

**Krzysztof Parzych**

Akademia Pomorska

Słupsk

krzysztof-parzych@wp.pl

## **UWARUNKOWANIA RUCHU TURYSTYCZNEGO W SŁUPSKU W OKRESIE POWAKACYJNYM**

### **THE DETERMINANTS OF THE TOURISM MOVEMENT FUNCTIONING IN SŁUPSK AFTER THE HOLIDAY SEASON**

*Zarys treści:* W artykule podjęto zagadnienie uwarunkowań ruchu turystycznego w mieście w okresie poza sezonem urlopowo-wakacyjnym. Jako studium przypadku wybrano Słupsk – miasto, które nie jest typową destynacją turystyczną, bardziej spełnia funkcję miejscowości tranzytowej dla turystów udających się do miejscowości wypoczynkowych Wybrzeża. Jako materiał źródłowy wykorzystano podstawowe mierniki zagospodarowania i ruchu turystycznego w mieście oraz wyniki badań ankietowych wykonanych wśród turystów odwiedzających miasto.

*Słowa kluczowe:* Słupsk, percepcja przestrzeni turystycznej, ruch turystyczny

*Key words:* Słupsk, tourist space perception, tourist movement

#### **Wstęp**

Zjawisko ruchu turystycznego wykazuje tendencję do skupiania się w obszarach koncentracji atrakcji krajoznawczych lub o cechach środowiska przyrodniczego predestynujących je do rozwoju funkcji wypoczynkowej (Hall, Page 2006; Matczak 1989). Potwierdzeniem tego jest dominacja w skali świata i kraju ruchu turystycznego w regionach nadmorskich i górskich. W Polsce północnej ruch turystyczny skupia się w regionach nadmorskich oraz pojeziernych. W ostatnich latach coraz istotniejszą rolę w turystyce odgrywają miasta. Według badań Instytutu Turystyki są one trzecim, po obszarach górskich i pojeziernych, obszarem koncentracji ruchu turystycznego i jednocześnie zdecydowanie dominują wśród destynacji turystycznych wyjazdów krótkoterminowych. Wzrost zainteresowania ruchem turystycznym w miastach w ostatnich latach jest efektem dynamicznych zmian w tradycyjnym modelu miasta, miejsca kojarzonego z przemysłem, produkcją dóbr i usług dla swoich miesz-

kańców oraz dla miejscowości położonych w obrębie mniej lub bardziej rozwiniętej strefie oddziaływania w zależności od wielkości ośrodka (Kozak 2009).

Według Clarka (2003) współczesne miasta przestają być miejscem produkcji, a coraz bardziej stają się miejscem konsumpcji, której źródłem są specyficzne dla danego miasta walory: naturalne, historyczne (zabytki architektury i inne elementy dziedzictwa), kulturalne (galerie, teatry, kina, centra kulturalne, muzea), sportowo-rekreacyjne (stadiony, wielofunkcyjne kompleksy sportowe, parki wodne), uzdrowiskowe, biznesowe (centra kongresowo-konferencyjne), religijne (miejsca kultu religijnego, święta religijne), naukowe (duże kompleksy uniwersyteckie, ośrodki naukowo-badawcze), handlowe (wielkie kompleksy typu mall, łączące bardzo często funkcję handlu, rozrywki oraz możliwości skorzystania z obiektów usługowych). W tego typu miastach powstają specjalne dzielnice koncentracji walorów i usług turystycznych TBD lub RBD (Getz 1990; Ashworth 1990; Judd, Fainstein 2008; Meyer 2008; Pawlicz 2008; Liszewski 1995, 1999). Miasta z tego typu atrakcjami stają się istotnymi obszarami konsumpcji czasu wolnego, przyciągając nie tylko mieszkańców, ale również turystów. Jednak istnieją też ośrodki o znacznie mniejszym potencjale i randze walorów, w których ruch turystyczny nie odgrywa bardziej istotnej roli w ich rozwoju społeczno-ekonomicznym. Skala frekwencji turystycznej oraz zagospodarowania turystycznego w tego typu miejscowościach jest znacznie niższa i wynika z ich położenia w sąsiedztwie głównych regionów recepcyjnych, a sama turystyka nie stanowi o społeczno-ekonomicznym rozwoju, będąc jedną z wielu równorzędnych uzupełniających funkcji. Turystyka w tych miastach ma również nieco inny charakter w odróżnieniu od ruchu turystycznego w miejscowościach wypoczynkowych czy innych miejscowościach turystycznych regionów recepcyjnych. W zależności od charakteru ich walorów może mieć formę turystyki krajoznawczej, biznesowej bądź różnych form turystyki kulturalnej. Z reguły jednak charakterystyczne dla tego typu miast są krótkie wizyty turystów, którzy przyjeżdżają na jedno- lub dwudniowe pobyty w podróży do docelowych miejsc turystycznych.

