



DOKUMENT PRZYGOTOWANY
NA ZLECENIE URZĘDU MIASTA TORUNIA



MONITORING RUCHU TURYSTYCZNEGO TURYSTYCZNY TORUŃ 2009

RAPORT KOŃCOWY

Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu

Przygotowanie i opracowanie
Bogusława Sypniewska

KONSULTACJE EKSPERCKIE

prof. dr hab. Daniela Szymańska
dr Andrzej Anszperger
Henryk Miłoszewski
Agnieszka Radkiewicz
Katarzyna Motławska

Toruń
marzec 2010

Spis treści

I Wstęp	3
II Metodologia i charakterystyka badań.....	5
III Wielkość ruchu turystycznego w Toruniu w 2009 roku	9
IV Analiza struktury ruchu turystycznego, opinii turystów o mieście oraz o ofercie turystycznej Torunia w świetle badań ankietowych.....	16
a) Charakterystyka osób przyjeżdżających do Torunia w 2009 roku.....	17
➤ Charakterystyka turystów pod względem demograficznym.....	17
➤ Charakterystyka turystów pod względem geograficznym.....	20
➤ Charakterystyka turystów ze względu na wykorzystany środek transportu	27
➤ Charakterystyka respondentów ze względu na główny cel podróży	29
➤ Charakterystyka turystów ze względu na towarzystwo w trakcie podróży	32
➤ Charakterystyka respondentów ze względu na częstotliwość wizyt w Toruniu....	37
➤ Charakterystyka respondentów ze względu na długość pobytu w Toruniu.....	38
➤ Charakterystyka respondentów ze względu na źródło informacji o Toruniu	40
➤ Charakterystyka respondentów ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania .	42
➤ Charakterystyka respondentów ze względu na sposób znalezienia noclegu	47
b) Baza noclegowa w opinii respondentów	49
c) Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego przez respondentów.....	53
d) Ocena bazy gastronomicznej według przebadanych turystów w 2009 roku.....	57
e) Opinie odwiedzających o wybranych elementach wizerunku turystycznego miasta...	60
f) Skojarzenia z Toruniem turystów odwiedzających Toruń w 2009 roku	62
g) Powody szczególnego niezadowolenia respondentów z pobytu w Toruniu	66
h) Rzeczy szczególnie pozytywnie postrzegane i zapamiętane przez respondentów w 2009 roku.....	72
i) Szacunkowe wydatki turystów w 2009 roku.....	75
j) Okolice odwiedzane przy okazji pobytu w Toruniu.....	80
k) Rekomendacja Torunia jako destynacji turystycznej i deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia przez respondentów w 2009 roku	82
l) Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc, zwiedzanych zabytków Torunia w 2009 roku	85
V Kalendarium wydarzeń i zmian o charakterze turystycznym w Toruniu w 2009 roku	91
VI Załącznik – kwestionariusz wywiadu.....	96

I Wstęp

Oddajemy w Państwa ręce Monitoring Ruchu Turystycznego „Turystyczny Toruń 2009”, czyli raport z badań nad wielkością i strukturą przyjazdowego ruchu turystycznego do Torunia w 2009 roku. Raport zawiera wyniki z V edycji badań prowadzonych w Toruniu.

Przyjazdowy ruch turystyczny jest zagadnieniem równie interesującym, co trudnym do badania. Trudność prowadzenia badań ruchu turystycznego polega na braku wypracowanych metod oraz stałych źródeł informacji. Zmusza to badaczy do ciągłego poszukiwania nowych źródeł danych, do korzystania z metod badawczych innych nauk i do bycia czujnym i elastycznym zarazem. Turystyka jest zjawiskiem bardzo dynamicznym i czułym na wszelkiego rodzaju zmiany ekonomiczne, społeczne, polityczne czy nawet pogodowe¹. I tak w marcu 2006 roku w Toruniu wykryto pierwszy w Polsce przypadek ptasiej grypy. Branża turystyczna miasta i regionu obawiała się wówczas spadku przyjazdu turystów do Torunia, tym samym mniejszych dochodów ze sprzedaży usług i dóbr turystycznych. Z kolei ładna pogoda w okresie przedwiosennym oraz jesiennym ma wpływ na wydłużenie się sezonu turystycznego: przy sprzyjającej pogodzie aktywność turystyczna odwiedzających Toruń (zwłaszcza przyjazdy turystów weekendowych) jest już widoczna w marcu i może wydłużyć się aż do późnych miesięcy jesiennych. Długi weekend listopadowy uznawany jest za koniec sezonu turystycznego w Toruniu. Przyjazdy gości do danej miejscowości, regionu czy kraju są determinowane przez różne czynniki, co utrudnia prowadzenie badań stale tymi samymi metodami i technikami.

W Polsce z roku na rok wzrasta świadomość potrzeby prowadzenia badań ruchu turystycznego i związanej z nim konsumpcji dóbr i usług. Obecnie badania są bądź były prowadzone w 7 województwach oraz kilku miastach. Badania te nie mają wspólnej metodologii, tym samym porównywanie wyników i zestawianie ze sobą danych z różnych regionów jest utrudnione. Toruń pod tym względem wypada bardzo dobrze na „badawczej” mapie Polski. Od 5 lat Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu, na zlecenie Urzędu Miasta Torunia, prowadzi profesjonalne i rzetelne badanie ruchu turystycznego.

¹ Alejski, A., Regionalne badania ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w Polsce (stan obecny i perspektywy rozwoju) [w:] materiały z konferencji POT i Ministerstwa Sportu i Turystyki „Regionalne badania konsumentów usług turystycznych”, <http://www.pot.gov.pl/do-pobrania/materiały-szkoleniowe/>, stan na 10.03.2010

Celem badań ruchu turystycznego jest dostarczenie cennych danych o szacunkowej wielkości ruchu turystycznego oraz strukturze strumienia turystów. Informacje te są niejako drogowskazem zarówno dla władz samorządowych – w naszym przypadku władz miasta Torunia, dla działającej na rynku branży turystycznej oraz potencjalnych inwestorów. Wyniki badań pozwalają kształtować dany produkt turystyczny, określić jego konkurencyjność nie tylko na rynku krajowym, ale również międzynarodowym. Tak dokładna analiza może wskazać drogi, którymi można dotrzeć do turystów z informacją o mieście bądź wykazać skuteczność już zastosowanych działań promocyjnych. Bez prowadzenia stałych badań przyjazdów turystów niewyobrażalne staje się skuteczne realizowanie polityki turystycznej miasta, regionu czy kraju.

Aktualne wyniki zachowań konsumentów, w tym przypadku turystów przyjeżdżających do Torunia są niezwykle ważne dla branży turystycznej, pozwalają odnaleźć się podmiotom na dynamicznym rynku turystycznym. Prowadzenie na własne potrzeby tak szczegółowych analiz przez poszczególnych uczestników rynku turystycznego byłoby bardzo kosztowne i czasochłonne. Dzięki badaniom ruchu turystycznego branża turystyczna ma zebraną w jednym dokumencie analizę zachowań i opinii klientów o własnych produktach. Na rynku usług turystycznych panuje duża konkurencja, dlatego ważna jest znajomość oczekiwań klientów, by umiejętnie dostosować do nich swoją ofertę.



II Metodologia i charakterystyka badań

Instytut Turystyki prowadzi badania dotyczące wyjazdów Polaków z kraju oraz przyjazdów cudzoziemców do Polski. Badaczy interesują m. in. kierunki przyjazdów cudzoziemców, główne cele wizyty oraz poniesione wydatki. Nieodłącznym elementem badań jakościowych wśród odwiedzających Polskę jest próba wyszacowania liczby przyjazdów ogółem oraz turystów, czyli osób przyjeżdżających do naszego kraju w celach kulturowo-krajoznawczych. Od momentu wstąpienia Polski do strefy Schengen prowadzenie tych szacunków jest utrudnione, gdyż nie ma kontroli na granicach wewnętrznych strefy. Obecnie, przy zmniejszonej liczbie źródeł danych, wielkość ruchu przyjazdowego do Polski jest szacowana na podstawie pomiaru wykonywanego przez Instytut Turystyki, publikowanych przez Straż Graniczną bieżących danych o ruchu turystycznym (przy czym są one częściowe i dotyczą jedynie granicy zewnętrznej strefy Schengen) oraz miesięcznych danych GUS o liczbie cudzoziemców korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego.

Instytut Turystyki, na podstawie wstępnych wyników szacuje, że w ciągu całego 2009 roku nasz kraj odwiedziło niemal 54 mln cudzoziemców (o 10% mniej niż w 2008 roku), w tym w celach turystycznych przyjechało 11,9 mln (spadek o 8% względem 2008 roku)².

Bazując na danych GUS Instytut Turystyki ocenił, że w skali kraju z obiektów zakwaterowania zbiorowego skorzystało o 5% mniej turystów zagranicznych niż w 2008 roku. Zaś liczba udzielonych noclegów spadła o 6% względem 2008 roku. W przypadku Torunia liczba cudzoziemców korzystających z obiektów noclegowych spadła względem 2008 roku o 13,95% (w ciągu całego 2008 roku nocowało w Toruniu 39 210 obcokrajowców, zaś w 2009 roku tylko 33 740 osób). Również w toruńskich obiektach odnotowano spadek liczby udzielonych noclegów cudzoziemcom o 19,15% (w 2008 roku było 81 165 udzielonych noclegów obcokrajowcom, w 2009 roku liczba ta wyniosła 65 621).

W przypadku liczby cudzoziemców korzystających z noclegów nie trudno dostrzec różnice w wynikach badania. Eksperti badający ruch turystyczny w Polsce przyznają, że kluczem do wyników są metody, z których korzysta się przy zbieraniu danych do badania. Niedoskonałość badań ogólnopolskich polega na tym, że pewnych, stałych źródeł danych jest niewiele. Rolę twardych danych mogą pełnić dane GUSu dotyczące noclegów, choć i one

² www.intur.com.pl strona internetowa Instytutu Turystyki

obarczone są pewnym błędem. Badania ruchu turystycznego przeprowadzane w regionie albo w konkretnym mieście umożliwiają uzyskanie wyników bardziej wiarygodnych. Badacze mają dostęp do kilku dodatkowych źródeł danych – np. statystyk ze sprzedaży biletów wstępu do parków narodowych, opłat klimatycznych i kuracyjnych czy przewozów pasażerskich dotyczących różnych środków transportu. Dane te można wykorzystać przy szacowaniu wielkości i w mniejszym stopniu struktury ruchu turystycznego. Z kolei aby poznać potrzeby, cele wizyty czy postawy wobec różnych elementów miasta konieczne jest przeprowadzenie badań metodą ankietową. Trudno jest objąć duży obszar badania np. całego kraju poddając badaniu ankietowemu liczną i różnorodną populację za pomocą tego samego narzędzia, czyli kwestionariusza wywiadu. Szczegółowe dane możemy uzyskać prowadząc badania na osobach skupionych na mniejszym obszarze np. poddając badaniu turystów tylko w Toruniu. Dzięki bazie danych powstałej z zakodowanych ankiet uzyskujemy dość szczegółowe informacje o strukturze odwiedzających oraz ich konsumpcji turystycznej.

Monitoring Ruchu Turystycznego 2009 jest piątą edycją rozpoczętego w 2005 roku badania. Założenia i metodologia pozostały takie same jak w poprzednich edycjach, dzięki czemu możliwe jest zestawianie wyników, zauważanie zmian i trendów.

Ankiety przeprowadzane były wśród turystów, ze względu na sezonowy charakter toruńskiej turystyki przyjazdowej, podczas czterech celowo wybranych miesięcy: w marcu, maju, sierpniu i październiku. Nieznacznie zmieniono procentowe rozłożenie próby na kolejne miesiące badania, by trafniej odzwierciedlało ono wielkość ruchu turystycznego w tych miesiącach. Liczebność próby dla niniejszego badania została ustalona na podstawie danych GUS za rok 2008 dotyczących liczby korzystających z noclegów ogółem. Po raz pierwszy w historii badania najwyższa liczba korzystających z noclegów (biorąc pod uwagę tylko cztery wybrane miesiące) wypadła w maju. Według zasady ustalającej wielkość próby na poszczególne miesiące maj powinien być tym okresem, kiedy zostanie przeprowadzona najwyższa liczba ankiet, czyli ponad 30% wszystkich ankiet w 2009 roku. Zdecydowano jednak, że najwyższa próba nadal przypadnie na sierpień, gdyż w okresie wakacji obcokrajowcy mają największy procentowy udział w ogóle odwiedzających. Ich opinie o mieście są bardzo cenne dla badaczy, gdyż trudność ich uzyskania jest większa niż w przypadku turystów krajowych. 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 w danym roku przyjechać do miasta. Przy

dużych i nieokreślonych populacjach trudno mówić o pełnej reprezentatywności badań w rozumieniu statystycznym. Jednak ustalenie wysokości próby powyżej 1 500 osób pozwoliło uzyskać wyniki wysoce prawdopodobne, wiarygodnie opisujące strukturę strumienia ruchu turystycznego w Toruniu. W 2009 roku przeprowadzono łącznie 1963 wywiady kwestionariuszowe. Po przejrzaniu merytorycznym 1944 zostało przyjętych do dalszej analizy, zaś 19 zostało odrzuconych.

W toruńskim badaniu ruchu turystycznego pod pojęciem turysty rozumiemy każdą osobę, która przyjechała do Torunia (bez względu czy przyjechała w celu służbowym czy odwiedzenia rodziny i znajomych), wybrała się do naszego miasta okazyjnie, jej podróż odbywa się do miejsca innego niż miejsce zwykłego otoczenia oraz której pobyt nie przekraczał 90 dni. W badaniu tym nie stosuje się podziału na turystów, czyli tych, którzy zostają na noc, i na odwiedzających, czyli nienocujących. W badaniu tym nie brały udziału osoby przyjeżdżające do pracy bądź studenci, oraz osoby, których wiek nie przekroczył 12 roku życia.

Kwestionariusz wywiadu wykorzystany przy tym badaniu był taki sam, co w poprzedniej edycji badania. Dobór próby następował na podstawie instrukcji opracowanej dla ankierów. Analizę wyników wykonano za pomocą oprogramowania SPSS Professional Statistics.

Ankiety rozpoczęto z reguły po godzinie 13tej, by turyści zdążyli sobie wyrobić zdanie o naszym mieście i aby uniknąć braków w odpowiedziach. Ankiety przeprowadzono również w godzinach popołudniowych tak, aby turyści odwiedzający Toruń służbowo oraz goście biorący udział w konferencji, szkoleniu mieli możliwość podzielenia się swoimi spostrzeżeniami na temat oferty pobytowej miasta. W okresie wakacyjnym ankierzy zbierali wywiady również wieczorem, podczas odbywających się różnych imprez kulturalno-rozrywkowych. Mieli oni wówczas okazję spotkać turystów odwiedzających Toruń w celu uczestnictwa w konkretnej imprezie, kulturalnej, sportowej.

Ankieta, obok metryczki zawierała 20 pytań. Większość z nich to pytania zamknięte – respondent wskazuje jedną bądź kilka odpowiedzi z kilku możliwych. W przypadku ankiet w języku polskim ankierzy zadawali turystom pytania z ankiety, po usłyszeniu odpowiedzi zaznaczali odpowiedź bądź w przypadku pytań otwartych wpisywali odpowiedź respondenta, zawsze w kolejności padania poszczególnych wskazań. Ankiety w językach obcych respondenci wypełniali samodzielnie, rola ankiera ograniczała się do poproszenia turysty o

udzielenie odpowiedzi na kolejne pytania. W przypadku wywiadów zagranicznych ankieter również czuwał nad prawidłowym wypełnieniem ankiety oraz by żadne z pytań nie zostało pominięte.

Wywiady były zbierane na obszarze Starówki, najczęściej pod Pomnikiem M. Kopernika, w okolicach Statuetki Flisaka, zaś w razie niepogody w obiektach muzealnych, Planetarium oraz w sklepach z piernikami.

Do przygotowania i opracowania wyników wykorzystano następujące źródła:

- analizę istniejących danych (dane z GUS o korzystających z obiektów zakwaterowania i o udzielonych noclegach, z atrakcji turystycznych miasta o liczbie sprzedanych biletów, z biur przewodnickich i od przewodników indywidualnych o liczbie oprowadzonych wycieczek i szacunkowej liczbie uczestników takich grup),
- wywiad bezpośredni z odwiedzającymi według kwestionariusza wywiadu,
- metodę szacunków statystycznych,
- wiedzę i doświadczenie eksperckie.



III Wielkość ruchu turystycznego w Toruniu w 2009 roku

Najbardziej pożądaną i wzbudzającą najwięcej emocji informacją dla branży turystycznej jest szacunkowa wielkość ruchu turystycznego. Szacowanie wielkości ruchu turystycznego jest też istotną częścią analizy zjawiska, jakim jest przyjazd turystów polskich i zagranicznych do Torunia. Wyliczenie dokładnej liczby turystów przyjeżdżających w danym roku do naszego miasta jest niewykonalne. Dzięki kilku metodom jest jednak możliwe, przybliżenie tej liczby, wyszacowanie jej i określenie rzędu jej wielkości. Liczba określająca wielkość ruchu turystycznego jest szacowana od pierwszej edycji badań.

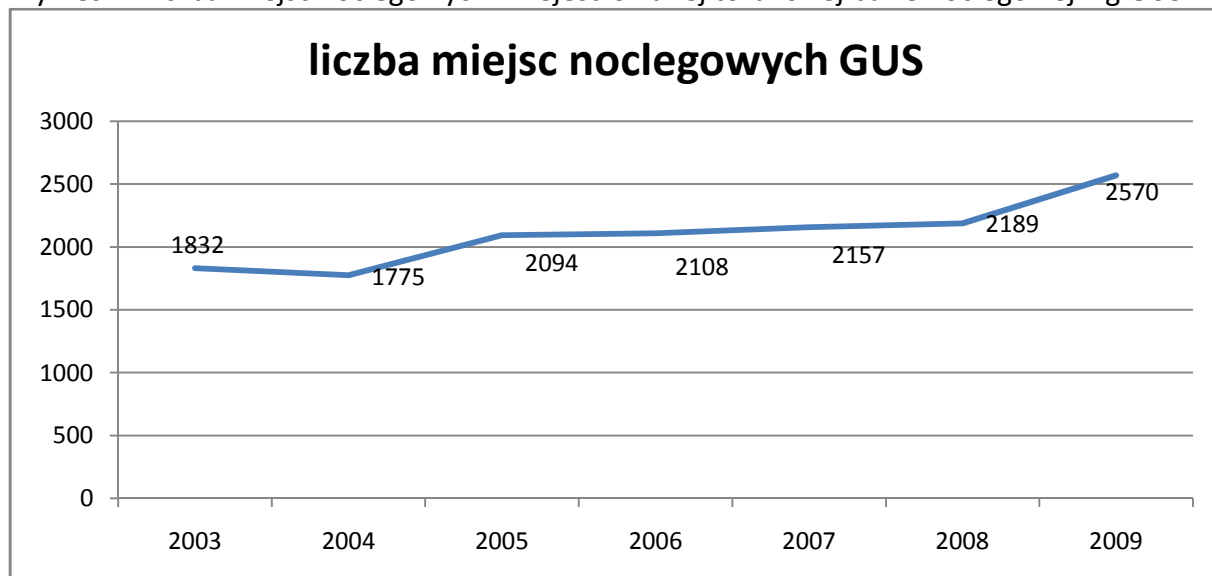
Do analizy ruchu turystycznego używa się zarówno bardzo wiarygodnych informacji, twardych danych, jak również korzysta się z wiedzy eksperckiej i doświadczenia wynikającego z baczego obserwowania ruchu turystycznego w danej miejscowości. Dane te wzbogaca się o wnioskowanie wynikające z analizy ankiet. Przy szacowaniu ogólnej liczby odwiedzających Toruń, korzystano z trzech metod wzajemnie krzyżujących się i uzupełniających.

Ośrodek Informacji Turystycznej od pierwszej edycji badania korzysta z danych Głównego Urzędu Statystycznego, do którego przez cały rok spływają dane ze wszystkich ewidencjonowanych obiektów hotelarskich w postaci druku kt-1³. Choć obarczone są one pewnym marginesem błędu, to stanowią one istotne źródło danych przy metodzie badania opierającej się na noclegach. Druk kt-1 umożliwia podanie do GUS danych o osobach korzystających z noclegów oraz liczbie udzielonych noclegów z wyróżnieniem cudzoziemców z każdego obiektu noclegowego zbiorowego zakwaterowania. Dzięki temu możliwe jest m.in. obliczenie średniego obłożenia w obiektach noclegowych.

Według danych GUS w 2009 roku – stan na lipiec 2009 – istniały w Toruniu 33 obiekty noclegowe, w tym 31 miało charakter całorocznych. Liczba miejsc noclegowych, wg danych GUS wyniosła 2570, w tym 157 to miejsca sezonowe.

³ Wzór obecnie obowiązującego formularza KT-1 dostępny jest na stronie <http://form.stat.gov.pl/formularze/2004/kt1.pdf>, stan na 11 III 2010

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



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jednym z zadań Ośrodka Informacji Turystycznej jest gromadzenie informacji turystycznych o Toruniu oraz umiejętne ich magazynowanie i przetwarzanie. Tym samym OIT ma szczegółową bazę danych dotyczącą obiektów noclegowych, a każde pojawiające się na mapie Torunia nowe miejsce noclegowe zostaje odnotowane. Wg OIT, Toruń dysponował w 2009 roku łącznie liczbą 2813 miejsc całorocznych. Miejsca te znajdowały się w sumie w 36 obiektach. Dodatkowo w sezonie letnim odnotowano funkcjonowanie 407 miejsc w dwóch obiektach sezonowych.

Ekspersi szacując przyjazdowy ruch turystyczny korzystają z danych GUS. Dane te są zbierane od lat tymi samymi metodami i ukazują dynamikę rozwoju wykorzystania bazy noclegowej w Toruniu. Wynik szacowania może być tylko wtedy wiarygodny gdy weźmie się pod uwagę faktycznie istniejącą i działającą bazę noclegową, czyli dane OIT.

W ciągu ostatnich 5 lat najwyższa liczba korzystających z noclegów, biorąc pod uwagę jedynie 4 miesiące przeprowadzania badania ankietowego, zawsze przypadła na sierpień. W 2008 roku po raz pierwszy w ciągu całego okresu przeprowadzania badania liczba osób, które skorzystały z noclegu w rejestrowanej bazie noclegowej była najwyższa w czerwcu – wyniosła wówczas 20 366. Czerwiec nie jest jednak miesiącem ankietowania turystów, zaś spośród 4 miesięcy objętych badaniem (marzec, maj, sierpień i październik) najwięcej osób skorzystało z noclegu w miesiącu maju. Podobnie przedstawiła się sytuacja w 2009 roku:

najwięcej osób w ciągu całego roku skorzystało z noclegu w czerwcu, zaś wśród czterech miesięcy poddanych badaniu najwięcej osób przypadło na maj.

Porównując dane GUS o ogólnej liczbie korzystających z noclegów z 2008 i 2009 roku w kolejnych miesiącach badania zauważamy, że w pierwszych miesiącach roku dane te były naprzemian wyższe raz na korzyść 2009, raz na korzyść 2008 roku. W maju i w miesiącach wakacyjnych liczby te były do siebie bardzo zbliżone, zaś w IV kwartale roku liczba osób korzystających z noclegów w 2009 roku była zdecydowanie niższa niż przed rokiem. Po zsumowaniu liczba osób, które w 2009 roku zdecydowały się na nocleg w toruńskich obiektach rejestrowanych była niższa o 4,13%, przy czym spadek ten w większym stopniu dotknął cudzoziemców (spadek o 13,95% względem 2008 roku) niż turystów krajowych (spadek o 1,3% w porównaniu z danymi za 2008 rok).

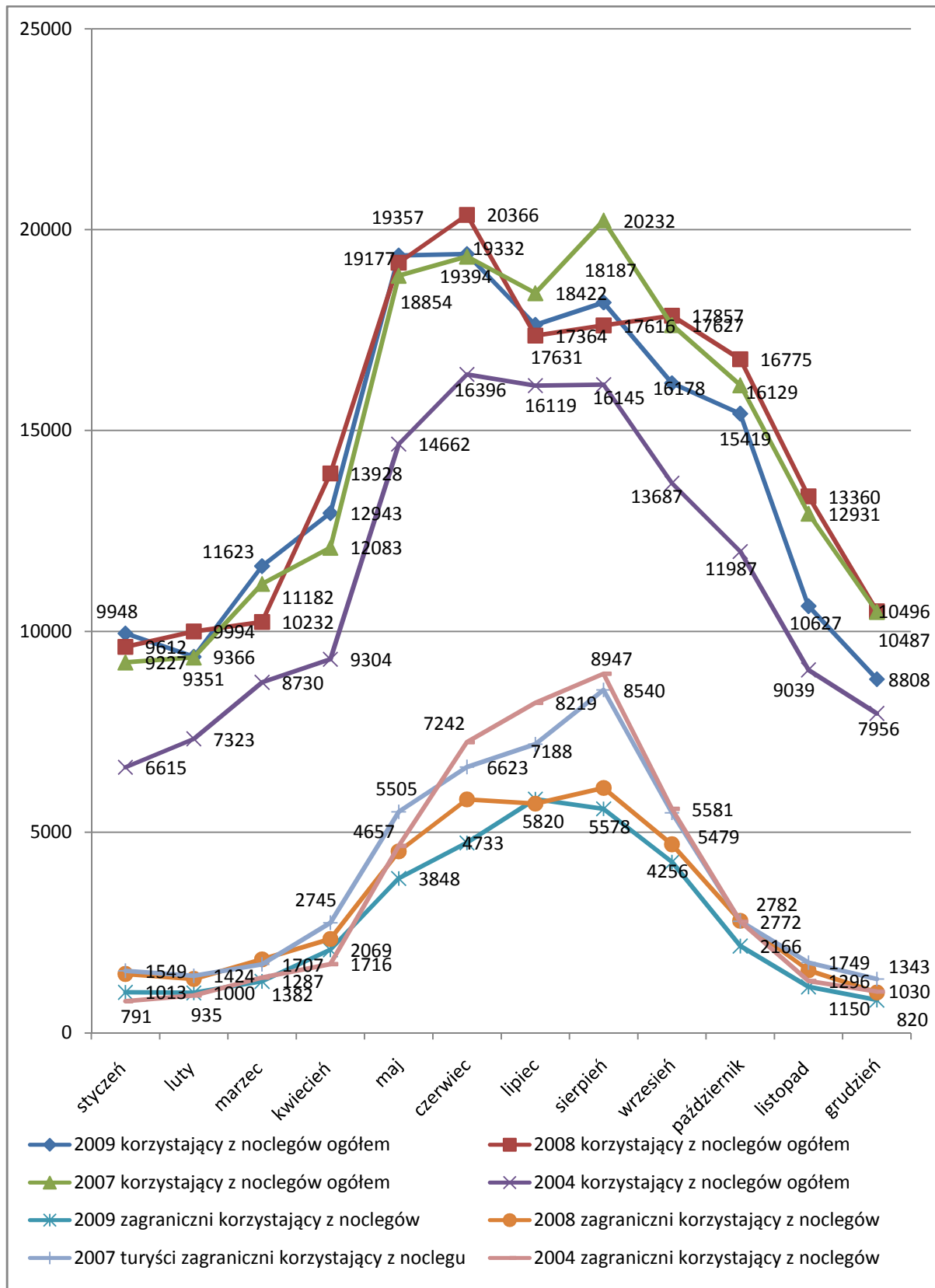
Dane GUS wskazują, że w 2009 roku udzielono mniej o 9,2% noclegów w toruńskich obiektach noclegowych niż w 2008 roku. Analizując dane GUS zauważamy, że cudzoziemcy rzadziej spędzali noc w Toruniu niż turyści krajowi. Turystom krajowym udzielono 204 028 noclegów (w 2008 roku było więcej o 5,5%) zaś zagranicznym udzielono w ciągu całego 2009 roku 65 621 noclegów (spadek względem 2008 roku na poziomie 19,25%).

Bazując na danych GUS obliczono, że w 2009 roku stosunek udzielonych noclegów do liczby osób korzystających z noclegów w rejestrowanej bazie noclegowej wyniósł 1: 1,591 i był nieznacznie niższy niż w 2008 roku (wówczas wyniósł 1,6798). Turysta zagraniczny jeśli już zdecydował się na nocleg w Toruniu, to przebywał tu dłużej niż turysta krajowy: stosunek liczby udzielonych noclegów cudzoziemcom do liczby cudzoziemców którzy skorzystali z noclegu wyniósł roku wyniósł 1,94. Oznacza to, że turysta zagraniczny, jeśli już zdecyduje się na nocleg w naszym mieście to spędza w nim średnio niemal dwie noce. W przypadku turystów krajowych wskaźnik ten wyniósł 1,503 i był nieznacznie niższy niż w 2008 roku.

Toruńskie wyniki dotyczące liczby korzystających z noclegu jak i udzielonych noclegów turystom w 2009 roku wpisują się w krajowe tendencje. Według Instytutu Turystyki, bazującego na danych ogólnopolskich GUS liczba cudzoziemców w (komercyjnej) bazie noclegowej spadła w tym okresie o 5%, zaś liczba udzielonych im noclegów o 6%⁴.

⁴ www.intur.com.pl strona internetowa Instytutu Turystyki

Wykres 2: Korzystanie z noclegów (turyści ogółem i zagraniczni) w latach 2004, 2007, 2008 i 2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Monitoring Ruchu Turystycznego *Turystyczny Toruń 2009*

Tabela 1: Liczna osób korzystających z obiektów zakwaterowania w latach 2004, 2006 - 2009 według miesięcy według danych GUS

	korzystający z noclegów	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień	Razem
2004	turyści ogółem	6615	7323	8730	9304	14602	16396	16119	16145	13687	11987	9039	7956	137903
	w tym zagraniczni	791	935	1382	1716	4657	7242	8219	8947	5581	2772	1296	1030	44568
2006	turyści ogółem	7119	7359	8528	10175	16598	18374	18510	19427	16821	14110	11809	9926	158756
	w tym zagraniczni	1054	931	1426	2580	5949	6502	8658	9858	6204	2930	1752	1208	49052
2007	turyści ogółem	9227	9351	11182	12083	18854	19332	18422	20232	17627	16129	12931	10487	175857
	w tym zagraniczni	1549	1424	1707	2745	5505	6623	7188	8540	5479	2782	1749	1343	46634
2008	turyści ogółem	9612	9994	10232	13928	19177	20366	17364	17616	17857	16775	13360	10496	176777
	w tym zagraniczni	1471	1347	1833	2343	4523	5817	5711	6101	4698	2793	1562	1011	39210
2009	turyści ogółem	9948	9366	11623	12943	19357	19394	17631	18187	16178	15419	10627	8808	169481
	w tym zagraniczni	1013	1000	1287	2069	3848	4733	5820	5578	4256	2166	1150	820	33740

Źródło: GUS

Kolejnym źródłem informacji, tzw. twardymi danymi, wykorzystywanymi przy szacowaniu ogólnej liczby turystów przyjeżdżających w danym roku do Torunia są dane z toruńskich atrakcji turystycznych. Tradycyjnie z końcem roku, OIT zwraca się z prośbą do wszystkich opiekunów i właścicieli atrakcji, z których korzystają turyści o udostępnienie swoich danych o ilości sprzedanych biletów oraz o liczbie wydanych wejściówek turystom. Dane uzyskano m. in. z muzeów (Okręgowego, Etnograficznego oraz Żywego Muzeum Piernika), Planetarium, Centrum Kultury Zamek Krzyżacki, Fortu IV, statku wycieczkowego oraz katedry śś Janów. Informacje te posłużyły do szacowania liczby turystów oraz były niezbędne przy analizie danych ankietowych. Często frekwencja w tych obiektach w kolejnych miesiącach potwierdzała wnioski płynące z analizy danych ankietowych. Frekwencja w toruńskich obiektach była wyższa niż w 2008 roku. Niewątpliwie jest to też efektem coraz bliższej współpracy OIT z zarządcami turystycznych obiektów. Zauważono, że zarządcy sami prowadzą coraz dokładniejsze statystyki o liczbie odwiedzających ich turystów oraz coraz chętniej dzielą się nimi z OIT. Zliczając frekwencję z prawie wszystkich obiektów sprzedających bilety szacuje się, że wszystkie te miejsca zostały w ubiegłym roku odwiedzone przez łącznie około **601 997** osoby.

Tradycyjnie toruńskie biura świadczące usługi przewodnickie przekazały nam swoje dane do badania ruchu turystycznego. Informacje o ilości oprowadzonych wycieczek z podziałem na grupy polskie i zagraniczne w kolejnych miesiącach wpłynęły z Biura Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK, Centrum Usługowego przy Oddziale Przewodnickim PTTK, BT Copernicana, BT Toruń Tourist, Elpis oraz Fort IV. Po raz pierwszy w 2009 roku część przewodników indywidualnych, niezrzeszonych przedstawiło na potrzeby badania swoje dane. Uzyskane w ten sposób dane zbiorcze posłużyły jako trzecie źródło informacji do szacowania wielkości liczby turystów. Łącznie w 2009 roku toruńskie biura przewodnickie obsłużyły liczbę 3861 grup wycieczkowych (krajowych i zagranicznych), o różnej liczbie osób w grupie.

Analizując powyższe informacje oraz dane z wywiadów kwestionariuszowych, przy oszacowaniu wielkości ruchu turystycznego w 2009 roku, grono ekspertów posłużyło się niemal tymi samymi metodami co w 2005, 2006, 2007 i 2008 roku. Niektóre z nich zostały uwspółcześnione, tzn. założenia szacunku zostały dopasowane do obecnie istniejącej struktury ruchu turystycznego po to, by wiarygodniej odzwierciedlać rzeczywistość.

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

Pierwsza metoda ekspertów wzięła pod uwagę:

- liczbę istniejących w Toruniu miejsc noclegowych całorocznych i sezonowych (według danych OIT i GUS)
- średnie obłożenie w obiektach całorocznych i sezonowych wg GUS, oraz przypuszczalne średnie obłożenie bazujące na danych GUS, informacjach nieformalnych i doświadczeniu eksperckim)
- procent osób korzystających z bazy noclegowej Torunia (wynikający z analizy, której zostały poddane kwestionariusze wywiadu). Wyniósł on 17,75%, co oznacza, że co 4,6338 turysta zdecydował się zostać w Toruniu na noc.

Na tej podstawie oszacowano wielkość ruchu turystycznego w 2009 roku:

- w wariacie GUS: **1 458 281 osób**;
- w wariacie ostrożnym OIT na **1 792 122 osób**;
- w wariacie maksymalnym OIT na **2 310 714 osób**;

Na podstawie **drugiej metody** opierającej się na:

- liczbie sprzedanych biletów w atrakcjach turystycznych Torunia, z których według badań dr A. Anzpergera korzysta około jedna trzecia turystów, oszacowano wielkość ruchu turystycznego na **1 805 979 osób**;

Trzecia metoda ekspercka uwzględniła:

- liczbę oprowadzonych wycieczek przez toruńskich przewodników oraz szacunkową liczbę uczestników tychże grup wycieczkowych;
- procent turystów przyjeżdżających do Torunia z wycieczką oraz korzystających z usług przewodnickich na podstawie analizy kwestionariuszy wywiadu;
- rozmiaru tzw. szarej strefy w usługach przewodnickich oszacowanych na podst. doświadczenia i wiedzy eksperckiej.

Na jej podstawie oszacowano wielkość ruchu turystycznego w 2009 roku:

- w wariacie oprowadzonych wycieczek i danych z ankiet: **1 484 463 osób**;
- w wariacie danych z ankiet i doświadczenia eksperckiego: **1 790 528 osób**;

Weryfikując i krzyżując powyższe metody można z dużym prawdopodobieństwem powiedzieć, że do Torunia w 2009 roku przyjechało około **1 550 000 turystów**. Wynik ten

jest bardzo zbliżony do efektu szacowania ruchu turystycznego z 2008 roku. Jest wysoce prawdopodobne, że odnotowany spadek względem 2008 roku był na poziomie 3,125%.

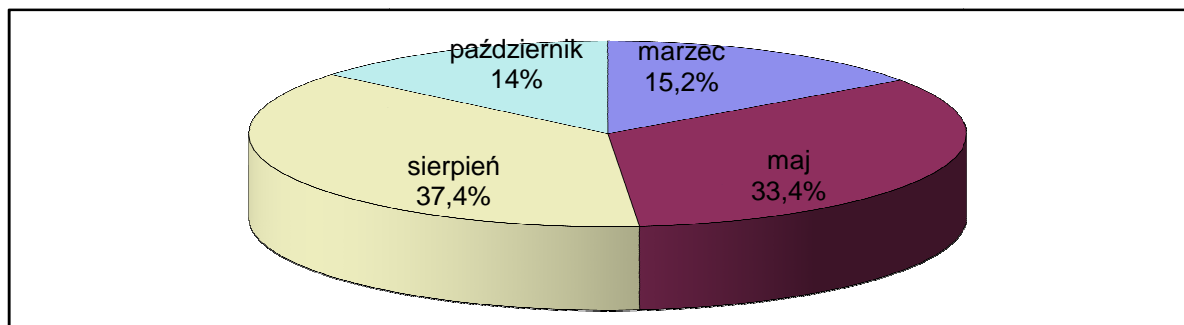
IV Analiza struktury ruchu turystycznego, opinii turystów o mieście oraz o ofercie turystycznej Torunia w świetle badań ankietowych

Wielkość próby w 2009 roku została ukształtowana na podobnym poziomie jak w latach poprzednich i wyniosła około 2 tys. ankiet. W ciągu 4 miesięcy przeprowadzono łącznie 1963 wywiady kwestionariuszowe. Po wstępnej analizie 19 ankiet zostało odrzuconych. Tym samym dokładnej analizie zostały poddane 1944ankiety.

Rozkład próby na poszczególne miesiące został ustalony na podstawie liczby osób korzystających z noclegów w 2008 roku wg danych GUS. Podczas poprzedniej edycji badania (2008 rok), najwięcej wywiadów kwestionariuszowych przeprowadzono w sierpniu (32,4% wszystkich kwestionariuszy). Według danych GUS za 2008 rok po raz pierwszy w historii badania najwyższą liczbę osób korzystających z noclegu w Toruniu zarejestrowano w czerwcu – wyniosła 20 366. Biorąc zaś pod uwagę tylko cztery miesiące, w których przeprowadzane są wywiady to najwyższą liczbę korzystających z noclegów odnotowano w maju. Według tej zasady najwyższa liczba ankiet powinna zostać przeprowadzona w maju (30,05% z ogólnej liczby ankiet), nieco mniej osób powinno być poddanych ankietowaniu w sierpniu (27,61% wielkości próby). Zdecydowano jednak, że nadal najwyższa próba przypadnie na miesiąc sierpień. Argumentowano to tym, że niemal 40% obcokrajowców odwiedza Toruń właśnie w miesiące typowo wakacyjne, a ich opinie są niezwykle cenne dla badaczy. Tym samym w sierpniu 2009 roku przeprowadzono 728 wywiadów kwestionariuszowych, z kolei w maju swoimi opiniami o mieście podzieliło się 649 respondentów.

