

Śródmiejski odcinek
Alei Wojska Polskiego
w oczach
mieszkańców Szczecina

Raport z badań socjologicznych

SZCZECIŃSKIE TOWARZYSTWO SOCJOLOGICZNE

Autorzy opracowania:

Ryszard Czyszkiewicz – Wstęp, Rozdział III,

Małgorzata Maruszewska, Joanna Pośpiech – Rozdział I

Anna Nowak, Regina Thurow – Rozdział II

Włodzimierz Durka – Rozdział IV

Antoni Sobolewski, Ryszard Czyszkiewicz, Włodzimierz Durka -

ZAKOŃCZENIE. WNIOSKI i REKOMENDACJE

SPIS TREŚCI

	Strona
WSTĘP	7
I. Mieszkańcy miasta wobec rewitalizacji Alei Wojska Polskiego	11
II. Mieszkańcy Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji	32
III. Przedsiębiorcy z Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji	51
IV. Różnice i podobieństwa w postrzeganiu rewitalizacji przez mieszkańców miasta, przedsiębiorców oraz mieszkańców Alei Wojska Polskiego	78
ZAKOŃCZENIE. WNIOSKI i REKOMENDACJE	100

Spis Tabel

Numer	Tytuł	Strona
Mieszkańcy miasta wobec rewitalizacji Alei Wojska Polskiego		
1	Czy oprócz Alei Wojska Polskiego może Pan/i wskazać inne miejsca w Szczecinie (place, ulice itp.), uznawane przez Pana/ią za „centralne”, „ważne”?	15
2	Jak często bywa Pan/i na Alei Wojska Polskiego, i w jakim celu? Proszę wskazać częstotliwość przy każdej możliwej okazji do pojawienia się w Alei	17
3	Deklarowane preferencje dotyczące modelu rewitalizacji Alei wg kręgów sąsiedzkich	24
Mieszkańcy Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji		
4	Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?	32
5	Jak często Aleja Wojska Polskiego jest przedmiotem Pan/i czynności związanych z zaspokajaniem różnych potrzeb i jakich? Proszę wskazać częstotliwość przy każdej możliwej okazji do załatwiania różnych spraw w Alei.	33
6	Czy mógłby/aby Pan/i ocenić obecny stan Alei Wojska Polskiego pod następującymi względami	36
7	We wstępnych planach rewitalizacji Alei Wojska Polskiego przyjmuje się różne koncepcje (modele). Czy mógłby/aby Pan/i wskazać, jakie jest jego/jej poparcie dla każdej z nich?	39
8	Rewitalizacja Alei może wymagać zmian w układzie komunikacyjnym. Jakie z tych zmian uważałby/aby Pan/i za konieczne, a jakie za raczej niekonieczne?	42
9	Rewitalizacja Alei wymaga działań w stosunku do kształtu i rodzaju ulokowanej tam przedsiębiorczości, estetyki ulicy i budynków, zieleni i miejsc wypoczynku, warunków zamieszkiwania itp. Jakie z działań podejmowanych przez władze miasta spotkałyby się z Pana/i akceptacją, a jakie z odrzuceniem?	44
10	Czy w związku z planami rewitalizacji Alei Wojska Polskiego żywi Pan/i jakieś obawy odnoszące się do warunków swojego zamieszkiwania przy Alei. W jakim stopniu?	46
11	Czy w związku z planami rewitalizacji Alei Wojska Polskiego żywi Pan/i jakieś nadzieje odnoszące się do warunków zamieszkiwania w Alei? W jakim stopniu?	48
12	Jak generalnie rzecz biorąc oceniłby/aby Pan/i zamiar rewitalizacji Alei Wojska Polskiego?	49
13	Czy generalnie rzecz biorąc jest Pan/i zadowolony/a z faktu zamieszkiwania przy Alei?	50
Przedsiębiorcy z Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji		
14	Jak ocenia Pan/i aktualną sytuację swojej firmy?	53
15	Czy lokalizacja działalności na Alei Wojska Polskiego z uwagi na jej umiejscowienie jest dla Pana/i firmy korzystna (np. w porównaniu z innymi lokalizacjami w mieście)?	55
16	Rozważane losy firmy	57
17	Lokalizacje postrzegane jako atrakcyjne dla prowadzenia działalności gospodarczej	59
18	Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?	60
19	Lokalizacje postrzegane jako „centralne”, „ważne” w mieście	61
20	Ocena obecnego stanu Alei Wojska Polskiego pod następującymi względami	63
21	Miejsca „szczególne” przy Alei Wojska Polskiego – wyróżniające się pozytywnie	65

22	Miejsca „szczególne” przy Alei Wojska Polskiego – wyróżniające się negatywnie	66
23	Jak ważne są działania w polegające na rewitalizacji Alei Wojska Polskiego	68
24	Poparcie dla możliwych kierunków (modeli) rewitalizacji Alei Wojska Polskiego	71
25	Poparcie dla zmian w układzie komunikacyjnym Alei (wprowadzanych w ramach rewitalizacji)	73
26	Poparcie dla niektórych działań związanych z rewitalizacją	75
27	Działania rewitalizacyjne muszą pociągać za sobą koszty. Czy i jakie przedsięwzięcia miasta w tym zakresie spotkałyby się z Pana/i poparciem i uczestnictwem?	77

Spis wykresów

Numer	Tytuł	Strona
Mieszkańcy miasta wobec rewitalizacji Alei Wojska Polskiego		
1	Płeć respondentów	11
2	Wiek urodzenia respondentów	12
3	Status zawodowy respondentów	12
4	Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?	13
5	Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina a wiek respondentów	14
6	Jak często bywa Pan/i na Alei Wojska Polskiego, i w jakim celu? Proszę wskazać częstotliwość przy każdej możliwej okazji do pojawienia się w Alei.	16
7	Czy mógłby/aby Pan/i wskazać jakieś szczególne elementy (sklep, restaurację, miejsce itp.) w alei.	18
8	Czy mógłby/aby Pan/i ocenić obecny stan Alei Wojska Polskiego pod następującymi względami	19
9	Ogólna ocena zamiaru rewitalizacji	21
10	Poparcie dla poszczególnych modeli rewitalizacji Alei	22
11	Poparcie dla poszczególnych wariantów zagospodarowania Alei	28
12	Akceptacja dla rozwiązań proponowanych w ramach procesu rewitalizacji	29
13	Obawy mieszkańców związane z rewitalizacją Alei	30
14	Nadzieje związane z rewitalizacją Alei	30
Mieszkańcy Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji		
15	Sposoby „wykorzystywania” Alei przez jej mieszkańców	34
16	Ocena niektórych elementów Alei przez jej mieszkańców	37
17	Poparcie dla ogólnych kierunków rewitalizacji wśród mieszkańców Alei	40
18	Poparcie lub odrzucenie wariantów ruchu komunikacyjnego przez mieszkańców Alei Wojska Polskiego	43
Przedsiębiorcy z Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji		
19	Ocena aktualnej sytuacji firmy (%)	54
20	Opinia na temat korzyści płynących z funkcjonowania firmy przy Alei Wojska Polskiego	55
21	Przewidywania co do dalszego losu firmy	57
22	Opinia na temat miejsca Alei w przestrzeni miasta	60
23	Ocena poszczególnych elementów charakteryzujących Aleję	64
24	Opinie na temat konieczności przeprowadzenia rewitalizacji Alei Wojska	68

	Polskiego	
25	Poparcie dla 74 ogólnych kierunków przekształceń na Alei Wojska Polskiego (odsetek głosów 76w popierających)	
26	Poparcie, lub brak poparcia dla wariantów zmian układu komunikacyjnego	74
27	Stopień poparcia dla niektórych rozwiązań związanych z rewitalizacją	76

Różnice i podobieństwa w postrzeganiu rewitalizacji przez mieszkańców miasta, przedsiębiorców oraz mieszkańców Alei Wojska Polskiego

28	Ocena znaczenia Alei Wojska Polskiego	79
29	Zgoda i brak zgody na stwierdzenie o centralnej roli Alei Wojska Polskiego w Szczecinie (%)	80
30	Ocena aktualnej sytuacji na Alei Wojska Polskiego	81
31	Poparcie dla ogólnych kierunków rewitalizacji	83
32	Poparcie dla określonych kierunków rewitalizacji w grupach badanych (%)	85
33	Podstawowe funkcje Alei Wojska Polskiego dla jej mieszkańców oraz mieszkańców innych części miasta.	86
34	Stopień poparcia dla wariantu I	88
35	Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 1 (%)	88
36	Stopień poparcia dla wariantu II	90
37	Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 2 (%)	90
38	Stopień poparcia dla wariantu III	92
39	Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 3 (%)	93
40	Stopień poparcia dla wariantu IV	94
41	Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 4 (%)	94
42	Stopień poparcia dla proponowanych wariantów według badanych kategorii respondentów	95
43	Poparcie dla wariantów wśród grup badanych (%)	96
44	Odrzucenie wariantów wśród grup badanych (%)	97
45	Ocena potrzeby rewitalizacji Alei Wojska Polskiego	98
46	Ocena idei rewitalizacji Alei Wojska Polskiego (%)	98

Spis rysunków

Numer	Tytuł	Strona
1	Podział Szczecina według warstw losowania	23
2	Wariant I: Widok Alei od strony pl. Szarych Szeregów.	87
3	Wariant II: widok skrzyżowania Al. Wojska Polskiego z ul. Jagiellońską w kierunku Placu Szarych Szeregów.	89
4	Wariant III: widok Alei od strony Placu Szarych Szeregów	91
5	Wariant IV: widok skrzyżowania Al. Wojska Polskiego z ul. Jagiellońską w kierunku Pl. Szarych Szeregów.	93

WSTĘP

Miasta i ich społeczności zmieniają się. Wyraża się to w budowie nowych osiedli, nowych budynków i nowych ulic i alei. W tym czasie inne znikają z pejzażu miejskiego albo zmienia się ich znaczenie i rola, jaką odgrywają w życiu miasta. Również oczekiwania mieszkańców pod adresem przestrzeni miejskiej i sposobu jej wykorzystywania nie pozostają stałe. Centrum miasta, pewne funkcje wykonywane w określonych lokalizacjach przesuwać się do innych przestrzeni, czasami w ogóle zanikają, a nowe potrzeby nowych pokoleń mieszkańców kreują funkcje do tej pory nieistniejące i szukające miejsca dla swej manifestacji.

W Szczecinie miejscem o centralnym położeniu w przestrzeni miasta, służącym realizacji wielu funkcji użytecznych dla wszystkich mieszkańców była i jest Aleja Wojska Polskiego, zwłaszcza na odcinku między placami Szarych Szeregów i Zwycięstwa. Ten fragment alei rozciąga się na długości prawie 1,3 km., jest gęsto zabudowany, a przy tym charakteryzuje się szeroką jezdnią i przestrzennymi chodnikami. Krzyżuje się, zbiega lub sąsiaduje z innymi ważnymi arteriami komunikacyjnymi oraz miejscami lokalizacji licznych podmiotów świadczących usług, oferujących dobra, towary i wartości szczecinianom zaspokajającym swoje potrzeby – ul Jagiellońska, Bolesława Krzywoustego, Józefa Piłsudskiego, Aleja Piastów, aby wymienić najważniejsze.

Kształt Alei Wojska Polskiego nie zmieniał się w przeciągu 70-ciu powojennych lat, ale zmieniała się jej „zawartość”. W latach 70-tych XX wieku pojawiły się wieżowce – element dość niezwykły wśród dotychczasowej cztero-, pięciopiętrowej zabudowy. Obecnie są one najliczniej zamieszkiwanymi budynkami w tej części Alei. Pojawiły się przy nich pawilony oferujące miejsce prowadzenia działalności dla licznych podmiotów z branży handlowej. Nieprzerwanie przy Alei działa kino Pionier, od wielu lat lokal oferujący szczecińskie paszteciki, obecna jest kwaciarnia 7 Róż i kilka jeszcze miejsc pamiętanych przez starsze pokolenia szczecinian. Nie ma natomiast kina Kosmos (choć pozostał budynek sposobiony do pełnienia nowych ról, nie ma dawnego EMPiKu, na którego miejscu działa obecnie filia Miejskiej Biblioteki Publicznej, zniknęła kawiarnia Jubilatka, „ściana płaczu” i bar To Tu”. Większość działających podmiotów gospodarczych to podmioty przynajmniej w przestrzeni Alei „nowe”, liczące tu swoją obecność w kilku, czasami kilkunastu latach (a wiele tylko w miesiącach). Przez część Alei biegły tory tramwajowe, obecnie ich nie ma. Jest za to komunikacja autobusowa. Mieszkańcy również nie trwają w niezmiennym składzie.

Miasto może się zmieniać – rozwijać lub upadać i degradować – w sposób żywołowy, może też być poddawane świadomym, planowym procesom przekształcania. Inicjatorami i wykonawcami, a w rezultacie beneficjentami podejmowanych działań powinny być reprezentanci wszystkich sił społecznych działających w mieście. Za Florianem Znanieckim należy tu wymieść: funkcjonariuszy miejskich tzn. władze i administrację miasta sprawujących swe funkcje z nadania społecznego, członków znaczących, opiniotwórczych grup i kręgów społecznych aktywnych w życiu społeczności, i wreszcie ogół społeczności miasta jako najszerszy krąg reprezentujący wszystkie środowiska kształtujące miejską tkankę.

W działaniach na rzecz rozwoju miasta władze miejskie podjęły starania polegające na opracowaniu i wcieleniu w życie przedsięwzięć przywracających Alei Wojska Polskiego (jej części między placami Szarych Szeregów i Zwycięstwa) centralną pozycję i rangę. Temu mają m.in. służyć koncepcje przeorganizowania układu komunikacyjnego alei (włącznie z przebudową kształtu jej jezdni), także przebudową lub reorganizacją przestrzeni okalającej jezdnie. Życie społeczności miejskiej nie koncentruje się jednak jedynie w przestrzeni komunikacji – równie, jeśli nie ważniejsze są treści związane z działalnością handlową, usługową, czy szerzej – zawodową (dla wielu mieszkańców Aleja to miejsce pracy), także z funkcją społeczną, towarzyską (dla wielu mieszkańców Aleja to miejsce podtrzymywania kontaktów społecznych) oraz funkcja reprezentowania (dla wielu mieszkańców Aleja to miejsce charakterystyczne, „wywoławcze” dla Szczecina). Uwzględnienie tych elementów jest kluczowe z punktu widzenia zapewnienia sukcesu działaniom rewitalizacyjnym. Jeśli mają się one sprowadzać do zapewnienia alei centralnej roli i znaczenia w życiu miasta, muszą one przywracać rolę i znaczenie Alei w życiu i aktywności mieszkańców miasta. Plany muszą obejmować rozwiązania urbanistyczne i architektoniczne, dotyczące układu komunikacyjnego, ale również kształtów działalności gospodarczej oraz aktywności społecznej znajdujących swe miejsce w przestrzeni Alei. Sukces przedsięwzięcia polega nie tylko na zaplanowaniu i przeprowadzeniu udanych i trafnych działań, ale także na uzyskaniu społecznej aprobaty i poparcia ze strony szerokich kręgów mieszkańców miasta, ze szczególnym uwzględnieniem tych, którzy przy niej mieszkają oraz prowadzą działalność gospodarczą. Warunkiem koniecznym dokonania rewitalizacji Alei Wojska Polskiego jest poznanie opinii i sądów szczecinian na temat zakładanych przedsięwzięć oraz stopień ich poparcia dla różnych rozwiązań.

Z tego powodu jedną z kluczowych spraw jest poznanie i uwzględnienie zdania mieszkańców miasta na temat przedkładanych planów i projektowanych działań. W tym celu

Urząd Miasta Szczecin zlecił przeprowadzenie badań socjologicznych pt. „Śródmiejski odcinek Alei Wojska Polskiego w oczach mieszkańców Szczecina”. Jego realizatorami są Szczecińskie Towarzystwo Socjologiczne będące autorem pytań zawartych w kwestionariuszu oraz przygotowujące Raport końcowy, oraz Centrum Rozwoju Społeczno-Gospodarczego, którego ankieterzy przeprowadzali wywiady z mieszkańcami miasta.

Celem badań było uzyskanie wiedzy i poznanie opinii mieszkańców i użytkowników Alei Wojska Polskiego na temat stopnia aprobaty i gotowości poparcia określonych przedsięwzięć zmierzających do rewitalizacji jej śródmiejskiego odcinka (od Pl. Szarych Szeregów do Pl. Zwycięstwa). Zebrane dane i informacje mają służyć podejmowaniu optymalnych decyzji oraz działań o charakterze inwestycyjnym i nie inwestycyjnym w procesie rewitalizacji śródmiejskiego odcinka Alei Wojska Polskiego.

W związku z tym szczegółowymi celami badań było uzyskanie wypowiedzi badanych na temat:

1. Miejsca, jakie Aleja, zajmuje w życiu społecznym, gospodarczym, układzie komunikacyjnym itp. miasta,
2. Rzeczywistych modeli obecnego „użytkowania” Alei przez różne kategorie mieszkańców, dostrzeganych wad i zalet obecnego kształtu Alei,
3. Subiektywnej (emocjonalnej) postawy mieszkańców wobec Alei jako wartości miastotwórczej,
4. Preferencji lub/i zastrzeżeń mieszkańców wobec rozwiązań niesionych przez plany rewitalizacji Alei,
5. Gotowości do współuczestniczenia w procesach decyzyjnych odnoszących się do rewitalizacji Alei.

Badania opinii i poglądów mieszkańców Szczecina na temat procesu rewitalizacji śródmiejskiego odcinka Alei Wojska Polskiego zostały przeprowadzone metodą wywiadu kwestionariuszowego w odniesieniu do trzech kategorii respondentów:

1. Reprezentatywna próba mieszkańców miasta o liczebności 1064 respondentów. Zastosowaną metodą doboru był dobór warstwowy, gdzie pierwszą warstwą było miejsce zamieszkania (osiedle) wyznaczone przez odległości poszczególnych kręgów od Alei Wojska Polskiego (patrz mapka), drugą zaś podział zbiorowości badanych ze względu na płeć oraz wiek. Pozostałe cechy demograficzne (wykształcenie, statusu społeczno-zawodowy, rok zamieszkania w Szczecinie) zostały określone w wyniku analizy cech badanej próby. Pozwalają one wzbogacić socjologiczny opis próby. W

przypadku tej kategorii respondentów wywiady były prowadzone metodą PAPI przez wykwalifikowanych ankieterów.

2. Mieszkańcy Alei Wojska Polskiego (w granicach badanego odcinka). W przypadku tej kategorii respondentów metodą dotarcia do nich było odwiedzanie w mieszkaniach z prośbą o udzielenie wywiadu. Działania te podejmowano we współpracy z zarządcami nieruchomości, wspólnotami mieszkaniowymi oraz spółdzielniami. Przeprowadzono 206 wywiadów.
3. Przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą zlokalizowaną przy Alei Wojska Polskiego (w granicach badanego odcinka). W przypadku tej kategorii został zastosowany dobór pełny tzn. objętych nimi zostali wszyscy przedsiębiorcy z działalnością tam zlokalizowaną. Warunkiem przeprowadzenia wywiadu była dostępność respondenta na miejscu, spełnianie przez niego warunku kompetencji i odpowiedzialności za firmę, oraz oczywiście wyrażenie zgody na wzięcie udziału w badaniach. Wypowiedzi były uzyskiwane metodą PAPI przez wykwalifikowanych ankieterów. Przeprowadzono 101 wywiadów.

Wyniki przeprowadzonych badań zostały przedstawione i omówiono osobno w odniesieniu do każdej z kategorii badanych. Sumowanie odpowiedzi, w sytuacji innej ich liczebności nie miałyby większego sensu. Przede wszystkim jednak osobne przedstawianie wyników w odniesieniu do każdej badanej grupy pozwala zdać relację z różnorodności opinii, sądów i oczekiwań (obaw i nadziei) związanych z różnym charakterem grup mieszkańców Szczecina, ich odmienną sytuacją i odmiennym związkiem z Aleją Wojska Polskiego. Wszelako po przedstawieniu wyników uzyskanych w odniesieniu do trzech kategorii badanych zostanie dokonane ich zestawienie w celu wskazania najważniejszych podobieństw (wspólnych stanowisk) i najważniejszych różnic (potencjalne przedmioty kontestacji) mogących określać sposób reakcji poszczególnych grup i całej zbiorowości mieszkańców na działania związane z rewitalizacją Alei Wojska Polskiego.

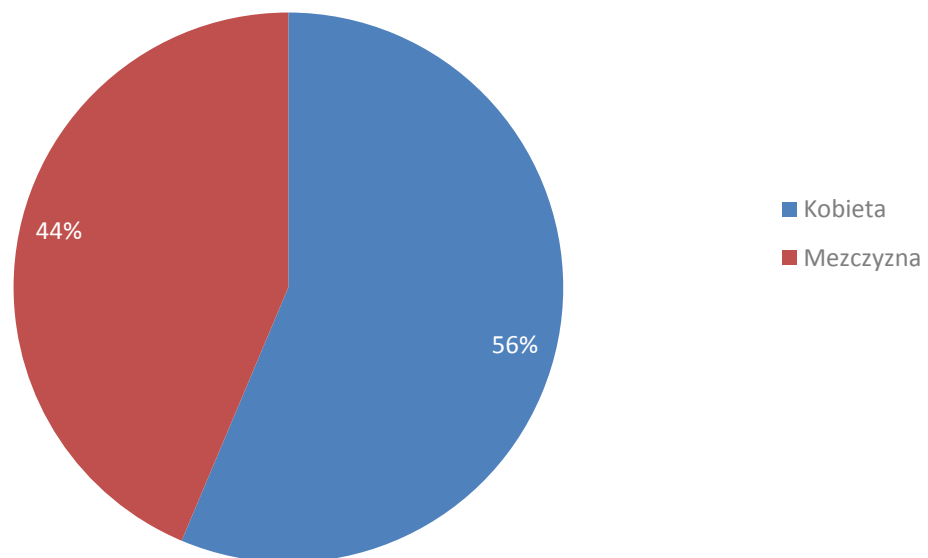
Raport został opracowany przez członków Szczecińskiego Towarzystwa Socjologicznego pracujących w zespołach nad poszczególnymi częściami tekstu. Stąd wynikają pewne różnice w graficznej prezentacji materiału, w żaden sposób jednak nie wpływają one na jego merytoryczną zawartość oraz możliwość dokonywania zestawień i porównań.

I. Mieszkańcy miasta wobec rewitalizacji Alei Wojska Polskiego

Charakterystyka próby

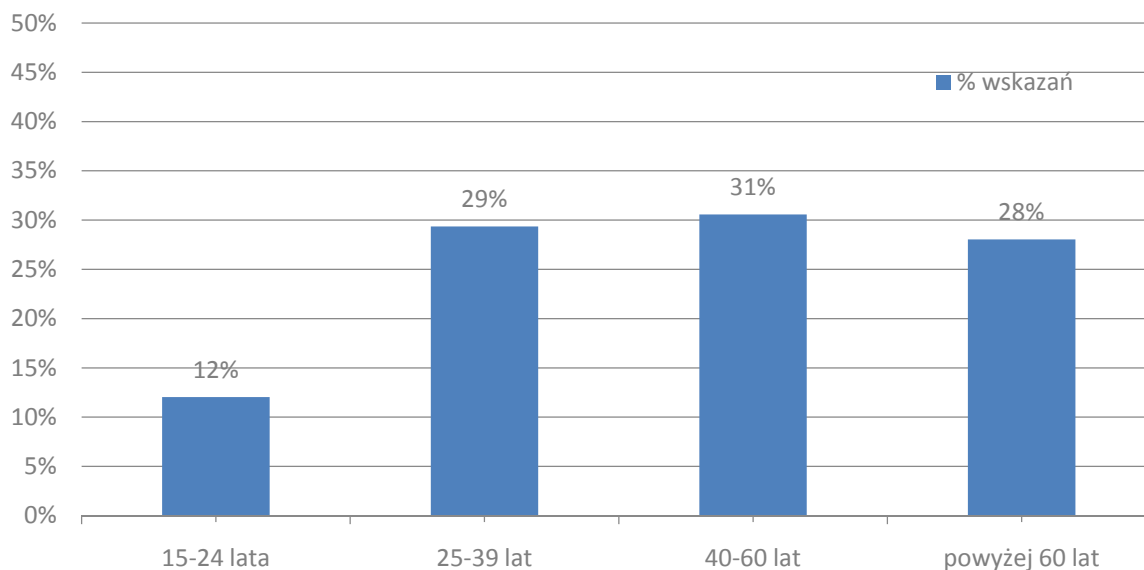
W badaniu udział wzięło 1063 respondentów. 56% z nich stanowią mężczyźni, natomiast kobiety 44%. Rozkład wieku wśród Szczecinian, którzy wzięli udział w badaniu jest w miarę równomierny: osoby w wieku 15-24 lat – 12%, osoby w wieku 25 -39 lat – 29% próby, osoby w wieku 40-60 lat – 31% próby, a osoby w wieku powyżej 60 roku życia – 28% próby.

Wykres 1. Płeć respondentów



Źródło: Badania własne

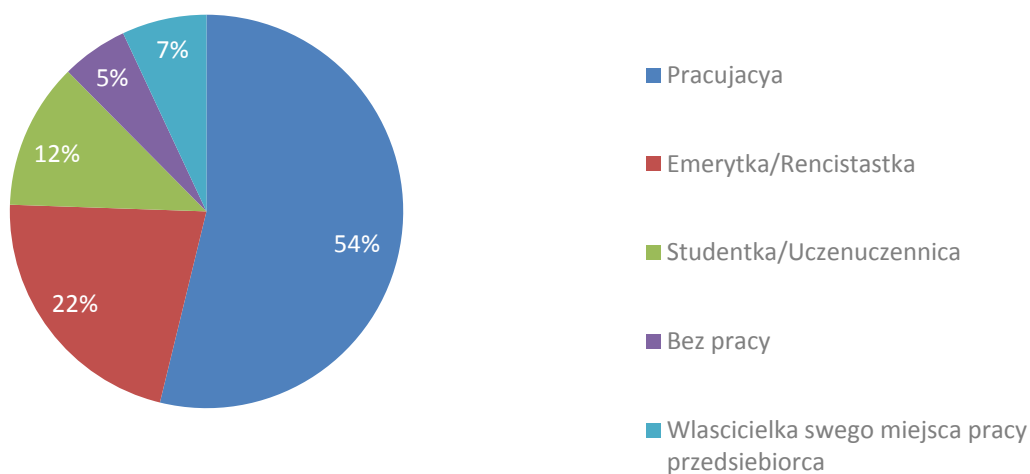
Wykres 2. Wiek urodzenia respondentów



Źródło: Badania własne

Ponad połowa respondentów (54%) to osoby, które podejmują stałą lub dorywczą pracę. Kolejną liczną grupę stanowią emeryci i renciście – 22% oraz studenci -12%. Wśród respondentów pojawili się także przedsiębiorcy – 7% oraz osoby, które aktualnie nie pracują – 5%.

Wykres 3. Status zawodowy respondentów

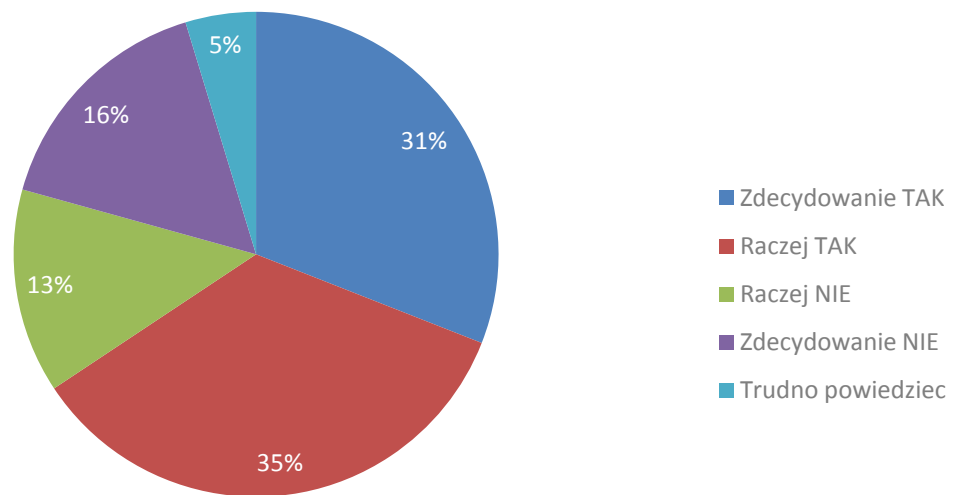


Źródło: Badania własne

Ocena lokalizacji

Zdaniem ponad połowy mieszkańców Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc w Szczecinie (31% - zdecydowanie tak, 35% - zdecydowanie nie). Około 29 % osób nie zgodziło się z tym twierdzeniem, natomiast 5 % osób udzieliło odpowiedzi „trudno powiedzieć”.

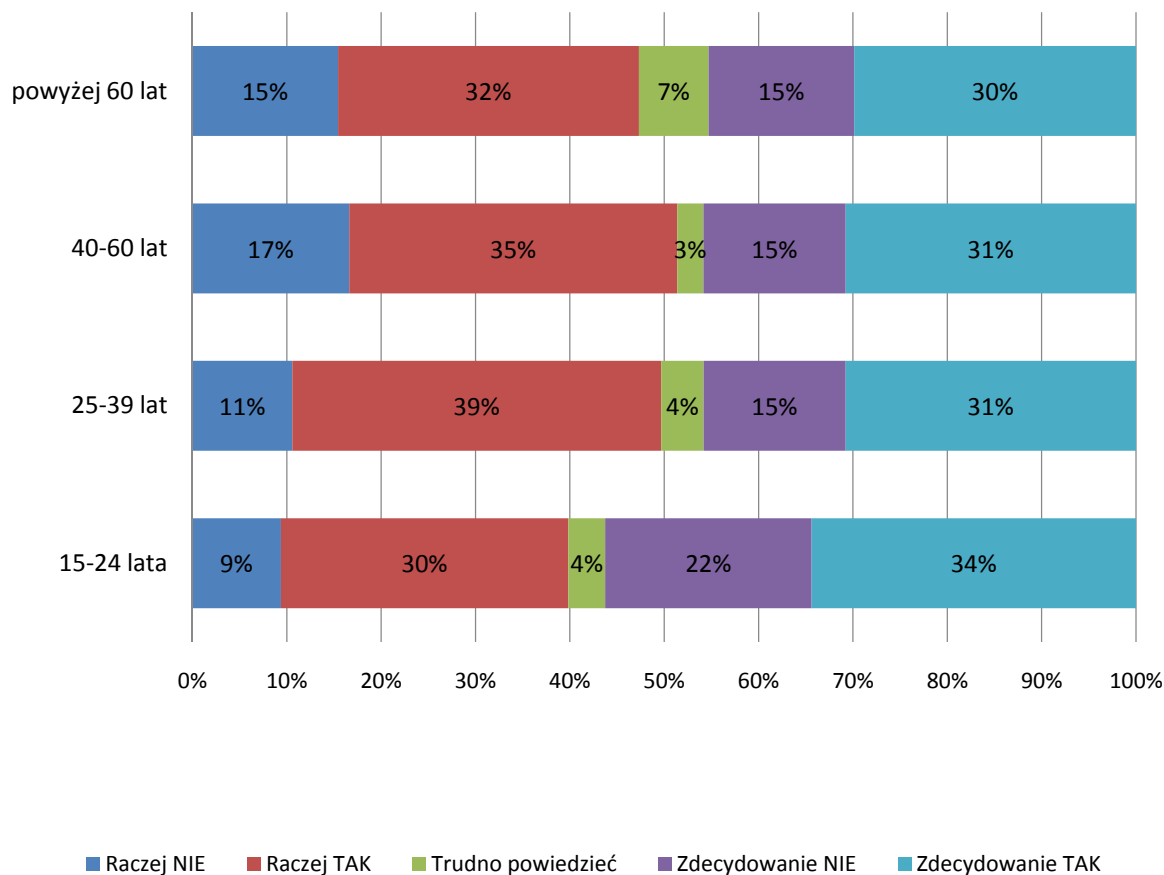
Wykres 4. Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?



Źródło: Badania własne

Osoby w wieku 14-24 lata w najmniejszym stopniu postrzegają Aleję Wojska Polskiego jako jedno z centralnych miejsc w Szczecinie (około 10% więcej odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie” w stosunku do innych grup wiekowych). Najbardziej doceniają znaczenie Alei Wojska Polskiego osoby w wieku 40-60 lat (52% odpowiedzi pozytywnych).

Wykres 5. Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina a wiek respondentów



Źródło: Badania własne

Mieszkańcy najczęściej wskazywali jako inne centralne lub ważne miejsca Szczecina Aleję Wyzwolenia, Wały Chrobrego, plac Rodła, Bramę Portową oraz Jasne Błonia. W tabeli poniżej zamieszczono najczęściej udzielane odpowiedzi.

Tabela 1. Czy oprócz Alei Wojska Polskiego może Pan/i wskazać inne miejsca w Szczecinie (place, ulice itp.), uznawane przez Pana/ią za „centralne”, „ważne”?

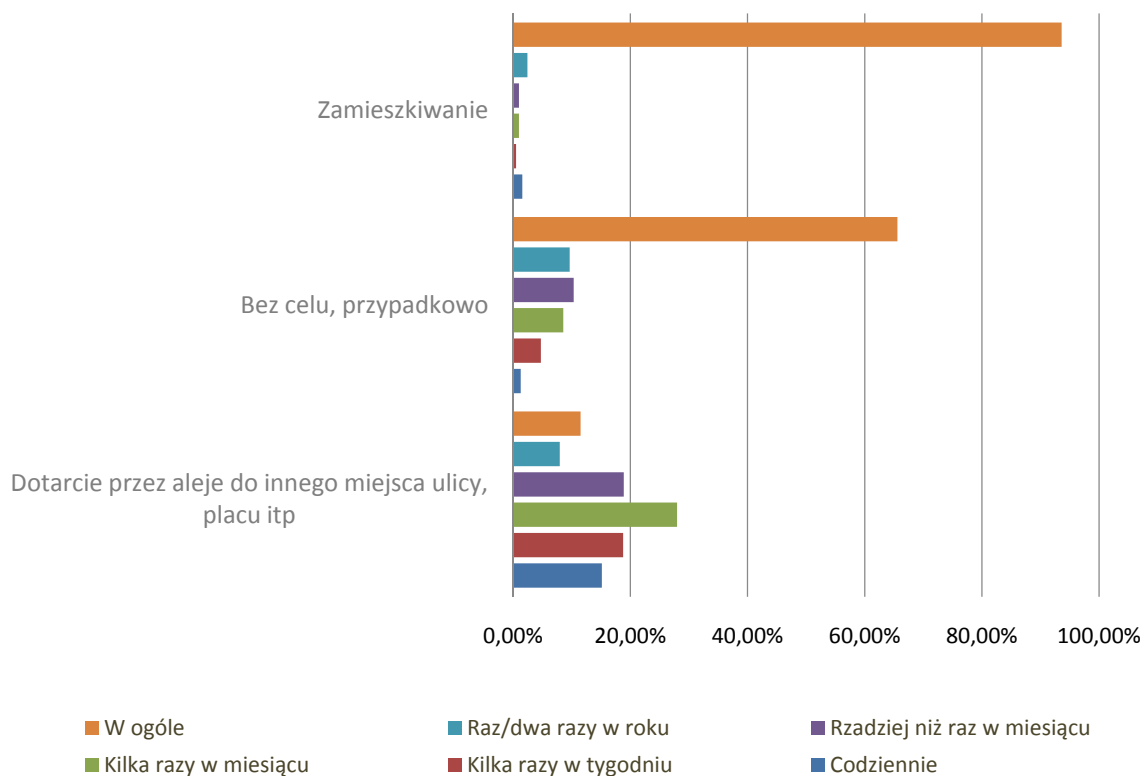
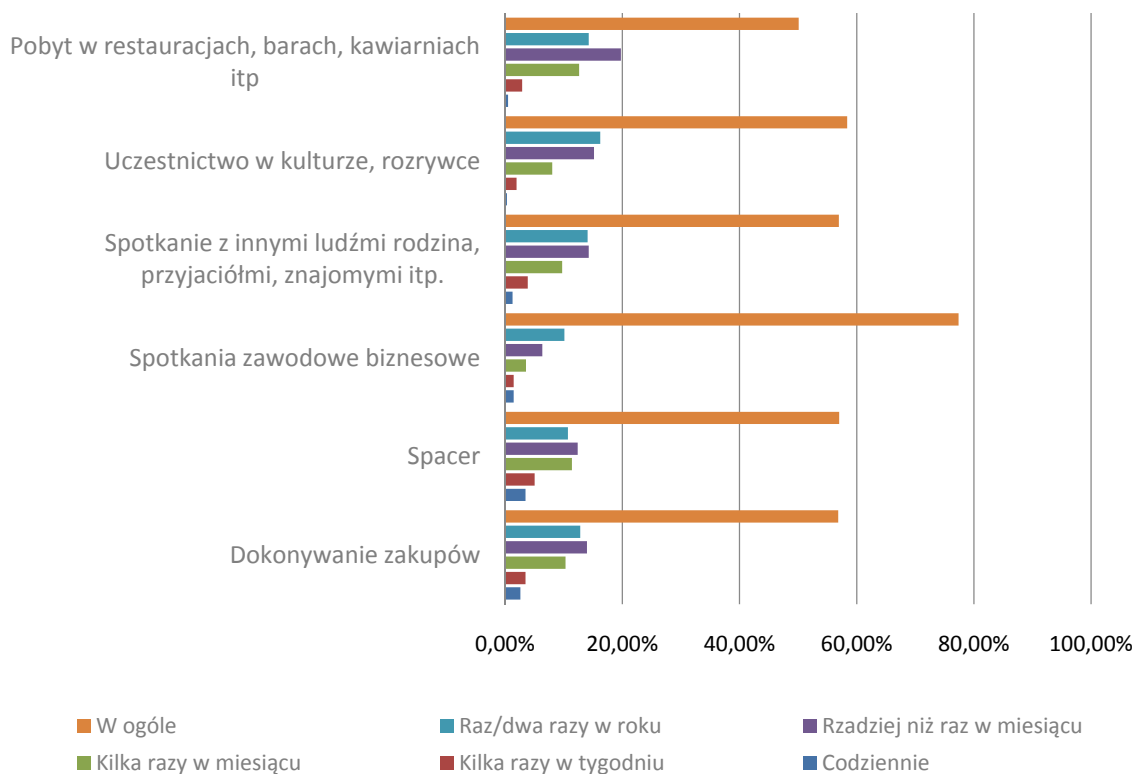
Odpowiedź	Liczba
Plac Rodła	84
Wyzwolenia	42
Brama Portowa	42
Wały Chrobrego	41
Jasne Błonia	23
Deptak Bogusława	18
Niepodległości	18
Krzywoustego	17
Jagiellońska	13
Plac Grunwaldzki	12
Brak	8
Kościuszki	7
Wyszyńskiego	6

Źródło: Badania własne

Ocena częstotliwości uczęszczania, funkcje lokalizacji

Aleja Wojska Polskiego dla 81% ankietowanych Szczecinian, to przede wszystkim ważny element komunikacyjny na codziennie pokonywanych trasach z domu do szkoły czy pracy. W znacznie mniejszym stopniu, ale również stosunkowo często respondenci odwiedzają restauracje, bary i kawiarnie (36% osób częściej niż raz w miesiącu), a także dokonują zakupów (30%), spacerują (32%) lub spotykają z rodziną i znajomymi (25%). Nie jest to raczej miejsce spotkań biznesowych (zawodowych).

