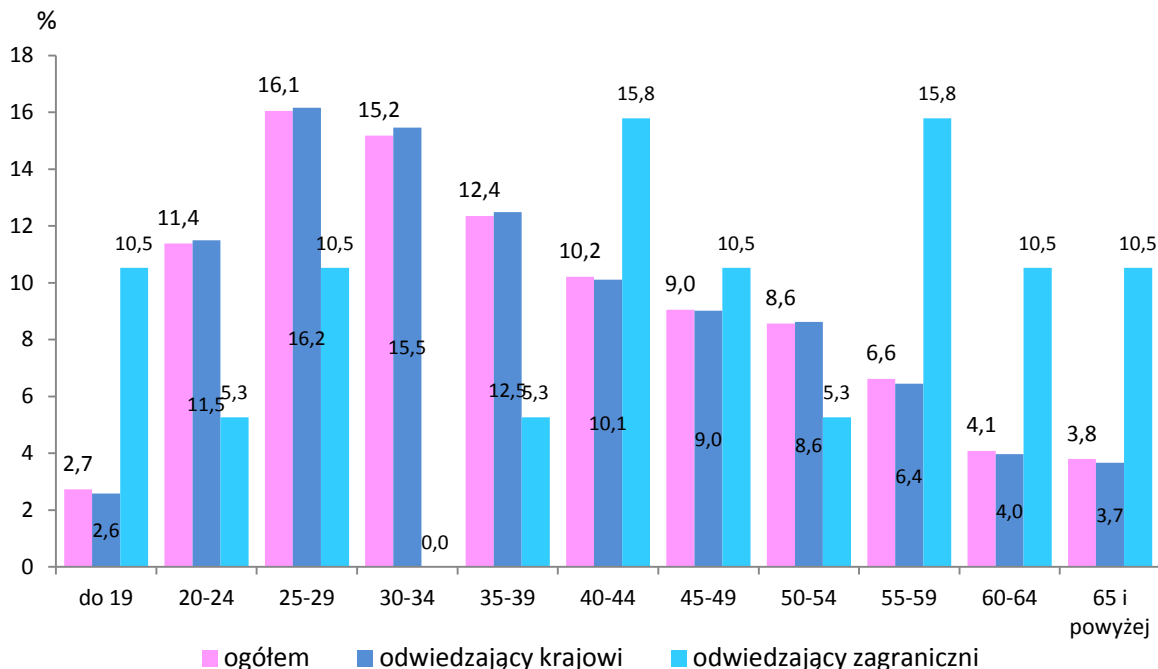
Tabela. 2. Struktura wieku i płci badanych respondentów (odwiedzający krajowi i zagraniczni)

Grupy wiekowe	2013					2015				
	Ogółem	Krajowi		Zagraniczni		Ogółem	Krajowi		Zagraniczni	
		Kobieta	Mężczyzna	Kobieta	Mężczyzna		Kobieta	Mężczyzna	Kobieta	Mężczyzna
do 19	6,3	3,4	5,8	18,7	26,7	2,6	3,6	1,6	10,5	14,3
20-24	11,9	10,9	11,5	22,7	15,1	11,5	13,5	9,5	5,3	14,3
25-29	13,5	13,1	15,7	4,0	4,7	16,2	15,1	17,2	10,5	14,3
30-34	13,7	15,1	12,6	17,3	8,1	15,5	14,9	16,0	0,0	0,0
35-39	11,8	11,9	11,9	8,0	14,0	12,5	12,7	12,3	5,3	0,0
40-44	9,4	10,5	8,9	6,7	7,0	10,1	8,7	11,5	15,8	14,3
45-49	8,2	9,6	8,0	1,3	3,5	9,0	7,9	10,1	10,5	0,0
50-54	7,0	7,5	6,9	4,0	5,8	8,6	7,5	9,7	5,3	14,3
55-59	5,4	6,2	4,4	4,0	7,0	6,4	7,5	5,3	15,8	0,0
60-64	5,9	5,4	6,7	6,7	3,5	4,0	4,2	3,8	10,5	14,3
65 i powyżej	6,9	6,4	7,5	6,7	4,7	3,7	4,4	3,0	10,5	14,3
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych (\* z uwzględnieniem obserwacji wykluczonych)



Ponadto, dość wyraźnie w całkowitej liczbie badanych zaznaczyły się grupy osób: w wieku 35-39 lat (12,5%), 20-24 lat (11,5%) oraz 40-44 lat (10,1%). Najmniej licznie wśród ogółu badanych odwiedzających były reprezentowane osoby w wieku do 19 lat oraz w przedziale 60-64 lata. Średnia wieku respondentów wyniosła 38 lat (mediana – 36).



**Ryc. 7. Struktura wieku badanych odwiedzających Bydgoszcz w roku 2015 (turyści i odwiedzający jednodniowi)**

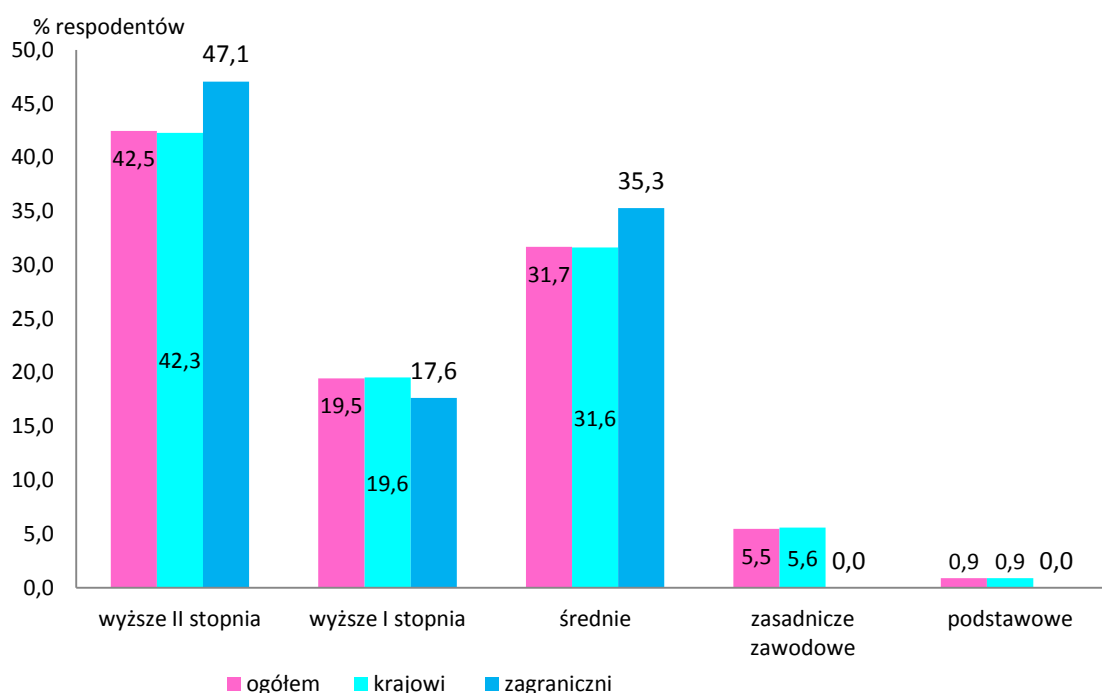
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Podobnie jak w poprzednich badaniach duża część z badanych turystów i odwiedzających jednodniowych legitymowała się wykształceniem wyższym (42,5%) (2013 - 51,6%, 2012 - 32,8%) oraz średnim (31,7%) (2013 - 34,5%, 2012 - 30,2%). Pomiędzy strukturami wykształcenia respondentów krajowych i zagranicznych nie stwierdzono większych dysproporcji (w obu przypadkach przeważały osoby z wykształceniem wyższym i średnim) (por. ryc. 8).

Informacje pozyskane z metryk respondentów wskazują na znaczącą przewagę osób aktywnych zawodowo wśród ogółu badanych (70,1%) i jest to sytuacja podobna do występującej we wcześniejszych edycjach monitoringu (w roku 2013 - 67,7%)<sup>2</sup> (tab. 3). Ponadto, pod względem wielkości udziału w strukturze ogółem wyróżniali się studenci oraz emeryci i renciści. Ponownie najmniej licznie reprezentowanymi grupami wśród

<sup>2</sup>Ludność aktywna zawodowo obejmuje: wszystkich pracujących zawodowo: osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy, pracodawców, pracujących na własny rachunek, osoby wykonujące pracę nakładczą, agentów, członków rolniczych spółdzielni produkcyjnych, duchownych pełniących obowiązki duszpasterskie, żołnierzy służby zasadniczej oraz bezrobotnych. Nie zalicza się: uczniów odbywających naukę zawodu, gospodyń domowych, osób żyjących wyłącznie z kapitału.

badanych turystów i jednodniowych odwiedzających Bydgoszcz były osoby bezrobotne oraz zajmujące się domem.



**Ryc. 8. Struktura wykształcenia respondentów**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

**Tabela. 3. Struktura respondentów według statusu zawodowego**

Kategorie odwiedzających	Struktura społeczno-zawodowa (w%)				
	osoba pracująca	emeryt/rencista	zajmuje się domem	bezrobotny	uczeń / student
	2013				
odwiedzający ogółem	67,7	11,0	5,2	1,2	14,9
odwiedzający krajowi	69,3	11,4	5,5	1,1	12,8
odwiedzający zagraniczni	53,4	7,5	2,5	1,9	35,0
2015					
odwiedzający ogółem	70,1	8,0	5,4	1,6	12,1
odwiedzający krajowi	70,2	8,0	5,5	1,6	12,2
odwiedzający zagraniczni	68,8	12,5	0,0	0,0	6,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadu kwestionariuszowego (\* z uwzględnieniem obserwacji wykluczonych)

Podczas wywiadu kwestionariuszowego respondenci byli proszeni również o ocenę swojej sytuacji materialnej (w tym celu osobom badanym przedłożono pięciostopniową skalę wartościującą gdzie 1 oznaczało posiadanie sytuacji b. trudnej a 5 sytuacji bardzo dobrej). Jak wynika z podsumowania uzyskanych odpowiedzi respondenci najczęściej

oceniali swój status materialny na poziomie „dobrym” (49,6% z ogółu) (zarówno odwiedzający krajowi, jak i zagraniczni) oraz bardzo dobrym (27,9%) (tab.4).

**Tabela 4. Sytuacja materialna badanych osób (turystów i odwiedzających jednodniowych) na podstawie samooceny**

Kategorie odwiedzających	Sytuacja ekonomiczna (w %)				
	bardzo dobra	dobra	przeciętna	trudna	bardzo zła
odwiedzający ogółem	27,9	49,6	21,5	1,0	0,1
turyści	29,8	49,2	20,2	0,6	0,2
odwiedzający jednodniowi	26,1	49,6	22,8	1,4	0,0
odwiedzający krajowi	27,8	49,6	21,5	1,0	0,1
odwiedzający zagraniczni	33,3	50,0	16,7	0,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych (\* z uwzględnieniem obserwacji wykluczonych)

### 3.1.2. Pochodzenie terytorialne odwiedzających

Analiza miejsc zamieszkania uczestników ruchu turystycznego na obszarze jego recepcji (w tym przypadku ruchu turystycznego rozumianego jako przyjazdy typowo turystyczne a więc połączone z noclegiem włącznie z przyjazdami jednodniowymi) pozwala na ocenę umiejscowienia popytu w dalszym otoczeniu zewnętrznym ośrodka (poza regionem), jak również wewnętrznym (tj. w bliskim i dalszym otoczeniu wewnątrzregionalnym). Wnioski pozyskane z analizy tego typu powinny stanowić podstawę do kreacji i kierunkowania działań promocyjnych.

Identyfikacja miejsc zamieszkania w grupie badanych odwiedzających przeprowadzona w roku 2015 – pomimo pobrania znacznie mniejszej liczby wywiadów aniżeli w latach ubiegłych – w sposób jednoznaczny potwierdziła ustalenia i wnioski płynące z wcześniejszych badań. Bydgoszcz, jako docelowy ośrodek turystycznych wyjazdów krajowych charakteryzuje się nie tylko ponadregionalnym zasięgiem oddziaływania, ale także ukształtowaną i względnie stałą strukturą obszarów ciężenia.

W roku 2015 - tak jak w latach ubiegłych - do obszarów generujących największy ruch przyjazdowy do Bydgoszczy należało przede wszystkim województwo macierzyste. Warto dodać, że w analizowanym okresie tendencja ta wyraźnie się pogłębiła - stwierdzony poziom przyjazdów z województwa był aż o 10 punktów procentowych

wyższy aniżeli w roku 2013. Ponownie w grupie obszarów o największym natężeniu strumienia ruchu turystycznego ukierunkowanego się do Bydgoszczy znalazły się województwa ościenne (w 2015 r. pochodziło z nich łącznie prawie 40% badanych odwiedzających) (por. tab. 5., ryc. 9).

**Tabela 5. Pochodzenie terytorialne krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach badanych w latach 2012, 2013, 2015**

Województwo	Turzyści i odwiedzający jednodniowi (w %)								
	Ogółem			Pobyty z noclegiem (dłuższe i na jedną noc)			Pobyty jednodniowe (bez wykorzystania noclegu)		
	2012	2013	2015	2012	2013	2015	2012	2013	2015
kujawsko-pomorskie	32,7	31,1	42,4	19,4	10,4	18,8	66,0	53,3	67,6
wielkopolskie	11,4	11,6	12,3	11,9	11,5	15,3	10,2	11,6	9,0
pomorskie	9,6	10,4	9,9	11,2	12,5	14,3	5,7	8,2	5,1
mazowieckie	12,6	11,3	8,2	15,2	15,4	11,2	6,4	6,8	5,1
śląskie	3,7	6,0	5,1	5,0	8,1	6,6	0,6	3,9	3,5
warmińsko-mazurskie	5,2	3,3	4,2	6,6	5,2	6,2	1,6	1,3	2,3
zachodniopomorskie	5	5,3	3,8	6,3	7,1	4,8	1,6	3,3	2,7
dolnośląskie	3,6	5,5	3,2	4,6	8,8	4,8	0,8	1,9	1,2
łódzkie	4	3,7	3,1	5,2	5,2	5,0	1,0	2,1	0,8
małopolskie	3,9	3,2	2,6	5,0	4,8	4,8	1,2	1,5	0,2
lubelskie	1,6	2,0	1,6	1,8	2,9	2,5	1,4	1,1	0,6
podlaskie	1,6	1,4	1,1	2,0	1,7	1,9	0,6	1,1	0,2
lubuskie	1,9	2,3	0,7	2,1	2,5	1,2	1,2	2,0	0,2
opolskie	1,2	0,9	0,7	1,3	1,1	0,8	0,8	0,7	0,6
podkarpackie	1,1	1,4	0,7	1,4	2	0,6	0,4	0,7	0,8
świętokrzyskie	0,9	0,6	0,6	1,1	0,7	1,2	0,2	0,5	0,0
RAZEM	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

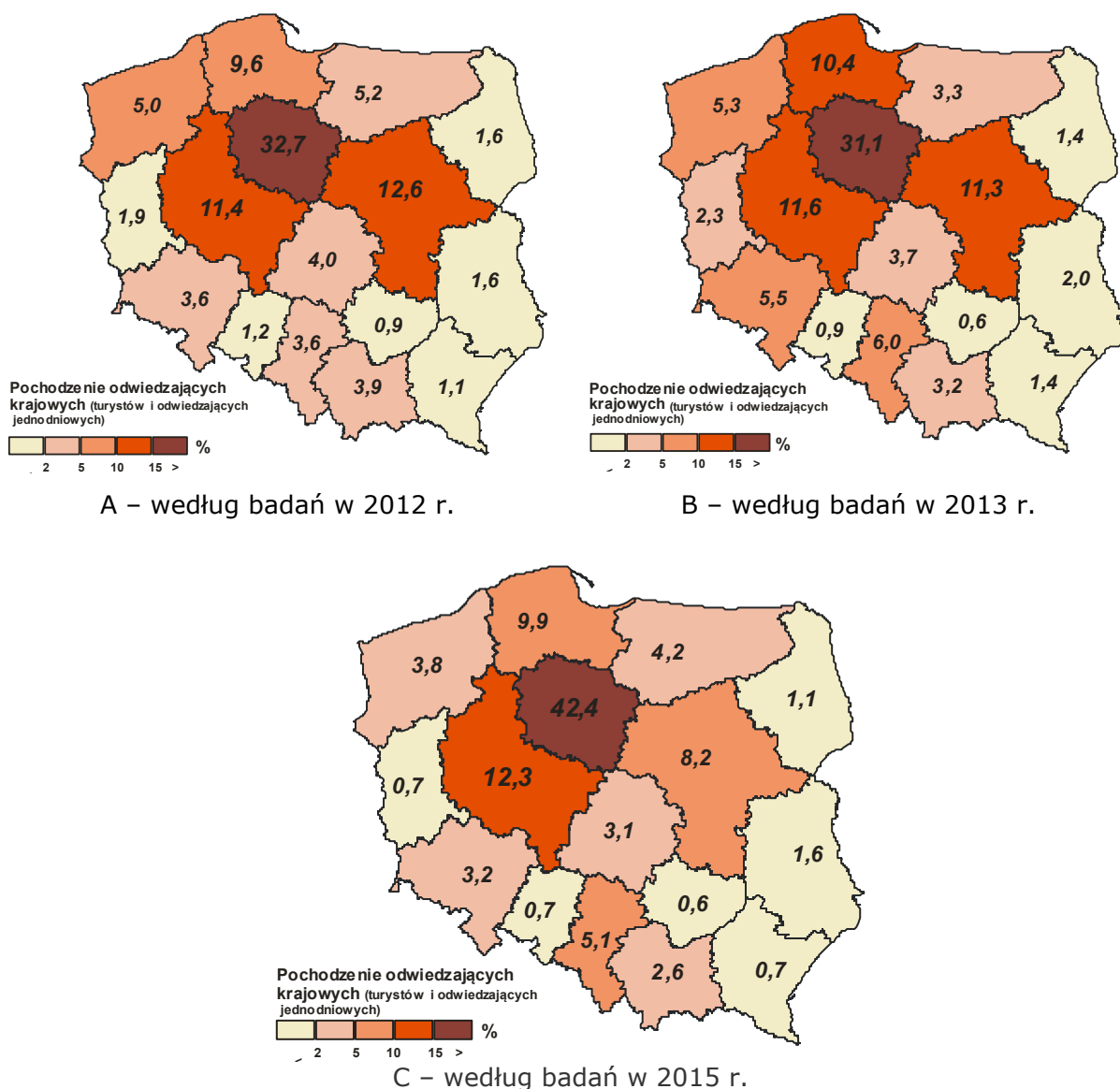
*Uwagi: Sortowanie malejąco według wskazań ogółem w roku 2015*

Dla porównania: w roku 2013 było to 40,3%, natomiast w roku 2012 – 42,8%. W grupie województw ościennych do najważniejszych regionów koncentrujących popyt na produkt turystyczny regionu kujawsko-pomorskiego w 2015 r. ponownie należały: region wielkopolski (utrzymał swoją pozycję w relacji do roku 2013), region pomorski i region mazowiecki. Odnosząc się do wyników z roku 2013 można również przyjąć, że w przypadku województw warmińsko-mazurskiego i łódzkiego w okresie dwóch ostatnich lat tendencje przyjazdowe także nie uległy zasadniczej zmianie (z tych terenów ponownie pochodziło tylko ok. 7% badanych odwiedzających).

W 2013 r. turyści krajowi badani w Bydgoszczy pochodzili najczęściej z województwa mazowieckiego (15,4%). W roku 2015 ich napływ uległ jednemu lekkiemu zmniejszeniu (11,2%) - na czoło rankingu wysunęło się natomiast województwo kujawsko-pomorskie (18,8%), a na kolejnych miejscach znalazły się województwa: wielkopolskie (15,3%) i pomorskie (14,3%). Warto w tym miejscu przypomnieć, że również w roku 2012 największą procentowo liczbę zidentyfikowanych (przebadanych) w

Bydgoszczy turystów stanowili mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego (otrzymany wtedy wynik osiągnął wartość 19,4% z ogółu).

