



**Instytut Gospodarki Turystycznej
i Geografii**



**Bydgoska Lokalna Organizacja
Turystyczna**



Miasto Bydgoszcz

BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO BYDGOSZCZ 2013

RAPORT KOŃCOWY

opracowany przez

Instytut Gospodarki Turystycznej i Geografii

Wyższej Szkoły Gospodarki

na zlecenie Miasta Bydgoszczy

Bydgoszcz, grudzień 2013

REDAKCJA NAUKOWA I OPRACOWANIE ROZDZIAŁÓW I PODROZDZIAŁÓW

dr Robert Brudnicki – redakcja naukowa raportu i opracowanie rozdziałów i podrozdziałów: Wstęp, I, 3.1, 3.2.1, 3.2.3, 3.3.7, 3.3.9, 3.4 (współaut.), IV (współaut.)

dr Janusz Sewerniak – opracowanie podrozdziałów: II, 3.3.8

dr Rafał Nowicki - opracowanie podrozdziałów: 3.3.1, 3.3.2, 3.3.3, 3.4 (współaut.)

mgr Marzena Krukowska - opracowanie podrozdziałów: 3.2.2

mgr Mariusz Barczak - opracowanie podrozdziałów: 3.3.4, 3.3.5, 3.3.6, IV (współaut.)

KONCEPCJA I METODOLOGIA BADAŃ

kier. zespołu: dr Robert Brudnicki, IGTIG WSG

mgr Mariusz Barczak, IGTIG WSG

mgr Leszek Woźniak BCI

mgr J. Karol Słowiński BYLOT

mgr Paulina Markiewicz PASiR WSG

KONSULTACJE EKSPERCKIE

prof. dr hab. Wiesław Maik – IGTiG WSG

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	4
ROZDZIAŁ I. CELE I METODOLOGIA BADAŃ	6
1.1. Cele badań	6
1.2. Metody badań	7
1.2.1. Zakres terminologiczny i definicja pojęć używanych w opracowaniu	7
1.2.2. Materiały źródłowe	10
1.2.3. Schemat doboru i struktura próby badawczej	10
1.2.4. Kwestionariusz wywiadu	11
1.2.5. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego	11
ROZDZIAŁ II. CHARAKTERYSTYKA RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM I BYDGOSZCZY NA TLE UWARUNKOWAŃ I TENDENCJI RYNKOWYCH	13
ROZDZIAŁ III. ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W BYDGOSZCZY NA PODSTAWIE BADAŃ KWESTIONARIUSZOWYCH PRZEPROWADZONYCH W ROKU 2013	19
3.1. Charakterystyka badanych turystów i odwiedzających jednodniowych	19
3.1.1. Analiza pochodzenia terytorialnego badanych respondentów	19
3.1.2. Kryterium społeczno-demograficzne i ekonomiczne	29
3.1.3. Charakterystyka częstotliwości podróży do Bydgoszczy, miasta jako ośrodka etapowego lub docelowego podróży oraz okresu pobytu	35
3.2. Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Bydgoszczy	38
3.2.1. Wykorzystanie przez odwiedzających źródeł informacji o mieście Bydgoszczy	38
3.2.2. Organizator podróży	44
3.2.3. Cele przyjazdu	46
3.2.4. Osoby towarzyszące podczas podróży i pobytu	50
3.2.5. Środki transportu wykorzystywane w celu podróży do Bydgoszczy	51
3.2.6. Sposoby i formy spędzania czasu	52
3.2.7. Wykorzystywana baza noclegowa	55
3.2.8. Konsumpcja wybranych usług turystycznych	58
3.2.9. Kwoty wydatkowane podczas pobytu	59
3.3. Ocena atrakcyjności i jakości wybranych elementów turystycznej przestrzeni receptyjnej miasta Bydgoszczy przez turystów i odwiedzających jednodniowych	61
ROZDZIAŁ IV. Wnioski i zalecenia	79
4.1. Identyfikacja profilu turystów	79
4.2. Szacunkowa liczba turystów	81
4.3. Szacowane wydatki poniesione w związku z pobytem turystów w Bydgoszczy	83
4.4. Zalecenia	84
Spis tabel	94
Spis rycin	95

WPROWADZENIE

Oddajemy do rąk czytelnika drugi Raport z badań ruchu turystycznego przeprowadzonych na terenie Bydgoszczy. Prezentowane opracowanie jest efektem pogłębionych badań i analiz materiału źródłowego pozyskanego od osób odwiedzających Bydgoszcz, wykonanych przez zespół badawczy złożony z pracowników Instytutu Gospodarki Turystycznej i Geografii Wyższej Szkoły Gospodarki.

W warstwie metodologicznej konstrukcja Raportu 2013 opiera się na założeniach badań monitorujących ruch turystyczny opracowanych i wdrożonych w roku 2012. Przeprowadzone badania turystów i odwiedzających jednodniowych - tak jak w roku ubiegłym - inspirowane były przez trzy instytucje, tj.: Bydgoskie Centrum Informacji (Zamawiający), Wyższą Szkołę Gospodarki (główny wykonawca) oraz Bydgoską Lokalną Organizację Turystyczną (reprezentującą środowisko branżowe). Wymienione Instytucje partycypowały w kosztach badań (poboru materiału ankietowego i analiz), przy czym największe obciążenie było udziałem BCI.

Monitoring ruchu turystycznego stwarza doskonałą okazję do dyskusji na temat dalszych, możliwych kierunków rozwoju rynku turystycznego miasta Bydgoszczy. Podejmowane działania stanowią również szansę integracji i rozwoju współpracy różnych podmiotów (w tym komercyjnych) zainteresowanych prowadzeniem działalności w zakresie obsługi turystyki. W tym miejscu Zespół prowadzący badania składa serdecznie podziękowania Bydgoskiemu Centrum Informacji – Zamawiającemu, które realizując swoją misję dostrzega konieczność i celowość prowadzenia badań rynku bydgoskiego w zakresie turystyki, w tym szczególnie diagnozujących potrzeby strony popytowej. Po raz kolejny podziękowania należą się także oddziałowi Głównego Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy, który na potrzeby niniejszego Raportu przygotował pakiet niezbędnych danych statystycznych.

Raport końcowy z badań ruchu turystycznego dla roku 2013, podobnie jak w pierwszej edycji, składa się z czterech części. W rozdziale początkowym opracowania scharakteryzowano główne założenia i cele badań, a także syntetycznie omówiono przyjęte postępowanie badawcze. W rozdziale II wykorzystano wybrane materiały wtórne oraz źródła statystyczne do charakterystyki tendencji obserwowanych dla regionu kujawsko-pomorskiego oraz analizowanego ośrodka, tj. miasta Bydgoszczy. Konstrukcję rozdziału III oparto na wynikach pogłębionych analiz parametrów opisujących badane formy przyjazdów i pobyków odwiedzających miasto Bydgoszcz. Materiał źródłowy stanowiący podstawę opracowania w tej części raportu pozyskano podczas badań kwestionariuszowych w łącznej grupie 1733 turystów i odwiedzających jednodniowych.

W części podsumowującej niniejszy Raport (Rozdział IV) zespół ekspercki przedstawił najważniejsze wnioski płynące z przeprowadzonych badań oraz rekomendacje odnoszące się do możliwych, dalszych działań w zakresie badawczym na turystycznym rynku miasta Bydgoszczy. Immanentną składową podsumowania i syntezy prac badawczych przeprowadzonych w roku 2013 stanowią wyniki oszacowania wielkości ruchu turystycznego i odwiedzających jednodniowych oraz wydatków ponoszonych podczas pobytu.

ROZDZIAŁ I. CELE I METODOLOGIA BADAŃ

Monitoring jest systematycznym określaniem dynamiki zmian danego zjawiska. Na gruncie zarządzania strategicznego monitoring rozumiany jest jako proces systematycznego zbierania i analizowania danych (informacji) ilościowych oraz jakościowych, dotyczących konkretnego zjawiska, procesu, działania itp. Istotą monitoringu jest stały i powtarzalny w identycznych sekwencjach czasowych pomiar zjawisk występujących w badanej przestrzeni, której obraz chcemy uzyskać. Na podstawie wielokrotnie powtarzanych obserwacji badanego obszaru można próbować postawić diagnozę rozwoju badanych zjawisk w perspektywie czasowej (krótkoterminowej, długoterminowej) jak i w perspektywie przestrzennej (obiekt, miejscowość, gmina, województwo, region, państwo)¹

1.1. Cele badań

Przyjęto, że badanie przyjazdowego ruchu turystycznego i odwiedzających jednodniowych do Bydgoszczy w warstwie empirycznej pozwoli uzyskać wiedzę w zakresie następujących pytań badawczych:

- 1) jaki jest profil turystów przybywających do Bydgoszczy? (identyfikacja segmentów turystów ze wskazaniem grup specyficznych); jakie duże są potoki ruchu turystycznego i odwiedzających jednodniowych?,
- 2) jaką rolę w przestrzeni turystycznej kraju pełni miasto Bydgoszcz?; jakie jest zdanie odwiedzających na temat atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy?; czy odwiedzający są zadowoleni z pobytu, oferty i jakości usług?; czy dostrzegają zmiany na lepsze i jak oceniają możliwości rozwoju turystyki w Bydgoszczy?,
- 3) jakie są główne kanały przepływu informacji opisujących ofertę turystyczną i rekreacyjną miasta Bydgoszczy?; czy stosowane formy promocji są przez turystów dostrzegane i czy odwiedzający z nich korzystają?,
- 4) jakie są oczekiwania w odniesieniu do infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej?
- 5) jaki jest wpływ ekonomiczny migracji w szeroko pojmowanych celach turystycznych i rekreacyjnych? (jaki jest poziom wydatków związanych z pobytem i wykorzystaniem oferowanym usług, produktów turystycznych i rekreacyjnych?).

¹ Źródło: ABC strategii rozwiązywania problemów społecznych – monitoring, ewaluacja i aktualizacja. Profesjonalne kadry lepsze jutro – projekt współfinansowany ze środków UE w ramach EFS, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

W grupie celów szczegółowych badań - oprócz ustalenia szacunkowej liczby odwiedzających oraz określenia poziomu wydatków - znalazły się także: pozyskanie szczegółowych charakterystyk przyjazdów i pobyków odwiedzających (parametry specyficzne ruchu turystycznego), analiza preferencji i zachowań odwiedzających w przestrzeni turystycznej miasta oraz ocena stopnia zadowolenia z pobytu, w tym z jakości wykorzystywanych elementów oferty turystycznej i rekreacyjnej.

Zespół ekspercki zakłada, że przeprowadzenie badań w podobnej konwencji metodycznej (co stanowi obecnie standard postępowania w przypadku badań monitorujących ruch turystyczny) może przynieść wieloaspektowe, pozytywne korzyści dla odpowiednich jednostek organizacyjnych miasta Bydgoszczy oraz podmiotów branży turystycznej funkcjonujących na jego terenie. W szczególności zaś, w przypadku kontynuacji tego typu badań w kolejnych latach pozwoli to na: stworzenie profesjonalnego systemu pomiaru zjawisk turystycznych, umożliwiającego pozyskiwanie informacji o odbiorze (ocenie i rynkowym oddziaływaniu) produktów turystycznych oferowanych w ośrodku, ale przede wszystkim na dopasowanie cech produktów turystycznych do potrzeb odwiedzających, w tym szczególnie na stworzenie możliwości zaoferowania produktu w odpowiednim miejscu, czasie, ilości, jakości i cenie (podniesie jakości i efektywności produktów i w efekcie konkurencyjności na rynku).

1.2. Metody badań

1.2.1. Zakres terminologiczny i definicje pojęć używanych w opracowaniu

Podmiotem badań ruchu turystycznego są osoby podróżujące w celach turystycznych. Według klasyfikacji UNWTO, wszystkie kategorie podróżnych, które spełniają formalne kryteria związane z terminem „turystyka”, określane są mianem „odwiedzający”, co pozwala odróżnić tę grupę od innych podróżnych, nie będących uczestnikami ruchu turystycznego (por. „Metodologia Unii Europejskiej w dziedzinie statystyki turystyki 1998, Wyd. GUS, Warszawa). Uczestnikiem ruchu turystycznego jest odwiedzający, czyli każda osoba podróżująca do miejsca położonego poza jej zwykłym otoczeniem na okres krótszy niż 12 miesięcy, której główny cel podróży jest inny niż wykonywanie działalności wynagradzanej ze środków pochodzących z odwiedzanego miejsca. Kryterium uznania jakiegoś obszaru za zwykłe otoczenie danej osoby jest częstotliwość i regularność pobytu w danym miejscu oraz odległość (miejsca położone w pobliżu miejsca zamieszkania danej osoby traktowane są jako element jej zwykłego otoczenia).

Określenie **odwiedzający** dotyczy **turystów i odwiedzających jednodniowych (beznoclegowych)**.

- **turyści** – odwiedzający (zarówno krajowi, jak i zagraniczni) włączając mieszkańców regionu, spędzający przynajmniej jedną noc w publicznych lub prywatnych obiektach noclegowych zlokalizowanych na terenie Bydgoszczy (w grupie tej powinny znaleźć się także osoby nocujące u krewnych lub znajomych), przybywający w celach w celach: wypoczynkowych, leczniczych, krajoznawczych, religijnych, sportowych, służbowych, rodzinnych, społecznych, politycznych i innych (za wyjątkiem motywów zarobkowych),
- **odwiedzający jednodniowi (nazywani często wycieczkowiczami)** są to odwiedzający, którzy nie nocują ani w publicznych, ani w prywatnych obiektach noclegowych w odwiedzanym regionie/miejscowości a odwiedzają go w celach: wypoczynkowych, leczniczych, krajoznawczych, religijnych, sportowych, służbowych, rodzinnych, społecznych, politycznych i innych (z wyjątkiem motywów zarobkowych) (por. ryc. 1.).

Przestrzeń turystyczna jest funkcjonalnie wyróżniającą się częścią przestrzeni geograficznej, w obrębie której zachodzą zjawiska turystyczne (Warszyńska, Jackowski 1978). Jej strukturę tworzą: a) składniki środowiska przyrodniczego, ujmowane w kategorii użyteczności turystycznej; b) ukształtowane historycznie, materialne i duchowe cechy kulturowe; c) wszelkie urządzenia infrastruktury technicznej i organizacyjnej, służące turystom do zaspokojenia ich potrzeb materialnych i duchowych. Do podstawowych cech przestrzeni turystycznej należą: brak stabilności, wynikający z dynamizmu zjawisk turystycznych i ich cyklicznego rozwoju w czasie, duża różnorodność, zarówno w zakresie środowiska przyrodniczego, cech kulturowych, jak i form zagospodarowania turystycznego, nieciągłość - bowiem tworzy ją zbiór rozproszonych elementów, powiązanych funkcjonalnie (Warszyńska, Jackowski 1978; Liszewski 1995).

Podstawę wydzielenia **przestrzeni turystycznej miasta** stanowi wszelka działalność społeczno-gospodarcza oraz aktywność ludzka, ukierunkowana na zaspokajanie potrzeb turystycznych, mająca miejsce w obrębie przestrzeni ogólnogeograficznej miasta. Z kolei wewnętrzne zróżnicowanie miast pod względem morfologicznym, organizacyjnym, funkcjonalnym wpływa na zakres oraz charakter jego użytkowania na cele turystyczne. Ilościowy i jakościowy rozwój przestrzeni turystycznej miasta zachodzi wraz ze stałym rozwojem i kształtowaniem się przestrzeni miejskiej. Na strukturę organizacyjną przestrzeni turystycznej miasta składają się: ciągi, obiekty, rdzenie, obszary, strefy i systemy (Warszyńska, Jackowski 1978; Liszewski 1995).

Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem złożonym i o dużym pokładzie subiektywizmu. Oprócz obiektywnie istniejących warunków środowiska przyrodniczego i zagospodarowania turystycznego, dużą rolę w jej ocenie odgrywa subiektywny czynnik psychologiczny. Uzyskany w ocenach poziom atrakcyjności wskazuje na przejaw określonej cechy charakterystycznej, przyciągającej turystów w pewne tereny dzięki występowaniu określonych walorów naturalnych i antropogenicznych. „Atrakcyjność turystyczna” integruje elementy, które stanowią podstawę rozwoju ruchu turystycznego na danym obszarze (w danej miejscowości, ośrodku, rejonie, regionie), tzn. walory turystyczne z warunkami zaspokajania potrzeb tego ruchu w postaci odpowiednio wykształconej infrastruktury turystycznej.

Wśród różnorodnych uwarunkowań rozwoju współczesnej turystyki kluczową rolę odgrywają **atrakcje turystyczne**. Są one wymieniane jako główny składnik całego systemu turystyki obok takich elementów, jak: transport, usługi turystyczne, informacja i kierowanie. Punktem odniesienia tak rozumianego systemu turystyki są usytuowani w jego centralnej części turyści. „Atrakcje turystyczne” odgrywają olbrzymią rolę w kształtowaniu geografii ruchu turystycznego, umożliwiają identyfikację miejscowości i regionów (wskazują na rangę i poziom funkcji turystycznej w przestrzeni turystycznej), określają ich tożsamość i wizerunek (*image*).

Wielkość i struktura ruchu turystycznego zależy bezpośrednio od **atrakcyjności turystycznej miasta**, na którą składa się złożony system elementów oraz uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych. Przez atrakcyjność turystyczną można rozumieć właściwość obszaru lub miejscowości wynikającą z zespołu cech przyrodniczych lub pozaprzyrodniczych, które wzbudzają zainteresowanie i przyciągają turystów (Kurek 2007). Atrakcyjność turystyczna miasta ma złożony charakter. Wpływają na nią z jednej strony walory turystyczne, a z drugiej stopień rozwoju zagospodarowania turystycznego. Do głównych elementów kształtujących atrakcyjność turystyczną miast można zaliczyć: architekturę i układ urbanistyczny, w tym zasoby architektury zabytkowej (dzielnice historyczne) oraz dzielnice nowoczesne (*city*), obiekty kulturalne (teatry, kina, opery, muzea, galerie), obiekty sakralne, dzielnice etniczne, festiwale, różnego rodzaju imprezy sportowe i kulturalne, atmosferę miasta, potencjał naukowy i akademicki miasta (uniwersytety i inne wyższe uczelnie), stopień rozwoju bazy noclegowej i towarzyszącej, różnorodność obiektów gastronomicznych, rozwój przedsiębiorczości, centra handlowe, obiekty rozrywkowe (np. centra rozrywkowe, kluby, dyskoteki), obiekty sportowe (stadiony sportowe), funkcjonowanie węzła komunikacyjnego. Ważnym elementem atrakcyjności wielu miast jest tzw. życie nocne (Kurek 2007). Czynnikiem rozwoju turystyki w dużych aglomeracjach są także pełnione przez nie funkcje metropolitalne –

m.in. funkcja polityczna, administracyjna, kulturalna, naukowa, gospodarcza, finansowa czy funkcja komunikacyjna.

1.2.2. Materiały źródłowe

Biorąc pod uwagę specyfikę badanego zjawiska (przedmiot badań – ruch turystyczny oraz podmiot badań – turysta i odwiedzający jednodniowy) w przyjętym postępowaniu badawczym konieczne było wykorzystanie dwóch, różniących się między sobą źródeł danych, tj.:

- **źródła wtórnych** – w tym przypadku wykorzystywano następujące dane: 1) o liczbie korzystających z noclegów w ujęciu miesięcznym, przygotowanych i udostępnionych na potrzeby badania przez bydgoski oddział Głównego Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy (statystyki ruchu turystycznego oparte na sprawozdaniach KT), 2) z Banku Danych Regionalnych GUS, 3) z raportów i analiz podmiotów komercyjnych, diagnozujących sytuację na krajowym rynku turystycznym (badania zlecone przez administrację państwową). W przypadku niniejszego opracowania jednym z podstawowych zastosowań danych pochodzących ze źródeł wtórnych było szacowanie wielkości ruchu turystycznego,
- **źródła pierwotnych** – pozyskanych z wykorzystaniem metod badań bezpośrednich (za pomocą techniki wywiadu kwestionariuszowego). Zebrany materiał został utworzony przy zachowaniu odpowiedniej staranności oraz zastosowaniu obiektywnych technik doboru próby badawczej.

1.2.3. Schemat doboru i struktura próby badawczej

W następstwie dyskusji z Zamawiającym, przeprowadzonej po przedłożeniu wyników z pierwszej edycji badania w schemacie doboru próby badawczej zastosowano kilka istotnych zmian.

- liczebność próby została nieznacznie zmniejszona (przyjęto poziom co najmniej 1700 wywiadów co miało związek z możliwościami finansowania badań, w szczególności zaś z kosztami poboru materiału ankietowego),
- korektom poddano proces wyznaczania miejsc poboru oraz liczebności i struktury próby – zdecydowano o wyłączeniu hoteli z listy miejsc poboru wywiadów, natomiast większą rolę w tym względzie przypisano zweryfikowanej (nieco pomniejszonej) liście obiektów i miejsc atrakcyjnych dla turystów i odwiedzających (tzw. atrakcje turystyczne) oraz wydarzeniom o znaczeniu kulturalnym, sportowym i związanym

- z szeroko pojmowaną turystyką biznesową; ponadto podtrzymano założenia:
- 1) o pobraniu ustalanego poziomu wywiadów w relacji do całkowitej zakładanej ich liczby od tzw. odwiedzających jednodniowych (przy czym odsetek ten w odniesieniu do założeń w I edycji badań uległ zwiększeniu z 20 do 45% z zakładanej, całkowitej liczby wywiadów),
 - 2) o strukturyzacji próby w związku z obserwowaną i utrzymującą się od kilku lat proporcją korzystających z noclegów turystów krajowych i zagranicznych,
- dla osiągnięcia maksymalnie wysokiego poziomu reprezentatywności próby – tak jak w pierwszej edycji badań – pobór materiału ankietowego prowadzono zarówno w dni robocze oraz weekendowe, dodatkowo biorąc pod uwagę kalendarz ważniejszych imprez i wydarzeń odbywających na terenie miasta Bydgoszczy.

1.2.4. Kwestionariusz wywiadu

Badanie realizowano za pośrednictwem wywiadu kwestionariuszowego. W tym celu ponownie wykorzystano możliwości i udogodnienia pracy z elektroniczną ankietą umieszczoną na serwerze www.webankieter.pl. Zespół profesjonalnych ankierów (posiadających specjalne oznaczenia oraz identyfikatory) wykorzystując tablety podłączone do Internetu podczas wypełniania kwestionariuszy wywiadu tworzył w czasie rzeczywistym bazę danych, gotową do natychmiastowego podglądu i analizy.

Kwestionariusz wywiadu w relacji do badań z roku 2012 został nieznacznie zmieniony (np. zmianom uległa kolejność zadawanych pytań, niektóre z nich poddano także nieznacznym korektom). Tak jak w roku poprzednim w całkowitej liczbie pytań dominowały pytania o charakterze zamkniętym. Integralną częścią kwestionariusza ankietowego była metryka respondenta. Kwestionariusz wywiadu przygotowano w trzech językach: polskim, angielskim i niemieckim.

Pytania zawarte w kwestionariuszu ankietowym miały na celu: zdobyć informacje opisujące parametry badanych migracji, wykazać jaki jest poziom zadowolenia z oferty i jaka jest percepcja atrakcyjności Bydgoszczy jako ośrodka turystycznego oraz pozwolić na identyfikację profilu odwiedzających (turystów i odwiedzających jednodniowych).

1.2.5. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego

Badania prowadzono od maja (1.05.2013r.) do listopada (23.11.2013r.). W tym czasie pozyskano ustaloną z Zamawiającym liczbę wywiadów, nieznacznie ją przekraczając (przeprowadzono łącznie 1738 wywiadów). „Surowy” materiał źródłowy poddano procedurze weryfikacji poprawności (sprawdzono utworzoną bazę danych,

wywiady sprawdzono pod kątem kompletności udzielanych odpowiedzi). W efekcie przeprowadzonej weryfikacji do dalszych prac analitycznych dopuszczono materiał z 1733 wywiadów.

Reasumując, uzyskane i zaprezentowane w niniejszym opracowaniu wyniki badań ruchu turystycznego i odwiedzających jednodniowych w Bydgoszczy za rok 2013 zostały uzyskane po przeprowadzeniu prac analitycznych na materiale pochodzącym z 1733 wywiadów. Od turystów (tj. odwiedzających, z co najmniej jednym noclegiem) pozyskano 963 wywiady, natomiast od odwiedzających jednodniowych zebrano 770 wywiadów.

Od odwiedzających krajowych pobrano 90,7 (więcej o 4% w relacji do 2012 r.). W opinii zespołu wykonawczego, zebrany materiał pozwala na otrzymanie wysokiego poziomu reprezentatywności dla zbiorowości osób odwiedzających miasto Bydgoszcz w celach rozpatrywanych jako turystyczne.

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

Region kujawsko-pomorski podlega ogólnokrajowym trendom rozwojowym. W roku 2013 roku uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych ogółem było o 9% (o 1,5 mln) wyższe niż w 2012 roku. Obserwowano wzrost poziomu uczestnictwa w wyjazdach długookresowych (na 5 i więcej dni) zarówno krajowych (+11%), jak i zagranicznych (+7%). Uczestnictwo w wyjazdach krótkookresowych, niezależnie od miejsca docelowego podróży, pozostało na zbliżonym poziomie.

Bazując na ogólnodostępnych danych o krajowym ruchu turystycznym, charakteryzujących okres 2011-2013² można wnioskować, że udział województwa kujawsko-pomorskiego w obsłudze krajowego ruchu turystycznego (ogółem) kształtował się na poziomie się od 5,7 (2012) do 4,9% (2013) (tab. 1). Według przytoczonych danych w okresie 2012-2013 wobec przyrostu ruchu turystycznego w układzie krajowym (z 40,5 do 42,25 mln) w regionie kujawsko-pomorskim nastąpił niestety ponad 8% spadek natężenia liczby podróży krajowych ogółem. Na ten bilans złożył się przede wszystkim duży spadek liczby podróży długookresowych (liczba podróży krótkookresowych nieznacznie wzrosła) (ryc. 1 – 3).

² Na podstawie opracowania „Aktywność turystyczna Polaków” - Badania wykonane przez Activ Group. na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej na rok 2013 – temat nr 1.30.06(099) „Aktywność turystyczna Polaków”.

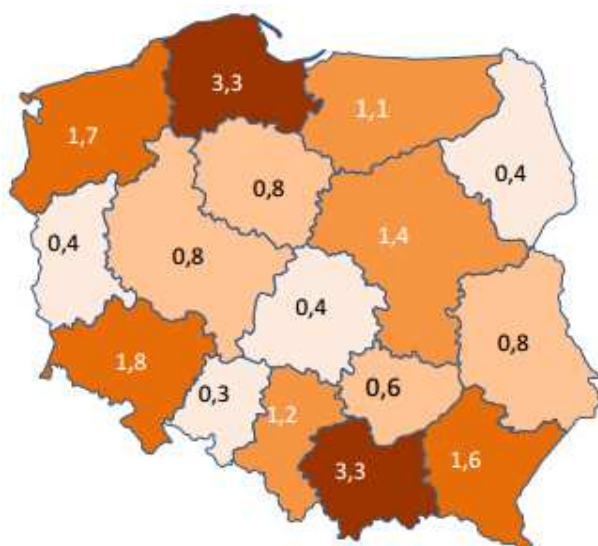
Tabela 1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe) w okresie 2001-2012 w układzie regionalnym

Polska		Lata/okres		
		I-XII 2011	I-XII 2012	I-XII 2013
Natężenie krajowego ruchu turystycznego (l. kraj. podróży turyst. ogółem) A (w mln)		29,6	40,5	42,45
Liczba podróży długookresowych B (w mln)		12,5	14,9	16,6
liczba podróży krótkookresowych C (w mln)		17,1	25,6	25,85
Dolnośląskie	A	2,7	3,7	3,9
	B	1,0	1,5	1,8
	C	1,7	2,2	2,1
Kujawsko-pomorskie	A	1,6	2,3	2,1
	B	0,5	1,1	0,8
	C	1,1	1,2	1,3
Lubelskie	A	1,8	1,7	2,2
	B	0,4	0,5	0,8
	C	1,4	1,2	1,4
Lubuskie	A	0,8	1	1
	B	0,4	0,3	0,4
	C	0,4	0,7	0,6
Łódzkie	A	1,2	1,4	1,7
	B	0,3	0,4	0,4
	C	0,9	1	1,3
Małopolskie	A	2,8	5,2	7,2
	B	1,4	1,9	3,3
	C	1,4	3,3	3,9
Mazowieckie	A	3,4	5,4	4,7
	B	1,5	1,6	1,4
	C	1,9	3,8	3,3
Opolskie	A	0,4	0,5	0,7
	B	0,1	0,1	0,3
	C	0,3	0,4	0,4
Podkarpackie	A	1,4	2,4	3,1
	B	0,8	1,1	1,6
	C	0,6	1,3	1,5
Podlaskie	A	1,5	0,9	1,4
	B	0,3	0,2	0,4
	C	1,2	0,7	1

cd tab. 1.

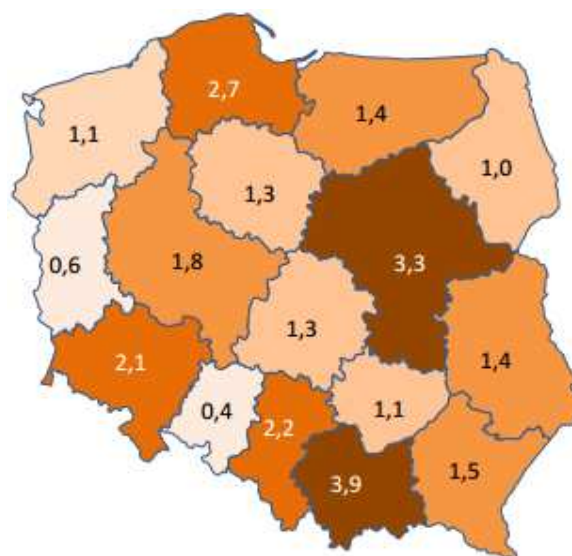
Pomorskie	A	2,8	5,3	6
	B	1,6	2,7	3,3
	C	1,2	2,6	2,7
Śląskie	A	2,5	3,3	3,4
	B	0,8	1,1	1,2
	C	1,7	2,2	2,2
Świętokrzyskie	A	1	1,2	1,7
	B	0,5	0,4	0,6
	C	0,5	0,8	1,1
Warmińsko-mazurskie	A	1,8	2,2	2,5
	B	0,8	0,8	1,1
	C	1	1,4	1,4
Wielkopolskie	A	1,6	3,1	2,6
	B	0,5	0,8	0,8
	C	1,1	2,3	1,8
Zachodnio-pomorskie	A	2,8	3,2	2,8
	B	2,0	0,7	1,7
	C	0,8	1,5	1,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowania „Aktywność turystyczna Polaków”- Badania wykonane przez Activ Group. na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej na rok 2013 – temat nr 1.30.06(099) „Aktywność turystyczna Polaków”.



