

Analiza rozwoju lokalnego sektora turystyki w zakresie morskich połączeń pasażersko samochodowych na trasie Darłowo - Bornholm

INSTYTUT INFORMACJI RYNKOWEJ DPCONSULTING - rok 2011

WWW.DPCONSULTING.IT.PL





WPROWADZENIE

Celem niniejszego raportu jest wykazanie celowości i warunków jakie muszą być spełnione dla otwarcia promowego pasażersko-samochodowego połączenia Darłowa z Bornholmem.

Dla realizacji połączeń promowych pasażersko-samochodowych niezbędna jest odpowiednia infrastruktura w porcie i jego okolicy. Składa się na nią:

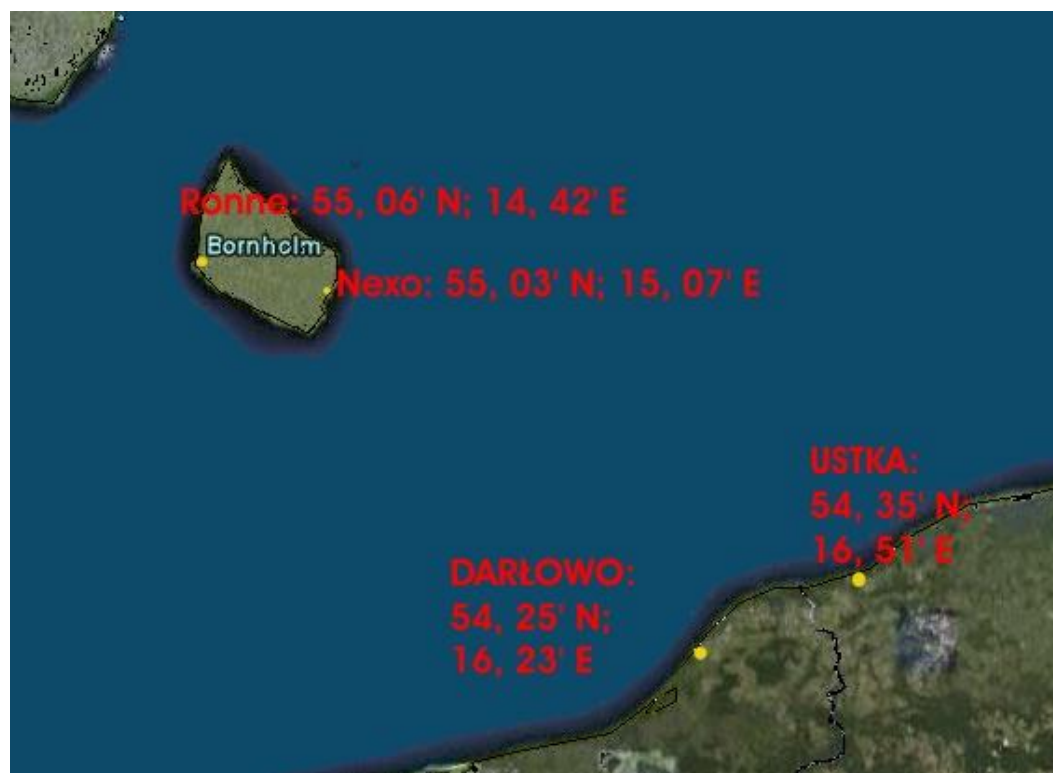
1. Wielkość portu umożliwiająca przyjmowanie jednostek o gabarytach umożliwiających zabranie na pokład samochodów
2. Rampy umożliwiających załadunek samochodów na statek
3. Miejsca postojowe dla samochodów oczekujących na załadunek. Miejsca takie powinno mieć wielkość umożliwiającą uporządkowane oczekiwanie samochodów na załadunek, a następnie sprawny ich wjazd na pokład.
4. Urządzenia regulujące i kontrolujące wjazd samochodów na miejsca postojowe.
5. Odpowiedni terminal dla pasażerów niezmotoryzowanych. Głównym jego zadaniem jest umożliwienie im schronienia się przed złą pogodą w czasie oczekiwania na prom, ewentualne skorzystanie z toalet. Praktyka wskazuje, że sklepy, restauracje itp. na terenie terminala nie są bardzo istotnymi elementami dla podróżnych, szczególnie jeżeli terminal jest zlokalizowany w pobliżu promenad, ciągów spacerowych czy skupisk sklepów bądź kawiarni. Natomiast wskazane jest, zwłaszcza w naszej strefie klimatycznej, umożliwienie niezmotoryzowanym podróżnym dostanie się na pokład promu bez narażania się na deszcz wiatr itp.
6. Dogodne drogi dojazdowe do portu.
7. Drogi dojazdowe do miasta o odpowiedniej przepustowości.

Oprócz infrastruktury niezbędna jest też świadomość i chęć skorzystania z połączenia promowego wśród potencjalnych pasażerów. Oznacza to konieczność identyfikacji kanałów komunikacji, które dotrą do potencjalnych pasażerów i zachęca ich do skorzystania z połączenia.

Niniejszy raport wykaże na ile infrastruktura w Darłowie jest przygotowana do uruchomienia takiego połączenia, co trzeba zmienić i jakie działania należy podjąć w zakresie promocji.

Pisząc niniejszy raport nie odnosiliśmy się do planów rozwoju miasta w najbliższej przyszłości, gdyż przedmiotem badania nie jest określenie jak dopasować potrzeby połączenia promowego z planowanymi działaniami, ale wskazanie jakich działań wymaga uruchomienie takiego połączenia.

Nie ocenialiśmy też atrakcyjności miasta jako celu podróży turystów zagranicznych.



STAN OBECNY

Darłowo

Stan obecny infrastruktury niezbędnej do uruchomienia promowego połączenia pasażersko-samochodowego w Darłowie jest następujący:

1. Maksymalna długość statku, który może przyjąć port – 75 metrów, z tym, że Kapitan Portu może pozwolić na wpływanie większych jednostek.
2. Maksymalna szerokość statku, który może przyjąć port jest ograniczona zwężeniem toru wodnego i wynosi ok. 15 metrów.
3. Maksymalne zanurzenie statku, który może wpłynąć do portu – 4 metry, z tym, że Kapitan Portu może pozwolić na wpływanie większych jednostek.
4. Maksymalna długość statku, który może się obrócić w porcie – 85 metrów.
5. Brak infrastruktury umożliwiającej załadunek samochodów na promy.
6. Brak dogodnych miejsc postojowych dla samochodów oczekujących na załadunek.
7. Brak terminala dla pasażerów.
8. Powstaje nowobudowana ulica Nadmorska, która umożliwi dojazd do portu w 2012 roku.
9. Do Darłowa jest doprowadzone połączenie kolejowe.
10. Darłowo jest połączone z resztą kraju następującymi drogami mającymi istotne znaczenie komunikacyjne dla turystów: droga wojewódzka 203, droga wojewódzka 206 i droga krajowa 37. Dojazd do portu wiąże się z koniecznością przejazdu przez miasto. Drogi dojazdowe do Darłowa, przynajmniej w sezonie letnim, bywają zakorkowane.
11. Baza noclegowa samego miasta nie ma wpływu na intensywność ruchu promowego wypływającego z Darłowa. Oddziaływanie portu promowego w Darłowie będzie sięgało daleko od miasta wzdłuż brzegu morza i w głąb lądu.

W chwili obecnej do Darłowa przyjeżdża ok. 490 tys. osób rocznie (wg Urzędu Miasta w Darłowie).

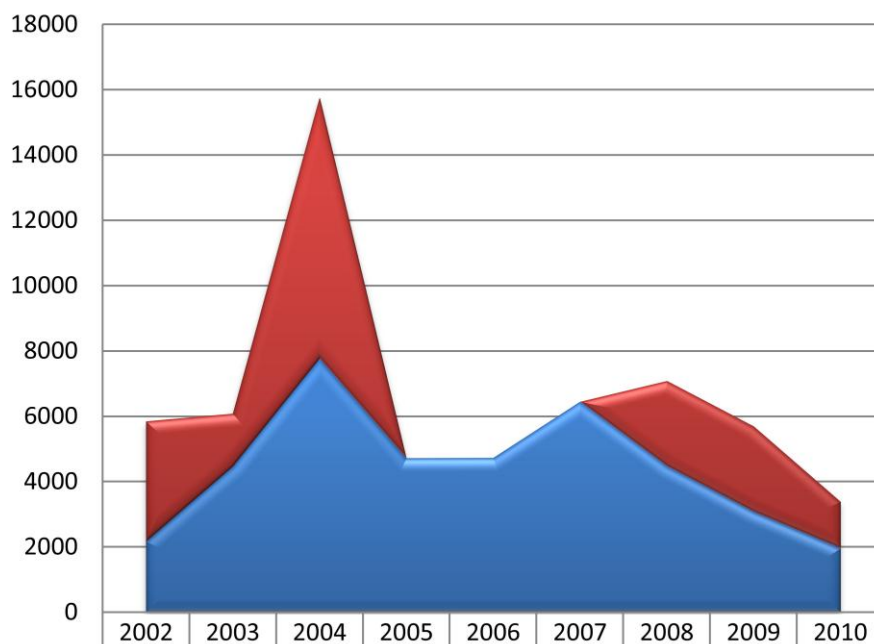
Bornholm

Obecna sytuacja na Bornholmie przedstawia się następująco:

Z Polski na Bornholm można się dostać promem z Kołobrzegu do Nexø. Kursuje na tej trasie prom m/s Jantar, który może zabrać 288 pasażerów. Prom nie zabiera samochodów. Czas rejsu z Kołobrzegu do Nexø wynosi 4,5 godziny. Koszt biletu powrotnego (powrót tego samego dnia) dla dorosłego to 180 PLN.

Drugą opcją jest prom ze Świnoujścia do Ystad i tam przesiadka na prom do Rønne. Jest to jednak mało praktyczne rozwiązanie ze względu na długotrwałość podróży (ponad 12 godzin, różnie w zależności od wybranej opcji połączenia), konieczność przesiadania się na drugi prom w Ystad i wysoką ceną (samochód z pięcioma osobami za 1105 PLN w jedną stronę).

PRZEWOZY PROMOWE Z USTKI I DARŁOWA NA BORNHOLM
NUMBER OF FERRY PASSANGERS FROM USTKA AND DARŁOWO TO BORNHOLM



■ ILOŚĆ PASAŻERÓW Z USTKI / NUMBER OF PASSANGERS FROM USTKA	3681	1618	8000				2606	2606	1419
■ ILOŚĆ PASAŻERÓW Z DARŁOWA / NUMBER OF PASSANGERS FROM DARŁOWO	2167	4468	7768	4723	4728	6445	4476	3083	1966

Zmotoryzowanym turystom pozostaje w zasadzie tylko prom z Sassnitz do Rønne. Jest to stosunkowo tanie połączenie (powrotny bilet - samochód plus cztery osoby za 1460 PLN) i szybkie. Rejs trwa tylko 3,5 godziny. Jedyną niedogodnością jest konieczność dojazdu do Sassnitz. Korzystając z tego połączenia można dojechać z centralnej Polski na Bornholm w około 12 godzin.

Na Bornholm przyjeżdża rocznie ponad 500 tys. osób. Trudno jest dokładnie oszacować liczbę Polaków odwiedzających Bornholm. Możemy przyjąć, że wszyscy dostają się tam promem. Udział połączenia promowego ze Świnoujścia jest marginalny więc możemy go pominąć. Oznacza to, że Polacy przyprawiają z Kołobrzegu i Sassnitz. Prom m/s Jantar pływający z Kołobrzegu przewozi ok. 35 tys. Pasażerów rocznie (za Kjaer & Schmeltzer). Wielu z nich powraca tego samego dnia do Polski. Zmotoryzowani turyści płyną z Sassnitz i według

zgrubnych szacunków może ich być w przybliżeniu 7 tys. Jeśli odrzuci się pasażerów odbywających jednodniowe wycieczki to zostanie nam liczba 20-25 tys. Polaków spędzających na wyspie więcej niż 1 dzień. Przekrój narodowościowy turystów jest następujący: Duńczycy 55%, Niemcy 30%, pozostali to Szwedzi, Norwegowie, Polacy i inni.

W latach 2002 do 2010 istniało połączenie promowe pomiędzy Ustką i Nexø (z przerwą w latach 2005-2007) oraz Darłowem i Nexø. Połączenia obsługiwała Żegluga Gdańska i na obu trasach używała tych samych jednostek (ostatnio Lady Assa). Wykres pokazuje wielkość przewozów pomiędzy tymi portami, a Bornholmem w poszczególnych latach. Ukazujemy na wykresie zestawienie dla obu miast gdyż jest to w pewnym sensie wyznacznik potencjału rejonu.

W czasie istnienia połączenia pasażersko-samochodowego ze Świnoujścia przewożono na Bornholm ok. 1900 samochodów w sezonie. Można przyjąć, że obecnie prawie cały ten ruch został przejęty przez port w Sassnitz.

Oficjalna baza noclegowa na Bornholmie (tzn. miejsca, dla których oferowanie noclegów jest głównym źródłem dochodu) może pomieścić ok. 30 tys. ludzi. Funkcjonuje jednak duży sektor oferujący miejsca noclegowe nieoficjalnie (nie należy utożsamiać tego z „szarą strefą”). W rezultacie w szczycie sezonu Bornholm przyjmuje do 140 tys. turystów w miesiącu lipcu. Sezon na Bornholmie to czerwiec, lipiec i sierpień. Wyspa może zapewnić noclegi większej liczbie odwiedzających. Wąskim gardłem są możliwości transportowe promów. Zaradzić temu miał zakup nowego, szybkiego promu, który z przyczyn technicznych nie wszedł do eksploatacji w roku 2011 i nastąpi to dopiero w sezonie 2012. Ponieważ baza noclegowa na wyspie i tak przekracza dotychczasowy popyt nie planowana jest jej rozbudowa.

Z informacji uzyskanych w Destination Bornholm ApS wynika, że ok. 70% osób odwiedzających wyspę powraca na nią. W związku z tym trochę żartobliwie uważa się, że najlepszą promocją wyspy jest pokazanie jej choć jeden raz. Obecne akcje promocyjne koncentrują się na wydłużeniu sezonu turystycznego poza tradycyjne miesiące urlopowe. Organizowane są w tym celu liczne imprezy, które mają zachęcić do odwiedzenia wyspy w innych porach roku – także zimą.

BADANIE - METODOLOGIA

Na potrzeby niniejszego opracowania zostało przeprowadzone badanie rynkowe na terenie Bornholmu i Darłowa.

Badanie miało dać odpowiedź na kilka pytań:

BORNHOLM

Część przeprowadzana na Bornholmie miała wykazać potencjalny poziom gotowości do spędzenia kilku dni w Polsce, preferowane wzorce spędzania wolnego czasu, oczekiwania wobec przepraw promowych, poziom znajomości Darłowa wśród respondentów, źródła informacji dotyczących turystyki. Badanie przeprowadzono na próbie o liczebności N=500. Respondentami były przypadkowo napotkane osoby na Bornholmie. Ankiety były w pięciu wersjach językowych: duńskiej, niemieckiej, szwedzkiej, polskiej i angielskiej. Były one wręczane respondentom, którzy mając do wyboru kilka wersji językowych wybierali najbardziej im odpowiadającą i wypełniali je. Badania przeprowadzano w : Centrum Informacji Turystycznej w Rønne, na głównym placu Rønne oraz na promie Sassnitz-Rønne. Wyniki badania są opisane w rozdziale BORNHOLM.

Struktura próby dla Bornholmu:

WIEK (według subiektywnej oceny ankietera)	Młodzież	23
	Młody	182
	Średni	170
	Dojrzały	125
PŁEĆ	Kobieta	242
	Mężczyzna	258
NARODOWOŚĆ	Niemiec (DE)	193
	Duńczyk (DK)	144
	Szwed (SW)	80
	Polak (PL)	34
	Inny (X)	49

Ankieta użyta na Bornholmie

B	ANK	DT	NR	ODPOWIEDZI					Proszę o przeczytanie pytań i wskazanie właściwych odpowiedzi zaznaczając odpowiednią kratkę. Jeśli na liście nie ma właściwej odpowiedzi nic nie zaznaczaj i przejdź do następnego pytania.
1	Z jakiego kraju pochodzisz?			PL	DK	S	D	Inne	Proszę wybrać jedną odpowiedź
2	Skąd czerpiesz informacje dotyczące turystyki i spędzania wolnego czasu?			Internet	Prasa	TV	Inne		Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
3	Jaki jest twój ulubiony sposób spędzania wolnego czasu/urlopu?			dużo ludzi - zabawa	natura - spokój	Zwiedzanie - zabytki, muzea itp.	sport - aktywność fizyczna	inne	Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
4	W jakiej porze roku szukasz powyższych atrakcji (w naszej strefie klimatycznej)?			wiosna	lato	jesień	zima		Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
5	Ile czasu jednorazowo podczas urlopu/dni wolnych od pracy spędzasz zajmując się aktywnościami wymienionymi w punkcie 4?			do 1 dnia	do 3 dni	do tygodnia	do dwóch tygodni	ponad 2 tygodnie	Proszę wybrać jedną odpowiedź
6	Ile czasu jesteś skłonny poświęcić na dotarcie do miejsca oferującego interesujące cię atrakcje?			do 1 godz.	do 2 godz.	do 4 godz.	do 6 godzin	ponad 6 godzin	Proszę wybrać jedną odpowiedź
7	Czy zdecydowałbyś się na podróż promem by dotrzeć w takie miejsce?			TAK	NIE				Proszę wybrać jedną odpowiedź
8	Jeśli tak, to co byś ze sobą zabrał?			samochód	rower	namiot			Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
9a	Z czym kojarzy ci się Darłowo?			nazwa ryb bałtyckich	nazwisko polskiego koszykarza	miasto w Polsce	polska bezmięсна potrawa	marka chińskich samochodów	Proszę wybrać jedną odpowiedź
10	Czy myślałeś o spędzeniu czasu wolnego w Polsce?			TAK	NIE	Byłem w Polsce			Proszę TAK lub NIE i ewentualnie pobyt w Polsce
11	Jeśli byłeś w Polsce to czy korzystałeś z połączenia promowego? Dokąd?			Świnoujście	Kołobrzeg	Ustka	Darłowo	Gdynia	Można zaznaczyć wiele opcji. Zakreśl kółkiem najgorszy port, krzyżykiem pozostałe.
11a	Jeśli korzystałeś z promu do Polski to jak oceniasz jakość połączenia?			bardzo źle	slabo	średnio	nieźle	bardzo dobrze	Proszę wybrać jedną odpowiedź- jeśli podróżowałeś do kilku portów opisz ten najgorszy.
11b	Czego dotyczyły twoje zastrzeżenia?			statku	obsługi na statku	terminalu	obsługi w terminalu	czasu podróży	Można zaznaczyć kilka odpowiedzi- jeśli podróżowałeś do kilku portów opisz ten najgorszy.