W październiku 2009 roku próba była nieco niższa w porównaniu z pozostałymi miesiącami ze względu na niekorzystne warunki pogodowe.

Wykres 3: Procentowy rozkład próby w poszczególnych miesiącach badania w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

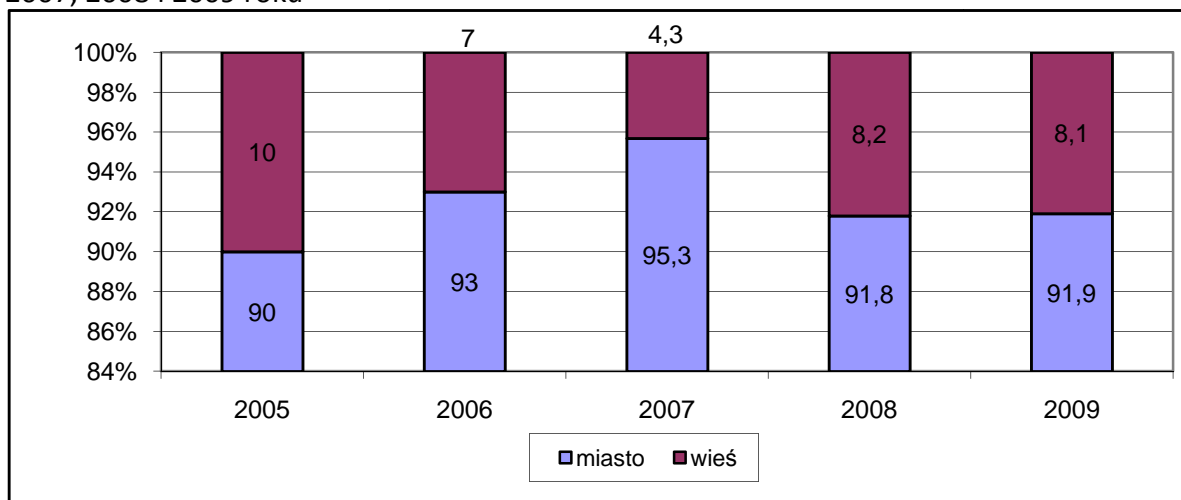
a) Charakterystyka osób przyjeżdżających do Torunia w 2009 roku

➤ Charakterystyka turystów pod względem demograficznym

W przebadanej próbie osób znalazło się nieco więcej kobiet: stanowiły one 53,2%, zaś mężczyźni 46,8% ogółu respondentów. Wynik ten jest bardzo zbliżony do zeszłorocznego, różnica wynosi 0,1 punktu procentowego na korzyść grupy mężczyzn.

Corocznie ogromna większość turystów polskich zamieszkuje obszar miasta. Porównując najnowsze badania z rokiem 2008 procent mieszkających poza miastem jest o 0,1 punktu procentowego niższy. W 2009 roku 8,1% turystów polskich określiła, że mieszka na wsi, pozostałe 91,9% że przyjechało z innego miasta. Turyści zagraniczni nie udzielali odpowiedzi czy mieszkają na wsi czy w mieście.

Wykres 4: Stosunek turystów pochodzących ze wsi do pochodzących z miasta w 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

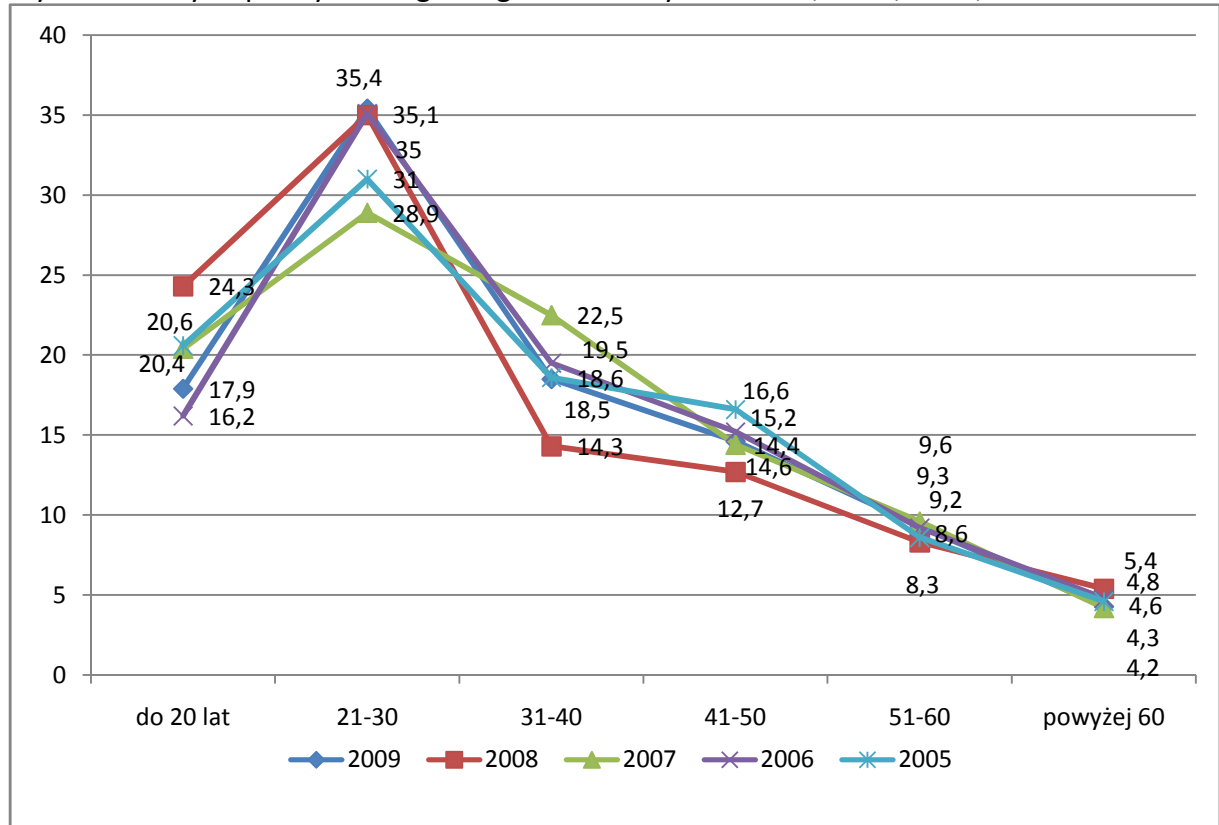
Monitoring Ruchu Turystycznego *Turystyczny Toruń 2009*

Średnia wieku turysty w 2009 roku to 35,6 lat, (w roku 2008 wyniosła 34 lata). Dla turystów polskich średnia wieku to 33,5 lata (w 2008 roku było 34), dla zagranicznego w 2009 roku wyniosła 42,8 lata (wzrosła o 2 lata względem roku 2008). Średni wiek ogółu turystów jest bardzo zbliżony do wyników z lat poprzednich i kształtowała się na poziomie około 37 lat, przy czym turyści polscy zawsze byli młodszy od zagranicznych: o 12 lat w 2005, o 11,5 lat w 2006, o 9 lat w 2007 i 2008 roku oraz ostatnio o 9,3 roku.

Najstarszą osobą biorącą udział w badaniu był mieszkaniec woj. mazowieckiego (85 lat). Wśród obcokrajowców najstarszy respondent, obywatel Danii, miał 78 lat. Średnia wieku turysty z Niemiec – czyli nadal najliczniejszej grupy gości zagranicznych – wyniosła 51,8 lat, dla gości z Wielkiej Brytanii 35,9 lat, zaś dla gości z Hiszpanii 36,2 lat.

Analizując wiek turystów polskich widać, że najliczniej przyjeżdżają do Torunia osoby w wieku 21-30 lat. Grupa ta stanowiła 35,4% ogółu turystów krajowych (wzrost względem 2008 roku o 0,4 punktu procentowego). Drugą najliczniejszą grupę - 18,5% respondentów polskich – stanowiły osoby w wieku między 31-40 rokiem życia. Ponad 70% turystów krajowych to osoby do 40 roku życia.

Wykres 5: Turyści polscy według kategorii wiekowych w 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku



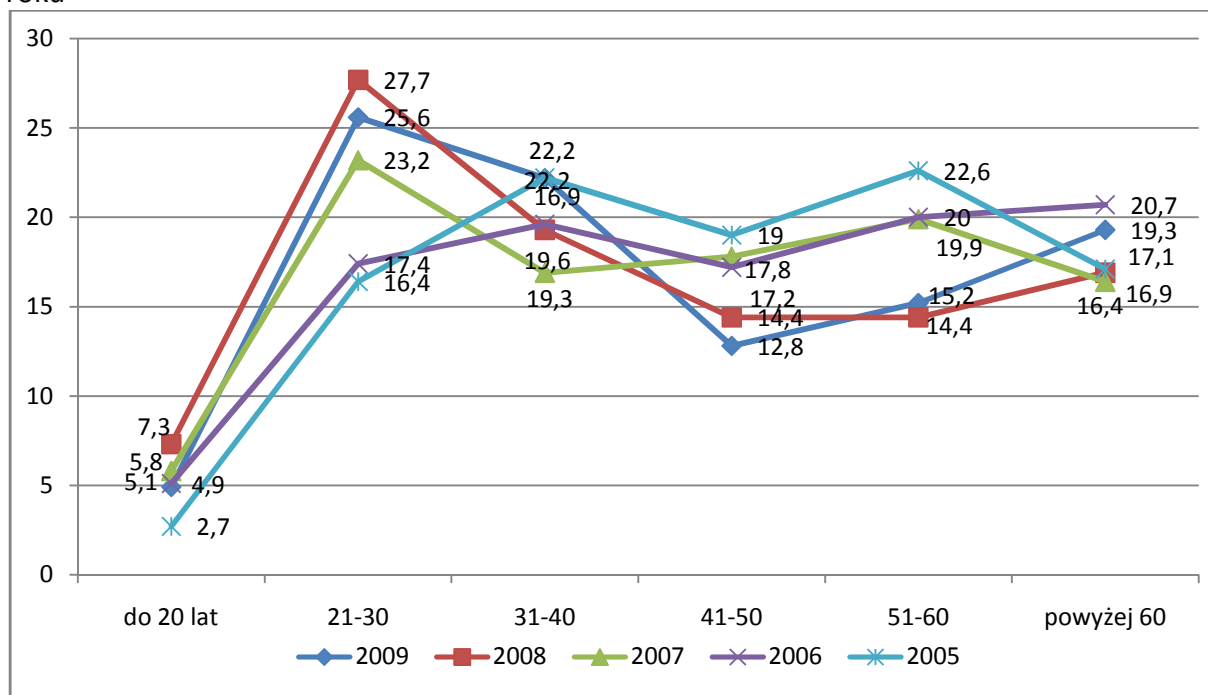
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009

Turystów zagranicznych, podobnie jak w 2008 roku, najliczniej reprezentowały osoby w wieku 21-30 lat. Stanowiły one 25,6% wszystkich obcokrajowców (spadek o 2,1 punktu procentowego zestawiając z ostatnim rokiem badania). Drugą najliczniejszą grupą były osoby w wieku od 31 do 40 lat i stanowiły 22,2% ogółu turystów zagranicznych (wzrost o 2,9 punktu procentowego względem 2008 roku).

Pod względem wieku utrzymały się zeszłoroczne tendencje. Turyści w Toruniu stają się coraz młodszy: niemal 72% turystów z Polski oraz ponad 52% gości z zagranicy to osoby do 40 roku życia.

Poniższy wykres, ukazujący wiek turystów zagranicznych w Toruniu pokazuje zjawisko już wcześniej zauważone: obcokrajowcy po 50 roku życia są dużo bardziej aktywni niż turyści polscy w tym samym wieku: w 2009 roku 13,6% turystów polskich to osoby po 50tce zaś w przypadku obcokrajowców ten wynik to 34,5%. Biorąc pod uwagę tylko turystów z Niemiec czyli najliczniejszą grupę turystów zagranicznych, których średnia wieku wyniosła 51,7 lat, zauważamy, że spośród nich najliczniej przyjeżdżającą do Torunia osoby po 60 roku życia. Stanowiły one 35% ogółu niemieckich turystów. Drugą najliczniejszą grupą odwiedzających byli Niemcy w wieku od 51 do 60 lat. Stanowili oni 25% ogółu gości z Niemiec. Niemal 60% wszystkich turystów z Niemiec to osoby w wieku powyżej 50 lat.

Wykres 6: Turyści zagraniczni według kategorii wiekowych w 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

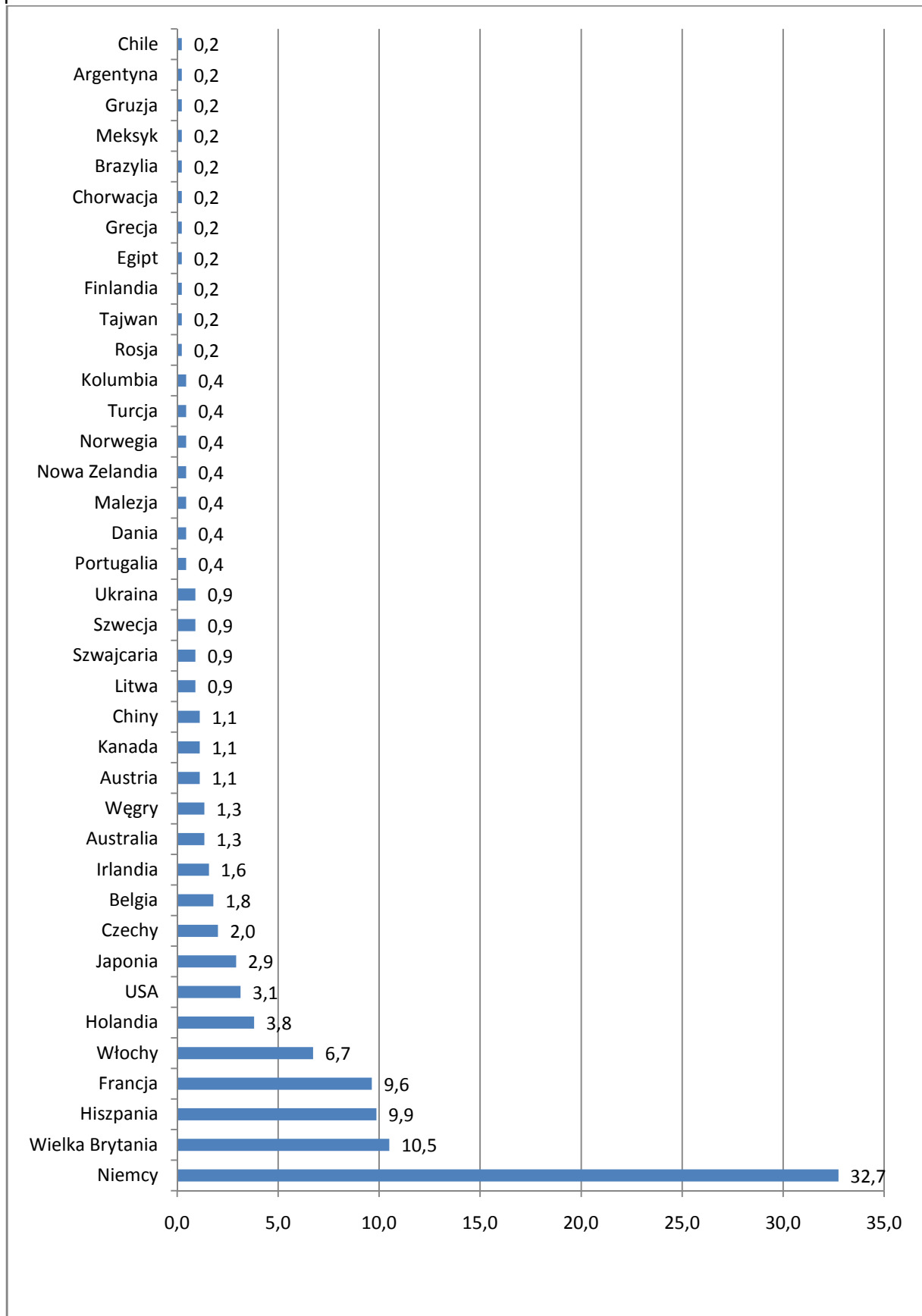
➤ **Charakterystyka turystów pod względem geograficznym**

Turyści zagraniczni stanowili 22,9% wszystkich gości przyjeżdżających do Torunia (w 2008 roku stanowili 23,7%). Pozostałe 77,1% odwiedzających to turyści krajowi (wzrost z 76,3% względem 2008 roku).

Kierunki przyjazdów turystów zagranicznych

Toruń jest licznie odwiedzany przez turystów z różnych stron świata. W tegorocznym badaniu, cennych opinii o mieście udzielili nam przedstawiciele 38 krajów, reprezentując przy tym niemal wszystkie kontynenty. Wszystkie kierunki przyjazdów turystów zagranicznych prezentuje poniższy wykres.

Wykres 7: Turyści zagraniczni przyjeżdżający do Torunia w 2009 roku według krajów w procentach



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Nadal najliczniejszą grupą obcokrajowców są goście z Niemiec. Z tego kraju przyjeżdża niemal co trzeci turysta zagraniczny. W ciągu 5 lat prowadzenia badania byliśmy świadkiem systematycznego spadku udziału tej grupy w ogóle obcokrajowców (z 48,1% w 2005 do 32,7% w 2009). Również przewodnicy toruńscy oprowadzający grupy niemieckojęzyczne zgodnie twierdzą, że turystów z Niemiec jest mniej: niemieckie grupy wycieczkowe są coraz mniej liczne, pełne autokary turystów przyjeżdżają oraz rzadziej. Kolejne lata pokażą czy udział turystów z Niemiec będzie wciąż mały, czy utrzyma się na poziomie około 30% jak w ciągu ostatnich dwóch lat: 32,4% w 2008 i 32,7% w 2009 roku.

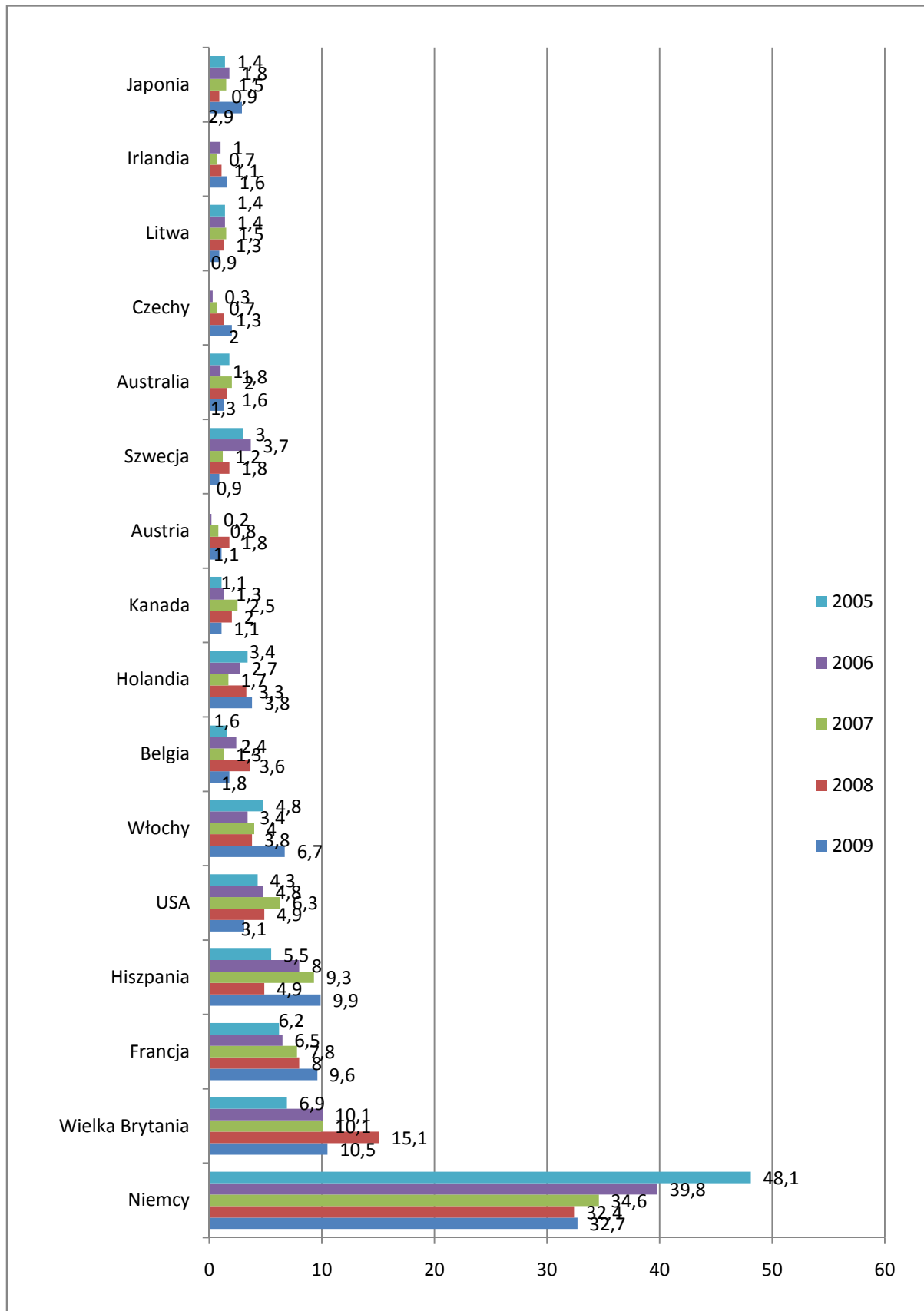
Analizując podział obcokrajowców pod względem kraju zamieszkania, w 2009 roku nadal na drugim miejscu znaleźli się obywatele Wielkiej Brytanii, którzy stanowili 10,5% ogółu gości zagranicznych (spadek o 3,7 punktu procentowego).

Do najczęstszych gości zagranicznych należą mieszkańcy państw Europy Zachodniej. Czołówka krajów, z których przyjeżdża największa liczba turystów pozostaje zbliżona do lat poprzednich, zmienia się jedynie w niewielkim stopniu konfiguracja. Wzrost względem roku 2008 odnotowano w przypadku Hiszpanii – o 5 punktów procentowych, Włoch – o 2,9 punktów procentowych czy Francji – 1,6 punktu procentowego.

Poza licznymi przyjazdami turystów z Niemiec, z krajów sąsiedzkich odwiedzają nas jeszcze obywatele z Czech (nieco częściej niż przed rokiem - 2% ogółu zagranicznych), Litwy i Ukrainy (po 0,9%).

Około 13% ogółu turystów zagranicznych stanowili obywatele Polscy, którzy jako miejsce stałego zamieszkania podawali inny kraj niż Polskę. Polonusi, którzy odwiedzili Toruń w 2009 roku to mieszkańcy 15 państw. Największa liczba Polonii, która odwiedziła Toruń w 2009 roku mieszka w Niemczech, zaś kolejne pod względem wielkości są grupy Polaków z Wielkiej Brytanii i USA. Niewątpliwie duży wpływ na procent Polonusów, którzy jako turyści znaleźli się w tym badaniu miały Igrzyska Polonijne. Przez 9 dni Toruń gościł ponad tysiąc uczestników Letnich Igrzysk Polonijnych, którzy w sierpniu 2009 (miesiąc badania ruchu turystycznego) brali udział w dyscyplinach sportowych odbywających się w różnych częściach miasta. Przez te kilka dni uczestnicy Igrzysk z rodzinami korzystali z oferty turystycznej Torunia i okolic: zwiedzali miasto, odwiedzali muzea i inne atrakcje turystyczne, korzystali z bazy noclegowej i restauracyjnej oraz przemieszczali się miejską komunikacją.

Wykres 8: Trendy w kierunkach przyjazdów obcokrajowców w 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009

Kierunki przyjazdów turystów krajowych

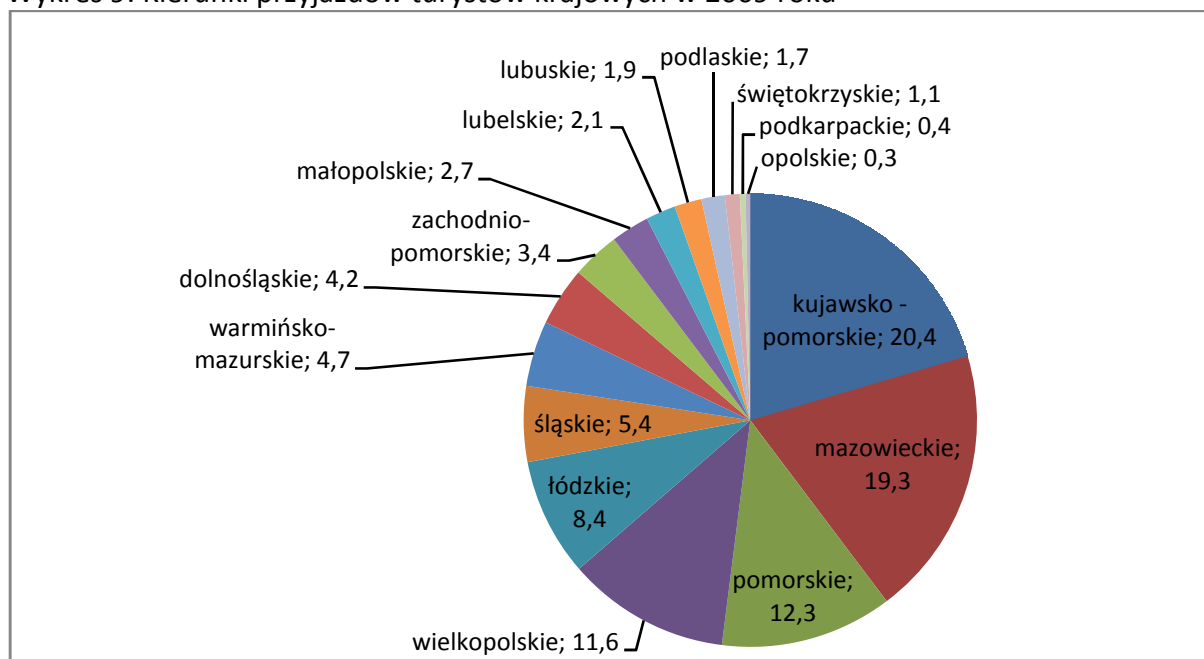
Badanie w 2009 roku wykazało, że 77,1% wszystkich odwiedzających to turyści krajowi. Podobnie jak w latach poprzednich, najliczniej odwiedzali nas mieszkańcy naszego województwa oraz regionów sąsiednich, co można tłumaczyć tym, że odległość między Toruniem a miejscem zamieszkania danego turysty jest możliwa do pokonania w ciągu 1 dnia wizyty.

W czołówce znalazły się te same województwa co przed rokiem, zmianie uległa jedynie ich kolejność. W 2009 roku największy udział w ogóle turystów krajowych mieli mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego. Grupa ta stanowiła 20,4% ogółu, i choć rok wcześniej procent mieszkańców naszego regionu odwiedzających Toruń był wyższy (o 1,6 punktu procentowego) to wówczas uplasował się na drugiej pozycji, po województwie mazowieckim.

Niemal co piąty turysta krajowy odwiedzający Toruń przyjechał z Mazowieckiego. Trzecie miejsce – podobnie jak w 2008 roku – zajęło woj. pomorskie z 12,3% udziale w ogóle.

Najrzadziej odwiedzają nas mieszkańcy z województw leżących najdalej bądź z których dojazd nie jest łatwy, czyli z opolskiego, podkarpackiego i świętokrzyskiego.

Wykres 9: Kierunki przyjazdów turystów krajowych w 2009 roku

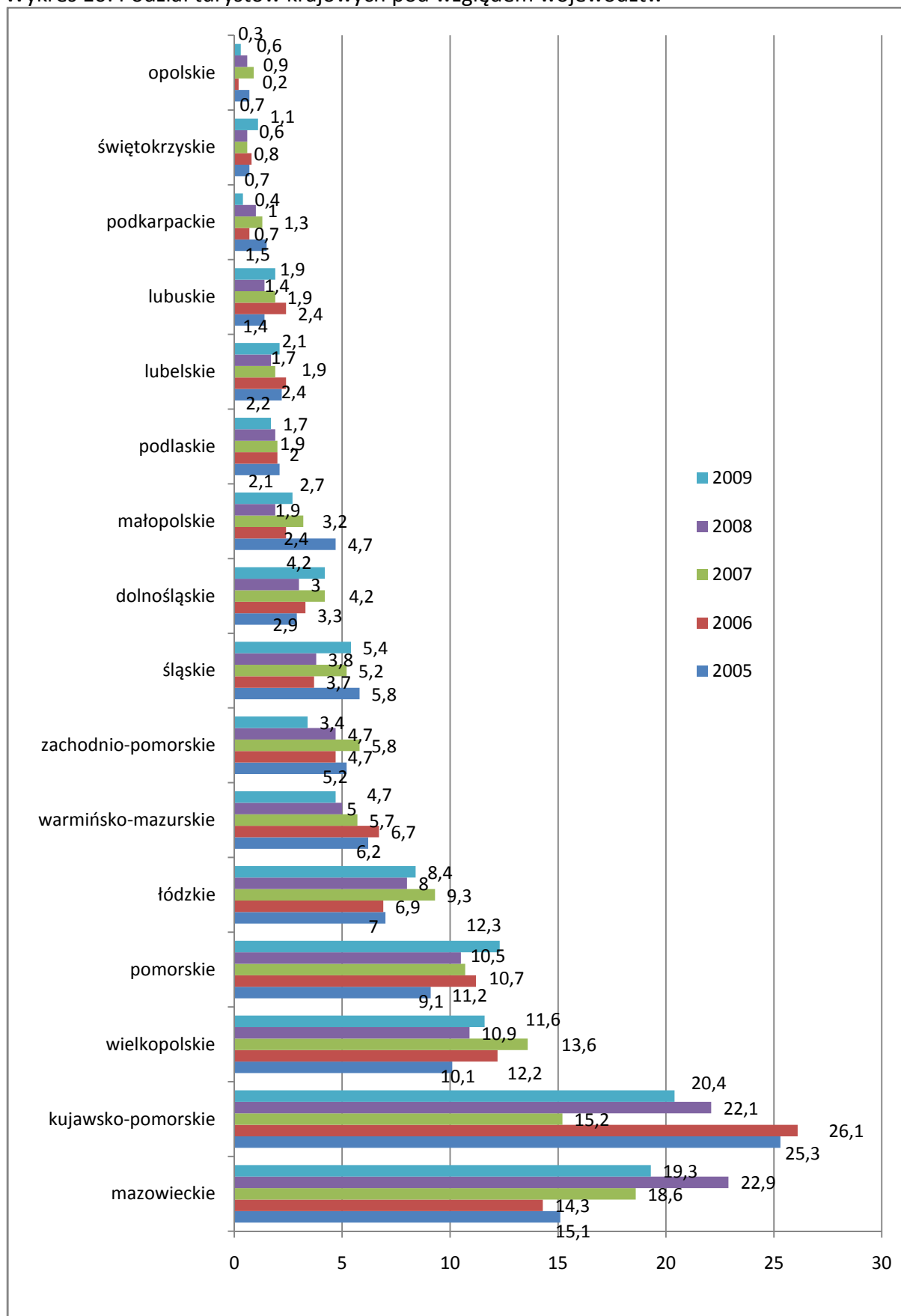


Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Monitoring Ruchu Turystycznego *Turystyczny Toruń 2009*

Procentowy rozkład turystów na kierunki przyjazdów jest zbliżony do wyników z lat poprzednich. Niewielkie spadki odnotowano w przypadku województw kujawsko-pomorskiego, mazowieckiego czy zachodnio-pomorskiego, zaś procentowe wzrosty wystąpiły w przypadku mieszkańców województw pomorskiego, wielkopolskiego i łódzkiego – czyli wśród regionów sąsiadujących. Wzrosty na poziomie wyższym niż 1 punkt procentowy dotyczą w 2009 roku województwa śląskiego i dolnośląskiego.

Wykres 10: Podział turystów krajowych pod względem województw



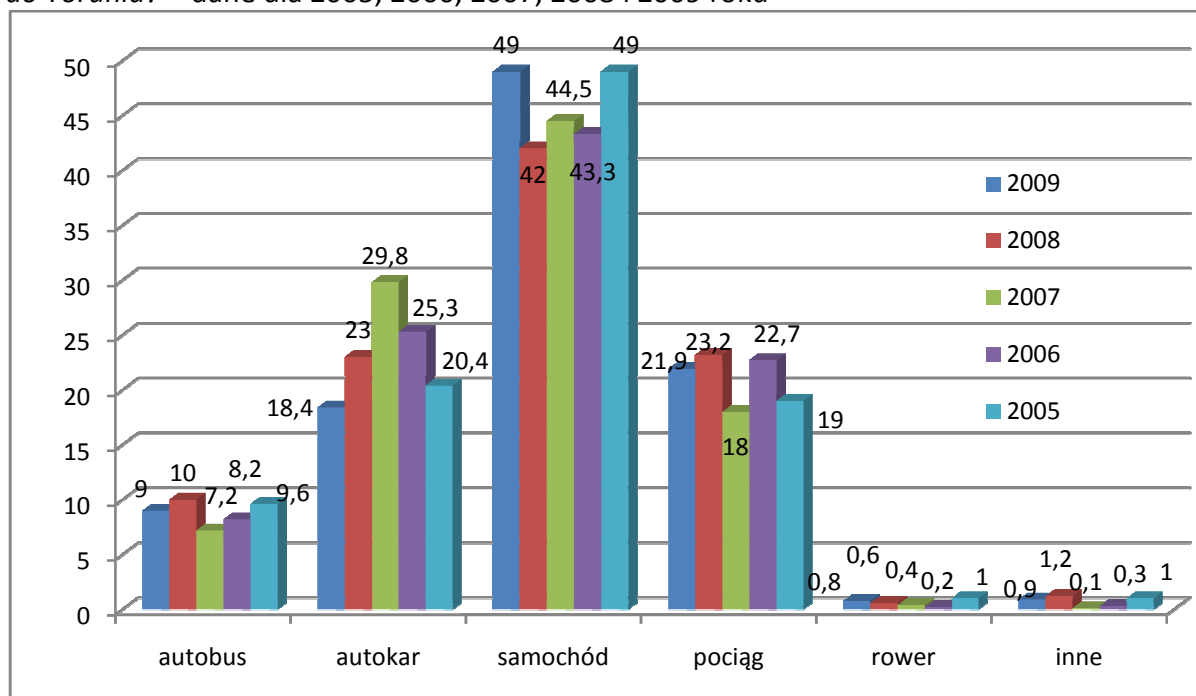
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

➤ **Charakterystyka turystów ze względu na wykorzystany środek transportu**

Wybór środka transportu zależy od charakteru podróży, jej celu, długości pobytu i komfortu jazdy. To, jakim środkiem transportu przyjedziemy do grodu Kopernika zależy najbardziej od towarzystwa w jakim podróżujemy: oczywiste jest, że wycieczka szkolna przyjedzie autokarem, rodzina wybierze się samochodem zaś grupa studentów dotrze np. pociągiem.

Porównując wyniki z kolejnych lat prowadzenia badań, widzimy, że tendencje są już zarysowane i od kilku lat są bardzo zbliżone do siebie. W kwestionariuszu wywiadu pytanie o środek transportu miało formę zamkniętą, czyli respondent wybierał właściwą odpowiedź z pośród wymienionych. Wśród nich nie znalazł się samolot, ponieważ do samego Torunia turysta nie ma możliwości dotrzeć tym środkiem transportu. Aby dostać się z lotniska do naszego miasta trzeba się zdecydować na któryś z innych sposobów. Mimo braku odpowiedzi „samolot” zdarzało się, że obcokrajowcy samodzielnie wypełniający ankietę wpisywali właśnie tę odpowiedź. Była ona wówczas przydzielana do kategorii odpowiedzi „inne”.

Wykres 11: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Jakim środkiem transportu przyjechał Pan/Pani do Torunia?* – dane dla 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

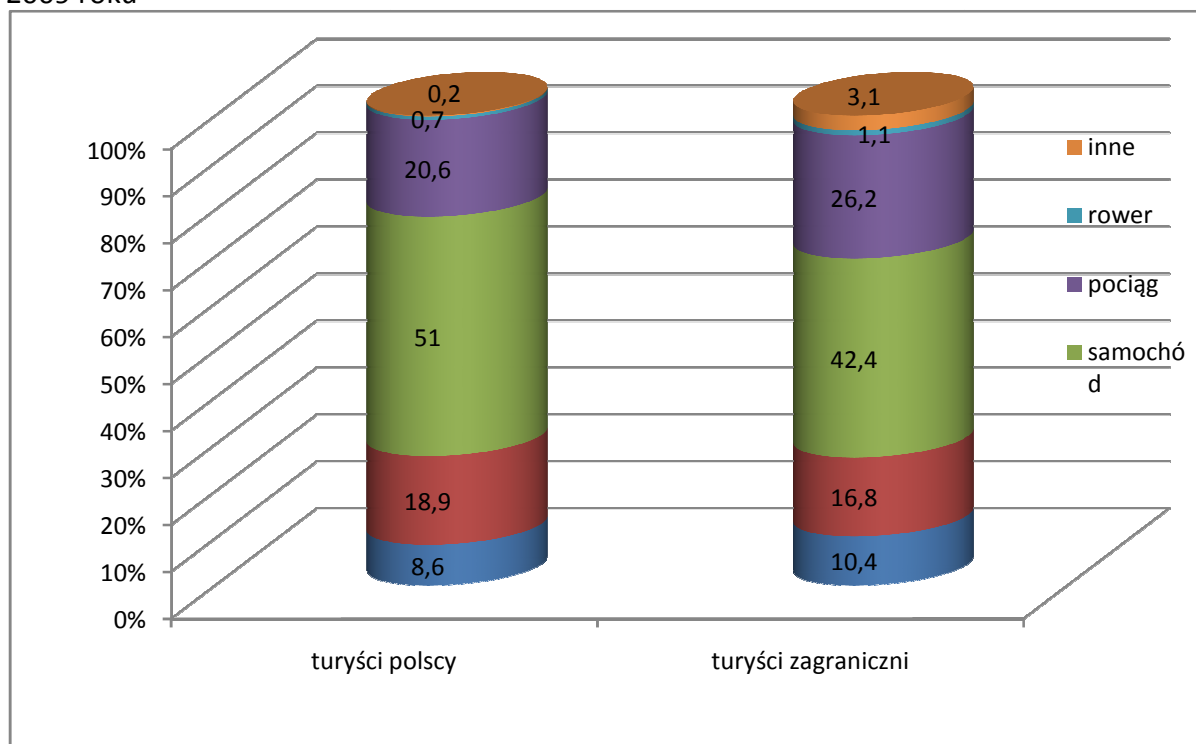


Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

Prawie co drugi turysta krajowy odwiedzający Toruń w 2009 roku przyjechał samochodem. To najwyższy wynik w ciągu 5 edycji badań. Drugim najczęściej wybieranym środkiem transportu wśród gości krajowych w 2009 roku był pociąg (niewielki spadek z 21,3% w 2008 na 20,6% w 2009 roku). Nieco większy spadek - z drugiej na trzecią pozycję - odnotowano w przypadku autokarów wycieczkowych. Spadek ten wyniósł 6,8 punktu procentowego względem poprzedniego roku. Dane z biur przewodnickich wykazały, że do z usług przewodników – z reguły oprowadzających wycieczki autokarowe - skorzystało o 6,3% mniej grup niż w 2008 roku.