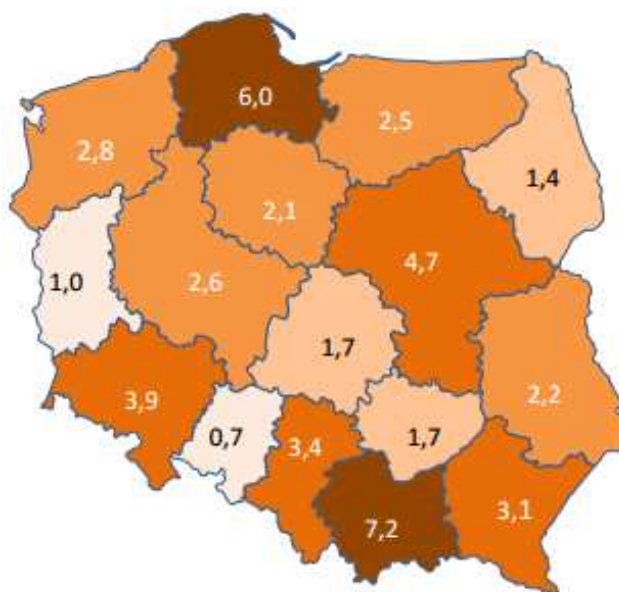
Ryc. 1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. według województw i liczby podróży długookresowych (mln)

Źródło: Activ Group



Ryc. 2. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. według województw i liczby podróży krótkookresowych (mln)

Źródło: Activ Group



Ryc. 3. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. według województw i liczby podróży ogółem (mln)

Źródło: Activ Group

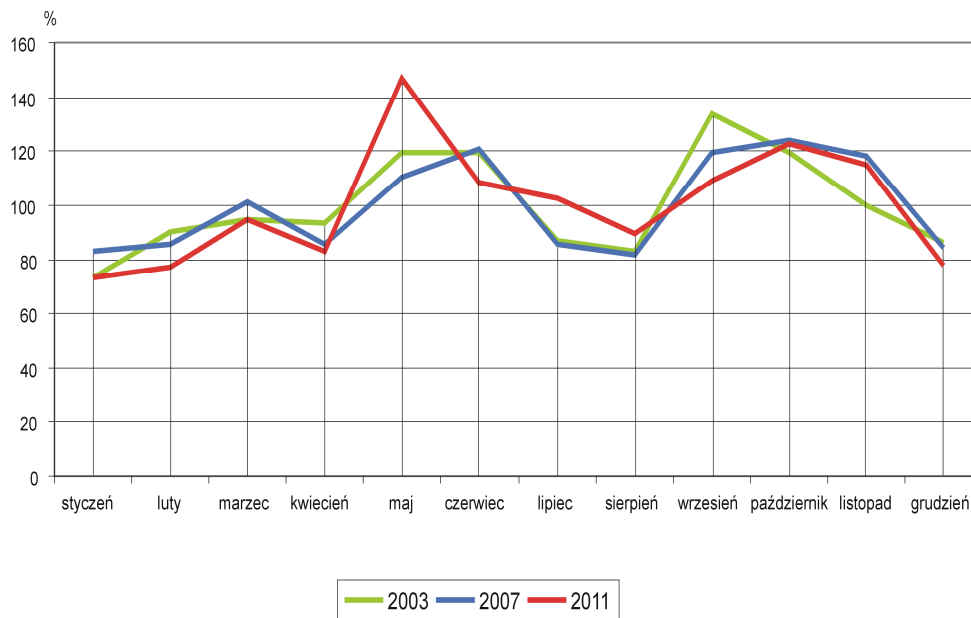
Opierając się na danych udostępnionych przez oddział GUS w Bydgoszczy, opisujących liczbę korzystających z obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania według miesięcy w latach 2012 i 2012 można stwierdzić, że w Bydgoszczy nastąpił nieznaczny przyrost liczby korzystających z noclegów (o 1,7%, tj. z 122,894 tys. do 125,027 tys.) (tab. 2). W roku 2013 w grupie korzystających ogółem z noclegów w Bydgoszczy 14,9% stanowili korzystający zagraniczni.

Tabela 2. Korzystający z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Bydgoszczy w latach 2003-2011 według miesięcy

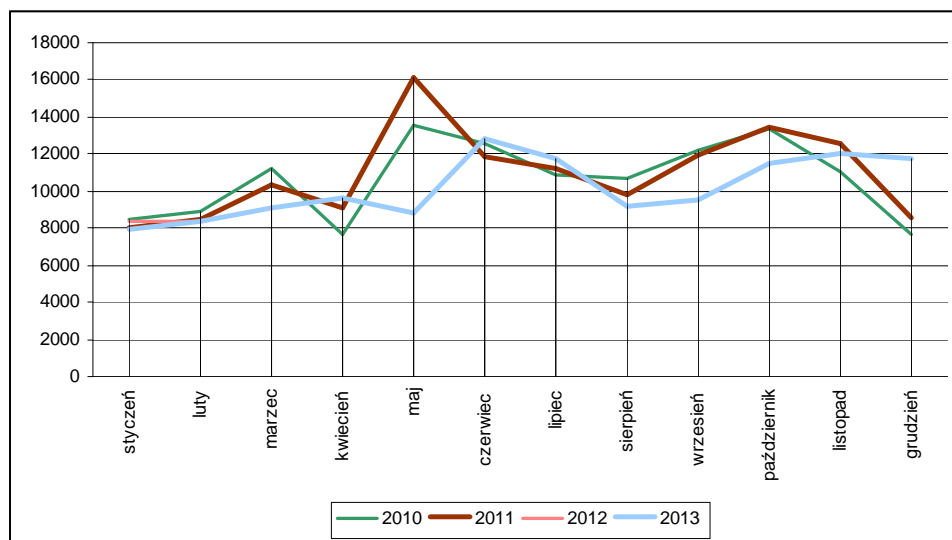
Rok	KORZYSTAJĄCY Z NOCLEGÓW W TURYSTYCZNYCH OBIEKTACH ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA	Miesiąc											
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
2010	Turyści krajowi	7862	8133	9561	6904	12039	11056	9313	9314	10691	11074	9646	7004
	Turyści zagraniczni	611	785	1676	803	1525	1482	1542	1386	1528	2284	1370	686
	Korzystający ogółem	8473	8918	11237	7707	13564	12538	10855	10700	12219	13358	11016	7690
2011	Turyści krajowi	7222	7709	9331	8131	14249	10043	8308	8320	10390	11899	10974	7658
	Turyści zagraniczni	801	732	1000	971	1847	1851	2919	1453	1555	1519	1610	869
	Korzystający ogółem	8023	8441	10331	9102	16096	11894	11227	9773	11945	13418	12584	8527
2012	Turyści krajowi	7275	8110	8327	7649	11156	8958	7326	7772	9643	10857	10252	7415
	Turyści zagraniczni	1107	994	1284	1133	1657	2802	1881	1790	1849	1193	1486	978
	Korzystający ogółem	8382	9104	9611	8782	12813	11760	9207	9562	11492	12050	11738	8393
2013	Turyści krajowi	7241	7675	8876	8827	11108	11486	8390	8294	9650	9982	10276	6946
	Turyści zagraniczni	716	930	1504	1364	1724	1839	1703	1019	1284	1417	1998	778
	Korzystający ogółem	7957	8605	10380	10191	12832	13325	10093	9313	10934	11399	12274	7724

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy

Udział liczby korzystających z noclegów rozpatrywany dla poszczególnych miesięcy roku w okresie 2010-2013 daje podstawę do stwierdzenia występowania zjawiska sezonowości ruchu turystycznego w Bydgoszczy (por. ryc. 4 i 5). Najwyższy poziom wskaźników sezonowości – również we wcześniejszych okresach- notowano w dwóch sezonach, tj. w okresie wiosennym i jesiennym. Warto jednak wskazać, że wiosną 2013 r. zanotowano relatywnie mniejsze natężenie ruchu turystycznego niż w latach ubiegłych.

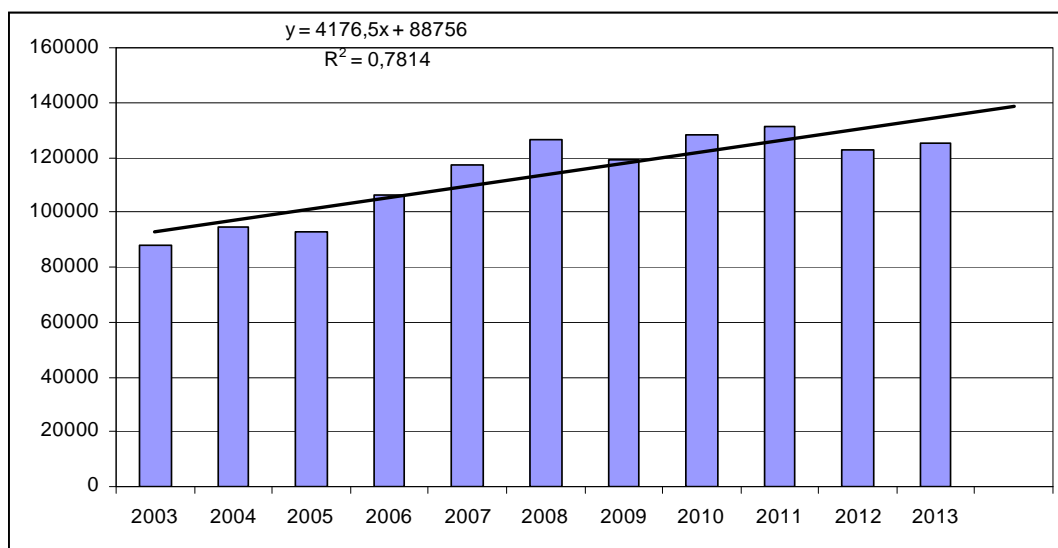


Ryc. 4. Sezonowość przyjazdów turystycznych do miasta Bydgoszcz na podstawie danych o korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w latach 2003, 2007, 2011
 Źródło: Raport BRT 2012



Ryc. 5. Rozkład liczby korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego według miesięcy roku dla lat: 2010, 2011, 2012 i 2013
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy

Analiza danych z okresu 2003-2013 pochodzących z Głównego Urzędu Statystycznego wskazuje na występowanie tendencji wzrostowej w liczbie korzystających z noclegów na terenie miasta Bydgoszczy (ryc. 6). Utrzymująca się w poprzednich latach (np. 2005-2011) dynamika wzrostu w ostatnich latach (2009-2013) uległa jednak wyraźnemu obniżeniu.



Ryc. 6. Liczba korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w Bydgoszczy w latach 2003-2013 wraz z analizą tendencji rozwojowej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy

ROZDZIAŁ III. ANALIZA RUCHU TURYSTYCZNEGO W BYDGOSZCZY NA PODSTAWIE BADAŃ KWESTIONARIUSZOWYCH PRZEPROWADZONYCH W ROKU 2013

Szczegółowe informacje pochodzące od turystów i odwiedzających jednodniowych uporządkowano i zaprezentowano stosując w tym celu zestaw cech i kryteriów przyjętych w badaniach ubiegłorocznych. Takie postępowanie umożliwiło porównywanie wyników otrzymanych w obu okresach, tj. dla lat 2012 i 2013 a w konsekwencji na uchwycenie tendencji rozwojowych badanego zjawiska.

W rozdziale III zawarto charakterystykę badanej populacji. Analizie poddano: pochodzenie terytorialne respondentów, cechy demograficzne, społeczne i ekonomiczne (deklarowany poziom sytuacji materialnej), częstotliwość wizyt w Bydgoszczy oraz długość pobytów turystów i odwiedzających jednodniowych na terenie miasta.

3.1. Charakterystyka badanych turystów i odwiedzających jednodniowych

3.1.1. Analiza pochodzenie terytorialnego badanych respondentów

Analiza pozyskanego w roku 2013 materiału daje podstawy aby stwierdzić występowanie dużego podobieństwa wyników z uzyskanymi w pierwszej edycji badania. W toku badań materiału pochodzącego z roku 2013 potwierdzono istnienie wykształconego i ustabilizowanego obszaru ciężenia do Bydgoszczy – ośrodka rozpatrywanego w tym przypadku jako obszaru recepcji migracji w szeroko pojmowanych celach turystycznych. Badania potwierdzają ponadregionalny zasięg Bydgoszczy w przyjazdach turystów i odwiedzających jednodniowych.

Analizując miejsca zamieszkania ankietowanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych wyraźnie można zauważyć, że podobnie jak w roku 2012 obszarem generującym największy ruch przyjazdowy do Bydgoszczy jest województwo kujawsko-pomorskie (ponad 31,1% z ogółem). Podobnie jak w roku 2012, na tle pozostałych województw naszego kraju wyraźnie wybijają się województwa ościennie, tj.: mazowieckie (11,3% udziału w ruchu ogółem), wielkopolskie (11,6%) oraz pomorskie

(10,4%). W porównaniu do 2012 r. w ogólnej liczbie przyjazdów zmalał nieznacznie udział przyjazdów z województwa warmińsko-mazurskiego, natomiast wyraźnie wzrósł z województw: dolnośląskiego (2012 – 3,6%; 2013 – 5,5%) i śląskiego (2012 – 3,7%; 2013 – 6%) (por tab. 3).

Podobnie jak w roku ubiegłym dla większości turystów i odwiedzających jednodniowych pochodzących z terenu województwa kujawsko-pomorskiego przyjazd do Bydgoszczy był kolejną wizytą w tym mieście (taką deklarację uzyskano od 55% respondentów pochodzących z regionu kujawsko-pomorskiego). Analiza powtarzalności wizyt w 2013 r. ponownie zidentyfikowała i jednocześnie uwypukliła zależności funkcjonalne zachodzące w ramach rozpatrywanych aktywności przyjazdowych w przypadku regionów: wielkopolskiego (10,4% przyjazdów były to wizyty kolejne), pomorskiego (8,8% j.w.) oraz mazowieckiego (6,3% j.w.). Otrzymane dla wymienionych regionów odsetki w relacji do wyników z roku 2012 posiadają - co prawda - inny poziom wartości (powodując tym samym przesunięcia w pozycji rankingu), jednak najistotniejszym ustaleniem jest to, że dotyczą one tych samych obszarów odniesienia.

Tabela 3. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach

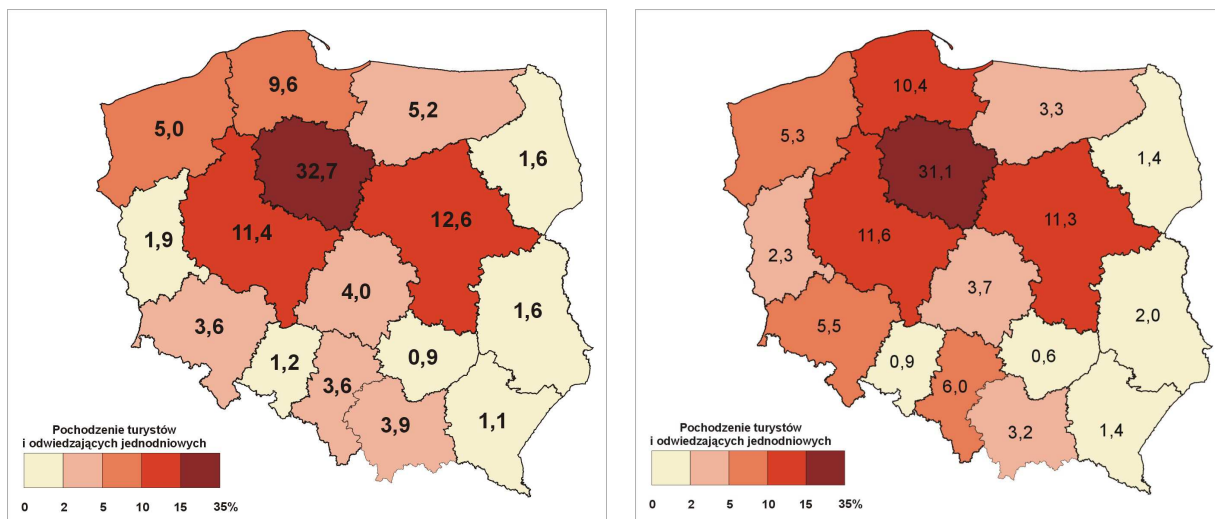
Województwo	Turyści i odwiedzający jednodniowi (w %)					
	Ogółem		Pobyty z noclegiem (dłuższe i na jedną noc)		Pobyty jednodniowe (bez wykorzystania noclegu)	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
dolnośląskie	3,6	5,5	4,6	8,8	0,8	1,9
kujawsko-pomorskie	32,7	31,1	19,4	10,4	66,0	53,3
lubelskie	1,6	2,0	1,8	2,9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

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W 2013 r. turyści krajowi (osoby realizujące w Bydgoszczy noclegi) najczęściej pochodzili z województwa mazowieckiego (15,4%). Jest to sytuacja różniąca się dość znacznie od obserwowanej w roku 2012. Wtedy bowiem, wśród respondentów

deklarujących pobyty z noclegiem największą procentowo grupę stanowili mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego³. Oprócz powyżej opisanej zmiany rozkład udziałów pozostałych regionów w zasadzie nie uległ zmianie, choć nie oznacza to pewnych ciekawych przesunięć w rankingu (np. woj. śląskie i dolnośląskie). W roku 2013 – oprócz wcześniej scharakteryzowanych regionów kujawsko-pomorskiego i mazowieckiego – istotne znacznie w przyjazdach turystycznych do Bydgoszczy posiadały: region pomorski (12,5% ogółu badanych osób realizujących w Bydgoszczy noclegi), województwo wielkopolskie (11,5% j.w.), woj. zachodniopomorskie (7,1%), region warmińsko-mazurski i łódzki (po 5,2%). Przyrost przyjazdów z noclegiem zidentyfikowano w przypadku województwa dolnośląskiego (z 4,6% w 2012 do 8,8% w 2013) i śląskiego (z 5% do 8,1%).

W grupie respondentów, dla których charakterystycznym był tzw. krótki pobyt w Bydgoszczy (tj. przyjazdy beznoclegowe) - podobnie jak w roku 2012 - dominowały osoby na stałe zamieszkujące w województwie kujawsko-pomorskim (53,3% z ogółu badanych odwiedzających jednodniowych). W analizowanej grupie przyjazdów jednodniowych spośród pozostałych województw naszego kraju wyraźnie zaznaczyły się takie obszary jak: region wielkopolski (11,6% z tej grupy), pomorski (8,2%) oraz mazowiecki (6,8%). Zidentyfikowany rozkład wartości cechuje zatem duże podobieństwo do wyników uzyskanych w roku 2012 (por. ryc. 7ab i tab. 4).



Wzorem rozwiązań zastosowanych w badaniu ubiegłorocznym, dla lepszego zobrazowania i charakterystyki pochodzenia terytorialnego krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych zastosowano wizualizację pozyskanych danych konstruując tzw. mapy koncentracji. Aby uszczegółwić obraz, dane ponownie zagregowano w układzie powiatów, następnie przeliczono zgodnie z procedurą *Wskaźnika Koncentracji Lorenza* a uzyskane tym sposobem wartości kwintyli koncentracji naniesiono na mapy (uzyskując kartogramy koncentracji). Otrzymane rozkłady przestrzenne z dużą szczegółowością identyfikują najważniejsze obszary generujące napływ ruchu turystycznego z terytorium naszego kraju (dotyczy: pobyków długookresowych i jednodniowych) (por. ryciny: 8-13). Dla lepszego zobrazowania tendencji w opracowaniu zestawiono mapy wynikowe z roku 2012 i 2013.

Analiza otrzymanego obrazu koncentracji miejsc zamieszkania odwiedzających ogółem Bydgoszcz pozwala po raz kolejny wyciągnąć wniosek o silnym ciężeniu do miasta terenów zlokalizowanych w szczególności w samym województwie kujawsko-pomorskim (dotyczy to głównie powiatu bydgoskiego, ponadto powiatu nakielskiego i inowrocławskiego). Tylko z terenu tych trzech wymienionych powiatów stwierdzono łącznie 14,6% z ogółu badanych przyjazdów. Bardzo ważne w analizie zasięgu rynkowego miasta (rozpatrywanego w kategoriach ośrodka przyjazdowego w turystyce i przyjazdach krótkich) jest również stwierdzenie faktu generowania przyjazdów do Bydgoszczy z dużych, krajowych aglomeracji. Zjawisko to obserwowano także w badaniach w roku 2012 (pomijając Toruń - szczególnie intensywne w przypadku m. Warszawy, m. Gdańska, m. Poznania).

Otrzymany dla roku 2013 rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc zamieszkania osób realizujących dłuższe pobyty w Bydgoszczy wskazuje niestety na obniżenie poziomu koncentracji. Zmniejszyła się intensywność w obszarze województwa kujawsko-pomorskiego, ale także zauważalny jest spadek wskaźników na terenach położonych poza regionem. W uzyskanym obrazie przestrzennym bez większego problemu można jednak rozpoznać zidentyfikowaną w roku 2012 r. strukturę lokalizacji obszarów pochodzenia badanych turystów. Pomimo mniejszej intensywności zjawiska koncentracji rozkład przestrzenny kwintyli ponownie wskazuje tereny najczęściej i najsilniej generujące przyjazdy do Bydgoszczy. Podobnie jak w roku ubiegłym zlokalizowane są one głównie w samym województwie kujawsko-pomorskim (ruch turystyczny wewnątrzregionalny), ale także poza regionem (duże aglomeracje miejskie zlokalizowane z reguły w województwach ościennych oraz na południu kraju).

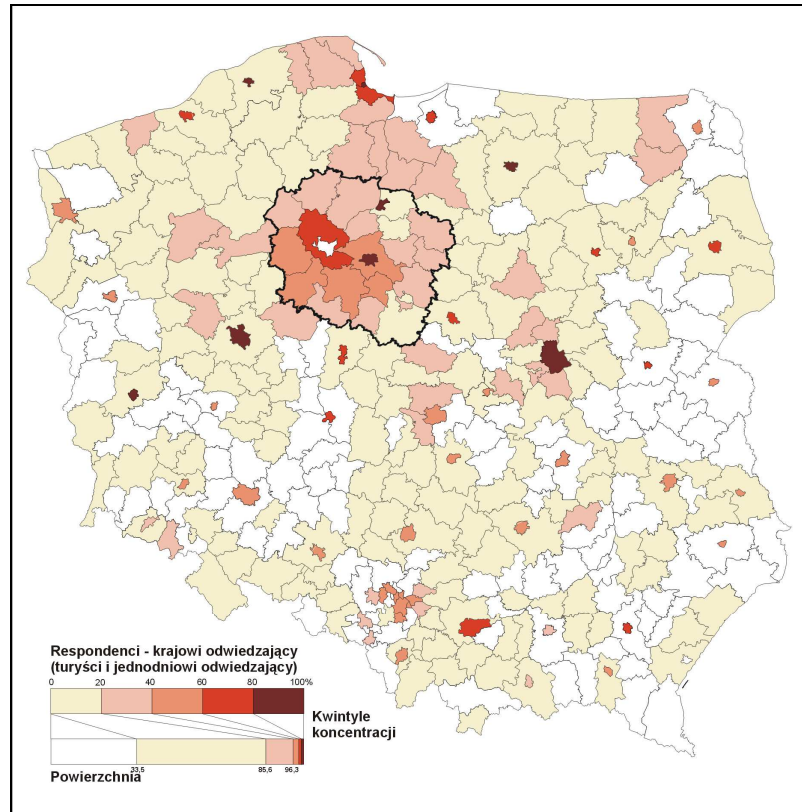
Mapa koncentracji miejsc zamieszkania odwiedzających jednodniowych z roku 2013 wykazuje znaczne podobieństwo z obrazem przestrzennym otrzymanym według

danych z roku 2012. Przyjazdy na krótki okres czasu (bez noclegu) również generowane są głównie przez mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. W szczególności przyjazdy te realizowane są przez mieszkańców powiatu bydgoskiego. Ważne znaczenie mają także jednak obszary położone w oddaleniu od Bydgoszczy, zlokalizowane w zachodniej i południowo-zachodniej części regionu.

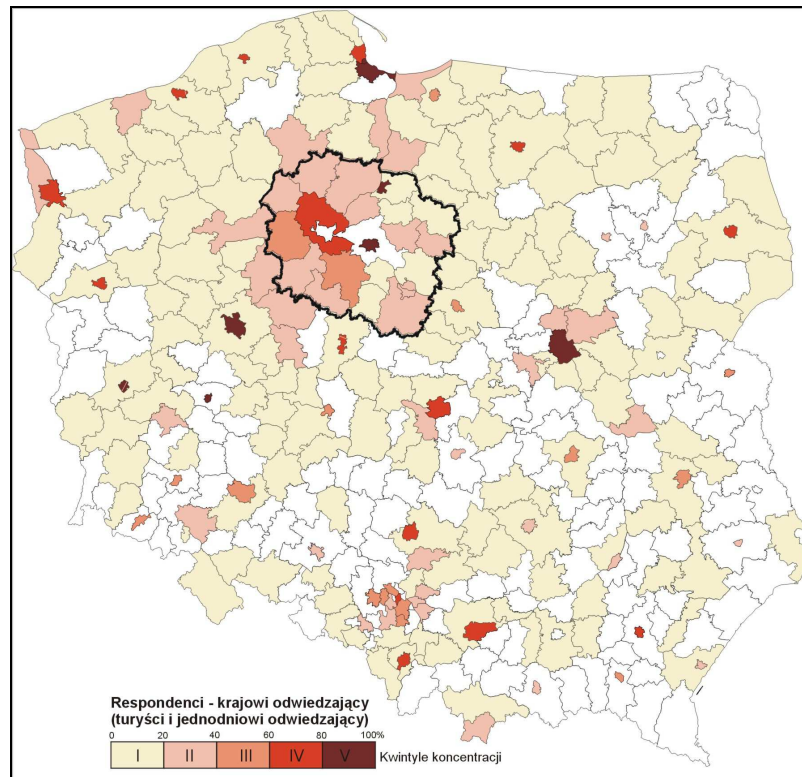
Tabela. 4. Odsetki respondentów odwiedzających długookresowych i jednodniowych według powiatów wskazanych jako miejsca stałego zamieszkania

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

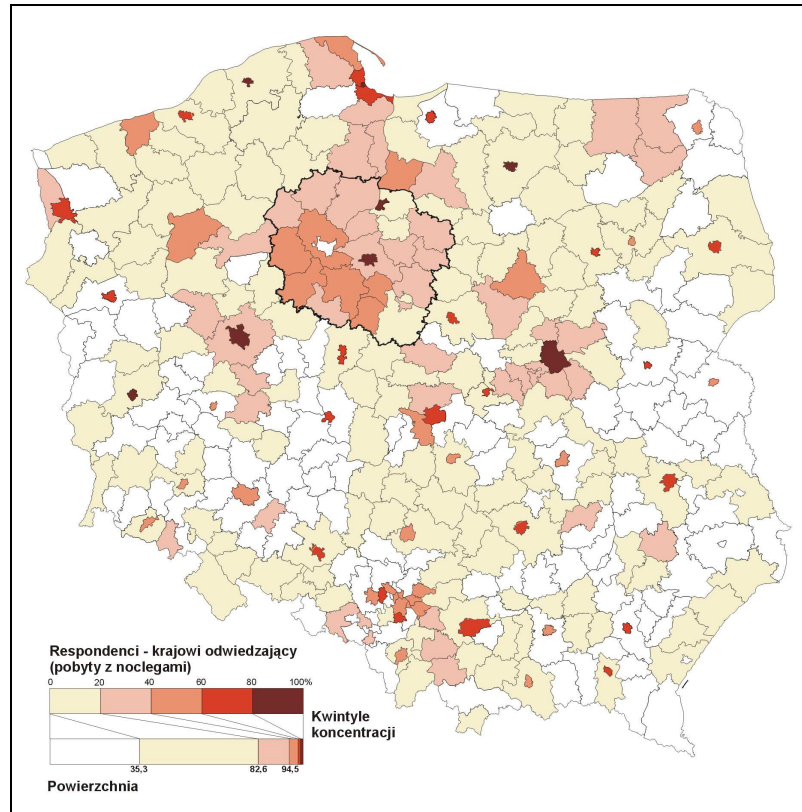
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



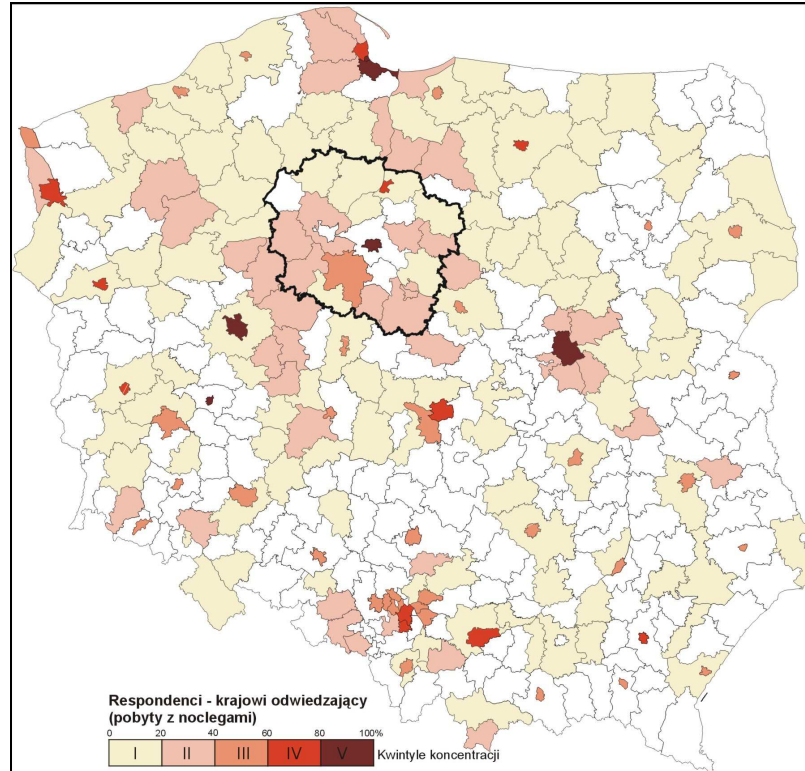
Ryc. 8. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych ogółem (dane dla miasta Bydgoszcz - **rok badania 2012**)
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



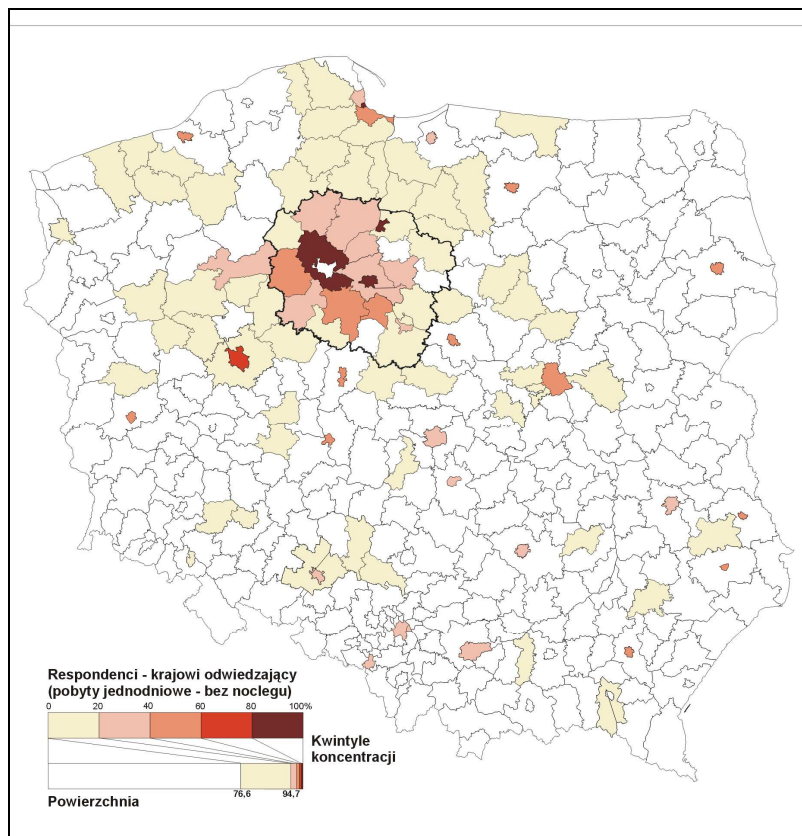
Ryc. 9. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych ogółem (dane dla miasta Bydgoszcz - **rok badania 2013**)
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 10. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych (dane dla miasta Bydgoszcz - **rok badania 2012**)
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

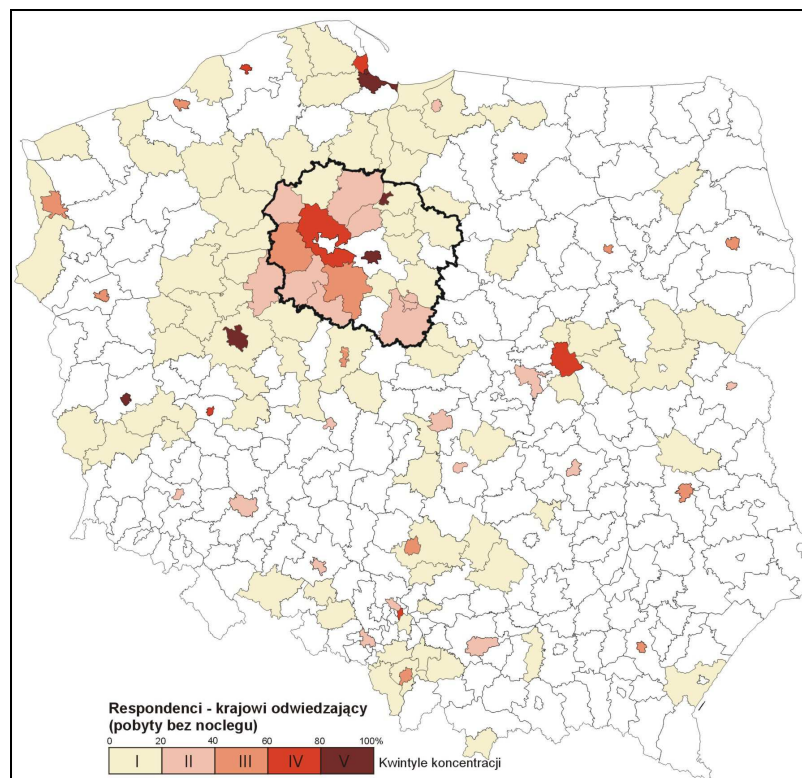


Ryc. 11. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych (dane dla miasta Bydgoszcz - **rok badania 2013**)
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc.12. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych jednodniowych (dane dla miasta Bydgoszcz - **rok badania 2012**)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc.13. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych jednodniowych (dane dla miasta Bydgoszcz - **rok badania 2013**)

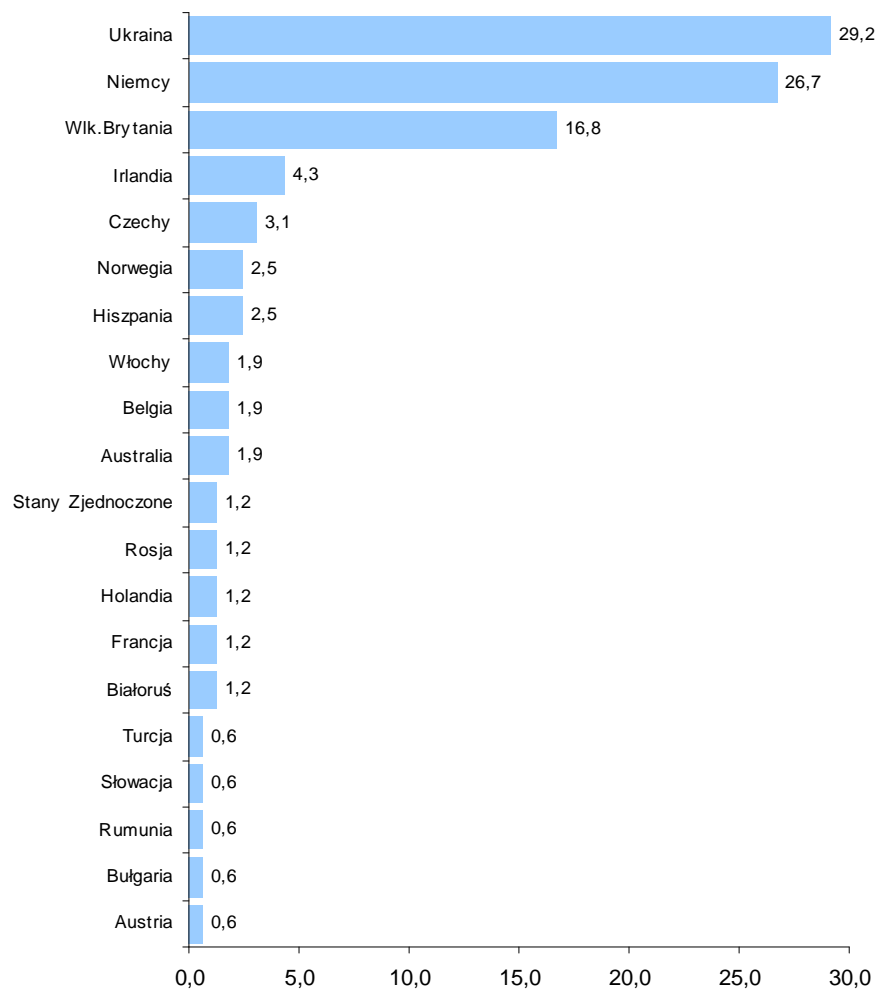
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Podsumowując, wyniki uzyskane podczas analizy miejsc zamieszkania krajowych odwiedzających Bydgoszcz w 2013 r. potwierdziły ustalenia badań z roku poprzedniego. Oddziaływanie rynkowe Bydgoszczy, zarówno w przypadku kategorii przyjazdów połączonych z dłuższym pobytem i noclegami, jak również pobytów krótkich (jednodniowych) ma charakter regionalny i ponadregionalny. Zasięg ponadregionalny kształtuje się w wyniku relacji rynkowych z dużymi, krajowymi aglomeracjami, przy czym najczęściej są to ośrodki zlokalizowane w województwach ościennych (Warszawa, Poznań, Trójmiasto, Szczecin). Regionalny i lokalny charakter ruchu przyjazdowego w szeroko rozpatrywanych celach turystycznych ujawnia się głównie w centralnej, zachodniej oraz południowo-zachodniej części województwa. Ponadto ważne znaczenie w ruchu przyjazdowym posiada drugie co do wielkości miasto województwa – Toruń.

