



**Instytut Gospodarki Turystycznej
i Geografii**



**Bydgoska Lokalna Organizacja
Turystyczna**



Miasto Bydgoszcz

BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO BYDGOSZCZ 2012

RAPORT KOŃCOWY

opracowanie autorskie

pracowników Instytutu Gospodarki

Turystycznej i Geografii Wyższej Szkoły Gospodarki

na zlecenie

Bydgoskiego Centrum Informacji

Bydgoszcz, grudzień 2012

REDAKCJA NAUKOWA I OPRACOWANIE ROZDZIAŁÓW

dr Robert Brudnicki: Wstęp, I, II (2.2.), III, IV
mgr Mariusz Barczak II

KONCEPCJA I METODOLOGIA BADAŃ

kier. zespołu dr Robert Brudnicki WSG
mgr J. Karol Słowiński BYLOT
mgr Mariusz Barczak WSG
mgr Paulina Markiewicz PASiR WSG

KONSULTACJE EKSPERCKIE

prof. dr hab. Wiesław Maik – IGTiG WSG
prof. dr hab. Andrzej Matczak – IGTIG WSG, UŁ

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
ROZDZIAŁ I. Cele i metodologia badań	7
1.1. Cele badań	7
1.2. Metoda badań	8
1.2.1. Zakres terminologiczny i definicje pojęć używanych w opracowaniu	8
1.2.2. Materiały źródłowe	11
1.2.3. Schemat doboru próby	12
1.2.4. Konstrukcja kwestionariusza ankiety	19
ROZDZIAŁ II. Charakterystyka ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim i mieście Bydgoszczy na tle uwarunkowań i tendencji rynkowych	21
2.1. Bieżąca sytuacja w regionie kujawsko-pomorskim na tle zmiennych uwarunkowań w okresie 2001-2012	21
2.2. Baza noclegowa i ruch turystyczny w Bydgoszczy na tle miast wojewódzkich (ujęcie statyczne w świetle danych GUS)	28
ROZDZIAŁ III. Analiza ruchu turystycznego w Bydgoszczy na podstawie badań kwestionariuszowych	31
3.1. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego	31
3.2. Charakterystyka badanych turystów i odwiedzających jednodniowych	32
3.2.1. Kryterium geograficzne	33
3.2.2. Kryterium społeczno-demograficzne i ekonomiczne	43
3.2.3. Częstotliwość wizyt w Bydgoszczy, miejsce docelowe/etapowe i długość pobytu	48
3.3. Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Bydgoszczy	51
3.3.1. Źródła informacji o mieście	51
3.3.2. Organizator wyjazdu	57
3.3.3. Cele przyjazdu	58
3.3.4. Osoby towarzyszące	63
3.3.5. Wykorzystywane środki transportu	64
3.3.6. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego	66
3.3.7. Wykorzystywana baza noclegowa	69
3.3.8. Konsumpcja wybranych usług turystycznych	71
3.3.9. Kwoty wydatkowane podczas pobytu	74
3.4. Ocena atrakcyjności i jakości wybranych elementów turystycznej przestrzeni recepcyjnej miasta Bydgoszczy przez turystów i odwiedzających jednodniowych	78
ROZDZIAŁ IV. Wnioski i zalecenia	98
4.1. Identyfikacja profilu turystów	98
4.2. Szacunkowa liczba turystów	101
4.3. Szacowane wydatki poniesione w związku z pobytem turystów w Bydgoszczy	103
4.4. Zalecenia	105
Spis tabel	109
Spis rycin	111

WSTĘP

Turystyczne potrzeby społeczeństw, rozwijające się w sposób niezwykle dynamiczny (szczególnie w ostatnich 20 latach) doprowadziły do zasadniczych zmian na rynku turystycznym. Znamiennym stały się: ogromny wzrost konsumpcji dóbr i usług turystycznych, duża konkurencja na rynku turystycznym, rozwój działalności marketingowych itp. Powyższe czynniki oraz pojawienie się konieczności sterowania procesami turystycznymi (polityka turystyczna) wymusiły gwałtowne zapotrzebowanie na podstawowe informacje dotyczące uwarunkowań, poziomu, dynamiki oraz struktury aktywności turystycznej ludności oraz szeroko rozumianej sfery podaży.

W gospodarce turystycznej potrzeba gromadzenia danych, stanowiących podstawę różnych analiz, szacunków i prognoz dotyczących wielkości, występuje obecnie na wszystkich poziomach, wszelkich rodzajów podmiotów zajmujących się turystyką, począwszy od jednostek naukowo-badawczych, instytucji publicznych, przedsiębiorstw poprzez władze lokalne, organizacje regionalne, a skończywszy na administracji państwowej oraz organizacjach międzynarodowych. Statystyczne bazy danych na temat turystyki, tworzone przez podmioty zarządzające regionami turystycznymi, ośrodkami turystycznymi lub przez firmy i przedsiębiorstwa turystyczne zawierają informacje, które są niezwykle ważne z punktu widzenia wyjaśniania zachowań turystów lub potencjalnych uczestników ruchu turystycznego (konsumentów dóbr i usług turystycznych). Pozwalają one na segmentację zbiorowości statystycznej (pozyskanie profilu) według wybranych wcześniej kryteriów, takich jak: cechy społeczno-demograficzne, ekonomiczne (w tym: w szczególności wielkość wydatków), form ruchu turystycznego, głównych celów i motywów przyjazdów bądź wyjazdów turystycznych, ich wielkości i struktury, preferencji, sezonowości, standardu usług itp. Stosowanie powyższego podejścia w obecnych warunkach stało się koniecznością z wielu powodów, jednak przede wszystkim wynika z tego, że zmiany w turystyce, ściśle powiązanej z wieloma procesami społeczno-gospodarczymi, zachodzą coraz szybciej i jednocześnie są coraz bardziej rozległe.

W odpowiedzi na zapytanie ofertowe Bydgoskiego Centrum Informacji (BCI) w przedmiocie „**Przeprowadzenia badań ruchu turystycznego w Bydgoszczy**” Instytut Gospodarki Turystycznej i Geografii Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy działając w porozumieniu z Bydgoską Lokalną Organizacją Turystyczną (BYLOT) w marcu 2012 r. złożył Zamawiającemu ofertę badań pn. „**Monitoring ruchu turystycznego w Bydgoszczy**”.

Podkreślając fakt:

- 1) występowania niszy informacyjnej w zakresie rozpoznania ruchu turystycznego na rynku bydgoskim (w Bydgoszczy dotychczas nie prowadzono, szczegółowych, pogłębionych badań populacji turystów z określeniem profilu, preferencji i zachowań oraz szacowaniem wielkości ruchu¹),

oraz

- 2) zmienności i dynamiki współczesnych realiów gospodarczych i wynikającej z nich konieczności stosowania odpowiednich rozwiązań monitorujących zjawiska i procesy społeczno-gospodarcze dla efektywnego zarządzania strategicznego

zespół ekspercki z IGTIG WSG w Bydgoszczy przygotował założenia badań oraz konsultacji środowiskowych projektu (opracowano metodologię, cele badań, narzędzie badawcze itp.), uwzględniając możliwość przygotowania i wdrożenia długofalowego programu badawczego (systematycznych badań ruchu turystycznego w następnych latach), których pierwszą częścią było badanie realizowane od maja do końca października 2012 r.

Zgodnie z wytycznymi Zamawiającego istotnym zamierzeniem zespołu realizującego badania było zapewnienie udziału (w pewnych etapach prac) środowiska branżowego działającego na rynku bydgoskim. Zabieg ten miał spowodować nasilenie współpracy podmiotów działających na lokalnym rynku turystycznym, ich integrację wokół problemów rozwoju turystyki w Bydgoszczy, w tym potrzeby diagnozy sytuacji gospodarki turystycznej w oparciu o monitoring ruchu turystycznego i odwiedzających jednostkowych.

W tym miejscu Zespół pracowników Instytutu Gospodarki Turystycznej i Geografii WSG chciałby serdecznie podziękować organizacjom i podmiotom gospodarczym, bez których proces realizacji badań byłby znacznie utrudniony. W szczególności w tej grupie należy wymienić: Bydgoską Lokalną Organizację Turystyczną BYLOT – partnera projektu, hotele - Holiday Inn, Hotel City Bydgoszcz, Hotel Pod Orłem, Hotel Słoneczny Młyn, Park Hotel, Hotel Ikar, Hotel Zawisza, Hotel Focus, a także oddział Głównego Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy oraz przedstawicieli Biura Podróży Visite.pl, LPKiW w Myśliczynie, Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej.

¹ Pomocne dla wysuwania wniosków i odczytywania prawidłowości w niniejszych badaniach mogą być wyłącznie: wybrane wyniki badań dotyczących m. Bydgoszczy, realizowanych przez Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu na zlecenie Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej („Badania ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim w latach 2009-2010”), dane Instytutu Turystyki w Warszawie (coroczne badania aktywności turystycznej Polaków) oraz dane Głównego Urzędu Statystycznego

Realizacja projektu dzięki inicjatywie Bydgoskiego Centrum Informacji stała się w tym przypadku kolejnym, dobrym impulsem do wspólnego działania na rzecz rozwoju gospodarki turystycznej w mieście Bydgoszczy.

Poniższe opracowanie, stanowiące „Raport końcowy” składa się z czterech części. W części I przedstawiono cele badań oraz omówiono postępowanie badawcze (wypracowane przez ekspertów i pozytywnie zaopiniowane w konsultacjach społecznych). Część II Raportu zawiera charakterystykę struktury ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim i mieście Bydgoszczy na tle uwarunkowań i tendencji rynkowych (analizę oparto na danych Głównego Urzędu Statystycznego). Część III niniejszego opracowania –stanowiąca rozdział główny- zawiera pogłębioną analizę parametrów ruchu turystycznego i przyjazdów jednodniowych dla miasta Bydgoszczy, opartą na materiale pozyskanym podczas przeprowadzonych badań kwestionariuszowych na próbie wynoszącej 2000 wywiadów. W ostatniej części Raportu (Rozdział IV) autorzy zawarli wnioski i zalecenia podsumowujące badania, a także przedstawili wyniki oszacowania wielkości ruchu turystycznego i odwiedzających jednodniowych oraz wydatków ponoszonych w związku z pobytem turystów w Bydgoszczy.

ROZDZIAŁ I. CELE I METODOLOGIA BADAŃ

1.1. Cele badań

Monitoring przyjazdów turystów i odwiedzających jednodniowych - w efekcie jego wdrożenia i w dłuższej perspektywie czasowej - pozwoli uzyskać wiedzę w następujących kwestiach:

- 1) jaki jest profil turystów i odwiedzających jednodniowych przybywających do Bydgoszczy? - próba segmentacji odwiedzających z identyfikacją grup specyficznych,
- 2) jaki jest poziom wydatków turystów związanych z oferowanym zakresem usług i produktów turystycznych?,
- 3) czy Bydgoszcz stanowi docelowe miejsce podróży? (jaką rolę w przestrzeni turystycznej kraju pełni Bydgoszcz? Czy należy rozwijać funkcję turystyczną?),
- 4) jaka jest uśredniona ocena poszczególnych (wybranych) elementów potencjału turystycznego, wykorzystywanych przez odwiedzających do realizacji ich celów podczas pobytu w mieście? (gastronomia, komunikacja, it, obiekty noclegowe itp.),
- 5) jakie są główne kanały przepływu informacji o mieście i jego ofercie turystycznej i jaka jest ich ocena?,
- 6) czy stosowane formy promocji miasta są przez turystów dostrzegane?,
- 7) w jakich kategoriach postrzegana jest Bydgoszcz, jakie budzi skojarzenia, do jakich miast jest porównywana?,
- 8) jakie są oczekiwania w odniesieniu do infrastruktury turystycznej?

Przyjęta koncepcja badań (omówiona w kolejnych podrozdziałach) oraz posiadana wiedza ekspercka na temat rynku turystycznego miasta Bydgoszczy wpłynęła w niniejszych badaniach na przyjęcie następujących celów szczegółowych:

- 1) oszacowanie liczby odwiedzających (turystów oraz odwiedzających jednodniowych przybywających głównie w celach turystycznych i wypoczynkowych). Do szacowania zostaną wykorzystane dane wtórne (dostępne statystyki ruchu turystycznego GUS, IT w Warszawie oraz instytucji, obiektów z terenu miasta Bydgoszczy świadczących usługi dla turystów lub związanych z branżą turystyczną itp.) oraz pierwotne (pochodzące z wywiadów kwestionariuszowych),
- 2) pozyskanie szczegółowej charakterystyki turysty krajowego i zagranicznego (uwzględniającej różne parametry opisowe: miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy, status materialny),

- 3) pozyskanie informacji na temat cech specyficznych wizyt ze względu na: cele, długość pobytu, osoby towarzyszące podczas podróży, używane środki transportu, wykorzystanie wybranych elementów produktu turystycznego, wykorzystanie usług turystycznych (np. preferencje wyboru bazy noclegowej) itp.,
- 4) otrzymanie szczegółowych informacji nt. preferencji i zachowań odwiedzających, tj.: sposobów i form spędzania czasu wolnego, stopnia satysfakcji z pobytu, oceny jakości wybranych elementów oferty turystycznej,
- 5) pozyskanie informacji dających podstawę do oceny atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy (np. ranking najczęściej odwiedzanych miejsc, atrakcji), a także chęci powtórnego odwiedzenia miasta,
- 6) określenie przeciętnego poziomu wydatków poniesionych podczas pobytu w Bydgoszczy.

1.2. Metoda badań

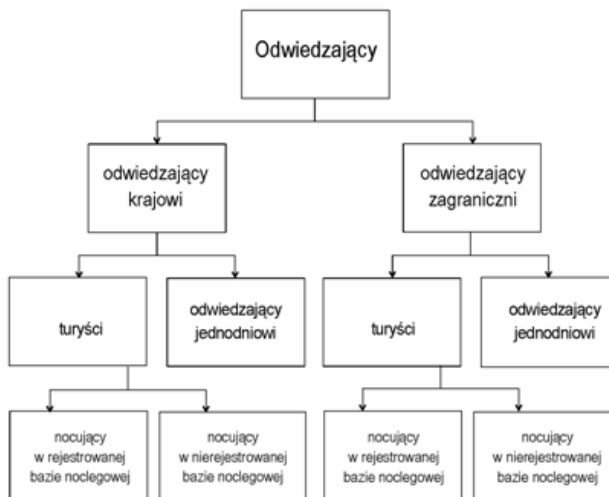
1.2.1. Zakres terminologiczny i definicje pojęć używanych w opracowaniu

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),

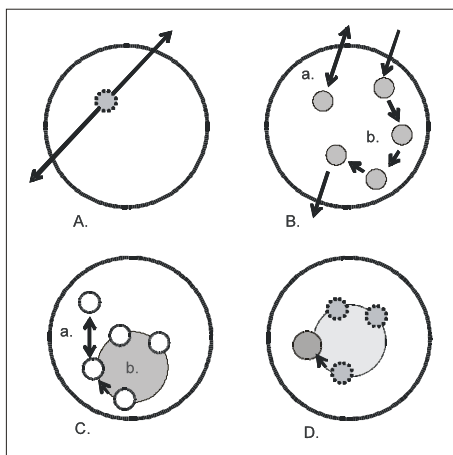
- **odwiedzający jednodniowi (nazywani często wycieczkowiczami)** - są to odwiedzający, którzy nie nocują ani w publicznych, ani w prywatnych obiektach noclegowych w odwiedzanym regionie/miejscowości a odwiedzają go w celach: wypoczynkowych, leczniczych, krajoznawczych, religijnych, sportowych, służbowych, rodzinnych, społecznych, politycznych i innych (z wyjątkiem motywów zarobkowych) (por. ryc. 1.).



Ryc. 1. Klasyfikacja odwiedzających

Źródło: *Metodologia Unii Europejskiej w dziedzinie statystyki turystyki 1997*, Wyd. GUS, Warszawa

W obu przypadkach mogą to być osoby pochodzące z kraju, z zagranicy oraz z regionu (województwa kujawsko-pomorskiego) (por. ryc. 2). W niniejszych badaniach zostaną pominięte przyjazdy, które będą wiązały się ze stałą pracą lub nauką w Bydgoszczy.



Ryc. 2. Kategorie ruchu turystycznego podlegające badaniom

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

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

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). Czynniki 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

W prezentowanym materiale – ze względu na specyfikę badanego zjawiska (przedmiot badań – ruch turystyczny oraz podmiot badań – turysta i odwiedzający jednodniowy) wykorzystano następujące źródła danych i informacji:

- **źródła wtórne** – pozyskane z wykorzystaniem tzw. metod pośrednich (głównie w badaniach typu desk research). W tym przypadku zespół ekspercki opierał się na: danych o liczbie udzielonych noclegów z GUS w Bydgoszczy (dostępne statystyki ruchu turystycznego oparte na sprawozdaniach KT), danych z Banku Danych Regionalnych GUS oraz informacji pochodzących z wybranych obiektów/instytucji koncentrujących/obsługujących ruch turystyczny w Bydgoszczy (Bydgoskie Centrum Informacji, wybrane muzea, obiekty noclegowe, przewodnicy turystyczni itp.).

- **źródła pierwotne** – pozyskane z wykorzystaniem tzw. metod bezpośrednich (w przypadku omawianych badań z wykorzystaniem wywiadów bezpośrednich z odwiedzającymi, poprzez przeprowadzenie przez przeszkolonego ankietera bezpośrednich rozmów z respondentami przy użyciu standaryzowanego formularza ankiety). Badania turystów oraz odwiedzających jednodniowych oparte na pozyskanym materiale pierwotnym – przy założeniu odpowiedniej staranności oraz stosowaniu obiektywnych technik doboru próby - dostarczają wielu ważnych, szczegółowych informacji umożliwiających diagnozę stanu w zakresie zjawiska ruchu turystycznego. Wśród pozyskiwanych danych pierwotnych opisujących ruch turystyczny w analizach najważniejsze znaczenie posiadają: charakterystyka celów i motywów przyjazdów oraz poziomu satysfakcji z wizyt, waloryzacja odwiedzanego obszaru, struktura odwiedzających pod względem cech społeczno-demograficznych (płeć, wiek, wykształcenie, dochody itp.), pochodzenie terytorialne (obszar ciężenia rynkowego – atrakcyjność i zasięg), szczegółowa charakterystyka cech przyjazdów (organizacja przyjazdu, długość pobytu, sposób dotarcia do celu, ponoszone wydatki itp.).

W niniejszym opracowaniu jednym z podstawowych zastosowań danych wtórnych (w połączeniu z danymi pierwotnymi) było rozpoznanie parametrów ruchu turystycznego (profil turysty) oraz wykorzystanie ich do szacunków wielkości ruchu.

1.2.3. Schemat doboru i struktura próby badawczej

Badania ruchu turystycznego – zjawiska trudno mierzalnego ze względu na jego specyfikę, wynikającą z braku możliwości pełnej rejestracji, dynamiki i mobilności przestrzennej turystów, struktury oraz liczebności populacji - należą do niezwykle trudnych. Powyższe bariery poznawcze występują na każdym obszarze, którym prowadzone są tego typu badania (na obszarach generujących ruch turystyczny, tranzytowych, jak i recepcyjnych).

Badania ruchu turystycznego każdorazowo wymaga zastosowania kompleksowej metodologii, uwzględniającej ekspercką kombinację różnych metod pomiaru oraz wykorzystania danych pochodzących z licznych, uzupełniających się źródeł. Samo badanie wymaga nie tylko doświadczenia, ale także dobrej znajomości specyfiki badanego rynku.

Realizując pierwszą fazę postępowania badawczego dla zamówienia pt. „Badania ruchu turystycznego w Bydgoszczy 2012” przeprowadzono analizę dotychczasowych rozwiązań stosowanych w praktyce monitorowania ruchu turystycznego, na podstawie dostępnych materiałów, publikowanych dla wybranych, dużych ośrodków miejskich (często tzw. krajowych centrów turystyczno-krajoznawczych). Ponadto prowadzono

zgodnie z zasadami metody sędziów kompetentnych² dyskusje z kierownikami zespołów wykonawczych takich badań (m.in. prof. dr hab. A. Matczak - Łódź, prof. dr hab. B. Włodarczyk - Łódź i województwo łódzkie, dr J. Serwerniak - Toruń, Częstochowa). W celu oceny wypracowanych, wstępnych założeń metodologii BRT2012 dodatkowo podjęto konsultacje (zastosowano metodę zogniskowanego wywiadu grupowego³) ze środowiskiem branżowym.

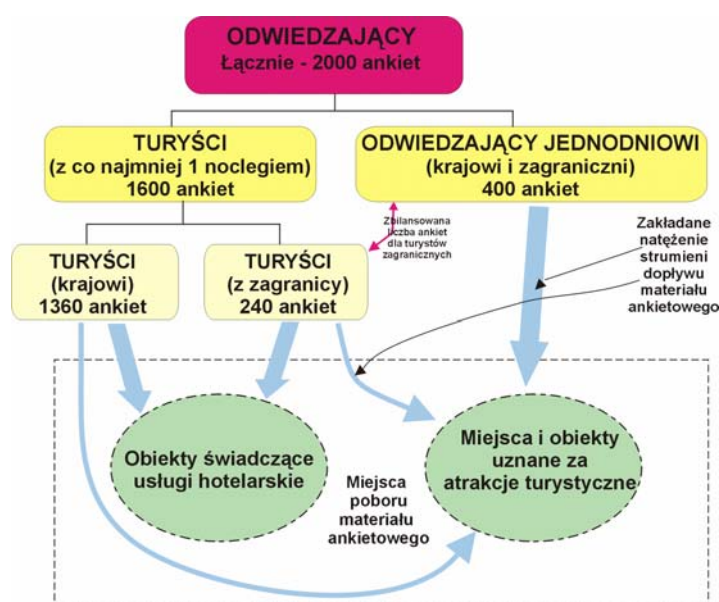
Obiektywna ocena stosowanych rozwiązań pozwoliła na wypracowanie podejścia eksperckiego, polegającego na zestawieniu procedur tworzenia i dopływu informacji poprzez zastosowanie kilku wzajemnie uzupełniających się i weryfikujących metod badawczych oraz źródeł danych.

W efekcie dyskusji przeprowadzonych z Zamawiającym, jak również w wyniku konsultacji środowiskowych liczebność próby badawczej została zwiększona z poziomu 1500 do 2000 ankiet. Zwiększenie liczebności próby nie oznacza możliwości uznania końcowych wyników za w pełni reprezentatywne (pobrana próba nie ma charakteru losowego, zastosowano tzw. okolicznościowy schemat poboru próby) podnosi jednak ich wiarygodność. Podniesienie poziomu reprezentatywności starano się uzyskać głównie poprzez wyznaczanie liczebności i struktury próby w odniesieniu do liczby korzystających z noclegów w poszczególnych rodzajach obiektów noclegowych (uwzględniając proporcje pomiędzy liczbą turystów krajowych i zagranicznych) oraz identyfikując w przestrzeni miejskiej Bydgoszczy tzw. atrakcje turystyczne (miejsca i obiekty najbardziej popularne i najchętniej odwiedzane przez turystów pozyskano podczas konsultacji środowiskowych, następnie poddano je ocenie poprzez rangowanie). Ponadto dla osiągnięcia większej wiarygodności materiału przyjęto dodatkowo, że badania zostaną przeprowadzone zarówno w dni robocze, jak i w weekendy (przy czym terminy wypadające w dni powszednie losowano, natomiast w weekendy zastosowano dobór celowy). Celem tego zabiegu było ujęcie w badanej próbie różnego typu turystów; zależnie od miejsc poboru ankiet określano graniczne godziny – dolną i górną- prowadzenia badań.

²metoda sędziów kompetentnych - metoda skierowana do ekspertów z zakresu nauk o czasie wolnym oraz metodologii badań społecznych: powołany zostanie zespół osób, które oceniają indywidualnie i niezależnie przedłożony im narzędzie badawcze oraz poszczególne pytania (eksperci zewnętrzni). Oceny i wskazówki sędziów zostaną – łącznie z sugestiami Zamawiającego - uwzględnione przy powstaniu ostatecznej wersji narzędzia badawczego

³zogniskowany wywiad grupowy (ang. FGI – Focus Group Interview) to metoda badawcza o charakterze jakościowym, oznaczająca moderowaną dyskusję grupy respondentów na zadany przez badacza temat, mająca na celu ujawnienie poglądów, opinii, uczuć i postaw osób badanych względem określonego problemu.

Badaniom podlegali „turyści” i „odwiedzający jednodniowi”. W rezultacie przyjętych założeń próbę badawczą poddano strukturyzacji (proporcję pomiędzy turystami a odwiedzającymi jednodniowymi ustalono na poziomie 80/20). Zdecydowano, że wśród „turystów” zostanie przeprowadzonych 1600 wywiadów, natomiast w grupie „odwiedzających jednodniowych” – 400 wywiadów. Z uwagi na zaobserwowaną w ostatnich latach, utrzymującą się relację proporcji pomiędzy grupą turystów krajowych i zagranicznych (ok. 85% i zagranicznych ok. 15%) udokumentowaną w statystykach państwowych oraz stwierdzoną przez konsultantów środowiskowych poziom poboru ankiet w grupie turystów zagranicznych ustalono na 240 ankiet (jednocześnie założono, że głównym obszarem poboru materiału ankietowego dla tej grupy będą obiekty świadczące usługi hotelarskie) (por. rycina 3.)⁴.



Ryc. 3. Struktura poboru materiału ankietowego
Źródło: Opracowanie własne

Podmiot badania – odwiedzający (turysta i odwiedzający jednodniowy) – poniekąd determinował przyjęcie określonych miejsc poboru materiału ankietowego. W przypadku turystów założono, że dominującymi miejscami uzyskania informacji będą hotele lub ich otoczenie (brak zgody na prowadzenie badań w pewnej grupie obiektów świadczących usługi hotelarskie uniemożliwił jednak wypełnienie niektórych założeń) oraz 15 punktów uznanych za charakterystyczne na lokalnym rynku atrakcji turystycznych. Badania kwestionariuszowe obejmowały miesiące maj-październik 2012 r. (por. tab. 1-3).

⁴ W przypadku problemów z dostępem do potencjalnych respondentów w obiektach noclegowych ankietnicy byli kierowani do miejsc i obiektów uznanych za atrakcje turystyczne, w ten sam sposób postępowano w przypadku turystów krajowych (por. ryc. 3, tab.1)

Tabela 1. Harmonogram poboru materiału ankietowego uwzględniający losowanie terminów oraz liczbę ankiet według przyjętych miejsc poboru

HARMONOGRAM POBORU ANKIET						MIEJSCA ZAKWATEROWANIA/MIEJCA I OBIEKTY UZNANE ZA ATRAKCJE TURYSTYCZNE			MIEJSCA I OBIEKTY UZNANE ZA ATRAKCJE TURYSTYCZNE
Lp.	Data	NR DNIA POWSZE-DNIEGO/ WEEKENDY	DNI POWSZE-DNIE	WYLOSOWANY TERMIN (DNI POWSZE-DNIE/		TURYSŒCI	w tym krajowi	w tym zagraniczn	Odwiedzający Jednodniowi
				DOBÓR CELOWY)	NR WYLOSOWANEGO TERMINU				
1	2012-05-15	1	wtorek						
2	2012-05-16	2	środa						
3	2012-05-17	3	czwartek	X	<u>1</u>	16,3	13,8	2,5	4
4	2012-05-18	4	piątek	X	<u>2</u>	16,3	13,8	2,5	4
5	2012-05-19	sobota		dobór	<u>3</u>	16,3	13,8	2,5	4
6	2012-05-20	niedziela		dobór	<u>4</u>	16,3	13,8	2,5	4
7	2012-05-21	5	poniedziałek						
8	2012-05-22	6	wtorek	X	<u>5</u>	16,3	13,8	2,5	4
9	2012-05-23	7	środa						
10	2012-05-24	8	czwartek	X	<u>6</u>	16,3	13,8	2,5	4
11	2012-05-25	9	piątek						
12	2012-05-26	sobota		dobór	<u>7</u>	16,3	13,8	2,5	4
13	2012-05-27	niedziela		dobór	<u>8</u>	16,3	13,8	2,5	4
14	2012-05-28	10	poniedziałek						
15	2012-05-29	11	wtorek						
16	2012-05-30	12	środa	X	<u>9</u>	16,3	13,8	2,5	4
17	2012-05-31	13	czwartek	X	<u>10</u>	16,3	13,8	2,5	4
18	2012-06-01	14	piątek						
19	2012-06-02	sobota		dobór	<u>11</u>	16,3	13,8	2,5	4
20	2012-06-03	niedziela		dobór	<u>12</u>	16,3	13,8	2,5	4
21	2012-06-04	15	poniedziałek						
22	2012-06-05	16	wtorek	X	<u>13</u>	16,3	13,8	2,5	4
23	2012-06-06	17	środa						
24	2012-06-07	18	czwartek	X	<u>14</u>	16,3	13,8	2,5	4
25	2012-06-08	19	piątek						
26	2012-06-09	sobota		dobór	<u>15</u>	16,3	13,8	2,5	4
27	2012-06-10	niedziela		dobór	<u>16</u>	16,3	13,8	2,5	4
28	2012-06-11	20	poniedziałek						
29	2012-06-12	21	wtorek	X	<u>17</u>	16,3	13,8	2,5	4
30	2012-06-13	22	środa						
31	2012-06-14	23	czwartek						
32	2012-06-15	24	piątek	X	<u>18</u>	16,3	13,8	2,5	4
33	2012-06-16	sobota		dobór	<u>19</u>	16,3	13,8	2,5	4
34	2012-06-17	niedziela		dobór	<u>20</u>	16,3	13,8	2,5	4
35	2012-06-18	25	poniedziałek						
36	2012-06-19	26	wtorek						
37	2012-06-20	27	środa	X	<u>21</u>	16,3	13,8	2,5	4
38	2012-06-21	28	czwartek						
39	2012-06-22	29	piątek	X	<u>22</u>	16,3	13,8	2,5	4
40	2012-06-23	sobota		dobór	<u>23</u>	16,3	13,8	2,5	4
41	2012-06-24	niedziela		dobór	<u>24</u>	16,3	13,8	2,5	4
42	2012-06-25	30	poniedziałek	X	<u>25</u>	16,3	13,8	2,5	4
43	2012-06-26	31	wtorek	X	<u>26</u>	16,3	13,8	2,5	4
46	2012-06-29	34	piątek						
47	2012-06-30	sobota		dobór	<u>27</u>	16,3	13,8	2,5	4
44	2012-06-27	32	środa						
45	2012-06-28	33	czwartek						
48	2012-07-01	niedziela		dobór	<u>28</u>	16,3	13,8	2,5	4
49	2012-07-02	35	poniedziałek	X	<u>29</u>	16,3	13,8	2,5	4
50	2012-07-03	36	wtorek						
51	2012-07-04	37	środa						
52	2012-07-05	38	czwartek	X	<u>30</u>	16,3	13,8	2,5	4
53	2012-07-06	39	piątek						

cd. tab. 1.

HARMONOGRAM POBORU ANKIET						MIEJSCA ZAKWATEROWANIA/MIEJCA I OBIEKTY UZNANE ZA ATRAKCJE TURYSTYCZNE			MIEJSCA I OBIEKTY UZNANE ZA ATRAKCJE TURYSTYCZNE
Lp.	Data	NR DNIA POWSZEDNIEGO/ WEEKENDY	DNI POWSZEDNIE	WYŁOSOWANY TERMIN (DNI POWSZEDNIE/ DOBÓR CELOWY)		TURYSŒCI	w tym krajowi	w tym zagraniczni	Odwiedzający Jednodniowi
				DOBÓR CELOWY)	NR WYŁOSOWANEGO TERMINU				
54	2012-07-07	sobota		dobór	31	16,3	13,8	2,5	4
55	2012-07-08	niedziela		dobór	32	16,3	13,8	2,5	4
56	2012-07-09	40	poniedziałek	X	33	16,3	13,8	2,5	4
57	2012-07-10	41	wtorek						
58	2012-07-11	42	środa						
59	2012-07-12	43	czwartek						
60	2012-07-13	44	piątek	X	34	16,3	13,8	2,5	4
61	2012-07-14	sobota		dobór	35	16,3	13,8	2,5	4
62	2012-07-15	niedziela		dobór	36	16,3	13,8	2,5	4
63	2012-07-16	45	poniedziałek						
64	2012-07-17	46	wtorek						
65	2012-07-18	47	środa	X	37	16,3	13,8	2,5	4
66	2012-07-19	48	czwartek	X	38	16,3	13,8	2,5	4
67	2012-07-20	49	piątek						
68	2012-07-21	sobota		dobór	39	16,3	13,8	2,5	4
69	2012-07-22	niedziela		dobór	40	16,3	13,8	2,5	4
70	2012-07-23	50	poniedziałek						
71	2012-07-24	51	wtorek						
72	2012-07-25	52	środa	X	41	16,3	13,8	2,5	4
73	2012-07-26	53	czwartek	X	42	16,3	13,8	2,5	4
74	2012-07-27	54	piątek						
75	2012-07-28	sobota		dobór	43	16,3	13,8	2,5	4
76	2012-07-29	niedziela		dobór	44	16,3	13,8	2,5	4
77	2012-07-30	55	poniedziałek	X	45	16,3	13,8	2,5	4
78	2012-07-31	56	wtorek						
79	2012-08-01	57	środa						
80	2012-08-02	58	czwartek	X	46	16,3	13,8	2,5	4
81	2012-08-03	59	piątek						
82	2012-08-04	sobota		dobór	47	16,3	13,8	2,5	4
83	2012-08-05	niedziela		dobór	48	16,3	13,8	2,5	4
84	2012-08-06	60	poniedziałek						
85	2012-08-07	61	wtorek						
86	2012-08-08	62	środa	X	49	16,3	13,8	2,5	4
87	2012-08-09	63	czwartek						
88	2012-08-10	64	piątek	X	50	16,3	13,8	2,5	4
89	2012-08-11	sobota		dobór	51	16,3	13,8	2,5	4
90	2012-08-12	niedziela		dobór	52	16,3	13,8	2,5	4
91	2012-08-13	65	poniedziałek						
92	2012-08-14	66	wtorek						
93	2012-08-15	67	środa	X	53	16,3	13,8	2,5	4
94	2012-08-16	68	czwartek	X	54	16,3	13,8	2,5	4
95	2012-08-17	69	piątek						
96	2012-08-18	sobota		dobór	55	16,3	13,8	2,5	4
97	2012-08-19	niedziela		dobór	56	16,3	13,8	2,5	4
98	2012-08-20	70	poniedziałek						
99	2012-08-21	71	wtorek	X	57	16,3	13,8	2,5	4
100	2012-08-22	72	środa	X	58	16,3	13,8	2,5	4
101	2012-08-23	73	czwartek						
102	2012-08-24	74	piątek						
103	2012-08-25	sobota		dobór	59	16,3	13,8	2,5	4
104	2012-08-26	niedziela		dobór	60	16,3	13,8	2,5	4
105	2012-08-27	75	poniedziałek						
106	2012-08-28	76	wtorek						
107	2012-08-29	77	środa	X	61	16,3	13,8	2,5	4
108	2012-08-30	78	czwartek	X	62	16,3	13,8	2,5	4
109	2012-08-31	79	piątek						
110	2012-09-01	sobota		dobór	63	16,3	13,8	2,5	4
111	2012-09-02	niedziela		dobór	64	16,3	13,8	2,5	4
112	2012-09-03	80	poniedziałek	X	65	16,3	13,8	2,5	4

cd. tab. 1.

HARMONOGRAM POBORU ANKIET						MIEJSCA ZAKWATEROWANIA/MIEJCA I OBIEKTY UZNANE ZA ATRAKCJE TURYSTYCZNE			MIEJSCA I OBIEKTY UZNANE ZA ATRAKCJE TURYSTYCZNE
Lp.	Data	NR DNIA POWSZE-DNIEGO/ WEEKENDY	DNI POWSZE-DNIE	WYLOSOWANY TERMIN (DNI POWSZE-DNIE/ DOBÓR CELOWY)		1600	w tym krajowi	w tym zagraniczn	Odwiedzający Jednodniowi
					NR WYLOSOWANEGO TERMINU				
113	2012-09-04	81	wtorek	X	66	16,3	13,8	2,5	4
114	2012-09-05	82	środa						
115	2012-09-06	83	czwartek						
116	2012-09-07	84	piątek						
117	2012-09-08	sobota		dobór	67	16,3	13,8	2,5	4
118	2012-09-09	niedziela		dobór	68	16,3	13,8	2,5	4
119	2012-09-10	85	poniedziałek	X	69	16,3	13,8	2,5	4
120	2012-09-11	86	wtorek						
121	2012-09-12	87	środa						
122	2012-09-13	88	czwartek						
123	2012-09-14	89	piątek	X	70	16,3	13,8	2,5	4
124	2012-09-15	sobota		dobór	71	16,3	13,8	2,5	4
125	2012-09-16	niedziela		dobór	72	16,3	13,8	2,5	4
126	2012-09-17	90	poniedziałek						
127	2012-09-18	91	wtorek	X	73	16,3	13,8	2,5	4
128	2012-09-19	92	środa	X	74	16,3	13,8	2,5	4
129	2012-09-20	93	czwartek						
130	2012-09-21	94	piątek						
131	2012-09-22	sobota		dobór	75	16,3	13,8	2,5	4
132	2012-09-23	niedziela		dobór	76	16,3	13,8	2,5	4
133	2012-09-24	95	poniedziałek						
134	2012-09-25	96	wtorek						
135	2012-09-26	97	środa	X	77	16,3	13,8	2,5	4
136	2012-09-27	98	czwartek	X	78	16,3	13,8	2,5	4
137	2012-09-28	99	piątek						
138	2012-09-29	sobota		dobór	79	16,3	13,8	2,5	4
139	2012-09-30	niedziela		dobór	80	16,3	13,8	2,5	4
140	2012-10-01	100	poniedziałek						
141	2012-10-02	101	wtorek	X	81	16,3	13,8	2,5	4
142	2012-10-03	102	środa						
143	2012-10-04	103	czwartek	X	82	16,3	13,8	2,5	4
144	2012-10-05	104	piątek						
145	2012-10-06	sobota		dobór	83	16,3	13,8	2,5	4
146	2012-10-07	niedziela		dobór	84	16,3	13,8	2,5	4
147	2012-10-08	105	poniedziałek	X	85	16,3	13,8	2,5	4
148	2012-10-09	106	wtorek	X	86	16,3	13,8	2,5	4
149	2012-10-10	107	środa						
150	2012-10-11	108	czwartek						
151	2012-10-12	109	piątek						
152	2012-10-13	sobota		dobór	87	16,3	13,8	2,5	4
153	2012-10-14	niedziela		dobór	88	16,3	13,8	2,5	4
154	2012-10-15	110	poniedziałek	X	89	16,3	13,8	2,5	4
155	2012-10-16	111	wtorek	X	90	16,3	13,8	2,5	4
156	2012-10-17	112	środa						
157	2012-10-18	113	czwartek						
158	2012-10-19	114	piątek						
159	2012-10-20	sobota		dobór	91	16,3	13,8	2,5	4
160	2012-10-21	niedziela		dobór	92	16,3	13,8	2,5	4
161	2012-10-22	115	poniedziałek						
162	2012-10-23	116	wtorek	X	93	16,3	13,8	2,5	4
163	2012-10-24	117	środa						
164	2012-10-25	118	czwartek						
165	2012-10-26	119	piątek	X	94	16,3	13,8	2,5	4
166	2012-10-27	sobota		dobór	95	16,3	13,8	2,5	4
167	2012-10-28	niedziela		dobór	96	16,3	13,8	2,5	4
168	2012-10-29	120	poniedziałek	X	97	16,3	13,8	2,5	4
169	2012-10-30	121	wtorek						
170	2012-10-31	122	środa	X	98	16,3	13,8	2,5	4

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 2. Rozkład liczby wywiadów kwestionariuszowych w miejscach i obiektach w konsultacjach środowiskowych uznanych za „atrakcje turystyczne” (z wykorzystaniem metody rangowania)

ZIDENTYFIKOWANE ATRAKCJE	RANGA ATRAKCJI	Struktura w % (120=100)	LICZBA ANKIET
Wyspa Młyńska	15	12,50	50
Spichrze przy ulicy Grodzkiej	14	11,67	47
Katedra Św. Marcina i Mikołaja	13	10,83	43
Stary Rynek	12	10,00	40
LPKiW Mysłęcinek	11	9,17	37
Exploseum	10	8,33	33
Tramwaj wodny	9	7,50	30
Plac Wolności	8	6,67	27
Kanał Bydgoski	7	5,83	23
Dzielnica Muzyczna	6	5,00	20
Sródmieście („Mały Berlin”)	5	4,17	17
Biały spichrz	4	3,33	13
Kościół pw. NMP	3	2,50	10
Bazylika Mniejsza	2	1,67	7
„Sielanka” – dzielnica ogród	1	0,83	3
	Suma rang = 120	Suma = 100%	Zakładana liczba ankiet = 400

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 3. Struktura poboru ankiet w miejscach i obiektach uznanych w konsultacjach środowiskowych za atrakcyjne turystycznie

Wyspa Młyńska	Spichrze przy ulicy Grodzkiej	Katedra Św. Marcina i Mikołaja	Stary Rynek	LPKiW Mysłęcinek	Exploseum f	Tramwaj wodny	Plac Wolności	Kanał Bydgoski	Dzielnica Muzyczna	Sródmieście („Mały Berlin”)	Biały spichrz	Kościół pw. NMP	Bazylika Mniejsza	„Sielanka” – dzielnica ogród
50	47	43	40	37	33	30	27	23	20	17	13	10	7	3
NR WYŁOSOWANEGO TERMINU (od 1 do 98)														
4	1	3	2	3	1	9	2	7	2	6	2	4	2	11
5	3	4	3	5	4	10	22	14	5	12	6	36	3	40
8	5	5	17	6	5	14	25	18	7	37	8	38	33	61
9	7	7	22	9	6	17	28	19	10	40	17	47	46	x
11	9	8	24	10	12	20	32	23	11	41	19	58	62	x
12	12	9	27	15	19	22	36	26	19	43	21	63	84	x
14	15	10	29	19	20	24	43	27	20	45	43	64	90	x
15	16	11	32	20	24	25	44	30	21	50	46	65	x	x
16	17	14	33	23	26	31	49	32	23	51	54	67	x	x
18	19	15	34	25	28	33	52	34	31	53	60	76	x	x
19	20	18	35	28	29	34	53	40	32	72	66	x	x	x
23	21	19	36	29	31	36	54	44	35	74	86	x	x	x
25	27	21	37	30	35	39	55	50	41	75	90	x	x	x
27	30	23	41	34	36	42	60	57	45	80	x	x	x	x
28	32	26	42	36	38	43	61	59	46	84	x	x	x	x
30	34	27	43	37	39	50	62	60	49	89	x	x	x	x
31	36	32	49	38	41	57	66	62	50	91	x	x	x	x
32	37	34	52	40	45	58	67	76	57	x	x	x	x	x
34	38	38	53	45	48	61	72	77	58	x	x	x	x	x
36	39	39	56	46	51	62	75	78	78	x	x	x	x	x
44	41	40	57	48	53	65	78	83	x	x	x	x	x	x
45	47	42	58	49	54	68	83	93	x	x	x	x	x	x

cd tab .3.

