

STAN OBECNY I PERSPEKTYWY ROZWOJU DLA TURYSTYKI UZDROWISKOWEJ W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS FOR HEALTH TOURISM IN THE KUYAVIAN-POMERANIAN VOIVODESHIP

ПОТОЧНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТУРИЗМУ В КУЯВСЬКО-ПОМОРСЬКОМУ ВОЄВОДСТВІ

Mariusz Barczak¹, Robert Brudnicki¹, Piotr Prus²

University of Economy¹ (Polska), University of Science and Technology² (Polska)

Анотації

Celem artykułu jest ustalenie stanu obecnego oraz perspektyw rozwoju dla turystyki uzdrowiskowej w trzech wybranych obszarach recepcji turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim (Ciechocinku, Inowrocławiu i Wieńcu Zdroju). Badania przeprowadzono z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu na próbie 1303 respondentów. Wyniki badań pozwoliły ustalić podstawowe parametry ruchu turystycznego tj. między innymi: profil społeczno-demograficzny odwiedzających, strukturę odwiedzających według pochodzenia, obszary ciężenia rynkowego (kierunki przyjazdów i ich natężenie), wybrane parametry opisowe ruchu turystycznego (długość pobytów, osoby towarzyszące w podróżach, wykorzystywane środki transportu), a także postrzeganie atrakcyjności wybranych elementów potencjału turystycznego oraz poziomu skłonności do rekomendacji badanego rejonu.

Słowa kluczowe: turystyka uzdrowiskowa, ruch turystyczny, popyt turystyczny.

The aim of the article is to determine the current state and development prospects for the health tourism in three selected tourist reception areas in the Kujawsko-Pomorskie voivodship (Ciechocinek, Inowrocław and Wieniec Zdrój). The study was conducted using an interview questionnaire on a sample of 1303 respondents. The results of the research allowed to determine basic parameters of tourism traffic, i.e.: socio-demographic profile of visitors, structure of visitors by origin, areas of market gravity (directions of arrivals and their intensity), selected descriptive parameters of tourism traffic (length of stays, accompanying persons, used means of transportation), as well as the perception of the attractiveness of selected elements of the tourism potential and the level of willingness to recommend the examined region.

Key words: spa tourism, tourism, tourist demand.

Метою статті є визначення поточного стану та перспектив розвитку оздоровчого туризму в трьох відібраних областях туристичного прийому в Куявсько-Поморському воєводстві (Цехоцінек, Іновроцлав та Венец-Здруй). Дослідження було проведено з використанням опитувальника на вибірці з 1303 респондентів. Результати дослідження дозволили визначити основні параметри туристського руху, в тому числі: соціально-демографічний профіль відвідувачів, структуру відвідувачів за походженням, ділянки завантаження ринку (напрямки прибуття та їх інтенсивність), вибрані описові параметри туристського руху (тривалість перебування, супровід осіб у подорожах, використання транспортні засоби), а також сприйняття привабливості окремих елементів туристичного потенціалу та рівня схильності рекомендувати досліджуваний регіон.

Ключові слова: оздоровчий туризм, туристичний рух, туристичний попит.

O sukcesie oferty turystycznej danego regionu – jak wykazują doświadczenia - decyduje nie tylko to, co ma on do zaoferowania, ale także szczegółowa wiedza na temat zachowań i postaw konsumentów wobec oferowanych im usług. Bez tego typu informacji trudno dziś liczyć na utrzymanie pozycji na mocno konkurencyjnym rynku turystycznym (Dziedzic 2010¹, Alejziak 2009² i 2010³). Według Nawrota i Zmysłonego⁴

regionalne badania ruchu turystycznego oraz związana z nim konsumpcji mają podstawowe znaczenie dla polityki kształtowania produktu turystycznego regionu oraz określania ich konkurencyjności (pozycji), zarówno na krajowym, jak i międzynarodowym rynku tury-

Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, POT, Warszawa, str. 62–63

³ Alejziak W., 2009, Regionalne badania ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju. Ekspertyza dla POT, Zasoby internetowe: <https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/Ekspertyza%20dla%20POT.pdf> [dostęp: 15.09.2017 r.]

⁴ Nawrot Ł., Zmysłony P., 2009, Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego, Proksenia, Kraków

© Mariusz Barczak, Robert Brudnicki, Piotr Prus, 2018

¹ Dziedzic E., 2010, Potrzeby i luki informacyjne u podmiotów zarządzających turystyką, [w:] Dziedzic E. (red.) Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, POT, Warszawa, str. 5

² Alejziak W., Aktualny stan badan konsumentów usług turystycznych w regionach, [w:] Dziedzic E. (red.)

stycznym. Potrzeba podejścia tego typu w zarządzaniu obszarami (miejscami) określanymi mianem atrakcyjnych turystycznie lub pretendującymi do takiej roli wynika ściśle z uwarunkowań popytowych⁵, obserwujemy bowiem zmianę modelu zachowań turystów, dla których emocje, wrażenia, autentyczne doznania kulturowe, wiedza i satysfakcja są ważniejsze od komercyjnej rozrywki⁶.

Systematyczne pozyskiwanie wiedzy o zachowaniach turystów i czynnikach je determinujących, oparte na odpowiednio przygotowanym postępowaniu badawczym, w sposób zdecydowany zwiększa efektywność podejmowanych działań w sferze turystyki (kreowanie ofert, wprowadzanie nowych produktów, budowa produktów sieciowych, promocja destynacji, podwyższanie jakości świadczonych usług turystycznych, zarządzanie atrakcjami turystycznymi itp.). Badania prowadzone bezpośrednio wśród konsumentów dóbr i usług turystycznych pozwalają rozpoznać ich zachowania, a także wydzielać odrębne segmenty tej zbiorowości statystycznej (profile) z uwzględnieniem ich cech społeczno-demograficznych (wiek, płeć, wykształcenie, kategoria zawodowa), ekonomicznych (sytuacja materialna, poziom wydatków na cele związane z turystyką), realizowanych form ruchu turystycznego, głównych celów przyjazdów, preferencji, sezonowości, zadowolenia itp.