W roku 2013 r. – podobnie jak w roku ubiegłym - wśród ankietowanych obcokrajowców dominowali obywatele krajów europejskich. W całkowitej badanej grupie obcokrajowców ponownie największe grupy stanowili przyjezdni z Ukrainy (29,%) i Niemiec (26,7%) (uzyskane w tych przypadkach wartości należy traktować w granicach 3% błędu statystycznego) oraz goście z Wielkiej Brytanii (16,8%). Relatywnie mniejsze grupy wśród odwiedzających stanowili: obywatele Irlandii (4,3%), Czech (3,1%) oraz Norwegii i Hiszpanii (po 2,5%).

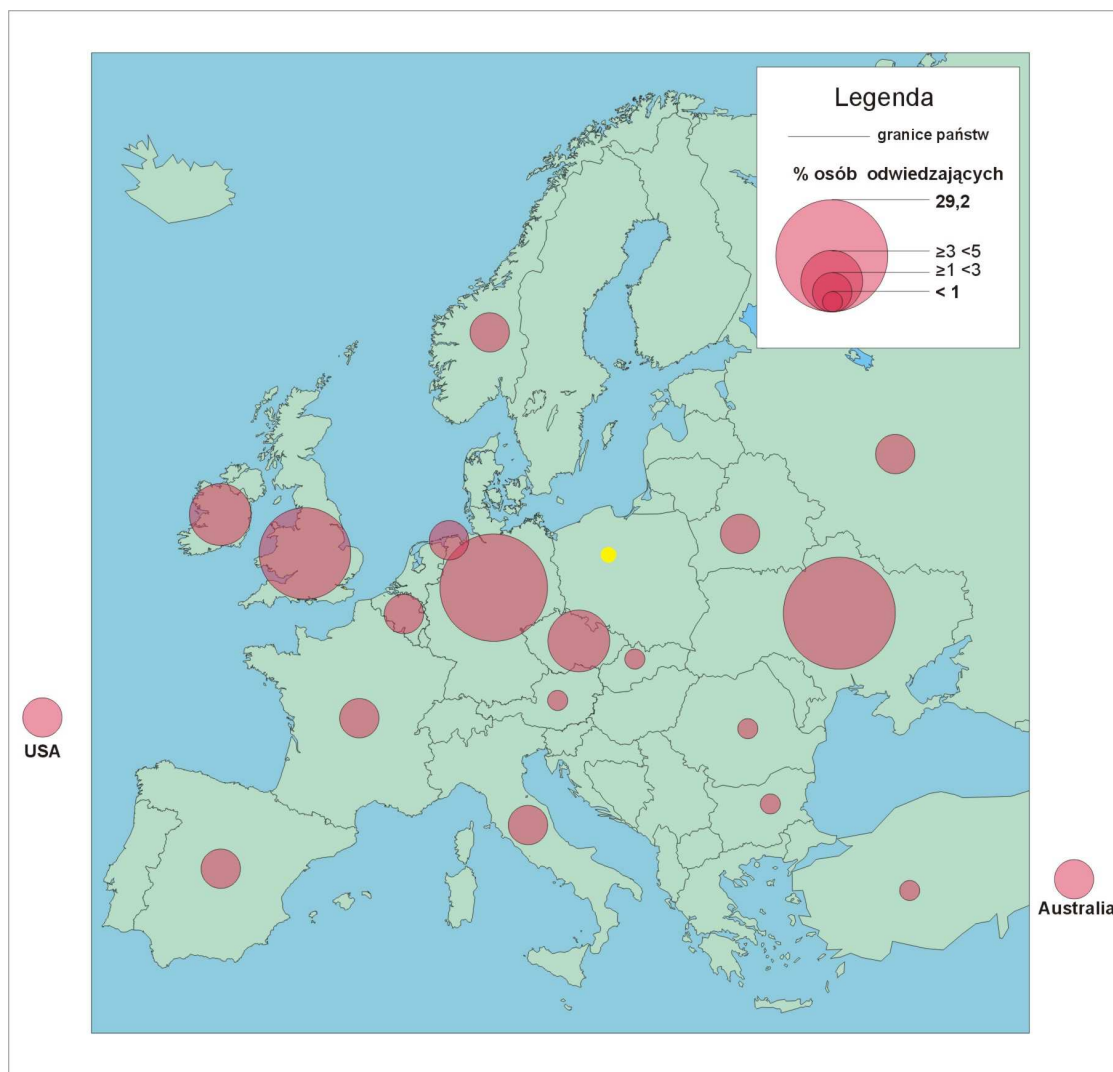
W roku 2013 obserwowano zdecydowanie mniej odwiedzających z krajów pozaeuropejskich (USA, Australia)⁴ (ryc. 14 i 15).

⁴ W badaniach w 2013 r. korekcie poddano listę miejsc poboru ankiet wykluczając z niej hotele. Zmiana ta z pewnością wpłynęła na otrzymane wyniki. Ponadto należy pamiętać, że w roku ubiegłym badania prowadzono podczas odbywających się w naszym kraju mistrzostw EURO 2012



Ryc.14. Pochodzenie respondentów (turystów i odwiedzających jednostniowych) według krajów stałego zamieszkania (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

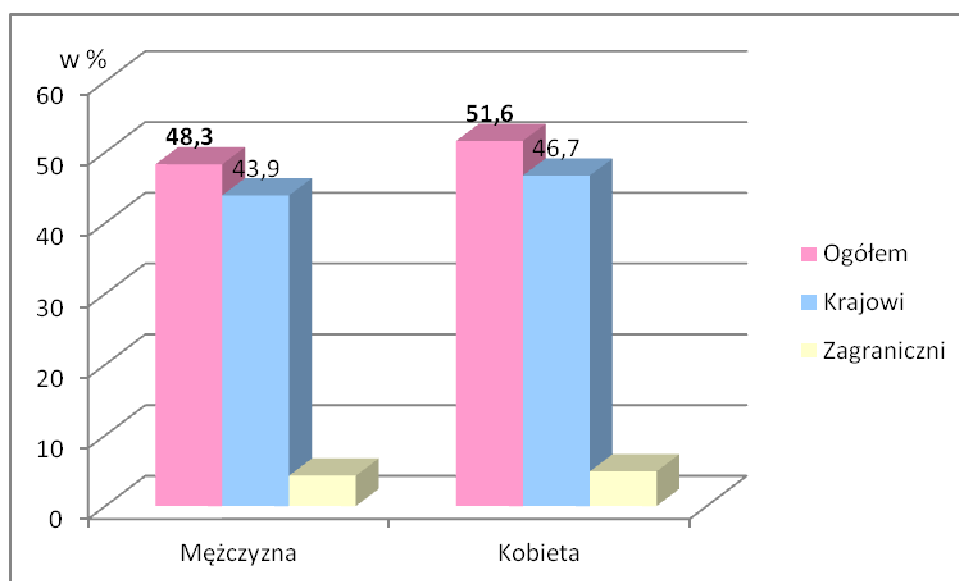


Ryc. 15. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

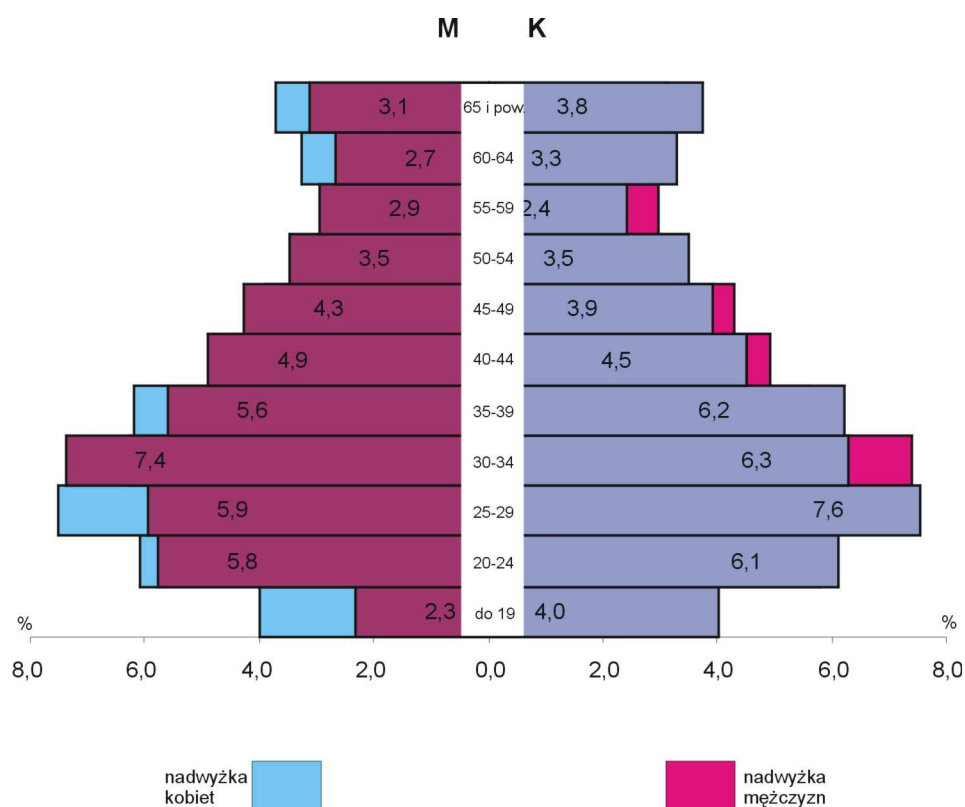
3.1.2. Kryterium społeczno-demograficzne i ekonomiczne

W roku 2013 w badanej grupie - podobnie jak w roku poprzednim - udział obu płci był bardzo zbliżony. W całym zbiorze występuje jednak nieznaczna przewaga kobiet (51,6% z ogółu) (ryc. 16). Kilkuprocentowa przewagą kobiet zaznaczyła się zarówno wśród badanych ogółem, jak i w grupie respondentów pochodzących z Polski (w tym przypadku różnica wynosi 2,7%) oraz z zagranicy (różnica o 0,7%).

Na podstawie ryciny 17 można stwierdzić, że w poszczególnych, wydzielonych pięcioletnich grupach wiekowych respondentów przewaga kobiet była wyraźna wśród respondentów z najmłodszych i najstarszych roczników. Wysoki poziom maskulinizacji dotyczył przede wszystkim osób z przedziałów wieku średniego.



Ryc. 16. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i ogółem
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 17. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W całej strukturze osób badanych dominowała grupa osób w wieku produkcyjnym (80,8%)⁵, przy czym respondenci zaliczani do tzw. „mobilnych zawodowo” (osoby w

⁵Dla 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

wieku 20-39) stanowili ponad połowę z tej grupy (62,9%). Strukturę wieku badanych osób według 5 letnich przedziałów wiekowych (tzw. grupowanie demograficzne) przedstawiono na rycinie 18.

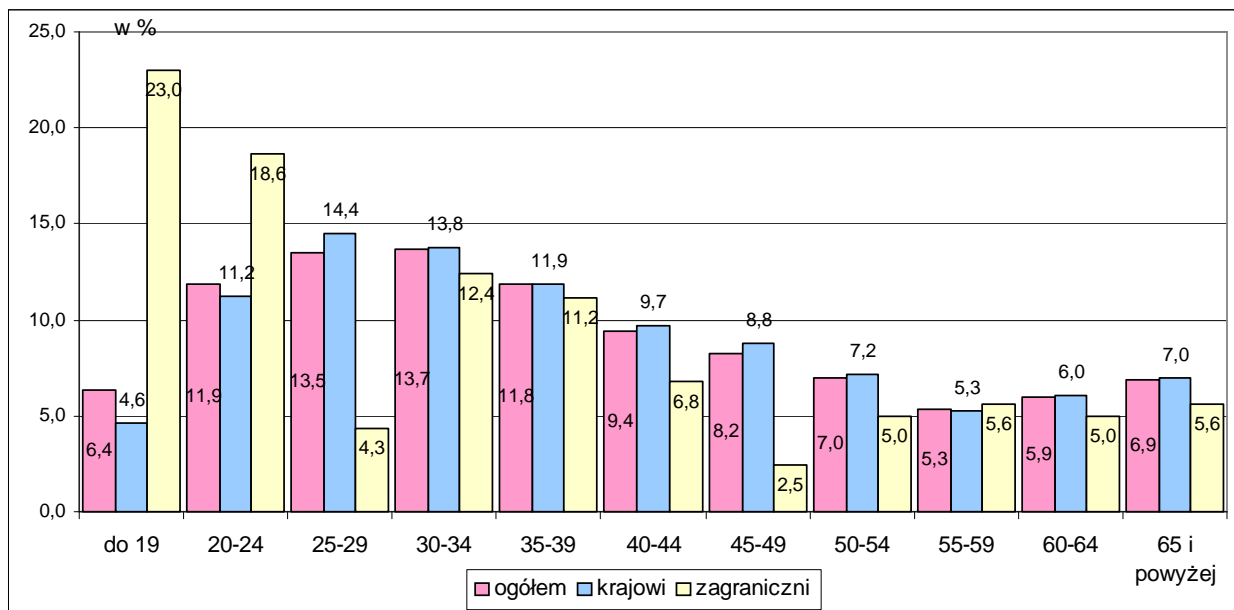
Najliczniejszymi byli respondenci w przedziale wieku 30-34 lata (13,7%) oraz 25-29 lat (13,5%) (por. tab. 5). Kolejne grupy wiekowe zaznaczające się wysokim udziałem w ogólnej strukturze badanych to: respondenci w wieku 20-24 lat (11,9%), 35-39 lat (11,8%) oraz 40-44 lat (9,4%). Najmniej licznymi byli respondenci w wieku od 55 do 59 lat, 60-64 lata oraz do 19 lat.

Tabela. 5. Struktura wieku i płci badanych respondentów (odwiedzający krajowi i zagraniczni)

Grupy wiekowe	Respondenci ogółem (w l.bezw.)					Respondenci ogółem (w %)				
	Ogółem	Krajowi		Zagraniczni		Ogółem	Krajowi		Zagraniczni	
		Kobieta	Mężczyzna	Kobieta	Mężczyzna		Kobieta	Mężczyzna	Kobieta	Mężczyzna
do 19	110	26	47	14	23	6,3	3,4	5,8	18,7	26,7
20-24	206	83	93	17	13	11,9	10,9	11,5	22,7	15,1
25-29	234	100	127	3	4	13,5	13,1	15,7	4,0	4,7
30-34	237	115	102	13	7	13,7	15,1	12,6	17,3	8,1
35-39	205	91	96	6	12	11,8	11,9	11,9	8,0	14,0
40-44	163	80	72	5	6	9,4	10,5	8,9	6,7	7,0
45-49	142	73	65	1	3	8,2	9,6	8,0	1,3	3,5
50-54	121	57	56	3	5	7,0	7,5	6,9	4,0	5,8
55-59	93	47	36	3	6	5,4	6,2	4,4	4,0	7,0
60-64	103	41	54	5	3	5,9	5,4	6,7	6,7	3,5
65 i powyżej	119	49	61	5	4	6,9	6,4	7,5	6,7	4,7
	1733	762	809	75	86	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Analiza struktury wieku respondentów w roku (por. rycina 18) w relacji do wyników badań ubiegłorocznych wykazała między odwiedzającymi krajowymi i cudzoziemcami zachodzenie generalnie niewielkich różnic. Tym razem jednak można uznać, że pod względem demograficznym respondenci z Polski byli nieco starsi od respondentów. Świadczą o tym uzyskane odsetki osób w wieku do 39 roku życia. W grupie respondentów krajowych osoby w wieku do 39 roku życia stanowiły 56% z ogółu, natomiast w grupie obcokrajowców takich osób było aż 69%.



Ryc. 18. Struktura wieku respondentów odwiedzających Bydgoszcz w 2013 r. (turyści i odwiedzający jednodniowi)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

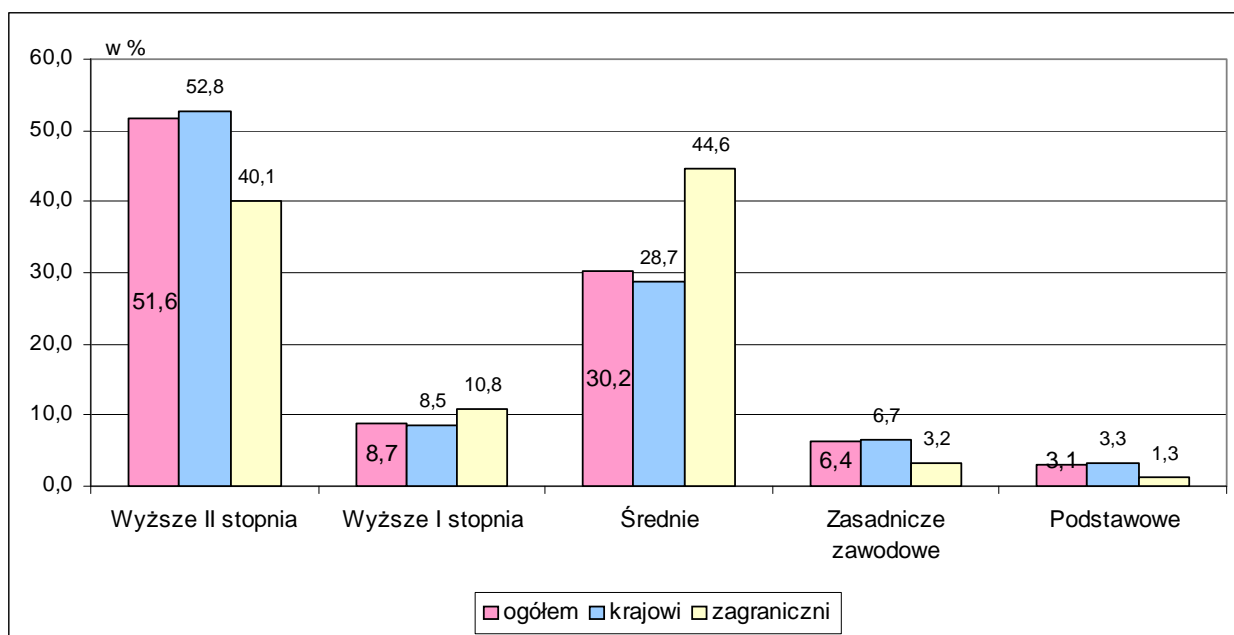
Analiza informacji udzielonych przez respondentów, opisujących deklarowany poziom wykształcenia pozwala stwierdzić, że tak jak w roku ubiegłym większość respondentów legitymowała się wykształceniem wyższym (prawie 60,4% z ogółu ankietowanych) oraz średnim (30,2% z ogółu). Poziom wykształcenia respondentów z kraju i zagranicznych był tym razem podobny (w obu przypadkach grupy respondentów w ponad 90% składały się z osób posiadających wykształcenie wyższe i średnie) (por. rycina 19).

Struktura wydzielonych kategorii zawodowych wskazuje na dominację osób aktywnych zawodowo (prawie 68%)⁶ (tab. 6).

Wśród badanych w strukturze ogółem znaczne udziały posiadały następujące kategorie zawodowe: 19,2% inne zawody, 11,4% - wyższa kadra kierownicza lub specjalista, 11,1% pracownicy administracyjno-biurowi, 11% emeryci i renciści, 9,4% - kadra kierownicza średniego i niższego szczebla. Ponadto duże grupy tworzyły osoby w kategoriach - robotnicy wykwalifikowani i pracownicy sektora usług (około 7 %). W grupie respondentów ogółem oraz krajowych i zagranicznych występował znaczący udział młodzieży studiującej nie zamieszkałej na stałe w Bydgoszczy. Najmniej liczne

⁶Ludność 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.

grupy wśród ogółu respondentów stanowili rolnicy, bezrobotni i osoby zajmujące się domem.



Ryc. 19. Struktura wykształcenia respondentów
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Tabela. 6. Struktura respondentów według statusu zawodowego

Kategoria społeczno-zawodowa	Ogółem	krajowi	zagraniczni
	%		
inne zawody	19,2	19,2	18,8
uczeń / student	14,9	12,8	35,0
wyższa kadra kierownicza lub specjalista	11,4	11,9	6,9
pracownik administracyjno-biurowy	11,1	11,4	8,8
emeryt / rencista	11,0	11,4	7,5
kadra kierownicza średniego i niższego szczebla	9,4	9,7	6,3
robotnik wykwalifikowany / pracownik sektora usług	7,9	7,8	8,8
pracownik nauki lub nauczyciel	7,1	7,5	3,8
zajmują się domem	5,2	5,5	2,5
rolnik	1,6	1,8	0,0
bezrobotny	1,2	1,1	1,9
RAZEM	100	100,0	100,0

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

Warto podkreślić, że zarówno wśród ankietowanych z kraju, jak i obcokrajowców wyraźnie zaznaczył się pokaźny udział osób w kategorii kadra kierownicza (wyższego

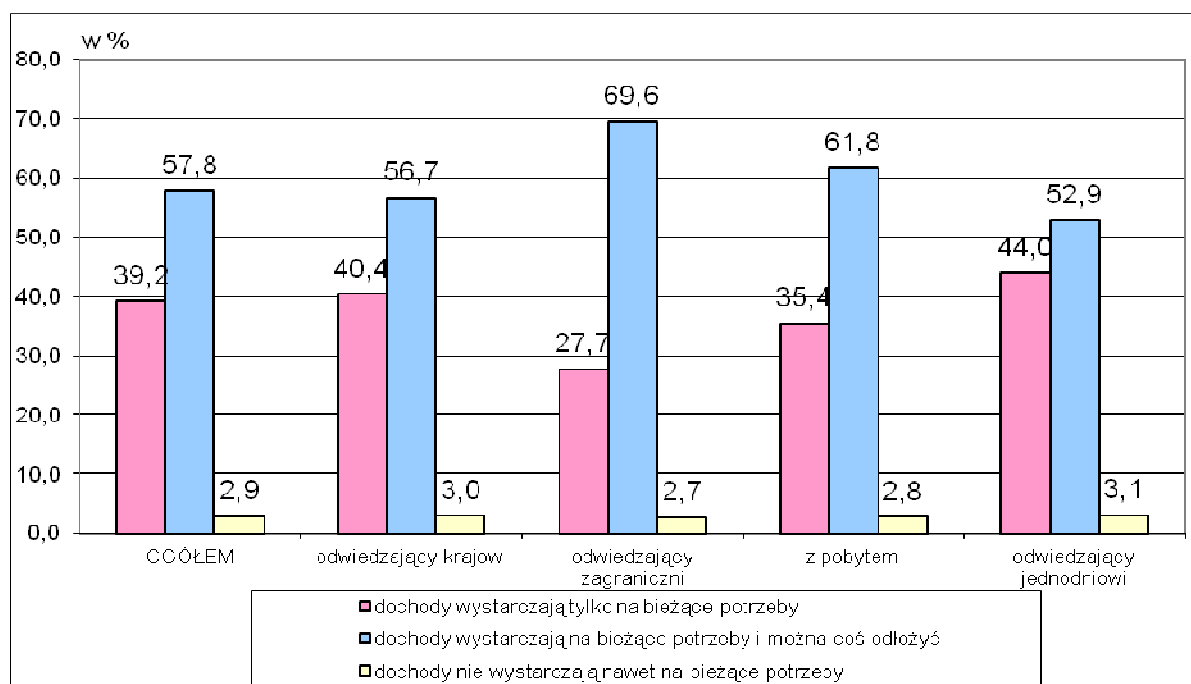
i średniego szczebla – rozpatrywanych łącznie; respondenci z kraju 23,3%, zagraniczni – 15,7%) - przy czym w grupie odwiedzających krajowych dominowały tzw. „inne zawody” (19,2%), natomiast wśród obcokrajowców oprócz omówionej powyżej grupy zawodowej wysoki odsetek stanowili studenci/uczniowie (35%).

Podczas wywiadu kwestionariuszowego respondenci byli proszeni o ocenę swojego statusu materialnego. Jak wynika z otrzymanych informacji większość odwiedzających (krajowych i zagranicznych) deklarowała średni (39,2%) i wysoki status materialny (57,8%) (tab.7, ryc. 20).

Tabela 7. Struktura badanych odwiedzających (turystów i jednodniowych według samooceny statusu materialnego

Ocena statusu materialnego	Respondenci ogółem (w l.bezw.)					Respondenci ogółem (w %)				
	ogółem	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni	z pobytem	odwiedzający jednodniowi	ogółem	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni	z pobytem	odwiedzający jednodniowi
dochody wystarczają tylko na bieżące potrzeby	656	615	41	329	327	39,2	40,4	27,7	35,4	44,0
dochody wystarczają na bieżące potrzeby i można coś odłożyć	967	864	103	574	393	57,8	56,7	69,6	61,8	52,9
dochody nie wystarczają nawet na bieżące potrzeby	49	45	4	26	23	2,9	3,0	2,7	2,8	3,1
	1672	1524	148	929	743	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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



Ryc. 20. Samoocena sytuacji materialnej w grupie badanych respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.1.3. Charakterystyka częstotliwości podróży do Bydgoszczy, miasta jako ośrodka etapowego lub docelowego oraz okresu pobytu

W porównaniu z rokiem poprzednim, wśród ogółu badanych w roku 2013 dość znacznie wzrósł odsetek osób, które do Bydgoszczy przyjechały i przebywały w nim po raz pierwszy w roku. Analiza pozyskanych odpowiedzi wskazuje, że grupa tego typu odwiedzających liczyła prawie 60% z ogółu badanych. Tego typu sytuację, zasadniczo odmienną w relacji do ustaleń z poprzedniego roku badania zidentyfikowano zarówno w grupie respondentów krajowych, jak i w grupie obcokrajowców (krajowi: 57,9 % pierwszy przyjazd, 42,1% kolejny przyjazd; zagraniczni: 72,2% pierwszy przyjazd, 27,8% kolejny przyjazd).

Odnosząc się do całkowitej liczby badanych respondentów stwierdzono, że w roku 2013 częstotliwość wizyt w grupie badanych generalnie utrzymała na podobnym, średnim⁷ poziomie, przy czym tendencja ta pogłębiła się (w roku 2012 45,3% badanych odwiedzających miasto stwierdziło, że w ciągu roku do Bydgoszczy przyjeżdża „kilka razy w roku” lub „raz w miesiącu”, natomiast w roku 2013 tego typu deklaracji w grupie badanych ogółem stwierdzono prawie 60% - dokładnie 58,1%). Warto jednak zauważyć, że w porównaniu z rokiem poprzednim zwiększył się także udział osób deklarujących wysoki poziom powtarzalności przyjazdów, co z kolei związane było także z obniżeniem odsetka osób deklarujących niską częstotliwość wizyt.

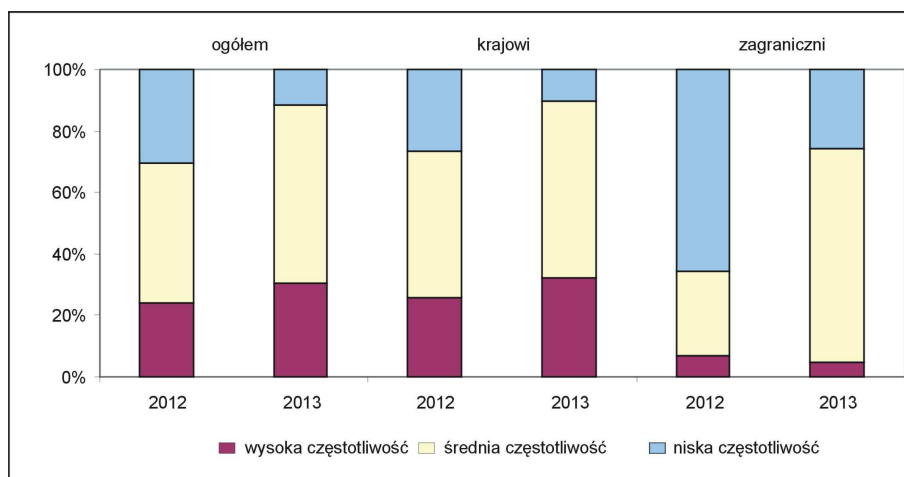
W porównaniu z pierwszym monitorowanym okresem (rok 2012) dość pokaźnym zmianom uległa częstotliwość przyjazdów obcokrajowców. Pozyskane dane wskazują, że liczba powtórnych wizyt w Bydgoszczy w tym przypadku uległa zwiększeniu. Wyraźnie w tej grupie wzrósł bowiem udział respondentów deklarujących średnią częstotliwość przyjazdów (z 27,4% w roku 2012 do prawie 70% w roku 2013) (por. tab. 8, ryc.20).

