

DOKUMENT PRZYGOTOWANY NA ZLECENIE
URZĘDU MIASTA TORUNIA

MONITORING RUCHU TURYSTYCZNEGO

TURYSTYCZNY TORUŃ 2007

RAPORT KOŃCOWY

Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu

przygotowanie i opracowanie

Agnieszka Radkiewicz

KONSULTACJE EKSPERCKIE

prof. dr hab. Daniela Szymańska

dr Andrzej Anszperger

Henryk Miłoszewski

Katarzyna Motławska

Bogusława Sypniewska

Toruń

styczeń 2008

SPIS TREŚCI

I. Wstęp	4
II. Metodologia i charakterystyka badania	5
III. Wielkość i struktura ruchu turystycznego w Toruniu w 2007 roku	7
➤ wielkość ruchu turystycznego	
➤ struktura strumienia ruchu turystycznego	
IV. Analiza informacji o strukturze ruchu turystycznego oraz postrzeganiu produktu turystycznego Torunia przez turystów w świetle badań ankietowych.....	13
4.1. Charakterystyka osób przyjeżdżających do Torunia w badanych miesiącach w 2007 roku	14
➤ kryterium demograficzne	14
➤ kryterium geograficzne	16
➤ ze względu na wykorzystany środek transportu	22
➤ ze względu na główny cel podróży	24
➤ ze względu na towarzystwo w trakcie podróży	25
➤ ze względu na długość pobytu w Toruniu	30
➤ ze względu na źródło informacji o Toruniu	31
➤ ze względu na częstotliwość wizyt w Toruniu	34
➤ ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania	36
➤ ze względu na sposób znalezienia noclegu	38
4.2. Baza noclegowa Torunia w opinii respondentów	39
4.3. Wykorzystanie form obsługi turystycznej przez turystów przybywających do Torunia w 2007 roku	42
4.4. Ocena bazy gastronomicznej przez turystów odwiedzających Toruń w 2007 roku	45
4.5. Opinie odwiedzających Toruń w 2007 roku o wybranych elementach wizerunku turystycznego miasta	46

4.6.	Skojarzenia z Toruniem odwiedzających miasto w 2007 r.-----	51
4.7.	Powody szczególnego niezadowolenia respondentów z pobytu w Toruniu ---	53
4.8.	Rzeczy szczególnie pozytywnie postrzegane i zapamiętane przez odwiedzających Toruń w 2007 roku -----	56
4.9.	Szacunkowe wydatki turystów w 2007 roku -----	57
4.10.	Odwiedzane okolice przy okazji pobytu w Toruniu-----	60
4.11.	Rekomendacja Torunia jako destynacji turystycznej i deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia-----	62
4.12.	Największe atrakcje Torunia w opinii respondentów w 2007 roku-----	62
4.13.	Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc w 2007 roku -----	63
V.	Wnioski-----	65
VI.	Załącznik – kwestionariusz wywiadu -----	67

I. Wstęp

Badanie monitoringowe ruchu turystycznego w Toruniu zostało w roku 2007 przeprowadzone po raz trzeci. Zakrojone na szeroką skalę od pierwszego roku badanie bazowało na próbie ponad dwóch tysięcy respondentów. Tegoroczny raport z trzeciej edycji badań nie tylko dostarcza wiarygodnych informacji o wielkości, strukturze ruchu turystycznego oraz opiniach turystów o Toruniu, ale zawiera w sobie informacje z dwóch poprzednich edycji badań porównując je i ukazując tendencje rozwoju toruńskiej turystyki.

Toruń jest niejako „skazany” na turystykę – dziedzictwo kulturowe o niezaprzeczalnej wartości nie tylko w skali kraju, ale również świata zostało docenione poprzez wpis na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Bogaty kalendarz imprez kulturalnych, liczne, międzynarodowe festiwale, spotkania teatralne oraz istnienie w Toruniu wartościowych muzeów sprawiło, że Gród Kopernika ubiega się o miano Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku.

Niezwykle ważne jest, by przygotowując się do tego wydarzenia i chcąc konkurować z innymi miastami w staraniach o tytuł Stolicy Kultury właściwie kierować promocją miasta. Aby zaś stworzyć ofertę turystyczną, kulturalną i rozrywkową dostosowaną do oczekiwań odwiedzających potrzeba wiarygodnych informacji. Dostarczenie ich jest zadaniem Monitoringu Ruchu Turystycznego.

Wyniki badań zebrane w niniejszym Raporcie mogą być pomocne dla władz miasta, organizatorów turystyki, właścicieli bazy hotelowo-gastronomicznej, całej branży turystycznej miasta Torunia, przygotowującej się na przyjęcie turystów. Uzyskane informacje mają prowadzić do likwidacji pewnych nieprawidłowości w organizacji turystyki w Toruniu, ciągłego polepszania oferty turystycznej, wykorzystania atutów Torunia oraz do coraz pełniejszego spełnienia oczekiwań turystów.

II. Metodologia i charakterystyka badania

Według danych Instytutu Turystyki w ciągu pierwszych trzech kwartałów 2007 roku do Polski przyjechało 50,9 mln cudzoziemców. Jest to wielkość o prawie 6% większa niż w analogicznym okresie w 2006 roku. Szacunkowo w liczbie tej było około 11,6 mln turystów. Instytut Turystyki prognozuje, że do roku 2013 liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski wzrośnie do 19 mln.

Jaki udział w turystyce kraju ma Toruń? Jaka część turystów dociera do Grodu Kopernika, i jak dużo czasu tu spędza? Jak często Toruń staje się destynacją turystyczną dla podróżujących Polaków?

Gusta turystów zmieniają się szybko, a od nich zależy właściwe budowanie oferty turystycznej. Ogólnopolskie badania (prowadzone przez Instytut Turystyki) mogą być pomocą i wskazówką, ale ze względu na duży stopień ogólności tylko częściowo odpowiadają potrzebom regionów czy miast turystycznych. Dopiero łączna analiza danych z GUS, Instytutu Turystyki, liczby wejść do muzeów, liczby oprowadzonych wycieczek oraz danych z badania ankietowego pozwala na stworzenie prawdziwego obrazu turystyki Torunia, który można uznać za w miarę wiarygodną podstawę do planowania promocji miasta czy podejmowania decyzji o charakterze gospodarczym, inwestycyjnym.

Monitoring Ruchu Turystycznego *Turystyczny Toruń 2007* jest trzecią edycją badania rozpoczętego w 2005 roku. Założenia metodologiczne pozostają w generalnym zarysie takie same jak w dwóch poprzednich edycjach badań, tak, by możliwe było przeprowadzenie analizy porównawczej, uchwycenie zmian i prognozowanie trendów.

Minimalną liczebność próby niniejszego badania dla miasta Torunia ustalono w oparciu o dane GUS z poprzedniego roku dotyczące wykorzystania obiektów zbiorowego zakwaterowania. Biorąc również pod uwagę te dane zmieniono nieznacznie procentowe rozłożenie wielkości próby na cztery miesiące tak, by zachować odzwierciedlenie wielkości ruchu turystycznego w tychże miesiącach. W odniesieniu do badań w turystyce wielkość badanej populacji jest trudna, a w zasadzie niemożliwa do jednoznacznego ustalenia, gdyż nie można z góry przewidzieć ilu turystów zdecyduje się przyjechać do miasta w danym roku. Przy dużych i nieokreślonych populacjach trudno mówić o pełnej reprezentatywności badań w rozumieniu statystycznym. Jednakże ustalenie wielkości próby powyżej 1500 osób pozwoliło na uzyskanie wyników wysoce prawdopodobnych, wiarygodnie

opisujących strukturę strumienia ruchu turystycznego w Toruniu. Ze względu na celowe rozbięcie próby na cztery miesiące zdecydowano o ustaleniu wielkości próby na minimum 2000 osób. Ostatecznie przeprowadzono 2065 wywiadów kwestionariuszowych, z czego po selekcji merytorycznej i formalnej do analizy przyjęto 2020 ankiet.

W niniejszym badaniu nie uwzględniono zalecanego przez WTO rozróżnienia na turystów [przyjezdni, którzy spędzili w mieście przynajmniej jeden nocleg] i odwiedzających jednodniowych [bez noclegu]. W dalszej części Raportu pod terminem turyści rozumiemy wszystkich przyjezdnych (bez względu na to czy korzystali z noclegu w Toruniu czy nie), którzy wybrali się do Torunia okazynie, ich podróż odbywała się do miejsca innego, niż miejsce zwykłego otoczenia (wykluczone zostały osoby, które przyjeżdżają do Torunia do pracy i studenci) oraz ich pobyt nie przekraczał 90 dni. Badaniu poddawane były osoby powyżej 12 roku życia.

Badanie opinii turystów przybyłych do Torunia w 2007 roku zostało zrealizowane za pomocą tego samego kwestionariusza wywiadu, co w dwóch poprzednich edycjach badań. Po konsultacjach eksperckich zasadne okazało się dodanie jednego pytania o zabytki, które respondent zwiedzał lub zamierza zwiedzać. Uzyskane w ten sposób informacje posłużyły do zbudowania mapy najbardziej atrakcyjnych według turystów miejsc.

Ankiety przeprowadzono w ciągu czterech miesięcy, ze względu na specyficzny, sezonowy charakter toruńskiej turystyki. Tradycyjnie były to marzec, maj, sierpień i październik. Miesiące te różnią się pod względem liczby turystów, oraz, jak pokazało pierwsze badanie, innych zachowań i preferencji turystów. Wielkość próby w poszczególnych miesiącach została ustalona w oparciu o dane GUS proporcjonalnie do liczby korzystających z noclegów w rejestrowanej bazie noclegowej Torunia, tak, by odzwierciedlała wielkość ruchu turystycznego.

Dobór próby badania następował według instrukcji opracowanej dla ankieterów. Analizę wyników wykonano za pomocą oprogramowania SPSS Professional Statistics.

Ankietowanie polegało na przeprowadzeniu wywiadu bezpośredniego przez przeszkolonych ankieterów w czterech wybranych miesiącach. Aby zminimalizować częstotliwość braków odpowiedzi nie rozpoczynano badania przed godziną 12, tak, by turyści przybyli do Torunia „zdążyli” wyrobić sobie zdanie w interesujących badaczy kwestiach. W każdym miesiącu wyznaczano dni, w których ankietowanie odbywało się w godzinach popołudniowych, by uchwycić tych przyjezdnych, którzy przebywają w Toruniu w celach służbowych bądź konferencyjnych i dopiero popołudniami mają możliwość zwiedzenia Starego Miasta.

Ankieta obok metryczki charakteryzującej respondentów zawierała 22 pytania, w części respondenci mogli wskazać jedną odpowiedź, w innych dowolną liczbę odpowiedzi, część zaś miała charakter otwarty (swobodna wypowiedź badanego). Kwestionariusz wywiadu dostępny był w języku polskim, angielskim, niemieckim, francuskim, hiszpańskim i włoskim.

Przygotowując i opracowując badania wykorzystano następujące źródła informacji:

- analiza dokumentów istniejących (dane GUS, informacje o liczbie sprzedanych biletów w muzeach i Planetarium, informacje o liczbie oprowadzonych wycieczek z biur przewodnickich);
- wywiad bezpośredni z odwiedzającym według kwestionariusza wywiadu;
- metoda szacunków statystycznych;
- wiedza i doświadczenie eksperckie.

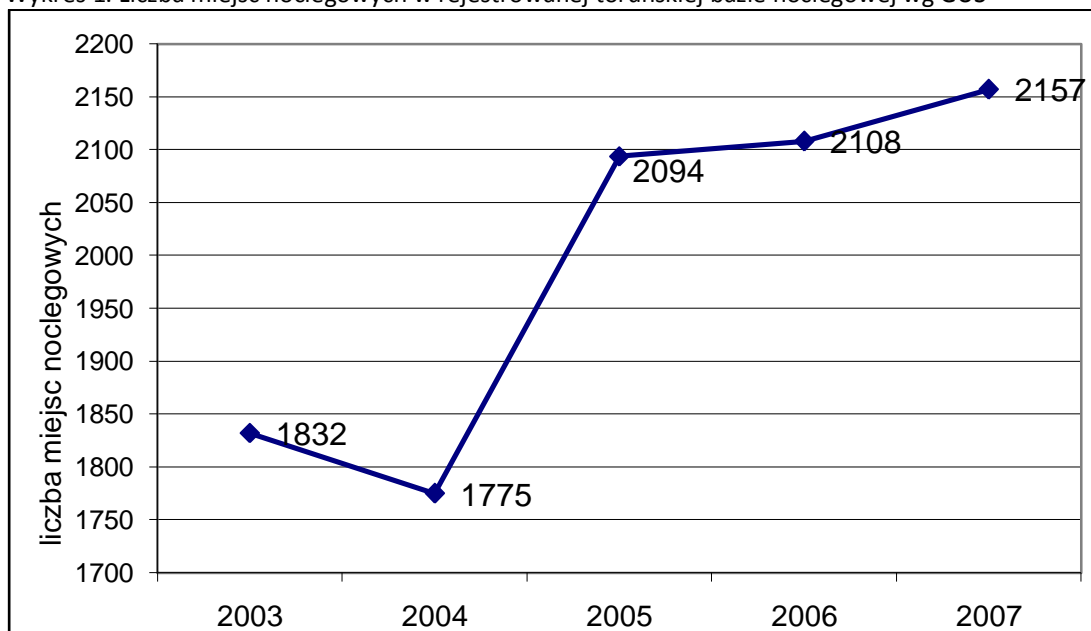
III. Wielkość ruchu turystycznego w Toruniu w 2007 roku

Szacowanie wielkości ruchu turystycznego jest pracą trudną i wymaga nie tylko zebrania wiarygodnych informacji, ale również doświadczenia i wiedzy o specyfice ruchu turystycznego w danej miejscowości (choćby wiedzy na temat funkcjonowania szarej strefy). Warto jednak tego wyzwania się podjąć, gdyż to ILU turystów odwiedziło Toruń w danym roku jest też jedną z najbardziej pożądaných informacji. Choć niemożliwe jest w sposób jednoznaczny odpowiedzieć na pytanie ILU turystów rocznie odwiedza dany region czy miasto można, opierając się na wielu dostępnych źródłach, określić, jaki jest to rząd wielkości.

Pierwszym ze źródeł, z których korzysta niniejsza analiza są dane z GUS o wykorzystaniu rejestrowanej bazy noclegowej. Te, choć obarczone marginesem błędu wynikającym z nieuwzględnienia szarej strefy oraz dynamiki rozwoju rejestrowanej bazy noclegowej są uznawane za jedyne „twarde” dane opisujące turystykę miejską.

Według GUS w 2007 roku istniało w Toruniu 30 obiektów świadczących usługi hotelarskie, z czego 28 stanowiły obiekty całoroczne. Liczba miejsc noclegowych po niewielkim spadku w 2004 roku, który dotyczył jedynie miejsc sezonowych (z 405 do 169) rośnie, choć bardzo powoli.

Wykres 1. Liczba miejsc noclegowych w rejestrowanej toruńskiej bazie noclegowej wg GUS



źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W świetle zbieranych i na bieżąco aktualizowanych danych Ośrodka Informacji Turystycznej w Toruniu sytuacja przedstawia się korzystniej, zaś różnice dotyczą przede wszystkim liczby miejsc sezonowych, których jest przynajmniej dwukrotnie więcej niż podają to dane GUS.

Liczba obiektów noclegowych - 32; w tym całorocznych – 30;

Liczba miejsc noclegowych całorocznych – około 2072 miejsc;

Liczba miejsc noclegowych sezonowych – 400.

Eksperti zajmujący się szacowaniem wielkości ruchu turystycznego stwierdzili, że uzyskany wynik może być wiarygodny jedynie wtedy, gdy weźmie się pod uwagę realnie istniejącą bazę noclegową, określoną na podstawie danych z OIT.

Tym niemniej informacje gromadzone przez GUS są ważne, gdyż zbierane według tej samej metody przez wiele lat pokazują dynamikę rozwoju turystyki w Toruniu.

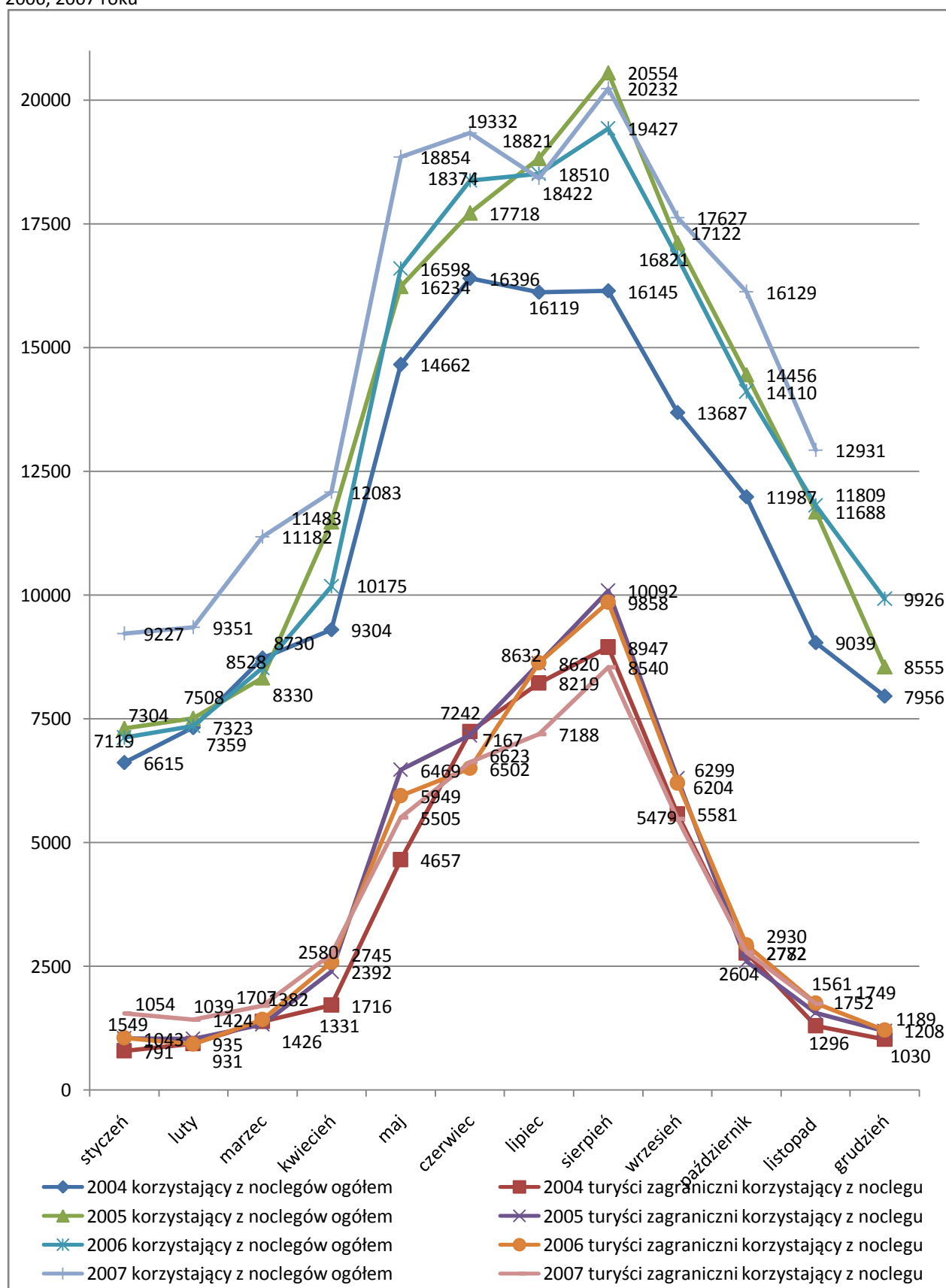
Dostępne dane GUS (do listopada) o liczbie wykorzystanych miejsc noclegowych w 2007 roku w porównaniu z rokiem 2006 pokazują wzrost liczby nocujących w rejestrowanej bazie noclegowej Torunia o 16 540 osób (około 10%). Jednak biorąc pod uwagę dynamikę ruchu turystycznego w 2006 roku, w którym nastąpiło wydłużenie wysokiego sezonu turystycznego na miesiące do tej pory charakteryzujące się mniejszym natężeniem ruchu turystycznego oraz fakt, że podobne zjawisko zaobserwowano również w 2007 roku można przypuszczać, że bilans całoroczny uwzględniający jeszcze miesiąc grudzień może jeszcze zwiększyć ten procent.

Tabela 1: Liczba osób korzystających z obiektów zbiorowego zakwaterowania w latach 2004, 2005, 2006, 2007 według miesięcy wg GUS

		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
2004	korzystający z noclegów ogółem	6615	7323	8730	9304	14662	16396	16119	16145	13687	11987	9039	7956
	turyści zagraniczni korzystający z noclegu	791	935	1382	1716	4657	7242	8219	8947	5581	2772	1296	1030
2005	korzystający z noclegów ogółem	7304	7508	8330	11483	16234	17718	18821	20554	17122	14456	11688	8555
	turyści zagraniczni korzystający z noclegu	1043	1039	1331	2392	6469	7167	8620	10092	6299	2604	1561	1189
2006	korzystający z noclegów ogółem	7119	7359	8528	10175	16598	18374	18510	19427	16821	14110	11809	9926
	turyści zagraniczni korzystający z noclegu	1054	931	1426	2580	5949	6502	8632	9858	6204	2930	1752	1208
2007	korzystający z noclegów ogółem	9227	9351	11182	12083	18854	19332	18422	20232	17627	16129	12931	
	turyści zagraniczni korzystający z noclegu	1549	1424	1707	2745	5505	6623	7188	8540	5479	2782	1749	

Źródło: GUS

Wykres 2: Korzystający z noclegów (turyści ogółem i z wyróżnieniem turystów zagranicznych) w 2004, 2005, 2006, 2007 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analizując Wykres 2. przedstawiający liczbę korzystających z noclegów w kolejnych miesiącach w 2004, 2005, 2006 i 2007 roku można mówić o następujących tendencjach:

- największe wykorzystanie obiektów zbiorowego zakwaterowania ma miejsce między majem a wrześniem;
- dane z 2007 roku zmieniają perspektywę patrzenia na początek roku – na miesiące zimowe – do tej pory odnotowywano w tym czasie najmniejsze zmiany w liczbie korzystających z noclegów – zaś w 2007 roku widoczny jest wyraźny wzrost turystów nocujących między styczniem a marcem – o 29 procent w stosunku do roku 2006. Należałoby zadać pytanie czym jest to spowodowane – czy jest to jedynie efekt dobrej pogody, przyjaznych warunków atmosferycznych, czy też ruch turystyczny w tym czasie zwiększają uczestnicy szkoleń i konferencji? A może uczestnicy nowych festiwali?
- obserwuje się wydłużanie sezonu turystycznego – wzrost liczby nocujących w miesiącach wrześniu, październiku i listopadzie w 2007 roku.

Innym wskaźnikiem, który dostarcza istotnych informacji na temat wielkości ruchu turystycznego jest stopień korzystania z atrakcji miasta, takich jak muzea, Planetarium. Oczywiście korzystają z nich nie tylko turyści, jednak niektóre z nich (ze względu na stałość i niezmienność ekspozycji) na przykład Dom Kopernika czy Planetarium, są szczególnie atrakcyjne dla przyjezdnych.

Jak pokazują statystyki z liczby sprzedanych biletów w 2007 roku z atrakcji muzealnych Muzeum Okręgowego oraz Planetarium, Orbitarium i Żywego Muzeum Piernika skorzystało więcej turystów niż w 2006 roku. Zliczając frekwencję z prawie wszystkich obiektów sprzedających bilety (za wyjątkiem Kościoła śś. Janów) szacuje się, że miejsca te odwiedziło łącznie około **390 000** osób.

Trzeci rok przeprowadzania badań monitoringowych ruchu turystycznego zaowocował bardzo dobrą współpracą pomiędzy Ośrodkiem Informacji Turystycznej, który badanie te prowadzi a podmiotami działającymi na rynku turystycznym Torunia. Muzea i biura przewodnickie przekonane o dobrej funkcji badań przekazały swoje dane do zbiorczych statystyk.

Dzięki temu analiza z 2007 roku zawiera informacje o liczbie oprowadzonych wycieczek z wszystkich działających w Toruniu biur przewodnickich: Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK, Centrum Usługowe przy Oddziale Przewodnickim PTTK, Biuro przewodnickie Gromada, Toruń Tourist, oraz ELPIS. Łącznie biura te oprowadziły **4221 grup** wycieczkowych (krajowych i zagranicznych).

Posiadając wyżej wymienione informacje oraz dane z wywiadów kwestionariuszowych grono ekspertów posługując się tymi samymi metodami co w 2005 i 2006 roku podjęło się oszacowania wielkości ruchu turystycznego w Toruniu w 2007 roku. W badaniu, jak zostało to zaznaczone wyżej, przyjęto wielkość bazy noclegowej na podstawie danych Ośrodka Informacji Turystycznej, nie zaś danych Głównego Urzędu Statystycznego.

Zastosowano trzy metody szacowania wielkości ruchu turystycznego wzajemnie się uzupełniające i krzyżowo weryfikujące wyniki.

W pierwszej metodzie grono ekspertów biorąc pod uwagę:

- liczbę istniejących w Toruniu miejsc noclegowych całorocznych i sezonowych
- przypuszczalne średnie obłożenie roczne i sezonowe (szacowane na podstawie danych GUS, informacji „nieformalnych”, wiedzy i doświadczenia eksperckiego)
- procent osób korzystających z bazy noclegowej Torunia - dane z analizy kwestionariuszy wywiadów – to około 22,5%

oszacowało wielkość ruchu turystycznego w 2007 roku w wariancie minimalnym na około 1.590 000 zaś w wariancie maksymalnym, optymistycznym na około 1.920.000

Według drugiej metody opierającej się na:

- liczbie sprzedanych biletów w różnych atrakcjach turystycznych Torunia, z których według badań dr Andrzeja Anszpergera, co potwierdzają również niniejsze badania monitoringowe, korzysta około jedna trzecia turystów

oszacowano wielkość ruchu turystycznego na około 1 170.000

Według trzeciej metody, która uwzględniała:

- liczbę oprowadzonych wycieczek przez toruńskich przewodników
- procent turystów korzystających z usług przewodnickich według monitoringu
- rozmiar tzw. szarej strefy w usługach przewodnickich oszacowanych na podstawie doświadczenia i wiedzy eksperckiej

do Torunia przyjechało w 2007 roku 1.542.000 turystów.

Wzajemnie weryfikując te obliczenia można z dużym prawdopodobieństwem powiedzieć, że do Torunia w 2007 roku przyjechało około **1 600 000 turystów**.

W porównaniu zatem z rokiem 2006, w którym do Torunia przyjechało około 1 500 000 turystów stanowi wzrost o niemal 7%.

4. Analiza informacji o strukturze ruchu turystycznego oraz opiniach turystów o mieście i ofercie turystycznej Torunia w świetle badań ankietowych

Trzeci rok z rzędu w Toruniu, na zlecenie Urzędu Miasta Torunia Ośrodek Informacji Turystycznej przeprowadza badania ankietowe wśród turystów przyjeżdżających do Torunia. Z niewielkimi modyfikacjami do badania w 2007 roku używano tego samego narzędzia – kwestionariusza wywiadu, w którym znajdowało się 21 pytań tych samych, co w latach 2005, 2006 i jedno pytanie nowe.