DARŁOWO

Część przeprowadzana w Darłowie miała wykazać potencjalny poziom chęci wyjazdu na Bornholm, preferowane wzorce spędzania wolnego czasu, oczekiwania wobec przepraw promowych, poziom znajomości Bornholmu wśród respondentów, źródła informacji dotyczących turystyki. Badanie przeprowadzono na próbie o liczebności N=1500. Respondentami były przypadkowo napotkane osoby w Darłowie, na ulicach, kawiarniach itp. Ankiety były w pięciu wersjach językowych: duńskiej, niemieckiej, szwedzkiej, polskiej i angielskiej. Badanie przeprowadzali ankieterzy. Wyniki Badania są opisane w rozdziale DARŁOWO.

Struktura próby dla Darłowa:

WIEK (według subiektywnej oceny ankietera)	Młodzież	64
	Młody	586
	Średni	492
	Dojrzały	358
PŁEĆ	Kobieta	744
	Mężczyzna	756

Ankieta użyta w
Darłowie

D	ANK	DT	NR	ODPOWIEDZI						Proszę o przeczytanie pytań i wskazanie właściwych odpowiedzi zaznaczając odpowiednią kratkę. Jeśli na liście nie ma właściwej odpowiedzi nic nie zaznaczaj i przejdź do następnego pytania.
1	Z jakiego kraju pochodzisz?			PL	DK	S	D	Inne		Proszę wybrać jedną odpowiedź
2	Z czym kojarzy ci się Bornholm?			ryba bałtycka	szwedzki general	prąd morski	wyspa na Bałtyku	niemiecka potrawa		Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
3	skąd czerpiesz informacje dotyczące turystyki i spędzania wolnego czasu?			Internet	Prasa	TV	Inne			Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
4	Jaki jest twój ulubiony sposób spędzania wolnego czasu/urlopu?			dużo ludzi - zabawa	natura - spokój	Zwiedzanie - zabytki, muzea itp.	sport - aktywność fizyczna	inne		Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
5	W jakiej porze roku szukasz powyższych atrakcji (w naszej strefie klimatycznej)?			wiosna	lato	jesień	zima			Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
6	Na jak długo przyjechałeś do Darłowa?			1 dzień	do 3 dni	do tygodnia	na dłużej	mieszkam tu		Proszę wybrać jedną odpowiedź
7	Czy zdecydowałbyś się na podróż promem by dotrzeć w miejsce gdzie mógłbyś realizować swe ulubione zajęcia wymienione w pkt.4?			TAK	NIE					Proszę wybrać jedną odpowiedź
7a	Jeśli tak, to co byś ze sobą zabrał?			samochód	rower	namiot				Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
7b	Na jak długo byś pojechał?			1 dzień	do 3 dni	do tygodnia	na dłużej			Proszę wybrać jedną odpowiedź
8	Jakie znasz atrakcje turystyczne Bornholmu?			szlaki rowerowe	plaże	zabytki	kluby nocne	inne	nie znam	Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
9	Czy byłeś na Bornholmie? Jeśli tak to jak tam dotarłeś?			promem	samolotem	transport indywidualny	nie byłem			Można zaznaczyć kilka odpowiedzi
9a	Jeśli płynąłeś promem na Bornholm to skąd?			Świnoujście	Kołobrzeg	Ustka	Darłowo	Gdynia		Można zaznaczyć wiele opcji. Zakreśl kółkiem najgorszy port, krzyżykiem pozostałe.
9b	Jeśli korzystałeś z promu to jak oceniasz jakość połączenia?			bardzo źle	slabo	może być	nieźle	bardzo dobrze		Proszę wybrać jedną odpowiedź- jeśli podróżowałeś do kilku portów opisz ten



							najgorszy.
9c	Czego dotyczyły twoje zastrzeżenia?	statku	obsługi na statku	terminalu	obsługi w terminalu	czasu podróży	Można zaznaczyć kilka odpowiedzi- jeśli podróżowałeś do kilku portów opisz ten najgorszy.
10	Czy rejs promem na Bornholm potraktowałbyś jako atrakcję turystyczną samą w sobie?	TAK	NIE	Nie wiem			Proszę wybrać jedną odpowiedź
10a	Czy będąc już na Bornholmie chciałbyś korzystać z zorganizowanych form transportu na miejscu?	TAK	NIE	Nie wiem			Proszę wybrać jedną odpowiedź

BORNHOLM

SPOSÓB CZYTANIA WYKRESÓW:

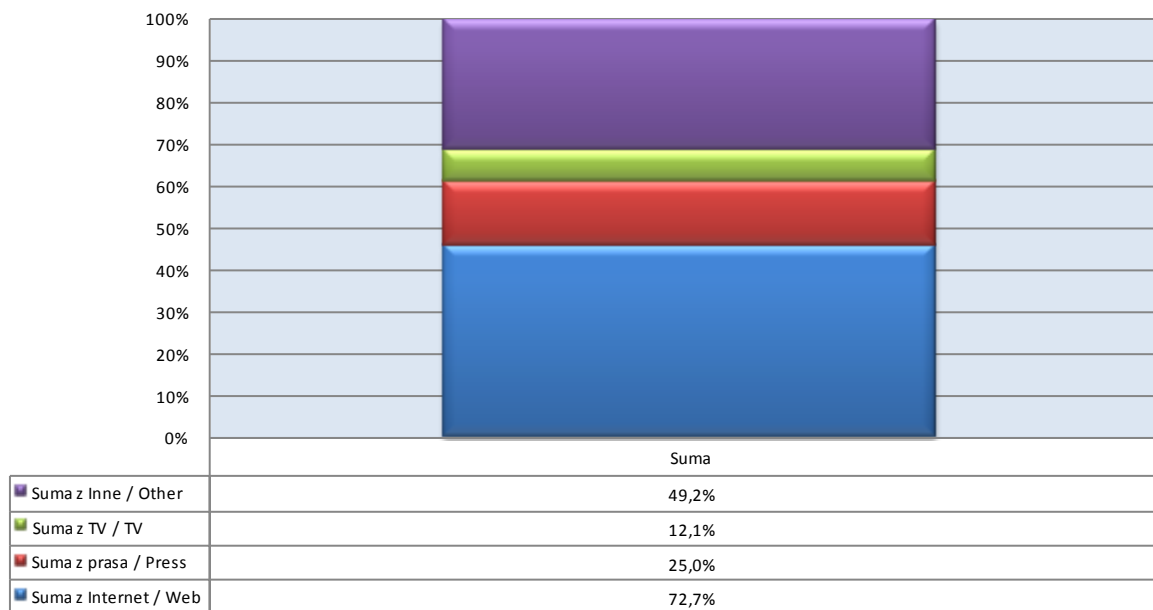
Wszystkie wykresy przedstawione w niniejszym raporcie to wykresy słupkowe. Są ich dwa rodzaje: pierwszy pokazuje odpowiedzi udzielone przez wszystkich respondentów, drugi pokazuje odpowiedzi w rozbiciu na narodowości. Narodowości są oznaczone następująco: DK – Dania, DE – Niemcy, SW – Szwecja, PL – Polska, X – pozostałe. Wykresy jednokolumnowe – dla wszystkich narodowości, są łatwe w interpretacji. Poszczególne kolory pokazują ile procent konkretnych odpowiedzi padło na pytanie w odniesieniu do wszystkich udzielonych odpowiedzi. Pod wykresem jest tabela wskazująca ile procent respondentów udzieliło konkretnej odpowiedzi. W wykresach wielokolumnowych sprawa jest trochę bardziej skomplikowana. Kolory na słupkach pokazują tam ile z poszczególnych odpowiedzi padło na pytanie w danej grupie narodowościowej. Tabela natomiast pokazuje ile procent stanowiły dane odpowiedzi z grupy narodowościowej w stosunku do całej próby.

Dane z tabeli nie sumują się do 100% jeśli w danym pytaniu była możliwość udzielania kilku odpowiedzi.

Badanie zostało przeprowadzone na próbie N=500 podczas wywiadów ulicznych z przypadkowo wybranymi respondentami.

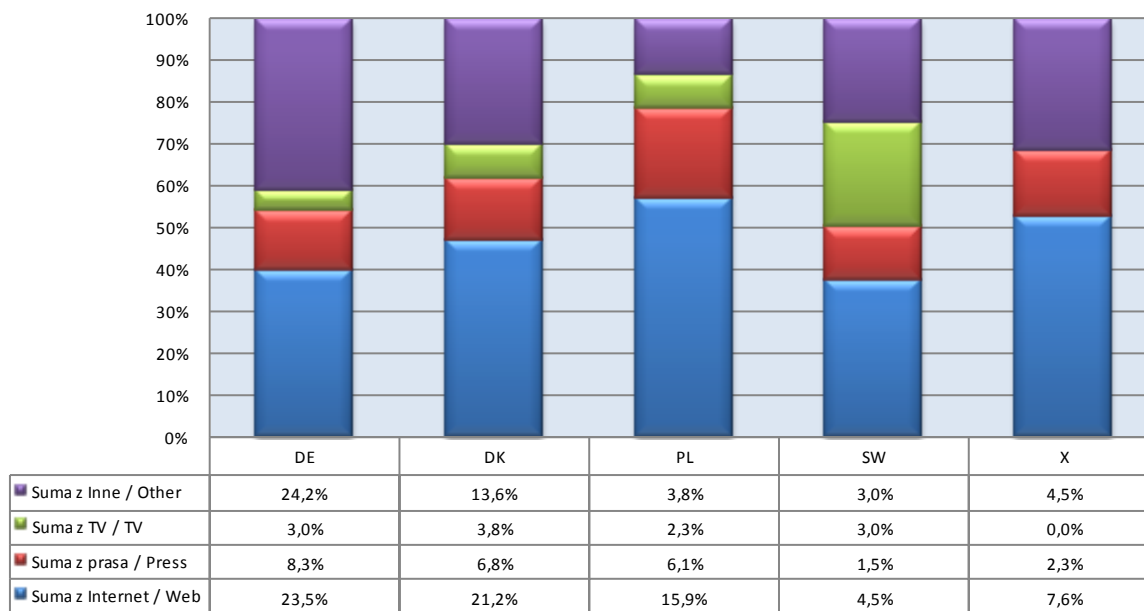


ŹRÓDŁA INFORMACJI DOT. TURYSTYKI SOURCE OF INFORMATION ON TOURISM



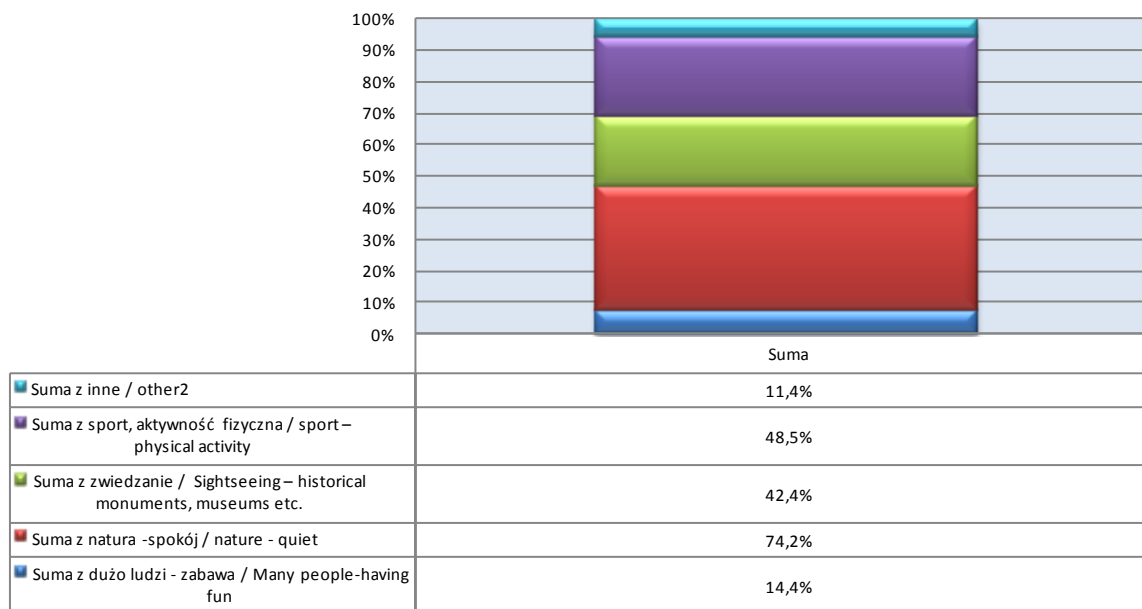
Powyższy wykres wykazuje, że głównym źródłem informacji o turystyce jest Internet. Na drugim miejscu są inne źródła, nie możemy jednak stwierdzić o jakie konkretnie źródła tu chodzi.

ŹRÓDŁA INFORMACJI DOT. TURYSTYKI SOURCE OF INFORMATION ON TOURISM



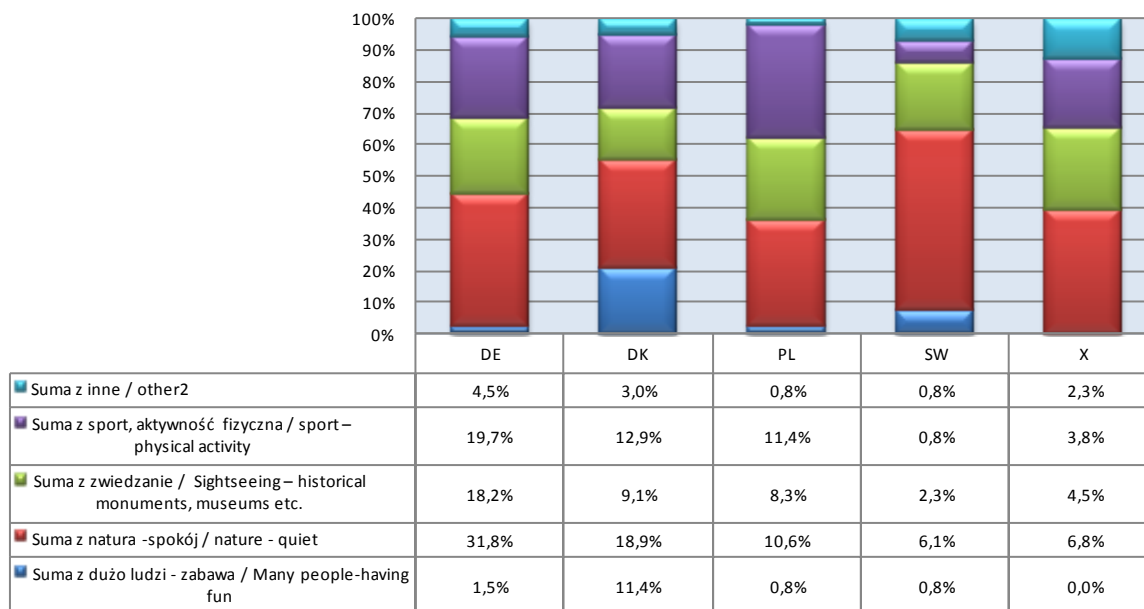
Niniejszy wykres jest potwierdzeniem tego co wskazuje ten z poprzedniej strony. Głównym źródłem informacji jest Internet. Szczególnie w Polsce. Charakterystyczna dla Polski jest stosunkowo wysoka pozycji prasy jako źródła informacji. Z kolei w Szwecji dużą rolę odgrywa telewizja. Zastanawiający jest niski udział Internetu w Niemczech i Szwecji.

