



RAPORT Z BADAŃ:

WIZERUNEK TURYSTYCZNY BUSKA-ZDROJU

Opracowanie:
Dr Anna Wilkońska

BUSKO-ZDRÓJ 2019

1. METODYKA BADAŃ I ANALIZ

Wizerunek destynacji turystycznych należy do kluczowych elementów, które trzeba regularnie badać. Wydaje się, że jest to szczególnie istotne z punktu widzenia polskich uzdrowisk, które cały czas przechodzą przeobrażenia związane z poprawą ich konkurencyjności. W podobnej sytuacji jest Busko-Zdrój, które ma wieloletnie tradycje uzdrowiskowe i dobrą pozycję na rynku, jednakże musi konkurować z innymi, także nowymi uzdrowiskami, które pojawiają się w jego bliższym i dalszym otoczeniu.

Już po raz drugi, wykorzystując metodę sondażu diagnostycznego, wykonano dla Buska-Zdroju badania jego wizerunku turystycznego. Pierwsze badania zostały przeprowadzone w 2011 r. i objęły próbę badawczą 288 osób.

Obecne badania zostały wykonane podczas imprez targowo-eventowych w podwarszawskim Nadarzynie i Lublinie w październiku 2019 r. Zwrotnie otrzymano 100 wywiadów, do których wykorzystano zestandaryzowany kwestionariusz. Były one przeprowadzane na- i wokół stoisk związanych z ofertą uzdrowiskową Buska-Zdroju. Taki sposób doboru próby badawczej nie gwarantował reprezentatywności, jednakże pozwolił na poznanie opinii na temat oferty Buska-Zdroju i porównanie wyników z badaniami wcześniejszymi, których część także była prowadzona podczas imprez targowych.

Tegoroczny kwestionariusz wywiadu składał się z 10 pytań oraz charakterystyki respondenta. Były to zarówno pytania zamknięte, jak i otwarte. Kilka z nich było identyczne, jak w kwestionariuszu z 2011 r., co pozwoliło na porównanie wyników badań i wyodrębnienie zmian, jakie zaszły w odbiorze wybranych aspektów wizerunku Buska-Zdroju. Zostało to uwzględnione w zestawieniach tabelarycznych znajdujących się w aneksie, jak również w interpretacji wyników i wnioskach z przeprowadzonych badań.

Celem prezentowanych w niniejszym raporcie badań było poznanie opinii respondentów na temat wizerunku turystycznego Buska-Zdroju. Ze względu na specyfikę i właściwości lecznicze uzdrowiska, zwrócono także uwagę na siarkę, jako element wyróżniający ofertę turystyczno-leczniczą miasta.

2. INTERPRETACJA WYNIKÓW BADAŃ

Biorąc pod uwagę wyniki badań dotyczących wizerunku turystycznego Buska-Zdroju, należy wyszczególnić kilka aspektów, które stanowiły podstawę pytań skierowanych do respondentów. Poniżej zinterpretowano wyniki bieżących badań sondażowych z 2019 r. w układzie tematycznym, uwzględniając, tam gdzie powtórzyły się pytania, dane z 2011 r. Tabele z danymi, którymi tutaj się posłużono znajdują się w aneksie.

CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW

Respondentami badań dot. wizerunku turystycznego Buska-Zdroju, przeprowadzonych w 2019 r., byli tylko Polacy. Najwięcej respondentów mieszkało z województwie mazowieckim i lubelskim, co było związane z miejscami poboru próby badawczej (tab. 1). Ogółem respondenci reprezentowali 14 z 16 polskich województw, przy czym nie było osób z województwa opolskiego i zachodniopomorskiego.

Średni wiek badanych wyniósł 55,4 lata, a większość respondentów stanowiły kobiety (tab. 2). Głównie były to osoby z wykształceniem wyższym (ponad połowa respondentów), czasami średnim (tab. 3).