Województwo kujawsko-pomorskie nie należy do czołówki regionów turystycznych Polski. Niewątpliwie jednak, duże nasycenie walorami środowiska naturalnego oraz liczne atrakcje kulturowe w powiązaniu z czynnikami lokalizacyjnymi (położenie w centralnej, dobrze skomunikowanej części kraju) dają podstawę do traktowania regionu jako przestrzeni turystycznej o dużym potencjale rozwojowym.

Zgodnie ze stanem w dniu 31 lipca 2016 r. w województwie kujawsko-pomorskim funkcjonowały 392 turystyczne obiekty noclegowe (w 2015 r. było ich 367), które stanowiły 3,7% ogólnej liczby obiektów w kraju (11 lokata wśród wszystkich województw). Zdecydowana większo-

ść z nich, bo aż 82,1%, oferowała wypoczynek całoroczny, pozostałe to obiekty sezonowe. Baza obiektów noclegowych w województwie to 29,8 tys. miejsc noclegowych (tj. 4,0% miejsc noclegowych w kraju)⁷.

Dla obszaru rozpatrywanego jako miejsce odbioru (koncentracji) ruchu turystycznego niezwykle cenną jest informacja o ośrodkach lub obszarach generujących ruch przyjazdowy, analizowanych w kategorii miejsc zamieszkania odwiedzających. Pochodzenie terytorialne należy do jednych z ważniejszych parametrów opisowych ruchu turystycznego, pozwalających na ocenę umiejscowienia popytu w otoczeniu zewnętrznym badanego regionu (w ruchu krajowym często również w układzie wewnętrznym – aktywność turystyczna mieszkańców macierzystego regionu). Ustalenia będące efektem analizy tego typu są przydatne w kierunkowaniu strategicznych działań promocyjnych.

W 2015 roku większość osób (62,6%) z grupy odwiedzających krajowych pochodziła spoza województwa kujawsko-pomorskiego. Analizując miejsca zamieszkania odwiedzających ogółem (turyści i odwiedzający jednodniowi) widać wyraźnie, że największy popyt turystyczny występuje z województw ościennych tj. województwa mazowieckiego (15,9%), wielkopolskiego (12,5%) i pomorskiego (12,1%)⁸.

Badania prezentowane w niniejszym artykule zawierają syntezę wybranych wyników wykonaną dla trzech destynacji związanych z turystyką uzdrowską w województwie kujawsko-pomorskim tj. Ciechocinka, Inowrocławia i Wieńca-Zdroju (tab. 1) wraz z Włocławkiem i odnoszą się do następujących parametrów badanego ruchu przyjazdowego:

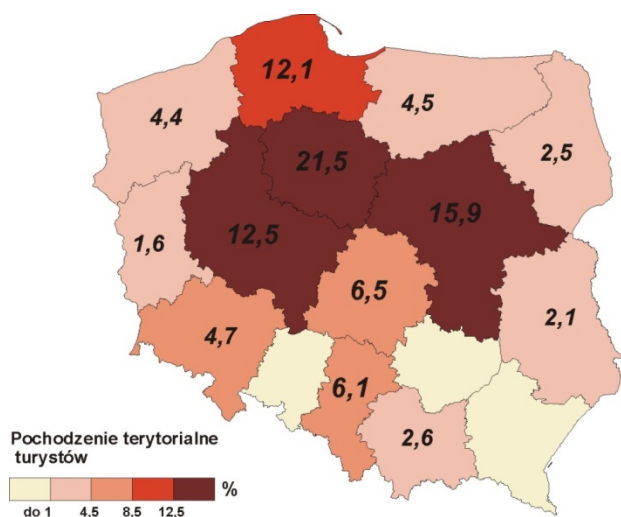
1. profil społeczno-demograficzny odwiedzających
2. struktura odwiedzających według pochodzenia
3. obszary ciężenia rynkowego (kierunki przyjazdów i ich natężenie),
4. wybrane parametry opisowe ruchu turystycznego (długość pobytów, osoby towarzyszące w podróżach, wykorzystywane środki transportu),
5. postrzeganie atrakcyjności wybranych elementów potencjału turystycznego oraz poziomu skłonności do rekomendacji badanego rejonu.

⁵ Jaroszewska-Brudnicka R., Brudnicki R., 2013, Kreowanie nowych produktów turystycznych na obszarach przyrodniczo cennych, *Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej* R.15, Zeszyt 37/4/2013/ Rogów [Zasoby internetowe: http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.agrod63176bd-6f01-455d-af0b-6e2df85c97bb/c/Jaroszewska-Brudnicka_Brudnicki.pdf [dostęp: 15.09.2017 r.]

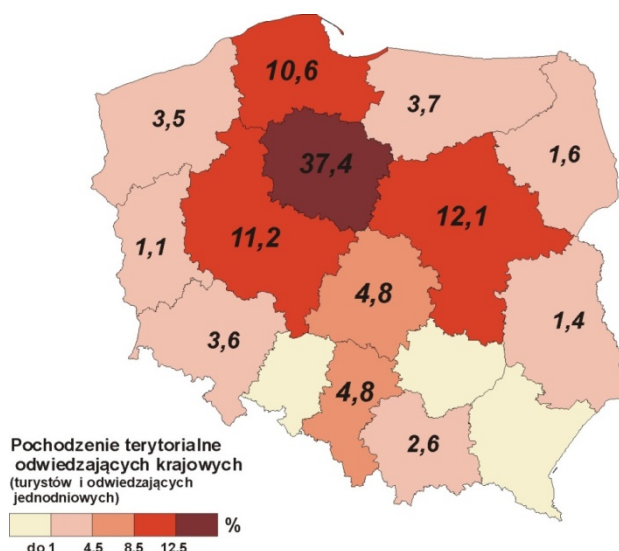
⁶ Hall C. M., McArthur S. (Eds.), 1993, *Heritage management in New Zealand and Australia: visitor management, interpretation and marketing*, Oxford University Press, Auckland and New York.