ULUBIONE FORMY SPĘDZANIA CZASU FAVOURITE WAYS OF SPENDING TIME



Z powyższego wykresu wynika, że bezkonkurencyjną formą spędzania wolnego czasu jest kontakt z naturą i rozkoszowanie się spokojem. Drugie miejsce zajmuje aktywność sportowa. Taki wynik badania jest spowodowany doborem próby. Respondentami były osoby spędzające wolny czas na Bornholmie, którego główną zaletą jest możliwość spokojnego spędzania czasu na łonie natury ze swym rowerem u boku.

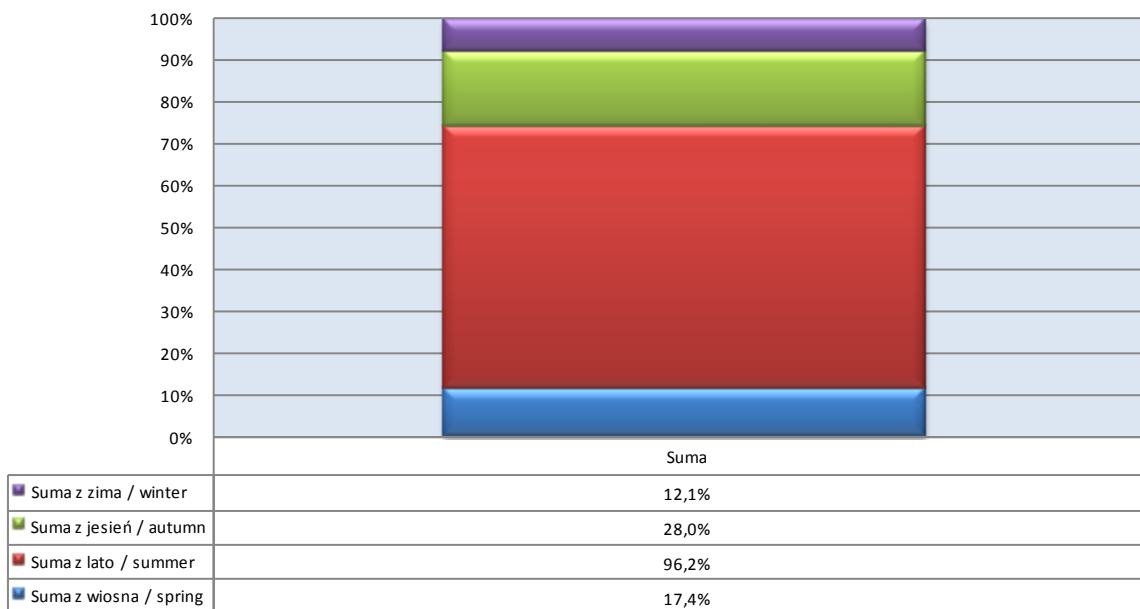
ULUBIONE FORMY SPĘDZANIA CZASU FAVOURITE WAYS OF SPENDING TIME



Wykres przedstawia deklarowane ulubione formy spędzania wolnego czasu w podziale na narodowości. Zasadniczo jest on potwierdzeniem wykresu z poprzedniej strony. Stosunkowo dużo odpowiedzi wskazujących na chęć przebywania w dużych skupiskach ludzkich w duńskiej grupie jest spowodowana strukturą duńskiej próby. Było w niej stosunkowo najwięcej osób młodych, dla których tłok i zabawa wśród rówieśników zajmuje wysokie miejsce na liście ulubionych aktywności.



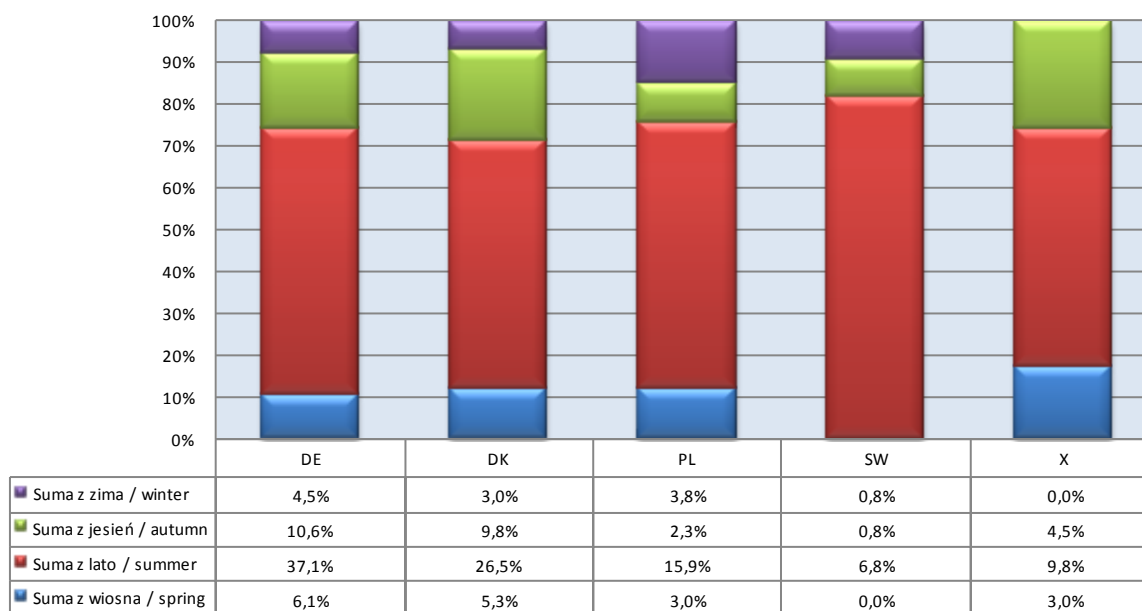
PREFEROWANA PORA WAKACJI PREFERRED HOLIDAY SEASON



Wykres pokazuje w jakich porach roku najchętniej są realizowane plany wakacyjne. Lato oczywiście jest bezkonkurencyjne. Trzeba dodać, że w ankiecie pytano o wakacje w naszej strefie klimatycznej, więc nie ma tu mowy o wyjazdach do egzotycznych krajów.

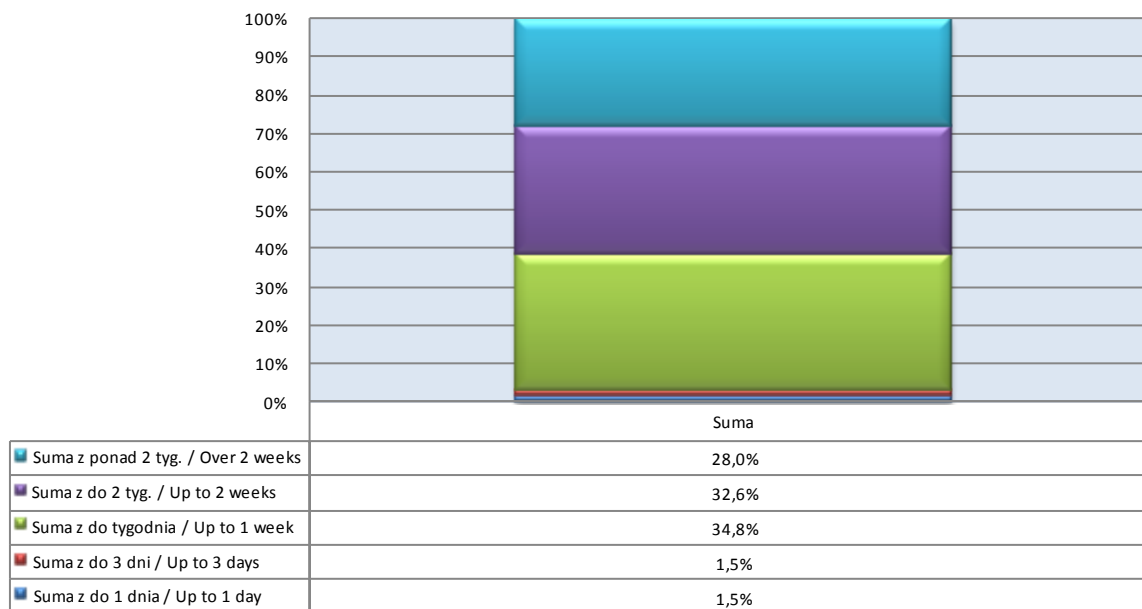


PREFEROWANA PORA WAKACJI PREFERRED HOLIDAY SEASON



Powyższy wykres wskazuje, że lato wygrywa we wszystkich grupach narodowościowych jako ulubiona pora wakacji.

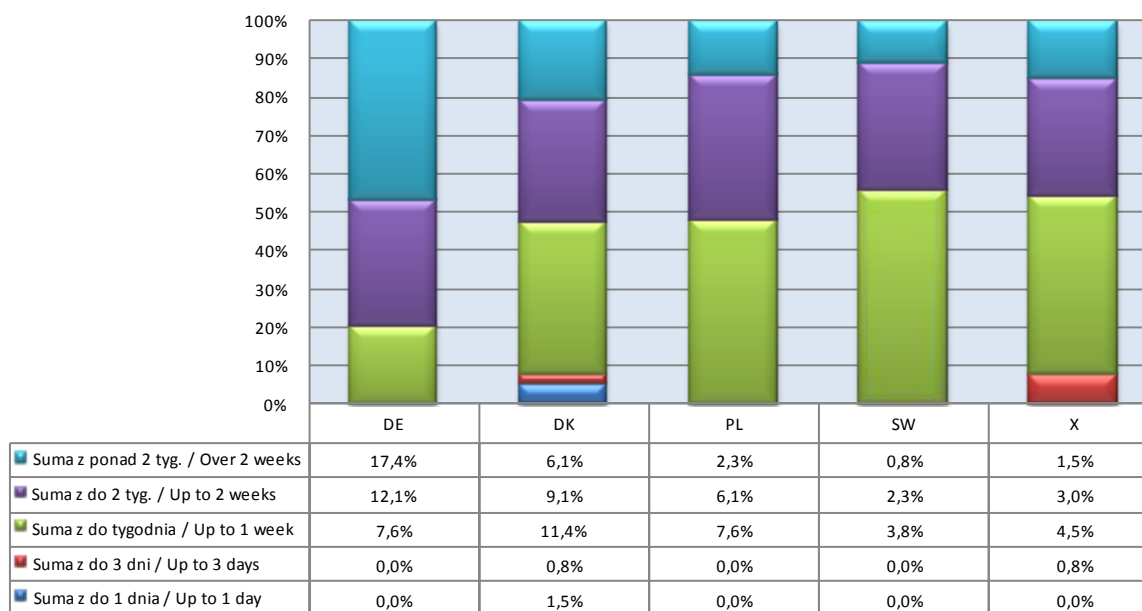
DEKLAROWANY CZAS WYJAZDU DECLARED DURATION OF STAY



Wykres pokazuje, że bardzo krótkie wyjazdy nie są popularne. Według respondentów urlop to przynajmniej tygodniowy pobyt w ciekawym miejscu. Pobyty dwutygodniowe są tak samo popularne i co ciekawe, dłuższe niż dwutygodniowe też.

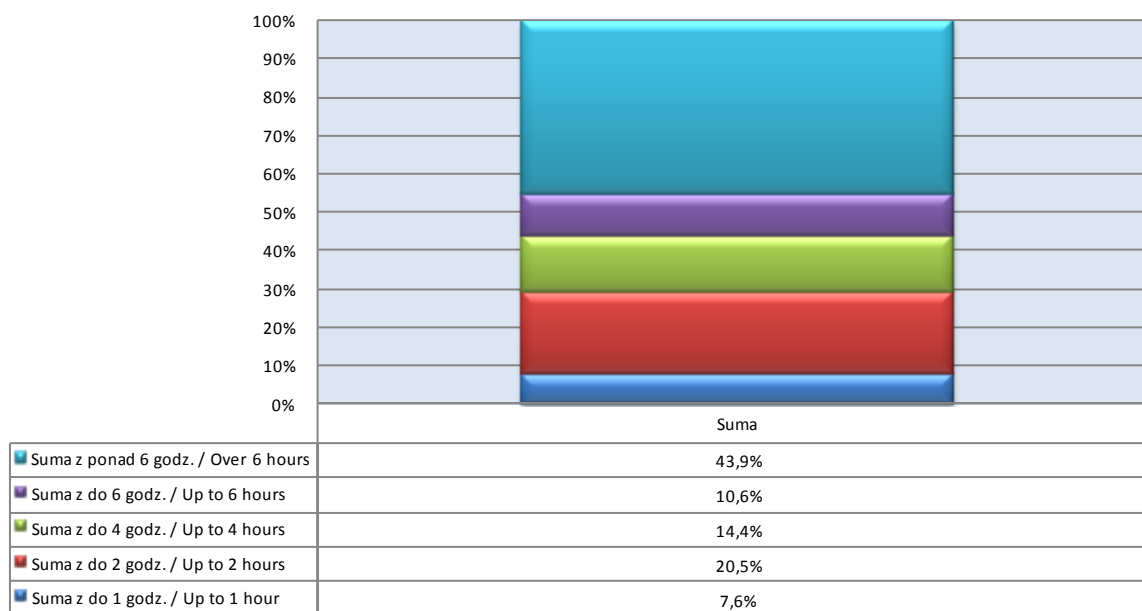


DEKLAROWANY CZAS WYJAZDU DECLARED DURATION OF STAY



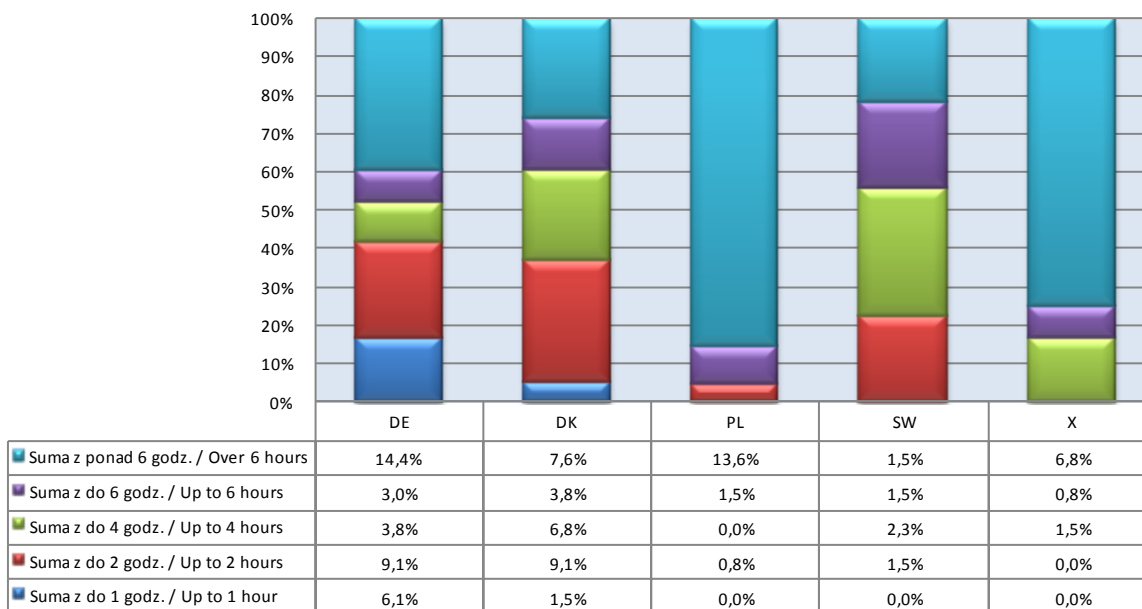
Z wykresów wynika, że największą skłonność do długich wyjazdów – nawet ponad dwutygodniowych – przejawiają Niemcy. W pozostałych grupach narodowościowych pobyty do jednego tygodnia oscylują w okolicach 50% odpowiedzi.

CZAS DOJAZDU TRAVELLING TIME



Z powyższego wykresu wynika, że prawie połowa respondentów jest skłonna podejmować bardzo długie podróże by dotrzeć do miejsc, w których chcą spędzić wolny czas. Nawet podróż dłuższa niż godzin nie jest przeszkodą w dotarciu do celu.

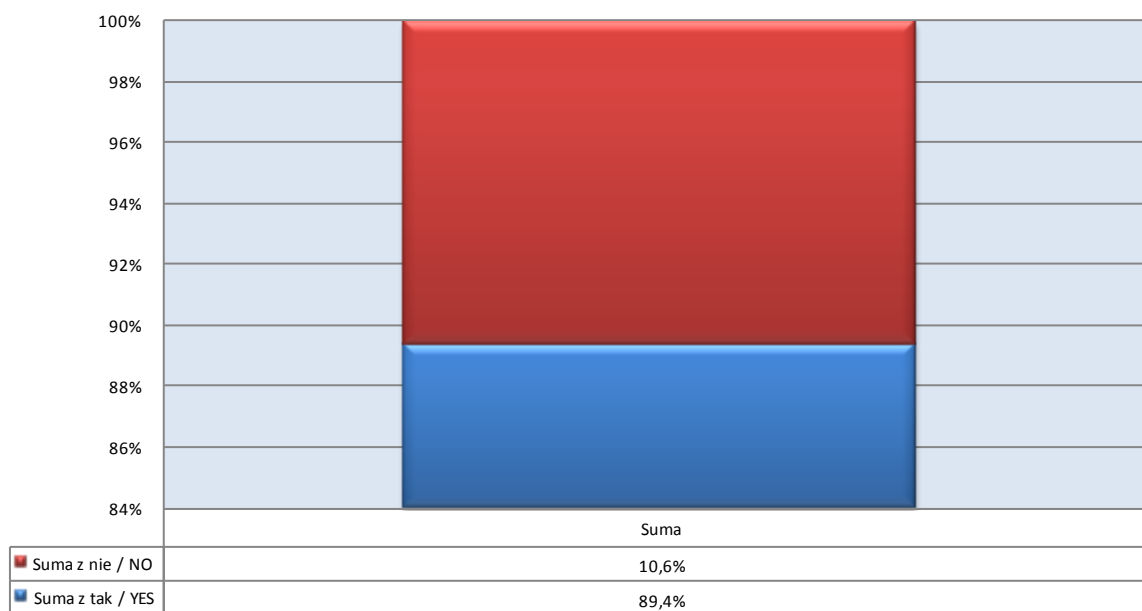
CZAS DOJAZDU TRAVELLING TIME



Z wykresu wynika, że najbardziej odporni na trudy podróży są Polacy. Najmniej skłonni do długotrwałych wypraw są Szwedzi i do pewnego stopnia Duńczycy.



