

Magdalena Kugiejko, kugiejko@amu.edu.pl

Joanna Susło, j.suslo21@gmail.com

Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu

Obecny stan turystyki eventowej w Uniejowie*

Słowa kluczowe: turystyka eventowa, event, turystyka kulturowa, Uniejów

Abstrakt

Artykuł dotyczy aktualnego stanu i potencjału turystyki kulturowej w Uniejowie. Po uzasadnieniu znaczenia eventu dla rozwoju tego typu turystyki, autorki dokonują diagnozy stanu turystyki eventowej w Uniejowie i perspektyw z nią związanych. W dalszej części pracy przedstawiają wyniki przeprowadzonych badań, analizę przykładowych wydarzeń cyklicznych oraz sylwetki odbiorców i motywy ich uczestnictwa w poszczególnych zdarzeniach. Na podstawie kwestionariuszy ankiet oraz analizy SWOT dokonują oceny podstawowych kwestii związanych z aktualnym stanem atrakcyjności turystycznej badanego obszaru w kontekście turystyki eventowej.

Wprowadzenie

We współczesnym świecie wyraźnie zauważalny jest nieustanny rozwój różnorodnych imprez, które stanowią popularne formy spędzania czasu wolnego. W świadomości społecznej czas wolny postrzegany jest przez pryzmat odpoczynku oraz rozrywki.

Turystyka stanowi jedną z aktywności, którą wiele osób wypełnia czas przeznaczony na wypoczynek. Jednym z jej typów jest turystyka kulturowa, która, jak pokazują badania i dyskusje ekspertów, dynamicznie się rozwija [Ratkowska 2010, ss. 109-129; Borzyszkowski 2011, ss. 4-16].

Armin Mikos von Rohrscheidt [2008] podzielił turystykę kulturową na trzy kategorie: turystykę kultury wysokiej, turystykę edukacyjną oraz powszechną turystykę kulturową. Opisywana jest ona jako świadome podróże do obiektów, miejsc kultury oraz uczestnictwo w eventach kulturalnych. Uczestnicy wyjazdów powiększają dotychczasową wiedzę, są więc przygotowani do podróży, zainteresowani danymi aspektami, czerpiąc z owych wytworów kultury (przedsięwzięcia teatralne, filmowe) [Mikos von Rohrscheidt 2010, s. 42, Buczkowska 2008, s. 48; Buczkowska 2012, s. 1]. Rozwój turystyki wzbogaca życie ludzi, nadaje znaczenie społeczeństwu i umożliwia wspólne dzielenie się przeżyciami pomiędzy gospodarzami, a gośćmi poszczególnych imprez [Buczkowska 2009, s. 91].

Ściśle z turystyką eventową łączy się termin „event” [Mikos von Rohrscheidt 2009, ss. 71-94], który stosowany jest zamiennie ze sformułowaniami wydarzenie lub zdarzenie. Autorki powołują się na podział eventów dokonany przez Armina Mikosa von Rohrscheidta, według którego tworzą go dwa główne nurty przewodnie [Mikos von Rohrscheidt 2008, 2013, ss. 99-104]: eventy kultury wysokiej (festiwale muzyki klasycznej i operowej, festiwale i konkursy filmowe, kulturowe „lata tematyczne”) oraz eventy kultury popularnej (festyny ludowe, turnieje rycerskie, „dni miast”). Eventy kultury popularnej posiadają zazwyczaj charakter periodyczny, powtarzający się corocznie. Przedmiot badań (imprezy cykliczne odbywające się w Uniejowie) uwzględnia eventy kultury popularnej, których cechą charakterystyczną jest ogólna dostępność podyktowana niewielkimi wymaganiami wobec odbiorcy. Wydarzenia zinwentaryzowano, a następnie przedstawiono strukturę eventów organizowanych w Uniejowie.

Podjęta próba ich oceny jest zorientowana na podnoszenie poziomu świadczeń. Zarządzanie marką, wymaga z jednej strony dobrej znajomości potrzeb i oczekiwań klientów,

* Tekst powstał na podstawie pracy magisterskiej Joanny Susło napisanej pod kierownictwem prof. zw dr hab. Andrzeja Kostrzewskiego oraz dr Mariusza Samołyka.

z drugiej opinii o poziomie dotychczas dostarczanych usług. Najlepszym sposobem badania poziomu jakości wydarzenia jest poznanie opinii konsumentów na temat oferowanych usług [Jaremen 2008, ss. 133-136]. Poznanie aktualnego stanu turystyki eventowej, stanowiącej część całego ruchu turystycznego w Uniejowie i posiadającej potencjał wpływania na jego wielkość, pozwoliło na uzyskanie pełniejszego obrazu oferty turystyczno-kulturalnej miasta. Wyniki analizy posłużyły (dzięki obrazowi czasowo-przestrzennego rozmieszczenia eventów) na zweryfikowanie trafności tego typu przedsięwzięć. Działania mogą być pomocne w planowaniu i organizacji nowej oferty imprez.

Obszar i metody badań

Miasto Uniejów leży w centralnej Polsce, w północno-zachodniej części województwa łódzkiego. Liczy 3009 mieszkańców [GUS 2012], ulokowane jest nad Wartą w jej środkowej części. Rzeka ta w przeszłości miała decydujący wpływ na rozwój miasta. Obecnie rola Warty zmalała na rzecz wód geotermalnych zalegających w osadach niecki łódzkiej. Strefę na zachód od rzeki stanowi obszar terasy zalewowej, gdzie usytuowany jest segment turystyczny miasta z zespołem zamkowo-parkowym, basenami termalnymi, uzdrowiskiem Uniejów oraz Zagrodą Młynarską [Kobojek 2012]. Na tym terenie odbywają się również wszystkie wydarzenia kulturalno-turystyczne. Istotnym czynnikiem decydującym o atrakcyjności turystycznej obszaru jest geologia, która obecnie pośrednio stymuluje rozwój miasta. Budowa geologiczna niecki mogileńsko-łódzkiej [Kobojek 2012; Stupnicka 1989] to nie tylko występowanie wodonośnej warstwy podziemnej, zbiornika wód geotermalnych [Górecki 1995], ale również obecność diapir solnych w okolicach Turku, Konina i Uniejowa [Widera 1998]. Duży zasób ciepłych wód pochodzących z głębi Ziemi, dał możliwość uznania Uniejowa za jedyne uzdrowisko termalne w Polsce.

Badania przeprowadzono w okresie 25.05-06.09.2013r., podczas cyklicznie odbywających się imprez. Jako metodę badawczą przyjęto sondaż diagnostyczny. Badania miały na celu m.in. określenie motywów przyjazdu respondentów do Uniejowa. Kwestionariusz ankiety składał się z trzech elementów: pytań dotyczących profilu turystów biorących udział w wydarzeniach (wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania), dalej motywów przyjazdu, długości pobytu, poziomu zadowolenia z zagospodarowania obszaru imprezy, a ostatnia część ankiety obejmowała ocenę i sugestie dotyczące organizacji poszczególnych wydarzeń. Ankiety rozdawane były podczas wydarzeń, w trakcie trwania występów, koncertów lub pokazów. Badaniami ankietowymi objęto 301 osób.