W roku 2015 w grupie przyjazdów jednodniowych ponownie stwierdzono wysokie natężenie i jednocześnie przewagę przyjazdów z obszaru województwa. W relacji do poziomu z roku 2013 udział przyjazdów z regionu uległ wyraźnemu zwiększeniu (otrzymany wynik zbliżył się do poziomu z roku 2012 – w 2012 r. - 66%, w 2013- 53,3%, w 2015 – 67,6%). W bieżącym roku - poza regionem kujawsko-pomorskim - do obszarów generujących relatywnie większe strumienie przyjazdów krótkoterminowych można zaliczyć także województwa: wielkopolskie, pomorskie i mazowieckie. Sytuacja ta przypomina zatem ustalenia z poprzednich edycji badań.



Ryc. 9. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych według województw stwierdzone w badaniach w latach 2012 (A), 2013 (B) i 2015 (C)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Analiza przestrzennego zróżnicowania rozkładu kwintyli koncentracji miejsc zamieszkania osób badanych w roku 2015 ponownie dokumentuje istotną rolę mieszkańców regionu macierzystego w przyjazdach turystycznych do Bydgoszczy (por. ryc. 10, 11, 12). Jak wynika z analizy materiału empirycznego w roku 2015 najczęściej byli to mieszkańcy: powiatu bydgoskiego, Torunia, Grudziądza, Włocławka, powiatu nakielskiego, powiatu sępoleńskiego, powiatu żnińskiego, powiatu inowrocławskiego oraz powiatu aleksandrowskiego. Z wyżej wymienionych obszarów stwierdzono łącznie prawie 1/3 z ogółu badanych odwiedzających (32,3%).

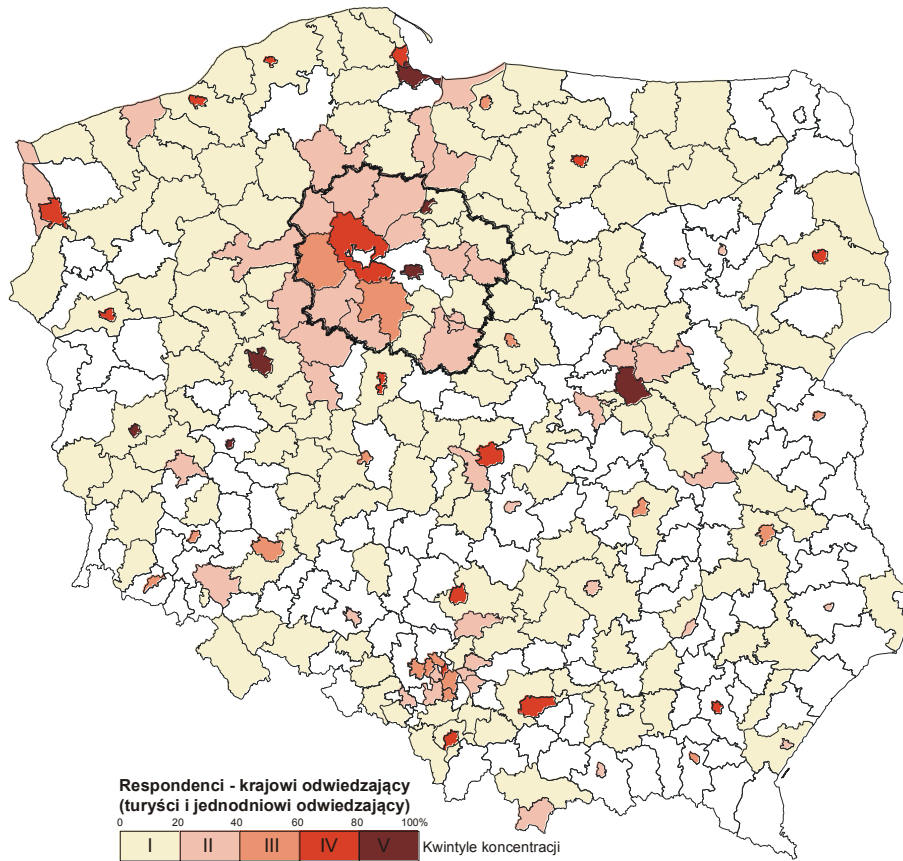
Jak ustalono w toku analizy, mapy wynikowe identyfikujące w roku 2015 obszary generujące przyjazdy do Bydgoszczy z dużych i średniej wielkości miast Polski (Poznań, Gdańsk, Gdynia, Sopot, Warszawa, Kraków, Łódź itp.) cechują się znacznym podobieństwem do otrzymanych w latach 2012 i 2013 (tab. 6.).

**Tabela. 6. Odsetki respondentów odwiedzających długookresowych i jednodniowych według powiatów wskazanych jako miejsca stałego zamieszkania**

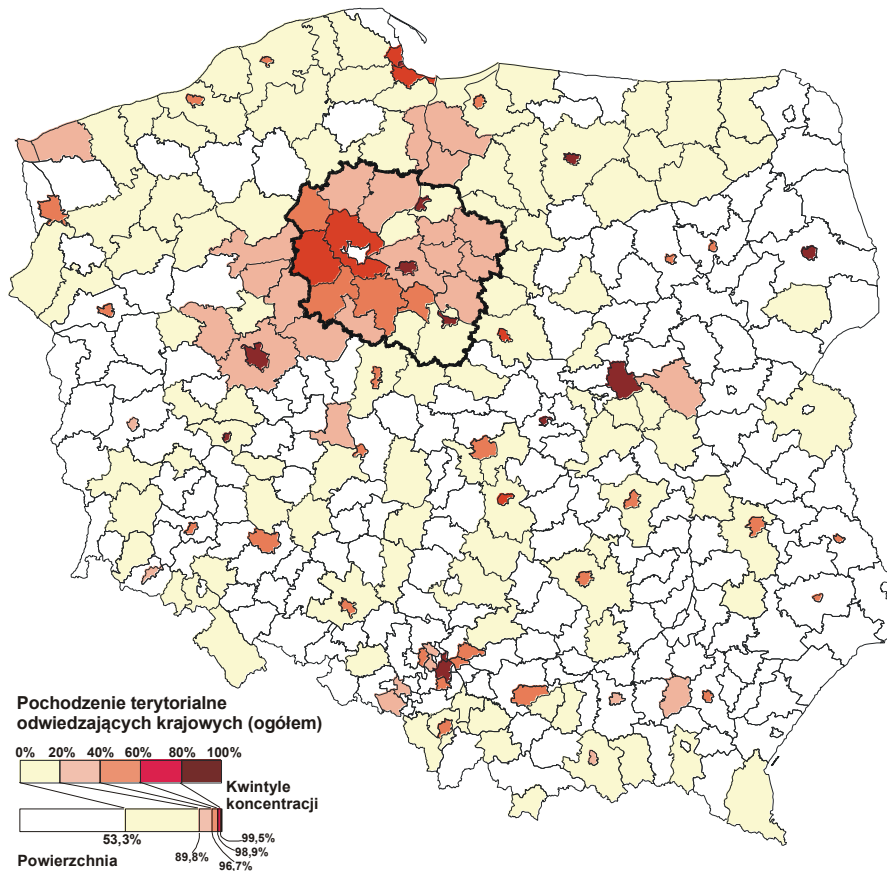
<b>Udział % (w relacji do liczby wskazań dla odwiedzających krajowych ogółem)</b>					
<b>Jednostki</b>	<b>2012</b>	<b>Jednostki</b>	<b>2013</b>	<b>Jednostki</b>	<b>2013</b>
powiat bydgoski	8,85	powiat bydgoski	8,11	powiat bydgoski	9,3
m. WARSZAWA	6,05	m. WARSZAWA	6,89	powiat nakielski	6,7
m. POZNAŃ	4,89	m. TORUŃ	6,11	m. TORUŃ	5,5
m. TORUŃ	4,48	m. GDAŃSK	4,63	powiat inowrocławski	4,4
powiat inowrocławski	3,43	m. POZNAŃ	4,12	m. WARSZAWA	4,2
powiat nakielski	2,91	powiat inowrocławski	3,54	m. POZNAŃ	4,0
m. KRAKÓW	2,62	powiat nakielski	2,96	powiat żniński	2,6
m. GDAŃSK	1,92	m. WROCŁAW	2,57	powiat malborski	2,1
m. WROCŁAW	1,69	m. KRAKÓW	2,32	m. GDAŃSK	1,9
m. GRUDZIĄDZ	1,57	m. ŁÓDŹ	2,19	powiat świecki	1,8
powiat toruński	1,51	m. SZCZECIN	2,19	powiat sępoleński	1,6
m. OLSZTYN	1,51	m. GDYNIA	1,74	m. KATOWICE	1,4
m. ŁÓDŹ	1,40	powiat żniński	1,74	m. KRAKÓW	1,4
m. GDYNIA	1,40	m. WŁOCŁAWEK	1,42	M. GRUDZIĄDZ	1,3
m. WŁOCŁAWEK	1,34	powiat świecki	1,35	powiat aleksandrowski	1,2
powiat żniński	1,28	m. GRUDZIĄDZ	1,16	powiat lipnowski	1,2
powiat świecki	1,11	m. CZĘSTOCHOWA	0,97	powiat wągrowiecki	1,2
m. SZCZECIN	1,11	m. ZIELONA GÓRA	0,97	powiat pilski	1,0
powiat pilski	0,93	powiat włocławski	0,90	powiat poznański	1,0
powiat ciechanowski	0,93	powiat gnieźnieński	0,84	m. WŁOCŁAWEK	1,0
powiat aleksandrowski	0,93	m. KATOWICE	0,84	powiat brodnicki	0,9
m. PŁOCK	0,87	m. LUBLIN	0,84	m. GDYNIA	0,9
m. KOSZALIN	0,87	m. OLSZTYN	0,84	powiat kwidzyński	0,9

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

*Uwagi: Uporządkowanie malejące według danych z roku 2015*



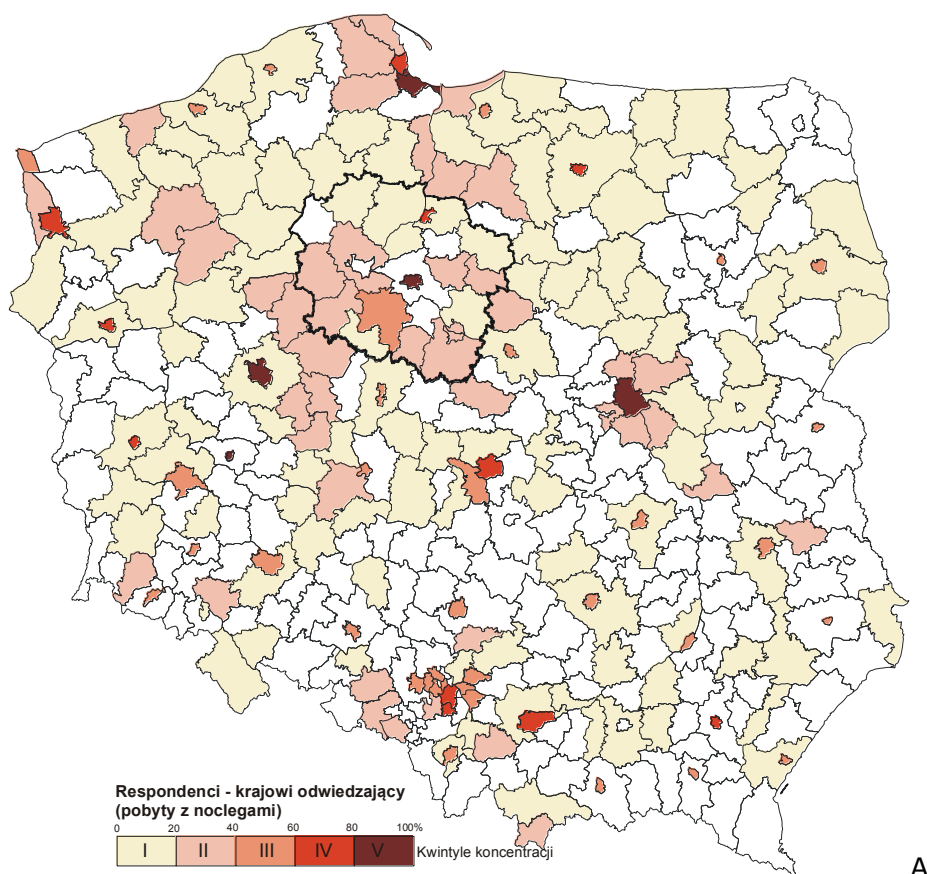
A



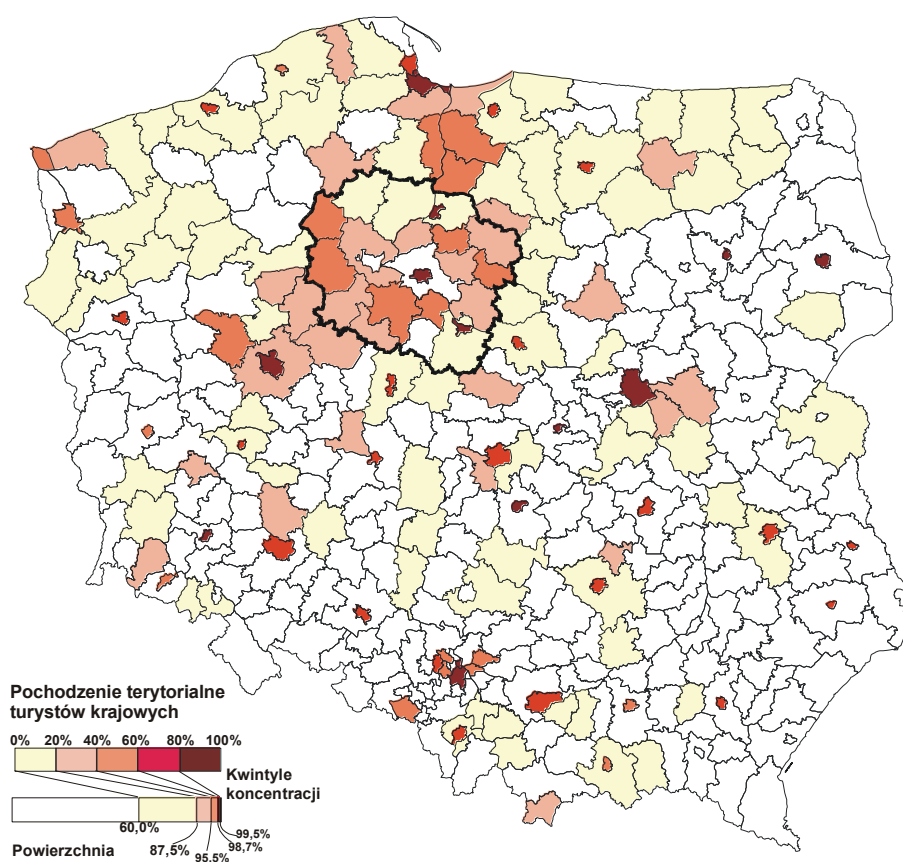
B

**Ryc. 10. Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc pochodzenia krajowych odwiedzających (ogółem) badanych w Bydgoszczy (A – 2013 r., B -2015)**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*



A

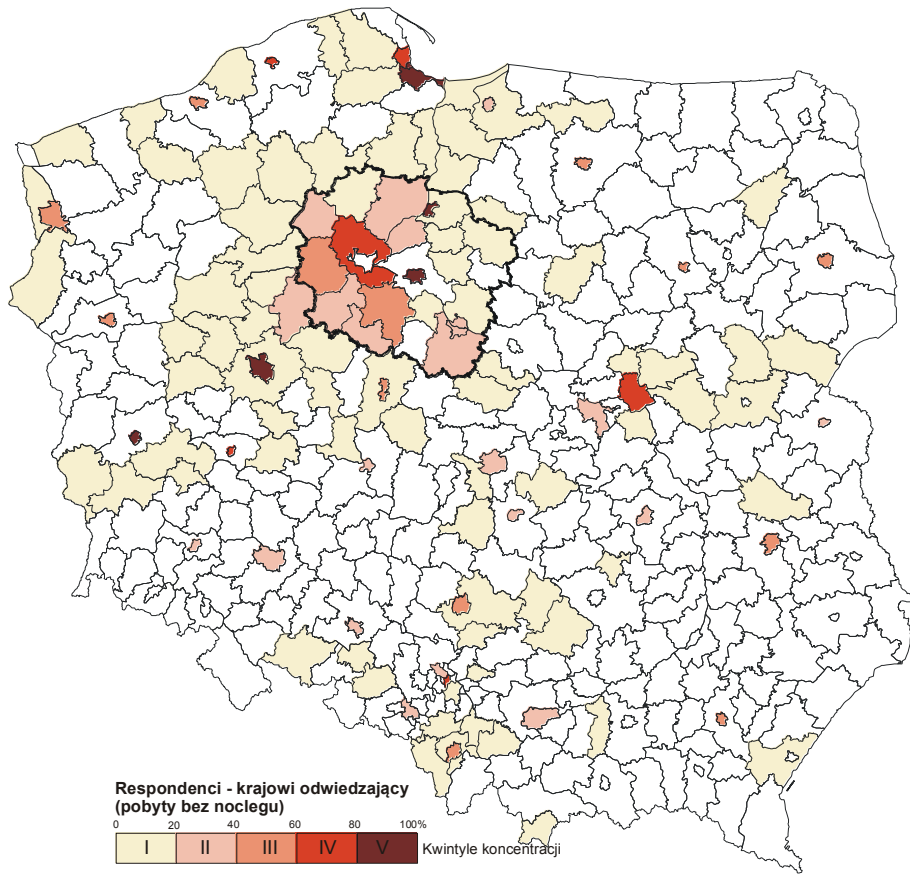


B

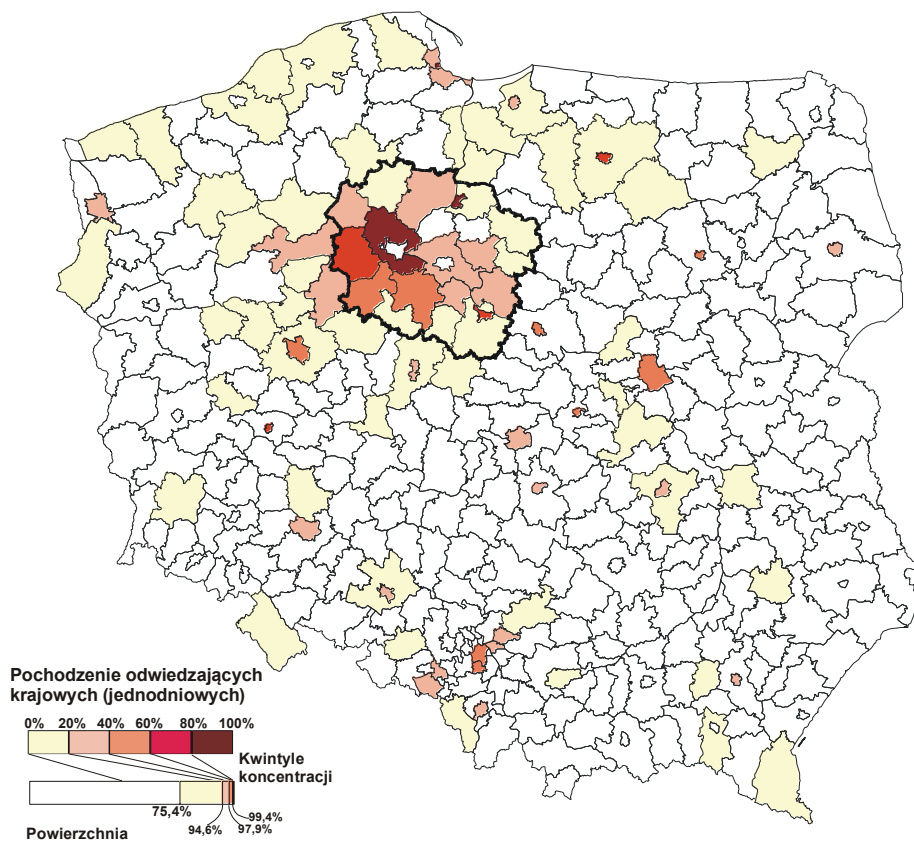
**Ryc. 11. Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych badanych w Bydgoszczy (A – 2013 r., B -2015)**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*





A



B

**Ryc. 12. Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających jednodniowych z kraju badanych w Bydgoszczy (A – 2013 r., B -2015)**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Reasumując, identyfikacja miejsc zamieszkania odwiedzających krajowych (turystów i odwiedzających jednodniowych) nadanych w roku 2015 wykazała daleko idące podobieństwo otrzymanych wyników z ustaleniami z lat poprzednich. Prowadzony monitoring potwierdza nie tylko regionalne, ale przede wszystkim ponadregionalne oddziaływanie Bydgoszczy na rynku krajowych podróży turystycznych. Zasięg ponadregionalny determinują przede wszystkim duże aglomeracje i miasta średniej wielkości, przy czym relatywnie największe natężenie przyjazdów w tym przypadku następuje z ośrodków miejskich zlokalizowanych w województwach ościennych (Poznań, Trójmiasto, Warszawa). Regionalny i lokalny charakter ruchu przyjazdowego w szeroko rozpatrywanych celach turystycznych determinowany jest przede wszystkim silnymi przepływaniami z centralnej, zachodniej oraz południowo-zachodniej części województwa. Istotne znacznie w ruchu wewnętrznym posiadają największe miasta naszego regionu.