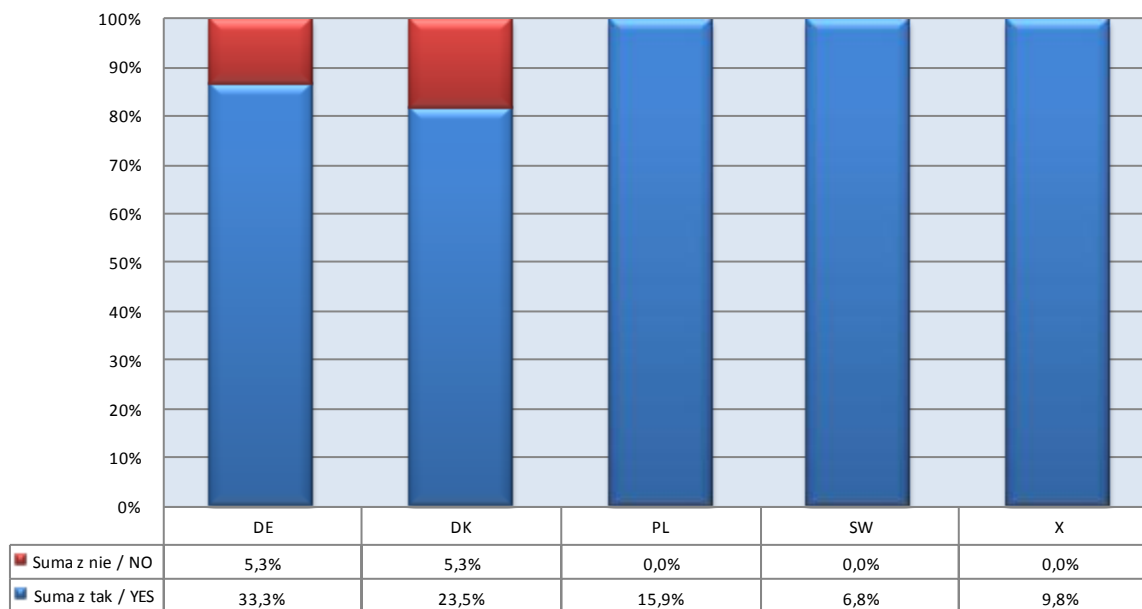
CHĘĆ SKORZYSTANIA Z PROMU WILLINGNESS TO TAKE A FERRY



Zdecydowana większość respondentów jest zdecydowana skorzystać z promu w trakcie swej podróży (Uwaga: skala pionowa jest skrócona i nie zaczyna się od 0%)



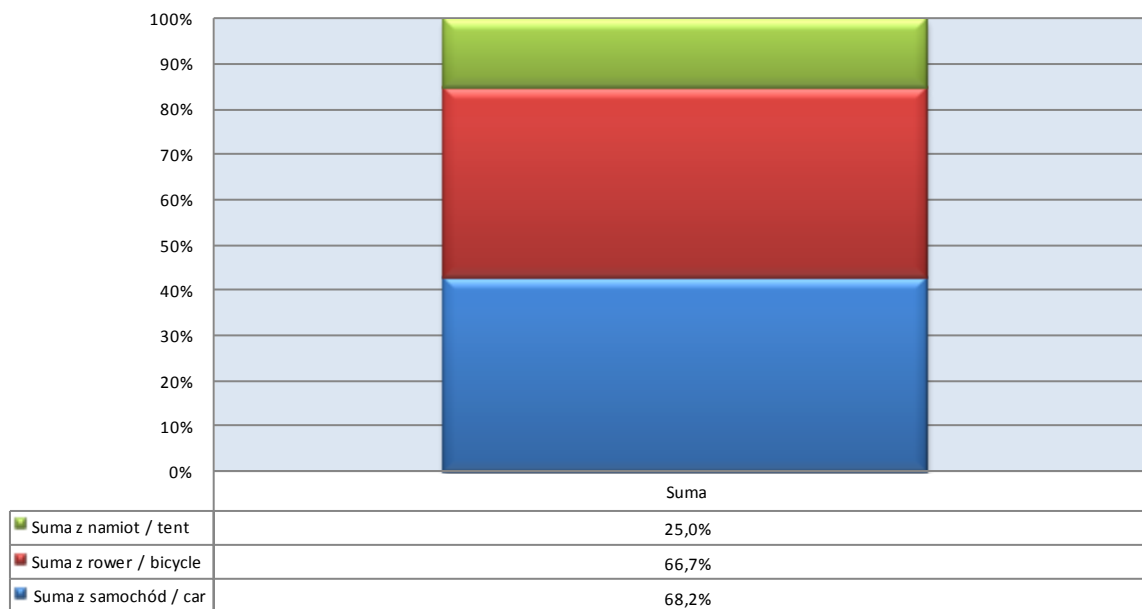
CHĘĆ SKORZYSTANIA Z PROMU WILLINGNESS TO TAKE A FERRY



Wykres wskazuje, że jedynymi narodowościami wykazującymi swego rodzaju awersję do podróży promowych są Niemcy i Duńczycy. Na szczęście te negatywne uczucia podzielił bardzo niewielu z nich.



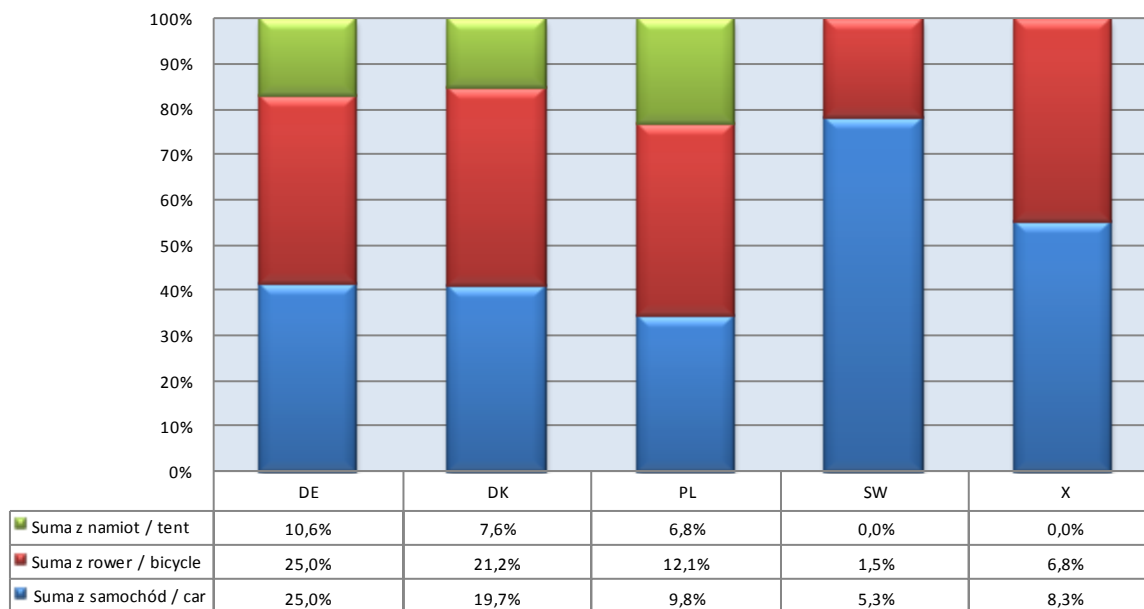
CO ZABIORĘ Z SOBĄ WHAT I WILL TAKE WITH ME



Większość respondentów deklaruje chęć zabrania ze sobą samochodu i roweru. Namioty nie są bardzo popularnym elementem ekwipunku.



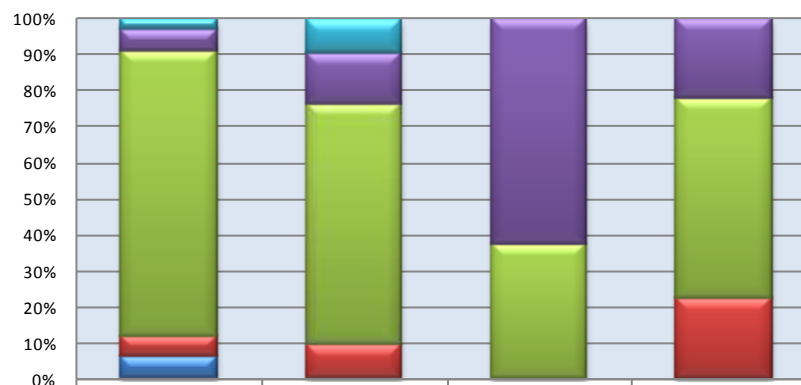
CO ZABIORĘ Z SOBĄ WHAT I WILL TAKE WITH ME



Absolutnymi wielbicielami samochodów okazali się Szwedzi. Nie zamierzają za to brać ze sobą namiotów. Namioty są stosunkowo najbardziej lubiane przez Polaków, ale też bez przesady. Niemcy i Duńczycy prawie nie różnią się w swych wyborach.



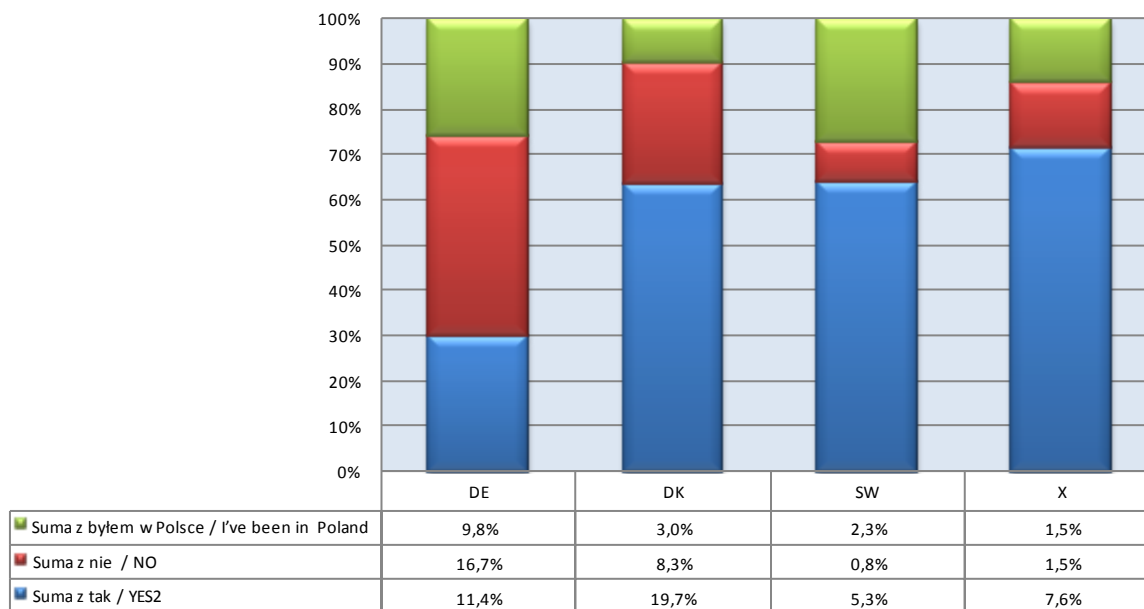
CO TO JEST DARŁOWO? WHAT IS DARŁOWO?



	DE	DK	SW	X
Suma z chiński samochód / Brand of Chinese cars2	0,8%	1,5%	0,0%	0,0%
Suma z polska potrawa / Polish vegetarian dish2	1,5%	2,3%	3,8%	1,5%
Suma z miasto Darłowo / City in Poland	19,7%	10,6%	2,3%	3,8%
Suma z polski koszykarz / Name of Polish basketball player2	1,5%	1,5%	0,0%	1,5%
Suma z ryba bałtycka / Name of Baltic fish	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%

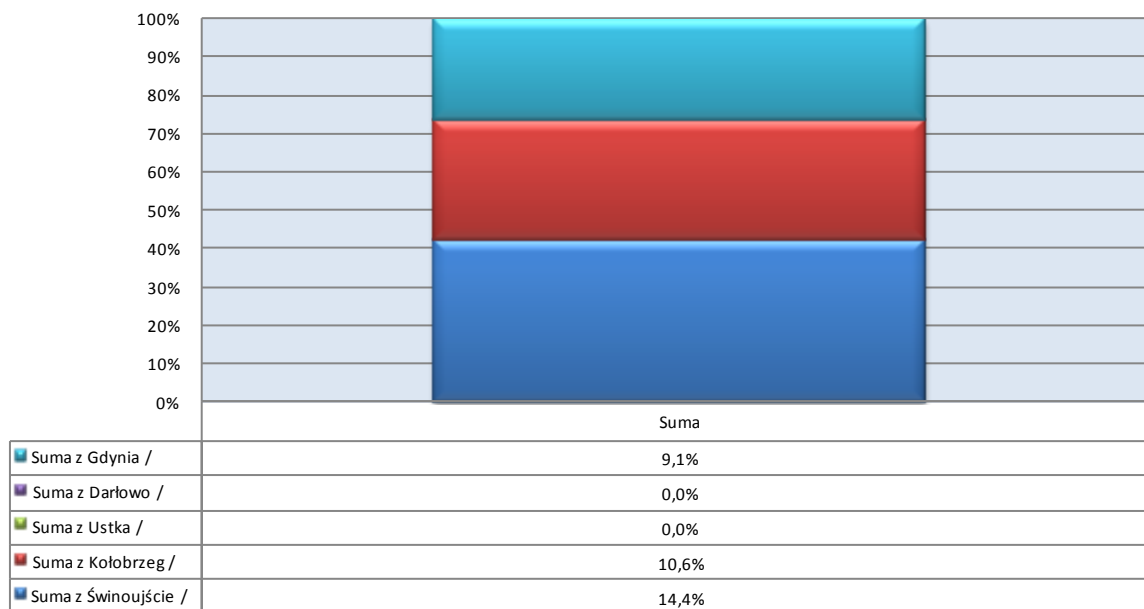
Wykres nie zawiera odpowiedzi udzielanych przez Polaków. Pomimo przewagi poprawnych odpowiedzi, co mogłoby sugerować wysoki poziom znajomości Darłowa wśród respondentów, jest to w dużej mierze wynik eliminacji mniej prawdopodobnych opcji – sam przedmiot badania ukierunkowywał tok myślenia respondentów „geograficznie”.

CZY SPĘDZIŁBYŚ WAKACJE W POLSCE? WOULD YOU GO FOR HOLIDAYS TO POLAND?



Wykres nie zawiera odpowiedzi udzielonych przez Polaków. Charakterystyczna jest niska chęć spędzenia wakacji w Polsce wśród respondentów niemieckich.

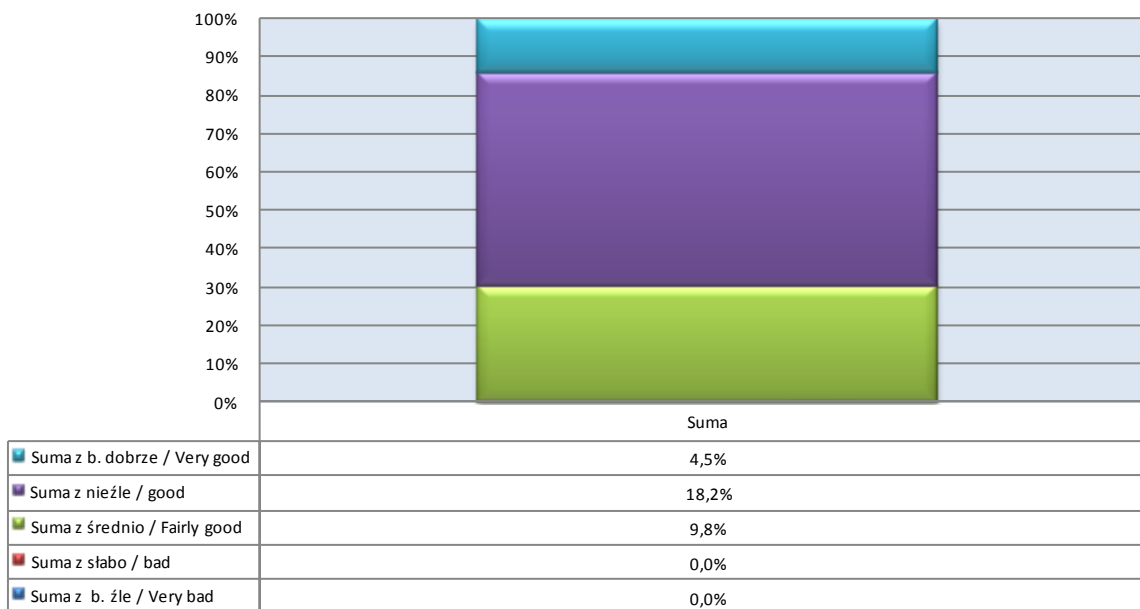
CZY PODRÓŻOWAŁEŚ PROMEM W POLSCE? DID YOU TRAVEL BY FERRY IN POLAND?