⁷ Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w 2016 roku, Główny Urząd Statystyczny, Bydgoszcz 2017.

⁸ Brudnicki R., Barczak M., *Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim 2015*, K-POT, Bydgoszcz 2016.



Ryc. 1. Pochodzenie terytorialne turystów według województw



Ryc. 2. Pochodzenie terytorialne turystów i odwiedzających jednodniowych według województw

Źródło: Brudnicki R., 2016, Charakterystyka respondentów – turystów i odwiedzających jednodniowych. Pochodzenie terytorialne [w:] Brudnicki R., Barczak M., Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim – 2015. Raport z badań dla Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, Bydgoszcz 2016.

Tabela 1

Charakterystyka badanych miejscowości

Ciechocinek	Ciechocinek to jedno z najbardziej rozpoznawalnych polskich uzdrowisk nizinnych. Ośrodek słynie z bogatych złóż solanki (których zasoby są znaczne, bo stanowiące aż ok. 30 % zasobów wszystkich wód mineralnych w uzdrowiskach polskich), walorów przyrodniczych, wydarzeń kulturalnych i bogatej przeszłości historycznej. W Ciechocinku funkcjonuje blisko 30 różnego rodzaju dużych i mniejszych podmiotów świadczących usługi lecznicze (w tym: szpitale uzdrowiskowe, sanatoria, hotele i pensjonaty Spa itp.), działa też rozbudowana baza noclegowa (w tym prywatna).
Inowrocław	Inowrocław jest jednym z większych miast województwa i nazywany jest „miastem na soli”, ponieważ leży na potężnym wysadzie solnym. Położony jest w nizinnym regionie klimatycznym (typowy klimat nizinny – jest stosunkowo mniej bońcowy niż górski czy morski). Uzdrowisko stanowi odrębną dzielnicę miasta o charakterze parkowym.
Wieniec Zdrój/Włocławek	Uzdrowisko dysponuje naturalnymi zasobami (wody siarczanowo-sodowe) i infrastrukturą (kilka szpitali i sanatoriów) wspomagającą leczenie m.in. chorób ortopedyczno-urazowych, nerwowych, schorzeń dolnych dróg oddechowych i in. Miejscowym walorem, którego wartość trudno przecenić jest śródleśny klimat nizinny z dużą zawartością fitoncydów, dzięki czemu miejscowość stanowi cenne wypoczynkowo-rekreacyjne zaplecze dla przyjezdnych i dla mieszkańców miasta.

Źródło: Opracowanie własne.

Miejsca poboru wywiadów zostały zweryfikowane ze względu na dynamikę (zmiennosc) zjawiska ruchu turystycznego (zmiany w natężeniu przyjazdów obserwowane w

okresie 2009–2014) w wytypowanych rejonach badawczych.

Tabela 2

Wielkość próby w badanych rejonach

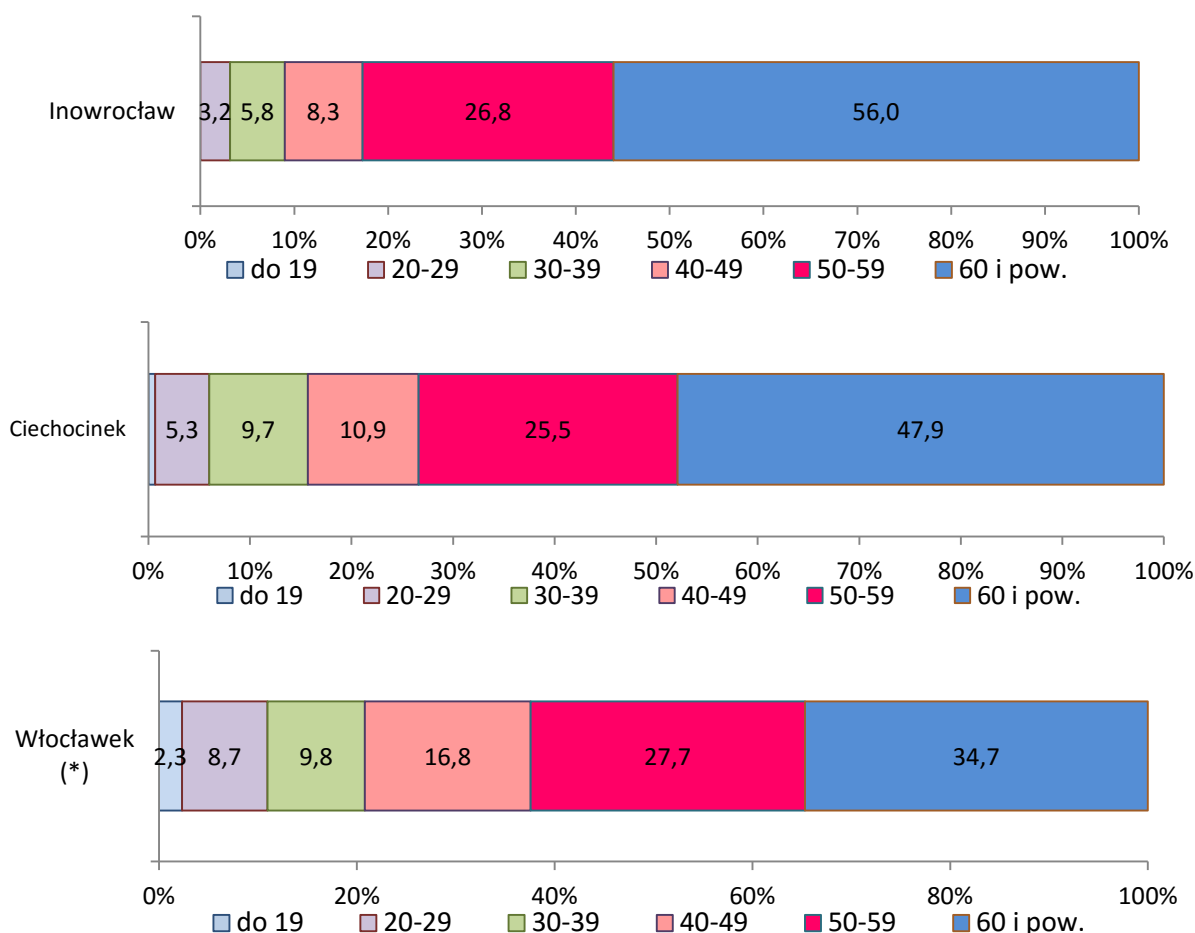
Rejony poboru materiału ankietowego	Liczba wywiadów
Ciechocinek	733
Inowrocław	394
Wieniec Zdrój i Włocławek	176
OGÓLEM	1303

