



PROGRAM ROZWOJU TURYSTYKI DLA MIASTA KOSZALINA NA LATA 2017-2021

**Aktualizacja zapisów Programu
Rozwoju Turystyki dla Miasta
Koszalina na lata 2013-2016
wraz z nowymi rozwiązaniami**

Prof. nadzw. dr hab. Jacek Borzyszkowski
Dr Mirosław Marczak

Spis treści

Wstęp	4
I. Diagnoza stanu turystyki w mieście. Ocena stopnia realizacji założeń wynikających z <i>Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016</i>	6
1. Działania na rzecz zwiększenia atrakcyjności turystycznej Koszalina w latach 2013-2016	7
2. Ruch turystyczny na terenie Koszalina.....	19
3. Organizacja turystyki w Urzędzie Miejskim w Koszalinie.....	24
4. Działania promocyjne podejmowane przez miasto.....	28
5. Funkcja turystyczna Koszalina	35
6. Ocena stopnia realizacji zapisów wynikających z <i>Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016</i>	42
6.1. Ogólna ocena stopnia realizacji <i>Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016</i>	42
6.2. Ocena stopnia zaawansowania realizacji Kart Projektów z <i>Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016</i>	54
II. Kierunki rozwoju funkcji turystycznej Koszalina w latach 2017-2021	80
1. Turystyka a założenia strategiczne miasta Koszalina.....	81
2. Analiza SWOT funkcji turystyczno-rekreacyjnej miasta.....	83
3. Budowa obwodnicy Koszalina w ciągu drogi krajowej S-6 i jej wpływ na turystykę w mieście	90
4. Cele rozwoju turystyki w Koszalinie na lata 2017-2021	97
4.1. Obszary działań i cele rozwoju turystyki w mieście.....	97
4.2. Analiza rozwiązań rozwojowych wynikających z Kart Projektów. Modyfikacja założeń z lat 2013-2016 wraz z nowymi propozycjami na lata 2017-2021	103
4.3. Inne proponowane działania na rzecz rozwoju turystyki	120
5. Monitoring założeń rozwoju turystyki w mieście	123

6. <i>Program Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2017-2021 a inne dokumenty planistyczno-strategiczne</i>	128
7. Założenia metodyki badań ruchu turystycznego w Koszalinie.....	133
Spis wykorzystanych źródeł	138
Spis tabel i rycin	140
Zał. 1. Kwestionariusz ankietowy – badanie ruchu turystycznego.....	143
Zał. 2. Kwestionariusz ankietowy – analiza SWOT	146
Zał. 3. Kwestionariusz ankietowy – wpływ obwodnicy na turystykę	149
Zał. 4. Karty Projektów	150

Wstęp

Program Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina Na Lata 2017-2021. Aktualizacja zapisów Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016 wraz z nowymi rozwiązaniami jest najważniejszym dokumentem planistycznym w zakresie poprawy funkcji turystycznej miasta w perspektywie kilku najbliższych lat. Zawiera szereg ważnych i ambitnych założeń, które z kolei są podstawą do określenia dalszego, sukcesywnego rozwoju turystyki w Koszalinie.

Autorami niniejszego dokumentu są pracownicy naukowci: prof. nadzw. dr hab. Jacek Borzyszkowski (Politechnika Koszalińska) oraz dr Mirosław Marczak (Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku). Niemniej, całe opracowanie powstało dzięki ścisłej współpracy z innymi osobami oraz podmiotami, dla których sprawy turystyki w Koszalinie mają szczególnie istotne znaczenie. Do tego grona należy zaliczyć pracowników Urzędu Miejskiego w Koszalinie, a w szczególności Wydziału Rozwoju i Współpracy Terytorialnej. Warto również podkreślić zaangażowanie pracowników innych komórek Urzędu Miejskiego w Koszalinie, jak również przedstawicieli lokalnej społeczności miasta Koszalina, którzy wyrażali swoją opinię nt. rozwiązań rozwojowych w sektorze turystyki.

Dokument jest swoistego rodzaju kontynuacją zapisów poprzedniego programu, tj. *Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na Lata 2013-2016*. Tym samym, oba dokumenty są kompatybilne i stanowią o perspektywie rozwoju turystyki w mieście w perspektywie 2013-2021. Takie też założenie przyjęto w niniejszym dokumencie. Chciano, aby uwzględniał on zarówno nowe propozycje z zakresu rozwoju turystyki w Koszalinie, jak również aby zawierał weryfikację stanu i jednocześnie ocenę trafności realizacji założeń przyjętych w *PRT 2013-2016*.

Niniejszym program składa się zasadniczo z dwóch części. Pierwsza, o charakterze diagnostycznym, zawiera ocenę stanu obecnego turystyki w mieście. Przedstawiono w niej zarówno problemy atrakcyjności turystycznej, ruchu turystycznego, działalności promocyjnej, organizacji turystyki, stopnia rozwoju funkcji turystycznej, jak również dokonano oceny stopnia realizacji *PRT 2013-2016* oraz poszczególnych Kart Projektów zawartych w tym dokumencie. Tym samym, materiał ten stanowi doskonałą podstawę pod wyznaczenie dalszych kierunków działań miejskich w zakresie rozwoju turystyki w następnych latach.

Druga część dokumentu ma charakter prognostyczny. W części wprowadzającej przedstawiono miejsce turystyki w założeniach strategicznych miasta Koszalina, dokonano uaktualnionej analizy SWOT funkcji turystyczno-rekreacyjnej, a ponadto

przedstawiono analizę wpływu budowy obwodnicy miasta Koszalina na turystykę. Ostatni z tych elementów był analizowany głównie ze względu na fakt, iż obwodnica jest jedną z wiodących inwestycji na terenie miasta w ostatnich kilkudziesięciu latach, a jednocześnie z założenia może mieć istotny wpływ na rozwój turystyki. W zasadniczej części prognozy zawarto analizę rozwiązań w zakresie rozwoju turystyki w Koszalinie na lata 2017-2021. Dokonano tego na podstawie wyodrębnienia celu głównego i celów szczegółowych dla 4 wyróżnionych obszarów działań. W oparciu o nie scharakteryzowano najważniejsze rozwiązania w zakresie turystyki na podstawie opracowanych projektów (opisanych w tzw. Kartach Projektów). Warto zaznaczyć, iż składają się na nie zarówno nowe proponowane rozwiązania, jak również częściowo te, które były zawarte w *PRT 2013-2016*, a nie doczekały się realizacji. W dokumencie zawarto również zapisy w zakresie monitoringu założeń rozwoju turystyki w mieście. Ponadto zwrócono uwagę na zgodność niniejszego dokumentu z innymi opracowaniami o charakterze lokalnym, regionalnym i krajowym. Istotną częścią niniejszego dokumentu jest opracowany kwestionariusz ankietowy wraz ze szczegółowym komentarzem, który może być wykorzystany w przyszłych badaniach nad popytową stroną turystyki w mieście.

Program Rozwoju Turystyki na lata 2017-2021 to dokument, który uwzględnia nie tylko specyfikę miasta, ale również jego potrzeby i możliwości. To dokument, który wyznacza „ścieżkę” realizacji założeń rozwojowych w zakresie turystyki na najbliższe lata, a ponadto uwypukla kierunki działań w dalszej perspektywie. To również opracowanie, które może przyczynić się do poprawy atrakcyjności turystycznej miasta, jego funkcji turystycznej i zwiększenia konkurencyjności Koszalina na krajowym rynku. I wreszcie, to dokument, który uwzględnia potrzeby szerokich grup społecznych – nie tylko turystów czy odwiedzających jednodniowych, ale również mieszkańców miasta Koszalina i jego okolic.

I.

Diagnoza stanu turystyki w mieście.

Ocena stopnia realizacji założeń wynikających z Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016

1. Działania na rzecz podniesienia atrakcyjności turystycznej Koszalina w latach 2013-2016

Atrakcyjność turystyczna jest właściwością obszaru lub miejscowości wynikającą z zespołu cech przyrodniczych lub pozaprzyrodniczych, która stanowi o zainteresowaniu ze strony turystów. Jest to zatem pojęcie o charakterze subiektywnym, gdzie decydującą rolę odgrywają gusta, preferencje, upodobania oraz różnego rodzaju motywacje, jakimi turysta samodzielnie kieruje się przy wyborze destynacji turystycznej. Jednakże istnieją trzy główne elementy, które w znacznym stopniu pomagają turyście w podjęciu decyzji. Są to:

- walory turystyczne,
- zagospodarowanie turystyczne,
- dostępność komunikacyjna.

W PRT 2013-2016 autorzy zaprezentowali atrakcyjność turystyczną Koszalina i okolic. W odniesieniu do niektórych jej elementów, zachodzące zmiany są niewielkie lub nie nastąpiły w ogóle. Zatem ponawianie tak szczegółowego opisu atrakcyjności turystycznej miasta pozbawione jest sensu. Wnioski płynące z przeprowadzonej analizy koncentrowały się na kilku głównych obszarach, tj. walorach turystycznych miasta, zainwestowaniu turystycznym i rekreacyjnym, dostępności komunikacyjnej oraz atrakcyjności miasta na tle innych miast (tab. 1). Właśnie na zmianach zachodzących w ww. obszarach postanowili skupić się autorzy niniejszego Programu, przyjmując obecny układ dokumentu.

Tabela 1. Wnioski płynące z analizy atrakcyjności turystycznej Koszalina i okolic zawarte w PRT 2013-2016

Lp.	Obszar analizy	Wnioski / postulaty
1	2	3
1.	Walory turystyczne Koszalina i okolic	<ul style="list-style-type: none">• Koszalin nie posiada walorów wypoczynkowych i specjalistycznych dla turystów• W mieście istnieją jedynie nieliczne walory krajoznawcze o charakterze kulturowym, które mogą stanowić przedmiot zainteresowania ze strony turystów• Produkty oparte na ww. walorach krajoznawczych są głównie „kupowane” przez jednodniowych odwiedzających, spędzających czas na wybrzeżu Zatoki Koszalińskiej, a nie – przez turystów• Miasto i jego bliższa strefa podmiejska, ma bardzo wysokiej jakości walory przyrodnicze dla rekreacji codziennej i weekendowej mieszkańców Koszalina, które określić można jako tzw. „krajobrazowość”

1	2	3
1.	Walory turystyczne Koszalina i okolic	<ul style="list-style-type: none"> • W tzw. dalszej strefie podmiejskiej miasto posiada wybitne walory dla rekreacji weekendowej w postaci wybrzeża Bałtyku i terenów jeziorno-leśnych położonych w okolicy Manowa oraz Rosnowa. W pierwszym jednak przypadku dostęp do nich ogranicza słabe skomunikowanie, a w drugim – bardzo słabe przystosowanie stref przybrzeżnych dwóch atrakcyjnych akwenów (Rosnowski, Hajka) i sąsiadujących z nimi lasów borowych, do celów zmasowanego pobytu mieszkańców miasta • Niektóre ważne wydarzenia kulturalne (m.in. Jarmark Jamneński, Festiwal Chórów Polonijnych) mają charakter regionalny • Na uwagę zasługują także dwa obiekty o wysokim kunszcie artystycznym i technicznym, tj. amfiteatr i katedra gotycka, w których odbywają się wszystkie ww. imprezy. Zarówno te, jak i inne – o charakterze regionalnym, bądź lokalnym są obiektami zainteresowania jedynie dla tzw. jednodniowych odwiedzających (głównie stacjonujących na wybrzeżu Zatoki Koszalińskiej). Nie są natomiast w stanie przyciągnąć odwiedzających, określanych jako turystów, czyli osób korzystających z noclegów w obiektach hotelarskich miasta • Walory turystyczne miasta i jego bliższej strefy podmiejskiej, nie przyczyniają się do zwiększenia bazy noclegowej w tym mieście • Pojedynczo rozpatrywane elementy środowiska przyrodniczego Koszalina i okolic (m.in. klimat, wody płynące i stojące, lasy podmiejskie) wcale nie są walorami turystycznymi. Mają bowiem mnóstwo ułomności wynikających zarówno z samej natury (największe opady w lipcu i sierpniu, silne wiatry, względnie niskie temperatury, płytkość i zamulenie Jamna, niedostępność jego brzegów, monokultura buczyny pomorskiej, a tym samym - brak cennych dla rekreacji siedlisk borowych), jak również wynikających z negatywnej działalności człowieka, m.in. stan czystości wód • 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 Zatok Koszalińskiej, należy wypromować kilka hitowych imprez, które będą przede wszystkim w terminarzu sezonu letniego, lipcu-sierpniu
2.	Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne miasta	<ul style="list-style-type: none"> • Znaczący rozwój bazy noclegowej w mieście nie przyczyni się do wzrostu zainteresowania walorami turystycznymi Koszalina przez turystów. Świadczy o tym m.in. brak zainteresowania branży turystycznej lokalizacją nowych hoteli przez ostatnich prawie dwadzieścia lat • Miasto powinno stwarzać odpowiednie podstawy legislacyjno-planistyczne sprzyjające inwestowaniu przez branżę turystyczną, nie tylko z sektora noclegowego, ale także – gastronomicznego, komunikacyjnego i obejmującego usługi rekreacyjno-kulturalne. Dotyczy to szczególnie potencjalnej strefy rekreacyjnej położonej pomiędzy przyszłą obwodnicą Koszalin-Sianów, a południowymi brzegami jeziora Jamno • Miasto nie powinno realizować przewidzianego do wykonania w latach 2013-2016 projektu, pod nazwą: „Efektywna promocja w celu rozszerzenia bazy noclegowej w Koszalinie” (w przedstawionej postaci, zgodnie z założeniami merytorycznymi projektu zawartymi w Karcie projektu nr 43)

1	2	3
3.	Dostępność turystyczna Koszalina i okolic	<ul style="list-style-type: none"> • Konsekwentnie realizowane przez miasto założenia dokumentu pod nazwą <i>Zintegrowany Plan Rozwoju Transportu Publicznego Miasta Koszalina na lata 2006-13</i>, a szczególnie budowa promienisto-obwodnicowego systemem ulic, jest wyjątkowo korzystne dla odciążenia miasta od ruchu tranzytowego. Fakt ten jednak nie będzie miał wpływu na pobyt gości związanych z noclegiem (turystów). Ten układ, zmniejszający ruch w centrum miasta, spowoduje natomiast zwiększenie przyjazdów tzw. jednodniowych odwiedzających, zakwaterowanych w miejscowościach nadmorskich. Dotychczasowe zakorkowanie centrum miasta było bowiem czynnikiem zniechęcającym do jego odwiedzin przez znaczną część wczasowiczów nadbałtyckich • Zakłada się, że budowana obwodnica „Koszalin-Sianów” może wpłynąć na zatrzymywanie się w Koszalinie pewnej części turystów tranzytowych, poruszających się szlakiem z Europy zachodniej do wschodniej, drogą S-6. Może tak się stać pod warunkiem lokalizacji obiektów („dzielnic”) o charakterze rekreacyjno-rozrywkowym, łącznie z kasynem gry, na terenie położonym między Jamnem, a ową obwodnicą • Za mało racjonalne uznaje się projektowanie mariny na jeziorze Jamno. Jest kilka czynników przemawiających przeciwko takiej lokalizacji, a przede wszystkim: finansowych, związanych z utrzymaniem równowagi brzegowej (litodynamiki brzegu morskiego), eksploatacyjnych, i infrastrukturalnych • Koszalin ma dobrą koncepcję funkcjonalnego rozwiązania układu ścieżek rowerowych w obrębie miasta
4.	Atrakcyjność Koszalina na tle innych miast	<ul style="list-style-type: none"> • Atrakcyjność turystyczna Koszalina jest zbliżona do innych miast o podobnej liczbie mieszkańców. Według założeń Instytutu Turystyki, podstawowym produktem turystycznym charakterystycznym dla tych jednostek są tzw. „wycieczki krajoznawcze” • Biorąc pod uwagę kategorię atrakcyjności krajoznawczej można przyjąć, że pozycja Koszalina w tej sferze jest średnia – część miast dysponuje większym, a część – mniejszym potencjałem w tym zakresie • Zasadniczym wyróżnikiem Koszalina jest zdecydowanie duży udział powierzchni lasów w ogólnej powierzchni miasta. Nie można jednak tego uznać za zdecydowany walor turystyczny. Ewentualne korzyści z tego tytułu można upatrywać głównie w przydatności rekreacyjnej dla mieszkańców miasta

Źródło: Program rozwoju turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016.

W latach 2013-2016 część wymienionych wyżej postulatów zostało zrealizowanych, część natomiast znajduje się w trakcie realizacji lub nie zostanie zrealizowanych z różnych względów (najczęściej z powodu braku możliwości finansowania). W dalszej części opracowania zaprezentowano zatem działania władz miasta podejmowane na rzecz podniesienia atrakcyjności turystycznej Koszalina z uwzględnieniem ww. obszarów.

Działania władz miasta w zakresie podwyższenia atrakcyjności turystycznej w obszarze walorów turystycznych oraz zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego. Jak już wspomniano, Koszalin nie posiada walorów wypoczynkowych i specjalistycznych dla turystów. W mieście istnieją jedynie nieliczne walory krajoznawcze

o charakterze kulturowym, które mogą stanowić przedmiot zainteresowania ze strony turystów. Dlatego też, z punktu widzenia podwyższenia stopnia atrakcyjności turystycznej niezwykle ważne jest inwestowanie w rozwój atrakcji, które mogą przyciągnąć turystów i odwiedzających jednodniowych do Koszalina. W latach 2013-2016 miasto podjęło starania na rzecz przyciągnięcia jak największej liczby turystów. Przejawem tych starań było m.in. rozpoczęcie realizacji kilku niezwykle istotnych projektów, które docelowo będą stanowić tzw. produkt rzeczywisty w marketingowej strukturze produktu turystycznego miasta. Według autorów programu do kluczowych, już **zrealizowanych** projektów, w znacznym stopniu podwyższających stopień atrakcyjności turystycznej miasta bezwzględnie należy zaliczyć:

- **zagospodarowanie terenów Góry Chełmskiej wraz z podnóżem. Etap I. (Projekt zrealizowany)** wg autorów Programu jest to jeden z kluczowych projektów determinujących rozwój turystyki i rekreacji w mieście, dlatego też należy dążyć do zrealizowania go w całości. W 2014 r. opracowano *Koncepcję zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego terenów Góry Chełmskiej* (tj. realizacja etapu I projektu). W latach 2015-2016 podjęto pierwsze działania związane z oznakowaniem tras oraz zagospodarowaniem polan rekreacyjnych. Ponadto, na podstawie ww. *Koncepcji*, została opracowana *dokumentacja projektowa na zagospodarowanie Góry Chełmskiej wraz z podnóżem – trasy pieszo-rowerowe*. Na realizację projektu w 2017 r. miasto otrzymało dofinansowanie z RPOWZ. Projekt przewiduje m.in. trasowanie, uporządkowanie i oznakowanie istniejących tras pieszo-rowerowych, zagospodarowanie polan rekreacyjnych, budowę drogi dojazdowej do stadionu, przebudowę deptaku od strony ul. Rolnej oraz inne działania wskazane w ww. dokumentacjach. Realizacja projektu w całości ma na celu m.in. uatrakcyjnienie turystyczne obszaru Góry Chełmskiej i znaczącą poprawę warunków do uprawiania turystyki i rekreacji. Powstanie kompleksowy produkt turystyczny o charakterze całorocznym, przeznaczony dla różnych grup społecznych zarówno mieszkańców, odwiedzających jednodniowych i turystów,
- **budowa kompleksu wodno-rekreacyjnego w Koszalinie (Park Wodny Koszalin).** **Projekt ten został już zrealizowany.** Niewątpliwie jego realizacja w znacznym stopniu wpłynęła na podwyższenie stopnia atrakcyjności turystycznej miasta. Z punktu widzenia rozwoju funkcji turystyczno-rekreacyjnej miasta, jest to bowiem projekt o znaczeniu kluczowym. Według autorów Programu należy natomiast podjąć działania na rzecz jeszcze większego wykorzystania potencjału obiektu, m.in.

poprzez organizację różnego rodzaju imprez okolicznościowych, zarówno dla mieszkańców miasta, jak również turystów, czy też odwiedzających jednodniowych.

Jak już wspomniano, część projektów mogących w dużym stopniu wpłynąć na wzrost stopnia tzw. atrakcyjności postrzeganej przez turystów obecnie znajduje się **w fazie realizacji**. Do tych projektów bezwzględnie należy zaliczyć:

- **zagospodarowanie pradoliny rzeki Dzierżęcinki**. Według autorów Programu, z punktu widzenia podniesienia stopnia atrakcyjności turystycznej miasta jest to bardzo pożądaný projekt. Dotyczy to zarówno rozwoju funkcji rekreacyjnej miasta (dla mieszkańców miasta), jak również funkcji turystycznej (dla turystów i odwiedzających jednodniowych),
- **budowa centrum Pielgrzymkowo-Turystycznego na Górze Chełmskiej w Koszalinie**. Zdaniem autorów Programu jest to jeden z kluczowych projektów mogących realnie wpłynąć na wzrost liczby turystów i odwiedzających jednodniowych. Jego realizacja w znacznym stopniu uzupełni ofertę turystyczną skupioną wokół Góry Chełmskiej o nową funkcję (pielgrzymka + nocleg + edukacja). Należy zatem podjąć wszelkie starania aby projekt ten został zrealizowany zgodnie ze wszystkimi przyjętymi założeniami. Wówczas wybudowany obiekt będzie pełnił funkcje, które zostały dla niego zaplanowane.

Wśród projektów przyjętych do realizacji w *PRT 2013-2016* znalazły się ponadto dwa projekty, dotychczas **niezrealizowane**, które według autorów Programu w pewnym stopniu mogłyby wpłynąć na podwyższenie stopnia atrakcyjności turystycznej Koszalina:

- **przystanek Koszalin. Etap I - Koncepcja turystyczno-rekreacyjnego zagospodarowania terenów Lubiętowa**. Jest to projekt niezwykle istotny zwłaszcza z punktu widzenia rozwoju funkcji rekreacyjnej miasta. Niemniej jednak, jego realizacja może stanowić wzbogacenie oferty zarówno dla turystów, jak również odwiedzających jednodniowych. Według autorów Programu, skuteczna realizacja założeń projektu, stanowić będzie element wzmacniający postrzeganą atrakcyjność turystyczno-rekreacyjną południowo-wschodniej części miasta. Tym samym, tego rodzaju oferta turystyczna stanowić będzie alternatywne rozwiązanie, zwłaszcza dla północnej części miasta, umożliwiające uprawianie aktywnych form turystyki i rekreacji. W połączeniu zaś z zagospodarowaniem turystyczno-rekreacyjnym terenów wokół jeziora Jamno oraz zagospodarowaniem terenów Góry Chełmskiej, realizacja ww. projektu stworzy możliwości funkcjonowania swego rodzaju „opaski rekreacyjnej miasta”, przenosząc część aktywnych mieszkańców Koszalina w rejon czystego powietrza i wspaniałych walorów przyrodniczych sprzyjających uprawianiu aktywności fizycznej,
- **prace konserwatorskie, budowlane przy XIX w. wieży widokowej na Górze**

Chełmskiej w Koszalinie. Etap III. Według autorów Programu, realizacja tego projektu wzbogaci Górę Chełmską o kolejną, odnowioną atrakcję turystyczną. Z wieży widokowej rozciąga się bowiem imponujący widok na Koszalin oraz okoliczne miejscowości. Jest to atrakcja turystyczna skierowana przede wszystkim do koneserów piękna przyrody oraz turystów aktywnych. Z pewnością realizacja projektu podniesie stopień postrzeganej atrakcyjności turystycznej miasta. Należy więc podjąć starania na rzecz pozyskania źródeł finansowania dla tego projektu.

W przypadku bazy noclegowej, stanowiącej podstawowy element zagospodarowania turystycznego, w latach 2013-2016 nie nastąpiły istotne zmiany. Dotyczy to zarówno liczby obiektów hotelarskich, ogólnej liczby miejsc noclegowych oraz stopnia wykorzystania tych miejsc, który według autorów Programu od kilku lat kształtuje się na zdecydowanie za niskim poziomie (tab. 2).

