

DOKUMENT PRZYGOTOWANY
NA ZLECENIE URZĘDU MIASTA TORUNIA

MONITORING RUCHU TURYSTYCZNEGO

TURYSTYCZNY TORUŃ 2013

RAPORT KOŃCOWY

Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu

Przygotowanie i opracowanie danych

Michał Przewoźny

KONSULTACJE EKSPERCKIE

prof. dr hab. Daniela Szymańska

dr Andrzej Anszperger

Szymon Wiśniewski

Henryk Miłoszewski

Katarzyna Motławska

Agnieszka Radkiewicz

Toruń marzec 2014

Spis treści

1.	Metodologia i charakterystyka badań.....	3
2.	Wielkość ruchu turystycznego w Toruniu w 2013 roku	5
3.	Analiza struktury ruchu turystycznego, opinii turystów o mieście oraz o ofercie turystycznej Torunia w świetle badań ankietowych.....	11
a)	Charakterystyka osób przyjeżdżających do Torunia w 2013 roku	11
	Charakterystyka turystów pod względem demograficznym.....	11
	Charakterystyka turystów pod względem geograficznym	16
	Kierunki przyjazdów turystów zagranicznych	17
	Charakterystyka turystów ze względu na wykorzystany środek transportu	22
	Charakterystyka respondentów ze względu na główny cel podróży	24
	Charakterystyka turystów ze względu na towarzystwo w trakcie podróży	26
	Charakterystyka respondentów ze względu na częstotliwość wizyt w Toruniu	28
	Charakterystyka respondentów ze względu na długość pobytu w Toruniu	29
	Charakterystyka respondentów ze względu na źródło informacji o Toruniu	30
	Charakterystyka respondentów ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania	31
	Charakterystyka respondentów ze względu na sposób znalezienia noclegu	35
b)	Baza noclegowa w opinii respondentów	36
c)	Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego przez respondentów	38
d)	Baza gastronomiczna w opinii respondentów	40
e)	Opinie odwiedzających o wybranych elementach wizerunku turystycznego miasta.....	42
f)	Skojarzenia z Toruniem turystów odwiedzających miasto	42
g)	Powody szczególnego niezadowolenia respondentów z pobytu w Toruniu	45
h)	Elementy szczególnie pozytywnie postrzegane i zapamiętane przez respondentów	47
i)	Szacunkowe wydatki turystów.....	48
j)	Okolice odwiedzane przy okazji pobytu w Toruniu	49
k)	Rekomendacja Torunia jako destynacji turystycznej i deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia przez respondentów	50
l)	Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc oraz zwiedzanych zabytków Torunia	52

1. Metodologia i charakterystyka badań

To już dziewiąty raz oddajemy w Państwa ręce Monitoring Ruchu Turystycznego „Turystyczny Toruń 2013”, czyli raport z badań nad strukturą i wielkością przyjazdowego ruchu turystycznego do Torunia.

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

Badanie ruchu turystycznego jest zajęciem trudnym i niestandardowym dla każdego badanego obszaru. Ze względu na brak wysoce miarodajnych narzędzi badawczych niełatwo jest w tej dziedzinie przedstawiać dokładne dane dotyczące chociażby liczby turystów odwiedzających dany obszar. Niewystarczalność badań ogólnopolskich polega na tym, że stałych źródeł danych jest niewiele. Rolę „twardych danych” pełnią głównie dane GUS dotyczące noclegów, a są one obciążone pewnym błędem. Z tego względu badania ruchu turystycznego prowadzone na mniejszych obszarach np. w regionie lub konkretnym mieście są bardziej wiarygodne i bliższe rzeczywistości. W tym przypadku mamy dostęp do kilku dodatkowych źródeł danych – np. statystyk ze sprzedaży biletów wstępu do atrakcji turystycznych, przewozów pasażerskich dotyczących różnych środków transportu, czy danych z biur przewodnickich dotyczących liczby i wielkości wycieczek. Dane te możemy wykorzystać przy szacowaniu wielkości i struktury ruchu turystycznego. Natomiast do poznania potrzeb, celów wizyty czy postaw turystów wobec miasta konieczne jest przeprowadzenie badań szczegółowych np. metodą ankietową. Oczywiście jest, że niezwykle trudno byłoby objąć takim rodzajem badania obszar wielkości całego kraju. Z tego względu potrzebne są badania prowadzone na mniejszych obszarach takich jak miasto, które pozwalają nam jeszcze dokładniej poznać rodzaj turystów odwiedzających dany obszar i ich potrzeby. Skuteczne wykorzystanie tych danych z pewnością może się przyczynić do rozwoju branży turystycznej, a co za tym idzie do polepszenia jakości usług oraz zwiększenia przychodów jakie generuje ruch turystyczny w naszym mieście.

W naszym badaniu ruchu turystycznego pod pojęciem turysty rozumiemy każdą osobę, która przyjechała do Torunia – wybrała się do naszego miasta okazjnie i jej podróż odbywa się do miejsca innego niż miejsce zwykłego otoczenia oraz której pobyt nie przekracza 90 dni. W badaniu tym nie stosuje się podziału na turystów jako tych, którzy zostają na noc, i na odwiedzających, czyli nienocujących. W badaniu tym nie brały udziału osoby przyjeżdżające do pracy w Toruniu bądź toruńscy studenci, oraz osoby, których wiek nie przekroczył 12 roku życia. Ankietowanie rozpoczynano z reguły po godzinie 13-tej, by turyści zdążyli wyrobić własne zdanie o naszym mieście i aby uniknąć braków w odpowiedziach. Ankiety przeprowadzano 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 ankieterzy

zbierali wywiady również wieczorem, podczas odbywających się różnych imprez kulturalno-rozrywkowych. Dobór próby następował na podstawie instrukcji opracowanej dla ankierów.

Badania ankietowe zostały przeprowadzone wśród turystów przyjeżdżających do Torunia podczas czterech celowo wybranych miesięcy. Tradycyjnie były to w marzec, maj, sierpień i październik. Są to miesiące różnorodne pod względem zarówno ilości turystów jak i ich specyfiki. Marzec reprezentuje w badaniu okres tuż przed rozpoczęciem sezonu. Maj to miesiąc zwiększonej turystyki szkolnej i wycieczkowej. Sierpień reprezentuje okres przyjazdów typowo wakacyjnych - najczęściej podróży rodzinnych, indywidualnych, a także o zwiększonej ilości turystów zagranicznych. Październik jest miesiącem, który kończy sezon turystyczny w mieście. Tradycyjnie, liczebność próby dla niniejszego badania została ustalona na podstawie danych GUS za poprzedni rok (w tym wypadku rok 2012) dotyczących korzystających z noclegów ogółem. Wielkość próby w poszczególnych miesiącach została ustalona proporcjonalnie do liczby korzystających z noclegów w rejestrowanej bazie noclegowej Torunia, tak, by odzwierciedlała wielkość ruchu turystycznego a jednocześnie została zmodyfikowana tak, by oddawała jak największą różnorodność tego ruchu. W tego rodzaju badaniach niezwykle trudne, a nawet niemożliwe jest ustalenie wielkości badanej populacji, 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 nam uzyskać wyniki wysoce prawdopodobne, wiarygodnie opisujące strukturę strumienia ruchu turystycznego w Toruniu. W 2013 roku w wyniku weryfikacji merytorycznej do dalszej obróbki zostało dopuszczonych 1713 ankiet.

Kwestionariusz wywiadu wykorzystany przy badaniu w 2013 został zaktualizowany. W kilku pytaniach możliwe odpowiedzi zostały dostosowane do aktualnie panującego nazewnictwa lub trendów w branży turystycznej, zastąpione zostały określenia które już nie są używane lub odpowiedzi, które wybierane były zbyt rzadko. Dodane zostały możliwe odpowiedzi, które bardziej odpowiadają obecnym tendencjom. Dodatkowym powodem tych drobnych zmian było również uproszczenie kwestionariusza tak by zmaksymalizować jego jasność i łatwość udzielania odpowiedzi dla ankietowanych turystów. Konkretnie zmiany w pytaniach zostaną przedstawione przy poszczególnych przypadkach w dalszej części raportu. Przy tej okazji zauważyć trzeba, że „Monitoring ruchu turystycznego 2013” jest już dziewiątą edycją rozpoczętą w 2005 roku badania, a główne założenia i metodologia pozostały takie same jak w poprzednich edycjach, dzięki czemu możliwe jest zestawianie i porównywanie wyników, zauważanie zmian i wskazywanie trendów. Analizę wyników wykonano za pomocą oprogramowania SPSS Professional Statistics 21.

Do przygotowania i opracowania wyników wykorzystano następujące źródła:

- analizę istniejących „twardych” danych (dane z GUS o korzystających z obiektów zakwaterowania i o udzielonych noclegach, informacje 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,
- wywiad z pracownikami branży turystycznej
- wiedzę i doświadczenie eksperckie.

2. Wielkość ruchu turystycznego w Toruniu w 2013 roku

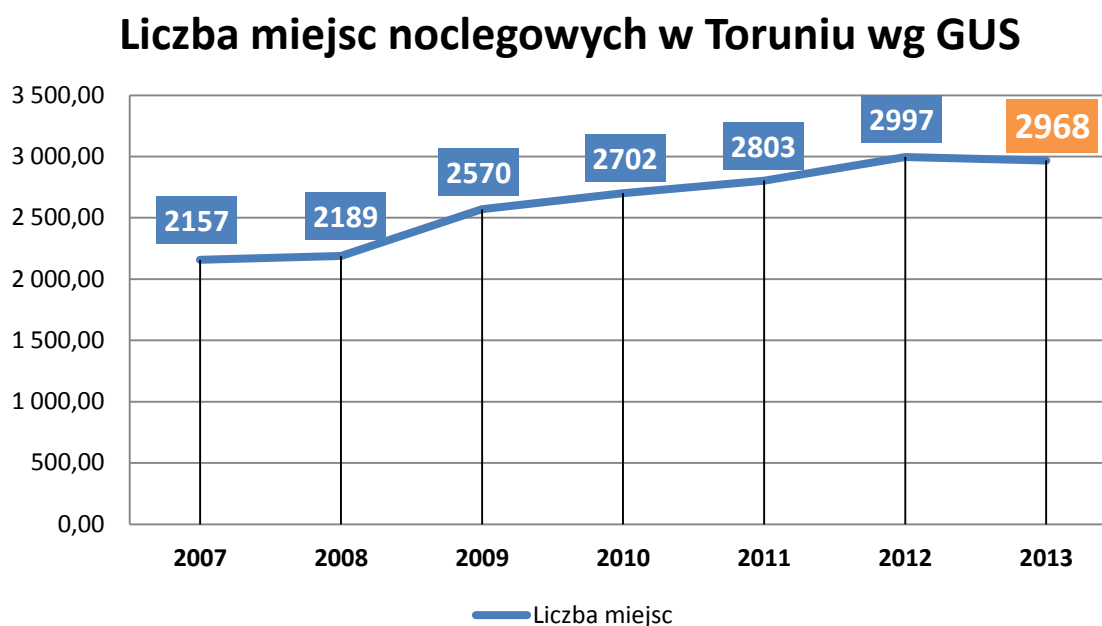
Jak każdego roku podkreślamy w naszym raporcie, iż wskazanie dokładnej liczby turystów przyjeżdżających w danym roku do naszego miasta jest niewykonalne. Jednak dzięki kilku metodom badawczym, przez szacowanie jest możliwe przybliżenie tej liczby. Liczba określająca wielkość ruchu turystycznego jest szacowana już od pierwszej edycji badania.

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

Jako Ośrodek Informacji Turystycznej od pierwszej edycji badania korzystamy również z danych Głównego Urzędu Statystycznego, do którego przez cały rok spływają dane ze wszystkich ewidencjonowanych obiektów noclegowych w Toruniu. Choć obarczone są one pewnym marginesem błędu, to stanowią bardzo ważne źródło danych przy metodzie badania opierającej się na liczbie osób korzystających z noclegów. Dane z GUS obejmują również średnie obłożenie w obiektach noclegowych.

Według danych GUS w 2013 roku (stan na lipiec 2013) istniało w Toruniu 36 obiektów noclegowych, w tym 34 miało charakter całoroczny. Liczba miejsc noclegowych, według danych GUS w 2013 roku wyniosła 2968 miejsc (w 2012 roku 2997 miejsc), w tym 249 to miejsca sezonowe (w 2012 roku 216 miejsc).

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 umiejętnie ich magazynowanie i przetwarzanie. Według OIT, Toruń dysponował w 2013 roku łącznie liczbą 4297 miejsc całorocznych. Miejsca te znajdowały się w sumie w 74 obiektach całorocznych. Eksperti 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 wiarygodny tylko wtedy gdy weźmiemy pod uwagę faktycznie istniejącą i działającą bazę noclegową, a takimi danymi dysponuje OIT.

Wykres nr 2 przedstawia zmiany w liczbie ogółu turystów decydujących się na nocleg w Toruniu na przestrzeni ostatnich 5 lat¹. W ciągu tego okresu najniższą liczbę osób korzystających z noclegu zanotowano w 2009 roku, zaś najwyższą liczbę odnotowano w roku 2013 było to 247 821 korzystających z noclegów ogółem. Zatem rok 2012 był aż o 15 719 słabszy, bo zanocowało u nas 232 102 turystów.

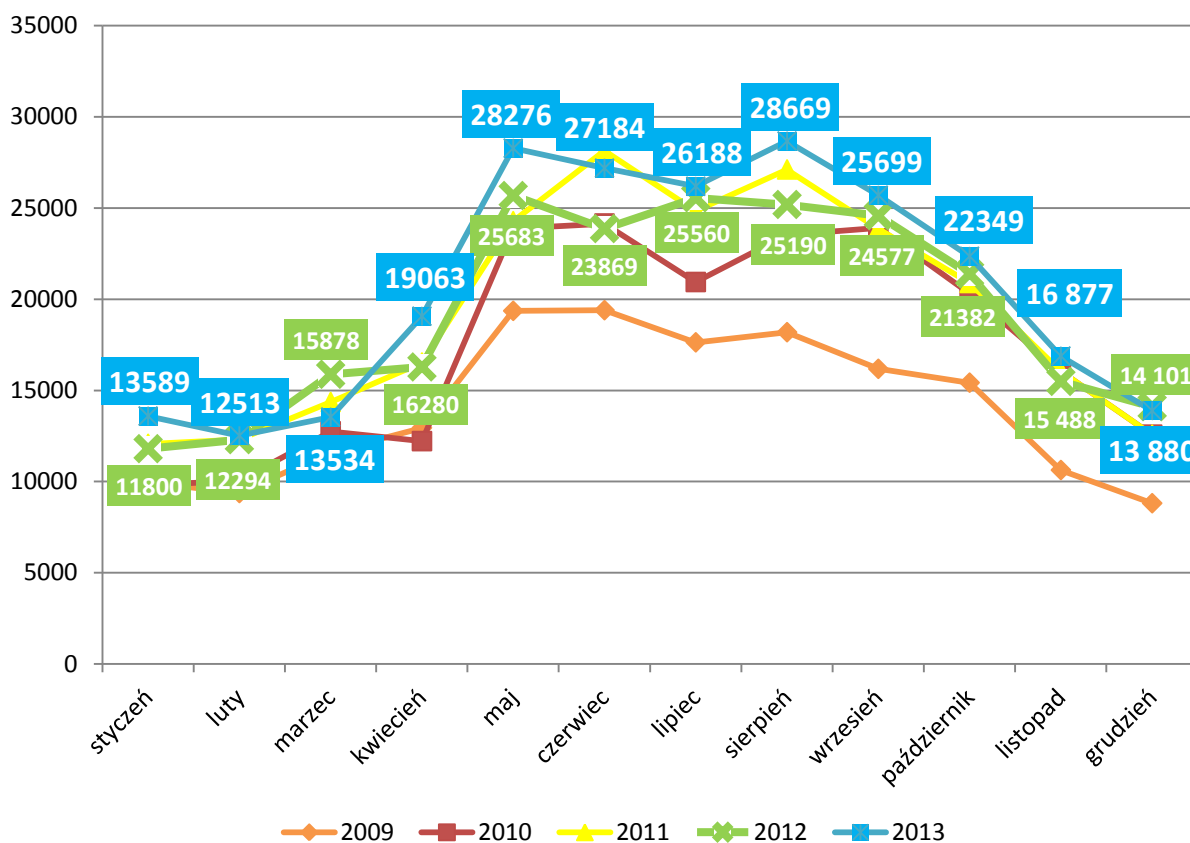
Od pierwszego roku prowadzenia badań do 2007 roku włącznie, najwyższa liczba ogółu osób korzystających z noclegów przypadała na sierpień. Tym samym ten miesiąc uznawany był za szczyt sezonu turystycznego w Toruniu. Od 2008 do 2011 roku dane GUS wskazują, że najwięcej osób korzystających z noclegu w obiektach zbiorowego zakwaterowania było w czerwcu (kolejny rekord padł w czerwcu 2011 roku, wyniósł 28 147). Rok 2012 przyniósł kolejną zmianę. Rekord ogólnej liczby korzystających z noclegów padł w maju i było to 25 683 osoby. Natomiast rok 2013 był rekordowy pod kilkoma względami. Po pierwsze prawie we wszystkich

¹ W raporcie za 2013 rok dla przejrzystości wykresów pominięte zostały dane z lat 2005, 2006, 2007 i 2008. Są one dostępne w poprzednich raportach.

miesiącach ubiegłego roku (oprócz marca, czerwca i grudnia) padły rekordy dotychczasowej liczby korzystających z noclegów. Po drugie najwyższa do tej pory liczba nocujących w jednym miesiącu z czerwca 2011 roku (28 147) została w 2013 roku pobita aż w dwóch miesiącach (w maju 28 276 i w sierpniu 28 669), do tego w 2013 roku padł nowy rekord liczby nocujących turystów jednym miesiącu – w sierpniu było to 28 669 i tym samym sierpień po 5 latach powrócił jako miesiąc z najwyższą liczbą nocujących w Toruniu. Trzeba jednak zauważyć, że naprawdę w minimalnym stopniu ustępują mu maj, czerwiec, lipiec i wrzesień. Porównując wyniki z lat 2010-2013 dotyczące ogółu osób korzystających z noclegu zauważamy wyraźną tendencję, że tzw. wysoki sezon turystyczny zaczyna się w Toruniu w maju i trwa do września włącznie. W tym okresie liczba korzystających z noclegów jest większa niż w pozostałych miesiącach i wyraźnie przekracza 20 tysięcy nocujących miesięcznie.

Wykres 2: Liczba ogółu turystów korzystających z noclegów w Toruniu w latach 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

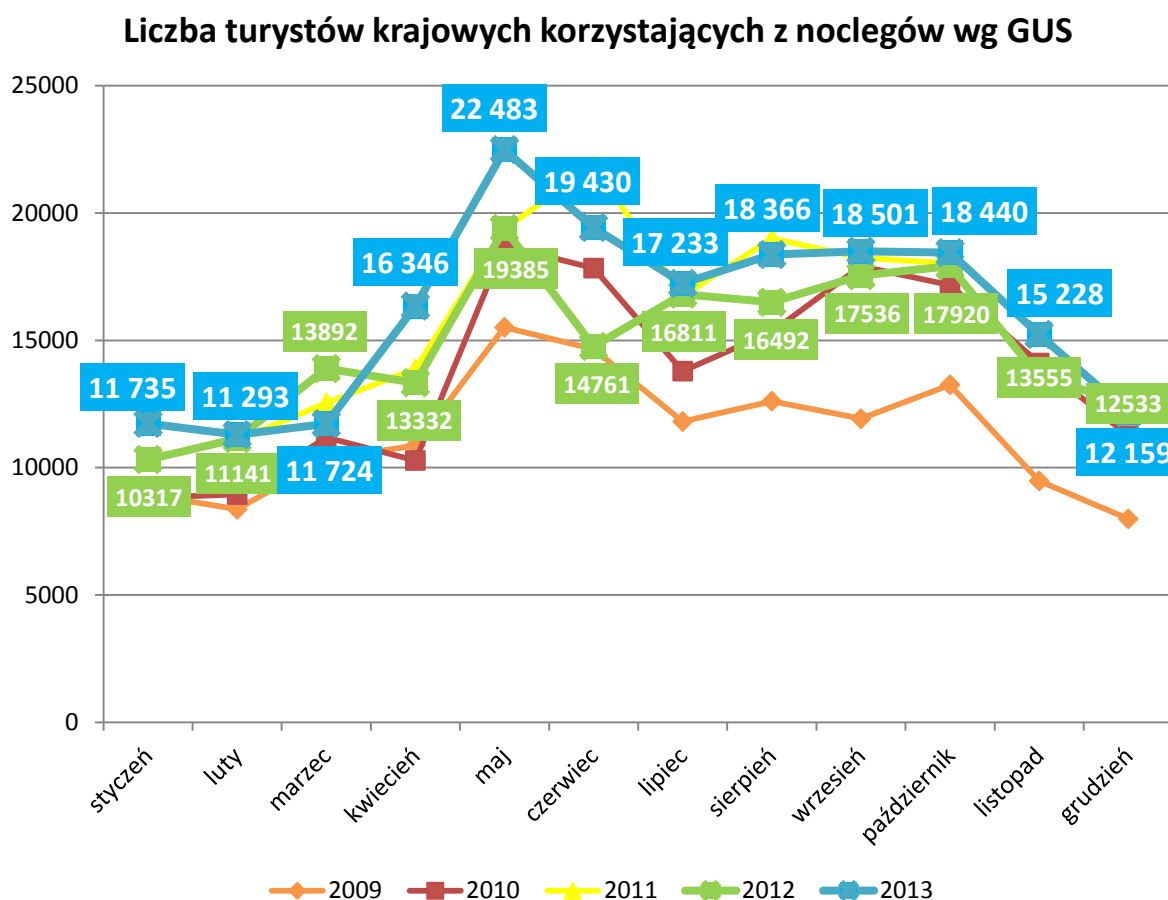
Ogół turystów korzystających z noclegów według GUS



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Podobnie jak w przypadku ogólnej liczby turystów zauważamy wyraźny wzrost wśród turystów krajowych korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w Toruniu. W roku 2012 liczba ta wyniosła 177 675 osób, natomiast w roku 2013 nocowało u nas według GUS 192 938 turystów z Polski, czyli o 15 263 osoby więcej niż przed rokiem.

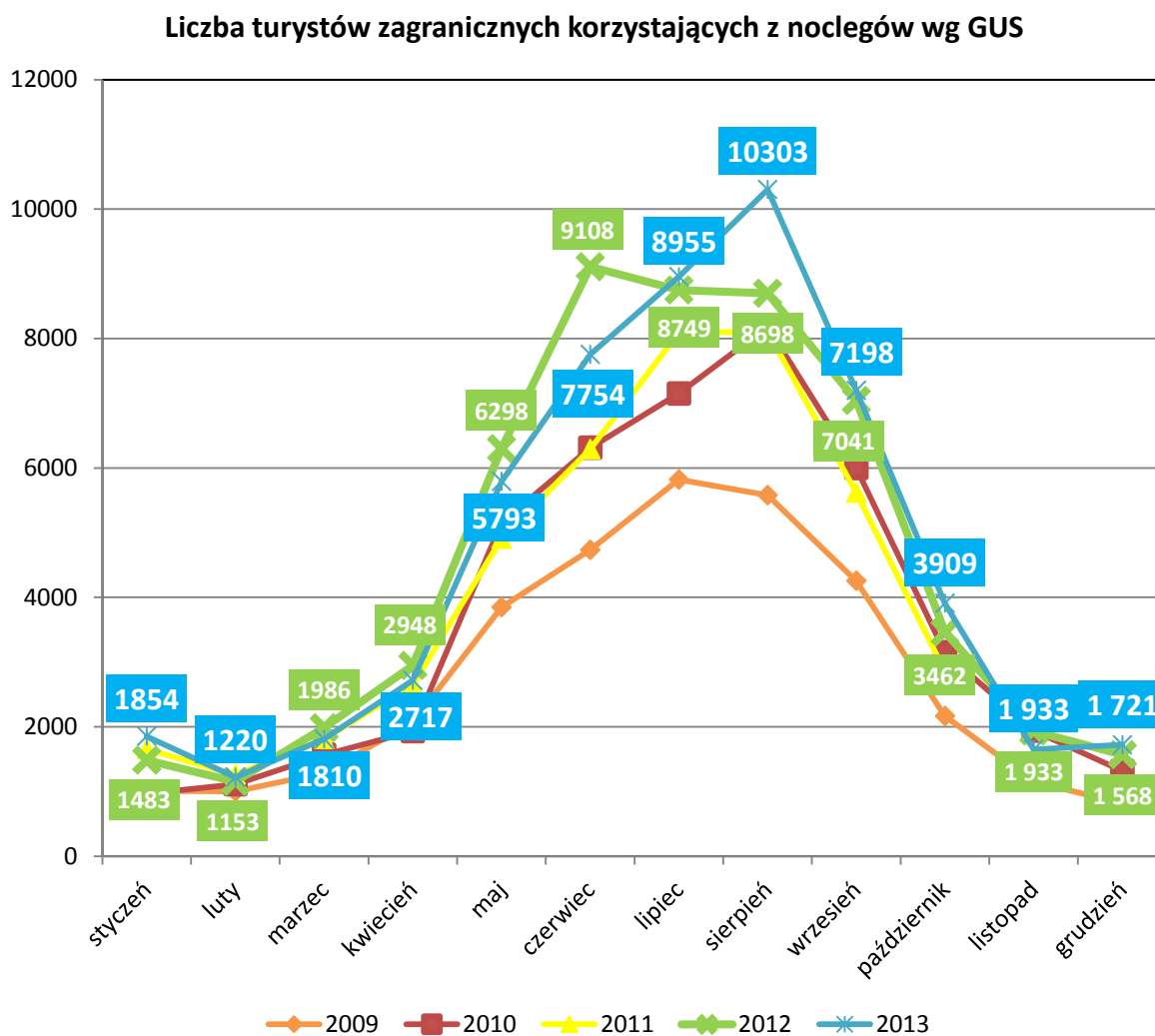
Wykres 3: Liczba turystów krajowych korzystających z noclegów w latach 2009, 2010, 2011 i 2012, 2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analizując dane GUS z ostatnich 5 lat dotyczące wyłącznie nocujących obcokrajowców zauważamy, że ich liczba również stopniowo i systematycznie wzrasta. Po bardzo dobrym roku 2007, lata 2008 i 2009 to okres, gdy odnotowano wyjątkowo niskie wyniki wśród cudzoziemców decydujących się na nocleg. Dane z 2010, 2011 i 2012 roku wskazują, że rozpoczął się proces polepszania się sytuacji i coraz większa liczba obcokrajowców korzysta z bazy noclegowej w Toruniu. Optymistyczne są również wyniki z 2013 roku. Trend został podtrzymany i liczba turystów nocujących z zagranicy nieznacznie wzrosła z 54 472 w 2012 roku do 54 883 w 2013 roku. Ponadto możemy zauważyć kolejną pozytywną tendencję – otóż sezon wśród cudzoziemców zaczyna się wydłużać. Do 2010 wyraźnym szczytem był miesiąc sierpień. W roku 2011 i 2012 po raz pierwszy pojawiły się zmiany, które utrzymały w roku 2013, co obrazuje znaczny wzrost liczby zagranicznych turystów w maju, lipcu i wrześniu.

