

Turystyka w Lidzbarku Warmińskim

raport podsumowujący wyniki badań ankietowych CAWI na grupie turystów oraz na grupie mieszkańców



Europejski
Instytut
Marketingu
Miejsc

Lidzbark Warmiński, 2023

Spis treści

| | |
|--|---|
| TURYSTYKA W LIDZBARKU WARMIŃSKIM – PODSUMOWANIE WYNIKÓW BADAŃ ANKIETOWYCH | 3 |
| Źródła i wyzwania atrakcyjności turystycznej miasta w opinii osób odwiedzających | 3 |
| Źródła i wyzwania atrakcyjności turystycznej w opinii mieszkańców miasta..... | 5 |
| SZCZEGÓŁOWE WYNIKI BADANIA ANKIETOWEGO NA GRUPIE PRZYJEZDNYCH ORAZ MIESZKAŃCÓW | 7 |

TURYSTYKA W LIDZBARKU WARMIŃSKIM – PODSUMOWANIE WYNIKÓW BADAŃ ANKIETOWYCH

W pierwszym rozdziale zaprezentowane są główne wnioski z badań ankietowych (CAWI), prowadzonych w okresie 06-10.2023 roku na grupie osób odwiedzających Lidzbark Warmiński (próba 156 osób) oraz mieszkańców miasta (próba 326 osób). Wnioskowanie zmierzało do zidentyfikowania czynników stanowiących o aktualnej lub wskazujących na potencjalną atrakcyjność turystyczną Lidzbarka Warmińskiego (ze szczególnym uwzględnieniem turystyki uzdrowiskowej) oraz wskazania barier i wyzwań w rozwoju tejże turystyki.

Źródła i wyzwania atrakcyjności turystycznej miasta w opinii osób odwiedzających

Co czyni Lidzbark Warmiński atrakcyjnym dla turystów (w tym turystów uzdrowiskowych)?

- Lidzbark Warmiński jest miastem często odwiedzanym przez osoby zamieszkujące w regionie (powiecie i województwie), które – zazwyczaj w towarzystwie rodziny lub przyjaciół – przyjeżdżają tu aby wypocząć, odwiedzić krewnych, znajomych lub miejsca rodzinne, ale także zwiedzać zabytki
- Podczas pobytu w mieście większość odwiedzających korzysta z usług gastronomicznych, zaś około połowy ankietowanych także z biletowanych atrakcji, jak wstępy do muzeów czy na wydarzenia kulturalne. Nieco mniej, niż co trzeci badany korzysta z płatnych miejsc noclegowych lub usług transportowych
- Około połowa badanych korzysta z informacji o mieście i jego ofercie za pośrednictwem stron internetowych miasta oraz mediów społecznościowych oraz zasięga informacji u krewnych i znajomych
- Ponad 2/3 badanych zostaje w Lidzbarku na co najmniej 3 noce, korzystając przede wszystkim z noclegów u rodziny lub znajomych
- Wszystkie badane elementy atrakcyjności miasta spotykają się z pozytywną opinią badanych, przy czym najlepiej zostały ocenione gościnność, bezpieczeństwo, tereny zielone i oferta historyczna.
- W skojarzeniach z Lidzbarkiem Warmińskim dominują kwestie korzystne dla rozwoju turystyki (w tym uzdrowiskowej), tj. historia i kultura, spokojna rekreacja, atrakcyjna przyroda i miasto Cittaslow
- Lidzbark Warmiński posiada atrakcje silnie kojarzone z miastem, jest to przede wszystkim Zamek Biskupów Warmińskich, ale także hotel Krasicki, tężnie solankowe, Leśny Park Uzdrowiskowy Doliny Symsarny oraz Termy Warmińskie
- Osoby odwiedzające Lidzbark Warmiński są raczej zadowolone z pobytu w mieście (NPS = 40 pkt.)
- 70% ankietowanych uważa, że miasta posiada walory miejscowości uzdrowiskowej

Jakie elementy są niekorzystne dla oceny atrakcyjności turystycznej (w tym uzdrowiskowej) miasta?