W przypadku turystów zagranicznych nie odnotowano większych zmian: obcokrajowcy nadal najczęściej przyjeżdżają samochodem, zaś drugim najczęściej wybieranym środkiem transportu jest pociąg. Koleją do Torunia częściej przyjeżdżali młodzi obcokrajowcy (w wieku do 40 roku życia), którzy stanowili niemal 80% ogółu przyjeżdżających pociągiem turystów zagranicznych. Niewielki wzrost - na poziomie 2,6 punktu procentowego - odnotowano w przypadku przyjazdów autobusem, i jest to do tej pory najwyższy wynik w 5-letnim badaniu turystów.

Wykres 12: Środki transportu wykorzystywane przez turystów polskich i zagranicznych w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

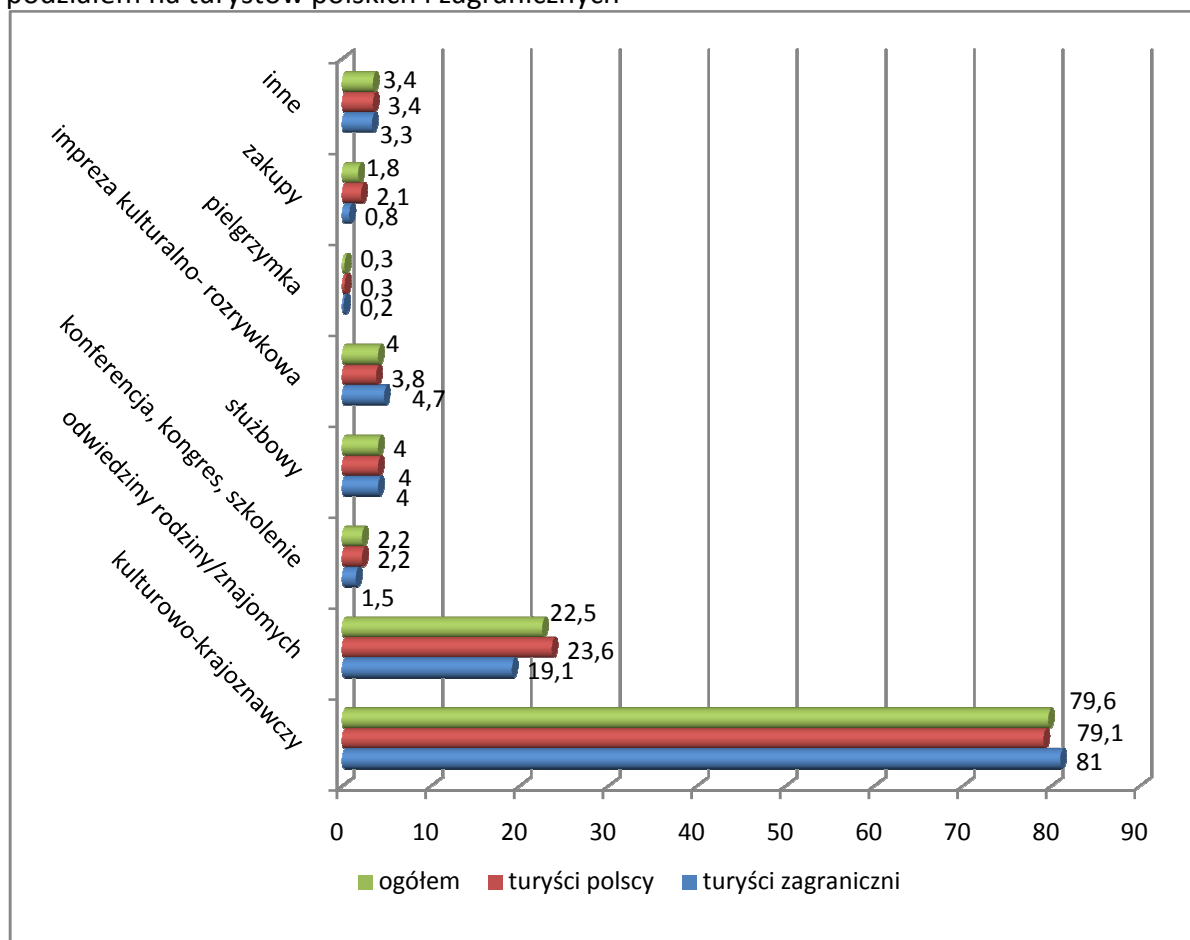
➤ **Charakterystyka respondentów ze względu na główny cel podróży**

Głównym celem przyjazdów turystów do Torunia jest zwiedzanie miasta. Podobnie jak przed rokiem, niemal 80% respondentów wskazało na ten cel przyjazdu. Respondenci, udzielając odpowiedzi na to pytanie mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Tym samym 17,6% ogółu gości (18,5% krajowych i 14,8% zagranicznych) wskazało jeszcze drugi cel, realizowany „przy okazji”. W takiej sytuacji ankierzy zaznaczali zarówno cel główny np. konferencyjny, jak i np. kulturowo-krajoznawczy jako drugi. Dlatego też wartości procentowe podane na poniższym wykresie nie sumują się do stu.

Pod kategorią cel kulturowo-krajoznawczy kryją się też inne udzielane przez respondentów odpowiedzi, zbliżone charakterem do typowych dla zwiedzania czynności: w przypadku turystów będących przejazdem zatrzymanie się np. na posiłek czy zakup pierników, w przypadku gości odwiedzający miasto w miesiącach wakacyjnych – typowy wypoczynek. Goście zagraniczni często określali swój pobyt jako „turystyczny”, tym samym ich odpowiedzi też były włączone w tą kategorię. stąd po części tak wysoki stopień wskazań na ten cel.

Tradycyjnie odnotowano niski udział turystów pielgrzymkowych. Wynik ten nie jest jednak w pełni rzeczywisty. Duża część uczestników pielgrzymek nie odwiedza starówki gdzie przeprowadzane jest badanie ankietowe i dlatego nie zostają one w nim ujęte.

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

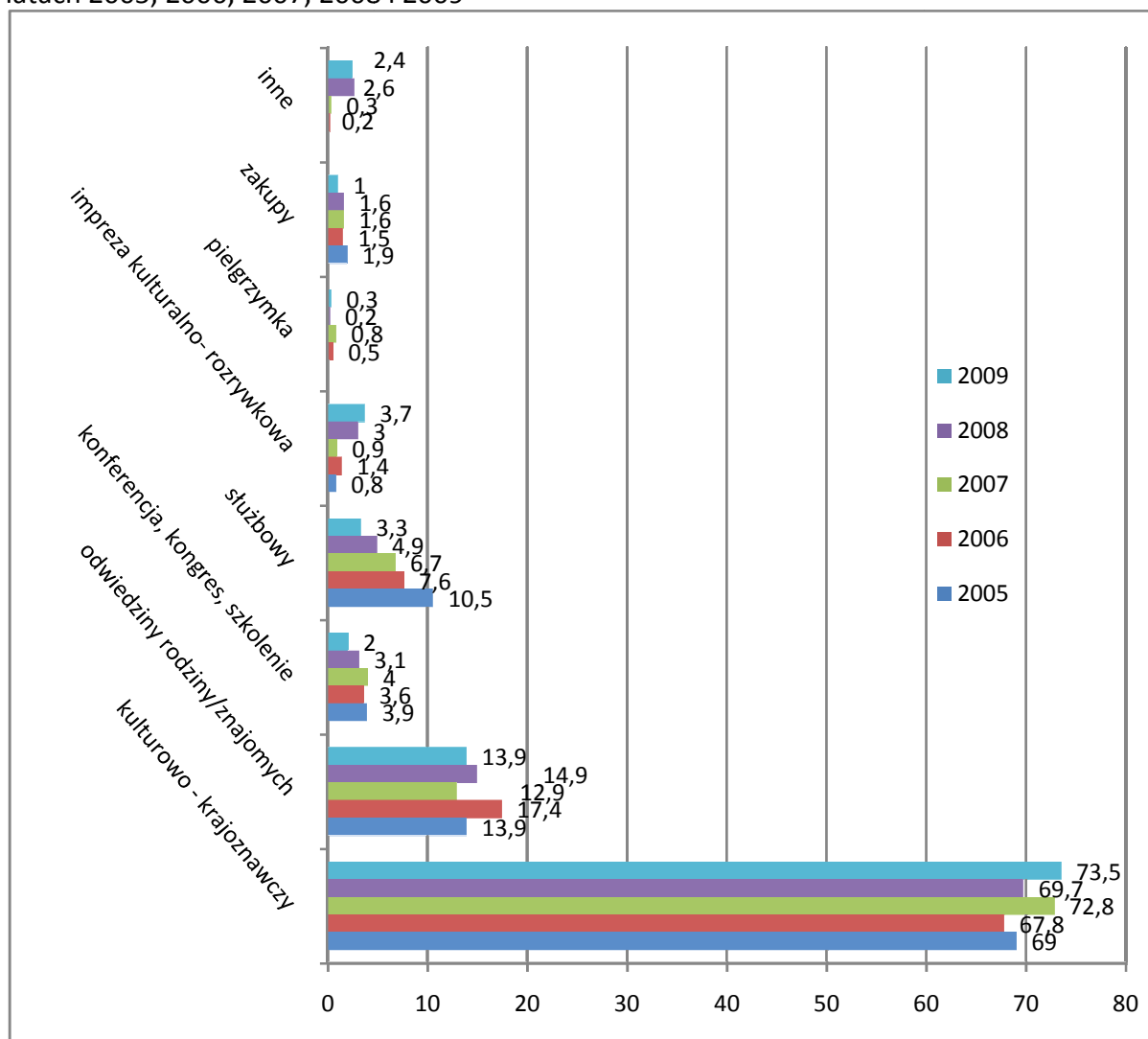


Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Poniższy wykres przedstawia rozkład odpowiedzi na pytanie o cel przyjazdu turystów do Torunia na przestrzeni ostatnich pięciu lat. W zestawieniu zostały ujęte jedynie główne cele przyjazdu odwiedzających, czyli wskazywane przez respondentów pierwsze odpowiedzi. Wykres nr 13 zawiera dane za 2009 rok z zsumowanymi procentami dotyczącymi celu głównego oraz „przy okazji”, dlatego dane za 2009 rok nie są identyczne jak na wykresie nr 14.

Nie zauważono większych zmian dotyczących powodów przyjazdu turystów do Torunia. W ciągu 5 lat prowadzenia badań widoczne jest wzrastające zainteresowanie ofertą kulturową naszego miasta. 3,7% ogółu odwiedzających za powód przyjazdu do Torunia uznało imprezę kulturalno-rozrywkową. Niewątpliwie udział w tym miały również wydarzenia sportowe: mecze żużlowe, turnieje hokejowe czy np. Igrzyska Polonijne.

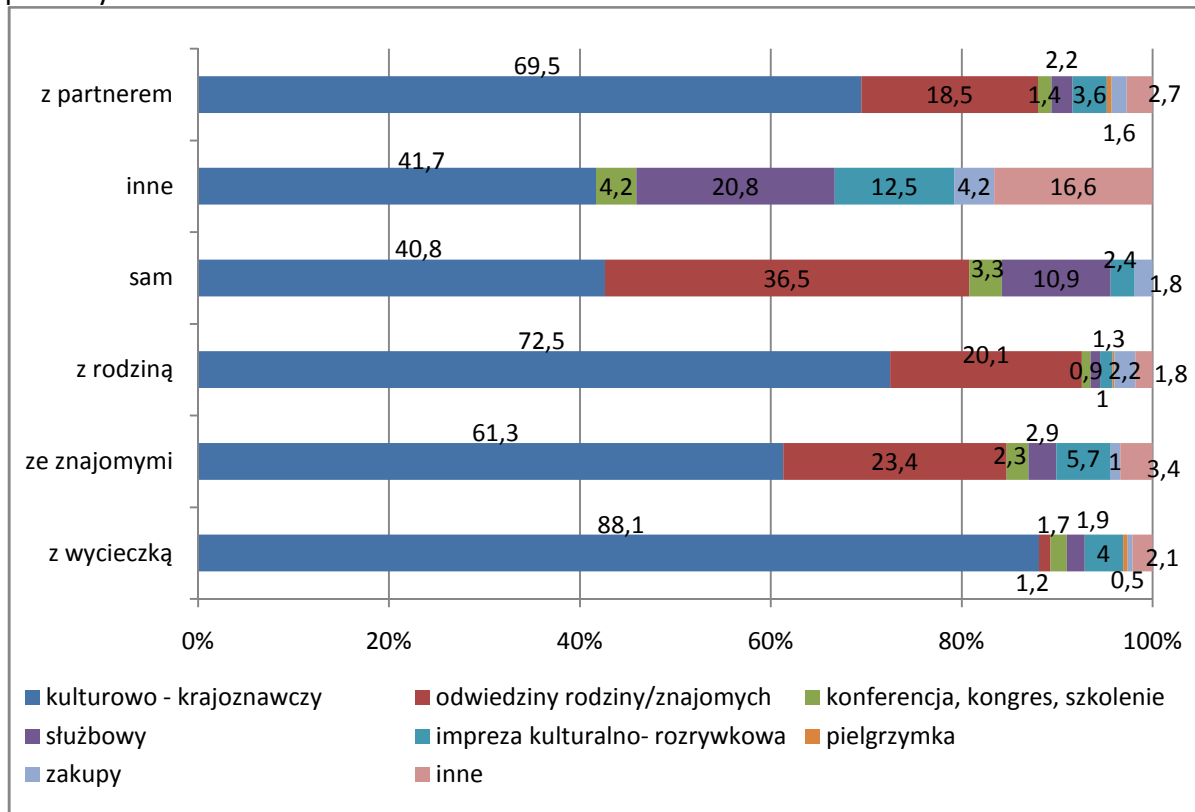
Wykres 14: Rozkład odpowiedzi na pytanie *W jakim celu przyjechał Pan/Pani do Torunia?* w latach 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009



Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

Cel wizyty w naszym mieście jest powiązany z towarzystwem w jakim podróżują turyści, choć śmiało można stwierdzić, że chęć zwiedzenia naszego miasta przyświeca większości odwiedzających. Poniższy wykres zawiera główne cele przyjazdu do Torunia oraz cele wskazywane przez respondentów jako drugie, realizowane „przy okazji” pobytu w naszym mieście. Najczęściej w celach kulturowo-krajoznawczych przyjeżdżali turyści wycieczkowi – aż 88,1% ogółu uczestników grup zorganizowanych wskazało tą odpowiedź. Najbardziej zwiedzały miasto osoby kryjące się pod kategorią „sam” i „inne”. Kategorią inne objęte zostały osoby przyjeżdżające wraz z współpracownikami, partnerami ze wspólnych projektów, różnych programów wymiany, uczestnikami szkoleń, itp. Dlatego też dla tej kategorii wyższy jest procent wskazań na konferencje i kongresy - 4,2% ogółu respondentów bądź służbowy – 20,8% ogółu - jako cele przyjazdu.

Wykres 15: Cele przyjazdu wszystkich turystów pod względem towarzystwa w trakcie podróży



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

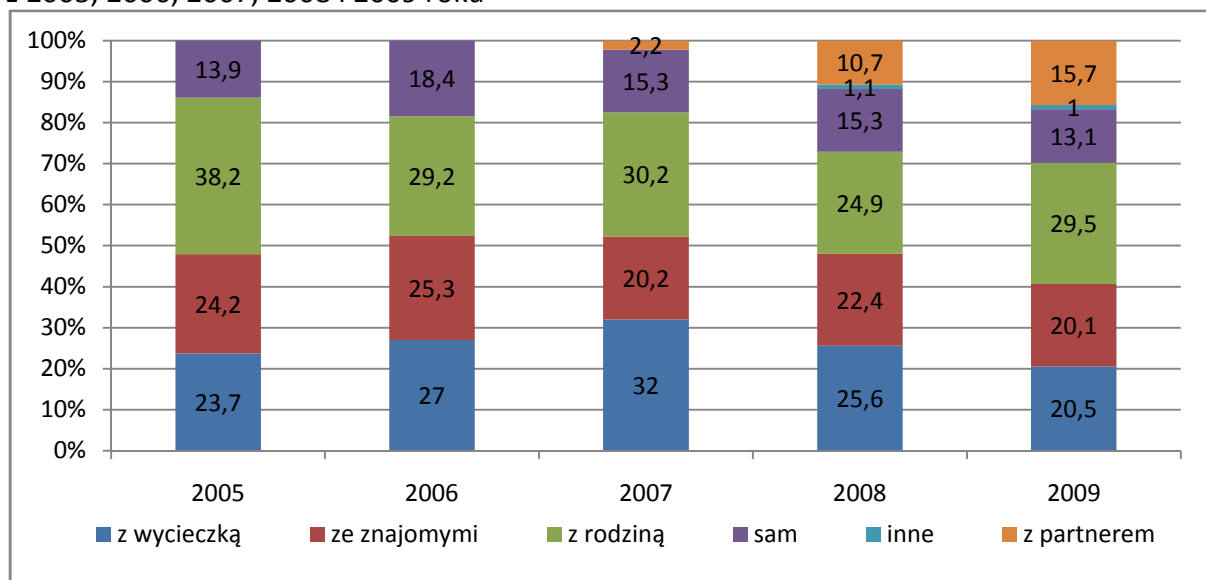
➤ Charakterystyka turystów ze względu na towarzystwo w trakcie podróży

Odpowiedzi na pytanie o towarzystwo w trakcie podróży wskazują, że jedynie 20,5% ogółu respondentów to turyści zorganizowani, pozostałe 79,5% stanowią goście indywidualni. Tym samym od 2007 roku zauważamy regularny spadek (o 5 punktów procentowych) udziału turystów zorganizowanych w ogóle gości przyjeżdżających do Torunia (w 2007 stanowili oni 32%, w 2008 już tylko 25,6%, zaś w 2009 roku 20,5% ogółu przyjeżdżających). Udział turystów zorganizowanych w ogóle przyjazdów jest najniższy z pośród wszystkich lat prowadzenia badań. Z drugiej strony cieszyć może wzrastający udział turystów indywidualnych, bo to oni dłużej przebywają w mieście i tym samym wydają więcej pieniędzy.

Wg badań za 2009 rok, większość turystów odwiedzających Toruń przyjechała w towarzystwie rodziny - 29,5% ogółu respondentów. Drugą, najczęściej wskazywaną odpowiedzią był przyjazd z wycieczką – 20,5% ogółu. Niemal co piąty odwiedzający

przyjechał do naszego miasta wraz ze znajomymi. Poniższy wykres wskazuje, że coraz większy procent respondentów wskazuje ostatnią w wachlarzu możliwych odpowiedzi, czyli deklaruje przyjazd w towarzystwie sympatii, partnera, narzeczonego. Fakt ten może stanowić sygnał dla branży turystycznej o potrzebie stworzenia oferty „dla dwojga” skierowanej właśnie do tej grupy. Pod etykietą „inne” kryją się sylwetki osób, które albo nie pasowały do żadnej z powyższych, albo przyjechały ze współpracownikami, współuczestnikami przy różnych projektach, programach, wymianach doświadczeń czy szkoleniach.

Wykres 16: Rozłożenie odpowiedzi na pytanie Z kim przyjechał Pan/Pani do Torunia? – dane z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku



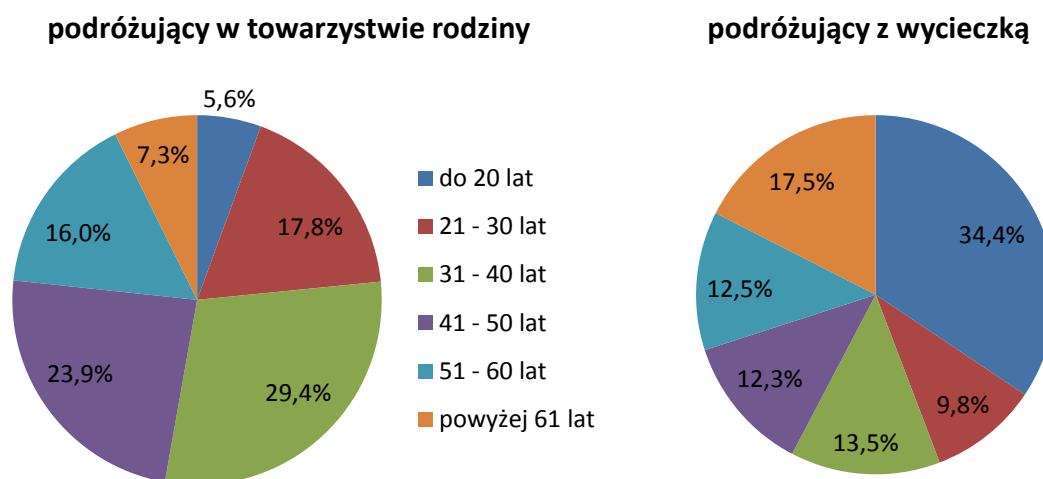
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

Respondenci w 2009 roku najczęściej przyjeżdżali w towarzystwie rodziny – w ten sposób odwiedziło nas 29,5% ogółu turystów. Ta grupa była najliczniej reprezentowana przez osoby w wieku od 31 do 40 lat. Drugą w kolejności grupą, procentowo mającą największy udział w ogóle osób odwiedzających Toruń z rodziną, były osoby w wieku od 41 do 50 lat. Osoby od 31 do 50 roku życia stanowiły 53,3% ogółu przyjazdów rodzinnych.

Co piąty turysta odwiedzający nasze miasto w 2009 roku przyjechał z grupą wycieczkową. Wśród nich, tradycyjnie najliczniejszą grupę stanowili najmłodszy turyści: wśród uczestników wycieczek przyjeżdżających do Torunia 34,4% nie przekroczyło 20 lat. W roku 2008 procent wycieczek szkolnych (czyli grup, których uczestnikami byli turyści do 20 roku życia) w ogólnej liczbie wycieczek był nieco wyższy i wyniósł wówczas 43,6%. Kolejną

najliczniejszą grupę turystów zorganizowanych stanowiły osoby po 60ce, stanowiąc przy tym 17,5% udziału w ogólnej liczbie przyjeżdżających do Torunia z wycieczką (w 2008 roku stanowili oni 14,8% turystów zorganizowanych).

Wykres 17: Podróżujący z rodziną i grupą wycieczkową w 2009 r. według kategorii wiekowych

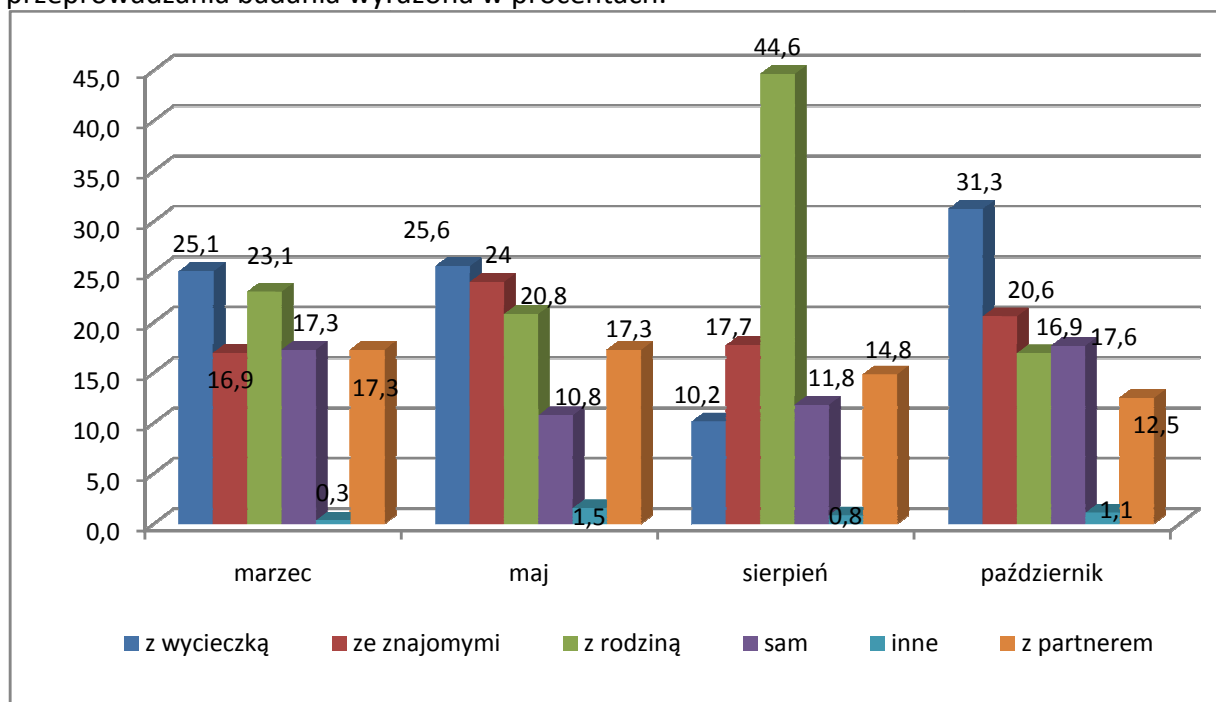


Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Turystów poddano dokładnej analizie pod względem towarzystwa podczas podróży w kolejnych miesiącach przeprowadzania badania. Analiza ta pokazała, występujące również w poprzednich latach, tendencje. W maju i w październiku nadal najczęściej przyjeżdżają turyści zorganizowani: w maju co czwarty (spadek z 38,1% w 2008 na 25,6% w 2009 roku ogółu majowych respondentów) i w październiku co trzeci (spadek z 42,6% w 2008 na 31,3% w 2009 roku) odwiedzający to uczestnik grupy wycieczkowej. Dane z biur przewodnickich za maj 2009 rok wykazały, że zainteresowanie usługami zwiedzania Starówki z przewodnikiem w maju było nieco niższe niż w 2008 roku. Przy założeniu, że z usługi przewodnickiej korzystają z reguły turyści zorganizowani stwierdzić możemy, że w maju 2009 roku przyjechało do Torunia trochę mniej grup wycieczkowych niż przed rokiem, mimo że jedynie 25,6% respondentów majowych to uczestnicy wycieczek zorganizowanych.

Sierpień, reprezentujący w badaniu miesiące wakacyjne, tradycyjnie jest okresem przyjazdów o charakterze rodzinnym. Niemal połowa respondentów sierpniowych odwiedziła Toruń w towarzystwie rodziny (wzrost względem 2008 roku o 8,5 punktu procentowego). W sierpniu nasze miasto jest najczęściej odwiedzane przez turystów indywidualnych. Jedynie 10,2% gości to turyści przyjeżdżający z grupą wycieczkową.

Wykres 18: Struktura odwiedzających według towarzystwa w trakcie podróży i miesiąca przeprowadzania badania wyrażona w procentach.



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Procent turystów zorganizowanych w ogóle przyjazdów wynosi ponad 20%, i jest niemal taki sam zarówno dla turystów polskich (spadł z 28,7% w 2008 na 20,6% w 2009 roku) jak i dla zagranicznych (wzrósł z 15,6% w 2008 na 20,4% w 2009 roku).

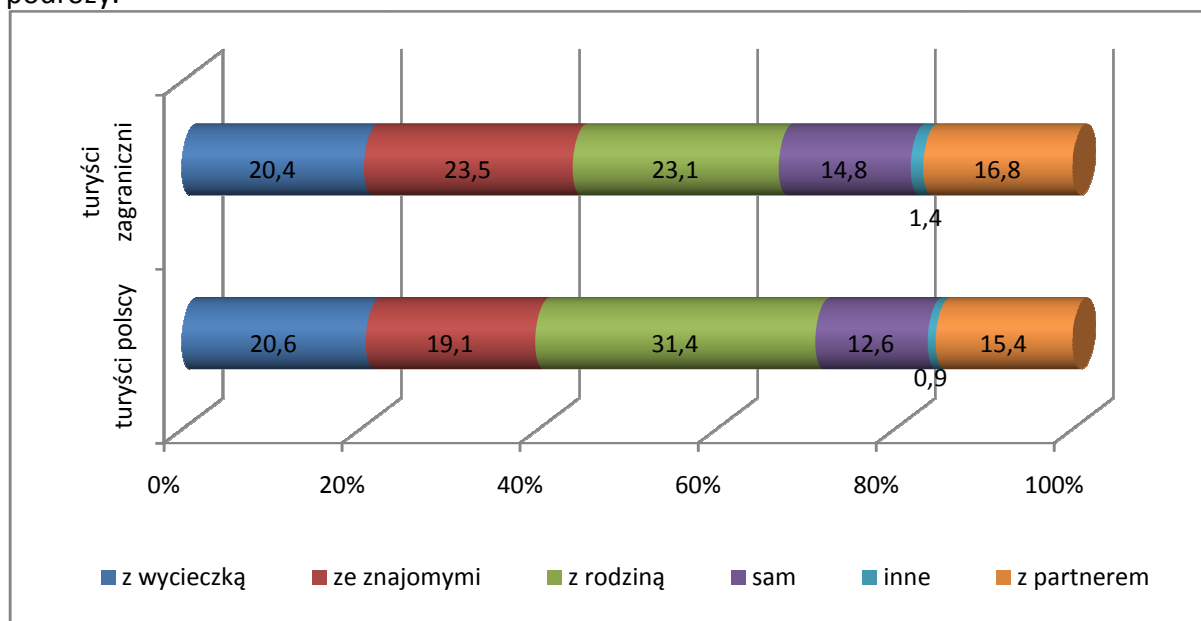
W 2009 roku Polacy częściej odwiedzali Toruń indywidualnie niż w sposób zorganizowany:

- z rodziną przyjechał niemal co trzeci Polak (w roku poprzednim procent ten wyniósł 23,9 % ogółu Polaków, czyli odnotowany wzrost o 7,5 punktu procentowego w 2009),
- ze znajomymi co piąty (przed rokiem 21,3% ogółu Polaków),
- z partnerem, sympatią co szósty (odnotowany wzrost z 11,7% w 2008 roku),
- jedynie 20,6% ogółu krajowych to turyści zorganizowani (28,7% w 2008 roku).

Turyści zagraniczni częściej odwiedzali nasze miasto indywidualnie:

- 23,5% ze znajomymi (w 2008 roku 25,8% zagranicznych wskazało tą odpowiedź),
- 23,1% w towarzystwie rodziny (przed rokiem procent ten wyniósł 28,3%),
- co szósty obcokrajowiec przyjechał z partnerem, sympatią (w 2008 roku stanowili oni 7,8% ogółu zagranicznych, tym samy wzrost o 9 punktów procentowych)
- oraz co siódmy odwiedzał Toruń samodzielnie (rok wcześniej 20% obcokrajowców udzieliło takiej odpowiedzi, czyli spadek o 5,2 punktu procentowego).

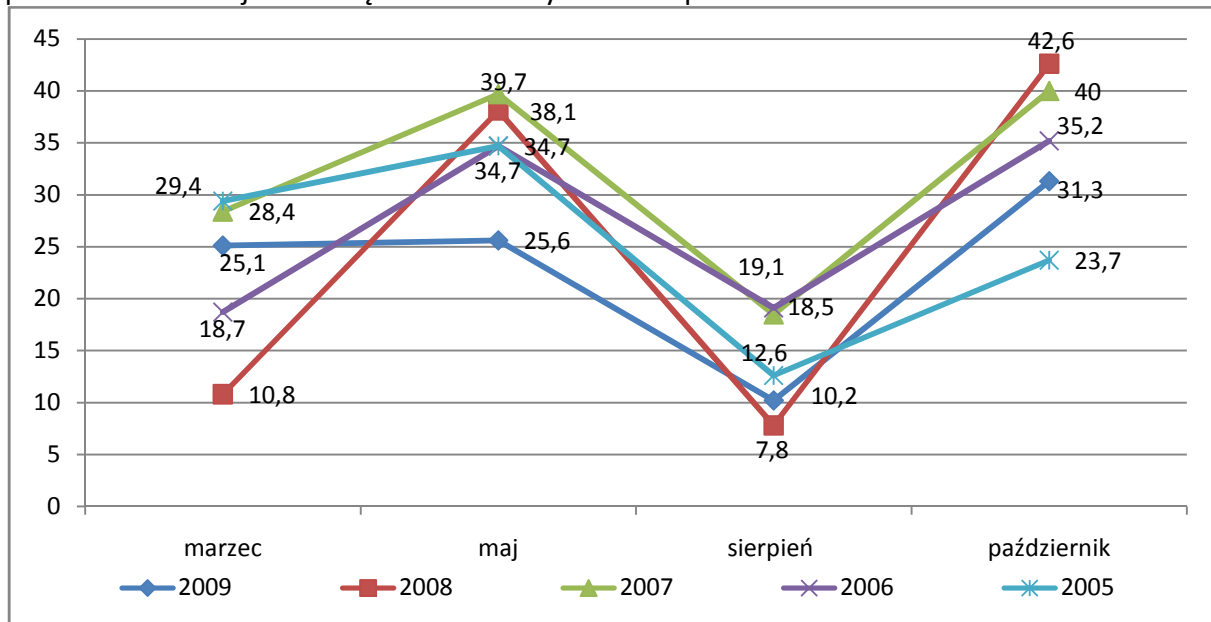
Wykres 19: Podział turystów polskich i zagranicznych ze względu na towarzystwo w trakcie podróży.



Źródło: badanie z OIT z 2009 roku

Poniższy wykres przedstawia natężenie przyjazdów turystów zorganizowanych w kolejnych latach przeprowadzania badania. Badanie ankietowane wykazało, że nieco mniejszy odsetek turystów poddanych badaniu w maju i październiku korzystało z usług przewodnika. Potwierdzają to dane z toruńskich biur przewodnickich o ilości oprowadzonych wycieczek w tych miesiącach: w okresie wiosennym 2009 (maj, czerwiec) biura obsłużyły mniej grup niż w 2008 roku o 3,9% (spadek z 1 839 wycieczek w 2008 na 1 767 w 2009 r.), zaś w okresie jesiennym (wrzesień, październik) spadek w usługach przewodnickich był większy bo wyniósł 10,7% (z 875 grup oprowadzonych w 2008 r. spadło na 781 w 2009 r.). Sierpień w badaniu reprezentuje okres letni, czyli czas kiedy udział turystów zorganizowanych w ogóle przyjazdów do Torunia jest niższy niż w pozostałych miesiącach sezonu turystycznego. Badanie ankietowe wykazało, że przewodnicy w 2009 roku mieli nieco więcej pracy w wakacje (lipiec, sierpień) niż w 2008 roku - przedstawia to poniższy wykres. Potwierdzają to dane twarde (z biur przewodnickich), że w okresie letnim 2009 biura zorganizowały o 66 wycieczek więcej niż w tym samym czasie w 2008 roku.

Wykres 20: Przyjazdy turystów wycieczkowych w poszczególnych latach badania z podziałem na kolejne miesiące badania wyrażone w procentach



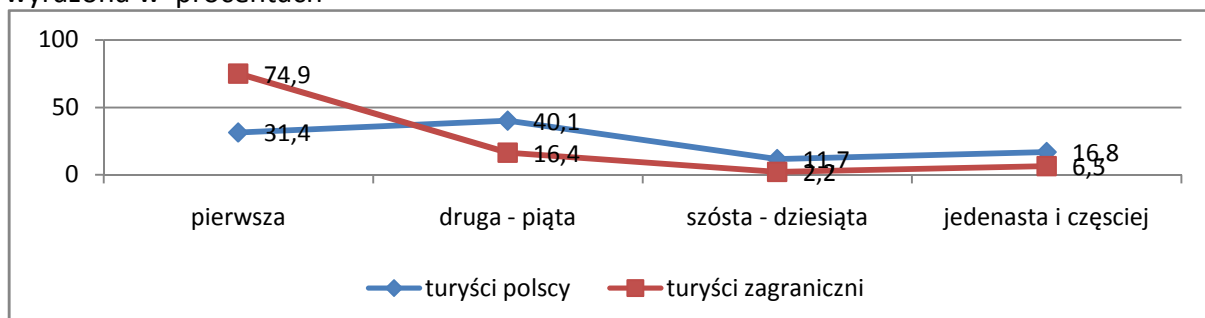
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009

➤ **Charakterystyka respondentów ze względu na częstotliwość wizyt w Toruniu**

Podobnie jak przed rokiem ¼ turystów zagranicznych odwiedziło Toruń po raz pierwszy. Dla 16,4% obcokrajowców była to druga, trzecia, czwarta lub piąta wizyta (wzrost względem roku poprzedniego o 3,1 punktu procentowego). Częściej niż pięć razy odwiedziło nas 8,7% gości zagranicznych.

Turyści polscy dużo częściej odwiedzają nasze miasto niż goście z zagranicy. Po raz pierwszy przyjechał do Torunia co trzeci turysta krajowy (wzrost o 2,6 punktu procentowego), zaś ponad 40% Polaków odwiedziło nasze miasto od dwóch do pięciu razy. 28,% turystów krajowych przyjechało do Torunia co najmniej po raz szósty.

Wykres 21: Częstotliwość wizyt w Toruniu turystów polskich i zagranicznych w 2009 roku wyrażona w procentach



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Wyniki dla ogółu turystów są bardzo zbliżone do wyników z lat poprzednich: dla 41,4% respondentów była to pierwsza wizyta w Toruniu, kolejne 34,7% gości odwiedziło nas po raz drugi – piąty, tradycyjnie najniższy procent przypada na wizyty w przedziale od szóstej do dziesiątej – 9,5% odwiedzających, zaś dla 14,4% wszystkich turystów była to co najmniej jedenasta wizyta w grodzie Kopernika.