Wykres 4: Liczba turystów zagranicznych korzystających z noclegów w latach 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Dane GUS wskazują, że w 2013 roku udzielono o 6,3% noclegów więcej w toruńskich obiektach noclegowych niż w 2012 roku. Bazując na danych GUS obliczono, że w 2013 roku stosunek udzielonych noclegów do liczby osób korzystających z noclegów w rejestrowanej bazie noclegowej wyniósł 1,45 i był nieznacznie niższy niż w 2012 roku (wówczas wyniósł 1,5). Turysta zagraniczny jeśli już zdecydował się na nocleg w Toruniu to przebywał tu dłużej niż turysta krajowy: stosunek liczby udzielonych noclegów cudzoziemców do liczby cudzoziemców, którzy skorzystali z noclegu wyniósł 1,48 (w 2012 roku 1,62). W przypadku turysty krajowego wskaźnik ten wyniósł 1,44 i był niższy niż w 2012 roku (1,46).

Kolejnym źródłem informacji, tzw. twardymi danymi, wykorzystywanymi przy szacowaniu ogólnej liczby turystów przyjeżdżających w danym roku do Torunia są dane z toruńskich atrakcji turystycznych. Wraz z końcem roku OIT zwraca się z prośbą do wszystkich opiekunów i właścicieli atrakcji, z których korzystają turyści o

udostępnienie danych o ilości sprzedanych biletów oraz o liczbie wydanych wejściówek turystom. Dane uzyskano z Katedry śś. Janów, muzeów (Okręgowego, Etnograficznego oraz Żywego Muzeum Piernika), z Planetarium (w tym Orbitarium i Geodium), z Centrum Kultury Zamek Krzyżacki, z Fortu IV, Domu Legend, Centrum Sztuki Współczesnej, Ogrodu Zoobotanicznego oraz ze statków wycieczkowych „Wanda” i „Wiking”. 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. Zliczając frekwencję z prawie wszystkich obiektów sprzedających bilety szacuje się, że **wszystkie te miejsca sprzedały w ubiegłym roku łącznie 893 791 biletów** (w roku 2012 – 673 387), czyli zanotowano wzrost o 24,7%

Tradycyjnie toruńskie biura świadczące usługi przewodnickie również przekazały OIT 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, Przewodnickiego Centrum Usługowego, BT Copernicana, BT Toruń Tourist, Elpis, Tilda, Poznajmy Toruń, Fortu IV. Uzyskane w ten sposób dane zbiorcze posłużyły jako trzecie źródło informacji do szacowania wielkości liczby turystów. Łącznie **w 2013 roku toruńskie biura oferujące usługi przewodnickie obsłużyły liczbę 4004 grup wycieczkowych** (krajowych i zagranicznych), o różnej liczbie osób w grupie. Względem roku 2012 odnotowano wzrost o 52 grupy wycieczkowe (1,3%) obsługiwanych przez licencjonowanego przewodnika miejskiego. Analizując powyższe informacje oraz dane z wywiadów kwestionariuszowych, przy oszacowaniu wielkości ruchu turystycznego w 2013 roku, grono ekspertów posłużyło się niemal tymi samymi metodami co w latach 2005-2012. Niektóre z nich zostały uwspółcześnione, tzn. założenia szacunku zostały dopasowane do obecnie istniejącej struktury ruchu turystycznego po to, by wiarygodniej odzwierciedlać rzeczywistość. Zastosowano dwie metody szacowania wielkości ruchu turystycznego wzajemnie się uzupełniające i krzyżowo weryfikujące wyniki.

Pierwsza metoda ekspertów wzięta pod uwagę:

- liczbę istniejących w Toruniu całorocznych miejsc noclegowych według danych OIT (4297 miejsc noclegowych).
- średnie obłożenie w obiektach całorocznych według ekspertów (45%).
- procent osób korzystających z bazy noclegowej Torunia wynikający z analizy, której zostały poddane kwestionariusze wywiadu (47.7%).

Na tej podstawie oszacowano wielkość ruchu turystycznego w 2013 roku na **1 637 143 osoby**;

Druga metoda opierająca się na:

- liczbie sprzedanych biletów w atrakcjach turystycznych Torunia, z których według badań dr A. Anszpergera korzysta około jedna trzecia turystów,

Na jej podstawie oszacowano wielkość ruchu turystycznego w 2013 roku: na **2 279 167 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 2013 roku:

Na jej podstawie oszacowano wielkość ruchu turystycznego w 2013 roku: na **1 175 367 osób**;

Weryfikując i krzyżując powyższe metody można z dużym prawdopodobieństwem powiedzieć, że do Torunia w 2013 roku przyjechało **1 697 225 turystów**.

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

Wielkość próby badania ruchu turystycznego ustanawiana jest corocznie proporcjonalnie do liczby osób korzystających z toruńskich obiektów hotelarskich w poszczególnych miesiącach. Dane dotyczące liczby noclegów w obiektach hotelarskich udostępniane są przez Główny Urząd Statystyczny. Okres ankietowania obejmuje miesiące marzec, maj, sierpień i październik, natomiast dobór próby jest następujący: w marcu i październiku (miesiącach przed i po wysokim sezonie) zdecydowano się wykonać po 15 procent ankiet, natomiast w maju i sierpniu (dwóch miesiącach ze szczytu sezonu) po 35 procent ankiet. Tym samym w maju przeprowadzono 565 wywiadów, w sierpniu 428. W marcu 368 ankiet, a w październiku 352 ankiety. **W całym 2013 roku przeprowadzono łącznie 1713 wywiadów kwestionariuszowych.**

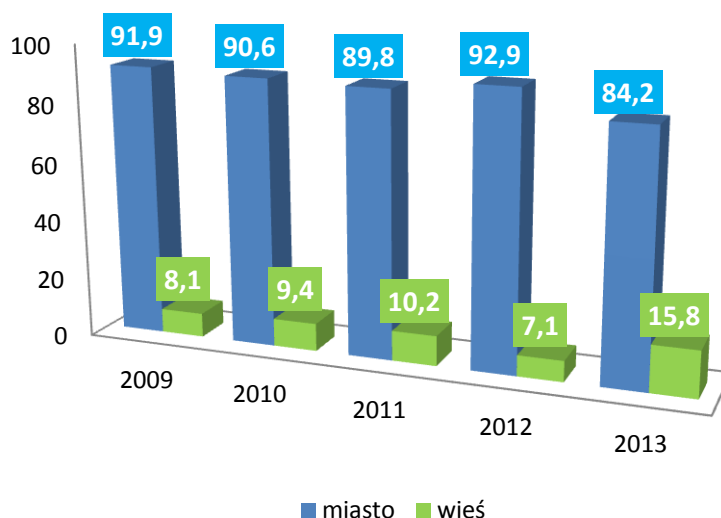
a) Charakterystyka osób przyjeżdżających do Torunia w 2013 roku

Charakterystyka turystów pod względem demograficznym

W przebadanej próbie ponad półtora tysiąca respondentów znalazło się więcej kobiet: stanowiły one 56,3%, zaś mężczyźni 43,7% ogółu ankietowanych. Kobiety częściej niż mężczyźni decydują się na wzięcie udziału w wywiadzie, stąd ich przewaga w ogólnej ilości przebadanych.

Badanie nadal corocznie wskazuje na zdecydowanie większą ilość turystów pochodzących z miasta wśród turystów krajowych: 84,2% gości mieszka w mieście, zaś 15,8% na wsi (pytanie to zostało zadane tylko polskim turystom).

Wykres 5: Stosunek turystów pochodzących ze wsi do pochodzących z miasta w 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013 roku



Średnia wieku turystów odwiedzających Toruń w 2013 roku to 32 lata (w 2012 roku wyniosła ona 35). Dla turystów polskich średnia wieku to 30 lat (w 2012 roku były to 34 lata), a dla zagranicznych 39 lat (w 2012 roku było 40). Różnicę średniej wieku w obydwu przypadkach trzeba potraktować inaczej. Jeśli chodzi o turystów zagranicznych to mieści się ona w kategoriach błędu statystycznego i stwierdzić, że średnia ich wieku pozostała na tym samym poziomie. Jeśli chodzi o turystów krajowych prawdopodobnie jest to wynik zwiększonej liczby przyjazdów młodych ludzi z pod toruńskich wsi miasteczek. W toruńskim badaniu biorą udział osoby, które ukończyły 12 rok życia. Nie ma zaś górnej granicy wieku. Najstarsza osoba udzielającą odpowiedzi na pytania ankietera 2013 roku miała 83 lata.

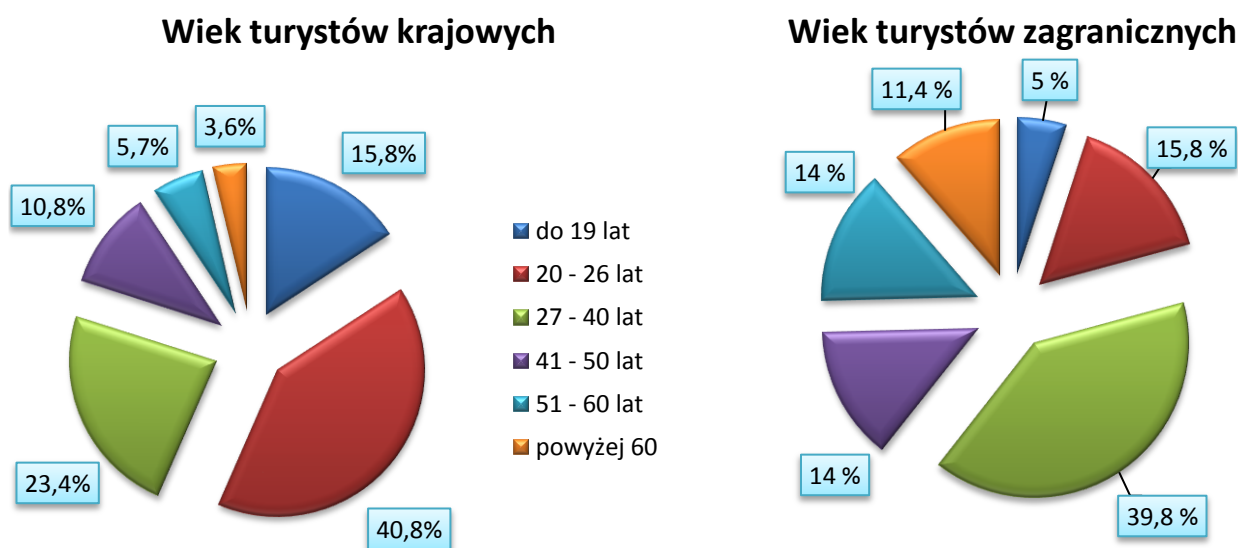
Aby móc trafniej scharakteryzować daną grupę turystów kategorie wiekowe od 2010 roku zostały zmienione. Kategoria wiekowa do 19 roku życia najczęściej skupia osoby uczące się, będące zależne od rodziców. Osoby w wieku 20-26 lat to najczęściej młodzież studiująca, mająca nienormowany czas pracy i wypoczynku. Kategoria wiekowa od 27 do 40 roku życia obejmuje najczęściej osoby finansowo niezależne, bo pracujące, których czas wolny najczęściej ogranicza się do weekendów i dni urlopowych. Osoby w wieku 41-50 lat to turyści często jeszcze podróżujący z rodziną, z dziećmi, i tym samym ponoszący koszty podróży przemnożone razy ilość członków rodziny. Kategoria wiekowa 51-60 lat obejmuje zarówno osoby jeszcze pracujące, jak i już będące na emeryturach lub pobierających inne świadczeniach, których dzieci często już się usamodzielnili i tym samym budżet domowy mogą w

większym stopniu przeznaczyć na podróże. Kategoria po 60 roku życia obejmuje najczęściej osoby nie pracujące zawodowo i tym samym mające dużo wolnego czasu.

Analizując wiek turystów polskich widać, że najliczniej przyjeżdżają do Torunia osoby w wieku 20-26 lat. Grupa ta stanowiła 40,8% ogółu turystów krajowych. Drugą najliczniejszą grupę – 23,4% respondentów polskich, stanowiły osoby w wieku 27-40 lat.

Wśród turystów zagranicznych było inaczej, najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 27-40 lat (39,8%), a drugą najliczniejszą grupą były osoby w wieku 20-26 lat i stanowiły one 15,8% ogółu cudzoziemców. Porównując turystów krajowych z zagranicznymi pod względem wieku zauważamy, że aktywność turystyczna osób do 19 roku życia jest odwrotnie proporcjonalna do aktywności osób z najstarszej grupy wiekowej. W przyjazdowym ruchu turystycznym do Torunia duży udział mają Polacy w wieku do 19 roku życia (15,8%), zaś w przypadku zagranicznych odsetek tych osób jest nieduży (5%). Turyści krajowi w wieku powyżej 60 roku życia nieczęsto decydują się na przyjazd do Torunia (3,6%), z kolei cudzoziemcom wiek mniej przeszkadza w podróżach (11,4%).

Wykresy 6, 7: Turyści krajowi i zagraniczni ujęci w kategorii wiekowe w 2013 roku

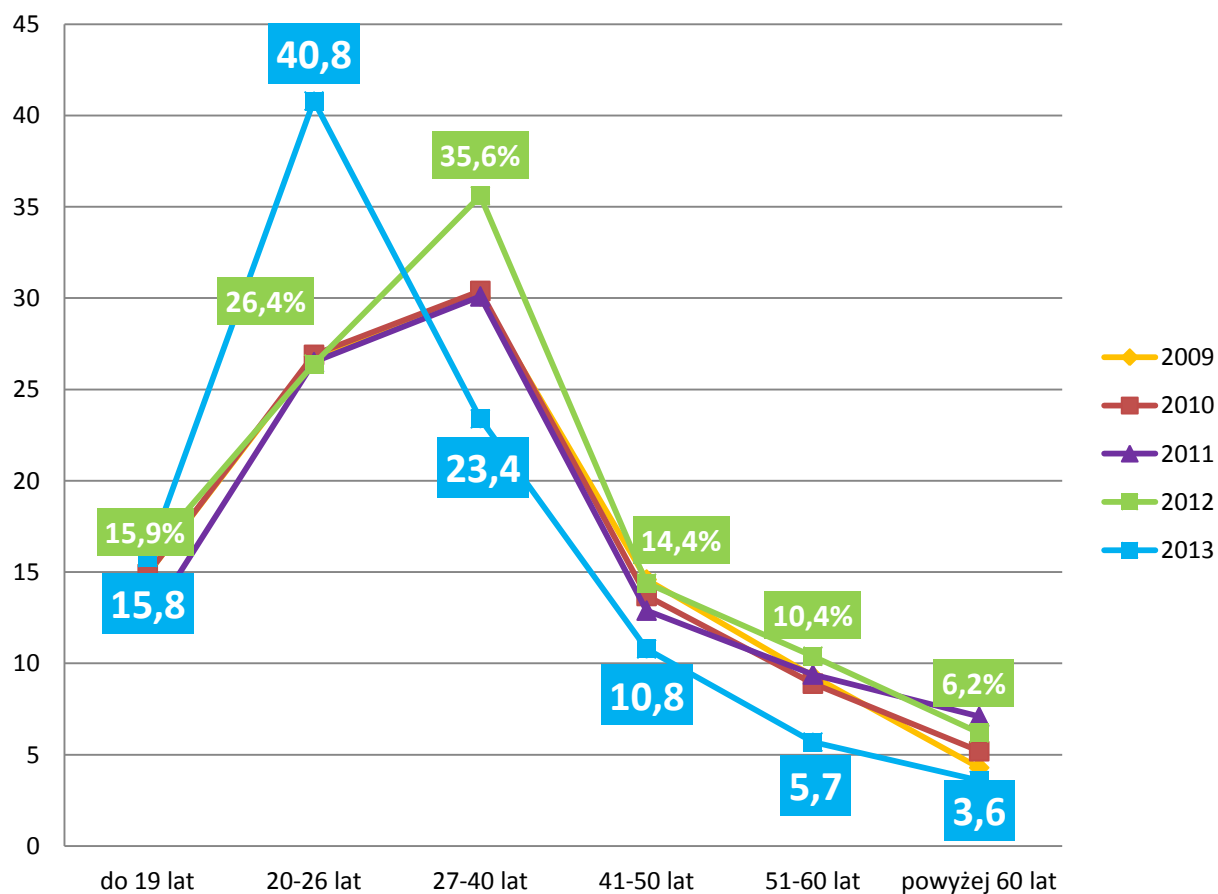


Źródło: badanie OIT 2013

Porównując turystów krajowych przyjeżdżających do Torunia pod względem wieku zauważamy wyraźny wzrost przyjeżdżających w wieku od 20 do 26 lat i wyraźny spadek w przedziale wiekowym 27 – 40 lat. W tej chwili trudno stwierdzić czy jest to stała tendencja czy może

jednoroczna zmiana. Badanie potwierdziło, że około ¼ turystów polskich (80% w 2013 roku) to osoby młode, będące w wieku do 40 lat.

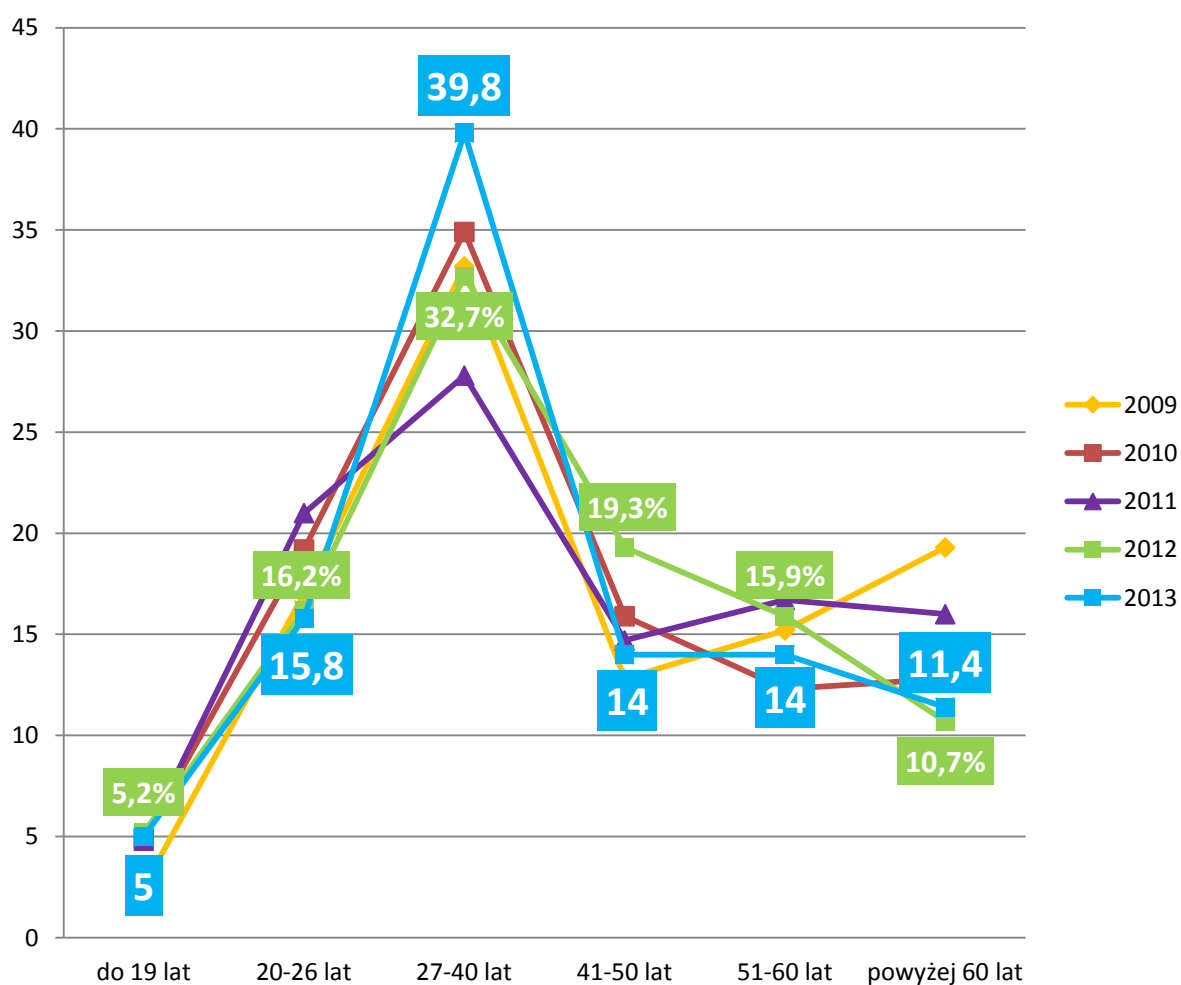
Wykres 8: Turyści krajowi według kategorii wiekowych w 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013 roku (w procentach)



Źródło: badanie OIT 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

Analizując wiek turystów zagranicznych na przestrzeni ostatnich 5 lat zauważamy, że Toruń jest odwiedzany raczej przez turystów w średnim wieku. W 2013 roku 53,8% stanowili goście od 27 do 50 roku życia, a co roku badanie potwierdza, że obcokrajowcy w wieku 27-40 lat stanowią najliczniejszą grupę w ogóle cudzoziemców. W 2013 roku odsetek turystów zagranicznych w tym wieku wyniósł rekordowe 39,8%.

Wykres 9: Turyści zagraniczni według kategorii wiekowych w 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013 roku (w procentach)

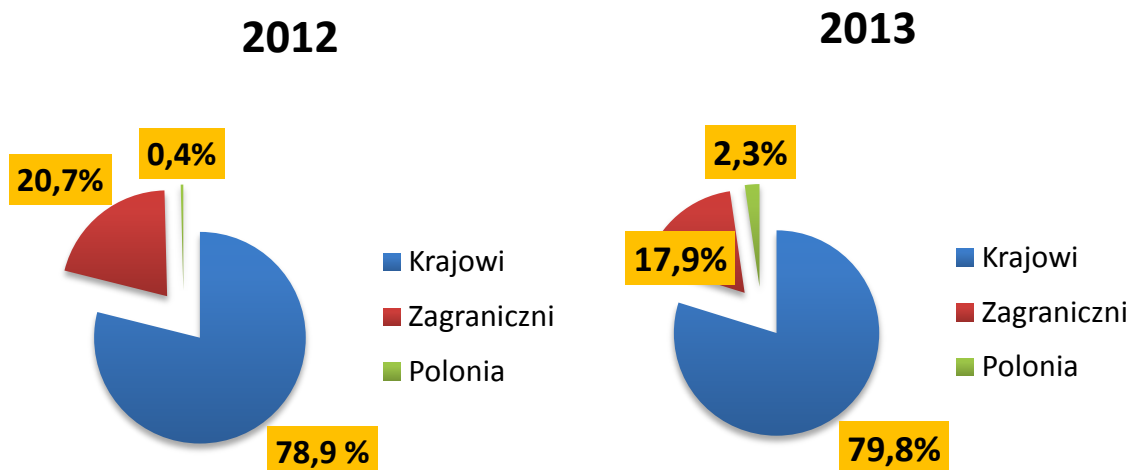


Źródło: badanie OIT 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

Charakterystyka turystów pod względem geograficznym

Turyści zagraniczni z którymi został przeprowadzony wywiad stanowili 17,9% ogółu turystów przyjeżdżających do Torunia (w 2012 r. było to 20,7%). W 2013 roku turyści krajowi stanowili 78,9% (rok wcześniej odsetek ten wyniósł 79,8%) ogółu przyjazdów. Udział Polonusów, czyli osób na co dzień mieszkających za granicą ale pod względem narodowości uważających się za Polaków, wyniósł 2,3% (w 2012 roku było ich 0,4%).

Wykresy 10, 11: Procentowy udział turystów krajowych i zagranicznych i Polonii przyjeżdżającej do Torunia

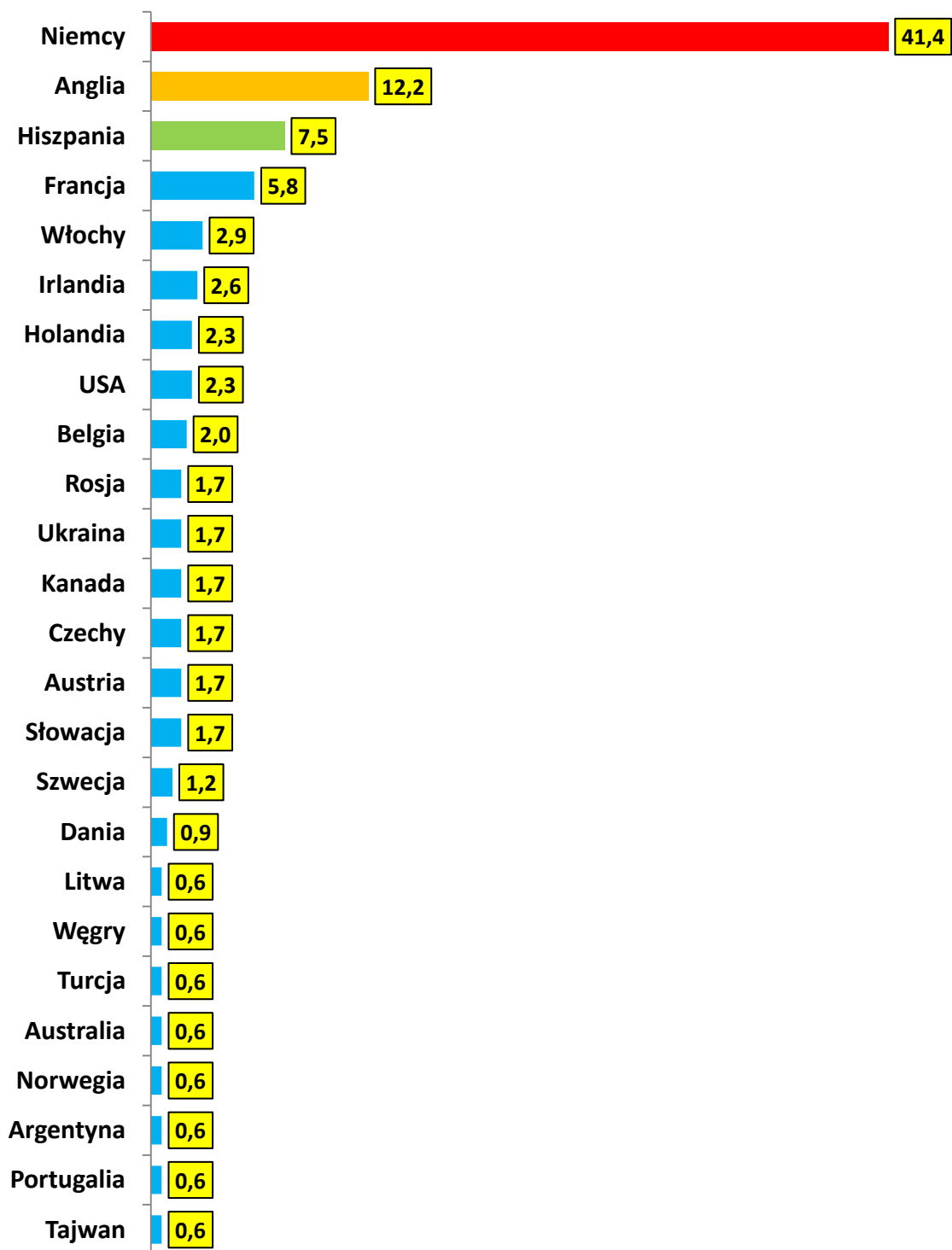


Źródło: badanie OIT 2013

Kierunki przyjazdów turystów zagranicznych

Toruń jest chętnie odwiedzany przez turystów z różnych stron świata, z niemal wszystkich kontynentów. W badaniu ankietowym w 2013 roku udział wzięli przedstawiciele 38 krajów. Największy udział w badaniu mieli mieszkańcy Europy.