Po zakończeniu wszystkich wydarzeń cyklicznych badaniami objęto także mieszkańców Uniejowa. Celem tych działań było uzyskanie informacji na temat jakości życia podczas różnego rodzaju imprez oraz obecności turystów krajowych i międzynarodowych, a także poznanie opinii mieszkańców na temat tego, czy odbywające się imprezy generują ruch turystyczny w mieście (czy ich zdaniem mogą być one głównym czynnikiem rozwoju turystyki), ponadto jakie działania promocyjne należy ich zdaniem podjąć. Ankieta, w której udział wzięło 100 osób, zawierała metryczkę składającą się z trzech pytań oraz piętnaście pytań dotyczących turystyki eventowej w Uniejowie. Uzupełnieniem badań sondażowych były przeprowadzone cztery wywiady z osobami zajmującymi się organizacją wydarzeń. W trakcie rozmów podejmowano tematy: tworzenia, dostępności oraz popularyzacji eventów.

Pomiar jakości rozumiany jest jako szacowany stopień spełnienia przez produkt turystyczny (incydent kulturowy) oczekiwań i potrzeb klientów [Jaremen 2008, ss. 133-136]. W tym celu dokonano inwentaryzacji poszczególnych imprez. Dzięki tej metodzie uzyskano dokładne dane liczbowe dotyczące infrastruktury wchodzącej w skład zagospodarowania terenu przeznaczonego na przeprowadzenie poszczególnych wydarzeń.

Charakterystyka i przebieg wydarzeń cyklicznych

Poniżej przedstawiona została ogólna charakterystyka wydarzeń cyklicznych (Tab.1.) odbywających się w Uniejowie. Dodatkowo zaprezentowano programy wybranych imprez oraz zweryfikowano poprawność ich realizacji w czasie rzeczywistym (załączniki).

Tab.1. Charakterystyka i przebieg wydarzeń cyklicznych w Uniejowie

Wydarzenie	Szczegółowy opis i przebieg
Dni Uniejowa 25-26 V (Zał.1.)	- Wydarzenie zorganizowane przez władze miasta, odbyło się na placu pomiędzy Termami Uniejów, a rzeką Wartą. - Szczegółowy program prezentujący „Dni Uniejowa” nie był ogólnodostępny. Organizatorzy ograniczyli się jedynie do udostępniania plakatu, na którym zaznaczone były podstawowe informacje o wydarzeniu. Brakowało dokładnych informacji dotyczących ram czasowych poszczególnych koncertów. - Dni Uniejowa są wydarzeniem o charakterze lokalnym i nie były promowane poza obszarem regionu łódzkiego.
Dni Wody 22-23 VI (Zał.2.)	- Event organizowany przez Polskie Radio z okazji IX Ogólnopolskich Dni Wody. W wydarzeniu bierze udział 81 gmin położonych nad rzeką Wartą oraz 30 powiatów z 7 województw Polski w celu propagowania racjonalnego korzystania z zasobów wodnych oraz przeciwdziałania ich zanieczyszczeniom (Uchwała Nr XLI/240/091). Dni Wody w Uniejowie wyróżniono na arenie ogólnopolskiej, gdyż rozpoczynała się tam wakacyjna trasa Lata z Radiem. - Koncerty jakie miały miejsce podczas Dni Wody w Uniejowie promowane były na szeroką skalę. Informację o tym wydarzeniu znaleźć można było na różnego rodzaju stronach internetowych, portalach społecznościowych oraz słuchając audycji Polskiego Radia.
IX Turniej Rycerski 06-07 VII	- IX Turniej Rycerski odbył się na placu pomiędzy Zamkiem Arcybiskupów Gnieźnieńskich, a rzeką Wartą. - Wstęp był odpłatny. - Każdy z dwóch dni imprezy miał podobny program (pokazy rycerskie, sokolnicze, występy taneczne). - Uczestnicy biorący udział w wydarzeniu narzekali na brak dokładnych informacji w Internecie. - Dodatkową atrakcją wydarzenia był odbywający się równolegle z turniejem Jarmark Średniowieczny.
V Indiańskie Lato - Święto Alei im. Sat- Okha 02-04 VIII (Zał. 3 i 4)	- Organizatorami wydarzenia są mieszkający na stałe w Uniejowie indianiści, czyli miłośnicy kultury Indian. Genezą Indiańskiego Lata były spotkania fanów kultury indiańskiej. W wydarzeniu uczestniczą indianiści nie tylko z Polski, ale również z zagranicy, m.in. Francji czy Peru. - Elementami odróżniającymi Indiańskie Lato od innych wydarzeń cyklicznych jest przede wszystkim tematyka oraz czas trwania eventu (3 dni). Program każdego dnia w inny sposób nawiązywał tematycznie do kultury Indian Ameryki Północnej i Południowej. - Promocja wydarzenia odbywała się tego samego dnia przy wejściu do kompleksu basenów termalnych. - Organizatorzy w strojach indiańskich zachęcali turystów do udziału w wydarzeniu (malowanie twarzy, konkursy plastyczne).

1 Uchwała nr XLI/240/09 Rady Miejskiej w Uniejowie z dnia 16 marca 2009 r.

Wydarzenie	Szczegółowy opis i przebieg
VIII Jarmark Średniowieczny 10-11 VIII	• VIII Jarmark Średniowieczny ściśle opierał się o program IX Turnieju Rycerskiego. • Program imprezy został umieszczony w Internecie w postaci plakatu promującego wydarzenie (jedynie zmieniono grafikę). • Lokalizacja wydarzenia również nie uległa zmianie (plac nieopodal rzeki Warty). VIII Jarmark Średniowieczny odznaczał się lepszą organizacją niż IX Turniej Rycerski.
Pożegnanie Wakacji- Lato Zet i Dwójki 25 VIII	• Organizatorem koncertu było Radio ZET i TVP 2. Wydarzenie miało charakter artystyczno-przeglądowy, gdzie prezentowano krótkie występy artystów polskiej sceny muzycznej (zespół Perfect, Enej, Army of Lovers, Edyta Górniak, Natalia Sikora). • Na plakacie brak dokładnego rozkładu godzinowego jednodniowej imprezy. • Imprezie towarzyszyła baza gastronomiczna oraz liczne atrakcje dla najmłodszych. • W Pożegnaniu Wakacji brała udział największa ilość uczestników spośród wszystkich badanych wydarzeń. Ze względu na ogólnodostępny charakter wydarzenia publiczność nie zmieściła się na placu, który został wyznaczony na koncerty.

Źródło: Opracowanie własne.

Wydarzenia zawarte i opisane w Tab.1. przedstawiają pozytywne i negatywne aspekty organizacji eventów. W każdym z programów zabrakło szczegółowego harmonogramu koncertów lub pokazów. Przekazane zostały tylko ogólne wiadomości dotyczące planowanego wydarzenia (dzień rozpoczęcia oraz zakończenia, główne atrakcje). Taki przekaz może dezorientować ewentualnych uczestników, ponadto w trakcie niemal wszystkich imprez występowały opóźnienia, które doprowadzały do ich późniejszego zakończenia. Pozytywnym aspektem jest fakt, że organizatorzy wszystkich przeprowadzonych imprez zrealizowali całość podanych wcześniej programów.

Harmonogramy imprez i zagospodarowanie ich terenu

Imprezy zorganizowano w weekendy (od drugiej połowy maja, do ostatnich dni sierpnia). Większość odbywała się w okresie letnich wakacji szkolnych - czasu zacieśniania więzi rodzinnych, spędzania czasu z dziećmi.

Zagospodarowanie terenu przeznaczonego na poszczególne wydarzenia cykliczne było istotne dla prowadzonych badań, zatem zostało objęte szczegółowym spisem inwentaryzacyjnym.

