



2018-12-07

Badanie ruchu turystycznego

Raport końcowy z badania



Pracownia Badań Soma

Spis treści

Streszczenie	2
1. Wprowadzenie	4
Analiza danych zastanych.....	6
2. Turystyka jako cel rozwoju Koszalina – przegląd dokumentów strategicznych i operacyjnych	6
3. Turystyka koszalińska – w liczbach	9
Badanie empiryczne	12
4. Charakterystyka badanych.....	12
5. Przyjazd i pobyt w Koszalinie	17
6. Ocena oferty turystycznej.....	24
7. Podsumowanie – badanie empiryczne	28
Wnioski	30
Rekomendacje	31
Spis tabel i wykresów	33

Streszczenie

Niniejszy raport sprawozdaje wyniki badania atrakcyjności turystycznej Koszalina. Badanie składało się z dwóch komponentów: analizy danych zastanych (w szczególności dokumentów strategicznych i operacyjnych miasta) oraz badania empirycznego.

Celem badania, wskazanym przez Zamawiającego, było określenie struktury ruchu turystycznego oraz oceny oferty turystycznej według odwiedzających. Dodatkowym zadaniem było porównanie ruchu turystycznego w sezonie letnim i po jego zakończeniu.

Badaniem empirycznym objęto wyłącznie osoby przyjeżdżające do Koszalina w celach turystycznych, osoby korzystające z co najmniej jednego noclegu na terenie miasta oraz osoby odwiedzające miasto w celach turystycznych, ale nie korzystające z noclegu. Ze względu na potrzebę odpowiedzi na pytanie o zróżnicowanie struktury ruchu turystycznego w sezonie letnim i poza nim, badanie realizowano w dwóch etapach: w wysokim sezonie turystycznym (lipiec-sierpień) oraz po jego zakończeniu (wrzesień-październik). W każdym z nich zrealizowano po 500 wywiadów.

W raporcie przyglądamy się kolejno założeniom dotyczącym kierunku rozwoju turystyki przyjętym w mieście, infrastrukturze turystycznej (z perspektywy danych statystycznych gromadzonych przez Główny Urząd Statystyczny), a następnie wynikiem badania empirycznego (strukturze społeczno-demograficznej turystów, sposobowi i celowi przyjazdu do miasta oraz sposobowi spędzania czasu oraz wyrażanej przez nich ocenie atrakcyjności oferty miasta).

Przeprowadzone analizy prowadzą do wniosku, że zarysowuje się istotna różnica między turystami odwiedzającymi Koszalin latem i jesienią.

W sezonie wysokim wśród turystów odwiedzających Koszalin bardzo liczną grupę stanowią młode rodziny z dziećmi. Są to osoby, które przyjeżdżają do miasta z powodów rodzinnych lub towarzyskich, co powoduje, że nie korzystają oni z oferty noclegowej miasta, ani też (na ogół) z oferty wydarzeń kulturalnych (szukają raczej łatwo dostępnych rozrywek). Za to chętnie korzystają z infrastruktury rekreacyjno-wypoczynkowej i możliwości zwiedzania miasta. Te osoby chętnie do Koszalina wrócą i polecą innym. Istotnym wyzwaniem jest zachęcenie ich do pozostania w mieście dłużej niż 2-3 noce, a tych – którzy nie korzystają z oferty noclegowej, do korzystania z innych zasobów miasta.

Zdecydowanie inna jest struktura i zachowania turystów odwiedzających Koszalin po sezonie. Znacznie częstszym motywem jest chęć zwiedzenia miasta bądź udział w wydarzeniach kulturalnych. Mniej niż połowa gości zdecydowała się zostać w mieście na noc.

Obie grupy turystów są zadowolone z pobytu i dość wysoko oceniają atrakcyjność oferty turystycznej – latem większą wagę przywiązywano do jakości oferty rekreacyjnej, jesienią – także kulturowej oraz oferty noclegowej i żywieniowej.

Badanie potwierdza trafność działań wpisanych w Program Rozwoju Turystyki – turyści chętniej odwiedzają i wysoko cenią te atrakcje, które zgodnie z założeniami Programu zostały zrealizowane bądź są w trakcie realizacji.

1. Wprowadzenie

Badanie atrakcyjności turystycznej Koszalina składało się z dwóch komponentów: analizy danych zastanych (w szczególności dokumentów strategicznych i operacyjnych miasta) oraz badania empirycznego.

Celem badania, wskazanym przez Zamawiającego, było określenie struktury ruchu turystycznego oraz oceny oferty turystycznej według odwiedzających. Dodatkowym zadaniem było porównanie ruchu turystycznego w sezonie letnim i po jego zakończeniu.

Badaniem empirycznym objęto wyłącznie osoby przyjeżdżające do Koszalina w celach turystycznych, czyli:

- **turyści** – tj. osoby korzystające z co najmniej jednego noclegu na terenie miasta;
- **odwiedzający jednodniowi** – osoby przyjeżdżające do miasta w celach turystycznych, a nie korzystający z noclegu.

W badaniu pominięto mieszkańców i osoby z pobliskich miejscowości przyjeżdżające w celach innych niż turystyczne. Wywiadów nie prowadzono z osobami dojeżdżającymi do szkoły lub pracy.

Założono, że wśród badanych znajdują się turyści zagraniczni – w pierwszym etapie badanie stanowili oni 11,4%, a w drugim tylko 4,4% badanych osób.

Badanie empiryczne realizowane było metodą wywiadów kwestionariuszowych bezpośrednich. Wywiady realizowano z użyciem kwestionariusza opracowanego przez Zamawiającego.

Badanie realizowano w dwóch etapach: w wysokim sezonie turystycznym (lipiec-sierpień) oraz po jego zakończeniu (wrzesień-październik). W każdym z nich zrealizowano po 500 wywiadów.

Zgodnie z założeniami, badanie obejmowało w każdym z etapów:

- 5 dni powszechnych
- min. 2 dni wolne od pracy
- min. 2 dni, w których mają miejsce wydarzenia kulturalne (na podstawie Koszalińskiego Grafiku Kultury: <https://www.grafikkultury.pl>)

Ankieterzy prowadzili wywiady w lokalizacjach powszechnie dostępnych dla turystów i chętnie odwiedzanych:

- Regionalne Centrum Informacji Turystycznej,
- okolice Rynku Staromiejskiego,
- centrum miasta, okolice najbardziej popularnych zabytków Koszalina, m.in. tj. Katedra, Domek Kata, Muzeum, budynek Poczty Głównej, kaplica św. Gertrudy; również Park Księżąt Pomorskich okolicie Filharmonii Koszalińskiej i Amfiteatru,
- obiekty noclegowe w Koszalinie (sąsiedztwo hoteli),
- najpopularniejsze atrakcje turystyczne Koszalina, w tym m.in. Wodna Dolina, Park Wodny Koszalin, Koszalińska Kolej Wąskotorowa, Góra Chełmska,
- deptak przy ul. Rolnej,
- przystań statku turystycznego Koszałek na os. Jamno.

Dodatkowo wywiady realizowano w miejscach (poniżej wymienionych jako „miejsca dodatkowe”) w których, w momencie pomiaru, odbywały się wydarzenia kulturalne: m.in. Filharmonia, Wodna Dolina, Klub 105, Centrum Kultury, Atrium, Rynek Staromiejski.

Badanie realizowano w następujących dniach:

Etap I – terminy	Wydarzenie	Miejsca dodatkowe	Liczba wywiadów
18.07-21.07	Kamerynki 2018, MFO, wernisaż	Filharmonia Koszalińska, Rynek Staromiejski, Galeria Miejsce Sztuki	125
09.08-12.08	Kamerynki 2018, MFO, VII Prezentacje Piosenki Patriotycznej i Wojskowej	Filharmonia Koszalińska, Rynek Staromiejski, Centrum Kultury 105	125
20.08-22.08	MFO	Rynek Staromiejski	125
23-24.08	brak	miejsca ogólnie dostępne	125

Etap II – terminy	Wydarzenie	Miejsca dodatkowe	Liczba wywiadów
01.09-03.09	III Koszalińskie Warsztaty Gospel, Złot Foodtrucków, Kamerynki 2018	Atrium, Centrum Kultury, Rynek Staromiejski	125
19.09-22.09	Koncert	Kino, Centrum Kultury, Rynek Staromiejski	125
05.10-07.10	brak	miejsca ogólnie dostępne	125
25.10-27.10	Koncert	Filharmonia Koszalińska	125

Analiza danych zastanych

2. Turystyka jako cel rozwoju Koszalina – przegląd dokumentów strategicznych i operacyjnych

W mieście realizowane są założenia kilku dokumentów strategiczno-programowych, z których najważniejszymi – z punktu widzenia problematyki badania są Strategia Rozwoju Koszalina do 2020 roku wraz z towarzyszącymi jej sektorowymi programami rozwoju, Program Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2017-2021, Program Rozwoju Kultury 2018/2028 oraz Gminny Program Rewitalizacji Miasta Koszalina na lata 2017-2026.

Strategia Rozwoju Koszalina do 2020 roku

W diagnozie oraz analizie SWOT zawartej w Strategii uznano, że miasto posiada duży potencjał turystyczny (mierzony atrakcyjnością położenia geograficznego, bogactwem historii i oferty kulturowej i sportowej), ale jest on – zdaniem autorów – nie w pełni wykorzystany. Za mało było imprez kulturalnych w sezonie turystycznym, brak było produktów turystycznych (s. 19).

Rozwinięcie turystyki uczyniono jednym z elementów wizji rozwoju miasta – obok dobrej organizacji komunikacyjnej, przyjaznej przestrzeni miejskiej i nowoczesnej gospodarki opartej na współpracy regionalnej, krajowej i międzynarodowej (s. 30). Jednym z celów strategicznych uczyniono rozwój nowoczesnej gospodarki, między innymi w oparciu o rozwój turystyki z wykorzystaniem istniejących i planowanych zasobów (cel operacyjny). Uznano, że rozwój turystyki jest „ważnym źródłem dochodów publicznych, przyczynia się do wzrostu zatrudnienia i dochodów ludności” (s. 35).

Do najważniejszych założeń co do rozwoju turystyki przyjęto:

- ✓ Zagospodarowanie walorów naturalnych i dostosowanie ich do uprawiania różnych form turystyki, w tym:
 - zagospodarowanie jeziora Jamno

- rozbudowa infrastruktury turystycznej i paraturystycznej umożliwiającej rozwój turystyki aktywnej (np. na Górze Chełmskiej, na obszarze doliny Dzierżęcinki, zalew przy ul. 4 Marca)
- ✓ odpowiednie dysponowanie istniejącą infrastrukturą (Park Wodny Koszalin, hala widowiskowo-sportowa),
- ✓ rozbudowa bazy hotelowo-gastronomicznej i infrastruktury okołoturystycznej,
- ✓ wzmacnianie placówek kulturalnych
- ✓ zorganizowanie atrakcyjnych wizualnie i funkcjonalnie form obsługi ruchu wypoczynkowo-rekreacyjnego mieszkańców i ruchu turystycznego,
- ✓ stworzenie warunków do funkcjonowania i rozwoju dyscyplin uprawianych na świeżym powietrzu, w tym turystyki pieszej,
- ✓ organizowanie atrakcyjnych wydarzeń sportowych przyciągających środowiska turystyczne z kraju,
- ✓ poprawa jakości powietrza na terenie miasta, co ma – poza podniesieniem jakości życia mieszkańców – przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności miasta.