Wśród respondentów przeważały osoby aktywne zawodowo (ponad połowa respondentów; tab. 4). 1/3 osób, które wypowiedziały się na temat wizerunku Buska-Zdroju, stanowili emeryci/ renciści. Swoją sytuację materialną respondenci określali przede wszystkim jako dobrą (ponad połowa respondentów; tab. 5). W dalszej kolejności znalazły się wskazania dla statusu średniego (1/5 respondentów), a kilkanaście osób stwierdziło, że ich sytuacja materialna jest bardzo dobra. Większość respondentów wskazała, że była wcześniej w Busku-Zdroju (tab. 6).

POSTRZEGANIE BUSKA-ZDROJU

Respondenci zostali poproszeni o ogólną ocenę wizerunku Buska-Zdroju (tab. 7). Mogli zaznaczyć odpowiedź na skali od +3 (pozytywny) do -3 (negatywny, interwał co 1,0). Ogółem 87% osób wskazało wartości pozytywne, przy czym najwięcej osób (blisko 2/3) zaznaczyło odpowiedź najwyższą: +3. Średnie ocena z wszystkich udzielonych odpowiedzi wyniosła +2,32.

W bieżącym roku, podobnie jak było to w badaniach przeprowadzonych w 2011 r. najczęściej Busko-Zdrój kojarzyło się respondentom z uzdrowiskiem (odpowiedzi 1/3 respondentów) i sanatoriami (w 2019 r. blisko 1/4 odpowiedzi, w 2011 r. – 1/5 odpowiedzi; tab. 8). Obecnie nieco częściej miasto jest odbierane jako miejsce: wypoczynku i z funkcją kuracyjno-zabiegową. Co istotne Busko-Zdrój zaczyna być także kojarzone z siarką, jako produktem poprawiającym zdrowie i urodę.

Wśród propozycji symbolu, jakim winno posługiwać się Busko-Zdrój respondenci najczęściej wskazywali słońce, które jest już elementem herbu miasta (tab. 9). Poza powyższym pojawiały się takie określenia, jak: woda i kojarzona z nią przez respondentów fontanna, czy m.in. siarka.

ODBIÓR OFERTY TURYSTYCZNEJ MIASTA

Poproszono respondentów o wskazanie unikalnych elementów, z którymi można mieć do czynienia w Busku-Zdroju (tab. 10). Blisko 2/3 respondentów wskazało, że są takie i zaliczyli do nich siarkę i zabiegi (tab. 11). Z konkretnych miejsc/ obiektów wymienili oni Park Zdrojowy, jak również ogólnie sanatoria i hotele. Respondenci zwrócili także uwagę na położenie Buska-Zdroju i okoliczne atrakcje, jakie można tu spotkać.

W kolejnej tabeli (nr 12) zestawiono potencjalne cele przyjazdu do Buska-Zdroju. Dominowały wskazania związane z możliwością spacerów, pieszych wycieczek, poprawą stanu zdrowia, jak również możliwością aktywnego wypoczynku, skorzystania z usług Spa/wellness oraz poznawania walorów przyrodniczych Ponidzia. Busko-Zdrój nie jest postrzegane jako destynacja turystyczna związana z możliwością zakupów, celami religijnymi, czy przyjazdami w sprawach zawodowych, w tym pobytami grup pracowniczych. Najwięcej wskazań dla opcji „nie wiem” dotyczyło celów religijnych, udziału w konferencji/ szkoleniu, jak również przyjazdów w celach zawodowych.

KONKURENCYJNOŚĆ BUSKA-ZDRÓJ

Respondenci uważają, że Busko-Zdrój jest przede wszystkim destynacją turystyczną dla Seniorów (tab. 13). Było to z pewnością związane z faktem, że Busko-Zdrój jest uzdrowiskiem, ale także stosunkowo wysoką średnią wieku respondentów (50+). W dalszej kolejności zwrócono uwagę na rodziny z dziećmi (blisko 1/2 respondentów) oraz osoby aktywne zawodowo i podróżujące w parach.