Pierwszym aspektem związanym z zagospodarowaniem była wielkość obszaru przeznaczonego na poszczególne zdarzenia oraz jego lokalizacja w mieście. Badane wydarzenia odbywały się w dwóch miejscach. Jedno z nich znajdowało się bezpośrednio przy Warcie i Basenach Termalnych, zajmowało powierzchnię około 6750 m² (obliczenia własne). Na tym obszarze zorganizowane zostały Dni Uniejowa (II dzień), Dni Wody (I dzień), V Indiańskie Lato - Święto Alei im. Sat-Okha oraz Pożegnanie Wakacji. Drugie miejsce organizacji imprez znajdowało się przy Zamku Arcybiskupów Gnieźnieńskich, bezpośrednio przy brzegu rzeki Warty. Jego powierzchnia wynosiła około 1350 m² (obliczenia własne). Rozgrywane były na nim pokazy turniejów rycerskich podczas IX Turnieju Rycerskiego i VIII Jarmarku Średniowiecznego, a także miały tam miejsce obchody drugiego dnia Dni Wody. Podczas wszystkich wyżej wymienionych wydarzeń teren imprez ogrodzono

barierkami lub płotem. Wyjątek stanowi V Indiańskie Lato oraz drugi dzień Ogólnopolskich Dni Wody.

Kolejnym z analizowanych elementów zagospodarowania terenów imprez była baza gastronomiczna, która stanowi niezwykle ważny element takich wydarzeń. Jak wynika z analizy (Tab.2.) punkty gastronomiczne występowały jedynie podczas koncertów, zabrakło ich natomiast w czasie trwania wydarzeń o charakterze pokazowym.

Na terenie imprez znajdowała się taka sama ilość miejsc pozbawionych zadaszenia (ochrona przeciwsłoneczna oraz przeciwdeszczowa) - trybuna zawierających 45 miejsc siedzących. O miejsca siedzące z obecnością parasoli zadbał organizatorzy wszystkich zdarzeń o charakterze koncertowym, spośród których największą ich ilość zagwarantowano czasie Pożegnania Wakacji.

Kolejne elementy organizacji imprez ściśle powiązane z Ustawą z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych. Zgodnie z wytycznymi tej ustawy przez imprezę masową należy rozumieć „imprezę o charakterze artystycznym, rozrywkowym lub zorganizowane publiczne oglądanie przekazu telewizyjnego na ekranach lub urządzeniach umożliwiających uzyskanie obrazu o przekątnej przekraczającej 3 m, która ma się odbyć:

- a) na stadionie, w innym obiekcie niebędącym budynkiem lub na terenie umożliwiającym przeprowadzenie imprezy masowej, na których liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, wynosi nie mniej niż 1000,
- b) w hali sportowej lub w innym budynku umożliwiającym przeprowadzenie imprezy masowej, w których liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, wynosi nie mniej niż 500” [Dz. U. 2009 Nr 62 poz. 504 ze zm., rozdz. 1, art. 3 p.2].

W przypadku imprezy masowej organizator musi zapewnić m. in. udział służb porządkowych, służb informacyjnych oraz kierującego tymi służbami kierownika do spraw bezpieczeństwa, pomoc medyczną; zaplecze higieniczno-sanitarne [Dz.U. 2009 Nr 62 poz. 504, Rozdz. 2, art. 6.1].

Wszystkie powyżej przytoczone wymogi zostały zrealizowane w trakcie omawianych wydarzeń cyklicznych odbywających się w Uniejowie w okresie letnim. Dopatrzone się jednak kilku uchybień: podczas V Indiańskiego Lata zabrakło karetki oraz ochrony utrzymującej porządek. Brak ochrony tłumaczy fakt, iż zdarzenie to nie było organizowane na dużą skalę, na terenie imprezy jednocześnie maksymalnie mogło przebywać 150- 200 osób w jednym czasie, a zatem zgodnie z przytoczona definicją nie była to impreza masowa, jednakże przy takiej liczbie osób warto zabezpieczyć zaplecze medyczne dla komfortu uczestniczących wydarzeniu osób, bez względu na wymogi ustawowe.

Podczas wszystkich wydarzeń ruchem kierowała Straż Pożarna oraz Policja.

Istotnym elementem organizacji tego typu imprez jest zabezpieczenie przez organizatorów odpowiedniej ilości miejsc parkingowych. W tabeli (Tab.2.) brakuje danych odnośnie miejsc parkingowych, co podyktowane jest brakiem specjalnie wytyczonych miejsc postojowych. Podczas wydarzeń, a w szczególności tych o charakterze koncertowym, zawsze występuje problem z niewystarczającym obszarem przeznaczonym do parkowania samochodów. Rezultatem było całkowite wykorzystanie wolnej przestrzeni miasta, miejsc parkingowych znajdujących się w części mieszkalnej. Podczas trwania imprez cały obszar miejski staje się parkingiem dla przyjezdnych. Szczegółowe informacje dotyczące zagospodarowania terenów imprez w trakcie badanych wydarzeń przedstawia poniższa tabela (Tab. 2.).

Tab.2. Zagospodarowanie terenu przeznaczonego na poszczególne wydarzenia cykliczne w Uniejowie.

Elementy zagospodarowania	Dni Uniejowa	Dni Wody	IX Turniej Rycerski	V Indiańskie Lato	VIII Jarmark Średnio-wieczny	Pożegnanie Wakacji
Powierzchnia [m ²]	Ok. 6750	Ok. 6750	Ok.1350	Ok. 6750 plac ogólny, wykorzystano ok. 1/6 areалу	Ok.1350	Ok. 6750
Ilość punktów gastronomicznych	5	5	brak	brak	brak	7
Ilość miejsc siedzących z parasolami	315	400	brak	brak	brak	1020
Ilość miejsc siedzących bez parasoli	45	45	45	45	45	45
Ilość punktów sanitarnych	10	12	brak	2	brak	24
Ilość stoisk z pamiątkami tematycznymi	brak	brak	22/28	10	34/41	brak
Ilość namiotów tematycznych	brak	brak	15	16	15	brak
Wesołe miasteczko	3 zjeżdżalnie, 1 trampolina	3 zjeżdżalnie, 1 trampolina	brak	brak	brak	1 dmuchany tunel
Telebimy	brak	1	brak	brak	brak	3
Ilość karetek	1	1	1	brak	1	2
Ilość ochroniarzy	Ok. 50	Brak danych	2	brak	2	Brak danych

Źródło: Opracowanie własne.