Założono, że z czasem wzrastać będą: liczba miejsc noclegowych, wskaźnik ich wykorzystania, liczba podmiotów gospodarczych w sferze usług turystycznych w stosunku do ogólnej liczby podmiotów, liczba nowych obiektów lub wydarzeń będących przedmiotem zainteresowania turystów i przyciągające ruch turystyczny (powstałe w ciągu roku).

[Program Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2017-2021 \(PRT\)](#)

Program jest aktualizacją PRT na lata 2013-2016. Składa się z dwóch zasadniczych części – części diagnostycznej, w której analizowana jest kondycja turystyki w Koszalinie oraz część prognostyczna, która w dużej mierze opiera się na ocenie ważności poszczególnych celów rozwojowych (utrzymania ich w mocy) oraz ocenie wybranych rozwiązań na rozwój turystyki (w tym wpływ budowy obwodnicy na turystykę w mieście, wobec którego to planu przeważały oceny pozytywne nad negatywnymi). Celem nadrzędnym rozwoju turystyki miałyby być „Wzmocnienie wizerunku Koszalina jako ważnego ośrodka

turystycznego poprzez efektywne wykorzystanie dostępnych zasobów miasta”. Ten ogólny cel ma być osiągnięty przez realizację celów strategicznych związanych z rozwojem turystyki. Kluczowe obszary działań wyznaczone w Programie to:

- ✓ Wypoczynkowy Koszalin,
- ✓ Poznawczy Koszalin
- ✓ Wizerunkowy Koszalin,
- ✓ Biznesowy Koszalin.

W Programie Rozwoju Turystyki na lata 2013-2016 postulowano działania, które miały z jednej strony przyciągnąć turystów (promocja za pomocą najnowocześniejszych technik marketingowych i form komunikowania), zmian pozwalających na stworzenie w oczach turystów pozytywnego wizerunku miasta (co wymagało także kształtowania produktów turystycznych) oraz zapewnienie im możliwości aktywnego spędzenia czasu (np. przez rozbudowę ścieżek rowerowych). Do najważniejszych przedsięwzięć zaliczono wówczas takie działania jak: budowa kompleksu wodno-rekreacyjnego, zagospodarowanie pradoliny rzeki Dzierżęcinki, modernizacja koszalińskiej kolei wąskotorowej na potrzeby turystyki, budowa centrum pielgrzymkowo-turystycznego na Górze Chełmskiej w Koszalinie i zagospodarowanie Góry wraz z podnóżem, zagospodarowanie Rynku Staromiejskiego, rozbudowa infrastruktury rowerowej, organizacja imprez rekreacyjno-sportowych i organizacja wybranych cyklicznych festiwali (Debiutów Filmowych, muzyki organowej, muzyki jazzowej).

Według założeń PRT na lata 2017-2021 większość z tych działań była w trakcie realizacji, a część powinna być rozszerzona, np. dalszy etap zagospodarowania Góry Chełmskiej. Dodatkowo przewidziano 13 zupełnie nowych projektów dopełniających wcześniejszy plan.

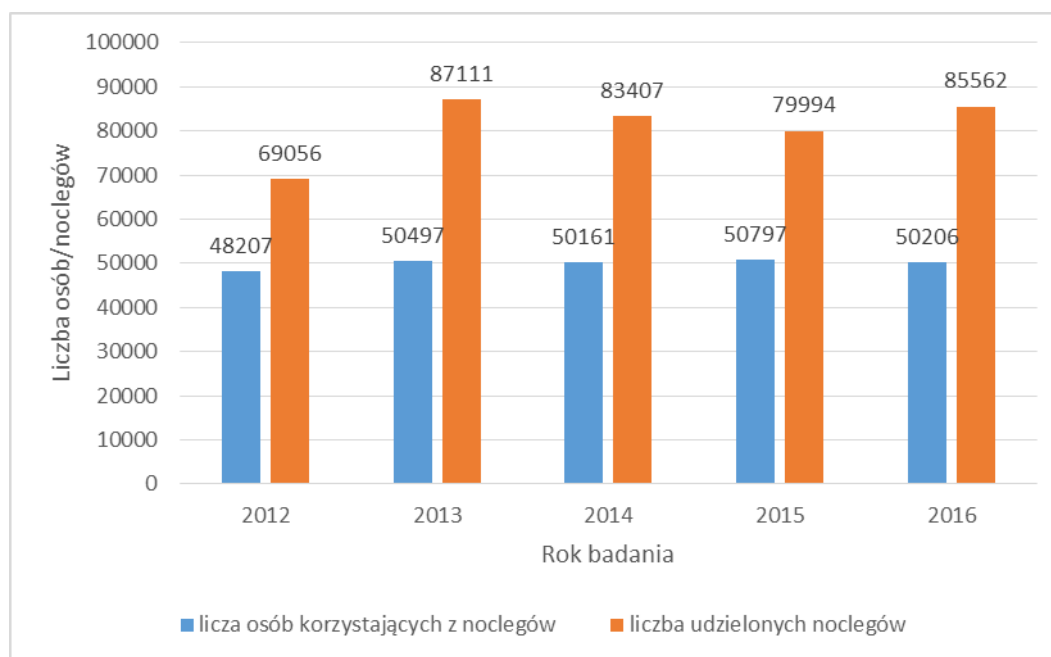
3. Turystyka koszalińska – w liczbach

Wielkość ruchu turystycznego

Od 2013 roku liczba osób korzystających z noclegów utrzymuje się na względnie stałym poziomie. Stopniowo, od 2015 roku, rośnie natomiast liczba udzielonych noclegów, co oznacza, że wprawdzie miasto odwiedza co roku podobna liczba turystów, ale coraz więcej osób zostaje na dłużej. W 2012 roku turysta korzystał średnio z 1 (1,43) noclegu, w 2016 roku są to średnio dwa noclegi (1,7).

Należy zwrócić uwagę na niedoskonałość tych danych – nie uwzględniają bowiem turystyki jednodniowej, ale także tych osób, które (jak pokazujemy dalej) stanowią bardzo dużą część turystów w sezonie wysokim, tj. osób przyjeżdżających na kilka dni, ale nie korzystających z ewidencjonowanej bazy noclegowej (nocują u krewnych i znajomych).

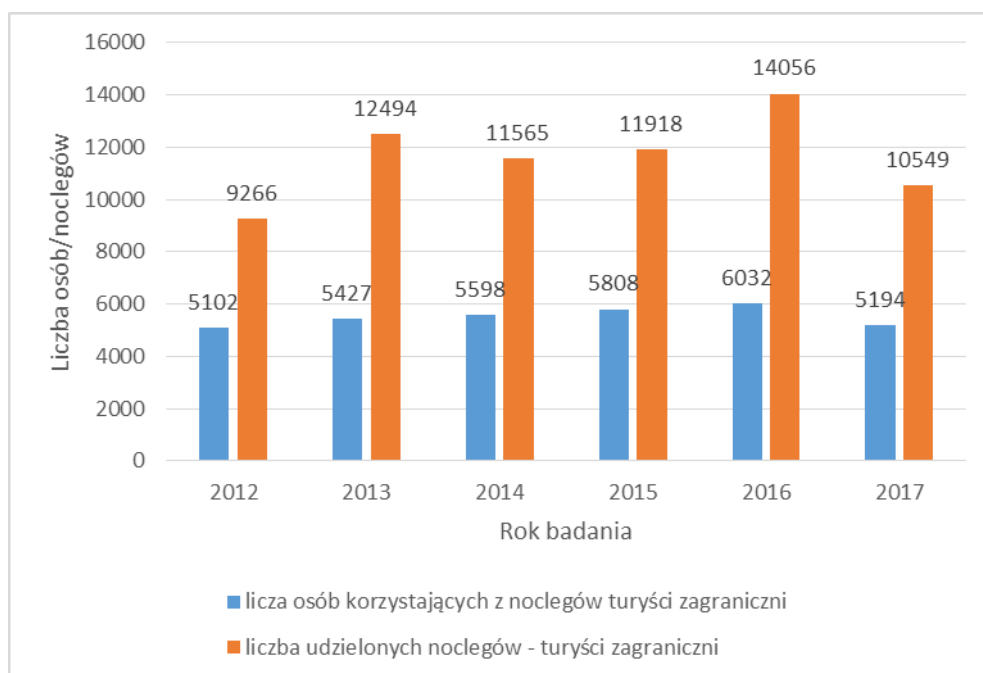
Wykres 1. Wielkość ruchu turystycznego w Koszalinie w latach 2012-2016



Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Bank Danych Lokalnych – za Diagnoza PRT..., s. 30.

Liczba turystów zagranicznych korzystających z noclegów stopniowo rosła do 2016 roku włącznie i nieznacznie spadła w 2017 roku. Nie miało to znaczącego wpływu na długość pobytu – turyści zagraniczni spędzają (średnio) dwie noce w Koszalinie.

Wykres 2. Liczba turystów zagranicznych odwiedzających Koszalin lata 2012-2017



Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Bank Danych Lokalnych – lata 2012-2016 za Diagnoza PRT..., s. 32.

Mimo to, należy uwzględnić, że mimo wskazanego wahanía w 2017 roku, turyści zagraniczni mają coraz większy udział w ogólnej liczbie udzielonych noclegów. Ten trend jest stały.

Tabela 1. Udział zagranicznego ruchu przyjazdowego w strukturze całościowego ruchu turystycznego w Koszalinie (w %)

Wielkość	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Korzystający z noclegów	10,6	10,7	11,2	11,4	12,0	12,9
Liczba udzielonych noclegów	13,4	14,3	13,9	14,9	16,4	bd

Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Bank Danych Lokalnych – lata 2012-2016 za Diagnoza PRT..., s. 32.

Baza noclegowa

W Koszalinie nie wzrasta liczba obiektów hotelowych i moteli (ma się to zmienić w 2019 roku, gdy zostanie oddany do użytku nowy hotel), ale coraz więcej jest miejsc noclegowych za sprawą apartamentów oraz pokoiów do wynajęcia. W sezonie letnim istotnym uzupełnieniem bazy jest schronisko młodzieżowe (hostel). Z roku na rok rośnie liczba miejsc noclegowych, ale także od 2015 roku rośnie stopień wykorzystania tych miejsc. W 2017 roku wynosił on 32,3%. Oznacza to, że w mieście nadal jest rezerwa pozwalająca na przyjęcie większej liczby turystów – nie ma powodu (jak zresztą przyjęto w prognozie z 2016 roku) do

tego, aby miasto inwestowało w rozwój takiej infrastruktury, a raczej w marketing pozwalający na lepsze wykorzystanie istniejącej bazy.