W roku 2015 od turystów zagranicznych niestety nie udało się uzyskać wystarczającej do prawidłowej interpretacji próby wywiadów (obcokrajowcy w ogólnej liczbie 1038 przebadanych osób stanowili tylko 1,8%, dla przykładu w roku 2012 – stanowili 13%, w 2013 – 9%). W przebadanej próbie dominowali obywatele krajów europejskich, tj. w kolejności: z Niemiec (prawie 40%), Rosji, Wlk. Brytanii i Hiszpanii.

## **3.2. Organizacja podróży i charakterystyka pobytu odwiedzających w Bydgoszczy**

### **3.2.1. Bydgoszcz jako ośrodek etapowy lub docelowy podróży, częstotliwość wizyt oraz długość trwania pobytu**

Jak ustalono podczas badań w roku 2013 Bydgoszcz dla przeważającej części badanych odwiedzających stanowiła ośrodek docelowy przyjazdów (w grupie 1733 respondentów tego typu wskazań otrzymano ponad 80%). Z podsumowania odpowiedzi otrzymanych w najnowszych badaniach można wnioskować, że tendencja ta utrzymała się. Z najnowszych danych wynika, że miasto stanowiło punkt docelowy realizowanych podróży w przypadku 76,6% z ogółu osób badanych (tj. z 1037 respondentów) (tab. 7.). Jak można było przypuszczać opisywany parametr osiągnął wyższą wartość wśród odwiedzających będących stałymi mieszkańcami naszego regionu (89%). W przypadku turystów i odwiedzających jednodniowych pochodzących spoza województwa kujawsko-

pomorskiego dla prawie 1/3 z tej grupy (32,8%) Bydgoszcz stanowiła ośrodek etapowy podróży.

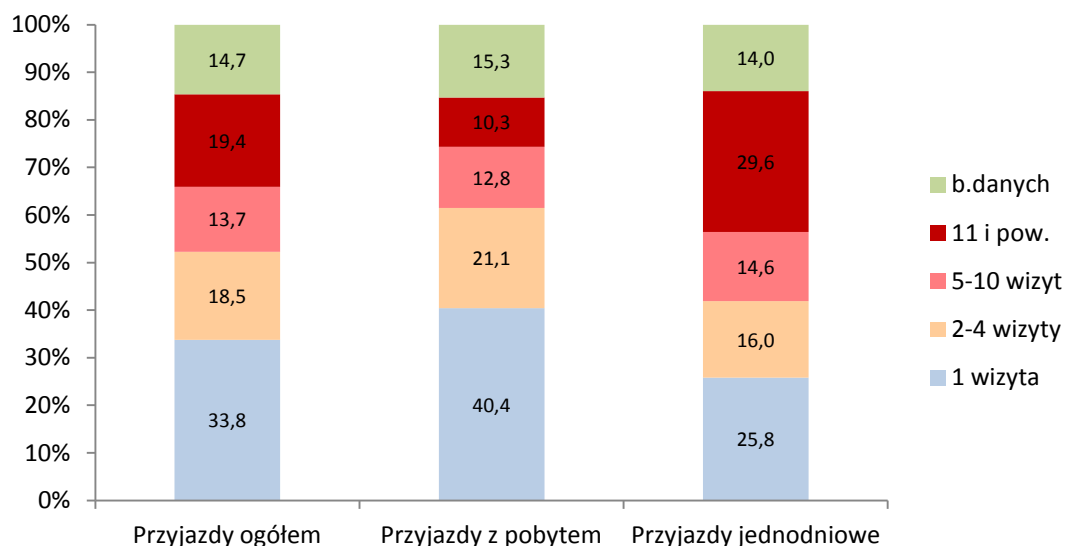
**Tabela. 7. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy w grupie badanych respondentów**

Kategorie	Odwiedzający (w %)					
	Ogółem		krajowi		zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015
pierwszy przyjazd	59,2	33,8	57,9	33,4	72,2	44,4
kolejny przyjazd	40,8	66,2	42,1	66,6	27,8	55,6
m. Bydgoszcz – miejsce docelowe podróży	84,4	76,6	84,2	77,5	83,5	36,8
m. Bydgoszcz – etap podróży	15,6	23,4	15,8	22,5	16,5	63,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych  
(\* z uwzględnieniem obserwacji wykluczonych)

Analizując częstotliwość przyjazdów na podstawie danych tegorocznych stwierdzono relatywnie niższy udział wskazań świadczących o realizacji pierwszego w tym roku pobytu w mieście (2013 – 59,2%, 2015 – 33,8%) (tab.7). Sytuacja ta oznacza w relacji do roku 2013 wzrost poziomu powtarzalności wizyt, przy czym cechą charakterystyczną jest to, że na taką sytuację wpływ miała przede wszystkim zwiększona liczba przyjazdów z regionu kujawsko-pomorskiego (otrzymane wyniki uwiarygodniły wyraźną dysproporcję - w grupie odwiedzających pochodzących z regionu kujawsko-pomorskiego poziom powtarzalności wizyt osiągnął wartość 89%, co oznacza, że dominowały w niej osoby realizujące kolejny przyjazd w tym roku, natomiast w grupie odwiedzających zamieszkujących poza naszym województwem wskaźnik przyjął wartość 49,7%).

W roku 2012 45,3% badanych osób odwiedzających zadeklarowało, że w tym okresie Bydgoszcz odwiedzało co najmniej „kilka razy w roku” lub „raz w miesiącu”. Z kolei w roku 2013 tego typu deklaracji w grupie badanych ogółem stwierdzono prawie 60% (dokładnie 58,1%). W związku ze zmianą zakresu pytania diagnozującego poziom powtarzalności wizyt w roku 2015 (zastosowano pytanie otwarte z możliwością wskazania dokładnej liczby wizyt) możliwe stało się głębsze i bardziej czytelne zbadanie rozkładu tego parametru. Analiza parametru z wykorzystaniem nowego zakresu pytania potwierdziła ustalenia z lat ubiegłych. Na podstawie rozkładu odpowiedzi można wyciągnąć wniosek, że migracje turystyczne ukierunkowane do Bydgoszczy (przyjazdy na dłuższy pobyt oraz jednodniowe w celach turystycznych) są najczęściej wynikiem wizyt ponawianych w okresie jednego roku - w grupie przyjazdów (ogółem) ponad 30% stwierdzonych przyjazdów były to wizyty kolejne - tj. co najmniej 5-ta. Wyższy poziom częstotliwości wizyt stwierdzono wśród przyjazdów krótkich, jednodniowych - w tym przypadku aż ponad 40% były to wizyty kolejne (tzn. co najmniej 5-ta) (por. ryc. 13).



**Ryc. 13. Częstotliwość wizyt w Bydgoszczy w badanej grupie respondentów (2015)**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

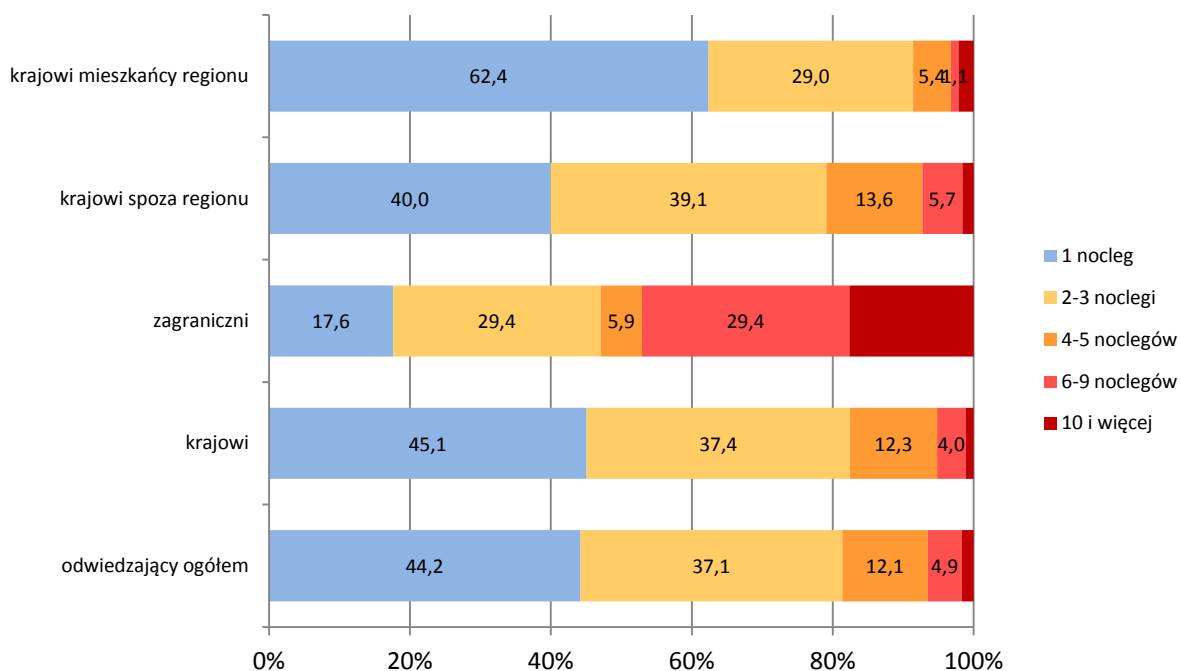
Ważnym parametrem opisującym ruch turystyczny jest struktura długości trwania pobytów w miejscu recepcyjnym. Jak wynika z zestawienia odpowiedzi udzielonych przez odwiedzających nieco ponad połowa z nich realizowała na terenie Bydgoszczy pobyt z co najmniej jednym noclegiem (2015 - 52,1%) (tab. 8). Uzyskany w bieżących badaniach wynik jest zatem zbliżony z poziomem tego parametru zdiagnozowanym w roku 2013 (realizację przyjazdów łączonych z noclegami na terenie Bydgoszczy deklarowało wtedy 55,5% z ogółu osób badanych). Rozkład uzyskanych w bieżącym roku danych może ponadto wskazywać na pewną różnicę w zachowaniach odwiedzających - pochodzących z regionu i mieszkających poza nim (w ubiegłych latach nie wykonano tego typu analizy). Uzyskane wyniki wskazują, że w relacji do ogółu badanych w Bydgoszczy częściej nocowały osoby pochodzące spoza naszego regionu (74,1% z tej grupy podczas badania zadeklarowało realizację przyjazdu z co najmniej jednym noclegiem).

W strukturze długości trwania przyjazdów turystycznych (a więc połączonych z co najmniej jednym noclegiem) zaznaczyła się przewaga przyjazdów tylko na 1 noc i była to sytuacja odmienna od obserwowanej w roku 2013 (tab. 8, ryc. 14). Długość pobytów w roku 2015 uległa skróceniu - odsetek przyjazdów na jedną noc w roku 2015 przyjął wartość 44,2% a dopiero na kolejnym miejscu w rankingu zaznaczyły się pobyty z 2-3 noclegami (37,1%) (w roku 2013 dominowały pobyty na 2-3 noce - a ich udział w strukturze ogółem wynosił aż 46,8%).

Tabela. 8. Planowana długość pobytu respondentów w Bydgoszczy w roku 2015

Kategorie odwiedzających	Długość pobytu (w %)					
	kilka godzin	1 nocleg	2-3 noclegi	4-5 noclegów	6-9 noclegów	10 i więcej
odwiedzający ogółem	47,9	23,1	19,4	6,3	2,5	0,9
krajowi	48,5	23,2	19,2	6,3	2,1	0,6
zagraniczni	15,0	15,0	25,0	5,0	25,0	15,0
krajowi spoza regionu	25,9	74,1	29,0	10,1	4,2	1,2
krajowi mieszkańcy regionu	78,4	13,5	6,3	1,2	0,2	0,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych  
(\* z uwzględnieniem obserwacji wykluczonych)



Ryc. 14. Struktura długości trwania pobytów w badanej grupie respondentów (2015)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

### 3.2.2. Wykorzystywane źródła informacji

W roku 2015 w odróżnieniu od procedur zastosowanych w poprzednich badaniach (2012, 2013) analizie poddano wyłącznie skłonność do poszukiwania informacji przed przyjazdem do Bydgoszczy. W przeanalizowanej grupie odwiedzających zidentyfikowano odsetek odwiedzających, którzy „poszukiwali” bądź „nie poszukiwali” informacji przed przyjazdem, ponadto scharakteryzowano strukturę wykorzystywanych źródeł informacji otrzymaną w grupie „poszukujących”. W związku z koniecznością dopasowania się do zakresu pytań kwestionariuszowych zastosowanych w „Monitoringu ruchu turystycznego

w województwie kujawsko-pomorskim 2015” w kafeterii odpowiedzi nie ujęto kilku, dotychczas analizowanych źródeł (np. targi turystyczne, placówki dyplomatyczne). Sytuacja ta wpłynęła na możliwość porównania wyników otrzymanych w roku 2015 z wynikami z lat poprzednich (porównano tylko wybrane kategorie).

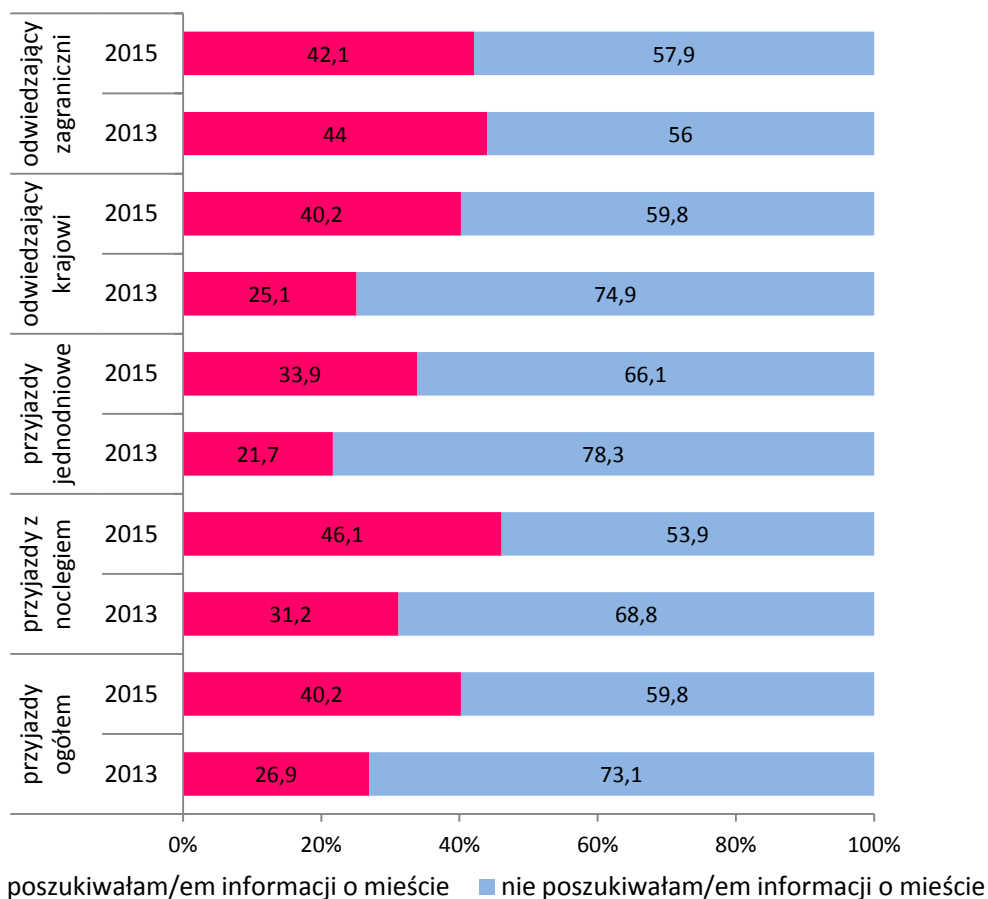
Niezwykle pozytywną informacją w relacji do ustaleń z lat poprzednich jest stwierdzony wyraźny wzrost liczby odwiedzających, którzy poszukiwali przed przyjazdem informacji na temat Bydgoszczy (tab.9) (ryc.15). Według deklaracji respondentów informacji na temat miasta przed realizacją podróży poszukiwało w 2015 r. aż 40,2% z ogółu badanych (2012 – 28,4%, 2013- 26,9%). Wzrost zanotowano zarówno w grupie odwiedzających jednodniowych (2013- 21,7%, 2015 – 33,9%), jak i wśród turystów (2013- 31,2%, 2015 – 46,1%). Z odpowiedzi pozyskanych w grupach odwiedzających krajowych i zagranicznych można wnioskować, że coraz chętniej informacji przed przyjazdem do miasta poszukują odwiedzający krajowi (w grupie obcokrajowców poziom wskaźnika w relacji do wyników badań z roku 2013 nie uległ zasadniczej zmianie – utrzymał się na podobnym poziomie). W przypadku potwierdzenia powyższych wyników w kolejnych badaniach będzie to bardzo ważna wskazówka do działań promocyjno-marketingowych.

**Tabela 9. Aktywność respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy (w latach 2013, 2015)**

Kategorie	Przyjazdy/odwiedzający:									
	ogółem		przyjazdy z noclegiem		przyjazdy jednodniowe		odwiedzający krajowi		odwiedzający zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015
tak poszukiwałam/em informacji o mieście	26,9	40,2	31,2	46,1	21,7	33,9	25,1	40,2	44,0	42,1
nie poszukiwałam/em informacji o mieście	73,1	59,8	68,8	53,9	78,3	66,1	74,9	59,8	56,0	57,9

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Jak wynika z analizy materiału źródłowego wyższy poziom skłonności (jak można było przypuszczać) charakteryzował respondentów realizujących pierwsze wizyty w mieście (w tej grupie 60% respondentów twierdziło, że przed przyjazdem poszukiwało informacji na temat Bydgoszczy). Wśród odwiedzających Bydgoszczy kolejny raz poziom skłonności do poszukiwania informacji na temat miast był o wiele niższy (zaledwie 28,9%) (ryc. 15.).