Kolejna tabela nr 14 przedstawia ocenę Buska-Zdroju z punktu widzenia innych polskich uzdrowisk. Wyszczególnione w pytaniu uzdrowiska zostały wskazane jako konkurencja dla Buska-Zdroju, a dobrane z uwzględnieniem ich lokalizacji oraz podobnych zasobów leczniczych. W tabeli zestawiono także wyniki badań z 2011 r. Widoczne są tutaj pewne różnice w odpowiedziach, zwłaszcza odnośnie generalnej oceny Buska-Zdroju, która jest obecnie lepsza niż osiem lat temu. W 2019 r. w przypadku wszystkich uzdrowisk, które pojawiły się na liście, Busko-Zdrój było od nich lepiej oceniane. Co najmniej 1/4 respondentów wskazała, że Busko-Zdrój wypada lepiej niż Ciechocinek, Krynica Zdrój Nałęczów czy Solec Zdrój. Jednocześnie także najwięcej wskazań, że Busko-Zdrój wypada gorzej dotyczyło dwóch wymienionych tu uzdrowisk: Krynicy Zdrój i Ciechocinka. Przeważały jednak odpowiedzi pozytywne (wypada lepiej). Jednocześnie w przypadku wymienionych tu uzdrowisk, konkurencyjnych w stosunku do Buska-Zdroju, pojawiła się najmniejsza liczba wskazań „nie wiem”, co wiąże się z ich najlepszą znajomością ze strony respondentów. Trzeba zwrócić uwagę, że w przypadku Ciechocinka i Krynicy Zdrój wyniki bieżące pokrywają się z tymi z 2011 r., przy czym wtedy wskazania „gorzej” były na poziomie powyżej 50%, a obecnie kilkanaście procent. Dodatkowo w 2011 r. Busko-Zdrój było oceniane gorzej niż uzdrowisko Nałęczów, obecnie przeważają oceny pozytywne.

ZAINTERESOWANIE PRZYJAZDAMI DO BUSKA-ZDROJU

Tabela 15 prezentuje wyniki badań dotyczące deklaracji zainteresowania przyjazdem do Buska-Zdroju w przyszłości. Zestawiono tu dwa poziomy pomiaru tj. z roku 2019 i wcześniejszych badań z 2011 r. Widoczna jest większa pewność w zainteresowaniu ofertą turystyczno-uzdrowiskową Buska-Zdroju. W 2019 r. uzupełniono to pytanie o powody, dla których respondenci chcieliby przyjechać do miasta (tab. 16). Najczęściej wymieniano poprawę zdrowia, atmosferę panującą w mieście, odpoczynek, wyjazd do sanatorium czy siarkę.

SIARKA JAKO MARKA BUSKA-ZDROJU

Uwzględniając siarkę, jako główny walor leczniczy, jaki posiada Busko-Zdrój, zapytano respondentów, z czym im się ona kojarzy. Wyniki zaprezentowano w tabeli nr 17. Dominowały skojarzenia związane z właściwościami zdrowotnymi siarki (walory zdrowotne, kąpiele, zabiegi, wody lecznicze). Zwrócono także uwagę na jej specyficzny zapach, czy np. choroby z nim kojarzone. Pojawiały się także określenia związane np. z piekłem, ale także wpływem siarki na urodę, jak również jej właściwościami relaksacyjnymi.

Zapytano respondentów, czy byliby zainteresowani skorzystaniem z produktów i zabiegów, których bazę stanowi siarka. Taką chęć wskazała zdecydowana większość respondentów (ponad 3/4). Wśród powodów, dla których respondenci chcieliby skorzystać z zabiegów i produktów na bazie siarki najczęściej odwoływano się do aspektów

zdrowotnych, jej skuteczności, walorów wypoczynkowych czy po prostu ciekawość związanej z tym, jak ona działa na organizm człowieka.