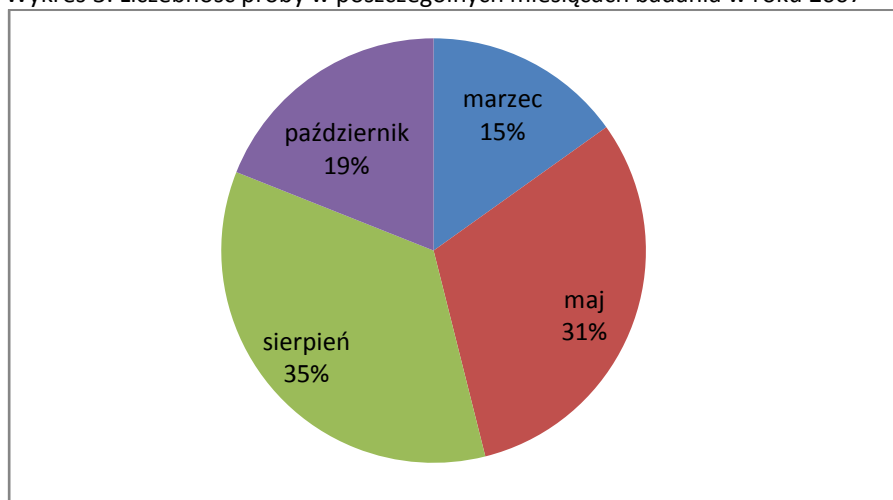
Kierowanie się tymi samymi zasadami, posługiwanie się tą samą metodą pozwala na porównywanie wyników zebranych w trzyletnim cyklu badań, pomiędzy którymi można dokonywać szeregu cennych porównań.

Badanie prowadzone było w czterech celowo wybranych miesiącach: marcu, maju, sierpniu i październiku – wielkość próby w poszczególnych miesiącach wyznaczono na podstawie obłożenia toruńskich hoteli wg danych GUS. Proporcje te zmieniły się nieco – zwiększona została wielkość próby w maju i październiku, zmniejszona zaś w sierpniu. Dane GUS pokazały, że wielkość ruchu turystycznego w maju rośnie szybciej niż w sierpniu – w 2006 roku w maju w toruńskich hotelach mieszkało o 2829 osób więcej niż w analogicznym czasie w 2005, zaś w 2007 jedynie 1278 osób więcej niż w 2006 roku. Biorąc pod uwagę natężenie ruchu turystycznego obserwowane przez ankieterów i doświadczenie z 2006 roku zdecydowano się zwiększyć również wielkość próby w październiku.

Nadal sierpień pozostał miesiącem największego nasilenia ruchu turystycznego, a maj reprezentuje miesiąc, gdy turystyka w Toruniu wyraźnie się ożywia, dynamizuje w porównaniu z miesiącami zimowymi. Czasem, który należy bacznie obserwować jest wczesna jesień (w badaniu reprezentuje ją październik), w którym (jak pokazują dane GUS oraz badanie OIT z 2005 roku) znacznie malał ruch turystyczny teraz zaś miesiące jesienne są coraz popularniejszym czasem na turystykę miejską – turystykę toruńską.

W 2007 roku liczebność próby w poszczególnych miesiącach kształtowała się następująco:

Wykres 3: Liczebność próby w poszczególnych miesiącach badania w roku 2007



Źródło: badanie OIT 2007

Zbieranie danych w kilku miesiącach o różnej charakterystyce (a nie jedynie w tzw. sezonie) pozwala na stworzenie wiarygodnego obrazu toruńskiej turystyki - na informacje o długości pobytu w Toruniu składają się dane zarówno z czasu wzmożonego ruchu urlopowo – wakacyjnego, jak również z okresów mniej obleganych przez turystów.

4.1. Charakterystyka osób przyjeżdżających do Torunia w 2007 roku

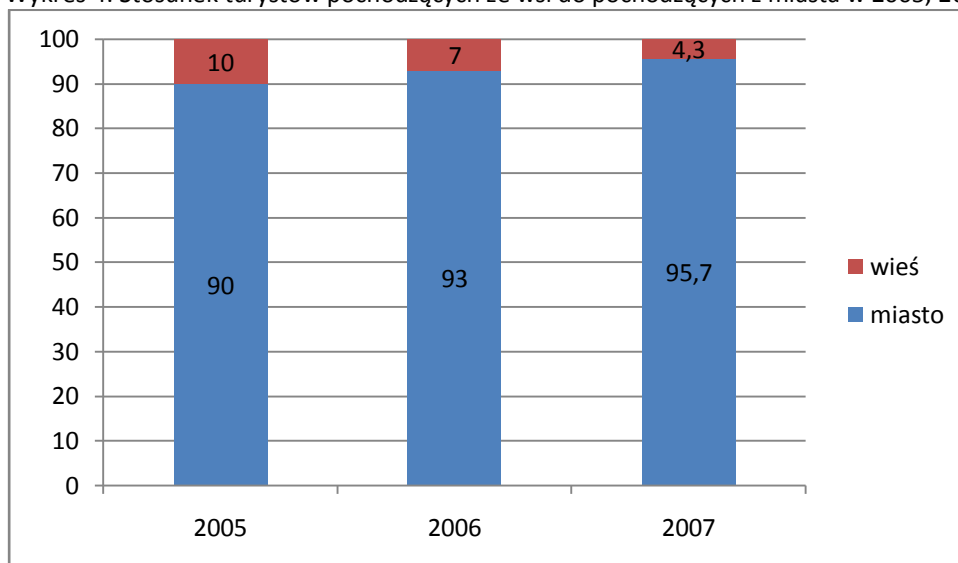
- Kryterium demograficzne

W przebadanej próbie kobiety stanowiły nieco ponad połowę (dokładnie 53,6%) zaś mężczyźni - 46,4%.

Wśród turystów polskich, których pytano o to, czy mieszkają w mieście czy na wsi występuje wysoki stopień zurbanizowania – tylko 4,3% respondentów określiła, że mieszka na wsi – niespełna połowa z tych osób (48%) mieszka na terenie województwa kujawsko-pomorskiego. Pozostałych 95,7% turystów polskich zadeklarowało, że mieszka w mieście.

Porównując odpowiedzi na to pytanie z 2005, 2006 i 2007 roku należy zauważyć, że wyraźnie zmniejsza się procent turystów zamieszkałych na wsi. Trend ten pokazuje poniższy wykres:

Wykres 4: Stosunek turystów pochodzących ze wsi do pochodzących z miasta w 2005, 2006 i 2007 roku;

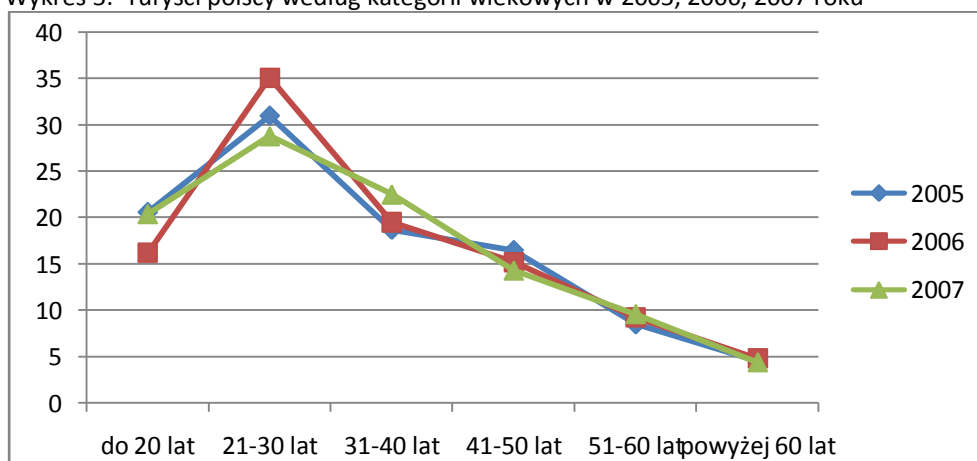


Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

Średnia wieku wszystkich przebadanych turystów w 2007 roku wyniosła 37 lat, czyli dokładnie tyle samo ile w roku 2006 [w badaniu uczestniczyły osoby powyżej 12 roku życia]. Zbliżone do ubiegłorocznych są również średnie wieku turystów polskich - 34 lata i zagranicznych - 43 lata. Średnia wieku najliczniejszej grupy obcokrajowców odwiedzających Toruń - Niemców - wyniosła w 2007 roku 50 lat.

Z danych ankietowych wynika, że wśród turystów polskich przeważają osoby pomiędzy 21 a 30 rokiem życia - 29% respondentów mieszkających w Polsce (choć było ich mniej niż w 2006 roku, gdy stanowili 35% respondentów polskich). W kolejnych kategoriach wiekowych turystów polskich jest coraz mniejszy udział procentowy. W sumie turyści polscy mający mniej niż 41 lat stanowili w 2007 roku aż 71% respondentów mieszkających w kraju. Osób powyżej 60 roku życia wśród turystów krajowych było zaledwie 4,5%.

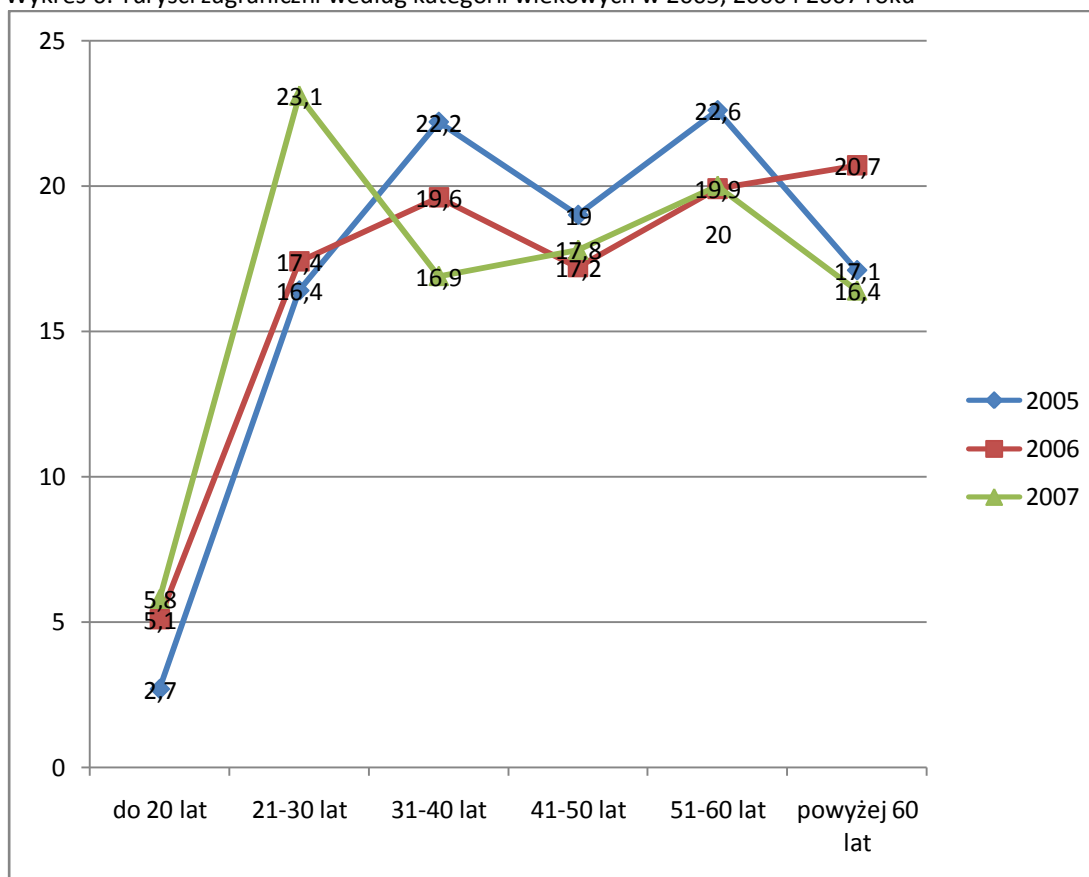
Wykres 5: Turyści polscy według kategorii wiekowych w 2005, 2006, 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

Turystów zagranicznych powyżej 60 roku życia w przebadanej próbie w 2007 roku było prawie czterokrotnie więcej niż turystów polskich - 16,4%. Nowym zjawiskiem w 2007 roku jest to, że najliczniejszą kategorią wiekową turystów zagranicznych okazali się być również ludzie młodzi – pomiędzy 21 a 30 rokiem życia (dla porównania w 2005 i 2006 roku najliczniejsi byli turyści zagraniczni w wieku powyżej 50 lat). Linia przedstawiająca tendencje w strukturze wiekowej turystów zagranicznych stromo „wspina” się z niskiego poziomu (6%) osób przed 20 rokiem życia do poziomu około 20% dla pozostałych grup (wahania pomiędzy 23% a 16,5%). Wśród turystów zagranicznych osoby przed 40 rokiem życia stanowiły 45%. Większość obcokrajowców odwiedzających Toruń miała ponad 40 lat.

Wykres 6: Turyści zagraniczni według kategorii wiekowych w 2005, 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

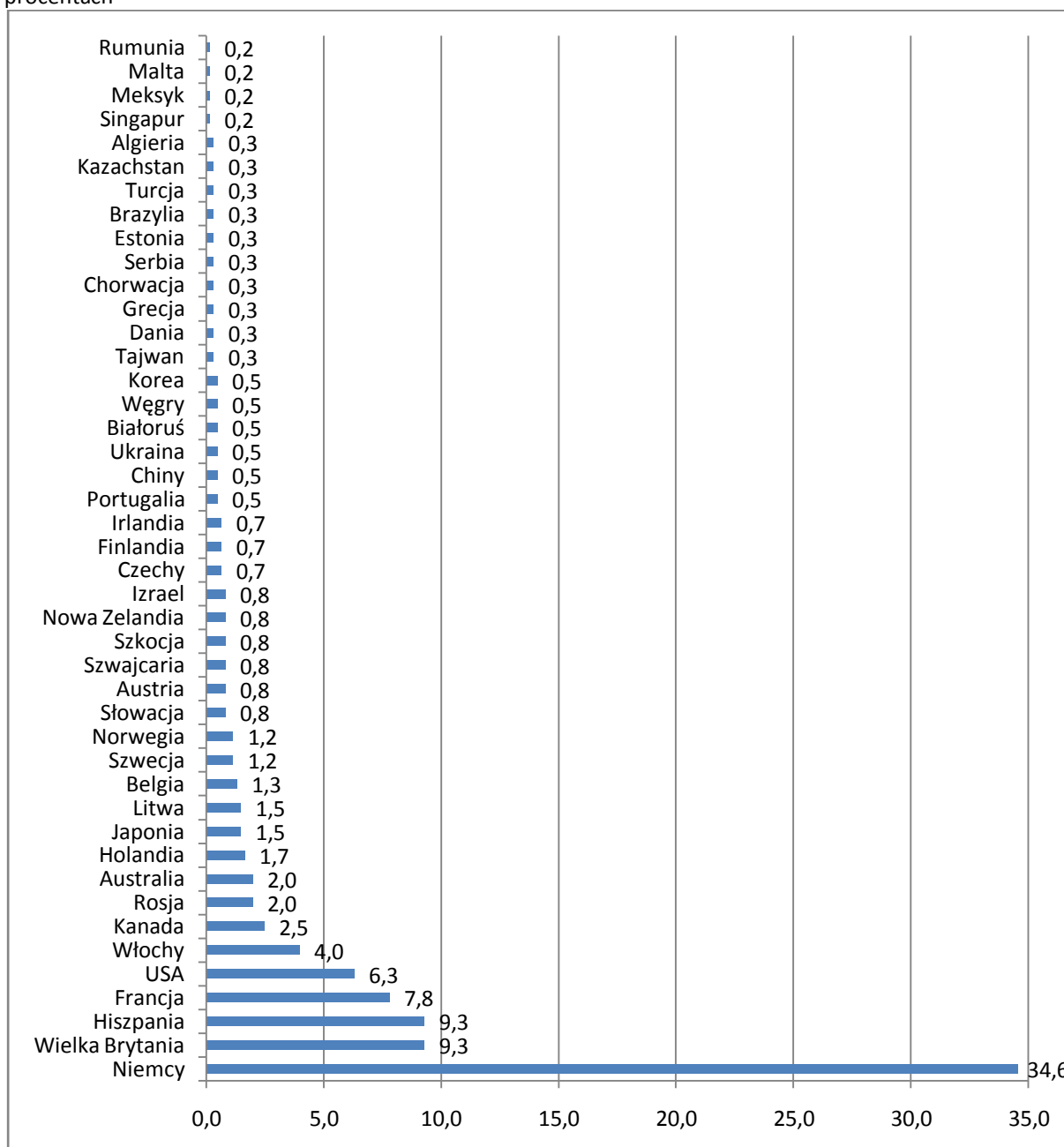
- Kryterium geograficzne

W przebadanej próbie turyści polscy stanowili 70% zaś turyści z zagranicy 30%.

Toruń odwiedzają turyści z niemal całego świata – od bliskich Polsce krajów europejskich takich jak Niemcy, Francja, Włochy po gości z tak odległych państw jak Meksyk,

Brazylia, Estonia, Australia, Tajwan. W sumie w przebadanej próbie znaleźli się goście z 44 krajów. Wszystkie kierunki przyjazdów turystów zagranicznych prezentuje Wykres 7.

Wykres 7: Turyści zagraniczni przyjeżdżający do Torunia w 2007 roku według krajów zamieszkania w procentach



Źródło: badanie OIT 2007

Największą grupą obcokrajowców przyjeżdżających do Torunia są nadal goście z Niemiec – stanowili oni w 2007 roku około 34,6% wszystkich obcokrajowców. Wyraźnie zauważalny jest jednak spadek procentowego udziału turystów z Niemiec w ogólnej liczbie obcokrajowców – w kolejnych latach badania od 2005 przez 2006 do 2007 roku zmniejszał się odpowiednio o 8,3% (2006 w stosunku do 2005) i 5,2% (2007 w stosunku do 2006). Nie

oznacza to, że zmniejsza się liczba bezwzględna turystów z Niemiec odwiedzających Toruń a tylko to, że nie stanowią ogromnej większości obcokrajowców przyjeżdżających do Grodu Kopernika.

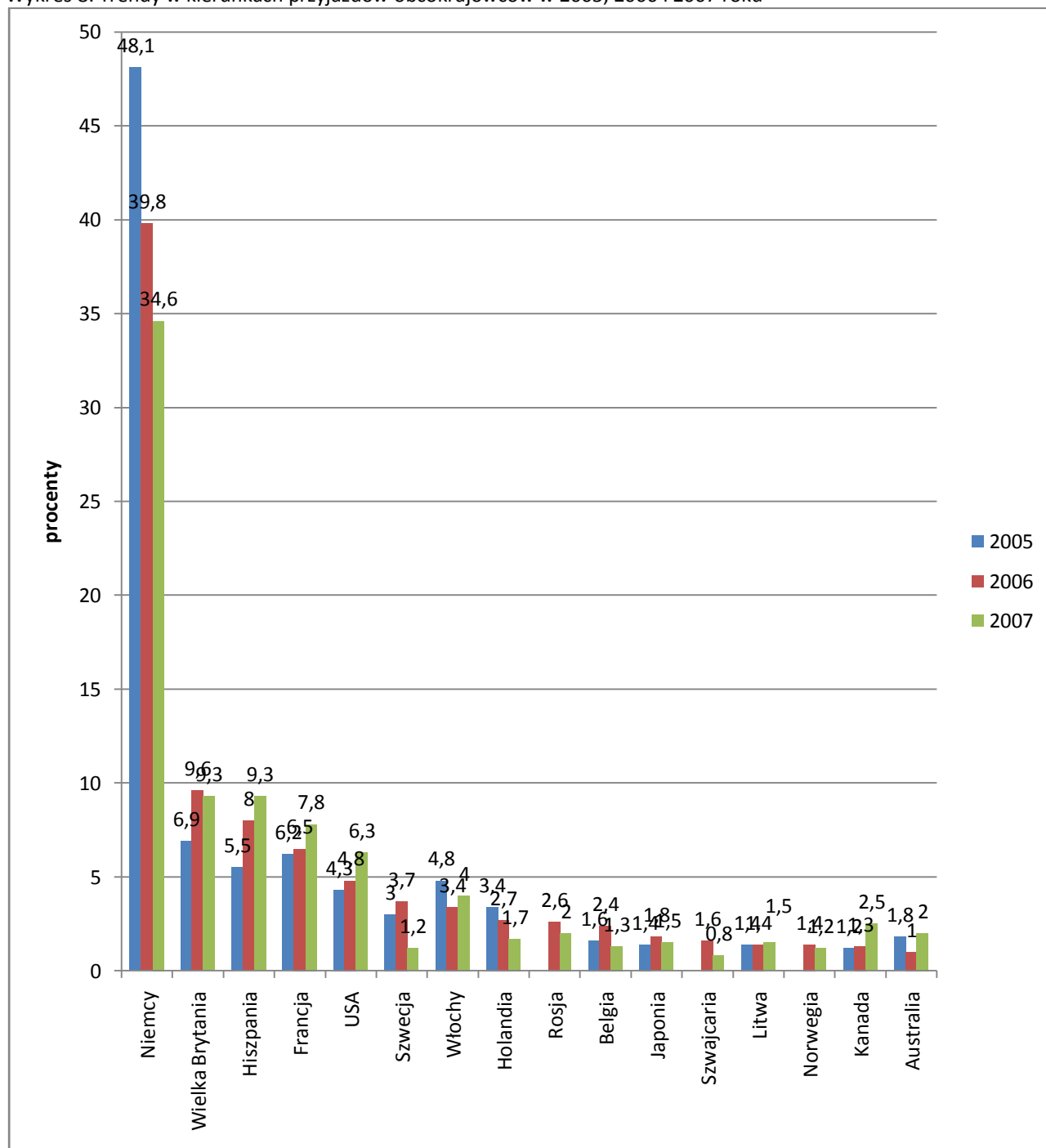
Przez trzy lata badania o 4 punkty procentowe zwiększyła się liczba Hiszpanów, o około 3 punkty procentowe zwiększyła się liczba gości z Wielkiej Brytanii, o 2 punkty procentowe zaś gości z USA. Na uwagę zasługuje zwiększający się procent gości z krajów zza oceanu – z USA, Kanady, Meksyku przyjechało w 2007 roku łącznie 9% respondentów, podczas gdy trzy lata temu 5%.

Badanie nie potwierdziło oczekiwanego zwiększenia liczby gości z Japonii – w związku z dużą inwestycją japońskiego producenta w podtoruńskiej miejscowości (SHARP, ORION, SUMIKA). Ankieterzy zwracali uwagę na fakt, iż Japończycy, których coraz liczniej można spotkać na toruńskiej Starówce rzadko chcą wypełniać ankiety. Chociaż przebywając w Toruniu zwykle krócej niż rok teoretycznie mogliby być uznani za turystów sami za nich się nie uważają – należy jednak pamiętać, że przyjeżdża do nich rodzina, a oni sami wracając do ojczyzny są doskonałym źródłem informacji o Toruniu. Wzrostu turystów z Japonii należy się więc spodziewać w nieco dłuższej, kilkuletniej perspektywie.

Systematycznie rośnie liczba turystów odwiedzających Toruń z krajów takich jak Wielka Brytania, Hiszpania i Francja.

Toruń jako miejsce turystyki kulturowej jest mało popularny wśród naszych wschodnich sąsiadów – z Rosji, Litwy, Ukrainy i Białorusi pochodziło łącznie około 4,5 % ogółu obcokrajowców biorących udział w badaniu.

Wykres 8: Trendy w kierunkach przyjazdów obcokrajowców w 2005, 2006 i 2007 roku



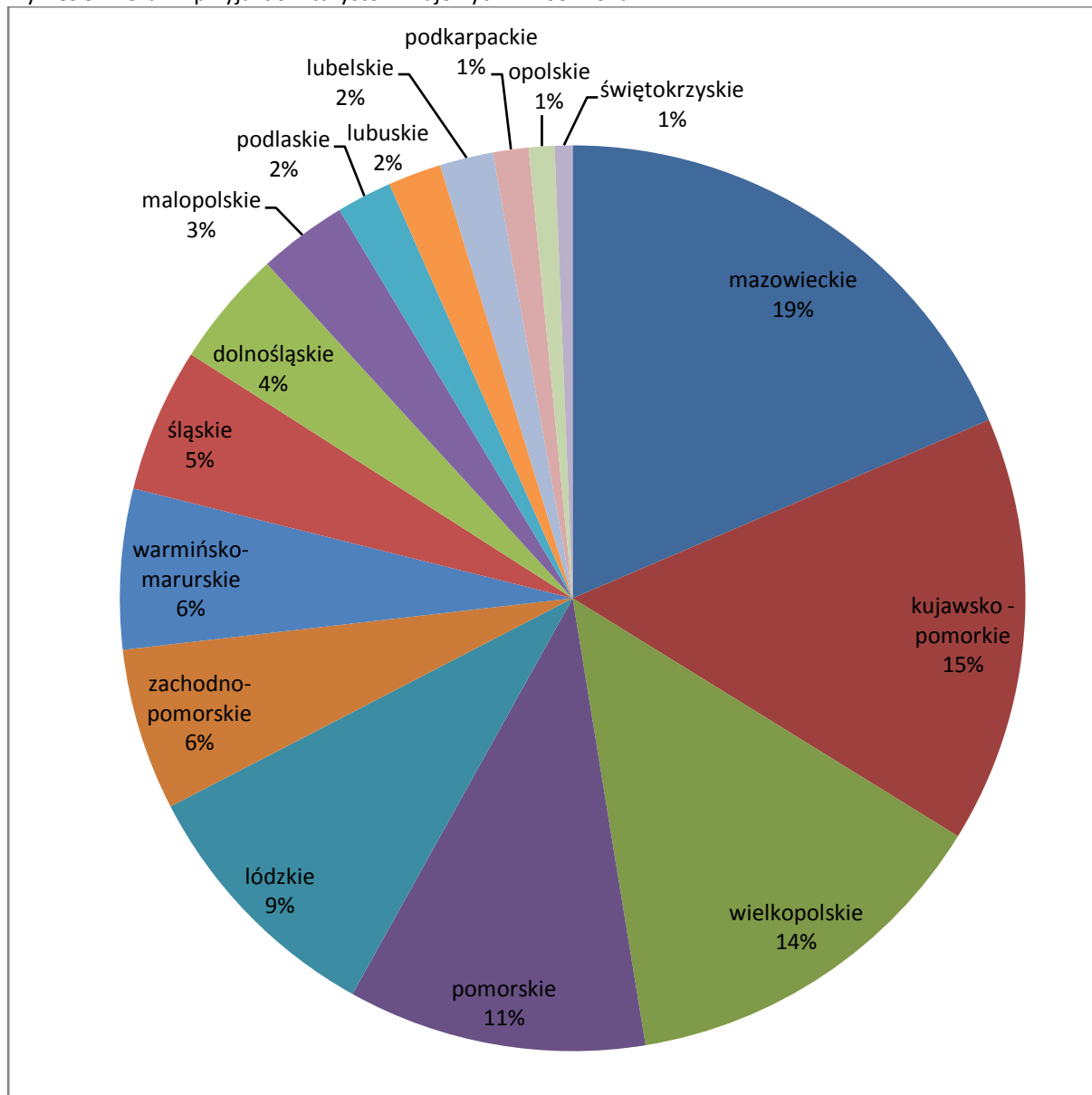
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

Kierunki przyjazdów turystów krajowych w 2007 roku

Okolo 70% całego ruchu turystycznego Torunia stanowią turyści krajowi. Toruń, jako miasto z bogatą historią, doskonale zachowanymi zabytkami, bogatą ofertą kulturalno-edukacyjną jest wybierany jako cel wędrowki zarówno przez grupy szkolne, jak również przez turystów indywidualnych.

Wśród przebadanych turystów polskich najliczniejszą grupę stanowili w 2007 roku goście z województwa mazowieckiego – 18,6%, a na drugim miejscu dopiero turyści z województwa kujawsko-pomorskiego 15,2%.