Tabela 2. Wybrane wskaźniki charakteryzujące bazę noclegową w Koszalinie

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

Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Bank Danych Lokalnych.

Należy również podkreślić, że obecnie w fazie realizacji jest inwestycja związana z powstaniem w mieście nowego hotelu o kategorii czterech gwiazdek. Z pewnością jego otwarcie podniesie rangę turystyczną miasta.

Podsumowując, w celu podniesienia stopnia atrakcyjności turystycznej w mieście każdego roku przybywa nowych atrakcji turystycznych. Według danych uzyskanych z UM w Koszalinie w latach 2013-2016 łącznie podjęto 23 działania na rzecz podniesienia postrzeganej atrakcyjności turystycznej miasta. Tylko w samym 2016 r. do inicjatyw tych należy zaliczyć: organizacja obchodów 750-lecia Miasta Koszalina, rozbudowanie *Wodnej Doliny* (m.in. wybudowano kładkę nad przesmykiem pomiędzy zbiornikami, zamontowano system napowietrzania wody oraz umieszczono wodny plac zabaw), uruchomienie obserwatorium astronomicznego, otwarcie trzech nowych wystaw (2 w Archiwum Państwowym, 1 w Muzeum w Koszalinie). Do ww. działań z pewnością należy dodać wiele eventów o różnym charakterze, które cyklicznie odbywają się w mieście, a które z pewnością współtworzą pozytywny wizerunek Koszalina jako miasta atrakcyjnego turystycznie. Szerzej zostaną one scharakteryzowane w części 6. niniejszego opracowania.

Działania władz miasta w zakresie podwyższenia atrakcyjności turystycznej w obszarze dostępności komunikacyjnej. Łączna długość dróg publicznych w Koszalinie wynosi 220,7 km. Pod względem długości, największy odsetek stanowią drogi gminne (52,5%) oraz drogi powiatowe (33,2%). Łącznie stanowi to 85,6% ogólnej długości wszystkich dróg. Przez miasto przebiega międzynarodowa trasa komunikacyjna E-28 (Berlin-Kaliningrad), droga krajowa S-11 (łącząca Koszalin z południem kraju) oraz S-6 (Szczecin-Trójmiasto) – tab. 3.

Tabela 3. Łączna długość dróg publicznych w gminie Koszalin

Lp.	Wyszczególnienie	Stan	
		(w km)	(w %)
1.	Drogi krajowe	19,752	8,95
2.	Drogi wojewódzkie	9,941	4,51
3.	Drogi powiatowe	70,094	31,76
4.	Drogi gminne	120,87	54,78
5.	Łączna długość dróg	220,677	100
6.	Wskaźnik ogólnej długości ulic przypadający na 1 km ²	0,123	

Źródło: UM Koszalin, opracowanie własne na podstawie danych ZDM w Koszalinie.

W odniesieniu do dostępności komunikacyjnej Koszalina należy stwierdzić, że w latach 2013-2017 wydatki budżetu miasta na ten cel kształtowały się na dość zróżnicowanym poziomie (tab. 4).

Tabela 4. Łączne wydatki (związane z realizacją zadań statutowych oraz wydatki inwestycyjne) na poszczególne elementy dostępności komunikacyjnej Koszalina w latach 2013-2017

Lp.	Rodzaj inwestycji związanej z dostępnością komunikacyjną Koszalina	2013	2014	2015	2016	2017*
1	2	3	4	5	6	7
1.	Drogi publiczne w miastach na prawach powiatu	32 147 471 w tym inwestycyjne: 30 418 610	56 292 953 w tym inwestycyjne: 54 313 706	16 192 626 w tym inwestycyjne: 14 003 599	10 357 203 w tym inwestycyjne: 8 146 419	59 126 680 w tym inwestycyjne: 57 321 680
2.	Drogi publiczne gminne	6 259 238 w tym inwestycyjne: 5 055 830	10 443 396 w tym inwestycyjne: 9 369 297	13 346 119 w tym inwestycyjne: 12 184 948	8 958 830 w tym inwestycyjne: 7 689 535	12 334 340 w tym inwestycyjne: 11 134 840
3.	Drogi wewnętrzne	3 538 327 w tym inwestycyjne: 2 810 150	19 091 515 w tym inwestycyjne: 18 362 007	2 118 791 w tym inwestycyjne: 1 494 027	1 845 921 w tym inwestycyjne: 938 863	2 608 200 w tym inwestycyjne: 1 917 200

1	2	3	4	5	6	7
4.	Infrastruktura kolejowa	290 885 w tym inwestycyjne: 19 800	445 566 w tym inwestycyjne: 158 117	345 416 w tym inwestycyjne: 59 699	546 715 w tym inwestycyjne: 236 899	400 100 w tym inwestycyjne: 80 000
	Łącznie	42 235 921 w tym inwestycyjne: 38 304 390	86 273 430 w tym inwestycyjne: 82 203 127	32 002 952 w tym inwestycyjne: 27 742 273	21 708 669 w tym inwestycyjne: 17 011 716	74 469 320 w tym inwestycyjne: 70 453 720
	Udział wydatków inwestycyjnych w ogólnych wydatkach (w %)	90,7	95,2	86,7	78,3	94,6

Objaśnienia: „*” – Plan dochodów budżetu Miasta Koszalina na 2017 rok.

Źródło: Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2013 rok; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2014 rok; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2015 rok; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2016 rok; Plan dochodów budżetu Miasta Koszalina na 2017 rok według klasyfikacji budżetowej w złotych (stan na 30.06.2017); www.koszalin.pl.

Największe nakłady na drogi i infrastrukturę kolejową miasto poniosło w 2014 r. Szczególnie dużą kwotę (ok. 54,3 mln zł), miasto wydało na inwestycje znajdujące się w kategorii „drogi publiczne w miastach na prawach powiatu”. Jeszcze większą kwotę na ten cel zaplanowano w budżecie na 2017 r. (ok. 57,3 mln zł).

W latach 2013-2017 zauważyć można również znaczne dysproporcje w udziale wydatków inwestycyjnych w ogólnych wydatkach miasta na infrastrukturę drogową i kolejową. Najwyższy udział tych środków odnotowano w 2014 r. (95,2%). Podobną sytuację można zaobserwować analizując dane za 2017 r. Udział nakładów inwestycyjnych w ogólnych wydatkach na infrastrukturę drogową i kolejową wyniósł w tym roku 94,6%. Względem roku poprzedniego (2016 r.), odnotowano zatem wzrost o 16,3 pp. Według autorów Programu, taka sytuacja wyraźnie świadczy o tym, że miasto zamierza inwestować w rozwój infrastruktury drogowej i kolejowej, a tym samym w podniesienie jakości dróg w mieście, co sprzyja podwyższeniu tzw. stopnia atrakcyjności postrzeganej przez turystów i odwiedzających jednodniowych.

W celach strategicznych zawartych w *Strategii Rozwoju Koszalina*, jedno z głównych założeń dotyczy podwyższenia sprawności komunikacyjnej Koszalina (I cel strategiczny: *Koszalin sprawny komunikacyjnie*). W *Raporcie z realizacji Strategii rozwoju Koszalina za 2016 rok*, zaprezentowano m.in. analizę wskaźnikową ukazującą stopień realizacji przyjętych w *Strategii* założeń. Analiza wskaźnikowa została sporządzona w oparciu o dane pozyskane z GUS, wydziałów, komórek, jednostek podległych UM oraz innych podmiotów.

W odniesieniu do stopnia realizacji I Celu strategicznego: *Koszalin sprawny komunikacyjnie*, w latach 2013-2016 zaobserwowano znaczne dysproporcje (tab. 5).

*Tabela 5. Zestawienie stopnia osiągnięcia wskaźników w I celu strategicznym: Koszalin
sprawny komunikacyjnie*

Lp.	Cel operacyjny	Wskaźnik przyjęty w Strategii Rozwoju Koszalina	Jm.	Wartość bazowa	Zrealizowana wartość			
					2013 r.	2014 r.	2015 r.	2016 r.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	1.1.Rozbudowa i modernizacja układu komunikacyjnego miasta	Długość nowo wybudowanych dróg publicznych	km	220,7	2,6	7,3	1,1	1,9
		Liczba miejsc postojowych na terenach miejskich	szt.	10.200	46	362	246	337
2.	1.2.Modernizacja systemu zarządzania i sterowania ruchem drogowym	Liczba nowych i modernizowanych lokalizacji objętych systemem zarządzania i sterowania ruchem drogowym	szt.	0	0	0	0	0
3.	1.3.Podnoszenie atrakcyjności oferty usług transportu publicznego	Liczba pasażerów transportu zbiorowego	os.	20,1 mln	19,1 mln	18,4 mln	18,1 mln	19,1 mln
4.	1.4.Wprowadzenie rozwiązań systemowych i infrastrukturalnych komunikacji pieszej i rowerowej	Liczba bezkolizyjnych przejść dla pieszych	szt.	3	0	1	0	0
		Długość nowo wybudowanych ciągów pieszych	km	0	3,0	9,2	1,9	3,8
		Długość ścieżek i tras rowerowych	km	34,6	5,2	7,3	4,3	1,3
5.	1.5. Wspieranie i inicjowanie działań na rzecz poprawy zewnętrznej dostępności miasta	Wskaźniki opisowe dla następującej inwestycji: Planowana droga ekspresowa S6 Szczecin-Gdańsk			<p>Na przełomie 2015 r. i 2016 r. podpisane zostały umowy z wykonawcami na budowę 117 km drogi S6 (w tym początku obwodnicy Koszalina). W 2016 r. wykonano projekty techniczne dla tej części trasy oraz uzyskano decyzje ZRID dla poszczególnych odcinków, pozwalające na rozpoczęcie prac budowlanych. 3 marca 2016 r. zawarta została umowa na wykonanie obwodnicy Koszalina i Sianowa o długości 21 km. W kwietniu ruszyły prace przygotowawcze, a do końca roku wykonano prace:</p> <ul style="list-style-type: none"> • związane z wymianami gruntu oraz odhumusowaniem, • na powstających obiektach inżynierskich dotyczące betonowania, zbrojenia oraz deskowania, • związane z wykonaniem przebudowy kolizji teletechnicznych, wodociągowych, deszczowych, a także sieci elektroenergetycznych. <p>Jesienią 2015 r. Ministerstwo Infrastruktury i Budownictwa wstrzymało ogłoszone przetargi na projektowanie i budowę trasy ekspresowej S6 na odcinkach od końca obwodnicy Sianowa do Gdańska, motywując to rozważaną przez Rząd zmianą priorytetów inwestycyjnych w zakresie realizacji państwowej sieci autostrad i dróg ekspresowych.</p>			

1	2	3	4	5	6	7	8	9					
		Wskaźniki opisowe dla następującej inwestycji: Planowana droga ekspresowa S11 Kołobrzeg-Katowice	W grudniu 2016 r. Ministerstwo Infrastruktury i Budownictwa zatwierdziło program inwestycyjny obejmujący prace przygotowawcze dla odcinka planowanej drogi ekspresowej S11 Koszalin-Bobolice o długości 47,7 km. Decyzja ta umożliwi ogłoszenie postępowania przetargowego na realizację koncepcji programowej dla tego odcinka. Celem koncepcji programowej niezbędnej do realizacji inwestycji w formule „projektuj i buduj” jest uszczegółowienie rozwiązań projektowych, w jej ramach zostaną również wykonane badania geologiczne. Ogłoszenie przetargu na realizację koncepcji programowej dla odcinka Koszalin-Bobolice planowane jest w 2017 r. Odcinek drogi S11 Koszalin-Bobolice posiada uzyskaną w 2011 roku decyzję środowiskową. Odcinek rozpocznie się od węzła Koszalin Zachód (jego północna część jest obecnie budowana w ramach obwodnicy Koszalina i Sianowa w ciągu trasy ekspresowej S6 – wspólny przebieg z S11 do Kołobrzegu), a zakończy na włączeniu w istniejącą DK nr 11 na południe od miejscowości Bobolice. W ramach tego zadania przewidziana jest realizacja dwujezdniowej drogi ekspresowej wraz z całą infrastrukturą towarzyszącą (Miejsca Obsługi Podróżnych, Obwody Utrzymania).										

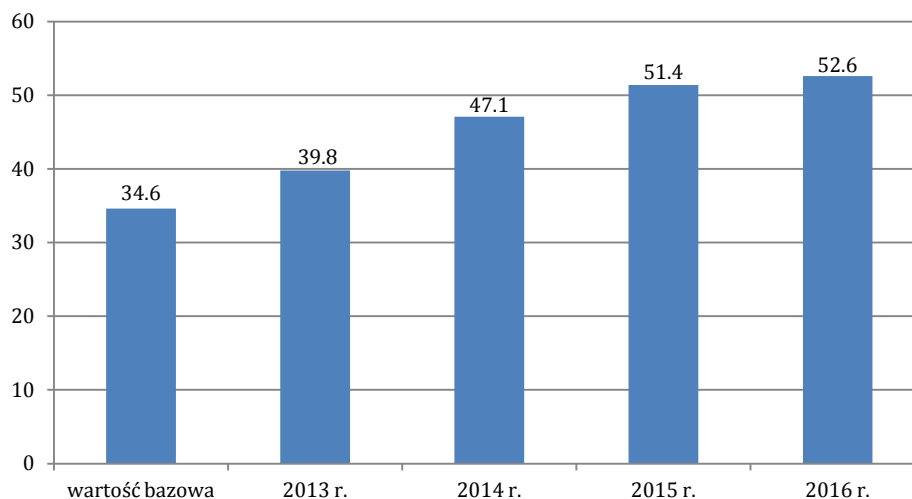
Źródło: Raport z realizacji *Strategii rozwoju Koszalina za 2016 rok*.

W latach 2013-2016 odnotowano (łącznie) wzrost nowych dróg publicznych o 12,9 km, tj. o 5,8% względem wartości bazowej (220,7 km). Największą liczbę kilometrów dróg publicznych (7,3 km) wybudowano w 2014 r., natomiast najmniej nowych dróg powstało w 2015 r. (1,1 km).

W 2016 roku odnotowano również wzrost liczby miejsc postojowych na terenie Koszalina o kolejne 337 szt. Łącznie w latach 2013-2016 infrastruktura techniczna obsługi transportu w zakresie parkingów wzrosła o 991 szt., tj. o 9,7%, dając łącznie 11,2 tys. miejsc.

W *PRT 2013-2016* znalazły się dwa projekty, które bezpośrednio nawiązują do podwyższenia stopnia atrakcyjności turystycznej Koszalina w zakresie szeroko rozumianej dostępności komunikacyjnej miasta. Pierwszy z nich, pod nazwą *Rozbudowa infrastruktury rowerowej w Koszalinie*, obecnie znajduje się w trakcie realizacji. Jest to projekt niezwykle ważny dla Koszalina, zwłaszcza z punktu widzenia rozwoju aktywnych form turystyki oraz funkcji rekreacyjnej miasta. Dlatego też w analizowanym okresie miasto podjęło szereg działań na rzecz skutecznej realizacji tego projektu.

Przykładowo, w latach 2013-2016 w Koszalinie przybyło 17,9 km nowo wybudowanych ciągów pieszych oraz 18 km nowych ścieżek rowerowych (ryc. 1).



Rycina 1. Przyrost liczby km ścieżek i tras rowerowych w Koszalinie w latach 2013-2016

Źródło: Raport z realizacji Strategii rozwoju Koszalina za 2016 rok.

Największą liczbę ścieżek i tras rowerowych (7,3 km) wybudowano w 2014 r., natomiast najmniejszą – w 2016 r. (1,3 km).

Drugi z projektów związanych z dostępnością komunikacyjną Koszalina (ale również traktowany jako atrakcja turystyczna), którego założenia zawarto w *PRT 2013-2016 (Modernizacja Koszalińskiej Kolei Wąskotorowej na potrzeby turystyki)*, również znajduje się w fazie realizacji. W latach 2015-2017 została opracowana dokumentacja projektowa oraz złożono wnioski do RPO WZ o dofinansowanie projektu. Należy wyraźnie podkreślić, że realizacja tego projektu przyniesie miastu wymierne korzyści. Stanowiąc będzie niezwyklej wartości atrakcję turystyczną nie tylko dla mieszkańców Koszalina.

Poza działaniami lokalnymi, miasto podejmuje również działania na rzecz poprawy zewnętrznej dostępności komunikacyjnej miasta. Chodzi tu przede wszystkim o inicjatywy wspierające dwie inwestycje o charakterze krajowym, które w znacznym stopniu mogą wpłynąć na wizerunek Koszalina pod kątem jego dostępności turystycznej, tj.:

- drogę ekspresową S6 Szczecin-Gdańsk,
- drogę ekspresową S11 Kołobrzeg-Katowice.

Według autorów Programu, z punktu widzenia rozwoju turystyki w Koszalinie i okolicach, zdecydowanie ważniejsza jest realizacja drogi ekspresowej S11, bowiem stanowić ona będzie główny ciąg komunikacyjny dla turystów przybywających na Pomorze Środkowe z Polski Centralnej oraz Polski Południowej (z tych części Polski przybywa na Wybrzeże Koszalińskie największa liczba turystów). Natomiast droga

ekspresowa S6, to głównie droga dla tzw. turystów tranzytowych i odwiedzających jednodniowych, którzy po zakończeniu inwestycji mogą częściej zatrzymywać się w Koszalinie w poszukiwaniu krótkotrwałych atrakcji turystycznych lub podstawowych usług turystycznych (nocleg, wyżywienie, rozrywka). Starania władz miasta na rzecz realizacji ww. inwestycji należy ocenić bardzo wysoko, wpisują się one bowiem w całą gamę inicjatyw podwyższających atrakcyjność turystyczną miasta w zakresie szeroko rozumianej dostępności komunikacyjnej.

Wnioski:

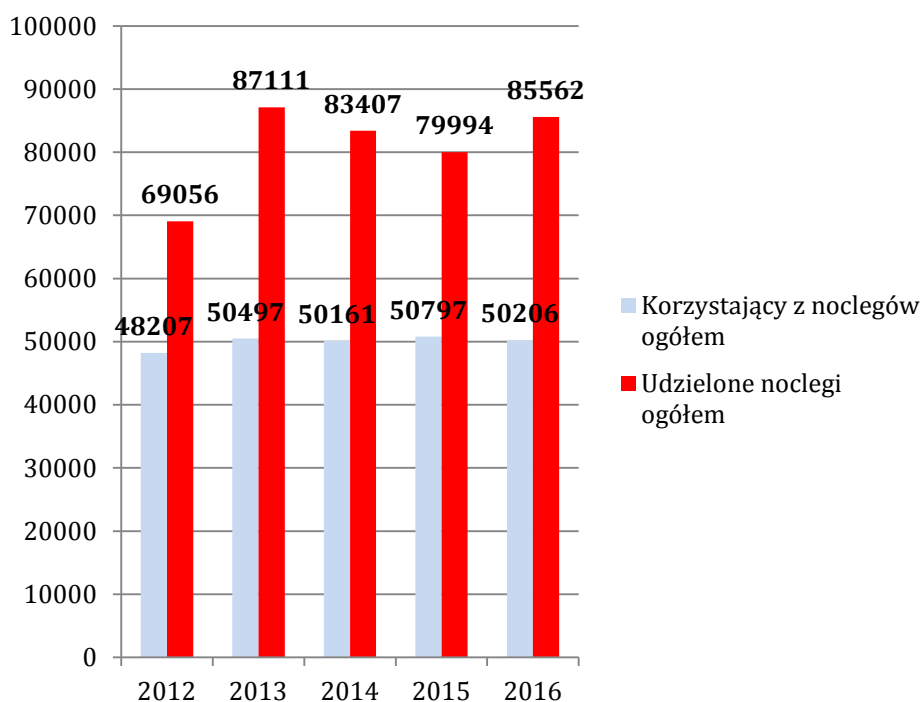
Władze miasta podejmują szereg inicjatyw na rzecz podniesienia stopnia atrakcyjności turystycznej Koszalina. Świadczą o tym następujące dane:	
23 inicjatywy	podejmowane na rzecz zwiększenia atrakcyjności turystycznej Koszalina w latach 2013-2016
87,7%	tyle wynosi średni udział nakładów inwestycyjnych w ogólnych wydatkach miasta na infrastrukturę drogową i kolejową w latach 2013-2016
17,9 km	nowo powstałych ciągów pieszych w latach 2013-2016
18 km	nowo wybudowanych ścieżek i tras rowerowych w latach 2013-2016
9,7%	o tyle w latach 2013-2016 wzrosła liczba miejsc parkingowych w mieście
Zaleca się realizację kilku projektów w celu zwiększenia stopnia atrakcyjności turystycznej miasta (m.in. modernizacja Koszalińskiej Kolei Wąskotorowej, renowacja wieży widokowej na Górze Chełmskiej)	

2. Ruch turystyczny na terenie Koszalina

Informacje na temat ruchu turystycznego są szczególnie istotne z punktu widzenia zobrazowania stanu turystyki na danym obszarze. Ukazanie tych wielkości w określonym czasie wskazuje bowiem na to, czy dana destynacja cieszy się coraz większym zainteresowaniem ze strony przyjezdnych, czy też występuje zjawisko odwrotne. Z punktu widzenia miast, czy obszarów, które nie przeprowadzają regularnych badań rynku turystycznego od strony popytowej, najbardziej wiarygodnymi danymi dysponuje Główny Urząd Statystyczny. Tak też jest w przypadku Koszalina.

W niniejszym dokumencie przedstawiono wybrane dane statystycznego odnoszące się do wielkości ruchu turystycznego. Przede wszystkim posłużono się informacjami nt.: korzystających z noclegów oraz udzielonych noclegów.

W przypadku analizy powyższych wielkości, wykorzystano dane Głównego Urzędu Statystycznego. Na potrzeby niniejszego opracowania przedstawiono informacje z lat 2012-2016¹ (ryc. 2).



Rycina 2. Wielkość ruchu turystycznego w Koszalinie w latach 2012-2016

Źródło: Opracowania na podstawie: Główny Urząd Statystyczny, www.stat.gov.pl.

¹ W Programie Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016 wykorzystano dane dotyczące ruchu turystycznego w latach 2006-2012. W niniejszym dokumencie rok 2012 traktowano więc jako bazowy (czyli ostatni, którym posiłkowano się w PRT 2013-2016).

Dane zawarte na ryc. 2 wskazują na pozytywne zjawisko, jakim jest wzrost dwóch podstawowych wielkości odnoszących się do ruchu turystycznego. Szczególnie widoczny wzrost odnotowano w latach 2012-2013. W przypadku liczby udzielonych noclegów ogółem, wielkość ta wzrosła o 26,1%. Z kolei liczba korzystających z noclegów wzrosła o 4,8%. Oznacza to, że w latach 2012-2013 wzrosły obie wartości, ale jednocześnie procentowy wzrost liczby udzielonych noclegów był zdecydowanie wyższy niż korzystających z nich (o 21,3 pp.). Wielkości te pokazują, że relatywnie wydłużył się czas pobytu przeciętnego turysty w mieście². Zjawisko to należy uznać za bardzo korzystne.

W roku 2014 analizowane wartości odnotowały niewielki spadek. W stosunku do roku poprzedniego liczba udzielonych noclegów spadła o 4,3%, a liczba korzystających z nich o 0,7%. Z kolei przeciętny czas trwania pobytu turysty wyniósł 1,66 dni. Tym samym spadki analizowanych wielkości były minimalne.

W roku 2015 nastąpił dalszy niewielki spadek liczby udzielonych noclegów (o 4,1%), natomiast w przypadku korzystających z noclegów odnotowano niewielki wzrost (o 1,3%). W kolejnym roku nastąpiła sytuacja odwrotna. Odnotowano spadek liczby korzystających z noclegu (o 1,1% w stosunku do roku 2015), natomiast dość wyraźnie wzrosła liczba udzielonych noclegów, tj. o 7,0%. Tym samym wielkość ta zbliżyła się do rekordowej wartości z 2013 r. Jednocześnie warto podkreślić, iż średni czas pobytu turysty w mieście w 2016 r. wyniósł 1,70 dni.