3. WNIOSKI I ZALECENIA

Uwzględniając przedstawione wyniki badań wizerunku turystycznego Buska-Zdroju, należy zwrócić uwagę na kilka aspektów:

1. Busko-Zdrój jest bardzo dobrze odbierane na rynku turystycznym, zwłaszcza w segmencie osób co najmniej w wieku średnim, dobrze wykształconych, pracujących zawodowo lub będących na emeryturze/ rencie. Mają one co najmniej średni status materialny i – co ważne – w większości znają Busko-Zdrój z autopsji.

2. Busko-Zdrój jest kojarzone jako uzdrowisko, w którym można wypocząć, skorzystać z dobrej jakości zabiegów, przy wykorzystaniu siarki i spędzić miło czas w czystym środowisku. Taki obraz miasta jest jak najbardziej pozytywny i pożądany z punktu widzenia jego dalszego rozwoju.

3. Dotychczas stosowany symbol Buska-Zdroju – słońce – wywołuje pozytywne konotacje i z nim utożsamiane jest miasto. Z pewnością nie należy tego zmieniać. Ważnymi symbolami, które trzeba wykorzystywać w budowaniu wizerunku miasta są także woda i siarka. Na te elementy szczególnie winno się zwracać uwagę w procesie komunikacji marketingowej z rynkami docelowymi.

4. Do unikatowych walorów Buska-Zdroju należy zaliczyć siarkę i związane z leczeniem oraz odnową psychosomatyczną różnego rodzaju zabiegi, jak również Park Zdrojowy i położenie miasta wraz z jego otoczeniem i krajobrazem Poniądzia.

5. Busko-Zdrój wywołuje zainteresowanie ze strony potencjalnych turystów ze względu na jego walory. Miasto jest postrzegane jako destynacja, do której przyjeżdża się po to, aby wypocząć mniej lub bardziej aktywnie, podreperować zdrowie, skorzystać z usług Spa/ wellness, czy poznać miasto i okolice. Taki odbiór wpływa na to, jakie segmenty rynku turystycznego mogą być zainteresowane ofertą Buska-Zdroju. Zaliczyć tu należy seniorów, osoby aktywne zawodowo oraz rodziny z dziećmi. W kontekście tych dwóch ostatnich segmentów konieczne będzie rozszerzenie oferty pobytowej oraz zintensyfikowanie działań promocyjnych.

6. Do najistotniejszych konkurentów Buska-Zdroju należy zaliczyć Ciechocinek, Krynice Zdrój oraz Horyniec Zdrój. Z pewnością trzeba monitorować działania marketingowe podejmowane w kontekście Solca Zdrój i nowopowstającego uzdrowiska w Kazimierzy Wielkiej.

7. Busko-Zdrój posiada zasoby wód bogatych w siarkę. Obecnie jest ona traktowana jako cenny pierwiastek, którego właściwości lecznicze są szerzej znane na rynku. Kojarzy się ją przede wszystkim ze skutecznym środkiem na poprawę zdrowia i wyglądu zewnętrznego człowieka. Należy jednak nie zapominać o negatywnym wydźwięku siarki, związanym przede wszystkim ze specyficznym zapachem. Z pewnością można rekomendować oparcie marki Buska-Zdroju na siarce, przy czym trzeba poprzez uświadamianie i pozytywne komunikaty przeciwdziałać ewentualnym negatywnym wydźwiękom.

ANEKS

ZESTAWIENIE TABELARYCZNE WYNIKÓW BADAŃ:

WIZERUNEK TURYSTYCZNY BUSKA-ZDROJU

I. CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTA:

TABELA. 1. REGION ZAMIESZKANIA RESPONDENTÓW (DANE Z 2019 R.).