Tabela 2. Wybrane wskaźniki charakteryzujące bazę noclegową w Koszalinie

Kategoria	2013	2014	2015	2016	2017
Hotele	5	6	7	7	6
Motele	2	1	1	1	1
Miejsca noclegowe (liczba - ogółem)	460	485	492	485	684
Stopień wykorzystania miejsc noclegowych (%)	34,4%	31,8%	30,9%	31,9%	32,3%

Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Bank Danych Lokalnych – lata 2013-2016 za Diagnoza PRT..., s. 19

Badanie empiryczne

4. Charakterystyka badanych

W próbie nieznacznie przeważały kobiety w każdym z pomiarów (w etapie I - 59%, w drugim – 56,55), co należy wiązać nie tyle ze strukturą turystów odwiedzających Koszalin, co raczej z większą gotowością kobiet do udziału we wszelkich badaniach społecznych i mniejszą liczbą odmów udziału w badaniu.

Wśród zbadanych turystów najliczniejszą kategorią były osoby w wieku 35-44 lata, a najmniej liczni byli turyści w wieku poniżej 24 roku życia. Należy jednak zauważyć, że struktura wieku turystów jest inna zależnie od momentu roku. W sezonie wysokim najwięcej było osób w wieku 35-44 lata. W sezonie niskim wielkość tej grupy znacząco zmniejsza się, a zastępują je osoby młodsze (zwłaszcza w wieku 19-24, co można wiązać z momentem rozpoczęcia roku akademickiego) i osoby w wieku 65 lat i więcej.

Tabela 3. Wiek osób badanych (w%)

Wiek badanych	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
16-18	0,6	0,0	0,3
19-24	2,6	14,3	8,5
25-34	22,0	23,8	22,9
35-44	33,0	19,6	26,3
45-54	16,8	12,7	14,8
55-64	16,2	12,3	14,3
65 lub więcej	8,8	17,3	13,1
Razem	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Wśród badanych wyraźnie przeważają osoby o wykształceniu co najmniej średnim (stanowią połowę lub blisko połowę w każdym z obserwowanych okresów) – tylko co 7my z respondentów miał niższe wykształcenie. Po sezonie letnim liczba osób z wykształceniem niższym była większa niż w sezonie wysokim i są to głównie osoby młode (poniżej 24 roku życia) oraz osoby starsze w wieku ponad 65 roku życia.

Taka struktura miała zapewne wpływ na dokonywane wybory turystyczne i cel odwiedzin. Można zauważyć nieznaczne różnice składu społecznego zbiorowości turystów badanych

przy okazji wydarzeń kulturalnych i wtedy gdy takie wydarzenia nie mają miejsca w każdym z okresie. W pierwszym przypadku, nieznacznie większa jest grupa osób z co najmniej średnim wykształceniem.

Tabela 4. Wykształcenie osób badanych (w%)

Wykształcenie	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Podstawowe	0,2	1,6	0,9
Gimnazjalne	2,2	0,6	1,4
Zasadnicze zawodowe	8,2	17,4	12,8
Średnie	48,6	50,0	49,3
Wyższe licencjackie	12,2	9,3	10,8
Wyższe magisterskie	28,6	21,1	24,9
Razem	100,0	100,0	100

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Zdecydowana większość badanych turystów to osoby aktywne zawodowo, prawie co piąty z badanych już nie był aktywny – przy czym w sezonie niskim liczba emerytów lub rencistów była dwukrotnie większa niż w sezonie letnim. Podobnie, po sezonie dwukrotnie częściej niż w sezonie wysokim odwiedzali ludzie młodzi, uczniowie i studenci. Najmniejszą grupę stanowiły osoby nieaktywne zawodowo – w wyniku utraty pracy (osoby bezrobotne) lub z wyboru („inny status zawodowy” – gospodynie domowe).

Tabela 5. Status zawodowy osób badanych (w%)

Status zawodowy	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Uczeń/student	3,0	8,3	5,7
Pracujący	82,1	66,7	74,4
Rencista/emeryt	12,4	23,6	18
Bezrobotny	1,8	1,0	1,4
Inny	0,6	0,4	0,5
Razem	100,0	100,0	100

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Turyści odwiedzający Koszalin to głównie mieszkańcy małych miast (do 50 tys. mieszkańców) lub miast bardzo dużych. Co dziesiąty z odwiedzających Koszalin to mieszkaniec wsi. Po sezonie letnim do Koszalina przyjeżdżało więcej osób z miast małych (20-50 tys. mieszkańców) i średniej wielkości, spadła natomiast w strukturze turystów liczba tych osób, które mieszkają w bardzo dużych miastach i metropoliach.

Tabela 6. Miejsce zamieszkania (w %)

Miejsce zamieszkania	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Wieś	10,9	10,3	10,6
Miasto do 20.000 mieszkańców	19,2	15,4	17,4
Miasto 20.001-50.000 mieszkańców	18,4	30,2	24,3
Miasto 50.001-100.000 mieszkańców	10,1	16,0	13,1
Miasto 100.001-500.000 mieszkańców	22,3	18,1	20,2
Miasto powyżej 500.000 mieszkańców	19,0	9,9	14,5
razem	100,0	100,0	100,0

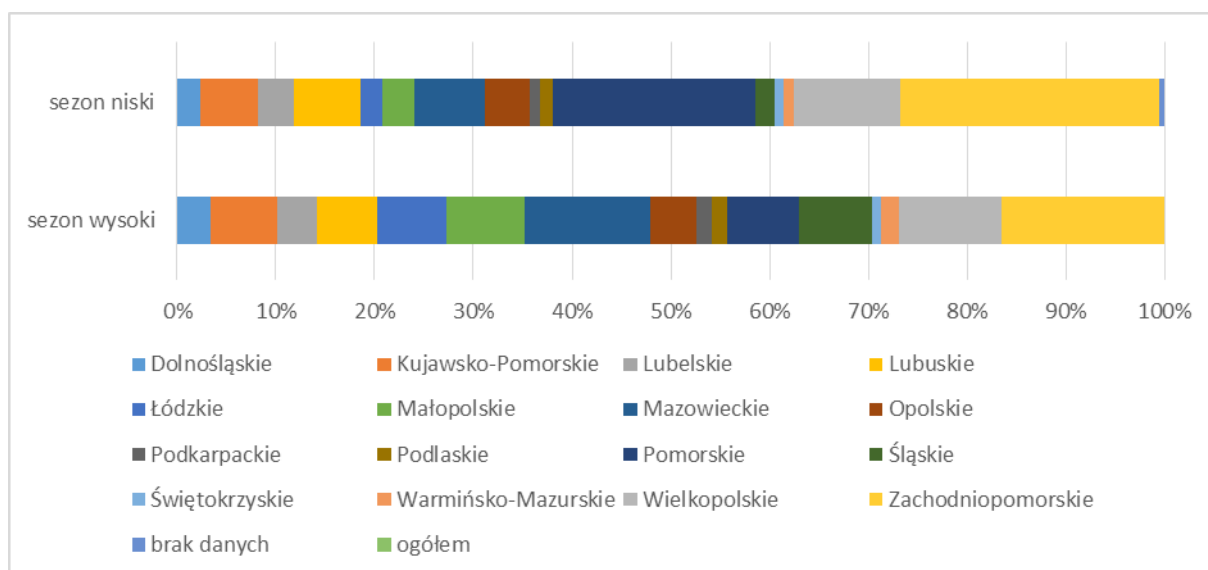
Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Spośród turystów z Polski najliczniejszą grupę osób odwiedzających Koszalin w sezonie letnim stanowili mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego. Były to głównie osoby z małych miast (do 50 tys. mieszkańców) i ze wsi, młode (do 34 roku życia) lub dojrzałe (powyżej 55 roku życia). Dominowały wśród nich osoby z wykształceniem średnim.

Nieco inna były cechy turystów odwiedzających Koszalin po sezonie letnim. Nadal najliczniejszą grupą byli mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, ale po pierwsze był to udział znacząco większy niż latem, a po drugie były to osoby o innych cechach położenia społeczno-demograficznego – mniej było osób ze wsi, były to osoby nieco starsze niż latem (do 44 roku życia).

Koszalin w sezonie letnim był chętnie odwiedzany także przez mieszkańców województwa pomorskiego, wielkopolskiego, a więc województw sąsiednich, ale także województw kujawsko-pomorskiego, mazowieckiego i małopolskiego. Najrzadziej gośćmi byli mieszkańcy województw Polski Wschodniej (Warmińsko-Mazurskie, Podlaskie, Lubelskie, Podkarpackie, Świętokrzyskie), Polski Południowej (za wyjątkiem Małopolski i Śląska), tj. województw dolnośląskiego, opolskiego. Nie zmieniło się to po sezonie.

Wykres 3. Województwo zamieszkania (w %)



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

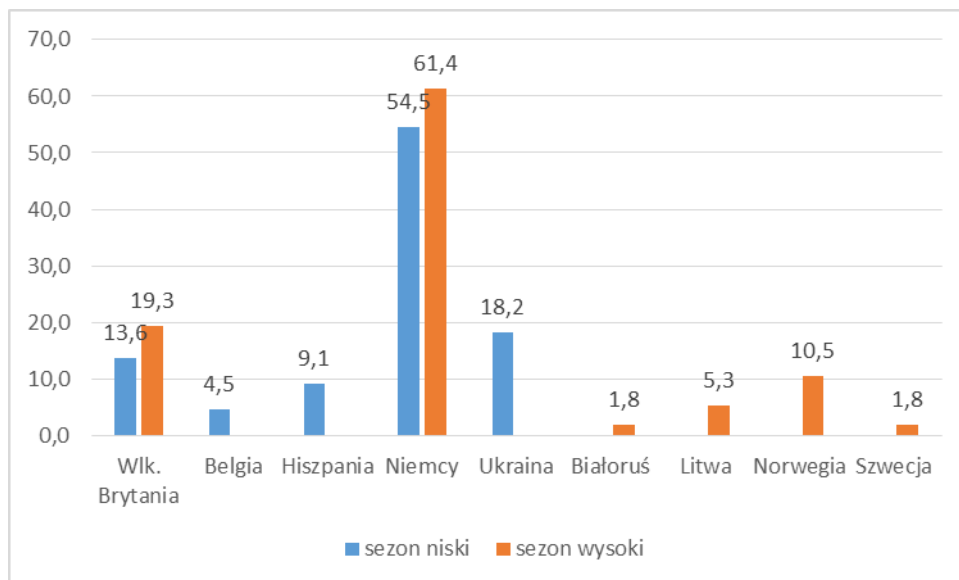
Warto przy tym zwrócić uwagę, że w przypadku tych najbardziej oddalonych lokalizacji w sezonie letnim dominowali turyści, którzy w Koszalinie spędzali kilka godzin lub cały dzień, ale bez noclegu – to zmieniło się po sezonie, bo częściej zdarzały się w tym gronie osoby, które spędzały w Koszalinie nawet na dłużej niż 7 dni. Niezależnie od sezonu goście z województw mazowieckiego, łódzkiego i kujawsko-pomorskiego i wielkopolskiego na dłużej zatrzymywali się w mieście, jednak po sezonie były to pobyty krótsze, chociaż zwykle wymagające noclegu.