Wykres 6. Jak często bywa Pan/i na Alei Wojska Polskiego, i w jakim celu? Proszę wskazać częstotliwość przy każdej możliwej okazji do pojawienia się w Alei.



Źródło: Badania własne

Tabela 2. Jak często bywa Pan/i na Alei Wojska Polskiego, i w jakim celu? Proszę wskazać częstotliwość przy każdej możliwej okazji do pojawienia się w Alei

	Dokonywanie zakupów	Spacer	Spotkania zawodowe, biznesowe	Spotkania z innymi ludźmi, rodzina, przyjaciele, znajomymi itp.	Uczestnictwo w kulturze, rozrywce	Pobyty w restauracjach, barach, kawiarniach itp.	Dotarcie przez aleje do innego miejsca ulicy, placu itp.	Bez celu, przypadkowo	Zamieszkiwanie
Codziennie	2,60%	3,48%	1,44%	1,25%	0,29%	0,48%	15,13%	1,28%	1,55%
Kilka razy w tygodniu	3,47%	5,02%	1,44%	3,85%	1,93%	2,89%	18,77%	4,72%	0,48%
Kilka razy w miesiącu	10,31%	11,40%	3,56%	9,73%	8,02%	12,62%	27,97%	8,55%	0,97%
Rzadziej niż raz w miesiącu	13,97%	12,37%	6,35%	14,26%	15,17%	19,75%	18,87%	10,32%	0,97%
Raz/dwa razy w roku	12,81%	10,72%	10,11%	14,07%	16,23%	14,26%	7,95%	9,64%	2,42%
W ogóle	56,84%	57,00%	77,38%	56,94%	58,36%	50,10%	11,49%	65,59%	93,60%

Źródło: Badania własne

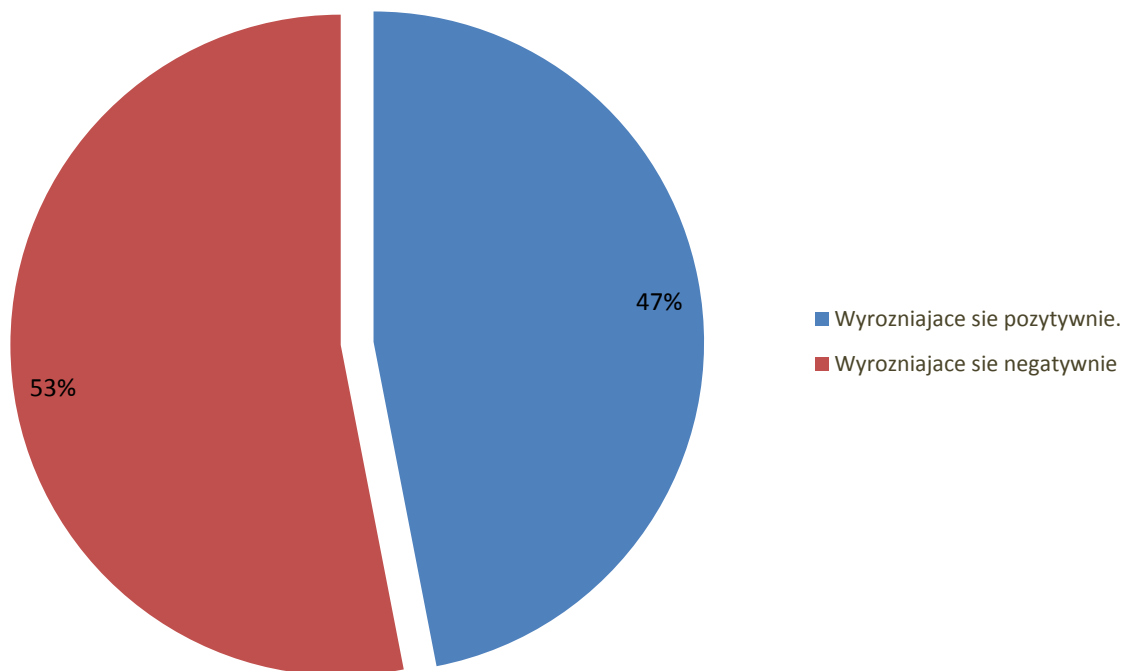
Respondenci zapytani o konkretne miejsca, które odwiedzają najczęściej wskazywali: Biedronkę, Restaurację/Cukiernię „Czekoladowa”, Naleśnikarnię, bar z pasztecikami oraz kino Pionier.

Zgodnie z odpowiedziami respondentów, Aleja Wojska Polskiego wyróżnia się i pozytywnie (53%) i negatywnie (47%).

Wśród miejsc wskazanych jako wyróżniające się pozytywnie, najczęściej podawano: **dyskont Biedronka, restauracje „Czekoladowa”, pizzerię Piccolo, kino Pionier, Burger Bar, bar Pasztecik.**

Miejsca wyróżnione negatywnie przez szczecinian zostały wskazane w sposób bardziej ogólny. Uczestnicy badania wymieniali: **zaniedbane chodniki, brzydkie kamienice, puste sklepy, krótką sygnalizację świetlną, złą nawierzchnię dróg, pustostany, brak wyraźnego charakteru miejsca.**

Wykres 7. Czy mógłby/aby Pan/i wskazać jakieś szczególne elementy (sklep, restaurację, miejsce itp.) w alei.



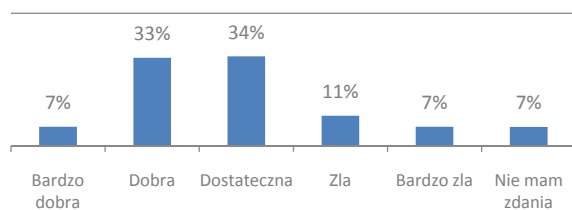
Źródło: Badania własne

Mieszkańcy najwyżej oceniają Aleję Wojska Polskiego pod kątem bezpieczeństwa (około 40% ocen dobrych i bardzo dobrych). Przewagę stanowią jednak odpowiedzi negatywne. Ponad połowa respondentów jako złe lub bardzo złe uznaje: możliwości spędzania wolnego czasu oraz wypoczynku, rozrywki; zanieczyszczenia (powietrza),

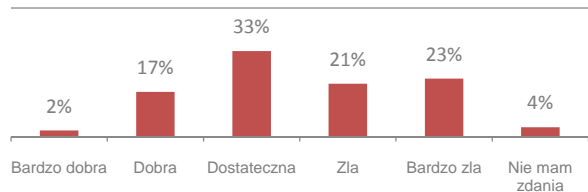
określanie Wojska jako „Wizytówki miasta”, możliwości zapraszanie gości (np. z zagranicy); hałas, zgiełk panujący na alei, natężenie ruchu. Poniżej zamieszczono wykresy przedstawiające rozkład odpowiedzi w poszczególnych kryteriach.

Wykres 8. Czy mógłby/aby Pan/i ocenić obecny stan Alei Wojska Polskiego pod następującymi względami

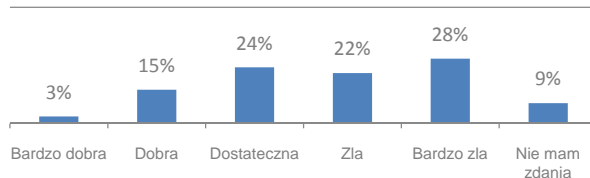
a) bezpieczeństwo



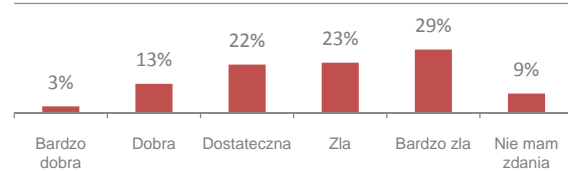
b) estetyka



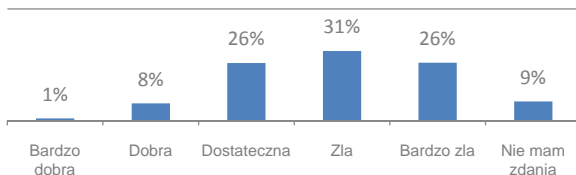
c) Spędzanie wolnego czasu



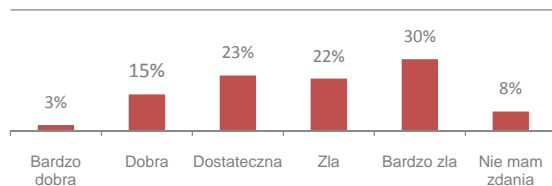
d) Wypoczynek, rozrywka



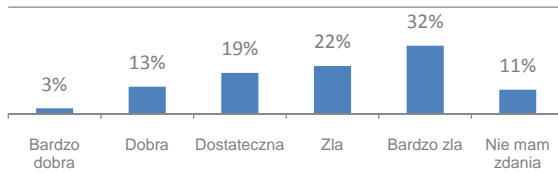
e) Zanieczyszczenia powietrza



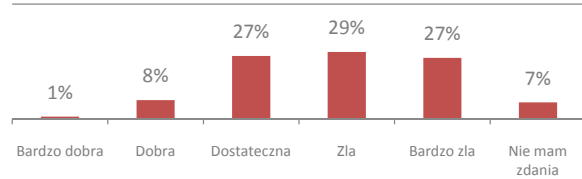
f) Multimedia



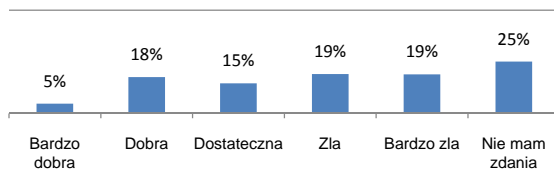
g) Zapraszanie gości np. z zagranicy



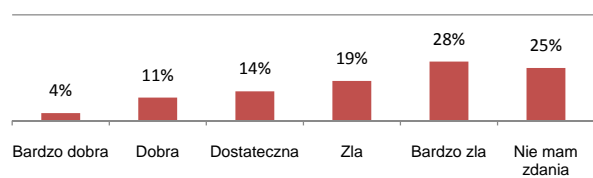
h) Hałas, zgiełk



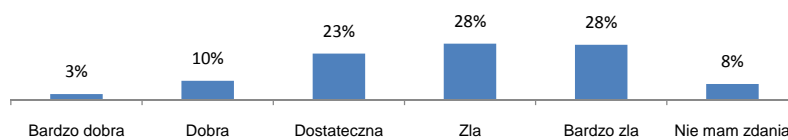
i) Korzyści z prowadzenia firmy



j) Korzyści z zamieszkiwania



Natężenie ruchu



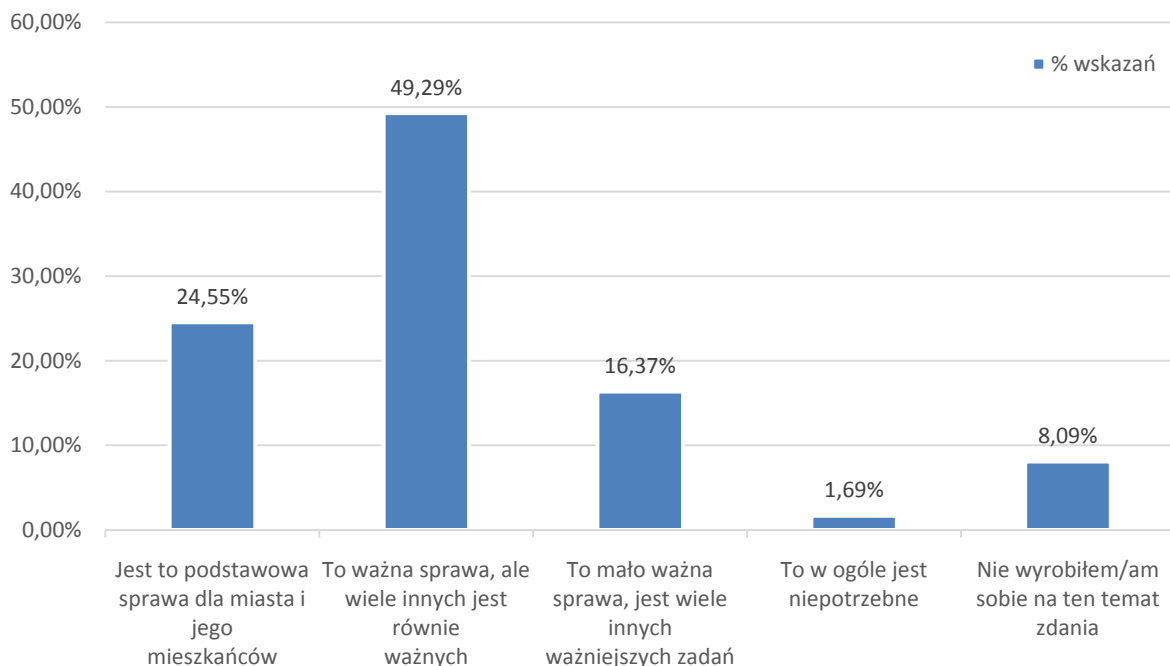
Źródło: Badania własne

Ocena planów w zakresie rewitalizacji Alei Wojska Polskiego, preferowane rozwiązania

Ogólnie rzecz biorąc można ocenić, że mieszkańcy Szczecina pozytywnie podchodzą do propozycji realizacji działań związanych z procesem rewitalizacji śródmiejskiego odcinka Alei Wojska Polskiego (między Pl. Szarych Szeregów a Pl. Zwycięstwa). Zdaniem ¼ z nich jest to obecnie najistotniejsza kwestia dla miasta. Prawie połowa mieszkańców zauważa, że jest szereg innych problemów, które uważają za równie ważne, co inwestycje na Alei Wojska

Polskiego. Propozycje w tym zakresie były rozproszone, jednak najczęściej wymieniane były inne lokalizacje w okolicy centrum miasta - okolice Placu Orła Białego, Brama Portowa, Plac Lotników. Wskazywano także na potrzebę inwestycji w Teatrze Letnim, na Gontynce czy w obrębie terenów nadwodnych (najczęściej wskazywana w tej kategorii była ulica Kolumba).

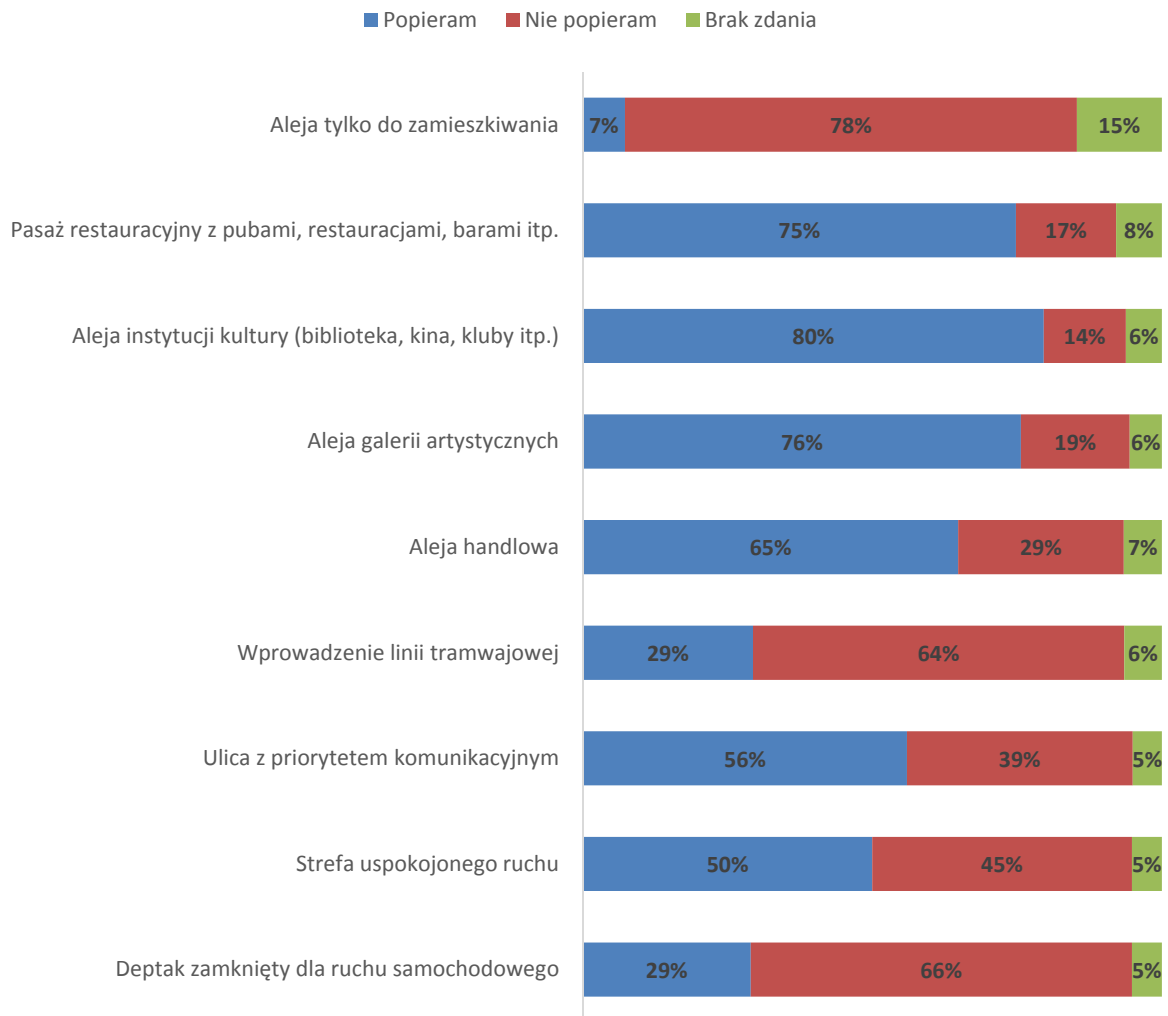
Wykres 9. Ogólna ocena zamiaru rewitalizacji



Źródło: Badania własne

W opinii ponad $\frac{3}{4}$ mieszkańców, Aleja Wojska Polskiego jest idealna do stworzenia miejsca dla spędzania czasu wolnego, w otoczeniu instytucji kultury i sztuki. Dopełnieniem takiej funkcji tej przestrzeni byłyby infrastruktura gastronomiczna – restauracje, puby i bary. Poparcie dla nadania kulturalno-rekreacyjnego charakteru Alei po rewitalizacji wyraziło ponad 75% ankietowanych. Pełnienie takiej funkcji nie wiąże się jednak ściśle z koniecznością uspokojenia czy zamknięcia ruchu samochodów. Model związany ze strefą uspokojonego ruchu popiera 50% respondentów (45% ma negatywne zdanie), a zamknięcie Alei popiera 29% mieszkańców, podczas gdy 66% nie akceptuje takiego rozwiązania. Jako alternatywę dla funkcji kulturalno-rekreacyjnej wskazano model ze stworzeniem ale handlowej. Akceptację dla takiego pomysłu wyraziło 65% uczestników badania.

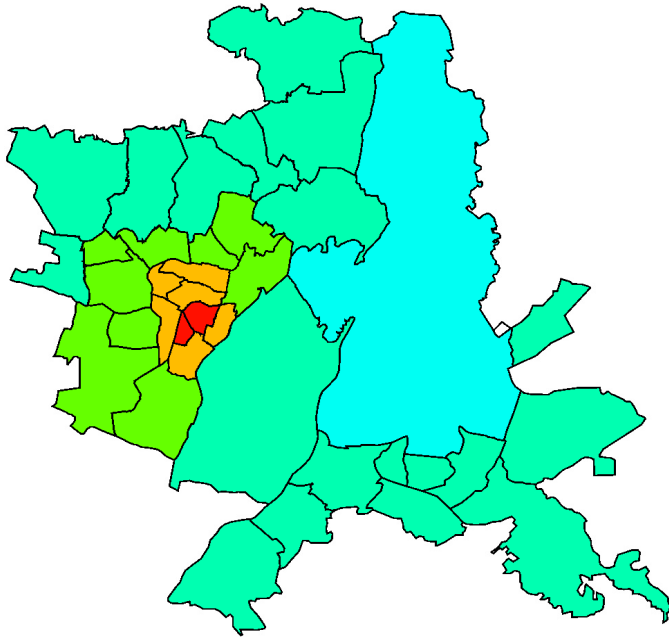
Wykres 10. Poparcie dla poszczególnych modeli rewitalizacji Alei



Źródło: Badania własne

W celu zapewnienia przestrzennej reprezentatywności doboru próby mieszkańców Szczecina, podzielono miasto na cztery obszary: rdzeń, I, II oraz III krąg sąsiedztwa z rdzeniem. Zweryfikowano preferencje mieszkańców w zakresie nowych funkcji Alei, biorąc pod uwagę odległość miejsca zamieszkania od tej lokalizacji, a co za tym idzie, potencjalną częstotliwość przebywania w tym miejscu oraz ewentualny związek emocjonalny z okolicą. Wyróżniono następujące kręgi:

Rysunek 1. Podział Szczecina według warstw losowania



Źródło: Opracowanie własne

LEGENDA:

1. Rdzeń

- a. Śródmieście-Zachód
- b. Centrum

2. I krąg sąsiedztwa

- a. Łękno
- b. Niebuszewo-Bolinko
- c. Nowe Miasto
- d. Stare Miasto
- e. Śródmieście-Północ
- f. Turzyn

3. II krąg sąsiedztwa

- a. Drzetowo-Grabowo
- b. Arkońskie-Niemierzyn
- c. Gumieńce
- d. Pogodno
- e. Pomorzany
- f. Zawadzkiego-Klonowica
- g. Niebuszewo
- h. Świerczewo
- i. Żelechowa

4. III krąg sąsiedztwa

- a. Bukowe-Kłęskowo
- b. Bukowo
- c. Dąbie
- d. Głębokie-Pilchowo
- e. Gołęcino-Goctław
- f. Kijewo
- g. Krzekowo-Bezrzecze
- h. Majowe
- i. Międzyodrze-Wyspa
Pucka
- j. Osów
- k. Płonia-Śmierdnica-
Jezierzyce
- l. Podjuchy
- m. Skolwin
- n. Słoneczne
- o. Stołczyn
- p. Warszewo
- q. Wielgowo-Sławociesz-
Zdunowo
- r. Załom-Kasztanowe
- s. Zdroje
- t. Żydowce-Klucz

Stopień akceptacji dla każdego z możliwych kierunków przekształcania Alei Wojska Polskiego, ale także stopień ich odrzucenia w zależności od miejsca zamieszkania respondentów (przynależności do kręgu odległości od Alei) jest widoczny w poniższej tabeli. Okazuje się, że bez względu na te uwarunkowania mieszkańcy Szczecina są zgodni, co do preferowanego modelu. Funkcja kulturalno-rekreacyjna Alei jest pomysłem, który jest akceptowany przez większość mieszkańców miasta.

Tabela 3 Deklarowane preferencje dotyczące modelu rewitalizacji Alei wg kręgów sąsiedzkich

	1 krąg		2 krąg		3 krąg		rdzeń		Razem	
	szt	%	szt	%	szt	%	szt	%	szt	%
Deptak zamknięty dla ruchu samochodowego										
Nie mam zdania	21	7%	20	5%	5	3%	9	5%	55	5%
Popieram zdecydowanie	52	18%	80	19%	6	4%	34	18%	172	16%
Raczej popieram	43	15%	55	13%	12	7%	26	14%	136	13%
Raczej nie popieram	46	16%	103	24%	37	23%	31	16%	217	20%
Zdecydowanie nie popieram	120	43%	171	40%	103	63%	89	47%	483	45%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Strefa uspokojonego ruchu										
Nie mam zdania	21	7%	24	6%	3	2%	7	4%	55	5%
Popieram zdecydowanie	67	24%	110	26%	10	6%	43	23%	230	22%
Raczej popieram	78	28%	136	32%	32	20%	55	29%	301	28%
Raczej nie popieram	47	17%	69	16%	55	34%	41	22%	212	20%
Zdecydowanie nie popieram	69	24%	90	21%	63	39%	43	23%	265	25%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Ulica z priorytetem komunikacyjnym										
Nie mam zdania	25	9%	19	4%	7	4%	11	6%	62	6%
Popieram zdecydowanie	94	33%	120	28%	24	15%	57	30%	295	28%
Raczej popieram	61	22%	143	33%	28	17%	58	31%	300	28%
Raczej nie popieram	54	19%	81	19%	45	28%	36	19%	216	20%

	1 krąg		2 krąg		3 krąg		rdzeń		Razem	
	szt	%	szt	%	szt	%	szt	%	szt	%
Zdecydowanie nie popieram	48	17%	66	15%	59	36%	27	14%	200	19%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Wprowadzenie linii tramwajowej										
Nie mam zdania	26	9%	28	7%	5	3%	10	5%	69	6%
Popieram zdecydowanie	46	16%	63	15%	14	9%	28	15%	151	14%
Raczej popieram	49	17%	73	17%	7	4%	32	17%	161	15%
Raczej nie popieram	55	20%	100	23%	31	19%	27	14%	213	20%
Zdecydowanie nie popieram	106	38%	165	38%	106	65%	92	49%	469	44%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Aleja handlowa										
Nie mam zdania	28	10%	23	5%	5	3%	14	7%	70	7%
Popieram zdecydowanie	83	29%	109	25%	31	19%	57	30%	280	26%
Raczej popieram	86	30%	165	38%	91	56%	67	35%	409	38%
Raczej nie popieram	49	17%	75	17%	22	13%	31	16%	177	17%
Zdecydowanie nie popieram	36	13%	57	13%	14	9%	20	11%	127	12%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Aleja galerii artystycznych										
Nie mam zdania	23	8%	20	5%	5	3%	11	6%	59	6%
Popieram zdecydowanie	139	49%	171	40%	45	28%	86	46%	441	41%
Raczej popieram	76	27%	154	36%	75	46%	58	31%	363	34%
Raczej nie popieram	32	11%	57	13%	31	19%	22	12%	142	13%
Zdecydowanie nie popieram	12	4%	27	6%	7	4%	12	6%	58	5%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Aleja instytucji kultury (biblioteka, kina, kluby itp.)										
Nie mam zdania	27	10%	21	5%	5	3%	13	7%	66	6%
Popieram zdecydowanie	146	52%	187	44%	53	33%	89	47%	475	45%
Raczej popieram	77	27%	154	36%	84	52%	56	30%	371	35%

	1 krąg		2 krąg		3 krąg		rdzeń		Razem	
	szt	%	szt	%	szt	%	szt	%	szt	%
Raczej nie popieram	18	6%	42	10%	15	9%	21	11%	96	9%
Zdecydowanie nie popieram	14	5%	25	6%	6	4%	10	5%	55	5%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Pasaż restauracyjny z pubami, restauracjami, barami itp.										
Nie mam zdania	29	10%	31	7%	7	4%	17	9%	84	8%
Popieram zdecydowanie	139	49%	181	42%	51	31%	73	39%	444	42%
Raczej popieram	70	25%	148	34%	82	50%	51	27%	351	33%
Raczej nie popieram	21	7%	40	9%	20	12%	25	13%	106	10%
Zdecydowanie nie popieram	23	8%	29	7%	3	2%	23	12%	78	7%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%
Aleja tylko do zamieszkiwania										
Nie mam zdania	48	17%	63	15%	9	6%	36	19%	156	15%
Popieram zdecydowanie	7	2%	9	2%	6	4%	6	3%	28	3%
Raczej popieram	10	4%	20	5%	13	8%	6	3%	49	5%
Raczej nie popieram	43	15%	71	17%	19	12%	35	19%	168	16%
Zdecydowanie nie popieram	174	62%	266	62%	116	71%	106	56%	662	62%
Razem	282	100%	429	100%	163	100%	189	100%	1063	100%

Źródło: Badania własne

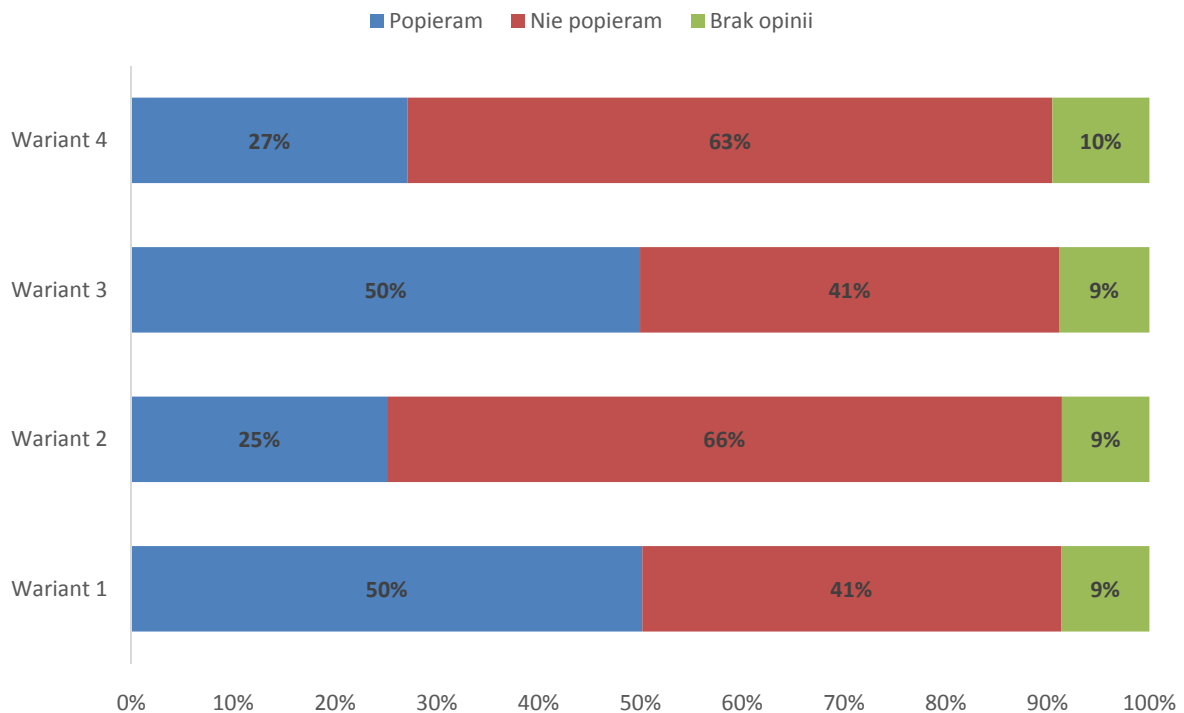
Z tego wzoru „wyłamują się” jednak, pod niektórymi względami, mieszkańcy III kręgu, zatem tego najbardziej odległego w większym stopniu oponują (nie zgadzają się, nie akceptując) zmian, które w taki czy inny sposób wpływałyby na spełnianie przez Aleję Wojska Polskiego funkcji komunikacyjnej. Nie są też zwolennikami uczynienia z alei nagromadzenia instytucji artystycznych, w większym stopniu widzą ją jako aleję handlową lub restauracyjną. Najwyraźniejsze różnice zaznaczono w tabeli pogrubieniem.

Rewitalizacja Alei Wojska Polskiego będzie wymagała zmian w układzie komunikacyjnym. Do rozważenia zaproponowano cztery możliwe rozwiązania:

- **Wariant 1:** Aleja o dwóch pasach ruchu po 3,25 m, bez torowiska tramwajowego, z wydzielonym pasem pośrodku z miejscami parkingowymi skośnymi. Pas drzew wzdłuż Alei oraz w pasie środkowym. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szerokości 2,0 m. Chodnik o szerokości od 3,4 do 16,6 m. Strefa 30 km.
- **Wariant 2:** Aleja zamknięta dla ruchu samochodowego z dozwolonym przejazdem komunikacji miejskiej, pojazdów uprzywilejowanych oraz dojazdem do posesji dla mieszkańców. Brak możliwości parkowania na całym odcinku Alei. Ruch samochodowy dozwolony jedynie w obrębie Placu Zgody. Wprowadzenie torowiska tramwajowego. Pas drzew wzdłuż Alei. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szerokości 2,0 m. Chodnik o szerokości od 4,8 do 17,2 m. Strefa 30 km.
- **Wariant 3:** Utrzymanie 4 pasów ruchu przy ich zawężeniu do 3,0 m bez torowiska tramwajowego. Wydzielenie 1,5 m pasów rowerowych po obu stronach Alei. Parkowanie równoległe. Pas drzew wzdłuż Alei. Chodnik o szerokości od 2,9 do 16,0 m.
- **Wariant 4:** Utrzymanie 4 pasów ruchu o szerokości od 3,25 do 3,50 m wraz z wprowadzeniem torowiska tramwajowego. Parkowanie po stronie wschodniej skośne, po zachodniej równoległe. Pas drzew wzdłuż miejsc parkingowych. Ścieżka rowerowa jednostronna od strony zachodniej o szerokości 2,5 m. Chodnik o szerokości od 3,15 do 14,0 m.

Rozkład odpowiedzi nie wskazuje na to, aby któryś z wariantów był szczególnie pożądanym. Niemniej odsetek deklaracji poparcia dla poszczególnych wariantów pokazuje, że warianty 2 i 4 (zamknięcie Alei dla samochodów oraz utrzymanie dominującej funkcji komunikacyjnej) są mniej popularne, niż pozostałe, które równoważą nowe kierunki rozwoju Alei i dotychczasowe jej funkcje. W przypadku nieco popularniejszych wariantów – 1 i 3 – głosy mieszkańców rozkładają się identycznie. Podobnie, jak w przypadku deklarowanej akceptacji dla modeli kierunku zmian, miejsce zamieszkania nie okazało się różnicujące – podobnego zdania są zarówno mieszkańcy najbliższego jak i najdalszego sąsiedztwa.

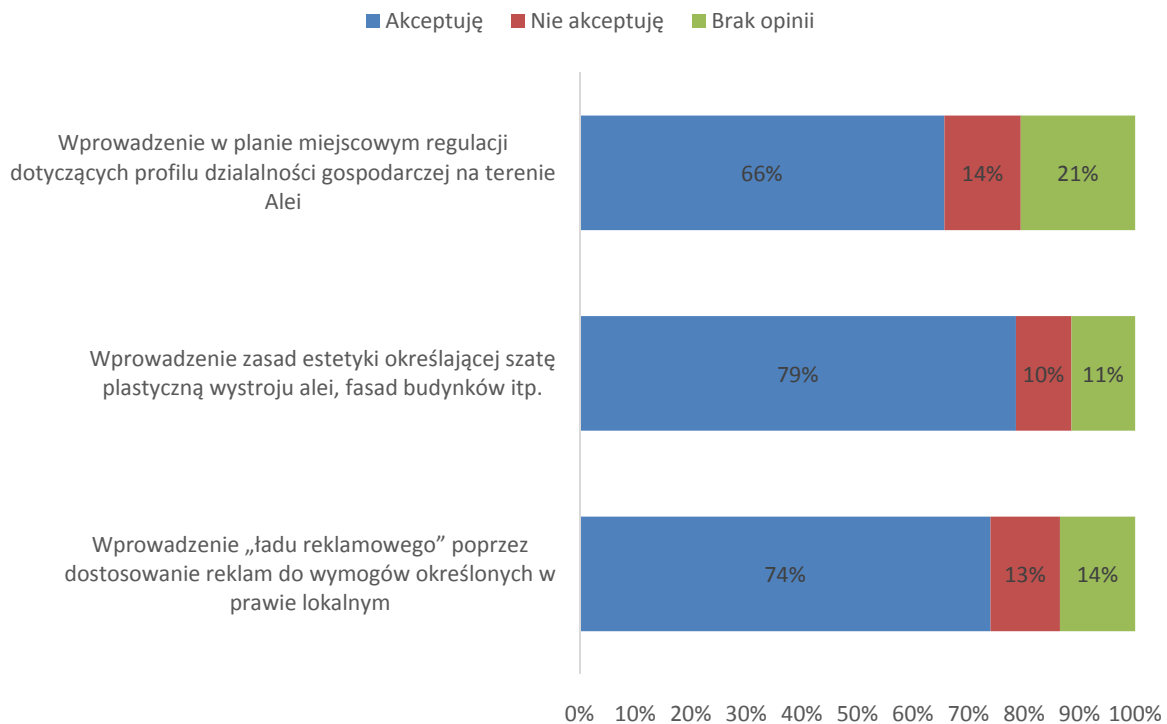
Wykres 11. Poparcie dla poszczególnych wariantów zagospodarowania Alei



Źródło: Badania własne

W odniesieniu do działań w stosunku do kształtu i rodzaju ulokowanej przedsiębiorczości, estetyki ulicy i budynków, zieleni i miejsc wypoczynku, warunków zamieszkiwania i podobnych, mieszkańcy są otwarci na propozycje w zakresie wprowadzenia ujednoliconych zasad estetyki Alei oraz „ładu reklamowego”, nakazującego dostosowanie reklam do wymogów prawa lokalnego. Propozycje te popiera $\frac{3}{4}$ mieszkańców miasta. 66% ankietowanych poparła także propozycję wprowadzenia regulacji w zakresie profilu działalności gospodarczej na terenie Alei.