Jednym z takich miast jest Słupsk, które mimo bogactwa walorów krajoznawczych nie należy do głównych destynacji turystycznych w kraju. Odwiedzane jest z reguły w ramach krótkich podróży w okresie sezonu urlopowo-wakacyjnego przez turystów, którzy przyjeżdżają tu, zmierzając docelowo do Ustki, Rowów bądź Jarosławca lub też podejmują krótkie wizyty w mieście w trakcie swojego wypoczynku w jednej z innych nadmorskich destynacji turystycznych. Skala ruchu turystycznego w mieście nie jest zbyt wysoka i nie przekracza 35 000 turystów rocznie<sup>1</sup>.

## **Cel opracowania i metoda badawcza**

W niniejszym opracowaniu dokonano analizy uwarunkowań ruchu turystycznego w Słupsku. Jako materiał źródłowy wykorzystano podstawowe mierniki dotyczące zagospodarowania i ruchu turystycznego w mieście, to jest liczbę obiektów i miejsc noclegowych, liczbę korzystających z noclegów z uwzględnieniem turystów krajo-

---

<sup>1</sup> www.stat.gov.com z dnia 15.11.2014

wych i zagranicznych oraz liczbę udzielonych noclegów turystom krajowym i zagranicznym. W drugiej części opracowania dokonano charakterystyki cech ruchu turystycznego w mieście na podstawie wyników badań ankietowych, jakie zostały przeprowadzone w czterech różnych typach obiektów bazy noclegowej w Słupsku. Badania przeprowadzono w miesiącach jesiennych 2012 roku po zakończeniu sezonu urlopowo-wakacyjnego wśród grupy 200 turystów korzystających z noclegu w Hotelu Piast, Pensjonacie Antonio, Szkolnym Schronisku Młodzieżowym oraz Hotelu Apo.

W roku 2012 w Słupsku funkcjonowało 11 obiektów noclegowych, w tym 7 całorocznych. W okresie 2008-2012 w mieście ubyły dwa obiekty całoroczne (tab. 1). W strukturze rodzajowej bazy noclegowej Słupska zaznacza się dominacja obiektów hotelarskich (spośród 11 obiektów noclegowych zarejestrowanych w 2012 roku 6 obiektów reprezentowały hotele). Ponadto w mieście funkcjonowały 2 schroniska młodzieżowe, 1 motel oraz w okresie sezonu urlopowo-wakacyjnego 1 zespół domków turystycznych i 1 obiekt zaklasyfikowany przez GUS jako ośrodek wczasowy. Liczba miejsc noclegowych w mieście w 2008 roku wynosiła 818 i w ostatnich latach wykazuje tendencję rosnącą.

W roku 2012 z obiektów bazy noclegowej miasta skorzystało 30 677 osób, z których 3287 stanowili turyści zagraniczni (tab. 1). Liczba turystów w Słupsku w latach 2008-2010 ulegała spadkowi. Dotyczyło to zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych. Było to związane z ogólnymi trendami w turystyce, na które wpływ wywarła niewątpliwie trudna sytuacja ekonomiczna w gospodarce ogólnoswiatowej.

Tabela 1

Podstawowe wskaźniki i mierniki funkcji turystycznej Słupska

Table 1

Basic indicators and measures of the touristic function of Słupsk

Wyszczególnienie	2008	2009	2010	2011	2012
Obiekty noclegowe ogółem	9	13	10	10	11
Obiekty całoroczne	9	8	6	6	7
Liczba korzystających z noclegów	32 641	26 405	25 892	27 706	30 677
Liczba turystów zagranicznych	4 059	2 980	2 794	3 177	3 287
Liczba wynajętych pokoi turystom ogółem	32 588	22 530	22 437	27 063	30 056
Liczba wynajętych pokoi turystom zagranicznym	6 094	3 558	3 803	5 767	6 415
Liczba udzielonych noclegów ogółem	59 516	62 715	44 540	49 305	55 099
Liczba udzielonych noclegów turystom zagranicznym	10 243	6 020	5 198	7 553	8 840
Średnia długość pobytu turystów w Słupsku	1,82	2,38	1,72	1,78	1,80
Średnia długość pobytu turysty zagranicznego	2,52	2,02	1,86	2,38	2,69

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych GUS, [www.stat.gov.com](http://www.stat.gov.com) z dnia 8.01.2014 r.