Wykres wskazuje, że spora część respondentów podróżowała promami z polskich portów. Niestety, nikt nie miał doświadczenia z Ustką i Darłowem.



JAK OCENIASZ JAKOŚĆ POŁĄCZENIA PROMOWEGO? HOW DO YOU ASSESS THE QUALITY OF THE FERRY ROUTE?



Wykres jest kontynuacją wykresu z poprzedniej strony. Oglądając go stwierdzamy, że brak jest negatywnych uwag dotyczących połączeń promowych z Polski.

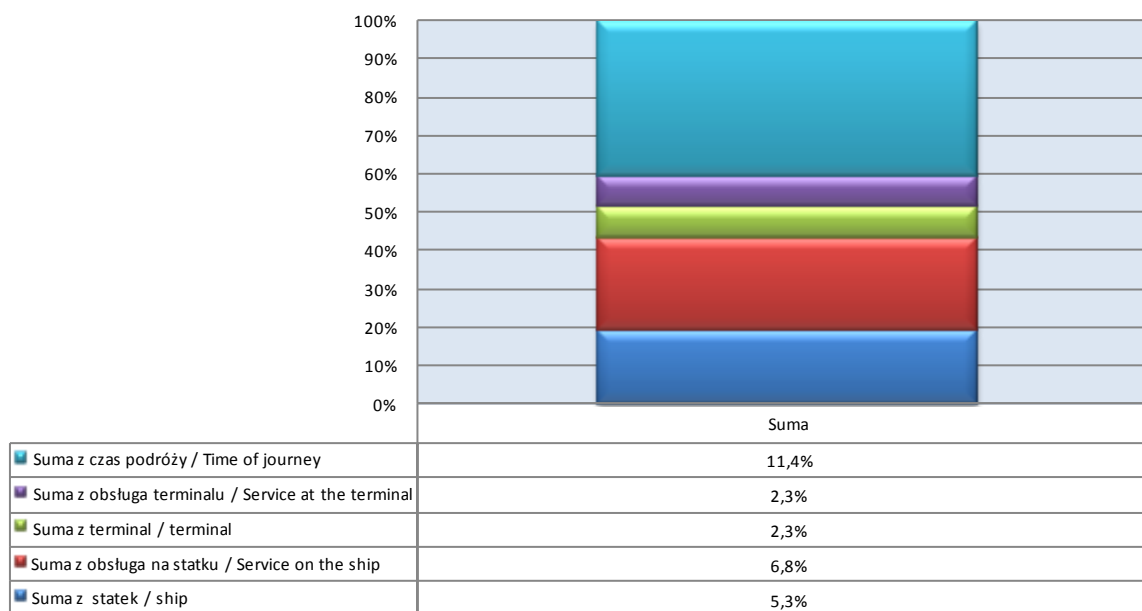


JAK OCENIASZ JAKOŚĆ POŁĄCZENIA PROMOWEGO? HOW DO YOU ASSESS THE QUALITY OF THE FERRY ROUTE?



Niniejszy wykres przedstawia odpowiedzi na te samo pytanie co wykres poprzedni, ale w rozbiciu na grupy narodowościowe. Jak widać Szwedzi mają bardzo dobre zdanie o polskich promach. Wynika to z tego najprawdopodobniej, że ich doświadczenia są oparte na rejsach dużymi, można powiedzieć - luksusowymi jednostkami kursującymi pomiędzy Szwecją i Polską.

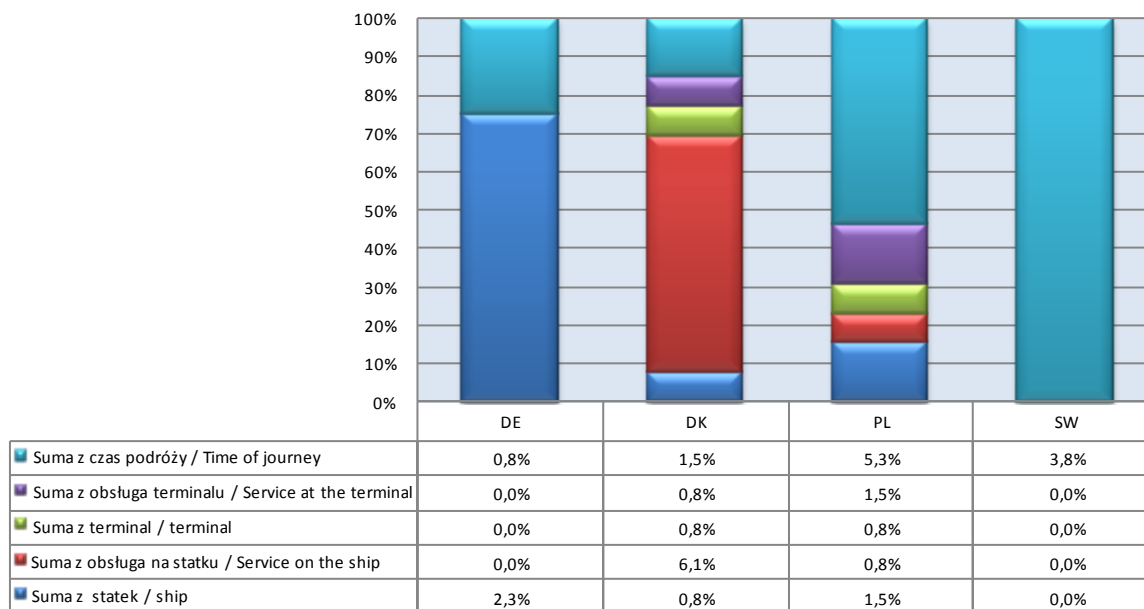
CZEGO DOTYCZĄ ZASTRZEŻENIA NATURE OF THE OBJECTIONS



Niniejszy wykres jest dalszym ciągiem pytań opisywanych przez dwa poprzednie wykresy. Jak widać najczęściej zastrzeżeń budzi długi czas podróży promem. Wniosek z tego jest jednoznaczny: należy dążyć do maksymalnego skrócenia czasu podróży.

Sporo zastrzeżeń wzbudza też poziom obsługi na statkach.

CZEGO DOTYCZĄ ZASTRZEŻENIA NATURE OF THE OBJECTIONS



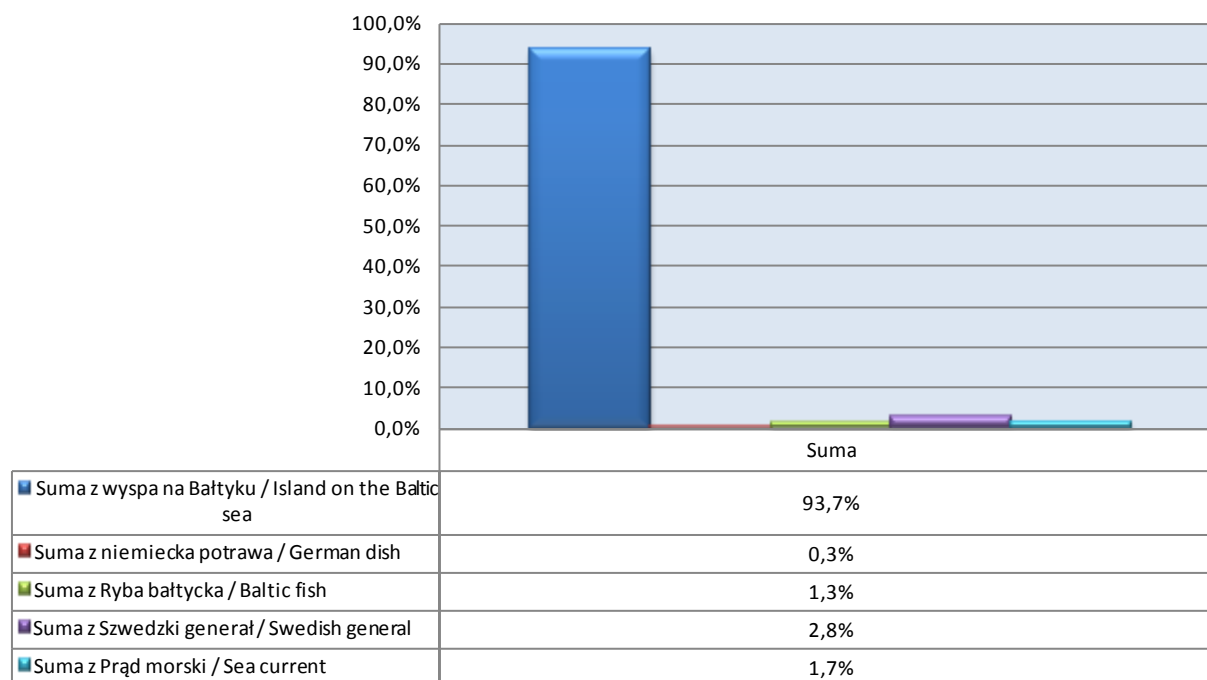
Niniejszy wykres jest tym samym co na poprzedniej stronie w rozbiciu na narodowości. Widać tu bardzo interesujące różnice w opiniach poszczególnych narodów. Zatem Niemcy narzekają głównie na statek (w domyśle oferuje zapewne zbyt niski komfort podróży), Duńczycy narzekają na poziom obsługi na statku (tu interesujące byłoby zbadanie czego dotyczą te zastrzeżenia), Szwedzi i Polacy narzekają na czas podróży.

Analizując powyższy wykres proszę brać pod uwagę, że są to opinie zaledwie kilku procent całej próby.

DARŁOWO

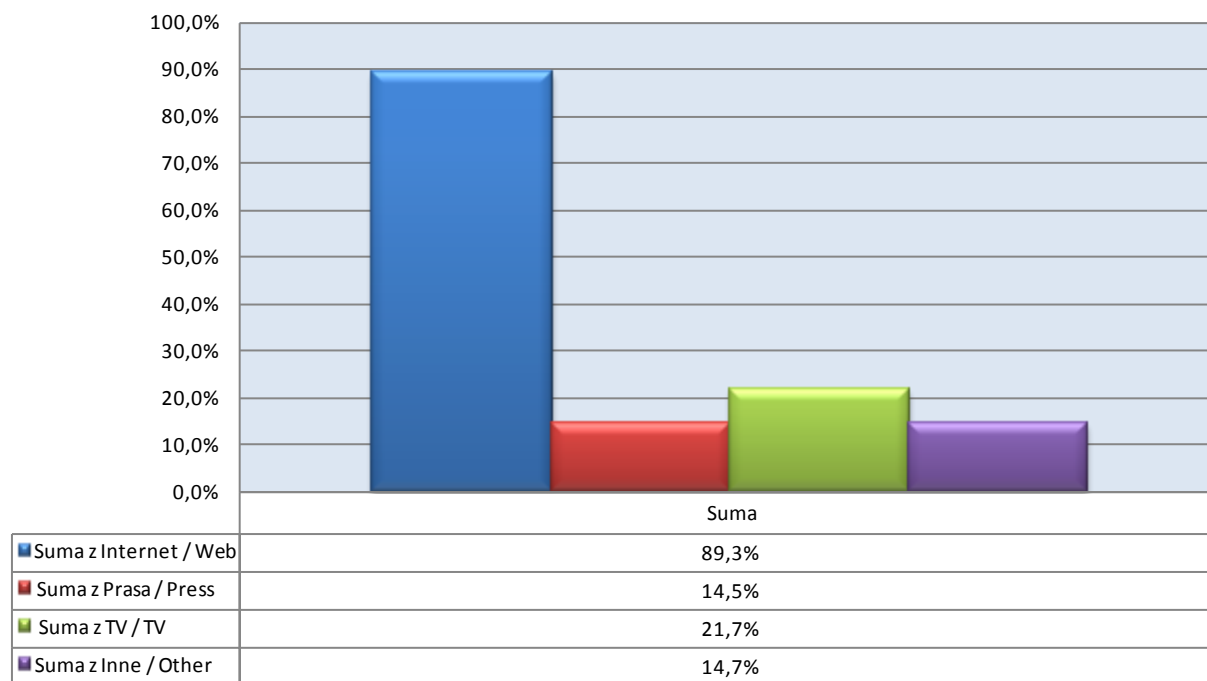
Badanie zostało przeprowadzone na próbie N=1500 podczas wywiadów ulicznych z przypadkowo wybranymi respondentami. Dane z tabeli nie sumują się do 100% jeśli w danym pytaniu była możliwość udzielania kilku odpowiedzi.

Co to jest Bornholm? What is Bornholm?



Wykres wskazuje, że praktycznie nikt z respondentów z Darłowa nie miał problemu z odpowiedzią na pytanie czym jest Bornholm.

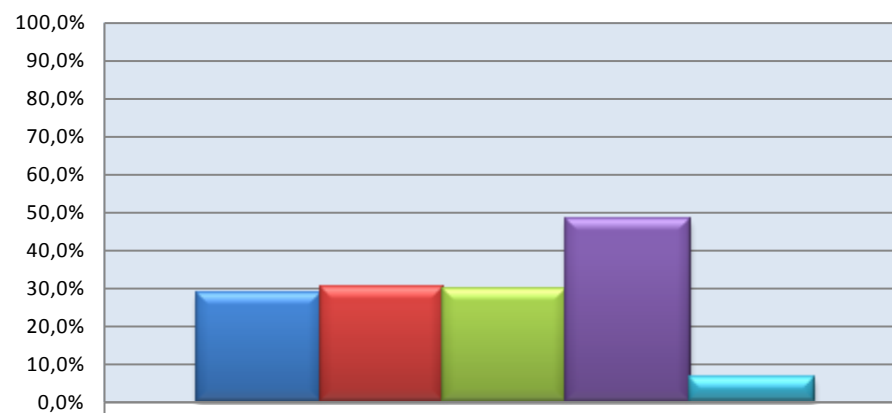
Źródła informacji o turystyce Source of information on tourism



Respondenci z Darłowa w zdecydowanej większości czerpią swą wiedzę na temat turystyki, podróży i wypoczynku z Internetu.



Ulubione formy spędzania czasu Favourite ways of spending time

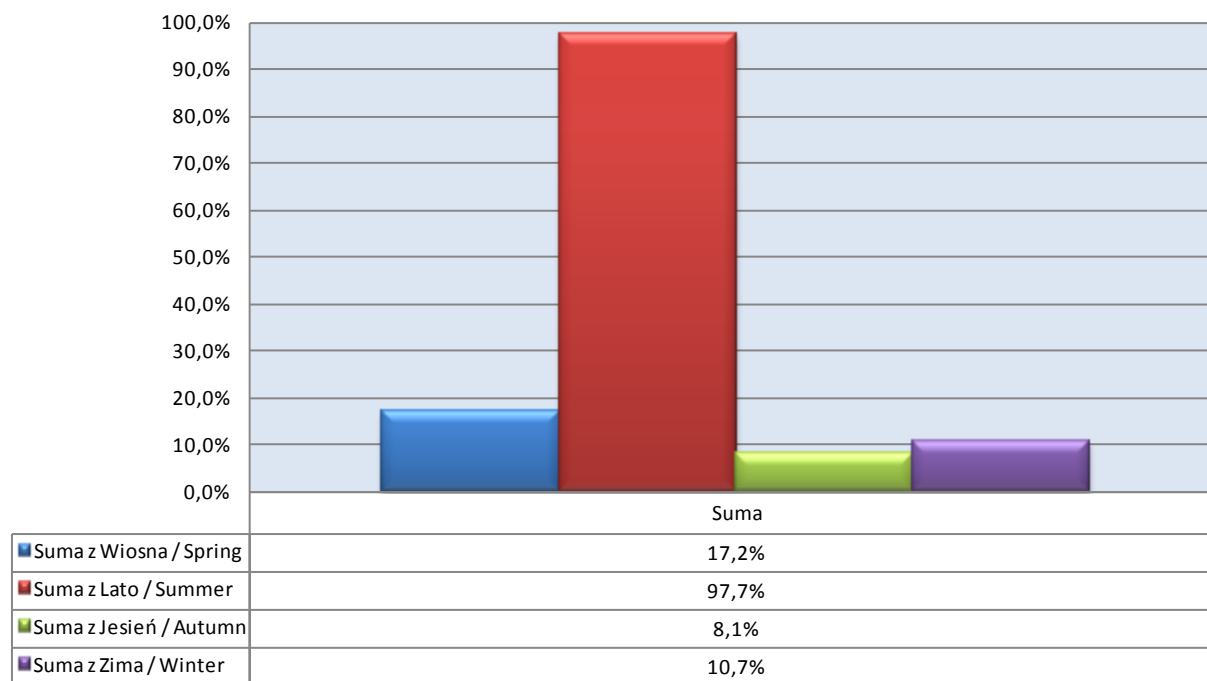


	Suma
■ Suma z Dużo ludzi - zabawa / Many people-having fun	28,5%
■ Suma z Natura - spokój / Nature - quiet	29,9%
■ Suma z Zwiedzanie / Sightseeing	29,7%
■ Suma z Sport - aktywność fizyczna / Sport-physical activity	48,1%
■ Suma z inne / Other2	6,3%

Respondenci z Darłowa najbardziej cenią sobie aktywne formy spędzania wolnego czasu. Pozostałe propozycje uzyskały niemal dokładnie tyle samo wskazań, jednak zdecydowanie mniej niż sport.