Co dziesiąty z turystów badanych latem (11,4%) i tylko 4,4% z turystów badanych po sezonie przyjechało z zagranicy. Najliczniejsi byli goście z Niemiec (w sezonie letnim – 54,5%, po sezonie 61,4% badanych turystów zagranicznych pochodziło z tego kraju). Wśród turystów zagranicznych relatywnie liczni byli też Brytyjczycy (odpowiednio: 19,3% i 13,6%) oraz (latem) goście z krajów skandynawskich (zwłaszcza Norwegowie – 10,5%). Najmniejszą grupę turystów zagranicznych latem stanowiły osoby zza wschodniej granicy Polski (Litwa, Białoruś), natomiast jesienią co piąty z turystów zagranicznych pochodził z Ukrainy.

W tej grupie równie licznie występowały mężczyźni, jak kobiety. Latem dominowały osoby w wieku średnim (35-54), mieszkający w dużych miastach. Po sezonie, były to osoby młodsze. Niezależnie od sezonu, ponad połowa z tych osób zatrzymała się w Koszalinie na co najmniej 1 noc. Latem pobyty były dłuższe – co trzeci z tych turystów zagranicznych spędził w

Koszalinie więcej niż tydzień (38,6%). Jesienią były to pobyty 3-4 dniowe (18,2%). Drugą grupę stanowili ci, którzy przejeżdżali tylko przez Koszalin bez noclegu (43,9% latem, a 45,4% jesienią). Latem dłuższe pobyty w Koszalinie deklarowali zwłaszcza Norwegowie, Szwedzi i Brytyjczycy, a jesienią – Niemcy.

Wykres 4. Udział turystów zagranicznych w badaniu (w %)*



*Tu 100% to wszyscy turyści zagraniczni.

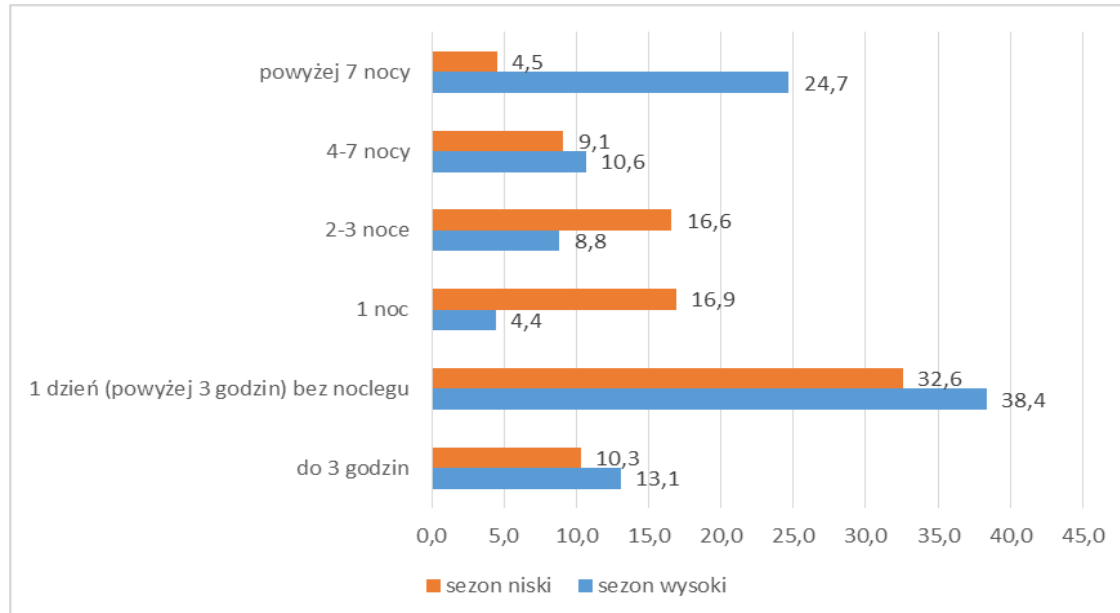
Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

5. Przyjazd i pobyt w Koszalinie

Niemal połowa turystów badanych latem spędza w Koszalinie przynajmniej 1 noc, nieco mniej jesienią. Można odnaleźć pewne związki między cechami turystów letnich (miejsce zamieszkania), a decyzją o długości pobytu. Mniej oczywiste są związki z innymi ich cechami i zachowaniami. W tym, nie jest jednoznaczny związek między odbywającymi się w mieście wydarzeniami kulturalnymi, a długością pobytu. W dniach, gdy takie wydarzenia miały miejsce, z jednej strony więcej było turystów deklarujących dłuższy pobyt, ale także tych, którzy spędzali w Koszalinie tylko 1 dzień.

Wydaje się, że latem bardziej znaczący czynnikiem różnicującym zachowania turystów jest dzień tygodnia – w weekendy i dni bezpośrednio je poprzedzające więcej jest turystów „tranzytowych”, nie nocujących w mieście. Takiej różnicy nie zaobserwowano jesienią – można to wiązać nie tyle z cechami demograficznymi gości, co z celem ich pobytu (znacznie częściej była to chęć udziału w wydarzeniu kulturalnym).

Wykres 5. Długość pobytu w mieście (w%)



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Badani mieli trudność we wskazaniu jednego głównego celu wizyty w Koszalinie. Na ogół wskazywano kilka powodów, przy czym najczęściej takim celem miało być zwiedzanie. Zawsze towarzyszyły mu jednak inne pobudki: latem – odwiedziny krewnych lub znajomych,

odpoczynek aktywny lub bierny, ewentualnie zakupy, a jesienią także udział w imprezach kulturalnych.

Tabela 7. Główny cel przyjazdu (w %) *

Cel przyjazdu	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Zwiedzanie	48,4	50,5	49,5
Odwiedziny krewnych/znajomych	46,6	27,7	37,2
Wypoczynek aktywny	35,8	16,8	26,3
Wypoczynek bierny	22,4	23,4	22,9
Zakupy	27,0	13,5	20,3
Kultura/wydarzenia	4,4	29,1	16,8
Przejazd/tranzyt	1,2	9,9	5,6
Cel służbowy/biznesowy	4,4	6,5	5,5
Cel zdrowotny	5,6	1,8	3,7
Cel religijny	0,0	6,5	3,3
Inny (wizyta w restauracji)	2,4	1,4	1,9

*Odpowiedzi nie sumują się do 100% ze względu na to, że respondenci wybierali więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Cele te są różne zależnie od długości pobytu. Osoby, które odwiedzają latem Koszalin na kilka godzin najchętniej przyjeżdżają tu po to, żeby zwiedzać i aktywnie spędzić czas, jesienią przyciąga ich możliwość zrobienia zakupów lub cele religijne. Turyści całodniowi latem dopełniali czas wizytami u znajomych/rodziny, posiłkiem lub zakupami i tylko sporadycznie znajdowali też czas na udział w wydarzeniu kulturalnym, gdy tymczasem jesienią to właśnie te ostatnie motywowały do wizyty lub pozostania w mieście na 1-3 noce.

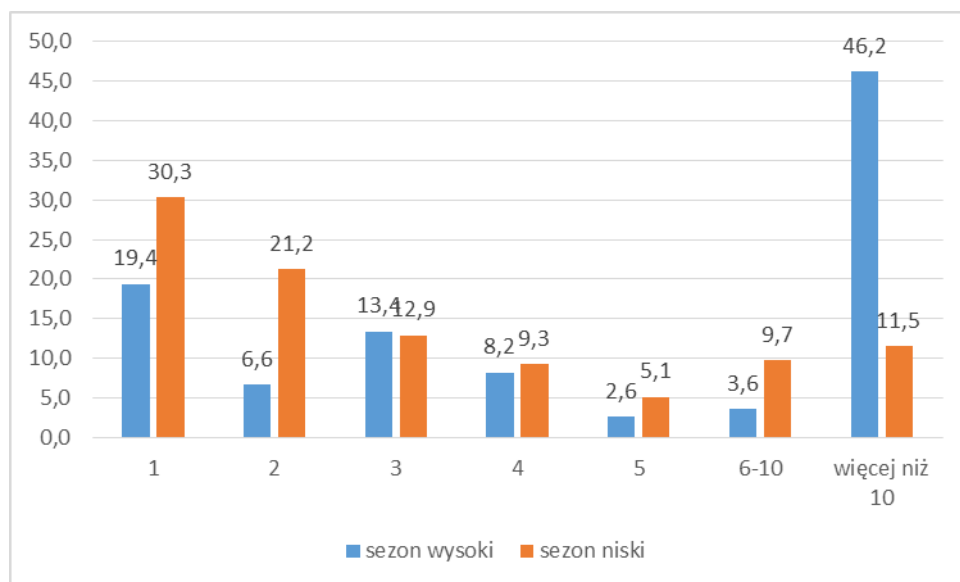
Inaczej organizowali swój pobyt ci, którzy latem nocowali przynajmniej 1 noc, ale mniej niż 7 nocy – dla tych osób głównym celem był kontakt z krewnymi lub znajomymi, uzupełniany zwiedzaniem Koszalina i biernym wypoczynkiem, a tylko wyjątkowo uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych. Turyści szukający aktywnego wypoczynku przejeżdżali latem na co najmniej 7 nocy, chociaż i dla nich pretekstem do wyboru Koszalina staje się na ogół możliwość odwiedzenia krewnych lub znajomych. Takich turystów było bardzo niewielu jesienią (wówczas pobyty są krótsze).

Fakt, że niemal połowa turystów badanych latem przyjechała do Koszalina w celu odwiedzenia bliskich sobie osób, wyjaśnia bardzo wysoką liczbę wcześniejszych odwiedzin

miasta. Połowa badanych w sezonie wysokim była w mieście więcej niż 6 razy, a aż 46,2% zadeklarowała, że wizyty te były bardzo liczne (było ich więcej niż 10). Tylko co piąty z badanych turystów odwiedzał Koszalin po raz pierwszy (19,4%).