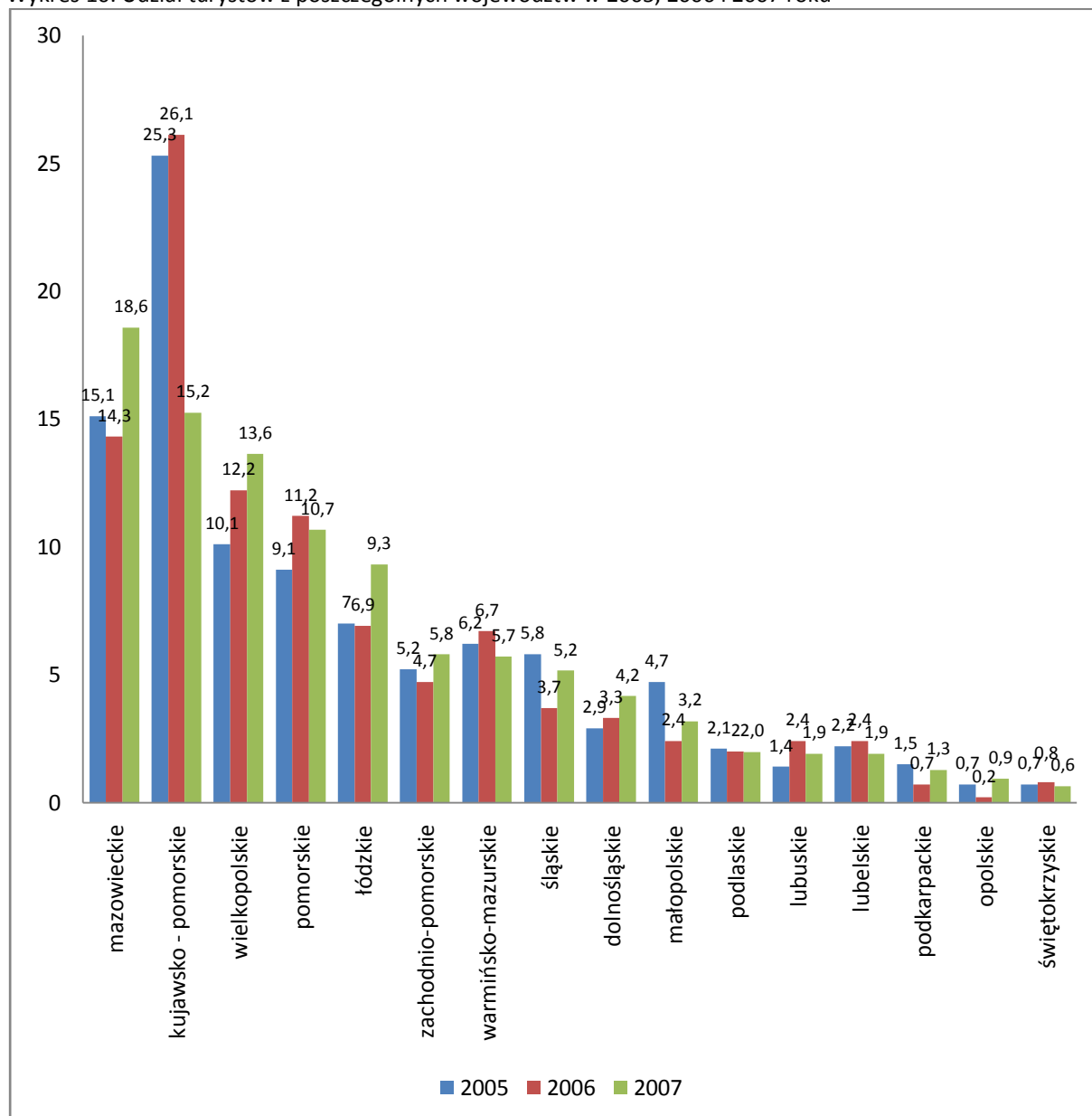
Wykres 9: Kierunki przyjazdów turystów krajowych w 2007 roku



Źródło: badanie OIT 2007

Należy zwrócić uwagę, że po raz pierwszy liczba turystów z województwa kujawsko-pomorskiego nie była najwyższa. Najwięcej – ponad 18% odwiedziło Toruń mieszkańców województwa mazowieckiego. Jest to zmiana, którą warto podkreślić szczególnie w perspektywie, gdy w 2006 roku przyjechało do Torunia mniej turystów z mazowieckiego niż w 2005 roku. Można powiedzieć, że rok 2007 przyniósł odrodzenie tego kierunku przyjazdu, gdyż liczba turystów z mazowieckiego wzrosła o ponad 4% w porównaniu do 2006 roku.

Wykres 10: Udział turystów z poszczególnych województw w 2005, 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku.

W 2007 roku odnotowano wzrost odwiedzających z województwa łódzkiego (ponad 2%), oraz mniejszy już z wielkopolskiego, śląskiego, dolnośląskiego i małopolskiego. Rządziej do Torunia trafiali turyści z pomorskiego (choć nadal turyści z tego województwa stanowią czwarty najliczniejszy kierunek przyjazdu), warmińsko-mazurskiego, lubelskiego i lubuskiego oraz świętokrzyskiego.

- Charakterystyka respondentów ze względu na wykorzystany środek transportu

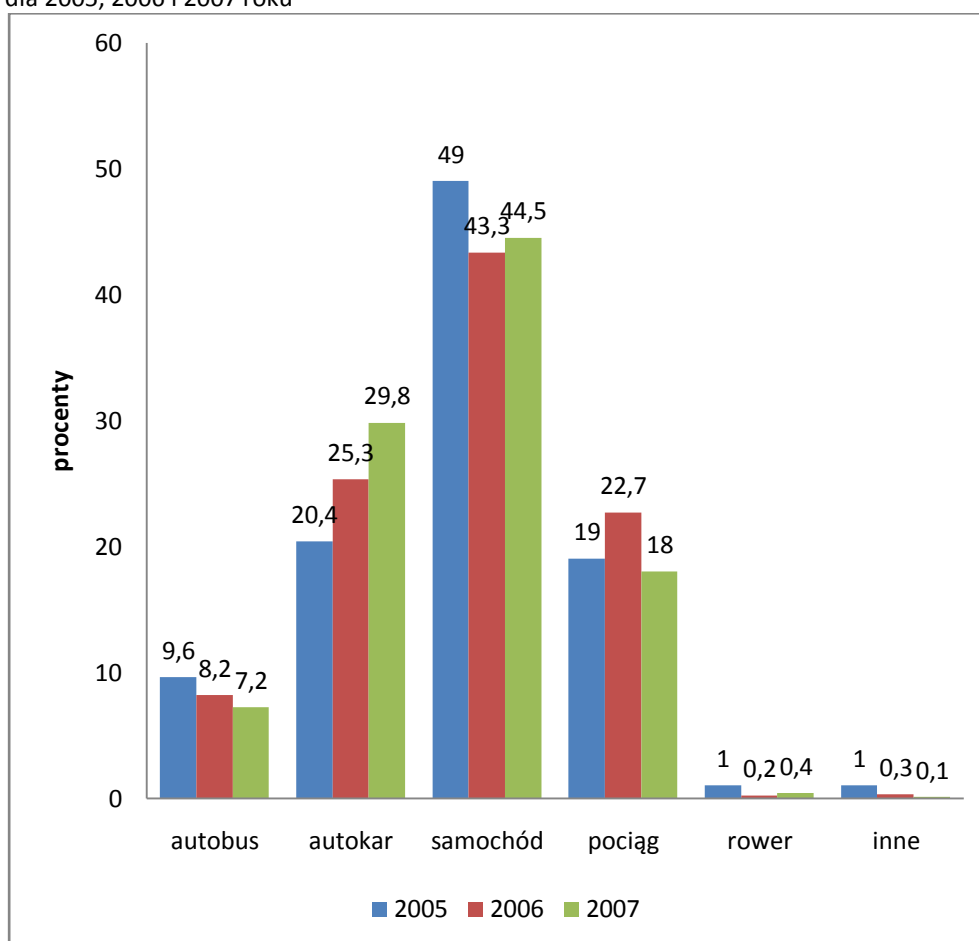
O atrakcyjności miejscowości turystycznej decyduje nie tylko jej piękno, ale również dostępność komunikacyjna. Do zwiedzania nawet najbardziej urokliwego miejsca może zniechęcić to, że nie można do niego dojechać.

W 2007 roku respondenci przyjeżdżający do Torunia najchętniej korzystali z samochodu osobowego (w tej odpowiedzi zawierają się również wskazania na samochód campingowy).

Na drugim miejscu znalazł się autokar – badania pokazują, że ze zorganizowanej formy przyjazdu do Torunia zbiorowym środkiem transportu rokrocznie korzysta coraz więcej turystów. Mniejszą popularnością cieszy się natomiast komunikacja autobusowa.

Badanie w 2006 roku pokazało, że turyści chętnie korzystają z komunikacji PKP przyjeżdżając do Torunia – wskazanie na kolej było trzecie pod względem ilości, wyniosło 23% wszystkich respondentów i było o 4% większe niż w 2005 roku. W badaniu w 2007 roku nie zaobserwowano dalszego wzrostu popularności kolei. Nastąpił spadek o 5% i jest to najniższy wynik od 2005 roku.

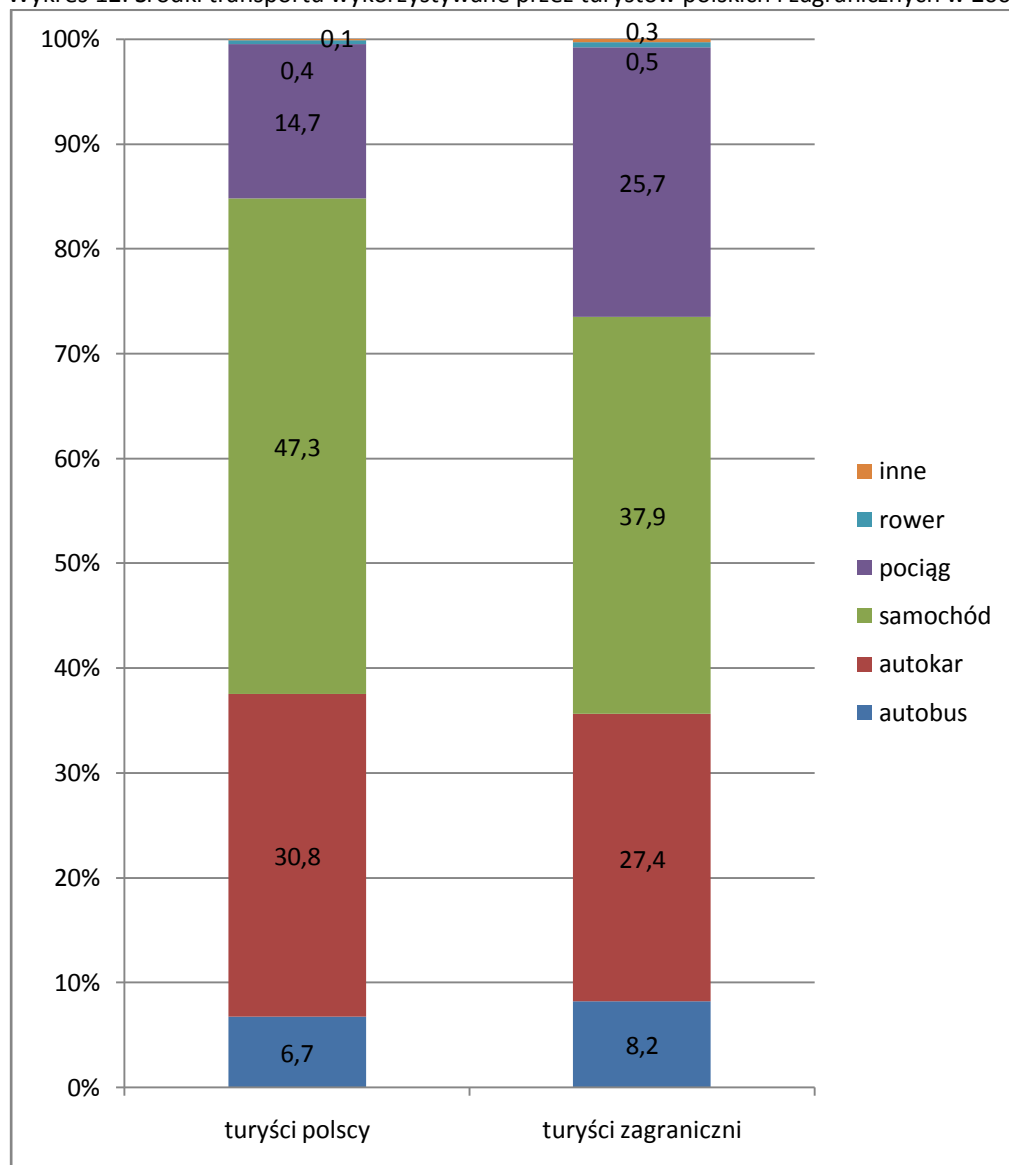
Wykres 11: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Jakim środkiem transportu przyjechał Pan/Pani do Torunia?* – dane dla 2005, 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007 roku

Analizując wybór środka transportu turystów polskich i zagranicznych zwraca uwagę mniejsze wykorzystanie samochodu osobowego na rzecz pociągów. Jest to związane z faktem, że coraz częściej turyści zagraniczni przybywając do Polski korzystają z komunikacji lotniczej, a później podróżując po Polsce wybierają kolej, by dotrzeć do wybranych przez siebie miast. Dlatego też tak istotne jest, by Toruń posiadał dogodne połączenia komunikacyjne z innymi ważnymi turystycznie miastami.

Wykres 12: Środki transportu wykorzystywane przez turystów polskich i zagranicznych w 2007 roku



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

- Charakterystyka respondentów ze względu na główny cel podróży

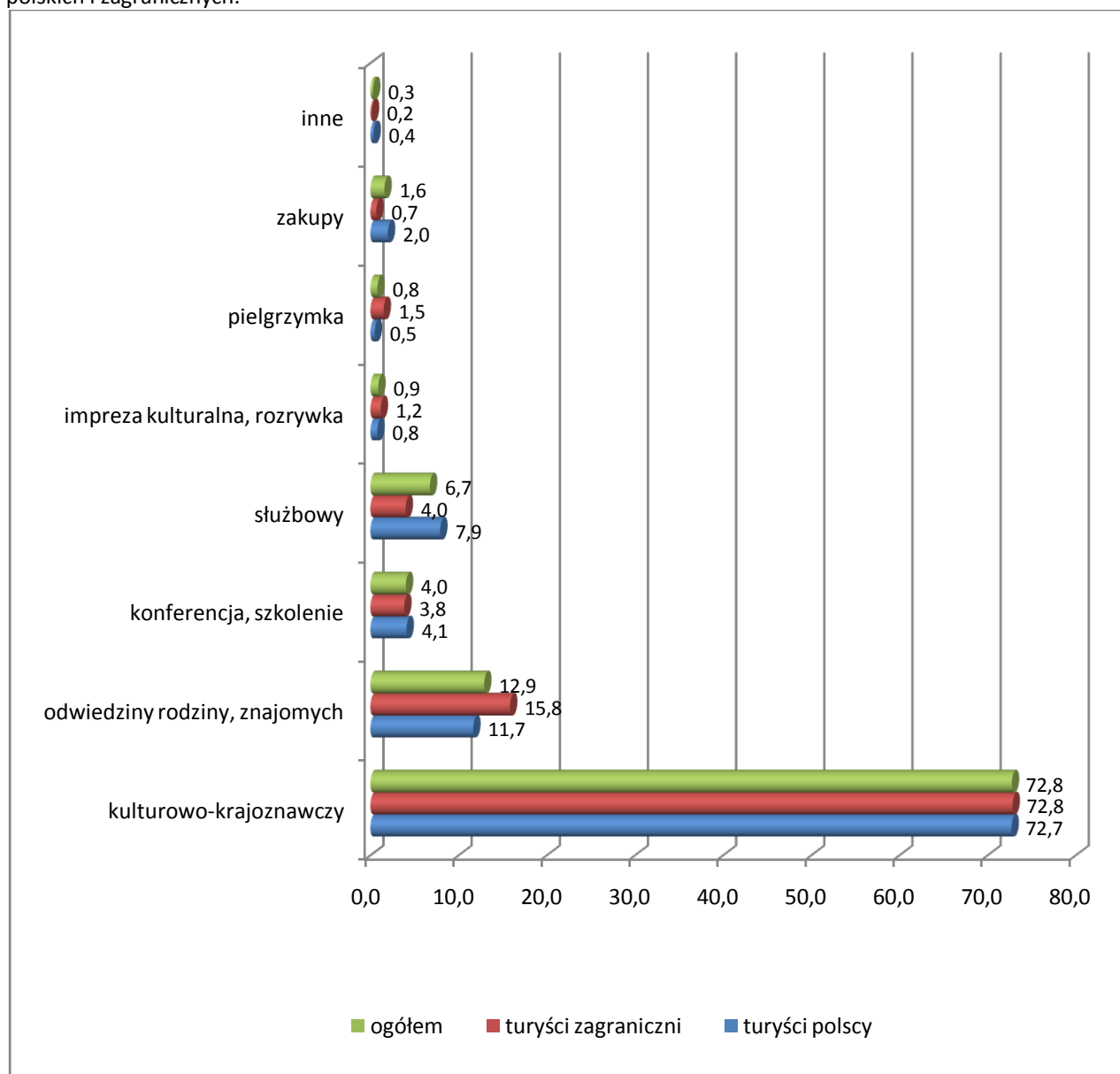
Ponad 72% wszystkich respondentów przyjechało do Torunia przede wszystkim zwiedzać – tyle samo dla turystów polskich i zagranicznych. Kolejnych 12% wskazało jako drugi cel podróży wycieczkę krajoznawczą (na przykład przy okazji odwiedzin u rodziny, lub przy okazji konferencji czy przyjazdu służbowego).

Procent odwiedzających rodzinę lub znajomych wyższy był w 2007 roku wśród obcokrajowców niż wśród turystów polskich (różnica 4,2%). Istotnym celem przyjazdu do

Torunia wskazywanym przez prawie 8% turystów polskich jest cel służbowy, kolejnych 4% przyjechało do Torunia na konferencję, szkolenie (podobnie jak w 2006 roku).

Wskazania na pozostałe kategorie nie przekraczały dwóch procent – cel pielgrzymkowy wskazało 0,5% wszystkich respondentów, zaś zakupy 1,5%.

Wykres 13: Rozkład odpowiedzi W jakim celu przyjechał Pan/Pani do Torunia? z podziałem na turystów polskich i zagranicznych.



Źródło: Badanie OIT w 2007 roku

- Charakterystyka respondentów ze względu na towarzystwo w trakcie podróży

Struktura ruchu turystycznego pod względem towarzystwa w trakcie podróży jest ważną informacją pod względem marketingowym. Inaczej wygląda oferta skierowana do

grup wycieczkowych szkolnych, inaczej do grup wycieczkowych dorosłych inna do osób podróżujących z rodziną lub znajomymi.

W 2007 roku respondenci najczęściej deklarowali przyjazd z grupą wycieczkową - aż jedna trzecia wszystkich turystów odwiedziła Toruń w sposób zorganizowany. W tej grupie najliczniejsze były grupy szkolne – jedna trzecia respondentów, którzy odwiedzili Toruń z wycieczką miała poniżej 20 lat. Najmniej liczna jest kategoria osób pomiędzy 21 a 30 rokiem życia - osoby te najczęściej podróżują ze znajomymi bądź samotnie (tak odpowiedziało aż 60% tej kategorii wiekowej).

Około 27% osób podróżujących z grupą wycieczkową miała w 2007 roku więcej niż 50 lat. Tak wysoki procent związany jest prawdopodobnie z bliskością miejscowości uzdrowiskowych – sanatoryjnych – Ciechocinek i Inowrocław – i ruchem wycieczkowym, jaki generują.

Wykres 14: Podróżujący z grupą wycieczkową w 2007 roku według kategorii wiekowych



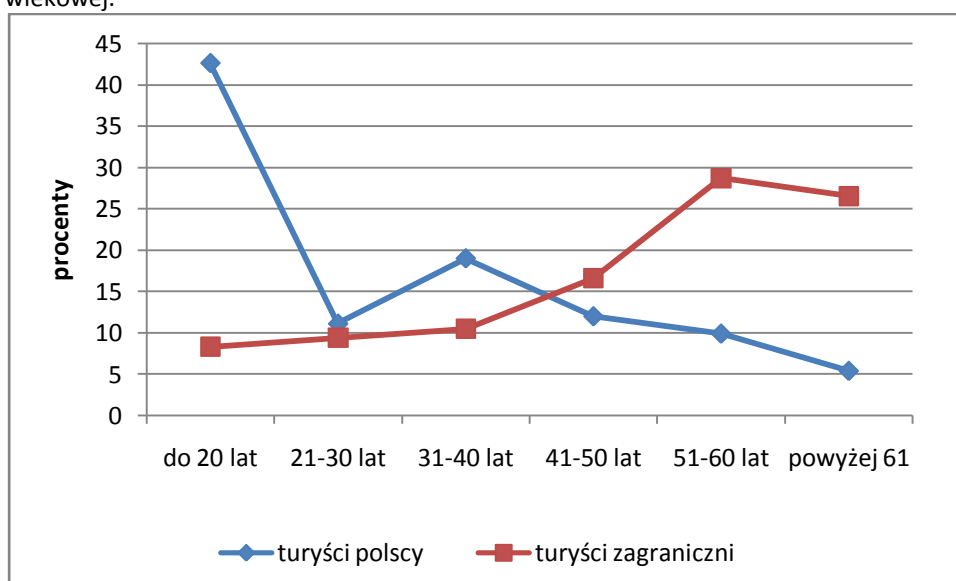
Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Analizując ruch wycieczkowy z podziałem na turystów polskich i zagranicznych widoczna jest odwrotna tendencja pod względem wieku respondentów, którzy przyjechali do Torunia z wycieczką. Poniżej 10% respondentów z zagranicy podróżujących w sposób zorganizowany miało mniej niż 20 lat i kolejne 10% miało 21-30 lat. Procent osób podróżujących z wycieczką rośnie zdecydowanie w kolejnych kategoriach wiekowych –

największy jest dla osób pomiędzy 51-60 rokiem życia i wynosi prawie 29% oraz niewiele niższy jest dla osób mających ponad 60 lat – 27%.

Odwrotnie jest wśród turystów polskich – w polskim ruchu wycieczkowym przeważały osoby poniżej 20 roku życia – stanowiły one prawie połowę wszystkich krajowych respondentów. Udział turystów polskich pomiędzy 51-60 rokiem życia podróżujących z wycieczką wyniósł niespełna 10%, a dla osób mających ponad 60 lat – niespełna 5,5%. Tendencję tę obrazuje Wykres 15.

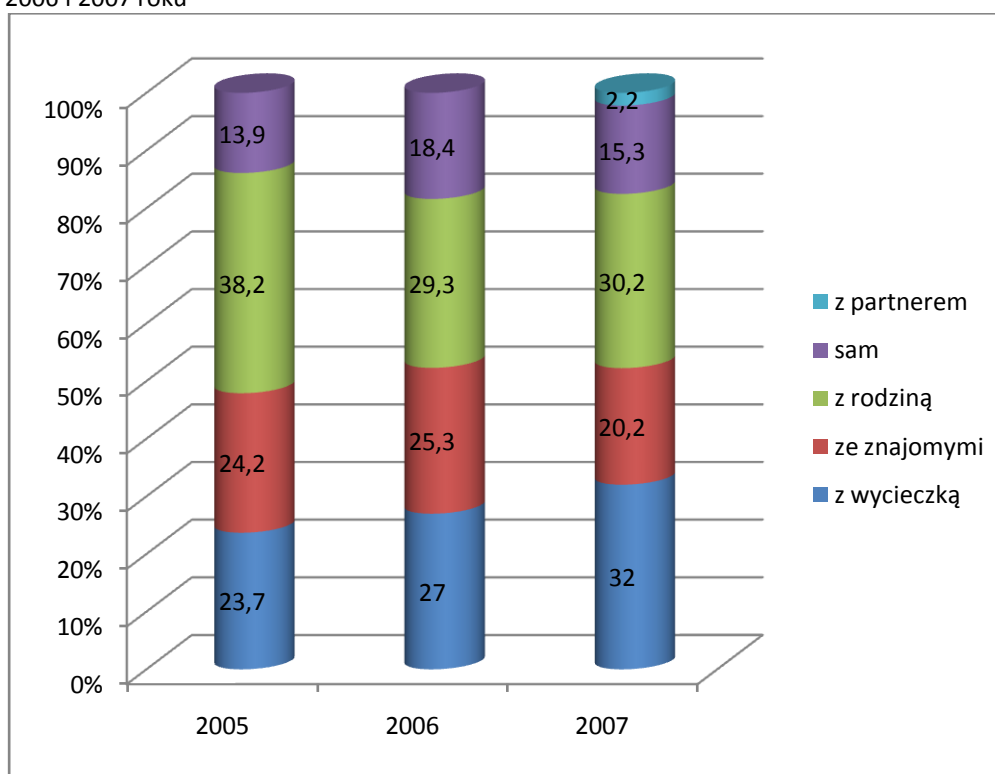
Wykres 15: Turyści polscy i zagraniczni w Toruniu w 2007 roku podróżujący z grupą wycieczkową wg struktury wiekowej.



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Powracając do analizy pytania o towarzystwo w czasie pobytu w Toruniu w 2007 roku zmniejszył się procent podróżujących samotnie i ze znajomymi. W 2007 roku w analizie zdecydowano się wyróżnić nową kategorię towarzystwa w podróży – z partnerem – gdyż respondenci często wyraźnie w ankietach zaznaczali, że podróżują z sympatią, narzeczoną/narzeczoną. Toruń zaś, jako jeden z kierunków swojej promocji wybrał kreowanie Torunia jako miasta zakochanych.

Wykres 16: Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie *Z kim przyjechał Pan/Pani do Torunia?* – dane dla 2005, 2006 i 2007 roku

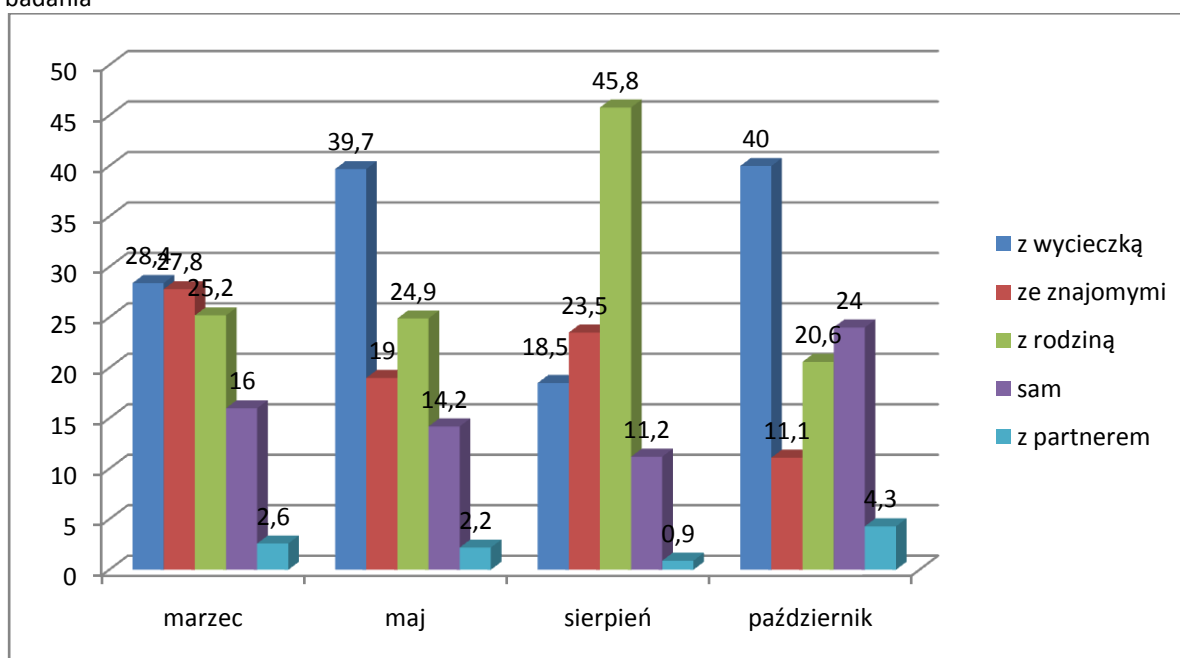


Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

Analizując strukturę odpowiedzi na pytanie *Z kim Pan/Pani przyjechał do Torunia?* z uwzględnieniem miesiąca przeprowadzenia badania uwagę zwraca fakt, że udział procentowy osób podróżujących z wycieczką jest wysoki zarówno w maju (uznawanym za najbardziej „wycieczkowy” miesiąc) jak i w październiku. Ponadto jak pokazuje Wykres 17 szczególnie w październiku w kolejnych latach badania procent ten rośnie – kolejno o 12% 2006 w porównaniu do 2005 i 5% porównując 2007 do 2006 roku.