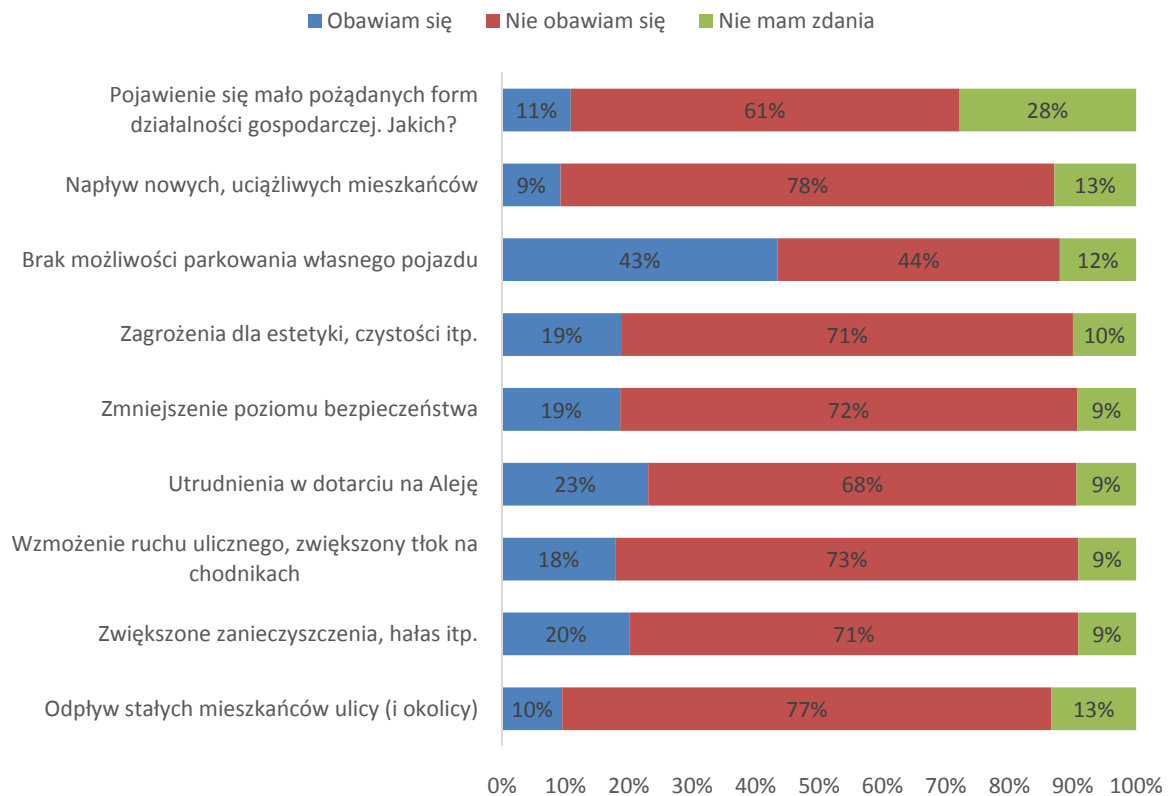
Wykres 12. Akceptacja dla rozwiązań proponowanych w ramach procesu rewitalizacji



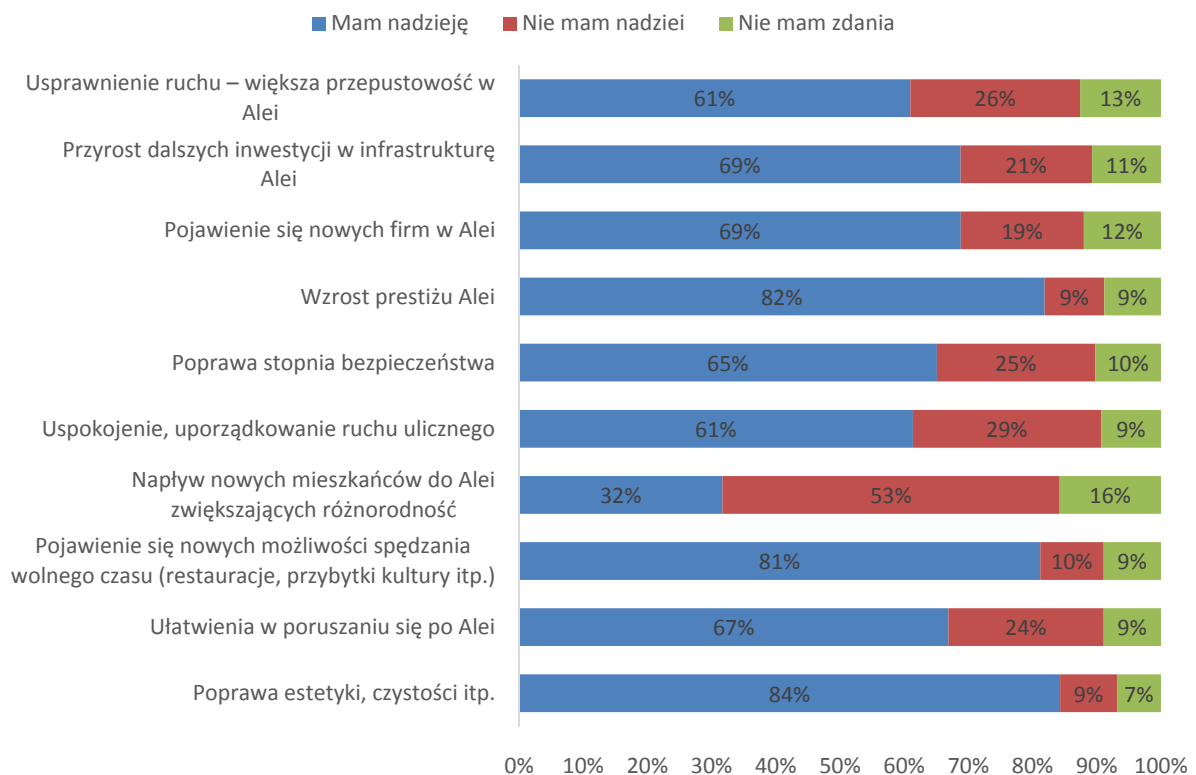
Źródło: Badania własne

Obawą, jaką wyrażają mieszkańcy Szczecina wypowiadający się na temat rewitalizacji Alei Wojska Polskiego, jest brak miejsc do zaparkowania samochodu. Mają natomiast nadzieję, że inwestycje związane z rewitalizacją poprawią estetykę i czystość Alei, wpłyną na wzrost prestiżu okolicy i pojawienie się nowych możliwości spędzania wolnego czasu przez Szczecinian. W dalszej kolejności wypatrują nowych możliwości dla biznesu (nowe firmy) oraz dalszego inwestowania w okolicę. Spora część mieszkańców uważa również, że rewitalizacja może wpłynąć na ułatwienia w poruszaniu się po okolicy, oraz wzrost bezpieczeństwa. Dokładny rozkład odpowiedzi prezentują wykresy w dalszej części rozdziału. Co ważne w tym wszystkim – mieszkańcy pozytywnie postrzegają inwestycję, zatem z nadzieją, a nie obawą, patrzą na możliwości, jakie ona za sobą niesie.

Wykres 13. Obawy mieszkańców związane z rewitalizacją Alei



Wykres 14. Nadzieje związane z rewitalizacją Alei



Źródło: Badania własne

Wyniki badań pokazują, że szczecinianie dostrzegają potencjał Alei Wojska Polskiego, w tym jej wagę dla miasta. Obecnie oceniają tę lokalizację jako zaniedbaną, niedoinwestowaną, pod względem funkcjonalnym, estetycznym, czy bezpieczeństwa. Dominuje tu funkcja komunikacyjna. Jednak upatrują w Alei doskonałe miejsce dla rozwoju funkcji kulturalno-rekreacyjnych, bogatego w instytucje kultury, wspartego przez bazę gastronomiczną, które łącznie stworzą doskonałe miejsce do spędzania czasu wolnego, spotkań z rodziną i przyjaciółmi, obcowania z kulturą. Jednocześnie podkreślają, że ze względu na istotę dotychczasowej dominującej funkcji komunikacyjnej, nie powinno się zupełnie z niej rezygnować.

II. Mieszkańcy Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji

Zdecydowana większość mieszkańców Alei Wojska Polskiego uznaje ją za jedno z centralnych miejsc Szczecina. Opinię taką wyraziło ponad 90% badanych, w tym blisko 60% respondentów podkreśliło szczególne znaczenie ulicy. Jedynie 5,8% badanych jest odmiennego zdania.

Rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?” prezentuje tabela 1.

Tabela 4 Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?

Odpowiedź	%	Liczba odp.
Zdecydowanie TAK	59,22%	122
Raczej TAK	30,58%	63
Raczej NIE	3,40%	7
Zdecydowanie NIE	2,43%	5
Trudno powiedzieć	4,37%	9

Źródło: Badania własne

Miejsce zamieszkania determinuje postrzeganie znaczenia innych „centralnych” obszarów w mieście. Dla mieszkańców Alei znaczenie innych ważnych miejsc jest zdecydowanie mniej istotne.

Respondenci poproszeni o wskazanie w Szczecinie innych miejsc uznawanych przez nich za ważne wymienili przede wszystkim Bramę Portową (jednak na 206 badanych uczyniło to jedynie 46) oraz aleję Wyzwolenia (43 wskazania).

W dalszej kolejności jako miejsca ważne uznano Plac Rodła (32 wskazania) i aleję Niepodległości (30 wskazań), następnie Wały Chrobrego i plac Grunwaldzki (po 24 wskazania). Powyżej 10 wskazań uzyskały także: ul. Krzywoustego i Deptak Bogusława (po 18 wskazań), plac Kościuszki (15 wskazań) i plac Żołnierza (14 wskazań).

Pozostałe głosy okazały się mocno rozproszone, wyróżniono dodatkowo 48 miejsc uznanych za ważne. Siedmiu badanych uznało, że poza Aleją Wojska Polskiego nie ma miejsc, które można byłoby uznać za ważne.

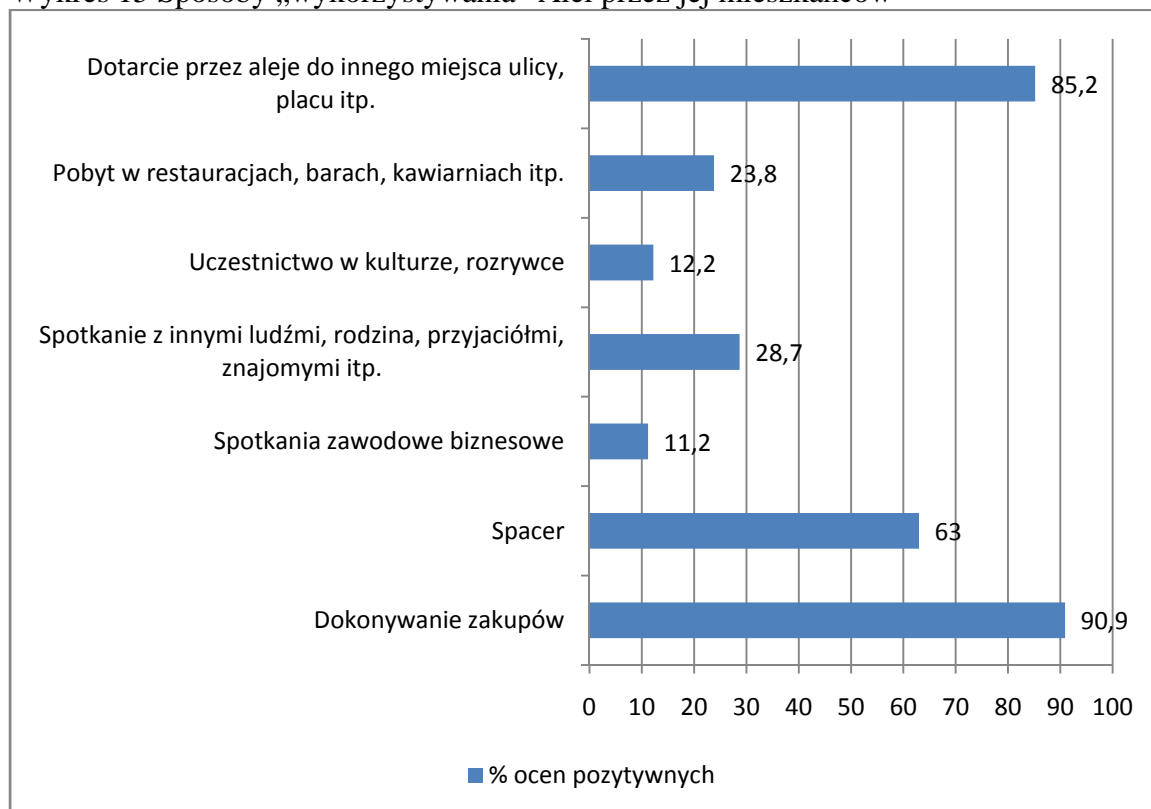
Miejsce zamieszkania stwarza na ogół możliwości zaspokajania także innych, niż tylko posiadanie mieszkania, potrzeb. W tabeli 2 przedstawiono odpowiedzi badanych na pytanie „Jak często Aleja Wojska Polskiego jest przedmiotem Pana/i czynności związanych z zaspokajaniem różnych potrzeb i jakich?”.

Tabela 5. Jak często Aleja Wojska Polskiego jest przedmiotem Pana/i czynności związanych z zaspokajaniem różnych potrzeb i jakich? Proszę wskazać częstotliwość przy każdej możliwej okazji do załatwiania różnych spraw w Alei.

Odpowiedź	Codziennie	Kilka razy w tygodniu	Kilka razy w miesiącu	Rzadziej niż raz w miesiącu	Raz/dwa razy	W ogóle	Żadne
Dokonywane zakupy	65,78% (123)	25,13% (47)	5,35% (10)	2,67% (5)	0,00% (0)	1,07% (2)	0,00% (0)
Spacer	42,59% (69)	20,37% (33)	14,81% (24)	4,94% (8)	4,32% (7)	12,96% (21)	0,00% (0)
Spotkania zawodowe biznesowe	5,60% (7)	5,60% (7)	8,00% (10)	12,00% (15)	4,80% (6)	64,00% (80)	0,00% (0)
Spotkanie z innymi ludźmi, rodziną, przyjaciółmi, znajomymi	14,69% (21)	13,99% (20)	27,27% (39)	17,48% (25)	6,29% (9)	20,28% (29)	0,00% (0)
Uczestnictwo w kulturze, rozrywce	3,57% (5)	8,57% (12)	20,00% (28)	22,86% (32)	15,71% (22)	29,29% (41)	0,00% (0)
Pobyt w restauracjach, barach, kawiarniach	8,61% (13)	15,23% (23)	17,22% (26)	27,15% (41)	14,57% (22)	17,22% (26)	0,00% (0)
Dotarcie przez aleje do innego miejsca ulicy, placu	67,10% (104)	18,06% (28)	12,90% (20)	0,00% (0)	0,00% (0)	1,29% (2)	0,65% (1)

Źródło: Badania własne

Wykres 15 Sposoby „wykorzystywania” Alei przez jej mieszkańców



Źródło: Badania własne

Najczęściej badani mieszkańcy wskazywali na fakt dokonywania zakupów, ponad 65% z nich czyni to codziennie, zaś kilka razy w tygodniu – ponad 25% respondentów. Aleja Wojska Polskiego jest także miejscem codziennych spacerów dla blisko 43% badanych, kilka razy w tygodniu spaceruje ulicą około 20% mieszkańców, rzadziej, bo kilka razy w miesiącu, blisko 15%.

Respondenci zaspokajają swoje potrzeby rekreacyjno-towarzyskie w miejscu zamieszkania. Blisko jedna trzecia z nich spotyka się ze znajomymi i rodziną kilka razy w miesiącu, rzadziej niż raz w miesiącu ponad 17%, codziennie – około 15%, a 14% kilka razy w tygodniu. Funkcja ta nie jest zaspokajana w miejscu zamieszkania przez nieco powyżej 20% badanych.

Institucje mieszczące się przy Alei dają możliwość uczestniczenia w kulturze. Korzysta z tych możliwości większość badanych, najczęściej kilka razy w miesiącu bądź rzadziej niż raz w miesiącu. Mieszkańcy bywają także w restauracjach, barach, kawiarniach mieszczących się przy Alei, w większości rzadziej niż raz w miesiącu (blisko 1/3 badanych), około 17% kilka razy w miesiącu, a ponad 8% – codziennie.

Aleja Wojska Polskiego jest stosunkowo rzadko miejscem spotkań zawodowych mieszkańców, 64% badanych nie korzysta z tej możliwości. Osoby spotykające się w sprawach zawodowych w większości czynią to rzadziej niż raz w miesiącu. Funkcje „biznesowe” Alei szczególnie ważne są dla ponad 19% badanych – spotykają się oni w sprawach zawodowych przynajmniej kilka razy w miesiącu.

Jak już wspomniano, najczęstszą formą aktywności respondentów związaną z obiektami (sklepami, restauracjami, instytucjami) mieszczącymi się przy Alei Wojska Polskiego jest zakup różnorodnych artykułów, szczególnie spożywczych.

Badani poproszeni o wskazanie konkretnych miejsc, które odwiedzili w Alei w ostatnim tygodniu wskazali w większości na sklep Biedronka (118 wskazań). Kolejnym odwiedzanym najczęściej miejscem okazała się kawiarnia i cukiernia Czekoladowa – 40 wskazań, wśród wymienianych kawiarni i restauracji najbardziej popularna (Koch – 5 wskazań, Woźniak – 4 wskazania).

Kolejne cieszące się powodzeniem miejsce robienia zakupów to sklep Stokrotka (33 wskazania) i Delikatesy Społem (26 wskazań). Rzadziej korzystano z oferty sklepu Żabka (8 wskazań), sklepu rybnego (5 wskazań) czy piekarni (6 wskazań). Ponad 30 respondentów odwiedzało inne sklepy mieszczące się przy Alei Wojska Polskiego.

W analizowanym okresie zakupu leków w aptece dokonały 24 osoby. Z usług pocztowych skorzystały 33 osoby, z usług bankowych – 23.

Instytucje ze sfery kultury: kino, biblioteka – odwiedzane były rzadziej. W kinie Pionier w ciągu tygodnia było 14 mieszkańców, w bibliotece – 7. Inne odwiedzane miejsca wskazywane przez pojedynczych respondentów związane były ze sferą usług, np. szewc, stomatolog, bawialnia dla dzieci, pizzeria, „Pasztecik”.

Blisko 90% badanych mieszkańców wskazało wyróżniające się pozytywnie miejsca w Alei Wojska Polskiego. Zaliczono do nich przede wszystkim (29 wskazań) kawiarnię „Czekoladowa”, określaną jako „miejsce z klimatem”, estetyczne, dostępne dla wszystkich miejsce spotkań z rodziną czy znajomymi. Dodatkowym atutem „Czekoladowej” jest bliskość Deptaku Bogusława. Podkreślano miłą obsługę i ofertę doskonałych wyrobów.

Na drugim miejscu uplasowało się kino „Pionier” (24 wskazania) – unikalny, oryginalny repertuar.

Siedem wskazań uzyskał sklep Biedronka, ze względu na dobre zaopatrzenie, korzystną ofertę cenową produktów. Generalnie mieszkańcy są zadowoleni z oferty sklepów, Delikatesy Społem wyróżniło 8 respondentów, Stokrotkę – 6, sieć sklepów (bez podawania

nazw) – 6 badanych. „Pasztecik” ze względu na tradycję i regionalny wyrób zasługuje na miano szczególnego miejsca zdaniem 9 respondentów.

Negatywnie wyróżniające się miejsca to, zdaniem badanych (32 wskazania), sklepy monopolowe i ich okolice. Wskazywano na uciążliwe zachowania klientów, zakłócanie spokoju, brud, przykre zapachy związane z załatwianiem w ich pobliżu potrzeb fizjologicznych. Mieszkańcom przeszkadzają brudne, niewyremontowane ulice (11 wskazań), rażą zaniedbane pustostany (11 wskazań), okolice kina Kosmos. Niektórzy z badanych zauważają, że przy Alei mieści się zbyt dużo banków (6 wskazań), szpecą także lumpeksy (3 wskazania).

Mieszkańcy mieli możliwość oceny stanu Alei Wojska Polskiego, biorąc pod uwagę różne kryteria. Odpowiednie dane zaprezentowano w tabeli 3.

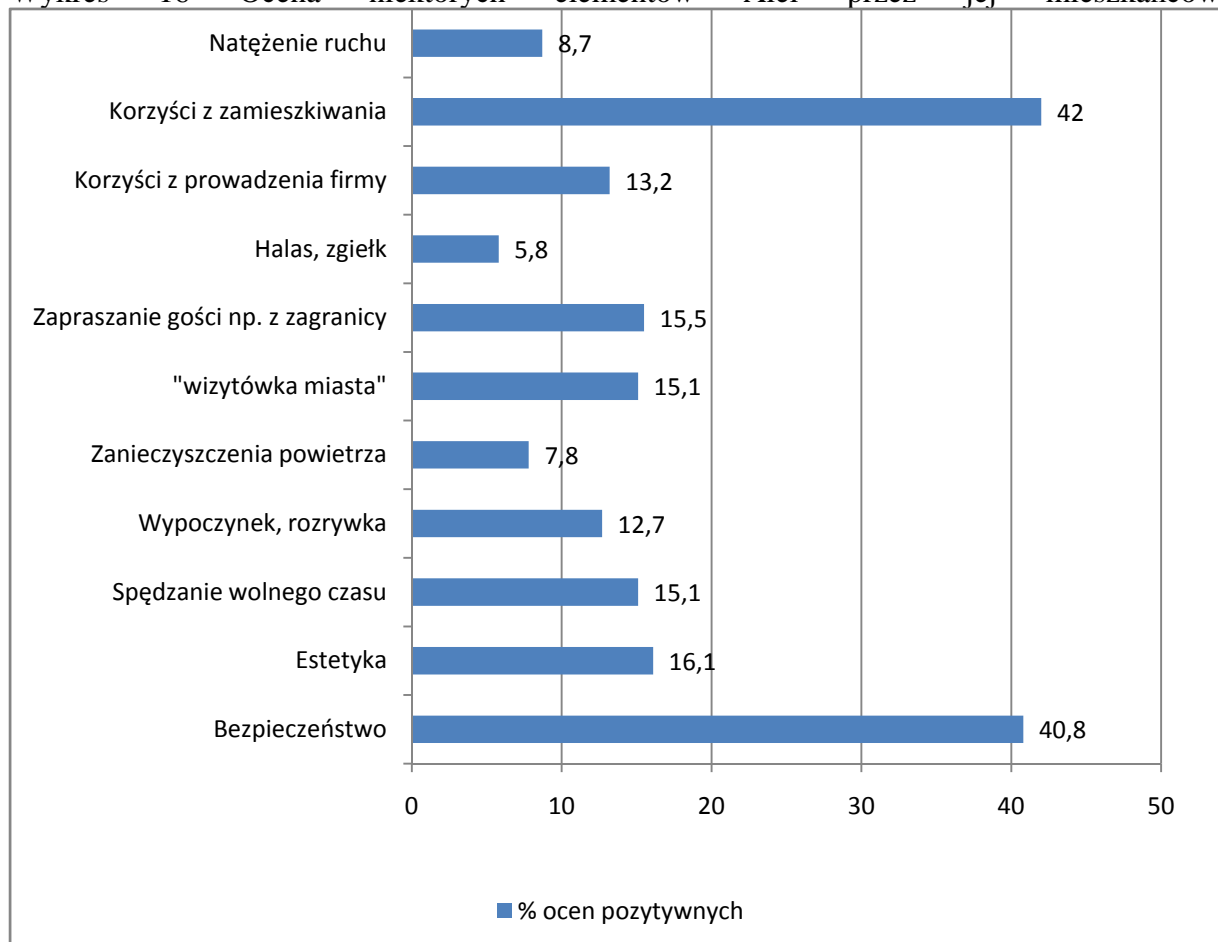
Tabela 6. Czy mógłby/aby Pan/i ocenić obecny stan Alei Wojska Polskiego pod następującymi względami

Odpowiedź	Bardzo dobra	Dobra	Dostateczna	Zła	Bardzo zła	Nie mam zdania
Bezpieczeństwo	4,37% (9)	36,41% (75)	37,38% (77)	12,62% (26)	3,88% (8)	5,34% (11)
Estetyka	0,97% (2)	15,05% (31)	35,44% (73)	27,18% (56)	15,05% (31)	6,31% (13)
Spędzanie wolnego czasu	2,43% (5)	12,62% (26)	23,79% (49)	24,76% (51)	12,14% (25)	24,27% (50)
Wypoczynek, rozrywka	2,44% (5)	10,24% (21)	23,90% (49)	24,88% (51)	13,66% (28)	24,88% (51)
Zanieczyszczenia powietrza	1,94% (4)	5,83% (12)	23,30% (48)	29,13% (60)	26,21% (54)	13,59% (28)
„Wizytówka miasta”	4,37% (9)	10,68% (22)	22,33% (46)	27,67% (57)	16,50% (34)	18,45% (38)
Zapraszanie gości np. z zagranicy	3,40% (7)	12,14% (25)	18,93% (39)	20,87% (43)	11,17% (23)	33,50% (69)

Halas, zgiełk	1,46% (3)	4,37% (9)	15,53% (32)	23,79% (49)	40,78% (84)	14,08% (29)
Korzyści z prowadzenia firmy	4,88% (10)	8,29% (17)	11,71% (24)	6,34% (13)	4,39% (9)	64,39% (132)
Korzyści z zamieszkiwania	12,68% (26)	29,27% (60)	21,95% (45)	10,24% (21)	6,83% (14)	19,02% (39)
Natężenie ruchu	1,94% (4)	6,80% (14)	20,39% (42)	21,84% (45)	32,52% (67)	16,50% (34)

Źródło: badania własne

Wykres 16 Ocena niektórych elementów Alei przez jej mieszkańców



Źródło: Badania własne

Przewaga ocen pozytywnych nad negatywnymi dotyczy stanu bezpieczeństwa, estetyki, możliwości spędzania czasu wolnego, warunków do zapraszania gości z zagranicy, korzyści odnoszonych z prowadzenia firmy i ogólnej oceny korzyści z zamieszkiwania przy Alei.

Więcej ocen negatywnych w stosunku do pozytywnych uzyskały: możliwości wypoczynku i rozrywki, zanieczyszczenie powietrza, dostęp do multimediiów, hałas, zgiełk oraz natężenie ruchu.

Respondenci oceniali stan Alei na skali ocen: bardzo dobry, dobry, dostateczny, zły i bardzo zły. Oceny bardzo dobre pojawiały się stosunkowo rzadko, częściej oceny bardzo złe – szczególnie w odniesieniu do kryteriów zanieczyszczenia powietrza, hałasu i natężenia ruchu.

Ocena stanu bezpieczeństwa wypadła pozytywnie, najwięcej mieszkańców ma poczucie bezpieczeństwa w stopniu dostatecznym (37,4%) bądź dobrym (36,4%). Estetyka ulicy, mimo przewagi ocen pozytywnych (35,4% ocen dostateczna, 15% ocen dobra) budzi już więcej wątpliwości (27,1% ocen „zła”, 15% - „bardzo zła”).

W miarę równo rozłożyły się oceny możliwości spędzania wolnego czasu – z niewielką przewagą ocen pozytywnych. Jednak najliczniejszą kategorię stanowią osoby, które oceniły te możliwości jako złe. Podobnie w miarę równo rozłożyły się oceny możliwości wypoczynku i rozrywki, z niewielką przewagą ocen negatywnych. I w tym przypadku najliczniejszą jest kategoria osób oceniających te możliwości jako złe.

Zdecydowanie negatywnie oceniono stan powietrza (zanieczyszczenie). Oceny złe wystawiło 29,1% respondentów, bardzo złe – 26,1%. Przewaga ocen negatywnych nad pozytywnymi nie jest już tak zdecydowana w odniesieniu do kryterium dostęp do multimediiów – najliczniejszą kategorię stanowią osoby oceniające je jako złe (27,7%), drugą pod względem liczebności osoby oceniające je jako dobry (22,3%).

Niezbyt znacząca jest przewaga ocen pozytywnych nad negatywnymi w stosunku do kryterium warunki, jakie stwarza Aleja do zapraszania gości z zagranicy. Najliczniejszą kategorię stanowią osoby oceniające je jako złe. Znaczący odsetek respondentów nie wypowiedział opinii w tym względzie.

Zdecydowanie negatywnie oceniono poziom natężenia hałasu i zgiełk panujący na ulicy. Przeważają oceny bardzo złe (40,8%) i złe (23,8%).

Większość respondentów, co zrozumiale, nie miało zdania na temat korzyści, jakie wynikają z prowadzenia firmy mieszczącej się przy Alei. Wśród wypowiadających się przeważają opinie pozytywne (11,7% ocen dostatecznych, 8,2% - dobrych, 4,9% bardzo dobrych).

Natężenie ruchu to kryterium, które uzyskało zdecydowaną przewagę ocen negatywnych (32,5% bardzo zła, 21,8% zła) nad pozytywnymi (20,4% dostateczna; 6,8% dobra; 1,9% bardzo dobra). Wszystkie wyróżnione kryteria w pewnym stopniu znajdują odzwierciedlenie w ocenie korzyści wynikających z miejsca zamieszkania. Zdecydowanie przeważają w tym przypadku oceny pozytywne nad negatywnymi, co pozwala sądzić, iż respondenci w większości są zadowoleni z mieszkania przy Alei Wojska Polskiego.

Stopień poparcia bądź dezaprobaty dla poszczególnych koncepcji rewitalizacji Alei Wojska Polskiego wyrażony przez mieszkańców Alei odzwierciedlają dane w tabeli 4.

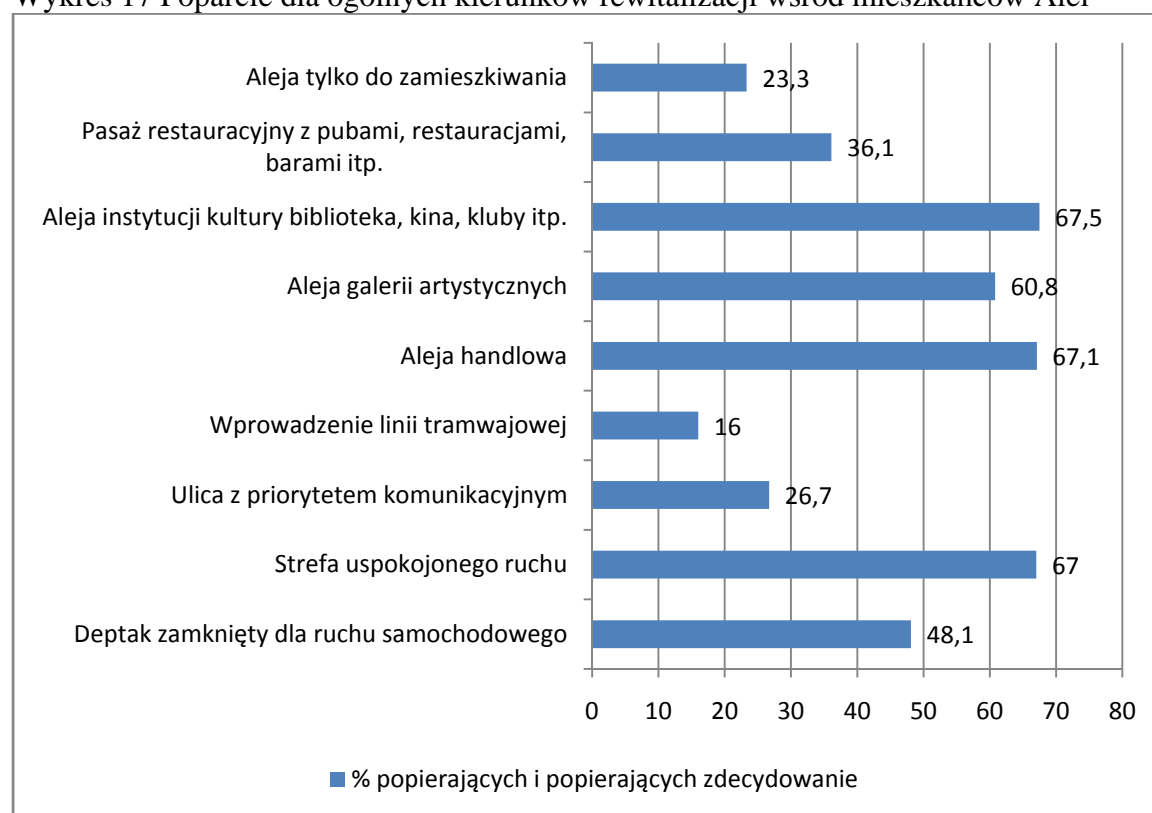
Tabela 7. We wstępnych planach rewitalizacji Alei Wojska Polskiego przyjmuje się różne koncepcje (modele). Czy mógłby/aby Pan/i wskazać, jakie jest jego/jej poparcie dla każdej z nich?

Odpowiedź	Popieram zdecydowanie	Raczej popieram	Raczej nie popieram	Zdecydowanie nie popieram	Nie mam zdania	Żadne
Deptak zamknięty dla ruchu samochodowego	37,38% (77)	8,74% (18)	12,62% (26)	26,70% (55)	14,56% (30)	0,00% (0)
Strefa uspokojonego ruchu	41,26% (85)	25,73% (53)	8,74% (18)	8,74% (18)	15,53% (32)	0,00% (0)
Ulica z priorytetem komunikacyjnym	11,17% (23)	15,53% (32)	19,90% (41)	23,30% (48)	29,61% (61)	0,49% (1)
Wprowadzenie linii tramwajowej	8,74% (18)	7,28% (15)	10,19% (21)	58,25% (120)	15,53% (32)	0,00% (0)
Aleja handlowa	30,10% (62)	33,98% (70)	14,56% (30)	6,80% (14)	14,56% (30)	0,00% (0)
Aleja galerii artystycznych	28,43% (58)	32,35% (66)	10,78% (22)	6,37% (13)	22,06% (45)	0,00% (0)
Aleja instytucji kultury biblioteka, kina, kluby itp.	28,16% (58)	39,32% (81)	7,77% (16)	4,85% (10)	19,42% (40)	0,49% (1)

Pasaż restauracyjny z pubami, restauracjami, barami itp.	13,66% (28)	22,44 % (46)	19,02 % (39)	28,29% (58)	16,59 % (34)	0,00 % (0)
Aleja tylko do zamieszkiwania	11,17% (23)	12,14 % (25)	17,48 % (36)	23,79% (49)	35,44 % (73)	0,00 % (0)

Źródło: Badania własne

Wykres 17 Poparcie dla ogólnych kierunków rewitalizacji wśród mieszkańców Alei



Źródło: Badania własne

Pierwsza z propozycji – deptak zamknięty dla ruchu samochodowego – ma więcej zwolenników (37,3% głosów zdecydowanie popiera, 8,7% raczej popiera) niż przeciwników (26,7% głosów „zdecydowanie nie popieram”, 12,6% „raczej nie popieram”).

Jeszcze większe poparcie uzyskała druga z koncepcji – Aleja strefą uspokojonego ruchu (41,3% głosów zdecydowanie popieram, 25,7% raczej popieram i po 8,7% głosów raczej nie popieram i zdecydowanie nie popieram).

Kolejna z propozycji rewitalizacyjnej – ulica z priorytetem komunikacyjnym – ma więcej przeciwników (19,9% głosów raczej nie popieram; 23,3% zdecydowanie nie popieram) niż zwolenników (11,2% głosów zdecydowanie popieram; 15,5% raczej popieram). Blisko 1/3 badanych nie ma zdania na ten temat.

Propozycja uruchomienia linii tramwajowej spotkała się ze zdecydowanym sprzeciwem blisko 60% respondentów, ponad 10% badanych także nie jest zwolennikami takiego rozwiązania – choć wyraża to mniej rygorystycznie. Około 16% badanych mieszkańców popiera propozycję.

Aleja Wojska Polskiego jako aleja handlowa akceptowana byłaby przez ponad 60% badanych, w tym około 30% zdecydowanie popiera taką propozycję, nie zgadza się z nią nieco ponad 20% badanych. Zbliżone rozkłady odpowiedzi uzyskano dla dwóch kolejnych propozycji: aleja galerii artystycznych oraz aleja instytucji kultury. Mieszkańcy w większości pozytywnie przyjęliby takie koncepcje, choć odsetki osób nie mających zdania w obu przypadkach są stosunkowo wysokie (około 20%).

Blisko 50% respondentów sprzeciwia się przekształceniu Alei w pasaż z restauracjami, barami i pubami; ponad 1/3 przyjęłaby taką propozycję pozytywnie.

Większość badanych nie chciałaby ograniczać funkcji ulicy do funkcji mieszkaniowej – ponad 40% głosów sprzeciwu, przy jednocześnie wysokim odsetku (ponad 35%) osób nie mających zdania w tej kwestii. Ponad 20% respondentów taką propozycję akceptuje.