- Tylko około połowy badanych odwiedzających pochodzi z innych województw, niż warmińsko-mazurskie (gł. mazowieckie, pomorskie i łódzkie), co wskazuje na regionalną rozpoznawalność (i być może również atrakcyjność) miasta
- Obecny profil turystyczny miasta jest w bardzo dużym stopniu skoncentrowany wokół turystyki kulturowej (w tym przede wszystkim historycznej), w niedostatecznym stopniu rozwinięta jest turystyka aktywna, przyrodnicza, uzdrowiskowa i dot. wydarzeń sportowych. Świadczą o tym m.in. następujące przesłanki:
 - 3 cele wizyty, jakim są turystyka aktywna, poznawanie walorów przyrody oraz cele zdrowotne były wskazywane łącznie tylko przez 40% respondentów, w tym cele zdrowotne przez mniej, niż 7%
 - Tylko 11% badanych jako jedno z 3 głównych skojarzeń z miastem wymienia usługi spa, wellness i odnowę biologiczną
 - Zaledwie 5% badanych do 3 głównych atrakcji miasta zalicza wydarzenia sportowe lub tor motocrossowy
- Połowę odwiedzających stanowią osoby związane z miastem więziami rodzinnymi lub towarzyskimi, stanowiący tymczasowych mieszkańców miasta (powroty w miejsca rodzinne, odwiedziny krewnych – 51% śpi w domach rodziny lub znajomych), korzystający z podstawowej infrastruktury oraz usług – co przekłada się m.in. na niski stopień korzystania z odpłatnych noclegów (31%) oraz usług przewodnickich (co 7 ankietowany)
- Do obszarów wymagających istotnej poprawy odwiedzający zaliczają przede wszystkim ofertę gastronomiczną (jakość, różnorodność), skomunikowanie autobusowe i kolejowe miasta oraz ożywienie i właściwe utrzymanie kluczowych atrakcji miasta. Na uwagę zasługują tego rodzaju opinie: *„Przede wszystkim fatalnie zaniedbany Park Uzdrowiskowy Symsarny. Szlak czarny przerywany na odcinku do tężni i od tężni, do Zakładu Mleczarskiego . Właściwie od tężni w ogóle nie można było szlaku odnaleźć... I ścieżki były zarośnięte. Tam też były śmieci. W Informacji turystycznej nie ma jednej rzetelnej mapy pieszej. Nawet starej, jakby turystyka piesza już nie istniała! Ścieżki rowerowe są, ale prawie nikt z nich nie korzystał podczas mego 4 dniowego pobytu....”*; *„Wydaje mi się, miasto pomimo rozwoju, zainwestowanych środków w rozwój infrastruktury nie utrzymuje w sposób odpowiedni poczynionych inwestycji. Mieszkańcy nie potrafią zadbać o ogólny dobrostan, podtrzymanie wysokiej sprawności powstałych instalacji wzdłuż Symsarny chociażby. Wizytując tężnię solankowa i teren wokół oczka "żabiego stawu" wokół nowo powstałego budynku ma się nieodparte wrażenie ze projekt dojścia był nie przemyślany (ludzie wydeptali własne podejście bliżej transformatora) podobnie jest z wcześniejszymi instalacjami.”*

Co czyni Lidzbark Warmiński atrakcyjnym dla turystów (w tym turystów uzdrowiskowych)?

