

ARTYKUŁY PREGŁĄDOWE, NOTATKI, SPRAWOZDANIA

Justyna Teresa KRAJEWSKA*

ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA GMINY UNIEJÓW
W OPINII TURYSTÓW I KURACJUSZY

Zarys treści: W niniejszym artykule podjęto próbę oceny atrakcyjności turystycznej gminy Uniejów w opinii turystów oraz kuracjuszy. W tym celu przeprowadzono ankietę z przedstawicielami obu grup. Respondentów wybrano losowo. Kwestionariusz składał się z 22 pytań, które dotyczyły zarówno oceny atrakcyjności turystycznej, rekreacyjnej, jak i bazy noclegowej oraz gastronomicznej Uniejowa. Ponadto w kwestionariuszu zamieszczono pytania diagnozujące znajomość wśród respondentów innych atrakcyjnych turystycznie miejsc w okolicy, przyczyny ich przyjazdu do Uniejowa oraz częstotliwość i długość tych wizyt. Turyści i kuracjusze mogli również przedstawić swoje pomysły dotyczące uatrakcyjnienia miasta i gminy Uniejów. Analizowany obszar został bardzo dobrze oceniony pod względem atrakcyjności terenów rekreacyjnych przez osoby ankietowane. Władze gminy powinny jednak podejmować dalsze działania i inwestycje mające na celu wzrost atrakcyjności tego obszaru dla turystów i kuracjuszy.

Słowa kluczowe: atrakcyjność turystyczna, ankieta, gmina Uniejów, turysta, kuracjusz

WPROWADZENIE

Każda działalność człowieka ma swoje odzwierciedlenie w przestrzeni, co w szczególności dotyczy turystyki, ze względu na to, że jej uprawianie wymaga przemieszczania się oraz czasowej zmiany przestrzeni społeczno-ekonomicznej jednostki. W całokształcie zachowań człowieka w turystyce podstawową rolę odgrywa funkcjonalne wartościowanie określonego obszaru ze względu na jego atrakcyjność, jako proces, który wyznacza kierunki, miejsce oraz intensywność działań jednostki podczas wyjazdu turystycznego¹. Dlatego też tak istotne jest poznanie zasad, kryteriów oraz metod takiego procesu wartościowania przestrzeni przez turystę. Stanowi to podstawę określenia warunków rozwoju ruchu oraz popytu turystycznego na określonym obszarze². W świetle literatury przedmiotu turystę można określić jako czasowego konsumenta, który dobrowolnie przebywa poza miejscem

* Justyna Teresa Krajewska, mgr, absolwentka kierunku Turystyka i Rekreacja, Wydział Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, 61-871 Poznań, ul. Królowej Jadwigi 27/39.

¹ R. Seweryn, *Atrakcyjność turystyczna obszaru jako kategoria ekonomiczna. Istota, struktura i metody pomiaru*, Zeszyty Naukowe Nr 612 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002, s. 61.

² Tamże.

stałego zamieszkania w określonych celach turystycznych³. Turystyka oznacza natomiast ruch człowieka w czasie i przestrzeni w określonych celach, które uznaje się za turystyczne⁴. Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem złożonym, dlatego też należy ją rozpatrywać kompleksowo. Oznacza stopień przyciągania przez dany region (miejscowość, kraj) określonego rodzaju turystyki i jest związana z liczbą występujących na jego obszarze obiektów oraz zjawisk, na które istnieje popyt danej formy ruchu turystycznego⁵. O atrakcyjności turystycznej decydują walory turystyczne, dostępność komunikacyjna oraz stan rozwoju infrastruktury turystycznej. Według J. Warszyńskiej i A. Jackowskiego (1978) na walory turystyczne danego obszaru składają się zarówno elementy środowiska przyrodniczego, jak i pozaprzyrodniczego, które są przedmiotem zainteresowania turystów⁶. Zatem walory turystyczne, obok dostępności komunikacyjnej oraz infrastruktury turystycznej, składają się na atrakcyjność turystyczną obszaru, miejscowości czy szlaku i w znacznym stopniu decydują o wielkości ruchu turystycznego na danym obszarze. Zatem atrakcyjność turystyczna to pojęcie szersze niż same walory turystyczne⁷.

Charakterystyka Uniejowa pod kątem jego walorów przyrodniczych została opisana w pracach E. Kobojek (2012)⁸, K.M. Smętkiewicz, K.K. Smętkiewicz (2012)⁹, L. Kucharskiego, B. Chmieleckiego (2014)¹⁰ i M. Borowskiej-Stefańskiej (2014, 2015)¹¹. Ponadto o Uniejowie jako miejscowości turystycznej oraz jego atrakcyjności turystycznej traktują pozycje: N. Kowalczyk i in. (2013)¹², A. Jaśkiewicz (2015)¹³, A. Jończyk (2015)¹⁴.

³ R. Seweryn, *Walory turystyczne – istota i funkcje. Próba klasyfikacji*, Zeszyty Naukowe Nr 621 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003, s. 73.

⁴ S. Liszewski, *Przestrzeń turystyczna Polski. Koncepcja regionalizacji turystycznej*, „Folia Turistica” 2009, Nr 21, s. 18.

⁵ R. Seweryn, *Atrakcyjność turystyczna obszaru jako kategoria ekonomiczna. Istota, struktura i metody pomiaru*, Zeszyty Naukowe Nr 612 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002, s. 62.

⁶ Ł. Quirini-Popławski, *Walory przyrodnicze i kulturowe jako podstawa atrakcyjności turystycznej Beskidów Wschodnich na obszarze obwodów Lwowskiego i Iwanofrankowskiego (Ukraina)*, „Prace Geograficzne”, z. 125, Kraków 2011, s. 129.

⁷ I. Potocka, *Walory turystyczne*, [w:] Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. III, 2009, s. 9.

⁸ E. Kobojek, *Położenie fizycznogeograficzne miasta i gminy Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 9–22.

⁹ K.M. Smętkiewicz, K.K. Smętkiewicz, *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 95–119.

¹⁰ L. Kucharski, B. Chmielecki, *Dendroflora parku zamkowego w Uniejowie – stan obecny i zmiany*, „Biuletyn Uniejowski” 2014, t. 3, s. 5–22.

¹¹ M. Borowska-Stefańska, *Ocena ryzyka powodziowego jako element wdrażania Dyrektywy Powodziowej – przykład Uniejowa*, „Problemy Rozwoju Miast, Kwartalnik Naukowy Instytutu Rozwoju Miast” Rok XI, z. III/2014, s. 5–11; też: *Zagospodarowanie terenów zagrożonych powodzią w Uniejowie*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 131–142.

