

**!** Pomorskie

**NASTROJE  
POMORSKIEJ  
BRANŻY TURYSTYCZNEJ  
PAŹDZIERNIK 2023 – MARZEC 2024**

**Gdańsk 2024**

fot. P. Książek / Pomorskie.Travel

## Spis treści

Spis treści .....	1
1. Wstęp .....	2
2. Sytuacja bieżąca .....	2
3. Nastroje na przyszłość.....	7
4. Oczekiwania wobec samorządu .....	11
5. Komentarze na temat pomorskiej turystyki .....	15
6. Opis badania .....	17

Badanie zostało przygotowane przez Departament Turystyki i Sportu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego. Raport dostępny jest na stronie [dt.pomorskie.eu](http://dt.pomorskie.eu).

autor: Wiktor Szafranowicz

e-mail: [w.szafranowicz@pomorskie.eu](mailto:w.szafranowicz@pomorskie.eu), tel. 58 32 68 839

Przy publikowaniu danych zawartych w raporcie prosimy o podanie źródła.

## 1. Wstęp

Celem badania nastrojów pomorskiej branży turystycznej jest ocena stanu sektora turystycznego. Badanie ma umożliwić Samorządowi Województwa Pomorskiego (SWP), w ramach jego kompetencji, podejmowanie działań w odpowiedzi na obserwowane tendencje i zgłaszane problemy.

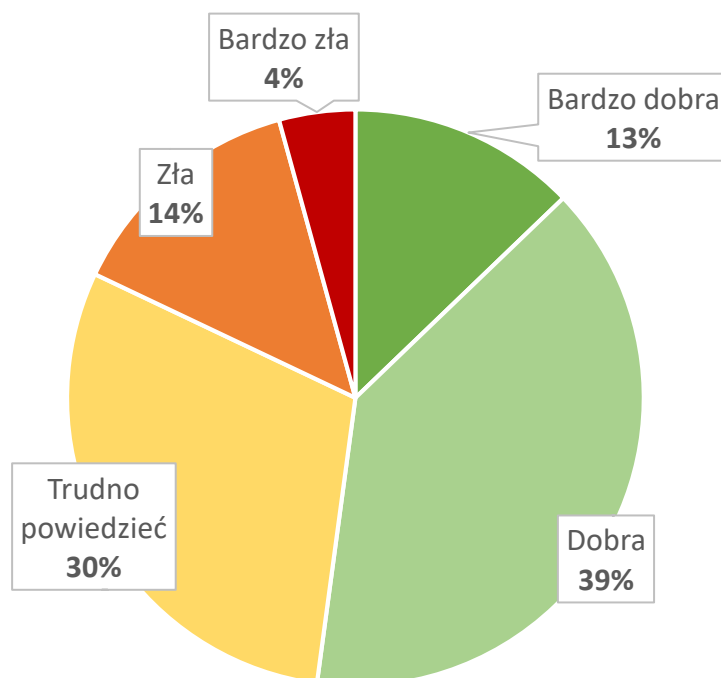
Raport opisuje sytuację bieżącą pomorskich przedsiębiorców branży turystycznej, nastroje na przyszłość, porusza też, w zależności od okresu, inne istotne z perspektywy turystyki kwestie. Jednocześnie badanie ma być prostym sposobem dla branży turystycznej na zwrócenie uwagi SWP na ważne dla niej kwestie. W tym celu w ankiecie zawarte zostały dwa opcjonalne pytania otwarte.

Badanie swoim zakresem objęło przyjęty umownie sezon zimowy trwający pół roku, od października 2023 r. do marca 2024 r. Kolejne badanie obejmie sezon letni od kwietnia do września 2024 r.

## 2. Sytuacja bieżąca

### Połowa branży zadowolona z sytuacji

Ocena obecnej sytuacji przedsiębiorstwa

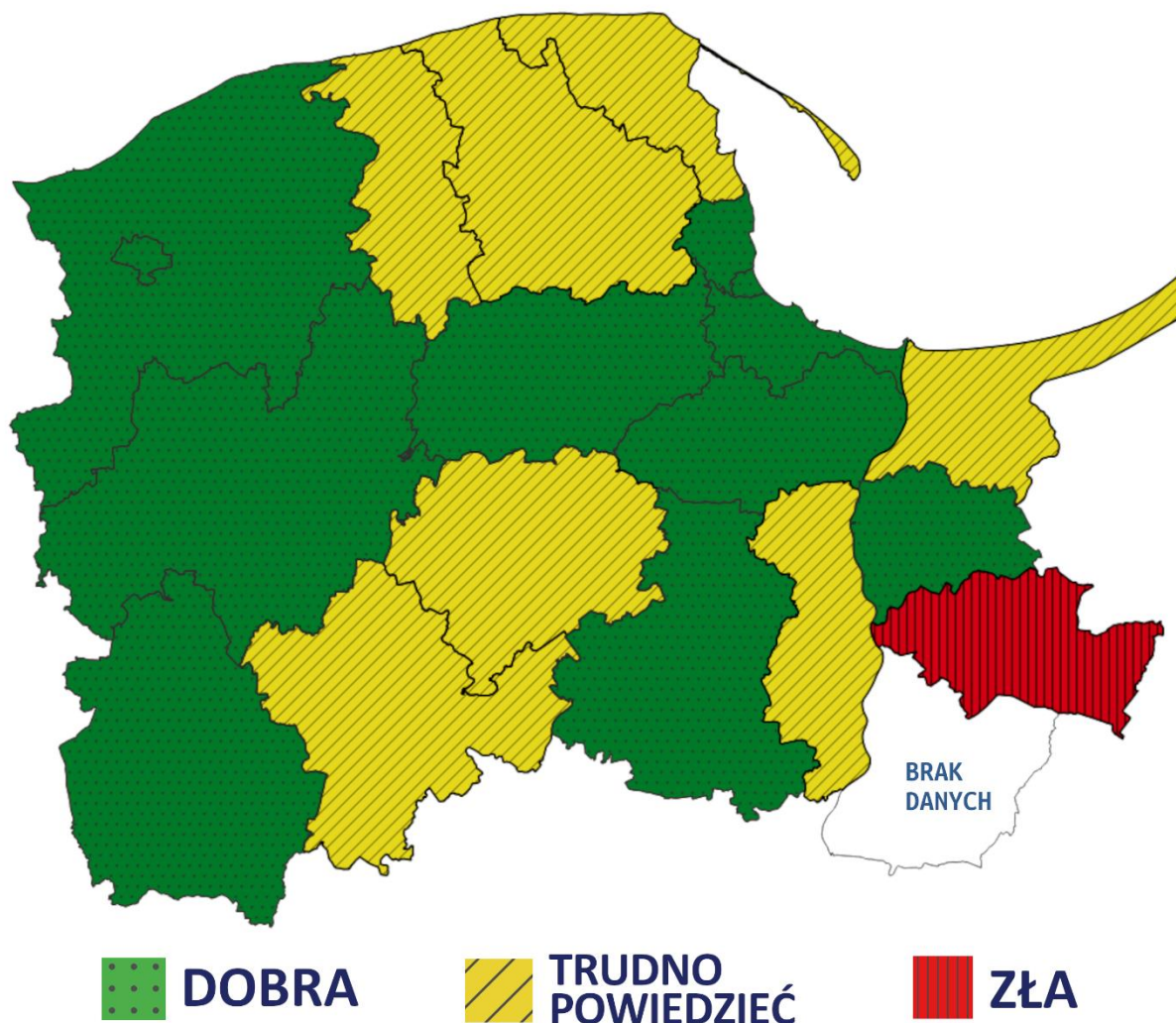


Wykres 1. Ocena obecnej sytuacji przedsiębiorstwa prowadzących działalność w badanym okresie

W tej edycji badania, zgodnie z wnioskami z poprzedniego badania, wprowadzono podział na przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w badanym okresie (72% spośród ankietowanych) oraz tych z zawieszoną działalnością (28%). Wynika to z faktu, że część branży skupia się jedynie na okresie sezonu letniego, nie prowadząc działalności w miesiącach jesiennych i zimowych.

Spośród ankietowanych prowadzących działalność gospodarczą ponad połowa (51%) określa swoją sytuację jako dobrą lub bardzo dobrą. W stosunku do poprzedniej edycji badania, kosztem odpowiedzi pozytywnych i negatywnych, wzrósł odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Wiąże się to najprawdopodobniej z sezonem zimowym, w którym turyści zauważalnie rzadziej odwiedzają województwo pomorskie, a ocena sytuacji jest trudniejsza niż w sezonie letnim.

Mimo zmian w stosunku do poprzedniego badanego okresu zadowolający jest fakt, że wciąż ponad połowa przedsiębiorców z branży turystycznej dobrze ocenia swoją sytuację.