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Brudnicki R., Barczak M., Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim – 2015. Raport z badań dla Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, Bydgoszcz 2016.

Narzędziem badania był kwestionariusz wywiadu a dominującą formą diagnozowania były pytania zamknięte. Kwestionariusze ankietowe były dostępne w trzech wersjach językowych: polskiej, angielskiej i niemieckiej i miały formę elektroniczną (zastosowano innowacyjne rozwiązanie polegające na tworzeniu bazy danych online z użyciem tabletów co umożliwiło ocenę zbieranych danych i wizualizację otrzymywanych wyników w czasie rzeczywistym).

Wyniki badań. We wszystkich badanych miejscowościach wśród badanych dominowały osoby w wieku 60 plus tj. 56 % w Inowrocławiu, 47,9 % w Ciechocinku oraz 34 % w Wieńcu Zdroju (wraz z Włocławkiem). Natomiast najmniej liczną grupę stanowiła młodzież w wielu do 19 lat.

Ryc. 3. Struktura wiekowa respondentów w poszczególnych miejscowościach uzdrowiskowych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Brudnicki R., Barczak M., Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim – 2015. Raport z badań dla Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, Bydgoszcz 2016.

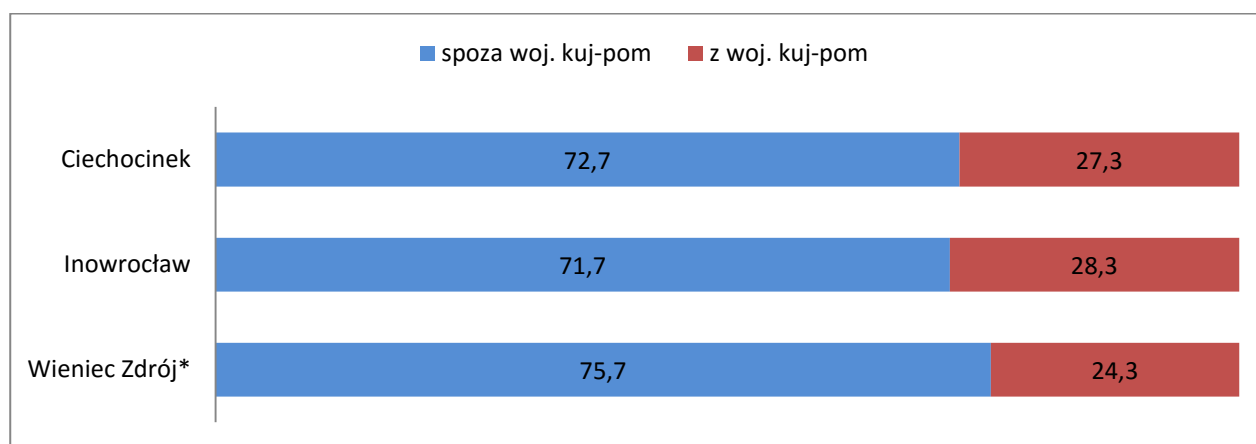
Tabela 3

Pochodzenie turystów krajowych

Województwo	Włocławek	Inowrocław	Ciechocinek
Podkarpackie	3,6	0,9	2,3
Lubuskie	24,3	85,4	37,9
Świętokrzyskie	0,6	0,0	0,6
Opolskie	0,6	0,5	0,6
Lubelskie	5,3	0,0	2,3
Małopolskie	0,0	0,9	2,3
Podlaskie	17,8	2,7	18,6
Zachodniopomorskie	1,8	0,0	0,0
Łódzkie	1,2	0,0	0,0
Warmińsko-Mazurskie	3,0	0,0	0,0
Śląskie	8,3	2,3	10,2
Dolnośląskie	7,7	1,4	3,4
Mazowieckie	0,0	0,0	0,6
Pomorskie	5,9	1,8	6,8
Wielkopolskie	13,6	2,3	10,7
Kujawsko-Pomorskie	6,5	1,8	4,0

Źródło: opracowanie własne.

Rycina 4. Pochodzenie turystów



Źródło: opracowanie własne.