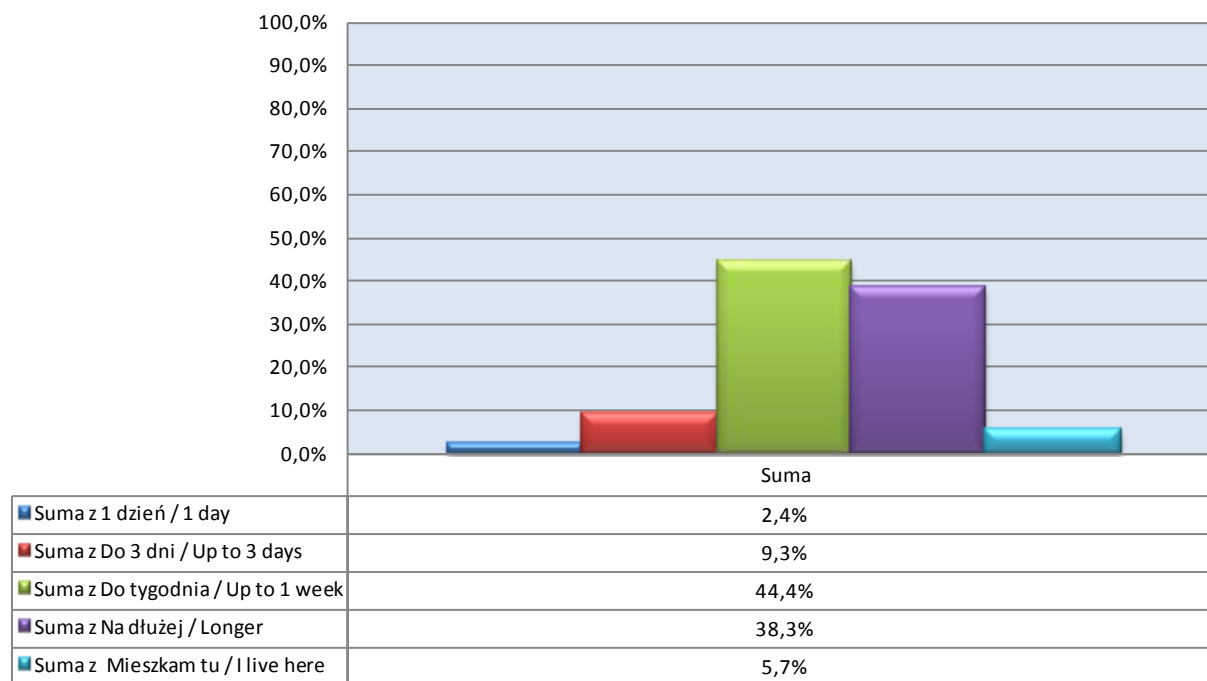


Preferowana pora wakacji Preferred holiday season



Ulubionym czasem na wakacje i realizowanie swych pasji jest dla respondentów z Darłowa lato.

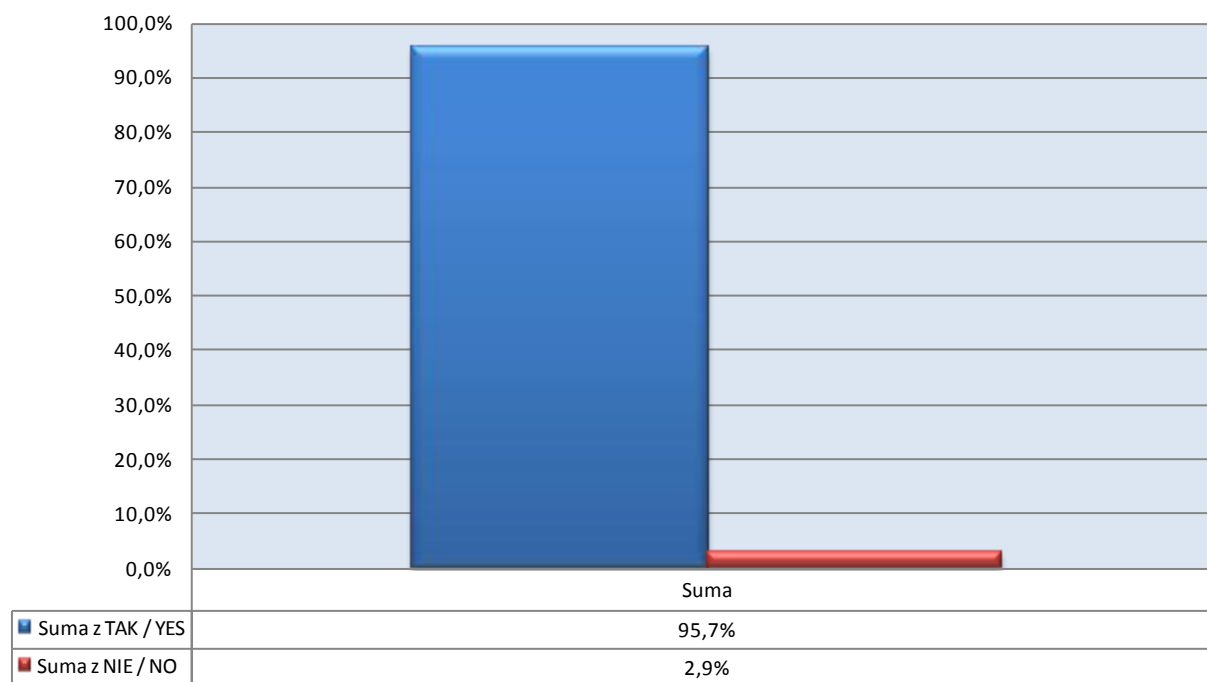
Deklarowany czas pobytu w Darłowie Declared duration of stay in Darłowo



Większość respondentów deklaruje, że przyjechało do Darłowa na okres do jednego tygodnia i dłużej.



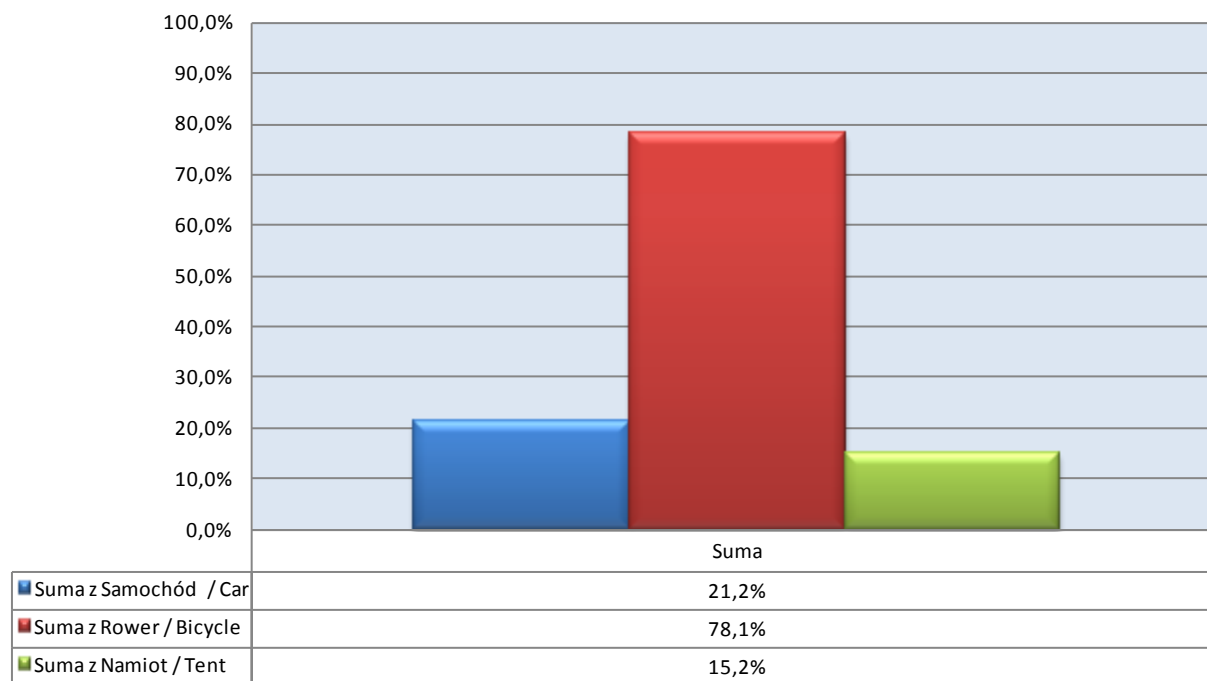
Chęć skorzystania z promu Willingness to take a ferry



Respondenci z Darłowa zdecydowania są korzystać z promu by dotrzeć do miejsc, w których mogliby realizować swe pasje.

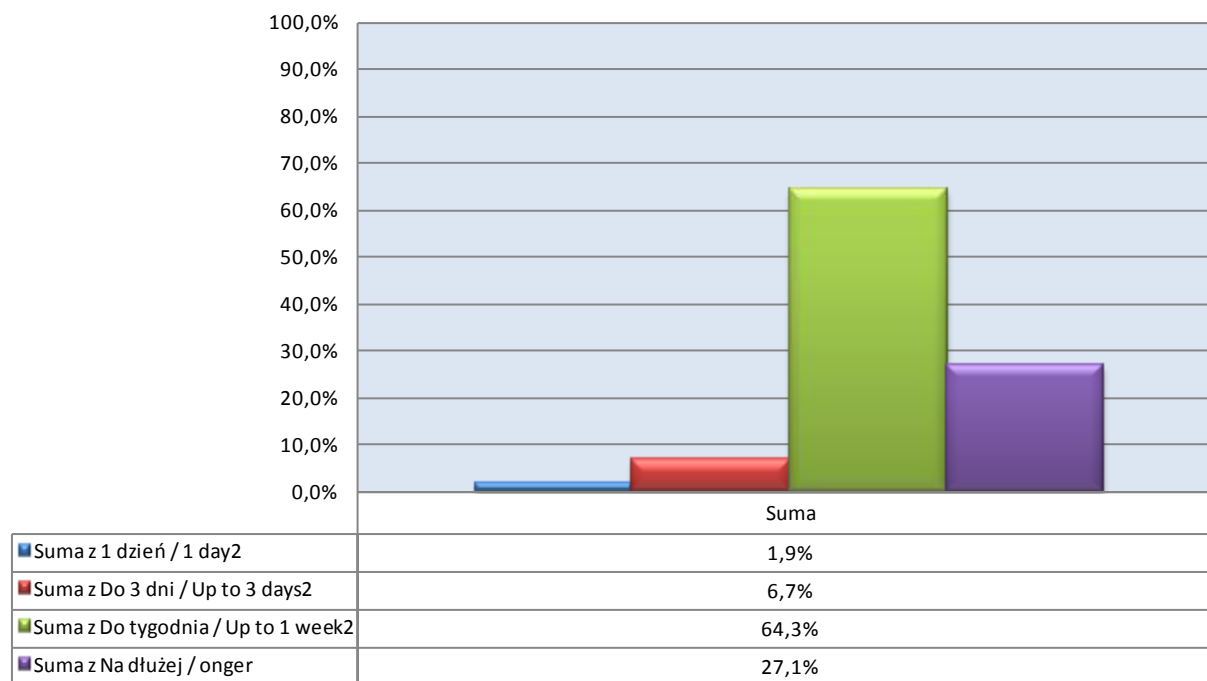


Co zabiorę z sobą What I will take with me



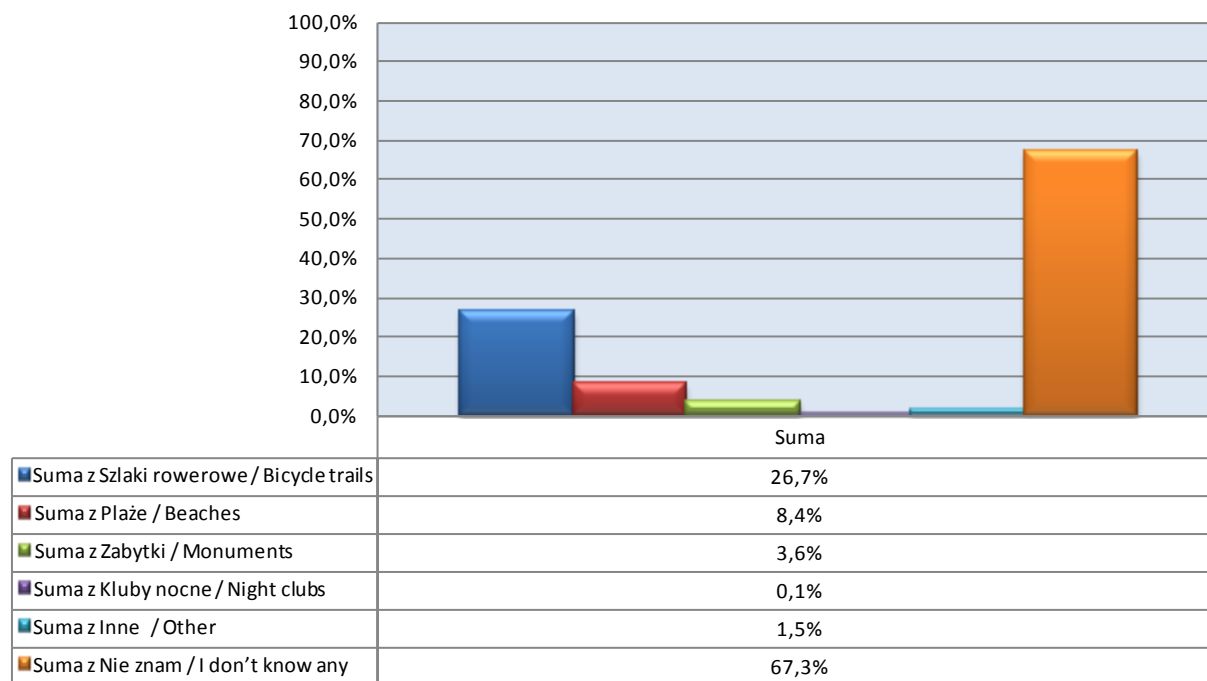
Wykres jest potwierdzeniem deklaracji respondentów z Darłowa dotyczących ich sportowych zamiłowań. Większość z nich chce zabrać ze sobą rower na wakacyjny wyjazd.

Na jak długo pojadę How long I will stay



Zdecydowana większość respondentów z Darłowa spędziłaby czas do jednego tygodnia podczas wyjazdu wakacyjnego, podczas którego mogliby oddawać się swym pasjom.

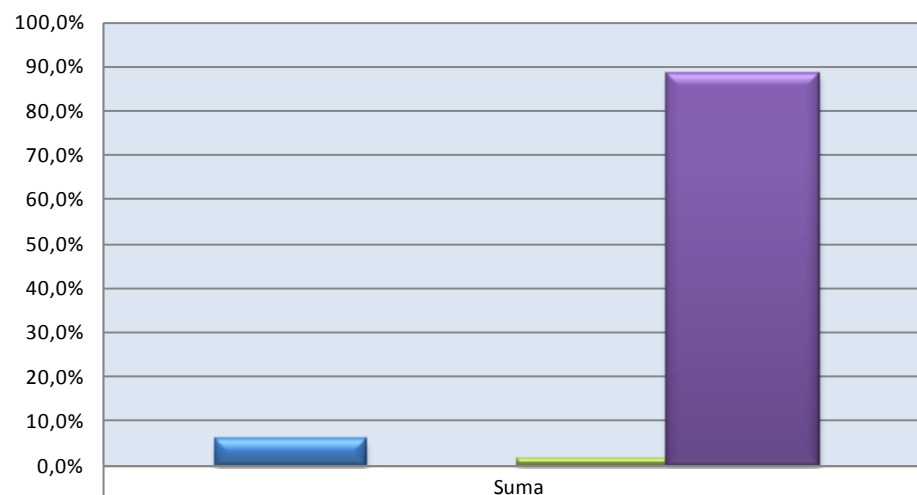
Jakie znasz atrakcje Bornholmu Bornholm's attractions known



Wykres wskazuje, że stosunkowo duża liczba respondentów z Darłowa zna bornholmskie szlaki rowerowe, a także plaże. Zdecydowana większość nic nie wie na temat wyspy.