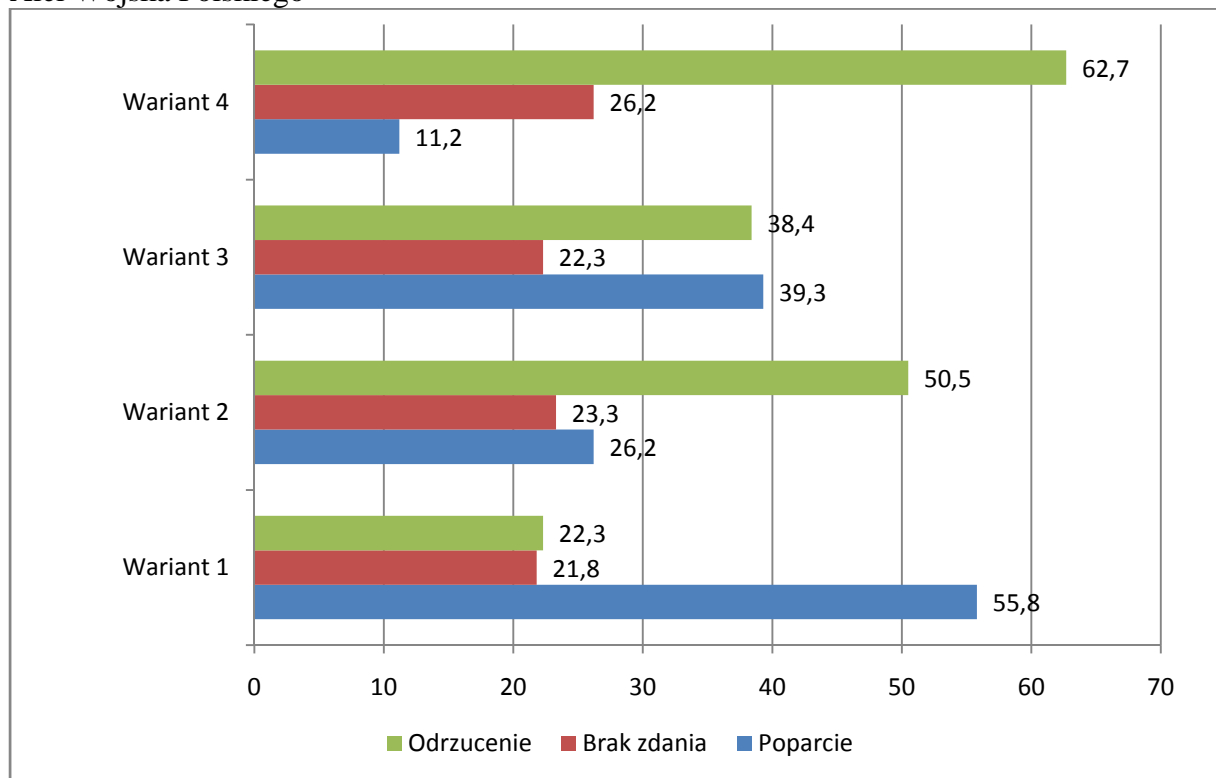
W tabeli 8 zaprezentowano opinie badanych na temat wstępnych koncepcji zmian układu komunikacyjnego Alei Wojska Polskiego w związku z planami jej rewitalizacji.

Tabela 8. Rewitalizacja Alei może wymagać zmian w układzie komunikacyjnym. Jakie z tych zmian uważałyby/aby Pan/i za konieczne, a jakie za raczej niekonieczne?

Odpowiedź	Zdecydowanie popieram	Raczej popieram	Raczej nie popieram	Zdecydowanie nie popieram	Nie mam zdania
Wariant 1: Aleja o dwóch pasach ruchu po 3,25 m bez torowiska tramwajowego z wydzielonym pasem pośrodku z miejscami parkingowymi skośnymi. Pas drzew wzdłuż Alei oraz w pasie środkowym. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szer. 2,0 m. Chodnik o szer. od 3,4 do 16,6 m. Strefa 30 km.	33,98% (70)	21,84% (45)	5,83% (12)	16,50% (34)	21,84% (45)
Wariant 2: Aleja zamknięta dla ruchu samochodowego z dozwolonym przejazdem komunikacji miejskiej, pojazdów uprzywilejowanych oraz dojazdem do posesji dla mieszkańców. Brak możliwości parkowania na całym odcinku Alei. Ruch samochodowy dozwolony jedynie w obrębie Placu Zgody. Wprowadzenie torowiska tramwajowego. Pas drzew wzdłuż Alei. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szer.2,0 m. Chodnik o szer. od 4,8 do 17,2 m. Strefa 30 km.	17,96% (37)	8,25% (17)	7,77% (16)	42,72% (88)	23,30% (48)
Wariant 3: Utrzymanie 4 pasów ruchu przy ich zawężeniu do 3,0 m bez torowiska tramwajowego. Wydzielenie 1,5 m pasów rowerowych po obu stronach Alei. Parkowanie równoległe. Pas drzew wzdłuż Alei. Chodnik o szer. od 2,9 do 16,0m.	19,42% (40)	19,90% (41)	11,65% (24)	26,70% (55)	22,33% (46)
Wariant 4: Utrzymanie 4 pasów ruchu o szer. od 3,25 do 3,50 m wraz z wprowadzeniem torowiska tramwajowego. Parkowanie po stronie wschodniej skośne, po zachodniej równoległe. Pas drzew wzdłuż miejsc parkingowych. Ścieżka rowerowa jednostronna od strony zachodniej o szer. 2,5 m. Chodnik o szer. od 3,15 do 14,0m.	7,28% (15)	3,88% (8)	11,17% (23)	51,46% (106)	26,21% (54)

Źródło: Badania własne

Wykres 18 Poparcie lub odrzucenie wariantów ruchu komunikacyjnego przez mieszkańców Alei Wojska Polskiego



Źródło: Badania własne

Z akceptacją większości (ponad 50%) mieszkańców spotkały się rozwiązania zaproponowane w wariantcie pierwszym. Ponad 20% badanych nie popiera tej propozycji, także ponad 20% respondentów (podobnie jak przy ocenie innych wariantów) nie wyraża swojego zdania.

Z niewielką przewagą opinii pozytywnych nad negatywnymi mamy do czynienia w przypadku wariantu trzeciego. Zdecydowanie popiera go 19,4% badanych, raczej popiera 19,9%. Liczną kategorię (26,7%) stanowią osoby, które zdecydowanie sprzeciwiają się proponowanym w tym wariantcie rozwiązaniom. Pozostałe dwa warianty – drugi i czwarty – nie zyskały przychylności mieszkańców. W obu przypadkach kategorie respondentów zdecydowanie nie popierających tych propozycji są znaczące – w przypadku wariantu czwartego – 51,5% głosów, w przypadku wariantu drugiego – 42,7% głosów. O ile wariant trzeci popiera około 16% badanych, to wariant czwarty już tylko około 11%.

Tabela 9. Rewitalizacja Alei wymaga działań w stosunku do kształtu i rodzaju ulokowanej tam przedsiębiorczości, estetyki ulicy i budynków, zieleni i miejsc wypoczynku, warunków zamieszkiwania itp. Jakie z działań podejmowanych przez władze miasta spotkałyby się z Pana/i akceptacją, a jakie z odrzuceniem?

Odpowiedź	Zdecydowanie popieram	Raczej popieram	Raczej nie popieram	Zdecydowanie nie popieram	Nie mam zdania
Wprowadzenie	41,26% (85)	19,42% (40)	5,83% (12)	1,46% (3)	32,04% (66)
Wprowadzenie zasad estetyki określającej szatę plastyczną wystrój alei, fasad budynków itp.	63,59% (131)	14,56% (30)	1,94% (4)	0,49% (1)	19,42% (40)
Wprowadzenie w planie miejscowym regulacji dotyczących profilu działalności gospodarczej na terenie Alei	33,01% (68)	24,27% (50)	6,31% (13)	2,43% (5)	33,98% (70)

Źródło: Badania własne

W ramach rewitalizacji Alei planowane działania kształtu i rodzaju przedsiębiorczości, estetyki ulicy i budynków, zieleni, miejsc wypoczynku, warunków zamieszkania popiera 60,68% mieszkańców Alei – w tym 41,26% działania te popiera zdecydowanie, a 19,42% raczej popiera. Tego rodzaju działania nie znajdują całkowitego poparcia u 7,29% mieszkańców. Spora grupa badanych (32,04%) nie ma zdania na powyższy temat. Spośród zaproponowanych działań zdecydowanie większym poparciem cieszą się te działania, które dotyczą estetyki Alei. Działania te znalazły aprobatę u 63,59%, a 14,56% mieszkańców stwierdziło, że raczej popiera. Tylko w przypadku poprawy estetyki Ali nie znalazła poparcia. 19,42% mieszkańców nie wyraziło w tym zakresie własnej opinii.

Natomiast wprowadzenia w planie miejscowym regulacji dotyczących profilu działalności gospodarczej znalazło zdecydowane poparcie u 33,01% badanych, 24,27% raczej popiera, a brak poparcia znalazło odzwierciedlenie u 8,74% mieszkańców. Spora grupa mieszkańców nie ma zdania w tym zakresie.

Z analizy odpowiedzi na temat planowanych działań związanych z rewitalizacją Alei wynika, że 2/3 mieszkańców dostrzega potrzebę zwiększenia estetyki Ali, 1/3 mieszkańców

popiera działania na rzecz kształtu ulokowanej w Alei przedsiębiorczości, a 1/3 mieszkańców wyraża brak zainteresowania na powyższy temat (nie ma zdania).

Mieszkańcy Alei zostali również poproszeni o podzielenie się ewentualnymi obawami, związanymi z rewitalizacją oraz wskazanie, czego te obawy dotyczą. Z analizy udzielonych odpowiedzi wynika, że do najczęściej wymienianych obaw należą: możliwość zakłócania ciszy nocnej (55,34% odpowiedzi), zwiększonego hałasu związanego z funkcjonowaniem Alei (49,51% odpowiedzi), podwyższenia kosztów utrzymania mieszkania (42,93% odpowiedzi). Tylko nieco mniej mieszkańców wskazywało na obawy związane ze zwiększonym zanieczyszczeniem odpadami (36,89%), zwiększonym ruchem ulicznym (36,89%), utrudnieniami w dostępności do parkingów (35,44%), zmniejszeniem poziomu bezpieczeństwa (31,07%). Również mniej mieszkańców wyrażało natomiast obawy związane z napływem i odpływem mieszkańców, utrudnieniami w ruchu komunikacyjnym lub pojawieniem się mało pożądanym form działalności gospodarczej. Szczegółowa analiza odpowiedzi, związanych z tą właśnie obawą pokazuje, że jeżeli występują jakieś niepokoje w tym zakresie, to wiążą się one głównie z ewentualnym funkcjonowaniem lokali rozrywkowych, pubów (w tym lokali funkcjonujących w nocy). Uważa tak 32 respondentów. Na drugim miejscu wśród ewentualnych obaw wymieniano funkcjonowanie sklepów monopolowych. Wymienione powyżej przykłady obaw mieszkańców związanych z rewitalizacją Alei znajdowały również stosunkowo często odzwierciedlenie w odpowiedzi „raczej się obawiam”.

Tylko pojedyncze osoby mają obawy z wprowadzeniem np. torowiska tramwajowego, poziomem hałasu ponad normę, czy niedoborem przystanków komunikacji miejskiej, miejsc parkingowych dla inwalidów.

Natomiast w związku z rewitalizacją mieszkańcy raczej lub zupełnie się nie obawiają odpływu stałych mieszkańców ulicy i okolicy (51,94%), wzmożonego ruchu ulicznego (32,04%), napływu nowych, uciążliwych mieszkańców (32,04%). Mniej mieszkańców deklarowało brak obaw związanych z podwyżką czynszów, zwiększeniem hałasu, utrudnieniami w ruchu komunikacyjnym, utrudnieniami w dostępności do parkingów.

Tabela 10. Czy w związku z planami rewitalizacji Alei Wojska Polskiego żywi Pan/i jakieś obawy odnoszące się do warunków swojego zamieszkiwania przy Alei. W jakim stopniu?

Odpowiedź	Bardzo się obawiam	Raczej się obawiam	Raczej się nie obawiam	Zupełnie się nie obawiam	Nie mam zdania
Podwyżki czynszów, kosztów utrzymania mieszkania itp.	42,93% (88)	20,98% (43)	24,88% (51)	3,41% (7)	7,80% (16)
Odpływu stałych mieszkańców ulicy i okolicy	14,08% (29)	12,14% (25)	39,32% (81)	12,62% (26)	21,84% (45)
Zwiększonego hałasu związanego z funkcjonowaniem Alei	49,51% (102)	19,42% (40)	18,45% (38)	3,88% (8)	8,74% (18)
Zwiększonego zanieczyszczenia odpadami	36,89% (76)	27,18% (56)	17,96% (37)	2,43% (5)	15,53% (32)
Wzmocnienia ruchu ulicznego, zwiększonego tłoku na chodnikach	36,89% (76)	16,50% (34)	22,82% (47)	9,22% (19)	14,56% (30)
Utrudnień w dostępności do parkingów	35,44% (73)	21,36% (44)	13,59% (28)	7,77% (16)	21,84% (45)
Zmniejszenia poziomu bezpieczeństwa	31,07% (64)	23,79% (49)	24,76% (51)	6,31% (13)	14,08% (29)
Możliwości zakłócania ciszy nocnej	55,34% (114)	19,90% (41)	14,08% (29)	3,88% (8)	6,80% (14)
Napływu nowych, uciążliwych mieszkańców	26,21% (54)	19,42% (40)	21,36% (44)	10,68% (22)	22,33% (46)
Pojawienia się mało pożądanых form działalności gospodarczej. Jakich?	22,82% (47)	3,88% (8)	9,71% (20)	9,22% (19)	54,37% (112)
Utrudnień w ruchu komunikacyjnym w Alei	16,92% (34)	20,40% (41)	17,91% (36)	5,97% (12)	38,81% (78)

Źródło: Badania własne

Pytanie o planowane działania w związku z rewitalizacją części mieszkańców sprawiało trudność w udzieleniu odpowiedzi. Do takich problemów należały m.in. pojawienie się mało pożądanых form działalności gospodarczej (54,37%), utrudnienia w ruchu komunikacyjnym (38,81%), problem odpływu oraz przyływu mieszkańców, czy też dostępność do parkingów. W zakresie tych problemów mieszkańcy odpowiadali „nie mam zdania”.

Na pytanie, czy w związku z rewitalizacją Alei mieszkańcy mają nadzieję odnoszącą się do warunków zamieszkania, wskazywano najczęściej poprawę estetyki, czystości Alei. W tym zakresie 74,27% odpowiadało, że ma wielką nadzieję, a 17,48% że ma raczej nadzieję. W sumie ponad 91% badanych mieszkańców w związku z rewitalizacją liczy na poprawę estetyki Alei. Z poprawą estetyki wiążą się również oczekiwania wzrostu prestiżu Alei (45,15% - ma wielką nadzieję, a 25,73% raczej ma nadzieję). Innymi ważnymi oczekiwaniami są: uporządkowanie ruchu ulicznego (44,17% ma wielką nadzieję i 28,64% raczej ma nadzieję), ułatwienia w poruszaniu się po Alei (43,69% ma wielką nadzieję i 27,18% raczej ma nadzieję). Stosunkowo często mieszkańcy zwracali również uwagę na szansę pojawienia się nowych możliwości spędzania wolnego czasu, przyrost dalszych inwestycji w infrastrukturze Alei. Rzadziej natomiast nadzieje mieszkańców wiązały się z naprawą chodników, oświetlenia Alei, poprawą komunikacji.

Brak nadziei na poprawę warunków zamieszkania wiązał się głównie z napływem nowych mieszkańców do Alei (20,39% raczej nie ma nadziei w tym zakresie, a 13,59% nie ma żadnej nadziei). Rzadziej zwracano uwagę na uporządkowanie ruchu ulicznego (11,17% raczej nie miało nadziei), przyrost dalszych inwestycji, pojawienie się nowych firm czy też wzrost prestiżu Alei.

Spora grupa badanych mieszkańców nie miała zdania w powyższej kwestii. Na przykład 40,78% mieszkańców nie dostrzegą znaczenia napływu nowych mieszkańców, usprawnienia ruchu czy też pojawienia się nowych firm.

Tabela 11. Czy w związku z planami rewitalizacji Alei Wojska Polskiego żywi Pan/i jakieś nadzieje odnoszące się do warunków zamieszkiwania w Alei? W jakim stopniu?

Odpowiedź	Mam wielką nadzieję	Raczej mam nadzieję	Raczej nie mam nadziei	Nie mam żadnej nadziei	Nie mam zdania
Poprawa estetyki, czystości itp.	74,27% (153)	17,48% (36)	2,91% (6)	0,97% (2)	4,37% (9)
Ułatwienia w poruszaniu się po Alei	43,69% (90)	27,18% (56)	9,22% (19)	3,88% (8)	16,02% (33)
Pojawienie się nowych możliwości spędzania wolnego czasu restauracje, imprezy, przybytki kultury	38,35% (79)	28,16% (58)	6,31% (13)	6,31% (13)	20,87% (43)
Napływ nowych mieszkańców do Alei zwiększających różnorodność	10,68% (22)	14,56% (30)	20,39% (42)	13,59% (28)	40,78% (84)
Uspokojenie, uporządkowanie ruchu ulicznego	44,17% (91)	28,64% (59)	11,17% (23)	2,91% (6)	13,11% (27)
Poprawa stopnia bezpieczeństwa	43,20% (89)	29,61% (61)	7,77% (16)	3,40% (7)	16,02% (33)
Wzrost prestiżu Alei	45,15% (93)	25,73% (53)	9,22% (19)	2,91% (6)	16,99% (35)
Pojawienie się nowych firm w Alei	24,88% (51)	24,39% (50)	8,29% (17)	6,34% (13)	36,10% (74)
Przyrost dalszych inwestycji w infrastrukturę Alei	32,04% (66)	23,30% (48)	9,71% (20)	4,85% (10)	30,10% (62)
Usprawnienie ruchu	24,76% (51)	21,36% (44)	8,25% (17)	8,25% (17)	37,38% (77)

Źródło: Badania własne

Na pytanie, w jaki sposób byłoby można na nowo zagospodarować miejsce zwane „ścianą płaczu”, respondenci wskazywali na potrzebę powrotu do tradycji tego miejsca. Najwięcej odpowiedzi dotyczyło rekonstrukcji fontanny, odtworzenia „ściany płaczu”, ale też potrzebę rozbudowy tego miejsca z myślą o miejscu rekreacji dla mieszkańców Alei. Zdaniem respondentów na skwerze powinno się pojawić więcej zieleni, kwiatów, ławek. Takie oczekiwania mieszkańców wiążą się z sentymentalnymi wspomnieniami tego miejsca. Mieszkańcy są zdania, że należy kontynuować tradycję tego miejsca. Ilustracją takiej opinii jest wypowiedź mieszkańca: „Zabytków powojennych nie powinno się niszczyć tylko dlatego, że coś jest zepsute bądź nie działa. Wystarczy renowacja. Postawić nową ścianę”. Część respondentów dodatkowo zwracała uwagę, że powrót do fontanny to dobry pomysł na urozmaicenie niewielkiej miejskiej przestrzeni.

Tylko niewielka grupa mieszkańców wyrażała inne oczekiwania, związane z tym miejscem, np. gustowny punkt gastronomiczny, przeszklona kawiarnia, galeria artystyczna.

Mieszkańcy pozytywnie oceniają zamiar rewitalizacji Alei. Najwięcej badanych osób (38,83%) uważa, że renowacja Alei to ważna sprawa, na równi z innymi ważnymi sprawami dla miasta. Ale równie spora grupa mieszkańców Alei (31,07%) twierdzi, że to jest podstawowa sprawa dla miasta i jego mieszkańców. W sumie prawie 70% mieszkańców aprobuje zamiar rewitalizacji Alei. Tylko 4,37% badanych jest zdania, że w ogóle jest to niepotrzebne.

Tabela 12 Jak generalnie rzecz biorąc oceniliby/aby Pan/i zamiar rewitalizacji Alei Wojska Polskiego?

Odpowiedź	%	Liczba odp.
Jest to podstawowa sprawa dla miasta i jego mieszkańców	31,07%	64
To ważna sprawa, ale wiele innych jest równie ważnych	38,83%	80
To mało ważna sprawa, jest wiele innych ważniejszych zadań	9,71%	20
To w ogóle jest niepotrzebne	4,37%	9
Nie wyrobiłem/łam sobie na ten temat zdania	16,02%	33

Źródło: Badania własne

Mieszkańców poproszono również o wyrażenie opinii na temat innych ulic, osiedli Szczecina, które powinny stać się przedmiotem działań rewitalizacyjnych ze strony miasta. Z analizy wypowiedzi wynika, że ponad połowa respondentów – 52,43% - nie ma na ten temat własnego zdania. Na drugim miejscu respondenci (27,67%) wymieniają te miejsca w Szczecinie, które ich zdaniem są równie ważne jak Aleja. Do takich głównie należą: ul. Wyzwolenia, pl. Kościuszki, Wały Chrobrego, centrum miasta. Wymienia się również szereg innych miejsc, ale dotyczą one pojedynczych opinii mieszkańców. 15,53% mieszkańców uważa, że są miejsca w Szczecinie ważniejsze niż Aleja, które powinny być rewitalizowane. Wymieniano tu ul. Kolumba, Plac Orła Białego, place zabaw dla dzieci. Mniej ważnymi w stosunku do Alei miejscami, które powinny być poddane rewitalizacji, są m.in. Jasne Błonia.

Problemem badawczym był również stopień zadowolenia mieszkańców z faktu zamieszkiwania przy Alei. Zadowolenie takie w sposób zdecydowany deklarowało 27,18%, a 46,60% twierdziło, że raczej tak. Niezadowolenie z faktu zamieszkania dotyczyło tylko 3,40% mieszkańców.

Tabela 13 Czy generalnie rzecz biorąc jest Pan/i zadowolony/a z faktu zamieszkiwania przy Alei?

Odpowiedź	%	Liczba odp.
Zdecydowanie TAK	27,18%	56
Raczej TAK	46,60%	96
Raczej NIE	11,65%	24
Zdecydowanie NIE	3,40%	7
Trudno powiedzieć	11,17%	23

Źródło: Badania własne

Uzupełniającym problemem badawczym było pytanie o ewentualną zmianę miejsca zamieszkania, w przypadku pojawiającej się takiej możliwości. Ponad połowa badanych mieszkańców – 53,80% – nie zmieniłaby miejsca zamieszkania, a 39,13% mieszkańców z takiej możliwości skorzystałaby. Wskazywano różne miejsca Szczecina, do których chętnie by się przeprowadzono. Wśród miejsc do potencjalnego zamieszkania najczęściej wymieniano dzielnice Pogodno, Warszewo, Gumieńce, osiedla Słoneczne i Bukowe. 7,07% mieszkańców deklaruje chęć wyprowadzenia się poza Szczecin.

III. Przedsiębiorcy z Alei Wojska Polskiego wobec rewitalizacji

Na odcinku między placami Szarych Szeregów oraz Zwycięstwa, Aleja Wojska Polskiego jest miejscem działalności około 200 podmiotów rynkowych zajmujących bądź wyodrębnione lokale, ze swobodnym dostępem z ciągu ulicznego (chodników), bądź zajmujące pomieszczenia na piętrach budynków, w podwórkach, oficynach itp. W tym drugim przypadku dostęp do podmiotu jest ograniczony koniecznością „pokonania” domofonu, wspięcia na schody, przemierzenia podwórka itp.

Profil gospodarczy firm rynkowych ulokowanych na wskazanym odcinku Alei jest bardzo zróżnicowany. Aleja nie charakteryzuje się skupieniem żadnych specjalnych form i rodzajów działalności gospodarczej, nie posiada swojej wyraźnej „specyfiki” mogącej, pod tym względem stanowić jej wyróżnik. Dzieje się tak m.in. z uwagi na znaczącą zmienność składu (i liczby) podmiotów ulokowanych przy Alei. W latach 2010 – 2015 (czerwiec) przez Aleję przewinęło się 390 podmiotów, z których niezmiennie (przez cały ten okres) działało i działa nadal (w czerwcu 2015 roku) tylko 86 (22,1% całkowitej liczby wszystkich, które kiedykolwiek w tych latach na Alei istniały).

Badaniami dotyczącymi opinii i stanowiska wobec planów rewitalizacji Alei objęto 101 podmiotów obecnych w jej przestrzeni w okresie lipiec-sierpień 2015r. (stanowi to 50,5% całkowitej ich liczebności). O wzięcie udziału w badaniu proszeni byli przedstawiciele wszystkich podmiotów, których można było w tym miesiącu zastać w miejscu pracy. Musieli oni jednak spełniać następujące warunki, tzn. musieli być albo właścicielami firmy, albo kierownikami jeśli funkcje właścicielskie były oddzielone od właścicielskich, albo długoletnimi, kompetentnymi pracownikami (jeśli kontakt z właścicielem lub kierownikiem okazywał się niemożliwy). Część podmiotów w dniach przeprowadzania badań (w lipcu i sierpniu br.) była nieczynna z powodów urlopów, remontów i przebudowy, w części nie udało się nawiązać kontaktu z właściwą osobą (właściciel, kierownik lub kompetentny i długoletni pracownik), kilka podmiotów zniknęło z Alei w czasie między przeprowadzeniem „spisu” w czerwcu a przeprowadzaniem wywiadu, w wielu wypadkach zaś ankieterzy spotkali się ze zdecydowaną odmową wzięcia udziału w badaniach.

W celu uzyskania bogatszych informacji o możliwym rozwoju gospodarczym Alei w związku z planami jej rewitalizacji o wypowiedzi poproszono również właścicieli lub dysponentów lokali aktualnie (w lipcu 2015) niezajętych pod żadną działalność gospodarczą (pod warunkiem, iż możliwe było nawiązanie z nimi kontaktu np. telefonicznego lub

mailowego), oraz byli skłonni artykułować swoje oczekiwania (wypowiedzi te są przytoczone na końcu niniejszego fragmentu opracowania).

Podmioty, które zdecydowały się wziąć udział w badaniach oddają różnorodność branż i sektorów działalności gospodarczej prowadzonej przy Alei, z prymatem branży odzieżowej i obuwniczej – 12 podmiotów, dalej branży usług finansowych – 7, różnego rodzaju handlu (sklepy) – 8, branży edukacyjnej – 5, usług medycznych – 5, branży gastronomicznej – 4, rzemiosła (szeroko rozumianego) – 4, branży rozrywkowej – 4, usług prawnych – 4, bankowości – 3, branży spożywczej (sklepy) – 3, pośrednictwa nieruchomości i deweloperów – 3, także tłumaczeń – 3, kiosków – 3, kwiaciarni – 3, usług reklamowych – 2 i branży ubezpieczeniowej – 2. Pojedynczo były reprezentowane m.in. usługi call center, salon gier, hotel, rachunkowość, fitness club, projektowanie, itp.

Z uwagi na charakter działalności, ale także dostępną przestrzeń liczba pracowników zatrudnionych w lokalu przy Alei Wojska Polskiego jest niewielka. Wśród podmiotów znajduje się kilka o zatrudnieniu ogólnym kilkudziesięciu, nawet kilkuset osób, dotyczy to jednak z reguły całej firmy, a nie tego jej oddziału, placówki czy sklepu, który działa przy Alei. Większość charakteryzuje się zatrudnieniem wręcz minimalnym: w 16 podmiotach (15,8%), pracuje tylko po 1 osobie, w 14 (13,9%) zatrudnione są 2 osoby, w 13 (12,9%) pracują po 3 osoby. Oznacza to, że prawie połowa z podmiotów (42,6%) to firmy w skali mikro. W 5 podmiotach zatrudnione są po 4 osoby, w 2 pracę wykonuje po 5 osób, w 5 – 6 osób, w 1 – 7 osób, w 2 – 8 osób i w 1 – 9 osób. Oznacza to, że małych firm, o zatrudnieniu między 34 a 9 pracowników jest 16 – 15,8%. Firm zatrudniających od 10 do 49 pracowników jest 15 (14,9%), a tych zatrudniających 50 i więcej jest 4 (4,0%), z tym, że w dokładnie dwóch z nich (i to mających ogólne zatrudnienie 200 i więcej osób) w lokalach przy Alei pracuje tylko po trzech pracowników. Pozostałe firmy (23 – 22,8%) nie podały dokładnie stanu zatrudnienia, bardzo często jako usprawiedliwienie powołując się na znaczną zmienność personelu. W rzeczywistości zmienność składu zatrudnionych ma miejsce – w ostatnim roku z pracy w firmach przy Alei Wojska Polskiego odeszło 57 osób, ale przyjęto 60 nowych pracowników. Rynek pracy przy Alei nie wykazuje tendencji ani rozrostu, ani kurczenia się. Pracownicy są przyjmowani najczęściej wtedy, gdy istnieje konieczność zastąpienia pracownika odchodzącego.

Zdecydowana większość pojawiła się na szczecińskim rynku w ostatnim okresie czasu. Sprzed roku 1960 wywodzi się 7 firm (6,9%), z lat 60-tych – 5 (5,0%), z lat 70-tych – 2 (2,0%), z lat 80-tych – 3 (3,0%) i z lat 90-tych – 20 (19,8%). W pierwszym dziesięcioleciu

XXI wieku (2000-2010) zostało założonych 31 firm (30,7%), a w latach 2011-2015 – 14 (13,9%).

Na samej Alei Wojska Polskiego najstarsze stażem firmy (działające jeszcze przed rokiem 60-tym XX wieku), są bardzo nieliczne – tylko 2 (2,0%). W latach 60-tych zainstalowały się przy Alei 3 (3,0%) podmioty, w latach 70-tych 4 (4,0%), w latach 80-tych – 2 (2,0%), a w 90-tych – 9 (8,9%). Od pierwszego dziesięciolecia XXI swą obecność przy Alei liczą 32 firmy (31,7%), a od lat 2011-2015 – 36 (35,6%).

Dane te potwierdzają zauważoną od czasu prowadzenia pierwszych obserwacji (2010 rok) znaczącą zmienność składu podmiotów ulokowanych przy Alei Wojska Polskiego.

Ocena kondycji firmy

Zmienność składu firm prowadzących działalność może być świadectwem trudności w odnoszeniu sukcesów. Może jednak być świadectwem poszukiwania innych, bardziej korzystnych lokalizacji, lub też wynikiem zbiegu innych wydarzeń – zakończenia działalności (emerytura, renta), podjęcia innego rodzaju aktywności zawodowej itp.

Przedstawiciele firm aktualnie działających przy Alei Wojska Polskiego w zasadzie oceniają jej sytuację pozytywnie. Co dziesiąty jest przekonany o bardzo dobrej sytuacji, w jakiej znajduje się jego firma, blisko połowa określa tę sytuację mianem „dobrej”. Ocena negatywną (nazywając ją złą lub bardzo złą) wyraża tylko 13,8% badanych.

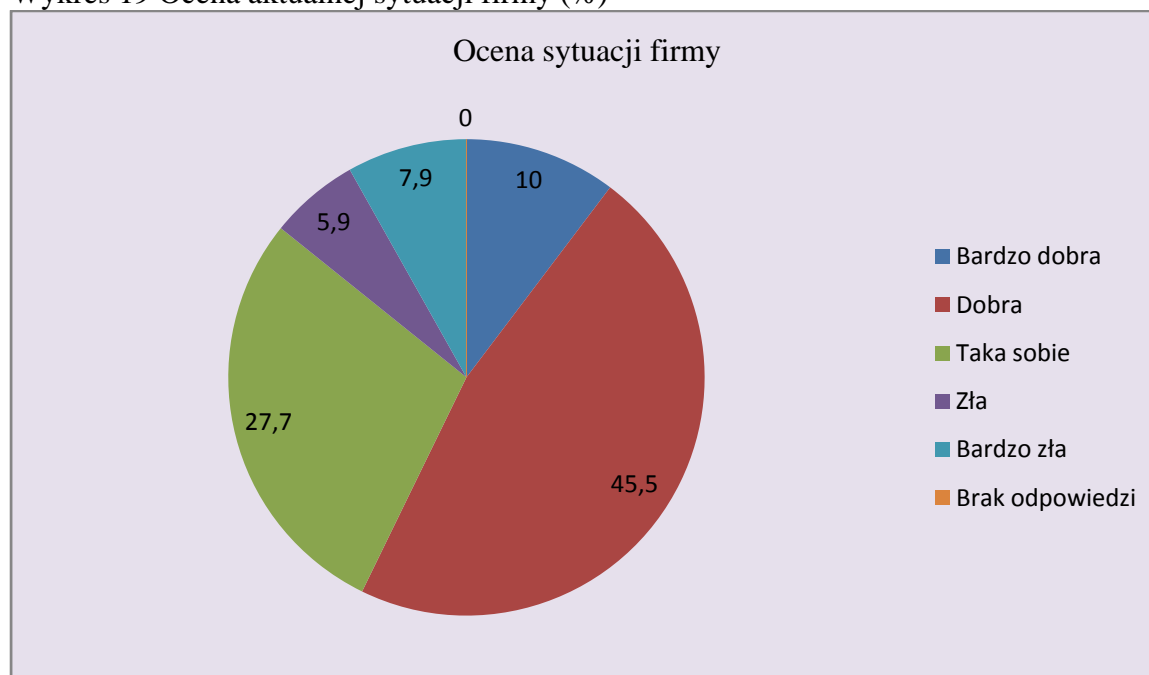
Dokładny rozkład odpowiedzi na odnośne pytanie przedstawia poniższa tabela. W pierwszym rzędzie każdego wiersza liczba zapisana normalną czcionką niesie informacje o bezwzględnej liczbie respondentów odpowiadających w określony sposób. Drugi rząd (zapisany kursywą) niesie informacji o wielkości względnej (%). Taki sposób prezentowania informacji został również zastosowany w następnych tabelach.

Tabela 14 Jak ocenia Pan/i aktualną sytuację swojej firmy?

Bardzo dobra	Dobra	Taka sobie	Zła	Bardzo zła	Brak odpowiedzi
10	46	28	6	8	3
<i>10,0</i>	<i>45,5</i>	<i>27,7</i>	<i>5,9</i>	<i>7,9</i>	<i>3,0</i>

Źródło: badania własne

Wykres 19 Ocena aktualnej sytuacji firmy (%)



Źródło: Badania własne

O rzeczywistej sytuacji firmy decyduje przede wszystkim ona sama – rodzaj działalności, oraz, jak sprawdza się ona w swojej roli – 9 uzasadnień (15,5% wszystkich oceniających kondycje firmy jako bardzo dobrą i dobrą). W konsekwencji takiej firmie „dopisują klienci” (8 uzasadnień – 14,3%). To najczęstsze uzasadnienia przywoływane na wytłumaczenie przekonania o dobrej sytuacji firmy. Incydentalnie przywoływane są „ogólnie korzystne warunki na rynku” – 2 uzasadnienia, wystarczające warunki parkowania – 1, oraz „położenie” – 2 przypadki. Znacznie częściej, i przy odwołaniu się do szerszej gamy wytłumaczeń przywoływane są powody, dla których kondycja firmy jest zła lub nawet bardzo zła. Dominują w zasadzie dwa uzasadnienia: 1) brak klientów – 12 wskazań (85,7% z grupy przedsiębiorców oceniających kondycje firmy negatywnie) i 2) brak możliwości parkowania przy Alei – 10 wskazań (71,4%). Najczęściej zresztą podawano te wytłumaczenia łącznie, widząc w nich wyraźny ślad przyczynowy. W 5ciu przypadkach (35,7%) obwiniano „niesprzyjające warunki ogólne i brak popytu”, w 2 wypadkach skarżono się na „zbyt wysoki czynsz”, a w jednym na konkurencję ze strony centrów handlowych.

Lokalizacja firmy w konkretnej części miasta, przy konkretnej ulicy czy alei może mieć kapitalne znaczenie dla jej powodzenia choć w wypowiedziach swobodnych respondentów nie odwoływali się do tego zbyt często (w zasadzie tylko dwa razy). Na pytanie zadane wprost o to czy lokalizacja przy Alei Wojska Polskiego wywiera korzystny wpływ na powodzenie firmy także nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Prawie połowa z badanych (50 –

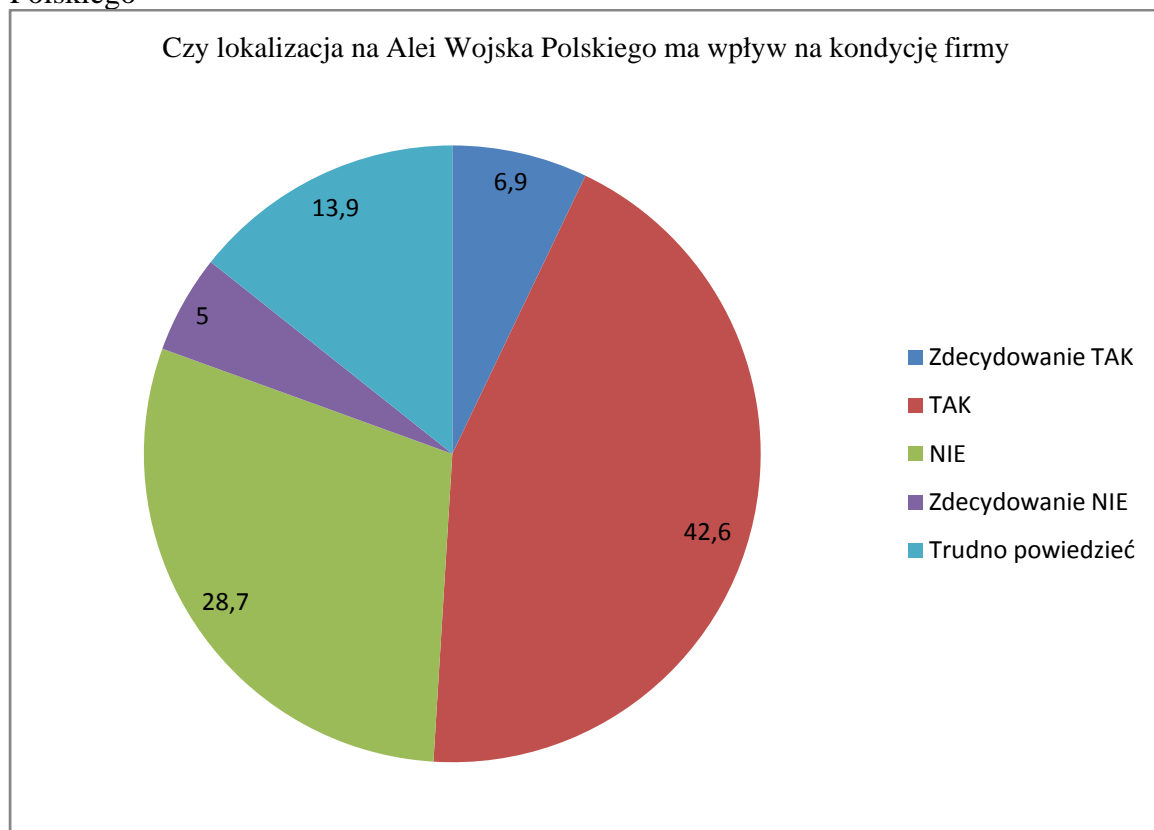
49,2%), a rodzaj reprezentowanej czy posiadanej firmy, nie ma tutaj większego znaczenia, stwierdziła co prawda, że taka właśnie lokalizacja jest dla firmy korzystna – (7 podkreśliło to stwierdzeniem – Zdecydowanie TAK, a 43 ograniczyło się do prostego TAK). Niemniej 34 (33,7%) wyraziło zdanie przeciwne. Jeśli wziąć pod uwagę wahających się (odpowiedź Trudno powiedzieć) uzyskuje się obraz niejednoznaczności. Sama lokalizacja nie przesądza o sukcesie firmy, choć na pewno ma swoje znaczenie.