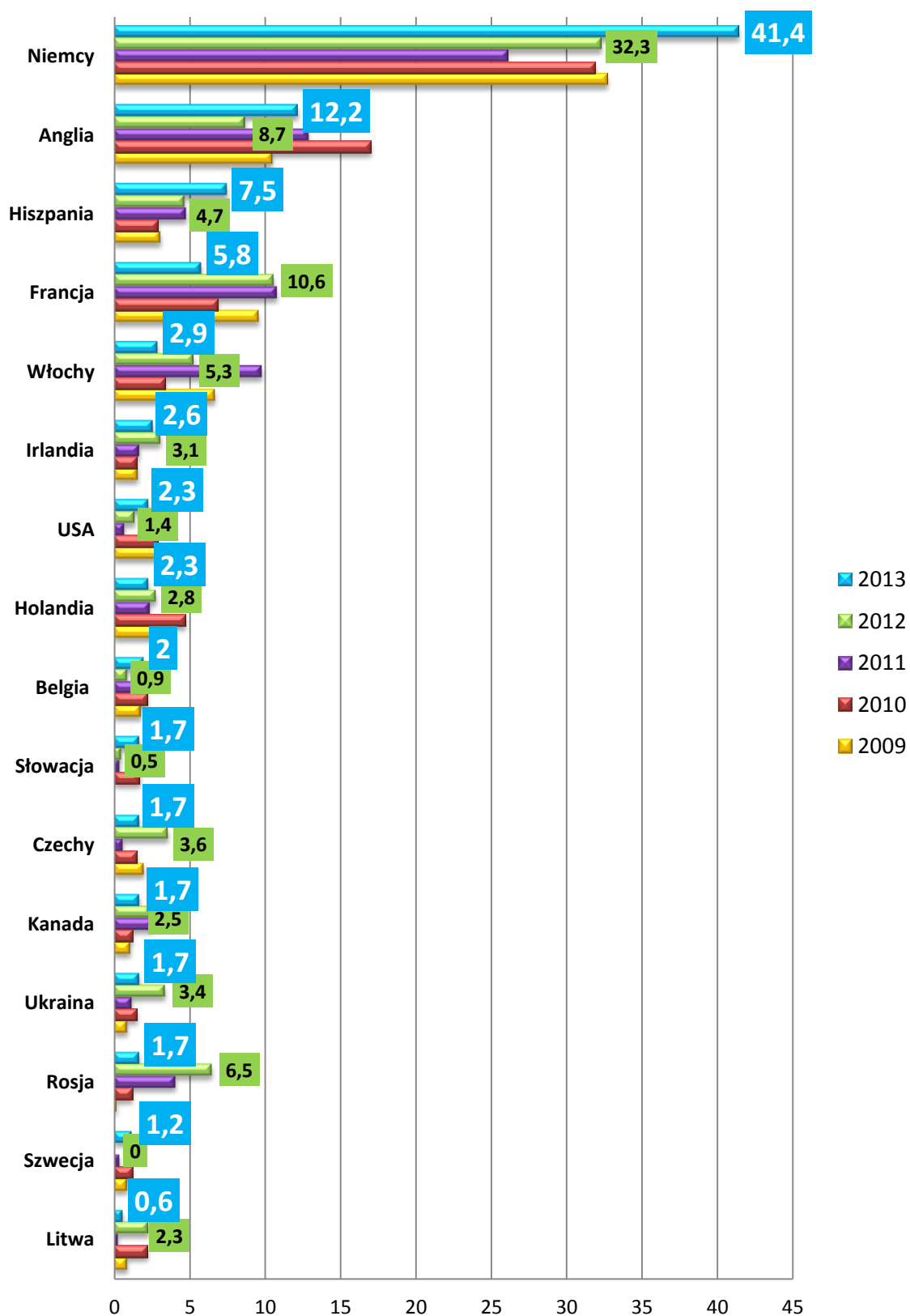
Wykres 12: Turyści zagraniczni przyjeżdżający do Torunia w 2013 roku według krajów (w procentach)



Toruń nadal najliczniej odwiedzany jest przez gości z Niemiec. Z tego kraju przyjeżdża już prawie co drugi obcokrajowiec. W 2013 zauważyliśmy ponowny i wyraźny wzrost turystów z sąsiednich Niemiec z 32,3% w roku 2012 do 41,1% w roku 2013 czyli prawie aż o 10 procent. O przyjeździe nadal dużej grupy Niemców do Torunia decyduje korzystna lokalizacja naszego miasta w kraju. Centralne położenie Torunia wpływa na to, że zatrzymują się w nim – choćby na kilka godzin – grupy wracające z Warmii i Mazur oraz turyści zorganizowani przemieszczający się z Pomorza (Trójmiasto, Malbork) do Poznania czy Warszawy.

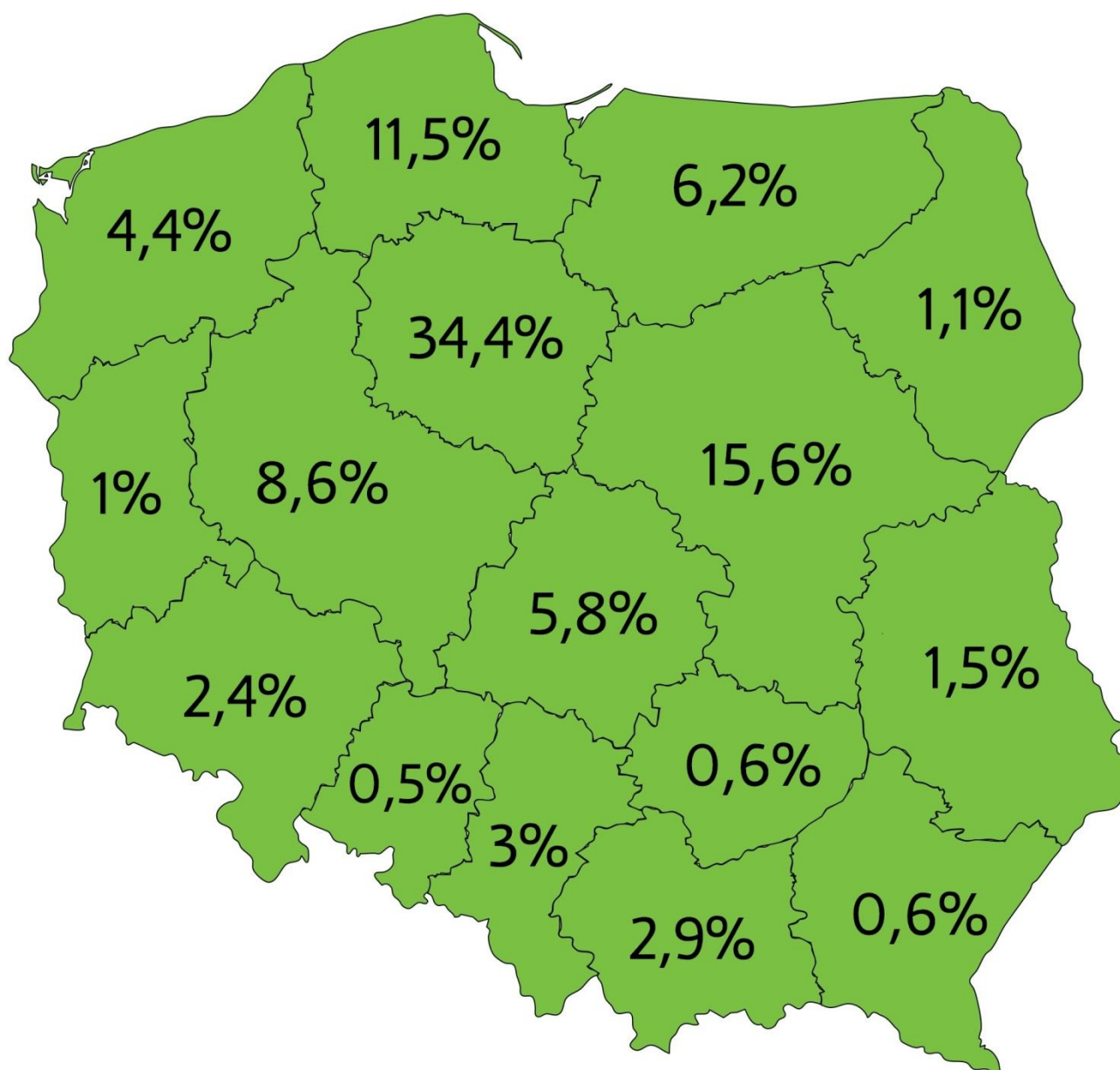
Drugim krajem pod względem ilości przyjeżdżających obcokrajowców ponownie po roku przerwy została Anglia z 12,2%, rok temu była to Francja, z której w tym roku przyjechało jedynie 5,8% turystów. Czołówka krajów, z których przyjeżdża największa liczba turystów nadal pozostaje zbliżona do lat poprzednich. Wyraźne wzrosty względem roku 2012 odnotowano w przypadku Niemiec (o 9,1%) Anglii (o 3,5%) i Hiszpanii (o 2,8%). Natomiast wyraźne spadki zauważono w przypadku Francji (o 4,8%) Włoch (o 2,4%) i Rosji (o 4,8%).

Wykres 13: Trendy w kierunkach najliczniejszych przyjazdów obcokrajowców w latach 2009-2013 (w procentach)

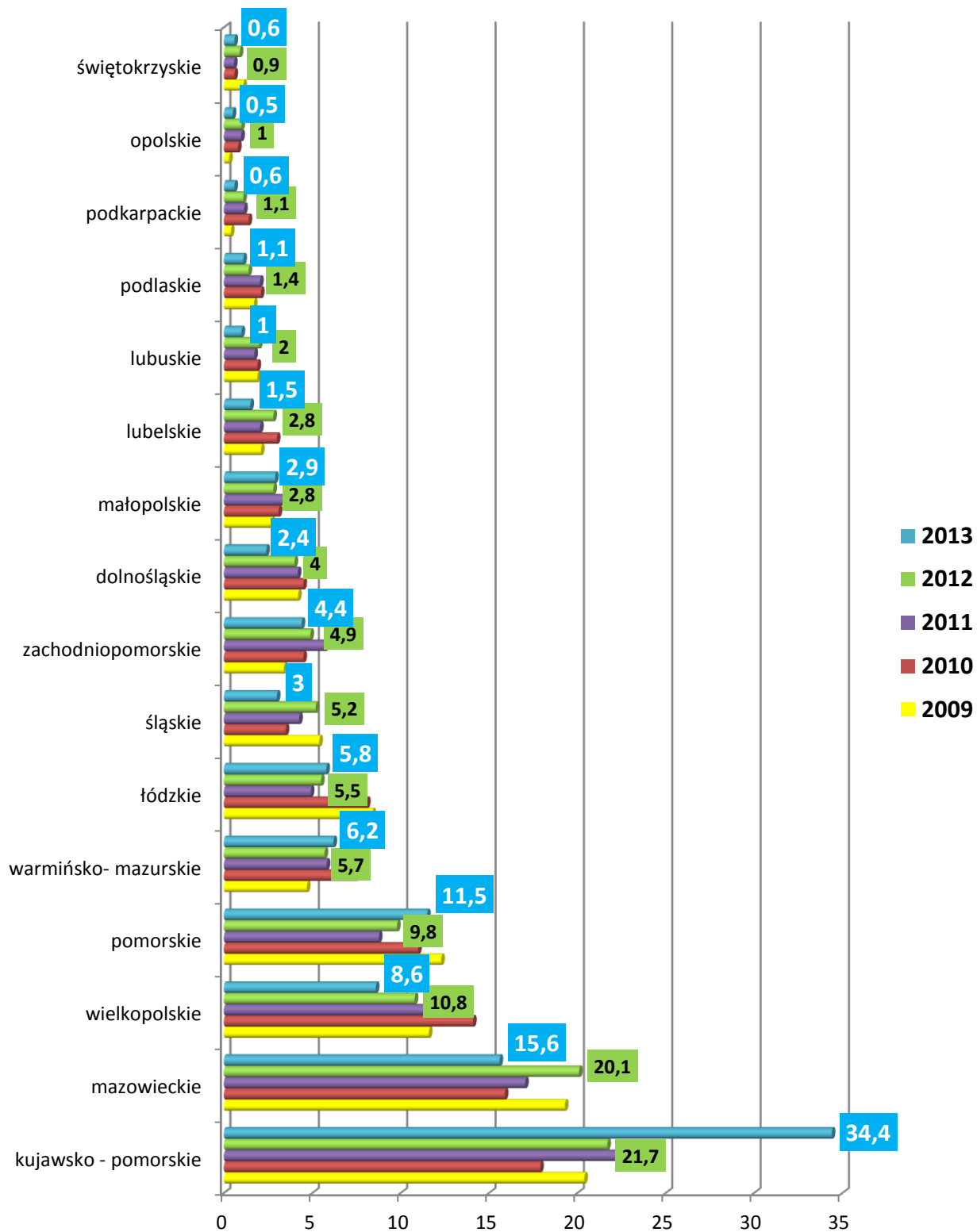


Kierunki przyjazdów turystów krajowych nieco różnią się od wyników z 2012 roku. W 2013 roku nadal najwięcej turystów pochodzi z województwa kujawsko-pomorskiego, stanowili oni 34,4%, jednak trzeba zauważyć wyraźny wzrost w tym przedziale, ponieważ rok wcześniej było to 21,7% ogółu gości krajowych, jest to więc wzrost aż o 12,7%. Tradycyjnie, drugim kierunkiem pod względem liczby przyjazdów turystów było województwo mazowieckie 15,6 (spadek z 20,1% w 2012 roku). Jak wyraźnie widać na wykresie nr 14, najczęściej Toruń odwiedzają mieszkańcy województw sąsiednich: wielkopolskiego, pomorskiego, łódzkiego oraz warmińsko-mazurskiego, które wraz z naszym i województwami mazowieckim i zachodnio-pomorskim stanowią pierwszą siódmkę regionów z których najczęściej przyjeżdżają do nas turyści i 86,5% ogółu przyjazdów z Polski.

Wykres 14: Kierunki przyjazdów turystów krajowych w 2013 roku

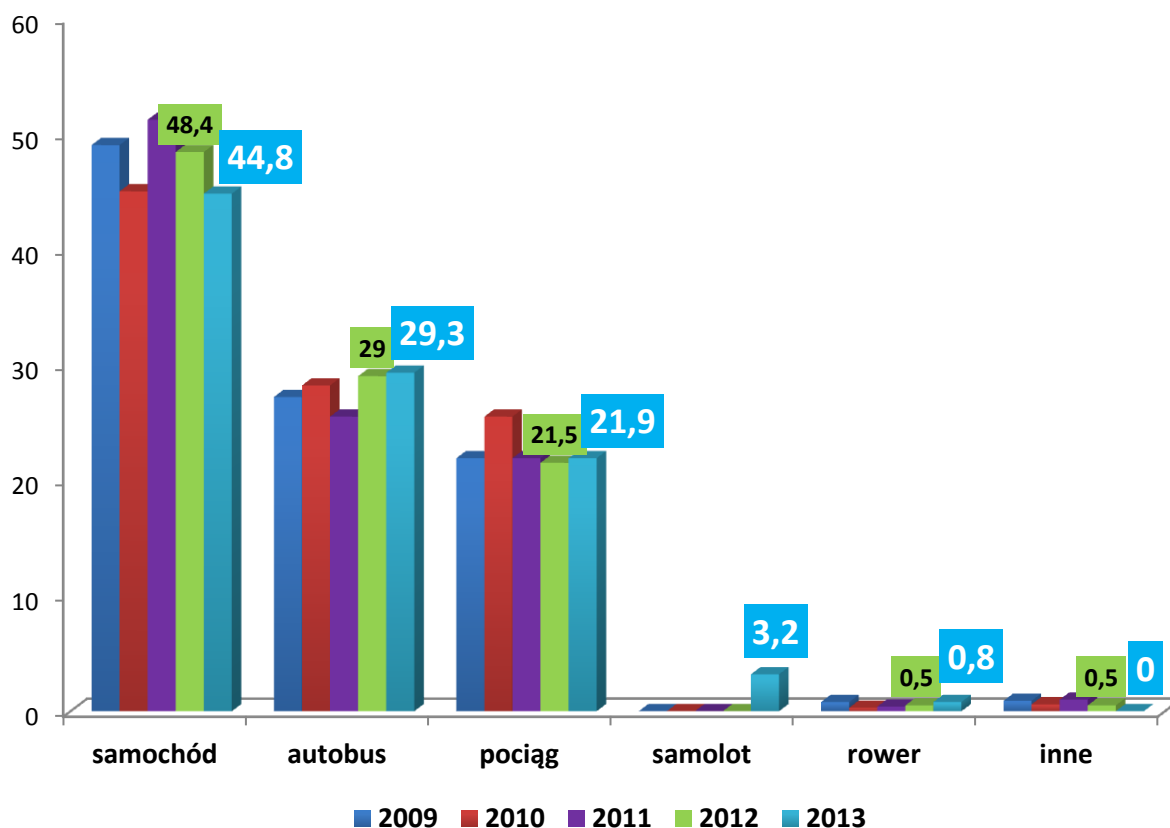


Wykres 15: Podział turystów krajowych pod względem województw w latach 2009-2013 (w procentach)



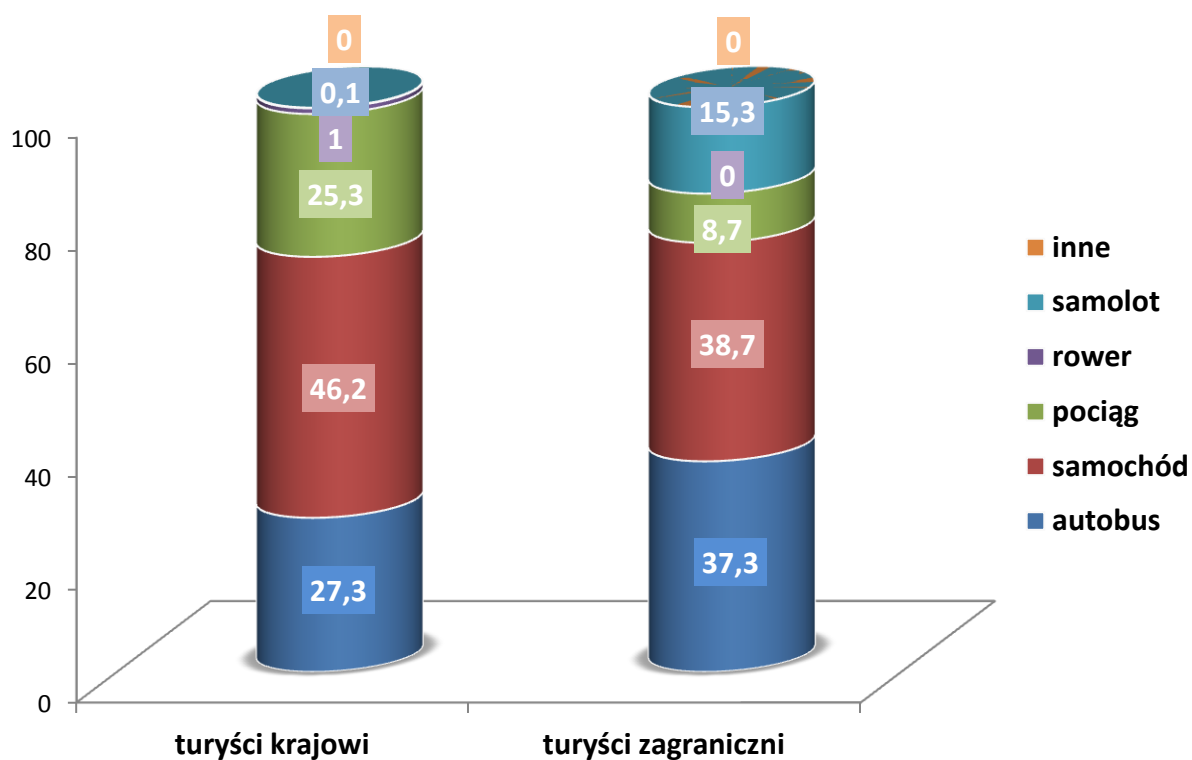
Charakterystyka turystów ze względu na wykorzystany środek transportu

Najwięcej turystów odwiedzających Toruń w 2013 roku przyjechało samochodem – 44,8% ogółu (w 2012 roku odsetek ten wyniósł 48,4%). Na autobus – środek zarezerwowany przede wszystkim dla grup wycieczkowych – zdecydował się prawie co trzeci odwiedzający, a co piąty turysta przyjechał do nas pociągiem.

Wykres 16: *Jakim środkiem transportu przyjechał Pan/Pani do Torunia?* Odpowiedzi w latach 2009-2013 (w procentach)

W 2013 roku turyści polscy najczęściej wybierali samochód jako środek transportu – 46,2%. Co czwarty krajowy turysta przyjechał do Torunia pociągiem. Ta grupa osób korzysta również z komunikacji miejskiej, gdyż musi dostać się z dworca kolejowego na Starówkę. Turyści zagraniczni również najczęściej przyjeżdżają do Torunia samochodem 38,7%, ale równie często autobusem, ten środek transportu jest bardziej popularny niż w przypadku turystów krajowych – wskazało go 37,3% ogółu obcokrajowców.

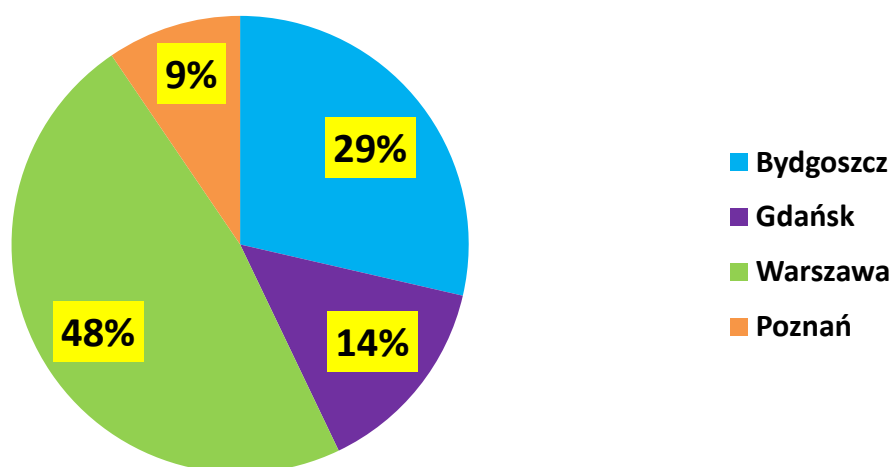
Wykres 17: Środki transportu wykorzystywane przez turystów polskich i zagranicznych w 2013 r.



W roku 2013 po raz pierwszy w ankietach pojawiło się dodatkowe pytanie dotyczące transportu lotniczego. Jeśli turysta zadeklarował, że przybył do Torunia samolotem, wtedy był pytany o lotnisko w Polsce z którego przyjechał do Torunia. Odpowiedzi rozkładają się następująco.

Wykres 18: Lotnisko z którego turyści przyjeżdżali do Torunia w 2013 r.

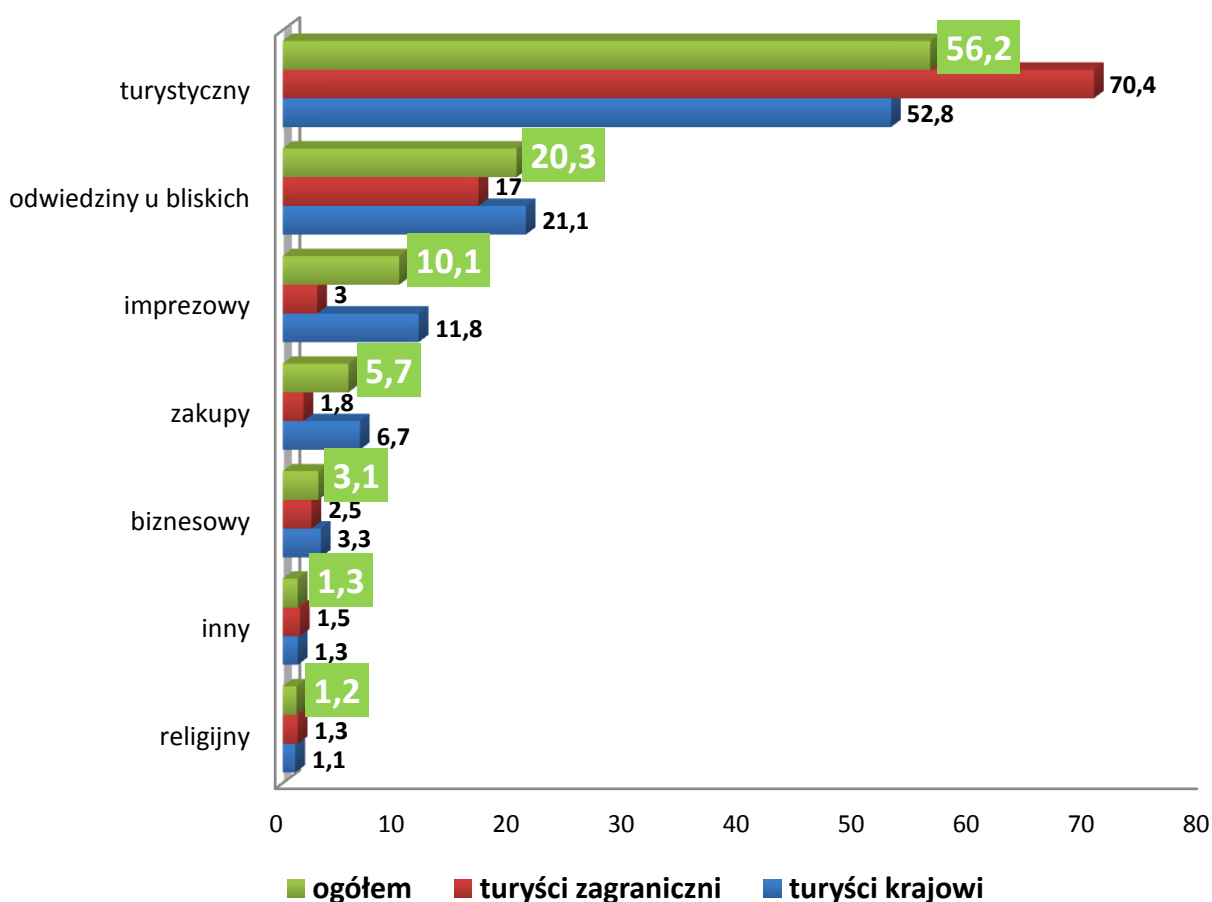
Lotnisko w Polsce



Charakterystyka respondentów ze względu na główny cel podróży

Cel turystyczny był jak co roku najczęściej wskazywanym powodem przyjazdu do grodu Kopernika. Pod tą kategorią kryją się również odpowiedzi luźno związane z typowym zwiedzaniem, np. zatrzymanie się na posiłek czy zakup pierników i pamiątek. Również uczestnicy różnego rodzaju konferencji, kongresów, szkoleń czy nawet spotkań biznesowych w Toruniu mają często zapewniony czas na spacer po Starówce.