- Historia i kultura, niemal na równi z atrakcyjną przyrodą są uznawane przez mieszkańców miasta za najsilniejsze atuty Lidzbarka Warmińskiego (przez ok 60% ankietowanych). Ponad 1/3 respondentów do czołowych zalet miasta zalicza również warunki do rekreacji i aktywny wypoczynek, a co czwarty ankietowany również miasto Cittaslow
- Mieszkańcy raczej poleciliby, niż nie poleciliby Lidzbark Warmiński jako cel wizyty turystycznej (wskaźnik NPS = 29 pkt.)
- Połowa mieszkańców Lidzbarka Warmińskiego jest zdania, że ma on walory miejscowości uzdrowiskowej
- Mieszkańcy są zdania, że Lidzbark Warmiński powinien być przez odwiedzających kojarzony z turystyką. Ponadto w gronie skojarzeń oczekiwanych przez mieszkańców względem turystów były: czystość, naturalność, warmińskość, uzdrowisko oraz tradycja (wszystkie wskazywane przez co najmniej 1/3 respondentów), a także bezpieczeństwo i przyjazność (ponad ¼ respondentów). Na dalszych miejscach oczekiwanych skojarzeń znajdowały się m.in. zdrowie, nowoczesność, radość i młodość.
- W grupie swobodnych skojarzeń z miastem na pierwszych miejscach pojawiają się znane obiekty o dużym znaczeniu dla turystyki kulturowej, aktywnej i zdrowotnej (Zamek, tężnie, hotel Krasicki, termy, bulwary, Dolina Symsarny i in.), na kolejnych miejscach elementy dotyczące osobistej perspektywy (miejsce pochodzenia, dom rodzinny, miejsce życia i pracy), następnie zaś te dotyczące charakteru miasta (spokojne, nieduże, uzdrowiskowe, radosne, urocze i in.; ale też opustoszałe, wymarłe, miasto emerytów i wojskowych i in.) oraz zmian w nich zachodzących – z tych pozytywnych wskazywany jest rozwój oraz nastawienie na turystykę (przykład wypowiedzi: „*Innowacyjność, przyroda i zrównoważony rozwój. Miasto ciągle się rozwija w kierunku sprostania oczekiwaniom turystów oraz osobom zamiejscowym, jednak nie można zapominać o usprawnianiu już działających mechanizmów pozwalającym, zwłaszcza osobom starszym na wykorzystywanie w pełnym zakresie możliwości już w mieście istniejących*”; „*Zamek, amfiteatr, tężnie, oranżeria, termy, grota solna, bulwary, pasaż, muszla koncertowa i wiele innych pięknych miejsc. To miasto radości i dobrego samopoczucia.*”)
- Mieszkańcy chcieliby, aby Lidzbark Warmiński był kojarzony przez turystów nie tylko z historią i kulturą, ale także dobrym wypoczynkiem, atrakcyjnymi przeżyciami, wartościowymi wydarzeniami, uzdrowiskiem i regeneracją. Ponadto: z turystyką łączącą kulturę, historię, aktywny wypoczynek i regenerację, z aktywnością, która nie przeczy kameralnemu charakterowi miasta przyjaznego, miasta slow (przykładowe wypowiedzi: „*Z uzdrowiskiem, z dużą ilością terenów zielonych i miejsc do rekreacji i wypoczynku dla wszystkich, dzieciaków, dorosłych, seniorów. Z naszym sławnym i przepięknym zamkiem. Z restauracjami gdzie można zjeść nasze regionalne jedzenie*”; „*Z klimatem małego, urokliwego miasteczka. Z czystością, dbałością o detale. Z pięknymi placami zabaw dla dzieci i licznymi atrakcjami dla całych rodzin.*”; „*Brak codziennego pędu. Otoczenie przyrodą. Spowolnienie tempa życia. Piękne i zadbane zabytki. Dobre warunki do codziennego funkcjonowania. Dobry dostęp do organizowanych wydarzeń kulturalnych.*”).

Jakie elementy są niekorzystne dla oceny atrakcyjności turystycznej (w tym uzdrowiskowej) miasta?

- Podobnie jak w przypadku turystów, również mieszkańcy na chwilę obecną nie dostrzegają silnej atrakcyjności Lidzbarka Warmińskiego w obszarze turystyki zdrowotnej i uzdrowiskowej:
- Tylko 7% badanych do głównych atutów miasta zaliczyło usługi spa, wellness i odnowy biologicznej
- Zdaniem mieszkańców, największe deficyty co do dostępności, jakości i różnorodności oferty miasta dotyczą gastronomii, jednak mieszkańcy mieli również bardzo zróżnicowane opinie dotyczące oznakowania i informacji turystycznej, udogodnień dla osób niepełnosprawnych, atrakcji kulturalnych, atmosfery w mieście

- Wśród respondentów dominowały osoby o krytycznym i neutralnym nastawieniu względem miasta, wskaźnik NPS wyniósł -22 pkt., co oznacza, że przeważały osoby, które nie polecilyby Lidzbarka Warmińskiego jako miejsca do życia
- Wśród licznych pozytywnych skojarzeń z miastem, znajdują się także liczne dotyczące problemów miasta, postrzeganego przez część mieszkańców jako biednego, opustoszałego, bez atrakcyjnej oferty gastronomicznej i perspektyw zwłaszcza dla młodych ludzi (przykładowe wypowiedzi respondentów *„Z pustką. Miejscem dla emerytów. Brakiem lokali gastronomicznych, kawiarni, wyludnionym miastem, brakiem perspektyw dla młodych ludzi”*; *„Trudno jednoznacznie powiedzieć-oczywista miarę atrakcyjne miasto. Oczywista mieszkańca - jak w anegdocie - salon posprzątam, a resztę zostawię jak jest.”*)
- Do najważniejszych deficytów miasta, obok miejsc pracy dających godne warunki zatrudnienia, specjalistycznej opieki zdrowotnej oraz połączeń komunikacyjnych, liczni respondenci wskazywali na braki w ofercie istotnej również z punktu widzenia turystów, tj. gastronomicznej oraz miejsc do spędzania czasu wolnego oraz całorocznej oferty kulturalnej i rekreacyjnej adresowanej również do ludzi młodych (przykładowe wypowiedzi: *„W ciągu dnia miasto przepiękne, ale niestety po 22 jest wymarłe. Brakuje miejsc, żeby gdzieś po tej godzinie wyjść, pobawić się, spotkać się ze znajomymi. Jeden bar to jednak bardzo mało. Chyba brakuje zachęty dla przyszłych przedsiębiorców, żeby mogliby otworzyć coś ciekawego i żeby się to utrzymało.”*; *„Większej ilości wydarzeń kulturalnych i dobrych restauracji (praktycznie same kebaby i pizzerie są w Lidzbarku)”*; *„Rekreacji zimowej np. Krzyżowa Góra, wypożyczalnia sprzętu turystycznego w rozsądnej cenie i ...normalnych cen na termach, mnie nie stać, korzystam z basenu w Dobrym Mieście jest dużo taniej nawet z dojazdami.”*)