➤ **Charakterystyka respondentów ze względu na długość pobytu w Toruniu**

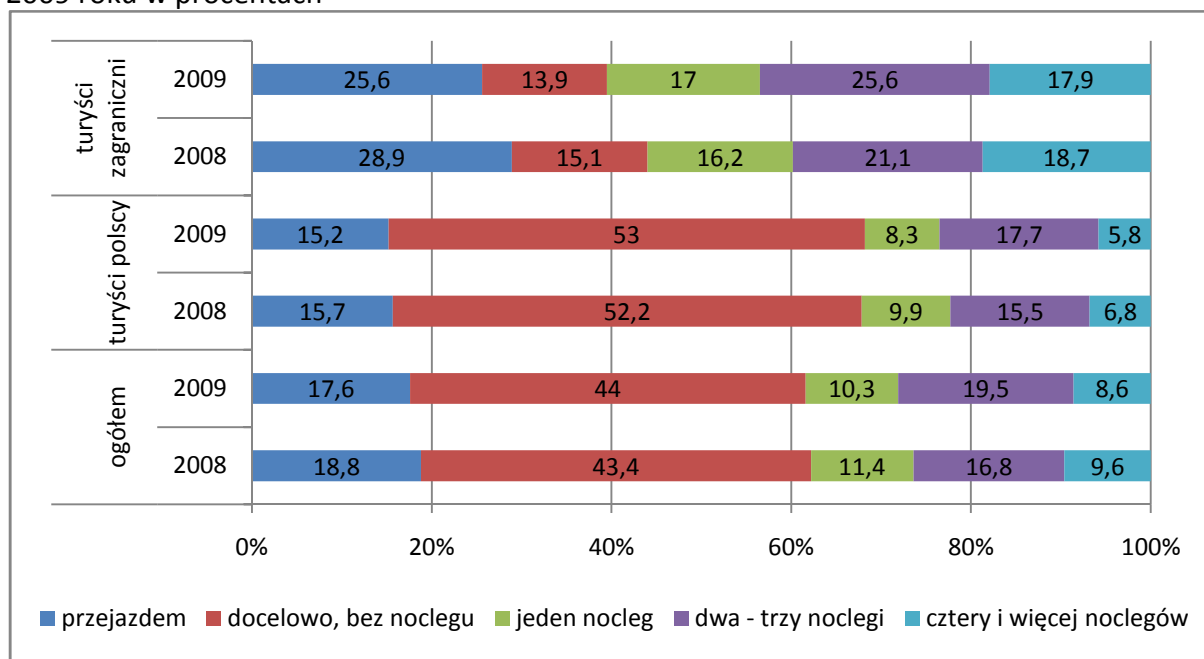
Wydłużenie czasu pobytu przez turystów w danej miejscowości jest celem nie tylko Torunia, ale również innych miejsc o charakterze turystycznym. Poniższy wykres przedstawia zestawienie długości pobytu turystów w 2008 i 2009 roku i widać na nim, że długość pobytu turystów od kilku lat utrzymuje się na tym samym poziomie.

Ogół turystów dzielimy na jednodniowych, (bez noclegu) oraz na zostających na noc. Goście jednodniowi to Ci, którzy są przejazdem, „przy okazji” oraz Ci, którzy przyjechali do Torunia celowo, na jeden dzień. W 2009 widoczny jest spadek o 1,2 punktu procentowego względem 2008 roku wśród turystów będących „przy okazji” oraz wzrost o 0,6 punktu procentowego w przypadku przyjazdów jednodniowych. Te osoby stanowiły w 2009 roku 44% ogółu turystów. Cieszyć może fakt, że z 16,8% na 19,5% wzrósł odsetek osób nocujących od dwóch do czterech noclegów.

Obcokrajowcy spędzali więcej czasu w Toruniu niż przed rokiem: w 2008 roku zdecydowało się zostać na noc jedynie 56% ogółu turystów zagranicznych, zaś rok później już 60,5% przenocowało co najmniej jedną noc. W przypadku obcokrajowców zostających na jedną noc odnotowany jest wzrost o 0,8 punktu procentowego zaś w przypadku spędzających w Toruniu od dwóch do trzech nocy zauważalny wzrost ukształtował się na poziomie 4,5 punktu procentowego.

Turyści krajowi niemal dwa razy rzadziej niż zagraniczni decydują się zostać na noc w Toruniu: jedynie 31,8% krajowych przenocowała co najmniej jedną noc (w 2008 roku odsetek nocujących wyniósł 32,1%).

Wykres 22: Długość pobytu w Toruniu (ogółem, polskich i zagranicznych) w latach 2008 i 2009 roku w procentach



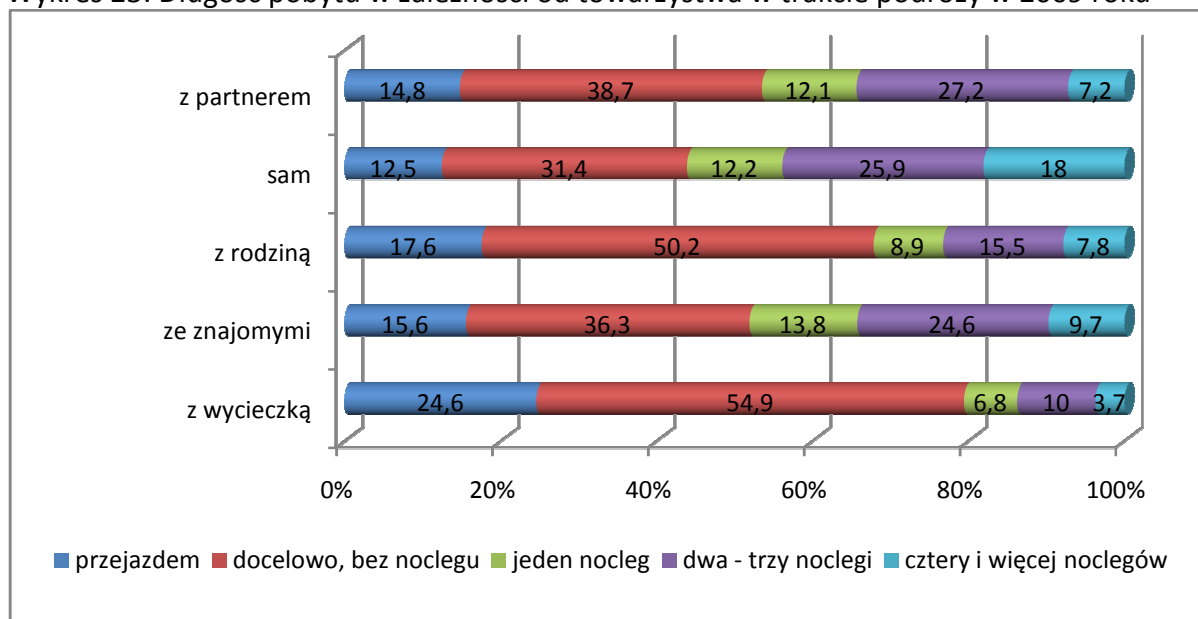
Źródło: badanie OIT z 2008 i 2009 roku

5-letni cykl badań ruchu turystycznego wykazuje, że corocznie wzrasta odsetek turystów zagranicznych zostających na noc. W przypadku turystów krajowych nie można aż tak kategoriycznie mówić o wydłużeniu się pobytu w Toruniu.

Biorąc pod uwagę długość pobytu turystów w zależności od towarzystwa, w którym przyjeżdżają do Torunia zauważamy, że najkrócej, identycznie jak przed rokiem, przebywają turyści zorganizowani: w 2009 roku 79,5% z nich spędziło tu nie więcej niż kilka godzin (w 2008 roku 82,7% zorganizowanych nie zdecydowała się zostać na noc w Toruniu).

Podobnie jak w latach ubiegłych najczęściej na noc w Toruniu zostawali goście, którzy przyjechali sami – 56,1% z nich zostało na co najmniej jedną noc (w 2008 roku procent ten wyniósł 56,4%). Na drugim miejscu, z wynikiem 48,1% zostających na co najmniej jedną noc, znaleźli się turyści przyjeżdżający ze znajomym (wzrost względem 2008 roku o 6,2 punktu procentowego). Wśród grupy odwiedzających nasze miasto w towarzystwie sympatii, narzeczonej, 46,5% spędziło w Toruniu więcej czasu niż kilka godzin. Goście przyjeżdżający z rodziną nie zostają na długo – 67,8% z nich to turyści jednodniowi.

Wykres 23: Długość pobytu w zależności od towarzystwa w trakcie podróży w 2009 roku



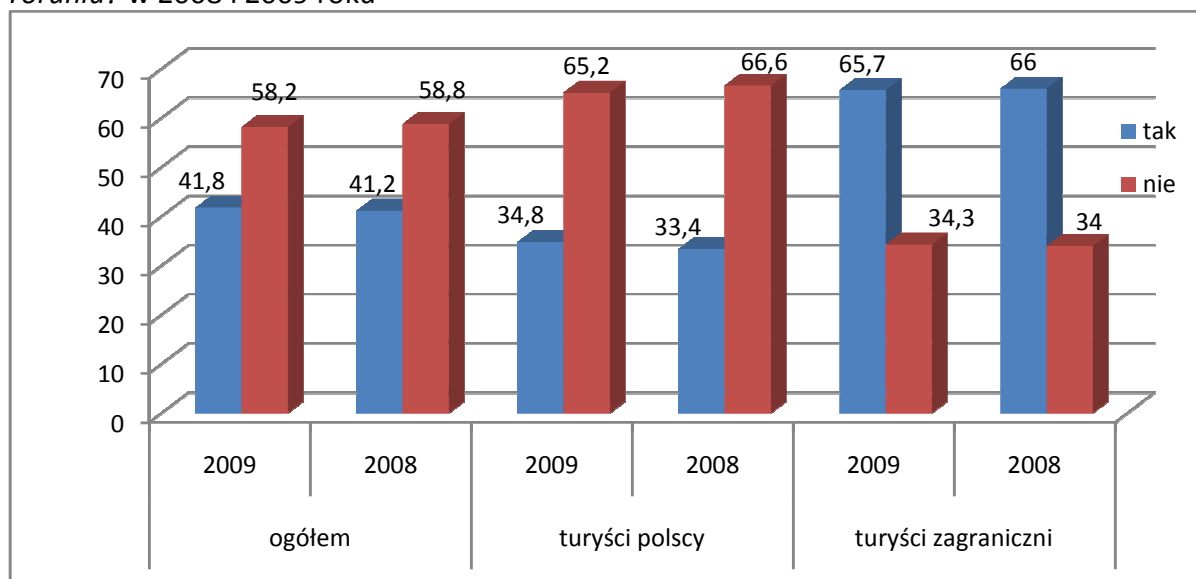
Źródło: badanie OIT z 2009 roku

➤ Charakterystyka respondentów ze względu na źródło informacji o Toruniu

Niezwykle ważna jest informacja o mieście poszukiwana i znaleziona jeszcze przed przyjazdem do danego miasta przez turystów. Często łatwość dostępu do poszukiwanej informacji wywiera pierwsze wrażenie i ukazuje daną miejscowość jako przyjazną lub nieprzyjazną dla turystów.

Badanie z 2009 roku potwierdziło fakt, że większość odwiedzających Toruń osób (58,2% ogółu respondentów) nie szuka informacji o mieście przed przyjazdem. Obcokrajowcy (66,1% z nich) niemal dwa razy częściej niż Polacy (34,6% z nich) zbierali informacje o Toruniu przed przyjazdem. Stosunek osób poszukujących informacji do tych, którzy takich informacji nie szukali był bardzo zbliżony: w przypadku obcokrajowców wyniósł 1,9 : 1, zaś w przypadku turystów krajowych był odwrotnie proporcjonalny 1 : 1,9.

Wykres 24: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Czy przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?* w 2008 i 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2008 i 2009 roku

Pytanie o źródło szukania informacji o Toruniu ukazuje skuteczne kierunki promocji miasta, ewentualne drogi dotarcia z reklamą o Grodzie Kopernika do potencjalnych odwiedzających.

Turyści szukający informacji przed przyjazdem do Torunia najczęściej korzystali z Internetu. Rokrocznie udział Internetu wzrasta (względem roku 2008 wzrósł o 1,4 punktu procentowego) i w 2009 roku wyniosło 31,4% ogółu turystów. 28,2% turystów polskich i 41,9% turystów zagranicznych szukało informacji o mieście przed przyjazdem do Torunia właśnie w Internecie. Wyniki te są zadowalające również w kontekście powstania kilku nowych stron internetowych z ofertami turystycznymi z naszego województwa np.: www.visitkujawsko-pomorskie.pl.

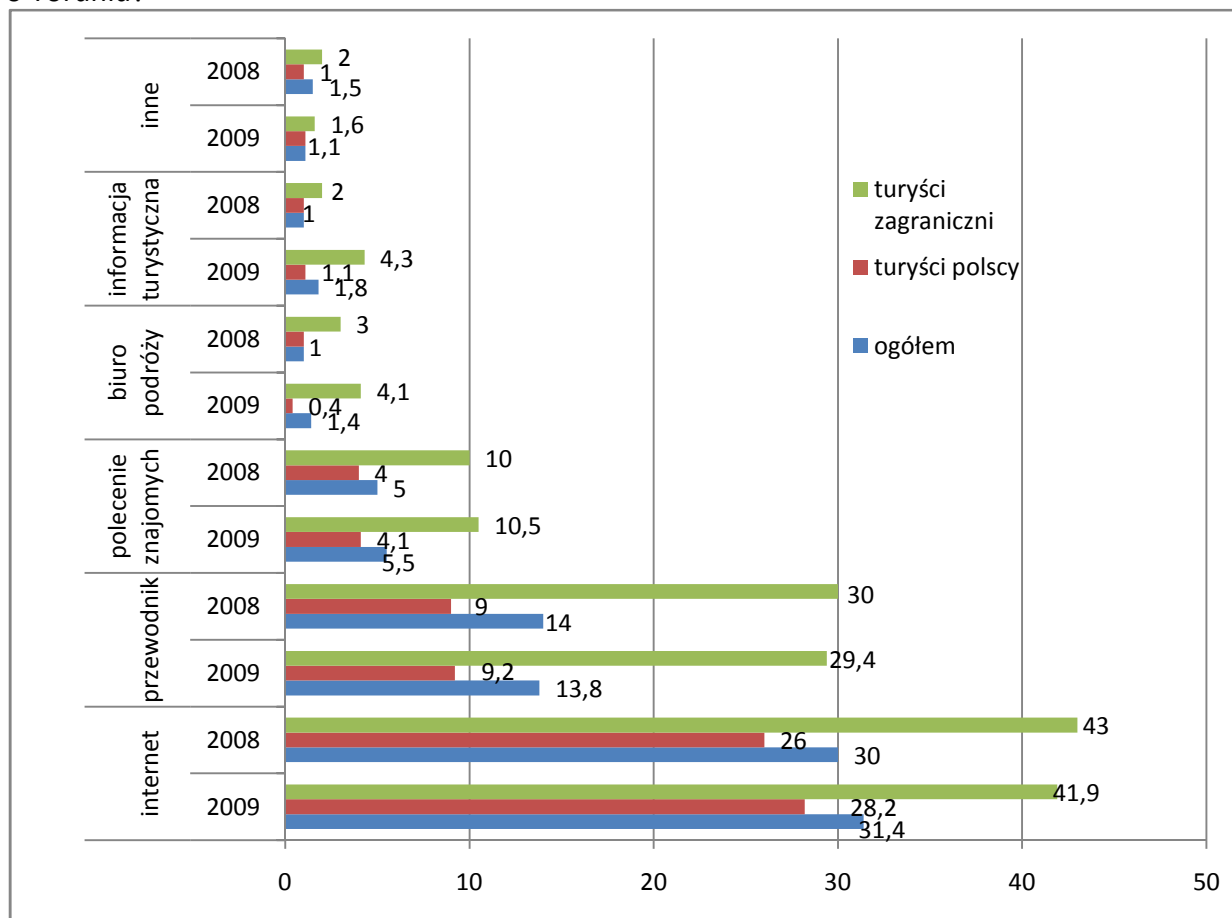
Drugim, najczęściej wskazywanym źródłem czerpania informacji o mieście były przewodniki książkowe, z liczbą wskazań bardzo zbliżoną do wyniku z 2008 roku. 13,8% ogółu turystów informacji o mieście szukało w przewodnikach (dla obcokrajowcy procent ten wyniósł 29,4%, dla turystów krajowych 9,2% wskazań).

Badanie wykazało, że istotnym źródłem informacji o mieście są nasi znajomi i rodzina. To właśnie ta odpowiedź, była trzecią pod względem liczby wskazań wśród respondentów. Zarówno turyści zagraniczni jak i krajowi w 2009 roku częściej wskazywali tą odpowiedź niż rok wcześniej. Co dziesiąty obcokrajowiec zasugerował się opinią znajomych i zdecydował się na odwiedzenie Torunia.

Goście zagraniczni częściej niż krajowi korzystają z biur podróży i z informacji turystycznych gdy szukają informacji o miejscu, do którego się wybierają.

Co czwarty gość zagraniczny (23,1% obcokrajowców) oraz co dwunasty krajowy (8% odwiedzających z Polski) szukał informacji w co najmniej dwóch źródłach. Podane wartości procentowe nie sumują się do 100, gdyż respondenci mieli możliwość wskazania kilku źródeł.

Wykres 25: Rozkład odpowiedzi na pytanie Gdzie przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?



Źródło: badanie OIT z 2008 i 2009 roku

➤ Charakterystyka respondentów ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania

Turyści, którzy zdecydowali się zostać w Toruniu na noc, proszeni byli o udzielenie odpowiedzi na kilka dodatkowych pytań dotyczących zakwaterowania. Z ogółu respondentów 38,4% gości zdecydowała się spędzić w Toruniu co najmniej jedną noc. Pozostanie na noc zadeklarowało 31,8% Polaków (procent niemal identyczny jak w 2008

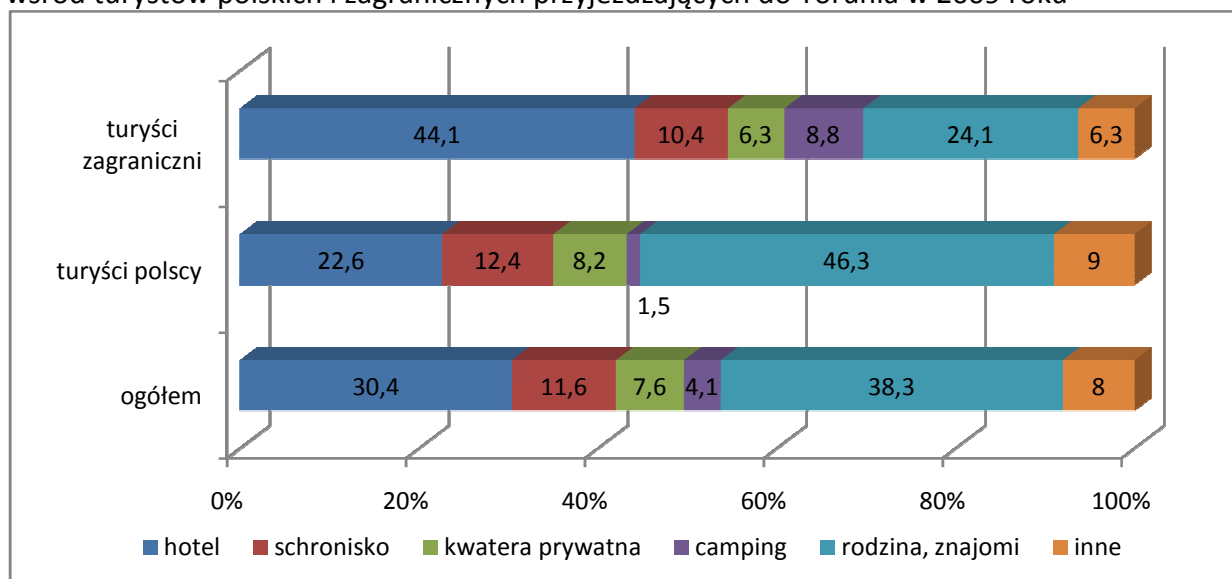
roku) oraz 60,5% obcokrajowców (wzrost względem 2008 roku na poziomie 4 punktów procentowych).

Turyści zostający na noc w Toruniu, odpowiadali na 3 dodatkowe pytania o sposobie znalezienia noclegu oraz o standardzie obiektu. Zdarzało się, że nie wszyscy respondenci potrafili udzielić odpowiedzi na te pytania, np. turyści, którzy nie szukali sami noclegu (nocleg był zapewniony przez organizatora) nie oceniali dostępności informacji o noclegach. Również turyści, którzy nie byli jeszcze w danym obiekcie nie określali jego standardu. Czasem respondenci nie znali ceny noclegu, gdyż osobiście za niego nie płacili. Respondentom, którzy zatrzymali się na noc u rodziny, znajomych pytania o sposób znalezienia noclegu oraz ocenę standardu obiektu w ogóle nie były zadawane.

Podobnie jak przed rokiem, w 2009 roku turyści najczęściej zatrzymywali się na noc u rodziny, znajomych. Niemal dwa razy częściej z tej formy noclegu korzystali turyści krajowi (46,3% Polaków) niż zagraniczni (24,1% obcokrajowców). Drugą najczęściej wybieraną formą noclegu były hotele – w ten sposób nocował co trzeci statystyczny turysta. Dwa razy częściej na hotele decydowali się goście z zagranicy (44,1% obcokrajowców) niż goście krajowi (22,6% odwiedzających Polaków). Co ciekawe, różnica między krajowymi a zagranicznymi turystami zaciera się coraz bardziej w wyborze schroniska oraz hostelu jako miejsca noclegu: w 2008 roku różnica między krajowymi a zagranicznymi turystami we wskazaniu na schronisko wyniosła 2,7 punktu procentowego, zaś w 2009 roku tylko 2 punkty procentowe. Na kwatery prywatne częściej decydowali się Polacy (8,2%) niż obcokrajowcy (6,3%). Z campingu częściej korzystali goście z zagranicy, często przy tym zaznaczając, że śpią we własnych samochodach campingowych.

Porównując wyniki badania z roku 2008 i 2009 zauważamy, że w 2009 większy procent turystów decyduje się na nocleg u rodziny, znajomych (odnotowany wzrost o 1,2 punktu procentowego względem 2008 roku), zaś spada zainteresowanie hotelami (spadek o 4,8 punktu procentowego) i schroniskami (spadek o 3,8 punktu procentowego). Odnotowano również wzrost o 2,3 punktu procentowego w liczbie wskazań na kwatery prywatne.

Wykres 26: Segmentacja ruchu turystycznego ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania wśród turystów polskich i zagranicznych przyjeżdżających do Torunia w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

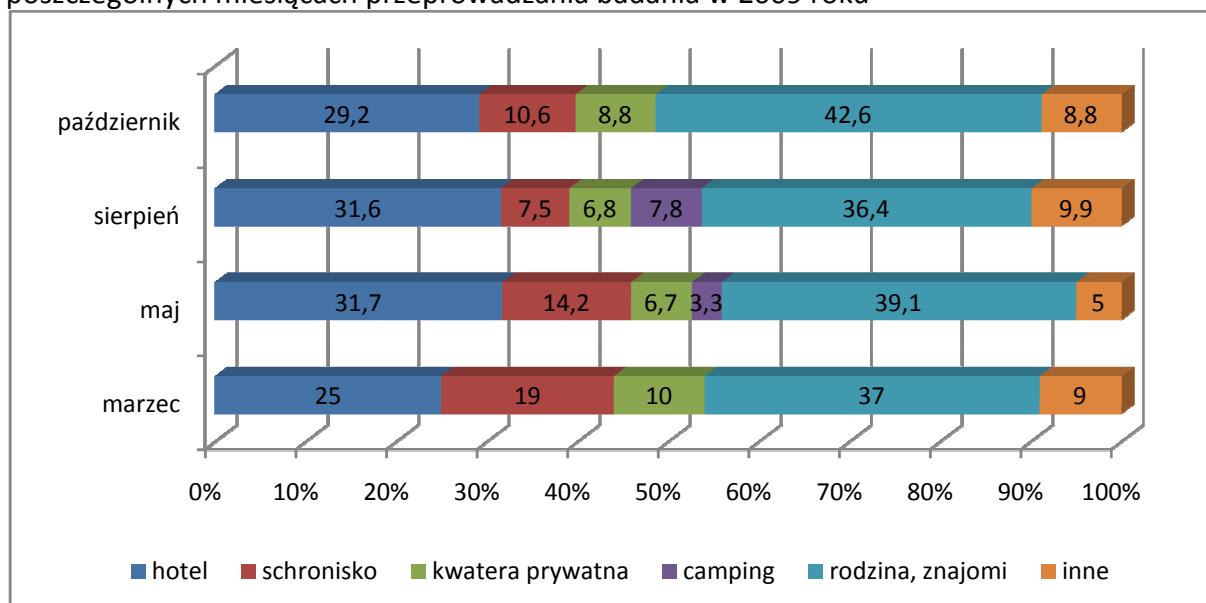
Poniższy wykres pokazuje, że w każdym miesiącu przeprowadzania badania, wśród zostających na noc najczęściej wybieraną formą noclegu jest zatrzymanie się na noc u rodziny i znajomych. Hotele, w każdym z miesięcy ankietowania, znalazły się na drugim miejscu. W miesiącach wiosennych, letnich oraz jesiennych co trzeci z nocujących w naszym mieście spał właśnie w jednym z toruńskich hoteli.

Ze schronisk najliczniej korzystali turyści w okresie wiosennym, reprezentowanym w badaniu jako miesiąc maj. W tym czasie do Torunia licznie przyjeżdżają wycieczki szkolne, i jeśli one decydują się zostać na noc to ze względu na niskie koszty wybierają schroniska, hostele. Warto zwrócić uwagę na fakt, że turyści najliczniej korzystają ze skategoryzowanych obiektów noclegowych w maju – z hotelu i schroniska skorzystało 45,9% ogółu. Również dane z GUSu za rok 2008 potwierdzają, że najwięcej udzielonych noclegów przypadło na maj.

Kwatery prywatne wykorzystywane były w dużym stopniu we wszystkich miesiącach prowadzenia badania, choć najwięcej wskazań na nie (bo aż 10%) było w marcu, prawdopodobnie dlatego, że w okresie przedsezonowym turyści nie mieli alternatywy tanich noclegów np. w postaci akademików.

Pod kategorią „inne” kryją się najczęściej obiekty, które na co dzień pełnią inne funkcje, np. szkoły podczas organizowanych spotkań, imprez. Wysoki procent wskazań na „inne” obiekty noclegowe w sierpniu spowodowany jest funkcjonowaniem sezonowych miejsc noclegowych w Domach Studenckich w centrum.

Wykres 27: Segmentacja ruchu turystycznego ze względu na sposób zakwaterowania w poszczególnych miesiącach przeprowadzania badania w 2009 roku



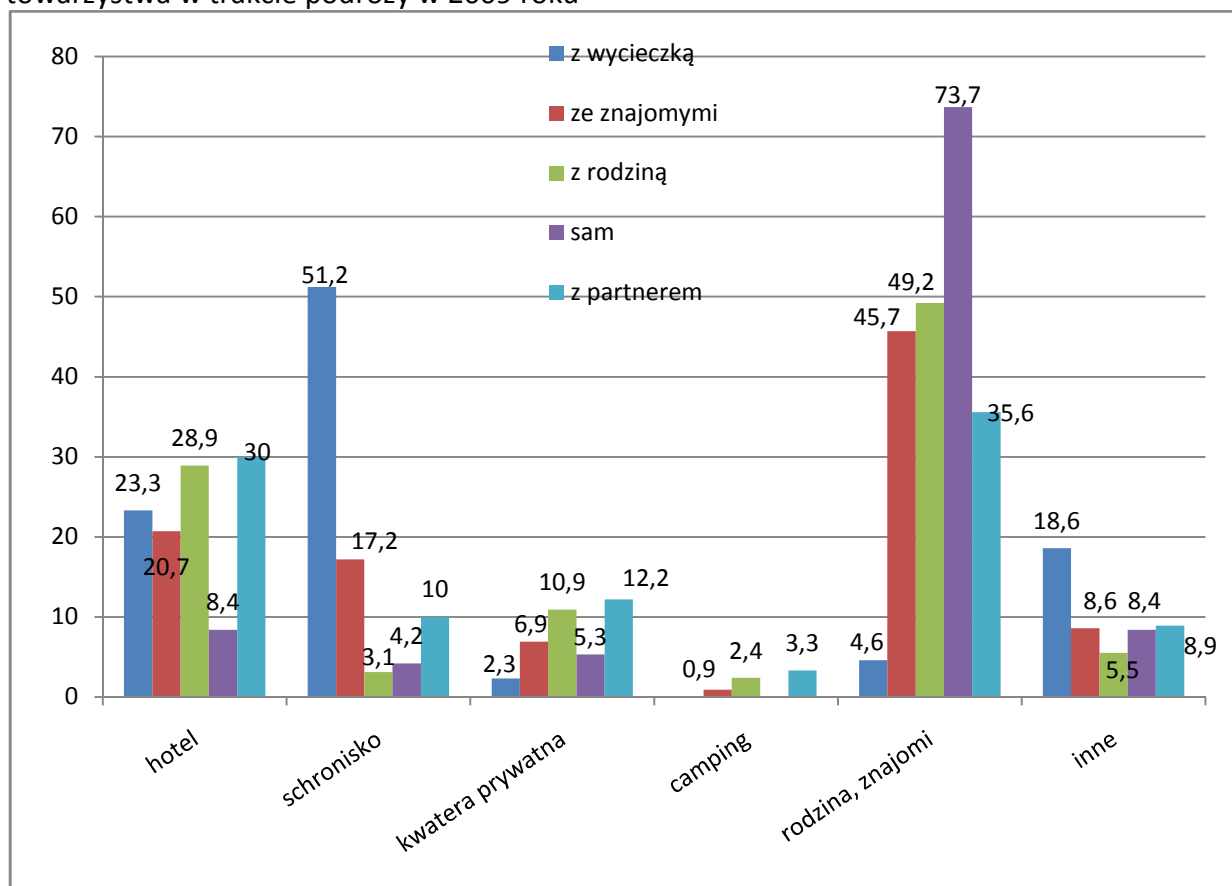
Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Przeprowadzone badanie umożliwia również uzyskanie odpowiedzi na pytanie jacy turyści śpią w poszczególnych obiektach. Już ze wcześniejszej analizy pytania *Na jak długo przyjechał Pan/Pani do Torunia?* wiemy, że najdłużej przebywają w naszym mieście turyści, którzy przyjechali sami (56,1% z nich zostało co najmniej na jedną noc) oraz w towarzystwie znajomych (48,1% z nich zdecydowało się przenoćować w Toruniu). (patrz wykres nr .)

Około 1/3 turystów krajowych (31,8%) została na noc w Toruniu. Grupy zorganizowane rzadko zostają na noc w Toruniu, jedynie 9% uczestników wycieczek zostawało co najmniej na jeden nocleg. Najczęściej zatrzymywali się oni w schroniskach, hostelach (51,2% wskazań wśród turystów krajowych), rzadziej w hotelach (jedynie 23,3% wskazań). Wśród krajowych turystów zorganizowanych większą część stanowią wycieczki szkolne. Jeśli już decydują się zostać na noc, to wybierają raczej „tanie noclegi”.

Polacy podróżujący indywidualnie najczęściej zatrzymują się na noc u rodziny lub znajomych. Badanie wykazało, że hotel jako forma noclegu najczęściej wybierany jest przez turystów odwiedzających Toruń wraz z sympatią, narzeczoną (30% z nich deklaruje nocleg w hotelu). Kolejną grupą osób wybierających hotel są turyści przyjeżdżający z rodziną (28,9%). Z kwater prywatnych najczęściej korzystają goście przyjeżdżający z partnerką, narzeczoną (12,2%), zaś na drugim miejscu turyści z rodziną (10,9%).

Wykres 28: Obiekty noclegowe wybierane przez turystów krajowych w zależności od towarzystwa w trakcie podróży w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

W przypadku turystów zagranicznych sytuacja kształtuje się nieco inaczej: 60,5% gości z zagranicy zadeklarowało pozostanie w Toruniu na noc. Najczęściej decydują się oni spędzić noc w hotelu.

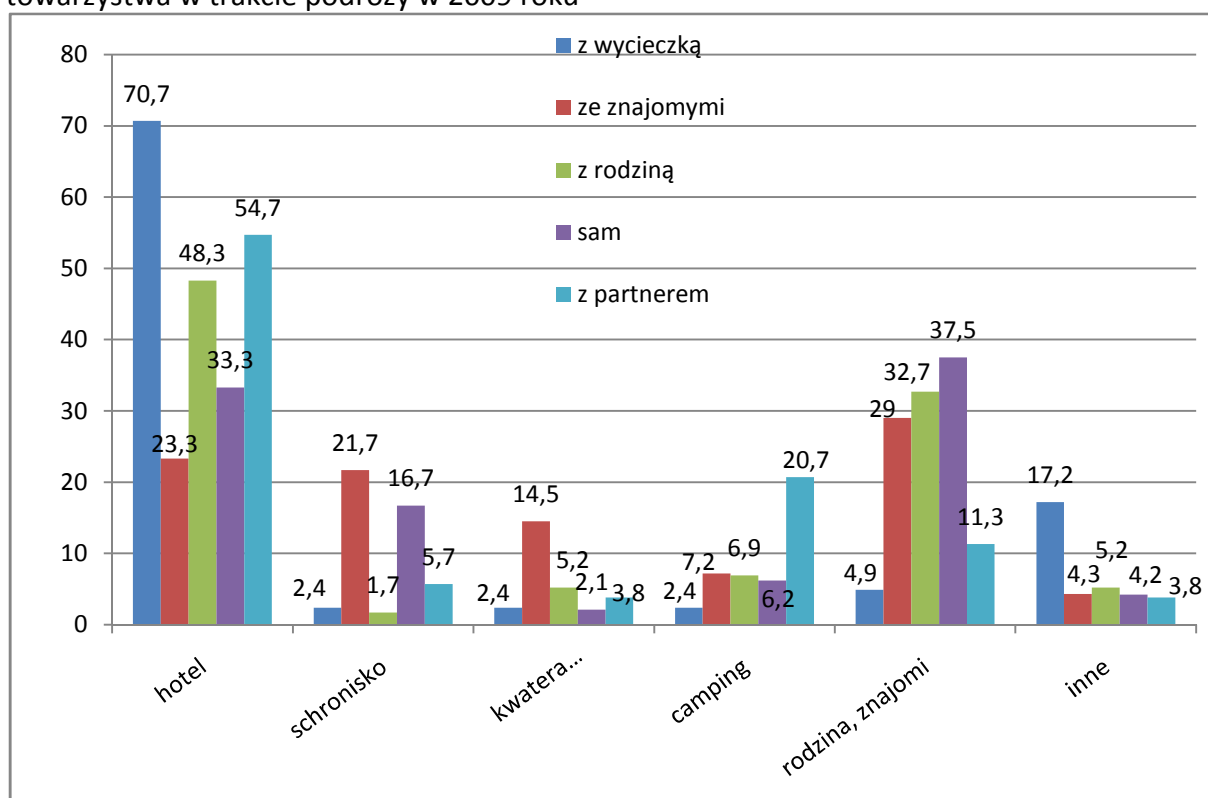
Co piąty obcokrajowiec to turysta, który przyjeżdża do Torunia z grupą wycieczkową (patrz wykres 16). Wycieczki zagraniczne dużo częściej niż krajowe decydują się zostać na noc w Toruniu (45% zorganizowanych obcokrajowców spędza co najmniej jedną noc, w przypadku Polaków wynik ten wynosi 9%). Turyści zorganizowani najczęściej zatrzymują się w toruńskich hotelach (70,7% zostających na noc). Drugą, najczęściej korzystającą z hoteli grupą obcokrajowców są goście przyjeżdżający w towarzystwie partnerki, sympatii (54,7% tej grupy). Z toruńskich hoteli korzysta niemal połowa obcokrajowców odwiedzających Toruń z rodziną (48,3%) oraz co trzeci zagraniczny przyjeżdżający samemu (33,3%).

Największa grupa indywidualnych turystów zagranicznych przyjeżdża do Torunia ze znajomymi (23,5% obcokrajowców). Goście ci to osoby stosunkowo młode – ponad 80% z nich to turyści w wieku do 40 roku życia (wśród obcokrajowców przyjeżdżających w

towarzystwie znajomych 11,4% to osoby do 20 roku życia, 44,8% to osoby mieszczące się w przedziale wiekowych 20-30 lat, 25,7% stanowią osoby w wieku 30-40 lat). Być może właśnie wiekiem można tłumaczyć wybór miejsca noclegowego tej grupy turystów: tylko co czwarty z nich (23,3%) zatrzymał się hotelu, reszta z nich korzystała z „tanich noclegów” czyli 21,7% wybrało schronisko czy hostel, 14,5% spało w kwaterze prywatnej zaś 7,2% zdecydowało się na camping.

Obcokrajowcy zatrzymujący się na noc u rodziny i znajomych, to niewątpliwie w dużym stopniu Polonusi na co dzień mieszkający za granicą, a w okresie urlopu przyjeżdżający z rodziną bądź znajomymi do Polski.

Wykres 29: Obiekty noclegowe wybierane przez turystów zagranicznych w zależności od towarzystwa w trakcie podróży w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

➤ Charakterystyka respondentów ze względu na sposób znalezienia noclegu

Niewątpliwie ważną informacją dla właścicieli i osób zarządzających obiektami noclegowymi jest sposób, w jaki turyści szukają noclegu. Odpowiadając na to pytanie jednocześnie wskazują miejsca, w których informacji o noclegach oczekują i tym samym

gdzie powinny być one umieszczane. Mając tą wiedzę branża turystyczna może trafniej umieszczać swoje oferty, lepiej docierać do potencjalnych odbiorców, klientów.

Odpowiedzi na pytanie *W jaki sposób znalazł Pan nocleg?* udzielali Ci turyści, którzy zostawali na co najmniej jedną noc w Toruniu. Na to pytanie nie odpowiadali turyści nocujący u rodziny lub znajomych, gdyż nie szukali sami noclegu i tym samym nie oceniali standardu noclegu czy dostępności informacji o nim. Z ogółu turystów przyjeżdżających do Torunia 38,4% zdecydowało się zostać na co najmniej jedną noc, ale jedynie 22,5% respondentów wskazało sposób znalezienia noclegu.