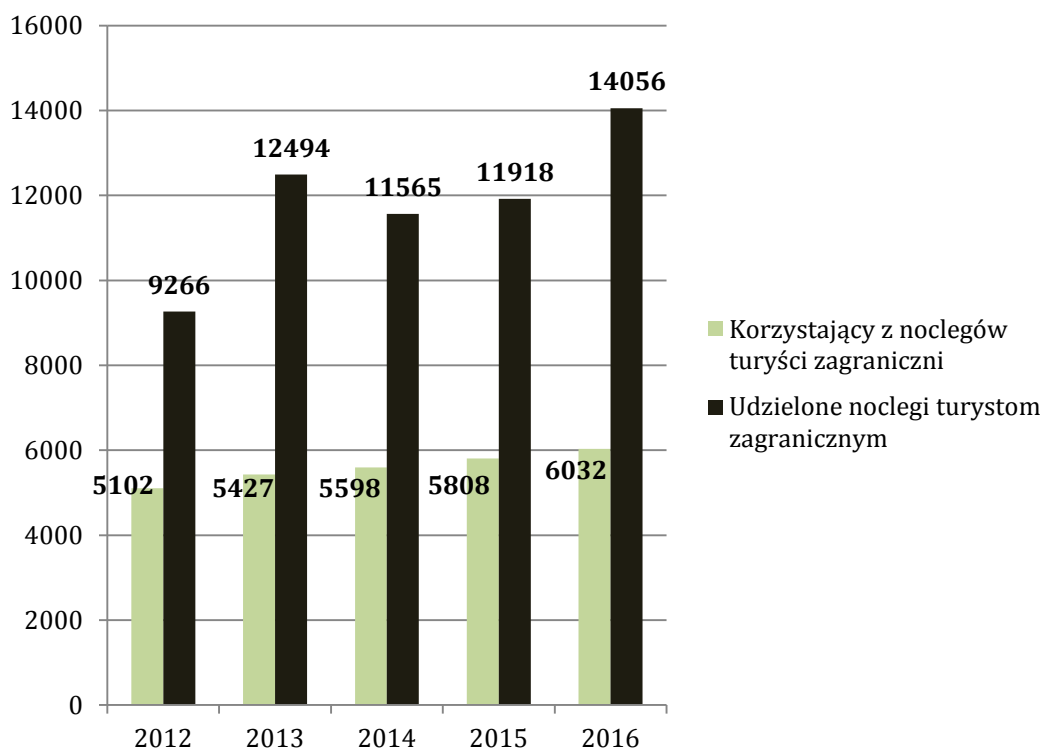
Podsumowując, w latach 2012-2016 zaobserwowano pozytywne zjawisko wzrostu wielkości ruchu turystycznego, zobrazowane w wielkości zarówno liczby udzielonych noclegów, jak i liczby korzystających z nich. Oczywiście, w poszczególnych latach sytuacja przedstawiała się różnie, jednak biorąc pod uwagę lata skrajne (tj. 2012 i 2016) zauważyć można niewielki wzrost liczby korzystających z noclegów oraz dość wyraźny wzrost liczby udzielonych noclegów.

Interesująco wygląda analiza danych dotyczących obu wielkości, z uwzględnieniem jedynie wartości dla odwiedzających zagranicznych. W tym przypadku dane Głównego Urzędu Statystycznego są dostępne również do 2016 r. włącznie (ryc. 3).

Podobnie jak w przypadku danych dla ogółu odwiedzających, tak również wielkości w zakresie liczby udzielonych noclegów dla zagranicznego ruchu turystycznego (przyjazdowego) odnotowały wyraźny wzrost w latach 2012-2013. Wartość ta wzrosła aż o 34,8%. W tym samym czasie liczba zagranicznych turystów wzrosła o 6,4%. W kolejnych latach (2014-2015) sytuacja ustabilizowała się na podobnym poziomie – niewielki spadek

²Wartość tę można uzyskać, dzieląc liczbę udzielonych noclegów przez liczbę korzystających z nich. I tak, w 2012 r. wartość ta wyniosła 1,44 dni (69 056 : 48 207), natomiast w roku 2013 już 1,73 dni (87 111 : 50 497).

liczby udzielonych noclegów przy jednoczesnym niewielkim wzroście liczby korzystających z nich. Jako rekordowy należy uznać rok 2016, gdzie liczba udzielonych noclegów wyniosła 14056, a liczba korzystających z nich 6032. Oznacza to, że również wzrosła wielkość obrazująca przeciętny czas trwania pobytu turysty zagranicznego. W 2012 r. wynosiła ona 1,82 dni, a w 2016 r. – 2,33 dni.



Rycina 3. Wielkość ruchu turystycznego w Koszalinie w latach 2012-2016 (dane dla turystyki zagranicznej przyjazdowej)

Źródło: Opracowania na podstawie: Główny Urząd Statystyczny, www.stat.gov.pl.

Ważnym aspektem oceny wielkości ruchu turystycznego na danym obszarze jest również próba oszacowania udziału zagranicznego ruchu przyjazdowego w strukturze ogółem. Pozwoli to m.in. na określenie, jak ważny dla danej destynacji jest segment turystów zagranicznych (tab. 6).

Tabela 6. Udział zagranicznego ruchu przyjazdowego w strukturze całościowego ruchu turystycznego w Koszalinie (w %)

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

Źródło: Obliczenia na podstawie danych z: Główny Urząd Statystyczny, www.stat.gov.pl.

Analizując dane zawarte w tab. 6, można stwierdzić, iż szczególnie w latach 2012-2013 nastąpił wzrost obu wielkości, obrazujących udział zagranicznej turystyki przyjazdowej w ogólnym ruchu turystycznym. W roku 2014 nastąpił dalszy wzrost w wartości korzystających z noclegów przy jednoczesnym spadku w liczbie udzielonych noclegów. Kolejny już wyraźny wzrost odnotowano w latach 2015-2016. Niezależnie od pewnych niewielkich zmian, należy uznać, że udział zagranicznej turystyki przyjazdowej w ogólnej strukturze ruchu turystycznego wzrasta i obecnie kształtuje się na poziomie 12-16% ogółu.

Należy przy tym pamiętać, iż analizowane powyżej dane uwzględniają jedynie segment turystów (czyli osób korzystających z przynajmniej jednego noclegu). W dokumencie nie przedstawiono natomiast informacji nt. liczby odwiedzających jednodniowych.

Pewnymi (choć bardzo ograniczonymi) wskazówkami w zakresie analizy ruchu turystycznego mogą być dane pozyskane z *Regionalnego Centrum Promocji i Informacji Turystycznej* (RCIT). Podstawowe ograniczenie wynika z faktu, iż gośćmi są z natury zarówno przyjeźdźni (tj. turyści i odwiedzający jednodniowi), jak również mieszkańcy Koszalina lub inne osoby nieklasyfikowane w ruchu turystycznym (tj. osoby, dla których Koszalin jest codziennym miejscem pracy lub nauki). Statystyki pozyskane z RCIT wskazują, że w latach 2013-2016 liczba odwiedzających tę placówkę oscylowała w granicach 7-8 tys. osób. Ponadto, odnotowywano relatywny wzrost zainteresowania stroną internetową RCIT, gdzie liczba odwiedzin wzrastała ze 112 115 do 194 227.

W związku z silną pozycją *Regionalnego Centrum Promocji i Informacji Turystycznej* na lokalnym rynku turystycznym, zaleca się prowadzenia szczegółowych badań, nie tylko w zakresie odwiedzin w tej placówce, ale również z punktu widzenia struktury ruchu turystycznego w mieście. Należy podkreślić, iż RCIT jest swojego rodzaju „naturalnym” miejscem, w którym tego typu badania mogłyby (a nawet powinny) być przeprowadzane. Warto zauważyć, iż ze względu na specyfikę rynku turystycznego jednostek typu Koszalin, centrum informacji jest często podstawowym (a nawet jedynym) miejscem, gdzie odwiedzający (zarówno jednodniowi, jak i turyści) są skłonni uzyskać określone informacje nt. oferty turystycznej miasta.

Wnioski:

W Koszalinie następuje sukcesywny wzrost podstawowych wielkości dotyczących ruchu turystycznego:	
4,1%	wzrost liczby korzystających z noclegów w latach 2012-2016
23,9%	wzrost liczby udzielonych noclegów w latach 2012-2016
18,2%	wzrost liczby turystów zagranicznych w latach 2012-2016
51,7%	wzrost liczby udzielonych noclegów turystom zagranicznym w latach 2012-2016
0,26 dnia	wzrost przeciętnego pobytu turysty w mieście w latach 2012-2016
0,51 dnia	wzrost przeciętnego pobytu turysty zagranicznego w mieście w latach 2012-2016
Turyści zagraniczni stanowią coraz ważniejszą część całościowego rynku turystycznego Koszalina	
Brak szczegółowej znajomości struktury ruchu turystycznego, co uniemożliwia określenie m.in. potrzeb odwiedzających miasto	
Na obecnym etapie nie ma możliwości oszacowania liczby tzw. odwiedzających jednodniowych, którzy z założenia stanowią istotną część ruchu turystycznego w mieście	
Konieczność prowadzenia regularnych badań rynku turystycznego od strony popytowej, a tym samym zaangażowania odpowiednich placówek (m.in. RCIT)	

3. Organizacja turystyki w Urzędzie Miejskim w Koszalinie

Problem organizacji turystyki w jednostce samorządu terytorialnego ma szczególnie istotne znaczenie z punktu widzenia rozwoju funkcji turystycznej danej destynacji. Przypisanie konkretnych zadań poszczególnym jednostkom urzędu miasta oraz ich właściwe uporządkowanie może przyczynić się do sprawniejszego zarządzania turystyką. Warto pamiętać, iż zadania jednostki samorządu terytorialnego nie muszą się ograniczać jedynie do tych, które wynikają z odpowiednich regulacji prawnych. Zasadniczym problemem jest tu natomiast podział odpowiednich zadań i przypisanie ich konkretnym jednostkom.

W dalszej części niniejszego dokumentu scharakteryzowano umiejscowienie turystyki w strukturze Urzędu Miejskiego w Koszalinie oraz zadania właściwych jednostek w zakresie rozwoju tej funkcji gospodarczej.

Dalszą analizę warto rozpocząć od krótkiego przedstawienia sytuacji, która miała miejsce w trakcie opracowywania *PRT 2013-2016*. Wówczas najważniejszą komórką organizacyjną Urzędu Miejskiego w Koszalinie, odpowiedzialną za sprawy związane z turystyką, był *Wydział Rozwoju, Współpracy Zagranicznej i Promocji*. Wydział ten, zgodnie z regulaminem organizacyjnym, podlegał bezpośrednio Prezydentowi Miasta. Warto przypomnieć, iż do kompetencji ówczesnego wydziału należały zarówno sprawy związane z turystyką, jak i promocją miasta.

Sytuacja zmieniła się w 2015 r. na mocy *Zarządzenia nr 125 / 469 / 15 Prezydenta Miasta Koszalina z 30 lipca 2015 r.* wprowadzono nowy regulamin organizacyjny Urzędu Miejskiego w Koszalinie, a tym samym zmieniła się struktura organizacyjna. W jego wyniku doszło do swoistego „rozdzielenia” spraw związanych z turystyką i promocją. Od tego momentu ww. sprawami zajmują się:

- *Wydział Rozwoju i Współpracy Terytorialnej* – w zakresie turystyki;
- *Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji* – w zakresie promocji.

W strukturze Wydziału Rozwoju i Współpracy Terytorialnej działają:

- *Referat Rozwoju Miasta*, realizujący m.in. zadania z zakresu upowszechniania turystyki w mieście;
- *Referat Funduszy*;
- *Referat Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych*.

W strukturze Wydziału Komunikacji Społecznej i Promocji działają:

- *Referat Komunikacji Społecznej*;

- *Referat Promocji i Współpracy Zagranicznej* realizujący m.in. działania związane z promocją miasta.

Warto podkreślić, iż obie komórki podlegają bezpośrednio Prezydentowi Miasta Koszalina.

Do najważniejszych zadań realizowanych przez Wydział Rozwoju i Współpracy Terytorialnej w zakresie upowszechniania turystyki, należą:

- opracowywanie, wdrażanie oraz aktualizowanie programów związanych z rozwojem i upowszechnianiem turystyki,
- prowadzenie spraw związanych z przynależnością Miasta do związków, organizacji i stowarzyszeń działających na rzecz upowszechniania turystyki w mieście Koszalin,
- planowanie i realizacja zadań związanych z rozwojem i upowszechnianiem turystyki rowerowej,
- opracowanie merytorycznej zawartości m.in. do informatorów, map turystycznych oraz ich wydawnictwo,
- przygotowanie i/lub prezentacja oferty miasta na targach turystycznych krajowych i zagranicznych.

Do najważniejszych zadań realizowanych przez Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji w zakresie promocji, należą:

- prowadzenie całokształtu spraw związanych z promocją miasta,
- prowadzenie spraw związanych z ochroną patentową znaków miasta oraz związanych z wykorzystaniem i wydawaniem pozwoleń na używanie zastrzeżonych znaków miasta: herbu i logo,
- przygotowywanie i nadzór nad stroną internetową Urzędu – www.koszalin.pl,
- prowadzenie spraw związanych z tworzeniem i utrzymaniem marki miasta i nadzór nad całością prac, w tym nadzór nad szatą graficzną wydawnictw własnych Urzędu Miejskiego,
- wykonanie i dystrybucja materiałów promocyjnych miasta.

Przegląd najważniejszych zadań obu wydziałów, z zakresu turystyki i promocji miasta, łącznie pokazuje, iż są one bardzo zbliżone do tych, które były m.in. realizowane przez wcześniejszy *Wydział Rozwoju, Współpracy Zagranicznej i Promocji*. Jak wspomniano, zadania te obejmują podstawowe zagadnienia związane zarówno z samą turystyką, jak i promocją miasta. Podział zadań pomiędzy poszczególne komórki urzędu

danej jednostki samorządu terytorialnego absolutnie nie przesądza o efektywności, czy skuteczności ich działań. Warto jednak pamiętać, iż tzw. „grupowanie” zbliżonych do siebie przedsięwzięć znacznie poprawia nie tylko komunikację wewnątrz jednostki, ale również może przyczynić się do lepszego wykorzystania kapitału ludzkiego, czy finansowego. Warto pamiętać, iż turystyka jako ważny sektor gospodarczy jest zjawiskiem interdyscyplinarnym i intersektorowym, co już skłania do traktowania jej w szerszym kontekście. Ponadto, mówiąc o rozwoju turystyki, a tym samym o „przyciąganiu” turystów do danej destynacji, należy bezwzględnie pamiętać o podejmowaniu konkretnych działań, które mają na celu zwiększenie zarówno liczby odwiedzających, jak i wpływów z turystyki. Temu też służą działania o charakterze promocyjnym. W związku z tym, rozdzielenie analizowanych zadań na dwa wydziały należy ocenić w dłuższej perspektywie czasowej.

Poza ww. wydziałami, pewną część zadań związanych z szeroko rozumianą turystyką realizują również inne komórki Urzędu Miejskiego w Koszalinie. W zależności od rodzaju przedsięwzięcia, czy jest to np. działanie o charakterze inwestycyjnym lub organizacyjnym, zadanie jest realizowane przez inne merytoryczne wydziały np.: Wydział Inwestycji, Wydział Kultury i Spraw Społecznych, Wydział Informatyki oraz inne komórki Urzędu Miejskiego w Koszalinie.

Istotną rolę w zakresie organizacji, ale również zarządzania turystyką w mieście pełnią ponadto:

- spółki komunalne tj.:
 - *Zarząd Obiektów Sportowych sp. z o.o.*;
 - *Miejski Zakład Komunikacji sp. z o.o.*;
- instytucje kultury:
 - *Centrum Kultury 105 w Koszalinie*;
 - *Bałtycki Teatr Dramatyczny im. J. Słowackiego*;
 - *Filharmonia Koszalińska im. Stanisława Moniuszki*;
 - *Muzeum w Koszalinie*;
 - *Koszalińska Biblioteka Publiczna*.

Poza wyraźnymi przeobrażeniami w strukturze organizacyjnej Urzędu Miejskiego w Koszalinie, w mieście nie odnotowano większych zmian w systemie organizacji i zarządzania turystyką w stosunku do sytuacji z 2013 r.

Wnioski:

W Urzędzie Miejskim w Koszalinie doszło do wyraźnych zmian w zakresie organizacji turystyki i promocji

Sprawy związane z turystyką i promocją podzielone są pomiędzy dwiema jednostkami organizacyjnymi, tj.:

„Turystyka”

Wydział Rozwoju i Współpracy Terytorialnej

„Promocja”

Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji

4. Działania promocyjne podejmowane przez miasto

Według autorów Programu, promocja należy do tych działań, które przez władze miasta powinny być traktowane priorytetowo. Nawet najciekawszy, najbardziej atrakcyjny produkt turystyczny, bez właściwej otoczki promocyjnej nie będzie bowiem w stanie odnieść sukcesu rynkowego. Dlatego też niezwykle istotne jest podejmowanie wszelkich działań o charakterze promocyjnym, mających na celu przedstawienie oferty turystycznej miasta szerszemu gronu potencjalnych odbiorców.

W latach 2008-2017 w budżecie miasta znalazły się środki przeznaczone, zarówno na rozwój turystyki (w szczególności wydatki przeznaczone na upowszechnianie turystyki), jak i środki przeznaczone na promocję jednostek samorządu terytorialnego (tab. 7). Nie określono natomiast bezpośrednio wydatków związanych z promocją turystyki.

Tabela 7. Wydatki na turystykę i promocję jednostek samorządu terytorialnego zawarte w budżecie Koszalina w latach 2008-2017 (w tys. zł)

Lp.	Rok	Wydatki związane z upowszechnianiem turystyki (w tys. zł)	Udział w wydatkach budżetowych ogółem (w %)	Promocja miasta*	Udział w wydatkach budżetowych ogółem (w %)
1.	2008	63,0	0,01	1 870,4	0,5
2.	2009	64,0	0,01	1 550,8	0,4
3.	2010	125,0	0,02	2 286,7	0,5
4.	2011	115,0	0,02	823,9	0,2
5.	2012	105,0	0,02	911,9	0,2
6.	2013	50,6	0,01	641,3	0,13
7.	2014	46,8	0,009	906,8	0,17
8.	2015	102,6	0,02	631,1	0,13
9.	2016	91,5	0,01	934,2	0,18
10.	2017**	124,6	0,02	914,1	0,15

Objaśnienia: „*” - W budżecie miasta pozycja ta zapisana jest jako: „Promocja jednostek samorządu terytorialnego”; „**” - Plan dochodów budżetu Miasta Koszalina na 2017 rok.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Wykonanie wydatków Miasta Koszalina za rok 2008 na zadania własne oraz zadania zlecone i porozumienia z organami administracji rządowej w układzie działów i rozdziałów, z podziałem na wydatki bieżące i majątkowe; Wykonanie wydatków Miasta Koszalina za rok 2009 na zadania oraz zadania zlecone i porozumienia z organami administracji rządowej w układzie działów i rozdziałów, z podziałem na wydatki bieżące i majątkowe; Wykonanie wydatków Miasta Koszalina za rok 2010 na zadania własne oraz zadania zlecone i porozumienia z organami administracji rządowej w układzie działów i rozdziałów, z podziałem na wydatki bieżące i majątkowe; Wykonanie wydatków Miasta Koszalina za rok 2011; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za rok 2012; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2013 rok; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2014 rok; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2015 rok; Wykonanie wydatków budżetu Miasta Koszalina za 2016 rok; Plan dochodów i wydatków budżetu Miasta Koszalina na 2017 rok według klasyfikacji budżetowej w złotych (stan na 30.06.2017); www.koszalin.pl.

W latach 2008-2013 wielkość zrealizowanych wydatków przeznaczonych na promocję miasta zmieniała się dość wyraźnie (tab. 7). W 2008 r. wyniosły one 1,87 mln zł, co stanowiło 0,5% całkowitych wydatków budżetowych miasta. W latach 2010-2013 wielkość nakładów zmniejszała się znacznie (z wyjątkiem 2012 r.), osiągając w 2013 r. wartość 641,3 tys. zł. W kolejnych latach (2014-2017), poza 2015 r., odnotowano natomiast znaczny wzrost wydatków na promocję miasta. Osiągnęły one wartość powyżej 900 tys. zł. Tendencja ta została utrzymana w dwóch ostatnich latach (2016-2017), co może świadczyć o pewnej stabilności w tym zakresie i coraz większej świadomości władz miasta odnośnie rangi działań promocyjnych i ich znaczenia na współczesnym rynku turystycznym.

Co prawda wielu przedstawicieli świata nauki, w swoich publikacjach podkreśla fakt, iż aby mówić o skutecznej i efektywnej promocji danej jednostki samorządowej, wydatki na tę sferę powinny wynosić, co najmniej 1% ogółu wydatków budżetowych. W przypadku Koszalina, udział wydatków na promocję miasta w ostatnich siedmiu latach (2011-2017), kształtuje się na zbliżonym poziomie (między 0,13 a 0,2% ogółu wydatków budżetowych). Nie jest to zatem poziom satysfakcjonujący i gwarantujący stuprocentową skuteczność i efektywność podejmowanych działań promocyjnych, niemniej jednak wspomniany już wzrost wielkości nakładów na promocję miasta zauważalny w wartościach bezwzględnych, z pewnością stanowi dobry prognostyk na przyszłość.

Obecnie za promocję miasta odpowiada *Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji*. Od momentu jego powstania, tj. od dnia 01.08.2015 r., Wydział był odpowiedzialny za realizację ponad 100 projektów promocyjnych, zarówno o charakterze wewnętrznym (skierowanym do mieszkańców miasta), jak również zewnętrznym (skierowanym do turystów oraz odwiedzających jednodniowych). Część działań promocyjnych skierowanych było jednocześnie do mieszkańców Koszalina i okolic oraz gości przyjeżdżających z zewnątrz. Niektóre z projektów były realizowane we współpracy z innymi komórkami Urzędu Miejskiego w Koszalinie (merytorycznie odpowiedzialnymi za dany projekt). Wśród tych inicjatyw promocyjnych znalazły się również projekty związane m.in. z promocją turystyki (tab. 8).