W latach 2011-2012 obserwuje się ponowny wzrost ruchu turystycznego w mieście, na co niewątpliwie wpływ wywarła organizacja przez Polskę Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku. Mimo że największy wzrost przyjazdów odnotowały cztery miasta, które były gospodarzami meczów piłkarskich, ożywienie ruchu turystycznego nastąpiło w większości regionów i miejscowości w Polsce.

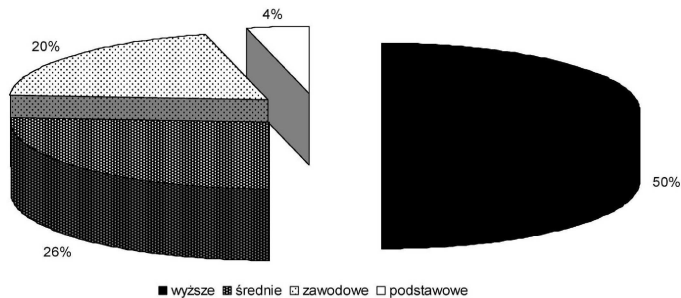
W latach 2008-2010 odnotowano spadek liczby udzielonych noclegów w mieście z 59 516 w roku 2008 do 44 540 w roku 2010. W latach 2011-2012 odnotowano ponownie wzrost – 55 099 udzielonych noclegów. Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w latach 2008-2010 spadła z 10 243 do 5198, w kolejnych dwóch latach uległa ponownemu wzrostowi do 8840 noclegów (tab. 1).

Na podstawie liczby udzielonych noclegów oraz liczby korzystających z obiektów noclegowych miasta można stwierdzić, że średnia długość pobytu w Słupsku turysty polskiego wynosiła 1,8 dnia, a średnia długość pobytu turysty zagranicznego 2,69 dnia i w ostatnich latach wykazywała wyraźną tendencję wzrostową. Sytuacja ta, podobnie jak w odniesieniu do liczby korzystających z noclegów i liczby udzielonych noclegów, jest pochodną wzrostu zainteresowania turystów zagranicznych Polską w latach 2010-2012 w związku z przygotowaniem i organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012.

Ruch turystyczny w Słupsku koncentruje się w okresie sezonu urlopowo-wakacyjnego i jest w dużej mierze związany z przyjazdami turystów zmierzających w celach wypoczynkowych do miejscowości nadmorskich środkowej części Pobrzeża Koszalińskiego: Ustki, Łeby, Rowów, Jarosławca, Poddąbia.

W celu scharakteryzowania rzeczywistego zainteresowania Słupskiem turystów oraz analizy wybranych cech ruchu turystycznego w mieście przeprowadzono badania kwestionariuszowe wśród turystów w czterech różnych typach obiektów bazy noclegowej w mieście. Badania zostały przeprowadzone w październiku i listopadzie 2012 roku.

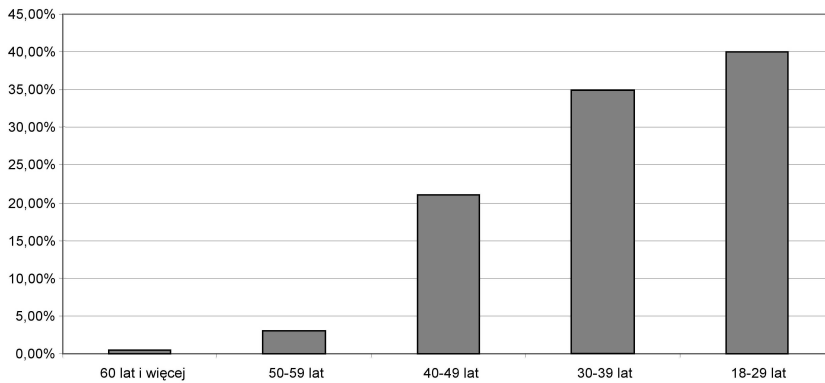
Okres badań wybrano celowo, by uniknąć turystów tranzytowych, dla których Słupsk w okresie urlopowo-wakacyjnym jest często przystankiem w podróży do i z miejscowości nadmorskich. Ogółem w badaniach wzięło udział 200 turystów korzystających z usług noclegowych w Hotelu Piast, Pensjonacie Antonio, Szkolnym Schronisku Młodzieżowym oraz w Hotelu Apo. W badanej populacji turystów przeważały osoby z wykształceniem wyższym – ponad 50% – oraz średnim – 26% (ryc. 1).



Ryc. 1. Struktura wykształcenia badanej populacji turystów przebywających w Słupsku  
 Fig. 1. The education structure of the research group of tourists visiting Słupsk

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Ponadto w strukturze wieku respondentów przeważali turyści w wieku 18-29 lat – 40% i 30-39 lat – 35% ogółu badanej populacji turystów (ryc. 2).