Tabela 15. Czy lokalizacja działalności na Alei Wojska Polskiego z uwagi na jej umiejscowienie jest dla Pana/i firmy korzystna (np. w porównaniu z innymi lokalizacjami w mieście)?

Zdecydowanie TAK	TAK	NIE	Zdecydowanie NIE	Trudno powiedzieć
7 6,9	43 42,6	29 28,7	5 5,0	14 13,9

Źródło: badania własne

Wykres 20 Opinia na temat korzyści płynących z funkcjonowania firmy przy Alei Wojska Polskiego



Źródło: Badania własne

Dodatkowo, w uzasadnieniu do stwierdzeń o wpływie lokalizacji firmy przy Alei Wojska Polskiego, wskazania na negatywne cechy otoczenia nawet przeważają liczebnie nad wskazaniami pozytywnych. Do tych drugich należą:

- fakt, iż Aleja jest w „centrum miasta” – 14 uzasadnień (odwołuje się do tego 13,9% respondentów),
- w konsekwencji to, że jest to „rozpoznawalne i optymalne miejsce” – 5 (5,0%)

a dalej:

- „liczni klienci” – 2 (2,0%),
- istnienie „komunikacji miejskiej” – 2 (2,0%),
- „nateżenie ruchu” – 1 (1,0%),

Do tych pierwszych (negatywnych) cech otoczenia należą przede wszystkim:

- „złe warunki parkowania” – 16 (15,8%),
- „mały ruch” – 12 (11,9%),

a w dalszej kolejności:

- konkurencja ze strony centrów handlowych
- „zaniedbanie ulicy” – 2 (2,0%),
- brak linii tramwajowej – 1 (1,0%)

Od opisu Alei abstrahują raczej takie uzasadnienia jak:

- „stali klienci” – 3 (3,0%),
- „brak konkurencji” – 1 (1,0%),
- „specyfika firmy” – 1 (1,0%)

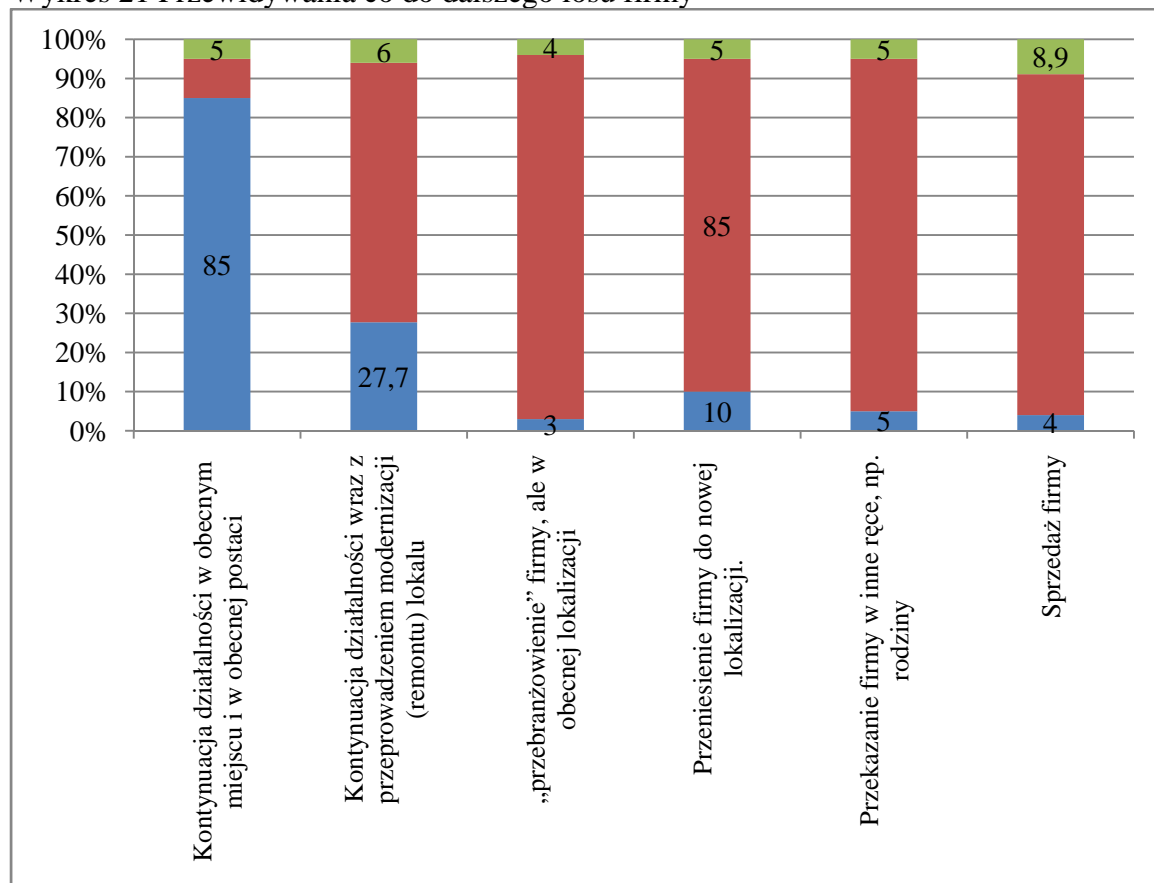
Taka czy inna ocena lokalizacji firmy na Alei Wojska Polskiego przy odwołaniu się do takich czy innych opisów cech Alei nie wpływa, przynajmniej negatywnie, na wolę kontynuowania działalności, i to pod aktualnym adresem (na Alei Wojska Polskiego). Deklaruje ją 85,0% badanych. O sprzedaży firmy lub przekazaniu jej w inne ręce myśli jedynie co dziesiąty z badanych, również co dziesiąty nie wyklucza przeniesienia jej w inny rejon (na inną ulicę) miasta. Warto jednak zauważyć, że stosunkowo niewielka część przedstawicieli podmiotów gospodarujących przy Alei myśli (planuje) o przeprowadzeniu jakichś inwestycji zwiększających wartość i atrakcyjność lokalu. Wytłumaczeniem takiej postawy jest na pewno to, że tylko 30 lokali (29,7% firm) jest przedmiotem własności osób prowadzących w nim działalność. Większość lokale wynajmuje – 57 (56,4%), a 4 (4,0%) dzierżawi.

Tabela 16 Rozważane losy firmy

Możliwe działanie w przyszłości	TAK	NIE	Brak odpowiedzi
Kontynuacja działalności w obecnym miejscu i w obecnej postaci	86 85,0	10 10,0	5 5,0
Kontynuacja działalności wraz z przeprowadzeniem modernizacji (remontu) lokalu	28 27,7	67 66,3	6 6,0
„przebranżowienie” firmy, ale w obecnej lokalizacji	3 3,0	94 93,0	4 4,0
Przeniesienie firmy do nowej lokalizacji. W jakie miejsce?	11 10,0	85 85,0	5 5,0
Przekazanie firmy w inne ręce, np. rodziny	5 5,0	91 90,0	5 5,0
Sprzedaż firmy	4 4,0	88 87,1	9 8,9

Źródło: badania własne

Wykres 21 Przewidywania co do dalszego losu firmy



Źródło: Badania własne

Z faktem, iż stosunkowo niewielu prowadzących działalność przy Alei Wojska Polskiego jest właścicielami lokalu zajmowanego przez podmiot wiąże się nie tylko brak samodzielności przy podejmowaniu decyzji o inwestycjach, ale także ponoszenie kosztów. Stosunkowo niewielu działających przy Alei przedsiębiorców wskazuje miasta jako właściciela lokalu – 7 (11,5% wszystkich nie będących właścicielami lokalu), Od biur nieruchomości lokale wynajmuje 3 przedsiębiorców (4,9%). Zdecydowana większość wynajmuje je od innych właścicieli, osób prywatnych – 47 (77,0%). W ten sposób okazuje się, że aleja posiada innych jeszcze użytkowników, poza pracującymi przy niej, mieszkającymi i poza ogółem mieszkańców miasta. To osoby, które w gruncie rzeczy również prowadzą działalność gospodarczą w oparciu o zasoby zgromadzone na alei, ale w sposób znacznie bardziej pośredni. Opłaty za użytkowanie lokalu są bardzo zróżnicowane w pewnych przypadkach nie są to sumy wielkie, w granicach od 100 do 1000 zł miesięcznie - jest ich 9 (14,8% wszystkich wynajmujących lub dzierżawiących lokale). Ale są to także kwoty od 1 do 3 tysięcy złotych – 8 przypadków (13,8%), 3-6 tysięcy zł. (9 przypadków – 14,8%), a nawet 10 tysięcy złotych (3 przypadki – 4,9%). Większość pytanych zasłoniła się tutaj jednak tajemnicą handlową lub wprost odmówiła odpowiedzi.

Pytanie o inne, równie atrakcyjne (a nawet bardziej atrakcyjne) do prowadzenia działalności gospodarczej miejsca w Szczecinie przynosi szereg interesujących wskazań pozwalających wskazać, która (które) z części miasta traktowane są jako rzeczywiście centralne. W tabeli przedstawiono wszystkie wskazania, aczkolwiek wiele z lokalizacji wymienianych było łącznie, bo tak też są one postrzegane – np. „Brama Portowa, Niepodległości, Wyzwolenia, Plac Rodła” – to przykład najczęstszego przywołania). Zestawienie zawiera liczbę bezwzględną wskazującą, jak często dana nazwa (najczęściej ulicy lub placu) się pojawiła, i jaki to stanowi odsetek od całkowitej liczby respondentów. Ta ostatnia wskazuje, jak często lokalizacja pojawiała się w ich polu uwagi.

Tabela 17 Lokalizacje postrzegane jako atrakcyjne dla prowadzenia działalności gospodarczej

Lokalizacja wskazywana	Liczba wskazań	Odsetek wskazujących
Niepodległości	16	15,8
Wyzwolenia	14	13,9
Plac Rodła	12	11,9
Brama Portowa	10	9,9
Galaxy	9	8,9
Kaskada	8	7,9
Galerie handlowe	6	5,9
Jana Pawła II	4	4,0
<i>Tam, gdzie jest dobre parkowanie</i>	4	4,0
Krzywoustego	3	3,0
Plac Kościuszki	2	3,0
Plac Żołnierza	2	3,0
Wały Chrobrego	2	2,0
Poniżej po 1 wskazaniu (1,0%)		
Przyjaciół Żołnierza		
Aleja Piastów		
Jagiellońska		
Carrefour		
Stare Miasto		
Deptak Bogusława		
Plac Grunwaldzki		
Zawadzkiego		
Dworcowa		
Kołłątaja		
1 Maja		
Rynek Pogodno		
Pazim		
<i>Okolice sądów</i>		
<i>Okolice centrum</i>		
<i>Przy przychodniach</i>		

Źródło: badania własne

Wyżej wskazany ciąg ulic (Brama Portowa - Al. Niepodległości - Al. Wyzwolenia - Plac Rodła) uzupełniony przez znajdujące się w nim zresztą galerie handlowe – Kaskada i Galaxy są w istocie postrzegane jako gospodarcze (a właściwie handlowe) centrum Szczecina. Respondenci z reguły tak właśnie wymieniają wszystkie (lub większość z nich) te nazwy.

Ocena znaczenia Alei Wojska Polskiego w pejzażu miasta

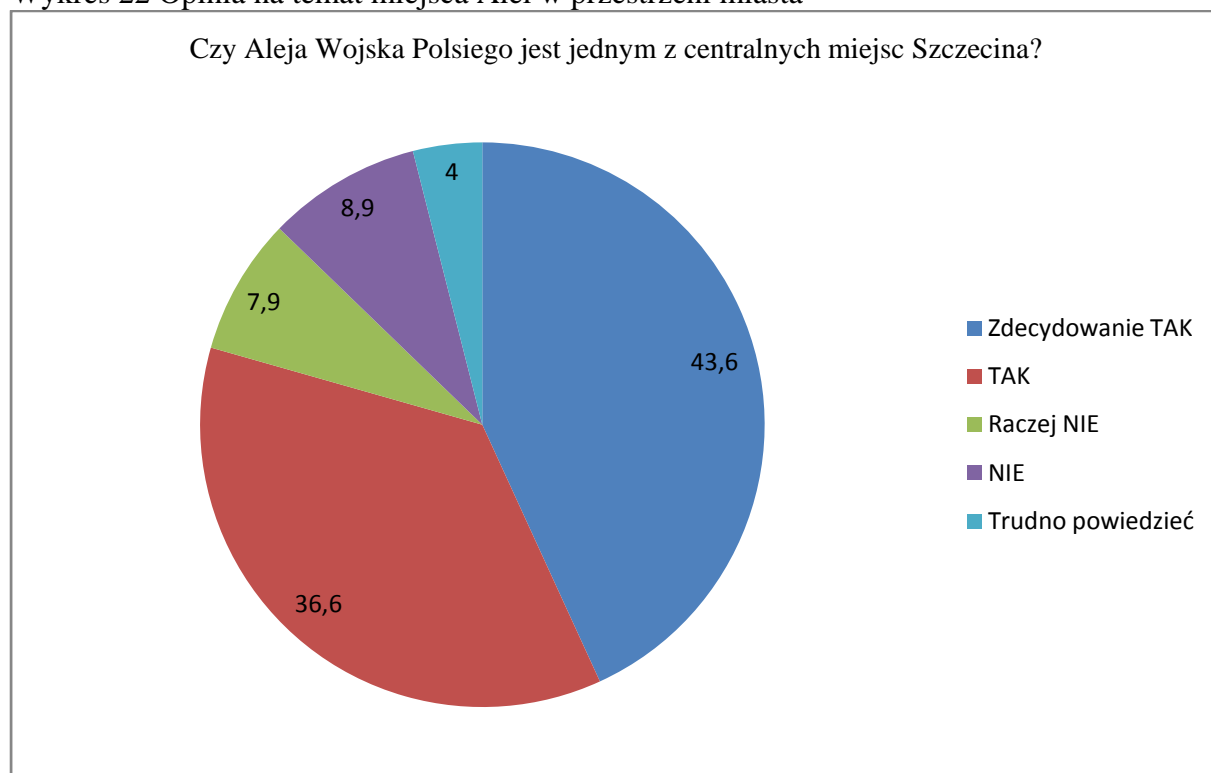
Aleja jest nie tylko korzystnym miejscem dla prowadzenia działalności gospodarczej. Jest po prostu ważnym, centralnym miejscem Szczecina. Opinie taką wyraża 81 przedsiębiorców (80,2%), a przy tym większość z tak się wyrażających formułuje swój sąd pod postacią odpowiedzi na odnośne pytanie – Zdecydowanie TAK. Powątpiewa w centralną rolę Alei w mieście tylko 17 przedsiębiorców – 16,8% z nich.

Tabela 18 Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem, iż Aleja Wojska Polskiego jest jednym z centralnych miejsc Szczecina?

Zdecydowanie TAK	Raczej TAK	Raczej NIE	Zdecydowanie NIE	Trudno powiedzieć
44	37	8	9	4
43,6	36,6	7,9	8,9	4,0

Źródło: badania własne

Wykres 22 Opinia na temat miejsca Alei w przestrzeni miasta



Źródło: Badania własne

Jeśli Aleja Wojska Polskiego może mieć swoich konkurentów do miana gospodarczego (handlowego) centrum miasta, może mieć także konkurentów do bycia centralnym miejscem w ogóle. Poniższe zestawienie ponownie zawiera wszystkie nazwy pojawiające się w wypowiedziach respondentów przy zachowaniu takich samych zasad, które zastosowano przy tabeli 17.

Tabela 19 Lokalizacje postrzegane jako „centralne”, „ważne” w mieście

Lokalizacja wskazywana	Liczba wskazań	Odsetek wskazujących
Niepodległości	34	33,7
Plac Rodła	25	24,8
Brama Portowa	22	21,8
Wyzwolenia	20	19,8
Krzywoustego	11	10,9
Wały Chrobrego	11	10,9
Plac Żołnierza	8	7,9
Plac Kościuszki	6	5,9
Galaxy	6	5,9
Plac Grunwaldzki	6	5,9
Jana Pawła II	5	5,0
Deptak Bogusława	3	3,0
Jagiellońska	3	3,0
Stare Miasto	2	2,0
Piłsudskiego	2	2,0
Centra handlowe	2	2,0
Kaskada	2	2,0
Wyszyńskiego	2	2,0
Plac Lotników	2	2,0
<i>Poniżej po 1 wskazaniu (1,0%)</i>		
Jasne Błonia		
Carrefour		
Manhattan		
Aleja Piastów		
Zamek Książąt		
Obrońców Stalingradu		
Plac Szarych Szeregów		
Plac Odrodzenia		
Plac Lotników		
Łasztownia		
Park Kasprowicza		
Plac Orła Białego		

Źródło: Badania własne

Wziąwszy pod uwagę zarówno wskazania samego „centrum” miasta, jak i wskazania najkorzystniejszych lokalizacji do prowadzenie działalności gospodarczej (handlowej) centralna ośią miasta jest ciąg rozpościerający się między Brama Portową a Placem Rodła (włączając w to oba centra handlowe – Galaxy i Kaskadę). Zwraca uwagę to, że Aleja Wojska Polskiego w swoim postrzeganiu jako centrum miasta jest osamotniona. Okolice Alei, a zwłaszcza ul. Jagiellońska, deptak Bogusława, Aleja Piastów, Plac Szarych Szeregów, ul. Piłsudskiego, ulica Obrońców Stalingradu pojawiają się w wypowiedziach respondentów raczej incydentalnie, innych miejsc, jak Plac Zwycięstwa, ulice Bohaterów Getta Warszawskiego, Śląska itp. nie pojawiają się w ogóle.

„Osamotniona” Aleja Wojska Polskiego pozostaje jednak ważnym elementem miasta dla osób, dla których jest ona przedmiotem codziennego docierania, spędzania kilku, kilkunastu godzin, a przede wszystkim prowadzenia działalności gospodarczej. Za ogólną pozytywną oceną centralnego charakteru Alei nie idzie jednak w zasadzie żadna pozytywna ocena elementów, które mogłyby ową centralność podkreślać, poza dwoma wyjątkami. Pierwszym, dominującym są „korzyści z prowadzenia firmy” – razem 55,5% badanych przedsiębiorców oceniło je jako bardzo dobre i dobre. Drugim elementem, zbierającym razem 40,6% ocen bardzo dobrych i dobrych jest „bezpieczeństwo”. Pierwszy element wydaje się być naturalnym wyborem, tych którzy już przy Alei prowadzą swoją działalność gospodarczą, a przy tym oceniają lokalizacje firmy (przy Alei) jako fakt korzystny. Drugi element zasługuje na uwagę chociażby dlatego, że stanowi ważny czynnik zapewniający niezakłócone prowadzenie przedsięwzięcia gospodarczego, oraz czynnik sprzyjający pojawianiu się i przyciąganiu potencjalnych klientów.

Tabela 20 Ocena obecnego stanu Alei Wojska Polskiego pod następującymi względami

Przedmiot oceny	Ocena					Nie mam zdania
	Bardzo dobra	Dobra	Dostateczna	Zła	Bardzo zła	
Bezpieczeństwo	1 <i>1,0</i>	40 <i>39,6</i>	38 <i>37,6</i>	15 <i>14,9</i>	3 <i>3,0</i>	5 <i>5,0</i>
Estetyka	0	10 <i>9,9</i>	39 <i>38,6</i>	38 <i>37,6</i>	15 <i>14,9</i>	0
Spędzanie wolnego czasu	1 <i>1,0</i>	10 <i>9,9</i>	7 <i>6,9</i>	55 <i>54,5</i>	24 <i>23,8</i>	5 <i>5,0</i>
Wypoczynek, rozrywka	1 <i>1,0</i>	9 <i>8,9</i>	6 <i>5,9</i>	59 <i>58,4</i>	22 <i>21,8</i>	5 <i>5,0</i>
Zanieczyszczenia (powietrza)	0	11 <i>10,9</i>	41 <i>40,6</i>	26 <i>25,7</i>	18 <i>17,8</i>	6 <i>5,9</i>
„wizytówka miasta”	1 <i>1,0</i>	6 <i>5,9</i>	14 <i>13,9</i>	65 <i>64,4</i>	13 <i>12,9</i>	2 <i>2,0</i>
Zapraszanie gości (np. z zagranicy)	2 <i>2,0</i>	16 <i>15,8</i>	13 <i>12,9</i>	51 <i>50,5</i>	17 <i>16,8</i>	2 <i>2,0</i>
Hałas, zgiełk	1 <i>1,0</i>	16 <i>15,8</i>	35 <i>34,7</i>	39 <i>38,6</i>	10 <i>9,9</i>	0
Korzyści z prowadzenia firmy	5 <i>5,0</i>	51 <i>50,5</i>	23 <i>22,8</i>	15 <i>14,9</i>	4 <i>4,0</i>	4 <i>4,0</i>
Korzyści z zamieszkiwania	0	7 <i>6,9</i>	10 <i>9,9</i>	29 <i>28,7</i>	11 <i>10,9</i>	42 <i>41,6</i>
Natężenie ruchu	1 <i>1,0</i>	16 <i>15,8</i>	34 <i>33,7</i>	39 <i>38,6</i>	6 <i>5,9</i>	3 <i>3,0</i>

Źródło: Badania własne

Uszeregowanie wskazań pozytywnych według liczebności (względnej, wg odsetków) ocen bardzo dobrych i dobrych pokazuje jednak dobitnie, że za nic więcej w zasadzie Alei nie można pochwalić. Nie jest ona spostrzegana jako wizytówka miasta, chociażby dlatego, że nie charakteryzuje się żadną estetyką, nie można liczyć na spędzenie w niej wolnego czasu, oddanie się rozrywkom itp. Fatalnie wygląda ocena warunków zamieszkiwania. Mimo tego, pewna część respondentów jest przekonana, że na aleję można „zapraszać gości, z zagranicy”. Aleja jest postrzegana przez cechy wielkomiejskie, wiążące się z ruchem, hałasem, małym komfortem zamieszkiwania, ale choćby z powodu tego charakteru godna pokazywania przybyszom skądinąd.

Wykres 23 Ocena poszczególnych elementów charakteryzujących Aleję



Źródło: Badania własne

Na odcinku między placami Szarych Szeregów i Zwycięstwa Aleja Wojska Polskiego ma długość ponad 1 kilometra i jest przy tym gęsto zabudowana. Przedsiębiorcy z Alei mają jednak pewne kłopoty ze wskazaniem miejsc szczególnych, w jakiś sposób się wyróżniających i przy Alei, im w pejzażu całego miasta.

Poniższe zestawienie zawiera wszystkie nazwy, jakie się w tym kontekście pojawiły, również ze wskazaniem na to, ilu respondentów takiej nazwy użyło, i jaką stanowili część ich całej zbiorowości (względna)

Tabela 21 Miejsca „szczególne” przy Alei Wojska Polskiego – wyróżniające się pozytywnie

Szczególne miejsce przy Alei	Liczba wskazań	Odsetek wskazujących
Pasztecik	8	7,9
Kino Pionier	8	7,9
Czekoladowa	7	6,9
Cukiernia Sowa	5	5,0
Deptak Bogusława	4	4,0
Kino Kosmos	3	3,0
Lucynka i Paulinka	3	3,0
Pizzeria Piccolo	3	3,0
Deni Cler	2	2,0
„Ściana płaczu”	2	2,0
Koch	2	2,0
Plac Zgody	2	2,0
<i>Poniżej po 1 wskazaniu (1,0%)</i>		
Salon IBM		
Kruk		
Hostel Gryf		
Kwiaciarnia 7 Róż		
Mydlarnia		
Biblioteka		
Sklep rybny Atol		
Galeria Sawka		
Hurtownia obuwia sportowego		
Biurowiec przy Kosmosie		
Vero Moda		
Marc Cain		
Vision Ex		
Deutsche Bank		
Dyskobol		
Ara		
Naleśnikarnia		
Alior Bank		
Cub cake		
Trussardi		

Źródło: Badania własne

W zasadzie żadne miejsce (lokal, budynek) nie skupia większej uwagi. Głosy są raczej rozproszone, a przy tym częściej przywoływane są lokalizacje obecne przy Alei (i w mieście) niemal „od początku” – np. kino Pionier lub Pasztecik, albo takie, które już nie istnieją – kino Kosmos, budynek ze sklepem cukierniczym Lucynka i Paulinka. Przekonanie, że właściwie Aleja Wojska Polskiego nie może poszczycić się żadnym (a przynajmniej wieloma) obiektem godnym zauważenia wydaje się całkiem usprawiedliwionym.

Poza miejscami godnymi uwagi w pozytywnym tego słowa znaczeniu przy Alei mogą się znajdować miejsca wyróżniające się negatywnie, będące przedmiotem raczej wstydu niż dumy.

Tabela 22 Miejsca „szczególne” przy Alei Wojska Polskiego – wyróżniające się negatywnie

Szczególne miejsce przy Alei	Liczba wskazań	Odsetek wskazujących
Puste lokale	13	12,9
Nijakość ulicy	6	5,9
Banki	5	5,0
Budynek po Jubilatce	4	4,0
Zabudowa kina Kosmos	2	2,0
ciuchbudy	2	2,0
„sąsiedztwo mieszkańców”	3	3,0
<i>Poniżej po 1 wskazaniu (1,0%)</i>		
Plac Szarych Szeregów		
Lombardy		
Biedronka		
Żabki		
Fresh markety		
Promedia		
Wieżowce		
Dyskobol		
Monopolowe		
Brak miejsc do siedzenia		
Zły stan ulicy		

Źródło: Badania własne

Oprócz wymienionej z nazwy Biedronki (oraz sklepu Dyskobol) żadna inna, wyróżniająca się negatywnie lokalizacja nie jest wyraźnie nazwana. Wymienione są przede wszystkim „puste lokale”, i w tym należy przedsiębiorcom przyznać racę. W czerwcu 2015 roku przy Alei znajdowały się 44 puste lokale, niezajęte na żadną działalność – stanowiły one ponad 1/3 wszystkich zasobów lokalowych Alei. Pustostany a także, generalnie rzecz biorąc sklepy sieciowe i dyskontowe (Biedronka, Żabki, fresh markety), sklepy z używaną odzieżą, monopolowe i lombardy uważane są za główne obciążenie ulicy. Ale pojawia się także kwestia budynku po dawno już nie istniejącej kawiarni Jubilatka, który stanowił kiedyś element wyróżniający się, obecnie zaś wręcz przeciwnie.

W tym kontekście należy spojrzeć na opinie dotyczące innego, wyróżniającego się miejsca przy Alei, jakim była, nieistniejąca już fontanna nazywana popularnie „ścianą płaczu”. Od wielu lat miejsce to stoi puste, poza sezonem letnim, w którym zajęte jest przez

„ogródek” gastronomiczny. Jako miejsce, w jakiś sposób (pozytywny) zaznaczające się w przestrzeni Alei zostało zresztą wymienione przez 2 respondentów (to w sumie niewielu, ale przecież „ściana...” nie istnieje”. Jest to przestrzeń, która można byłoby w jakiś sposób ponownie wykorzystać i ukształtować. Pomysły przedsiębiorców na ponowne jej wykorzystanie są następujące:

- Przywrócenie fontanny – 25 głosów (24,8%),
- Urządzenie ogródka gastronomicznego, restauracyjnego – 10 głosów (9,9%),
- Pozostawienie, w takim kształcie, w jakim jest obecnie – 10 głosów (9,9%), (czyli także z jakąś funkcją gastronomiczną, przynajmniej w okresie letnim).

Są to najpowszechniej zgłaszane propozycje, pomijając otwarte przyznanie się do braku zdania – 21 wypowiedzi (20,8%). Pozostałymi pomysłami są:

- Skwer – 4 głosy,
- Mini parking – 2 głosy,
- Galeria artystyczna – 2 głosy,

i po 1 głosie na:

- „coś dla niepełnosprawnych”,
- Przystanek roweru miejskiego,
- Informacja turystyczna,
- Plac dla dzieci,
- Ściana śmiechu Henryka Sawki.

Pomysły na ponowne urządzenie tego fragmentu Alei sprowadzają się do tego, aby odbudować stan wcześniejszy, albo zachować obecny.

Wypowiedzi badanych na temat kształtu Alei wskazują jednak, że w zasadzie niczym szczególnym się ona nie wyróżnia (ani w sensie pozytywnym, ani w sensie negatywnym). Istotne jest jej centralne położenie, tyle, że pozbawione jest ono „znaków szczególnych”. A zwłaszcza pozbawione jest takich znaków, które zjawiłyby się na Alei w niedawnych latach – jeśli coś jest zauważane i odnotowywane, to wywodzi się z dawniejszych lat (kino Pionier, Pasztecik). Co najwyżej zauważana jest Biedronka i inne sklepy sieciowe, one swoją obecność przy Alei liczą w kilku latach, ale zauważane są w kontekście negatywnym. Podobnie jak liczne „pustostany”.

Ocena rewitalizacji Alei Wojska Polskiego

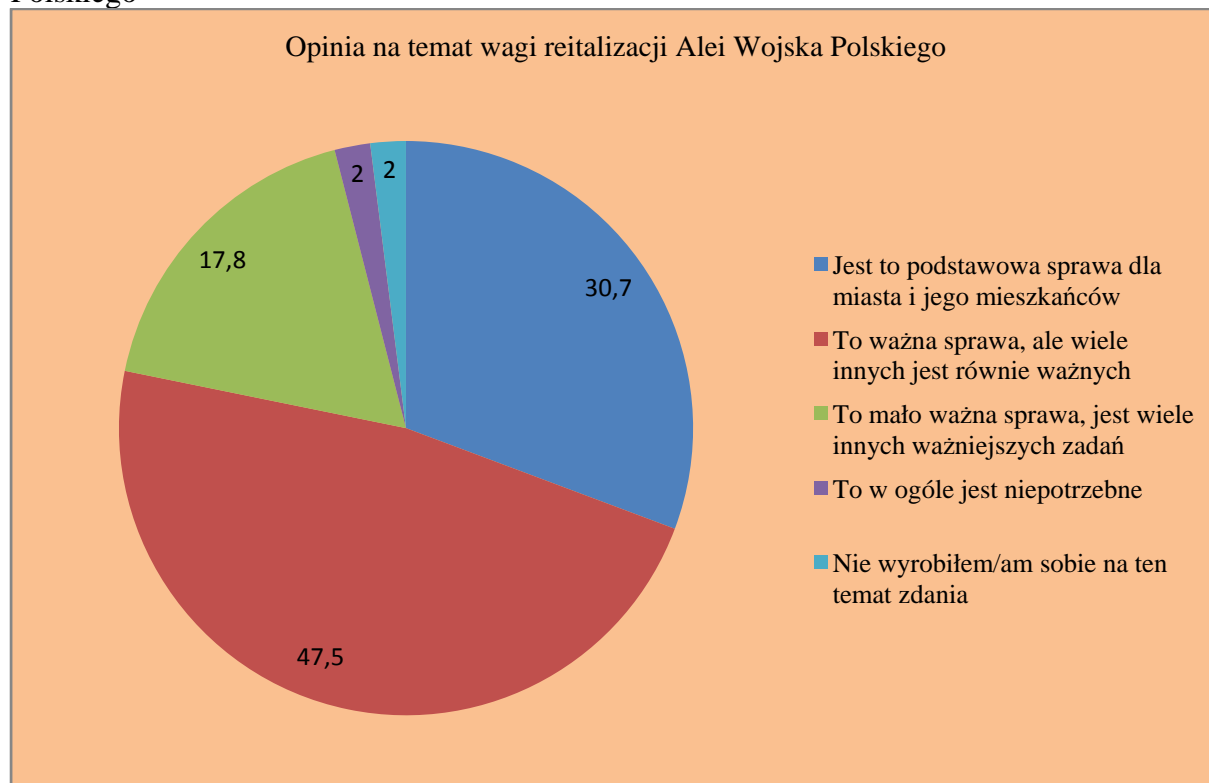
Potrzeba przeprowadzenia procesu rewitalizacji Alei Wojska Polskiego jest dostrzegana przez przedsiębiorców prowadzących przy niej działalność gospodarczą jako kwestia ważna dla miasta i jego mieszkańców, aczkolwiek nie jest postrzegana jako jedyne tego typu zadanie konieczne do przeprowadzenia. Co trzeci z badanych (30,7%) uważa nawet, że jest to podstawowa „sprawa dla miasta i jego mieszkańców”. Ogółem 78,2% przedsiębiorców uważa rewitalizację za potrzebną i ważną. Tylko 2 respondentów sądzi, że rewitalizacja alei w ogóle nie jest potrzebna.

Tabela 23 Jak ważne są działania w polegające na rewitalizacji Alei Wojska Polskiego

Jest to podstawowa sprawa dla miasta i jego mieszkańców	To ważna sprawa, ale wiele innych jest równie ważnych	To mało ważna sprawa, jest wiele innych ważniejszych zadań	To w ogóle jest niepotrzebne	Nie wyrobiłem/am sobie na ten temat zdania
31 30,7	48 47,5	18 17,8	2 2,0	2 2,0

Źródło: Badania własne

Wykres 24 Opinie na temat konieczności przeprowadzenia rewitalizacji Alei Wojska Polskiego



Źródło: Badania własne

Niemniej,, prawie połowa badanych – 68 czyli 67,3%, uważa, że Aleja Wojska Polskiego nie jest jedynym miejscem w Szczecinie, które zasługuje i powinno być poddane procesom rewitalizacyjnym. Inne miejsca są również tego godne aczkolwiek waga i pilność dokonania ich rewitalizacji jest postrzegana różnie. Jako ważniejszą postrzega się rewitalizację:

- Ulicy Kolumba – 3 wskazania,

I po 1 wskazaniu:

Odcinek od Placu Kościuszki do Turzyna

- Ulicę Romera,
- Ulicę Zbójnicką,
- Ulicę Krzywoustego,
- Aleję Niepodległości,
- Wały Chrobrego
- Ulicę Struga,
- Ulicę Gdańską

Jako równie ważne w procesie rewitalizacji wymienia się:

- Ponownie ulicę Kolumba – 3 wskazania,
- Ulicę Jagiellońską – 2 wskazania,
- Ulicę Mickiewicza – 2 wskazania,
- Wały Chrobrego,
- Plac Kościuszki,
- Ulicę Parkową
- Ulice Śląską, Bohaterów Getta Warszawskiego, Królowej Jadwigi,
- Ulicę Łokietka,
- Aleję Niepodległości,
- Lubeckiego,
- Gontyny,
- Bohaterów Warszawy,
- Dalszą część Alei Wojska Polskiego,
- Ulicę Krzywoustego
- Ulice Lenartowicza i Żupańskiego,
- Plac Kościuszki,

a także:

- Stare Miasto – 2 wskazania,
- Niebuszewo,
- Gołęcin,
- Skolwin,
- Podzamcze

oraz przede wszystkim

- Całe Śródmieście – 3 wskazania,

Pojawiają się także pomysły objęcia rewitalizacją (na równych prawach z Aleją Wojska Polskiego) wszystkich ważnych placów w Śródmieściu, całego miasta oraz przebudowy Alei Kwiatowej.

Jako zadania warte podjęcia, choć nie tak ważne, wymienia się rewitalizację:

- Ulicy Jagiellońskiej – 2 wskazania,
- Ulicy Krzywoustego – 2 wskazania
- Alei Niepodległości, Placu Grunwaldzkiego,
- Ulicy Bogusława,
- Ulicy Kolumba,
- Placu Grunwaldzkiego,
- Ulicy L. Rayskiego,
- Ul. Śląskiej,

a także:

- Całego centrum,
- obszaru wokół Kaskady,
- Skweru koło Wyszyńskiego
- Odcinka od Placu Rodła do Placu Szarych Szeregów (czyli właściwie J. Piłsudskiego),

i wreszcie

- Rewitalizacji jeziora koło Derdowskiego

Zadania rewitalizacyjne, niezależnie od tego czy są postrzegane jako bardziej czy mniej pilne mają dwa punkty wspólne. Pierwszy dotyczy tego, że wskazywane są ulice (czasami całe dzielnice) znajdujące się w centrum miasta, a wiele z nich stanowi bezpośrednie sąsiedztwo Alei Wojska Polskiego. Drugi dotyczy tego, że w szczególności wskazywana jest ulica Kolumba, która akurat nie przebiega w ścisłym centrum miasta, ale której stan martwi wielu przedsiębiorców.

Samo poparcie dla ogólnie sformułowanej idei rewitalizacji jest jeszcze niewystarczające. Może ona przyjąć różnorodne formy i obrać odmienne kierunki. W ocenie tego, do czego powinna dążyć rewitalizacja przedsiębiorcy są zgodni w jednej, ale ważkiej sprawie. Aleja winna tętnić ruchem, być miejscem różnorodnej aktywności, ale przede wszystkim aktywności handlowej, czyli takiej, jakiej oddaje się większość z nich. Pożądane byłoby także przekształcenie alei w miejsce koncentracji galerii artystycznych, instytucji kultury czy miejsc restauracyjnych. Wszystkie te branże są zresztą obecne już na terenie Alei.