⁷ Ocenę otrzymano poprzez interpretację zsumowanych odpowiedzi dla wyróżnionych kategorii, wyjaśnienie procedury zawiera legenda ryciny 20

Tabela. 8. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy w grupie badanych respondentów

Kategorie	Odwiedzający (w %)					
	Ogółem		krajowi		zagraniczni	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Częstotliwość przyjazdów [raz lub kilka razy w tygodniu]	9,9	15,8	10,8	16,6	0,8	4,7
Częstotliwość przyjazdów [kilka razy w miesiącu]	14,3	14,6	15,1	15,6	6,1	0,0
Częstotliwość przyjazdów [raz w miesiącu]	11,3	20,8	12,0	21,9	5,3	4,7
Częstotliwość przyjazdów [kilka razy w roku]	34,0	37,3	35,3	35,5	22,1	65,1
Częstotliwość przyjazdów [raz w roku]	14,9	9,5	13,7	8,8	26,7	20,9
Częstotliwość przyjazdów [raz na kilka lat lub rzadziej]	15,6	2,0	13,1	1,6	38,9	4,7
Pierwszy przyjazd	31,1	59,2	28,1	57,9	51,5	72,2
Kolejny przyjazd	68,4	40,8	71,5	42,1	48,1	27,8
Bydgoszcz – miejsce docelowe podróży	84,1	84,4	85,8	84,2	74,8	83,5
Bydgoszcz – etap podróży	15,5	15,6	14,1	15,8	24,8	16,5

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



Ryc. 20. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy w grupie badanych respondentów

Uwagi:

wysoka częstotliwość (suma kategorii „raz lub kilka razy w tygodniu” oraz „kilka razy w miesiącu”)

średnia częstotliwość (suma kategorii: „raz w miesiącu” oraz „kilka razy w roku”)

niska częstotliwość (suma kategorii „raz w roku” oraz „raz na kilka lat lub rzadziej”)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W roku 2013 utrzymała się tendencja wskazująca, że Bydgoszcz jest w głównej mierze ośrodkiem docelowym realizowanych przez respondentów podróży (w całkowitej liczbie 1733 badanych respondentów tego typu wskazań otrzymano ponad 80%). Podobny poziom odpowiedzi (wartość przekraczająca 80%) uzyskano od respondentów realizujących przyjazdy z terenu Polski, jak i z zagranicy.

Z punktu widzenia korzyści ekonomicznych generowanych wskutek przyjazdów do obszaru recepcyjnego ważne znaczenie posiada długość okresu pobytu odwiedzających. Na podstawie analizy odwiedzi zawartych w kwestionariuszach ankietowych stwierdzono, że przyjazdy większej części badanych osób były łączone z noclegami na terenie Bydgoszczy (55,5% z ogółu respondentów). Jest to sytuacja pozytywna dla rynku bydgoskiego, jednak niestety trzeba również wskazać, że otrzymany poziom wskaźnika jest o 20 punktów procentowych niższy od uzyskanego w poprzednim roku badania (w 2012 r. wśród ogółu badanych respondentów turyści dominowali - 75%) (tab. 9).

W roku 2013 w grupie przyjazdów połączonych z noclegiem, podobnie jak w roku poprzednim przeważały przyjazdy na więcej niż jedną noc. Otrzymany poziom wskaźnika (86%) był wyższy niż w roku ubiegłym⁸.

Analiza planowanej długości pobytu za rok 2013 w grupie respondentów krajowych wykazała duże obniżenie udziału przyjazdów z 1 noclegiem (z 23% do 8%) i jednocześnie podwyższenie liczby przyjazdów „na cały dzień”. Podobne tendencje zaobserwowano w grupie badanych obcokrajowców.

Tabela. 9. Planowana długość pobytu respondentów w Bydgoszczy

Wyszczególnienie	Odwiedzający (w %)					
	Ogółem		krajowi		zagraniczni	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
do 3 godzin	5,3	5,5	5,9	5,7	1,1	3,1
do 6 godzin	9,6	12,6	10,9	13,8	1,1	0,6
1 dzień bez noclegu	9,7	26,5	11,1	28,4	0,8	8,1
1 noc	20,5	7,4	23,0	8,0	4,6	1,9
więcej nocy	54,8	48,1	49,1	44,1	93,0	86,3
razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Poddając oddzielnej analizie grupę przyjazdów turystycznych (tj. połączonych z noclegiem) otrzymano wyniki świadczące o tym, że turyści (ogółem) najczęściej realizowali od 2 do 3 noclegów (w 2012 - 39,8% wskazań z ogółem, w 2013 - 46,8%) (tab. 10). Tym razem jednak, pobyty w takiej formie dominowały wyłącznie w grupie turystów krajowych (w tej grupie tendencja pogłębiła się). Turyści zagraniczni - jak deklarowali- najczęściej realizowali pobyty o długości trwania od 8 do 14 dni (48,5% z całkowitej liczby badanych turystów zagranicznych)⁹.

⁸ Uwaga: dane w tabeli 15 pokazują odsetki odpowiedzi w strukturze dla ogółu respondentów (nie odnoszą się do podziału na przyjazdy połączone z noclegiem i bez noclegu)

⁹ Wpływ na uzyskany poziom mają w tym przypadku przyjazdy studentów (najprawdopodobniej przyjazdy w ramach wymiany studenckiej Erasmus). W przypadku odrzucenia tej kategorii respondentów otrzymane dane wskazywałyby, że nadal najczęściej realizowanymi pobytami byłyby pobyty trwające od 8 do 14 dni, jednak ich udział w strukturze ogółem spadłby do poziomu 27%.

Tabela. 10. Planowana długość pobytu turystów krajowych i zagranicznych deklarujących, co najmniej jeden nocleg w Bydgoszczy

Wyszczególnienie	Ogółem (w %)		Krajowi (w %)		Zagraniczni (w %)	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
1 noc	27,6	8,1	32,1	9,0	4,8	3,7
2- 3 noce	39,8	46,8	41,7	53,5	30,8	12,5
4 - 5 nocy	15,9	17,3	14,4	18,4	23,2	12,5
6 - 7 nocy	7,9	12,0	6,0	11,8	18,0	13,2
8 - 14 nocy	5,9	13,0	4,3	5,8	13,6	48,5
>14 nocy	3,0	2,8	1,5	1,5	9,6	9,6

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

3.2. Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Bydgoszczy

3.2.1. Wykorzystanie przez odwiedzających źródeł informacji o mieście Bydgoszczy

Identyfikacja źródeł informacji o Bydgoszczy dotyczyła dwóch aspektów – z jednej strony analizowano źródła informacji na temat możliwości recepcyjnych miasta (baza noclegowa), z drugiej zaś źródła ogólnych informacji o mieście. Założenie to przesądziło o konieczności selekcji dwóch podgrup respondentów i poddaniu każdej z nich oddzielnej analizie. W pierwszym ujęciu uwzględniono odpowiedzi wyłącznie tych respondentów, którzy kwalifikowali się do kategorii turystów tj. przyjezdnych więcej niż jednodniowych nocujących w Bydgoszczy, natomiast w drugim przypadku wzięto pod uwagę ogół respondentów tzn. zarówno turystów jak i odwiedzających jednodniowych.

Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej

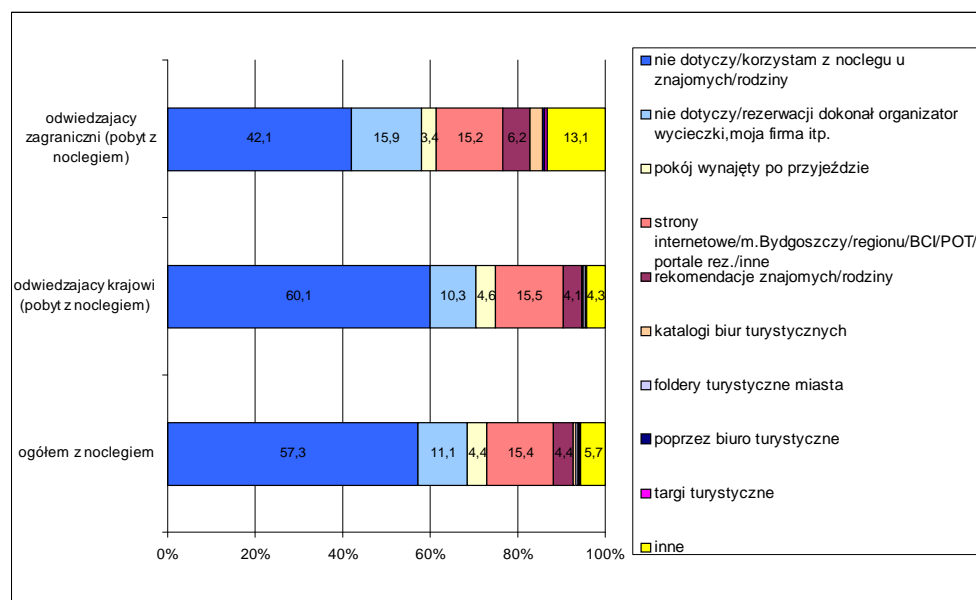
Wyniki badań pozwalają uznać, że blisko 70% ogółu respondentów deklarujących dłuższy pobyt w mieście z noclegiem nie poszukiwała przed przyjazdem informacji o dostępności bazy noclegowej. Brak zainteresowania w tym zakresie wynika z dwóch przyczyn. Po pierwsze, ponad 57% ankietowanych planowało skorzystać z zagwarantowanego noclegu u znajomych lub u rodziny, a po drugie – około 11% badanych odwiedzających było uczestnikami przyjazdów zorganizowanych przez biuro turystyczne lub własną firmę i nie musiało troszczyć się o zakwaterowanie. Podobne proporcje ukształtowały się tak w odniesieniu do ogółu badanych turystów (czyli

wszystkich gości realizujących pobyt z noclegiem) jaki i na poziomie szczegółowych analiz w podgrupie turystów krajowych. Natomiast nieco gorszym wynikiem charakteryzowała się zbiorowość odwiedzających zagranicznych, przyjmując wartość 42,1% dla osób korzystających z noclegu u znajomych lub rodziny i 15,9% dla uczestników przyjazdów zorganizowanych, co razem daje odsetek 58% gości zagranicznych nie poszukujących noclegu przed przyjazdem (tab. 11, ryc. 21).

Tabela 11. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej” według wybranych kategorii przyjazdów

	przyjazdy ogółem z noclegiem	odwiedzający krajowi (pobyt z noclegiem)	odwiedzający zagraniczni (pobyt z noclegiem)
nie dotyczy/korzystam z noclegu u znajomych/rodziny	57,3	60,1	42,1
nie dotyczy/rezerwacji dokonał organizator wycieczki, moja firma itp.	11,1	10,3	15,9
pokój wynajętem po przyjeździe	4,4	4,6	3,4
strony internetowe/m. Bydgoszczy /regionu/BCI/POT/portale rez./inne www	15,4	15,5	15,2
rekomendacje znajomych/rodziny	4,4	4,1	6,2
katalogi biur turystycznych	0,6	0,3	2,8
foldery turystyczne miasta	0,4	0,5	0,0
poprzez biuro turystyczne	0,3	0,3	0,7
targi turystyczne	0,2	0,1	0,7
inne	5,7	4,3	13,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 21. Wykorzystywane przed przyjazdem źródła informacji o bazie noclegowej Bydgoszczy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Gdy wyeliminowano z analiz wyżej opisaną tj. nieaktywną w zakresie poszukiwania informacji o bazie noclegowej Bydgoszczy¹⁰ grupę respondentów okazało się, że dla badanych turystów podstawowym źródłem informacji o możliwościach recepcyjnych był Internet, bowiem na kategorię „strony internetowe miasta Bydgoszczy, regionu, BCI, POT, portale rezerwacyjne, inne” wskazało 15,4% z ogółu respondentów przybywających do miasta na pobyt z noclegiem. Drugim ważnym źródłem informacji o bydgoskiej bazie recepcyjnej okazały się kanały nieformalne, tj. „rekomendacje znajomych lub rodziny” – 4,4% wskazań. Pozostałe uwzględnione w ankietach kategorie: „katalogi biur turystycznych, foldery turystyczne miasta, rezerwacje przez biuro turystyczne, targi turystyczne” miały zdecydowanie mniejsze znaczenie dla ankietowanych osób i otrzymywały po mniej niż 1% wskazań. Na tym tle wyróżniała się bliżej niesprecyzowana kategoria źródeł określona w ankiecie jako „inne” (w zakres ten mogą wchodzić np. doświadczenia własne z poprzednich przyjazdów) otrzymując od turystów krajowych 4,3% wskazań, a od turystów zagranicznych aż 13,1% wskazań (tab. 12).

Stopień wykorzystania źródeł informacji o bazie noclegowej miasta Bydgoszczy w sposób nieznaczny różnił się w podgrupach respondentów krajowych i zagranicznych. Można przyjąć, że strony internetowe dla obu grup były podstawowym źródłem informacji. Dla turystów zagranicznych nieznacznie większe znaczenie miały informacje uzyskiwane za pośrednictwem biur turystycznych (0,7% wskazań), a szczególnie ich katalogi (2,8% wskazań).

Tabela 12. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej według wybranych kategorii przyjazdów”

	ogółem z noclegiem	odwiedzający krajowi (z noclegiem)	odwiedzający zagraniczni (z noclegiem)
strony internetowe/m. Bydgoszczy/regionu/BCI/POT/ portale rez./inne	15,4	15,5	15,2
rekomendacje znajomych/rodziny	4,4	4,1	6,2
katalogi biur turystycznych	0,6	0,3	2,8
foldery turystyczne miasta	0,4	0,5	0,0
poprzez biuro turystyczne	0,3	0,3	0,7
targi turystyczne	0,2	0,1	0,7
inne	5,7	4,3	13,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych
Uwagi: (po uwzględnieniu procedury agregacji danych)

¹⁰ Aby odkryć „ukrytą” strukturę odpowiedzi odjęto wskazania informujące o „korzystaniu z noclegu u znajomych bądź rodziny, „dokonaniu rezerwacji przez organizatora wycieczki, wyjazdu, firmę itp.”, wynajęciu pokoju po przyjeździe uzyskując podgrupę o liczebności 257 osób

Wykorzystywane źródła informacji o mieście Bydgoszczy

Mając na uwadze opisane w początkowym rozdziale kluczowe cele niniejszych badań, obok powyższych uwag istotne wydaje się nie tylko określenie skali wykorzystania całego spektrum źródeł informacji na temat Bydgoszczy, jakie mogą być pomocne przyjezdnym podczas organizacji podróży i pobytu, ale także ustalenie stopnia zaangażowania w przebieg poszukiwań tychże informacji, oczywiście w odniesieniu do każdej z badanych grup przyjezdnych tj. turystów i gościom jednodniowych (tab. 13, ryc. 22).

Materiał sondażowy dał podstawy, aby przyjąć, że przed przyjazdem do Bydgoszczy jedynie 26,9% z ogółu respondentów poszukiwało wszechstronnych informacji o mieście. Szczegółowa analiza danych ujawnia charakterystyczne różnice w poszczególnych kategoriach przyjazdów. Wśród przyjezdnych poszukujących wszelkich ogólnych informacji o docelowym miejscu podróży przeważali turyści (tj. osoby realizujące przyjazdy połączone z noclegiem), co może się wiązać także z poszukiwaniem bazy noclegowej. Odsetek tych respondentów wynosił 31,2%. Tymczasem osoby realizujące przyjazdy jednodniowe, czyli bez noclegu deklarowały zdecydowanie niższą aktywność w tym zakresie – 21,7% wskazań.

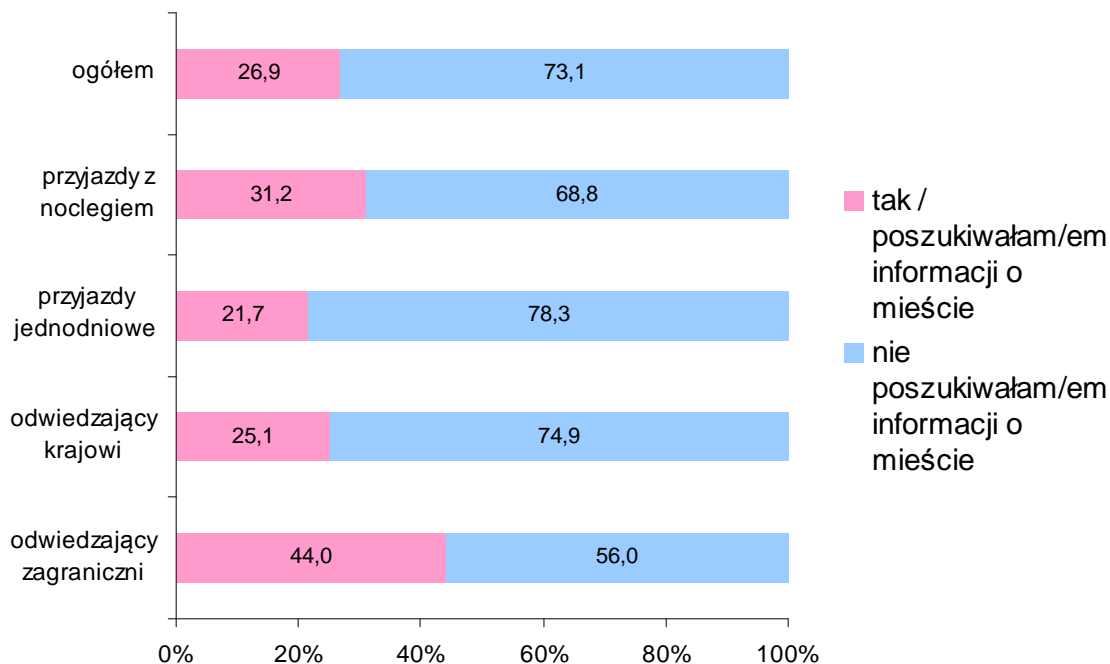
Rozpatrując ten rozkład na poziomie szczegółowym okazało się, że w sumie najwięcej uwagi tymże poszukiwaniom poświęcali obcokrajowcy – 44% wskazań. Wśród odwiedzających krajowych wynik ten był ewidentnie niższy - 25,1% wskazań.

Porównawcza analiza ubiegłorocznych badań z badaniami bieżącymi wykazuje pewną dynamikę zmian. Wprawdzie odsetek ogółu respondentów poszukujących informacji przed przyjazdem zmienił się niewiele, bo zwiększył się zaledwie o 1,5%, ale dosyć wyraźne zmiany odnotowano przyglądając się wynikom w poszczególnych grupach przyjezdnych. Na przykład wśród odwiedzających zagranicznych liczba poszukujących różnych informacji o mieście zmniejszyła się aż o 12%. Wzrost zanotowano w grupie respondentów przyjeżdżających jednodniowych - o ponad 9%.

Tabela 13. Aktywność respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
tak poszukiwałam/em					
informacji o mieście	26,9	31,2	21,7	25,1	44,0
nie poszukiwałam/em					
informacji o mieście	73,1	68,8	78,3	74,9	56,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 22. Poziom aktywności respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Niezależnie od długości pobytów oraz pochodzenia ankietowanych przyjezdnych (tj. krajowych lub zagranicznych) podstawowym źródłem informacji o mieście Bydgoszczy był niewątpliwie Internet (tab. 14, ryc. 23). Dużą rolę tego medium w kształtowaniu wiedzy o Bydgoszczy podkreślało około 60% respondentów. Na tym polu wyróżniali się zwłaszcza przyjezdni jednodniowi, którzy – jak się zdaje – w sposób szczególny upodobili sobie to medium jako źródło pochodzenia uniwersalnych danych o docelowym miejscu podróży, przeznaczając mu aż 65% wskazań. Dużo rzadziej wymieniane przez respondentów były tzw. kanały nieformalne, do których zaliczono informacje uzyskiwane od rodziny i znajomych (ok. 11% wskazań). Relatywnie małe znaczenie miały one zwłaszcza dla odwiedzających jednodniowych (5% wskazań). Pewnym zaskoczeniem dla badaczy było zbyt słabe wykorzystywanie przez respondentów tradycyjnych drukowanych publikacji turystycznych tj. przewodników i planów miasta (po ok. 6 % wskazań) oraz fachowych opracowań promocyjnych i reklamowych, takich jak foldery lub ulotki (2,3% wskazań). Warto dodać, że wyraźną anomalią w porównaniu do pozostałych prezentowanych grup jest niezwykle niski stopień wykorzystywania planów miasta przez gości z zagranicy (niespełna 1%). Nie korzystali oni także z informacji radiowych. Najbardziej prawdopodobną tego przyczyną może być bariera językowa. Z kolei to właśnie zagraniczni odwiedzający częściej niż pozostali ankietowani sięgali po informacje pochodzące z katalogów biur podróży (4,5% wskazań). Niniejsze badania wykazały także krańcowo

małą rolę w dostarczaniu informacji turystycznych prasy, radia i telewizji (w granicach 2%). Warto być może zastanowić się nad skuteczniejszym wykorzystaniem możliwości tych środków masowej komunikacji w celu bardziej efektywnego kształtowania wiedzy turystycznej i krajoznawczej wśród osób odwiedzających miasto. Również niewielkie znaczenie w upowszechnianiu informacji miały - zdaniem respondentów - polskie placówki dyplomatyczne. Z ich pomocy w tym zakresie korzystali głównie nieliczni podróżni zagraniczni.

Tabela 14. Wykorzystywane przed przyjazdem do Bydgoszczy źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów

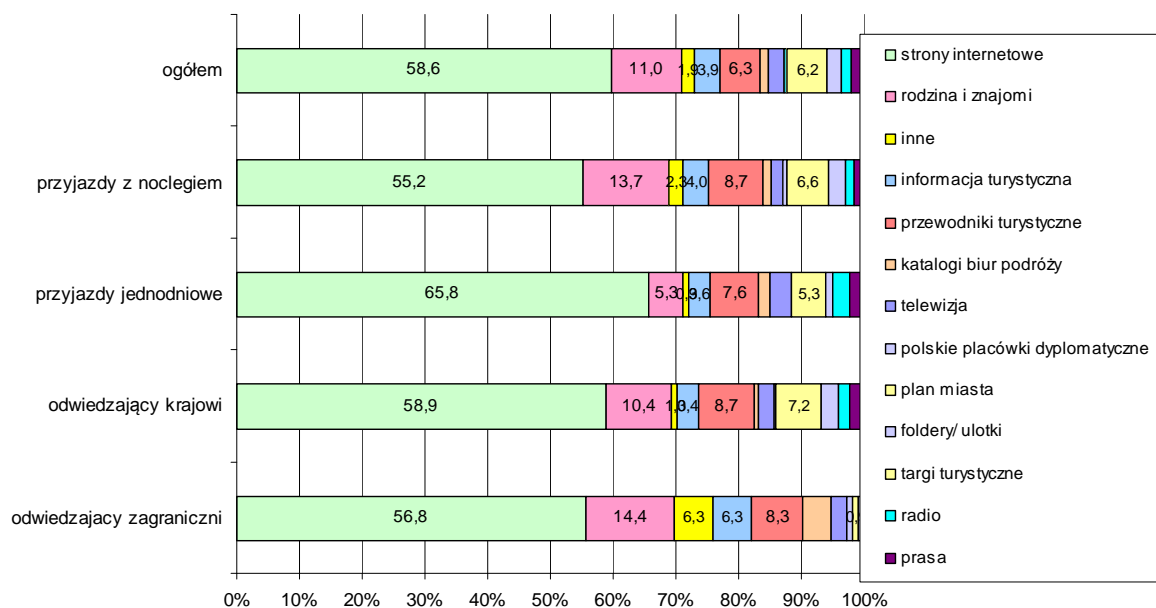
	Ogółem =98	przyjazdy z noclegiem =100	przyjazdy jednodniowe =100	odwiedzający krajowi =100	odwiedzający zagraniczni =102
strony internetowe	58,6	55,2	65,7	58,9	56,8
rodzina i znajomi	11,0	13,7	5,3	10,4	14,4
inne	1,9	2,3	0,9	1,0	6,3
informacja turystyczna	3,9	4,0	3,6	3,4	6,3
przewodniki turystyczne	6,3	8,7	7,6	8,7	8,3
katalogi biur podróży	1,4	1,3	1,8	0,9	4,5
telewizja	2,4	1,9	3,6	2,4	2,7
polские placówki dyplomatyczne	0,4	0,6	0,0	0,3	0,9
plan miasta	6,2	6,6	5,3	7,2	0,9
foldery/ulotki	2,3	2,7	1,3	2,6	0,9
targi turystyczne	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
radio	1,7	1,3	2,7	2,0	0,0
prasa	1,9	1,7	2,2	2,2	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Wydaje się, że tylko niewielka część respondentów nie podejmowała żadnych działań w zakresie poszukiwania informacji przed rozpoczęciem podróży licząc na użyteczność w tym względzie funkcjonującego w Bydgoszczy punktu informacji turystycznej (ogółem ok.4%), przy czym dwukrotnie częściej na taką ewentualność wskazywali respondenci zagraniczni (ponad 6%). Najniżej notowanym źródłem informacji okazały się targi turystyczne, które nie otrzymały żadnego wskazania. Możliwe, że wynika to ze specyficznej roli tych imprez, daleko bardziej zorientowanych przecież na budowanie biznesowych relacji pomiędzy kontrahentami zbiorowymi, niż na obsługę indywidualnych turystów. Przedstawione wyżej tendencje – poza omówionymi wyjątkami - występują z nieznacznymi różnicami we wszystkich analizowanych podgrupach przyjezdnych.

Porównując analogiczne wyniki ubiegłorocznych badań należy stwierdzić, że główne trendy w zakresie wykorzystywanych przez przyjezdnych źródeł kompleksowych informacji dotyczących Bydgoszczy zasadniczo nie zmieniły się. Niewątpliwie zaakcentowała się większa rola Internetu. Zwyżki oscylują tu od 4% do 10% wskazań w zależności od analizowanej zbiorowości respondentów. Do tych dodatnich zmian należy

zaliczyć także niewielki wzrost wykorzystania niektórych drukowanych wydawnictw – przewodników (2-3% wskazań więcej niż rok temu). Z kolei informacyjna funkcja folderów, katalogów biur podróży straciła na znaczeniu w porównywanym okresie tj. w latach 2012-2013, otrzymując o ok. 1-3% wskazań mniej niż dotychczas, chociaż w przypadku wykorzystania map i planów miasta spadek był wyraźniejszy i osiągnął stopień o 5% wskazań mniej niż przed rokiem.



Rycina 23. Źródła informacji o Bydgoszczy wykorzystywane przed przyjazdem do miasta

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.2. Organizator podróży

W badanym okresie zdecydowaną większość przyjazdów do Bydgoszczy respondenci zorganizowali w własnym zakresie. Ogółem, tę formę organizacji deklarowało ponad 81% ogółu respondentów. Na samodzielną organizację przyjazdu wskazywało ponad 76% turystów i 84,6 odwiedzających jednodniowych. Drugą co do wielkości, chociaż daleko mniej liczną kategorię stanowiły przyjazdy zorganizowane przez zakład pracy/firmę – 8,0% wskazań. Tylko niektórzy ankietowani korzystali z pomocy rodziny (4,1% wskazań) lub znajomych (2,5% wskazań). Minimalne znaczenie w tym względzie miały biura podróży (1,2%), szkoły/uczelnie (1,0%), organizacje społeczne (0,5%) i parafie (0,2%) (tab. 15, ryc.24).

Nakreślone powyżej proporcje w dość podobny sposób, choć nie bez pewnych wahań, rozkładały się w poszczególnych analizowanych podgrupach badanych. Zdecydowanie wyróżniającą się procentowo wśród wszystkich podgrup respondentów była

„organizacja przyjazdów we własnym zakresie”. Kolejnymi najczęściej wymienianymi przez badanych w każdej podgrupie organizatorem przyjazdów były „zakłady pracy/firmy” oraz „znajomi/rodzina”.

Na tle całej populacji respondentów wyraźnie odstawali przede wszystkim odwiedzający zagraniczni. Podgrupa ta charakteryzowała się przede wszystkim mniejszym względem ogólnych statystyk odsetkiem przyjazdów zorganizowanych indywidualnie - tylko 62,7% wskazań. Mocno natomiast zaakcentował się tu odsetek przyjazdów zorganizowanych przez zakład pracy/firmę - ponad 13% wskazań, co dowodzi sporego udziału przyjazdów służbowych. Wyniki te jednoznacznie korespondują z wynikami analizy celów przyjazdów. Ponadto turyści zagraniczni podczas organizacji przyjazdów do Bydgoszczy częściej niż turyści krajowi korzystali z pomocy rodziny (6,8%) oraz biura podróży (5,0%). Wyraźnie większe znaczenie w przebiegu organizacji przyjazdów miały w tej podgrupie także szkoły (4,3%).

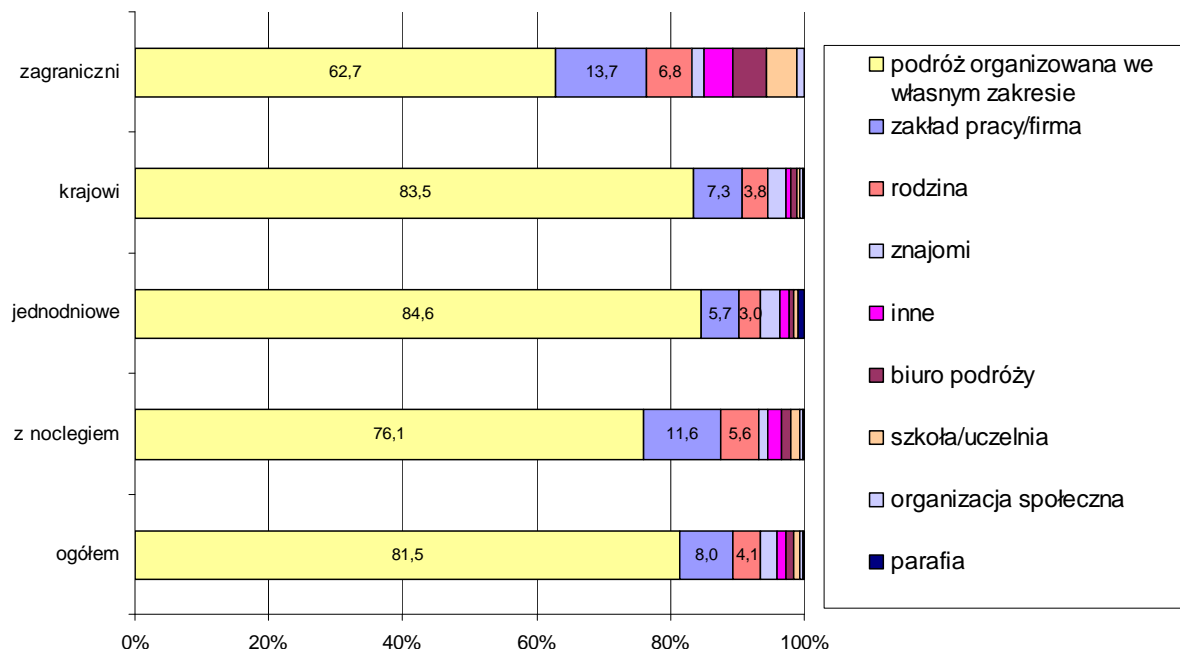
Tabela 15. Organizacja przyjazdów do Bydgoszczy (w %)

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
podróż organizowana we własnym zakresie	81,5	76,1	84,6	83,5	62,7
zakład pracy/firma	8,0	11,6	5,7	7,3	13,7
rodzina	4,1	5,6	3,0	3,8	6,8
znajomi	2,5	1,5	3,0	2,6	1,9
inne	1,2	1,9	1,4	0,9	4,3
biuro podróży	1,2	1,4	0,6	0,8	5,0
szkoła/uczelnia	1,0	1,5	0,8	0,6	4,3
organizacja społeczna	0,5	0,4	0,0	0,4	1,2
parafia	0,2	0,2	0,8	0,2	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Porównanie niniejszego raportu do wyników badań ubiegłorocznych pokazuje proporcjonalnie podobne rozkłady odsetek tak w aspekcie ogólnym, jak w poszczególnych badanych podgrupach. W roku 2012 również przeważały przyjazdy zorganizowane indywidualnie (ogółem 74,2%). Obecnie ich znaczenie nawet zwiększyło się o prawie 6%. Drugim ważnym organizatorem przyjazdów, pomimo nieomal 3-procentowego spadku, nadal pozostały zakłady pracy i firmy (10,9% - 2012; 8,0% - 2013). Jedynym wyraźnym odchyleniem od zeszłorocznych tendencji jest fakt, że istotnie zmniejszyła się rola „znajomych” w organizacji przyjazdów. W ubiegłorocznym ruchu turystycznym odgrywali oni bowiem znacznie większą rolę na tym polu, otrzymawszy wówczas ok. 6% wskazań wobec tegorocznych 2,5%. Ponadto wśród turystów zagranicznych zaznaczył się spadek udziału zakładów pracy i firm w organizacji przyjazdów o ok. 4%.