Ryc. 2. Struktura wiekowa badanej grupy turystów przebywających w Słupsku w 2012 roku  
Fig. 2. The age structure of the research group staying in Słupsk in 2012

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Analiza miejsc pochodzenia badanej grupy respondentów pozwala wnioskować, że istotnym czynnikiem mającym wpływ na zasięg oddziaływania turystycznego Słupska jest czynnik odległości (ryc. 3). Najwięcej turystów w badanej populacji pochodziło z macierzystego województwa gdańskiego (24%). Ponadto znaczącą liczbę

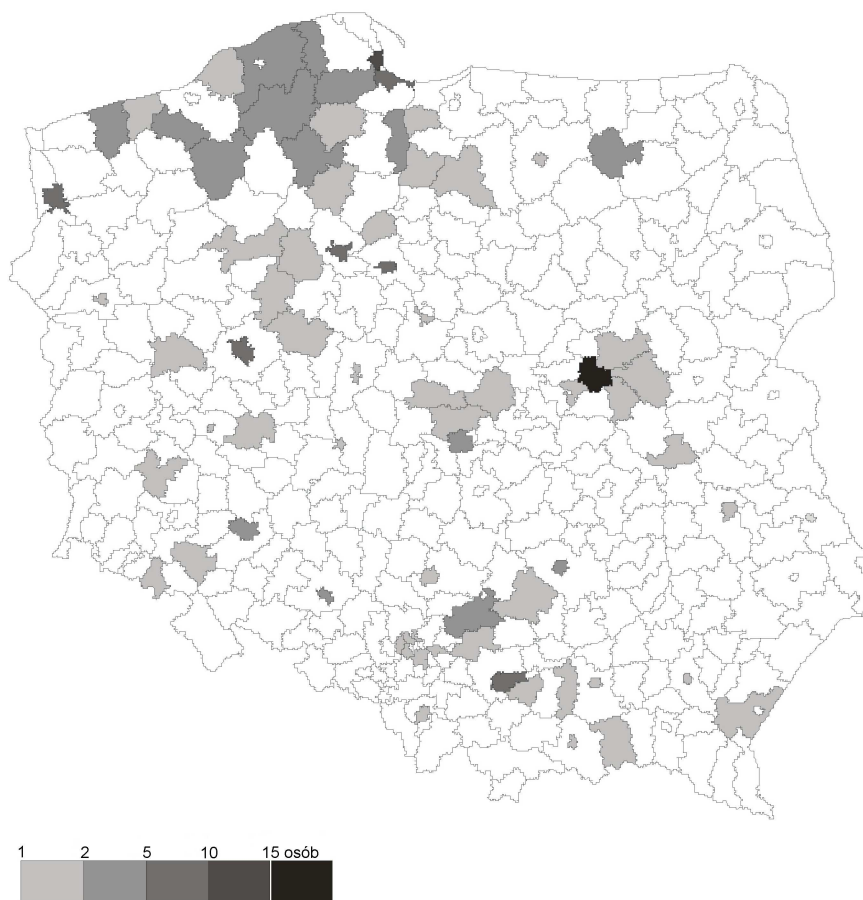


Ryc. 3. Pochodzenie terytorialne turystów uczestniczących w badaniach ankietowych  
Fig. 3. The origin of tourists participating in the questionnaire surveys

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

turystów wśród badanych stanowili mieszkańcy województw ościennych – zachodniopomorskiego (11,0%) oraz kujawsko-pomorskiego (11,5%) i województwa mazowieckiego (10,0%). Wraz ze wzrostem odległości od miasta liczba turystów z kolejnych województw malała. Najmniej osób wśród respondentów pochodziło z województw lubuskiego, opolskiego oraz podkarpackiego i świętokrzyskiego. Generalnie zaznacza się przewaga osób zamieszkujących województwa i powiaty Polski północno-zachodniej.

W analizie zasięgu oddziaływania turystycznego Słupska daje się ponadto zauważyć przewagę wśród badanych mieszkańców dużych miast: Warszawy (16 osób), Gdańska, Torunia (9), Krakowa (10), Bydgoszczy (8), Szczecina (9), Poznania (8, ryc. 4).