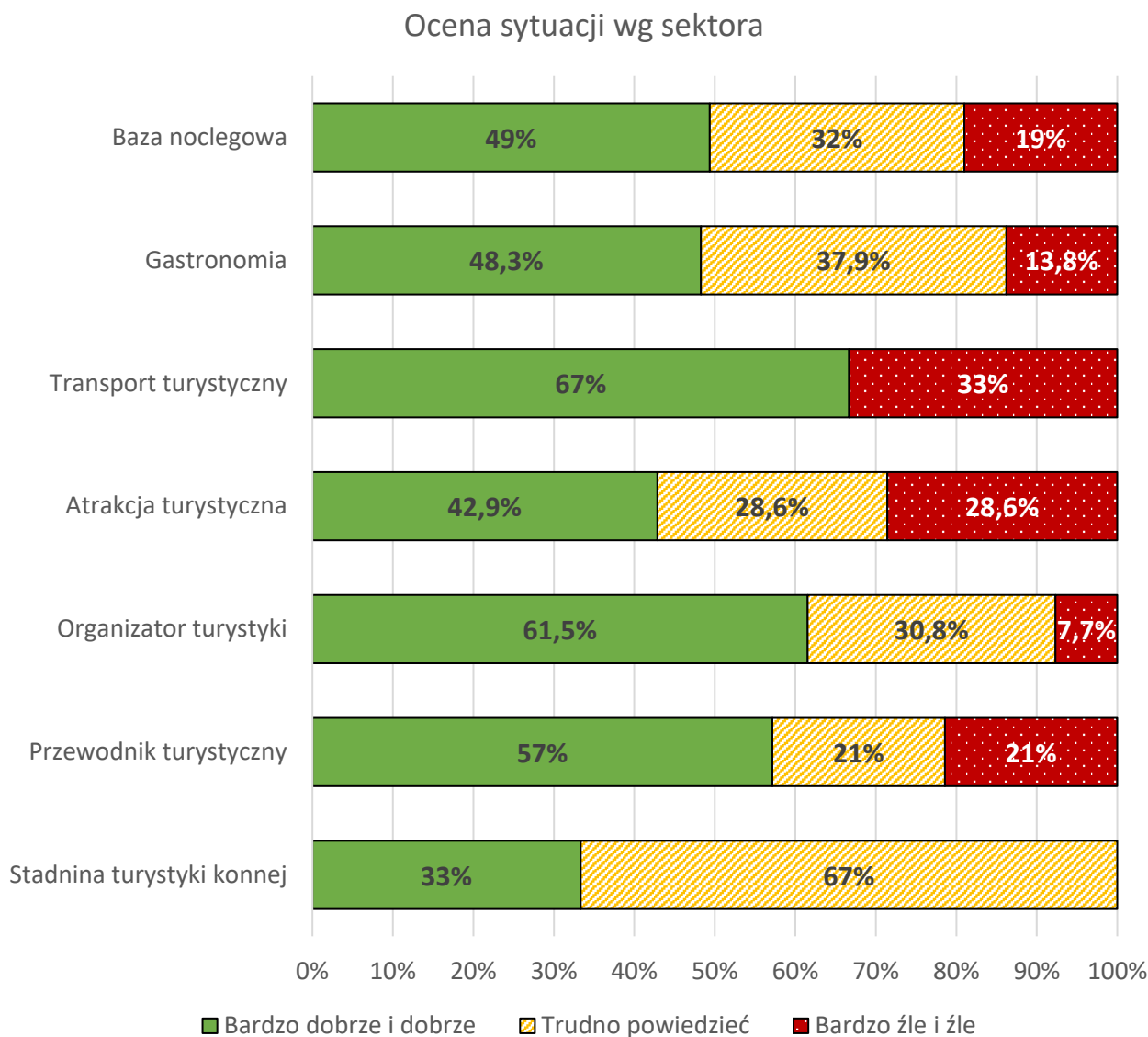
Rysunek 1. Ocena bieżącej sytuacji przedsiębiorstw powiatami (na podst. Wykresu 1)

Na podstawie zebranych danych opisanych powyżej sporządzono poglądową mapę rozkładu odpowiedzi z podziałem na powiaty. Pod uwagę brano przede wszystkim przewagę jednego typu odpowiedzi na poszczególnymi pozostałymi.

Przedsiębiorcy z powiatu sztumskiego ocenili swoją sytuację w sezonie zimowym jako złą. Przedsiębiorcy z powiatów (chojnickiego, kościerskiego, tczewskiego, nowodworskiego, lęborskiego, wejherowskiego i puckiego) wybrali opcję „trudno powiedzieć”. W pozostałych, czyli 11 z 20 powiatów oraz miast na prawach powiatów sytuacja została określona jako dobra.

Ze względu na brak odpowiedzi dotyczących powiatu kwidzyńskiego (nie licząc odpowiedzi „całe województwo”) nie można było przypisać mu wartości na mapie.

## Spadek opinii negatywnych, wzrost niezdecydowanych

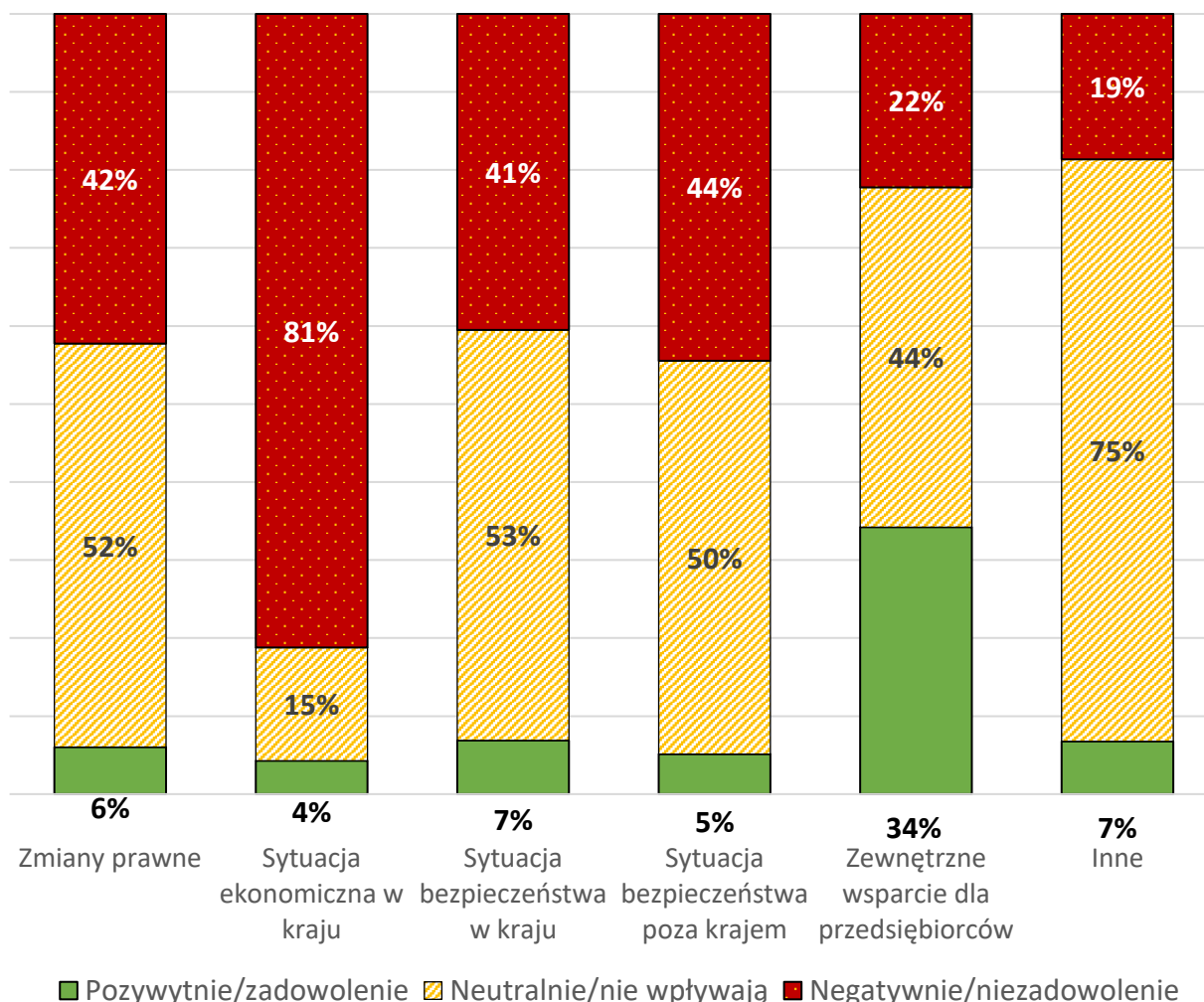


Wykres 2. Ocena sytuacji bieżącej wg sektora wśród prowadzących działalność w badanym okresie

W stosunku do poprzedniego badanego okresu odsetek negatywnych opinii spadł we wszystkich wymienionych sektorach, w większości przypadków wzrósł jednak odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Najlepiej sytuację ocenili przedstawiciele transportu turystycznego (65%), organizatorzy turystyki (61,5%) i przewodnicy (57%). Najmniej pozytywnie sytuację ocenili przedstawiciele stadnin turystyki konnej (33% ocen pozytywnych wobec 67% trudno powiedzieć). Odsetek pozytywnych odpowiedzi w pozostałych sektorach był zbliżony, wahając się od 42,9% (atrakcje) do 48% (baza noclegowa).

## Sytuacja ekonomiczna w kraju powodem do niepokoju

### Wpływ czynników zewnętrznych na ocenę sytuacji przedsiębiorstwa



Wykres 3. Wpływ czynników zewnętrznych na ocenę sytuacji przedsiębiorstwa wśród prowadzących działalność w badanym okresie

Wykres przedstawiający wpływ czynników zewnętrznych na sytuację przedsiębiorstw kształtem jest zbliżony do wykresów z poprzednich edycji badania. Ankietowani nadal negatywnie oceniają sytuację ekonomiczną w kraju, jak i sytuację bezpieczeństwa w kraju i poza nim oraz zmiany prawne. Warto zauważyć, że negatywne oceny wpływu zmian prawnych zmniejszyły się z 58% w poprzednim badanym okresie do 42% obecnie. Także zauważalną zmianą jest wzrost odsetka osób niezadowolonych z zewnętrznego wsparcia dla przedsiębiorców (22% obecnie wobec 11% w poprzednim okresie), co może wynikać z mniejszej liczby programów wsparcia, gdy turystyka zaczyna wracać do stanu sprzed pandemii. Można przyjąć założenie, że im więcej czasu upłynie np. od zamknięcia programu Bonu Turystycznego, tym gorsze opinie na temat zewnętrznego wsparcia będą wyrażane przez przedsiębiorców.