SZCZEGÓŁOWE WYNIKI BADANIA ANKIETOWEGO NA GRUPIE PRZYJEZDNYCH ORAZ MIESZKAŃCÓW

Rozdział drugi został poświęcony prezentacji szczegółowych wyników badania ankietowego CAWI na grupie przyjezdnych oraz mieszkańców.

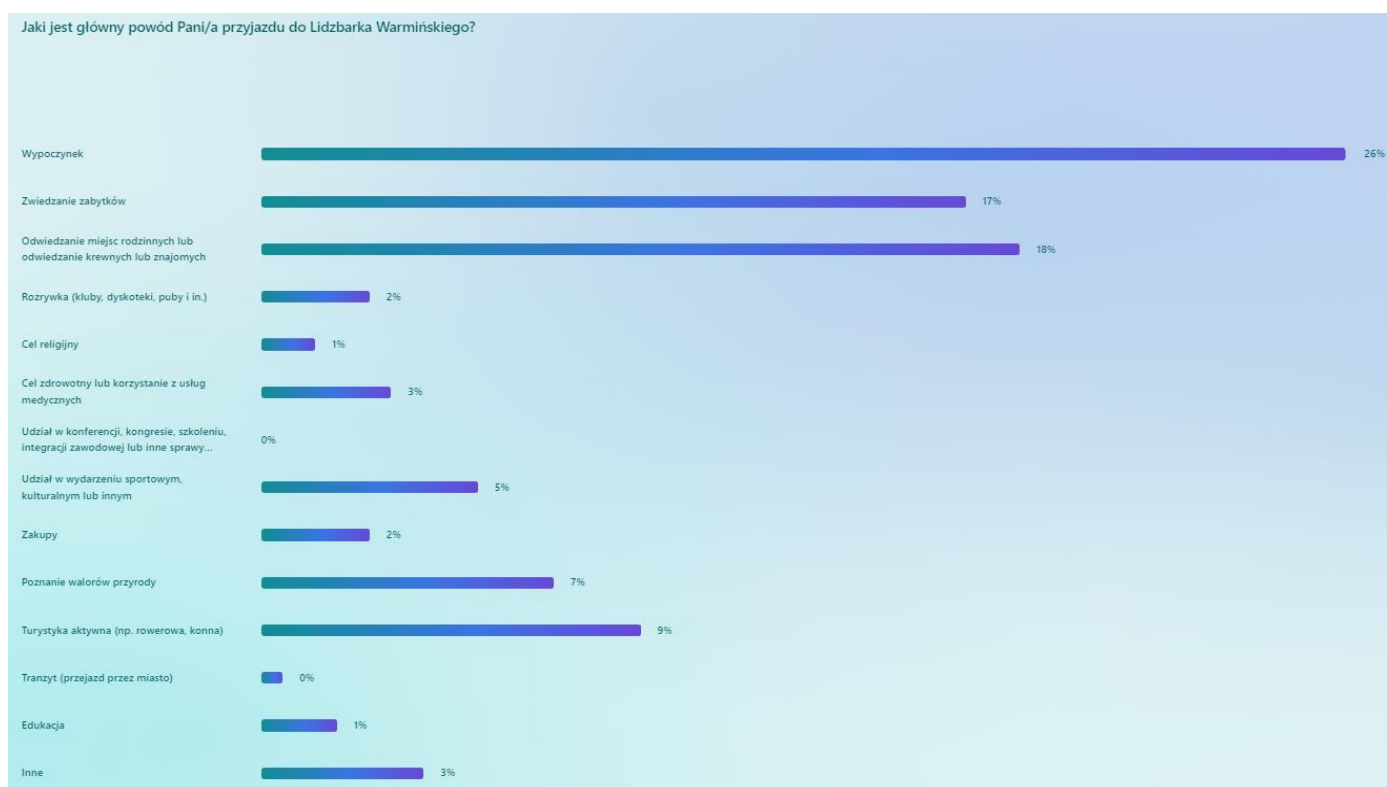
W pierwszym badaniu wzięło udział 156 odwiedzających Lidzbark Warmiński, pochodzących głównie z województwa warmińsko-mazurskiego, mazowieckiego oraz pomorskiego. Większość ankietowanych realizowało swoją podróż w towarzystwie rodziny i znajomych, przyjeżdżając w celach wypoczynkowych, po to, aby odwiedzić bliskich, zwiedzać zabytki i aktywnie spędzać czas w otoczeniu atrakcyjnej przyrody.