¹² N. Kowalczyk, M. Lamprecht, E. Osuch, *Wpływ ruchu turystycznego na życie mieszkańców Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2013, t. 2, s. 63–82.

¹³ A. Jaśkiewicz, *Atrakcyjność kompleksu termalno-basenowego „Termy Uniejów” w opinii turystów i mieszkańców Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 181–198.

¹⁴ A. Jończyk, *Źródła informacji o Uniejowie w opinii łódzkich studentów*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 215–227.

CHARAKTERYSTYKA OBSZARU BADAŃ I METODA

Gmina Uniejów znajduje się w centrum Polski, w powiecie poddębickim, na północnym zachodzie województwa łódzkiego¹⁵. Uniejów to małe miasto ulokowane nad Wartą. Od 2012 roku jest ono uzdrowiskiem, dlatego też na jego obszarze zachodzą zmiany w związku z rozwojem właśnie tej funkcji¹⁶.

Za cel pracy przyjęto ocenę atrakcyjności turystycznej gminy Uniejów w opinii turystów oraz kuracjuszy, czemu służyć ma ankieta skierowana do obu tych grup. Badania przeprowadzono w listopadzie oraz grudniu 2013 r., a objęto nimi 125 losowo wybranych osób. Niestety 8 ankiet zostało wypełnionych nieprawidłowo, dlatego też do dalszych analiz wykorzystano tylko 117. Większość pytań w ankiecie wymagała oceny atrakcyjności turystycznej (od 0 do 5), rekreacyjnej oraz bazy noclegowej i gastronomicznej Uniejowa. Kolejne części dotyczyły znajomości innych atrakcyjnych turystycznie miejsc w okolicy, przyczyn przyjazdu do Uniejowa oraz częstotliwości i długości tych wizyt. Turyści i kuracjusze mogli również przedstawić swoje pomysły odnośnie uatrakcyjnienia miasta i gminy Uniejów. Ostatnią część stanowiła metryczka. Dzięki kwestionariuszowi rozpoznane zostały czynniki ekonomiczne oraz społeczno-demograficzne warunkujące aktywność rekreacyjną i turystyczną respondentów, a także stan infrastruktury rekreacyjno-turystycznej na badanym terenie i możliwości jej rozwoju.

WYNIKI

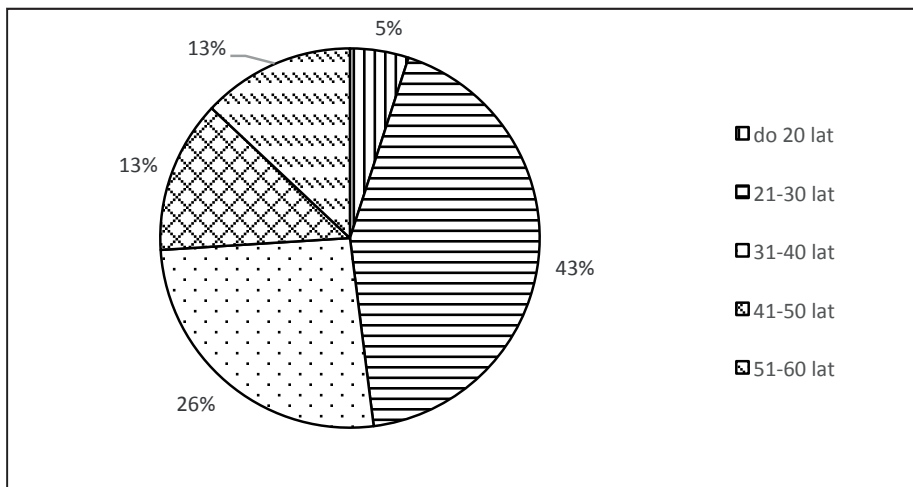
Charakterystyka społeczno-demograficzna respondentów

Łącznie ankiety wypełniło poprawnie 117 respondentów: 77 kobiet oraz 40 mężczyzn. Największą grupę (blisko trzy czwarte) stanowiły osoby, które posiadają od 21 do 40 lat (ryc. 1). Wynik ten pokazuje, że miasto i gmina Uniejów przyciąga przede wszystkim ludzi młodych. Tylko około 26% ankietowanych to osoby po 40. roku życia.

Prawie 49% ankietowanych przyjeżdża do Uniejowa razem z rodziną, ponad 35% z partnerem, a około 25% ze znajomymi (ryc. 2). Łatwo można dostrzec, że to właśnie ci turyści stanowią znaczną większość osób wypoczywających w uzdrowisku. Tylko około 4% respondentów odpowiedziało, że przyjeżdżają tutaj sami.

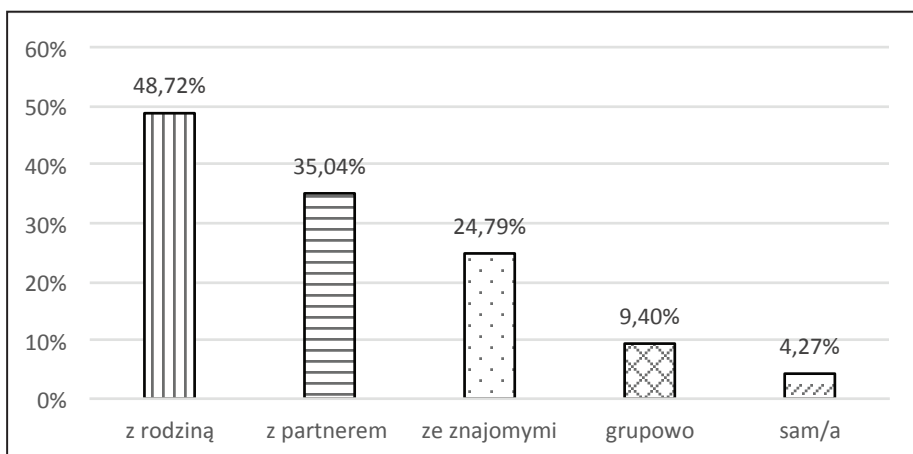
¹⁵ E. Kobojeck, *Położenie fizycznogeograficzne miasta i gminy Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 10.

¹⁶ E. Kobojeck, *Problem przestrzennego rozwoju miast w dolinach rzecznych na przykładzie Łowicza i Uniejowa*, [w:] B. Więzik (red.), *Prawne, administracyjne i środowiskowe uwarunkowania zagospodarowania dolin rzecznych*, Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej, Bielsko-Biała 2013, s. 23; M. Borowska-Stefańska, *Zagospodarowanie terenów zagrożonych powodzią w Uniejowie*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 137.