WOJEWÓDZTWO	OGÓŁEM
DOLNOŚLĄSKIE	2,0%
KUJAWSKO-POMORSKIE	3,0%
LUBELSKIE	23,0%
LUBUSKIE	2,0%
ŁÓDZKIE	3,0%
MAŁOPOLSKIE	8,0%
MAZOWIECKIE	33,0%
OPOLSKIE	-
PODKARPACKIE	1,0%
PODLASKIE	2,0%
POMORSKIE	3,0%
ŚLĄSKIE	5,0%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	6,0%
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	1,0%
WIELKOPOLSKIE	2,0%
ZACHODNIOPOMORSKIE	-
BRAK ODPOWIEDZI	6,0%
<i>SUMA</i>	<i>100,0%</i>

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 2. PŁEĆ RESPONDENTÓW (DANE Z 2019 R.).

PŁEĆ	OGÓŁEM
KOBIETA	56,0%
MĘŻCZYŻNA	34,0%
BRAK ODPOWIEDZI	10,0%
<i>SUMA</i>	<i>100,0%</i>

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 3. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW (DANE Z 2019 R.).

WYKSZTAŁCENIE	OGÓŁEM
WYŻSZE	59,0%
ŚREDNIE	28,0%
PODSTAWOWE	5,0%
INNE	4,0%
BRAK ODPOWIEDZI	4,0%
<i>SUMA</i>	<i>100,0%</i>

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 4. STATUS ZAWODOWY RESPONDENTÓW (DANE Z 2019 R.).

STATUS ZAWODOWY	OGÓŁEM
UCZEŃ	0,0%
STUDENT	1,0%
OSOBA ZAJMUJĄCA SIĘ DOMEM/ RENTIER	1,0%
BEZROBOTNY(A)	1,0%
EMERYT/ RENCISTA	33,0%
AKTYWNY ZAWODOWO	54,0%
BRAK ODPOWIEDZI	10,0%
<i>SUMA</i>	<i>100,0%</i>

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 5. STATUS MATERIALNY RESPONDENTÓW (DANE Z 2019 R.).

STATUS MATERIALNY	OGÓŁEM
BARDZO DOBRY	13,0%
DOBRY	59,0%
ŚREDNI	21,0%
ZŁY	1,0%
BARDZO ZŁY	2,0%
BRAK ODPOWIEDZI	4,0%
<i>SUMA</i>	<i>100,0%</i>

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 6. WCZEŚNIEJSZA WIZYTA W BUSKU-ZDROJU (DANE Z 2019 R.).

STATUS MATERIALNY	OGÓŁEM
TAK	75,0%
NIE	24,0%
BRAK ODPOWIEDZI	1,0%
<i>SUMA</i>	<i>100,0%</i>

Źródło: Opracowanie własne

II. UDZIELONE ODPOWIEDZI:

TABELA. 7. OCENA WIZERUNKU TURYSTYCZNEGO BUSKA-ZDROJU (DANE Z 2019 R.).

OCENA	OGÓLEM
+3	63,0%
+2	16,0%
+1	8,0%
0	9,0%
-1	0,0%
-2	0,0%
-3	1,0%
BRAK ODPOWIEDZI	3,0%
SUMA	100,0%
ŚREDNIA:	2,32

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 8. NAJCZĘŚCIEJ POJAWIAJĄCE SIĘ SKOJARZENIA ZWIĄZANE Z BUSKIEM-ZDRÓJ (3 WSKAZANIA; DANE Z 2019 R.).

SKOJARZENIA	WYNIKI BADAŃ Z 2019 R.	WYNIKI BADAŃ Z 2011 R.
UZDROWISKO/ KURORT	34,0%	33,8%
SANATORIA	24,7%	20,7%
WYPOCZYNEK/ RELAKS	17,5%	2,5%
LECZENIE/ ZABIEGI/ REHABILITACJA	16,5%	10,9%
SIARKA (KĄPIELE, WODA)	14,4%	-*
ZDROWIE	11,3%	-
ATMOSFERA MIEJSCA	7,2%	4,7%
PARK ZDROJOWY	6,2%	-
POWIETRZE/ KLIMAT	5,2%	6,6%
SŁOŃCE	4,1%	-
SUMA	100,0%	100,0%

* Określenie nie pojawiło się w badaniach prowadzonych w 2011 r.