W drugim badaniu udział wzięło 326 mieszkańców, z czego aż 2/3 jest związanych z Lidzbarkiem Warmińskim od co najmniej 15 lat, a najsilniej reprezentowaną grupą były osoby w wieku 30-44 lat (ok 40% badanych).

W pierwszej części rozdziału prezentowane są główne informacje dotyczące przyjezdnych, następnie dokonana została ocena porównawcza opinii o turystyce w Lidzbarku pomiędzy odwiedzającymi oraz mieszkańcami.

Kluczowe informacje dotyczące motywów przyjazdowych

Większość ankietowanych realizowało swoją podróż w towarzystwie rodziny i znajomych, przyjeżdżając w celach wypoczynkowych, po to, aby odwiedzić bliskich, zwiedzać zabytki i aktywnie spędzać czas w otoczeniu atrakcyjnej przyrody.



Badani chętnie korzystają z usług gastronomicznych oraz biletowanych atrakcji, takich jak muzea i wydarzenia, niektórzy przemieszczają się po mieście komunikacją publiczną, ale tylko nieliczni korzystają z usług informacji turystycznej oraz przewodnickich.

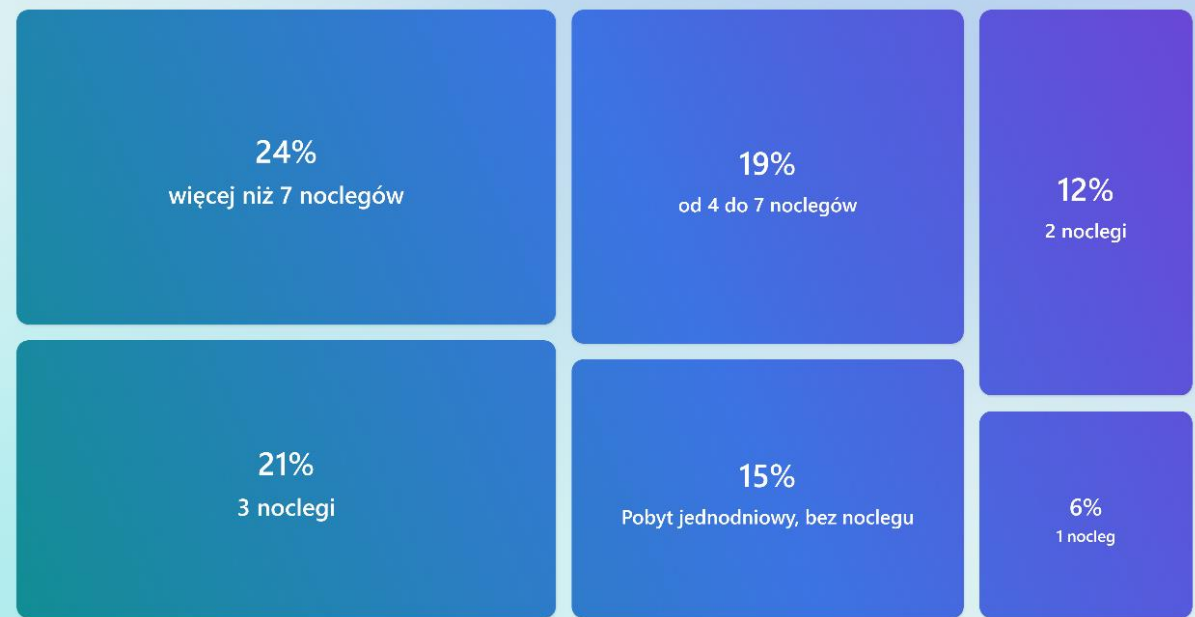


Przyjezdni pozyskują informacje o mieście głównie w Internecie, w tym w mediach społecznościowych i ze stron internetowych, a także od rodziny i znajomych.