Tabela 8. Projekty promocyjne zrealizowane przez Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji w latach 2015-2017

Lp.	Projekt promocyjny	Wykorzystywane instrumenty i narzędzia promocji
1	2	3
PROMOCJA WEWNĘTRZNA		
1.	<i>Koszaliński Budżet Obywatelski (2015-2017)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Billboardy • Plakaty • Ulotki

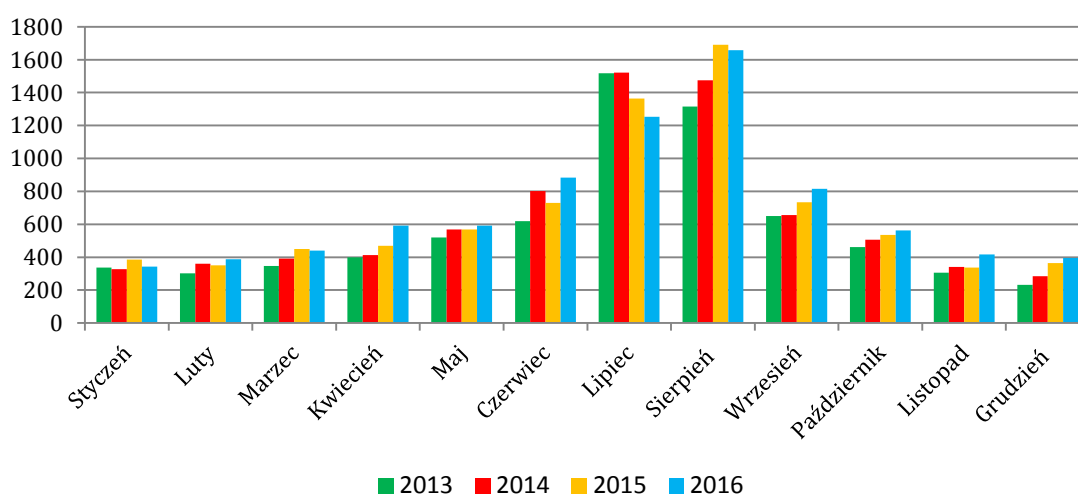
1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> • Spoty telewizyjne • Reklama na Facebooku • Reklama prasowa • Reklama radiowa • Spotkania plenerowe • Telebim miejski
2.	<i>Lato na Rynku (2016)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Plakaty • Ulotki • Reklama na Facebooku • Reklama prasowa • Telebim miejski
3.	<i>Koszaliński Jarmark Bożonarodzeniowy (2015-2016)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Billboardy • Plakaty • Spoty telewizyjne • Reklama na Facebooku • Reklama prasowa • Reklama radiowa • Telebim miejski
4.	Jubileusz 750-lecia Koszalina oraz Dni Koszalina 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Billboardy • Plakaty • Ulotki • Spoty telewizyjne • Reklama na Facebooku • Reklama prasowa • Reklama radiowa • Telebim miejski
5.	Projektowanie oraz zakup materiałów promocyjnych miasta (2016-2017) oraz ich kolportowanie wśród mieszkańców (podczas eventów)	<ul style="list-style-type: none"> • Długopisy • Koszulki • Smycze • Kubki • Albumy fotograficzne, itd. (łącznie kilkadziesiąt wzorów i typów materiałów promocyjnych)
6.	Działania promujące Koszalin wśród jego mieszkańców za pośrednictwem profili na portalu <i>Facebook</i> (Piotr Jedliński, Rzecznik Prasowy Miasta Koszalina, Koszalin Pełnia Życia) oraz profilu na portalu <i>YouTube</i> (<i>Koszalin Pełnia Życia</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Posty • Zdjęcia oraz filmy dotyczące życia miasta, atrakcji oraz ciekawostek miejskich (ok. 1 000 000 odsłon każdego roku)
7.	Promowanie miasta poprzez informowanie o wydarzeniach miejskich na miejskich <i>Citylightach</i> /przystankach autobusowych (2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Reklama outdoorowa
8.	Finansowanie programów telewizyjnych – <i>Puls Miasta, KoszAllIn</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Public relations • Sponsoring
9.	Strona internetowa www.koszalin360.pl	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Media społecznościowe
10.	Promowanie wydarzeń objętych Patronatem Prezydenta Miasta	-
PROMOCJA ZEWNĘTRZNA		
1.	Jubileusz 750-lecia Koszalina oraz Dni Koszalina 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Billboardy • Plakaty • Ulotki • Spoty telewizyjne • Reklama na Facebooku • Reklama prasowa • Reklama radiowa • Telebim miejski

1	2	3
2.	Produkcja spotów reklamujących Koszalin oraz ich emisja w mediach lokalnych oraz na portalu <i>Facebook – Koszalin z lotu ptaka / Jesteś nad morzem odwiedź Koszalin</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Media społecznościowe
3.	Współorganizowanie imprez kulturalnych o zasięgu ogólnopolskim m.in. – <i>Festiwal Na Fali, Koszaliński Kabareton</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Reklama w mediach tradycyjnych • Reklama w mediach społecznościowych • Sponsoring
4.	Finansowanie programów telewizyjnych – <i>Puls Miasta, KoszAllIn</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Public relations • Sponsoring
5.	Strona internetowa www.koszalin360.pl	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Media społecznościowe

Źródło: Urząd Miejski w Koszalinie, Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji, 2017.

Kampanie promocyjne realizowane przez *Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji* mają różnorodny charakter. Poza działaniami promującymi turystykę w mieście Wydział prowadzi również kampanie społeczne i edukacyjne. Często dotyczą konkretnych zagadnień lub poszczególnych imprez i wydarzeń organizowanych przez miasto. Do ich realizacji wykorzystywany jest szeroki wachlarz różnorodnych instrumentów i narzędzi promocji. Coraz częściej też wykorzystywane są narzędzia związane z nowoczesnymi technologiami i Internetem (m.in. media społecznościowe – np. *Facebook, YouTube*).

Działania wspierające promocję miasta podejmowane są ponadto przez *Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Pomorza Środkowego*. Gmina M. Koszalin jest członkiem stowarzyszenia, płacąc co roku składki w wysokości ok. 250 000 zł. Działania promocyjne realizowane są głównie przez *Regionalne Centrum Informacji Turystycznej*, które funkcjonuje w ramach struktur *SGiPPS*. Podmiot ten realizuje zadania informacyjne i promocyjne w zakresie turystyki miasta Koszalina.



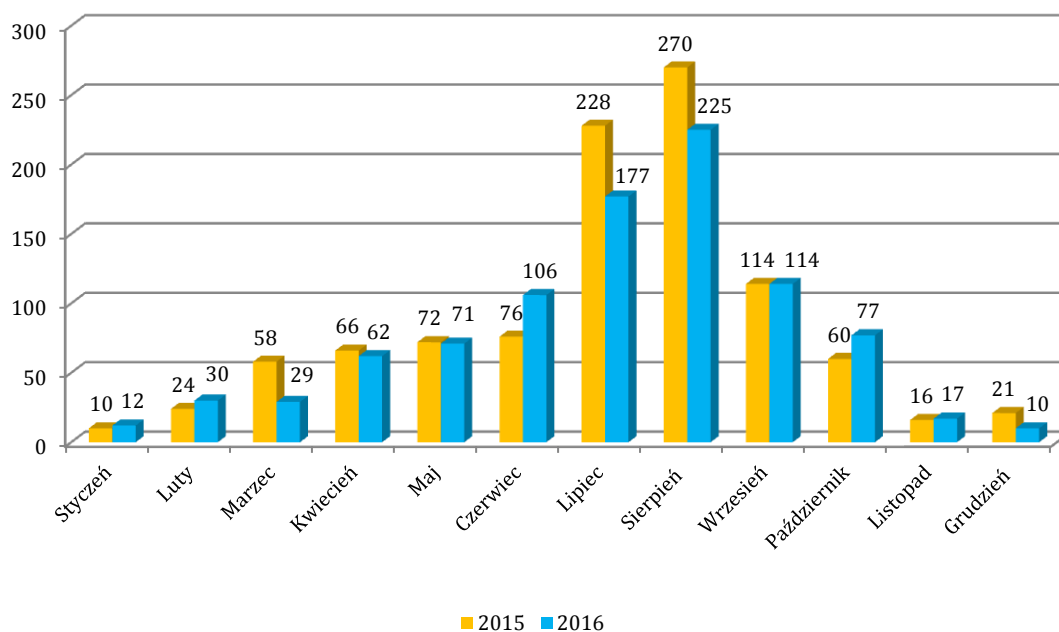
Rycina 4. Łączna liczba informacji turystycznych udzielonych przez RCIT w latach 2013-2016

Źródło: Podsumowanie roku 2013 w Regionalnym Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie; Podsumowanie roku 2014 w Regionalnym Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie; Podsumowanie roku 2015 w Regionalnym Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie; Działania Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie w 2016 roku.

Głównym zadaniem *Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej* jest świadczenie usług z zakresu informacji turystycznej regionu koszalińskiego, w szczególności o gminach - członkach *Stowarzyszenia Gmin i Powiatów Pomorza Środkowego*. W latach 2013-2016 łączna liczba podstawowych usług świadczonych przez *RCIT* (udzielanie informacji turystycznej), kształtowała się na zbliżonym poziomie (ryc. 4). Należy podkreślić, że przedstawione dane dotyczą informacji udzielanych zarówno gościom krajowym, jak i zagranicznym.

Zdecydowanie najwięcej informacji udzielono interesantom w miesiącach lipiec-sierpień, przy czym w ostatnich dwóch latach (2015-2016) można zaobserwować zjawisko wzmożonego zainteresowania turystyczną ofertą regionu zwłaszcza w sierpniu. Sytuacja taka może oznaczać, że to właśnie sierpień staje się miesiącem, w którym do naszego regionu przyjeżdża największa liczba turystów.

W odniesieniu do informacji udzielanych gościom z zagranicy, zaobserwowano podobne zjawisko. Kumulacja interesantów następuje w miesiącach wakacyjnych (lipiec-sierpień), przy czym w ostatnich dwóch latach (2015-2016) zdecydowanie większe zainteresowanie ofertą regionu przez gości zagranicznych następuje w sierpniu, co również może świadczyć o tym, że jest to miesiąc, w którym najczęściej odwiedzają region koszaliński turyści zagraniczni (ryc. 5).



Rycina 5. Liczba informacji turystycznych udzielonych przez *RCIT* gościom z zagranicy w latach 2013-2016

Źródło: Podsumowanie roku 2015 w Regionalnym Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie; Działania Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie w 2016 roku.

W latach 2013-2016 działalność *RCIT* nie ograniczała się jedynie do udzielania informacji turystycznej. Najważniejsze obszary wspierania miasta w działalności promocyjnej to przede wszystkim:

- działalność wydawnicza,
- sprzedaż wydawnictw turystycznych, przewodników i map i innych gadżetów,
- dystrybucja różnego czasopism i materiałów promocyjnych,
- udział w imprezach targowych turystycznych (wspólnie z pracownikiem Urzędu Miejskiego w Koszalinie),
- udział w szkoleniach,
- działania dotyczące współpracy regionalnej, promocji i rozwoju turystyki,
- kreowanie wizerunku *RCIT*,
- przygotowanie wniosków aplikacyjnych,
- inne aktywności.

Ogólnie można podkreślić dużą aktywność *Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie* w zakresie promocji turystycznej miasta Koszalin i okolic. Jest to działalność, która w znacznym stopniu wspiera działania promocyjne podejmowane przez Urząd Miejski.

Ponadto, organizacją wspierającą działania promocyjne miasta jest Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (*ZROT*), której m. Koszalin jest członkiem. Składka udziałowa miasta wynosi 6 000 zł rocznie. W ramach współpracy Miasto Koszalin bierze udział m.in. w targach turystycznych krajowych i zagranicznych (jako podwystawca lub po przez udział ofertowy), szkoleniach, konferencjach związanych z turystyką regionu, spotkaniach branży turystycznej jak również w konkursach np. na dofinansowanie wydawnictw.

Analizując działania promocyjne miasta w ostatnich latach należy również wspomnieć o dwóch ważnych projektach promocyjnych, realizowanych przez miasto w ramach obszaru Rozpoznawalny Koszalin. Są to:

- *Promocja turystyczna Miasta Koszalina,*
- *Wzmocnienie wizerunku RCIT w Koszalinie.*

Obydwa projekty obecnie znajdują się w fazie realizacji, wpisując się w strategię miasta w zakresie budowy trwałego oraz pozytywnego wizerunku turystycznego miasta. Autorzy Programu zalecają jednakże zwiększenie nakładów finansowych na realizację ww. projektów, co tylko wzmocni podejmowane działania czyniąc je bardziej skutecznymi i efektywniejszymi. Zwłaszcza skuteczne działania promocyjne podejmowane przez *RCIT* (przy ścisłej współpracy z UM), stanowiąc będą uzupełnienie inicjatyw promocyjnych podejmowanych przez miasto.

Wnioski:

Promocja turystyczna miasta powinna należeć do priorytetowych obszarów działalności. Inicjatywy podejmowane przez Urząd Miejski oraz *Regionalne Centrum Informacji Turystycznej* zmierzają we właściwym kierunku. Świadczą o tym następujące dane:

934,2 tys. zł	tyle wyniosły nakłady finansowe na promocję miasta w 2016 r.
914,1 tys. zł	na tyle zaplanowano nakłady na promocje miasta w budżecie na 2017 r.
0,15%	wynosi średni udział nakładów na promocję miasta w ogólnych wydatkach budżetowych w latach 2013-2017
14,8%	wzrost łącznej liczby udzielonych informacji turystycznych przez <i>Regionalne Centrum Informacji Turystycznej w Koszalinie</i> w latach 2013-2016

Należy bezwzględnie dążyć do pełnej realizacji oraz wzmocnienia finansowego projektów promocyjnych zaliczonych do obszaru *ROZPOZNAWALNY KOSZALIN*

5. Funkcja turystyczna Koszalina

W Programie Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016 dokonano szczegółowej analizy funkcji turystycznej Koszalina na tle innych miast. Wówczas do analizy wybrano 15 miast, zbliżonych do Koszalina pod względem liczby mieszkańców³.

Podstawowym celem niniejszej części dokumentu jest z jednej strony określenie stopnia rozwoju funkcji turystycznej Koszalina, a z drugiej – jego porównanie na tle 15 miast. Autorzy dokumentu chcieli tym samym stwierdzić, czy i ewentualnie w jakim zakresie, zmieniły się zasadnicze wskaźniki dotyczące rozwoju funkcji turystycznej (tab. 9), natomiast w dalszej kolejności – czy pozycja Koszalina w stosunku do innych miast uległa polepszeniu czy pogorszeniu oraz w jakim stopniu nastąpiła ta zmiana.

Tabela 9. Wskaźniki wykorzystane w analizie stopnia rozwoju funkcji turystycznej Koszalina na tle innych miast

Lp.	Nazwa wskaźnika	Wzór	Dane
1.	<i>Baretje'a-Deferta</i> (W_{BD})	$\frac{100 * Msc}{R}$	Msc – liczba miejsc noclegowych R – liczba stałych mieszkańców
2.	Gęstości bazy noclegowej (W_{GBN})	$\frac{Msc}{P}$	Msc – liczba miejsc noclegowych P – powierzchnia obszaru w km ²
3.	<i>Schneidera</i> (W_S)	$\frac{100 * T}{R}$	T – liczba turystów R – liczba stałych mieszkańców
4.	<i>Deferta</i> (W_D)	$\frac{T}{P}$	T – liczba turystów P – powierzchnia obszaru w km ²

Źródło: A. Szromek, Wskaźniki funkcji turystycznej. Koncepcja wskaźnika funkcji turystycznej i uzdrowiskowej, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2012, s. 60-75.

Warto przypomnieć, iż informacje i dane niezbędne do wykonania stosownych obliczeń pozyskano z zasobów Głównego Urzędu Statystycznego. W przypadku *PRT 2013-2016* pochodziły one z 2012 r., natomiast na potrzeby niniejszego dokumentu wykorzystano dane za 2016 r. Do obliczeń wykorzystano następujące dane:

- liczbę mieszkańców;
- powierzchnię miasta (w km²);
- liczbę miejsc noclegowych;
- liczbę korzystających z noclegów oraz
- liczbę udzielonych noclegów (tab. 10).

³ Szczegółowy opis doboru jednostek do badań został przedstawiony w *PRT 2013-2016*.

Tabela 10. Dane wykorzystane w analizie stopnia rozwoju funkcji turystycznej wybranych miast (dane za 2016 r.)

Lp.	Miasto	Liczba mieszkańców	Powierzchnia (w km ²)	Liczba miejsc noclegowych	Liczba korzystających z noclegu	Udzielone noclegi
1.	Chorzów	109398	33	831	60649	113306
2.	Dąbrowa Górnicza	121802	189	386	17334	31659
3.	Elbląg	121191	80	1276	80352	147026
4.	Gorzów Wlkp.	123995	86	765	59594	117601
5.	Grudziądz	95964	58	1180	42722	78646
6.	Jaworzno	92473	153	457	22895	59277
7.	Kalisz	102249	69	718	34323	52623
8.	KOSZALIN	107680	98	851	50206	85562
9.	Legnica	100718	56	1107	74779	127910
10.	Opole	118722	97	1239	100129	180883
11.	Płock	121295	88	829	46137	88343
12.	Słupsk	91935	43	818	39892	70965
13.	Tarnów	110110	72	888	48761	90540
14.	Wałbrzych	114568	85	845	60795	106025
15.	Włocławek	112483	84	839	39310	67521
16.	Zielona Góra	139330	277	1002	58283	97676

Źródło: Dane z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego.

W oparciu o wykorzystane dane, dokonano obliczeń wartości czterech wskaźników, obrazujących stopień rozwoju funkcji turystycznej Koszalina na tle pozostałych miast (tab. 11).

Tabela 11. Wartości wskaźników dla analizowanych miast (dane za 2016 r.)

Lp.	Miasto	Baretje'a-Deferta (W _{BD})	Gęstości bazy noclegowej (W _{GBN})	Schneidera (W _s)	Deferta (W _D)
1	2	3	4	5	6
1.	Chorzów	0,76	25,18	55,44	1837,85
2.	Dąbrowa Górnicza	0,32	2,04	14,23	91,71
3.	Elbląg	1,05	15,95	66,30	1004,40
4.	Gorzów Wlkp.	0,62	8,90	48,06	692,95
5.	Grudziądz	1,23	20,34	44,52	736,59
6.	Jaworzno	0,49	2,99	24,76	149,64
7.	Kalisz	0,70	10,41	33,57	497,43

1	2	3	4	5	6
8.	KOSZALIN	0,79	8,68	46,63	512,31
9.	Legnica	1,10	19,77	74,25	1335,34
10.	Opole	1,04	12,77	84,34	1032,26
11.	Płock	0,68	9,42	38,04	524,28
12.	Słupsk	0,89	19,02	43,39	927,72
13.	Tarnów	0,81	12,33	44,28	677,24
14.	Wałbrzych	0,74	9,94	53,06	715,24
15.	Włocławek	0,75	9,99	34,95	467,98
16.	Zielona Góra	0,72	3,62	41,83	210,41

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego.

Uzyskane informacje pozwoliły na obliczenie wszystkich czterech wskaźników obrazujących stopień rozwoju funkcji turystycznej. Pozycja Koszalina na tle innych 15 miast generalnie jest przeciętna:

1. Wskaźnik *Baretje'a-Deferta*. Koszalin uzyskał wartość 0,79, oznaczającą, że na 100 stałych mieszkańców przypada 0,79 miejsca noclegowego. Z grup 15 pozostałych miast, 6 uzyskało wartość wyższą od Koszalina, a 9 – mniejszą. Średnia wartość dla 16 miast wyniosła 0,79, czyli dokładnie tyle co dla Koszalina.
2. Wskaźnik gęstości bazy noclegowej. Koszalin uzyskał wartość 8,68, oznaczającą, że na 1 km² powierzchni miasta przypada 8,68 miejsca noclegowego. Z grup 15 pozostałych miast, 12 uzyskało wartość wyższą od Koszalina, a 3 – mniejszą. Średnia wartość dla 16 miast wyniosła 11,96. W tym przypadku należy pamiętać o stosunkowo dużej powierzchni Koszalina, co w znacznym stopniu wpłynęło na niską wartość wskaźnika. Ze wszystkich porównywanych 15 miast, jedynie Dąbrowa Górnicza, Jaworzno i Zielona Góra mają większą powierzchnię.
3. Wskaźnik *Schneidera*. Koszalin uzyskał wartość 46,63, oznaczającą, że na 100 stałych mieszkańców przypada 46,63 turystów. Z grupy 15 pozostałych miast, 6 uzyskało wartość wyższą od Koszalina, a 9 – mniejszą. Średnia wartość dla 16 miast wyniosła 46,73 czyli prawie identyczna jak dla Koszalina.
4. Wskaźnik *Deferta*. Koszalin uzyskał wartość 512,31, oznaczającą, że na 1 km² powierzchni miasta przypada 512,31 turystów. Z grup 15 pozostałych miast, 10 uzyskało wartość wyższą od Koszalina, a 5 – mniejszą. Średnia wartość dla 16 miast wyniosła 713,33 i jest wyraźnie większa niż dla miasta Koszalina.

W dalszej kolejności określono ogólny poziom rozwoju funkcji turystycznej Koszalina na tle innych miast. Dokonano tego zarówno w oparciu o wyniki z tab. 11, jak również porównano je z wynikami zaprezentowanymi w *PRT 2013-2016* (tab. 12).

Tabela 12. Pozycja Koszalina na tle innych miast (według analizowanych wskaźników)

2012			2016		
	Miejsca noclegowe	Liczba turystów		Miejsca noclegowe	Liczba turystów
Liczba mieszkańców	Baretje'a-Deferta (W_{BD}) 10.	Schneidera (W_S) 4.	Liczba mieszkańców	Baretje'a-Deferta (W_{BD}) 7.	Schneidera (W_S) 7.
Powierzchnia	Gęstości bazy noclegowej (W_{GBN}) 13.	Deferta (W_D) 10.	Powierzchnia	Gęstości bazy noclegowej (W_{GBN}) 13.	Deferta (W_D) 11.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z tab. 3 i z PRT 2013-2016.

Pozycja miasta Koszalina na tle innych jednostek samorządu terytorialnego w zasadzie nie uległa większej zmianie. Nastąpiła poprawa w zakresie wskaźnika *Baretje'a-Deferta* (o 3 miejsca), natomiast spadek odnotowano w przypadku wskaźnika *Schneidera* (również o 3 pozycje). Minimalny spadek wystąpił w przypadku wskaźnika *Deferta* (1 pozycja), natomiast uwzględniając wskaźnik gęstości bazy noclegowej, nie odnotowano żadnych zmian.

Podsumowując, można uznać, iż stopień rozwoju funkcji turystycznej Koszalina na tle innych miast nie uległ wyraźnym zmianom. Co ciekawe, w wartościach bezwzględnych wartości dla Koszalina zwiększyły się w stosunku do roku 2012:

- wskaźnik *Baretje'a-Deferta* – z 0,56 do 0,79;
- wskaźnik *Schneidera* – z 44,15 do 46,63;
- wskaźnik gęstości bazy noclegowej – z 6,20 do 8,68;
- wskaźnik *Deferta* – z 491,91 do 512,31.

Powyższe dane wskazują więc na fakt wyraźnej poprawy w zakresie stopnia rozwoju funkcji turystycznej Koszalina. Warto jednak zauważyć, iż podobna sytuacja miała miejsce w przypadku większości z 15 porównywanych miast. Oznacza to, że pomimo zwiększenia wartości podstawowych wskaźników, pozycja Koszalina w stosunku do innych analizowanych miast praktycznie nie zmieniła się.

Podobnie, jak w przypadku PRT 2013-2016 postanowiono zastosować metodę porównawczą zaproponowaną przez J. Warszzyńską, która wprowadziła 5 poziomów dla

analizowanych wskaźników. Stopnie te mają charakter stymulanty, a zatem wyższy stopień wskaźnika oznacza wyższy stopień rozwoju funkcji turystycznej na określonym obszarze (tab. 13). Dzięki tej metodzie, możliwe jest określenie tzw. uśrednionego poziomu rozwoju funkcji turystycznej Koszalina na tle innych miast (tab. 14).

Tabela 13. Kryteria klasyfikacji funkcji turystycznej obszarów

Lp.	Stopień rozwoju funkcji turystycznej (stymulanta)	Miejsca noclegowe		Liczba turystów	
		na 100 mieszkańców (W_{BD})	na 1 km ² powierzchni (W_{GBN})	na 100 mieszkańców (W_S)	na 1 km ² powierzchni (W_D)
1.	0	0,00-0,78	0,00-0,78	0,0-7,8	0,0-15,6
2.	1	0,78-6,25	0,78-6,25	7,8-62,5	15,6-125,0
3.	2	6,25-25,00	6,25-25,00	62,5-250,0	125,0-500,0
4.	3	25,00-50,00	25,00-50,00	250,0-500,0	500,0-1000,0
5.	4	Powyżej 50,00	Powyżej 50,00	Powyżej 500,0	Powyżej 1000,0

Źródło: A. Szromek, Wskaźniki funkcji turystycznej. Koncepcja wskaźnika funkcji turystycznej i zdrowiskowej, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2012, s. 79.