Jesienią obraz był całkiem inny. Prawie połowa badanych była w mieście więcej niż 2 razy, ale tylko co dziesiąty turysta zadeklarował, że wizyty te były bardzo liczne (było ich więcej niż 10) – to najczęściej osoby odwiedzające osoby bliskie. W przeciwieństwie do sezonu wysokiego, gdy relatywnie nieliczni z turystów odwiedzali Koszalin po raz pierwszy (19,4%), jesienią co trzeci turysta był w mieście pierwszy raz. Nowi turyści pochodzą równie często z bezpośredniego sąsiedztwa miasta, jak i dalszych województw. Nie było znaczących różnic między turystami z Polski i z zagranicy jeśli chodzi o to, który raz odwiedzali Koszalin.

Wykres 6. Liczba dotychczasowych wizyt w mieście (w %)



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

W sezonie wysokim Koszalin odwiedzają przede wszystkim rodziny z dziećmi (najczęściej rodzice w wieku 35-44 lata) lub pary (najczęściej partnerzy osób w wieku powyżej 65 roku życia). Co 12ty z badanych osób podróżował sama (w większości były to kobiety). Tylko wyjątkowo turyści odwiedzali miasto w towarzystwie znajomych/przyjaciół (niemal wyłącznie byli to mężczyźni) lub współpracowników (w większości kobiety). Po sezonie mniej było rodzin z dziećmi, a najwięcej było osób podróżujących z osobami towarzyszącymi (partnerem życiowym, znajomymi, ewentualnie rodziną). Co ósma z badanych osób podróżowała sama (w większości byli to mężczyźni).

Tabela 8. Osoby towarzyszące (w%)

Z kim Pan/Pani przyjechał/a do Koszalina?	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Z rodziną z dzieckiem/dziećmi	60,6	22,6	41,6
Z mężem/żoną; partnerem/partnerką	29,8	37,9	33,9
Respondent podróżuje sam/a	7,4	15,9	11,7
Ze znajomymi/przyjaciółmi	2,0	20,4	11,2
Ze współpracownikami	0,2	5,2	2,7
Inne osoby	0,0	0,0	0,0
razem	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Zdecydowana większość zorganizowała sobie przyjazd sama zarówno latem (98,6%), jak i jesienią (80%). Tylko pojedyncze osoby skorzystały z pomocy rodziny, zakładu pracy, szkoły, znacznie rzadziej kościoła. Jesienią zdecydowanie częściej korzystano z biura podróży.

Odwiedzający miasto latem korzystali na ogół z własnego środka transportu (91,6% przyjechało do Koszalina samochodem), a tylko nieliczni skorzystali z komunikacji masowej (pociąg, autobus), zaledwie 7 z badanych osób przyjechało autokarem (to osoby, które zdały się w organizacji przyjazdu na którąś z wymienionych wcześniej instytucji). Inaczej jest jesienią – wprawdzie też więcej niż połowa gości przyjechała samochodem, ale znacząco zwiększył się udział tych turystów, którzy dostali się do miasta pociągiem lub autokarem (grupy zorganizowane).

Tabela 9. Środek transportu (w %)

Środek transportu	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Samochód	91,6	64,3	78,0
Pociąg	3,8	17,1	10,5
Autokar	1,4	10,3	5,9
Autobus	3,0	5,8	4,4
Rower	0,0	1,2	0,6
Inny	0,0	1,2	0,6
Statek „Koszalek”	0,2	0,0	0,1
Razem	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Fakt, że różne są motywy odwiedzania miasta latem i jesienią ma konsekwencje dla sposobu korzystania z bazy noclegowej miasta. Latem większość (67,7%) z tych osób, które spędzają

co najmniej 1 noc w Koszalinie, korzysta z uprzejmości rodziny lub znajomych. Rządziej turyści korzystają z noclegu w wynajętym pokoju, hotelu, motelu lub noclegu poza miastem („inne”). Inaczej było po sezonie. Wprawdzie nadal prawie połowa nocowała u kogoś bliskiego, ale prawie równie liczna grupa wybrała hotel lub motel.

Z oferty hoteli i moteli korzystają chętniej osoby powyżej 45 roku życia; apartamenty i pokoje chętniej wynajmują osoby do 45 roku życia, zwłaszcza podróżujące z rodziną i młodzież ucząca się; schroniska młodzieżowe to domena młodych dorosłych (25-34 lata), a latem także osób dojrzałych (55-64 lata).

Tabela 10. Wykorzystana baza noclegowa (w %)*

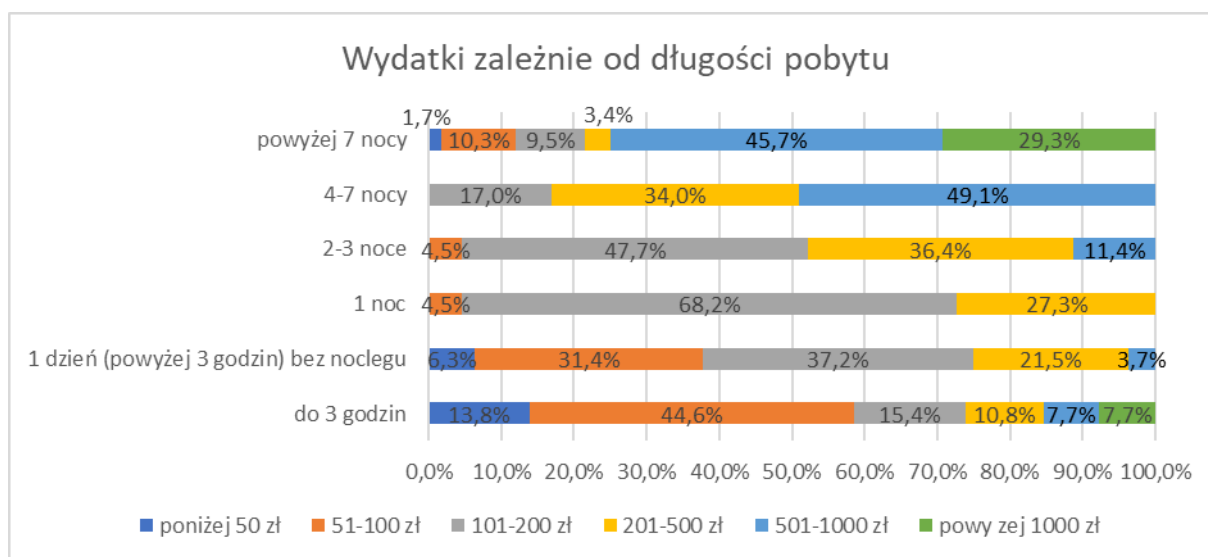
Baza noclegowa	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Hotel	7,4	29,8	18,6
Motel	6,1	14,2	10,2
Apartament	3,7	4,7	4,2
Schronisko/s. młodzieżowe	1,7	0,0	0,9
Pokój do wynajęcia	7,7	5,5	6,6
Nocleg u rodziny/znajomych	67,7	45,8	56,8
Inne	5,7	0,0	2,9
Razem	100,0	100,0	100,0

*100% oznacza tylko osoby, które spędziły min. 1 noc w Koszalinie

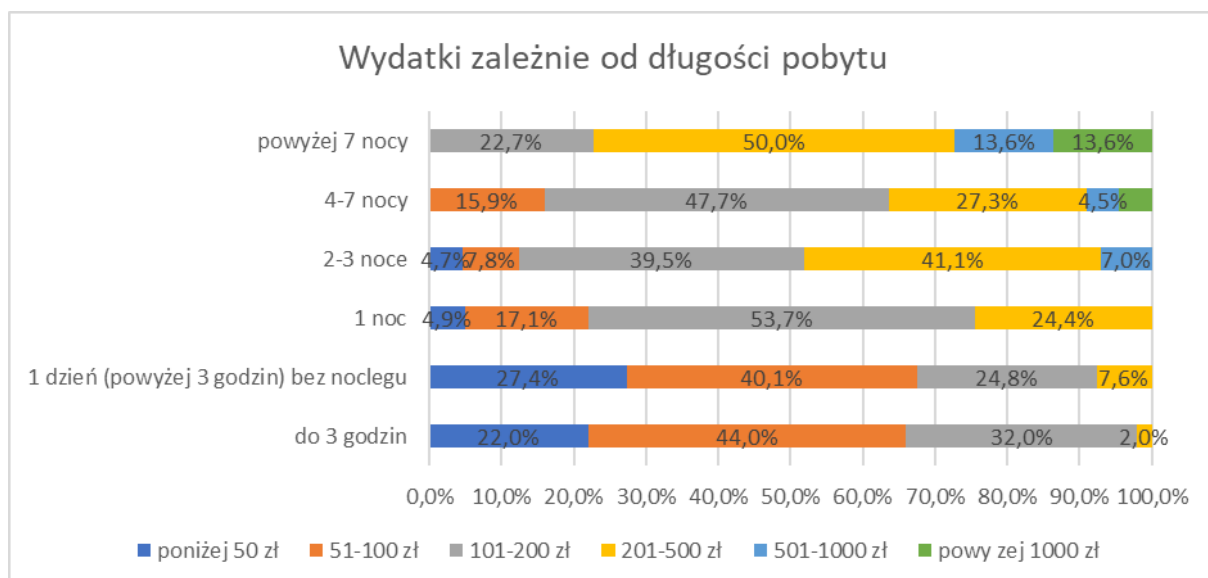
Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Połowa badanych wydaje 101-200 zł lub mniej na osobę, a połowa 101-200 zł lub więcej – niezależnie od sezonu. Wielkość wydatków jest powiązana z długością pobytu oraz tym, z jakiej infrastruktury korzystają turyści oraz jaka jest ich zasobność wynikająca z cech położenia społecznego. Należy jednak wziąć pod uwagę, że inna struktura turystów latem i jesienią – zwłaszcza obecność rodzin z dziećmi latem – powoduje, że długie pobyty w pierwszym wypadku skutkują wyraźnym zwiększeniem wydawanych środków, podczas gdy jesienią, tylko nieliczni turyści spędzający w Koszalinie nawet kilka nocy wydali więcej niż 500 zł.