**Ryc. 15. Poziom aktywności respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów w latach 2013 i 2015**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Odpowiedzi respondentów charakteryzujące źródła informacji wykorzystywane przed przyjazdem do Bydgoszczy wskazują na dominującą rolę i znaczenie Internetu. Jak wynika z uzyskanych w roku 2015 danych Internet - podobnie jak w latach poprzednich - stanowił najważniejsze wykorzystywane źródło informacji i to bez względu na to jaką kategorię odwiedzających rozpatrywano (Internet dominował w grupie turystów, odwiedzających jednodniowych, odwiedzających krajowych a także zagranicznych) (tab.10, ryc. 16).

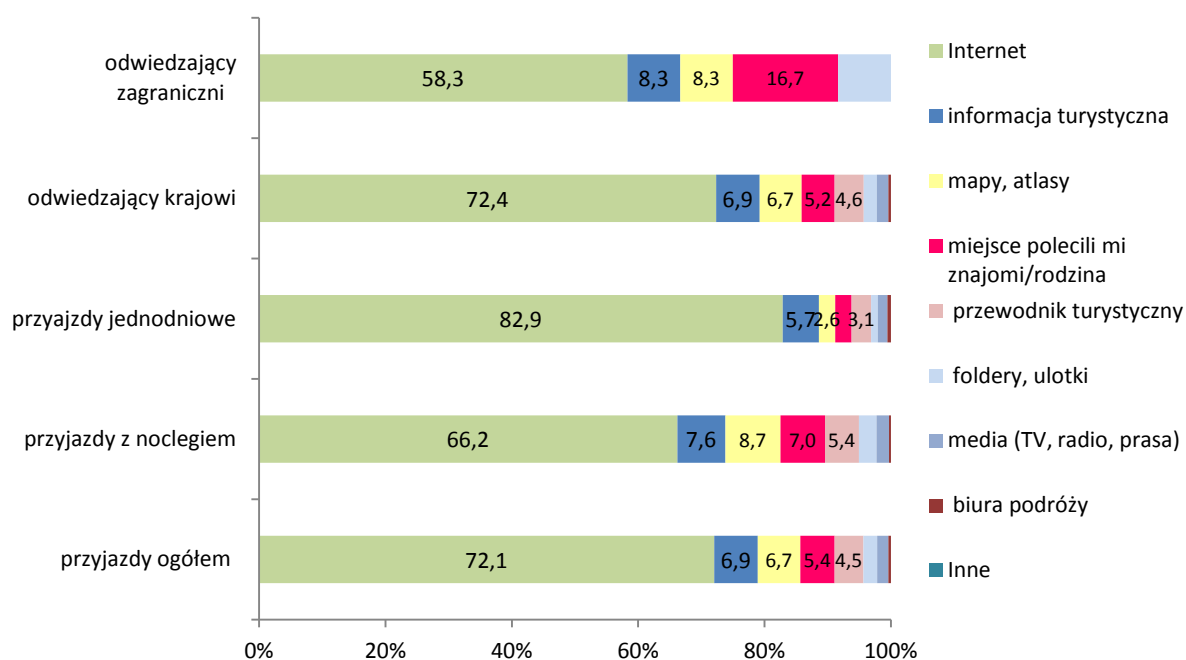
Podsumowując, w latach 2012-2015 w przypadku wykorzystania Internetu jako źródła informacji o ofercie turystycznej miasta Bydgoszczy obserwuje się wzrostową tendencją wskazań (w grupie ogółem odwiedzających: w 2012 r. - 52,2% z ogółu, w 2013 r. - 58,6%, w 2015 r. - 72,1%). Wyniki otrzymane w roku 2015 dają podstawę do stwierdzenia, że wśród dotychczas analizowanych źródeł informacji utrzymuje się znaczenie źródeł tradycyjnych (mapy, atlasy, przewodniki turystyczne). Pozytywną informacją jest także stwierdzona, większa niż dotychczas, skłonność do pozyskiwania informacji w punktach/centrach i ośrodkach IT. Ponadto w relacji do ustaleń z roku 2012

i 2013 w roku 2015 trochę rzadziej respondenci wykorzystywali informacje przekazywane kanałami nieformalnymi (rodzina/znajomi) oraz za pośrednictwem telewizji, radia i prasy.

**Tabela 10. Wykorzystywane przed przyjazdem źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów (2015)**

Kategorie	Przyjazdy/odwiedzający:				
	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
strony internetowe	72,1	66,2	82,9	72,4	58,3
punkty, centra i ośrodki IT/informacja turystyczna	6,9	7,6	5,7	6,9	8,3
mapy, atlasy	6,7	8,7	2,6	6,7	8,3
miejsce polecili mi znajomi/rodzina	5,4	7,0	2,6	5,2	16,7
przewodniki turystyczne	4,5	5,4	3,1	4,6	0,0
foldery/ulotki	2,2	2,8	1,0	2,0	8,3
media (TV, radio, prasa)	1,8	2,0	1,6	1,9	0,0
biura podróży	0,4	0,3	0,5	0,4	0,0
inne	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



**Ryc. 16. Źródła informacji wykorzystywane przed przyjazdem do miasta przez badanych odwiedzających (2015)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



### 3.2.3. Organizacja podróży

Analizując formy organizacyjne przyjazdów w pytaniu skierowanym do respondentów wydzielono 7 możliwych odpowiedzi („podróż organizowana samodzielnie/indywidualnie”, „organizacja przyjazdu z udziałem rodziny lub znajomych”, „przyjazdy przy współudziale/za pośrednictwem biur podróży”, „przyjazdy służbowe - zakłady pracy/firmy”, „przyjazdy organizowane przez instytucje” (w tym: edukacyjne, wyznaniowe) oraz „inne” formy organizacyjne.

W roku 2015 w całkowitej grupie badanych największy odsetek stanowiły przyjazdy organizowane indywidualnie (81,5%). Ich dominująca rola ujawniła się zarówno w grupie przyjazdów turystycznych (tj. z noclegami - 78,%) oraz jednodniowych (85%), jak również wśród odwiedzających krajowych (81,7%) i obcokrajowców (68,4%).

Analiz porównawcza wyników badań z lat 2012, 2013 i z roku 2015 daje podstawę do przyjęcia wniosku o utrzymaniu się znaczenia (dominacji) przyjazdów organizowanych samodzielnie wśród ogółu badanych form organizacyjnych (tab. 11, ryc. 17).

W roku 2015 (podobnie jak w roku 2012 i 2013) drugą pod względem znaczenia formą organizacyjną przyjazdów były przyjazdy organizowane przez zakłady pracy/firmy (11% z ogółu wskazań). Warto dodać, że w roku 2015 udział zakładów pracy/firm w organizacji przyjazdów wyraźnie wzrósł w grupie przyjazdów jednodniowych (2012 - 5,7%, 2013- 3,5%, 2015 - 10,2%).

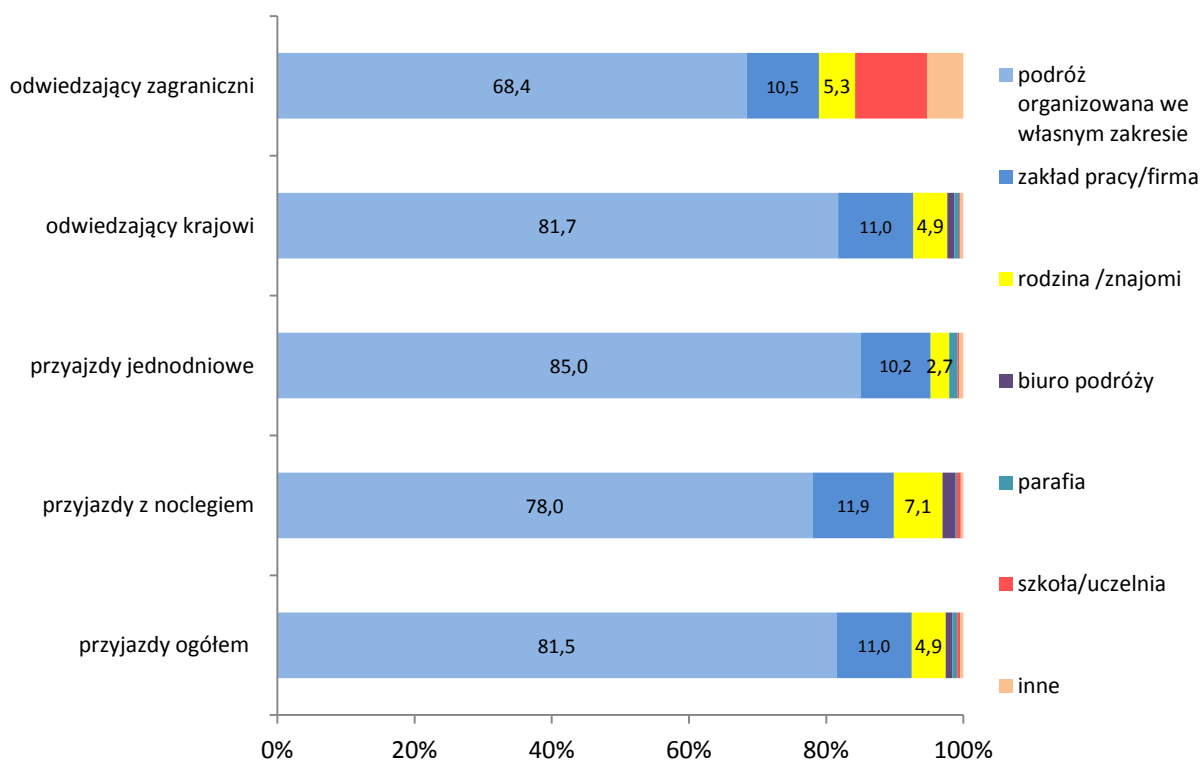
Pozostałe analizowane formy organizacyjne generalnie utrzymały swoją pozycję w strukturze (rodzina/znajomi - 4,9% w roku 2015, 2013- 6,6%, 2012 - 4,2%, biura podróży ponownie z niskim znaczeniem - 2012 - 1,5%, 2013 - 1,2%, 2015 - 1,0%).

Na tle całej populacji respondentów ponownie wyraźnie różnice obserwowano wśród odwiedzających zagranicznych. Podgrupa ta charakteryzowała się przede wszystkim mniejszym w relacji do ogółu odsetkiem przyjazdów zorganizowanych indywidualnie (62,7% wskazań w 2013 r., w 2015 r. - 68,4%). Charakterystyczne jest, że w latach wcześniejszych w zbiorowości turystów zagranicznych stwierdzano podwyższone odsetki przyjazdów organizowanych z udziałem biur podróży - tym razem niestety tej formy nie zidentyfikowano (oczywiście w tym przypadku należy brać pod uwagę możliwości interpretacyjne ze względu na małą liczebność populacji turystów zagranicznych w grupie badanych ogółem - uzyskanego wyniku nie można traktować jako istotnego).

Tabela 11. Organizacja przyjazdów do Bydgoszczy (w %)

Kategorie	Przyjazdy/odwiedzający:									
	ogółem		przyjazdy z noclegiem		przyjazdy jednodniowe		odwiedzający krajowi		odwiedzający zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015
podróż organizowana we własnym zakresie	81,5	81,5	76,1	78,0	88,2	85,0	83,5	81,7	62,7	68,4
zakład pracy/firma	8,0	11,0	11,6	11,9	3,5	10,2	7,3	11,0	13,7	10,5
Rodzina/znajomi	6,6	4,9	7,1	7,1	6,0	2,7	6,4	4,9	8,7	5,3
biuro podróży	1,2	1,0	1,4	1,9	0,9	0,0	0,8	1,0	5,0	0,0
Parafia	0,2	0,7	0,2	0,2	0,1	1,2	0,2	0,7	0,0	0,0
Szkoła/uczelnia	1,7	0,5	2,3	0,4	0,4	0,6	1,3	0,4	5,5	5,3
Inne	1,0	0,4	1,5	0,6	0,9	0,2	0,6	0,2	4,3	10,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 17. Organizacja przyjazdów w grupie badanych respondentów według wydzielonych grup przyjazdów (2015)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

### 3.2.4. Cele przyjazdów

Doświadczenia wieloletnich badań ruchu turystycznego dają podstawę do stwierdzenia, że dokonywany przez turystów wybór form i kierunków podróży uzależniony jest najczęściej od kilku wzajemnie nakładających się motywów a współczesny turysta decydując się na podróż realizuje nierzadko kilka celów jednocześnie. Biorąc powyższe pod uwagę – podobnie jak we wcześniejszych edycjach badań - odwiedzającym umożliwiono zaznaczenie kilku wariantów odpowiedzi, charakteryzujących realizowane cele przyjazdów do Bydgoszczy.

W wyniku zastosowania opisanej powyżej procedury (w roku 2015 w grupie 1038 respondentów) zebrano ogółem 1675 odpowiedzi (tab. 12, ryc. 18). Analizując cele przyjazdów koniecznym było częściowe dostosowanie się do zakresu pytania zastosowanego w badaniach monitorujących ruch turystyczny w regionie kujawsko-pomorskim (sytuacja ta niestety wpłynęła na uszczuplenie możliwości wykonania całościowego porównania wyników pomiędzy latami 2013 i 2015 r.).

Odpowiedzi respondentów udzielone z wykorzystaniem listy 9 kategorii celów wyłoniły pod ich podliczeniu grupę trzech najczęściej powtarzających się celów. Jak wynika z otrzymanych statystyk były to kolejności: odwiedzić krewnych i znajomych (25,2% z ogółu), wypoczynek (21,8%) oraz zwiedzanie (18,2%). Istotnymi celami przyjazdów okazały się również: cel związany z dokonywaniem zakupów (11,9%) oraz służbowy (10,7%). Skrajnie niewielką liczbę wskazań – podobnie jak w latach ubiegłych – zanotowano w przypadku celu zdrowotnego i religijnego.

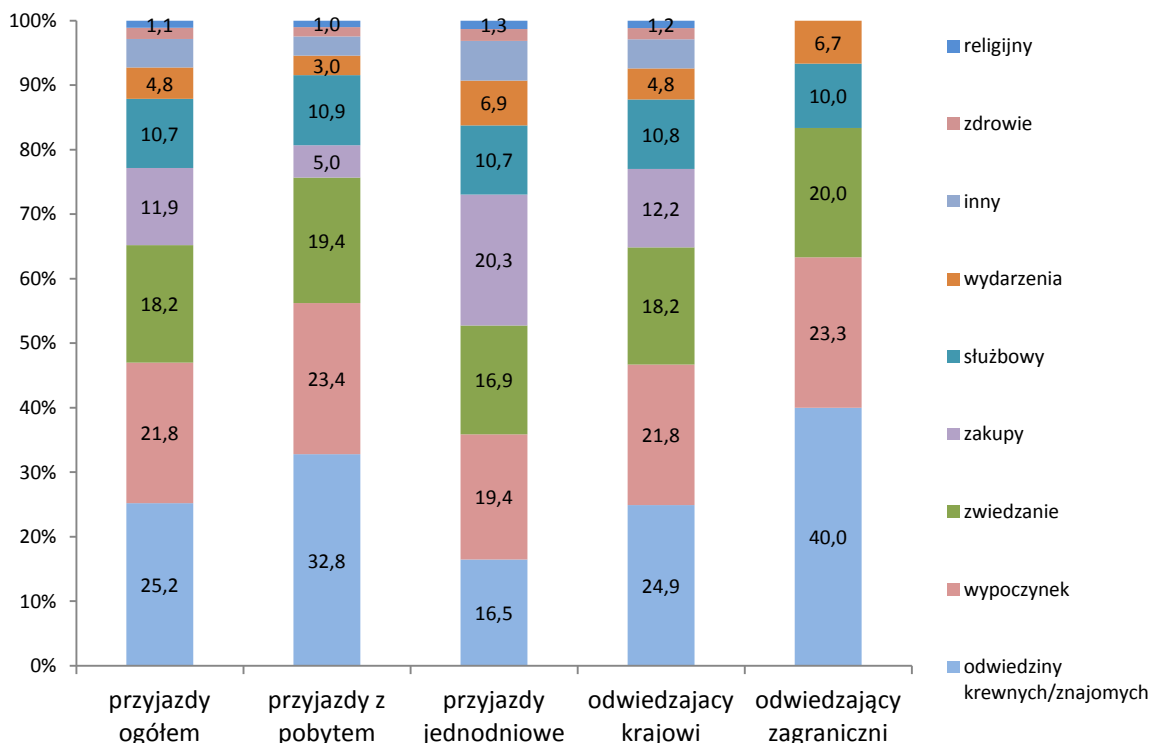
**Tabela 12. Cele przyjazdów do Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych kategorii przyjazdów/odwiedzających**

Kategorie	Przyjazdy/odwiedzający:				
	przyjazdy ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
odwiedziny krewnych/znajomych	25,2	32,8	16,5	24,9	40,0
wypoczynek	21,8	23,4	19,4	21,8	23,3
zwiedzanie	18,2	19,4	16,9	18,2	20,0
zakupy	11,9	5,0	20,3	12,2	0,0
służbowy	10,7	10,9	10,7	10,8	10,0
wydarzenia	4,8	3,0	6,9	4,8	6,7
inny	4,4	3,0	6,2	4,5	0,0
zdrowie	1,7	1,4	1,8	1,8	0,0
religijny	1,1	1,0	1,3	1,2	0,0

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Tym samym w grupie celów dominujących uzyskano generalnie wyniki zbliżone do otrzymanych w poprzednich edycjach badań (dla przykładu w roku 2013 do celów dominujących należały: cel turystyczny, odwiedziny krewnych/znajomych, wypoczynek – rozrywka w mieście, sprawy zawodowe). Dość duża zmiana w pozycji rankingowej dotyczy celu związanego z przyjazdami na zakupy, który w latach 2012 i 2013 nie był tak silnie reprezentowany (cel ten w roku 2015 dominował w grupie przyjazdów krótkich – jednodniowych)

Opisana sytuacja w grupie przyjazdów ogółem w gruncie rzeczy przekłada się na większość z wydzielonych podgrup przyjazdów, choć oczywiście można zauważyć pewne odstępstwa. Dla przykładu odwiedziny krewnych i znajomych dominowały w grupie przyjazdów połączonych przynajmniej z jednym noclegiem, ale nie były najważniejszym celem przyjazdów jednodniowych (w tym przypadku najczęściej wskazywano cel zakupowy). Odwiedziny krewnych i znajomych stanowiły także najczęstszy powód przyjazdów w grupie Polaków i obcokrajowców. Jednak w przypadku turystów zagranicznych (pomimo ich niewielkiej reprezentacji w grupie ogółem) warto zauważyć, że cel ten zrealizowało aż 40% z badanych – a co ważne nie były to osoby posiadające polskiego obywatelstwa.



Ryc. 18. Cele przyjazdów do Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów (2015)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

### 3.2.5. Osoby towarzyszące podczas podróży i pobytu

W latach 2012 i 2013 badani odwiedzający Bydgoszcz (turyści i odwiedzający jednodniowi) najczęściej przyjeżdżali do miasta w towarzystwie najbliższej rodziny lub samotnie. Jak wynika z najnowszych badań rola przyjazdów rodzinnych w strukturze ogółem pomimo obserwowanego spadku udziału procentowego w strukturze ogółem utrzymała się (w 2015 r. przyjazdy w towarzystwie najbliższych członków rodziny zadeklarowało 35,1% z ogółu badanych) (tab. 13). Rodzinny charakter przyjazdów ujawnił się zarówno w grupie badanych Polaków (35%), jak i obcokrajowców (42,1%) (warto jednak dodać, że znaczenie tego typu przyjazdów w grupie odwiedzających krajowych w relacji do 2013 r. uległo obniżeniu, natomiast wynik otrzymany w grupie obcokrajowców był wyższy - jednak ze względu na niewielką reprezentację turystów zagranicznych w całkowitej grupie respondentów otrzymane w tej grupie wskazania nie powinny podlegać interpretacji).