Wyspa Młyńska	Spichrze przy ulicy Grodzkiej	Katedra Św. Marcina i Mikołaja	Stary Rynek	LPKiW Mysłęcinek	Explozeum f	Tramwaj wodny	Plac Wolności	Kanał Bydgoski	Dzielnica Muzyczna	Śródmieście („Mały Berlin”)	Biały spichrz	Kościół pw. NMP	Bazylika Mniejsza	„Stelanka” – dzielnica ogród
46	48	45	59	50	56	74	87	98	x	x	x	x	x	x
49	50	46	64	55	58	77	89	x	x	x	x	x	x	x
50	52	47	65	56	69	85	92	x	x	x	x	x	x	x
53	53	48	66	61	83	90	93	x	x	x	x	x	x	x
55	54	49	67	62	84	94	95	x	x	x	x	x	x	x
58	55	52	70	68	85	95	x	x	x	x	x	x	x	x
60	56	63	71	69	86	97	x	x	x	x	x	x	x	x
62	57	65	72	73	92	98	x	x	x	x	x	x	x	x
63	59	66	78	74	93	x	x	x	x	x	x	x	x	x
65	62	68	80	76	96	x	x	x	x	x	x	x	x	x
66	64	72	81	77	98	x	x	x	x	x	x	x	x	x
69	68	73	83	88	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
70	70	75	85	92	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
72	71	76	86	95	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Źródło: Opracowanie własne

1.2.4. Konstrukcja kwestionariusza ankiety

Badanie realizowano za pośrednictwem wywiadu kwestionariuszowego – i co szczególnie należy podkreślić – przy pomocy ankiety elektronicznej (umieszczonej na serwerze www.webankieter.pl). Kilkuosobowa grupa wyszkolonych ankierów (większość biegle posługująca się j. angielskim, trzech ankierów – j. niemieckim) wypełniała kwestionariusze wywiadu *on-line* przy zastosowaniu domeny Web-ankieter i tabletów jako technicznego narzędzia gromadzenia danych. Zastosowanie ankiety elektronicznej wydatnie usprawniło proces poboru ankiet oraz wzmocniło kontrolę nad procesem poboru (liczba respondentów zakładanych w danym dniu, miejsca poboru, godziny pracy itp.). Ankieta łącznie z metryką respondenta zawierała 26 pytań. Przed przystąpieniem do badania głównego respondent musiał odpowiedzieć na dwa pytania, które miały charakter filtrujący (pyt. 1 – czy jest mieszkańcem Bydgoszczy? -> jeżeli „nie” -> pyt. 2. czy pracuje lub uczy się w Bydgoszczy?). Dominowały pytania zamknięte (18 pytań). W kwestionariuszu przewidziano również dwa pytania otwarte, umożliwiające respondentowi swobodną wypowiedź na zadane kwestie.

Integralną częścią kwestionariusza ankietowego była metryka respondenta informująca o płci, wieku, wykształceniu oraz pochodzeniu terytorialnym. Bardzo istotne było także określenie sytuacji ekonomicznej respondentów.

Pytania główne, jak również kafeterie odpowiedzi przedłożono konsultantom społecznym podczas panelu ekspertów (konsultacje ze środowiskiem branżowym – spotkanie członków BYLOT oraz przedstawiciele innych instytucji) i ostatecznie uzgodniono je ze Zleceniodawcą. W ostatniej fazie przygotowywania narzędzia badawczego posłużono

się sondażem (badanie pilotażowe – przeprowadzono 100 wywiadów celem weryfikacji poprawności kwestionariusza ankietowego oraz oceny odbioru pytań przez respondentów). Ostatecznie po wyeliminowaniu kilku błędów i doprecyzowaniu kilku pytań w kwestionariuszu ankiety przygotowano w trzech językach: polskim, angielskim, niemieckim.

Pytania zawarte ankiecie odnosiły się do trzech płaszczyzn poznawczych. **Po pierwsze: miały za zadanie parametryzację ruchu turystycznego** (*cele przyjazdu, długość pobytu, częstotliwość wizyt, wykorzystywana baza noclegowa, sposoby pozyskiwania informacji o obszarze recepcyjnym, osoby towarzyszące, środek transportu, sposób wykorzystania bazy gastronomicznej, wykorzystywanie usług stricte turystycznych, planowanych wydatków*), **po drugie: miały dostarczyć wiedzę o postrzeganiu atrakcyjności „miejsca recepcji” i poziomie jakości (użyteczności) wykorzystywanych podczas pobytu elementów infrastruktury** (*możliwość polecenia Bydgoszczy jako atrakcyjnego pod względem turystyczno-wypoczynkowym ośrodka, ogólna ocena atrakcyjności miasta, ocena wybranych elementów miejsc i obiektów, wskazanie korzystnych i niekorzystnych stron związanych z rozwojem usług turystycznych*), **po trzecie - miały na celu identyfikację profilu turystów** (*preferencje spędzania czasu wolnego, charakterystyka społeczno-demograficzna, pochodzenie terytorialne*).

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

2.1. Bieżąca sytuacja w regionie kujawsko-pomorskim na tle zmiennych uwarunkowań w okresie 2001-2012

Region kujawsko-pomorski oraz ośrodki i miejscowości o znaczącej w układzie wewnątrzregionalnym i krajowym funkcji obsługi ruchu turystycznego podlegają ogólnokrajowym trendom. Ostatnia dekada charakteryzuje się znacznym spadkiem liczby podróży turystycznych Polaków, co przekłada się na zmiany wartości natężenia krajowego ruchu turystycznego ogółem (wyjazdy długookresowe i krótkoterminowe łącznie). Stwierdzono spadek poziomu z ponad 50 mln podróży w roku 2001 do około 33 mln podróży w roku 2012 (dane za III kwartały). Wyraźny obniżenie liczby podróży Polaków przy utrzymywaniu się poziomu aktywności turystycznej i liczby wyjeżdżających, świadczy o zmniejszeniu częstotliwości wyjazdów (w obliczu kryzysu Polacy rzadziej podejmowali decyzje o wyjazdach turystycznych).

Bazując na danych szacunkowych o krajowym ruchu turystycznym w okresie 2011-2012 (por. tab. 4) można stwierdzić, że w ostatnim dziesięcioleciu udział województwa kujawsko-pomorskiego w obsłudze krajowego ruchu turystycznego kształtował się na poziomie się od 7% do 3,8 % (w ogólnej liczbie krajowych podróży turystycznych). Przekłada się to na ustabilizowaną pozycję w rankingu województw (pomimo okresowych wahań). W roku 2004 województwo kujawsko-pomorskie uplasowało się na pozycji 6 wśród pozostałych województw, jednak najczęściej była to pozycja 9. Niepełne dane szacunkowe IT z roku 2012 dają podstawę do prognozowania spadku udziału regionu kujawsko-pomorskiego w relacji do pozostałych regionów (może to skutkować przesunięciem na pozycję 10 rankingu).

Biorąc pod uwagę takie parametry, jak: wskaźnik liczby obiektów noclegowych, liczbę udzielonych noclegów, liczbę korzystających z noclegów rezydentów z Polski i turystów zagranicznych oraz liczbę miejsc noclegowych można stwierdzić, że województwo kujawsko-pomorskie ulokowane jest pomiędzy 9 a 11 pozycją w kraju.

Warto dodać, że region kujawsko-pomorski cechuje relatywnie niski wskaźnik przyjazdów turystów zagranicznych (znacznie poniżej przeciętnej krajowej) (w roku 2011

udział województwa w relacji do ogółu wyniósł 1,9% co dało 13 lokatę - informacje na podstawie danych GUS o liczbie korzystających z obiektów hotelowych).

Tabela 4. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe) w okresie 2001-2012 w układzie regionalnym

Polska		Lata											
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012**
Natężenie krajowego ruchu turystycznego (I. krajowych podróży turystycznych ogółem) A (w mln)		53,8	54,2	48,4	39,6	35,9	38,5	34,9	34,9	30,8	33,9	29,8	33,9
Liczba podróży długookresowych B (w mln)		17,4	18	17,2	14,6	14,7	16,9	15,8	14,3	13,3	13,7	12,1	13,4
Liczba podróży krótkookresowych C (w mln)		36,4	36,2	31,2	25	21,2	21,6	19,1	20,6	17,5	20,2	17,7	20,5
Dolnośląskie	A	3,5	3,9	2,8	3,1	2,9	3,0	2,2	3,2	2,8	2,8	2,3	2,9
	B	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,1	1	1	1	0,9	1,25
	C	2,5	2,8	1,7	2	1,7	1,8	1,1	2,2	1,8	1,8	1,35	1,65
Kujawsko-pomorskie	A	2,7	3,1	3,0	2,7	2,7	2,7	2,0	2,2	1,8	1,6	1,4	1,9
	B	0,9	1,1	1,1	1	1,1	1,2	1	1	0,8	0,7	0,55	0,95
	C	1,8	2	1,9	1,7	1,6	1,5	1	1,2	1	0,9	0,8	0,95
Lubelskie	A	2,3	3,2	3,2	2,0	1,6	2,1	1,5	2,1	1,7	1,3	1,5	1,4
	B	0,8	0,8	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,8	0,7	0,3	0,25	0,4
	C	1,5	2,4	2,4	1,4	0,8	1,5	1	1,3	1	1	1,2	1
Lubuskie	A	1,5	1,3	1,3	1,9	0,9	1,1	1,4	1,4	0,9	1,0	0,6	0,8
	B	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4	0,3	0,7	0,5	0,4	0,3	0,25	0,25
	C	1,1	0,8	0,9	1,4	0,5	0,8	0,7	0,9	0,5	0,7	0,3	0,55
Łódzkie	A	2,5	2,7	1,8	1,4	1,3	1,6	1,3	0,9	1,2	1,4	0,9	1,2
	B	0,6	0,9	0,5	0,4	0,5	0,7	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,35
	C	1,9	1,8	1,3	1	0,8	0,9	0,9	0,6	0,9	1	0,55	0,85
Małopolskie	A	5,6	5,3	4,8	3,8	3,8	3,8	3,6	3,0	2,4	2,8	2,3	4,3
	B	2,3	1,7	1,8	1,7	1,6	1,7	1,7	1,5	1,2	1,3	1,15	1,65
	C	3,3	3,6	3	2,1	2,2	2,1	1,9	1,5	1,2	1,5	1,15	2,6
Mazowieckie	A	6,5	7,3	6,4	5,1	5,8	5,5	4,4	4,4	3,5	3,9	2,4	4,4
	B	1,9	1,9	1,7	1,6	1,9	2,5	1,8	1,6	1,1	1,4	0,95	1,35
	C	4,6	5,4	4,7	3,5	3,9	3	2,6	2,8	2,4	2,5	1,45	3,05

cd. tab. 4.

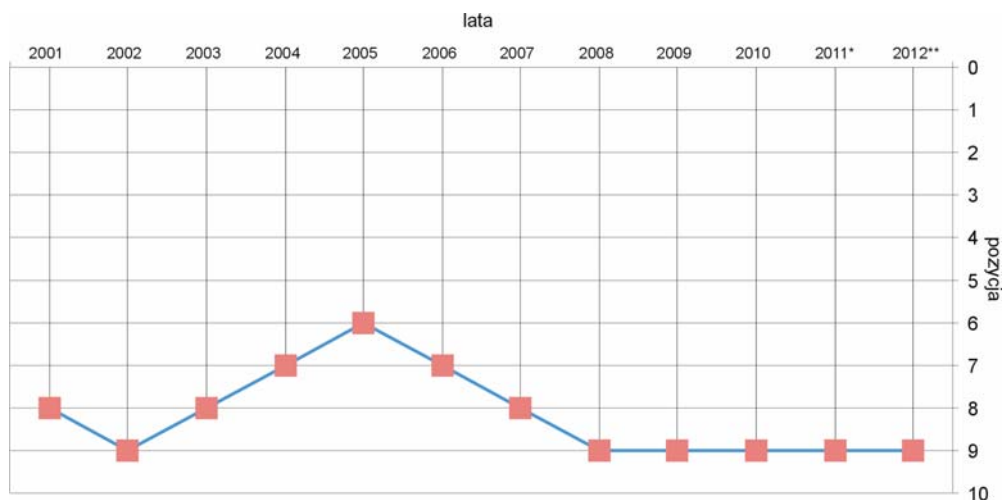
Polska		Lata											
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012**
Natężenie krajowego ruchu turystycznego (l. krajowych podróży turystycznych ogółem) A (w mln)		53,8	54,2	48,4	39,6	35,9	38,5	34,9	34,9	30,8	33,9	29,8	33,9
Liczba podróży długookresowych B (w mln)		17,4	18	17,2	14,6	14,7	16,9	15,8	14,3	13,3	13,7	12,1	13,4
Liczba podróży krótkookresowych C (w mln)		36,4	36,2	31,2	25	21,2	21,6	19,1	20,6	17,5	20,2	17,7	20,5
Opolskie	A	1,8	1,6	1,2	0,8	0,4	0,7	0,6	0,6	0,7	0,5	0,3	0,5
	B	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
	C	1,6	1,3	0,9	0,6	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,2	0,35
Podkarpackie	A	1,7	3,1	2,7	3,0	2,5	2,1	2,2	2,1	1,7	1,5	1,9	2,0
	B	0,7	1,3	1,1	1,3	1,2	1,1	1,3	1,1	0,9	0,9	0,7	0,95
	C	1	1,8	1,6	1,7	1,3	1	0,9	1	0,8	0,6	1,15	1
Podlaskie	A	2,8	1,9	1,9	1,0	1,0	1,4	1,7	0,8	0,8	1,4	1,3	0,8
	B	0,4	0,5	0,6	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,2
	C	2,4	1,4	1,3	0,6	0,7	1	1,3	0,5	0,4	1	1	0,55
Pomorskie	A	4,6	4,0	4,8	3,5	3,2	3,2	3,7	3,7	3,7	4,5	2,5	4,5
	B	2,2	2	2,3	1,8	1,9	2,2	2	1,9	2,1	2,5	1,45	2,4
	C	2,4	2	2,5	1,7	1,3	1	1,7	1,8	1,6	2	1	2,1
Śląskie	A	4,9	5,0	4,0	3,6	2,8	3,1	1,9	2,4	1,8	2,6	2,2	2,7
	B	1	1,4	1,4	1,5	1	1,2	0,9	0,8	0,7	0,8	0,75	0,85
	C	3,9	3,6	2,6	2,1	1,8	1,9	1	1,6	1,1	1,8	1,45	1,8
Świętokrzyskie	A	2,4	2,6	1,6	1,3	1,0	0,9	1,1	1,1	0,9	1,3	0,8	0,9
	B	0,8	0,9	0,5	0,4	0,4	0,3	0,6	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3
	C	1,6	1,7	1,1	0,9	0,6	0,6	0,5	0,7	0,6	0,8	0,4	0,6
Warmińsko-mazurskie	A	2,6	2,6	2,6	1,9	1,6	2,1	2,4	2,1	2,0	2,1	1,6	1,9
	B	1,3	1,3	1,4	1	0,8	1,2	1,2	0,9	1	1	0,75	0,75
	C	1,3	1,3	1,2	0,9	0,8	0,9	1,2	1,2	1	1,1	0,85	1,1
Wielkopolskie	A	4,2	3,5	3,7	3,4	3,0	3,2	2,1	2,4	2,4	2,4	1,3	2,5
	B	1	0,8	1,1	0,8	0,8	1,1	0,6	0,8	0,6	0,6	0,4	0,65
	C	3,2	2,7	2,6	2,6	2,2	2,1	1,5	1,6	1,8	1,8	0,9	1,85
Zachodniopomorskie	A	4,2	3,5	3,6	2,6	2,4	3,0	3,3	3,3	3,5	1,7	2,4	2,6
	B	1,9	1,9	1,9	1,3	1,4	1,7	1,8	1,8	1,9	2,2	1,85	1,45
	C	2,3	1,6	1,7	1,3	1	1,3	1,5	1,5	1,6	1,7	0,55	1,1

Uwagi:

* natężenie ogółem dla Polski na podstawie publikacji Turystyka w 2011 (GUS); dane dla regionów na podstawie opracowań IT w Warszawie

**natężenie ogółem dla Polski i dla regionów na podstawie szacunków dla III kwartałów 2012 r. (na podstawie danych IT w Warszawie)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Turystyka w 2011, GUS, Warszawa 2012; Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w 2011 roku, WUS Bydgoszcz, maj 2012; danych Instytutu Turystyki w Warszawie – Podróże Polaków w pierwszych trzech kwartałach 2011 roku, Podróże Polaków w pierwszym półroczu 2012 roku, Podróże Polaków w pierwszym półroczu 2012 roku, Podróże Polaków w III kwartale 2012 roku (zasoby internetowe www.intur.com.pl oraz www.msport.gov.pl)



Ryc. 4. Pozycja województwa kujawsko-pomorskiego w obsłudze krajowego ruchu turystycznego (długoterminowego i beznoclegowego) w latach 2001-2012*

*Źródło: opracowanie własne na podstawie danych IT i GUS
(Uwagi: *w latach 2011 i 2012 wykorzystano dane szacunkowe)*

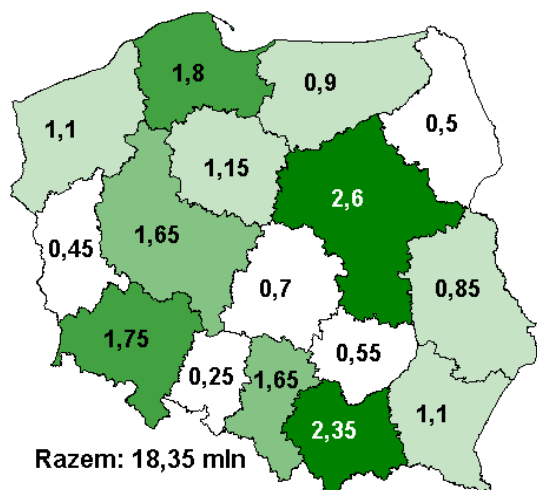
Uwzględniając analizy Instytutu Turystyki i GUS oraz wyniki badań ruchu turystycznego dla województwa kujawsko-pomorskiego (realizowanych na zlecenie K-POT) przeprowadzono syntezę aktualnych trendów na rynku krajowym oraz charakterystykę regionu kujawsko-pomorskiego z uwzględnieniem miasta Bydgoszczy.

Według szacunków Instytutu Turystyki (2011) uczestnictwo mieszkańców Polski w krajowych długookresowych wyjazdach turystycznych zmalało o 12% w stosunku do roku poprzedniego. W analizowanym okresie liczba krajowych podróży Polaków w wieku 15 i więcej lat zmalała z 33,9 mln w 2010 roku do 29,8 mln w 2011 roku (spadek o 12,1%). W roku 2011 zdecydowanie przeważały podróże krótkookresowe - 60%, pozostałe 40% stanowiły podróże długookresowe. Oszacowana liczba krajowych podróży na 5 i więcej dni wyniosła 12,1 mln (oznacza to spadek o 12% w porównaniu z 2010 r.). Częstotliwość uczestnictwa w wyjazdach krajowych (średnia liczba wyjazdów Polaków w wieku 15 i więcej lat na osobę) spadła w grupie wyjazdów długookresowych z 1,6 w 2010 r. do 1,4 w 2011 r. (spadek dotyczył również wyjazdów krótkookresowych z 2,8 do 2,7 w 2011 r.). Dominujący udział w wyjazdach długookresowych miały podróże w celach „turystyczno-wypoczynkowych” (54%), natomiast w przypadku podróży krótkookresowych „odwiedziny krewnych i znajomych” (52%). Analiza sposobów organizacji podróży krajowych w 2011 roku wykazuje, że nie zmieniły się preferencje mieszkańców Polski. Większość krajowych wyjazdów długich, podobnie jak w roku poprzednim, stanowiły podróże organizowane samodzielnie (83%). Biura podróży zorganizowały w 2011 roku całkowicie 3%, a częściowo 2% krajowych podróży długookresowych Polaków. Udział podróży, których organizatorem był całkowicie zakład pracy bądź inna instytucja wyniósł w 2011 roku 7%, a 5% były to wyjazdy zorganizowane przez nie częściowo. W odniesieniu do podróży krótkich (2-4 dni) w 2011 roku udział wyjazdów samodzielnie organizowanych stanowił

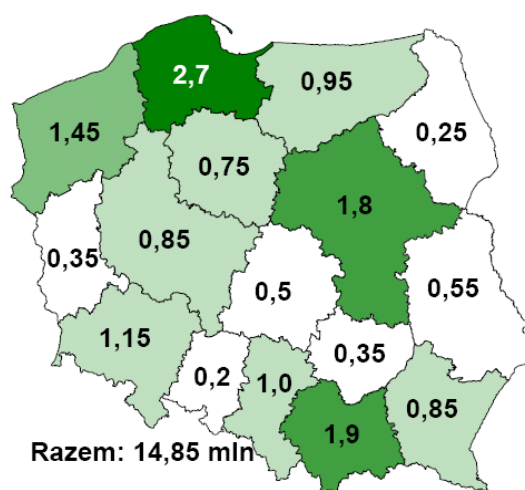
87% (w 2010 r. 89%). Istotnym zjawiskiem w ruchu turystycznym rozpatrywanym w kontekście koncentracji wyjazdów w czasie jest sezonowość wyjazdów. Jak wynika z badań ponad połowa wszystkich krajowych podróży długookresowych (58%) przypadła na miesiące letnie. Zimą zrealizowano 15% ogólnej ich liczby, wiosną 10% i jesienią 17%. W analizowanym okresie 2010-2011 struktura zakwaterowania w czasie podróży krajowych nieznacznie zmieniła się. W przypadku wyjazdów na 5 dni i dłużej dominowały takie, podczas których korzystano z gościny u krewnych i znajomych: w mieście 22% (23% w 2010 roku) i na wsi 13% (13% w 2010 roku). Wyjazdy połączone z noclegami w bazie o wyższym standardzie przedstawiały się następująco: hotele i motele – 7% (8% w 2010 roku), pensjonaty 18% (15% w 2010 roku), ośrodki wczasowe 10% zarówno w 2011 roku, jak i w 2010 roku. W przypadku krótkich podróży po kraju udział noclegów u krewnych lub znajomych był wyższy. Taka forma zakwaterowania dotyczyła 30% wyjazdów, w przypadku których noclegi spędzono w mieszkaniu krewnych w mieście (38% w 2010 roku) i 27% krewnych na wsi (21% w 2010 roku). W odniesieniu do 13% wyjazdów miejscem noclegu był hotel lub motel (12% w 2010 roku), natomiast pensjonat stanowił taki sam odsetek jak w 2010 roku, tj. 7%. W czasie długich podróży krajowych turyści najczęściej podróżowali samochodem - 71% (70% w 2010 roku), który również wykorzystywano w 69% podróży krajowych krótkich (70% w 2010 roku). Wyjazdy długookresowe w 16% (17% w 2010 roku) przypadków odbyto pociągiem.

W pierwszym półroczu 2012 roku Polacy wzięli udział w 18,35 mln krajowych podróży turystycznych, czyli o 43% (5,5 mln) więcej niż w pierwszym półroczu 2011 roku. Niemal jedną trzecią stanowiły długookresowe, a ponad dwie trzecie – krótkookresowe (por. ryc 5 i 6). Zaobserwowano więc większy wzrost liczby podróży długookresowych (o 47%) niż liczby podróży krótkookresowych (o 41%). W pierwszym półroczu 2012 roku Polacy uczestniczący w podróżach na 5 i więcej dni wyjeżdżali na krótszy okres niż w poprzednim roku, natomiast udział uczestniczących w podróżach na 2 - 4 dni był podobny. W strukturze krajowych wyjazdów turystycznych Polaków w wieku 15 i więcej lat wyjazdy w celach typowo turystycznych miały nieco mniejszy udział niż w pierwszym półroczu 2011, natomiast wyjazdy w celu odwiedzenia krewnych lub znajomych – znacznie mniejszy. W pierwszym półroczu 2012 roku celem 29% podróży była „typowa turystyka”, a 34% - odwiedziny krewnych i znajomych. Spośród 18,35 mln krajowych wyjazdów mieszkańców Polski 5,3 mln to wyjazdy w celach typowo turystycznych, w tym 40% stanowiły długookresowe, a 60% – krótkookresowe. W pierwszym półroczu 2011 roku takich wyjazdów było 3,9 mln (mniejsza była ogólna liczba wyjazdów).

Jak wynika z badań IT W III kwartale 2012 roku uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych ogółem było o ponad dwa punkty procentowe (o 0,7 mln) wyższe niż w III kwartale 2011 roku. Zaobserwowano podobny poziom uczestnictwa w krajowych wyjazdach długookresowych (na 5 i więcej dni) oraz wzrost uczestnictwa w krajowych wyjazdach krótkookresowych (na 2-4 dni) i wyjazdach zagranicznych. Notujemy wzrost liczby podróży zarówno krajowych – o prawie 30% (głównie krótkookresowych), jak i zagranicznych – o 70%.



Ryc. 5. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w pierwszym półroczu 2012 r. według województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (mln)
Źródło: IT w Warszawie

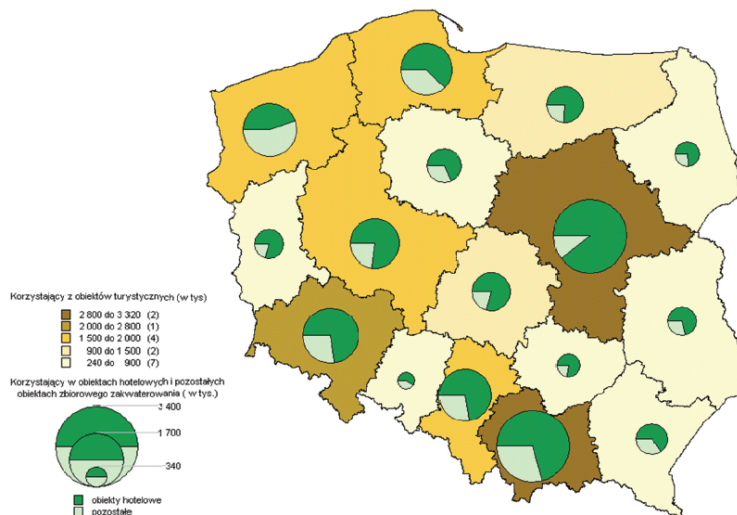


Ryc. 6. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w III kwartale 2012 r. według województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (mln)
Źródło: IT w Warszawie

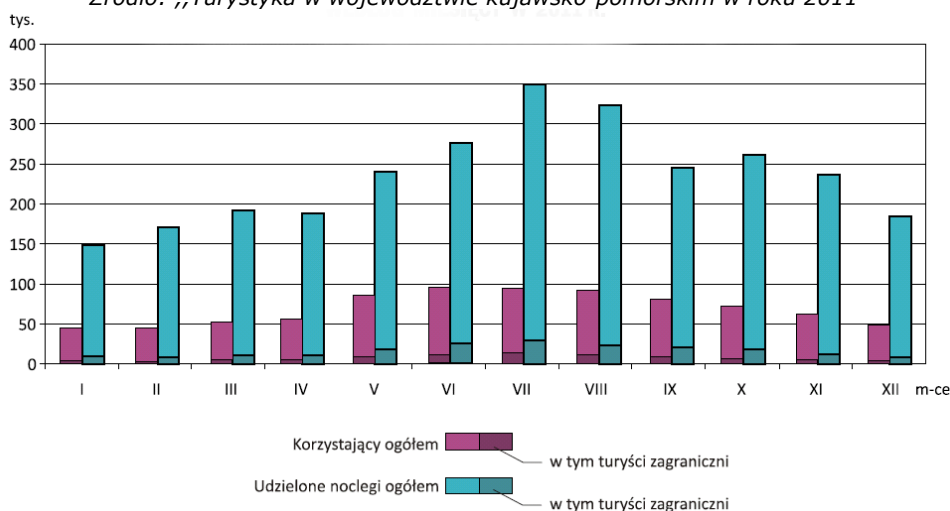
Charakterystyka rynku podróży województwa kujawsko-pomorskiego według stanu z 2010 roku zawarta we „Wstępnej informacji o wynikach badania ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim w 2010 r.” (K-POT 2010) wskazuje, że w regionie kujawsko-pomorskim najliczniejszą grupą krajowych turystów są jego mieszkańcy podróżujący po własnym regionie (w skali regionu to około 42%). Istotne znaczenie w układzie wewnątrzregionalnym mają odwiedzający z województwa mazowieckiego, następnie z wielkopolskiego i pomorskiego. W dalszej kolejności – łódzkiego i śląskiego. Najmniej licznie region kujawsko-pomorski odwiedzają podróżujący pochodzący z województw: świętokrzyskiego, opolskiego, podkarpackiego.

Opierając się na danych z publikacji GUS „Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w roku 2011” można stwierdzić, że w całym 2011 r. z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania na terenie województwa kujawsko-pomorskiego skorzystało 821,5 tys. turystów (3,8% udziału wszystkich turystów w Polsce), tj. o 3,5% więcej niż przed rokiem (w kraju odnotowano wzrost na poziomie 5,0%) (por. ryc. 7). Turyści najczęściej wybierali hotele. W tego typu obiektach zatrzymało się 485,1 tys. osób (59,0

% ogółu korzystających z noclegów w województwie). Wyraźnie zaznacza się również sezonowość ruchu turystycznego (dominują przyjazdy w okresie letnim – z tym, że ponadprzeciętne udziały liczby udzielonych noclegów w relacji do liczby ogółem w roku obserwuje się aż do końca października) (ryc 8.).



Ryc. 7. Ruch turystyczny w układzie regionalnym
Źródło: „Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w roku 2011”



Ryc. 8. Sezonowość ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim
Źródło: „Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w roku 2011”

Przeciętny pobyt turysty w obiekcie w 2011 r. trwał 3,4 dnia (czyli tyle samo co w roku wcześniejszym, średnia krajowa to 2,7 dnia). Osoby odwiedzające województwo kujawsko-pomorskie w 2011 r. najczęściej korzystały z noclegów w Toruniu – 235,5 tys. (28,7% ogółu korzystających w województwie), w Bydgoszczy – 131,4 tys. (16,0% ogółu) oraz w powiatach: aleksandrowskim – 97,8 tys. (11,9% ogółu) i inowrocławskim – 52,8 tys. (6,4% ogółu). Pod względem liczby udzielonych noclegów dominowały powiaty: aleksandrowski – 937,0 tys. (33,2% ogółu udzielonych noclegów w województwie), inowrocławski – 481,1 tys. (17,1% udziału) oraz miasto Toruń – 365,1 tys. (13,0%). Na

kolejnym miejscu z wynikiem 241, 9 tys. (tj. 8,5% z ogółu udzielonych noclegów) uplasowało się miasto Bydgoszcz.

W grupie 821,5 tys. turystów korzystających z noclegów na terenie województwa kujawsko-pomorskiego 84,2 tys. byli to turyści zagraniczni (10,2%). Wśród nich przeważały osoby pochodzące z obszaru Unii Europejskiej (77,7% ogółu cudzoziemców). Najlichnieszą grupę odwiedzającą nasz region stanowili obywatele Niemiec (31,3% udziału), a także: Rosji (5,9%), Wielkiej Brytanii (5,6%), Francji (5,2%) oraz Włoch (4,8%). Obcokrajowcy, podobnie jak w latach poprzednich, najczęściej wybierali noclegi w hotelach (85,8% wszystkich turystów korzystających z noclegów

2.2. Baza noclegowa i ruch turystyczny w Bydgoszczy na tle miast wojewódzkich Polski - ujęcie statystyczne w świetle danych GUS

Największy udział w relacji do ogółu obiektów hotelowych danej kategorii w miastach wojewódzkich kraju miasto Bydgoszcz posiada dla kategorii hoteli dwugwiazdkowych. W miastach wojewódzkich jest ich łącznie 118, z czego na Bydgoszcz przypada 7,6% (tab. 5.)⁵.

Tabela 5. Wykorzystanie hoteli w roku 2011

Miasta wojewódzkie	HOTELE I ICH WYKORZYSTANIE WEDŁUG KATEGORII I MIAST WOJEWÓDZKICH						
	Hotele ogółem	*****	****	***	**	*	w trakcie kategoryzacji
	Obiekty hotelowe						
Ogółem	511	33	75	229	118	40	16
W tym. m. Bydgoszcz	18	1	3	4	9	1	-
	Miejsca noclegowe						
Ogółem	76718	8686	19655	27389	14391	5529	1068
W tym. m. Bydgoszcz	1949	39	553	496	690	171	
	Turyści korzystający (I-XII)						
Ogółem	6646006	901680	1706019	2278599	1169938	509268	80502
w tym korzystający turyści zagraniczni	2478910	534849	872529	761015	231704	64784	13029
W tym. m. Bydgoszcz	120482	3490	30267	28609	48989	8803	324
w tym korzystający turyści zagraniczni	16664	701	8545	3113	3535	770	-
	Noclegi udzielone (I-XII)						
ogółem	11476302	168972	2999528	4027746	1821218	882669	136169
w tym korzystający turyści zagraniczni	4919147	1017151	1698448	1626810	432121	120999	23618
W tym. m. Bydgoszcz	216838	6838	62880	47582	76457	22749	324
w tym korzystający turyści zagraniczni	50938	1954	27170	9918	8937	2959	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

⁵ Według danych zawartych w „Ewidencji skategoryzowanych obiektów hotelarskich” Kujawsko-Pomorskiego Urzędu Marszałkowskiego pod koniec roku 2012 w Bydgoszczy funkcjonowały 22 hotele w których znajdowało się 2041 miejsc noclegowych (1 – pięciogwiazdkowy, 3 – czterogwiazdkowe, 5- trzygwiazdkowych, 12 – dwugwiazdkowych)

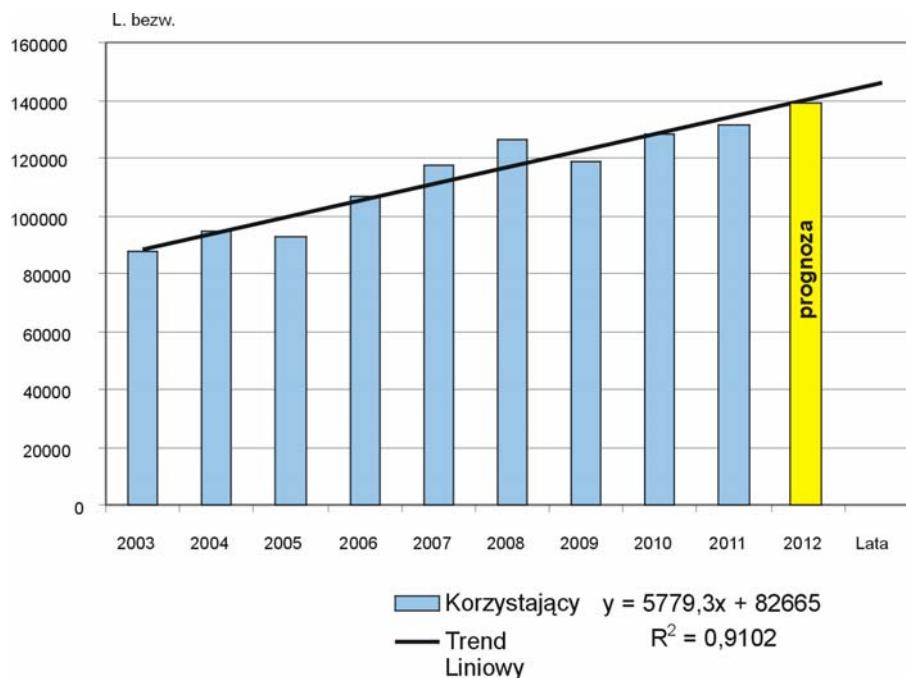
W relacji do innych miast wojewódzkich Bydgoszcz koncentruje zaledwie 2,5% miejsc noclegowych i tylko 1,8% korzystających z noclegów w hotelach.

Na podstawie wieloletnich danych GUS można wnioskować, że ruch turystyczny ogółem w Bydgoszczy rośnie, posiadając przy tym stałą tendencję wzrostową. Ustabilizowane są proporcje pomiędzy turystami krajowymi i zagranicznymi korzystającymi z obiektów zakwaterowania zbiorowego. W latach 2003-2011 udział turystów zagranicznych oscylował w granicach 7,2-10,2% (średnia – 8,8%)(por. tab.6, ryc.9.).

Tabela 6. Korzystający z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Bydgoszczy w latach 2003-2011 według miesięcy

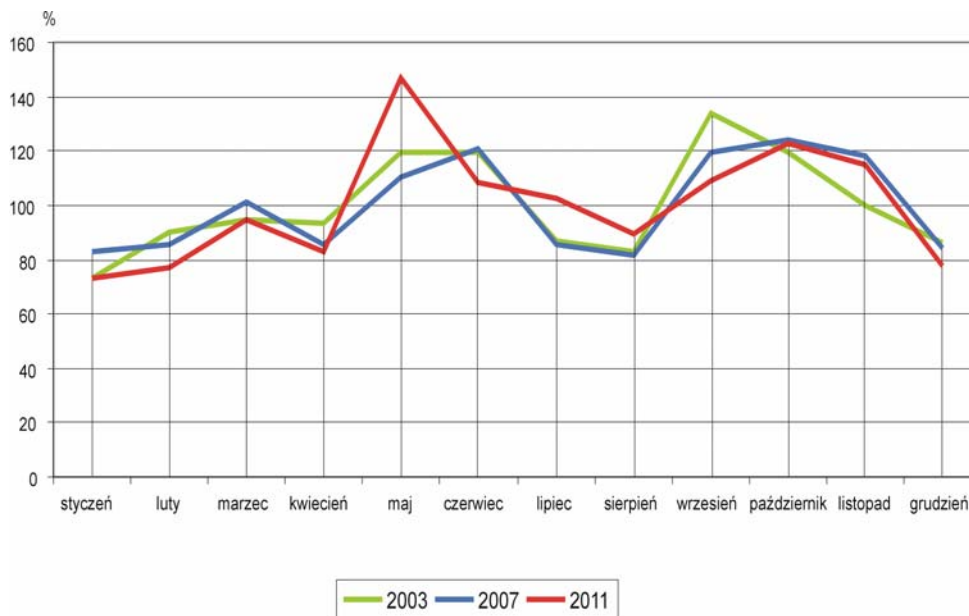
Rok	KORZYSTAJĄCY Z NOCLEGÓW W TURYSTYCZNYCH OBIEKTACH ZBIOROWEGO ZAKWATEROWANIA	Miesiąc											
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
2003	Turyści krajowi	4969	6055	6283	6114	7191	7179	4582	4777	8361	7678	6664	5580
	Turyści zagraniczni	389	547	626	709	1541	1532	1779	1279	1422	1039	659	720
	Korzystający ogółem	5358	6602	6909	6823	8732	8711	6361	6056	9783	8717	7323	6300
2004	Turyści krajowi	6151	5754	7161	6825	8506	8200	5834	5450	8283	7258	6723	5694
	Turyści zagraniczni	514	571	746	894	1451	1901	1481	1211	1626	1115	940	619
	Korzystający ogółem	6665	6325	7907	7719	9957	10101	7315	6661	9909	8373	7663	6313
2005	Turyści krajowi	5773	5533	5719	6009	7177	7570	5691	5267	7602	7680	8184	6741
	Turyści zagraniczni	589	582	922	768	1415	1716	1401	2018	1661	1102	1087	603
	Korzystający ogółem	6362	6115	6641	6777	8592	9286	7092	7285	9263	8782	9271	7344
2006	Turyści krajowi	6411	6453	7939	6644	9438	8636	5862	6554	9431	8841	8728	7618
	Turyści zagraniczni	661	707	905	1030	1214	1712	1307	1430	2201	1228	999	610
	Korzystający ogółem	7072	7160	8844	7674	10652	10348	7169	7984	11632	10069	9727	8228
2007	Turyści krajowi	7285	7525	8766	7490	9635	10306	7038	6997	9257	10733	10497	7583
	Turyści zagraniczni	830	823	1103	888	1153	1490	1347	989	2399	1406	1043	614
	Korzystający ogółem	8115	8348	9869	8378	10788	11796	8385	7986	11656	12139	11540	8197
2008	Turyści krajowi	8315	9140	8946	10399	10382	9890	7455	7234	10645	10392	9524	7927
	Turyści zagraniczni	721	722	808	1623	1473	1863	2165	1316	2284	1438	1105	674
	Korzystający ogółem	9036	9862	9754	12022	11855	11753	9620	8550	12929	11830	10629	8601
2009	Turyści krajowi	7900	6965	8313	7808	10583	10536	8690	7829	9288	11191	9379	7490
	Turyści zagraniczni	885	823	1032	918	1201	1109	1179	1073	1296	1561	1133	642
	Korzystający ogółem	8785	7788	9345	8726	11784	11645	9869	8902	10584	12752	10512	8132
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

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych WUS w Bydgoszczy



Ryc. 9. Liczba korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w Bydgoszczy w latach 2003-2011 wraz z analizą tendencji rozwojowej
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Rozkład wskaźników sezonowości dla wybranych lat z okresu 2003-2011 daje podstawę do stwierdzenia o występowaniu zjawiska sezonowości ruchu turystycznego w Bydgoszczy. Wyraźnie podwyższony poziom koncentracji przyjazdów występuje wiosną i jesienią. Znamienne jest spadek przyjazdów w miesiącach letnich (czerwiec, lipiec sierpień) (ryc. 10).