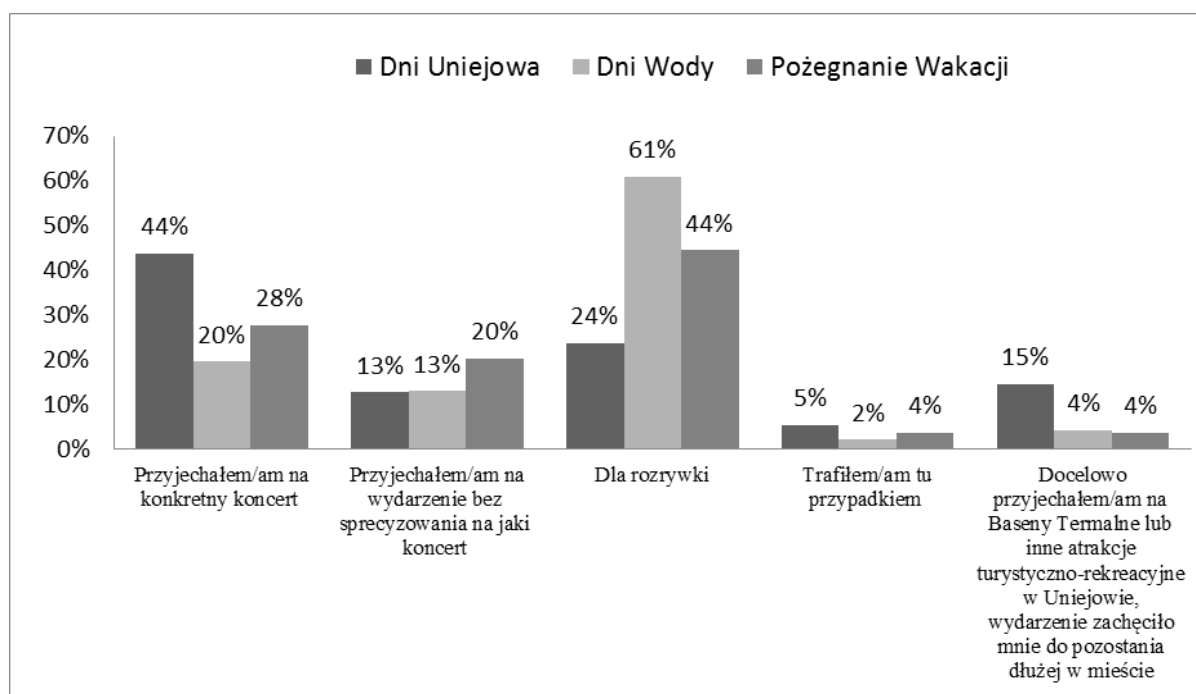
W ocenie końcowej najlepiej zagospodarowano teren podczas Pożegnania Wakacji oraz Dni Wody, podczas których organizatorzy zadbali o zaplecze gastronomiczne oraz sanitarne. Gorzej, ale wciąż na wysokim poziomie, było podczas Dni Uniejowa. Negatywną stroną zdarzeń o charakterze koncertowym, była zbyt mała ilość wyżej wymienionych elementów infrastruktury. Ponadto problem z miejscami parkingowymi dla osób przyjezdnych doprowadził do sparaliżowania miasta. Podczas wydarzeń o charakterze pokazowym brakowało punktów gastronomicznych oraz zadaszonych miejsc siedzących. Trybuny mieszczące 45 osób w trakcie IX Turnieju Rycerskiego oraz V Indiańskiego Lata wystawione były na pełne słońce. Z powyższego zestawienia wynika, że należy udoskonalić i podwyższyć poziom zagospodarowania terenu podczas większości przygotowywanych w Uniejowie imprez.

Turystyka eventowa w Uniejowie - stan aktualny i perspektywy rozwoju - wyniki badań ankietowych

Aktualny stan turystyki eventowej określono na podstawie podsumowania wyników badań ankietowych. Przeprowadzono je w czasie trwania omawianych wcześniej imprez. Kwestionariusze ankiet składały się z dwóch części: metryki zawierającej 5 pytań oraz części

dotyczącej bezpośredniego uczestnictwa w wydarzeniu. Drugi fragment obejmował bardziej szczegółowe pytania zamknięte oraz półotwarte, zamieszczone po to, by poznać opinie badanych oraz propozycje zmian programów poszczególnych imprez. Kwestionariusze ankiet rozdawane były losowo wybranym uczestnikom eventu. Podczas każdego wydarzenia ankietowanych było 50 osób. Wyjątek stanowi ankiet dla uczestników Dni Uniejowa, gdzie udział wzięło 51 respondentów. Łącznie uzyskano 301 ankiet, z czego przebadanych było 139 mężczyzn oraz 162 kobiety. Utworzona baza danych obejmowała odpowiedzi uczestników na pytania dotyczące kolejno następujących po sobie wydarzeń: Dni Uniejowa, Dni Wody, IX Turniej Rycerski, V Indiańskie Lato- Święto Alei im. Sat-Okha, VIII Jarmark Średniowieczny oraz Pożegnanie Wakacji.

Analizując uzyskane wyniki badań można zauważyć, że odpowiedzi udzielone podczas wydarzeń koncertowych różnią się od danych zebranych podczas wydarzeń o charakterze pokazowym. Pierwsze różnice to charakterystyka badanej zbiorowości. Osoby biorące udział w koncertach to w większości ludzie młodzi (21-25 lat), głównie mieszkający w okolicznych miastach województwa łódzkiego oraz wielkopolskiego (położenie Uniejowa na styku dwóch jednostek administracyjnych). Natomiast ankietowani uczestnicy wydarzeń pokazowych to przeważnie osoby powyżej 36 lat, zamieszkujące miasta w obrębie województw: łódzkiego, wielkopolskiego oraz mazowieckiego. Zauważa się jednak, że najbardziej stabilną grupą są badani w wieku 26-35 lat, których uczestnictwo zaznacza się na stosunkowo równym i wysokim poziomie podczas każdego rodzaju eventów. Analizując motywy przyjazdu turystów na wydarzenia cykliczne w Uniejowie można również odwołać się do specyfiki oferowanych imprez. Pierwszy typ stanowią wydarzenia o charakterze koncertowym (Ryc.1.), drugi to wydarzenia mające charakter pokazowy (Ryc.2.).