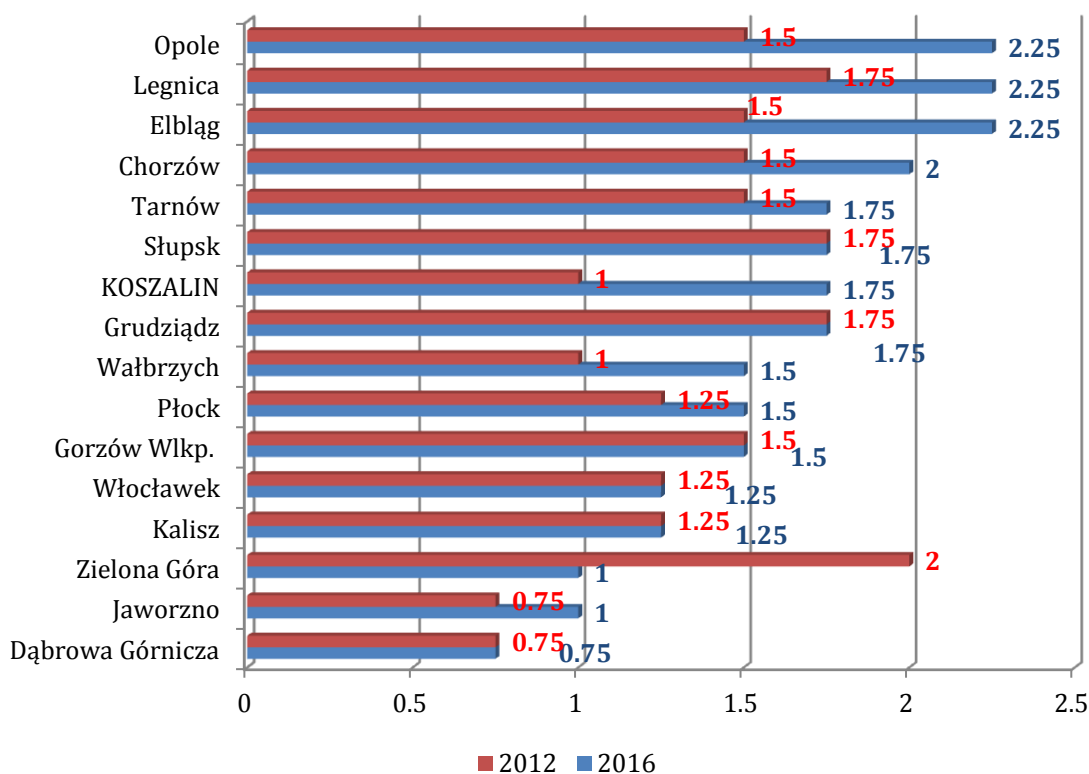
Tabela 14. Stopień rozwoju funkcji turystycznej badanych miast

Lp.	Miasto	Baretje'a-Deferta (W_{BD})	Gęstości bazy noclegowej (W_{GBN})	Schneidera (W_S)	Deferta (W_D)
1.	Chorzów	0	3	1	4
2.	Dąbrowa Górnicza	0	1	1	1
3.	Elbląg	1	2	2	4
4.	Gorzów Wlkp.	0	2	1	3
5.	Grudziądz	1	2	1	3
6.	Jaworzno	0	1	1	2
7.	Kalisz	0	2	1	2
8.	KOSZALIN	1	2	1	3
9.	Legnica	1	2	2	4
10.	Opole	1	2	2	4
11.	Płock	0	2	1	3
12.	Słupsk	1	2	1	3
13.	Tarnów	1	2	1	3
14.	Wałbrzych	0	2	1	3
15.	Włocławek	0	2	1	2
16.	Zielona Góra	0	1	1	2

Źródło: Opracowanie własne.

Bazując na danych zawartych w tab. 14, obliczono uśrednioną wartość wszystkich czterech wskaźników (zsumowano wartości zawarte w tab. 14 i podzielono przez 4), co umożliwiło wskazanie na ogólny obraz stopnia rozwoju funkcji turystycznej.

Na ryc. 6. przedstawiono wartości dla bieżącego okresu (2016 r.), jak również dane z 2012 r., co umożliwiło wskazanie na zmiany, które zaszły w ciągu ostatnich czterech lat.



Rycina 6. Pozycja Koszalina na tle innych miast (z uwzględnieniem średniego stopnia rozwoju funkcji turystycznej)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z tab. 6 i PRT 2013-2016.

W porównaniu z 2012 r., kiedy Koszalin plasował się na 13. miejscu, w 2016 r. odnotowano wyraźną poprawę w pozycji miasta – obecnie jest to ex equo 5. miejsce (1,75 pkt.). Należy jednak pamiętać, iż metodyka przedstawiona w tab. 5 jest umowna, głównie ze względu na przyjęte przedziały. Warto jednocześnie pamiętać, iż zdecydowana większość porównywanych miast osiągnęła wyższe (czasami znacznie) wartości w porównaniu z danymi za 2012 r.

Wnioski:

Miasto Koszalin w latach 2012-2016 rozwinęło funkcję turystyczną, co obrazuje wzrost podstawowych wskaźników:

41,1% (z 0,56 do 0,79)	wzrost wartości wskaźnika <i>Baretje'a-Deferta</i>
5,6% (z 44,15 do 46,63)	wzrost wartości wskaźnika <i>Schneidera</i>
40,0% (z 6,20 do 8,68)	wzrost wartości wskaźnika gęstości bazy noclegowej
4,1% (z 491,91 do 512,31)	wzrost wartości wskaźnika <i>Deferta</i>

Porównywane miasta również odnotowały wzrost stopnia rozwoju funkcji turystycznej. Tym samym pozycja Koszalina na tle innych miast nie uległa wyraźnej zmianie

Miasto nadal musi zabiegać o intensywny rozwój funkcji turystycznej, aby zwiększyć swoją konkurencyjność

6. Ocena stopnia realizacji zapisów wynikających z Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016

Odpowiednie planowanie konkretnych założeń rozwoju turystyki w danej jednostce musi być poprzedzone szczegółową oceną stanu obecnego. W przypadku realizacji dokumentu, który jest pierwszym ważnym opracowaniem w zakresie rozwoju turystyki, należy się posiłkować informacjami oraz danymi z różnych źródeł, np. Głównego Urzędu Statystycznego, materiałów wewnętrznych Urzędu Miejskiego itd. Tak też było w przypadku opracowywania poprzedniego programu, tj. *PRT 2013-2016*.

W niniejszym dokumencie w sposób wyraźny zmodyfikowano ocenę tzw. stanu obecnego. Poza materiałami i danymi, które wymieniono powyżej, autorzy dokumentu mogli posiłkować się informacjami nt. stanu realizacji założeń wynikających z poprzedniego dokumentu w zakresie rozwoju turystyki. Odgórnie przyjęto założenie, że dalszy rozwój funkcji turystycznej w mieście jest możliwy jedynie pod warunkiem oceny stopnia realizacji założeń wynikających z *PRT 2013-2016*. Daje to bowiem możliwość (ale i konieczność) stwierdzenia, czy wszystkie (a jeżeli nie – to jaka część) projektów zostały zrealizowane i w jakim stopniu, a tym samym – stwarza podstawę do planowania dalszych rozwiązań.

W niniejszej części dokumentu zawarto szczegółową analizę stopnia realizacji założeń strategicznych wynikających z zapisów poprzedniego dokumentu pn. *Program Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016*.

6.1. Ogólna ocena stopnia realizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016

Przy ocenie stopnia realizacji założeń wynikających z *PRT 2013-2016* posiłkowano się tzw. Kartami Projektów, które zostały przygotowane na potrzeby ww. dokumentu. Warto przypomnieć, iż wszystkie Karty zostały sklasyfikowane w ramach tzw. obszarów działań:

- *Aktywny Koszalin (AK)* – 9 projektów;
- *Koszalińskie Partnerstwa (KP)* – 1 projekt;
- *Wodny Koszalin (WK)* – 4 projekty;

- *Kulturalny Koszalin* (KK) – 11 projektów⁴;
- *Historyczny Koszalin* (HK) – 13 projektów;
- *Rozpoznawalny Koszalin* (RK) – 7 projektów.

W *PRT 2013-2016* zawarto rozdział, w którym szczegółowo opisano sposoby monitorowania rezultatów poszczególnych projektów przewidzianych do realizacji w latach 2013-2016. Warto podkreślić i jednocześnie docenić, iż w Urzędzie Miejskim w Koszalinie opracowywano odpowiednie sprawozdania z realizacji ww. projektów. Tym samym, autorzy niniejszego dokumentu dysponowali następującymi materiałami:

- *Sprawozdanie z Realizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016*. Okres sprawozdawczy: 2014-2015 r., Koszalin 2016 (Sprawozdanie 2016) oraz
- *Sprawozdanie z Realizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016*. Okres sprawozdawczy: 2016 r., Koszalin 2017 (Sprawozdanie 2017).

Uzyskano ponadto, sprawozdania z realizacji zadań w poszczególnych obszarach. W oparciu o uzyskane informacje, autorzy dokonali szczegółowej analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów przewidzianych w *PRT 2013-2016* (tab. 15; ryc. 7).

Tabela 15. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w *PRT 2013-2016*

Lp.	Projekt	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
AKTYWNY KOSZALIN				
1.	<i>Zagospodarowanie terenów Góry Chełmskiej wraz z podnóżem. Etap I</i>			
2.	<i>Rozbudowa infrastruktury rowerowej w Koszalinie</i>			
3.	<i>Impreza - Nocna ściema</i>			
4.	<i>Impreza - Kros po Chełmskiej</i>			
5.	<i>Strona internetowa - Biegnijmy.pl - Rozbiegany Koszalin</i>			
6.	<i>Impreza - eXtremalny Bieg Godzinny</i>			
7.	<i>Impreza - Letnie Grand Prix Koszalina w Biegach przełajowych (Leśna piątka)</i>			
8.	<i>Impreza - Międzynarodowy Bieg Wenedów</i>			
9.	<i>Organizacja imprez rekreacyjno-sportowych</i>			

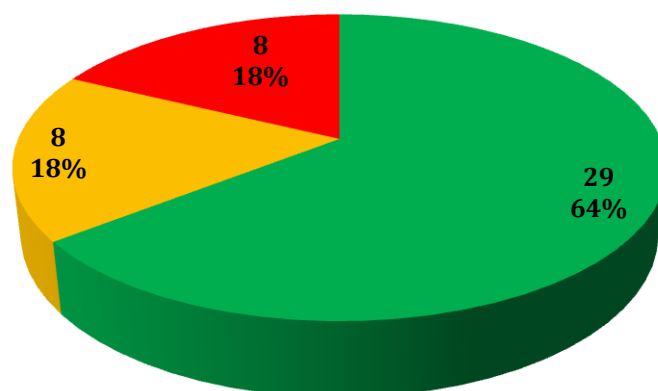
⁴ W przypadku dwóch obszarów, tj. *Kulturalny Koszalin* i *Historyczny Koszalin* błędnie sklasyfikowano jeden z projektów (tj. *Giełda Kolekcjonerska*; projekt nr 34). W *PRT 2013-2014* w niektórych fragmentach ujmowano jest w obszarze *Kulturalny Koszalin*, w innych jako *Historyczny Koszalin*. W samych Kartach Projektów oraz w właściwych Sprawozdaniach z realizacji *PRT 2013-2016* projekt ten jest ujmowany w obszarze *Kulturalny Koszalin*. Tak też został sklasyfikowany w dalszej części niniejszego opracowania.

1	2	3	4	5
KOSZALIŃSKIE PARTNERSTWA				
1.	<i>Integracja podmiotów i organizacji branży turystycznej</i>			
WODNY KOSZALIN				
1.	<i>Przystanek Koszalin. Etap I – Koncepcja turystyczno - rekreacyjnego zagospodarowania terenów Lubiatowa</i>			
2.	<i>Regaty o Puchar Prezydenta Miasta</i>			
3.	<i>Budowa kompleksu wodno-rekreacyjnego w Koszalinie (Park Wodny Koszalin)</i>			
4.	<i>Zagospodarowanie pradoliny rzeki Dzierżęcinki</i>			
KULTURALNY KOSZALIN				
1.	<i>Koszaliński Festiwal Debiutów Filmowych Młodzi i Film</i>			
2.	<i>Noc Muzeów</i>			
3.	<i>Hanza Jazz Festiwal</i>			
4.	<i>Festiwal Kulinarny Ulica smaków</i>			
5.	<i>Europejski festiwal Filmowy Integracja Ty i Ja</i>			
6.	<i>Międzynarodowy Festiwal Organowy w Koszalinie</i>			
7.	<i>Festiwal zespołowej Muzyki Akordeonowej</i>			
8.	<i>Muzealne Spotkanie z Fotografiami</i>			
9.	<i>Targ Młyński</i>			
10.	<i>Przegląd piosenki musicalowej</i>			
11.	<i>Giełda kolekcjonerska</i>			
HISTORYCZNY KOSZALIN				
1.	<i>Obchody Jubileuszu 750-lecia nadania praw miejskich Miastu Koszalin</i>			
2.	<i>Budowa centrum pielgrzymkowo-Turystycznego na Górze Chełmskiej w Koszalinie</i>			
3.	<i>Prace konserwatorskie, budowlane przy XIX w. wieży widokowej na Górze Chełmskiej w Koszalinie Etap III</i>			
4.	<i>Modernizacja koszalińskiej kolei Wąskotorowej na potrzeby turystyki</i>			
5.	<i>Jarmark Jamneński</i>			
6.	<i>Staromiejska Trasa Turystyczna - II etap</i>			
7.	<i>Odkryj Historię Koszalina</i>			
8.	<i>Mały Odkrywca</i>			
9.	<i>Leśna Biblioteka</i>			
10.	<i>Cztery pory tradycji</i>			
11.	<i>Lekcje muzealne</i>			
12.	<i>Opowiedz dziadku, co dostaję w spadku, czyli historia mojej rodziny</i>			
13.	<i>Cussalin ad fontes (1214) 750 lat Koszalina</i>			

1	2	3	4	5
ROZPOZNAWALNY KOSZALIN				
1.	<i>Spacer z aparatem</i>			
2.	<i>Festiwal Pełnia Życia – I, II, III edycja</i>			
3.	<i>Rewitalizacja parku przy Amfiteatrze</i>			
4.	<i>Zagospodarowanie Rynku Staromiejskiego</i>			
5.	<i>Promocja turystyczna Miasta Koszalina</i>			
6.	<i>Wzmocnienie wizerunku RCIT w Koszalinie</i>			
7.	<i>Efektywna promocja w celu rozszerzenia bazy noclegowej w Koszalinie</i>			

Oznaczenia: ■ projekt zrealizowany; ■ projekt w trakcie realizacji; ■ projekt niezrealizowany.

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.



■ Zrealizowane ■ W trakcie realizacji ■ Niezrealizowane

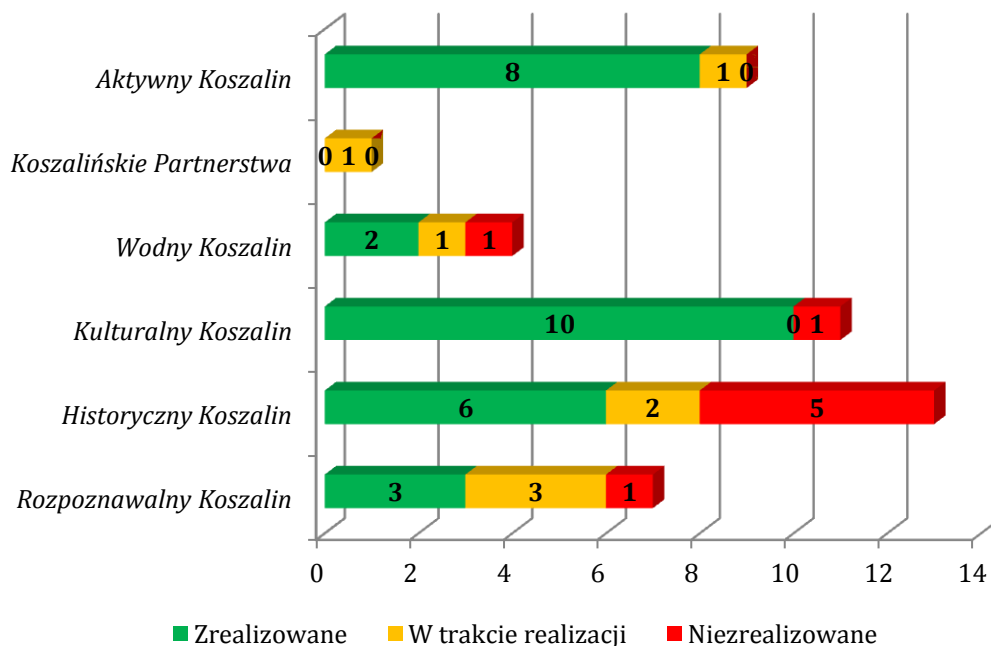
Rycina 7. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 (ujęcie całościowe)

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena stopnia realizacji poszczególnych projektów wskazuje jednoznacznie, iż większość z nich została zrealizowana⁵ (tj. 64%). Warto zauważyć, iż 18% z nich nadal jest na etapie realizacji, co może świadczyć o tym, że w najbliższym czasie zostaną lub powinny zostać również zrealizowane.

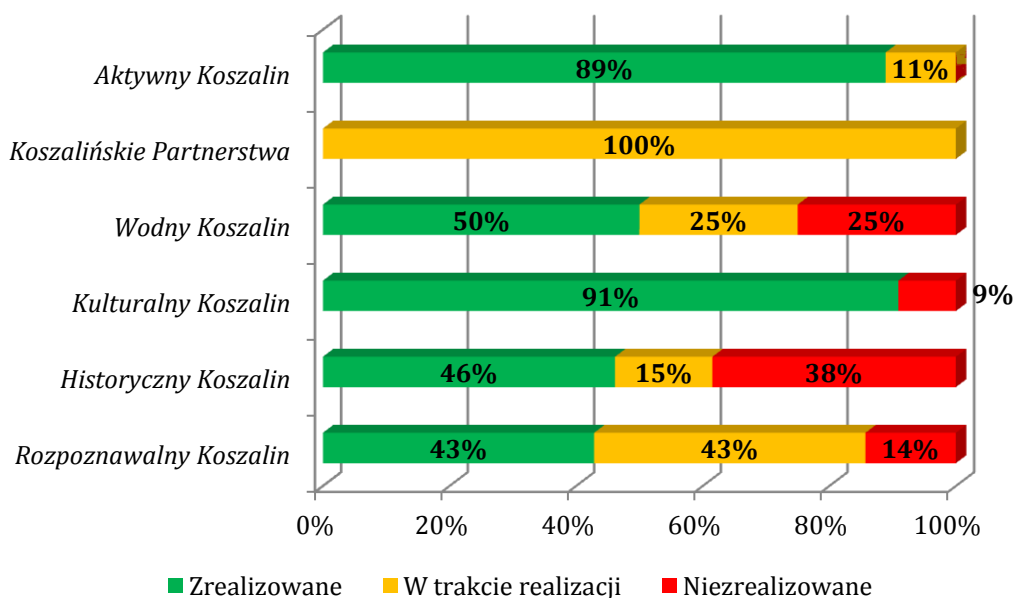
Na ryc. 8-9 przedstawiono natomiast stopień realizacji analizowanych projektów z uwzględnieniem obszarów, w których zostały one sklasyfikowane.

⁵ W przypadku oceny stopnia realizacji konkretnych projektów bazowano na informacjach z 2016 r., jako ostatnim objętym analizą w PRT 2013-2016.



Rycina 8. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 (w ujęciu obszarowym; wartości bezwzględne)

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.



Rycina 9. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 (w ujęciu obszarowym, w %)

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Analiza danych z ryc. 8-9 wykazuje, że w ujęciu całościowym najwięcej projektów zostało zrealizowanych w dwóch obszarach, tj. *Aktywny Koszalin* (8 projektów) oraz *Kulturalny Koszalin* (10 projektów). Stosunkowo słabo wypadła realizacja projektów w ramach obszaru *Historyczny Koszalin*, gdzie 5 nich nie została zrealizowana. Warto jednak podkreślić, iż liczba ta nie odzwierciedla procentowego udziału zrealizowanych projektów.

Informacje takie są zawarte na ryc. 9. Wynika z nich, że najbardziej „zaawansowane” są wymienione wcześniej z obu obszarów, tj. *Aktywny Koszalin* i *Kulturalny Koszalin* (89% i 91%). Około połowy projektów zrealizowano w kolejnych trzech, tj. *Wodny Koszalin*, *Historyczny Koszalin* oraz *Rozpoznawalny Koszalin*. W obszarze *Koszalińskie Partnerstwa* nie zrealizowano żadnego projektu, ale warto przypomnieć, iż sklasyfikowano tam jedynie jeden projekt, który jest na etapie realizacji. Należy ponownie podkreślić wysoki udział niezrealizowanych projektów w obszarze *Historyczny Koszalin* (łącznie aż 38%).

Ogólna ocena stopnia realizacji projektów (w ramach określonych obszarów) jest dobra. Większość projektów już została zrealizowana, znaczna część jest w trakcie. Brak realizacji 18% projektów w większości przypadków wynikał z braku odpowiednich środków finansowych.

W dalszej ocenie stopnia realizacji projektów autorzy dokumentu dokonali szczegółowej jej oceny w oparciu o kilka kryteriów, które zostały szczegółowo omówione w *PRT 2013-2016*, tj.:

- klasy ważności projektów (ryc. 10);
- główny charakter projektów (ryc. 11);
- wpływ analizowanych projektów na rozwój turystyki przyjazdowej (ryc. 12);
- rodzaj projektów (ryc. 13);
- zasięg terytorialny projektów (ryc. 14);
- zasięg oddziaływania promocyjnego projektów (ryc. 15);
- związek analizowanych projektów ze szczytem sezonu turystycznego na Wybrzeżu (ryc. 16).

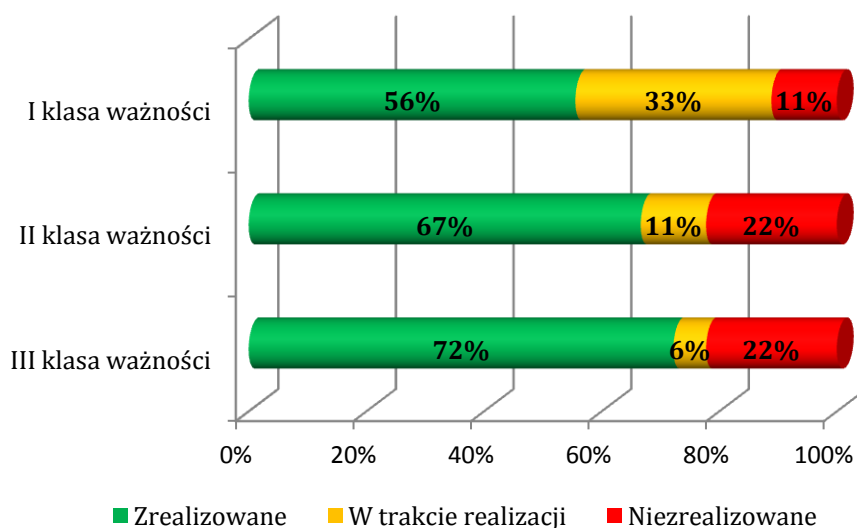
Klasa ważności projektów. W *PRT 2013-2016* sklasyfikowano projekty wg tzw. klas ważności. Tym samym 18 projektów sklasyfikowano w I klasie ważności, 9 – w II oraz 18 – w III.

W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów wg klas ważności stwierdzono, że:

- w I klasie ważności – 10 projektów zrealizowano, 6 jest w trakcie realizacji, 2 projekty niezrealizowano;

- w II klasie ważności – 6 projektów zrealizowano, 1 jest w trakcie realizacji, 2 projekty niezrealizowano;
- w III klasie ważności – 13 projektów zrealizowano, 1 jest w trakcie realizacji, 4 projekty niezrealizowano (ryc. 10).