Tabela 24 Poparcie dla możliwych kierunków (modeli) rewitalizacji Alei Wojska Polskiego

Koncepcja urządzenia Alei	Stopień poparcia				Nie mam zdania
	Popieram zdecydowanie	Raczej popieram	Raczej nie popieram	Zdecydowanie nie popieram	
Deptak zamknięty dla ruchu samochodowego	10 9,9	11 10,9	19 18,8	59 58,4	3 3,0
Strefa uspokojonego ruchu	14 13,9	32 31,7	22 21,8	27 26,7	6 5,9
Ulica z priorytetem komunikacyjnym	20 19,8	27 26,7	37 36,6	11 10,9	5 5,0
Wprowadzenie linii tramwajowej	23 22,8	28 27,7	19 18,8	27 26,7	3 3,0
Aleja handlowa	43 42,6	44 43,6	10 10,0	2 2,0	1 1,0
Aleja galerii artystycznych	21 20,8	46 45,5	19 18,8	8 7,9	2 2,0
Aleja instytucji kultury (biblioteka, kina, kluby itp.)	20 19,0	54 53,5	16 15,8	4 4,0	2 2,0
Pasaż restauracyjny z pubami, restauracjami, barami itp.	17 16,8	50 49,5	21 20,8	7 6,9	2 2,0
Aleja tylko do zamieszkiwania	0	0	21 20,8	76 75,2	1 1,0

Źródło: Badania własne

Wykres 25 Poparcie dla ogólnych kierunków przekształceń na Alei Wojska Polskiego (odsetek głosów popierających)



Źródło: Badania własne

Przedsiębiorcy zgodni są jeszcze w jednej, ale równie podstawowej (przynajmniej dla nich) kwestii. Aleja nie może zostać zamknięta dla komunikacji. Oznacza to znikome poparcie dla wszelkich pomysłów utworzenia z Alei deptaku zamkniętego dla ruchu samochodowego, oraz żadne (0 głosów poparcia) dla uczynienia z niej tylko strefy zamieszkiwania. Dopuszczane jest powrót na aleje ruchu tramwajów, oraz w niewiele mniejszym stopniu przekształcenie jej w strefę ruchu uspokojonego. Równie jednak wielu zwolenników miałaby koncepcja zachowania na alei priorytetu komunikacyjnego. Kwestia dotarcia na Aleję potencjalnych klientów jest jedną z najważniejszych dla przedsiębiorców i wyraźnie nie ufają oni w obfitość tych z nich, którzy mają do Alei stosunkowo blisko i mogą (chcą, potrafią) dotrzeć tam pieszo. Każdy ze sposobów jest dobry i żadnego nie można wykluczać, zresztą w ten sposób szanse na ożywienie funkcji handlowej, artystycznej, kulturalnej gwałtownie wzrosną.

Poparcie dla ogólnych kierunków rewitalizacji Alei, a zwłaszcza zdania na temat dostępności komunikacyjnej może zostać skonfrontowane z wariantami układu komunikacyjnego przygotowanego przez Miasto w ramach planowania przyszłych posunięć w stosunku do Alei.

Wariantów przygotowanych w celu zmiany, modyfikacji lub całkowitej przebudowy układu komunikacyjnego Alei Wojska Polskiego było 4. Żaden z nich nie pozostawił nikogo obojętnym (tylko dwa głosy mówiące o braku wyrobionego zdania).

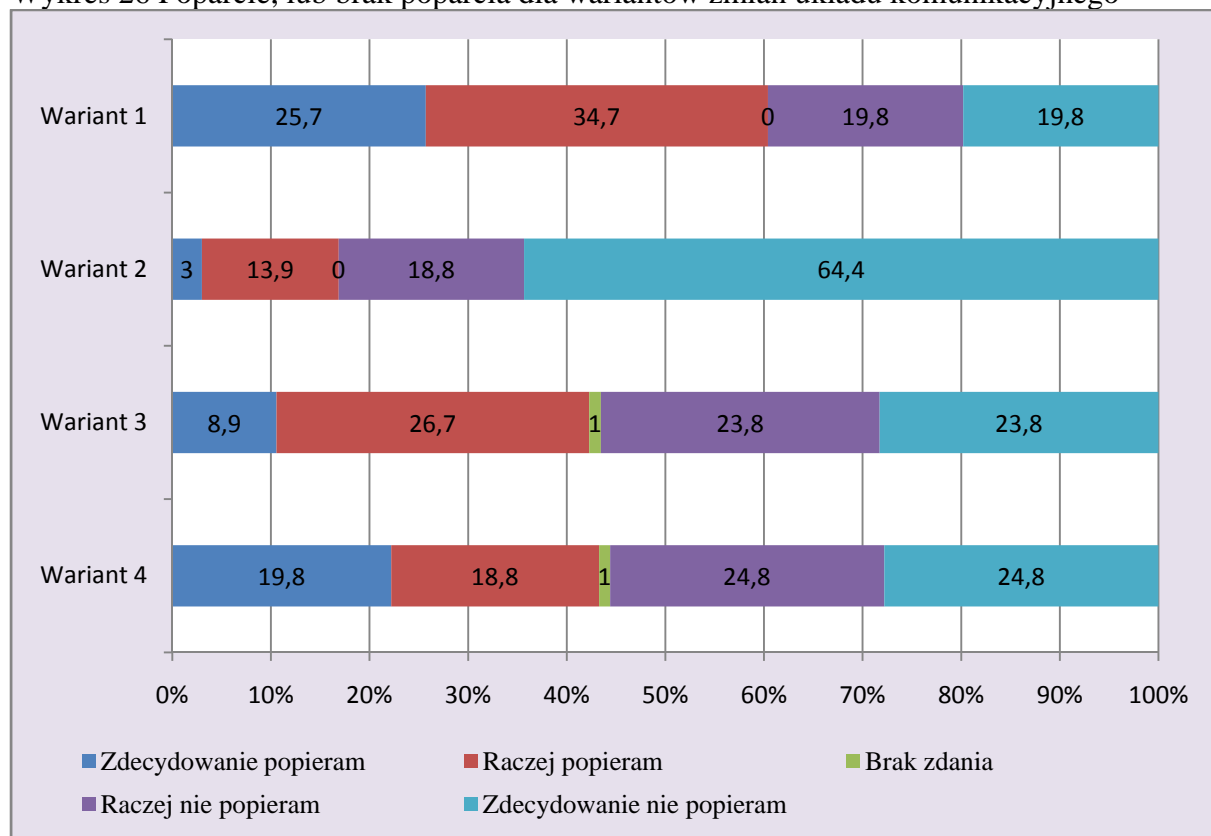
Tabela 25 Poparcie dla zmian w układzie komunikacyjnym Alei (wprowadzanych w ramach rewitalizacji)

Zmiany w układzie komunikacyjnym	Stopień akceptacji				Nie ma zdania
	Zdecydowanie popieram	Raczej popieram	Raczej nie popieram	Zdecydowanie nie popieram	
Wariant 1: Aleja o dwóch pasach ruchu po 3,25 m bez torowiska tramwajowego z wydzielonym pasem pośrodku z miejscami parkingowymi skośnymi. Pas drzew wzdłuż Alei oraz w pasie środkowym. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szer. 2,0 m. Chodnik o szer. od 3,4 do 16,6 m. Strefa 30 km	26 25,7	35 34,7	20 19,8	20 19,8	0
Wariant 2: Aleja zamknięta dla ruchu samochodowego z dozwolonym przejazdem komunikacji miejskiej, pojazdów uprzywilejowanych oraz dojazdem do posesji dla mieszkańców. Brak możliwości parkowania na całym odcinku Alei. Ruch samochodowy dozwolony jedynie w obrębie Placu Zgody. Wprowadzenie torowiska tramwajowego. Pas drzew wzdłuż Alei. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szer. 2,0 m. Chodnik o szer. od 4,8 do 17,2 m. Strefa 30 km.	3 3,0	14 13,9	19 18,8	65 64,4	0
Wariant 3: Utrzymanie 4 pasów ruchu przy ich zawężeniu do 3,0 m bez torowiska tramwajowego. Wydzielenie 1,5 m pasów rowerowych po obu stronach Alei. Parkowanie równoległe. Pas drzew wzdłuż Alei. Chodnik o szer. od 2,9 do 16,0m.	9 8,9	27 26,7	40 39,6	24 23,8	1 1,0
Wariant 4: Utrzymanie 4 pasów ruchu o szer. od 3,25 do 3,50 m wraz z wprowadzeniem torowiska tramwajowego. Parkowanie po stronie wschodniej skośne, po zachodniej równoległe. Pas drzew wzdłuż miejsc parkingowych. Ścieżka rowerowa jednostronna od strony zachodniej o szer. 2,5 m. Chodnik o szer. od 3,15 do 14,0m	20 19,8	19 18,8	36 35,6	25 24,8	1 1,0

Źródło: Badania własne

Ale tylko jeden wariant przekroczył granicę uzyskania poparcia (w stopniu „zdecydowanie popieram” i „raczej popieram”) przez co najmniej połowę badanych. Jest to wariant I. Najbardziej zdecydowanie został odrzucony Wariant II. Sprowadza się właśnie do całkowitego zamknięcia alei dla ruchu samochodowego (z wyłączeniem komunikacji publicznej). Można powiedzieć, że rozwiązanie takie nie jest po prostu tolerowane i w najmniejszym stopniu traktowane jako dopuszczalne. Warianty II i III są w zadzie również odrzucane, ale już nie tak zdecydowanie – mają one również całkiem sporą liczbę zwolenników.

Wykres 26 Poparcie, lub brak poparcia dla wariantów zmian układu komunikacyjnego



Źródło: Badania własne

W rezultacie poparcie uzyskał wariant nie przewidujący wprowadzenia (przywrócenia) ruchu tramwajów, zmniejszający szerokość powierzchni dostępnej dla ruchu samochodów, ale za to wprowadzający ścieżkę rowerową (która zresztą, choć w różnej

postaci, jest obecna we wszystkich wariantach i nie jest w ogóle możliwe zrezygnowanie z niej) oraz de facto zwiększające liczbę miejsc parkingowych.

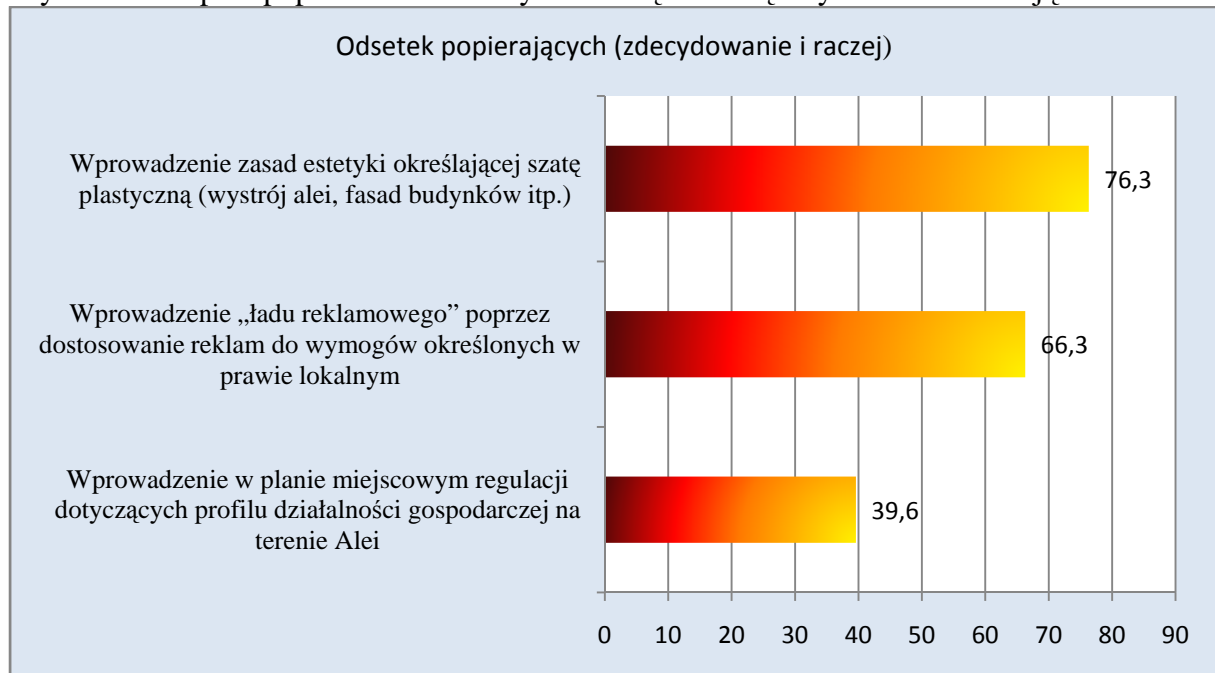
Tabela 26 Poparcie dla niektórych działań związanych z rewitalizacją

Zmiany w kształcie gospodarczym, społecznym, przestrzennym itp. alei	Stopień akceptacji				Nie ma m zda nia
	Zde cyd owa nie popi era m	Rac zej popi era m	Rac zej nie popi era m	Zde cyd owa nie popi era m	
Wprowadzenie „ładu reklamowego” poprzez dostosowanie reklam do wymogów określonych w prawie lokalnym	40 39,6	27 26,7	21 20,8	7 6,9	5 5,0
Wprowadzenie zasad estetyki określającej szatę plastyczną (wystrój alei, fasad budynków itp.)	42 41,6	35 34,7	14 13,9	5 5,0	4 4,0
Wprowadzenie w planie miejscowym regulacji dotyczących profilu działalności gospodarczej na terenie Alei	10 9,9	30 29,7	22 21,8	31 30,7	8 7,9

Źródło: Badania własne

Poparcie dla konkretnych działań, które mogłyby zostać podjęte w ramach rewitalizacji ma zresztą pewne granice, którymi jest przede wszystkim swoboda gospodarowania. Respondenci zaakceptowaliby wprowadzanie jakiegoś „ładu” w przestrzeń Alei (negatywnie oceniają przecież jej „estetykę”), nie są jednak chętni do zaakceptowania (przynajmniej w większym stopniu) ingerencji w kształt skupionej przy Alei przedsiębiorczości. Trzeba jednak zwrócić uwagę, że oznacza to zaakceptowanie i pustostanów, i wprowadzanie się na Aleję form traktowanych przez nich jako „negatywny” element – sklepów sieciowych, „ciuchbud”, lombardów itp., bo takie się w ostatnim okresie właśnie wprowadziły, a przede wszystkim oddala to znacznie przybranie przez Aleję postulowanego kształtu „Alei galerii artystycznych”, czy „instytucji kulturalnych”.

Wykres 27 Stopień poparcia dla niektórych rozwiązań związanych z rewitalizacją



Źródło: Badania własne

Zdecydowaną ostrożność, a nawet niechęć widać także w pomyśle dzielenia się kosztami działań ponoszonych w ramach rewitalizacji. Pomijając wypowiedzi jednego respondenta konsekwentnie obarczającego całkowitym kosztem tylko i wyłącznie samych przedsiębiorców, pozostali z nich jako głównego płatnika kosztów widzą przede wszystkim samo miasto, a dopiero w drugim rzędzie bądź to siebie, bądź mieszkańców Alei. Dotyczy to w zasadzie wszystkich możliwych przedsięwzięć, aczkolwiek z pewnymi wyjątkami. Przedsiębiorcy w zasadzie „na równych prawach” uczestniczyliby w pokrywaniu kosztów „ładu reklamowego”, ale już nie w finansowaniu, tego, co ich zdaniem należy do obowiązków miasta np. dostępność miejsc parkingowych, infrastruktury ulicznej itp.

Tabela 27 Działania rewitalizacyjne muszą pociągać za sobą koszty. Czy i jakie przedsięwzięcia miasta w tym zakresie spotkałyby się z Pana/i poparciem i uczestnictwem?

Konieczność wprowadzenia ładu w:	Wysokość pokrywania kosztów	Akceptowany udział w kosztach przedsięwzięcia			Nie ma takiej potrzeby
		Miasto	Firma (firmy)	Mieszkańcy ulicy	
Elewacji budynków (tynki, informacja adresowa)	Do 1/3	18	28	26	4
	Do 1/2	7	1	6	
	1/2-do 100%	11	0	1	
	Całkowity	26	1	9	
Kształcie (formie, szerokości itp.) chodnika	Do 1/3	4	6	7	2
	Do 1/2	4	4	0	
	1/2-do 100%	0	0	0	
	Całkowity	73	0	0	
Dostępności miejsc parkingowych	Do 1/3	4	8	8	2
	Do 1/2	8	8	0	
	1/2-do 100%	4	0	0	
	Całkowity	64	0	1	
Oświetlenie, stojaki rowerowe, kosze na śmieci	Do 1/3	5	8	7	3
	Do 1/2	2	2	0	
	1/2-do 100%	3	0	1	
	Całkowity	69	0	0	
„Ład reklamowy” firm działających na ulicy w postaci wzoru kolorystyki, rozmiarów, miejsca na ulicy itp.	Do 1/3	7	7	7	3
	Do 1/2	16	17	0	
	1/2-do 100%	10	3	0	
	Całkowity	25	21	1	
Także „ładu reklamowego” ale w przypadku firm nie zlokalizowanych na ulicy i tylko się reklamujących	Do 1/3	7	6	7	3
	Do 1/2	14	14	0	
	1/2-do 100%	8	3	0	
	Całkowity	24	26	1	

Źródło: Badania własne

Fakt raczej niewielkiej woli uczestniczenia w kosztach wszelkich przedsięwzięć rewitalizacyjnych, a przede wszystkim jasnego odróżniania sfery odpowiedzialności miasta od sfer odpowiedzialności użytkowników i mieszkańców Alei musi być poważnym elementem brany pod uwagę przy planowaniu i przeprowadzaniu zmian.

IV. Różnice i podobieństwa w postrzeganiu rewitalizacji przez mieszkańców miasta, przedsiębiorców oraz mieszkańców Alei Wojska Polskiego

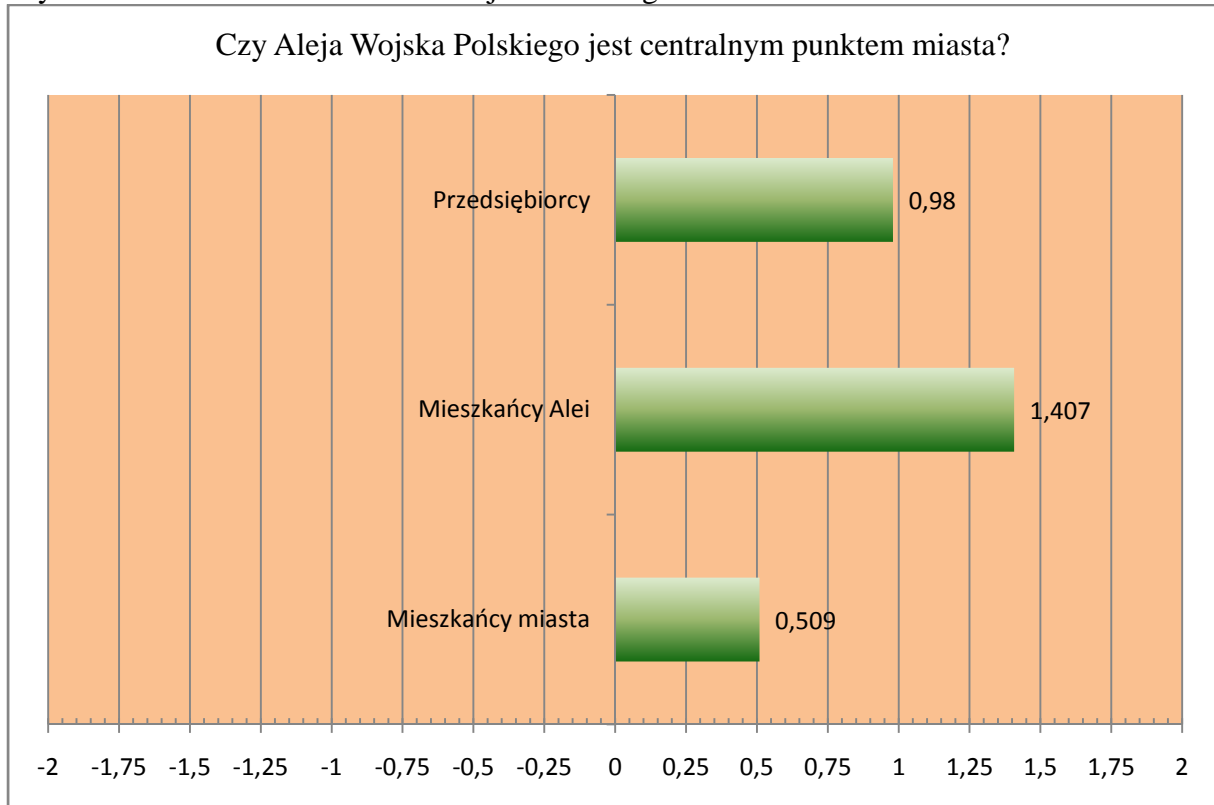
Planowane działania rewitalizacyjne spotykają się z odmienną oceną w zależności od przynależności do badanych kategorii respondentów. Dla lepszego zilustrowania występujących różnic i podobieństw zastosowano skalę punktową, która zawiera się od -2 do +2 punktów. Skalę uzyskano poprzez przypisanie każdej odpowiedzi (na zadane pytanie) odpowiedniej wartości: 2 – przy odpowiedzi „Zdecydowanie TAK”, lub „Zdecydowanie popieram”, 1 – przy odpowiedzi „TAK”, lub „Raczej TAK”, lub „Raczej popieram”, 0 – przy braku zdania lub odpowiedzi „Trudno powiedzieć”, -1 – przy odpowiedzi „NIE”, lub „Raczej NIE”, lub „Raczej nie popieram” oraz -2 – przy odpowiedzi „Zdecydowanie NIE”, lub „Zdecydowanie nie popieram”

Zliczenie sumy punktów i podzielenie przez liczbę odpowiedzi przyniosło wynik w postaci RANGI. Zawiera się ona w przedziale $\langle -2; -2 \rangle$, gdzie skrajne wielkości oznaczają całkowitą zgodę/całkowite poparcie lub całkowity brak zgody/poparcia. Wartość „0” oznacza brak wyrobionego zdania. Uzyskane wartości, ich siłę i kierunek poparcia lub jego braku, należy interpretować odległością wyniku od punktu „0”.

Oprócz przedstawienia różnic w opiniach poszczególnych grup osób badanych w postaci EANG, w kilku wypadkach zaprezentowano je przy odwołaniu się do tradycyjnych wykresów wskazujących stopień poparcia (lub braku poparcia) w postaci procentowej.

Jednym ze wskaźników zróżnicowania opinii badanych kategorii jest ocena znaczenia Alei Wojska Polskiego jako centralnego punktu miasta.

Wykres 28 Ocena znaczenia Alei Wojska Polskiego



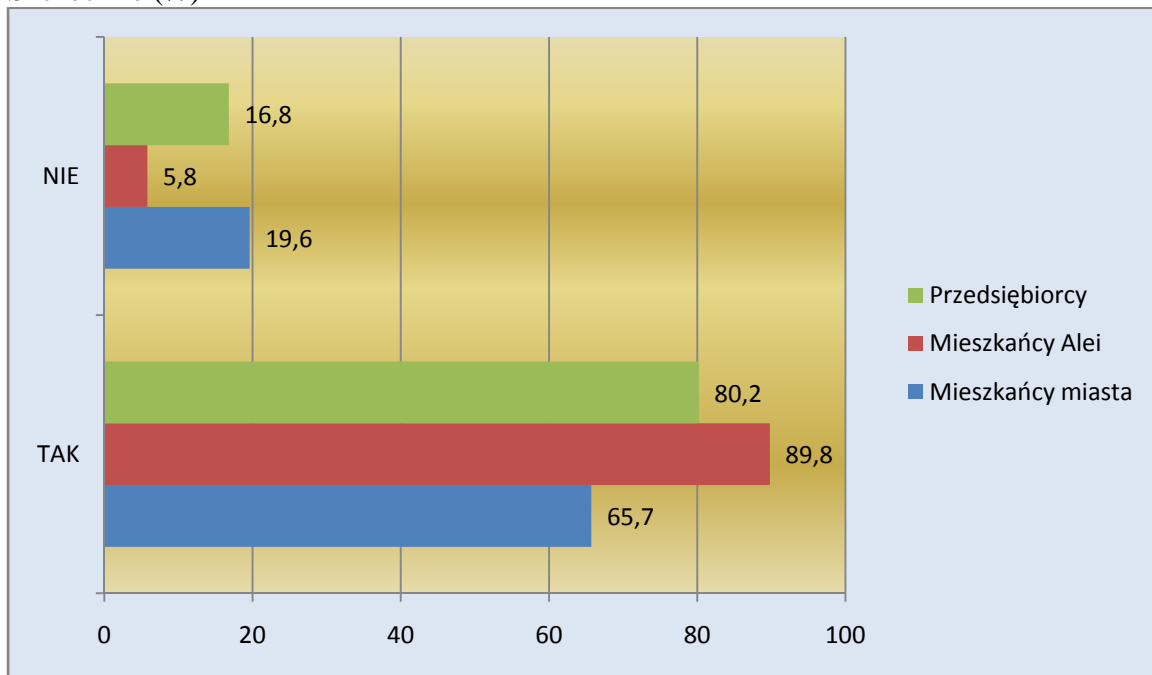
Źródło: Badania własne

O ile dla mieszkańców Alei Wojska Polskiego odpowiedź twierdząca jest niemal oczywista (wartość +1,4 na + 2 możliwe), o tyle dla pozostałych kategorii, choć odpowiedź także jest twierdząca, to już w mniejszym stopniu. Wskaźnik akceptacji dla przedsiębiorców był bliski jedności (odpowiedź „raczej tak”), zaś dla mieszkańców miasta wyniósł nieco powyżej 0,5 (odpowiedź pomiędzy „raczej tak” a „trudno powiedzieć”).

Występujące różnice są dość oczywiste. Dla mieszkańców miasta nie mieszkających na Alei Wojska Polskiego ważniejsze mogą być miejsca związane z ich miejscem zamieszkania lub codziennymi praktykami. Inaczej dla mieszkańców Alei oraz przedsiębiorców prowadzonych na niej swoją działalność: Wojska Polskiego jest dla nich miejscem zaspakajania podstawowych potrzeb, a w przypadku przedsiębiorców – źródłem utrzymania.

Traktowanie Alei Wojska Polskiego, przez wszystkie kategorie badanych, jako ważnego miejsca w Szczecinie podkreśla również wskazanie, jaka część z nich wypowiada się w tej sprawie na „TAK”, a jaka na „NIE”.

Wykres 29 Zgoda i brak zgody na stwierdzenie o centralnej roli Alei Wojska Polskiego w Szczecinie (%)

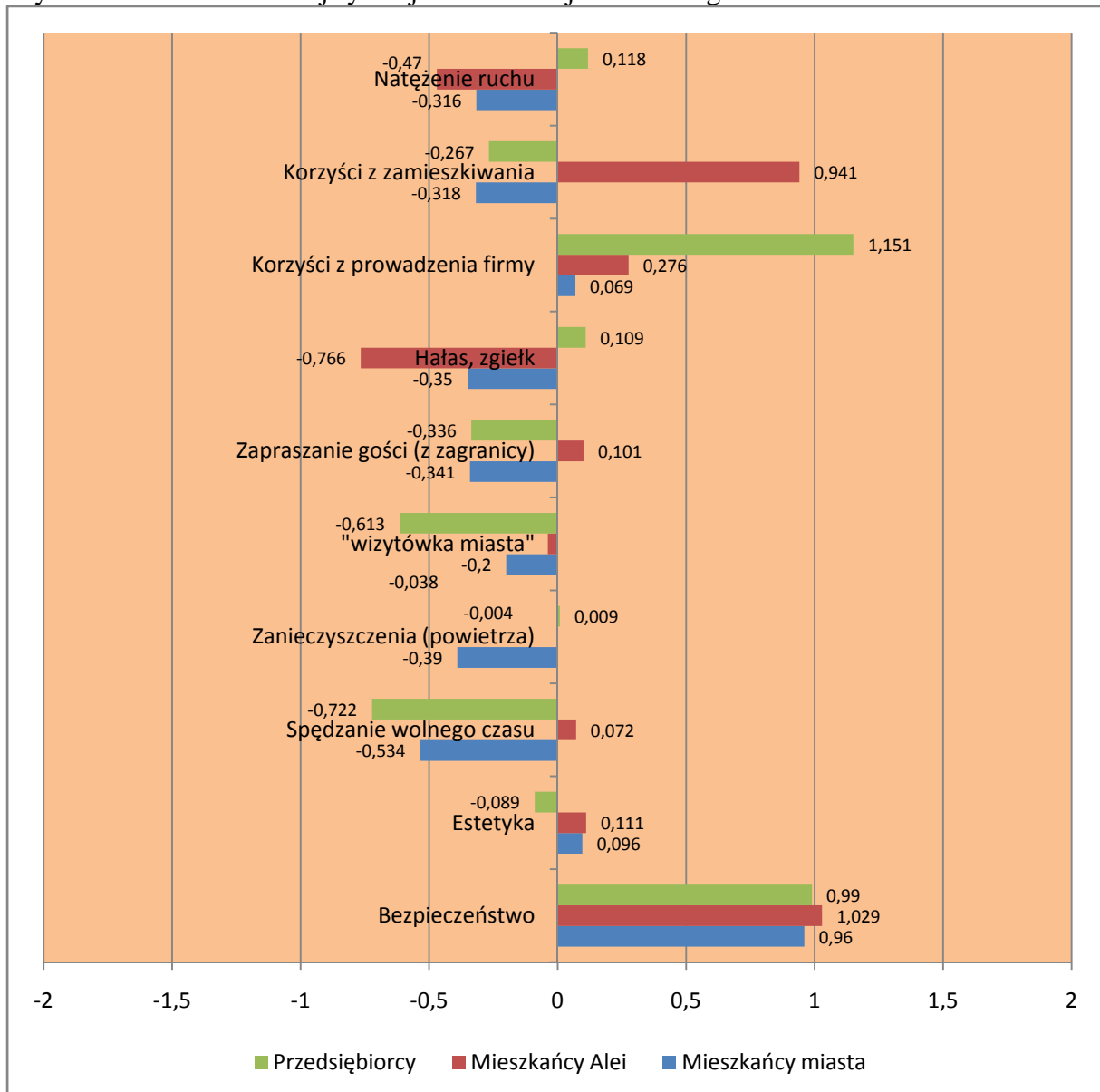


Źródło: Badania własne

Interesujące jest zestawienie ocen badanych kategorii respondentów w odniesieniu aktualnej sytuacji na Alei Wojska Polskiego.

Jedynym elementem zgodnie ocenianym przez wszystkich badanych jest ocena stanu bezpieczeństwa. Są to oceny na poziomie "dobrym", od 0,96 przez mieszkańców miasta, do 1,03 przez mieszkańców Wojska Polskiego. Wszystkie kategorie respondentów, choć już nie tak jednoznacznie, dostrzegają korzyści z prowadzenia w tym rejonie firmy. Najwyżej korzyści te dostrzegają przedsiębiorcy prowadzący tam swoją działalność (+1,15), słabiej mieszkańcy Alei (+0,28) i mieszkańcy miasta (+0,07).

Wykres 30 Ocena aktualnej sytuacji na Alei Wojska Polskiego



Źródło: Badania własne

Zgodne opinie badanych kategorii dotyczą także złej oceny planowanego do rewitalizacji odcinka Wojska Polskiego. Najniższe oceny pod tym względem wystawili przedsiębiorcy (-0,61), a w dalszej kolejności mieszkańcy miasta (-0,2) i mieszkańcy Alei (-0,04).

W żadnym z pozostałych kryteriów oceny nie są już pomiędzy wszystkimi kategoriami zbieżne. Jeśli więc źle oceniane jest przez mieszkańców Alei (-0,47) i miasta (-0,32) natężenie ruchu, to przedsiębiorcy natężenie to oceniają pozytywnie (+0,12). Taka różnica w ocenach nie powinna specjalnie dziwić, gdyż w interesie przedsiębiorców jest uzyskanie jak największego potoku potencjalnych klientów, zaś dla ich sąsiadów zajmujących

lokale mieszkalne bardziej pożądanym jest spokój i ograniczony ruch. Mimo wszystko jednak, to właśnie ci mieszkańcy dostrzegają największą korzyść z zamieszkiwania na tej ulicy (+0,94). Opinii ich nie podzielają ani przedsiębiorcy (-0,27), ani mieszkańcy innych części miasta (-0,32).

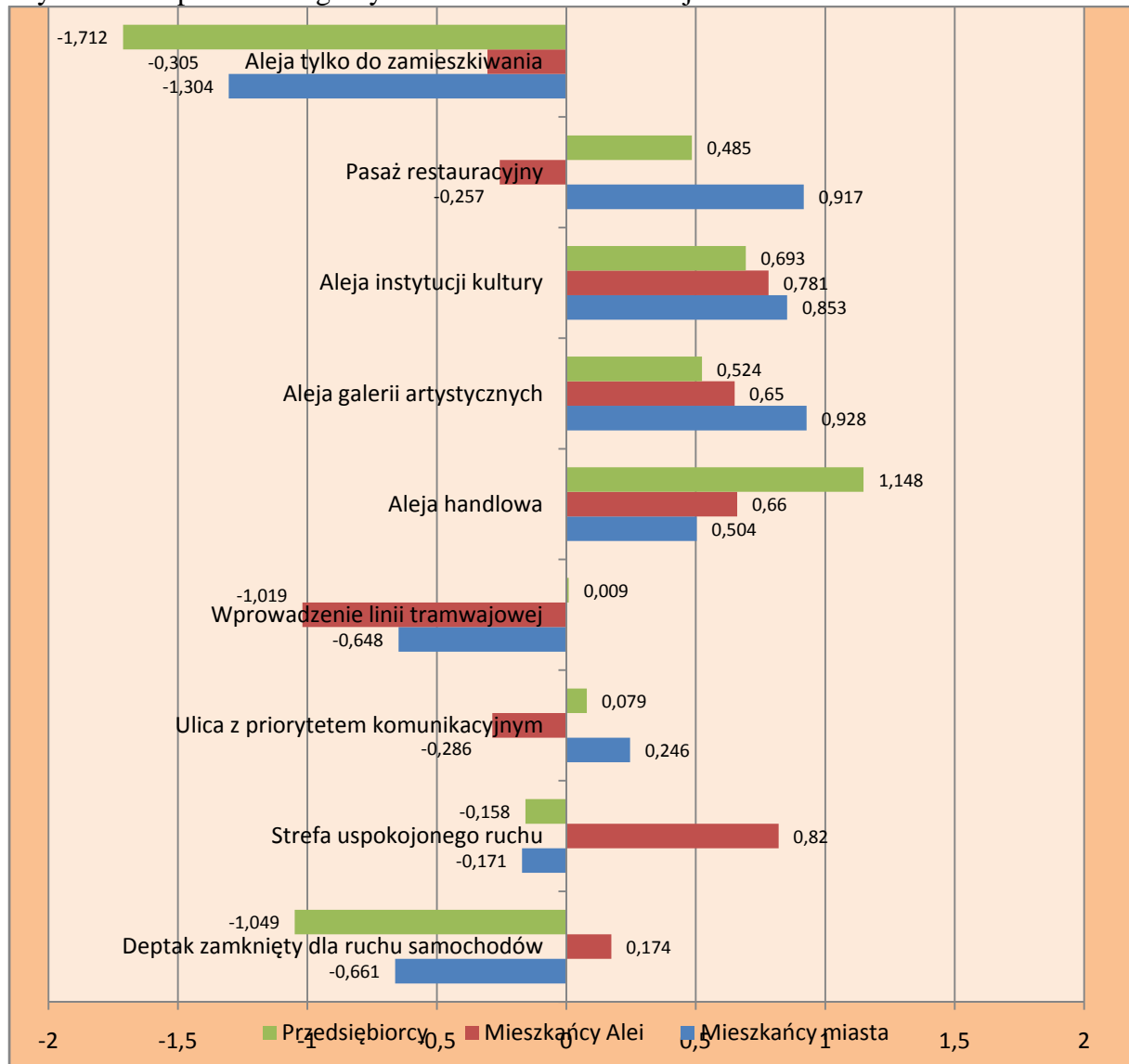
Mieszkańcy ulicy źle oceniają poziom hałasu (-0,77). Podobną ocenę wyrażali też mieszkańcy innych części miasta (-0,35), z czym nie zgadzają się jednak przedsiębiorcy (+0,11), dla których prawdopodobnie zgiełk miejski nie jest istotny dla prowadzonej działalności. Podobnie oceniane jest zanieczyszczenie powietrza: dla przedsiębiorców jego stan jest raczej dobry niż zły (+0,01), raczej zły niż dobry dla mieszkańców (-0,004) i zły dla pozostałych mieszkańców miasta (-0,39).

Estetykę rozpatrywanego obszaru negatywnie oceniają przedsiębiorcy (-0,09), nieco lepiej mieszkańcy miasta (+0,10) i Alei (+0,11). Wreszcie mieszkańcy Wojska Polskiego, w przeciwieństwie do pozostałych dwóch kategorii pozytywnie oceniają możliwości spędzania wolnego czasu (+0,07 wobec -0,72 przedsiębiorców i -0,53 mieszkańców miasta) oraz zapraszania na Aleję gości z zagranicy (+0,10 wobec -0,34 w opiniach przedsiębiorców i mieszkańców miasta).

Bardzo wyraźnie różny sposób postrzegania działań rewitalizacyjnych widać na zestawieniu prezentującym poziom akceptacji dla różnych propozycji rozwiązań rewitalizacyjnych.

Mieszkańcy Alei są zwolennikami wprowadzenia na Wojska Polskiego strefy uspokojonego ruchu (0,82), usytuowania w tym miejscu instytucji kultury (0,78) oraz – w mniejszym stopniu – deptaka zamkniętego dla ruchu samochodowego. Z drugiej strony, są ze wszystkich badanych kategorii najbardziej zdecydowanymi przeciwnikami wprowadzenia linii tramwajowej (-1,02). Jako jedyna kategoria, choć z nieznacznymi wynikami (-0,29 i -0,31), są przeciwnikami ustanowienia na Wojska Polskiego priorytetu komunikacyjnego oraz „specjalizacji gastronomicznej”. Jednak, z drugiej strony, nie chcą też, aby Aleja służyła tylko jako miejsce zamieszkania (-0,31).