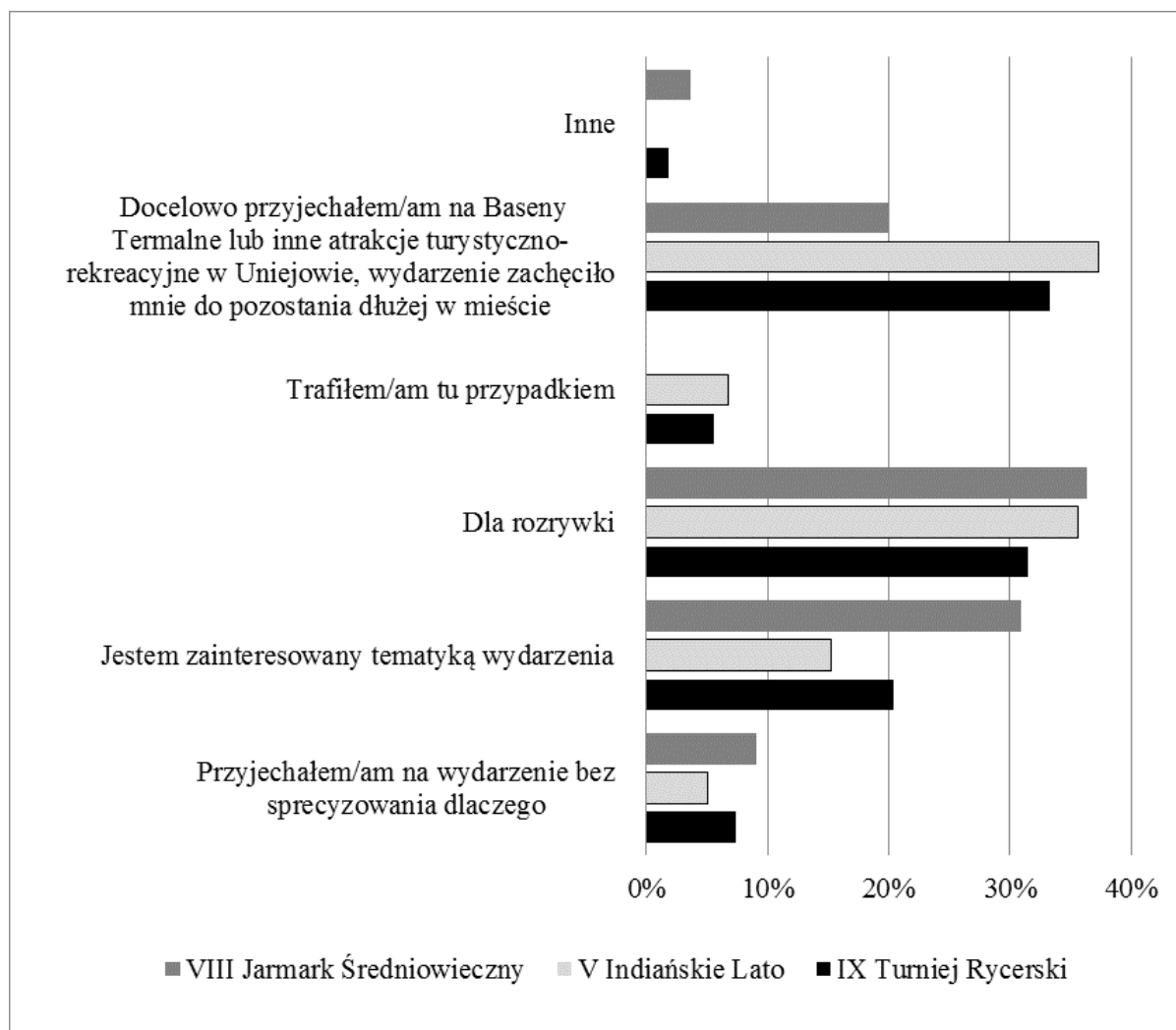


Ryc.1. Motywy przyjazdów turystów na wydarzenia o charakterze koncertowym odbywających się w Uniejowie

Źródło: opracowanie własne.

Dominującym motywem przyjazdów była szeroko rozumiana rozrywka (Ryc.1. i Ryc.2.), która została zapewniona przyjezdnym w postaci koncertów oraz pokazów o tematyce indiańskiej lub rycerskiej. Odpowiedni dobór koncertów (45% respondentów uznało koncerty za główny czynnik sukcesu) oraz ciekawa tematyka wydarzeń pokazowych, przełożyła się na wysoki poziom zadowolenia respondentów. Wśród badanych znalazła się

duża grupa osób, dla których główną przyczyną przyjazdu były Baseny Termalne, a organizowane wydarzenia zachęciły ich do dłuższego pozostania w mieście. Ponadto spośród respondentów, którzy docelowo przyjechali na koncerty, istotna większość wyraziła chęć zwiedzenia uniejowskich obiektów turystycznych. Powyższe stwierdzenie stanowi potwierdzenie roli, jaką odgrywa turystyka eventowa, która stanowi zarówno element sprawczy jak i uzupełniający innych rodzajów turystyki w Uniejowie.



Ryc.2. Motywy przyjazdów turystów na wydarzenia o charakterze pokazowym

Źródło: opracowanie własne.

Znając motywy, jakimi kierują się respondenci przyjeżdżający na cykliczne wydarzenia kulturalne, zwrócono uwagę na długość ich pobytu. Ankietowani biorący udział w wydarzeniach koncertowych najczęściej przyjeżdżali na jeden dzień, bez korzystania z noclegu w Uniejowie (69%). Z kolei podczas wydarzeń o charakterze pokazowym dominuje grupa osób pozostająca w Uniejowie na kilka dni, zatrzymująca się głównie w kwaterach prywatnych.

Informacja o odbywających się eventach musi dotrzeć do potencjalnych odbiorców. Ustalenie i wykorzystanie najskuteczniejszego przepływu komunikatu, stanowi częściowo o sukcesie przeprowadzanego wydarzenia. Głównym źródłem wiedzy o eventach był Internet oraz informacje zaczerpnięte od przyjaciół i znajomych. Rzadko wskazywanym źródłem były środki masowego przekazu takie jak prasa, telewizja oraz radio.

Reasumując, poziom zadowolenia z organizacji i z uczestnictwa jest wysoki, co stanowi duży sukces organizatorów oraz ma znaczenie dla turystyki eventowej w Uniejowie.

Pojawiają się jednak znaczące uwagi, dotyczące aspektów zagospodarowania przestrzennego terenu. Wśród nich znalazły się: słaby dostęp do obiektów sanitarnych i gastronomicznych lub ich brak, niedostateczna ochrona przed słońcem lub deszczem oraz deficyt miejsc parkingowych. Spośród uczestników biorących udział w zdarzeniach cyklicznych w Uniejowie ponad 90% poleciłoby je znajomym, sami również wyrażają chęć uczestnictwa w innych imprezach w kolejnych latach. Dodatkowo spośród 301 respondentów 133 osoby brały udział w wydarzeniu w roku poprzednim, a ponad 90% z nich zadeklarowało, że to zeszłoroczne zachęciły ich do udziału w kolejnym. W konsekwencji rezultaty wynikające z badań ankietowych świadczą o dużej roli wydarzeń cyklicznych. Stanowią one swoistą formę reklamy bazującej na zadowoleniu uczestników i ich zachęceniu do udziału w innych lub tożsamyh zdarzeniach odbywających się w kolejnych latach.

Uzupełnieniem badań sondażowych pośród uczestników poszczególnych wydarzeń są wyniki uzyskane z badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Uniejowa (n=100), które dopełniają obraz aktualnego stanu turystyki eventowej. Ich celem było uzyskanie informacji o aktualnym obrazie turystyki eventowej w mieście oraz na temat jakości życia podczas wydarzeń kulturalnych. Według respondentów imprezy mające miejsce w Uniejowie zdecydowanie generują ruch turystyczny w mieście. Co więcej, zwiększony ruch nie powoduje zmniejszenia jakości życia mieszkańców, a dodatkowo wpływa pozytywnie na wzrost dochodów. Podobne wyniki przedstawił w 2015 roku ośrodek łódzki, gdzie skupiono się na wpływie inwestycji turystycznych w Uniejowie. Podkreślono tam istotność podejmowanych działań w sferze życia kulturalnego miasta i regionu [Węgielnik, Włodarczyk 2015, ss. 227-229].

Zdaniem 72% respondentów turystyka eventowa posiada odpowiednią promocję na rynku krajowym. Dominująca część mieszkańców zauważa również obecność turystów zagranicznych na terenie Uniejowa. Według opinii mieszkańców podstawowym motywem przyjazdu są Baseny Termalne. Najwięcej turystów zagranicznych pochodzi z Niemiec, następnie Wielkiej Brytanii oraz Rosji. Zdaniem ankietowanych wydarzenia cykliczne nie generują ruchu turystycznego spoza granic naszego kraju, a jako propozycję mającą na celu jego zwiększenie wskazują lepszą promocję eventów na rynkach zagranicznych.

W celu określenia perspektyw rozwoju turystyki eventowej konieczne jest zestawienie słabych i mocnych stron aktualnie odbywających się wydarzeń, jak również szans i zagrożeń, jakie mogą pojawić się w przyszłości (analiza SWOT).