W sierpniu zdecydowanie dominują turyści podróżujący z rodziną – stanowili oni aż 46% wszystkich respondentów w sierpniu. Toruń, mimo że często postrzegany jest jako miasto zdominowane przez grupy wycieczkowe, jak pokazuje badanie, jest też bardzo atrakcyjny dla bardziej kameralnych wycieczek – w gronie rodziny i znajomych. W każdym miesiącu badania osoby podróżujące z rodziną lub znajomymi stanowili przynajmniej jedną trzecią całego ruchu turystycznego.

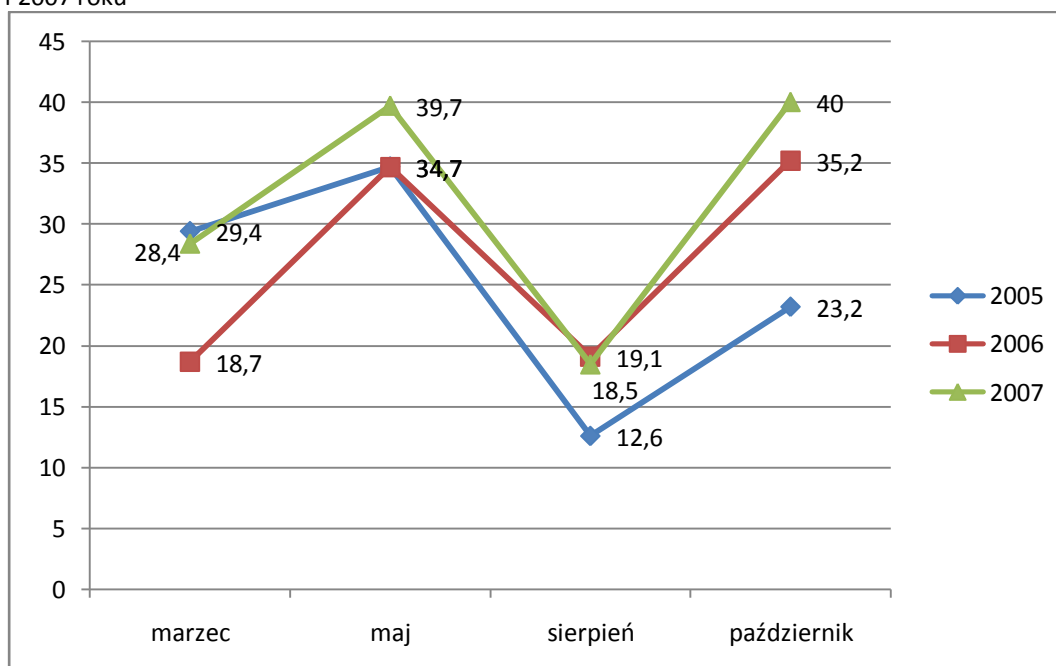
Wykres 17: Struktura odwiedzających według towarzystwa w trakcie podróży i miesiąca przeprowadzenia badania



Źródło: badanie OIT 2007

Najmniejszy udział osób podróżujących z wycieczką odnotowujemy każdego roku w sierpniu – jest to spowodowane najprawdopodobniej faktem, że nie ma wtedy szkolnych grup wycieczkowych. Badanie w 2007 roku potwierdziło tendencję wydłużania się sezonu turystycznego – w październiku nie słabnie już ruch turystyczny, jest więcej turystów – potwierdzają to dane z hoteli, muzeów i wielkości ruchu wycieczkowego.

Wykres 18: Procentowy udział osób przyjeżdżających z wycieczką w kolejnych miesiącach badania w 2005, 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

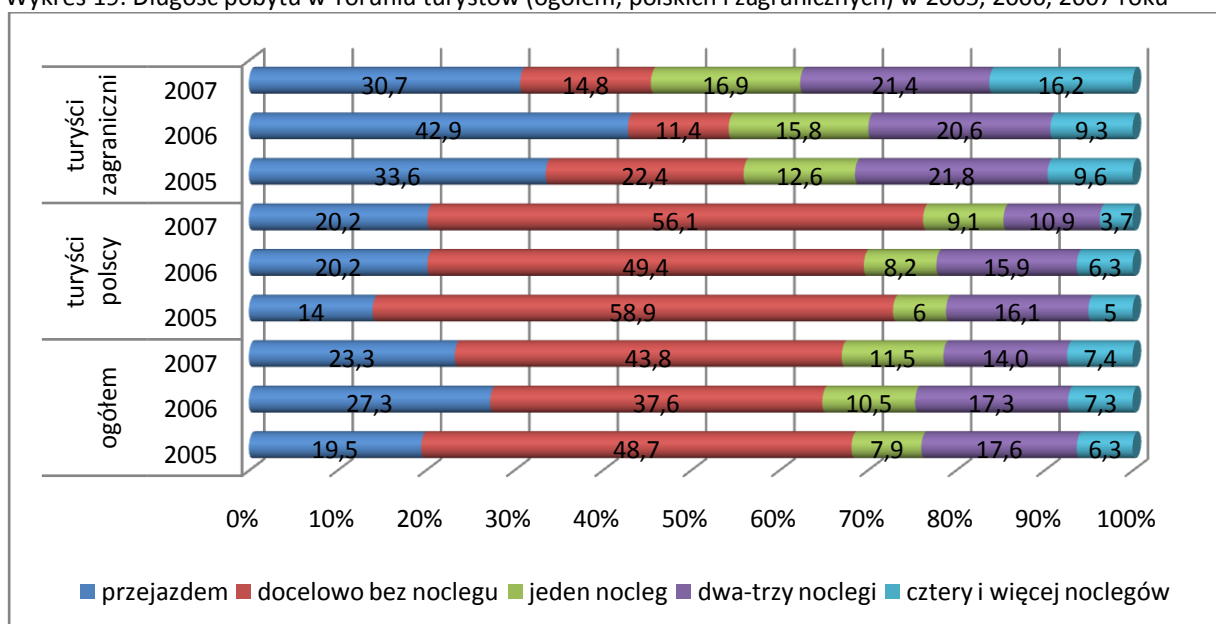
- Charakterystyka respondentów ze względu długość pobytu w Toruniu

Problemem, z którym od wielu lat boryka się toruńska turystyka, jest zbyt krótki czas, jaki turyści spędzają w mieście – najbardziej widoczne na ulicach starówki wycieczki szkolne poświęcają zwiedzaniu Torunia zaledwie kilka godzin – idąc do Planetarium, Domu Kopernika, odwiedzając jeden lub dwa kościoły. Część spędza w Toruniu jeden intensywny dzień, ale rzadko decydują się nocować w Grodzie Kopernika. Dlatego tak istotna jest obserwacja czy działania zmierzające do zatrzymania turystów w Toruniu na dłużej przynoszą pożądany efekt. Jak jest naprawdę, jak długo przebywają turyści w Toruniu?

W 2007 roku nieco ponad jedna piąta respondentów zatrzymała się w Toruniu „przy okazji”, przejazdem (o 4% mniej niż w 2006 roku). Procent osób, które przyjechały w 2007 roku specjalnie do Grodu Kopernika, ale nie zatrzymały się na noc wyniósł 44% i był wyższy niż w 2006 roku o prawie 6%. W Toruniu na dłużej niż jeden dzień (przynajmniej z jednym noclegiem) zatrzymała się jedna trzecia wszystkich turystów.

W kolejnych latach badania nie obserwuje się znaczącego wydłużenia pobytu ogółu turystów. Analizując długość pobytu z podziałem na turystów polskich i zagranicznych można jednak zauważyć, że wydłuża się długość pobytu turystów zagranicznych, krajowych zaś spada. Biorąc pod uwagę kolejne lata badania nie zauważa się żadnego trendu w tym aspekcie.

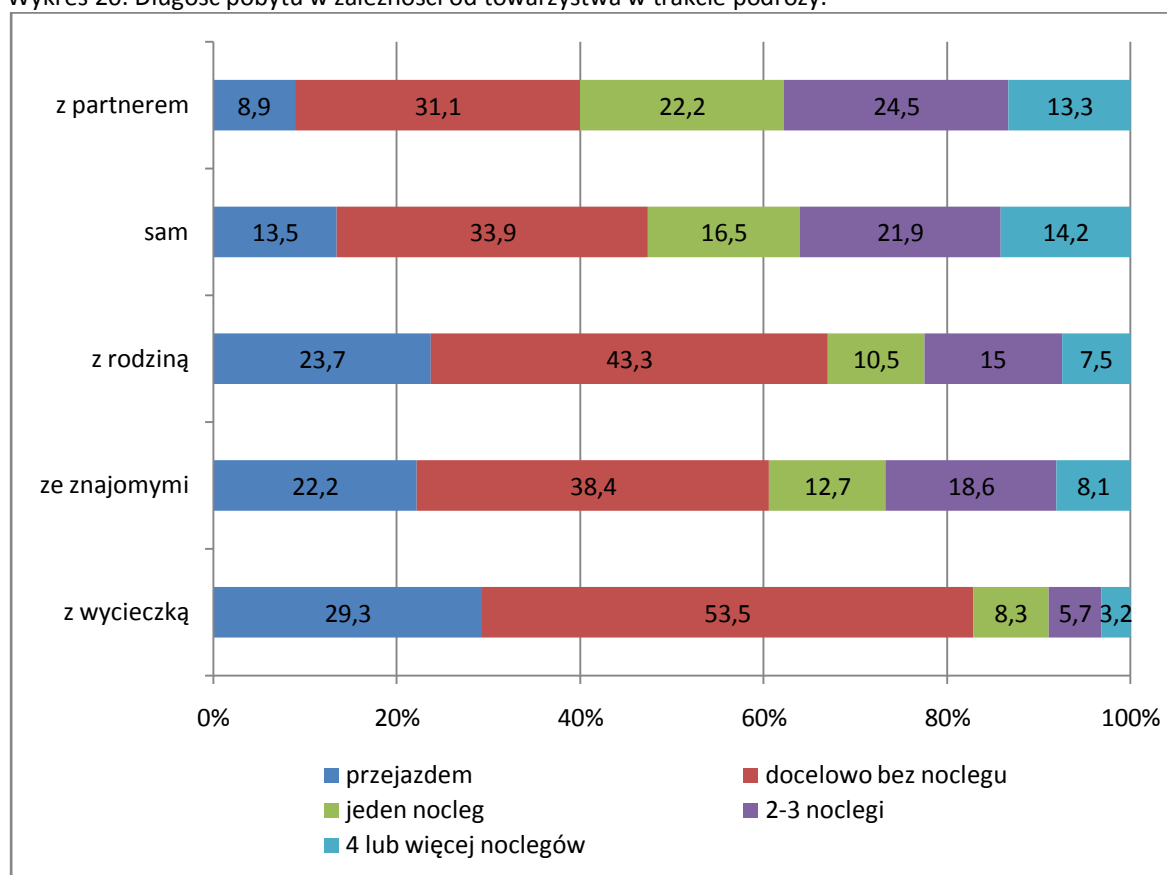
Wykres 19: Długość pobytu w Toruniu turystów (ogółem, polskich i zagranicznych) w 2005, 2006, 2007 roku



Źródło: badanie OIT w 2005, 2006 i 2007 roku

Jak pokazuje badanie najkrócej przebywają w Toruniu uczestnicy wycieczek – aż 83% tej grupy odwiedziło Toruń przejazdem albo docelowo, ale bez noclegu. Najczęściej nocują w Grodzie Kopernika osoby deklarujące przyjazd z partnerem (narzeczoną/narzeczonego/ chłopakiem/dziewczyną) – aż 60% nocowało przynajmniej jedną noc. Nocujących wśród osób, które przyjechały ze znajomymi było 40%, zaś wśród podróżujących z rodziną – 33%.

Wykres 20: Długość pobytu w zależności od towarzystwa w trakcie podróży.



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

- Charakterystyka respondentów ze względu na źródło informacji o Toruniu

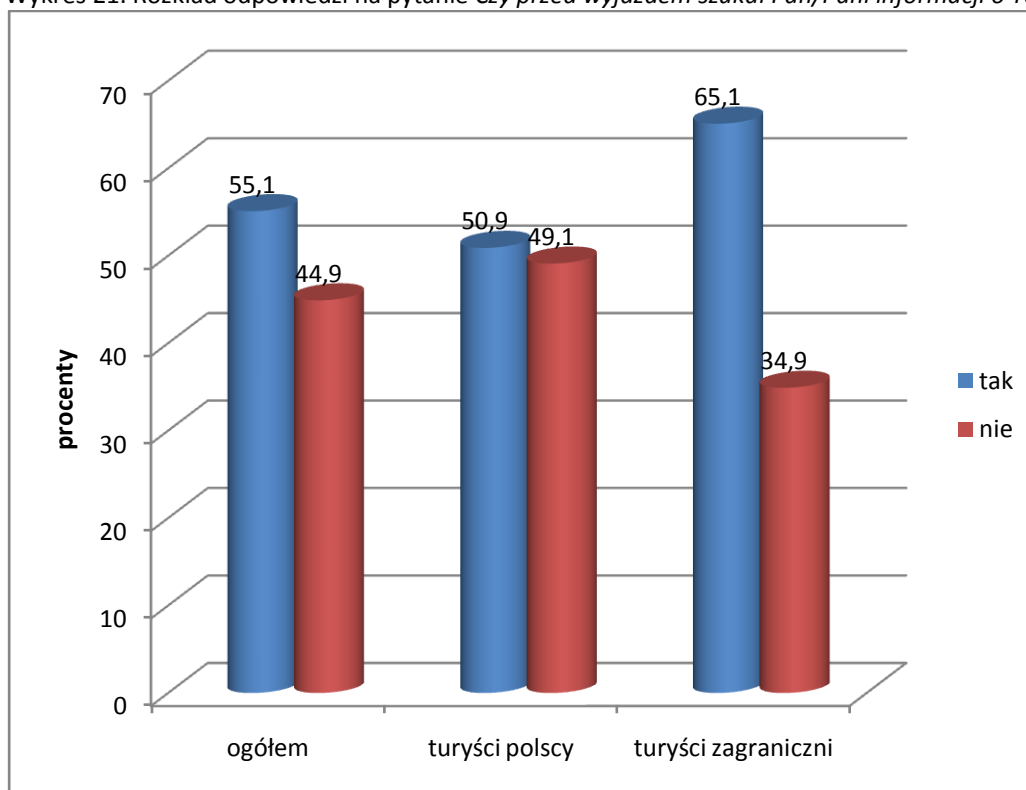
Informacja o mieście – jej dostępność, wiarygodność, wielostronność i niezawodność buduje wizerunek miasta zanim jeszcze turysta zdecyduje się do Torunia przyjechać.

W 2007 roku o 14% więcej respondentów szukało przed wyjazdem informacji o mieście! Aż 20% więcej turystów z Polski, i o 3% więcej turystów zagranicznych.

W kolejnych latach badania wyraźnie rośnie procent osób, które planując wycieczkę do Torunia szukają wcześniej informacji o nim. Należy zwrócić uwagę, że w ten sposób zanim

jeszcze turysta przekroczy granice miasta decyduje na jak długo przyjedzie i z jakich atrakcji skorzysta, a tym samym ile pieniędzy zostawi w Toruniu. W roku 2006 informacji o mieście szukało 41% ogółu respondentów, a w 2007 roku już 55% (wśród turystów zagranicznych procent szukających informacji wyniósł 65%). Toruń, zarówno władze miasta jak i przedsiębiorcy, powinni szczególnie troszczyć się o zamieszczanie wyczerpujących informacji o mieście w miejscach, gdzie najczęściej szukają ich turyści. Informacje powinny być często aktualizowane i nie ograniczać się do opisu zabytków, ale zawierać aktualności kulturalne i wydarzenia sezonowe. Już na etapie planowania pobytu należy wpływać na turystę, by zechciał zostać u Nas jak najdłużej.

Wykres 21: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Czy przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?*

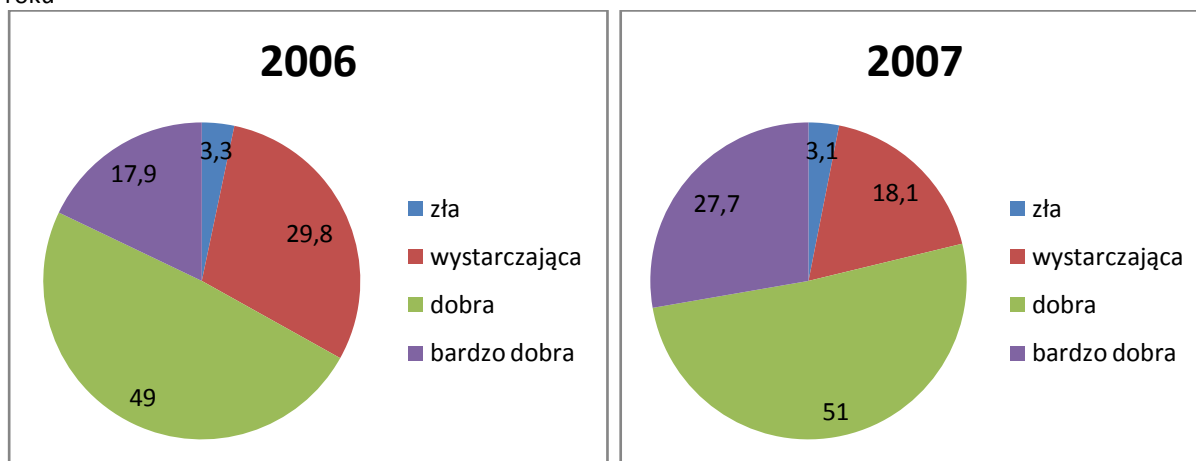


Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Zdanie na temat jakości dostępnej informacji o Toruniu miało 82,5% respondentów. W analizie należy jednak zaznaczyć, że nie wszyscy, którzy ocenili informację o Toruniu szukali jej (przynajmniej w czasie obecnego wyjazdu). Nie podważa to jednak ich oceny – odpowiedzi na to pytanie mówią jak informacja (poniekąd też promocja) o Toruniu jest **POSTRZEGANA**.

Informacja o Toruniu uzyskała średnią ocenę **3,03** w skali od 1 do 4. (o 0,2 więcej niż w 2006 roku – z roku na rok ocena informacji nieznacznie się podwyższa). Więcej jest wskazań na oceny dobrą i bardzo dobrą niż w roku 2006. Mniej jest ocen „średnich”. Ocena informacji nie różniła się w zależności od tego czy oceniali turyści polscy czy zagraniczni.

Wykres 22: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani dostępną informację o Toruniu?* w 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2006 i 2007 roku

Trzecia edycja badań monitoringowych potwierdziła dominację internetu jako źródła wiedzy o Toruniu. W 2007 roku informacje czerpało z niego prawie 40% respondentów (dla porównania w 2005 było to 22%, w 2006 roku – 27%).

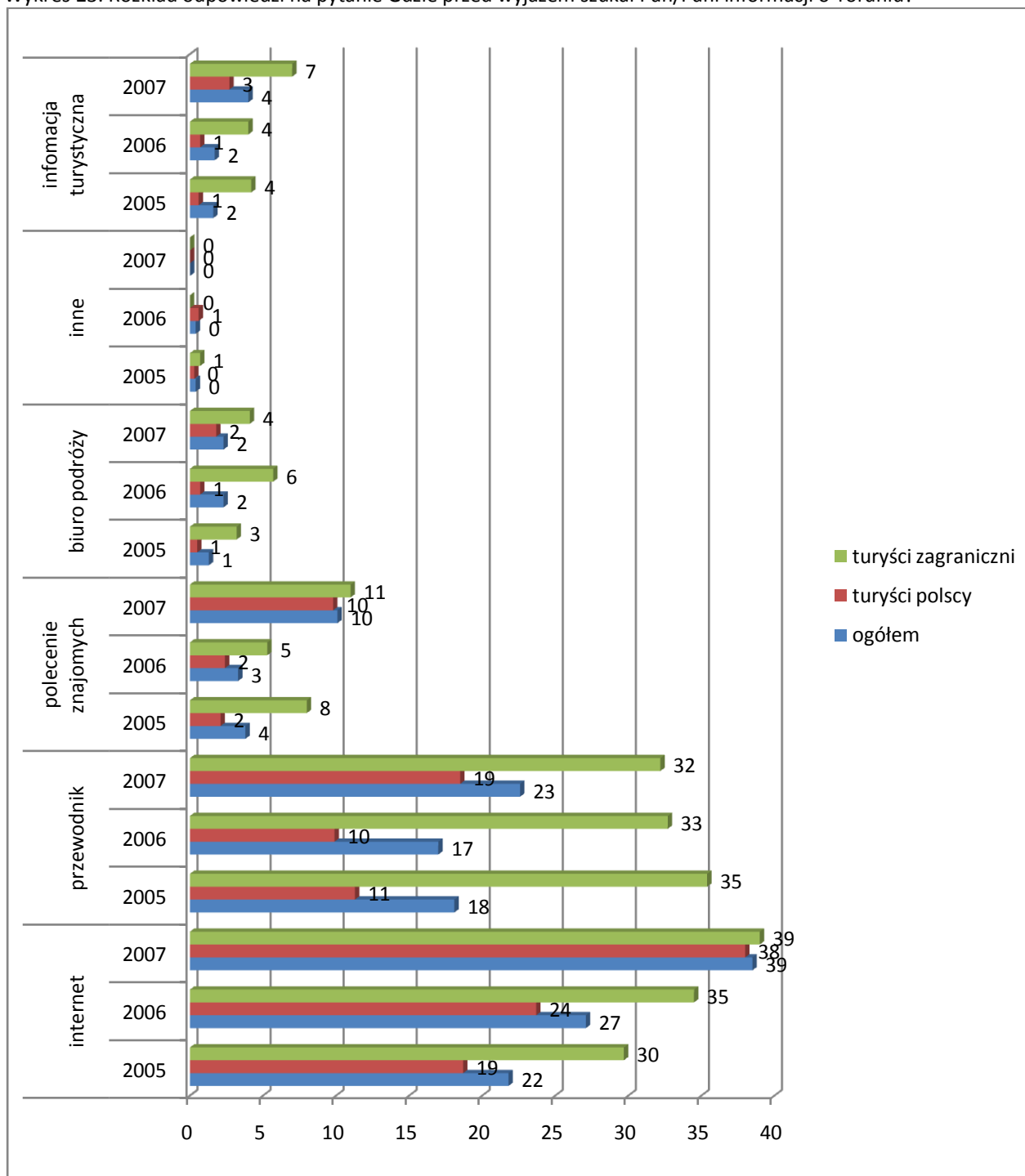
Z przewodników ogółem korzystało 23% turystów uczestniczących w badaniu – po przewodniki jednak zdecydowanie częściej sięgali turyści zagraniczni (32%) niż turyści polscy (19%).

Ważnym źródłem informacji o mieście jest też opinia znajomych – korzystało z niej około 10% respondentów – trzykrotnie więcej niż w 2006 roku.

Z informacji w biurach podróży oraz informacji turystycznej korzystali przede wszystkim goście z zagranicy.

Podane procenty nie sumują się do 100 gdyż turyści szukają informacji w kilku miejscach. Jedna piąta respondentów korzystała przynajmniej z dwóch źródeł wiedzy o Toruniu.

Wykres 23: Rozkład odpowiedzi na pytanie Gdzie przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

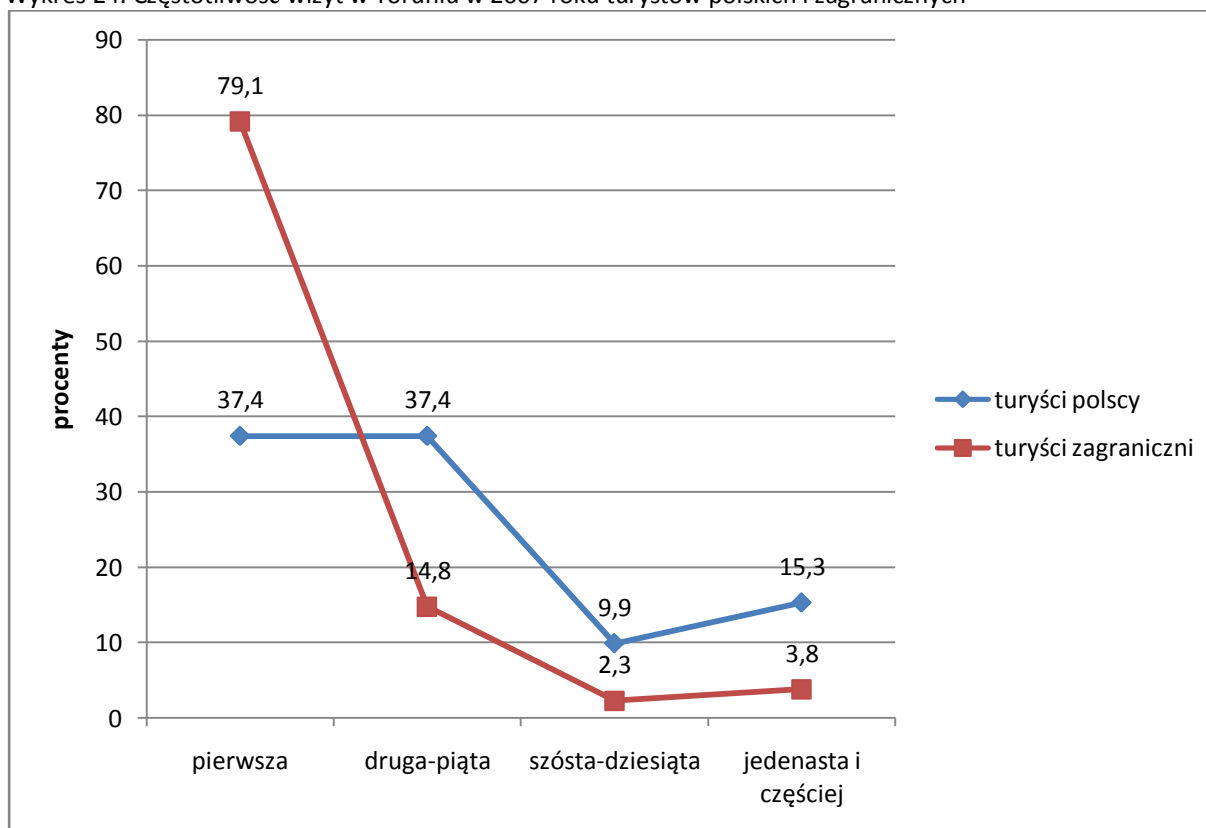
- Charakterystyka respondentów ze względu na częstotliwość wizyt w Toruniu

Analiza odpowiedzi na pytanie *Czy jest to Pani/Pana pierwsza wizyta w Toruniu? Jeśli nie to która?* pokazuje, że aż 79% turystów zagranicznych w 2007 odwiedziło Toruń po raz

pierwszy. Dla około 15% była to druga - piąta wizyta, częściej Toruń odwiedziło zaledwie 6% obcokrajowców.