Ryc. 1. Struktura wiekowa ankietowanych

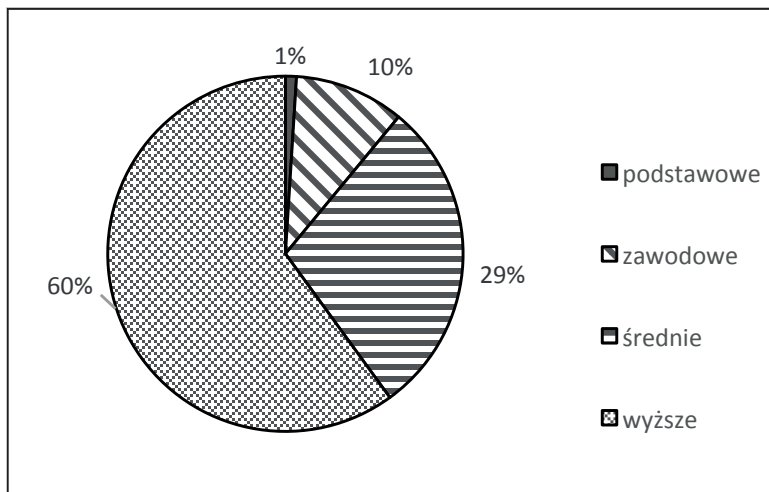
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



Ryc. 2. Z kim respondenci wypoczywają w gminie Uniejów

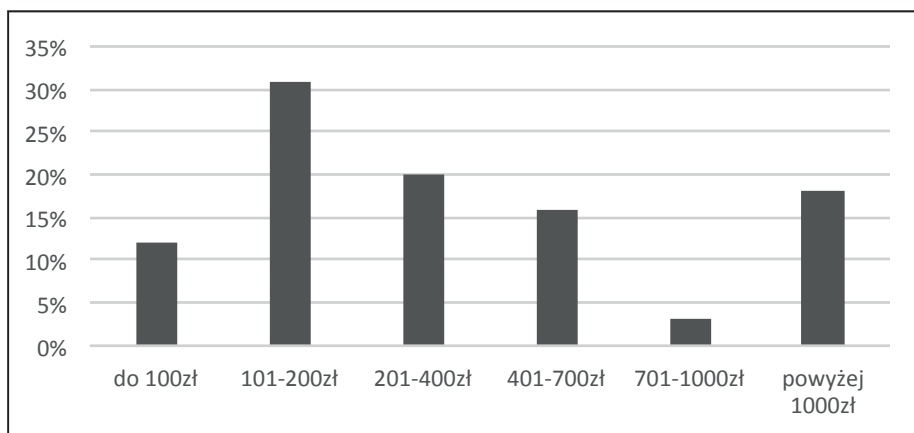
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Warto przedstawić również strukturę wykształcenia (ryc. 3). Największa liczba badanych posiada wykształcenie wyższe (60%), druga grupa posiada wykształcenie średnie (29%), na kolejnym miejscu znajdują się osoby z wykształceniem zawodowym (10%). Najmniej ankietowanych posiada wykształcenie podstawowe (1%). Przeprowadzona analiza pozwala stwierdzić, że osoby, które posiadają wykształcenie minimum średnie, częściej podróżują. Być może wynika to z tego, że są one bardziej majątne oraz posiadają mniej czasu wolnego, dlatego starają się spędzać go bardziej aktywnie.



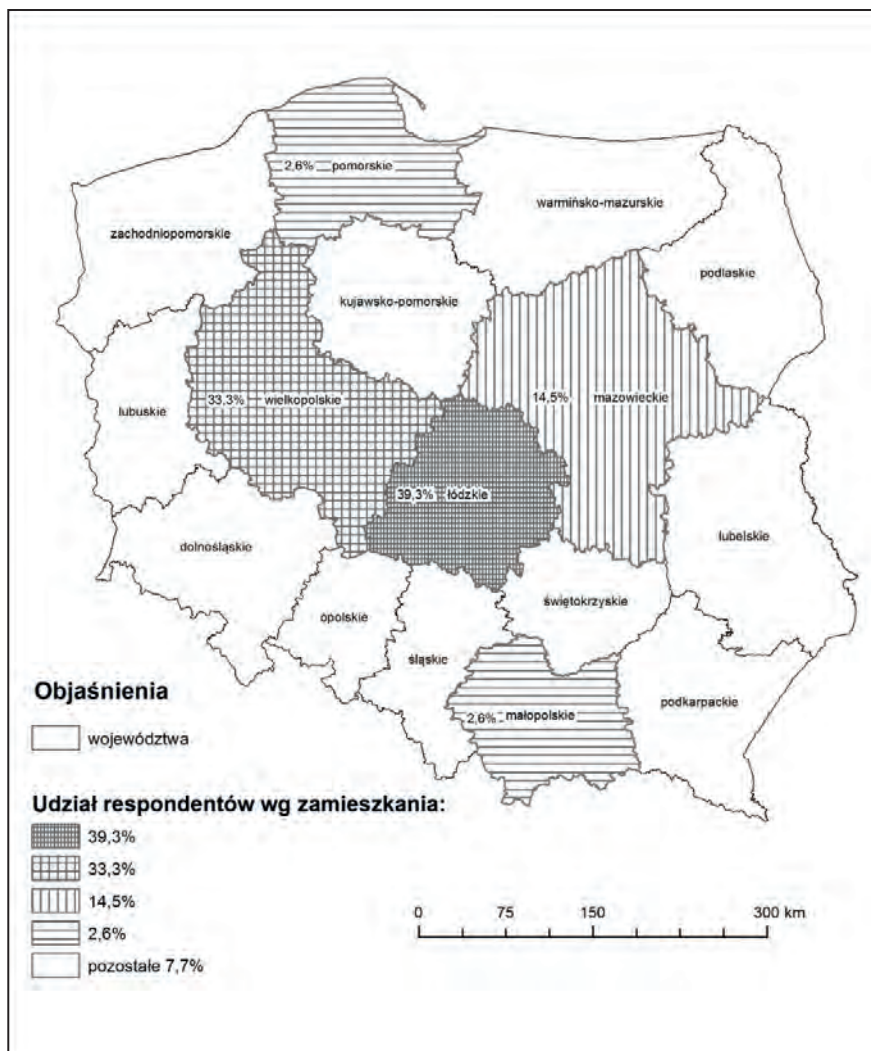
Ryc. 3. Struktura wykształcenia ankietowanych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Po przeprowadzeniu głębszej analizy powyższe stwierdzenie można poprzeć dowodami. Osoby z wyższym wykształceniem, które przyjeżdżają do Uniejowa z partnerem lub rodziną, cechują się najwyższym współczynnikiem wydawanych pieniędzy. Grupa ta wydaje na pobyt w mieście i gminie Uniejów ponad 1000 zł, spędzając w niej do 4 dni. Znaczna większość z nich przyjeżdża do uzdrowiska tylko raz w roku. Kolejną grupą są osoby również z wyższym wykształceniem, lecz przyjeżdżające wypocząć razem ze znajomymi bądź grupowo. Odwiedzają oni Uniejów dość regularnie, co najmniej 5 razy w roku. Pozostają podobnie jak opisywana wcześniej grupa od 3 do 4 dni, a ich wydatki oscylują w granicach 401–700 zł na osobę (ryc. 4).