Procentowy udział zrealizowanych projektów najwyższy jest w przypadku rozwiązań o najniższej klasie ważności (III klasa – 72%). Z każdym następnym poziomem analizowana wartość spada (II klasa – 67%; I klasa – 56%). Należy jednak podkreślić, iż w I klasie ważności, zrealizowane projekty były bardzo kosztowne, pracochłonne, których realizacja trwała niekiedy kilka lat, np. budowa Parku Wodnego, Przebudowa Rynku Staromiejskiego, 750 lecie Koszalina), a kwoty na nie wydane sięgały milionów złotych. Natomiast projekty zrealizowane w III kl. ważności były projektami głównie cyklicznymi, mało kosztownymi i nie wymagały takich nakładów pracy jak te zrealizowane w I kl.



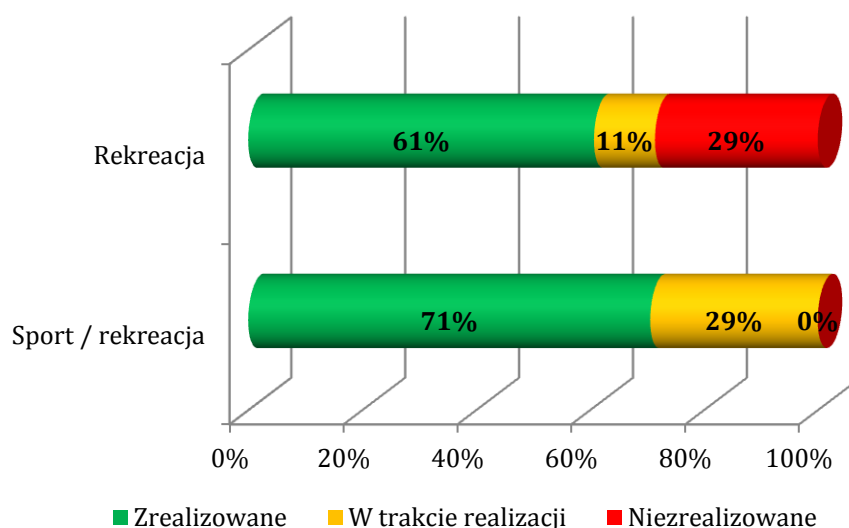
Rycina 10. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg klas ważności

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Główny charakter projektów. W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów wg ich głównego charakteru, w PRT 2013-2016 wyróżniono dwa rodzaje projektów: o charakterze rekreacyjnym oraz sportowo-rekreacyjnym. Poszczególne projekty sklasyfikowano, tj. do projektów o charakterze rekreacyjnym 28 projektów, a do sportowo-rekreacyjnych – 17. Analiza stopnia realizacji obu grup projektów wykazała, że:

- w grupie projektów rekreacyjnych – 17 zrealizowano, 3 są w trakcie realizacji, a 8 niezrealizowano;
- w grupie projektów sportowo-rekreacyjnych – 12 zrealizowano, a 5 jest w trakcie realizacji (ryc. 11).

Analiza danych z ryc. 11 wskazuje, że w większym stopniu zrealizowano projekty, których główny charakter dotyczył zarówno sportu, jak i rekreacji (71%). W przypadku projektów o stricte rekreacyjnym charakterze odsetek ten był niższy o 10 pp. Warto również podkreślić, iż w obszarze projektów o charakterze sportowo-rekreacyjnym nie odnotowano żadnego przypadku niezrealizowanych projektów. Zjawisko to należy uznać za bardzo pozytywne. Gorzej sytuacja wygląda w przypadku projektów rekreacyjnych – tu aż 29% rozwiązań nadal nie zostało zrealizowanych.

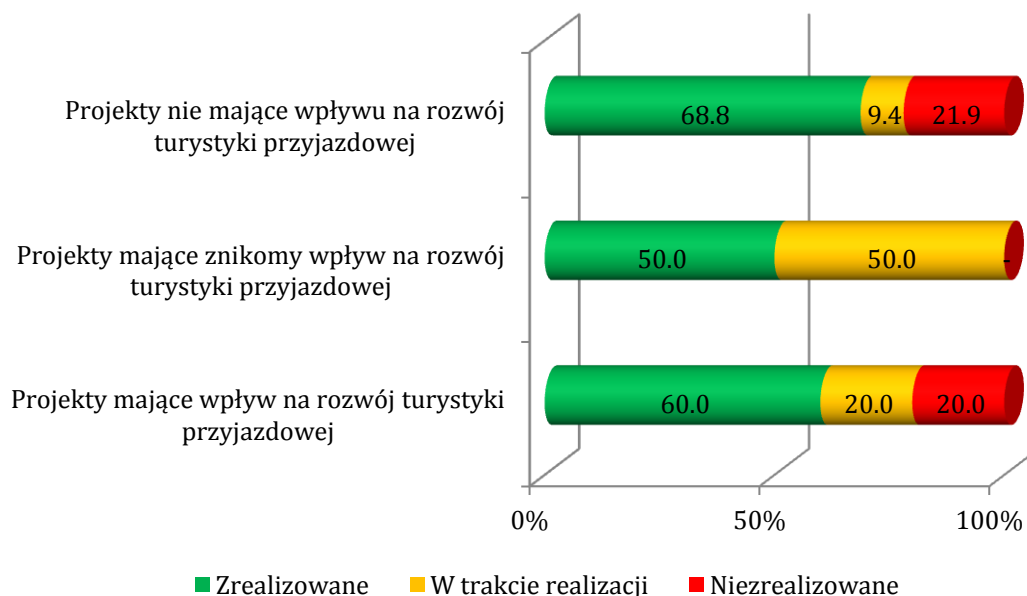


Rycina 11. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg ich głównego charakteru

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Wpływ analizowanych projektów na rozwój turystyki przyjazdowej⁶. W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów wg ich wpływu na rozwój turystyki przyjazdowej, w PRT 2013-2016 wyróżniono trzy kryteria charakteryzujące to zjawisko, tj. projekty, które w pewnym stopniu mogą wpływać na rozwój turystyki przyjazdowej, projekty których wpływ na rozwój turystyki przyjazdowej jest znikomy oraz projekty, które nie mają żadnego znaczenia z punktu widzenia analizowanego zjawiska (ryc. 12).

⁶ Turystyka przyjazdowa – dla Koszalina oznacza przyjazdy turystów i odwiedzających jednodniowych do miasta.



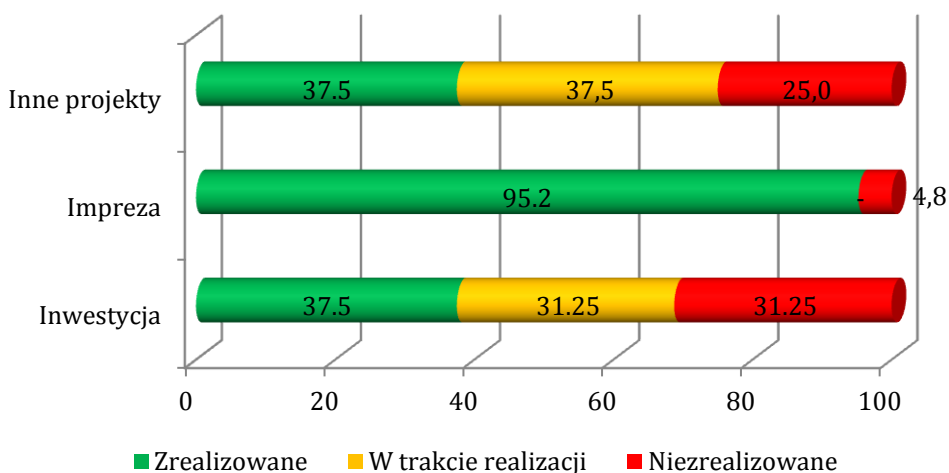
Rycina 12. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg ich wpływu na rozwój turystyki przyjazdowej

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Analiza danych z ryc. 12 wskazuje, że najwięcej projektów zrealizowano w grupie projektów, które nie mają istotnego znaczenia z punktu widzenia rozwoju turystyki przyjazdowej (68,8%). Nieco mniejszy odsetek zrealizowanych projektów (60%), odnotowano natomiast w grupie projektów, które potencjalnie mają największy wpływ na rozwój turystyki przyjazdowej. Natomiast w grupie projektów mających znikomy wpływ na rozwój turystyki przyjazdowej, połowa została zrealizowana, natomiast druga połowa projektów znajduje się w fazie realizacji. Oczywiście należy pamiętać, że to nie liczba zrealizowanych projektów ma bezpośredni wpływ na wielkość przyjazdowego ruchu turystycznego, a zdecydowanie bardziej ich ranga.

Rodzaj analizowanych projektów. W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów wg ich rodzaju, w PRT 2013-2016 wyróżniono trzy rodzaje projektów, tj.: inwestycja, impreza oraz tzw. inne projekty. Do trzeciej z ww. grup zaliczono m.in. działania projektowe, organizacyjne, konkursowe oraz promocyjne (ryc. 13). Analiza danych z ryc. 13 wskazuje, że najwięcej projektów zrealizowano w grupie projektów zaliczonych do kategorii „Impreza” (95,2%). Na drugim miejscu pod względem odsetka projektów zrealizowanych znalazły się przedsięwzięcia zaliczone do grupy „Inwestycji” oraz tzw. „Innych projektów” (po 37,5%). W grupie projektów zaliczonych do kategorii „Inwestycje”, zanotowano najwyższy poziom projektów niezrealizowanych

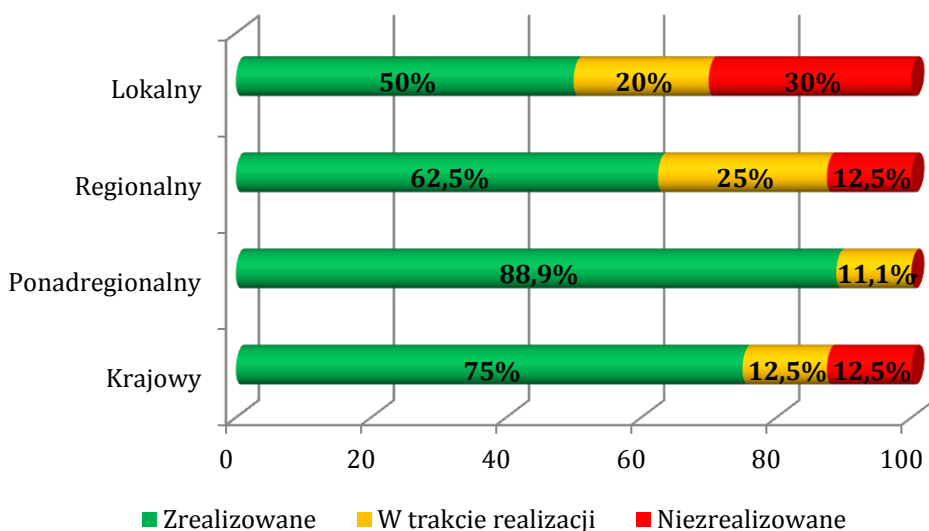
(31,25%), a najmniej projektów nie zostało zrealizowanych w kategorii „Impreza” (4,8%). Ponadto jeden ze zrealizowanych projektów, tj. *Obchody jubileuszu 750-lecia nadania praw miejskich Miastu Koszalin* został zaliczony do wszystkich trzech przyjętych grup.



Rycina 13. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg ich rodzaju

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Zasięg terytorialny analizowanych projektów. W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów wg ich zasięgu terytorialnego, w PRT 2013-2016 wyróżniono cztery kategorie w tym względzie, tj.: projekty o zasięgu krajowym, ponadregionalnym, regionalnym oraz lokalnym (ryc. 14).

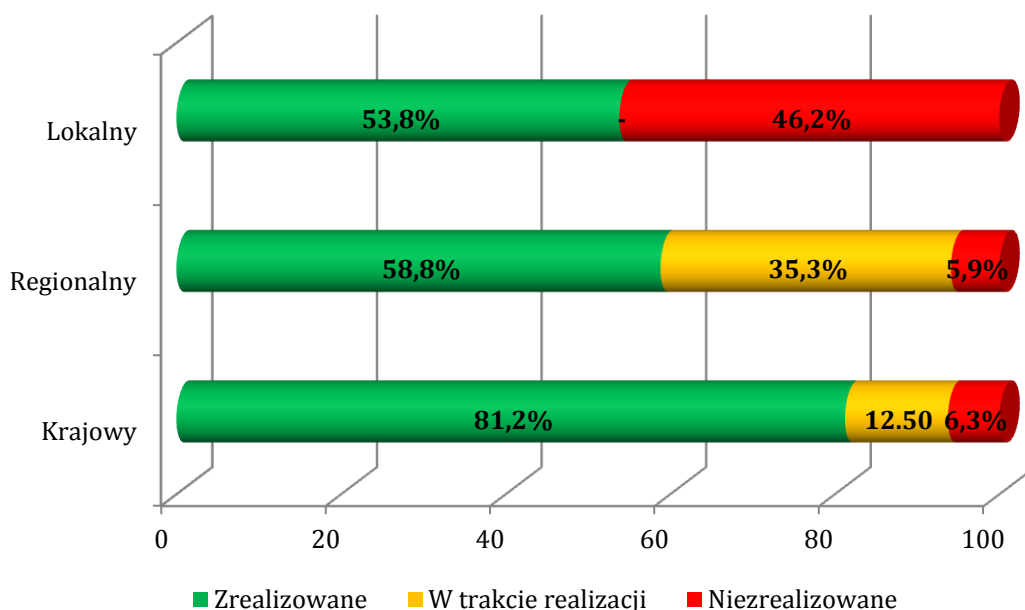


Rycina 14. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg ich zasięgu terytorialnego

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Przeprowadzona analiza wykazała, że największy odsetek zrealizowanych projektów odnotowano w grupie projektów o charakterze ponadregionalnym (88,9%). Również wysoką skuteczność w tym względzie odnotowano w przypadku projektów ogólnokrajowych (75%). Najmniejszą skuteczność w zakresie realizacji projektów odnotowano natomiast w przypadku projektów lokalnych (tylko 50% zrealizowanych projektów). W odniesieniu natomiast do projektów niezrealizowanych, zdecydowanie najwyższy odsetek takich projektów odnotowano w grupie projektów lokalnych (30%). Ponadto najwyższy odsetek projektów „w trakcie realizacji” odnotowano w grupie przedsięwzięć regionalnych (25%).

Zasięg oddziaływania promocyjnego analizowanych projektów. W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów wg ich zasięgu oddziaływania o charakterze promocyjnym, w PRT 2013-2016 wyróżniono trzy grupy projektów, tj. projekty o krajowym zasięgu oddziaływania, projekty o regionalnym zasięgu oddziaływania oraz projekty o lokalnym zasięgu oddziaływania (ryc. 15)⁷.



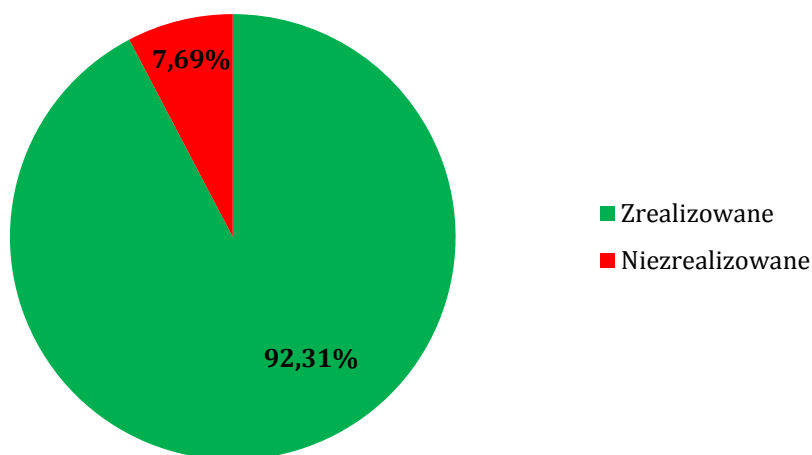
Rycina 15. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg ich zasięgu oddziaływania o charakterze promocyjnym

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

⁷Projekt „Organizacja imprez rekreacyjno-sportowych” w założeniach PRT 2013-2016 zakwalifikowano do dwóch grup, tj. projektów o oddziaływaniu krajowym i regionalnym.

Przeprowadzona analiza wykazała, że największy odsetek zrealizowanych projektów odnotowano w grupie projektów o charakterze krajowym (81,2%). W przypadku projektów odznaczających się regionalnym oraz lokalnym oddziaływaniem promocyjnym na rynek, skuteczność realizacji projektów przekroczyła 50% (odpowiednio: 58,8% oraz 53,8%). Natomiast w odniesieniu do projektów niezrealizowanych, największy odsetek takich przedsięwzięć odnotowano w grupie projektów odznaczających się lokalnym stopniem promocyjnego oddziaływania (46,2%). Ponadto najwyższy odsetek projektów znajdujących się w fazie realizacji odnotowano w grupie przedsięwzięć odznaczających się regionalnym stopniem oddziaływania promocji na rynek (35,3%).

Związek analizowanych projektów ze szczytem sezonu turystycznego (tj. sezon wakacji letnich) na Wybrzeżu. W przypadku analizy stopnia realizacji poszczególnych projektów uwzględniającego ich związek ze szczytem sezonu turystycznego na Wybrzeżu, w PRT 2013-2016 wyróżniono dwie kategorie projektów, tj. projekty ściśle związane ze szczytem sezonu turystycznego na Wybrzeżu oraz projekty nie wykazujące związków z rozpatrywanym zjawiskiem (ryc. 16)⁸.



Rycina 16. Stopień realizacji poszczególnych projektów założonych w PRT 2013-2016 wg ich związku ze szczytem sezonu turystycznego na Wybrzeżu

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Przeprowadzona analiza wykazała identyczny odsetek projektów zrealizowanych dla zarówno projektów wykazujących związek ze szczytem sezonu na Wybrzeżu, jak również projektów nie wykazujących tego rodzaju powiązań (92,31%). Również identyczne

⁸ W analizie nie uwzględniono projektów, które zgodnie z założeniami PRT 2013-2016 nie mają związku z rozpatrywanym zagadnieniem.

wartości uzyskano dla badanych kategorii w przypadku projektów niezrealizowanych (po 7,69%). Zarówno w przypadku projektów wykazujących związek ze szczytem sezonu na Wybrzeżu, jak również projektów nie wykazujących takich związków nie stwierdzono przedsięwzięć będących obecnie w fazie realizacji.

6.2. Ocena stopnia zaawansowania realizacji Kart Projektów z Programu Rozwoju Turystyki dla Miasta Koszalina na lata 2013-2016

Z punktu widzenia specyfiki *PRT 2013-2016*, ważnym elementem oceny stanu obecnego turystyki w Koszalinie stała się analiza realizacji przedsięwzięć wynikających z poszczególnych Kart Projektów. Warto przypomnieć, iż okres obowiązywania poprzedniego dokumentu planistyczno-strategicznego wynosił zaledwie cztery lata (2013-2016), a założono bardzo ambitne cele związane z realizacją aż 45 projektów. Jak wykazała wcześniejsza analiza, nie wszystkie projekty udało się zrealizować. Niemniej, można stwierdzić, iż ogólny stopień ich realizacji jest zadowalający.

Dalszą część niniejszego dokumentu autorzy postanowili poświęcić charakterystyce wszystkich projektów, sklasyfikowanych w sześciu obszarach. W tym celu wykorzystano stosowne zapisy wynikające z *PRT 2013-2016*, jak również szczegółowe raporty z realizacji poszczególnych projektów, udostępnione przez Urząd Miejski w Koszalinie.

W tab. 16-22 przedstawiono szczegółową charakterystykę poszczególnych projektów sklasyfikowanych w konkretnych obszarach. Ocenie poddano następujące dane:

- stopień realizacji projektu – zrealizowany, w trakcie realizacji, niezrealizowany;
- wydatki na realizację projektu – skonfrontowano przewidywane wydatki (zgodnie z zapisami *PRT 2013-2016*) z faktycznie poniesionymi w latach 2015-2016;
- wskaźniki do monitorowania rezultatów poszczególnych projektów – w oparciu o przewidziane w *PRT 2013-2016* z faktycznymi wielkościami.

W końcowej części analizy przedstawiono ponadto uwagi autorów do poszczególnych projektów, które głównie obejmowały zarówno ocenę ich realizacji, jak również postulowane propozycje dalszych rozwiązań.

Tabela 16. Charakterystyka realizacji projektów w ramach obszaru Aktywny Koszalin

Obszar 1: AKTYWNY KOSZALIN

Lp.	Nazwa projektu	Stopień realizacji	Wydatki (w mln zł)			Wskaźniki				Uwagi
			Szacowane w PRT 2013-2016	Rzeczywiste		Nazwa	2014	2015	2016	
				2015	2016					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Zagospodarowanie terenów Góry Chełmskiej wraz z podnóżem. Etap I		0,1	0,055	-	Liczba przygotowanych opracowań	1	0	0	Zadanie zrealizowane z niższymi niż zakładano kosztami
2.	Rozbudowa infrastruktury rowerowej w Koszalinie		4,2	0,730	0,679	Długość wybudowanych ścieżek rowerowych		4,3	1,3	Inwestycja z racji dużego znaczenia dla funkcji turystycznej, ale i rekreacyjnej (mieszkańcy miasta) powinna być zrealizowana jak najszybciej.
						Liczba działań podjętych przez Inspektora Rowerowego Miasta	0	0	0	
3.	Nocna ściema		0,01 (r)	0,12	0,14	Liczba uczestników imprezy	750	796	953	Odpowiednie nakłady finansowe ponoszone na imprezę. Należy zadbać o weryfikację trzeciego wskaźnika, tj. czas antenowy poświęcony na promocję
						Liczba wydanych materiałów promocyjnych	400 ulotek; 200 plakatów	200 plakatów	200 plakatów	
						Czas antenowy poświęcony na promocję przedsięwzięcia	b.d.	b.d.	b.d.	
4.	Kurs na Chełmską (Kros po Chełmskiej)		0,005 (r)	0,01	0,01	Liczba uczestników imprezy	400	387	284	Wyraźnie spada liczba uczestników imprezy. Event powinien być „poddany” intensywniejszym działaniom promocyjnym (obecnie brak tego we właściwym wskaźniku)
						Liczba wydanych materiałów promocyjnych	-	-	-	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5.	<i>Biegnijmy.pl – Rozbiegany Koszalin</i>		0,03 (r)	0,02↑	0,03↑	Liczba wejść na stronę internetową	Ponad 160 000	Ponad 250 000	Ponad 320 000	Rosnące zainteresowanie projektem (w oparciu o liczbę wejść na stronę internetową). Projekt wymaga wyraźnego wsparcia o charakterze promocyjnym
						Liczba wydanych materiałów promocyjnych	-	-	-	
6.	<i>Ekstremalny bieg godzinny</i>		0,025 (r)	0,02	0,02	Liczba uczestników	-	109	109	Należy zwiększyć nakłady na projekt i jednocześnie bardziej go rozpropagować
7.	<i>Leśna Piątka (Letnie Grand Prix Koszalina w biegach przełajowych)</i>		0,012 (r)	0,02	0,03	Liczba uczestników imprez	Ponad 4000	Ponad 5000	Ponad 5 000	Stabilna, dość duża liczba uczestników imprezy. Nakłady wyższe niż przewidziano w PRT 2013-2016. Należy zintensyfikować działania promocyjne, tj. nie ograniczać ich jedynie do plakatów
						Liczba wydanych materiałów promocyjnych	Ok. 100 plakatów	Ok. 500 plakatów	Ok. 100 plakatów	
8.	<i>Międzynarodowy Bieg Wenedów</i>		0,034	0,028	0,030	Liczba osób biorących udział w imprezie	Ok. 2000	Ok. 2000	Ok. 2000	Uznana impreza, co jest wyrażone m.in. liczbą uczestników. Należy zintensyfikować działania promocyjne
9.	<i>Organizacja imprez rekreacyjno-sportowych</i>		0,332	0,216	0,215	Liczba osób biorących udział w organizowanych imprezach, zajęciach rekreacyjno-sportowych	Ok. 20000	Ok. 14500	Ok. 14500	Bogata oferta różnych imprez o charakterze rekreacyjno-sportowym. Przede wszystkim należy zwiększyć nakłady na ich organizację, przynajmniej do poziomu określonego w PRT 2013-2016. Warto również rozważyć intensyfikację działań promocyjno-propagujących, tak aby liczba uczestników imprez wzrastała. Postuluje się, aby działania promocyjne w szerszym stopniu były skierowane nie tylko do mieszkańców miasta, ale również do odwiedzających miasto (tj. zarówno odwiedzających jednodniowych, jak i turystów)