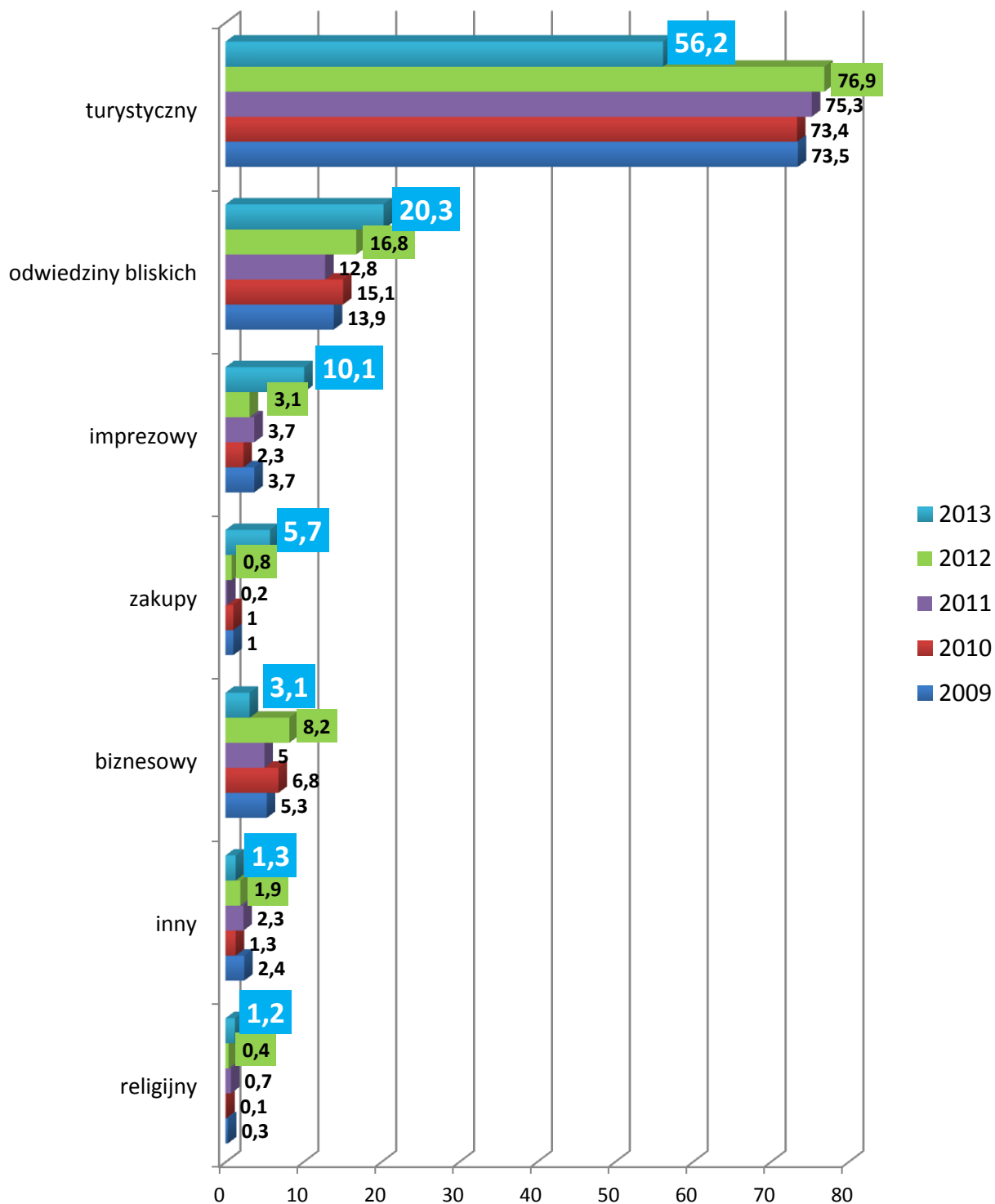
Wykres 19: Rozkład odpowiedzi na pytanie *W jakim celu przyjechał Pan/Pani do Torunia?* z podziałem na turystów krajowych i zagranicznych w 2013 (w procentach)



Wykres poniżej przedstawia rozkład odpowiedzi na pytanie o główny cel wizyty w Toruniu w poszczególnych latach badania. Nieprzerwanie od wielu lat główny powód przyjazdu do Torunia to chęć zwiedzenia miasta, wypoczynku oraz zamiar skorzystania z atrakcji turystycznych. Jednak udział tej grupy turystów w tym roku spadł z 76,9% do 56,2%. Następne lata badań zapewne pokażą czy jest to stały trend czy tylko jednoroczne wahnięcia. Niezmiennie drugim w kolejności celem przyjazdu są odwiedziny u rodziny lub znajomych, które bardzo często łączą się z celem turystycznym. W 2013 roku zanotowano kolejny wzrost tych celów odwiedzin naszego miasta.

lepszym okresie w 2012 roku, spadła liczba gości w naszym mieście przybywająca ze względu na cele biznesowe z 8,2% do 3,1%. W 2013 zauważamy wyraźny wzrost odwiedzin w Toruniu ze względu na cele imprezowe wzrost 3,1% do 10,1% oraz zakupowe z 0,8% do 5,7%.

Wykres 20: Rozkład odpowiedzi na pytanie *W jakim celu przyjechał Pan/Pani do Torunia?* Lata 2009-2013 (w procentach)

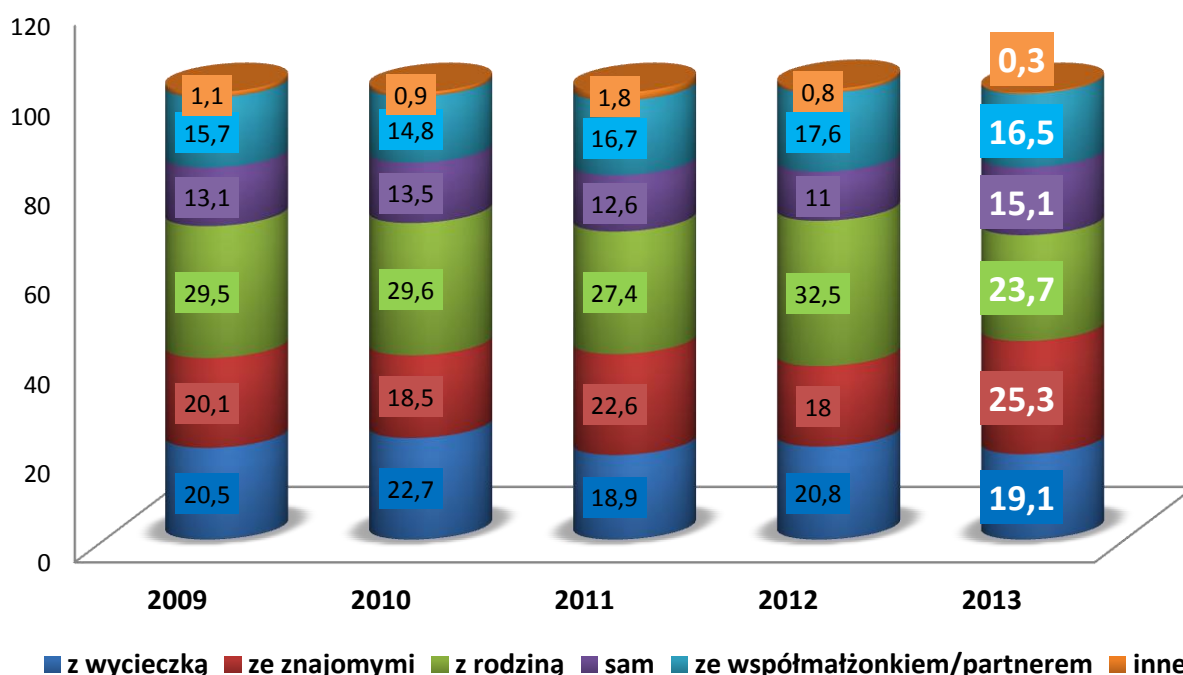


Charakterystyka turystów ze względu na towarzystwo w trakcie podróży

W kwestionariuszu turystom zostało zadane pytanie o to w jakim towarzystwie odwiedzili nasze miasto. Ze względu na towarzystwo w podróży odwiedzających dzielimy na turystów zorganizowanych, czyli podróżujących z wycieczką oraz na turystów indywidualnych, podróżujących z rodziną, ze znajomymi, z współmałżonkiem czy samotnie. Badanie z 2013 roku wykazało, że w Toruniu nadal utrzymuje się duża liczba turystów indywidualnych (w 2013 80,9%, a w 2012 roku 79,2%), organizujących swój przyjazd do Torunia „na własną rękę”.

Najwięcej osób przyjechało do Torunia w towarzystwie znajomych – 25,3% i rodziny 23,7%
Respondenci odwiedzający Toruń wraz ze współmałżonkiem, czy partnerem stanowili 16,5% ogółu, 15,1% to turyści samotnie zwiedzający Toruń.

Wykres 21: Rozłożenie odpowiedzi na pytanie *Z kim przyjechał Pan/Pani do Torunia?* – dane z lat 2009-2013



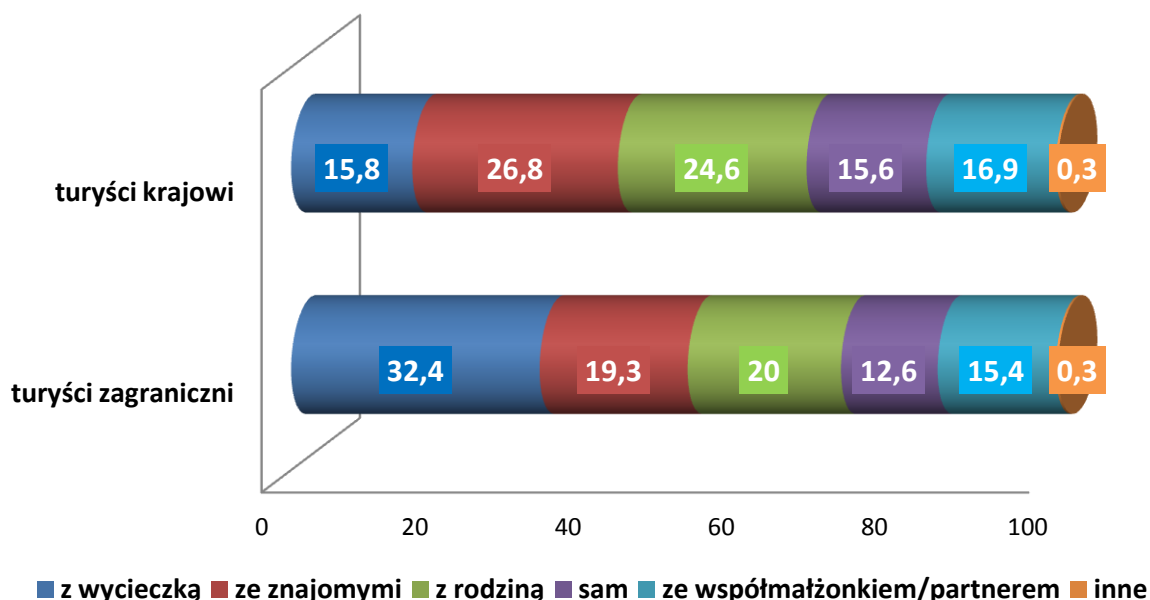
W 2012 roku Polacy częściej odwiedzali nasze miasto indywidualnie przy czym:

- co czwarty Polak przyjechał w towarzystwie rodziny (24,6%) lub znajomych (26,8%),
- co szósty z turystów krajowych przyjechał z wycieczką (15,8%), samotnie (15,6%) lub ze współmałżonkiem (16,9%)

W 2012 roku turyści zagraniczni częściej odwiedzali Toruń indywidualnie niż z wycieczką przy czym:

- największy odsetek obcokrajowców odwiedził Toruń w towarzystwie wycieczki (32,4%),
- 20% turystów zagranicznych przyjechało do Torunia z rodziną
- co czwarty turysta zagraniczny odwiedził miasto ze znajomymi (19,3%),
- co szósty (15,4%) przyjechał ze współmałżonkiem lub partnerem
- 12,6% obcokrajowców przyjechało samotnie

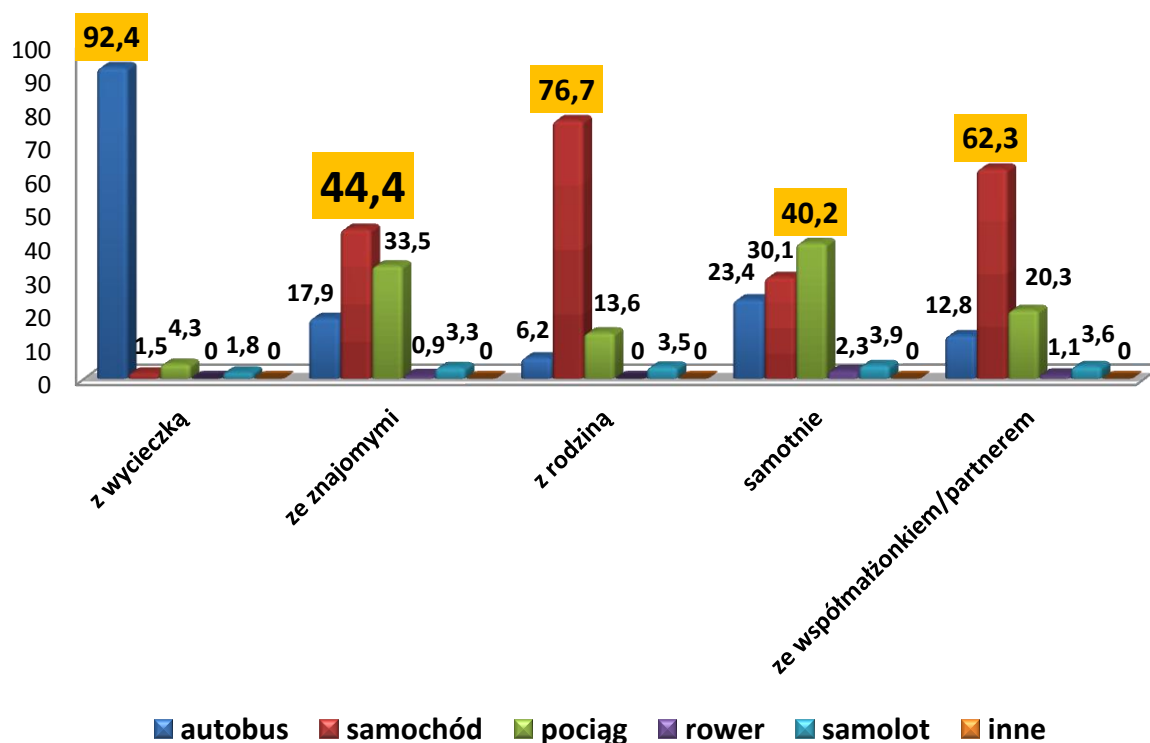
Wykres 22: Podział turystów polskich i zagranicznych ze względu na towarzystwo w trakcie podróży w 2013 roku (w procentach)



Poniższy wykres przedstawia podział turystów przyjeżdżających w różnym towarzystwie do Torunia pod względem wybranego środka transportu. Turyści zorganizowani w ogromnej większości poruszają się autokarem (92,4%), a jedynie niewielki odsetek z nich przyjechało kolejno pociągiem (4,3%) i samochodem (1,5%). 76,7% turystów odwiedzających Toruń z rodziną przyjechało samochodem, 13,6% z nich zdecydowało się na kolej, zaś 6,2% zdecydowało się dostać do Torunia autobusem. Osoby odwiedzające Gród Kopernika w towarzystwie znajomych poruszały się przede wszystkim samochodem (44,4% z nich) i pociągiem (33,5% z nich). Prawie co czwarty turysta przyjeżdżający ze znajomymi korzystał z autobusu (17,9%). Wśród osób podróżujących samotnie – w dużej części są to osoby będące w delegacji, pracujące w terenie – największą popularnością cieszyła się kolej (40,2% wskazań), zaś w nieco mniejszym stopniu samochód (30,1% wskazań). Odwrotnie

wygląda sytuacja w przypadku turystów podróżujących ze współmałżonkiem, partnerem: 62,3% z nich przyjechało samochodem, zaś co piąty odwiedzający zdecydował się na przyjazd do Torunia pociągiem (20,3% wskazań tej grupy respondentów).

Wykres 23: Wybierane przez respondentów środki transportu podczas przyjazdu do Torunia w zależności od towarzystwa w trakcie podróży w 2013 roku (w procentach)

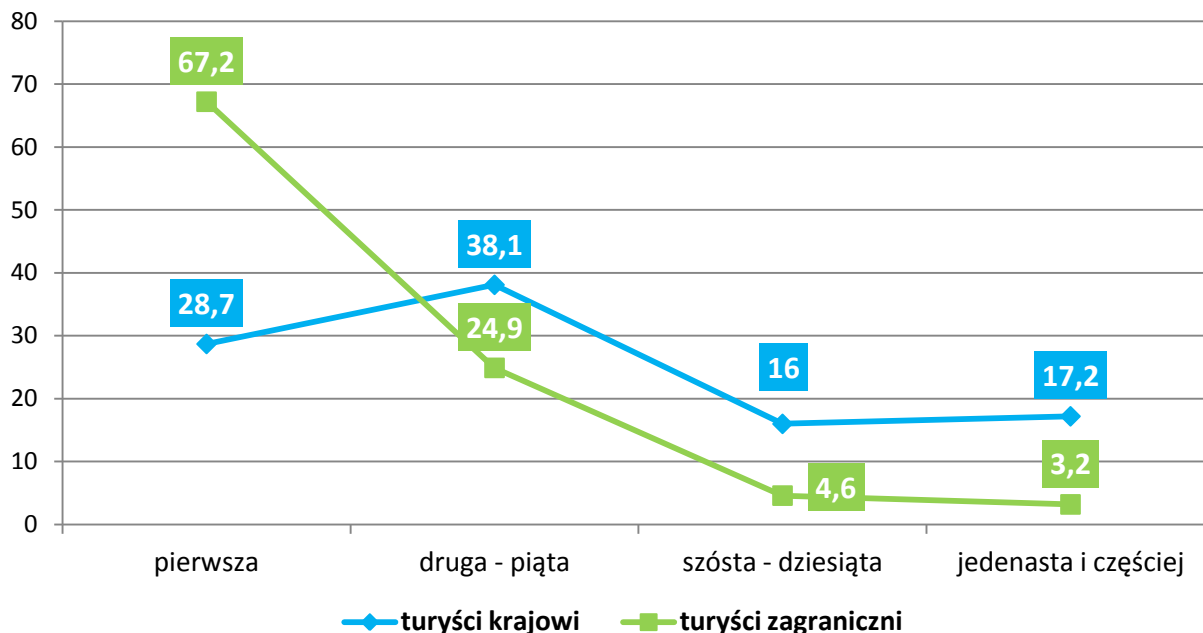


Charakterystyka respondentów ze względu na częstotliwość wizyt w Toruniu

W 2013 roku 67,2% turystów zagranicznych odwiedziło Toruń po raz pierwszy (w 2012 72,4%). Dla 24,9% obcokrajowców była to druga, trzecia, czwarta lub piąta wizyta (w 2012 roku było to 21,3%), a dla 3,2% była to więcej niż jedenasta wizyta.

W 2013 roku co trzeci turysta polski 28,7% odwiedził Toruń po raz pierwszy (w 2012 roku 30,8%). Więcej przyjeżdżających Polaków 38,1% (w 2012 roku 37,7%) odwiedziło Toruń po raz drugi, trzeci, czwarty bądź piąty, a 7,8% turystów krajowych przyjechało do Torunia co najmniej po raz szósty (w 2012 roku 7,3%). Co czwarty odwiedzający krajowy gościł w Toruniu jednaście lub więcej razy.

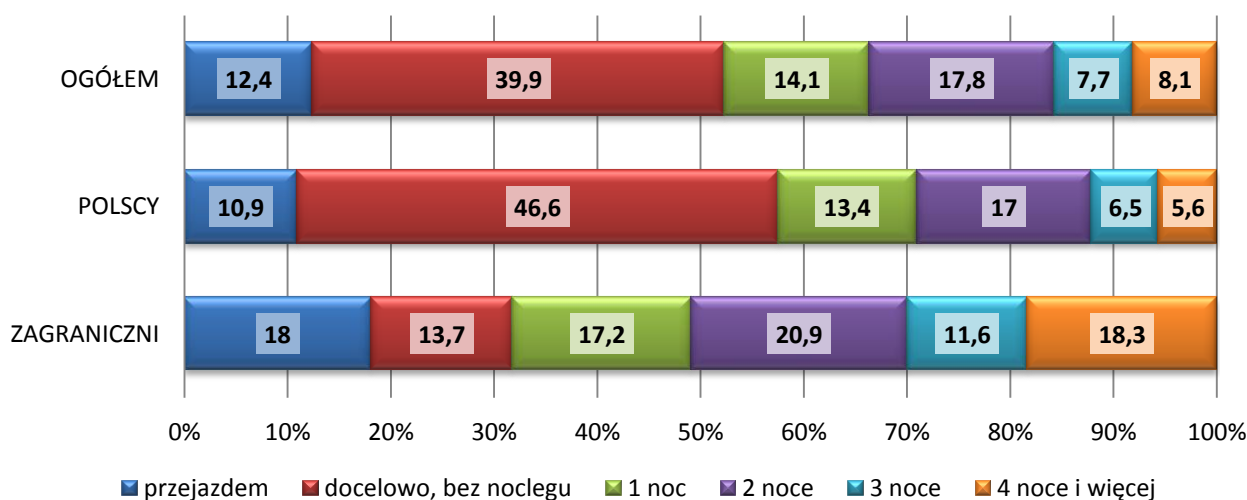
Wykres 24: Częstotliwość wizyt w Toruniu turystów polskich i zagranicznych w 2013 roku (w procentach)



Charakterystyka respondentów ze względu na długość pobytu w Toruniu

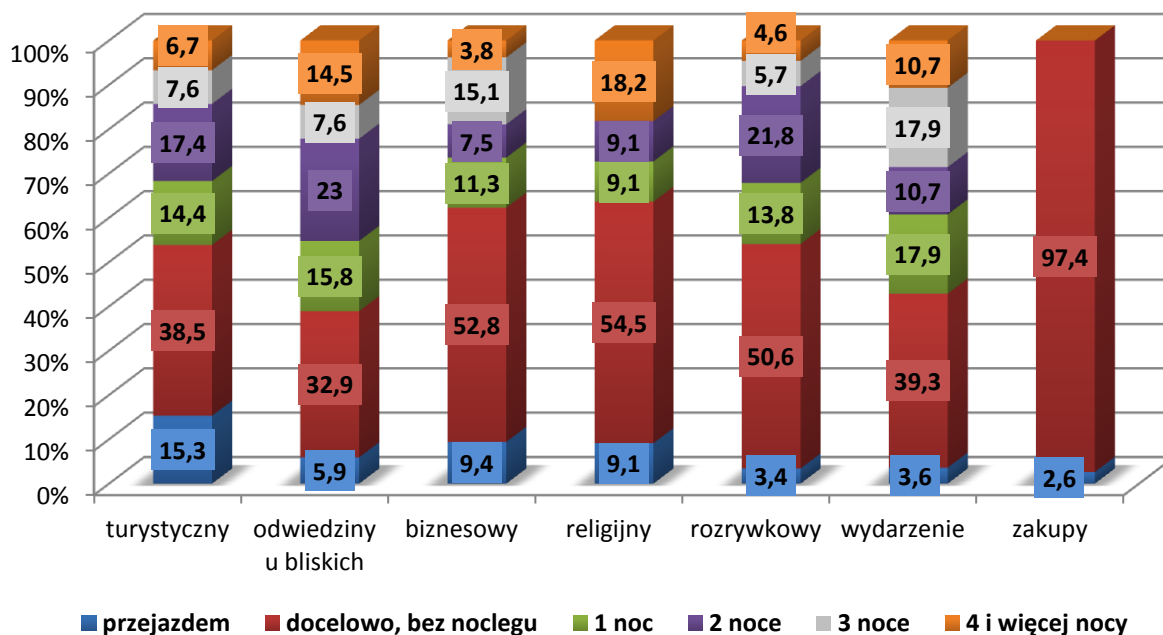
Turystów przyjeżdżających do Torunia dzielimy na tych jednodniowych (bez noclegu) i tych, którzy decydują się zostać na noc. Respondentom zostało zadane pytanie *Na jak długo przyjechał Pan/Pani do Torunia?* W celu określenia długości pobytu turystów. Odpowiedzi zostały pogrupowane w sześciu kategoriach: - 1. pobyt w Toruniu tylko przejazdem („przy okazji”), gdyż miejscem docelowym jest inna miejscowość, 2. pobyt jednodniowy, gdzie Toruń jest miejscem docelowym, 3. pobyt w mieście na jedną noc, 4. spędzenie dwóch nocy 5. trzech nocy, 6. skorzystanie z noclegu cztery lub więcej razy.

Wykres 25: Długość pobytu turystów w Toruniu (ogółem, polskich i zagranicznych) w 2013 roku (w procentach)



Biorąc pod uwagę długość pobytu w zależności od celu przyjazdu do Torunia zauważamy, że najkrócej w naszym mieście przebywają turyści przyjeżdżający w celach biznesowym, religijnym, rozrywkowym i zakupowym. Wśród nich większość, przyjechała jedynie na kilka godzin. Należy pamiętać, że turystów odwiedzających Toruń w celach turystycznych jest najwięcej (stanowią 56,2% ogółu respondentów) i prawdopodobnie, przy podejściu ilościowym, to ta grupa byłaby tą najczęściej decydującą się na nocleg w Toruniu.