Zupełnie nową kategorią organizatorów przyjazdów uwzględnioną w tegorocznych badaniach były organizacje społeczne, badania pokazały jednak, że odgrywały one marginalną rolę.



Rycina 24. Organizacja przyjazdów w grupie badanych respondentów według wydzielonych grup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.3. Cele przyjazdu

Według definicji UNWTO uczestnikiem ruchu turystycznego jest odwiedzający, tj. każda osoba podróżująca do miejsca położonego, poza jej zwykłym otoczeniem na okres krótszy niż 12 miesięcy (nie-rezydent), której główny cel podróży jest inny niż wykonywanie działalności wynagradzanej ze środków pochodzących z odwiedzanego miejsca. Cele takiego pobytu lub podróży zaklasyfikowano w sześciu podstawowych grupach:

1. wypoczynek, rekreacja, wakacje,
2. odwiedziny u krewnych i znajomych,
3. sprawy zawodowe, interesy,
4. cele zdrowotne,
5. cele religijne, pielgrzymki,
6. inne.

Wynika z tego, że turystyka stanowi ogół czynności osób podróżujących i przebywających w miejscach znajdujących się poza ich zwykłym otoczeniem, przez okres

nie przekraczający 12 kolejnych miesięcy, w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych. To syntetyczne ujęcie definicyjne stosowane jest m.in. w badaniach aktywności turystycznej prowadzonych przez Instytut Turystyki w Warszawie.

W niniejszych badaniach uwzględniono metodologię badań ruchu turystycznego zalecaną przez Unię Europejską. Kierowano się także opinią ekspertów, skutkiem czego standaryzowaną przez Unię Europejską listę celów wyjazdów turystycznych dostosowano do potrzeb prezentowanych tu analiz, rozszerzając ją o kilka kategorii celów de facto „nie-turystycznych”. Mogą one bowiem towarzyszyć tak przyjazdom turystów, jak i odwiedzających jednodniowych, zwłaszcza w przypadku przyjazdów z bliższego lub dalszego zaplecza miasta i regionu. Dlatego też w kwestionariuszu ankiety znalazły się nie tylko pytania dotyczące preferowania „celów rekreacyjnych (wypoczynek, rozrywka w mieście)” lub „uczestnictwa w imprezach, wydarzeniach”, ale też przyjazdów po prostu po „zakupy”. Respondentom umożliwiono także wybór odpowiedzi, które w istocie mogą sugerować przyjazdy o charakterze incydentalnym - zamierzonym lub nie. Wprawdzie przyjazdy tego rodzaju - z jednej strony - często spełniają cechy przyjazdu turystycznego, z drugiej zaś - bywa, że są nacechowane przypadkowością („tranzyt”).

Jaki wiadomo „wielomotywowość” wyboru formy i miejsca recepcji sprawia, że współczesny turysta podczas podróży nierzadko realizuje kilka celów jednocześnie. Z tego powodu, próbując zidentyfikować główne cele przyjazdów do Bydgoszczy, respondentom umożliwiono podanie kilku, ich zdaniem wzajemnie się uzupełniających celów realizowanych podczas przyjazdu do Bydgoszczy. Ogółem analizie poddano 2772 odpowiedzi (tab. 16, ryc. 25).

Ogólnie rzecz biorąc najczęściej wskazywanymi celami przyjazdu do Bydgoszczy w 2013 r. były kategorie „cel turystyczny (wakacje, podróż turystyczna)” oraz „odwiedziny krewnych i znajomych”, które uzyskały odpowiednio 33,1% i 29,5% wszystkich wskazań. Daleko mniejsze znaczenie, choć wciąż legitymujące się wyróżniającą się liczbą wskazań miały „cele rekreacyjne” czyli wypoczynek i rozrywka w mieście (13,6% wskazań) oraz „cele zawodowe” obejmujące m.in. udział w konferencjach, szkoleniach i przyjazdy biznesowe (10% wskazań). Na kolejnych, zdecydowanie już odległych miejscach znalazły się „uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych” (4,9%), „zakupy” (3,6%) oraz niesprecyzowany pakiet celów – „inne” (3,6%), które w swej istocie mogą się jednak pokrywać się z niektórymi pozostałymi analizowanymi celami. Skrajnie małą liczbę wskazań, sugerującą tym samym przypadkowość i/lub incydentalność przyjazdów otrzymały cele zdrowotne (2,0% wskazań), tranzytowe (0,8% wskazań) oraz religijne np. turystyka pielgrzymkowa (0,2% wskazań).

Tabela 16. Cele przyjazdów do Bydgoszczy (w %) – odwiedzający ogółem

	przyjazdy ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
cel turystyczny (wakacje, podróż turystyczna)	33,1	30,2	37,2	33,3	30,4
odwiedziny krewnych, znajomych	29,5	34,3	22,7	29,9	25,9
cel rekreacyjny (wypoczynek, rozrywka w mieście)	13,6	14,4	12,6	14,0	10,6
sprawy zawodowe, interesy; udział w konferencji, szkoleniu itp.	10,0	11,4	8,0	9,3	16,3
uczestnictwo w imprezach wydarzeniach (kulturalnych, sportowych)	4,9	4,7	5,1	4,3	11,5
zakupy	3,6	1,5	6,7	3,9	1,1
inne	2,3	1,5	3,4	2,1	3,8
cele zdrowotne	2,0	1,3	3,1	2,2	0,4
tranzyt	0,8	0,5	1,1	0,8	0,0
cele religijne, pielgrzymki	0,2	0,2	0,1	0,2	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Zarysowane tendencje o charakterze ogólnym nieco odbiegały od rozkładu odpowiedzi odnoszących się do szczegółowych kategorii przyjazdów oraz podgrup badanych gości. Na przykład wskazania odwiedzających zagranicznych wyraźnie wyróżniały się „in plus” jeśli chodzi o preferowanie przyjazdów w celach zawodowych (16,3% wskazań – goście zagraniczni, 9,3% wskazań – goście krajowi) oraz w przypadku uczestnictwa w imprezach kulturalnych (11,4% wskazań – goście zagraniczni, 4,3% wskazań – goście krajowi). Jednocześnie odwiedzający zagraniczni w mniejszym stopniu interesowali się rekreacją w mieście (10,6% wskazań – goście zagraniczni, 14,0% wskazań – goście krajowi), „zakupami” (1,1% wskazań – goście zagraniczni, 3,9% wskazań – goście krajowi) oraz „celami zdrowotnymi” (0,4% wskazań – goście zagraniczni, 2,2% wskazań – goście krajowi). Ciekawe i zastanawiające jest to, że na „cel turystyczny” wyraźnie częściej wskazywali goście jednodniowi – czyli „nie-turyści” (37,2% wskazań) niż „definitywni” turyści tj. osoby przebywające w Bydgoszczy więcej niż jeden dzień i korzystające tutaj z noclegu (30,2%). Kwestia ta częściowo wyjaśni się, jeśli przeanalizujemy kolejne kategorie szczegółowych celów, zwłaszcza tych celów, które ściśle wiążą się z turystyką lub z organizacją czasu wolnego np. „odwiedziny krewnych”, „cel rekreacyjny” i udział w konferencjach (turystyka biznesowa). Patrząc z tej perspektywy, przeważają już wskazania turystów, a różnice względem odwiedzających jednodniowych (nie-turystów) wahają się tu od 2% w przypadku „celu rekreacyjnego” do 11,6% w przypadku „odwiedzin krewnych”.

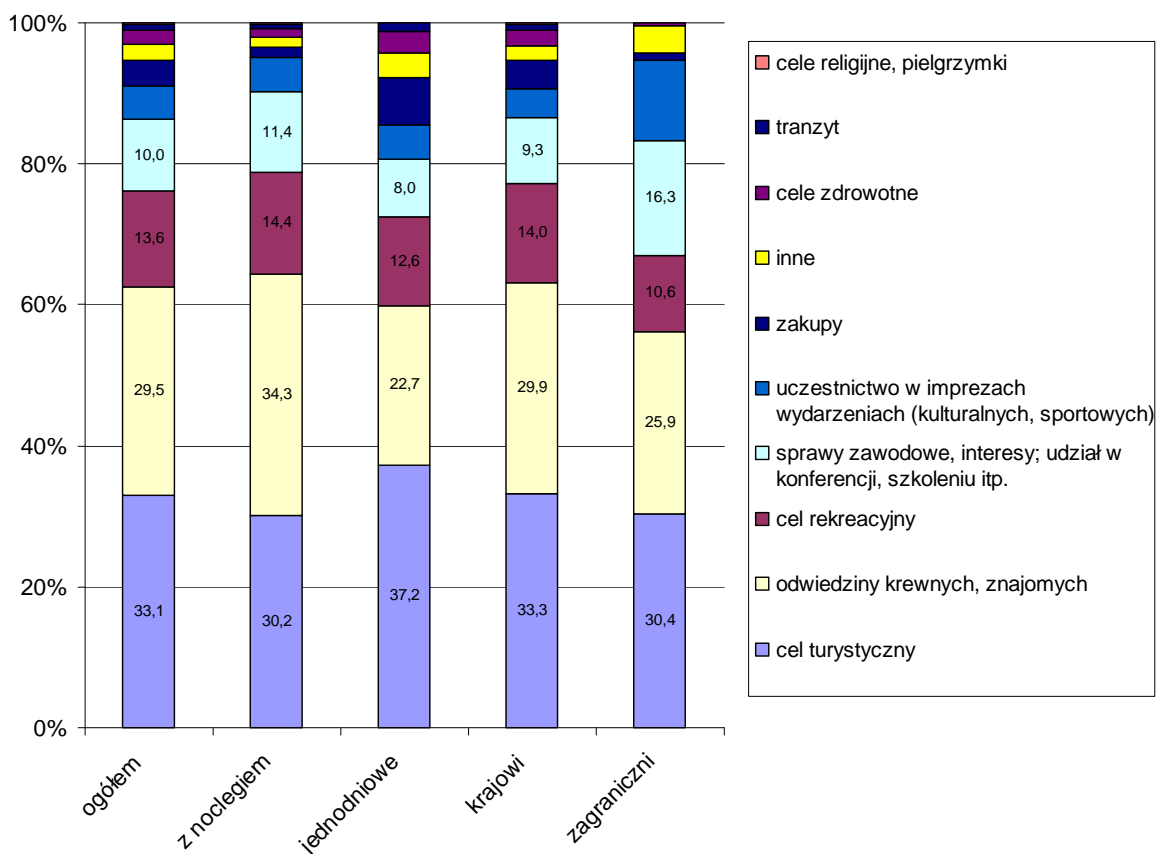
Warto podkreślić, że kategorię „cel turystyczny” częściej wskazywali turyści krajowi niż turyści zagraniczni (odpowiednio 33,3% i 30,4% wskazań). Jak już nadmieniono, również częściej niż obcokrajowcy brali oni pod uwagę cel rekreacyjny (odpowiednio

14,0% i 10,6% wskazań), ale już rzadziej niż turyści z zagranicy przyjeżdżali do Bydgoszczy w celach zawodowych (odpowiednio 9,3% i 16,3%).

Względem raportu ubiegłorocznego, wyniki niniejszych badań przedstawiają w wielu aspektach diametralnie inną sytuację. Przede wszystkim zwiększył się odsetek wskazań na turystyczne cele przyjazdu. Zresztą cele stricte turystyczne wyraźnie dominują w tegorocznym układzie. Ogółem zmiana ta wynosi aż o 15,6% wskazań więcej niż rok temu. Duży wzrost w tym względzie zanotowano w przypadku odwiedzających jednodniowych – o 24,6% wskazań. Drugą wyraźną dodatnią zmianą jest podwyższenie się odsetka przyjazdów w celach odwiedzin krewnych - z 23,8% wskazań w roku 2012 do 29,5% wskazań w roku 2013. Natomiast w strefie spadków wyróżnić należy „cele rekreacyjne”, których liczba zmniejszyła się niemal o połowę – z 23,1% rok temu do 13,6% obecnie.

O ile w roku ubiegłym do Bydgoszczy częściej w celach turystycznych przyjeżdżali odwiedzający zagraniczni niż krajowi, o tyle w tym roku proporcje te odwróciły się na korzyść odwiedzających krajowych, chociaż i tak w obu tych grupach odsetek wskazań na cele turystyczne wzrósł dość znacznie - o 16,4% wskazań w podgrupie krajowej i o 9,3% wskazań w podgrupie zagranicznej.

Pozostałe cele zachowały raczej swoją dotychczasową pozycję lub relatywnie w niewielkim stopniu uległy zmianom. Na przykład nieco zmalała rola „zakupów”, „pielgrzymek”, „tranzytu”, a wzrosła rola uczestnictwa w wydarzeniach i imprezach sportowych i kulturalnych. W tej ostatniej kategorii pewną anomalią, jest wyraźny wzrost (z 3,9% do 11,5%) przyjazdów turystów zagranicznych, znacznie przekraczający odsetek z roku 2012. Zwraca uwagę także wzrost liczby przyjazdów odwiedzających zagranicznych w celach zawodowych – z 12,6% do 16,3%.



Rycina 25. Cele przyjazdów do Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.4. Osoby towarzyszące podczas podróży i pobytu

W całkowitej grupie badanych respondentów zdecydowana większość przyjechała do Bydgoszczy z najbliższą rodziną (43,3%), w dalszej kolejności pojawiały się wskazania podróży indywidualnych (21,5%) oraz z najbliższym partnerem/ką (16,8%). W stosunku do wyników badania z 2012 roku zaobserwowano wzrost przyjazdów z najbliższą rodziną (z 30,7 % do 43,3%) oraz zdecydowany spadek podróży indywidualnych (z 33,5 % w 2012 roku do 21,5% w roku 2013) (tab. 17).

Przyjazdy z najbliższą rodziną dominowały we wszystkich grupach respondentów (również wśród odwiedzających krajowych i zagranicznych). Podróże indywidualne, które we wszystkich grupach oscylowały wokół 20% mogą stanowić zdaniem autorów w znacznej części migracje o charakterze biznesowym (podróże służbowe).

Uzyskane wyniki pozwalają wnioskować, że do Bydgoszczy przyjeżdżają przede wszystkim turyści i odwiedzający, którzy podróżują „w towarzystwie innych osób”. Taki rozkład badanej populacji jest zdecydowanie korzystny dla miasta, gdyż podróżujący w grupie zdecydowanie częściej korzystają z usług uzupełniających podstawową ofertę turystyczną. To z kolei wpływa pozytywnie na uzyskanie efektu mnożnikowego z turystyki.

Tabela 17. Osoby towarzyszące w podróży (w %) według wydzielonych podgrup przyjazdów

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
podróżują sam/a	21,5	23,1	19,7	22,1	16,1
z najbliższą rodziną	43,3	44,3	42,2	44,4	32,9
ze znajomymi	10,7	7,2	15,1	10,4	14,3
z partnerem / partnerką / narzeczoną / narzeczoną	16,8	15,0	19,0	17,2	13,7
z grupą wycieczkową	2,8	3,4	1,9	1,4	15,5
z kolegami/koleżankami z pracy	4,8	7,0	2,1	4,5	7,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.5. Środki transportu wykorzystywane w celu podróży do Bydgoszczy

Osoby odwiedzające i turyści przyjeżdżający do Bydgoszczy przemieszczali się do miasta przede wszystkim samochodami (krajowi 74,8%, zagraniczni 28%; jednodniowi 77,5%, z noclegiem 64,8%). Ogółem do najpopularniejszych środków transportu, dzięki którym turyści i odwiedzający przybywali do miasta, zaliczyć należy w kolejności: własny samochód (70,4%), pociąg (15,2%), autobus linii regularnej (7,2%), samolot (3,2%). Wśród turystów zagranicznych na pierwszym miejscu uplasowała się podróż drogą powietrzną (28,7%) (tab. 18, ryc. 26).

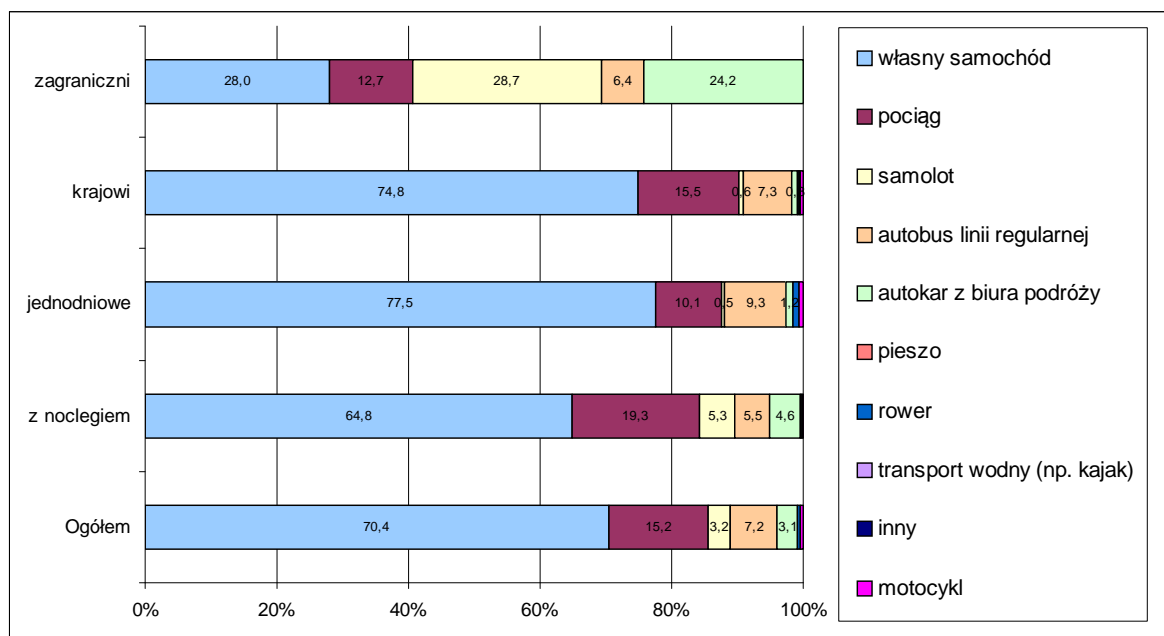
Tabela 18. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
własny samochód	70,4	64,8	77,5	74,8	28,0
pociąg	15,2	19,3	10,1	15,5	12,7
samolot	3,2	5,3	0,5	0,6	28,7
autobus linii regularnej	7,2	5,5	9,3	7,3	6,4
autokar z biura podróży	3,1	4,6	1,2	0,8	24,2
pieszo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
rower	0,4	0,0	0,8	0,4	0,0
transport wodny (np. kajak)	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
inny	0,5	0,3	0,7	0,5	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Porównując wyniki z danymi z roku 2012 zaobserwowano znaczny spadek osób korzystających z samolotu (spadek z 54,8% do 28,7%). Wpływ na tak wysokie wskazania tego środka transportu w 2012 roku mogły wynikać z odbywających się wówczas w Polsce

mistrzostw europy w piłce nożnej EURO 2012. W pozostałych grupach zagregowanych danych wyniki z roku 2013 są zbliżone do danych z roku 2012 r.



Rycina 26. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.6. Sposoby i formy spędzania czasu podczas pobytu w Bydgoszczy

Analiza form spędzania czasu wolnego najczęściej realizowanych podczas pobytu w Bydgoszczy została przeprowadzona w oparciu o 5418 uzyskanych informacji zwrotnych (respondenci mieli możliwość wymienienia kilku realizowanych form) (tab. 19, ryc. 27).

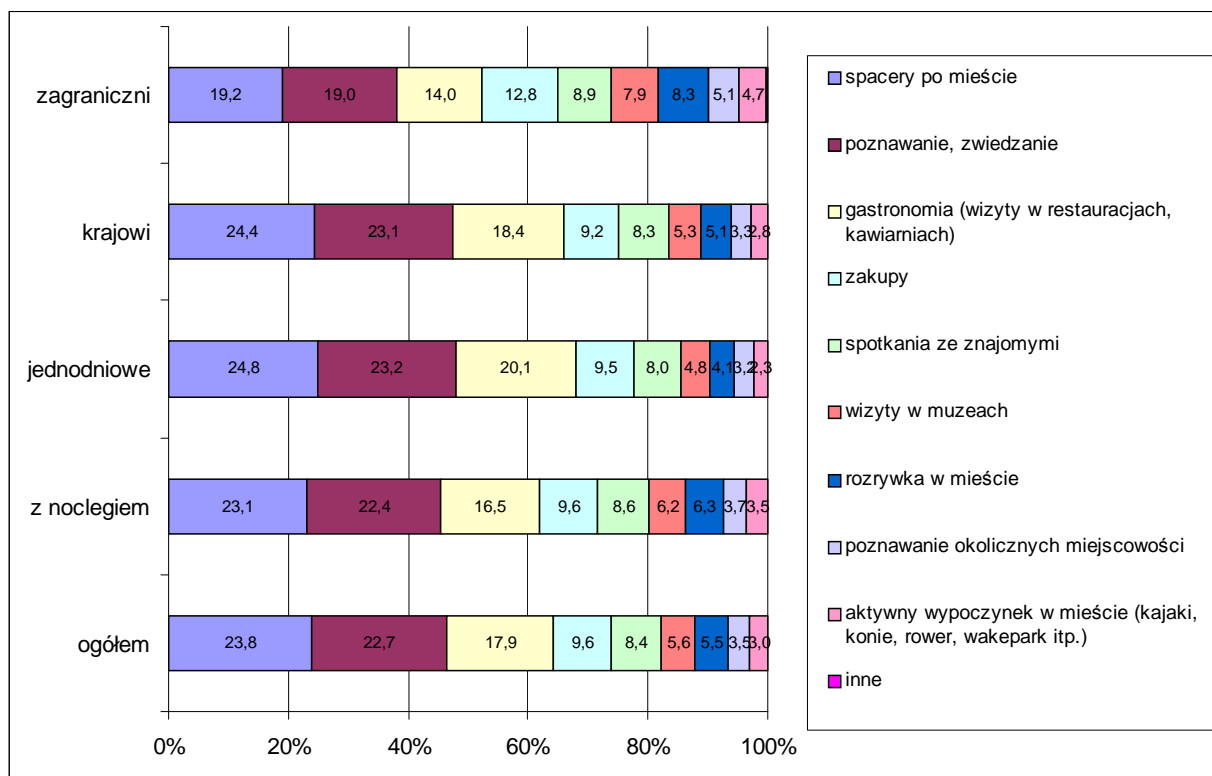
W roku 2013, podobnie jak w pierwszym roku badania, w grupie ogółem przeważały trzy formy. Jak wynika z otrzymanych odpowiedzi podczas pobytu w Bydgoszczy respondenci najczęściej (23,8% z ogółu) realizowali „spacery po mieście”, „poznawanie, zwiedzanie” (22,7%) oraz spędzały czas w „restauracjach/kawiarniach” (17,9%). W otrzymanym rankingu zachowania rekreacyjne typu „zakupy”, czy też „spotkania ze znajomymi” były kolejnymi, wyróżniającymi się pod względem częstości realizacji formami zachowań rekreacyjnych (9% i 8%). Miasto stwarza różnorodne możliwości spędzania czasu wolnego stąd w grupie analizowanych zachowań rekreacyjnych dość często respondenci deklarowali również przeznaczanie czasu wolnego na „rozrywkę w mieście”, czy też na „wizyty w muzeach” (w obu przypadkach wskazania na poziomie 5%).

Odpowiedzi respondentów - wzorem postępowania zastosowanego w ubiegłorocznych badaniach - zestawiono z uwzględnieniem podziału na kategorie przyjazdów (kryterium długości pobytu i pochodzenia). Procedura ta pozwoliła zidentyfikować występowanie generalnie niewielkich różnic w sposobach i formach spędzania czasu wolnego w grupie turystów i jednodniowych odwiedzających. Udziały procentowe poszczególnych form były swoim poziomem podobne do obserwowanych w strukturze ogółem. Niewielkie różnice dotyczyły obcokrajowców, którzy nieco częściej aniżeli odwiedzający krajowi dokonywali zakupów oraz przeznaczali czas na „rozrywkę w mieście”.

Tabela 19. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
poznawanie, zwiedzanie	22,7	22,4	23,2	23,1	19,0
wizyty w muzeach	5,6	6,2	4,8	5,3	7,9
zakupy	9,6	9,6	9,5	9,2	12,8
gastronomia (wizyty w restauracjach, kawiarniach)	17,9	16,5	20,1	18,4	14,0
spacery po mieście	23,8	23,1	24,8	24,4	19,2
spotkania ze znajomymi	8,4	8,6	8,0	8,3	8,9
poznawanie okolicznych miejscowości	3,5	3,7	3,2	3,3	5,1
rozrywka w mieście	5,5	6,3	4,1	5,1	8,3
aktywny wypoczynek w mieście (kajaki, konie, rower, wakepark itp.)	3,0	3,5	2,3	2,8	4,7
inne					

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 27. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego wśród badanych respondentów
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

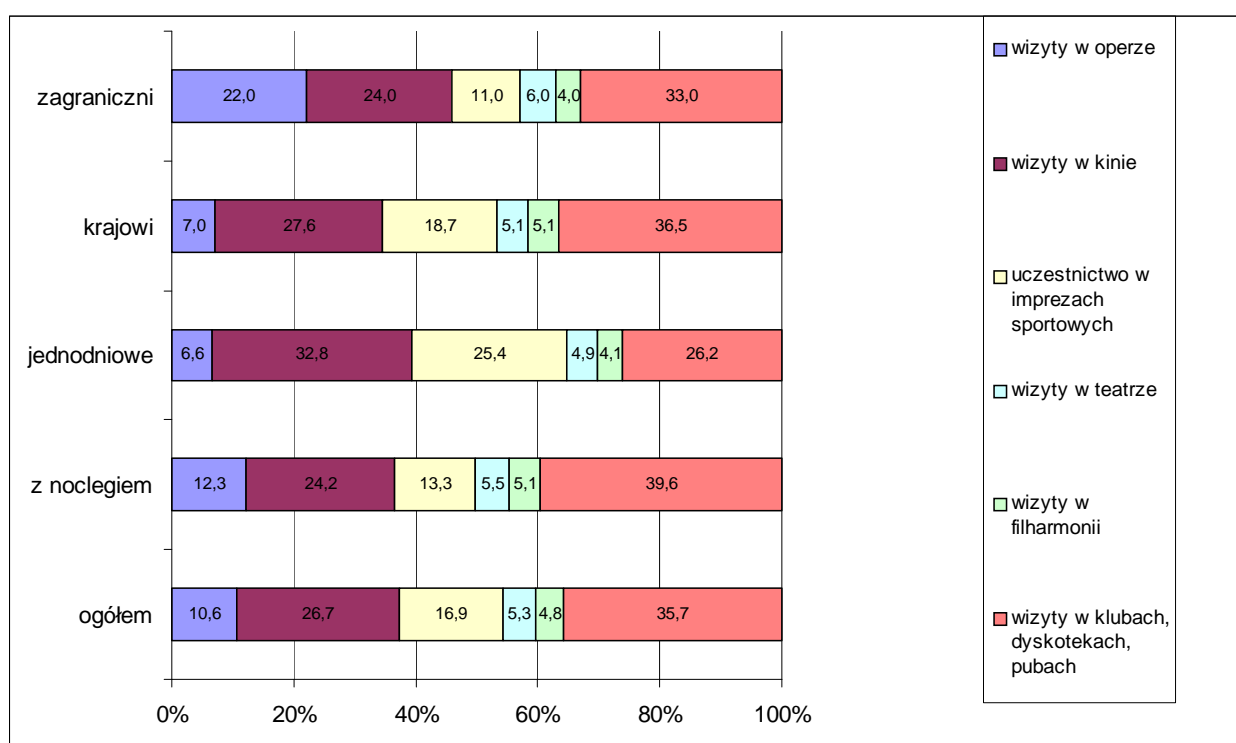
„Rozrywka w mieście” dla większości osób ankietowanych – niezmiennie jak w roku 2012 - wiązała się przede wszystkim z „wizytami w klubach, dyskotekach i pubach” (35,7%) (tego typu wskazania nie odbiegają od obserwowanych w innych ośrodkach miejskich, ponadto uzyskany poziom odpowiedzi w Bydgoszczy należy wiązać ze strukturą demograficzną respondentów – duży odsetek osób młodych, w wieku mobilnym), a ponadto z „wizytami w kinie” (26,7% z ogółu) oraz „uczestnictwem w imprezach sportowych” (16,9%) (tab. 20, ryc. 28).

Analiza odpowiedzi uszczegóławiających charakterystykę formy określonej jako „rozrywka w mieście”, z małymi wyjątkami, wskazuje generalnie na brak większych różnic w odpowiedziach udzielanych wśród różnych grup respondentów (tj. realizujących dłuższe lub krótsze pobyty lub pochodzących z kraju czy z zagranicy). Większe różnice zidentyfikowano wyłącznie w przypadku takich form jak: wizyty w operze oraz uczestnictwo w imprezach sportowych. W tym pierwszym przypadku, wizyty w operze jako jedną z form spędzania czasu wolnego w Bydgoszczy wskazywano znacznie częściej w ramach pobytów połączonych z noclegiem, a także w grupie respondentów zagranicznych. „Uczestnictwo w imprezach sportowych” z kolei znacznie częściej pojawiało się jako forma rekreacji podczas przyjazdów jednodniowych, częściej w grupie odwiedzających krajowych.

Tabela 20. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”

	wizyty w klubach, dyskotekach, pubach	wizyty w teatrze	wizyty w filharmonii	wizyty w operze	Wizyty w kinie	uczestnictwo w imprezach sportowych
ogółem	35,7	5,3	4,8	10,6	26,7	16,9
z noclegiem	39,6	5,5	5,1	12,3	24,2	13,3
jednodniowe	26,2	4,9	4,1	6,6	32,8	25,4
krajowi	36,5	5,1	5,1	7,0	27,6	18,7
zagraniczni	33,0	6,0	4,0	22,0	24,0	11,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 28. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy - odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.7. Wykorzystywana baza noclegowa

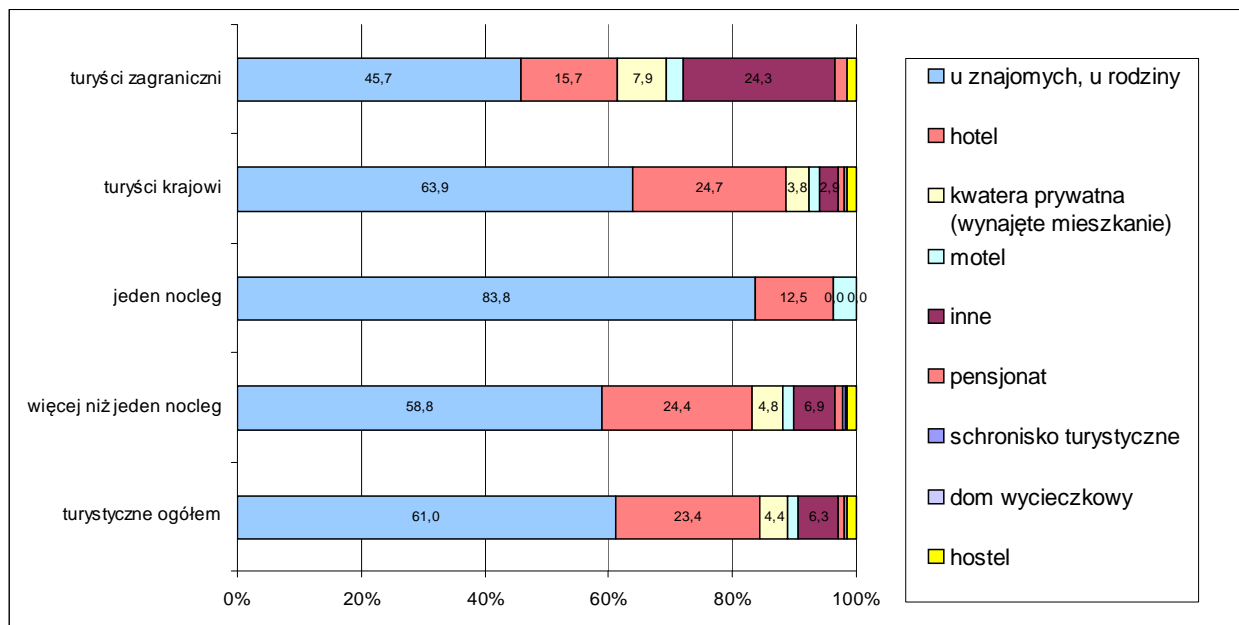
Dane o strukturze wybieranych obiektów noclegowych wskazują, że respondenci w celach recepcyjnych najczęściej korzystali z tzw. „taniej bazy noclegowej” - a więc korzystali z noclegu „u znajomych i rodziny” (61%). Wyniki otrzymane dla tej kategorii obiektów różnią się więc zasadniczo od wskazań z roku poprzedniego - są one prawie we wszystkich przypadkach znacznie wyższe. W tym miejscu warto jednak ponownie zaznaczyć, że wpływ na uzyskanie takiego poziomu wartości mogła mieć zapewne

dokonana w metodologii poboru ankiet zmiana, tj. wykluczenie obiektów hotelowych z listy miejsc poboru ankiet (ankiety pobrane poza hotelami prawdopodobnie „uwypukliły” znaczenie taniej bazy hotelowej). Noclegi u rodzin i znajomych miały największe znaczenie w grupie przyjazdów na 1 noc – w tym przypadku aż 83,8% z ogółu respondentów wskazało wybór tego typu bazy. Wśród pozostałych analizowanych kategorii obiektów hotele posiadały najważniejsze znaczenie (w ogólnej strukturze – 23,4%) (tab. 21, ryc. 29).

