

RAPORT Z WSTĘPNYCH BADAŃ BRANŻY TURYSTYCZNEJ BUSKA-ZDROJU

W związku z prowadzonym audytem stanu turystyki w Busku-Zdroju i jego otoczeniu, zwrócono się do części buskiej branży turystyczno-uzdrowiskowej z prośbą o wstępną ocenę kilku podstawowych aspektów, związanych z rozwojem turystycznym miasta. W tym celu wykorzystano metodę badań sondażowych z wykorzystaniem zestandaryzowanego kwestionariusza. Zawierał on 3 pytania, na które zbiorcze odpowiedzi, udzielone przez respondentów w 2019 r., przedstawiono poniżej. Zwrotnie otrzymano 12 kwestionariuszy. Celem badania było wstępne rozpoznanie obecnej sytuacji w zakresie rozwoju turystyki w Busku-Zdroju.

W tabeli 1 przedstawiono zbiorcze, uśrednione wyniki dotyczące oceny elementów oferty turystycznej miasta. Takie samo pytanie zadano turystom przebywającym w Busku-Zdroju w miesiącach letnich 2019 r. Zestawienie obu ocen zostanie przedstawione w dokumencie podsumowującym część diagnostyczną rozwoju turystyki w Busku-Zdroju.

TABELA 1. OCENA ELEMENTÓW OFERTY TURYSTYCZNEJ BUSKA-ZDRÓJ
(SKALA OD 1 MIN DO 5 MAX, ŚREDNIA 3,0).

ELEMENT	ŚREDNIA OCENA
ATMOSFERA MIEJSCA	3,6
BAZA NOCLEGOWA/ SANATORYJNA	4,3
BEZPIECZEŃSTWO	3,6
DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA	2,1
GASTRONOMIA	3,2
GOŚCINNOŚĆ	3,3
INFORMACJA TURYSTYCZNA	2,8
JAKOŚĆ OBSŁUGI TURYSTY/ KURACJUSZA	3,4
MAŁA ARCHITEKTURA (ławki, kosze itd.)	2,7
OBIEKTY REKREACYJNO-SPORTOWE (pływalnie i in.)	2,3
OBIEKTY KULTURY I SAKRALNE (kościół, galerie itd.)	3,4
OBIEKTY/ URZĄDZENIA UZDROWISKOWE	4,2
OZNAKOWANIE TURYSTYCZNE (tablice informacyjne, mapy itp.)	3,1
ROZRYWKA (kino i in.)	2,4
SZLAKI PIESZE	3,4
TRASY ROWEROWE	3,2
USŁUGI SPA/ WELLNESS	4,2
WYDARZENIA KULTURALNE (festiwale, koncerty itd.)	3,7
WYPOŻYCZALNIE SPRZĘTU (rowery itp.)	2,8
ZAGOSPODAROWANIE TERENÓW ZIELONYCH (parki, skwery, ogrody itd.)	2,7

Zródło: Opracowanie własne

Generalnie należy zauważyć, że branża turystyczno-uzdrowiskowa z Buska-Zdroju stosunkowo krytycznie ocenia poszczególne komponenty oferty turystycznej miasta. Stosunkowo najlepsze noty otrzymała infrastruktura noclegowo-sanatoryjna. Bardzo słabo, poniżej średniej (mniej niż 3.0) zostały ocenione następujące elementy: dostępność komunikacyjna miasta, infrastruktura sportowo-rekreacyjna, oferta rozrywkowa, mała architektura i zagospodarowanie terenów zielonych, wypożyczalnie sprzętu, jak również informacja turystyczna.

Wśród słabości oferty turystycznej miasta, respondenci wyszczególnili:

- zaniedbanie i słabe oświetlenie w Parku Zdrojowym
- fragmentaryzacja, jak również mało szlaków pieszych
- słaba dostępność komunikacyjna (PKS, PKP, brak miejskich linii komunikacyjnych), brak połączeń
- za mało (brak koszy, ławek) i brudne oraz zły stan elementów małej architektury
- za mało obiektów rekreacyjno-sportowych, w tym brak kąpielisk
- słabe oznakowanie turystyczne oraz drogowe

- brak w mieście tras rowerowych
- za mało wypożyczalni sprzętu
- tereny zielone zaniedbane i za mało, w tym mało kwiatów
- brak propozycji dla młodych osób, miasto dla osób 55+
- mała ilość dobrych lokali gastronomicznych, po 22.00 życie zamiera
- słaba współpraca punktu informacji turystycznej z obiektami turystyczno-uzdrowiskowymi
- brak muszli koncertowej z miejscami siedzącymi
- straszący obiekt obok kościoła NMP np. zamienić na muzeum
- brak zróżnicowanej oferty rozrywkowej, zwłaszcza po 22.00, konieczna większa ilość imprez plenerowych
- mało koncertów i imprez w okresie letnim
- brak zrozumienia dla inicjatyw w zakresie dodatkowej infrastruktury turystycznej, podejmowanych przez niektóre podmioty uzdrowiskowe.