Znacząca część odwiedzających wybiera relatywnie długie tj. pow. 3 a nawet powyżej 7 dni pobytu w Lidzbarku Warmińskim - prawdopodobnie dotyczy to głównie osób, posiadających silne związki rodzinne z miastem. Połowa ankietowanych śpi u rodziny i znajomych

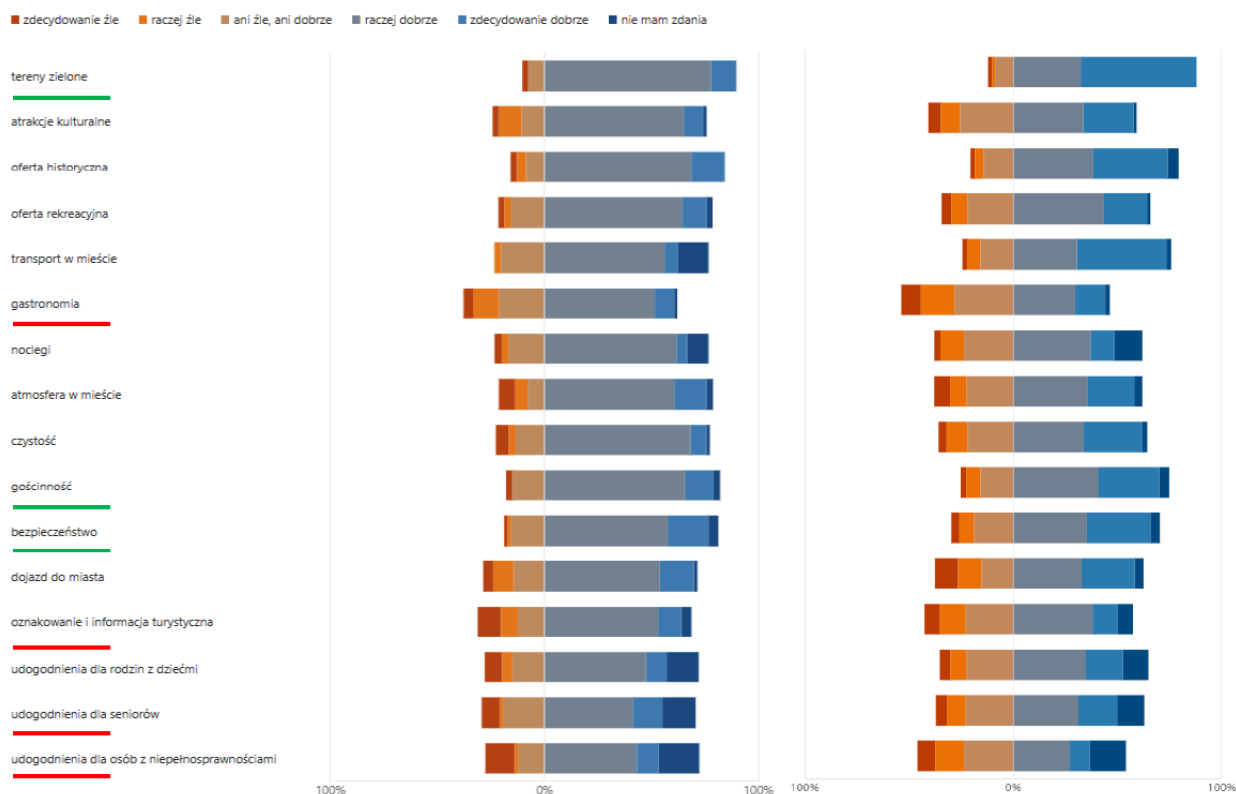
Na jak długo przyjechał(a) Pan(i) do Lidzbarka Warmińskiego?



Ocena turystyki w mieście – porównania opinii przyjezdnych i turystów

Wieloaspektowa oferta turystyczna miasta, jak również warunki dla rozwoju turystyki, oceniane są pozytywnie zarówno przez przyjezdnych, jak i przez mieszkańców. Do najsilniejszych stron przez obie grupy badanych zaliczane są tereny zielone, bezpieczeństwo i gościnność. Natomiast pomimo generalnie raczej pozytywnego oddźwięku, najwięcej przestrzeni do poprawy pozostawia gastronomia, oznakowanie i informacja turystyczna oraz udogodnienia dla seniorów i osób z niepełnosprawnościami.