Ryc. 10. Sezonowość przyjazdów turystycznych do miasta Bydgoszczy na podstawie danych o korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w latach 2003, 2007, 2011
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

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

3.1. Charakterystyka pozyskanego materiału źródłowego

Zgodnie z założeniem, od początku maja 2012 r. do końca października 2012 r. zespół ankieterów wykonując wywiady kwestionariuszowe pozyskał zakładaną liczbę ankiet (nieznacznie ją przekraczając - przeprowadzono 2085 wywiadów).

Przekroczenie wynikało z działań kontrolnych, tj. prowadzenia stałego monitoringu tworzonej bazy danych. Ze względu na trudności o charakterze obiektywnym⁶ zbierane dane okazywały się być czasami niekompletne, co z kolei determinowało konieczność uzupełnienia zasobów bazy. Istotnym błędem, który wyeliminowano przez podjęciem analizy pozyskanego materiału źródłowego było usunięcie rekordów powielających się w bazie danych.

Weryfikując poprawność pozyskanego materiału ankietowego (głównie pod kątem kompletności odpowiedzi na pytania z poszczególnych części kwestionariusza ankietowego) do dalszej analizy z 2085 wywiadów zatwierdzono łącznie 1983 wywiady. Należy w tym miejscu dodać, że do analizy zdecydowano się dopuścić niewielką grupę ankiet zawierających nieznaczne braki⁷.

Podczas prowadzenia badań zespół ekspercki zmuszony był do podejmowania decyzji i dokonywania korekt w proporcjach udziału ankiet pobieranych w wytypowanych do badań grupach respondentów ustalonych przed rozpoczęciem prac badawczych (w relacji do zakładanej struktury poboru materiału ankietowego - turyści, odwiedzający jednodniowi, odwiedzający krajowi i zagraniczni). Zmiany podyktowane były wieloma względami, między innymi były to trudności wynikające z braku zgody na prowadzenie badań w pewnej grupie obiektów noclegowych. Istotnym problemem okazał się dobór niektórych atrakcji turystycznych (z reguły te oddalone od centrum miasta miały bardzo niską frekwencję - brak możliwości przeprowadzenia wywiadu skutkowało nieprzewidzianymi wcześniej zastojami). Ponadto w okresie pozyskiwania materiału ankietowego zdecydowano się na niewielkie powiększenie proporcji liczby odwiedzających zagranicznych (o 8,3% - 261 wywiadów - co w relacji do ogólnej struktury próby

⁶ Korygowanie braków w materiale ankietowym było konieczne ze względu na zdarzające się sytuacje pomijania przez respondentów odpowiedzi na niektóre pytania. Dużą barierą w pozyskiwaniu informacji była długość okresu potrzebnego na przeprowadzenie wywiadu

⁷ Problem braków w materiale ankietowym występuje praktycznie w każdych badaniach kwestionariuszowych a sytuacja taka jest uzależniona od wielu czynników - w opinii zespołu dopuszczona niewielka część ankiet posiadająca braki nie będzie miała większego wpływu na uzyskane wyniki końcowe (braki w odpowiedziach sięgają nie więcej niż 3% a dodatkowo rozkładają się na dużą liczbę pytań)

spowodowało wzrost udziału o niecałe 2%). Generalnie było to związane z zauważoną przez ankieterów dużą przychylnością do udzielania wywiadów i formułowania ocen i opinii, ponadto wynikało to z identyfikacji wśród ogółu badanych emigrantów mieszkających -według ich deklaracji- na stałe poza granicami Polski⁸.

Reasumując, zamieszczona w opracowaniu analiza materiału ankietowego została przeprowadzona na podstawie 1983 wywiadów, przy czym od turystów (tj. odwiedzających, z co najmniej jednym noclegiem) pozyskano 1496 (mniej o 6,5% aniżeli zakładano), natomiast z grupy docelowej tzw. odwiedzających jednodniowych 487 wywiadów (o tj. 21,7% więcej aniżeli zakładano). Jednocześnie udało się zachować proporcje między odwiedzającymi krajowymi i zagranicznymi (wśród turystów i odwiedzających jednodniowych krajowych przeprowadzono w sumie 1721 wywiadów, co daje 86,8 % ogólnej liczby zrealizowanych wywiadów – por. rozdział 1.2.3).

Zebrany materiał zdaniem zespołu wykonującego badania pozwala na otrzymanie poprawnej charakterystyki struktury zbiorowości odwiedzających miasto Bydgoszcz (turystów i jednodniowych odwiedzających w celach turystycznych i wypoczynkowych) w II i III kwartale 2012 r. i umożliwia podjęcie próby szacowania wielkości ruchu.

3.2. Charakterystyka badanych turystów i odwiedzających jednodniowych

Ruch turystyczny jest zjawiskiem dynamicznym, przestrzennym i bardzo zróżnicowanym pod względem formy (Wiluś 1997). Charakterystyka tego zjawiska wymaga uwzględnienia wielu mierników określających m.in.: jego wielkość, strukturę, charakter, sezonowość, formy itp. Grupa kryteriów specyficznie turystycznych, na podstawie, których można opisywać ruch turystyczny jest obszerna i obejmuje według H. Schmidhausera (1962) aż 19 elementów. Do najważniejszych, wymienionych przez tego autora należą: 1) rodzaj i cel podróży (wypoczynkowy, uzdrowiskowy itp.), 2) powód podróży (urlop, weekend), 3) zależność turysty od celu podróży (np. odwiedzić krewnych), 4) ilość i rodzaj terenów turystycznych odwiedzanych w czasie podróży, 5) odległość celów podróży oraz 6) czas pobytu (pobytowy, weekendowy), 7) czas podróży (sezon), 8) rodzaj zakwaterowania, 9) środek lokomocji 10) rodzaj podróży (turystyka indywidualna, grupowa itp.), 11) udział w imprezach, zwiedzanie obiektów itp., 12) czynniki subiektywne (opinie i wyobrażenia o danych miejscowościach).

⁸ Z formalnego punktu widzenia są to turyści zagraniczni

Dla poniżej prezentowanej analizy struktury ruchu turystycznego punktem wyjścia jest charakterystyka badanej zbiorowości pod względem pochodzenia geograficznego, cech społeczno-demograficznych, sytuacji materialnej oraz częstotliwości i długości pobytu w Bydgoszczy.

3.2.1. Kryterium geograficzne

Analizując miejsca zamieszkania krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych wyraźnie zaznacza się główny obszar generujący ruch turystyczny do Bydgoszczy – czyli region kujawsko-pomorski (32,7% z ogółu). Podwyższone wartości zanotowano również w przypadku województw: mazowieckiego (12,6% udziału w ruchu ogółem), wielkopolskiego (11,4%) oraz pomorskiego (9,6%). Na tle województw sąsiadujących, które wyraźnie generują potoki ruchu turystycznego skierowane do województwa kujawsko-pomorskiego i do miasta Bydgoszczy nieco mniejszy jest udział odwiedzających z województwa warmińsko-mazurskiego (5,2%) (tab. 7.).

Dla większości turystów i odwiedzających jednodniowych z terenu województwa kujawsko-pomorskiego (40%) była to kolejna wizyta w Bydgoszczy (jest to oznaka rangi społeczno-gospodarczej miasta i jego wpływu na zaplecze miasta). Stwierdzona powtarzalność wizyt w grupie respondentów pochodzących z regionu mazowieckiego (11,3%), wielkopolskiego (11,0%) i pomorskiego (8,7%) utwierdza w przekonaniu o zachodzeniu silnych związków i powiązań funkcjonalnych między nimi a rynkiem miasta Bydgoszczy, w tym również relacji na płaszczyźnie turystycznej. Istotne są również wskazania respondentów odwiedzających Bydgoszcz po raz pierwszy. Ponownie, wśród obszarów z których pochodzili badani wybija się region mazowiecki (16% z ogółu), kujawsko-pomorski (14), wielkopolski i pomorski. Na uwagę zasługuje fakt, że w strukturze odpowiedzi obserwuje się tym razem nieco większe udziały respondentów pochodzących z odleglejszych regionów (np. małopolskiego – 6,2%, śląskiego – 5,2%, dolnośląskiego 4,2%). Zaobserwowano również zwiększony udział odwiedzających z regionu zachodniopomorskiego (por. ryc. 11.).

Podobny układ odpowiedzi stwierdzono w przypadku zestawienia regionów z których pochodzili respondenci oraz deklaracji o wykorzystaniu bazy noclegowej w Bydgoszczy (tab. 8). Jak wynika z przeprowadzonej analizy pobytu na jedną noc i dłuższe częściej realizowały osoby z regionu kujawsko-pomorskiego ($\frac{1}{5}$), następnie z mazowieckiego, wielkopolskiego i pomorskiego (udziały oscylowały w przedziale od 19,4% dla turystów z terenu woj. kujawsko-pomorskiego do 11,2% z woj. pomorskiego).

Tabela 7. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach oraz powtarzalności wizyt

Województwo	Turyści i odwiedzający jednodniowi		
	ogółem	kolejna wizyta	pierwsza wizyta
	w %		
dolnośląskie	3,6	3,3	4,2
kujawsko-pomorskie	32,7	39,8	14,8
lubelskie	1,6	1,3	2,5
lubuskie	1,9	1,6	2,5
łódzkie	4,0	3,7	5,0
małopolskie	3,9	3,0	6,2
mazowieckie	12,6	11,3	16,0
opolskie	1,2	0,7	2,3
podkarpackie	1,1	0,9	1,7
podlaskie	1,6	1,3	2,3
pomorskie	9,6	8,7	11,9
śląskie	3,7	3,2	5,2
świętokrzyskie	0,9	0,7	1,5
warmińsko-mazurskie	5,2	5,4	4,8
wielkopolskie	11,4	11,0	12,5
zachodniopomorskie	5,0	4,2	6,9
RAZEM	100	100	100

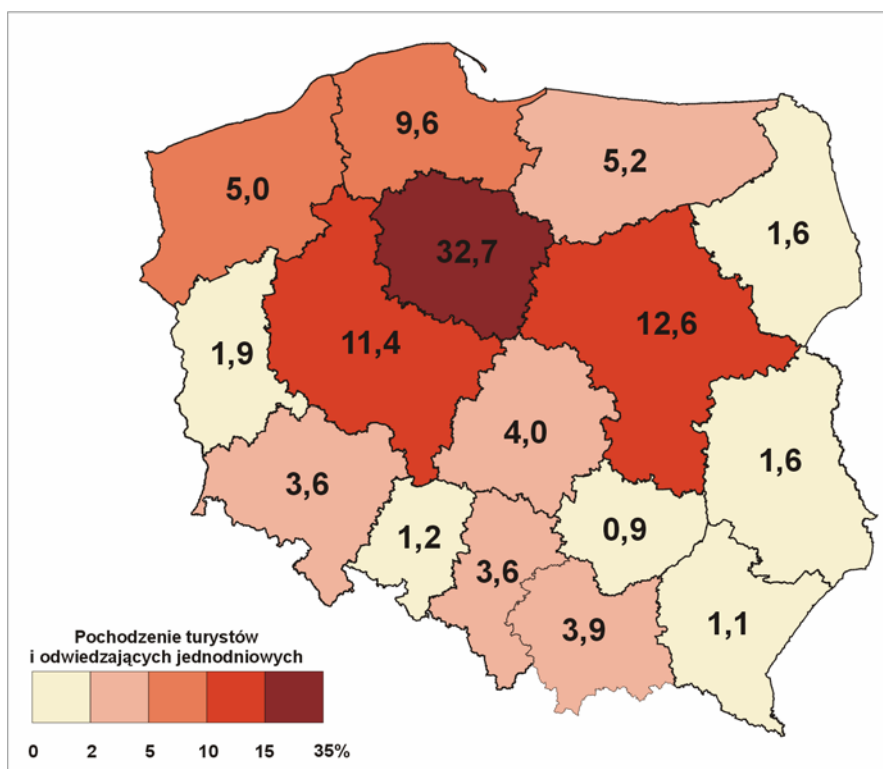
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Respondentami wykazującymi przyjazd bez wykorzystania noclegu (pobyty jednodniowe) były głównie osoby zamieszkujące na terenie województwa kujawsko-pomorskiego (66% z ogółu badanej podgrupy) i wielkopolskiego (10,2% z ogółu).

Tabela 8. Pochodzenie krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według deklarowanego miejsca stałego zamieszkania w województwach oraz informacji o wykorzystaniu bazy noclegowej

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

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 11. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednostkowych według województw
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

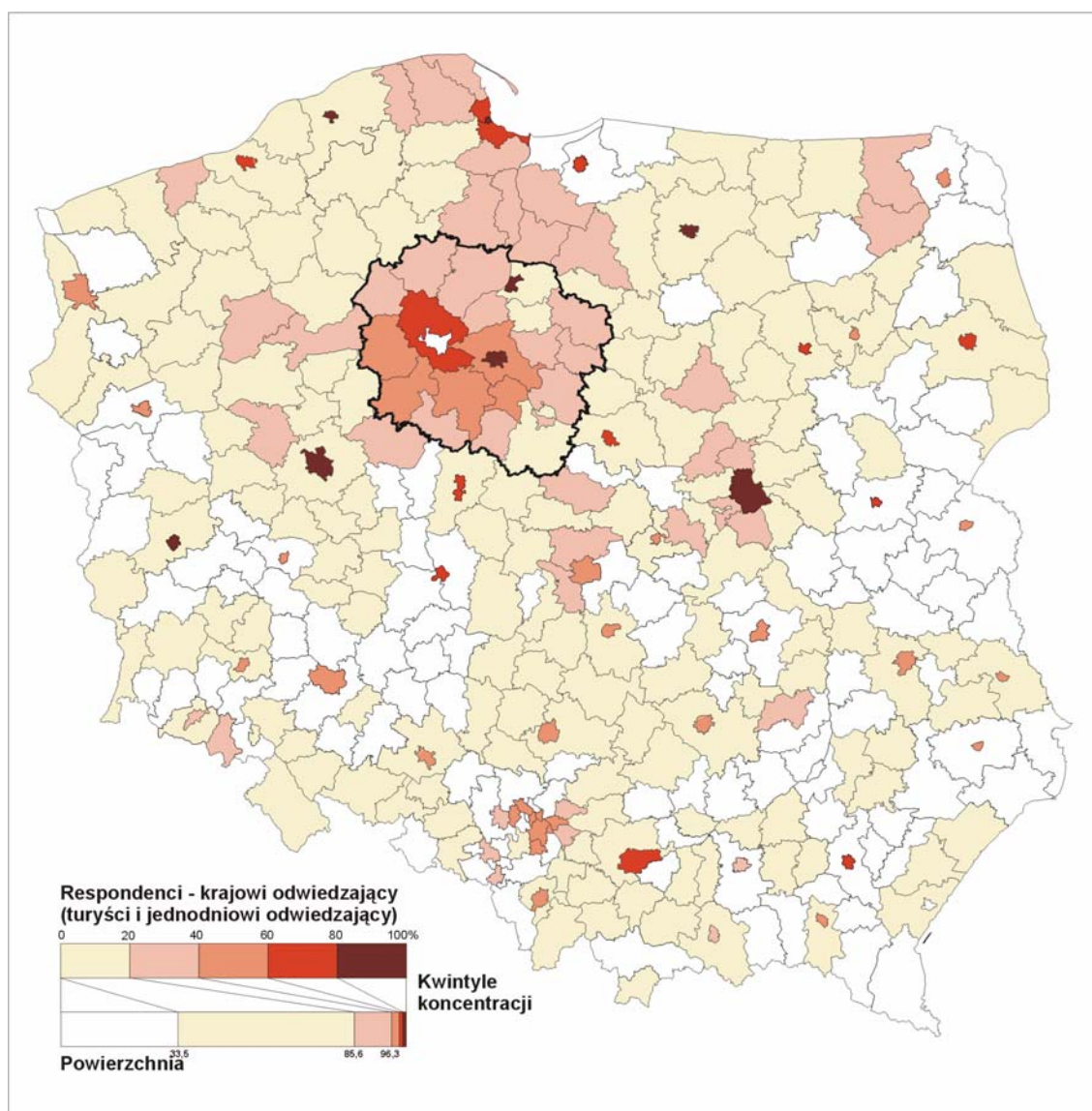
Dla lepszego zobrazowania i charakterystyki pochodzenia terytorialnego krajowych turystów i jednostkowych odwiedzających posłużono się mapami koncentracji.

Dane zagregowano w układzie powiatów, przeliczono zgodnie z procedurą metody Wskaźnika Koncentracji Lorenza a uzyskane wartości naniesiono na mapy (kartogramy koncentracji). Mapy wynikowe doskonale identyfikują kierunki napływu ruchu turystycznego długookresowego i odwiedzających jednostkowych z terytorium kraju (por. ryciny: 12, 13, 14, 15). Analiza otrzymanego obrazu koncentracji miejsc zamieszkania odwiedzających Bydgoszcz pozwala wyciągnąć wniosek o silnym ciężeniu do miasta terenów zlokalizowanych w szczególności w samym województwie kujawsko-pomorskim (powiat bydgoski okalający miasto, powiaty nakielski, inowrocławski, aleksandrowski, toruński), jak również uwypukla znaczenie Bydgoszczy jako ośrodka recepcyjnego w turystyce i przyjazdach krótkich (na jeden dzień) dla dużych krajowych aglomeracji i niektórych średnich miast (tabela 9.).

Tabela. 9. Odsetki odwiedzających długookresowych i jednodniowych według miejsc stałego zamieszkania w powiatach

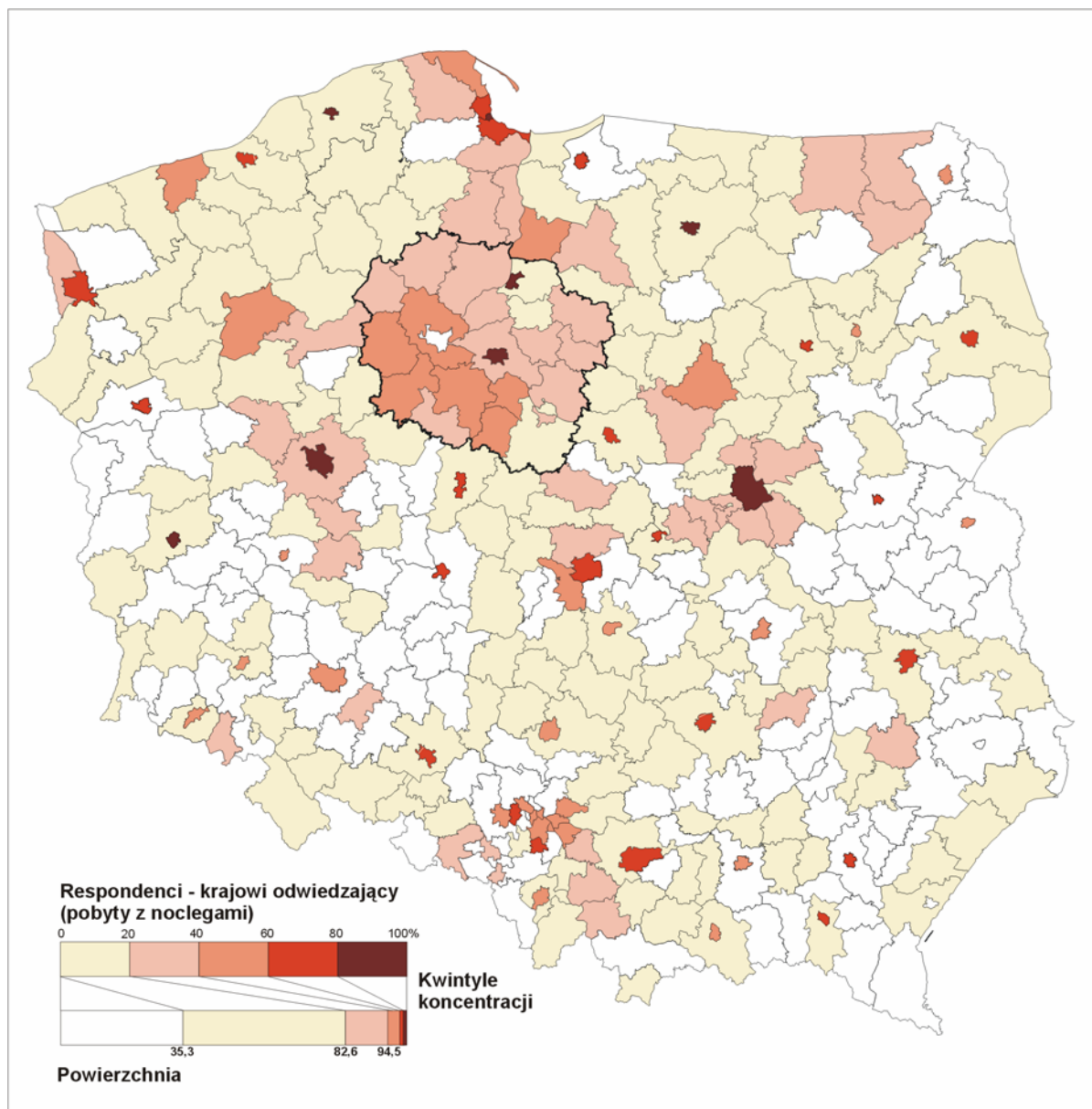
Jednostki	Udział (w relacji do liczby wskazań dla odwiedzających krajowych ogółem)
powiat bydgoski	8,85
m. WARSZAWA	6,05
m. POZNAŃ	4,89
m. TORUŃ	4,48
powiat inowrocławski	3,43
powiat nakielski	2,91
m. KRAKÓW	2,62
m. GDAŃSK	1,92
m. WROCŁAW	1,69
m. GRUDZIĄDZ	1,57
powiat toruński	1,51
m. OLSZTYN	1,51
m. ŁÓDŹ	1,40
m. GDYNIA	1,40
m. WŁOCŁAWEK	1,34
powiat żniński	1,28
powiat świecki	1,11
m. SZCZECIN	1,11
powiat piłski	0,93
powiat ciechanowski	0,93
powiat aleksandrowski	0,93
m. PŁOCK	0,87
m. KOSZALIN	0,87

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 12. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych (ogółem) miasto Bydgoszcz

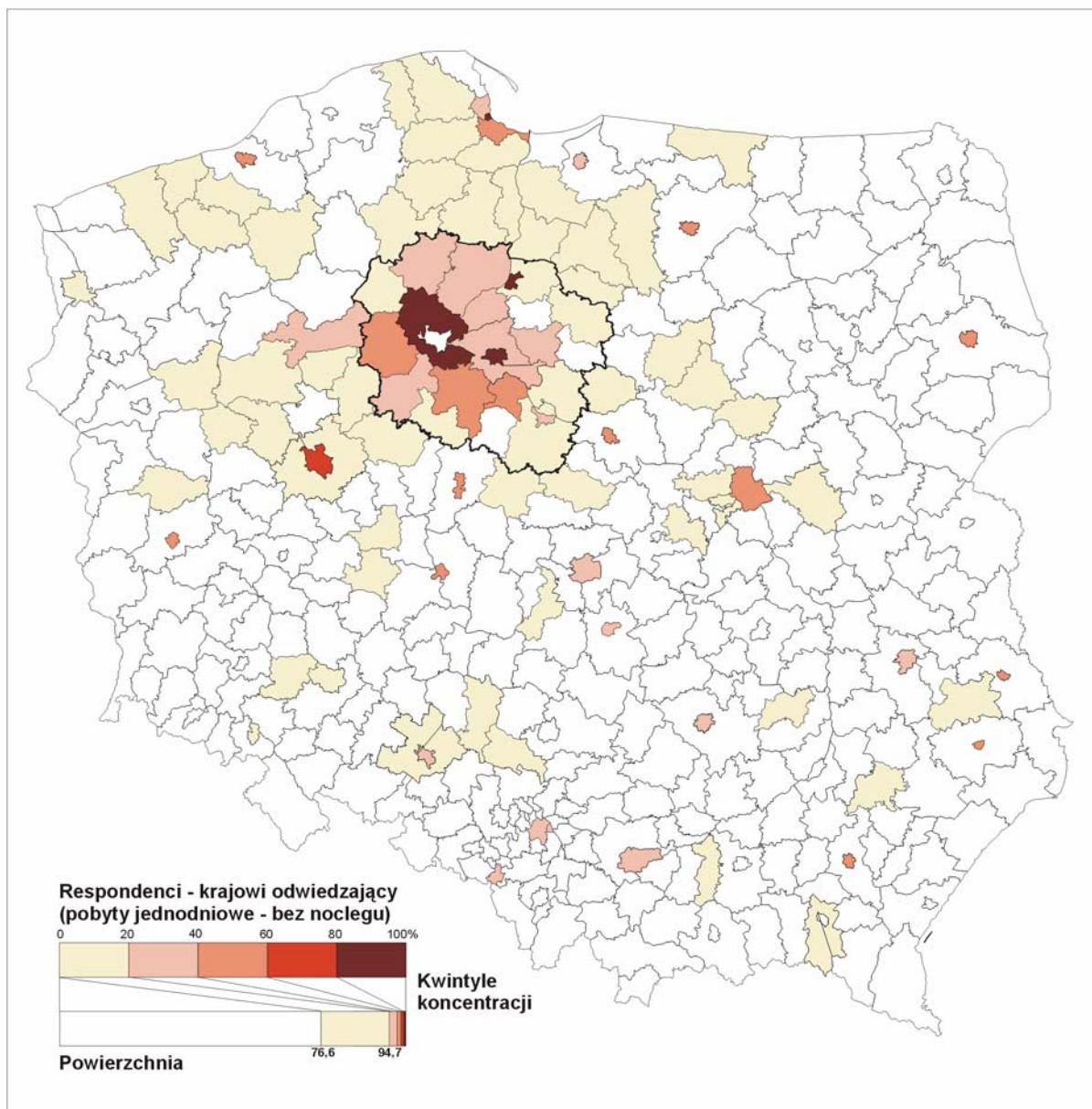
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 13. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia krajowych turystów
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Obserwowane podobieństwo pomiędzy mapą prezentującą główne obszary generujące krajowy ruch turystyczny do Bydgoszczy (ryc. 13) a mapą wykonaną dla odwiedzających ogółem (por. ryc. 12) wynika z przyjętych proporcji pozyskiwania materiału ankietowego od turystów i odwiedzających jednoosobowo (tj. celowej nadreprezentacji turystów).

Rozkład przestrzenny kwintyli koncentracji miejsc zamieszkania turystów upewnia w przekonaniu o wysokim ciężeniu do miasta obszaru województwa kujawsko-pomorskiego (ruch turystyczny wewnątrzregionalny) oraz kilku dużych aglomeracji miejskich i kilkunastu miast średniej wielkości.



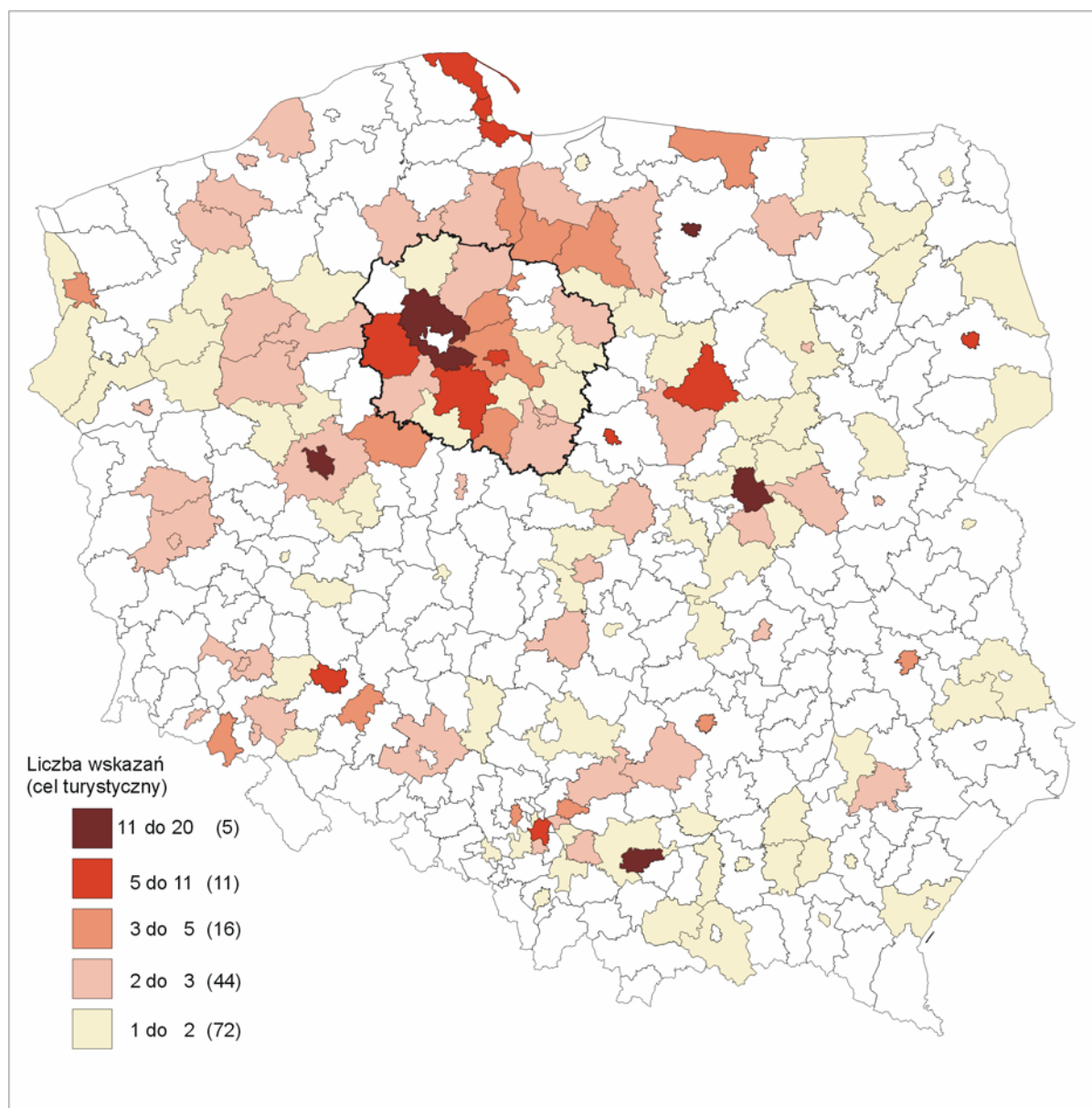
Ryc.14. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia krajowych odwiedzających jednodniowych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Z kolei mapa rozkładu przestrzennego miejsc koncentracji zamieszkania odwiedzających jednodniowych wyraźnie wskazuje obszar województwa kujawsko-pomorskiego (ryc. 14). Do głównych powiatów generujących ruch odwiedzających jednodniowych należy zaliczyć: powiat bydgoski (wśród stwierdzonych przyjazdów jednodniowych 25,6%), m. Toruń (9,2%), powiat nakielski (5,9%), powiat inowrocławski (5,3%), m. Poznań (4,1%), powiat toruński (3,1%), m. Warszawa (2,7%), powiaty świecki, zniński i aleksandrowski (po 2,3%), a ponadto miasta Włocławek i Grudziądz (po 2,1%). Z grupy ogółem stwierdzonych przyjazdów jednodniowych do Bydgoszczy z terenu

województwa kujawsko-pomorskiego stwierdzono łącznie 66%. Oznacza to, wysoką zbieżność z wynikami „Badań ruchu turystycznego w Województwie kujawsko-Pomorskim w latach 2009-2010” realizowanych przez K-POT przy udziale specjalistów z UMK, wskazujących na mieszkańców województwa jako podstawową grupę generującą ruch turystyczny w układzie wewnątrzwojewódzkim.

Dopełnieniem analiz przestrzennych obrazujących zjawisko zasięgu przestrzennego rynku turystycznego w odniesieniu do turystów krajowych jest mapa prezentująca pochodzenie terytorialne osób badanych według kryterium celu przyjazdu do Bydgoszczy (wyłącznie dominujący cel turystyczny).

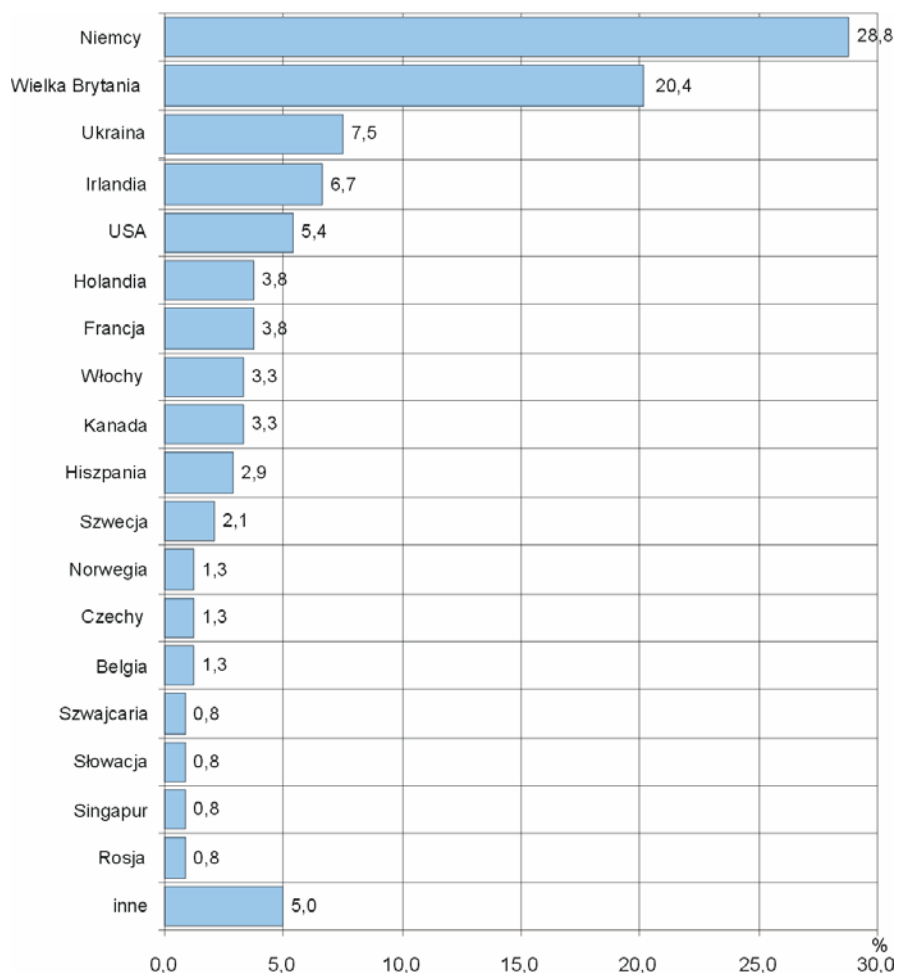


Ryc.15. Koncentracja miejsc pochodzenia turystów krajowych deklarujących podczas pobytu w Bydgoszczy realizację celu turystycznego („wakacje, podróż turystyczna”)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Jak wynika z przeprowadzonych analiz statystyczno-graficznych oddziaływanie rynku turystycznego miasta Bydgoszczy sięga wyraźnie poza granice regionu kujawsko-pomorskiego. Reasumując, można zidentyfikować cztery, główne rejony generujące ruch w celach typowo turystycznych. Są to: duże aglomeracje miejskie (grupa największych miast Polski – Warszawa, Kraków, Poznań, Wrocław, Trójmiasto), i trzy obszary województw ościennych – głównie są to tereny położone na granicach z regionem kujawsko-pomorskim (płn-wsch. część województwa wielkopolskiego, płd. i płd-wsch. część woj. pomorskiego oraz pd-zach. część województwa warmińsko-mazurskiego). Lokalny charakter ruchu turystycznego ujawnia się w przypadku przyciągania turystów z centralnej części województwa – głównie z powiatów otaczających miasto Bydgoszcz.

W obsłudze turystów Bydgoszcz posiada również zasięg ponadkrajowy. Wśród obcokrajowców przyjeżdżających do Bydgoszczy dominują przyjezdni z krajów europejskich (ponad 88%) (ryciny 16, 17).

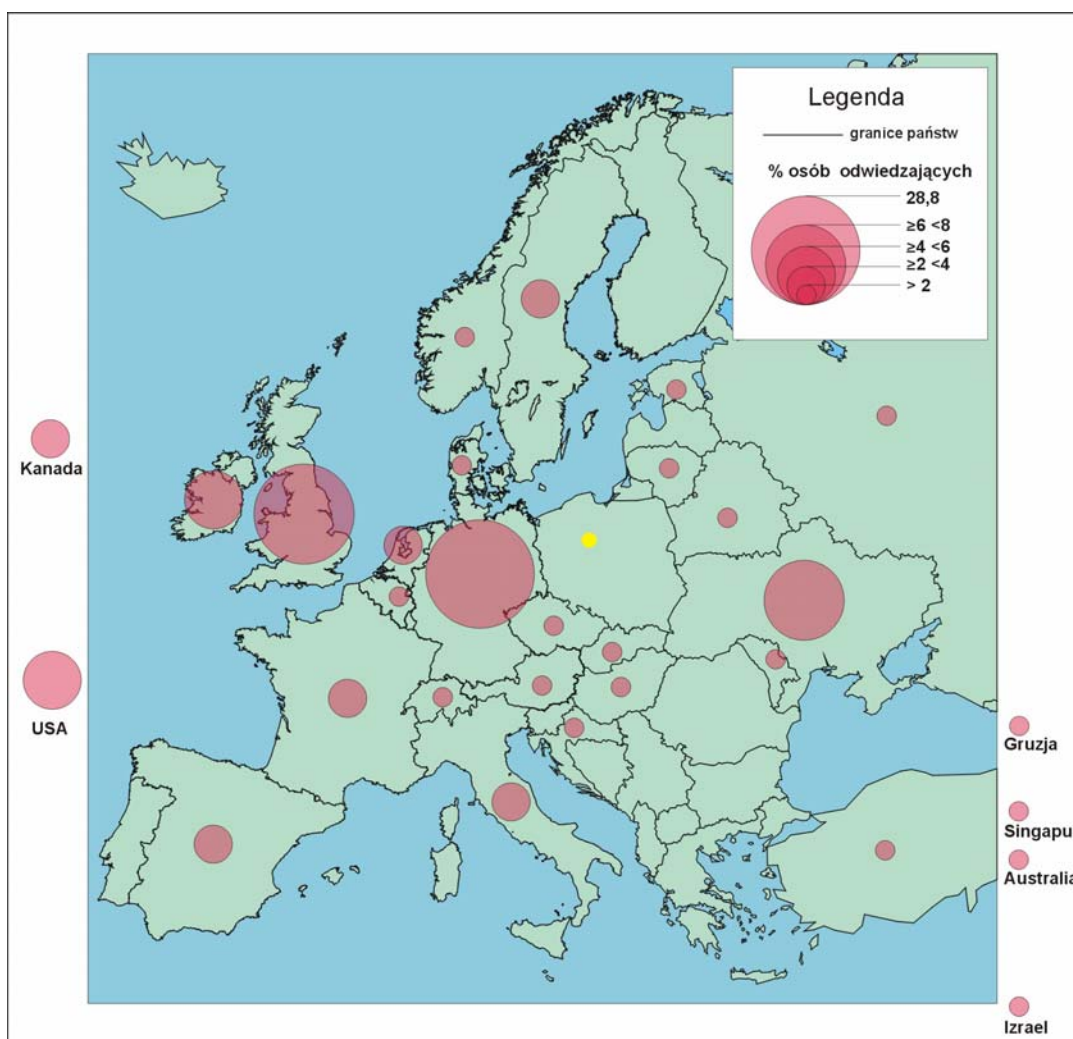


Ryc.16. Pochodzenie zagranicznych turystów i odwiedzających jednodniowych według krajów stałego zamieszkania (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Wśród ogółu badanych obcokrajowców największe grupy stanowili goście z: Niemiec (ponad 28%) i Wielkiej Brytanii (20,4%). Relatywnie mniejsze grupy w śród turystów obcokrajowców (w 98% były to osoby deklarujące przyjazd połączony z co najmniej 1 noclegiem) pochodziły z Ukrainy, Irlandii (udziały na poziomie 5-8%). Turyści z krajów pozaeuropejskich stanowili ponad 12% z ogółu (Kanada, USA, Australia, Singapur, Gruzja, Izrael). Warto zaznaczyć, że ankietowani obcokrajowcy przyjechali do Bydgoszczy deklarując najczęściej wśród głównych celów: 22,5% - odwiedziny krewnych lub znajomych, wakacje – podróż turystyczna (21,1%) i cel rekreacyjny (wypoczynek i rozrywka w mieście) (19,7%). Ponadto wyraźnie zaznaczającym się celem były sprawy zawodowe (interesy, udział w szkoleniach i konferencjach, 12,6%). Wśród badanych cudzoziemców stwierdzono jedynie 4% grupę osób, która swój pobyt w Bydgoszczy łączyła z odbywającymi się na terenie Polski mistrzostwami w piłce nożnej EURO 2012.