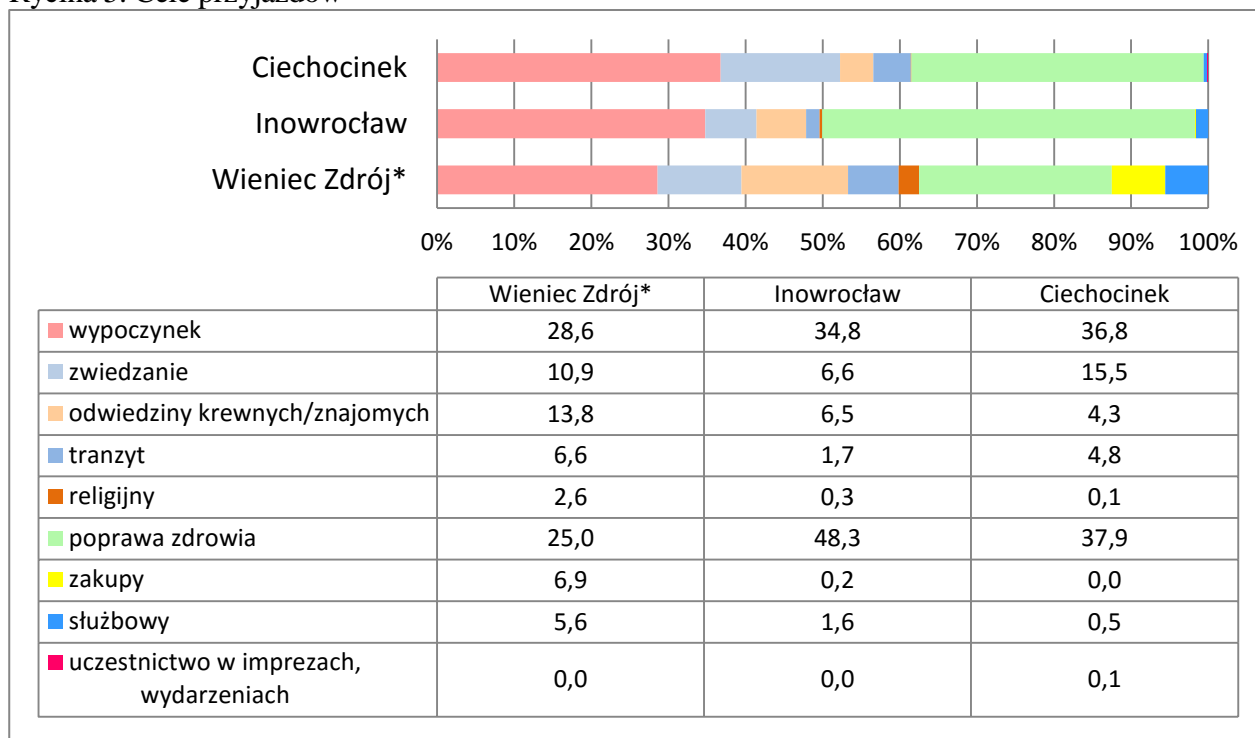
We wszystkich badanych obszarach destynacji turystycznej dominującą grupę stanowili turyści spoza województwa kujawsko-pomorskiego (od 71,7 % do 75,7 %) przy czym najliczniejsze grupy stanowili mieszkańcy województw: lubuskiego, podlaskiego oraz wielkopolskiego.

W strukturze celów przyjazdów do Ciechocinka i Inowrocławia dominowały cele uzdrowiskowe – poprawa zdrowia (odpowiednio 37,9 % i 48,3 %), natomiast w Wieńcu Zdroju i

Włocławku uplasowały się one na drugim miejscu (25 %) zaraz po wypoczynku – 28,6 %.

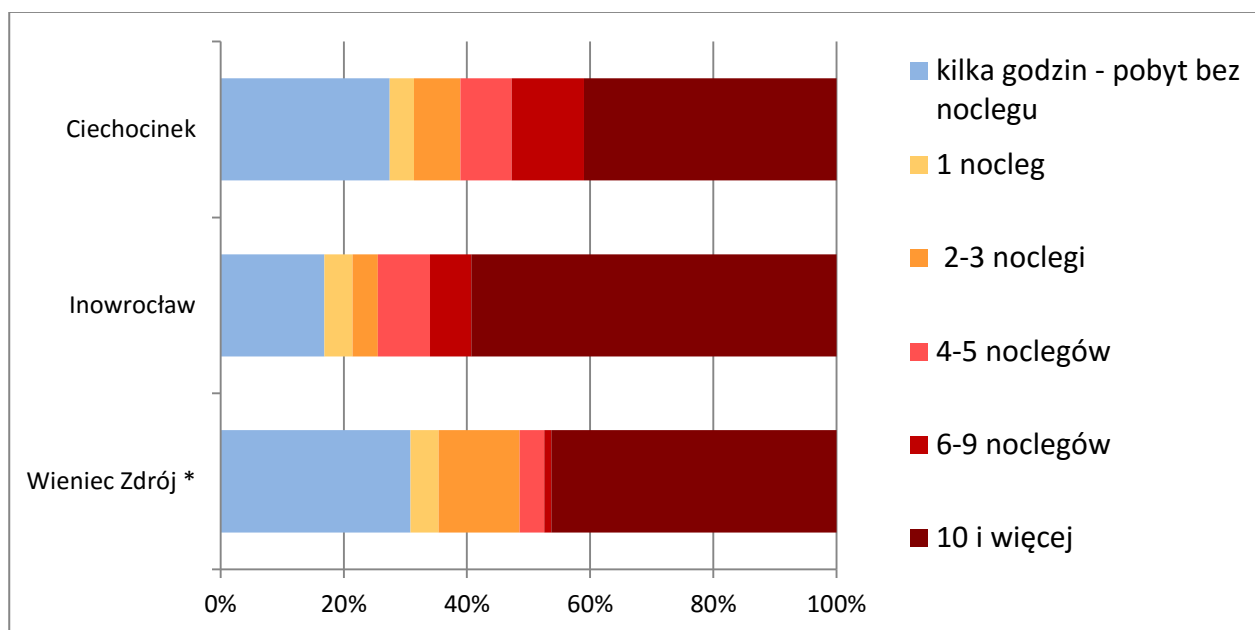
Ze względu na charakter badanych miejscowości długość pobytu turystów jest w nich najdłuższa (ponad 10 dni) pośród innych destynacji województwa kujawsko-pomorskiego i waha się od 59,3 % w Inowrocławiu, poprzez 46,3 % w Wieńcu Zdroju i 41 % w Ciechocinku. Dużą grupę stanowili także odwiedzający jednodniowi tj. np. 30,9 % w Wieńcu-Zdroju.

Rycina 5. Cele przyjazdów



Źródło: opracowanie własne.

Rycina 6. Długość pobytu.