Ryc. 4. Rozkład wydatków ankietowanych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Istotne pytanie dotyczyło pochodzenia respondentów (ryc. 5). Blisko 90% z nich pochodzi z województwa łódzkiego oraz dwóch województw ościennych: wielkopolskiego i mazowieckiego.



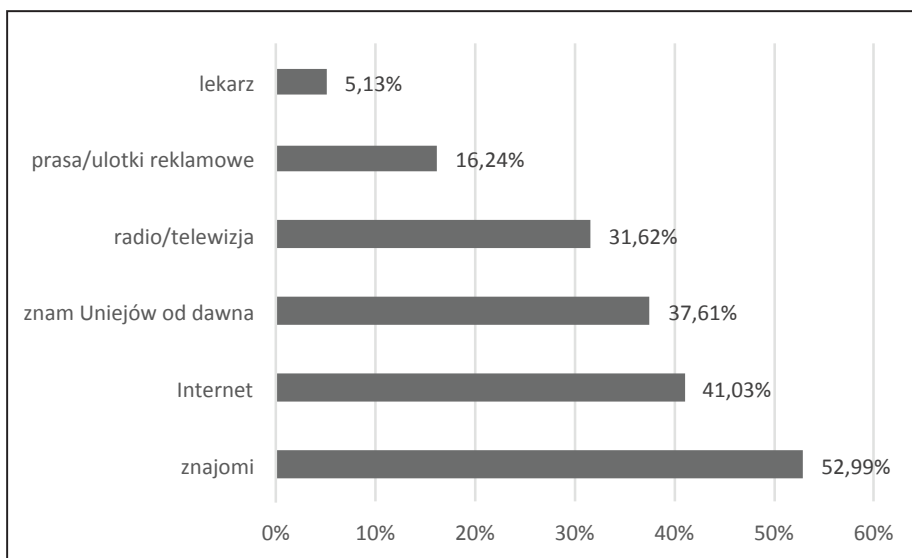
Ryc. 5. Udział respondentów według zamieszkania
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Jest to zapewne związane z bardzo dogodnym położeniem gminy Uniejów. Odległość do stolicy województwa łódzkiego jest niewielka – wynosi ok. 60 km, a dzięki znajdującej się na terenie gminy autostradzie A2, łączącej Poznań i Warszawę, Uniejów staje się idealnym miejscem na krótki wyjazd, np. weekendowy. Warto także zwrócić uwagę na to, że znaczna część turystów

i kuracjuszy przyjeżdżających do gminy Uniejów właśnie z województw wielkopolskiego oraz mazowieckiego odwiedza ten obszar tylko na jeden dzień, nie korzystając z bazy noclegowej. Dojazd do miejsca wypoczynku zajmuje im maksymalnie do 2 godzin, w większości przypadków jest to jednak znacznie krótszy czas. Mogą oni dzięki temu pozwolić sobie na częste wizyty w uzdrowisku, co zresztą potwierdzają w ankiecie, deklarując, że przyjeżdżają tutaj co najmniej 5 razy w roku.

Świadomość respondentów na temat atrakcji gminy Uniejów

Ankietowanych zapytano o to, skąd dowiedzieli się o atrakcjach znajdujących się na terenie gminy Uniejów. Analizując odpowiedzi respondentów, można dostrzec znaną zależność – najchętniej wierzymy informacjom dostarczonym nam przez osoby zaufane. Marketing szepcany jest znany od dawna, dlatego blisko 53% badanych odpowiedziało, że o Uniejowie usłyszeli od znajomych (ryc. 6).

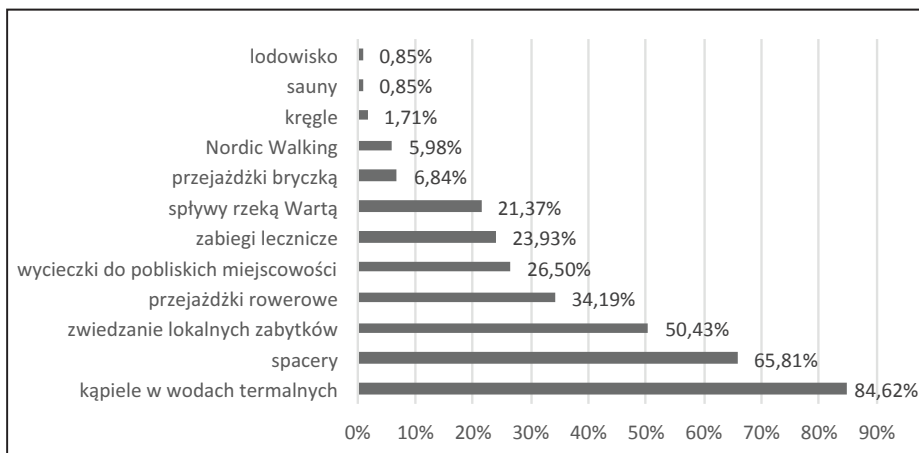


Ryc. 6. Źródła pozyskiwania informacji na temat gminy Uniejów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Tak wysoki wskaźnik pozwala stwierdzić, że osoby odwiedzające Uniejów chętnie polecają go swoim znajomym, zadeklarowało to 99% badanych. Potwierdza to wysoką jakość usług oferowanych turystom i kuracjom, a także atrakcyjność tego terenu. Na drugim miejscu znajduje się Internet, z którego ponad 41% odwiedzających czerpało informacje na temat miasta i gminy Uniejów. Internet jako źródło informacji jest bardzo istotny, toteż biorąc pod uwagę wiek osób odwiedzających uzdrowisko, warto poświęcić mu jak najwięcej uwagi.