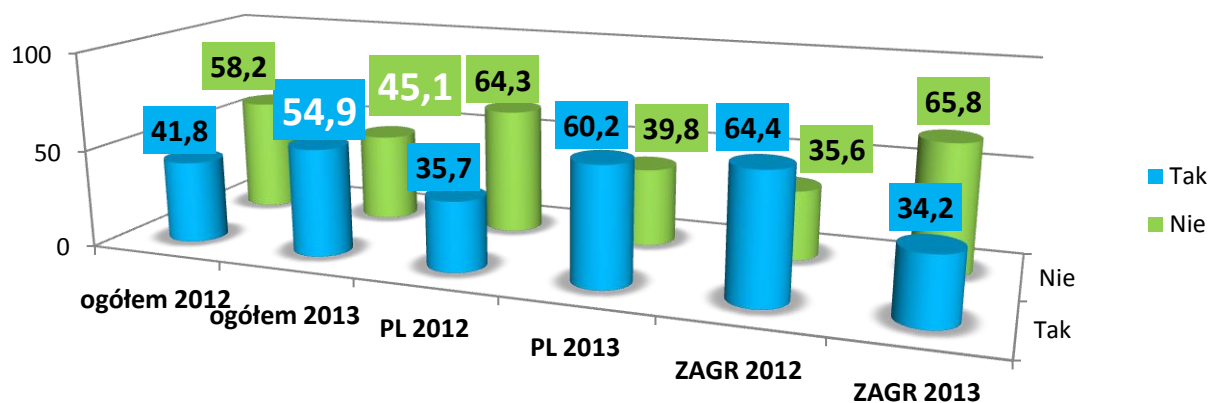
Wykres 26: Długość pobytu w zależności od celu wizyty w Toruniu w 2013 roku



Charakterystyka respondentów ze względu na źródło informacji o Toruniu

W kwestionariuszu wywiadu respondentom zostało zadane pytanie: *Czy przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?* Coraz więcej respondentów szuka informacji o Toruniu – ponad połowa odwiedzających 54,9% (w 2012 41,8% respondentów) przed przyjazdem szukała gdzieś informacji o naszym mieście.

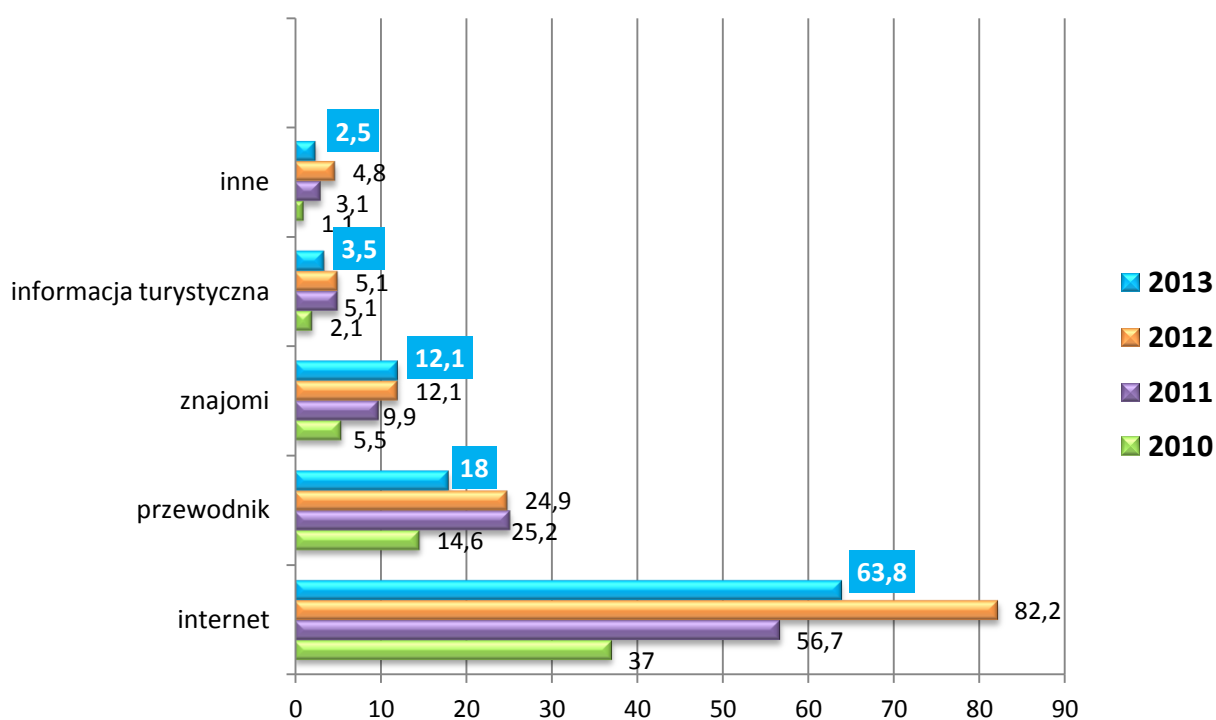
Wykres 27: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Czy przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?* (w procentach)



Respondenci, którzy w pierwszej części pytania odpowiedzieli, że szukali informacji o mieście przed przyjazdem, poproszeni byli o wskazanie ich źródeł. Mieli możliwość wskazać wiele odpowiedzi, zaś 3 z nich brane były do dalszej analizy. 54,9% ogółu respondentów szukało informacji o mieście i tym samym wskazało co najmniej jedno źródło. Podane wartości nie sumują się do 100, gdyż respondenci mieli możliwość wskazania kilku źródeł.

Turyści szukający wiadomości o Toruniu najczęściej sięgają do Internetu (w 2013 63,8% ogółu respondentów). Tym samym wyraźnie widać jak wyraźnie utrzymuje się rola mediów elektronicznych w promocji turystycznej. W 2013 roku respondenci nieco rzadziej niż w 2012 sięgali po przewodniki książkowe. Badanie wykazało, że nadal istotnym źródłem informacji o mieście są nasi znajomi i rodzina (wzrost o 12,1%).

Wykres 28: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Gdzie przed wyjazdem szukał Pan/Pani informacji o Toruniu?* (w procentach)



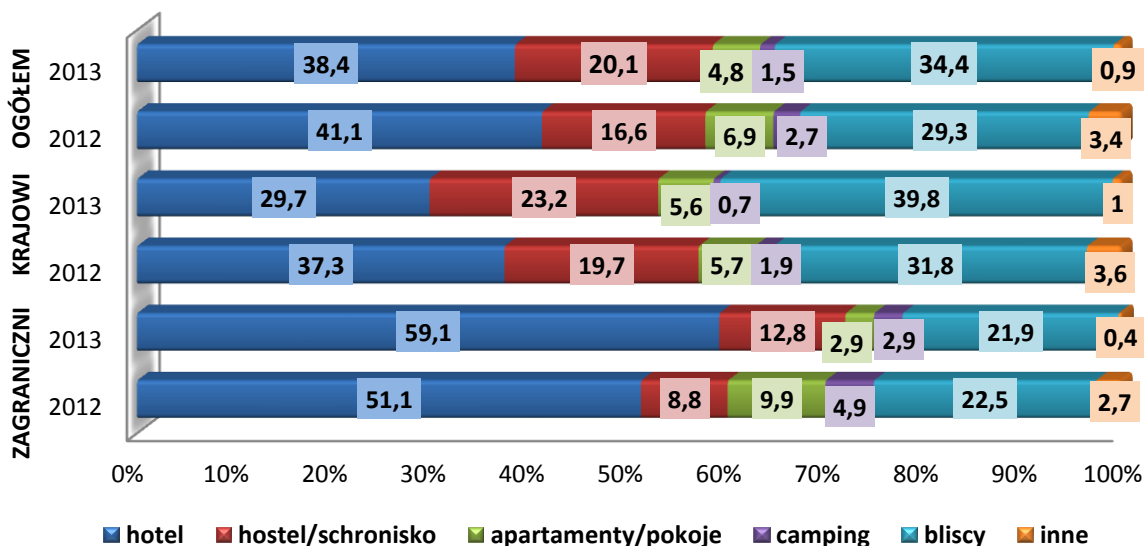
Charakterystyka respondentów ze względu na wybrany rodzaj zakwaterowania

Respondenci, którzy zdecydowali się na spędzenie co najmniej jednej nocy w Toruniu poproszeni byli o odpowiedź na 3 dodatkowe pytania. Zdarzały się sytuacje, podczas których turyści nie potrafili wskazać sposobu znalezienia noclegu (gdy nocleg był zapewniony przez organizatora), ocenić standardu obiektu (gdy jeszcze nie dotarli na miejsce zakwaterowania) lub wyrazić opinii o cenie noclegu (gdy osobiście nie płacili za nocleg). Respondentom, którzy zatrzymali się na noc u

rodziny lub znajomych pytania o sposób znalezienia noclegu oraz ocenę standardu obiektu w ogóle nie były zadawane.

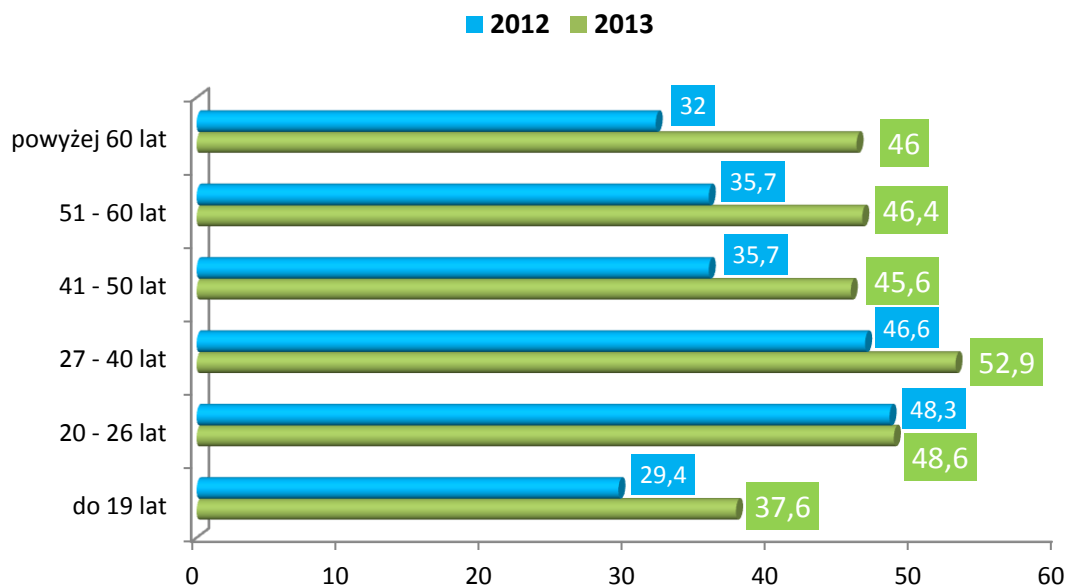
Badanie wykazało, że turyści krajowi częściej nocują u bliskich 39,8% (2w 2012 roku 31,8% nocujących) niż obcokrajowcy 21,9% (w 2012 roku 22,5% nocujących). Porównując ogólną liczbę turystów zostających na noc u rodziny lub znajomych w 2013 roku z danymi za 2012 rok zauważamy wzrost na poziomie 5,1%. Pierwszą najczęściej wybieraną formą noclegu były hotele – w ten sposób nocował więcej niż co trzeci respondent. Goście zagraniczni (59,1% obcokrajowców) częściej niż krajowi (29,7% Polaków) zdecydowali się na zakwaterowanie w hotelu. Pod kategorią „inne” kryją się wszelkie miejsca noclegowe nie wchodzące w skład ani sklasyfikowanych obiektów ani innych obiektów hotelarskich. Są to miejsca, których główną rolą nie jest udzielanie noclegów turystom takich jak szkoły, internaty, pokoje gościnne przy instytucjach itp. Z roku na rok coraz popularniejsze wśród turystów jest zjawisko „couchsurfingu”. Polega ono na wzajemnym „wypożyczeniu sobie kanapy” wśród obcych sobie ludzi, z zamiłowaniem podróżników. Osoby te wcześniej rejestrują możliwość udzielenia darmowego noclegu w serwisie internetowym. Sami również korzystają z tego typu noclegu podróżując po innych krajach i nie ponosząc żadnych kosztów. W serwisie internetowym „couchsurfing” jest zarejestrowanych już ponad 1300 osób gotowych przyjąć turystę w Toruniu.

Wykres 29: Wybrany rodzaj zakwaterowania wśród turystów polskich i zagranicznych w latach 2012-2013



Ruch turystyczny w Toruniu poddano dokładnej analizie pod kątem wieku i wybranego przez turystę miejsca zakwaterowania. Połowa turystów w wieku 20-26 lat, 27-40, 41-50 i 50-60 lat, spędziła w Toruniu co najmniej jedną noc. Najbardziej zdecydowały się na nocleg osoby w wieku do 19 roku życia, czyli młodzież ucząca się i osoby powyżej 60 roku życia, zapewne przyjeżdżające przejazdem najczęściej z wycieczką.

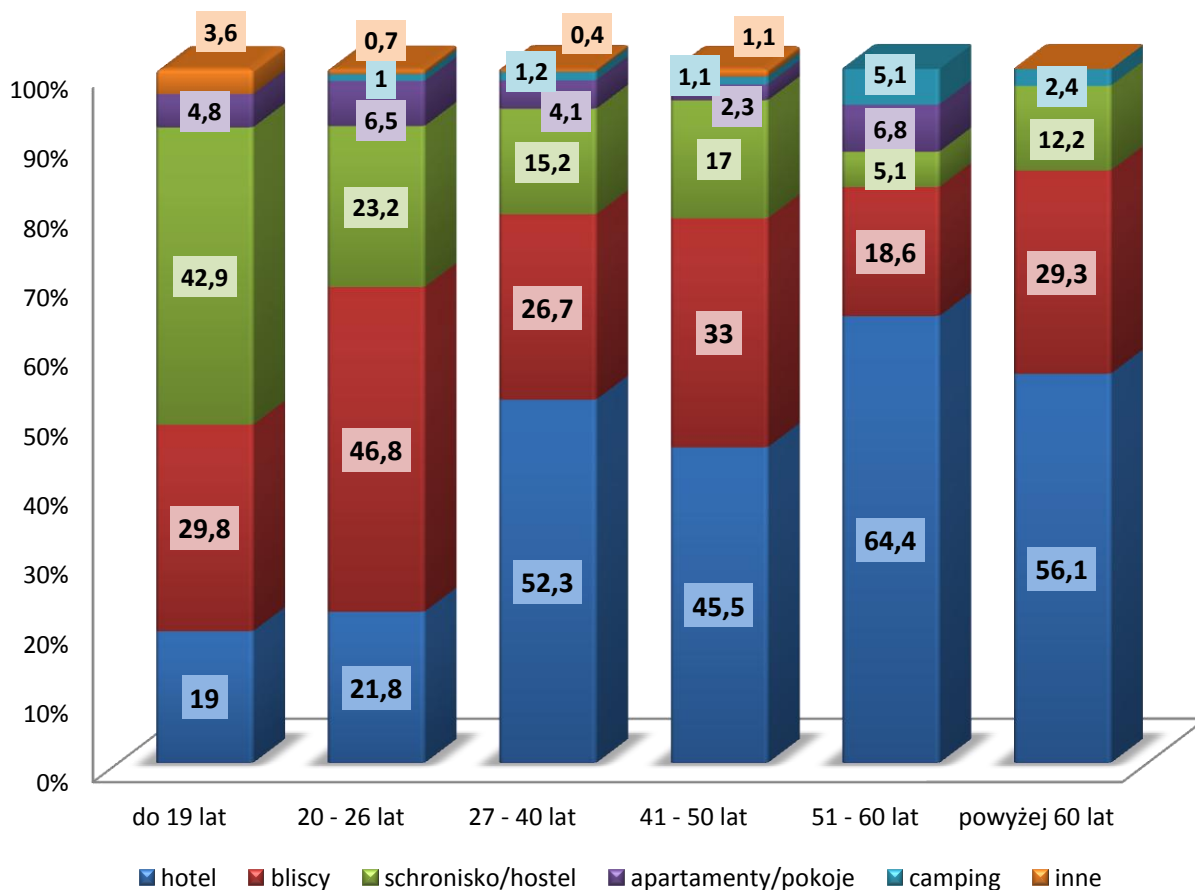
Wykres 30: Procentowy udział osób w danej grupie wiekowej decydujących się na nocleg w Toruniu w 2012 i 2013 roku



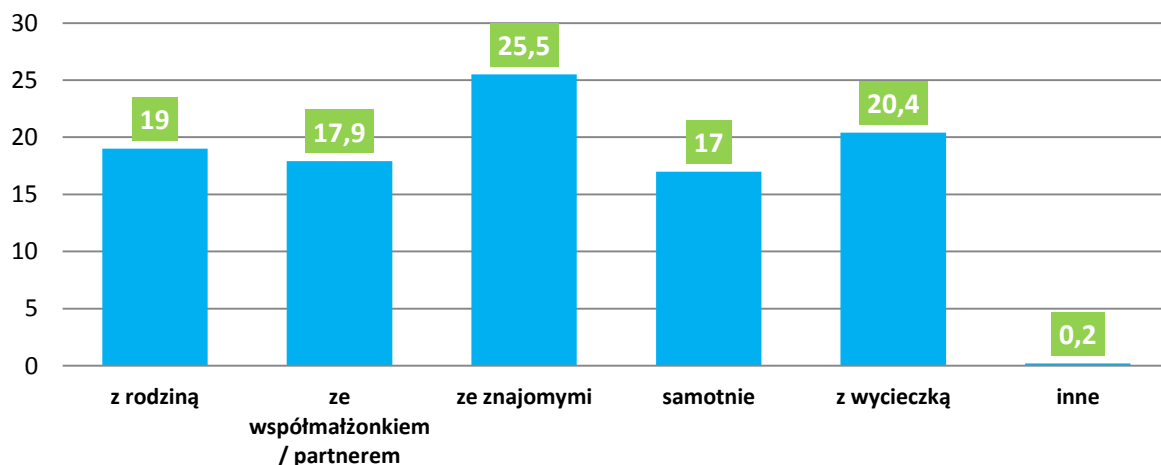
Respondenci w wieku do 19 roku życia, którzy zdecydowali się na nocleg w Toruniu w kwaterowali się głównie w schronisku lub hostelu 42,9% (w 2012 roku 40%) i u rodziny, znajomych 29,8% (w 2012 36,4%). Najmłodszy turyści w największym stopniu w porównaniu z innymi grupami wiekowymi korzystali z bazy noclegowej określonej kategorią „inne”. Młodzież akademicka nocująca w Toruniu najczęściej zatrzymywała się u rodziny, znajomych 46,8% (w 2012 43,3%). Na nocleg w ewidencjonowanych obiektach hotelarskich zdecydował się więcej niż co trzeci uczestnik tej grupy wiekowej (21,8% zatrzymało się w hotelu, 23,2% w schronisku, hostelu). Respondenci w wieku od 27 do 40 lat to turyści, którzy najczęściej odwiedzają Toruń. Najczęściej członkami tej grupy są osoby pracujące, posiadające rodzinę i oddzielne gospodarstwo domowe. Spośród tej grupy wiekowej 52,9% respondentów zdecydowało się spędzić w Toruniu przynajmniej jeden nocleg (patrz wykres powyżej). Ci turyści najczęściej zatrzymywali się w hotelu 52,3% (w 2012 49,6%). Drugą najczęściej wskazywaną formą zakwaterowania był nocleg u rodziny, znajomych 26,7% (w 2012 roku 26,1% wskazań). Podróżni z grupy wiekowej 41-50 lat najczęściej nocują w hotelu 45,5% (w 2012 54,1%), zaś drugą formą noclegu jest zatrzymanie się u bliskich. Turyści w wieku 51-60 lat najczęściej wybierają nocleg w hotelu 64,4% (w 2012 46%). Niewątpliwie jest to spowodowane zasobem portfela, osoby w tym wieku wybierając formę noclegu nie zawsze kierują się najniższą ceną. Co czwarty turysta z tej grupy zostający na noc w Toruniu śpi u rodziny lub znajomych 18,6% (w 2012 19% wskazań). Warto zwrócić uwagę na fakt, że w tej grupie wiekowej rośnie wybór kempingu jako miejsca noclegu. Wybór osób powyżej 60 roku życia odnośnie formy noclegu jest zbliżony do decyzji podejmowanych przez nieco młodszych respondentów. Większość z najstarszej

grupy turystów decyduje się na nocleg w hotelu 56,1% (w 2012 50% nocujących w wieku powyżej 60 lat). Co trzeci respondent z tej grupy śpiący co najmniej jedną noc kwateruje się u rodziny, znajomych (29,3%). 2,4% tej grupy zdecydowało się na nocleg na polu kempingowym (w 2012 3%), w większości są to obcokrajowcy podróżujący przystosowanym do tego samochodem.

Wykres 31: Grupy wiekowe turystów ze względu na wybrany sposób zakwaterowania w 2013 roku



Wykres 32: Towarzystwo w trakcie podróży wśród turystów decydujących się na nocleg w Toruniu w 2013 roku

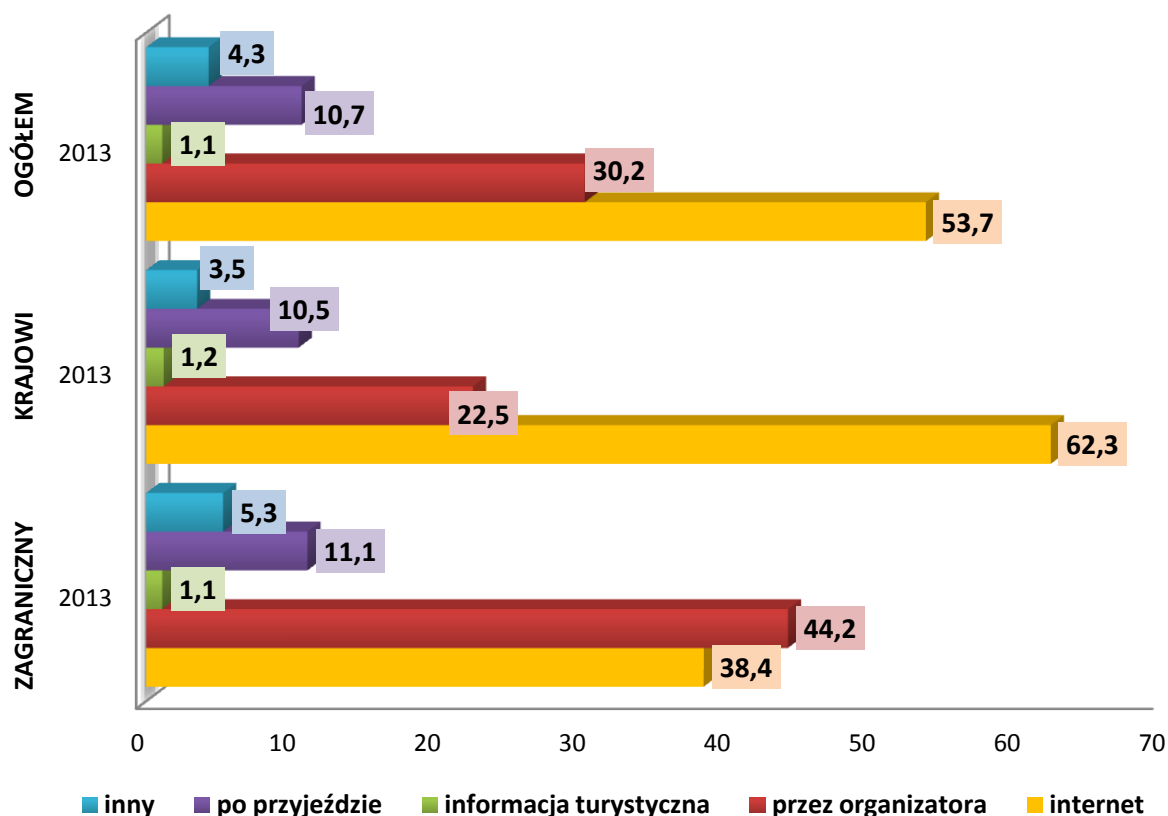


Charakterystyka respondentów ze względu na sposób znalezienia noclegu

Na pytanie *W jaki sposób znalazł Pan/Pani nocleg w Toruniu?* odpowiadali wyłącznie respondenci decydujący się na co najmniej jeden nocleg w mieście. Z tego pytania byli zwolnieni respondenci, którzy we wcześniejszym pytaniu o sposób zakwaterowania wskazali rodzinę, znajomych. Grupa osób nocujących w ten sposób nie oceniała również standardu noclegu, ceny w stosunku do standardu czy dostępności informacji o tym noclegu.

Najczęściej turyści znajdują nocleg na pomocą Internetu. W 2013 roku 53,7% ogółu respondentów spośród udzielających odpowiedzi na pytanie o sposób znalezienia noclegu wskazało Internet (przed rokiem odsetek ten wyniósł 56% ogółu). Podobnie jak przed rokiem, również w 2013 roku częściej turyści krajowi (62,3% wskazań) niż zagraniczni (38,4% wskazań) szukali noclegu w ten sposób.

Wykres 33: Sposób znalezienia noclegu w 2013 roku (w procentach)



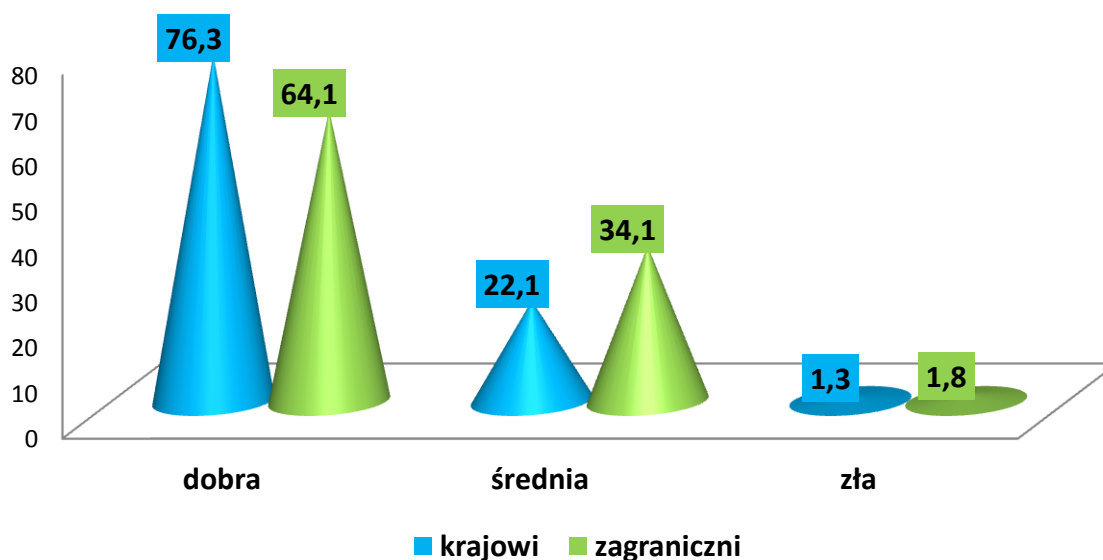
b) Baza noclegowa w opinii respondentów

Nocujący w Toruniu proszeni byli o ocenę toruńskiej bazy noclegowej w skali trójstopniowej pod następującymi względami:

- dostępność informacji o noclegach – czy informacja o obiektach była zrozumiała i wystarczająco obszerna w miejscu jej poszukiwania, dostępna zarówno w miejscu zamieszkania turysty jak i w Toruniu;
- różnorodność bazy noclegowej – czy turysta wybierając obiekt noclegowy ma szeroki wachlarz możliwości w zależności od 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, czy usługa noclegu była warta swojej ceny.