Wśród propozycji zmian, jakie winny nastąpić respondenci wskazali następujące:

- pozyskanie wykwalifikowanej kadry i wyższe płace
- uruchomienia połączenia kolejowego, przedłużenie linii miejskich z Kielc
- uaktywnienie i podjęcie działań związanych z informacją turystyczną, wyposażenie pracowników CIT w większą wiedzę dotyczącą spraw uzdrowiskowych
- budowa rekreacyjnych, otwartych basenów
- większa ilość imprez plenerowych w Parku Zdrojowym
- mniej powierzchni zabetonowanych, więcej terenów z nasadzonymi drzewami
- zbudowanie trasy rowerowej do Wiślicy
- zakończenie w terminie remontu ul. Rzewuskiego i ul. 1 Maja.

W kolejnej tabeli nr 2 przedstawiono wskazania respondentów dotyczące konkretnych składników tożsamości Buska-Zdroju, czyli charakterystycznych cech i działań, odróżniających miasto od innych obszarów (samoświadomość miasta, najważniejsze aktywa/ atrybuty/ elementy unikatowe). Jedna z osób wypełniająca kwestionariusz zwróciła uwagę, że buska młodzież nie jest edukowana w zakresie tożsamości terytorialnej. Trzeba pamiętać, że tożsamość miejsca stanowi podstawę kształtowania planów rozwoju oraz marketingowych z zakresu turystyki, w tym działań promocyjnych.

TABELA 2. SKŁADNIKI TOŻSAMOŚCI BUSKA-ZDROJU
W OPINII LOKALNEJ BRANŻY TURYSTYCZNEJ.

DZIEDZICTWO/ HISTORIA/ TRADYCJE I ZWYCZAJE (MATERIALNE I NIEMATERIALNE):	Historia uzdrowiska
KULTURA WSPÓŁCZESNA/ DUCHOWOŚĆ (MATERIALNA I NIEMATERIALNA):	Festiwal K. Jamroz
LOKALIZACJA/ PRZESTRZEŃ (KULTUROWA, PRZYRODNICZA/ MIEJSCA/ KRAJOBRAZY:	Park Zdrojowy, parki krajobrazowe, woda siarczkowa
OBYWATELSKOŚĆ/ ŚWIADOMOŚĆ SPOŁECZNA/ WSPÓLNOTA (GOSPODARCZA, SPOŁECZNA, RELIGIJNA, KULTUROWA ITD.):	
SYMBOLE/ ZNAKI IDENTYFIKACJI:	

Źródło: Opracowanie własne

Poproszono także respondentów o określenie, czy w wybranych aspektach, istotnych z punktu widzenia osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, Busko-Zdrój wypada lepiej, czy gorzej od innych miejscowości turystycznych. Odpowiedzi udzielone przez branżę turystyczno-uzdrowiskową z Buska-Zdroju zestawiono w tabeli 3.

TABELA 3. OCENA BUSKA-ZDROJU POD WZGLĘDEM WYBRANYCH ASPEKTÓW
NA TLE INNYCH MIEJSCOWOŚCI TURYSTYCZNYCH.

ASPEKT	LEPIEJ, bo...	GORZEJ, bo ...
DOCELOWE SEGMENTY RYNKU	- lecznicze	- obecne nastawienie i przewaga ludzi starszych (segment 55+) - nastawić się też na turystykę/ rekreację
KAPITAŁ LUDZKI/ KADRY/ KWALIFIKACJE	- wysoki poziom leczenia uzdrowiskowego/ rehabilitacji	- mało wykwalifikowanych pracowników - niewystarczające kwalifikacje kadry (języki

ASPEKT	LEPIEJ, bo...	GORZEJ, bo ...
		obce, znajomość specyfiki uzdrowiskowej)
KONKURENCYJNOŚĆ	<ul style="list-style-type: none"> - dobre, centralne położenie - unikalne złoża siarki - wysoki poziom leczenia uzdrowiskowego/ rehabilitacji 	<ul style="list-style-type: none"> - nastawienie na segment 55+ - słaba oferta typowo turystyczna
OFEROWANE PRODUKTY TURYSTYCZNE	<ul style="list-style-type: none"> - leczenie - postęp w ofercie miasta 	<ul style="list-style-type: none"> - brak jezior, gór, morza
WIZERUNEK TURYSTYCZNY	<ul style="list-style-type: none"> - większa promocja woj. świętokrzyskiego 	<ul style="list-style-type: none"> - Busko samo słabo się reklamuje, słaby współdział miasta w promocji Buska - słaby ogólny wizerunek miasta - brak tablic informacyjnych
WSPÓŁPRACA/ SIECI/ PARTNERSTWA		<ul style="list-style-type: none"> - słabe więzi i brak współpracy (nie widać jej) w obrębie branży turystycznej

Źródło: Opracowanie własne

Należy zwrócić uwagę na kilka istotnych problemów, jakie zasygnalizowała branża turystyczna, a z którymi tworząc kolejny dokument strategiczny, trzeba będzie się zmierzyć. Z pewnością siłą Buska-Zdroju są walory i infrastruktura uzdrowiskowa, natomiast rozszerzenie oferty o inne segmenty rynku, niż osoby starsze i korzystające z oferty leczniczej, będzie wymagać podjęcia wielu różnych działań. Branża wskazała tutaj na wiele bolączek, z jakimi trzeba będzie się w najbliższym czasie zmierzyć, zwłaszcza w kontekście oferty typowo turystycznej.