Należy jednak pamiętać, że Internet rządzi się własnymi prawami i jedynym sposobem na pozytywny wydzźwięk w nim jest zadowolenie turysty, który następnie może wyrazić swoją pozytywną opinię w sieci. Równie ważna jest obecność w radiu i telewizji, dlatego dzięki działaniom marketingowym urzędników miasta i gminy Uniejów termy oraz okoliczne atrakcje często goszczą w tych mediach. Efekty tego rodzaju inicjatyw już są widoczne, gdyż ponad 31% ankietowanych stwierdziło, że to właśnie z radia i telewizji dowiedzieli się o Uniejowie.

Przechodząc do kluczowych informacji zawartych w ankiecie, należy zwrócić uwagę na to, z jakich form aktywności rekreacyjnej korzystają turyści i kuracjusze odwiedzający miasto i gminę Uniejów (ryc. 7). Po analizie wyników zauważamy, jak istotnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność Uniejowa są wody geotermalne. Blisko 85% ankietowanych, przebywając w Uniejowie, zażywało kąpiele w wodach termalnych. Jest to zrozumiałe, ponieważ miasto i gmina właśnie przez nie stały się znane w całej Polsce. Osoby przebywające w Uniejowie znajdują również czas na inne aktywności rekreacyjne, np. spacery czy zwiedzanie zabytków.

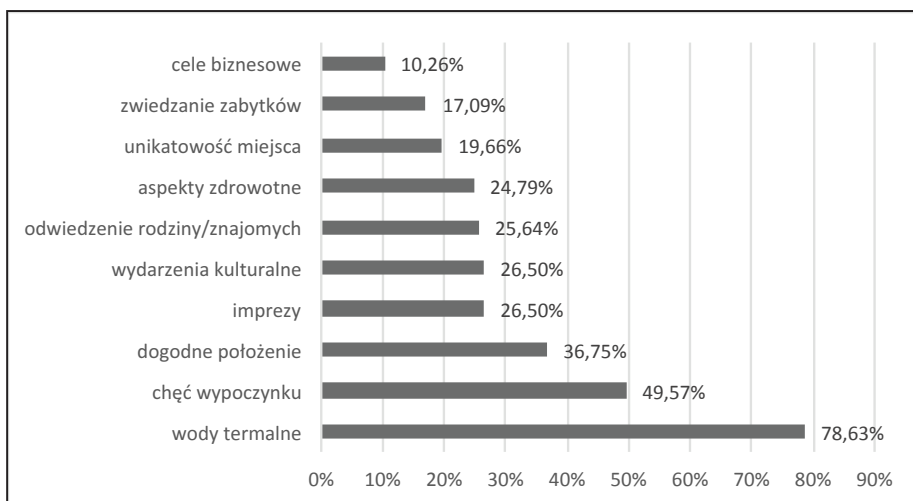


Ryc. 7. Formy aktywności rekreacyjnej w gminie Uniejów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Ten sposób spędzania czasu w Uniejowie jest bardzo popularny i bierze w nim udział ponad 50% respondentów. Nie mniejszym zainteresowaniem cieszą się również przejażdżki rowerowe, w gminie Uniejów jest bowiem wiele miejsc, które można odwiedzić, korzystając z tego środka transportu, z racji niedużych odległości pomiędzy nimi.

Niezadowolający może być wynik badań dotyczący świadomości turystów na temat nowoczesnych form turystyki Spa & Wellness – pomimo rozwiniętej i popularyzowanej na terenie gminy Uniejów tej formy rekreacji tylko niecałe 24% respondentów korzystało z zabiegów leczniczych podczas swojego pobytu. Pomijając fakt, że to właśnie wody termalne są największym atutem gminy

Uniejów, dla którego turyści tak chętnie ją odwiedzają, należy po raz kolejny podkreślić, że bardzo dogodne położenie jest jednym z istotnych czynników wpływających na atrakcyjność turystyczną tego miejsca (ryc. 8).



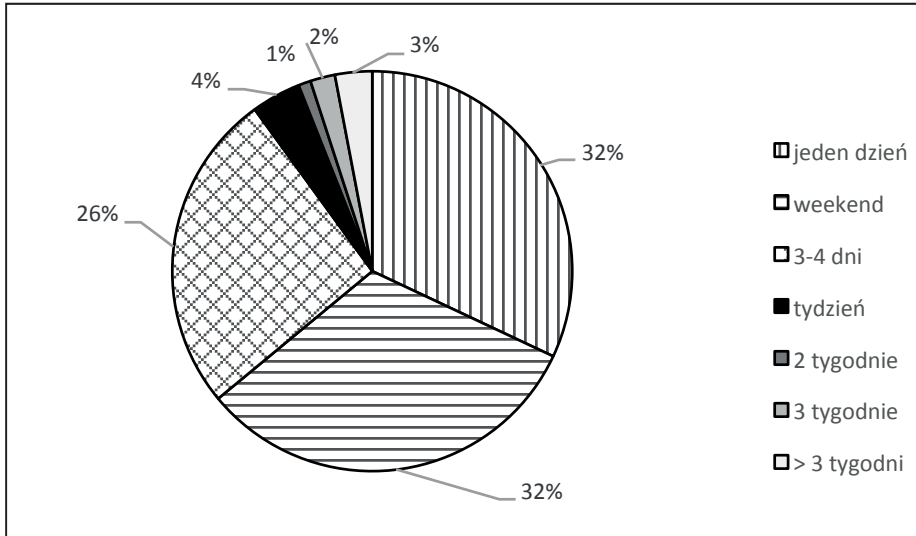
Ryc. 8. Aspekty wpływające na przyjazd do gminy Uniejów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Ważnymi aspektami wpływającymi na przyjazd turystów i kuracjuszy są także organizowane liczne imprezy, festiwale, koncerty i wydarzenia kulturalne, które rozślawiły uzdrowisko Uniejów i obecnie jest ono powszechnie znanym miejscem, w którym można wypocząć.