Zbliżone odpowiedzi w poprzednich okresach wskazują, iż wpływ zewnętrznych czynników na ocenę sytuacji przedsiębiorstw można zacząć badać mniej regularnie, dostosowując pytanie do aktualnych wydarzeń znacznie wpływających na turystykę czy ogólną sytuację gospodarczą.

Wśród innych czynników zewnętrznych wpływających na sytuację branży, przedsiębiorcy wskazali jako pozytywne: dofinansowania, dobrą pogodę i zamożność gości oraz prężnie działającą lokalną organizację turystyczną. Jako negatywne czynniki wymieniono: działania gmin (wysokie podatki od nieruchomości, brak rozbudowy infrastruktury turystycznej, zaniedbane tereny), koszty pracy oraz zmiany kulturowe, brak współpracy dyrektorów placówek kultury z przewodnikami, „szarą strefę” w turystyce.

Prawie połowę wskazań stanowiły uwagi dotyczące budowy elektrowni jądrowej, która budzi obawę o ruch turystyczny i dewastację pobliskich terenów przyrodniczych.

## Dodatkowe działania w zakresie ochrony środowiska

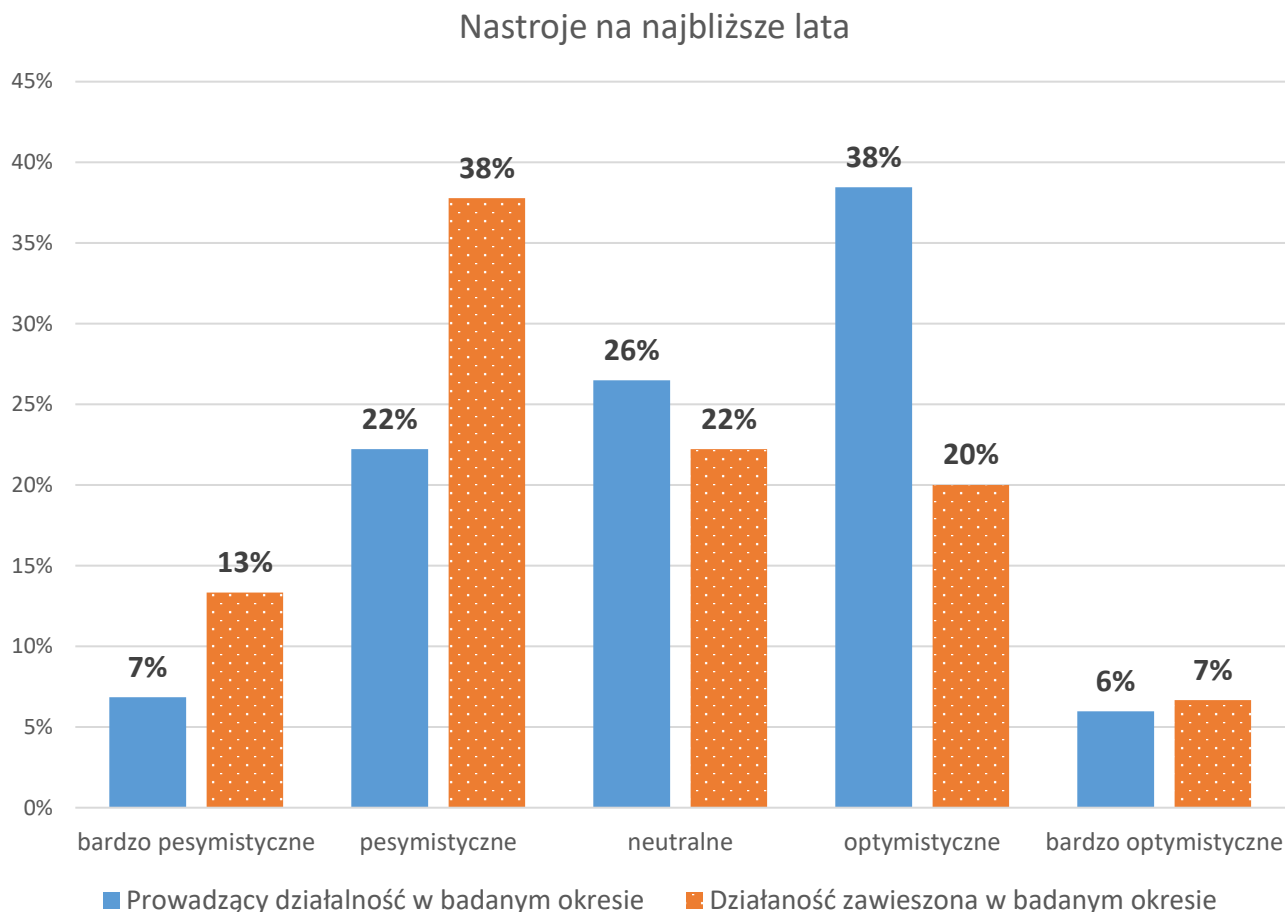


Wykres 4. Stosowane rozwiązania dotyczące ochrony środowiska

Badani zostali zapytani o stosowanie rozwiązań w zakresie ochrony środowiska. Przeważająca część ankietowanych przedsiębiorców (69%) zadeklarowała, że oprócz przestrzegania wymagań narzuconych prawnie, podejmuje także inne działania. Zdecydowana większość (60%) wprowadza własne rozwiązania w tym zakresie, a 9% uzyskuje certyfikaty od podmiotów trzecich, które potwierdzają wysokie standardy w tym zakresie. Świadczy to o wysokiej świadomości dotyczącej ochrony środowiska lub zrozumieniu, że kwestie te są coraz ważniejsze dla turystów, szczególnie zagranicznych.

### 3. Nastroje na przyszłość

## Prowadzący działalność z lepszymi nastrojami na przyszłość

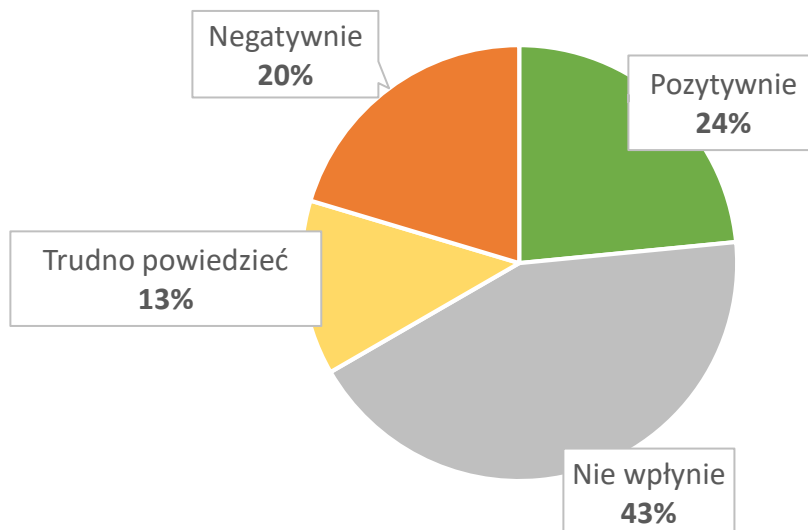


Wykres 5. Ogólne nastroje co do przyszłości przedsiębiorstwa w najbliższych latach – zawieszona i aktywna działalność w badanym okresie

Porównanie nastrojów na najbliższe lata ukazuje, że przedsiębiorcy, którzy prowadzili działalność gospodarczą w badanym sezonie zimowym lepiej zapatrują się na przyszłość. Osoby z zawieszoną działalnością wskazywały na łącznie 51% opinii pesymistycznych przy 44% optymistycznych. W przypadku osób prowadzących działalność było to 29% wskazań pesymistycznych i 44% optymistycznych. Może to wynikać ze stabilności działalności – przy całorocznym jej prowadzeniu przedsiębiorcy nie są tak bardzo uzależnieni od udanego sezonu letniego. Warto zauważyć jednak, że w przypadku odpowiedzi „bardzo optymistyczne” proporcje są prawie wyrównane, z jednoprocetową przewagą osób z działalnością zawieszoną w badanym okresie.