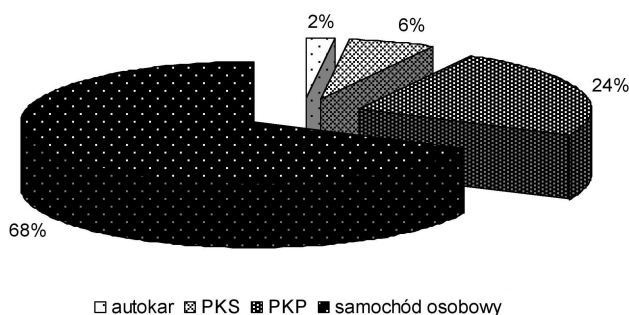
Ryc. 4. Pochodzenie terytorialne turystów uczestniczących w badaniach w układzie administracyjnym kraju według powiatów

Fig. 4. The origin of tourists participating in the realized research, showed in the administrative division of the country according to poviats

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Słupsk ze względu na swoje peryferyjne położenie jest stosunkowo słabo skomunikowany z dużymi miastami w Polsce za pośrednictwem środków transportu publicznego. Miasto leży na skrzyżowaniu dróg krajowych nr 6 (planowana S6) i nr 21 oraz dróg wojewódzkich nr 210 i 213. Mimo że Słupsk jest węzłem kolejowym (krzyżują się tu linie kolejowe relacji Berlin–Szczecin–Koszalin–Gdynia oraz Ustka–Szczecinek), w ostatnich latach transport kolejowy traci na znaczeniu. Zwiększona liczba połączeń z dużymi miastami jest związana z sezonem wakacyjnym. W związku z tym głównym potencjalnie najkorzystniejszym środkiem transportu w podróżach do Słupska wydaje się samochód osobowy.

Analiza środków lokomocji wykorzystywanych w podróży do Słupska w badanej grupie respondentów wskazuje, że najwięcej spośród badanych przyjechało do miasta własnym samochodem osobowym (68%), a w dalszej kolejności pociągiem (24%) oraz komunikacją PKS (6%, ryc. 5).



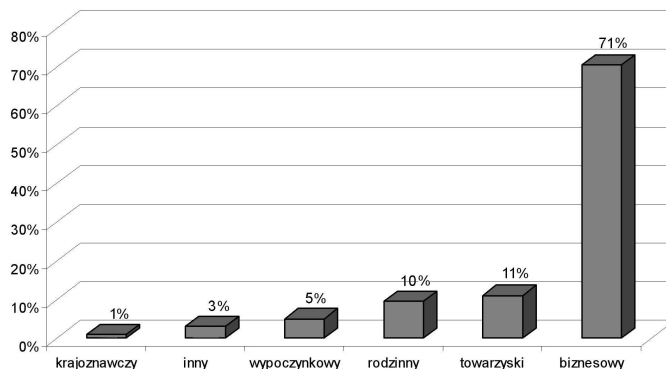
Ryc. 5. Środki lokomocji wykorzystywane w podróży do Słupska w badanej grupie turystów  
Fig. 5. The types of transport used by tourists for arrival to Słupsk in the researched group of tourists

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Słupsk posiada liczne walory turystyczne związane z gotycką architekturą sakralną: kościoły NMP i św. Jacka, dawny kościół św. Mikołaja (współcześnie budynek biblioteki miejskiej), neogotyckie zabytki: ratusz, kościoły Najświętszego Serca Jezusowego, św. Ottona oraz liczne kamienice secesyjne. Ponadto jest miejscem organizacji kilku znaczących imprez kulturalnych: Festiwalu Pianistyki Polskiej, Festiwalu Komeda Jazz Festiwal, Festiwalu Muzyki Organowej. Dwie z ostatnich imprez odbywają się w sezonie jesiennym, czyli w czasie przeprowadzanych badań. Miasto ma więc potencjał predestynujący do wykorzystania w tradycyjnej turystyce krajoznawczej oraz różnych formach turystyki kulturowej.

Charakterystyka motywacji przyjazdu do Słupska w badanej populacji turystów wskazuje, że większość badanych odwiedziła miasto w celach biznesowych (około 70%), a w dalszej kolejności pojawiały się cel towarzyski (11%) oraz względy rodzinne (10%, ryc. 6). Taki rozkład dominujących motywów odwiedzin Słupska przez badanych turystów wynika w dużej mierze z okresu przeprowadzenia badania ankietowego – okres późnej jesieni. Większość osób, która odwiedziła w tym czasie miasto,

przyjeżdżała tu, jak już wspomniano, w celach biznesowych. Jednak tak duża dysproporcja pomiędzy motywem przewodnim większości turystów (biznesowym) a pozostałymi, w połączeniu z praktycznym brakiem w badanej populacji osób motywowanych przyjazdem do miasta względami krajoznawczymi, może być dowodem tego, że ranga i atrakcyjność walorów krajoznawczych miasta ma charakter lokalny i nie oddziałuje w sposób bardziej istotny na odwiedzających je przyjezdnych. Ponadto miesiące jesienne to zarówno w Słupsku, jak i okolicy „sezon martwy” w turystyce.