Wykres 31 Poparcie dla ogólnych kierunków rewitalizacji



Źródło: Badania własne

Przedsiębiorcy użytkujący lokale na Wojska Polskiego nie we wszystkim zgadzają się z mieszkańcami Alei. Niemal jednogłośnie są zdecydowanymi przeciwnikami rewitalizacji ukierunkowanej na wyłączną strefę zamieszkiwania (-1,71). "Raczej nie zgadzają się" (-1,05) na stworzenie na Alei deptaka zamkniętego dla ruchu samochodów, podobnie, choć w mniejszej skali, utworzenia strefy uspokojonego ruchu (-0,16).

Co zrozumiałe, a wręcz oczywiste, przedsiębiorcy chcieliby, aby na Alei rozwijała się specjalizacja ukierunkowana na rozwój handlu (+1,15), pasażu restauracyjnego (+0,49) oraz - w nieznacznym stopniu - utrzymania priorytetu komunikacyjnego (+0,08). Ciekawe jest za to, że są też zwolennikami usytuowania na Alei instytucji kultury (+0,69) oraz galerii

artystycznych (artystycznych (+0,52). Najprawdopodobniej widzą w nich szanse na przyciągnięcie większej liczby klientów.

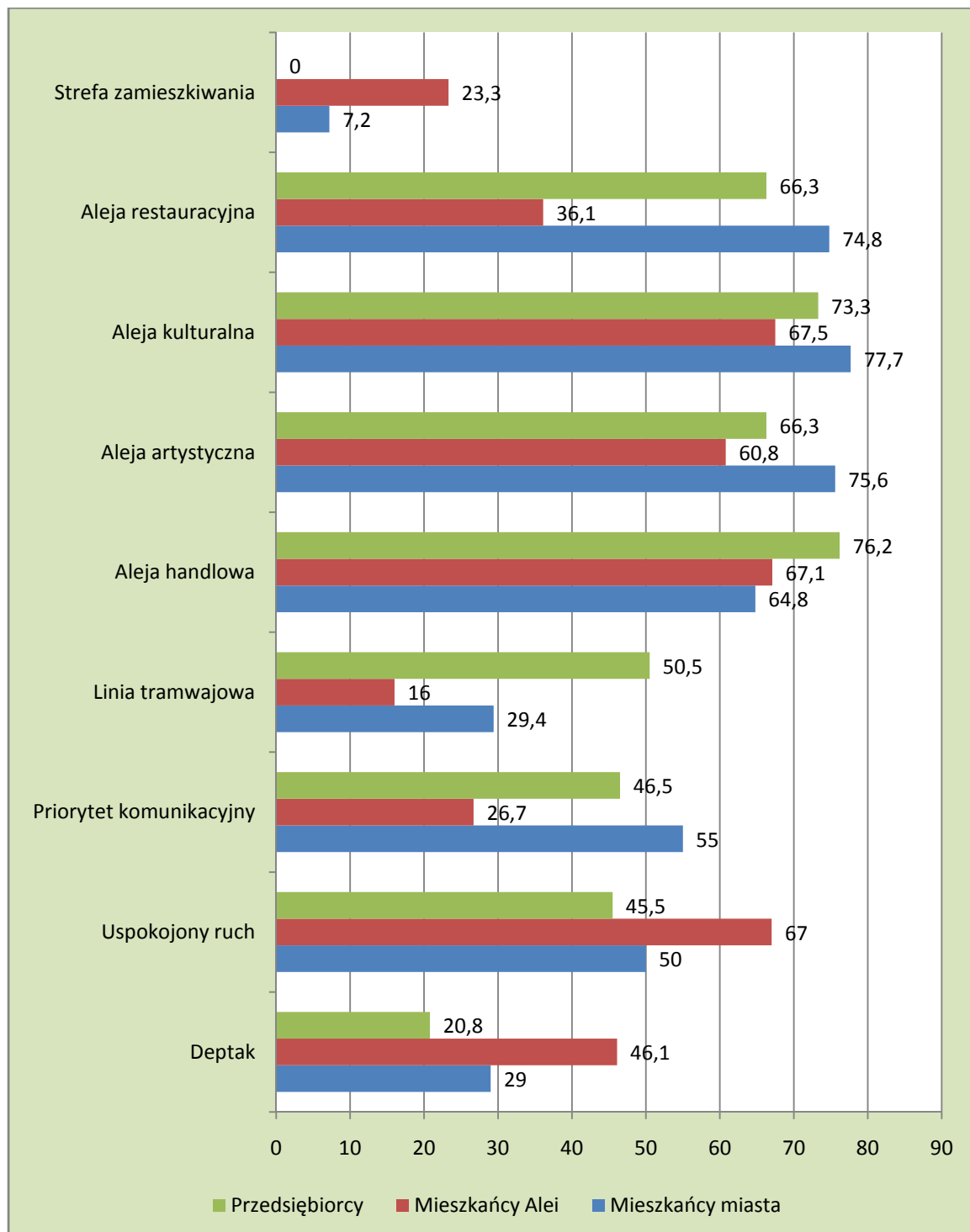
Mieszkańcy miasta chętnie widzieliby w tej części swego miasta galerie artystyczne (+0,93), pasaż restauracyjny (+0,92), instytucje kultury (+0,85), a dopiero później aleję handlową (+0,5). Marginalną przewagę uzyskali zwolennicy ustanowienia na Wojska Polskiego priorytetu komunikacyjnego (+0,08).

Nie zgadzają się, aby Wojska Polskiego na tym odcinku pełniła wyłącznie funkcje mieszkaniowe (-1,30). Są przeciwni rewitalizacji zmierzającej do ustanowienia w tym miejscu deptaka zamkniętego dla ruchu samochodów (-0,66), jak i wprowadzeniu na tej ulicy linii tramwajowej (-0,65).

Podsumowując występujące różnice, można stwierdzić, iż mieszkańcy miasta widzieliby na Alei Wojska Polskiego reprezentacyjną ulicę miasta z galeriami, restauracjami, instytucjami kultury i handlem. Podobne zdanie mają przedsiębiorcy, choć ich preferencje mają nieco inne natężenie. Podobny sposób patrzenia na Aleję występuje zresztą zarówno w akceptowaniu określonych działań, jak i w ich negowaniu, za wyjątkiem tramwaju, gdyż przedsiębiorcy są jedyną kategorią akceptującą takie rozwiązanie.

Opozycja mieszkańców Wojska Polskiego w stosunku do pozostałych dwóch kategorii zaznacza się jedynie w ich stosunku do dwóch kwestii: uznania na ulicy priorytetu komunikacyjnego oraz lokalizowaniu w okolicy ich zamieszkania restauracji, najprawdopodobniej ze względu na obawy dotyczące zwiększonego hałasu i ewentualności naruszenia porządku publicznego.

Wykres 32 Poparcie dla określonych kierunków rewitalizacji w grupach badanych (%)

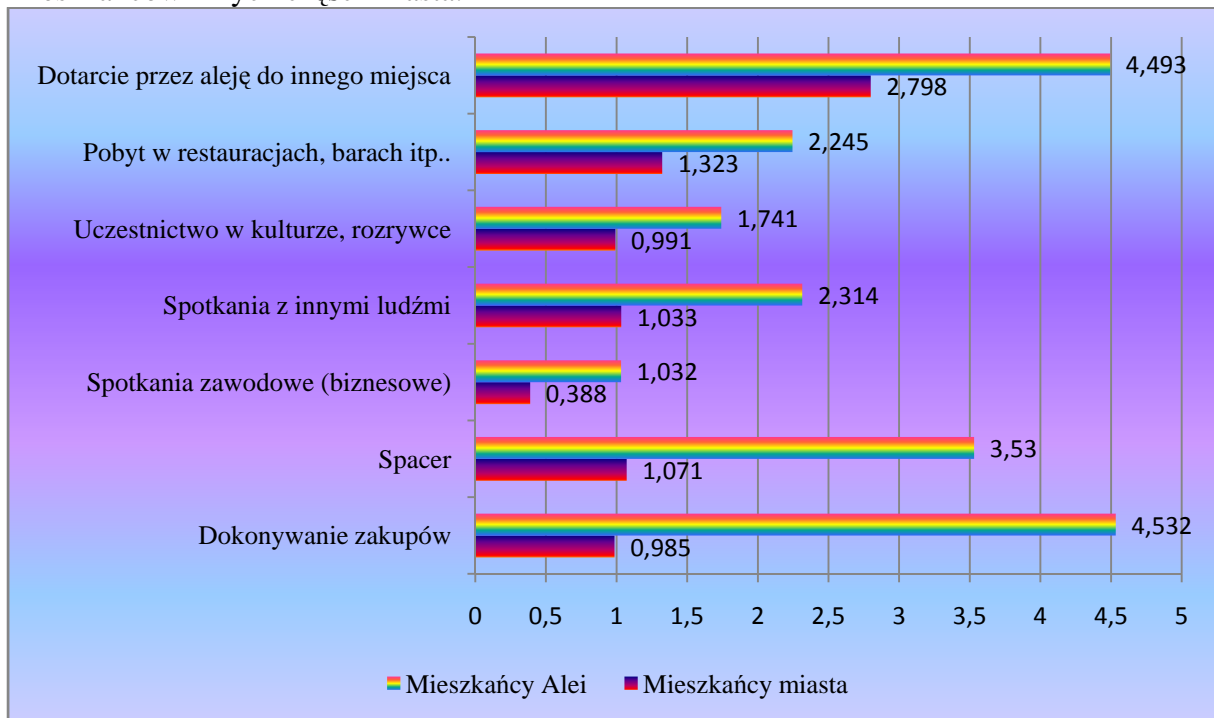


Źródło: Badania własne

Przedstawione powyżej rozbieżności w ocenach aktualnej sytuacji oraz preferowanych kierunkach rewitalizacji w dużej mierze tłumaczy kolejny wykres, na którym zawarto odpowiedzi na pytanie „jak często bywa Pan/i na Alei Wojska Polskiego, i w jakim celu?” Odpowiedzi zagregowano do postaci wskaźnika zawierającego się na skali od 0 do 5, gdzie

poszczególnym odpowiedziom przyporządkowano następujące wartości: 5 - codziennie, 4 - kilka razy w tygodniu, 3 - kilka razy w miesiącu, 2 - rzadziej niż raz w miesiącu, 1 - raz, dwa razy w roku, 0 - w ogóle nie.

Wykres 33 Podstawowe funkcje Alei Wojska Polskiego dla jej mieszkańców oraz mieszkańców innych części miasta.



Źródło: Badania własne

Na pytanie to odpowiedzi udzielali mieszkańcy Wojska Polskiego oraz pozostali mieszkańcy miasta. Co oczywiste, częstość korzystania z Alei jest większa wśród jej mieszkańców niż wśród pozostałych mieszkańców. Różnice nie są jednak we wszystkich aspektach takie same.

Mieszkańcy Alei wyraźnie częściej od innych mieszkańców przez Wojska Polskiego przechodzą (4,46 wobec 2,80), dokonują zakupów (4,53 wobec jedynie 0,99) oraz spacerują (3,53 wobec 1,07). Mniejsze różnice w codziennej użyteczności występują ze względu na pobyt w restauracjach i innych lokalach (2,25 wobec 1,32), miejsca spotkań z innymi ludźmi (2,31 wobec 1,03), uczestnictwa w kulturze, rozrywce (1,74 wobec 0,99), a wreszcie jako miejsca spotkań zawodowych, biznesowych (1,03 wobec 0,39).

Przejdźmy teraz do podsumowania zasadniczej kwestii zrealizowanych badań sondażowych, a mianowicie oceny przedstawionych wariantów układów komunikacyjnych planowanych do rewitalizacji odcinków Alei Wojska Polskiego.

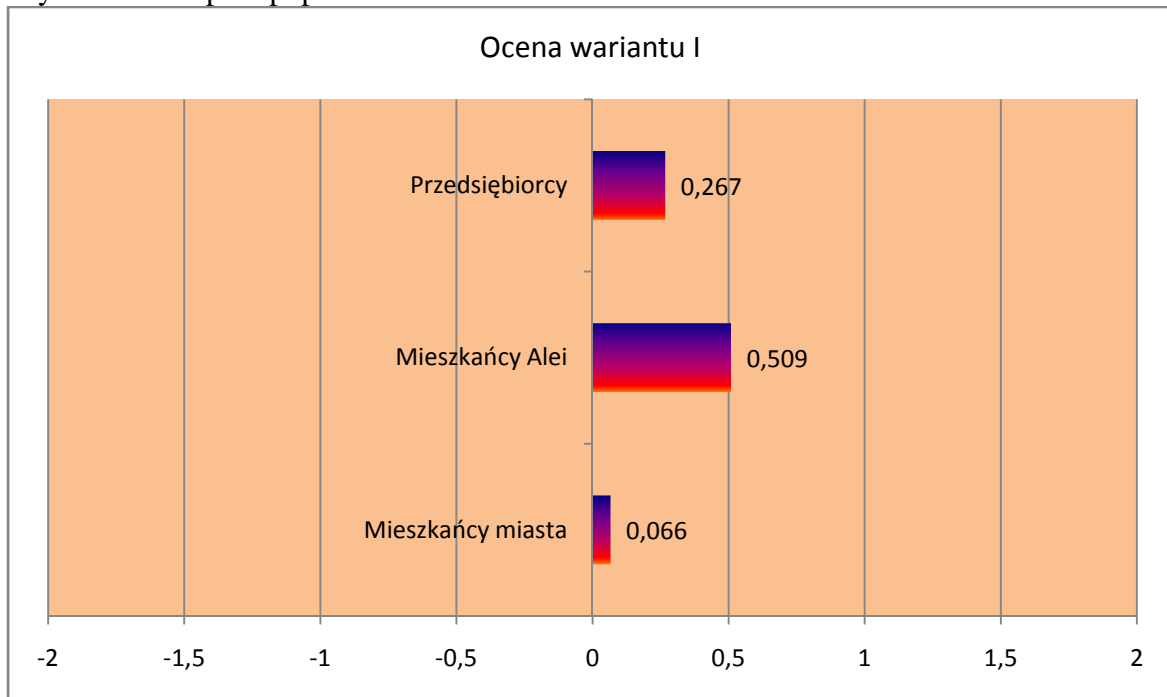
Badani dokonywali oceny czterech wariantów. Także tutaj posługiwali się skalą pięciopunktową, wybierając odpowiedzi określające stopień akceptacji, od zdecydowanie popieram (+2), przez raczej popieram (+1), nie mam zdania (0), raczej nie popieram (-1), aż po zdecydowanie nie popieram (-2). Średnie z tak zagregowanych danych prezentujemy na kolejnych wykresach.

Wariant I, wsparty odpowiadającą mu wizualizacją, określono następująco: „Aleja o dwóch pasach ruchu po 3,25 m bez torowiska tramwajowego z wydzielonym pasem pośrodku z miejscami parkingowymi skośnymi. Pas drzew wzdłuż Alei oraz w pasie środkowym. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szer. 2,0 m. Chodnik o szer. od 3,4 do 16,6 m. Strefa 30 km”.

Rysunek 2. Wariant I: Widok Alei od strony pl. Szarych Szeregów.



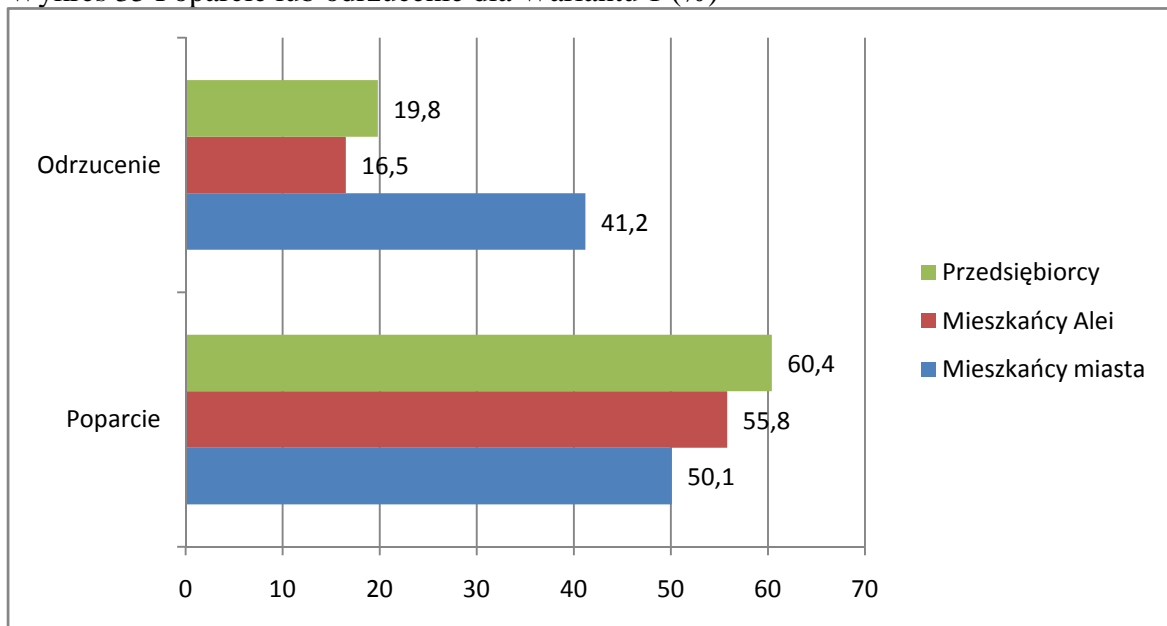
Wykres 34. Stopień poparcia dla wariantu I.



Źródło: Badania własne

Jest to wariant, który jako jedyny uzyskał akceptację ze strony wszystkich badanych kategorii respondentów. Najwyższą ocenę uzyskał ze strony mieszkańców Alei (+0,51) oraz przedsiębiorców (+0,27). Gorzej, ale pozytywnie, został oceniony przez mieszkańców innych części miasta (+0,07).

Wykres 35 Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 1 (%)



Źródło: Badania własne

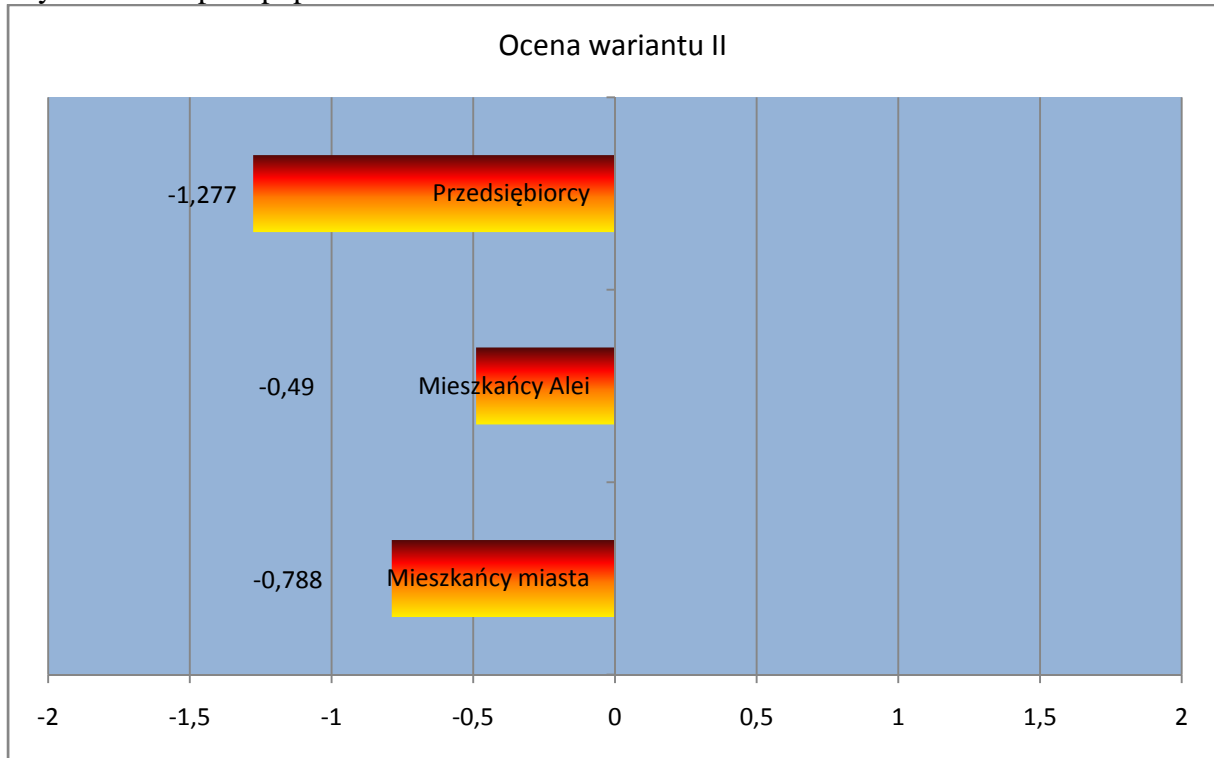
Wariant II to: „Aleja zamknięta dla ruchu samochodowego z dozwolonym przejazdem komunikacji miejskiej, pojazdów uprzywilejowanych oraz dojazdem do posesji dla mieszkańców. Brak możliwości parkowania na całym odcinku Alei. Ruch samochodowy dozwolony jedynie w obrębie Placu Zgody. Wprowadzenie torowiska tramwajowego. Pas drzew wzdłuż Alei. Dwustronna, dwukierunkowa ścieżka rowerowa o szer.2,0 m. Chodnik o szer. od 4,8 do 17,2 m. Strefa 30 km”.

Rysunek 3. Wariant II: widok skrzyżowania Al. Wojska Polskiego z ul. Jagiellońską w kierunku Placu Szarych Szeregów.



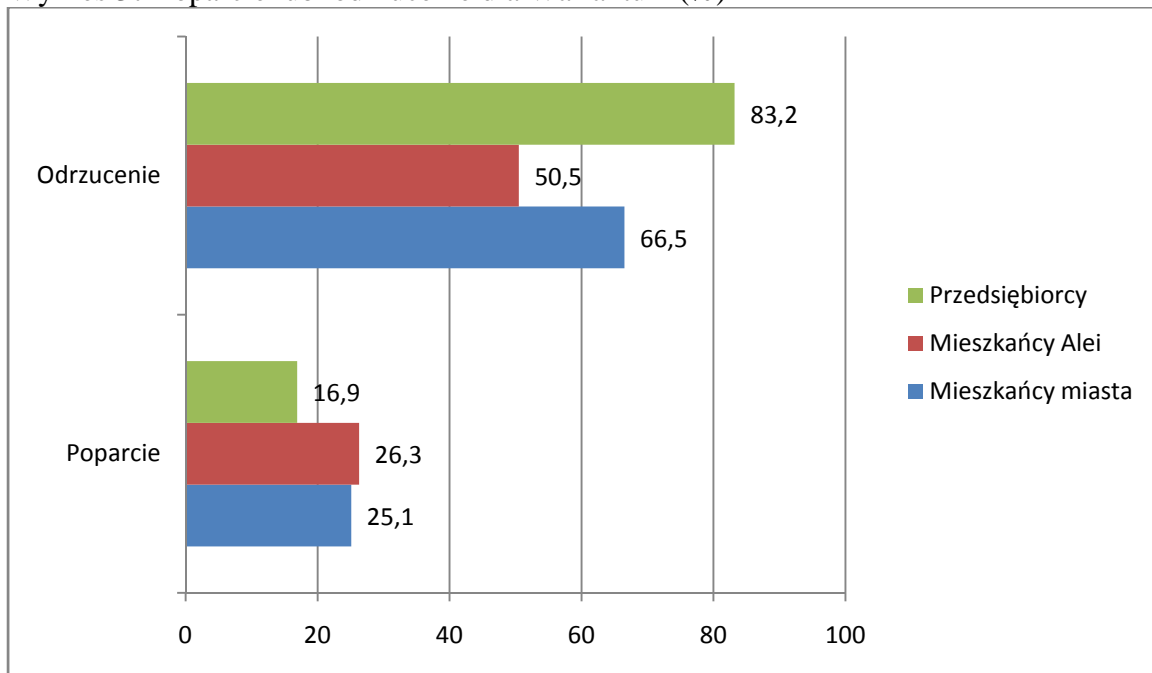
Wariant drugi jest z kolei w sposób najbardziej jednoznaczny odrzucany przez wszystkie kategorie badanych. Najbardziej przeciwni temu wariantowi są przedsiębiorcy (-1,28), którzy dostrzegają szereg niedogodności związanych z ograniczeniem miejsc parkingowych ich obecnych i potencjalnych klientów. Co interesujące, także mieszkańcy miasta spoza Alei są w większym stopniu przeciwni rozwiązaniu z linią tramwajową (-0,79) niż mieszkańcy Wojska Polskiego (-0,49).

Wykres 36 Stopień poparcia dla wariantu II.



Źródło: Badania własne

Wykres 37 Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 2 (%)



Źródło: Badania własne

Wariant trzeci przewiduje: „utrzymanie 4 pasów ruchu przy ich zawężeniu do 3,0 m bez torowiska tramwajowego. Wydzielenie 1,5 m pasów rowerowych po obu stronach Alei. Parkowanie równoległe. Pas drzew wzdłuż Alei. Chodnik o szer. od 2,9 do 16,0 m”.

Rysunek 4 Wariant III: widok Alei od strony Placu Szarych Szeregów

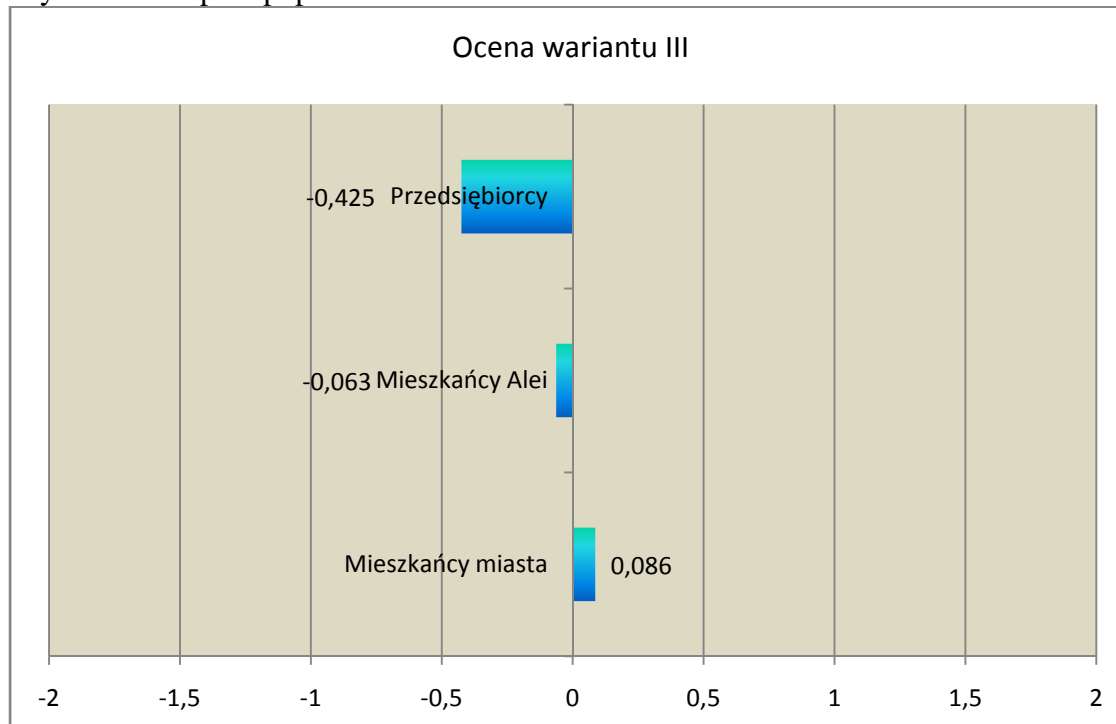


Wariant ten charakteryzuje się właściwie utrzymaniem istniejącego stanu rzeczy. Jediną nowością jest wprowadzenie ścieżek rowerowych oraz wprowadzenie na całej długości modernizowanej ulicy parkowania równoległego.

Najwięksi przeciwnicy tego rozwiązania, przedsiębiorcy (-0,43), zwracali uwagę na pogorszenie się dostępności parkowania, przy jednoczesnym nie wyhamowaniu natężenia ruchu. Podobnego zdania co przedsiębiorcy są mieszkańcy Wojska Polskiego (-0,06), którzy wszak przy ocenie obecnego stanu ulicy zwrócili uwagę na zbyt wysokie natężenie ruchu i generowanego przez ten ruch hałasu.

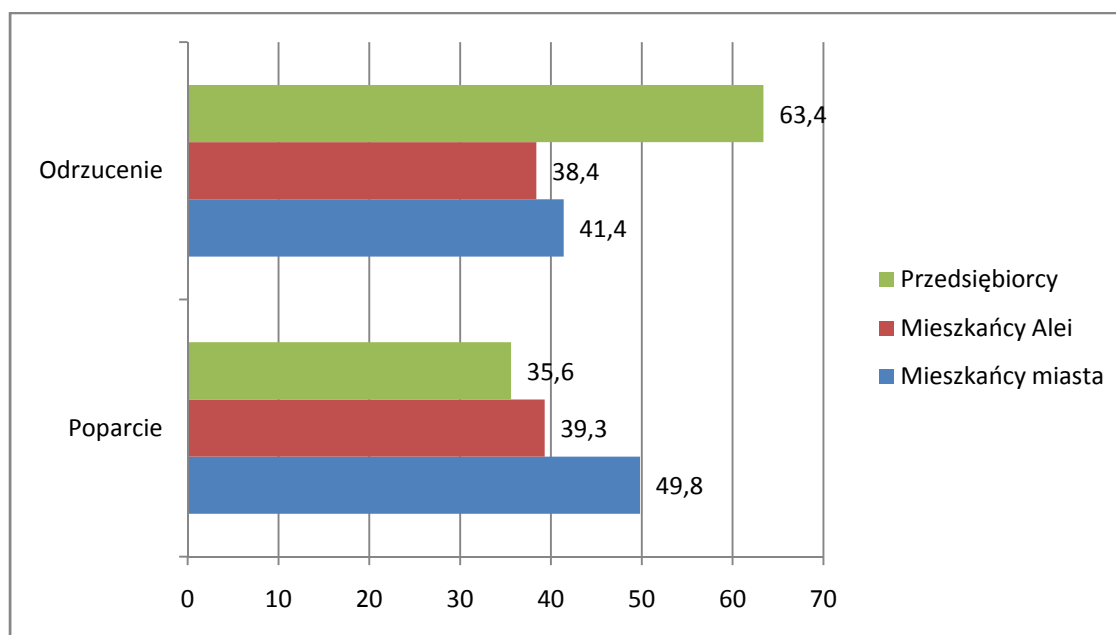
Jedyną kategorią akceptującą ten wariant są mieszkańcy innych części miasta (+0,09). Najczęściej uzasadniano to obawą przed utrudnieniami w ruchu kołowym, które powstałyby w wyniku zastosowania pozostałych wariantów.

Wykres 38 Stopień poparcia dla wariantu III



Źródło: Badania własne

Wykres 39 Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 3 (%)



Źródło: Badania własne

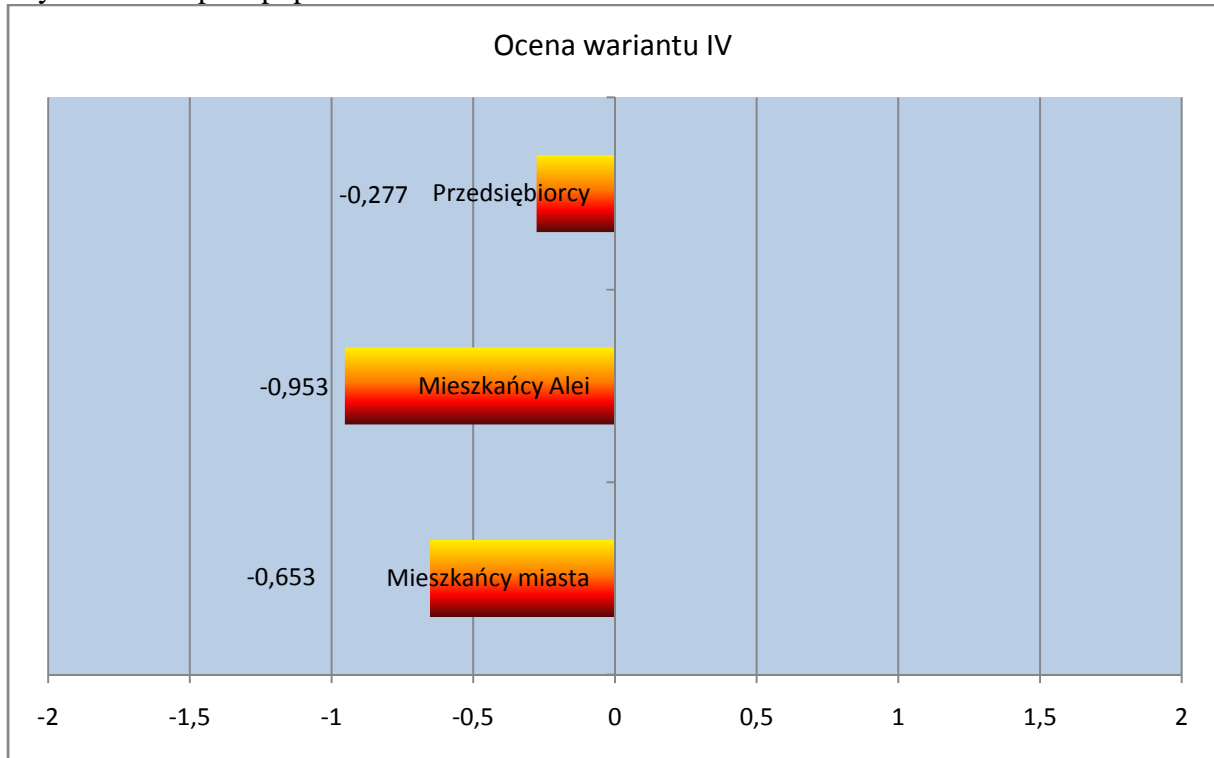
Wreszcie wariant czwarty, który zbliżony jest do wariantu drugiego, ale bez wydzielonego torowiska tramwajowego. Definiowany jest następująco: „utrzymanie 4 pasów ruchu o szer. od 3,25 do 3,50 m wraz z wprowadzeniem torowiska tramwajowego. Parkowanie po stronie wschodniej skośne, po zachodniej równoległe. Pas drzew wzdłuż miejsc parkingowych. Ścieżka rowerowa jednostronna od strony zachodniej o szer. 2,5 m. Chodnik o szer. od 3,15 do 14,0 m”.

Rysunek 5 Wariant IV: widok skrzyżowania Al. Wojska Polskiego z ul. Jagiellońską w kierunku Pl. Szarych Szeregów.



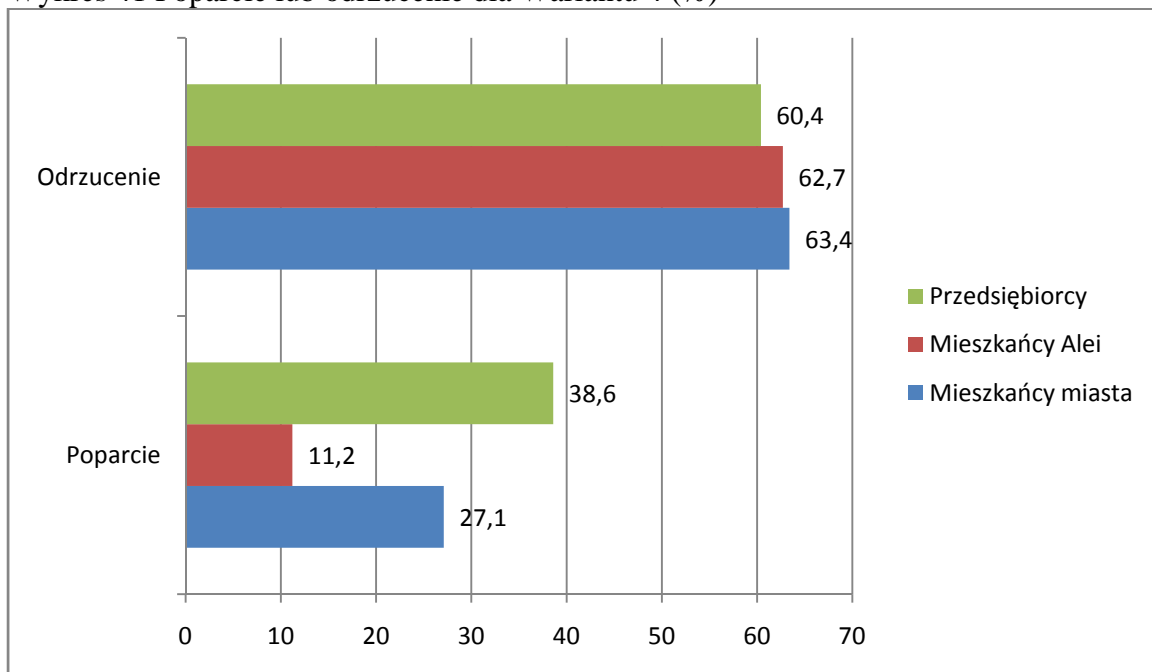
Wariant ten, podobnie jak drugi, nie znajduje uznania żadnej z badanych kategorii. Tym razem jego największymi przeciwnikami są mieszkańcy Alei (-0,95). Wariant ten zmniejsza liczbę miejsc parkingowych oraz stwarza pewne utrudnienia związane z ruchem rowerowym. Wariant IV nie podoba się także mieszkańcom innych części miasta (-0,65), a także przedsiębiorcom (-0,28).