Analizując zestawienie (Tab.3) od razu zauważa się, że turystyka eventowa w Uniejowie posiada więcej stron pozytywnych niż negatywnych. Świadczy to o jej rosnącym na przyszłość, stosunkowo dobrym poziomie. Słabe strony turystyki eventowej, niewielkim nakładem można przeobrazić w pozytywne atrybuty. Taka sytuacja jest możliwa w przypadku niewystarczającej promocji wydarzeń o charakterze pokazowym oraz braku dokładnych informacji w Internecie. W prosty sposób można to poprawić poprzez inwestycje w reklamę oraz rozpowszechnienie szczegółów wydarzeń za pomocą Internetu. Dzięki temu organizatorzy mogą pozyskać większą liczbę przyjezdnych, zwiększając tym samym swoje przychody i poprawiając wizerunek wydarzeń oraz samego Uniejowa. Biorąc pod uwagę czynniki zewnętrzne turystyka eventowa w Uniejowie ma przewagę cech pozytywnych (lewa strona Tab.3) nad negatywnymi (prawa strona Tab.3). Ogromną szansę dla turystyki eventowej stanowią obecni w mieście turyści międzynarodowi. Zaprezentowany rozkład jest dowodem na uzyskanie dobrego poziomu tego typu turystyki oraz dużej szansie na dalszym rozwój przy wykorzystaniu wcześniej proponowanych sposobów zamieniających słabe strony na silne atrybuty oraz zamianę szans na mocne strony.

Tab. 3. Analiza SWOT turystyki eventowej na podstawie wydarzeń cyklicznych

	Mocne strony	Słabe strony
Czynniki wewnętrzne	- obecność dużego terenu imprez oraz urządzeń obsługujących obecne wydarzenia, - lokalizacja w centrum Polski i rozbudowana sieć dróg-łatwy dojazd do Uniejowa z różnych miejsc Polski, - unikalna tematyka wydarzeń o charakterze pokazowym, - doświadczenie w organizacji, - dobra promocja wydarzeń koncertowych (reklamy w TV i radiu), - duży popyt na obecnie organizowane wydarzenia (szczególnie o charakterze koncertowym), - ciągłe inwestycje w rozwój funkcji turystycznej miasta, - dobrze rozwinięta baza noclegowa i gastronomiczna w obrębie miasta, - przychylność władz na organizację pokazów oraz koncertów.	- słaba promocja wydarzeń o charakterze pokazowym, - brak dokładnych informacji w internecie o ramach czasowych koncertów lub pokazów, - mała pomysłowość organizatorów na urozmaicenie programu, - problem z parkingiem podczas wydarzeń (szczególnie koncertowych), - słabe zagospodarowanie terenu imprezy podczas wydarzeń o charakterze pokazowym (brak gastronomii, mała ilość lub brak obiektów sanitarnych), - zakorkowanie miasta podczas koncertów.
Czynniki zewnętrzne	Szanse - brak w okolicy miejscowości organizujących wydarzenia o charakterze pokazowym z tak unikalną tematyką oraz wydarzeń koncertowych odbywających się na tak dużą skalę jak ma to miejsce w Uniejowie, - brak w okolicy miejscowości, które posiadają tak bogatą ofertę turystyczną wpierającą rozwój, - duża liczba turystów w mieście, których można pozyskać dla turystyki eventowej, - plany kolejnych inwestycji w mieście, wzbogacające ofertę turystyczną – pozyskanie jeszcze większej ilości turystów, - obecność turystów międzynarodowych w mieście.	Zagrożenia - słabo rozwinięta sieć transportu publicznego (brak linii kolejowej, mała ilość bezpośrednich połączeń z dużymi miastami - jedyny wyjątek stanowi Łódź) - powstanie w pobliskich miejscowościach wydarzeń o podobnej lub ciekawszej tematyce.

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Celem nadrzędnym dla autorek było zbadanie aktualnego stanu oraz perspektyw rozwoju turystyki eventowej w Uniejowie na podstawie wydarzeń cyklicznych odbywających się w tym mieście. Do badań skłonił autorki gwałtowny rozwój imprez (wybrany obszar) oraz wątpliwość co do ich odpowiedniego przygotowania i przeprowadzenia. Na obecny stan turystyki eventowej oddziałują m.in. prawidłowość organizacji, rodzaj zagospodarowania

terenu przeznaczanego na poszczególne wydarzenia. Istotnym elementem było wskazanie głównych motywów przyjazdów turystów do Uniejowa z uwzględnieniem imprez kulturalnych.

Pierwszym etapem było porównanie programu poszczególnych wydarzeń ze stanem faktycznym. Jak wykazano (Załącz. 1,2,3,4) nie na wszystkich imprezach zrealizowano pełny ich harmonogram. Organizatorzy w działaniach promocyjnych ograniczyli się jedynie do udostępniania w Internecie istniejących plakatów, które zawierały wyłącznie zdawkowe informacje dotyczące ram czasowych występów. Inwentaryzacja terenu imprez wykazała wciąż niedostateczne zagospodarowanie i poziom infrastruktury. Najlepiej w klasyfikacji zaprezentowało się „Pożegnanie Wakacji”, które posiadało największą ilość miejsc siedzących z parasolami chroniącymi przed słońcem lub deszczem, obiektów sanitarnych oraz gastronomicznych. Ponadto w ogólnej ocenie stwierdza się, że wydarzenia o charakterze koncertowym były lepiej zagospodarowane niż wydarzenia o tematyce pokazowej. Braki dotyczyły obiektów gastronomicznych, sanitarnych oraz miejsc siedzących z zadaszeniem. Pomimo wyżej wymienionych uchybień ogólny stan zadowolenia ankietowanych osób z dostępności i zagospodarowania terenu imprezy klasyfikuje się na wysokim poziomie, co dobrze rokuje na kolejne lata. Uczestnikami wydarzeń byli głównie turyści jednodniowi, których głównym motywem przyjazdu była szeroko rozumiana rozrywka. Ponadto w badanej grupie zaznaczyła się spora grupa osób, dla których najatrakcyjniejsze były Baseny Termalne, a organizowane wydarzenia zachęciły je do dłuższego pozostania w mieście. Oznacza to, że imprezy kulturalne mogą stanowić zarówno urozmaicenie pobytu turystów głównie korzystających z innych atrakcji w mieście, jak i kreować ruch turystyczny. Istotny jest również fakt, iż znaczna część turystów, którzy przybyli do miasta głównie ze względu na organizowane wydarzenie, zainteresowała się obiektami turystycznymi, znajdującymi się w mieście (chęć zapoznania się z nimi). Taka sytuacja pokazuje, jak wybrane rodzaje turystyki wzajemnie się uzupełniają oraz jest dowodem na to, że turystyka eventowa wpływa korzystnie na ogólne ożywienie funkcji turystycznej miasta.

Podczas wszystkich wydarzeń, zdecydowana większość respondentów nie miała uwag co do wprowadzenia poważniejszych zmian w kolejnych edycjach. Jednak kilku uczestników zaproponowało stworzenie darmowego parkingu oraz zwiększenie ilości miejsc parkingowych, podwyższenie liczby punktów sanitarnych i gastronomicznych, zmianę głównego dnia wydarzenia z niedzieli na sobotę oraz zwiększenie ilości atrakcji zarówno dla osób dorosłych jak i dzieci. Inne propozycje były rzadziej wymieniane: np. wymieniono powtarzalność programu zarówno w ciągu dnia jak i z roku na rok. Ponadto respondenci wskazali konieczność wprowadzenia lepszej promocji wydarzeń, wychodzącej poza krąg lokalny oraz zmian w wydarzeniach w celu ich uatrakcyjnienia dla turystów zagranicznych. Przed rozpoczęciem zagranicznej kampanii reklamowej również należałoby zwiększyć inwestycje na eventy, które mogłyby obejmować organizację konferencji lub spotkań biznesowych.