Oznaczenia: ■ projekt zrealizowany; ■ projekt w trakcie realizacji; ■ projekt niezrealizowany; (r) – nakłady roczne; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena realizacji projektów zakwalifikowanych do **Obszaru 1: AKTYWNY KOSZALIN** (tab. 16):

- **Zagospodarowanie terenów Góry Chełmskiej wraz z podnóżem. Etap I.** Według autorów Programu jest to jeden z kluczowych projektów determinujących rozwój turystyki i rekreacji w mieście. W 2014 r. opracowano *Koncepcję zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego terenów Góry Chełmskiej* (tj. realizacja etapu I projektu). W latach 2015-2016 podjęto pierwsze działania związane z oznakowaniem tras oraz zagospodarowaniem polan rekreacyjnych. Ponadto, na podstawie ww. *Koncepcji*, została opracowana *dokumentacja projektowa na zagospodarowanie Góry Chełmskiej wraz z podnóżem – trasy pieszo-rowerowe*. Na realizację projektu w 2017 r. miasto otrzymało dofinansowanie z RPOWZ. Projekt przewiduje m.in. trasowanie, uporządkowanie i oznakowanie istniejących tras pieszo-rowerowych, zagospodarowanie polan rekreacyjnych, budowę drogi dojazdowej do stadionu, przebudowę deptaku od strony ul. Rolnej oraz inne działania wskazane w ww. dokumentacjach. Zdaniem autorów, dla władz Koszalina realizacja celów przyjętych w projekcie, powinna stać się zadaniem priorytetowym. Powstanie bowiem kompleksowego produktu turystycznego na tym terenie, skutkować będzie zwiększonym zainteresowaniem ofertą turystyczną miasta, zarówno przez mieszkańców Koszalina i okolic, jak również turystów przybywających nad polskie morze oraz odwiedzających o charakterze tranzytowym. Należy również podkreślić, że docelowo miałyby to być produkt turystyczny o charakterze całorocznym, przeznaczony dla różnych grup docelowych. Dlatego też autorzy Programu zdecydowanie postulują kontynuację realizacji założeń przyjętych w tym projekcie,
- **Rozbudowa infrastruktury rowerowej w Koszalinie.** Z punktu widzenia rozwoju aktywnych form turystyki oraz funkcji rekreacyjnej miasta jest to projekt o bardzo dużym znaczeniu. Obecnie projekt znajduje się w fazie realizacji. W latach 2015-2016 wybudowano około 5,6 km ścieżek rowerowych (*Wydział Inwestycji UM* oraz *ZDM*). Biorąc pod uwagę modę na zdrowy i aktywny styl życia, który coraz częściej preferuje polskie społeczeństwo, analizowany projekt jest kluczowy dla wielu grup docelowych, dlatego też autorzy Programu postulują, aby miasto w dalszym ciągu prowadziło aktywne działania na rzecz rozbudowy infrastruktury rowerowej w Koszalinie oraz na terenach ościennych,
- **Nocna ściema.** Projekt zrealizowany, z roku na rok cieszący się coraz większym zainteresowaniem uczestników. Oznacza to, że w latach następnych powinien być kontynuowany. Autorzy Programu postulują jednakże zintensyfikowanie działań

o charakterze promocyjnym, zwłaszcza z wykorzystaniem mediów audio-wizualnych oraz mediów społecznościowych,

- ***Kurs na Chełmską (Kros po Chełmskiej)***. Projekt zrealizowany, jednakże cieszący się coraz mniejszym zainteresowaniem wśród uczestników. Z punktu widzenia rozwoju funkcji rekreacyjnej miasta, kontynuacja realizacji projektu jest zalecana, jednakże z uwzględnieniem znacznego zintensyfikowania działań promocyjnych imprezy oraz rozważeniem zmian w formule eventu,
- ***Biegnijmy.pl – Rozbiegany Koszalin***. Projekt zrealizowany. Według autorów Programu – istotny z punktu widzenia rozwoju funkcji rekreacyjnej miasta. W oparciu o stale wzrastające zainteresowanie imprezą (liczba wejść na stronę internetową), autorzy zalecają jego kontynuację w latach następnych, przy znacznym zintensyfikowaniu działań promocyjnych,
- ***Ekstremalny bieg godzinny***. Projekt zrealizowany. Z uwagi na interesującą formułę wpisujący się w rozwój funkcji rekreacyjnej miasta oraz rozwój aktywnych form turystyki. Autorzy Programu zalecają kontynuację projektu w latach następnych, jednakże z uwzględnieniem znacznej intensyfikacji działań o charakterze promocyjnym,
- ***Leśna Piątka (Letnie Grand Prix Koszalina w biegach przełajowych)***. Projekt zrealizowany, o uznanej marce, doskonale wpisujący się w ofertę rekreacyjną miasta. Charakteryzuje się dość stabilną liczbą uczestników w kolejnych latach. Według autorów, przy większej intensyfikacji działań promocyjnych, projekt może na stałe znaleźć się w kalendarzu imprez rekreacyjnych skierowanych do mieszkańców Koszalina i gmin ościennych,
- ***Międzynarodowy Bieg Wenedów***. Projekt zrealizowany, o znacznej renomie wśród mieszkańców Koszalina i nie tylko. Każdego roku w biegu uczestniczy blisko 2 tys. osób. Projekt doskonale wpisuje się w ofertę rekreacyjną miasta. Według autorów Programu, podobnie jak w kilku innych przypadkach należy zintensyfikować działania promujące imprezę,
- ***Organizacja imprez rekreacyjno-sportowych***. Projekt zrealizowany. Obejmuje bogatą ofertę różnych imprez o charakterze rekreacyjno-sportowym. Według autorów Programu, należy zwiększyć nakłady na ich organizację, przynajmniej do poziomu określonego w *PRT 2013-2016*. Ponadto należy podjąć działania na rzecz intensyfikacji inicjatyw promocyjnych. Autorzy Programu postulują również, aby działania promocyjne w szerszym stopniu były skierowane nie tylko do mieszkańców miasta, ale również do odwiedzających miasto (tj. zarówno odwiedzających jednodniowych, jak i turystów).

Tabela 17. Charakterystyka realizacji projektów w ramach obszaru Koszalińskie Partnerstwa

Obszar 2: KOSZALIŃSKIE PARTNERSTWA

Lp.	Nazwa projektu	Stopień realizacji	Wydatki (w mln zł)			Wskaźniki				Uwagi
			Szacowane w PRT 2013-2016	Rzeczywiste		Nazwa	2014	2015	2016	
				2015	2016					
1.	Integracja podmiotów i organizacji branży turystycznej		0,02	-	-	Liczba spotkań	-	-	-	Brakuje wymiernych działań na rzecz integracji branży turystycznej, m.in. spotkań, szkoleń, czy study press. W tym zakresie nie ponoszono żadnych wydatków w latach 2015-2016. Projekt ten bezwzględnie wymaga realizacji i ciągłego udoskonalania. Inicjatorem działań w tej sferze powinien być Urząd Miejski w Koszalinie (m.in. ze względu na znaczne „rozproszenie” branży turystycznej i paraturystycznej). Należy zintensyfikować przedsięwzięcia, mające na celu integrację podmiotów związanych (bezpośrednio lub pośrednio) z sektorem turystyki. Należy przy tym uwzględnić placówki edukacyjno-oświatowe, w tym przedstawicieli uczelni wyższych działających na terenie miasta.
					Liczba zorganizowanych imprez	-	1	1		
					Liczba przygotowanych ofert turystycznych	-	-	-		
					Liczba zorganizowanych study press	-	-	-		

Oznaczenia: projekt zrealizowany; projekt w trakcie realizacji; projekt niezrealizowany; (r) – nakłady roczne; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena realizacji projektów zakwalifikowanych do **Obszaru 2: KOSZALIŃSKIE PARTNERSTWA (tab. 17):**

- ***Integracja podmiotów i organizacji branży turystycznej.*** Projekt w trakcie realizacji. Według autorów Programu jest to pożądana inicjatywa na rzecz integracji branży turystycznej Koszalina i okolic. W tym zakresie nie ponoszono żadnych wydatków w latach 2015-2016. Projekt ten bezwzględnie wymaga realizacji i ciągłego udoskonalania. Inicjatorem działań w tej sferze powinien być Urząd Miejski w Koszalinie (m.in. ze względu na znaczne „rozproszenie” branży turystycznej i paraturystycznej).

Tabela 18. Charakterystyka realizacji projektów w ramach obszaru Wodny Koszalin

Obszar 3: WODNY KOSZALIN

Lp.	Nazwa projektu	Stopień realizacji	Wydatki (w mln zł)			Wskaźniki				Uwagi
			Szacowane w PRT 2013-2016	Rzeczywiste		Nazwa	2014	2015	2016	
				2015	2016					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	<i>Przystanek Koszalin. Etap I – Koncepcja turystyczno-rekreacyjnego zagospodarowania terenów Lubiatowa</i>		0,1	b.d.	-	Liczba opracowań, analiz wykonanych w ciągu roku	b.d.	-	-	Projekt, który należy bezwzględnie zrealizować. Daje on bezsprzecznie duże możliwości rozwoju funkcji zarówno rekreacyjnej, jak i częściowo turystycznej. W perspektywie obowiązywania niniejszego dokumentu powinno dążyć się do realizacji całości projektu.
2.	<i>Regaty o Puchar Prezydenta Miasta</i>		0,005 (r)	b.d.	0,002	Liczba uczestników regat	b.d.	Ok. 100	Ok. 100	Z punktu widzenia turystyki wodnej, jedna z ważniejszych imprez. Sugeruje się podjęcie intensywnych działań na rzecz propagowania rozwoju ww. imprezy. Ponadto, z uwagi na dbałość o wizerunek miasta, należy zadbać o zdecydowanie większy rozgłos (którego konsekwencją będzie z wielokrotnioną liczbą widzów)
						Liczba widzów	b.d.	Ok. 30	Ok. 150	
3.	<i>Budowa kompleksu wodno-rekreacyjnego w Koszalinie (Park Wodny Koszalin)</i>		73,8	b.d.	-	Liczba osób korzystających z obiektu	b.d.	132 499	389 313	Jeden z priorytetowych projektów zawartych w PRT 2013-2016. Bezsprzecznie można go uznać za flagową inwestycję na rzecz rozwoju funkcji turystyczno-rekreacyjnej miasta. Należy w dalszym ciągu dbać o rozwój kompleksu, m.in. poprzez ciągłe zwiększanie liczby imprez zorganizowanych w obiekcie.
						Liczba turystów spoza powiatu koszalińskiego korzystających z obiektu	b.d.	79 500	b.d.	
						Liczba imprez zorganizowanych w analizowanym obiekcie	b.d.	7	18	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
						Liczba nowych miejsc pracy	b.d.	34	42	Sugeruje się zmianę nazwy wskaźnika nr 2 z „liczba turystów” na „liczba korzystających” (w obecnej formie jest błędna, nie ma bowiem możliwości ustalenia liczby turystów na podstawie wejść do obiektu). Proponuje się również dodanie wskaźnika o charakterze jakościowym, np. obrazującym poziom zadowolenia z usług świadczonych na terenie kompleksu
4.	<i>Zagospodarowanie pradoliny rzeki Dzierżęcinki</i>		5,8	b.d.	0,635	Powierzchnia nowej przestrzeni publicznej przy zbiorniku retencyjnym	b.d.	Ok. 5 865 m ²	-	Należy zintensyfikować działania realizowane w ramach tego projektu. Inwestycja ma duże szanse powodzenia, zarówno z punktu widzenia rozwoju funkcji rekreacyjnej (dla mieszkańców miasta), jak i turystycznej (dla przyjezdnych)
						Liczba powstałych obiektów przy zbiorniku retencyjnym	b.d.	2	2	
						Liczba miejsc pracy powstałych w ramach zagospodarowanej przestrzeni publicznej	b.d.	-	-	

Oznaczenia: projekt zrealizowany; projekt w trakcie realizacji; projekt niezrealizowany; (r) – nakłady roczne; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie na podstawie: *PRT 2013-2016*; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena realizacji projektów zakwalifikowanych do **Obszaru 3: WODNY KOSZALIN** (tab. 18):

- **Przystanek Koszalin. Etap I - Koncepcja turystyczno-rekreacyjnego zagospodarowania terenów Lubiętowa.** Projekt nie został zrealizowany. Z punktu widzenia rozwoju funkcji rekreacyjnej miasta jest to projekt o dużym znaczeniu i potencjale. Realizacja jego założeń stanowić będzie szansę na podniesienie atrakcyjności turystyczno-rekreacyjnej południowo-wschodniej części miasta, stanowiąc alternatywne dla północnej części miasta rozwiązanie umożliwiające uprawianie aktywnych form turystyki i rekreacji. Natomiast w połączeniu z zagospodarowaniem turystyczno-rekreacyjnym terenów wokół jeziora Jamno oraz zagospodarowaniem terenów Góry Chełmskiej, realizacja tego projektu stworzy możliwości funkcjonowania swego rodzaju „opaski rekreacyjnej miasta”, przenosząc część aktywnych mieszkańców Koszalina w rejon czystego powietrza i wspaniałych walorów przyrodniczych sprzyjających uprawianiu aktywności fizycznej,
- **Regaty o Puchar Prezydenta Miasta.** Projekt zrealizowany. Z punktu widzenia rozwoju turystyki wodnej w mieście jest to znacząca inicjatywa propagująca tę formę wypoczynku. Według autorów Programu impreza powinna być kontynuowana w kolejnych latach, jednakże wymaga ona zintensyfikowania działań promocyjnych na wszystkich rynkach docelowych. W równym stopniu dotyczy to uczestników imprezy, jak i potencjalnych jej obserwatorów (widzów),
- **Budowa kompleksu wodno-rekreacyjnego w Koszalinie (Park Wodny Koszalin).** Projekt zrealizowany. Z punktu widzenia rozwoju funkcji turystyczno-rekreacyjnej miasta, jest to projekt o znaczeniu kluczowym. Według autorów Programu należy bezsprzecznie podjąć działania na rzecz jeszcze większego wykorzystania potencjału obiektu, poprzez organizację różnego rodzaju imprez okolicznościowych, zarówno dla mieszkańców miasta, jak również przyjezdnych,
- **Zagospodarowanie pradoliny rzeki Dzierżęcinki.** Projekt w trakcie realizacji. Według autorów Programu należy zintensyfikować działania realizowane w ramach tego projektu, bowiem inwestycja ta, w znacznym stopniu może stanowić element wzbogacający ofertę turystyczno-rekreacyjną miasta. Tym samym może służyć zarówno mieszkańcom Koszalina i okolic, jak również turystom i odwiedzającym jednodniowym.




Tabela 19. Charakterystyka realizacji projektów w ramach obszaru Kulturalny Koszalin

Obszar 4: KULTURALNY KOSZALIN

Lp.	Nazwa projektu	Stopień realizacji	Wydatki (w mln zł)			Wskaźniki				Uwagi
			Szacowane w PRT 2013-2016	Rzeczywiste		Nazwa	2014	2015	2016	
				2015	2016					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	35. Koszaliński Festiwal debiutów Filmowych „Młodzi i Film”		1,0 (r)	1,05	1,06	Liczba debiutów długometrażowych i krótkometrażowych	70	69	73	Projekt o uznanej marce zarówno w kraju, jak i za granicą. Projekt charakteryzuje stale zwiększająca się liczba widzów oraz tzw. imprez towarzyszących. Zaleca się jego kontynuowanie w kolejnych latach przy jednoczesnej intensyfikacji działań promocyjnych, zarówno na rynku krajowym, jak również za granicą, co w przyszłości może znacząco zwiększyć rangę projektu oraz przyciągnąć większą liczbę uczestników.
						Liczba widzów	24 610	25 400	26 520	
						Liczba wydarzeń artystycznych (towarzyszących)	100	110	120	
2.	Noc muzeów		0,025 (r)	0,025	0,037	Liczba osób zwiedzających Muzeum	1 613	2 506	2 470	Projekt stanowiący element ogólnopolskiej akcji „Noc muzeów”. Doskonale wpisujący się w rozwój funkcji kulturalnej miasta. Zaleca się jego kontynuację w kolejnych latach przy jednoczesnym zwiększeniu wysiłków podejmowanych na rzecz jego szerszego wypromowania.
						Liczba osób uczestniczących w programach artystycznych	6 255	4 934	5 000	
						Liczba osób korzystających z oferty współrealizatorów	14 543	18 335	17 100	
3.	Hanza Jazz Festiwal		0,07 (r)	0,094	0,0812	Liczba uczestników koncertów	87	53	56	Słabnące zainteresowanie festiwalem, zarówno ze strony uczestników, jak i widzów może świadczyć o wyczerpaniu się dotychczasowej formuły eventu. Zaleca się również zintensyfikowanie działań o charakterze promocyjnym w wymiarze lokalnym, regionalny oraz krajowym.
						Liczba widzów	2 129	1 675	1 600	
						Liczba zorganizowanych koncertów	9	5	10	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
4.	<i>Festiwal kulinarny Ulica smaków</i>		0,035 (r)	0,0308	0,047	Liczba uczestników	48	70	63	Ważny projekt dla rozwoju w regionie turystyki kulinarnej. Słabnące zainteresowanie festiwalem ze strony uczestników oraz widzów może świadczyć o wyczerpaniu dotychczasowej formuły festiwalu. Zaleca się zintensyfikowanie działań promocyjnych.
						Liczba widzów	10 000	8 000	5 000	
						Liczba zorganizowanych prezentacji kulinarnych	10	11	9	
5.	<i>Europejski Festiwal Filmowy Integracja Ty i Ja</i>		0,4 (r)	0,335	0,484	Liczba uczestników spotkań, pokazów filmowych	8 000	15 500	29 500	Bardzo ważny projekt z punktu widzenia rozwoju funkcji kulturalnej miasta, ciszący się coraz większym zainteresowaniem zarówno ze strony widzów, jak i uczestników. Projekt powinien być kontynuowany w kolejnych latach.
						Liczba wydanych materiałów informacyjnych	51	90	165	
6.	<i>Międzynarodowy Festiwal Organowy w Koszalinie</i>		0,15 (r)	0,215	0,220	Liczba uczestników festiwalu	428	316	325	Wydarzenie o dużym znaczeniu artystycznym dla miasta oraz ugruntowanej marce. Projekt powinien być kontynuowany w kolejnych latach przy jednoczesnym zwiększeniu nakładów na działalność promocyjną
						Liczba słuchaczy	8 520	8 570	8 958	
7.	<i>Festiwal zespołowej muzyki akordeonowej</i>		0,025 (r)	0,030	0,030	Liczba uczestników projektu	113	130	82	Interesujący projekt wpisujący się w rozwój funkcji kulturalnej miasta. Niepokoi jednak słabnące zainteresowanie festiwalem ze strony uczestników. Być może należy rozważyć zmianę formuły festiwalu. Bezwzględnie należy również zintensyfikować działania promocyjne.
						Liczba widzów	1 900	2 000	2 000	
						Liczba godzin warsztatowych	6	6	6	
8.	<i>Muzealne spotkanie z Fotografiją</i>		0,062 (r)	0,043	0,043	Liczba uczestników konkursu	394	334	304	Interesujący projekt wpisujący się w obszar <i>Kulturalny Koszalin</i> . wydaje się, że należy podjąć działania zmierzające do przyciągnięcia jak największej liczby uczestników.
						Liczba osób odwiedzających wystawy	600	680	980	
						Liczba nadesłanych fotografii i multimedialnych i fotoreportaży	1 389	1 064	992	
9.	<i>Targ Młyński</i>		0,002 (r)	0,002	0,0025	Liczba uczestników	1 125	935	605	Ciekawy projekt nie wymagający znacznych nakładów finansowych. Słabnące zainteresowanie eventem ze strony uczestników może stanowić podstawę do zastanowienia się nad zmianą formuły wydarzenia. Zaleca się również intensyfikację działań promocyjnych.
						Liczba stoisk gastronomicznych działających podczas targów	3	4	-	
						Liczba przedszkolaków biorących udział w targu	247	374	201	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
10.	<i>Przegląd piosenki musicalowej</i>		0,03 (r)	-	-	-	-	-	-	Projekt, którego realizację należałoby rozważyć po uprzednim przeprowadzeniu badania rynkowego. Wymaga bowiem znacznych nakładów finansowych, zwłaszcza na promocję.
11.	<i>Giełda kolekcjonerska</i>		0,002 (r)	0	0	Liczba stoisk kolekcjonerskich	127	115	115	Z uwagi na słabnące zainteresowanie giełdą wśród widzów zaleca się zintensyfikowanie działań o charakterze promocyjnym.
						Liczba osób odwiedzających giełdę	1221	1018	395	

Oznaczenia:  projekt zrealizowany;  projekt w trakcie realizacji;  projekt niezrealizowany; (r) – nakłady roczne; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena realizacji projektów zakwalifikowanych do **Obszaru 4: KULTURALNY KOSZALIN (tab. 19):**

- **35. Koszaliński Festiwal debiutów Filmowych „Młodzi i Film”.** Projekt zrealizowany. Jedno z ważniejszych wydarzeń artystycznych w mieście. Impreza o uznanej marce w kraju oraz za granicą. Zaleca się kontynuację projektu w kolejnych latach przy jednoczesnym zintensyfikowaniu działań promocyjnych,
- **Noc muzeów.** Projekt zrealizowany. Stanowi część ogólnopolskiej akcji pod tą samą nazwą. Autorzy zalecają kontynuację projektu w kolejnych latach przy jednoczesnym zintensyfikowaniu działań promocyjnych wśród mieszkańców Koszalina i okolic oraz w wymiarze regionalnym,
- **Hanza Jazz Festiwal.** Projekt zrealizowany. Z uwagi na słabnące zainteresowanie festiwalem zarówno przez uczestników, jak również widzów, autorzy Programu zalecają rozważenie zmiany formuły festiwalu oraz zwiększenie nakładów na działania promocyjne,
- **Festiwal kulinarny Ulica Smaków.** Projekt zrealizowany. Według autorów Programu projekt bardzo ważny, zwłaszcza z punktu widzenia rozwoju tzw. turystyki kulinarnej w regionie. Biorąc pod uwagę słabnące zainteresowanie festiwalem, zarówno ze strony wystawców, jak i widzów zaleca się rozważenie zmiany formuły festiwalu oraz intensyfikację działań promocyjnych,
- **Europejski Festiwal Filmowy Integracja Ty i Ja.** Projekt zrealizowany. Według autorów Programu projekt niezwykle istotny z punktu widzenia rozwoju funkcji kulturalnej miasta. Z uwagi na coraz większe zainteresowanie festiwalem zaleca się jego kontynuację w kolejnych latach przy jednoczesnym zwiększeniu nakładów finansowych na działania promocyjne (np. poszerzenie zasięgu działań promocyjnych),
- **Festiwal zespołowej muzyki akordeonowej.** Projekt zrealizowany. Według autorów Programu, kontynuacja projektu w kolejnych latach wymaga rozważenia zmiany jego formuły oraz podjęcia działań promocyjnych na szerszą skalę,
- **Muzealne spotkanie z Fotografiją.** Projekt zrealizowany. Ściśle związany z rozwojem funkcji kulturalnej miasta. Według autorów Programu należy podjąć starania na rzecz przyciągnięcia jak największej liczby uczestników (wystawców), co przy stale zwiększającej się liczbie oglądających wystawę, stanowić będzie podstawę do kontynuowania wystawy w kolejnych latach,
- **Targ Młyński.** Projekt zrealizowany. Według autorów Programu, kontynuacja projektu w kolejnych latach wymaga zmiany formuły oraz zwiększenia nakładów finansowych na działania promocyjne,


- 
- **Przegląd piosenki musicalowej.** Projekt niezrealizowany. Według autorów Programu, realizację projektu należałoby rozważyć po uprzednim przeprowadzeniu badania rynkowego. Projekt wymaga bowiem znacznych nakładów finansowych (ok. 30 tys. zł),
 - **Giełda kolekcjonerska.** Projekt zrealizowany. Z uwagi na słabnące zainteresowanie giełdą wśród widzów zaleca się zintensyfikowanie działań o charakterze promocyjnym.