Co trzeci turysta z Polski (31,8%) zdecydował się zostać na noc, ale tylko 16,1% gości krajowych zaznaczyło w ankiecie sposób znalezienia noclegu. Turyści zagraniczni nocują w Toruniu dużo częściej (60,8%) ale tylko 43,9% z nich nie zostało u rodziny i znajomych, i tym samym wskazało sposób znalezienia noclegu.

Turyści najczęściej znajdują nocleg za pomocą Internetu: w 2009 roku 44,2% ogółu respondentów wskazało to źródło informacji (wzrost na poziomie 6,2 punktu procentowego względem 2008 roku). Jeszcze przed rokiem to turyści zagraniczni częściej w ten sposób szukali noclegu, zaś w 2009 roku więcej wskazań na Internet było wśród gości krajowych – niemal połowa nocujących w Toruniu Polaków wskazała to źródło informacji.

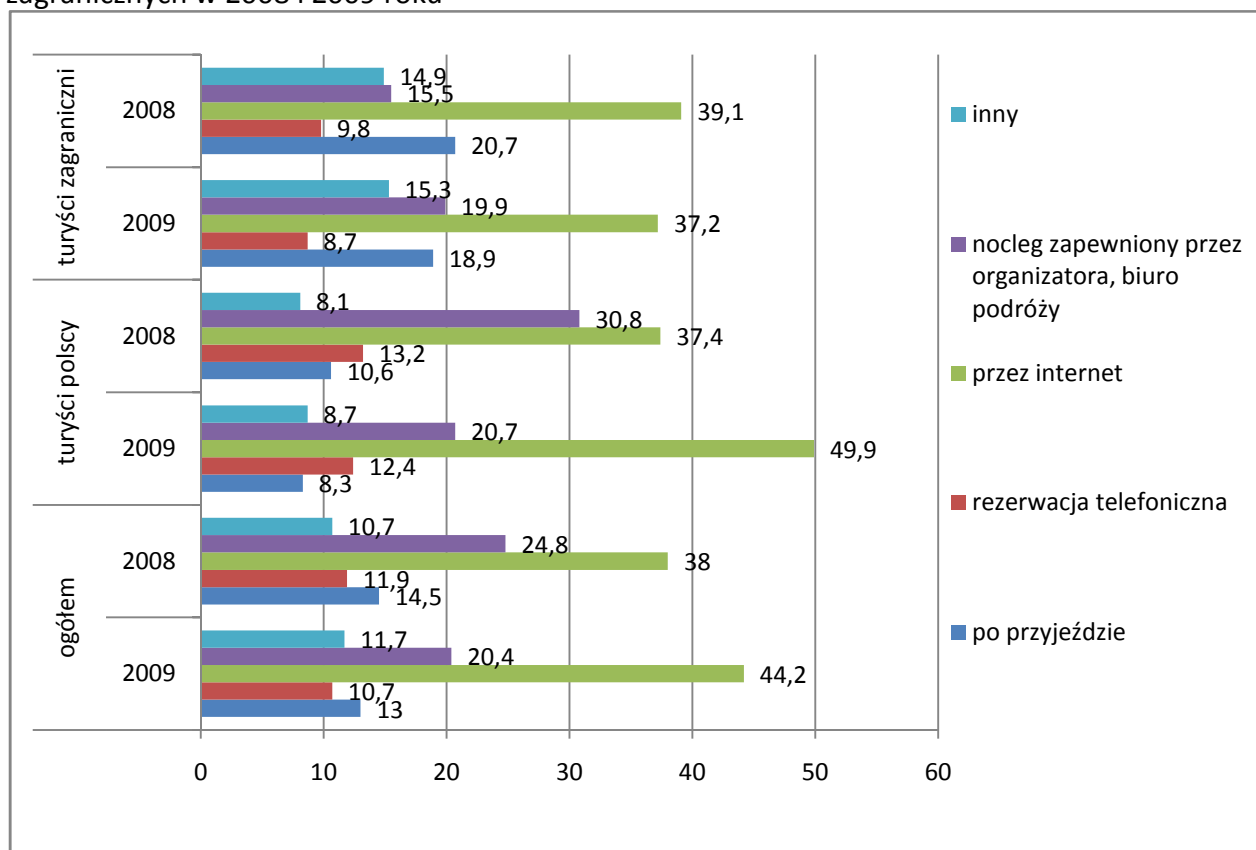
W 2009 roku co piąty turysta nie szukał noclegu, ponieważ był on zapewniony przez organizatora/ biuro podróży (odnotowany spadek o 4,4 punktu procentowego względem 2008 roku).

Coraz mniej osób rezerwuje nocleg telefonicznie, w każdej z kategorii: zarówno wśród krajowych jak i zagranicznych gości odnotowano nieznaczne spadki w liczbie wskazań. W 2009 roku w ten sposób zapewnił sobie nocleg co dziesiąty turysta zostający na noc.

Coraz rzadziej turyści przyjeżdżają „w ciemno”, szukając noclegu dopiero po przyjeździe: w przypadku gości krajowych jak i zagranicznych odnotowano spadek względem poprzedniego roku: odpowiednio o 2,3 i o 1,8 punktu procentowego. Przy czym 2 razy częściej w ten sposób podróżują obcokrajowcy niż Polacy. Pod tą kategorią kryją się również sytuacje, gdy pracownicy Informacji Turystycznej pomagali szukać bądź bezpośrednio rezerwowali turystom nocleg w Toruniu.

Pod kategorią „inny” najczęściej kryją się sytuacje, gdy w szukaniu noclegu turystom pomagali np. znajomi z Torunia. Zdarzało się, że turyści nie szukali noclegu, bo był on znany im z wcześniejszego pobytu bądź z rekomendacji innych osób.

Wykres 30: Sposób znalezienia noclegu przez turystów ogółem oraz z podziałem polskich i zagranicznych w 2008 i 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2008 i 2009 roku

b) Baza noclegowa w opinii respondentów

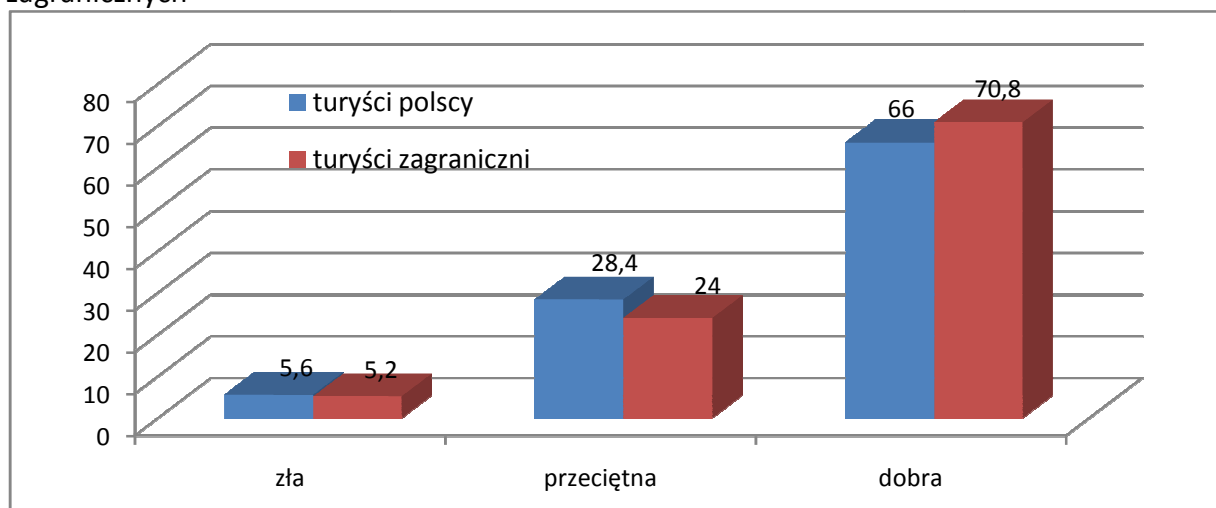
Wśród przebadanych turystów jedynie 747 osób zdecydowało się zostać na noc, stanowiąc przy tym 38,4% ogółu turystów. Największa ich część nocowała u rodziny, znajomych (38,3% wskazań). Pozostali grupa – 461 osób, czyli 61,7% nocujących w Toruniu - proszona była o ocenę toruńskich noclegów w trójstopniowej skali pod następującymi względami:

- dostępność informacji o noclegach – czy informacja o obiektach była zrozumiała i wystarczająco obszerna w miejscu poszukiwania tej informacji, łatwo dostępna zarówno w miejscu zamieszkania turysty jak i w Toruniu;
- różnorodność bazy noclegowej – czy turysta znajduje w Toruniu obiekty o cechach, których potrzebuje, czy są one wystarczająco różnorodne, adekwatne do potrzeb turysty pod względem standardu, lokalizacji czy ceny;
- standard – czy miejsce spełniało w subiektywnym odczuciu potrzeby turysty;

- cena w stosunku do standardu – czy cena była adekwatna do standardu obiektu, warta swojej ceny w stosunku do sprzedanego towaru jakim jest nocleg

Dostępność informacji o noclegach przez respondentów była oceniona w skali trójstopniowej (dobra, przeciętna i zła) i została oceniona na **2,63** (w roku poprzednim ocena wyniosła 2,67). Odpowiedzi na to pytanie dużo częściej udzielali obcokrajowcy (34,5% ocen) niż Polacy (13,2% ocen). Wśród odpowiedzi tradycyjnie przeważa ocena „dobra” zarówno wśród turystów polskich i zagranicznych, przy czym goście krajowi są bardziej surowi w swoich ocenach: Polacy częściej używali oceny „przeciętnej” i „złej” (średnia ocena wśród nich to 2,6), zaś wśród obcokrajowców jest więcej ocen „dobrych” (średnia wynosi 2,66).

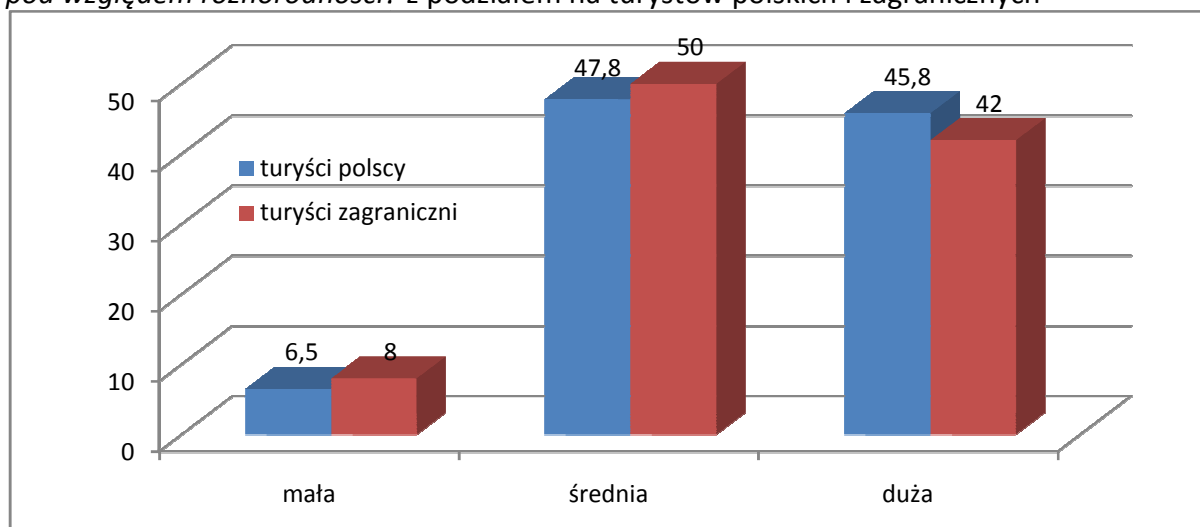
Wykres 31: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem dostępności informacji o noclegach?* z podziałem na turystów polskich i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Różnorodność oferty noclegowej również oceniana była trójstopniowo (duża, średnia, mała). Swoje oceny na ten temat wyraziło 33,6% obcokrajowców i 13,4% Polaków odwiedzających Toruń. Średnia ocen w 2009 roku wyniosła **2,37**, czyli dokładnie tyle samo co w 2008 roku. Podobnie jak przed rokiem najczęściej wskazań było na ocenę „średnią”. W tym przypadku ostrzejsze oceny mieli obcokrajowcy (ich średnia ocena wyniosła 2,34) niż turyści krajowi (2,31). Goście z zagranicy częściej niż Polacy używali oceny „średnia” i „mała”.

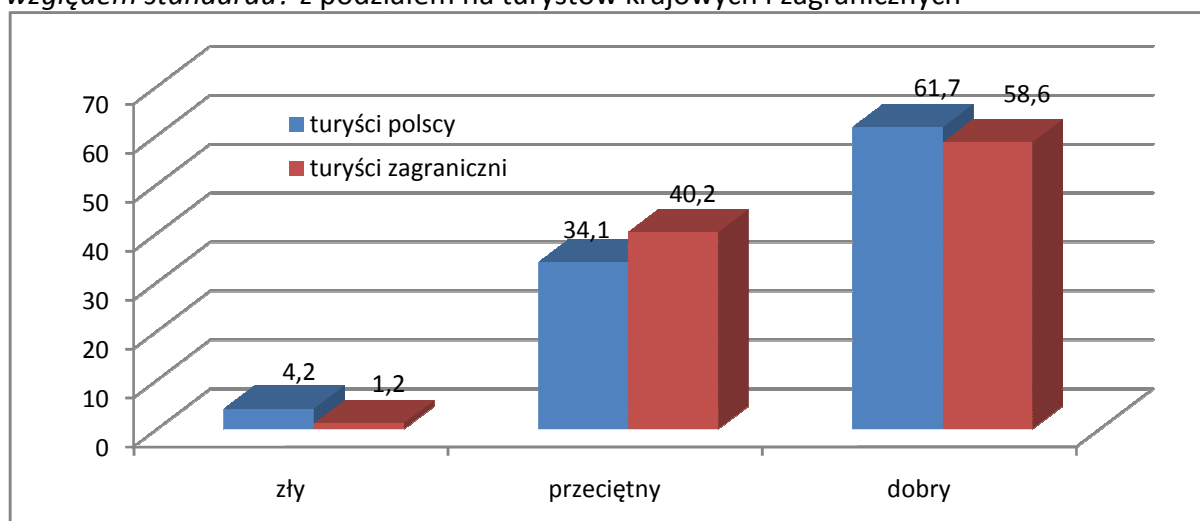
Wykres 32: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem różnorodności?* z podziałem na turystów polskich i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Subiektywna ocena standardu w obiektach noclegowych w skali trójstopniowej (dobry, przeciętny, zły) wyniosła w 2009 roku **2,57** (dla porównania w 2008 roku wyniosła 2,56). Oceny standardu podjęła się największa, w porównaniu z pozostałymi kryteriami bazy noclegowej, grupa respondentów: ocenę swoją wyraziło 14,3% badanych turystów polskich oraz 37,9% obcokrajowców. Zarówno wśród krajowych jak i zagranicznych gości najczęściej wskazań było na ocenę „dobrą”, choć w obu przypadkach wzrosła względem 2008 roku liczba wskazań na ocenę standardu jako „przeciętny”.

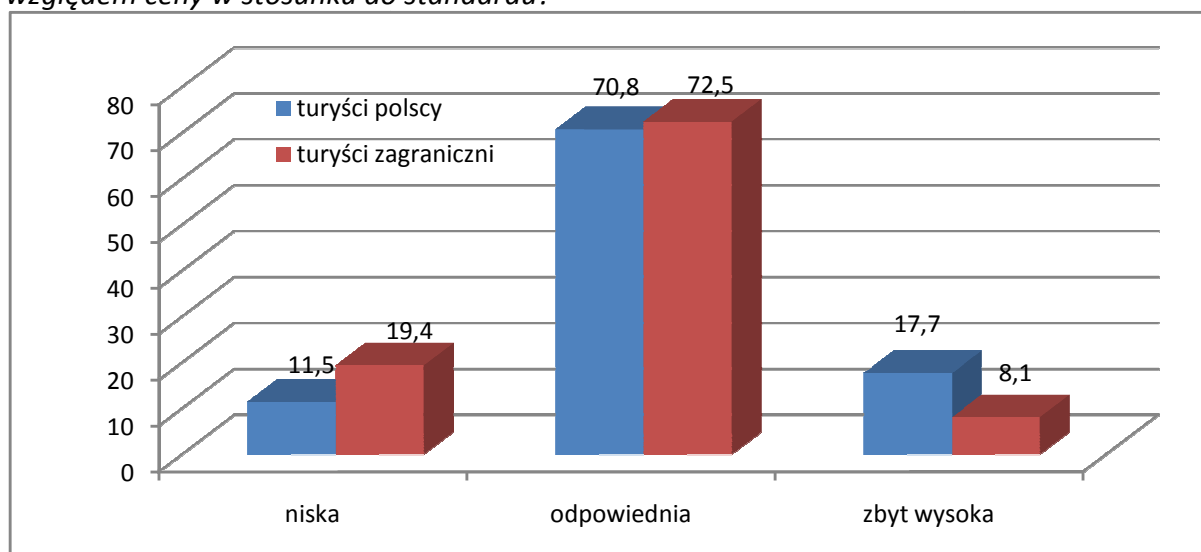
Wykres 33: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową pod względem standardu?* z podziałem na turystów krajowych i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Cena w stosunku do standardu oceniana była również w skali trójstopniowej (niska, odpowiednia, zbyt wysoka). Tego zadania podjęło się 14% Polaków odwiedzających Toruń w 2009 roku oraz 35,9% gości zagranicznych. Tradycyjnie, największa liczba turystów uznała cenę za adekwatną do wartości, (odpowiednią). Podobnie jak przed rokiem, częściej to turyści polscy niż obcokrajowcy wyrażali opinię, że cena noclegu jest zbyt wysoka do oferowanego standardu. Z roku na rok procent turystów uznających cenę za zbyt wysoką wzrasta: w przypadku turystów krajowych procent ten wyniósł w 2007 15,6%, w 2008 16,7%, by w 2009 roku uplasować się na wysokości 17,7% turystów krajowych. W przypadku zagranicznych gości procent ten w 2007 roku wyniósł 2,7%, w 2008 już 7,9% by w 2009 wynieść 8,1% obcokrajowców. Zwiększył się również procent turystów uważających cenę za niską: wśród Polaków opinię taką wyraziło 11,5% (w 2008 roku było 9,3%), zaś wśród gości zagranicznych 19,4% (w 2008 roku było 12,1%).

Wykres 34: Struktura odpowiedzi na pytanie *Jak ocenia bazę noclegową Torunia pod względem ceny w stosunku do standardu?*



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Podsumowując, przy ocenie bazy noclegowej różnorodności noclegów i ceny w stosunku do standardu turyści najczęściej wskazywali oceny uśrednione, przeciętne. Zaś w przypadku dostępności informacji o noclegach i subiektywnej oceny standardu oceny były wysokie, dobre.

c) Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego przez respondentów

Współcześnie turystyka to nie tylko letni wypoczynek, kilkudniowy w ciągu całego roku czas relaksu, krótka zmiana miejsca zamieszkania. Osoby, których praca polega na podróżowaniu korzystają z typowych form obsługi turystycznej, czyli noclegów czy transportu dużo częściej. Dla niektórych podróże są pasją, zaś dla jeszcze innych podróżowanie jest stylem życia. Zjawiskiem, jakim jest turystyka zajmują się badacze nie tylko z kręgu nauk geograficznych, ale również badacze nauk społecznych, psychologicznych jak i ekonomicznych. Fakt, że turystyka może stanowić znaczącą gałąź gospodarki potwierdzą te kraje, regiony, w których duża część społeczeństwa czerpie dochody właśnie z przyjazdów turystów. Dla nich turystyka to praca, a tym samym dochody, czyli zarobkowanie. Oczywiście jest, że im dłużej turysta przebywa w danej miejscowości, regionie czy kraju tym w większym stopniu korzysta z dużego wachlarza usług turystycznych. Wówczas wydaje większe kwoty pieniędzy w danym miejscu, które następnie trafiają w postaci podatków np. do lokalnej kasy.

Respondenci proszeni byli w ankiecie o wskazanie form obsługi turystów, z których już zdążyli skorzystać bądź dopiero mieli taki zamiar, niezależnie czy z danej usługi już skorzystali czy dopiero zadeklarowali taką chęć to odpowiedź była brana do dalszej analizy.

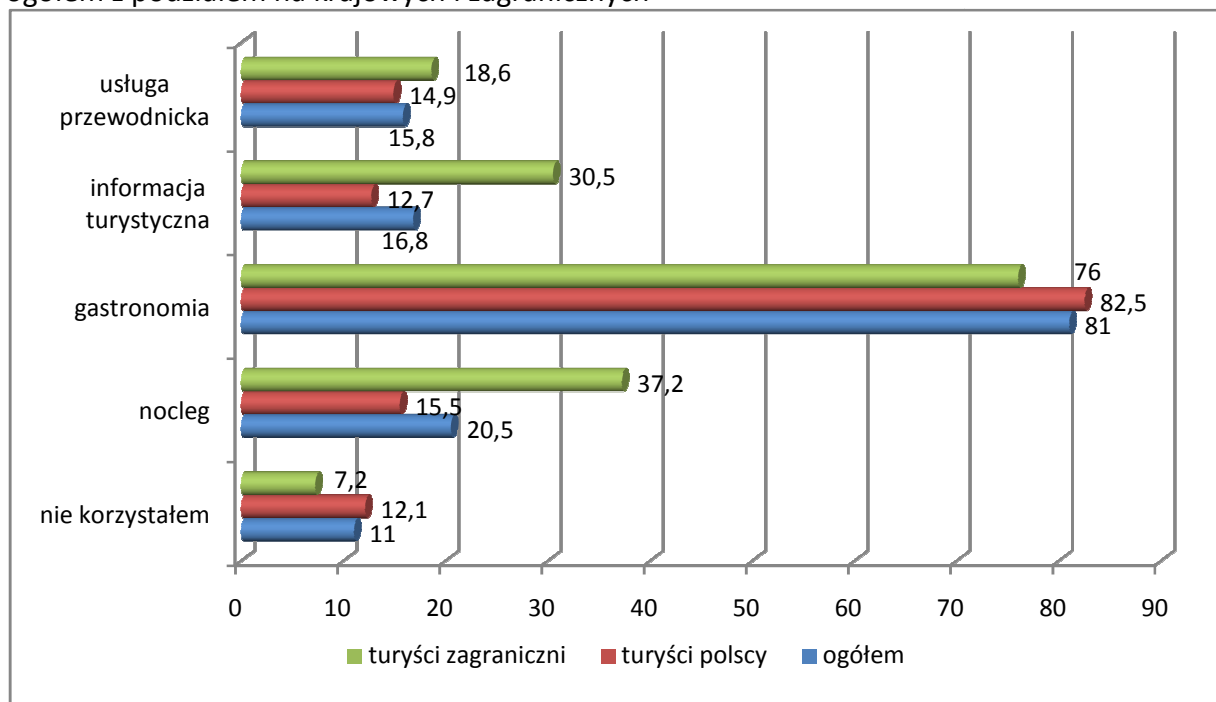
W 2009 roku 11% respondentów nie korzystało z żadnej z usług obsługi turystów (spadek względem roku 2008 o 2,4 punktu procentowego). Wśród turystów polskich procent nie korzystających z żadnych usług wyniósł 12,1%, zaś wśród obcokrajowców 7,2%. Z trzech wybranych form obsługi turystów skorzystało 8,3% ogółu respondentów (5,7% krajowych i 16,8% obcokrajowców), zaś ze wszystkich wymienionych, czyli z usługi przewodnickiej, informacji turystycznej, gastronomii i noclegu skorzystało 0,8% respondentów (wśród turystów polskich procent ten wyniósł 0,7%, wśród zagranicznych 1,3%).

Obcokrajowcy niemal dwa razy częściej korzystają z Informacji Turystycznej od turystów krajowych. Korzystanie z usług toruńskiej informacji turystycznej zadeklarowało 16,8% ogółu respondentów (w 2008 roku było 14,2% wskazało taki zamiar).

Z gastronomii nieco częściej korzystają turyści krajowi (82,5%) niż zagraniczni (76%), (różnica między krajowymi a zagranicznymi turystami w 2008 roku wyniosła 20,8 punktów procentowych).

Dwa razy częściej z noclegów w obiektach hotelarskich korzystali obcokrajowcy (37,2%) niż turyści krajowcy (15,5%). Obcokrajowcy w 2009 roku częściej deklarowali w ankiecie korzystanie z noclegów (37,2% wskazań) niż w 2008 roku (33,7% wskazań). W przypadku turystów polskich odnotowano niewielki spadek w korzystaniu z obiektów noclegowych (z 17,9% w 2008 roku na 15,5% w 2009 roku).

Wykres 35: Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego w 2009 roku przez turystów ogółem z podziałem na krajowych i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

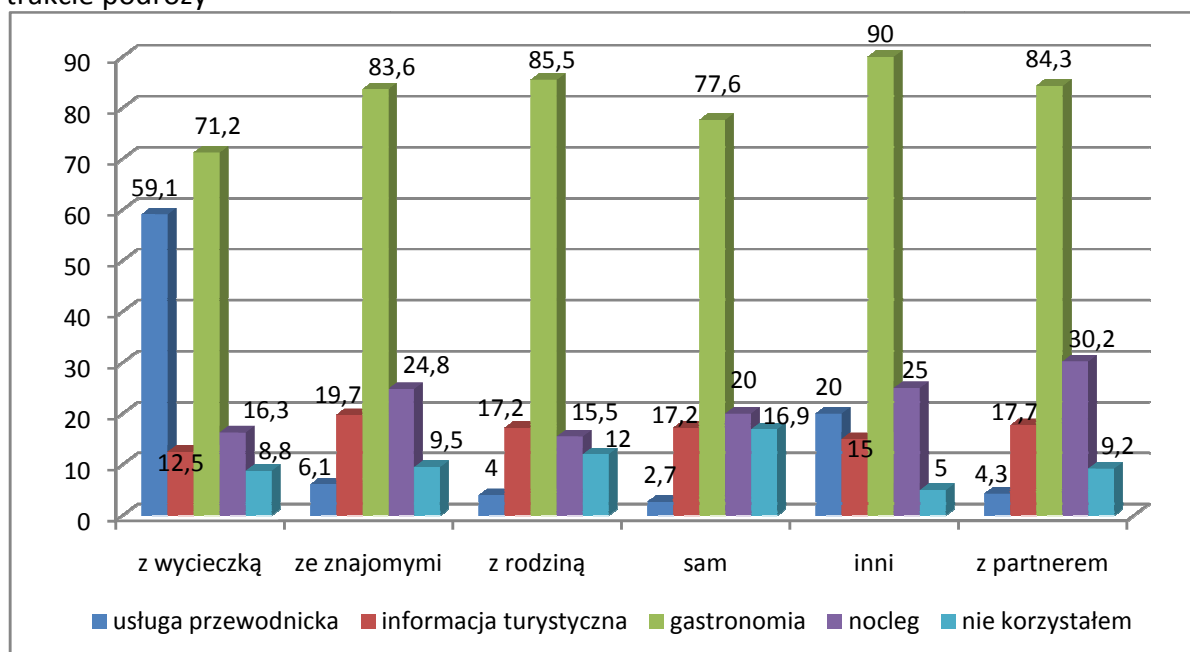
Biorąc pod uwagę korzystanie z form obsługi ruchu turystycznego w zależności od towarzystwa, w którym turyści przyjeżdżają do Torunia nietrudno zauważyć, że z Informacji Turystycznej korzystają przede wszystkim turyści indywidualni. W 2008 roku do Ośrodka Informacji Turystycznej najczęściej przychodzili turyści odwiedzający Gród Kopernika wraz ze znajomymi (19,7%), z partnerem, sympatią czy z rodziną (17,7% wskazań) bądź samemu (po 17,2%). Uczestnicy wycieczek, mając zapewnioną opiekę pilota czy przewodnika, część informacji o mieście uzyskują wcześniej od tych osób. W ten sposób do informacji turystycznej rzadziej przychodzą turyści zorganizowani, gdyż nocleg, wyżywienie czy informacje o atrakcjach miasta grupa ma zapewnione już przed przyjazdem do miasta. Mimo tej tendencji odnotowano niewielki wzrost w liczbie wskazań na informacje turystyczną wśród uczestników wycieczek (w 2008 roku było 8,6% wskazań).

W usług przewodnickich najczęściej korzystają grupy zorganizowane (wzrost w liczbie wskazań względem roku 2008 o 3,8 punktu procentowego). Wysoki stopień wskazań w przypadku gości ujętych w kategorię „inne” (20% wskazań) świadczy o tym, że usługa przewodnicka często jest świadczona turystom jako urozmaicenie pobytu w Toruniu: po różnego rodzaju szkoleniach, konferencjach organizatorzy zapewniają swoim gościom spacer z przewodnikiem po Starówce.

Pod pojęciem gastronomii rozumie się nie tylko obiady dwudaniowe, ale również przekąski typu lody, gofry, zapiekanki czy różnego rodzaju napoje. Dlatego też liczba wskazań na gastronomię jest tak wysoka w każdej kategorii turystów. Najniższy procent wykorzystania gastronomii jest w przypadku turystów zorganizowanych. Jedynie 71,2% respondentów przyznało, że skorzystało bądź skorzysta z gastronomii podczas wizyty w naszym mieście. Ma na to wpływ fakt, że turyści zorganizowani przebywają w Toruniu najkrócej (patrz wykres nr23).

Najczęściej z obiektów noclegowych w Toruniu korzystają turyści przyjeżdżający wraz z partnerką, sympatią – 30,2% wskazań (w 2008 roku było 27,4%) oraz odwiedzający objęci kategorią „inni” – 25% wskazań (we wcześniejszej edycji badań było 60%). Najrzadziej na nocleg w obiektach hotelarskich decydują się turyści odwiedzający Toruń wraz z rodziną.

Wykres 36: Korzystanie z form obsługi ruchu turystycznego z podziałem na towarzystwo w trakcie podróży



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

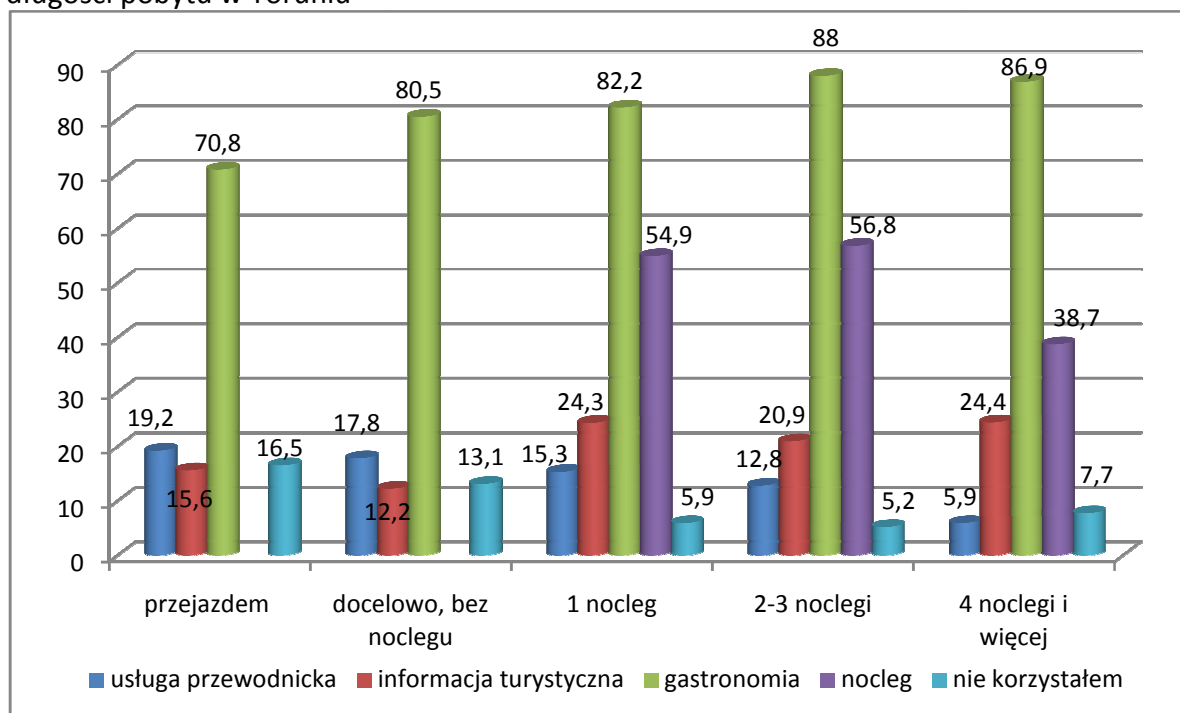
Im dłużej turyści przebywają w naszym mieście tym korzystają z większej liczby form obsługi turystycznej. Poniższy wykres przedstawia wpływ długości pobytu turysty na korzystanie z usług przewodnickich, gastronomii oraz noclegów. W pytaniu tym nie wyodrębniono takich form obsługi gości jak korzystanie z taksówek, miejskiej komunikacji, sklepów, stacji benzynowych itp. Te informacje po części zostaną wskazane w pytaniu o wydatki: (ich wysokość i przeznaczenie).

Wśród turystów odwiedzających Toruń przejazdem, 16,5% nie korzystało z żadnej z usług (w 2008 roku procent niekorzystających wyniósł 23%). Procent turystów nie korzystających z żadnej usługi maleje wraz z wydłużeniem się pobytu w naszym mieście, by wynieść jedynie 7,7% w przypadku turystów spędzających w Toruniu więcej niż 4 noce. (w zeszłym roku było 11,5%).

Najwyższy procent korzystających z oprowadzania przez przewodników miejskich jest wśród turystów przebywających najkrócej – niemal co piąty gość będący przejazdem zadeklarował w kwestionariuszu wywiadu zwiedzanie miasta w towarzystwie toruńskiego przewodnika.

W 2009 roku turyści nieco chętniej korzystali z gastronomii niż przed rokiem. Niezależnie czy byli to goście jednodniowi czy spędzający w Toruniu kilka dni, odnotowano wzrosty w korzystaniu gastronomi na poziomie kilku punktów procentowych.

Wykres 37: Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego przez turystów pod względem długości pobytu w Toruniu



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

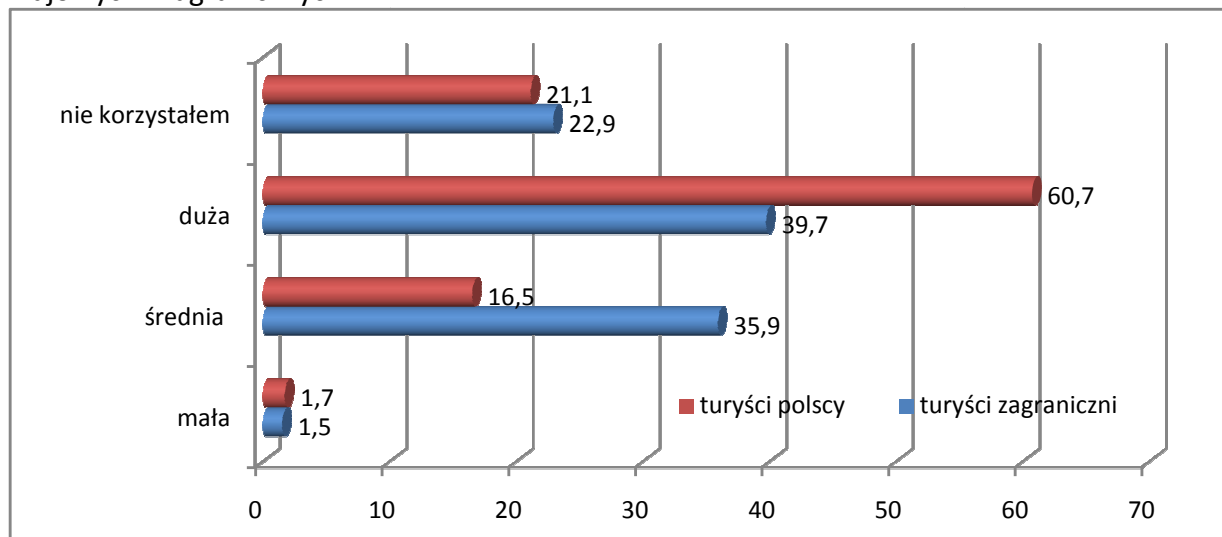
d) Ocena bazy gastronomicznej według przebadanych turystów w 2009 roku

Aż 81% ogółu respondentów zadeklarowało chęć skorzystania z gastronomii podczas swojego pobytu w Toruniu. Zdarzały się sytuacje, że respondent udzielał wywiadu jeszcze przed skorzystaniem z restauracji czy barów, i wówczas ocena gastronomii pod względem różnorodności, dostępności czy ceny względem standardu była niemożliwa. Większość turystów potrafiła jednak ocenić dostępność, różnorodność bazy noclegowej w skali trójstopniowej (duża, średnia, mała) jak i cenę w stosunku do jakości usług (niska, odpowiednia, zbyt wysoka).

Różnorodność bazy gastronomicznej turyści ocenili na **2,69** (w 2008 roku było 2,65). Tradycyjnie turyści krajowi lepiej niż zagraniczni ocenili stan toruńskiej gastronomii: goście z Polski najczęściej dawali ocenę najwyższą, zaś obcokrajowcy najczęściej przyznawali ocenę „średnią”. Porównując wyniki z ostatnich dwóch lat widać, że w 2009 roku respondenci przyznawali wyższe oceny niż w 2008 roku. Goście z Polski (w 2008 roku było 58,9%) jak i obcokrajowcy (w 2008 roku było 33,5%) częściej oceniali dostępność, różnorodność gastronomii jako „dużą”. W 2009 roku obcokrajowcy mieli mniejszy problem z oceną gastronomii i rzadziej (spadek o 6,8 punktu procentowego) wybierali odpowiedź „nie

korzystałem”. Wśród turystów krajowych procent ten pozostał na bardzo zbliżonym poziomie do zeszłego roku.