Wykres 7a. Wydatki (na osobę) w trakcie pobytu w Koszalinie zależnie od długości pobytu – sezon wysoki



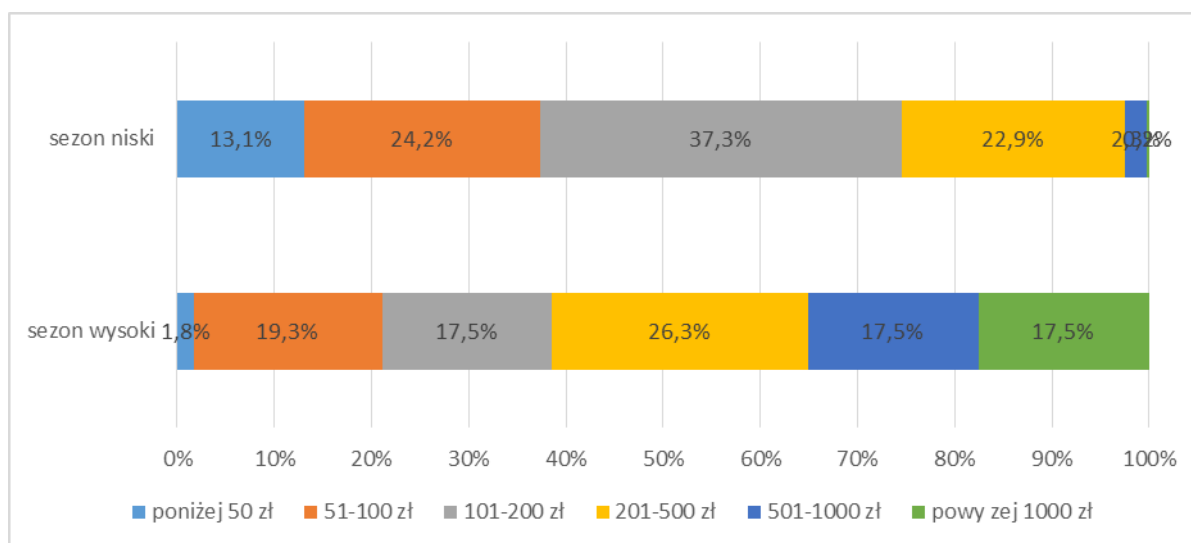
Wykres 7b. Wydatki (na osobę) w trakcie pobytu w Koszalinie zależnie od długości pobytu – sezon niski



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Turyści zagraniczni, ale także polscy podróżujący z rodzinami, kobiety lub osoby młode wydają więcej niż pozostałe grupy odwiedzających miasto. Ogólnie, im dłuższy pobyt, tym większe są wydatki na osobę. Jednak zauważalną granicą, przy której wzrost ten jest wyraźnie obserwowany latem jest próg 3 noclegów, a jesienią 2 noclegów – turyści, którzy zostają w Koszalinie dłużej niż 3 noce latem, a 2 noce jesienią, wydają najwięcej i to niezależnie od tego, z jakiej bazy noclegowej korzystają.

Wykres 8. Wydatki (na osobę) w trakcie pobytu w Koszalinie – turyści polscy (w %)



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Zdecydowana większość turystów przed przyjazdem ma szuka informacji o Koszalinie. Zdają się jednak przy tym przede wszystkim na informacje wyszukiwane w Internecie, także w mediach społecznościowych oraz na informacje od rodziny. Turyści odwiedzający Koszalin jesienią częściej zastępowali nieformalne źródła informacji (rodzina/znajomi) kontaktem z biurem podróży. Na ogół źródła te są używane łącznie. Jesienią więcej było osób, które dowiadywały się o mieście z wydawnictw promocyjnych. Nie było różnic pod tym względem między turystami z Polski i z zagranicy.

Tabela 11. Źródła wiedzy o Koszalinie (w %)*

Źródła wiedzy o Koszalinie	Sezon wysoki	Sezon niski	Ogółem
Internet/media społecznościowe	64,6	58,6	61,6
Rodzina/znajomi	61,1	47,1	54,1
Prasa/radio/TV	12,3	5,3	8,8
Brak informacji przed przyjazdem	2,5	7,9	5,2
Biura podróży	0,0	8,1	4,1
Wydawnictwa promocyjne	1,0	6,5	3,8
Targi turystyczne	3,1	3,0	3,1
inne	2,9	1,8	2,4

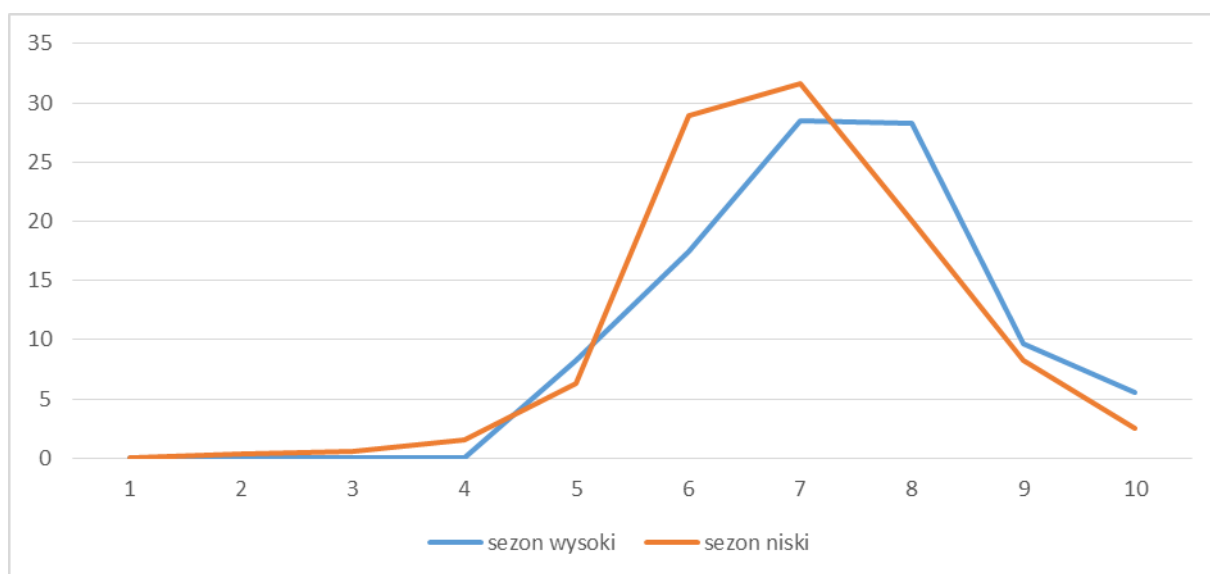
*Odpowiedzi nie sumują się do 100% ze względu na to, że respondenci wybierali więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

6. Ocena oferty turystycznej

Ogólna ocena atrakcyjności turystycznej Koszalina jest dość wysoka – średnia ocena to 7,23 (w skali od 1-10) latem i nieznacznie niższa – 6,94 jesienią. Wyraźnie przeważają oceny pozytywne (6 i więcej) nad ocenami negatywnymi. Warto przy tym zwrócić uwagę, że oceny negatywne (poniżej 5) nie przyjmowały wartości skrajnych (nie ma ocen niższych niż 4) i wyrażane są one tylko przez osoby, które nie nocowały w Koszalinie, a latem także przez pojedyncze osoby, które spędziły tu więcej niż 7 nocy.

Wykres 9. Ogólna ocena oferty (w %)



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

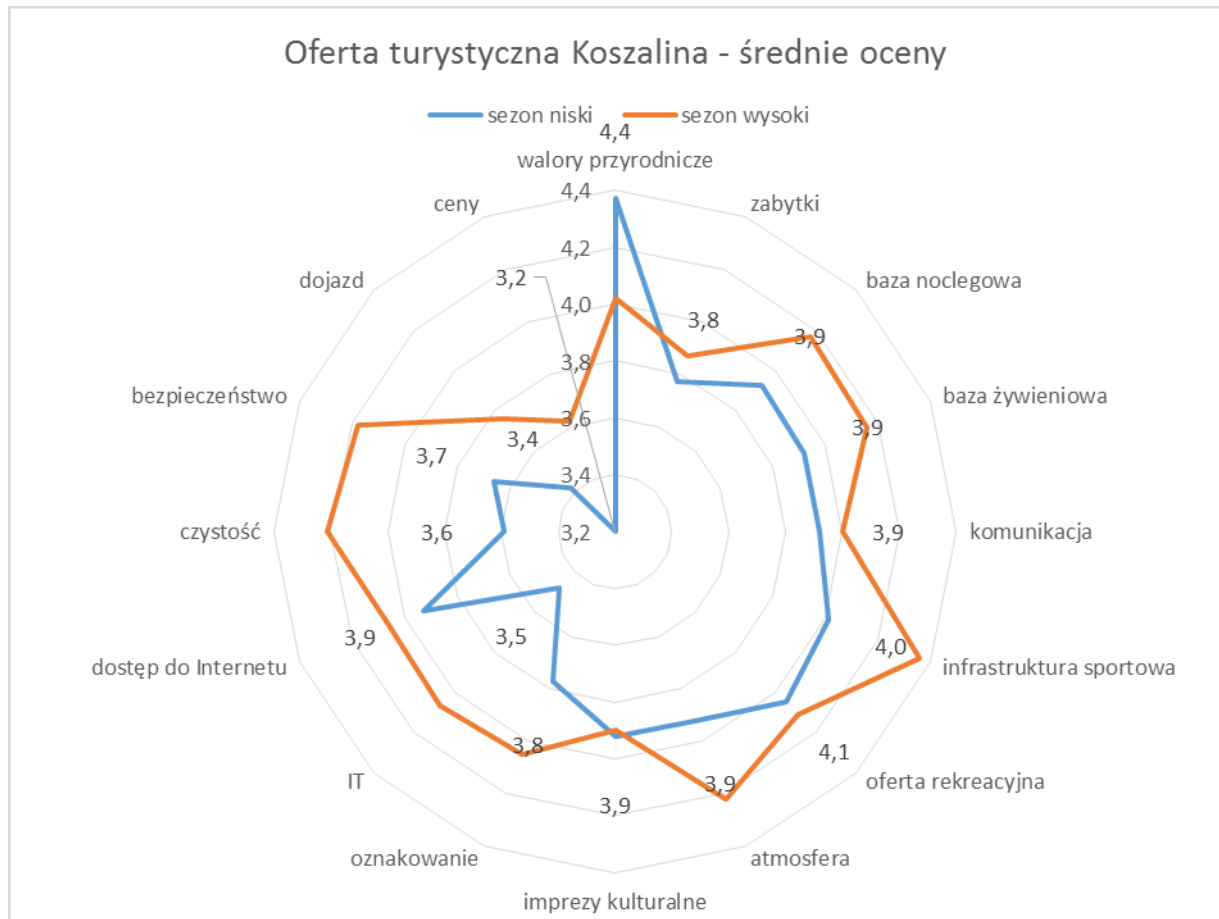
Turyści cenią zwłaszcza takie cechy Koszalina jak bezpieczeństwo, czystość, baza noclegowa oraz atmosfera miasta. Turyści doceniają także walory kulturowe i przyrodnicze miasta, a jesienią doceniano także infrastrukturę turystyczną miasta (bazę żywieniową, noclegową, rekreacyjną).

Latem największą trudność badani mieli z oceną wydarzeń kulturalnych, niezależnie od momentu badania (i tego, czy badanie prowadzono w okresie, gdy jakieś wydarzenie miało miejsce). To sygnał, że wielu turystów nie uczestniczy w takich imprezach, nie są one też tym, co przyciąga ich latem do miasta.