Tabela 20. Charakterystyka realizacji projektów w ramach obszaru Historyczny Koszalin

Obszar 5: HISTORYCZNY KOSZALIN

Lp.	Nazwa projektu	Stopień realizacji	Wydatki (w mln zł)			Wskaźniki				Uwagi
			Szacowane w PRT 2013-2016	Rzeczywiste		Nazwa	2014	2015	2016	
				2015	2016					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	<i>Obchody Jubileuszu 750-lecia nadania praw miejskich Miastu Koszalin</i>		0,75 (2014-2016)	0,34	1,24	Liczba zamówionych wydawnictw w ramach obchodów jubileuszu	3	4	12	Projekt zrealizowany. Prestiżowy projekt doskonale wpisujący się w obszar 5: <i>Historyczny Koszalin</i> . Biorąc pod uwagę wartość przyjętych wskaźników w kolejnych latach, należy przyjąć, że projekt cieszył się dość dużym zainteresowaniem. Wydaje się, że jego realizację można nazwać sukcesem.
						Liczba i rodzaj zamówionych materiałów promocyjnych w ramach obchodów jubileuszu	4	-	16 003	
						Liczba wydarzeń organizowanych w ramach obchodów jubileuszu	ok. 56	-	32	
						Liczba odbiorców imprez związanych z obchodami	16 905	15 000	67 000	
2.	<i>Budowa centrum Pielgrzymkowo-Turystycznego na Górze Chełmskiej w Koszalinie</i>		12,0	2,05	3,08	Liczba osób w ciągu roku odwiedzających Centrum (sanktuarium maryjne)	74 849	-	-	Projekt niezwykle istotny z punktu widzenia rozwoju turystyki religijno-pielgrzymkowej w mieście. Jego realizacja w znacznym stopniu wzbogaci ofertę turystyczną skupioną na obszarze Góry Chełmskiej.
						Liczba obiektów powstałych w Centrum	-	1	1	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3.	Prace konserwatorskie, budowlane przy XIX w. wieży widokowej na górze chełmskiej w Koszalinie. Etap III		0,5 (2013-2014)	-	-	Liczba osób zwiedzających wieżę widokową	3 000	-	50 000	Realizacja tego projektu wzbogaciłaby Górę Chełmską o imponującą, odnowioną atrakcję turystyczną. Z wieży widokowej rozciąga się bowiem imponujący widok na miasto oraz okoliczne miejscowości. Jest to atrakcja turystyczna skierowana przede wszystkim do koneserów piękna przyrody oraz turystów aktywnych.
						Wyremontowana powierzchnia (w m ²)	Taras widokowy	0	0	
4.	Modernizacja Koszalińskiej Kolei Wąskotorowej na potrzeby turystyki		20,0 (2014-2016)	0,035	0,153	Liczba pasażerów korzystających z usług TMKW	12000	10000	10000	Projekt w PRT 2013-2016 zaliczony został do I klasy ważności. Biorąc pod uwagę relację środków wydanych na realizację projektu w latach 2015-2016 w stosunku do nakładów określonych w PRT 2013-2016, trudno oczekiwać pełnej realizacji projektu. Z punktu widzenia rozwoju funkcji turystyczno-rekreacyjnej jest to jednak bardzo ważny projekt. W latach 2015-2016 opracowano koncepcję i dokumentację projektową dofinansowane z funduszy UE, a w 2017 r. złożono dwa wnioski o dofinansowanie projektu z funduszy UE.
						Liczba nowych miejsc pracy	2	0	0	
						Ilość nowego zakupionego sprzętu	4	0	1	
						Zrewitalizowana powierzchnia (w m ²)	0	0	0	
5.	Jarmark Jamneński		0,003 (r)	0,015	0,014	Liczba wystawców	249	219	221	Projekt od dawna znajdujący się w kalendarzu imprez historyczno-kulturalnych miasta. zaleca się większą intensyfikację działań o charakterze promocyjnym, skierowanych zarówno do potencjalnych wystawców, jak również gości.
						Liczba odwiedzających jarmark	4000	4000	4000	
6.	Staromiejska Trasa Turystyczna w Koszalinie – II etap		0,02 (2014-2016)	-	-	Liczba nowych obiektów na trasie	0	0	0	Bardzo pożądaný projekt, zwłaszcza z punktu widzenia turystów oraz odwiedzających jednodniowych, których jednym z głównych motywów podróży turystycznej jest motyw poznawczy. Zaleca się intensyfikację działań podejmowanych na rzecz pozyskania nowych źródeł finansowania projektu. Realizacja projektu w kolejnych latach z pewnością podniesie stopień atrakcyjności turystycznej.
						Liczba odnowionego oznakowania pionowego i poziomego	0	0	0	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7.	<i>Odkryj Historię Koszalina</i>		0,3 (2014-2016)	-	-	-	-	-	-	Należałoby rozważyć realizację projektu w kolejnych latach, głównie z uwagi na znaczną wartość historyczno-kulturalną oraz walory poznawcze.
8.	<i>Mały Odkrywca</i>		0,015 (2014-2016)	-	-	-	-	-	-	Należałoby rozważyć realizację projektu w kolejnych latach, głównie z uwagi na znaczne wartości poznawcze i edukacyjne.
9.	<i>Leśna Biblioteka</i>		0,005	-	-	Liczba osób w roku korzystających ze sprzętu	0	0	0	Interesujący projekt o charakterze poznawczo-edukacyjnym. Należałoby rozważyć jego realizację w przyszłości po zapewnieniu finansowania na pożądanym poziomie.
						Liczba zakupionego sprzętu	0	0	0	
10.	<i>Cztery pory Tradycji</i>		0,005 (r) (2014-2016)	0,00017	0,00013	Liczba przeprowadzonych zajęć	89	76	81	Projekt zrealizowany mimo znacznie niższych nakładów finansowych, jakie pierwotnie zakładano w PRT 2013-2016. Zaleca się kontynuację projektu w kolejnych latach.
						Liczba uczestników zajęć	2038	1819	1829	
11.	<i>Lekcje Muzealne</i>		0,004 (r)	-	-	Liczba przeprowadzonych zajęć	159	183	168	Projekt zrealizowany bez ponoszenia żadnych kosztów. Interesująca inicjatywa edukacyjna, charakteryzująca się znaczną wartością poznawczą, zwłaszcza z zakresu historii.
						Liczba uczestników zajęć	3718	4368	1875	
12.	<i>Opowiedz dziadku co dostaje w spadku, czyli historia mojej rodziny</i>		0,03 (2014-2016)	0,028	0,013	Liczba dzieci biorących udział w konferencji	50	50	60	Projekt zrealizowany. Analiza wykorzystywanych wskaźników świadczy o niewielkim, aczkolwiek rosnącym zainteresowaniu projektem w kolejnych latach. Wydaje się zatem, że jego realizację można uznać za „umiarkowany sukces”. Zaleca się kontynuowanie idei projektu (być może pod inną nazwą i w zmienionej formule) w następnych latach.
						Liczba seniorów biorąca udział w konkursie	ok. 30	280	330	
						Liczba mieszkańców biorących udział w akcji: „Archiwa rodzinne”	50	100	150	
						Liczba przyznanych nagród	13	13	0	
13.	<i>Cussalin ad fontes (1214) 1266-2016, 750 lat Koszalina</i>		0,06 (2014-2016)	0,04	0,049	Liczba wydarzeń	3	6	9	Projekt zrealizowany. Kompleksowo wpisuje się w obszar 5: <i>Historyczny Koszalin</i> . Zaleca się kontynuowanie głównych założeń projektu w kolejnych latach.
						Liczba uczestników wydarzeń	400	600	700	
						Ilość wydanych wydawnictw	1	2	1	

Oznaczenia: ■ projekt zrealizowany; ■ projekt w trakcie realizacji; ■ projekt niezrealizowany; (r) – nakłady roczne; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie na podstawie: PRT 2013-2016; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena realizacji projektów zakwalifikowanych do **Obszaru5: HISTORYCZNY KOSZALIN (tab. 20):**

- **Obchody Jubileuszu 750-lecia nadania praw miejskich Miastu Koszalin.** Projekt zrealizowany. Z punktu widzenia rozwoju funkcji kulturalno-historycznej miasta projekt niezwykle ważny, o charakterze priorytetowym. Nawiązuje do długiej i bogatej tradycji i historii miasta. Zaleca się kontynuowanie idei i głównych założeń ww. projektu w kolejnych latach poprzez stałe nawiązywanie do historii miasta, a także zintensyfikowanie działań promocyjnych dla tego typu inicjatyw,
- **Budowa centrum Pielgrzymkowo-Turystycznego na Górze Chełmskiej w Koszalinie.** Projekt w trakcie realizacji. Jeden z kluczowych projektów mogących realnie wpłynąć na wzrost liczby turystów i odwiedzających jednodniowych. Jego realizacja uzupełni ofertę turystyczną skupioną wokół Góry Chełmskiej o nową funkcję (pielgrzymka + nocleg + edukacja). Zaleca się intensyfikację działań o charakterze informacyjnym, zarówno w kraju, jak również za granicą,
- **Prace Konserwatorskie, budowlane przy XIX w. wieży widokowej na górze chełmskiej w Koszalinie. Etap III.** Projekt niezrealizowany ze względu na brak środków. Według autorów Programu, realizacja tego projektu wzbogaciłaby Górę Chełmską o kolejną, imponującą, odnowioną atrakcję turystyczną. Z wieży widokowej rozciąga się bowiem imponujący widok na Koszalin oraz okoliczne miejscowości. Jest to atrakcja turystyczna skierowana przede wszystkim do koneserów piękna przyrody oraz turystów aktywnych. Zaleca się dołożenie wszelkich starań, w celu pozyskania środków finansowych umożliwiających realizację tego projektu,
- **Modernizacja Koszalińskiej Kolei Wąskotorowej na potrzeby turystyki.** Projekt w trakcie realizacji. Z punktu widzenia podniesienia atrakcyjności turystycznej miasta realizacja tego projektu jest niezwykle pożądana. W 2015-2016 opracowano koncepcję oraz dokumentację projektową, w 2017 r. złożono 2 wnioski o dofinansowanie ze środków unijnych,
- **Jarmark Jamneński.** Projekt zrealizowany. Od dawna w kalendarzu imprez historyczno-kulturalnych miasta. Według autorów Programu należy rozważyć zwiększenie nakładów na działalność promocyjną zarówno w odniesieniu do potencjalnych wystawców, jak również gości oglądających wystawy. Zaleca się kontynuację projektu w kolejnych latach,
- **Staromiejska Trasa Turystyczna w Koszalinie – II etap.** Projekt niezrealizowany. Widać znaczne trudności w znalezieniu źródeł jego finansowania. Według autorów Programu, realizacja projektu jest niezwykle istotna zwłaszcza z punktu widzenia turystów i odwiedzających jednodniowych, których jednym z głównych motywów

podróży turystycznej jest motyw poznawczy. Zaleca się zatem jak najszybszą realizację projektu, która to w znacznym stopniu podniesie atrakcyjność turystyczną miasta,

- ***Odkryj Historię Koszalina.*** Projekt niezrealizowany z powodu braku środków finansowych. Według autorów Programu, należałoby rozważyć realizację projektu w kolejnych latach, głównie z uwagi na znaczną wartość historyczno-kulturalną oraz walory poznawcze. W związku z powyższym, zaleca się intensyfikację działań zmierzających do pozyskania źródeł finansowania projektu,
- ***Mały Odkrywca.*** Projekt niezrealizowany z powodu braku środków finansowych. Według autorów Programu, należałoby rozważyć realizację projektu w kolejnych latach, głównie z uwagi na znaczne wartości poznawcze i edukacyjne. Zaleca się zatem podjęcie działań zmierzających do sfinansowania projektu w przyszłości,
- ***Leśna Biblioteka.*** Projekt niezrealizowany z powodu braku środków finansowych. Według autorów Programu jest to interesujący projekt o charakterze poznawczo-edukacyjnym. Należałoby zatem rozważyć jego realizację w kolejnych latach po zapewnieniu finansowania na pożądanym poziomie,
- ***Cztery pory Tradycji.*** Projekt zrealizowany przy wykorzystaniu znacznie niższych kosztów niż pierwotnie zakładano. Zaleca się kontynuację przedsięwzięcia w kolejnych latach,
- ***Lekcje muzealne.*** Projekt zrealizowany bez kosztowo. Pomimo słabnącego zainteresowania wśród uczestników zaleca się kontynuację projektu w kolejnych latach przy jednoczesnym zintensyfikowaniu działań informacyjnych,
- ***Opowiedz dziadku co dostaje w spadku, czyli historia mojej rodziny.*** Projekt zrealizowany. Według autorów Programu, projekt niezwykle wartościowy pod względem historyczno-poznawczo-edukacyjnym. Pożądane jest zatem kontynuowanie idei projektu (być może pod inną nazwą i w nieco zmienionej formule) w następnych latach,
- ***Cussalin ad fontes (1214) 1266-2016, 750 lat Koszalina.*** Projekt zrealizowany. Z uwagi na duże wartości poznawczo-edukacyjne projektu zaleca się kontynuowanie jego idei i głównych założeń w kolejnych latach.

Tabela 21. Charakterystyka realizacji projektów w ramach obszaru Rozpoznawalny Koszalin

Obszar 6: ROZPOZNAWALNY KOSZALIN

Lp.	Nazwa projektu	Stopień realizacji	Wydatki (w mln zł)			Wskaźniki				Uwagi
			Szacowane w PRT 2013-2016	Rzeczywiste		Nazwa	2014	2015	2016	
				2015	2016					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Spacer z aparatem		0,06	0,0245	-	Liczba wykonanych rzeźb	-	5	-	Projekt, który w 2015 r. doczekał się realizacji kilku przedsięwzięć. W 2016 r. żadnych działań nie realizowano. Projekt powinien doczekać się kontynuacji, m.in. ze względu na jego unikatowość, jak również stosunkowo niski koszt realizacji.
						Liczba wydanych materiałów informacyjnych	-	-	-	
2.	Festiwal Pełnia Życia – I, II, III edycja		0,053 (r)	0,03	0,026	Liczba osób biorących udział w imprezie	-	1610	2330	Proponuje się dalsze promowanie i propagowanie imprezy. Należy zwiększyć nakłady na jej realizację przynajmniej do poziomu przedstawionego w PRT 2013-2016.
						Liczba materiałów promocyjnych	-	-	2200	
						Liczba zorganizowanych study press	-	-	-	
3.	Rewitalizacja parku przy Amfiteatrze		2,0	-	-	Powierzchnia zrewitalizowanej przestrzeni publicznej	8522,53 m ²	-	-	Inwestycja została zakończona w 2014 r.
4.	Zagospodarowanie Rynku Staromiejskiego		16,5	-	0,019	Powierzchnia zrewitalizowanej przestrzeni publicznej	20652 m ²			Inwestycja zakończona w 2014 r. (drobne prace przeprowadzono w 2016 r.). Sugeruje się podjęcie działań promocyjnych w zakresie popularyzacji spędzania czasu wolnego na Rynku Staromiejskim, m.in. poprzez zwiększenie liczby imprez na tym terenie

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5.	<i>Promocja turystyczna Miasta Koszalina</i>		0,32 (r)	-	0,066	Liczba wydanych materiałów promocyjnych	-	46383	3000 (Wydział KSIP) 7632 (Wydział RWT)	Zdecydowanie zbyt niskie nakłady na promocję turystyczną miasta. Postuluje się zwiększenie liczby i zakresu przedsięwzięć wykorzystujących nowoczesne technologie. Zwiększająca się liczba odwiedzin strony internetowej miasta potwierdza, iż promocja internetowa winna być prowadzona w coraz większym zakresie. Zaleca się szerszą promocję z wykorzystaniem mediów społecznościowych (m.in. Facebook, Twitter itp.).
						Liczba prezentacji reklamowych	-	9	3(KSiP) 2(RWT)	
						Liczba targów krajowych i zagranicznych w których miasto bierze udział	6	6	4, w tym 2 płatne ze środków SGiPPS	
						Liczba odwiedzin strony internetowej www.koszalin.pl	281 316	331 620	485 510	
						Liczba zorganizowanych study press	-	-	-	
6.	<i>Wzmocnienie wizerunku RCIT w Koszalinie</i>		0,011	0,0006	0,033	Liczba osób odwiedzających RCIT	7003 (+ strona www 112115)	7646 (+ strona www 153877)	8.030 (+ strona www 194227)	Działania prowadzone przez RCIT w Koszalinie można uznać za zadowalające. Szczególnie w ostatnich latach zwiększono zarówno liczbę przedsięwzięć, jak i ich zakres. Podstawowe wskaźniki w zdecydowanej większości odnotowują wartości rosnące. W przypadku działań informacyjno-promocyjnych sugeruje się zwiększenie nacisku na te, które wykorzystują nowoczesne technologie. Jednakże działalność RCIT należy traktować jako uzupełniającą względem działań promocyjnych podejmowanych przez UM w Koszalinie
						Liczba sprzedanych gadżetów promocyjnych z logo Koszalina	165 sztuk	175 sztuk	304 sztuki	
						Liczba zamontowanych tablic informacyjnych	-	-	-	
						Liczba nowo wybudowanych obiektów	-	-	-	
						Liczba materiałów promocyjnych przekazanych przez UM w Koszalinie do bezpłatnej dystrybucji RCIT	1052	1389	600	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7.	Efektywna promocja w celu rozszerzenia bazy noclegowej w Koszalinie		0,8	-	0,026	Liczba przedsiębiorców zainteresowanych budową hotelu	2	2	1	Biorąc pod uwagę zapisy dotyczące realizacji tego projektu zawarte w <i>PRT 2013-2016</i> , należy podkreślić, że rozwój bazy noclegowej w mieście jedynie w niewielkim stopniu przyczyni się do wzrostu zainteresowania walorami turystycznymi Koszalina przez turystów. Według autorów Programu, nowa inwestycja hotelowa w mieście (hotel Verde), na dłuższy czas zaspokoi popyt w Koszalinie na noclegi w hotelach o wysokim standardzie.
						Liczba dokonanych zakupów gruntu przez inwestora	1	-	-	

Oznaczenia: projekt zrealizowany; projekt w trakcie realizacji; projekt niezrealizowany; (r) – nakłady roczne; b.d. – brak danych.

Źródło: Opracowanie na podstawie: *PRT 2013-2016*; Sprawozdanie 2016; Sprawozdanie 2017.

Ocena realizacji projektów zakwalifikowanych do **Obszaru 6: ROZPOZNAWALNY KOSZALIN (tab. 21):**

- **Spacer z aparatem.** Projekt niezrealizowany. Według autorów Programu projekt powinien doczekać się pełnej realizacji m.in. ze względu na jego unikatowość, jak również stosunkowo niski koszt realizacji (w 2015 r. projekt doczekał się realizacji jedynie kilku przedsięwzięć),
- **Festiwal Pełnia Życia – I, II, III edycja.** Projekt zrealizowany. Doskonale wpisuje się w obszar Rozpoznawalny Koszalin. Proponuje się jego kontynuację w kolejnych latach przy jednoczesnym zwiększeniu nakładów na jego realizację przynajmniej do poziomu przedstawionego w *PRT 2013-2016*,
- **Rewitalizacja parku przy Amfiteatrze.** Projekt zrealizowany. Jedna z wizytówek Koszalina. Park, który po rewitalizacji przyciąga dużą liczbę turystów, odwiedzających jednodniowych oraz mieszkańców Koszalina. W tym przypadku, śmiało można powiedzieć o tzw. „zielonych płucach miasta”,
- **Zagospodarowanie Rynku Staromiejskiego.** Projekt zrealizowany. To również projekt stanowiący jedną z wizytówek miasta. Odnowiony Rynek Staromiejski znów przyciąga wielu turystów, odwiedzających jednodniowych oraz mieszkańców Koszalina, którzy podczas spaceru mogą zjeść lody i wypić kawę w pobliskiej kawiarni w towarzystwie szumu wody z pobliskiej fontanny,
- **Promocja turystyczna Miasta Koszalina.** Projekt w trakcie realizacji. Według autorów Programu projekt o kluczowym znaczeniu dla skuteczności działań podejmowanych w ramach obszaru: Rozpoznawalny Koszalin. W związku z powyższym zaleca się zwiększenie nakładów na promocję turystyki w Koszalinie,
- **Wzmocnienie wizerunku RCIT w Koszalinie.** Projekt w trakcie realizacji. W przypadku działań informacyjno-promocyjnych sugeruje się zwiększenie nacisku na te, które wykorzystują nowoczesne technologie. Jednakże działalność RCIT należy traktować jako uzupełniającą względem działań promocyjnych podejmowanych przez UM w Koszalinie,
- **Efektywna promocja w celu rozszerzenia bazy noclegowej w Koszalinie.** Projekt w trakcie realizacji. Według autorów Programu, zgodnie z zapisami zawartymi w *PRT 2013-2016*, projekt ten nie powinien być kontynuowany. Środki przeznaczone na jego realizację mogłyby być przeznaczone na ogólną promocję oferty turystycznej miasta.

Podsumowując, przy opracowywaniu stosownych sprawozdań i raportów posłużono się jedynie tzw. „obligatoryjnymi wskaźnikami monitorujących projekty”. W przyszłości należy zadbać o wykorzystanie drugiej grupy wskaźników zaproponowanych w *PRT 2013-2016*, tj. „fakultatywnych wskaźników monitorujących projekty”. Jest to z pewnością zadanie dość trudne, wymagające bowiem dodatkowych badań (np. w kontekście oceny atrakcyjności przedsięwzięcia wg turystów i mieszkańców), ale z pewnością dający pełniejszy obraz zasadności realizacji danego projektu.

Wnioski:

Zdecydowana większość projektów zapisanych w <i>PRT 2013-2016</i> została zrealizowana:	
64%	odsetek zrealizowanych projektów z <i>PRT 2013-2016</i>
91%	najwyższy udział realizacji projektów w danym obszarze (<i>Kulturalny Koszalin</i>)
0%	najniższy udział realizacji projektów w danym obszarze (<i>Koszalińskie Partnerstwa</i>)
3 – 50%↑	w trzech obszarach odsetek zrealizowanych projektów wyniósł co najmniej 50% (w pozostałych trzech – poniżej)
56%	stopień realizacji projektów najważniejszych (I klasa ważności); odsetek najniższy z wszystkich klas ważności
Kilka wiodących projektów wymaga natychmiastowej realizacji, tak aby wzmocnić wizerunek turystyczno-rekreacyjny Koszalina (m.in. integracja branży turystycznej, zagospodarowanie terenów Lubiatowa)	
Zdecydowanie należy zwiększyć nakłady na promocję poszczególnych projektów przy jednoczesnym zastanowieniu się nad zmianą formuły niektórych z nich. Według autorów Programu przyczyni się to do odświeżenia ich wizerunku, tym samym przyciągnie nowych odbiorców	

Bezsprzecznie należy zwiększyć nakłady finansowe na promocję turystyczną miasta.

W działaniach promocyjnych należy w większym stopniu wyeksponować projekty już zrealizowane, stanowiące jednocześnie atrakcję turystyczną i wizytówkę miasta (m.in. park miejski, Park Wodny, Rynek Staromiejski).