



Wystąpienie Prezesa dr Zbigniewa Canowieckiego na konferencji „ Jak realizować projekty partnerskie z zakresu turystyki w perspektywie finansowej 2014-20?”

Pt. „Czym jest kompleksowy produkt turystyczny? Czy mamy już takie produkty w metropolii?”

Turystyka jest jednym z szybciej rozwijających się sektorów gospodarki rynkowej. Niewątpliwie zauważalny rozwój turystyki w Polsce przypada na lata po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej oraz po przystąpieniu do Traktatu z Schengen, czyli po 2007 roku. Wg danych Światowej Organizacji Turystyki w ostatnich latach Polska była 17-tym najchętniej odwiedzanym krajem w świecie.

Region Pomorski ze względu na swoją atrakcyjną lokalizację oraz historyczne uwarunkowania ma niezwykle możliwości w zakresie rozwoju turystyki.

Organizacja „Pracodawców Pomorza” reprezentującą środowisko gospodarcze uznaje turystykę za bardzo ważny element rozwoju Pomorza zwłaszcza, iż wraz z rozwojem turystyki mamy do czynienia z przyrostem ilości oraz różnorodności usług okołoturystycznych, napływem nowych inwestycji w branży hotelarsko-gastronomicznej oraz dochodów jakie uzyskuje się z obecności turystów a przede wszystkim z generowaniem nowych miejsc pracy.

Dlatego zainteresowani jesteśmy, aby przyjmowane w tym zakresie przez władze regionalne i lokalne strategie długofalowe dawały pomorskim przedsiębiorcom stabilne, korzystne możliwości inwestowania w branży turystycznej. Uzależnienie przychodów przedsiębiorców z branży turystycznej od pogody, a tym samym od długości sezonu jest czynnikiem wysokiego ryzyka w realizacji działalności gospodarczej oraz ograniczającym możliwości inwestycyjne.

Istotnym więc problemem jest trwałe odwrócenie trendu sezonowości turystyki w regionie. O ile w miastach Trójmiasta widać zdecydowane nastawienie na całoroczną turystykę i podejmowanie w tym zakresie wielu prób wydłużenia sezonu to w powiatach i gminach ościennych ruch turystyczny w zasadzie wygasa wraz z zakończeniem umownego, wakacyjnego sezonu.

Niestety w zasadzie region pomorski w znacznej części jest regionem wykorzystywanym turystycznie jedynie sezonowo tj. w okresie wakacyjnym a obecny potencjał jakim może się pochwalić nasze województwo daje przecież możliwość przekształcenia turystyki sezonowej w turystykę niemal całoroczną.

W ostatnich latach tylko w obrębie obszaru metropolitalnego wybudowaliśmy szereg obiektów konferencyjnych, wystawienniczych, hotelowych, sportowych, muzealnych, obiektów kultury oraz centrów medycznych i handlowych. Rozpoczyna działalność Europejskie Centrum Solidarności i Teatr





Szekspirowski. Budujemy Muzeum II Wojny Światowej. Mamy wspaniałe warunki do rozwoju turystyki eventowej, sportowej, medycznej, handlowej, kulturalnej, biznesowej a na obrzeżach obszaru metropolitalnego i poza – agroturystyki. Pamiętajmy o przykładzie Las Vegas. W małym amerykańskim miasteczku, aby zapewnić turystów przez cały rok chcących wydawać pieniądze w hotelach i kasynach wybudowano olbrzymie Centrum Kongresowe organizujące wielkie światowe wystawy i spotkania biznesmenów wszystkich branż. Coraz modniejsza jest turystyka kulturalna. Tysiące melomanów i ludzi kultury odwiedza miasta na całym świecie gdzie są organizowane przeglądy, festiwale i konkursy. Już teraz sporo w tym zakresie robimy, aby po 25 sierpnia nasze miasta nie wymierały. W Sopocie Literacki Sopot, w Gdańsku Solidarity of Art, później Festiwal Filmowy w Gdyni, następnie w Gdańsku Festiwal Szekspirowski i na początku października Forum Nowych Idei w Sopocie.

Dostrzegamy jednak ciągle niedosyt w zakresie spójności polityki w zakresie rozwoju branży turystycznej w obszarze metropolitalnym. Nie bez znaczenia jest fakt, iż w chwili obecnej każdy z powiatów, każda z gmin i miast pomorskich prowadzi swoją autonomiczną politykę w zakresie wykorzystywania potencjału turystycznego oraz rozwoju branży na swoim terenie. Jako przedsiębiorcy widzimy i postulujemy zwiększenie koordynacji w tym zakresie. Nasze miasta nie muszą rywalizować między sobą a z innymi europejskimi metropoliami. Podobnie jak porty Gdańska i Gdyni nie powinny rywalizować między sobą a jednoczyć swoje siły w rywalizacji np. z Hamburgiem.