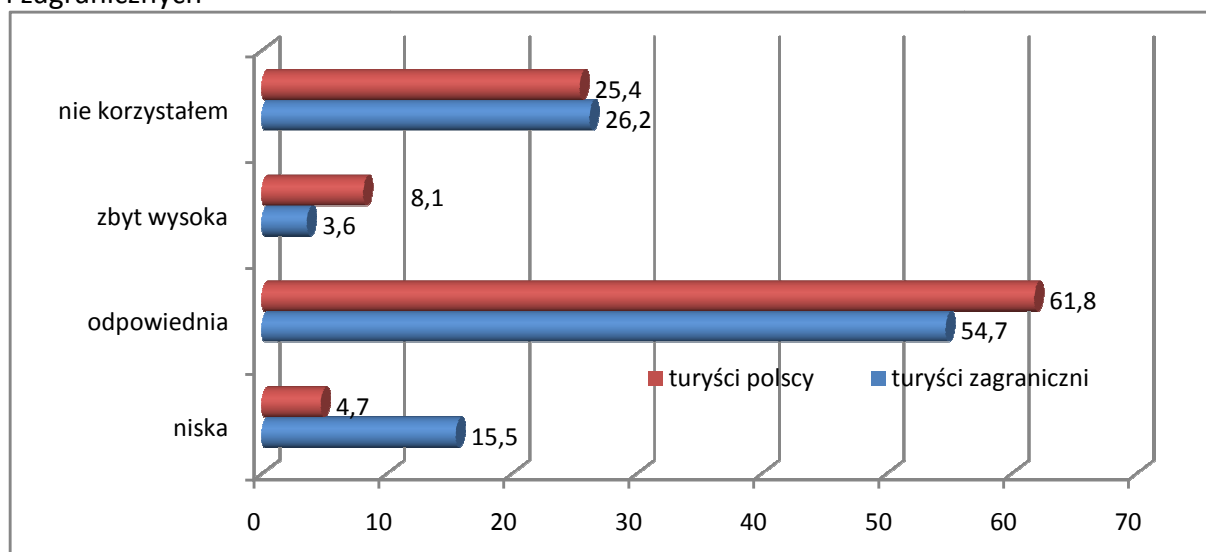
Wykres 38: Dostępność, różnorodność bazy gastronomicznej Torunia w opinii turystów krajowych i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Cena w stosunku do standardu w toruńskich restauracjach, barach i pubach została oceniona w skali trójstopniowej: przy czym najwyższa nota (3) przyznawana była, gdy turysta uznał cenę posiłku za „niską”, średnia (2) za „odpowiednią”, zaś najniższa (1) gdy cena była „za wysoka”, nie adekwatna do wartości. Średnia ocena stosunku ceny do wartości w 2009 roku wyniosła **2,00** (w 2008 roku było 1,98). Najwięcej wskazywano cenę jako odpowiednią do standardu lokali i świadczonych w nich usług. Ponad 15% gości zagranicznych uznało cenę za niską, zaś wśród Polaków taką opinię miało trzy razy mniej respondentów – jedynie 4,7% turystów krajowych. Na zbyt wysoką cenę częściej skarżyli się turyści z Polski (8,1%) niż goście zagraniczni (3,6%).

Wykres 39: Cena w stosunku do standardu gastronomii Torunia w opinii turystów krajowych i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Nie trudno zauważyć, że procent niekorzystających z gastronomii, a tym samym nie wyrażających swoich ocen o toruńskiej gastronomii na obu wykresach nie jest równy. Zdarzały się sytuacje, że respondenci podczas udzielania wywiadu byli jeszcze przed skorzystaniem z oferty barów czy restauracji, ale już przebywając określony czas na np. Rynku Staromiejskim potrafili, jedynie po rozejrzeniu się wokół, stwierdzić, że dostępność, różnorodność gastronomii jest „duża”, „średnia” lub „mała”. W przypadku drugiego kryterium, jakim jest cena w stosunku do jakości usług, niemożliwe było wyrażenie swojej opinii bez skorzystania z niej. Pojawiały się też sytuacje, gdy turysta korzystał z gastronomii, czyli mógł ją ocenić, ale nie płacił osobiście za posiłek, bo np. był zapewniony przez organizatora/biuro podróży. Tym samym nie mógł określić czy usługa była adekwatna do ceny, bo nawet nie znał jej wartości. Dlatego też w przypadku turystów krajowych co piąty (21,1% turystów krajowych) nie ocenił dostępności, różnorodności bazy gastronomicznej Torunia, zaś co czwarty (25,4% turystów krajowych) nie wyraził swojej opinii o cenie tej usługi. W przypadku zagranicznych różnica braku odpowiedzi między pierwszym a drugim kryterium oceny wyniosła również ok. 3 punktów procentowych.

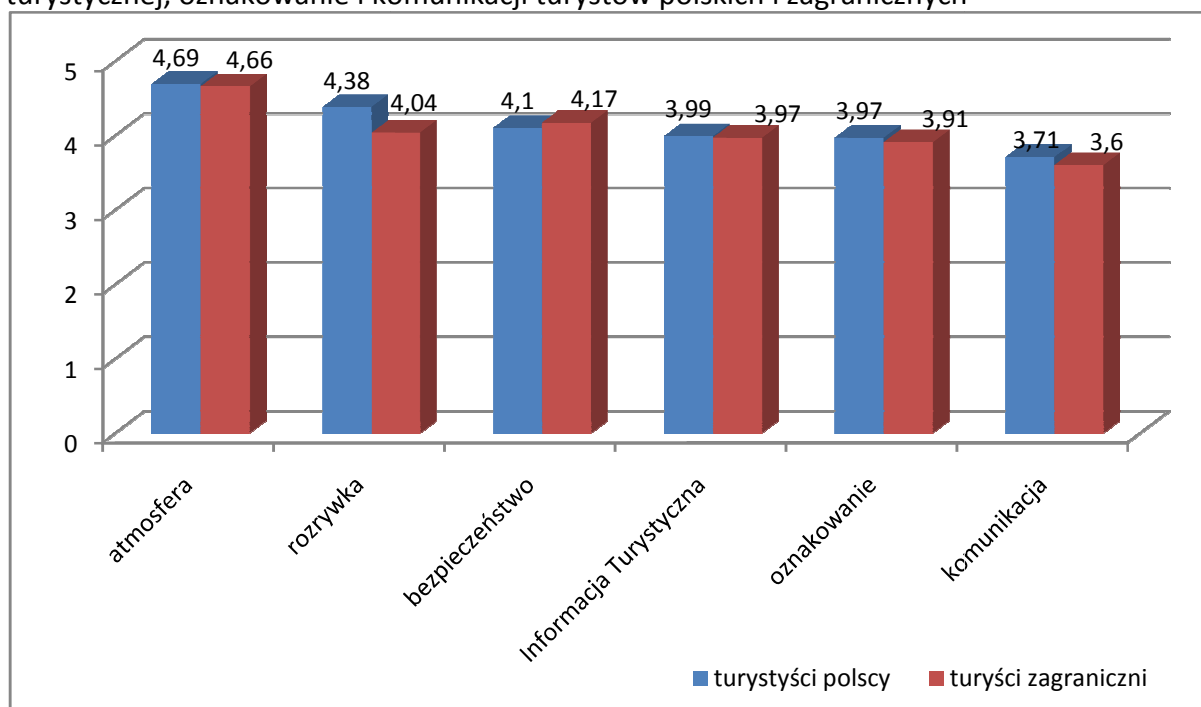
e) **Opinie odwiedzających o wybranych elementach wizerunku turystycznego miasta**

Turysta, udzielając odpowiedzi na kolejne pytania w kwestionariuszu wywiadu proszony jest o ocenę noclegów oraz gastronomii. Około 11% respondentów nie skorzystało z żadnych usług turystycznych, m. in. z gastronomii i noclegów. Jednak niemal każdy odwiedzający był w stanie ocenić bezpieczeństwo, oznakowanie, atmosferę, system informacji turystycznej, komunikację oraz rozrywkę. Respondenci określali te elementy wizerunku miasta według pięciostopniowej skali (b. dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, b. źle).

Tradycyjnie elementem wizerunku Torunia zbierającym najwyższe noty była atmosfera miasta, która została oceniona na **4,7** (identycznie jak przed rokiem). Nie uległy zmianom średnie oceny rozrywki – **4,3**, komunikacji – **3,7** oraz systemu informacji turystycznej – **4**. Nieznaczny wzrost odnotowano w przypadku oznakowania – **4** (w 2008 roku było 3,9), zaś niewielki spadek dotyczący ocen bezpieczeństwa – **4,1** (w 2008 roku było 4,2).

Badanie nie wykazało większych różnic w ocenach wystawianych przez turystów krajowych i zagranicznych. Polacy przyznają nieznacznie wyższe noty we wszystkich kategoriach, poza bezpieczeństwem. Warto zwrócić uwagę, że przy poniższych kategoriach różnice między ocenami wynoszą jedynie setne procenta.

Wykres 40: Średnie oceny atmosfery, rozrywki, bezpieczeństwa, systemu informacji turystycznej, oznakowanie i komunikacji turystów polskich i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Im dłuższy jest pobyt turysty w mieście tym łatwiej mu wyrazić swoją opinię o elementach wizerunku miasta. Poniższy wykres pokazuje, że najszybciej turyści wyrabiają sobie zdanie o atmosferze oraz bezpieczeństwie: w przypadku atmosfery jedynie 1% zaś w przypadku bezpieczeństwa 4,6% respondentów „nie miało zdania”. Poniższy wykres pokazuje, że najrzadziej turyści oceniali rozrywkę (807 respondentów, czyli 41,5% nie potrafiło wskazać żadnej z ocen), komunikację (730 udzielających odpowiedzi, czyli 37,5% nie miało zdania) oraz system informacji turystycznej (600 osób, czyli 30,9% nie oceniło go). Porównanie wyników badań z 2008 i 2009 roku wykazuje, że coraz niższy procent respondentów nie potrafi ocenić poszczególnych elementów wizerunku miasta. Coraz większa liczba oddanych głosów sprawia, że zebrane oceny bezpieczeństwa, oznakowania czy rozrywki są jeszcze bardziej wiarygodne. W 2008 roku, przy wielkości próby badania 1900 respondentów, odnotowano 2560 wskazań na „brak zdania”, zaś w 2009 roku, przy nieco większej wielkości próby (1944 respondentów) odnotowano 2371 wskazań na „brak zdania”.

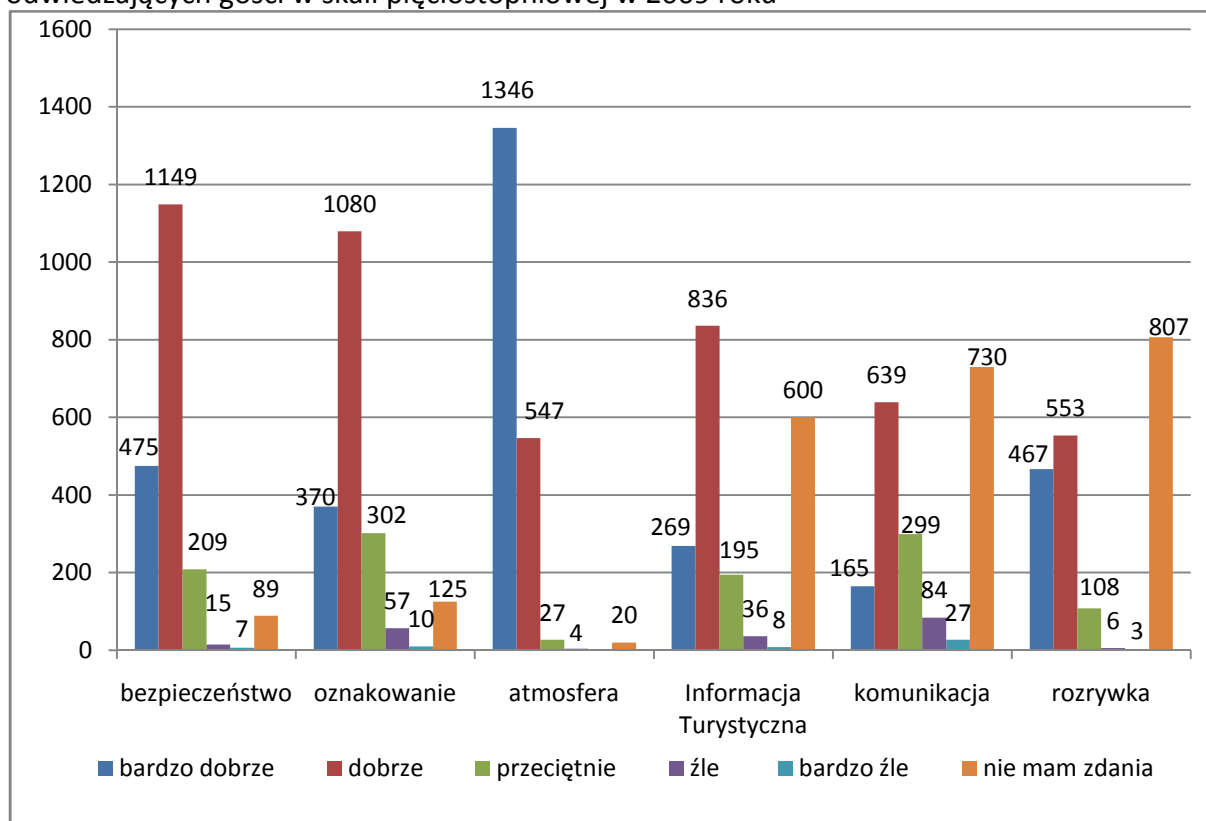
Atmosfera miasta w tym rankingu zdobyła najwyższą średnią ocenę, (otrzymała największą liczbę wskazań na ocenę „bardzo dobrą”). Nie było ani jednej oceny „bardzo złej” oraz jedynie – najmniej spośród wszystkich ocenianych elementów wizerunku miasta – cztery oceny „złe”.

W przypadku oceny oznakowania, bezpieczeństwa i systemu informacji turystycznej najwięcej było wskazań na ocenę „dobrą”. Oceniając komunikację i rozrywkę najczęściej respondenci nie mieli zdania, dlatego, że aby móc ocenić te elementy należy z nich skorzystać, a tym samym pobyc w Toruniu dłużej niż kilka chwil. Kolejną, najczęściej wskazywaną oceną była ocena „dobra”.

Największa liczba „bardzo złych” ocen została użyta do określenia komunikacji – 27 respondentów wskazało tą najniższą ocenę.

Porównując wyniki badań z 2008 i 2009 roku można zauważyć, że w 2008 roku (przy wielkości próby 1900 osób) respondenci określając kolejne elementy wizerunku miasta użyli łącznie 2750 ocen „bardzo dobrych”, zaś rok później (przy wielkości próby 1944 osób) respondenci 3092 razy przyznali najwyższą, „bardzo dobrą” ocenę w kolejnych kategoriach. Świadczy to o tym, że miasto Toruń ogólnie jest z roku na rok coraz lepiej postrzegane przez odwiedzających.

Wykres 41: Liczba wskazań na poszczególne elementy wizerunku miasta wśród odwiedzających gości w skali pięciostopniowej w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

f) Skojarzenia z Toruniem turystów odwiedzających Toruń w 2009 roku

Respondentom zostało zadane pytanie *Z czym kojarzy się Pani/Panu Toruń?*. Jest to pytanie otwarte, respondenci udzielając odpowiedzi nie mieli narzuconego limitu w ilości wskazań. Turyści mogli podać nieskończenie wiele skojarzeń, choć do dalszej analizy brane są trzy pierwsze skojarzenia - wskazania. Przy notowaniu odpowiedzi respondenta na to pytanie ankieterzy zwracali szczególną uwagę na kolejność, w jakiej padały odpowiedzi. Dzięki temu możemy zbadać, które skojarzenia przychodzą turystom do głowy jako pierwsze. Jedynie 4,4% respondentów miało trudność ze wskazaniem jakiegokolwiek skojarzenia. Zaś 42,3% ogółu respondentów potrafiło wskazać co najmniej trzy skojarzenia, symbole naszego miasta (wśród turystów polskich procent ten wyniósł 49,7%, wśród obcokrajowców 17,7%). W tym przypadku odnotowano wzrost na poziomie około 7 punktów procentowych (w 2008 roku 35,3% ogółu respondentów wskazało więcej niż trzy własne skojarzenia z Toruniem).

Marka „Toruń” jest bardzo dobrze rozpoznawalna wśród turystów odwiedzających miasto. Ponad 95% turystów miało pewne skojarzenia z naszym miastem (w 2008 roku

skojarzenia z miastem miało 93,7% respondentów). W przypadku turystów krajowych stopień rozpoznawalności Torunia był niemal stuprocentowy (99,8% turystów Polskich miało skojarzenia z miastem), zaś w przypadku obcokrajowców ponad ¾ respondentów potrafiła wskazać swoje własne skojarzenia z odwiedzanym miastem (77,6% turystów zagranicznych).

Z reguły skojarzenia turystów były jednoznaczne, choć zdarzały się sytuacje, gdy podawali oni konkretne nazwy np. restauracji czy pubów, festiwali mających miejsce w Toruniu bądź wspominali znane sobie osoby z naszego miasta. Aby trafniej odczytać wyniki badania wszystkie skojarzenia turystów zostały posegregowane w kategorii.

Najczęściej Toruń kojarzy się z postacią Mikołaja Kopernika. Turyści polscy, słysząc nazwę naszego miasta myślą o słynnym astronomie – aż 78% respondentów wskazało postać Kopernika jako skojarzenie z naszym miastem (w 2008 roku było 75%). Wśród obcokrajowców Mikołaj Kopernik z roku na rok ma coraz wyższe notowania: w 2008 roku 40% gości zagranicznych powiązało Toruń z postacią astronoma, zaś w 2009 procent ten wyniósł już 44,4% ogółu wskazań. Czy postać Mikołaja Kopernika była pierwszym skojarzeniem turystów z Toruniem? Co trzeci cudzoziemiec (76,3%) zapytany o skojarzenia z Toruniem, w pierwszej kolejności wskazuje Mikołaja Kopernika. Dla turystów polskich pierwsza myśl, skojarzenie z Toruniem to w równym stopniu albo pierniki (74,1% wskazań) albo postać astronoma (78% wskazań): jeśli Kopernik był wymieniony na pierwszym miejscu, to zaraz na drugim były pierniki, i na odwrót. Skojarzenia UMK, Radio Maryja, Wisła z bulwarami, żużel, Planetarium, Krzyżacy, rozrywka z restauracjami i z pubami miały dużo więcej wskazań przy drugiej i przy trzeciej udzielonej odpowiedzi.

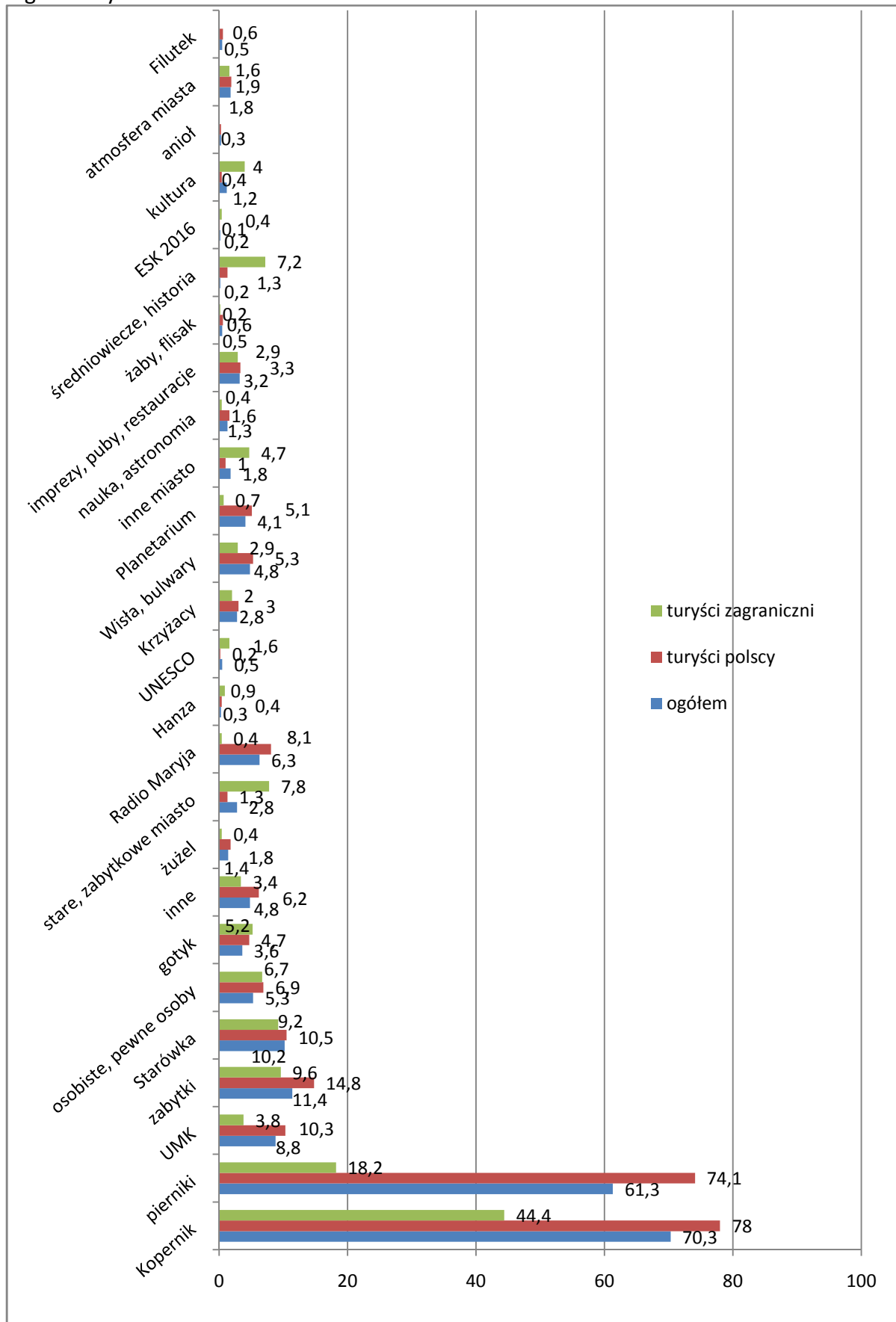
Różnice między skojarzeniami Polaków i cudzoziemców na korzyść turystów krajowych są także w przypadku pierników, UMK, Radia Maryja i Planetarium, czyli instytucji kierujących ofertę przede wszystkim do gości z Polski. Turyści zagraniczni wskazywali wartości bardziej uniwersalne tj. „kulturę”, „średniowiecze i historię”, Toruń to dla nich „stare, zabytkowe miasto” i „gotyk”. Często turyści (szczególnie z Niemiec) w pytaniu o skojarzenia z Toruniem wskazywali inne sobie znane miasto, porównywali Toruń z polskim bądź zagranicznym miastem, wymieniając jego nazwę.

W 2009 roku wyróżniona została jeszcze jedna kategoria „atmosfera, klimat miasta”. Respondenci z uporem wskazywali tą odpowiedź, tym samym ankieterzy wpisywali ją do kwestionariusza wywiadu. Wcześniejsze edycje badań wykazały, że „atmosfera” pojawia się regularnie wśród odpowiedzi na kolejne pytanie *Co zapamięta Pan/Pani ze swojego pobytu*

w *Toruniu*? i kategoria ta zajmuje też wysoką pozycję. Najwidoczniej, klimat naszego miasta zachwyca odwiedzających nie tylko w momencie wyjazdu z Torunia, ale znany jest gościom już przed przyjazdem. Toruń słynie z panującej w nim atmosfery, choć jeszcze nie w tak dużym stopniu jak w przypadku np. Kopernika.

W przypadku cudzoziemców nie można jednoznacznie wskazać skojarzeń, które padały z ust respondenta jako pierwsze oraz tych wskazywanych jako drugie i trzecie. W skład cudzoziemców wchodzi respondenci – przedstawiciele 38 państw, więc ich odpowiedzi są bardzo różnorodne.

Wykres 42: Skojarzenia respondentów z Toruniem, z podziałem na turystów polskich i zagranicznych w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

g) Powody szczególnego niezadowolenia respondentów z pobytu w Toruniu

Respondentom zostało zadane pytanie *Co według Pana/Pani można poprawić w Toruniu, żeby turysta był bardziej zadowolony? Czy czegoś brakuje? Czy było coś, co szczególnie się Panu/Pani nie podobało?*. Odpowiadając na to pytanie turyści mieli okazję wyrazić swoje niezadowolenie z form obsługi turystów czy elementów wizerunku miasta, wskazać występujące podczas pobytu ewentualne problemy, zasugerować wprowadzenie udogodnień dla odwiedzających Toruń. Pytanie w ankiecie ma formę otwartą, dzięki czemu respondenci wskazują te problemy, które osobiście zauważyli, nie zaś ewentualne uwagi zasugerowane przez badaczy. Podobnie jak w pytaniu o skojarzenia turystów z naszym miastem, również w tym pytaniu ankieterzy zwracali szczególną uwagę na kolejność pojawiania się opinii. Następnie notowali wszystkie uwagi respondentów zgodnie z kolejnością pojawiania się ich. Do dalszej analizy były brane trzy pierwsze odpowiedzi.

Badanie wykazało, że 48,8% ogółu respondentów nie miało żadnych uwag (w 2008 roku procent ten wyniósł 49,8%). Zdarzało się, że turyści przy tym pytaniu zamiast podawać uwagi i wskazywać problemy, dzielili się swoimi bardzo pozytywnymi odczuciami związanymi z naszym miastem.

Uwagi dotyczące niezadowolenia lub sugestie poprawy potrafiło wskazać 51,2% ogółu respondentów (w 2008 roku było to 50,2%). Większej części tych turystów nie podobała się tylko jedna rzecz w naszym mieście (18,3% ogółu respondentów wskazało dwie przyczyny swojego niezadowolenia, zaś 5% ogółu miało co najmniej trzy tego typu uwagi).

Część niepocholebnych opinii np. o noclegach czy gastronomii respondenci mieli okazję wyrazić przy wcześniejszych pytaniach dotyczących tych form obsługi turystów. Część z tych opinii powtarzała się wśród odpowiedzi o szczególnym niezadowoleniu z pobytu w naszym mieście.

Trzeba zaznaczyć, że pojawienie się uwag przy tym pytaniu nie zawsze oznacza, że respondent cały wyjazd uważał np. za nieudany. Często turysta dzielił się z ankieterem dobrymi praktykami, pewnymi rozwiązaniami zaczerpniętymi z innych miast, sugerując przy tym, że te rozwiązania mogłyby się przyjąć w Toruniu.

Bywały też sytuacje, że respondent zwracał uwagę np. na problemy z dojazdem do miasta, na które ani władze miasta ani pracownicy branży turystycznej nie mają wpływu.

Nie do końca można zgodzić się ze wszystkimi opiniami wyrażanymi przez respondentów. Skargi dotyczące np. braku oznakowania zabytków nie zawsze są

uzasadnione, gdyż większość obiektów historycznych mieszczących się w centrum ma szklaną tablicę, z krótką charakterystyką w trzech językach. Pojawiające się uwagi mogą oznaczać, że respondenci ich nie zauważają i tym samym uznają, że ich nie ma. Pojawiała się również sugestia, aby rozkład PKP znajdował się na Starówce, by turyści nie musieli jechać na Dworzec Główny tylko po to, by sprawdzić godzinę odjazdu swojego pociągu. Turyści nie wiedzą, że rozkład jazdy pociągów znajduje się m. in. w Ośrodku Informacji Turystycznej, odpowiednie połączenia kolejowe potrafi również odnaleźć recepcjonista w obiekcie hotelowym z dostępem do komputera.

Wszystkie uwagi bądź sugestie turystów pojawiające się w ankiecie zostały, podobnie jak w latach poprzednich, posegregowane w następujące kategorie:

Parkingi – to najczęściej wskazywana kategoria, obejmuje wszelkie uwagi dotyczące problemów z parkowaniem, nie tylko na obszarze Starówki. Ogromna zaleta Torunia, wskazywana często przez organizatorów turystyki, polega na tym, że wszystkie najważniejsze obiekty do zwiedzania znajdują się w jednym miejscu. Aby sprawnie zwiedzić centrum turyści nie potrzebują autokaru, tylko własnych nóg. Autokar czy samochód zostawia się na obrzeżach Starego Miasta i wraca do niego po załatwieniu spraw, zwiedzeniu miasta. Mimo tego, że każde większe miasto wprowadza ograniczenia przy wjeździe do centrum, turyści nadal oczekują możliwości wjechania do centrum i zostawienia samochodu najbliższej celu podróży. Kategoria parkingi zawiera uwagi turystów dotyczące opłat za parkowanie, trudności w znalezieniu miejsca parkingowego czy konieczności powrotu do samochodu w czasie zwiedzania, by wykupić dodatkowy czas. Dużym ułatwieniem dla odwiedzających gród Kopernika są wprowadzone od 1 VIII 2009 roku parkometry w centrum miasta. Dzięki nim znikają problemy z niezrozumieniem zasad parkowania, braku parkometrów czy niespotkania parkingowego. Na trudności z zaparkowaniem samochodu częściej skarżyli się turyści krajowi (10,5%) niż zagraniczni (2,7%). Liczba wskazań na parkingi nieco zmalała w 2009 roku – 8,7% ogółu turystów zauważyło ten problem (w 2008 roku 10,6% ogółu turystów).

Oznakowanie – drugą, najczęściej wskazywaną kategorią było oznakowanie, czyli uwagi dotyczące braku kierunkowskazów, map orientacyjnych w najatrakcyjniejszych punktach miasta, informacji o zabytkach na obiektach, wyznaczonych tras zwiedzania oraz oznakowania szlaków. Porównując wyniki z wcześniejszym rokiem odnotowano nieznaczny spadek (w 2008 roku było 9% wskazań).

Stan budynków, chodników, remonty – respondenci zwracali uwagę, że Toruń mimo swojego uroku ma jeszcze wiele rzeczy do poprawienia, kamienic do wyremontowania czy chodników do wyrównania. We wcześniejszych latach prowadzenia badań, w tej kategorii znajdowały się też skargi na uciążliwości związane z już trwającymi remontami budynków czy chodników. Wiosną 2009 roku dobiegała końca wymiana posadzki na ulicy Szerokiej, czyli głównej arterii łączącej oba rynki Starówki. Ankiety „marcowe”, jeśli już zawierały w sobie jakiegokolwiek skargi turystów, to dotyczyły one głównie trudności w poruszaniu się po Starówce, spowodowane uciążliwym remontem tego deptaka. Ze względu na wysoką liczbę wskazań na remont ulicy Szerokiej w pierwszym miesiącu prowadzenia badań w 2009 roku, czyli w marcu, została wyróżniona nowa kategoria **remont deptaka**. Najwięcej wskazań na nią było w ankietach z marca, w mniejszym stopniu, z maja. Gdy skończyły się prace przy Szerokiej pojawił się problem z fontanną Cosmopolis, która była nieczynna w miesiącach letnich. Zaskakujące jest to, że liczba skarg na brak tej atrakcji była znikoma w ankietach sierpniowych i październikowych. Mimo to, tych kilka wskazań zostało ujętych w tej nowej kategorii remont deptaka, fontanny.

Materiały promocyjne – pod tą etykietą kryją się uwagi na niewystarczającą ilość bezpłatnych materiałów, ulotek z informacjami o mieście. Tego typu uwagi trzy razy częściej mieli turyści zagraniczni niż krajowi, co można wiązać z faktem, że obcokrajowcom trudniej zasięgnąć informacji turystycznych w miejscach nieturystycznych np. w sklepach. Obcokrajowcy często udzielali krótkiej odpowiedzi „more info in english, spanish etc.”. Dotyczy to zarówno materiałów papierowych w językach obcych, oraz podpisów na tablicach informacyjnych, kierunkowskazach, mapach,

Toalety – turyści miewają problemy ze znalezieniem toalet, wskazują, że ich ilość jest niewystarczająca. Skarżyli się też na godziny otwarcia, ceny czy na ich standard i czystość. Procent wskazań na problemy z toaletami w 2009 roku był nieco niższy niż w 2008 (spadek o 0,4 punktu procentowego przy ogóle respondentów).

Bezpieczeństwo – pod tą etykietą kryją się wszelkie nieprzyjemne sytuacje, do których doszło podczas pobytu w Toruniu jak i brak poczucia bezpieczeństwa wśród turystów. Porównując z rokiem 2008 odnotowano spadek na poziomie 0,3 punktu procentowego.

Komunikacja – kategoria ta obejmuje niepocholebne opinie respondentów na temat poruszania się komunikacją miejską. Obcokrajowcy przyznają się, że miewają trudności w dotarciu z Dworca Głównego PKP do centrum miasta, gdyż transport na tej trasie nie jest dla

nich wystarczająco zrozumieli. Respondenci zwracali uwagę np. na brak opisu tras w środkach transportu, niewystarczającą informację o sposobach dotarcia do poszczególnych miejsc np. ze Starówki do Fortu IV, bądź wskazywali problemy typu: spóźnienia wozów, ceny biletów. Zdarzały się sytuacje, że zagraniczni goście mieli nieprzyjemności w związku z niezrozumieniem zasad regulaminu korzystania z MZK, np. obowiązywaniem biletu za bagaż (informacja o obowiązku kasowania dodatkowego biletu na bagaż znajdowała się wewnątrz autobusu, bez możliwości dokupienia biletu w środku). Otrzymanie mandatu przez turystę, przy trudnościach językowych w porozumieniu się z kontrolerem, nie pozostawiało pozytywnego wrażenia z pobytu w Toruniu. Pojawiały się również postulaty o częstsze kursy niektórych autobusów.

Korki na ulicach i zły stan dróg – kategoria ta wyodrębniona w 2008 roku z komunikacji obejmuje skargi dotyczące nie tylko stanu dróg w samym mieście, ale też jakości dróg dojazdowych do Torunia. Respondentom dawały się we znaki m. in. uciążliwe remonty dróg, które powodowały korki i tym samym wydłużanie się czasu podróży. Utrudnienia te były wskazywane przez turystów przybywających do Torunia własnym środkiem transportu. Na korki występujące na drogach dojazdowych skarżyli się również piloci, którzy z grupami autokarowymi spóźniali się po kilka godzin do Torunia, na spotkanie z przewodnikiem.

Oznakowanie dojazdowe – wyróżnione w tej kategorii odpowiedzi były wskazywane podobnie jak we wcześniejszych kategoriach - przez turystów zmotoryzowanych, którzy mieli problemy z dojechaniem do centrum. Procent tych niezadowolonych turystów był o ponad połowę niższy niż w 2008 roku.

Obsługa w restauracji, w hotelu – ta kategoria obejmuje wszelkie skargi turystów na obsługę w obiektach turystycznych, noclegowych, gastronomicznych, w atrakcjach turystycznych czy na dworcach. Czasem obsługa była tylko niemiła, czasem niekompetentna. Turyści zagraniczni zaznaczali, że w restauracjach czy kawiarniach powinno być menu również w językach obcych (angielski, niemiecki) oraz np. z obrazkami potraw.

Hotele (informacja, cena, standard, ilość obiektów nocleg.) – są kategorią, w której zawierają się różnorodne uwagi dotyczące danego obiektu, w którym zatrzymał się turysta: ceny zbyt wysokiej, zbyt niskiego standardu czy trudności w znalezieniu informacji o tym obiekcie podczas szukania noclegu w naszym mieście. Obcokrajowcy w tym miejscu wpisywali „better customer service in hotel and restaurants”.

Bogatsza oferta restauracji, kawiarni – kategoria ta zawiera w sobie subiektywne opinie respondentów mających trudności w znalezieniu, „miłego miejsca do posiedzenia i zjedzenia czegoś”. Respondenci wskazywali chęć skosztowania typowo polskich dań, poszukiwali sklepów z regionalnymi produktami, restauracji czy kawiarni z lokalnymi potrawami.

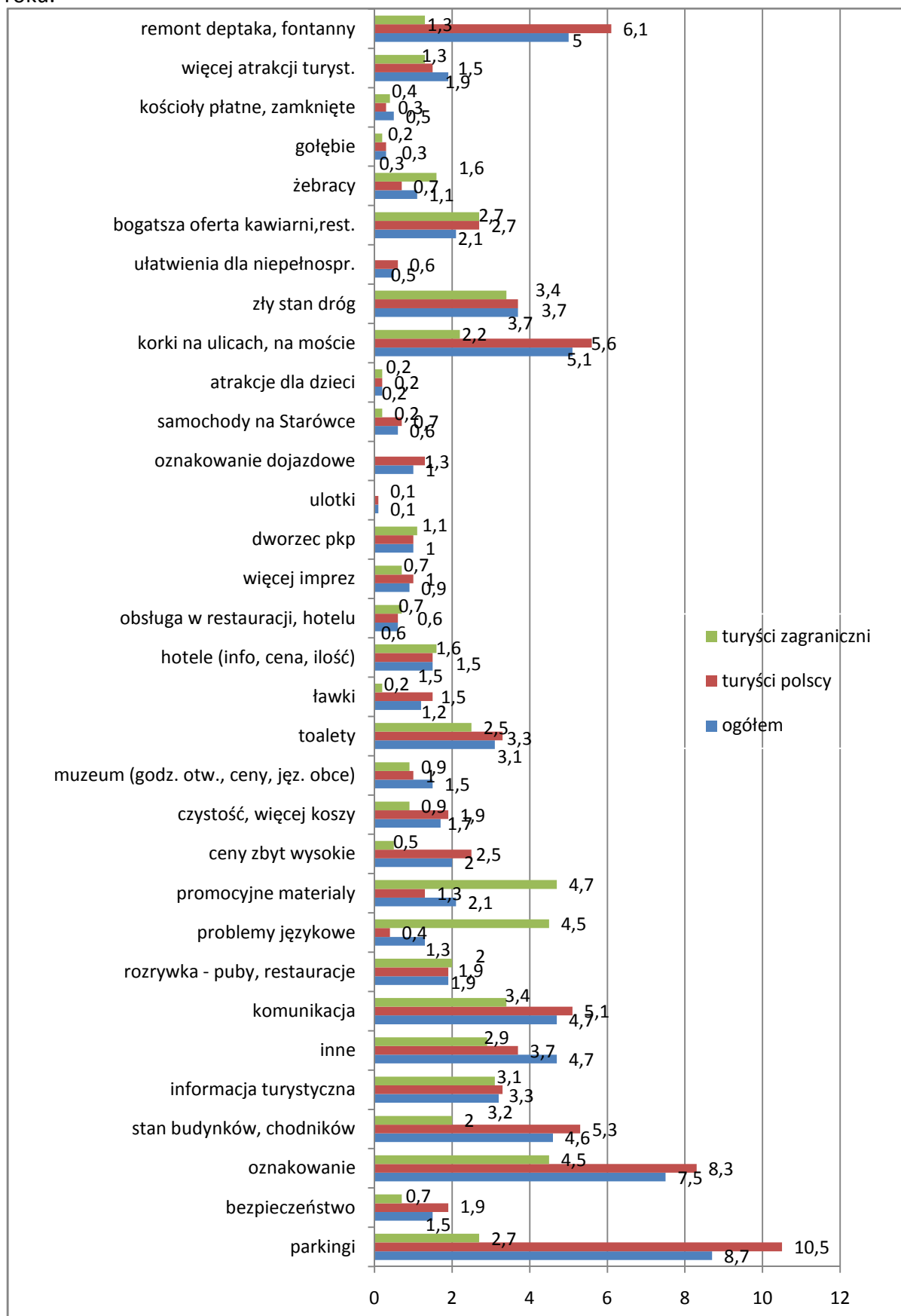
Ławki – pod tą etykietą kryją się uwagi turystów o niewystarczającej liczbie ławek, miejsc do siedzenia w obrębie Rynku Staromiejskiego czy deptaka - ul. Szerokiej. W tej kategorii znajdują się również uwagi dotyczące braku innych obiektów użytkowych, np. stojaków na rowery. W porównaniu z 2008 rokiem odnotowano niewielki spadek w procencie wskazań na tą kategorię.