**Tabela 13. Osoby towarzyszące w podróży (w %) według wydzielonych podgrup przyjazdów**

Kategorie	Przyjazdy/odwiedzający:									
	ogółem		przyjazdy z noclegiem		przyjazdy jednodniowe		odwiedzający krajowi		odwiedzający zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015
z najbliższą rodziną	43,3	35,1	44,3	39,5	42,2	30,2	44,4	35,0	32,9	42,1
podróżując sam/a	21,5	26,8	23,1	24,1	19,7	29,6	22,1	26,8	16,1	21,1
przyjechałam/em ze znajomymi	10,7	20,8	7,2	14,1	15,1	28,2	10,4	21,2	14,3	0,0
Przyjechałam/am z partnerem/ką	16,8	9,0	15,0	12,8	19,0	4,7	17,2	9,0	13,7	10,5
przyjechałam/em z grupą wycieczkową	2,8	2,0	3,4	2,8	1,9	1,0	1,4	2,0	15,5	0,0
Inne*	4,8	6,4	7,0	6,6	2,1	6,2	4,5	6,0	7,5	26,3

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Uwagi: Kategoria „inne” w 2013 oznaczała przyjazdy z kolegami/koleżankami z pracy

Wyniki z roku 2015 wskazują na istotną rolę w przyjazdach do Bydgoszczy podróży indywidualnych (samotnych) (26,8%) oraz w towarzystwie znajomych (20,8%) (otrzymane w okresie 2013-2015 wyniki cechuje zatem duże podobieństwo).

Reasumując, dane pozyskane w roku 2015 oraz ich zestawienie z wynikami z lat wcześniejszych (2012, 2013) dają podstawę do stwierdzenia utrzymywania się korzystnej dla rozwoju usług turystycznych w Bydgoszczy tendencji – mianowicie - przewagi przyjazdów w większych grupach osób. W roku 2015 66,9% badanych respondentów

deklarowało przyjazdy z osobami towarzyszącymi (rodzina, znajomi, partner/ka, grupa wycieczkowa).

### 3.2.6. Środki transportu

Informacje pozyskane na temat środków transportu wykorzystywanych przez odwiedzających w celu podróży do Bydgoszczy wykazują znaczne podobieństwo do wyników pozyskanych w monitoringu w latach poprzednich (por. tab. 14).

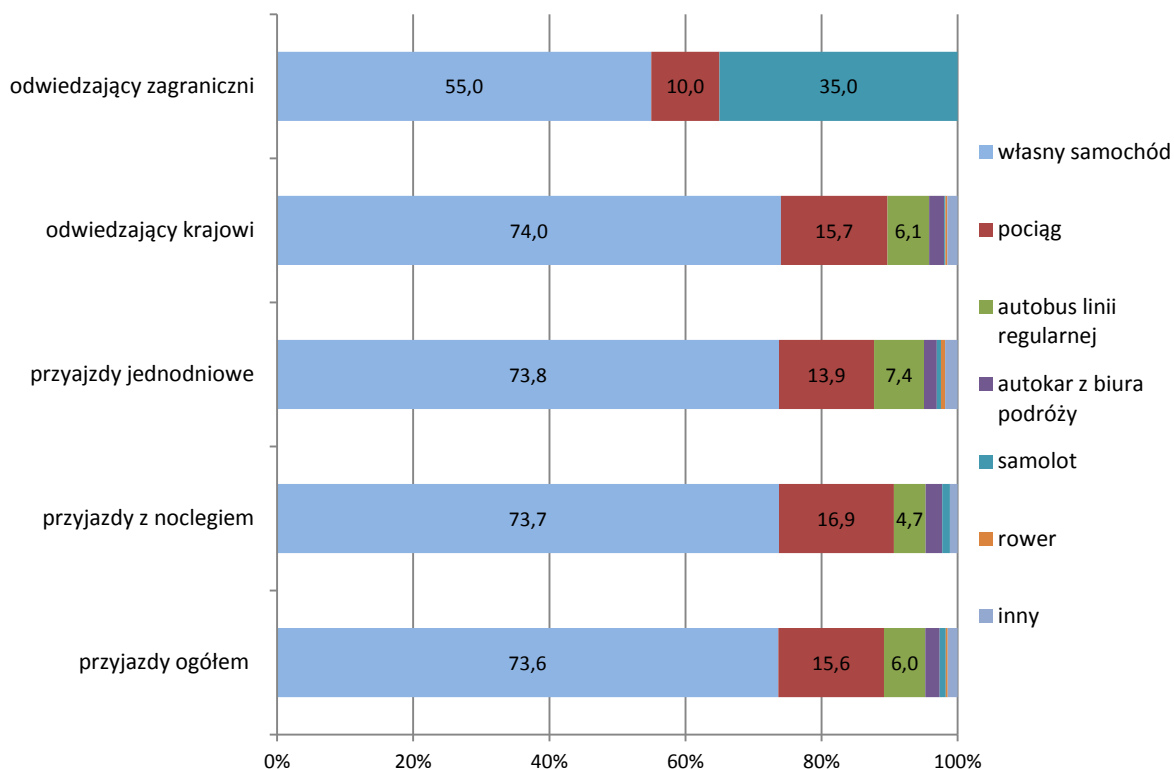
Dominujące znaczenie w przyjazdach do Bydgoszczy w roku 2015 (zarówno w grupie turystów, jak i odwiedzających jednodniowych) ogrywały prywatne auta (2012 - 59,7%, 2013, 70,4, 2015 - 73,6). Swoje znaczenie w strukturze utrzymała także kolej (2012 -20%, 2013 - 15,2%, 2015 - 15,6%) oraz autobusy linii regularnych (2012 - 7,1%, 2013 - 7,2%, 2015 - 6%). W roku 2015 przyjazdy z wykorzystaniem pozostałych, analizowanych środków transportu (w tym autokarów z biur podróży) ponownie posiadały jedynie śladowy charakter.

W grupie turystów zagranicznych oprócz własnego (a czasami zapewne wypożyczonego) samochodu istotną rolę spełniał samolot. W odniesieniu do danych z roku 2013 udział tego środka transportu w tej grupie wzrósł o 6,3 punktu procentowego (tab. 14, ryc. 19).

**Tabela 14. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów**

Kategorie	Przyjazdy/odwiedzający:									
	ogółem		przyjazdy z noclegiem		przyjazdy jednodniowe		odwiedzający krajowi		odwiedzający zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015
własny samochód	70,4	73,6	64,8	73,7	77,5	73,8	74,8	74,0	28,0	55,0
pociąg	15,2	15,6	19,3	16,9	10,1	13,9	15,5	15,7	12,7	10,0
autobus linii regularnej	7,2	6,0	5,5	4,7	9,3	7,4	7,3	6,1	6,4	0,0
autokar z biura podróży	3,1	2,1	4,6	2,4	1,2	1,8	0,8	2,2	24,2	0,0
samolot	3,2	0,9	5,3	1,1	0,5	0,6	0,6	0,2	28,7	35,0
rower	0,4	0,3	0	0,0	0,8	0,6	0,4	0,3	0,0	0,0
inny	0,6	1,5	0,4	1,1	0,7	1,8	0,6	1,5	0,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 19. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do Bydgoszczy (2015)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

### 3.2.7. Wykorzystywana baza noclegowa

Badania realizowane w 2015 r. – podobnie jak w latach 2012 i 2013 – wykazały, że najważniejszą pozycję w strukturze bazy noclegowej wykorzystywanej podczas pobytów w Bydgoszczy zajmuje nadal tak zwana „tania baza noclegowa” (noclegi u znajomych lub rodziny) (2013 – 61% - 25,4%- 2015) (por. tab. 15, ryc. 20). Zachowania organizacyjne turystów odwiedzających Bydgoszcz nie odbiegają zatem od modelu obserwowanego na rynku krajowym (w naszym kraju realizowanie noclegów u rodziny lub znajomych podczas podróży krótkoterminowych, czy długookresowych jest aktywnością charakterystyczną, już od dłuższego okresu zjawisko to niezmiennie utrzymuje się na wysokim poziomie - jest to najważniejszy rodzaj bazy noclegowej wybierany przez Polaków).

Jak wynika z podsumowania odpowiedzi uzyskanych od respondentów w okresie 2013-2015 na swojej popularności nie straciły również bydgoskie hotele. Wśród przebadanej grupy turystów 26,5% zadeklarowało wybór właśnie tego rodzaju bazy noclegowej. Ponadto, warto wskazać, że w porównaniu do wyników z II edycji badania

(rok 2013) w roku 2015 wyraźnie większą popularnością cieszyły się hostele (2013 – 1,4%, 2015 – 6,4%).

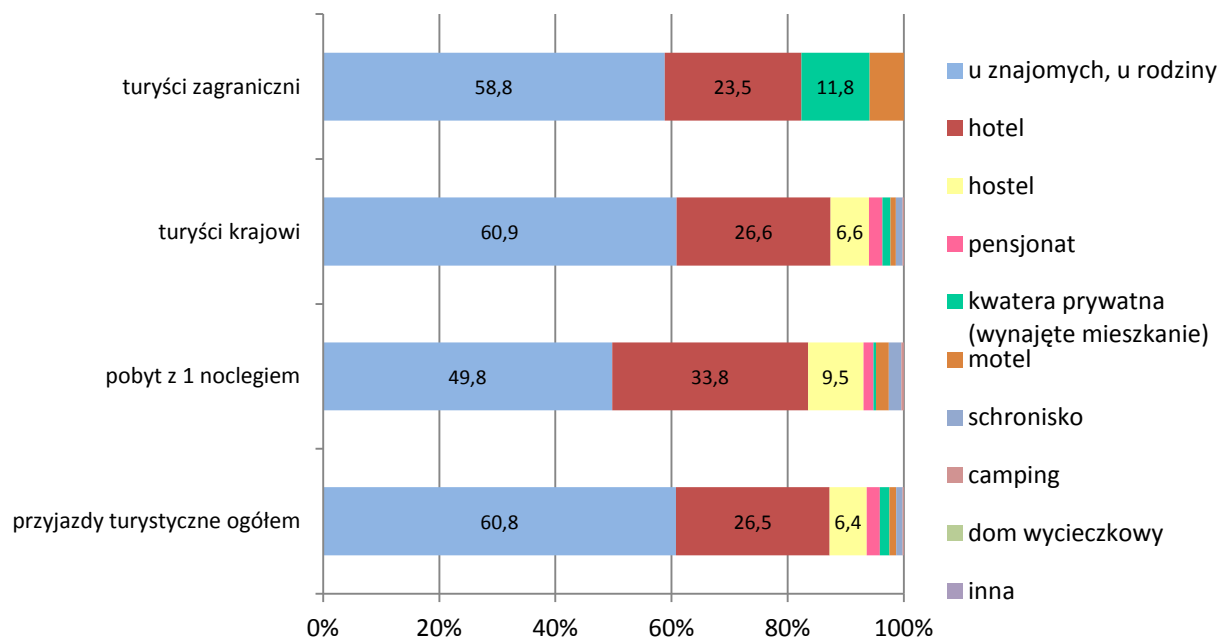
Wyniki badań wskazują na spadek zainteresowania noclegami w tzw. kwaterach prywatnych i generalnie na utrzymanie się na niezmiennym poziomie zainteresowania realizacją noclegów w bazie pensjonatowej i motelach.

**Tabela 15. Wykorzystywana baza noclegowa podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów**

Kategorie	Przyjazdy/turyści:							
	przyjazdy turystyczne ogółem (z noclegami)		przyjazdy z jednym noclegiem		turyści krajowi		turyści zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015
u znajomych, u rodziny	61,0	60,8	83,8	49,8	63,9	60,9	45,7	58,8
hotel	23,4	26,5	12,5	33,8	24,7	26,6	15,7	23,5
hostel	1,4	6,4	0,0	9,5	1,4	6,6	1,4	0,0
pensjonat	1,1	2,3	0,0	1,7	0,9	2,3	2,1	0,0
kwatera prywatna (wynajęte mieszkanie)	4,4	1,7	0,0	0,4	3,8	1,4	7,9	11,8
schronisko turystyczne	0,4	1,1	0,0	2,2	0,5	1,2	0,0	0,0
motel	1,9	1,1	3,8	2,2	1,7	1,0	2,9	5,9
dom wycieczkowy	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
inne	6,3	0,2	0,0	0,4	2,9	0,2	24,3	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Uwagi: Kategoria odpowiedzi „inne” zawiera również wskazania charakteryzujące wykorzystanie campingu jako bazy noclegowej (w roku 2012 i 2013 nie wyodrębniono tego rodzaju bazy noclegowej w strukturze)



**Ryc. 20. Baza noclegowa wykorzystywana przez badanych respondentów według wydzielonych podgrup przyjazdów (2015)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



### 3.2.8. Kwoty wydatkowane podczas pobytu

Badanie wydatków turystów i odwiedzających jednodniowych należy do zadań trudnych i z reguły z różnych powodów obciążone jest dużym ryzykiem błędu. Mimo świadomości, że uzyskiwane wyniki nie będą precyzyjne to jednak pod uwagę bierze się fakt, że podczas wywiadów pozyskiwanie od turystów tego typu informacji jest w praktyce jedynym sposobem ustalania poziomu wydatków związanych z przyjazdem i pobytem w danej destynacji i zarazem podstawą szacowania efektów ekonomicznych wynikających z ruchu turystycznego.

W roku 2015 konstrukcja pytania zasadniczo nie uległa zmianie, jednakże w wyniku koniecznego dopasowania do zakresu pytania użytego w badaniach ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim wprowadzono kosmetyczne zmiany (połączenia) w niektórych przedziałach wydatków. W efekcie tych działań różnice w konstrukcji pytania zastosowanego w 2015 r. w odniesieniu do roku 2013 są zauważalne wyłącznie w najniższych i najwyższych przedziałach wydatków. Podczas wywiadu respondenci byli proszeni o wskazanie poziomu wydatków jakie ponosili na 1 osobę na 1 dzień pobytu (ze względu na problemy pojawiające się po stronie respondentów na początku badań zrezygnowano z rozpoznawania kategorii wydatków – np. noclegi, zakupy, bilety wstępu itp).

W roku 2013 odwiedzający podczas 1 dnia pobytu w Bydgoszczy najczęściej wydatkowali do 100 zł na 1 osobę (50,8%). W trzech najniższych przedziałach, tj. do 300 zł mieściło się aż 84,4% z wszystkich otrzymanych wskazań. Sytuacja w roku 2015 niestety nie uległa zasadniczej poprawie. Badana grupa odwiedzających ponownie najczęściej deklarowała wydatki na poziomie do 100 zł (29% z ogółu wydało do 50 zł, 24,9% od 51 – do 100 zł – razem 54%) (tab. 16.). W przedziale do 300 zł tym razem skupiło się aż 89% wskazań.

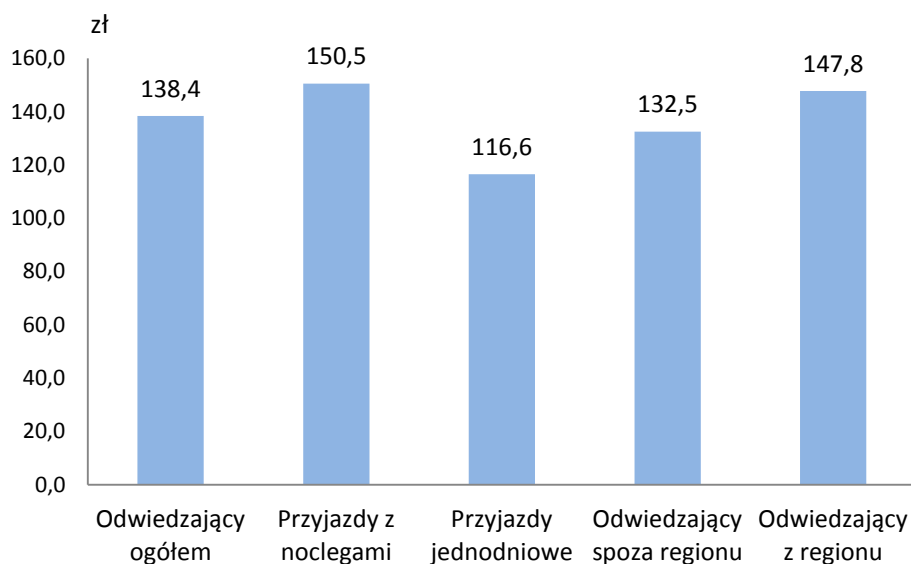
**Tabela 16. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających (na 1 osobę/ 1 dzień)**

Kategorie	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (w %)				
	przyjazdy ogółem	przyjazdy turystyczne (z noclegami)	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający spoza regionu	odwiedzający z regionu
Do 50 zł	29,2	21,4	40,1	27,2	32,2
51-100 zł	24,9	27,0	22,4	29,0	18,2
101-200 zł	21,6	25,5	16,8	22,6	20,1
201-300 zł	13,4	15,5	10,3	12,5	15,0
301-400 zł	6,3	5,6	6,9	4,9	8,4
401-500 zł	2,7	3,1	1,7	2,3	3,3
501-1000 zł	1,6	1,9	0,9	1,4	1,9
powyżej 1000zł	0,4	0,0	0,9	0,0	0,9

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Rozkłady odpowiedzi respondentów analizowane w wydzielonych podgrupach przyjazdów są podobne do obserwowanych w badaniach z 2013 r. Dla przykładu specyfiką przyjazdów jednodniowych jest znacznie częstsze wydatkowanie niskich kwot (do 50 zł) (40,1%), aniżeli w przyjazdach połączonych z pobytem dłuższym (z co najmniej jednym noclegiem) (21,4%). Jak wynika z otrzymanych struktur odpowiedzi skłonność do wydatkowania najniższych kwot była nieco większa w grupie odwiedzających pochodzących z regionu kujawsko-pomorskiego (odwiedzający z tej grupy najczęściej realizowali przyjazdy jednodniowe).

Średnie wydatków obliczona dla ogółu badanych respondentów wyniosła 138,4%. Najniższe średnia wydatków ujawniła się w grupie przyjazdów jednodniowych (116,6 zł). Co charakterystyczne, średnia wydatków turystów i odwiedzających jednodniowych pochodzących z region kujawsko-pomorskiego okazała się wyższą aniżeli w grupie odwiedzających spoza regionu (132,5)



**Ryc. 21. Średnie wydatki na 1 osobę na 1 dzień pobytu deklarowane przez odwiedzających badanych w roku 2015**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

### 3.3. Ocena atrakcyjności i jakości wybranych elementów potencjału turystycznego Bydgoszczy

#### 3.3.1. Ocena bazy noclegowej i gastronomicznej

W obecnych realiach rynku turystycznego, przy pogłębiającej się między ośrodkami i regionami konkurencji o turystów oraz wyraźnym wzroście projakościowych

zachowań konsumentów działalność podmiotów świadczących usługi hotelarskie i żywieniowe wpływa znacząco na postrzeganie atrakcyjności turystycznej destynacji.

Ocena bazy noclegowej i gastronomicznej 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. Należy w tym miejscu dodać, że w poprzednich edycjach badań nie pozyskiwano informacji w takim zakresie.