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 9. PROPOZYCJE SYMBOLI BUSKA-ZDROJU (DOWOLNA LICZBA WSKAZAŃ DANE Z 2019 R.).

ASPEKT	POZYCJA W RANKINGU
SŁOŃCE	1
WODA	2
FONTANNA	3
SIARKA	4
UZDROWISKO	5

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 10. UNIKALNE DOŚWIADCZENIA ZWIĄZANE Z BUSKIEM-ZDRÓJ (DANE Z 2019 R.).

ASPEKT	OGÓŁEM
NIE WIEM	28,0%
NIC	4,0%
TAK	63,0%
BRAK ODPOWIEDZI	5,0%
SUMA	100,0%

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 11. WSKAZYWANE KONKRETNE, UNIKALNE DOŚWIADCZENIA ZWIĄZANE Z BUSKIEM-ZDRÓJ (DOWOLNA LICZBA WSKAZAŃ DANE Z 2019 R.).

ASPEKT	POZYCJA W RANKINGU
SIARKA (KĄPIELE, WODA)	1
ZABIEGI	2
PARK ZDROJOWY	3
SANATORIA/ HOTELE	4
WSPANIAŁE OKOLICE	5

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 12. ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA BUSKA-ZDROJU Z PUNKTU WIDZENIA WYBRANYCH CECH (DANE Z 2019 R.).

ASPEKT	TAK	NIE	NIE WIEM	SUMA
AKTYWNY WYPOCZYNEK	78,8%	4,0%	17,2%	100,0%
TURYSTYKA ROWEROWA	60,6%	5,1%	34,3%	100,0%
SPACERY, WYCIECZKI PIESZE	84,9%	1,0%	14,1%	100,0%
POPRAWA STANU ZDROWIA	87,9%	0,0%	12,1%	100,0%
USŁUGI SPA/ WELLNESS	70,7%	5,1%	24,2%	100,0%
ODNOWA DUCHOWA (ODREAGOWANIE PSYCHICZNE)	48,5%	13,1%	38,4%	100,0%
CEL RELIGIJNY	18,2%	23,2%	58,6%	100,0%
ROZRYWKA, DOBRA ZABAWA	55,6%	11,1%	33,3%	100,0%
UDZIAŁ W KONFERENCJI, SEMINARIUM, SZKOLENIU	30,3%	11,1%	58,6%	100,0%
CEL ZAWODOWY (BIZNES)	29,3%	20,2%	50,5%	100,0%
FIRMOWY WYJAZD INTEGRACYJNY	35,4%	16,1%	48,5%	100,0%
UDZIAŁU W WYDARZENIACH KULTURALNYCH	56,6%	6,1%	37,3%	100,0%
WYPOCZYNEK W GRONIE RODZINY, PRZYJACIÓŁ	65,7%	7,1%	27,2%	100,0%
POZNAWANIE LOKALNEJ KULTURY, TRADYCJI	67,6%	6,1%	26,3%	100,0%
ZWIEDZANIE ZABYTEKÓW, MUZEÓW ITP.	56,6%	9,1%	34,3%	100,0%
POZNAWANIE WALORÓW PRZYRODNICZYCH PONIDZIA	73,7%	3,0%	23,3%	100,0%
REALIZACJA WŁASNYCH ZAINTERESOWAŃ	45,5%	8,1%	46,5%	100,0%
ZAKUPY	29,3%	26,3%	44,4%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 13. POTENCJALNE SEGMENTY RYNKU DLA BUSKA-ZDROJU
(WIELOKROTNOŚĆ WYBORU ODPOWIEDZI; DANE Z 2019 R.).