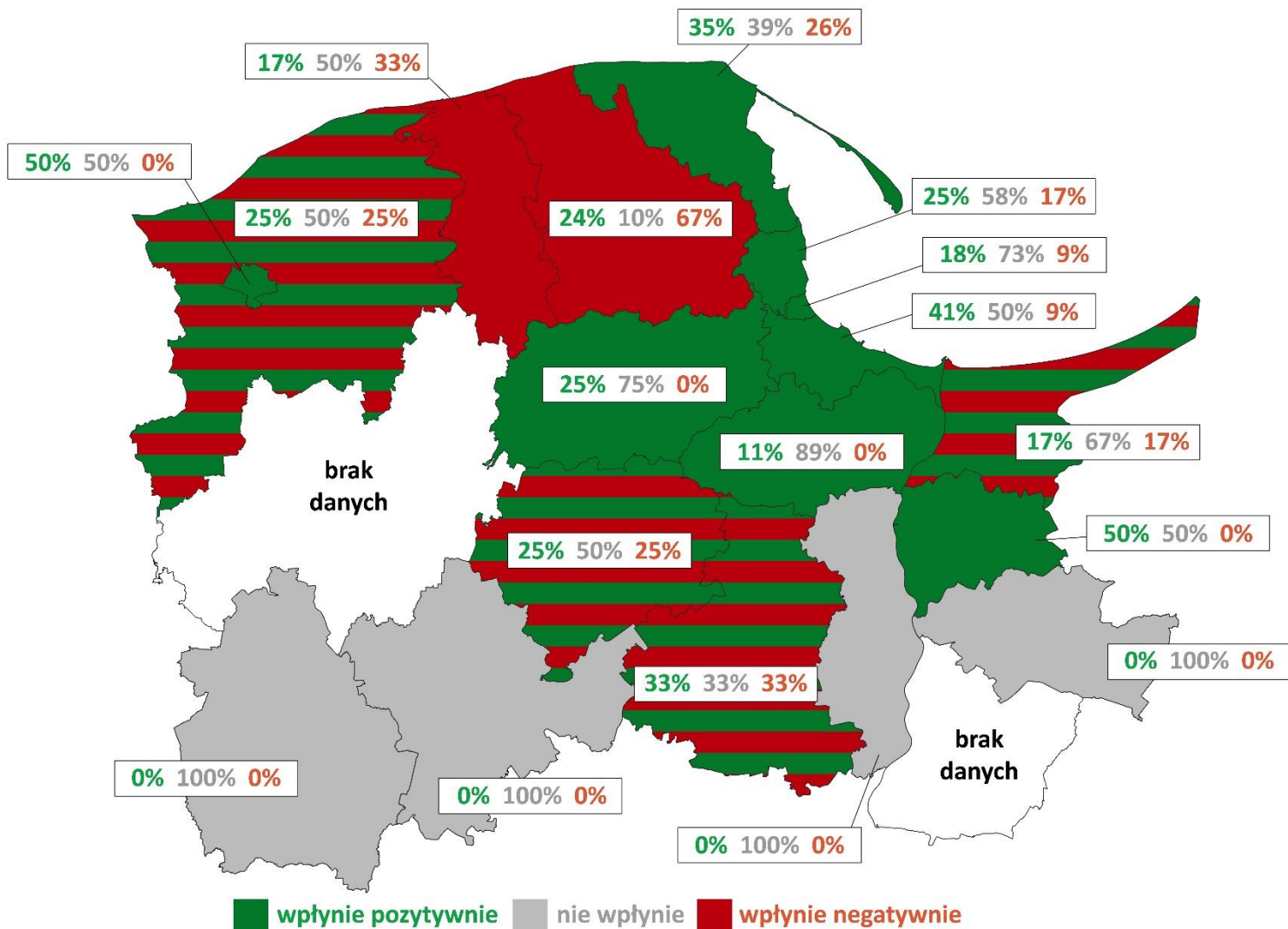
### Wpływ budowy elektrowni jądrowej w gminie Choczewo na działalność



Wykres 6. Wpływ budowy elektrowni jądrowej w gminie Choczewo na działalność

W tej edycji badania przedsiębiorcy zostali poproszeni o ocenę wpływu budowy elektrowni jądrowej w województwie na ich działalność. Wyniki są dość zbliżone, z lekkim wskazaniem na pozytywny wpływ - 24% wobec 20% negatywnego. Przeważający odsetek ankietowanych uważa jednak, że inwestycja nie wpłynie na prowadzoną przez nich działalność (43%). Warto zauważyć, że kwestia budowy elektrowni jądrowej wybrzmiała dość mocno w rozdziałach 4 i 5 niniejszego raportu, w których ankietowani mogli wyrazić swoje oczekiwania wobec samorządu i dodać własne komentarze.

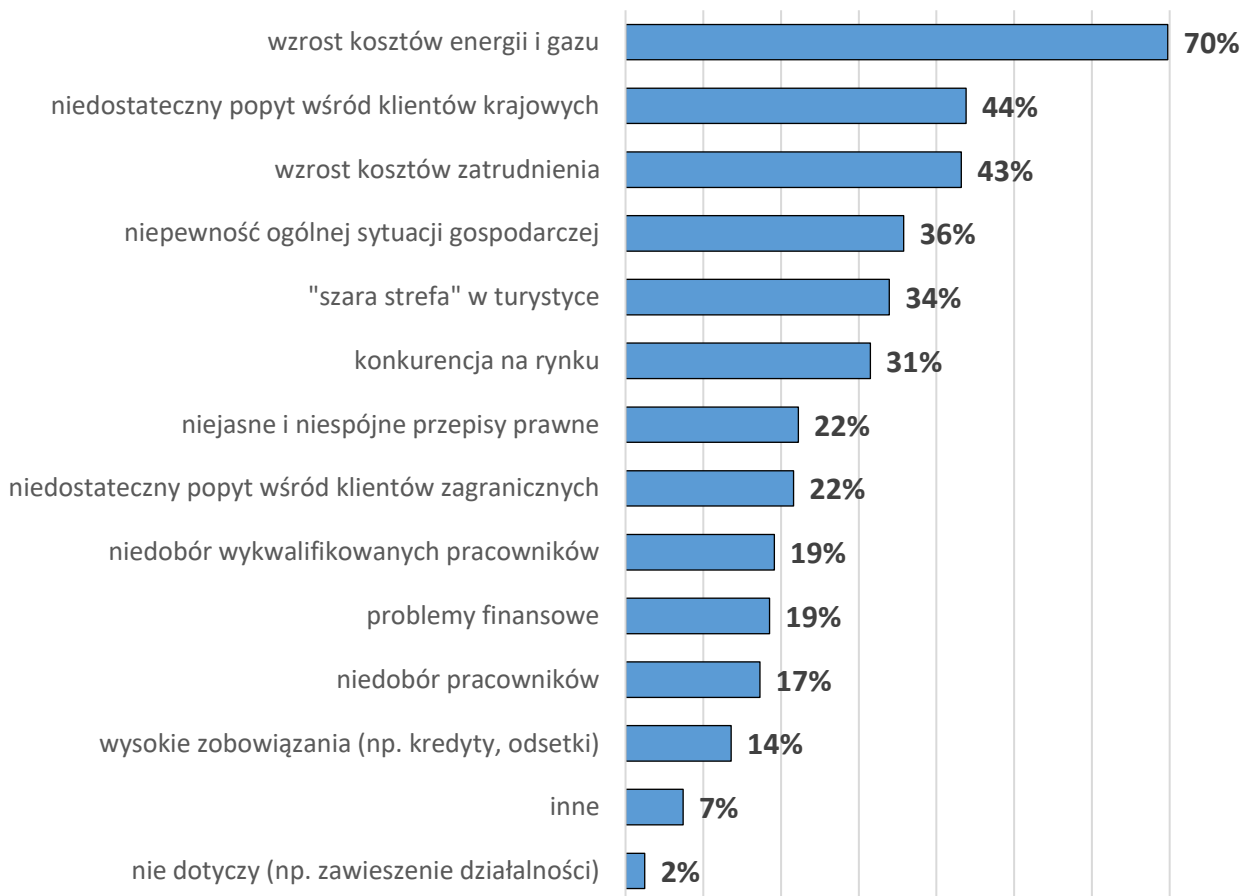
Wyniki, w podziale na miejsce prowadzonej działalności, ukazuje też poniższa mapka województwa z podziałem na powiaty. W warstwie kolorystycznej (zielony/czerwony) wzięto pod uwagę przewagę odpowiedzi pozytywnych/negatywnych nad sobą, bez uwzględniania przewagi odpowiedzi „nie wpłynie”. Powiaty z równą liczbą odpowiedzi pozytywnych i negatywnych oznaczono czerwono-zielonymi pasami, a te, w których padły jedynie odpowiedzi „nie wpłynie” oznaczono kolorem szarym. Opis liczbowy obejmuje wszystkie trzy odpowiedzi. Na mapie pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”.



Rysunek 2. Przewidywany wpływ budowy elektrowni jądrowej w gminie Choczewo na działalność w podziale na powiaty

## Wzrost kosztów energii i gazu budzi obawy większości przedsiębiorców

Największe obawy co do dalszego funkcjonowania  
przedsiębiorstwa w następnych 6 miesiącach (kwiecień-wrzesień)



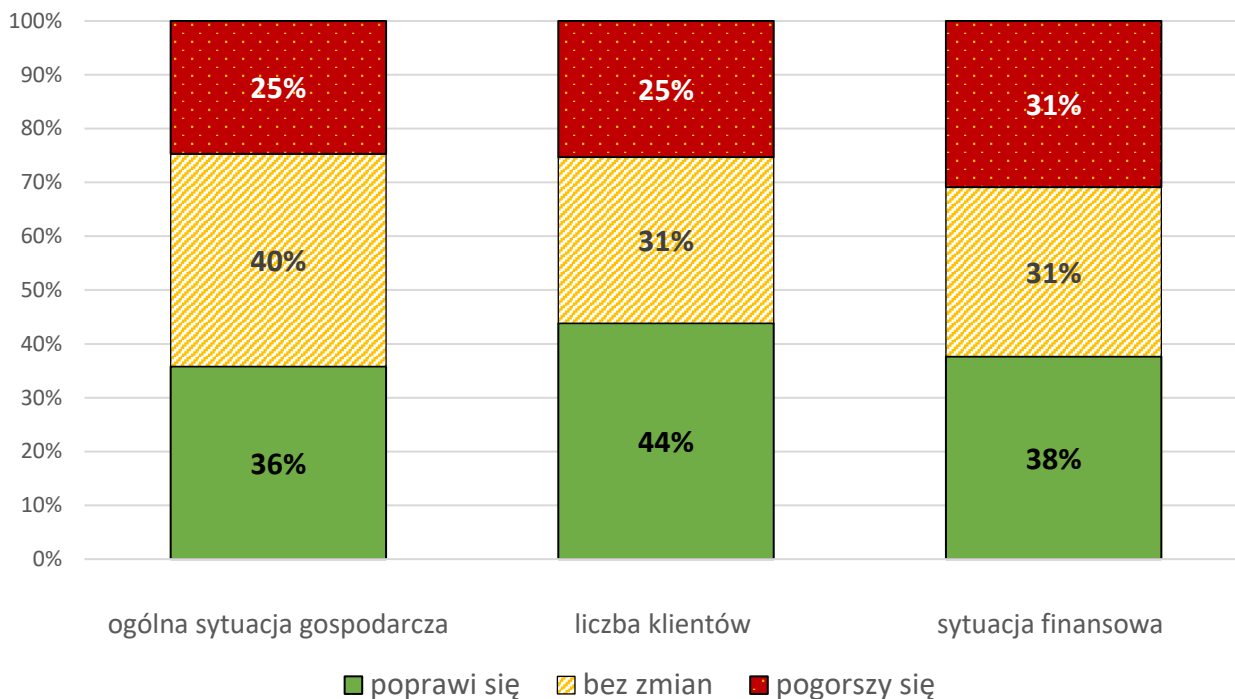
Wykres 7. Największe obawy co do dalszego funkcjonowania przedsiębiorstwa w następnych 6 miesiącach (kwiecień - wrzesień)

Wzrost kosztów energii i gazu pozostaje dla przedsiębiorców największą obawą w nadchodzących miesiącach. Wynik wyraźnie przewyższa pozostałe obawy, na miejscach za nim znalazł się m.in. niedostateczny popyt wśród klientów krajowych oraz wzrost kosztów zatrudnienia. W stosunku do poprzedniego badania obejmującego okres od października do marca niższą pozycję zajmuje niedostateczny popyt wśród klientów zagranicznych (spadek z 34% na 22%), co może świadczyć o odradzającym się po pandemii ruchu międzynarodowym.