Niezwykle ważna informacja wynikająca z analiz dotyczy turystyki zagranicznej przyjazdowej. Zdaniem mieszkańców Uniejowa głównym motywem przyjazdów turystów zagranicznych są w przeważającej części Baseny Termalne oraz status uzdrowiska. Oferta turystyki eventowej w tym przypadku nie jest w pełni przystosowana. Po dokonaniu analizy SWOT oraz analizie wyników badań sondażowych można stwierdzić, że turystyka eventowa ma dużą szansę rozwoju również w kierunku turystyki zagranicznej przyjazdowej. Wystarczy odpowiednio przygotować ofertę istniejących wydarzeń, tak by była ona atrakcyjna dla turystów zagranicznych oraz rozwinąć promocję na ich rynkach. Liczne zabytki oraz walory przyrodnicze występujące w obrębie miasta stają się kolejnymi produktami turystycznymi. Uniejów znajduje się też w dobrej lokalizacji na mapie Polski, umożliwia ona łatwe dotarcie do miasta z zachodniej Europy (autostrada A2 łącząca się z niemiecką autostradą A12).

Turystyczne oddziaływanie uniejowskich eventów kulturalnych można zwiększyć poprzez rozbudowę programów istniejących imprez na przykład poszerzenie ram czasowych do dwóch lub trzech dni, szczególnie, że większość z nich odbywa się w sezonie letnim. Tym samym poszerzając programy powinno się powiązać oferty uczestnictwa w eventach ze stworzeniem okazji do zwiedzania atrakcji turystycznych Uniejowa i okolic. Takie eventy mogą zapewnić danemu obszarowi recepcji turystycznej stały regularny dopływ gości oraz stać się produktem markowym danego regionu. Nowo tworzącym wydarzeniom wynikającym z otwarcia nowych obiektów turystycznych, a także rocznie ich funkcjonowania można nadać jakość kreowanych eventów. Z tego punktu widzenia istotny jest już sam wybór wiodącej tematyki oczywiście w nawiązaniu do danego obiektu, jego przeznaczenia (związek z historią danego miejsca, dziedzictwem kulturowym czy też działalnością uzdrowiskową). Poprawa organizacji oraz, co najistotniejsze, promocji eventów wymaga reorganizacji w obszarze promocji miasta i obszaru. Powołana grupa odpowiedzialna za kreowanie i upowszechnianie wizerunku powinna mieć na uwadze skalę i różnorodność zjawiska eventów kulturalnych w Uniejowie. W ich kompetencjach doszukiwać się można wywierania wpływu na wielkość ruchu turystów kulturowych (szanse na przyciągnięcie turystów z pozostałych części kraju i zagranicy). Dla usprawnienia działań można na bieżąco aktualizować prowadzone działania na portalu miasta, regularnie rozsyłać newslettery poświęcone eventom, udzielać audycji w lokalnych, krajowych mediach. Istotne również może okazać się uczestnictwo w targach turystycznych, lokowania produktu markowego regionu.

Na podstawie analizy SWOT autorki stwierdzają, że Uniejów obecnie zajmuje dość wysoką pozycję w dziedzinie turystyki eventowej, która posiada duże perspektywy rozwoju. Potwierdzeniem tego są również wcześniej wspomniane badania [Węgielnik, Włodarczyk 2015], w których podkreślono, że poczynione w Uniejowie inwestycje turystyczne mają wpływ na życie kulturalne mieszkańców. Dzięki korzystnym czynnikom zewnętrznym istnieje możliwość wyeliminowania słabych stron (niewystarczająca promocja wydarzeń o charakterze pokazowym, brak dokładnych informacji w Internecie). Turystyka eventowa dysponuje dużym potencjałem rozwoju i umocnieniem swojej pozycji w regionie, przy wykorzystaniu sprzyjających warunków do pozyskania obecnych w mieście turystów zagranicznych.

Bibliografia

- Buczowska K., Malchrowicz-Moško E., 2012, *Etyczne dylematy turystyki kulturowej*, [w:] *Turystyka Kulturowa*, www.turystykakulturowa.org, Nr 12/2012, Wyd. AWF w Poznaniu.
- Buczowska K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF w Poznaniu, Poznań.
- Buczowska K., 2009, *Kulturowa turystyka eventowa*, [w:] K. Buczowska, A. Mikos von Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF w Poznaniu, Poznań, ss. 91-118.
- Borzyszkowski J., 2011, *Wpływ eventu na rynek turystyczny – przykład ślubu księcia Williama i Kate Middleton*, „Turystyka Kulturowa” Nr 6, ss. 4-16.
- Górecki W. (red.), 1995, *Atlas zasobów energii geotermalnej w Polsce*, Wyd. Towarzystwo Geosynoptyków GEOS, Kraków.
- Jaremen D., 2008, *Metody i techniki oceny poziomu jakości w sferze usług turystycznych*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Nr 2, ss. 133-136.
- Kobjek E., 2012, *Położenie fizycznogeograficzne miasta i gminy Uniejów*, [w:] Marszał T. (red.), „Biuletyn Uniejowski”, t. I, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kondracki J., 2009, *Geografia Regionalna Polski*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Latour T., Smętkiewicz K., 2012, *Właściwości fizykochemiczne i chemiczne wód geotermalnych i ich zastosowanie lecznicze ze szczególnym uwzględnieniem wody z odwiertu PIG/AGH-2 w Uniejowie*, [w:] Marszał T. (red.), „Biuletyn Uniejowski”, t. I, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Marek S. (red.), 1977, *Budowa geologiczna wschodniej części niecki mogileńsko-łódzkiej*, *Prace Inst. Geol.*
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, GWSH-M Milenium, Gniezno.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2009, *Region jako cel współczesnej turystyki kulturowej*, „Folia Turistica” Nr 21 – 2009, ss. 71-94.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2010, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. KulTour.pl, Poznań.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2013, *Turystyka kulturowa w dobie przyspieszonej zmiany. Problemy zarządzania, promocji i badań turystyki kulturowej w Polsce*, KulTour.pl, Poznań, ss. 99-104.
- Ostrowski S., 1972, *Ruch turystyczny w Polsce*, Wydawnictwo Sport i Turystyka, Warszawa.
- Pączka S. (red.), 1993, *Środowisko geograficzne Polski Środkowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Ratkowska P., 2010, *O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze*, „Turystyka Kulturowa” Nr 4-6, ss. 109-129.
- Sapińska-Słiwa A., 2012, *Udostępnianie wód termalnych w Uniejowie- rys historyczny*, [w:] Marszał T. (red.), „Biuletyn Uniejowski”, t. I, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Smętkiewicz K. M., Smętkiewicz K. K., 2012, *Walory przyrodnicze gminy Uniejów- formy ochrony przyrody*, [w:] Marszał T. (red.) „Biuletyn Uniejowski”, t. I, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Uchwała nr XLI/240/09 Rady Miejskiej w Uniejowie z dnia 16 marca 2009 r.
- UNWTO 1994, *Recommendations on Tourism Statistics*, http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83e.pdf, United Nations, New York.
- Ustawa z dnia 20 marca 2009 roku o bezpieczeństwie imprez masowych (Dz.U. 2009 Nr 62 poz. 504).
- Widera M., 1998, *Ewolucja paleomorfologiczna i paleotektoniczna elewacji konińskiej*, Geologom.
- Węgielnik I., Włodarczyk B., 2015, *Badania wpływu inwestycji turystycznych w Uniejowie na jakość życia mieszkańców*, *Badania nad turystyką. Jeden cel, różne podejścia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, ss. 227-229.
- WTO (World Tourism Organization) 1985: *The States' Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development and the Proper Use and Exploitation of the National Cultural Heritage of Sites and Monuments for Tourists*, Madrid, Spain.
- www.stat.gov.pl (dostęp zweryfikowano 09.10.2015).
- www.sjp.pwn.pl (dostęp zweryfikowano 09.10.2015).