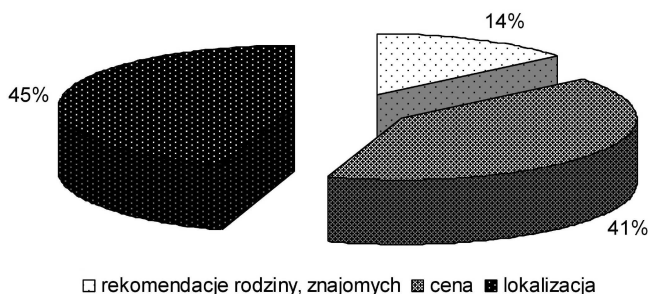


Ryc. 6. Cele przyjazdów do Słupska w badanej populacji osób

Fig. 6. The motives of arrivals to Słupsk in the researched group of tourists

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Przy wyborze miejsca noclegu w trakcie swojego pobytu w Słupsku badani respondenci kierowali się najczęściej lokalizacją obiektu (45% badanych), w dalszej kolejności ceną. Może być to efektem stosunkowo niewielkiego wyboru spośród dostępnej dla turystów oferty noclegowej. W mieście dominują obiekty hotelarskie i istnieje niewielki wybór miejsc noclegowych w niższych przedziałach cenowych. Ponadto nieznaczna grupa badanych przy wyborze miejsca noclegu sugerowała się rekomendacjami znajomych i rodziny (ryc. 7).

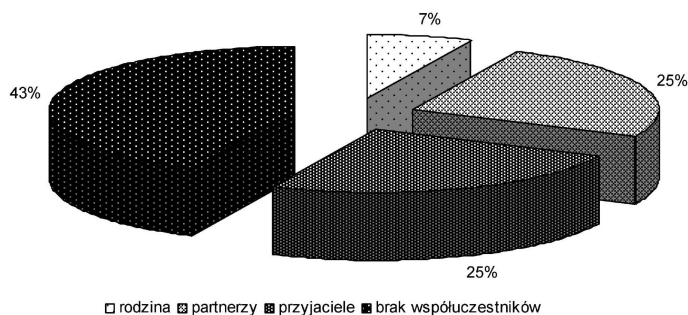


Ryc. 7. Motywy wyboru miejsca noclegowego w Słupsku w populacji turystów uczestniczących w badaniach ankietowych

Fig. 7. The determinants of the choice of accommodation in Słupsk in the researched group of tourists

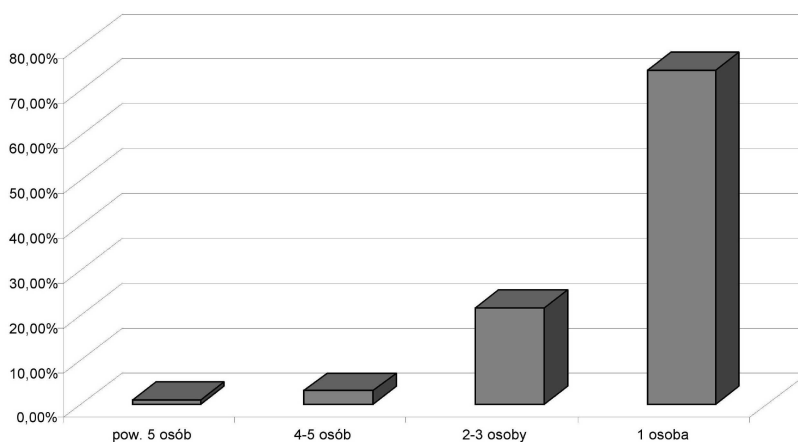
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Przyjazdy do Słupska miały w większości charakter biznesowy, co w połączeniu z okresem podejmowania podróży niewątpliwie wpłynęło na pozostałe cechy pobytu, to jest współuczestników, długość pobytu oraz formy organizacyjne podróży. Samotnie przyjechało do Słupska 43% badanych. Pozostali przyjeżdżali tu najczęściej z przyjaciółmi (25%) oraz partnerem (25%, ryc. 8). Najmniej było w badanej populacji osób, które odwiedziły miasto z rodziną, na co wpłynął w głównej mierze czas, w którym odbywały się wyjazdy (okres poza sezonem urlopowo-wakacyjnym, kiedy większość osób jest zaangażowana w pracę oraz naukę).