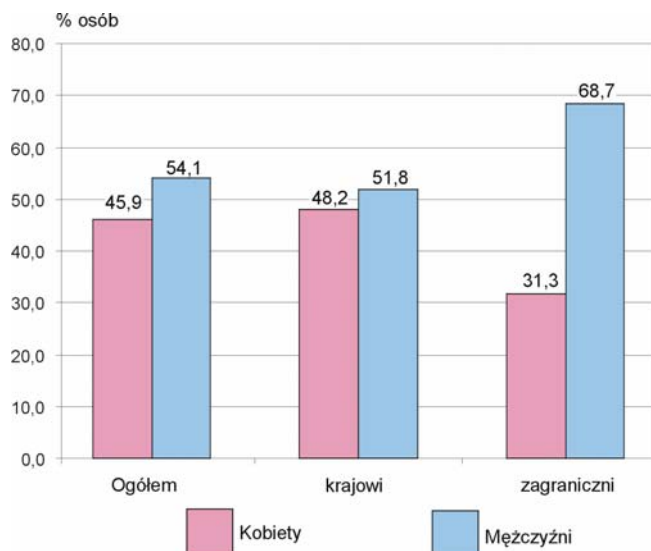
Wśród respondentów stwierdzono ok. 15% grupę osób posiadającą polskie pochodzenie (emigranci). Osoby te deklarowały stałe zamieszkanie poza granicami kraju a większość z nich wśród celów przyjazdu wskazywała „odwiedziny krewnych i znajomych”.



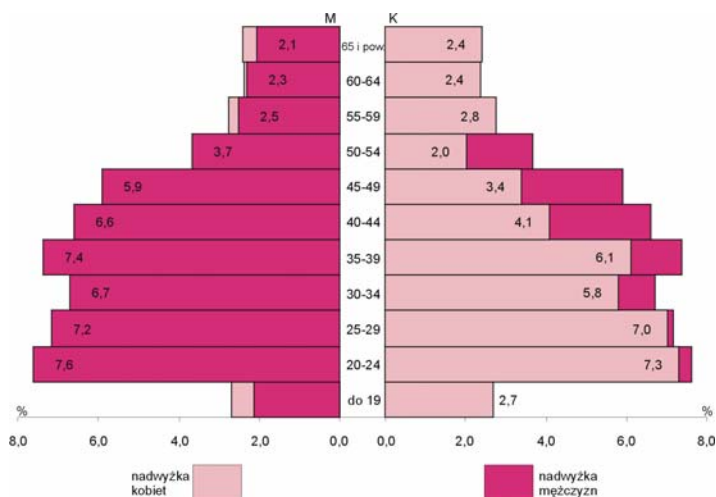
Ryc. 17. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednostniowych zagranicznych
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.2. Kryterium społeczno-demograficzne i ekonomiczne

W całej grupie ankietowanych udział obu płci był zbliżony – obserwowano jednak nieznaczną przewagę mężczyzn (54,1% z ogółu) (ryc. 18). Mężczyźni przeważali wśród krajowych respondentów z Polski, jak i w grupie obcokrajowców. Na podstawie ryciny 19 można stwierdzić, że przewaga ta występowała również wśród badanych w wieku od 20 do 54 roku życia. W grupie starszych respondentów przeważały kobiety (nie wielką przewagę kobiet stwierdzono również w najmłodszej grupie ankietowanych).



Ryc. 18. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i zagraniczni
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Ryc. 19. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W strukturze wieku respondentów wyraźnie zaznaczyła się dominacja osób w wieku produkcyjnym (86,%)⁹, przy czym respondenci zaliczani do tzw. „mobilnych zawodowo” (osoby w wieku 20-39) stanowili ponad połowę z tej grupy (64%). Strukturę wieku badanych osób według 5 letnich przedziałów wiekowych (tzw. grupowanie demograficzne) przedstawiono na rycinie 20.

Najliczniejszymi byli respondenci w przedziale wieku 20-24 lata (14,9%) oraz 25-29 lat (14,2%) (por. tab. 10). Kolejne grupy wiekowe zaznaczające pod względem odsetka udziału w ogólnej strukturze badanych to: respondenci w wieku 35-39 lat (13,5%), 30-34 lat (12,5%) oraz 40-44 lat (10,7%). Najmniej licznymi byli respondenci w wieku do 19 lat, 50-54 lata oraz 65 lat i powyżej.

Tabela. 10. 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	95	47	36	6	6	4,8	5,7	4,0	7,3	3,3
20-24	296	134	138	11	13	14,9	16,2	15,5	13,4	7,2
25-29	281	125	111	14	31	14,2	15,1	12,4	17,1	17,2
30-34	248	104	110	11	23	12,5	12,5	12,3	13,4	12,8
35-39	267	111	125	10	21	13,5	13,4	14,0	12,2	11,7
40-44	212	74	110	7	21	10,7	8,9	12,3	8,5	11,7
45-49	184	57	89	10	28	9,3	6,9	10,0	12,2	15,6
50-54	113	40	60	0	13	5,7	4,8	6,7	0,0	7,2
55-59	105	50	41	5	9	5,3	6,0	4,6	6,1	5,0
60-64	93	42	38	5	8	4,7	5,1	4,3	6,1	4,4
65 i powyżej	89	45	34	3	7	4,5	5,4	3,8	3,7	3,9
	1983	829	892	82	180	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

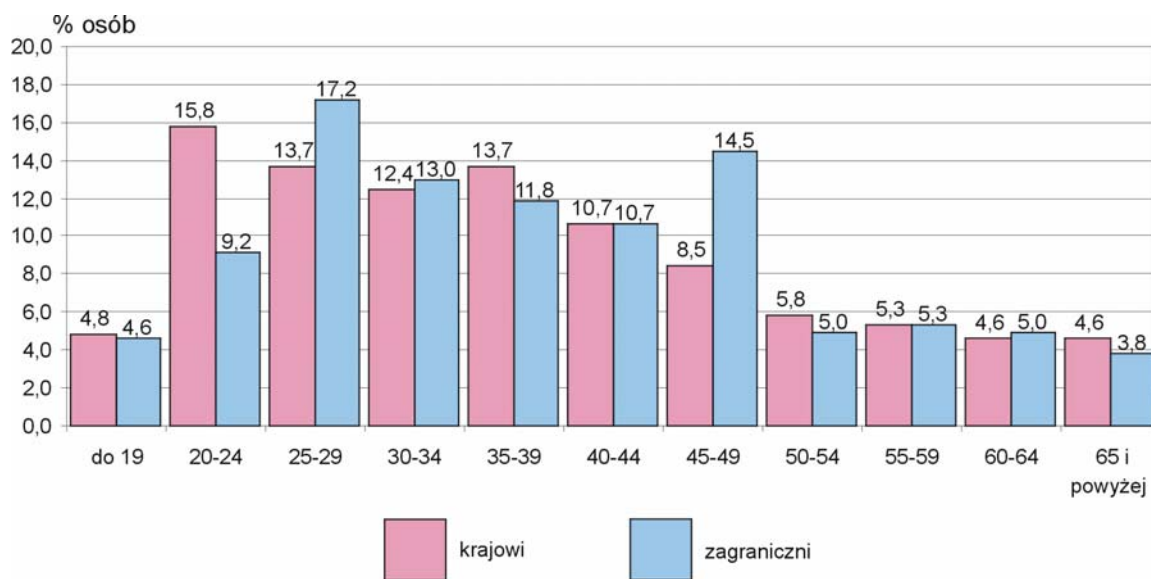
Analiza struktury wieku respondentów (por. rycina 20) uwidacznia pewne różnice między odwiedzającymi krajowymi i cudzoziemcami przyjeżdżającymi do Bydgoszczy. Uogólniając, ankietowani Polacy byli generalnie młodsi od odwiedzających zagranicznych. Wśród badanych mieszkańców Polski prawie 21% stanowiły osoby w wieku 24 lat i poniżej a respondenci, którzy nie skończyli 40 roku życia stanowili łącznie 60,1% z ogółu. Wśród obcokrajowców grupa osób w wieku do 40 lat stanowiła 55% (z licznie reprezentowanym przedziałem 25-29 lat).

Wśród odwiedzających turystów najliczniej reprezentowaną grupą wiekową były osoby w wieku od 25 do 39 lat (37,9% z ogółu przyjazdów z noclegiem) oraz od 40 do 59

⁹Dla 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

lat (32,7%). Najmniej liczną grupę stanowiły osoby w wieku powyżej 60 lat (10,4% z ogólnej liczby krajowych turystów).

W grupie osób deklarujących przyjazdy o charakterze jednodniowych pobytów wyraźnie dominującą była grupa osób w przedziale wieku 25-39 lat (jej udział wyniósł 46,7%). Druga pod względem wielkości udziału w zidentyfikowanej strukturze była grupa osób w przedziale wieku 40-60 (prawie 26% z ogółu). W przyjazdach jednodniowych zaznaczył się jedynie niewielki odsetek osób powyżej 60 roku życia (5,7% z ogółu)



Ryc. 20. Struktura wieku respondentów odwiedzających Bydgoszcz w 2012 r. - turyści i odwiedzający jednodniowi

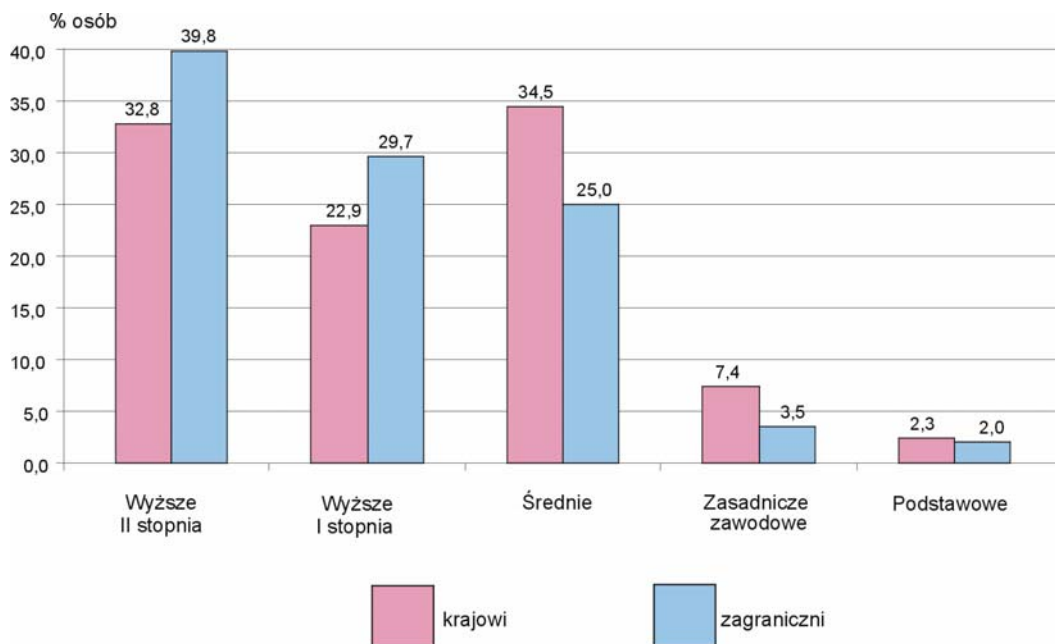
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Opierając się na deklaracjach respondentów można stwierdzić, że większość badanych osób posiadała wykształcenie wyższe (prawie 58% z ogółu ankietowanych). Poziom wykształcenia respondentów zagranicznych był wyraźnie wyższy. Wśród badanych mieszkańców Polski charakterystyczny był znaczny udział osób z wykształceniem średnim (34,5%) (por. rycina 21).

Stwierdzona na podstawie metryki respondenta struktura statusu zawodowego wskazuje na dominację osób aktywnych zawodowo (prawie 65%)¹⁰. Pewne różnice zauważa się porównując otrzymane struktury odpowiedzi dla odwiedzających krajowych i zagranicznych. W przypadku mieszkańców Polski poziom aktywności zawodowej był

¹⁰ Ludność aktywna zawodowo obejmuje: wszystkich pracujących zawodowo: osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy, pracodawców, pracujących na własny rachunek, osoby wykonujące pracę nakładczą, agentów, członków rolniczych spółdzielni produkcyjnych, duchownych pełniących obowiązki duszpasterskie, żołnierzy służby zasadniczej oraz bezrobotnych. Nie zalicza się: uczniów odbywających naukę zawodu, gospodyń domowych, osób żyjących wyłącznie z kapitału.

wyższy o 8 punktów procentowych (73,9% w relacji do ogółu; 66% – odwiedzający zagraniczni) (tab. 11).



Ryc. 21. Struktura wykształcenia respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Wśród ogółu badanych znaczne udziały posiadały następujące kategorie społeczno-zawodowe: 22,6% - średnia i wyższa kadra kierownicza lub specjaliści (łącznie dwie kategorie), 12,9% - inne zawody, 10,8% pracownicy administracyjno-biurowi, 9,2% - robotnicy wykwalifikowani/pracownicy sektora usług. Ponadto duże grupy tworzyli - emeryci/renciści i pracownicy nauki lub nauczyciele (po 8 %). W grupie krajowych odwiedzających występował znaczący udział młodzieży studiującej nie zamieszkałej na stałe w Bydgoszczy (20,9%). Najmniej liczne grupy stanowili rolnicy, bezrobotni i osoby zajmujące się domem.

Zarówno wśród badanych odwiedzających krajowych, jak i zagranicznych w strukturze ogółem wyraźnie zaznacza się przewaga udziału respondentów z grupy kadry kierowniczej (wyższego i średniego szczebla – rozpatrywanych łącznie), przy czym w grupie Polaków dominuje grupa „inne zawody” (22,2%), natomiast wśród obcokrajowców oprócz omówionej powyżej grupy zawodowej wysoki udział w badaniu posiadali studenci/uczniowie (19,9).

Respondenci podczas wywiadu kwestionariuszowego byli proszeni o ocenę posiadanego statusu materialnego. Jak wynika z analizy otrzymanych deklaracji większość odwiedzających (krajowych i zagranicznych) to osoby o średnim (50,3%) i wysokim statusie materialnym (45,5%).

Tabela 11. Struktura respondentów według statusu zawodowego

Kategoria społeczno-zawodowa	Ogółem	respondenci krajowi	respondenci zagraniczni
	%		
uczeń / student	20,9	13,2	19,9
inne zawody	12,9	22,2	14,1
kadra kierownicza średniego i niższego szczebla	11,4	9,7	11,2
wyższa kadra kierownicza lub specjalista	11,2	17,9	12,1
pracownik administracyjno-biurowy	10,8	7,0	10,3
robotnik wykwalifikowany / pracownik sektora usług	9,2	10,5	9,4
emeryt / rencista	8,4	7,8	8,3
pracownik nauki lub nauczyciel	8,3	6,2	8,0
zajmują się domem	4,3	3,9	4,2
bezrobotny	1,6	1,2	1,6
rolnik	1,0	0,4	0,9
RAZEM	100	100,0	100,0

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

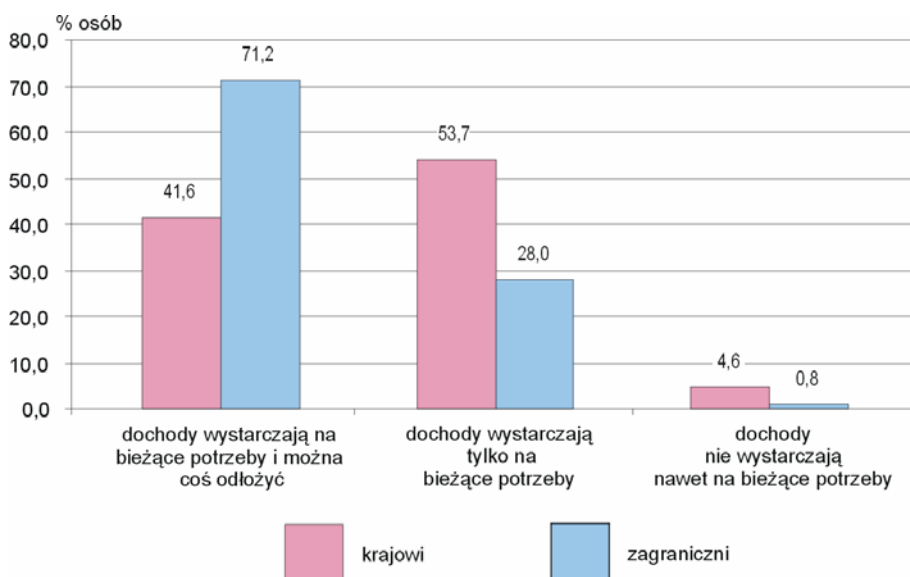
Rozkład uzyskanych ocen różnił się w zależności od rozpatrywanej kategorii przyjazdów (turystyczne, jednodniowe) i podziału na odwiedzających krajowych i zagranicznych (tabela 12, ryc. 22). W grupie turystów przeważały osoby oceniające swój status materialny jako wysoki (49,5%), natomiast wśród respondentów przyjeżdżających na jeden dzień (wyjazdy beznoclegowe) wyraźnie dominowały oceny średnie (62,4%).

W grupie odwiedzających Bydgoszcz obcokrajowców dominowały oceny wskazujące na posiadanie co najmniej dobrej lub bardzo dobrej sytuacji materialnej (71,2%), natomiast wśród odwiedzających krajowych obserwowano sytuację odwrotną (ponad połowę z tej grupy stanowili respondenci oceniające swoją sytuacją materialną na poziomie średnim – 53,2%).

Tabela 12. Struktura badanych odwiedzających (turystów i jednodniowych według samooceny statusu materialnego

Ocena statusu materialnego	Ogółem	turyści	odwiedzający jednodniowi	ogółem	turyści	odwiedzający jednodniowi
	l.bezw.	l.bezw.	l.bezw.	w%		
dochody wystarczają na bieżące potrzeby i można odłożyć*	884	721	161	45,5	49,5	33,1
dochody wystarczają tylko na bieżące potrzeby	979	678	304	50,3	46,5	62,4
dochody nie wystarczają nawet na bieżące potrzeby	81	58	22	4,1	4,0	4,5
	1944	1457	487	100,0	100,0	100,0

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



Ryc. 22. Samoocena sytuacji materialnej w grupie badanych respondentów
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.2.3. Częstotliwość wizyt w Bydgoszczy, miejsce docelowe/etapowe i planowana długość pobytu

W gronie ankietowanych prawie 32% (ponad $\frac{1}{2}$ obcokrajowców i nieco ponad 28% Polaków) nigdy wcześniej nie odwiedziło Bydgoszczy (tab. 13). Miasto dla zdecydowanej większości respondentów było docelowym miejscem podróży (84,1% ogółu), przy czym dla Polaków nieco częściej – 85,5% (obcokrajowcy – 74,8% a więc też nieco częściej Bydgoszcz była dla tej grupy miejscem etapowym podróży).

W całej grupie ankietowanych stwierdzono częstotliwość wizyt na poziomie średnim¹¹ (45,3% odwiedzających miasto stwierdziło, że w ciągu roku do Bydgoszczy przyjeżdża „kilka razy w roku” lub „raz w miesiącu”. Nieco ponad $\frac{1}{4}$ badanych zadeklarowała jednak wysoką częstotliwość wizyt - „raz lub kilka razy w tygodniu” oraz „kilka razy w miesiącu”(por. ryc. 23.).

Dla zdecydowanej większości odwiedzających krajowych była to kolejna wizyta w Bydgoszczy (taką sytuację zadeklarowało prawie 71,5% z ogółu badanych). Częstotliwość przyjazdów do miasta w grupie Polaków można ocenić jako średnią (47% odwiedzających krajowych najczęściej wskazywało przyjazdy „raz w miesiącu” i „kilka razy w roku”) i jednocześnie znacznie wyższą od stwierdzonej w grupie respondentów zagranicznych (w tym przypadku stwierdzono częstotliwość na poziomie niskim).

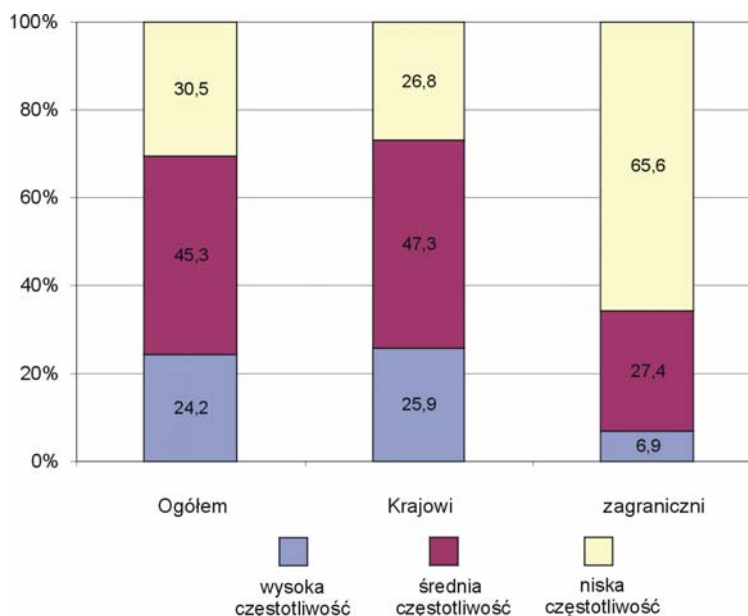
¹¹ Ocenę otrzymano poprzez interpretację zsumowanych odpowiedzi dla wyróżnionych kategorii, wyjaśnienie procedury zawiera legenda ryciny 23

Tabela. 13. Częstotliwość przyjazdów respondentów do Bydgoszczy

Kategorie	ogółem	krajowi	zagraniczni
Częstotliwość przyjazdów [raz lub kilka razy w tygodniu]	9,9	10,8	0,8
Częstotliwość przyjazdów [kilka razy w miesiącu]	14,3	15,1	6,1
Częstotliwość przyjazdów [raz w miesiącu]	11,3	12,0	5,3
Częstotliwość przyjazdów [kilka razy w roku]	34,0	35,3	22,1
Częstotliwość przyjazdów [raz w roku]	14,9	13,7	26,7
Częstotliwość przyjazdów [raz na kilka lat lub rzadziej]	15,6	13,1	38,9
Pierwszy przyjazd	31,1	28,1	51,5
Kolejny przyjazd	68,4	71,5	48,1
Bydgoszcz - miejsce docelowe podróży	84,1	85,8	74,8
Bydgoszcz - etap podróży	15,5	14,1	24,8

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

Interesująca jest sytuacja w grupie obcokrajowców. Prawie połowa osób z tej grupy deklaruwała, że jest to kolejny przyjazd do miasta a 48,8% odwiedza Bydgoszcz „kilka razy” lub „raz w roku”. Pogłębiona analiza materiału wykazała, że prawie 70% osób z grupy osób „regularnie” odwiedzających Bydgoszcz były to osoby należące do następujących kategorii zawodowych: wyższej, średniej lub niskiej kadry kierowniczej oraz specjalistów, pracowników innych zawodów, emerytów i pracowników naukowych lub nauczycieli (44% z tej podgrupy stanowiły osoby posiadające status zawodowy kadry kierowniczej i specjalistów).



Ryc. 23. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy

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

Z punktu widzenia korzyści dla obszaru recepcyjnego oprócz liczby przyjazdów istotne znaczenie posiada również długość pobytu (liczba noclegów realizowanych przez gości), która z reguły wiąże się z poziomem wydatkowanych kwot na lokalnym rynku. W tym miejscu ponownie warto podkreślić, że wśród ogółu badanych przeważali turyści (75%) (por. tab. 14), a co ważne spędzający w Bydgoszczy więcej niż jedną noc (72,5% - w tym: w grupie Polaków 67,9%, w grupie obcokrajowców 95%¹²) (por. tab. 15). Analiza planowanej długości pobytu na podstawie tabeli 14 wykazuje duże różnice w odpowiedziach odwiedzających krajowych i zagranicznych. Wśród obcokrajowców zdecydowanie przeważały pobyty dłuższe (na więcej nocy” - 93%). W grupie odwiedzających z kraju -co prawda również stwierdzono dominację „pobytów dłuższych” (49,1%)- jednak zdecydowanie więcej było pobytów „na jedną noc” (obserwowany odsetek pobytów tego typu przewyższał kilkakrotnie poziom stwierdzony w grupie turystów zagranicznych).

Tabela. 14. Planowana długość pobytu respondentów w Bydgoszczy

Wyszczególnienie	Odwiedzający		
	Ogółem	krajowi	zagraniczni
	w %		
do 3 godzin	5,3	5,9	1,1
do 6 godzin	9,6	10,9	1,1
1 dzień bez noclegu	9,7	11,1	0,7
1 noc	20,5	23,0	4,1
więcej nocy	54,8	49,1	93,0
RAZEM	100,0	100,0	100,0

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

Ze względu na odnośnienie się do grupy ogółem oraz brane pod uwagę kategorie odpowiedzi struktura przedstawiona w tabeli 14 w sposób precyzyjny nie oddaje struktury długości trwania pobytu turystów i odwiedzających jednodniowych (warto w tym miejscu dodać, że przyjazdy jednodniowe stwierdzono głównie wśród odwiedzających Bydgoszcz mieszkańców Polski, natomiast tylko niecałe 3% w grupie obcokrajowców). Na podstawie dodatkowych analiz statystycznych można stwierdzić, że osoby deklarujące przyjazdy krótkie (beznoclegowe) najczęściej pozostawały w Bydgoszczy przez cały dzień (39,8% odpowiedzi) lub do 6 godzin (zbliżony poziom wskazań - 38,9 %).

¹² Uwaga: dane w tabeli 14 pokazują odsetki odpowiedzi w strukturze dla ogółu respondentów, tj. bez podziału na turystów i odwiedzających jednodniowych

Strukturę planowanej długości pobytu turystów krajowych i zagranicznych przedstawiono w tabeli 15. Najczęściej turyści realizowali od 2 do 3 noclegów (39,8% wskazań z ogółu). Pobytu tej długości dominowały w obu rozpatrywanych grupach, przy czym turyści krajowi realizowali je znacznie częściej (stwierdzono poziom wyższy o 11%). Wśród wyjazdów turystycznych coraz ważniejszego znaczenia (ze względu na tendencje do obniżania kosztów) nabierają wyjazdy połączone tylko z 1 noclegiem. W przypadku badań rynku bydgoskiego tego typu pobyty posiadały drugi co do wielkości udział w przyjazdach turystów ogółem (27,6%). W grupie turystów krajowych przyjazdy na 1 noc stanowiły drugą co do wielkości grupę (32,1%), natomiast obcokrajowcy wyraźnie częściej pozostawali dłużej. Reasumując, na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić że turyści obcokrajowcy pozostawali w Bydgoszczy znacznie dłużej (dla porównania: w grupie turystów krajowych przyjazdy na 1 noc oraz od 2 do 3 nocy dominowały w całej strukturze – łącznie było ich prawie 74%, natomiast w grupie turystów zagranicznych - 35,6%).

Tabela. 15. Planowana długość pobytu turystów krajowych i zagranicznych deklarujących co najmniej jeden nocleg w Bydgoszczy

Wyszczególnienie	Ogółem	krajowi	Zagraniczni
	w %		
1 noc	27,6	32,1	4,8
2-3 noce	39,8	41,7	30,8
4-5 nocy	15,9	14,4	23,2
6-7 nocy	7,9	6,0	18,0
8-14 nocy	5,9	4,3	13,6
>14 nocy	3,0	1,5	9,6

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

3.3. Organizacja podróży i charakterystyka pobytu w Bydgoszczy

3.3.1. Źródła informacji o mieście

Z punktu widzenia oceny działań promocyjnych miasta, jak również charakterystyki zachowań turystów i odwiedzających jednodniowych ważne znaczenie posiada analiza źródeł informacji wykorzystywanych przed przyjazdem. Badaniu poddano wykorzystanie źródeł informacji o możliwościach recepcyjnych (baza noclegowa) i o mieście Bydgoszczy.

Przyjęcie powyższego założenia determinowało wybór konkretnych grup respondentów podlegających wnioskowaniu. W pierwszym przypadku materiał źródłowy pochodził wyłącznie do turystów (tj. nocujących w Bydgoszczy), w drugim zaś od ogółu badanych (odwiedzających jednodniowych i turystów).

Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej

Analiza udzielonych odpowiedzi pozwala stwierdzić, że przed przyjazdem do Bydgoszczy prawie połowa badanych turystów nie poszukiwała informacji na temat dostępności bazy noclegowej. Tego typu zachowanie determinowała realizacja noclegów u „krewnych lub znajomych”. W grupie turystów krajowych odsetek osób wskazujących brak aktywności z tego powodu wyniósł 47,1%. Interesujący jest fakt, że w podobnym tonie wypowiadali się turyści zagraniczni (ponad $\frac{1}{3}$ z ogółu) (jak jednak już wcześniej stwierdzono, część osób zaliczana do grupy odwiedzających zagranicznych były to osoby narodowości polskiej, aktualnie – jak deklarowali – na stałe zamieszkujące poza granicami naszego kraju – w sposób pośredni może tłumaczyć to uzyskane wyniki). (por. tab. 16 i ryc. 24).

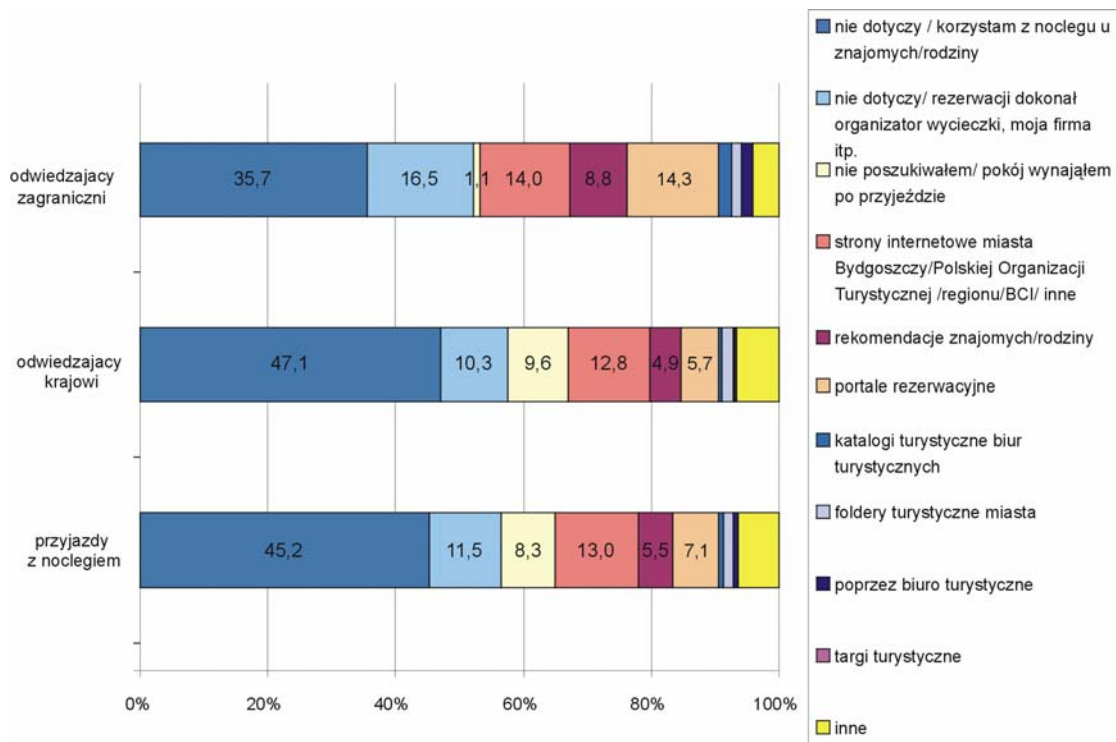
Warto zauważyć, że obserwowane zachowanie pogłębia się w przypadku uwzględnienia informacji o „dokonaniu rezerwacji przez organizatora wycieczki, wyjazdu, firmę itp.”. Oznacza to, że w grupie turystów ponad połowa (prawie 57%) nie poszukiwała informacji o bazie recepcyjnej. Ponadto, brak zainteresowania poszukiwaniem informacji o mieście stwierdzono również w grupie osób, które zakupu usługi noclegowej dokonywały po przyjeździe (8,2% z ogółu).

Tabela 16. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej według wybranych kategorii przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem przyjazdy z noclegiem	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
nie dotyczy / korzystam z noclegu u znajomych/rodziny	45,2	47,1	35,7
nie dotyczy/ rezerwacji dokonał organizator wycieczki, moja firma itp.	11,4	10,3	16,5
nie poszukiwałem/ pokój wynająłem po przyjeździe	8,2	9,6	1,1
strony internetowe miasta Bydgoszczy /Polskiej Organizacji Turystycznej /regionu/ inne	13,0	12,8	14,0
rekomendacje znajomych/rodziny	5,5	4,9	8,8
portale rezerwacyjne	7,2	5,7	14,3
katalogi turystyczne biur turystycznych	0,9	0,7	2,2
foldery turystyczne miasta	1,6	1,6	1,5
poprzez biuro turystyczne	0,7	0,4	1,8
targi turystyczne	0,1	0,1	0,0
inne	6,3	6,7	4,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W grupie respondentów poszukujących informacji o bazie noclegowej Bydgoszczy podstawowym źródłem informacji o możliwościach recepcyjnych był Internet. „Strony internetowe miasta Bydgoszczy/Polskiej Organizacji Turystycznej /regionu/ BCI / inne” wskazało 36,9% z ogółu osób w tej podgrupie, natomiast „portale rezerwacyjne” – 20,3%.



Rycina 24. Wykorzystywane przed przyjazdem źródła informacji o bazie noclegowej Bydgoszczy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Oznacza to, że w całej uzyskanej strukturze wypowiedzi źródła internetowe wykorzystano 57,2% badanych. Kolejnym, ważnym dla respondentów źródłem informacji o bydgoskiej bazie recepcyjnej okazały się kanały nieformalne, tj. „rekomendacje znajomych lub rodziny” (prawie 16% z ogółu wskazań w podgrupie). Mniejsze znaczenie posiadały „foldery turystyczne miasta” (4,6%) i pozostałe źródła (tab. 17).

Wykorzystanie źródeł informacji o bazie noclegowej miasta Bydgoszczy w sposób nieznaczny różniło się wśród turystów krajowych i zagranicznych. Można uznać, że strony internetowe dla obu grup były podstawowym źródłem informacji. Jednak polscy turyści korzystali z zasobów Internetu trochę częściej (38,9% z ogółu wskazań) niż zagraniczni (29,9%), rzadziej sięgając przy tym po możliwości oferowane przez portale rezerwacyjne (turyści zagraniczni – 30,7%). Większe znaczenie dla turystów zagranicznych miały „biura turystyczne” oraz ich „katalogi”. Polacy natomiast wyraźnie częściej korzystali z folderów promocyjnych wydawanych przez miasto.

Tabela 17. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej według wybranych kategorii przyjazdów”

Wyszczególnienie	z noclegiem	krajowi	zagraniczni
	w %		
strony internetowe miasta Bydgoszczy/Polskiej Organizacji Turystycznej /regionu/ BCI/ inne	37,0	38,9	29,9
rekomendacje znajomych/rodziny	15,8	14,8	18,9
portale rezerwacyjne	20,3	17,3	30,7
katalogi turystyczne biur turystycznych	2,3	2,0	4,7
foldery turystyczne miasta	4,5	5,0	3,1
poprzez biuro turystyczne	2,0	1,4	3,9
targi turystyczne	0,2	0,2	0,0
inne	18,0	20,5	8,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych
 Uwagi: (po uwzględnieniu procedury agregacji danych – odsyłacz 13)

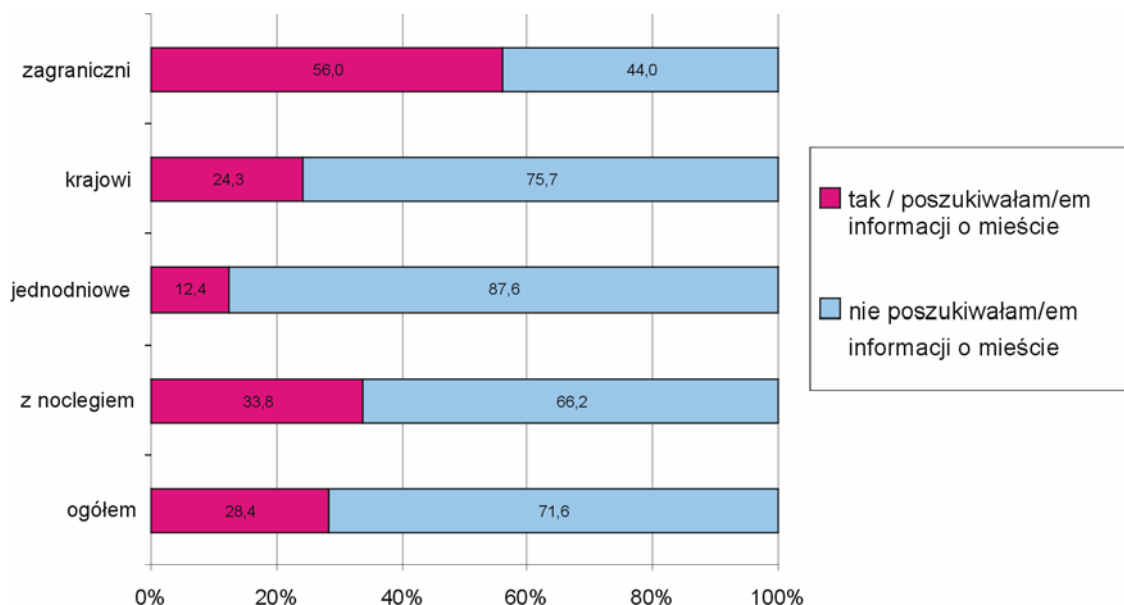
Wykorzystywane źródła informacji o mieście Bydgoszczy

Analiza materiałów źródłowych pozwala jednoznacznie stwierdzić stosunkowo niewielki poziom zainteresowania odwiedzających informacjami na temat miasta (tab. 18, ryc. 25). Jak wynika z zestawienia otrzymanych wypowiedzi, przez przyjazdem do Bydgoszczy jedynie 28,4% respondentów poszukiwało informacji o mieście. Przy czym, istotne różnice występują podczas porównywania struktur uzyskanych dla wydzielonych kategorii przyjazdów. Osoby realizujące przyjazdy połączone z noclegiem znacznie częściej poszukiwały informacji aniżeli realizujące przyjazdy krótkie (beznoclegowe) (w tej kategorii przyjazdów stwierdzono najniższy procent respondentów deklarujących aktywność w badanym zakresie – 12,4%). W grupie obcokrajowców stwierdzono znacznie większą aktywność (najwyższy poziom wśród analizowanych kategorii) aniżeli wśród odwiedzających krajowych (co jest w tym przypadku naturalne zważywszy, że prawie połowa z obcokrajowców deklarowała swój pierwszy pobyt w Bydgoszczy).