Kościoty – pod tą etykietą kryją się uwagi respondentów dotyczące godzin udostępnienia zabytkowych kościołów do zwiedzania czy pobieranie opłat za wejście do obiektu. Turyści zwracali uwagę na małą ilość informacji o kościele czy o zabytkowych ołtarzach lub jej brak. Informacji w postaci podpisów pod obiektami bądź folderów, ulotek oczekują również turyści zagraniczni.

Muzeum (godz. otwarcia, ceny biletów, informacje w jęz. obcych) – etykieta ta obejmuje wszelkie uwagi dotyczące wszystkich atrakcji takich jak Muzeum Okręgowego, ruin zamku krzyżackiego, Planetarium czy Żywego Muzeum Piernika, których oferta skierowana jest do turystów. Turyści zauważyli, że w okresie letnim na terenie Starówki np. na placu Rapackiego czy na dziedzińcu Ratusza mają miejsce liczne wystawy czasowe, umieszczone są plansze bądź pewne eksponaty, np. historyczne samochody czy drzewka bonsai. Również często odbywają się imprezy plenerowe, wydarzenie, parady będące oprawą festiwalu, koncertów. Turyści polscy i zagraniczni znajdując się w centrum miasta biorą w nich udział. W ankietach pojawiają się zarówno słowa pochlebne o danej wystawie czy imprezie jak i uwagi o braku informacji skierowanej do turystów, zwłaszcza zagranicznych, czyli np. podpisów pod planszami lub informacji na plakatach, ulotkach.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia poniższy wykres.

Wykres 43: Powody szczególnego niezadowolenia turystów polskich i zagranicznych w 2009 roku.



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

h) Rzeczy szczególnie pozytywnie postrzegane i zapamiętane przez respondentów w 2009 roku

Toruń wywiera na odwiedzających go gościach ogromne wrażenie. 92% ogółu respondentów potrafiło udzielić odpowiedzi na pytanie *Co zapamięta Pan/Pani ze swojego pobytu w Toruniu?*. W pytaniu otwartym respondenci nie mają narzuconych odpowiedzi, mogą wskazać nieskończenie wiele wspomnień, spostrzeżeń. Do dalszej analizy brane są trzy pierwsze odpowiedzi. Z roku na rok procent osób, które nie zapamiętują nic z pobytu w naszym mieście spada: w 2009 roku jedynie 8% respondentów miało problem ze wskazaniem odpowiedzi (w 2008 roku procent ten wyniósł 10%, zaś w 2007 roku 13% ogółu respondentów). Badanie wykazało, że 47% ogółu turystów wskazało dwie, zaś 17,6% ogółu co najmniej trzy odpowiedzi. Większą aktywnością pod względem zapamiętywania wrażeń z pobytu w naszym mieście wykazują się goście krajowi: aż 95,2% z nich wyjeżdżało z Torunia z konkretnym wspomnieniem związanym z naszym miastem, 49,2% z nich wskazało dwie odpowiedzi, zaś 18,6% odwiedzających zapamiętało trzy lub więcej rzeczy. W przypadku obcokrajowców to 81,2% z nich wyjechało z miasta z jednym zapamiętanym elementem, wrażeniem związanym z Toruniem, 39,7% obcokrajowców potrafiło wskazać dwie odpowiedzi, zaś więcej niż trzy rzeczy wskazało 14,3% cudzoziemców.

Wszystkie wskazania turystów można podzielić na ogólne np. atmosfera miasta, zabytki, architektura oraz bardziej szczegółowe, np. Pomnik Kopernika, konkretne zabytki np. Ratusz czy Ruiny Zamku Krzyżackiego. Oczywiście nie trudno zauważyć, że np. kategoria Dom Kopernika jest elementem ogólnej kategorii „zabytki”, podobnie kamienice zawierają się w kategorii „architektura”. Przy badaniu analizowane są wszystkie wymienione przez turystów elementy: ogólne i szczegółowe, zaś poniższy wykres szczegółowo odzwierciedla ilość wskazań na poszczególne kategorie.

Najwyżej cenione są ogólne wspomnienia turystów, czyli Starówka – niemal co trzeci respondent ją zapamięta, atmosfera – co szósty turysta wyjedzie z Torunia z jej wspomnieniem, oraz zabytki. Najwięcej wskazań było na Starówkę. Pod tą odpowiedzią kryją się wszelkie odczucia, które wywarła na gościach zabudowa oraz klimat Starego Miasta. Na czwartej pozycji znalazły się puby, restauracje, sklepy, często turyści wymieniali nazwy konkretnych lokali, pubów czy restauracji, z którymi wiążą się ich wspomnienia. Zdarzają się również sytuacje, gdy respondenci nie umiejąc wskazać nic konkretnego odpowiadali, że

zapamiętują generalnie swój pobyt w mieście, cały wyjazd, wycieczkę, czas relaksu w Toruniu.

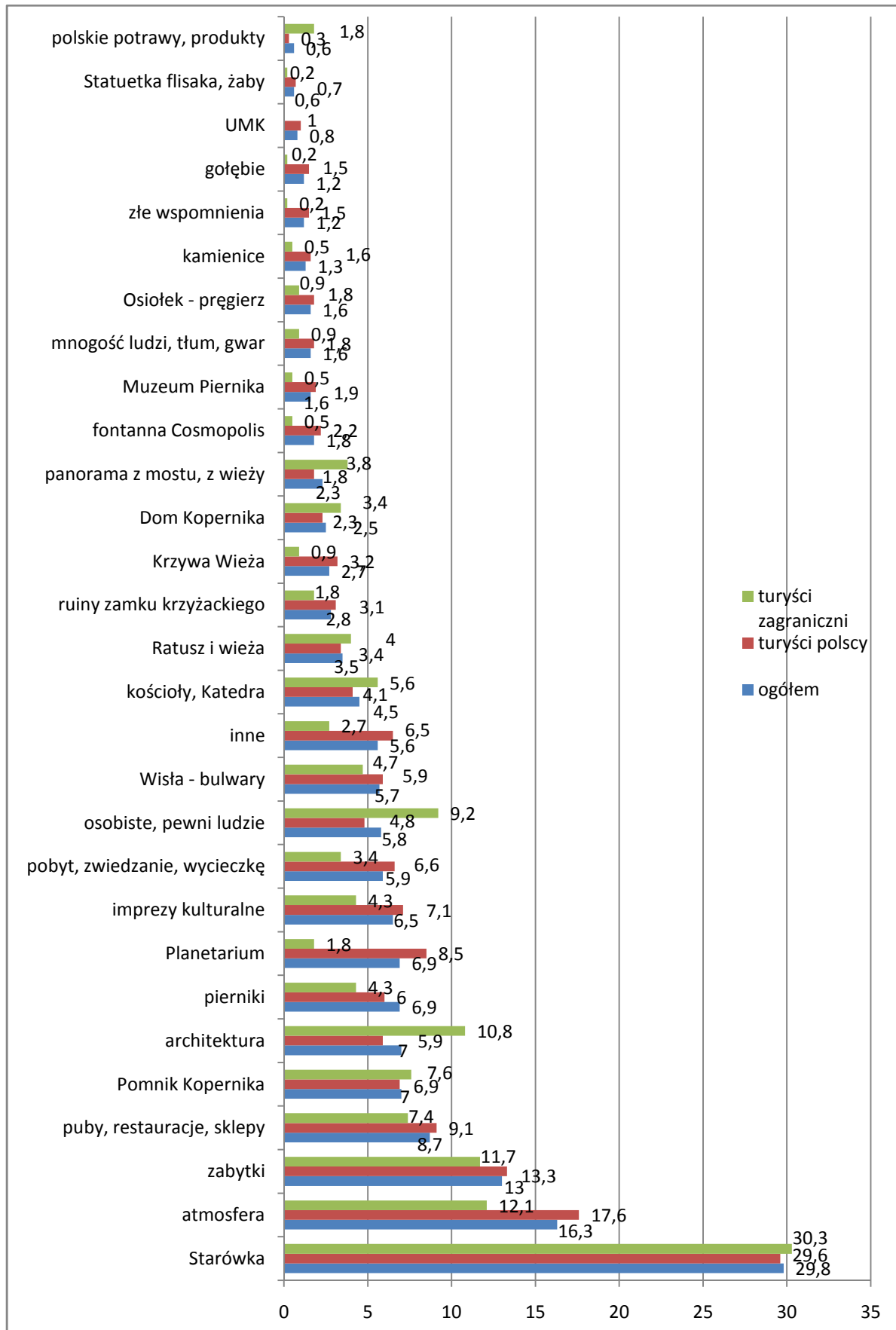
Wśród szczegółowych kategorii najwięcej wskazań otrzymał Pomnik Kopernika, jako punkt najbardziej charakterystyczny w mieście oraz miejsce spotkań. Warto zwrócić uwagę, że niemal tradycją wśród turystów jest zrobienie sobie pamiątkowej fotografii pod Pomnikiem Kopernika. Tym samym wizerunek Wielkiego Astronoma „wyjeżdża” z Torunia nie tylko we wspomnieniach turystów, ale również w formie fotografii.

W 2008 roku została odsłonięta nowa fontanna Cosmopolis, która jako atrakcja turystyczna cieszy się ogromną popularnością. W związku z tym, że funkcjonowała ona od połowy roku, nie została jeszcze ujęta w raporcie podsumowującym 2008 rok. W badaniu w 2009 roku fontanna Cosmopolis została już wyodrębniona w ankiecie, również jej urok był zauważany przez samych turystów. Respondenci wskazywali fontannę jako obiekt, który zapamiętują ze swojego pobytu w Toruniu.

Nieco inne wskazania padały z ust turystów zagranicznych. Obcokrajowcy częściej wskazywali bardziej ogólne, uniwersalne odpowiedzi jak Starówka, architektura oraz osobiste wspomnienia związane z pewnymi osobami. Gości zagranicznych częściej niż krajowych zachwycała panorama Starego Miasta oglądana np. z wieży widokowej, drugiego brzegu Wisły lub mostu. Obcokrajowcy częściej wymieniali konkretne zabytki jak ratusz z wieżą, Dom Kopernika, katedrę i kościoły. Ze względu na mnogość odpowiedzi turystów zagranicznych wskazujących zachwyty polską kuchnią i smakami dań narodowych w 2008 roku została wyodrębniona kategoria „polskie potrawy, produkty”. Obcokrajowcy odwiedzając kilka miast polskich w krótkim czasie zapamiętują z pobytu w nich narodowe elementy, jednym z nich jest kuchnia.

Procent turystów, którzy wyjechali z miasta ze złymi wspomnieniami wyniósł jedynie 1,2%.

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



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

i) Szacunkowe wydatki turystów w 2009 roku

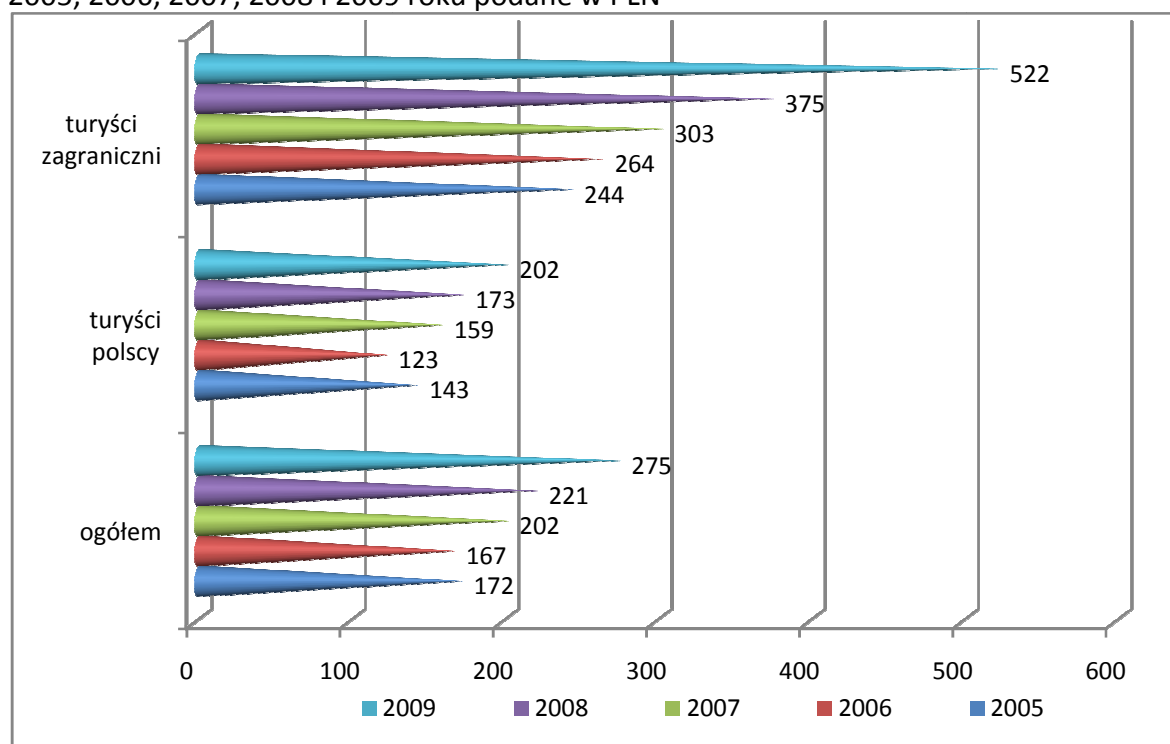
Odpowiedzi na pytanie *Ile szacunkowo wydał Pan/Pani pieniędzy w czasie pobytu w Toruniu?* są bardzo cenne dla ekspertów badania, pracowników branży turystycznej, władarzy miasta. W odpowiedzi na to pytanie turyści wskazują kolejno kwoty przeznaczone na nocleg, gastronomię, bilety wstępu, rozrywkę (np. kina, teatry, puby), komunikację (obejmując bilety MZK, taksówki jak i parkowanie), sklepy, pamiątki (czyli pierniki, przewodniki, plany, albumy, widokówki). Zdarzało się, że respondent miał problem ze wskazaniem konkretnych kwot np. gdy dopiero przyjechał do Torunia i jeszcze nie zdążył skorzystać z żadnej z usług. Wtedy ankieterzy dopytywali ile szacunkowo planuje bądź jest w stanie przeznaczyć na poszczególne kategorie w trakcie pobytu. Czasem turysta nie znał dokładnych cen noclegu czy gastronomii, bo np. za nie osobiście nie płacił, gdyż były już zapewnione przez organizatora. Wtedy ankieterzy pytali o nazwę obiektu hotelarskiego, w którym zatrzymał się nasz gość. Ośrodek Informacji Turystycznej dysponuje aktualnymi cennikami noclegów wszystkich obiektów, dlatego znając liczbę nocy można było wyszacować kwotę wydaną na nocleg, jeśli zaszła taka potrzeba. Oczywiście bardziej wiarygodne są te odpowiedzi, których udziela sam respondent.

Ankieterzy musieli być przy tym pytaniu niezwykle uważni, gdyż zdarzało się, że turyści zorganizowani podawali koszt całej swojej wycieczki, bez rozdzielenia ile faktycznie zostawiają pieniędzy w Toruniu. Obcokrajowcy często podawali kwoty w euro bądź w funtach, wówczas deklarowane przez nich wydatki były przeliczane wg średniego kursu walut.

Z roku na rok średnie wydatki turystów wzrastają. Poniższy wykres pokazuje, że od roku rozpoczęcia badania tj. od 2005 średnie wydatki turystów odwiedzających Toruń wzrosły w przypadku ogółu respondentów o niemal 60%. Większy wzrost odnotowano w przypadku obcokrajowców – ich wydatki w Toruniu w ciągu 5 lat wzrosły o 114%, wydatki gości krajowych w ciągu tego okresu wzrosły o ponad 41%.

W 2009 roku średnie wydatki turystów były wyższe niż w 2008 roku o 35,70 zł. Średnio turysta wydał w Toruniu 275,27 zł, obcokrajowcy wydali więcej - średnio 521,65 zł, zaś turyści krajowi 201,90 zł.

Wykres 45: Średnie wydatki turystów polskich i zagranicznych w czasie pobytu w Toruniu w 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku podane w PLN



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Z analizy pytania dotyczącego wykorzystania form obsługi turystycznej wiemy, że ok. 11% respondentów nie zamierzało skorzystać z żadnej formy obsługi turystycznej. Nie zawsze oznacza to, że turysta nie wyda żadnych pieniędzy w naszym mieście. Np. podróżujący własnym samochodem kupują benzynę, kosztu której nie wykazują w naszym szacunku wydatków. Z badania wynika, że jedynie 3,6% ogółu respondentów nie wydało w Toruniu ani złotówki.

Analiza danych umożliwia prześledzenie częstości wydatków turystów, czyli sprawdzenie za które usługi najczęściej respondenci płacili, a za które płacili rzadko, czasem wcale. Turyści najczęściej otwierają swoje portfele w restauracjach, barach bądź po prostu kupując drobne przekąski lub jedzenie – 79% respondentów wydawało pieniądze na szeroko rozumianą gastronomię (w 2008 roku zamiar skorzystania z toruńskich lokali miało 77,2% ogółu badanych). Wskazywane kwoty były niezwykle różnorodne: od 2 złotych do kilku tysięcy złotych, zaś najczęściej padała kwota 50 zł. Badanie wykazało, że przeciętny turysta najwyższe wydatki ponosi właśnie płacąc za korzystanie z gastronomii, średnio na ten cel przeznaczają 89,85 zł (to o ponad 25 zł więcej niż w 2008 roku).

Drugim, najczęściej występującym zakupem wśród turystów były bilety – 62% respondentów wymieniło kwoty pieniężne, które już przeznaczyło bądź miało taki zamiar na wejścia do toruńskich atrakcji turystycznych. Wskazywane kwoty pieniężne wahały się w granicach od 3 do kilkuset złotych. Średnio turysta wydał na bilety wstępu 21,57 zł (o ponad 4 zł więcej niż w 2008 roku).

Niemal żaden turysta nie opuszcza Torunia bez pamiątek, m. in. pierników. 60,7% ogółu respondentów wymieniło kwoty pieniężne z przeznaczeniem na pamiątki, widokówki, plany miasta, albumy i przewodniki. Najczęściej padała kwota 20 zł. Średnio turysta na upominki przeznaczył 32,48 zł (wzrost o 9 zł względem 2008 roku).

Zamiar przeznaczenia pewnych kwot pieniężnych na komunikację miejską, jak wynika z analizy ankiet, miało 34,7% ogółu respondentów. Oczywiście im dłużej turyści przebywają w Toruniu tym więcej pieniędzy wydają, również na przemieszczanie się po mieście. Wysokość kwot w tej kategorii była ściśle uzależniona od długości pobytu. Najwięcej wskazań było na kwotę 10 zł – tyle wystarczy na bilet np. z Dworca PKP do centrum miasta, lub na miejsce noclegu. Średnio każdy z odwiedzających Toruń gości przeznaczył 8,86 zł na komunikację (w 2008 roku średnio 7 zł przypadło na turystę).

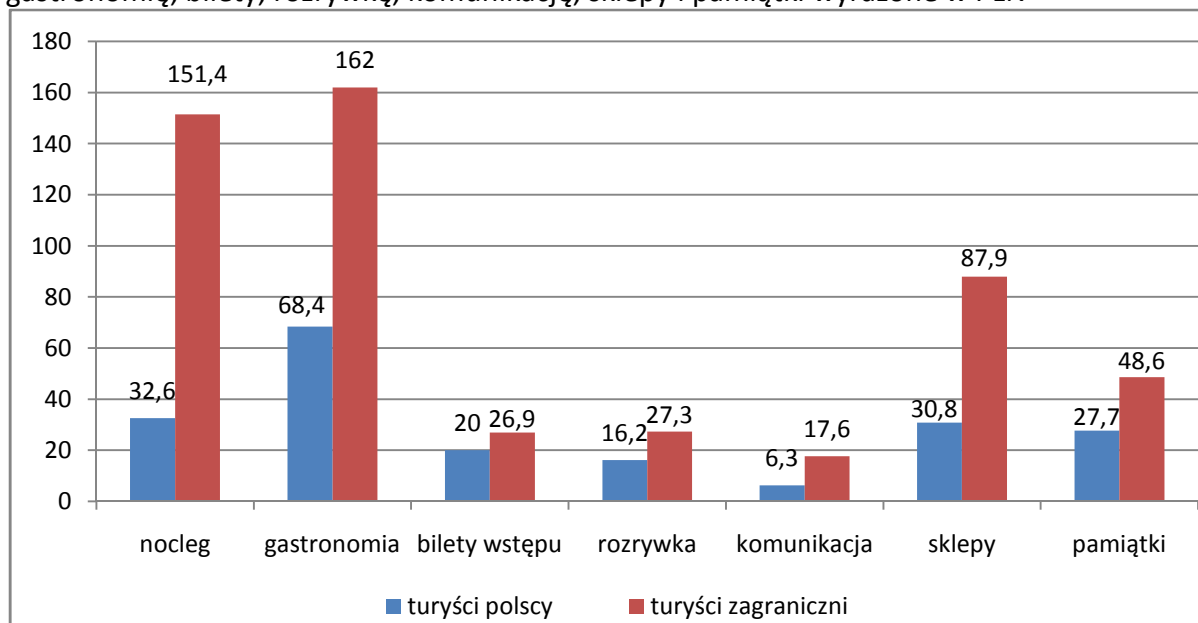
Mimo tego, że turyści rzadko wymieniali zakupy jako cel przyjazdu (1,8% ogółu respondentów zaznaczyło zakupy jako główny cel wizyty) to 30,3% respondentów wskazało kwoty pieniężne, które zamierza bądź już zdążyło wydać na zakup towarów w toruńskich sklepach. Turyści wymieniali różne kwoty: od symbolicznej złotówki do kilku tysięcy złotych, zaś najwięcej wskazań było na 100 zł. Średnio turysta zostawił w sklepach 43,87 zł, czyli o ponad 3 zł więcej niż przed rokiem.

Stosunkowo rzadko respondenci wydawali pieniądze na szeroko rozumianą rozrywkę – kina, teatry, puby – jedynie 22,4% przeznaczyło na ten cel pewne pieniądze. Turyści rzadko korzystają z oferty rozrywkowej miasta, gdyż przebywają w Toruniu na tyle krótko (ponad 60% turystów nie zostaje nawet na noc), że nie starcza im na to czasu. Wskazywane wydatki poniesione na cel rozrywkowy zaczynają się od kwoty 5 zł, zaś najczęściej pojawiająca się kwota to 50 zł. Przeciętny turysta na rozrywkę przeznaczył 18,75 zł, czyli niewiele mniej niż przed rokiem (w 2008 roku było ponad 19 zł).

Najrzadziej turyści płacą za nocleg. Badanie wykazało, że jedynie 18,6% badanych wskazało pewne kwoty z przeznaczeniem na nocleg w Toruniu. Niski procent jest wynikiem tego, że respondenci nadal rzadko zostają na noc, a jeśli już się zatrzymują w naszym mieście,

to wybierają nocleg u rodziny, znajomych. Wśród tych, którzy płacili za noc w Toruniu najczęściej pojawiały się kwoty 100 i 200 zł. Średnio turysta wydał na ten cel 59,89 zł (w 2008 roku średni wydatek turysty w Toruniu na nocleg to 50 zł).

Wykres 46: Średnie wydatki turystów polskich i zagranicznych w 2009 roku na nocleg, gastronomię, bilety, rozrywkę, komunikację, sklepy i pamiątki wyrażone w PLN



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Analizie poddano wszystkie wydatki turystów podzielonych w zależności od celu przyjazdu do Torunia. Badanie ruchu turystycznego przeprowadzone w 2009 roku wykazało, że najwyższe kwoty w mieście pozostawili goście przyjeżdżający na konkretną imprezę kulturalno-rozrywkową. Średnio taki turysta, wg wyników badań, zostawił w naszym mieście 469,3 zł. Wynik ten jest o tyle zaskakujący (w 2008 roku turyści przyjeżdżający na imprezę kulturalno-rozrywkową wydawali średnio 218,9 zł, czyli o połowę mniej) co łatwy do wyjaśnienia: w wakacje 2009 roku miały miejsce w Toruniu Igrzyska Polonijne, czyli duża impreza o charakterze sportowym, na którą tłumnie przyjechali Polonusi wraz ze swoimi rodzinami. Zawody te odbywały się w sierpniu, czyli w tym samym czasie co 3 etap badań ankietowych. Uczestnicy Igrzysk Polonijnych również brali udział w badaniu ruchu turystycznego pełniąc rolę turystów. Polonusi byli tymi respondentami, którzy swój cel przyjazdu do Torunia w ankiecie określili jako udział w imprezie kulturalno-rozrywkowej oraz przebywali w naszym mieście stosunkowo długo, bo przynajmniej kilka dni. Im dłużej turyści przebywają w mieście tym zostawiają w nim większe kwoty pieniężne. Stąd tak wysoki wynik

tej grupy turystów pod względem poniesionych wydatków. Należy wziąć pod uwagę, że respondenci wskazujący imprezę kulturalno-rozrywkową jako główny cel przyjazdu stanowili jedynie 3,6% ogółu respondentów, z czego niemal połowa była ankietowana właśnie w sierpniu 2009 roku.

Drugą pod względem wysokości poniesionych wydatków była grupa osób przyjeżdżających do Torunia w celach służbowych. Statystycznie każdy turysta przebywający w Toruniu służbowo wydał po 441,6 zł (w 2008 roku ta kwota wyniosła 438 zł, zajmując wówczas pierwszą pozycję).

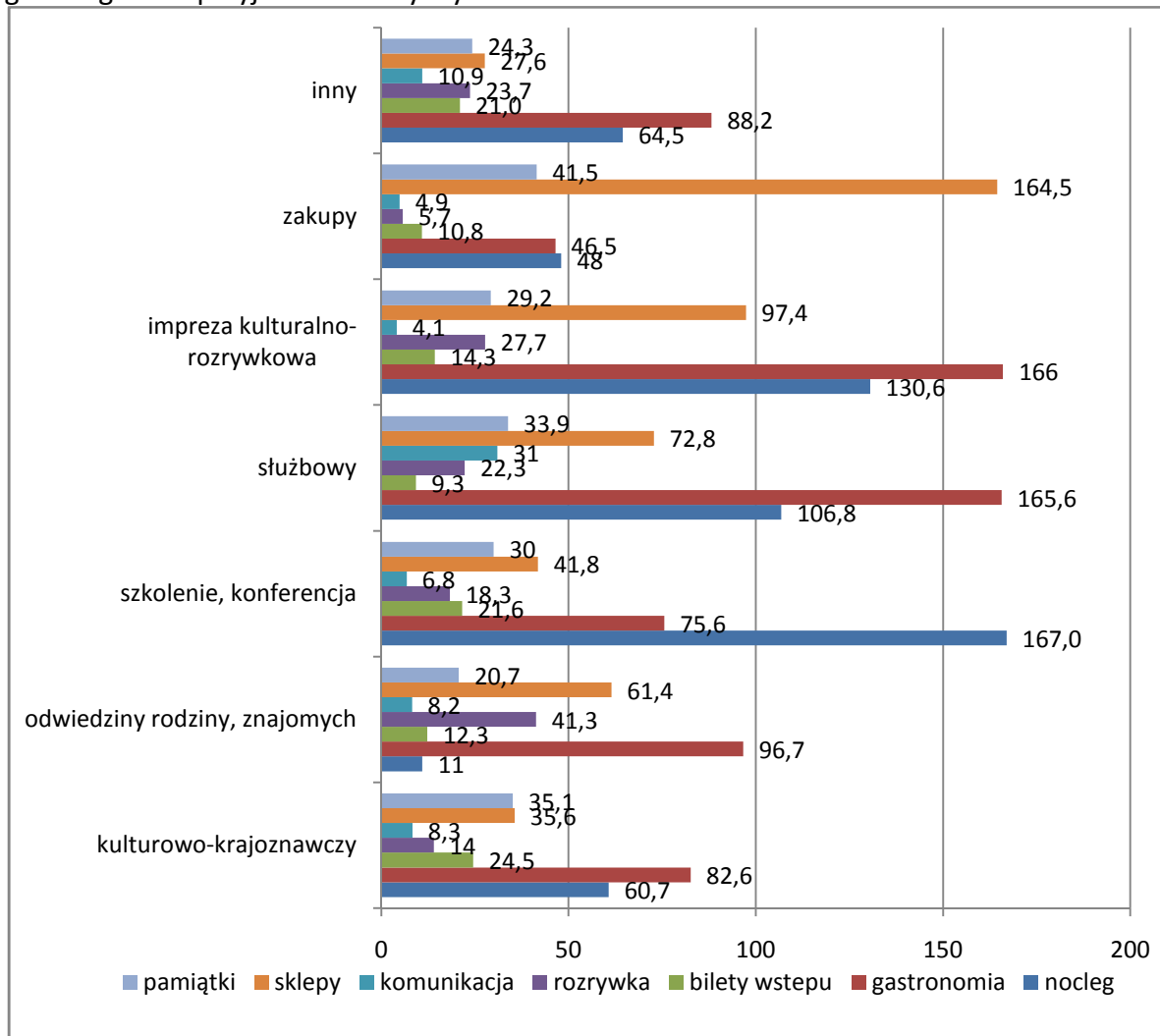
Również uczestnicy konferencji, szkoleń czy kongresów wydali o 44 zł więcej niż przed rokiem – średnio każdy uczestnik konferencji w 2009 r. zostawił w Toruniu po 361 zł.

Turyści, którzy przyjechali do Torunia w celach zakupowych statystycznie wydali po 321,9 zł, czyli o 151 zł więcej niż przed rokiem.

Na zbliżonym poziomie ukształtowały się wydatki turystów przyjeżdżających do Grodu Kopernika z chęcią zwiedzenia miasta oraz w innych celach – średnie wydatki tych turystów to 260 zł na osobę. W przypadku turystów kulturowo-krajoznawczych wynik ten świadczy o wzroście wydatków średnio o 73,8 zł na osobę.

Pobyt w Toruniu najmniej kosztował tych, którzy przyjechali w celu odwiedzenia rodziny, znajomych – średnio wydali po 251,5 zł (w 2008 roku wydali średnio po 294 zł).

Wykres 47: Wydatki turystów z podziałem na poszczególne kategorie w zależności od głównego celu przyjazdu . Kwoty wyrażone w PLN



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

j) Okolice odwiedzane przy okazji pobytu w Toruniu

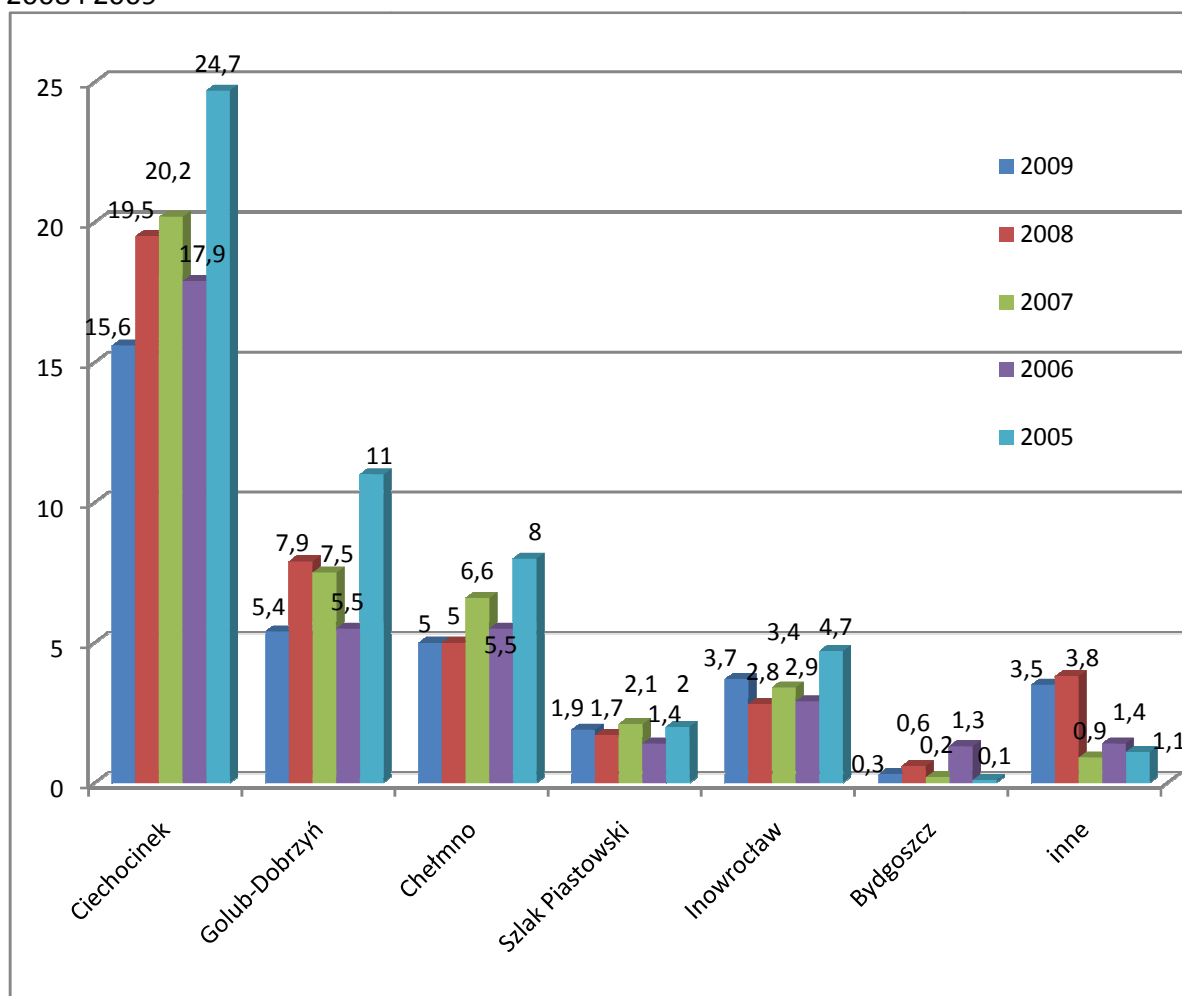
Podobnie jak we wcześniejszych latach turystom zostało zadane pytanie *Czy zwiedzał Pan/Pani okolice Torunia – Ciechocinek, Chełmno, Szlak Piastowski, Golub-Dobrzyń, Inowrocław, jeśli tak to jakie?* Respondenci mogli wskazać kilka atrakcji, obiektów, zaś do dalszej analizy brane były trzy pierwsze wskazania.

Jedynie 25,7% ogółu respondentów zamierzało zobaczyć coś więcej niż sam Toruń. Wśród turystów krajowych procent zwiedzających okolice wyniósł 27,8% (to jest o 3,6 punktu procentowego mniej niż w 2008 roku), zaś w przypadku zagranicznych takie plany miało 18,6% (w 2008 roku było 20,4% obcokrajowców). Podczas ankietowania turystów

zdarzały się sytuacje, że respondenci byli albo przed albo po odwiedzeniu innej miejscowości, atrakcji turystycznej.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytanie o zwiedzane okoliczne atrakcje przedstawia poniższy wykres. Pod etykietą „inne” kryje się m. in. Muzeum Piśmiennictwa w Grębocinie, Obserwatorium Astronomiczne UMK w Piwnicach czy JuraPark w Solcu Kujawskim.

Wykres 48: Okoliczne miejscowości odwiedzane przez turystów w latach 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009



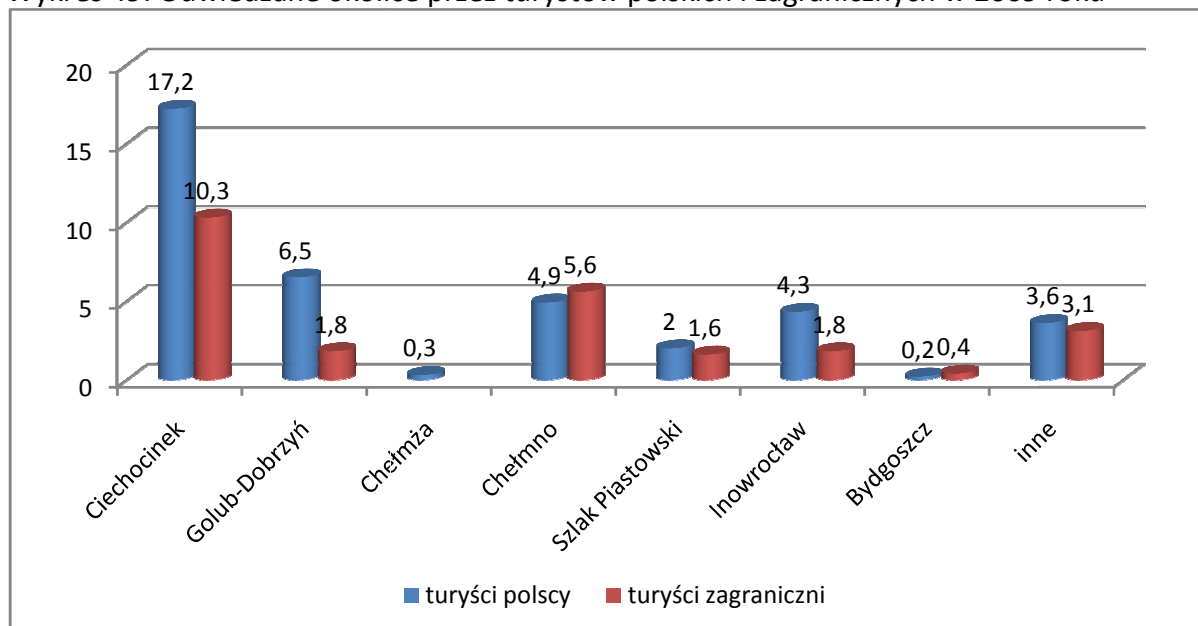
Źródło: badanie OIT z 2005, 2006, 2007, 2008 i 2009 roku

Niezmiennie od kilku lat faworytem wśród okolicznych atrakcji jest uzdrowisko w Ciechocinku. Zwiedzenie Ciechocinka zadeklarowało 17,2% turystów polskich i 10,3% turystów zagranicznych. Pewien procent wśród odwiedzających Toruń stanowią respondenci, będący jednocześnie kuracjuszami z Ciechocinka i Inowrocławia. Spędzają oni w

tych uzdrowiskach kilka tygodni, zaś do Torunia przyjeżdżają z grupą na wycieczkę jednodniową. Zdarza się, że taki turysta biorąc udział w naszym badaniu w pytaniu o zwiedzane atrakcje w okolicy wskazuje Ciechocinek lub Inowrocław.