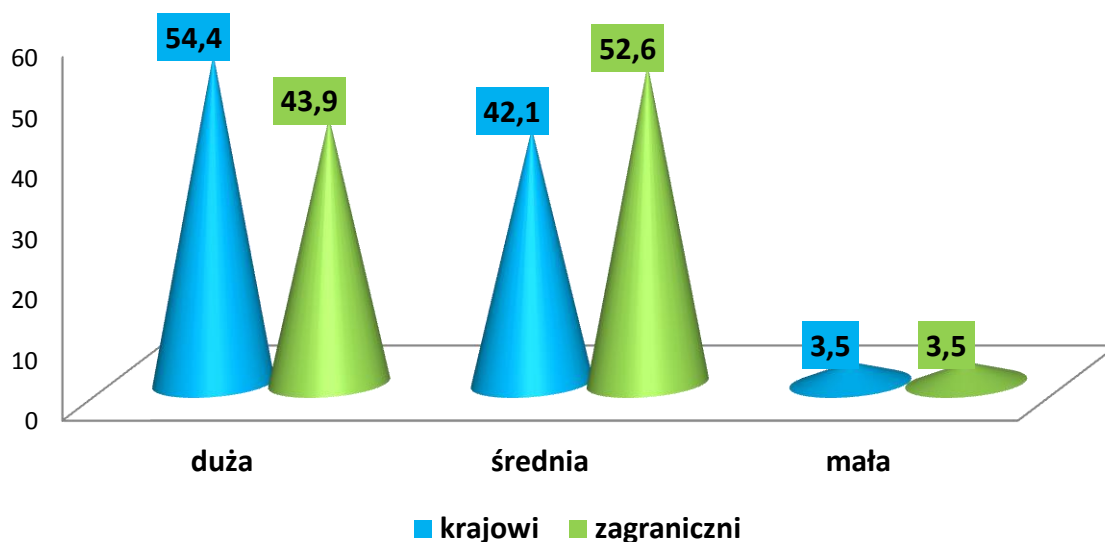
Dostępność informacji o noclegach przez respondentów była oceniana w skali trójstopniowej jako dobra, średnia lub zła i uzyskała wynik **2,71** (w 2012 roku została oceniona na 2,75). Wśród odpowiedzi dominują pozytywne opinie, przy czym mniej takich ocen udzielają obcokrajowcy. Turyści zagraniczni nieco częściej niż krajowi używają ocen „średnich” i „złych”.

Wykres 34: Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem dostępności informacji? (w procentach)



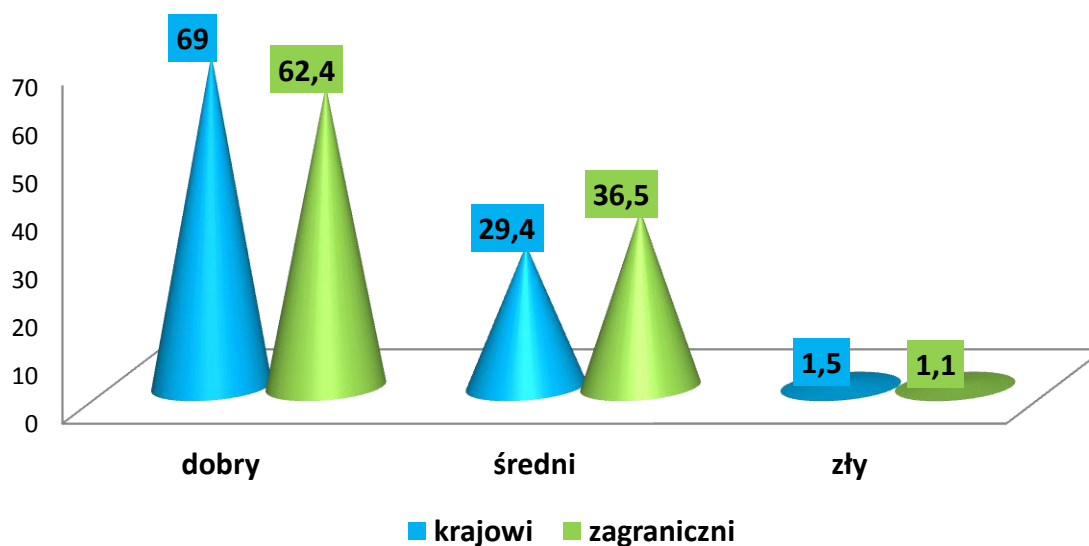
Różnorodność oferty noclegowej poddana była trójstopniowej ocenie (duża, średnia, mała). Średnia ocena w 2013 roku wyniosła **2,47** (w 2012 roku oceniona została na 2,6). Różnorodność jako „dużą” częściej uznawali turyści krajowi, zaś obcokrajowcy częściej oceniali ją jako „średnią”.

Wykres 35: *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową Torunia pod względem różnorodności?* (w procentach)



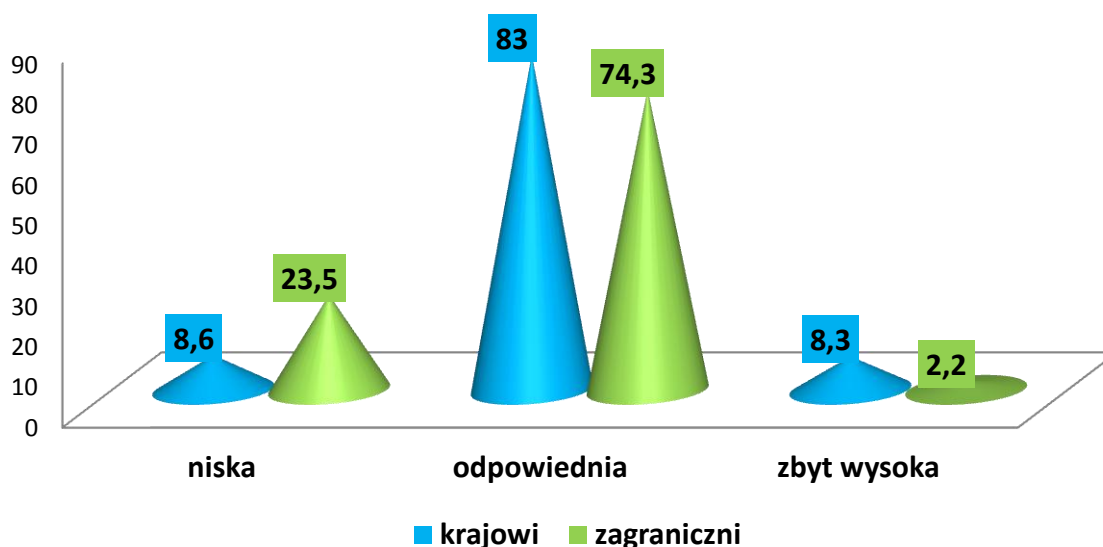
Standard bazy noclegowej w Toruniu według subiektywnych odczuć respondentów był oceniany w skali trójstopniowej (dobry, średni, zły). Średnia ocena standardu w opinii ogółu turystów decydujących się na nocleg w obiektach noclegowych w Toruniu wyniosła **2,65** (przed rokiem było 2,69). Ocenę „dobry” częściej nadawali przyjezdni z kraju niż z zagranicy. Z kolei obcokrajowcy częściej niż Polacy oceniali standard jako „średni”.

Wykres 36: *Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową pod względem standardu?* (w procentach)



Cena w stosunku do standardu opiniowana była przez respondentów za pomocą trójstopniowej skali i mogła być niska, odpowiednia lub zbyt wysoka. Przy czym 3 punkty przypadają za cenę uznaną za niską, 2 punkty za cenę odpowiednią zaś 1 za zbyt wysoką w opinii turystów. W przeciwieństwie do powyższych wyników w przypadku kryterium ceny - im wynik bliższy zeru tym ceny noclegów uznawane są przez turystów za niższe. Średnia ocena w opinii ogółu gości decydujących się na nocleg w obiektach noclegowych miasta wyniosła **2,08** (w 2012 2,09).

Wykres 37: Jak ocenia Pan/Pani bazę noclegową w Toruniu pod względem stosunku do cena/standard? (w procentach)

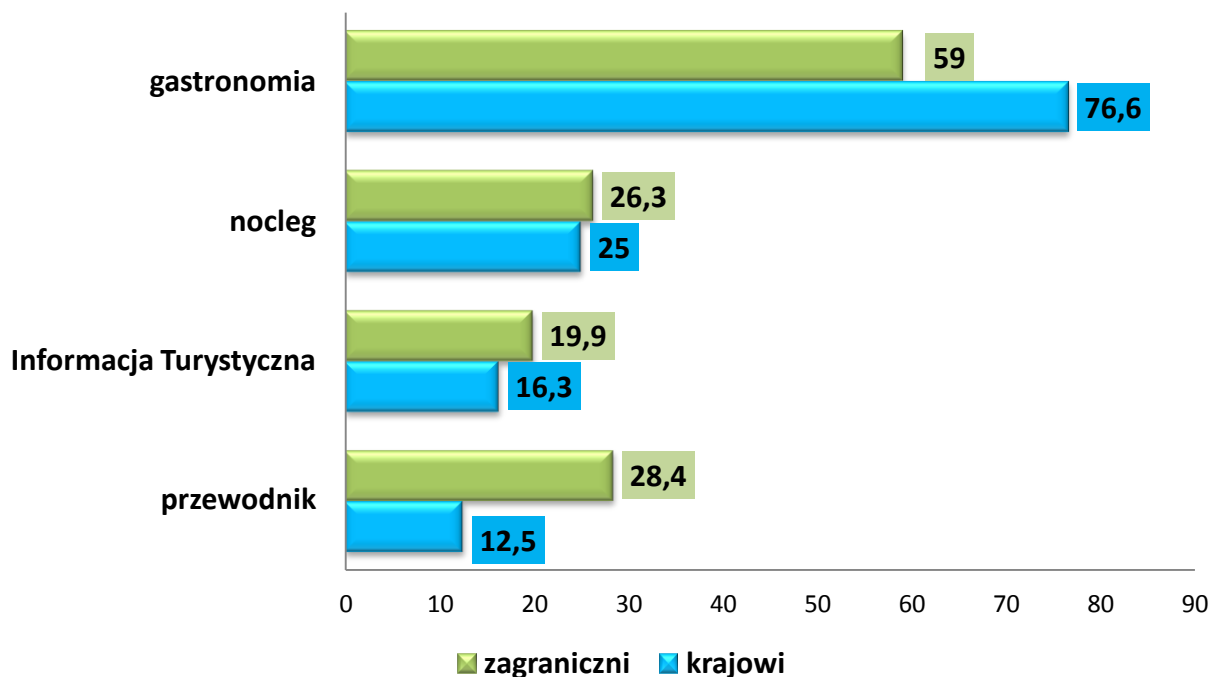


c) Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego przez respondentów

Ogół usług oferowanych przyjeżdżającym turystom podzielono na cztery główne formy obsługi: usługi przewodnickie, informację turystyczną, gastronomię i noclegi. Respondenci proszeni byli o wskazanie w ankiecie tych form obsługi turystów z których skorzystali bądź mają zamiar skorzystać. Niezależnie czy respondenci już skorzystali z danej usługi czy jedynie wyrazili taką chęć, odpowiedź była brana do dalszej analizy.

Obcokrajowcy częściej niż obywatele Polski odwiedzający Toruń korzystają z usług Ośrodka Informacji Turystycznej. W 2013 roku co piąty obcokrajowiec zasięgał rady (bądź miał taki zamiar) u pracowników Ośrodka Informacji Turystycznej. Wśród turystów krajowych 16,3% wskazało, że skorzystało z usług informacji turystycznej. Z gastronomii nieco częściej korzystali turyści krajowi 76,6% (w 2012 roku 65,3%) niż zagraniczni 59% (w 2012 również 59%). Badanie ankietowe wykazało, że częściej na nocleg w obiektach hotelarskich decydowali się obcokrajowcy 26,3% (w 2012 również 26,3%) niż turyści krajowi 25% (w 2012 22%). Warto zauważyć, że różnica ta z roku na rok maleje.

Wykres 38: Wykorzystanie form obsługi ruchu turystycznego w 2013 (w procentach)



Analizie poddano wykorzystanie usług oferowanych toruńskim turystom w zależności od towarzystwa podczas podróży. W ten sposób turyści zostali podzieleni na następujące kategorie wynikające z relacji podróżujących ze sobą osób:

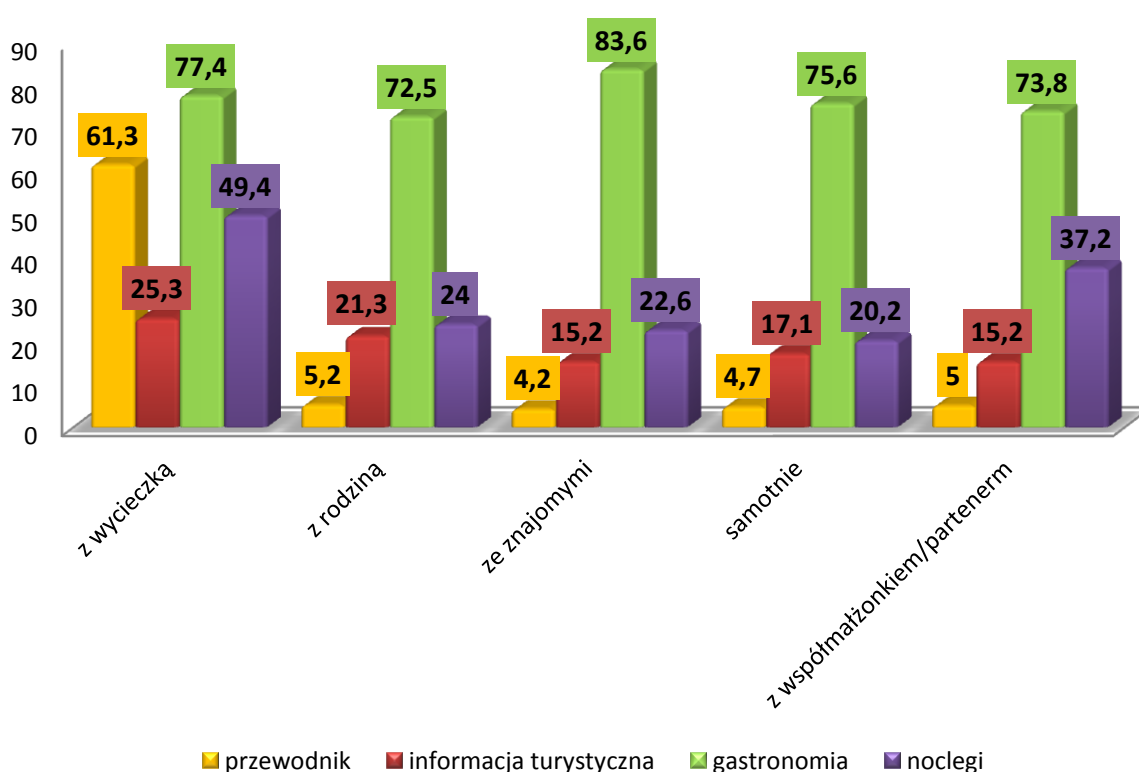
- przyjeżdżający z grupą wycieczkową, tzw. wycieczkowi, zorganizowani
- przyjeżdżający ze znajomymi,
- podróżujący z rodziną
- odwiedzający Toruń w pojedynkę
- podróżujący z małżonkiem/narzeczonym

Do Informacji Turystycznej najczęściej przychodzili turyści odwiedzający Toruń w towarzystwie wycieczki (25,3% tej grupy turystów). Z usług przewodnika miejskiego najczęściej korzystają turyści wycieczkowi – 61,3% tej grupy odwiedzających wskazało tę formę zwiedzania. Najrzadziej przewodnika zamawiają turyści przyjeżdżający samemu. Należy zauważyć, że turyści odwiedzający Toruń z rodziną czy ze znajomymi rzadko wynajmują licencjonowanego przewodnika po mieście, gdyż oferta ta nadal skierowana jest przede wszystkim do dużych grup wycieczkowych, a nie do kilkuosobowych grup rodzin czy znajomych. Od 2012 roku odpowiedzią na ten brak jest organizowane przez Ośrodek Informacji Turystycznej zwiedzanie miasta z przewodnikiem dla

turystów indywidualnych i małych grup. W ubiegłym roku przewodnik z Informacji Turystycznej oprowadził prawie 1000 osób.

Niezależnie od towarzystwa w podróży niemal każdy turysta korzysta z toruńskiej gastronomii. Ponad 70% turystów odwiedzających Toruń ze znajomymi skorzystało bądź miało zamiar skorzystania z oferty kulinarnej miasta. Z bazy noclegowej najczęściej korzystała grupa osób przyjeżdżająca z wycieczką, 49,4% tej grupy osób skorzystało bądź miało taki zamiar z oferty toruńskich hoteli. W 2013 roku najrzadziej na tą formę obsługi turystów decydowali się goście podróżujący z samotnie (20,2% wskazań).

Wykres 39: Korzystanie z form obsługi ruchu turystycznego z podziałem na towarzystwo w trakcie podróży w 2013 roku

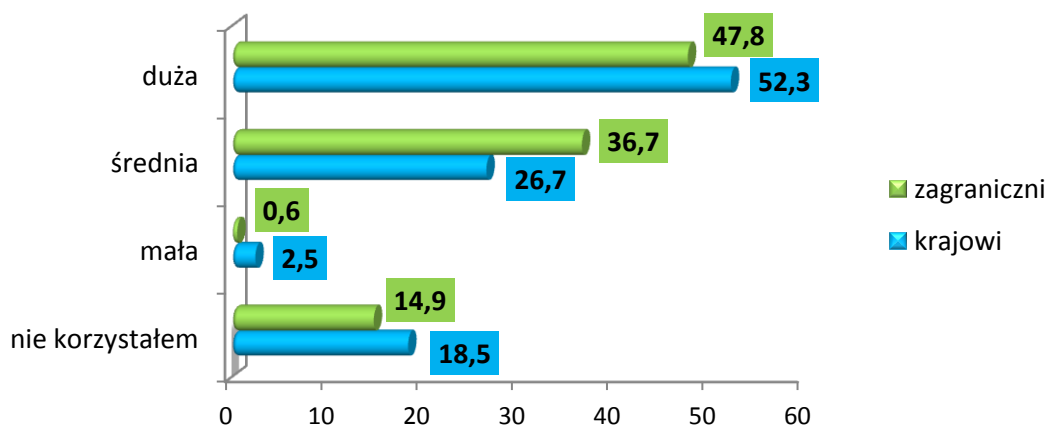


d) Baza gastronomiczna w opinii respondentów

Z badania ankietowego wynika, że ponad 70% turystów skorzystało bądź zadeklarowało chęć skorzystania z gastronomii podczas pobytu w Toruniu. Respondenci proszeni byli o ocenę gastronomii pod dwoma względami: dostępności/różnorodności oraz ceny w stosunku do standardu. Zdarzały się, że sytuacje, że turyści nie zdążyli jeszcze skorzystać z oferty toruńskich barów i restauracji i nie potrafili wyrazić swojego zdania na ten temat, więc zaznaczali odpowiedź „nie korzystałem”. Bywało również, że różnorodność/dostępność restauracji oceniali bez skorzystania z

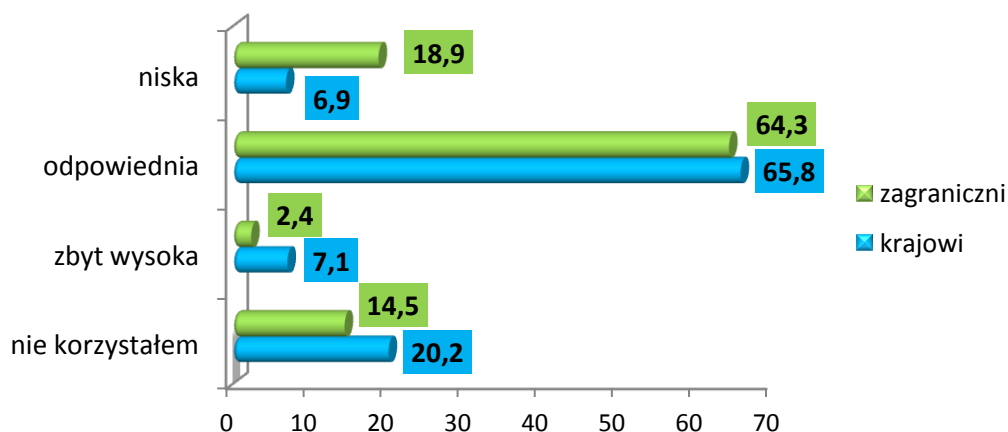
ich oferty. Z kolei kryterium ceny względem standardu w danym lokalu było możliwe do oceny jedynie wtedy gdy respondent już skorzystał z danej oferty gastronomicznej. Różnorodność bazy gastronomicznej turyści oceniali w skali trójstopniowej (duża, średnia, mała) przy czym ocena najwyższa to 3 punkty a najniższa 1 punkt. Tradycyjnie turyści krajowi wyżej oceniali stan toruńskiej gastronomii niż obcokrajowcy (52,3% wskazań) i rzadziej używali oceny „średniej” (26,7% wskazań). Większość turystów zagranicznych również najczęściej oceniała dostępność gastronomii jako „dużą” (47,8% wskazań), rzadziej jako „średnią” (36,7%).

Wykres 40: Dostępność, różnorodność bazy gastronomicznej w 2013 roku (w procentach)



Turyści oceniali toruńskie restauracje pod względem ceny w stosunku do jakości usług w trójstopniowej skali: przy czym najwyższa nota (3) przyznawana była, gdy turysta uznał cenę posiłku na „niską”, średnia (2) za „odpowiednią”, zaś najniższa (1), gdy cena była „za wysoka”, nie adekwatna do wartości. W 2013 zauważamy podobną liczbę wskazań na cenę „odpowiednią” zarówno w przypadku turystów krajowych (65,8%) jak i zagranicznych (64,3%).

Wykres 41: Cena w stosunku do jakości usług w restauracjach, barach, pubach w Toruniu w 2013 roku

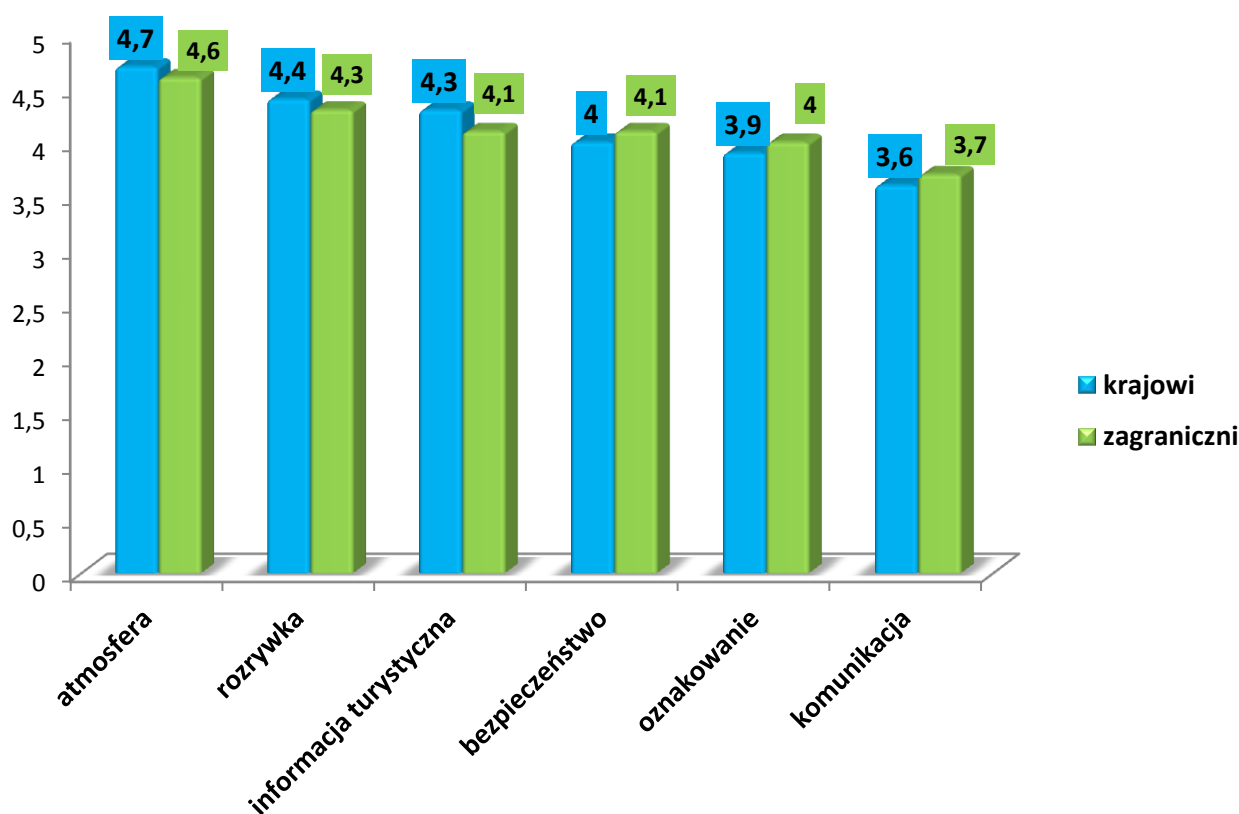


e) Opinie odwiedzających o wybranych elementach wizerunku turystycznego miasta

Każdy turysta biorący udział w badaniu proszony był o ocenę wybranych elementów wizerunku miasta. Turyści oceniali bezpieczeństwo, oznakowanie, atmosferę miasta, informację turystyczną, komunikację oraz rozrywkę w skali pięciostopniowej (b. dobrze, dobrze, przeciętnie, źle, b. źle).