Tabela 18. Aktywność respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy

Wyszczególnienie	ogółem	przejazdy z noclegiem	przejazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
	w %				
tak/poszukiwałam/em informacji o mieście	28,4	33,8	12,4	24,3	56,0
nie poszukiwałam/em informacji o mieście	71,6	66,2	87,6	75,7	44,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 25. Poziom aktywności respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

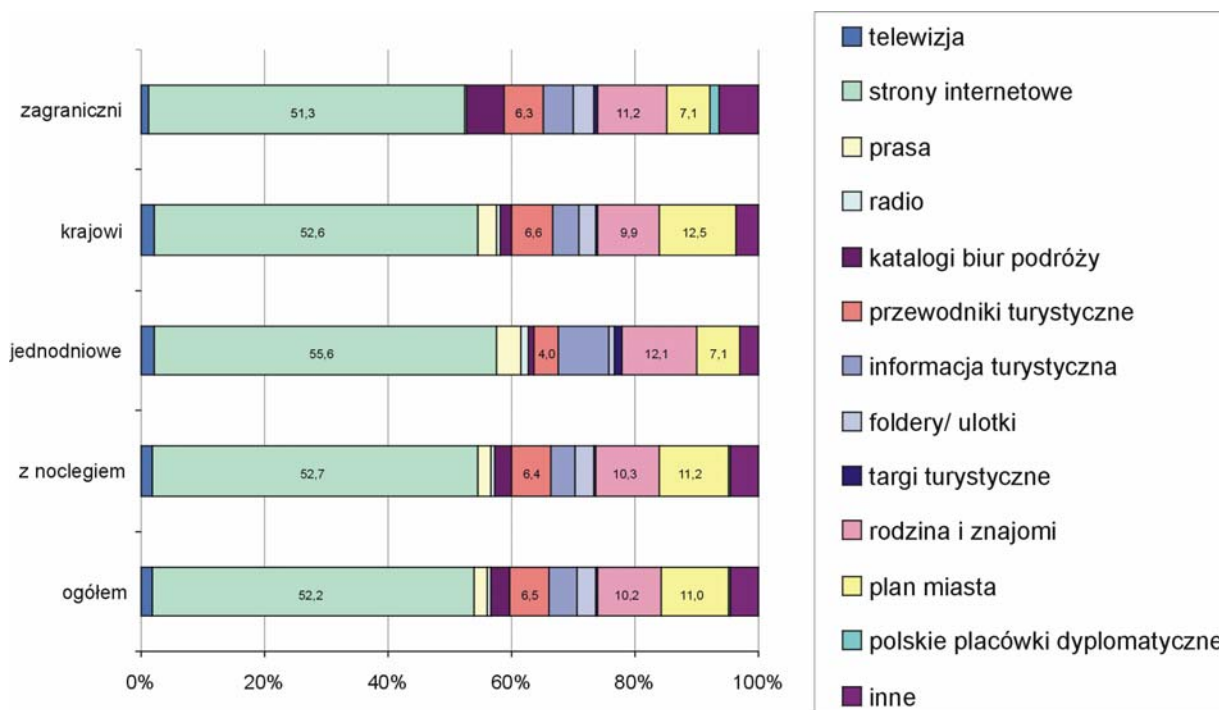
Głównym źródłem informacji o mieście Bydgoszczy (bez względu na długość pobytów oraz pochodzenie ankietowanych) okazały się media (tj. prasa, radio, telewizja i internet), które łącznie stanowiły prawie 57% z ogółu wskazań. Wśród nich szczególne znaczenie ma współcześnie najbardziej popularne źródło informacji – internet (52,2%), z którego równie często korzystali odwiedzający jednodniowi, jak i turyści oraz cudzoziemcy i odwiedzający krajowi. Praktycznie takie samo znaczenie dla ogółu respondentów (uzyskany poziom w granicach błędu statystycznego) posiadały tzw. kanały nieformalne („znajomi/rodzina” 10,2%) oraz klasyczne źródło informacji, jakim jest „plan miasta” (11%) (tab. 19, ryc. 26).

Tabela 19. Źródła informacji o Bydgoszczy wykorzystywane przez respondentów przed przyjazdem

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
	w%				
telewizja	1,8	1,8	2,0	2,0	1,1
strony internetowe	52,2	52,7	55,6	52,6	51,3
prasa	2,2	2,1	4,0	3,0	0,0
radio	0,6	0,6	1,0	0,7	0,4
katalogi biur podróży	2,9	2,7	1,0	1,7	5,9
przewodniki turystyczne	6,5	6,4	4,0	6,6	6,3
informacja turystyczna	4,4	4,1	8,1	4,3	4,8
foldery/ ulotki	3,0	3,0	1,0	2,9	3,3
targi turystyczne	0,3	0,3	1,0	0,1	0,7
rodzina i znajomi	10,2	10,3	12,1	9,9	11,2
plan miasta	11,0	11,2	7,1	12,5	7,1
polskie placówki dyplomatyczne	0,4	0,3	0,0	0,0	1,5
inne	4,4	4,5	3,0	3,7	6,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Słabo wykorzystywane przez respondentów były fachowe opracowania, takie jak przewodniki (6,5%) i materiały promocyjne (foldery i ulotki - 3%). Jak wynika z wypowiedzi respondentów w okresie przed przyjazdem rzadko poszukiwali również informacji korzystając z usług funkcjonującego w Bydgoszczy punktu informacji turystycznej (ok. 4,4%). Informacje o Bydgoszczy sporadycznie zdobywano korzystając z katalogów biur podróży (2,9%) oraz podczas targów turystycznych (zaledwie 0,3%).



Rycina 26. Wykorzystywane przed przyjazdem do Bydgoszczy źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Zasadniczo niewielkie różnice stwierdzono w odniesieniu do wydzielonych kategorii kategorii przyjazdów. Dla przykładu: w grupie przyjazdów jednodniowych wyraźnie częściej aniżeli w przypadku połączonych z noclegami charakterystyczne było poszukiwanie informacji z wykorzystaniem usług biura informacji (odpowiednio 8,1%, 4,1%). Informacje o mieście zawarte w katalogach biur podróży częściej wykorzystywali obcokrajowcy niż odwiedzający krajowi (odpowiednio 5,9%, 1,7%). Z kolei z „planu miasta” jako źródła informacji o Bydgoszczy nieco częściej korzystali podróżni krajowi (12,5%, 7,1).

3.3.2. Organizator przyjazdu

Organizatorami zdecydowanej większości przyjazdów do Bydgoszczy w badanym okresie byli sami respondenci (ponad 74%). Organizację indywidualną deklarowało prawie 71% turystów i prawie 85% odwiedzających jednodniowych. Przyjazdy organizowane przez „zakład pracy/firmę” stanowiły drugą co do wielkości grupę (10,9% z ogółu). Generalnie niewielki udział (nieco ponad 6% ogółu) miały przyjazdy zorganizowane przez rodzinę (4,2%) lub znajomych (w przypadku potraktowania tych dwóch ostatnich grup łącznie stanowiłyby one trzecią pod względem znaczenia grupę wskazań). W relacji do ogółu uzyskanych wypowiedzi niewielkie znaczenie w całej strukturze miały przyjazdy respondentów organizowane przez „biura podróży” (1,5%) oraz szkoły/uczelnie (0,9%) (tab. 20, ryc.27).

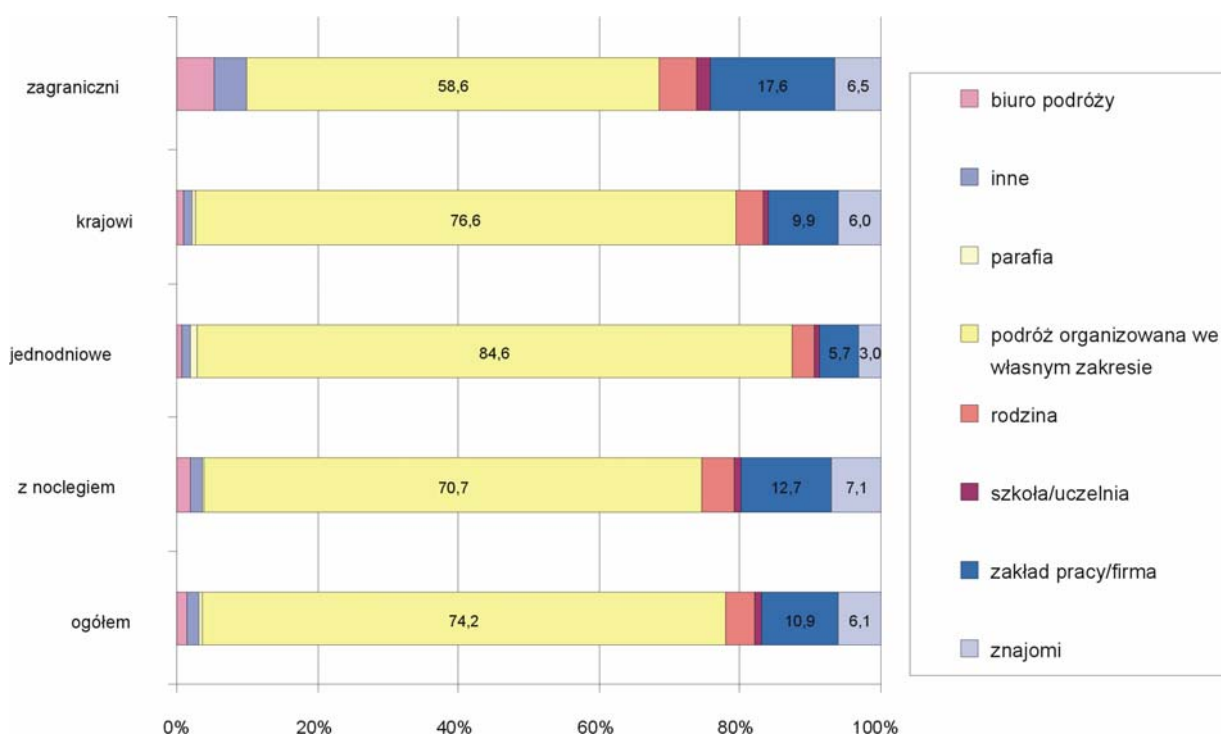
Tabela 20. Organizacja przyjazdów do Bydgoszczy (w %)

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
biuro podróży	1,5	1,8	0,6	0,9	5,4
inne	1,7	1,8	1,4	1,3	4,6
parafia	0,5	0,3	0,8	0,5	0,0
podróż organizowana we własnym zakresie	74,2	70,7	84,6	76,6	58,6
rodzina	4,2	4,6	3,0	4,0	5,4
szkoła/uczelnia	0,9	0,9	0,8	0,8	1,9
zakład pracy/firma	10,9	12,7	5,7	9,9	17,6
znajomi	6,1	7,1	3,0	6,0	6,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Pogłębiona analiza materiału statystycznego pozwala na identyfikację pewnych różnic na podstawie porównania struktur wypowiedzi otrzymanych dla grup odwiedzających krajowych i zagranicznych oraz pobytów krótkich i długookresowych. Jak wynika z otrzymanych wartości wyraźnie częściej organizatorem przyjazdów połączonych

z noclegami były „zakłady pracy/firmy” (12,7% w relacji do niecałych 6% stwierdzonych w grupie przyjazdów jednodniowych) oraz „znajomi/rodzina” (11,7% w relacji do 6% w grupie wyjazdów jednodniowych). „Zakłady pracy/firmy” oraz „biura podróży” częściej były również wskazywane jako główni organizatorzy przyjazdów w grupie odwiedzających zagranicznych (odpowiednio: 17,6% i 9,9% w grupie odwiedzających krajowych; 5,4% i 0,9%).



Rycina 27. Organizacja przyjazdów w grupie badanych respondentów według wydzielonych grup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.3.3. Cele przyjazdu

Zgodnie z definicją UNWTO uczestnikiem ruchu turystycznego jest odwiedzający, czyli każda osoba podróżująca do miejsca położonego poza jej zwykłym otoczeniem na okres krótszy niż 12 miesięcy (nierezydent), której główny cel podróży jest inny niż wykonywanie działalności wynagradzanej ze środków pochodzących z odwiedzanego miejsca. Cele wizyty (pobytu lub podróży) ujmuje się 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.

Turystyka stanowi więc 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. Takie właśnie syntetyzujące ujęcie stosowane jest w badaniach aktywności turystycznej wykonywanych przez Instytut Turystyki w Warszawie (cele wyjazdów opisywane są następująco: cel turystyczno-wypoczynkowy, odwiedziny krewnych i znajomych, służbowy i inne).

W narzędziu badawczym (kwestionariusz ankiety dla BRT2012) w formie zasadniczo niezmienionej ujęto wszystkie cele z listy sugerowanych przez metodologię UE, a ponadto dodano kilka innych, zdaniem ekspertów ważnych celów towarzyszących. Stąd w ankiecie między innymi znalazły się pytania o: przyjazdy w „celach rekreacyjnych (wypoczynek, rozrywka w mieście)”, „uczestnictwo w imprezach, wydarzeniach”, czy też „zakupy”. W ankiecie dano również respondentom możliwość zaznaczenie kategorii odpowiedzi, które mogą sugerować przyjazdy o charakterze incydentalnym (zamierzonym lub nie) - „tranzyt”.

Możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi uwypukliła znaczenie głównych celów przyjazdów do Bydgoszczy – łącznie przeanalizowano 3642 odpowiedzi (współczesny turysta realizuje najczęściej kilka różnych celów – jest to zjawisko związane z polimotywacyjnością zachowań „turystyczno-rekreacyjnych” – polimotywacyjność wyboru zarówno formy, jak i miejsca recepcji) (tab. 21. ryc. 28).

Po wykonaniu analiz miejsc pochodzenia respondentów (rozdział 3.2.1.) oraz zestawieniu wszystkich udzielonych wypowiedzi określających cele przyjazdów nie dziwi fakt, że najczęściej wskazywanymi celami w badanej grupie były „odwiedziny krewnych i znajomych” (23,8%) i „cel rekreacyjny” (wypoczynek, rozrywka w mieście” - 23,1%). Ważna z punktu widzenia rozwoju funkcji turystycznej miasta Bydgoszczy, jest identyfikacja wśród ogółu celów realizacji *celu „stricte turystycznego”* (wakacje, podróż turystyczna). Jak wynika z otrzymanych wyników przyjazdy turystyczne wskazała prawie $\frac{1}{5}$ ankietowanych (17,5%). W grupie badanych (ogółem) pokaźną grupę stanowiły także osoby deklarujące realizację celów służbowych („sprawy zawodowe, interesy; udział w konferencji, szkoleniu itp.” - 11,1%). Nieco ponad 5% badanych wśród głównych celów przyjazdu do Bydgoszczy wskazało „zakupy” a 3,4% „uczestnictwo w imprezach wydarzeniach (kulturalnych, sportowych)”. Jeszcze mniejszy udział w strukturze głównych celów przyjazdu miały cele zdrowotne (2,1,%) i religijne (1,7%). Prawie co dziesiąty respondent wskazał „inny cel” a przyjazdy 1,7% ogółu badanych miały charakter incydentalny (lub przypadkowy - tranzyt).

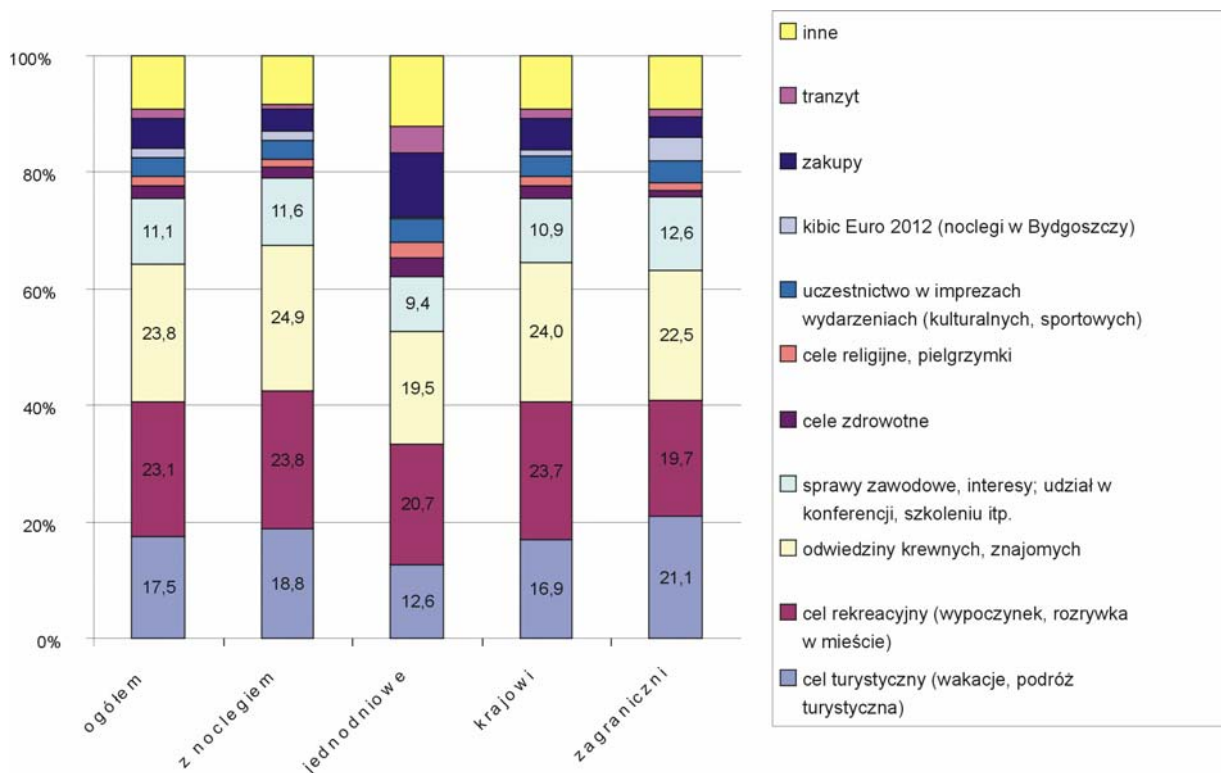
Tabela 21. Cele przyjazdów do Bydgoszczy (w %) – odwiedzający ogółem

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
	w %				
cel turystyczny (wakacje, podróż turystyczna)	17,5	18,8	12,6	16,9	21,1
cel rekreacyjny (wypoczynek, rozrywka w mieście)	23,1	23,8	20,7	23,7	19,7
odwiedziny krewnych, znajomych	23,8	24,9	19,5	24,0	22,5
sprawy zawodowe, interesy; udział w konferencji, szkoleniu itp.	11,1	11,6	9,4	10,9	12,6
cele zdrowotne	2,1	1,8	3,1	2,2	1,0
cele religijne, pielgrzymki	1,7	1,4	2,7	1,7	1,2
uczestnictwo w imprezach wydarzeniach (kulturalnych, sportowych)	3,4	3,2	4,0	3,3	3,9
kibic Euro 2012 (noclegi w Bydgoszczy)	1,4	1,7	0,4	1,0	4,1
zakupy	5,2	3,8	10,8	5,5	3,4
tranzyt	1,6	0,8	4,7	1,6	1,4
inne	9,1	8,3	12,1	9,1	9,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Zidentyfikowana i opisana powyżej struktura dla ogółu badanych różni się w pewnych przypadkach od struktur otrzymanych dla wydzielonych kategorii przyjazdów. Na przykład - wyraźne różnice zaobserwowano porównując struktury odpowiedzi dla przyjazdów turystów (z noclegiem) i krótkoterminowych (jednodniowych). „Cel turystyczny” wyraźnie częściej wskazywano w grupie osób nocujących (18,8% z tej grupy), aniżeli wśród odwiedzających jednodniowych (12,6%). Częściej występującym celem wśród respondentów korzystających z bazy noclegowej w relacji do odwiedzających jednodniowych były „odwiedziny krewnych lub znajomych” (odpowiednio 24,9% i 19,5%). Natomiast celem rzadziej występującym wśród turystów były „zakupy”.

Analizując informacje uzyskane od obcokrajowców i odwiedzających krajowych zauważa się, że ci pierwsi częściej realizowali „cel turystyczny” (odpowiednio 21,1% i 16,9%), natomiast rzadziej wskazywali „cel rekreacyjny” (19,7% w relacji do 23,7% stwierdzonych w grupie odwiedzających krajowych).



Rycina 28. Cele przyjazdów do Bydgoszczy według wydzielonych grup odwiedzających
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Z poznawczego punktu widzenia interesujące jest zestawienie relacji jakie zachodzą pomiędzy wyborem „*celu stricte turystycznego*” z innymi celami realizowanymi podczas przyjazdów (por. tab. 22, 23)

W grupie przyjazdów odwiedzających krajowych cel turystyczny („wakacje, podróż turystyczna”) łączono najczęściej z celem rekreacyjnym („wypoczynek, rozrywka w mieście” oraz „odwiedziny krewnych lub znajomych”). Ważnym celem dla badanych były również „zakupy”. Sporadycznie badani deklarowali natomiast cele służbowe („sprawy zawodowe, interesy, udział w konferencjach, szkoleniu itp.”) oraz „zdrowotne” i „uczestnictwo w imprezach i wydarzeniach kulturalnych, sportowych itp.”).

„Odwiedziny krewnych i znajomych” (wskazywany jako cel dominujący) łączono przeważnie z celem rekreacyjnym (wypoczynek, rozrywka w mieście), następnie *stricte turystycznym* (wakacje, podróż turystyczna). Ponadto cel ten łączono dość często z „zakupami” i „uczestnictwem w imprezach i wydarzeniach”.

W związku z przyjazdem do Bydgoszczy duża część respondentów wskazywała jako cel dominujący wypoczynek i rekreację („wypoczynek, rozrywka w mieście”). Najczęściej, osoby te realizowały go łącznie z „odwiedziny krewnych lub znajomych”, a także celem turystycznym („wakacje, podróż turystyczna”) oraz „zakupami”.

Tabela 22. Cele przyjazdów odwiedzających krajowych (agregacja według wybranego celu głównego) (I. bezw.)

Wyszczególnienie	cel turystyczny	cel rekreacyjny	odwiedziny krewnych lub znajomych	sprawy zawodowe, interesy
cel turystyczny (wakacje, podróż turystyczna)	(532)	355	251	38
cel rekreacyjny (wypoczynek, rozrywka w mieście)	355	(745)	408	23
odwiedziny krewnych, znajomych	251	408	(755)	30
sprawy zawodowe, interesy; udział w konferencji, szkoleniu itp.	36	23	30	(344)
cele zdrowotne	17	28	15	1
cele religijne, pielgrzymki	2	6	25	6
uczestnictwo w imprezach wydarzeniach (kulturalnych, sportowych)	17	35	31	12
kibic Euro 2012 (noclegi w Bydgoszczy)	11	17	18	3
zakupy	67	90	88	13
tranzyt	13	13	7	4
inne	58	141	99	12

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Poziom dezagregacji struktury celów przyjazdu był zasadniczo odmienny w grupie przyjazdów o charakterze służbowym. W tym przypadku daje się zauważyć wyraźnie koncentrację na realizacji prawie wyłącznie jednego celu – służbowego (pozostałe cele co prawda występują, ale występujące dysproporcje są duże).

Tabela 23. Cele przyjazdów odwiedzających zagranicznych (agregacja według wybranego celu głównego) (I.bezw.)

Wyszczególnienie	cel turystyczny	cel rekreacyjny	odwiedziny krewnych lub znajomych	sprawy zawodowe, interesy
cel turystyczny (wakacje, podróż turystyczna)	(104)	59	43	9
cel rekreacyjny (wypoczynek, rozrywka w mieście)	59	(97)	55	4
odwiedziny krewnych, znajomych	43	55	(111)	6
sprawy zawodowe, interesy; udział w konferencji, szkoleniu itp.	9	4	4	(62)
cele zdrowotne	3	5	5	-
cele religijne, pielgrzymki	1	1	1	-
uczestnictwo w imprezach wydarzeniach (kulturalnych, sportowych)	7	7	7	2
kibic Euro 2012 (noclegi w Bydgoszczy)	6	7	7	1
zakupy	11	10	10	3
tranzyt	2	2	2	-
inne	11	26	10	10

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.3.4. Osoby towarzyszące

Tylko $\frac{1}{3}$ spośród badanych respondentów do Bydgoszczy przyjechała bez innych, towarzyszących osób (33,5% z ogółu). Pozostała, duża grupa (ponad 66 %) przybyła „w towarzystwie innych osób”, przy czym z „najbliższą rodziną” - 30,7% z ogółu a „z partnerem/partnerką/narzeczoną/narzeczoną” - 20,5%). Respondenci przyjeżdżający w towarzystwie osób „znajomych” stanowili 13,4% ogółu badanej grupy. Najmniej liczne okazały się przyjazdy w większych grupach („z wycieczką” – zaledwie 2%) (tab. 24, ryc. 29).

Przyjazdy w towarzystwie rodziny częściej występowały wśród odwiedzających z jednodniowych (36,3%) oraz obcokrajowców (36,9%). Z kolei przyjazdy w kręgu znajomych nieco częściej identyfikowano w grupie respondentów deklarujących przyjazdy połączone z noclegiem aniżeli „na jeden dzień” (13,9%, 11,8%) oraz w grupie odwiedzających z zagranicy. Grupę obcokrajowców wyróżnia znacznie większy odsetek przyjazdów realizowanych z grupą wycieczkową (6,6%).

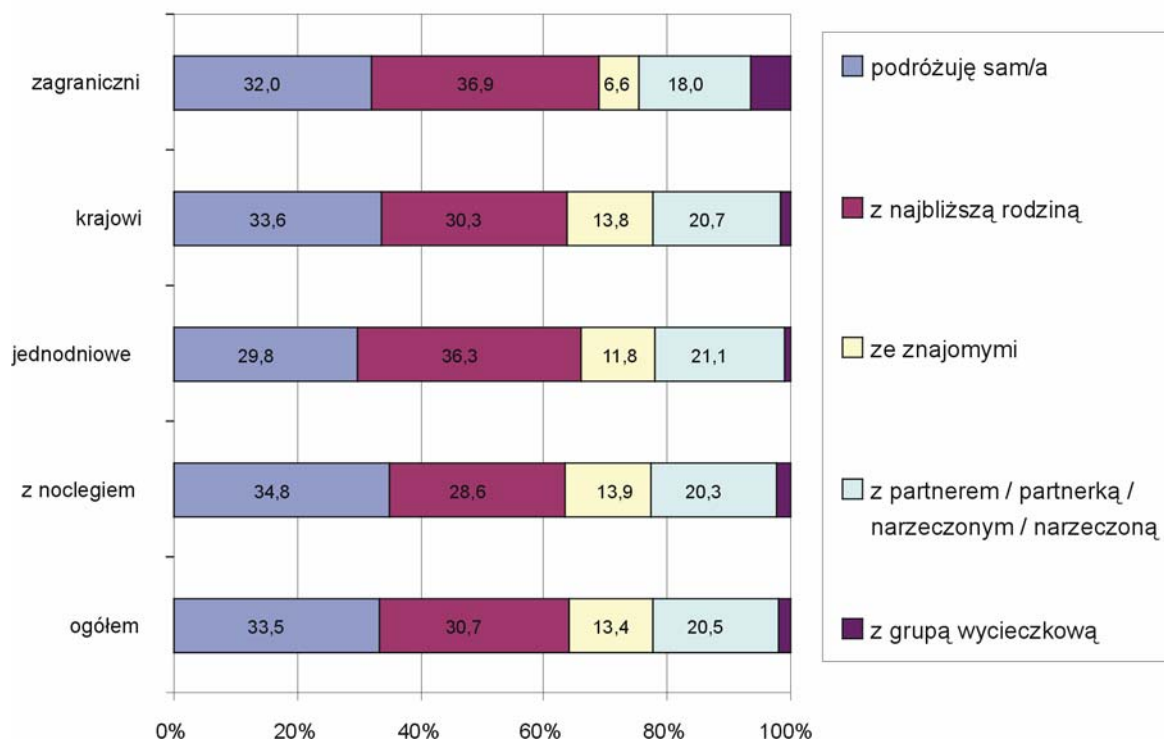
Pomimo braku pełnych danych (dość duża część respondentów nie udzieliła dokładnych odpowiedzi – najczęściej ich brak pojawiał się w pytaniu o liczbę znajomych towarzyszących w podróży lub liczbę osób w grupie wycieczkowej) można podjąć się charakterystyki struktury wielkościowej grup osób towarzyszących respondentom.

Zdecydowana przewaga stwierdzonych przyjazdów realizowanych w „towarzystwie najbliższej rodziny” zapewne wpłynęła na uzyskane wyniki charakteryzujące liczbę osób towarzyszących respondentowi. Pozyskane materiały pozwalają wnioskować, że najczęściej była to grupa składająca się z od 2 do 3 osób, przy czym największą liczbę wskazań uzyskano w kolejności dla 3 (190), 2 (147) i 4 osób towarzyszących z rodziny (121 wskazań). Dla 5 i 6 osób towarzyszących były to wskazania występujące sporadycznie.

Tabela 24. Osoby towarzyszące w podróży (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	Odwiedzający zagraniczni
podróżuję sam/a	33,5	34,8	29,8	33,6	32,0
z najbliższą rodziną	30,7	28,6	36,3	30,3	36,9
ze znajomymi	13,4	13,9	11,8	13,8	6,6
z partnerem / partnerką / narzeczoną / narzeczoną	20,5	20,3	21,1	20,7	18,0
z grupą wycieczkową	2,0	2,3	1,0	1,6	6,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 29. Osoby towarzyszące w podróży - według wydzielonych podgrup przyjazdów
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Istotne ustalenia pozwalające na opis i uszczegółowienie charakterystyki profilu turystów oraz w pewnej mierze na wykonanie szacunków liczby turystów i odwiedzających jednodniowych otrzymano analizując wypowiedzi respondentów charakteryzujące przyjazdy w „w towarzystwie partnera/partnerki/narzeczonego/narzeczonej”. Otrzymane wyniki wskazują, że mają one w relacji do całej badanej grupy duże znaczenie (agregacja materiału statystycznego wykazała 442 przyjazdy tego typu).

Powyższe ustalenie, pomimo zauważonych braków (nie wszyscy respondenci podawali liczbę osób towarzyszących) posłużyły w celu identyfikacji profilu i oszacowania liczby turystów w Bydgoszczy.

3.3.5. Wykorzystywane środki transportu

Osoby odwiedzające Bydgoszcz (turyści i odwiedzający jednodniowi) korzystały najczęściej z własnego samochodu (prawie 60%) oraz z usług kolei (20%) (w odniesieniu do tendencji krajowych ustalenia badań wykazują duże podobieństwo). Własny pojazd szczególnie preferowali odwiedzający jednodniowi (prawie 71%), a także zdecydowanie częściej odwiedzający krajowi (65,1%) niż obcokrajowców (24,5%). Pociąg – drugi co do znaczenia środek transportu w przyjazdach do Bydgoszczy- znacznie częściej wykorzystywali turyści (prawie 24%, odpowiednio w jednodniowych – 8,7%) i szczególnie odwiedzający krajowi (21,6%, odpowiednio wśród obcokrajowców – 9%) (por. tab. 25, ryc. 30).

Lokalizacja lotniska w Bydgoszczy wyraźnie wpłynęła na wykorzystanie samolotów w grupie obcokrajowców (ponad połowa z obcokrajowców, tj. 54,8% w celu przyjazdu do miasta wykorzystała ten środek transportu). Jak wynika z uzyskanych statystyk samolot w grupie przyjazdów dłuższych (z noclegiem) miał o wiele większe znaczenie niż w grupie przyjazdów beznoclegowych. W strukturze ogółem środków transportu zbliżony do samolotów poziom wykorzystania posiadały „autobusy linii regularnej” (7,1%).

Ponadto warto zauważyć niski poziom wskazań świadczących ruchu wycieczkowym (wykorzystywanie „autokarów biur podróży” - głównie obcokrajowcy).

Tabela 25. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
własny samochód	59,7	56,1	70,6	65,1	24,5
pociąg	20,0	23,8	8,7	21,6	9,2
samolot	7,8	10,2	0,6	0,6	54,8
autobus linii regularnej	7,1	5,2	12,9	7,7	3,4
autokar z biura podróży	1,9	2,1	1,2	1,5	4,6
pieszo	0,2	0,1	0,4	0,2	0,0
rower	0,9	0,1	3,4	1,0	0,0
transport wodny (np. kajak)	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
inny	2,4	2,5	2,2	2,3	3,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 30. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.3.6. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego

Podróżom w celach turystycznych i/lub wypoczynkowych towarzyszą różnorodne zajęcia, a skłonność do uczestnictwa w nich jest uzależniona od określonych, preferowanych wzorców spędzania czasu wolnego (wypoczynek, poznawanie, realizacja zamiłowań itp.). Aby poznać ogólną strukturę zachowań odwiedzających w kwestionariuszu ankiety umieszczono kafeterię odpowiedzi (respondent mógł wybrać więcej niż jedną odpowiedź).

Wypowiedzi uzyskane od respondentów pozwoliły na identyfikację struktury o dość dużym poziomie dezagregacji. Poprzedzając charakterystykę uzyskanych wyników warto dodać, że ze względu na umożliwienie podania kilku odpowiedzi analizie ostatecznie poddano 7586 wypowiedzi (w grupie odwiedzających krajowych – 6526, obcokrajowców – 1200).

Przeważały trzy sposoby spędzania czasu wolnego. Podczas pobytu w Bydgoszczy najczęściej (23,3%) realizowano „spotkania ze znajomymi” oraz „wizyty w muzeach” (ponad 17%). Istotne znaczenie miały również „spacery po mieście” (15,4%) (por. tab. 26, ryc. 31).

W grupie zachowań rekreacyjnych istotne znacznie posiadała również „rozrywka w mieście” (12,5%) oraz spędzanie czasu (zapewne w towarzystwie innych osób) w „restauracjach, kawiarniach” (10,4%).

Co szczególnie ciekawe – i charakterystyczne dla ogółu badanych – wśród rozpatrywanych sposobów i form spędzania czasu ważniejsze znacznie w strukturze wypowiedzi uzyskało „poznawanie okolicznych miejscowości” (8,4%), aniżeli „poznawanie i zwiedzanie” miasta (3,6). Spędzanie czasu wolnego dla 5% grupy badanych wiązało się z „zakupami”.

Porównanie odpowiedzi respondentów ułożonych w odrębne struktury (kryterium długości pobytu i pochodzenia) pozwala obserwować różnicowania się sposobów i form spędzania czasu podczas pobytu w Bydgoszczy.

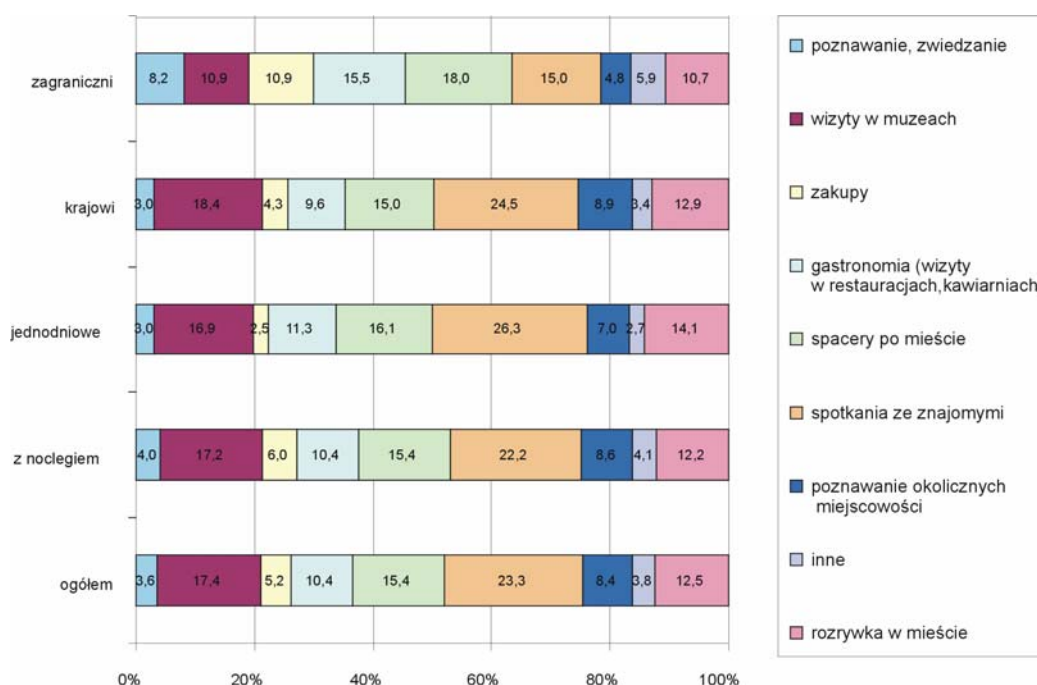
Generalnie niewielkie różnice w sposobach i formach spędzania czasu wolnego zaobserwowano porównując grupę przyjazdów turystów i jednodniowych odwiedzających. Znaczenie poszczególnych form było zasadniczo podobne do uzyskanej struktury ogółem – dostrzegalne rozbieżności dotyczyły raczej częstotliwości wskazań dla niektórych form – co sugeruje ich nieco większe lub mniejsze znaczenie w relacji do pozostałych. Na przykład - respondenci przyjeżdżający „na jeden dzień” nieco częściej realizowali „spotkania ze znajomymi” a także przeznaczali wolny czas na „rozrywkę w mieście”.

Tabela 26. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
poznawanie, zwiedzanie	3,6	4,0	3,0	3,0	8,2
wizyty w muzeach	17,4	17,2	16,9	18,4	10,9
zakupy	5,2	6,0	2,5	4,3	10,9
gastronomia (wizyty w restauracjach, kawiarniach)	10,4	10,4	11,3	9,6	15,5
spacery po mieście	15,4	15,4	16,1	15,0	18,0
spotkania ze znajomymi	23,3	22,2	26,3	24,5	15,0
poznawanie okolicznych miejscowości	8,4	8,6	7,0	8,9	4,8
inne	3,8	4,1	2,7	3,4	5,9
rozrywka w mieście	12,5	12,2	14,1	12,9	10,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Znaczne większe dysproporcje realizowanych form zarysowały się między odwiedzającymi krajowymi i cudzoziemcami. Spotkania ze znajomymi oraz „wizyty w muzeach”, które były najpopularniejsze w grupie krajowych odwiedzających nie cechowały się tak znaczną częstotliwością w grupie obcokrajowców. Respondenci zagraniczni preferowali przede wszystkim „spacery po mieście” i na równi „wizyty w restauracjach/kawiarniach” i „spotkania ze znajomymi”. Ponadto, jak można wnioskować na podstawie uzyskanych informacji, obcokrajowcy znacznie częściej realizowali „zakupy”, jak również „poznawali i zwiedzali miasto”. Ponadto odwiedzający zagraniczni rzadziej niż krajowi decydowali się na „poznawanie okolicznych miejscowości”.



Rycina 31. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego wśród badanych respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W kwestionariusz ankietowym przy kategorii „rozrywka w mieście” uwzględniono dodatkowo kilka podkategorii odpowiedzi. Dzięki temu uzyskano informację na temat wykorzystania przez odwiedzających infrastruktury kulturalnej, rozrywkowej i sportowej funkcjonującej w mieście (tab. 27, ryc. 32).

„Rozrywka w mieście” dla większości badanych wiązała się z „wizytami w klubach, dyskotekach i pubach” (36,7%). 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.

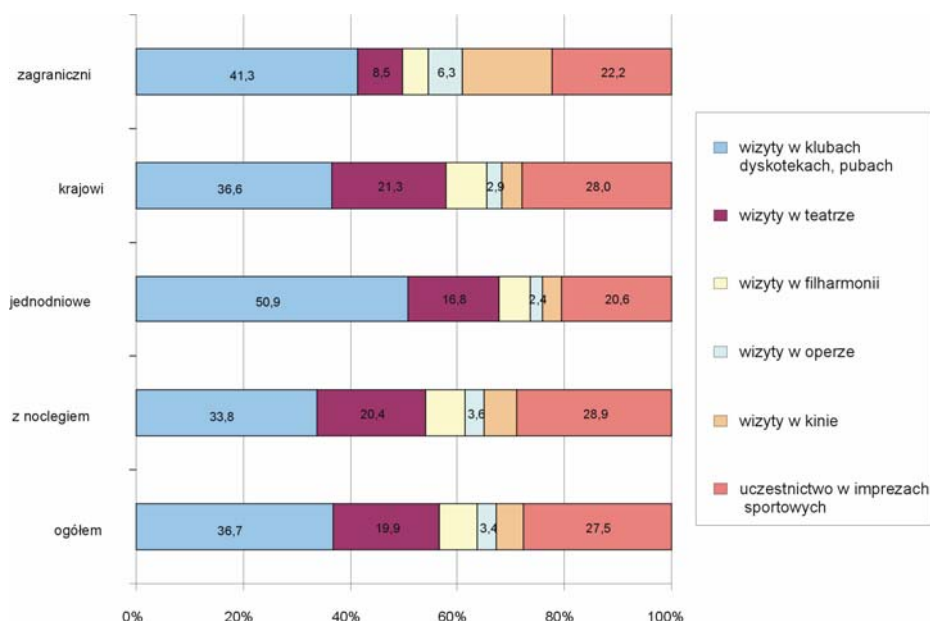
„Uczestnictwo w imprezach sportowych” stanowiło drugą pod względem znaczenia formę „rozrywki w mieście” (27,5%). Czas wolny podczas pobytu w Bydgoszczy przeznaczano na uczestnictwo w „imprezach sportowych” częściej podczas pobytów dłuższych, ponadto forma ta była popularniejsza wśród odwiedzających krajowych.

Jedną z form „rozrywki w mieście” stanowiły wizyty w teatrze (19,9%), filharmonii (7,2%) i operze (3,4%). Z analizy materiału ankietowego wynika że „kontakt z kulturą wyższą” preferowały przede wszystkim osoby starsze.

Tabela 27. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”

Wyszczególnienie	wizyty w klubach, dyskotekach, pubach	wizyty w teatrze	wizyty w filharmonii	wizyty w operze	wizyty w kinie	uczestnictwo w imprezach sportowych
ogółem	36,7	19,9	7,2	3,4	5,3	27,5
z noclegiem	33,8	20,4	7,4	3,6	6,0	28,9
jednodniowe	50,9	16,8	5,8	2,4	3,4	20,6
krajowi	36,6	21,3	7,4	2,9	3,7	28,0
zagraniczni	41,3	8,5	4,8	6,3	16,9	22,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 32. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy - odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

3.3.7. Wykorzystywana baza noclegowa

Miasto Bydgoszcz posiada dość zróżnicowaną pod względem standardu i dobrze rozwiniętą -w relacji do potrzeb rynkowych- bazę zbiorowego zakwaterowania. Dominujące cele przyjazdów do Bydgoszczy wyraźnie determinowały wykorzystanie konkretnych rodzajów bazy recepcyjnej. Najczęściej respondenci (rozpatrywani ogółem) na nocleg zatrzymywali się „u znajomych lub rodziny” (39,5%) oraz w hotelach (38,8%). Co dziesiąta osoba pozostająca na co najmniej jeden nocleg deklarowała korzystanie z „kwater prywatnych” (wynajętych mieszkań)¹³ (10,5% z ogółu turystów). Pozostałe, podlegające badaniu rodzaje bazy noclegowej były wykorzystywane raczej sporadycznie (motel, hostel – ok. 2%, schronisko turystyczne i dom wycieczkowy – poniżej 1%)¹⁴ (tab. 28, ryc. 33).