Musimy mówić o wspólnej polityce i wspólnych produktach turystycznych przekładając to na zasięg terytorialnego oddziaływania danego produktu oraz grupę docelową. Obszar metropolitalny daje możliwość wygenerowania wspólnych działań, które dysponują możliwościami rozwoju każdej formy turystyki sezonowej i pozasezonowej jest ideą jaką powinniśmy się kierować przy aktualizowaniu strategii tej branży.

Dalszy rozwój sieci całorocznych usług wspomagających turystykę umożliwi rozwój branży i regionu. Ważnym elementem zachęcającym inwestorów jest rozwój infrastruktury w regionie. Wykorzystywaliśmy i nadal mamy nadzieję będziemy wykorzystywać środki unijne na te cele. Z pewnością dalsza rozbudowa naszego lotniska, modernizacja linii kolejowych oraz budowa Pomorskiej Kolei Metropolitalnej znacząco poprawi standard obsługi ruchu turystycznego.

Rozwój infrastruktury drogowej i kolejowej w całym regionie pomorskim wspomogą rozwój terenów na obrzeżach dużych ośrodków miejskich i turystycznych. Łatwa i szybka dostępność komunikacyjna w szczycie sezonu turystycznego oraz poza nim jest jednym z kluczowych elementów mobilności turystów w obrębie regionu, co w jasny sposób przekłada się na rozwój branży w województwie pomorskim. Szkoda, że samorządy wycofały się w 2014r z dofinansowania rejsów tramwaju wodnego





po Zatoce Gdańskiej. To przecież różne i atrakcyjne formy mobilności turystów generują rozwój branży w całym regionie a nie tylko w wybranych ośrodkach.

Być może wartym rozważenia jest wprowadzenie bezpłatnej Karty Turysty Metropolii, która upoważniałaby do darmowych lub zniżkowych przejazdów wszelkimi środkami transportu publicznego w obrębie Metropolii nawet kosztem podniesienia np. opłaty klimatycznej. Znałe są takie przykłady, gdzie turysta, (klient hotelu, pensjonatu) otrzymuje Kartę upoważniającą do poruszania się (przez 14-21 dni) bezpłatnie wszelkimi środkami komunikacji publicznej w obszarze gminy (przykład: Genewa- karta wydawana imiennie w Hotelach upoważnia do nielimitowanego bezpłatnego przejazdu: tramwajami, autobusami; trolejbusami; pociągami lokalnymi, transportem wodnym w obrębie gminy Genewa).

W wielu miejscach na świecie sprawdza się teza iż „Mobilny Turysta to dochodowy Turysta”.

Wprowadzona u nas odpłatna Karta Turysty była z koncepcyjnego punktu widzenia dobrym pomysłem, ale zdaniem wielu przedsiębiorców z branży słabo rozpropagowana z niedostatecznie dopracowanym systemem dystrybucji oraz wadliwym rozwiązaniami np. bardzo krótki czas realizacji (24 lub 72h).

Ważnym elementem rozwoju turystyki w aspektach inwestycyjnym i konsumpcyjnym jest także spójna i skuteczna polityka informacyjno-promocyjna regionu. Wszelkie działania wizerunkowe zewnętrzne winny mieć charakter przemyślany, profesjonalny i służący rozwojowi branży i regionu.

W zakresie informacji turystycznej należy podkreślić, że Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej wykorzystując środki unijne prowadzi w miarę spójną politykę informacyjno – promocyjną. Nie znaczy to, że nie można nadal doskonalić i rozbudowywać ten system.

Szkoda, że w zakresie sprzedaży biletów na imprezy kulturalne i nie tylko miasta przygotowują własne punkty ograniczając ofertę do imprez w swoim mieście np. sopocki punkt na Placu Przyjaciół Sopotu.

Dla zapewnienia całorocznego lub przedłużonego sezonu turystycznego, należy przygotować dla organizacji i środowisk organizujących poza sezonem duże zloty, konferencje, zjazdy, sympozja, fora, spotkania integracyjne lub szkoleniowe – ofertę pozazawodową – tzw. kartę rekomendacyjną – Co warto zobaczyć i gdzie pójść (nie tylko imprezy ale również muzea, obiekty historyczne, sportowe i inne). Często trudno przebić się w szumie informacyjnym co jest ważne i wartościowe.

Trzeba także podjąć bardziej intensywne działania promocyjne dot. pozasezonowego przyjazdu gości krajowych i zagranicznych w wieku emerytalnym oferując im nie tylko pasywny wypoczynek, ale





usługi balneologiczno – rehabilitacyjne, leczenie oraz atrakcje kulturalne (koncerty, spotkania z aktorami itp.)

Jako przedsiębiorcy uważamy iż aktualny potencjał naszego regionu oraz obrany kierunek rozwoju turystyki w regionie upoważnia nas do pozytywnej oceny. Liczymy jednak na dalszą dobrą współpracę wszystkich środowisk i władzy samorządowej różnych szczebli oraz na ściślejszą, partnerską współpracę wszystkich miast i gmin w ramach naszego obszaru metropolitalnego w budowaniu i ciągłym doskonaleniu zintegrowanego systemu obsługi ruchu turystycznego.