Wśród turystów polskich ponad jedna trzecia pierwszy raz przyjechała do Torunia, i dla takiej samej liczby była to druga - piąta wizyta w Grodzie Kopernika. Dla 15% respondentów krajowych wizyta w Toruniu była jedną z wielu (ponad 11 – w tej kategorii najczęściej znajdują się odpowiedzi, że respondent przyjeżdża do Torunia często, wielokrotnie).

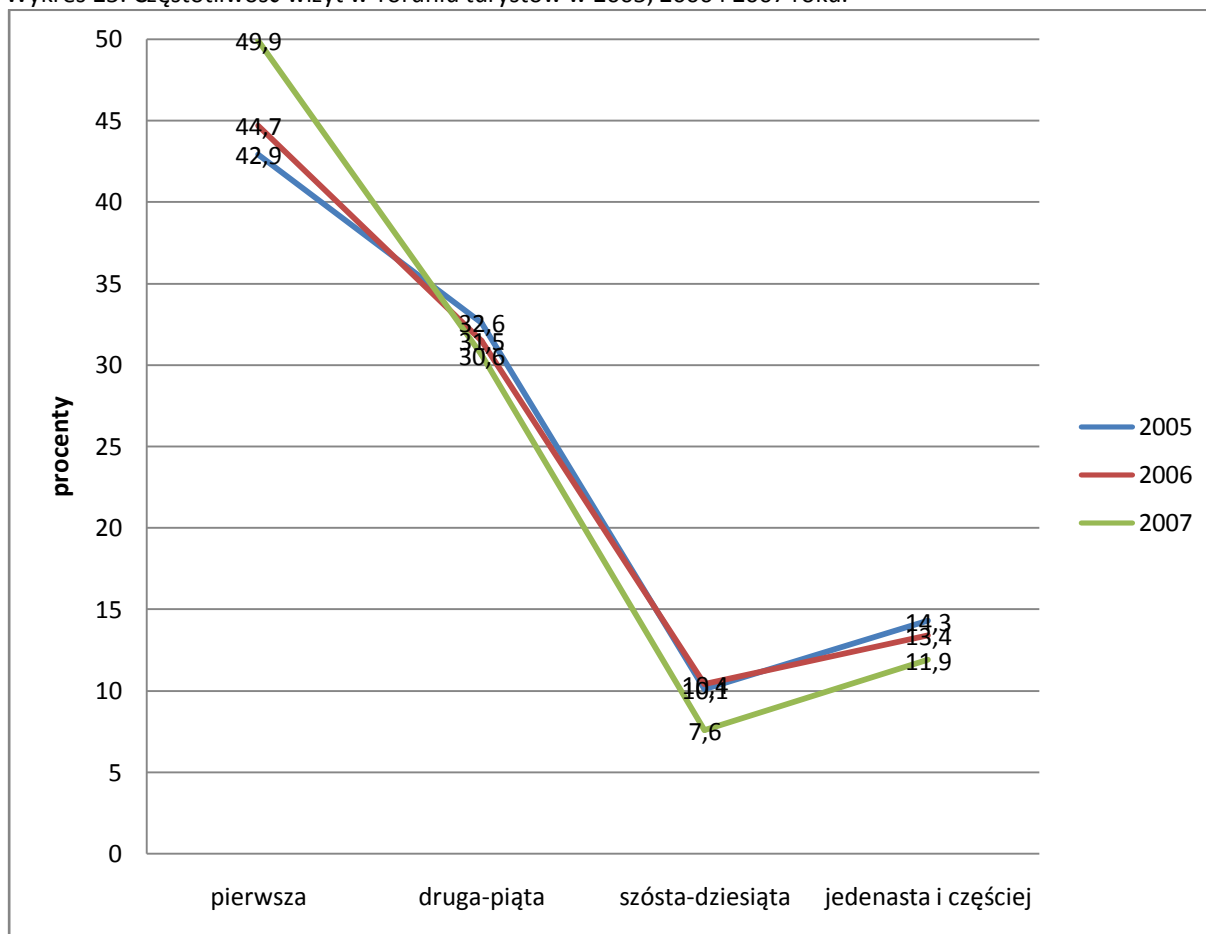
Wykres 24: Częstotliwość wizyt w Toruniu w 2007 roku turystów polskich i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Analizując strukturę procentową respondentów pod względem częstotliwości przyjazdów do Torunia zaobserwować można tendencję, według której zawsze dla największej części respondentów jest to pierwsza wizyta. Następnie procenty odzwierciedlające odpowiedzi są znacznie mniejsze wraz ze wzrostem częstotliwości wizyt, by później nieznacznie wzrosnąć dla osób, które Toruń odwiedzają często, wielokrotnie.

Wykres 25: Częstotliwość wizyt w Toruniu turystów w 2005, 2006 i 2007 roku.



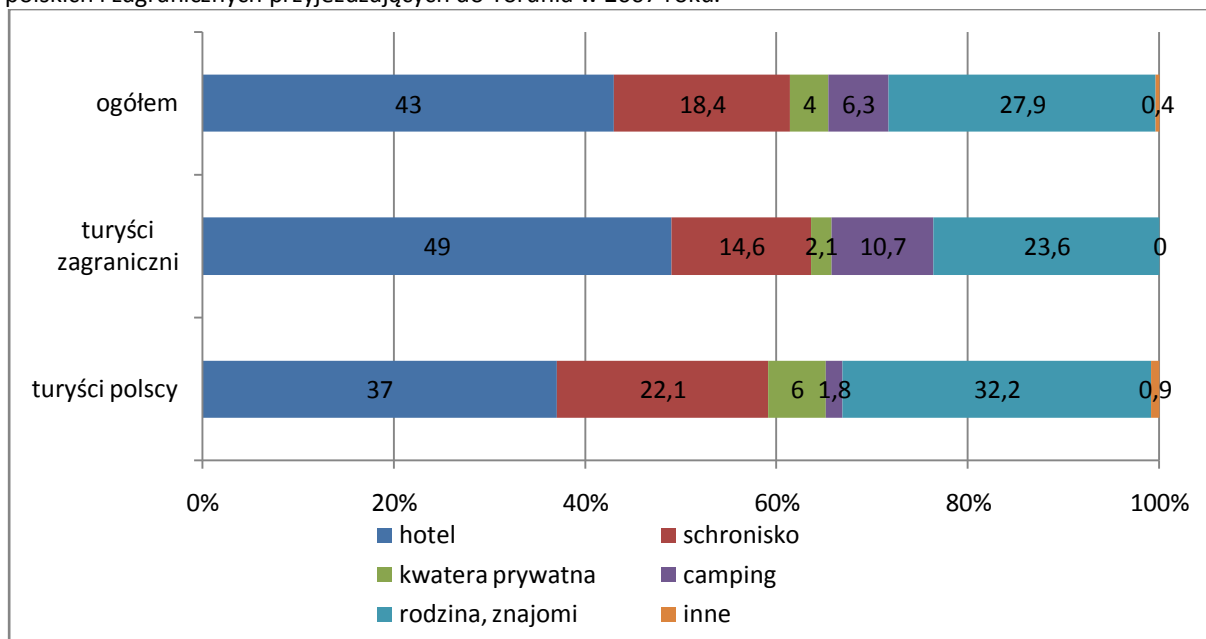
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

- Charakterystyka respondentów ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania

Pytanie o wybrany rodzaj zakwaterowania kierowane było jedynie do osób, które zdecydowały się zostać w Toruniu na noc. Stanowili oni 33% ogółu respondentów (około 24% turystów krajowych i 54% obcokrajowców). Ponadto o ocenę bazy noclegowej zostali poproszeni ci respondenci, którzy zadeklarowali nocleg w obiektach zbiorowego zakwaterowania. Nie wszyscy udzielili odpowiedzi na temat dostępności informacji o noclegach, standardzie czy cenie w stosunku do standardu, nawet jeśli należeli do grupy, która z hoteli, schronisk czy kwater prywatnych korzystała. Czasem respondenci spotykali ankietera zanim byli w hotelu i wtedy oceniali dostępność informacji, ale nie mieli zdania na temat standardu. Ci zaś, którym nocleg zapewniał organizator nie zawsze potrafili wypowiedzieć się na temat dostępności informacji (bo nie oni noclegu poszukiwali) albo ceny (nocleg wliczony w ogólną cenę wycieczki).

Hotele były najczęściej wybierane przez gości przyjeżdżających do Torunia w 2007 roku. Zatrzymała się w nich prawie połowa obcokrajowców i 37% gości z kraju. Turyści polscy częściej niż obcokrajowcy korzystali ze schronisk (15% obcokrajowcy i 22% turyści polscy) i trzykrotnie częściej z kwater prywatnych. Co dziesiąty turysta zagraniczny nocował na camping, podczas gdy z tej formy korzystało niespełna 2% turystów krajowych.

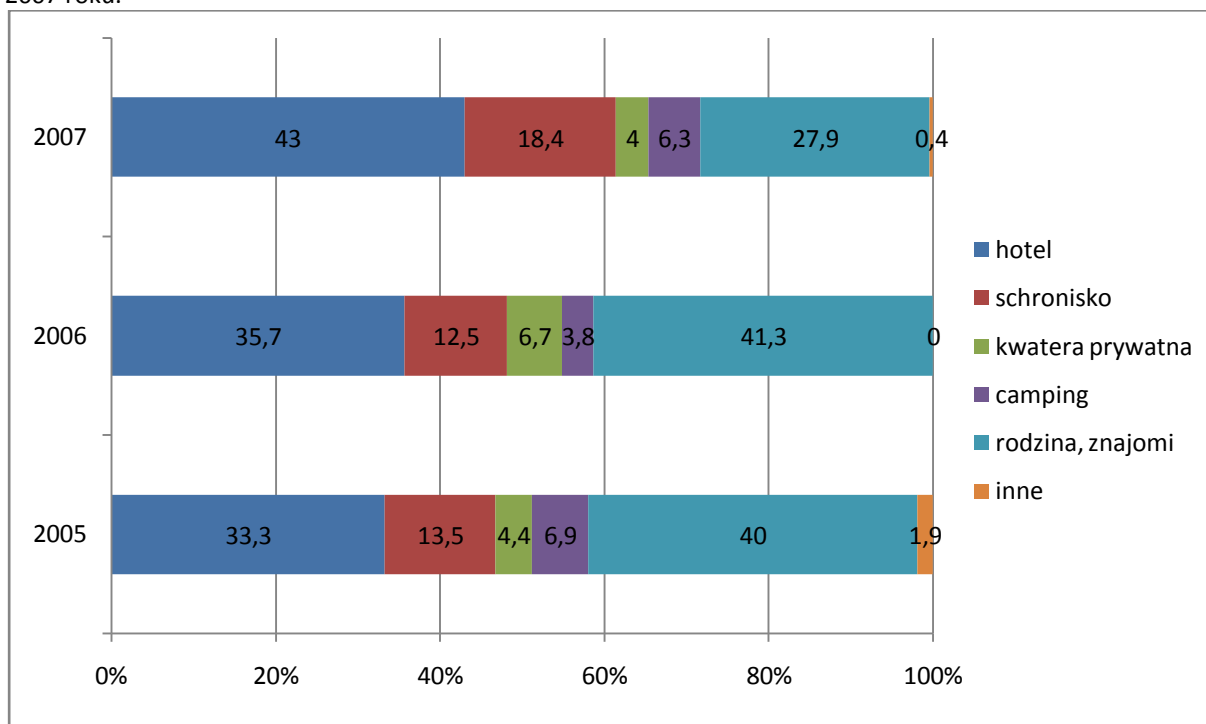
Wykres 26: Segmentacja ruchu turystycznego ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania wśród turystów polskich i zagranicznych przyjeżdżających do Torunia w 2007 roku.



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

W 2007 roku większy procent turystów niż w 2006 roku korzystał z hoteli, ogółem odwiedzający częściej wybierali też schroniska. Najmniejszy procent turystów, w porównaniu z 2005 i 2006 rokiem, zatrzymał się na nocleg u rodziny lub znajomych – spadek z 40% w 2005 do niespełna 28% w 2007.

Wykres 27: Segmentacja ruchu turystycznego ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania w 2005, 2006 i 2007 roku.



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

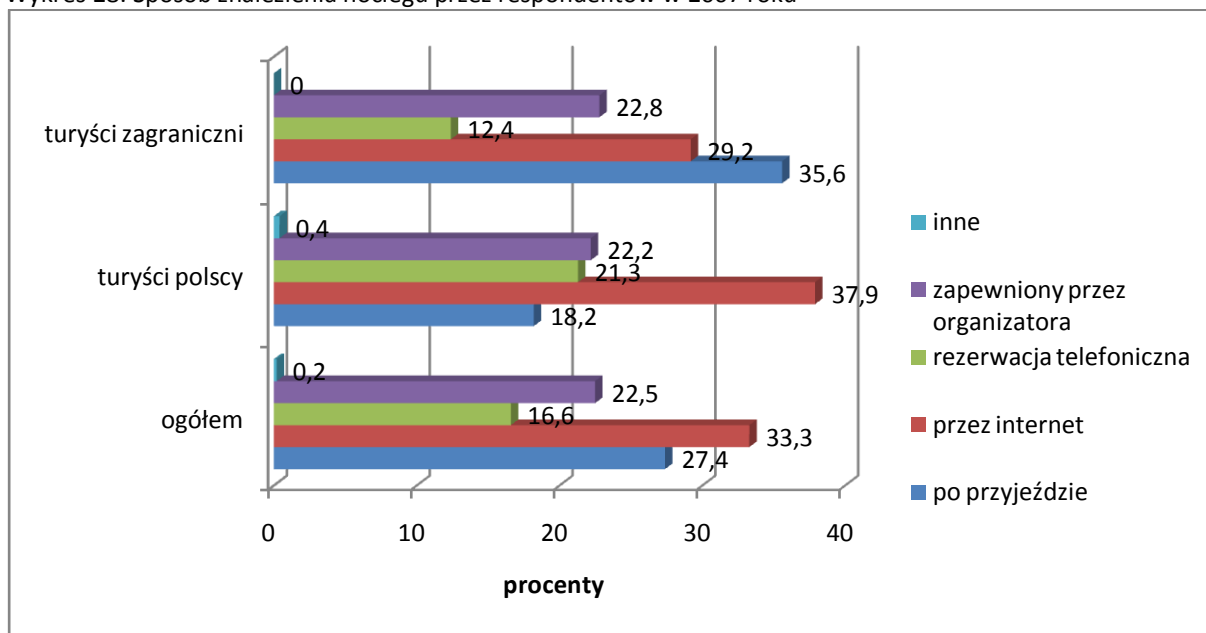
- Charakterystyka respondentów ze względu na sposób znalezienia noclegu

Jedna trzecia turystów szukała informacji o noclegu i wybierała miejsce, w którym się zatrzymała przez internet. Procent ten był wyższy dla turystów polskich o blisko 8% od obcokrajowców. Liczba osób poszukujących noclegu przez internet nie zmieniła się od 2006 roku.

Około 27% respondentów w 2007 roku znalazło nocleg po przyjeździe (w 2006 roku procent ten wynosił 28,4%). Dwa razy częściej niż Polacy „w ciemno” podróżowali obcokrajowcy, których ponad jedna trzecia znalazła nocleg po przyjeździe do Grodu Kopernika.

Aż 22% ogółu respondentów w 2007 roku miało nocleg zapewniony przez organizatora – wielkość ta nie była zależna od narodowości.

Wykres 28: Sposób znalezienia noclegu przez respondentów w 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

4.2 Baza noclegowa w opinii respondentów

Ogółem wśród respondentów 664 osoby zdecydowały się zostać w Toruniu na przynajmniej jeden nocleg. Stanowili oni około 33% ogółu respondentów. Około 28% tej grupy zatrzymało się u rodziny bądź znajomych. Pozostali zostali poproszeni o szczegółową ocenę bazy noclegowej Torunia w skali trójstopniowej.

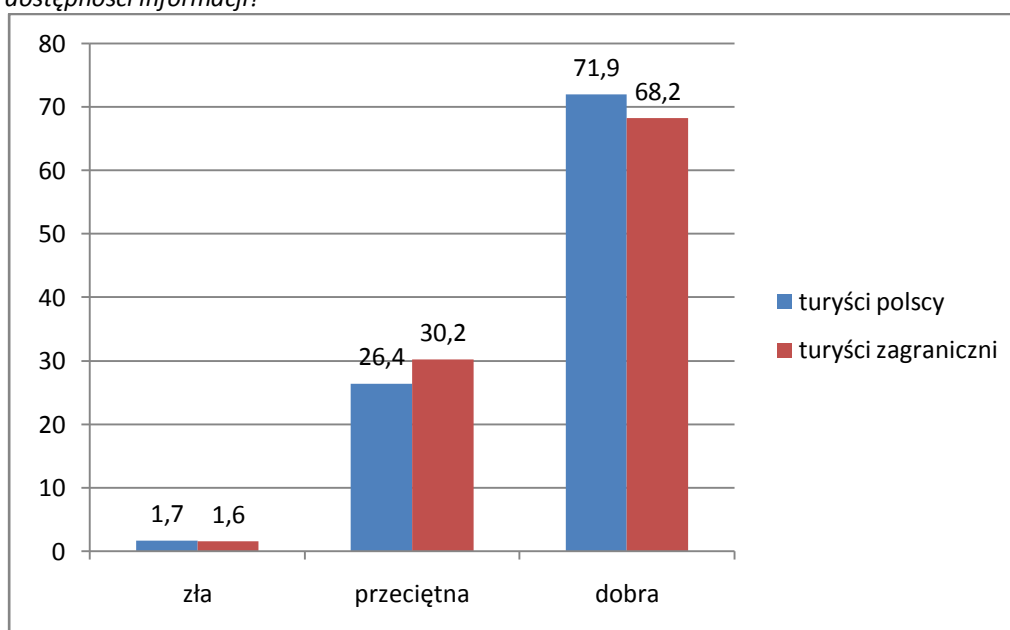
Respondenci oceniali bazę noclegową Torunia w czterech wymiarach:

- po pierwsze oceniali dostępność informacji o noclegach – czy wszechstronna informacja o noclegach jest łatwo czy trudno dostępna, zarówno w Toruniu jak również w miejscu zamieszkania turysty;
- po drugie oceniali różnorodność bazy noclegowej – czy każdy turysta ma możliwość znalezienia czegoś w swoim guście i na swoją kieszeń;
- po trzecie respondenci oceniali standard miejsca, w którym zatrzymali się na noc – w swoim subiektywnym odczuciu czy spełniał ich wymagania;
- po czwarte turyści oceniali, czy cena była adekwatna do oferowanego standardu (odpowiednia, zbyt wysoka czy też niska), czy oferowana usługa warta była swojej ceny.

Oceny dokonywali respondenci, którzy korzystali z obiektów zbiorowego zakwaterowania w 2007 roku. Poniższe wykresy przedstawiają struktury odpowiedzi z podziałem na turystów polskich i zagranicznych.

Dostępność informacji o bazie noclegowej Torunia została przez respondentów oceniona w skali od 1 do 3 na **2,7** (w roku 2006 – 2,55). Zdecydowanie przeważa ocena *dobra* dostępności informacji zarówno wśród Polaków jak i obcokrajowców. Ocenę negatywną wyraziło jedynie niespełna 2% turystów krajowych i zagranicznych.

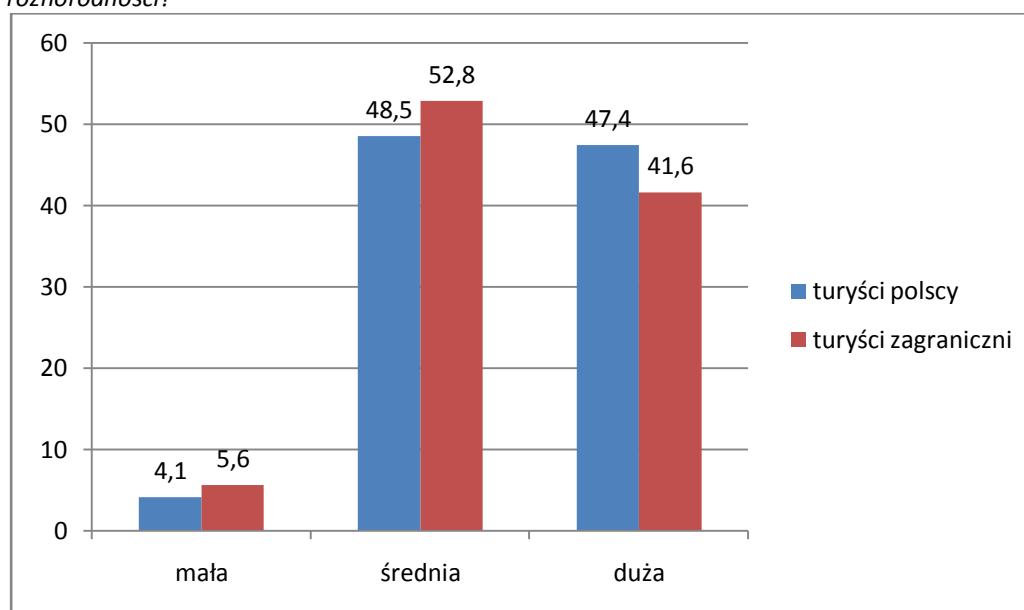
Wykres 29: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem dostępności informacji?*



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Zarówno turyści polscy jak i zagraniczni różnorodność bazy noclegowej najczęściej oceniali jako przeciętną. Jednak średnich ocen jest niewiele więcej niż dobrych. Prawie 10% obcokrajowców więcej niż w 2006 uważa, że różnorodność bazy noclegowej Torunia jest duża. Niestety zwiększył się też procent turystów zagranicznych, którzy różnorodność ocenili jako małą – z niespełna 4% na 5,6%. Średnia ocena różnorodności bazy noclegowej wyniosła w 2007 roku **2,4** (w 2006 roku wynosiła 2,3).

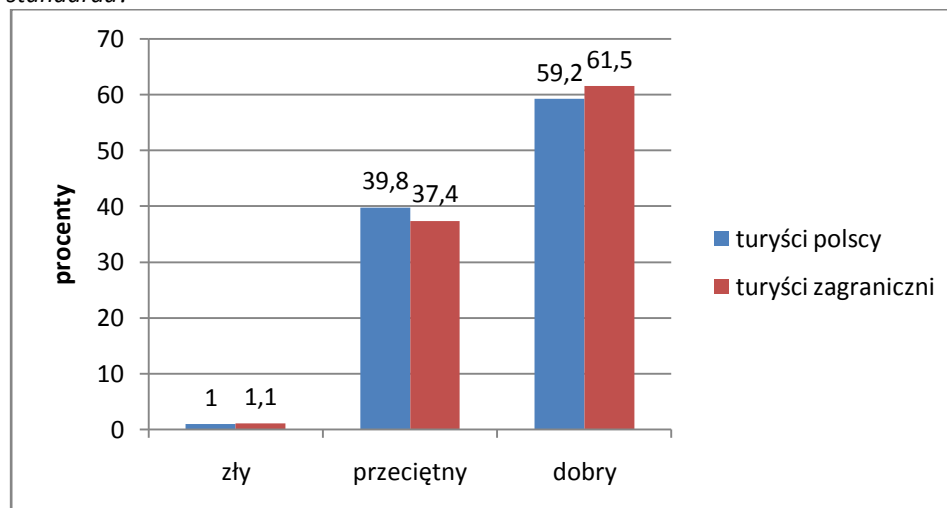
Wykres 30: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem różnorodności?*



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

Kolejne pytanie dotyczące bazy noclegowej jest szczególnie istotne w odniesieniu do otwartej debaty o tym, czy w Toruniu potrzebne są hotele cztero - gwiazdkowe. Turyści pytani o standard miejsca, w którym mieszkali ocenili go średnio na 2,6 (czyli nieco lepiej niż w 2006 roku, gdy średnia wynosiła 2,5). Jedynie 1% turystów określił standard miejsca noclegowego jako zły. Niespełna 40% jako przeciętny, zaś większość, zarówno turystów polskich jak i zagranicznych, była zadowolona ze standardu wybranego przez siebie noclegu. Z tej perspektywy wydaje się, że baza noclegowa Torunia raczej zaspokaja gusta osób je odwiedzających.

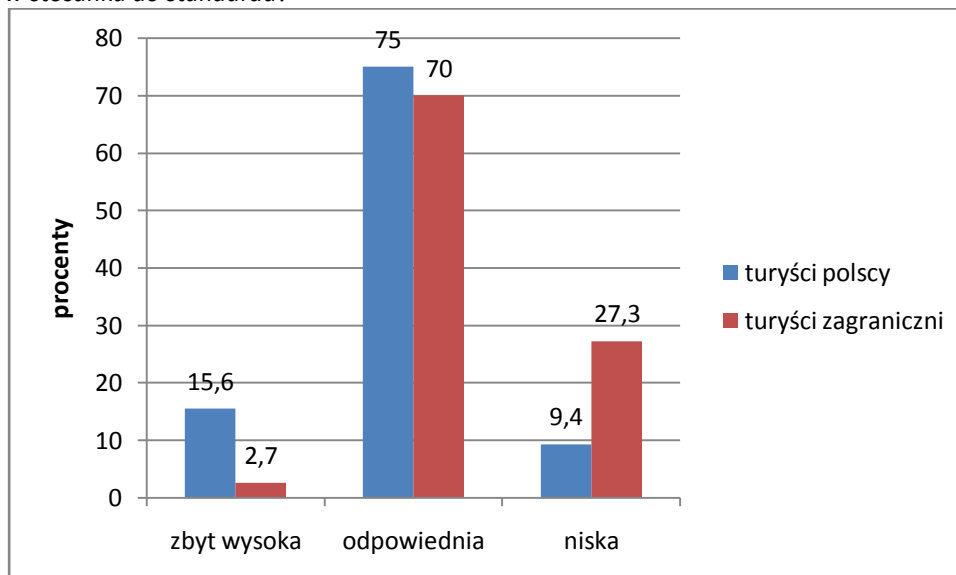
Wykres 31: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem standardu?*



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

Cena w stosunku do standardu jest kryterium, w którym zaznaczają się największe różnice w ocenach pomiędzy turystami polskimi i zagranicznymi. Prawie 13% turystów krajowych ocenia, że cena była zbyt wysoka w stosunku do oferowanego standardu, zaś dla ponad 27% obcokrajowców była niska w stosunku do jakości oferowanych usług.