Wśród odpowiedzi „inne” badani wskazali na: sytuację polityczną w Europie i widmo kolejnego konfliktu w regionie, wahania kursów oraz narzekania turystów na zbyt wysokie ceny, w tym koszty opłaty uzdrowiskowej. Poruszano także kwestie dotyczące lokalnej specyfiki, np. działań dyrektorów muzeów czy władz lokalnych. Kilka odpowiedzi dotyczyło wspomianej już w raporcie budowy elektrowni jądrowej w gminie Choczewo (kwestie środowiskowe, turystyczne, przybycia dużej liczby pracowników do budowy obiektu).

## Optymistyczne prognozy na sezon letni

Prognoza zmiany w najbliższych sześciu miesiącach  
(kwiecień-wrzesień)



Wykres 8. Prognoza zmiany w najbliższych 6 miesiącach (kwiecień-wrzesień)

W trzech najważniejszych obszarach takich jak ogólna sytuacja gospodarcza, liczba klientów i sytuacja finansowa przewidują poprawę sytuacji w sezonie letnim w stosunku do badanego okresu. We wszystkich trzech kwestiach wynik „poprawi się” przeważa nad „pogorszy się”.

Wyniki są zgodne z poprzednimi edycjami badania, które wskazało w tym zakresie na sezonowość turystyki w województwie, z lepszym sezonem letnim i słabszym jesienno-zimowym. Jak zawsze niepokój budzić mogą mimo wszystko liczne wskazania, iż sytuacja pogorszy się w okresie, w którym turystyka w województwie kwitnie. Kolejna edycja badania, obejmująca okres, którego dotyczą przewidywania, pokaże, jak finalnie ukształtowała się sytuacja przedsiębiorców.

## 4. Oczekiwania wobec samorządu

Ankietowani, którzy wypowiedzieli się w opcjonalnym pytaniu odnoszącym się do oczekiwań wobec Samorządu Województwa Pomorskiego wskazali na potrzebę dalszej i szerszej promocji krajowej i zagranicznej, wsparcia wydarzeń odbywających się poza sezonem letnim, rozwoju turystyki aktywnej oraz rozwoju połączeń kolejowych i drogowych, a także wodnych.

Zauważalna część komentarzy odnosiła się do budowy elektrowni jądrowej, postulowano przeniesienie lub zaprzestanie inwestycji oraz minimalizowanie wpływu na środowisko. W licznych komentarzach wybrzmiała też kwestia „szarej strefy” w turystyce, która jest dużym problemem dla pomorskich przedsiębiorców (w szczególności reprezentujących bazę noclegową oraz organizatorów turystyki).

Odpowiedzi zostały podzielone na kilka kategorii i zredagowane oraz połączone w przypadku zbliżonych oczekiwań. Należy zaznaczyć, że nie wszystkie oczekiwania przedstawione przez ankietowanych mieszczą się w kompetencjach samorządu województwa.

Krótki opis działań (wyróżniony), w zakresach poruszonych przez badanych, podjętych w roku 2023-2024 przez Departament Turystyki i Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną został zamieszczony pod każdą kategorią.

#### W ZAKRESIE PROMOCJI:

- Kampanie promocyjne odpowiadające siatce połączeń lotniczych z Gdańskiem (skierowane np. na rynek włoski).
- Pozyskanie i wsparcie organizacji wydarzeń międzynarodowych w miesiącach sezonu jesienno-zimowego, a także dużych festiwali, w celu zwiększenia ich dostępności dla mieszkańców.
- Organizacja wydarzeń cyklicznych w województwie poza okresem lipiec-sierpień, aby w ten sposób wydłużyć sezon.
- Zwiększenie promocji regionu dla zorganizowanych grup turystów zagranicznych (np. z Francji, Danii, Portugalii).
- Promowanie oferty poza sezonem letnim w celu jego wydłużenia, poprawienie polityki informacyjnej w zakresie atrakcji i obszarów województwa.
- Zwiększona promocja Mierzei Wiślanej, Żuław, Ustki, skupienie uwagi na miejscowościach nadmorskich (np. Rewa, Mechelinki, Władysławowo, Dębki).
- Promocja turystyki aktywnej – konnej i rowerowej.
- Promocja małych, całorocznych obiektów (krajowa i zagraniczna).
- Większy nacisk na tożsamość kulturową miejsc podczas ich promocji.

---

Na wiele poruszonych kwestii dot. promocji odpowiadają działania Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (PROT). Bardziej szczegółowe informacje zamieszczone są na stronie [www.prot.gda.pl](http://www.prot.gda.pl)

**PROT w zakresie działań marketingowo promocyjnych na rynkach zagranicznych, współpracuje bezpośrednio z Zagranicznymi Ośrodkami POT**, wspomniany rynek włoski to m.in. wizyty dziennikarzy i influencerów oraz przekazywanie materiałów informacyjno-promocyjnych dystrybuowanych poprzez kanały informacyjne ośrodka.

W zakresie zwiększania liczb grup zorganizowanych PROT uczestniczy w ciągu roku w kilku **spotkaniach dedykowanych rozmowom B2B z przedstawicielami touroperatorów** z wybranych rynków. Kluczem doboru destynacji jest siatka bezpośrednich połączeń komunikacyjnych, które można wykorzystać do tworzenia ofert przyjazdowych do Polski i na Pomorze.

Promocja miejscowości i ofert pasa nadmorskiego jest prowadzona m.in. poprzez dedykowane kampanie informacyjne z wykorzystaniem stron [czasnabaltyk.eu](http://czasnabaltyk.eu) oraz językowych odstępów [pobyttubaltu.cz](http://pobyttubaltu.cz) czy [visitpomorskie.se](http://visitpomorskie.se).

Działania związane z sektorem MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) prowadzone są przez Gdansk Convention Bureau przy Gdańskiej Organizacji Turystycznej (<https://gcb.visitgdansk.com/>).

---

## W ZAKRESIE WSPARCIA FINANSOWEGO:

- Zwiększenie możliwości dofinansowania działalności turystycznej np. przez konkursy w ramach Krajowego Planu Odbudowy, zwiększenie możliwości dofinansowania mikroprzedsiębiorstw.
- Dofinansować wypoczynek dla dzieci i młodzieży.
- Wprowadzić niskoprocentowane kredyty (np. do 50 tys. zł) na modernizację przedsiębiorstw turystycznych.
- Wsparcie finansowe dla organizacji kreujących turystykę (np. PTTK, ZHP, PROT), wsparcie przewodnictwa zorganizowanego w PTTK.
- SWP powinien być inspiratorem działań inicjujących współpracę samorządów z podmiotami turystycznymi w zakresie kształtowania oferty i wydłużania sezonu. Niektóre samorzady nie wykazują woli wykorzystania istniejącego potencjału.

---

Od 18 lipca Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) uruchamia drugi **nabór wniosków o wsparcie dla branży HoReCa**: <https://horeca.pfp.com.pl/2024/06/20/wsparcie-dla-branzy-horeca-parp-uruchamia-drugi-nabor/>.

**Z ofertą pożyczek dla przedsiębiorców można zapoznać się na stronach Pomorskiego Funduszu Rozwoju**: <https://pfr.pomorskie.eu/> oraz **Pomorskiego Funduszu Pożyczkowego**: <https://www.pfp.gda.pl/>

**Informacje na temat aktualnych form wsparcia dla przedsiębiorców można uzyskać w:** [Głównym Punkcie Informacyjnym Funduszy Europejskich w Gdańsku](#) lub [Punktach Informacyjnych Funduszy Europejskich dla Przedsiębiorców w Gdańsku i Słupsku](#).

---

## W ZAKRESIE TRANSPORTU I PRZEMIESZCZANIA SIĘ:

- Budowa i modernizacja dróg, w szczególności powiatowych; zwiększenie liczby kursujących pociągów (np. na linii Gdynia – Hel, połączenie Bytowa z Trójmiastem).
- Zmiana organizacji naprawy i przebudowy dróg wojewódzkich, aby prace odbywały się w nocy i nie utrudniały dojazdu np. na Mierzeję Wiślaną.
- Zapewnienie szybkiego i stabilnego Internetu województwie, lobbowanie u operatorów sieci komórkowych na poprawę sygnału, szczególnie na Mierzei Wiślanej.
- Wprowadzenie zakazu korzystania z rowerów i poprawienie polityki związanej z meleksami w turystycznym centrum Gdańska (Główne Miasto). Zaangażowanie się SWP w pomoc w rozwiązaniu sprawy z miejscami do parkowania autokarów w centrum.
- Poprawa połączeń z lotniskiem w Gdańsku.
- Usprawnić połączenia na Hel, zwłaszcza w zakresie synchronizacji połączeń i zwiększenia częstotliwości połączeń  
Rozwinąć połączenia białej floty między Półwyspem Helskim, Puckiem a Trójmiastem
- Poprawić stan dróg powiatowych. Obecnie nadmiernie są obciążone i niszczone przez transport ciężarowy.
- Poprawić jakość połączeń kolejowych i drogowych
- Utworzenie nowych połączeń lotniczych, szczególnie z głównymi miastami niemieckimi.
- Rozwój połączeń białej floty (np. tramwaje wodne Puck-Hel-Gdańsk), udrożnienie dostępu do Zalewu Wiślanego.