Wykres 40 Stopień poparcia dla wariantu IV



Źródło: Badania własne

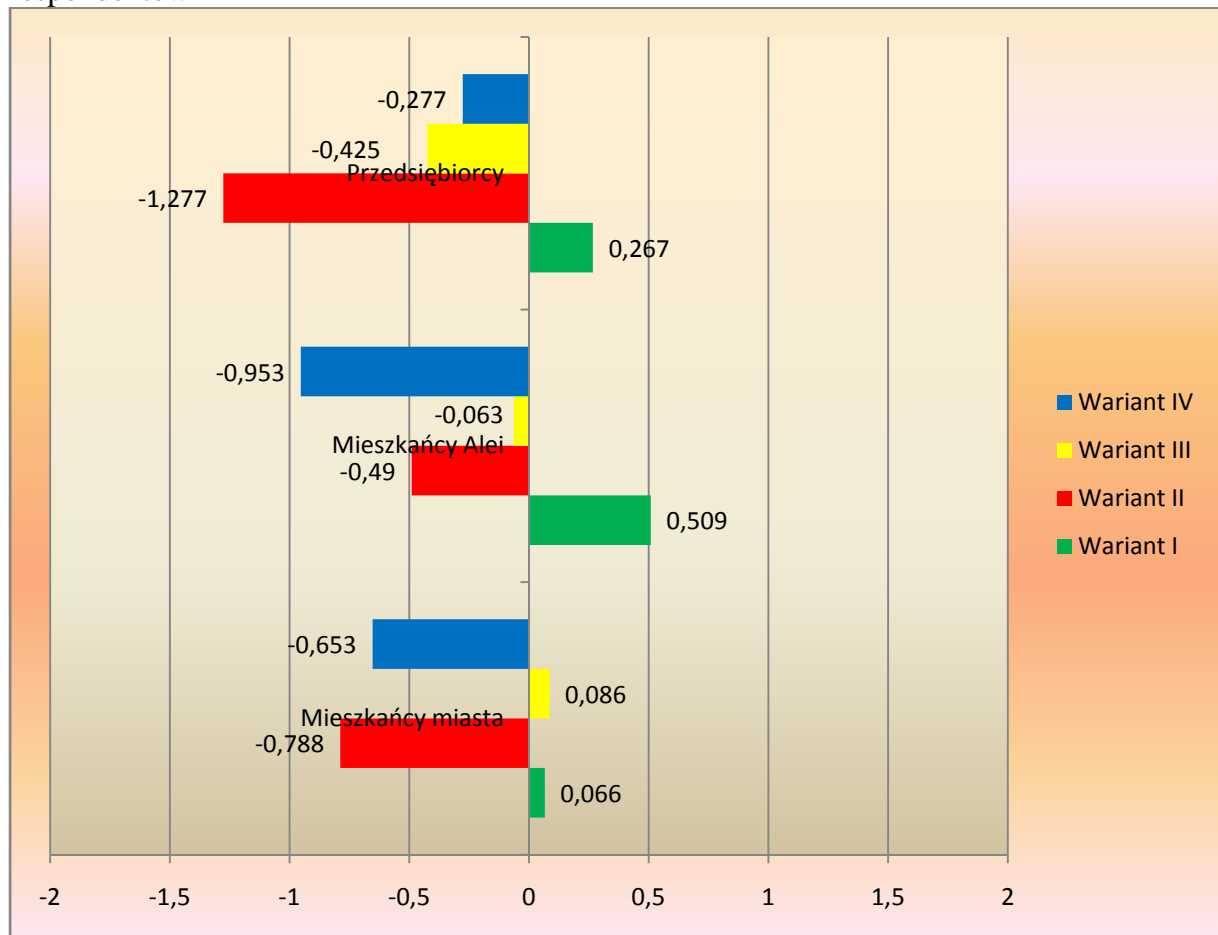
Wykres 41 Poparcie lub odrzucenie dla Wariantu 4 (%)



Źródło: Badania własne

Spróbujmy teraz podsumować ocenę przedstawionych czterech wariantów w nieco odmienny sposób, bowiem wskazując na preferencje badanych kategorii respondentów.

Wykres 42 Stopień poparcia dla proponowanych wariantów według badanych kategorii respondentów



Źródło: Badania własne

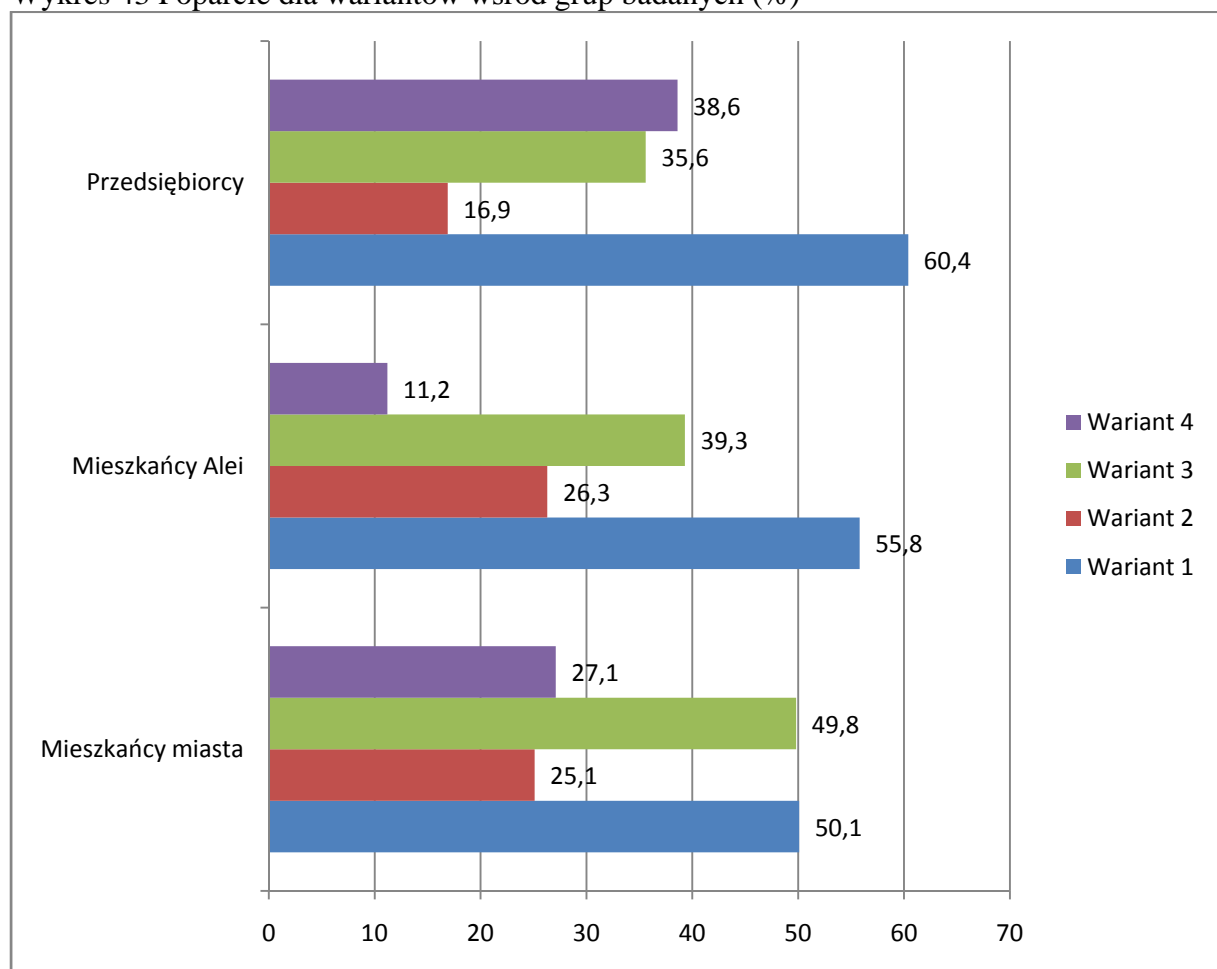
Patrząc od góry wykresu zauważymy, iż przedsiębiorcy spośród czterech wariantów, w najwyższym stopniu akceptują pierwszy wariant. Kolejne warianty nie uzyskują już żadnej akceptacji. Najczęściej odrzucanym jest wariant drugi, a następnie trzeci i czwarty. Sporym zaskoczeniem jest stosunkowo wysoka ocena czwartego wariantu, w którym przewiduje się budowę niewydzielonej z jezdni linii tramwajowej.

Także mieszkańcy Alei Wojska Polskiego akceptują wyłącznie wariant pierwszy. Najmniej minusów spośród pozostałych projektów widzą w wariacie trzecim. Odwrotnie niż

przedsiębiorcy, gorzej oceniają wariant z linią tramwajową niewydzielonej z jezdni od wariantu z wydzielonym torowiskiem.

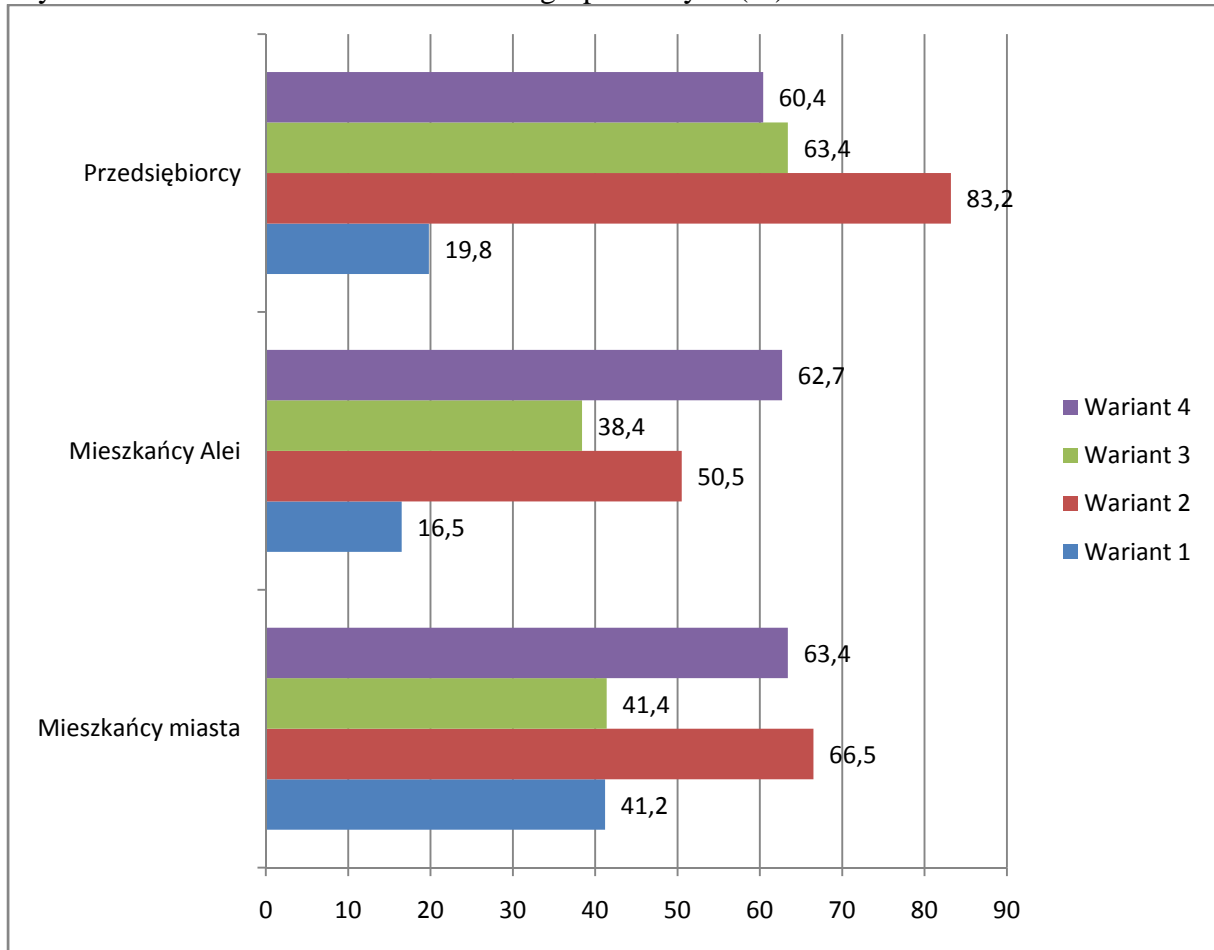
Wreszcie nie zainteresowani bezpośrednio modernizacją mieszkańcy innych części miasta wskazali, z lekkim plusem, na dwa warianty bez linii tramwajowych (1 i 3 wariant). Nie wykazali jednak specjalnego entuzjazmu dla przebudowy naszkicowanej w wariacie drugim i czwartym. Opinie te są dla badaczy sporym zaskoczeniem, gdyż „warianty tramwajowe” wydawały się dla tej kategorii najkorzystniejsze, pozwalałyby bowiem na większą dostępność do tej części miasta.

Wykres 43 Poparcie dla wariantów wśród grup badanych (%)



Źródło: Badania własne

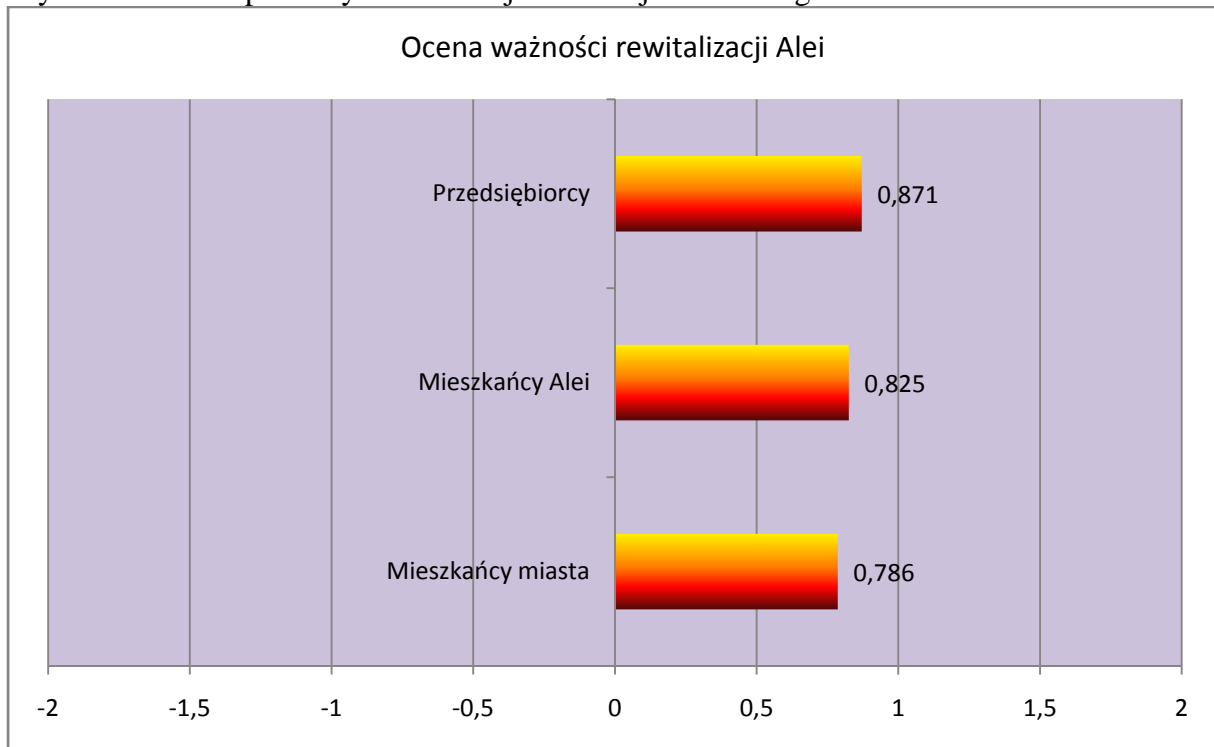
Wykres 44 Odrzucenie wariantów wśród grup badanych (%)



Źródło: Badania własne

Dotychczasowe porównania pomiędzy badanymi kategoriami respondentów okazały się dość znaczne. Gdy jednak zapytano respondentów o to, czy rewitalizacja Alei Wojska Polskiego w ogóle jest potrzebna, to wystąpiła pomiędzy nimi wyjątkowa zgodność.

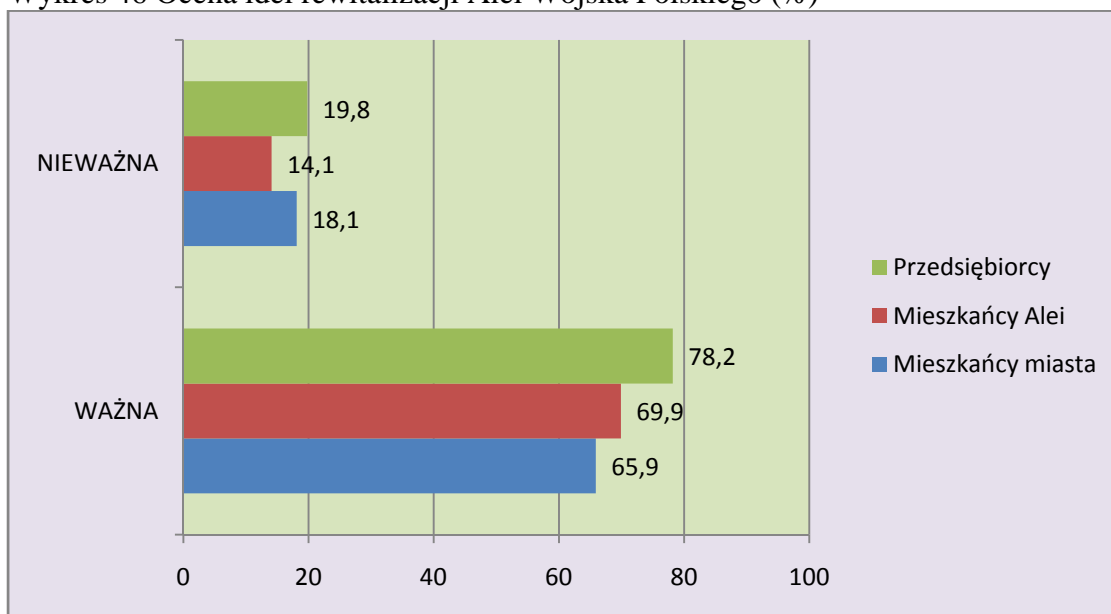
Wykres 45 Ocena potrzeby rewitalizacji Alei Wojska Polskiego



Źródło: Badania własne

W wypadku tego pytania, rozkłady odpowiedzi koncentrują się wokół stwierdzenia „raczej tak”. Różnice pomiędzy przedsiębiorcami (0,87), mieszkańcami Alei (0,83) a mieszkańcami miasta (0,79) wynoszą jedynie po około 0,5 punktu.

Wykres 46 Ocena idei rewitalizacji Alei Wojska Polskiego (%)



Źródło: Badania własne

Przedsiębiorcy, z jednej strony pragną podniesienia jakości otoczenia, ale z drugiej strony obawiają się, iż rewitalizacja, a zwłaszcza ograniczenie w jej wyniku dostępności, może osłabić konkurencyjność prowadzonej przez nich działalności. Obawy te wynikają z dostępnych opinii tworzących się wokół planowanej rewitalizacji w środowiskach masowego przekazu, odbywających się z inicjatywy Urzędu Miasta spotkań, jak i w wyniku spontanicznej dyskusji prowadzonej wśród przedsiębiorców.

Podobne obawy mają mieszkańcy Wojska Polskiego, zaś mieszkańcy miasta są naturalnie zróżnicowani ze względu na różne postrzeganie priorytetów i ocenę Alei jako znaczącego miejsca w mieście.

ZAKOŃCZENIE. WNIOSKI i REKOMENDACJE

Od kilkudziesięciu już lat zarówno w Europie, jak i w Stanach Zjednoczonych używany jest termin rewitalizacja. Rewitalizacja to coś znacznie więcej niż remont czy też odnowienie.

Jak podaje wydany przez Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich **MODELOWY STANDARD AKTYWNEJ INTEGRACJI** – *„Koncepcja rewitalizacji jest pojęciem stosowanym najczęściej w odniesieniu do części miasta lub zespołów obiektów budowlanych, które w wyniku przemian gospodarczych, społecznych, ekonomicznych i innych działań utraciły częściowo swoją pierwotną funkcję i przeznaczenie. Rewitalizacja jest w tym znaczeniu zespołem działań z zakresu budownictwa, planowania przestrzennego, ekonomii i polityki społecznej, których celem jest doprowadzenie do ożywienia, poprawy funkcjonalności, estetyki, wygody użytkowania i jakości życia w rewitalizowanym zespole”*, dalej rewitalizacja społeczna to *„wieloletni proces, składający się z szeregu spójnych, zintegrowanych działań, związanych z zatrzymaniem rozwoju negatywnych tendencji społecznych, przeciwdziałaniem patologiom społecznym i wykluczeniu społecznemu oraz poprawą bezpieczeństwa w celu wyprowadzenia ze stanu kryzysowego określonych obszarów miast i gmin”*.

Kluczem do rewitalizacji jest kompleksowość, połączenie działań społecznych i infrastrukturalnych dotyczących nie tylko budynków ale i całego otoczenia. Rewitalizacja to nie wymiana społeczności lecz praca z nią w celu zbudowania lub też obudowania więzi społecznych, poczucia tożsamości czy też poczucia sprawczości i odpowiedzialności za własne otoczenie.

Rewitalizacja odnosi się do następujących sfer życia:

- społecznej – edukacji, minimalizacji bezrobocia, wyrównywania szans (głównie osób młodych),
- kulturowej – ochrony i nowych sposobów wykorzystania obiektów dziedzictwa narodowego,
- ekonomicznej – możliwości rozwoju działalności biznesowej,
- technicznej – remontowania i przebudowy istniejących obiektów,
- urbanistycznej – rozwoju przestrzeni publicznych,
- przyrodniczej – rozwoju przestrzeni zielonych, kształtowania krajobrazu⁴.

Prawidłowa rewitalizację zaczyna się od diagnozy i planowania. Przy czym większość działań opartych jest na metodach partycypacyjnych tzn. takich, w których aktywnie biorą udział mieszkańcy. W wielu przypadkach odbywa się to z równoczesnymi działaniami

mającymi na celu zwiększenie zaangażowania mieszkańców czy też wzbudzenie jakiegokolwiek zainteresowania swoim otoczeniem. Następnym etapem jest planowanie poszczególnych działań w tym w szczególności działań społecznych a także działań infrastrukturalnych. Głównym problemem tego etapu jest połączenie często pozornie rozbieżnych interesów mieszkańców, właścicieli nieruchomości i przedsiębiorców, ale także np. użytkowników dróg. Etap ten, razem z diagnozą, jest najbardziej czasochłonnym etapem. Wszystkie projekty w trakcie tego etapu powinny być tworzone z zainteresowanymi grupami.

Oczywiście na terenach zdegradowanych lub o niskiej aktywności mieszkańców często włączane są w to działania mające na celu aktywizację mieszkańców poprzez wspólne małe działania podnoszące estetykę otoczenia. W trakcie procesu planowania ważne jest uwzględnianie potrzeb wszystkich grup interesariuszy a także identyfikowanie ich w czasie (np. potrzeby osób starszych przy starzejącym się społeczeństwie). Jak pokazało wiele przykładów rewitalizacji dość istotną czynnikiem jest wyjście poza dotychczasowe wyobrażenia społeczności o tym jak może być zaprojektowana ich okolica – pomagają temu wizyty studyjne i warsztaty kreatywne. Dzięki tym działaniom interesariusze większą uwagę zwracają na przestrzeń wspólną i są skłonni do większych kompromisów a także większego zaangażowania w proces samej rewitalizacji. Istotną częścią rewitalizacji jest jej część społeczna czyli stworzenie przestrzeni dla aktywności społecznej mieszkańców. Rozbudzenie potrzeb, zaangażowania mieszkańców wymaga ich późniejszego podtrzymywania, a także stworzenia przestrzeni do ich realizacji. Dotyczy to wszystkich grup mieszkańców – młodzieży, dorosłych, emerytów. W wielu miejscach rewitalizowanych, takie przestrzenie powstają zarówno na powietrzu, jak i w przestrzeniach zamkniętych.

Uwzględnienie opinii, zdania, a także potrzeb i interesów wszystkich grup tworzących społeczność miejską i w różny, a czasami odmienny sposób rozumiejących potrzebę i treść działań rewitalizacyjnych jest warunkiem koniecznym do prowadzenia procesu zmian. Zadanie uzyskania wiedzy o stosunku mieszkańców miasta do rewitalizacji Alei Wojska Polskiego (na odcinku od Placu Szarych Szeregów do Placu Zwycięstwa) zostało wykonane za pomocą wywiadu kwestionariuszowego zawierającego pytania kierowane pod adresem:

- mieszkańców Alei (rewitalizowanego odcinka),
- przedsiębiorców (i ich reprezentantów) prowadzących działalność gospodarczą w lokalach umiejscowionych w tej części Alei,
- wszystkich mieszkańców Szczecina (próbą reprezentatywną), niezależnie od ich miejsca zamieszkania w mieście.

Zebrane odpowiedzi pozwalają na sformułowanie wniosków oraz rekomendacji mających pomóc w sprawnym planowaniu i przeprowadzaniu zmian składających się rewitalizację Alei Wojska Polskiego.

1. Mieszkańcy miasta, mieszkańcy Alei oraz prowadzący tam swoją działalność przedsiębiorcy zgodnie postrzegają „centralny” charakter Alei w przestrzeni miasta. Jest ona ważnym elementem miasta. Ale nie jest jedynym takim miejscem. W powszechnej opinii równie ważnym, jeśli nawet nie ważniejszym miejscem w Szczecinie jest przestrzeń ciągnąca się od Bramy Portowej przez Aleję Niepodległości, Aleję Wyzwolenia do Placu Rodła z wyraźnym zaznaczeniem galerii handlowych – Galaxy i Kaskada.
2. „Centralny” charakter Alei Wojska Polskiego może zostać poddany w wątpliwość biorąc pod uwagę powód i częstotliwość korzystania z jej przestrzeni przez mieszkańców miasta. Ma na to oczywiście wpływ miejsce zamieszkiwania w Szczecinie. Im bardziej jest ono odległe, tym rzadziej mieszkańcy miasta się na niej zjawiają. Podstawowym powodem ich bytności w tych warunkach jest przemieszczanie się, docieranie do innych miejsc (ulic, alei, placów). O wiele rzadziej Aleja jest wykorzystywana jako miejsce dokonywania zakupów, a bardzo rzadko jako miejsce spędzania czasu, kontaktów towarzyskich i zawodowych, poszukiwania sposobów spędzenia wolnego czasu itp. Aleja okazuje się być „centralną” przede wszystkim w aspekcie komunikacyjnym, a w niewielkim tylko stopniu jako ośrodek życia społecznego i handlowego.
3. Prowadzi to do wnioski, iż poza funkcją komunikacyjną Aleja pozbawiona jest jakiegoś szczególnego charakteru, szczególnie „kolorytu” podkreślającego jej wyjątkowość i zapowiadającego atrakcyjne spędzenie czasu, obiecującego zaspokojenie społecznych potrzeb i oczekiwań.
4. Jest to podkreślane przez wypowiedzi wskazujące na szczególne, charakterystyczne dla Alei miejsca mogące być jej „wyróżnikami”. Wypowiedzi te są rozproszone, a żadna z nich nie jest powtarzana przez większość (nawet znaczną część) mieszkańców i użytkowników Alei. W końcu najczęściej jako najbardziej (pozytywnie) wyróżniający Aleję element wskazuje się restaurację Czekoladowa (Sowa), a dalej kino Pionier i Paszteciki. Nadszpodziewanie często padają tutaj także nazwy: kino Kosmos, Lucynka i Paulinka, czasami pojawiają się kawiarnia Jubilatka (czy raczej lokal po niej) czy „ściana płaczu” (lub fontanna) – one akurat na Alei już nie istnieją. Do charakterystycznych elementów ulicy zalicza się

najpowszechniej te, które istnieją (istniały) już od pewnego czasu (kilkanaście, kilkadziesiąt lat) co oznacza, że w ostatnim czasie na Alei nie pojawiło się nic, co zostałyby zauważone i uznane za element kształtujący obraz ulicy.

5. Dobrym przykładem na to, jak żywa jest pamięć o dawniejszej postaci Alei jest nie istniejąca już „ściana płaczu” – plac z fontanną między kamienicami o numerach 42-44. Nie ma prawie nikogo, wśród badanych, który nie pamiętałby tego przybytku, lub przynajmniej o nim nie wiedział. Czasami nawet jest on wymieniany jako jeden z charakterystycznych elementów Alei – mimo, iż nie istnieje. Pomysły na zagospodarowanie tego miejsca sprowadzają się w zasadzie do tylko dwóch. Pierwszym, najpowszechniejszym jest przywrócenie owej „ściany płaczu” w takim samym kształcie lub innym, ale jednak fontanny. Drugim jest pozostawienie miejsca takim, jakim jest obecnie, tzn. w zasadzie pustym poza instalowanym tam, letnią porą, „ogródka” gastronomicznego. Inne pomysły są całkiem liczne, ale też bardzo rozproszone, różne i w żaden sposób nie zapowiadające uzyskanie powszechnej akceptacji. Przeszłość w dalszym ciągu określa wyobrażenia na temat teraźniejszości, ale także i przyszłości.
6. Brakuje natomiast wyraźnych wskazań elementów jednoznacznie określanych jako kształtujące negatywny obraz Alei. Istnieją przy tym znaczące rozbieżności w zdaniach poszczególnych grup użytkowników. Mieszkańcy Alei cenią sobie np. obecność Biedronki, przedsiębiorcy uważają ją jednak raczej za element niezbyt pozytywny w pejzażu ulicy. Tym co wywołuje najwięcej krytyki są „pustostany”, zły stan nawierzchni (chodniki), brud itp., a także całościowo postrzegana „estetyka” Alei.
7. Podstawową zaletą Alei jest poczucie bezpieczeństwa ze strony zarówno mieszkańców, jak i użytkowników. Wyczerpuje to w zasadzie listę tego, co wymieniane jest jako zaleta Alei. Występują różnice w ocenie hałasu, zanieczyszczeń, natężenia ruchu itp. (przedsiębiorcy skarżą się o wiele rzadziej, mieszkańcy o wiele częściej), istnieje jednak zgoda co do tego, że Aleja raczej „wizytówką miasta” nie jest, i nie wszyscy (a w zasadzie niewielu) zdecydowałiby się zapraszać tutaj gości (np. z zagranicy)
8. Idea rewitalizacji Alei Wojska Polskiego jest popierana przez zdecydowaną większość przedsiębiorców działających przy Alei, również przez większość mieszkańców Alei, i także przez większość mieszkańców miasta. Dla tych pierwszych jest to przede wszystkim „inwestycja” w ich miejsca pracy. Dla

mieszkańców jest to kwestia w zasadzie równie ważna, jaką może być podjęcie rewitalizacji innych alei i ulic w Szczecinie. Takich typów, mniej lub bardziej konkurencyjnych wobec Alei Wojska Polskiego podaje się bardzo wiele, ale wyróżnia się wśród nich postulat rewitalizacji ulicy Kolumba.

9. Nastawienie do ogólnych kierunków możliwej rewitalizacji przekonuje, iż wszyscy w mieście zdają sobie sprawę, że Aleja nie jest tylko im wyłącznie „własnością” jej mieszkańców i bezpośrednich użytkowników (np. przedsiębiorców). Zdecydowana większość stoi na stanowisku, że Aleje nie może być tylko „miejscem zamieszkiwania”. Mieszkańcy Alei zdają się w większym stopniu przychylni idei, aby ich otoczenie stało się zaułkiem pozbawionym uciążliwości zamieszkiwania w centrum miasta – większe poparcie dla idei deptaka, uspokojonego ruchu samochodowego i niewielkie poparcie dla idei ulicy z priorytetem komunikacyjnym. Wśród przedsiębiorców i mieszkańców miasta oczekiwania są tutaj odmienne. Wszyscy jednak się zgadzają, że Aleja mogłaby (i powinna) przybrać kształt alei handlowej, alei galerii artystycznych lub instytucji kulturalnych (rzadziej, a to za sprawą mieszkańców Alei) pasażu restauracyjnego. Stosunkowo niewielkie poparcie (i znowu przede wszystkim wśród mieszkańców Alei dbających o „uspokojenie” otoczenia) zyskałoby sobie przywrócenie linii tramwajowej. Za takim pomysłem opowiada się co 2-gi przedsiębiorca, ale już tylko co 3-ci mieszkaniec miasta i niewiele więcej niż co 10-ty mieszkaniec Alei.
10. Zdecydowane poparcie dla kształtu alei jako handlowej, artystycznej, kulturalnej lub nawet (z zastrzeżeniami) „restauracyjnej” znamionuje oczekiwanie na wyraźny charakter ulicy, na jakiś wyróżnik dający szczególny powód, aby się na niej znaleźć i przez jakiś czas pozostać.
11. Nadanie alei wyraźnego charakteru (takiego czy innego, ale jednak charakteru) wydaje się być największym wyzwaniem stojącym przed ideą rewitalizacji. Bez wątplenia wszyscy tego oczekują, ale sposób urzeczywistnienia może być już przedmiotem kontrowersji, oporów i sprzeciwów. Dobrym przykładem może być poparcie dla idei (większego lub mniejszego) ingerowania w kształt przedsiębiorczości obecnej przy alei. Jej mieszkańcy raczej przychyliby się do postulatu „regulowania profilu działalności gospodarczej na terenie Alei” (57,3%), w jeszcze większym stopniu uczyniliby tak mieszkańcy miasta (65,7%), w najmniejszym zaś stopniu przedsiębiorcy (39,6%). Mimo wszystko deklarowany

stopień akceptacji dla takich działań przynosi nadzieję na to, że możliwe są działania nadające Alei wyrazisty charakter.

12. Na tym tle należy rozpatrywać poparcie (lub odrzucenie) czterech Wariantów przekształcenia układu komunikacyjnego Alei. Jeśli można mówić o akceptacji któregokolwiek z nich to jest to tylko Wariant 1 (szczególnie przez mieszkańców Alei). Jeśli można mówić o odrzuceniu to są to Warianty 2 i 4. Wariant 3 znajduje (co prawda śladowe, ale jednak) poparcie wśród mieszkańców miasta, pozostałe grupy odrzucają i ten wariant. Wspólną cechą odrzucanych wariantów jest to, że przewidują one reinstalację (w różnych układach) linii tramwajowej. Wspólną cechą wariantu akceptowanego oraz tych o najmniejszym stopniu dezaprobaty jest to, że przewidują one instalację (w różnych układach) pasów/ścieżek rowerowych. Byłby to znakomity dowód na poparcie idei upowszechniania komunikacji rowerowej w mieście, gdyby nie to, że każdy wariant różniąc się wieloma elementami od innych, zawsze przewidywał pojawienie się szlaku rowerowego. Zbytniego wyboru zatem nie było.
13. Daleko ważniejszym spostrzeżeniem jest jednak to, że warianty częściej spotykały się z daleko ostrzejszym sprzeciwem (odrzuceniem), niż z daleko idącym poparciem. Jest to widoczne zwłaszcza w przypadku grupy mieszkańców miasta. Warianty 2 i 4 spotkały się z wcale ostrym odrzuceniem. Warianty, których ten los nie spotkał – warianty 1 i 3 - nie zostały jednak „nagrodzone” równie znaczącym poparciem. W zasadzie są mieszkańcom miasta całkowicie obojętne.
14. Generalnie ujmując: Wariant 1 jest obojętny dla mieszkańców miasta zyskując nieco więcej poparcia wśród mieszkańców Alei i choć trochę wśród przedsiębiorców. Wariant 2 jest odrzucany przez wszystkich, a najbardziej przez przedsiębiorców, zaraz potem przez mieszkańców miasta. Wariant 3 jest obojętny dla mieszkańców Alei i miasta, ale odrzucany (umiarkowanie) przez przedsiębiorców. Wariant 4 jest ponownie odrzucany przez wszystkich, ale tym razem zdecydowanie bardziej przez mieszkańców (i Alei i miasta) a nieco mniej zdecydowanie przez przedsiębiorców.
15. Powyższe uwagi zdają się znamionować przynajmniej potencjalny konflikt między poszczególnymi grupami mieszkańców i użytkowników Alei. Szczególnie może to dotyczyć konfliktu między mieszkańcami a przedsiębiorcami. Ich interesy, a w związku z tym również oczekiwania, opinie i postawy wykazują wiele różnic. W odniesieniu jednak do przedstawionych wariantów dominuje u wszystkich postawa

raczej obojętności, braku wyrobionego zdania. Tylko w jednym przypadku (wariant 2, sprzeciw przedsiębiorców) mamy do czynienia z bardzo wyraźnym stanowiskiem, w czterech ze stanowiskiem w miarę wyraźnym (trzy razy sprzeciw, raz aprobatą przy minimalnym przekroczeniu granicy), w pozostałych siedmiu (cztery „za” i trzy „przeciw”) z oczywistym brakiem zdania (rangi wokół wartości „0”). To prowadzi do kluczowego wniosku oraz wynikającej zeń rekomendacji:

16. Mieszkańcy i użytkownicy Alei nie uważają jej układu komunikacyjnego za cel sam w sobie. Z rewitalizacją wiążą przede wszystkim nadzieje na zbudowanie (lub odbudowanie) „charakteru” Alei. To przede wszystkim „poprawa estetyki i czystości”, „pojawienie się nowych możliwości spędzania wolnego czasu”, i „wzrost prestiżu Alei”. W dalszej kolejności idzie dopiero „ułatwienie w poruszaniu się po Alei”. Wśród obaw związanych z następstwami rewitalizacji przeważa niepokój o: „możliwość parkowania własnego pojazdu” (to szczególnie pośród stałych mieszkańców Alei), „utrudnienia w dotarciu na Aleję”, „zwiększenie zanieczyszczenia i hałasu”, „zmniejszenie poziomu bezpieczeństwa”, a dopiero potem niepokój o „wzmożenie ruchu ulicznego, tłoku na chodnikach”
17. Decyzje o kierunkach rewitalizacji i jej konkretnych kształtach i rozwiązaniach muszą uwzględniać społeczne oczekiwania, przy pełnej świadomości, że nie uda się spełnić i zaspokoić wszystkich. Ich pominięcie jednakże będzie owocowało tym, iż w procesie decydowania o wyborach związanych z rewitalizacją, oprócz ogółu mieszkańców miasta, mieszkańców Alei oraz osób prowadzących przy niej działalność gospodarczą będą uczestniczyć inne jeszcze grupy i kategorie społeczne, inne plany i wizje, ale zawsze (lub prawie zawsze) sprzeczne lub co najmniej konkurencyjne wobec już obecnych w przestrzeni miasta.