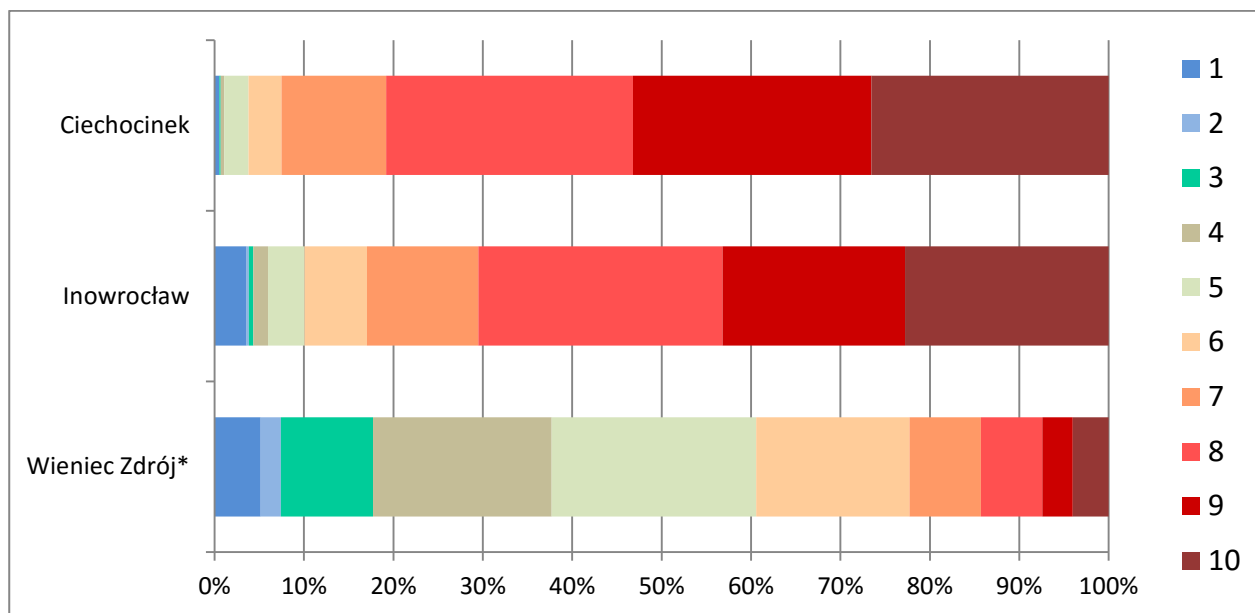


Źródło: Opracowanie własne.

Do oceny atrakcyjności miejscowości uzdrowiskowych wykorzystano dziesięciopunktową skalę, na której respondenci mogli oznaczyć poziom atrakcyjności miejscowości, w której się

znajdują. Tym samym największą liczbę maksymalnych ocen otrzymał Ciechocinek (26,5%), następnie Inowrocław (22,8%), a na końcu uplasował się Wieniec Zdrój (jedynie 4%).

Rycina 7. Ocena atrakcyjności.

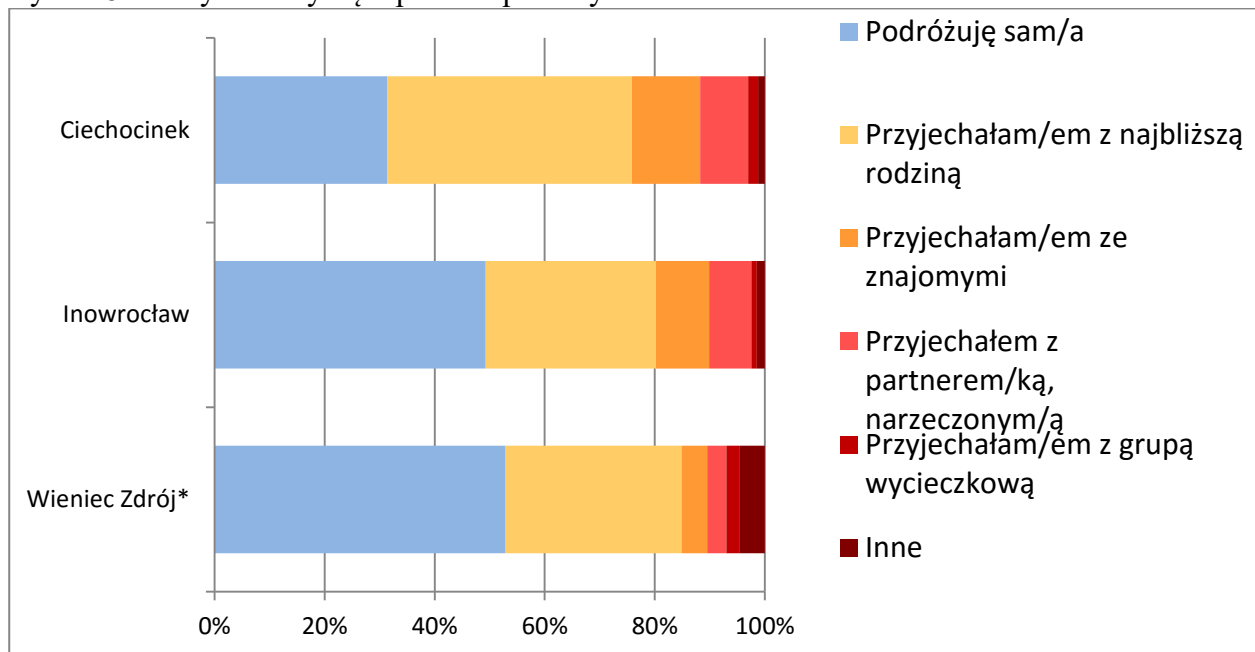


Źródło: opracowanie własne.

Długoterminowe wyjazdy uzdrowiskowe sprzyjają podróżowaniu w pojedynkę (od 49,3 w Inowrocławiu do 31,4 % w Ciechocinku) oraz z

najbliższą rodziną (od 44,5 % w Ciechocinku do 30,9 % w Inowrocławiu).

Rycina 8. Osoby towarzyszące podczas podróży.