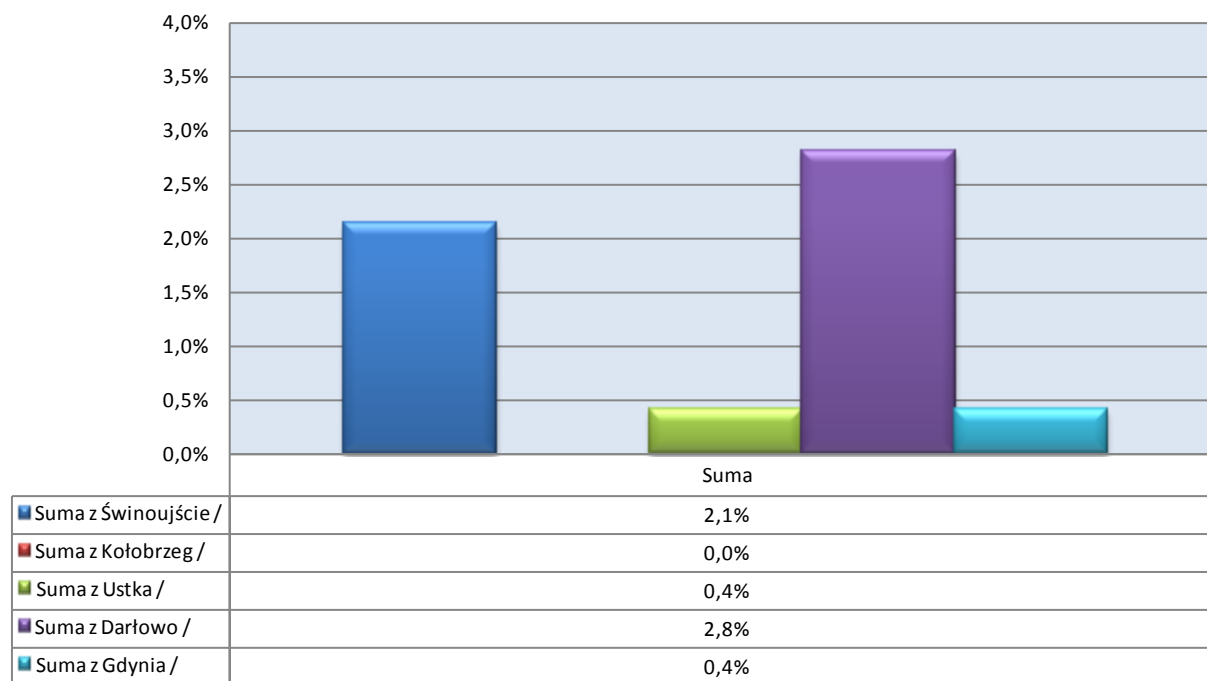
Jak dotarłeś na Bornholm How you got to Bornholm



Suma z Promem / Ferry	6,0%
Suma z Samolotem / Airplane	0,0%
Suma z Transport indywidualny / Private transport	1,6%
Suma z Nie byłem / I haven't been there	88,5%

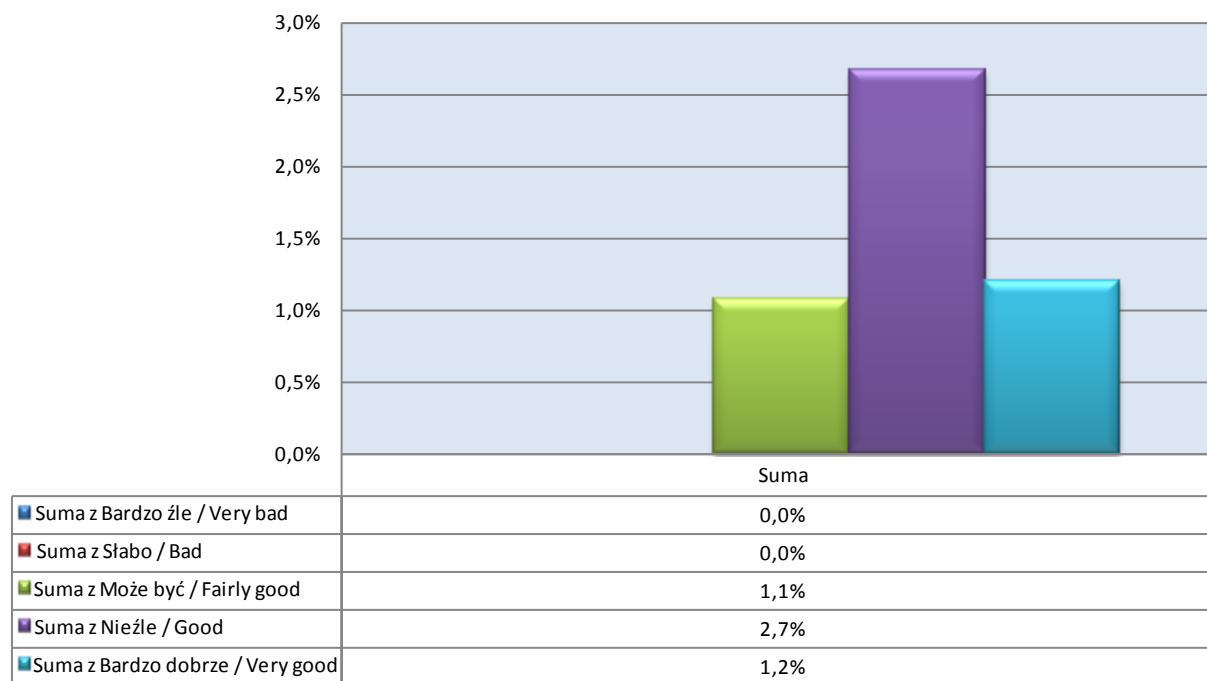
Pytanie miało na celu określenie jak wiele osób było już na Bornholmie. Spośród respondentów z Darłowa większość nie była na Bornholmie. Ci, którzy tam byli dostali się na wyspę promem.

Skąd płynąłeś promem? Where did you take a ferry from



Kolejne trzy wykresy są odpowiedzią na pytania dotyczące jakości połączeń promowych z Bornholmem. Siłą rzeczy odpowiadały na nie tylko te osoby, które płynęły już kiedyś promem na Bornholm. Z powyższego wykresu wynika, że większość respondentów z Darłowa, którzy płynęli promem na Bornholm wyruszyli z Darłowa, bądź ze Świnoujścia.

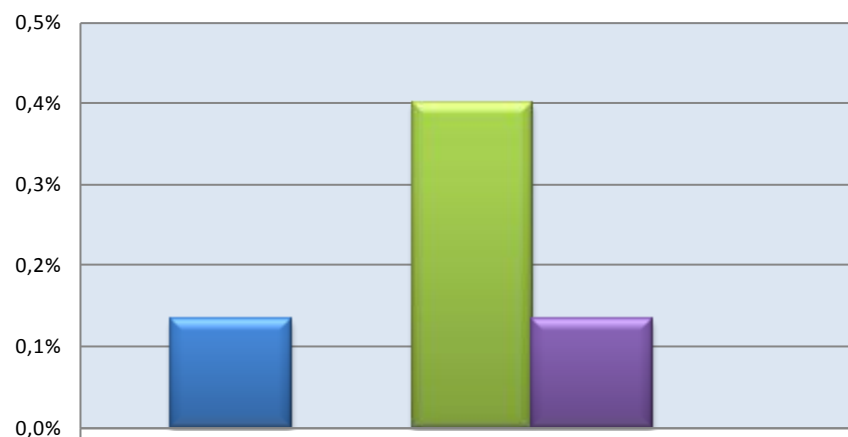
Jak ocenasz jakość połączenia promowego? How do you assess the quality of the ferry route?



Zdecydowana większość ocen połączenia promowego, z którego korzystali respondenci z Darłowa, jest pozytywna.



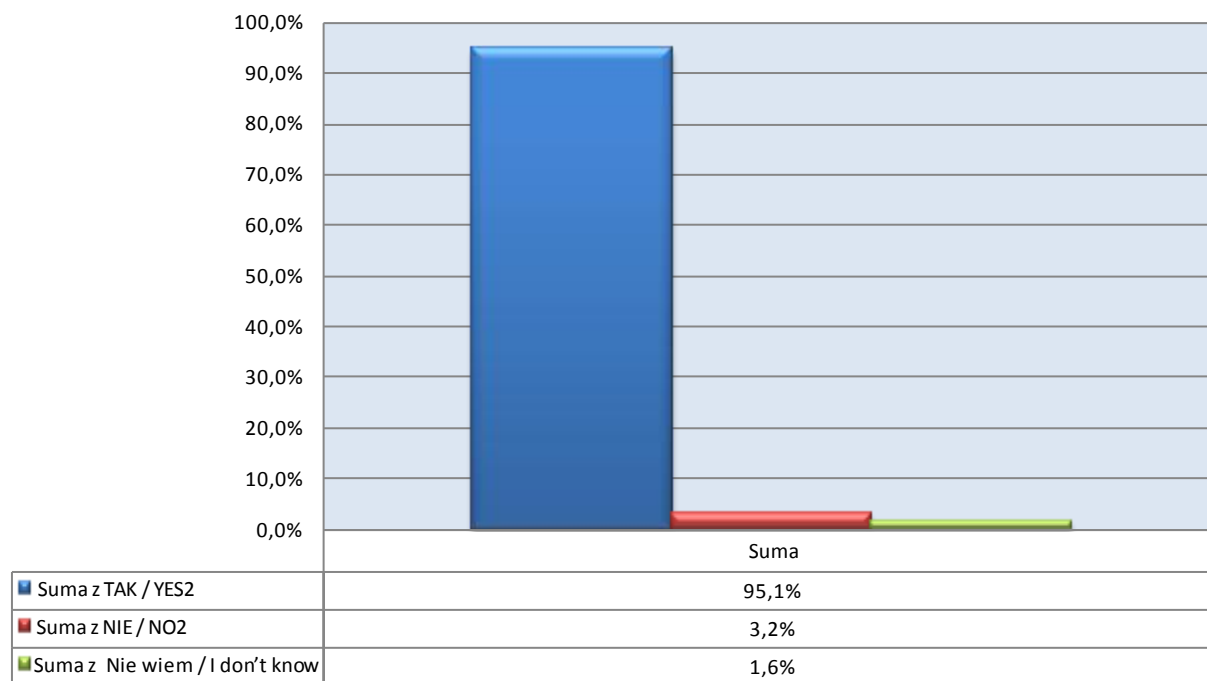
Do czego miałeś zastrzeżenia? What is the nature of the objections?



Suma z Statku / Ship	0,1%
Suma z Obsługi na statku / Service on the ship	0,0%
Suma z Terminalu / Terminal	0,4%
Suma z Obsługi w terminalu / Service at the terminal	0,1%
Suma z Czasu podróży / Time of journey	0,0%

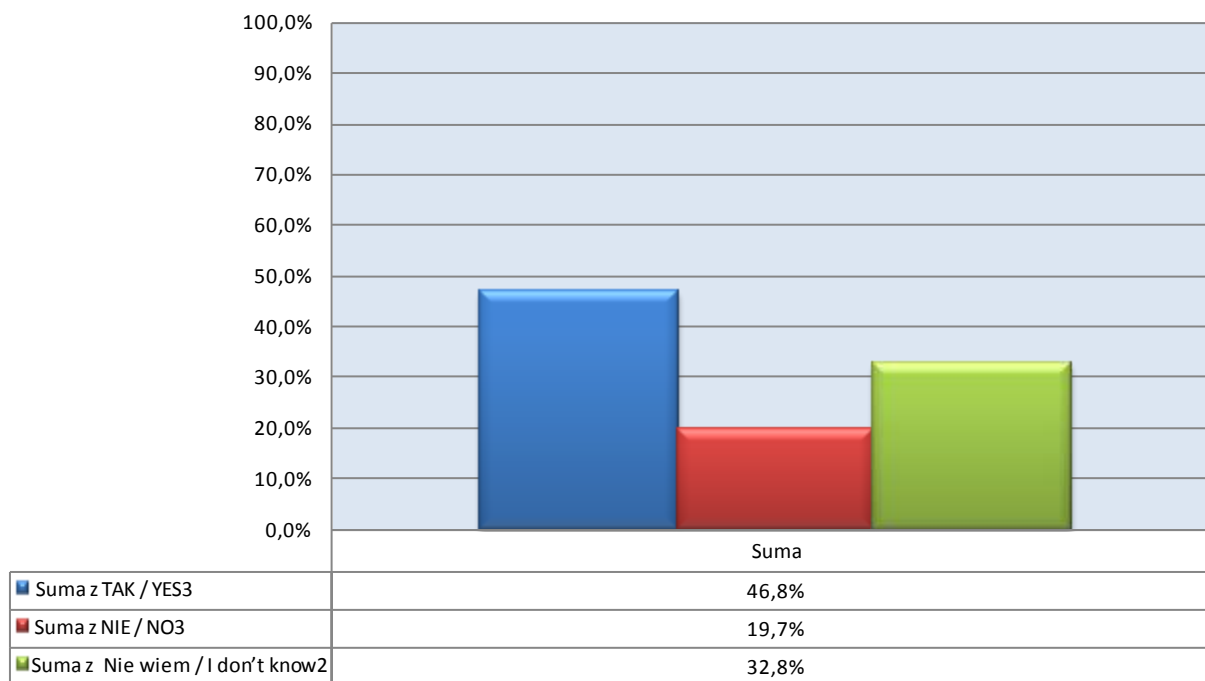
Respondenci z Darłowa najwięcej mieli zastrzeżeń do stanu terminalu promowego.

Czy rejs na Bornholm byłby atrakcją samą w sobie? Would a ferry voyage to Bornholm be an attraction as such?



Dla zdecydowanej większości respondentów z Darłowa rejs na Bornholm stanowi atrakcję turystyczną sama w sobie.

Czy na Bornholmie korzystalibyś z transportu publicznego? Would you use public transport in Bornholm?



Z wykresu wynika, że respondenci z Darłowa nie mają wyrobionego zdania na temat oferty publicznego transportu na Bornholmie.

SCENARIUSZE DLA DARŁOWA

Niniejszy scenariusz rozwoju połączenia promowego między Bornholmem i Darłowem opieramy na następujących założeniach:

1. Za punkt wyjścia bierzemy liczbę przewozów realizowanych przez prom z Darłowa w latach 2002 do 2010. Trudno dopatrzeć się w liczbie przewożonych wówczas osób jakichś prawidłowości. Zatem punkt wyjścia przyjmujemy arbitralnie z uwzględnieniem realiów z lat ubiegłych. Nie rozróżniamy pasażerów ze względu na narodowość.
2. Nie odnosimy naszych przewidywań do żadnego konkretnego promu, a tylko antycypujemy popyt na przewozy.

Prezentujemy dwa scenariusze:

1. Scenariusz optymistyczny:
 - a. działania promocyjne skutkują 15% wzrostem liczby pasażerów w roku, aż do momentu nasycenia po ok. 10 latach.
 - b. następuje szybka (zakładamy dwa lata) budowa infrastruktury portowej umożliwiającej przeprawę samochodowe, co skutkuje skokowym wzrostem liczby przewozów.
2. Scenariusz pesymistyczny:
 - a. działania promocyjne skutkują 5% wzrostem liczby pasażerów w roku i stagnacją po 10 latach.
 - b. budowa infrastruktury portowej dla przewozów samochodowych opóźnia się do 10 lat, co jednak będzie miało skutek w postaci skokowego wzrostu liczby przewozów, nie tak dużego jednak jak w przypadku wcześniejszego uruchomienia terminala.
 - c. Niska jakość działań promocyjnych powoduje, że początkowa liczba pasażerów w roku 2012 jest niższa niż w scenariuszu optymistycznym.
 - d. Słaba skuteczność akcji informacyjnej powoduje, że najliczniejszą grupę pasażerów stanowią uczestnicy rejsów jednodniowych.

Nie liczymy liczby przewiezionych samochodów, a tylko pasażerów.

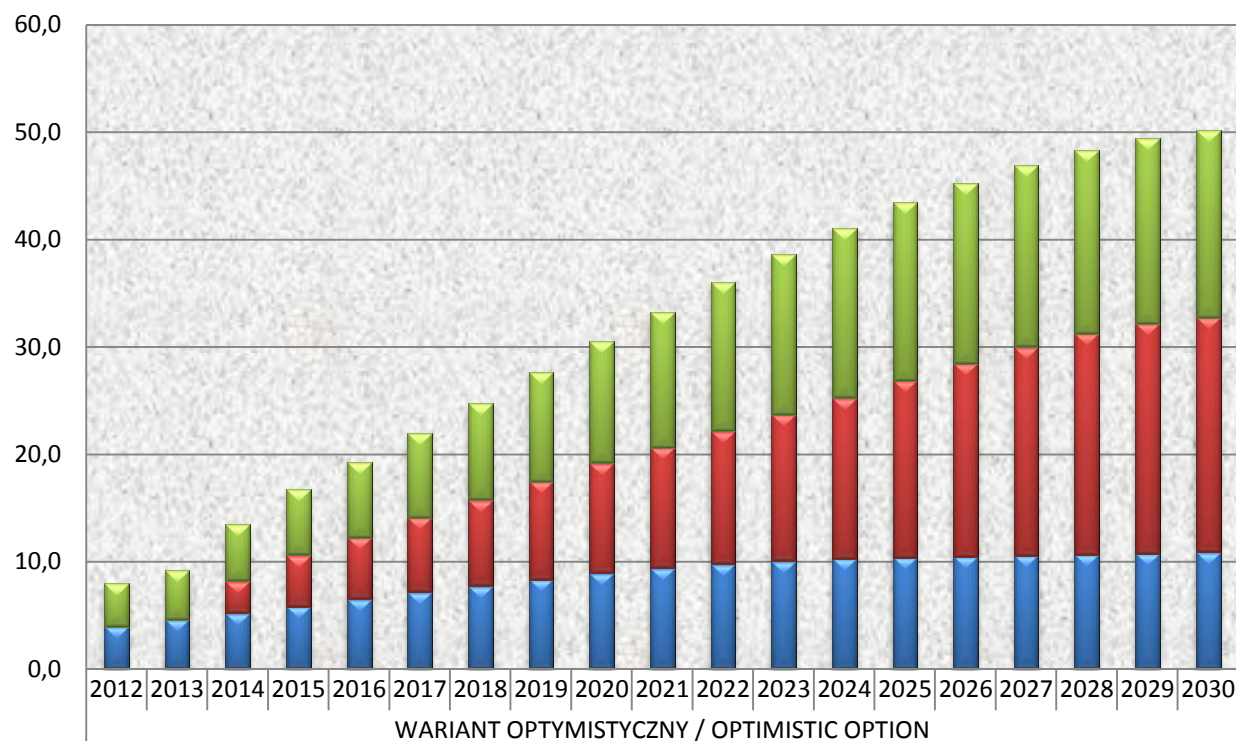
Prognoza obejmuje okres od 2012 do 2030 roku.