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1. Zestawienie programu II dnia Dni Uniejowa otrzymanego przez Urząd Miasta w Uniejowie ze stanem faktycznym

II dzień	
Program otrzymany przez Urząd Miasta w Uniejowie	Stan rzeczywisty
Od godziny 16:00 Występy zespołów Samokhin Band, G.D.P. Squad, IRA, KULT – brak szczegółowych danych	16: 00 Przywitanie wszystkich uczestników przez prowadzącego 16:05-17:00 Występ zespołu Samokhin Band 17:00-17:06 Konkursy dla uczestników 17:06-17:38 Koncert zespołu G.D.P. Squad 17:38-17:44 Konkursy dla uczestników 17:44-18:00 Pokaz skuterów wodnych na pobliskiej rzece 18:00-19:35 Koncert zespołu IRA 19:35-20:00 Przerwa 20:00-21:55 Koncert zespołu KULT 21:55 Pokaz sztucznych ogni

Źródło: opracowanie własne.

Załącznik 2. Zestawienie programu I dnia wydarzenia Dni Wody w Uniejowie ze stanem rzeczywistym.

I dzień	
Szczegółowy program wydarzenia	Stan rzeczywisty
16:00 Sygnał Lata z Radiem, przywitanie ze sceny, opis 'miasteczka' oraz plan imprezy, konkurs-promocja sklepiku „Zdzisia”	Zgodny z programem
16:15 Prezentacja studia plenerowego Polskiego Radia	Zgodny z programem
16:21 Koncert Robi Show- śpiewanie wierszy Jana Brzechwy. Koncert dedykowany dla najmłodszych (ok. 60 min.)	Zgodny z programem
17: 20 konkursy sponsorów na scenie głównej: - zapowiedź I-go konkursu SMS Lata z Radiem -mini konkurs: promocja sklepiku „Zdzisia” -konkurs sponsora na scenie- Ministerstwo Rolnictwa -rozstrzygnięcie konkursu SMS Lata z Radiem	Rozpoczęcie zgodne z programem, przedłużenie czasu trwania konkursów o 15 min.
17:50 Koncert Hamak Band	
19:00 Konkursy sponsorów na scenie głównej: -zapowiedź II konkursu SMS-owego Lata z Radiem -konkurs sponsora na scenie- ZUS -konkurs sponsora na scenie- Żubr -rozstrzygnięcie II konkursu SMS	Faktyczne rozpoczęcie koncertu miało miejsce o godzinie 18:18. Skrócenie koncertu o 10 min.
19:50 Koncert Myslovitz	19:20 Faktyczne rozpoczęcie konkursów- opóźnienie o 20 min. Skrócenie występów o 10 min.
21:00 Zapowiedź III konkursu SMS -konkurs „czy znasz Polskie Radio i Lato z Radiem?” -rozstrzygnięcie III konkursu SMS	20:00 Faktyczny czas rozpoczęcia koncertu. Opóźnienie o 10 min. 21:15 Faktyczny czas rozpoczęcia konkursów, opóźnienie o 15 min. Przedłużenie konkursów o 15 min.
21:15 Występ Prezydenta Uniejowa	
21:20 Występ Doroty Rabczewskiej	21:30 Realny występ prezydenta miasta. Opóźnienie 15 min.
22:30 Pokaz sztucznych ogni	21:48 występ Doroty Rabczewskiej opóźniony o 30 min. 23:10 pokaz sztucznych ogni opóźniony o 40 min.

Źródło: opracowanie własne.

Załącznik 3. Zestawienie programu I dnia V Indiańskiego Lata-Swięto Alei im. Sat Okha w Uniejowie ze stanem faktycznym

II dzień	
Program zamieszczony na plakacie	Stan rzeczywisty
14:00 Pokaz tańców Pow Wow Konkursy taneczne z udziałem publiczności Gry i zabawy indiańskie dla dzieci i dorosłych 17:00 Pokaz tańców Pow Wow	14:00 Przywitanie i pokaz tańca Pokazy taneczne były urozmaicane udziałem i nauką tańca osób z publiczności, każdy taniec objaśniał prowadzący nawiązując do tradycji Indian 15:20 Ogłoszenie wyniku konkursu plastycznego odbywającego się dzień wcześniej 15:30 Gry i zabawy dla uczestników wydarzenia, prezentacja muzyki Indian 17:05 Pokaz tańca Pow Wow, podczas występu narrator opowiada o Sat Okhce

*Źródło: opracowanie własne.***Załącznik 4.** Zestawienie programu II dnia V Indiańskiego Lata-Swięto Alei im. Sat Okha w Uniejowie ze stanem faktycznym

III dzień	
Program zamieszczony na plakacie	Stan rzeczywisty
14:00 pokaz tańców Pow Wow Konkursy taneczne z udziałem publiczności Gry i zabawy indiańskie dla dzieci i dorosłych Pokaz broni kowbojskiej- Jerzy Mazur Pokaz indiańskiej gry lacrosse w wykonaniu Ravens Łódź 17:00 Los Companieros- koncert muzyki indiańskiej	14:00 Przywitanie i pokaz tańca Pow Wow. Pokazy taneczne były urozmaicane udziałem i nauką tańca osób z publiczności, każdy taniec wyjaśniał prowadzący nawiązując do tradycji Indian 14:45 Konkursy dla publiczności 15:00 Pokaz broni kowbojskiej 15:10 Prezentacja tańca międzyplemiennego 15:20 Opowieści o plemieniu Kuna z Ameryki Południowej 15:25 Pokaz gry lacrosse- zespół Ravens z Łodzi 15:40 Nauka gry lacrosse, krótki mecz 16:05 Przerwa techniczna, przygotowania do punktów gier 16:15 Gry i zabawy dla najmłodszych, gry z wykorzystaniem najprostszych narzędzi najczęściej drewnianych 17:05 Koncert zespołu Los Compañeros- muzyka andyjska wykorzystująca instrumenty pochodzące z Ameryki Południowej, śpiew w j. hiszpańskim

Źródło: opracowanie własne.

Event Tourism in Uniejów

Keywords: event tourism, event, cultural tourism, Uniejów

Abstract

Article refers to the organization and forms of distribution of cultural tourism. The text describes and valorises examples of recurring events. The primary goal was to diagnose the current state of event tourism and prospects associated with it. It also presents profiles of consumers and their motives for arriving on individual events. Questionnaires and SWOT analysis were used in order to verify these objectives. The results and their analysis allowed thorough valuation of the fundamental issues relating to the current state of the tourist attractiveness of the study area.