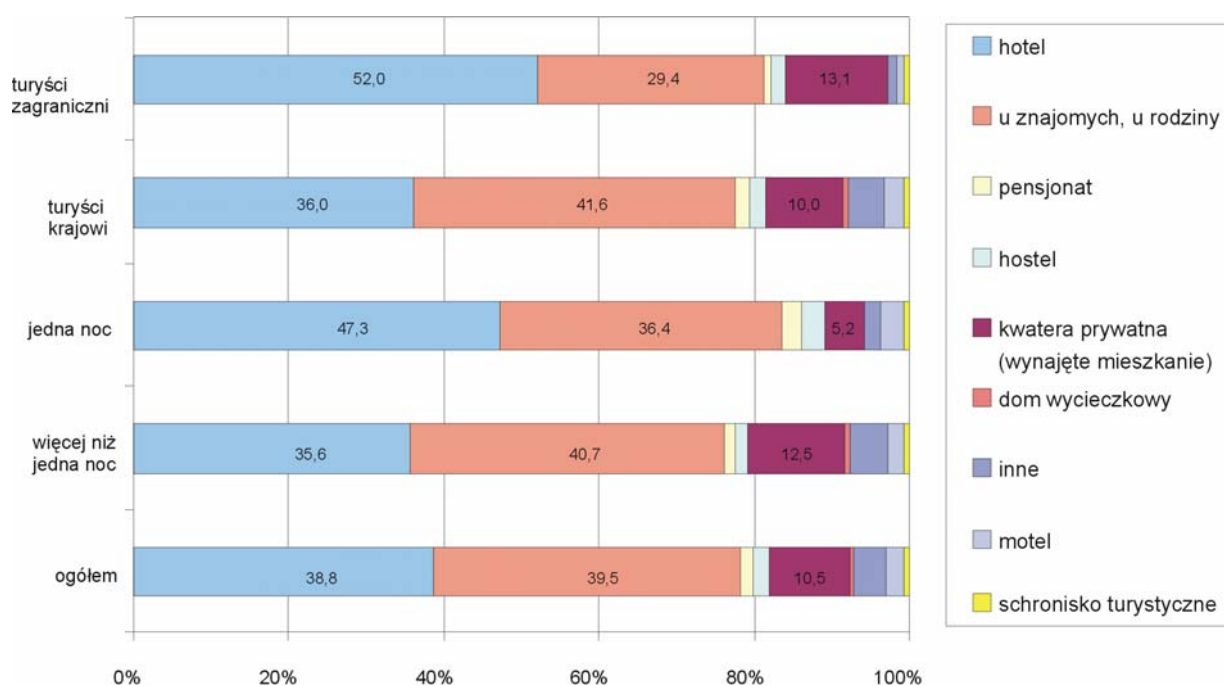
¹³ Nie ma jednak pewności czy są to istotnie tzw. „kwatery prywatne” wynajmowane i służące celom zarobkowym, czy de facto „mieszkania rodzin lub znajomych”. Pewne wskazania świadczą jednak o myleniu przez respondentów tych dwóch rodzajów bazy noclegowej. Przyjmując założenie, że część respondentów błędnie wskazywała „kwatery prywatne (wynajęte mieszkanie)” charakteryzując przy tym korzystanie w celach recepcyjnych z „mieszkań znajomych lub rodziny” – podstawowym miejscem zakwaterowania odwiedzających Bydgoszcz okazałaby się być tzw. „tania baza noclegowa” (zakwaterowanie „u znajomych lub rodziny”) (45%). Po odpowiednim zagregowaniu materiału ankietowego okazało się, że grupa osób wskazujących jako główny cel przyjazdu „odwiedziny krewnych lub znajomych” i wykazująca jako miejsce zakwaterowania „kwatery prywatne (wynajęte mieszkanie)” liczyła 87 osób. W takim przypadku udział kwater prywatnych jako jednego z rodzajów bazy noclegowej wykorzystywanej przez respondentów spadłby do poziomu ok. 5%.

¹⁴ W spisie skategoryzowanych obiektów hotelarskich w Bydgoszczy nie zaznaczono występowania moteli, pensjonatów i schronisk turystycznych

Tabela 28. Wykorzystywana baza noclegowa podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy na więcej nocy	przyjazdy z jednym noclegiem	turyści krajowi	turyści zagraniczni
hotel	38,8	35,6	47,3	36,0	52,0
u znajomych, u rodziny	39,5	40,7	36,4	41,6	29,4
pensjonat	1,7	1,4	2,5	1,9	0,8
hostel	2,0	1,6	3,0	2,0	2,0
kwatera prywatna (wynajęte mieszkanie)	10,5	12,5	5,2	10,0	13,1
dom wycieczkowy	0,5	0,6	0,0	0,6	0,0
inne	4,1	4,8	2,0	4,6	1,2
motel	2,3	2,0	3,0	2,6	0,8
schronisko turystyczne	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 33. Baza noclegowa wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

W zależności od długości pobytu w mieście (jeden nocleg, pobyt powyżej jednego noclegu) i pochodzenia respondentów (odwiedzający krajowy, odwiedzający zagraniczny) poszczególne rodzaje bazy noclegowej posiadały dla respondentów nieco inne znaczenie.

Zakwaterowanie u „rodzin lub znajomych” dominowało (40,7%) w grupie przyjazdów połączonych z dłuższym pobytem i znacznie częściej tę formę wykorzystywali Polacy niż obcokrajowcy (odpowiednio: 41,6% i 29,4%). Hotele zdecydowanie częściej wybierano podczas pobytów z jednym noclegiem (47,3%). Jednocześnie ten rodzaj obiektu noclegowego, jako główny, wykorzystywali częściej cudzoziemcy (odpowiednio 52% i 36%).

Kwatery prywatne, trzecia pod względem znaczenia w strukturze wykorzystywanych rodzajów bazy noclegowej grupa obiektów wyraźnie częściej była wykorzystywana podczas pobytów dłuższych oraz przez cudzoziemców.

3.3.8. Konsumpcja wybranych usług turystycznych

W badaniach ruchu turystycznego zwrócono również uwagę na relacje rynkowe jakie zachodzą pomiędzy popytem i podażą na wybrane usługi. Zgodnie z zaleceniem uzyskanym podczas konsultacji społecznych badaniu poddano wykorzystanie 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 i innych.

Baza gastronomiczna

Różnice w preferencjach i gustach respondentów, a także różne uwarunkowania związane z celami przyjazdów, sposobami spędzania czasu wolnego itp., wpłynęły na uzyskanie w miarę równomiernego rozkładu wypowiedzi.

Wśród sześciu poddanych analizie rodzajów bazy gastronomicznej (łącznie z kategorią „inne”) ankietowani najczęściej wskazywali „klasyczne restauracje” (prawie 27%). W pozostałej grupie sporą popularnością cieszyły się „bary i restauracje typu fast food (co jest zgodne z tendencjami rynkowymi) (17,5%), mniejszą zaś „puby” (11,2%) i „pizzerie” (13,2%). Usługi gastronomiczne świadczone w obiektach hotelarskich wskazało 13,3% z ogółu poddanych analizie osób. (tab. 29, ryc. 34).

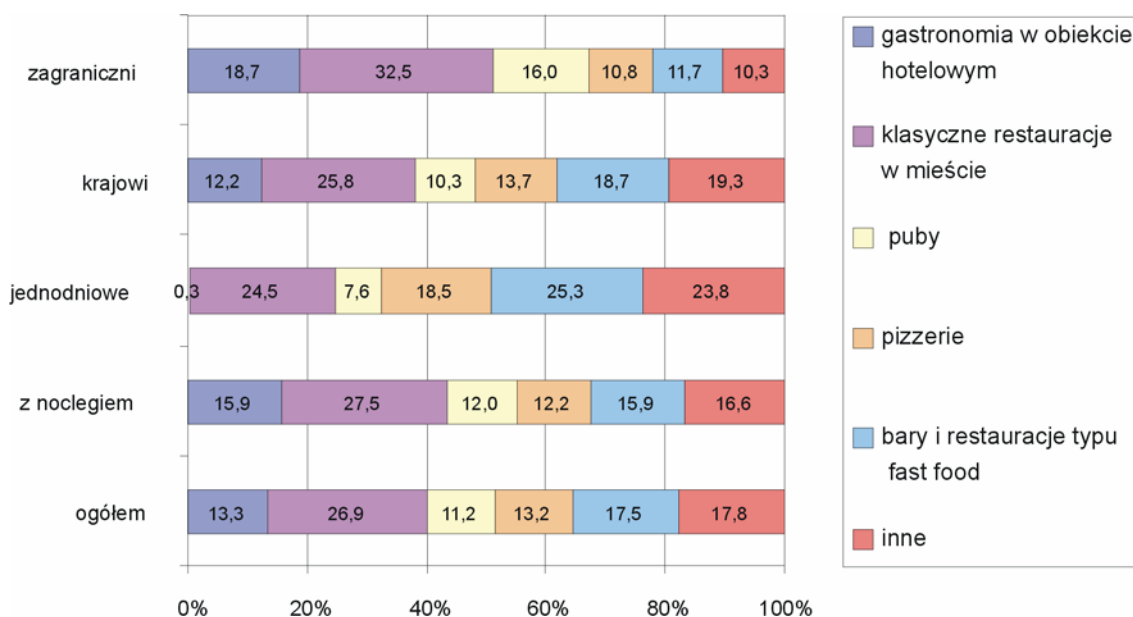
Jak wskazują otrzymane wyniki prawie 18% badanych deklaruowało korzystanie z „innych” rodzajów bazy gastronomicznej. Pogłębiona analiza materiału statystycznego pozwala stwierdzić, że najczęściej były to osoby zakwaterowane „u rodzin lub znajomych” a wśród celów przyjazdu do miasta Bydgoszczy wskazywały również „odwiedziny krewnych lub znajomych”.

Tabela 29. Wykorzystywana baza gastronomiczna podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
gastronomia w obiekcie hotelowym	13,3	15,9	0,3	12,2	18,7
klasyczne restauracje w mieście	26,9	27,5	24,5	25,8	32,5
puby	11,2	12,0	7,6	10,3	16,0
pizzerie	13,2	12,2	18,5	13,7	10,8
bary i restauracje typu fast food	17,5	15,9	25,3	18,7	11,7
inne	17,8	16,6	23,8	19,3	10,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Istotne różnice w wykorzystaniu poszczególnych rodzajów bazy gastronomicznej zaobserwowano porównując otrzymane struktury wypowiedzi dla grup przyjazdów wydzielonych ze względu na długość trwania pobytu i pochodzenie respondentów (krajowi, zagraniczni). Obserwowane różnice zasadniczo nie dotyczą „klasycznych restauracji”, które były preferowane w każdej z wydzielonych grup, a w przypadku respondentów zagranicznych posiadały prawie 1/3 z ogółu wskazań.



Rycina 34. Baza gastronomiczna wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Wyraźne dysproporcje zauważono porównując przyjazdy turystów i odwiedzających jednodniowych. Turyści zdecydowanie częściej (co jest logiczną konsekwencją wynikającą z dostępności i lokalizacji usługi) wybierali gastronomię w obiektach hotelarskich (odpowiednio 0,3% i 15,9%) i rzadziej -aniżeli dysponujący mniejszą ilością czasu odwiedzający jednodniowi- „puby” i „pizzerie”.

„Gastronomia w obiekcie hotelowym” wyraźnie częściej była preferowana przez odwiedzających zagranicznych (18,7%) niż krajowych (12,2%), ponadto cudzoziemcy

częściej korzystali z „pubów” (odpowiednio: 16% i 10,3%) i rzadziej z „barów i restauracji typu Fast food” (odpowiednio: 11,7%, 18,7%).

Profesjonalna kadra obsługi ruchu turystycznego

Korzystanie z usług profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego było niewielkie głównie ze względu na brak wiedzy ankietowanych o funkcjonowaniu tego typu usług w mieście Bydgoszczy oraz deklarowany brak zamiaru korzystania z tego typu udogodnień¹⁵. Biorąc pod uwagę wcześniejsze ustalenia zawarte w opracowaniu (por. tab. 17-19 opisujące „przygotowywanie się do wyjazdu”), tj. przejawianą przez respondentów niską aktywność w poszukiwaniu informacji o mieście oraz bazie noclegowej, otrzymane wyniki wydają się być prawidłowe (tab. 30). W przypadku usunięcia ze struktury odpowiedzi trzech kategorii (tj. „pilot wycieczek”, „nie miałam/em takiego zamiaru” i „nie miałem informacji o takich możliwościach”) otrzymana tym sposobem nowa struktura wskazuje na częste wykorzystywanie punktu informacji turystycznej, co zresztą potwierdzają statystyki otrzymane z BCI (są to ustalenia uzyskane zarówno ogółu respondentów, jak również wydzielonych podgrup przyjazdów).

Niewielki udział korzystania ze świadczeń pilota wycieczek (ok. 1,2%) wynika przede wszystkim z niewielkiej liczby stwierdzonych zorganizowanych grup turystycznych docierających do Bydgoszczy - przy czym piloci towarzyszyli głównie turystom zagranicznym (prawie 4%)

Tabela 30. Wykorzystywanie profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego podczas pobytu w Bydgoszczy w grupie badanych respondentów (w %)

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
punkt informacji turystycznej	2,2	2,9	0,2	0,8	10,8
pilot wycieczek	1,2	1,3	0,6	0,7	3,8
miejscowy przewodnik	2,0	2,5	0,6	1,5	4,9
nie miałam/em takiego zamiaru	12,0	14,5	4,3	6,6	43,7
nie miałem informacji o takich możliwościach	82,6	78,8	94,2	90,4	36,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

¹⁵ Stwierdzony dość duży odsetek odpowiedzi w kategorii „brak zamiaru korzystania z tego typu udogodnień/usług” może opisywać sytuację symptomatyczną dla odwiedzających, którzy uogólniając: a) nie realizują celów stricte turystycznych przebywając w danym miejscu, b) pochodzą z bliskiego otoczenia ośrodka a więc posiadają rozeznanie co do możliwości recepcyjnych i oraz wyposażenie w atrakcje, c) przejawiają indywidualne podejście do organizacji pobytu, np. organizując czynności rekreacyjne we własnym zakresie, zwiedzając samodzielnie wybrane miejsca i obiekty turystyczne, korzystają z przewodników, map turystycznych, d) ich pobyt i organizację czasu wolnego przejmują odwiedzani krewni lub znajomi

3.3.9. Kwoty wydatkowane podczas pobytu

Badanie wydatków ponoszonych w związku z przyjazdem odwiedzających do Bydgoszczy dotyczyło dwóch aspektów, tj.: a) wydatków związanych z noclegami, b) wynikających z „innych wydatków” ponoszonych podczas pobytu. Pomimo pewnych trudności¹⁶ z pozyskaniem informacji w tym zakresie dane od respondentów wykorzystano do oszacowania całkowitej sumy wydatków ponoszonych w związku z przyjazdem do miasta.

Informacje od respondentów nocujących w Bydgoszczy (turystów) posegregowano z uwzględnieniem następujących kryteriów: długości trwania pobytu (pobyt z 1 noclegiem, pobyt z większą liczbą noclegów), pochodzenia terytorialnego badanych (turyści krajowi, turyści zagraniczni) i przedstawiono w tabeli 31 i na rycinie 35.

Tabela 31. Struktura wydatków ponoszonych przez turystów na noclegi w Bydgoszczy (na 1 os/doba) przez turystów (w %)

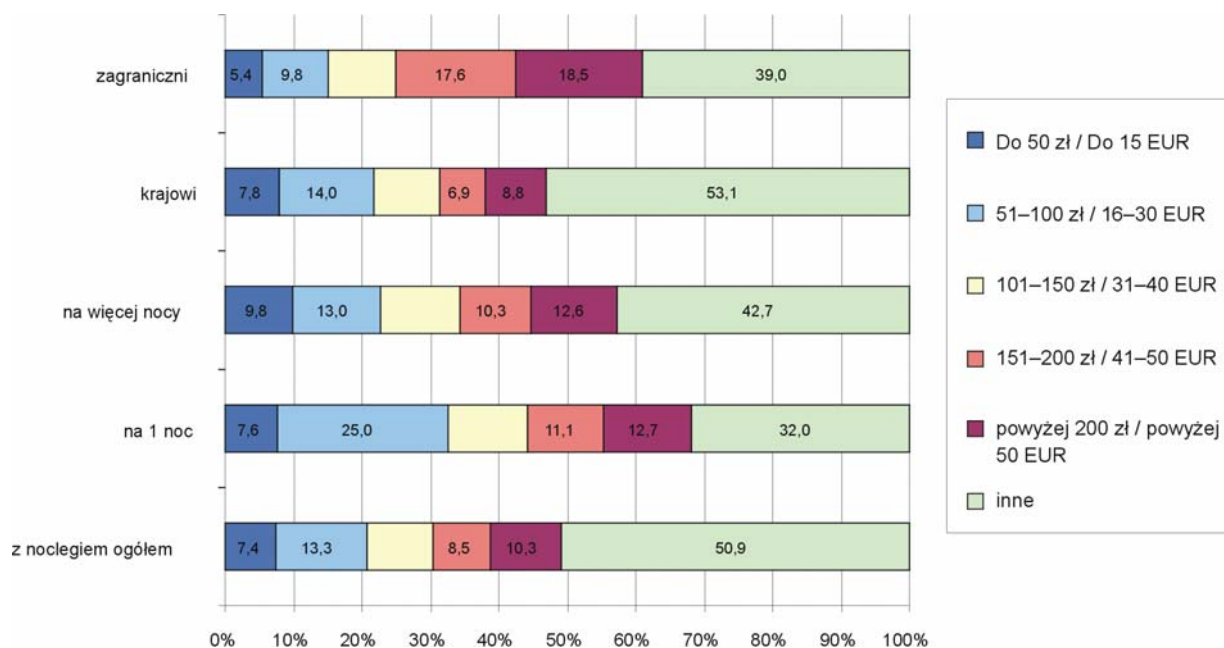
Wyszczególnienie	z noclegiem ogółem	na 1 noc	na więcej nocy	turyści krajowi	turyści zagraniczni
Do 50 zł / Do 15 EUR	7,4	7,6	9,8	7,8	5,4
51-100 zł / 16-30 EUR	13,3	25,0	13,0	14,0	9,8
101-150 zł / 31-40 EUR	9,5	11,7	11,6	9,5	9,8
151-200 zł / 41-50 EUR	8,5	11,1	10,3	6,9	17,6
pow. 200 zł / powyżej 50 EUR	10,3	12,7	12,6	8,8	18,5
inne	50,9	31,9	42,7	53,0	38,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Otrzymana struktura odpowiedzi ogółem (przy założeniu nieuwzględnienia kategorii wydatków „innych”) nie wykazuje licznych dysproporcji. Największą grupę wśród turystów ponoszących wydatki na noclegi w Bydgoszczy tworzyły osoby, które na 1 nocleg przeznaczały od 51 do 100 zł (13,3%). Podobny poziom wskazań dotyczył osób przeznaczających na ten cel powyżej 200 zł (10,3%). Udziały pozostałych kategorii wydatków były zbliżone (do 50 zł – 7,4%, 101-150 zł - 9,5% i od 151 do 200 zł – 8,5%).

¹⁶ (50,9% z ogółu respondentów pomimo dużego zróżnicowania przygotowanej kafeterii odpowiedzi w swoich wypowiedziach zadeklarowało „inny” poziom – co może sugerować: a - uchylanie się od odpowiedzi i stanowi w przypadku analizowania tego typu zagadnień sytuację normalną, b – brak wiedzy na ten temat co może mieć uzasadnienie w realizowaniu „celów biznesowych”, tzn. ma związek z pokrywaniem kosztów noclegu/pobytu przez pracodawcę/firmę itp., c – nieponoszenie wydatków ze względu na zakwaterowanie „u rodzin lub znajomych”).

Respondenci przyjeżdżający do Bydgoszczy na jedną noc nieco częściej byli skłonni do ponoszenia wydatki rzędu 51-100 zł (25% z tej podgrupy). Na podstawie otrzymanego zestawienia można również identyfikować istotne różnice w strukturze wydatków odwiedzających krajowych i zagranicznych (respondenci zagraniczni częściej płacili za nocleg większe kwoty, tj. od 151 zł wzwyż).



Rycina 35. Wydatki ponoszone przez badanych turystów na noclegi (1 osoba/doba) według wydzielonych podgrup przyjazdów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Ponieważ wskazania dla kategorii „inne wydatki” powodowały zacieranie obrazu analizowanego zjawiska, informacje z ankiet poddano ponownej agregacji otrzymując nową, bardziej czytelną strukturę odpowiedzi (tab. 32, ryc. 36).

Tabela 32. Struktura wydatków ponoszonych przez turystów na noclegi w Bydgoszczy (na 1 os/doba) (w %)

Wyszczególnienie	z noclegiem ogółem	na 1 noc	na więcej nocy	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
Do 50 zł / Do 15 EUR	15,1	11,2	17,1	16,6	8,8
51-100 zł / 16-30 EUR	27,2	36,7	22,6	29,8	16,0
101-150 zł / 31-40 EUR	19,4	17,2	20,3	20,2	16,0
151-200 zł / 41-50 EUR	17,4	16,3	18,0	14,7	28,8
Pow. 200 zł / powyżej 50 EUR	20,9	18,6	21,9	18,7	30,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

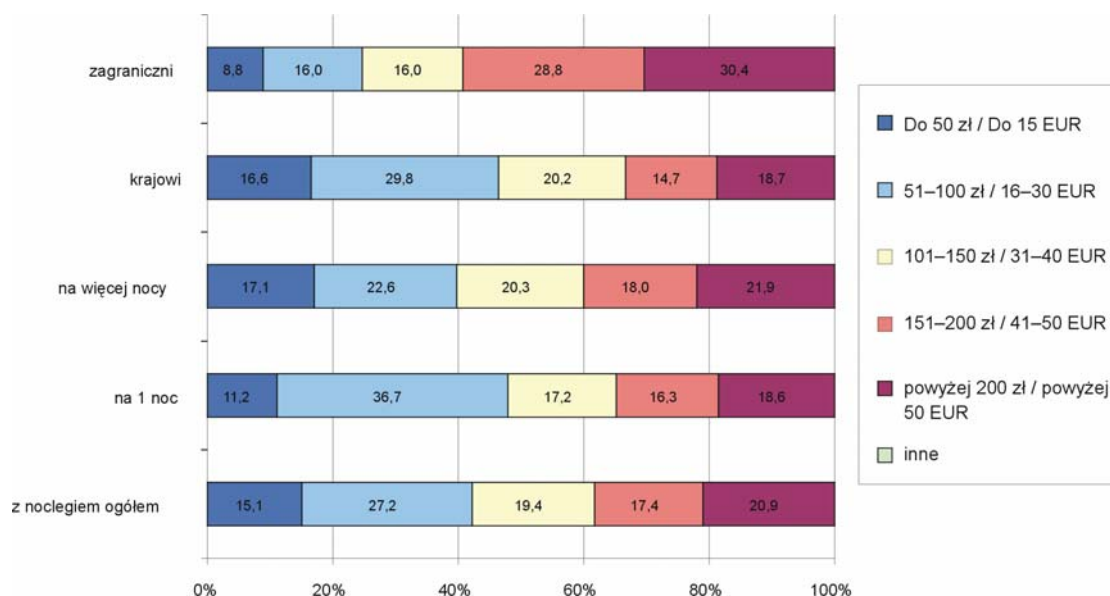
Uwagi: dane otrzymane po ponownej agregacji materiału statystycznego dotyczącego wydatków ponoszonych przez turystów za noclegi – nie uwzględnia kategorii wydatków „inne”

Zastosowana procedura pozwoliła na sformułowanie kilku, ważnych wniosków. Po pierwsze: w strukturze wydatków ponoszonych na 1 nocleg w przyjazdach ogółem przeważały kwoty mniejsze, tj. do 100 zł (42,3%), jednocześnie tylko o 5% mniej

przyjazdów wiązało się z wydatkowaniem najwyższych kwot, tj. powyżej 151 zł (zaobserwowano więc wyraźną dychotomię). Uszczegóławiając wyniki dla struktury ogółem należy wskazać, że najwyższy poziom otrzymano dla wydatków od 51 do 100 zł (blisko $\frac{1}{3}$ wskazań – 27,2%). Przewaga wydatków najniższych (do 50 zł i od 51 do 100 zł) była charakterystyczna wśród odwiedzających jednodniowych (47,9%) i co ważne utrzymywała się w grupie odwiedzających krajowych (46,4% z ogółu wskazań).

Po drugie: w pobytach krótszych (na jedną noc) znacznie częściej na 1 nocleg przeznaczano od 51 do 100 zł, co odbiega zasadniczo od wartości zidentyfikowanych w tej kategorii wydatków w grupie przyjazdów z pobytem dłuższym. W przyjazdach łączonych z dłuższym pobytem, respondenci zdecydowanie częściej wydatkowali kwoty najniższe, tj. do 50 zł.

Po trzecie: uzyskane informacje pokazują efekt „ekonomicznej przewagi” badanych cudzoziemców nad odwiedzającymi krajowymi. Wraz ze wzrostem wysokości ponoszonych wydatków spada bowiem udział Polaków. Ankietowani obcokrajowcy najczęściej ponosili wydatki rzędu od 151 do 200 zł (28,8%) i powyżej 200 zł (30,4%) (co łącznie daje prawie 60% z ogółu wskazań w tej grupie - dla porównania odwiedzający krajowi – 33,4%).



Rycina 36. Wydatki ponoszone przez badanych turystów na noclegi (1 osoba/doba) według wydzielonych podgrup przyjazdów – struktura otrzymana po ponownej agregacji materiału statystycznego (nie uwzględnia kategorii wydatki „inne”)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

„Inne” wydatki przypadające na 1 osobę/ 1 dzień pobytu

Jak wynika z przeprowadzonych analiz, odwiedzający ogółem podczas 1 dnia pobytu na 1 osobę wydatkowali najczęściej tylko do 50 zł (34% z ogółu). Tego typu zachowanie charakteryzowało szczególnie odwiedzających jednodniowych (51,9%) i

odwiedzających z kraju (37,3%) (tab. 33, ryc. 37). Odmienną sytuację obserwowano w wśród cudzoziemców i turystów (przyjazdy z noclegiem). Odpowiedzi pozyskane od obcokrajowców były bardziej zróżnicowane (częściej podawali kwoty wyższe) a przeważały wśród nich kwoty od 51 do 100 zł na 1 dzień/osobę (25,7% z ogółu). Podobnie sytuacja kształtowała się w grupie przyjazdów połączonych z noclegiem (respondenci najczęściej wykazywali wydatki na poziomie od 51 do 100 zł – 32,2%).

Prawie 13% respondentów deklarowało wydatkowanie kwot w przedziale od 101 do 150 zł (w ogólnej strukturze wypowiedzi stwierdzono niecałe 17% wydatków opiewających na kwoty wyższe). Częściej były to osoby przyjeżdżające do Bydgoszczy i pozostające w mieście niż odwiedzający jednodniowi, częściej też byli to respondenci z zagranicy (wśród obcokrajowców stwierdzono ponad 27% odpowiedzi wskazujących na wydatkowanie kwot od 201 do pow. 450 zł na 1 dzień pobytu/osobę).

Tabela 33 Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających podczas jednego dnia pobytu (bez wydatków na noclegi) (w %)

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
Do 50 zł / Do 15 EUR	34,3	28,6	51,9	37,3	15,0
51-100 zł / 16-30 EUR	30,3	32,2	24,4	31,0	25,7
101-150 zł / 31-40 EUR	12,9	14,3	8,5	12,0	18,6
151-200 zł / 41-50 EUR	5,9	6,9	3,0	5,1	11,5
201-250 zł / 51-60 EUR	3,2	3,9	1,1	2,6	7,1
251-300 zł / 61-70 EUR	3,4	4,3	0,8	3,2	5,1
301-350 zł / 71-80 EUR	2,3	2,9	0,4	1,7	5,9
351- 400 zł / 81-90 EUR	0,8	1,1	0,0	0,4	3,6
401-450 zł / 91-100 EUR	1,1	1,5	0,2	0,5	5,5
pow. 450 zł / powyżej 100 EUR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 37. „Inne” wydatki respondentów na 1 dzień pobytu (bez wydatków za noclegi)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

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

Zasadnicze znaczenie dla oceny atrakcyjności turystycznej przestrzeni miasta ma rozpoznanie jego potencjału turystycznego. Kompleksowa wiedza na temat stanu zasobów turystycznych oraz rozwoju materialnej bazy turystycznej pozwala na podejmowanie właściwych decyzji odnoszących się bezpośrednio do sfery turystyki, np. o charakterze planistycznym, lokalizacyjnym, informacyjnym lub innym, a także wobec sektorów społeczno-gospodarczych z nią powiązanych. Oprócz podejścia obiektywnego istotne znaczenie ma również podejście subiektywne, wykorzystujące metody badań społecznych (ankietę, badania kwestionariuszowe) pozwalające na ocenę poziomu jakości (użyteczności) poprzez zastosowanie wartościujących skal pomiarowych. Należy pamiętać, że ocena atrakcyjności turystycznej w tym przypadku jest oceną subiektywną. Ten sam walor może być zatem w różny sposób oceniony przez turystów, na przykład w zależności od ich poziomu wiedzy, wykształcenia, potrzeb, czy oczekiwań związanych z wyjazdem turystycznym do danego ośrodka.

Zakres badań empirycznych przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania w kontekście oceny atrakcyjności i jakości turystycznej przestrzeni miasta obejmował:

- pozyskanie ogólnej oceny atrakcyjności turystycznej miasta,
- pozyskanie oceny atrakcyjności na podstawie analizy wybranych elementów potencjału turystycznego (respondenci w oparciu o pięciostopniową skalę, tj. bardzo niska (1), niska (2), przeciętna (3), wysoka (4), bardzo wysoka (5) oceniali: a) listę wybranych miejsc i obiektów uznanych w konsultacjach społecznych za atrakcje turystyczne miasta, b) wybrane elementy wpływające na ocenę atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy, wyodrębniając zarówno cechy niematerialne (np. atmosfera miejscowości, gościnność, bezpieczeństwo), jak i materialne (np. oznakowanie, transport lokalny),
- pozyskanie informacji nt. skłonności do rekomendacji Bydgoszczy jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym (polecanie odwiedzenia miasta w celach turystyczno-wypoczynkowych swoim bliskim/rodzinie/znajomym),
- identyfikację miejsc/obiektów (atrakcji turystycznych Bydgoszczy), które wywarły na odwiedzających największe, pozytywne wrażenia,
- identyfikację słabych i mocnych stron rozwoju turystyki w Bydgoszczy w oparciu o ocenę respondentów.

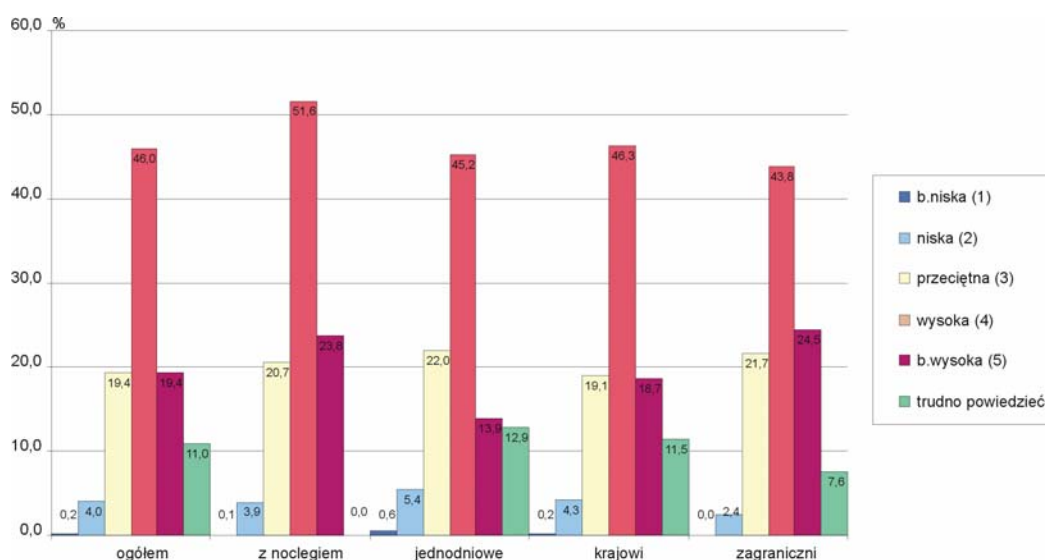
Ocena (ogólna) atrakcyjności turystycznej Bydgoszczy w opinii ankietowanych wypadła bardzo dobrze. Tylko co 10 respondent miał trudności z określeniem swojego stanowiska (11% z ogółu wskazało odpowiedź „trudno powiedzieć”). Większość z osób badanych (blisko $\frac{2}{3}$) wyrażając swoją opinię nie miała żadnych wątpliwości i wybierała oceny najwyższe spośród występujących na przedłożonej skali ocen. W grupie wskazań pozytywnych dominowały oceny wysokie (prawie połowa badanych oceniła atrakcyjność miasta Bydgoszczy jako wysoką – 46% z ogółu) (tab. 34, ryc. 38).

Analizując materiał statystyczny obserwowano duże podobieństwo wystawianych ocen bez względu na długość pobytu (przejazdy jednodniowe lub na większą liczbą noclegów), czy pochodzenie respondenta (krajowy, zagraniczny). Warto jednak dodać, że jednak nieco większą liczbę ocen wysokich i bardzo wysokich wystawiali respondenci realizujący noclegi w Bydgoszczy (łącznie odsetek ocen wysokich i bardzo wysokich łącznie w tej grupie osiągnął poziom aż 75,4%).

Tabela 34. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy (w %) – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	b.niska (1)	niska (2)	przeciętna (3)	wysoka (4)	b.wysoka (5)	trudno powiedzieć
ogółem	0,2	4,0	19,4	46,0	19,4	11,0
z noclegiem	0,1	3,9	20,7	51,6	23,8	0,0
jednodniowe	0,6	5,4	22,0	45,2	13,9	12,9
krajowi	0,2	4,3	19,1	46,3	18,7	11,5
zagraniczni	0,0	2,4	21,7	43,8	24,5	7,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 38. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy przez badanych respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Zapewne konsekwencją bardzo pozytywnego nastawienia do miasta –jak wynika z rozkładu wyników ogólnej oceny atrakcyjności turystycznej- jest zidentyfikowana w badaniach dość wysoka skłonność do rekomendacji Bydgoszczy, jako ośrodka, który warto odwiedzić w celach turystyczno-wypoczynkowych (por. tab. 35, ryc. 39).

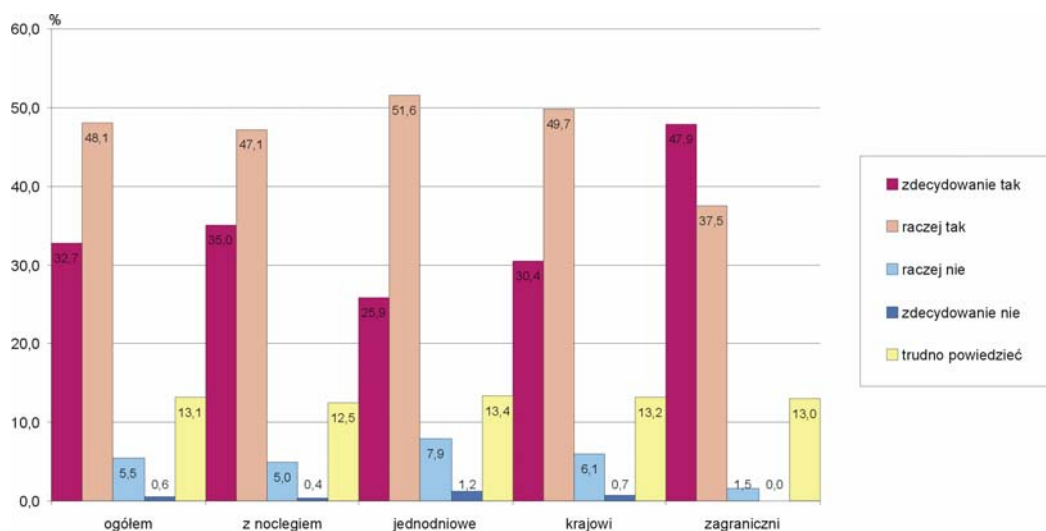
Tabela 35. Skłonność do rekomendacji miasta Bydgoszczy (w %) jako miasta atrakcyjnego pod względem turystycznym – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów

Wyszczególnienie	ogółem	przyjazdy z noclegiem	przyjazdy jednodniowe	odwiedzający krajowi	odwiedzający zagraniczni
zdecydowanie tak	32,7	35,0	25,9	30,4	47,9
raczej tak	48,1	47,1	51,6	49,7	37,5
raczej nie	5,5	5,0	7,9	6,1	1,5
zdecydowanie nie	0,6	0,4	1,2	0,7	0,0
trudno powiedzieć	13,1	12,5	13,4	13,2	13,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Obserwowany na podstawie pozyskanego materiału empirycznego wysoki poziom skłonności do rekomendacji odzwierciedla się w uzyskaniu łącznie ponad 80% twierdzeń „raczej tak” i „zdecydowanie tak”. Trzeba jednak dodać, że przeważały w tej grupie te pierwsze (odpowiedź „raczej tak” – 48,1% wskazała prawie połowa respondentów z ogółu) co można interpretować jako wyrażanie przez respondenta pewnych wątpliwości w tej kwestii.

W całkowitej liczbie pozyskanych ocen zidentyfikowano 6% ocen negatywnych (przy czym w większości były to wskazania „raczej nie” - 5,5%). Nieco ponad 13,1% respondentów miało problemy z określeniem swojego stanowiska („trudno powiedzieć”).



Rycina 39. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy rodzinie i znajomym jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Pomimo tego, że zdania temat atrakcyjności turystycznej miasta były podobne (zarówno w odniesieniu do długości pobytu, pochodzenie terytorialnego respondentów) zauważono niewielkie różnice w. Nieco większą liczbę twierdzeń pozytywnych stwierdzono w grupie turystów (pobyty z noclegiem - 82,1%), aniżeli przybywających tylko na jeden dzień (77,5%). Również nieco częściej pozytywne oceny formułowali obcokrajowcy (odpowiednio 85,4% i 80,1%), z kolei oceny negatywne częściej wydawali odwiedzający krajowi (odpowiednio 6,8% i 1,5%).

Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów – atrakcji turystycznych

Ocenie respondentów poddano piętnaście obiektów-atrakcji turystycznych wskazanych przez konsultantów społecznych. Charakterystykę uzyskanych ocen przeprowadzono w oparciu o dane zagregowane dla ogółu badanych oraz dwóch wydzielonych grup odbiorców oferty, tj. odwiedzających krajowych (łącznie turystów i odwiedzających jednodniowych) i odwiedzających zagranicznych (j.w.).

W wyniku przeprowadzonej oceny atrakcji turystycznych Bydgoszczy otrzymano informację świadczącą o ich bardzo pozytywnym odbiorze. Z analitycznego punktu widzenia interesujący jest szczególnie fakt, że oceny o „zabarwieniu pozytywnym” przeważały w każdej z uzyskanych struktur częściowych (poziom ocen wysokich i bardzo wysokich dla każdej z osobna atrakcji zawsze przekraczał połowę wskazań i kształtował się w przedziale od 60% dla okazałej architektury Śródmieścia do 96,7% dla Wyspy Młyńskiej) (por. tab. 36).

Najczęściej oceniana na poziomie „wysokim” i „bardzo wysokim” (tj. powyżej 80% tego typu wskazań) była grupa składająca się z czterech atrakcji: Wyspa Młyńska (96,7%), Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myśliczku (89,7%), Tramwaj (85,5%) oraz Bazylika Mniejsza (84,3%). Nieznacznie mniejszy udział tego typu ocen w ogólnej strukturze (pomiędzy 70-80%), obserwowano dla takich obiektów, jak: Spichrze przy ul. Grodzkiej, Stary Rynek, Katedra Św. Marcina i Mikołaja, Kanał Bydgoski (74,3%), Biały Spichrz (72,6%) i Plac Wolności (70,2%).

Przeprowadzona analiza daje podstawy do stwierdzenia o różnicowaniu się ocen wraz z lokalizacją atrakcji rozpatrywaną względem centralnego punktu miasta. Oceny bowiem ulegają wyraźnemu obniżeniu dla większości atrakcji niezlokalizowanych w bezpośrednim sąsiedztwie Starego Rynku (np. „Dzielnica Muzyczna”, „Sielanka”). Wraz ze zmniejszaniem liczby ocen „wysokich” i „bardzo wysokich” w tych przypadkach zauważalnie rósł też poziom ocen przeciętnych i negatywnych (symptomatycznym przykładem jest „Exploseum”, które co prawda uzyskało prawie 60% ocen pozytywnych, jednak skupiło również najwięcej negatywnych opinii respondentów (12,5%). Wymienione powyżej obiekty: „Dzielnica Muzyczna”, „Sielanka”, „Exploseum” a ponadto

„Śródmieście” spośród pozostałych atrakcji były najczęściej oceniane negatywnie (oceny: „niska” i „bardzo niska” – łącznie).