---

**PROT wspiera działania Portu Lotniczego w rozwijaniu nowych siatek połączeń** m.in. poprzez udział w wydarzeniach branżowych (Routes Europe) czy bezpośrednich spotkaniach z przedstawicielami linii lotniczych. Proces decyzji o podejmowaniu nowych kierunków przez operatorów jest jednak skomplikowany i składa się na niego szereg uwarunkowań, na które nie zawsze wpływ ma organizacja czy region.

---

#### W ZAKRESIE OCZEKIWAŃ WOBEC WŁADZ CENTRALNYCH:

- Przeorganizować portal Turystyczny Fundusz Gwarancyjny, aby był bardziej intuicyjny w obsłudze, nie wymagał comiesięcznych aktualizacji formularzy i pozwalał na dokonanie opłaty po wskazaniu liczby uczestników.
- Zmniejszyć koszty zatrudnienia pracowników
- Objąć większą kontrolą Muzeum Zamkowe w Malborku.
- Przywrócić licencję na zawód przewodnika, egzekwować legitymowanie się certyfikatami od przewodników.
- Przeprowadzić korzystne dla branży zmiany w tzw. ustawie kamilkowej.
- Zwiększyć zachęty do podejmowania pracy, obniżyć podatki i opłaty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.
- Rozgraniczyć branżę turystyczną od branży szkoleniowej, tak aby organizatorzy szkoleń nie podlegli pod wymagania stawiane branży turystycznej.
- Powrót bonu turystycznego.

#### W ZAKRESIE „SZAREJ STREFY”:

- Podjąć działania mające na celu zminimalizowanie „szarej strefy” w zakresie bazy noclegowej oraz organizatorów turystyki – brak zarejestrowanej działalności i posiadania odpowiednich pozwoleń powoduje niższe koszty działalności i tym samym dużo lepszą pozycję nieuczciwych przedsiębiorców na rynku.
- Kontrola nad gospodarstwami agroturystycznymi, które często prowadzą działalność bez wymaganych pozwoleń.
- Kontrola nad klubami i stowarzyszeniami organizującymi wyjazdy, obozy i kolonie bez wpisu do rejestru organizatorów turystyki.

---

W odpowiedzi na uwagi dot. „szarej strefy” w branży turystycznej na stronie Departamentu Turystyki i Sportu UMWP zostanie dodana zakładka z informacjami dotyczącymi zgłaszania odpowiednim instytucjom podmiotów działających bez wymaganych pozwoleń. Odnośnik do zakładki zostanie umieszczony w kolejnym raporcie z badań.

---

#### W ZAKRESIE INNYCH OCZEKIWAŃ:

- Udzielać rzetelnych informacji na temat budowy elektrowni jądrowej, wziąć pod uwagę skumulowany wpływ na środowisko (całej inwestycji, nie tylko elektrowni).
- Zaprzestać inwestycji lub zmienić jej miejsce, tak aby nie wpływała negatywnie na przyrodę, krajobraz i turystykę.
- Podczas budowy elektrowni jądrowej oraz przyległej infrastruktury zachować lub wybudować nowe drogi na plaże.
- Wprowadzenie bonu turystycznego dla mieszkańców województwa.

- Rozwój infrastruktury turystyki rowerowej (m.in. w rejonie Puszczy Darżlubskiej, remont mostu w Rybinie na Wiśle Królewieckiej).
- Rozwój szlaków kajakowych i turystyki wodnej.
- Organizacja kursów i szkoleń dla przewodników.

## 5. Komentarze na temat pomorskiej turystyki

Badani otrzymali możliwość pozostawienia komentarza dotyczącego stanu turystyki, jej problemów lub innych spostrzeżeń związanych z branżą. Tego typu swobodna wypowiedź ma być uzupełnieniem dla poprzednich pytań i dać możliwość poruszenia kwestii, które zostały pominięte w badaniu. Sugestie są cennym materiałem do analizy dla samorządu, dają też dodatkowy wgląd w potrzeby i opinie branży.

Ze względu na dużą liczbę komentarzy poniżej prezentowane są (niekiedy w przeredagowanej formie) wybrane opinie poruszające poszczególne tematy. Pominięto opinie powtarzające się z oczekiwaniami wobec samorządu przedstawionymi w poprzednim rozdziale, komentarze o charakterze oczekiwań zostały przeniesione do wspomnianego rozdziału.

Badani zgłaszali swoje obawy związane z budową elektrowni jądrowej w województwie oraz w związku z „szarą strefą” w turystyce. Pojawił się również temat infrastruktury na plażach (toalety, śmietniki) oraz bezpieczeństwa w godzinach nocnych. Poruszane były tematy skracania długości pobytów przez turystów i ekspansji turystyki wyjazdowej, mniejszego zainteresowania regionem oraz słabej pozycji lokalnych organizatorów w turystyce wyjazdowej. Pojawiła się opinia, że brak jednego biletu w Trójmieście jest utrudnieniem dla turystów, mimo istnienia systemu Fala. Niektóre wypowiedzi odnosiły się do rozwiązań i kwestii lokalnych (dot. np. Gdańska i Gniewu). Pojawiały się również komentarze pozytywnie oceniające stan pomorskiej turystyki.

Krótkie odpowiedzi na komentarze w zakresach poruszonych przez badanych, zawarte są pod poszczególnymi komentarzami.

- *Jako przewodnik miejski i pilot wycieczek widzę wyraźny wzrost liczby turystów w Gdańsku, co oczywiście cieszy, ale wiąże się to też z wieloma prozaicznymi problemami np. brakiem toalet publicznych, miejsc do wysadzenia grup autokarowych. Turyści narzekają na zbyt krótko otwarte atrakcje (np. muzea podczas majówki), brakuje też strony informującej o wydarzeniach związanych z historią Gdańska (wykłady itp.). W punkcie IT niedaleko Bramy Zielonej pracownicy niekiedy nie posiadają podstawowych informacji na temat miasta. Na uznanie zasługuje natomiast obsługa punktu IT w Bramie Wyżynnej.*
- *Ogólnie widzę najbliższy okres pozytywnie, mam nadzieję, że sytuacja za naszą wschodnią granicą zacznie się poprawiać, dzięki czemu ludzie chętniej będą korzystać z usług firm takich jak moja.*
- *Jeszcze raz mogę powtórzyć - największym problemem regionu (ale i całej Polski) jest "szara strefa" w turystyce i całkowity brak jakiegokolwiek woli w jej zwalczaniu. Rozwiązania są bardzo proste i do wprowadzenia niemal "od zaraz". Niestety ja nie widzę żadnej dobrej woli w rozpoczęciu tego procesu, ale jeżeli takowa by była to "działamy od zaraz". Bezpieczeństwo w podróżach turystycznych - "szara strefa" ma na to zdecydowanie negatywny wpływ, ale również organizatorzy z uprawnieniami mogliby mieć pozytywny wpływ na poprawę bezpieczeństwa poprzez wprowadzenie odpowiednich standardów.*
- *Miasteczko Gniew aż się prosi o to by zainwestować w nim w turystykę. Zaległości są ogromne, potencjał również ogromny. Zabrakło pomysłów i działań zaraz po technicznej rewitalizacji. Nie ma*



systemowej promocji miasta. Są tylko działania okazjonalne. Turysta, który bardzo chętnie chce z zamku pójść "na miasto" spotyka tam bruk, pustkę, piękne zabytki, ale pozbawione oferty, produktów Stare Miasto. Samorząd Województwa mógłby stać się inicjatorem działań. Gniew jest świetną i naturalną bazą wypadową dla mieszkańców Trójmiasta. Na tej bazie można zbudować atrakcyjny projekt i produkty turystyczne. Samorząd Województwa z pewnością zyskałby na takim projekcie. Turystyka w pomorskim to nie tylko Trójmiasto. To również takie niewykorzystane perły jak Gniew!

- Powstanie elektrowni jądrowej w Choczewie negatywnie wpłynie na krajobraz pobliskich miejscowości turystycznych. Z uwagi na powstałe pogorszenie warunków środowiskowych i wodnych w Morzu Bałtyckim niezbędne jest podjęcie działań zmierzających do powstawania innych atrakcji dla turystów oprócz plażowania (parki rozrywki, ścieżki piesze, rowerowe, wieże widokowe).
- Jak Samorząd zamierza wspomóc turystykę w rejonie planowanej budowy elektrowni? Skoro już w okolicy Słajszewa pękają ściany. Jak samorząd planuje działania aby zapewnić turystów, iż w okolicy budowy nie będzie hałasu, że przyjadą do miejsca w którym będą mogli odpocząć?

---

Samorząd Województwa Pomorskiego, pomimo bardzo ograniczonego wpływu na rozwiązania związane z planowaną budową elektrowni, podejmuje działania dot. m.in. ograniczenia ewentualnego wpływu tej inwestycji na gospodarkę regionu, zwłaszcza turystykę. Od 2016 r. systematycznie kierowane były wystąpienia do strony rządowej o objęcie regionu wsparciem finansowym, którego celem ma być m.in. kompensacja strat, zmiana profilu działalności, a także stworzenie nowych produktów turystycznych w powiatach najbliższej położonych względem lokalizacji elektrowni. W efekcie w 2023 r. rząd RP przyjął program, który finansuje m.in. inwestycje w infrastrukturę czasu wolnego i infrastrukturę turystyczną, realizowaną przez wybrane gminy lub powiaty. Program, z wielu względów, wymaga rewizji, o co samorząd województwa wraz innymi samorządami zabiega od kilku miesięcy. Według ostatnich informacji strony rządowej w II połowie roku możliwa może być taka rewizja.