Z kolei jesienią, turyści mieli trudność w ocenie jakości informacji turystycznej, dostępu do Internetu lub komunikacji miejskiej – dzieje się tak zapewne dlatego, że z tej infrastruktury nie korzystali. Dotyczyło to zwłaszcza turystów jednodniowych.

Syntetyczny obraz tych aspektów, które świadczyć mogą o atrakcyjności turystycznej miasta otrzymujemy przez porównanie średnich ocen wyrażanych przez turystów.

Wykres 10. Ocena oferty (średnie)



*Wykres przedstawia średnie ocen wyrażane na skali 0-5.

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Turyści proszeni byli także o wskazanie miejsc, które odwiedzili lub zamierzają odwiedzić w trakcie wizyty w Koszalinie wraz z oceną atrakcyjności tych miejsc (o ile już je odwiedzili). Zwróćmy uwagę, że latem na liście atrakcji niemal równie często jak zabytki, znajdowały się miejsca rekreacji i wypoczynku, w tym miejsca, które można odwiedzić z rodziną (aquapark, papugarnia, park, centrum handlowe). Jesienią turyści koncentrowali się na zwiedzaniu

najstarszych części miasta (rynek, Katedra) oraz tych, które łączą walory kulturalne i przyrodnicze (Park Książąt Pomorskich i Góra Chełmska).

Tabela 12. Miejsca odwiedzane przez turystów (znajomość spontaniczna)

Miejsce	Sezon wysoki	Sezon niski	Miejsce	Sezon wysoki	Sezon niski
Wodna Dolina	51,8	2,8	Teatr Bałtycki	3,8	1,3
Rynek Staromiejski	48,6	20,4	Papugarnia Koszalin	3,0	0,3
Katedra	34,4	11,7	Skansen Kultury Jamneńskiej	2,6	2,0
Muzeum	30,6	6,0	stadion	2,6	-
Park Książąt Pomorskich	24,8	13,2	Zbór Kościoła Zielonoświątkowego	1,8	-
Góra Chełmska	17,8	10,5	cerkiew	1,6	-
Filharmonia Koszalińska	17,2	5,0	Kaplica św. Gertrudy	1,0	1,3
Amfiteatr	16,6	6,0	Koszalińska Kolej Wąskotorowa	0,8	-
Atrium	12,6	6,0	Kościół św. Józefa	0,8	-
Park Wodny Koszalin	11,8	1,8	Pomnik „Ptaki W. Hasióra”	0,4	-
Jarmark Jamneński	11,4	-	fontanna przy rynku	0,4	0,8
Gospoda Jamneńska	8,2	-	mury obronne	0,2	0,6
Domek Kata	7,8	1,6	Obserwatorium Astronomiczne w Koszalinie	0,2	-
Poczta Główna	6,6	1,0	Centrum Kultury 105	-	0,7
Sportowa Dolina	-	2,2			

Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Wszystkie oceny wymienionych spontanicznie (bez wspomaganie listą przygotowaną przez badaczy) atrakcji odwiedzonych już lub planowanych do odwiedzenia były bardzo dobre lub dobre.

Tabela 13. Ocena atrakcyjności odwiedzonych miejsc (średnie)*

Miejsce	Sezon wysoki	Sezon niski	Miejsce	Sezon wysoki	Sezon niski
cerkiew	5,00	-	Katedra	4,41	4,24
Papugarnia Koszalin	5,00	-	Muzeum w Koszalinie	4,33	4,29
Gospoda Jamneńska	4,74	-	Góra Chełmska	4,18	4,53
Sportowa Dolina	4,66	4,75	Jarmark Jamneński	4,16	-
Wodna Dolina	4,63	4,66	Park Wodny	4,00	4,29

Miejsce	Sezon wysoki	Sezon niski	Miejsce	Sezon wysoki	Sezon niski
Filharmonia Koszalińska	4,58	4,82	Koszalińska Kolej Wąskotorowa	4,00	-
Skansen Kultury Jamneńskiej	4,55	4,67	Kościół św. Józefa	4,00	-
Poczta Główna	4,48	4,14	Amfiteatr	3,93	-
Park Książąt Pomorskich	4,46	4,77	Domek Kata	3,92	4,04
Teatr Bałtycki	4,44	4,88	Kaplica św. Gertrudy	3,75	4,0
Rynek Staromiejski	4,42	4,06	Centrum Kultury 105	-	4,55

*Średnie oceny były wyrażane na skali 0-5, wszystkie oceny powyżej 2,5 to oceny pozytywne.

W tabeli pominięto oceny takich atrakcji, które wymieniały 1 lub 2 osoby.

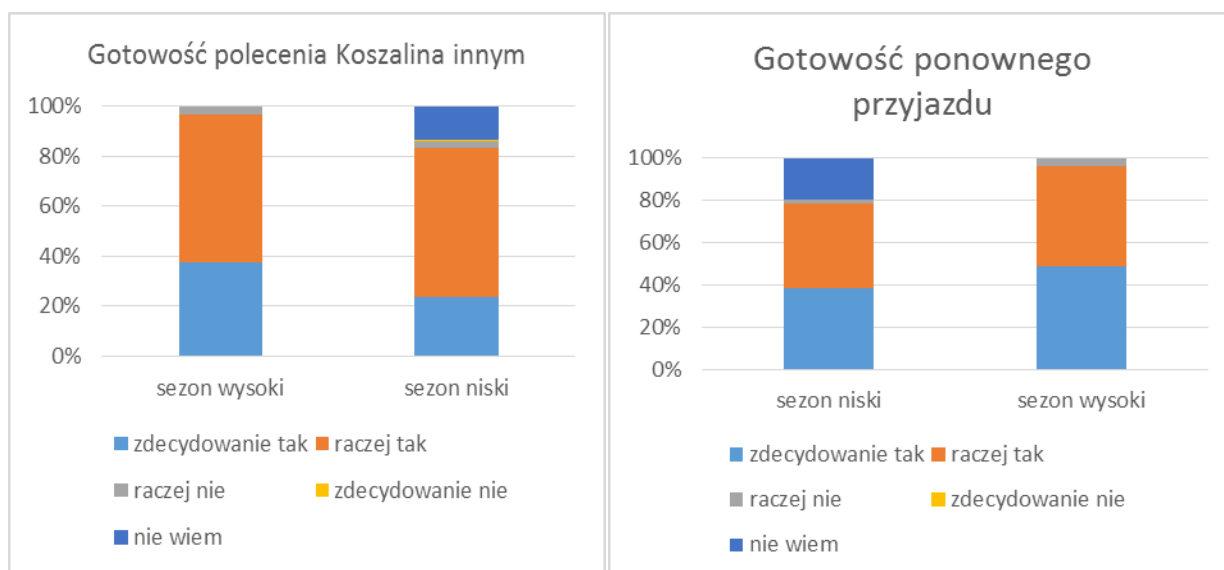
Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

Ogólny poziom zadowolenia jest wyższy niż dobry (średnia ocena to 4,41 latem i 4,39 jesienią). Tylko pojedyncze osoby nie umiały ocenić swojego pobytu lub oceniały go negatywnie. Ważnym dopełnieniem tej oceny jest fakt, że zdecydowana większość gości wyraża chęć ponownego odwiedzenia Koszalina.

Podkreślmy, że tylko latem inaczej jest z poleceniem wizyty w mieście innymi osobom. Przypomnijmy, że znacząca część turystów to osoby, które przyjechały do Koszalina odwiedzić osobę bliską (rodzinę lub znajomych) oraz że odwiedzały miasto już wielokrotnie, prawdopodobnie w tym samym celu. Nie dziwi więc, że zamierzają wrócić do Koszalina. Jednocześnie jednak, łączą zadowolenie z pobytu w mieście z pozytywnymi emocjonalnymi odczuciami w związku ze spotkaniem z innymi, niekoniecznie więc dostrzegają takie cechy miasta, które mogą być atrakcyjne dla osób, które nie są emocjonalnie związane z miastem.

Z tej perspektywy, ważniejsze są intencje dalszych zachowań tych osób, którzy przyjechały do Koszalina w celach innych niż wizyta rodzinna/towarzyska. W tym przypadku, gotowość ponownego odwiedzenia Koszalina wyraziło 95,8% badanych, a chęć polecenia miasta jako atrakcyjnego turystycznie – 95,2%. Należy więc uznać, że Koszalin może w przyszłości liczyć na stałą grupę odwiedzających latem (ok. 46% wszystkich przyjeżdżających), którą uzupełniać będzie stopniowo rosnąca grupa osób przyjeżdżających po raz pierwszy z polecenia osób, które odwiedzały Koszalin w celach turystycznych.

Wykres 11. Gotowość ponownego przyjazdu do Koszalina i polecenia wizyty innym



Źródło: Badanie ruchu turystycznego w Koszalinie, Toruń 2018.

7. Podsumowanie – badanie empiryczne

W sezonie wysokim wśród turystów odwiedzających Koszalin bardzo liczną grupę stanowią osoby, które przyjeżdżają do miasta z powodów rodzinnych lub towarzyskich. Ma to tę konsekwencję, że nie korzystają oni z oferty noclegowej miasta, na ogół nie korzystają też z oferty kulturalnej. To osoby przyjeżdżające do Koszalina także z odleglejszych miejsc (głównie mazowieckie, łódzkie), które bywały w mieście wielokrotnie. Spędzają w Koszalinie kilka dni. Są zadowoleni z pobytu, ale nie są skłonni do polecenia Koszalina innym.

Z drugiej strony, prawie połowa badanych turystów przyjechała do Koszalina w celach typowo turystycznych – zwiedzić miasto. Te osoby chętnie do Koszalina wrócą i polecą innym. Istotnym wyzwaniem jest zachęcenie ich do pozostania w mieście dłużej niż 2-3 noce. To grupa turystów, która poszukuje atrakcji kulturalnych (choć niekoniecznie bierze udział w organizowanych imprezach) oraz dostępu do możliwości spędzania aktywnie czasu. Forma tej aktywności zależy będzie od wieku i tego, z kim podróżują turyści. Do Koszalina najchętniej zaglądną z wizytą względnie młode rodziny z dziećmi lub osoby starsze z partnerem.

Zdecydowanie inna jest struktura i zachowania turystów odwiedzających Koszalin po sezonie. Wprawdzie prawie połowa przyjeżdżających przy okazji wizyty w mieście odwiedza

bliskich, ale znacznie częstszym motywem jest chęć zwiedzenia miasta bądź udział w wydarzeniu kulturalnym. Mniej niż połowa gości zdecydowała się zostać w mieście na noc – być może ze względu na charakter lub atrakcyjność imprez wydarzeń kulturalnych. Jeśli jednak zostają, korzystają z infrastruktury noclegowej miasta, także przy dłuższych pobytach (częściej niż działo się to w przypadku turystów wakacyjnych).