Tabela 36. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów – atrakcji turystycznych (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)

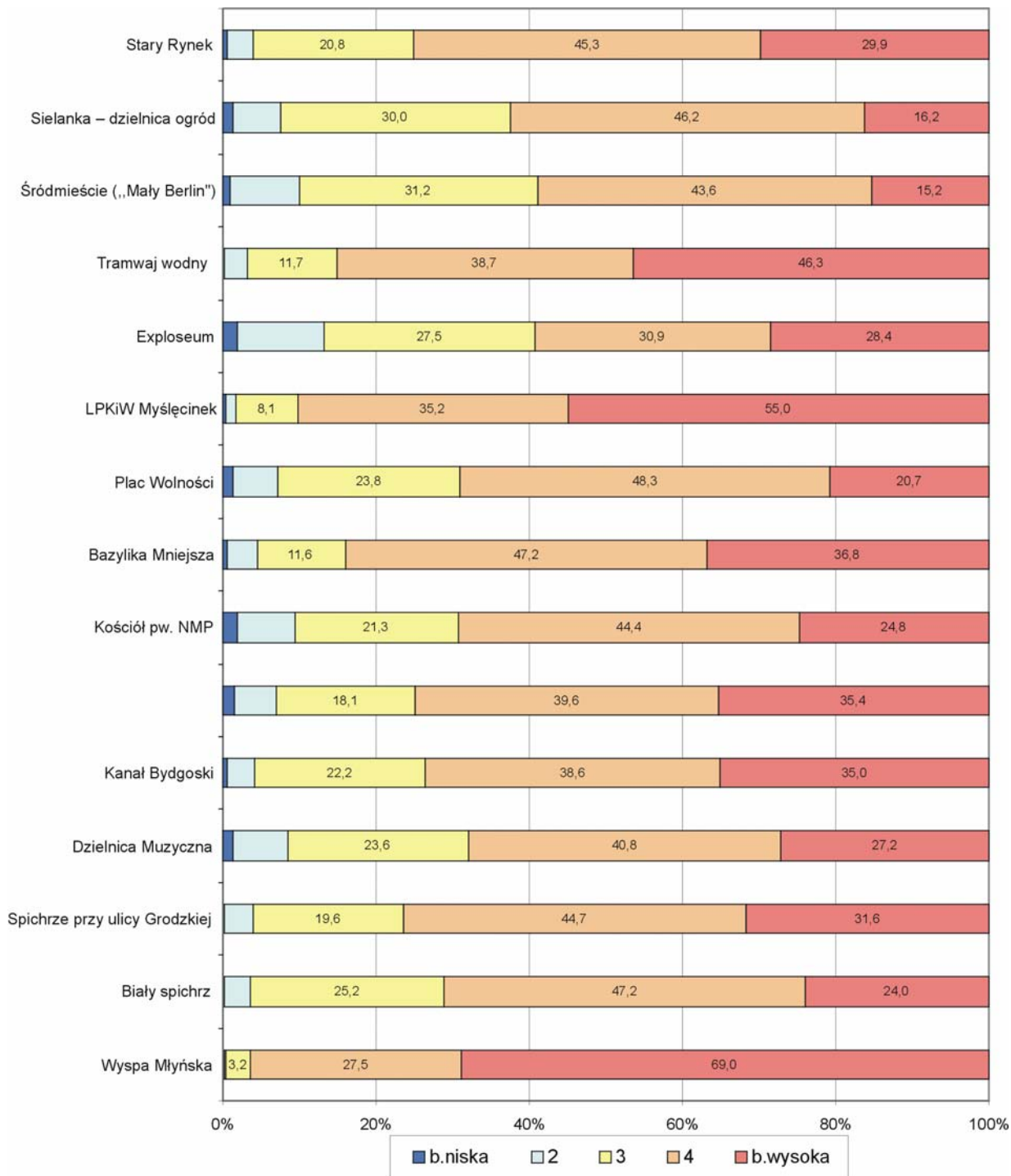
Wyszczególnienie	b.niska (1)	niska (2)	przeciętna (3)	wysoka (4)	b.wysoka (5)
Wyspa Młyńska	0,1	0,2	3,0	26,6	70,0
Biały spichrz	0,2	3,4	23,8	47,6	25,1
Spichrze przy ulicy Grodzkiej	0,2	3,4	18,8	45,3	32,2
Dzielnica Muzyczna	1,2	7,2	22,5	40,9	28,2
Kanał Bydgoski	0,7	3,4	21,6	38,2	36,0
Katedra Św. Marcina i Mikołaja	1,4	4,9	18,1	38,5	37,1
Kościół pw. NMP	1,6	7,2	21,1	44,9	25,2
Bazylika Mniejsza	0,5	3,8	11,4	46,6	37,7
Plac Wolności	1,2	5,4	23,1	48,7	21,7
LPKiW Myślęcinek	0,4	1,1	8,8	34,8	54,9
Exploseum	1,8	10,7	27,7	31,3	28,6
Tramwaj wodny	0,4	2,7	11,4	38,8	46,7
Śródmieście („Mały Berlin”)	1,0	8,6	29,8	43,6	16,4
Sielanka - osiedle „miasto -ogród”	1,1	6,0	28,3	47,5	17,1
Stary Rynek	0,5	3,4	19,4	44,4	32,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Pewne różnice w odbiorze badanych obiektów i miejsc zauważono porównując oceny otrzymane od respondentów krajowych i zagranicznych (ryc. 40 i 41). Generalnie w tych grupach dominowały oceny pozytywne (większość były to wskazania „wysokie” i „bardzo wysokie”), jednak to obcokrajowcy znacznie częściej je wyrażali (z listy 15 ocenianych atrakcji turystycznych obcokrajowcy aż 10 ocenili b. pozytywnie – przy czym sumaryczny odsetek ocen „wysokich” i „bardzo wysokich” w strukturach wypowiedzi kształtował się w tych przypadkach na poziomie 80% wskazań i powyżej). Znamiennym jest, że w ocenach wystawianych przez odwiedzających krajowych występowały większe odsetki ocen przeciętnych i negatywnych

Odwiedzający krajowi i zagraniczni charakteryzują się generalnie dużą zgodnością wystawianych ocen. Obcokrajowcy, tak jak i Polacy najlepiej ocenili Wyspę Młyńską. Ponadto dużą zgodność zauważono dla atrakcji: Tramwaj wodny, Bazylika Mniejsza, Spichrze przy ulicy Grodzkiej i Starego Rynku. Warto dodać, że odwiedzający zagraniczni częściej niż Polacy deceniali walory zabytkowych zespołów architektonicznych miejskiej zabudowy kamienicznej (np. „Sielanka”, „Plac Wolności.....”, „Dzielnica Muzyczna”).

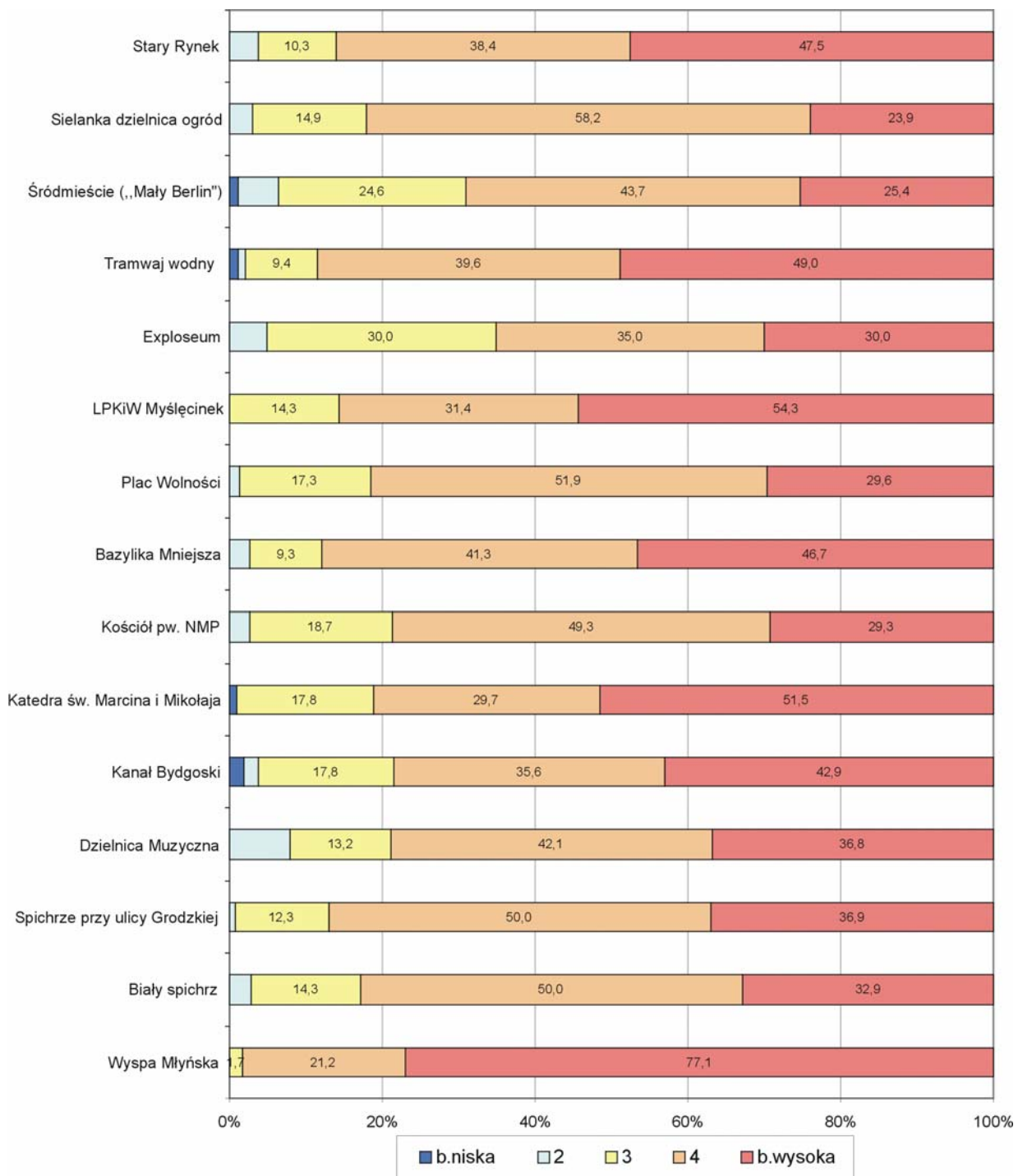
odwiedzający krajowi



Rycina 40. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez odwiedzających krajowych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

odwiedzający zagraniczni



Rycina 41. 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

Osobom ankietowanym do oceny poddano 14 wybranych elementów oferty turystycznej miasta Bydgoszczy, na którą składały się zarówno cechy niematerialne (np. atmosfera miejscowości, gościnność, bezpieczeństwo), jak i materialne (np. system oznakowania turystycznego, dostępność parkingów, transport lokalny). W relacji do wyników uzyskanych podczas analizy bydgoskich atrakcji turystycznych respondenci oceniając ofertę turystyczną wyraźnie częściej różnicowali swoje oceny. Otrzymano zatem strukturę silniej zróżnicowaną (stwierdzono znacznie więcej ocen „przeciętnych” i „niskich”), w której pomiędzy badanymi elementami i uzyskanymi dla nich wynikami można zidentyfikować spore dysproporcje – choć uogólniając - w większości przypadków przeważały oceny pozytywne (najczęściej respondenci dokonywali ocen wskazując „poziom wysoki” danej cechy) (tab. 37).

Tabela 37. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej miasta (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)

Wyszczególnienie	b.niska (1)	niska (2)	przeciętna (3)	wysoka (4)	b.wysoka (5)
dostępność komunikacyjna	0,8	5,9	26,0	52,7	14,7
baza noclegowa	0,5	5,1	21,7	45,3	27,4
baza gastronomiczna	0,1	2,8	21,2	53,5	22,4
Informacja turystyczna	1,8	11,8	21,7	37,3	27,5
system oznakowania turystycznego	4,1	14,0	33,2	39,3	9,4
infrastruktura służąca rekreacji/wypoczynkowi	0,8	7,4	31,4	47,5	12,9
dostępność toalet publicznych	18,9	39,4	26,2	13,0	2,5
transport lokalny	2,3	11,8	35,9	39,3	10,7
dostępność parkingów	7,3	28,0	37,8	23,6	3,4
atmosfera miasta turystycznego	2,1	14,6	29,5	38,9	14,9
poczucie bezpieczeństwa	0,5	4,9	26,0	47,8	20,9
estetyka miasta (np. czystość na ulicach)	1,1	4,7	30,5	45,8	17,8
życzliwość/gościnność mieszkańców	0,5	4,1	21,6	45,4	28,4
oferta możliwości spędzania czasu wolnego	0,7	6,3	29,2	47,0	16,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

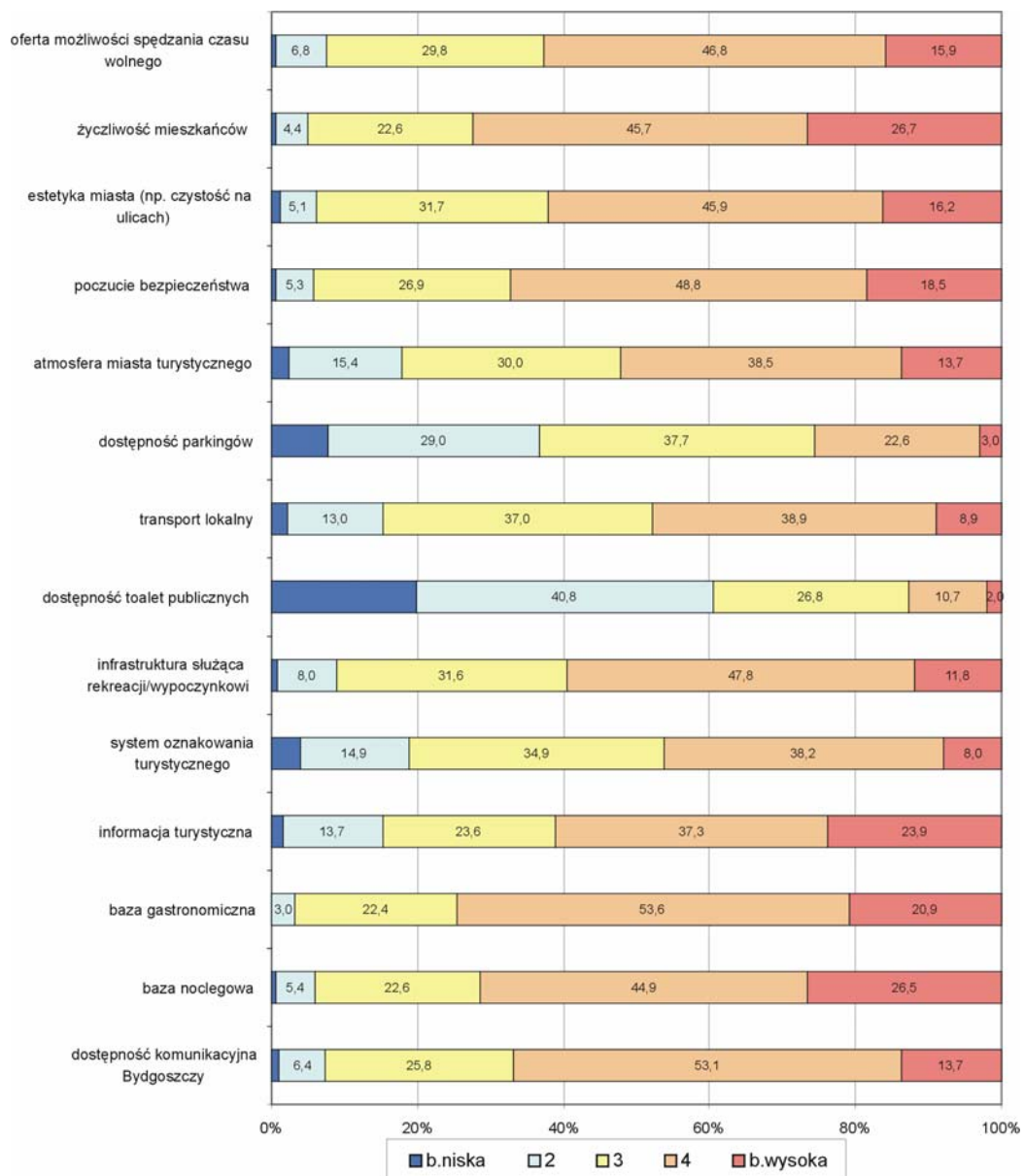
Respondenci (rozpatrywani ogółem) wśród elementów materialnych doceniali głównie: bazę gastronomiczną zlokalizowaną w mieście (łącznie 76% wskazań „wysokich” i „b. wysokich w strukturze ogółem), bazę noclegową (odpowiednio: 72,7%), „dostępność komunikacyjną miasta (67,3%), informację turystyczną (odpowiednio 64,7%). W grupie cech niematerialnych szczególnie dobrze oceniano „gościnność/życzliwość mieszkańców” (73,8%), poczucie bezpieczeństwa (w tym przypadku 68,7%). Pomimo uzyskania

relatywnie większej liczby wskazań przeciętnych (29,2%) można przyjąć wniosek, że na poziomie dobrym oceniono również ważny z punktu widzenia postrzegania atrakcyjności turystycznej miejsca element, jakim jest „oferta możliwości spędzania czasu wolnego (63,9%).

Spośród ogółu elementów oferty miasta najgorsze oceny (łącznie „niskie” i „bardzo niskie”) stwierdzono w przypadku wypowiedzi charakteryzujących: „dostępność toalet publicznych” (prawie 60% respondentów oceniło ten element bardzo negatywnie, w tym przypadku stwierdzono największy odsetek ocen najniższych), „dostępność parkingów” (35,3%), „system oznakowania turystycznego” (18,1%), „atmosferę miasta turystycznego” (16,7%) i transport lokalny” (14,1% ocen negatywnych).

Różnice i podobieństwa pomiędzy odpowiedziami zauważono porównując oceny odwiedzających krajowych i zagranicznych (ryc. 42 i 43). Jak wynika z agregacji materiału statystycznego (dodano do siebie wskazania z kategorii ocen negatywnych, pozostawiono bez zmian oceny przeciętne, dodano wskazania w kategoriach ocen pozytywnych) cudzoziemcy odwiedzający Bydgoszcz częściej aniżeli odwiedzający krajowi oceniali ofertę stosując oceny wyższe (pozytywne) i rzadziej od Polaków „przeciętne”. Struktura ocen uzyskana w grupie odwiedzających krajowych jest bardziej zróżnicowana – występują w niej większe dysproporcje (np. „baza gastronomiczna” 74,5% były to łącznie oceny „wysokie” i b. wysokie” a w przypadku „toalet publicznych” było to zaledwie 12,7%). Obie grupy (podobnie) najlepiej oceniały: bazę gastronomiczną, życzliwość mieszkańców, bazę noclegową i poczucie bezpieczeństwa. Dla obcokrajowców równie problematyczna, jak i dla Polaków okazała się „dostępność do toalet publicznych”. Zarówno respondenci krajowi, jak i zagraniczni w podobnych tonie wypowiadali się na temat „dostępności parkingów” i „systemu oznakowania turystycznego” częściej od innych ocenianych elementów oceniając je negatywnie. Cudzoziemcy raczej nie zgłaszali problemów z „transportem lokalnym” i odczuwaniem „atmosfery turystycznej miasta” (uczynił to co 10 obcokrajowiec), natomiast w kontekście negatywnym zdecydowanie podkreślali je odwiedzający krajowi.

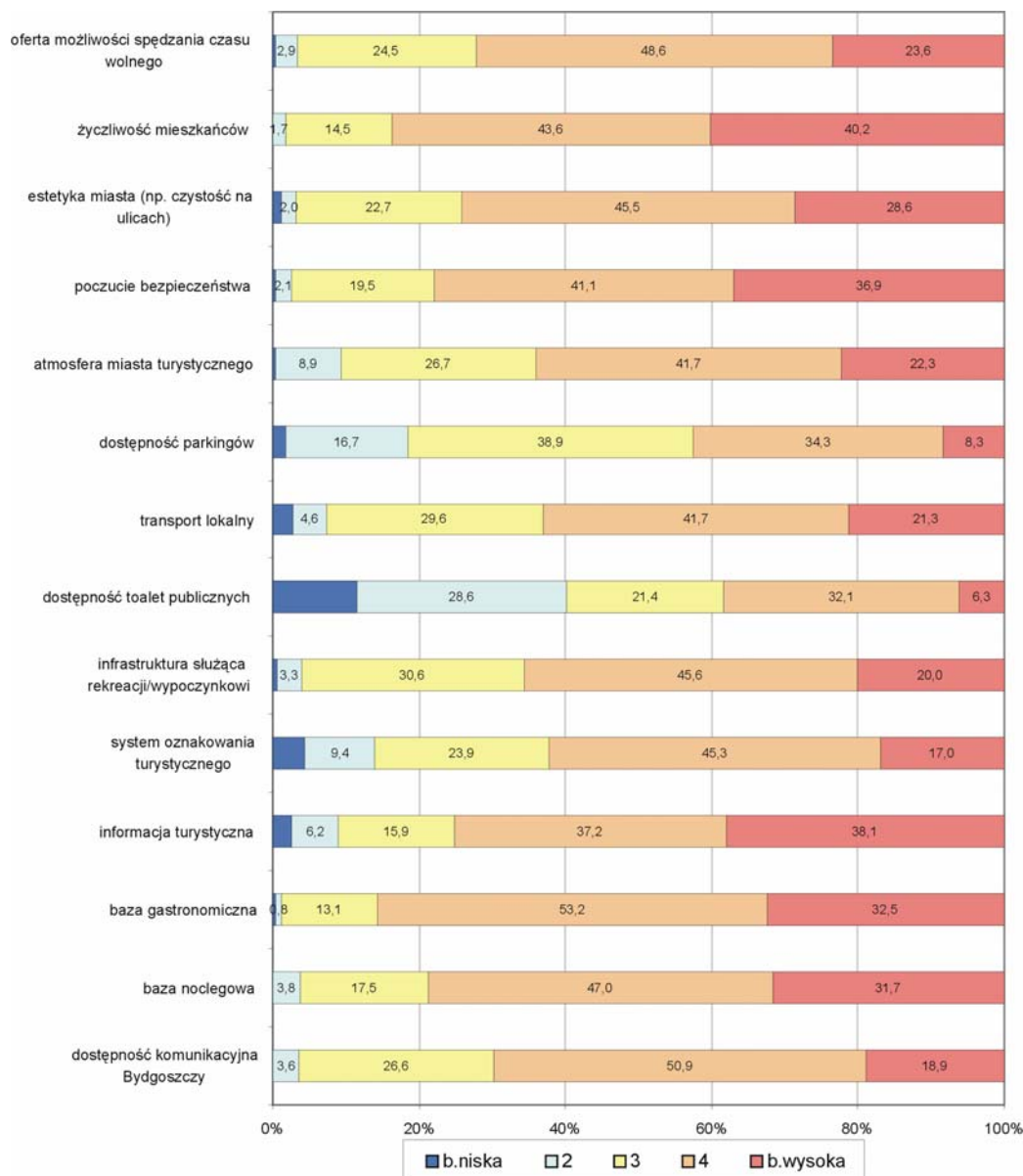
odwiedzający krajowi



Rycina 42. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających krajowych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

odwiedzający zagraniczni



Rycina 43. 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 wskazując miejsca lub obiekty (atrakcje turystyczne), które podczas pobytu w Bydgoszczy wywarły na nich największe, pozytywne wrażenia podali ankieterom łącznie 4149 wskazań (dopuszczono możliwość podania do trzech typów). Liczebność

badanych grup oraz inne czynniki wpłynęły na pozyskanie od odwiedzających zagranicznych 507 wskazań, natomiast od respondentów krajowych - 3642 wskazań. Aby otrzymać większą czytelność uzyskanych informacji pozyskane od ankietowanych typy poddano obiektywnej klasyfikacji (tab. 38 i 39).

Z punktu widzenia dalszego rozwoju funkcji turystycznej Bydgoszczy przeprowadzone badania jednoznacznie potwierdzają istotne znaczenie centralnej części miasta (strefy śródmiejskiej) w obsłudze turystów i odwiedzających jednodniowych. Pomijając kwestię wyposażenia w szeroko rozumiane walory turystyczne (w tym ich rynkowe znaczenie - siła przyciągania turystycznego), jak wynika z badań, jest to obszar o szczególnie intensywnej penetracji turystycznej i rekreacyjnej, a poziom zainteresowania obiektami/miejscami (atrakcjami) zlokalizowanymi w pozostałych częściach miejskiej przestrzeni Bydgoszczy, w tym nawet w bliskim otoczeniu historycznego centrum miasta Bydgoszczy, wyraźnie spada.

Uogólniając, można stwierdzić, że respondenci krajowi i zagraniczni typowali podobnie. Największa liczba wskazań i zarazem zgodność typów w tych dwóch grupach dotyczyła obszaru „Śródmieścia”. Wśród atrakcji najczęściej wymieniano: Stare Miasto (jako całą jednostkę), bydgoski Stary Rynek, Operę Nova, Spichrze przy ul. Grodzkiej, Tramwaj Wodny, Kanał Bydgoski, Katedrę p.w. Św. Marcina i Mikołaja.

Najbardziej pozytywne odczucia wzbudzała wśród respondentów Wyspa Młyńska, którą dla potrzeb analizy wydzielono z obszaru Śródmieścia. Analizując pozyskaną od badanych listę szczególnie zapamiętanych „bydgoskich atrakcji turystycznych” zauważa się ponadto większe zróżnicowanie typów w grupie odwiedzających krajowych (sytuacja ta wynika nie tylko z większego udziału odwiedzających krajowych w grupie respondentów ogółem, lecz także z posiadania przez tę grupę większej wiedzy o ofercie miasta i możliwościach spędzania w nim czasu wolnego).

Tabela 38. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających krajowych(I. bezw.)

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
Obszar - Wyspa Młyńska i okolica	1106
Wyspa Młyńska	928
Bydgoska Wenecja	78
Most zakochanych	47
Biały Spichlerz	26
Muzeum Leona Wyczółkowskiego	13
Marina	10
Karczma Młyńska	3
Europejskie Muzeum Pieniądza	1

cd. tab. 38.

Śródmieście (bez Wyspy Młyńskiej)	1943
Opera Nowa	280
Stare Miasto	253
Rynek Staromiejski	222
Kościół Katedralny p.w. Św. Marcina i Mikołaja	141
Spichrze przy ul. Grodzkiej	103
Kanał Bydgoski	127
Rejs tramwajem wodnym	111
Bazylika Mniejsza Św. Wincenta a Paulo	89
Galeria handlowa Focus Park	75
Pomnik Łuczniczki	63
Rzeźba „Przechodzący przez rzekę”	52
Ratusz - budynek	45
Plac Wolności - ogród Klarysek	44
Tereny spacerowe nad rzeką Brdą	36
Filharmonia Pomorska - budynek	34
Dzielnica Muzyczna	32
ul. Gdańska	29
„Mały Berlin” - architektura/kamienice/budynki	26
Kościół NMP (sióstr klarysek)	23
Rzeźba - Pan Twardowski	23
ul. Długa	22
Park Witosa	17
Park Jana Kochanowskiego	16
ul. Mostowa	15
Teatr Polski	14
Muzeum Mydła i Historii Brudu	12
Pomnik Walki i Męczeństwa Ziemi Bydgoskiej	10
Ogród botaniczny UKW	8
Osiedle Sielanka	8
Centrum handlowe - Drukarnia	7
ul. Dworcowa	6
Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myślęcinku	318
Inne miejsca/obiekty	275
obiekty sportowe	89
w tym: Stadion CWZS Zawiszy	70
w tym: Hala sportowa Łuczniczka	17
kawiarnie/restauracje/kluby/puby	62
muzea	41
w tym: Exploseum	19
w tym: Muzeum Wojsk Lądowych	10
strefa kibica na Starym Rynku	27
centra handlowe	21
hotele	13
obiekty sakralne - Kościoły	10
pomniki	8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Tabela 39. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających zagranicznych (I. bezw.)

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
Obszar - Wyspa Młyńska i okolica	155
Wyspa Młyńska	140
Bydgoska Wenecja	8
Biały Spichlerz	3
Marina	3
Most zakochanych	1
Śródmieście (bez Wyspy Młyńskiej)	268
Rynek Staromiejski	69
Opera Nova	37
Stare Miasto	25
Rejs tramwajem wodnym	22
Kanał Bydgoski	22
Kościół Katedralny p.w. Św. Marcina i Mikołaja	14
Spichrze przy ul. Grodzkiej	14
Rzeźba „Przechodzący przez rzekę”	12
Galeria Focus	8
Bazylika Mniejsza Św. Wincenta a Paulo	7
Tereny spacerowe nad rzeką Brdą	6
Kościół NMP (sióstr klarysek)	4
Rzeźba P.Twardowskiego	3
ul. Gdańska	3
Filharmonia	3
ul. Długa	3
Most Królowej Jadwigi	3
Muzeum Mydła	2
Pomnik Łucniczki	2
Kościół NMP (sióstr klarysek)	2
„Mały Berlin”	2
Pomnik Marian Rejewskiego	2
ul. Mostowa	1
Dzielnica Muzyczna	1
Osiedle Sielanka	1
Leśny Park Kultury i Wypoczynku w Myślęcinku	26
Inne miejsca/obiekty	65
obiekty sportowe	15
w tym: Stadion CWZS Zawiszy	9
w tym: Hala sportowa Łucniczka	3
kawiarnie/restauracje/kluby/puby	8
„Mały Berlin” - architektura/kamienice/budynki	7
muzea	5
w tym: Muzeum Wojska Polskiego	3
w tym: Exploseum	2
strefa kibica na Starym Rynku	3
centra handlowe	2
hotele	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Identyfikacja „słabych i mocnych stron” rozwoju turystyki w Bydgoszczy w oparciu o opinie pochodzące od respondentów

Wizerunek miasta w oczach odwiedzających jednodniowych i turystów przybywających do Bydgoszczy opisano na podstawie wyrażanych przez respondentów opinii/odczuć na temat „słabych” i „mocnych” stron rozwoju turystyki. Uzyskane wskazania stanowią specyficzną mieszankę subiektywnych odczuć, sądów i opinii odnoszących się generalnie do spełniania oczekiwań respondentów względem różnych elementów znajdujących się w przestrzeni miasta i ich użyteczności, łącznie tworząc kompozycję czynników wpływających na odbiór atrakcyjności turystycznej i w efekcie końcowym pozwalających określić turyście stopień zadowolenia z całego pobytu na terenie miasta.

Analizując ten problem zastosowano pytania otwarte (czyli rodzaj pytania kwestionariuszowego, na które respondent może udzielić swobodnej odpowiedzi).

W rezultacie zadania pytania dotyczącego „słabych i mocnych stron rozwoju turystyki w Bydgoszczy” otrzymano opinie zwrotne o łącznej liczbie 3293. Część opinii wyrażanych przez ankietowanych miała charakter zdawkowy (przy czym respondenci w takich przypadkach bardzo często odnosili się do ocenianych we wcześniejszych pytaniach elementów budujących atrakcyjność miasta Bydgoszczy, tj. elementów materialnych i niematerialnych). Wśród ogółu zebranych opinii występowały jednak również wypowiedzi rozbudowane, które nierzadko, w tonie oceny pozytywnej lub negatywnej odnosiły się do wielu, różnych spraw i problemów.

Aby otrzymać czytelny obraz zjawiska pozyskane informacje poddano klasyfikacji, wydzielając kilkanaście kategorii odpowiedzi.

W grupie wypowiedzi informujących o niekorzystnym odbiorze miasta Bydgoszczy jako destynacji turystycznej zidentyfikowano w sumie 1454 wypowiedzi (w tym: 1293 pochodziło od respondentów krajowych, a 161 od obcokrajowców). Natomiast w grupie wypowiedzi o zabawieniu pozytywnym stwierdzono ich znacznie więcej - 1839 (w tym: 1606 uzyskano od odwiedzających krajowych a 233 od obcokrajowców) (por. tab. 40 - 43). Z powyższego zestawienia można wysnuć pierwszy, ogólny ale ważny dla dalszego rozwoju funkcji turystycznej w mieście Bydgoszczy wniosek. Turyści i odwiedzający jednodniowi generalnie częściej dostrzegali korzystne uwarunkowania rozwoju turystyki, aniżeli jej słabsze strony. Stanowi to tym samym potwierdzenie tezy o wciąż niepełnym wykorzystaniu potencjału turystycznego miasta Bydgoszczy.

Grupa opinii pozytywnych

Tabela 40. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju

Wydzielone kategorie opinii pozytywnych („mocne strony”)	L. bezw.	Udział w %
Wyposażenie w atrakcje (możliwość zwiedzania, zabytki, muzea, centra handlowe)	457	28,5
Szeroka oferta możliwości spędzania czasu wolnego, tereny rekreacyjne, oferta rozrywki, wydarzenia sportowe i kulturalne)	225	14,0
Estetyka (ład, czystość, piękno, rewitalizacja)	145	9,0
Inne (generalnie - ciekawe miasto, „Bydgoszcz jest piękna”, przystępne ceny, „wszystko mi się podoba” itp.)	107	6,7
Architektura, pomniki, rzeźby, zabytkowe budowle, ulice z zabytkową zabudową	99	6,2
„Atmosfera”, „klimat miasta”	83	5,2
Zieleń miejska (parki, „zielona Bydgoszcz”)	81	5,0
Zmiany na lepsze, rozwój miasta, potencjał	73	4,5
Kontakty interpersonalne (życzliwość mieszkańców, gościnność)	61	3,8
Komunikacja wewnętrzna, poruszanie się po mieście, zwartość miasta (blisko do ciekawych miejsc)	60	3,7
Położenie komunikacyjne/geograficzne/tranzytowe, dostępność komunikacyjna,	59	3,7
Infrastruktura rekreacyjna (ścieżki rowerowe, place zabaw, ławki itp..)	53	3,3
Baza gastronomiczna	38	2,4
Infrastruktura noclegowa	30	1,9
Bezpieczeństwo	23	1,4
Oznakowanie turystyczne	8	0,5
Promocja miasta	4	0,2
Razem	1605	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Tabela 41. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających zagranicznych

Wydzielone kategorie opinii pozytywnych („mocne strony”)	L. bezw.	Udział w %
Wyposażenie w atrakcje (możliwość zwiedzania, zabytki, muzea, centra handlowe)	54	23,2
Kontakty interpersonalne (życzliwość mieszkańców, gościnność)	32	13,7
Architektura, pomniki, rzeźby, zabytkowe budowle, ulice z zabytkową zabudową	23	9,9
Szeroka oferta możliwości spędzania czasu wolnego, tereny rekreacyjne, oferta rozrywki, wydarzenia sportowe i kulturalne	21	9,0
„Atmosfera”, „klimat” miasta	20	8,6
inne (generalnie - ciekawe miasto, „Bydgoszcz jest piękna”, ceny, „wszystko mi się podoba” itp..)	20	8,6
Estetyka (ład, czystość, piękno, rewitalizacja)	18	7,7
Zmiany na lepsze, rozwój miasta, potencjał	11	4,7
Zieleń miejska (parki, „zielona Bydgoszcz”)	8	3,4
Baza gastronomiczna	8	3,4
Bezpieczeństwo	6	2,6
Komunikacja wewnętrzna, poruszanie się po mieście, zwartość miasta (blisko do ciekawych miejsc)	5	2,1
Położenie komunikacyjne (tranzytowe), geograficzne	3	1,3
Infrastruktura noclegowa	2	0,9
Informacja turystyczna (oznakowanie, punkt informacji)	1	0,4
Promocja	1	0,4
Razem	233	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Otrzymana struktura wypowiedzi dla ogółu respondentów była bardzo zróżnicowana (wyróżniono 17 kategorii – grup odpowiedzi). Respondenci wskazując na „mocne strony” rozwoju turystyki najczęściej odnosili się do lokalizacji na terenie Bydgoszczy ciekawych atrakcji, które dają możliwość swobodnej organizacji czasu wolnego podczas pobytu i jednocześnie realizacji celów przyjazdu (łącznie 50,7% - co wynika z łączenia wskazań otrzymanych dla następujących kategorii: „szeroka oferta możliwości spędzania czasu wolnego, tereny rekreacyjne, oferta rozrywki, wydarzenia sportowe i kulturalne” - 9%, „wyposażenie w atrakcje - możliwość zwiedzania, muzea, centra handlowe itp.” - 23,2%, „architektura, pomniki, rzeźby, zabytkowe budowle, ulice z zabytkową zabudową” - 9,9% oraz „inne - typu „ciekawe miasto”, „Bydgoszcz jest piękna”, „przystępne ceny”, „wszystko mi się podoba” itp.”- 8,6%).

Ankietowani podkreślali duże możliwości zwiedzania, wyposażenie w tereny i miejsca do biernej i czynnej rekreacji, różnorodną ofertę wydarzeń kulturalnych i sportowych oraz rozbudowaną ofertę bazy rozrywkowej

Dość liczne grono osób ankietowanych w swoich wypowiedziach podkreśliło ważną z punktu widzenia budowania wizerunku „miejsca” cechę, jaką jest jego szeroko rozumiana „estetyka” miasta. Ład, czystość, działania zmierzające do poprawy wizerunku

otoczenia wskazało jako ważny element dla rozwoju turystyki w Bydgoszczy aż 7,7% respondentów.

W grupie wypowiedzi świadczących o postrzeganiu dużego potencjału dla rozwoju turystyki w Bydgoszczy znalazły się również wypowiedzi „ogólne”, które wprost nie charakteryzowały wybranych elementów potencjału, ale odnosiły się do jego atrakcyjności i wyrażały stopień zadowolenia z pobytu w mieście (w ogólnej liczbie wypowiedzi kategoria ta uzyskała poziom 8,6%).

Spośród wartości niematerialnych turyści i odwiedzający jednodniowi do korzystnych stron miasta zaliczyli „kontakty interpersonalne - życzliwość mieszkańców, gościnność” (13,7%) i „atmosferę, klimat miasta” (8,6%). Ciekawym spostrzeżeniem, które co prawda nie pojawiało się często wśród ogółu odpowiedzi była informacja o postrzeganiu „zmian na lepsze, rozwoju miasta i jego potencjału” (4,7% wskazań z ogółu).

Przedstawiona powyżej syntetyczna charakterystyka „mocnych stron” turystyki w Bydgoszczy zasadniczo nie różni się rozkładem statystycznym uzyskanych wypowiedzi w grupie odwiedzających krajowych i zagranicznych. Jediną, ważniejszą różnicę pomiędzy pozyskanymi opiniami zauważono w przypadku kategorii „kontakty interpersonalne – życzliwość mieszkańców, gościnność”, którą wyraźnie częściej wśród innych kwestii podnosili odwiedzający Bydgoszcz obcokrajowcy.

Grupa opinii negatywnych

Tabela 42. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju

Wydzielone kategorie opinii negatywnych - „słabe strony”	L. bezw.	Udział w %
Problemy z komunikacją i transportem	350	27,1
Estetyka otoczenia	172	13,3
Dostępność parkingów	148	11,4
Brak atrakcji - niewiele możliwości ciekawego spędzania czasu	111	8,6
Oznakowanie turystyczne	107	8,3
Dostępność toalet publicznych	88	6,8
Jakość i użyteczność elementów infrastruktury miejskiej (zieleni, WIFI, chodniki, ławki, itp.)	88	6,8
Promocja	59	4,6
Inne	52	4,0
Dostępność śmietników	34	2,6
Bezpieczeństwo	30	2,3
Baza gastronomiczna	26	2,0
Kontakty interpersonalne	20	1,5
Infrastruktura noclegowa	8	0,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Tabela 43. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających obcokrajowców

Wydzielone kategorie opinii negatywnych - „słabe strony”	L. bezw.	Udział w %
Estetyka otoczenia	30	18,6
Kontakty interpersonalne	27	16,8
Problemy z komunikacją i transportem	25	15,5
Inne	16	9,9
Brak atrakcji - niewiele możliwości ciekawego spędzania czasu	13	8,1
Oznakowanie turystyczne	10	6,2
Bezpieczeństwo	10	6,2
Dostępność parkingów	6	3,7
Dostępność śmietników	6	3,7
Jakość i użyteczność elementów infrastruktury miejskiej (zieleni, WIFI, chodniki, ławki, itp..)	6	3,7
Promocja	5	3,1
Dostępność toalet publicznych	4	2,5
Baza gastronomiczna	3	1,9
Infrastruktura noclegowa	0	0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Analiza wypowiedzi na temat „słabych stron” lub niekorzystnego wizerunku potencjału turystycznego miasta wskazuje, że w dobrym odbiorze miasta respondentom przeszkadzały przede wszystkim szeroko rozumiane „problemy z komunikacją i transportem wewnętrznym” (25,8 z ogółu wskazań). W tym przypadku, głównym powodem niezadowolenia były: pojawiające się w newralgicznych punktach miasta „orki na drogach” (respondenci wspominali najczęściej o centrum, często związane z „robotami drogowymi”) oraz „źle działająca komunikacja miejska” (tego typu wskazania występowały rzadziej). Omawiając kategorię odpowiedzi wyrażającą negatywne opinie w zakresie „komunikacji i transportu” warto w tym miejscu wskazać na problem „dostępności parkingów”, na który uwagę zwracał co 10 respondent (10,6%). W tej kwestii niezadowolenie respondentów budziły szczególnie: „liczba parkingów” i ich „mała pojemność”. W ogólnej strukturze uzyskanych opinii na temat „słabych stron” rozwoju turystyki w mieście Bydgoszczy ngorzej wypada również „estetyka otoczenia”. Brak ładu, zaśmiecenie, zły stan fasad kamienic zlokalizowanych w śródmieściu (łącznie z aktami wandalizmu – np. „graffiti”) wyraźnie wykazywano jako mankament i cechę

niekorzystną z punktu widzenia odbioru atrakcyjności miasta (prawie 14% z ogółu). Warto zwrócić uwagę na problem, który zauważono w poprzednich analizach. Okazuje się, że duża część respondentów ma zastrzeżenia do „oznakowania turystycznego” w Bydgoszczy (8%), wykazując przy tym potrzebę większej dbałości o oznakowanie turystyczne (często wykazywano potrzebę zlokalizowania w obrębie centralnej części miasta tablic z mapą śródmieścia, z zaznaczonymi atrakcjami). Powiązanie tych wypowiedzi z uwagami kierowanymi w stosunku do „słabych” zdaniem respondentów działań w zakresie promocji turystycznej walorów miasta (4,7%) daje podstawę do głębszego zastanowienia się nad problemem rozbudowy systemu oznakowania turystycznego oraz doinformowania turystów nie tylko o funkcjonowaniu profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego na terenie miasta, ale także o szeroko rozumianych możliwościach organizacji i aranżacji czasu wolnego podczas na terenie Bydgoszczy.