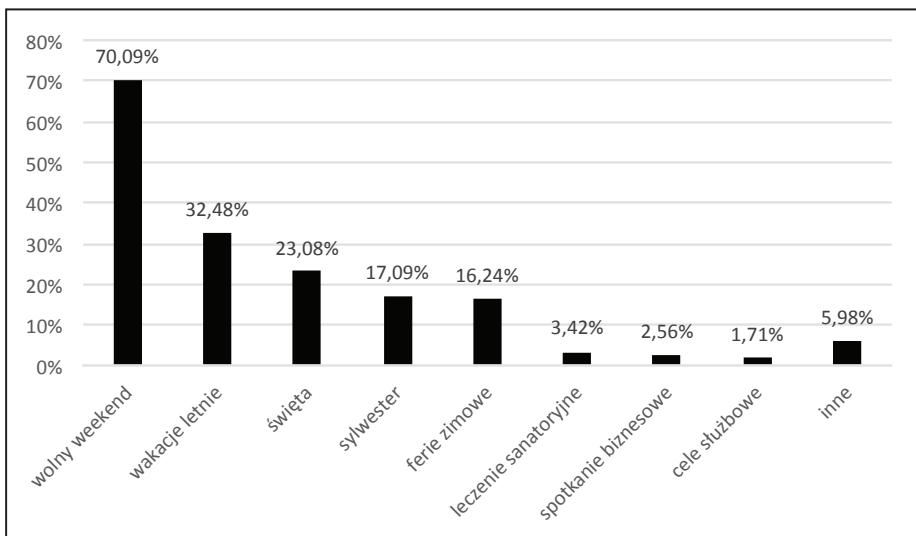
Analiza okresu pobytu turystów w uzdrowisku

Znaczna większość respondentów (90%) przyjeżdża do Uniejowa na maksymalnie 4 dni (ryc. 9).

Fakt, że zdecydowali się oni wybrać właśnie Uniejów, na pewno jest zależny od dogodnego położenia uzdrowiska na terenie Polski. Weekendową turystykę można postrzegać jako poważny problem, ponieważ poza wahaniami sezonowymi, spowodowanymi wakacjami letnimi (ponad 32% respondentów podaje właśnie wakacje jako termin przyjazdu do Uniejowa), a także feriami zimowymi (ponad 16%), dostrzegamy kolejne wahania o krótszym okresie (tygodniowym). Blisko 70% ankietowanych stwierdziło, że przyjeżdża do Uniejowa właśnie z powodu wolnego weekendu (ryc. 10). Powoduje to brak ciągłości w obłożeniu hoteli i pensjonatów, a także wiąże się z mniejszym ruchem w restauracjach i barach w ciągu tygodnia. Z kolei to skutkuje zmiennym zapotrzebowaniem na kadrę obsługującą turystów. Należy jednak pamiętać, że wnioski te mogą być obarczone dużym błędem z racji krótkiego okresu przeprowadzania ankiety. Wyniki mogą być dodatkowo zaburzone z powodu przeprowadzenia badań w czasie świąt Bożego Narodzenia oraz sylwestra.



Ryc. 9. Długość pobytu respondentów w gminie Uniejów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

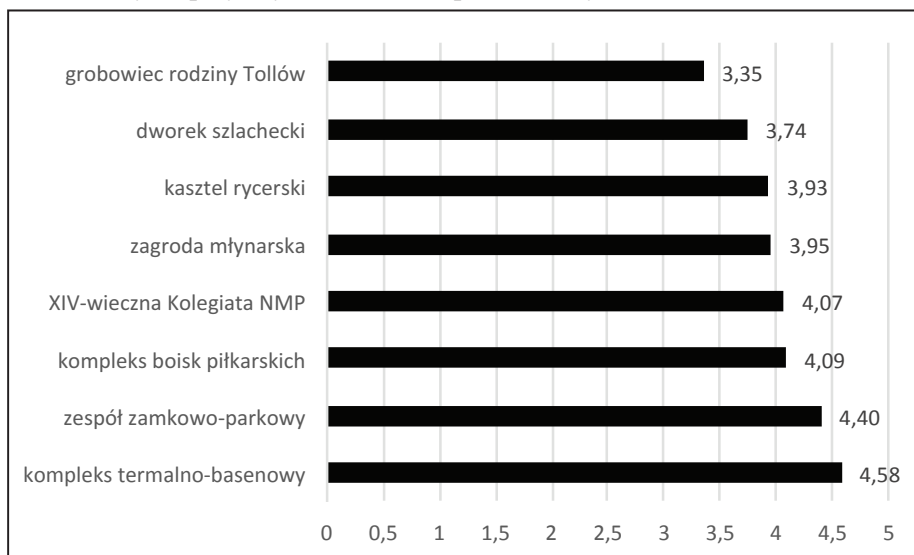


Ryc. 10. Termin pobytu respondentów w gminie Uniejów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Opinia respondentów na temat atrakcji turystycznych regionu

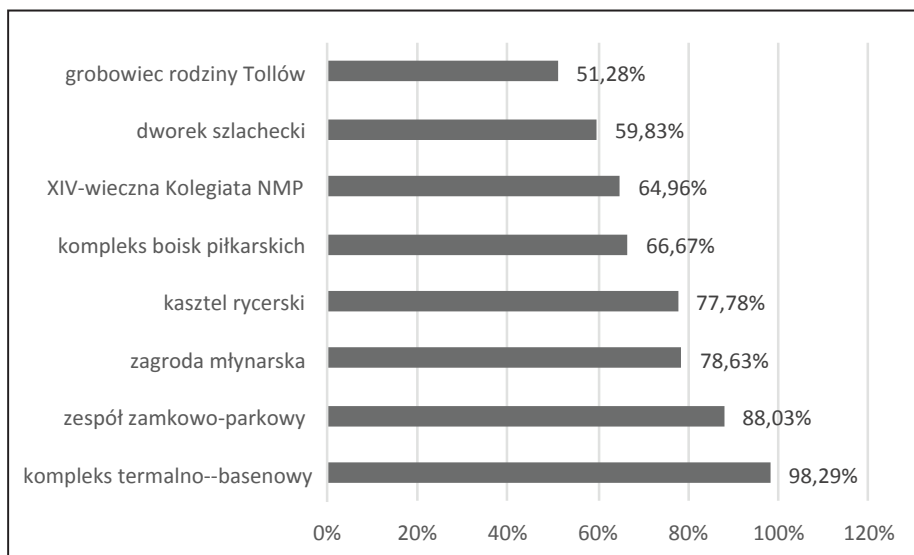
Kolejne pytanie w ankiecie dotyczyło obiektów znajdujących się w gminie Uniejów, a dokładniej ich atrakcyjności w skali 0–5 (gdzie 0 oznaczało – najmniej atrakcyjny; 5 – najbardziej atrakcyjny) (ryc. 11). Z przeprowadzonych badań jasno wynika, że turyści i kuracjusze uważają tereny rekreacyjne w gminie

Uniejów za bardzo atrakcyjne, ocenili je średnio na 4,265 w skali od 1 do 5. Warto zwrócić uwagę na to, że aż 83% ankietowanych oceniło atrakcyjność miasta i gminy na 4 i 5, a najniższą wartością była ocena 2 i wystąpiła ona tylko raz. Równie dobrze została oceniona baza hotelarska, spośród pytaných odpowiedzi udzieliło prawie 97%, oceniając ją na 4,239. Bazę gastronomiczną oceniło blisko 90% badanych, przy czym średnia z odpowiedzi wyniosła 4,143.