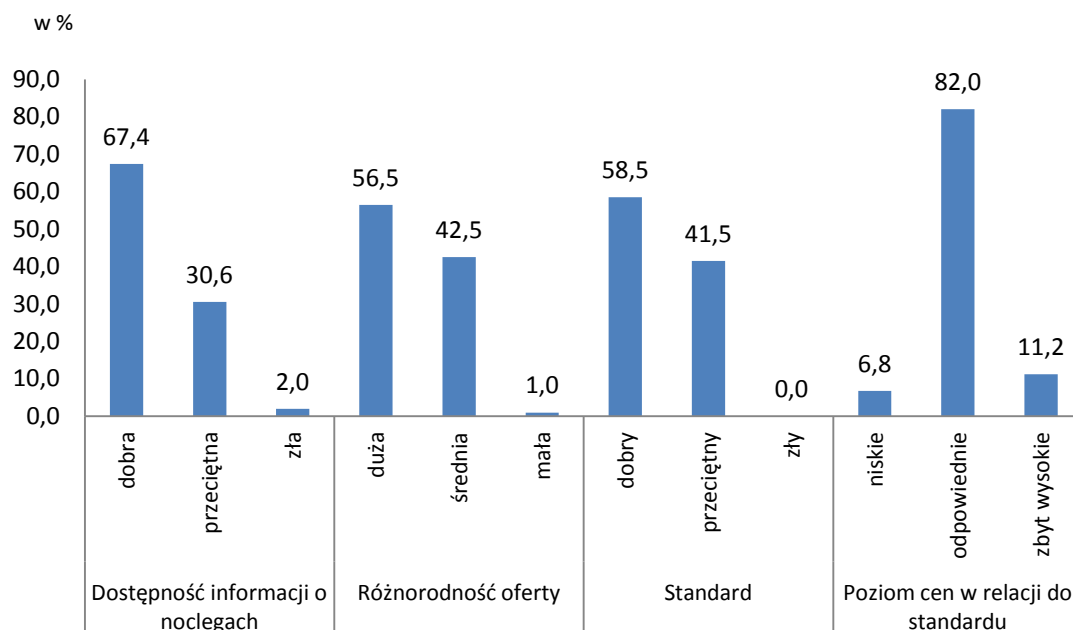
Wyniki opisujące parametr dostępności informacji o noclegach w Bydgoszczy z jednej strony dają podstawę do stwierdzenia, że sytuacja w tym zakresie wygląda dobrze (67,4% z ogółu odpowiedzi), z drugiej zaś prawie 1/3 opinii określających go jako przeciętny może budzić pewien niepokój. Warto jednak w tym miejscu dodać, że oceny przeciętne częściej wystawiali odwiedzający pochodzący z terenu województwa kujawsko-pomorskiego (47,8%), a jak wcześniej już udokumentowano ta grupa realizowała przede wszystkim przyjazdy krótkie (jednodniowe, beznoclegowe). W grupie odwiedzających spoza regionu dominowały oceny dobre (72,2%) (por. tab. 17, ryc. 22).

**Tab. 17. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie Bydgoszczy w grupie badanych respondentów (2015)**

Ocenianie kategorie	Skala ocen	Odwiedzający ogółem (w%)	Odwiedzający spoza regionu (w tym zagraniczni) (w%)	Odwiedzający z regionu (w%)
dostępność informacji o noclegach	dobra	67,4	72,2	50,7
	przeciętna	30,6	25,7	47,8
	zła	2,0	2,1	1,5
różnorodność oferty	duża	56,5	62,3	36,8
	średnia	42,5	36,4	63,2
	mała	1,0	1,3	0,0
standard	dobry	58,5	61,8	47,1
	przeciętny	41,5	38,2	52,9
	zły	0,0	0,0	0,0
poziom cen w relacji do standardu	niskie	6,8	6,4	8,5
	odpowiednie	82,0	81,3	84,7
	zbyt wysokie	11,2	12,3	6,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Rozkład ocen charakteryzujących różnorodność oferty bazy noclegowej podobnie jak dostępności informacji o noclegach można uznać za zadowalający. Większość badanych osób określiła ją na najwyższym poziomie („duża różnorodność” - 56,4%). Wyraźnie częściej lepsze oceny wystawiały osoby realizujące przyjazdy spoza naszego regionu (por. tab. 17, ryc. 22).



**Ryc. 22. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem (2015) (w%)**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Standard usług noclegowych w Bydgoszczy był również oceniony na najwyższym w skali poziomie (dobry). Wskazania tego typu pochodziły od 58,5% badanych osób - 41,5% określiło go jako przeciętny (w tym miejscu należy dodać, że odpowiedzi nie korelowano z miejscami faktycznego zakwaterowania respondentów, ponadto oceny mogły wystawiać również osoby, które nie realizowały noclegów na terenie miasta). Rozkład odpowiedzi w grupach odwiedzających spoza regionu i z obszaru województwa ponownie wykazał dysproporcje w ocenach (niższe oceny wystawiali respondenci z regionu macierzystego) (por. tab. 17, ryc. 22).

W podejmowanych próbach oceny zadowolenia konsumentów ze świadczonych usług istotnym aspektem jest opinia konsumenta na temat relacji między postrzeganym standardem usługi a obowiązującą ceną. Opinie pozyskane w roku 2015 wskazują, że odwiedzający (82,0%) uznali poziom cen w relacji do oferowanego standardu za odpowiedni. Co 9 respondent twierdził jednak, że ceny są zawyżone (tym razem zaobserwowano zgodność w opiniach odwiedzających z regionu i spoza regionu) (por. tab. 17, ryc. 22).

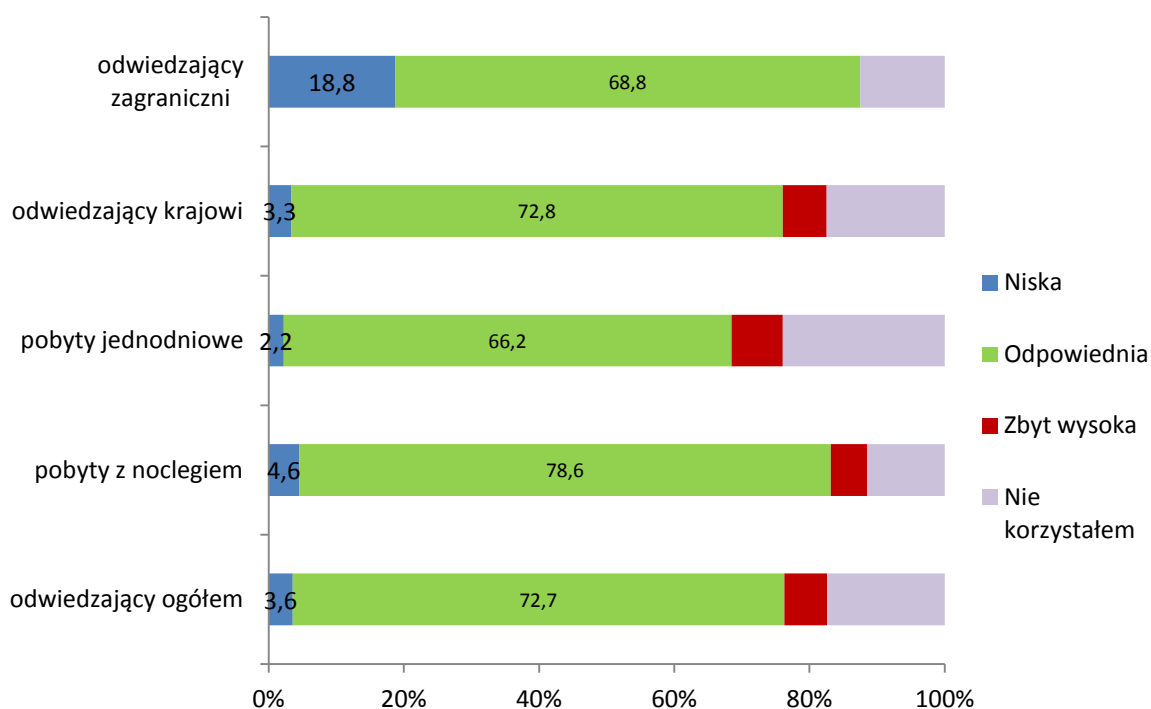
Biorąc pod uwagę zwiększające się w ostatnich latach znaczenie usług gastronomicznych w ocenie atrakcyjności oferty turystycznej destynacji ważnym celem badań stało się pozyskanie opinii na temat jakości oferty gastronomicznej w Bydgoszczy. W badaniu respondenci mogli ocenić usługi gastronomiczne w skali trójstopniowej,

odnosząc się do relacji pomiędzy poziomem cen za usługi gastronomiczne a jakością tych usług (por. tab. 18, ryc. 23).

**Tab. 18. Ocena bazy gastronomicznej w aspekcie jakość- cena - na podstawie opinii turystów i odwiedzających Bydgoszcz w roku 2015**

Kategorie ocen	Kategorie odwiedzających/przyjazdów (w %)				
	Odwiedzający ogółem	Przyjazdy z noclegiem	Przyjazdy jednodniowe	Odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
niska	3,6	4,6	2,2	3,3	18,8
odpowiednia	72,7	78,6	66,2	72,8	68,8
zbyt wysoka	6,4	5,3	7,6	6,5	0,0
nie korzystałem	17,3	11,5	23,9	17,4	12,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



**Ryc. 23. Ocena relacji cen – jakość usług gastronomicznych w badanej grupie respondentów (2015)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Uzyskane odpowiedzi świadczą o korzystnym postrzeganiu oferty gastronomicznej Bydgoszczy. Satysfakcja konsumentów ujawniła się w opiniach na temat poziomu cen za oferowane usługi (72,7% z całkowitej badanej grupy odwiedzających wyraziło opinie, że ceny są odpowiednie – co jednocześnie może oznaczać, że jakość oferty jest zgodna z oczekiwaniami klientów).

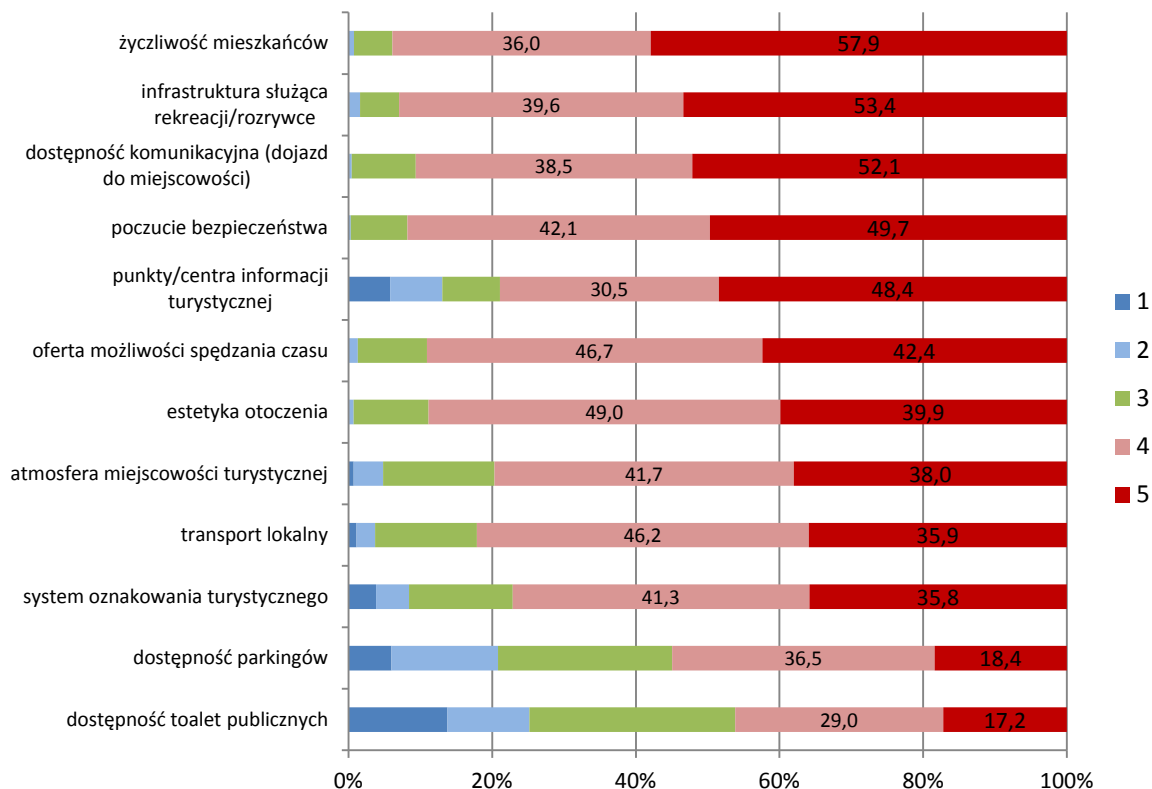
### **3.3.2. Ocena wybranych komponentów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej**

W badaniach społecznych aspektów turystyki podstawowe znaczenie ma czynnik ludzki. Zasadnym wydaje się więc wykorzystanie metody jakościowej tj. skalowania.

Zgodnie z założeniami monitoringu ustalonymi w I edycji badań (2012 r.) respondentów poproszono o wyrażenie opinii na temat wybranej grupy elementów charakteryzujących potencjał turystyczny miasta. W efekcie tego działania udało się uzyskać interesujący materiał, pozwalający na kompleksową ocenę wizerunku turystycznego Bydgoszczy postrzeganego przez odwiedzających. Pytanie zawarte w kwestionariuszu pozwalało na ocenę: „turystycznej atmosfery” miasta, gościnności, bezpieczeństwa, systemu oznakowania turystycznego, dostępności parkingów, transportu lokalnego. Oceniane komponenty miały zatem wymiar niematerialny (np. atmosfera miejscowości, gościnność), jak i materialny (np. dostępność parkingów). Mając na uwadze konieczność dostosowania się do zakresu pytań przyjętych w monitoringu ruchu turystycznego województwa kujawsko-pomorskiego w ocenie nie uwzględniono „bazy noclegowej” i „bazy gastronomicznej” (analizę tych składników zagospodarowanie turystycznego przeprowadzono osobno).

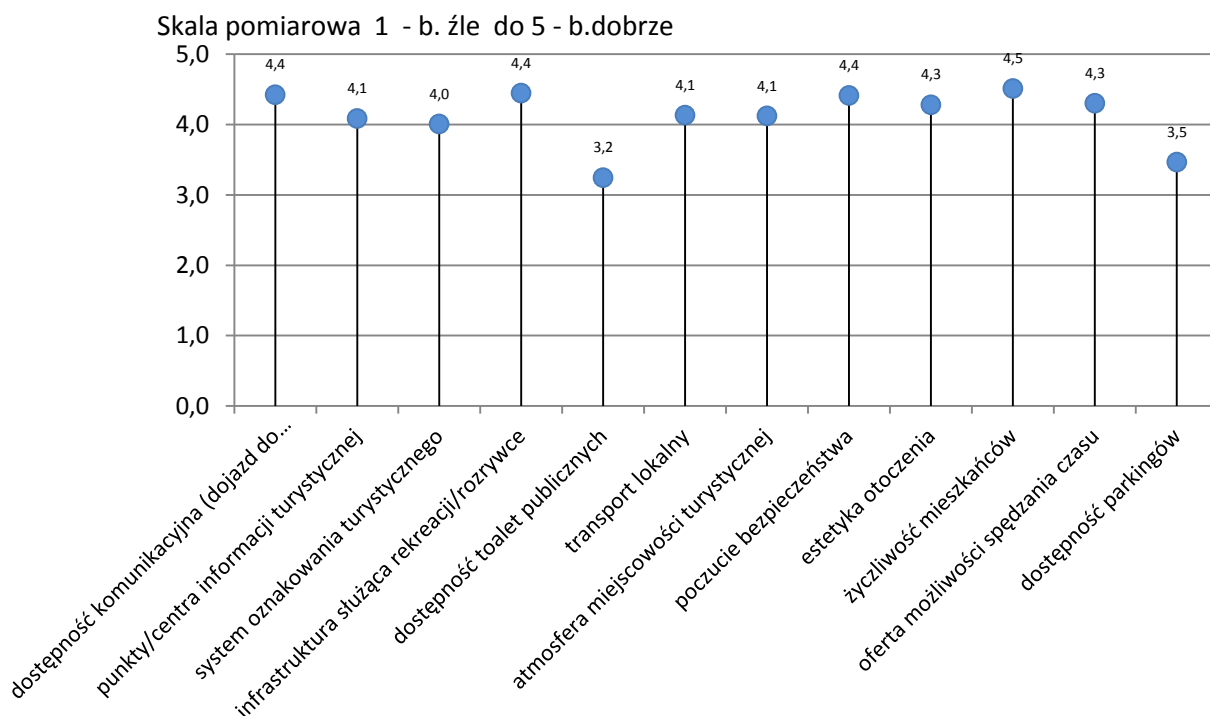
W 2013 spośród 14 ocenianych elementów potencjału ankietowani najlepiej ocenili: „informację turystyczną”, „życzliwość/uprzejmość mieszkańców” oraz „bazę gastronomiczną”. Bardzo wysokie noty otrzymały również „oferta możliwości spędzania czasu wolnego”, „baza noclegowa”, „dostępność komunikacyjna” oraz „poczucie bezpieczeństwa”. W bieżącym roku grupa wyniki rozłożyły się nieco inaczej. Najlepiej odwiedzający ocenili „życzliwość mieszkańców”, „infrastrukturę rekreacyjną”, „dostępność komunikacyjną” oraz „poczucie bezpieczeństwa” (w powyższych przypadkach najczęściej padały oceny 5 i 4). W 2015 r. oceny najwyższe rzadziej padały w przypadku „informacji turystycznej” i „oferty możliwości spędzania czasu wolnego” co generalnie nie oznacza spadku ich jakości (oceny najwyższe stanowiły w tych przypadkach powyżej 70% z ogółu) (por. ryc. 24 i 25).

Cechą specyficzną wizerunku turystycznego Bydgoszczy jest utrzymująca się przeciętna ocena takich elementów jak: „dostępność toalet publicznych” i „dostępność parkingów”. Na podstawie uzyskanych danych można również uznać, że pewne problemy nadal występują z pozytywnym odbiorem „systemu oznakowania turystycznego” i „działalności informacji turystycznej” (oba wymienione elementy w ocenie zespołu badawczego funkcjonują dość dobrze, jednak nadal pojawiające się oceny negatywne każą zastanowić się na przyczynami tego zjawiska – być może są to problemy natury komunikacyjnej).



Ryc. 24. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających (2015)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 25. Średnia ocen wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających (2015)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

### 3.3.3. Miejsca, obiekty, wydarzenia - atrakcje turystyczne zapamiętane z pobytu

Odwiedzający ankietowani w roku 2015 wskazując miejsca, obiekty lub wydarzenia uznane przez nich za atrakcje turystyczne podali łącznie 1562 typów (podobnie jak w latach ubiegłych respondenci mogli podać więcej niż jedno wskazanie). Pozyskane odpowiedzi otwarte poddano procedurze klasyfikacji segregując je z wykorzystaniem kategorii wydzielonych w latach wcześniejszych.

Pomimo mniejszej aniżeli w roku 2013 liczby osób badanych oraz pozyskanych od nich typów wyniki otrzymane w bieżącym roku generalnie nie odbiegają od ubiegłorocznych. Obiekty i miejsca oraz różnego rodzaju wydarzenia podane przez ankietowanych wskazują na koncentrację atrakcji turystycznych przede wszystkim w centralnej, najstarszej części miasta. Podobnie jak w roku 2013 badani turyści i odwiedzający najczęściej typowali atrakcje w obszarze śródmieścia (80,2% z ogółu zebranych typów), głównie w jego centralnym punkcie (Stary Rynek – 197 wskazań) oraz w jego bliskim otoczeniu (cała przestrzeń Wyspy Młyńskiej - 576). W pamięci turystów pozostanie również atrakcyjny teren Leśnego Parku Kultury i Wypoczynku w Myśliczynie wraz z jego różnymi atrakcjami (131 wskazań) (por. tab. 19).