W sumie tylko niewielka część respondentów w swoich wypowiedziach negatywnie oceniała walory turystyczno-rekreacyjne miasta. Generalnie „brak atrakcji i ciekawych możliwości spędzania czasu wolnego wymieniło” 8,5% z grupy ogółem. Ponadto wśród negatywnych opinii dość często pojawił się problem jakości i użyteczności niektórych elementów infrastruktury miejskiej (dla przykładu najczęściej wskazywano następujące problemy: „za mało ławek do siedzenia”, „brak miejsc parkingowych dla rowerów”, „mało zieleni w centrum miasta”, uwagi do ciągów pieszych – chodniki do wymiany, brak dostępu do WIFI na Wyspie Młyńskiej itp.). Problemem na który ankietowani zwracali uwagę była „dostępność toalet publicznych” (prawie 7% z ogółu odpowiedzi).

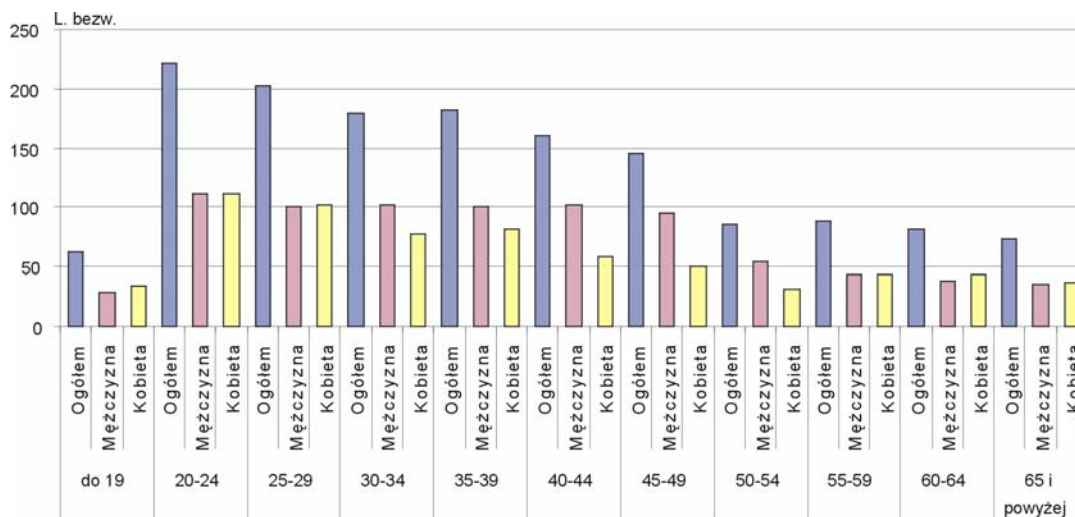
Porównanie wypowiedzi w grupie odwiedzających krajowych i zagranicznych pozwala zaobserwować pewne różnice w otrzymanych ocenach. Najgorzej w opinii respondentów zagranicznych wypada „estetyka otoczenia” (18,6%). Turyści zagraniczni znacznie częściej niż krajowi dostrzegali także problem w „kontaktach interpersonalnych” (16,8%)(słaba znajomość j. angielskiego wśród mieszkańców, brak kultury obsługi), i „bezpieczeństwie” (6,2%) (zagrożenie związane z przestępczością – kradzieże, zaczepiania na ulicy przez bezdomnych, pijaństwo, rozboje).

ROZDZIAŁ IV. Wnioski i zalecenia

4.1. Identyfikacja profilu turystów

Identyfikacja profilu turystów (z wyłączeniem odwiedzających jednodniowych)¹⁷ stanowi syntezę ustaleń otrzymanych w toku badań i wykonanych prac analitycznych. Przeprowadzona synteza parametrów oraz podstawowych cech opisujących przyjazdy i pobyt badanych 1496 respondentów nocujących w Bydgoszczy przy uwzględnieniu cech dominujących (specyficznych) pozwala sformułować ogólny zarys profilu turystów.

Turyści przybywający do Bydgoszczy to głównie osoby w wieku produkcyjnym, mobilnym¹⁸, czynni zawodowo (z przewagą mężczyzn), często z wyższym a najczęściej ze średnim wykształceniem (ryc. 44). Ważną grupą wśród nich jest młodzież studiująca.



Rycina 44. Profil społeczno-demograficznych turystów
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Wśród turystów przybywających do Bydgoszczy znajdują się osoby charakteryzujące się często wysoką, ustabilizowaną pozycją zawodową (kadra kierownicza wyższego i średniego szczebla) a najczęściej średnim statusem zawodowy (pracownicy administracyjni i usług, nauczyciele lub pracownicy nauki i przedstawiciele „innych” (być może wolnych?) zawodów. Turyści różnią się posiadaniem statusem materialnym

¹⁷ Ruch odwiedzających jednodniowych przybywających do Bydgoszczy w celach „*stricte turystycznych*” posiadał zgodnie z ustaleniami niniejszego opracowania niewielki, by nie powiedzieć marginalny udział w przyjazdach jednodniowych ogółem (na poziomie 16%). Jeszcze mniejszy udział – na poziomie 11% posiada ruch odwiedzających jednodniowych identyfikowany na podstawie łączenia celu „odwiedziny krewnych, znajomych” i „poznawania, zwiedzania” jako głównego sposobu spędzania czasu wolnego w miesiącu.

¹⁸ 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.

(szczególnie w układzie turysta krajowy - turysta zagraniczny) a dominują wśród nich osoby cechujące się przeciętną pozycją materialną (dot. grupy turystów krajowych).

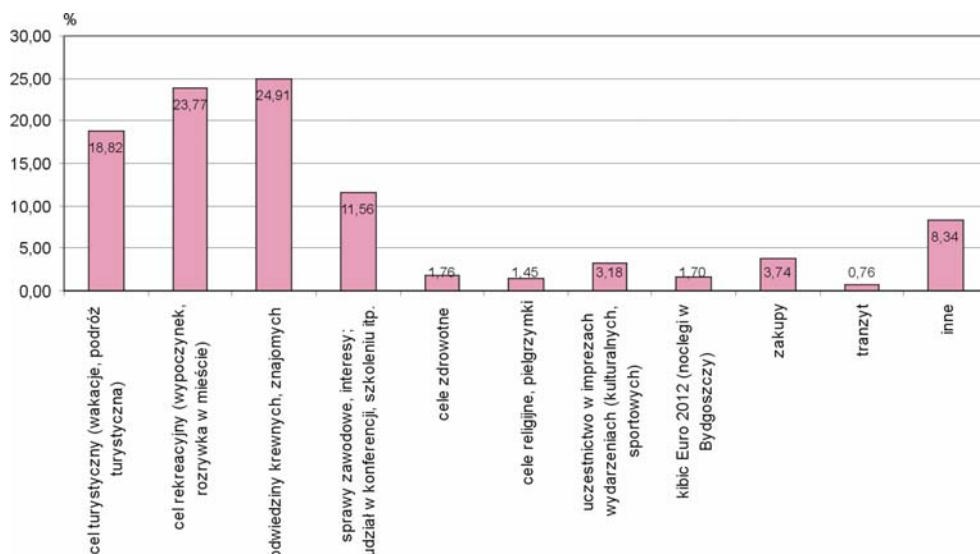
Turyści krajowi przybywają do Bydgoszczy z regionu kujawsko-pomorskiego oraz województw ościennych (w tym szczególnie: mazowieckiego i wielkopolskiego). Dominującym wśród turystów modelem są przyjazdy „w towarzystwie” (głównie: „z najbliższą rodziną”, „z partnerem lub partnerką” i nieco rzadziej „z grupą znajomych”). Grupy liczą przeważnie do 3 osób. Jako środka transportu turyści używają własnych samochodów, choć istotna jest również kolej i autobusy linii regularnych (wyjątek stanowią obcokrajowcy, dla których podstawowym środkiem transportu był samolot). Rozpatrując zasięg przestrzenny rynku bydgoskiego (wyłączając z analizy region kujawsko-pomorski) należy stwierdzić, że ważnym punktem nadania strumieni ruchu turystycznego są duże, krajowe aglomeracje i miasta średniej i wielkości.

Turyści w Bydgoszczy to również obcokrajowcy – przy czym przyjazdy generuje głównie rynek unii europejskiej (głównie Niemcy i Wielka Brytania).

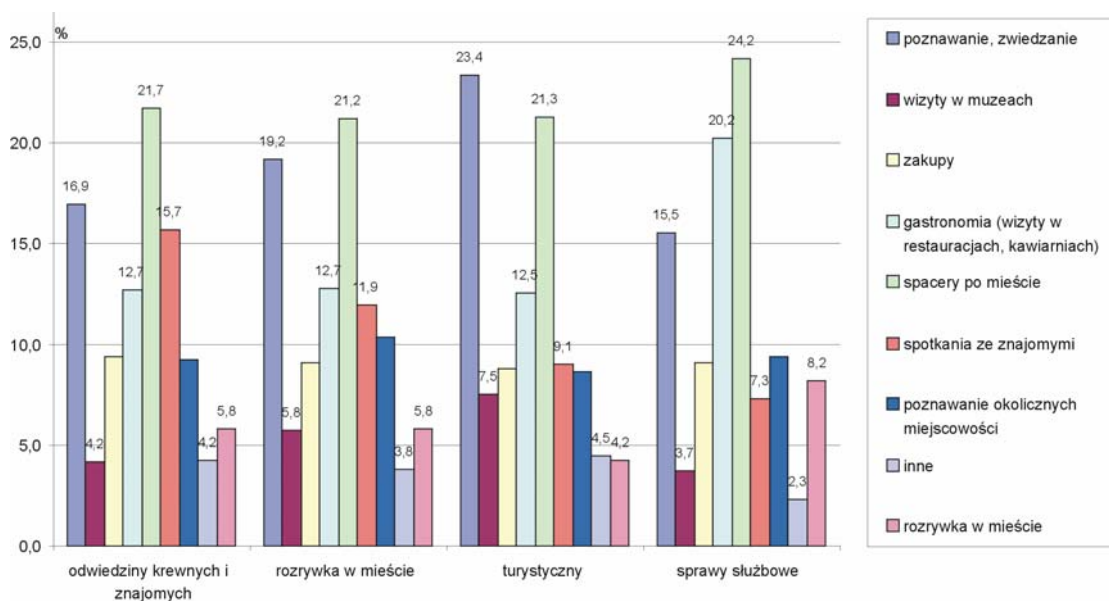
Dla przeważającej części turystów Bydgoszcz stanowi miejsce docelowe podróży. Realizują przeważnie kolejne wizyty w mieście a charakterystycznym, dominującym w tych przypadkach modelem trwania pobytu jest pobyt krótki (2-3 dni lub na 1 noc).

Podróże do Bydgoszczy turyści organizują głównie we własnym zakresie, jednak ważne znaczenie w tej kwestii przypisać należy również „firmom i zakładom pracy” (turystyka biznesowa). Stosunkowo niewielką grupę stanowią turyści zorganizowani. Z bardzo dobrym odbiorem (ocena) atrakcyjności turystycznej miasta i możliwości ciekawego w nim spędzania czasu wolnego nie koresponduje stwierdzony w toku badań marginalny udział biur podróży w organizacji przyjazdów turystów do Bydgoszczy.

Do głównych celów przyjazdów turystów do Bydgoszczy należą „odwiedziny krewnych lub znajomych” i „wypoczynek i rozrywka w mieście”. Istotnym celem jest również cel służbowy („realizacja spraw zawodowych, interesy, udział w konferencjach i szkoleniach”), rzadziej realizują zaś cel „cele stricte turystyczne” (wakacje, podróż turystyczna). Spędzając czas wolny w Bydgoszczy turyści realizują różne formy, przy czym najczęściej są to „spacery po mieście” (f. bardzo popularna), zwiedzanie (f. realizowana często), spotkania ze znajomymi (w szczególności w kawiarniach i pubach) (f. realizowana często), ale także zakupy (f. pojawiająca się rzadziej). W tym czasie turyści korzystają z różnej infrastruktury usługowej miasta (ciągi spacerowe, baza gastronomiczna, galerie handlowe i nieco rzadziej obiekty kulturalno-rozrywkowe i sportowe). Charakterystyczną cechą przyjazdów turystów jest wykorzystywanie tzw. taniej bazy hotelowej („mieszkania znajomych i krewnych”) oraz hoteli.



Rycina 45. Cele przyjazdów turystów do Bydgoszczy
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych



Rycina 46. Formy spędzania czasu wolnego turystów
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych

Podstawowym źródłem informacji o szeroko rozumianej ofercie turystycznej miasta dla turystów jest „Internet”. Są to również „rekommendacje znajomych i rodziny”. Niestety dużą część turystów przed przyjazdem nie jest zainteresowana poszukiwaniem takich informacji.

4.2. Szacunkowa liczba turystów

Jednym z podstawowych założeń i celów zaprojektowanej metodologii „Badań ruchu turystycznego w Bydgoszczy 2012” było umożliwienie pozyskania wiedzy na temat profilu turystów i odwiedzających jednodniowych (krajowych i zagranicznych) a także możliwość oszacowania liczby turystów przybywających do miasta. Argumentem za jej wdrożeniem była nie tylko potrzeba wypełnienia luki poznawczej wynikającej z braku w dotychczasowym dorobku badawczym prac nawiązujących do tego problemu lub będących próbą kompleksowego wyjaśnienia złożoności uwarunkowań rozwoju ruchu turystycznego w Bydgoszczy. Ważną przesłanką, była także konieczność wdrożenia rozwiązań, które poprzez zastosowanie odpowiedniego podejścia diagnostycznego (stały monitoring), umożliwią podejmowanie stosowanych decyzji i określanie właściwych ścieżek rozwoju, dla dynamicznie kształtującej się funkcji turystycznej miasta.

Oszacowanie wielkości ruchu turystycznego, który jest zjawiskiem niezwykle dynamicznym jest bardzo trudne. Z reguły stosuje się w tym celu podejście eksperckie, wymagające nie tylko wiedzy o uwarunkowaniach rynku wewnętrznego, ale także umiejętnego podejścia analitycznego, bazującego na różnych analizach, informacjach i materiałach wtórnych oraz pierwotnych (uzupełniających, często też uszczegóławiających wiedzę). Należy pamiętać, że oszacowanie jest każdorazowo *przybliżeniem* poziomu zjawiska. W przypadku specyficznych grup, jakie tworzą turyści i odwiedzający jednodniowi zawsze będzie wymagało bardzo pracochłonnych i kosztownych badań nie przedstawiając jednak faktycznego poziomu zjawiska.

W ramach podjętej próby dotyczącej określenia wielkości ruchu turystycznego w Bydgoszczy koniecznym było wykorzystanie zarówno materiałów pochodzących ze źródeł wtórnych (m.in. dane Głównego Urzędu Statystycznego, dane WUS w Bydgoszczy, dane z ogólnopolskich badań Instytutu Turystyki w Warszawie, informacje z bydgoskich hoteli i niektórych podmiotów świadczących usługi turystyczne), jak i dokonanie szczegółowej parametryzacji ruchu odwiedzających krajowych i zagranicznych z wykorzystaniem szeroko zakrojonych badań kwestionariuszowych uzupełnionych wiedzą ekspercką.

Szczególnie istotne w szacunkach wielkości ruchu turystycznego ze względu na brak innej podstawy (bazy) szacowania są nadal -pomimo istniejących w nich braków - dane GUS, szczególnie te, które zawierają informacje przedstawiają dynamikę zmian wykorzystania bazy zbiorowego zakwaterowania przez turystów krajowych i zagranicznych (liczba korzystających, liczba udzielonych noclegów ect.). Dane te zazwyczaj wykorzystuje

się łącznie z informacjami o liczbie wizyt w poszczególnych województwach publikowanymi przez Instytut Turystyki w Warszawie. W tym miejscu należy podkreślić trafność uzyskanych wyników badań kwestionariuszowych w relacji do badań Instytutu Turystyki w Warszawie prezentowanych w układzie regionalnym. Strumień ruchu turystycznego docierający do Bydgoszczy jest w dużej części związany z turystycznymi migracjami wewnątrzwojewódzkimi. Znaczna część – szczególnie przyjazdów krótkoterminowych związana jest z „odwiedzinaми krewnych i znajomych”, spore znaczenie w województwie mają także przyjazdy w „celach służbowych”.

Szacunek liczby turystów w Bydgoszczy w roku 2012 został w szczególności oparty na następujących danych i przesłankach:

1) dane GUS zawierające informacje o turystach korzystających z noclegów w województwie kujawsko-pomorskich oraz Bydgoszczy za okres 2003-2011, wraz z analizą tendencji przyrostu liczby korzystających (prognoza na 2012 r.)

2) dane IT o liczbie wizyt i jej zmianach w województwie kujawsko-pomorskim w latach 2003-2011 (seria: Turystyka Polska – układ regionalny)

3) wybrane parametry opisujące odwiedzających ogółem oraz według wydzielonych kategorii przyjazdów (używano wartości dominujących lub przeciętnych, stosując wskazania w odpowiednich proporcjach):

- w szczególności dla kategorii przyjazdów turystycznych – połączonych z noclegiem, realizujących cele: „odwiedziny krewnych i znajomych”, „turystyczne”, „rekreacyjne”, „służbowe”),
- częstotliwość przyjazdów,
- długość pobytu,
- wykorzystana baza hotelowa
- osoby towarzyszące (łączna liczba osób)
- sposoby i formy spędzania czasu wolnego (wybrane kategorie)

4) informacje o frekwencji i pochodzeniu terytorialnym zwiedzających „Muzeum Mydła i Brudu”

Wyniki analizy przygotowano dla trzech wariantów:

- 1) niski poziom (wariant ostrożny)
- 2) poziom średni (wariant zrównoważony)¹⁹
- 3) wysoki poziom (optymistyczny)

¹⁹ Jest to wariant najbardziej prawdopodobny

Według szacunków sporządzonych na potrzeby niniejszego opracowania przyjazdowy ruch turystyczny do Bydgoszczy (przyjazdy połączone z noclegiem) w roku 2012 r. mógł osiągnąć poziom:

- 1) w wariancie ostrożnym – 250 749,7 osób,**
- 2) w wariancie zrównoważonym – 357 636,1 osób,**
- 3) w wariancie optymistycznym - 443145,3 osób.**

Posiadając dość fragmentaryczną wiedzę na temat odwiedzających jednodniowych podjęto także próbę oszacowania wielkości tego ruchu, biorąc jednak pod uwagę wyłącznie odwiedzających realizujących cele „stricte turystyczne” (wakacje, podróż turystyczna) i „odwiedziny krewnych i znajomych”²⁰ (w opracowaniu zamieszczono tylko tzw. wariant ostrożny). Według szacunków liczba odwiedzających jednodniowych realizujących cele stricte turystyczne oraz odwiedziny krewnych i znajomych w roku 2012 mogła osiągnąć poziom: **250 585,1 osób** (z czego zdecydowana większość, tj. 82% to osoby przyjeżdżające w celu „odwiedziny krewnych i znajomych”). Opisane w podrozdziale 4.4. *zalecenia* dotyczące korekt miejsc pobierania materiału ankietowego, proporcji ankiet a także uwzględnienia różnego rodzaju imprez i wydarzeń odbywających się w Bydgoszczy pozwolą w przyszłości z większą szczegółowością rozpoznać profil odwiedzających jednodniowych, a tym samym wpłyną na wykonanie bardziej precyzyjnych szacunków ich liczby.

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

W celu oszacowania wydatków poniesionych przez turystów wykorzystano następujące dane:

a) informacje pochodzące z kwestionariuszy ankietowych opisujące wybrane parametry pobytów turystów, tj. w szczególności: liczbę dni spędzonych w mieście, częstotliwość przyjazdów, miejsce zakwaterowania (z podziałem na mieszkania „znajomych i rodziny” i pozostałe), osoby towarzyszące w przyjazdach oraz wydatki

²⁰ „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)

ponoszone na noclegi (za 1 osobę/1 nocleg) i inne wydatki związane z pobytem (z wyłączeniem wydatków na noclegi) (analiza przełożyła się na dobór odpowiednich proporcji i wskaźników stosowanych do przeliczeń).

b) dane GUS zawierające informacje o turystach korzystających z noclegów w województwie kujawsko-pomorskich oraz Bydgoszczy za okres 2003-2011, wraz z analizą tendencji przyrostu liczby korzystających (prognoza na 2012 r.),

c) kwerendę cen za usługi w wybranych rodzajach obiektów hotelarskich.

Uwzględniając informacje pochodzące od wyodrębnionych podgrup respondentów oszacowano, że:

– wydatki turystów związane z zakwaterowaniem i usługami dodatkowymi obiektów hotelarskich (żywieniowe):

osiągnęły poziom 33.375.806 zł

– wydatki „inne” związane pobytem turystów w Bydgoszczy (zakwaterowanych w obiektach zakwaterowania zbiorowego)

osiągnęły poziom 30.800.240 zł

– wydatki „inne” związane pobytem turystów w Bydgoszczy (zakwaterowanych poza rejestrowaną bazą - „w mieszkaniach rodzin i znajomych”)

osiągnęły poziom

1) w wariancie ostrożnym – 7.009.930 zł,

2) w wariancie zrównoważonym – 11.683.217 zł

3) w wariancie optymistycznym – 15.421.846 zł.

Reasumując, po zsumowaniu wartości wydatków otrzymanych w wariancie zrównoważonym (dla turystów korzystających „z mieszkań rodzin lub znajomych”) oraz szacowanych wydatków poniesione przez turystów korzystających z rejestrowanej bazy noclegowej

otrzymujemy kwotę 75.859.263 zł stanowiącą wartość oszacowaną dla ruchu turystycznego przybywającego do Bydgoszczy

4.4. Zalecenia

Każdorazowo, po zakończeniu badań, które w zamierzeniu mają być kontynuowane w przyszłości a były prowadzone na dużą skalę stosuje się procedurę ewaluacyjną, pozwalającą na formułowanie wniosków oceniających efektywność działań oraz wskazanie ewentualnych korekt i zmian w zastosowanym podejściu. W przypadku stosowanych metodologii badań ruchu turystycznego, mających najczęściej charakter ekspercki, dostosowywanych do możliwości finansowania i przede wszystkim do zastanych uwarunkowań rynkowych formułowane spostrzeżenia dotyczą głównie dwóch płaszczyzn: organizacyjnej i założeń badawczych (rzadziej natomiast samego narzędzia badawczego - zastosowanego kwestionariusza wywiadu).

Finalizacja projektu „Badania ruchu turystycznego w Bydgoszczy 2012” połączona z prezentacją raportu końcowego skłania do przedstawienia wniosków dotyczących zarówno płaszczyzny organizacyjnej badań, założeń przyjętych w metodologii, jak również narzędzia badawczego, dla których wspólnym celem – generalizując – było pozyskanie informacji o dwóch grupach osób przybywających do miasta, realizujących w jego przestrzeni szeroki wachlarz celów, interpretowanych jako „turystyczne”, tj. odwiedzających jednodniowych i turystów (por. zalecenia w płaszczyźnie organizacyjnej i metodologicznej). Wyniki badań pozwalają również na przedłożenie Zamawiającemu propozycji działań mających na celu dostosowanie się do oczekiwań gości, mogących zwiększyć użyteczność przestrzeni turystycznej miasta Bydgoszczy dla turystyki i jednocześnie podnoszących poziom satysfakcji z pobytu (por. zalecenia o charakterze aplikacyjnym).

1) Płaszczyzna organizacyjna i metodologiczna

Kontynuacja „Badań ruchu turystycznego w Bydgoszczy” w latach następnych musi wiązać się z dążeniem do wdrożenia założenia o pełnym „zintegrowaniu” i „zaangażowaniu” środowiska branżowego w proces pozyskiwania informacji o turystach i odwiedzających jednodniowych. Istotna jest rola lidera, który oprócz budowania świadomości potrzeb badawczych w tym zakresie powinien dążyć do budowania współpracy, jednocześnie angażując w projekt szerokie spektrum podmiotów, które bezpośrednio lub pośrednio powiązane są z obsługą ruchu turystycznego w mieście. Wdrożenie systemu badań ruchu turystycznego wymaga dalszej kontynuacji działań integrujących środowisko (zespół badawczy napotkał w tym względzie barierę – np. częste uniemożliwianie dostępu do gości hotelowych na terenie obiektów świadczących usługi

hotelowe – dotyczy podmiotów niezrzeszonych w BYLOT i obiektów nieskategoryzowanych).

W ocenie zespołu prowadzącego badania rolę lidera we wdrażaniu systemu badań monitorujących ruch turystyczny powinna kontynuować Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna chociażby z racji wcześniejszych, ważnych działań w kwestiach związanych z rozwojem turystyki w mieście, a szczególnie podejmowanych prób integracji autonomicznych podmiotów reprezentujących branżę turystyczną.

Z punktu widzenia otrzymanych wyników istotnego znaczenia nabiera problem „miejsc” dokonywania pomiarów. Aby uzyskać większy stopień obiektywności warto zastanowić się nad przyszłą lokalizacją punktów poboru materiału ankietowego. Z racji napotkanych trudności (wynikających z uniemożliwienia prowadzenia badań przez niektóre obiekty zbiorowego zakwaterowania – co bezpośrednio wpłynęło na możliwość kształtowania próby w kwestii pełnej reprezentacji struktury obiektów) pod rozwagę pozostawiamy odpowiedź na pytanie: czy punkty poboru ankiet powinny być zlokalizowane w obiektach hotelarskich (nawet w tych, które bez żadnych problemów umożliwiły prowadzenia badań na ich terenie)?

Problem ten ma szerszy wymiar, gdyż dotyczy założenia o badaniu dwóch grup odwiedzających, tj. turystów (nocujących w mieście) i jednodniowych (beznoclegowych). Z punktu widzenia oczekiwanych wyników szacowania wielkości ruchu obie grupy mają ważne znaczenie. Zdecydowanie większy poziom obiektywizmu (wiedza o zachowaniach, cechach specyficznych, proporcjach wielkości, wpływie czynników itp.) można będzie otrzymać jednak tylko wtedy, kiedy zostaną ustalone/dobre „nowe” miejsca poboru ankiet. Podczas zbierania materiału ankietowego warto rozważyć szczególnie kalendarz wydarzeń periodycznych (impresz kulturalnych, rozrywkowych i sportowych), które jak wynika z badań mają duże rynkowe (przestrzenne) oddziaływanie, przyciągając odwiedzających na rynek bydgoski. W relacji do wyników otrzymanych dla odwiedzających jednodniowych, których udział i częstotliwość powrotów do miasta są znaczne, w przyszłości badania powinny objąć (oczywiście z zachowaniem odpowiednio dobranych proporcji) takie miejsca, jak: tereny wokół popularnych galerii handlowych, obiekty sportowe, operę i filharmonię, ważniejsze muzea oraz najważniejsze miejsca odbywania „spotkań” („turystyka biznesowa”).

Kwestionariusz wywiadu zbudowany do celów pomiarowych badań ruchu turystycznego (przetestowany w badaniach pilotażowych), po jego zastosowaniu na dużej próbie badawczej generalnie nie budzi większych zastrzeżeń. Niewielkich korekt wymaga jednak kwestia „doprecyzowania” i być może ustawienia „kolejności” niektórych pytań. Dla przykładu pewne problemy interpretacyjne, które napotkano podczas analizy pozyskanego

materiału empirycznego, wynikały z zastosowania nieprecyzyjnego zakresu w pytaniu o częstotliwość przyjazdów do miasta („kilka” - ma wiele odpowiedzi, co w ostatecznym rozrachunku – przy dużym udziale tego typu wypowiedzi – może zasadniczo wpływać na poziom oszacowania wielkości ruchu a także wydatków). W tej kwestii zespół autorski zobowiązuje się do przeprowadzenia dyskusji z Zamawiającym.

2) Płaszczyzna aplikacyjna

Wyniki pogłębionych badań rynku bydgoskiego zawarte w prezentowanym opracowaniu korespondują (cechują się dużym podobieństwem – pokrywają się lub są podobne) z ustaleniami „Badań ruchu turystycznego w Województwie Kujawsko-Pomorskim w latach 2009-2010”²¹ (w części poświęconej miastu Bydgoszczy). Dla przykładu wyraźne podobieństwo zauważa się w wynikach: pochodzenia terytorialnego odwiedzających, celach przyjazdów, struktury wiekowej, osób towarzyszących, środkach transportu, długości trwania pobytu, poszukiwania informacji o mieście, wykorzystywanych źródłach informacji o mieście, jak również oceny atrakcyjności turystycznej miasta i wybranych elementów potencjału turystycznego). Fakt ten utwierdza w przekonaniu o słuszności obranego postępowania badawczego.

W opinii zespołu prowadzącego badania - uwzględniając wartości merytoryczne i aplikacyjne wyników przeprowadzonych badań - najważniejszym spostrzeżeniem jest zaobserwowany dysonans, pomiędzy bardzo pozytywnym odbiorem przestrzeni turystycznej miasta (jak się okazuje - pod wieloma względami atrakcyjnej dla odwiedzających Bydgoszczy), a wykazywaną przez badanych potrzebą lepszej organizacji systemu oznakowania turystycznego miasta (uwagi respondentów np.: „brak tablic z planem centrum miasta z zaznaczonymi atrakcjami”, „tablice informacyjne przy atrakcjach”, „brak infomatów” itp.). Biorąc pod uwagę zastaną sytuację, zespół badawczy sugeruje wdrożenie odpowiednich działań mających na celu poszerzeniu dotychczasowego zakresu funkcjonalnego systemu oznakowania turystycznego w mieście (najlepiej stosując nowoczesne rozwiązania, bazujące na standardach europejskich, z wykorzystaniem idei „interpretacji dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego” oraz systemu identyfikacji wizualnej typu Corporate Design). W opinii zespołu, ten ważny element zagospodarowania turystycznego MPT Bydgoszczy wymaga dopracowania, szczególnie w strefie intensywnej penetracji rekreacyjnej (strefa centralna miasta). Analizując system oznakowania turystycznego warto ponadto zastanowić się również nad umieszczeniem w obrębie strefy

²¹ Anszperger A, Radkiewicz A., Wyd. Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, Toruń, 2011

intensywnej odwiedzanej przez odwiedzających większej liczby drogowskazów informujących o funkcjonującym na Starym Rynku punkcie informacji turystycznej (BCI).

Ponadto - biorąc pod uwagę uzyskane wyniki, świadczące o dużym znaczeniu „turystyki biznesowej” w przyjazdach turystycznych i jednodniowych do Bydgoszczy, zaleca się podjęcie próby znacznego poszerzenia oferty uatrakcyjnijającej, organizującej czas wolny dla tego segmentu odwiedzających, w oparciu o program budowy produktów typu „small event” (wypełniających lub organizujących czas wolny, połączonych z wykorzystaniem różnych elementów i podmiotów infrastruktury usługowej i turystycznej miasta).

Spis tabel

	Str.
Tabela 1. Harmonogram poboru materiału ankietowego uwzględniający losowanie terminów oraz liczbę ankiet według przyjętych miejsc poboru	15
Tabela 2. Rozkład liczby wywiadów kwestionariuszowych w miejscach i obiektach uznanych w konsultacjach środowiskowych za „atrakcje turystyczne” (z wykorzystaniem metody rangowania)	18
Tabela 3. Struktura poboru ankiet w miejscach i obiektach uznanych w konsultacjach środowiskowych za atrakcyjne turystycznie	18
Tabela 4. Natężenie krajowego ruchu turystycznego (podróże długookresowe i krótkookresowe) w okresie 2001-2012 w układzie regionalnym	22
Tabela 5. Wykorzystanie hoteli w roku 2011	28
Tabela 6. Korzystający z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Bydgoszczy w latach 2003-2011 według miesięcy	29
Tabela 7. Pochodzenie badanych krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według miejsc stałego zameldowania w województwach oraz powtarzalności wizyt	34
Tabela 8. Pochodzenie krajowych turystów i odwiedzających jednodniowych według deklarowanego miejsca stałego zamieszkania w województwach oraz informacji o wykorzystaniu bazy noclegowej	35
Tabela 9. Odsetki respondentów odwiedzających długookresowych i jednodniowych według powiatów wskazanych jako miejsca stałego zamieszkania	36
Tabela 10. Struktura wieku i płci badanych respondentów (odwiedzający krajowi i zagraniczni)	44
Tabela 11. Struktura respondentów według statusu zawodowego	47
Tabela 12. Struktura badanych odwiedzających (turystów i jednodniowych według samooceny statusu materialnego)	47
Tabela 13. Częstotliwość przyjazdów respondentów do Bydgoszczy	49
Tabela 14. Planowana długość pobytu respondentów w Bydgoszczy	50
Tabela 15. Planowana długość pobytu turystów krajowych i zagranicznych deklarujących co najmniej jeden nocleg w Bydgoszczy	51
Tabela 16. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywana źródła informacji o bazie noclegowej według wybranych kategorii przyjazdów	52
Tabela 17. Struktura odpowiedzi na pytanie o „Wykorzystywane źródła informacji o bazie noclegowej według wybranych kategorii przyjazdów”	54
Tabela 18. Aktywność respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy	55
Tabela 19. Wykorzystywane przed przyjazdem do Bydgoszczy źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów	56
Tabela 20. Organizacja przyjazdów do Bydgoszczy (w %)	57
Tabela 21. Cele przyjazdów do Bydgoszczy (w %) – odwiedzający ogółem	60
Tabela 22. Cele przyjazdów odwiedzających krajowych (agregacja według wybranego celu głównego) (l. bezw.)	62
Tabela 23. Cele przyjazdów odwiedzających zagranicznych (agregacja według wybranego celu głównego) (l. bezw.)	62
Tabela 24. Osoby towarzyszące w podróży (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	63
Tabela 25. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	65
Tabela 26. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	67
Tabela 27. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”	68
Tabela 28. Wykorzystywana baza noclegowa podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	70
Tabela 29. Wykorzystywana baza gastronomiczna podczas pobytu w Bydgoszczy (w %) – według wydzielonych podgrup przyjazdów	72
Tabela 30. Wykorzystywanie profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego podczas pobytu w Bydgoszczy w grupie badanych respondentów (w %)	73
Tabela 31. Struktura wydatków ponoszonych przez turystów na noclegi w Bydgoszczy (na 1 os/doba) przez turystów (w %)	74
Tabela 32. Struktura wydatków ponoszonych przez turystów na noclegi w Bydgoszczy (na 1 os/doba) (w %)	75
Tabela 33. Struktura wydatków ponoszonych przez odwiedzających podczas jednego dnia pobytu (bez wydatków na noclegi) (w %)	77
Tabela 34. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy (w %) – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów	79
Tabela 35. Skłonność do rekomendacji miasta Bydgoszczy (w %) jako miasta atrakcyjnego pod względem turystycznym – struktura według wydzielonych podgrup przyjazdów	80
Tabela 36. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów – atrakcji turystycznych (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)	82
Tabela 37. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na postrzeganie atrakcyjności turystycznej miasta (w grupie odwiedzających ogółem)(w %)	85

Tabela 38. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających krajowych(l. bezw.)	89
Tabela 39. Główne atrakcje turystyczne Bydgoszczy w opinii odwiedzających zagranicznych (l. bezw.)	91
Tabela 40. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju	93
Tabela 41. „Mocne strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających zagranicznych	94
Tabela 42. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających z kraju	95
Tabela 43. „Słabe strony” turystyki w Bydgoszczy – według odwiedzających obcokrajowców	96

Spis rycin

	Str.
Ryc. 1. Klasyfikacja odwiedzających	9
Ryc. 2. Kategorie ruchu turystycznego podlegające badaniom	9
Ryc. 3. Struktura poboru materiału ankietowego	14
Ryc. 4. Pozycja województwa kujawsko-pomorskiego w obsłudze krajowego ruchu turystycznego (długoterminowego i beznoclegowego) w latach 2001-2012	24
Ryc. 5. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w pierwszym półroczu 2012 r. według województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (mln)	26
Ryc. 6. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w III kwartale 2012 r. według województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (mln)	26
Ryc. 7. Ruch turystyczny w układzie regionalnym	27
Ryc. 8. Sezonowość ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim	27
Ryc. 9. Liczba korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w Bydgoszczy w latach 2003-2011 wraz z analizą tendencji rozwojowej	30
Ryc. 10. Sezonowość przyjazdów turystycznych do miasta Bydgoszczy na podstawie danych o korzystających z obiektów zakwaterowanie zbiorowego w latach 2003, 2007, 2011	30
Ryc. 11. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych według województw	35
Ryc. 12. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających (ogółem) miasto Bydgoszcz	37
Ryc. 13. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia turystów krajowych	38
Ryc. 14. Kartogram koncentracji miejsc pochodzenia odwiedzających krajowych jednodniowych	39
Ryc. 15. Koncentracja miejsc pochodzenia turystów krajowych deklarujących podczas pobytu w Bydgoszczy realizację celu turystycznego („wakacje, podróż turystyczna”)	15
Ryc. 16. Pochodzenie respondentów (turystów i odwiedzających jednodniowych według krajów stałego zamieszkania (w %)	41
Ryc. 17. Pochodzenie turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych	42
Ryc. 18. Struktura płci badanych respondentów – odwiedzający krajowi i zagraniczni	43
Ryc. 19. Struktura płci i wieku badanych respondentów – odwiedzający ogółem	43
Ryc. 20. Struktura wieku respondentów odwiedzających Bydgoszcz w 2012 r. - turyści i odwiedzający jednodniowi	45
Ryc. 21. Struktura wykształcenia respondentów	46
Ryc. 22. Samoocena sytuacji materialnej w grupie badanych respondentów	48
Ryc. 23. Częstotliwość przyjazdów do Bydgoszczy	49
Rycina 24. Wykorzystywane przed przyjazdem źródła informacji o bazie noclegowej Bydgoszczy	53
Rycina 25. Poziom aktywności respondentów w poszukiwaniu informacji o mieście Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów	55
Rycina 26. Wykorzystywane przed przyjazdem do Bydgoszczy źródła informacji o Bydgoszczy wskazane przez respondentów	56
Rycina 27. Organizacja przyjazdów w grupie badanych respondentów według wydzielonych grup przyjazdów	58
Rycina 28. Cele przyjazdów do Bydgoszczy według wydzielonych grup przyjazdów	61
Rycina 29. Osoby towarzyszące w podróży - według wydzielonych podgrup przyjazdów	64
Rycina 30. Środki transportu wykorzystywane w przyjazdach	65
Rycina 31. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego wśród badanych respondentów	67
Rycina 32. Sposoby i formy spędzania czasu wolnego podczas pobytu w Bydgoszczy - odpowiedzi w kategorii „rozrywka w mieście”	69
Rycina 33. Baza noclegowa wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów	70
Rycina 34. Baza gastronomiczna wykorzystywana przez badanych respondentów - według wydzielonych podgrup przyjazdów	72
Rycina 35. Wydatki ponoszone przez badanych turystów na noclegi (1 osoba/doba) według wydzielonych podgrup przyjazdów	75
Rycina 36. Wydatki ponoszone przez badanych turystów na noclegi (1 osoba/doba) według wydzielonych podgrup przyjazdów – struktura otrzymana po ponownej agregacji materiału statystycznego (nie uwzględnia kategorii wydatki „inne”	76
Rycina 37. „Inne” wydatki respondentów na 1 dzień pobytu (bez wydatków za noclegi)	77
Rycina 38. Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej miasta Bydgoszczy przez badanych respondentów	79
Rycina 39. Skłonność do rekomendacji Bydgoszczy rodzinie i znajomym jako ośrodka atrakcyjnego pod względem turystycznym	80
Rycina 40. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez odwiedzających krajowych	83
Rycina 41. Ocena atrakcyjności miejsc i obiektów (tzw. atrakcji turystycznych) przez obcokrajowców	84
Rycina 42. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających krajowych	87
Rycina 43. Percepcja wybranych elementów oferty wpływających na ocenę atrakcyjności turystycznej miasta w grupie odwiedzających zagranicznych	88
Rycina 44. Profil społeczno-demograficznych turystów	98

Rycina 45. Cele przyjazdów turystów do Bydgoszczy	100
Rycina 46. Formy spędzania czasu wolnego turystów	101