Ryc. 11. Ocena atrakcyjności obiektów turystycznych w gminie Uniejów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



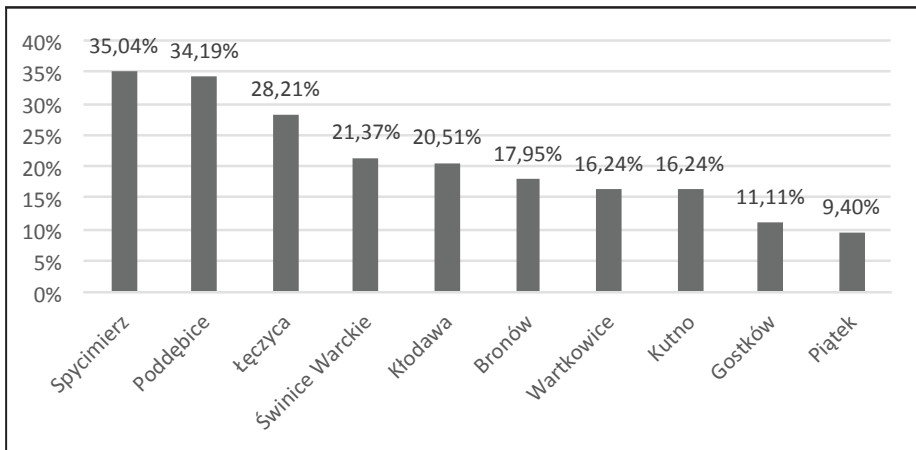
Ryc. 12. Rozpoznawalność obiektów turystycznych w gminie Uniejów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Kompleks termalno-basenowy był znany blisko 90% respondentów oraz został oceniony przez nich bardzo dobrze, średnia z ocen to 4,58. Na kolejnym miejscu znalazł się zespół zamkowo-parkowy, który oceniło 88% osób, dając średnią 4,4. W tym pytaniu nie tyle istotna jest średnia ocena obiektów, ile sama ich znajomość ze strony respondentów (ryc. 12). Poza zespołem zamkowo-parkowym zabytki znajdujące się w okolicach Uniejowa nie są zbyt dobrze znane turystom i kuracjom.

Kolegiata NMP, która znajduje się w samym centrum Uniejowa, jest kojarzona tylko przez niecałe 65% ankietowanych.

Poza Uniejowem, który jest marką samą w sobie, blisko 60% respondentów podczas swojego pobytu odwiedziło pobliskie miejscowości (ryc. 13), około 35% z nich było w Spycimierzu, który jest znany przede wszystkim z dywanów kwiatowych układanych z okazji święta Bożego Ciała.



Ryc. 13. Okoliczne miejscowości chętnie odwiedzane podczas pobytu w Uniejowie
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Poddębice zwiedziło ponad 34% respondentów, a Łęczycę 28%. Turyci i kuracjusze mają niewielką wiedzę o istniejących poza Uniejowem atrakcjach. Aż 40% osób nie okazywało zainteresowania tym tematem, a co gorsza – nie zostali poinformowani o atrakcjach znajdujących się w okolicy.

Oczekiwania i postulaty badanych kuracjuszy wobec rozwoju atrakcyjności turystycznej i rekreacyjnej Uniejowa

Respondenci odpowiedzieli w ankiecie także na pytanie dotyczące uatrakcyjnienia miasta i gminy Uniejów. Najczęściej powtarzającą się propozycją było stworzenie szlaku rowerowego. Widać, że zapotrzebowanie na tego typu atrakcje rekreacyjne jest naprawdę duże. Kolejną koncepcją, która miała wielu zwolenników, dotyczyła rozbudowy Term Uniejowskich, które są perłą w koronie gminy Uniejów. Rodziny przyjeżdżające do Uniejowa z dziećmi, które stanowią znaczną

część turystów odwiedzających uzdrowisko, domagają się, żeby powstało więcej atrakcji dla ich pociech. Pojawiają się również oczekiwania odnośnie odnowienia rynku miejskiego, powstania komunikacji miejskiej, a także całorocznego lodowiska czy kina. Widać, że urzędnicy miejscy i przedsiębiorcy mają jeszcze dużo do zrobienia. Mieszkańcy gminy mogą wiele zyskać dzięki turystom, którzy zapewne coraz chętniej będą tutaj przyjeżdżać. Jeżeli miasto i gmina będą się rozwijać w tak szybkim tempie jak do tej pory, to możemy być pewni, że będzie to znane miejsce nie tylko w kraju, ale też za granicą.

WNIOSKI

Badania ankietowe zaprezentowane w artykule pozwalają stwierdzić, że mimo bardzo dobrej ogólnej oceny respondentów dotyczącej atrakcyjności terenów rekreacyjnych w gminie Uniejów ciągle można jeszcze ulepszać jej zagospodarowanie, ponieważ część ankietowanych uważa, że brakuje tu szlaków i ścieżek rowerowych. Często pojawiały się propozycje rozbudowy Term, a dla rodzin, które mają dzieci, istotną kwestią był pomysł wybudowania kolejnego placu zabaw. Kilka osób widziało by w Uniejowie nowoczesne kino oraz całoroczne lodowisko.

Działania marketingowe na rzecz Term Uniejowskich podnoszą wiedzę i świadomość ludzi na ten temat. Duża część respondentów dzięki temu środkowi masowego przekazu dowiedziała się o atrakcjach znajdujących się na terenie gminy Uniejów. Dynamicznie rosnąca liczba internautów sprawia, że osoby odpowiedzialne za działania marketingowe stanęły przed koniecznością uwzględnienia tego medium w planowaniu strategii marketingowej, co jak się okazało – przyniosło bardzo pozytywne skutki.