Tabela 21. Wykorzystywana baza noclegowa podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

	ogółem	przyjazdy na więcej nocy	przyjazdy z jednym noclegiem	turyści krajowi	turyści zagraniczni
u znajomych, u rodziny	61,0	58,8	83,8	63,9	45,7
hotel	23,4	24,4	12,5	24,7	15,7
kwatery prywatna (wynajęte mieszkanie)	4,4	4,8	0,0	3,8	7,9
motel	1,9	1,7	3,8	1,7	2,9
inne	6,3	6,9	0,0	2,9	24,3
pensjonat	1,1	1,2	0,0	0,9	2,1
schronisko turystyczne	0,4	0,5	0,0	0,5	0,0
dom wycieczkowy	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
hostel	1,4	1,6	0,0	1,4	1,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 29. Baza noclegowa wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.8. Konsumpcja wybranych usług turystycznych

W przeprowadzonych w roku 2013 badaniach ponownie zwrócono uwagę na relacje rynkowe jakie zachodzą pomiędzy popytem i podażą na wybrane usługi. Analizie poddano wykorzystywanie usług gastronomicznych (jednego z filarów zagospodarowania turystycznego) oraz typowych działalności związanych z obsługą ruchu turystycznego – w tym przypadku wykorzystania profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego w postaci: przewodników miejskich, miejskiego punktu informacji oraz innych.

Baza gastronomiczna

W 2013 r. nastąpił wzrost wykorzystania „klasycznych restauracji” (do ponad 42,8%). Zaobserwowano jednocześnie, że tendencja ta dotyczyła w podobnym stopniu osób które zadeklarowały przyjazd z noclegiem, jak również przyjazdów jednodniowych. Tendencja taka wystąpiła także wśród turystów zagranicznych, gdzie nastąpił wzrost wykorzystania „klasycznych restauracji” (do 45,6 %). Można więc stwierdzić, że w stosunku do 2012 r. obserwuje się coraz większe wykorzystanie tych obiektów zarówno wśród odwiedzających krajowych, jak i zagranicznych. (tab. 22, ryc. 30).

W grupie pozostałych rodzajów bazy gastronomicznej zlokalizowanych poza obiektami świadczącymi usługi hotelarskie nieco mniejszą popularnością w 2013 r. w stosunku do poprzedniego roku cieszyły się „bary i restauracje typu fast food”. Należy podkreślić, że dotyczyło to zarówno przyjazdów z noclegiem (10,5 % w 2013 r. w stosunku do 15,9 % w roku poprzednim), jak i jednodniowych a także przyjazdów osób z kraju.

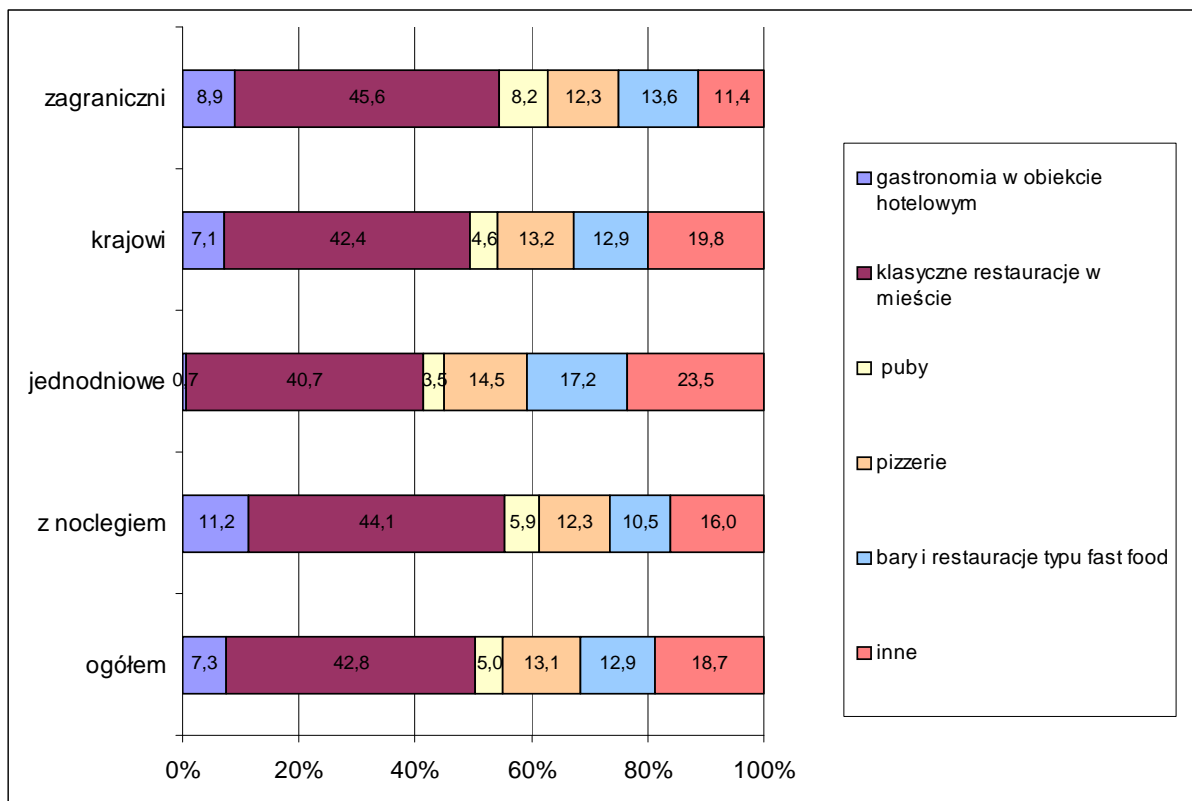
W 2013 r. usługi gastronomiczne świadczone w obiektach hotelarskich wskazało jedynie ogółem 7,3 % respondentów (w stosunku do 13,3 % z ogółu poddanych analizie osób w roku poprzednim). Dotyczy to również odwiedzających obcokrajowców, wśród których jedynie 8,9 % skorzystało w 2013 r. z usługi gastronomicznej świadczonej w obiektach hotelarskich (w stosunku do 18,7 % w roku poprzednim).

Tabela 22. Wykorzystywana baza gastronomiczna podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
gastronomia w obiekcie hotelowym	7,3	11,2	0,7	7,1	8,9
klasyczne restauracje w mieście	42,8	44,1	40,7	42,4	45,6
puby	5,0	5,9	3,5	4,6	8,2
pizzerie	13,1	12,3	14,5	13,2	12,3
bary i restauracje typu fast food	12,9	10,5	17,2	12,9	13,6

inne 18,7 16,0 23,5 19,8 11,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 30. Baza gastronomiczna wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Profesjonalna kadra obsługi ruchu turystycznego

Analizując wykorzystanie tzw. profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego w 2013 r. w odniesieniu do roku poprzedniego zaobserwować można w tym zakresie stosunkowo niewielkie zmiany. Duże podobieństwo w otrzymanej strukturze odpowiedzi ujawnia się przede wszystkim w związku z uzyskaniem wskazań opisujących „brak zamiaru” korzystania z tego typu oferty. Ponownie odpowiedzi o takiej treści udzieliła zdecydowana większość z badanych osób (w roku 2012 – 82,6%, w roku 2013 - 79,7%).

W relacji do roku 2012 zwiększyła się natomiast liczba osób korzystających z „punktu informacji turystycznej” i spadła liczba odpowiedzi wskazujących na „brak informacji o takich możliwościach” (w roku 2012 -12%, w roku 2013 – 4,2%) (por. tab. 23). Ponownie warto podkreślić, że po odrzuceniu odpowiedzi oznajmiających, że respondent „nie miał zamiaru” oraz „nie miał informacji o takich możliwościach) okazuje się, że najczęściej wykorzystywanym elementem oferty był punkt informacji turystycznej (85,1% w strukturze ogółem).

Tabela 23. Wykorzystywanie profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego podczas pobytu w Bydgoszczy w grupie badanych respondentów (w %)

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
punkt informacji turystycznej	13,7	15,2	11,8	13,2	18,4
pilot wycieczek	0,5	0,8	0,3	0,4	1,3
miejscowy przewodnik	1,9	2,4	1,2	0,7	13,2
nie miałam/em takiego zamiaru	79,7	77,0	83,0	81,8	58,6
nie miałem informacji o takich możliwościach	4,2	4,7	3,7	3,8	8,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.9. Kwoty wydatkowane podczas pobytu

W założeniach badań wydatków ponoszonych przez odwiedzających w roku 2013 przyjęto zmianę sposobu pozyskania informacji zwrotnej. Z racji problemów występujących podczas pozyskiwania tego typu informacji podczas pierwszej edycji badania, w roku 2013 przyjęto odmiennie, że respondenci udzielą odpowiedzi na pytanie o całkowitą kwotę, wydatkowaną w jednym dniu pobytu na 1 osobę (a więc bez wydzielania kategorii wydatków na „noclegi” i „inne wydatki”). Dodatkowo pewnym korektom poddano stosowane do badań skale wydatków (np. usunięto zakres kwot do 50 zł, zwiększono przedziały) (tab. 24, ryc. 31).

Uogólniając, w badaniach w roku 2013 zidentyfikowano podobną strukturę wydatków. Według deklaracji ankietowanych podczas 1 dnia pobytu w Bydgoszczy najczęściej wydatkowali kwotę do 100 zł na 1 osobę. Na podstawie porównania danych z roku 2012 i 2013 można jednak zaobserwować, że udział wydatków na takim poziomie w ogólnej strukturze uległ dość znacznemu zmniejszeniu (z 64,6% do 50,8%). W otrzymanej strukturze wydatków duże znaczenie miały również wydatki na poziomie od 101 do 200 zł (23,6%) oraz od 201 do 300 zł (10,7%). Traktując te dwie kategorie łącznie i porównując je do poziomu z roku 2012 stwierdzono przyrost wydatków w tym zakresie (w roku 2012 – 25,4% z ogółu, w roku 2013 – 34,3%).

Jak więc można zauważyć, w przeliczeniu na 1 dzień pobytu i na jedną osobę w strukturze wydatków ogółem dominowały wydatki do 300 zł. Ich udział w całej strukturze wyniósł aż 84,4%.

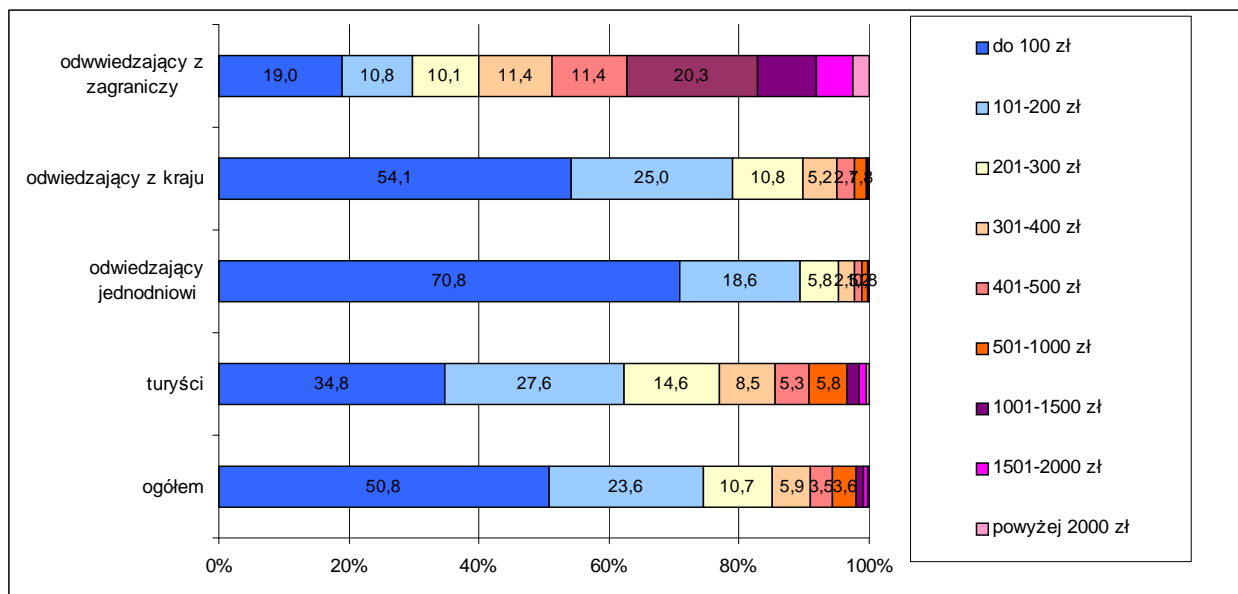
Podobnie jak w roku 2012 charakterystyczne jest podobieństwo struktur wydatkowanych kwot w poszczególnych, wydzielonych kategoriach respondentów. Niskie kwoty wydatków dominowały bowiem zarówno wśród osób nocujących i odwiedzających jednodniowych, jak też w grupie respondentów pochodzących z kraju i z zagranicy.

Pomiędzy wskazanymi kategoriami – podobnie do wyników z roku poprzedniego - stwierdzono oczywiście pewne różnice, lecz i w tym przypadku mają one bardzo podobny, charakterystyczny rozkład (w przypadku pobytów jednodniowych wyraźnie częściej wydatkowano kwoty najniższe, tj. do 100 zł; w grupie obcokrajowców struktura wykazała większy poziom zmienności – relatywnie częściej pojawiały się w niej kwoty wyższe tj. z pułapu od 300 zł do 1000 zł).

Tabela 24. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających podczas jednego dnia pobytu (w %)

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
Do 100 zł	50,8	34,8	70,8	54,1	19,0
101-200 zł	23,6	27,6	18,6	25,0	10,8
201-300 zł	10,7	14,6	5,8	10,8	10,1
301-400 zł	5,9	8,5	2,5	5,2	11,4
401-500 zł	3,5	5,3	1,2	2,7	11,4
501-1000 zł	3,6	5,8	0,8	1,8	20,3
1001-1500 zł	1,1	1,8	0,3	0,3	8,9
1501-2000 zł	0,6	1,1	0,0	0,1	5,7
powyżej 2000 zł	0,3	0,5	0,0	0,1	2,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 31. Wydatki respondentów na 1 dzień pobytu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.3. Ocena atrakcyjności i jakości wybranych elementów turystycznej przestrzeni recepcyjnej miasta Bydgoszczy przez turystów i odwiedzających jednodniowych

Ocena atrakcyjności turystycznej przestrzeni miasta nieodmiennie wiąże się z kompleksowym rozpoznaniem jego potencjału turystycznego. Dopiero bowiem zintegrowana wiedza w zakresie jakości i ilości walorów turystycznych oraz rozwoju materialnej bazy turystycznej umożliwia podejmowanie prawidłowych, odnoszących się bezpośrednio do sfery turystyki i do powiązanych z nią sektorów społeczno-gospodarczych decyzji.

W badaniach społecznych aspektów turystyki podstawowe znaczenie ma czynnik ludzki. Obok zobiektywizowanej wykładni badań ilościowych niebagatelne znaczenie ma komplementarne względem nich podejście subiektywne, tym bardziej, że umożliwia ono identyfikację jakościowych aspektów badanego zagadnienia niedostępnych dla miar ilościowych. Zasadnym wydaje się więc wykorzystanie w niniejszej pracy metody jakościowej tj. sondażu diagnostycznego oraz technik ankietowania i skalowania. Oczywiście ocena atrakcyjności turystycznej z punktu widzenia turysty zawsze będzie miała charakter subiektywny i zrelatywizowany, będzie uwarunkowana różnymi czynnikami jak chociażby indywidualne potrzeby i oczekiwania, ale przecież to właśnie osobiste doznania turysty, są elementem sumy doświadczeń zbiorowych kształtujących namacalne i artykułowane przez badaną społeczność pewne aspekty obrazu rzeczywistości.

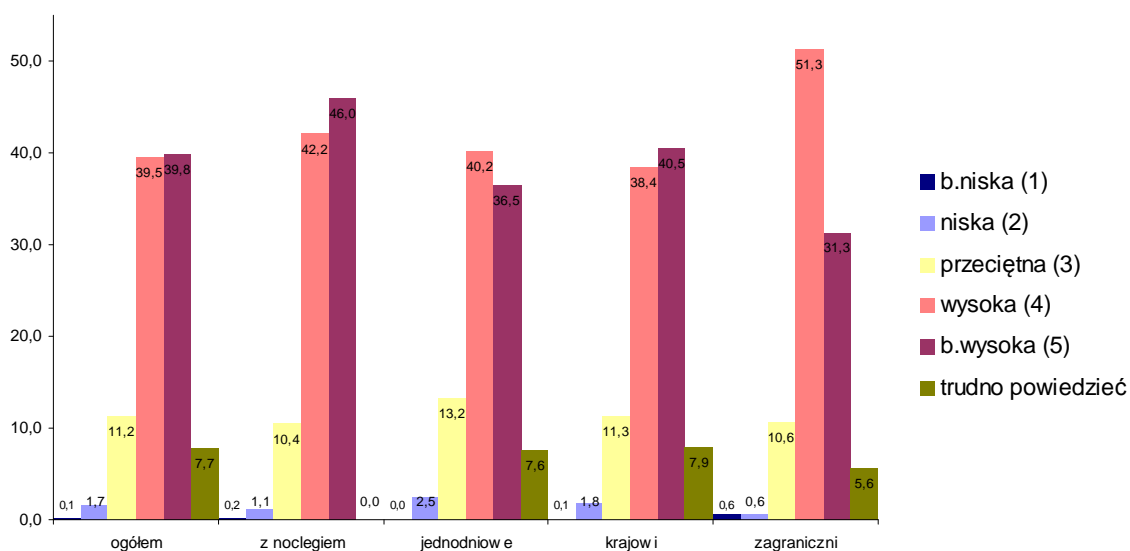
Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy z perspektywy ankietowanych turystów prezentuje w przeważającej mierze ponadprzeciętnie, pozytywne wyniki. Zdecydowana większość badanych tj. prawie 80%, wyrażając opinie na ten temat dawała najwyższe noty jakie były dostępne na przedłożonej skali ocen. W porównaniu z raportem z 2012 roku jest to rezultat o 15% lepszy. Znacząco więc wzrosła liczba tych respondentów, którzy atrakcyjność turystyczną Bydgoszczy postrzegali na bardzo wysokim poziomie. Jednocześnie kilkuprocentowe spadki zanotowano wśród respondentów mniej entuzjastycznie usposobionych w tej kwestii, postrzegających atrakcyjność turystyczną Bydgoszczy jako „przeciętną” lub w najlepszym razie „wysoką”. Niskich ocen było niewiele. Zaledwie 1,7% ogółu respondentów poziom atrakcyjności turystycznej miasta uznało jako niski lub bardzo niski. Zmniejszyło to ubiegłoroczny odsetek negatywnych opinii o ponad połowę. Z możliwości jednoznacznego wyrażenia opinii zrezygnowało około 8% respondentów (mniej o 3% niż przed rokiem), zaznaczając w ankiecie odpowiedź „trudno powiedzieć” (tab. 25, ryc. 32).

Analiza materiału statystycznego pozwala zauważyć dużą równomierność struktury ocen. Niezależnie od długości pobytu respondentów w mieście (przyjazdy jednodniowe lub na większą liczbą noclegów) lub ich pochodzenia (krajowy, zagraniczny) odpowiedzi rozkładały się bardzo podobnie w poszczególnych kategoriach. Pewne wyraźne różnice można zaobserwować jedynie w wartościowaniu ocen wysokich i bardzo wysokich, ale już ich sumy plasują się na w miarę podobnym poziomie 75-85%. Warto jednak podkreślić, że odsetek ocen wysokich i bardzo wysokich w odniesieniu do atrakcyjności turystycznej wyraźnie wzrastał wśród przyjezdnych przybywających do Bydgoszczy na okres dłuższy niż jeden dzień tj. realizujących pobyt z noclegiem i osiągnął ponad 86%, natomiast w badaniach ubiegłorocznych był ewidentnie niższy - 75,4%. Zwraca uwagę także i to, że turyści zagraniczni są zazwyczaj bardziej powściągliwi w oddawaniu najwyższych ocen niż turyści krajowi, tendencja ta zachowała się bowiem na podobnym poziomie jak w badaniach roku poprzedniego.

Tabela 25. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy (w %) – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów

	b.niska (1)	niska (2)	przeciętna (3)	wysoka (4)	b.wysoka (5)	trudno powiedzieć
ogółem	0,1	1,7	11,2	39,5	39,8	7,7
z noclegiem	0,2	1,1	10,4	42,2	46,0	0,0
jednodniowe	0,0	2,5	13,2	40,2	36,5	7,6
krajowi	0,1	1,8	11,3	38,4	40,5	7,9
zagraniczni	0,6	0,6	10,6	51,3	31,3	5,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 32. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy przez badanych respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W porównaniu z rokiem 2012 skłonność do rekomendacji Bydgoszczy, jako atrakcyjnego dla turystów ośrodka w każdej z wydzielonych kategorii przyjazdów utrzymała się na wysokim poziomie. Nie jest to jednak pełna charakterystyka badanego zjawiska bowiem konieczne trzeba podkreślić, że znacznie zwiększyła się liczba pozytywnych, zdecydowanych deklaracji (por. tab. 26, ryc. 33). W przypadku struktury odpowiedzi uzyskanej dla ogółu badanych respondentów liczba odpowiedzi w kategorii „zdecydowanie tak” zwiększyła się o ponad 25%. Tego typu pozytywną zmianę zaobserwowano we wszystkich wydzielonych kategoriach przyjazdów.

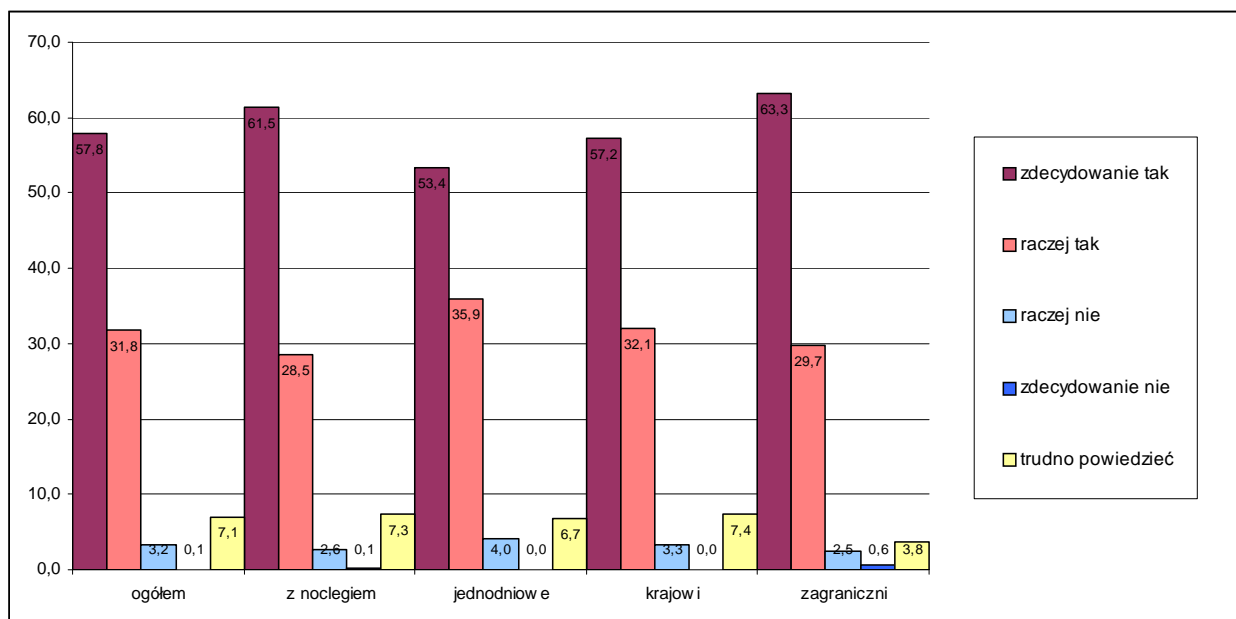
Tabela 26. Skłonność do rekomendacji miasta Bydgoszczy (w %) jako miasta atrakcyjnego pod względem turystycznym – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów

	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
zdecydowanie tak	57,8	61,5	53,4	57,2	63,3
raczej tak	31,8	28,5	35,9	32,1	29,7
raczej nie	3,2	2,6	4,0	3,3	2,5
zdecydowanie nie	0,1	0,1	0,0	0,0	0,6
trudno powiedzieć	7,1	7,3	6,7	7,4	3,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Liczba pozytywnych deklaracji (w strukturze ogółem) zwiększyła się w porównaniu z rokiem poprzednim o ok. 8%. Warto również podkreślić, że wysoki poziom do rekomendacji utrzymał się w grupie obcokrajowców.

W całkowitej liczbie pozyskanych ocen wystąpiły również oceny negatywne, jednak w porównaniu z rokiem 2012 było ich mniej o 3%. Nieznacznie spadła również liczba respondentów, którzy nie potrafili wyrazić swojego zdania.



Rycina 33. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy rodzinie i znajomym jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów – atrakcji turystycznych

W wyniku dyskusji nad pozyskanymi w roku 2012 wynikami atrakcyjności turystycznej wybranych, bydgoskich atrakcji turystycznych, w drugiej edycji „Badań ruchu turystycznego” respondentom do oceny przedłożono zweryfikowaną listę 14 obiektów (niektóre z wcześniej analizowanych usunięto – np. Biały Spichrz, kilka dodano – wśród „nowych” poddanych od oceny obiektów na liście umieszczono Muzeum Mydła i Historii Brudu, Muzeum Wodociągów).

Wyniki agregacji odpowiedzi zebranych w roku 2013 ponownie świadczą o dużym potencjale turystycznym Bydgoszczy. Ponownie oceny o „zabarwieniu pozytywnym” przeważały w każdej z uzyskanych struktur częściowych. Ponadto w przypadku aż 8 z grupy ocenianych obiektów najwyższe oceny (tj. 5), w częściowych strukturach występowały w ponad 50% wskazań (tab. 27., ryc. 34).

Podobnie jak w pierwszych badaniach respondenci w roku 2013 najwyżżej ocenili Wyspę Młyńska i Bydgoską Wenecję (łączny udział ocen najwyższych tj. 5 i 4 wynosił 97,9%). Niezmiennie - w relacji - do roku 2012 na drugiej pozycji uplasował się Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myślęcinku. W przypadku tego obiektu oceny pozytywne (łącznie b. wysokie i wysokie) wskazało 93,9% z ogółu oceniających ten obiekt. Zmiana w rankingu nastąpiła natomiast na pozycji trzeciej, bowiem w roku 2013 w grupie najwyżżej ocenianych atrakcji turystycznych Bydgoszczy znalazła się Bazylika Mniejsza św. Wincentego a Paulo (oceny pozytywne łącznie – 92,%). W pierwszej czwórce odnaleźć

można również nowy obiekt - dodany do listy ocenianych atrakcji w roku 2013- mianowicie Muzeum Mydła i Historii Brudu. Obiekt ten został również bardzo wysoko oceniony przez respondentów, wystawili mu bowiem prawie 70% ocen bardzo wysokich (łącznie z ocenami wysokimi Muzeum zebrało 90% ocen pozytywnych).

Ponadto, zastosowane do opisu kryterium (suma ocen pozytywnych) daje podstawy do wyróżnienia w grupie najlepiej postrzeganych atrakcji turystycznych takich obiektów jak: Katedra Bydgoska, rejs Tramwajem Wodnym, Kanał Bydgoski oraz zespół Spichrzy przy ul. Grodzkiej.

Tabela 27. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów – atrakcji turystycznych (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)

	b.niska (1)	niska (2)	przeciętna (3)	wysoka (4)	b.wysoka (5)
Wyspa Młyńska i Bydgoska Wenecja	0,06	0,25	1,72	18,67	79,29
Myślęcinek - Leśny Park Kultury i Wypoczynku	0,29	1,02	4,69	22,69	71,3
Bazylika Mniejsza św. Wincentego a Paulo	0,21	1,05	6,72	22,06	69,96
Muzeum Mydła i Historii Brudu	0,52	1,03	8,25	22,16	68,04
Katedra Bydgoska	0,24	0,24	4,58	27,26	67,67
Rejs statkiem - Tramwaj wodny	0,41	1,23	9,45	32,03	56,88
Kanał Bydgoski	0,3	1,68	10,86	33,56	53,6
Spichrze przy ulicy Grodzkiej (Muzeum Okręgowe)	0,12	0,87	5,49	40,4	53,12
Exploseum - fabryka dynamitu DAG	2,56	0	10,26	39,74	47,44
Kościół NMP (klarysek)	0,7	2,34	8,9	41,92	46,14
Dzielnica Muzyczna - rzeźba Łuczniczki	0,24	1,69	15,5	45,04	37,53
Muzeum Wodociągów / Wieża Ciśnień	0,73	13,87	21,9	30,66	32,85
Plac Wolności - dawny XVII-wieczny ogród sióstr Klarysek	0,22	3,44	21,08	44,52	30,75
Śródmieście – zabudowa secesyjna i eklektyczna	0,43	3,4	17,85	48,88	29,44

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 34. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez odwiedzających ogółem

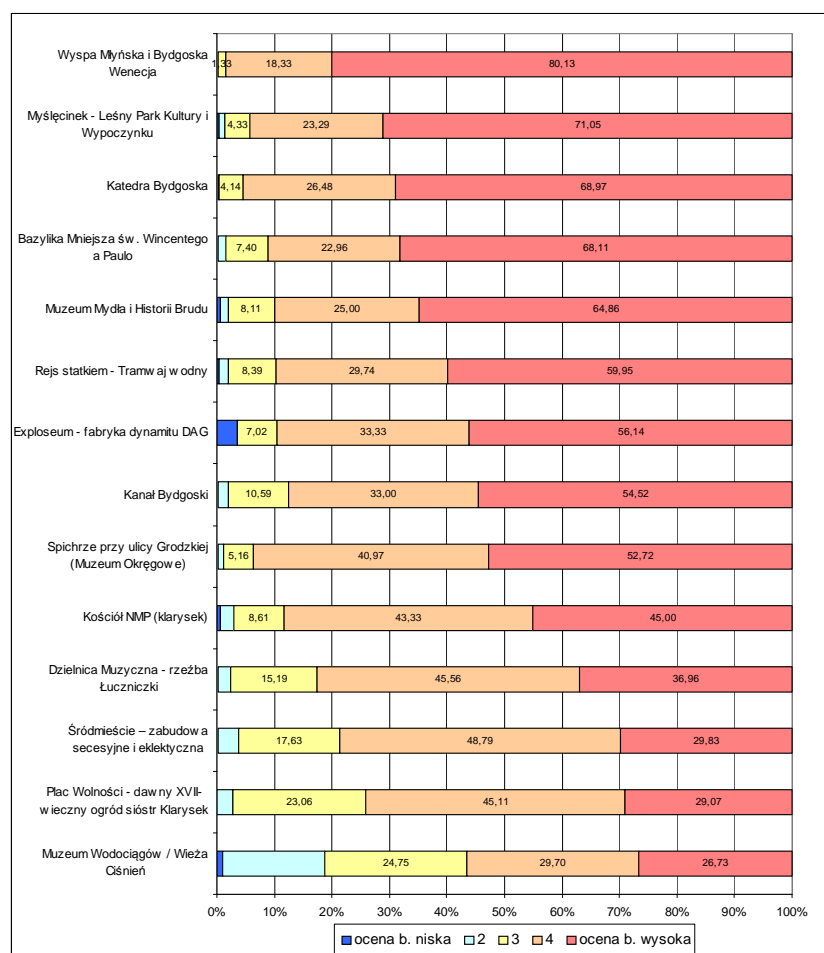
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W poprzednim roku oceny uzyskane w grupie odwiedzających z kraju i z zagranicy charakteryzowały się dużą zgodnością. Dla przypomnienia obie grupy pod względem atrakcyjności turystycznej najlepiej oceniły Wyspę Młyńską i Bydgoską Wenecję, ponadto duże podobieństwo w ocenach zauważono w przypadku Tramwaju Wodnego, Bazyliki Mniejszej św. Wincentego a Paulo, Spichrzy przy ulicy Grodzkiej oraz Rynku Staromiejskiego.