W całkowitej liczbie pozyskanych typów atrakcji największy odsetek wskazań uzyskały: Wyspa Młyńska (32,8%), Stary Rynek (12,6%), LPKiW w Myśliczynie (8,4%), Opera Nova (5,2%), Kanał Bydgoski (4,3%), architektura (3,9% - w tym głównie obiekty zabytkowe), obiekty/infrastruktura rekreacyjna/sportowe (3,3%), Bazylika Mniejsza Św. Wincenta a Paulo (2,7%) oraz wydarzenia sportowe/kulturalno-rozrywkowe (2,5%) i oferta gastronomiczna (kawiarnie/restauracje/puby/cukiernie) (2,4%).

**Tab. 19. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających krajowych (l. bezw.) (2015)**

<b>Obszar - Wyspa Młyńska i najbliższa okolica</b>	<b>576</b>
Wyspa Młyńska	513
Biały Spichlerz	31
Most Zakochanych	17
Muzeum Okręgowe im. L. Wyczółkowskiego	7
Marina	6
Europejskie Muzeum Pieniądza	2



cd. tab. 19.

<b>Śródmieście (bez Wyspy Młyńskiej)</b>	<b>677</b>
Stary Rynek	197
Opera Nowa	81
Kanał Bydgoski	67
Bazylika Mniejsza Św. Wincenta a Paulo	42
Spichlerze przy ul. Grodzkiej	32
Bulwar - nadbrzeże Brdy	32
centralna najstarsza, część miasta	32
Śródmieście - architektura	31
Rejs tramwajem wodnym	21
Pomnik Łuczniczki	21
Muzeum Mydła i Historii Brudu	17
Filharmonia Pomorska	16
Rzeźba "Przechodzący przez rzekę"	12
galeria handlowa Focus Park	11
ul. Mostowa	11
Kościół Katedralny p.w. Św. Marcina i Mikołaja	8
Rzeźba - Pan Twardowski	8
Plac Wolności - ogród Klarysek	7
Kościół NMP (sióstr klarysek)	6
ul. Gdańska	5
ul. Długa	5
Teatr Polski	5
Ratusz - budynek	4
Dzielnica Muzyczna	3
Hotel Pod Orłem	2
ul. Dworcowa	1
<b>Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myśliczynie</b>	<b>131</b>
<b>Inne miejsca/obiekty/atrakcje</b>	<b>178</b>
obiekty/infrastruktura rekreacyjna/sportowa	52
<i>w tym:</i> Stadion CWZS Zawiszy	29
<i>w tym:</i> Hala sportowa Łuczniczka	5
<i>w tym:</i> Family Park	2
wyd. sportowe/kulturalno/rozrywkowe	39
oferta gastronomiczna - kawiarnie/restauracje/puby	38
inne muzea bydgoskie	7
<i>w tym:</i> Exploseum	4
<i>w tym:</i> Muzeum Wojsk Lądowych	3
galerie handlowe - zakupy	13
dyskoteki/kluby/rozrywka	10
obiekty sakralne - Kościoły	8
różne inne atrakcje - bliżej nie sprecyzowane	6
mała architektura	5

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

### **3.3.4. Percepcja „słabych i mocnych stron” rozwoju turystyki w Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających**

Analiza subiektywnego postrzegania (percepcji) „słabych” (czynników niekorzystnych) i „mocnych” (czynników korzystnych) stron rozwoju turystyki daje podstawy do diagnozy użyteczności wybranych składników oferty turystycznej miasta. Opinie negatywne lub pozytywne (osądy wartościujące) pozyskane podczas wywiadów poniekąd świadczą również o odbiorze atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy i wyrażają stopień zadowolenia z pobytu na jego terenie.

W roku 2013 analizując percepcję „słabych i mocnych stron” rozwoju turystyki w Bydgoszczy od ankietowanych pozyskano łącznie 2807 opinii, natomiast w roku 2015 – 1675 (mając na uwadze mniejszą populację badanych wynik ten jest zadowalający) (tab. 20 i 21)

Na podstawie zestawienia cech korzystnych uzyskanego podczas badań w roku 2015 potwierdzono istotne dla odbioru atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy znaczenie dziedzictwa kulturowego („atrakcyjne i ciekawe miasto, atrakcyjne miejsca do zwiedzania i poznania, zabytki, ciekawa architektura, układ przestrzenny – największy poziom wskazań – 35,7%) oraz widocznych zmian rozwojowych wynikających z ukierunkowanych działań („zmiany na lepsze, rewitalizacja, rozwój miasta, duży potencjał miasta” – w 2013 druga pozycja w rankingu, w 2015 – trzecia: 8,4% z ogółu wskazań). W grupie czynników rozwojowych szczególnie cieszyć może fakt uzyskania dużej liczby wskazań (procentowo więcej niż w roku 2013) w kategorii „oferta spędzania czasu wolnego” („duże możliwości spędzania czasu wolnego: obiekty – infrastruktura, zagospodarowanie rekreacyjne i sportowe, imprezy i wydarzenia kulturalno-rozrywkowe i sportowe, tereny i różnorodność usług rekreacyjnych, galerie handlowe itp. – w 2015 r. 27,6% z ogółu wskazań, w 2013 – 15,1% - trzecie miejsce w rankingu).

Warto podkreślić, że odwiedzającym podoba się specyficzny „krajobraz centralnej części miasta” determinowany charakterystycznym układem urbanistycznym, lokalizacją usług i zagospodarowania rekreacyjnego wzdłuż osi rzeki Brdy, w dodatku w bliskiej odległości od Starego Rynku.

W grupie szczególnie podkreślanych atutów miasta ponownie znalazła się koncentracja walorów umożliwiających możliwość zwiedzania i aktywnego, wartościowego spędzania czasu (śródmiejska „architektura”, „Wyspa Młyńska wraz z Bydgoską Wenecją” i Operą Nova, najstarsza część miasta - „Stary Rynek”). Istotne znaczenie w odbiorze walorów i atrakcyjności centralnej, najstarszej części miasta miały imprezy i wydarzenia kulturalno-rozrywkowe organizowane na Wyspie Młyńskiej. Niezmiennie, pozytywne postrzeganie możliwości rozwoju turystyki w mieście ankietowani łączyli z dużą atrakcyjnością przestrzeni rekreacyjnej Bydgoszczy

(wyposażenie w różnego rodzaju infrastrukturę) i wynikającej z tego faktu szerokiej oferty możliwości spędzania czasu wolnego podczas pobytu. Bardzo pozytywne i często pojawiające się opinie wskazywały na: „dużą liczbę atrakcji dla starszych i młodszych odwiedzających”, „wyposażenie w obiekty kulturalne” (głównie Opera Nowa, Filharmonia Pomorska), „ofertę i infrastrukturę rekreacyjną LPKiW w Myślicinku”, „wyposażenie w obiekty sportowe i odbywające się wydarzenia sportowe”, wyposażenie w „ścieżki rowerowe”, „ciekawe imprezy plenerowe” (koncerty na Wyspie Młyńskiej, Różopole), „atrakcje związane z funkcjonowaniem Tramwaju Wodnego”, wyposażenie w muzea, kina itp.

**Tab. 20. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju (2015)**

Wydzielone kategorie opinii pozytywnych („mocne strony”)	L. bezw.	Udział w %
atrakcyjne i ciekawe miasto, atrakcyjne miejsca do zwiedzania i poznania, zabytki, ciekawa architektura, układ przestrzenny	598	35,7
duże możliwości spędzania czasu wolnego (obiekty – infrastruktura, zagospodarowanie rekreacyjne i sportowe, imprezy i wydarzenia kulturalno-rozrywkowe i sportowe, tereny i różnorodność usług rekreacyjnych, galerie handlowe itp.)	462	27,6
zmiany na lepsze, rewitalizacja, rozwój miasta, duży potencjał miasta	140	8,4
tereny i położenie nad Brdą, bulwary	101	6,0
estetyka miasta - ogólnie ładne, czyste, zadbane miasto	86	5,1
inne	77	4,6
baza gastronomiczna	71	4,2
tereny zielone, zieleń miejska, parki, skwery	40	2,4
życzliwość mieszkańców, nastawienie do turystów	33	2,0
położenie miasta, dobre skomunikowanie	27	1,6
„atmosfera”, „klimat” turystycznego miasta	17	1,0
infrastruktura noclegowa	16	1,0
bezpieczeństwo podczas pobytu	5	0,3
promocja, reklama miasta	2	0,1
Razem	1675	100,00

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*

Opinie pozyskane od odwiedzających w 2015 r. na temat czynników niekorzystnych (barier) rozwoju turystyki w Bydgoszczy wykazują znaczne podobieństwo z ustaleniami z roku 2013. W latach 2012 i 2013 badani turyści i odwiedzający jednodniowi najczęściej byli zdania, że istotne są przede wszystkim problemy z organizacją transportu drogowego w Bydgoszczy (szczególnie w centralnej, najbardziej

atrakcyjnej części miasta). W tym przypadku obniżenie jakości obsługi ruchu turystycznego upatrywali przede wszystkim w dostępności miejsc parkingowych i wysokich ich zdaniem opłatach za parkowanie. Ponadto niezadowolenie wynikało z budzącego zastrzeżenia oznakowania oraz złej organizacji „remontów drogowych” (ten ostatni czynnik zdaniem badanych wpływał na powstawanie korków drogowych na drogach dojazdowych do centrum). Istotnym problemem dla dość dużej części badanych było również niedoposażenie w atrakcje turystyczne (mała liczba atrakcji) i braki w infrastrukturze (w tym szczególnie mała liczba i dostępność toalet publicznych).

**Tab. 21. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju (2015)**

L.p.	Kategorie opinii negatywnych	L. bezw.	Udział w %
1	dostępność parkingów	191	25,3
2	problemy z komunikacją, oznaczenia dróg, zły stan dróg, remonty drogowe,	163	21,6
3	brak atrakcji - niewiele możliwości ciekawego spędzania czasu wolnego,	100	13,3
4	dostępność toalet publicznych	85	11,3
5	oznakowanie turystyczne, dostęp do informacji turystycznej	59	7,8
6	estetyka otoczenia	54	7,2
7	promocja	38	5,0
8	jakość i użyteczność elementów infrastruktury miejskiej (mało zieleni, słaby	17	2,3
9	ceny	16	2,1
10	inne	10	1,3
11	kontakty interpersonalne	8	1,1
12	bezdumni/pijaństwo widoczne problemy socjalne	7	0,9
13	infrastruktura noclegowa	4	0,5
14	bezpieczeństwo	2	0,3
	RAZEM	754	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Jak wynika z analizy wypowiedzi pozyskanych w bieżącym roku do niekorzystnych uwarunkowań rozwoju turystyki w Bydgoszczy respondenci ponownie najczęściej zaliczali „dostępność parkingów” oraz „problemy z komunikacją” (oznaczenia, zły stan, remonty drogowe) (por. tab. 21). Tego typu opinie w całkowitej liczbie pozyskanych (754) stanowiły blisko połowę – 46,9%. Różnica w relacji do wyników badań z roku 2013 polega na zmianie kolejności w rankingu - tym razem wśród ogółu wskazań na czołową pozycję wysunęły się „problemy z dostępnością parkingów”. Co ważne, w obu przypadkach nie zmieniło się tło argumentacji. W przypadku „dostępności parkingów” często wskazywanym mankamentem była nie tylko mała pojemność parkingów, ale także obowiązujące cenniki za zaparkowanie. Niezadowolenie badanych odwiedzających w przypadku drugiego czynnika wynikało najczęściej z dostrzegania złego stanu

nawierzchni, oznakowania zjazdów do centrum i remontów powodujących utrudnienia w ruchu.

W porównaniu do roku 2013 ankietowani w ramach wypowiedzi na temat „słabych stron” rozwoju turystyki w Bydgoszczy znacznie rzadziej wskazywali problemy wynikające z odbioru „estetyki otoczenia”. Niestety tym razem natomiast znacznie częściej pojawiały opinie negatywne na temat „wyposażenia w atrakcje” (brak atrakcji, niewiele możliwości ciekawego spędzania czasu wolnego”). Rozkład procentowy odpowiedzi uzyskanych dla pozostałych wydzielonych grupy opinii negatywnych utrzymał się na poziomie podobnym jak w roku 2013.

### **3.3.5. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej**

W roku 2013 większość ankietowanych odwiedzających Bydgoszcz pytanych o opinie na temat atrakcyjności turystycznej miasta oceniło ją na wysokim poziomie, co oznacza, że do oceny wykorzystywali najwyższe oceny z przedłożonej skali („b. wysoka”, „wysoka” – łącznie prawie 80%). Uzyskany wynik był o 15 punktów procentowych wyższy aniżeli w I edycji monitoringu w 2012 r. (w okresie 2012-2013 znacząco wzrosła liczba respondentów postrzegających atrakcyjność turystyczną Bydgoszczy na najwyższym poziomie).

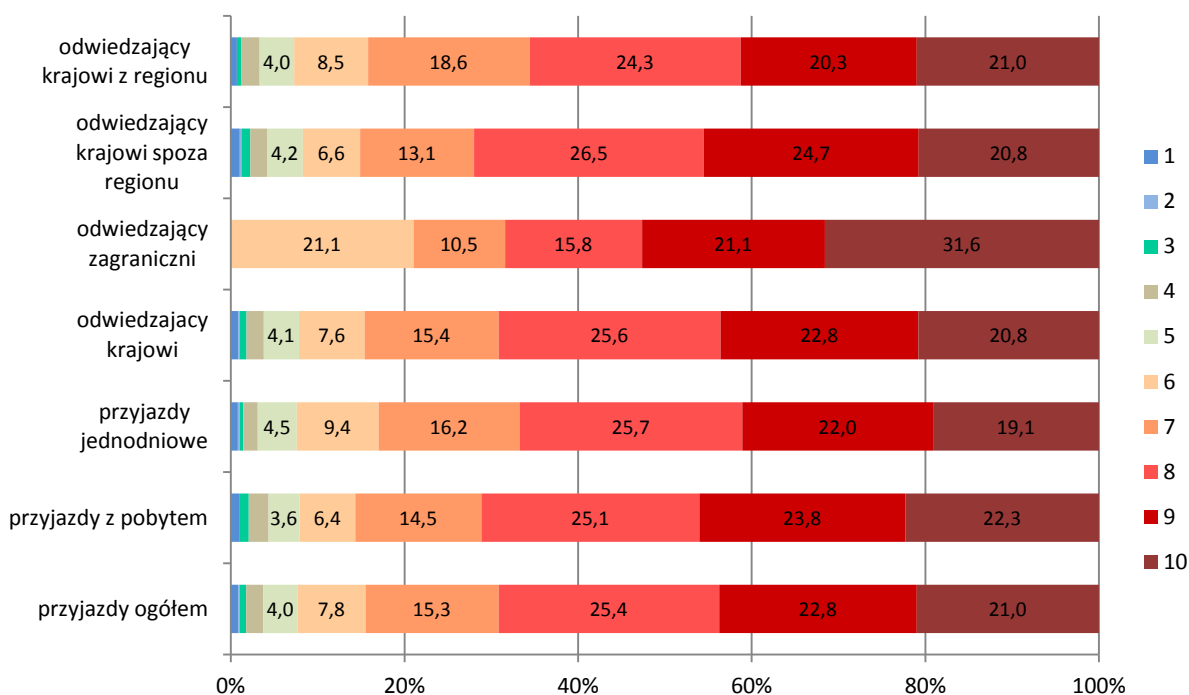
Ocena atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w roku 2015 przebiegała w nieco inny sposób, gdyż do tego celu użyto innej, 10-cio stopniowej skali wartościującej. Zmiana skali wynikała z konieczności dostosowania procedury zbierania danych w Bydgoszczy do założeń monitoringu ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim.

Analiza struktury ocen uzyskanych w roku 2015 potwierdza ponownie bardzo pozytywne postrzeżenie miasta w oczach odwiedzających - Bydgoszcz jest postrzegana wysoce atrakcyjnie zarówno w opinii turystów (łącznie 71,1% ocen najwyższych w skali tj.: 8,9,10), jak i odwiedzających jednodniowych (łącznie 66,7% ocen najwyższych). Warto również zwrócić uwagę na rozkład opinii w grupie krajowych odwiedzających, zamieszkujących na stałe poza naszym regionem – w tej grupie uzyskano relatywnie najwięcej najkorzystniejszych wskazań (łącznie 72% ocen najwyższych) (tab. 22, ryc. 26).

**Tabela 22. Postrzeganie atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie odwiedzających badanych w roku 2015**

Kategorie odwiedzających/przyjazdów	Skala ocen (w%)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
przyjazdy ogółem	0,9	0,1	0,8	2,0	4,0	7,8	15,3	25,4	22,8	21,0
odwiedzający krajowi	0,9	0,1	0,8	2,0	4,1	7,6	15,4	25,6	22,8	20,8
odwiedzający krajowi spoza regionu	1,0	0,2	1,0	1,9	4,2	6,6	13,1	26,5	24,7	20,8
odwiedzający krajowi z regionu	0,7	0,0	0,5	2,1	4,0	8,5	18,6	24,3	20,3	21,0
odwiedzający zagraniczni	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	21,1	10,5	15,8	21,1	31,6
przyjazdy z pobytem	0,9	0,0	1,1	2,3	3,6	6,4	14,5	25,1	23,8	22,3
przyjazdy jednodniowe	0,8	0,2	0,4	1,6	4,5	9,4	16,2	25,7	22,0	19,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



**Ryc. 26. Średnia ocen wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających (2015)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

### 3.3.6. Skłonność do rekomendacji oraz powtórnego przyjazdu

Jednym z ważniejszych wskaźników zadowolenia z pobytu w obszarze destynacji turystycznej jest gotowość (skłonność) do jego polecenia najbliższej rodzinie lub znajomym oraz wykazanie chęci ponownego przyjazdu. W badaniach przeprowadzonych w latach wcześniejszych (2012, 2013) – uogólniając – przeważały opinie korzystne – większość z grupy badanych odwiedzających (bez względu na kategorie przyjazdów), wyrażała skłonność rekomendacji Bydgoszczy jako miasta wartego odwiedzin w celach turystycznych (w 2012 w grupie przeważały opinie „raczej tak”, w roku 2013 – dominowały oceny „zdecydowanie tak”).