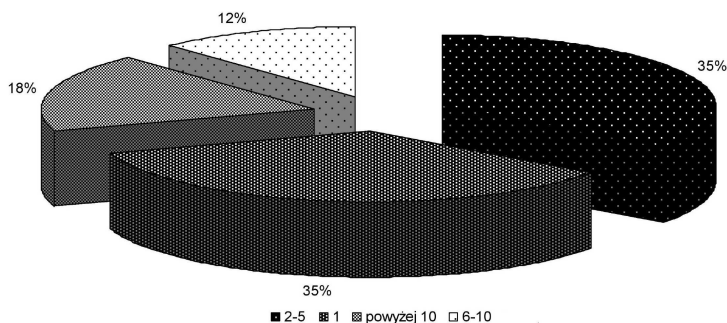
Ryc. 8. Współuczestnicy przyjazdu do Słupska w badanej grupie respondentów  
 Fig. 8. The participants of the arrivals to Słupsk in the researched group of respondents  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Ponadto zdecydowanie przeważały osoby, które podróżowały samodzielnie lub w towarzystwie jednej osoby (70%, ryc. 9).



Ryc. 9. Liczba współuczestników pobytu w Słupsku w badanej grupie turystów  
 Fig. 9. The number of participants of the arrivals to Słupsk in the researched group of tourists  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

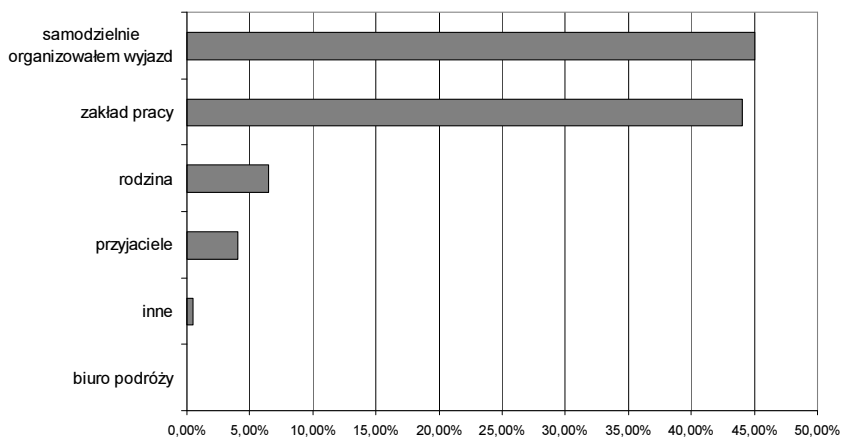
W badanej populacji respondentów po około 35% stanowiły osoby, które pierwszy raz w życiu odwiedzały Słupsk oraz te, które w przeszłości miały okazję być tu co najmniej 2 razy (ryc. 10).



Ryc. 10. Liczba dotychczasowych wizyt w Słupsku w badanej populacji turystów uczestniczących w badaniu ankietowym

Fig. 10. The number of past visits in Słupsk in the researched group of tourists participating in the questionnaire survey

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych



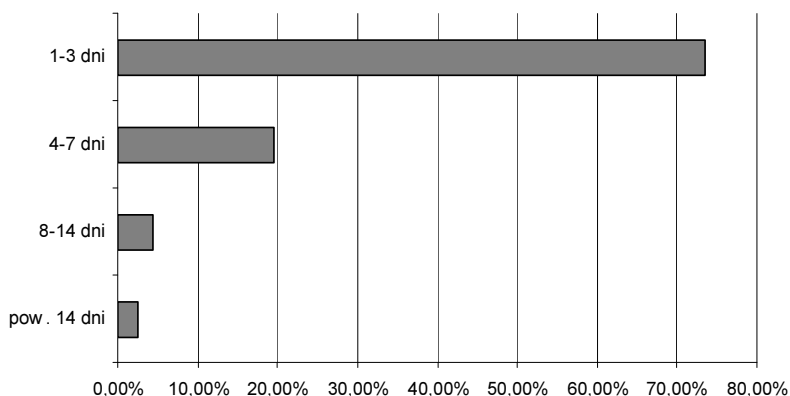
Ryc. 11. Formy organizacyjne podróży do Słupska w badanej populacji turystów uczestniczących w badaniu ankietowym

Fig. 11. The travel to Słupsk organization forms in the researched population of tourists participating in the questionnaire survey

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Dominujący służbowy charakter przyjazdów badanej populacji turystów w okresie poza sezonem urlopowo-wakacyjnym potwierdzają również formy organizacyjne podróży oraz długość pobytu w mieście. Najwięcej, 45% badanych, samodzielnie

organizowało swój wyjazd do Słupska. Podróże około 43% respondentów organizował macierzysty zakład pracy. Udział pozostałych form organizacji wyjazdów był marginalny (rodzina – 7%, przyjaciele – 4%, ryc. 11).