Kolejnymi działaniami, które prowadzi samorząd województwa jest dialog z inwestorem elektrowni i władzami gminy Choczewo nt. możliwych rozwiązań w zakresie lokalizacji baz noclegowych dla pracowników budowy elektrowni, w tym z wykorzystaniem istniejącej infrastruktury turystycznej, a także zmiany przebiegu (w kierunku północnym) międzynarodowej trasy rowerowej EuroVelo 10/13, która w chwili obecnej koliduje z lokalizacją elektrowni.

Ponadto w toku oceny oddziaływania elektrowni na środowisko samorząd województwa zwracał uwagę na kwestie związane z wpływem elektrowni na środowisko i ludzi, w tym dotyczące hałasu czy wpływu na Morze Bałtyckie. Przy czym ze względu na przepisy prawa, samorząd województwa poza udziałem w konsultacjach czy zgłaszaniem swoich uwag, nie ma możliwości bezpośredniego wpływu na ww. kwestie, ponieważ leżą one w gestii administracji rządowej i inwestora elektrowni.

- 
- Plaże i wydmy są dewastowane, użytkowane na potrzeby toalet. Muszą powstać toalety, śmietniki i ławki na plażach i przy plażach. Turyści przyjeżdżają przede wszystkim na plaże. Za mało jest kontroli po 20:00, a to wtedy dzieją się akty wandalizmu i brudzenia na plażach, ogniska. Potrzebne są patrole wieczorne i nocne na plażach oraz egzekwowanie przepisów. Samo oznakowanie nie wystarcza. Turystyka to dostęp do natury, parkingi, atrakcje...

- *Udział w poprawie drogi S6 od Bożegopola do granicy z Niemcami, zapewniając szybki i bezpieczny dojazd dodatkowych turystów z Niemiec, którzy dojeżdżają maksymalnie do końca województwa zachodniopomorskiego.*
- *Uważam że polski poziom hoteli jest naprawdę na światowym poziomie, często przewyższając go, patrząc np. na zaniedbane obiekty w Niemczech.*
- *Brak wykwalifikowanych pracowników w branży gastronomiczno-hotelarskiej będzie dużym problemem w tym sezonie.*

## 6. Opis badania

Badanie zostało rozesłane do podmiotów z branży turystycznej, gmin w województwie, lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania, a także organizacji zrzeszających przedsiębiorców z branży. Informacja o badaniu wraz z linkiem do ankiety została także umieszczona na stronie [dt.pomorskie.eu](http://dt.pomorskie.eu).

Badania nastrojów branży turystycznej prowadzone są w dwóch okresach, obejmujących sezon zimowy (październik-marzec) oraz sezon letni (kwiecień-wrzesień). Badanie było anonimowe, nie były zbierane dane umożliwiające identyfikację przedsiębiorstwa lub osoby wypełniającej.

Ankieta była anonimowa, zawierała kilkanaście pytań, w tym pytania metryczki, z prośbą o podanie podstawowych danych dotyczących przedsiębiorstwa (sektor, okres funkcjonowania, liczba pracowników, powiat prowadzenia działalności).

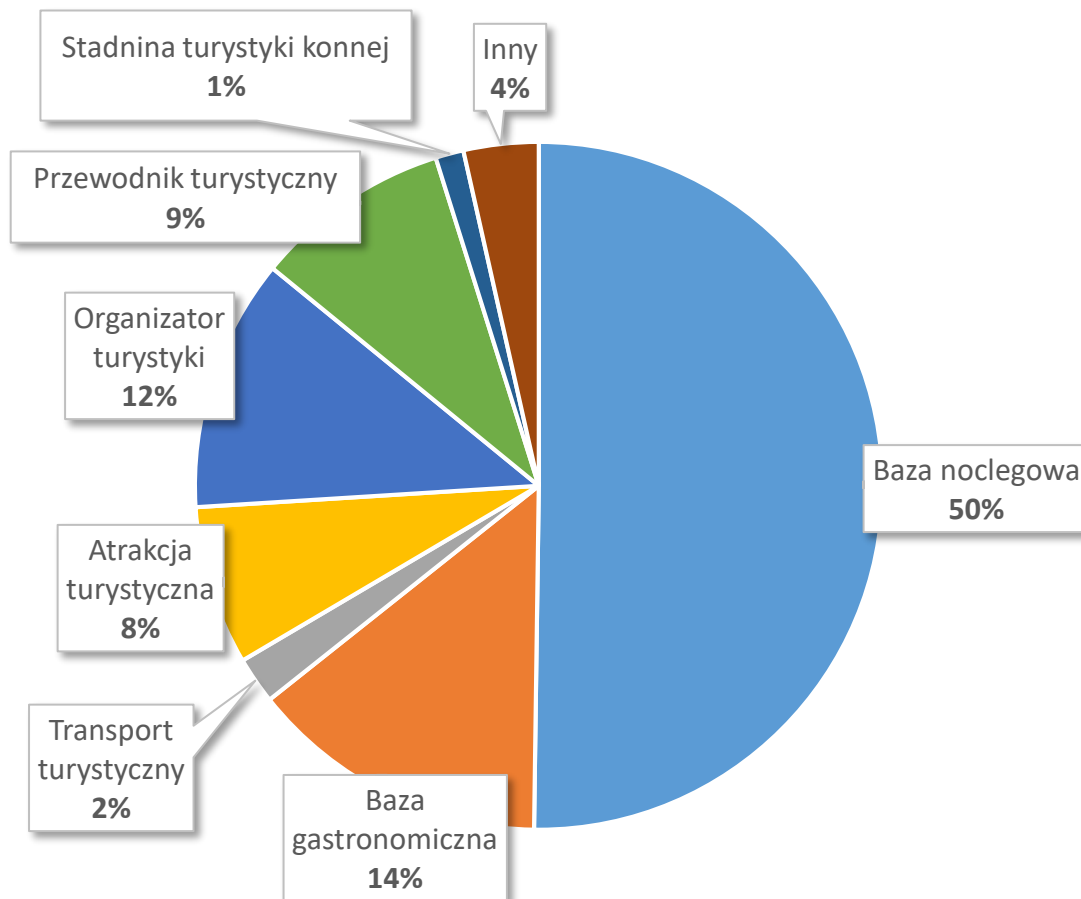
Ankiety rozpoczęto 416 razy, z czego 162 ankietowanych ukończyło ją, udzielając odpowiedzi na wszystkie pytania. W analizie wzięto pod uwagę jedynie kompletne, zakończone ankiety.

W badaniu przyjęto kryterium subiektywnej oceny sytuacji przedsiębiorstwa, które nie bazuje na twardych danych liczbowych (np. finansowych). Wynika to z różnej skali i specyfiki działalności gospodarczych w sektorze turystyki, są wśród nich np. duże przedsiębiorstwa oraz jednoosobowe działalności.

Ankiety do badania skonstruowano w ten sposób, że pytania dotyczące bieżącej sytuacji przedsiębiorstwa oraz ostatnich (badanych) 6 miesięcy nie wyświetlały się osobom, które zaznaczyły zawieszenie działalności w badanym okresie.

## Połowa badanych reprezentuje bazę noclegową

### Sektor prowadzonej działalności turystycznej



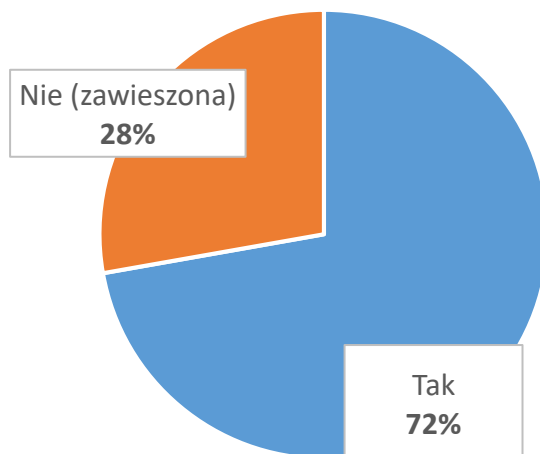
Wykres 9. Sektor prowadzonej przez ankietowanych działalności turystycznej

Połowa ankietowanych reprezentuje bazę noclegową. Przewaga przedsiębiorców z tego sektora nad innymi jest wyraźna. Kolejne miejsca zajmują sektory: bazy gastronomicznej (14%), organizatorów turystyki (12%) oraz przewodników (9%) i atrakcji turystycznych (8%). Jednocześnie większość badanych wybierających jako sektor działalności gastronomię prowadziła działalność także w zakresie bazy noclegowej. Oznacza to, że wśród bazy gastronomicznej udział w badaniu wzięli przede wszystkim przedsiębiorcy łączący tę działalność z bazą noclegową, a znikomy odsetek stanowili niestety prowadzący jedynie gastronomię.

Wśród innych sektorów wskazano: przemysł spotkań, działalność społeczną, promocję turystyczną, sport i rekreację, obozy językowe oraz rehabilitację.