W badaniach z roku 2013 - jak wynika z otrzymanego zestawienia - oceny respondentów krajowych i zagranicznych dla poszczególnych obiektów nie są już tak zgodne, co uwidacznia się w otrzymanych rankingach (ryc. 35, 36). Nie zmienia to jednak faktu, że nadal najlepiej jest oceniana grupa atrakcji w skład której wchodzi: Wyspa Młyńska i Bydgoska Wenecja (najlepiej oceniana w grupie odwiedzających z kraju, czwarta w rankingu w grupie odwiedzających z zagranicy), Bazylika Mniejsza św. Wincentego a

Paulo (pierwsza w rankingu w grupie odwiedzających zagranicznych, czwarty obiekt najlepiej oceniany wśród odwiedzających krajowych), Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myśliczynie (drugi obiekt pod względem uzyskanych ocen pozytywnych w grupie respondentów z kraju, w grupie obcokrajowców trzeci), Muzeum Mydła i Historii Brudu (obiekt zajmujący drugą pozycję w rankingu wśród obcokrajowców, natomiast piątą w grupie odwiedzających z kraju), Katedra Bydgoska (kolejny, popularny obiekt wśród odwiedzających z kraju, piąty obiekt w rankingu ocen w grupie obcokrajowców), Spichrze przy ul. Grodzkiej (kolejny obiekt w rankingu najatrakcyjniejszych wskazany w grupie obcokrajowców).

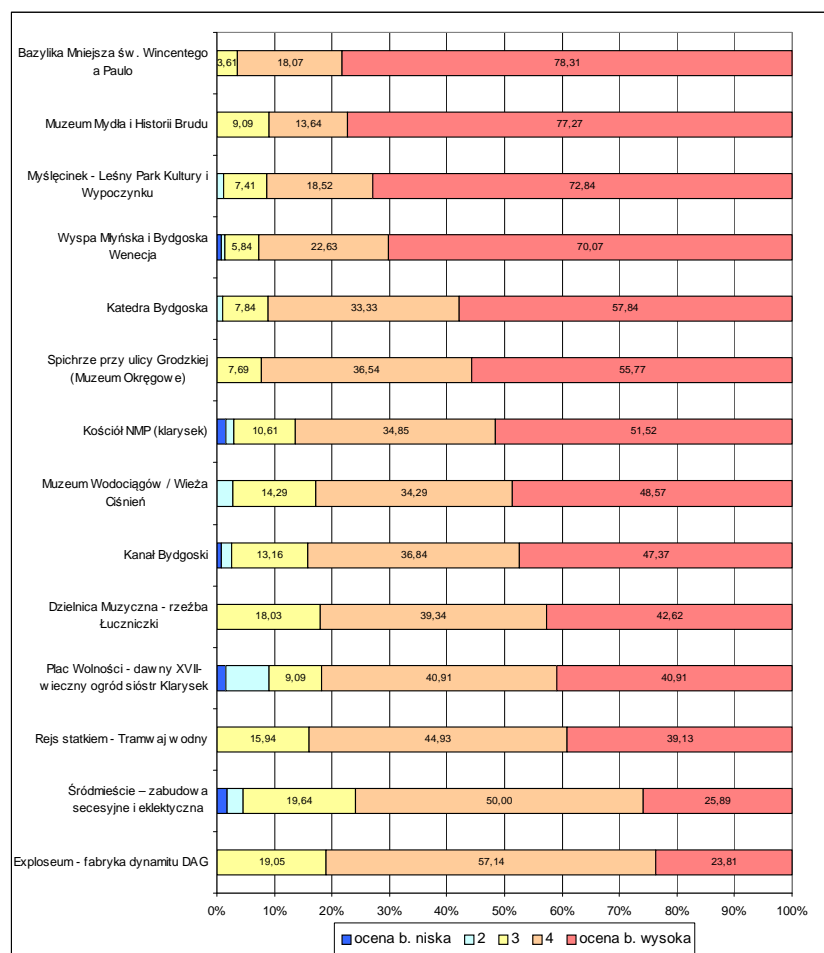
odwiedzający krajowi



Rycina 35. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez odwiedzających krajowych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

odwiedzający zagraniczni



Rycina 36. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez obcokrajowców

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta

Wzorem przyjętego w roku 2012 postępowania badawczego, realizując założenia kompleksowego rozpoznania atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy, w badaniu BRT2013 osoby ankietowane poproszono o opinie na temat 14 wybranych elementów oferty turystycznej. Oceniane komponenty miały charakter niematerialny (np. atmosfera miejscowości, gościnność, bezpieczeństwo) i materialny (np. system oznakowania turystycznego, dostępność parkingów, transport lokalny).

W odniesieniu do wyników pozyskanych w roku 2012 struktura ocen otrzymanych dla ogółu badanych w roku 2013 wskazuje na relatywne ich podwyższenie. Respondenci

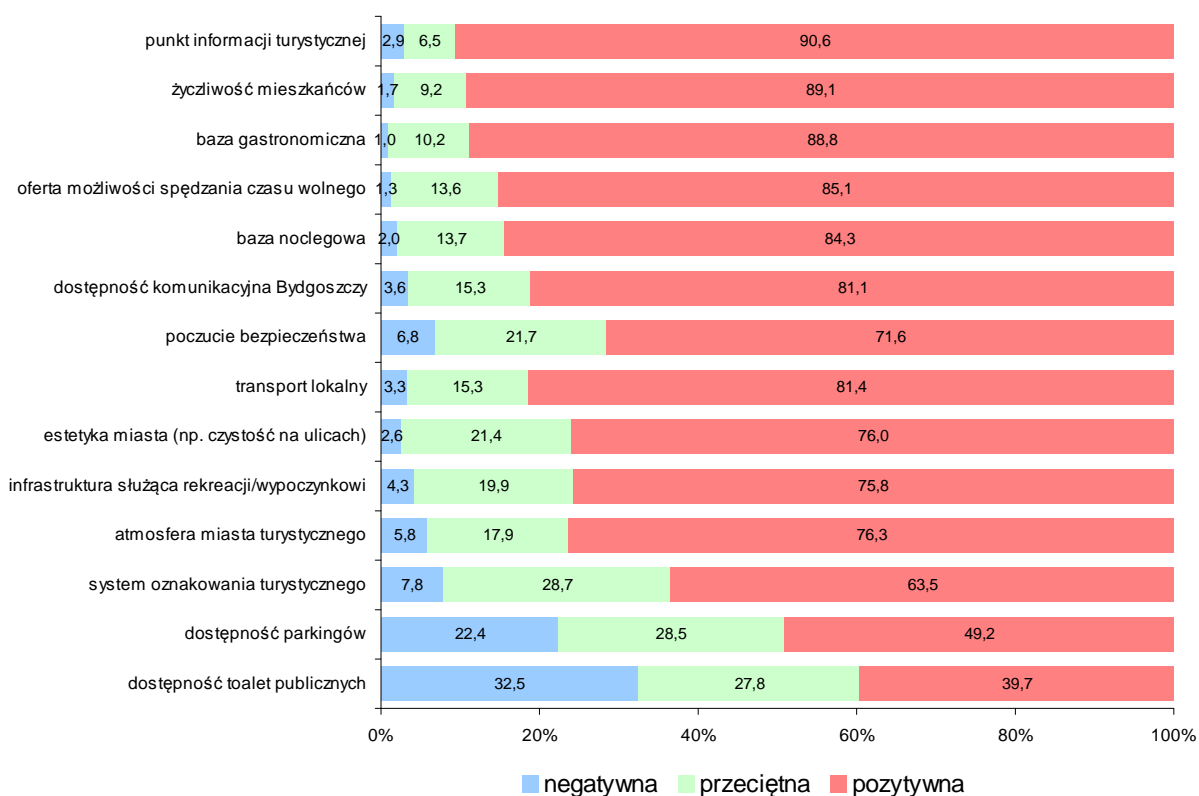
wyraźnie częściej wystawiali oceny najwyższe (tj. 5) i nieco rzadziej wysokie (4). W wynikach pojawiło się również znacznie mniej ocen negatywnych.

W 2013 r w grupie 14 ocenianych elementów oferty ankietowani najlepiej ocenili: „informację turystyczną” (w tym przypadku ocena w porównaniu z rokiem poprzednim znacznie wzrosła), „życzliwość/uprzejmość mieszkańców” oraz „bazę gastronomiczną”. Bardzo wysokie noty otrzymały również „oferta możliwości spędzania czasu wolnego”, „baza noclegowa”, „dostępność komunikacyjna” oraz „poczucie bezpieczeństwa”. Powyższa charakterystyka – z małymi różnicami – wykazuje generalnie dość duże podobieństwo z wynikami pozyskanymi w roku ubiegłym. Wniosek ten potwierdza również grupa opinii zawierających oceny negatywne, wystawionych przez ankietowanych w przypadku: „systemu oznakowania turystycznego”, dostępności parkingów” i „dostępności toalet publicznych”. W przypadku tych trzech wymienionych składników oferty respondenci ponownie zauważają pewne mankamenty w ich funkcjonowaniu (tab. 28).

Tabela 28. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej miasta (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)

	b.niska (1)	niska (2)	przeciętna (3)	wysoka (4)	b.wysoka (5)
dostępność komunikacyjna Bydgoszczy	1,2	2,1	15,3	44,0	37,4
baza noclegowa	0,0	2,0	13,7	41,4	42,9
baza gastronomiczna	0,1	0,9	10,2	40,2	48,6
Informacja turystyczna	0,6	2,3	6,5	33,3	57,3
system oznakowania turystycznego	1,4	6,4	28,7	43,0	20,5
infrastruktura służąca rekreacji/wypoczynkowi	0,3	4,0	19,9	43,2	32,6
dostępność toalet publicznych	9,4	23,1	27,8	25,9	13,8
transport lokalny	0,7	5,1	17,9	47,3	29,0
dostępność parkingów	4,1	18,3	28,5	29,8	19,3
atmosfera miasta turystycznego	1,1	5,7	21,7	34,1	37,5
poczucie bezpieczeństwa	1,1	2,5	15,3	39,4	41,7
estetyka miasta (np. czystość na ulicach)	0,2	2,4	21,4	41,1	34,9
życzliwość/gościnność mieszkańców	0,2	1,5	9,2	32,8	56,3
oferta możliwości spędzania czasu wolnego	0,2	1,1	13,6	39,5	45,6

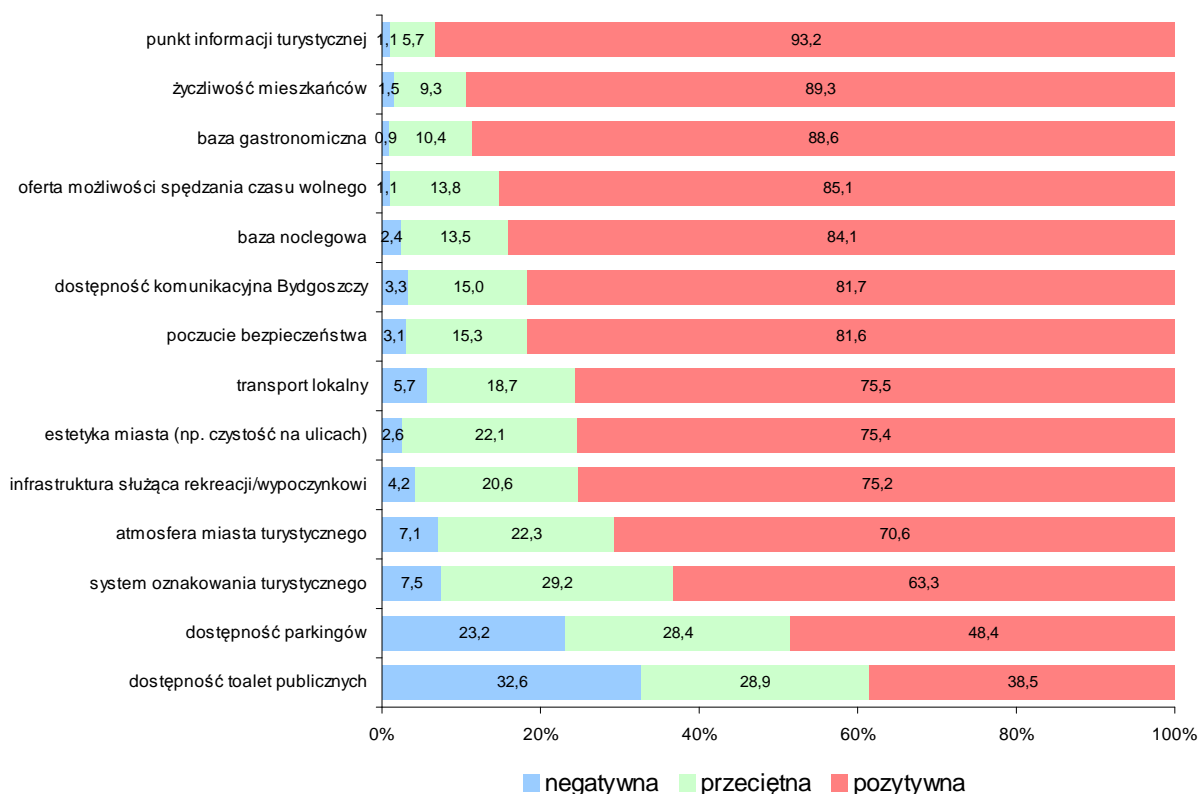
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



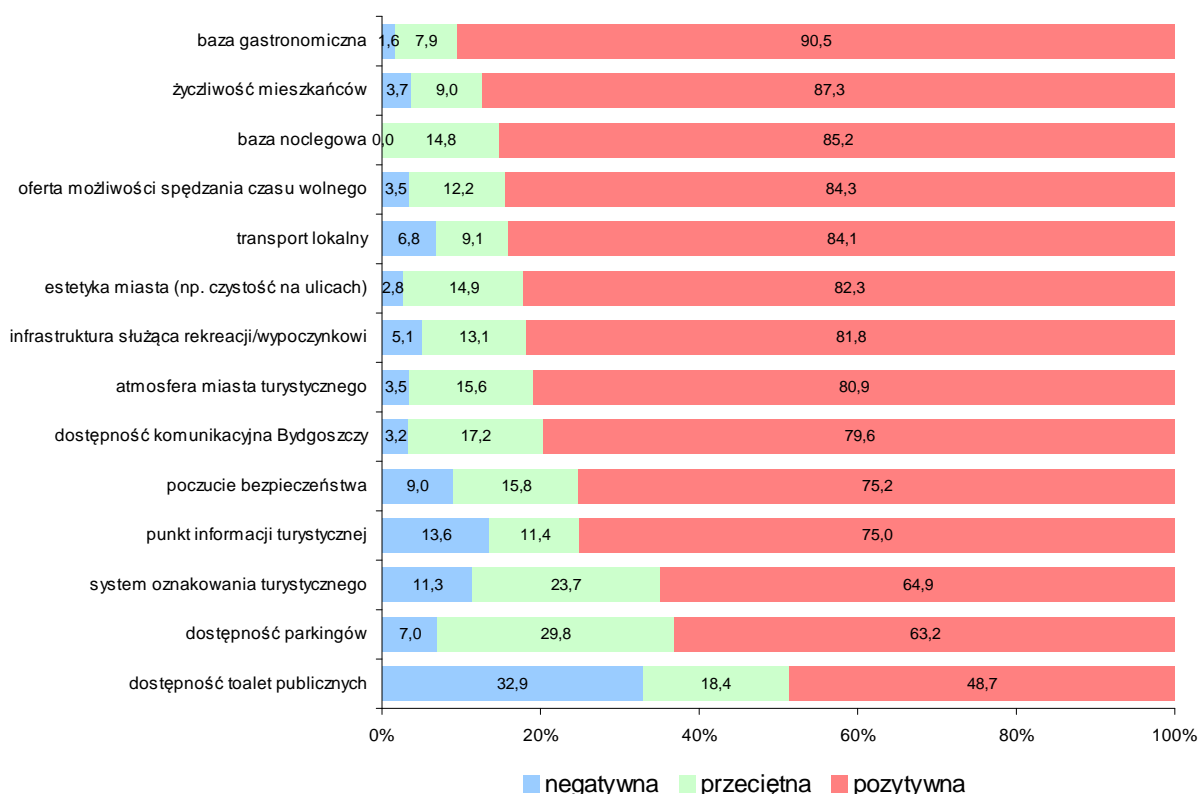
Rycina 37. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających ogółem
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Porównując struktury odpowiedzi uzyskane w grupie odwiedzających z kraju i z zagranicy w większości przypadków zauważyć można duże podobieństwo w deklarowanych ocenach (np. podobnie wysoko oceniano „życzliwość mieszkańców”, „bazę gastronomiczną”, czy też „ofertę możliwości spędzania czasu wolnego”). W grupie obcokrajowców zastanawiać może jednak znacznie rzadsze posiłkowanie się w przedstawianych opiniach ocenami najwyższymi w przypadku punktu informacji turystycznej (ryc. 38 i 39).

odwiedzający krajowi



Rycina 38. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających krajowych
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

odwiedzający zagraniczni

Rycina 39. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających zagranicznych
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Identyfikacja miejsc/obiektów (atrakcji turystycznych Bydgoszczy), które wywarły na odwiedzających największe, pozytywne wrażenie

Respondenci w roku 2013 wskazując miejsca lub obiekty (atrakcje turystyczne), które podczas pobytu w Bydgoszczy wywarły na nich największe wrażenie w ankietach podali łącznie 3533 typów (podobnie jak w roku ubiegłym respondenci mogli wskazać więcej niż 1 obiekt). Otrzymane odpowiedzi poddano klasyfikacji posługując się kryterium podobieństwa (tab. 29).

Pomimo mniejszej liczby pozyskanych wskazań wyniki uzyskane w roku 2013 są bardzo podobne do ubiegłorocznych. Obiekty i miejsca podane przez ankietowanych rysują obraz atrakcyjności turystycznej przestrzeni miejskiej Bydgoszczy, ponownie uwypuklając istotną rolę dla rozwoju turystyki i rekreacji jej centralnej części. Lokalizacja wielu interesujących walorów turystycznych w tej części miasta (obiekty dziedzictwa

kulturowego) oraz nałożenie się na tym obszarze wielu funkcji charakterystycznych dla dużego ośrodka miejskiego (usługowych, handlowych, kulturalnych, rozrywkowych itp.) powoduje skupianie się ruchu przyjazdowego głównie na tym właśnie obszarze.

Podobnie jak w roku ubiegłym respondenci najczęściej wskazywali Wyspę Młyńską i Bydgoską Wenecję (1213 typów z ogółu pozyskanych), którą dla potrzeb analizy wydzielono z obszaru Śródmieścia. Szczególnie atrakcyjne dla ankietowanych były także takie miejsca/obiekty jak: Stary Rynek (452), Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myślęcinku (279 wskazań), budynek Opery Nowej (330 wskazań), Katedra Bydgoska (174 wskazania) i Kanał Bydgoski (127 wskazań).

Warto podkreślić także wysoką ocenę atrakcyjności - ujawniającą się poprzez dość często pojawiające się odpowiedzi specyficznej - architektury Śródmiejskiej. Podobnie jak w roku 2012 odwiedzający najlepsze wrażenia wynieśli z: rejsu Tramwajem Wodnym, widoku Spichlerzy przy ul. Grodzkiej, zetknięcia się z monumentalną Bazyliką Mniejszą Św. Wincenta a Paulo a także ze spacerów Bulwarami nad Brdą. O zainteresowaniu sportem i wydarzeniami z nim związanymi i odbywającymi się na terenie miasta świadczy fakt wskazywania w grupie najbardziej atrakcyjnych miejsc/obiektów stadionów sportowych Zawiszy i Polonii oraz Hali sportowej Łuczniczka.

Tabela 29. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających krajowych(I. bezw.)

Obszar - Wyspa Młyńska i najbliższa okolica	1308
Wyspa Młyńska	1213
Marina	40
Most zakochanych	31
Muzeum Okręgowe im. L. Wyczółkowskiego	17
Europejskie Muzeum Pieniądza	4
Biały Spichlerz	3
Śródmieście (bez Wyspy Młyńskiej)	1754
Stary Rynek	452
Opera Nowa	330
Kościół Katedralny p.w. Św. Marcina i Mikołaja	174
Kanał Bydgoski	127
Rejs tramwajem wodnym	86
Śródmieście - architektura, zabudowa kamieniczna	85
Spichlerze przy ul. Grodzkiej	80
Bazylika Mniejsza Św. Wincenta a Paulo	73
Bulwar - nadbrzeże Brdy	51
Muzeum Mydła i Historii Brudu	47
Rzeźba „Przechodzący przez rzekę”	45
galeria handlowa Focus Park	44
Filharmonia Pomorska	21
Rzeźba - Pan Twardowski	21
Kościół NMP (siostr klarysek)	19

cd. tab.29

ul. Gdańska	17
Plac Wolności - ogród Klarysek	13
ul. Długa	13
Teatr Polski	11
ul. Mostowa	9
Park Witosa	6
Pomnik Łucniczki	5
Ratusz - budynek	5
Dzielnica Muzyczna	5
Centrum handlowe - Drukarnia	4
Budynek Sądu Rejonowego	3
Pomnik Walki i Męczeństwa Ziemi Bydgoskiej	2
ul. Dworcowa	2
neogotycki budynek Poczty Głównej	2
Park Jana Kochanowskiego	1
Muzeum Farmacji	1
Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myślęcinku	279
Inne miejsca/obiekty/bliżej nie sprecyzowane	192
obiekty/infrastruktura rekreacyjna/sportowa	94
<i>w tym:</i> Stadion CWZS Zawiszy	50
<i>w tym:</i> Hala sportowa Łucniczka	28
<i>w tym:</i> Stadion Polonii	9
Family Park	2
kawiarnie/restauracje/kluby/puby	10
inne muzea	27
<i>w tym:</i> Exploseum	8
<i>w tym:</i> Muzeum Wojsk Lądowych	7
Muzeum Wodociągów	3
hotele	15
<i>w tym:</i> „Hotel pod Orłem”	14
obiekty sakralne - Kościoły	5
pomniki	5
lotnisko	3
inne	41

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Percepcja „słabych i mocnych stron” rozwoju turystyki w Bydgoszczy w grupie badanych odwiedzających

Opinie odwiedzających jednodniowych i turystów charakteryzujące „słabe” i „mocne” czynniki rozwoju turystyki w mieście Bydgoszczy są wyrazem ich subiektywnych odczuć, sądów i opinii. Podobnie jak w roku 2012 odnoszą się one najczęściej do kwestii użyteczności i spełniania oczekiwań respondentów wobec różnych składowych oferty turystycznej miasta. Wypowiedziane zdania na temat możliwości dalszego rozwoju turystyki, uwzględniające bariery lub zauważony potencjał rozwojowy,

w ostatecznym rozrachunku świadczą również o odbiorze atrakcyjności turystycznej miasta 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 (w roku ubiegłym – 3293), przy czym, w odniesieniu do ogólnej liczby 1638 charakteryzowało tzw. „mocne” strony rozwoju turystyki, natomiast 1169 wskazywało na bariery („słabe” strony) (tab. 30, tab.31).

Tak jak w pierwszej edycji badania, uzyskane opinie poddano żmudnemu procesowi klasyfikacji. Przeprowadzona procedura klasyfikacyjna, efektem której było wydzielenie kilkunastu kategorii odpowiedzi (na podstawie: podobieństwa, frekwencji, stopnia szczegółowości, zabarwienia emocjonalnego) pozwoliła uzyskać materiał wystarczający pod względem czytelności nakreślonego przez respondentów obrazu.

Na podstawie uzyskanego zestawienia obserwuje się podobną do ubiegłorocznej sytuację. Turyści i odwiedzający jednodniowi częściej dostrzegali „mocne” aniżeli „słabe” strony (czynniki) rozwoju turystyki w Bydgoszczy. Otrzymana struktura wypowiedzi dla ogółu respondentów jest zróżnicowana. W przypadku opinii na temat „mocnych stron” wydzielono 14 kategorii odpowiedzi, natomiast 13 kategorii wyodrębniono w grupie opinii charakteryzujących bariery.

Respondenci wskazując na „mocne strony” rozwoju turystyki najczęściej odnosili się do szeroko pojmowanej atrakcyjności turystycznej miasta, podkreślając jego potencjał niezbędny do realizacji podczas pobytów tzw. celów poznawczych (atrakcje, ciekawe miejsca do zwiedzania, zabytki, architektura itp.) (346 opinii, 21,1% z ogółu).

Warto jednak podkreślić, że pomimo zidentyfikowanej w tej kategorii, sporej grupy wypowiedzi zdawkowych, bliżej nie precyzujących atutów lub czynników wpływających pozytywnie na rozwój turystyki (np. „ciekawe miasto”, „atrakcyjne miasto”, duża liczba atrakcji”) spośród ogółu pozyskanych opinii można również wyodrębnić i te bardziej precyzyjne wskazania. Z odpowiedzi ankietowanych można wnioskować, że jednym z ważniejszych atutów miasta jest jego śródmiejska „architektura” (5,6% z ogółu w grupie odpowiedzi określających „mocne strony” i jednocześnie 26% z odpowiedzi w kategorii I), a następnie „Wyspa Młyńska wraz z Bydgoską Wenecją”, która położona jest w bliskim sąsiedztwie „atrakcyjnego” serca miasta czyli „Starego Rynku”. Tak więc, czynniki rozwojowe turystyki według wskazań respondentów w dużej mierze wiążą się z walorami centrum miasta. Spostrzeżenie to potwierdzają także inne uzyskane wskazania. Duża część opinii wśród mocnych stron dla rozwoju turystyki w Bydgoszczy podkreślała „zmiany na lepsze”, które dostrzegalne są szczególnie w centralnej części miasta. Respondenci podkreślali przede wszystkim sposób uporządkowania tej części dzięki inwestycjom w odnowienia i rewitalizację (kategoria II odpowiedzi - 18,4% z ogółu

w analizowanej grupie). Dodatkowym atutem, który w dużej części wiąże się z działaniami wymienionymi w kategorii II jest zauważona i chwalona „estetyka” centralnego fragmentu przestrzeni turystycznej miasta (ład, porządek, czystość, kolorystyka, dbałość o wygląd itp.) (w rankingu odpowiedzi kategoria IV - 7,4% z ogółu). Wśród wskazań charakteryzujących potencjał atrakcyjnego dla turystów miasta respondenci wskazali też położenie części śródmiejskiej w tym Starego Rynku nad Brdą, „Bulwary nad Brdą”, ale także urządzenia węzła wodnego (Kanał Bydgoski) dość często wskazywano jak jedno z najważniejszych atutów dla rozwoju turystyki w mieście (12,8% z całkowitej liczby pozyskanych opinii).

Grupa opinii pozytywnych

Tabela 30. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju

Wydzielone kategorie opinii pozytywnych („mocne strony”)		L. bezw.	Udział w %
I	Atrakcyjne i ciekawe miasto, atrakcyjne miejsca do zwiedzania i poznania, zabytki, ciekawa architektura, układ przestrzenny	346	21,1
II	Zmiany na lepsze, rewitalizacja, rozwój miasta, duży potencjał miasta	301	18,4
III	Tereny i położenie nad Brdą, bulwary	209	12,8
IV	Estetyka miasta - ogólnie ładne, czyste, zadbane miasto	121	7,4
V	Baza gastronomiczna	62	3,8
VI	Duże możliwości spędzania czasu wolnego (obiekty, imprezy i wydarzenia kulturalne, tereny i różnorodność usług rekreacyjnych, obiekty sportowe, galerie handlowe itp.)	247	15,1
VII	„Atmosfera”, „klimat” turystycznego miasta	51	3,1
VIII	Tereny zielone, zieleń miejska, parki, skwery	64	3,9
IX	Życzliwość mieszkańców, nastawienie do turystów	31	1,9
X	Promocja, reklama miasta	4	0,2
XI	Infrastruktura noclegowa	63	3,8
XII	Bezpieczeństwo podczas pobytu	13	0,8
XIII	Położenie miasta, dobre skomunikowanie	12	0,7
XIV	Inne	114	7,0
Razem		1638	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Badania przeprowadzone w roku 2013 potwierdzają ustalenia z pierwszej edycji badań, kiedy to wśród ogółu opinii charakteryzujących bariery rozwoju dla turystyki bydgoskiej najczęściej pojawiały się wskazujące na występowanie „problemów z komunikacją i transportem wewnętrznym”. W podobnym tonie w roku 2013 w swoich

wypowiedziach ankietowani upatrywali obniżenie walorów i atrakcyjności miasta głównie w „remontach drogowych” oraz problemach z „dostępnością parkingów”. W tym drugim przypadku nie chodziło wyłącznie o wyposażenie w miejsca parkingowe w strefie centralnej miasta, ale także o niezadowolenie z wysokiego poziomu opłat za parkowanie w tej strefie. Remonty na ulicach oraz zabudowy w strefie centralnej miasta powodujące według respondentów obniżenie walorów wizerunkowych przestrzeni miejskiej zapewne determinowały pojawienie się także licznej grupy wskazań negatywnych w zakresie szeroko pojmowanej „estetyki”. W całkowitej liczbie opinii identyfikujących „słabe strony” lub inaczej bariery dla rozwoju turystyki w Bydgoszczy oceny negatywne walorów estetycznych stanowiły drugą co do wielkości grupę opinii.

Porównanie odsetek uzyskanych w dwóch latach (2012, 2013) dla wypowiedzi odnoszących się do „słabych” punktów oferty turystycznej miasta, zakwalifikowanych do takich kategorii jak ..brak atrakcji”, „oznakowanie” „dostępność toalet publicznych” wskazuje na utrzymanie w roku 2013 bardzo podobnego poziomu frekwencji¹¹. Warto jednak w tym miejscu dodać, że w roku 2013 w kategorii odpowiedzi wskazujących na problemy z „oznakowaniem” w zdecydowanej większości ocen opinie odnosiły się do zauważanych przez respondentów problemów z oznakowaniem ulic, dojazdu do centrum, informacji na przystankach komunikacji miejskiej. Tylko mała część wskazywała wprost na konieczność poprawy systemu oznakowania turystycznego, podnosząc jednocześnie w wypowiedziach kwestię braku opisu miejsc/obiektów/atrakcji, ale także braku opisów w języku angielskim.

Grupa opinii negatywnych

Tabela 31. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy (odwiedzający ogółem)

Kategorie opinii negatywnych	L. bezw.	Udział w %
Problemy z komunikacją i transportem	216	18,5
Estetyka otoczenia	239	20,4
Dostępność parkingów	186	15,9
Brak atrakcji - niewiele możliwości ciekawego spędzania czasu wolnego	97	8,3
Oznakowanie (w tym turystyczne)	97	8,3

¹¹ Dane dla roku 2012 przed porównaniem zsumowano, łącząc liczbę odpowiedzi uzyskaną w grupach respondentów krajowych i zagranicznych

cd. tab.31.