Zakładamy, że nawet w wariantcie pesymistycznym liczba pasażerów będzie się zwiększała z roku na rok – co jest różnicą w porównaniu z doświadczeniami z lat ubiegłych.



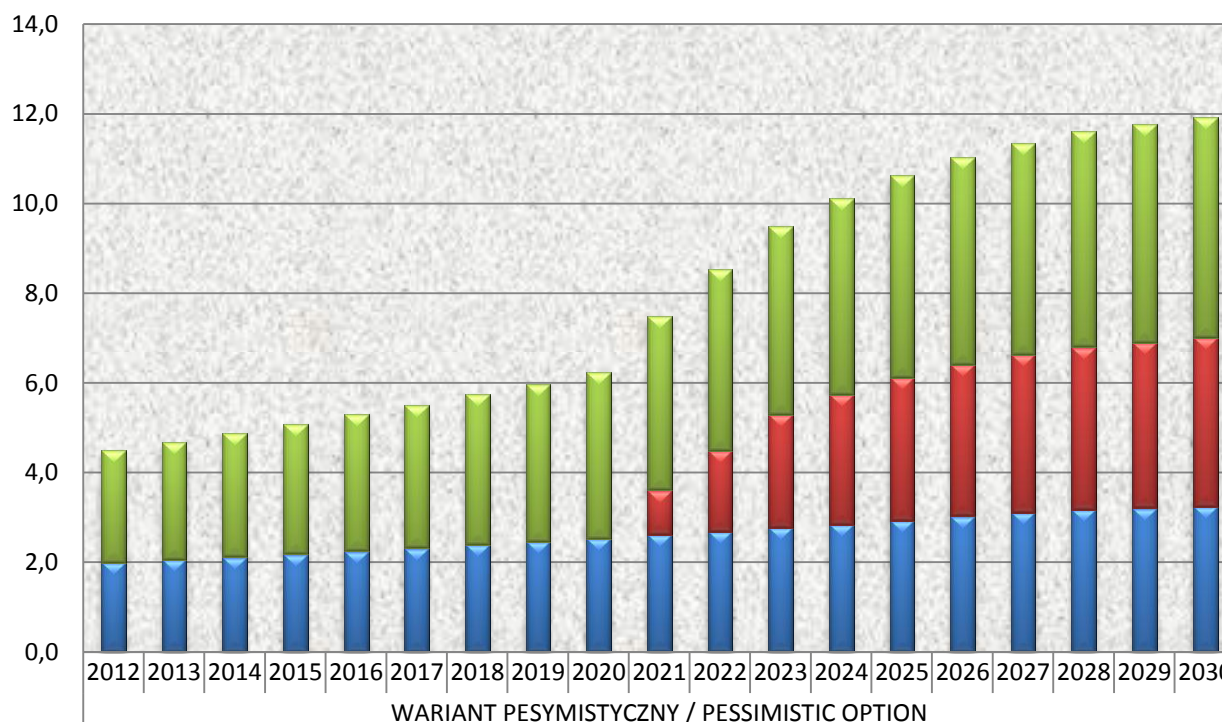
Proгноза przewozów pasażerskich na Bornholm - wariant optymistyczny

Estimation of the number of passangers on the Bornholm route - the optimistic option



■ ilość pasażerów jednodniowych (tys.) / number of one-day trips	4,0	4,6	5,3	6,1	7,0	7,9	8,9	10,1	11,3	12,5	13,8	14,9	15,8	16,6	16,8	16,9	17,1	17,3	17,4
■ ilość pasażerów zmotoryzowanych (tys.) / number of passengers with cars (thousands)	0,0	0,0	3,0	4,8	5,8	6,9	8,0	9,1	10,2	11,3	12,4	13,6	15,0	16,5	18,0	19,4	20,6	21,4	21,8
■ ilość pasażerów niezmotoryzowanych (tys.) / number of passengers without cars (thousands)	4,0	4,6	5,2	5,8	6,5	7,2	7,7	8,4	9,0	9,4	9,8	10,1	10,3	10,4	10,5	10,6	10,7	10,8	10,9

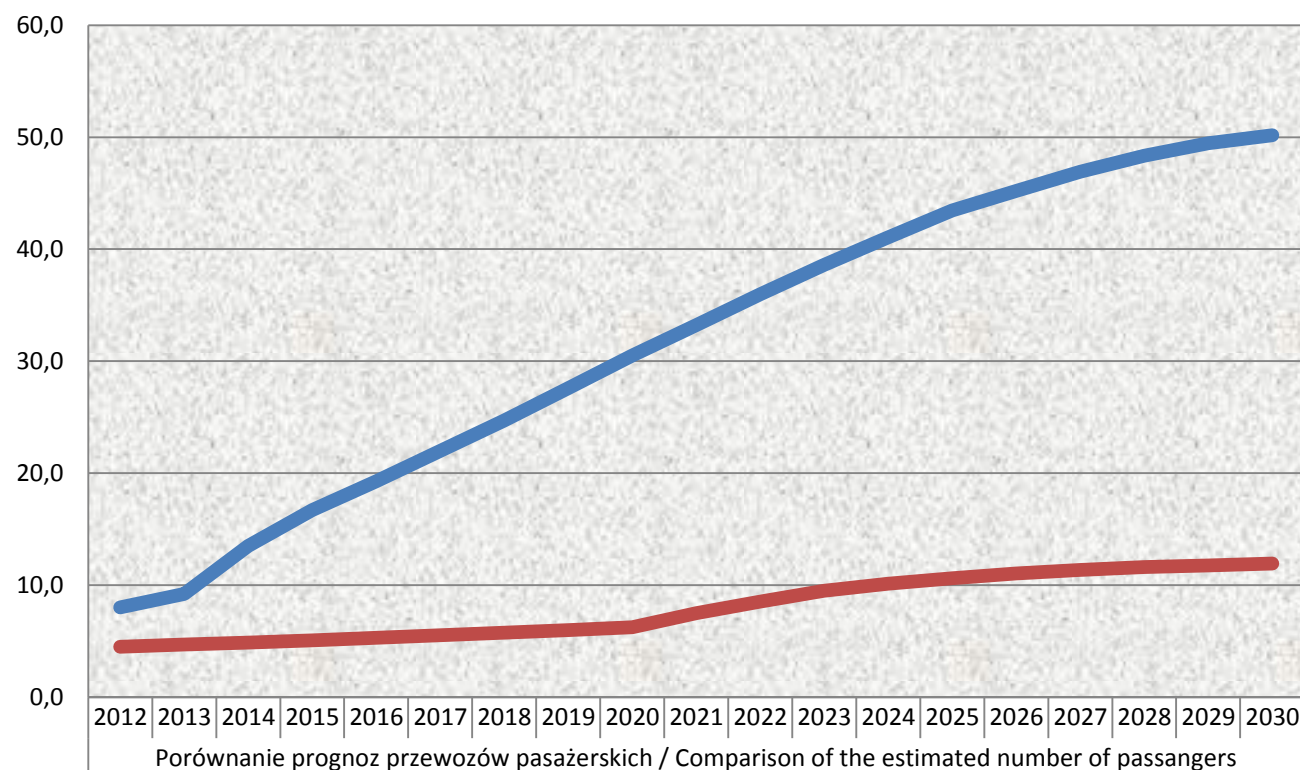
Progniza przewozów pasażerskich na Bornholm - wariant pesymistyczny Estimation of the number of passangers on the Bornholm route - the pessimistic option



■ ilość pasażerów jednodniowych (tys.) / number of one-day trips	2,5	2,6	2,8	2,9	3,0	3,2	3,4	3,5	3,7	3,9	4,0	4,2	4,4	4,5	4,6	4,7	4,8	4,9	4,9
■ ilość pasażerów zmotoryzowanych (tys.) / number of passengers with cars (thousands)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,8	2,5	2,9	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,8
■ ilość pasażerów niezmotoryzowanych (tys.) / number of passengers without cars (thousands)	2,0	2,1	2,1	2,2	2,3	2,3	2,4	2,5	2,5	2,6	2,7	2,8	2,9	2,9	3,0	3,1	3,2	3,2	3,2



Porównanie prognoz przewozów pasażerskich Comparison of the estimated number of passengers



WNIOSKI

W wyniku przeprowadzonego badania nasuwają się następujące wnioski:

1. Jest duży popyt po stronie Polskiej na rejsy na Bornholm, w tym też z własnym samochodem.
2. Wśród turystów odwiedzających Bornholm spora grupa jest zainteresowana ewentualnym spędzeniem urlopu (bądź jego części) w Polsce, w tym też z własnym samochodem.
3. Wśród polskich turystów odwiedzających wybrzeże panuje bardzo niska znajomość tego, czego mogą się spodziewać po Bornholmie.
4. Wśród turystów odwiedzających Bornholm panuje niska znajomość polskiego wybrzeża Bałtyku.
5. Darłowo nie ma w tej chwili w porcie infrastruktury koniecznej do uruchomienia połączeń promowych pasażersko-samochodowych.

Rekomendacje:

Rejsy jednodniowe

Już w chwili obecnej można uruchomić połączenie pasażerskie na linii Darłowo Bornholm. Potencjał turystyczny istnieje po obu końcach trasy. Jest to tylko jednak potencjał. By zamienić go w realny popyt należy przeprowadzić szereg działań promocyjno-informacyjnych. Badanie wykazało, że Polacy przebywający w Darłowie nie mają praktycznie pojęcia o tym co można zobaczyć na Bornholmie. Tak samo nikłe pojęcie o Polsce mają osoby przebywające na wyspie.

Jednodniowe wycieczki na Bornholm lub z Bornholmu do polskich portów mają szansę stać się popularną atrakcją turystyczną. Dla rozpropagowania tych wycieczek wystarczą działania lokalne. Jednodniowy rejs nie jest ofertą, która ściągnie klientów z głębi kraju. Jest to atrakcja, która powinna być adresowana do osób już będących w Darłowie i na Bornholmie. Z tego względu nie należy opierać się na Internecie jako głównym kanale komunikacji, ale na bardziej tradycyjnych formach: ulotki, plakaty, foldery itp.

Należy przygotować też zestaw atrakcji/zajęć dla osób, które zdecydują się przepłynąć morze. Nie powinni być zostawieni samym sobie po opuszczeniu promu, ale powinni wiedzieć co mogą obejrzeć lub czego spróbować na miejscu.

Z badania wynika, że bardzo istotną niedogodnością w podróży promowej jest jej długość. Dlatego należy zadbać, a już w szczególności w przypadku rejsów jednodniowych by podróż trwała możliwie najkrócej. Wymaga to oczywiście posiadania odpowiedniego promu.

Kolejnym czynnikiem mogącym mieć wielki wpływ na sukces rejsów jednodniowych jest ich cena. Analiza cenowa nie była przedmiotem badania. Należy jednak koniecznie przeprowadzić **analizę elastyczności cenowej** by stwierdzić jaka jest optymalna cena biletu dla rejsów jednodniowych.

Niezbędne dla sukcesu przedsięwzięcia jest ścisłe współdziałania władz Darłowa z władzami Bornholmu.

Regularna komunikacja promowa pasażersko-samochodowa

Ta oferta jest adresowana do osób, które zdecydowały się na wyjazd na Bornholm z zamiarem spędzenia tam kilku dni, lub tych co postanowiły po pobycie na wyspie spędzić trochę czasu w Polsce.

Pomimo dużego potencjału dla połączeń samochodowo-pasażerskich z Polski na Bornholm, tak jak w przypadku rejsów jednodniowych należy wykonać dużą pracę informacyjną. Należy w związku z tym podjąć skuteczne działania promocyjne wśród polskich turystów uświadamiające im możliwość spędzenia atrakcyjnego urlopu na Bornholmie. Działania powinny się koncentrować w Internecie, a także biurach turystycznych, gdzie powinna być możliwość zakupu biletów na prom i zapoznania się z możliwościami, które oferuje Bornholm. Dla turystów zagranicznych należy przygotować specjalną ofertę, która „zakodowałaby” w ich umysłach fakt, że Polskie wybrzeże może być ciekawym miejscem na wakacje. Należy mieć tu na uwadze fakt różnicy w poziomie infrastruktury turystycznej (przynajmniej na razie) pomiędzy Bornholmem a Pomorzem. Dlatego taka oferta i komunikat powinny być skonstruowane bardzo starannie, z uwzględnieniem narodowych preferencji bądź uprzedzeń (np. u Niemców). W parze z działaniami promocyjnymi powinna iść rozbudowa bazy turystycznej, rozumianej tu nie tylko jako miejsca noclegowe, ale też gastronomia, interesujące trasy dla rowerzystów, szlaki turystyczne, oferta kulturalna itp.

Zanim jednak będzie można podjąć opisane powyżej działania należy przebudować port by mógł przyjmować promy pasażersko-samochodowe. Należy więc zbudować:

1. odpowiednie rampy do załadunku samochodów,
2. parkingi dla samochodów oczekujących na załadunek,



3. odpowiedni terminal pasażerski,
4. dogodne drogi dojazdowe do portu - w tej chwili dojazd do portu odbywa się przez miasto.

Według informacji uzyskanych w Kapitanacie portu istnieją możliwości rozbudowania portu o wymienione powyżej elementy. Osobnym problemem jest łatwość dotarcia do portu z innych regionów Polski. Autostrada A1 kończy się w Trójmieście. Droga ekspresowa S3 w Goleniowie. Między tymi punktami przebiega droga nr 6, z której można dojechać do Darłowa. Niestety brak jest dogodnego, szybkiego połączenia drogowego z centralnej Polski na środkowe Pomorze. Jest to niedogodność, jednak nie na tyle poważna by kierowcy mimo wszystko zdecydowali się na rejs z Sassnitz.

Uruchomienie komunikacji pasażersko-samochodowej z Darłowa spowodowałoby co najmniej drastyczny spadek ilości rejsów Polaków z Sassnitz, jako portu bardzo oddalonego od większości rejonów Polski. Umiejętnie przeprowadzona akcja promocyjna Bornholmu nie powinna spowodować zmniejszenia zainteresowania połączeniem z Kołobrzegu. **Właściwie przeprowadzone działania promocyjne powinny wygenerować tak dużą liczbę nowych klientów, że problem konkurencji z innymi polskimi portami nie powinien mieć miejsca.**

Istotnym dodatkowym skutkiem uruchomienia promowego połączenia pasażersko-samochodowego będzie wzrost rangi miasta i portu. Będzie to niewątpliwie czynnikiem przyczyniającym się do jego szybszego rozwoju oraz okolic .

Kluczową sprawą dla powodzenia projektu jest nawiązanie współpracy z armatorem, który będzie dysponował promami mogącymi zawijać do poru w Ustce Darłowie, a jednocześnie będą mogły zaspokoić rosnący popyt na przewozy do i z Bornholmu.

Niezbędna jest ścisła współpraca z lokalnymi władzami na Bornholmie w celu:

1. Podniesienia świadomości o Darłowie wśród turystów odwiedzających Bornholm
2. Podniesienie świadomości o Bornholmie wśród turystów odwiedzających Darłowo

Docelowo byłyby wskazane szersze akcje promocyjne za granicą – szczególnie w Niemczech, promujące Pomorze jako atrakcyjne miejsce spędzania wakacji.

Kolejną istotną sprawą, o której należy pamiętać, jest ukierunkowanie działań na wydłużenie sezonu turystycznego poza tradycyjne miesiące letnie: lipiec i sierpień. Potencjalnie, okres od maja do września może być atrakcyjny dla wielu turystów.



www.dpconsulting.it.pl



**Należy bezwzględnie pamiętać o następującym aspekcie warunkującym powodzenie projektu uruchomienia połączenia promowego z Bornholmem:
WARUNKIEM KONIECZNYM POWODZENIA PROJEKTU JEST ZHARMONIZOWANIE DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH Z INWESTYCJAMI W INFRASTRUKTURĘ.**



Zawartość

WPROWADZENIE	2
STAN OBECNY	4
Darłowo	4
Bornholm	5
BADANIE - METODOLOGIA	7
BORNHOLM	12
DARŁOWO	34
SCENARIUSZE DLA DARŁOWA	49
WNIOSKI	53
Rekomendacje:	53