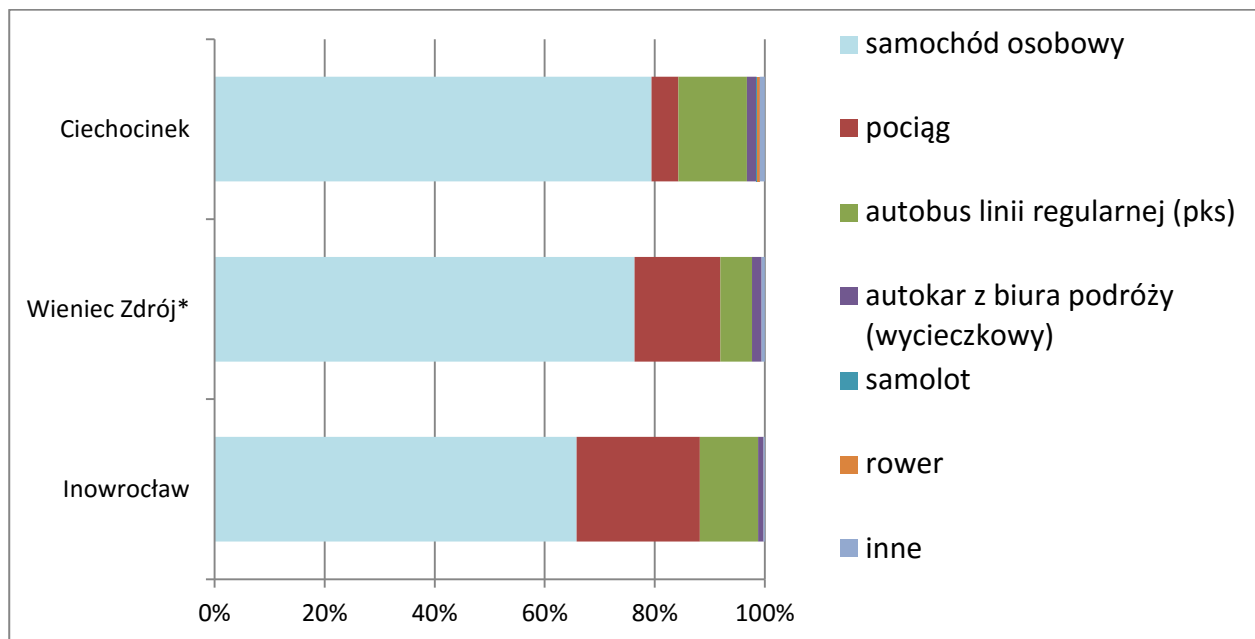


Źródło: opracowanie własne.

Struktura osób towarzyszących w znaczący sposób przekładała się na środek transportu, którym podróżowali turyści. Tym samym najpo-

pularniejszy okazał się samochód osobowy (79,4 % w Ciechocinku, 76,3 % w Wieniu Zdroju oraz 65,8 % w Inowrocławiu).

Rycina 9. Środki transportu wykorzystywane przez respondentów.



Źródło: opracowanie własne.

Istotną miarą znaczenia atrakcyjności turystycznej miejscowości jest skłonność do rekomendowania jej w gronie przyjaciół i znajomych. W analizowanej grupie największą liczbę pozytywnych poleceń otrzymał Ciecho-

ciniek (97,8 %), następnie Inowrocław (93,7 %) a najmniej wskazano otrzymał Wieniec Zdrój (47,9 %).

Tabela 4

Skłonność do rekomendacji odwiedzanej miejscowości

	Ciechocinek	Inowrocław	Wieniec Zdrój*
Nie mam zdania	1,9	4,8	14,4
Zdecydowanie nie	0,0	1,4	13,2
Raczej nie	0,3	0,0	23,6
Raczej tak	27,4	35,0	37,9
Zdecydowanie tak	70,4	58,7	10,9

Źródło: Opracowanie własne.

Wśród zaledwie kilku pytań otwartych respondenci wskazywali miejsca, obiekty, wydarzenia lub sytuacje, w które w sposób szczególny zapamiętają z pobytu w danej miejscowości. Rozkład odpowiedzi przedstawiał się następująco:

- Inowrocław: łącznie (56,2 %), parki miejskie (13,3 %), palmiarnię (4,8 %), sanatorium (4,4 %) oraz park zdrojowy (3,4 %).

- Ciechocinek: łącznie (42,8 %), grzybek (11 %), dywany kwiatowe (9,1 %), fontanny

(5,7 %), park zdrojowy (5,6 %) oraz pozostałe parki (5,15).

- Wieniec Zdrój*: tama (29,4 %), kościoły (19,8 %), bulwary (7,9 %), marina (7,9 %), Pałac Bursztynowy (7,1 %), ks. Popiełuszko (5,6 %), Wzorcownia (5,6 %), parki (3,2), Wisłę (3,2 %), Stare Miasto (3,2 %).

Ponadto badani mieli okazję do wypowiedzenia się w kwestii atutów i wad dla badanych miejscowości. W Ciechocinku atutami okazały się łącznie, zieleń, parki i fontanny i specyficzny mikroklimat. Natomiast wśród wad

wymieniano niską jakość infrastruktury oraz opłaty miejscowe. W Inowrocławiu do głównych zalet należą łaźnie, baza zabiegowa a także warunki do odpoczynku. Natomiast do słabszych stron zaliczono brak oferty kulturalnej oraz niską estetykę miasta. W Wieńcu Zdroju najmocniejszą stroną okazała się bliskość rzeki Wisły natomiast do wad zaliczono brak atrakcji turystycznych oraz złe oznakowanie turystyczne.

Wnioski. Formułując wnioski końcowe z badań oraz rekomendacje dla branży turystycznej zdecydowano się na podzielenie ich na poszczególne obszary recepcji turystycznej objęte badaniem.