Wykres 32: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem ceny w stosunku do standardu?*



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

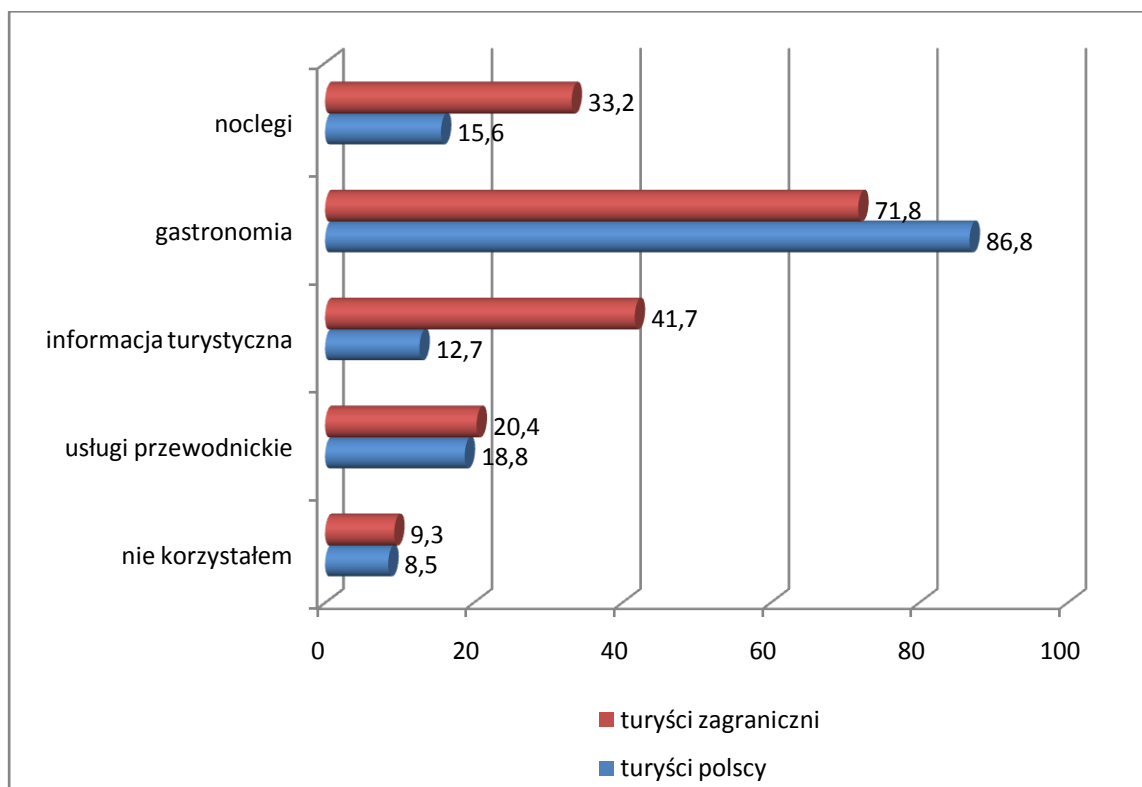
4.3 Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego przez respondentów

Turystyka, dla niektórych jest pasją, dla innych dziedziną naukową, zaś przez osoby nią zarządzające w skali miasta jak również w skali mikro – przedsiębiorstw takich jak hotele czy lokale gastronomiczne jest przede wszystkim częścią gospodarki. Częścią, która w mieście takim jak Toruń powinna przynosić wymierne zyski. Turyści przyjeżdżający do Grodu Kopernika przynoszą mu dochód, ale tylko wtedy, gdy nie tylko zachwycają się gotycką architekturą, ale korzystają z różnych form obsługi ruchu turystycznego – z usług gastronomicznych, noclegowych, z Informacji Turystycznej, z usług przewodnickich.

W 2007 roku około 10% turystów nie korzystało i nie zamierzało korzystać z żadnej formy obsługi ruchu turystycznego – o połowę mniej niż w 2005 i 2006 roku. Najczęściej turyści korzystali z usług gastronomicznych. Z Informacji Turystycznej w 2007 roku obcokrajowcy korzystali ponad dwukrotnie częściej niż goście krajowi. W porównaniu z 2006 rokiem procent Polaków korzystających z IT nie zmienił się, zaś procent obcokrajowców

podwoił się. O 8% zwiększył się też procent obcokrajowców korzystających z usług przewodnickich w 2007 roku w porównaniu z 2006, a turystów polskich zwiększył się o 2%.

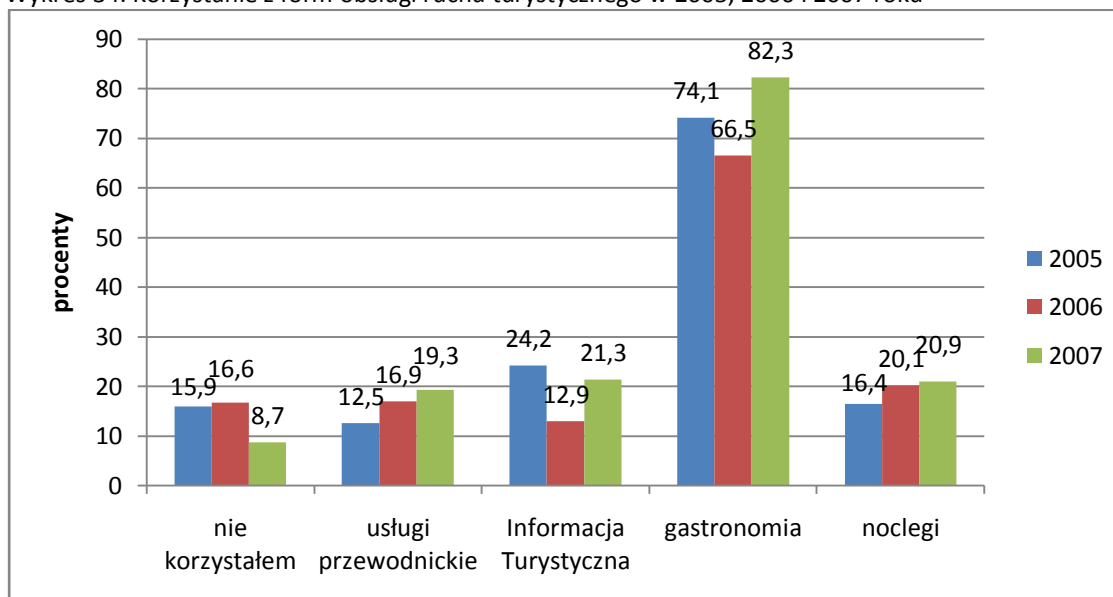
Wykres 33: Korzystanie z form obsługi ruchu turystycznego w 2007 roku przez turystów polskich i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Analizując procent korzystających z poszczególnych form obsługi ruchu turystycznego w przeciągu trzech lat od kiedy prowadzony jest monitoring ruchu turystycznego zauważamy, że zmniejsza się procent nie korzystających z żadnej formy, rośnie procent korzystających z usług przewodnickich oraz noclegów. Liczba korzystających z gastronomii waha się – po spadku w 2006 roku w 2007 roku uzyskała poziom wyższy niż w pierwszym roku badania.

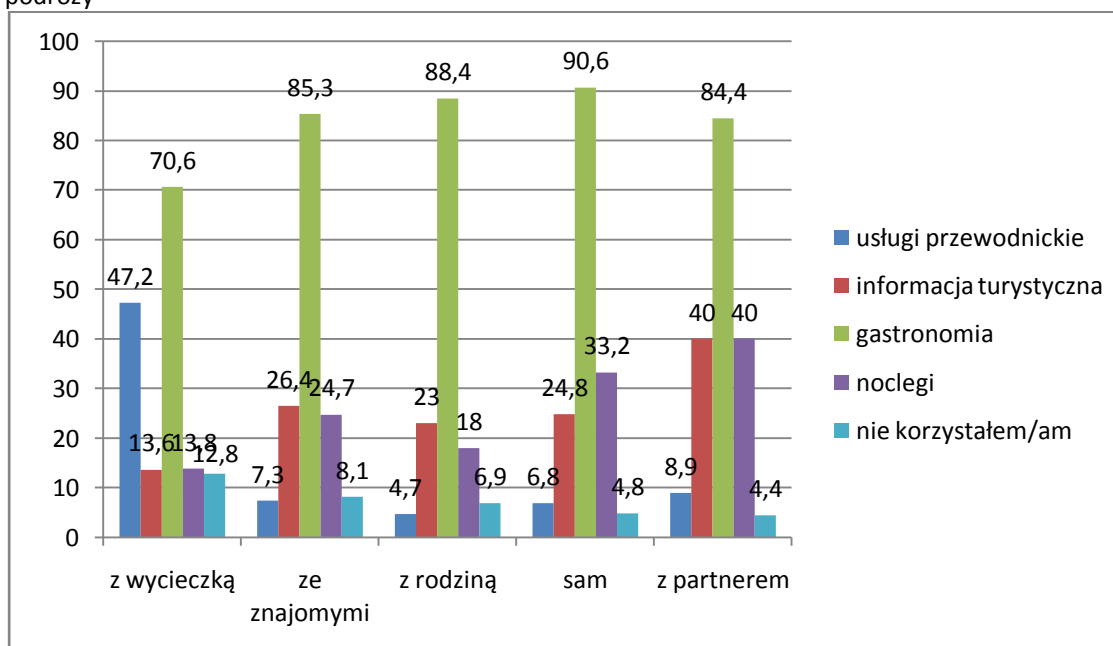
Wykres 34: Korzystanie z form obsługi ruchu turystycznego w 2005, 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT w 2005, 2006 i 2007 roku

Z form obsługi ruchu turystycznego (wyłączając usługi przewoźnicze) najrzadziej korzystają osoby przyjeżdżające do Torunia z wycieczką, najczęściej zaś podróżujący z partnerem a następnie ze znajomymi. Niski procent korzystających z usług przewoźniczych wśród turystów indywidualnych, niezorganizowanych może wskazywać, że brak jest dla nich atrakcyjnej propozycji. Z drugiej strony należy brać pod uwagę fakt, że turyści indywidualni najczęściej korzystają z przewoźników książkowych, z rozmysłem wybierają samodzielne „włóczenie” się po mieście.

Wykres 35: Procent korzystania z różnych form obsługi ruchu turystycznego według towarzystwa w trakcie podróży

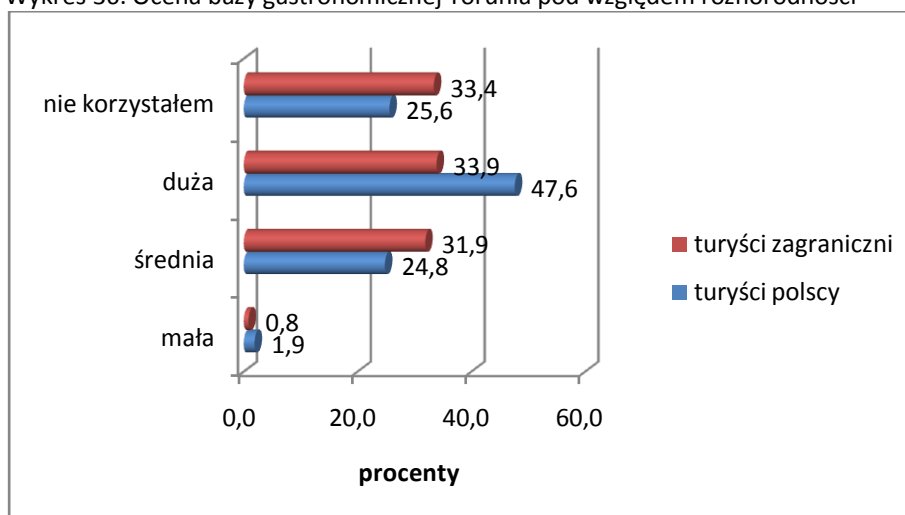


Źródło: badania OIT z 2007 roku

4.4 Ocena bazy gastronomicznej według przebadanych turystów w 2007 roku

Około 80% ogółu respondentów w 2007 roku deklaroowało, że korzystało lub będzie korzystać z gastronomii w Toruniu. Jakość bazy gastronomicznej jest więc istotnym elementem budującym wizerunek miasta, gdyż styka się z nią większość gości odwiedzających miasto. Różnorodność bazy gastronomicznej goście w 2007 roku ocenili w skali od 1 do 3 na 2,58. Zarówno wśród turystów polskich jak i obcokrajowców przeważają oceny pozytywne.

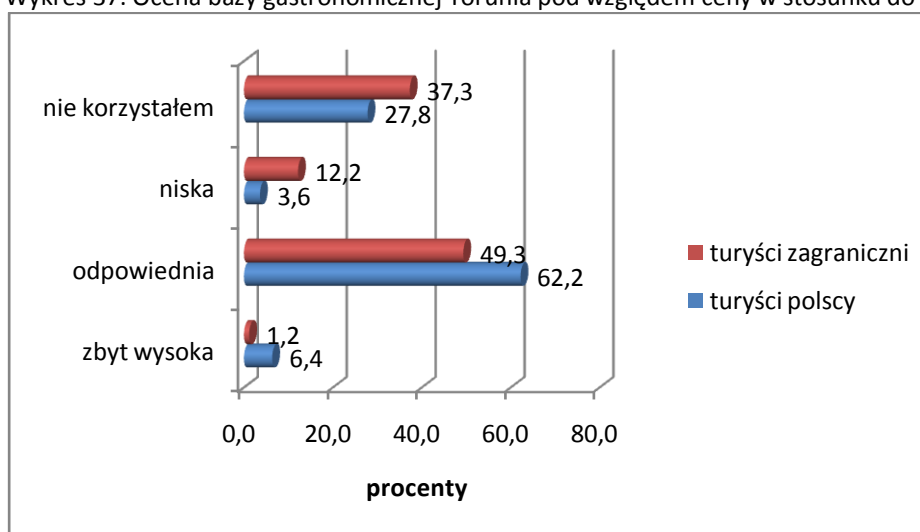
Wykres 36: Ocena bazy gastronomicznej Torunia pod względem różnorodności



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Średnia ocena ceny w stosunku do standardu wyniosła w 2007 roku 2,02. Goście z reguły uznają ceny za odpowiednie, przystające do tego co lokal im serwuje. Jednak aż 12% obcokrajowców uznała, że ceny gastronomii są niskie (dla porównania stwierdziło tak czterokrotnie mniej gości krajowych).

Wykres 37: Ocena bazy gastronomicznej Torunia pod względem ceny w stosunku do standardu



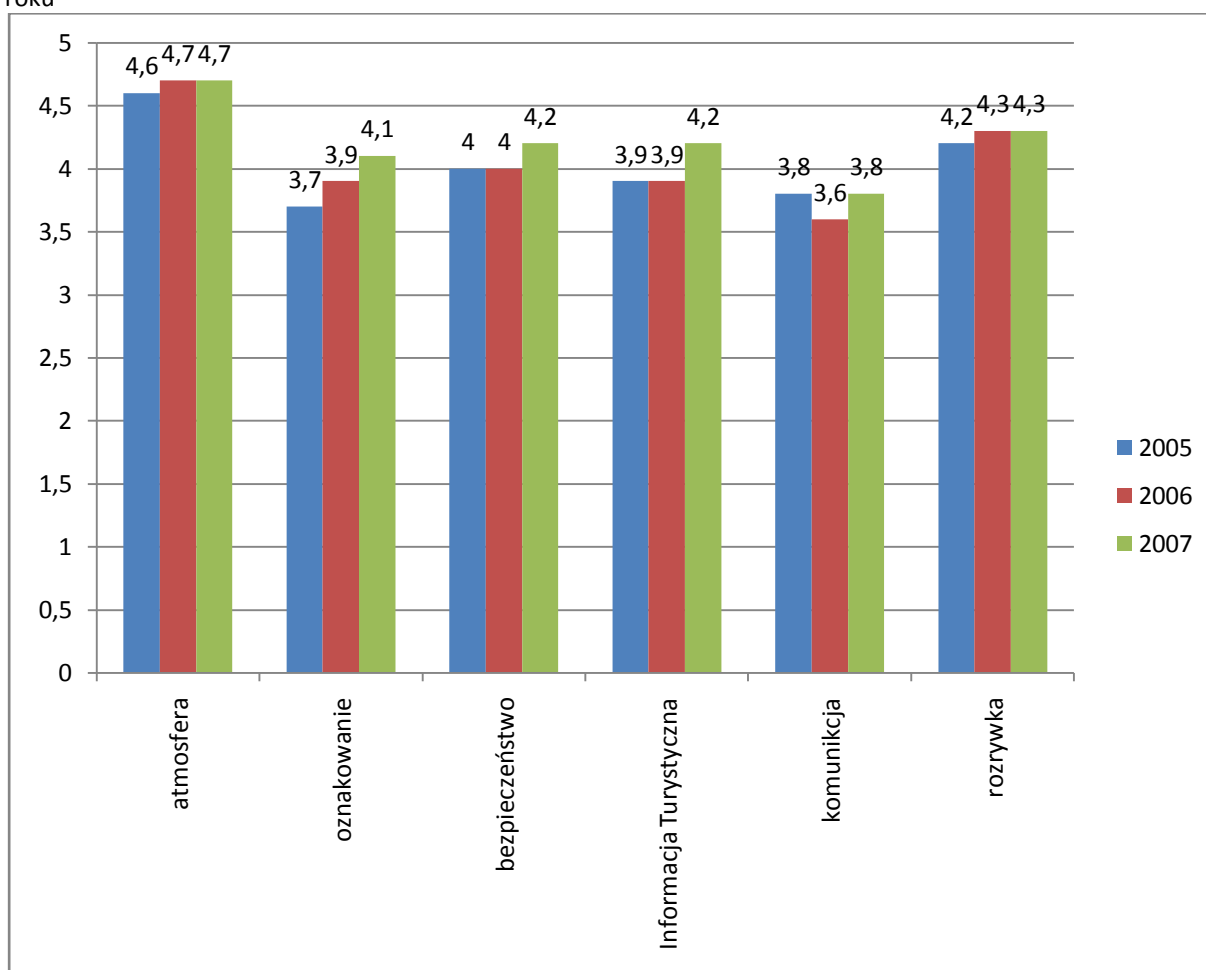
Źródło: badanie OIT w 2007 roku

4.5 Opinie odwiedzających o wybranych elementach wizerunku turystycznego miasta

Badanie monitoringowe ruchu turystycznego zawiera przede wszystkim opinie turystów przyjeżdżających do Torunia, opinie, które składają się na turystyczny wizerunek miasta przekazywany znajomym, rodzinie, innym potencjalnym turystom. Na przestrzeni trzech lat kiedy prowadzone są badania Toruń bardzo się zmienił (również pod wpływem wniosków płynących z badań). Czy dostrzegli to turyści, czy średnie oceny poszczególnych elementów turystycznego image miasta są wyższe?

Zawsze najwyżej ocenianym elementem była atmosfera miasta – zwracająca uwagę przyjezdnych, zachwycająca i pozostająca we wspomnieniach – w 2007 w skali od 1 do 5 uzyskała średnią ocenę **4,7** – taką samą jak w 2006 roku. Nieco lepiej oceniane jest oznakowanie turystyczne miasta (+0,2), bezpieczeństwo (+0,2). Lepiej niż w 2006 roku turyści ocenili też komunikację, chociaż nadal jest to najniżej oceniany element – **3,8**. Na niezmienionym poziomie utrzymuje się ocena rozrywki – **4,3** w skali od 1 do 5. (średnie oceny zliczane łącznie dla turystów polskich i obcokrajowców)

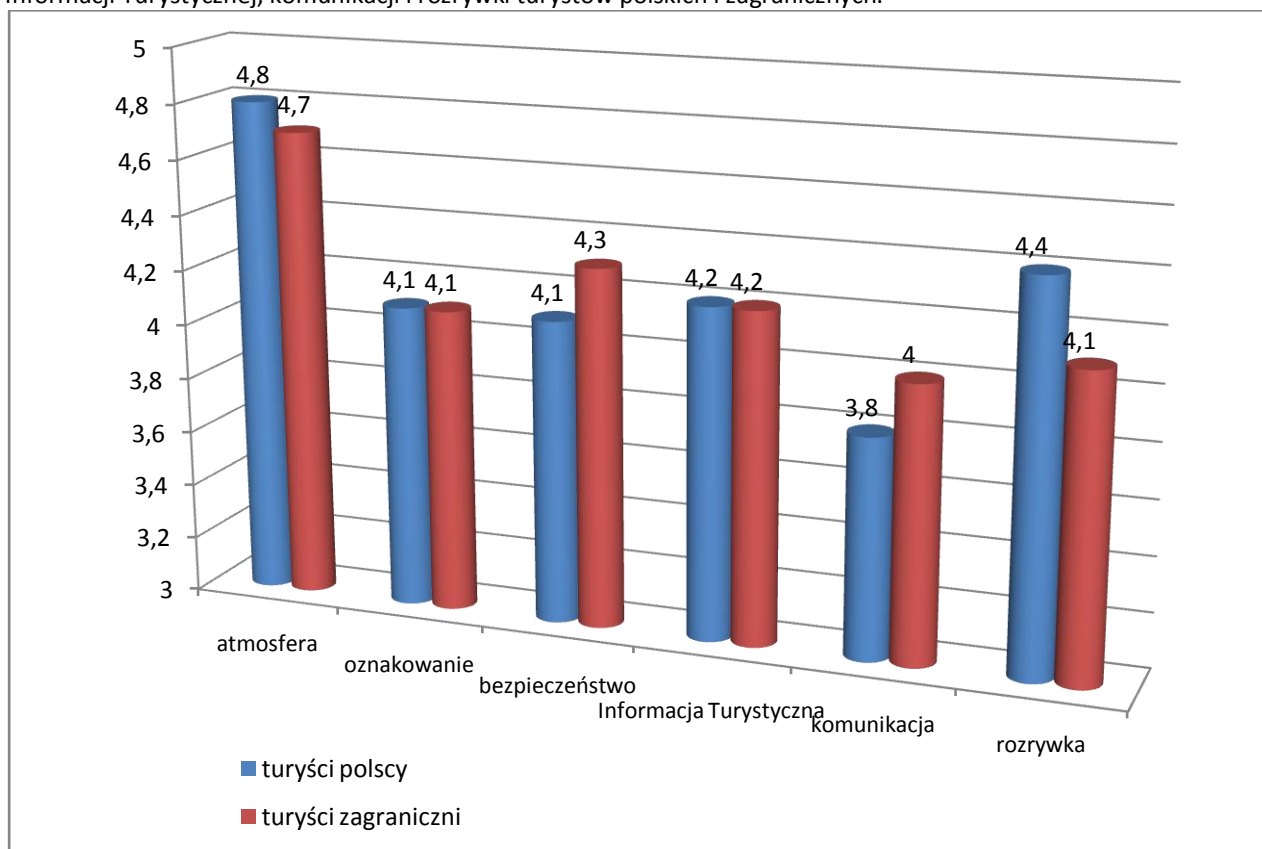
Wykres 38: Średnie oceny poszczególnych elementów „oferty” turystycznej – porównanie 2005, 2006, 2007 roku



Źródło: badanie OIT w 2005, 2006 i 2007 roku

Analizując średnie oceny poszczególnych elementów turystycznej panoramy Torunia z podziałem na turystów polskich i zagranicznych zauważamy, że obcokrajowcy nieco lepiej oceniają bezpieczeństwo w mieście oraz komunikację, gorzej zaś rozrywkę.

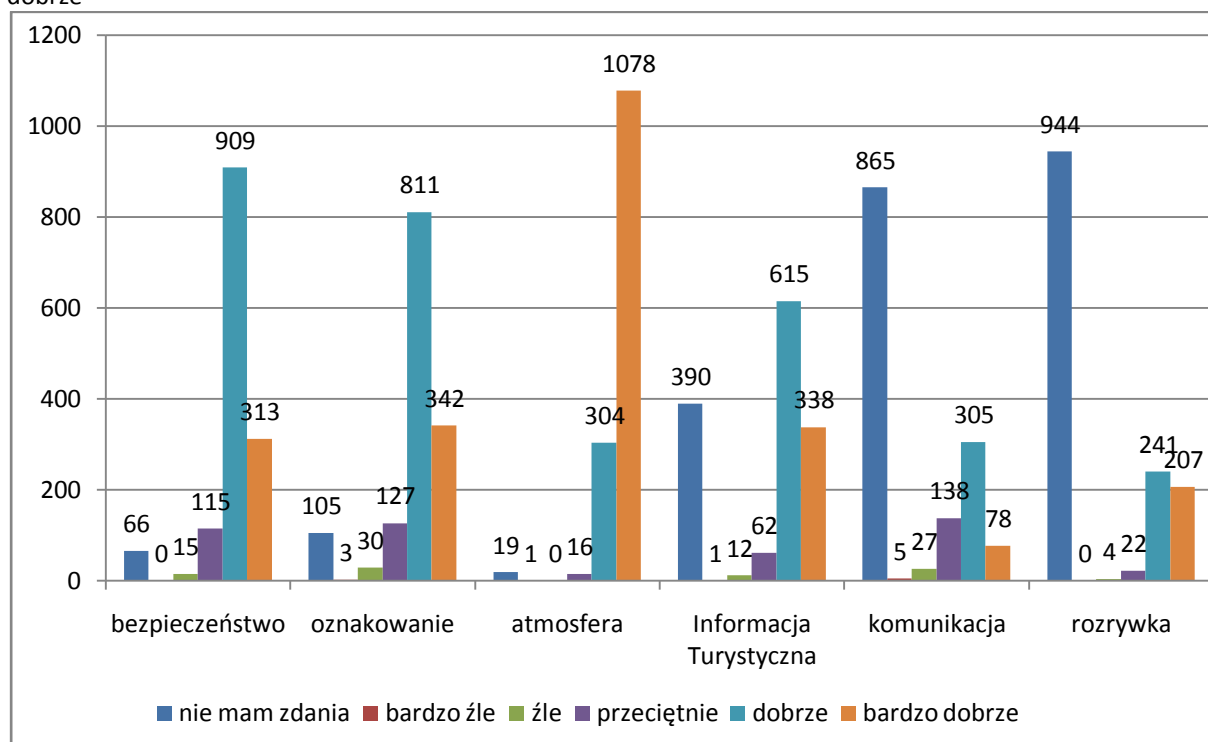
Wykres 39: Średnie oceny atmosfery, systemu oznakowań turystycznych, bezpieczeństwa, Informacji Turystycznej, komunikacji i rozrywki turystów polskich i zagranicznych.



Źródło: badanie OIT 2007

Wiele o poszczególnych, wyróżnionych w pytaniu elementach wizerunku miasta mówi analiza szczegółowych odpowiedzi. Nieliczne w ocenach wszystkich elementów są oceny skrajnie złe. Dla elementów takich jak komunikacja i rozrywka zwraca uwagę bardzo duża grupa braków odpowiedzi, która świadczy o tym, że wciąż jeszcze za mała liczba turystów bezpośrednio korzysta z oferty kulturalno - rozrywkowej miasta (są to w dużej części osoby, które były w Toruniu przejazdem). Najwięcej bardzo dobrych wskazań uzyskała atmosfera miasta.