SEGMENT	OGÓLEM
DZIECI	21,1%
MŁODZIEŻ	18,9%
SENIORZY	84,4%
RODZINY Z DZIEĆMI	47,8%
OSOBY AKTYWNE ZAWODOWO	31,1%
SINGLE	26,7%
PARY	31,1%
GRUPY ZNAJOMYCH	13,3%
INNE	1,1%

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 14. BUSKO-ZDRÓJ NA TLE WYBRANYCH UZDROWISK POLSKICH.

	WYNIKI BADAŃ Z 2019 R.			WYNIKI BADAŃ Z 2011 R.		
	LEPIEJ	GORZEJ	NIE WIEM	LEPIEJ	GORZEJ	NIE WIEM
CIECHOCINEK	29,6%	11,2%	59,2%	6,1%	59,2%	34,7%
HORYNIEC ZDRÓJ	11,2%	9,2%	79,6%	4,5%	0,8%	94,7%
KRAKÓW-SWOSZOWICE	13,3%	4,1%	82,6%	4,1%	2,0%	93,9%
KRYNICA ZDRÓJ	25,5%	11,2%	63,3%	4,5%	64,8%	30,7%
KUDOWA ZDRÓJ	15,3%	8,2%	76,5%	-*	-	-
ŁĄDEK ZDRÓJ	17,4%	6,1%	76,5%	-	-	-
NAŁĘCZÓW	25,5%	8,2%	66,3%	4,9%	61,9%	33,2%
SOLEC ZDRÓJ	24,5%	6,1%	69,4%	5,3%	0,8%	93,9%
WIENIEC ZDRÓJ	9,2%	7,1%	83,7%	-	-	-

* W badaniach przeprowadzonych w 2011 r. uzdrowisko nie było przedmiotem ocen.

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 15. DEKLARACJA CHĘCI PRZYJAZDU DO BUSKA-ZDROJU.

SKOJARZENIA	WYNIKI BADAŃ Z 2019 R.	WYNIKI BADAŃ Z 2011 R.
TAK	91,0%	78,8%
NIE	4,0%	2,0%
NIE WIEM	5,0%	18,8%
BRAK ODPOWIEDZI	0,0%	0,4%
SUMA	100,0%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 16. POWODY CHĘCI PRZYJAZDU DO BUSKA-ZDROJU (DANE Z 2019 R.).

POWÓD	POZYCJA W RANKINGU
POPRAWA ZDROWIA	1
ATMOSFERA MIEJSCA	2
ODPOCZYNEK	3
WYJAZD DO SANATORIUM	4
SIARKA	5

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 17. SKOJARZENIA ZWIĄZANE Z SIARKĄ (DOWOLNA LICZBA WSKAZAŃ, DANE Z 2019 R.).

SKOJARZENIE	POZYCJA W RANKINGU
WALORY ZDROWOTNE	1
KĄPIELE	2
SPECYFICZNY ZAPACH	3
ZAPAŁKI	4
ZABIEGI	5
WODY MINERALNE, LECZNICZE	6
CHOROBY	7
KOSMETYKI	7
PIEKŁO	7
RELAKS, WYPOCZYNEK	8

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 18. DEKLARACJA CHĘCI SKORZYSTANIA W BUSKU-ZDROJU Z PRODUKTÓW I ZABIEGÓW OPARTYCH NA ZASOBACH SIARKI (DANE Z 2019 R.).

SKOJARZENIA	OGÓLEM
TAK	81,0%
NIE	6,0%
NIE WIEM	10,0%
BRAK ODPOWIEDZI	3,0%
SUMA	100,0%

Źródło: Opracowanie własne

TABELA. 19. PODAWANE POWODY CHĘCI SKORZYSTANIA Z PRODUKTÓW I ZABIEGÓW NA BAZIE SIARKI (DOWOLNA LICZBA WSKAZAŃ, DANE Z 2019 R.).

POWÓD	POZYCJA W RANKINGU
DLA ZDROWIA	1
SKUTECZNOŚĆ	2
CIEKAWOŚĆ	3
WYPOCZYNEK/ RELAKS	4
ZABIEGI	5

Źródło: Opracowanie własne