Ciechocinek ze względu na pełnione funkcje uzdrowiskowe najchętniej odwiedzają osoby w wieku 50 lat i powyżej (często emeryci i renciści jednak na równi z osobami pracującymi). W tym segmencie odwiedzających najczęściej występują przyjazdy samotne. W innych segmentach zwraca uwagę wzrost udziału przyjazdów z rodziną. Podstawowymi celami przyjazdów do Ciechocinka pozostają: cele zdrowotne i wypoczynek, w ostatnich latach wzrosło również znaczenie przyjazdów w celu zwiedzania. Udział mieszkańców województwa w przyjazdach do Ciechocinka wydaje się być stabilny – według badań z lat 2009–2015 waha się on pomiędzy 20 % a 30 %. Uzdrowisko Ciechocinek niewątpliwie posiada zasięg krajowy, jednak największe oddziaływanie dotyczy regionów ościennych. Wśród turystów i odwiedzających spoza regionu dominują mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich (najczęściej stolice województw ościennych), w szczególności z województwa: mazowieckiego, wielkopolskiego i pomorskiego, łódzkiego. Ważne znaczenie w przyjazdach do Ciechocinka ma również region śląski. Struktura długości pobytów na terenie analizowanego rejonu jest bez wątpienia determinowana przez funkcję uzdrowiskową – przeważają pobyty długie (turnusy – powyżej 10 noclegów), które stanowią nieco ponad 40 % ogółu badanych przyjazdów. Utrzymuje się również znaczenie przyjazdów krótkich (świętecznych, weekendowych), jednodniowych (beznoclegowych) i krótkich połączonych z realizacją noclegów (1 noc, 2–3 noce) oraz o średniej długości trwania pobytu (4–5 noclegów). W przyjazdach do Ciechocinka najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu jest własny samochód – część odwiedzających łączy

środki transportu (kolej + autobusy bądź prywatny transport – szczególnie na linii Aleksandrów Kuj.-Ciechocinek, Toruń – Ciechocinek). Osoby badane w zdecydowanej większości deklarowały skłonność do polecenia Ciechocinka, jako miejscowości wartej odwiedzenia w celach turystyczno-wypoczynkowych i zdrowotnych.

Inowrocław odwiedzają najchętniej osoby w wieku 60+ (56 %), najczęściej podróżujący samodzielnie (49,3 %) a priorytetowym celem przyjazdów jest poprawa zdrowia (48,4 %). Udział mieszkańców województwa w przyjazdach do Inowrocławia kształtuje się na poziomie 28,3 %, natomiast wśród gości spoza regionu przeważają mieszkańcy z województw: wielkopolskiego pomorskiego i mazowieckiego. Przeważają pobyty na 10 i więcej noclegów – 59,3 % a najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu jest własny samochód – 65,9 %. Osoby odwiedzające Inowrocław w celach turystycznych postrzegają ten obszar jako atrakcyjny – w ocenie atrakcyjności nieco ponad 70 % przyznało najwyższą punktację (łącznie oceny od 8 do 10). Ponad połowa badanych (58,5 %) zdecydowanie rekomendowałaby Inowrocław jako miejsce warte odwiedzenia w celach turystycznych.

Większość badanych turystów i jednodniowych odwiedzających przyjeżdżała do Wieńca Zdroju spoza regionu (75,7 %), zwłaszcza z województw sąsiadujących z województwem kujawsko-pomorskim. Dla ponad połowy przyjezdnych głównym celem pobytu był wypoczynek lub poprawa zdrowia – łącznie około 55 % wskazań. Istotne miejsce w strukturze celów przyjazdów zajmowały również cele poznawcze: zwiedzanie. Znaczną część badanych gości stanowili podróżujący indywidualnie lub w towarzystwie najbliższej rodziny. W znikomym stopniu w ruchu turystycznym zaznaczyły się formy zorganizowanej turystyki grupowej. Przeważały pobyty wielodniowe: na 10 noclegów i więcej (46,8 % wskazań) lub wizyty krótkoterminowe, kilkugodzinne (30,6 % wskazań). Respondenci zachowali raczej niechętnie postawy jeśli chodzi o gotowość rekomendacji jako godnego polecenia miejsca docelowego wyjazdów turystycznych. Tylko co dziesiąty ankietowany deklarował jednoznaczną wolę rekomendowania miasta a atrakcyjność turystyczna została oceniona przez ankietowanych na średnim poziomie. Rozkład ocen kształtuje się wokół środkowych wartości skali od „1” do „10”.

Literatura

1. Alejziak W., 2009, Regionalne badania ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju. Ekspertyza dla POT, Zasoby internetowe:
2. Alejziak W., Aktualny stan badan konsumentów usług turystycznych w regionach, [w:] Dziedzic E. (red.) Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, POT, Warszawa, str. 62–63
3. Brudnicki R., Barczak M., Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim 2015, K-POT, Bydgoszcz 2016.
4. Dziedzic E., 2010, Potrzeby i luki informacyjne u podmiotów zarządzających turystyką, [w:] Dziedzic E. (red.) Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, POT, Warszawa, str. 5
5. Hall C. M., McArthur S. (Eds.), 1993, Heritage management in New Zealand and Australia: visitor management, interpretation and marketing, Oxford University Press, Auckland and New York. <https://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/148/Ekspertyza%20dla%20POT.pdf> [dostęp: 15.09.2017 r.]
6. Jaroszevska-Brudnicka R., Brudnicki R., 2013, Kreowanie nowych produktów turystycznych na obszarach przyrodniczo cennych, Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej R.15, Zeszyt 37/4/2013/Rogów [Zasoby internetowe: http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.agro-d63176bd-6f01-455d-af0b-6e2df85c97bb/c/Jaroszevska-Brudnicka_Brudnicki.pdf [dostęp: 15.09.2017 r.]
7. Nawrot Ł., Zmysłony P., 2009, Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego, Proksenia, Kraków
8. Turystyka w województwie kujawsko-pomorskim w 2016 roku, Główny Urząd Statystyczny, Bydgoszcz 2017.