Wykres 40: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bezpieczeństwo, oznakowanie turystyczne, atmosferę, Informację Turystyczną, komunikację i rozrywkę w skali pięciostopniowej od bardzo źle do bardzo dobrze*

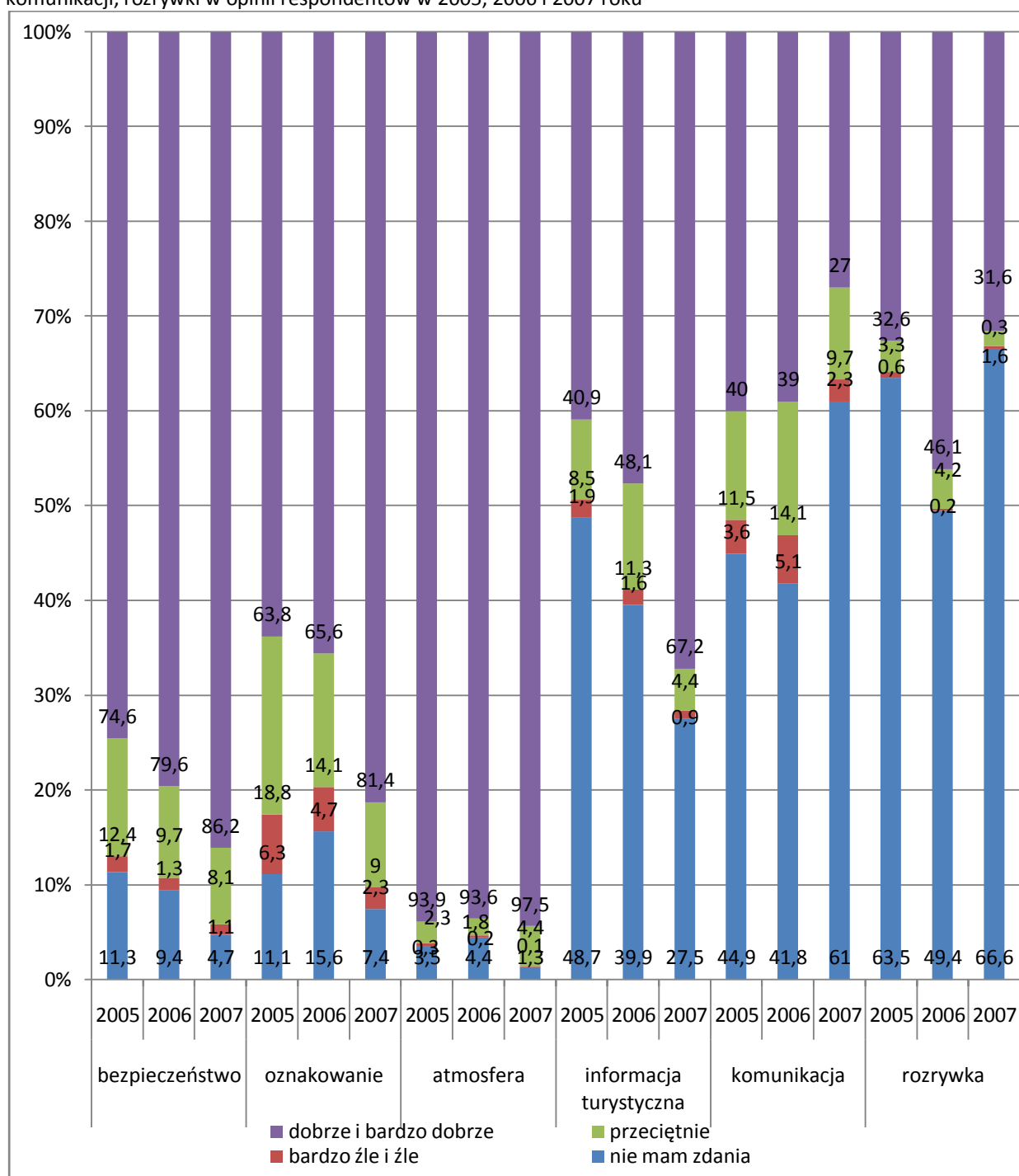


Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Wykres 41 sumuje odpowiedzi skrajne. Z takiej perspektywy należy zwrócić uwagę, że w 2007 roku więcej osób niż w 2006 określiło bezpieczeństwo, oznakowanie i Informację Turystyczną w Toruniu jako dobre i bardzo dobre. Mniej takich wskazań otrzymała komunikacja i rozrywka.

Uwagę zwracają też liczne „braki zdania” w ocenie takich elementów jak rozrywka, komunikacja i informacja turystyczna.

Wykres 41: Procentowa struktura ocen bezpieczeństwa, oznakowania, atmosfery, informacji turystycznej, komunikacji, rozrywki w opinii respondentów w 2005, 2006 i 2007 roku



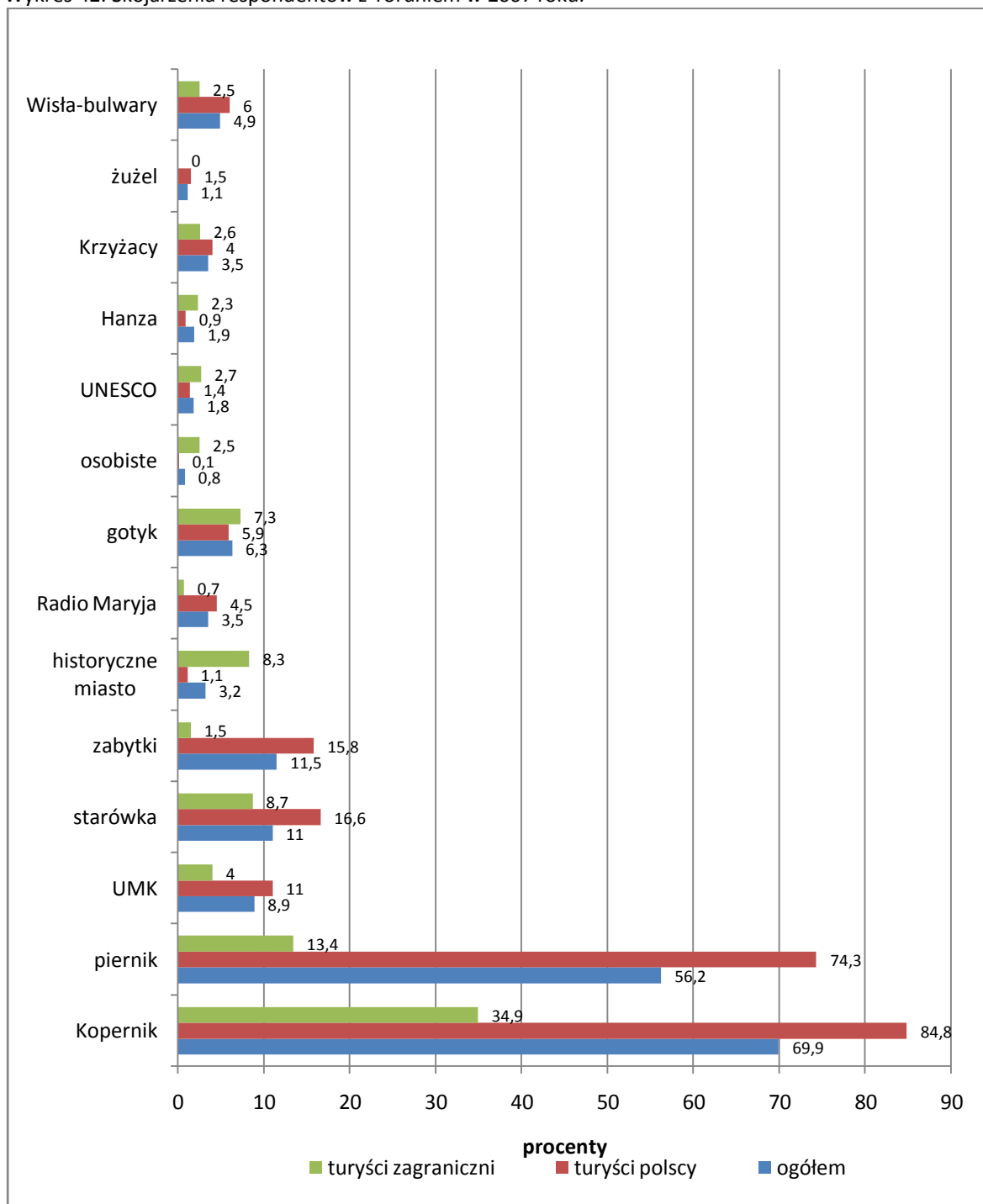
Źródło: badanie OIT w 2005, 2006 i 2007 roku

4.6 Skojarzenia z Toruniem turystów odwiedzających Toruń w 2007 roku

Toruń, jak pokazuje również tegoroczne badanie, jest miejscowością doskonale znaną i rozpoznawalną w kraju i zagranicą. Niemal sto procent turystów polskich miała jakiegokolwiek skojarzenia z Toruniem, potrafiła o nim coś powiedzieć zanim jeszcze do niego przyjechała. Skojarzenia z Grodem Kopernika miało też około 65% turystów zagranicznych.

Najczęściej Toruń kojarzył się (zarówno turystom polskim jak i obcokrajowcom) z postacią Mikołaja Kopernika oraz z piernikami. Turyści krajowi łączą Toruń z urokliwą starówką oraz zabytkami. Dla co dziesiątego Polaka Toruń jest miastem uniwersyteckim. Wśród odpowiedzi nowych w 2007 roku pojawili się Krzyżacy, z którymi Toruń kojarzy się czterem procentem turystów polskich i dwóm procentem turystów zagranicznych. Niepokój budzi fakt, że choć Toruń wpisany jest na elitarną listę UNESCO nie jest to istotne skojarzenie dla turystów odwiedzających Toruń (o UNESCO wspomniało zaledwie 1,4% turystów polskich i 2,7% turystów zagranicznych). W panoramę miasta coraz mocniej wpisuje się Wisła wraz z bulwarem spacerowym charakterystycznym dla Torunia.

Wykres 42: Skojarzenia respondentów z Toruniem w 2007 roku.



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

4.7 Powody szczególnego niezadowolenia respondentów z pobytu w Toruniu

Respondenci w jednym z pytań otwartych mogli wypowiedzieć się co w ich opinii należy poprawić tak by zadowolić nawet najbardziej wymagających gości. Z wielu różnych opinii zostało stworzone 18 kategorii grupujących najczęściej powtarzające się odpowiedzi.

Aż 58% turystów nie wskazało nic co wymagałoby poprawy. Co więcej w miejscu przeznaczonym na krytykę wpisywali zachwyty nad Toruniem i zadowolenie z pobytu w nim. Najwięcej głosów krytyki w 2007 roku zebrały parkingi, ale nawet ta najwyższa liczba wskazań wynosiła jedynie 14%.

Pytanie o powody szczególnego niezadowolenia z pobytu w Toruniu było pytaniem otwartym, tzn że respondenci mogli wpisać dowolną odpowiedź. Następnie najczęściej powtarzające się odpowiedzi zostały pogrupowane w kategorie i opatrzone etykietami:

Obsługa – kategoria ta skupia odpowiedzi respondentów niezadowolonych z obsługi w restauracji, hotelu, czasem w muzeum, to zwrócenie też uwagi na niemiłych parkingowych;

Hotele – standard, cena – pod tą etykietą znajdują się opinie respondentów dotyczące hotelu, w którym się zatrzymali oceniające jego standard jako zły, nieadekwatny do ceny;

Komunikacja – kategoria ta skupia odpowiedzi zwracające uwagę na złą, trudną komunikację w mieście, na jeden, zakorkowany most, na trudności w poruszaniu się po Toruniu samochodem;

Parkingi – kategoria ta ze względu na dużą liczbę wskazań została wyróżniona z komunikacji, zawiera przede wszystkim wskazania na uciążliwość i trudności w zaparkowaniu na terenie Starego Miasta, na ceny biletów parkingowych, oraz brak parkomatów;

Oznakowanie – pod tą etykietą kryją się wskazania respondentów mówiących o braku kierunkowskazów w niektórych częściach Starówki, braku wyznaczonej trasy zwiedzania;

Stan budynków – respondenci zauważali różnicę między głównymi szlakami Starego Miasta, a mniej uczęszczanymi, na których wciąż jeszcze są budynki wymagające remontu, konserwacji;

Rozrywka – w tej kategorii zliczone są głosy osób niezadowolonych z oferty kulturalno-rozrywkowej miasta;

Problemy językowe – kategoria dotycząca przede wszystkim obcokrajowców, którzy wskazywali na kłopot w porozumieniu się z obsługą w restauracjach, sklepach, taksówkach;

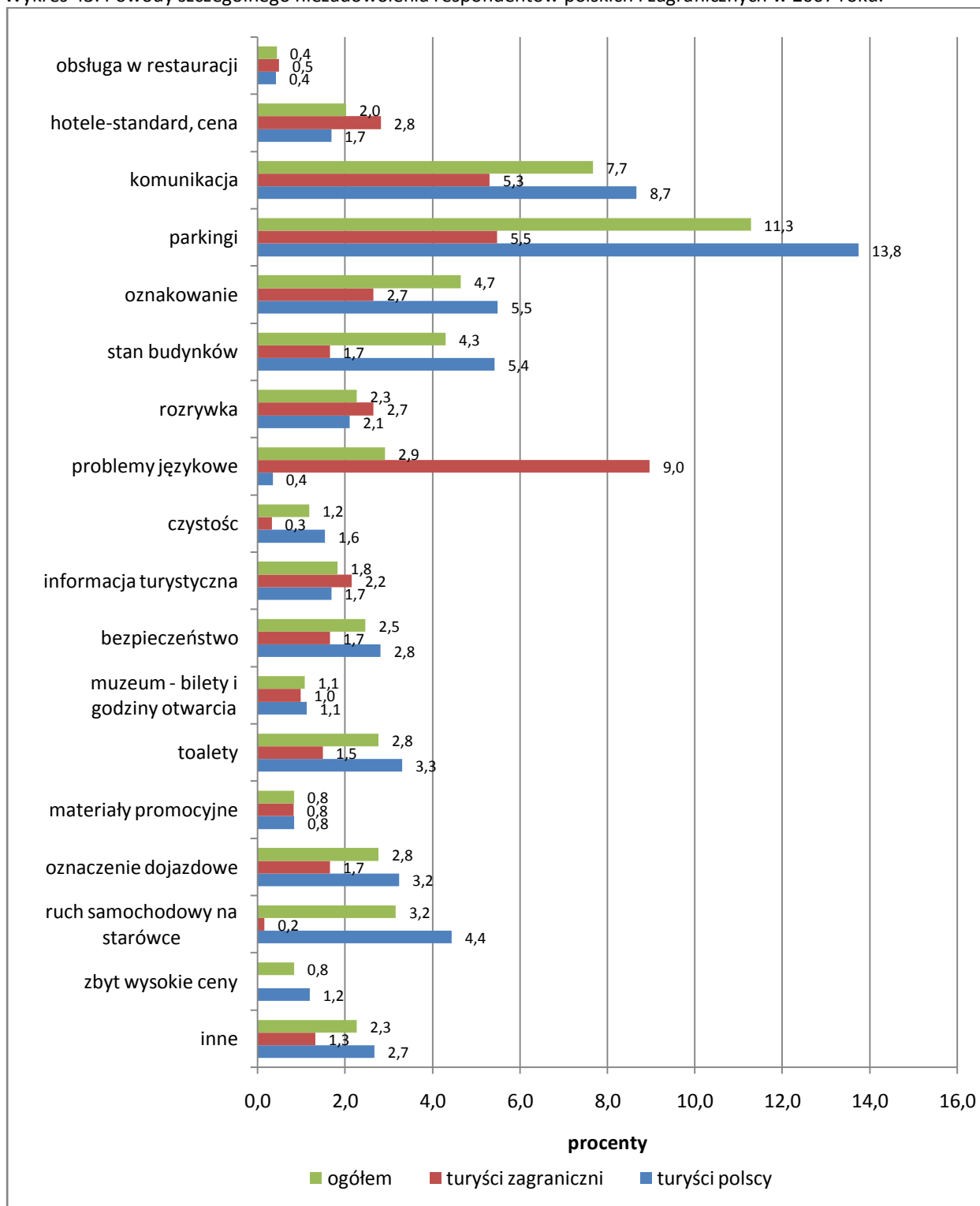
Informacja turystyczna – pod tą etykietą kryją się odpowiedzi turystów, którzy nie mogli znaleźć punktu informacji turystycznej (oczekiwanie, by taki punkt był na dworcu);

Bezpieczeństwo – skupia wypowiedzi respondentów, którzy czuli się w Toruniu niezbyt bezpiecznie, to obserwacje turystów, że na Starówce spotkać można osoby nietrzeźwe zaczepiające innych;

Oznaczenia dojazdowe – wyróżnione z ogólnej kategorii oznaczenia odpowiedzi respondentów, że mieli problemy z dojazdem na Stare Miasto.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia Wykres 43.

Wykres 43: Powody szczególnego niezadowolenia respondentów polskich i zagranicznych w 2007 roku.



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Analizując odpowiedzi o powody niezadowolenia w czasie pobytu w Toruniu trzeba podkreślić problem parkingów na Starówce. W 2006 roku z jakości parkingów niezadowolonych było nieco ponad 6% respondentów, zaś w 2007 roku liczba ta się podwoiła.

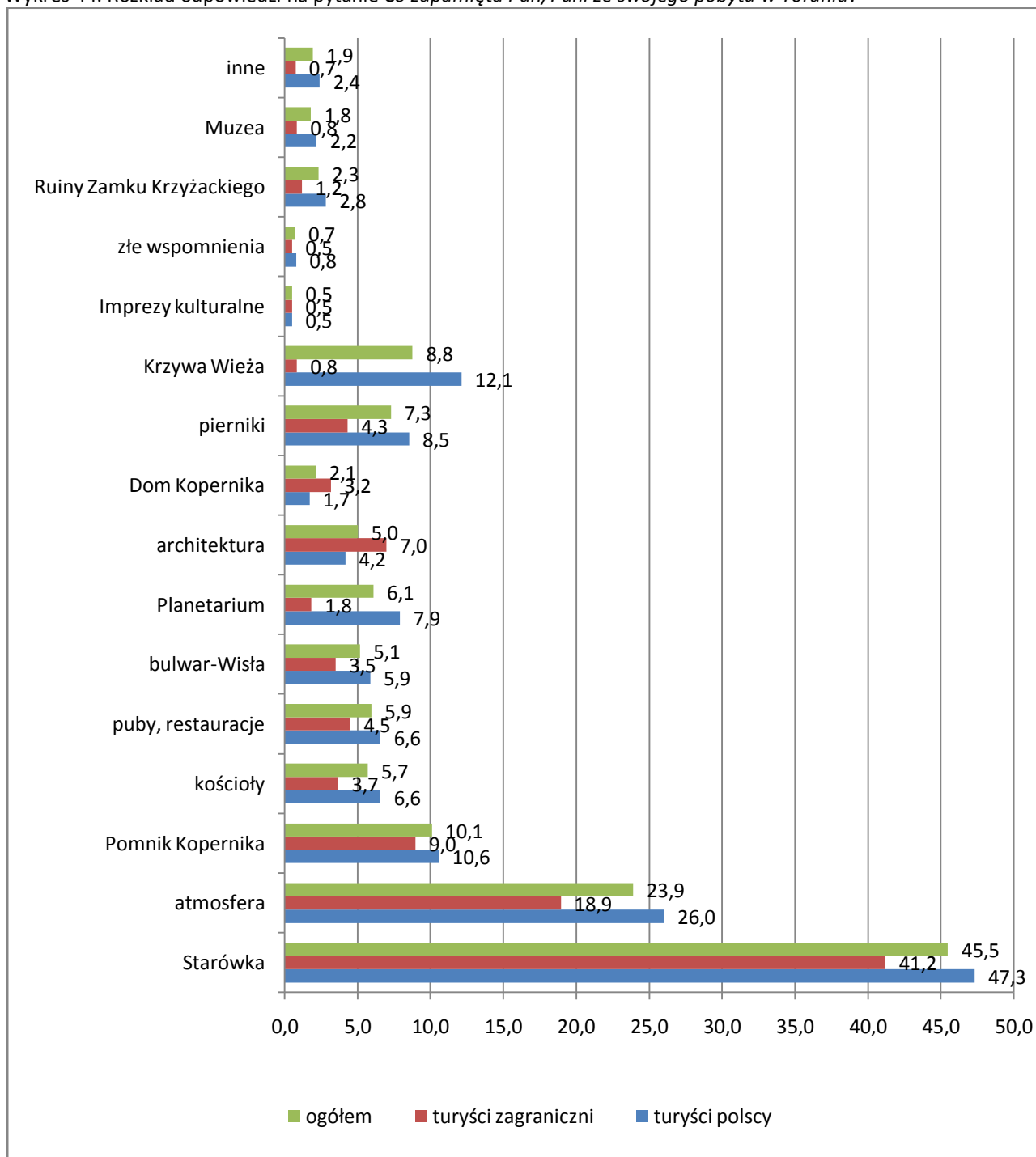
4.8 Rzeczy szczególnie pozytywnie postrzegane i najdłużej zapamiętane przez respondentów w 2007 roku.

Opinia zadowolonych turystów jest najlepszą wizytówką dla turystycznego miasta. Nie tylko oni sami będą do Torunia wracać, ale też zachęcą swoimi przeżyciami innych – rodzinę, przyjaciół. Warto wiedzieć co turystów w Naszym Mieście zachwyca, na co zwracają szczególną uwagę, jakie elementy turystycznej panoramy miasta powinno wykorzystać się w jego promocji.

W trakcie wywiadu kwestionariuszowego problemy ze wskazaniem co zapamiętają z wizyty w Toruniu miało około 13% badanych. Pozostali najczęściej podawali odpowiedź ogólną – starówkę – jako całokształt wrażeń estetycznych związanych z Toruniem. Ogólną odpowiedzią, której udzieliła około jedna piąta turystów jest wskazanie na atmosferę Starego Miasta, która na długo pozostanie w ich pamięci. Najwyższą szczegółową odpowiedzią jest przywołanie najstynniejszego toruńskiego pomnika – Pomnik Mikołaja Kopernika zapamięta co dziesiąty badany. Powyżej 5% respondentów wskazywało też bulwar nadwiślański, Krzywą Wieżę, kościoły toruńskie. Po raz kolejny okazało się też, że wspomnienia z Torunia budują też nastrojowe knajpy, winiarnie, restauracje – zapamięta je około 6% wszystkich respondentów.

Warto zwrócić uwagę na dwukrotne zwiększenie się procentu osób wskazujących Zamek Krzyżacki jako miejsce, które zapamiętają z pobytu w Toruniu. Choć nadal jest to jedynie nieco ponad 2% to w 2007 roku (biorąc pod uwagę całokształt badań) okolice Zamku Krzyżackiego przeżyły „renesans” zainteresowania nimi.

W 2007 roku było mniej niż w 2006 roku odpowiedzi, w których respondent wymieniał negatywne rzeczy, które zapamięta ze swojego pobytu w Grodzie Kopernika – zaledwie 0,7% (w 2006 procent ten wynosił 2).

Wykres 44. Rozkład odpowiedzi na pytanie *Co zapamięta Pan/Pani ze swojego pobytu w Toruniu?*

Źródło: badanie OIT z 2007 roku

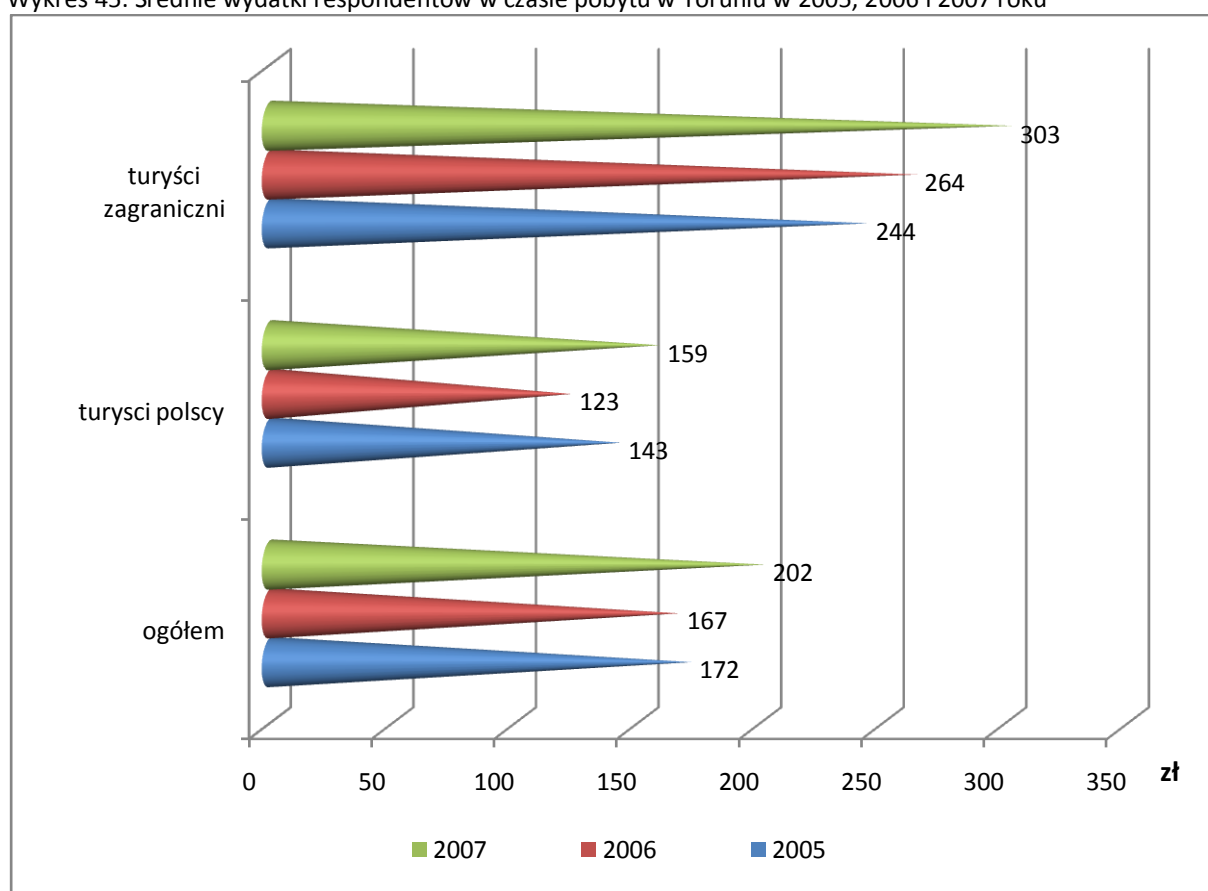
4.9 Szacunkowe wydatki turystów w 2007 roku

Aby ustalić przybliżoną kwotę jaką statystyczny turysta wydaje w Toruniu w badaniu poproszono respondentów o podanie ile wydają w czasie swojego pobytu w mieście na nocleg, gastronomię, bilety wstępu, rozrywkę, komunikację, pamiątki i sklepy. Oczywiście

należy brać pod uwagę, że turyści mogli nie podawać dokładnych kwot oraz pewna część badanych nie potrafiła określić ile wydali (na przykład płacili za wycieczkę a nie osobiście w restauracji, muzeum czy za nocleg). Jednak tak uzyskane dane są najbardziej wiarygodnymi jakie są dostępne (ważne jest to, że badanie zostało przeprowadzone na dużej próbie, która minimalizuje błąd).

W 2007 roku średnie wydatki turystów były większe niż w 2006 roku. Średnio turysta wydał w Toruniu 202 zł – więcej wydawali turyści zagraniczni – średnio 303 zł- niż turyści krajowi – 159 zł.

Wykres 45: Średnie wydatki respondentów w czasie pobytu w Toruniu w 2005, 2006 i 2007 roku



Źródło: badanie OIT w 2005, 2006 i 2007 roku

Na nocleg turyści wydali średnio 44zł – jednak statystyczny Polak wydał jedynie 24 zł, zaś statystyczny obcokrajowiec aż 91 zł. Biorąc pod uwagę tylko tych, którzy nocowali w obiektach zbiorowego zakwaterowania średnia dla ogółu turystów wynosi 223 zł za nocleg w czasie pobytu w Toruniu.