Ryc. 12. Planowana długość pobytu w Słupsku w badanej populacji turystów uczestniczących w badaniu ankietowym

Fig. 12. Planned length of stay in Słupsk in the researched population of tourists

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Analiza planowanej długości pobytu w Słupsku w badanej populacji turystów uczestniczących w badaniu ankietowym potwierdza średnie długości pobytu turysty w Słupsku obliczone na podstawie danych statystycznych dotyczących ruchu turystycznego w mieście z uwzględnieniem liczby turystów oraz liczby udzielonych noclegów. Najwięcej spośród badanych (około 74%) wskazało na krótkie wizyty w przedziale 1-3 dni. Około 20% zadeklarowało planowany pobyt w Słupsku w przedziale od 4 do 7 dni. Udział odwiedzających, którzy przyjechali na dłuższy niż tygodniowy pobyt, w badanej populacji był marginalny. Potwierdza to charakter ruchu turystycznego w mieście w okresie po sezonie urlopowo-wakacyjnym oraz określa rangę Słupska jako destynacji turystycznej.

## Wnioski

Ruch turystyczny w Słupsku odgrywa niewielką rolę w rozwoju społeczno-ekonomicznym miasta, czego potwierdzeniem jest relatywnie niska liczba turystów oraz długość pobytów turystycznych w mieście na tle innych popularnych miejscowości.

Pobyty turystów w mieście mają charakter krótkich wizyt. Słupsk w okresie jesiennym, po sezonie urlopowo-wakacyjnym, jest odwiedzany przez turystów, którzy

przyjeżdżają tu na krótkie pobyty o charakterze biznesowym, rzadziej wypoczynkowym i rodzinnym.

Turyści ci pochodzą najczęściej z dużych miast z województwa pomorskiego (Gdańsk) oraz województw sąsiednich: zachodniopomorskiego (Szczecin) i kujawsko-pomorskiego (Toruń) oraz z pozostałych największych ośrodków miejskich kraju – Warszawa, Poznań, Wrocław

W strukturze demograficznej turystów odwiedzających Słupsk w „martwym sezonie” powakacyjnym dominują osoby w wieku 30-39 lat, podróżujące indywidualnie własnym środkiem lokomocji, podejmujące wyjazd organizowany indywidualnie bądź osoby delegowane przez pracodawcę.

Charakterystyka wybranych cech ruchu turystycznego wskazuje, że Słupsk, pomimo niekwestionowanych atrakcji turystycznych, nie odgrywa większej roli jako destynacja turystyczna, raczej jest miejscowością tranzytową dla turystów podróżujących do miejscowości nadmorskich środkowej części Pobrzeża Koszalińskiego.

## Literatura

- Ashworth G.J., Tunbridge J.E., 1990, *The tourist-historic city*, Belhaven-London
- Getz D., 1993, *Planning for tourists business districts*, Annals of Tourism Research, 20, 4, s. 276-292
- Clark T.N., 2003, *The as an Entertainment Machine*, Elsevier
- Hall C.M., Page S.J., 2006, *The Geography of tourism and recreation Environment, place and space*, Routledge-London-New York
- Judd D.R., Fainstein S.S., 2008, *The tourist city*, Yale University Press
- Kozak M., 2009, *Regiony turystyczne: aspekty użyteczności pojęcia*, Folia Turistica, 21, s. 185-202
- Liszewski S., 1995, *Przestrzeń turystyczna*, Turyzm, 5, 2, s. 7-19
- Liszewski S., 1999, *Przestrzeń turystyczna miasta (przykład Łodzi)*, Turyzm, 9, 1, s. 51-74
- Mateczak A., 1989, *Problemy badania funkcji turystycznej miast Polski. Funkcja turystyczna*, Acta Universitatis Lodziensis. Turyzm, 5, s. 27-39
- Meyer B., 2008, *Kształtowanie układów przestrzenno-funkcjonalnych przez turystykę*, Szczecin
- Pawlicz A., 2008, *Promocja produktu turystycznego. Turystyka Miejska*, Warszawa
- www.stat.gov.com z dnia 8.01.2014, 15.11.2014

## Summary

There are a lot of tourist attractions in Słupsk. In spite of tourist attractiveness of the town the tourist traffic doesn't play important role in socio-economical development of Słupsk what confirms relatively low number of tourists visiting town and short term of tourist stays comparing with others popular tourist destinations in Poland.

After the holiday season the town is visited for short term stays more often for business purposes then form its tourist attractions. The first of all the town is visited by tourists coming from surrounding cities of pomorskie, kujawsko-pomorskie and zachodniopomorskie provinces and from the biggest polish cities as Warsaw, Poznań, Wrocław.

Besides it after the holiday season the town is visited by tourists in the age from 30 to 39 years travelling alone by their own car and participating in journey organized by their own or by their companies.

The characteristic of the chosen indicators of the tourist traffic in Słupsk show Słupsk doesn't play more significance as tourist destination being rather transitional location for tourist coming to the middle coast destinations of the Pobrzeże Koszalińskie Region.