Ocena oferty miasta w opinii przyjezdnych (n=152; lewy panel) oraz mieszkańców (n=362; prawy panel)

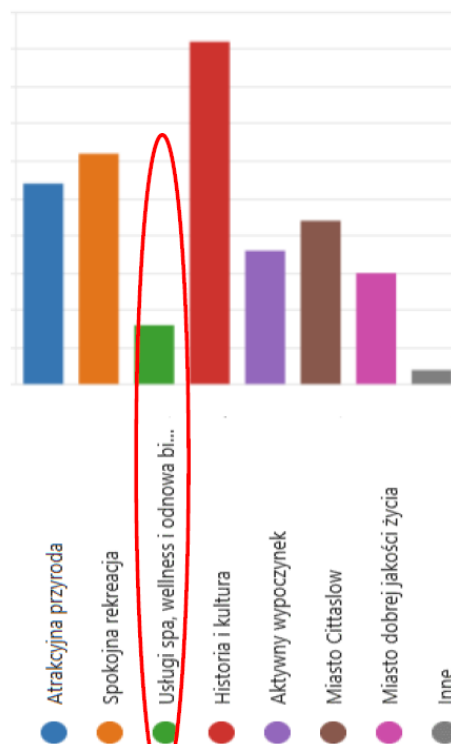
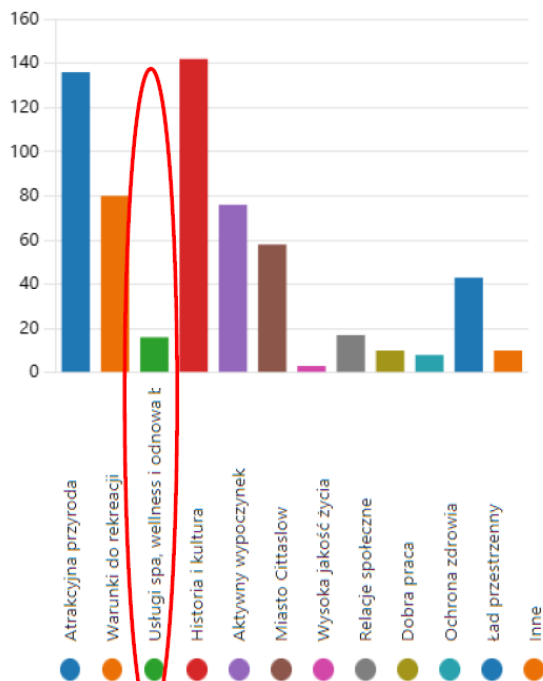


Miasto posiada spójne atuty wizerunkowe. W chwili obecnej są nimi historia i kultura (szczególnie doceniane przez przyjezdnych), atrakcyjna przyroda (stanowiąca wyróżniający atut dla mieszkańców), a także warunki do rekreacji (lepiej ocenione przez odwiedzających) i warunki do aktywnego wypoczynku. W świadomości obu grup badanych pozostaje (choć nie na bardzo wysokiej pozycji) miasto cittaslow. Tylko nieliczni ankietowani do atutów zaliczają ofertę usług w zakresie spa, wellness i odnowy biologicznej – obszar ten w toku dalszych prac nad profilem uzdrowskowym miasta będzie wymagał wzmocnienia. Zdecydowanie większych odsetek przyjezdnych, niż mieszkańców uznał, że Lidzbark Warmiński jest miastem przyjaznym do życia.