Wskazanie danej miejscowości wśród respondentów nie zawsze oznacza, że turysta na pewno do niej się uda, czasem należy interpretować taki głos jedynie jako chęć pojechania do okolicznych miejscowości. Zamiar ten może zostanie zrealizowany przy następnej wizycie w Toruniu. Odpowiedzi padające w na to pytanie pokrywają się z wynikami badań z wcześniejszych lat. Chełmno wzbudza większe zainteresowanie wśród turystów zagranicznych niż krajowych. Szlak Piastowski, podobnie jak zamek w Golubiu-Dobrzyń jest dużo bardziej znany Polakom niż cudzoziemcom.

Wykres 49: Odwiedzane okolice przez turystów polskich i zagranicznych w 2009 roku



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

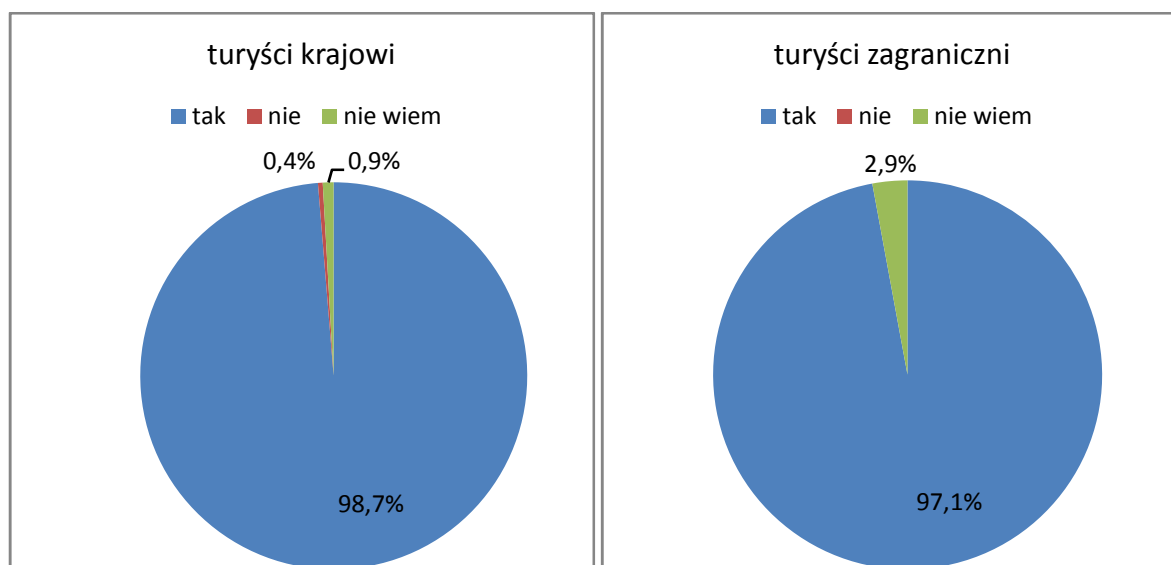
k) Rekomendacja Torunia jako destynacji turystycznej i deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia przez respondentów w 2009 roku

Sprzedzić dany produkt nie jest zadaniem łatwym, dlatego rolą specjalistów od reklamy jest odkrywanie coraz to nowszych, skuteczniejszych metod sprzedaży. Klienci chętniej kupują dany produkt, gdy poleca go wiarygodna osoba, która sama tego produktu używa oraz ta, której ufamy, którą darzymy sympatią, z której zdaniem się liczymy. W spotach reklamowych często grają aktorzy, których nie znamy osobiście, i tym samym nie

mamy powodu, by ich opiniami się kierować przy zakupach. Dużo większy wpływ na co, co kupujemy mogą mieć opinie, sugestie naszej rodziny, znajomych, osób, z których zdaniem się liczymy. W naszym przypadku, wycieczka do Torunia, nawet jeśli trwa tylko kilka godzin, jest właśnie takim produktem, który kupują klienci, czyli turyści odwiedzający nasze miasto, a sprzedają mieszkańcy Torunia w postaci oferowanych przez siebie usług (np. hotelarskich, gastronomicznych, przewodnickich, lub nietypowo turystycznych oferowanych przez np. taxi, sklepy, stacje benzynowe itp.). Tym samym nam, Torunianom bardzo zależy, aby turyści odwiedzali właśnie nasze miasto, by korzystali z naszych usług. Oczywiście, my – sprzedawcy produktu „pobyt w Toruniu” możemy pracować nad tym, by nasi klienci, czyli turyści zdecydowali się na nasz produkt, by brali Gród Kopernika pod uwagę podczas planowania swojego czasu wolnego. Różne kampanie reklamowe, akcje promocyjne mogą pochłaniać duże pieniądze, zaś nie ma pewności, że przekonają one określoną grupę klientów do danego produktu. Wysoce prawdopodobne jest to, że do przyjazdu do Torunia skłoni naszych klientów pochlebna opinia ich znajomych o naszym mieście. Miłe wspomnienia z wakacji, kolorowe zdjęcia, pozytywnie spędzony czas bliskich osób mogą nakłonić innych turystów do kupna tego samego produktu, czyli do przyjazdu do Grodu Kopernika. Mieszkańcom Torunia powinno zależeć aby turysta był zadowolony z wizyty w naszym mieście oraz aby rekomendował go swoim znajomym jak najczęściej. Taka forma promocji jest dość skuteczna a nic nie kosztuje.

Respondentom zostało zadane pytanie *Czy poleciłby /Pan/Pani znajomym odwiedzenia Torunia?*. Wyniki są bardzo pozytywne: wśród turystów polskich 98,7% poleci wizytę w naszym mieście swoim znajomym (w 2008 roku było 97,7%) zaś, wśród gości zagranicznych polecenie znajomym Torunia jako miejsca wartego zobaczenia zadeklarowało 97,1% obcokrajowców (w 2008 roku procent ten wyniósł 95,3%), przy czym nie było ani jednego głosu negatywnego.

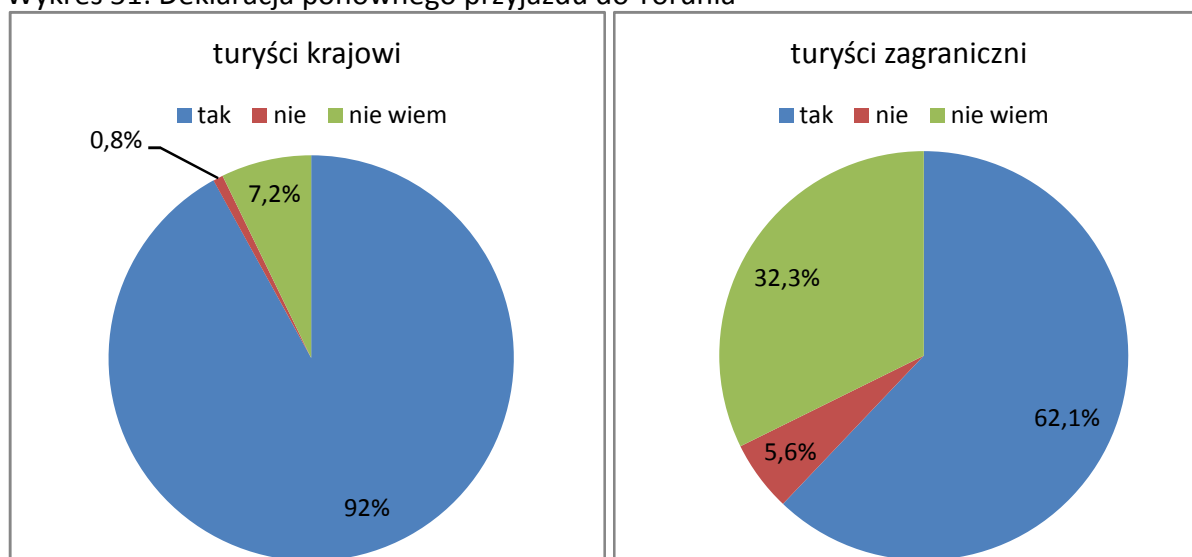
Wykres 50: Struktura odpowiedzi na pytanie *Czy poleciliby pan/Pani znajomym odwiedzenia Torunia?*



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Respondenci odpowiedzieli również na pytanie *Czy zamierza Pan/Pani jeszcze odwiedzić Toruń?* Turyści krajowi zdecydowanie wyrazili swoje zamiary: 92% jednoznacznie wyraziło taką chęć (w 2008 roku 93% turystów krajowych), jedynie 7,2% nie miało zdania na ten temat. Obcokrajowcy rzadziej deklarowali wolę powrotu do Torunia. Chęć ponownych odwiedzin wyraziło 62,1% turystów zagranicznych. Nie jest zaskoczenie mnie jest to odpowiedź zaskakująca; nie oznacza, że pobyt w Toruniu był nie udany: obcokrajowcy wolą spędzić urlop w miejscu, w którym jeszcze nie byli.

Wykres 51: Deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

I) Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc, zwiedzanych zabytków Torunia w 2009 roku

Ostatnie pytanie w kwestionariuszu wywiadu nie jest pytaniem najprostszym, zarówno dla respondenta jak i ankietera i od obu stron wymaga dużego skupienia. Turysta biorący udział w badaniu proszony jest o wskazanie atrakcji, z których skorzystał lub zamierza skorzystać, zabytków, które zwiedził/zobaczył lub dopiero ma taki zamiar, miejsc, w które skierował bądź planuje skierować swoje kroki odwiedzając Toruń. Respondent udzielając odpowiedzi na to pytanie wskazuje atrakcje z długiej listy zasugerowanej przez badaczy. Może również, jeśli jest taka potrzeba, dopisać w wolnym miejscu te obiekty, do których się wybrał bądź dopiero zamierza, a które nie znalazły się wśród wymienionych odpowiedzi. Tym samym respondent może wskazać nieskończenie wiele zwiedzanych obiektów. Pytanie to, podobnie jak przy analizie wydatków ma niejako formę deklaratywną. Turycyści byli ankietowani w trakcie swojego pobytu, nie zaś na samym końcu wizyty w Toruniu, np. przy wyjeździe z miasta. Tym samym zaznaczali zarówno te obiekty, które już zwiedzili jak i te, które były jeszcze przed nimi. Dlatego nie ma do końca pewności czy respondent faktycznie odwiedził zadeklarowane w ankiecie atrakcje, czy skończyło się jedynie na wyrażeniu takiego zamiaru. Dlatego ilość wskazań na dane zabytki nie jest ściśle przekładana na ilość wejść do danego obiektu, która wynika ze sprzedanych biletów w kasie.

Zdarzały się sytuacje, że dla jednego turysty zwiedzenie np. Domu Kopernika to wejście do środka, kupienie biletu i dokładne obejście całej ekspozycji, zaś dla innego zwiedzenie domu Astronoma to jedynie przespacerowanie się ulicą obok tego budynku. Aby uniknąć niezrozumiałych sytuacji polegających na tym, że dla respondentów pod tą samą kategorią kryją się zupełnie inne pojęcia, pytanie to zostało podzielone na dwie części: na obiekty zwiedzanie z zewnątrz oraz te oglądane od środka, powiązane z kupieniem biletu.

Poddając analizie część pytania dotyczącego obiektów oglądanych z zewnątrz widzimy, że jedynie 3% ogółu turystów nie wskazało żadnych obiektów, które zwiedziło bądź planowało zobaczyć, a jedynie spacerowało po Starówce, bez zamiaru korzystania z jakichkolwiek atrakcji turystycznych (dla turystów krajowych procent ten wyniósł 2,2%, dla zagranicznych 5,8%). Zaś aż 20,6% ogółu zadeklarowało chęć zwiedzenia co najmniej 12 obiektów (wśród turystów polskich procent ten wyniósł 23,2%, wśród zagranicznych 11,9%). Przy tym pytaniu respondenci mieli możliwość wskazania nieskończenie wielu obiektów (do

szczegółowej analizy branych było pierwszych 12 obiektów), dlatego też podane procenty w wykresie nie sumują się do stu.

Obiekty wskazywane w tej części rankingu pokazują nam trasy, którymi turyści się przemieszczają zwiedzając toruńską Starówkę. Pojawiały się sytuacje, że turyści indywidualni nie mieli ściśle określonego planu zwiedzania, zaś widząc długą listę wartych zobaczenia obiektów wypytywali ankieterów o atrakcyjne turystycznie miejsca bądź o drogę do wymienionych obiektów. Zdarzało się, że to nazwa obiektu była magnesem przyciągającym turystów. Np. respondent widząc na liście obiekt Piernikarnia dopytywał się ankietera, gdzie znajduje się miejsce z możliwością samodzielnego wypiekania pierników. Podobnie było w przypadku Domu Kopernika czy Planetarium.

Zdecydowanym faworytem wśród obiektów zwiedzanych „z zewnątrz” jest Ratusz Staromiejski – wskazało go 85,6% ogółu respondentów (w 2008 roku było 83,1% ogółu turystów). Tak wysoki procent wskazań jest niewątpliwie efektem tego, że większość wywiadów przeprowadzanych jest właśnie w okolicach Pomnika Kopernika, czyli w samym sercu Starówki. Respondenci odpowiadając na pytania nie mogli nie oglądać ceglanych ścian toruńskiego ratusza. Również fakt otwarcia obu bram ratusza sprawia, że wysoki procent turystów wchodzi swobodnie na dziedziniec, ogląda znajdujące się tam wystawy czasowe. Największy wzrost w liczbie wskazań odnotowano w przypadku turystów zagranicznych: w 2008 roku 60,7% obcokrajowców zwiedziło bądź zamierzało zwiedzić ratusz z zewnątrz, zaś w 2009 roku procent ten wyniósł już 72,6%.

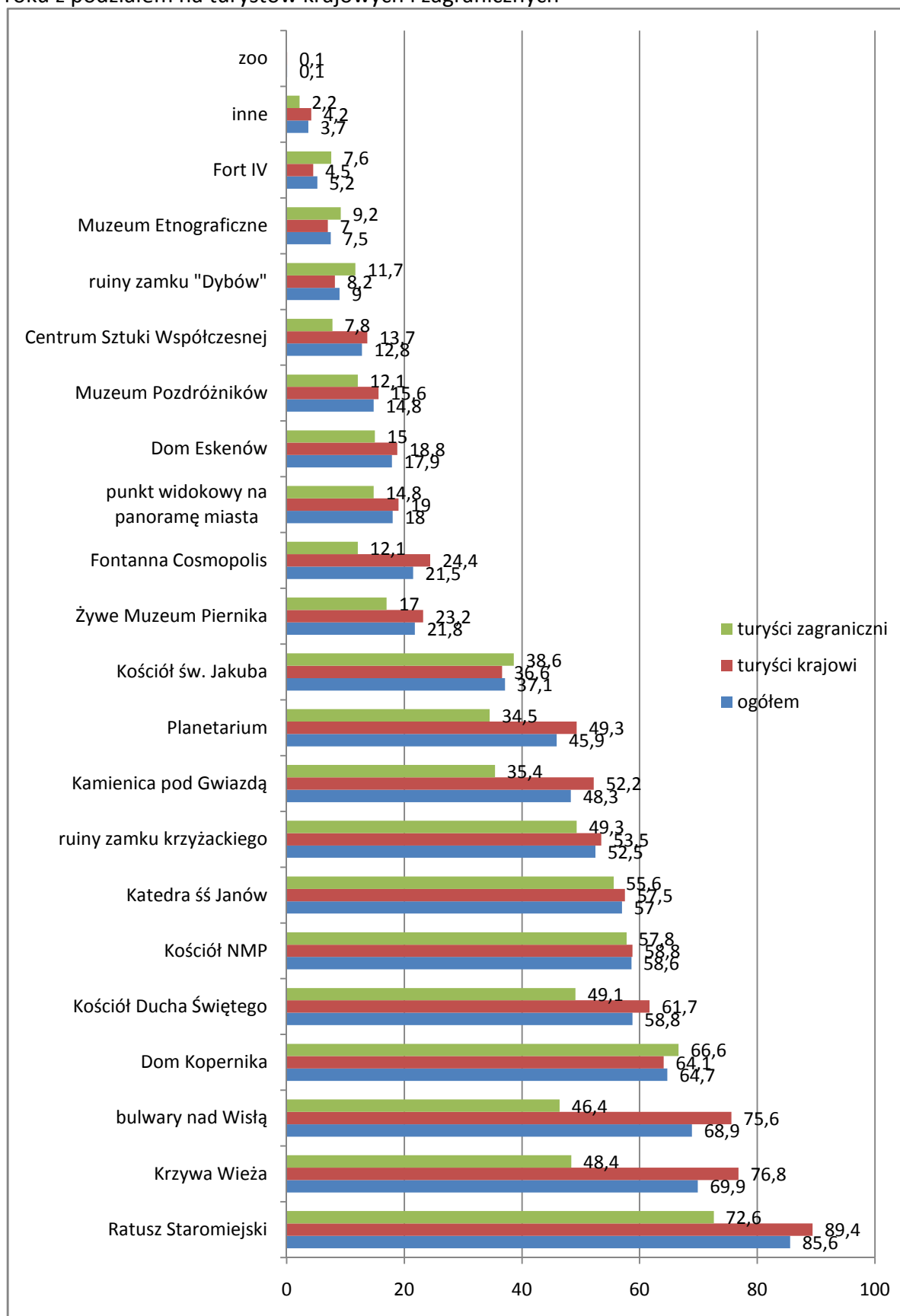
Drugim pod względem liczby wskazań okazał się być budynek Krzywej Wieży. Niemal 70% ogółu turystów zwiedziło bądź miało chęć zobaczyć słynną, toruńską basztę. Wszystkie punkty oddane w tym rankingu na Krzywą Wieżę były podliczane w kategorii „oglądane z zewnątrz”, gdyż w 2009 roku wnętrza wieży nie były udostępnione turystom do typowego zwiedzania. Wyższe kondygnacje wieży zajmują biura, zaś niższe są dostępne dla klientów baru Bistro Torre.

Nieco inne obiekty typowali krajowi a inne zagraniczni turyści: Polacy odwiedzający Toruń częściej wskazywali na bulwary nadwiślańskie, nowopowstałą fontannę Cosmopolis czy wspomnianą Krzywą Wieżę. Prawdopodobnie te miejsca były już im znane z wcześniejszych pobytów w Toruniu. W przypadku obcokrajowców wyższe wskazania były m. in. na kościół św. Jakuba, ruiny zamku „Dybów” czy Muzeum Etnograficzne. Tak liczne wskazania na kościół św. Jakuba, który jest otwarty w sezonie w ściśle określonych godzinach

tłumaczyć można tym, że obcokrajowcy widząc na liście zabytków zabytkowe kościoły z założenia zakreślali wszystkie cztery wymienione do zwiedzenia. Liczne wskazania na ruiny zamku „Dybów” tłumaczyć można tym, że goście zagraniczni przy wyborze obiektów do zwiedzania sugerują się nazwą: widząc na liście zabytków zamek zaznaczają, że go zwiedzą, nie wiedząc jeszcze, że ruiny tej warowni nie znajdują się w ścisłym centrum.

Szczegółowy rozkład wskazań na obiekty zwiedzane z zewnątrz przedstawia poniższy wykres.

Wykres 52: Procentowy rozkład wskazań na zwiedzane zabytki z zewnątrz w Toruniu w 2009 roku z podziałem na turystów krajowych i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

Część druga dotyczyła obiektów z reguły biletowanych, do których turyści decydowali się wejść do środka. Badanie wykazało, że 31,9% ogółu respondentów nie zdecydowała się wejść do żadnego obiektu w celu zwiedzenia go (wśród turystów polskich procent ten wyniósł 33%, zaś wśród obcokrajowców 28,2%). Ok. 12,2% ogółu to turyści, którzy weszli bądź planowali wejść do co najmniej pięciu obiektów biletowanych (wśród turystów polskich procent intensywnie zwiedzających obiekty od wewnątrz wyniósł 11,3%, wśród obcokrajowców 15% turystów).

Turysta krajowy wchodził/miał zamiar wejść do średnio 1,69 atrakcji, zaś zagraniczny wchodził/zamierzał do średnio ponad dwóch miejsc biletowanych.

W tej części rankingu pierwsze miejsce zajęło toruńskie Planetarium, do którego weszło bądź miało taki zamiar 29,1% ogółu respondentów (w 2008 roku Planetarium zebrało 31,4% wskazań ogółu turystów, zajmując wówczas 2 miejsce). Dzieliąc głosy na te otrzymane od turystów polskich i zagranicznych Planetarium zebrało najwięcej wskazań od gości krajowych. Już wcześniejsze pytania ankietowe - o skojarzenia z Toruniem oraz o rzeczy szczególnie pozytywnie postrzegane i zapamiętane - pokazały, że miejsce to jest bardzo dobrze rozpoznawane wśród turystów. Sukces dużej frekwencji można tłumaczyć też faktem, że Planetarium ma bogatą ofertę skierowaną głównie do najmłodszych turystów krajowych, którzy tłumnie odwiedzają Toruń w okresie wiosennym. Pod etykietą Planetarium kryją się nie tylko seanse o gwiazdach, ale również sala Orbitorium, gdzie można posterować urządzeniami sondy Cassini, której model znajduje się na środku sali. Dane o liczbie sprzedanych biletów wykazały, że niemal 87% uczestników wycieczek szkolnych korzysta przy jednej wizycie zarówno z seansu w Planetarium, jak i z interaktywnej sali Orbitorium.

Na drugim miejscu pod względem ogólnej liczby wskazań znalazła się Katedra św. Janów. Najstarszy i największy kościół w Toruniu to dla turystów podwójna atrakcja: poza średniowieczną bryłą kościoła jest to również punkt widokowy na wieży katedralnej w sezonie letnim.

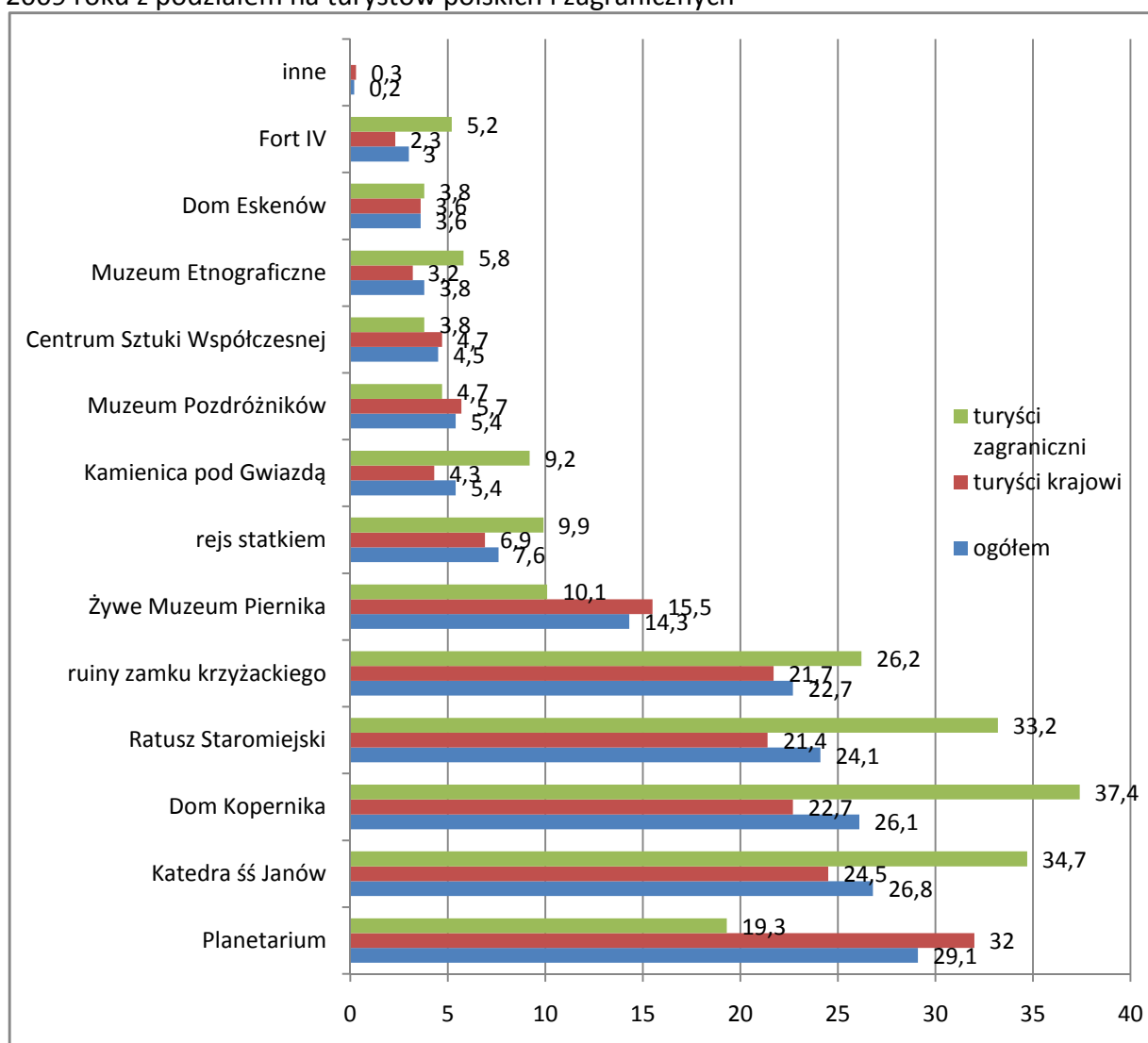
Głosy turystów polskich i zagranicznych nie rozkładają się równomiernie: wśród obcokrajowców faworytem jest – podobnie jak w 2008 roku – Dom Kopernika, zbierając przy tym 37,4% wskazań gości zagranicznych, a jedynie 22,7% głosów turystów krajowych.

Głosy turystów zagranicznych przewyższają krajowe pod względem liczby wskazań w przypadku niemal wszystkich obiektów: Ratusza Staromiejskiego, ruin zamku krzyżackiego

czy rejsu statkiem. Obcokrajowcy dwa razy częściej niż goście krajowi deklarowali chęć odwiedzenia Kamienicy pod Gwiazdą, Muzeum Etnograficznego czy Fortu IV.

Turyści polscy chętniej wskazywali jedynie wyżej wspomniane Planetarium i Żywe Muzeum Piernika, czyli atrakcje z ofertą przede wszystkim w jęz. polskim. Prawdopodobnie tym, co powstrzymuje turystów krajowych od wchodzenia do obiektów muzealnych bądź atrakcji turystycznych są ceny biletów: goście krajowi podczas całego pobytu w Toruniu decydują się np. na jeden, maksymalnie 2 obiekty biletowane. Dla obcokrajowców ceny biletów w poszczególnych atrakcjach czy oddziałach muzeum nie są przeszkodą w zwiedzaniu tych obiektów „od środka”.

Wykres 53: Procentowy rozkład wskazań na odwiedzane obiekty od wewnątrz w Toruniu w 2009 roku z podziałem na turystów polskich i zagranicznych



Źródło: badanie OIT z 2009 roku

V Kalendarium wydarzeń i zmian o charakterze turystycznym w Toruniu w 2009 roku

Opracowanie „Turystyczny Toruń 2009” poza wynikami z badań ruchu turystycznego zawiera również krótkie kalendarium wydarzeń turystycznych w Toruniu. Kalendarium zostało sporządzone na podstawie informacji ukazujących się w prasie, na stronach internetowych oraz sprawozdaniach z działalności OIT. Dzięki tej charakterystyce uzyskujemy pełniejszy obraz funkcjonowania turystyki w naszym mieście w 2009 roku, a zachodzące zmiany na tym obszarze mają odzwierciedlenie w wynikach badań. Poniżej ukazane zmiany w branży turystycznej mają mniejszy lub większy wpływ na postrzeganie miasta przez turystów.

W poniższym kalendarium znalazła się charakterystyka wydarzeń o znaczeniu nie tylko typowo turystycznym. Wyszczególniono również zmiany, unowocześnienia, które nie były skierowane wyłącznie do turystów, ale miały duży wpływ na postrzeganie miasta przez gości np. dodanie zegarów do sygnalizacji świetlnej na skrzyżowaniu ulicy Odrodzenia i Szosy Chełmińskiej. Wydarzenia zostały ujęte w następujących kategoriach:

baza noclegowa:

- W połowie sierpnia 2009 roku został otwarty nowy hotel sieci Accor. Hotel Etap znajduje się w bardzo bliskim sąsiedztwie Starówki (na miejscu dawnego hotelu Kosmos), ma 166 miejsc w pokojach jedno i dwuosobowych wyposażonych w osobną łazienkę. Po standaryzacji hotel ten uzyskał 1 gwiazdkę. Przy obiekcie znajduje się parking.
- W sierpniu 2009 roku rozpoczęła działalność firma „Noclegi Tor-Host”. Ten niewielkich rozmiarów hostel znajduje się w samym sercu Starówki, na ulicy Prostej. Obiekt na razie dysponuje 9 miejscami noclegowymi w pokojach 2, 3 i 6 osobowych ze wspólną łazienką, docelowo ma mieć 25 miejsc.
- Jesienią 2009 roku hotel Filmar pomyślnie przeszedł starania o kolejną gwiazdkę w kategoryzacji. Tym samym stał się czwartym hotelem czterogwiazdkowym w Toruniu.
- W październiku 2009 uroczystie został wmurowany kamień węgielny pod budowę nowego obiektu noclegowego sieci B&B Hotels, choć faktycznie budowa tego hotelu rozpoczęła się już w sierpniu 2009. Obiekt znajduje się w centrum miasta, u zbiegu ulic Dąbrowskiego, Szumana i Wały Gen. Sikorskiego. Planuje on przyjąć pierwszych

gości w 2 połowie 2010 roku. Obiekt klasy ekonomicznej będzie dysponował 180 miejscami noclegowymi w 90 stylowych pokojach.

- Listopad był miesiącem rozpoczęcia budowy pierwszego hotelu na Bydgoskim Przedmieściu, u zbiegu ulic Fałata i Sienkiewicza. W budynku Starego Kasyna znajdzie się restauracja, zaś w dobudowanej części będą pokoje hotelowe. Na obiekt złoży się kilka sal restauracyjnych i konferencyjnych, sala bilardowa z barem, mini spa z sauną. Hotel będzie dysponował 24 pokojami na ponad 50 osób i ubiegał się o trzy gwiazdki w kategoryzacji.
- Wiosną 2009 roku rozpoczęła się rozbiórka kompleksu Wodnik, czyli budynku po klubie rozrywki, hotelu i kąpielisku. W tym czasie samym czasie trwało załatwianie formalności związanych z pozwoleniem na budowę oraz prace nad koncepcją nowego centrum hotelowo-rozrywkowego.

gastronomia:

- Toruńskie restauracje, kawiarnie i puby wzięły udział w akcji „Lokal bez papierosa”. Właściciele tych lokali dobrowolnie przystąpili do akcji i tym samym zadeklarowali, że dane miejsce jest wolne od dymu papierosowego. Aby znaleźć się na mapie lokali bez papierosa wystarczy wprowadzić całkowity zakaz palenia lub wydzielić oddzielną salę dla gości niepalących. Przygotowana ulotka zawiera listę 58 lokali i mapkę centrum z zaznaczoną lokalizacją. Główną motywacją dla organizatorów akcji byli turyści zagraniczni, którzy nie są przyzwyczajeni do widoku osób palących w lokalach.

komunikacja:

- Z dniem 1 VIII 2009 roku w strefie płatnego parkowania inkasentów parkingowych zastąpiły specjalne urządzenia. Parkometry ułatwiają zapoznanie się z zasadami parkowania oraz umożliwiają uiszczenie opłaty za parkowanie zarówno dla mieszkańców Torunia jak i turystów. Urządzenia te umożliwiają zapłacenie za parkowanie trzema sposobami: gotówką, sms-em lub żetonem parkingowym. Część parkometrów pełni dodatkowo funkcję infomatów, na ekranie prezentowane są ogólne informacje o mieście, zabytkach, bazie noclegowej oraz gastronomicznej w dwóch językach obcych.

- Jesienią na skrzyżowaniu ulic Odrodzenia i Szosy Chełmińskiej pojawiły się po raz pierwszy w Toruniu wyświetlacze czasu. Dzięki nim kierowcy wiedzą jak długo będzie wyświetlany sygnał świetlny (zielony lub czerwony). Badania wskazują, że dzięki wyświetlaczom poprawia się bezpieczeństwo ruchu oraz przepustowość skrzyżowania.

nowe atrakcje:

- Od maja 2009 roku istnieje możliwość zwiedzania Starówki z audio przewodnikiem. To niewielkie urządzenie z nagraniami (w dwóch językach: angielskim i polskim) o zabytkach i atrakcjach turystycznych jest skierowane przede wszystkim do turystów indywidualnych. Z reguły na wynajęcie licencjonowanego przewodnika decydują się grupy wycieczkowe, zaś turyści indywidualni musieli zadowalać się informacjami z przewodników książkowych. Dzięki audio przewodnikowi zwiedzanie miasta jest ciekawsze, gdyż nagrania o zabytkach są urozmaicone dźwiękami – utworami muzycznymi toruńskich zespołów. Pliki mp3 są również umieszczone na stronie internetowej Informacji Turystycznej, dzięki czemu turyści mogą pobrać je i wgrać na własny odtwarzać mp3 przed przyjazdem do miasta.
- Nocne rejsy po Wiśle to nowa oferta przygotowana z myślą o turystach zostających na noc w Toruniu. Od czerwca z pokładu statku „Wanda” turyści mogą podziwiać nocną panoramę Torunia również po zmroku, gdy zabudowa Starówki jest pięknie podświetlona. Statek odpływa po zmroku od maja do września.
- W czerwcu w wyniku zalania wodą systemu sterowniczego przestała działać fontanna Cosmopolis. Mimo to, nie zniknęła z mapy atrakcji toruńskiej starówki. Tereny zielone wokół fontanny, ze względu na sąsiedztwo z zabytkami miasta nadal służyły jako miejsce wypoczynku dla mieszkańców i turystów. Po usunięciu usterki fontanna wróciła do użytku jesienią, czyli pod koniec sezonu turystycznego.
- W październiku właściciele restauracji Torre stworzyli ofertę zwiedzania wnętrza słynnej baszty. Grupom zorganizowanym i turystom indywidualnym zostało udostępnione piętro w Krzywej Wieży oraz taras biegnący przy murach. Przyszły sezon turystyczny pokaże, czy ta oferta przyciągnie do wnętrza baszty odwiedzających Toruń gości.

- Jesienią rozpoczęła się akcja „Klucz do mojego miasta” polegająca na zbieraniu starych, niepotrzebnych kluczy wśród mieszkańców. Z kluczy tych zostanie odlana makieta Starego Miasta. Służyć ona będzie przede wszystkim turystom niewidomym i niedowidzącym. Makieta ta będzie się znajdowała w centrum, w miejscu łatwo dostępnym dla turystów.

wydarzenia kulturalne i sportowe

- Sezon żużlowy w Toruniu rozpoczął się maju meczem na nowej Motoarenie Toruń. Stadion ten jest odwiedzany przez kibiców z całej Polski podczas odbywających się tam zawodów, jak i przez fanów żużla, którzy przyjeżdżając na wycieczkę do Torunia chcą zwiedzić najnowocześniejszy stadion w Polsce.
- W sierpniu po raz pierwszy odbył się w Toruniu Festiwal Światła Skyway. W kilku miejscach Starego Miasta umieszczono instalacje świetlne, dzięki którym można było zobaczyć znane budynki w nowym, nieznanym dotąd świetle. Instalacje te łączyły w sobie wątki sztuki światła z elementami astronomicznymi. Skyway został bardzo pozytywnie odebrany przez publiczność. Niewątpliwie wpływ na sukces festiwalu miała jego nietypowa forma.
- Przez kilka sierpniowych dni Toruń był miejscem sportowej rywalizacji o międzynarodowej randze. W naszym mieście odbywały się letnie Igrzyska Polonijne. Polacy, rozsiani w różnych krajach świata, wraz ze swoimi rodzinami brali udział w zawodach sportowych rozgrywających się na toruńskich obiektach. Polonusi w naszym mieście nie tylko zdobywali medale, również spędzali swoje wakacje, wypoczywali i zwiedzali miasto.
- We wrześniu, w ramach obchodów jubileuszu 30lecia premiery „Gwiezdných Wojen” w Polsce odbył się zjazd fanów sagi „Star Wars” z całego świata. Na kilka godzin dla wielbicieli tego filmu Toruń stał się najważniejszym miejscem w galaktyce. W programie zlotu znalazła się parada fanów przebranych w stroje z filmu, otwarcie wystawy oraz spotkania z aktorami.

remonty, unowocześnienia

- W lipcu został oficjalnie zakończony remont ul. Szerokiej. Główny deptak Starówki został wzbogacony nie tylko o elegancką posadzkę. Urozmaiceniem są wmurowane

płyty z herbami miast, z którymi Toruń przez długie lata utrzymywał bliskie stosunki gospodarcze. Prace remontowe objęły również wyrównanie ulic oraz wymianę bruku na uliczkach Starego Miasta.

- W 2009 roku kontynuowane były prace konserwatorskie, czyli czyszczenie elewacji murów oraz ściany południowej i wschodniej wieży katedry śś Janów. Prace trwają również na ruinach zamku krzyżackiego, zwłaszcza przy gdanisku. Objęły one wymianę instalacji elektrycznej, konserwację murów oraz remont piwnic i dziedzińca.
- W sierpniu Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna we współpracy z naukowcami z UMK rozpoczęła badanie ruchu turystycznego na skalę województwa. W ciągu dwóch lat trwania projektu badacze planują przeprowadzić 14 tysięcy wywiadów z turystami. W związku z prowadzonymi w Toruniu od 5 lat badaniami opinii turystów, liczba ankiet przewidzianych do przeprowadzenia w Toruniu została obniżona, aby nie dublować badań.
- W odpowiedzi na zapotrzebowanie wśród pracowników branży turystycznej został przygotowany projekt szkoleniowy „OdLOTowe kompetencje”. Projekt ten jest przygotowany przez Lokalną Organizację Turystyczną zaś finansowany ze środków Unii Europejskiej. Jesienią 180 osób mających na co dzień kontakt z turystami rozpoczęło szkolenia językowe oraz zajęcia z informacji turystycznej. Osoby te będą przeszkolone w zakresie obsługi turysty i tym samym przygotowane na przyjęcie gości już w najbliższym sezonie turystycznym 2010.