Według badań radio i telewizja są zaraz po Internecie najskuteczniejszymi narzędziami reklamowymi. Terminy Uniejowskie bardzo często prezentowane są w popularnych programach w ogólnopolskiej telewizji, a także w telewizji regionalnej, która idealnie trafia do lokalnego odbiorcy. Takie działania zwiększają zainteresowanie osób odwiedzających Uniejów, które pochodzą z województwa łódzkiego. Program Drugi Telewizji Polskiej wraz z Radiem ZET już od kilku lat organizują w Uniejowie koncert „Lato ZET i Dwójki”, ściągając największe gwiazdy z Polski i z zagranicy. Tego typu przedsięwzięcia przyciągnęły do Uniejowa rzeszę turystów. Spora liczba respondentów zaznaczała udział w imprezach i wydarzeniach kulturalnych jako jeden z powodów przyjazdu do Uniejowa. Samorząd lokalny doskonale potrafi wykorzystać wszelkiego rodzaju wydarzenia, które odbywają się w mieście i gminie Uniejów, do promocji miasta i Term w radiu i telewizji.

Znaczna część respondentów stwierdziła, że to właśnie korzystna lokalizacja przyczyniła się do odwiedzenia tego miejsca. Uniejów wyróżnia centralne położenie w obrębie kraju, a dzięki autostradzie A2, która przecina gminę, można do niego łatwo dojechać.

Wykonane badania ankietowe obaliły opinię o dużej liczbie turystów korzystających z zabiegów leczniczych, a także z nowoczesnej formy turystyki Spa & Wellness. Tylko 25% respondentów, przyjeżdżając do Uniejowa, brało pod uwagę aspekty zdrowotne, 24% badanych zadeklarowało swój udział w zabiegach leczniczych, natomiast leczeniu sanatoryjnemu poddaje się zaledwie 3% ankietowanych. Aspekt finansowy zapewne odgrywa w tej kwestii ważną rolę, ponieważ zabiegi Spa & Wellness oferowane w luksusowych hotelach nie należą do najtańszych. Niewielkie zainteresowanie zabiegami leczniczymi może wynikać także z tego, że Uniejów to bardzo młode uzdrowisko, znane przede wszystkim z kompleksu termalno-basenowego oraz wielu imprez i wydarzeń kulturalnych, które doskonale łączy lecznicze właściwości wody termalnej i klimatu z pięknem nadwarciańskiej przyrody, a także oferuje wiele możliwości aktywnego spędzania wolnego czasu.

Uniejów należy do najbardziej innowacyjnych i dynamicznie rozwijających się miast centralnej Polski. Jego dalszy rozwój wymaga nie tylko inwestowania w bazę uzdrowską, rekreacyjną, usługową, gastronomiczną i noclegową, ale także w walory estetyczne miasta, co często podkreślali respondenci. Potwierdzeniem tego są dotychczasowe działania burmistrza Uniejowa Józefa Kaczmarka, który w wywiadzie dla „Dziennika Łódzkiego” powiedział: „Chcemy, żeby Uniejów kojarzył się nie tylko z zamkiem i termalnymi basenami, ale też z nowoczesnością. Dlatego cały czas coś projektujemy i staramy się te projekty realizować”.

Bibliografia

- Borowska-Stefańska M., *Ocena ryzyka powodziowego jako element wdrażania Dyrektywy Powodziowej – przykład Uniejowa*, „Problemy Rozwoju Miast, Kwartalnik Naukowy Instytutu Rozwoju Miast”, Rok XI, z. III/2014, s. 5–11.
- Borowska-Stefańska M., *Zagospodarowanie terenów zagrożonych powodziami w Uniejowie*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 131–142.
- Jaśkiewicz A., *Atrakcyjność kompleksu termalno-basenowego „Termy Uniejów” w opinii turystów i mieszkańców Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 181–198.
- Jończyk A., *Źródła informacji o Uniejowie w opinii łódzkich studentów*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 215–227.
- Kobojek E., *Położenie fizycznogeograficzne miasta i gminy Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 9–22.
- Kobojek E., *Problem przestrzennego rozwoju miast w dolinach rzecznych na przykładzie Łowicza i Uniejowa*, [w:] B. Więzik (red.), *Prawne, administracyjne i środowiskowe uwarunkowania zagospodarowania dolin rzecznych*, Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej, Bielsko-Biała 2013, s. 23.
- Kowalczyk N., Lamprecht M., Osuch E., *Wpływ ruchu turystycznego na życie mieszkańców Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2013, t. 2, s. 63–82.
- Kucharski L., Chmielecki B., *Dendroflora parku zamkowego w Uniejowie – stan obecny i zmiany*, „Biuletyn Uniejowski” 2014, t. 3, s. 5–22.
- Liszewski S., *Przestrzeń turystyczna Polski. Koncepcja regionalizacji turystycznej*, „Folia Turistica” 2009, Nr 21, s. 17–30.

- Quirini-Popławski Ł., *Walory przyrodnicze i kulturowe jako podstawa atrakcyjności turystycznej Beskidów Wschodnich na obszarze obwodów Lwowskiego i Iwanofrankowskiego (Ukraina)*, „Prace Geograficzne” 2011, z. 125, Kraków, s. 129–145.
- Potocka I., *Walory turystyczne*, [w:] Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. III, 2009, s. 9–18.
- Seweryn R., *Atrakcyjność turystyczna obszaru jako kategoria ekonomiczna. Istota, struktura i metody pomiaru*, Zeszyty Naukowe Nr 612 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002, s. 61–76.
- Seweryn R., *Walory turystyczne – istota i funkcje. Próba klasyfikacji*, Zeszyty Naukowe Nr 621 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003, s. 73–87.
- Smeńkiewicz K.M., Smeńkiewicz K.K., *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 95–119.

[Wpłynęło: luty 2016; akceptacja: maj 2016]

ATTRACTIVENESS OF UNIEJÓW MUNICIPALITY IN THE OPINIONS OF TOURISTS AND SPA VISITORS

Summary

The aim of this paper is to establish the tourism attractiveness of the municipality of Uniejów in the visitors' opinion. A survey of two groups of visitors – tourists and spa clients, selected randomly – was conducted. The survey questionnaire contained 22 questions about Uniejów's attractiveness in respect of tourism, recreation, accommodation and catering services. There were also questions checking the respondents' knowledge of other attractive locations near Uniejów, reasons for coming, and frequency and duration of the visits. The questionnaire also requested for the respondents' ideas concerning improvements that could be made in the city and municipality of Uniejów. The survey has discovered that the city and the commune are regarded by visitors as a very attractive place, which does not mean that further investments and development would not be welcome.

Keywords: tourism attractiveness, questionnaire survey, commune of Uniejów, tourist, visitor