Atuty (wizerunkowe) miasta

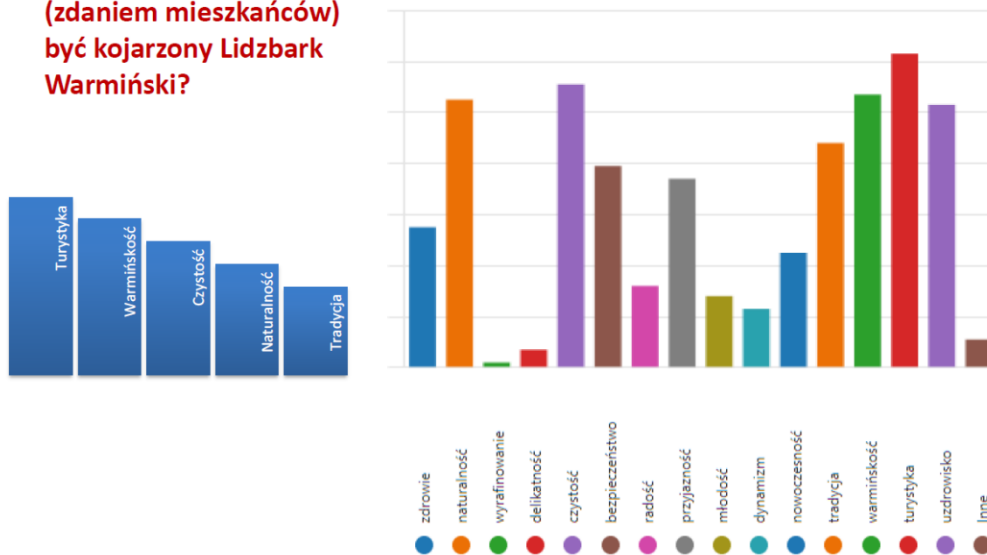
w opinii przyjezdnych (n=152)

w opinii mieszkańców (n=362)



Mieszkańcy Lidzbarka Warmińskiego chcieliby przy tym, aby ich miasto było kojarzone w największym stopniu z turystyką, warmińskością, czystością, naturalnością oraz tradycją, będąc przy tym miastem przyjazni, radości, i optymizmu.

Z czym POWINIEN (zdaniem mieszkańców) być kojarzony Lidzbark Warmiński?

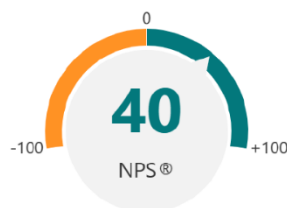


Obecnie Lidzbark Warmiński posiada umiarkowanie silną markę turystyczną i niezbyt renomowaną markę wśród mieszkańców. Wskaźnik rekomendacji NPS mierzący procentową różnicę między ambasadorami (dającymi najwyższe oceny tj. 9 i 10 w skali od 0 do 10) oraz krytykami (oceny od 0 do 6) pokazuje, że przyjezdni chętnie poleciliby Lidzbark Warmiński innym turystom jako miasto warte odwiedzin (NPS = 40, czyli przewaga ambasadorów nad krytykami o 40 pkt. proc.). Podobnie wśród mieszkańców nieco (o 29 pkt. Proc.) przeważają osoby, które poleciłyby miasto turystom nad osobami, które byłoby sceptyczne w tej mierze. Natomiast niestety o 22 pkt. procentowe więcej jest mieszkańców,

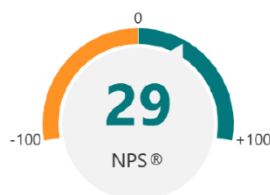
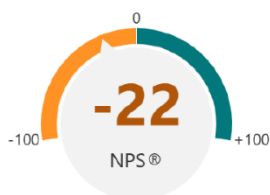
którzy są krytyczni względem polecenia Lidzbarka Warmińskiego jako miejsca do życia, niż osób, które z wysokim prawdopodobieństwem polecą miasto.

Czy Lidzbark Warmiński jest polecany? Rekomendacje wg NPS

Przyjezdni: polecenie dla celów turystycznych



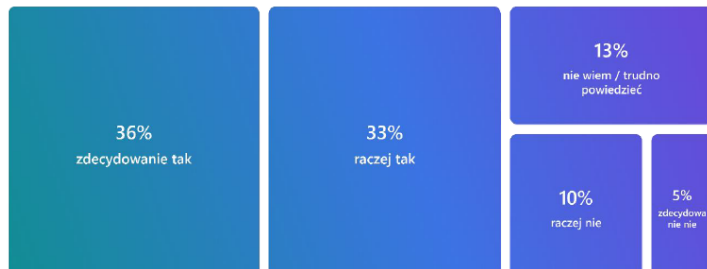
mieszkańcy: rekomendacja zamieszkania (L) vs polecenie dla celów turystycznych (P)



Niezależnie od tych różnic, zarówno mieszkańcy, jak i przyjezdni dostrzegają walory uzdrowiskowe miasta, co daje silną podstawę dla dalszego rozwoju turystyki uzdrowiskowej, zarówno na poziomie inwestycji w infrastrukturę, usługi i produkty uzdrowiskowe, tworzenie warunków do spędzania wolnego czasu, kreowanie zintegrowanego produktu turystycznego, jak i promocję marki miasta – uzdrowiska.

Walory uzdrowiskowe miasta ...

...w opinii odwiedzających (n=152)...



... oraz w opinii mieszkańców (n=362)