Dostępność toalet publicznych	84	7,2
Jakość i użyteczność elementów infrastruktury miejskiej (mało zieleni, słaby zasięg WIFI, nieestetyczne chodniki, brak ławek, itp.), niski poziom infrastruktury usługowej	67	5,7
Promocja	54	4,6
Bezpieczeństwo	36	3,1
Baza gastronomiczna	8	0,7
Kontakty interpersonalne	24	2,1
Infrastruktura noclegowa	5	0,4
Inne	56	4,8
RAZEM	1169	100

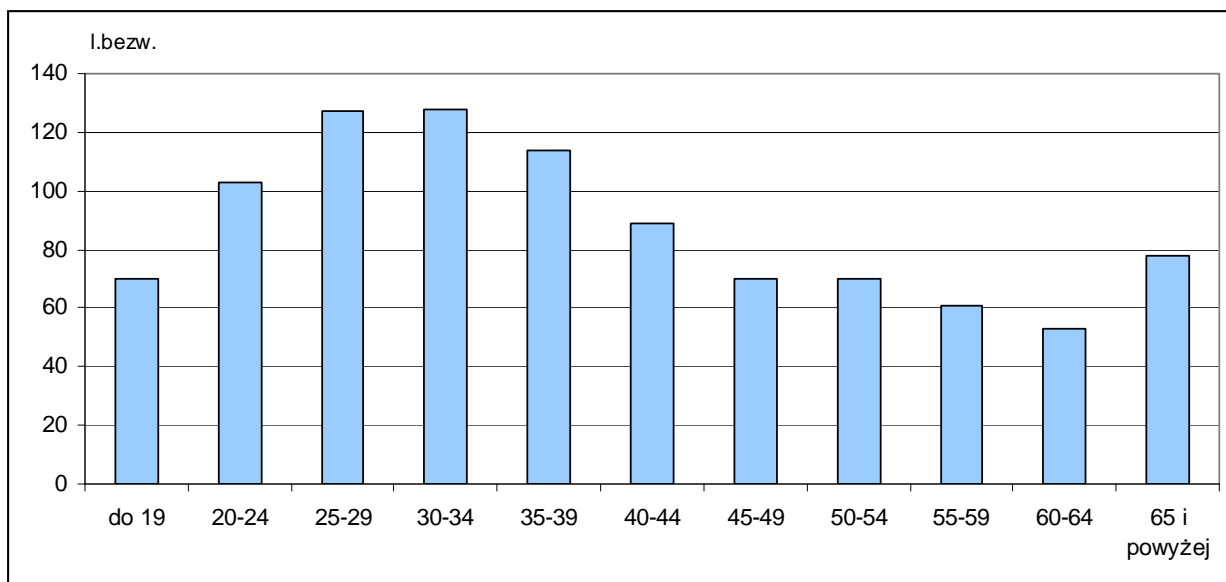
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

ROZDZIAŁ IV. Wnioski i zalecenia

4.1. Identyfikacja profilu turystów

Identyfikacja profilu turystów stanowi syntezę ustaleń otrzymanych w toku badań i wykonanych prac analitycznych. Przeprowadzona pogłębiona analiza parametrów oraz zestawu cech opisujących przyjazdy i pobyt turystów oparta jest w roku 2013 na danych charakteryzujących 963 osób nocujących w Bydgoszczy.

Podobnie jak w roku 2012 turyści przyjeżdżający do Bydgoszczy to głównie osoby w wieku produkcyjnym, mobilnym (58,2%)¹², czynni zawodowo (z przewagą mężczyzn), przeważnie z wyższym i średnim wykształceniem (ryc. 40).



Rycina 40. Profil społeczno-demograficzny turystów
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Nadal dużą grupę (20,8) wśród turystów przybywających do Bydgoszczy stanowią osoby posiadające wysoką i średnią pozycję zawodową (kadra kierownicza wyższego i średniego szczebla)¹³. Ponadto często występują wśród nich pracownicy administracyjni, pracownicy sektora usług/robotnicy wykwalifikowani oraz pracownicy nauki lub nauczyciele. Ponownie

¹² Przedział wiekowy zawierający się w wieku produkcyjnym i obejmujący osoby, które są zdolne do zmiany stanowiska, miejsca pracy lub ewentualnego przekwalifikowania się. Wiek mobilny określa się zazwyczaj jako przedział między 18 a 44 rokiem życia niezależnie od płci.

¹³ Uzyskanie mniejszych odsetek kadry wysokiego i średniego szczebla wśród obcokrajowców wynika zapewne ze zmiany miejsc poboru materiału ankietowego (wykluczenie z listy hoteli).

najważniejsze są wśród przybywających grupa studentów¹⁴ i przedstawiciele tak zwanych „innych” zawodów (te dwie grupy stanowiły łącznie 34,1% badanych odwiedzających, turystów).

Turyści różnili się posiadaniem statusem materialnym a dominowały wśród nich osoby cechujące się przeciętną sytuacją materialną.

Turyści w celu przejazdu do Bydgoszczy najczęściej jako środka lokomocji używali własnych samochodów, ważne znaczenie utrzymały również pociąg oraz autobusy linii regularnej. Podobnie jak w pierwszym roku badań monitorujących dla turystów zagranicznych najważniejszym środkiem transportu był samolot, lecz wyraźnie zmniejszyło się znaczenie tego środka na rzecz prywatnych samochodów.

Potoki ruchu turystycznego generowane były –podobnie jak w roku ubiegłym głównie z regionu kujawsko-pomorskiego, ale także z województw ościennych (wielkopolskiego, pomorskiego i mazowieckiego) oraz z zagranicy (w tym głównie z Niemiec i Ukrainy, Wielkiej Brytanii oraz Irlandii). Tym razem jednak wśród turystów zdecydowanie więcej było osób, które do Bydgoszczy przyjechały po raz pierwszy w ciągu ostatniego roku.

Turyści przyjeżdżając do Bydgoszczy – najczęściej głównego miejsca docelowego podróży - tym razem częściej realizowali pobyty 2-3 dniowe, rzadziej zaś tylko na 1 noc.

Podróże do Bydgoszczy w roku 2013 – podobnie jak w roku ubiegłym - turyści organizowali głównie we własnym zakresie. Nadal ważne znaczenie w tej kwestii przypisać należy także „firmom i zakładom pracy” (wyjazdy służbowe).

Dominującymi celami przyjazdów połączonych z noclegami w mieście w roku 2013 były: „odwiedziny krewnych i znajomych” i „cel turystyczny”. Zdecydowanie mniej odnotowano natomiast przyjazdów w celach „rekreacyjnych”, a poziom przyjazdów w celach zawodowych utrzymał się na podobnym poziomie. Penetrację miejskiej przestrzeni turystycznej turyści realizowali głównie poprzez „spacery po mieście”, „poznawanie i zwiedzanie” oraz korzystanie z różnorodnej oferty lokali gastronomicznych. Wykorzystanie czasu wolnego – podobnie jak w roku 2012 w ramach „rozrywki w mieście” wiązało się najczęściej z wizytami w klubach, dyskotekach, pubach oraz z korzystaniem z oferty kin, uczestnictwem w wydarzeniach sportowych czy też wizytami operze.

Podczas przyjazdów połączonych z noclegiem w celach recepcyjnych najczęściej wykorzystywano tzw. tanią bazę noclegową (tzn. „mieszkania znajomych i krewnych”)

¹⁴ Z punktu widzenia poprawności metodologicznej grupa badanych studentów, którzy przebywa na terenie miasta Bydgoszczy w ramach wymiany międzyuczelnianej nie powinna być rozpatrywana jako realizująca cele stricte turystyczne. W tym przypadku nie uzyskano jednak potwierdzenia wskazującego na realizację celu edukacyjnego jako głównego celu przyjazdu i pobytu w Bydgoszczy

a następnie obiektów zakwaterowania zbiorowego (głównie hotele). Sytuacja ta swoim przebiegiem przypomina zatem ustalenia z roku poprzedniego.

Z ekonomicznego punktu widzenia ważna jest dla rynku bydgoskiego ponownie zaobserwowana specyfika przyjazdów do Bydgoszczy. Charakterystyka parametru określającego „osoby towarzyszące” turystom podczas realizowanych przyjazdów wskazuje, że najczęściej są to przyjazdy w towarzystwie innych osób. W roku 2013 stwierdzono duże podobieństwo w tym względzie do wyników otrzymanych rok wcześniej. Dominującym modelem w ruchu turystycznym były przyjazdy „z najbliższą rodziną”, „z partnerem lub partnerką” i z grupą innych osób towarzyszących (nieco częściej z kolegami/koleżankami z pracy niż ze znajomymi). Podobnie niski jest poziom zainteresowania poszukiwaniem informacji o ofercie. Podstawowym źródłem informacji pozostaje dla turystów „internet” oraz „rekomendacje znajomych i rodziny”.

4.2. Szacunkowa liczba turystów

W drugiej edycji badań monitorujących ruch turystyczny w Bydgoszczy ponownie podjęto próbę szacunkowego określenia jego całkowitej wielkości. Do tego celu wykorzystano wiedzę zdobytą podczas analizy materiału pozyskanego dzięki przeprowadzonym badaniom kwestionariuszowym (wyniki pogłębionych analiz wybranych parametrów zidentyfikowanych migracji turystycznych, opisujące odwiedzających ogółem oraz według wydzielonych kategorii - w szacowaniu użyto wartości dominujących lub przeciętnych), posłużono się także informacjami zawartymi w tzw. źródłach wtórnych. W tym przypadku były to przede wszystkim: dane statystyczne GUS zawierające informacje o turystach korzystających z noclegów w województwie kujawsko-pomorskich oraz Bydgoszczy za okres 2003-2013, wyniki prognozy na rok 2014 uzyskane w badaniu tendencji rozwojowej przyrostu liczby korzystających z noclegów, informacje i dane Instytutu Turystyki w Warszawie nt. aktywności turystycznej - liczba wizyt za lata 2003-2011 (seria: Turystyka Polska - układ regionalny) oraz dane za okres 2012-2013 z opracowania „Aktywność turystyczna Polaków”- badanie wykonane przez Activ Group na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej na rok 2013 - temat nr 1.30.06(099) „Aktywność turystyczna Polaków”.

Szczególnie znaczenie w procedurze szacowania wielkości ruchu turystycznego posiadają dane statystyczne pochodzące z badań Głównego Urzędu Statystycznego. Pomimo pewnych niedoskonałości ważne jako punkt odniesienia są szczególnie informacje charakteryzujące dynamikę zmian wykorzystania bazy zbiorowego zakwaterowania przez

turystów krajowych i zagranicznych (liczba korzystających, liczba udzielonych noclegów ect.). Dane tego typu stanowią zazwyczaj podstawę szacowania (bazę), przy czym informacje te w określony sposób łączy z wynikami badań ogólnokrajowych, prezentujących szacunkowe charakterystyki liczby wizyt realizowanych w poszczególnych regionach (województwach). W układzie lokalnym, do powyżej wskazanej bazy danych stanowiących podstawę wykonywania szacunków, dochodzą jeszcze ustalenia z badań monitorujących ruch turystyczny.

Do oszacowania wielkości ruchu turystycznego w Bydgoszczy w roku 2013, podobnie jak w pierwszym roku badania, oprócz źródeł i danych GUS wykorzystano wyniki badań kwestionariuszowych o następującym zakresie:

- wyniki analiz dla wydzielonej kategorii przyjazdów turystycznych (połączonych z co najmniej jednym noclegiem), realizujących następujące cele przyjazdu: „turystyczny”, „odwiedziny krewnych i znajomych”, „rekreacyjny”, „służbowy”),
- częstotliwość przyjazdów,
- długość pobytu,
- rodzaj wykorzystanej bazy noclegowej,
- liczba oraz kategoria osób towarzyszących,

Wynika analizy przygotowano dla trzech wariantów:

- 1) niski poziom (wariant ostrożny)
- 2) poziom średni (wariant zrównoważony)¹⁵
- 3) wysoki poziom (optymistyczny)

Według szacunków sporządzonych na potrzeby niniejszego opracowania ruch turystyczny do Bydgoszczy (przyjazdy połączone z noclegiem) w roku 2013 r. mógł osiągnąć poziom:

- 1) w wariacie ostrożnym – 278139 osób,**
- 2) w wariacie zrównoważonym – 390499 osób,**
- 3) w wariacie optymistycznym – 480387 osób.**

Podjęto także próbę oszacowania wielkości ruchu odwiedzających jednodniowych, jednak w tym przypadku wzięto pod uwagę wyłącznie grupę przyjazdów, w ramach których

¹⁵ Jest to wariant najbardziej prawdopodobny

realizowano cele *stricte turystyczne* (wakacje, podróż turystyczna) i „odwiedziny krewnych i znajomych”¹⁶ (w opracowaniu zamieszczono tylko tzw. wariant ostrożny). Według szacunków liczba odwiedzających jednodniowych, realizujących jednocześnie wskazane powyżej cele mogła w roku 2013 osiągnąć poziom: **176 443,5 osób**.

W obu przypadkach spadek szacowanej liczby turystów i odwiedzających jednodniowych był związany z mniejszą, przeciętną liczbą osób towarzyszących respondentom podczas pobytu w Bydgoszczy oraz pogłębieniem tendencji w zakresie parametrów charakteryzującej częstotliwości wizyt (przeciętny poziom wizyt).

4.3. Szacowane wydatki poniesione w związku z pobytem turystów w Bydgoszczy

W celu oszacowania wydatków poniesionych przez turystów wykorzystano następujące dane i informacje:

a) dane pochodzące z kwestionariuszy ankietowych opisujące wybrane parametry pobytu turystów, tj. w szczególności: przeciętne wydatkowane kwoty na 1 osobę w jednym dniu pobytu¹⁷, liczba dni pobytu, częstotliwość przyjazdów, liczba osób towarzyszących podczas podróży,

b) dane GUS zawierające informacje o turystach korzystających z noclegów w województwie kujawsko-pomorskich oraz Bydgoszczy za okres 2003-2013, wraz z analizą tendencji przyrostu liczby korzystających (prognoza na 2013 r.).

W wyniku zastosowania procedury szacowania otrzymano kwotę 80540477 zł, która stanowi szacunkową wartość wydatków poniesionych przez turystów przybywających do Bydgoszczy w roku 2013.

¹⁶ „Szacowanie wielkości ruchu turystycznego w konkretnym miejscu i czasie nie jest zadaniem łatwym. Szacunki ogólnej liczby odwiedzających i turystów (odwiedzających bez jednodniowych) możliwe są raczej dla dużych agregatów terytorialnych (województw, dużych aglomeracji) z wykorzystaniem metod niestandardowych, często opierających się na badaniach ankietowych oraz wiedzy ekspertów. W trakcie badań ankietowych można sprecyzować wskaźniki charakteryzujące liczbę turystów jednodniowych, nocujących u znajomych, rodziny a także podjąć próbę oszacowania wielkości „szarej strefy” w turystyce. Dzięki temu, znając wielkość ruchu turystycznego na podstawie sprawozdań KT-1 dokonuje się, metodą wskaźnikową, odpowiednich szacunków pozostałych składowych ruchu turystycznego. Warunkiem stosowania powyższej metody jest dysponowanie odpowiednio dużą liczbą ankiet przeprowadzonych w konkretnym miejscu i czasie (Grabiński T, Słomka Z., Kobus J. 2006)

¹⁷ W drugiej edycji badania przyjęto, że respondenci w odpowiedziach wskażą całkowitą, wydatkowaną podczas jednego dnia pobytu kwotę, przypadającą na 1 osobę (odstąpiono od wydzielenia kategorii wydatków na „noclegi” i „pozostałych wydatków”). Należy dodać, że w badaniach nadal występowały problemy ze zrozumieniem tego pytania przez respondentów

4.4. Zalecenia

Zakończenie prac nad Raportem BRT 2013 skłania przede wszystkim do zaprezentowania Zamawiającemu propozycji, których głównym celem jest wdrożenie kolejnych działań i rozwiązań, determinujących uzyskanie jeszcze wyższego stopnia rozpoznania turystycznego rynku miasta Bydgoszczy..

1) Płaszczyzna organizacyjna i metodologiczna

Zespół ekspercki ponownie potwierdza, że prowadzenie dalszych badań musi wiązać się z większym niż dotychczas zaangażowaniem środowiska branżowego w działania zmierzające do pozyskania od turystów odpowiednich informacji. Być może dobrym rozwiązaniem, pozwalającym na podniesienie poziomu zaangażowania podmiotów bezpośrednio lub pośrednio powiązanych z obsługą ruchu turystycznego będzie ich zgoda na udział w projekcie **BBT**, czyli **Bydgoskim Barometrze Turystycznym**. Poniżej zamieszczamy najważniejsze specyfikacje dla tego projektu.

BYDGOSKI BAROMETR TURYSTYCZNY (BBT) SPERCYFIKACJA
<p><u>Cześć A. Założenia podstawowe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dostęp do programu odbywa się po zalogowaniu na stronie www.barometr.byd.pl • Dostęp podzielono na 3 poziomy tj. administratora technicznego, administrator merytorycznego, użytkownika • Edycja pól w aplikacji odbywa się 1 raz na miesiąc lub 1 na kwartał w zależności od typu obiektu przy czym system wysyła e-mail z przypomnieniem konieczności uzupełniania danych • Wybrane dane są niezmiennie w czasie (np. standard hotelu, liczba pokoi) • Aplikacja umożliwia automatyczne zliczanie danych i tworzenie wykresów kołowych, tabel • Indywidualne dane poszczególnych użytkowników nie są widoczne dla innych użytkowników • Aplikacja pozwala na eksport danych do plików xls • Aplikację można rozbudować o kolejne pola do wypełniania <p><u>Cechy systemu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • interaktywność • dobrowolność udziału • wykorzystanie nowoczesnych technologii informatycznych • powszechność udziału • wiarygodność wyników oraz ich użyteczność dla użytkowników • użyteczność • aktualność • elastyczność – system powinien być otwarty na dodawanie do niego kolejnych komponentów oraz ich modyfikację,

- ujednoczenie pomiaru, przetwarzania, sposobu i zakresu syntetyzacji oraz publikowania informacji

Korzyści dla użytkowników:

- dokonanie segmentacji rynku turystycznego
- mierzenie stopnia zadowolenia turystów z pobytu
- mierzenie efektów podejmowanych wspólnych inicjatyw
- wsparcie ogólnej polityki społeczno-gospodarczej władz lokalnych
- uzyskanie rzetelnej informacji na temat realnej wielkości i struktury ruchu turystycznego

Opis techniczny:

- Centralnym elementem modułu jest program komputerowy, do którego indywidualny dostęp będzie miał każdy z podmiotów uczestniczących w BBT. Każdy z podmiotów posiada swój indywidualny kod szyfrujący (login i hasło), który gwarantuje poufność raportu, a zarazem ułatwia opracowywanie informacji zwrotnych.
- Po zalogowaniu się do systemu na stronie ukazuje się odpowiednio przygotowany dla każdej grupy podmiotów formularz internetowy z pytaniami i odpowiednio przygotowanymi polami dialogowymi lub opcjami odpowiedzi do wypełnienia.
- Formularze są wypełniane w odpowiednich odstępach czasowych (najczęściej miesięcznych, dla wybranych podmiotów kwartalnych). Formularz składa się z 35-40 rodzajów danych, pół do wypełnienia, przy czym ich liczba jest zależna od rodzaju podmiotu. Część z nich dotyczy danych, które są niezmiennie w długich odstępach czasowych (typ obiektu, charakterystyka oferty itp.).
- Proponowany termin wypełnienia kwestionariusza – 5-15 dnia każdego miesiąca. Po tym czasie system wysła automatycznie email z przypomnieniem wypełnienie kwestionariusza, powtarzany w pewnym odstępie czasowym.
- Dane są automatycznie zliczane i przetwarzane przez system, aby wygenerować syntetyczną informację o stanie popytu i podaży turystycznej na szczeblu gminy / miasta / regionu.

System zapewnia poufność danych. Dane indywidualnego podmiotu nie są dostępne żadnemu innemu użytkownikowi poza wypełniającym. Syntetyczne dane oraz dane źródłowe przetrzymywane są na odpowiednio przygotowanym serwerze, przy czym dostęp do wszystkich danych ma tylko administrator techniczny systemu. Natomiast dostęp do wszystkich danych na odpowiednim poziomie syntetyzacji ma ograniczona liczba użytkowników: administrator merytoryczny modułu oraz badacze zajmujący się opracowywaniem raportów i analiz w ramach funkcjonowania modułu analiz.

Część B. Opis modułów

Strona startowa aplikacji

Obiekt noclegowy	hotel
	motel
	pensjonat
	kemping
	dom wycieczkowy
	schronisko młodzieżowe
	pole biwakowe
	inny obiekt hotelarski
Muzeum	możliwość dodania przedsiębiorstwa lub dodanie przez administratora

Muzeum	możliwość dodania przedsiębiorstwa lub dodanie przez administratora
Przedsiębiorstwo transportowe	Port Lotniczy
	Tramwaj Wodny
Przewodnik miejski	możliwość dodania przedsiębiorstwa lub dodanie przez administratora
	możliwość dodania przedsiębiorstwa lub dodanie przez administratora
	możliwość dodania przedsiębiorstwa lub dodanie przez administratora
Inne	BCI
	BYLOT
	K-POT

Przykładowa specyfikacja dla wybranych modułów:

Moduł 1. OBIEKT NOCLEGOWY

1	Nazwa	pole do wypełnienia		
2	Adres	pole do wypełnienia		
	Dane kontaktowe	pole do wypełnienia		
3	Rodzaj	do wyboru z listy (hotel, motel, pensjonat ...)		
4	Kategoria (jeśli ktoś zaznaczył hotel w polu 3 pojawi się 5 opcji)	hotel, motel, pensjonat	kemping	dom wycieczkowy, schronisko
		*	*	I
		**	**	II
		***	***	III
		****	****	

5	Sezonowość (jeden wybór)	całoroczny		
		sezonowy		
6	Oferta (możliwość wyboru kilku opcji)	usługa noclegowa		
		usługa gastronomiczna		
		inna ...		
7	Liczba pokoi	pole do wypełnienia		
8	Liczba miejsc noclegowych	pole do wypełnienia		
9	Liczba osób korzystających z noclegu	pole do wypełnienia		

10	Liczba udzielonych noclegów	pole do wypełnienia
11	Pochodzenie turystów	
	krajowy (wybór województwa)	w % czy ilość
	zagraniczny (wybór kraju z listy)	w % czy ilość
12	Wskaźnik optymizmu	
		1
		2
		3
		4
	5	

Moduł 2. MUZEUM

1	Nazwa	pole do wypełnienia
2	Adres	pole do wypełnienia
3	Dane kontaktowe	pole do wypełnienia
4	Rodzaj	obiekt prywatny
		obiekt publiczny
5	Sezonowość	całoroczny
		sezonowy
6	Oferta	pole do wypełnienia
7	Liczba sprzedanych biletów ogółem	pole do wypełnienia
8	Liczba odwiedzających krajowych i zagranicznych	
	krajowy (wybór województwa)	W %
	zagraniczny (wybór kraju z listy)	W %

Wyniki otrzymane w drugiej edycji badań monitorujących ruch turystyczny, pomimo wprowadzenia pewnych zmian (np. w metodyce poboru wywiadów kwestionariuszowych – wyłączenie hoteli z listy miejsc poboru wywiadów, korekty w założeniach strukturyzacji próby – np. zwiększenie odsetka odwiedzających jednodniowych) zdaniem zespołu wykonawczego posiadają duży stopień wiarygodności.

Nawiązując do pojawiających się podczas badań uwag respondentów należy zastanowić się nad wprowadzeniem dalszych korekt i poprawek w dotychczas stosowanym kwestionariuszu wywiadu. Choć większość z osób badanych nie przekazywała żadnych uwag w tym względzie, to jednak warto zauważyć, że prowadzący badania ankieterzy dość często spotykali się z sytuacją zniecierpliwienia respondentów w związku z koniecznością odpowiedzi na dużą liczbę szczegółowych pytań.

Ze względu na wyniki uzyskane w odniesieniu do pierwszej edycji badań ruchu turystycznego w Bydgoszczy - zdaniem zespołu badawczego - podniesienie stopnia rozpoznania turystycznego rynku w Bydgoszczy będzie uwarunkowane wdrożeniem dodatkowych badań monitorujących:

- tzw. „rynku spotkań” MICE (przyjazdy do Bydgoszczy w celach służbowych – indywidualne i grupowe, na szkolenia i konferencje, spotkania biznesowe itp.)

oraz

- przyjazdów jednodniowych, realizowanych w szeroko rozumianych celach rekreacyjnych (kulturalno-rozrywkowych, uczestnictwa w imprezach i wydarzeniach sportowych itp.).

W bliskiej przyszłości szczególne znaczenie dla branży turystycznej w Bydgoszczy może posiadać ruch turystyczny w celach biznesowych (turystyka biznesowa). Ten segment w turystyce – co wykazują coraz częściej prowadzone badania i analizy krajowego rynku MICE - rozwija się szczególnie wokół centrów rozwoju społeczno – gospodarczego każdego regionu oraz na obszarach mogących pełnić funkcje usługowe dla przedstawicieli biznesu ze względu na rozwiniętą bazę gastronomiczno – noclegową oraz dobre połączenia komunikacyjne.

Dostrzegając potrzebę zintensyfikowania badań w celu pogłębienia wiedzy i lepszego rozpoznania segmentu turystyki biznesowej w Bydgoszczy, mając na względzie szereg potencjalnych, pozytywnych konsekwencji dla lokalnej branży turystycznej mogących wynikać z jej rozwoju warto przypomnieć, że miasto cechuje dotychczas niewykorzystany w pełni potencjał w tym względzie (Bydgoszcz posiada znakomite warunki do rozwoju segmentu turystyki MICE. Taka ocena oparta jest na następujących przesłankach: posiadana, liczna baza noclegowa o odpowiednio wysokim standardzie, wyposażenie w tereny wystawowe, duża pojemność sal konferencyjnych, funkcjonowanie profesjonalnych kadr obsługi turystyki MICE – rozwijające swoją działalność Bydgoszcz Convention Bureau).

W kontekście wyników dotychczas przeprowadzonych badań monitorujących ruch turystyczny w Bydgoszczy można stwierdzić, że podjęcie badań rynku turystyki biznesowej może mieć niebagatelne znaczenie dla samego miasta oraz bydgoskiej branży turystycznej z kilku powodów:

- uzyskane wyniki mogą wpłynąć na podniesienie jakości obsługi i dostosowania produktów oferowanych turystom biznesowym, wskutek czego zostanie poszerzony zasięg rynkowy ośrodka,

- badania mogą stać się czynnikiem inicjującym aktywizację i integrację różnych, lokalnych i regionalnych środowisk wokół kreowania rynku turystyki biznesowej, angażując liczne zasoby ludzkie do jej obsługi,
- wyniki badań mogą stanowić podstawę do kreowania rozwiązań sieciowych (budowanie produktów zintegrowanych),
- ustalenia badań mogą pomóc w kreowaniu wizerunku miasta (specjalizacja lokalnej branży turystycznej), mogą wpłynąć na przedłużenie sezonu oraz późniejsze wykorzystanie zdolności usługowych podmiotów obsługujących turystów w mieście i regionie.

2) Płaszczyzna aplikacyjna

W opinii zespołu badawczego wśród najważniejszych ustaleń ponownie należy wskazać potwierdzoną w analizach ruchu turystycznego wysoką ocenę atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy. Jest to ustalenie niezwykle ważne, bowiem w dużej mierze uzyskano je od respondentów, którzy w roku 2013 w celach turystycznych do Bydgoszczy przyjechali po raz pierwszy, a także takich którzy nie odwiedzali miasta przez dłuższy, kilkuletni okres czasu.

Wyniki badań atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy powinny posłużyć Władzom do budowania wizerunku miasta przyjaznego turystom, interesującego pod względem posiadanych atrakcji i możliwości spędzania czasu wolnego. Biorąc pod uwagę panującą tendencję w wykorzystywaniu Internetu jako głównego kanału dystrybucji informacji promujących atrakcje turystyczne, należy mieć jednak wzgląd na konieczność stosowania dodatkowych rozwiązań w zakresie promocji oferty (w tym np. mobilnych punktów informacji turystycznej, infomaty turystyczne, opisy interpretacyjne atrakcji, kody QR stanowiące odnośniki do dodatkowych zasobów informacji nt. atrakcji itp.).

Spis tabel

	Str.
Tabela 1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe) w okresie 2001-2012 w układzie regionalnym	14
Tabela 2. Korzystający z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Bydgoszczy w latach 2003-2011 według miesięcy	16
Tabela 3. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach	20
Tabela 4. Odsetki respondentów odwiedzających długookresowych i jednodniowych według powiatów wskazanych jako miejsca stałego zamieszkania	23
Tabela 5. Struktura wieku i płci badanych respondentów (odwiedzający krajowi i zagraniczni)	31
Tabela 6. Struktura respondentów według statusu zawodowego	33
Tabela 7. Struktura badanych odwiedzających (turystów i jednodniowych według samooceny statusu materialnego	34
Tabela 8. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy w grupie badanych respondentów	36
Tabela 9. Planowana długość pobytu respondentów w Bydgoszczy	37
Tabela 10. Planowana długość pobytu turystów krajowych i zagranicznych deklarujących, co najmniej jeden nocleg w Bydgoszczy	38
Tabela 11. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej” według wybranych kategorii przyjazdów	39
Tabela 12. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej według wybranych kategorii przyjazdów”	40
Tabela 13. Aktywność respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy	41
Tabela 14. Wykorzystywane przed przyjazdem do Bydgoszczy źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów	43
Tabela 15. Organizacja przyjazdów do Bydgoszczy (w %)	45
Tabela 16. Cele przyjazdów do Bydgoszczy (w %) – odwiedzający ogółem	48
Tabela 17. Osoby towarzyszące w podróży (w %) według wydzielonych podgrup przyjazdów	51
Tabela 18. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach do Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	51
Tabela 19. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	53
Tabela 20. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”	55
Tabela 21. Wykorzystywana baza noclegowa podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	56
Tabela 22. Wykorzystywana baza gastronomiczna podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	58
Tabela 23. Wykorzystywanie profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego podczas pobytu w Bydgoszczy w grupie badanych respondentów (w %)	59
Tabela 24. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających podczas jednego dnia pobytu (w %)	60
Tabela 25. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy (w %) – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów	62
Tabela 26. Skłonność do rekomendacji miasta Bydgoszczy (w %) jako miasta atrakcyjnego pod względem turystycznym – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów	63
Tabela 27. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów – atrakcji turystycznych (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)	65
Tabela 28. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej miasta (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)	69
Tabela 29. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających krajowych (l. bezw.)	73
Tabela 30. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju	76
Tabela 31. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy (odwiedzający ogółem)	77

Spis rycin

	Str.
Ryc. 1. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. według województw i liczby podróży długookresowych (mln)	15
Ryc. 2. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. według województw i liczby podróży krótkookresowych (mln)	15
Ryc. 3. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2013 r. według województw i liczby podróży ogółem (mln)	16
Ryc. 4. Sezonowość przyjazdów turystycznych do miasta Bydgoszczy na podstawie danych o korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w latach 2003, 2007, 2011	17
Ryc. 5. Rozkład liczby korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego według miesięcy roku dla lat: 2010, 2011, 2012 i 2013	17
Ryc. 6. Liczba korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w Bydgoszczy w latach 2003-2013 wraz z analizą tendencji rozwojowej	18
Ryc. 7. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych według województw stwierdzone w badaniach w roku 2012 (A) i 2013 (B)	21
Ryc. 8. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych ogółem (dane dla miasta Bydgoszcz - rok badania 2012)	24
Ryc. 9. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych ogółem (dane dla miasta Bydgoszcz - rok badania 2013)	24
Ryc. 10. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych (dane dla miasta Bydgoszcz - rok badania 2012)	25
Ryc. 11. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych (dane dla miasta Bydgoszcz - rok badania 2013)	25
Ryc.12. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych jednodniowych (dane dla miasta Bydgoszcz - rok badania 2012)	26
Ryc.13. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych jednodniowych ((dane dla miasta Bydgoszcz - rok badania 2013)	26
Ryc.14. Pochodzenie respondentów (turystów i odwiedzających jednodniowych według krajów stałego zamieszkania (w %)	28
Ryc. 15. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych	29
Ryc. 16. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i ogółem	30
Ryc. 17. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem	30
Ryc. 18. Struktura wieku respondentów odwiedzających Bydgoszcz w 2013 r. (turyści i odwiedzający jednodniowi)	32
Ryc. 19. Struktura wykształcenia respondentów	33
Ryc. 20. Samoocena sytuacji materialnej w grupie badanych respondentów	34
Ryc. 20. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy w grupie badanych respondentów	36
Rycina 21. Wykorzystywane przed przyjazdem źródła informacji o bazie noclegowej Bydgoszczy	39
Rycina 22. Poziom aktywności respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów	42
Rycina 23. Źródła informacji o Bydgoszczy wykorzystywane przed przyjazdem do miasta	44
Rycina 24. Organizacja przyjazdów w grupie badanych respondentów według wydzielonych grup przyjazdów	46
Rycina 25. Cele przyjazdów do Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów	50
Rycina 26. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach	52
Rycina 27. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego wśród badanych respondentów	54
Rycina 28. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy - odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”	55
Rycina 29. Baza noclegowa wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów	56
Rycina 30. Baza gastronomiczna wykorzystywana przez badanych respondentów – według wydzielonych podgrup przyjazdów	58
Rycina 31. Wydatki respondentów na 1 dzień pobytu	60
Rycina 32. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy przez badanych respondentów	62
Rycina 33. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy rodzinie i znajomym jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym	64
Rycina 34. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez odwiedzających ogółem	66
Rycina 35. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez odwiedzających krajowych	67
Rycina 36. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez obcokrajowców	68
Rycina 37. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności	70

turystycznej miasta w grupie odwiedzających ogółem	
Rycina 38. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających krajowych	71
Rycina 39. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających zagranicznych	72
Rycina 40. Profil społeczno-demograficzny turystów	79