## Baza noclegowa najczęściej zawieszająca działalność na zimę

### Czy w badanym okresie prowadzili Państwo działalność gospodarczą?

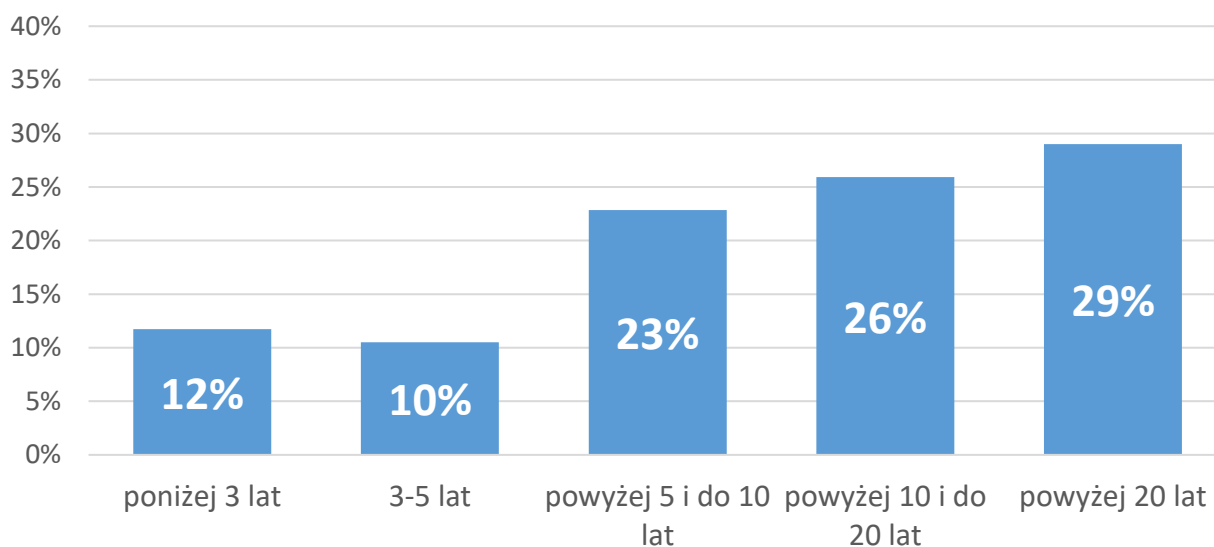


Wykres 10. Status działalności gospodarczej w badanym okresie (październik 2023 – kwiecień 2024)

Okolo trzech czwartych badanych prowadziło działalność gospodarczą w badanym okresie. Prawie 80% działalności zawieszonych podczas sezonu zimowego stanowiła baza noclegowa, zdecydowanie wyróżniając się spośród innych sektorów. Kolejną najliczniejszą grupą z zawieszonymi działalnościami byli przewodnicy turystyczni (15%).

## Wzrost udziału krócej prowadzących działalność

### Okres funkcjonowania przedsiębiorstwa

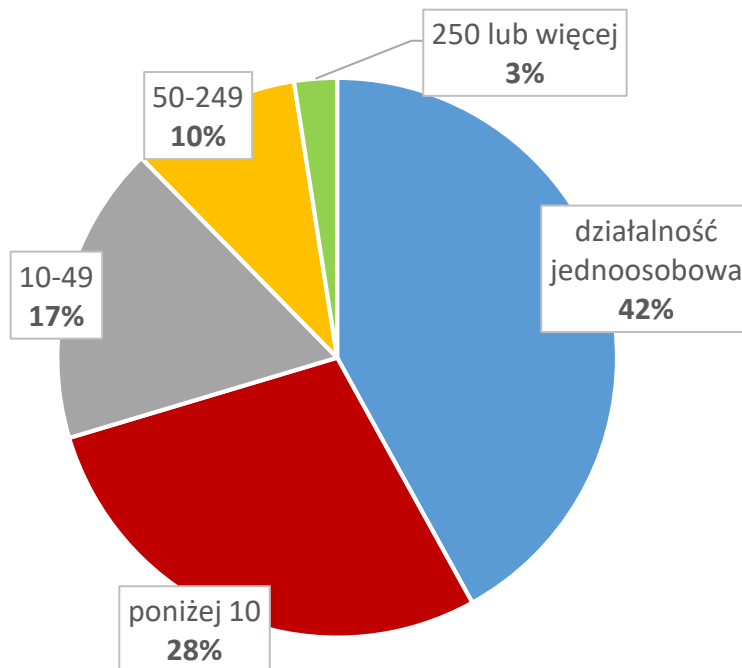


Wykres 11. Okres funkcjonowania przedsiębiorstwa

W tej edycji badania udało się dotrzeć do większego odsetka przedsiębiorców prowadzących działalność krócej niż 10 lat (22% wobec 12% w poprzednim badaniu). Większość ankietowanych stanowili jednak przedsiębiorcy doświadczeni, z przedsiębiorstwami funkcjonującymi powyżej 10 lat (55%).

## Przeważają prowadzący jednoosobową działalność

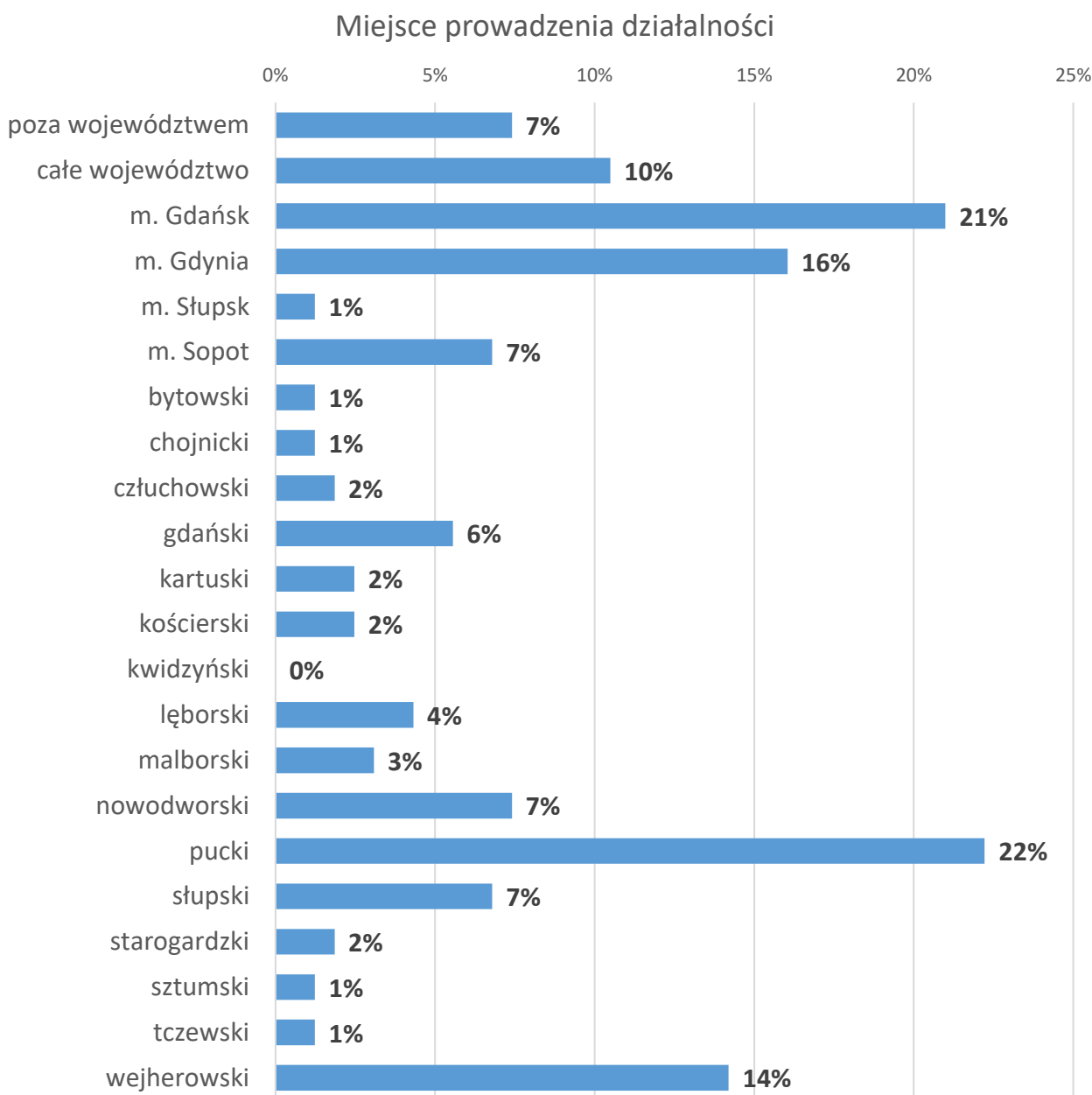
Wielkość przedsiębiorstwa (liczba pracowników)



Wykres 12. Wielkość przedsiębiorstwa

W badaniu, zgodnie z wnioskami z poprzedniego raportu, uzupełnione kategorię wielkości przedsiębiorstwa o działalność jednoosobową, która została wyjęta z kategorii „poniżej 10 pracowników”. Dzięki temu udało się dokładniej ukazać strukturę przedsiębiorstw. Spośród działalności jednoosobowych największą część stanowili przedstawiciele bazy noclegowej (62%), przewodników (25%) oraz organizatorów turystyki (10) i atrakcji (7%).

## Powiat pucki, Gdańsk, Gdynia i powiat wejherowski liderami w badaniu



Wykres 13. Miejsce prowadzenia działalności

Pytanie dotyczące miejsca prowadzenia działalności ma wskazać, w jakich powiatach swoją działalność skupiają przedsiębiorcy turystyczni. Co ważne, chodzi o miejsce prowadzenia działalności, a nie jej rejestracji.

Największy odsetek przedsiębiorców prowadził działalność w powiecie puckim (22%), Gdańsku (21%), Gdyni (16%) oraz powiecie wejherowskim (14%). W poprzedniej edycji badania łącznie aż 58% ankietowanych prowadziło działalność w Trójmieście. W tym badaniu większą aktywnością wykazali się przedsiębiorcy spoza Trójmiasta, które zebrało 44% wskazań. Świadczy o tym chociażby bardzo wysoki odsetek deklarujących prowadzenie działalności na terenie powiatu puckiego.