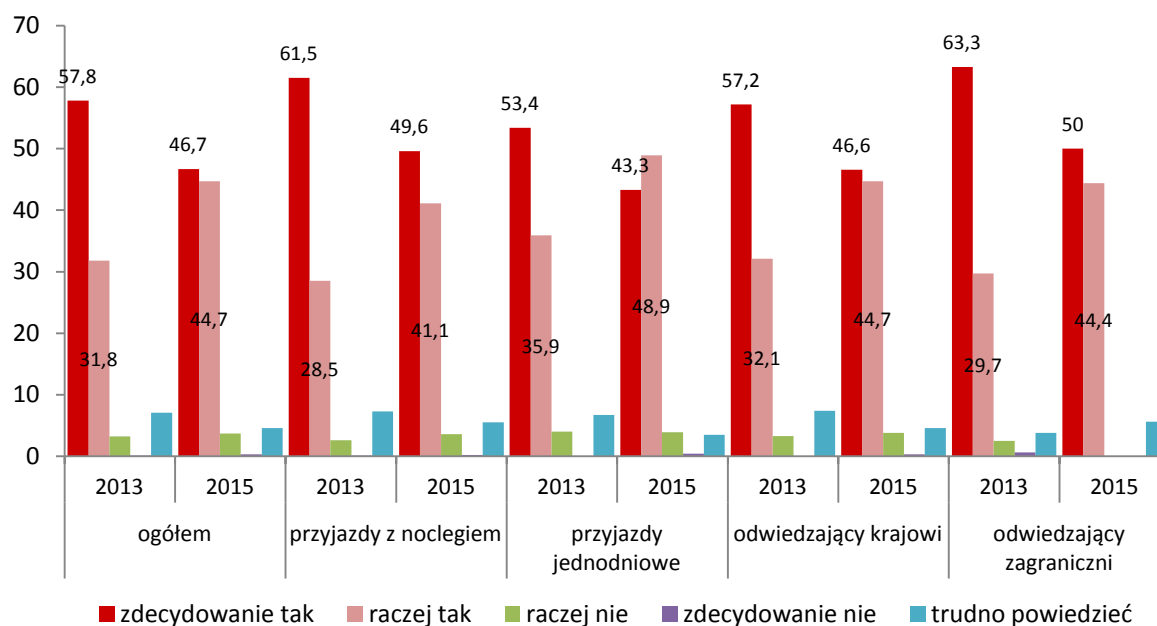
W okresie 2013-2015 skłonność do rekomendacji Bydgoszczy jako miasta wartego odwiedzenia w celach turystycznych utrzymała się na wysokim poziomie (tab. 23, ryc. 27). Nie jest to jednak pełna charakterystyka analizowanego parametru bowiem konieczne trzeba podkreślić, że relatywnie w porównaniu z rokiem 2013 obniżyła się liczba wskazań najwyższych („zdecydowanie tak”), co miało miejsce we wszystkich wydzielonych na potrzeby badań kategoriach odwiedzających/przyjazdów (łączna liczba wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak” utrzymała się jednak na zbliżonym poziomie)

W poprzednich latach diagnozując wśród turystów i odwiedzających jednodniowych poziom zadowolenia z oferty i pobytu w Bydgoszczy respondentom nie zadawano pytania umożliwiającego ocenę skłonności do ponownych odwiedzin miasta w celach turystycznych. W roku 2015 – jak wynika z podsumowania odpowiedzi na zadane w tej kwestii pytanie - prawie 87% z ogółu badanych osób potwierdziło, że w przyszłości ponownie odwiedzi Bydgoszcz w celach turystycznych (9,5% wahało się, pozostałe osoby nie wyraziły chęci ponownego przyjazdu).

**Tab. 23. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy (w %) jako miasta atrakcyjnego pod względem turystycznym – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów**

Kategorie odpowiedzi	ogółem		przyjazdy z noclegiem		przyjazdy jednodniowe		odwiedzający krajowi		odwiedzający zagraniczni	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015	2013	2015
zdecydowanie tak	57,8	46,7	61,5	49,6	53,4	43,3	57,2	46,6	63,3	50,0
raczej tak	31,8	44,7	28,5	41,1	35,9	48,9	32,1	44,7	29,7	44,4
raczej nie	3,2	3,7	2,6	3,6	4,0	3,9	3,3	3,8	2,5	0,0
zdecydowanie nie	0,1	0,3	0,1	0,2	0,0	0,4	0,0	0,3	0,6	0,0
trudno powiedzieć	7,1	4,6	7,3	5,5	6,7	3,5	7,4	4,6	3,8	5,6

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*



**Ryc. 27. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym (2015)**

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych*



## **ROZDZIAŁ IV. Wnioski i zalecenia**

### **4.1. Identyfikacja profilu turystów**

Profil turystów przyjeżdżających do Bydgoszczy ustalono na podstawie analizy i oceny najważniejszych parametrów opisowych badanego ruchu turystycznego. Wnikliwemu sprawdzeniu podlegały zarówno dane metrykowe (cechy społeczno-demograficzne i ekonomiczne badanej populacji), jak również opisujące szeroko rozumianą organizację przyjazdów oraz pobyt w ośrodku. Uwagę koncentrowano przede wszystkim na cechach dominujących, specyficznych a ponadto od pewnego czasu utrzymujących się - a więc mających relatywnie trwały charakter (mając przy tym na uwadze wyniki uzyskiwane w latach wcześniejszych).

Jak wynika z prowadzonych dotychczas badań cechą charakterystyczną populacji turystów przyjeżdżających do Bydgoszczy jest ich stosunkowo młoda struktura demograficzna - turyści to głównie osoby w wieku produkcyjnym, mobilnym, czynni zawodowo, przeważnie z wyższym i średnim wykształceniem. Są to najczęściej osoby cechujące się dobrą lub średnią kondycją materialną. Z punktu widzenia struktury społeczno-zawodowej turystów charakterystyczne jest, że na tle przeważającej grupy osób aktywnych zawodowo, rozpoznawalne - choć generalnie nieliczne - są grupy studentów i emerytów.

Turyści krajowi w Bydgoszczy to w dużej mierze mieszkańcy naszego, kujawsko-pomorskiego regionu, ale także województw ościennych (wielkopolskiego, pomorskiego i mazowieckiego) - z tych obszarów każdorazowo identyfikowano ponad 60% badanej populacji turystów. Zagraniczny ruch przyjazdowy do Bydgoszczy generują głównie mieszkańcy krajów europejskich, w tym przede wszystkim: Niemiec, Wielkiej Brytanii i Francji. Coraz większego znaczenia nabierają kraje europy wschodniej (Ukraina).

Dużą część turystów - głównie pochodzących z terenu naszego województwa - cechuje wysoki poziom powtarzalności wizyt w ciągu roku. Średnia długość pobytów turystów odwiedzających Bydgoszcz niestety nie jest wysoka ponieważ w ostatnim latach mieści się w przedziale 2-3 dób.

Wśród turystów dominują osoby samodzielnie organizujące swoje przyjazdy do ośrodka, ale dość często na ich tle można wyróżnić także przyjazdy organizowane przez firmy i zakłady pracy (przyjazdy służbowe).

Indywidualna forma organizacji przyjazdów do Bydgoszczy determinuje wykorzystanie określonych środków transportu - najczęściej są to prywatne auta, ale nadal ważne znaczenie w przyjazdach turystycznych do Bydgoszczy posiada kolej oraz

autobusy linii regularnej. Turystom w podróży do Bydgoszczy bardzo często towarzyszą inne osoby - jak wykazują dotychczasowe badania grupę osób towarzyszących najczęściej tworzą najbliżsi członkowie rodziny oraz znajomi.

Dominującymi w ostatnich latach celami przyjazdów turystów do Bydgoszczy były odwiedziny krewnych i znajomych, wypoczynek oraz zwiedzanie a niezmiennie ważną rolę w recepcji turystów pełniła tzw. tania baza noclegowa (noclegi u rodziny lub znajomych). W recepcji ruchu turystycznego wśród obiektów zakwaterowania zbiorowego ważną znaczenie utrzymują bydgoskie hotele.

Dla turystów podstawowym źródłem informacji o ofercie turystycznej miasta pozostaje Internet.

## **4.2. Szacunkowa liczba turystów**

Jednym z podstawowych celów badań ruchu turystycznego prowadzonych na terenie Bydgoszczy jest szacowanie wielkości ruchu (liczby turystów). Zadanie to nie jest łatwe. Wykonywanie szacunków ogólnej liczby odwiedzających i turystów (odwiedzających bez jednodniowych) możliwe jest dla tzw. dużych agregatów terytorialnych (tj. województw, dużych aglomeracji) co każdorazowo wiąże się z wykorzystaniem metod niestandardowych, opierających się na badaniach kwestionariuszowych oraz wiedzy ekspertów. Wyniki badań kwestionariuszowych pozwalają np. na ustalenie wartości pewnych wskaźników (np. częstotliwość przyjazdów, liczba osób towarzyszących, liczba turystów nocujących u znajomych lub rodziny), co w zestawieniu z wybranymi, ogólnodostępnymi danymi statystycznymi pozwala ekspertom metodą wskaźnikową dokonać odpowiednich szacunków.

Podstawą szacowania wielkości ruchu turystycznego w Bydgoszczy w roku 2015 - podobnie jak w poprzednich edycjach badań - była analiza typu desk reserch, oparta na ogólnodostępnych danych GUS, Activ Group oraz MSiT oraz bazująca na analizie wyników wybranych parametrów opisowych ruchu turystycznego pozyskanych w badaniach kwestionariuszowych. W tym ostatnim przypadku posłużono się w szczególności:

- wynikami dla kategorii przyjazdów turystycznych (długookresowych), w których odwiedzający wśród celów przyjazdów wskazali: odwiedziny krewnych i znajomych, wypoczynek, zwiedzanie oraz cel służbowy, w tym szczególnie:
  - analizą częstotliwości (powtarzalności) przyjazdów,
  - analizą rodzajów wykorzystanej bazy noclegowej,
  - analizą przyjazdów w grupach (z osobami towarzyszącymi).

Wpływ na uzyskane wyniki szacowania w grupie źródeł wtórnych posiadały dane charakteryzujące:

- tendencje w krajowym ruchu turystycznym (natężenie krajowego ruchu turystycznego w latach 2008-2014 według województw i liczby podróży - w mln) („Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2014 roku”, Komunikat z badań, MSiT, Departament Turystyki, Warszawa, maj 2015 r.)
- informacje na temat rejestrowanego ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim (źródło: „Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w 2014 r.”, zasoby internetowe, dostęp 10.12.2015 r. <http://bydgoszcz.stat.gov.pl>, „Turystyka w 2014 r.”, GUS, zasoby internetowe, dostęp 01.03. 2016, <http://stat.gov.pl>) wraz z prognozą (obliczenia własne).

Wyniki analizy - podobnie jak w latach 2012, 2013, 2014 - przygotowano w trzech wariantach:

- 1) niski poziom (wariant ostrożny),
- 2) poziom średni (wariant zrównoważony) (najbardziej prawdopodobny),
- 3) wysoki poziom (optymistyczny).

Według szacunków sporządzonych na potrzeby niniejszego opracowania przyjazdowy ruch turystyczny do Bydgoszczy w roku 2015 (przyjazdy połączone z noclegiem) mógł osiągnąć poziom:

- 1) w wariacie ostrożnym – 314307 osób,**
- 2) w wariacie zrównoważonym – 432529 osób,**
- 3) w wariacie optymistycznym – 527108 osób.**

Mając na uwadze cechy i tendencje charakteryzujące przyjazdy jednodniowe (pod uwagę wzięto grupę realizowanych w celach stricte turystycznych – „odwiedziny krewnych i znajomych”, „zwiedzanie”, „wypoczynek”) podjęto również próbę oszacowania wielkości tego ruchu (wyłącznie wariant „ostrożny”).

Według szacunków w roku 2015 liczba odwiedzających jednodniowych realizujących cele uznane za stricte turystyczne mogła osiągnąć poziom: **193,7 tys.** (z czego zdecydowana większość to osoby przyjeżdżające w celu „odwiedziny krewnych i znajomych”).

### 4.3. Wnioski i zalecenia

Płaszczyzna metodologiczna i aplikacyjna

	<b>Wnioski</b>	<b>Rekomendacje</b>
1.	Podczas tegorocznych badań nie udało się zebrać wystarczającej liczby wywiadów w grupie odwiedzających zagranicznych. Sytuacja ta w sposób zasadniczy uniemożliwiła analizę porównawczą wyników (zbadanie tendencji) i wnioskowanie	W kolejnej edycji monitoringu zaleca się zastosowanie rozwiązań wypracowanych w I i II edycji badań (schemat doboru próby: ustalenie proporcji wywiadów koniecznych do zrealizowania w grupie obcokrajowców, ustalenie miejsc poboru materiału źródłowego z uwzględnieniem rodzajów bazy hotelarskiej itp.)
2.	Respondenci mieli dość często problemy ze sformułowaniem odpowiedzi na pytanie dotyczące wydatków związanych z przyjazdem i pobytem (pojawiały się odmowy odpowiedzi, występowały problemy z interpretacją i oszacowaniem wydatków poczynionych na 1 dzień pobytu na 1 osobę – szczególnie w przyjazdach z osobami towarzyszącymi)	Należy zastanowić się nad zmianą formuły pytania ze względu na jego wagę w dokumentowaniu ekonomicznego wpływu ruchu turystycznego na gospodarkę miasta
3.	Badania ponownie wykazały istotne znaczenie przyjazdów jednodniowych (w celach „stricte turystycznych”), realizowanych głównie przez stałych mieszkańców regionu kujawsko-pomorskiego	Warto zaplanować i przeprowadzić odrębne, pogłębione badania przyjazdów jednodniowych – uzyskane dane mogłyby wpłynąć na zwiększenie dokładności prowadzonych szacunków wielkości ruchu turystycznego. Problem ten podnoszono w podsumowaniu badań z roku 2013.  Badania odwiedzających jednodniowych powinny zostać zaplanowane jako badania jakościowe i być prowadzone w mniejszych próbach z uwzględnieniem wpływu czynnika sezonowości
4.	Dotychczas zrealizowane edycje badań monitorujących ruch	Ze względu na szereg potencjalnych, pozytywnych konsekwencji dla lokalnej

	turystyczny w Bydgoszczy potwierdzały istotne znaczenie przyjazdów służbowych w ogólnej strukturze ruchu turystycznego (rynek MICE)	branży turystycznej, mogących wynikać z intensyfikacji rozwoju rynku MICE rekomenduje się przeprowadzenie oddzielnych, pogłębionych badań tego segmentu turystyki
5.	Wśród turystów i odwiedzających jednodniowych niezmiennie dominują osoby czynne zawodowo, ze szczególnym uwzględnieniem grupy wieku produkcyjnego mobilnego, organizujące przyjazdy indywidualnie, najczęściej odwiedzające Bydgoszcz w towarzystwie najbliższej rodziny lub znajomych	Należy kreować ofertę dla turystyki indywidualnej, opierając się na posiadanym potencjale terenów rekreacyjnych, rozwiniętych usługach kulturalnych, handlowych, gastronomicznych oraz różnego typu wydarzeniach związanych z kulturą współczesną, rozrywką, sportem itd.  W szczególności rekomenduje się rozwój oferty rekreacyjnej dla rodzin, które stanowią bardzo ważny segment w przyjazdach turystycznych do Bydgoszczy. Udoskonalona lub nowa oferta produktów powinna wychodzić naprzeciw aktualnym potrzebom turystów i rekreantów, tzn. opierać się na modelu 3E (edukacja, kształcenie, wychowanie, rozrywka, uciecha, emocje) i umożliwiać wspólne, wartościowe spędzanie czasu.
6.	W zakresie obsługi ruchu turystycznego w strefie intensywnej aktywności turystów (głównie centralna część miasta) nadal występują pewne problemy w identyfikacji działalności punktu informacji turystycznej	Oprócz dalszej rozbudowy klasycznej formuły oznakowania turystycznego (w szczególności tablice opisujące atrakcje, plany tras, plany miasta) należy rozwijać nowoczesne kanały komunikacji mobilnej pionowej (mobilne aplikacje - z atrakcyjnie podaną, wartościową informacją, wspomagającą organizację czasu wolnego na terenie ośrodka)  W sezonie letnim warto aktywować mobilne punkty informacji turystycznej  Miasto powinno zostać wyposażone w infomaty
7.	Największe natężenie przyjazdów turystów i odwiedzających	Działania promocyjne należy prowadzić w zdiagnozowanych obszarach popytu. W

	jednodniowych utrzymuje się z regionu kujawsko-pomorskiego oraz województw ościennych (woj. wielkopolskie, pomorskie i mazowieckie).	przekazie informacyjnym szczególny nacisk należy położyć na promowanie różnego rodzaju imprez cyklicznych, wydarzeń o charakterze kulturalno-rozrywkowym, rekreacyjnym i sportowym
--	--	--

**Spis tabel**

	Str.
Tab.1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe razem) w okresie 2001-2013 w układzie regionalnym	8
Tab. 2. Struktura wieku i płci badanych respondentów (odwiedzający krajowi i zagraniczni)	16
Tab. 3. Struktura respondentów według statusu zawodowego	18
Tab. 4. Sytuacja materialna badanych osób (turystów i odwiedzających jednodniowych) na podstawie samooceny	19
Tab. 5. Pochodzenie terytorialne krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach badanych w latach 2012, 2013, 2015	20
Tab. 6. Odsetki respondentów odwiedzających długookresowych i jednodniowych według powiatów wskazanych jako miejsca stałego zamieszkania	22
Tab. 7. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy w grupie badanych respondentów	27
Tab. 8. Planowana długość pobytu respondentów w Bydgoszczy w roku 2015	29
Tab. 9. Aktywność respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy (w latach 2013, 2015)	30
Tab. 10. Wykorzystywane przed przyjazdem źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów (2015)	32
Tab. 11. Organizacja przyjazdów do Bydgoszczy (w %)	34
Tab. 12. Cele przyjazdów do Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych kategorii przyjazdów/odwiedzających	35
Tab. 13. Osoby towarzyszące w podróży (w %) według wydzielonych podgrup przyjazdów	37
Tab. 14. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	38
Tab. 15. Wykorzystywana baza noclegowa podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	40
Tab. 16. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających (na 1 osobę/1 dzień)	41
Tab. 17. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie Bydgoszczy w grupie badanych respondentów (2015)	43
Tab. 18. Ocena bazy gastronomicznej w aspekcie jakość- cena - na podstawie opinii turystów i odwiedzających Bydgoszcz w roku 2015	45
Tab. 19. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających krajowych (l. bezw.) (2015)	48

Tab. 20. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju (2015)	51
Tab. 21. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju (2015)	52
Tab. 22. Postrzeganie atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie odwiedzających badanych w roku 2015	54
Tab. 23. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy (w %) jako miasta atrakcyjnego pod względem turystycznym – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów	55



**Spis rycin**

	Str.
Ryc. 1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego według województw i liczby krajowych podróży ogółem (mln)	9
Ryc. 2. Turystyczne obiekty noclegowe według powiatów w 2014 r.	12
Ryc. 3. Korzystający z noclegów według powiatów w 2014 r.	12
Ryc. 4. Liczba korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w Bydgoszczy w latach 2003-2014 wraz z tendencją rozwojową	13
Ryc. 5. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i ogółem	15
Ryc. 6. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem	16
Ryc. 7. Struktura wieku badanych odwiedzających Bydgoszcz w roku 2015 (turyści i odwiedzający jednodniowi)	17
Ryc. 8. Struktura wykształcenia respondentów	18
Ryc. 9. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych według województw stwierdzone w badaniach w latach 2012 (A), 2013 (B) i 2015 (C)	21
Ryc. 10. Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc pochodzenia krajowych odwiedzających (ogółem) badanych w Bydgoszczy (A – 2013 r., B -2015)	23
Ryc. 11. Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych badanych w Bydgoszczy (A – 2013 r., B -2015)	24
Ryc. 12. Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających jednodniowych z kraju badanych w Bydgoszczy (A – 2013 r., B -2015)	25
Ryc. 13. Częstotliwość wizyt w Bydgoszczy w badanej grupie respondentów (2015)	28
Ryc. 14. Struktura długości trwania pobytów w badanej grupie respondentów (2015)	29
Ryc. 15. Poziom aktywności respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów w latach 2013 i 2015	31
Ryc. 16. Źródła informacji wykorzystywane przed przyjazdem do miasta przez badanych odwiedzających (2015)	32
Ryc. 17. Organizacja przyjazdów w grupie badanych respondentów według wydzielonych grup przyjazdów (2015)	34
Ryc. 18. Cele przyjazdów do Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów (2015)	36
Ryc. 19. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do Bydgoszczy (2015)	39
Ryc. 20. Baza noclegowa wykorzystywana przez badanych respondentów według wydzielonych podgrup przyjazdów (2015)	40

Ryc. 21. Średnie wydatki na 1 osobę na 1 dzień pobytu deklarowane przez odwiedzających badanych w roku 2015	42
Ryc. 22. Ocena wybranych aspektów charakteryzujących funkcjonowanie bazy noclegowej na terenie województwa w przyjazdach ogółem (2015) (w%)	44
Ryc. 23. Ocena relacji cen – jakość usług gastronomicznych w badanej grupie respondentów (2015)	45
Ryc. 24. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających (2015)	47
Ryc. 25. Średnia ocen wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających (2015)	47
Ryc. 26. Średnia ocen wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających (2015)	54
Ryc. 27. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym (2015)	56