Najwyżej ocenianym elementem wizerunku miasta w 2013 roku była atmosfera Torunia (podobnie jak przed rokiem), która uzyskała średnią notę **4,7** (w 2012 też 4,7). Nieco mniejsze noty uzyskano w przypadku wszystkich innych zmiennych - bezpieczeństwa – **4** (w 2012 4,2), informacji turystycznej – **4,2** (w 2012 4,1), w przypadku rozrywki – **4,3** (w 2012 4,2), oznakowania – **3,9** (w 2012 4) oraz komunikacji – **3,6** (w 2012 3,8).

Wykres 42: Średnie oceny atmosfery, rozrywki, bezpieczeństwa, systemu informacji turystycznej, oznakowanie i komunikacji turystów polskich i zagranicznych



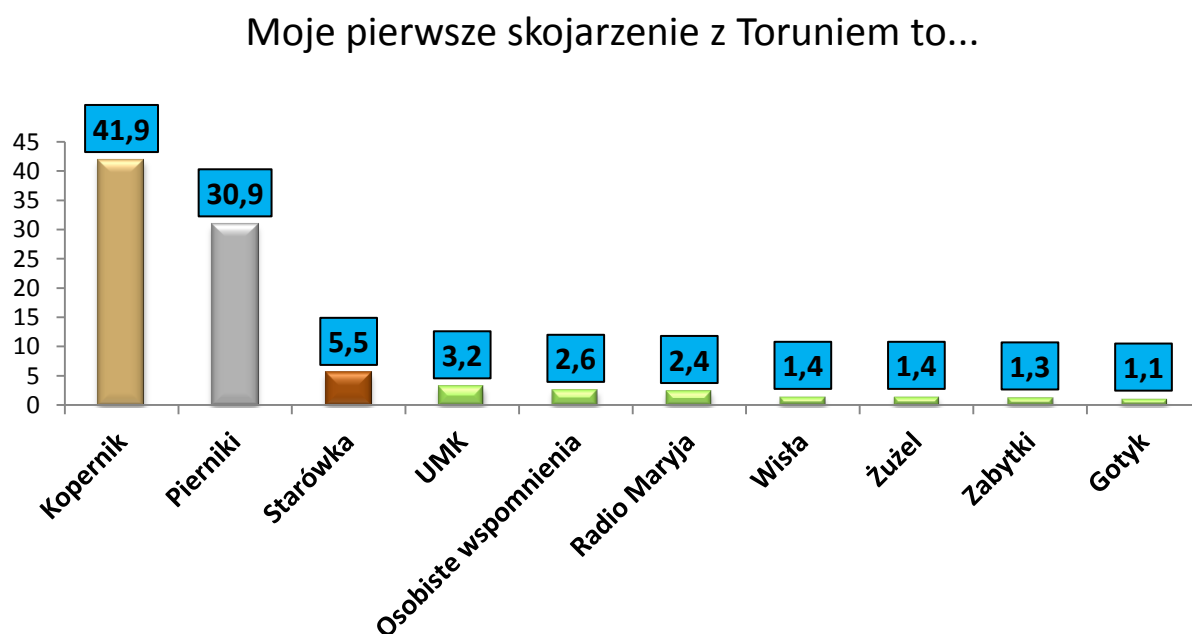
f) Skojarzenia z Toruniem turystów odwiedzających miasto

W kwestionariuszu wywiadu respondentom zostało zadane pytanie *Z czym kojarzy się Pani/Panu Toruń?*. Respondenci mogli wskazać wiele skojarzeń, 3 pierwsze brane były do dalszej

analizy. Ankieterzy szczególną uwagę zwracali na kolejność podawania odpowiedzi. Dzięki temu możliwe jest wykazanie o czym myślą turyści w pierwszej chwili po usłyszeniu hasła „Toruń”. Jedynie 2% ogółu respondentów nie potrafiło wskazać żadnego skojarzenia z miastem (w 2012 roku było 4,2%). Toruń jest miastem, które posiada mocną, rozpoznawalną markę i jednoznacznie wzbudza wśród respondentów pozytywne, konkretne skojarzenia. 98% ogółu respondentów potrafiło wskazać i nazwać symbole związane z Toruniem. Sukces jest tym większy, gdyż skojarzenia z Toruniem nie były w ankiecie wskazane jako możliwości wyboru. Respondenci proszeni byli o samodzielne wskazanie toruńskich symboli. Najczęściej Toruń kojarzy się turystom z postacią Mikołaja Kopernika. Jeśli chodzi o pierwszą myśl, pierwsze skojarzenia związane z Toruniem – 41,9% ogół respondentów w pierwszej odpowiedzi wskazało właśnie Kopernika jako najważniejsze skojarzenie z Toruniem, pierniki uplasowały się na drugim miejscu 30,9%.

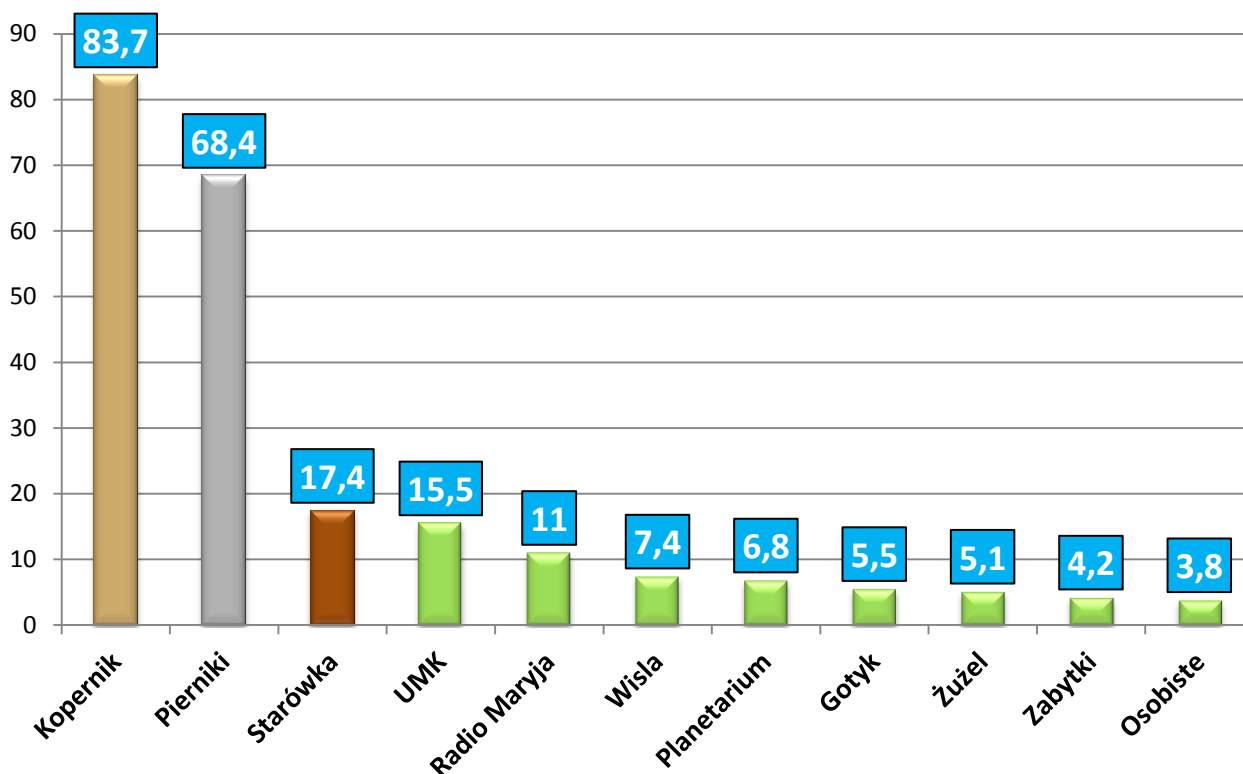
Z ogółu skojarzeń turystów odwiedzających Toruń można wyróżnić kategorie odpowiedzi typowe dla gości krajowych jak i zagranicznych. Pierwszych 10 wskazań gości z Polski to: Kopernik, pierniki, Starówka, UMK, Radio Maryja, Wisła, Planetarium, Gotyk, Żużel, Zabytki. Natomiast zagraniczni turyści częściej wskazują kategorie bardziej ogólne i uniwersalne, cenione przez przedstawicieli różnych krajów, pierwszych kilka skojarzeń to: Kopernik, pierniki, Starówka, Wisła, Osobiste, UMK, Średniowiecze i Gotyk.

Wykres 43: Pierwsze skojarzenie respondentów z Toruniem w 2013 roku (w procentach)

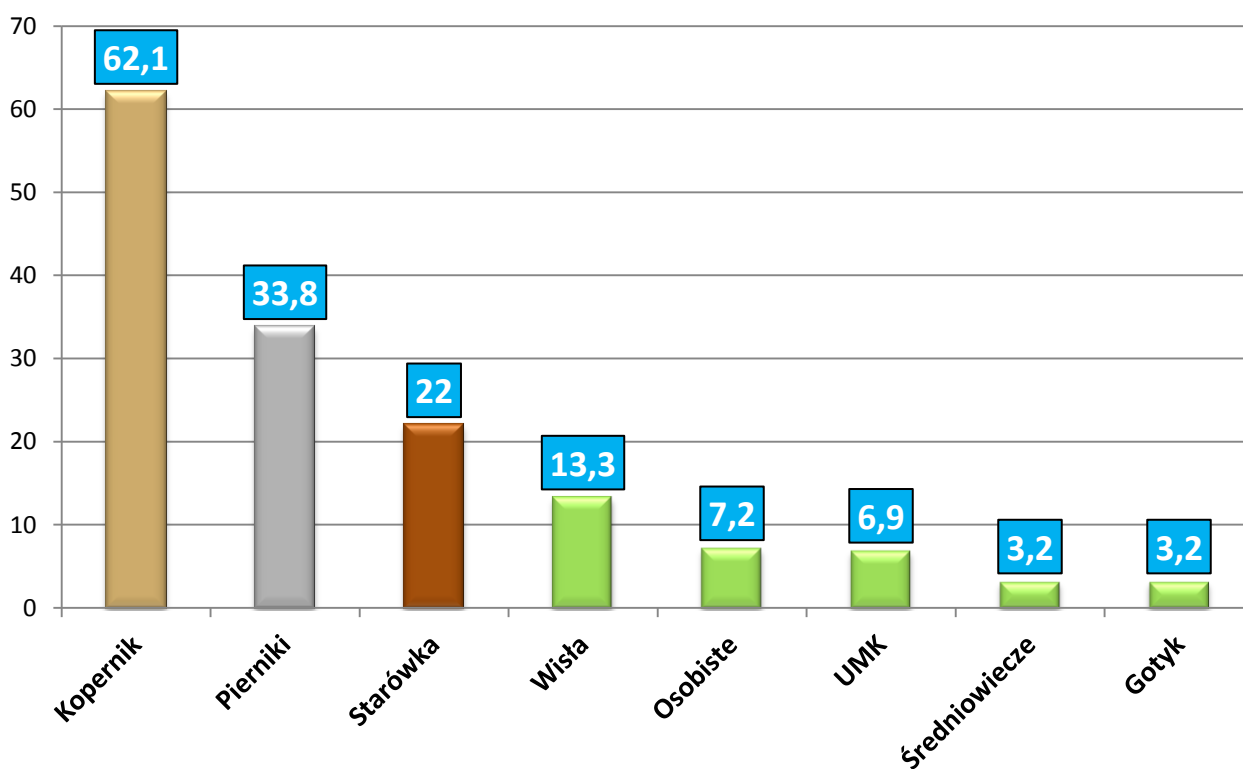


Wykresy 44 i 45: Skojarzenia respondentów z Toruniem, turystów polskich i zagranicznych w 2013 roku (w procentach)

Toruń kojarzy mi się z... (łącznie suma 3 skojarzeń, turyści krajowi)



Toruń kojarzy mi się z... (łącznie suma 3 skojarzeń, turyści zagraniczni)



g) Powody szczególnego niezadowolenia respondentów z pobytu w Toruniu

Respondenci, zgodnie z kwestionariuszem udzielali odpowiedzi na 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?* Analizując odpowiedzi na to pytanie zauważamy trudności i problemy, na które turyści natykają się podczas pobytu w Toruniu, a których my – mieszkańcy możemy nawet nie dostrzegać. Pytanie ma formę otwartą, więc respondenci sami wskazywali napotkane przez siebie problemy, nie zaś wybierali z narzuconych przez badaczy możliwości odpowiedzi. Turyści mogli wskazać nieskończenie wielu odpowiedzi. Trzy pierwsze wskazania jako najważniejsze zostały poddane dalszej analizie. Ankieterzy notowali wskazania turystów dokładnie w kolejności ich pojawiania się. Dzięki temu możemy stwierdzić, które problemy otrzymały najwięcej wskazań, a które jako pierwsze przychodziły na myśl respondentom.

W 2013 roku badanie wykazało, że 59,1% ogółu respondentów nie potrafiło wskazać nic co należało by w Toruniu poprawić (w 2012 roku było 57,9%). Zdarzało się, że ankieterzy pod wpływem zachwyconych miastem turystów, zamiast trudności pojawiających się podczas pobytu w mieście wpisywali pozytywne odczucia związane z Toruniem.

Praktycznie z roku na rok spada liczba osób mających uwagi dotyczące Torunia. Jedynie 40,9% ogółu respondentów potrafiło odpowiedzieć na pytanie o napotkane trudności bądź wskazywało wskazać rzeczy do poprawy (w 2012 roku było 42,1% ogółu).

Kategorie, które otrzymywały najwięcej wskazań to:

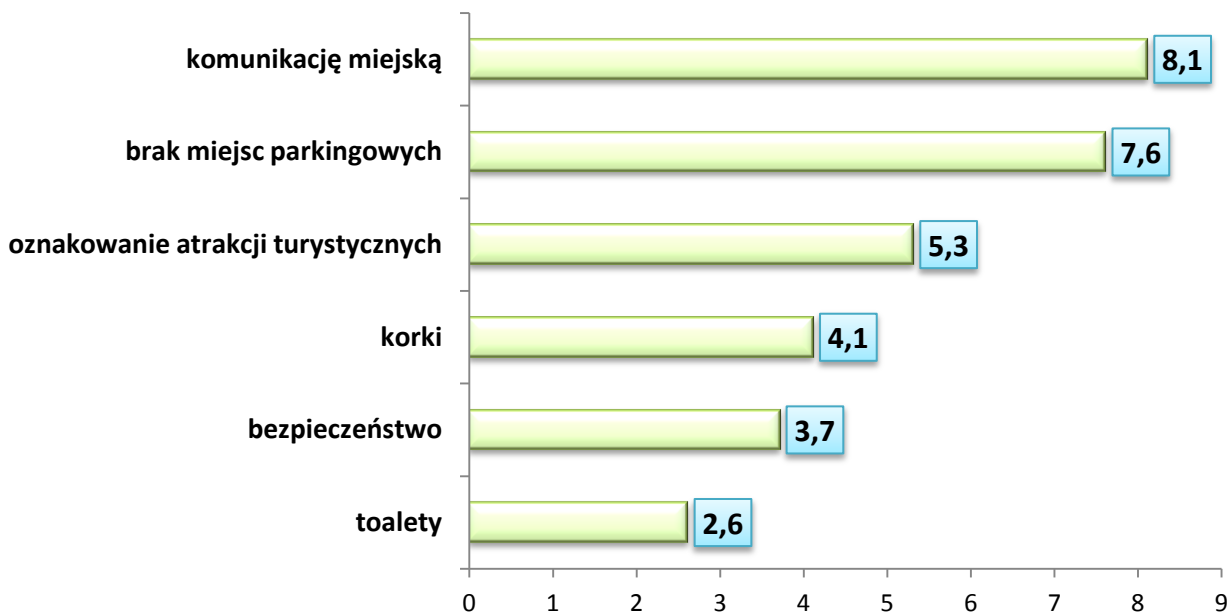
parkingi – ta kategoria obejmuje wszelkie uwagi dotyczące trudności z parkowaniem, znalezieniem miejsca parkingowego, najczęściej w obrębie Starego Miasta. Mimo tego, że zakaz wjazdu własnym samochodem do centrum istnieje w każdym większym mieście to turyści odwiedzający Toruń nadal oczekują możliwości zaparkowania własnego auta jak najbliżej głównego placu miasta. Wśród turystów krajowych ten problem wskazywało 7,6% osób a wśród zagranicznych 2,9%.

komunikacja – kategoria zawiera różnego rodzaju opinie przyjezdnych, którzy mieli problemy w poruszaniu się po mieście komunikacją miejską. W tym wypadku turyści krajowi wyraźnie częściej wskazywali możliwość poprawy (8,1%). Podczas gdy turyści zagraniczni rzadziej proponowali zmiany (6,1%). Trzeba jednak pamiętać, iż turyści zagraniczni zdecydowanie rzadziej korzystają z komunikacji miejskiej i w tym przypadku oceny turystów krajowych są bardziej wiarygodne.

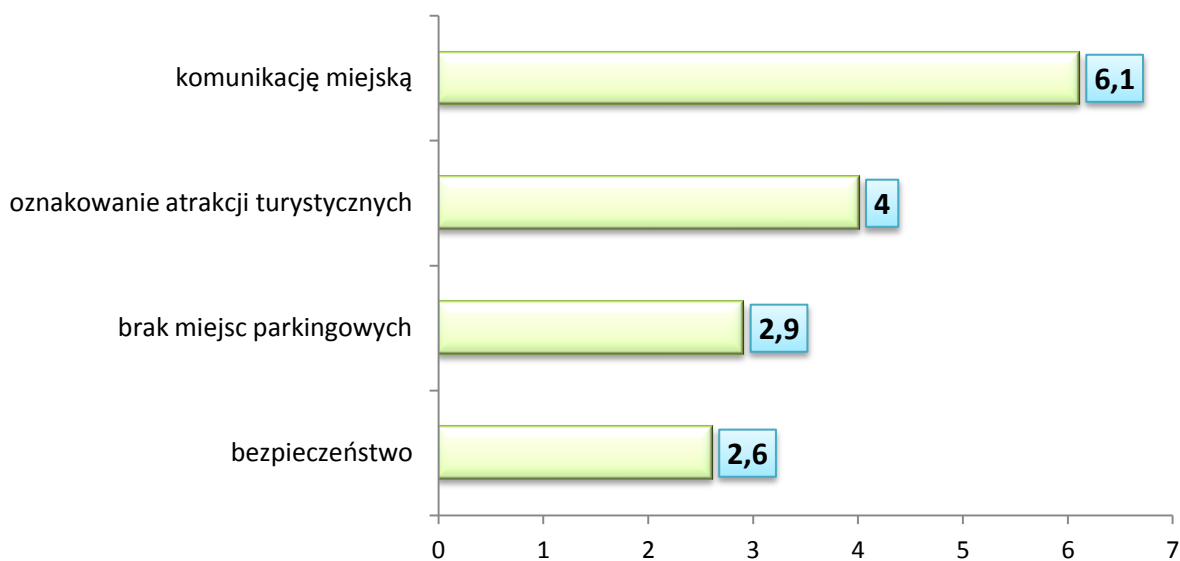
oznakowanie – ta kategoria zawiera wszelkie uwagi dotyczące braku, bądź niewystarczającej liczby oznakowań zabytków, tablic z informacjami o obiektach wartych zobaczenia, map orientacyjnych, kierunkowskazów. Wśród turystów krajowych było to 5,3%. W przypadku turystów zagranicznych liczba to 4%.

Wykres 46 i 47: Powody szczególnego niezadowolenia turystów polskich i zagranicznych w 2013 roku (w procentach)

W Toruniu warto zmienić... (turyści krajowi)



W Toruniu warto zmienić... (turyści zagraniczni)



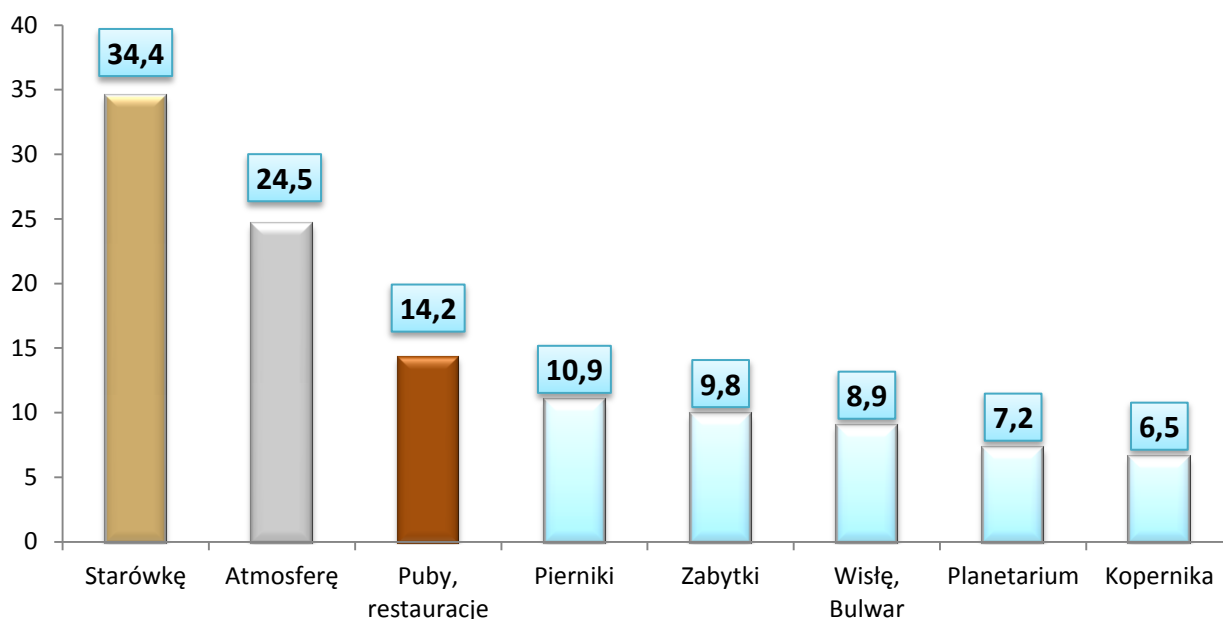
h) Elementy szczególnie pozytywnie postrzegane i zapamiętane przez respondentów

Toruń wywiera na swoich gościach ogromne wrażenie. 93,8% ogółu respondentów udzieliło odpowiedzi na pytanie *Co zapamięta Pan/Pani ze swojego pobytu w Toruniu?* (w 2012 roku 90,6% ogółu turystów odpowiedziało na to pytanie). W pytaniu otwartym ankietowani mają możliwość udzielenia nieskończenie wiele odpowiedzi. Do dalszej analizy brane są trzy pierwsze skojarzenia.

Skojarzenia związane z Toruniem i elementy wizerunku miasta zapamiętane podczas pobytu podzielić można na ogólne np. atmosfera, Starówka, restauracje, puby i kawiarnie, zabytki oraz na te bardziej szczegółowe, np. Pomnik Kopernika, pomnik osiołka – pręgierz, fontanna Cosmopolis czy Krzywa Wieża. Przy badaniu ankietowym analizowane są w jednakowym stopniu wszystkie wymienione przez turystów elementy: ogólne i szczegółowe, zaś poniższy wykres szczegółowo odzwierciedla ilość wskazań na poszczególne kategorie.

Nie zaskakuje fakt, że najwyżej cenionym elementem zapamiętanym przez turystów jest Starówka – więcej niż co trzeci respondent odwiedzający Toruń zapamięta zabudowę Starego Miasta (34,4%). Drugą najczęściej udzielaną odpowiedzią była atmosfera miasta (24,5%). Na trzecim miejscu pod względem liczby wskazań znalazły się puby i restauracje (14,2%), na czwartym pierniki (10,9%) i piątym zabytki (9,8%). Wśród szczegółowych kategorii najwięcej wskazań otrzymały Bulwary nad Wisłą, Planetarium i pomnik Kopernika.

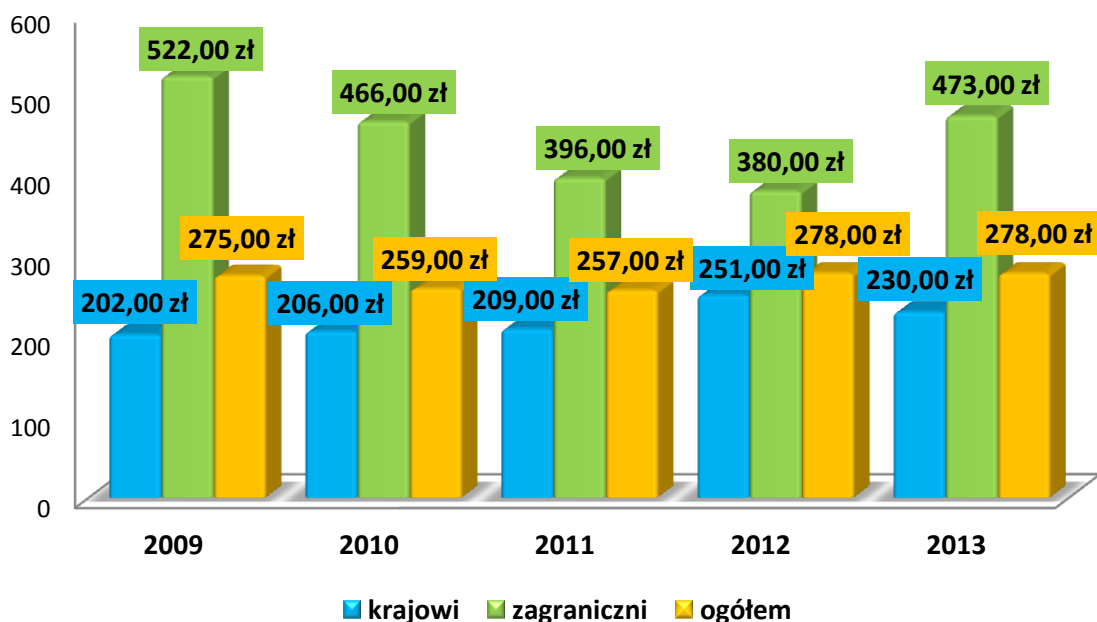
Wykres 48: Rozkład odpowiedzi na pytanie *Co zapamięta Pan/Pani ze swojego pobytu Toruniu?* (w procentach)

Z Torunia zapamiętam... (ogół turystów)

i) Szacunkowe wydatki turystów

Odpowiedzi na pytanie *Ile szacunkowo wydał Pan/Pani pieniędzy w czasie pobytu w Toruniu?* są bardzo cenne dla branży turystycznej i władarzy miasta. W 2013 roku w tym pytaniu nastąpiła zmiana w kwestionariuszu wywiadu. Do tej pory w odpowiedzi na to pytanie turyści wskazywali kolejno kwoty przeznaczone na nocleg, gastronomię, bilety wstępu, rozrywkę (kina, teatry, puby), komunikację (obejmując bilety MZK, taksówki, parkowanie) i pamiątki (pierniki, przewodniki, plany, albumy, widokówki). Często bywało, że respondenci mieli duży problem ze wskazaniem dokładnych kwot stąd zdecydowano się na zmianę pytania, tak by turysta podawał jedną kwotę, którą zdecydował się przeznaczyć na cały pobyt w Toruniu. Turyści zagraniczni czasem podawali kwoty w euro bądź funtach, które następnie były przeliczane według średniego kursu walut. W sytuacji, gdy respondenci dopiero co przyjechali do Torunia i tym samym nie zdążyli wydać jeszcze żadnych pieniędzy pytani byli o kwotę, jaką zamierzają przeznaczyć na cały pobyt. Do 2009 roku cyklicznie prowadzone badanie ruchu turystycznego dotyczące wydawanych kwot pieniędzy przez turystów niezmiennie wykazywało tendencje wzrostową: z roku na rok statystyczny turysta wydawał coraz więcej pieniędzy w Toruniu w 2009 (275 zł). W 2010 roku dobra passa się skończyła, gdyż średnie wydatki przeciętnego turysty spadły do 259 zł. Możemy stwierdzić, że rok 2011 nie przyniósł poprawy, jednak zła tendencja została zatrzymana – 257 zł. Natomiast w 2012 turysta wydał w naszym mieście średnio 278 złotych. Zatem zauważalna była lekka tendencja wzrostowa. Ta tendencja została w 2013 roku utrzymana ponieważ wydatki ogólne pozostały na tym samym poziomie – 278 zł.