Średnio w toruńskich lokalach gastronomicznych (sądząc po kwotach o bardzo zróżnicowanym standardzie) turysta wydał prawie 64 zł (o 18 zł więcej niż w 2006 roku), w

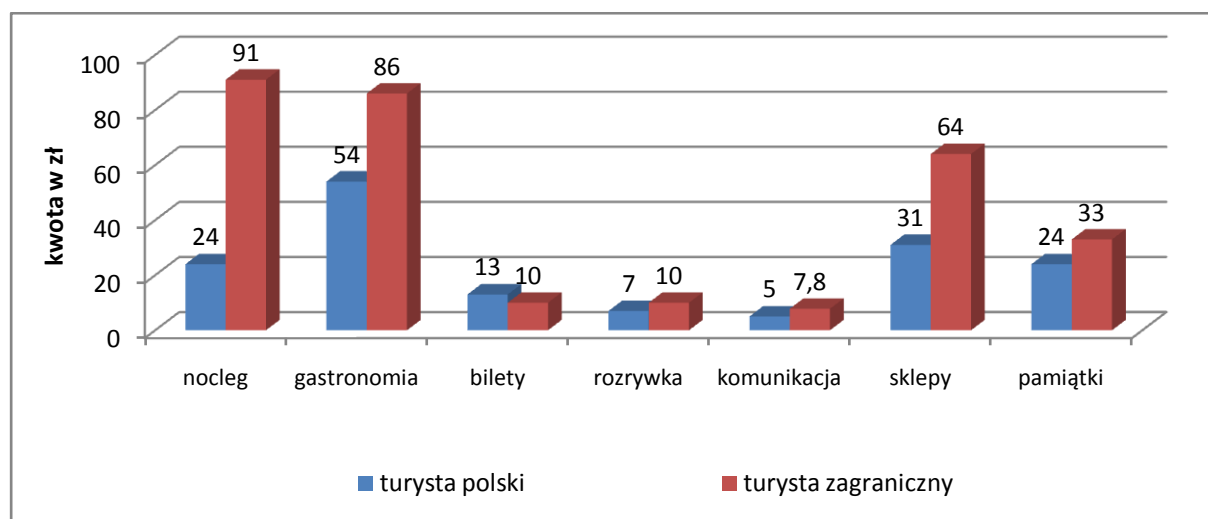
muzeach na bilety – około 12 zł (również o 4 zł więcej niż w 2006 roku), na rozrywkę – 8 zł, na komunikację nieco ponad 5 zł, na pamiątki około 26 zł (o 6 zł średnio więcej niż w 2006) oraz w toruńskich sklepach 41 zł (3 zł więcej niż w 2006 roku).

Ci co nocowali wydali średnio 223 zł za nocleg.

Wydatki obcokrajowców były większe we wszystkich kategoriach. Największa różnica widoczna jest w średniej kwocie wydanej w sklepach, gdzie turysta zagraniczny wydawał dwa razy więcej niż polski.

Średnie wydatków turystów polskich i zagranicznych w wyróżnionych kategoriach przedstawia poniższy wykres:

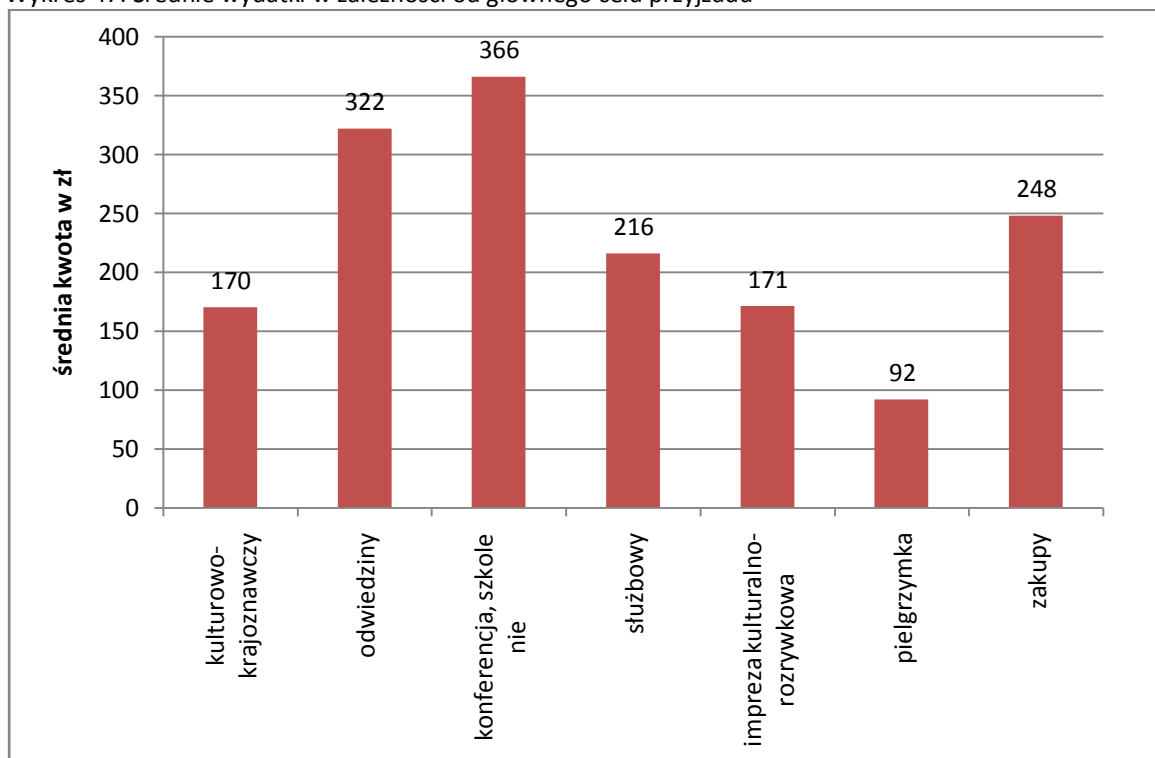
Wykres 46: Średnie wydatki turystów polskich i zagranicznych w 2007 roku na nocleg, gastronomię, bilety, rozrywkę, komunikację sklepy i pamiątki



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

W 2007 roku średnio najwięcej wydawały osoby, które przyjechały na konferencję, szkolenie, nieco mniej osoby odwiedzające rodzinę lub znajomych. Najmniej średnio wydawały osoby deklarujące przyjazd pielgrzymkowy.

Wykres 47: Średnie wydatki w zależności od głównego celu przyjazdu



Źródło: badanie OIT w 2007 roku

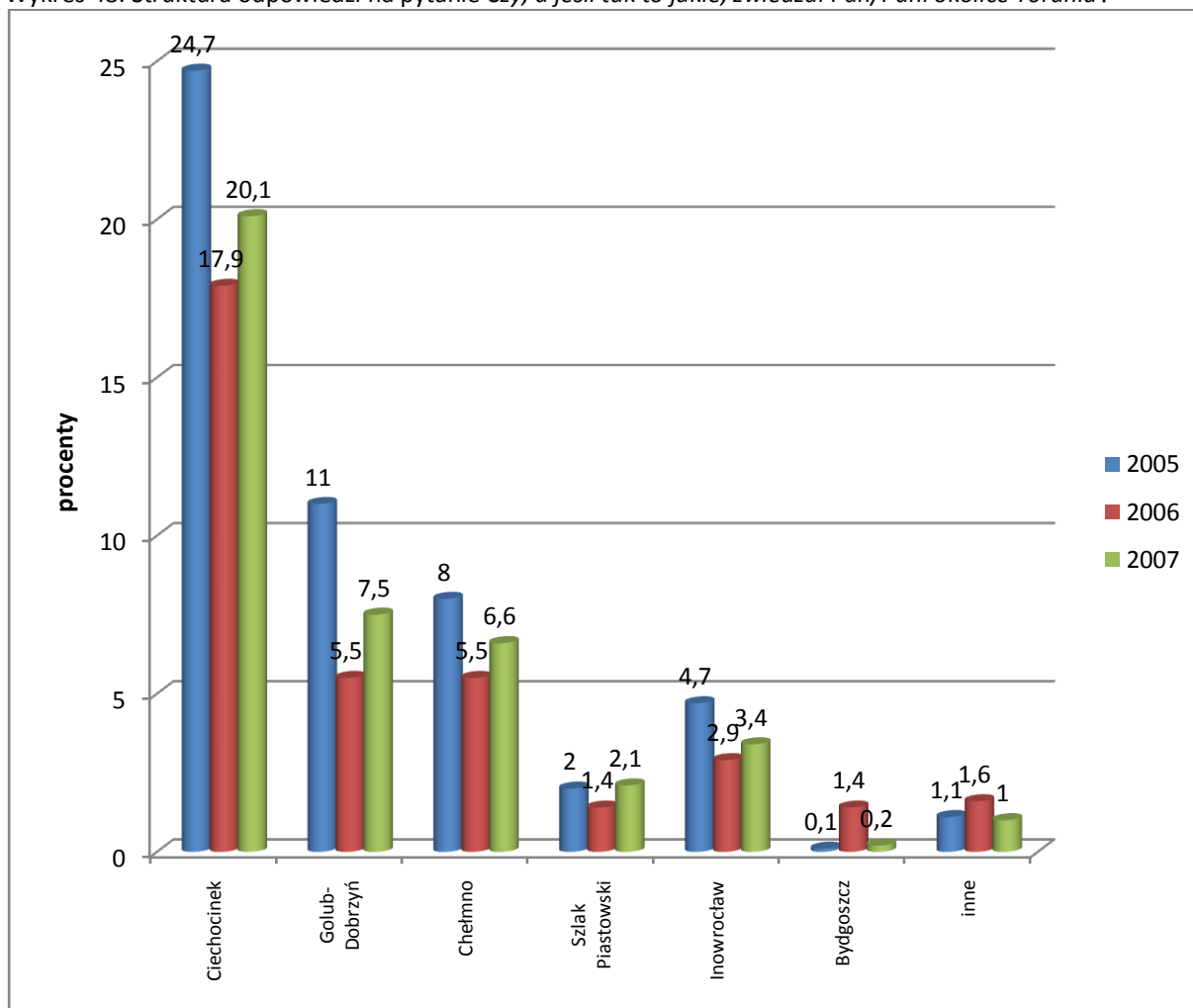
4.10 Okolice odwiedzane przy okazji pobytu w Toruniu

Jednym z pomysłów jak przyciągnąć i zatrzymać turystę w Toruniu na dłużej, jest uczynić z Torunia centrum regionu, z którego odwiedzający mogliby zwiedzać całą okolicę.

Ankieta, zawierając pytanie o miejsca, w których respondent był lub zamierza być *przy okazji* pobytu w Toruniu pokazuje, że turyści rzadko łączą wyjazd do Grodu Kopernika ze zwiedzaniem jego bliższej i dalszej okolicy.

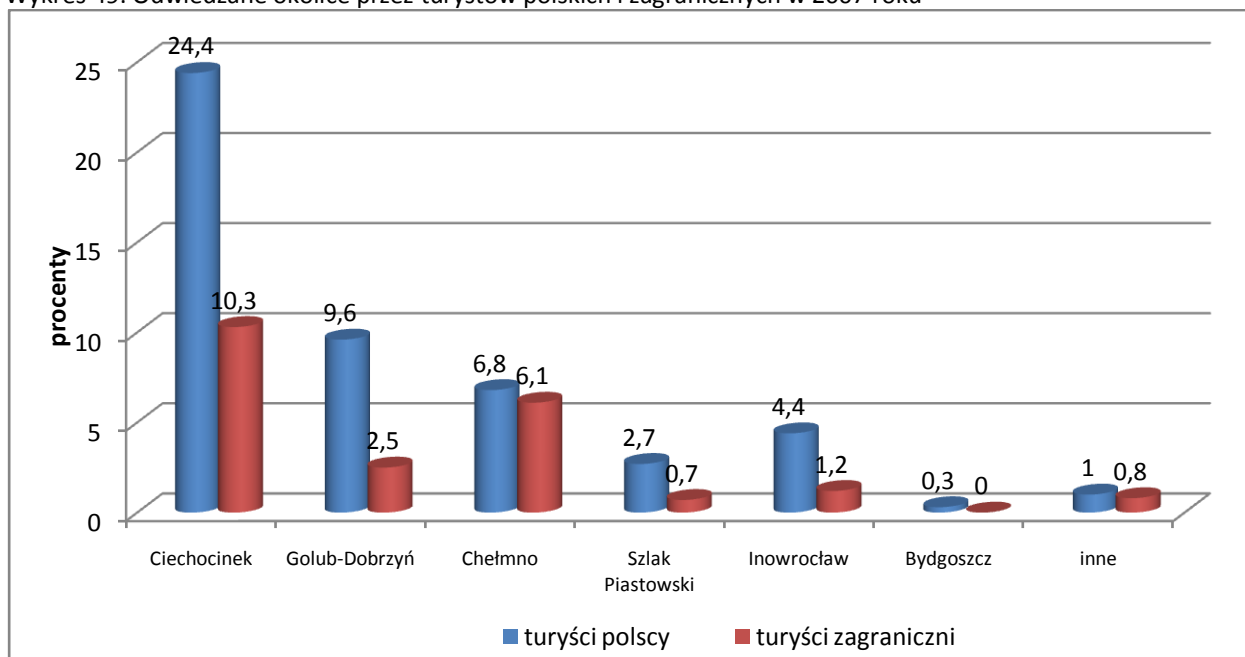
W kolejnych latach badania spada procent turystów, którzy zwiedzają okolice Torunia. Jedynie Ciechocinek jest znany i odwiedzany przez sporą liczbę respondentów – jedna piąta wszystkich badanych pojechała lub zamierzała pojechać również do Ciechocinka (24% turystów polskich i 10% turystów zagranicznych). Około 7% respondentów wskazało na Golub-Dobrzyń i Chełmno jako na miejscowości, które odwiedzili bądź odwiedzają.

Okolice Torunia najczęściej były odwiedzane w 2005 roku, w 2006 roku nastąpił spadek zainteresowania okolicami Naszego Miasta, zaś w 2007 roku odnotowano niewielki wzrost w porównaniu z 2006 rokiem. Procenty odwiedzających okolicę nie wyrównały jednak poziomu sprzed trzech lat.

Wykres 48: Struktura odpowiedzi na pytanie *Czy, a jeśli tak to jakie, zwiedzał Pan/Pani okolice Torunia?*

Źródło: badanie OIT z 2005, 2006 i 2007 roku

Wykres 49: Odwiedzane okolice przez turystów polskich i zagranicznych w 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

4.11 Rekomendacja Torunia jako destynacji turystycznej i deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia przez respondentów w 2007 roku.

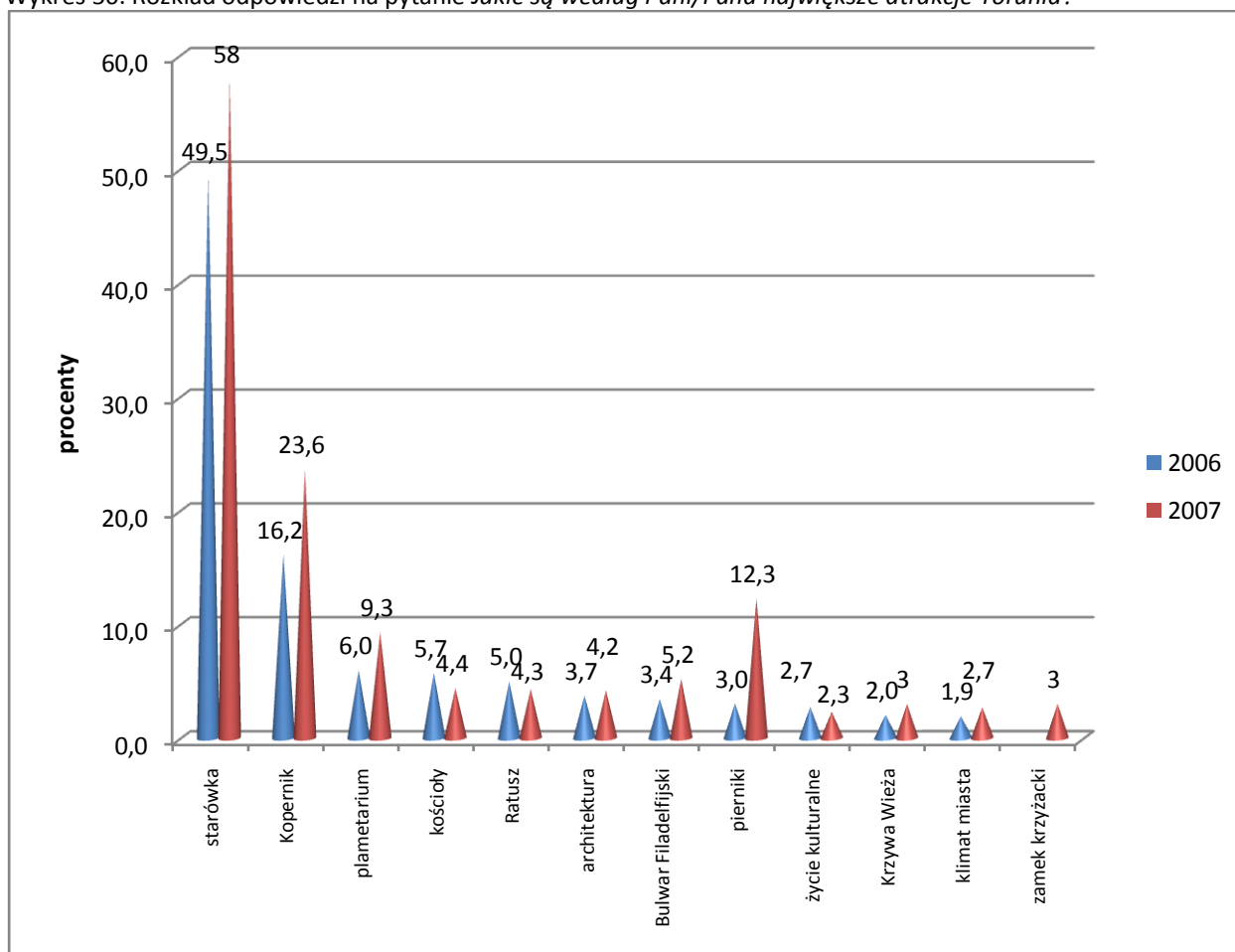
Zarówno turyści krajowi jak i zagraniczni są zgodni co do kwestii, że Toruń jest miejscem, które warto polecić znajomym – odwiedzenie Torunia chce rekomendować 99,6% turystów polskich i 97,8% turystów zagranicznych.

Na 2020 pytanym turystów tylko jedna osoba zamieszkała w Polsce i trzy osoby mieszkające zagranicą nie poleciłyby odwiedzenia Grodu Kopernika.

Wśród turystów krajowych prawie 95% chciałoby jeszcze przyjechać do Torunia. Tak samo odpowiedziało aż 63% obcokrajowców.

4.12 Największe atrakcje Torunia w opinii respondentów w 2007 roku

Wykres 50: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Jakie są według Pani/Pana największe atrakcje Torunia?*



Źródło: badanie OIT z 2006 i 2007 roku

4.13 Ranking najczęściej zwiedzanych miejsc w Toruniu w 2007 roku

Analizując deklaracje respondentów co do miejsc, które zwiedzali trzeba brać pod uwagę możliwość, że turyści mogli zaznaczać, że zwiedzali kościół, a tylko oglądali go z zewnątrz, podobnie z Domem Kopernika. Jednak ankieterzy zwracali uwagę, by były wskazywane te obiekty, które zostały zwiedzane wewnątrz.

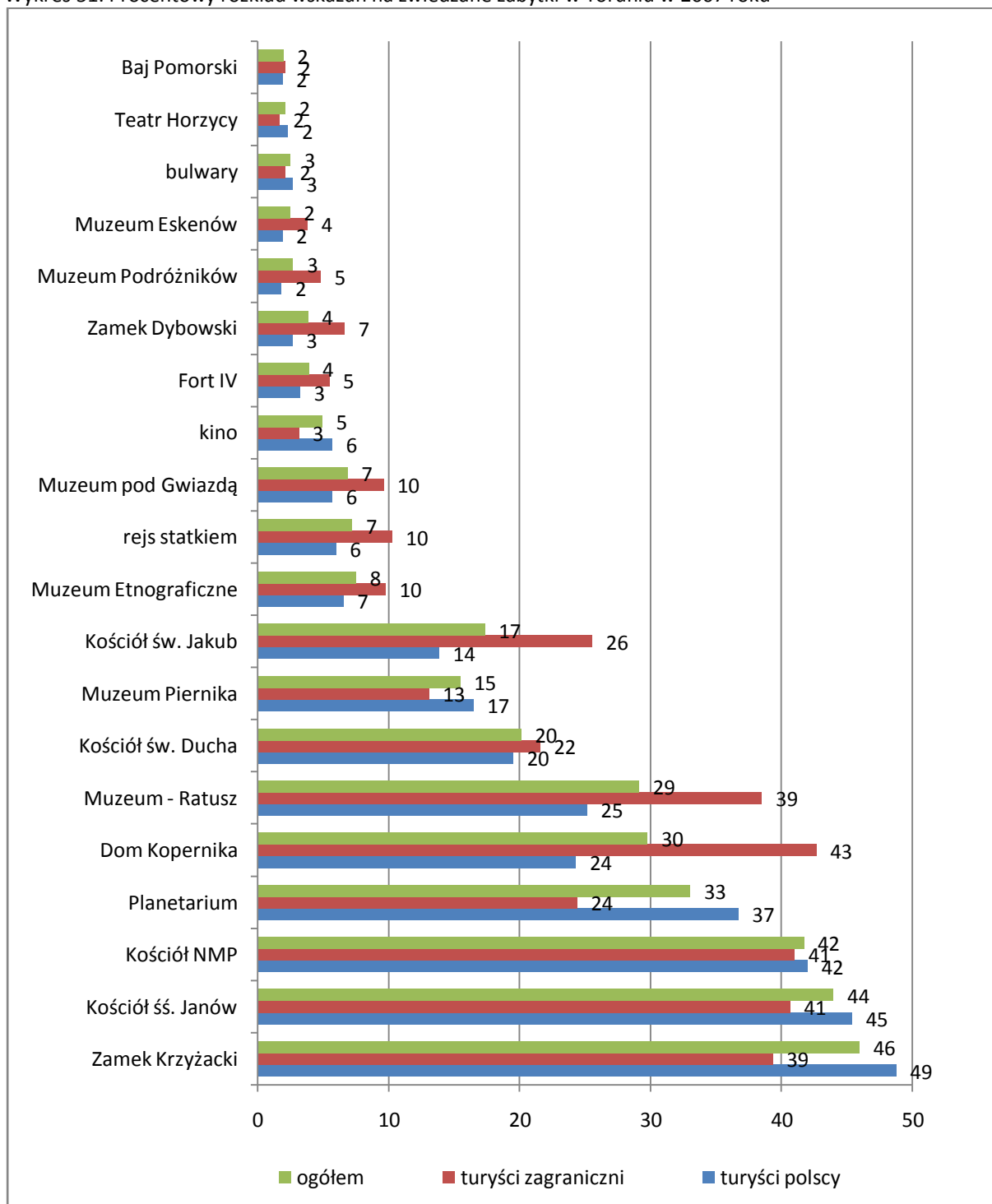
Blisko 18% respondentów nie zwiedzała konkretnych zabytków (spacerowali po starówce, ale nie zwiedzali nic konkretnego).

Pierwsze miejsce w rankingu najczęściej zwiedzanych miejsc zajęły w 2007 roku Ruiny Zamku Krzyżackiego, które zobaczyło (lub zamierzało zobaczyć) 46% respondentów. Jest to wybór o tyle zaskakujący, że w Toruniu zachowała się jedynie niewielka część pierwszej na ziemi chełmińskiej siedziby Zakonu Krzyżackiego. Ruiny z Gdaniskiem zlokalizowane w sąsiedztwie Wisły są jednak niezwykle urokliwe i to musieli docenić respondenci. Nie bez znaczenia zapewne jest fakt, że przez większą część roku wejście na teren Ruin było bezpłatne. Respondenci mogli również za zwiedzanie Zamku Krzyżackiego uznać spacer Przedzamczem lub dawną fosą, nie zaś wejście na sam teren Zamku (za bramę). Tym niemniej Ruiny i cały teren wokół okazał się być atrakcyjny dla turystów – i oceniany wyżej niż oceniają go mieszkańcy Torunia. Dodatkową atrakcją tego miejsca jest duża ilość imprez jaka odbywała się tam w 2007 roku.

Na kolejnych miejscach znalazły się kościoły – katedralny i Najświętszej Marii Panny – 44% i 42% osób zwiedzało je. Jedna trzecia ogółu respondentów w planie wycieczki ujęła Planetarium (lub Orbitarium). O trzy procent mniej zwiedzało Dom Kopernika. Działające od zaledwie dwóch lat Żywe Muzeum Piernika wskazało 15% badanych.

Szczegółowy rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie co zamierza Pan/Pani zwiedzać w Toruniu przedstawia poniższy Wykres:

Wykres 51: Procentowy rozkład wskazań na zwiedzane zabytki w Toruniu w 2007 roku



Źródło: badanie OIT z 2007 roku

Wnioski

- ◆ Zgodnie z szacunkami ekspertów do Torunia w 2007 roku przyjechało 1 600 000 turystów. Zauważalny jest stały wzrost liczby odwiedzających Gród Kopernika zarówno wśród turystów polskich jak i zagranicznych;
- ◆ Zwiększa się wachlarz kierunków przyjazdów gości z zagranicy – już nie tylko wśród sąsiadów Toruń jest znany i odwiedzany, ale również przez osoby z Brazylii, Australii, Kanady, USA, i innych;
- ◆ Badanie nie potwierdziło oczekiwanego zwiększenia liczby gości z Japonii – w związku z dużą inwestycją japońskich firm w podtoruńskiej miejscowości. Wzrostu turystów z Japonii należy się raczej spodziewać w nieco dłuższej, kilkuletniej perspektywie czasowej;
- ◆ Toruń posiada silną markę i jest miastem rozpoznawalnym zarówno w kraju jak i zagranicą – kojarzony przede wszystkim z Kopernikiem, ale też z niezwykle urokliwą Starówką, atmosferą średniowiecznego miasta krzyżackiego. Niepokojące jest natomiast to, że coraz mniejszej liczbie respondentów Toruń kojarzy się z UNESCO;
- ◆ Mocne turystyczne atuty Torunia to - obok wszystkiego co wiąże się z Kopernikiem – nadwiślańskie położenie – bulwar, który urzeka turystów i który chętnie odwiedzają, Planetarium, które uzyskało dużo wskazań zarówno w pytaniu o największe atrakcje Torunia jak i miejsca, które turysta planuje w Toruniu odwiedzić, toruńskie kościoły z wartą zapamiętania gotycką architekturą;
- ◆ Wykorzystanie kadr obsługi ruchu turystycznego – zwraca uwagę zwiększający się procent przyjazdów z wycieczką – ukierunkowuje to obsługę ruchu turystycznego na grupy zorganizowane. Warto jednak podkreślić też, że mały procent turystów indywidualnych korzysta w usług przewodnickich – pokazuje to, że Toruń wciąż nie ma pomysłu na turystów indywidualnych, na atrakcyjną turystykę rodzinną, brak propozycji dla rodzin z dziećmi;

- ◆ Toruń jest miastem turystyki towarzyskiej – choć dużą część ruchu turystycznego stanowią wycieczki, jednak aż 54% turystów przyjechało w 2007 roku do Torunia z rodziną lub znajomymi.
- ◆ Zwiększa się zasobność portfeli turystów odwiedzających Toruń – więcej pieniędzy wydają nie tylko na gastronomię, ale też na bilety do muzeów, na pamiątki i w Toruńskich sklepach;
- ◆ Turyści w Toruniu w 2007 roku byli mimo wszystko aktywni – z listy zwiedzanych atrakcji tylko 18% nie wskazała żadnego z obiektów;
- ◆ Narastającym problemem toruńskiej Starówki jest ruch samochodowy i brak miejsc parkingowych zlokalizowanych blisko starówki – turyści coraz mniej przychylnym okiem patrzą na jeżdżące po Starym Mieście samochody, coraz częściej narzekają też na kłopoty z zaparkowaniem.
- ◆ W sumie co dziesiąty turysta w 2007 roku przyjechał do Torunia w celu służbowym lub na konferencję, szkolenie;
- ◆ Obserwuje się, podobnie jak w 2006 roku, wydłużanie sezonu turystycznego. Ruch turystyczny nie maleje tak znacząco jak to było przed laty w miesiącach jesiennych. Wrzesień i październik są coraz chętniej wybierane jako czas na wycieczkę do Torunia;
- ◆ Wszystkie elementy turystycznej panoramy Torunia, takie jak oznakowanie turystyczne, bezpieczeństwo, Informacja Turystyczna, rozrywka, komunikacja i atmosfera, zostały ocenione przez turystów lepiej niż w 2006 roku lub na tym samym poziomie;