Badanie turystów było prowadzone w Koszalinie kilkakrotnie – ostatnie miało miejsce w 2012 roku. Obraz uzyskany w 2018 roku jest znacząco różny od tego uzyskanego w poprzednim badaniu. Różnice dotyczą zarówno rozpoznanej struktury turystów, jak i motywów ich wizyty oraz zachowań. Wówczas ustalono m.in. że najliczniejszymi gośćmi są osoby młode, z niewielkich miejscowości, szukające w Koszalinie przede wszystkim rozrywek, kojarzący miasto z morzem i własnymi rodzinnymi związkami z tym miastem. W 2012 roku wykazywano znaczący wzrost osób podróżujących do Koszalina środkami transportu masowego, podczas gdy obecne ustalenia są bardziej zbliżone pod tym względem do wyników z 2007 roku. Tym, co upodabnia oba okresy jest natomiast sposób korzystania z infrastruktury miasta – w sezonie wysokim zarówno w 2012 roku, jak i w 2018 roku bardzo liczne są osoby odwiedzające rodzinę i krewnych i korzystające z ich gościnności, zamiast z infrastruktury noclegowej miasta.

Można przyjąć, że są dwa powody takich różnic. Z jednej strony, w okresie dzielącym oba badania realizowano założenia Programu Rozwoju Turystyki (omawiamy je w pierwszej części raportu), w ramach których podjęto między innymi działania służące budowanie wizerunku Koszalina, ale przede wszystkim działania służące zwiększeniu potencjału wypoczynkowego i poznawczego miasta. Warto przy tym zaznaczyć, że zwiększenie tego pierwszego miało większy wpływ na turystów odwiedzających miasto w sezonie wysokim, a drugiego (poznawczego) – poza sezonem, chociaż w całym badanym okresie, motywem przewodnim wizyty było zwiedzanie.

Drugiego powodu różnicy wyników należy doszukiwać się w metodologii badania.

Wnioski

Badanie prowadzi do kilku ogólniejszych wniosków:

- ✓ struktura ruchu turystycznego różni się w sezonie letnim i poza nim:
 - w sezonie letnim głównymi odbiorcami usług turystycznych są rodziny z dziećmi,
 - turyści spędzają w mieście średnio 3 noce,
 - w ograniczony sposób korzystają z oferty bazy noclegowej miasta oraz oferty wydarzeń kulturalnych (choć poszukują atrakcji kulturalnych i rozrywek),
 - chętnie korzystają z oferty rekreacyjno-wypoczynkowej miasta,
 - zwiedzanie łączą z rozrywką, wizytami rodzinnymi, zakupami,
 - przyjeżdżają do Koszalina własnym środkiem transportu,
 - polegają na wiedzy z mediów społecznościowych i od rodziny,
 - poza sezonem letnim więcej jest osób podróżujących tylko z dorosłym partnerem:
 - przyjeżdżają osoby młode, uczące się i starsze,
 - korzystają z bazy noclegowej miasta,
 - część z nich przyjeżdża do Koszalina ze względu na wydarzenie kulturalne, pozostali chętnie w nich uczestniczą,
 - aktywnie zwiedzają miasto, skupiając się na stałych historycznych lub ciekawych poznawczo punktach,
 - uzupełniają pobyt korzystając z oferty rekreacyjnej,
 - częściej przyjeżdżają do Koszalina środkami masowego transportu,
 - polegają na wiedzy z Internetu i mediów społecznościowych oraz znajomych, ale także poleceniu przez biuro podróży.
- ✓ niezależnie od różnic struktury oceny poziomu atrakcyjności miasta są podobne w sezonie letnim i poza nim;
- ✓ turyści znają, odwiedzają i wysoko oceniają te atrakcje miasta, które stały się przedmiotem działań w ramach PRT 2013-2016;
- ✓ wybór środków marketingowych do promocji miasta – zróżnicowane i uwzględniające także najnowsze technologie i media odpowiada sposobowi, w jaki turyści wyszukują informacji o mieście.

Rekomendacje

1. Wyniki badania pozwalają ocenić, że zalecenia dotyczące działań, które powinny być realizowane, kontynuowane lub rozbudowywane sformułowane w Programie Rozwoju Turystyki są, co do zasady, trafne. Oznacza to, że należy planując kolejne działania uwzględniać zapisy PRT – w szczególności podnoszenie walorów kulturowych miasta oraz walorów sportowych i rekreacyjnych.
2. Wśród badanych turystów, bardzo niski był udział osób, które odwiedziły Koszalin służbowo – oznacza to, że miasto nie realizuje elementu, określanego w PRT „Biznesowy Koszalin” lub, że turystyka biznesowa stanowi obecnie mało znaczącą część ruchu turystycznego miasta. W mieście odbywają się wydarzenia kierowane do biznesu, ale przede wszystkim do biznesu lokalnego. Należy rozważyć włączenie organizacji wspierających biznes (jak np. Park Technologiczny S.A., Koszalińska Izba Przemysłowo-Handlowa, Północna Izba Gospodarcza w Koszalinie, Zachodniopomorski Związek Przedsiębiorców i Pracodawców, Politechnika Koszalińska, Instytut Wzornictwa, Centrum Biznesu) do dyskusji i planowania koncepcji wykorzystania wybranych ich działań jako narzędzia przyciągania turystyki biznesowej.
3. W dalszym ciągu pozostaje aktualne zalecenie zawarte w diagnozie PRT: „Należy podejmować działania, aby na bazie istniejących walorów ponadregionalnych tworzyć nowe produkty, bądź te które są regionalnymi – udoskonalać. Aby Koszalin faktycznie był – centrum kulturalnym i sportowym – dla wybrzeży Zatoki Koszalińskiej, należy wypromować kilka hitowych imprez, które będą przede wszystkim w terminarzu sezonu letniego: lipcu i sierpniu. Może to pozwolić zatrzymać turystów na dłużej. Jest to szczególnie ważne ze względu na strukturę turystyki letniej. Niemal połowa turystów to osoby odwiedzające rodzinę i krewnych, nie wymaga stosowania szczególnych instrumentów przyciągających, ale raczej wzmacniania funkcji sportowej i rekreacyjnej. Pozostali turyści przyciągani są walorami kulturalnymi i sportowymi miasta – tym ważniejsze jest znalezienie produktu/produktów turystycznych z tych kategorii.
4. Jednocześnie można rozważyć możliwość powiązania usług rekreacyjnych (np. przez wprowadzenie atrakcyjnych wielodniowych karnetów, umożliwiających skorzystania z różnych ofert i zachęcających do dłuższego pobytu).
5. Warto znaleźć produkty turystyczne o walorach poznawczych i kulturowych, które pozwolą na przyciągnięcie turystów. Produkt powinien łączyć się w istotny sposób z innymi wzmacnianymi atutami miasta (np. z wzornictwem).
6. Liczba turystów rośnie niezależnie od rozwoju bazy noclegowej. Turyści chętnie korzystają z tańszych, innych niż hotelowe rozwiązania noclegowe – należy wspomagać rozwój tego sektora, wprowadzać zachęty do likwidacji szarej strefy,

wprowadzić narzędzia służące podnoszeniu jakości i dostępności takich miejsc noclegowych (np. przez systematyczne uzupełnianie bazy noclegowej w serwisie urzędu, szkolenia dla prowadzących takie usługi, zachęcanie do tworzenia partnerstw międzysektorowych – branży noclegowej z gastronomiczną, rozrywkową, rekreacyjną).

7. Ze względu na obecną strukturę turystów (z których duża część w sezonie letnim nie korzysta z oferty noclegowej) szczególnie ważna jest dbałość o rozwój branży okołoturystycznej, gastronomicznej, rekreacyjno-kulturalnej.
8. W sezonie wysokim, znacząca liczba turystów podróżuje własnym środkiem transportu – można rozważyć wprowadzenie przyjaznych rozwiązań komunikacyjnych wewnątrz miasta, zachęcające do pozostawienia samochodów na (hotelowych) parkingach. Z kolei, poza sezonem, turyści korzystają chętniej z komunikacji masowej – z tej perspektywy ważne jest zachowanie dbałości o infrastrukturę dworcową, ale także udostępnianie już na dworcach czytelnych informacji dla turystów, w postaci plakatów informacyjnych, map, ulotek.

Przyjęta strategia informacyjna jest trafna i wymaga kontynuacji, stosowania mieszanych metody (z użyciem mediów społecznościowych, portali informacyjnych i turystycznych oraz metod tradycyjnych). Marketing wymaga precyzyjniejszych rozwiązań w odniesieniu do turystyki profilowanej (np. pielgrzymkowej lub biznesowej).

Spis tabel i wykresów

Tabela 1. Udział zagranicznego ruchu przyjazdowego w strukturze całościowego ruchu turystycznego w Koszalinie (w %)	10
Tabela 2. Wybrane wskaźniki charakteryzujące bazę noclegową w Koszalinie	11
Tabela 3. Wiek osób badanych (w%).....	12
Tabela 4. Wykształcenie osób badanych (w%).....	13
Tabela 5. Status zawodowy osób badanych (w%)	13
Tabela 6. Miejsce zamieszkania (w %)	14
Tabela 7. Główny cel przyjazdu (w %) *	18
Tabela 8. Osoby towarzyszące (w%)	20
Tabela 9. Środek transportu (w %).....	20
Tabela 10. Wykorzystana baza noclegowa (w %)*	21
Tabela 11. Źródła wiedzy o Koszalinie (w %)*	23
Tabela 12. Miejsca odwiedzane przez turystów (znajomość spontaniczna)	26
Tabela 13. Ocena atrakcyjności odwiedzonych miejsc (średnie)*	26
Wykres 1. Wielkość ruchu turystycznego w Koszalinie w latach 2012-2016.....	9
Wykres 2. Liczba turystów zagranicznych odwiedzających Koszalin lata 2012-2017	10
Wykres 3. Województwo zamieszkania (w %)	15
Wykres 4. Udział turystów zagranicznych w badaniu (w %)*	16
Wykres 5. Długość pobytu w mieście (w%).....	17
Wykres 6. Liczba dotychczasowych wizyt w mieście (w %)	19
Wykres 7a. Wydatki (na osobę) w trakcie pobytu w Koszalinie zależnie od długości pobytu – sezon wysoki.....	22
Wykres 7b. Wydatki (na osobę) w trakcie pobytu w Koszalinie zależnie od długości pobytu – sezon niski	
Wykres 8. Wydatki (na osobę) w trakcie pobytu w Koszalinie – turyści polscy (w %).....	23
Wykres 9. Ogólna ocena oferty (w %)	24
Wykres 10. Ocena oferty (średnie)	25
Wykres 11. Gotowość ponownego przyjazdu do Koszalina i polecenia wizyty innym	28