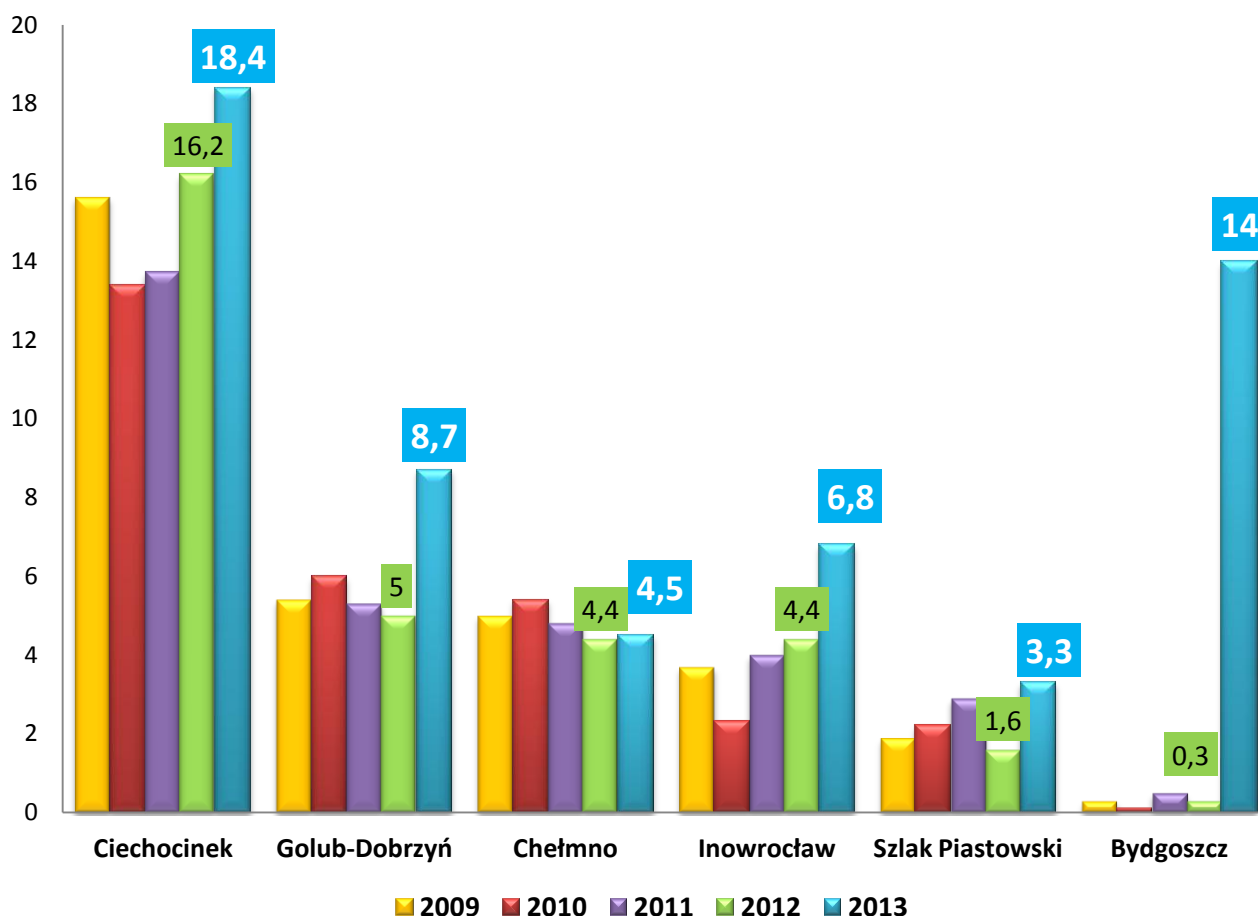
Wykres 49: Średnie wydatki turystów w czasie całego pobytu w Toruniu w latach 2009-2013 podane w PLN



j) Okolice odwiedzane przy okazji pobytu w Toruniu

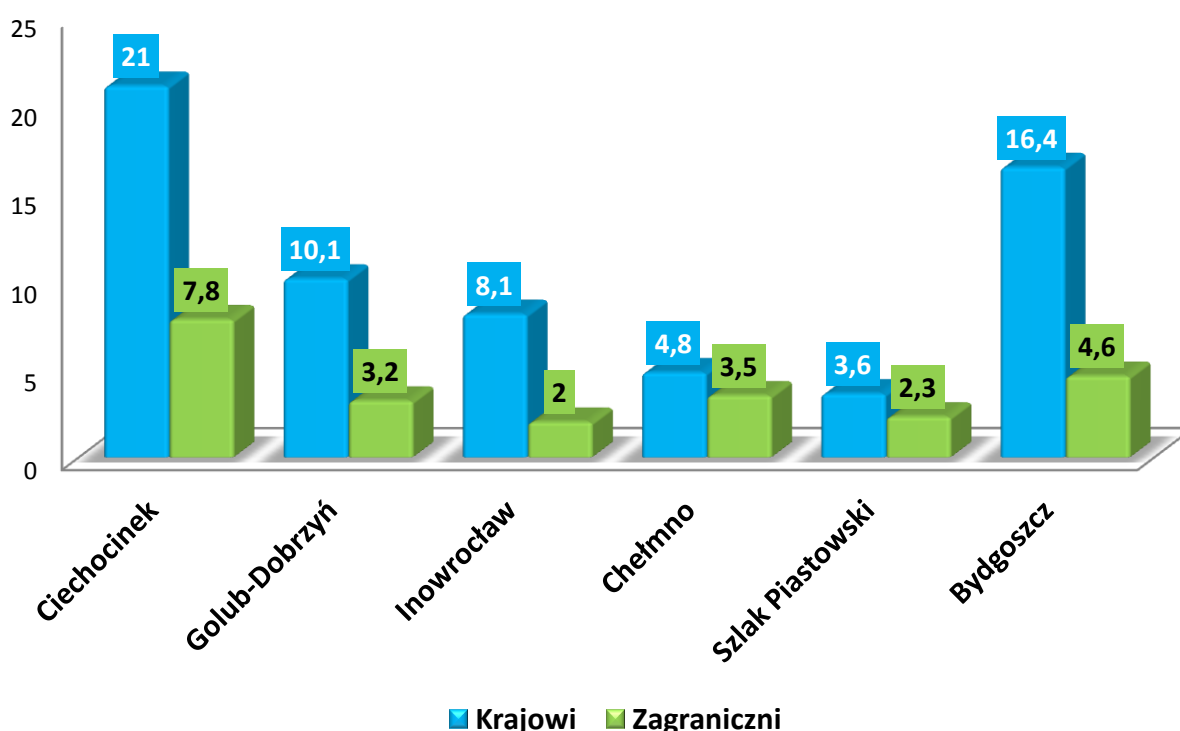
Turystom zostało zadane pytanie *Czy zwiedzał Pan/Pani okolice Torunia – Ciechocinek, Chełmno, Szlak Piastowski, Golub-Dobrzyń, Inowrocław, jeśli tak to jakie?* Zadane pytanie miało charakter pół-zamknięty, czyli część nazw miejscowości (Ciechocinek, Chełmno, Szlak Piastowski, Golub-Dobrzyń, Inowrocław, Bydgoszcz) było wymienione w ankiecie i rola turysty ograniczała się do wskazania tych odwiedzanych przez niego. O półotwartym charakterze pytania świadczył fakt, że w kwestionariuszu było przygotowane miejsce na dopisanie innych nazw miejscowości. W tym wypadku respondenci musieli wykazać się większą znajomością regionu by wskazać np. Chełmę czy mniejsze miasta zakwalifikowane do kategorii „inne”. 31,6% ogółu respondentów wykazało zainteresowanie odwiedzeniem okolicy Torunia (w 2012 roku było 21,2% ogółu). W trakcie przeprowadzania wywiadu badani byli albo przed odwiedzeniem atrakcji w okolicy albo po. Jeśli respondenci jeszcze nie zwiedzali innych miejscowości, a jedynie zadeklarowali to ankier domyślnie zaznaczał odpowiedź w kwestionariuszu na „tak”.

Wykres 50: Okoliczne miejscowości odwiedzane przez turystów w latach 2009-2013 (w procentach)



Co roku badanie wykazuje, że odwiedzający Toruń turyści zapytani o to, którą z okolicznych miejscowości odwiedziłby najchętniej najczęściej wskazują Ciechocinek. Zwiedzenie bądź chęć wybrania się do Ciechocinka zadeklarowało 21% krajowych i 7,8% zagranicznych turystów. Pewną liczbę respondentów stanowią kuracjusze z Ciechocinka bądź Inowrocławia, którzy w trakcie turnusu w uzdrowisku odwiedzają Toruń. W tym roku po raz pierwszy Bydgoszcz jest miastem, które wzbudza drugie po Ciechocinku największe zainteresowanie wśród turystów i polskich i zagranicznych. Zaś Chełmno, Golub-Dobrzyń czy Inowrocław są bardziej popularne wśród odwiedzających Toruń Polaków.

Wykres 51: Odwiedzane okolice przez turystów polskich i zagranicznych w 2013 roku (w procentach)



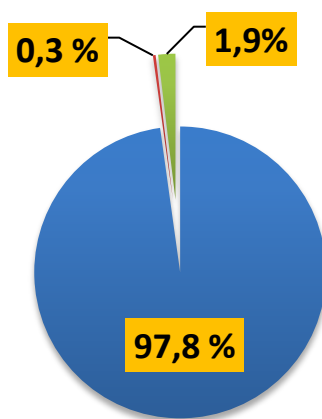
k) Rekomendacja Torunia jako destynacji turystycznej i deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia przez respondentów

W kwestionariuszu ankietowym respondentom zostało zadane pytanie *Czy poleciliby Pan/Pani znajomym odwiedzenie Torunia?*. Zadowolony z pobytu w Toruniu turysta nie zachowa pozytywnych wspomnień tylko dla siebie, ale wrażeniami podzieli się także ze znajomymi i rodziną. Zachęci w ten sposób do przyjazdu do Torunia kolejne osoby. Pozytywnie spędzony w mieście czas przez turystów może zaprocentować skutecznym marketingiem szeptanym w kraju.

Wyniki badania są dla Torunia bardzo pozytywne: wśród turystów polskich 97,8% poleci wizytę w naszym mieście swoim znajomym (w 2012 roku było 97,4%), zaś wśród gości zagranicznych polecenie znajomym Torunia jako miejsca wartego zobaczenia zadeklarowało 95,9% respondentów (w 2012 roku było 93,3%).

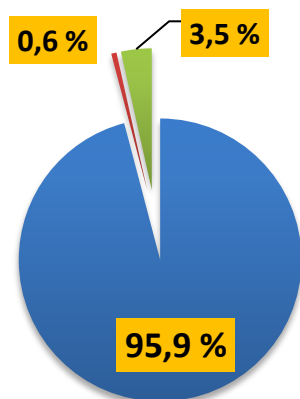
Wykres 52, 53: Struktura odpowiedzi na pytanie *Czy poleciłby Pan/Pani znajomym odwiedzenie Torunia?*

Czy poleciłbyś odwiedzenie Torunia? (turyści krajowi)



■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem

Czy poleciłbyś odwiedzenie Torunia? (turyści zagraniczni)

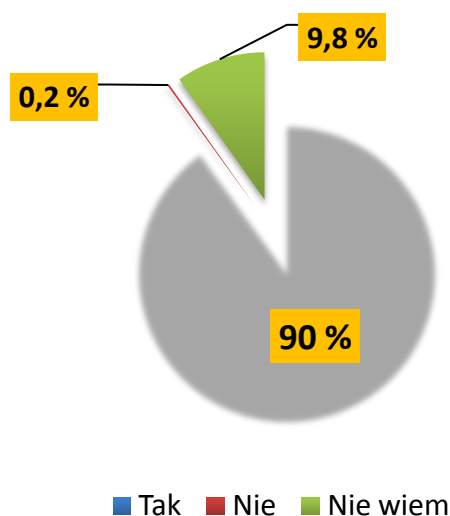


■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem

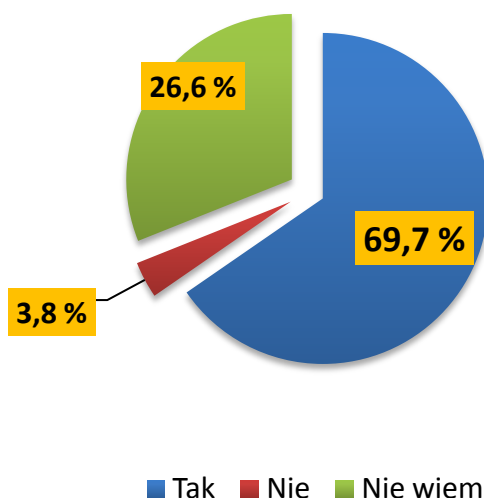
Respondenci odpowiedzieli również na pytanie *Czy zamierza Pan/Pani jeszcze odwiedzić Toruń?* Turyści krajowi jednoznacznie wyrazili taką wolę: 90% zamierza ponownie przyjechać do Torunia, zaś 9,8% nie miało zdania na ten temat. Obcokrajowcy rzadziej deklarowali wolę ponownego odwiedzenia miasta – 69,7%. Co czwarty zagraniczny respondent nie miał na ten temat zdania 26,6%.

Wykres 54, 55: Deklaracja ponownego przyjazdu do Torunia

Czy wrócisz do Torunia? (turyści krajowi)



Czy wrócisz do Torunia? (turyści zagraniczni)

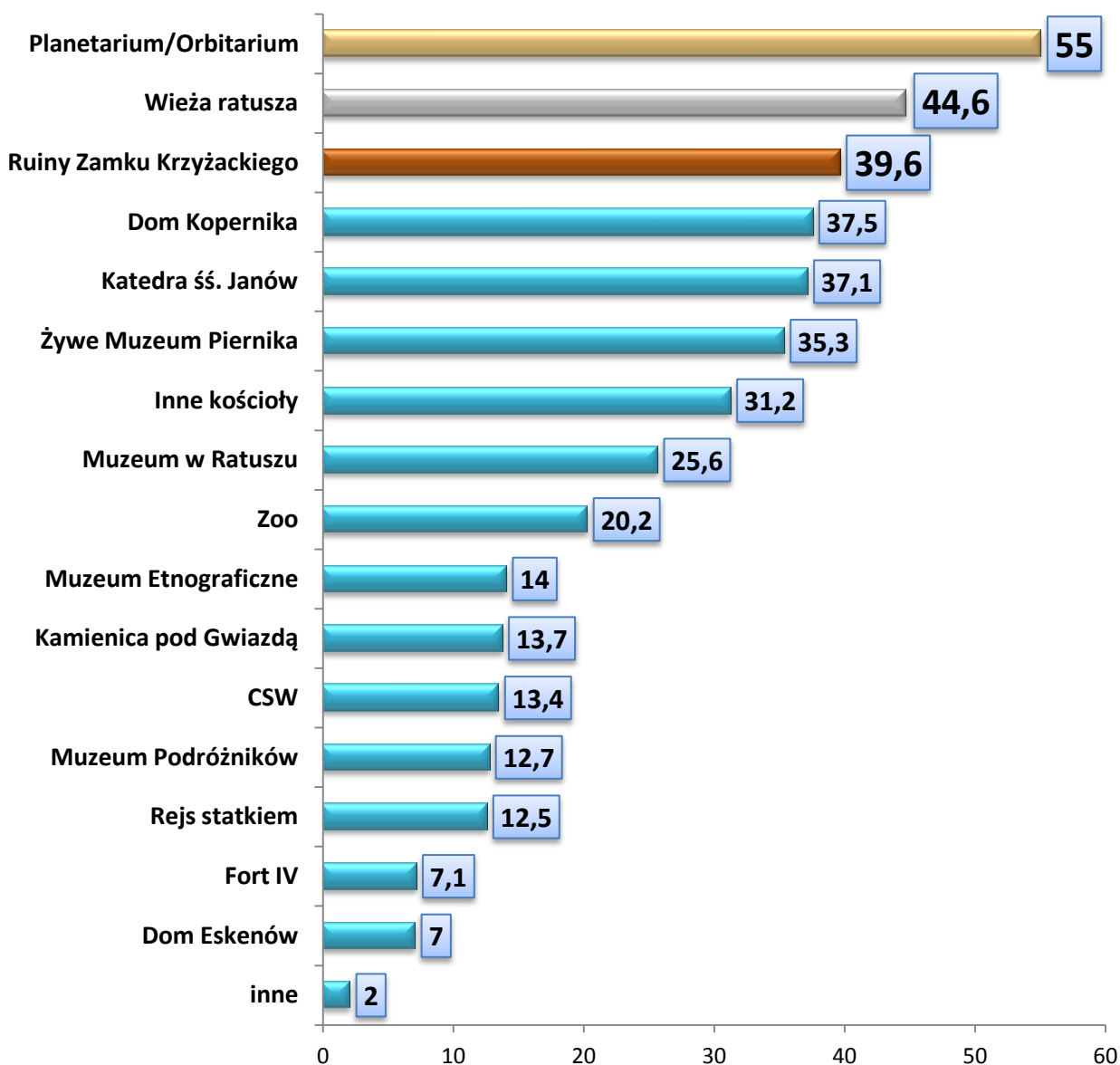


I) Ranking najczęściej odwiedzanych miejsc oraz zwiedzanych zabytków Torunia

Najtrudniejszym pytaniem w kwestionariuszu wywiadu jest przedostatnie pytanie, gdyż ze względu na swoją złożoną formę wymaga większego skupienia. Turysta proszony jest o wskazanie: atrakcji, z których skorzystał lub zamierza skorzystać; zabytków, które już zwiedził, zobaczył bądź dopiero ma taki zamiar; miejsc, w które skierował bądź planuje skierować swoje kroki odwiedzając Toruń. Respondent udzielając odpowiedzi wskazuje atrakcje z długiej listy zasugerowanej przez

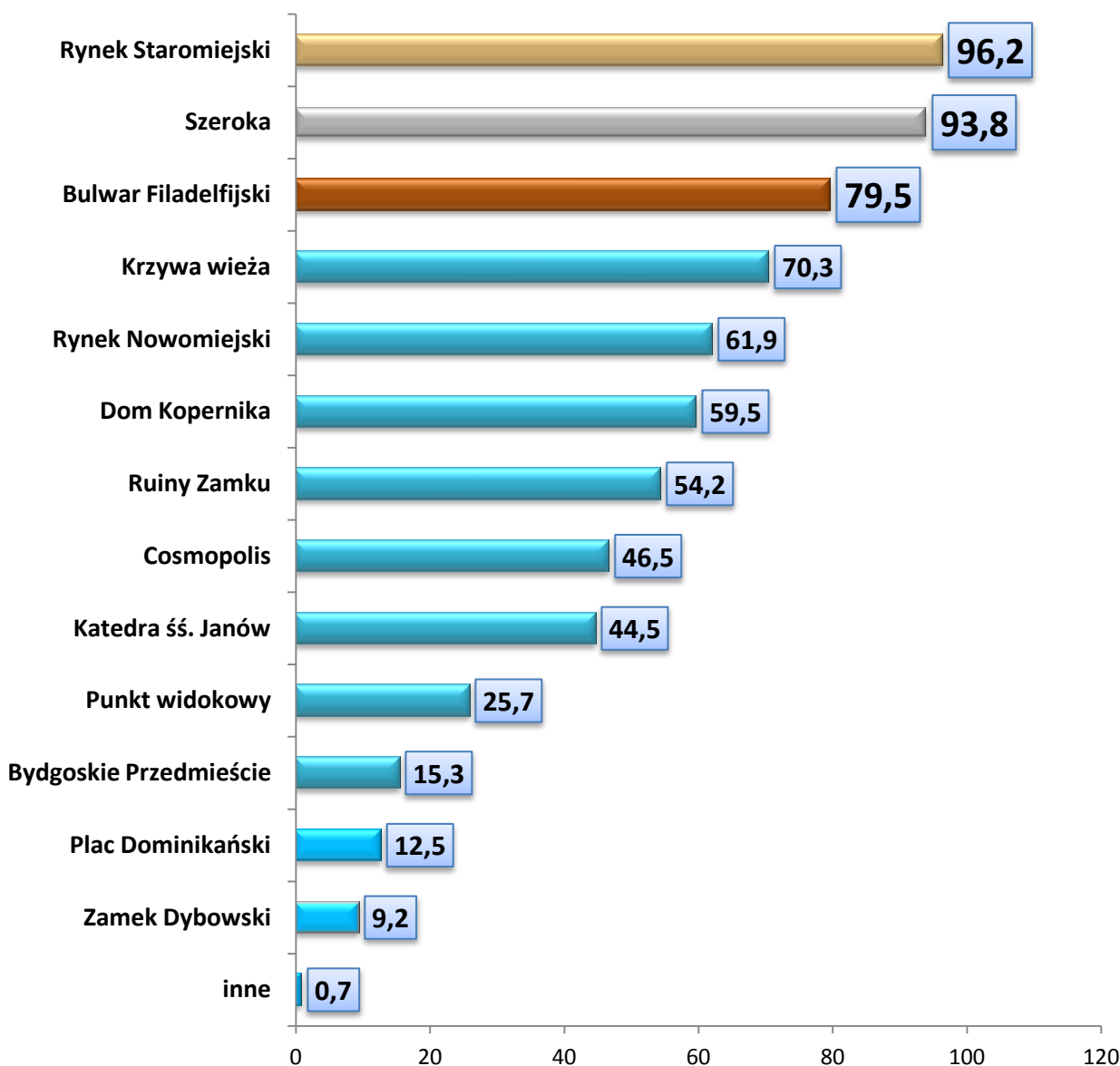
badaczy. Może również dopisać te obiekty, do których wybrał się, bądź dopiero ma taki zamiar, a które nie znalazły się wśród wymienionych. Tym samym respondent może wskazać nieskończenie wiele zwiedzanych obiektów. Pytanie to ma częściowo formę deklaracyjną, gdyż turyści udzielali odpowiedzi na pytania w trakcie zwiedzania, gdy nie zdążyli jeszcze zwiedzić wszystkich atrakcji. Tym samym zaznaczali zarówno te obiekty, które faktycznie zwiedzili jak i te, do których planowali dopiero pójść. Dlatego też nie wiemy dokładnie czy respondent zdążył odwiedzić zadeklarowane w ankiecie atrakcje i zabytki. Tym można tłumaczyć fakt, że dane na temat odwiedzin przez turystów wskazanych przez nich obiektów nie są równoznaczne z danymi na temat ilości sprzedanych biletów w kasach np. muzeum. Przy udzielaniu odpowiedzi na to pytanie respondenci mieli możliwość wskazania wielu obiektów jednocześnie dlatego też podane procenty w wykresie nie sumują się do stu. Pierwsza część pytania dotyczyła obiektów z reguły biletowanych, do których turyści zdecydowali się wejść do środka. Respondenci proszeni byli o wskazanie obiektów, zabytków, które już zwiedzili, bądź do których planowali wejść wybierając z listy atrakcji podanej przez badaczy. Możliwości odpowiedzi były niemal takie same jak w pierwszej części pytania, z wyłączeniem obiektów z bezpłatnym wejściem oraz miejsc spacerowych niebiletowanych takich jak bulwar nadwiślański, Krzywa Wieża, fontanna Cosmopolis czy punkt widokowy na panoramę Starówki. Turyści mogli wskazać wiele odpowiedzi. W tej części rankingu pierwsze miejsce utrzymało Planetarium do którego weszło bądź wyraziło taki zamiar 55% ogółu respondentów (w 2012 roku 26,2% i 1 miejsce). Na drugim miejscu pod względem liczby wskazań znalazła się Wieża Ratuszowa – 44,6% wskazań, a na trzecim miejscu Ruiny Zamku Krzyżackiego 39,6%.

Wykres 56: Procentowy rozkład wskazań na zwiedzane zabytki wewnątrz w Toruniu w 2013 roku (w procentach).



Najwięcej wskazań wśród obiektów zwiedzanych z zewnątrz otrzymał Rynek Staromiejski – typowało go 96,2% ogółu respondentów. Fakt, że większość wywiadów jest przeprowadzanych w okolicach Pomnika Kopernika, a tym samym w sercu Starówki niewątpliwie miał wpływ na wynik ankiety. Drugim pod względem liczby wskazań odwiedzanym obiektem jest ulica Szeroka – 93,8% wskazań, a miejsce trzecie to Bulwar Filadelfijski 79,5% wskazań.

Wykres 57: Procentowy rozkład wskazań na odwiedzane obiekty „z zewnątrz” w Toruniu w 2013 (w procentach).



Ostatnim pytaniem jakie zostało zadane respondentom była prośba o wymienienie 3 najlepszych ich zdaniem atrakcji w Toruniu. To pytanie zostało w tym roku po raz pierwszy wprowadzone do kwestionariusza wywiadu, więc nie mamy możliwości porównania odpowiedzi do lat ubiegłych. Podobnie jak w poprzednich wykresach, ankietowany mógł wybrać jednocześnie 3 atrakcje, więc wyniki nie sumują się do 100. Analizując to pytanie warto zauważyć, że wyraźnie najlepszą według turystów atrakcją Torunia jest Starówka. Pozostałe dwa miejsca w pierwszej trójce, które również wyraźnie odstają od reszty to Planetarium i Bulwar Filadelfijski.

Wykres 58: Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie o najlepszą atrakcję Torunia w 2013 (w procentach).

10 NAJLEPSZYCH ATRAKCJI W TORUNIU W 2013 ROKU

